



部門改善の為のワークショップのご案内

2015年 1月 1日

株式会社 PE 経営

矢村 弘道

本ワークショップの目的と狙い

本プログラムはコンサルティング事例を元に短期間で成果を体験して頂く為の個別企業向けのプログラムです。実施に当たっては個別企業に合わせて内容を調整致します。

目的

1. 小さな改善施策の実行による効果出し
2. コンサルタンの視点に基づいた「発見 気づき」をしてもらうこと
3. 小さな改善の体験による「意欲 やる気」の向上

狙い

1. 経営幹部候補生の選び出し
2. 改善を継続する為の仕組み構築の必要性の認識
3. 更なる改善施策企画検討の必要性の認識

特徴

1. 短期間（6日間 約2ヶ月）程度の活動での成果だしの仕掛け
2. 活動中でのコミュニケーション能力の向上
3. メンバーのスキル、理解度に合わせた無理のない活動推進

ワークショップの概要 (例)

例 目的	対象業務部門	開発テーマ (期待する効果)	活動概要
営業力強化	食品商品企画グループ	消費者に期待される新商品の企画力向上	アイデア段階の地域産品を元に大都市圏の目の肥えた消費者に受ける食品を企画する
	委託加工メーカー	自社 製品開発における販路開発	委託加工業から自社製品を開発し、対象とする市場での価格設定、販売方法、ルート開発をおこなう。
	自動車学校	対象商圏の顧客ニーズに応じた営業企画力向上	自動車学校が立地する地域の見込み顧客のシェア分析およびバスルート見直しや、ファン作りで囲い込みを図る
	電機メーカー営業部門	受注プロセスの共有化による受注確率の向上	受注、失注の活動プロセスの分析だけではなく、営業活動そのものを共有し、チームで受注を支援する
サービス提供力強化	病院事務部門	間接部門でできる患者サービスレベルの向上	看護サービスの後方支援機能を看護部門起点で強化し、負荷の軽減により患者へのサービスレベルを改善する
	理美容事業者	新規市場開発によるサービス提供能力向上	理美容のサービスを受ける顧客を既存サービスの枠組みを外して潜在的な需要を掘り起こす
コスト削減	メーカー調達(購買)部門	調達モデルによる調達コスト削減	対象となる購入品の自社にとっての性格を分類し、分類毎の購入方法を物流コスト視点・リスクも入れ最適化する。
	情報システム部門	運用 保守起点での情報システムコスト削減	自社のビジネスモデルに適合しながらも維持更新に関わるコストを削減する
在庫削減	自動車部品生産管理部門	無駄な生産の削減と在庫リスクの軽減	ジャストインタイム納入を求められる自動車部品Tier 2以下の製造業で在庫を最小限にする生産計画を立案する
	病院用度部門	医療消耗品在庫の適正在庫化	医療消耗品在庫削減によるキャッシュフロー改善および消耗品の品質維持、廃棄ロス削減をする

消費者に期待される新商品の企画力向上ワークショップ

1. 活動の目的

《目的》

1. 何が食品における商品企画のポイントなのかを把握すること
2. 成功事例だけでなく失敗事例を研究し、商品のヒット率をアップさせること
3. 新規市場参入にあたって自社やグループで不足する資源を明確にさせること

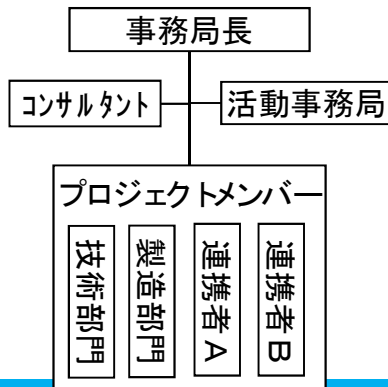
《狙い》

1. 一気に大都市での販売を狙うのではなく自社の資源に合わせてステップで進めること
2. 陥りやすい販売や製造での課題を想定し、準備ができるようにすること
3. 全社・グループの一体感を共有し、新規商品開発に貢献すること

2 活動対象

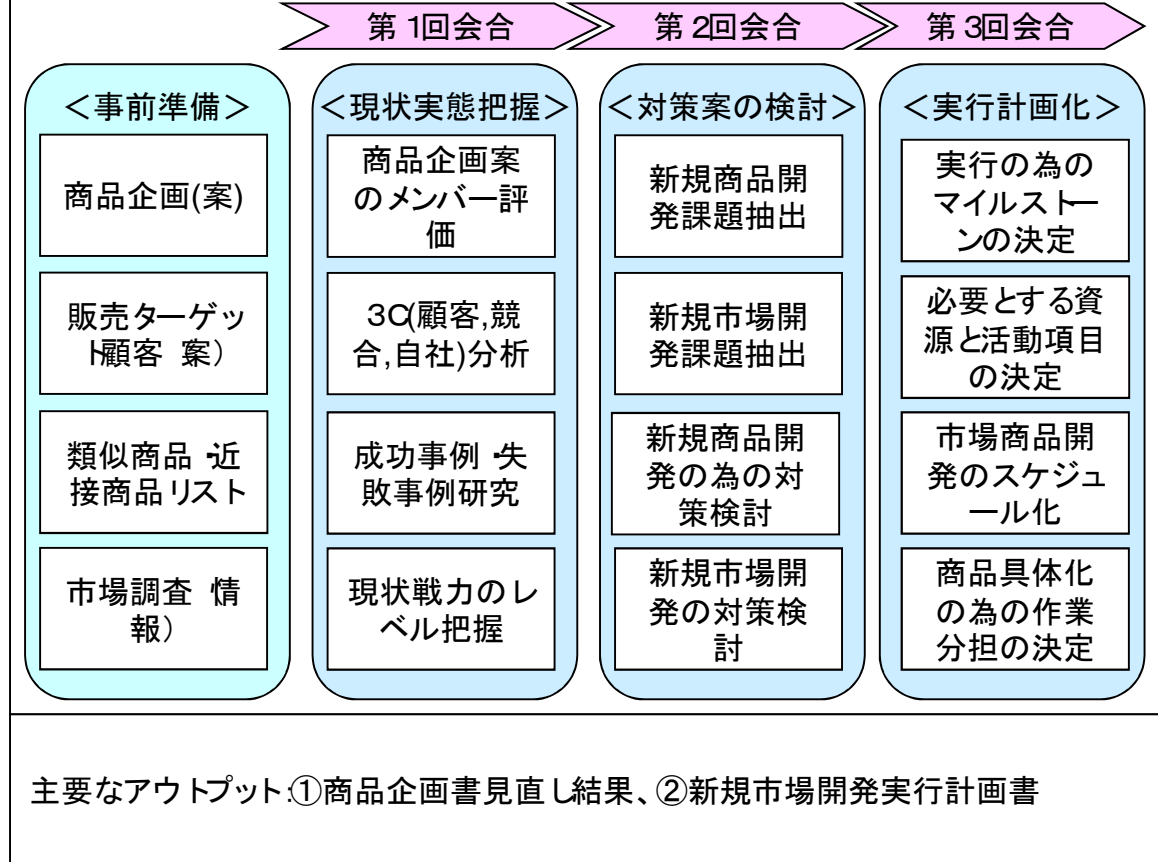
全部門 全グループ連携者)

