

KPI【Key Performance indicator】の解説

「重要業績指標」と略される。
企業における最終目標到達までの
各プロセスの達成度や評価を示す指標

※注意※

本来管理会計で用いられる経営手法だったが
いつの間にか言葉だけ独り歩きし業績に連動しない
ただの行動目標がKPIと呼ばれていることも

類語

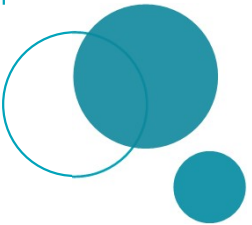
数値目標

行動目標



戦略と組織とマネジメント：その⑥

数値管理の罫に注意せよ



目次

01. 数値管理の罫

02. 本来あるべきマネジメント

03. 考えるマネージャーへのステップアップ

04. 補足とQ&A

05. 最後に

Chapter
01

数値管理の罫

こんなマネジメントしていませんか！？

行動目標をただ
ひたすら追いかける



全社のKPIをそのまま
部下にやらせる



背景・目的を伝えずに
「何をすべきか」だけ伝える



その“数値管理のマネジメント”危険かもしれません・・・

会社指示をそのままやるのがマネジメントではない

マネジメントの仕方によって生産性や成功確率は大きく異なる



一流のマネージャー

自部署の成功要因を考え会社方針を
部門最適化した上で組織を動かす

戦略的で目的もあるためスピーディーに
組織が動く上成功確率も高くなる



二流のマネージャー

全社方針やKPIについて
背景を伝えて動かす

背景伝達により組織を動かすことはできるが
全社最適≠部門最適の為成果が出ない事も



三流のマネージャー

行動目標をKPIと言って部下に
押し付けてとにかくやらせる

無駄な行動が多いため成功確率低く
加えて部下のモチベーション低下なども招く

“思考停止の数値管理”は、成果も上がらないし組織状況も悪くする！

Chapter
02

本来あるべきマネジメント

本来あるべきマネジメント

自部署が成功するための“KSF”を考えた上でマネジメントする

KSFとは

“Key Success Factor”の略

特定のプロジェクトや目標を達成するための成功要因の事。マーケティング用語。

※事業を成功させるために必要な要因として使われることが多いが、ここではマネジメント力向上の文脈で自部門の成功要因の意味も含めてKSFという言葉を用いている

現場における考え方

経営方針

果たすべき役割
求められる成果

自部署

自部署の戦力/人員
各メンバーの能力

マーケット

顧客状況
競合状況

経営方針をベースに、部門状況を踏まえてマーケットで成功する戦略を立案

部門最適のKSFの完成

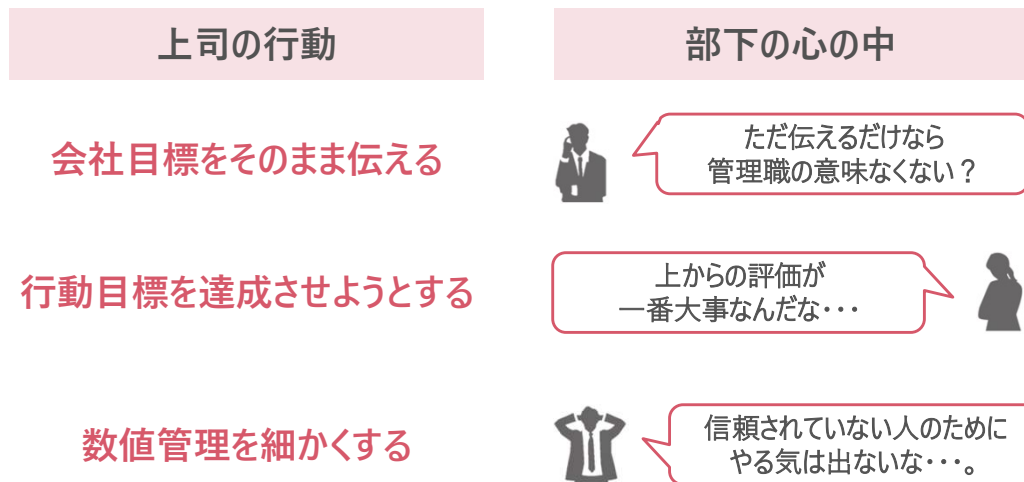
成功確率/生産性up！

KPIの前に“KSFを考える”事で一段階上のマネージャーへ！

