

経済トレンド

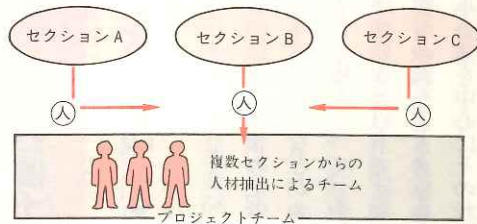
'91年 上期版



太陽神戸総合研究所

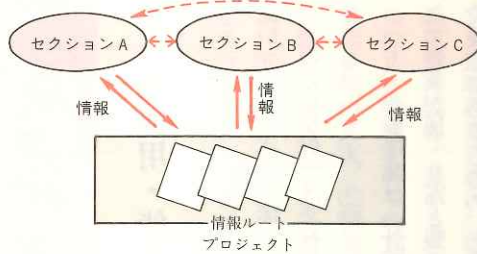
■社内情報システムモデルプラン

A：人材結集によるプロジェクト



- 特定テーマ、課題に対し、多角的視点で検証
- 長期的運営はむずかしい

B：情報流通システム化によるプロジェクト



- 情報の相互流通、活性化によるHINT、ひらめきの発掘
- 常にデイリーな情報を各セクションで把握
- 結果が蓄積されていく
- 必要に応じAパターンへの展開が可能

と、各セクションにおけるスペシャリストの育成はできてもグローバルな視点での戦略が立てづらい。セクションナリズムが派生するからであ

る。一方②をつきつめると、現状のみに捉われ、先を見通すことが不可能になる。

この両者を効果的に解決するに

これからの中小企業のマーケティング

企業活動活性化のためにKEYとなる社内情報体系づくり プランニングチームII

企業の経営者にとって、最近の大きな課題は、①優秀な人材の確保と育成、②顧客を中心とする各種データベースの管理と活用に集中する。

これは、いわゆる大手企業から中小企業まで、全ての経営者に共通するテーマのようである。先の2つの問題は、「最近の御社の悩みは」と質問すれば、どんな経営者からもすぐに得られる返答である。しかし、その意味するところは実に奥深く、企業のあり方によっても千差万別であ

る。が、今日の企業経営の視点に立って考えれば、その本質は次のような問題に行きあたる。

2つの問題の意味するもの

まず、「人材」について、単なる「人手」ではなく、良質の戦力、労働力の確保が21世紀に向けた人材戦略の課題。つまり企業内における各セクションのスペシャリストの育成である。これは、企業環境、体質の改善、強化と同時に最終的には自社商品、サービス開発力のアップに

つながる。いわば、企業側からの商品、サービスシーズの開発である。

続いて「データベースの活用」である。これは、日々の営業活動を通じて得られる実売顧客データのシステム管理を通じて、より売れる商品、喜ばれるサービス開発を検索するもの。つまり、消費者側に立った商品、サービスニーズの検証である。

このように考えると、最初の①、②の問題は、一見異なって見えるが、実際は同じテーマに対する企業のインサイド、アウトサイドからの動きに対する課題と捉えられる。

インとアウトをつなぐ経営

現状のように①、②の問題を異なった2つのテーマと捉えることにこの経営課題の本質的な問題がある。

①の問題を企業内でつきつめる

は、社内で開発するシーズと現場から得られるニーズを有機的につなぐ社内情報体系づくりが重要である。

そのひとつがテーマ毎の「プロジェクト」発足。特定のテーマ(商品開発、売場リニューアル等)に対し、営業、製造、研究などの各セクションから人材を結集し、インとアウトからの課題を多角的に解決しようとするもの。だが、プロジェクトは何らかのチーム作りと固定的に考える必要はない。各セクションでデイリーに生まれる各種情報を、全社的に把握できる情報ルート、という見えないプロジェクトでも全く問題はない。

つまり、各企業が自社のキャパシティに応じたイン&アウト情報の相互流通を考えることが基本である。



誰もみな、自分の生活の
風通しがよくなるようなプランはもっているもの。

私たち太陽神戸三井銀行は、
お客様が長年あたためてきたプランや、
何かを始めたい気持ちをどんどん応援します。
きっと、あなたのその気にマッチする銀行ですよ。

**あなたに近く、
世界に近い。**

 太陽神戸三井銀行

その気になっ
ていいです
よ。