

埼玉県経営品質協議会主催
さいたま商工会議所協力



講師:寺沢俊哉

経営品質ファシリテーター養成講座 オンライン

顧客本位の 経営を学ぶ



この講座のゴール

経営知識（理論・事例）をもとに、それぞれの職場や会社で活かせる、**変革のためのファシリテーション技術** をマスターする

すると、こんないいことが・・・

- **チームがまとまる**ようになった
- **アイデア**が出るようになった
- 組織の**目指す方向**が見えた
- リーダー/支援者として**自信**がついた



各回の概要（ZOOM開催）

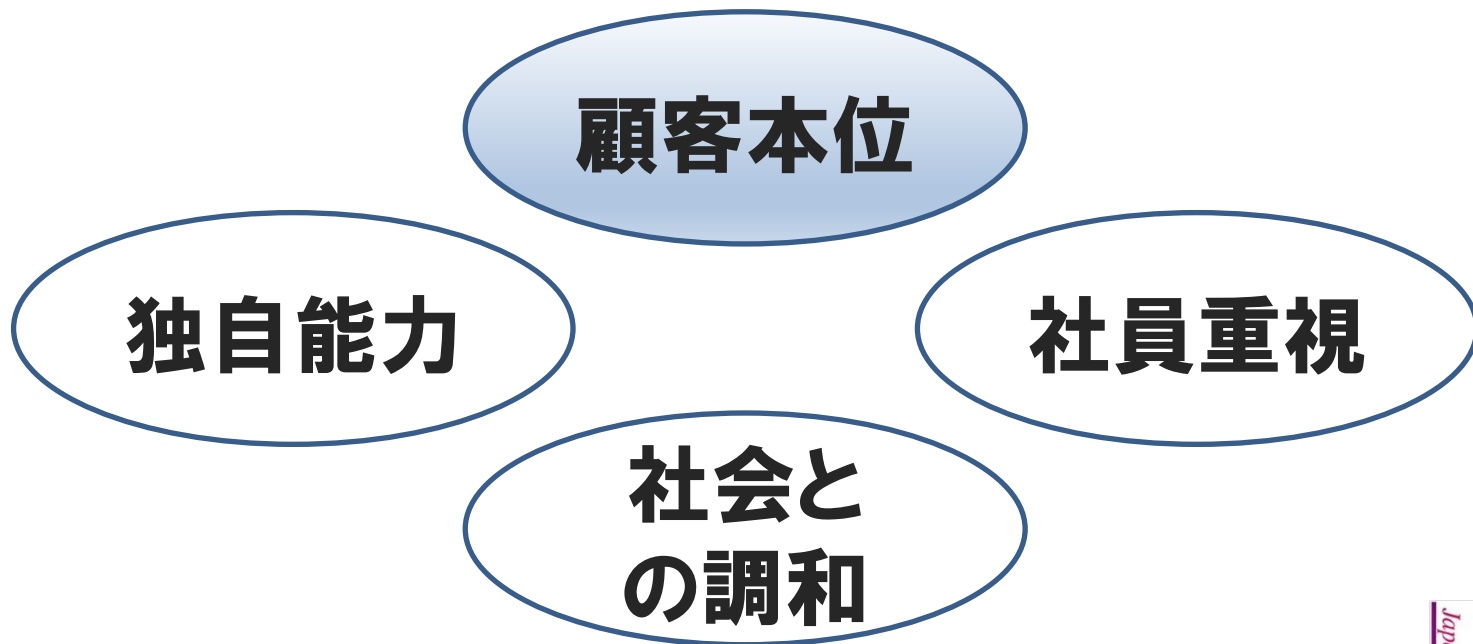
	13:30-17:00	内 容
第1回	9/8（水）	「リーダーシップ」を学ぶ スペシャルゲスト（株）コマーム
第2回	10/6（水）	「社員重視」の経営を学ぶ スペシャルゲスト 新日本ビルサービス(株)
第3回	11/10（水）	「顧客本位」の経営を学ぶ スペシャルゲスト（株）タカヤマ
第4回	12/8（水）	ファシリテーションのポイント①中間
第5回	1/12（水）	「独自能力」の経営を学ぶ スペシャルゲスト（株）大和不動産
第6回	2/2（水）	ファシリテーションのポイント②まとめ