※バックオフィスのマネジメントにおいてもマーケットが社内になるだけで基本の考え方は変わりません

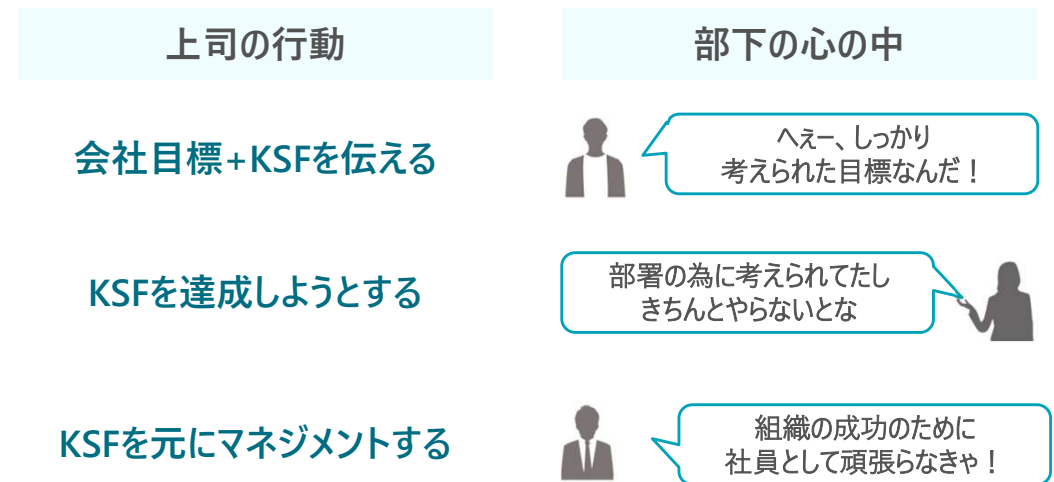
KSFを考えるとどうなるか

上からの目標を押し付けるマネジメント



心の中では見透かされ、信頼を失い
最終的に行動すらなくなる

きちんと成功要因を考えるマネジメント



戦略的責任を果たすことにより
求心力も部下の行動もアップする

Chapter
03

考えるマネージャーへの Step up

実現のための考え方と具体的ノウハウ



“一流のマネージャー”になるために



はじめの一步

障壁

戦略を考えるのは結構面倒臭い

ポイント

考えること自体が重要！と捉える

レベルが高い必要はない。考えるだけで管理職として成長し組織も動き出すと考えて最初の一步を踏み出す！



基本的な姿勢

障壁

戦略を考えるのはかなり難度が高い

ポイント

正解ではなく仮説で良い！と考える

正解を求めると動けなくなる。自部門のリソース活用やマーケット攻略の仮説を考える事で見てくるものがある！



仮説の作り方

- 1 メインマーケットのニーズから考える
- 2 一番成果が出やすい手段を用いる
- 3 組織戦力の活用を軸に考える
- 4 競合の弱いところを攻める戦略

まずは考え始める事で周りとの差がつくマネージャーに！

自部署の成功戦略が完成したら



“一流のマネージャー”になるために

メンバーの意識醸成



背景を伝える

人は大枠の方向性と、自身の中でのイメージが合致して行動に至る

背景を伝える事でメンバーは安心し
かつ実行スピードがアップする

戦略伝達の注意点



大事な点に絞る

人は短時間に多くの事を覚えられない
一度に全部を説明しようとしな

全体MTGなどでは大事な発表にとどめ
後から細かい点の伝達や修正を行う

戦略実行の為の戦術



優先順位をつける

人の脳はマルチタスクには不向き
同時に複数の事を実行出来ない

勇気をもって優先順位をつける事で
成功につながる重要な行動が増加する

戦略はあくまで戦略。その実現のために組織を動かすことが重要

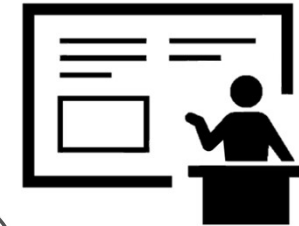
Chapter
04

補足とQ&A

補足とQ&A



全社の方針を修正して部門KSFを元に戦略を作ってもいいものなのでしょうか？



A. 全社方針をベースにした上での部門最適は現場マネージャーの責務です

経営者は全体最適で目標や戦略を決めていますが、細かい点は現場の事を一番よく知るマネージャーが部門最適化して全社方針実行する。それがマネージャーの仕事です。部門最適でのKSFを考え、それを元に戦略を立案し、それを実行する戦術を立てることが重要です。

