

東京商工会議所 主催

第5回 中小企業のためのIT活用支援セミナー

不況期の今、競合他社が取り組んでいる 営業体制改善のノウハウ公開

ナレッジネットワーク株式会社
代表取締役 森戸裕一

講演者プロフィール

ナレッジネットワーク株式会社

代表取締役 **森戸裕一**

<http://www.tisiki.net/>

セミナー・研修講師実績	専門分野
<p>商工会議所様主催 IT活用セミナー(全国20ヶ所) マイクロソフト様 IT実践塾(経営者セミナー:全国47都道府県) マイクロソフトカンファレンス 戦略的ナレッジ活用研修 日本ヒューレット・パッカド様 中堅市場向け情報化セミナー 日本ヒューレット・パッカド様 パートナー向けカンファレンス 基調講演 キヤノンシステムアンドサポート様 中小企業向けIT化セミナー キヤノンマーケティングジャパン様パートナー主催 ビジネスソリューションフェア 基調講演 NEC様、大塚商会様主催 IT経営セミナー 富士通パートナー企業様 ソリューションフェア講演 東芝様 管理職向け情報戦略立案研修(ナレッジマネジメント) パナソニック様 上級幹部社員研修(最新技術動向) ソフトバンククリエイティブ様 中堅中小企業競争力強化実践セミナー 基調講演 ソフトバンクBB ビジネス・パートナーセミナー2007秋 基調講演 コマツ製作所様 インターネット戦略策定研修 オービックビジネスコンサルタント様 奉行フォーラム講演 雇用能力開発機構様主催 人材育成・採用セミナー 中小企業団体中央会様主催 人材育成セミナー ホンダ技研様 戦略的人材育成に関する講演 インフォコム様 企業コンテンツ管理による『見える化』セミナー 地方銀行様主催 経営革新セミナー 日本経済新聞社様 プラスNIKKEI会セミナー</p>	<p>戦略的企業情報化戦略(ERP、SFA、CRM、ナレッジマネジメント) IT経営手法(中小・中堅企業経営革新) 戦略的人材育成(人材育成・人材採用) インターネット活用技術(Webマーケティング、セキュリティ) 個人情報保護関連(プライバシーマーク取得コンサルティング) インターネットを活用した教育システム構築(e-Learning)</p>
	<h3>コンサルティング活動</h3> <p>IT戦略策定(中小・中堅企業向けIT戦略) 組織改革(人材育成、情報共有、コミュニケーション) 営業システム導入(販売戦略、営業担当者研修) 人材採用(採用支援、内定者研修、新人研修) ベンチャー企業支援(企画、マーケティング、営業戦略)</p>
	<h3>その他活動</h3> <p>教育工学会企業内研究部会(会員) 日本ビジネスモデル学会(会員) 早稲田大学IT戦略研究所リーダーズフォーラム(会員) サイバー大学 客員教授 福岡大学非常勤講師、九州情報大学講師、九州大学講師</p>
<p style="text-align: right;">他多数</p>	

講演内容

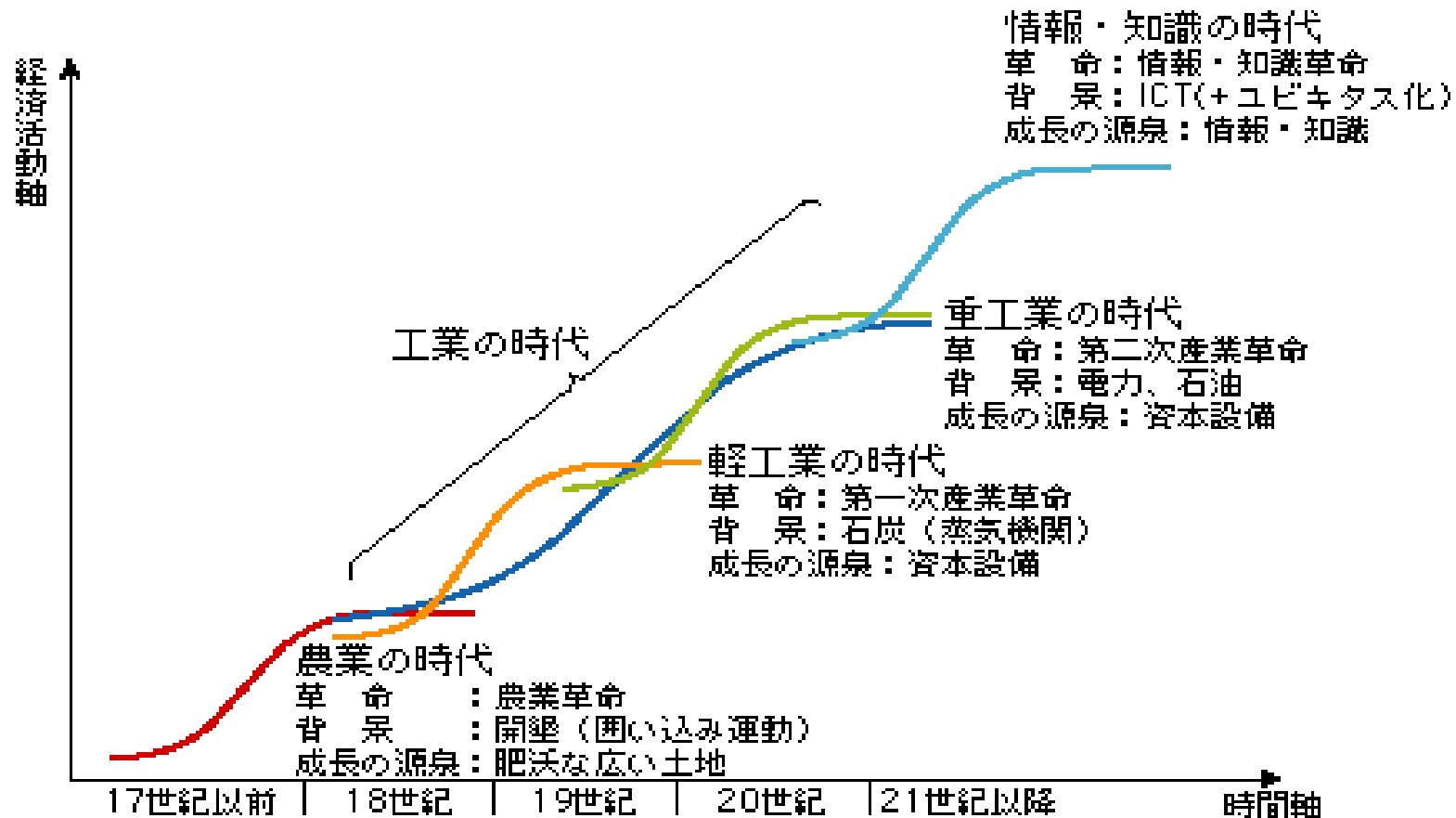
1. なぜか、不況の前から元気の無かった
我々日本のサラリーマン
2. コミュニケーションの“質”向上で
社員のモチベーションアップ
3. 情報の効果的なレイアウトで
“知”が行き交う環境をつくる
4. 社員の行動を変える
知識・情報化時代の管理職の役割

