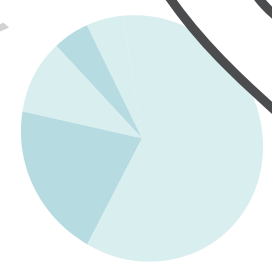


ビジネスの質をよりよくなる実践的思考

顧客価値 経営の スナ



会社経営を もっとうまく 進めたい

人材不足、後継者不足の解決、生産性向上、働き方改革への対応、あるいは環境対策、社会への貢献など、経営課題は山積しています。先の見通しが難しい環境下において、これまでの延長線上での勤と経験による経営から脱することが求められます。



CHECK!

広がっています、 「顧客価値経営」という考え方

「顧客価値経営」とは、自己革新を通じて顧客にとっての価値を追求し続ける経営のこと。

顧客を中心に、社員、社会、自組織それぞれの価値の創造を通じて、経営の質を好循環で高め続けていくことを目指します。

基本理念



顧客価値を
創造する



社員の自主性を高める



社会と協調する

経営者に聞く!

顧客価値経営の考え方に基づく 経営改革事例



一般的な
経営課題

事業
継承



下請け
からの脱却



事業構造の
転換



社内風土の
改革



顧客
からの支持



CASE

1

ガソリンスタンド経営

ヤマヒロ株式会社 (2021年度日本経営品質賞中小企業部門受賞)

抱えていた
問題点



- 気合と根性を重視したワンマン経営
- 長時間労働と高い離職率が常態化
- 顧客ニーズを無視した押し売りの洗車や車検整備サービス
- 3K(きつい・汚い・危険)イメージの現場
- 顧客と継続的な接点を持たないビジネスモデル、少ないスタッフが業界のスタンダード

複雑な問題に対し全体最適(→P5)で解決

顧客対応

- 店舗ごとに提供サービスを絞り専門性を高める
- 顧客の声を集めて改善活動
- 顧客接点を重視して、店頭接客を強化

社内環境

- ICT技術の活用による生産性向上で作業負荷の軽減
- 価値観の共有と適材適所の配置や育成面談
- 年2回の従業員アンケートなど、働きやすい職場づくり

顧客対応・社内環境の
双方の問題から
アプローチして
全体最適を目指す

成果
1

顧客満足度が向上し、
サービス収益(5年間)

