

週刊 企業経営

MAGAZINE



WEBマガジン

発行 税理士法人優和

1 ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2015年1月9日号金融市場の動き(1月号)
～原油安に潜む少し先のリスク**経済・金融フラッシュ 2015年1月6日号**【アジア新興経済レビュー】
金融市場は総じて下落、実体経済は輸出が低調
韓国・台湾・マレーシア・タイ・インドネシア・フィリピン・インド

2 経営TOPICS

統計調査資料景気動向指数
平成26年11月分(速報)

3 経営情報レポート

京セラ成長の原動力 = アメーバ経営に学ぶ
小集団チーム別採算管理の手法

4 経営データベース

ジャンル:企業運営 サブジャンル:5S活動5S活動とは何か
5S活動のスケジュール例

金融市場の動き(1月号)

～原油安に潜む少し先のリスク

要旨

1 (金融市場) 年明けの金融市場は波乱の幕開けとなった。その一因は原油安だ。原油価格はさらに下値を模索する展開も有り得、下がれば下がるほど、その悪影響への懸念も高まるだろう。しかし、現状の低価格が長期間続く可能性は低い。いずれ減産や開発停止の動きが見えてくると予想されるためだ。需給緩和に改善の兆しが見えれば持ち直しのきっかけになる。その際、世界はもう一つのリスクに遭遇するかもしれない。それは現在極めて低水準にある米長期金利の上昇だ。原油価格が上昇に転じると、期待インフレ率上昇を通じた米長期金利上昇が起こるはず。原油価格はボラティリティが高いだけに、オーバーシュートぎみに急上昇し、米長期金利を大きく押し上げる可能性がある。また、そもそも現在の米長期金利は非常に緩やかな利上げペースを織り込んでいるように思える。原油価格反転で期待インフレ率が上昇すれば、利上げのハードルが下がる。市場の観測に見直しが入り、米長期金利が急上昇するルートも考えられる。一昨年半ば、バーナンキ発言を受けた際は、米長期金利が急騰し、米株式市場が動揺、世界株安へと波及した。今後も米長期金利が急上昇すれば、世界の株式市場は影響を免れな

い。目先は原油価格について、「いつ、どの水準で下げ止まるか」が注目だが、その後は「原油価格がどのようなペースで持ち直すか」「米長期金利への影響はどうか」に焦点が移るように思える。2015年の金融市場において原油価格は息の長いテーマになりそうだ。

2 (日銀金融政策) 日銀は12月の決定会合で現行の金融政策を維持。景気判断はやや上方修正した。会見では、原油安の中期的な物価押し上げ効果と賃上げの重要性に言及した。

3 (金融市場の動き) 12月は引き続き円安が進行、ユーロも対ドルで下落、長期金利は過去最低を更新した。今後もリスクオフ地合いが残ることで、当面のドル円は120円付近、ユーロは低迷、長期金利は横ばい圏内の動きを予想している。

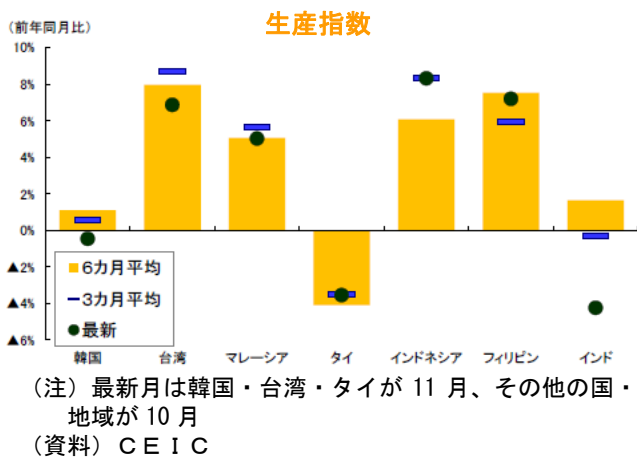


【アジア新興経済レビュー】 金融市場は総じて下落、 実体経済は輸出が低調

韓国・台湾・マレーシア・タイ・インドネシア・フィリピン・インド

要旨

1 (実体経済) 生産面の伸び率（前年同月比）の動きを見ると、タイは回復力が弱く、1年8カ月連続のマイナスとなっている。その他の国・地域では、台湾・マレーシア・インドネシア・フィリピンが好調（もしくは堅調）を維持、韓国・インドが軟調に推移している。貿易面では、輸出入ともに全体的に見て生産面よりも低調に推移している。



