



週刊WEBマガジン



企業経営

2026.7.28

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2026年7月23日号

中国: 26年4~6月期 GDPの評価

～中東情勢、不動産不況、地方債務などの
内憂外患を背景に減速

経済・金融フラッシュ 2026年7月21日号

米住宅着工・ 許可件数 (26年6月)

～着工件数は142.7万件と前月(119.9万件)、
市場予想(131.0万件)を大幅に上回る

経営TOPICS

統計調査資料 機械受注統計調査報告
(令和8年5月実績)

経営情報レポート

入社初期の「不安」を「安心」に変える
オンボーディングのポイント

経営データベース

ジャンル:人事制度 > サブジャンル:ビジネスコーチング
パーソナルコーチングを実践する「3つのスキル」
組織原動力を向上させる要素

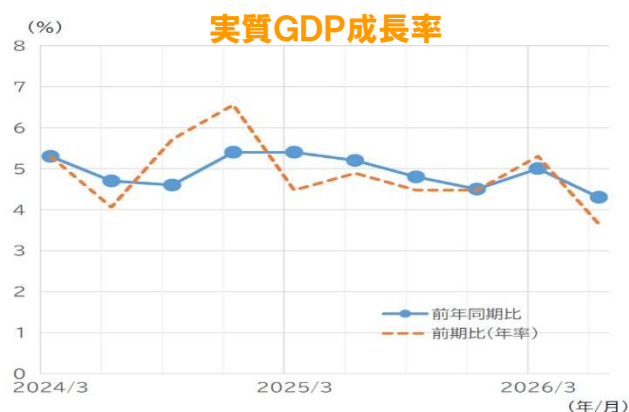
ネット
ジャーナル

中国：26年4～6月期GDPの評価 ～中東情勢、不動産不況、地方債務などの 内憂外患を背景に減速

ニッセイ基礎研究所

本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

- 1** 中国国家統計局が2026年7月15日に発表した26年4～6月期の実質GDP成長率は、前年同期比+4.3%と、前期（26年1～3月期）の同+5.0%から減速した。
- 季節調整後の前期比（年率）は、+3.6%と前期の+5.3%から減速した。



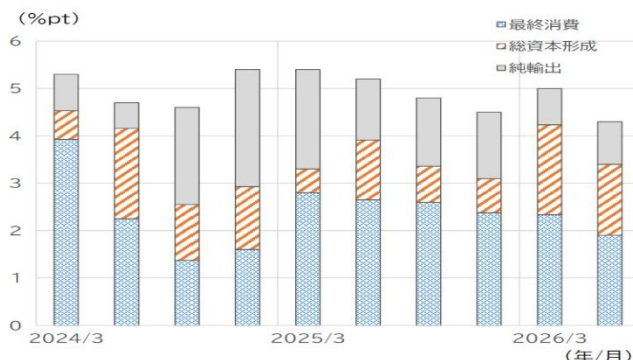
（資料）ともに中国国家統計局、CEIC より、ニッセイ基礎研究所作成

- 2** 産業別の実質GDP成長率をみると、第1次産業は前年同期比+3.7%（前期同+3.8%）、第2次産業は同+3.0%（前期同+4.9%）、第3次産業は同+5.1%（前期同+5.2%）であった。製造業や卸小売業が減速したほか、建築業や不動産業は成長率のマイナス幅が拡大した。交通・運輸・倉庫・郵政業や金融業、情報通信・ソフトウェア・ITは成長率が上昇した。

他方、需要項目別寄与度をみると、最終消費が+1.9%pt（前期+2.3%pt）、総資本形成が+1.5%pt（同+1.9%pt）、純輸出が+0.9%pt（同+0.8%pt）であった。

純輸出は、輸出の好調が続き、寄与度は小幅に高まった一方、内需は、消費、投資ともに寄与度が低下した。

実質GDP成長率の需要項目別寄与度



- 3** 1～6月では+4.7%と、「+4.5～5.0%」の成長率目標を依然上回っているが、年後半も不安要素は多い。

中東情勢は5月に米国・イラン間が戦闘停止で合意した後、7月に入りホルムズ海峡が再封鎖され、原油価格が上昇に転じているほか、不動産不況や地方の隠れ債務などの国内問題も解消されていない。

目標未達に備えて追加経済対策が検討されているとみられるが、目標値を上回っているなか、7月下旬の中央政治局会議では実施決定に至らないと思われる。

7月以降も成長率の低下が続くか、その際に党指導部が柔軟に対策を講じるかが、年後半の注目点となるだろう。

なお、GDPデフレーターは、13四半期ぶりにプラスとなったが、これは石油化学製品の価格上昇や半導体価格の上昇等によるものと考えられる。国内の内需不足・供給過剰の問題は続いており、27年には再びマイナスに転じると予想される。

