



流通事業者の経営力強化

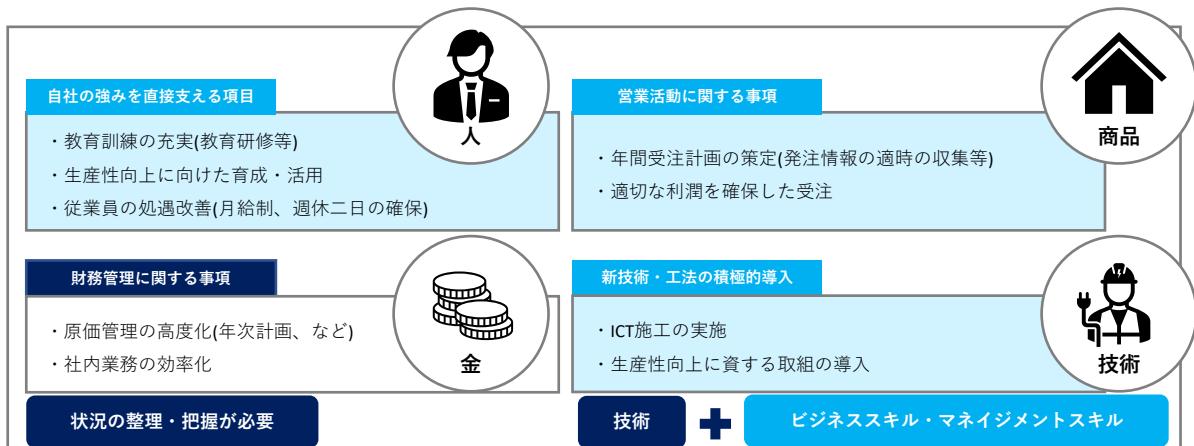
今回の日合商解説 (vol.67) では、働き方改革・省エネ基準適合義務化・第四次産業革命・等々、多数の劇的変化が起りつつある住生活産業界の中で流通事業者としてどのような経営力強化を図っていくことが求められるか？事例をもとに解説を行います。

INDEX

- ① 経営強化に必要となる大きな4つの要素
- ② 経営力強化に向けた基本的な取り組み
- ③ 人材育成・人事評価が今後の企業の行く末のカギを握る

① 経営強化に必要となる大きな4つの要素

流通事業者が経営力強化を図る際に必要な要素はおおきく4つ程考えられます。まずは人的部分で従業員・関連企業の教育等がそれにあたります。商品は性能を伝えるだけの営業から更に発展的な営業活動へと変化してきています。流通事業者にとって原価管理は非常に大きな問題です。これまで配送をサービスとして捉えていた流通事業者も有料化が進んできています。新技術の導入やデジタルトランスフォーメーションを進めることが重要視されています。下記の図を参考に必要な要素について検討を進めていきましょう。



② 経営力強化に向けた基本的な取り組み

（1）顧客ニーズの把握と顧客満足度の向上

建築材料や住設機器などの流通事業者は、建築業界における顧客である建築会社や建設会社のニーズを正確に把握し、それに応じた商品やサービスを提供することが重要です。また、顧客満足度を向上させることで、リピート率や口コミでの広がりが期待できるように準備することが求められます。

（2）品質管理の強化

建築材料や住設機器は、品質に関する問題が発生すると建築物の安全性に影響を与えるため、品質管理が重要です。基本的なことですが、流通事業者は、入荷した商品について厳格な品質チェックを行い、より一層の品質保全管理を行うことが必要です。これは（5）の情報システム導入とも連動します。

（3）競合他社との差別化

建築業界においては、流通事業者同士の競合が激しいため、他社との差別化が求められます。商品の品質や価格、配送サービスの迅速さや信頼性など、強みを見出し、それをプロモーション・営業することが必要です。現在の競合会社は、ホームセンターやWEBサイト上の通販サイト等です。効率化を図るのであれば住宅商品を持つことやリフォームの施工付きパッケージを活用することも求められてきます。

（4）社員の能力向上

建築材料や住設機器などの流通事業者は、従業員が商品やサービスについて高い知識を持っていることが求められます。社員の能力向上のために、研修や教育制度を整備することが必要です。特に日本は諸外国と比べて人的投資が足りていないとされています。建築業界に至っては、商品や技術の話ばかりで、エンドユーザーに分かりづらいプロ的な要素が教育で先行されてしまいがちです。幅広く知見を持ち、マネージメント能力を高めていくことが求められています。

（5）情報システムの導入

業務の効率化や顧客サービスの向上を図るために、情報システムの導入が有効です。例えば、在庫管理や受注管理などを自動化することで、業務の効率化が図れます。

③ 人材育成・人事評価が今後の企業の行く末のカギを握る

(1) 目標管理型評価○

目標管理型評価は、個人の目標設定を行い、その達成度合いを評価する方法です。目標は、企業目標や部門目標などとリンクさせて設定されます。この方式は、業績を評価し、社員のモチベーション向上や組織の生産性向上を目的としています。

(2) コンピテンシー型評価○ **※今後必要になる可能性**

コンピテンシー型評価は、社員が持つ能力やスキルなどのコンピテンシーを評価する方法です。コンピテンシーは、企業が求める役割や業務に必要な要素を表し、企業が定めた評価基準に沿って評価されます。この方式は、社員の能力向上や育成、組織の人材マネジメントに活用されます。

(3) フィードバック型評価△

フィードバック型評価は、社員が日々行っている業務の中での行動や言動を評価する方法です。上司や同僚からフィードバックを受けることで、自己評価や改善点の把握、コミュニケーションの改善などに役立ちます。



今後、社員全体的に必要となるスキル

マネージメントスキル

- ✓ 組織論
- ✓ プロジェクトの計画
- ✓ コスト管理
- ✓ リスク管理
- ✓ 品質管理
- ✓ 外注管理

ビジネススキル

- ✓ コンサルティング技法
- ✓ マーケティング
- ✓ ロジカルシンキング
- ✓ 経営学
- ✓ 問題解決手法

販売スキル

- ✓ ロジスティクス
(コストダウンに繋がる)
- ✓ 生産管理
- ✓ 販売管理
- ✓ 顧客管理
- ✓ 営業力
- ✓ 提案力