

基調講演 日本経済の現状と課題

日本経済は2012年の11月を底に、ゆるやかな景気回復基調が続いていた。その背景には、アベノミクスによる雇用と所得環境の改善、企業収益の上昇、原油価格の下落による取引条件の改善などがある。ただ一方では、消費税率引き上げ後の駆け込み需要の反動減、消費マインドの弱さ、設備投資が力強さに欠けることなど、マイナス要因もあり、現在は足踏み状態にある。また、15年末には米国で利上げがあり、16年の初めには新興国や資源国経済の不振、さらに原油価格の一層の下落、国際金融市場の変動などの不安定要素もあった。そして英国のEU離脱決定で先行きは一段と不透明になり、米大統領選の結果が日米経済に与える影響を見極めるにはまだ時間が必要だ。植舘孝寿氏は、まず日本経済と世界経済の現状をこう概観した。

そのうえで植舘氏は、28兆円の経済対策による押し上げ効果が今後出てくるが、自律的成長に不可欠な内需に勢いがなく、米国新政権の保護主義的な政策も懸念されるとした。後、京都の鉱工業生産指数、内閣府発表の景気動向指数、貿易統計、機械受注額など各種データを精緻に解説。国際通貨基金(IMF)の経済見通しでは低空飛行が続くとされているとし、今後アベノミクスの3本目の

矢の「成長戦略」の結果が期待される。デフレからの脱却のカギを握るのは設備投資と個人消費だと語った。

課題解決講演 営業組織改革

営業マンの全てを公開

セールスフォース・ドットコムは、マーケティングから代理店管理、営業支援、経営分析などを一元的に管理できるシステムで、これまで約25万社にシステム提供の実績があるクラウドカンパニーだと、浦和広氏は、まず自社を紹介。今年、熊本地震があった際には現地自治体からの要請を受け、2日間でシステムを立ち上げたエピソードを紹介し、同社のシステムは業種業態を問わずあらゆる企業をカバーでき、しかもシステム構築もスピーディだとした。次に大分県の牧場が同社のシステムを導入している事例を、映像を使って披露。その中で牧場の経営者は「餌の量、原材料の仕入れなどを一元管理できるようにになった。先を読みながら経営戦略を立てていくことが可能になった」と語っていた。

その後、同社自身が営業管理に導入している事例を詳細に解説。同社の営業は表計算ソフトを一切使わず、集計作業も必要ないので営業活動に専念できている、営業部員のトレーニング状況も一目でわかるなどと語った。さらに、同社の製品には今年、A

Iが組み込まれたことに触れてから、次の講演者である流體計画の導入事例を映像で紹介し、「何人かの経営者に聞いたところ、セールスフォースは的確に希望通りに動いてくれる。セールスフォースは裏切らない、と言われた」ことを紹介し話を終えた。

経営者講演 生き残るカII企業力を鍛えるクラウド活用

10年前、流體計画はゼネコンの下請けを中心にした会社で、5人ほどで年間1000件以上の案件をこなしていた。請求書の発行や見積書の作成などには表計算ソフトなどを使っていたが、全員がオーバーワークで仕事が出来なくなり、忙しいのに利益が伸びないという状況に陥っていた。そこで業務を効率化するためにパッケージソフトの導入を検討したが、システムできない業務については「会社のほうがシステムに合わせてほしい」と多くのベンダーに言われた。その中でセールスフォースだけは、やりたいことが実現でき、クラウド型なのでシステムの変更も容易で、しかも導入もスピーディだったため選んだ。山田英樹氏は、まず導入の経緯をそう説明した。

セールスフォースのシステムを導入したことで、物件ごとの発注管理や利益率の可視化が実現でき、個人別の利益率管理・コスト意識の強化も

できたうえに、社内と社外でのコミュニケーションも円滑にできるようになったと述べた。

そのうえで導入後の10年を振り返り、数字をいつもふれなくチェックできるようにになったことが大きいと評価。事業内容や組織体制が大きく変わったが、セールスフォースのシステムはそれに追従してきたとし、今はセールスフォースと共同で建築会社向けのアプリ開発やゲストハウスの建設、運営にも取り組んでいることを明かし、「セールスフォースを使えば事業がどのように変わってもやっていける」と結んだ。

特別講演

これからの混迷の時代、勝ち残れる経営とは？

日本電産の会社づくりに学ぶ

日本電産時代、M&Aによる買収企業の再建を担ってきた川勝宣昭氏は、企業の再建には方程式があると指摘。意識改革、スピード、営業機関車化、断トツのコスト追求、損益の週次管理の五つがポイントだと続けた。中でも営業の機関車化とコスト追求を同時に推進すると営業部隊は戦いやすくなり業績向上効果が大きくなる。さらに損益の週次管理を取り入れれば、慢性的な未達体質を早期に改善することができると述べた。この手法は、日本電産グループ各社が未達をしない企業に変身できてい

基調講演



京都総合経済研究所
取締役調査部長
植舘 孝寿氏

共催：セールスフォース・ドットコム 東洋経済新報社
後援：京都銀行 京都総合経済研究所

中小企業の 生き残り戦略

in
京都

稼ぐ力を引き出し、強い会社をつくるために必要なこととは何か迫る



11月17日、中小企業の勝ち残り戦略をテーマにしたセミナーが京都センチュリーホテルで開かれた。経営環境の不透明さが増し、人口減少で国内マーケットが縮小していく中で中小企業が生き残るにはどうすればいいのか。組織改革やIT活用、企業改革などさまざまな観点からの講演が展開された。制作・東洋経済企画広告制作チーム

課題解決講演



セールスフォース・ドットコム
コマース・セールス営業 執行役員
第4営業本部 本部長
浦 和広氏

経営者講演



流體計画
代表取締役
山田 英樹氏

特別講演



DANTOTZ consulting 代表
元日本電産 取締役(M&A担当)
川勝 宣昭氏

る隠れた要素だと紹介した。また意識改革によって「スピードと徹底」の企業文化を作ることが重要。これから五つのポイントを社長と幹部が一体となって進めれば、短期に黒字化が可能と語った。

これからの時代に中小企業が勝ち残るには、まず事業を見直し、企業を改革していくことが必要であり、その場合、経営者のリーダーシップ、

業務革新のメソッド、意識改革の三位一体経営が決め手になる。さらに業務革新のメソッドとして重要なのは営業力強化とコストダウンであるとして、まず営業強化としては、自社の顧客構造や市場構造を分析し、さまざまな見える化手法を使って、組織力と個人戦力をハイブリッドで強化することが必要になると語った。

またコストダウンを短期に実現するためには、「時間当り生産管理手法」や「道のり時間管理手法」などの他社がやっていない手法の導入によって、製造の工程ごとに「時間当りの効率」に着目して、徹底して無駄を削減したり、機種別の粗利率を分析して無駄を省くなど、切り口はいろいろあると解説。意識改革については、農業を引き合いに出して、農業の場合は、まず土壌改良をやってから、種や苗を植えるように、企業経営の場合でも、まず意識改革によって企業の風土を良くしてからメソッドを投入しなければ、良い効果が出ないと述べた。さらに、意識改革による企業風土改革には、経営者一人が取り組んで集団を変革することはできない。中間管理職を核とするモデル集団をつくり、経営者と一緒になって社員の評価観、思考様式、行動様式を変えていく。そうすることで新しいカルチャーが形成されていき、優れたメソッドで自社を再武装することができると語った。