

THANKS

BUSINESS NEWS LETTER

(VOL. 256)

発行日：平成30年10月1日
発行者：有限会社サクスマインドコンサルティング
連絡先：〒359-0043
埼玉県所沢市弥生町1792-10
TEL:04-2907-1715
E-MAIL：info@thanksmind.co.jp
<http://www.thanksmind.co.jp>

特集

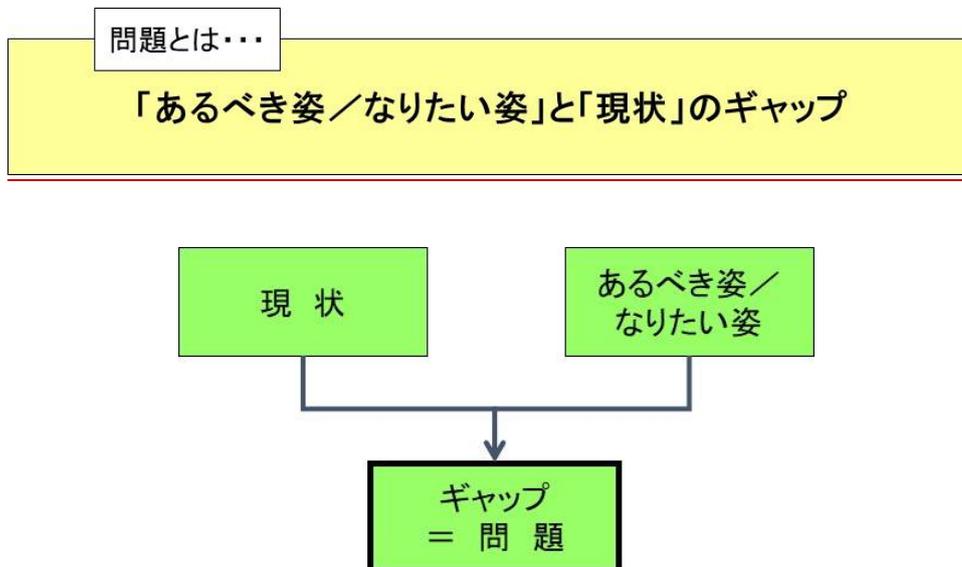
「問題解決の基本②」・・・「発生型の問題」の解決（その1）

前回から「問題解決の基本」という特集に入りました。
会社の中の問題を、どのように解決していくか？
その基本的な考え方と、具体的な実践方法を解説していきます。

なお、これまでの本誌のバックナンバーは、以下のサイトでご覧になれます。
<http://www.thanksmind.co.jp/newsletter.htm>

1. 前回の復習・・・「問題」とは？

ビジネスの中では、問題は、次のように定義します。



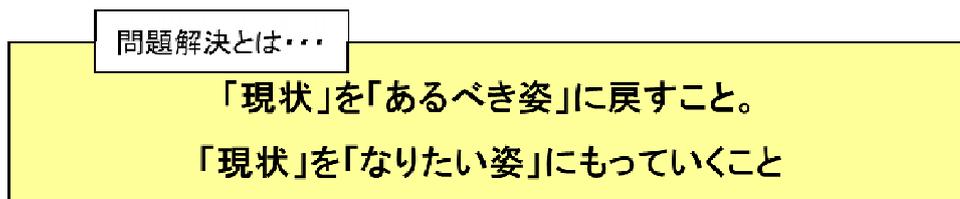
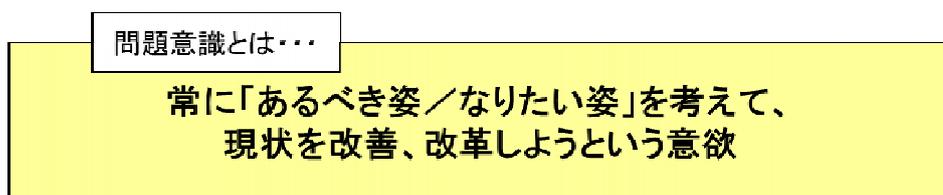
すなわち、「あるべき姿／なりたい姿」からみて、乖離している全ての事象、事柄が「問題」になります。

よく、「問題は？」と問われると、「あるべき姿（本来の姿）」に至っていない事象や事柄だけをイメージする方がいます。
確かに、これは「問題」です。

しかしながら、「問題」とは、それだけでありません。
「なりたい姿」を設定して、「もっと良くすること」も「問題」になります。

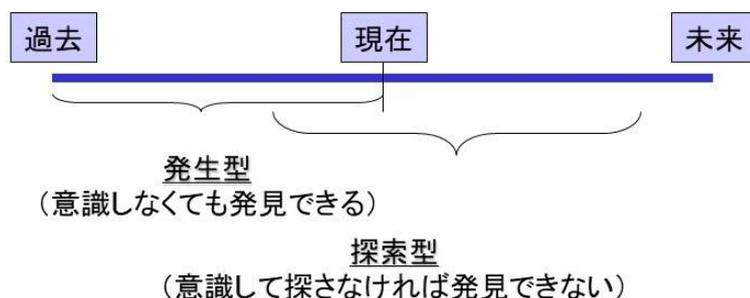
また、「なりたい姿」に関しては、目先のことだけでは、ありません。
将来を見据えて、「××年後には、こうなりたい」ということもあるでしょう。
それに対して、今が今イチだとしたら、それも「問題」です。

