

発行
株式会社 エスクリエイト
 名古屋市中区錦一丁目4番16号 日銀前KDビル 4階
 TEL : 052-222-3600 FAX:052-222-3699
 URL : http://www.screate-soft.co.jp/
 担当: コンサルタント 石垣 智博
 tomohiro.ishigaki@screate-soft.co.jp

「2011年度中小企業白書」の発表

経済産業省中小企業庁から、7月1日に中小企業白書が発表されました。例年4月下旬くらいに発表されていますが、本年度は少し発表が遅くなったようです。東日本大震災の影響があったようです。白書の中身も「震災の影響」と「その後の対策」について触られています。震災を考慮した公式な資料として一見の価値があります。

詳細は白書に譲りますが、一番気になる震災後の対応について、一部ですがご紹介したいと思います。

◆「労働生産性」の向上について

第3部の第2章「中小企業の強みを伸ばす取組」のなかで、「労働生産性の向上」について1節を使って取り上げられています。「Ⅰ労働生産性の現状」「Ⅱ中小企業の労働生産性の向上のための取組」「Ⅲ中小企業の労働生産性を向上させるための課題と支援」という構成で記されています。本紙では「Ⅰ労働生産性の現状」「Ⅱ中小企業の労働生産性の向上のための取組」を抜粋して紹介します。

補足ですが、労働生産性の国際比較資料によりますと、日本はOECD加盟33カ国中第22位の労働生産性となっており、日本は国際的に労働生産性が良いとはいえない状況です。(公益財団法人日本生産性本部2010年発表資料より(※現在OECD加盟は34カ国)) まだまだ付加価値向上や効率化を行い、労働生産性を向上させていく**余地**があります。

I. 労働生産性の現状

労働生産性の現状では、まず人口構造的視点で、少子化により労働者人口が少なくなる。その少なくなる人口分を上回る労働生産性向上が必要であると記されています。

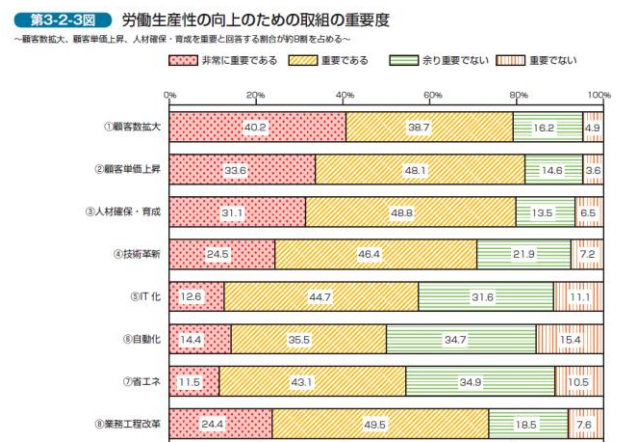
次に企業規模の視点では、大企業の労働生産性は中小企業のそれよりも大きく上回っています。

日本の全従業員の7割が中小企業で働いているため、中小企業の労働生産性向上が必要であると説いています。

II. 中小企業の労働生産性の向上のための取組

次に、労働生産性の向上のための取組である①顧客数拡大、②顧客単価上昇、③人材確保・育成、④技術革新、⑤IT化、⑥自動化、⑦省エネ、⑧業務工程改革の取り組みが中小企業の労働生産性に及ぼす効果を分析しています。

下図は中小企業の様々な取組が及ぼす労働生産性の向上への影響の重要度について中小企業の認識を示したものです。



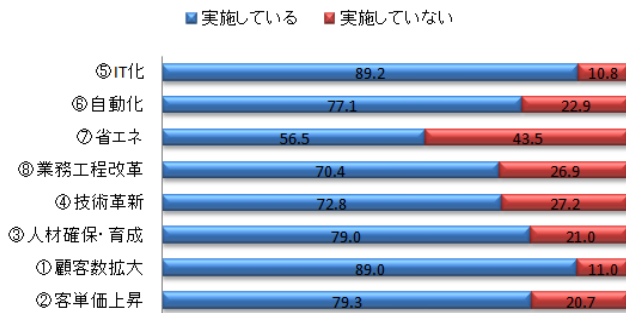
資料：中小企業庁委託「生産性向上に関する調査」(2010年11月)、(株)野村総合研究所(中小企業白書2011 第3-2-3図より)

