

経営理念

I.現在の社是、社訓、綱領など	見直しの必要/不要	Ⅲ.わが社の経営理念				
<p>1. お客様には常に感謝の気持ちを持った販売を心がけましょう。</p> <p>2. メーカー様は商品を生産・貸し出しをしてくれています。「感謝の気持ち」を持った販売に勤めましょう。</p> <p>3. 商品は私たちの大切な命の源でありますから、大切に扱うよう心がけましょう。</p> <p>4. 会社の中では、それぞれが慈しみ、尊敬の念を持ちましょう。</p> <p>『愛と真心』の社是の中には 社員一人一人が持たなければならない感謝の気持ち。 それは「ありがとう」です。</p>		1. 経営理念				
		(1)社会性に関するもの		(3)人間性に関するもの		
		主文	お客様の「ハレ」を演出し、最高の思い出を創り出す	主文	お客様の満足は、従業員の満足から始まる。	
		内容		内容	まずは、納得性と説得性のある意思決定を心がけ、根拠のある行動を行い、経営者自らが模範となる。	
		(2)利益に関するもの		(4)自社独自の内容(=理念の創造)		
		主文	「価値」の販売に徹底する	主文		
内容	商品知識の吸収や目利き能力の向上に心がけ、正当な価値を正当な価格で販売することで、安定した利益を確保し、株主ならびに従業員に還元する。	内容				
Ⅱ.現状分析により新しく付け加える必要がある要素や考え方(価値観)		2. 経営理念を補う信条や行動基準など				
<p>市場の変化は目まぐるしく、顧客の要求はどんどん変わっていく。</p> <p>そのために自社の事業・商品を市場ニーズに適合させていく必要がある。</p> <p>過去において優れた収益を自社にもたらした商品が次第に、あるいは急速に価値を失っていく。</p> <p>こうした商品を、やみくもに理由で温存してはならない。過去においてはどうかあれ、現在と将来において収益をもたらしてくれなければ、商品のリニューアルや切り捨てることこそ肝要なのである。</p> <p>そのためには、自社の組織内で仮説構築力をつけ、PDCAサイクルを確立することが必要となる。</p>		<p>企業の真の支配者は顧客である。</p> <p>経営とは顧客の創造である。</p> <p>顧客あっての企業である。</p>				