

「新しい仕事の進め方」「新規ビジネス創出」の実現に向けて
「プロジェクト参謀」



アックスデザインリンク株式会社

2018～2019 主なプロジェクトパターン（業務フロー見直し）

アックスデザインリンク株式会社

◇ 営業拡大の見直し

- ☞ 営業生産性向上プロジェクト（案件リード→情報共有→提案フローの見直し）
- ☞ 販路拡大プロジェクト（ターゲット顧客に対する商談創出フローのプロトタイピング）

◇ 顧客接点フローの見直し

- ☞ 顧客関係性強化プロジェクト（顧客工場見学時における接点フローの見直し：製造業）
- ☞ 顧客関係性強化プロジェクト（来店顧客との接点フロー・接遇の見直し、ほか：流通業）

◇ 事業拡大のプロトタイピング

- ☞ アライアンス先創出プロジェクト（提携先の開拓フロー・提携フローのプロトタイピング）
- ☞ 新規ビジネス創出プロジェクト
（ビジネス着想・発案→プロトタイピング→小規模スタート→ブラッシュアップ→CAPDほか）

- ◇ 働き方改革「残業抑制Project」
 - ☞ ①仕事の進め方の(再)定義
 - ②小規模活動でのモデル構築
 - ③全社・グループ会社への水平展開

◇ 組織を機能させる枠組みづくりのシーケンス

- ☞ ①活動の整理
- ②現状把握（活動別時間・スキルランク）
- ③認識の確認（経営層・管理層・従業員）

- ④仕事の進め方の(再)定義のサポート
- ⑤1Pや小さな活動（プラン：CADO・PDCA・SAPS）
- ⑥合意・承認の仕組み（会議体・1on1）

- ⑦次期マネジメント層の早期選抜の仕組みづくり
- ⑧小規模活動でのモデル構築のサポート

- ⑨データベース化・クラウドの活用
- ⑩職務分掌の見直し➡機能する組織づくり

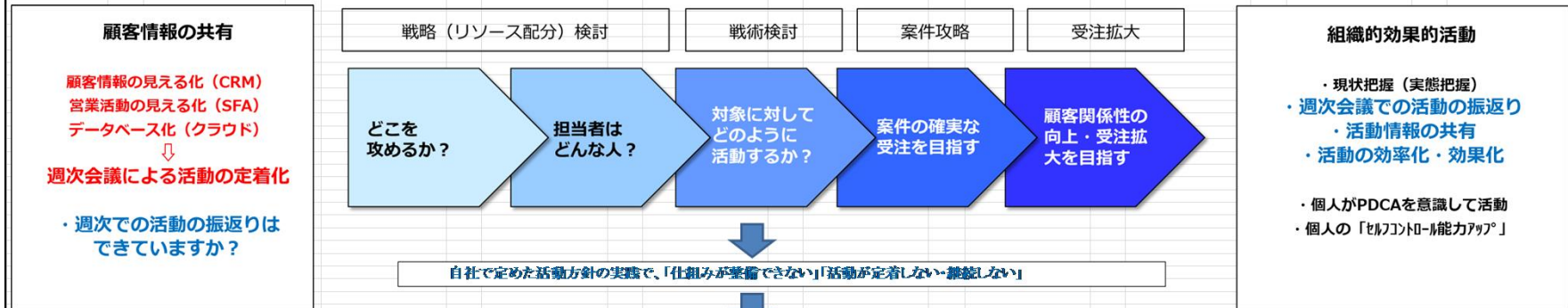
- ⑪RPA（ソフトウェア型自動化）

- ⑫組織的効果的営業活動の実践・セルフコントロール能力アップ
- ⑬全社・グループ会社への水平展開の実施サポート

組織的効果的営業活動の実践と、セルフコントロール能力をアップ

アックスデザインリンク株式会社

「組織的な顧客との関係性強化（顧客満足度アップ）」による「売上アップ」事例



kintone



「ターゲティング（顧客理解）」
「ニーズ探索（ヒアリング）」
「フォロー営業（提案型）」の強化
↓
顧客関係性強化（顧客満足度アップ）

経営企画部門・企画開発部門・販売促進部門と、営業部門との情報共有で、「組織的に営業活動を推進」

	戦略（リソース配分）検討	戦術検討	日々の営業活動						
営業プロセス	販売促進商品（サービス）検討	ターゲティング	社内合意や進め方の検討	営業活動（関係性の構築）	営業活動（ニーズ探求）	プレゼン・提案準備	プレゼン・提案実施～見直し 受注促進フォロー～受注	結果（成約・失注）の振り返り	フォロー営業
どの部署が？	経営企画部門 企画開発部門	営業MGR、リーダー	担当営業・リーダー・MGR承認	担当営業 必要に応じて、上位者（役員を含む）	担当営業・リーダー	担当営業・リーダー＋販売促進部門	担当営業・リーダー＋販売促進部門 必要に応じて、上位者（役員を含む）	関わったチームメンバー全員	担当営業 必要に応じて、上位者（役員を含む）
プロセスの 決定説明	売上目標を決める	活動期間の前編相手として、自社にとってふさわしいか検討する期間	定められたターゲット企業をどのように攻略するか検討する期間	自社サービスと顧客ニーズをマッチングさせるために何ができるのか関係性を調べる期間	提供できるサービスがあるかどうかを調べる期間	確認できる顧客課題ニーズに対してどうアプローチするかを考える期間	提案の実施から、提案内容をブラッシュアップし、受注するまでの期間	売上実績への反映と、結果に至った原因を探る期間	サービス開始してから、契約終了までの期間
