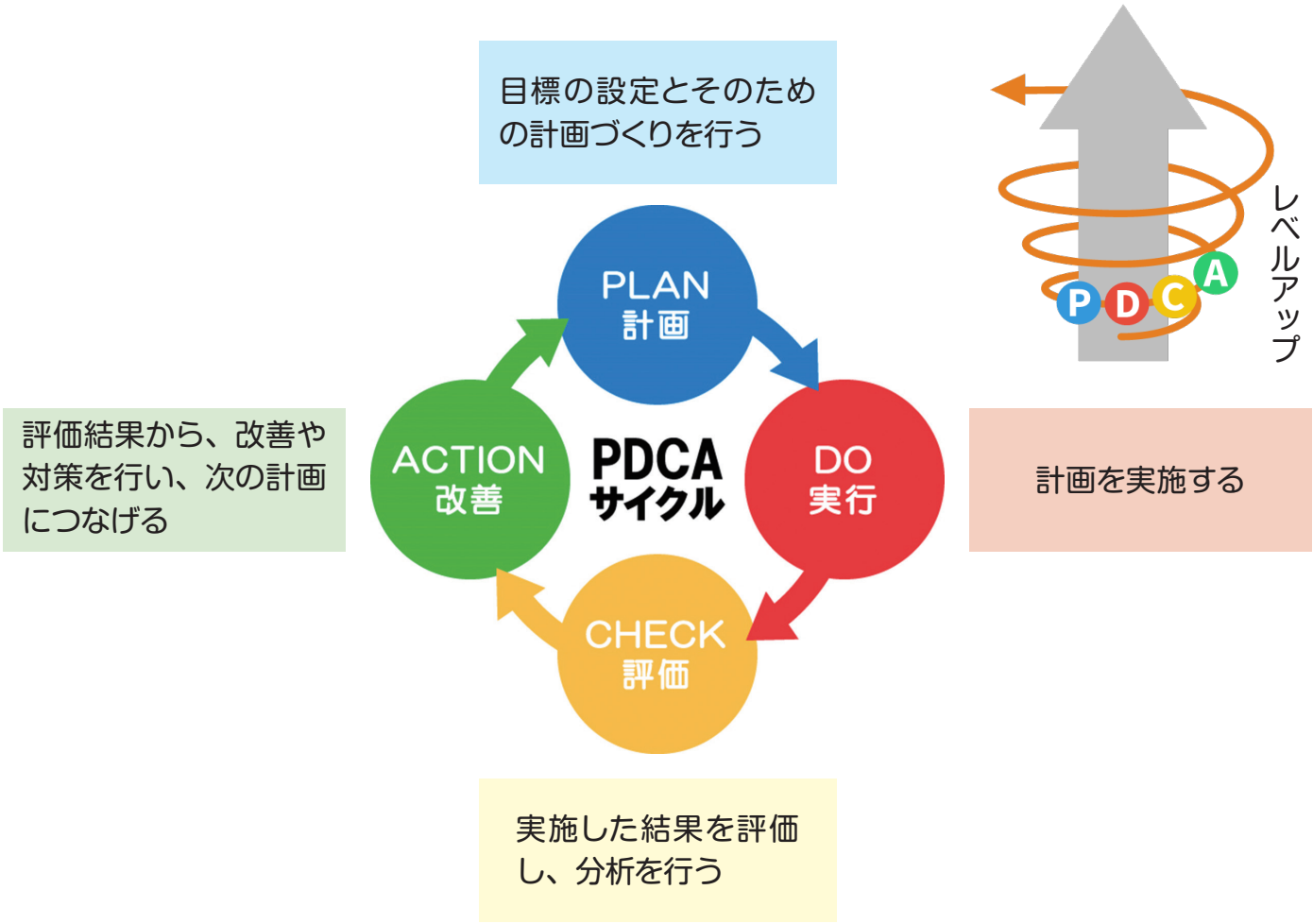
PDCA サイクルを実践して生産性を高めよう

ここでは、生産性を高めるための一つの視点として、PDCA サイクルについて解説します。

コロナ禍のような大変な状況でも、計画を立てて実行し、成果や学んだことを可視化して振り返るというサイクルを１つずつ積み重ねていくことが重要です。
経営改善ツールの王道である PDCA サイクルを活用して、日頃の経営改善に役立ててください。

- PDCA サイクルとは、「Plan（計画）　→　Do（実行）　→ Check（評価）　→ Action（改善）」という一連のプロセスを繰り返し行うことで、業務の改善や効率化を図る手法の一つです。**この一連の循環を繰り返すことで継続的に成長していくことが PDCA サイクルの目的です。**
- PDCA サイクルは、サイクルをただ回すだけでなく、改善を通して、徐々に**レベルアップを図っていくことがポイント**です。
- PDCA サイクルを回していくことで、**改善のノウハウが蓄積される**とともに、**環境変化に柔軟に対応できる**ようになります。



P Plan（計画）段階

■ 計画立案のポイント

計画立案には、次の 2 点を明確にすることが重要です。

①目標を明確にすること

目標を明確に設定しないと、評価が曖昧になります。また目標の立て方次第で、計画の内容が異なってきます。

例えば、目標を**「売上高増」とするのか、「従業員 1 人当たり利益率向上」とするのか**によって、取組内容も変わってきます。

「売上高増」とした場合は、純利益が下がっても人員を投入し、売上額が上がれば目標が達成されたこととなります。一方「従業員 1 人当たり利益率」とした場合、目標の達成が難しくなってきたら、従業員の削減を行うことで、利益率は向上するかもしれません (その場合一般に売上高は減少します)。

