

はやぶさ 第84号 2014年06月06日(金)

=====

発行責任者： 一般社団法人 経営特訓士協会（略称：KTGA）

理事長 平本 靖夫

（Captain 平本：（株）I&C・HosBiz センター）

編集責任者： 理事 石川 昌平

はやぶさのバックナンバーURL：<http://keiei-tokkunshi.jp/maga.php>

一般社団法人 経営特訓士協会

URL <http://keiei-tokkunshi.jp/?mail>

アドレス：[happy@keiei-tokkunshi.jp](mailto:happy@keiei-tokkunshi.jp)

=====

---

メルマガ「はやぶさ」 第84回目の発信です、5回シリーズの第5回（最終回）です。

著者：（株）産業革新研究所

ものづくり革新ナビ 主宰者

<http://www.monodukuri.com/>

社長 熊坂 治

---

タイトル：ものづくりプロセス革新のススメ

\*\*\*\*\* 本題 \*\*\*\*\*

第5回（最終回） 組織的導入活動の進め方

ものづくり革新ナビゲーターの熊坂です。

これまで4回に渡って、ものづくりプロセス革新の必要性、内容、事例などをお話してきました。もう皆さんは十分理解したと思います。

ところが実際に社内で新しいプロセスを導入しようとするとなぜかうまくいきません。先日も知人と話していたら、有効性は理解しているのだがなかなか現場に浸透しない、という悩みでした。私にも思い当たる事は多々あります。

この類の課題は、私の所属する品質工学会でも昔から議論されていますので、過去の発表を参考に、比較的成功しやすい方法をお話したいと思います。

これはあらゆる新しいプロセスや考え方を導入する時に参考となります。

まず第一には、部門トップが明確に方針を表明し関与することです。

担当者が新しいプロセスを必死に勉強して成果を出しても、上司の一言でやる気は簡単に喪失してしまいます。

「よく分からないから普通にやってくれ」悪気はないとしても、これでは現場のイノベーションが進みません。

逆に社長や部門長があまりにも強権を発動すると、現場からの反発の可能性があるわけですが、全くプレッシャーがないとやはり現場担当者はやろうとしません。弱いプレッシャーを継続的に根気強く掛ける事が有効です。

社長や役員が本気である事を示しましょう。

二番目には推進担当の明確化と組織化です。全社的な推進担当が最低限必要です。この担当者が必ずしも始めから新しいやり方を熟知している必要はありませんが、半年もするとこの担当者が社内で一番物知りになるはずで

できれば各部門に1人委員を置き、定期的に委員会を開いて、うまくいっている部門のやり方を水平展開します。もちろん全社推進担当や部門委員が専任の必要はありません。

三番目のポイントは教育の仕組みを作る事です。教育すれば分かる、使えるというほど簡単ではないのですが、やはり基本的な知識は学ぶ必要があります。

社内に指導できる人がいなければ、当初は外部から講師を迎え、次第に内部講師を育成していくのが良いでしょう。私の経験では座学よりも演習、さらに自分たち組織の現実のテーマを使ったワークショップ形式の実習が最も早く習得します。というより、効率と即効性を求められる昨今の情勢下で、業務に直接関係しないテーマで長時間の学習は、ほぼ不可能と言って良いでしょう。

四番目は成果を明確に表すことです。世の中で評価されている新しいプロセスを適切に選択して実践すれば、必ず何らかの成果が出ますので、その中でも分かりやすい事例をいくつか選択し、実践者本人にまとめてもらい、発表会で他の社員や管理職に報告してもらおうのです。これによって成功部門以外の関係者が実践する動機付けとなります。大掛かりな発表会が難しい場合は、部長会議などで1, 2例発表するという手もあるでしょう。

五番目は情報の定期的な配信です。講習や発表会の直後はほとんどの従業員がやる気になるものですが、現場に戻ると日常業務に忙殺されてあっという間に忘れられてしまいます。社内外で発揮された成果や教育日程などのトピックスを定期的にメール、紙媒体などで社内関係者に配信し続ける事で、取り組んでいることを常時思い出させる事が出来ます。例え情報への反応が芳しくなくとも、配信し続ける事が重要です。

六番目は社内専門家の育成と社外コンサルタントの活用です。社員全員が新導入プロセスの専門家になる事は非現実的で、非効率でもあります。

例えば30~50人に一人程度、その部門内の問題、疑問に応えられるレベルのエキスパートが育成できると理想的です。導入当初は社外のコンサルタントや研修会を利用して、短時間で効果的に立ち上げます。推進担当者が経営者や受講者に言いにくい厳しい事を、社外コンサルタントに代弁してもらおうという利用法もあります。

七番目は社内外の研究会や勉強会に参加したり、そこで発表する事、ある意味で他流試合です。実践するにしても学習にしても、一人の力は限られますので、

第二項で設定した委員や比較的意識の高い人の能力を高めるために、社内勉強会を月1回ペースで開催することを勧めます。

さらに近辺に社外の研究会や勉強会があるなら、推進者や有志が参加する事で有用な情報収集やモチベーションの維持に役立ちます。

以上まとめると、七つもの方策をすべて実行することはなかなかできませんが、新しい取り組みを成功させるにはそれくらいのエネルギーが必要ということです。

残念ながらこれだけやればうまくいくという黄金律はありません。

上記のような活動を参考に、できる限りの努力を尽くして革新プロセス導入を成功させ、業績向上を実現してほしいと願います。

最後になりますが、ここまで説明した革新プロセスの具体例を教えて欲しいと









「はやぶさ」の第84号を発行しました。早いもので、今回のシリーズの最終回です。  
本号の編集後記は、編集責任者の石川が執筆しました。

=====

・6月11日（水）には著者であります熊坂講師の「ものづくりプロセス革新のススメ」のセミナーがありますので、是非ご参加のうえ、直接「ものづくりプロセス革新」のポイントを体得ください。

◆平本理事長・石川編集長も参加します。2部のワイガヤタイムで、講師へのQ&Aや経験交流を楽しみましょう。

・経営特くんゲームも普及開始から1年半がたち、100回の体得ゲームに挑戦している方々から役立つ改善策を寄せられています。

そのひとつに、仕入商品の売買をゲームに取り入れたとの報告がありました。  
しかし、精算表をそれに対応するために、改訂する必要があることが判明しました。

その提案に基づいて改訂して仕入商品もゲームできるようにしました。  
次回から新しい精算表を使うこととなりますので、お楽しみください。

-----

読者の皆様から、ご要望や率直なご意見をいただきますと、発信する勇気と力が湧いてきますので、皆様からのメールを心待ちしております。よろしくお願ひします。

アドレス：[happy@keiei-tokkunshi.jp](mailto:happy@keiei-tokkunshi.jp)

=====

一般社団法人 経営特訓士協会（略称：KTGA）

URL <http://keiei-tokkunshi.jp/?mail>

アドレス：[happy@keiei-tokkunshi.jp](mailto:happy@keiei-tokkunshi.jp)

配信解除URL：配信停止をご希望の際は、以下のアドレスをクリックしてください。

[http://asu12.com/d.php?t=test&m=stone\\_river@hosbiz.net](http://asu12.com/d.php?t=test&m=stone_river@hosbiz.net)

=====