

経営品質 ワンポイント解説 2022

2022年11月
ライブ講師®実践会 代表 寺沢俊哉





寺沢 俊哉

公益財団法人日本生産性本部 主席経営コンサルタント
無料メルマガ「講師のネタ帳365」 <https://live5.jp/mmm>



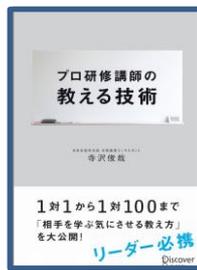
大手流通系企業を経て、1989年、公益財団法人 日本生産性本部にコンサルタント給費生として最年少で入社。以来、経営コンサルタントとして約**30年**にわたり、上場企業から中堅企業まで約**200社**の経営コンサルティング、数万人の研修を実施。コンサルティングと研修を融合させた、**独自のワークショップ**は、**参加者自身の課題を題材**に進めるため実践的であり、リピート率は**8割**を超える。研修テーマは、リーダーシップ、ファシリテーション、プレゼンテーション、講師養成など。1998年以降、卓越した企業を表彰する「日本経営品質賞」の審査員として、その後、**埼玉県・徳島県経営品質賞判定委員**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21)



人材育成
(中央経済社)



人前で話す・
教える技術
(生産性出版)



1分で
共感される会議
(生産性出版)

