

情けに報いる情報

売上は必ず伸びるシリーズ

外付けハードディスクの故障

ある日、「外付け用のハードディスクが壊れたので、中のデータを取り出すのをよその会社へ発注したい」という申請が出てきました。見積金額は、30万円プラスアルファだという。

「社内ではできないのか」と聞くと、Tリーダーに聞いて調べてもらったが、無理だとのこと。

Tリーダーは、メーカーの修理資格も持っており、20年近く保守修理にあたり、わが社ではハードウェアの専門家ということになっている。

Tリーダーが「できない」というと、他の人は「できる」といいにくくなり、そこから進むことがない。

また、面倒なことをしたくない幹部も、外へ頼むことを前提に業者から見積を取って決裁を求めてきたのである。それも1社の見積だけで決裁せよという。「もう1社とるように」と言うと、しぶしぶ取ったところ「13万円」だという。

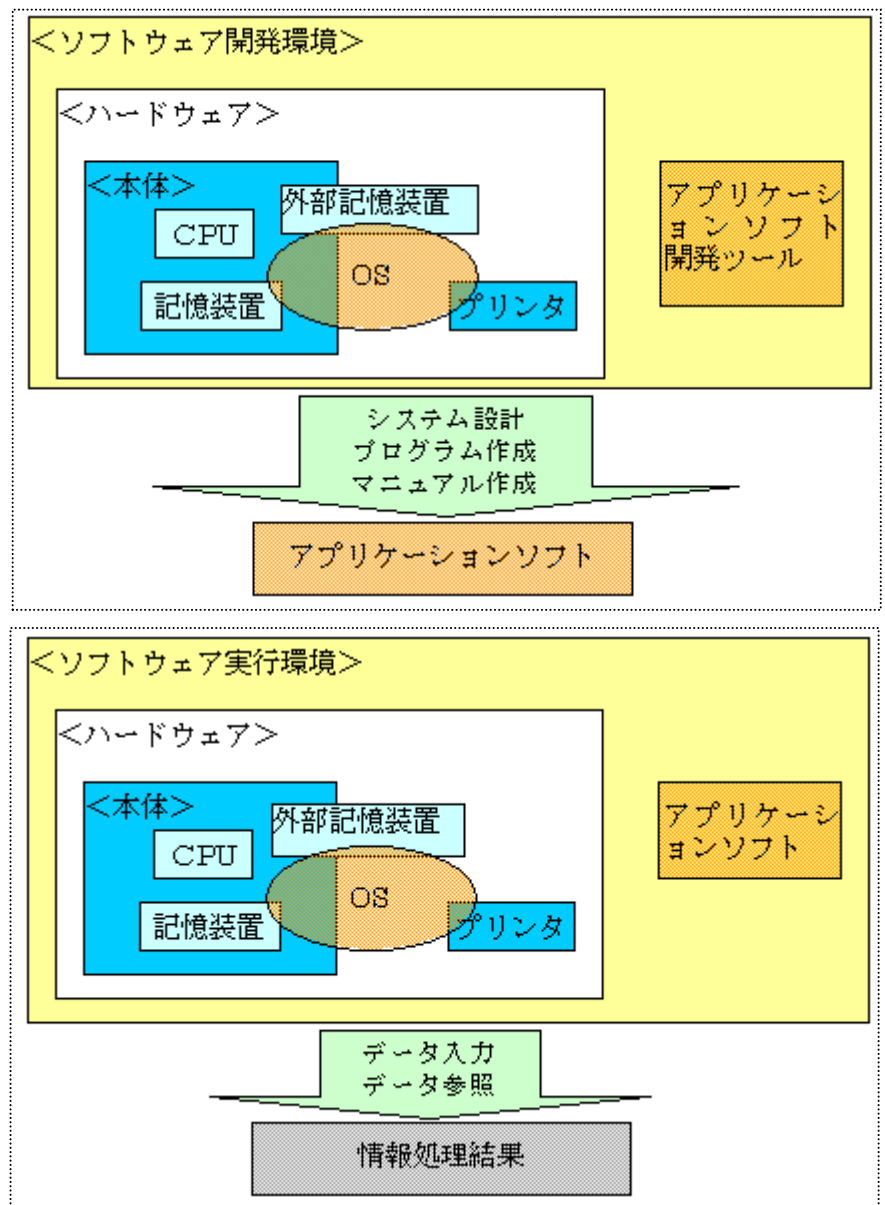
ハードディスクの故障は、お客様でもたまたま起きているので、再度「社内

でできないのか」というと、「忙しくてできません」という。

それでは仕方ないから、発注するかと聞いていたら、開発部のE君が「できる」と言っているという。

実際に、E君は難なくデータを復元させたのです。しかも、「ハードディスクの機械部分は正常なので使えますよ」、という。

これは、わが社で実際にあった、笑えない話です。笑えないどころではなく、ゾッとする話です。



お客様のニーズ

右上図は、ソフト開発会社がソフト開発に使う環境（工場）です。この工場でお客様用のソフトを開発して、右下図のような形で、ハードウェアに開発したソフトをセットして納めるのです。