1. なぜか、不況の前から元気の無かった 我々日本のサラリーマン



本格的な知識・情報化時代の到来

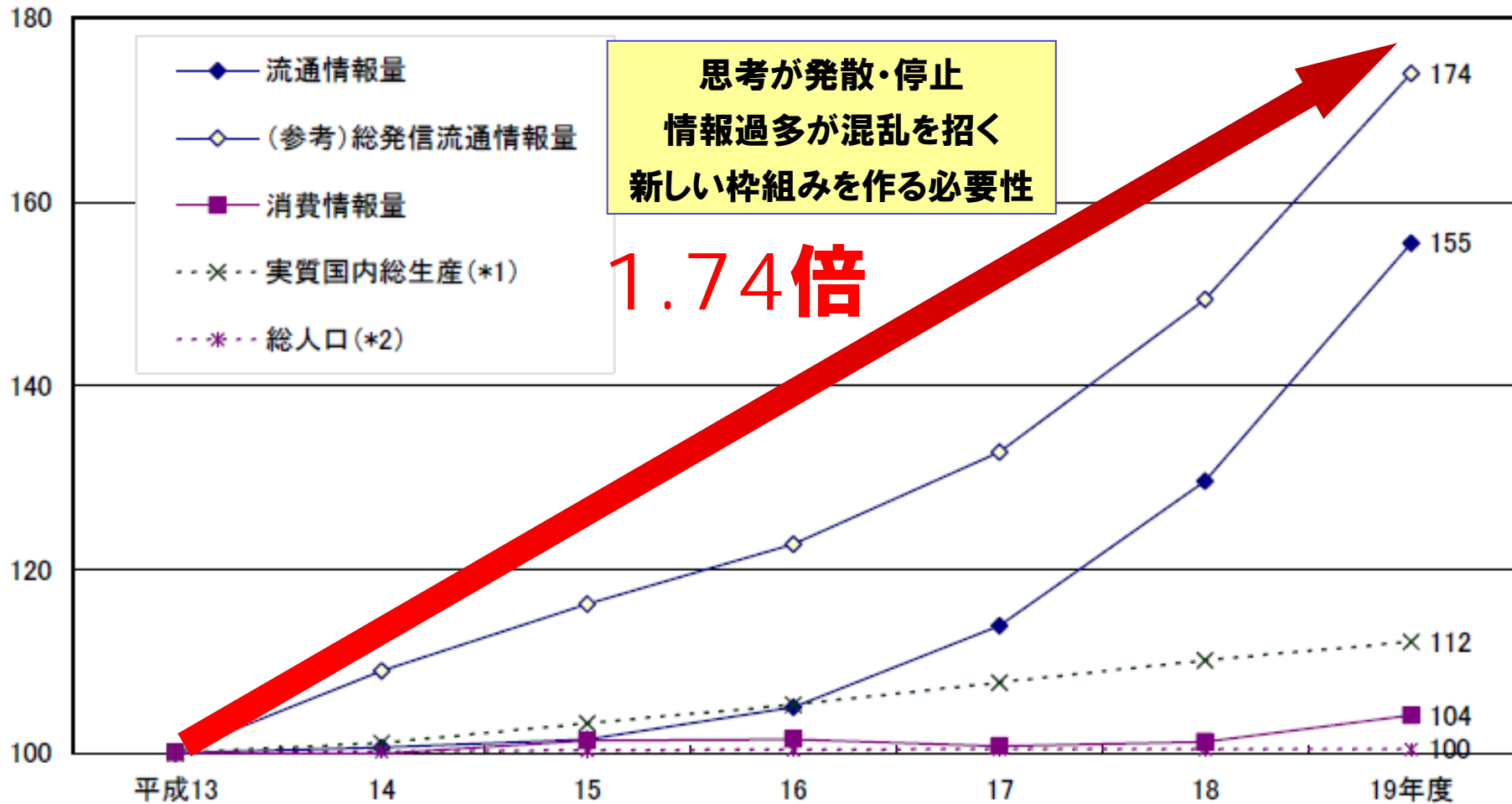
経済成長とS字曲線



出典: 総務省「平成19年版 情報通信白書」 <http://www.johotsusintokei.soumu.go.jp/whitepaper/ja/h19/index.html>

市場に情報が溢れ混沌としてきた現代社会

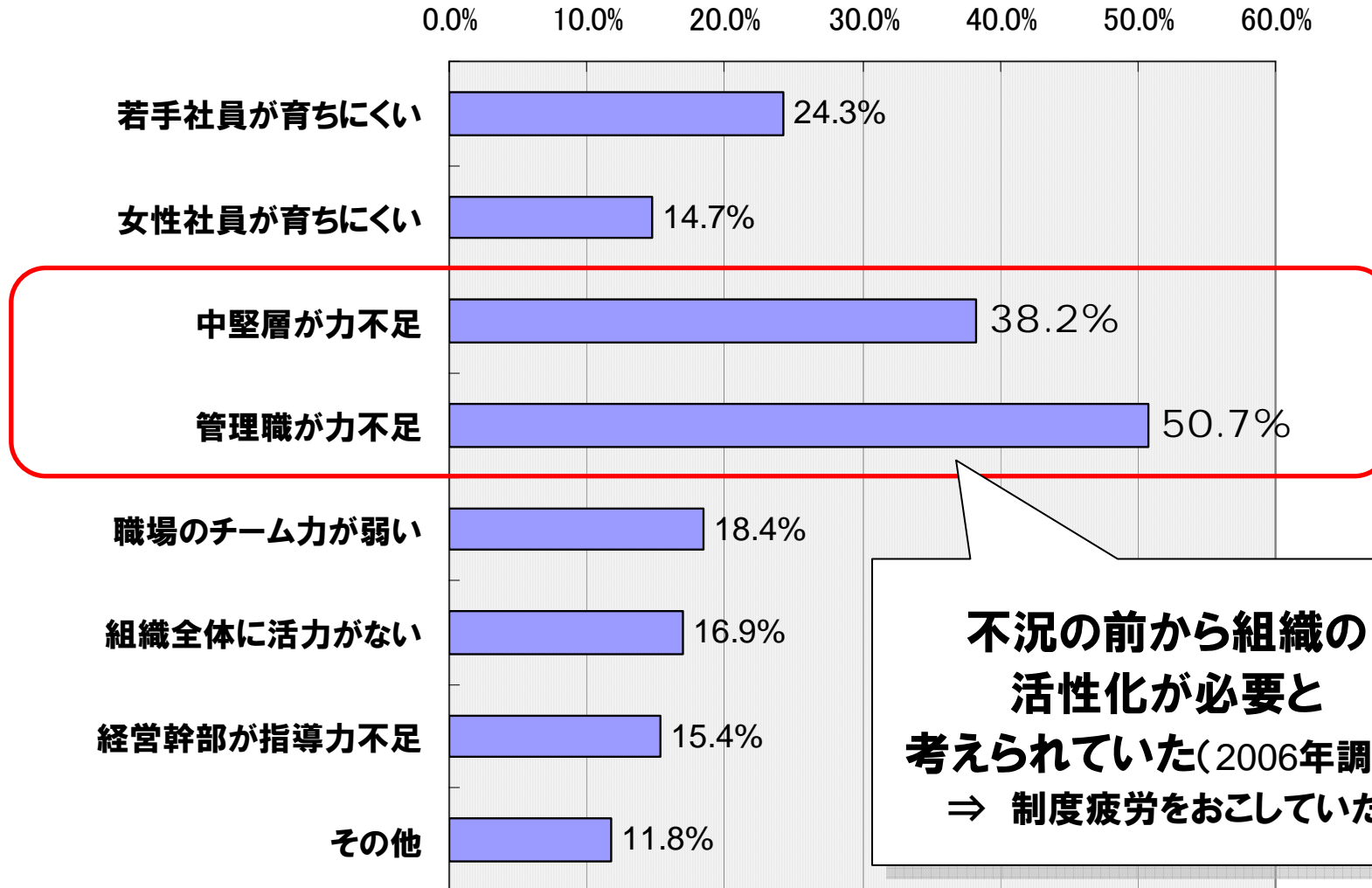
情報流通量等の推移(平成13年度=100)



出典:総務省情報通信政策研究所「我が国の情報流通量の指標体系と計量手法に関する報告書」(平成21年7月)
http://www.soumu.go.jp/main_content/000030652.pdf

