

### ちょっと春らしくなってきました。

「不良在庫」は避けたいものです。会社の資金繰りにも影響しますので発注の際にはよくよく注意する必要があります。トヨタの世界では「不良在庫」をドロボーと言っていましたが、発注した人の責任は重いのです。ドロボーの覚悟が必要。 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。

## 信頼 = Σ (信用)

右掲は、営業マンと言うより全ての人に共通する事柄です。まず、

信頼 = Σ (信用)、信用 = 1件毎の取引

と書いてあります。すなわち、信用と信頼の関係なのです。「信用」は1件毎の取引で築かれるもので、それが積み重なって「信頼」となるのです。Σ (信用)とはそういう意味です。従って、1度の失敗くらいでは、一挙に信頼を失うことはないのが普通なのです。

では、信用とはどのようなものかという点ですが、ここでは、QCDSの4要素をあげています。Qは「品質」という事で、相手の期待する品質以上のものを提供することが重要なのです。次に、Cすなわち価格です。競争社会でいますから「価格」という点は非常に重要なのですが、ある一定の利益が必要な事は相互に理解できるので、多くの場合、ちょっとした価格差なら教えてくださり調整するチャンスももらえるのです。Dは「納期」ということです。品質がよくて価格も安いものであっても必要な時に間に合わない困るのです。「欠品」という事態を可能な限り回避することが重要なのですが、最近では、「在庫」を持たない傾向が強いので、在庫していてもギリギリの状態というケースが多いのです。

信頼 = Σ (信用)

信用 = 1件毎の取引

Q = 品質

C = 価格

D = 納期

S = サービス

## サービスでは満足を得ることが出来ても信頼を回復するとは限らない

これらの3要素は非常に重要なものでQCDというケースが多いのです。しかし、最近では、Sすなわちサービスというものが付くようになったのです。QCDを遵守するのは「当たり前」の事なのです。その「当たり前」をベースにして、さらにビジネスを深めるには「満足」を得るという点が重要であり、サービスという要素がクローズアップされているのです。例えば、配達までのQCDが完璧であるのは当然なので、「商品」を単に届けるのではなくて「設置」や「使用説明」などのサービスを行うようになっていきます。また、このような要素が必要でない場合でも、何かしらの「情報」を届けることがプラスワンになるので、例えば、商品にいろんなカタログなどを同梱するようになっていきます。

しかし、これは「当たり前」に「満足」を付加する為のサービスに過ぎないのです。基本となるQCDの一つでも損なうとクレームになるのは当然であり、そのリカバリーのために種々のサービスを提供することで失った「信頼」を埋めることになるのです。お客様も長い付き合いをしていると長年の「信頼」があるので一気にクレーム化するという訳ではないのです。すぐさま適切な対応をとって「怒り」を納めることが出来るのですが、しかし、「裏切った」という事実が残りに、次からの取引では「不安感」が伴ってしまうのです。

このように、QCDSは非常に重要な4要素であります。特に、最初の3要素は「当たり前」の事柄なので、「商品」を間違えとか「欠品」とかで迷惑をかけるようにする必要があります。「商品」を間違えないようにするには、復唱ということが重要であり、「欠品」を起さないようにするには「在庫情報」が適切である必要があります。在庫確認をして納期を回答するという事が当たり前なのですが、欠品は迷惑をかけるのでお客様の重要な商品に関しては自社で十分な在庫をかかえる必要があります。これは、お客様が使わなくなると「不良在庫」になるリスクがありますが、重要な要素であります。

### ワンポイント・アドバイス

#### 「不良在庫」=ドロボー

価格をあわせる為に1回の発注数を増やすというケースがあります。当社でも、紙の発注でこのようなケースがあります。もし、使わなくなると途端に不良在庫となりドロボーという状態になってしまいます。気をつけたいですね。

