

# Progress ~ 進歩 ~

## 一期一会

24年5月号 (広告)  
2012年5月1日発行

三宅孝治 (中国税理士会 倉敷支部会員)  
三宅税理士事務所  
(有)シーエムエス  
倉敷市中島2370番地14  
TEL 086-466-1255  
FAX 086-466-1288  
第60号  
発行担当者: 田村和輝

「慌てない、慌てない。一休み、一休み。」 幼い頃アニメで見た、一休さんのセリフです。さて、今月の事務所通信なのですが、個人的に温めておりましたテーマをどうしても掲載させて頂きたいということで、今から強引に展開させて頂きます。皆様、GWはいかがお過ごしでしょうか? 「GWは遊ぶぞ」という方も、「いやいや、家でのおんびりするぞ」という方も、「連休中にスキルアップしてやる!」という方も、是非是非、言葉の頭に「思い切り」をつけて下さい!! 仕事も勉強も家族サービスもおんびりも、デートだって、「思い切り」行うには何より、集中することが大変重要です。ですが、何事にも予期せぬハプニングはつきもの…。何が起きて慌てない思考整理の方法を覚えて、「思い切り」物事に集中しちゃいましょう。そういう訳で、今月のテーマは「問題解決」と「思考整理」の基本、「フレームワーク」です。

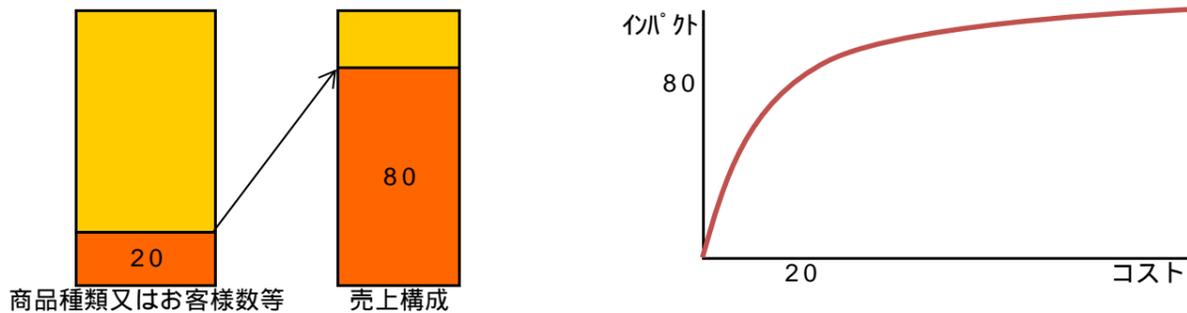
…皆様の温かい眼差しのおかげで、何とかスムーズに持っていき事が出来ました。

## 今月のテーマ: "フレームワーク"活用の

「やるべきことが多すぎて何から手をつけたら良いのか分からない」「何で自分は他人より上手い出来ないんだろう」そんな状況に陥ってしまう事、皆さんも何度も経験されていると思います。そのような時は、きっと、「あまり効果的でない20%」に「使用可能な資源の80%」を投入している可能性が高いです!

## "80/20"で8割のインパクトの為の重要な2割を探

"80/20"とは、自然科学の世界で認められているフレームワークですが、他の様々な分野の様々な事象にもあてはまる、思考のフレームワークです。分かり易い例が、「アリの群れ」です。アリの群れの中で、必死で働いているアリは群れ全体の20%しか存在しないという話を聞いたことがある方も多いと思います。この法則を"80/20"と言っているんですね。仕事の世界に置き換えてみると・・・「全体の商品のうちの20%で、会社の売上高の80%が獲得されている。」であったり、「お客様に商品の説明をする為に必死で作った10枚の資料、実は商品の要点は2枚でほぼ伝えきれており、後は結果的に見れば附属資料だった。」というような感じでしょうか。図で表すとこのようなイメージです。あ・・・注意点と致しましては、「80/20」は「80%で良いじゃない」と言っている訳ではありません!!