計画立案にあたっては、**「何のために取り組んでいるのか」**をしっかりと認識して目標を設定する必要があります。

②期間を明確にすること

目標とともに、取り組む期間を設定することで、具体的なアクションにつなげることが容易になります。

「来年 3 月までに今期の売上高を対前年比 20%増加させる」といった**期間を明確にした具体的な目標を設定することで、初めて必要な行動を逆算して考えることができます。**

■ 目標を設定する

目標には、定量目標と定性目標とがあります。

■定量目標…数値で表した目標　例）10%向上

■定性目標…言葉で状態を表した目標　例）企画力を向上させる

目標は、可能な限り定量目標を設定します。すべての目標が数値で表せるわけではありませんが、定性目標だけでは後で振り返って評価を行うことが難しくなります。

■ スケジュールをつくる

目標を実行するため、次の観点からスケジュールを作成します。

実施する項目……目標実現のためのやるべき項目を列挙する
実施する順序……項目をどのような手順で実施するのが最適かを検討する
必要となる工数……上記目標の実施にあたってどのくらいの工数（稼働時間）が必要となるかを見積もる

上記 3 項目をスケジュール表に落とし込みます。

例．目標：在庫量を 3 ヶ月間で、10% 削減する。

実施項目	担当者	実施スケジュール（タイミング）								
		4 月			5 月			6 月		
使用量把握		→	→	→						
適正在庫設定					→					
自動発注試行						→	→	→		
在庫量の見直し									→	
自動発注開始										

D Do（実行）段階

Do（実行）の段階は、計画に沿って取組内容を実施します。

実施のポイント

■ できるだけ計画どおりに実施します。

■次の Check 段階で正しく評価できるように、活動記録をできるだけ残しておきます。

■ 計画どおりに行かなかったケースや発生した課題も記録しておくとよいでしょう。

C Check（評価）段階

✓ Check（評価）の段階は、計画が成果に結びついたかどうかを評価します。ただし、**評価そのものよりも、なぜそのような結果となったかという要因分析が重要です**。要因分析を行うことで、次の Action（改善）につなげることができます。

✓ また、**成果はその取組による成果かを確認**することが重要です。

実施のチェックポイント

■計画どおり実施したか？

→実施していない場合、なぜ計画どおりできなかったのか。
計画内容を振り返ってください。

・目標は妥当だったか？

・取り上げたテーマは適切だったか？

・実施項目に不足はなかったか？

・スケジュールは妥当だったか？

■計画は妥当だったのか？

→妥当でなかった場合、どこに、どのような無理があったのか。

■成果はあったのか？

→あった場合、どのような成果か。なかった場合、何が原因か。

※コロナ禍のような特殊な状況下において、売り上げなど数値での成果は見えにくかったり、達成できそうになかったりするということが起こります。
そういうときは、自分が立てた目標にこだわらず、状況を見極めつつ、できることに着手をしましょう。
実は、外部環境の変化は、コロナ禍でなくても常に起こっている現象です。
事業の追い風となる変化もあれば、逆風となる変化もあります。
そういう変化をキャッチし、自分なりに考え計画を立て、取り組んでみる。
その取組を通じ得られたことや学びを活かし、次の施策を打つ際の参考にしましょう。

A Action（改善）段階

Action（改善）の段階では、Check で評価した結果をもとに、問題点を克服する具体的な改善案を考えます。

実施のポイント

■改善案が複数ある場合は、次の Plan を意識し、優先順位をつけます。

■改善点だけでなく、うまくいった点を記録しておくことも重要です。**うまくいった点の中に、ノウハウが隠されています。**

■うまくいった点はそのまま継続、またはさらに改善にチャレンジしましょう。
うまくいかなかった点は、改善案を検討し、次の計画に反映させましょう。
そうすることで、次の計画時には、より効果的で効率的なレベルを実現させましょう。

以上を踏まえ、新たな目標とスケジュールを設定し、次の段階の Plan(計画) を立案し、再度 PDCA サイクルをまわします。

PDCA サイクルがうまくいかない時のチェックポイント

PDCA サイクルには、次のような問題が生じやすいと言われていますので注意してください。

■現状分析を経ず単なる希望が反映された計画 (Plan) となっている
→現状分析や実施した結果が事実に基づいていることを確認し、原因を十分に検討します。思いつきの対応策にならないように心がけます。

■計画どおり実施 (Do) できない
→計画が十分に精査されていないことが原因。目標も含め現実的な計画に修正します。

■評価 (Check) や改善 (Action) が難しい
→できるだけ事実に基づいて分析し、短絡的に評価したり、改善を急ぎすぎないように心がけます。

PDCA サイクルの本質は、改善に向けての試行錯誤の繰り返しです。
間違ってもかまいませんので、試す→振り返る→また試すの繰り返しが成果や成長につながっていくことを肝に銘じてください。

生衛業における PDCA サイクルの例

	全業種	飲食業等
背景	店舗からの情報発信が弱く、お客の認知度が高くない	住宅街に近いにも昼間のファミリー層のお客を取り込めていない
Plan	•HP を改良、SNS の充実 •販促キャンペーンの充実	•ファミリー向けメニューの提供 •子ども向けを含めた店内改装
Do	•HP 改良、販促キャンペーン実施 •SNS は継続的に実施できず	•メニューの開発と提供 •テーブル・レイアウト変更
Check	•SNS 実施の体制・ノウハウ不足 •販促キャンペーンの効果低い	•メニューごとに人気が分かれる •レイアウトは好評
Action	•SNS 体制の見直し •販促キャンペーンの代替案	•お客様アンケート実施 •メニュー、サービス改善案
Plan	•SNS アドバイザー体制 •サブスクリプションの実施	•結果を踏まえた新規メニュー案 •子どもクーポン券などの実施

※上記は実際の例ではなく、参考例です。

次ページ以降にモデル事業における取組事例を掲載しています。
今後の参考にしてください。