



法人こおりやま

2010. 5 第383号

発行所 郡山市虎丸町14番2号 社団法人郡山法人会 (024-933-7777) (FAX925-1971)
 発行人 樽川次男 編集 広報委員会 印刷所(株)ヨシダコーポレーション



八雲神社と夫婦杉 (郡山市三穂田町下守屋上豊館)

表紙の言葉

八雲神社と夫婦杉

(郡山市三穂田町下守屋上豊館)

八雲神社は京都八坂神社と同系列社として祀られ地元の「祇園さま」と呼ばれ八坂神社の祇園祭と同じ日、神興渡御の夏祭が行われる。近くに祇園清水があり水道施設までは地元の飲料水として使われた。夫婦杉は樹齢200年、高さ26~31m、根元は地下でつながっているといわれている。

(絵と文 大山弘)

目次

| | |
|--------------------------|---|
| 変革と再建の原理原則 | 2 |
| ヒューマンエラー防止対策 | 4 |
| 自社ブランド製品への思いで 明日を切り拓く | 6 |
| 新人会員の紹介 | 8 |

二宮金次郎に学ぶ

変革と再建の 原理原則

松井経営人事研究所 松井 健一

いまなぜ金次郎なのか

二宮金次郎の生涯は、その一生の活動が自分自身の向上と農政の変革・再建活動そのものであった。

その言動は現代企業経営に立派に通じる。金次郎はいまだに、道徳

教育的イメージが強く、多くの経営者にも経営などとは無縁の遠い過去の人物と思われているようだ。

しかし、混迷する経営環境の中で、金次郎の言動の実は現代企業経営に立派

混迷の時代を生き抜く知恵と行動

に通じる原理原則そのものである。

何事も壁にぶつかったときには原理原則に戻って考

金次郎にみる変革と再建の7原則

ある時に評判が高く、時の人として話題になった経営者が、その後あえなく消えていく。

そんな姿を見るにつけ、あるレベルまで評価の定まった歴史上の人物を現代に引き戻し、客観的に見ると

いうことは決して単なる懐古主義ではなく、実験済みの原理原則を確認することになる。混迷した経営環境の中で改革という視点から

二宮金次郎を見ることは、必ずや新たな視点を見出すことが出来るであろう。

① 至誠と実行

評論はいらぬ、実行こそが効果をあげる

成果を生むのは100の

えることが壁を乗り越えるきっかけになる。経営的観点から見た金次郎の言動の要点をまとめてみた。

言葉ではない。一つの実行である。

もっともらしいこと並べて文句を言ったり説教したりする人がいるが、それよりなにか一つでも具体的なことを実行せよということだ。

金次郎は口先ばかりの虚言を終生嫌った。

「わが道は至誠と実行のみである。才智弁舌を尊ばず、至誠と実行を尊ぶなり」

金次郎はいう。

成果をあげるには頭のよさも口のうまさも必要ない。

ただ誠心誠意、耕し、コヤシをやり、雑草をとることに努めるのである。

いくら学問や知識があっても、そこに至誠と実行がなければ成功しない。

② 勤労の思想

成果だけを求めるな

働くとはどういうことか。

金次郎は、気まぐれな自然に立ち向かい、自然に對抗する創意と工夫が労働というもので、それが天道に対する人道というものだという。

自然と対峙するプロテストタントの勤勉性というか、アメリカ人の合理精神に思えるものがあるように思える。

ともかく人は働くことによつて生産物を得、それによつて豊かに生きていくことができる。

そして働くことを通じて知恵をみがき、自己を向上させることができる。

金次郎の説く、そういう勤労への基本認識を、とくに若い世代は再認識すべきではないだろうか。

③ 分度の法則
財を散らさなければ
家も国も繁栄する

分度とは、自分の身の丈を知り、その範囲で計画を立てよということであり、積小為大は「塵も積もれば山となる」というように、何事も小さいことの積み重ねであるということだ。

人は自分の今の実力(分限)をしつかり把握し、収入に応じた一定の計画(分度)を設定し、その範囲内で生活することが基本である。と金次郎はいう。

そのためには、なによりもまず分度⇨実力に応じた計画を立て、財を散らさないようにすることだ。そうすれば衰えた国も興すことができ、つぶれかけた家も立て直すことができる。

④ 推譲の法則
人の道に推譲に勝るものはあり得ない

分度の設定によって生じた余財は、将来のために蓄え、使わなければならないと金次郎はいう。企業が利益を次の投資に当てるのと同じである。

推譲とは「地位などを自分は退いて人に譲る」という意味で使われるが、金次郎は余剰の農産物や余ったお金を自分のために貯めこむのではなく、人のためや村のため、あるいは未来のために使うということである。