このように考えると、**会社は「問題だらけ」**のはずです。



2. 「問題」の2つのタイプ

「問題」には、以下の2つのタイプがあります。



A: 発生型の問題

いわゆる「あるべき姿」に至っていない問題です。
たとえば、前回に事例として紹介した「納期遅れ」のようなケース。
納期遵守という「あるべき姿」は決まっていますので、特別に意識しなくても、問題が実感できます。

<あるべき姿>

納期通りにお客様に納品する

<現状>

納期遅れが頻発（全体の10%）

あるべき姿

● 問題！（発生型）

<問題>

納期が順守できていない

B：探索型の問題

これは、「なりたい姿」を新たに設定して、初めて見つかる問題です。

たとえば、お客様に約束した納期は守れてはいるけれども、競争相手に追随するためには、もっと納期自体を短縮しなければならないようなケースです。

このタイプの問題は、「なりたい姿」を設定しなければ見つかりませんので、競争優位性や、将来の事業環境の予測といった、戦略的な思考が求められます。

<なりたい姿>

納期を競合企業と同等、できれば、それよりも短くしたい（10日以内）

<現状>

当社の納期は2週間

なりたい姿

● 問題！（探索型）

<問題>

納期が長い

あるべき姿

● 問題！（発生型）

3. 「発生型」の問題解決の基本手順

ということで、本特集では、上記の2つのタイプの問題の解決方法を解説していきますが、まずは、身近な、「発生型」から考えて行きましょう。

「発生型の問題」の解決手順は、次ページの通りです。

ちなみに、このタイプの問題解決のカギは、ステップ2の「**原因の究明**」です。

お医者さんをイメージしてください。

「身体の調子が悪い」という患者さんに対して、まずは、その原因を確認するでしょう。

原因が究明できなければ、根本的な治療はできません。

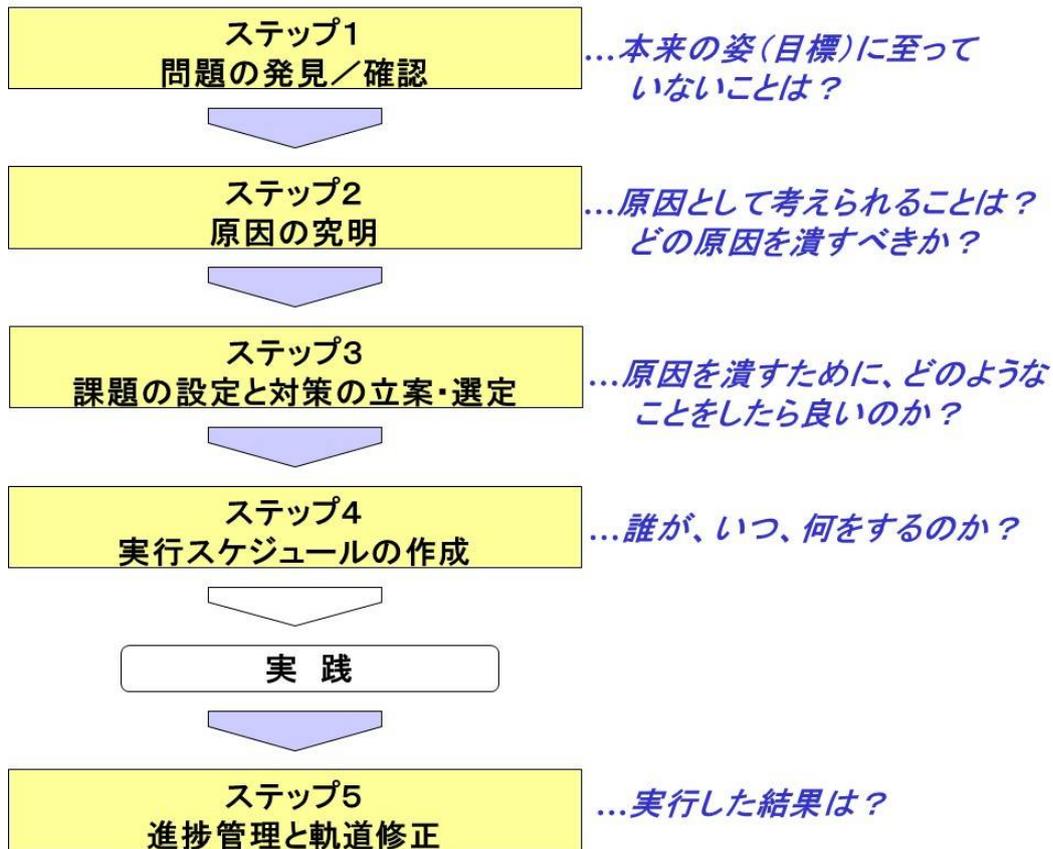
また、もし誤診して処方したら、症状は逆に悪化してしまうかも知れません。

一般的なビジネスでも同じこと。

安易な「決めつけ」による原因の特定は危険です。

慎重に原因を究明してください。

<発生型の問題解決の基本手順>



次回からは、この「発生型の問題解決の基本手順」に沿って、それぞれのステップについて解説して行きます。

<次回に続く>