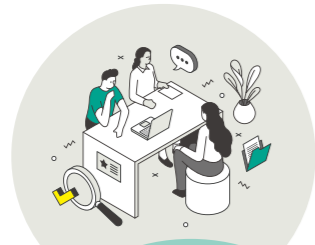


挑 未来のために 今 できること 者 戦

CHALLENGERS

vol.16

業務改革で目指す
クリエイティブリティの最大化



— われわれは夢のあるおもしろい企業を創り、心の豊かな社会をめざします—
これがタキヒヨーの経営理念です。
「おもしろい」って何だろう? 「心の豊かな社会」ってどんな社会?
それを実現するために今、私たちは何をしなければならないのだろうか?
私たちは、その答えを見つけるために、これからのタキヒヨーのあるべき姿を考え、
さまざまな挑戦を続けています。
今回は、現場のクリエイティブリティを最大限に引き出すための
「業務改革プロジェクト」についてご紹介します。

タキヒヨーが抱える構造的課題

タキヒヨーが約50年ぶりに直面した業績の低迷。脱却のためには、コア事業である既存卸売ビジネス(B to B)の立て直しが急務でした。

ここに立ち上がったのは、長年にわたる縦割り組織による構造的な課題です。アパレル業界はもともと「個人の感性」や「お取引先さまごとに設計するコミュニケーション」が強みになりやすい世界です。それゆえに部署間でのサイロ化が進み、それぞれが独自に業務フローを発展させてきました。

その結果、企画の立て方から商談の進め方までが完全にブラックボックス化。特定の人にしか分からない仕事が常態化し、部署内、ひいては全社としての集合知の形成を阻んでいました。

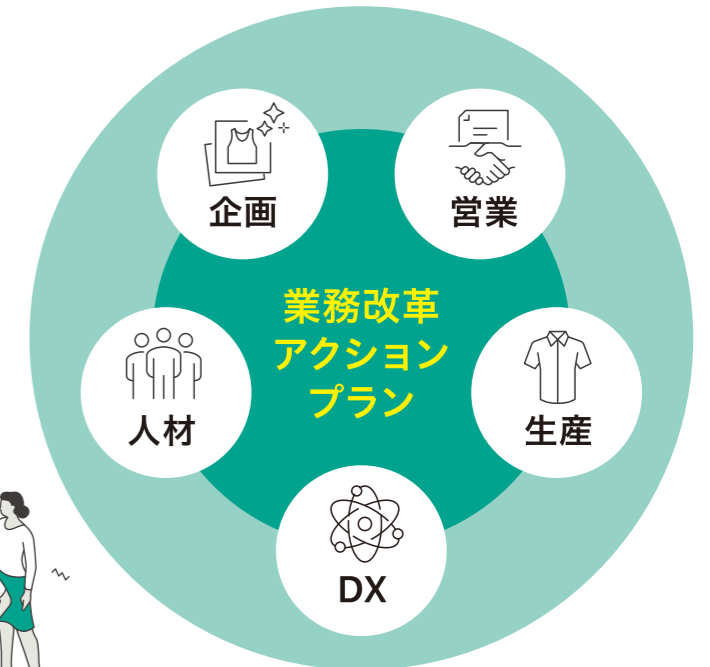
さらに、ノウハウが言語化されていないため、若手は「先輩の背中を見て覚える」しかなく、育成に膨大な時間を要していました。「属人化」という問題が、組織の持続的成長を阻む大きな壁となっていたのです。