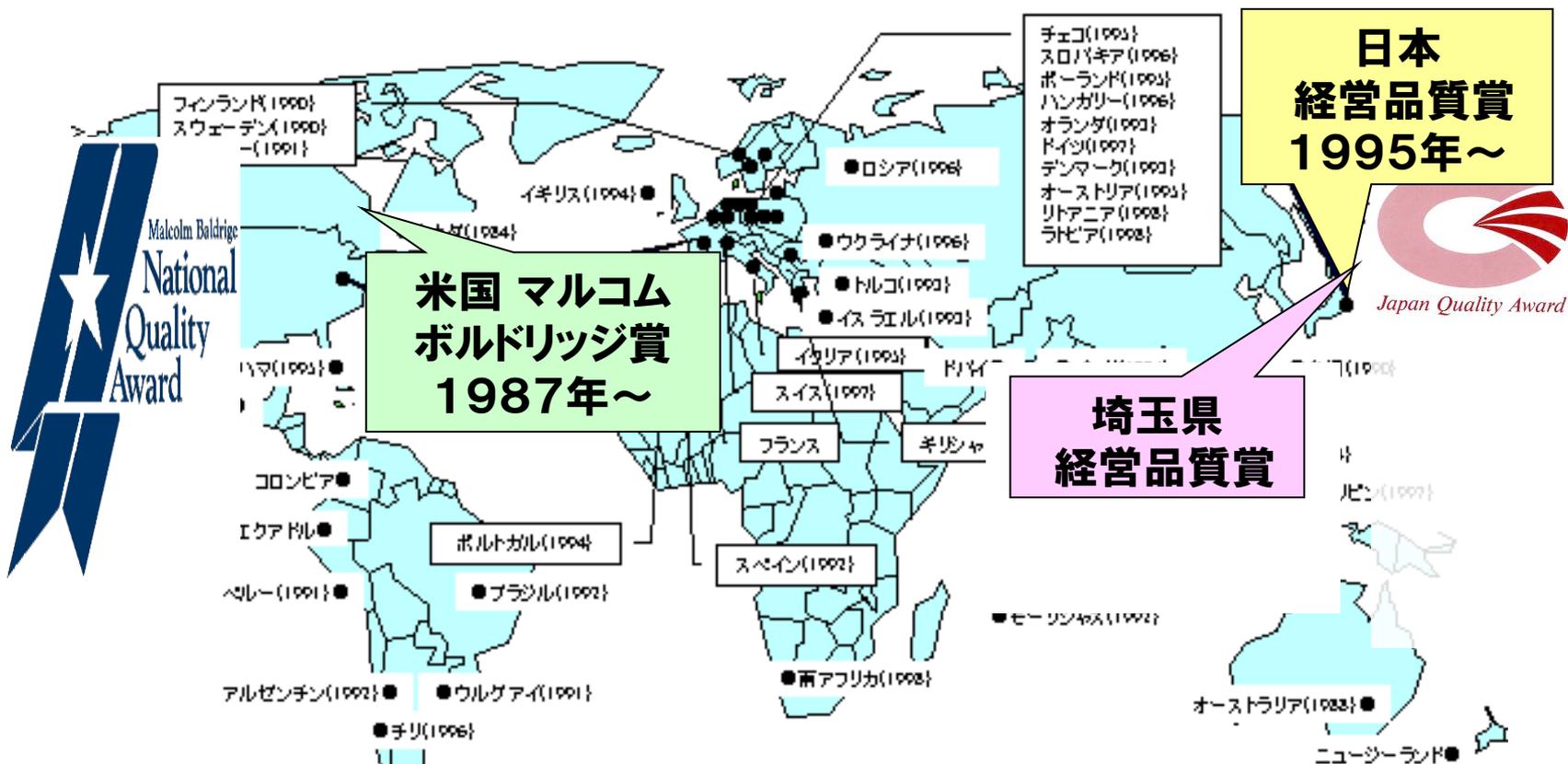
良質のモデルケース 英知の交流

一定以上の評価に加え、顧客価値経営を目指す他の組織の対する範としてふさわしく、良質のモデルケースとして認められること。（ガイドブックP7）



英知の交流

素晴らしい企業を表彰し、ともに学び成長する



一流から学び、我が社に活かそう。そのための
共通言語として、フレームワークがある。



日本経営品質賞 受賞企業

1996年 NEC半導体事業グループ
1997年 アサヒビール、千葉夷隅ゴルフクラブ
1998年 日本総合研究所、イビザ(吉田オリジナル)
1999年 リコー、富士ゼロックス第一中央販売本部
2000年 日本IBMゼネラルビジネス事業本部、武蔵野
2001年 第一生命、セイコーエプソン画像事業本部
2002年 パイオニアMEC カルソニックハリソン
トヨタビスタ高知
2003年 NECフィールディング
2004年 千葉ゼロックス ホンダクリオ新神奈川
2005年 トヨタ輸送 松下電器産業PAS社
松下電器産業HA社エアコンデバイス事業部
J・アートレストランシステムズ
2006年 福井キャノン事務機、滝沢村役場
2007年 福井県民生活協同組合
2009年 スーパーホテル、万協製薬
2010年 武蔵野(2回目)

2011年 シスコシステムズエンタープライズ&パブリックセクター
川越胃腸病院 ねぎしフードサービス
2012年 福井県済生会病院
2013年 滋賀ダイハツ販売
ワン・ダイニング 西精工
2014年 こうほうえん(鳥取地区)
2015年 スーパーホテル
2016年 日本全薬工業 ピアズ カワムラモーターズ
2017年 トップ保険サービス 万協製薬(2回目)
清和会長田病院
2018年 スーパーコート介護事業本部 九州タブチ
トヨタ部品茨城共販
2019年 肥後銀行
2020年 日鉄工材 石坂産業 オオクシ 横須賀共済病院
2021年 楽天コミュニケーションズ ヤマヒロ



*下線赤字は中小企業



日本全薬工業 高野社長



万協製薬 松浦社長



西精工 西社長



経営品質 = 顧客価値経営のフレームワーク



顧客の視点から自らの組織のあり様を見直し、自己革新を通じて顧客の求める価値を追求し続ける

基本理念

共通の価値観

顧客価値を創造する
社員の自主性を高める
社会と協調する

コンセプト

考え方・基本姿勢

ありたい姿（未来）から今をみる
創発の機会を増やす
意味・価値観を探究し続ける
様々な手段で理解を深める
洞察の習慣をつくる
思索的に対話を深める
制約条件を変える

経営の設計図

（旧:組織プロフィール）

【過去】
歴史 これまでの
成功・価値観

【未来】
ありたい姿を描く

戦略 変革目標

【現在】
**ビジネス
モデル**

顧客市場
顧客価値
組織能力
を明確にする

実践領域

（旧:カテゴリー）

ありたい姿を実現する
リーダーシップ(社会的責任)

