



2014年2月7日(金)

小栗キャップの News Letter

税理士法人オグリ 代表社員 小栗 悟

〒500-8847 岐阜県岐阜市金宝町1-3 岐阜第一生命ビル4F

TEL: 058-264-8858 FAX: 058-264-8708

Email: info@otc-oguri.com <http://www.otc-oguri.com>

マネジメント領域

トップが経営の舵取りをするために、常に意識し、注力しなければならない4つの“マネジメント領域”があります。

したがって、それらは社内の管理者・リーダーにとっても必要、欠くべからざる“マネジメント領域”です。

4つの“マネジメント領域”

4つの“マネジメント領域”の概要を説明しますと次の通りです。

1. 環境マネジメント

市場・顧客・法令など、外部環境の変化を的確に捉えて、顧客ご満足を高める自社の戦略、年度経営計画などに関する意思決定により、適切な内部環境を創り出すなど、自社が外部環境に適応するマネジメント

2. モチベーションマネジメント

役員・管理者・社員が戦略目標達成へ向けて高いモチベーションを持って取り組むための方針、施策推進などのマネジメント

3. ルール(統制)マネジメント

業務管理・目標管理・人事労務管理・設備管理・財務管理など社内ルールを構築、適正な統制を図るマネジメント

4. コミュニケーションマネジメント

トップから役員・管理者・社員に至る上下の意思疎通を図る、部門間の壁を低くし、

素早い問題発見、協力的問題解決を図る、“顧客ご満足”を高め、株主・取引先の理解・協力を得る等、多様なコミュニケーションのマネジメント

それらのマネジメントの最終成果は、市場・顧客の支持・売上高・利益の改善となって現われると同時に、人材育成・知的財産の蓄積、企業文化の形成などによる経営の継続的發展に帰結します。

4つの領域をチェック、戦略策定

各“マネジメント領域”とその問題は、例えば販売機能における市場・顧客の変化と自社の対応・自社営業マンのモチベーション・営業情報管理・コミュニケーションの問題等のように、開発・販売・生産・人事・財務等の個々の機能、及び機能間の実態とその問題として存在します。

したがって、4つの“マネジメント領域”の視点から機能上の問題・課題を発見して戦略に組み入れれば、戦略の遂行による業績改善、即経営機能の強化が図れると同時に、結果として4つの“マネジメント領域”が適切にマネジメントされます。



4つのマネジメント領域を戦略でカバー