

## 在庫削減の授業

売れない時代でも、利益は生み出せる！

売ることにとらわれて、いつの間にか在庫が膨らんではいないか？ 不良在庫・過剰在庫は店の体力を奪い、資金繰りを悪化させる。売場は死に筋で埋まり売上げを落とす——。人減らしなど安易なコスト削減をする前に、取り組むべきは在庫見直しだ。大手家電メーカーで3000億円の在庫削減にかかわり、100社以上のコスト削減を指導してきた筆者が、夫婦の会話という形式で、勤務歴の浅い主婦パートでも理解できる「在庫削減」の基本を伝授。これだけで利益は上がり、キャッシュフローは好転する。



在庫削減コンサルタント 若井吉樹

私は、機械メーカーに勤める35歳のサラリーマン。入社後、工場のスタッフ部門である生産管理部に配属されて、ものづくりの計画立案や営業との間で受注やりとりを中心にしてきました。

10年前、ITバブルの崩壊で会社は大量の在庫を抱えて、創業以来の赤字に転落。当時の社長のトップダウンで在庫削減プロジェクトがスタートして、約3年間で在庫半減を達成しました。

在庫削減プロジェクトのメンバーに選ばれた私は、外部から入ったトヨタグループOBのコンサルタントの指導の下、日々改善を繰り返していったのです。プロジェクトが始まった当初は、テレビで見た根性論的な改善をやらされるのではないかと、不安な気持ちになりました。しかし、コンサルタントは在庫削減について理路整然と説明をされ、在庫削減にはやり方があることを教えてくれたのです。

妻は同い年の35歳、子供が中学校に入り手が離れると、暇を持て余し

て、2、3カ月前から家の近所にくる地元資本の中堅スーパーでパートをしています。

商品出しから始まって、陳列棚の整理整頓など、パートの仕事を経験する中で、商品の置き場所や売れ筋商品が分かってきたところです。そろそろ商品の仕入れを任されるのではないかと話していました。

そんなある日、仕事を終えて帰宅すると……。

## 仕入れ担当就任

## 「整理」から始める在庫削減

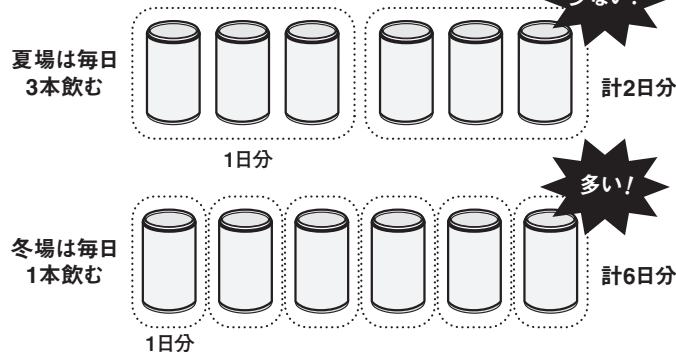
「ねえ、聞いて。私、お菓子の仕入れを任されることになったの」

「責任重大だね」

「そうよね。仕入れて言われても実際何をしたらいいのか、チンプンカンプン。失敗して怒られるのも嫌だし、『やっぱり、できません』って断るうかなあ」

「仕入れていうと、何か特別なことをやるのはって思つかもしれないけど、実はママは毎日同じような

図表① 同じビール6本でも……



ことをやっているんだよ。仕入れは  
はお店や工場が商品や原料を買い入  
れることで、家庭での毎日の買物は  
仕入れそのもの。  
違うのはお店や工場の規模によっ  
て毎月何千万円、何億円という買物  
をするけど、家庭で買う食材は毎月  
数万円と金額の違いが一つ。もう一  
つは、家庭の買物は自分のお財布か

|| 今在庫数+入荷数-販売数 ||  
|| 新しい在庫数 ||

次の式で表すことができるんだ」

「この2つを起こさないためにはど  
うしたらいいか。それには在庫を適  
正な量にすること。多過ぎず、少な  
過ぎず、在庫を適正な量にしなけれ  
ばならないんだ。そこで、まずは在  
庫を求める式を見てみよう。在庫は

過剰在庫

らお金を出して買うけど、お店や工  
場は会社のお金で買って、お金は後  
払い。だから、いつもより大きな金  
額の買物をするだけだつて考えれば  
いいんだ。  
でも、この買物をうまくやらない  
と、お店や会社にダメージを与える  
んだ。それは何かというと……」