「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」よりご確認ください。

米住宅着工・許可件数(26年6月) ～着工件数は142.7万件と前月(119.9万件)、 市場予想(131.0万件)を大幅に上回る

ニッセイ基礎研究所

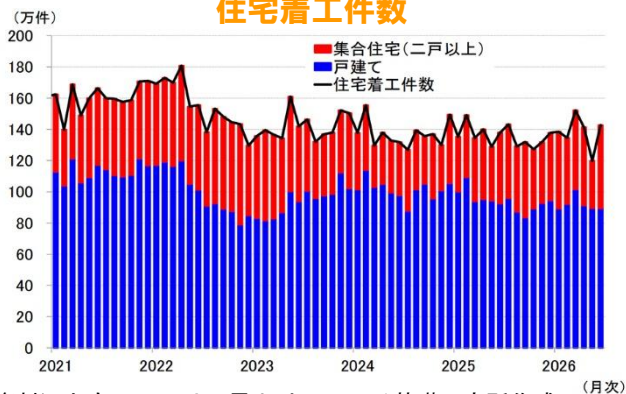
本レポートの文書(画像情報等含む)に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

1 結果の概要:住宅着工は市場予想を上回った 一方、許可件数は市場予想を下回る

7月17日、米国センサス局は26年6月の住宅着工、許可件数を発表した。住宅着工件数(季節調整済、年率)は142.7万件(前月改定値:119.9万件)と117.7万件から上方修正された前月値、市場予想の131.0万件(Bloomberg集計の中央値)をいずれも大幅に上回った。

先行指標である建設許可件数(季節調整済、年率)は136.7万件(前月:141.0万件)とこちらは前月および市場予想の140.3万件を下回った。

住宅着工件数

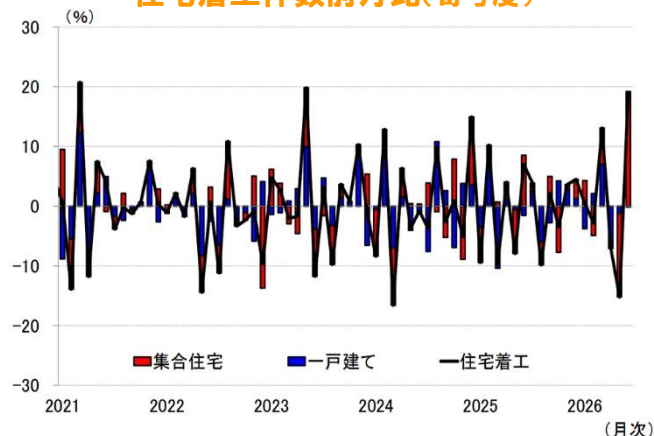


(資料) とともにセンサス局よりニッセイ基礎研究所作成

2 結果の評価:着工は集合住宅主導で反発、 4-6月期の住宅投資は6期ぶりのプラスへ

住宅着工件数の伸びは前月比+19.0%(前月:▲15.2%)と前月から大幅なプラスに転じた。戸建て住宅が▲0.2%(前月:▲1.9%)とマイナス幅は縮小したものの、3ヵ月連続のマイナスとなった一方、2戸以上を合計した集合住宅が+76.2%(前月:▲39.6%)と大幅なプラスに転じて着工件数全体を押し上げた。

住宅着工件数前月比(寄与度)



前年同月比は+3.5%(前月:▲7.0%)と前月からプラスに転じた。戸建てが▲3.2%(前月:▲5.1%)と3ヵ月連続のマイナスとなった一方、集合住宅が+17.2%(前月:▲12.2%)と2桁のプラスに転じて着工件数全体を押し上げた。

地域別寄与度(前月比)は、北東部が+1.0%ポイント(前月:▲2.3%ポイント)、中西部が+5.2%ポイント(前月:▲0.6%ポイント)、南部が+8.2%ポイント(前月:▲7.6%ポイント)、西部が+4.7%ポイント(前月:▲4.8%ポイント)とすべての地域で前月からプラスに転じた。

先行指標である住宅建設許可件数は、前月比が▲3.0%(前月:▲0.9%)と2ヵ月連続のマイナスとなったほか、マイナス幅が拡大した。戸建てが▲2.4%(前月:+1.2%)と前月からマイナスに転じたほか、集合住宅も▲4.2%(前月:▲4.4%)と2ヵ月連続のマイナスとなった。

経済・金融フラッシュの全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

機械受注統計調査報告 (令和8年5月実績)