余剰や利益を自分や家族のために貯めること(自讓)も必要だが、他人や社会に譲って(他讓)役立てるという考えが大切だ。譲るといってもただのパラマキで与えるのではなく、次のステップに進むための投資である。

⑤ 積小為大の法則
万里の道は
一歩ずつ重ねたもの

小さな努力の積み重ねが、

やがて大きな収穫や発展に結びつく。

逆にいえば、目前の小さなことをきちんと処理していかなければ、大きなことは何もできない。

そういうことを確信して地道に継続していけば必ず大事は成就するというのである。

今日という「継続は力なり」というところだが、こうした小さな積み重ねが国の展望さえも大きく拓くというところに金次郎の意気込みを感じる。

⑥ 一円融合
社会は循環する
円である

すべてのものは互いに影響しあいながら、最終的には一体となって結果がでるというのである。

互いに相反するように見える現象も、実体は円のようにつながった一つのもの

だ。

たとえば、企業が社会が必要とするものを提供すれば、富も財貨も自然に集まってくるだろう。

それをまた人のために使えばさらに成長が約束されるだろう。ただし、社長も社員も自分の利益だけを考えているようでは、没落あるのみである。

道理にあつた者が福を得るのであり、道に外れたものはわざわいが訪れる。禍福は表裏一体の一つのもので、道理に従うか逆らうかによってちがうだけである。

⑦ 不動の信念
立脚地を定めて
動かない

何かことを始めようとするときは、必ずやり遂げるという信念がなければならぬ。

少しぐらいの困難で志がふらふらするようでは、もちろんことは成就しないし、

部下もついてこないだろう。

金次郎は、志が揺らぐのはやり遂げようという覚悟が決まっていないからだ。

自分の使命をきちんと認識し、信念と工夫をもって事に臨めば、かなりの確率で目的を達成するだろうという。

物事に取り組むには自分の価値観をしつかりもたなければならぬ。

特にリーダーにはそれが大切だ。金次郎は自分の判断の物指しをもっていたが、それは「やってはいけないこと」と「やるべきこと」をきちんと決めておくことだった。

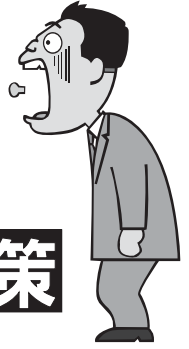
しかし、注意しなければならぬのは、虚仮の一念である。

状況が変化しているのに過去の価値観にしがみつくのは時代おくれで滑稽である。

改革の信念は大切だが、その判断の物指しが正しいかどうかは時に見直さなくてはいいけない。

職場のうっかりミスの防ぎ方を伝授!

ヒューマンエラー防止対策



みなさんは、こんなエラーをしてしまった経験はありませんか?

・発注の数量や値付けを間違えてしまった。

・WordやExcelの資料を、「名前をつけて保存」にしないと書いたところを「上書き保存」キーを押してしまい、前のデータを消してしまっ

た。
・電子メールの送信時に、BCCにしなければいけないところを、TOのまま送ってしまった。

・電話で伝言を承った相手の名前を、忘れてしまった。

・大量に作ったパンフレットに誤字があり、全て訂正しなければいけなかった。

こういったことは、「次回から気をつけよう!」「次回から気をつけなさい!」と言ったり思ったりしているだけではありません。ポイントは、「いつ、なにを、どう気をつけるか」にあ

ります。

それらを知るには、まず人間がどのようなメカニズムになっているのかを理解することが有効です。

人間の限界や、どのような状況のときにエラーに陥りやすいのかといった人間のメカニズムを理解し、その上で個人個人のエラーを起す傾向を知ることが、エラー防止やエラーの再発防止につながっていきます。

事故の6〜8割を占めるヒューマンエラー

「ヒューマンエラー」とは、そもそも何かをまず明らかにしていきましよう。

「ヒューマンエラー」とは、人間の起こす過誤(ミスとも言う)のことをいいます。

某大病院での患者の取り違え事故や、JR福知山線の脱線事故、1株を61万円で売るといふ指示を61万株1円という指示と間違え



(株)クオレ・コーポレーション

中山 佳子

て入力してしまったという事故などもヒューマンエラーです。

こういった人命に関わるものから企業の収益圧迫・信用喪失といったものまで、事故原因を追求し分析してみると、ヒューマンエラーに起因するものが多くみられるのが現状です。

ヒューマンエラーによる事故は、事故全体のおよそ6〜8割を占めるといわれているほどです。

つまり、今「ヒューマンエラー」の問題をしつかり把握しておかなければ、大きな損失をってしまう可能性が十分にあります。

「ヒューマンエラーはゼロにはならない」というのが、ヒューマンエラー防止の考え方のベースです。

「ゼロにはならないけれ

防止には

“確認”が第一!