本日の流れ

- 1 チェックイン
- 2 顧客本位の考え方
- 3 今回の事例
タカヤマ様
&質疑応答・意見交換
- 4 チェックアウト

社員重視の考え方

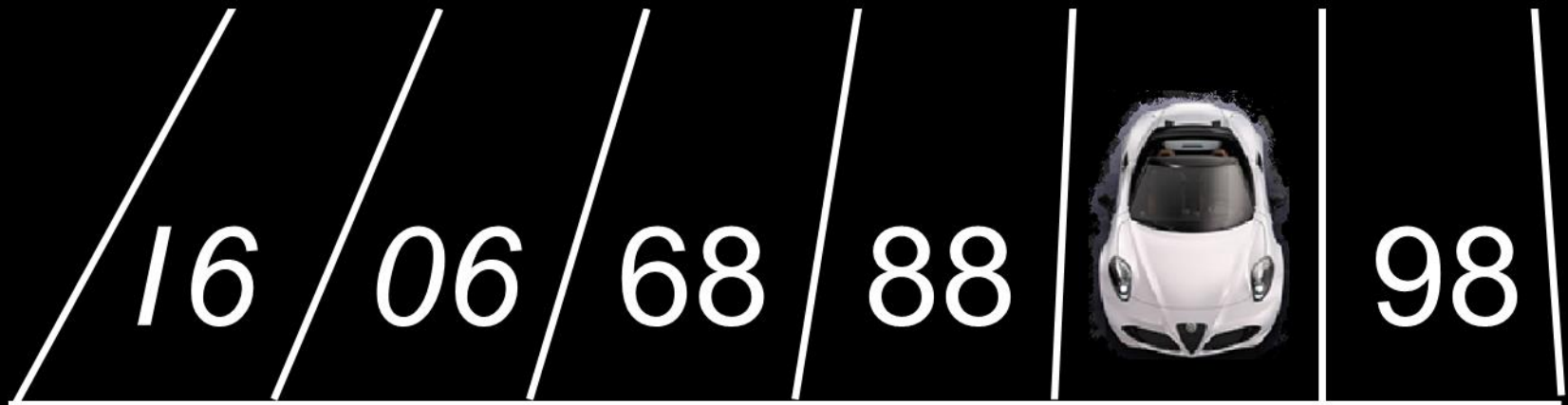
基本理念



日本経営品質賞アセスメント基準書では



駐車場の番号は？



顧客本位とは

組織の目的は、顧客価値の創造です。

価値の基準を、顧客からの評価に置きます。顧客から見た価値がすべてに優先する基準であり、すべてのことは、顧客へ価値を創造、提供することができるかという観点で評価されるものと考えます。

もちろん、組織である以上、売上や利益の追求も重要ですが、それは顧客への価値提供の結果として得られるものである、ということをお大前提としています。

日本経営品質賞アセスメント基準書

リンゴについて 考えてみましょう



このリンゴは、価値がありますか？

もし、このリンゴが・・・

モノ	価値
道ばたに落ちて いるリンゴ	ゴミ（マイナスの価値）
店で売られている リンゴ	美味しい体験 栄養を得る
人気アイドルが かじったリンゴ	コレクションアイテム 所有欲、妄想の道具

ビジネスとは、**価値(顧客にとっての)**を届けること

- 何を届けるか WHAT
- どうやって届けるか HOW
- なぜその仕事をしているのか WHY

埼玉県 経営品質賞

知事賞



- 医療法人財団献心会川越胃腸病院(川越市 消化器科専門病院)
- 賛光精機株式会社(本庄市 一般機械部品製造業)
- 新日本ビルサービス株式会社(さいたま市 ファシリティーマネジメント業)
- 株式会社大和不動産(さいたま市 不動産・仲介管理業)
- 株式会社タカヤマ(所沢市 廃棄物処理及びリサイクル業)
- 武州瓦斯株式会社(川越市 都市ガス、器具販売と付帯工事)

参考資料



真実の瞬間 15秒！



ピーターソン氏は、コペンハーゲンで重要な商談に参加するため、アランダ空港に向かうが、到着したとたん大変なミスに気がついた。航空券をホテルに置き忘れてしまったのだ。

わらにもすすがる思いでスカンジナビア航空のチケット係に相談すると、予想外の回答が待っていた。「ご心配はいりません。搭乗カードをお渡しします。仮発行の航空券もそえておきます。ホテルのお部屋番号とコペンハーゲンの連絡先さえ教えていただければ後はこちらで処理しましょう」。