決定基準	商品別の目標額を、社内合意した時、	攻める対象企業を、上司と部下と合意した時、	活動期間中のターゲット企業に対する活動テーマが決まった時	ニーズ探索を行える関係性ができるとき	ターゲット企業にニーズが確認でき、提案の合意が得られたとき	顧客の課題に対する持ち手（提案）が決定した時	決められたリーダーを受注できた時	提案の振り返りが完了できた時	サービス終了（契約が終了/途中終了）した時
活動項目 （共有とコミットメント）		<input type="checkbox"/> 顧客ニーズの想像 <input type="checkbox"/> 提供可能なサービスの理解 <input type="checkbox"/> 顧客との関係性の把握（キーマン） <input type="checkbox"/> 上司と部下で、ターゲット先を合意	<input type="checkbox"/> 顧客理解 <input type="checkbox"/> 進め方検討 <input type="checkbox"/> 上司と部下の合意	<input type="checkbox"/> 紹介を依頼する <input type="checkbox"/> 接点を持つ <input type="checkbox"/> 情報提供をする <input type="checkbox"/> 接触頻度を高める <input type="checkbox"/> 敬意面（礼儀）を広げる	<input type="checkbox"/> 自社サービスを伝える <input type="checkbox"/> 顧客の状況・ニーズを確認する	<input type="checkbox"/> オナー・ヒアリング <input type="checkbox"/> 提案内容の検討 <input type="checkbox"/> 優先ルートの検討	<input type="checkbox"/> 提案内容の相互確認 <input type="checkbox"/> 契約に向けたすり合せ <input type="checkbox"/> 業務開始前準備	<input type="checkbox"/> 半期振り返り <input type="checkbox"/> 月次振り返り <input type="checkbox"/> 週次振り返り <input type="checkbox"/> 日次振り返り	<input type="checkbox"/> 売上変動確認 <input type="checkbox"/> トラブルシューティング
必要なノウハウ・活動 （外部からのサポート）	収支分析・予算化	「ターゲティング」ノウハウ ・市場ニーズ	顧客別営業シナリオ ・営業体制の検討	自社の「売り・サービス」アピール ・アプローチブック	「ヒアリング」ノウハウ ・ヒアリングシート	提案作成ノウハウ ・戦略的コミュニケーション	プレゼンノウハウ ・提案作成のノウハウ ・案件交渉のノウハウ	全社的情報共有	顧客関係性向上 ・次ステップアップ ・拡大（継続）営業

プロトタイピング・デザインアプローチ サポート内容

アックスデザインリンク株式会社

「新規ビジネス」や「新しい仕事の進め方」を模索する企業さまに対して、企業さま内でのプロジェクト発足から、プロジェクトコーディネーターとしてサポート。テーマに沿って、モデル作り（「実現性・有用性の検討」「観察・分析・綜合作業」）→小規模スタート→ブラッシュアップ→効果検証→全社展開までお手伝いします。

