

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。

間接員を人財化して「第3の利益」

右掲は弊社が「AIの代理店」活動を始める為にあるサイトに掲載した際に業者がデザインした物です。背景的には多くの中小企業は高齢化の波に晒されて生産性向上が急務の課題だが、現実的には、高齢化した社員は「池の魚」状態で「〇〇する人」と化している状況があり、しかも、その「池」はDXの荒波で侵食されてドンドン小さくなる一方という現状があるのです。顕著になったのは、コロナ禍で非接触や休業補償で現場の方々が休むようになり、従来、現場からルート営業に発注していた業務を事務担当を経由するようになり「品番」が分かる商品がネット注文に流れて約2割のビジネスが消えているのです。しかし、業務要員も営業員も人数は変わらず、しかも、約4年間に高齢化が進み、定時就業が当たり前になり、生産性が低下しているのです。コロナ禍が過ぎ、経済状況が回復しても消えたビジネスが回復せずに、さらに、ネット注文が増える傾向にあるのです。その結果、仕事量が低迷して時間を持て余した動きが常態化しています。経営者が危機感をもって何かをしようと考えても「一杯、一杯ですわ」という拒否反応が返って来るのです。これでは、お客様からの注文が増えない限り「業務効率」が向上しないのです。



国は労働者のスキルUPで違った職種へ異動させようとリスキリングに助成金を出していますが、高齢化した社員は「池の魚」状態に馴染んで、スキルUPに後ろ向きな状況です。弊社はこの脱出策として助成金を利用したEラーニングの受講をお薦めして、身近になっているAIを学び、例えば、会議の議事録はZOOMとAIに任せて「積極的に」会議に参加して「有言実行」を促したいのです。つまり、「生成AI」を活用して「商品」のプレゼン資料を作成して、お客様にメールなどで発信して、その反応を訊くスタイルを指導をしています。何故なら、業務とお客様は日常的に関係があるので、「お客様→業務」の関係性に着目して、流れを逆転して「業務→お客様」の流れで発信とフォローを行うのです。普段からお客様と間接的に接しており、担当者の心理的障害が

「助成金」を活用して「リスキリング」

比較的低いのです。午後のスキマ時間にメールを送り電話フォローするのは1日数件ならば可能なのです。「圧縮付加」と言いますが、もともと緩慢な仕事ぶりになっているので、少し意識を変えることで「スキマ時間」がとれるのです。「商品」によりますが、例えば、商品の注文サイクルが分かれば、「もう、そろそろ〇〇が切れませんか」と注意喚起のメールや電話が可能になります。この流れが出来れば、段階的にレベルUPして「商品」や「サービス」・「技術」の案内をAIで作成し、紹介のメールや電話フォローで「インサイドセールス」を行い、そこから得た情報を営業にフィードバックして、実際に営業がクロージングを行うという流れになり「第3の利益」を生み出すようになるのです。

ワンポイント・アドバイス

「第3の利益」は経常利益を指しますが、間接員が利益を生むとストレートに反映されます。無限に発展するAIは今取り組む事がポイントになります。誰しも頭でZOOM会議で録音すればAIで議事録を作成してくれると分かっていますが、いざ、実践となると躓いて止まってしまうのです。その躓きを伴走型で乗り越えて頂きたいと思っています。その為に、自社で試しています



このキッカケを作るのが助成金の活用であり、しかもEラーニングで好きな時間に受講できるメリットを生かして新しいスキルを身に付けて頂く事です。業務の方たちは意外にEラーニングに抵抗感が少なく、中には、昼の休憩時間から始める方もいる位です。企業側も助成金があるので、受講料を一時的に負担するが、後日、戻って来るので実施的な投資額は約10万円程度で済みます。この効果は風土を変えるキッカケになります。例えば、「商品」の提案書ですが、それぞれの個性を発揮するようになり、AIの利用法に工夫が生まれます。この「工夫」というエネルギーが組織に蓄積して「熱い集団」へ導くのです。

「楽しくなければ仕事ではない」は永遠の課題ですが、多くの場合、楽しいのは一時であり、その後はマンネリ化して冷めて行くのです。しかし、AIを活用するという刺激はAIがドンドン進化するので、新しい機能を使いこなすという「楽しみ」が生まれるのです。「次はこれを使ってみよう」という前向きな心理が生まれるように、弊社は「伴走型」でフォローする役割を果たしたいと思っています。その為に、自社でAIを活用するようにして、三男がいろんな機会に各種のAIを使ってDo-Howを蓄積しています。