

日創研だより

ごあいさつ

日本創造教育研究所グループは、「中小企業の活性化」を目的に、あらゆる階層の研修や職場内教育に適した教材の開発などを行っています。この「日創研だより」は、経営や人材育成に関する情報や企業事例などを掲載しています。貴社の経営活動において、少しでもヒントを得て頂ければ幸いです。

日本創造教育研究所グループ 代表 田舞 徳太郎

特集記事

転機は、逆境と共に訪れる

値下げ要求に、あなたならどう対応しますか？

大阪市住之江区に畜産物輸送を主に行う運送会社、
有限会社エム・カンパニー(代表取締役 松木克浩氏)があります。

この会社の特徴は、近畿一円に配送網を配し、まるで路線バスが決まった停留所で乗客を乗せるかのように、契約したお客様からの荷物を定期輸送ルート上でお預かりし、配送する仕組み「路線便」を確立されていることです。

お客様の業務効率向上とコスト削減につながるこの仕組みは取引先から高く評価され、会社を成長・発展させる原動力となっています。

実は、この「路線便」の仕組み、最初から今のような効果を狙って開発したのではなく、苦肉の策としてスタートしたものでした。



時間やルートを定め運行する路線便

時を遡ること10年。

不景気のおおりに受け、得意先のお客様から厳しい値下げを迫られます。その一つが、「65万円だった専用チャーター便を50万円で」という採算割れ必至の値下げ要求。

(これを断れば、契約を打ち切られるかもしれない)
(これを受け入れたら、さらに値下げを要求されるかもしれない)

そんな思いが頭をよぎりながら、来る日も来る日も「できることは何か？」を考え続けます。

そこで、松木社長はこんな提案をします。
「2割の値下げに応じる代わりに、荷台の2割のスペースをください」

この2割のスペースを使って、他社の荷物を運ぶようにしたのです。

逆境に追い込まれた中でのこの提案こそが、危機を乗り切っただけでなく現在の「路線便」という会社を支える中核事業をつくりました。

松木社長の最後まであきらめなかった力、可能思考がチャンスをつくったのです。
誰もが困難だと思う状況の中に、あきらめなかった人のみが手にできる宝が埋まっています。

「できることは何か？」この問いに真剣に向き合ってみましょう。

きっと、まだまだできることが見つかることでしょう。

2013年より本格始動!

会社の
潜在能力を
チェック!!

複数の目で
自社を
チェック!!

「経営の現状分析診断」と「企業のバランス診断」



経営の現状分析診断

2種類の診断ツールが登場しました。診断の費用は一切かかりません。やり方も至って簡単! シンプルな質問に答えるだけです。(所要時間5分) お送り頂いた後、1週間程度で結果をお届けします。ご希望の方には、その診断結果の解説も致します。お気軽にお問い合わせください。

【お問い合わせ・申込先】
 (株)日本創造教育研究所 経営企画室
 TEL 0120-310-088
 MAIL info@nisouken.co.jp



企業のバランス診断

| | 回答者 | 特徴 |
|-----------|--------|--|
| 経営の現状分析診断 | 経営者 | 経営者が自分の直感で設問に答えます。経営者自身が自社の強みや課題をどう感じているかを視角的に確認することができます。 |
| 企業のバランス診断 | 経営者と幹部 | それぞれ同じ設問に答え、会社の姿を「舵取り役」と「推進役」の2方向からチェックします。企業発展のヒントがバランスチャートに表れます。 |

ありがとう経営を実践しよう!

株式会社オートピア

代表者: 福田 琢磨 氏

住所: 長崎県東彼杵郡波佐見町岳辺田郷

業種: 自動車販売・車検・修理など



長崎県で自動車販売や修理業を営んでいる株式会社オートピアでは、「ありがとう経営」に取り組んでおられます。



朝礼教材『13の徳目』

『13の徳目』を使った朝礼では、指名された人だけでなく、全員が『13の徳目』に記入した前日のありがとうを発表されます。一緒に働く仲間への感謝はもちろん、お客様への感謝、会社に対する感謝の気持ちを共有する時間となり、温かく優しい社風をつくる取り組みの一つになっています。

また、お客様待合室には「心に残るありがとう」入選作品集を置かれています。修理の仕上がりを待つ間など、お客様が自由に閲覧できるようになっていて、涙ながらに読まれる人も多数いらっしゃるそうです。購入を希望される方も多いとのことですが、そういう方には無料でお渡しされています。