ハードウェアは、CPU（中央演算装置）、記憶装置（メモリ）、外部記憶装置をひとつの箱に入れて、これを本体といい、その本体に、外付け用ハードディスク（外部記憶装置のひとつ）や

プリンタをつないで構成されています。

オフコンの頃は、ハードウェアの故障に対するメーカーのサポート体制が整っていたので、メーカー任せでよかったのですが、パソコンになってからは、環境は大きく変わっています。メーカーは自社のハードウェアのサポートしかならないため、お客様の満足な状況を作れないでいました。

一方、複数のメーカーのハードウェアを組み合わせさせて使っているお客様は、メーカーに関係なくサポートをしてほしいというニーズが強くなりました。

チェンジニアとエンジニア

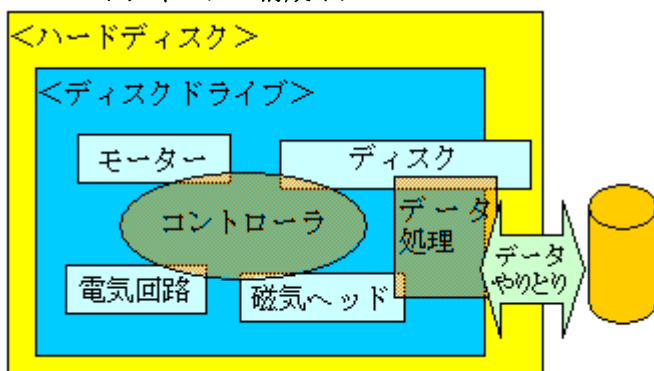
メーカーの行う修理マンの教育は、一応原理は教えるものの、実際はエンジニア教育ではなく、壊れている部分の部品を取り替える教育でした。

エンジニアではなくチェンジニアだといわれる所以です。

ハード機器の価格が下がった今、チェンジニアに部品交換をしてもらう方が高くつくため、買い換えるお客様が多いのです。パソコンが10万円で買える時に、出張修理で6万円もかけるお客様はいます。

下の図は、ハードディスクの構成イメージです。いくつもある部品のどこか一ヶ所が壊れるとデータの読み書きはできません。簡単に部品のチェンジでおおる場合もあれば、そうでない場合もあります。

<ハードディスクの構成イメージ>



売上増加への絶え間ない努力

お客様はパソコンやハードディスクそのものの修理を望んでいるのではなく、ハードディスクに納められているデータや苦労して作った表などがなくなると困る場合が多いのです。

そこで、ソフトウェアとあわせてハードウェア、ネットワーク等のサポートも当社で行うようになっていました。

ところが、先に述べたようにハードウェアの知識、技術向上の絶好の機会をも捨てるような決定をしてくる担当者、幹部にあきれるとともに、明日への不安を感じざるを得ませんでした。経営情報システムの開発を目的に設立された当社には、ハードウェアにかかわる仕事はメーカーが行うものという暗黙の了解のようなものがあつたのかもしれませんが。

わが社の場合は、データ処理のソフトが壊れていたため、他の機械でその部分を代替させて直したことです。左の図で、データを記録しているディスクが壊れていない限り、理論的にはデータの復元は可能なはずですが。

有名なプロ野球選手は高い年俵をもらっています。が、もし野球の人氣がなくなったら、そして観客がまったく来なくなったら、野球選手の年俵も下がり野球を続けることが難しくなるでしょう。

ソフトボールの人氣が高かったら、ソフトへの転向も考えなければなりません。エンジニアもお客様が求めるものが変化したら、変わる必要があります。

ソフトボールよりサッカーの方が人氣があるからといって、サッカーに転向したほうがいいとは限りません。隣の土地は倍額でも買え、と言われます。今まで住んでいて環境もよくわかっているのに、利用できる可能性が高いからです。

野球選手の持っている能力を生かせるスポーツへ転向したほうが可能性が高いに決まっています。

ハードディスクのデータ復元にチャレンジすべきかどうか、成功の可能性はどうか、は、それを担当する人の能力により決まります。

他社よりよいサービスができれば成功します。

「バックアップを取らないのが悪い」という人がいます。良い、悪いではなく、人はうっかりミスを犯すことがあるものです。そんな時、運悪く故障が重なったりすることもあります。

お客様が困っている時、納得のいく価格でデータが復元できたらどんなにすばらしいでしょう。お客様が喜ぶ姿を想像できるような仕事をできるようにすれば、営業マンのお尻をたたく必要もありません。お客様が求めているチェンジニアの仕事にしがみつくことをやめて、データ復元の研究をする方が、

中小企業の敵＝主（ヌシ）化

NHKテキスト（表紙は右写真）に、以下のような文章があります。

「社員一人ひとりが仕事の目的に立って、その中で少しでも改善できることはないかと考える。ルール（仕組み）になっていなければ、ルール化できないかとさらに考えを進める。考えることで社員は成長し、社員の成長とともに組織力は高まり、会社も成長していくのだと思うのです。」