戦略思考レベルの向上と
実効性の向上

顧客市場 の洞察と理解
顧客価値 の創造と提供
組織能力 の向上と最適化

事業成果

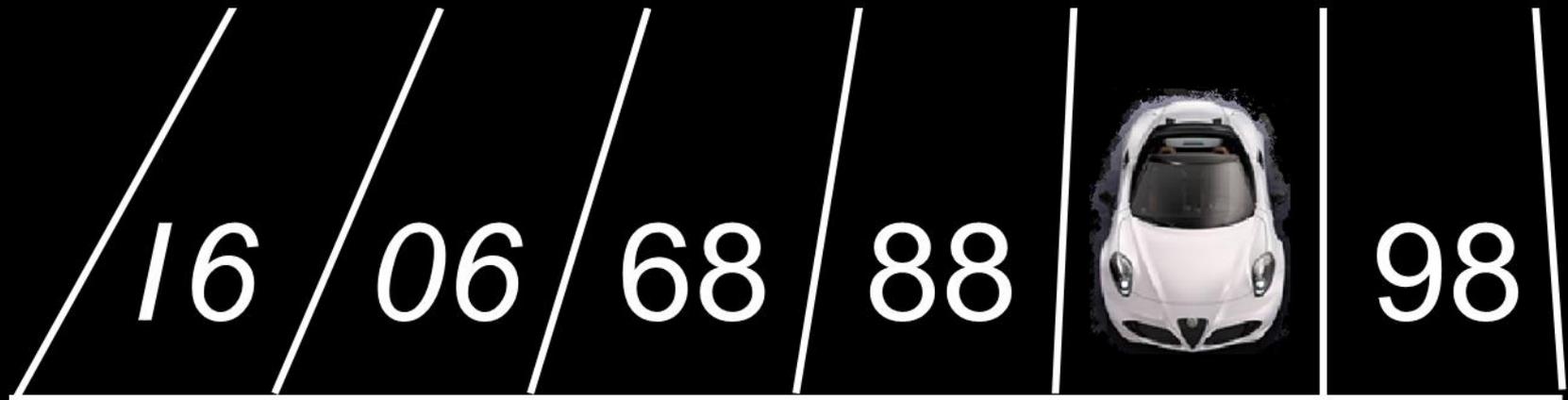
変革と

**持続・
卓越性**

ふり
かえり

顧客価値

顧客価値①

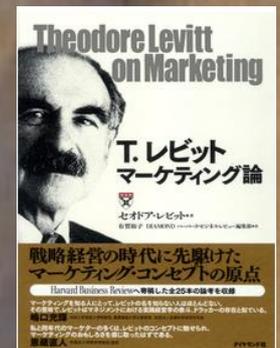


まずは、お客様の視点に立つところから

顧客価値②

お客様が本当に望んでいることは？

ドリルを売るな、穴を売れ



顧客価値③

プロとして、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**



「顧客価値」に関する問い

- 1 私たちにとって、本当に喜んでもらいたいお客様とは、どのような方でしょうか？
- 2 そのお客様とともに実現したい価値は、どのようなものでしょうか？

みんなで話しあってみよう



未来起点

未来起点①

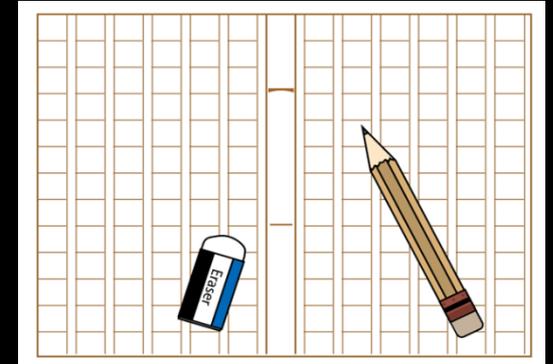
僕の夢は、一流のプロ野球の選手になることです。そのためには、中学、高校と全国大会に出て活躍しなければなりません。活躍できるためには練習が必要です。

ぼくは、3才の時から練習をはじめています。3才から7才までは半年くらいやっていたのですが、3年生のときから今まで、365日中360日は、激しい練習をしています。

だから、一週間中で友達と遊べる時間は、5、6時間です。そんなに練習をやっているのだから、必ずプロ選手になれると思います。

そして、中学、高校と活躍して、高校を卒業してからプロに入団するつもりです。そして、その球団は、中日ドラゴンズか西武ライオンズです。ドラフト入団で契約金は1億円が目標です。