内閣府 2026年7月15日公表

結果の概要

—機械受注は、持ち直しの動きがみられる— (基調判断据置き)

- 民間設備投資の先行指数である「船舶・電力を除く民需」は、5月は前月と比較して12.4%減少し、2か月ぶりの減少となった。
- また、3か月移動平均の前月比もマイナス（前月比4.8%減）となっているものの、5月の減少は先月8.7%増加した後の単月の動きであることを踏まえ、基調判断は「持ち直しの動きがみられる」に据置きとした。

対前月(期)比

(単位: %)

期・月 需要者	2025年 (令和7年) 4- 6月 実績	7- 9月 実績	10- 12月 実績	2026年 (令和8年) 1- 3月 実績	4- 6月 見通し	2026年 (令和8年) 2月 実績	3月 実績	4月 実績	5月 実績
受 注 総 額	△4.0	3.5	10.2	10.3	△1.8	△5.0	4.3	3.4	9.5
民 需	4.3	△1.3	6.2	2.6	3.0	△1.8	△5.3	5.8	37.4
〃 (船舶・電力を除く)	0.6	△1.0	6.6	6.4	0.3	13.6	△9.4	8.7	△12.4
製 造 業	△0.4	5.3	△0.8	10.0	△0.9	30.7	△14.2	5.1	△14.9
非製造業(除船・電)	1.5	△4.4	11.3	6.2	1.9	0.9	△6.0	6.7	△9.3
官 公 需	△26.4	△14.7	57.7	△21.3	9.0	△19.0	△14.5	△0.9	△5.0
外 需	△2.3	14.5	3.6	31.0	△8.1	△5.1	31.0	△8.6	△4.4
代 理 店	8.9	0.3	2.6	4.8	10.0	7.2	6.9	1.4	△5.8
民需(船舶電力を除く) 3か月移動平均	-	-	-	-	-	△0.9	3.7	△4.8	-

(備考) 1. 季節調整値による。季節調整系列は個別に季節調整を行っているため、需要者別内訳の合計は全体の季節調整値とは一致しない。
2. △印は減少を示す。
3. 見通しは2026年3月末時点の調査。

2026(令和8)年5月の機械受注動向

最近の機械受注の動向を前月比でみると、受注総額は、3月4.3%増の後、4月3.4%増の後、5月は9.5%増となった。このうち、民間設備投資の先行指標である「船舶・電力を除く民需」は、4月8.7%増の後、5月は12.4%減となった。

内訳をみると製造業が14.9%減、非製造業（船舶・電力を除く）が9.3%減であった。

一方、官公需は、4月 0.9%減の後、5月は「その他官公需」、地方公務で増加したものの、防衛省、運輸業等で減少したことから、5.0%減となった。

また、外需は、4月 8.6%減の後、5月は電子・通信機械、船舶等で増加したものの、原動機、重電機等で減少したことから、4.4%減となった。

なお、最終需要者が不明である代理店経由の受注は、4月 1.4%増の後、5月は工作機械、鉄道車両で増加したものの、道路車両、電子・通信機械等で減少したことから、5.8%減となった。

