**トリプルA経営診断（簡易自己診断）**

本コースで紹介するトリプルＡ の経営診断（幹部層・社員による自社診断）は、通常9側面45問で実施しています。ここでは、簡易版として9側面27問の診断を提供します。

この診断の対象は、「会社全体」を想定していますが、大手企業の場合、事業部門などを対象とした実施も可能です。

**採点方法：**

下の設問に対して、自社の現状に関して、ご自身の立場からみて可能な限り客観的に採点してください。

**注意点：**

希望的観測ではなく、「現状」をできるだけ正確に採点してください。

　4：　まさにそのとおりだと思う

　3：　よく当てはまる

　2：　どちらとも言えない

　1：　あまり当てはまらない

　0：　全く当てはまらない

**Anchoring 【アンカリング】**

**側面１：　信頼と信用の醸成**

1. 経営層と社員の間に強い信頼関係がある

2. 社員同士の信頼関係は強く、コミュニケーションが円滑である

3. 健全な労働条件（環境・時間）が整っており、社員は人間として尊重されている

**合計点：　　　　× 8.33 = (100点満点でのスコア)**

**側面2：　価値観と使命の活用**

4. 企業理念は明確で、社内で広く認識されている（実際に知られている）

5. 幹部層は利益追求だけでなく、自社のミッション（使命・パーパス）の重要性を

強調している（自ら発信している）

6. 企業理念やパーパスは社員のモチベーションの源泉の一つとして実際に機能している

**合計点：　　　　× 8.33 = (100点満点でのスコア)**

**側面3：　将来展望の設定**

7. 中期経営計画（3～５年程度）は明確で、数値目標（売上・利益率など）

を超えた要素も含んでいる

8. 会社の長期的なビジョンや将来像が明確に描かれている

9. 自社のビジョンや将来展望は、外部に効果的に発信されており、

自社を特徴づける要因となっている

**合計点：　　　　× 8.33 = (100点満点でのスコア)**

**Adaptiveness 【自己変革力】**

**側面4：　組織的学習の進化**

10. 知識を詰め込むだけでなく参加意欲がわく研修・学びの機会がある

11. 研修・学習が個々人のキャリア開発（昇進・昇格など）と効果的

に連動している

12. 組織的な学習・学びは社員の自発性と主体性の向上に結び付いている

**合計点：　　　　× 8.33 = (100点満点でのスコア)**

**側面5：　イノベーションの仕組化**

13. イノベーションを重視する社風になっている（リップサービスではなく）

14. イノベーションを多くの社員から引き出すための効果的な仕組み

や仕掛けがある

15. 社員として、自分の創造欲や貢献欲を満たすことできると実感している

**合計点：　　　　× 8.33 = (100点満点でのスコア)**

**側面6：　研究開発機能の刷新（新規市場創出にも関連する）**

16. 市場開拓や研究開発は、後手に回るというより、先手を打つことができている

17. 新規事業・研究開発部門と他の部門の協力が活発で、垣根を超えた連携が

日常的に行われている

18. 研究開発において、社外からのアイデアの取り込みや、外部との協働が効果的

に行われている

**合計点：　　　　× 8.33 = (100点満点でのスコア)**

**Alignment 【社会性】**

**側面7：　誠実性**

19. 誠実な行動は、社内全般で当たり前のように実践されている

20. 経営層・幹部層は、特に誠実性を強調し、その見本ともなっている

21. 誠実性関連の問題が発生した時、その後の対策はリップサービス

ではなく、本気で実行されている

**合計点：　　　　× 8.33 = (100点満点でのスコア)**

**側面8：　トレード・オン戦略**

22. 環境・社会関連のメガトレンド（潮流）は、体系的に分析され、経営判断、

事業開発などに活かされている

23. 部長職以上は、経済活動と環境保全・SDGs・社会貢献との両立を

達成しようと本気で考え、行動している（自らリードしている）

24. 自社の本業を通じて、社会課題解決・SDGsの達成などに本気で貢献しよう

としている

**合計点：　　　　× 8.33 = (100点満点でのスコア)**

**側面9:　社会性を含んだブランド構築**

25. 部長職以上は、自社製品・サービスの品質や機能性だけでなく、

社会的（環境含む）にも優れた自社ブランドを築こうとしている

26. 自社の社会や環境に関わる広報・広告宣伝活動は、安易な環境・

社会広告の領域を超え、骨太のコンセプトやメッセージのもとに、継続的に

行われている（新しいブランド・アイデンティティをつくろうとしている）

27. 社会や環境に関わるブランド構築活動は自社の研究開発や新規の

市場開拓と効果的に連動している（ブランドとして発信していることが、

開発過程や新規市場開拓にも反映されている）

**合計点：　　　　× 8.33 = (100点満点でのスコア)**