

# Creative Dynamic Group Method(CDGM)のご紹介

企業競争力の源泉は、従業員の“ジョイ・オブ・ワーク”(仕事のやりがい)

## 創造的で成長し続ける小集団活動方式(CDGM)を用いた従業員(ホワイトカラー)参加型の新しい現場力強化研修

従業員のモチベーションアップ、業績アップなど、喜びの声が多数

米国カリフォルニア州立大学名誉教授  
ジョイ・オブ・ワーク推進協会 理事長  
(株)吉田耕作経営研究所 代表取締役

吉田耕作博士



- 1980～90年代の米国経済にめざましい復活をもたらした“デミングセミナー(競争力強化セミナー)”。製造業のみならず、政府、サービス業までもが、同マネジメント・メソッドを採用。
- 32年間の米国滞在中で、エドワード・デミング博士の右腕として活躍した8年間の経験を持つ吉田博士が、「成長する企業」、「強い組織・チーム」の実践的なノウハウを伝授。
- NEC、NTTデータ、NTTコムウェア、日本政策投資銀行、キャノンマーケティングジャパン、横河電気など多くの企業が採用。

研修目的

- ① ホワイトカラーの生産性向上
- ② 従業員のモチベーションアップ(仕事の喜び・やりがいの実感)
- ③ 現場力の強化による企業競争力の向上

研修方法

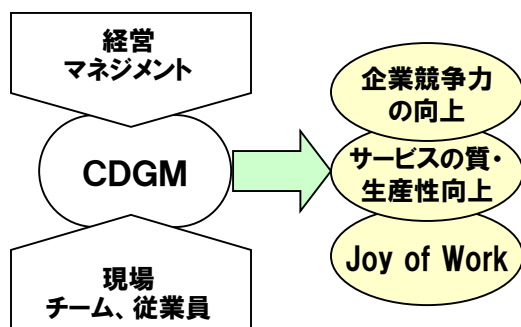
- ✓ 独自のマネジメント・メソッド「CDGM」を徹底伝授
- ✓ 月1回ラウンドテーブルを半年間かけて計6回実施
- ✓ 5～10名のチームで、自発的に課題を解決
- ✓ 各回でチーム活動成果を発表

## CDGMの狙い

小集団活動を通じて、「仕事のやりがい」(Joy of Work)とサービスの質と生産性を高めることを狙いとしています。

人々を協調的にすることが、グループ全体の生産性および組織全体の競争力を高めることにつながります。

活動は従業員が自主的に行うボトムアップ式ですが、トップマネジメントのコミットメントが成功の鍵となります。



## CDGMの具体的活動

各回ともグループ発表(プレゼン)をしていただきます。

- |     |   |
|-----|---|
| 第1回 | グループ課題の洗い出しとテーマの絞込み<br>… 親和図・特性要因図作成、グループ発表 |
| 第2回 | データ収集。チェックシート・パレート図の作成、グループ発表               |
| 第3回 | 優先課題の取り組み 改善前と改善後の比較。前半の振り返り、グループ発表         |
| 第4回 | うまくいっていない時はその要因の究明と対策の検討。順調な時は更なる改善の検討。     |
| 第5回 | 総まとめ準備。成果の確認と失敗の反省。次のRTのトピックの検討。グループ発表。     |
| 第6回 | 総まとめ発表。祝賀会の開催。段位の授与。                        |

※第6回終了後、全員参加による祝賀会を開催。

(連絡先)ジョイ・オブ・ワーク推進協会

E-mail: [request@joy-of-work.com](mailto:request@joy-of-work.com)

ホームページ: <http://joy-of-work.com/>

# CDGMの活動事例

## NTTコムウェア株式会社

- ・2003年10月よりCDGMを導入、2009年までの7年間に1,800人を超える人が参加。
- ・日経マーケット・アクセスの調査によると、顧客のシステム構築力に対する満足度が、以前はランク外であったが、2008年には業界2位に急上昇。運用サービス力満足度でも以前は業界平均以下であったが、急上昇し3位に並ぶ成果を挙げた。

## 株式会社NTTデータ

- ・2005年後期から始まったCDGMラウンドテーブルは2013年3月まで続き15期続いた。それまでに1,000人弱の従業員が参加し、目覚ましい成果が出た。
- ・CDGM参加の戸叶チームが、NTTデータ全世界大会において、世界中から集まった35チーム中で最高の山下社長特別賞を受賞。

## サカイ産業株式会社

- ・炭素繊維、ガラス繊維等を織る産業用織物業。従業員約300名。
- ・2007年3月からCDGMを実践し、2007年度と2008年度に2年連続でボーナス年3回を達成。2008年度は特に対前年度比50%の売上増加。

## キャノンビジネスサポート株式会社（以下CBS）

- ・CBSは、キャノンのグループ会社に対し共通の業務を集約させて提供するシェアード・サービスの会社。
- ・本間香介氏の提案で2010年よりCDGMの試行を始め、その結果が効果的であると判断した小野田社長（当時）が全社的な展開を決定した。実施3年後までには全社員の97%にあたる700人弱が参加し、更に子会社に導入するなど、予想以上の成果を挙げた。その結果が親会社であるキャノンマーケティングジャパン（CMJ）に注目され、CMJに吸収され、CMJでもCDGM活動が展開された。

## 株式会社ナリカ

- ・理科の教材を学校に納入する販売会社。従業員80名。
- ・1999年よりCDGMを導入。社長自らラウンドテーブルに参加。日常の業務よりCDGM活動を優先、ラウンドテーブルで決まったことを即実行。
- ・過去10年間で数回年3回ボーナスを達成。2011年には3回目のボーナスが16か月分の給料相当になった。

## インパック株式会社

- ・生花業界に包装機と資材を製造販売。従業員約50名。
- ・社長自らCDGMラウンドテーブルに参加、CDGMが非常にうまく機能。
- ・過去10年間殆ど毎年、ボーナスを年3回出した。

## 導入企業一覧

(株)ナリカ、インパック(株)、サカイ産業(株)、東北テクトロン(株)、オーエーエル(株)、(株)ティー・ピー・エス、(株)アテナ、キャノンビジネスサポート(株)、キャノンマーケティングジャパン(株)、(株)ヤンマービジネスサービス、(株)フェリシモ、富士マネジメントサービス(株)、小林製薬(株)、コムシスシェアードサービス(株)、河合製氷冷蔵(株)、(株)ダイキョープラザ、(株)回生薬局、あらいフードサービス(株)、(株)NTTデータ、障害者支援施設 滝上リハビリセンター、NTTコムウェア(株)、NTTコムウェア東海(株)[現NTTコムウェア(株)]、(株)日本政策投資銀行、日本電気(株)、富士電機(株)、コニカ(株)[現コニカミノルタ(株)]、横河電機(株)、日産自動車(株)、日本たばこ産業(株)、花王カスタマーマーケティング(株)、HOYA(株)、ポーズ・オートモーティブ(株)、東邦シートフレーム(株)、(株)ハイファイヴ

### 【主要著作】