人間が起こすエラーの中で一番多いのは、なんでもよいか。

第一位は、「確認もれ・確認不足」です。

これは、工場関連業務でも一般事務でも流通業界において、ヒューマンエラーの種別の中でダントツです。ヒューマンエラー全体の約60%が「確認もれ・確認不足」というデータも出ています。

昨今では、人員削減から

一人ひとりに課せられる仕事量が増え、限られた時間の中で多くの仕事をこなさなければならぬ方も多くいらっしゃると思います。

とにかく慌しく忙しい、そのようなときにこそ仕上げに少しの時間をとり確認作業を行うことで、エラーは間違いなく減り、結局は効率がよくなるのです。

エラーを起こしてしまつた時の、時間のロスとコストのロス、そして自身への評価の低下を考えれば、少し確認の時間を取ることをためらってはいけません。

エラー防止には、「確認第一！」です。

自分の起こしたエラーを客観視する

さて、続いては同じエラーを二度と起こさないための、再発防止についてです。

エラーが起こったときに起こりがちなのは、責任追及です。

しかしながら、当事者に責任追及をすると、実際には原因把握の障害となることとがほとんどです。

エラー原因を探るために必要なのは、当事者に客観的にそのエラーが起こった状況を振り返らせ、具体的な要因究明をすることにあります。

研修では、ヒューマンエラー防止対策ツールのひとつ、「自己診断シート」を活用し、状況分析や心身の状態の振り返りや、自身の能力に関してのチェックをしていきます。

このシートを使うことにより、当事者は自分の起こしたエラーを客観視することができ、具体的な要因を突き止め、次回からの再発防止策を講じることができ

ます。また、再発防止のツールとして、もう一つご紹介します。

エラー原因を究明し、具体的な対策を客観的に立てることができ、エラー再

発防止に非常に有効なのが「SHELモデルシート」です。

エラー原因は当事者だけ

ではないのではありませんか、という視点に立ち、周囲の人の状況や環境面、周囲のハード面やソフト面からも要

ヒューマンエラー防止 セルフチェックシート

| チェック | 質問 | 解説 |
|------|--------------------------------|--|
| ① | 自分がエラーをどんなときに起こすかという傾向を知っていますか | 普段から自分がしてしまっているエラーはどのようなものかを把握しておきましょう。次に起こるだろう同様なエラーを予測し、防ぐことができます。 |
| ② | 日頃からメモをとる習慣はついてますか？ | 記憶より記録を頼りましょう。 |
| ③ | 慌てている時に一呼吸おけますか？ | 慌てている時、時間のないときこそ一呼吸おいて必ず確認しましょう。 |
| ④ | 今の意識レベルで大丈夫？ | 重要な仕事をするとき、自分の意識レベルを確認しましょう。注意力散漫であると思った場合は、意識レベルを回復させてから臨むことが大切です。 |
| ⑤ | 数字は復唱確認をしていますか？ | 数字は必ず復唱確認をしましょう。更に3桁か4桁でくくって復唱確認すると、相手も聞きやすく、聞き間違いを防げます。 |
| ⑥ | 不注意作業をしていませんか？ | 仕事の慣れから、注意力が不足している状態で仕事を続けていませんか？ |
| ⑦ | このくらいなら大丈夫、というルール違反を犯していませんか？ | 時間がないから、みんなやっているから…という気持ちで、ルール違反をしないこと。ルール違反は高い確率でエラーとなります。 |
| ⑧ | 健康管理はできていますか？ | 食べ過ぎ・飲み過ぎで体調不良になるのもヒューマンエラーのひとつです。 |

因を探り、分析していくというツールです。

こういった再発防止への知識を高め、エラー原因を追求し、対策を講じるというスキルは、組織のひとりだけが知っていればいいものではありません。

組織全員がヒューマンエラー防止への取り組みを理解することにより、組織全体のエラーの数が減っていくものです。

一人ひとりが「自分のエラーは自分で防ぐ」という意識を常に持ち、健康管理と個人の能力向上を目指しましょう。

そして職場の仲間と互いに確認作業をしあえる環境を作り、再発防止の対策を個人だけでなく、組織全体で行うなどの体制を整えていくことが、組織のエラー数減少には必要不可欠といえるでしょう。