そして、ぼくが一流の選手になったら、お世話になった人達に招待券を配って応援してもらうのも、一つの夢です。とにかく一番大きな夢は、プロ野球の選手になる事です。



未来起点②

恵比寿の日本ケンタッキー・フライド・チキンの秘書室に勤める田中は、最近駒沢通りに出来た(仮称)Soup Stockの具沢山スープと焼きたてパンが大のお気に入り、午前中は、どのメニューにしようかと気もそぞろだ。(→具沢山のスープと焼きたてパン)

いつもの仲間と昼食に出かけるとき、女性だけで行ける店は限られていたが、Soup Stockが出来てからは頻繁に通っている。メニューに表記されている「Nonfat」や「Low fat」の文字は、彼女達にとっては神のお告げに見えるようだ。

(→女性の行ける昼食の店の圧倒的不足。ナチュラル、ダイエット需要)

大顔 原と、Mr. UNOは、早食い、大食いでも有名。Soup Stockでも500ccのLサイズと焼きたての黒パンを平気で平らげるが、部屋に戻ってからはベルトをゆるめているらしい。

(→男も、食べてみれば十分なボリューム)

吉沢は、意外に気が多く10種類以上のメニューを決めかねているうちに、並んでいた順番が自分に来てもいつも慌てる。

(→魅力的で豊富なメニュー。とても早いスループット)

今やすっかり、具沢山スープは食生活の一角を成したが、登場した当初は新鮮だった。

…以下続く 「スープストックーキョーの企画書」 遠山さん

未来起点③

船をつくりたかったら、人に木を集めてくるように言ったり、作業や任務を割り振ることをしないで、はてしなく続く広大な海を慕うことを教えましょう。
(サン・テグジュペリ)

If you want to build a ship, don't drum up the people to collect wood and don't assign them tasks and work, but rather teach them to long for the endless immensity of the sea.

(Antoine Marie Jean-Baptiste Roger, comte de Saint-Exupéry)

「未来起点」に関する問い

- 1 私たちが、お客様とともに実現したい未来は、どのようなものでしょうか？
- 2 それを実現したら、どんな素晴らしいことが起きるでしょうか？

みんなで話しあってみよう



ビジネスモデル

ビジネスモデル①

もし、あなたが・・・

自身の会社・事業・仕事を
説明するとしたら、
どんな**図解**をしますか？

ビジネスモデル②



こんなものを
売っています。

私たちの会社は...