2 (インフレ率) 11月のインフレ率（前年同月比）は、原油安を背景に低下傾向にあり、燃料補助金を削減したマレーシア・インドネシアを除く国・地域で3カ月平均・6カ月平均を下回った。特にインドのインフレ率は前年同月比4.4%と、原油安に昨年のルピー安を背景とする輸入インフレの一巡が加わって低下した。

3 (金融政策) 12月は、韓国・台湾・タイ・インドネシア・フィリピン・インド

で金融政策決定会合が開かれ、全ての会合で政策金利は据え置かれた。特にインドでは、2015年の早い段階での利下げに含みを持たせるなど柔軟な姿勢が示された。

4 (12月の注目ニュース) 台湾では3日に馬総統が国民党主席を辞任した。次期党首選の立候補者は新北市長の朱氏のみであり、今後朱氏が16年の総統選に向けて国民党の支持率をどこまで回復させられるかに注目したい。タイでは15日にタイ投資委員会の新・投資奨励制度の導入が発表された。今後は高付加価値産業育成のために業種別の恩典をベースとした制度となる。インドでは23日に2州で州議会選挙の開票が行われた。与党・インド人民党は、ジャルカンド州で過半数を確保したほか、ジャンム・カシミール州では第2党に躍進し、連立政権を組む可能性が出てきた。

5 (1月の主要指標) 1月は、韓国（23日）と台湾（30日）で2014年10-12月期のGDPが公表される。韓国・台湾にとって最大輸出先である中国経済の鈍化の影響や、韓国が7月以降に打ち出してきた景気刺激策の浮揚効果が見られるかに注目したい。

景気動向指数

平成26年11月分(速報)

1 概要

1 11月のC I（速報値・平成22年=100）は、先行指数：103.8、一致指数：108.9、遅行指数：119.9となった。^(注)

先行指数は、前月と比較して0.7ポイント下降し、2か月連続の下降となった。3か月後方移動平均は0.40ポイント下降し、2か月連続の下降、7か月後方移動平均は0.33ポイント下降し、9か月連続の下降となった。

一致指数は、前月と比較して1.0ポイント下降し、3か月ぶりの下降となった。3か月後方移動平均は0.20ポイント上昇し、2か月連続の上昇、7か月後方移動平均は0.31ポイント下降し、6か月連続の下降となった。

遅行指数は、前月と比較して1.3ポイント上昇し、2か月連続の上昇となった。3か月後方移動平均は0.53ポイント上昇し、2か月連続の上昇、7か月後方移動平均は0.27ポイント上昇し、2か月ぶりの上昇となった。

2 一致指数の基調判断

景気動向指数（C I一致指数）は、下方への局面変化を示している。

3 一致指数の前月差に対する個別系列の寄与度は以下の通り

寄与度がプラスの系列	寄与度	寄与度がマイナスの系列	寄与度
C3：大口電力使用量	0.28	C10：中小企業出荷指数(製造業)	-0.38
C11：有効求人倍率(除学卒)	0.11	C4：耐久消費財出荷指数	-0.37
C2：鉱工業生産財出荷指数	0.08	C6：投資財出荷指数(除輸送機械)	-0.26
		C8：商業販売額(卸売業)(前年同月比)	-0.24
		C5：所定外労働時間指数(調査産業計)	-0.13
		C7：商業販売額(小売業)(前年同月比)	-0.09
		C1：生産指数(鉱工業)	-0.08
C9：営業利益(全産業)	0.05		

