

日創研 だより

2014年7月
【vol.10】



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なっています。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いただければ幸いです。

日本創造教育研究所グループ 代表 田舞 徳太郎

特集記事

2014年も半分が経過し、後半戦に突入しました。年初に立てた計画の推移はいかがでしょうか？
順調な企業様も、そうでない企業様も後半に輝かしい結果が残せるよう、精一杯取り組んで参りましょう！
昨年からはじめた、2か月に1回発行の「日創研だより」も、おかげさまで10号を迎えました。皆さまのお役に立てるよう、これからも精進して参ります。何卒、よろしくお願ひします。
今回は、アイデアに関する特集です。是非、お読みいただき、更なる貴社の発展にお役立てください。

新商品・新サービス・新ビジネスモデル等の立案に役立つ

成功を生み出す4つのステップ

中小企業は、大企業に比べて資本力が限られています。しかしながら、大企業顔負けのヒット商品や新サービスを世に送り出している元気な中小企業が数多く存在しています。これらの企業は、いったいどのような取り組みをしているのでしょうか？

"月刊『理念と経営』"2014年6月号に、農業機械の製造・販売を手掛ける福岡の「株式会社筑水キャニコム」が取り上げられています。この会社は商品のユニークなネーミングで注目されていますが、その成長は利用者の困り事を徹底的に聞き出し、それをタネとしてお客様に役立つ商品を開発していく力が支えています。

また同5月号には、ブライダル関連事業を展開する「株式会社かわの」が取り上げられています。新郎新婦の意向を十分に汲んだ結婚式で高い評価を得ていますが、オリジナリティーにあふれる式を可能にするのも、新郎新婦の希望を実現しようとする、スタッフの熱意とアイデアです。

同誌には中小企業ならではの経営で成功している事例が数々取り上げています。これらの企業の共通点は、**アイデアを具体的なカタチになるまで、試行錯誤を重ね、ビジネスに育て上げていること**と言えます。

どの企業にも、ヒット商品・サービスを生み出すチャンスは平等にあります。チャンスを活かして、成功を引き寄せるためにも、**お客様のお役に立ちたいという思いを持った人材の育成**と、そういった人材の**自発的な行動を後押しする社風の醸成**が重要となります。

次ページでは、「成功を生み出す4つのステップ」を紹介しています。ヒット商品・サービスの開発に向けて、ぜひ参考にしてください！



日本創造教育研究所グループの
コスモ教育出版が発刊する「月刊『理念と経営』」
豊富な企業事例で、多くの経営のヒントが得られます！
購読申込み・お問い合わせは
コスモ教育出版 ☎0120-519-114まで

成功を生み出す4つのステップ[着想⇒連想⇒発想⇒予想]



着想

新商品や新サービスの開発には、その元となるアイデアのタネが必要です。このタネをたくさん持っているほど、成功の可能性は高まることでしょう。ではこのタネを増やすには、どうすればよいのかと言えば、答はカンタン! 集めるための行動を起こせばよいのです。例えば地元の異業種交流会に足を運び、普段ならば出会わないような人と交流を持ったり、あまり興味がないテーマの講演会や勉強会にあえて参加するなどがお勧めです。一見関係のない情報が、アツ!と驚く着想につながります。



連想

着想したコトを具体化するには、離れて見たり、近づいて見たり、また右から見たり、左から見たりして、その可能性を大いに検証することが必要です。特にビジネスでは、お客様の視点で考えることが大切です。

ある百貨店では「売り場」のことを、「買い場」と呼びます。お客様目線でお店づくりをするため、意識して視点を変えている一例です。また、お客様の要望を正確に知るには、お客様に直接聞くことが効果的です。電話フォローやアンケートが、それに当たります。時には、耳が痛くなるような意見もあるでしょうが、そこにこそ連想のヒントがあると捉え、真摯に受け止めましょう。



発想

着想し連想してふくらませたタネを、カタチにする段階です。タネがタネのまま終わってしまうのは、ここを乗り越えられないケースが大半です。発想が、中小企業の弱みなものかもしれません。逆に言えば、ここを乗り越えてカタチにできれば、大きなチャンスがぐっと近づきます。よって、中小企業が勝ち抜く道が発想にあるとも言えそうです。

これからの企業には、発想する力がますます求められることでしょう。そのためにも、お客様に役立つことを願い、根気強く、熱意高く仕事に取り組む、可能思考能力の高い人材の育成が急務です。



予想

新商品・新サービス開発の最終段階です。ここまでの段階を経て、きっと役に立つという自信に満ちているでしょうが、思い入れが強いほど、客観的な視点で見直すことが大切です。特に、自社の経営理念と照らし合わせる過程を忘れてはなりません。どんなに優れたものであっても、自社の経営理念とのズレを少しでも感じたならば、見直しを行なうべきでしょう。また、関係者以外の方に試してもらい率直な感想を聞くことも、予想をする上で効果的な方法です。

せっかくここまで辿り着いたのですから、最後のツメまでしっかり行ない、胸を張って世の中に送り出しましょう。



自社にできること、自社が発展するチャンスは、きっとまだあるはずです。
着想⇒連想⇒発想⇒予想の実践的な進め方を、成功発想塾で習得しましょう!