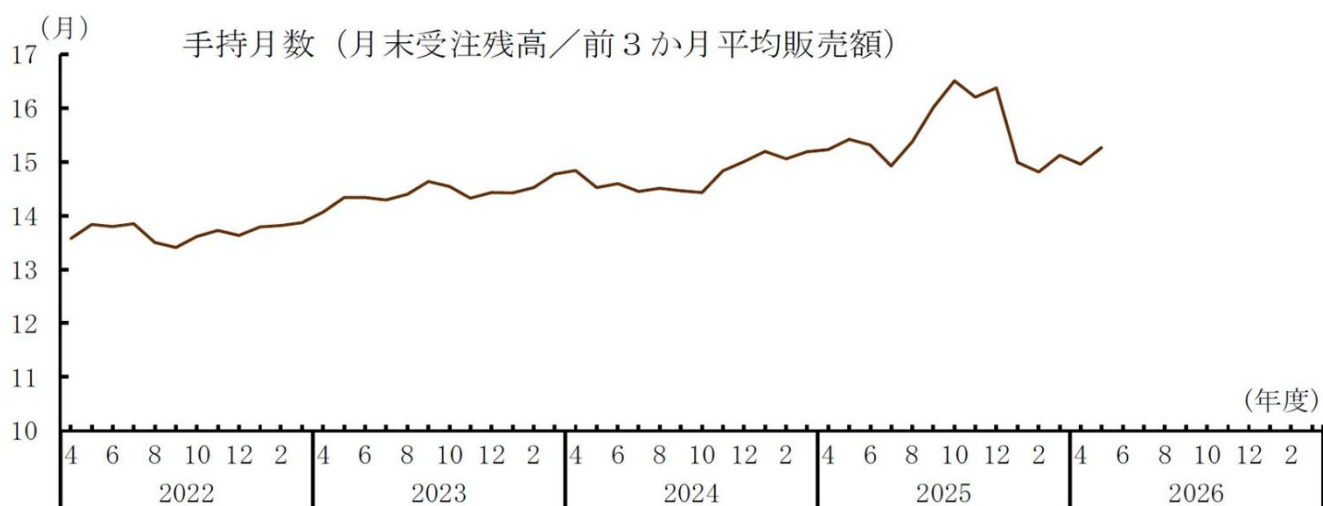
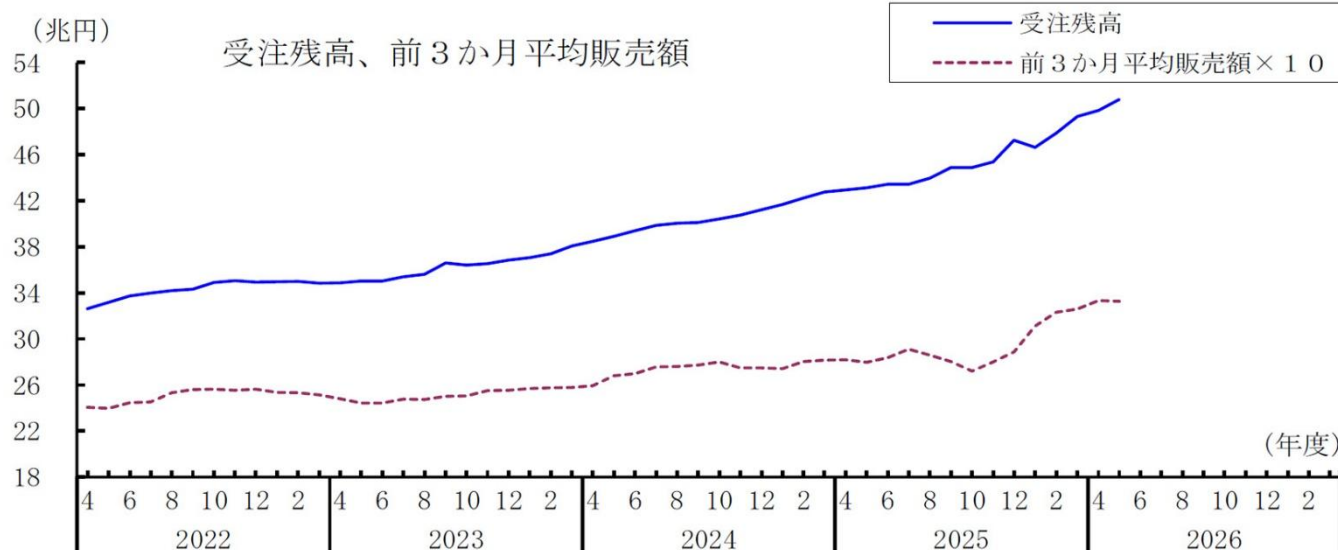
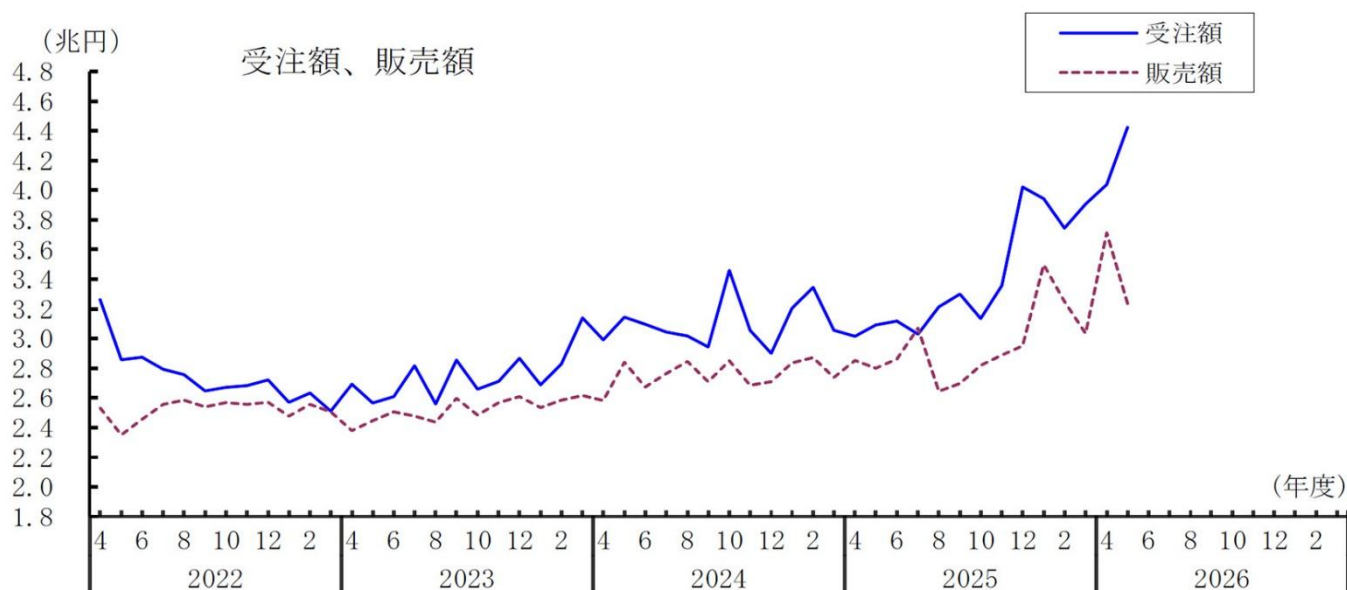
主要需要者別機械受注額