◆サービスイメージ

実施スケジュール（案）			
Phase 1	WS1	4 H	事務局 進め方の打合せ ・キックオフの進め方 ・目的/ゴール/スケジュールの再認識 ・ヒアリングシートの合意 ・ネガティブな反応への対処方法について ・役割変更対象者（案）について
	Kick Off	2 H	キックオフ 進め方の説明 プロトタイプチームへの調査依頼
	提出		プロトタイプチーム 事前依頼事項の提出期限
	WS2	8 H	事務局 現状業務棚卸結果と新役割定義（案）の確認
	WS3	3 H	事務局 新役割定義（案）と役割分担（案）の提示/確認
Phase 2	MTG1	8 H	個別ミーティング 1時間×8名（課題抽出）
	WS4	3 H	事務局 課題整理検討
	MTG2	2 H	チームミーティング 業務フローと業務内容の整理
	WS5	2 H	事務局 業務フローの確認、残課題の討議
	MTG3	2 H	全体ミーティング 実施の進め方合意
	WS6	2 H	事務局 最終の役割定義の確認・修正 / 最終報告
	REVIEW	2 H	実施前 最終報告会

世界規模でのニーズの変化、消費者ニーズの変化、人手不足・技術者の高齢化などに対応するため、各企業は、新規ビジネスの開発や、新しい仕事の進め方、働き方の見直しを行う必要性が増しております。

私どもは「新規ビジネス」や「新しい仕事の進め方」を模索する企業さまに対して、次の活動を行っております。

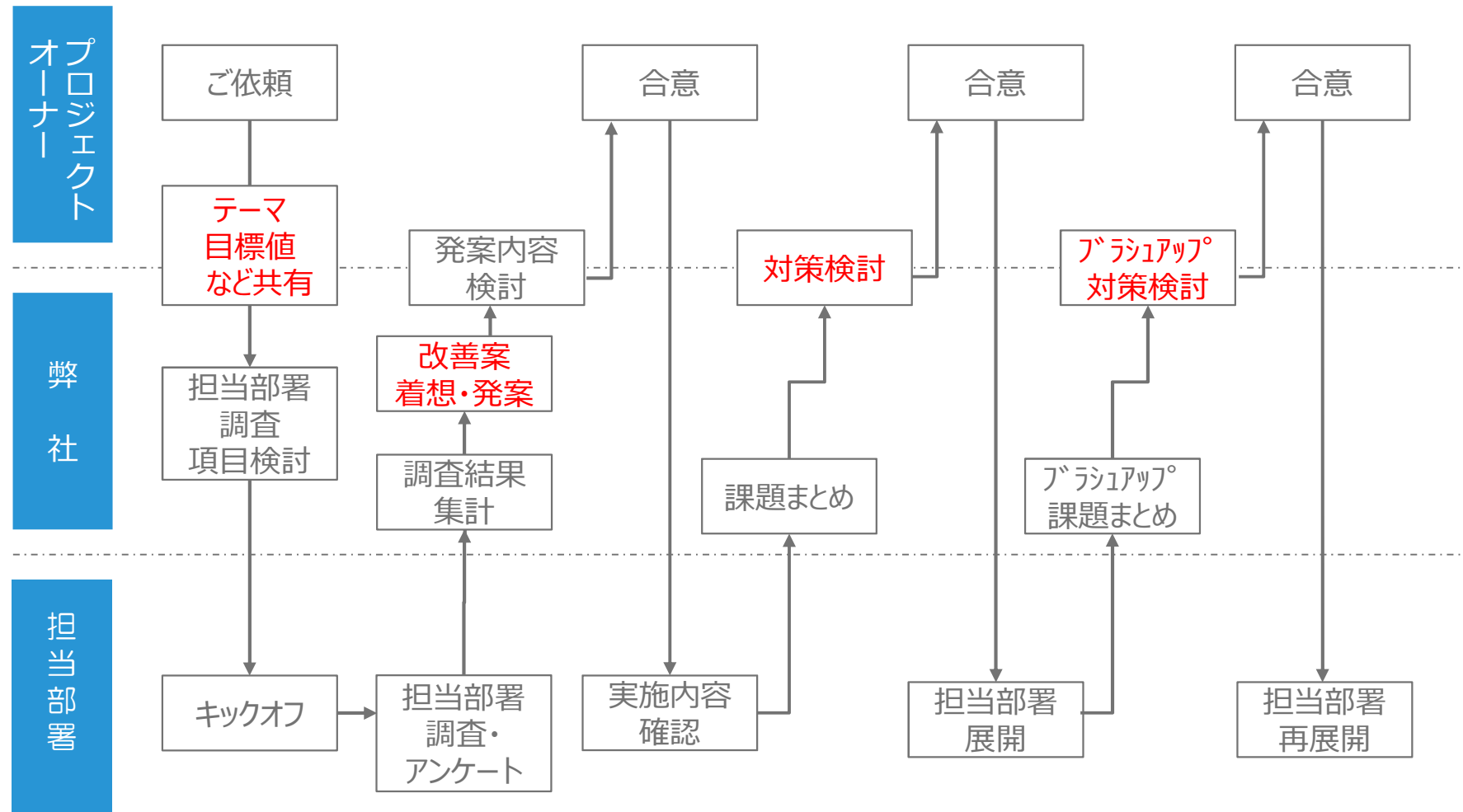
- ①仕事の進め方の(再)定義
- ②小規模活動でのモデル構築
- ③全社・グループ会社への水平展開

