

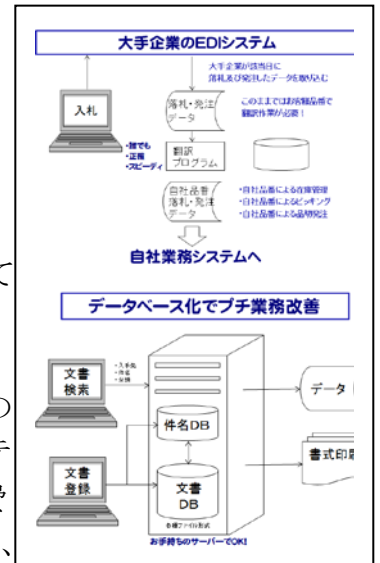
当社のオンリーワン戦略⑤

1. AMI=Advanced Management with Infomation

456号で当社の理念はAMI(仲間)であり、情報を活用して先進的経営(Advanced Management with Information)を提供する事であるとご紹介しています。これをシリーズ化して来ました。今回は、最終回として「業務改善」の取組についてご紹介いたします。

右掲は、当社のお客様で「業務改善」のツールとしてシステムを作成し納入した2例です。まず、上は大手企業からEDIで発注データを受信して、相手方の品番データを自社品番に自動翻訳するシステムです。この自動翻訳で自社品番に置き換える事で、従来、パートの方が翻訳し、システムに手入力して、在庫引当・作業・出荷と流れる業務を実行していたのを、このシステム化でスピーディかつ正確性も格段に向上し、しかも、ベテランでなくても誰でもが処理することができるようになったのです。人件費の削減効果は、1回あたり3時間程度と言われてはいますが、毎日のように、発注データが来るので、1ヵ月で約60時間ほどの省力化になっている訳です。パート(1200円/時)として、毎月、1200円x60h=7万2千円の削減になっています。

また、右掲の下図は、「文書管理システム」です。これは、文書としていますが、PDFファイルのみならず、他のワードや図面などデータも管理できます。検索用に件名を登録するのですが、仕入先や内容・商品などを記載する項目があり、検索時に「〇〇は・・・」という言葉で絞り込んで行く訳です。実際に、数か月前にイチオン情報として発信した商品の問合せが来たのですが、担当の営業が大慌てして資料を探していたのですが、なかなか見つからずという状態だったのですが、その時に、業務の方が検索して、アッという間に解決する威力を再確認されたのです。

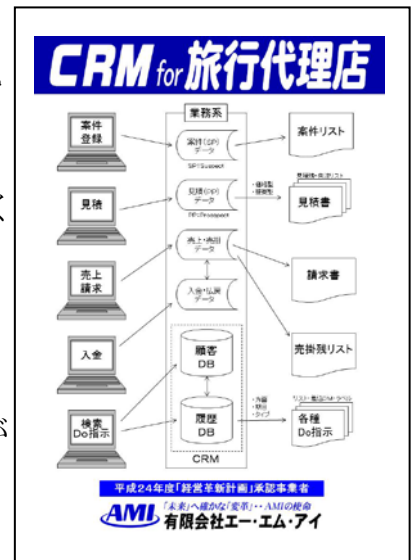


2. よりニッチな分野へ

右掲は、「CRM for 旅行代理店」という展示会用のパネルです。小さな旅行代理店向けのCRMソフトをPRしています。数人という規模であれば、日報という機能がなくても管理者が全員の状況が分かるというケースがありますので、日報という機能を省いています。

その変わり「採番」と機能が有り、営業がお客様とお話する際に書く商談メモにコンピュータ用の番号を発行するのです。これが「SP」の機能となりますので、まだ見積まで進んでいない商談が分かるのです。さらに、見積では、何回も再提出するケースが多いので枝番を付けて同じ番号で何回、見積したか分かるようになっています。