3. 活動体制



4. 活動プログラム

2日/回 × 3回 = 6日間



5. 活動の基本的考え方

- 1) 新商品の企画に必要なとされる機能を客観的に分析すること
- 2) 消費者は何を元に購入するのかという視点を常に考えること
- 3) 本活動の中で何が何でも成功させるという全連携者の強い意志を形成すること

自社製品開発における販路開発ワークショップ

1. 活動の目的

《目的》

1. 新規事業開発に当たっての様々なリスクを明確にし、事前の対策を検討すること
2. 想定する市場を分析し、販売価格、原価企画に反映させること
3. 新規市場参入にあたって自社で不足する資源を明確にさせること

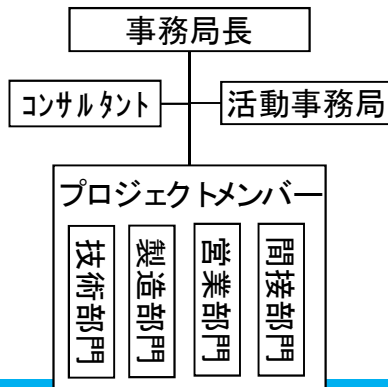
《狙い》

1. 自社資源で賅えるものとそうでないものを区分して、対策を検討すること
2. 自社資源で賅えないものに対して経営トップに上申すること
3. 全社で生き残る為の一体感を共有し、新規事業展開に貢献すること

2 活動対象

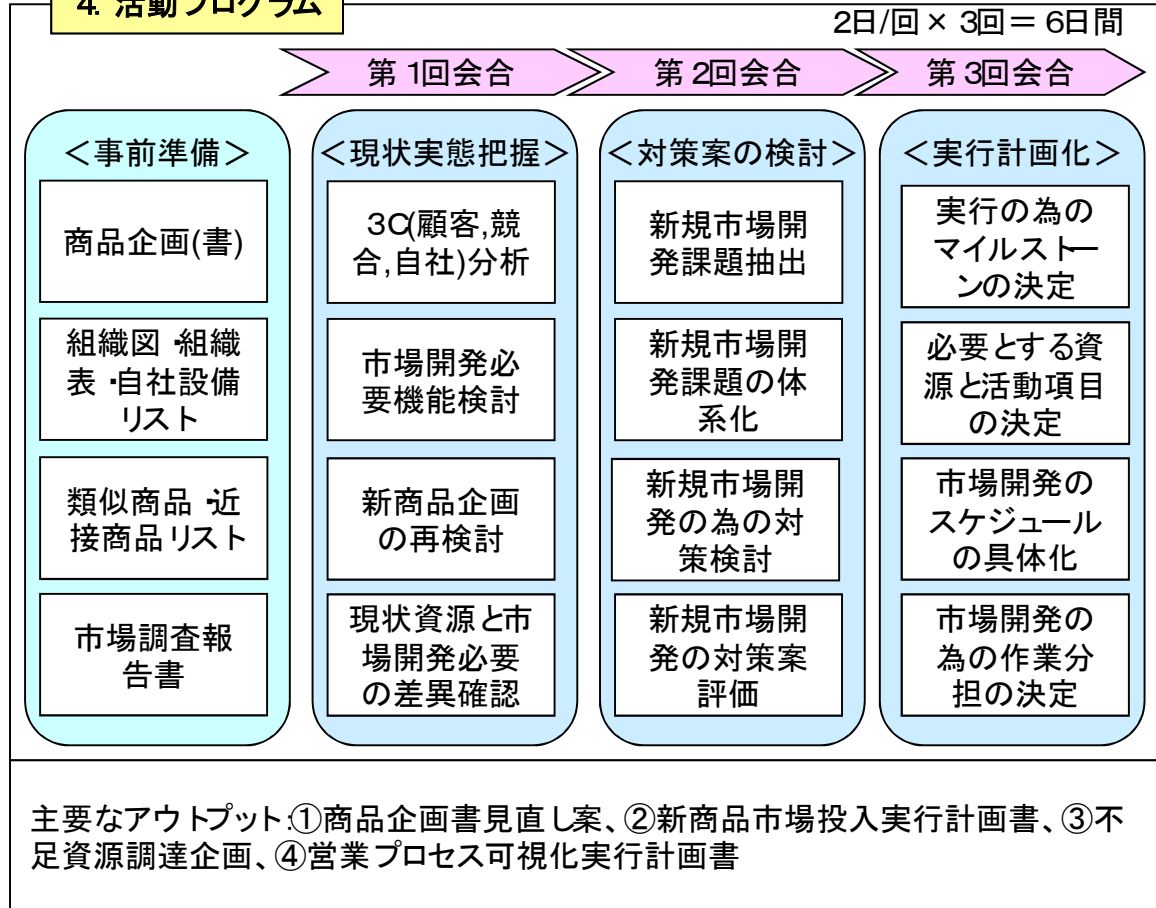
全部門

3. 活動体制



4. 活動プログラム

2日/回 × 3回 = 6日間



5. 活動の基本的考え方

- 1) 新商品の販売に必要なとされる機能を客観的に分析すること
- 2) “売る”ではなく “購入してもらう”にはどうするかという視点で検討すること
- 3) 本活動の中で何が何でも成功させるという全社の強い意志を形成すること