働き方改革「残業抑制Project」のイメージ図

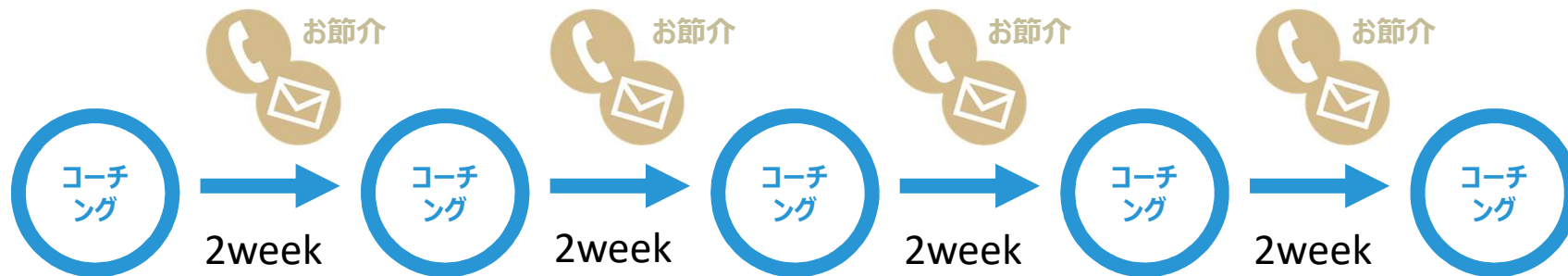
業務フローの(再)定義 進め方(例)

アックスデザインリンク株式会社

仕事の進め方を見直したケース (例)



モデル構築のため小規模（例：1チーム）で新しい仕事の進め方を試験的に
行い、発生する課題を都度解決していきます。



- ① モデルチームのメンバーは、プロジェクトコーディネーターと定期的なコーチングセッションを行います。
- ② 新しいチャレンジのため、対象者にはプロジェクトコーディネーターからメール&電話による不定期なフォローをさせていただきます。