(単位：億円，%)

期・月 需要者	2025年 (令和7年) 4～6月	7～9月	10～12月	2026年 (令和8年) 1～3月	2026年 (令和8年) 2月	3月	4月	5月
受 注 総 額	92,226 (-4.0) [-0.1]	95,436 (3.5) [6.1]	105,148 (10.2) [13.5]	115,930 (10.3) [23.5]	37,443 (-5.0) [13.1]	39,066 (4.3) [30.6]	40,388 (3.4) [33.6]	44,222 (9.5) [40.4]
民 需	34,153 (4.3) [1.3]	33,706 (-1.3) [12.9]	35,808 (6.2) [11.2]	36,743 (2.6) [11.6]	12,390 (-1.8) [9.3]	11,735 (-5.3) [10.0]	12,420 (5.8) [16.2]	17,062 (37.4) [40.8]
〃 (船舶・電力を除く)	27,687 (0.6) [6.3]	27,414 (-1.0) [6.6]	29,216 (6.6) [8.1]	31,092 (6.4) [12.6]	11,159 (13.6) [24.7]	10,109 (-9.4) [5.9]	10,985 (8.7) [15.6]	9,620 (-12.4) [-1.9]
製 造 業	13,001 (-0.4) [4.1]	13,693 (5.3) [14.0]	13,578 (-0.8) [3.9]	14,937 (10.0) [14.8]	5,695 (30.7) [33.4]	4,884 (-14.2) [11.5]	5,135 (5.1) [12.9]	4,372 (-14.9) [-4.7]
非 製 造 業 (船舶・電力を除く)	14,736 (1.5) [8.6]	14,095 (-4.4) [1.5]	15,681 (11.3) [12.0]	16,660 (6.2) [12.5]	5,684 (0.9) [17.6]	5,343 (-6.0) [4.8]	5,701 (6.7) [18.4]	5,169 (-9.3) [0.9]
官 公 需	13,598 (-26.4) [14.9]	11,594 (-14.7) [-22.7]	18,288 (57.7) [-4.4]	14,392 (-21.3) [-18.6]	4,658 (-19.0) [-20.4]	3,982 (-14.5) [-15.3]	3,944 (-0.9) [-9.1]	3,747 (-5.0) [-24.9]
外 需	40,371 (-2.3) [-6.0]	46,243 (14.5) [10.3]	47,894 (3.6) [22.3]	62,753 (31.0) [57.2]	18,653 (-5.1) [32.0]	24,445 (31.0) [86.8]	22,337 (-8.6) [64.1]	21,355 (-4.4) [62.2]
代 理 店	4,095 (8.9) [17.2]	4,106 (0.3) [9.1]	4,213 (2.6) [13.1]	4,413 (4.8) [18.7]	1,470 (7.2) [20.6]	1,572 (6.9) [21.8]	1,594 (1.4) [24.6]	1,502 (-5.8) [0.4]

(備考) 1. 季節調整系列は個別に季節調整を行っているため、需要者別内訳の合計は全体の季節調整値とは一致しない。
2. 四半期は合計額、()内は対前期(月)増減率、[]内は原系列による対前年同期(月)増減率。

受注額、販売額、受注残高、手持月数(総額、季節調整値)



機械受注統計調査報告(令和8年5月実績)の全文は、
当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。



経営情報
レポート
要約版

人 事



入社初期の「不安」を「安心」に変える オンボーディング のポイント

1. 早期退職を招く部下とのコミュニケーション不足
2. 定着率を高めるコミュニケーション法
3. 部下の安心感を高める面談スキルの向上
4. Z世代社員との円滑なコミュニケーション事例



