

人・組織・社会が自律しつつ絆を強める関係を作る

# SCM人材教育 & コンサルティングのご案内



サプライチェーンマネジメント(SCM:供給連鎖管理)とは「人と組織と社会の有機的システムの経済連鎖」(P・F・ドラッカー)であり、有機体の健全さを現す「カネとモノの流れ」で成果を狙います

## 【社是】

- 部分的な効率よりも企業の利益の源泉である「顧客の顧客」の視点からお客様の社会的役割と使命を共有させて頂きます
- 現場現実の分析を通して正しい問題定義を行い、重点的な目標と戦略と計画立案を支援させて頂きます
- ボトムラインの業績向上はモノとカネと情報の流れが決め手になるという考え方やそのためのシステムを提案させて頂きます
- コンサルティング提案のみで完全な成功を保証するものではありませんが、お客様の利益を第一に誠心誠意を尽くします
- 日当は業界の一般的基準にしますが、成果報酬による後払いの交渉に応じます

## 【ドラッカーとSCM】

時代は幕末、終戦末期に匹敵する過渡期に入り、企業が生き残るにはグローバルなサプライチェーンの中で立ち位置を考えなければなりません。安定した時代の、それぞれが分業の中に閉じこもる専門別部分効率追求ではなく国を超え組織を超えて活躍する自律人間の育成と俯瞰的な見方が不可欠です。

ドラッカーを基軸に東洋哲学の感性と合理的理性と現実の実践を組み合わせ、東洋哲学の「知仁勇」に相当する三位一体の「精神・戦略・実践(感性・理性・身体)」の枠組みを人材教育とコンサルティングに活用します(裏面参照)

## 【今岡善次郎プロフィール】

経営コンサルタント、多摩大学大学院 客員教授

京都大学工学部修士課程修了、東洋エンジニアリングでシステムエンジニア、マッキンゼーで経営コンサルタント、大塚製薬で経営企画、日本PDAエンジニアリングで代表取締役を経て、経営コンサルタントとして独立。ゴールドラットの制約理論(TOC)からトヨタ式経営へ、それらの源流にドラッカーを見てサプライチェーンマネジメントを体系化し第一人者と認められる。コンサルティングのかたわら大学での講義、コミュニティカフェ「ドラッカーマネジメント塾」主催。

【著書】「サプライチェーンマネジメント」「トヨタ式経営18の法則」「時間をキャッシュに変えるモノづくり」「利益速度:TOCとJIT」等多数、メルマガ「ブログ:ドラッカーから学ぶ「人を幸せにするマネジメント」

(株) Bizdyn <http://www.bizdyn.jp>  
〒164-0011 東京都中野区中央5-8-5-303  
TEL番号03-5342-3901 FAX番号03-3380-8297  
eメール [imaoka@bizdyn.jp](mailto:imaoka@bizdyn.jp)



## 【三位一体(精神・戦略・実践)＝感性・理性・身体(ロジスティクス)のマネジメント】

	#	原理名	ピーター・ドラッカー	SCM(今岡善次郎)
精神 (心)	1	顧客志向	顧客は誰かと問え 成果は外にある	SCMは顧客起点の地動説である
	2	人間の特質	自由・自律・真摯さ・卓越性・市民性 人には目標と信条が必要である	個の自律性があるって全体の統合がある。 情報共有と連携が組織の同期化を生む 人は組織を超えた存在である
	3	使命	事業は社会貢献 企業は社会の機関である	人も組織も社会のネットワーク連鎖の 1つの環である
戦略 (知)	4	ゴール	正しい答えより正しい問いを探せ 下を向いた効率より上を向いた効果を	個別最適の総和は全体最適ではない
	5	問題解決	先入観に理屈をつけない 知識が資源の中核である	成功事例の中で不変の原理を探せ
	6	現実現場	根本問題に迫れ 現場もマネジメントの一角である	現実が理論に優先する 根本原因の独立変数を探せ
実践 (行) ロジスティクス SCM	7	時間・フィードバック	仕事からではなく時間から始めよ 予想精度あげるよりフィードバックを	在庫は時間である 常に目を開けて運転せよ
	8	統合	2人で4日かかるのが4人で8日かかる 要素動作から連続技に移れ	業務統合でストックポイントを減らせ
	9	流れ	スキルに仕事をあわず、仕事にスキルをあわせて流れをつくれ	収益性とは流れである 滞留しないで流れが成果を上げる

### 【コンサルティング手法】

製品開発、営業・生産・調達・物流など主要メンバーからなるプロジェクトを結成して頂き、現場現実の認識とSCMの考え方を共有します。三位一体のSCM原理について(全員)、対話(個別)、相互交流(全員)、現場観察、データ分析、文書化等繰り返し時間をかけて統一見解をまとめます。

工場だけではなく、卸や小売り業の物流現場、小売現場を見て、組織を超えてヒアリングし、在庫時間分析、PSI分析、対売上原価分析、損益分岐点分析、顧客別品目別から全体を見て総合的に判断して、収益や在庫への因果関係を分析します。そして因果関係の中からレバレッジポイント(収益改善の要)を発見します。製品カテゴリー毎、拠点毎の在庫や発注仕入調整、生産調整、そのための情報システム要件等経営改善のヒントを提供し、最終的には在庫削減とキャッシュ利益増大に貢献します。

### 【成功事例】

自動車スペアパーツ、自動車部品、ポリマー、化粧品、食品、飲料、日用品、医薬品、建設業等国内国外の製造業で収益改善、在庫削減の実績多数あり。顧客への提案書や今岡の著作がプロジェクトの参考資料や社内WEBでナレッジ教材となって人材教育に役立つケースも多々あります。過去20年で国内内外50社以上の顧客へコンサルティング経験あり。