【コーチングの内容】

「目指す活動の定義・確認」「ファーストプライオリティ項目の振り返り」

- ☞ 課題確認→対策検討、今週のファーストプライオリティを明確にし、時間の配分を考える
- ☞ チームとしての効果的なサポート体制づくり

運営方針 視点や会話の内容は、「具体的、現実的、実際の」に進めます。

チームビルディングへのサポート「活躍人材ワークショップ」

アックスデザインリンク株式会社

＜企業概要の紹介＞



＜活躍人材事例＞

活躍人材のケーススタディ アックスデザインリンク株式会社



株式会社新登
広域第二支店 第一課 名古原 橋本純奈

これが私の仕事	<p>店舗の方々と協力し合いながら、「売れる」売り場づくり。</p> <p>私は、OTC医薬品の営業を任されています。OTC医薬品とは、薬剤・薬油・ドレッシングなどで販売されている一般医薬品のことです。現在は、全国展開しているドラッグストアの三連地区にある店舗を担当しています。仕事のメインとなるのは店舗での売場づくりです。ドラッグストアで売場づくりをするには、売場を改善する地区と店舗を巡り、注力してほしい「優良店舗」をさがす。これは、店舗の売場を改善して売場を上げていきます。例えば、在庫出し欠けや在庫管理がうまくいかない店舗です。そこで、お客様の目につかりやすいように、売り場をゆとり、ゆわでお客様が来店したくなるように、商品の配置をお客様が求めているような工夫を凝らしています。</p>
だからこの仕事が好き！ 一歩先へかかったことば つねに心にとめて	<p>目標からコミュニケーションを大切に、店舗の発展を高めたい。</p> <p>担当する店舗が、社内のコンクールで売上1位を獲得した時は本当に嬉しかったです。その店舗に感謝の気持ちを込めて、商品に関する説明会を開き、時にはお客様に声をかけながら、店舗一掃とお客様が来店しやすい環境を整えたいと願っています。店舗全体が「売れる」という意識を持てれば、商品が売れていきます。それが店舗を売場づくりの中心となるOTC営業の重要な役割。お客様が笑顔で来店してくるよう、売場づくりを大切にしたい。目標から大切にコミュニケーションを大切に、店舗全体の発展を促していきたいです。</p> <p>この仕事を売れるので、正解がないから、みんなと知識を話し合い、たくさん人の力を借りながら、仕事を進めていく。大変なことも多いですが、その分、やりがいがある仕事だと思います。</p>

出典：リクナビ2019

＜具体的な活躍行動＞

活躍人材の具体的な行動

＜次のような具体的な行動をしている＞

- ・物事の優先順位・重要度・緊急度を理解できている、必要に応じてメール・直接コミュニケーションなどを使い分けることができる。
- ・達成感が個人の満足だけでなく、チーム・組織・社会においてそれぞれが「どう活躍して」を、考えた行動ができている。
- ・相手を理解する力が強く、「異なる価値観」を受容できる。

＜活躍するために必要な力＞

弊社で活躍する人材像

【目指すべき人材像】

時代の変化に合わせて新しい情報を手に入れ、異なる価値観の人とも共感する能力を持ち、チャレンジを通じて新たな価値創造を目指す人

活躍人材が共通で保有している力



「組織を機能させる枠組みづくり」 事例：「現状把握」から

アックスデザインリンク株式会社

多くの企業ができていない：「現状把握(実態把握)」「週次での活動の振り返り」「組織的効果的活動」

まずは、できる範囲で「現状把握」⇒情報の共有⇒見えてきた課題の「効率化・効果化の向上」に寄与する項目から優先着手

着目ポイントは、「人の活動」⇒個人がPDS (PDCA)を意識して活動⇒個人のセルフコントロール能力を上げる

	注力課題	関連要件	一般的な「現状把握」レベル	「データベース化」項目	活動項目	
全社的な課題	価値観の共有	経営戦略(企業理念)	△		経営会議 → 部門会議	
	提供する商品・サービス	事業戦略(企画開発)	△		事業戦略会議 → 部門会議	
	効率化・効果化	事業戦略(経営企画)	△	ファーストプライオリティー 次週活動の「1P」の設定	週次会議	
	組織活動能力の向上		組織的効果的な営業活動推進	✖	SFA	週次会議
			MBO(重点施策)	✖	SFA	週次会議
			スケジュール管理	△		上司からのアドバイス
	組織文化の変革 社員教育		事業変化への適応	✖		事業戦略会議 → 部門会議
新人教育			△		採用と連動した活動	
専門知識の取得			○		講習会参加	
教育計画			✖		人的要因対策	
ICT 管理 情報の共有(見える化)		次期マネジメント層への教育	✖		プロジェクト ワークアウト	
		セキュリティ対策	△			
管理部門の課題	収支管理 財務・経理管理 総務・労務管理	データベース化(クラウド)	✖			
		※各社課題別	○	収支管理		
		※各社課題別	○	ワークフロー		
	法務・契約管理	※各社課題別	○	勤怠管理 ESアンケート	キャリアサーベイ	
営業部門の課題	CS CRM 活動管理 予実管理(収支管理)	※各社課題別	△			
		提案営業	✖	CSアンケート	週次会議	
		顧客ターゲットイング	✖	SFA	週次会議	
			✖	SFA	週次会議	
事業部門の課題	プロセス管理 生産性管理 品質管理	工程管理	○	工程管理	部門会議	
		工数管理	○	工数管理	部門会議	
		※各社専門分野	○		部門会議	
仕入・調達部門の課題	仕入先・協力会社管理	データベース化(クラウド)	○	発注管理	部門会議	
			△	工程管理		

