

事務所からのひとこと

爽やかな初夏の風を感じる季節となりました。皆様におかれましては、ますますご健勝のこととお喜び申し上げます。

さて、6月1日から「改正道路交通法」が施行されます。ただしくルマではなく、「自転車」です。自転車は道交法上「軽車両」となり、クルマと同様に交通規則が定められています。これが改正されます。

具体的には14項目の危険行為を定め、3年間で2回以上違反したドライバーは安全講習の受講が義務付けられ、未受講者は5万円以下の罰金が科せられます。14項目の危険行為としては、信号無視や通行禁止違反、安全運転義務違反、歩行者通行妨害、飲酒運転、一時停止違反、車道の逆走禁止（左側通行）などがあります。これらの違反に対し、今後は取り締まりが強化されることとなります。

自転車は燃費や維持費がかからず、小回りも利くため、通勤や営業活動などで活用する企業は多いもの。近年、自転車事故で高額賠償を求められる例も増えているだけに、従業員に正しい運転法や違反行為の周知に加え、自転車保険への加入、社用自転車の定期点検が必要でしょう。

COLUMN

適材適所より“適所適材”
～「働き過ぎ」風土改革～

海外転勤（欧州）した人を調べたところ、日本では長時間労働をしていたのに、欧州赴任後は週当たりの労働時間が減少し、有休取得数も大幅に増えたとの調査結果がある（内閣府『日本人の働き方と労働時間に関する現状』、2013年10月）。

働く国が違うだけで、なぜ働き方が変わるのか。日本は長時間労働が評価される風土があり、根回しが必要な人数も多い。一方、欧州はそうした風土がなく、権限委譲も進み、担当業務の自己裁量範囲が広いからだ。長時間労働は環境要因も大きいのである。残業事前申請やノー残業デーを実施する職場は多いが、長時間労働をさせない環境整備も大切だ。

例えば「遅滞業務シェアリング」（特定日の1時間に全員で遅滞業務を行う）を導入する。人の適性や能力に応じて仕事を与える「適材適所」でなく、その仕事に必要な適性や能力に応じた人材を選ぶ“適所適材”を進める。その上で、お金で解決できる仕事（外注化）、機械が解決できる仕事（システム化）、他人に解決できる仕事（権限委譲）に分け、本当に必要な業務を明確にすることだ。

明日への指針

「誰に、何を、なぜ」～勝てる事業戦略の3要素～

多くの企業はライバル企業との差別化を実現できておらず、同質化競争に陥ってしまっている。顧客はどの企業から商品・サービスを選択しても大した差を感じないため、購入を決める際は価格が最も大きな要因になっている。勝てる事業戦略を構築することは全ての企業における最優先課題であるが、実際にこれを構築できている企業はまれである。

そこで事業戦略は、「誰に（ターゲット顧客）、何を（顧客価値）、なぜ（理由）提供するか」を考えて立てるとよい。これらの構成要素のポイントを次に記す。

1. ターゲット顧客

総花的な「顧客ニーズ」ではなく、「○○という要望を持っている」「△△という課題を抱えている」というように、要望・課題を軸にしてターゲット顧客を明確にする。また、そのターゲット顧客には、今後の自社の事業成長を支えるに十分な規模が見込めるか、検証を実施することが必要である。

2. 顧客価値

ターゲット顧客は商品・サービスの「機能」ではなく、商品・サービスが提供する「コト」を求めている。

自社の提供するコトは、ターゲット顧客にどのような具体的なベネフィット（便益）を提供するのかを明確にする。

自社の提供するコトがライバル企業と比較して差別化されていなければ、強みを決めて、その強みを磨く仕組みを構築し、計画的に競争優位を確立することが必要不可欠である。

3. 理由

ターゲット顧客がなぜ満足し、自社商品・サービスを選択するのかを徹底的に突き詰めていく。ここで重要なのは、単なる希望的観測ではなく、ターゲット顧客が合理的に自社を選択する理由を突き詰めていくことである。

その際には、「なぜ、私がこの商品（またはサービス）を、あなたから買わないといけなのですか?」という究極の質問について、よく検討することだ。この質問に対して答えを用意できなければ、勝てる事業戦略にはなり得ない。

ぜひとも事業戦略を定期的に検証し、勝てる事業戦略を構築していただきたい。

経営者の心得

「重点・集中・徹底」で確実な実行力を養う ～徹底して期限を厳守せよ～

4月から新入社員を迎え、新たな気持ちで仕事に励んでいる人も多いだろう。しかし、取り組もうとする項目を増やし、たくさんのごことを実行しようとするものの、結局重点が絞れず、日々の業務に追われてしまい、ほとんど実行できていないという人も多いのではないだろうか。

こういったケースは、優柔不断なところがある幹部によく見受けられる。本質が見えていないのだ。

原因は、計画段階でひずみが生じていることにある。セミナーや講演会に参加し、モチベーションが上がっている状態で、「あれもやらなければ」「これもやらなければ」と数多くのことを決めてしまい、やるべきことと時間のバランスが取れなくなる。また、決めたことを実行できていない事実そのものをあいまいにしてしまうことも多い。

こうした状態に陥らないため、計画段階において重要なのは、「あれか、これか」とやるべきことを絞ることである。つまり「重点・集中・徹底」だ。

さらに、決めたことを実行したり、守ったりするためには、期限に厳しい姿勢で臨まねば

ならない。期限とは何か、それに遅れるとはどういうことなのかを、徹底して幹部や部下に教え込むことだ。

また、上司自身が期限を守っていないのに、部下に対していくら厳しく注意しても、当然ながら部下は期限を守らない。つまり、部下に決めたことを実行させるための大前提として、トップやリーダー自身が期限を守ることが重要なのである。

実行力を磨くためには「すぐにやる」癖を付けることが有効である。自分に厳しくするのか、甘やかすのか、その姿勢によって、自分自身の成長も部下の育ち方も変わってくるからだ。

実行力がなければ、いくら問題意識や危機意識が高くても、成果には結び付かない。実行力はやるかやらないか、つまりゼロか100かのどちらかだ。ゼロに何をかけてもゼロでしかない。

あなたは自分自身が決めたことを実行しているだろうか。お題目を並べるだけの“口だけ上司”になっていないだろうか。実行力がなければ成果はゼロであることを忘れてはならない。

今月のことば

もっと知りたい、もっと見たい
その欲求こそ、未知へ挑戦する原動力である