心に残る、ありがとう

この冊子を読まれた上場メーカーの経営者は、社員教育に最適と言って数百冊も購入されたり、ある先生は、保護者教育のテキストとしても使うようになったそうです。

もちろん、お客様にも評判が良く、「車を買うならオートピアがいいよ」と紹介が増えているそうです。

福田社長は「この冊子が自社の取り組みをPRしてくれるとともに、新しいお客様を呼んでくれるツールになっている」と喜ばれています。

企業を成長発展させるには、身近にいる社員さんや、日頃から取引のあるお客様に感謝し、大切にしていく必要があります。そういう意味でも「ありがとう経営」を実践し、自社の取り組みを紹介していくことは、中小企業ならではの立派な経営戦略となるのではないのでしょうか。



待ち時間を楽しむ環境を提供されています

※『心に残るありがとう』や『13の徳目』に興味をもたれた方は、1社につき各1冊進呈します。メールでお届け先をお送りください。 info@nisouken.co.jp

時流を読む

他社の事例を教訓にして、自社を見直し改善に取り組むことは、いつの時代も必要なことです。中小企業庁がホームページで「倒産理由」を公開していますが、その第1位の理由は2010年からまったく変わっていません。しかも、その理由は全体の7割を占めています。

では、ここで一つクイズです。

最も多い倒産理由は何でしょうか？

- ①連鎖倒産
- ②販売不振
- ③既往のしわよせきおう（※過去からの累積した赤字）
- ④放漫経営

答えの前に、もう少し関連する情報をお伝えします。

2012年の倒産件数は1万2,124件（負債総額1,000万円以上）。ただし、今年2月までの4か月は倒産件数も負債総額も減少傾向で、2月は過去20年間で最少件数となっています。中小企業金融円滑化法などの各種金融支援効果で倒産が抑制されていたようですが、3月末で同法は終了になり、その影響による倒産は増加傾向にあります。

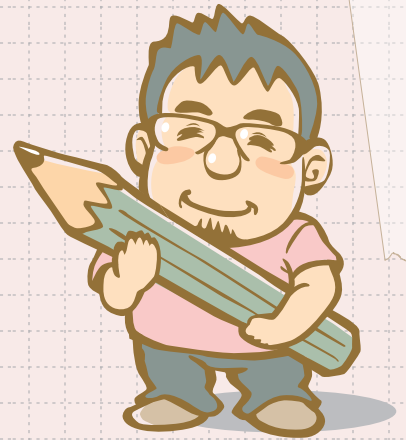
お待ちいたしました。それではクイズの回答を発表します。

倒産理由の7割を占めているのは「②販売不振」です。

販売不振の要因は様々あることでしょう。客数の減少、客単価の低下、営業パーソンの不足、外部環境の悪化などが考えられますが、その真因は何でしょうか。

倒産理由の7割が販売不振であることからわかる通り、販売するという力は企業存続に不可欠なことです。では、販売力を高めていくためにどうすれば良いのでしょうか。

続きはWEBで <http://www.nisouken.co.jp/000639.html>



公式ホームページで好評連載中！ ワンポイントアドバイス（2013年2月掲載分） <http://www.nisouken.co.jp/>

第144号 社会的知性の高いリーダーを目指そう

（株）日本創造教育研究所 研修講師 大友 光夫

社会的知性とは「良い人間関係を構築し、様々な集団の中（家庭・職場・その他）で良い影響をもたらす能力」です。私たちそれぞれが社会人として、リーダーとしての役割を担い、確かな責任を果たし、与えられた結果をつくっていますが、今回は「リーダーシップ」について考えてみたいと思います。リーダーシップのスタイルにはその人の持つ「人格・自我」による個性的な意思決定の仕方により、大きく分けると3つのパターンがあるといわれます。

1) 専制型（支配的）

とても個性が強く、仕事の目標や方針の作成、その計画の実行など、自分の主体性、理想、信念に偏る傾向があり独断専行のタイプです。即断、即決、迅速な意思決定ができますが、権力や制度で縛りつけるかのような、ワンマン的で部下を支配し服従させる指示、命令で動機づけしていきます。長い時間の中で、現実にはそぐわない方向に偏っていきます。

2) 委任型（堅実的）

優しく寛容で、謙虚で誠実な人格を持ち、部下の自主性や専門性を尊重し、部下の権限や責任を明確にさせ、自己管理で堅実に仕事を任せる、部下中心型のタイプです。和やかな人間関係をつくりやすいため、部下にとって働きやすい環境となります。しかし、長い時間の中で任せすぎる傾向が、やがて怠惰な社風をつくることにもなりかねません。

