



## 「顧客を満足させる」から 「顧客が満足する経営」へ

100年企業創り合同会社

小野 知己・日高 安則・林 浩史

### 1 今回の着眼点

今回がこのシリーズの最終回である。

経営学者のピーター・ドラッカー氏は、経営について次のように指摘している。

「事業の目的については、たった一つの明確な定義があるだけである。それは顧客を創り出すことである。会社がどうあるべきかを決定するのは顧客なのだ」と。

自社の“あるべき姿＝経営”を決定するのは、顧客である。しかしながら、どの顧客を見てあるべき姿を決定すればよいのかとなると難しい。なぜなら、顧客は移り気で、今日の顧客が明日の顧客となる保証はどこにもないからである。

従って、自社の“あるべき姿＝経営”を決定するには、どのような顧客に対して、どのような価値を、どのような方法で提供して満足して頂くかを考えなければならない。

今回は、自社の経営を規定する「顧客満足経営」という観点から、これを実現する企業文化・人財育成のあり方について研究する。

※「顧客の明確化」については、2012年10月号 シリーズ⑩「顧客区分と顧客対応の実践」をご参照下さい。

※本寄稿文においては、企業名の敬称を略させて頂く。

## 2 「経営における知行合一」の考え方

### (1) 『顧客満足経営』とは何か

#### ① 「を」と「が」の違い

顧客満足経営というのは、「顧客を満足させる経営」だろうか、それとも「顧客が満足する経営」であろうか。

「顧客『を』満足させる」となると、満足を提供する側(企業側)が主体となり、上から目線で考え、「満足させてやる」という意識になってしまう。日々の経営においては、顧客を満足させようと努力しても成果が上がらないこともあるし、却って苦情が来ることもある。その時、上から目線の意識では、なぜこの商品やサービスがわからないのかと言いつつ、拒絶したり、拒絶したりする。つまり、無意識に顧客と対立をする姿勢になってしまう“自社本位の経営”である。

一方、「顧客『が』満足する」となると、顧客が主体となり、どのようにしたら顧客が満足するだろうかと常に意識して努力をする。顧客の声にも謙虚に耳を傾け、自社の改善点を見出していく。つまり、顧客と協調する姿勢、更には、顧客と共に成長する姿勢となる“顧客本位の経営”である。

結局、企業が“顧客を満足させる”取り組みをしても、顧客が満足しなければ、顧客は自社を選ばない。顧客から選ばれる為には、“顧客『が』満足する”取り組みを行わなければならないのである。

従って、顧客満足経営とは、「顧客『が』満足する経営」を行うことなのである。

#### ② 三重県職員の価値判断基準である「生活者起点」

三重県では、北川正恭県知事時代に、行政の経営品質向上活動を取り入れて、県政を画期的に革新した。

その時に目指した県政の“あるべき姿”は、『生活者起点』というキーコンセプトである。そして、この『生活者起点』を県職員への価値判断基準として確立していったのである。

次は、「三重県の行政経営品質向上活動の取り組み」(森将和三重県総務局行政システム改革チーム 主事)からの抜粋である。