品切れ

在庫がないと、売上げのチャンスを  
を逸して、売上げが増えない

過剰在庫

余分に在庫を持ってしまい、最後  
は捨ててしまつて、利益を減らす

「過剰在庫や品切れを起こさないた  
めには、在庫数が常に適正量である  
こと。『適正量って何?』つて考える  
と難しいけど、どう思うかな?」  
「お店に行つて商品が空っぽじゃ選  
べないし、同じ物が必要以上にあつ  
ても、お客さんからすれば必要ない  
し、まあ、そのお店で1日売れるだ  
けの商品が並んでいればいいんじや  
ないの?」  
「いい回答だね。在庫の量を計ると  
きに、1個、2個、100g、20  
0gという数量もあるんだけど、日  
数でも計ることができるんだ。ママ  
が言った1日の売上げに相当する量  
といった具合にね。例えば、同じビ  
ール6本でも、夏場はたくさん飲む  
から少ない日数でなくなるけど、冬  
場はあまり飲まないから日数が多く  
なるね (図表①)。」

今話したことを、具体的にわが家  
を例に考えてみよう。冷蔵庫に入つ  
ている食材を「在庫」とすると、「入  
荷数」は買物をして買ってきた物で  
「販売数」は毎日の食事で使つた分だ。  
つまり、毎日買物をした食材は、  
冷蔵庫に入れられて、冷蔵庫から食  
材を取り出して料理をした後に残つ  
たのが、新しい冷蔵庫の在庫。これ  
が毎日毎日繰り返されるんだ。そ  
の結果、冷蔵庫の中が適正な量にな  
っていいんだ。  
うちの冷蔵庫はどうなっているか  
な?」  
「明らかに過剰在庫ね。賞味期限が  
切れている物も結構入っているかも  
……」  
「その一方で、品切れになっている  
食材もあるはずだよ。在庫量を適正  
量にするときには、まず今の在庫を  
目で確認できることが大事なんだ。  
冷蔵庫に入っている物で賞味期限が  
切れている物を全部出してみよう」  
「しなびた野菜、冷凍焼けしてしま  
った肉やご飯、賞味期限の切れた調  
味料……。もう食べられない物が冷  
蔵庫に入っているとは思っていたけ  
ど、こんなにあるなんて思いもしな  
かったわ。お弁当のおかずにおお  
うって思つた冷凍食品も全部賞味期  
限切れ。明日のお弁当、どうしよう  
かしら」

「これはもう全部捨ててしまおうしかないね。そうすると冷蔵庫の中身はどれくらい減ったかな？」

「2、3割は減ったわ」

「冷蔵庫に物を詰め込み過ぎていて、冷却効率が下がったり、取り出す物を探すのに時間がかかって冷気が逃げてしまったりで、余計に電気を消費してしまふ。工場だと、置ききれない物のために新たに倉庫を借りたり、物を出し入れするために人を必要以上に雇ったりで、余分な在庫は余計なコストを発生させてしまふんだ。スーパーだって同じだと思うよ」

「なるほどね。なら、まず何をすればいいのかしら」

「もし、ママの勤めているスーパーがわが家の冷蔵庫と同じような状況だったら、まずは売り物にならない物を捨ててしまうことが先決。賞味期限切れだったり、袋が破れたり、中身が割れてしまっている物は、すぐに捨てること。」

「売り物にならない物を持っていては、商品を発注するときに注文数を

誤ってしまうからね。10個あるから注文しなくても大丈夫と思っていたら、半分の5個は売り物にならないなんてことになるよ品切れになってしまふから。」

でも、さすがに、スーパーは賞味期限切れや袋が破れた物なんて置いていないと思うけど、人気のない商品がずっと置かれていることはあるんじゃないかな。いわゆる「死に筋商品」だ。そういうものは賞味期限が切れていなくても、どこかで思い切って処分する必要があるだろうね」

「分かったわ。まずは私の担当の商品をチェックしてみるわ。棚の奥の方に賞味期限の古い物が紛れ込んでいたり、バックヤードの奥に置かれていたりするかもしれないから」

「そうやって、いらぬ物を捨てることを『整理』っていうんだ。よく『整理・整頓』っていうけど、『整理』の意味は要らない物を捨てることなんだ。『整理・整頓』って片付けることだと思ってる人が多いけど、ちよっと違うんだ」