「C9 営業利益(全産業)」は現時点では算出に含まれていないため、トレンド成分を通じた寄与のみとなる。

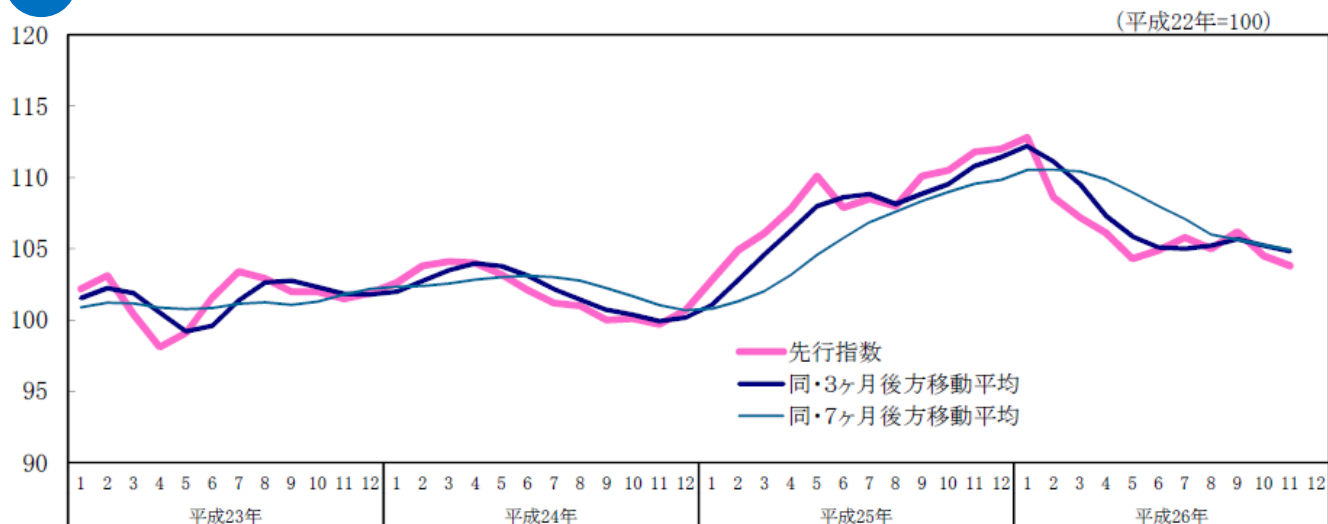
なお、各個別系列のウェイトは均等である。

^(注) 公表日の3営業日前（平成27年1月6日（火））までに公表された値を用いて算出した。

2 速報資料

1 CI先行指数の動向

1 先行指数の推移



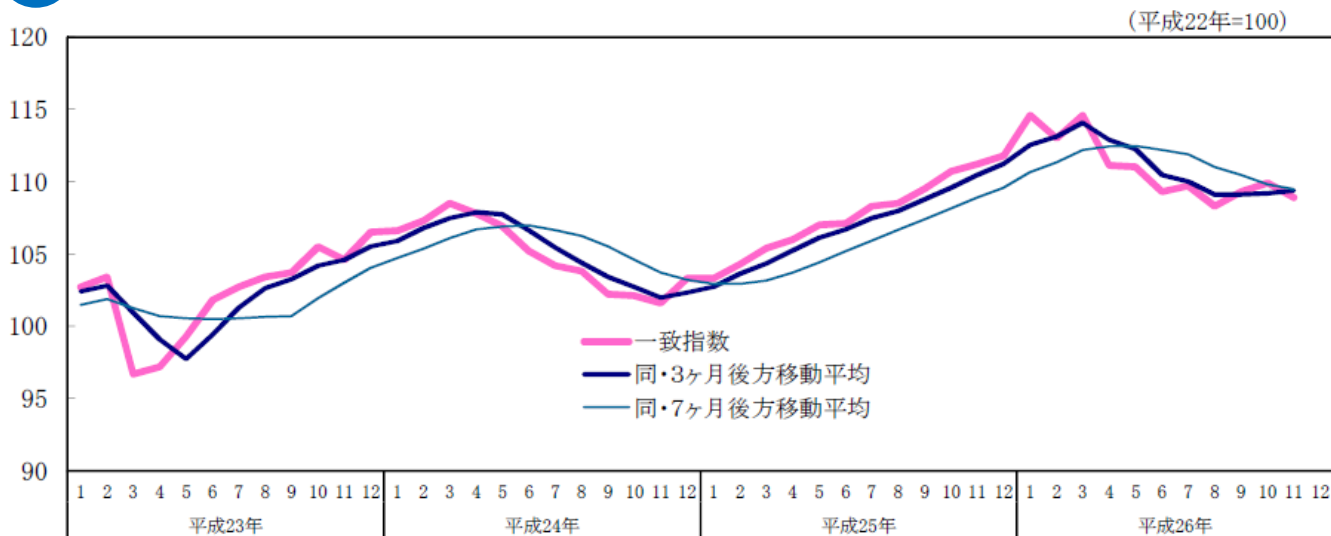
2 先行指数採用系列の寄与度

		平成26年(2014)					
		6月	7月	8月	9月	10月	11月
CI先行指数	前月差(ポイント)	104.9	105.8	105.0	106.2	104.5	103.8
	寄与度	0.6	0.9	-0.8	1.2	-1.7	-0.7
L1 最終需要財在庫率指数	前月差	6.4	0.4	9.3	-8.0	-0.2	4.5
	寄与度(逆サイクル)	-0.53	-0.08	-0.58	0.54	-0.01	-0.55
L2 鉱工業生産財在庫率指数	前月差	2.3	-5.7	9.1	-5.9	1.8	4.5
	寄与度(逆サイクル)	-0.30	0.61	-0.58	0.59	-0.24	-0.64
L3 新規求人数(除学卒)	前月比伸び率(%)	1.0	-1.5	-0.7	0.5	-0.3	1.2
	寄与度	0.02	-0.26	-0.17	-0.03	-0.14	0.06
L4 実質機械受注(船舶・電力を除く民需)	前月比伸び率(%)	8.7	3.8	4.4	2.7	-6.7	
	寄与度	0.32	0.13	0.16	0.09	-0.31	
L5 新設住宅着工床面積	前月比伸び率(%)	4.6	-5.7	0.8	3.1	1.2	-1.6
	寄与度	0.24	-0.37	0.02	0.16	0.06	-0.14
L6 消費者態度指数	前月差	1.3	0.6	-0.6	-0.9	-1.8	-1.1