こんな組織です



こんな方を
対象にしています

企業ビジョン
リゾート運営
の達人です



社長

こんな人が
経営しています。

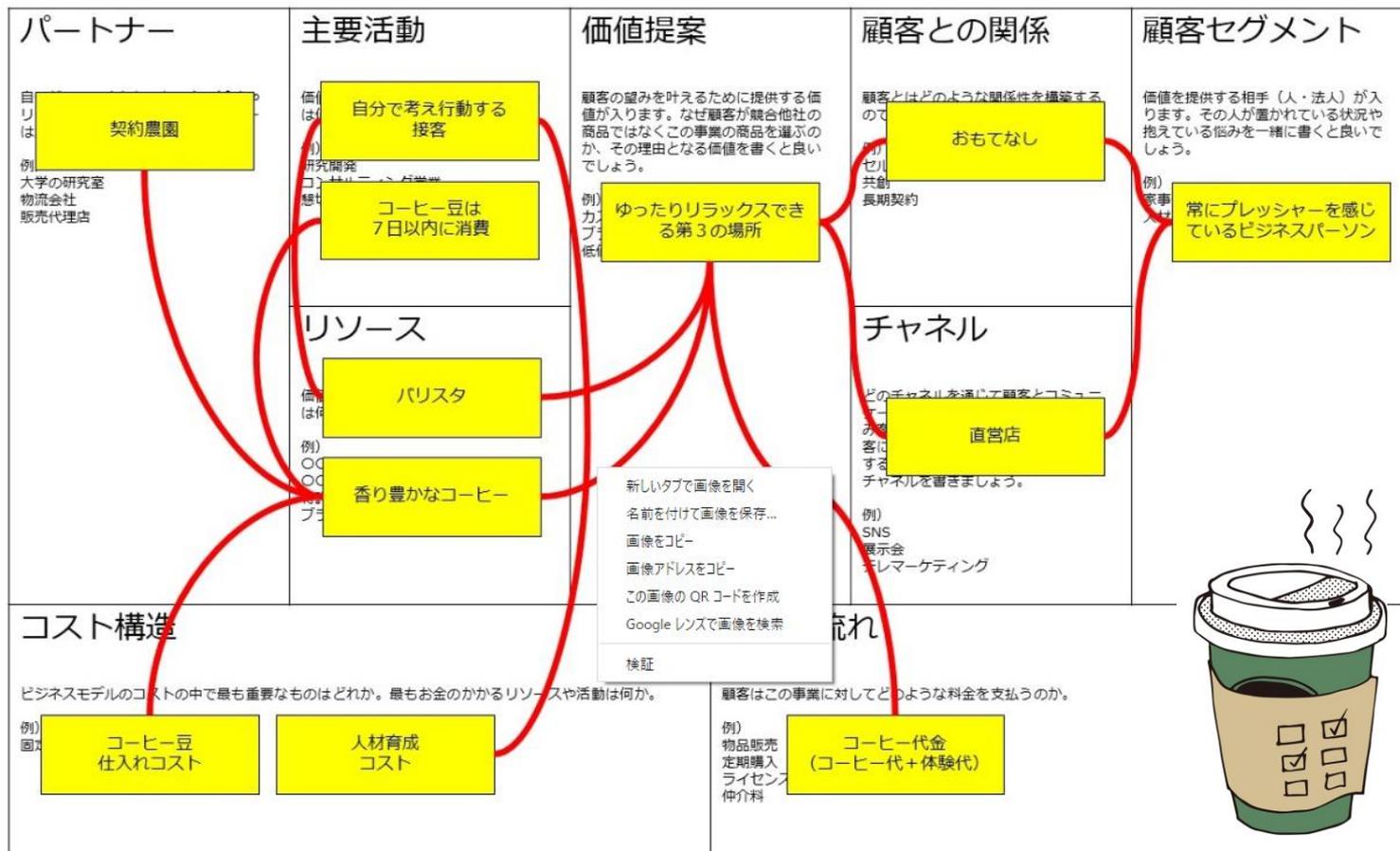


こんな
仕事を
してい
ます。

ビジネスモデル③

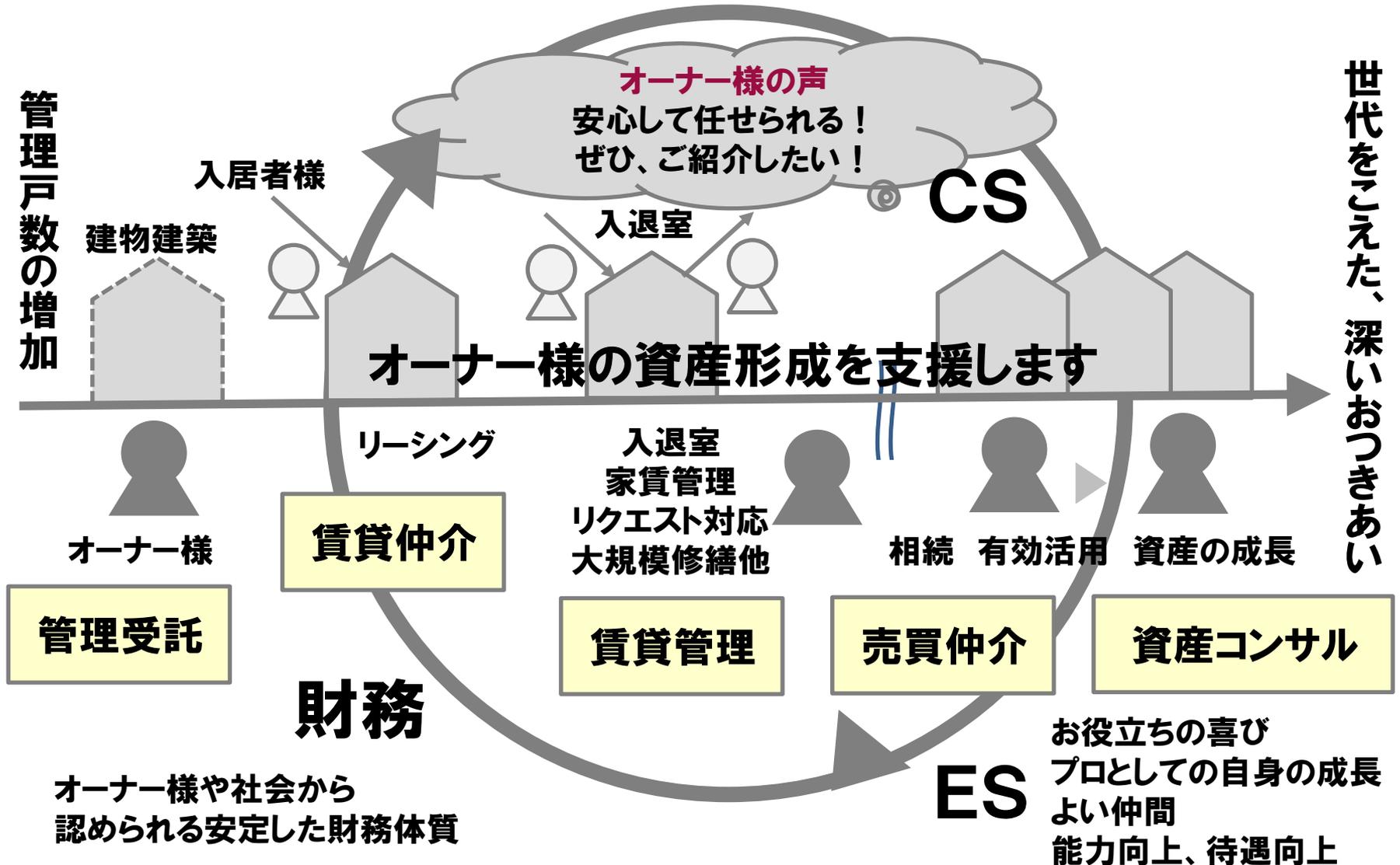
しっかり、描ききろう

ビジネスモデルキャンバス「スターバックス・コーヒー」

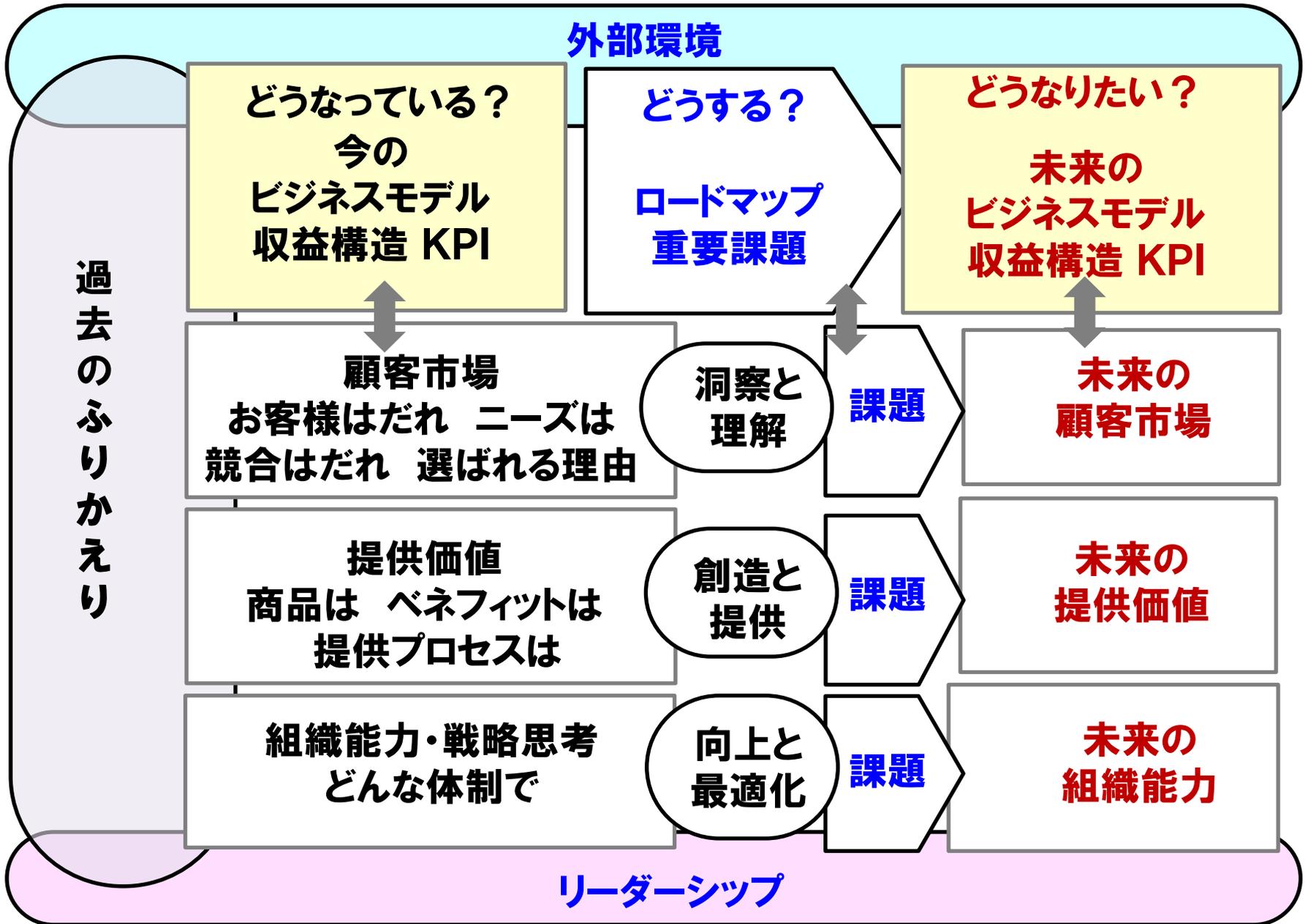


ビジネスモデル④