「なるほどね。まずは整理からやってみるわ」

## 過剰在庫発生

「整理・整頓」小さく仕入れるで過剰在庫を一掃

ドサツ。

「ただいま。あれっ、パパもう帰っていたの？」

「どうしたんだい、その大量のお菓子は？」

「少し買い過ぎちゃった」

「買い過ぎちゃったってどういうこと？」

「お店にまだ在庫があったのに大量に注文しちゃって。責任を感じてちよっと買ってきたのよ」

「なんでまたそんなことになったのかなあ」

「この間言われたとおりに、売り物にならない物を整理したら、段ボール箱10箱分になったの。そこで商品によっては在庫が少なくなつたので新たに注文したわけ」

「そこまでいいよね。でも、どうして大量の在庫になったのかなあ」

「売り物にならないポテトチップスを整理した後、売場に残った商品とバックヤードの決められた場所に置かれた商品だけでは足りないって思つて、業者注文したの。ちゃんと計算したから数量は間違っていないけど、翌日商品が入荷して棚に置くことしたら、決められた場所以外の所から大量のポテトチップスが出てきてしまつて……」

「気付かなかつたのかい？」

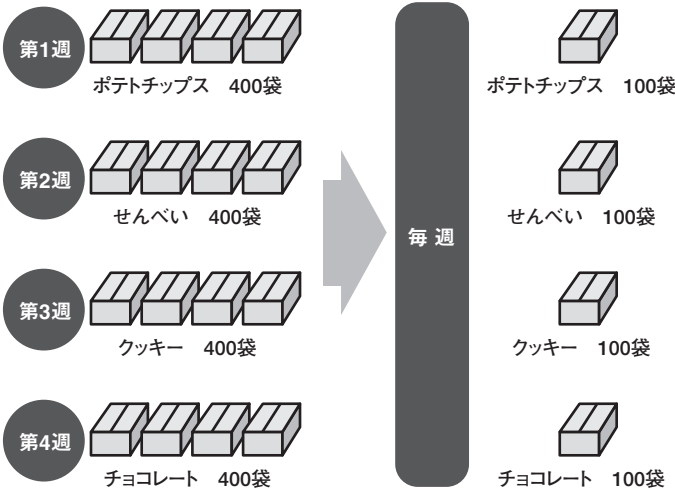
「そう、決められた場所以外にポテトチップスがあることを、すっかり忘れていたの。この間整理をして売れない物は捨てただけで、一つの商品があちらこちらに置かれていたので見落としてしまつたわ」

「要らない物は捨てたけど、要る物がどこにあるのか、パッと見ても分からなかつたんだね」

「商品ごとに一応、決められた場所はあるんだけど、置き切れなかつたりしているいろんな場所に置かれてるのよ」

「なるほどね。ところで、わが家の冷蔵庫はどうなっているか、見てよ

図表② 小さく仕入れて在庫を減らす



「買物に出かける時は冷蔵庫の中身をだいたいの把握してはいるんだけど、正直定かではないの。冷蔵庫を開けてパッと見える部分はいんだけど、奥の方の見えない分はやっぱり見落としちゃって。野菜ドレッシングはみんなのお気に入り、このドレッシングが切れたら大騒ぎだから、冷蔵庫に残っているかどうか定かでないときは、とりあえず買ってしまおうの。そうして帰って

「整理をする前の冷蔵庫は食材が山のように積み込まれていて、何がどこにあるか分からない。新たに投入するスペースも少なく、空いている所に押し込んでいたから、同じ物があちらこちらに入っていたんだね。冷蔵庫を整理した時、置き場所はそのままだったから、野菜ドレッシングは冷蔵庫のあっちこっちに3本も入っていたんだ。どうしたらいいかな？」

「ビールはここ、ドレッシングはここ置き場所を決めればいいのね。そうすれば、冷蔵庫を開けた瞬間に何がどれだけあるかがすぐ分かるわ」

「そうやって、必要な物がすぐに取り出せる状態にすることを「整頓」っていうんだ。「整理」は要らない物を捨てることだったね。この「整理・整頓」がきちりできていないと、適正な在庫を維持するペースができていないというわけだ」