対象商圈の顧客ニーズに応じた営業企画力向上ワークショップ

1. 活動の目的

《目的》

1. 入校生を継続的に獲得できる体制を構築すること
2. 地域の見込み入校生が自動車学校に対する期待と不安を分析できるようにすること
3. 期待と不安に対して何を提供すれば入校動機につながられるかを企画できるようにすること

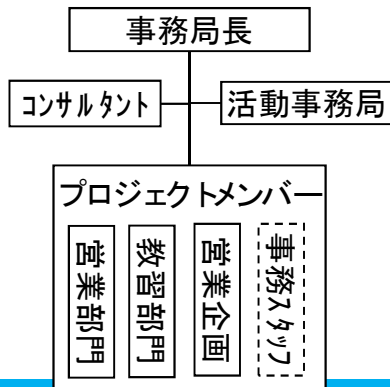
《狙い》

1. 人口縮小（特に若い世代）の日本において学校ビジネスの方向を見定めること
2. 車の所有に興味が少ない若い世代に対してインパクトを与えることができること
3. 入校生とのコミュニケーションを図れる楽しい教育現場をつくること

2 活動対象

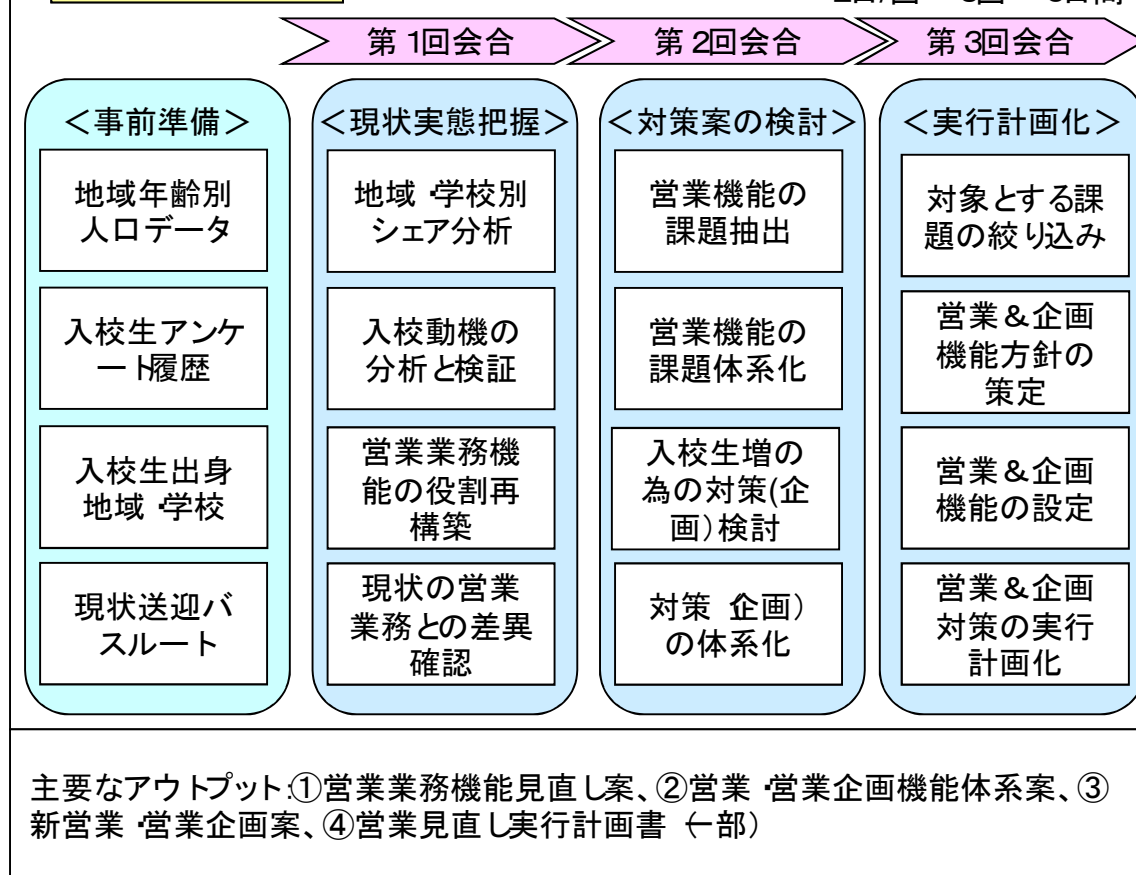
営業部門
教習部門

3. 活動体制



4. 活動プログラム

2日/回 × 3回 = 6日間



5. 活動の基本的考え方

- 1) 学費（価格）以外の入校決定要因は何かを検討すること
- 2) 通学形式の自動車学校が何を入校生に提供できるかを検討すること
- 3) 課題の解決に向けて何を具体的に実行すれば良いかを検討すること

受注プロセスの共有化による受注確率の向上ワークショップ

1. 活動の目的

《目的》

1. 個々の営業担当者の頭の中ではなく受注プロセスを客観的に分析できる状態にすること
2. 時々刻々と変化する営業活動をデジタル化し、何が受注・失注の要因であったかを可視化すること
3. 営業担当者の日々の報告の重要性を理解させること

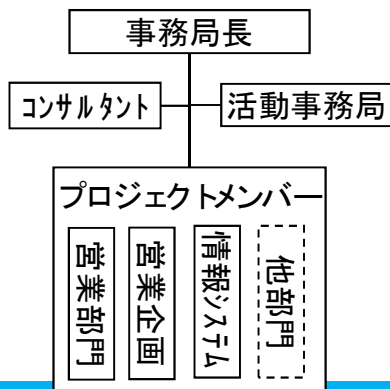
《狙い》

1. 営業管理職が個別の案件においてタイムリーな指示や軌道修正ができるようにすること
2. 営業担当者が自ら受注獲得の為にストーリーを構築できるようにすること
3. 営業担当者全員が相互の案件に対してアドバイスができるようにすること