参考資料

『Z世代コミュニケーション大全』(松下東子、梅畑友理菜 著 野村総合研究所) 『オンボーディングの教科書—エンジニアをチームに迎え入れる』(興梠敬典 著 技術評論社) 他

1

企業経営情報レポート

早期退職を招く部下とのコミュニケーション不足

オンボーディングとは、乗り物に乗っていることを意味する「on-board」を由来とし、新しい仲間の順応を促進する取組みです。しかし、この新しく会社・組織に加わった人材をいち早く組織への定着・戦力化を促進するための取組みがうまく機能せず、せっかく採用した人材の早期退職によって、企業の採用計画や育成計画に支障が及ぼす事象が増えてきています。

退職理由には本人の事由による面もありますが、入社後のミスマッチやコミュニケーション不足など、自社の受け入れ態勢が不十分であることも考えられます。特に、新入社員に対するコミュニケーション不足によって退職を招くような事態は回避しなければなりません。

そこで、本レポートでは、昨今の若者の傾向をつかみ、早期退職を防ぐための対応策について解説いたします。

■ 新入社員の不安を増幅させる入社後の「放置」や「曖昧な指示」

本レポートは、入社初期の若手（近年はZ世代が中心）を主な対象として想定しています。そこで前提理解として、Z世代の特徴を簡単に整理します。

Z世代とは、1990年代後半～2010年前後に生まれた世代で、デジタルネイティブとして成長した代表的な世代であり、2025年時点で15～30歳になる年齢を中心に構成されます。

幼少期からインターネットやSNSを使うことに慣れており、情報収集・発信・コミュニケーションをオンライン上で自然に行うことができる点が特徴です。ちなみにZとは米国における世代分類上の用語で特別の意味はありません。

◆ 世代別の特徴

（注）各年代の区切りについては諸説ある。

バブル世代	就職氷河期世代	ミレニアル世代	Z世代
1965～1969年生まれ	1970～1982年生まれ	1980～1995年生まれ	1995～2010年生まれ
バブル景気の時期に就職した世代。学生時代は携帯電話やPC機器が普及していない環境で育つ。 長時間労働や勤務時間外での仕事の付き合いが当たり前のこととして受け入れられていた。	1990年半ば～2000年代前半に社会人になった世代。厳しい求人環境を経験。 契約や派遣等の非正規雇用の割合が増加。PC機器やインターネット、携帯電話等の進化とともに成長。 転職や再就職の不安を抱えることが多かった。	2000年代に社会人になった世代。バブル崩壊後の景気低迷期に育つ。 アナログからデジタルへの移行期を経験したデジタルネイティブ世代で、さまざまなメディアから情報収集する。 非婚・晩婚化も進み、ライフスタイルが多様化している。	2010年前後以降に社会人になった、あるいはこれから社会人になっていく世代。各家庭にPC機器が本格普及し始めてから生まれた。SNS等を利用して、情報収集だけでなく、自らも発信して自己表現する。 仕事よりプライベートの時間を重視する傾向がある。

労政時報：『特徴を把握し最大限のポテンシャル発揮を促すZ世代のモチベーション施策』（2025）

2

企業経営情報レポート

定着率を高めるコミュニケーション法

■ 定着率を高める3つの取り組み

定着率の低下は「本人の我慢不足」や「会話量の不足」だけで説明できません。入社初期に、期待役割・優先順位・合格ライン・相談ルートが十分に共有されないまま業務が進むと、不安と孤立が蓄積して早期退職の判断が早まる恐れがあります。

会社側として取り組むべきことは、直属の上司の善意や気合いに依存するのではなく、「必要なタイミングで、必要な内容が伝わる」関わり方を標準化することです。

その取り組みは、以下の3点に整理できます。

- ①行動ルールの設定
- ②接点の頻度の向上
- ③対話の型を決める

①行動ルールの設定

安心して相談できる土台づくりとして、「質問＝会社への貢献」という意識を新入社員に浸透させることをお勧めします。「質問は能力不足の表明ではなく、チームに役立つ貢献行動である」という考え方を持つことで心理的安全性の向上にもつながります。

また、質問が増えることで認識のズレを早期に発見でき、手戻りやミス、事故の予防につながり、仕事の質も向上します。

特に新入社員は「迷惑になる」「評価が下がる」と感じて質問することをためらう傾向にあるため、個人の勇気に任せず、職場側が質問を歓迎する仕組みを先に整えることが重要となります。「質問＝会社への貢献」が当たり前になると、問題発見と学習が加速し、助け合いが進み、働きやすさが高まって早期離職リスクの低下にもつながります。

