

見本 アンケートに答えてもらおう **無料**
豪華 2大特別プレゼント

その1 2002年アセス基準虎の巻(限定300部)
その2 寺子屋通信バックナンバー&推薦書籍一覧
冊子を読んで頂いた方のご意見&ご感想を集め、さらなる改善につなげていきたいと考えています。はさみ込まれている、アンケート用紙にご記入の上、FAXでお送りください。ご回答頂いた方にはもちろん、上記2点のプレゼントを差し上げます。

独断?と偏見!で語る

Dr.テラの

と、マニアっ君



お笑い経営品質

2002

Dr.テラ
秘伝の書
構想4年
製作3日

財団法人社会経済生産性本部 コンサルティング部

「顧客志向」「お客様第一」といっている
会社は、世の中にゴマンとある。問題は
「どこまでやっているか!」である
「そもそもやる気があるのか!」なのである

お題その1

まず あなたの会社の事である!

お題その2

つぶれる会社と伸びる会社の差!

お題その3

あなたの会社は本気で「顧客本位」
を目指すべきなのか?

秘伝の書

挑戦その1

アセスメント基準書を理解せよ!

挑戦その2

自社のレベルを認識せよ!

挑戦その3

7つのカテゴリーを撃破せよ!

あとがき

Dr.テラ プロジェクト

見本

つぶれる会社と伸びる会社の差！

経営者不在でも伸びる会社がある。経営者に人徳があっても青息吐息の会社がある。つぶれる会社と伸びる会社の差は、どこにあるだろうか。

まず、非情な言い方だが、
業界特性がある。

どんなに優秀な経営者がいても、市場がなくなっていく業界はきつい。「商業統計」という経済産業省が出している統計書がある。これによると全国の商店数は1982年にはじめて減少に転じたが、それに先立つこと数年、荒物金物店や乾物店は70年代初頭から、生鮮3品も70年半ばから減少しはじめている。これはスーパー業態の確立による影響が大きい。

ここ2～3年、中国生産によるファッション衣料の価格下落によって、次々と繊維問屋や街の小売店が倒産した。

消費者意識も安くて良いのが当たり前になった。

つまり、市場や業界構造が大きく変わるとき、**一経営者の努力ではいかんともしがたい事があるのだ。**

この場合、優秀な経営者とは何だろう。

早く見切りをつけて、利益の蓄積があるうちに違う領域に踏み出す事だ。**継続的改善でなく、断続的改革だ。**

今は「よい業界」であっても、将来にそなえて次の一手を考えているかどうか、卓越した経営者の条件ではないかと思う。

見本

Dr.テラの独断と偏見

見本

「本当にこの人が経営者？」という会社でも、儲かっている企業がある。これはこれで研究したらよい。大部分は、規制に守られていて競争環境が非常に甘い会社だ（もちろん、そういう業界でも問題意識の高い経営者はいる）。

こういう例外を除いて、やはり、つぶれる会社と伸びる会社の差の根元は経営者である。

Dr.テラの研究レポートの一部を示そう。今までおつきあひした**100社以上の企業から得たマル秘情報**である。

	伸びる会社	つぶれる会社
1 経営者	将来の夢を語っている 明るく元気である	景気のせいにしてている 他人の話を聞かない
2 社会責任	自然の摂理に従っている 謙虚である	隠しまくる 姿勢が悪い
3 顧客対応	悪い客とつきあわない 「あなたの喜びが私の喜び」と素直に言える	儲かりそうならだれとでも 「私の儲けのためにあなたがいる」と本音では思っている
4 戦略策定	半年先の具体的なイメージがある 物事を論理的に説明している	繰返し作業の中で埋没している 思いつきで走っている
5 社員人材	信賞必罰である 人を育てようとしている	雰囲気が悪い わからない事をそのままにする
6 業務運営	段取りがよい 改善そのものを仕事としている	当たり前の事が徹底できない バックヤードが汚い
7 情報活用	儲けの勘どころを、具体的な数値で説明できる。 全員、情報機器を使いこなせる	資料が散乱しており、個人の机がきたない 流行の情報用語をやたら使う

マニアっ君 悪魔の解説「甘い業界のお客さん」



甘い業界をお客さんにもつと、自社の収益はあがる。コストダウン意識も甘いし、何よりも商品価値がわからないので、フックける事だってできる。

ただ、そういう事を続けていくと、あなたの会社の競争力は明らかに落ちていく。一番怖いのは「顧客と体質が似てくる事」である。顧客を選ぶという事は、実は自らを選ぶ事なのだ。

