

プロセスマネジメント① 意図した価値は日々 の仕事で実現する

価値ある製品・サービスを生み出すには、意図した価値をもつ製品・サービスを生み出す一連の仕事が決められそれが適切にマネジメントされることが必要なのです。このことを「プロセスマネジメント」といいます。日々行われる業務の仕事を計画し、実行、改善を繰り返しより高い価値を生み出せるようになる活動について考えていかなくはなりません。業務とは日々漫然と繰り返し返される性質をもつ

ていますが、意図した価値を生み出すには、絶えず「これでいいのか」と問いかけ、最適な仕事の流れを追求し続けることが必要なのです。

顧客にとって最高の価値を生むには、理解した顧客のニーズを具体化するための製品/サービスの企画、設計、製品の生産、製品の流通、納入、サービスの提供、保守サービスなどでの顧客との関係維持が必要になります。そして、これらの仕事が行われなければならない、意図した価値創造に向けてうまく連携していかなくてはなりません。さらに、これらの一連の仕事のどこを自分でいい、どこを外部に任せられるかによって提供できる価値は異なってきます。

新製品開発力によって様々な製品を次々に市場に提供し、市場を作っていくような会社は

知恵と創意工夫引き出し、新たな価値を創出

マーケティングと商品開発に経営資源を投入します。生産や流通については外部の会社に依存する場合があります。

製品の生産で圧倒的な強みを発揮する会社もあります。市場である新製品価値が受け入れられ始め、市場が形成されると判断するといち早く生産革新によってどこよりも早く、効率的に、しかも高い品質を維持しながら生産し市場に提供する会社もあります。

また、顧客との関係作りで価値を生む会社もあります。製品開発力や生産革新能力は高いとは言えないのですが、取引がある個々の顧客に対して個別対応

力がある会社もあります。この会社に頼めばいろいろな説明も必要がないし、自分でも気づかないようなことも対応してくれるという価値を提供する会社です。

このように、価値は日々繰り返し行われる仕事の流れをどう作るかによって違ってきます。価値は日々の仕事で創られるということなのです。ですから、ビジョンなどでこうありたいという姿を描いたなら、それを日々の仕事をどうすれば実現できるかを具体的に検討しなければなりません。

そして、日々繰り返される仕事は第一線の現場で行われているということを忘れてはなりません。机上論で流行の手法を導入しようと計画しても決して価値に結びつくとは限らないのです。第一線現場で日々仕事を行っている人々の知恵と創意工夫を引き出し、そこから新たな価値を生み出せるようにしなくてはならないのです。