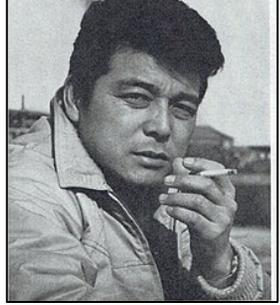


MMQCとは「もっと儲かる業務改善」で「業務改善は、人づくり、品質づくり」を実践する着実・前向き・具体的な活動です。

### 「時間を流すな、迎え撃て！」・・・一般に苦手な言葉！

右掲は、俳優の二谷英明さんですが、娘の友里恵さんが郷ひろみさんと結婚した時に「愛される理由」(‘90年)という著書を出版され、当時、勤務していた会社の女性から借りて読んで光った言葉に「時間を流すな、迎え撃て！」という父の英明さんの教えがありました。実は、本の中では郷ひろみさんがデートの時に切れ目なくもてなしてくれるという惚気でしたが、郷さんの計画性が友里恵さんに伝わったのです。この「時間を流すな、迎え撃て！」は、私の心に残り今も怠惰になりかけた時に思い出して戒めています。確かに、時間を有効に使うと充実感が増して一日疲労度が大きく軽減されますので、「寸暇」が出た場合、このような記事を書いてムダに流さないようにしています。



さて、世の中は「働き方改革」が叫ばれてリモート・ワークが盛んになっています。弊社は’01年に名古屋営業所を開設時にTV会議システムを導入しましたが、当時はISDN回線で通信速度が遅く画像も音声も不安定でしたが、’11年に女性社員が弊社の次男と遠距離恋愛で結婚して東京に行く事になった際はSKYPEで情報のやり取りをする事にして、回線速度も早くなっているので会話も画面共有にも不自由しない状況でリモート・ワークでデザイナーの仕事の継続して頂いています。

このように、必要があればリモート・ワークが可能なのですが、今回、コロナ危機で「3密」を回避する為にリモート・ワークを推奨されても、大手企業と言えども急には対応できていないのが本音の状況です。特に在宅勤務の諸問題(秘密保持・機材・環境及び精神etc)が絡みアフターコロナに向けて重要な解決課題になっています。例えば、勤怠管理やZOOMなどのコミュニケーション手段、会社のサーバーに接続するソフトなどがサブスクで、しかも低価格で利用できるようになってきているので工夫次第では環境が整いますが、やはり人間的な

### 固定概念を捨ててBPRして細分化！

面が課題として残るのです。つまり、孤独あるいは自己管理という面です。「哺乳類は満腹すると怠惰になる、人間も哺乳類、だから人は満腹になると怠惰になる」という三段論法が示すように、本来、人は何もせずにボケっとしていく本質があるのです。「克己」という名前の方が多くいらっしゃいますが、自分に甘くならないように戒めを持続できる方は非常に少ないのです。例えば、昼間にパチンコ屋で多くの方が楽しんでいますが、その中には、管理の甘い会社の営業の方も数多くいらっしゃるのです。一人で楽しめるという事が大きな要因なのです。この延長線上でリモート・ワークを進めると成果を挙げる方はサイド・ビジネスに手を出す可能性が大きいのです。つまり、成果が全てになるとサボるか副業という2極化が生まれるのです。

このような弊害を回避する為に、ZOOMなどのオンライン会議システムを活用して、1日に何度か接続タイムを設けて、ミーティングや雑談でメリハリをつけて行うケースが多くなっています。人の集中力はMax2時間とすると朝、昼、3時、終了時と短い時間で作業に集中する事で生産性が向上するケースが多くなっています。この方式が可能なのは、受け身の仕事が主です。営業という対外的な活動は、営業にマーケティングをさせないと定義して、テレアポやメール販促などの手段で「探客」を行い、炙り出て来た見込み客をクロージングするのが営業の役割としている企業が多くなっています。

このように、企業活動で重要な営業もマーケティングと再定義して、データベースをテレアポやメール販促を通して気配客を炙り出し見積を出せる段階で営業に見込客として渡してクロージングする分業が先進的な企業では主流になって来ています。つまり、BPR(ビジネス・プロセス・リエンジニアリング)の視点で分業化が始まっているのです。これに気づいた企業が繁盛しているのです。時流に乗り遅れている企業は、相変わらず営業にマーケティングをさせており業績が上がらず「社員にやる気がない」と嘆いているのが現状です。

### ワンポイント・アドバイス

今回、BPRで分業化すれば、リモート・ワークが可能になると書いています。企業の大部分は既存客からのリピートで構成されているのです。リピートなら営業でなくても可能なのです。新規や既存深堀という提案する領域を新しい発想で行う事が重要なのです。テレアポやメール販促などは、データベースを活用するマーケティングなのです。この部分を切り分けてうまく外部を利用する時代になっています。

