

創造のひろば

巻頭言

日本経営品質賞の特徴を活かした経営品質向上

経営品質アセッサーフォーラム 理事長 道添 順一 氏



1. はじめに

「企業の目的は、顧客の創造である」はピーター・ドラッカーの言葉です。

一方、顧客は対象の商品・サービスに対して、自分なりの価値を見出し、その価値に見合った金額かどうかを判断し、購入します。しかし、購入しても期待した価値でないと分かった瞬間に使用も購入もしないかもしれません。

日本経営品質賞（以下、JQA）は、このような顧客の視点から経営を見直し、自己革新を通じて顧客の求める価値を創造し続ける組織を表彰することを目的に、1995年に創立されました。

1996年から2018年度までに275組織が申請し、45組織が受賞し、九州内では2017年度にトップ保険サービス株式会社（福岡県）、医療法人清和会長田病院（福岡県）、2018年度に株式会社九州タブチ（鹿児島県）が受賞しています。

ここでは、JQAの特徴の概略を紹介しながら、実際の事業運営での活用方法を考えます。

2. 提供価値を明確にした経営

JQAは4つの価値観を基本理念としています。

①顧客本位：顧客の視点から経営を見直すため、顧客から見た評価をすべての価値に対して優先される基準とします。売上高はその価値の等価交換の結果です。②社員重視：社員が顧客の視点に立って連携して活動することが求められます。社員一人ひとりを大切に、社員のやる気と能力を引き出すことが必要です。③独自能力：顧客に提供する価値を高めるために、独自の見方、考え方、方法を重視し、長期的な全体最適の経営を目指します。④社会との調和：社会に価値を提供し、信頼を得て事業活動するためには、自分たちの価値観や行動が、社会的価値観と合致していることが必要です。

当然、企業が描く「理想的な姿（ありたい姿）」においても、このような価値観が反映されているか

どうか重要と考えます。

そこで、このような観点で、自社の社是、経営理念、ビジョンなどに込められた価値に焦点を当て、再確認することをお勧めします。

「今更ながら」とか「言わなくても知っているはず」は単なる思い込みと割り切ってください。

3. セルフアセスメントによる経営品質向上

顧客の求める価値を創造し、選ばれ続けるために、誰にフォーカスするのか、どんな価値を提供するのか、強化すべき独自能力は何かといったことを明確にした事業戦略が有効なのは言うまでもありません。その際、各要因の相互関係を明確にするために、ストーリー化することが有効です。是非、挑戦してみてください。

一方、実際の日々の活動では、一旦取り組みだすと、各組織では自分たちの活動や制度に固執してPDCAサイクルを回しがちです。

そこでJQAでは、リーダーシップ、組織能力、顧客・市場の理解、主要な価値創造プロセスといった活動プロセスやそれらの活動結果といった8つの経営視点を設定し、各活動が全体最適の経営に役立っているかどうかを自ら振り返る「セルフアセスメント」を重視しています。

さらに、活動状況を文章化すると、活動目的や対象などの記述が必要になり、論理性が高まり、各活動との関連も顕在化することから、記述して活動状況を振り返ることを基本にしています。

このような取り組みを推進するために、現在、九州経営品質協議会を始めとする各地の経営品質協議会では、セルフアセッサーを養成しています。私自身、このような活動に長年関わってきたことから、セルフアセッサーがまず自部署での経営革新を推進し、さらに企業全体の経営品質向上に貢献されることを期待しています。