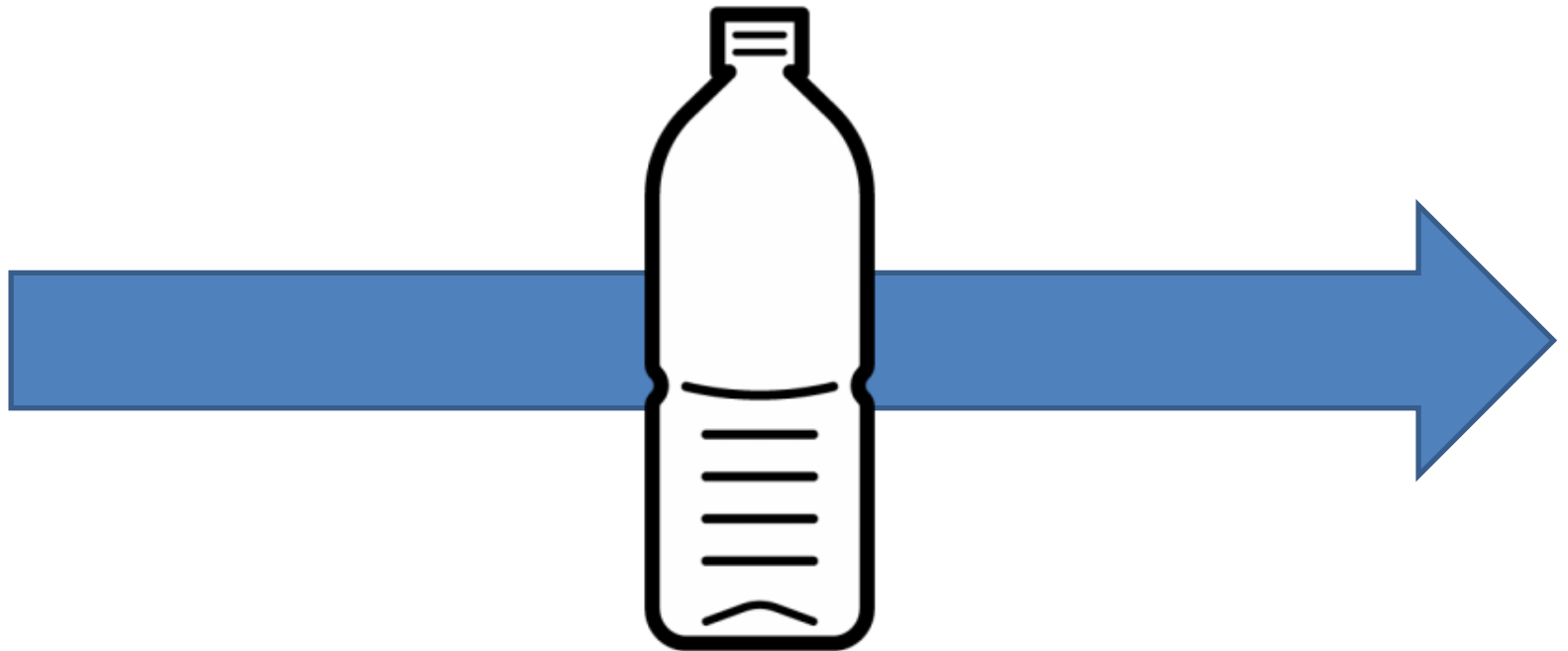
係員はすぐさまホテルに電話し、航空券を見つける。そして自社リムジンを手配し、ピーターソンの出発前に航空券が彼の手元に届いた。「ピーターソン様、航空券でございます」。おだやかな声に何より驚いたのは当事者である彼自身だった。ヤン・カールソン「真実の瞬間」