新商品・新サービス開発、新ビジネスの構築、既存ビジネスの発展に

研修の
目的

1. 成功を生み出す発想法(ZK法)を学ぶ
2. 新商品・新サービスなどを立案する
3. 目的に合わせた計画書を作成する

大阪 9月19日(金)/東京9月24日(水) スタート
月1回 6回シリーズ 毎回12:30~18:00

半年間で驚くほどの
発想力が向上します



撮影: 中村ノブオ

大阪万博、つくば科学万博、都市開発計画など、ビッグプロジェクトの企画・推進チームのコアを歴任してきた

片方 善治先生に学ぶ

成功発想塾

大阪研修センター ☎06-6388-7741 大阪府吹田市豊津町12-5
東京研修センター ☎03-5632-3030 東京都江東区南砂2-2-7

効果的な人材育成プランのご提案や研修中のフォロー方法のご説明を無料で行ってまいります。最寄りの研修センターまで、お気軽にお申し付けください。

大 阪研修センター TEL:06-6388-7741 東 京研修センター TEL:03-5632-3030
福 岡研修センター TEL:092-475-1466 名 古 屋 研 修 中 心 TEL:052-483-0471
札 幌研修センター TEL:011-729-2141 広 島 営 業 所 TEL:082-502-6281

朝礼が人材育成の
場になる!

「13の徳目」を使った朝礼で
ありがとう経営を実践する事例をご紹介します

朝礼が定着し、
活性化するにつれ
業績も向上

天一 元町店(株式会社 王宮)

代表者 橋本正権氏
本社所在地 大阪市中央区
H.P <http://www.dotonbori-h.co.jp/> (株式会社王宮)
<http://50393.p-world.jp> (天一 元町店)

ホテルや中華料理店などの事業を展開している株式会社王宮。
パチンコ・スロットの店 天一もそのひとつ。
「13の徳目」を朝礼に導入して以来、社風が大きく改善。
雰囲気の良いは、スタッフだけでなくお客様も感じるまでに。
グループを統括する原口部長に伺いました。

2つのルールが社風を変えた!

交代勤務で全員が揃うことが難しいため、朝礼は朝夕の2回行ないます。
朝礼を、プライベートの心から仕事の心に切り替える
重要な機会と位置づけています。

このスタイルの朝礼を始めた3年前には、
2つのルールを設けていました。

- 1つ目は、肯定的な発表内容であること
- 2つ目は、どんな発表にも承認の拍手を送ること

今ではルールが不要なほど、当たり前のこととなり、
発表のたびに、発表者に対する温かい拍手が送られています。
また、発表に対する感想にも、発表した方を承認する言葉が並びます。

「13の徳目朝礼」を継続するうち、このムードは朝礼の枠を越え、
お店全体の雰囲気へと広がりを見せています。
導入して3年、コミュニケーションが円滑になり、
お店全体が明るくなったことを実感しています。



天一グループ
統括部長
原口 英二様



交代制勤務で、
みんなが集まる機会が
ないからこそ、
朝礼を朝夕の2回行ない
情報を共有



「13の徳目」朝礼で
得られる5つの力

考える力 伝える力

聴く力 要約する力

感謝する力

お問い合わせは
コスモ教育出版まで
☎0120-519-114

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(第159号) <http://www.nisouken.co.jp/>

「評価制度作成と運用のポイント」

日本創造教育研究所パートナーコンサルタント
村尾マネジメントコンサルタント 代表 村尾 謙次

評価制度を作られている企業様は中小企業でも多く見受けられますが、上手く運用しきれないというお声をよく耳にします。これは様々な理由が考えられますが、作成段階での問題と運用段階での問題に分けられます。作成段階での問題の多くは、経営者や人事部だけで作成されていることに起因します。どうしても会社側の視点で考えるため、社員さんから見ると強制的圧力の色合いが強い評価制度になりがちです。もちろん強制的圧力も時には必要ですが、これだけでは社員さんのやる気や能力を引き出すことは出来ません。社員さんからの視点も取り入れて、頑張ったことを評価するといった、わかりやすさも大切だということです。



したがって、評価制度を作成する段階では、出来るだけ多くの社員さんも巻き込み、現場からの意見を吸い上げることが重要です。自分も関わったという思いがあれば、実施段階においても協力的な姿勢が期待できます。コンサルティング会社に丸投げして作成してもらうのは楽なことです。が、会社の人材のことを一番よく知っているのは、会社の当事者です。よって、その会社に合った評価制度にする為には、一人でも多くの社員を巻き込みましょう。



この続きはホームページをご覧ください!
<http://www.nisouken.co.jp/000656.html>

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?~

株式会社トゥルス

本社所在地：千葉県鎌ヶ谷市
業種：美容業(美容室27店舗 エステサロン3店舗)
従業員数：400名(パート含む)
売上：19億6千万円(2013年度)
研修導入：2006年6月
ホームページ：<http://www.truth-style.com/>

