

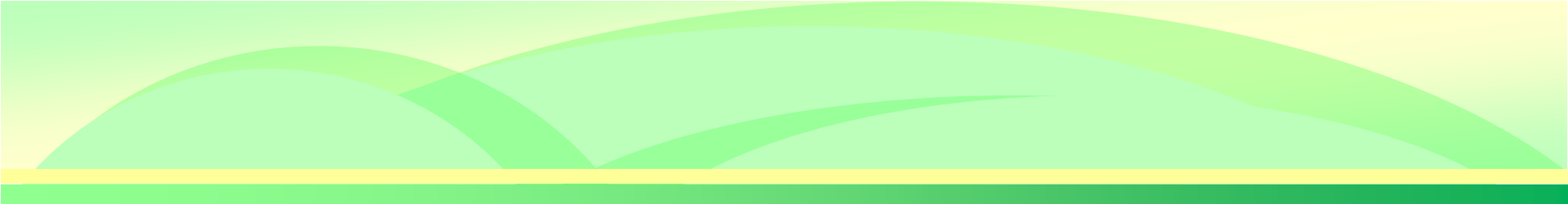
成果が上がる業務改善





目次

- 第1章 12の改善着眼点と改善構想
- 第2章 ITを業務改善に活用しよう
- 第3章 これだけは知っておきたい基本知識
- 第4章 これだけは知っておきたい改善手法
- 第5章 これだけは知っておきたい必須スキル
- 第6章 改善の輪を広げる
- 第7章 改善による変化・成果を確認する
- 第8章 事例で学ぶ業務改革



第1章 12の改善着眼点と改善構想



業務改善の進め方

① 改善する気になる

② 改善フレームワークを考える

目的、ビジョンを明確にする

③ 改善着眼をする

定石がある

④ 改善構想をする

仮説を検証

⑤ 現状分析を行う

⑥ 改善案の具体化

具体的な改善案と実施スケジュール、協力して欲しい事も明確にする

⑦ 改善案の実施の意思決定

⑧ 改善案の実施

定着するまで粘り強くフォロー

⑨ 改善の成果確認

1. 仮設がないと現状分析は出来ない
2. 仮説を裏付ける為に現状分析を行う
3. 検証したい問題仮説に応じて、分析手法を使う

問題仮説例	裏付け分析
機会が止まっている時間が多そうだ	稼働分析
伝票チェックが多く、処理に時間が掛かるのではないか	工程分析
倉庫に入ってから出て行くまで、かなり停滞していそうだ	流動分析



改善構想書フォーマット例

改善テーマ			年 月 日
改善の背景		検討メンバー	
改善の目的・ 成果目標			
現状分析		改善案	
改善案実施 スケジュール			
改善案定着の 工夫点			
成果確認方法・ 確認時期		備考	

仮説が正しい事が分かったら、改善内容を分かりやすくまとめる



コストダウンの改善着眼

①仕事自体を無くす	<ul style="list-style-type: none">● 思いつきで始まった業務● 一部のミスを恐れて始まった業務 etc...
②無くせない仕事は標準化して、ミスや例外を無くす	<ul style="list-style-type: none">● 基本業務は誰でも出来るようにする● ミスや例外が起きないようにする etc...
③人や機械が遊ばないようにする	<ul style="list-style-type: none">● 人が遊ばない業務負担● 機械が遊ばない作業工程● 人と機械が遊ばない工程管理 etc...
④仕事の速度を速める	<ul style="list-style-type: none">● ミスを起こさないフル稼働状態で標準化 etc...
⑤同等品質で出来るだけ安く買う	<ul style="list-style-type: none">● 品質を保持出来る状態にして経費削減 etc...