そのための、日頃からの職場内コミュニケーションも大切にして頂きたいと思

丸三産業株式会社 専務取締役 菊池 元宏

自社ブランド製品への思いで 明日を切り拓く

私どもの会社は医療用途の脱脂綿や化粧用コットンパフといった加工製品を始め、不織布用原料・不織布ロールなどの加工資材としてのご提供や、最近では製造工程中で取り除かれた短繊維を利用した稲作用布マールシートに至るまで多岐にわたります。

自社ブランド製品の あり方の見直し

これら製品に共通するキーワードは「コットン」であり、わが社は「コットン」という素材にこだわり、経営理念の中心に据えてモノづくりを行っております。

6年前から、企業として一つの転機を迎えました。筋肉質の企業に生まれ変わるべく、全部門に対してあらゆる観点から改善を試みることにりましたが、特に小職自身が携わった「商品開発」および「営業」にフォーカスを当てご紹介させていただきます。

を創り出し、社員の誇りとなるよう将来の柱の一つに育て上げることを決意したのです。

まずは組織から？

当時の開発部門は営業からの顧客要求を製品化する業務が中心であったため、自らがアイデアを掘り起こして製品を開発することに主眼を置いた新しい組織作りから始めなければならませんでした。

当時既に販売経路が確立できていた化粧用コットンを開発の中心におくということと、余計な先入観を排除する意味も込めて、メンバーを若手の女性から選抜しました。

しかしながら、私も含めた全員がド素人ですので何から手をつけていいのかわからない上に、新しいアイデアもすぐに湧き出てくるはずもなく、既存製品の焼き直しを中心とせざるを得ませんでした。

新製品発表会の開催

製品開発と並行して、苦労して生み出した新製品を世に出す時のデビューが大事であると思いました。その一つの手段が新製品発表会の開催であり、これに対して開発スタッフは尻込みし、営業部門は一斉に反発しました。

「売れる新製品ではない」、「集客できるはずがない」や挙句の果てには「我社はそういうスタイルの会社ではない」などと自らが社長であるかのように言い切る者まで、その全てが自信の欠如からくる逃げ口上でした。

何人かの核になるセーラスを説得して実施する運びとなりましたが、想像以上の猛反発に相当の時間的ロスを生じました。

しかしながら結果として開発と営業とのコミュニケーションの重要性を理解する大切なプロセスであった

と思います。

いくつかの手探り状態の中ではありましたが、2005年1月26日に初の新製品発表会を開催し、その年の3月に8種14品をリリースすることができました。まさに「勢い」そのものでした。

自分達の未熟さを知る

ほっとしたのもつかの間、次の新製品の開発をスタートしなければなりません。同時にこれまでの活動の反省、顧客からのフィードバックや新製品の販売状況から考察される改善など、より効果的な活動をすべく組織をレベルアップさせる必要があります。

事実、次の開発のアイデアのストックはほとんどなく、先の新製品自体も大きく販売を伸ばすというビッグナズラックはありませんでした。現実には厳しいものです。

開発側の課題は、①根本

的なマーケティング知識の不足、②アイデア不足、③アイデア出しに必要な情報収集活動の欠落という三点にありました。

そもそも4P（製品Product、価格Price、流通Place、プロモーションPromotion）や、3C（顧客Customer、自社Company、競合Competitor）など聞いた事もない人間が勘を頼りにやっているわけですから、これでは継続性がなく、いずれどこかで破綻するのは自明でした。

難しいことを勉強しても消化不良を起こして実践できない事は明白でしたので、基礎を中心として学習し、必要と思われることをトリアンドエラーで実施することを重ねました。

定期的に勉強会を開き、その道のプロに教えを請い、自分達で考えて良いと思う事を実行し、失敗と成功を体験して学びました。

そうして、数年を経て次のような枠組みができあが

りました。

① 店頭調査、アイデア検討会、営業との情報交換の頻度および精度を上げ、開発アイデアのストックを増加させる

② 開発プロセスの標準化を図る

・ターゲットとする顧客及び製品が提供できるベネフィットの明確化

・顧客は本当にその商品を望んでいるのか、市場の大きさはどれくらいあるか等の基礎調査の実施

・リリース時期の設定およびそれに合わせた開発スケジュールの作成

・製品コンセプトを中心とした社内プレゼンテーションの実施と承認

・デザインやコピーがその商品が提供しようとしている価値をアピールできているかのレビュー

③ リリース後の製品についての各方面からのフィードバック情報を分析し、製品自体の改善点を探り

フォローを行う

これらはまだ十分な実施レベルではないものもあり、今後も継続して多くの研鑽を積む必要があります。

営業のテコ入れ

一方、営業側には、①商談スキルの未熟さ、②市場情報の収集不足、③バイヤーとのコミュニケーション不足が課題として存在しました。

これらについては、これまでの取扱商材が製品の魅力や利便性を伝える必要性の薄い特売指向の強いものばかりであったことに起因したものでした。結果として取扱企業及び店舗の数が伸びず、生活者に手にして頂く機会すら与えられない状態だったのです。

