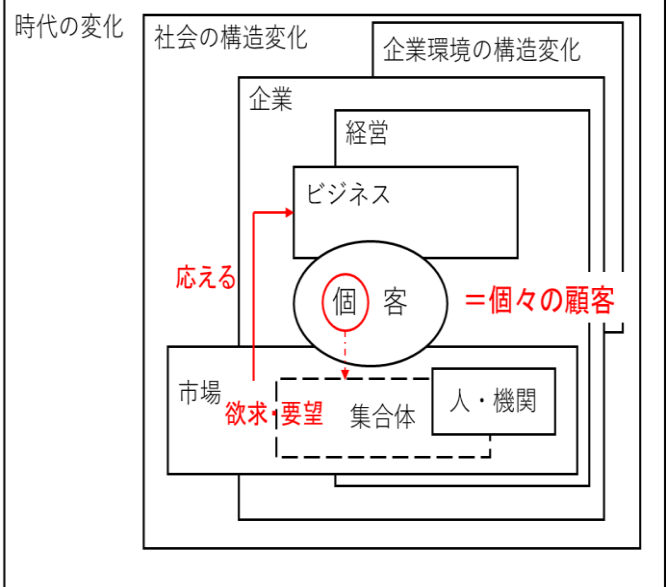


～ タイムリーな情報を、いち早く皆様にお知らせします ～

## ◆現代の経営要件

### 《経営とビジネスの根幹》

ビジネスと経営は分けて考えている。ビジネスを基盤とし、ビジネスの背後に経営がある。そして、ビジネスと市場をつなぐものが個客である。ビジネスと市場は“個客”を捉えることが基本である。この「個客」とは「顧客」ではない。「個客＝パーソナル」である。お客さん1人ひとりとビジネスをするのは大変だが、個々を共通要素で括り一つの形にしたものが市場である。お客さんは結果的に人・機関であるが、集合体の基本は「欲求」や「要望」である。「欲しい」「困っている」という声に応えることがビジネスである。自分達がビジネスをする上で、お客さんが自分達に何を求めているのか、何に応じて欲しいと思っているのか、我々はもう一度考えなおす必要がある。確かにビジネスをする上で「売る」ということは重要なことだが、ある意味「正当に買って貰う」という考え方を大切にする必要がある。



### 《創造型のプラットフォーム》

現代の市場は細分化が進み、お客さんのニーズはますます多様化している。かつてのビジネスモデルは、「この製品をどうぞ」という一方通行の提案が中心だったが、今日ではお客さんは製品やサービスの創造過程において積極的な役割を果たすパートナーになってきている。これには対話を通じてお客さんの欲求や期待に応えるための「創造型のプラットフォーム」が大きな役割を果たす。その中でお客さんの基本機能と魅力機能を捉えて、それに応じた対応を行う必要がある。基本機能はお客さんが最低限期待する機能であり、魅力機能はお客さんの感動や驚きを引き出す追加要素である。

### 《アナログパワーとデジタルパワーの両方を活用する》

かゆいところに手が届く、本当に求めているものを提供するビジネスはアナログパワーで対応する、機械的な動きはデジタルパワーで対応ができる。この2つのパワーの融合により、人間らしさを失わずに技術の力を最大限に活用することができる。

アナログパワー

デジタル  
パワー

◇日本のビジネスは、アナログ7:デジタル3が適している

## ◆西山語録① 「生産は価値づくり」

生産は物づくりではなく、価値づくりと受け止めてもらいたい。価値づくりをいかにするかが大きな課題になる。生産力を最大限に発揮する枠組みを創ることが生産管理の中心的課題になる。生産管理とは物づくりの管理ではなく、価値づくりの管理である。生産管理に係わる人財の育成、協働力をプロデュースする人財は不可欠。

## ◆西山語録② 「共栄共存」

存在している以上は一緒に働き、共栄していくことが共栄共存。それぞれが特長を活かして成果を出し、専門分野が異なる人々が協力することで、個々の能力を超えた成果を実現することが共栄共存。これからは共栄共存でいかなければ成果を出せる仕事にはなりにくい。

## ◆西山語録③ 「会話は現代人の武器」

会話は「武器」という捉え方をする。会話が成り立たないのは結果的に仕事ができないのと同じである。ポイントは相手の話を聴けているかということ。例えば、自分が話した内容を書かせてみる。「聞いているが自分勝手に聞いている」(3割)、「内容から外れてないが半分も理解していない」(6割)、「全く関係ないことを勝手に考えている」(1割)、というようなパターンに分かれる。基本的には伝わっていない。それを前提にして話をしなければならない。

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](mailto:shienkikaku@bso.co.jp) まで)