1.5倍

成果
2

業界平均を大きく下回る

離職率

9.5%

CASE
2

ナットを中心としたパーツ製造・販売会社経営

西精工株式会社（2013年度日本経営品質賞中小規模部門受賞）

汎用品による
競合激化

取引先の
事業変化

組織風土の
低下

徳島から世界へ、ファインパーツの極みを発信

- 「高品質、高精度、極小」を実現させるための技術開発
- 対話を通じた経営理念・ビジョンの浸透による組織風土改革
- 顧客価値を起点とした業務プロセスの革新



成果
1

ファインパーツ
引き合い率
従来の1.5倍

32.4%

成果
2

社員
幸福度

97.5%

CASE
3

保険代理店経営

トップ保険サービス株式会社（2017年度日本経営品質賞中小企業部門受賞）

自動車保険
中心の収益構造

差別化出来ない
保険商品

事業継承の
課題

顧客価値を「事故対応」と定義し、 従来とは異なるビジネスモデルを構築

- 本業は「売る」ではなく「顧客対応」
- 主軸である自動車保険の比率を下げた事業構造転換
- 後継者育成・事業継承をめざした独自の仕組み



成果
1

顧客対応のため
業界初の互助
ネットワークを設立

全国 300 社

成果
2

自動車
保険比率が
従来の1/2

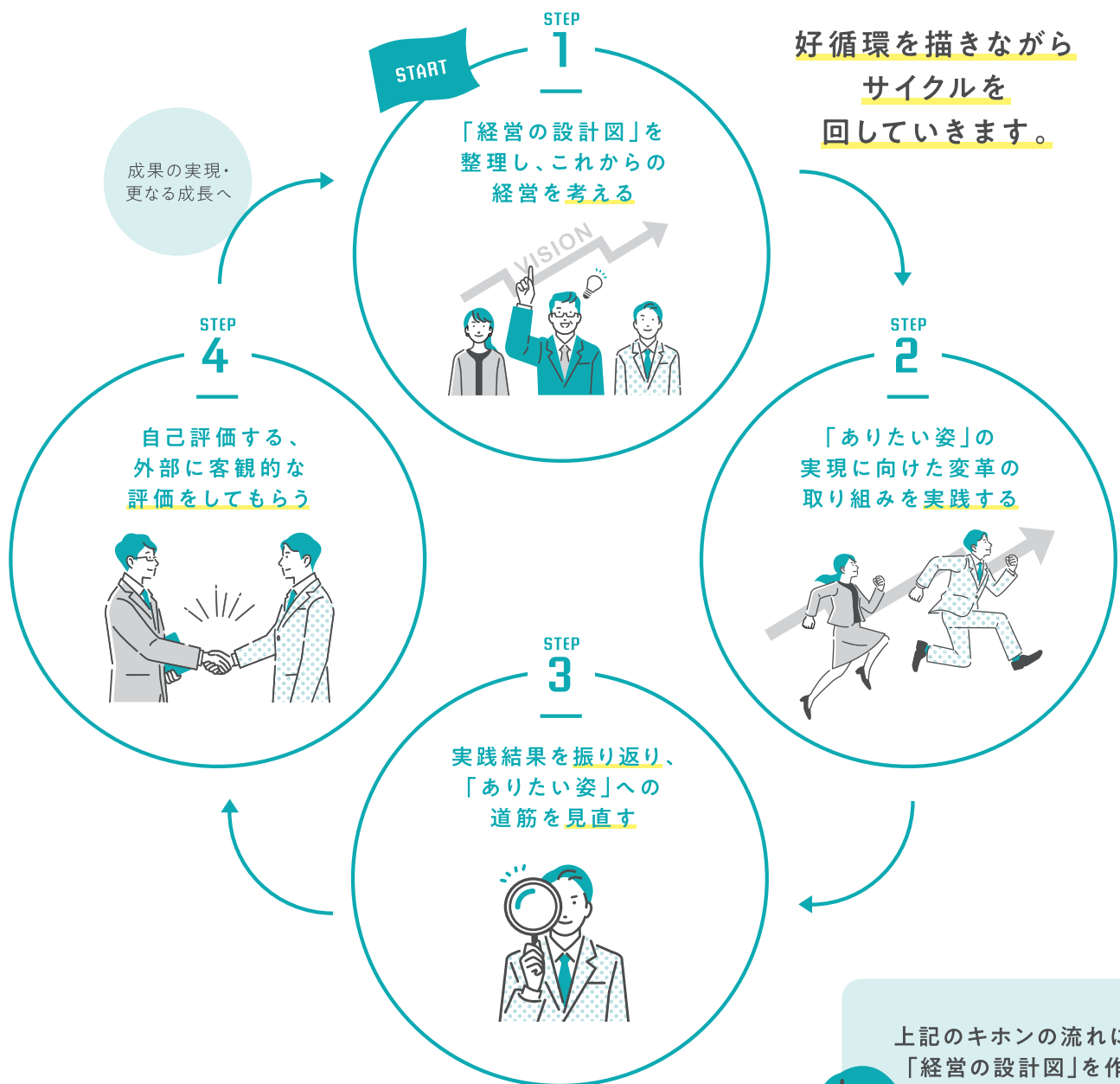
31%

あなたの会社にも 「顧客価値経営」という考え方を

顧客価値経営による経営改革にはセオリーがあります。

経営を見つめ直すことでやるべきことを可視化し、課題解決へ導きます。

- ✓ 経営課題が明確になる
- ✓ 目標に共感できる人材を獲得できる
- ✓ 目標が決まりサービス強化につながる
- ✓ 売上の計画が明確になる

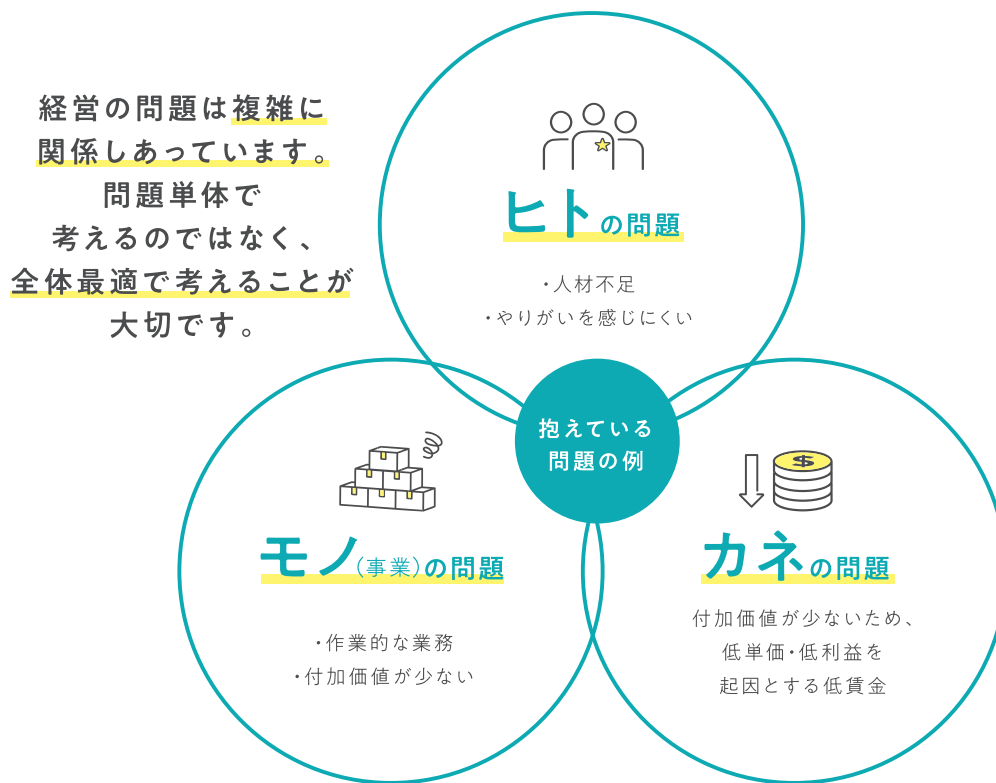


上記のキホンの流れに沿って「経営の設計図」を作成し、変革を実践していきます。

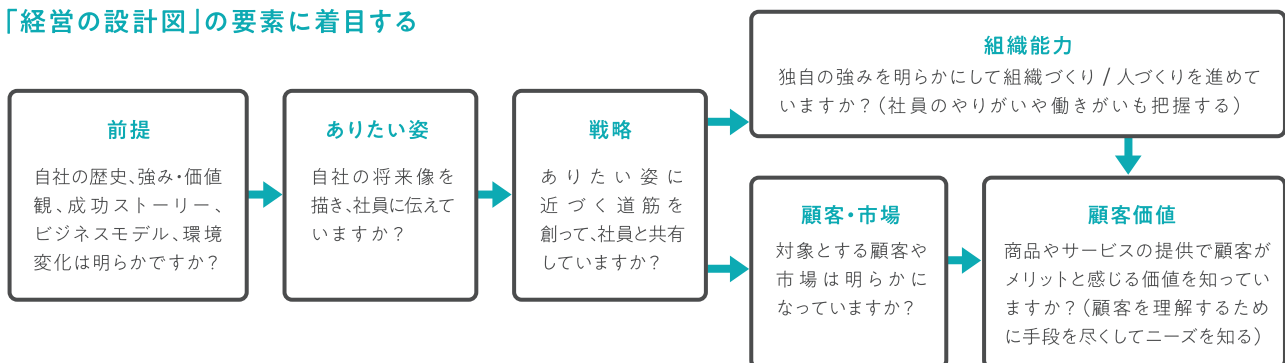


「経営の設計図」から 問題の背景要因を把握する

顧客価値経営では、いま抱えている問題の背景にある因果関係の連鎖に着目し、