◆行動のルール化による効果

- 認識ズレを早期に発見でき、手戻り・二度手間が減る
- 相談のハードルが下がり、問題が小さいうちに解決できる
- 上司・先輩の対応が標準化され、指導のばらつきや不公平感が減る
- 孤立や不安が減り、心理的安全性が高まって早期離職リスクが下がる
- 暗黙知（判断基準・優先順位・品質基準）が言語化され、立ち上がり（戦力化）が早まる
- ミス・事故の予防につながり、品質・安全面のリスクが低減する

3

企業経営情報レポート

部下の安心感を高める面談スキルの向上

■ 上司に求められる面談スキルの向上

入社初期の不安や停滞は、能力不足より「仕事の前提が見えない」ことから起こりがちです。正解や合格ラインが曖昧だと、判断に迷ってしまい行動が止まります。

上司が励ましのつもりで投げかける「頑張って覚えて」という言葉がかえってプレッシャーになってしまうケースもあるため、指導の場面での言語を構造化することが必要です。

1 on 1 面談を機能させるために、まず、相手の話を聴く（傾聴）→確認したいことを尋ねる（質問）→質問内容を考える→自分の答えを述べるという流れが言葉のキャッチボールにより、スムーズに行われるようであれば問題ありません。このような流れがうまくいかないと理想的な1 on 1 にはつながらない恐れもあります。

上司の面談スキルを高めるための取組みは、以下のとおりです。

◆面談スキルを向上させる具体的手法

●体系化されたロールプレイング研修

実場面を想定したロールプレイで習得します。管理職役・部下役・観察者役を交代し、終了後に「良かった点→改善点」の順で具体的にフィードバックします。

●1 on 1 面談チェックリストの導入

準備・実施・フォローの行動指針をチェックリスト化します。目的設定、傾聴・質問、記録と支援実行までを押さえ、運用しながら定期的に改善します。

<チェックリストの最小セット>

- ・面談前：本人の状況メモ（進捗／詰まり／相談したいこと）を1分で用意します。
- ・面談中：最後に「次の一手（何を・いつまでに）」を必ず言語化して合意します。
- ・面談後：合意事項を一言で記録し、次回冒頭で実行状況を確認します。

●上司同士のピアラーニング制度

月1回の事例共有会で匿名化した面談事例をもとに工夫点を議論し、四半期ごとに悩み相談会も実施します。担当部門が上司役として参加し、良い事例は社内で横展開します。

◆面談の質を安定させる運用

事前準備：本人の状況メモ（今週の業務／困りごと／相談したいこと）を1分で書ける形にする

実施：面談は「状況→困りごと→次の一手→承認」で固定し、毎回“次の一手”まで決める

事後フォロー：合意した次の一手は、期限・担当・確認方法までセットにし、次回冒頭で確認する

4

企業経営情報レポート

Z世代社員との円滑なコミュニケーション事例

【事例1】世代間の壁を「対話の仕組み」で越えたA社

■創業：2003年 ■事業内容：総合素材メーカー ■従業員数：約1,000名

■企業概要と経営課題

A社は、金属・高機能製品・加工・再生可能エネルギーなどを展開する企業です。複数拠点・部門横断の体制ゆえに、世代・階層・拠点間で価値観や情報が行き違いやすく、経営陣も危機感を抱きながらも、何から手をつけるべきか見えにくい状態でしたが、徐々に「対話」を軸に社内コミュニケーション施策を継続的に整備しています。

◆A社の課題

1. 指示命令型になりやすく、現場の力を十分に引き出しにくい
現場中心の組織では、上からの指示が強まると指示待ちが増え、主体性や改善力が発揮されにくくなる。
2. 世代・階層を越えた対話機会が不足し、本音や現場感が届きにくい
「言わない方が安全」という空気があると、縦横のつながりが弱まり、現場の実態が経営に届かない。
3. 若手視点（デジタル・価値観）を経営に取り込みにくく、変化対応の速度が落ちやすい
若手のデジタル感覚や価値観を取り込む仕組みが弱いと、意思決定の更新が遅れやすい。

■「対話」を制度として埋め込む

A社は、対話を一過性のイベントで終わらせず、経営と現場／世代・階層／拠点間をつなぐ仕組みを複線化しています。

①タウンホール＋社内発信の強化（経営と現場の距離を縮める）

タウンホールミーティングやコミュニケーション委員会などを整備し、対話が継続しやすい形にしました。併せて社長出演コンテンツ等で、経営メッセージの共有と共通理解づくりを進めています。