このような日常業務の流れを行いながら実績として出来たデータが自動的にDBに蓄積されて行くので、特別な負担感はないのです。その蓄積されたDBを活用する事で「見えざる資産」を活用する事になるのです。例えば、3マーク管理という手法で、3S:上得意先(年間3回以上、50万円以上)、2S:得意先(年2回以上、50万円以下)、1S:フォロー客(年1回)という風な基準を設けてランク分けしたり、「この前、〇〇方面へ海外旅行に行かれたお客様」という風な抽出の仕方が可能になります。このように、営業促進の基礎資料(Do資料)を提供することが出来るのです。しかも、Do資料が客観的な基準で作成されるのでモレがない「お客様活動」が可能なり「顧客満足度」を高めるのです。



3. 「自主的近代化」と「強靱な経営体質」づくり

右掲は、当社が大阪勧業展に出展しているスナップです。右下にあるように平成24年に「経営革新計画」を承認されて、その計画推進のマイルストーンとして大阪勧業展を活用しています。次の大阪勧業展に何を出展しようかと三男と一緒に考える事で「目標」が共有できるのです。この「目標」に向かう「軸」をハッキリと描き、一歩ずつ進んで来ています。

中小企業家同友会理念のいの一番は「よい会社を作ろう」であり、それには「自主的近代化」と「強靱な経営体質」づくりと明確に定義されています。要は、儲かるように「商品・技術・サービス」で自主的近代化を目指し、その実践で内部留保して無借金経営を実現し、さらに、どんな逆風が来ても3年は持ちこたえられる資金・資産力を身につける事を目指す事が重要なのです。

「安心して働ける」が社員の最大の願いであり、その為に、飛ぶように売れる「商品・技術・サービス」を常に開拓して「時流適応」して行く事が大切です。「刻々変化」に耐えられる投資余力を蓄積する事が最終の目的なのです。全てのことが成功する訳ではないのですが、松下幸之助さんが「あきらめた時が失敗」とおっしゃっている通りなのです。担当する社員の情熱を支える支援力は「資金的なゆとり」にあります。

故福井社長は「わしのポケット・マネーで買ってやる」とIBMのオフコンを社内もトヨタも反対する中で買って頂いた大恩は忘れません。「やる気」のある社員にポケット・マネーで大きな目標にチャレンジしてもらおうと言うのは素晴らしい社員育成法と思っています。



4. 「インサイト」で人材育成支援

このように、AMI流の3つの特長(コンサルティング、デザイン、システム)をご紹介しましたが、これからは「人」の内面(インサイト)にも迫り、社員の「やる気」を高める総合的なコンサルティングを提供したいと思っています。

当社は「商品」⇒「お客様」という流れがスムーズになれば、必然的に社内のムードが良くなり、社員のやる気も増してくる筈と考えていたのですが、現実的に「2:6:2の法則」と言われるように、必ず、「落ち込む」人がいるのです。今までは、外面上でしか判断が付かなかったのですが、最近、縁があってアドバンテージ・リスク・マネジメント社の「インサイト」(適正検査)の販売代理店になり、自分自身も診断を受けてみたのです。その中で、「無気力性」で2、「自己管理能力」で1、「感情調整」で2という診断結果にハッとしたのです。「気力」は妻が亡くなり、年金もフルに頂くようになったという背景があり、「自己管理能力」では感情起伏が出やすいのも事実で、さらに、「感情調整」の面では、咄嗟の対応力が不味い事もハッキリしたのです。

経営資源は「人・物・金」と言われ、最近では、「情報」が加わっています。当社は、「デザイン」x「システム」で「物」の販売促進をして「金」に貢献して来ましたが、今後は、私のキャリアを活かして「人」という面にも迫り、「人材育成」の面で客観的診断から内面をつかまえて潜在能力を引き出す方法で、より総合的にお客様に貢献して行きたいと思っています。



【AMIニュースのバックログは <http://www.web-ami.com/siryo.html> あります！】