「決めてられた物を決められたところに置くのはいいけど、置き切れなかったらどうするの？」

「それでは質問だけど、ポテトチップスは注文するときに一度に何袋くらい買っているんだい？」

「400袋かな」

「400袋って、何日分の売上げなの？」

「だいたい1カ月分。1カ月に何回も注文するのは面倒だから、1カ月に1回注文すればいい量で注文しているわ」

「それだけまとめて買うと、どれだけ場所があっても足りないね。もう少し、小さな単位で買えないのかな？」

「今まで仕入れをやっていた人がそうやっていたから、そのまま4000袋で買っていたの。それと、まとめて買った方が安くなると思ったからあえてこまめに買わなかったわ」

「ポテトチップスを仕入れている業者からは、月に1回しか買わないのかい？」

「そんなことはないわ。ほかのスナ

う」

「この間、賞味期限が切れた物や、食べられそうにない物は捨てたから、だいぶすっきりしているはずよ」

ガチャ。

「例えば、ビールは何本ある？」

「えっと、一番上の棚に3本あるわ。パパと私で一日3本は飲むから、もうそろそろ注文しないとね」

「よく見てごらん、本当に3本かい？ 下の段の奥の方とか、野菜室とか見てみた？」

「あつ、本当だ、あつたわ。下の段の奥の方に5本、野菜室には6本、これだったら4、5日分はあるわ」

「野菜ドレッシングは同じ物が3本もあるよ。なぜこんなことになったのかな？」

「整理をする前の冷蔵庫は食材が山のように積み込まれていて、何がどこにあるか分からない。新たに投入するスペースも少なく、空いている所に押し込んでいたから、同じ物があちらこちらに入っていたんだね。冷蔵庫を整理した時、置き場所はそのままだったから、野菜ドレッシングは冷蔵庫のあっちこっちに3本も入っていたんだ。どうしたらいいかな？」

「決めてられた物を決められたところに置くのはいいけど、置き切れなかったらどうするの？」

「それでは質問だけど、ポテトチップスは注文するときに一度に何袋くらい買っているんだい？」

「400袋かな」

「400袋って、何日分の売上げなの？」

「だいたい1カ月分。1カ月に何回も注文するのは面倒だから、1カ月に1回注文すればいい量で注文しているわ」

「それだけまとめて買うと、どれだけ場所があっても足りないね。もう少し、小さな単位で買えないのかな？」

ック菓子も買っているから、毎週1回は何かしらのお菓子をその業者から買っているわね」

「だったら、少しでも小さな単位で買うことだね。小さな単位で買ったからといって、いきなり値段が高くなるっていうわけではないはずだ。」

業者から毎週何かしら納品があるのであれば、少なくとも毎週買うべきさ。月1回400袋ではなく、毎週100袋といった感じでね。そうすれば、置き場所は少なく済むし、当然在庫も少なくなる(図表②)。

わが家の冷蔵庫でいうなら、冷凍庫に入っている冷凍食品。安いからといって業務用の物を買っているけど、使い切るのに半年以上もかかって、最後は賞味期限切れで捨ててしまうこともあったよね。多少高くても、捨てることを考えれば小さなサイズでも十分だと思っただけど」

「そうなの。なんでもまとめて買えば安くたって思っていたけど、必要以上にまとめて買ってしまったり、使い切れずに捨ててしまうこともあるし、置き場所に困ったりと、あま

りいいことはないわね」

「在庫を余分に持たないためには、『整理・整頓』で今ある在庫をきっちり現物で管理できる状況をつくること。あとは仕入れをまとめて行わないで、できる限り小さな量で買うことが大事なんだ」