コストダウンの改善構想 2-1

サイエンティフィック・アプローチのステップ

現状把握

現状の問題点を列挙

問題整理

問題点の構造や真の原因を追究

対策立案

問題解決の為のアイデアを検討して対策を立てる

対策実施

対策をタイミングよく実施

フォローアップ

推進状況を管理し、必要に応じて対策の追加や軌道修正



コストダウンの改善構想 2-2

デザイン・アプローチのステップ(ベンチマーキング手法の例)

ベンチマーキング企業
(事例)の決定

コンセプトや進め方で参考になる企業や
事例をリストアップ

ベンチマーキング企業
(事例)の情報収集

公開情報の他、専門家のインタビューを通じて
体系的について企業や事例について理解

ベストプラクティスの抽出

成功の鍵となる仕事のやり方への仮説を立てる

ベンチマーキング企業
との情報交換

実際に業務に携わった人からの話を聞いたり、
対象企業への訪問を企画

ベストプラクティスの
自社への適合

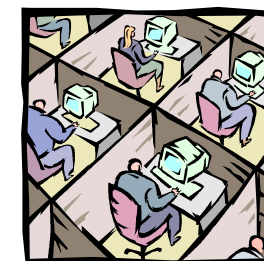
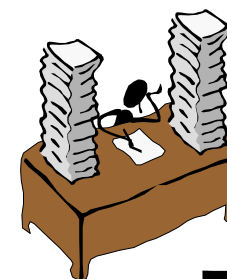
自分の会社に当てはめて、コンセプトや
進め方を再構成



業務内容の改善着眼

無駄な仕事とストレスが増える要因

1. 色々な仕事があって振り回されている
(例) 周囲から様々な飛び込み依頼⇒やりたい事が出来ない
2. 依頼されると断れない
(例) 上司の依頼が断れない⇒計画が崩れる
3. 違う人から同じような仕事を依頼される
(例) 異なる人達から同じ仕事の依頼⇒気持ちが消極化
4. 同じような仕事を別々の人がやってる
(例) 同じ仕事を複数の人が担当⇒非効率的





業務内容の改善構想

1. 業務内容を書き出す

- 通常担当の業務と、突発的な業務を書き出す
- 仕事量や発生頻度等の特徴も書き出して考える



2. 業務の特性を見ながら改善案を検討

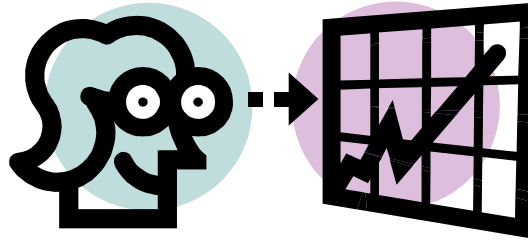
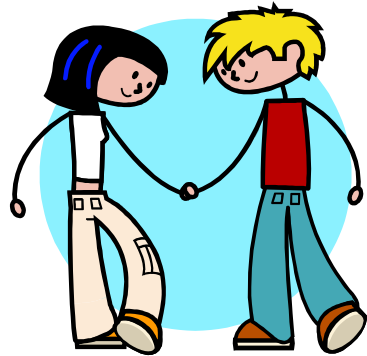
- 改善視点を活用し、改善策を検討

3. 組織メンバーとお互いの仕事内容を比較

- 一人で担当した方が効率的な仕事はないか
- 複数で分担した方が良い仕事はないか

4. 改善視野を広げる

- 個人、チーム、部門等と1つずつ範囲の視野を広げる



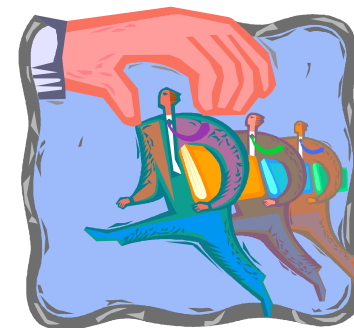
1. **顧客は誰かが曖昧になっている**
 - 自分の中で常に顧客のイメージが出来ないといけない
2. **お客様満足度を見る指標がない**
 - 思い込みで一生懸命サービスしても空回り
 - お客様を知る為の工夫をする事が大切
3. **お客様が満足するレベルが分からない**
 - 顧客は何をどれだけ提供する事を望んでいるか考える



顧客満足度向上の改善構想

1. 顧客を明らかにする

- 組織部門や会社といった抽象的な特定をしない
- 可能な限り、人と特定可能な固有名詞で定義



2. 関係者をリストアップ

- 自分を中心にして周囲の関係者を描いてみる
- 自分との繋がりの中で顧客となる人を選定



3. お客様の率直な声を聴く

- 独りで安易にお客様を理解したと思いつままない
- 顧客の声をビデオ撮影し、複数人でニーズを抽出
- 自分がユーザーになった気持ちで考える

