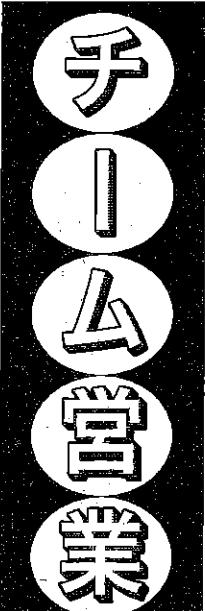


# 日本食糧新聞



感じるまま表現する



©マンガエッグ・エンターテイメント

◎◎◎◎◎◎  
共有することに意義  
いつも時間がなかつ  
た営業部(所)に考え方  
益を上げることはなかつし  
る時間ができた。「收  
益」というお題  
を投げると、「3年後  
のビジョン。それは  
経営者が考えることで

取り組むべきが、5、あつて営業部に必要な  
6人のグループになつたのか」といった反応が  
て、3年後のビジョン返ってくる。ビジョンと戦略ロードマップを  
描く。といつても営業部としていることが多いた  
しのビジョン、自分ため、思わぬヒントを出  
ていいのか? 営業

◎◎ 2 ◎◎

当、派遣社員、パートさんなど事務スタッフ  
議には、仕入れ担当も入ってもらつ。彼らは、行動や判断の

紙に名前が思い描くビジョンを言葉にしてみ  
模造紙を広げ、付箋

イメージが作りやす  
いよ、さまざま会社のあり方を描いたD  
VDを見せたり、雑誌

を何十冊も用意する。ビンときたらそれを切  
り抜き、模造紙に貼つて感じたことを言葉に  
する。「面白ベスト」「会社に行きたい!」

「指名ナンバーワン」「仲間が最高!」「お客さまからありがど  
う!」などの言葉が次々に書き込まれる。

ある時、30歳前後のおとなしい雰囲気の女性社員が、雑誌にあった武装ヘリの写真を切り抜いて模造紙に張り付けた。「武装ヘリは

営業部でのビジョンが明確になると、それ

を実現するための戦略ロードマップも作成する。「1年後にフードコンサルティングチーム、2年後に外食開発役社長鷹谷光洋、3年後に感動

ちのありたい姿を思い  
描くこと、それを皆で  
言葉として共有するこ  
とに意義がある。

感じたことを言葉に  
してぐれる。

部はどんな雰囲気な  
か? 自分はどんな仕  
事の仕方をしてみたい  
のか? その実現のた  
めの戦略とロードマッ  
プは、行動や判断の

軸はどうに置く?  
立つたら存在感のある  
売場を作りたい! だ  
け? 顧客とどんな関

係を築いて何で貢献し  
ていいのか? 営業

でナンバーワンにな  
る。お客様の視点に立  
た営業部になると、事  
務スタッフまでもが新

しいアイデアを出して  
模造紙で貢献する意欲を  
持つようになる。

創造チーム」などあり  
たいチームの姿を時間  
軸で考える。自分で考  
え感じたことが絵や文  
字で「見える化」され