

我が社の魅力づくりに挑戦する

全 4 回

## 「次世代リーダーのための研修会」開催

イーエムイー(EME)コンサルタンツ(株) 小野知己社長を講師に

### 解説だけでなく演習、発表などを重視

(株)大阪彩都総合研究所の、次世代経営者と若手経営者などの幹部を対象とした「我が社の魅力づくりに挑戦する 次世代リーダーのための研修会」(弊社主催)が6月4日から7月23日まで4回にわたって、JR大阪駅近くの大阪コロナホテルで開かれました。講師はイーエムイーコンサルタンツ株式会社の小野知己代表取締役。講演だけでなく、参加者の意見発表と演習を重視した少人数制の研修会で、顧客に選ばれ続ける魅力ある会社にするために、どうすべきかなどを学びました。

#### 顧客から選ばれ続ける魅力をつくろう

「100年に一度」といわれる経済危機の中にあるからこそ、みんなの危機意識が高まり、変革のチャンス到来!と捕らえて、中小企業が「顧客から選ばれ続ける魅力を創造しよう」と催されたのがこの研修会。



小野社長(中央)を囲んで意見を出し合う参加者たち

4回のテーマは「自社の魅力分析」、「新たな魅力の見える化」、「新たな魅力作りへの取り組み」、そして、「我、今なにをすべきか」。

4回とも、小野社長が講演・解説した後、問題点などを参加者が考え、ワークシートなどに改善策などを書き込み、参加者同士が何を、どう改めてゆくべきか意見を出し合いました。

講義には小野社長の著書「我が社は、なぜ、顧客から選ばれているのか」(株かんぼう刊)が提供され、これも参考にしました。

### **「なぜ、顧客から選ばれているか」を理解している企業はわずか1割**

初回のテーマ、「我が社の魅力分析」では、あるレストラン経営者は、自分の店が顧客に支持されている理由は「味と品揃えがいいから」と思いこんでいたが、近くに新しい店が登場すると、たちまち、客を奪われ閉鎖へ。要するに「近くにあるから選ばれていた」に過ぎないことがわかった、という事例を紹介。

「企業は顧客に選ばれているのですが、顧客が選んでくれているほんとの理由を経営者たちが理解していないケースが多い。自社の魅力をわかっているところは1割くらいといわれます」と小野社長は語り、「これでは将来のあるべき自社の姿を見出すことはできません。顧客が評価する顧客価値を把握し、客観的に自社の現状を正しく認識することが必要です」と訴えました。

### **顧客満足をさぐる「バランス・スコア・カード」などを使用**

参加者の会社幹部らが、顧客に選ばれている（と思う）理由や対策を探るため、顧客満足経営を実現するツールであるワークシートやバランス・スコア・カードなどに書き込み、それが正しいのかどうか、業種の違う参加者が質問したり、掘り下げて話し合いました。

また、自分と周囲との「自分自身に対する認識ギャップ」を示す心理学の言葉「ジョハリの窓」を使うなどで、「気づき」の重要性を話し合い、同時に、気づいていなかった部分を、自社の従業員にもわかるように「見える化」することの大切さを説明しました。

2 回目の「あるべき姿をどう描くか」では、北海道・旭川市の旭山動物園についての動画を上映。客が少なく閉園寸前だった同園が、動物の生きた生態を入園者の目の前で見て、感動できるように工夫、演出して、他府県からも見学者が訪れるほどの人気になった事実を紹介。客にとって何がメリットかにつき、参加者たちが話し合い、自分たちの会社に当てはめて考え、気づくこと、発想の転換の大切さを研究しました。

### **将来のあるべきビジョンを「見える化」する**

新たな魅力作りへの取り組み（3 回目）では、経営課題と解決策を抽出、ロードマップをつくることで、現実とやりたいこととの間のギャップをどのように解決していくかをバランス・スコア・カードを使って演習。最後（4 回目）は、「我、今なにをなすべきか」と自らに問いかけ、「わくわくする企業創りと経営者の役割と題して」次の5 項目の提言を行いました。

- ① 社員に対して透明な経営を行う
- ② あるべき姿の「見える化」を行う

- ③ 重要課題に経営資源を投入する
- ④ 挑戦する企業文化を醸成する
- ⑤ 経営に対する考え方を転換する。

小野社長は、企業は人と人との有機的に結びついた組織であるから、変革のためには、経営理論だけでなく、人と人との関係性、組織と社会の関係性を生かすことの大切さを強く、訴えました。

まとめ (株)大阪彩都総合研究所  
橋本 剛