

課題（リスク）とチャンス（機会）から経営計画（戦略）を考える

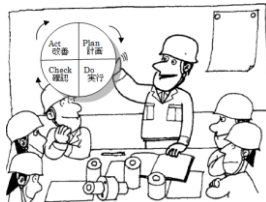
① 経営理念
環境経営方針
＜何をしたいか＞
持続可能な社会へ挑戦

② 課題とチャンス
・組織の状況の把握
・自社の強み、弱み分析
＜戦略的方向付け＞
SDGsの視点



顧客満足（信頼と安心）
経営とEMSの両立
一人ひとり稼ぐ組織

③ 戦略を経営計画に取込む
・パフォーマンス評価（KPI）
付加価値/人、CO2
PDCAによる改善
・組織目標
・部門別目標へ展開
・実行計画書のPDCA



強み・弱み分析から戦略（内外の強みと強み、内部の弱みの改善）

	企業内部から見る	企業外部から見る
強み	<ul style="list-style-type: none"> 品質（クレーム）納期が安定 設計での環境配慮がよい 改善提案が活発 	<ul style="list-style-type: none"> 市場、顧客が安定している 環境関連製品が市場で好調
弱み	<ul style="list-style-type: none"> 職場リーダー力量が弱い 工程内不良が多い 儲かる製品・顧客がわからない 	<ul style="list-style-type: none"> 中国市場が不安定
戦略	<ul style="list-style-type: none"> 利益につながる環境経営の見える化で顧客へ信頼と安心の強化 利益の出せる会社（付加価値/人、付加価値の見える化） チーム改善（助合うチームワークと自立的行動、リーダー育成） 	

戦略の図式化

- ・環境基本に経済
- ・社会課題を同時解決
- ・経営とEMSの両立