不況の前から活気が無かった日本の組織

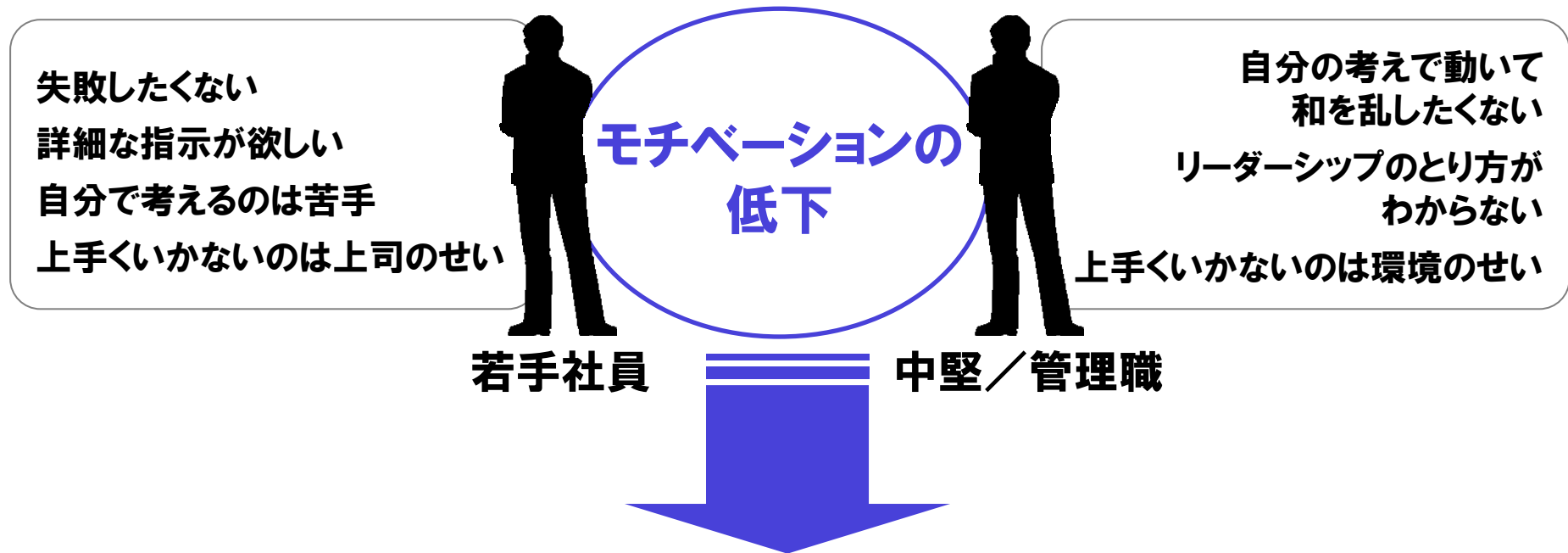
■人材開発のうえで直面している課題(複数回答, 民間計)



