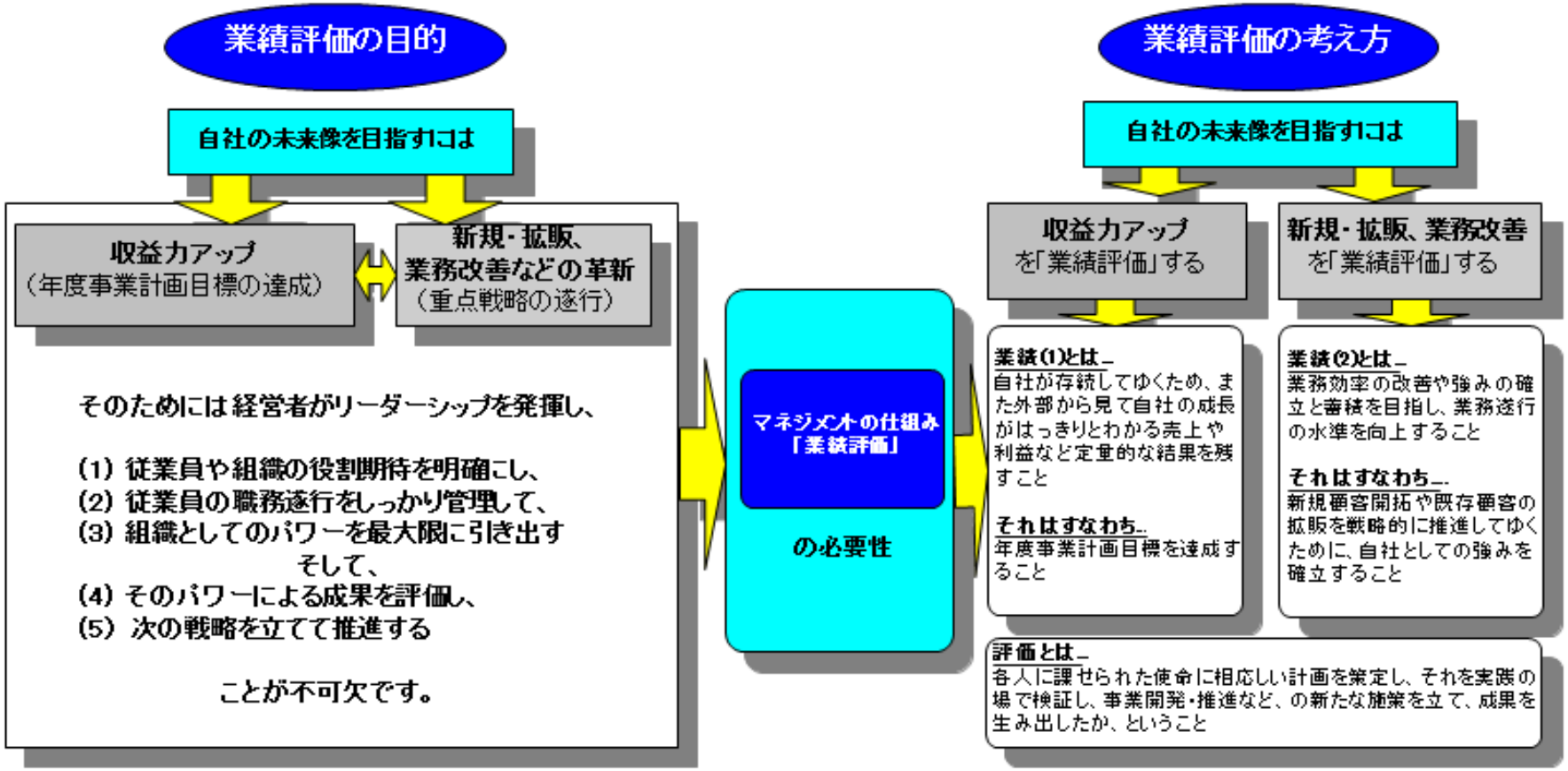
業績評価の目的・考え方


業績評価の目的
自社の未来像を目指すには
収益力アップ
（年度事業計画目標の達成）
新規・拡販、
業務改善などの革新
（重点戦略の遂行）
そのためには経営者がリーダーシップを発揮し、
(1) 従業員や組織の役割期待を明確にし、
(2) 従業員の職務遂行をしっかり管理して、
(3) 組織としてのパワーを最大限に引き出す
そして、
(4) そのパワーによる成果を評価し、
(5) 次の戦略を立てて推進する
ことが不可欠です。
マネジメントの仕組み
「業績評価」
の必要性
業績評価の考え方
自社の未来像を目指すには
収益力アップ
を「業績評価」する
新規・拡販、業務改善
を「業績評価」する
業績(1)とは…
自社が存続してゆくため、また外部から見て自社の成長がはっきりとわかる売上や利益など定量的な結果を残すこと
それはすなわち…
年度事業計画目標を達成すること
業績(2)とは…
業務効率の改善や強みの確立と蓄積を目指し、業務遂行の水準を向上すること
それはすなわち…
新規顧客開拓や既存顧客の拡販を戦略的に推進してゆくために、自社としての強みを確立すること
評価とは…
各人に課せられた使命に相応しい計画を策定し、それを実践の場で検証し、事業開発・推進など、の新たな施策を立て、成果を生み出したか、ということ