	寄与度	0.42	0.18	-0.25	-0.35	-0.73	-0.49
L7 日経商品指数(42種総合)	前月比伸び率(%)	0.5	0.5	-0.1	-0.6	-0.5	0.6
	寄与度	0.01	0.01	-0.10	-0.19	-0.17	0.06
L8 長短金利差	前月差	0.00	-0.04	-0.04	0.04	-0.06	-0.02
	寄与度	0.01	-0.04	-0.04	0.07	-0.08	-0.02
L9 東証株価指数	前月比伸び率(%)	6.1	2.4	-0.3	3.3	-4.5	10.5
	寄与度	0.29	0.09	-0.04	0.14	-0.30	0.59
L10 投資環境指数(製造業)	前月差	-0.22	0.19	0.18	0.11		
	寄与度	-0.29	0.11	0.11	0.06		
L11 中小企業売上げ見通しD. I.	前月差	2.6	2.3	10.2	-3.1	0.0	4.5
	寄与度	0.12	0.10	0.45	-0.22	-0.03	0.28
一致指数トレンド成分	寄与度						
	寄与度	0.36	0.35	0.29	0.27	0.24	0.17
3ヶ月後方移動平均	前月差(ポイント)	105.1	105.0	105.2	105.7	105.2	104.8
	寄与度	-0.77	-0.10	0.23	0.44	-0.44	-0.40
7ヶ月後方移動平均	前月差(ポイント)	108.0	107.1	106.0	105.6	105.3	104.9
	寄与度	-0.98	-0.89	-1.11	-0.35	-0.38	-0.33

(注) 逆サイクルとは、指数の上昇、下降が景気の動きと反対になることをいう。「L1 最終需要財在庫率指数」及び「L2 鉱工業生産財在庫率指数」は逆サイクルとなっており、したがって、指数の前月差がプラスになれば、CI先行指数に対する寄与度のマイナス要因となり、逆に前月差がマイナスになれば、プラス要因になる。