日本経営協会『人材白書2007』よりグラフ化

優秀な人材の集まり＝強い組織とはならない理由

企業規模・年齢を問わず依存型社員が多い



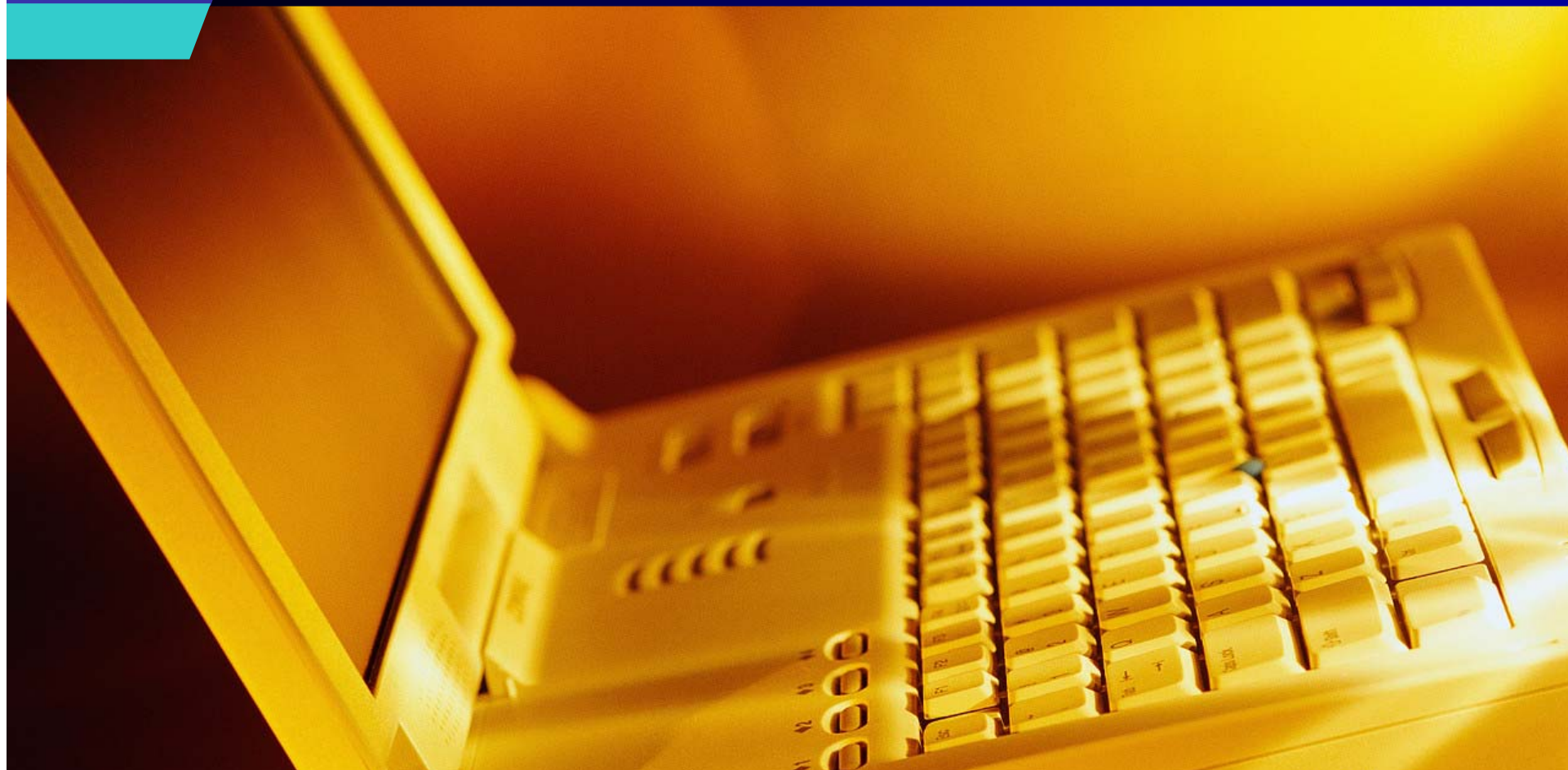
ビジネス環境の変化により問題が浮き彫りに

社員一人ひとりの自律が必要

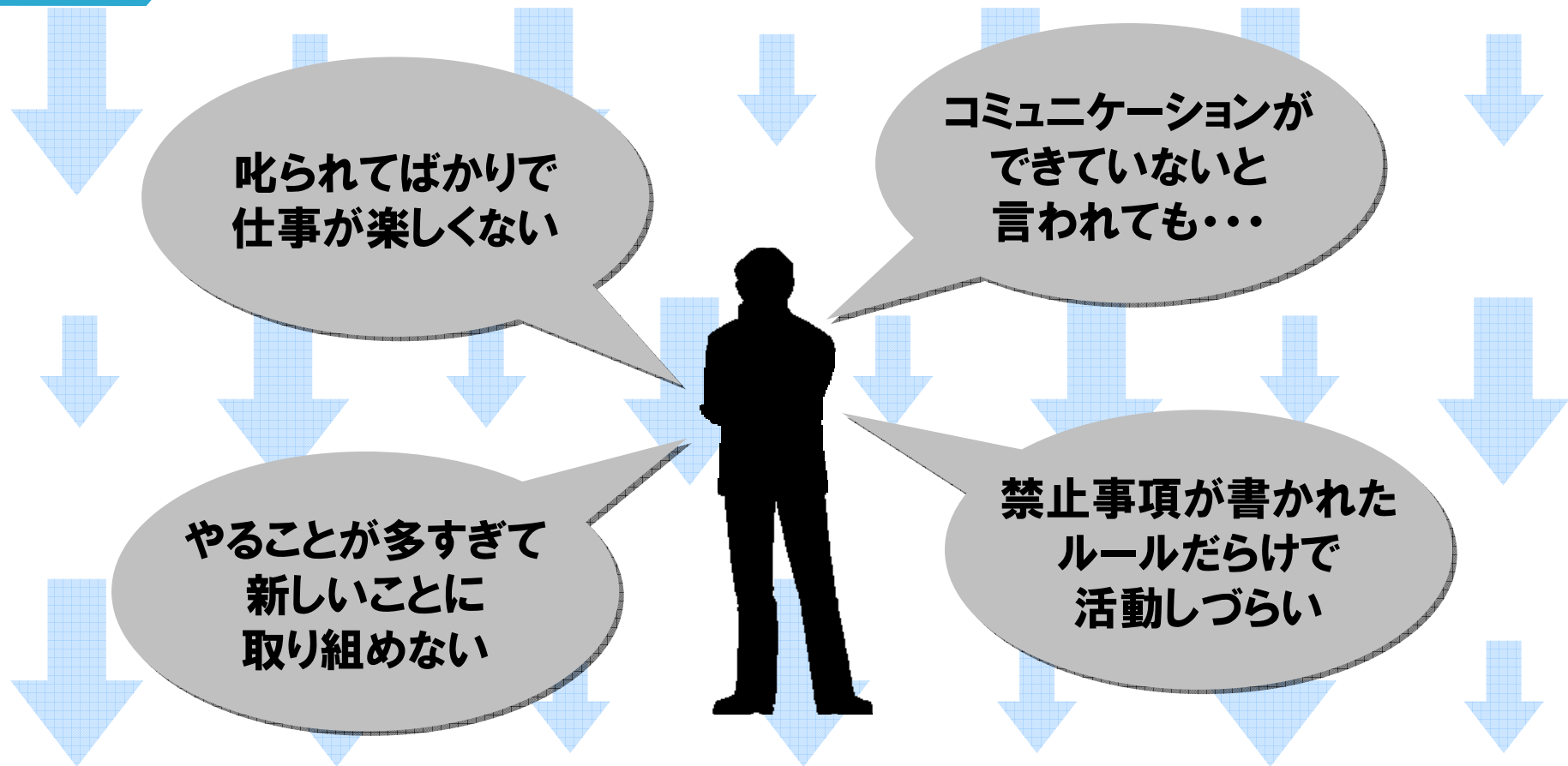
社員成長の秘訣は情報流通の仕組みと質



2. コミュニケーションの“質”向上で 社員のモチベーションアップ



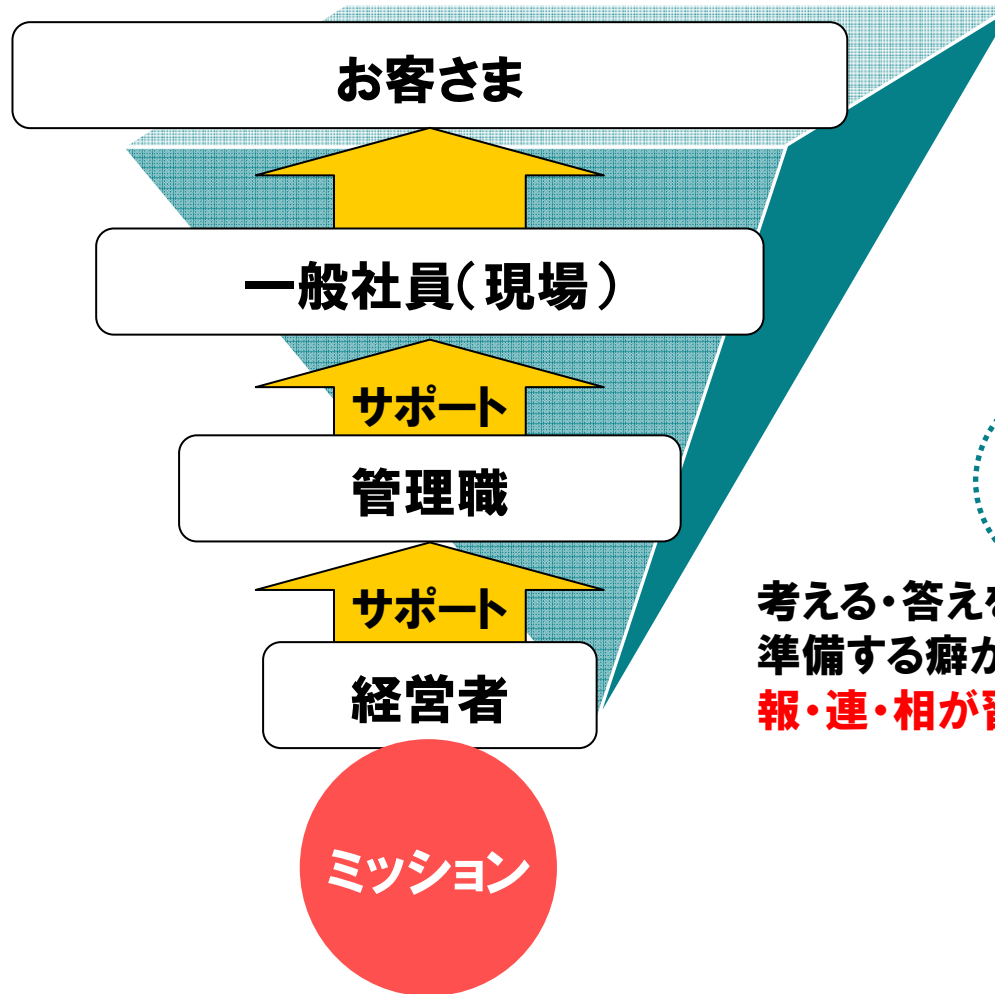
社員のモチベーションが低下した原因



**社内に流通している情報がマイナス傾向
ムダな規制に縛られて余裕がない**

情報・知識化時代の部下と上司の関係性

■ 下から支えるリーダーシップ



例)先回りのコミュニケーション

学習

考える・答えを
準備する癖がつき、
報・連・相が習慣化する