2 活動対象

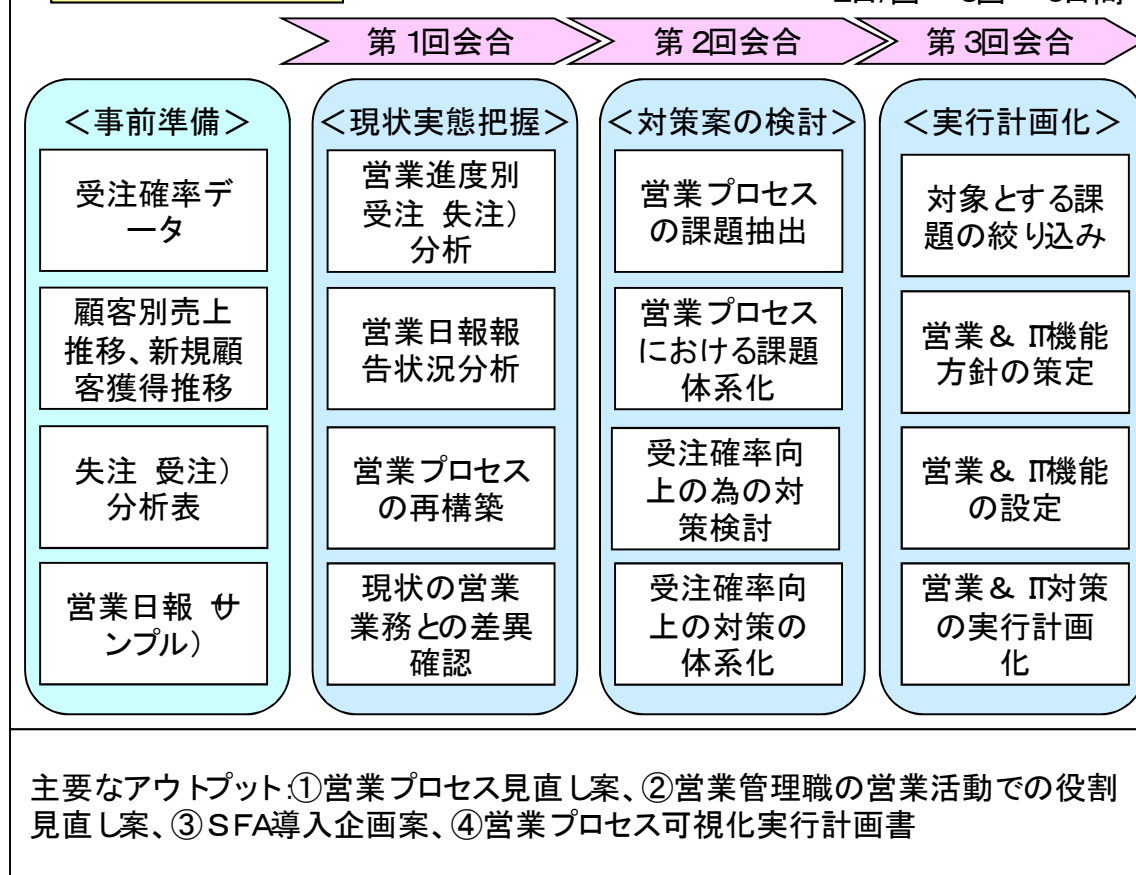
- 営業管理職
- 営業担当者

3. 活動体制



4. 活動プログラム

2日/回 × 3回 = 6日間



5. 活動の基本的考え方

- 1) 優秀な営業担当者は営業プロセスで何が異なるかを客観的に分析すること
- 2) 引合い初期段階で受注の為にストーリーを部門全体で作成できるようにすること
- 3) 営業活動をリアルタイムで共有する為の仕組みを作り上げること

間接部門でできる患者サービスレベルの向上ワークショップ

1. 活動の目的

《目的》

1. 患者の待ち時間を改善し、診察の負荷を軽減すること
2. 看護部門の事務負荷を軽減し、患者のケアに集中できるようにすること
3. 医師の事務負荷も同様に軽減し、患者への診察および手術に集中できるようにすること

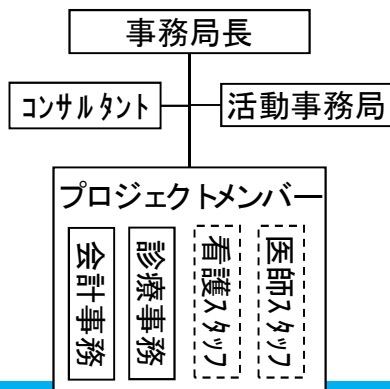
《狙い》

1. 医療を直接部門だけでなく間接部門にも貢献できることを認識すること
2. 看護部門、医師と事務部門の相互コミュニケーションを形成し、信頼される医療を目指すこと
3. 患者とのコミュニケーションを図れる明るい医療現場をつくること

2 活動対象

病院事務部門業務
(病院看護部門)

3. 活動体制



4. 活動プログラム

2日/回 × 3回 = 6日間

第1回会合

第2回会合

第3回会合

＜事前準備＞

来院患者時間別履歴データ

看護部門、医師の残業データ

診療請求、保険事務処理件数

手術件数、手術投入時間データ

＜現状実態把握＞

病院での間接部門の役割の再検証

間接業務部門の業務機能の抽出

間接業務部門機能の再構築

現状の間接業務との差異確認

＜対策案の検討＞

間接部門の課題抽出

間接部門の課題構造の作成

間接部門貢献の為の対策抽出

間接部門貢献の為の対策体系化

＜実行計画化＞

対象とする課題に絞り込み

間接部門改善コンセプトの策定

間接部門の重要課題の設定

直接部門支援策の実行計画化

主要なアウトプット:①間接部門業務機能見直し案、②直接部門支援機能体系案、③間接部門再編案、④直接部門支援実行計画書(一部)

