

個人のトランスフォーメーション～ 変革のステップ

タイムマネージメント – Goalに時間を使う

市場 = お客様の集合体

魅力 = 市場が大きい & 成長している

経営者/リーダーに
重要な要素

絶対成功する法則

自分 or 自社のリソースを
魅力的な市場に投入すること

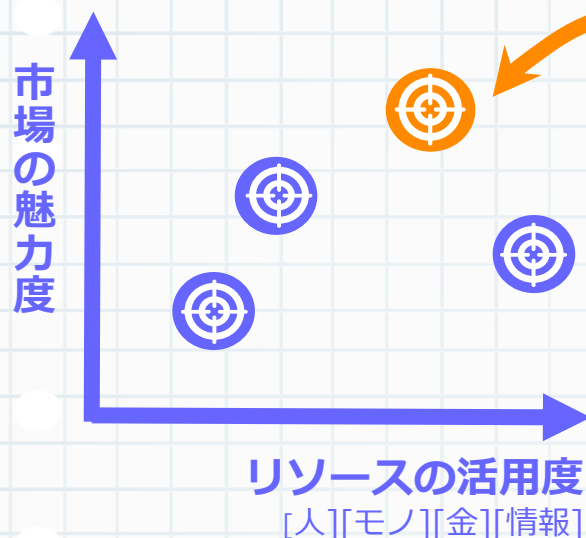
但し...

時間の概念が抜けている

時間とは・・・

- ✓ 1人1日 24時間しかない
- ✓ 全員平等

と思われている



個人のトランスフォーメーション～ 変革のステップ

タイムマネジメント – Goalに時間を使う

✓ Want to のために時間を使う



「死」以外はすべて Want to に変えられる

✓ 未来に時間を使う



✓ 重要だが緊急でない領域に時間を使う

重要度

重要だが緊急でない

- 人間関係作り
- 仕事や勉強の準備や計画
- 健康維持や自己啓発

重要かつ緊急

- 締切のある仕事
- 大事な人との急な約束
- 病気や災害

重要でもないし 緊急でない

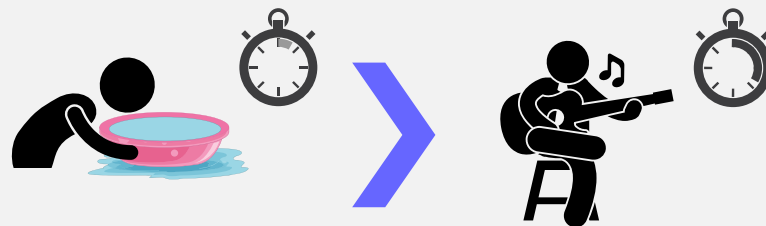
- テレビやネットサーフィン
- スマホをいじる

重要ではないが緊急

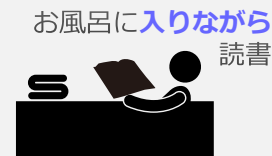
- 日々の電話や会議、報告書
- 重要でないメールへの返信
- 突然の来客対応

緊急度

✓ 処理スピードを上げる



✓ 平行処理する



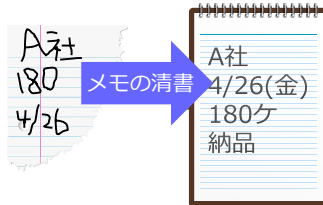
個人のトランスフォーメーション～ 変革のステップ

仕事を早くする

ECRS(イクルス)フレーム

1. 無くす (Eliminate)

やめる、重複をなくす
二度手間を避ける
減らす、飛ばす
極力少なくする、例外とする



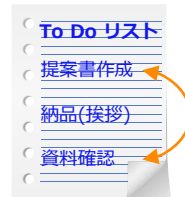
2. まとめる (Combine)

1つにする
集中/集約させる
組み合わせる
まとめてやる
一括/一時、その場で処理する

月	21 Thu	22 Fri	23 Sat	24 Sun	25 Mon	26 Tue	27 Wed	28 Thu	29 Fri	30 Sat	31 Sun
						A社訪問	B社訪問				
	Xプロジェ						D社訪問				
	見積試算										
	Xプロジェ										
	社内会議										
	Xプロジェ										
	資料作成										