※赤字の部分を中心に「お客様企業に寄り添ったアドバイザー」として、効率が良く、コストが大幅にかからない「取組み方・進め方」で課題解決をサポートします。

① 事業拡大へのサポート

アックスデザインリンク株式会社

- 👉 新規・拡大ビジネスの戦略の合意・決定
事業ビジョン・目標設定をし、プロジェクトの発足・計画策定・情報共有
- 👉 戦術・実行プロセスの機能化・ブラッシュアップ



② 営業拡大へのサポート

アックスデザインリンク株式会社

☞ ① 営業生産性向上プロジェクト

ターゲット顧客への、現状営業アプローチ活動から情報共有・案件リード
アプローチ戦略の組織的共有による効率的営業活動への習慣化

☞ ② 販路拡大プロジェクト

ターゲット顧客別の「商品・サービス・ソリューション提案」

営業の生産性を向上する (SFA)

営業情報共有
「見える化」

顧客・案件進捗
の全体図把握



可視化・課題抽出

提案フローの
見直し

組織的・効率的
な営業活動推進



組織的な営業活動

販路拡大プロセスを実行する

ターゲット顧客
商談創出の
フロー構築

事業間顧客流入
などのアライアンス



アライアンス
チームビルディング

ターゲット顧客
のニーズ探索

「商品・サービス・
ソリューション
提案」

YELL

機能するチーム
ソリューション営業

③生産性向上へのサポート「職場環境ソリューション」

アックスデザインリンク株式会社

- 👉 モデルチームとして「プロトタイピングチーム」を選出
- 👉 Phase1で現状工数を把握した上で、最適な役割分担（機能）を定義
- 👉 Phase2で各部門と課題確認の上で、新役割の業務内容及び業務フローを定義し、チーム内で合意

Phase 1 最適な組織体制の定義

STEP1

現在、何にどの程度時間を使っているか、EXCEシートで工数調査を実施



現状工数調査

STEP2

現状工数調査の結果から最適な役割分担を定義し、必要な人数の割当を実施



最適な役割分担

STEP3

各メンバーとWSを実施「最適な役割分担」を適用した際に懸念される運用上の課題と、業務フローを確認



納得感醸成

STEP4

「最適な役割分担」の内容修正及び、業務フロー、簡易マニュアルを作成し、合意

YELL

合意形成

Phase 2 運用に向けて検討・合意

④ ICTサポート「データベース化」(補助金・助成金の活用)

アックスデザインリンク株式会社

①②③実現へのICTによるサポートとして、属人的な情報管理ではなく、チーム・組織として情報共有・進捗管理ができ、より組織的・効率的な活動に繋げる事が可能になり、メンバーの組織エンゲージメントの向上に寄与する。



⑤ 能力開発サポート「1 on 1 ミーティング」

アックスデザインリンク株式会社

「部下に動いてもらう」ためには、下記のプロセスが重要です。
対話を重ねて頂くための進め方を、コーチが支援いたします。



⑥ チームビルディングへのサポート「活躍人材ワークショップ」

アックスデザインリンク株式会社

「活躍する人材」が共通して保有する力としては、

- ① 自己管理の基礎となる「自己認識能力」
- ② 人間関係の基礎となる「共感能力」
- ③ より大きな目標の実現に向けた「システム思考の能力」

会社を理解する

どのような人材が
自社で活躍する
か、人材要件を
明確にする



活躍人材像を定義

自社が本質的に大切
にしている事を伝え、
実際に活躍している
社員を見せる事で、
本質への理解や、
企業イメージの向上



企業の本質への理
解・イメージの向上

相手に理解される

チーム・組織がより良
くなるためにチームメ
ンバーそれぞれが「ど
う活躍して目標を達
成するのか」を考え、
機能させる事を学ぶ



自己認識・共感

2日間の授業を行う
ことは、自社の社員
にとって大きなチャレ
ンジであり、人に伝え
ることそのものが、
学びとなります。

YELL

登壇担当の教育

「新しい仕事の進め方」での アックスデザインリンクの役割

ご提案の骨子

採用し、戦力になったところに離職してしまう中途採用者（社員及びアルバイト）が増加しています。本ご提案は、会社へのエンゲージメントを高めることで離職を阻止する施策となります。