そこで、まずはセールスが自信を持って商談に臨めるように新製品を題材にした商談ロールプレイを重ねました。

素人相手でも事前準備ががしつかりできていなければ

ば相手を納得させる商談ができないことに気がつき、商談資料の共通・共有化が始まりました。

次に自分達が経験した失敗・成功事例を織り込むようになり、様々なケースにおける対応策を議論するようになりました。

こうなればこれまで不満にしか聞こえなかった製品に関する評価や改善策も建設的な意見となり、開発へのフィードバック情報として生きてきたのです。

商談の機会が増えればバイヤーとのコンタクトが増えるわけですから様々な情報を得る事ができます。

一方でこちらからは新製品提案以外にも店舗の売上を上げるための提案を継続しなければなりませんから、売り場改善につながる情報が必要になります。

これらは実際に店舗をたくさん訪問することで入手でき、自社製品の売れ行きや競合の商品情報などの最新の生きた情報は非常に説

得力があります。

これからの課題

開発においてはアイデアの拡充と製品化プロセスのスピードアップが望まれます。源泉が枯れ、製品化に多くの時間がかかるようでは成功のチャンスもそれだけ少なくなるわけですから。

営業はとにかく取扱い企業および店舗を増やすための努力を惜しまないことと、導入企業に対して販売フォローを怠らないことが必須です。その基礎となるのは店頭で得られる様々な情報であり、収集・選別・共有化・開発へのフィードバックが当面の課題となります。

開発と営業は車の両輪であり、どちらか一方が欠けても前に進むことはできません。当社の自社ブランド製品強化への取り組みは端緒に終わったばかりで実績も伴っておりませんが、将来のヒット商品を夢見て、力強く前進していきます。

新入会員の紹介

よろしくお願ひします

(有)アウトリガー

大槻町字菅田53-3

(株)宗形工務店

三春町大字鷹巣字

(有)華峰

三穂田町山口号

ホット・ブレーション(株)

水上146

桑野清水台

(株)ライフウォーター

48-1-3-110

富久山町久保田字

(株)鈴木新聞店

名倉20-4

(株)古川保冷工業

喜久田町堀之内堂田46

(有)マダムタカコカンパニー

乙高10-3

(株)ライフメンテナンス

富久山町福原字

新和(株)

安積町荒井字加正38

SABホーム(株)

台新1-31-10

(株)もうぎ

小野町小野新町字

(有)安積ライスファーマーユニオン

三穂田町山口号

(株)アート段紙器

道場23-1

(株)オフィスゼロ

大槻町字下町128

(有)三星興業

富久山町福原字水穴123

(株)ウィルクリエイト

新屋敷2-35

(株)柳沼冷熱工業

田村町岩作字坂ノ上51

(有)工匠ハウス

富久山町久保田字

(有)エイシン

駅前1-75

ライフプラス(株)

富田町字下双又14-44

(有)NTS

八山田3-22

(有)柳沼木工所

船引町遠山沢字

富士精工(株)

富久山町八山田字

(有)鈴木建業

田村町上行合字

(有)エコープランニング

島1-22-10

江河工業(株)

湖南町赤津字

(有)山守工業

本町1-15-8

(株)CARREVO

安積町荒井字

寺ノ前4580

(有)熱海昭月

熱海町熱海5-30

(有)アイデア企画

21・10/29~21・12/28
入会会員

第二十七回 定時総会

とき

平成22年6月11日(金)
午後3時~

ところ

郡山ビューホテルアネックス

記念講演会

午後3時~4時30分

演題

日本再生への提言

講師

金 美齡氏

JET日本語学校
理事長

プロフィール

早稲田大学大学院在学
時より聖心女子学院、東京
女子大学、東京理科大学、
フェリス学院大学の講師
を歴任し、早稲田大学では
1996年3月に至るまで
20年以上にわたり英語教育
に携わってきた。

1988年4月より20
00年3月まで学校法人柴
永国際学園JET日本語学
校校長、現在は理事長。

テレビを始め新聞・雑誌
など各種メディアにおいて
教育・社会・政治等の幅広い
分野にわたって様々な提言
を行っている。