5. 活動の基本的考え方

- 1) 医療を患者だけでなく直接部門を顧客として見直しすること
- 2) 直接、間接にこだわることなく必要とされる医療とは何かを考えること
- 3) 部門の垣根を自ら壊すことを前提にあるべき医療を追及すること

新規市場開発による理美容サービス提供能力向上ワークショップ

1. 活動の目的

《目的》

1. 自社の既存顧客を整理し、自社がどの顧客帯に販売できているのかを確認すること
2. 競合業者の成長性やその強みを客観的に捉え、どの市場をターゲットとしているのかを把握すること
3. 販売可能な顧客帯をリストアップし、自社が開発する為の課題を明確にすること

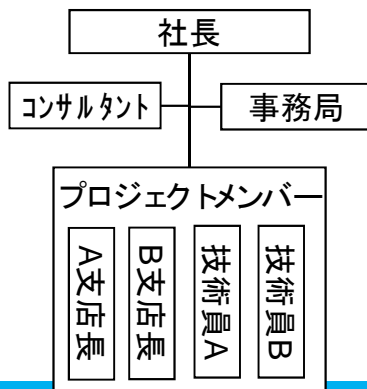
《狙い》

1. 顧客市場を顧客視点で確認し、自社の長期的な方向性を決めること
2. 顧客市場に合わせた商品企画へ結び付けていくこと
3. 従業員の参画を通して自社のモチベーションの向上を図ること

2 活動対象

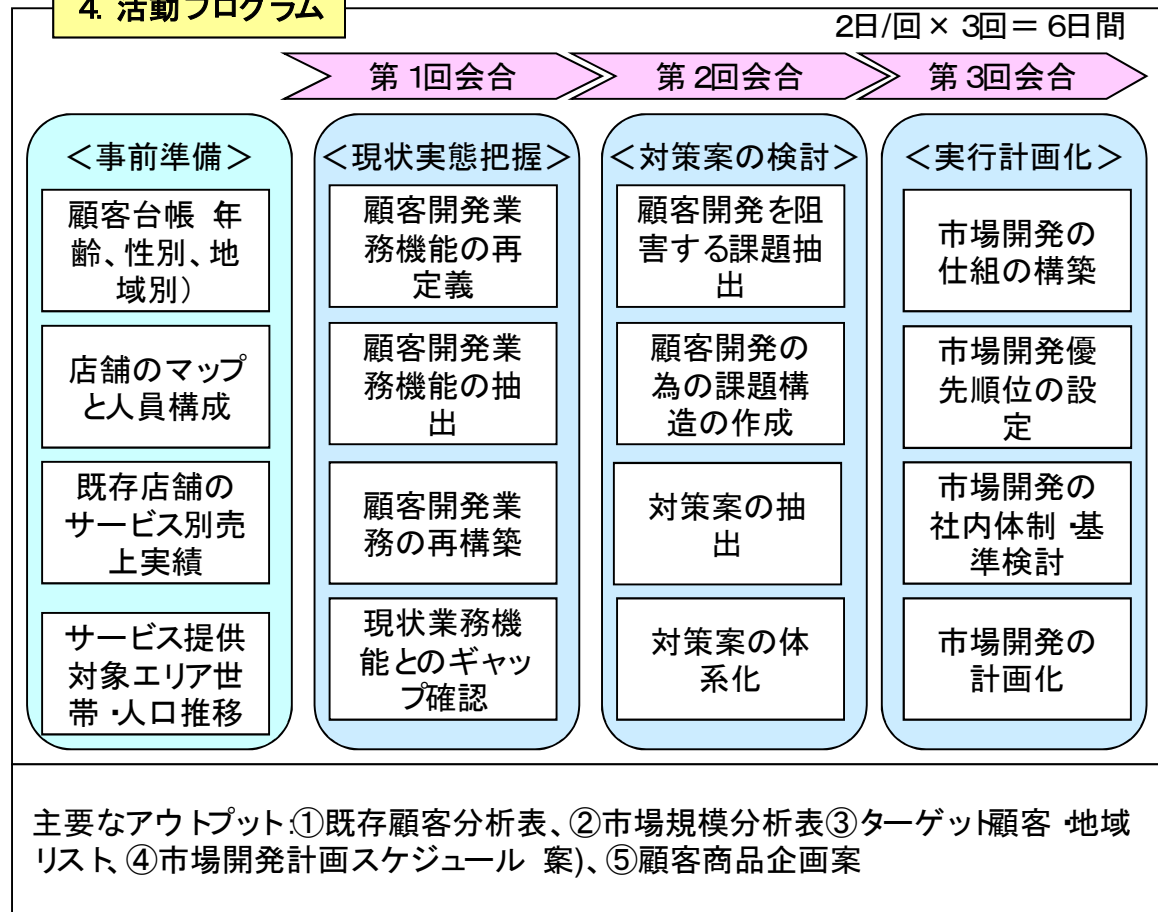
理美容支店長の実務
現場技術者の業務

3. 活動体制



4. 活動プログラム

2日/回 × 3回 = 6日間



5. 活動の基本的考え方

- 1) 理美容に対する市場ニーズを顧客視点で検討すること
- 2) 既存のサービスや地域など枠組みを外して考えること
- 3) 自社だけでなく他社もしくはパートナーとの協業によりできることを考えること
- 4) 従業員である技術者の生きがいやりがいを考慮すること

調達モデル構築による調達コスト削減ワークショップ

1. 活動の目的

《目的》

1. 調達モデルによるコストダウンを限定して実践検証すること
2. 実践する為に必要な調達モデルを一つ作成すること
3. 自社の調達モデルの水平展開の為に計画を検討すること