しっかり、描ききろう 「大和不動産」埼玉県経営品質賞知事賞



ビジネスモデル⑤



「ビジネスモデル」に関する問い

- 1 あなたのビジネスを図解するとしたらどのように表現できるでしょうか？
- 2 そのモデルの一番の「売り」(強み・卓越性)は、どこにあるでしょうか？

みんなで話しあってみよう



卓越性と変革

卓越性と変革①



今の強みは将来も強みか？

卓越性と変革②

フィルムシェア世界1だった

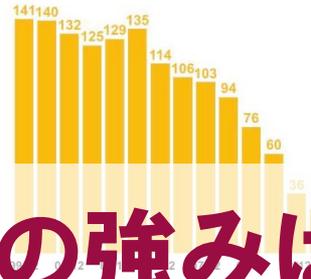


全体の
9%

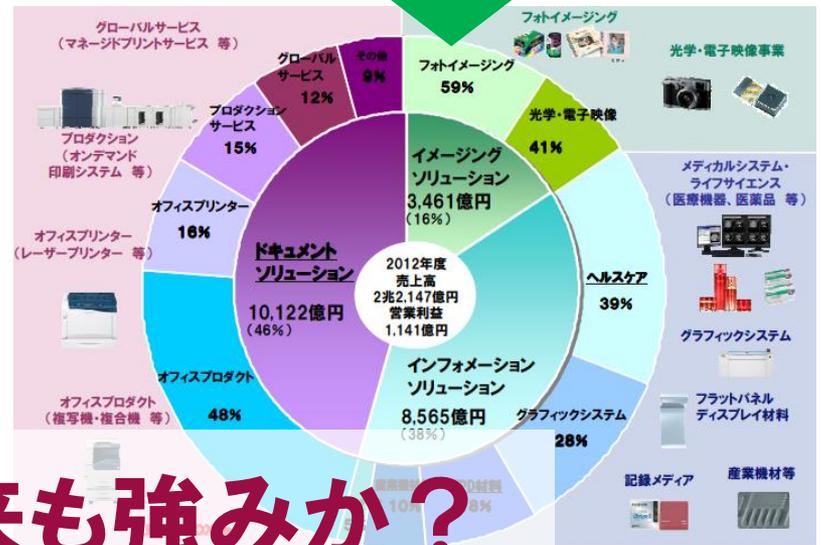
- 1881年 ニューヨークにて前身となる会社を創業
- 1935年 世界初のカラーフィルムを発売
- 1975年 世界初のデジタルカメラを発売

売上は20年間で**90.6%減少**

Kodak 売上 (億ドル)



2013年9月に
写真フィルム事業を
含む2事業を売却
↓



今の強みは将来も強みか？

「卓越性と変革」に関する問い

今の強み・卓越性は、将来にわたっても
続くでしょうか？

- 1 顧客市場の変化
- 2 競争環境の変化(参入障壁など)
- 3 組織能力の変化

みんなで話しあってみよう