部署の垣根を越えた「業務改革プロジェクト」の発足

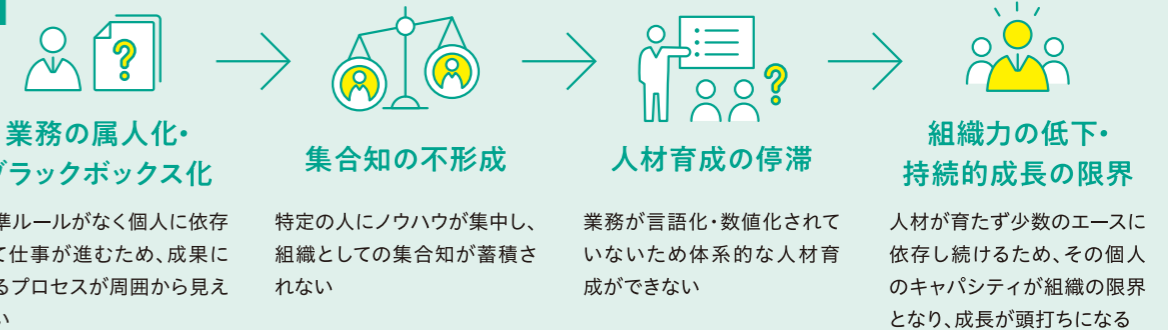
タキヒヨーが直面した苦境を脱し、強い組織を取り戻す。そのための全社戦略として2023年に策定されたのが、「企画」「営業」「生産」「人材」そして「DX」という5つの領域を柱とする「業務改革アクションプラン」です。

このアクションプランを現場のオペレーションにまで落とし込んで着実に実行するためにスタートしたのが、「業務改革プロジェクト」なのです。

長年の課題であった「属人化」から脱却し、全社横断で抜本的な仕組みづくりへと動き出しました。



構造的課題



業務改革プロジェクトの挑戦

全社的なミッションを帯びてスタートした業務改革プロジェクト。その中で最初に着手したのは、ブラックボックス化していた業務の徹底的な可視化でした。企画の立ち上がりから、生産を終えてデリバリーするまで、各段階の業務役割を再定義した上で、全ての業務フローを言語化・明文化し、全社的な「プラットフォーム」を作り上げました。

このプラットフォームが、業務全体の地図となり、次

なる打ち手の根拠となる「業務の定量的な評価(KPI化)」が可能になりました。ハイパフォーマーの行動を徹底的に因数分解するアプローチをとり、「いつ」「何を」「どのように」実行したかを分析し、成功要因を抽出することで、標準化します。この「標準化」によって経験値が少なくても安定した成果を出すことができる再現性を実現。客観的な指標を組織の共通言語にすることで、チーム全体でのノウハウ蓄積が可能になりました。同時に、透明性の高い評価ができるようになったことで、働きがいの創出にもつながっています。



DX推進チームとの協働による改革の加速

現場の土台が整った今、業務改革プロジェクトは全社横断のDX推進チームと連動し、さらなる進化のフェーズに入ろうとしています。これまで手作業で拾い上げていたKPIデータを自動化し、ゆくゆくはAIが「この数値が落ちているから、企画の立て方を見直すべきだ」と、次なる打ち手まで提案してくれるダッシュボードの構築を見据えています。DX推進チームの伴走による改革の加速は、タキヒヨーが目指す未来を完成させる強力なブースターとなります。

改革の土台となるのは、業務のプラットフォーム化による「効率化」と、成果のデータ化による「働きがい」という2つの柱です。AIのサポートによってこの土台が強固になることで、人は煩雑な作業から解放され、最短距離で最適な判断を下せるようになります。このプロセスこそが、属人化から脱却し、組織の競争力アップによる「持続的な成長」へと向かう確かな道筋となります。

執行役員
 ガーメントグループ トップスセクションリーダー
平田 圭

「人」にしか生み出せない価値を

業務の属人化というのは、個々人が自分の仕事を少しでも良くしようと、目の前の課題に必死に向き合い、工夫を重ねた結果だと考えています。一方で、組織全体の力を引き上げると考えると、個人の限界以上のパフォーマンスをチームで発揮できる仕組みづくりが必要になります。

だからこそ、私の仕事は、標準化を徹底し、誰もが同じように戦える「鎧」を作ることで、ハイパフォーマーを「当たり前」にすること。それが組織全体の力になり、お客さまからの信頼につながっていくと考えています。

ここで、絶対に忘れてはいけないのが、私たちの仕事は「人」が着る服を作っているということ。だからこそ、AIには絶対に置き換えられない「感じる部分」が、最も重要になります。徹底的に仕組み化を進めるのは、一見冷徹に見えるかもしれませんが、逆説的に、人にしかできない本質的な価値を生み出すことに、全リソースを注ぐためなのです。

人の持つクリエイティブ性を最大化した先にこそ、タキヒヨーとしての次のステージの成長があると信じています。

