



ゴールドラット博士の TOC (28) (チェンジ・ザ・ルールの再読)

クライアントに提供できる真の価値

4 月③のごあいさつ

山内公認会計士事務所

2025 年 4 月 21 日(月)

クライアントに提供できる真の価値とは何なのか？

オプションだとか、インテグレーションと言った技術的なことばかり口にしてきたが、そんなことではない。

それを全部振り払ったうえで、初めて違う角度から考えることができる。

「企業活動が一元把握できる」とか、「生産性が向上する」などといった抽象的なことではなく、具体的な数字で表す。利益がどれだけ増えるのか、金額を示すことができなければならない。

その考え方から言うとピエルコ社のメリットは主に四つである。

2000 年問題はその理由の一つにはならない。それはすべての企業が対応すべき問題だから。

その四つとは、①売掛金の回収時間が短縮される、②原材料コストが減る、③在庫が減る、④売上が増える、の四つである。

①はシステムを導入することで、顧客に出すインボイスの作成ミスが減るのがその理由だ。②は複数の事業所が共同で購買活動を行うことによって実現される。③は②によって、④は①～③によって当然実現される。

それは、製品と市場の両方を一緒に考えて解決策を見つけることである。

中小企業を相手に販売するには、中小企業に対して価値をもたらす製品を作らなければならない。

大企業を顧客とする大型とも言える ERP システムを販売している大企業に対して、APS を販売している中型のメーカーでは、APS を使えば会社全体の業務を最適化でき、その結果、在庫や売上にも大きな効果があると宣伝している。それなら ERP システムに APS のモジュールを組み込めば、市場に対し非常に魅力的な商品を提供できることになる。

これが中小企業にとって、もっと儲かるということが明確に解れば、新しいシステムやテクノロジーの導入を検討する筈である。

競争優位を築くためには人員削減を最小限に抑え、市場の悪化に耐え抜くには儲かる方法を採用する外はない。そのためには、それまでの考え方を捨て去り、顧客の立場に立って状況を分析することが必要である。顧客にとって一番重要なことは何かを理解しなければならない。今までの考え方を変えて考えなければならない。そうすればその方法が見えてくる筈である。