2 CI一致指数の動向

1 一致指数の推移



2 一致指数採用系列の寄与度

		平成26年(2014)					
		6月	7月	8月	9月	10月	11月
CI一致指数	前月差(ポイント)	109.3	109.7	108.3	109.3	109.9	108.9
		-1.7	0.4	-1.4	1.0	0.6	-1.0
C1 生産指数(鉱工業)	前月比伸び率(%)	-3.4	0.4	-1.9	2.9	0.4	-0.6
	寄与度	-0.36	0.04	-0.22	0.29	0.05	-0.08
C2 鉱工業生産財出荷指数	前月比伸び率(%)	-3.4	1.3	-0.8	4.6	-0.2	0.7
	寄与度	-0.38	0.14	-0.10	0.31	-0.03	0.08
C3 大口電力使用量	前月比伸び率(%)	-0.4	-0.4	-0.3	-1.5	1.1	1.5
	寄与度	-0.10	-0.10	-0.08	-0.29	0.22	0.28
C4 耐久消費財出荷指数	前月比伸び率(%)	-4.1	-2.1	-2.9	7.7	-3.3	-5.7
	寄与度	-0.23	-0.11	-0.16	0.42	-0.21	-0.37
C5 所定外労働時間指数(調査産業計)	前月比伸び率(%)	-0.7	-0.5	-1.2	0.7	0.2	-0.8
	寄与度	-0.11	-0.08	-0.18	0.08	0.02	-0.13
C6 投資財出荷指数(除輸送機械)	前月比伸び率(%)	-0.8	3.5	-6.0	3.0	4.0	-3.0
	寄与度	-0.06	0.28	-0.47	0.24	0.35	-0.26
C7 商業販売額(小売業)(前年同月比)	前月差	-0.2	1.2	0.6	1.1	-0.9	-1.0
	寄与度	-0.01	0.10	0.05	0.09	-0.08	-0.09
C8 商業販売額(卸売業)(前年同月比)	前月差	0.8	0.4	-2.7	4.1	-1.4	-3.9
	寄与度	0.07	0.04	-0.14	0.26	-0.08	-0.24
C9 営業利益(全産業)	前月比伸び率(%)	-1.9	-0.2	-0.2	-0.2		
	寄与度	-0.13	0.01	0.00	-0.00	0.06	0.05
C10 中小企業出荷指数(製造業)	前月比伸び率(%)	-4.9	1.9	-0.2	-1.1	2.1	-3.5
	寄与度	-0.38	0.22	-0.03	-0.13	0.25	-0.38
C11 有効求人倍率(除学卒)	前月差	0.01	0.00	0.00	-0.01	0.01	0.02
	寄与度	-0.00	-0.11	-0.11	-0.21	-0.01	0.11
3ヶ月後方移動平均	前月差(ポイント)	110.5	110.0	109.1	109.1	109.2	109.4
		-1.76	-0.47	-0.90	0.00	0.07	0.20
7ヶ月後方移動平均	前月差(ポイント)	112.2	111.9	111.0	110.5	109.8	109.5
		-0.27	-0.30	-0.90	-0.53	-0.67	-0.31

(注) CIはトレンド(長期的趨勢)と、トレンド周りの変化を合成し作成されるが、トレンドの計算に当たっては、現時点で未発表の系列(前月比伸び率(%)又は前月差が未記入である系列)についても、過去のデータから算出(60ヶ月から欠落月数を引いた後方移動平均)した長期的傾向(トレンド成分)を使用している。そのため、現時点で未発表の系列にもトレンドによる寄与度を表示している。

京セラ成長の原動力＝アメーバ経営に学ぶ 小集団チーム別採算管理の手法

ポイント

- 1 アメーバ経営を支える小集団チーム別採算管理
- 2 組織に対する考え方
- 3 基本運用ルールづくり方
- 4 チーム別採算表づくり方



参考文献

- ・「アメーバ経営」稲盛和夫著（日本経済新聞出版社）
- ・「実学」稲盛和夫著（日本経済新聞社）
- ・「稲盛和夫・アメーバ経営」国友隆一著（ぱる出版）
- ・「アメーバ経営が会社を変える」三矢裕、谷武幸、加護野忠男著（ダイヤモンド社）
- ・「アメーバ経営論」三矢裕著（東洋経済新報社）
- ・「アメーバ経営学」アメーバ経営学術研究会（KCCSマネジメント・コンサルティング）
- ・「京セラアメーバ経営の仕組み」上總康行著（福井大学公開講座資料）

