



毎月1回、ビジネスのお役に立つ情報をおとどけいたします。

# U-mic News No.18

ユーミックは、さまざまな得意分野を持つコンサルタントが集まったスペシャリスト 集団です。

## Kokura's Monthly Voice

小倉 綾/百貨店に入社後、仕入、販売や在庫管理販売促進の企画、運営、販売員教育業務や首都百貨店とのコラボレーションショップ店長として新規ショップ立ち上げを経験。現在、流通業やメーカー向けに販売促進や売場

今年の新語・流行語大賞に「なでしこジャパン」が選ばれました。なでしこジャパンは、7月の女子W杯で優勝し震災に沈む日本を元気づけてくれました。東日本大震災などの災害をきっかけに人と人の絆の大切さについて改めて考えさせられる中、なでしこジャパンの絆の強さ、チームワークに注目が集まりました。なでしこ力を学ぶべく佐々木則夫監督の著書『なでしこ力』を読んでみると組織力を高めるヒントがたくさんありました。これはW杯優勝の半年前に書かれた本ですが、優勝することを明確な目標とし、チーム全員が世界一を目指すという決意に満ちている様子が分かり、優勝はまさに必然という感じがしました。

佐々木監督は、監督就任当初から選手と一緒に目標を共有し次の4つのマネジメントを実行しています。

1. 勝つ可能性を高める戦略・戦術を立てる
2. 適材適所で人の強みを活かす
3. フィードバック情報を与え実力を客観視する
4. 継続学習によって完成度を高める

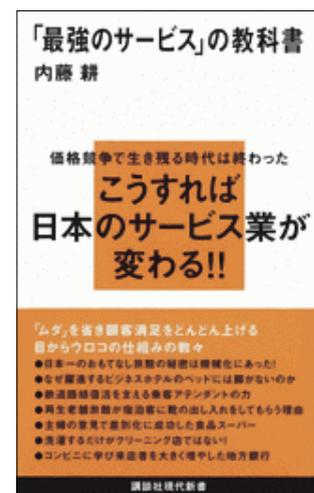
さらに佐々木監督はこのマネジメントを実行するうえで、戦略・戦術をチームに浸透させるため、パワーポイントを使って選手にプレゼンをすることを習慣化しています。これらの考え方・実行手段はサッカーだけでなく企業・組織にも通じるものであり、大いに参考になると思いました。

我々ユーミックメンバー一同も佐々木監督・なでしこジャパンにならひ、皆様との絆を大切にしながらご支援先を元気にできるよう頑張っていきたいと思ひます。来年もよろしくお願ひいたします。

多くの企業で顧客満足を目指しています。

しかし、「顧客にとって何が価値を高めるのか」という顧客満足の本質を十分に議論せずには小手先のサービス強化だけを行うことによって、かえって顧客満足につながらない作業が増え、作業に忙殺されている場面が多く見受けられます。本書では、徹底して顧客目線で現場の効率化を行い作業のムダを省くことによって従業員が顧客満足につながるサービスの提供に集中できる工夫を導入している企業事例を紹介しています。長い間サービス産業において作業の効率化と顧客満足追求は二律背反の関係と考えられてきたため、これらを同時に行うという考えは斬新なものであると思ひます。サービスの現場経験が長かった私にとっては驚きであり、「もっと早く知りたかった!」と感じました。サービス産業に関わっている方、異業種から学びを得たい方、顧客満足追求する仕組みに興味のある方にお勧めします。

小倉 綾が  
ご紹介する本



「最強のサービス」の教科書

著者: 内藤 耕  
出版社: 講談社現代新書  
価格: 756円(税込)



先日、2年越しで支援させていただいていた企業様から、「単月で黒字化することができ、このまま黒字で運営していくことができそうだ」との報告を受けました。長い間、赤字が続いていたので、お手伝いさせていただいた私も嬉しくなりました。この企業は生鮮食品の販売と加工が主要な事業なのですが、在庫の削減や売場の管理、運営体制の確立がなかなかできない状況が続いていました。何度も現場に出向いて担当者の方と話しながら、在庫管理や売場管理についての指導を行いました。今までの仕事のやり方を変えることへの抵抗が大きく「絶対無理！」という姿勢はなかなか変わりませんでした。当たり前ですが、「計画的な仕入を行う」「商品の置き場所を決める」「日付管理のルールを決める」「商品で通路を妨げない」「鮮度を維持する手法を講じる」「効果的な陳列や店内販促を行う」といったことについて、それぞれ具体的なアドバイスを行い、地道に取り組んでいただくことで、少しずつ仕事に対する姿勢が変わり、在庫は少なくなり、売場は良くなっていきました。最終的には冷蔵庫の大きさを大幅に小さくし、物理的に在庫を持たない状況へとシフトしましたが、大きな問題も発生せず、売上を増やしつつ、在庫を大幅に削減することができました。いきなり冷蔵庫を小さくするのは無理ですが、意識を変え、仕事に対する姿勢を変えた後だったので上手くいったのだと思います。現場の担当の方と話しても、以前とはまったく異なる姿勢に驚かされます。

いままでのやり方＝価値観を変えることは誰でも難しいものです。しかし、今までのやり方がベストとは限りません。この経験を今後の指導に活かすとともに、私自身も常に新しいやり方を考えながらより良い仕事をしてきたいと思います。

#### 渡貫 久

Watanuki Hisashi

大学卒業後、広島市に本社のある食品スーパーマーケットに入社。現場、人事、経営企画、業務改善を経験後、中小企業診断士の資格を取得し、独立。スーパーマーケットや食品メーカー、飲食店等、食や流通関連の企業を中心としたコンサルティングのほか、公的機関や学校、民間企業向けの研修を行なっている。中小企業診断士

数年前から、経済産業省が「知的資産経営」を推進しています。経済産業省のホームページ（[http://www.meti.go.jp/policy/intellectual\\_assets/index.html](http://www.meti.go.jp/policy/intellectual_assets/index.html)）では、「“知的資産”とは、人材、技術、組織力、顧客とのネットワーク、ブランド等の目に見えない資産のことで、企業の競争力の源泉となるもの」と説明されています。

知的資産という言葉だけ見ると、非常に難しく感じる方もいらっしゃるかと思います。しかし、知的資産の具体例（人材、技術など）を見ると、知的資産は、目新しい概念はなく、経営者との会話で出てくるようなものばかりだにご理解頂けるかと思います。

ここでポイントとなるのは、自社が持つ知的資産を企業自ら「再認識」「新発見」するプロセスにあるかと思います。

現在、支援している会社では、自社が当初認識した知的資産は、「貴重なノウハウを持つ従業員の存在」でした。これで終わらず、更に踏み込んでヒアリングすると、当該企業では「定着率が高い」のも特徴的でした。

では、なぜ「定着率が高い」のでしょうか？ といったことを掘り下げていくと、「ノウハウを持つ従業員の存在」だけでなく、従業員が離職しないように支えていく仕組み・社風・チームワークも貴重な知的資産であるということが分かってきます。それを認識しているかどうかで、自社に対する見方も変わると思います。

特に後継者や後継者を支えていく幹部などが自社の知的資産に気づき経営に活かしてもらいたいと考えています。

#### 吉田 英憲

Yoshida Hidenori

大手電機メーカーでITソリューションの営業、市場調査、経営企画などの業務を経験。現在は、ビジネスプランの作成支援の他、採算分析を踏まえた赤字企業の立て直し、業務効率化（IT活用含む）、後継者の立場に立った事業承継などの支援を行なっている。中小企業診断士 行政書士