全体最適及び将来や強みを起点にしたアプローチで問題の本質的な解決を目指します。



「経営の設計図」の要素に着目する



「顧客価値経営」は、貴社の経営に決まったパターンを当てはめるものではありません。
貴社のありたい姿の実現に向けて、セオリーや他社の実践事例を参考にしながら、貴社ならではのやり方で実践していくことに意味があります。「貴社ならではの顧客価値経営」を創っていきましょう。

より詳しい考え方は顧客価値経営ガイドラインをご覧ください

経営品質協議会について

「顧客価値による経営革新」の普及・推進を目的として1996年6月に創設。現在世界で100ヶ国(地域を含む)以上、アジアでも17ヶ国以上で同様の活動が展開され、国内では全国22の地域で1,200組織が実践されています。

第三者評価



「顧客価値経営ガイドライン」に基づく第三者評価を通じて経営革新を促進。

人材育成・コンサルティング



顧客価値経営の実践を担う人材の育成やコンサルティングでサポート。

メンバーシップ



顧客価値経営に関する様々な情報・サービス・ツールをご提供。

経営品質協議会では、第三者評価として 2つの表彰・認証制度を設けています

経営デザイン認証は、経営の「基本構想」がはっきりと示されているかを評価し、日本経営品質賞は、それらの「変革活動」と「事業成果」を見ることで、顧客価値経営の実践状況を総合的に評価するものです。社会的な評価を得られるメリットもあります。

経営デザイン認証

(スタートアップ認証・
ランクアップ認証)



経営デザイン認証
スタートアップ認証



経営デザイン認証
ランクアップ認証

顧客価値経営の実現に向けた自組織の基本構想を、「経営の設計図」として「見える化」した組織を認証

日本経営品質賞

(本賞・推進賞・奨励賞)



Japan Quality Award

自組織の基本構想(経営の設計図)にもとづく変革を通じて、顧客価値経営を実践しているモデル組織を表彰

あなたの経営を
サポートします!



ガイドライン・資料請求は
こちらからお問い合わせください





<https://www.jqac.com/>

