

物流塾

活力ある現場づくり



柴田 昌治 スコラ・コンサルトプロセスデザイナー代表

りやすいが、小学生に指導する時、役割を与えてしっかり分業させるだけで強いチームができる。だがよりの高度になると、選手自身が考え判断することが要求される。指導者は、基本をたたき込むことに加えて、考えるための基礎づくりも行わなくては本当の意味で強くはならない。日本のビジネスモデルも、同じような転換点を迎えているのだ。

考えるとはどういうことだろうか。まず重要なのは、思考対象に関心を持つこと。関心があつて初めて情報も集まるようになる。頭の良い悪いではない。関心を持ち主体的に取り組むことがまず考えることの第一歩でそのためには、仕事を好きになる必要があるのだ。

今後、繰り返しの単純作業はどんどんロボットに置き換わっていく。物流でも、配車や運行管理など個人の勘や経験に頼っていたものが、AI(人工知能)で代替できるようになり必ずなる。人間の役割は近い将来、より一層考えることに特化していく。

考える従業員の必要性とは

第1回

重要なのは、「考える現場づくり」だ。多くの日本企業では、目の前の仕事をただ言われた通りの片付けるだけの「仕事をさばく」状態が続いている。そのため、現状に疑問を感じず、ムダな作業に時間を費やすことも多い。仕事は本来、何のためにするか、が重要なのだ。現状に満足せず、常に考えることがこれからの企業発展につながる。

過去を振り返ると、高度経済成長期に日本は急速に経済発展した。当時は、とにかく仕事さえすれば結果がついてきた。企業の成長も個人の給料も、頑張れば頑張っただけ増えた時代。いまの日本のビジネスモデルは、当時の成功体験に強固に裏付けされている。だからいまでも、上司の言うことを素直に聞いて頑張る体育会系の人間が重宝されるのだ。

顧客のニーズや本当に必要なこと、に企業が成長するために、情報が集まる現場の従業員のうち、何割かでも良いから考える力を持っていることが不可欠だ。

昭和19年2月29日生まれ、73歳。神戸市出身。54年、東京大学院教育学研究科博士課程修了。大学院在学中にドイツ語学院を起業した後、ビジネス教育の会社を設立。社員が主体的に協力し合っている会社を続ける。著書多数。近著に『できる人』が会社を減らす(DHP研究所)。