報告があったら
短く話して

××の件は今
どうなってる？

部下

上司

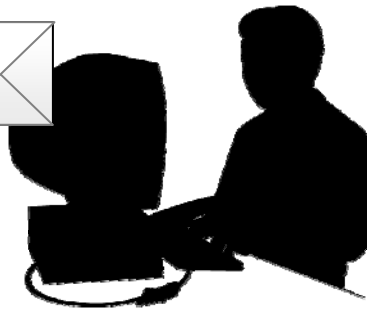
コミュニケーションの質の変化、使い分け

部下とのやりとりは伝達内容に適した方法で伝える

メール



記録が残る



ほめる

良い感情がいつまでも残る

口頭



ニュアンスが
伝えやすい

叱る

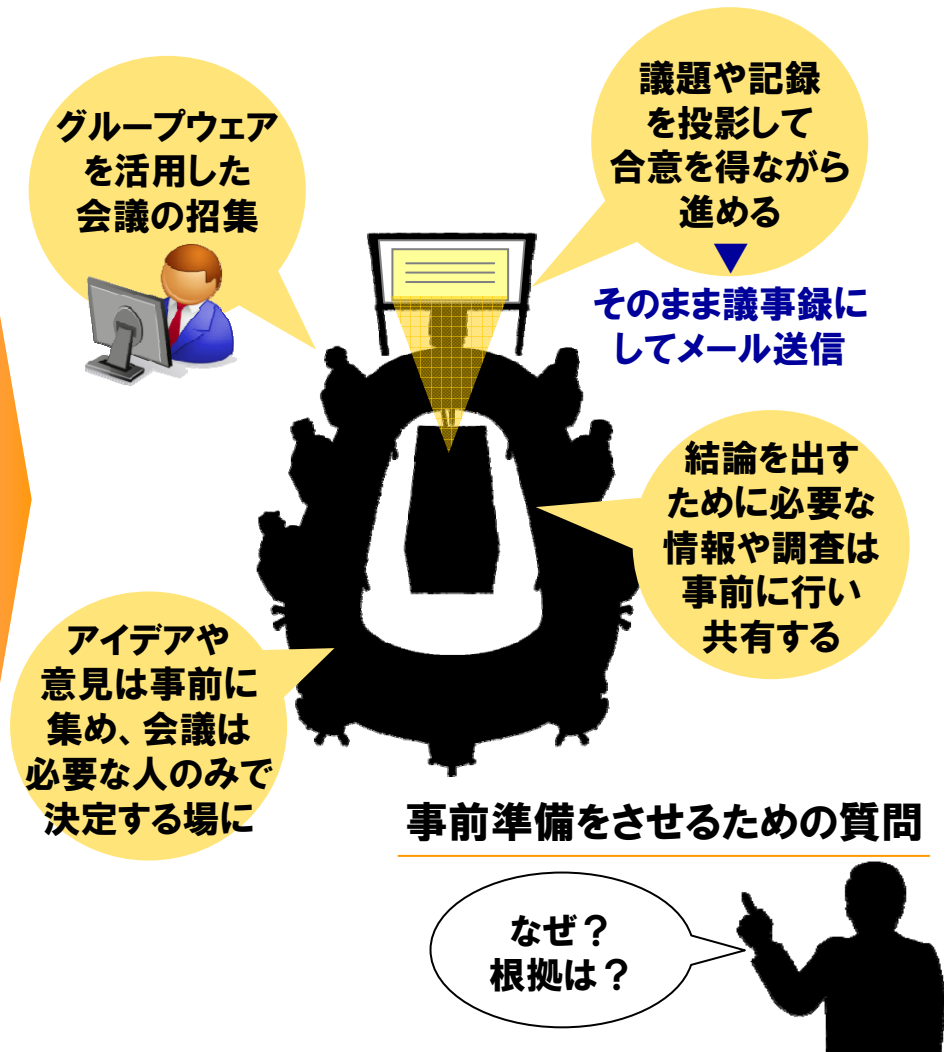
誤解なく伝わり、
嫌な感情を引きずらない

ムダな時間・作業の認識とポジティブな改善

会議だけでもこれだけの無駄が・・・



IT+仕事のやり方で無駄を削減



セキュリティ管理もルールの見せ方で変わる

ルールの否定的な言葉を、肯定的に変えていく



ルールに縛られ仕事がしづらい

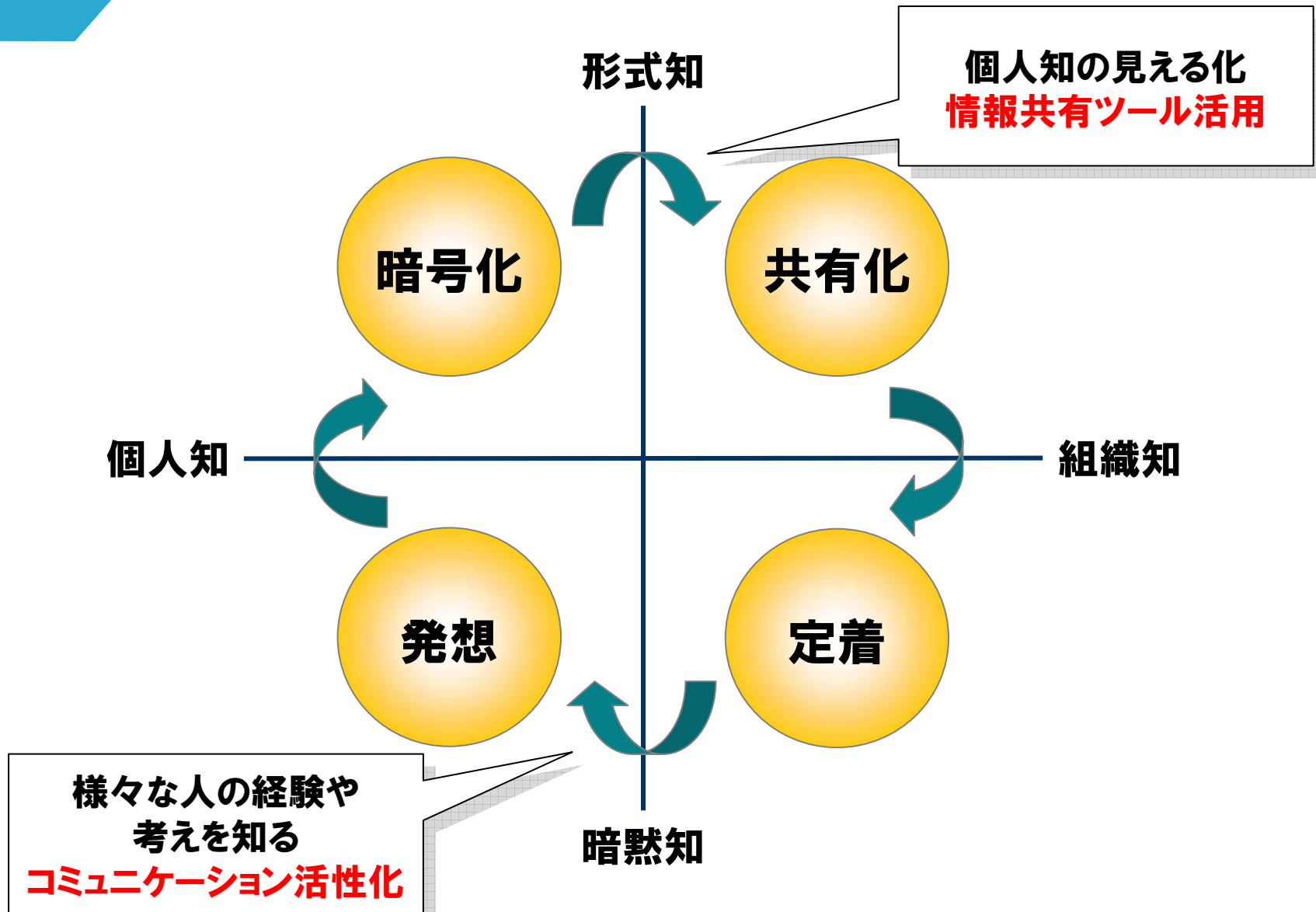


「やってよいこと」をルールにする
可能な限りシステム化して意識させない