1 アメーバ経営を支える小集団チーム別採算管理

■ 小集団チーム別採算の利点

アメーバ経営とは、稲盛和夫京セラ名誉会長が京セラを経営していく中で、自らの経営哲学を実現していくために創りだした経営手法です。この経営手法があったため、京セラもKDDI（現au）も高収益をあげ、大会社に発展できました。アメーバ経営は、経営哲学（フィロソフィ）の浸透と小集団のチーム別採算制度の運用の両輪で成り立っています。つまり、会社を高収益体質に導く車（インフラ）がチーム別採算制度であり、それを動かすためのガソリン（エネルギー）が経営哲学だと言えます。

■ 小集団チーム別採算の利点

- ① 経営者意識を持った人材の育成
- ② 会社の課題がタイムリーに見える
- ③ 高利益体質の実現
- ④ 個々の活動と採算結果の結び付きが感じられる
- ⑤ 採算表が個々の目標管理制度と結び付く

① 経営者意識を持った人材の育成

小さな会社の経営者を現場のリーダーに任せます。リーダーはチームの採算を守るために、人・もの・金・情報に采配を振ります。若いうちからチームの経営を担うため、経営者感覚を持った人材が育ちます。

② 会社の課題がタイムリーに見える

機能毎など小さくチームを分けることで、それぞれのチームの採算を見れば、一目瞭然で会社のどこに問題があるかが分かります。会社の強み・弱みが一目瞭然になりますので、タイムリーに経営対策を打つことができます。

③ 高利益体質の実現

一つ一つのチームは自部門の経営を競い合います。チームの経営数値を伸ばしていくために、小さな単位で工夫を凝らします。各々のチームが採算を追求することで、結果、会社全体の利益が積みあがります。

④ 個々の活動と採算結果の結び付きが感じられる

小さな組織の採算表だと、自分自身の活動結果が数値に反映されているのが実感できます。従業員100名の会社があるとして、会社の損益計算書を見ても社員は「会社の数字」という意識にしかありませんが、7～8名のチームの採算では「自分の数字」という意識に変わります。

⑤ 採算表が個々の目標管理制度と結び付く

自分の活動とチームの採算結果が結び付いて「見える」ので、チームの採算と個人個人の活動目標がリンクし、個々が明確な目標を設定して採算活動に取り組めます。

2 組織に対する考え方

■ 組織の考え方

小集団チーム別の管理会計では、採算単位となるチームを、どのように分割するかということが重要となります。チームは、リーダーを中心としたメンバーが主体性を持ち、いきいきと働けるよう、独立した経営体として自主的に活動します。一方で、会社全体の一部としてチームが機能していることが大切です。各チームでは組織全体のベクトルに合わせて自主的に経営を進め、さらに内部牽制が有効に働くことで、会社全体の大きな力を発揮します。このように「個」と「全体」が調和する組織編成が非常に重要です。小集団チーム別採算の組織編成においては、特に次の点を明確にすることが必要です。

- ①会社としてビジネスを遂行する上で必要な機能を明確にすること
- ②その機能を担う組織を明確にすること
- ③その組織の果たす役割・責任を明確にすること

■ 組織の基本的機能が果たす役割・責任

営業部門	役割	販売活動（受注から入金まで）を通じて付加価値を創出し、同時にお客様の満足度を高める。
	責任	上記の役割を果たすことによって、利益を確保し、増大させる。
製造部門	役割	お客様を満足させるものづくりを通して付加価値を創出する。
	責任	上記の役割を果たすことによって、利益を確保し、増大させる。
研究開発部門	役割	市場ニーズにもとづいた新製品、新技術を開発する。
	責任	上記の役割を果たすことによって、会社の利益に貢献する成果を挙げる。
管理部門	役割	各アメーバの事業活動を支援し、会社全体の円滑な運営を促進する。
	責任	限られた経費・時間の中で、上記の役割を果たす。

■ 組織の考え方

会社の経営状況をよく見えるようにするためにも、活動実績をチームメンバーが自分たちの数字として認識するためにも、組織を細かく分割した方が望ましいですが、ただ単に細かくすればよいという訳ではありません。組織編成のポイントは以下の通りです。

- ①事業として完結できる組織単位
- ②会社全体の目的を遂行できる組織単位
- ③採算部門（PC）、非採算部門（NPC）の明確化
- ④ダブルチェックが機能的に働く組織体制
- ⑤経営戦略を反映した組織体制

