

「ニュー・シーズズ・マーケット 地元で最もフレンドリーなお店だ」

アメリカのオレゴン州にある地元密着のスーパー

会社のHPには、ミッション・ステートメントが書いてある。

地元で最高の食料品店でありたい。それは、最も素晴らしい買い物の経験を提供することを意味している。買い物しやすく、フレンドリーな店であるということ。朝食のシリアルから放し飼いの鶏まで、最も素晴らしい品揃えをするという意味である。地元と地域の商品の市場を提供することであり、家族が運営する農場を支えることである。コミュニティに貢献することであり、スタッフが繁栄できる進歩的な職場を提供することであるのだ。

このミッション・ステートメントは環境の分析をよく捉えていることに注目していただきたい。

環境に対する意識や、地元を愛する心をよく反映している。

そして、フレンドリーという原則に対する決意を、お客様に対して、コミュニティに対して、環境に対して、スタッフに対して広げている。360度のフレンドリーなのだ！

次は戦略になるが、これは意外に単純なものになっている。

次の10年～15年、今日お客様に愛されていると同じようなお店をもっと多く運営していきたい。

いつまで経っても、近所の食料品店に徹していく。そして、毎日、「地元で最もフレンドリー」なサービスを提供し続ける。お客様は、お金で投票し、社会に良い変化をもたらすようにエンパワーしたい。

地域の食料育成に活発に参加し、常に健康的で、経済的に繁栄するものにしたい。

そして、アメリカの西北地域で、最も働きがいのある企業のひとつでありたい。

一貫性を確認していただきたい。

この戦略は、ミッションから流れ出るものであり、地元の環境をよく意識している。

また、フレンドリーという原則に徹している。

360度の利害関係者を考えている。

店の数を伸ばすことで、利上げと利益を向上させ。株主のニーズに応える。

地元で最もフレンドリーな店を展開することで、お客様を喜ばす。

地域の食料育成に貢献することで、農場などの仕入れ先に貢献する。

働きがいのある職場を提供することで、スタッフのことも考えている。

そして、お客様をエンパワーし、買い物という活動を通して、本当にどのような社会を望んでいるのかを見せる機会を設け、社会全体もより素晴らしいものになれるようにサポートしている。

環境—戦略—ミッションという一線ができれば、次はプロセスと組織構造になる。

この偉大なビジョンと価値観をプロセスと方針にまで落とし込む必要がある。

方針は不親切なものになっていければ、店員はフレンドリーになろうと思っても無理な相談である。

店に入ると、左の壁一面に大きな看板がかかっている。

そこには次のように記してある。

(次回に続く・・・)