

強い会社から更に良い会社への脱皮

顧客がその組織の製品・サービスを見なくても(品質・価格)安心して購入できる。このような状況・条件を備えた組織がエクセレントカンパニーといえるのでしょうか。長期的に見れば、顧客重視の政策は安定、継続顧客を増やしてコスト削減になります。日産のゴーンさんの様に明確な方針・目標を打ち出す形のリーダーシップと、組織の要員全員に目標実現計画の策定と実行に対する参画によって、顕著な業績向上が実現されています。製品を良くするという品質保証(QA)の考え方ではなく、プロセスとしての業務、仕事のやり方を継続的に改善することです。マネジメントシステムの考え方は、製品の質(QA)ではなく、経営の出来映えの質(QMS)を「継続的に改善」するためのものがあります。

「事業継続計画」が機能するためには、思い込み、経験、での判断ではなく、現状の「事実」に基づいて、客観的、合理的、皆が納得できる分析結果による意思決定が必要とされます。また巨大なメーカーといえども自社製品を自給自足的に全てまかなうことはできません。供給者に依存する部分があります。これは、力関係での下請けではなく、パートナーとしての考え方です。自分ではできないような部分を補ってくれる供給者と組んで顧客満足製品・サービスを提供する姿勢です。自分より能力が低いと考えている相手にノーハウを与えないようにして、安い給料で使うといった下請けの扱いをしているようでは、将来の発展は期待できません。パソコンメーカーにとって、マイクロソフトやインテルが下請けとは考えられません。互惠関係にあるといえます。このような素朴な当たり前のことですが、マネジメントシステムの実践原則として掲げられています。