

improvement

vol.40



株式会社

三田商会

発刊責任者：黒田 伸児

「創業100年」に向かい 社員と力を合せて前進

代表取締役社長 黒田 伸児



外部目線も活かしつつ 会社の歴史と理念を継承

10月1日に社長に就任しました黒田伸児です。就任のご挨拶と経営方針のご紹介をさせていただきます。

前任の土肥良治は、その前の社長・黒田昭の退任にともない、2017年に当社初のプロパー社員出身の社長に就任いたしました。一方、私は2017年から3年間、三田商会の仕入先で修業し、その後4年半は当社管理部門の運営を手掛けてまいりました。その間、取締役への就任、創業家の黒田姓への改姓を経てこのたびの社長就任となり、経営がオーナー家に戻ることとなりました。娘婿という立場を活かし、オーナー家の目線と、外部の人間の目線をバランスよく活かしていきたいと思っています。

先輩である取締役や社員全員と足並みを揃え、三田商会の歴史と経営理念を継承し、会社の将来をじっくり見据えた上で、発展させていきたいと考えております。

目標達成のために 3つの大方針を再設定

経営方針を定める中で、目標を「創業100年、売上100億」に再設定いたしました。

これは黒田昭の時代から提唱していた目標で、改めて経営のベースとして前面に出して行きます。そして、同じく継続してきた「日本のものづくりへの貢献」を主軸にした3つの大方針を設定し、明文化しました。

一つ目は、お客様に最大限の価値を提供し続けることです。当社の営業マンが持っている幅広い製品知識と高い提案力をお客様の課題解決に活かすために、これらの知識やノウハウと活動事例を全社員で共有していきます。さらに先輩と後輩がペアで営業に当たる青銀共創活動を引き続き推進し、活動内容の共有とフィードバックを密にしていきます。提案する製品については、SDGsや省力化、脱炭素などに関連する商品を中心に、時代やお客様のニーズに合わせた商材を増やしていきたいと考えています。

二つ目は、これまでも大事にしてきた、取引先様の方々と当

社社員が幸せであり続けることです。戦争や物価高騰、気候変動など不安な状況が続く時代だからこそ、企業活動の根幹は皆様の幸福であることを明確にしたいと思います。

そして三つ目は、SDGs推進企業としての活動の継続です。歴史ある会社の責務として、取引先様や社員だけでなく、地域社会や地球環境にやさしい会社であり続けることをが、お客様の信頼や社員のモチベーション向上につながるものと信じています。

創業100年を迎える25年後も現役として活動し、その先に目指す会社の未来像を社員とともに描いていきたいと思っていますので、末永くお力添えを賜りますようお願い申し上げます。



60期にむけて

(営業本部方針)

常務取締役 泉 勇二

59期は58期と比較して増収増益で終了予定ですが売上目標利益目標に対しては計画未達で終了予定です。60期より社長の交代もあり新体制となりますが、今までの営業本部方針は変えずいくつかの項目を増やし確認事項も増やします。

中期三カ年計画の策定の継続

過去何度も取り組んできていますが、売上計画人事計画等を全社開示して共通の目標を持ち、四半期毎に進捗を確認します。(三年間終了後も継続します)

全体のテーマとして『つなぐ』をキーワードとして取り組んでいただきます。

A 社内をつなぐ (全社)

B お客様をつなぐ (営業)

C 仕入先様をつなぐ (営業)

D 金融機関をつなぐ (管理部)

詳細は個別に発信しますが、コロナ禍以降対面機会も通常通りに戻っています。今の機会をのがすと対面打ち合わせの平準化もまま

ならない為、(確かにWEBの便利性はあるものの)更なる営業強化を図ります。今まで以上に営業計画を段取りし協業仕入先様との打合せを重視し、営業時間を確保して頂きます。且つ部門長を始め営業全員が数字に対する意識を今以上に高めてもらいます。(個人部署全体)先輩社員よりの青銀活動も継続して頂き、成果の確認も行います。

又休眠顧客の掘り起こし活動の継続も行つて頂きます。これについても定例の四半期会議の場で成功事例を部門長に発表してもらいます。情報収集に努め昨今のカーボンニュートラルSDGs省エネエアーレス他付加価値の高い商品にも貪欲に取り組んでもらいます。

過去より同じ事を申し上げて来ましたがお客様と仕入先様は同等に扱って頂きどちらの立場になつても成立するくらいの注力で望んで頂きたいと思えます。数年前よりの価格改定についても当分は止まる気配はありません。後から指摘される前にお客様該当仕入先様とよく打合せし対応を願います。又部署単位でのミーティングを定例化して履歴をフォルダーに残して頂きます。(全員参画)