「分かったわ。まずは整頓をやってみて、あとは買う単位を今までより小さくできないか考えてみるわ」

### 品切れ、ピンチ

「売れ」を知り、「売れ」に  
合わせて仕入れる

「あれっ、ビールが品切れだよ。先週末曜日に冷蔵庫を見たときは、まだ1週間は大丈夫だと思っただのに」

「品切れといえは、うちのスーパーの芋焼酎が品切れを起こしちゃったの」

「なんでまた、品切れを起こしたんだい？」

「お酒の仕入担当も私と同じで、つい最近担当するようになったんだけど、慣れていないっていうのもあるんじゃないかなあ」

「焼酎といえば、もう6月だから、梅酒をつくる時期だよな。焼酎の発注量をいつもより多めにしておかなかったんじゃないかな？」

「えっ、梅酒ってホワイトリカーでつくるんじゃないの？」

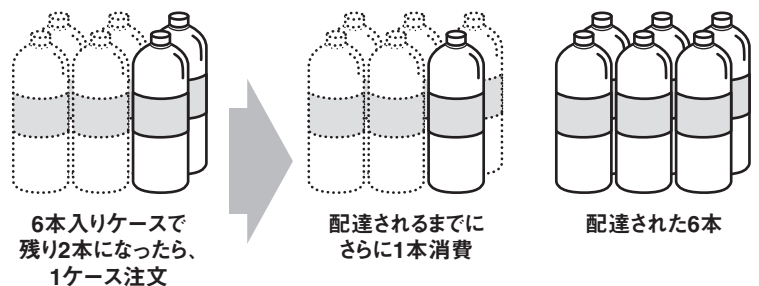
「そうだけど、別にホワイトリカーでなくても、普通の焼酎でもいいんだよ。芋焼酎でも、麦でも、米でもホワイトリカーだって焼酎の一種だしね」

「だからだ。お酒の担当の人が言っていたけど、梅酒用に仕入れたホワイトリカーがなぜかあんまり売れていないんだって」

「梅酒をつくるには、長期保存して熟成させるホワイトリカーが一番適しているんだけど、焼酎ブーム以降自分だけのオリジナル梅酒をつくらうとする人が増えて、別のお酒でつくる人が多いんだ。芋焼酎でつくる人もかなり多いらしいよ。梅酒をつくるのは5月から6月までだから、その時期はいつもより焼酎の消費が一時的に増えるというわけなんだ。」

だからそれを見越して焼酎の発注を

図表③ 定番商品は発注点方式で手間をかけない



増やしておかなければならなかったんだ。

「ただ、わが家のビールには何が起こったんだろう？ 毎週、僕が冷蔵庫に残っているビールの本数を見て生協に注文しているのは、ママも知っているね。木曜日に注文して翌週の木曜日に配達されるから、木曜

日の冷蔵庫に入っている本数で注文するかどうか決めていたんだ。先週末、僕は仕事で家にいなかったのですが、逆にその分、消費が少なかったはず……」

「ごめんなさい。先週末はパパがいないから、お友達が集まっつてうちでパーティーをして、ビールを全部飲んじゃったの」

「その飲み会は前から予定に入っていたのかい？」

「そうよ。パパが仕事で週末にいないって聞いた後、お友達を呼んでパーティーをするって決めていたの」

「なるほどね。もし、その予定が分かっていたら、先週の木曜日時点でそれを見越して注文できていたわけだ。ところで、注文の仕方には大きく2つのやり方あるんだけど、知っているかな」

「知らないわ。教えて」

### ポーターライン方式

〔正式名称は「発注点方式」〕

### 予測方式

〔正式名称は「定期発注方式」〕

「ポーターライン方式というのは、在庫がここまで減ったら、決まった量を注文しようというもの。販売数が安定している商品に採用されるんだけど、毎回決まった量を注文すればいいから、面倒ではないんだ。発注する時期は決めないで、在庫がポーターラインに達したら、あらかじめ決めておいた量を注文する。例えば、ミネラルウォーター2ℓが残れば、ミネラルウォーター2ℓが残り2本になったら、1ケース6本入りを注文するという具合にね(図表③)。予測方式は、生協の宅配のように毎週決まった日に注文するんだけど、これからどれだけ売れるかを予想しなくてはならないから、ちょっと面倒なんだ。でも、予測方式といっても、販売数が安定していれば毎回だいたい同じ量を注文するけどね。あらかじめ決めたタイミングで、先々どれくらい必要か予測して注文するんだ。

「どちらの方式を選ぶかは、その商品が売れ筋の商品かそうでないかで決めるんだけど一般に、売れ筋の商品は品切れを起こしたくないし、売れているということでもついつい多めに注文してしまつて、売れ残しななことにすると影響が大きい。だから、面倒だけど予測方式で定期的に先々の販売を予測して注文を決める。売れ筋の商品は手間をかけてもいいから、できる限り適正な在庫量になるように注文する。」

「その一方で、売れ筋でない商品で、比較的销售数が安定している商品は、ポーターライン方式が向いているね。在庫が一定量を割つたら、決められた量を発注する、という具合にできる限り手間をかけないで済ませたいからさ。」

「お酒は、ビールは夏になれば消費は増えるし、そのときそのときの気候によつても大きく変わる。また焼酎の場合は、梅酒のシーズンとかで販売数が大きく変わるから、予測方式がいいだろうね。」