3. 情報の効果的なレイアウトで “知”が行き交う環境をつくる



組織としての力を発揮するために

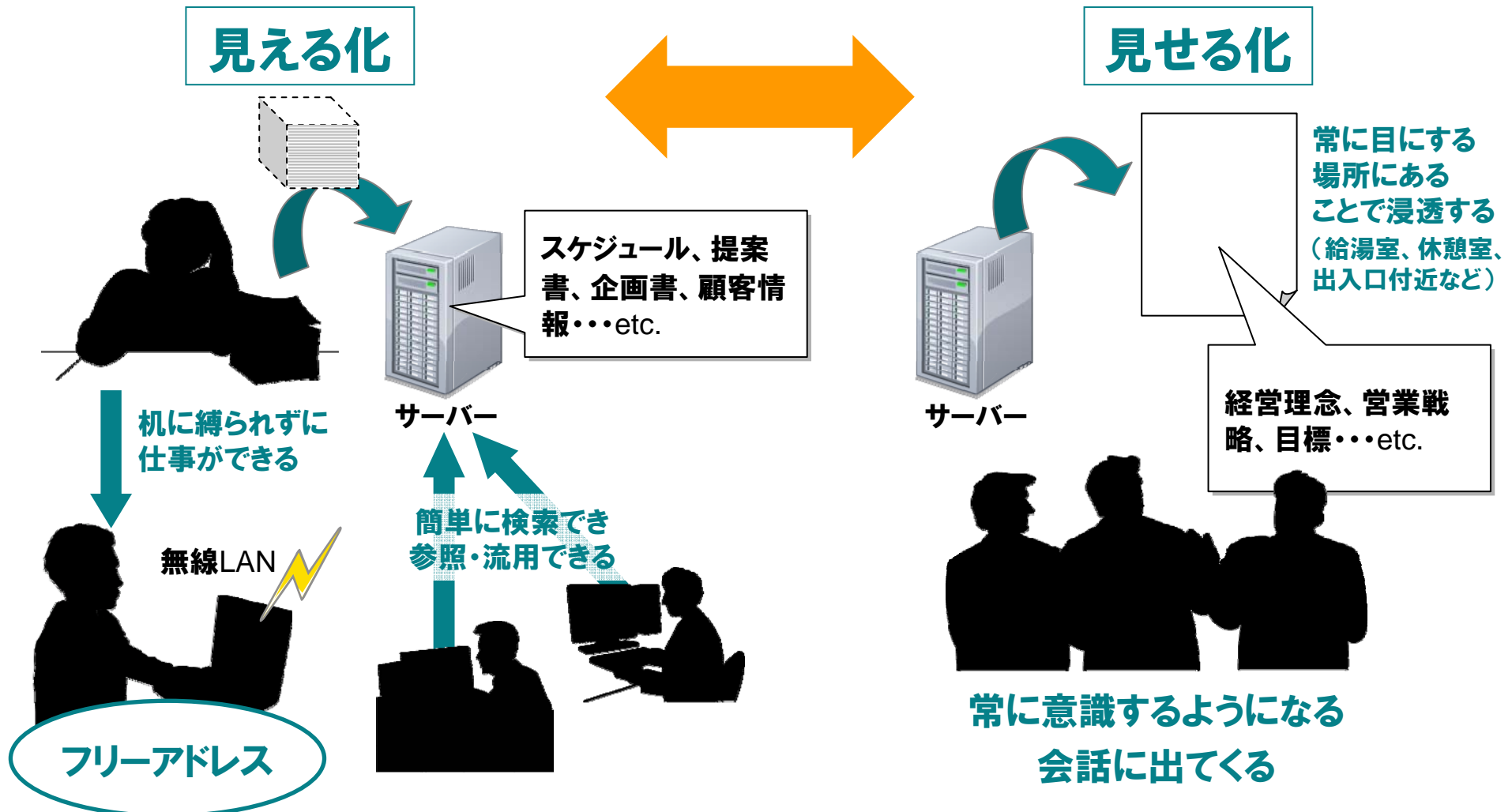


情報システムで見える化、印刷で見せる化

データで保存されるべきもの / 紙として出力されるべきもの

見える化

見せる化



例)組織内での情報共有ツールの活用

頭の中のちょっとしたアイデアを周囲に見せることで
他者の発想に結びつける

アイデアボードの活用



<ポイント>

- ・掲示する内容はルールで縛らず自由にする
- ・持ち出し／書き換え可能にする
- ・部署を問わず、全員が目にする場所に貼る

ホワイトボードの活用



<ポイント>

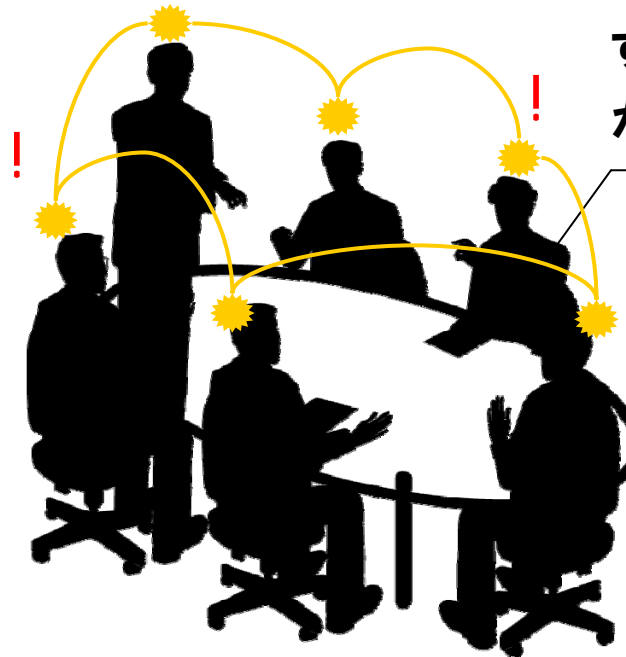
- ・休憩スペース、打合せスペースなどあらゆる所に設置し、いつでもアイデアを人に見せられるようにする(スチール面に貼れるボードなどを活用)