時代は常に変化しています。社内PCをフル活用頂き必要資料はクラウドを活用し皆さん今以上にデジタルに慣れてください。

ここ数年の国内の産業については自動車工作機半導体産業も含め景況感が良いとは言えません。又海外(アメリカ中国欧州)についてもあまり良い話は聞こえてきません。

当社がお客様及び仕入先様にできる事↓それは提案力です。人不足も今後更に加速していくと思います。提案力とはお客様の作業低減活動をする事です。折角営業に出向いてもいつも通りの営業ではいつも通りの成果しか生まれません。お客様は必要なのは必ず何処から購入されます。それを当社で扱わさせて貰えれば自然に受注が増えますしお客様の発注の間も一元化されます(全てのものは難しいですが)お客様の効率改善提案には効果が出るはずで

先に述べた営業計画の段取りとは訪問顧客提案資料協業仕入先提案他事前準備をして訪問して頂きたいという事です。常に訪問目的を持つて今以上に時間の効率化を検討してください。社内をつなぐ部分では営業と業務はパートナーです。役割分担をきちんと行いどちらかに負荷が大きくならないように今以上に気配りと配慮が必要です。

新体制での60期が始まっています。社員全員も意識を変化させ目標を達成する為には何が必要か?誰に相談すれば良いか?どう対

応すれば良いか?各部署長さんの管理能力も試されますが私自身も今以上に気を引き締めて色んな課題に取り組みたいと思います。社員皆様のご協力仕入先様のご協力お客様の協力をお願いいたします。し実りのある60期にしたいと考えます。

どんな今以上に引きずりまわしてもらえない事を営業マンに期待します。何でも相談してください。一人より二人、二人より三人の方が良い意見が出るかもしれませんよ。

60期にむけて

(管理部方針)

取締役 作田勝弘

新体制のスタートに当たって

新社長が掲げた目標「創業100年、売上1000億を目指す」を根底に据え、25年後の姿をビジョン化し、検討提言したく考えています。社屋、システム、そして従業員の皆さんが働く姿を映し出し、全社共通の目指す姿に向けて変化を提案、検討、実施し全社で成し遂げていく25年。この25年を会社の主力として働く方々の想いを中心に、進化ある成長を遂げ

社長を中心とした自分たちの会社にしていただきたいと考えています。

多くの仕事、IT化と効率化という言葉によってルーチン化され、作業としてこなされているように感じます。こういった場合は、既に仕事ではなく作業です。複数の作業を覚えミスせずに繰り返す。専門化していく事で自分の価値を造る、そういった業務もあるでしょうが成長はしても進化はしません。その仕事の全容を把握し目標を定め試行錯誤し失敗を経験し、常に何らかの成長・進化に到達する。仕事が必要業務と作業で済む業務があるとすれば、前者を依頼され、期待される会社になつていきたいものです。

進化が産み出すもの

お客様の要望をより明確に聞き出せたとして、その期待に応えようとすれば仕入れ先様との連携がなければ達成できません。そしてその体験の積み重ねが3社4社のチームとして強固な関係を作ってくれます。営業としてその行動が増えれば、内勤の協力者が必要となりそこにも小さなチームが出来上がります。成果は増やせ、労働時間は短縮しろ。昭和はこの矛盾

を残業や休出で乗り切ってきました。「ITを活用」とは言いやすが難しく、できているという割には効率化の弊害に浸食されているように感じることも多々あります。専門業者を頼つても自社の要望を理解いただけなければ無駄になります。ただ、そうはいっても一歩進んでみたのと進みあぐねているのでは時間という差が産まれます。段取り八分と言いますが、目標が見えていれば何度でも方向修正はでき、そのたびに情報は増えていきます。定時帰宅を当たり前として趣味の時間をルーチン化する。今あるお客様への定期訪問を増やす滞在時間は基本減らす。新規開拓には仲のいいメーカー担当者に同行いただき行動記録を残す。扱ったことのない商品をメーカー頼りでPRしてみる。その先に成果の成長、進化がありプライベートの充実、心の健康に繋がっていく。直接職、間接職に関わらず、会社というフィールドで副産物を収穫していただきたい。



三田商会での51年を振り返って

顧問 土肥良治

景気の波を受けながら 営業マンとして奮闘

私は、昭和48年6月に中途採用で入社し、社員として24年、役員として27年、合わせて51年、三田商会で働いてきました。この間、取引先の方々や社員の皆さんに支えていただき、心より感謝申し上げます。

入社面接は、創業者の黒田善平さんが1対1で行ってくださいました。経歴を聞かれて答えた後に、善平さんが「これから新しい人をどんどん入れて会社を大きくしていきたいので、あなたも頑張ってください」と言われたことが印象に残っています。当時善平さんは50歳で、会社員ならあと5年程で定年という年齢でしたが、非常に若々しく意欲にあふれておられ、この人の下で頑張りたいと思いました。

