ゴールドラット博士のTOC(3)
(It's Not Luck 思考プロセス)

8 月②のごあいさつ
山内公認会計士事務所
2024年8月11日(日)

ゴールドラット博士のTOCを一言で表現するなら、**それは「フォーカス」だ**。フォーカスするとは、**何をすべきか決める**と**同時に、より明確に何をすべきでないか決めるということだ。**

どんなシステムであれ、**常に、ごく少数(たぶん唯一)の要素**によって**そのパフォーマンスの成否**が決定され、制限されているという。

優位性と制約にフォーカスして経営資源の集中を行えば、**小さな変化と小さな努力で**、短時間のうちに**著しい成果**が得られるという考え方だ。

工場のスループットを最大化するには、それを**阻害しているもの、その部分**、つまり**工場の中のボトルネック工程**を探せばよい。

市場のボトルネックを解消する方法は**「思考プロセス」**である。**市場の優位性**を**マーケティングに応用して**急激にシェアを伸ばす方策である。

「思考プロセス」とは、一言で言えば、**「変化を起こし、実行に移すための手法」**である。そして変化を実現するには、**「何を変えればよいか」、「どのような姿に変えればよいか」、「どのように変化を起こせばよいか」**、という質問に答えることが必要になってくる。

「何を変えるのか」という問に対して、**現状問題ツリー**は先ず、根本的な原因の兆候、表面的な問題点を列挙して、それらの原因をどんどん遡る。これは**根本原因(コアの問題)を探ること**になり、「どの問題を解決するのが最も効率的か」という問に至れば、その答は**コアの問題に取り組み解決することが**、最も少ない労力で大きな成果を得られることが解る。

工場における**「ボトルネック工程」の発見と**販売における**優位性の発見**だ。

思考プロセスの次のステップは、**「どのような姿に変えればよいか」**という問に答える**対立解消図の作成**である。**「対立解消図」**は一見解消不可能な対立や矛盾を解消する**ブレークスルー解**を求めることが狙いである。

これには新しいアイディアのプラス面とマイナス面を同じ図の中に表現して、対立解消のために**対立解消図**が使われる。

何によって差別化するか、「顧客の悩んでいる問題を解決する」ことが最も売りやすい価値であるとすると、製品自体はそのままで、それに**付随したサービス**や**売り方**を変えることによって、**「どのように変化を起こせばよいか」**となり、**顧客に対する価値を創造**して他社に対して**差別化する**という考え方が出てくる。後はそれを実行して、**関係者の利益を向上**するのみだ。