

## 愛知ブランド企業の評価基準について

愛知ブランド企業の認定に係る評価基準は、以下のとおりとする。

### 1 評価項目及び評価の視点

表 1 にある 5 つの評価項目に対し、それぞれの視点に基づき、企業の取り組みや実現度を評価する。

表 1 評価項目と配点

評価項目	評価の視点	
1 理念、経営トップのリーダーシップ	経営トップは理念、方針を明確化し、それを全社一体となって取り組むようリーダーシップを発揮している。	
	経済環境の変化に対応する開発投資や改革、改善を適切に指揮している。	
	評価項目を実現する独自の取り組みがある。	
2 人の活性化と業務プロセスの効率化、革新	人	人の活性化に取り組んでいる。
	業務	業務プロセスの管理・運営は効率的で適切である。
		業務プロセスの改革・改善に取り組んでいる。
	共通	評価項目を実現する独自の取り組みがある。
3 コア・コンピタンス	優れたコア・コンピタンスがある。	
	コア・コンピタンスの磨きこみに取り組んでいる。	
4 顧客との関連性の質、深度を高める顧客価値構築	顧客価値を高める取り組みが行われている。	
	評価項目を実現する独自の取り組みがある。	
5 社会、環境への配慮	社会	地域社会への貢献や企業の社会的責任について、積極的に取り組んでいる。
	環境	環境保全活動について、積極的に取り組んでいる。
	共通	評価項目を実現する独自の取り組みがある。

### 2 評価軸

前項の各評価項目の評価軸として、次の 4 点を用いる。なお、評価項目の特性により、重視する評価軸を表 2 のとおりとする。

- (1) 一貫性（組織的に一貫して矛盾がないこと）
- (2) 継続性（過去、現在、将来を踏まえ、継続性があること）
- (3) 即応性（目的を達成するためにすばやく対応すること）
- (4) 革新性（競合他社と比べて、革新性、独自性があること）

表2 評価項目に対する評価軸（◎：重視する評価）

評価項目	一貫性	継続性	即応性	革新性
1 理念、経営トップのリーダーシップ	◎	○	○	○
2 人の活性化と業務プロセスの効率化、革新	人	○	◎	○
	業務	○	○	◎
3 コア・コンピタンス	○	○	○	◎
4 顧客との関連性の質、深度を高める顧客価値構築	○	◎	○	○
5 社会、環境への配慮	◎	○	○	○

### 3 選定基準

評価委員会の各委員が表3の配点に従い採点し、全委員の平均点が70点以上の企業を愛知ブランド企業として選定する。

なお、採点の目安は表4のとおりとする。なお、採点にあたり、評価委員は表4に示さない中間値を整数で採点できる。

表3 評価項目の配点

評価項目	配点
(1) 理念、経営トップのリーダーシップ	10点
(2) 人の活性化と業務プロセスの効率化、革新	20点
(3) コア・コンピタンス	30点
(4) 顧客との関連性の質、深度を高める顧客価値構築	20点
(5) 社会・環境への配慮	20点
合計	100点

表4 採点の目安

レベル	状態	摘要	採点の目安		
			10点項目	20点項目	30点項目
1	取り組みなし	取り組みが確認できない。	0点	0点	0点
2	劣っている	目標、取り組み、成果は部分的であり、十分な水準に達していない。	3点	6点	9点
3	普通	目標、取り組み、成果は確認できるが、他社で行われていることとあまり変わらない。	6点	12点	18点
4	優れている	目標、取り組み、成果が、体系だっており、優れている。	8点	16点	24点
5	大変優れている	大変優れた活動が実行されており、他の模範となり得る。	10点	20点	30点