

MMQC ニュース

Vol.002

平成22年2月1日(月)

発行:(有)エー・エム・アイ

会話で人間力を引き出す！

今回は、会話という基本部分に触れています。例えば、本社と営業所と離れている場合の会話方法に工夫しているのでしょうか？NTTが販売しているTV電話を活用してN:Nの会話を可能にして成果を上げている事例をご紹介します。 栩野

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

TV会議で売上1.3倍に！？

今、販売の最前線は究極の価格競争に晒されていて、価格の安い輸入品を武器にする傾向があるのですが、当社のお客様は、国産品にこだわって商売を継続されています。確かに、従来は「品質」という面で優位性があったのですが、デフレが深刻化して輸入品の「価格」優位性が勝るようになっているのが現実です。

このような背景の中で、当社のお客様は国内メーカーとタイアップして、いわゆる、CPFR(Collaborative Planning Forecasting and Replenishmentの略)の手法を取り入れて、「まとめ買い」という方法に戻ったのです。時流的には「在庫」という手法はタブーになっているのですが、特定の商品に焦点(フォーカス)を当てて見ると1ヶ月のスパンでは、何ケースもメーカーから購入しているのです。しかし、現実には、受注の度にメーカーに発注しており、スケール・メリットを出せていなかったのです。

TV会議で、この問題が出たのですが、よく調べて見ると右掲のように、全社で16名の営業マンが、特定の商品を月に220ケースも購入していたが、バラバラに発注していたのでコスト高になっていたのです。そこで、

Aさん 10ケース	→	本社で まとめ買い
Bさん 5ケース		
Cさん 30ケース		
..		
合計 220ケース		月300ケース

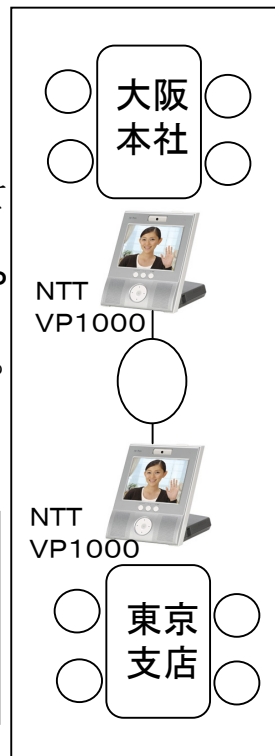
メーカーに交渉して、自社の在庫スペースの問題もあって、50ケース単位で発注して、月に300ケースを購入すると交渉したら、何と10%のコスト引き下げになったのです。理由は、やはり、配送の手間、運送コストが削減できるというメーカー側のメリットがあったのです。

問題は、各営業マンが事前に自己申告するという事なのです。ここで、大きく物を言ったのが、右上に示しているTV会議システムだったのです。NTTのフレッツVP1000という電話機を使用するのですが、IP電話なので、時間を気にすることなく、しかも、東京と大阪に分かれていてもお互いに顔を見ながら会議が出来たという事なのです。今までなら、同じ建物にいても階が違くと別会社という位に組織間のコミュニケーションが不足していたのですが、このTV電話のお蔭で、お互いに4人ずつが同席して、同じテーマで話し合う事が出来たのです。MMQCというネーミング通りに「もっと儲けるために」という意識で議論して、各自が次月の販売ケース数をコミットする事が可能になったのです。(これは、革命的な出来事！)

その結果、16名の営業マンが特定商品の拡販に真剣になって、結果、**月間350ケースを達成し、その商品の販売は1.6倍！**

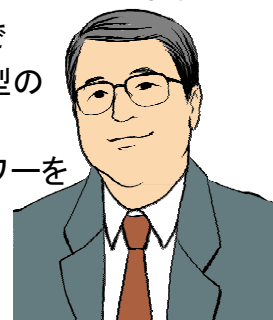
になったのです。私は、「売上」=F(m, n)と公式化して、m=取扱い商品数、n=光る商品数を表しています。この「光る商品」をコラボレートして仕入れる仕組みに変えた事で実現したのです。これは相乗効果を発揮して、トータルでは何と1.3倍の売上になったのです。

バラバラな状態から「話し合い」でコラボレート化するという意識の変化は新しいビジネス・モデルになり、TV会議システムは、新しいマネジメント・システムになったのです。このキッカケは、TV電話で東京にも4名が参加し、大阪でも4名が参加して、真剣に「もっと儲けるために」という共通意識で話し合い、しかも、全員のパワーで各自が目標数値をコミット(確約)すると言う雰囲気になったことなのです。これは、従来の東京から代表が大阪に来て会議に出席するという方式では、不可能な事だったのです。この方式で同社は、ますます、CPFRの商品数を増やしておられます。



ワンポイント・アドバイス

- ・見える化というIT企業の売りは管理に過ぎない
- ・参加者が真剣に話し合って責任を分担し合う事で連帯感が生まれてパワーになる
- ・MMQCで全員参加型の活動で大きなパワーを生み出そう！



「未来」へ確かな「変革」..AMIの使命
有限会社エー・エム・アイ

〒545-0001 大阪府大阪市阿倍野区天王寺町北1丁目8番47号411号室
電話:06(6713)4161, Fax:06(6713)4162 担当:栩野(とちの)