「今のヘアスタイルってちょっと…」と「もっとキレイになりたい…」といった、お客様の希望を最大限に表現できるよう確かな技術を追求しています。お客様にとって、髪を切るって楽しいことであり、ちょっとした勇気も必要なこと。そんな気持ちを深く理解し、お客さまが満足していただけるスタイル作りを目指しています。



Q. 研修導入前に、御社が抱えていた課題はどのようなものでしたか?

A. スタッフ同士の人間関係がうまくいかず、風通しの悪い職場でした。それは離職率に顕著に表れていて、社員さんはもとより店長クラスまでもが、次々と去って行きました。そのような状況で社業に集中できるはずもなく、利益が出ない経営状態でした。

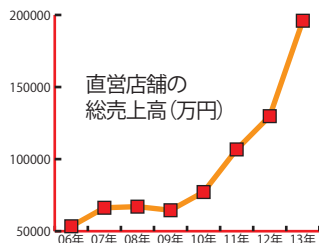
Q. 研修を導入して以来、社員さんや社内全体に現れた変化についてお聞かせください。

A. 日創研の研修を導入して、8年が経ちます。可能思考研修を受講したスタッフが少しずつ増えるにつれ、お店の中の雰囲気が良い方向に変化していきました。課題であった離職率も、まずは店長クラスに改善が見え始めました。それに追従して、社員さんの離職も減少しました。



代表取締役社長
天野 雅晴 様

その変化を肌で感じた私自身もさらに学ぶ必要性を感じて、可能思考研修 実践コース (PSV) を修了した翌年の2007年に第20回 企業内インストラクター養成コース(TT)を受講しました。経営者として知っておくべきことを短期間



に集中して学んだ経験はとても大きく、それ以降、学んだことをじっくりと時間をかけて社内に浸透させていった結果、徐々に売上と利益が安定し、2009年頃を境に大きく伸びていきました。

Q. 研修に社員さんを派遣される際に、心がけていること、気をつけていることをお教え下さい。

A. 導入した当時は一方的に研修に送り出していました。ある程度の人数が受講した頃、このやり方では期待する効果が表れないと感じるようになりました。それ以来、どうすれば研修で学んだことを現場で実践できるかという問いと向き合いました。試行錯誤を重ね、参加者の学びたい気持ちが高まってから研修に送り出す、今のスタイルを確立していきました。このようにしてからは、研修から戻ってきた社員の意欲が長続きし、職場全体に良い影響が出るようになったと感じています。この変化を通じて、人の成長には本人の意思を尊重することが

「人材の育成には長い時間がかかる」それを承知で取り組んだ結果、強固な組織が完成

大切であることを学んだ気がしています。現在は、学びたいという社員さんには、どんどん学ぶ機会を提供するようにしています。可能思考研修を修了したスタッフには、仕事力の習得に向けて、成功発想塾やマネジメント養成6か月コースといった研修に参加する機会も設けています。



Q. 「13の徳目」朝礼や月刊『理念と経営』社内勉強会をからはどのような効果が出ていますか?

A. 朝礼に「13の徳目」を導入して8年になります。小冊子に掲載されている進め方に沿って進行していきますが、スタッフの考える力・聞く力・感謝する力がずいぶん高まったと感じています。またスタッフが記入した13の徳目をお店のレセプションに置いて、お客様に読んでもらっています。こういったツールを使って、自己研鑽に励んでいることを知って頂くことで、お店やスタッフに対する信頼感を持ってくださっているようです。

また、月刊『理念と経営』を教材にした社内勉強会は、毎月第3水曜日に1時間早く営業を終了して開催しています。会社全体の視点から考え、判断できるスタッフが増えたのは、この勉強会を継続してきた成果だと思っています。



朝礼が人材育成の場に変わる朝礼ツール「13の徳目」(発行コスモ教育出版)

スタッフが勉強会に持ち寄った設問表は提出してもらい、私が読んで経営のヒントにさせてもらっています。

Q. 最後に一言、お願いします。

A. 今、あらためて社内を見渡すと、何よりも人間関係に変化を感じます。人が根付かなかった組織風土は、もとを正せば自分が作っていたのだと思います。お互いオープンマインドで付き合えるようになった現在の人間関係を大切にして、スタッフとともにさらに学び続け、働きやすくお客様に喜ばれるお店づくりに取り組んでいきたいと思っています。

研修の派遣状況 2006年～2014年

研修名	のべ受講者数
可能思考研修・実践コース (LT, PSV)	36名
社長・幹部塾	24名
成功発想塾	15名
マネジメント養成6か月コース	10名
企業内マネジメントコーチング6か月プログラム	5名
企業内インストラクター養成コース(TT)	1名
実践ビジネススクール	1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。

株式会社トゥルス様に学ぶ
人材育成のポイント

- ① すぐに結果を求めず根気強く取り組む
- ② 学習意欲の高い人には学ぶ場を与える
- ③ 勉強会は他に優先して必ず継続実施