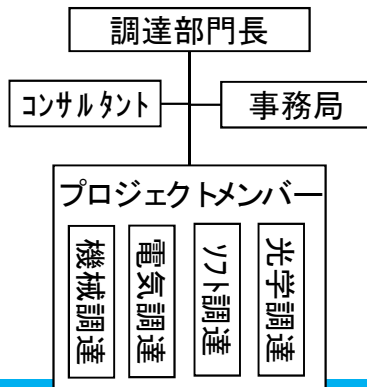
《狙い》

1. 調達戦略構築の為に足掛かりとすること
2. 調達独自活動によるコストダウン実績をつけること
3. 調達部門を活性化すること

2 活動対象

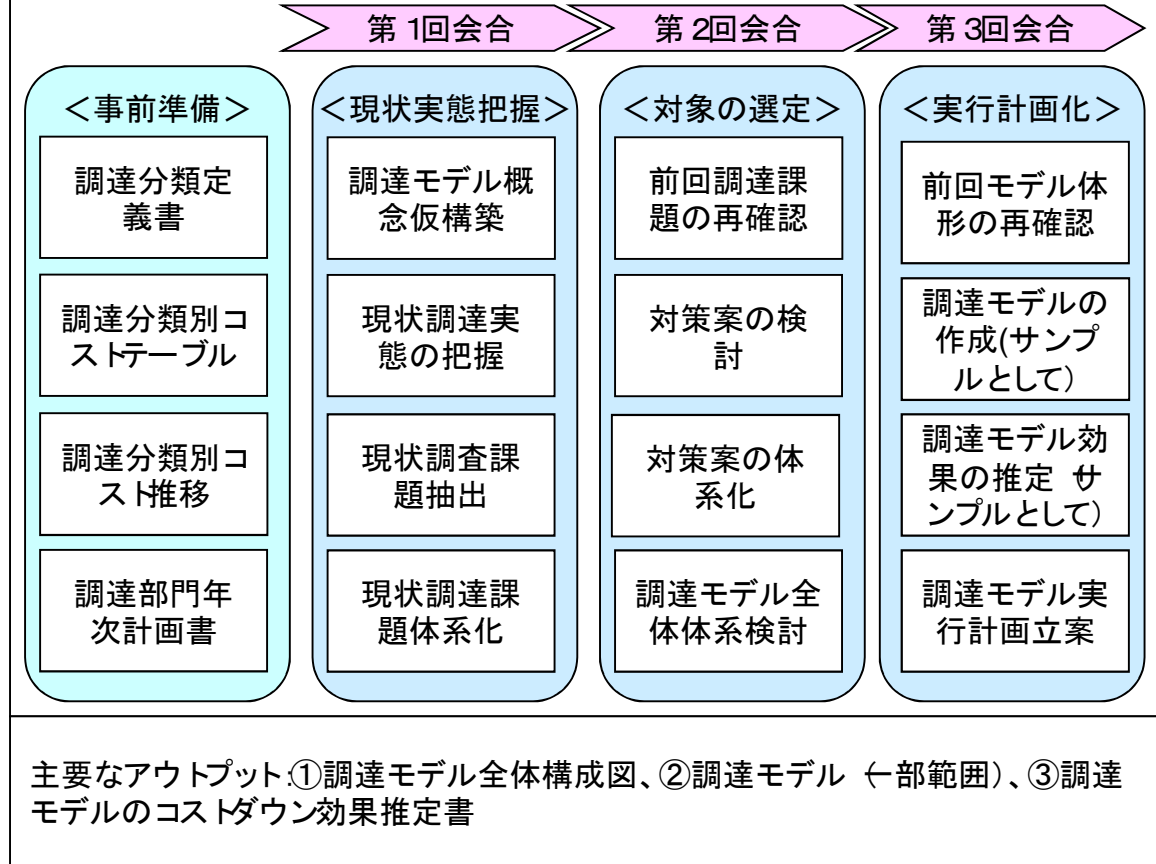
製造業における調達業務

3. 活動体制



4. 活動プログラム

2日/回 × 3回 = 6日間



5. 活動の基本的考え方

- 1) 調達コストがどう構成されているのかを全体的にとらえて考えること
- 2) 調達部門の意義を全社に対して発信できるようにすること
- 3) 調達先の開発育成をふまえた調達市場を意識すること

運用・保守起点での情報システムコスト削減ワークショップ

1. 活動の目的

《目的》

1. ユーザーニーズに応じた情報システム供給コストを明確にすること
2. 使用状況に応じた情報システムの置換や廃止を検討すること
3. 情報システムの必要なサービスレベルを設定すること

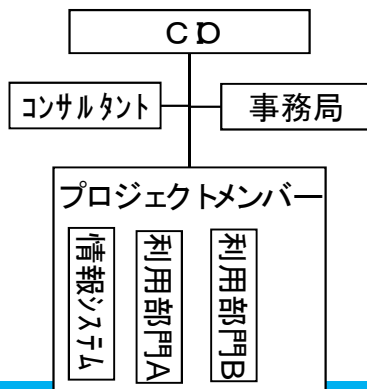
《狙い》

1. 情報システムのライフサイクルコストを運用保守から開発へ逆に遡って捉えること
2. 利用部門に情報システムコスト管理の必要性を認識させること
3. 情報システム部門のモチベーション向上をおこなうこと