「ママの担当しているスナック菓子」

「その前日はいつも以上にお菓子が売れるから、多めに注文が必要だろう。けど、学校によってはお菓子の所持を禁止しているところもあるから、事前のリサーチは大事だよな。」

「これまで、在庫を適正な量にするには、『整理・整頓』から始まつて、『できるだけ小さな単位で仕入れる』ということを話したね。そして、今話したのは『売れにに応じて仕入れる』ということなんだ」

「分かつたわ。時期によつて売れ具合が変わるものに何があるか、店長に聞いてみるわ」

### さらなる在庫削減へ

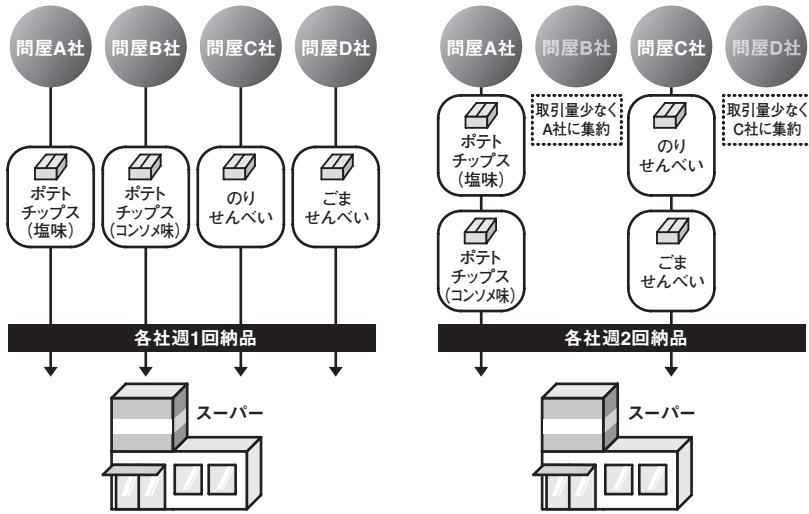
「過去の否定」で在庫を減らす

「ねえ、どうしたらもつと在庫が減らせるか、教えて」

「えらく積極的になってきたね。どうしたんだい」

「どうもうちのお店、あまり調子がよくないみたいなの。来店しているお客さんの数の割に利益が少ないらしくて、あと半年の間で利益が増え

図表④ これまでのやり方を見直してみよう



なければ閉店になっちゃうんですって。店長は売上げ拡大って叫んでいるけど、それだけでは駄目だと思うよね」

「どういうことかな」

「例えば在庫の持ち過ぎで、結局捨

てている物や原価割れで売っている物が結構な額になるの。それを減らせば多少なりとも利益は増えると思うんだけど」

「売上げ拡大っていうって、さらに売

れない物を仕入れて売れ残ってしま

っては話にならないか

らね。例えば、今月仕

入値100万円分の商

品を捨てたとしてよ。

それがもし半分の50万

円分に減らしたら、お

店の経営にどれだけ貢

献できると思う？」

「50万円お金が節約で

きたわ」

「普通はそう考えるけ

ど、こう考えることも

できるよ。利益を求め

る計算って分かるか

い？」

「売上げ＝原価÷利益

でしょ」

「そう、正確には荒利

益ということだ。50万円

円荒利益を上げたことと同じ効果が

あるよね」

「うん」

「50万円利益を上げるためにはどう

する？」

「この間、店長がうちの店の荒利益

率は10%と言っていたから、50万円

の利益を上げるためには、500万円

の売上げが必要だわ。500万円

というところ、うちのお店の2日分の売

上げに匹敵、月で見ると7%の売上

増のためには、値引きをしたり、広

告を打ったりしなければならぬ。

値引きをしたら、さらに売らなけれ

ばならないし、競合店も値下げして

くる。広告を打つには広告費が掛か

るし、そのためには目玉の値引き商

品が必要。単純にはいかないよね。

ところが、在庫削減であれば、着

実にキャッシュが確保できるという

わけだ」

「ねえ、今よりさらに在庫削減をす

るにはどうしたらいいの？」

「ポテトチップスを1回でどれくら

いの量、注文しているんだい？」

「パパに言われて、月1回の注文を

毎週注文するようにしたわ」

「まず一つは、注文を1週間に2回

以上にすること。できれば毎日注文

・毎日納品できるといいね。そうす

れば在庫は1日分だけ持てばいい。

毎日が無理なら、週2回でも3回で

も、少しでも多い方がいいよ。

あと、ポテトチップスは段ボール

1箱に何袋入っているんだい？」

「16袋入っているわ」

「もし、1箱に8袋入りのものがあ

れば、そちらを注文した方がいいね

例えば、1日平均2袋売れるポテト

チップスだったら、16袋入りなら約

1週間分、8袋入りなら4日分だ。

つまり8袋入りなら4日に1回1箱

買えばいい。少しでも小さな単位で

少ない量で注文すれば、在庫は少な

くなるんだ。

それをするためには、今までは問

屋から週1回の納品を4日に1回、

週2回の納品にしないとけない。