挑戦その1

アセスメント基準を理解せよ！

経営品質向上活動のバイブルが「経営品質アセスメント基準書」だ。これは毎年2月に改訂版が発行される。皆の者はもう入手しておるかのう？まずは、この理解が大切じゃ！

目指すところは、スゴインです

「経営品質向上プログラム」が目指すところは「顧客本位に基づく卓越した業績を生み出す仕組み」だ。

よくわからない？

では、説明しよう。

「顧客本位にもとづく」とは・・・

これは、「お客様があなたの会社に価値を見出しているか」という視点である。言い換えると、

「あなたの会社がなくなると、だれが困りますか？」

と問いかけたときに「お客様が困る」と明言できるかどうかである。オレ（社長）が困る、社員が困る、仕入先が困る、のではない。某流通大手が倒産した際、社会的影響が大きいから・・・、という話があったが、ここでいう社会とは、従業員だったり、債権者である仕入先や融資先の事であった。お客は、店がなくてもさほど困らないのである。こういう経営はもともと「顧客本位」ではない。

オレはちっとも困らないぜ

見本

見本 秘伝の書

えっへん！ それではいよいよDr.テラが「経営品質」の秘伝を伝えよう。まず、3大心得だ。忘れるでないぞ！

秘伝の書 3大心得

- 1 原理原則にかえれ
- 2 わかったふりをするな
- 3 やたらカタカナを使うな



何？” Dr.ドクター テラ “もカタカナではないか？だと・・・そういえばそうだなあ。だってカタカナの方がかっこいいんだもん。(決してドクター パの真似ではありません)

これから、一緒に3つの挑戦をするぞ。ついてこい！

挑戦その1 アセスメント基準を理解せよ！

挑戦その2 自社のレベルを認識せよ！

挑戦その3 7つのカテゴリーを撃破せよ！

見本

「卓越した業績を生み出す仕組み」とは・・・

狙うのは「卓越」である。

卓越とは「他より抜きんでて優れている事」（広辞苑）である。

要するに、NO1、ONLY1であり、そういう経営を目指す会社だけが対象なのである。

そこそこの暮らしができればよい。他社なみの利益を出したいというレベルで満足するのでは、決してない。

仮に今は赤字企業だとしても、頂上に登る事を目指している企業を支援していくプログラムだ。だから、全員参加、底上げプログラムではない。

ただ、勘違いしないで欲しい。

卓越した業績は、数値目標を掲げたからと言って達成できるものではない。それを実現するための強固な仕組みが大切なのだ。

目先の短期利益を追い求めて、姑息な方法でしのいでも意味がない。卓越した業績を**長期にわたってうみ続ける**事ができるかどうか。それが求められている。それには、王道を行く事である。

そして「**業績は後からついてくる**」と言い切れるだけの仕組みがつかれるかどうかポイントなのである。

マニアっ君 悪魔の解説「女(*注)は後からついてくる」

なぜかもてる奴というのがいる。そして、もてない奴がいる。もてない奴から発せられるフェロモンは「ウザイ」のに、もてる奴から発せられるフェロモンは「魅力的」だ。どこに違いがあるのだろうか？

キムタクレベルは別として、「女が欲しい」とあからさまに顔にでている奴は敬遠される。

もてる奴というのは、「女が欲しい」という情熱を内に秘め、スマートに対応していく。その結果「女は後からついてくる」

もちろん「女が欲しくない」というのでは、フェロモンが出ないから話にならない。
(*注)女性の方は、性別を逆転させてお読みください。その他の趣味の方は、それぞれの趣味に合わせて性別を設定した上でお読みください。



あとがき

「経営品質向上プログラム」は素晴らしい内容です。

Dr.テラ・プロジェクトのメンバーの1人は、4年前から「経営品質」に関わっていますが、毎年、毎年、新しい発見にワクワクしています。

このプログラムがもっとひろがればいいな、と常々思っているのですが、残念なことに「アセスメント基準書」の理解には、それなりの時間と努力が必要です。世界的見地から最新の情報を取り入れて改訂しているために、まだ、日本語になっていない概念もあって、カタカナに弱い人にはお手上げの部分もあります。

でも、もっとひろげたい。

そこで今回、おもしろおかしく紹介できないかと作成したのが、この冊子です。

ここに書かれている内容は「2001年度版日本経営品質賞アセスメント基準書」に沿っていますが、その内容解釈は、Dr.テラ・プロジェクトによるものです。文責はすべてDr.テラにあります。とんでもない間違いをしてたらゴメンナサイ！

この冊子をきっかけに、本格的な「経営品質向上プログラム」に興味をもってくれれば、幸いです。

Dr.テラ・プロジェクト代表 謎のDr.テラ



見本

見本ご期待!!

2002年は、Dr.テラの年だ!

Dr.テラは、密かにいろいろな企みをもっているらしい。

近々、世の者にも知れ渡ることになるだろう。

それまで、指をくわえて待つじゃ!

2002年度 Dr.テラプロジェクト
マル秘言

コンサルティング・スキ

寺子屋通信ホームページ

官公庁以外の非営利
やっちゃんゼブ

バンド活動 (Dr.テラ本体は)

温泉のんびり
(本当は知りたいたい)

人に関するカテゴリー版発表

評価尺度・指標研究会



ついに明かされる! マニアっ君の正体は?

財団法人 社会経済生産性本部コンサルティング部
ドクター・テラ・プロジェクト2002



2002/2/2 第1期

見本