ある、ガソリンスタンドの例子連れのややギャル風のお母さん

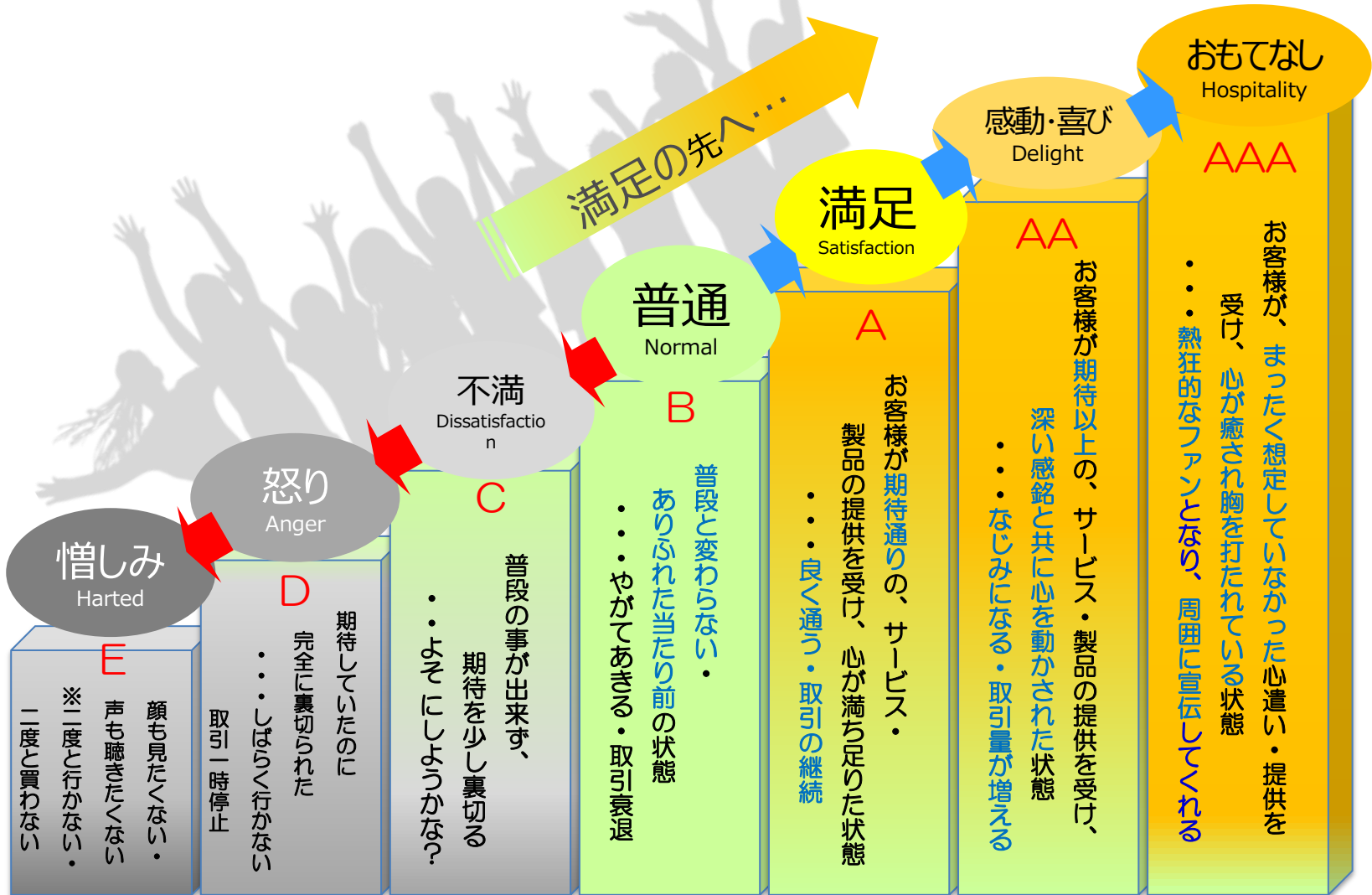


AFTER THE SALES IS OVER

「売上」時点は企業にとってゴール
顧客にとってのスタート (S.レビット)



顧客対応レベル



ドリルを売るな 穴を売れ



セオドア・レビット

Theodore Levitt
on Marketing

T.レビット
マーケティング論

セオドア・レビット**

著者 T. LEVITT 翻訳者 藤原 隆夫

戦略経営の時代に先駆けた
マーケティング・コンセプトの原点

Harvard Business Review 掲載した全25年の論文を収録

マーケティングを知る人にとって、レビットの名を知らない人はほとんどいない。その理由、いかにマーケティングの発展に貢献したかを、著者の著書と対して、**山口光雄** 氏が解説する。著者 T. LEVITT 翻訳者 藤原 隆夫

