

## 経営品質向上支援コンサルティング

## | [サイトマップ](#)

このページは、タテックスの行う中小企業向け経営システムの構築・運用改善コンサルティングについて述べます。

### 顧客満足(CS)経営が必要な背景

グローバルな事業展開が当然となった現代、世界第2位の経済大国の日本企業は、その進むべき方向を自ら模索し開拓する時代になっています。かつてのように、欧米先進企業をモデルとして、後追いをすれば成功できた時代ではありません。

企業が生き残るためには、横並びの発想で他社と同じことを効率的に実行するのではなく、他社に対する優位性を構築し独自のやり方を展開していくことがどうしても必要になっています。つまり、企業に求められているのは、他社と異なる優位性を構築し、競争力を確保する事業戦略です。

優位性の構築の原点として「顧客」があります。顧客を見て、顧客に与える価値を増大し、顧客満足度を大きくすることによって初めて、企業経営における優位性を生み出せるのです。競争戦略の下に激しい企業間競争が行われた結果、真の競争が実は市場獲得競争である限りは、勝ち抜くために顧客満足という原点に帰るしかない、という共通の認識が背景にあります。

### 顧客満足とクオリティ

顧客満足とは、顧客と企業が接する様々な場面で、企業が販売する製品・サービスを顧客側から評価する場合、満足状態あるいはその度合のことをいいます。顧客満足の評価の対象は、単に直接顧客と接する現場の営業担当者や技術スタッフ、窓口係などだけではなく、生産現場で組み立てを担当する者、部品を調達する者、研究所で製品開発を行なう者、内勤で経理業務に責任を持つ者、あるいは企業経営全般に責任を持つ経営者など、企業活動の全ての場面に関わる人々が生み出すものに対する顧客の満足水準を含みます。

つまり、製品・サービス自身の出来・不出来はもとより、その背後にある経営者のリーダーシップ、企業が持っている理念・ビジョン・戦略・戦術、技術力や製品・サービスを販売する仕組み、従業員の教育レベルや接客態度など、顧客と企業の接点となるあらゆる要素を含んでいるということです。

### 顧客満足(CS)経営の要素

CS経営の要素は、第1に、顧客志向の経営理念・ビジョンと、その上で優位性構築を図るための戦略があります。第2に、顧客、顧客に与える価値、顧客満足(CS)、顧客とのリレーションシップが中核的な要素として含まれています。第3に、CS経営の戦略を組織能力向上のために展開する仕組みとして、CS重視の企業文化、リーダーシップ、権限委譲、TQM、効率化、情報共有化などがあげられます。

第4に、顧客満足経営を支える仕組み、つまり顧客満足度を把握しそのデータを活用する方法があげられます。顧客満足経営の基本は、マーケティングの考え方です。マーケティングとは、顧客のニーズや欲求を満たすために製品・サービスを生産し提供するプロセスを指しますが、その中核にあるコンセプトが顧客満足なのです。顧客満足を目指した企業活動のプロセスそのものがマーケティングである、ということが出来ます。マーケティングを考える際に重要なのは、伝統的なマーケティング・ミックスの4Pと呼ばれる要素で整理できます。

- (1) 製品 (Product) : メーカーでは生産される製品、サービス企業では提供されるサービスがここでの製品です。企業は製品の品質、特徴、ブランドなどを設計して、顧客に提供します。
- (2) 価格 (Price) : 製品・サービスについて、販売価格、割引・値引、支払の標準期間・条件などの価格条件を決めます。
- (3) 流通 (Place) : 流通チャネル・販売代理店の種類、代理店の階層構造・機能・地理的分布などの選択です。デフレ経済下ではこの流通チャネルの見直しによる差別化が有効になります。
- (4) 販売促進 (Promotion) : 人的販売、広告・宣伝などの非人的販売に関する選択です。

## 日本経営品質賞(JQA)とは？

日本経営品質賞は、米国のマルコム・ボルドリッジ賞（MB賞）の考え方を基にしています。マルコム・ボルドリッジ賞とは、1987年不況のアメリカにあって、経済立て直しのためにレーガン大統領（当時）により創設されたものです。当時世界中の優良企業を分析した結果「お客様の立場に立っている」「社外の良いものを取り入れている」など、良い会社に共通点がありました。その要点を整理して評価基準とし、「国家経営品質賞」として制定したのがこの賞です。この基準に基づきいろいろな企業が経営改善に取り組んだことも、米国の経済が現在の好況に復活した一因とされています。米国のマルコム・ボルドリッジ賞とそのすばらしい成功により、同様の経営品質を評価・表彰する制度は世界中に広がっていきました。欧州（EC）の欧州経営品質賞をはじめ、現在では世界50カ国に設置されています。日本では1995年に（財）社会経済生産性本部により創設されました。