改善前



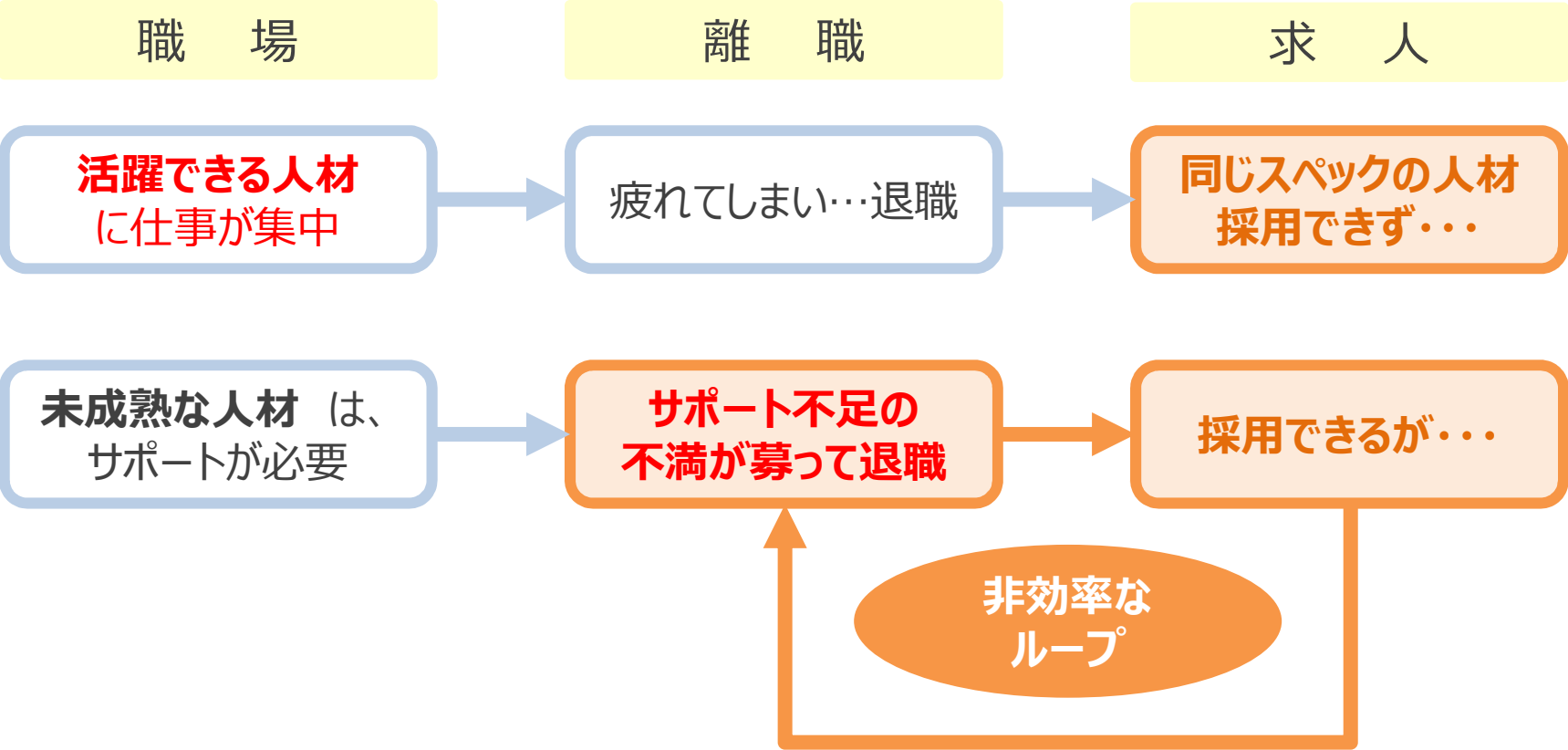
改善後



エンゲージメントUP

職場で発生している課題認識

多くの職場では、本来マネジメント層である人材が現場の仕事を行い、マネジメント活動が十分できていないという課題がある。その結果、採用した未成熟な人材の教育ができず、活躍できるレベルになるまで時間を要し、現在活躍している人材への負荷を高め離職の一因となっている。



マネジメントの大きな2つの課題・・・



現幹部（管理職）だけでは、
解決できない大きな壁

現状のままの
方針では社内
のこれまでを
変えられない



長年の接し方が
邪魔して部下
との関わり方が
分からない



実現には大きな2つの課題・・・



社内だけでは、解決できない大きな壁

現状の業務付加
や管理体制では
社内だけでは
変えられない



プロジェクトの進
め方や進捗
段階での
部下との関わり方
が分からない



社内を変える嫌な役回りを代行

利害関係のない第三者だからできること

社内の対立を



合意形成に導く