いつでも声をかけ合えるオフィス環境の構築

コミュニケーションの活性化により、互いの知識も行き交う

知恵を借りたい人のそばで
仕事ができるフリーアドレス

毎日新しい気付きが
得られる



すぐに相談、連絡など
ができる打合せスペース

会議室予約の手間等を省き
スピードアップ

“知”のネットワークが
気付きやアイデアを呼び
仕事の質が向上する

作業に集中したい
時のスペース

作業効率アップ

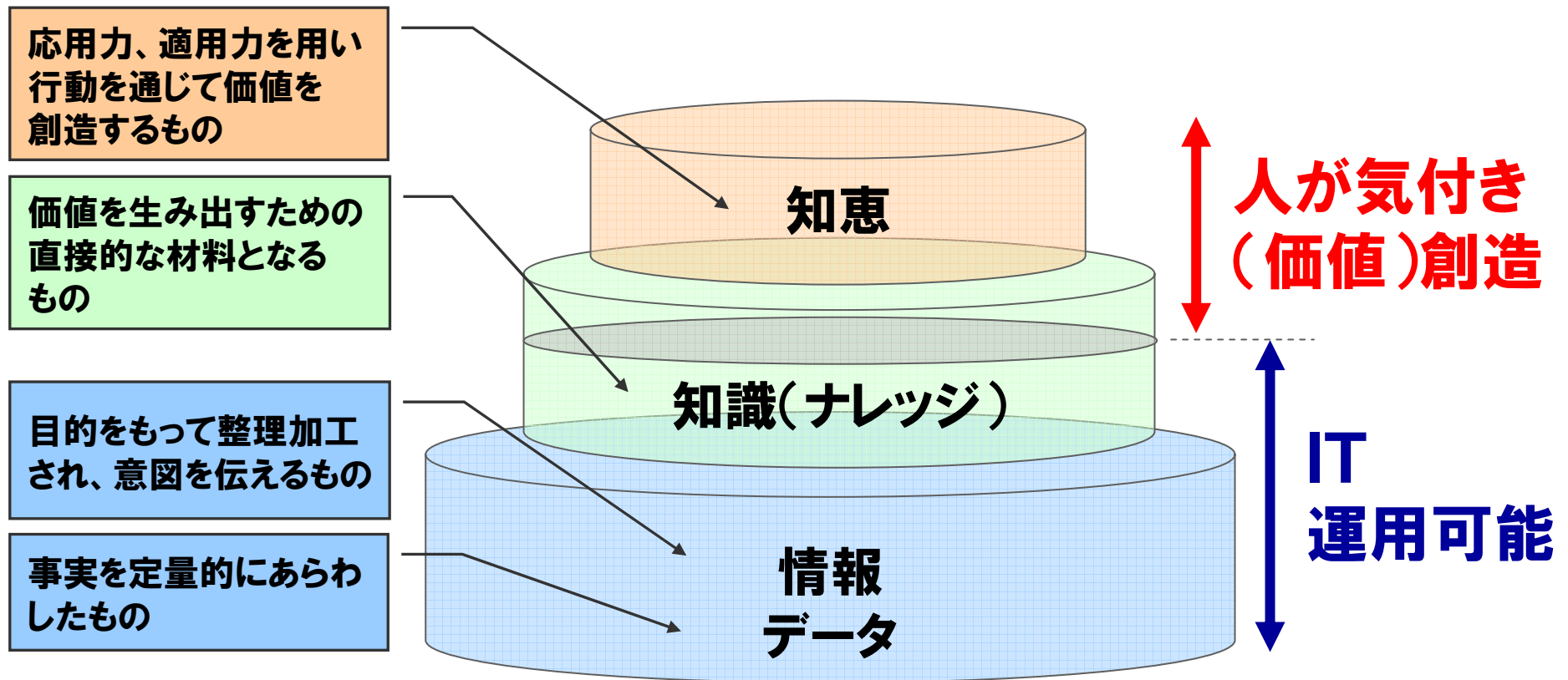


4. 社員の行動を変える 知識・情報化時代の管理職の役割



情報から生み出される気づきをサポート

最終的な判断をするのは「人間の勘」(勘とは情報と経験の蓄積)
判断の軸となるのは「情報量」と「分析力」(情報から本質を探る)



事後アドバイスだけでは部下は動けない

何が、なぜ、どのようにダメなのか、だからどうすればいいのか？



行きやすい顧客のところだけに行って、
世間話しかしていないんじゃないか！

アポイントがとれるところだけに行っても
受注はできないぞ！もっと頭を使え！



しかし、どこに行けばいいのか
わからない・・・

情報を基に部下の成長を促すコミュニケーション

一緒に情報を見て
未来の行動を考える

例) 顧客情報

The screenshot displays a web interface for customer information. It is divided into three main sections: '基本情報' (Basic Information) at the top, '案件' (Cases) in the middle, and '案件ごとのプロセス' (Process for each case) at the bottom. The '基本情報' section includes fields for company name, address, and contact details. The '案件' section shows a table with columns for '取引先名' (Customer Name), '高談名' (Case Name), '金額' (Amount), and 'アクション' (Action). The '案件ごとのプロセス' section lists steps like '01-要件整理' (Requirement gathering) and '02-入力' (Input).