## 日本経営品質賞：8つの基本的な考え方（コンセプト）

日本経営品質賞の評価基準は、次に挙げる8つの基本的な考え方に基づいています。カッコ内の数字は配点を表しています。全体が1000点満点で評価される仕組みとなっています。この考え方が企業経営に反映されているかをさまざまな評価基準から審査していくのです。この考え方は、世界の国家経営品質賞におおむね共通しており、いわば世界中の「良い会社」の共通項ともいえるものです。

1. 経営ビジョンとリーダーシップ(170)
  - 1.1リーダーシップ発揮のしくみ
  - 1.2社会的責任と企業倫理
2. 情報の共有化と活用(80)
  - 2.1情報の選択と共有化
  - 2.2競合比較とベンチマーキング
3. 戦略の策定と展開(80)
  - 3.1戦略の策定
  - 3.2戦略の展開
4. 人材開発と学習環境(110)
  - 4.1人材計画の立案
  - 4.2学習環境
  - 4.3社員教育・訓練、自己啓発
  - 4.4社員満足
5. プロセス・マネジメント(110)
  - 5.1基幹業務プロセスのマネジメント
  - 5.2支援業務プロセスのマネジメント
  - 5.3サプライヤーとの協力関係
6. 顧客・市場への迅速な対応(150)
  - 6.1顧客・市場の理解
  - 6.2顧客への対応
  - 6.3顧客満足の明確化
7. 企業活動の成果(200)
8. 顧客満足(100)

日本経営品質賞の審査基準を見れば、顧客満足経営実践の仕組みとしてどのような点に力を入れているかが理解できます。総体的に、結果よりも業務プロセスが優れているかどうかを重視する傾向が強いことがわかります。

「リーダーシップ発揮の仕組み」は、配点が100点と大きく、強いリーダーシップを重要視していることが判ります。また、「社会的責任と企業倫理」の配点70点は、企業の不祥事防止の観点から重くなっていることが読み取れます。「戦略の策定と展開」は、戦略の内容自身について深い考察を加えるものではなく、プロセスとしての戦略策定・展開を評価するものなので、このカテゴリーの配点は80点になっています。

「顧客・市場の理解と対応」では、「顧客・市場の理解」が70点を配分されています。優れた顧客満足経営は、顧客の属性や個別のニーズをできるだけ詳細に把握することから始まるため、顧客・市場の把握・分析は重要な評価となっているようです。

「企業活動の成果」については、「事業の成果」が60点（つまり、1000点満点の6%）の配点しか与えられていないことは注目すべきです。本来企業にとって業績向上は至上命題ですが、日本経営品質賞の価値観はプロセス重視であり、優れたプロセスが構築できれば事業の成果も向上すると考えているようです。

## 経営品質向上活動導入のメリット

1. 卓越した業績を生む経営体質をつくる
2. 経営の有効性と改善領域が明確になる
3. セルフアセスメントにより自己変革能力を高める
4. 多様な改善活動の実効性を高める

## 当社サービスのポイント

1. 経営品質とは「顧客が評価する、経営を構成している全てのプロセスの品質」 日本経営品質賞の受賞そのものを目指すのではなく、評価基準の考え方を参考にして独自の顧客満足のマネジメントシステム構築、運用、改善活動のコンサルティングを致します。

2. 競争力のある経営構造改革の実現を支援 ・顧客の視点から経営全体を運営し、自己革新を通じて、絶え間ない変革と創造を実現し、新しい価値を生み続ける組織能力を創り上げることを支援します。  
・その成熟した組織が、優れた経営の仕組みを有し、卓越した業績（パフォーマンス・イクセルス）を生み出すことを支援します。

3. マネジメントシステムの質的高度化

経営品質は、ある企業が提供する製品やサービスだけを対象にして、その品質を向上させようと意図するものではありません。経営品質が目指しているのは、モノや機械でなく、人間によって構成されている「システム」の質的高度化です。

## ニーズで選べる支援内容

実績豊富なコンサルタントがシステム構築に必要な工数をお客様のニーズで選べます。[お問合せ](#)ください。