3) 民主型（信賴的）

組織メンバーとの対話による質問、傾聴を怠ることなく、現実の確認を大切にしながら仕事の目標、分担、進め方についての意思決定をします。仕事の目的が理解されるまでは安易に任せることはしませんが、相互信頼の中で指示、支援を忘れることなく、適切に配慮しながら対処します。長期的に共感、共有度の高い、協働的組織づくりをしていくタイプです。



あなたはどのスタイルに当てはまりましたか？

それぞれに長所と短所があります。自分がどのタイプかを知り、使い分けができる能力こそ「社会的知性」です。

成長の裏側に潜入!! ~あの会社はどうやって人を育てているのか?~

株式会社ライン

本社所在地：北海道釧路市

業 種：自動車販売・飲食事業・通信事業・保険事業

従業員数：30名（うちパートさん10名）

売 上：721百万円（平成24年度）

研修導入：2010年7月より

ホームページ：<http://www.linecompany.jp/>

北海道釧路市内で、自動車販売・飲食業・損害保険業・通信事業を展開。

「多くのお客様の支えがあった今日の株式会社ラインがある」という感謝の心を大切にしている。

一層の努力でお客様のニーズに答えようと『いい会社』『いい仕事』『いい人間』をモットーに挑戦を続けている。



Q. 研修を導入するにあたり、社員さんにどのようになってもらいたいとお考えでしたか

A. 働く一人一人に、自分の仕事に積極性と自主性を持った仕事をしてほしいと思っていました。また、仕事に対する意識をより高め、当社の企業理念でもある「人に感動を伝え、社会に夢を与える」人材になってもらいたいと日々考えていました。

Q. 研修を導入されたきっかけをお聞かせください

A. 創業から約10年、がむしゃらに販売した結果、地域の業界ナンバー1になることができましたが、その時にお客様満足度を無視していること、そしてお客様が離れていくことに気が付きました。また、社員さんも定着していませんでした。どうにかしなくてはいけないけれど、どうしたらいいのかわからなかった時、知り合いの紹介で、自分が可能思考研修基礎コース(SA)を受講しました。そこで学んだ様々なことを活かして会社を変えていくためには、自分一人だけが学ぶのではなく、社員さんと一緒に学び、共通の体験を広げたほうがよいと判断しました。それが研修を経営に活かす近道だと感じたからです。



代表取締役
嶋倉 真人 様

Q. 研修を導入いただいて、社内にどのような変化がありましたか

A. 「学ぶこと」「成長すること」に対する興味が大きくなったと思います。その結果、私が伝えることや、上司からのアドバイスなども自然に受け入れるようになりました。また、意思の疎通がはかれたことで、理念・ビジョンの浸透が円滑に行えるようになりました。

Q. 社員さんを研修に送り出す際にされている工夫はありますか

A. 「研修で学び、自分を高めたい」という意志・意欲を持った人に参加してもらうことにしています。その気持ちがなければ、効果は表れないと考えているからです。研修に参加する

研修の派遣状況 2010年～2013年

| 研修名 | のべ人数 |
|---------------------|------|
| 可能思考研修・実践コース(PSV) | 13名 |
| 実践ビジネススクール | 1名 |
| 業績アップ6か月研修 | 2名 |
| 営業スキルアップ5か月研修 | 2名 |
| 業績向上1日セミナー コラボレーション | 10名 |
| ワークマネジメントセミナー | 5名 |

※上記研修以外にも、多数の研修にご参加ご派遣いただいています。

~共通体験が会社を強くする~

共に成長し合えるチームワークで
徹底したお客様第一主義を実現する

前には、直接話をする機会を設けて、「しっかりやらなければ」といった考えはいらぬ。自分らしさ全開で参加できるように」と伝えるようにしています。業績アップ6か月研修などの数か月にわたる研修においては、基本的に期間中に私からアドバイス等は行わず、参加者本人が自ら悩み・考え抜き・課題を乗り越える経験を積むように見守ります。その体験が本人の自信となり、研修が終わってからの仕事にも大いに役立っているようです。

Q.OJT(現場教育)では、どのような取り組みをされていますか

A. 各事業部・部署で自分たちが考え、答えを出すようにしています。毎朝の朝礼では、『13の徳目』を使ったコーチング型朝礼・職場の教養・本日のスピーチ・社長への質問といったことを行っています。また、部署ごとの『理念と経営』社内勉強会や全体意識の統一のために月一回の全社員での社内研修を行いながら、お客様に満足いただける会社作りに取り組んでいます。



『13の徳目』を使った朝礼風景



株式会社ライン様に学ぶ

研修活用のポイント

- ① 全社員と共に学び体験を共有する
- ② 学ぶ意欲を見きわめて派遣する
- ③ 自分で考える機会や場を用意する