でも、単純に納品回数を増やせば物

流コストが余分に掛かってうまくな

い(図表④)。

それを解決する一つの方法は、問屋との取引の見直し。もし4社の問屋から仕入れていたとして、半分の2社に問屋の数を絞り込むことができたら、1社当たりの荷量も増えて、1週間に納品する回数が増やせるかもしれないよ」

### 在庫を減らすための3つのポイント

その後、お店の在庫が減って評価された奥さんは、パートから正社員に採用。さらに、他の店舗の在庫削減にも全社的な立場でかかわって、廃棄ロスを半減させたのです。それらの活動で認められた結果、全社の在庫削減プロジェクトのリーダーとなりました。そして、在庫削減に向けて改善を推し進め、スーパーは業界有数の在庫回転率を誇るお店になったのです。

その際、奥さんのバックには、常に家庭でアドバイスしている有能なコンサルタントがいたことは、誰も

知りませんでした。

このように在庫削減はやみくもにやればいいのではなく、手順を追って行った方が効率的なのです。

基本はものづくりでも、小売・卸売業でも同じなのです。象徴的な例がトヨタとセブン・イレブン。両者の仕組みの根っこは同じ考えだと私は思います。それについてはぜひ、拙著『世界一わかりやすい在庫削減の授業』を読んでいただければと思います。

さて、今回お話しした内容を最後におさらいしましょう。在庫を適正な量で維持しよう、在庫をさらに削減しようとするとき、まず思い出していたいただきたいのが次の式です。

### 今の在庫数÷入荷数＝販売数 || 新しい在庫数

つまり、在庫は入荷と販売で決まります。この2つを適正化するため、図表⑤の3つのポイントを実践しましょう。

これらはずぐにできるものもありますし、そうでないものもあります。

図表⑤ 「入荷と販売」適正化3つのポイント

#### 1.在庫を把握する

まず今の在庫の状態が目で見分けるようにすることです。今の在庫の状態を正しく把握できなければ、正しい注文はできないからです。

#### 2.売れを把握する

安定した販売であれば、安定した注文をすればいいのですが、販売数はかならず変動します。すべての変動は把握できませんが、把握できる変動もあります。マーケットに着目して変動を把握することです。

#### 3.売れに応じて注文する

できる限り売れに応じて注文し、まとめて買わないことです。できるだけ小さな単位で、必要最少限の量を注文することです。そのためは、納入は月1回よりは週1回、週1回よりは2回、3回、できれば毎日してもらうことです。それが限界になったら問屋を集約して、1社当たりの納入量を増やして、納品回数を増やすのです。

しかし、できないといっておきながら、組み合わせが勝ちな組み合わせで終わったり、あきらめずに仕

です。今のセブン・イレブンを見ていただければ分かると思います。どこまでチャレンジするかは、あなたの気持ち次第なのです。



わかい よしき ●名古屋市生みの親である大野剛一氏と同居名古屋工業大学を卒業。リーダーとして担当した3つの大型案件で、顧客のさらなる成果を追い求めて自社工場の現場改善に転身。トヨタグループOBコンサルタントの下、300億円在庫削減にかかわる。成果が数字となって表れる以上に、職場の人たちが生き生きしていく姿に感動。現在は在庫削減を中心に、コンサルティング活動を行っている。著書に「御社のトヨタ生産方式は、なぜ、うまくいかないのか?」技術評論社、「世界一わかりやすい在庫削減の授業」(サンマーク出版)

#### 読者プレゼントのご案内



本稿の筆者、若井吉樹さんの新刊「世界一わかりやすい在庫削減の授業」(定価1470円/サンマーク出版)を抽選で3人の読者にプレゼントします。ご希望の方は、135ページ「読者アンケート」のプレゼント希望欄にチェックの上、ファクスでご返信ください。