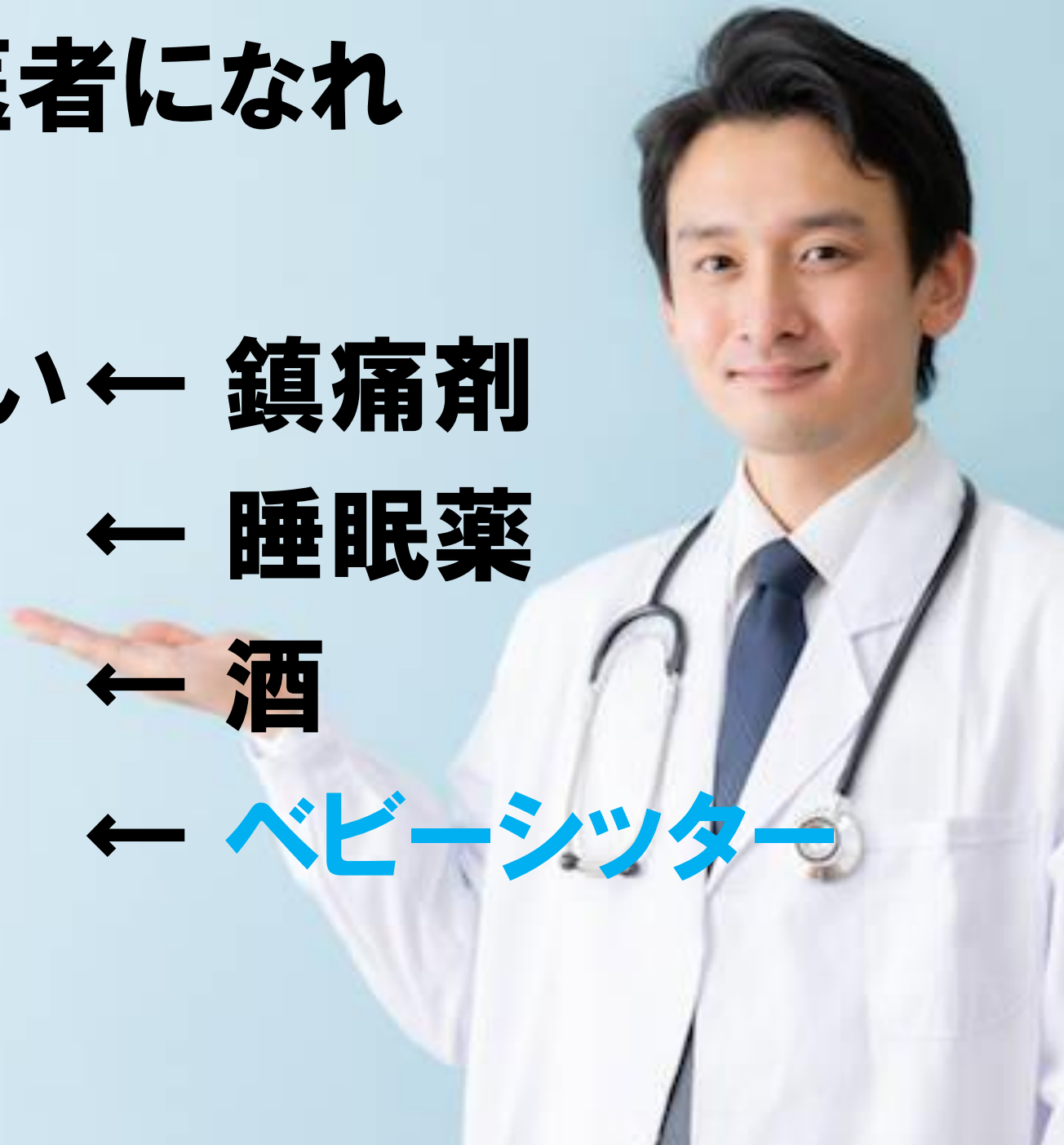
私と同年代のマーケターの多くは、レビットのコンセプトに触れられ、マーケティングのおもしろさを感じ取ったはずである。

原稿提供人 山口光雄氏

ダイヤモンド

よい医者になれ

- 頭が痛い ← 鎮痛剤
- 寝不足 ← 睡眠薬
- ストレス ← 酒
- 子育て ← **ベビーシッター**





寺沢 俊哉

ライブ講師®実践会 代表 <https://live5.jp/>

公益財団法人日本生産性本部 主席経営コンサルタント



大手流通系企業を経て、1989年、公益財団法人 日本生産性本部にコンサルタント給費生として最年少で入社。以来、経営コンサルタントとして30年にわたり、上場企業から中堅企業まで約200社の経営コンサルティング、数万人の研修を実施。コンサルティングと研修を融合させた、**独自のワークショップ**は、**参加者自身の課題を題材**に進めるため実践的であり、リポート率は**8割**を超える。研修テーマは、リーダーシップ、ファシリテーション、プレゼンテーション、講師養成など。1998年以降、卓越した企業を表彰する「日本経営品質賞」の審査員として、その後、**埼玉県・徳島県経営品質賞判定委員**として、経営品質の普及推進活動に従事している。2015年より、「人前で教える技術」を磨きあう、「**ライブ講師®実践会**」を主催。数多くの講師、コンサル、ビジネスリーダーが参加し、ともに学びを続けている。



対話で学ぶ経営品質
(生産性出版)



感動の会議！
(ディスカバー21)



プロ研修講師の
教える技術
(ディスカバー2020年度経営品質ファシリテータ養成講座)



人材育成
(中央経済社)



人前で話す・
教える技術