「会社が常に成長していくためには、ルールを見直して改善に取り組み、組織の強度を高めていくことが必要だとお話しましたが、会社の新陳代謝を妨害するのが、「ヌシ」の存在です。経験が長くて、記憶力のよい人はどんどん専門性を身に付けて、その分野の「ヌシ」になってしまふ。一見、仕事のできる人ほど要注意。自分のやり方で仕事を聖域化し、「ヌシ化」する可能性が高いのです。」

（コミー社長 小宮山栄さん）

先に出てきたTリーダーは、小宮山社長の言われるところの、まさに「ヌシ」になってしまつて、まわりが見えなくなっていたものと思います。Tリーダーがまわりと相談していたら、見積を取ることもなく他社に迷惑をかけずに済んだはずですが。

中小企業の場合、社員数が少ないためローテーション（配置転換）をしないで、その時点ですでに任せてしまいがちです。それが「ヌシ化」を生み、マンネリ化させ、結局は「ラク」を選択する人材にしてしまひます。

高度成長期は即戦力になることが急務、いかに短い期間で仕事をこなせるようにするかが課題でした。仕事は分業化され標準化が進みました。仕事を単純な業務に分割し、単純化された業務を各人に割り振り、繰り返すことで熟練度を上げ、それにより生産性を向上してきました。この時代は、余分なことは

売上増加につながるものと思います。

ディスクからデータを読み取る機器を作り復元する方法、元の機械の壊れている部分の部品をチェンジする方法、どこが悪いか診断できる機器を作る方法、等、いろいろある中で実験し、試行錯誤することが、間違いなく明日の売上を作ります。



考えず単純業務を根気良く続けられる人が優秀社員でした。

人口減少社会で、需要減少とニーズの多様化が進む中で、会社が成長し続けるためには、お客様に合わせて変化し続けなければなりません。これからの優秀社員の条件は、仕事の仕方も柔軟に変えられなければいけません。パソコンが導入されれば仕事の仕方もがらりと変わります。メールも使えないといけません。「メールはできない」と言っている人は甘えです。やればできることでむずかしいことではありません。今の時代は、「メールはできない」は「電話のかけ方がわからない」と言っているのと同じだからです。

ただ変化する仕事についていけるだけでは、これからの優秀社員にはなれません。変化に気付き、変化を成長の芽にできないか、と常に考え、仲間を巻き込み売上増加へと結び付けていく力が最も重要です。

「ヌシ化」した社員は、変化することのブレーキに

今の仕事の周辺へ発展させる

昨年、国の事業仕分で凍結になった公務員宿舍建設復活について、テレビでコメンテータが「大震災で住むところがない人がいる中でけしからん。人間の心を持っているのか」と怒っていました。優秀な人でも官僚社会につかっているうちに変わってしまうようです。

「ヌシ化」も、「ヌシ化」した人が悪いのではなく、「ヌシ化」させた会社がよくないのです。しかし、「ヌシ」の存在は害以外の何者でもありません。ローテーション等で新しい能力を引き出していきましょう。

今の仕事は斜陽だからといって、新規事業を考えたり、新商品の開発に力を注ぐ会社に出会うことがあります。しかし、よほど優れた人材と資金力に余裕がないと成功しないことが多いように感じます。

また、中小企業にはスーパーマンのような社長がいて、「俺について来い」方式でやってきたところが多いと思います。量産によるコストダウン方式が通用した人口増加社会では、それでよかったのですが、これからは社員全員がお客様のニーズがどこに

なります。変化を取り込む前向きの姿勢がないと、売上増加はますます難しい時代を迎えつつあります。

「ヌシ化」した社員はいないか、をチェックしてみてください。

あるか、売上増加の芽はないか、と目を見張ることが絶対に必要です。

中小企業の売上増加策は、目の前のお客様や仕事を通じて起きていることに、真剣に向き合うことがもっとも成功確率の高い道です。

隣の土地は倍額でも買え、と同じ論理です。

真剣に向き合い、考えて考えて、試し続ける中に売上を増やす種ができてきます。これができる社員がどれくらいいるかがこれからの中小企業の力となるでしょう。

今している仕事の周辺に研究心と発展意欲のない会社や人は伸びません。

チェンジニア（お客さんから求められていない技術者）から新しいエンジニア（お客さんのニーズに応えられる技術者）への脱皮が求められている時に、飛び立とうとしない（ヌシ化した）社員が担当している部門の売上は必ず先細りします。

逆に、より技術的に深く勉強して切り開こうとする社員がいる部門は間違いなく伸びていきます。

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ お知らせ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

売上増加については、2012年1月号でも取り上げ、年計グラフの活用をお勧めいたしました。年計分析を貴社のデータで見ていただくために、弊社では、

現在年計分析を無料で行っております。

詳しくは、MC通信2012年1月号をご覧くださいか、担当にお聞きください。

システム設計から情報分析まで

MC System

エムシーシステム株式会社

URL <http://www.mcsystem.co.jp>

システムのことなら何でもご相談ください。

本 社

〒456-0031

名古屋市熱田区神宮三丁目7番26号

たから神宮ビル5F

TEL(052)671-6011 FAX(052)671-6012

東京支店

〒130-0026

東京都墨田区両国2-17-17 両国STビル4F

TEL(03)5624-6411 FAX(03)5624-6410