2. 活動対象

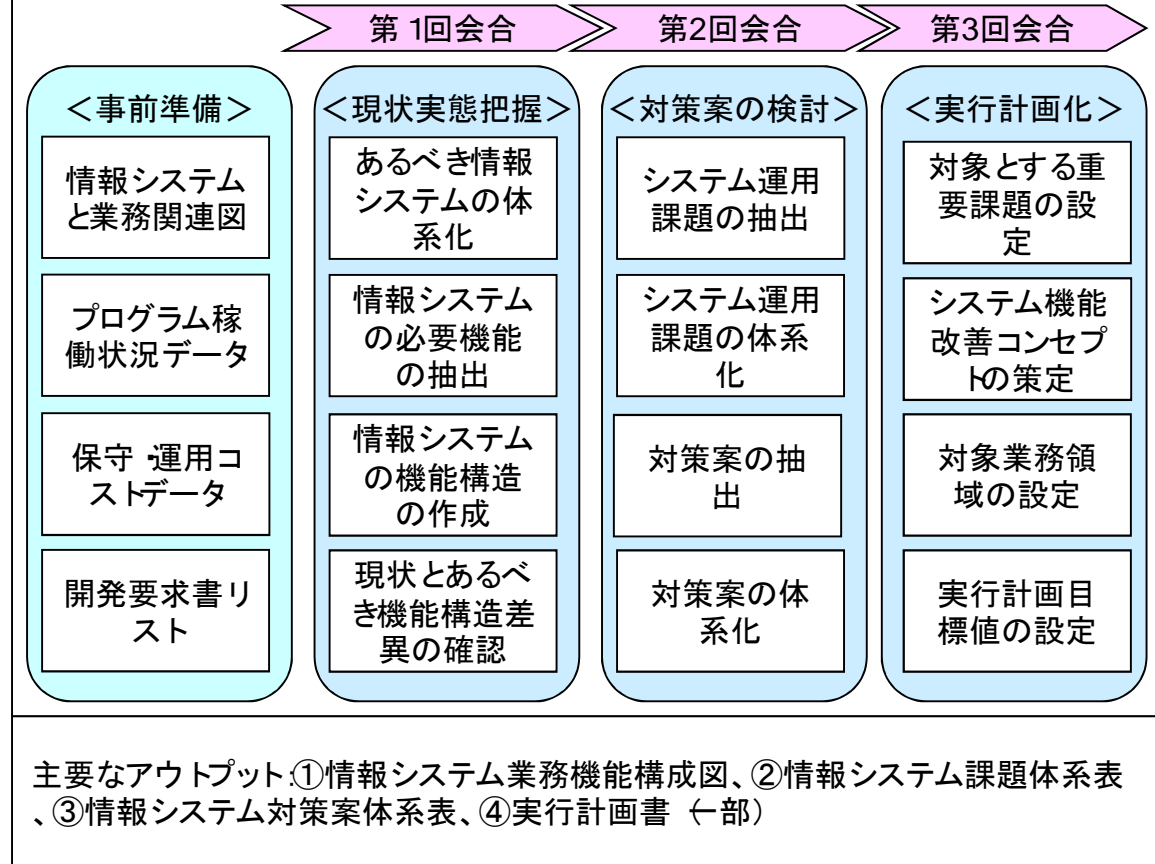
情報システム管理業務
利用部門の一部業務

3. 活動体制



4. 活動プログラム

2日/回 × 3回 = 6日間



5. 活動の基本的考え方

- 1) 業務運用に必要な情報システムは本来何がどのレベルまで必要なのか? を原点レベルで再検討すること
- 2) 情報システムの利用部門と開発・運用部門間のコミュニケーションをとり、相互に改善の方向を検討すること。
- 3) 情報システムのマネジメントを利用部門と開発・運用部門と両方で考えること

無駄な生産の削減と在庫リスクの軽減ワークショップ

1. 活動の目的

《目的》

1. 自動車部品発注先のジャストイン最優先から自社の在庫削減に取り組むこと
2. ボトルネック工程は何かを見出して前後工程を同期させること
3. 設備稼働率や段取効率と在庫のバランスをとること

