

Report

第109回品質管理シンポジウム 顧客価値創造と組織能力強化の連携による企業存在価値の最大化 「令和大磯宣言」を発表！



品質管理界のビッグイベント

2019年12月5日(木)～7日(土)、大磯プリンスホテル(神奈川県中郡大磯町)にて、第109回品質管理シンポジウム(以下、109QCS)が、満員御礼となる約250名の参加のもと開催いたしました。本シンポジウムは、日科技連が品質管理の今後の発展を希求して、組織的・計画的な総合研究の場として年2回開催し、1965年の創設以来、半世紀を超える歴史を誇る品質管理界のビッグイベントです。

109QCSは、「顧客価値創造と組織能力強化の連携による企業存在価値の最大化～これからの品質経営の枠組みの提案～」をテーマに主担当組織委員である日科技連 佐々木眞一理事長を中心に企画しました。

激変する経営環境の中、「ビジネスモデルで先行し、現場力勝負に持ち込めば日本の産業はグローバル競争で勝つ力を持っている」という日科技連 坂根正弘前会長の言葉の通り、経営トップのリードのもと、全社一丸となりお客様が真に欲している価値を見極め提供する「顧客価値創造」というビジネスモデルの発想力と、それを実現するための組織能力を獲得し、それを支える人材を育成することが必要であり、109QCSでは、この「品質経営」のフレームワークを提案することが企画趣旨でした。

企業トップから顧客価値創造と組織能力向上に関する講演がズラリ

誌面の関係で詳述できないのは残念ですが、企業講演者は当該テーマの先進企業である楽天(株) 副社長執行役員 COO 百野 研太郎氏、(株)デンソー 代表取締役副社長 山中 康司氏、(株)小松製作所 代表取締役会長 大橋 徹二氏、パナソニック(株) 品質・環境本部 本部長 上原 宏敏氏、DMG森精機(株) 取締役社長 森 雅彦氏の豪華メンバーでした(表1)。

どの講演も「顧客価値創造と組織能力向上」のベス

表1 109QCS講演内容

月日	講演者
12/5 (木)	■特別講演 楽天に於ける原点回帰と最先端テクノロジーを通じた顧客価値の創造～期待を超えた品質提供による、顧客満足の最大化～ 楽天(株) 副社長執行役員 COO 百野 研太郎氏
12/6 (金)	■講演1 デンソーのモノづくり革新と価値創造の取組み (株)デンソー 代表取締役副社長 山中 康司氏 ■講演2 お客様になくてはならない存在となるために コマツのブランドマネージメント活動 (株)小松製作所 代表取締役会長 大橋 徹二氏 ■講演3 新たな100年に向けた顧客価値創造活動～「くらしアップデート業」への挑戦～ パナソニック(株) 品質・環境本部 本部長 上原 宏敏氏 ■講演4 DMG森精機における過去10年の日独企業統合と今後の10年 DMG森精機(株) 取締役社長 森 雅彦氏 ■講演5 これからの品質経営のあり方：企業価値最大化に向けた「顧客価値創造」と「組織能力強化」の連携 名古屋工業大学 産学官金連携機構 教授 加藤 雄一郎氏

トプラクティスと呼ぶにふさわしいものでした。

顧客価値創造と組織能力向上アンケート調査の実施

QCS開催に先立ち、具体的かつ効果的に議論を進めていくため、「QCS会員企業の顧客価値創造と組織能力強化の実態」を把握するために、アンケート調査を実施しました。

アンケート構成は、次の3点でした。

①顧客価値創造に関する貴社の現状

②顧客価値創造に関する貴社の今後のお考え

③顧客価値創造の4タイプ

特に③は、「顧客に提供する価値・機能の次元」と「仕組み・プロセス」の2軸にとらえ、「価値創造の4象限」で区分すると、会員企業の多くは現在第3象限にいて、「将来は第1象限に向かいたい」という声が圧倒的でした(図1)。

また、「これからの品質経営に求められる価値観」(表2)として、日科技連から仮説を提示し、グループ討論(GD)に引き継いでいきました。

「令和大磯宣言」発表！

104～109QCSおよび、品質経営懇話会の議論を通じて得られた企業存在価値の最大化の方策として、変化をしている社会やお客様ニーズから導き出される企業が創出すべき顧客価値を定め、その現実に必要な組織能力の獲得も含め、トップのリーダーシップのもとで社員全員が力を合わせて行われる企業経営を理想とし、それを品質経営と再定義しました。