②リバーズメンタリング（階層・世代の壁を越える）

若手がメンターとなり経営層・管理職と対話する仕組みを導入し、若手の視点を「役割として保証」することで、立場差があっても意見交換しやすい設計にしました。

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。

ジャンル:人事制度 > サブジャンル:ビジネスコーチング

パーソナルコーチングを 実践する「3つのスキル」

パーソナルコーチングを実践するための
「3つのスキル」とはどのようなものですか。

上司が部下に対して取るべき「3つの立場」に加え、パーソナルコーチングには、次の「3つのスキル」が必要となります。

(1)傾聴のスキル

簡単な様でなかなかできないのがこのスキルで、具体的には次の3点です。

- ①部下の話は最後まで聞く ②部下の考えを否定しない ③部下の本心を見抜く

テレビの討論番組を見ると多くの出演者は相手の主張が終わらないうちに自分の意見を話し始めます。これは演出やその時の感情の影響も大きいと思われますが、部下の話が途中で遮られたり否定されたりすると、せっかく抱いた共感が消えてしまい、何も話したくなくなります。

(2)質問のスキル

コーチングで最も大切なスキルが質問のスキルです。相手に気づきを与えるためにはこの質問を使うしかありません。質問は、クローズド質問とオープン質問の2つに大別できます。

クローズド質問は「はい・いいえ」で答えられたり、限定された答えしかできない質問で、オープン質問は相手が自由に答えられる質問です。

＜クローズド質問の例＞	＜オープン質問の例＞
• あなたはそれが正しいと思いますか？ • あなたは勤続何年ですか？	• あなたは仕事にどんな価値を感じていますか？ • あなたの会社での存在価値はどんなものですか？

コーチングでは圧倒的にオープン質問を使います。コーチングの目的は相手の答えを引き出すことですから、相手に考えさせなければなりません。つまり部下が考え抜いた答えを出すような質問が必要ですからオープン質問が求められるのです。

(3)承認のスキル

承認のスキルとは簡単に言えば「褒める」ことです。部下は褒められることにより自発的な行動に移しやすくなります。また、褒めることで上司が部下に関心を持っているというメッセージを発することになるのです。

ジャンル:人事制度 > サブジャンル:ビジネスコーチング

組織原動力を向上させる要素

組織原動力を向上させるのに
必要な要素について教えてください。

強い組織であることの条件は、強固なミッションを土台としたワクワクするようなビジョンを掲げていることです。年度初め（期首）に作られていることが原則です。明確なミッションとビジョンが存在して初めて目標やターゲット、組織に対するコミットメントが明確になり、組織原動力が向上します。

① ミッション・ 価値観	ミッションとは企業の存在意義というように訳されますが、企業内の組織単位でもミッションを設定するのが好ましいでしょう。この部門は企業にとってどんな存在価値があるのか、企業業績にどんな形で貢献していくのかといった使命が明確であれば、その後のビジネスコーチングでも一貫性を持ったコミュニケーションが可能となります。
② ビジョン	ビジョンというのは、各人の心に思い描かれた最高の状態にある組織の姿です。経営理念よりも短期的でより明確なゴールという形で具体的に記述されます。即ちビジョンの条件は、①測定可能、②達成期限がきまっている、③従業員がワクワクする、といったものである必要があります。 そしてビジョンを達成したら得られることを明確にすることが、個人の自発的な行動を促し、しかも組織のビジョン達成の姿も同時に組織内で共有することで、組織目標と個人目標が連動し、組織原動力となっていきます。
③ ターゲット	高いハードルを設定し組織の体質を革新するようなゴールのことです。例えば前年比150%を達成するというゴールであれば、既存の組織や体質では達成不可能ですので、組織の革新が必要になります。 これを設定した場合には一歩間違えば組織崩壊に繋がりがねませんので、組織の操縦が難しくなる反面、成功した場合には持続的な競争優位性が確立されていますので、ハイリスクハイリターンな項目といえます。
④ バジェット	予算や年間計画といった定量的な目標です。大抵の企業はこの予算が存在すると思います。ポイントはミッションやビジョンと整合性が取れているかということです。 整合性を取るための手法としてビジネスコーチングを用いるのは非常に有効です。
⑤ コミットメント	ビジョン、ターゲット、バジェットのうち1つを達成するために、個人レベルで行動計画と結果を確約することがコミットメントの定義です。コミットメントはパーソナルコーチングによって従業員個人が自発的に設定します。自発的に設定することで自発的な行動にもつながります。そしてそれは定量・数値で測定可能なものであり、期日も明確にしておきます。しかし、社内でコミットメントを取ろうとしても、上下関係や部門のパワー格差などでなかなか思うように進まないことがあります。その場合はコンサルタントのような中立的な立場の人間を活用すると効果的です。