営業マンとして働き始めた頃は景気もよく、毎日訪問する中で、お客様が求める商品をできるだけ早く見つけて提供するという流れで進められたのですが、間もなく第1次オイルショックが発生し、物が売れなくなりました。一部工場企業の富山工場に従来通り出か

けて行くと、「機械は本社が買うことになった」といわれ、東京の本社に向くと「東京に店を出すなら、口座を設けてもいい」と返されました。そこで、昭和51年に東京営業所を開設。「山手線に乗れる人間は東京の大学を出ている君らだ」といわれ、先輩と私の2人が行くことになりました。その後、景気が上向いたこともあって順調に売上が伸び、東京に営業所を開いたことは、当社にとって大きなターニングポイントだったと思っています。

会社を支える 人材の確保と育成を

長年の間には、苦しいことも経験しています。本社に戻った後、会社が経営危機に陥ったことが1回ありました。取引先がどんどん減っていく中で、一部のメーカーさんなどと粘り強く交渉し、社員も耐え忍んだことで乗り切ることができたのです。このときに、財務体質を良好に保つためのお金の使い方や、内部留保を増やすことの重要性を学びました。

商社は、メーカーから仕入れた商品をお客様に販売しますが、粗

利率は商品によって異なります。中には20%程度と高いものもありますが、競争が激しく10%を切るものも非常に多いです。そこで、できるだけ利益を上げるには、お客様とコミュニケーションを取り、どのような商品を求めているかを詳細に把握し、他社との競争の有無などの情報を幅広く集めておく必要があります。それらがあつてこそ、利益につながる適切な見積を出せるのです。

このような力が営業マンには必要だと考えると、やはり人材の確保と育成が当社の大きな課題だと感じます。同時に、社員の皆さんには、社会の動きやお客様のニーズを捉えられるようアンテナを張ることや、自身のスキルアップに投資することも大事だとお伝えたいと思います。



新社員の紹介

本社 大下めぐみ



5月に東京から移住して入社し、「空が広い!」と感動しながら自転車通勤しています。東京では、IT企業の事務職、スーパーマーケットの商品管理の仕事を経験しました。

現在も研修中で、最初は物流倉庫で、商品が入荷してからお客様に届けるまでの流れを覚えしました。今は、午前中は仕入れ情報の入力や出荷準備を行い、午後は、営業事務の仕事の先輩に教わっています。覚えることが多く大変ですが、理解が進み、次にやるべきことがわかるようになってからは、積極的に楽しく動けるようになりました。

先輩に質問や相談をすると、どの方も的確なアドバイスをくださいます。私も早くひとり立ちし、先輩方のように仕事を任せてもらえる人材になりたいと思います。

東京支社紹介

— 60期も新規開拓を —

支社長 梅田 勇幸



59期は協業活動で 新規顧客を開拓

東京支社は、営業5名、業務3名、経理1名、物流1名の計10名で、首都圏の1都7県と長野県を中心に営業活動を展開しています。納品先の2〜3割が同業の卸売業者ということもあり、北海道と沖縄を除く全国各地にお客様が点在しています。都内をはじめ交通渋滞が激しいエリアが多いため、営業に当たっては訪問計画を綿密に立てるとともに、直行・直帰や、モバイルパソコンを使つての社外作業

などで対応しています。

59期は、新たなお客様を開拓しようと、メーカー3社さんとの協業活動キャンペーンを実施しました。メーカーさんとの同行営業はそれまでも行つていましたが、今回からは、当方が事前に収集したさまざまな情報を共有し、これらを基に両者で知恵を出し合い、営業の進め方を入念に検討した上で訪問しました。メーカーさんともこれまで以上に熱心に取り組んでくださり、新規顧客の開拓につなげることができました。

営業強化のために 体制等を整備

60期は、営業と業務を1名ずつ増やして12名体制とし、営業を強化したいと考えております。本社と相談しながら、現地採用も含めリクルート活動を進めているところです。

現在の営業マン5名は、ベテランが3名、中堅と若手が1人ずつという構成です。その中でベテランについては、これまでの人脈や経験を活かし、新規開拓を中心に活動していきたいと考えています。前期に成果があつ

たメーカーさんとの協業活動も継続する予定です。首都圏、長野県をはじめ当支社エリアのユーザー数は多く、まだまだ開拓の余地があると思っています。中堅と若手の営業マンには、経験を積んでスキルアップしていただきたいので、重点ユーザーを担当していただく計画を立てております。

また、ひとつの部署でありながら、営業と業務がそれぞれ行つていたミーティングを一緒に実施することになりました。週1回、連絡や協議に次回の課題決定も加えて30分で開催し、情報の共有と意思疎通を図ります。このように、業務を効率的かつスムーズに進めるための体制整備にも注力していきます。



東京支社 社内風景