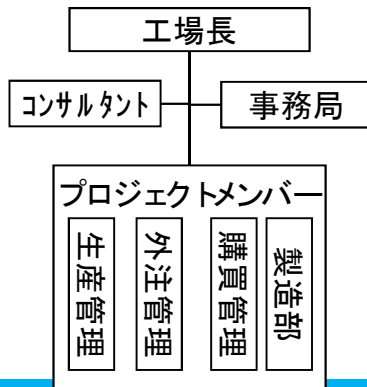
《狙い》

1. 自社の利益をどう稼ぎ出すかを考えること
2. 個々の工程だけでなく物流全体を見渡させること
3. KKDから数値管理に移行させること

2 活動対象

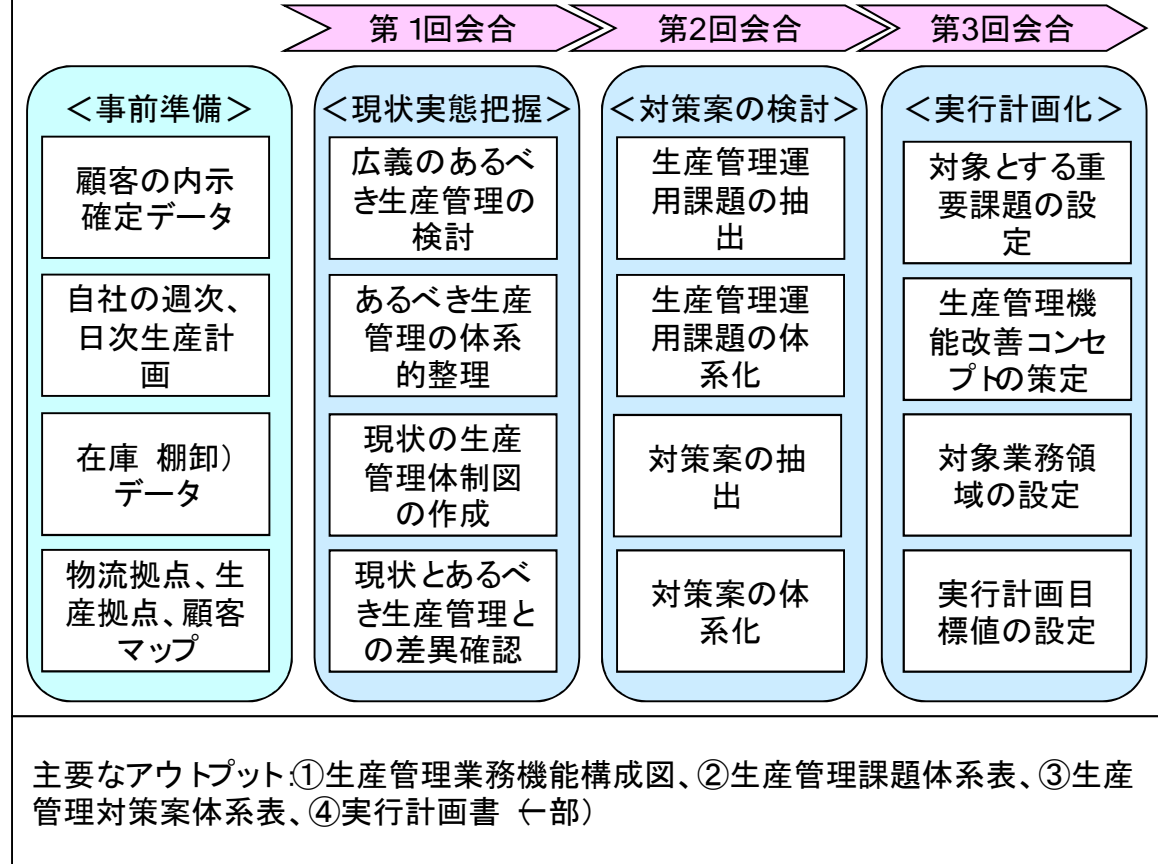
- 生産管理
- 外注管理、購買管理

3. 活動体制



4. 活動プログラム

2日/回 × 3回 = 6日間



5. 活動の基本的考え方

- 1) 現状の暗黙知の生産管理体制を革新させること
- 2) 利害関係が生じる製造部門と共同で自社の利益貢献につなげること
- 3) どこまでシステム化すべきか、個人の技量に任せるかを判断すること

医療用消耗品在庫の適正在庫化ワークショップ

1. 活動の目的

《目的》

1. 医療、手術のニーズに消耗品を欠品することなく供給できるようにすること
2. 在庫スペースを増やすことなく、消費期限を越えないように常に先入れ先出しができること
3. 消耗品を探す手間や追加の緊急発注による業務効率の悪さを改善すること

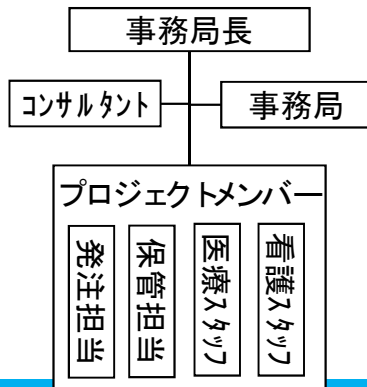
《狙い》

1. 病院経営におけるキャッシュフローの改善
2. 過剰勤務の軽減によるモチベーションの向上
3. 医療現場における供給コスト意識の向上

2 活動対象

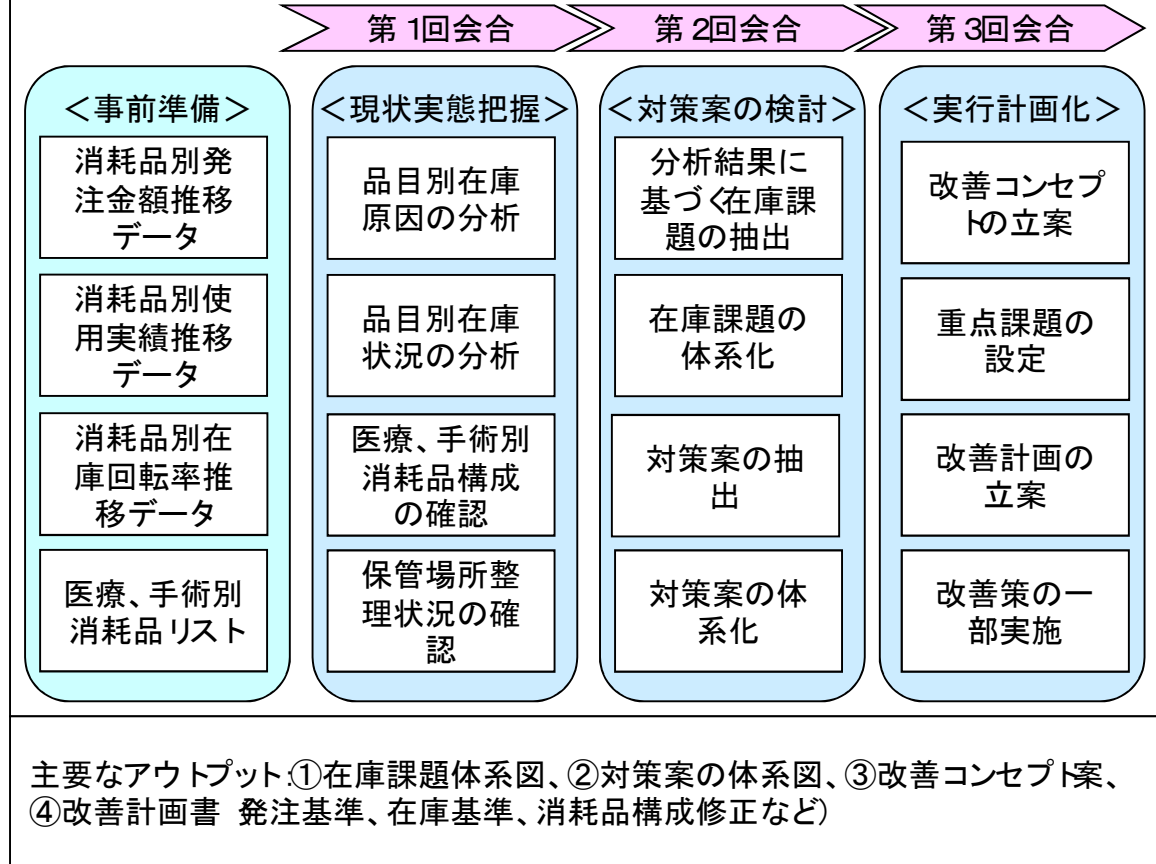
病院の医療用消耗品管理業務

3. 活動体制



4. 活動プログラム

1日/回 × 3回 = 3日間



5. 活動の基本的考え方

- 1) 在庫の表面的な事象に捉われることなく、過剰となっている真の原因を把握すること
- 2) 過剰な在庫が間接業務効率も悪化させていることを認識すること
- 3) 改善策を翌日から直ぐ実行できるように作成すること