日科技連が創立以来進化をさせ続け、数々の経営環境の変化への対応に力を発揮したTQMは、品質経営実現の重要な柱です。また、顧客価値創造に対しては、数多くの研究が成されている今日、その分野との交流、さらにビッグデータ、AIなどが得意とする予測技術の活用が有効と考えられています。

そして、109QCSの最後に、「これからの品質経営の枠組み」について、参加者全体の総意として「令和大磯宣言」が発表されました(図2)。

また、この「宣言」発表の後、産業界への普及のため、日科技連ではトップ・役員層を対象とした「JUSEエグゼクティブセミナー」「品質管理シンポジウム」の実施、新しく研究会の発足など、全力で普及をしてまいりたいと思います。

* * *

今回のQCSは、2020年5月28日(木)～30日(土)の日程で大磯プリンスホテルにて、「データ駆動型社会における顧客価値創造と組織能力向上」をテーマに開催します。

今回発表した「令和大磯宣言」を一段前に進めていくべくプログラムを構成しておりますので、多くの方のご参加をお待ちしております。詳細は専用Webサ

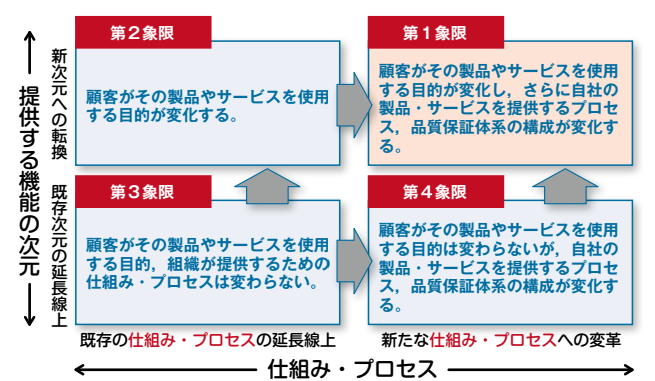


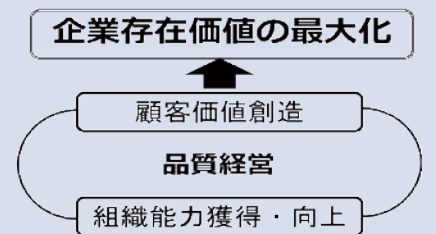
図1 価値創造の4タイプ具体例

表2 これからの品質経営に求められる価値観

視点	現在	これから
顧客の理解	商品開発 性能や機能といった「モノ価値」によるスペック勝負に重きが置かれている	ハード・ソフトの使用を通じて顧客が得る「コト価値」の提案
	顧客ニーズの時代 いまの顧客ニーズを満たすことに注力	未来の顧客ニーズの創造
	理解すべき顧客の70%の範囲 自社製品の使われ方の理解に留まっている	自社製品の使われ方に留まらず、顧客の業務プロセス、生活プロセスを広範にわたって理解
外部適応	事業計画 短期的な財務的数値目標の達成に重きが置かれている一競合との価格競争を強いられている傾向がある。	長期的な展望に立った、組織内部の納得感が得られる「構想・戦略」を示す
	ビジネスモデル 決まったビジネスモデルの中で、いかに生産性を高めるかに重きが置かれている	ビジネスモデルの継続的進化が必要
内部適応	品質経営推進 内部適応に重きが置かれるモノの品質保証	外部適応と内部適応の両輪を回すコトの品質保証
	人材育成 生産性向上に向けた業務スキル向上に重きが置かれている	価値次元の転換に向けた事業構想力強化

令和大磯宣言

日本産業の国際競争力復活のために、社会やお客様ニーズの変化に素早く的確に対応し、企業基盤強化(企業存在価値の最大化)を図るため、品質経営理論の確立と展開を行うことを宣言する。



そのために、TQMを柱として顧客価値にかかわる研究者、高度データ処理技術者等と幅広く連携し、品質経営の二大要素となる顧客価値創造と組織能力獲得・向上の研究会を設置いたします。ご賛同いただける皆様のご参加を心よりお待ちしております。

2019年12月7日
第109回品質管理シンポジウム 参加者一同

図2 令和大磯宣言

イト(<https://www.juse.jp/qcs/>)をご参照ください。
[報告：品質経営研修センター 安藤正巳]