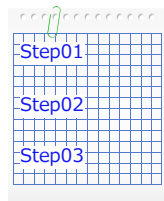
3. 順番を変える (Rearrange)

入れ替える、組みなおす
置き換える、代替する
優先順位、スケジュールを見直す
分配を変える



4. 簡単にする (Simplify)

簡素化する、単純化する
解り易くする
仕組み化/マニュアル化する
ビジュアル化する



ルーチンワークとノンルーチンワーク

仕事の内容により 進め方を変える



時間をかけずに
“さばく” “こなす” “片付ける”

しっかり時間をかけて
取り組む

ルーチン ワーク

ノンルーチン ワーク

スタンダード仕事

- ① ルーティン/繰り返し発生
- ② 前例、事例、ヒントあり
- ③ 作業量 ≒ 所要時間

プロジェクト仕事

- ① Non ルーティン、ワントタイム
- ② その都度考え、工夫する
- ③ 作業量 ≠ 所要時間

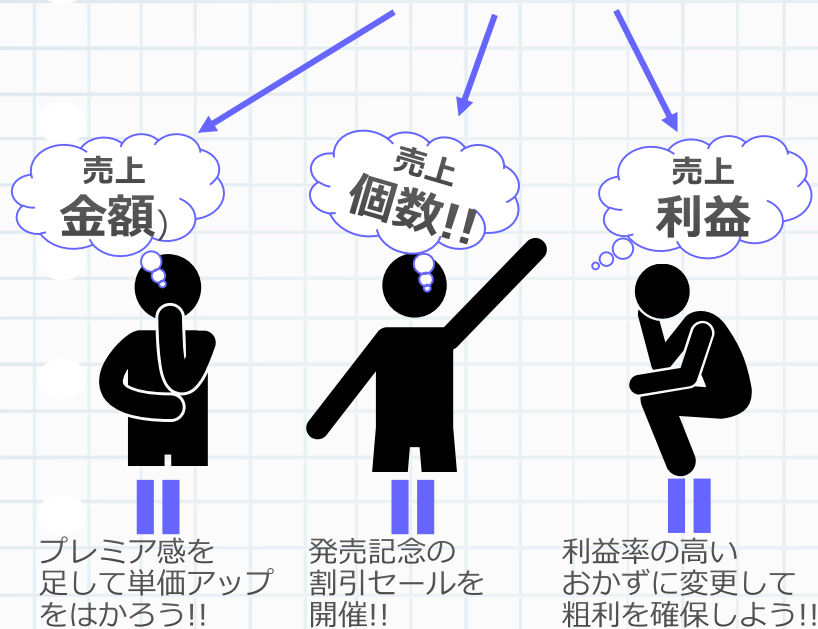
手抜きサイクル
改善 ⇒ 効率化 ⇒ 改善

ノウハウ化サイクル
トライ⇒ノウハウ化⇒トライ

個人のトランスフォーメーション～ 変革のステップ ビジネスとは？ ～ 明確なゴールを定める ～



Goal = 売上の改善



Goal が曖昧のため
議論が噛み合わない

1

曖昧さを排除した
具体的なGoalに定義し直す

2

そのGoalを
「何故(Why)目指すべきなのか」
を考える

例

『品質を落としてコストを下げ、同じ値段で売る』
(= 今の利益のみを求めることをGoalとしたアイデア)

何故(Why)目指すのか?で立ち止まって考える

『中長期的に(利益をもたらす)商品を顧客に提供し続け
利益を確保し、会社を維持したい』

そのアイデアが適切かどうかが見えてくる

個人のトランスフォーメーション～ 変革のステップ ビジネスとは？ ～利益の最大化～

毎日100個持参し完売。

売上高：500円×100個 = 50,000円

売上原価：250円×100個 = 25,000円

売上利益：**25,000円**



毎日110個持参し売れ残す。

売上高：500円×100個 = 50,000円

売上原価：250円×110個 = 27,500円

売上利益：**22,500円**

優れた販売戦略？

売り切れえ～



250円の
“機会損失”