3 基本運用ルールづくり方

■ 基本運用ルールの考え方

小集団チーム別採算管理では、各部門が自部門の役割の中で、創意工夫しながら経営を行います。その部門の経営活動の結果を「採算表」という経営管理資料（チーム別の月次損益計算書）で見えていくことが重要です。以下に、チーム別の採算を実績管理していく上での基本運用ルールの考え方を記載します。

小集団チーム別採算管理における基本運用ルールの考え方として次の4点が重要です。

- ①部門の役割に基づく活動結果が、採算表に反映されること
- ②公平・公正かつ、シンプルであること
- ③物と伝票が1対1で対応していること
- ④実績と残高が対応していること

①部門の役割に基づく活動結果が採算表に反映されること

各部門の役割に沿って活動した結果である収入・経費・時間が、その部門の実績として正しく計上されることが必要です。数字に対する責任部門が明確になることで、リーダーとメンバーの数字に対する責任意識が芽生え、仕事に対するやりがいにつながります。また、経費および時間は、そのマネジメント責任を持っている部門で計上することを基本とします。このような運用ルールとすることによって、それを管理しようという意識を各部門が持つことにつながります。

②公平・公正かつ、シンプルであること

各部門の経営状況を正しく捉えるために、運用ルールが一部の部門に都合の良い不公平なものであってはなりません。また、小集団チーム別採算管理で最終的に目指していることの1つは、「全員参加の経営」です。全社員の経営参加意欲を喚起するために、運用ルールが専門的な知識のない人でも理解できる簡単なものであることが必要です。同時に、社員の方々の知恵や工夫を経営に活かすためには、部門の自主性を規制するような細かなルールを設定するのではなく、シンプルなルールとすることが大切です。

③物と伝票が1対1で対応していること

経営判断を誤らないためにも、信頼性の高い数字を出す必要があります。そのために、実績は物の動きと連動して計上されますので、物と実績を計上するための伝票が、1対1で対応していなければなりません。同時に、ダブルチェックという観点から、伝票に基づき実績計上処理を行う部門は、採算部門とは利害関係のない、管理部門で行うことが大切です。

④実績と残高が対応していること

数字は実績と残高という形で捉えます。実績の計上と共に、各実績に対応した残高(受注残・在庫)が発生します。経営を考えていく上で、実績が正しく捉えられることによって、重要な指標となる残高についても、正確に捉えられることとなります。

4 チーム別採算表の作り方

■ チーム別採算表の作り方

採算表のコンセプトは「シンプル」です。採算表を基に、自部門の経営を行い、「全員参加の経営」を目指す意味からも、家計簿のように理解しやすい作りになっています。会計の知識がまったくない者でも、わかるような工夫がされています。

①採算表の種類

採算表は、以下の2種類があります。

①営業用採算表	営業部門、管理部門が使用
②製造用採算表	製造部門、研究開発部門が使用

②採算表の構成

基本的な構成は以下のようになります。

$$\text{「収入」} - \text{「経費」} = \text{「儲け」} \quad \text{「儲け」} \div \text{「時間」} = \text{「時間当たり収益」}$$

採算表は、「収入」の項目、「経費」の項目、「時間」の項目の3つで構成されています。

「儲け」は営業部門の採算表では、それぞれ「総収益」「経費合計」「差引収益」で表され、同様に製造部門の採算表では「総生産」「経費合計」「差引収益」で表されます。

「時間」はチームのメンバー全員の総労働時間であり、「儲け」を「時間」で割ったものが「時間当たり収益」となります。

③収入の内訳明細

①営業採算表では、売上の内容をどのように見たいかによって内訳明細を決めます。経営戦略に沿った形で、営業の売上をどう管理していくかによって決まります。商品分類別、ブランド別、顧客別などが考えられます。

②製造採算表では、社内売買を行う各工程を記載し、売りと買いの数字を捉えます。

④経費明細の選択

現場が経営することを念頭に、経費項目の中から採算表に記載する経費項目を営業用、製造用それぞれ10項目ほどピックアップします。現場に、どの経費を意識して欲しいかといった観点で選択します。選択する際には、以下の点に留意することが肝心です。

