

『実行したくてたまらない目標をつくる』 —ビジネス経営層・リーダー必読書—



著者 : 博報堂HOW
 刊行 : 2011年6月6日
 出版社: 日本経済新聞出版社
 定価 : 本体1500円+税

<目次>

- 第1章: 文化祭の大失敗
- 第2章: 旭山動物園での学び
 - ・「目標力」を高める5つの要素
- 第3章: 世界の災害支援への寄付増ワークショップを開く
 - ・目標カマップの良い使い方、悪い使い方
- 第4章: 翌年の文化祭での奮起
 - ・実行したくてたまらない目標をつくる実践 その①
- 第5章: 花咲商店街の復活劇
 - ・実行したくてたまらない目標をつくる実践 その②

解説 企業における目標力の実践
 おわりに

「対前年比〇〇%達成」「売上げ〇〇円達成」など、社員にとっては“実行したくてたまらない”とは言えない目標を掲げ、「とにかく実行せよ」と実行力ばかりが叫ばれる昨今。「うちの社員は実行力がない」「部下が動かない」と言う経営層や現場リーダー達が後を絶ちません。しかし、部下の実力不足を嘆く前に、皆が目標に向かって意欲的にイキイキと動き出す、“実行したくてたまらない魅力的な目標”を作る力、すなわち<目標力>を高めることこそ厳しい現状を打破し、企業を成長させるために必要なのではないのでしょうか。

本書では、博報堂HOWが、110社以上・210回を超える様々な企業の目標作りの経験をもとに、実行したくてたまらない目標をつくる手法を<目標カマップ>として体系化。この目標カマップの効果的な使い方を、経営層や現場リーダー達が実践的に使えるように、具体的なストーリー形式で解説しています。

【博報堂HOWとは?】

博報堂の専門組織で、日本で企業向けワークショップをビジネス化した草分け的存在。実績は、2002年から110社210回を超える。現在は企業や団体における経営戦略、事業戦略、マーケティング戦略、ブランド戦略などの分野において、実行力のある方針づくり(=実行したくてたまらない目標づくり)に特化したサービスを提供している。特徴は、HOW認定のファシリテーターが、売り手側・作り手側という色メガネをはずし、一人の生活者としての目線・視点に立ち戻って考えるワークショップをおこなうこと。

ホームページアドレス:
<http://www.hakuhodo.co.jp/HOW/>

【目標カマップとは?】

HOWが実践の中で独自に開発した、“実行したくてたまらない目標”をつくるために必要な5つの視点をまとめたマップ。

- 5つの視点
- 【未来像】
 - 【目標】
 - 【象徴的な活動】
 - 【信念】
 - 【経験】