いつも売り切れ
きつと
美味しいんだわ



“機会損失”を許容する
戦術

美味しいという評判を高める



答えは
1つではない

“廃棄リスク”



“廃棄リスク”を許容する**戦術**

あそこに行けばまだ買えるという安心感
集客効果を高める

1個落としてしまいました。

100個売り切る店で、100個の内1個落とした。



売れる予定のものが売れなくなったので
500円の損失

1個落としてしまいました。

10個売り残る店で、110個の内1個落とした。



もともと売れ残る予定のものなので
損失は0円の損失

クルーシナルカンバセーション

ある国のコンサルタント会社が **ハイパフォーマー** と **ローパフォーマー** において **危機的状況に陥った際の対処方法** に **違い** があることを解明した

人間は、

危機的な状況 や 致命的な状況に陥った時
間違った行動をしてしまう

例)

ジャングルを歩いていて
突然くまが出てくる



すべての血流が
脳ではなく**体**に流れ、
戦うか逃げるかの
選択になる
(ファイト or フライト)

上司から突然怒鳴られる
お客さんに怒鳴られる

通常は...

- 感情的に言い返してしまう
- 怖くて何も言えなくなる



ハイパフォーマーは

2つの対処方法を実践

- ➡ 考えられなくなり
無意識で反応してしまう
ため **時間を置く**
(無意識の感情が収まるのを待つ)



- ➡ 二人の**共通のゴール**を
改めて **共有する**



営業

マーケティングの4P

マーケティングを行う際に
競合や顧客への施策を

- 価格 (Price)
- 製品 (Product)
- チャンネル (Place)
- 広告宣伝 (Promotion)

に分けて施策を立てる



5W 1H

新規事業や戦略を
計画する際に、

5W+1H のフレーム

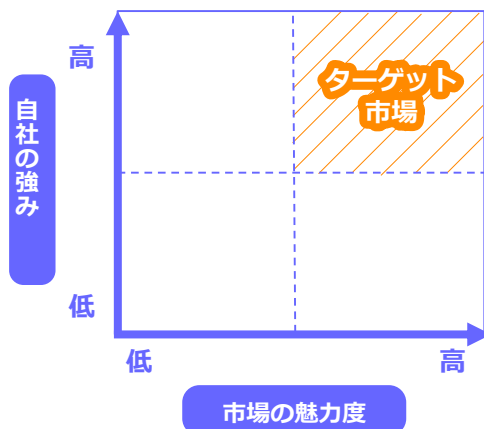
を基本に行うと、
モレ・ブレが少なくなる



事業優先順位のマトリクス

縦軸に自社の強み
横軸に市場の魅力度
をとり

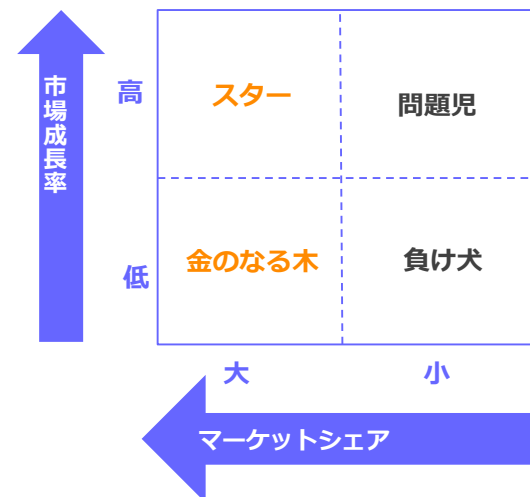
“自社が強くて”
“市場の魅力度が高い”
分野を探す



PPM 分析

縦軸に市場の成長率
横軸にマーケットシェア
をとり

製品のライフサイクル
を管理する



営業

戦略キャンパス (ブルーオーシャン戦略)

横軸に**競争要因**、縦軸に**レベル**を表し、
自社の取り組みと他社の取り組みを**比較**。

4つの**アクション**を実行

新たな**戦略キャンパス**を描く

