

私たちの道

—— MC WAY を感じる ——

実感価値に対する理解を深める

1. 現場での気付き：「価値あるもの」を判断するのはお客さま

・製造業 A 社：日本、中国で MC が支援を実施中

「社長が考える MC と付き合う価値は何ですか？」という問いに対して

①自分の思い描いていることを数値に落として言語化、弱みを補完してくれること

②銀行担当者との面談、交渉等、つねに最後まで付き合ってくれてサポートしてくれること（※）

※ 中国現法の実態解明を何度も銀行から強く要請されたり、新規事業等の挑戦に対し、後ろ向きで自分の意見を言わない銀行担当者の対応や説明に社長が憤りを感じる場面にその都度対応（社長がストレスを感じる分野を私なりに粘り強く対応）

→②の発言があったことに大きな驚き

2. これまでの支援の振り返り：「実感価値とは」

・実感価値＝便益と独自性を兼ね備えた支援を受けたことによるもの

・便益：専門性（機能的）

計画策定、ファシリテート、課題整理、金融機関対応、日本・中国両面での支援

・独自性：安心感や信頼感（情緒的）を生み出す行動

（いつもできているわけではないですが）挑戦を応援するという姿勢・直接的な言葉、前向きな場づくり、

早いレスポンス、社長のストレスを買う行動・言葉..等

→便益はなくてはならないもの＋独自性と一緒に提供されることで社長が価値を感じる

3. これから：「MC/ 自分の仕事を「価値あるもの」として表現する＋収益化」

・価値創造と価値収益化はセット、まだ価値収益化は実現できていない（関係性を構築できても収益化しなければただのリソースの無駄遣い、やりすぎ）

・目にみえる課題に対して専門性の提供と同時に独自性を発揮して安心感を創出しつつ、その段階で上位の重要な経営課題に対して積極的に提案し、価値を提供・収益化していく（入口は数字、出口はヒト、これをやりたい!）

→言葉にこだわり、意識・行動を変え、お客さまの実感価値が最大化されるために尽力する