上司
これからの
行動に対して
アドバイス

部下
必要な情報を
報告する

情報の見方がわかり
部下の「考える力」が養われる

事実を見て、行動に対し、事前にアドバイスする

何をすべきか？だから何がダメなのか、これからどうするか？

ポテンシャルが低く、訪問頻度が高い企業が多い理由は何だろうか？

計画的に動けと言われているので、アポイントがとれるところに優先的に行っています。

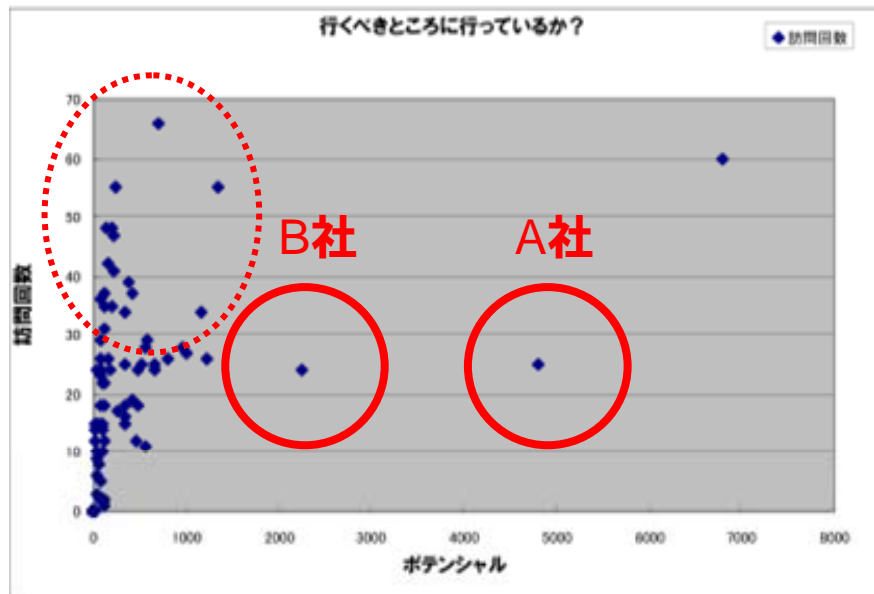
君が営業をかけるべき企業はポテンシャルの高いA社とB社だよ。

はい。確かにそうですね。明確に理解できていませんでした。A社には、連続でアポイントをキャンセルされて、それから連絡をしていませんでした。

では、これからアポイントをとってみなさい。訪問が無理だったら、A社とB社へのアプローチを一緒に考えようじゃないか。

はい。ありがとうございます。

可能性の高いところに、より高い頻度で訪問できているか？



訪問頻度と顧客のポテンシャルの相関を見て部下にやるべきことを考えさせる・納得させる。

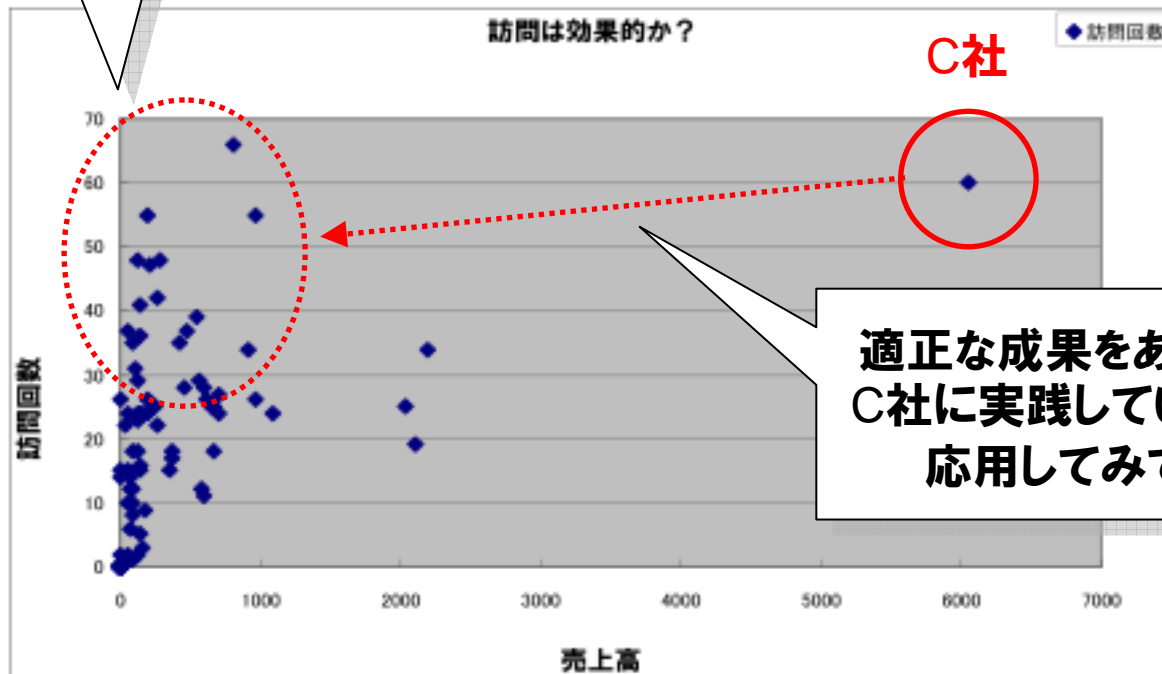
部下がわからないことは一緒に考える。

結果も“考える材料”にする

何が、なぜ、どのようにダメなのか、だからどうすればいいのか？
部下と一緒に考える

訪問の回数が
売上につながって
いないのが問題

訪問回数と売上高に明らかな相関関係が見られるか？



適正な成果をあげている
C社に実践していることを
応用しては？

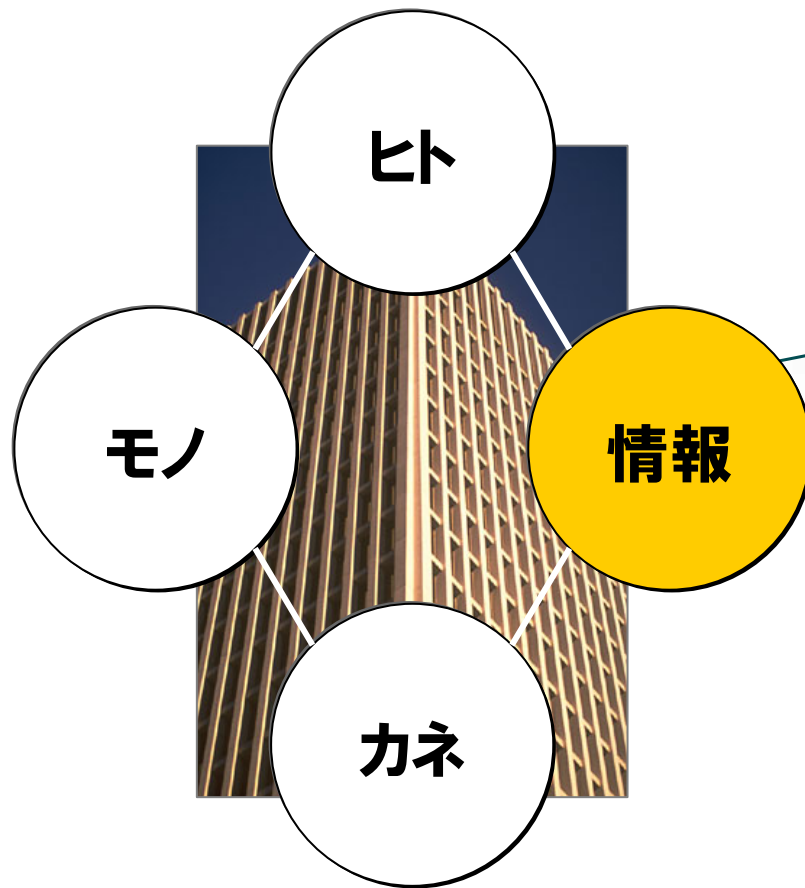
実行結果:

	金額	期待
<input type="checkbox"/> フェーズ: 01-新規発掘 (130件)	JPY 10,389,672,093	JPY
<input type="checkbox"/> フェーズ: 02-ニーズの把握 (60件)	JPY 5,430,008,456	JPY
<input type="checkbox"/> フェーズ: 03-提案書作成 (31件)	JPY 3,433,891,047	JPY
<input type="checkbox"/> フェーズ: 04-プレゼンテーション (18件)	JPY 4,164,700,000	JPY
<input type="checkbox"/> フェーズ: 05-デモンストレーション (17件)	JPY 1,399,711,860	JPY
<input type="checkbox"/> フェーズ: 06-見積書提出 (10件)		



組織の情報編集力を加速させるマネジメント

企業の資産



成果

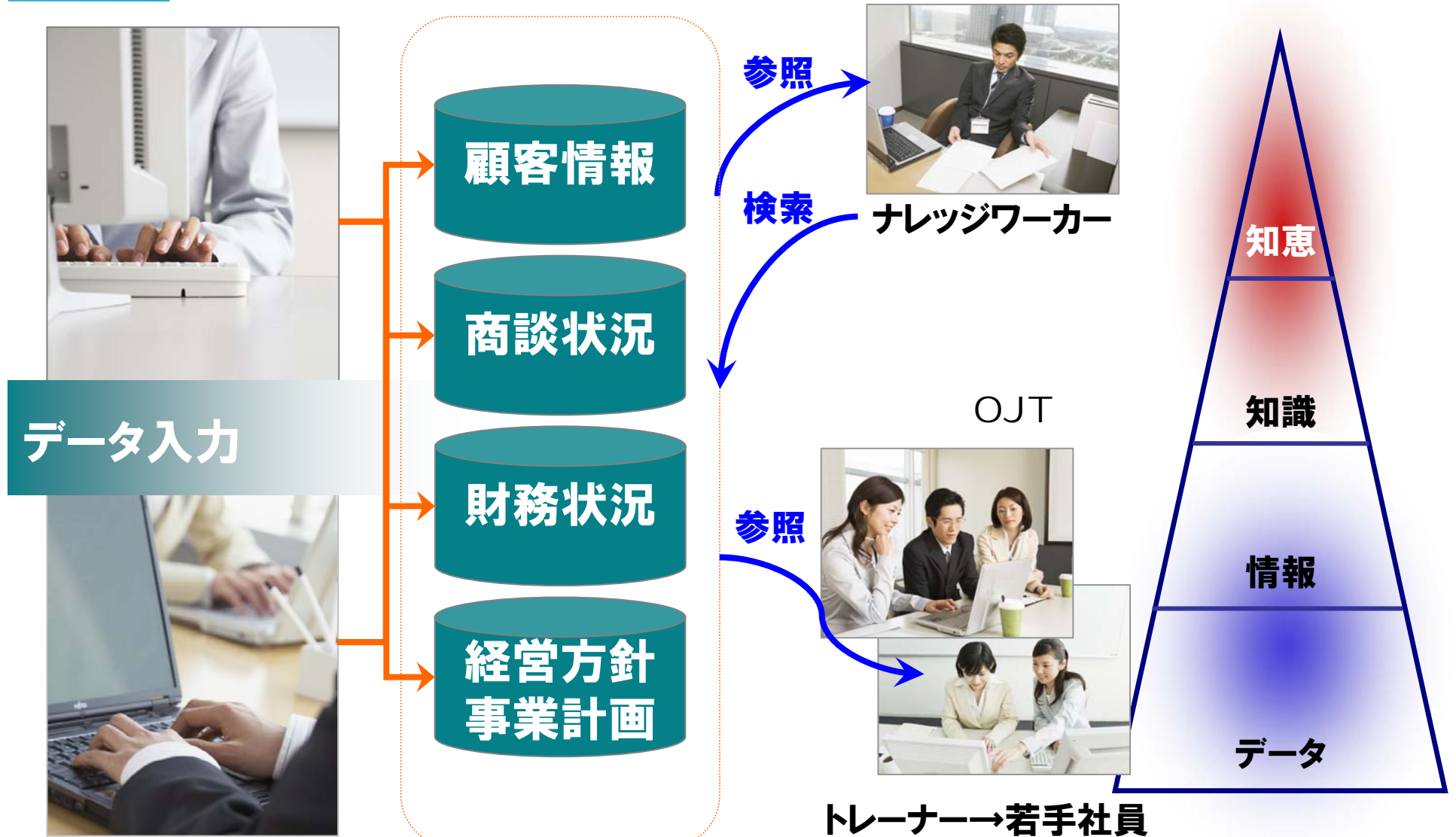
情報	活用効率	成果
A 90	$\times 50\%$	= 45
B 80	$\times 90\%$	= 72

情報の編集効率を考える

何の情報に誰にどのように見せるのかを考え、溢れる情報を取捨選択するのは管理職の仕事

自分の経験を時代にあった形に編集して部下に伝える力を持った管理職が必要とされる

仮説から行動を促すワークプレイスラーニング



改善を続けることで選ばれる企業に

IT活用 + **人を育てる仕組み** が重要