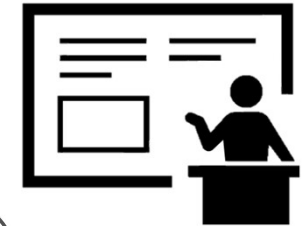
ポイント！

現場社員がより力を発揮する為にもマネージャーが部門最適することは重要

補足とQ&A



全社のKPIや行動目標を守らない方がいいってことですか？



A. 重要なのは自部署の成功要因を考えた上でマネジメントをすることです。

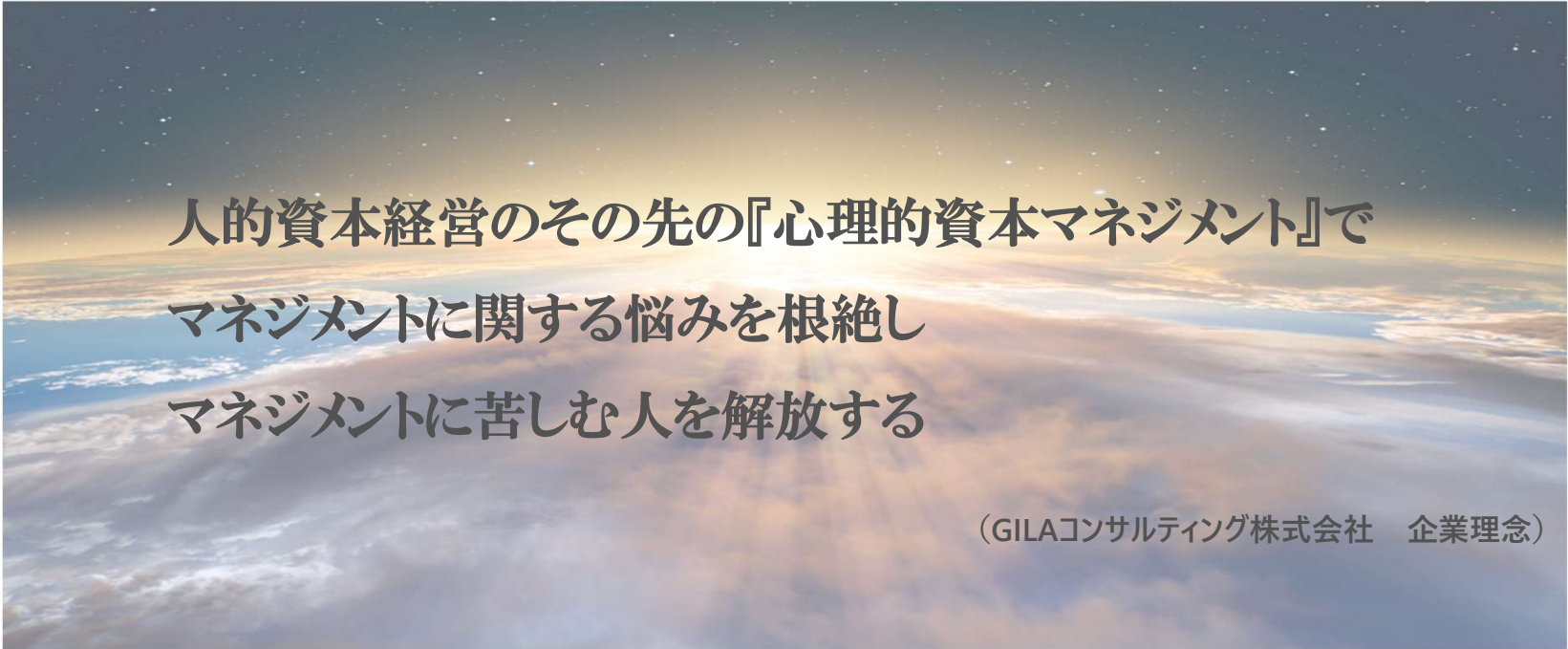
もし自部署の担当マーケットや、競合などの状況を鑑みて守らない方が良ければ上司にきちんと状況を伝えることが重要ですし、全社方針がまさに自部署の成功に近い戦略なのであればそれは実行すべきです。

ポイント！

要は“思考停止の数値管理”は良くない、ということ

Chapter
05

最後に



人的資本経営のその先の『心理的資本マネジメント』で
マネジメントに関する悩みを根絶し
マネジメントに苦しむ人を解放する

(GILAコンサルティング株式会社 企業理念)

疑問、質問ございましたらいつでもお問い合わせください
サービス詳細から弊社のサービス姿勢まで各種ご説明させていただきます

資料提供会社
GILAコンサルティング 株式会社

マネジメント力を強化したい方

その他の無料お役立ち資料

HPトップ

<https://www.gila-consulting.jp/>

URLをクリック

個人向けサービス

<https://www.gila-consulting.jp/individual/>

URLをクリック

法人向けサービス

<https://www.gila-consulting.jp/business/>

URLをクリック

無料お役立ち資料

<https://www.gila-consulting.jp/resources/>

URLをクリック



QRコード



QRコード



QRコード



QRコード

(弊社HPはPCによる閲覧推奨環境となっております。あらかじめご了承ください)

無断転載禁止について

当コンテンツに記載されている個々の情報(文章・図・イラスト他)は著作権の対象となっています。

そのため、弊社コンテンツ内については無断転載・二次配布・商用利用・複製を行なう事を原則として禁止致します。

また「GILAコンサルティング 心理的資本マネジメント」は2024年10月特許庁へ商標登録出願済です。

その為弊社コンテンツには商標権の観点でも保護されているものが含まれることを明記致します。

