

カイゼンとは、よりよい方法・モノ（商品やサービス）を常に考え、変化を現し続けることだ。顧客志向、人間性尊重、プロセス重視の考え方を原点として、自ら変化を生み出す実践的な取り組みである。製造現場に限らず、事務、営業、技術、サービス

得られることが多い。本稿では日本企業が強みとしてきたカイゼンの原点を再確認し、これからの時代にあ

化やインターネットの普及によるデジタル革命が進むなか、日本経済は「失われた30年」といわれる時代を経てきた。時代の変わり目にある今、日本が生んだカイゼンを、これからの時代に合うよう見直し、未来を築く足がかりとすることは効果的な戦略のひとつな

変化の時代に持続可能な経営

カイゼンの原点回帰(1)

るはずだ。

第1回は、

これからのカ

言いたい。

カイゼンは、品質向上活動として日本で1950年

代に始まり、高度成長期の

日本経済発展に貢献した。

ところが、91年のバブル崩壊以降、経済のグローバル

を身近で小さな問題解決だ

確認する。

ひとつ目のポイントは、

カイゼンの対象と取り組み

を身近で小さな問題解決だ

確認する。

ひとつ目のポイントは、

カイゼンの対象と取り組み

を身近で小さな問題解決だ

確認する。

ひとつ目のポイントは、

カイゼンの対象と取り組み

を身近で小さな問題解決だ

浅井 太郎（あさい たろう）コンサルティング事業本部経営コンサルティング第2部マネージャー



ゼンを積み重ねるなかで現状に限界を感じる時には問題の前提から見直す本質的課題に取り組むこと、などが必要だ。そして変化の時代に特に重要となる課題は、新たな価値を生むために新しくやるべきことを生み出すことだ。

もうひとつのポイント

けに限定しないことだ。具体的には、自社の経営戦略を業務に落とし込むなかで導かれる課題を問題の大小に関わらず対象とすると、カイゼンで生まれた成果はそれを実現した一部で留めることなく全体への展開を積極的に検討し組織のノウハウとすること、カイ

具は、カイゼンを個人任せにしないことだ。個人の努力だけでなくチームワークや組織的な取り組みにより、大きな課題や部分最適では解決しない問題に取り組むことが可能となる。具体的には、各部門の業務範囲にカイゼンを行うための時間や人員などを充てること、

次回からは原点となる考え方に基づき、カイゼンのあるべき姿をひとつずつ紹介する。

（毎週木曜日に掲載）