7割以上の中小企業で①顧客数拡大、②顧客単価上昇、③人材確保・育成、④技術革新、⑧業務工程改革が「労働生産性向上のための取り組みとして重要である」と答えていることがわかります。

白書では各取り組みの効果分析行っております(多分、実行を促す目的もあると思われます)。本来なら白書に掲載されている詳細な効果分析結果をご紹介したいのですが、本紙では各取り組み効果の全体分についてまとめたものをご紹介します。

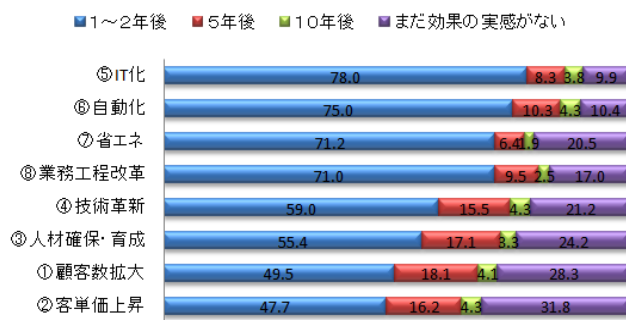


各取り組みの実施状況



各取り組みの実施状況は、売上に直結する①顧客数拡大、②客単価向上は高い割合で取り組まれています。また⑤IT化は避けては通れない結果となっています。

実施した企業の効果



1～2年後に効果があった企業の割合が大きい順に並べました。⑤ IT化、⑥自動化、⑦省エネ、⑧業務工程改革の項目は、7割以上の企業で、1～2年後に効果が出ています。①顧客数拡大、②顧客単価上昇、③人材確保・育成、④技術革新の項目は、効果が出るのに時間が掛かっている事がわかります。

短期的な視点と長期的な視点で、労働生産性を向上させる取り組みが必要になることが伺えます。

しかし、「全く効果が出ていないわけではない」ことも分かります。改善に対するアプローチ、課題解決の進め方、PDCAの回転、対策内容そのものなど様々な要因で効果の出方（結果）が変わってきます。

1つの要因例ですが、「**当たり前の壁**」にぶち当たることが往々にしてあります。現在の製品の製造方法や業務のやりかたなど、当然と思ってしまい、何が問題なのかわからないことをいいます。この壁をいかに乗り越えるかが1つのポイントです。解消例として**第三者が別の視点・違う角度**から業務をみるという手法があります。取っ掛かりとして第三者や公的サービスを探すことから始めるのもいいかもしれません。

「本は考える為のサプリメント」その5

「本は考える為のサプリメント」です。考える為の知識を本から学び、日々のビジネス活動で活かそうという企画です。

毎月お勧めの書籍を紹介します。ただし、筆者のお勧めなので、面白くなくてもご容赦ください。

今回は、ビジネス書を紹介します。



「図解 実践マーケティング戦略」(佐藤 義典(著))

マーケティング戦略の理論本ですが、すぐにでも実践ができるように記されています。著者が経験と理論を組み合わせで新たに作りだした戦略BASICSというフレームワーク(ツール)が提言されています。戦略BASICSには代表的なフレームワーク(4P、3C、AISAS...)が網羅されています。さらに、実践できるように非常に解りやすく書かれています。初版は2005年ですが全く古くないです。このような理論は様々な状況に対応出来るので、いつまでも使えます。

感想ですが、この本を読んだときは「目からうろこが落ちる」と「妙に悔しい」のが入り混じった感情になったことが忘れられません。素晴らしい内容となぜ私はこの発想ができないのかと。それくらい良い書籍です。是非一流のマーケティングの書籍を熟読し、実践して下さい。(ビジネス書で良いと思ったことを実践しないとモッタイナイですよ！)

ソフトブレン&エスクリエイト 共催セミナー開催のお知らせ。

下記の通りセミナーを開催いたします。テーマは『企業を圧迫する見えないコストの「見える化」。人資源を活かす業務の再設計へのアプローチ』です。前述白書だと⑧業務工程改革の範疇となります。是非ご参加頂き、労働生産性を上げるヒントをお持ち帰りください。

記

日時：9月14日(水) 14:00～16:30 受付開始 13:30

場所：愛知県産業労働センター(ウインクあいち)

費用：無料

お申し込みは今すぐアクセス

ソフトブレンセミナー

検索

編集後記



編集後記のワクがすくなくなってしまった……。蒸し暑い日が続きますが、くれぐれもご自愛くださいませ。(石)