もっと具体的に考えてみますと・・・このような感じでしょうか。  
・「多彩な客層に対応するための豊富なメニュー設定」 一度商品別売上高とコストの把握をお勧め致します。常連客は必ず目当てのメニューがございませぬ。それらに傾向や偏りはないでしょうか?  
・「全ての顧客に対する万遍無い営業」 顧客別売上高の把握をお勧めいたします。既存顧客のフォローは非常に重要ですが、重要顧客とそれ以外の顧客とのコスト配分は適切でしょうか? 問題点が分かると、分析や対応策の検討につきましても、少し踏み込んで考える事が出来ます。

## "W5"で根性論では無いアクションプランを練る!

続いてのフレームワークは、具体的な行動の基礎となる、具体的なアクションプランを練りたい場合に活用できる"W5"です。

ある問題点が浮上した場合に、焦って対応策を採っては、根性論の反射的対応になりかねません。例えば、「売上減少に歯止めを掛けたい!一日中とにかく既存顧客フォローと新規先営業をしよう。」・・・これでは問題点を裏返しただけで何も生まれません。"W5"は(W=Why)「何故?」を5回繰り返しましょう!という法則なのです。素直な三歳児の心意気が不可欠となってまいります。

ある問題に対して、即答で出てきた答えは、上記の様に問題点をただ単に裏返しただけの対応が多く、非常に浅い可能性があります。これを5回の「何故?」で補完してあげると、かなり問題点や対応策が具体的に見えてくる様になって参ります。

これも具体例が欲しいところですので、売上の減少に歯止めを掛けたい会社の営業会議を例にとってみたいと思います。

問題点	対応策	実行可能性
「最近常に営業目標が達成できていない」 Why 「それは新規顧客が獲得できてないからだ」	「営業目標を達成しよう」  「新規顧客を獲得しよう」	どうすれば達成できるか不明  どうすれば獲得できるか不明
「既存顧客の営業に時間を多く割いていて、新規営業とのバランスが悪いかも・・・」 Why 「新規営業先訪問は心理的抵抗が大きい」	「既存顧客のフォローに割いている時間をもう少し新規営業に回すべきなのか?」  「新規訪問の心理的プレッシャーを減らそう」	どの程度のコストを配分するか不明 新規営業に伴うリスクはどう見積もる?  プレッシャーの克服方法が不明
「新規営業目標数値は有るが、その数値の根拠もよく分からないので、真剣に取り組めていない部分が多い」 Why 「目標数値の基礎を誰も理解していない、又は、基礎が無いので、納得度が低い」	「新規営業の目標数値の設定根拠を理解して目標達成するよう取り組もう」  「目標達成に必要な新規顧客獲得数、その為の、新規訪問の必要回数をデータで分析し納得した上で行動しよう」	目標数値の根拠を全員で把握したいが、どのようにして把握するのか不明  営業目標の不達成原因と、一つの具体的対処方法が発見できた。

いかがでしょうか? このように、仮説の立案と検証の繰り返しで、対応策がどんどん具体的になっていきます。

今月の事務所通信は"フレームワーク"活用のススメと題しまして、進めて参りました。今回ご紹介してきたフレームワークは2つですが、以前ご紹介させて頂きました"SWOT"も含めまして他にも様々なフレームワークがあり、その状況に応じて使い分けることで、実に様々な状況に対応できる「問題解決」と「思考整理」の手法です。

会社方針を揃える時の大きな障壁は「考えなくなること」「意見が出なくなること」「具体的に無い為にモチベーションが下がること」だと思います。フレームワークの活用により、情報の整理に使う時間を短縮し、集中して考える時間を増やしていくことで、次の一手を見つけましょう!

## <入社式を行いました>

本年度から入社致しました、寺田早織(てらださおり)と申します。1日でも早く皆様のお役に立てますよう、精一杯頑張っていきますので、よろしくお願い致します。趣味は映画鑑賞と買い物です。



## <5月スケジュール>

10	木	*源泉所得税(4月分)の納付期限
17	木	*経営計画書作成セミナー: Vision
31	木	*3月決算法人の確定申告・納付期限
		*4月分の社会保険料の納付期限
		*9月決算法人の中間申告・予定申告 納付期限
		*消費税(4期)の納付期限 (年税額400万円超の6月、9月、12月決算法人)

## <Vision>

毎月開催中の経営計画書作成セミナー:「Vision」  
今月の開催日は5月17日(木)です。  
経営者の方が日頃考えていらっしゃる事を、年に1度、当事務所において頂き、経営方針書や行動計画表を作成して頂いています。ぜひご参加下さい。



開催日	対象者	申込期限
6月14日(木)	4・5・6・7月決算法人様	6月7日(木)
7月12日(木)	5・6・7・8月決算法人様	7月5日(木)
8月9日(木)	6・7・8・9月決算法人様	8月2日(木)