

【研修内容・ダイジェスト】

■講座内容

1) 本講座に対する意識の共有、心構えと方向性を合わせる

今回の連続講座を担当する産業能率大学 総合研究所 神戸研究員から本講座の目的、本講座を通じて受講者への期待を改めてお伝えし、講座に臨む姿勢や意識、心構えを整えるところから始まりました。

全5回を通じた本講座の目的は2点

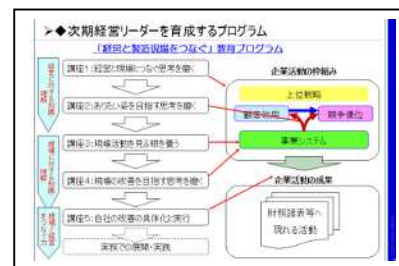
①企業の成長に最も重要なイノベーションによる経営革新を推進できる経営人材を育成する

②経営戦略視点に基づいた全体最適を実現する製造現場に変革していける経営者層・製造現場リーダーを育成する

その上で、第1回の講座のねらい（ゴール）を

- 1) 本講座の全体像を掴み、これから5会合でやる内容を理解する
- 2) 5会合一緒に活動するメンバーを理解する（知り合う）
- 3) 戦略とは何か、その枠組みを理解する

3つに設定し、連続講座の全体像と各回の流れとつながり、第1回目の位置づけをガイドしました。

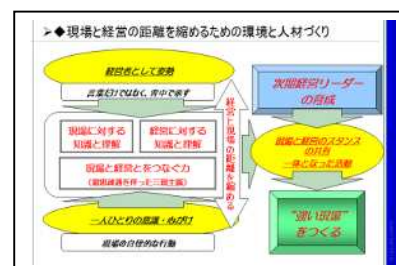


↑【資料1】第1回テキスト p10より引用

そして、神戸研究員からは各受講者に問いかけがありました。

「経営と現場に距離を感じるか？」

トップからの情報がなかなか現場に正確に降りてこない企業の状況から経営と現場の距離を縮めるためにどうしたらいいのか。三現主義（現場・現物・現実）の考えをお話し、自ら主体的な動きをとることで、積極的に周囲に示していくことが求められていることをお話ししました。



↑【資料2】第1回テキスト p9より引用

2) 経営戦略に対する考える枠組みを掴む

人・もの・金・情報・技術などの経営資源が効率よく効果的に活かされるための必要な考え方として「戦略」を学びました。

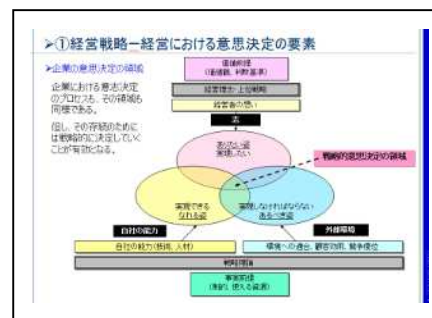
その戦略を実行するために意思決定・判断の根拠となる

「価値前提(価値観、判断基準)」と「事実前提(制約、使える資源)」に触れました。さらに意思決定を決める3つの要素があります。

- ①ありたい姿：経営者の思い
- ②あるべき姿：外部から影響や期待
- ③なれる姿：内部の能力（自社の力）

この3つの要素が重なりあうところで意思決定がなされ戦略が決定します。その戦略が企業活動の方向性と具体的施策を導いていきます。

こうした戦略と活動の繋がりをより深く理解するためのケーススタディに取り組みました。

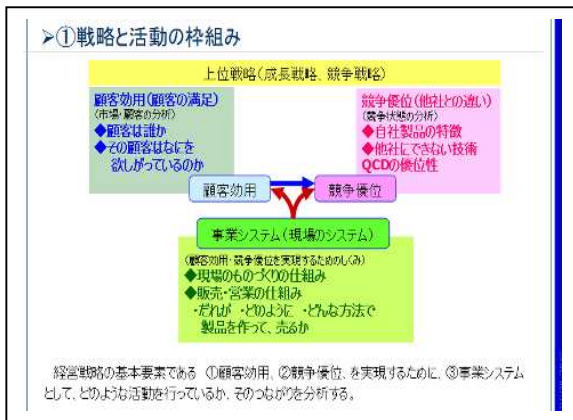


↑【資料3】第1回テキスト p19より引用

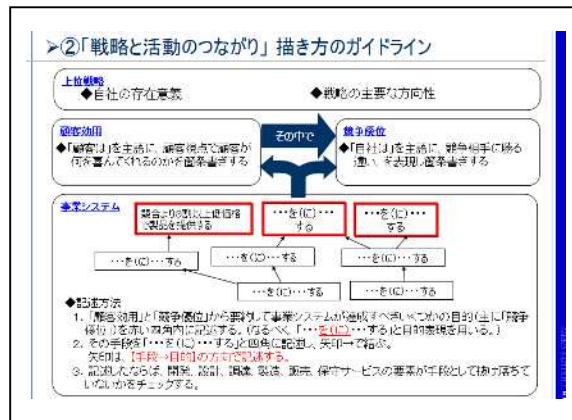
ケーススタディ：M社（単一事業の専門メーカーとして世界シェア 50%以上を誇る）企業事例を読み、

- ・上位戦略（自社の存在意義、戦略の主要な方向性）
- ・顧客効用（「顧客は」を主語に顧客視点で、顧客が何を喜んでくれているか）
- ・競争優位（「自社は」を主語に競争相手に勝る違い）
- ・事業システム（顧客効用と競争優位を生み出すための具体的な活動フロー）

これらの観点で、グループメンバーが一緒になって整理し、発表しました。



↑【資料④】第1回テキスト p23 より引用



↑【資料⑤】第1回テキスト p26 より引用

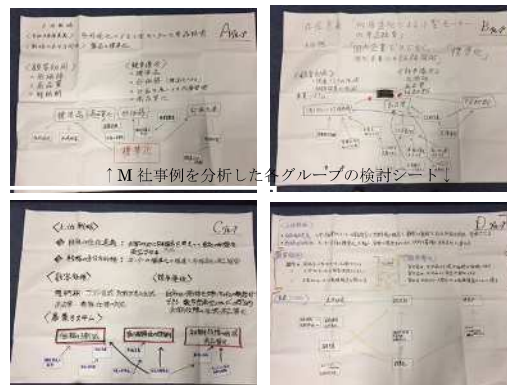
3) 第1回連続講座を学んだ振り返り

本日の講座を通じて得た気づきや感想を振り返りました。各グループからは、「こうした体系だった考えや流れを整理して理解する機会が無かったため、わかり易かった。」

一方で、「上位からの戦略や方針について、自分が理解できていない不安を感じた」という声もありました。

また「顧客効用や競争優位という概念がまだ整理できていないため、今後、自社において改めて考え直したい」という意見もありました。

これらについては、2回目以降の講座を通じて、学んでいきます。



■ 2つの課題

第2回目の連続講座に向けて、2つの課題を受講者に課しました。

- ①. 行動計画シート (Step1) の記入
- ②. 「自社の戦略と活動の枠組み」シートの記入

いずれの課題も今回学んだ内容を復習しながら、自社に置き換えて考えた場合に、どうなるのかを考えていただく課題をお願いしました。

学んだことを現場で活かすことができるためには、このような振り返りと自社への置き換え（転用）がとても重要だと考え、次の講座につなげて進めていきます。

