

～ タイムリーな情報を、いち早く皆様にお知らせします ～

◆5月度の経営革新塾は桃谷順天館（参加メンバー）の岡山工場で開催した一言でいって手づくり工場、現場サイドでは完成された感のある工場。倍の生産性に挑戦して取り組み、その最終段階にある。支援部署との連携プレーでさらに現場改善の成果を出すべく活発に活動している。失われた何十年といわれる時代なのかでのこの活動は素晴らしい。

次の時代を創る生産戦略を再検討する段階に来ていることを学ばせて貰った。例えば、現場でよく使われるチェックシートではマイナスをゼロ化することは出来るが、発展的な課題や問題把握は出来ない。多面的に検討出来る「魚の骨」を発展させ更に社会の移り変わりや経営の他の機能をも配慮したフレームチャートを利用するなど「開の問題・課題抽出」の戦略的手法を使う必要性を学ぶことが出来た。

また、これからは多品種少量生産を人手中心で生産性向上を目指すのではなく、人の動き、物の流れ、情報の取り扱いについての原始データを解析しこれからの時代に活躍できる製造工程の開発・創造が出来る切り口を得ることが出来た。生産時間の短縮、蒸発工数の削減、在庫・仕掛の回転率の向上などといった効果と機動力を発揮するIoT（POP's）、マテハンロボット、屋台、ミニトランスファラインなどの手づくりに取り組むこれからの工場革新に役立つヒントを得ることが出来た。

◆経営革新の激変時代

高度経済成長時代や失われた20年の頃はコストを如何に下げるかが産業人の最大の関心事だった。いまはコストではない。無人化と付加価値創造である。すべての人が企業の付加価値創造に関心を持つことが現代の必須要件である。付加価値創造は、難しいことではない。色々な生活場面の「困っていること」「必要なこと」をいかに肌で感じ捉えることが出来るかである。掴んだ時に無理して打開アイデアを発想せず、肌で捉えた問題や課題から製品化・商品化は後の仕組みで展開する事に分けると意外に進めやすい。

また、製品化・商品化では社員の「配慮・思い遣り・気づき」など「感情的」の要素が大きく影響するようになってきている。信頼のある企業か否かが、製品化・商品化したものを社会が受け入れてくれるか否かにつながるからだ。企業の信頼性は、その企業で働く人々の「人格」がベースになる。

風土のSカーブの「奈落の底に落ちる」前のステージの「マンネリ化」現象が出ないように手を打たなければならない。

社員に画一的に役割を期待するのではなく、就社社員・就職社員・就給社員のそれぞれの役割を果たす企業にして行く。また「自分は良くやっている」と自己評価するのではなく、合目的に適正に役割を果たしているかどうかを肝心である。

◆人間らしい生き方が出来る社会ではなくなっている

いい加減にしようものなら叩かれる。形が大切にされる。関係者がお互いにある程度の自由さを認め合う事は出来ないものかと思う。

◆Z世代は過去を知らない

休業が多くみられ廃墟化しつつある商店街で錆とシャッターを見て「クール」と感じ記念写真を撮る若者。「旧時代の企業は新時代の企業に替わる」と話しても何を言っているのか分からない若者。

いま活躍しなければならない中堅社員は、白紙にして、「いま何が起きているのか」「我々は何をしなければならないのか」を考えられるかどうか現代企業の必須要件になって来ている。

これから生きる企業は、生きるために努力する人間がいる企業である。生きる努力とは、責任と権限で仕事をする事ではない。就社社員だけでなく、就職社員を活かし、就給社員に期待通りの仕事をさせる。さらにこれらの社員を足し算ではなく掛け算的に機能させて協働力を倍加させる。そのような役割を果たす中核人財的管理者が必要である。

這い上がって来る育つ社員は殆どいない。育てなければならない。

◆BSOの人づくり講座のご案内

ご興味のある方はお問い合わせください!

1. 営業担当者の合宿短期研修（大阪）8月開催
2. 初級役付者の合宿短期研修（大阪）8月開催
3. IoT研究会（WEB）4月～通年開催、途中参加者も募集しています。
4. 鹿児島霧研、大阪霧研 後期（10月～3月）参加者募集

詳しい記事やその他の情報は、BSOのホームページ <http://www.bso.co.jp> へ

情報てんこもりは、弊社の協働活動（受託事業・企画事業・出版事業）のタイムリーな情報をいち早く多くの方々を知っていただく為に発信しております。（お問い合わせはshienkikaku@bso.co.jpまで）