①現場でコントロールできるもの

③変動幅が大きいもの

②金額の大きいもの

④日々使用しているものが含まれる経費

経営データベース 1

ジャンル: 企業運営 > サブジャンル: 5S活動



5 S 活動とは何か

5S活動とはどのような活動のことをいうのでしょうか？
具体的に教えて下さい。



1 5S活動とは

5S活動とは、職場環境改善で用いられるスローガンです。
各職場において徹底されるべき事項で、「整理・整頓・清掃・清潔・しつけ」の5項目を指します。

①整理	必要な物と不要な物を区別し、不要な物を処分すること。職場には必要な物以外は、一切置かない
②整頓	必要な物が誰にでも、すぐに取り出せる状態にしておくこと。探すムダを省く
③清掃	ゴミなし、ヨゴレなしの状態にすること。職場も設備もピカピカに磨き上げる
④整頓	整理・整頓・清掃を徹底すること。この3つを実行することにより、清潔な職場環境を保つことができる
⑤しつけ	決められたことを、決められたとおりに正しく実行できるように習慣づけること。作業は決められた基準どおりに実行する

2 5S活動はすべての企業に不可欠な改善活動

一般的に5Sは製造現場をイメージしますが、すべての業種に効果を発揮します。5Sを徹底することで、直接的または間接的にどのような効果をもたらすのか、「5Sの効果」は次の通りです。

■ 5Sがもたらす効果

①仕事の効率UP

場当たりに置いていた要らないモノが、社員を動きにくくし、仕事の効率を悪くしたり、ひいては売上低下を招いてしまいます。

②在庫回転率のUP

要るモノ、要らないモノをハッキリと分け、過剰在庫と過剰な置き場を排除することで、今まで見えなかった問題を表面化させます。

③サービスの質のUP

社員が会社にあるものを一目で見つけられ、使えて、戻せるようにしなければ、お客様へのサービスも行き届きません。

④宣伝効果のUP

「あの会社はいつもキレイだ」お客様の評判は人から人へ自然と輪になり、広がっていきます。

⑤社員のモチベーションUP

職場をキレイにすると、社員一人ひとりに「キレイな職場を維持しよう」という気持ちが芽生えます。会社のキレイさは、社員一人ひとりの心のキレイさになります

経営データベース ②

ジャンル: 企業運営 > サブジャンル: 5S活動



5 S 活動のスケジュール例

S活動はどのように進めたらよいでしょうか。具体例を挙げて教えてください。



1 5 S 活動のスケジュール例

一般的に5 S活動は、整理・整頓・清掃を半年サイクルで繰り返します。

下記は、5 S活動を全社的に浸透させるための5 S活動のスケジュール例です。

区分	実施項目	4月	5月	6月	7月	8月	9月
整理	①整理の進め方の説明	→					
	②整理の計画(場所、担当者、実施日、赤札作戦、判定日、集積日、処分日)	→					
	③不要品の摘出・赤札作戦		→				
	④不要品の判定		→				
	⑤不要品の集積・処分			→			
整頓	⑥整頓の進め方の説明		→				
	⑦実施計画表(整頓)作成			→			
	⑧整頓の実施			→			
	⑨運用のルール作成・実施			→			
清掃	⑩清掃の進め方の説明			→			
	⑪清掃用具の見直し・整備				→		
	⑫一斉大掃除の計画と実施					→	
しつけ 清掃	⑬日常清掃ルールの作成・実施					→	
	⑭自主点検・清掃	○	○	○	○	○	○
	⑮相互点検・清掃	○	○	○	○	○	○
	⑯幹部点検		○		○		○
	⑰委員長点検						○

2 5 S活動は、整理をまず成功させることから始める

5 S活動はすべての企業に必要な改善活動ですが、5 S活動を成功させている企業は意外と少ないものです。その原因には次の3点が挙げられます。目に見えないものを含めて「捨てる」、「片付ける」ことをしっかり理解し、実行できれば、5 Sの最初の関門を突破したといつてよいでしょう。

■ 5 Sがもたらす効果

- ①成功のパターンを描くことなく終わってしまう
- ②永続的に継続すべき活動であるのに、中途半端な状態でやめてしまう
- ③最初の入り口(整理)段階で、つまづいてやめてしまう会社のキレイさは、社員一人ひとりの心のキレイさになります