

## 社長の仕事～その2：仕事を取る

そうして描いたビジョンを実現する為の最初のカギとなるは、「仕事を取る事」である。先に書いたように、私が入社したころの当社は、新しい仕事が全く来ない状況にあった。そこで最初にしたことは、取引先に行って「何か仕事ありませんか」と聞いて回ったことであった。注文自体は殆どもらえなかったものの、「高木さんは銅の加工ができるから凄いな」というコメントを戴いた。一社からだけでは聞き流していただろうが、何社かからか同じことを言われたのでそれではと、「銅の専門メーカー」として宣伝したところ、一転していくつもの引き合いが舞い込んだ。更に銅製品の注文の中に「ヒートシンク」というものが何件かあった為、今度は「ヒートシンクの専門メーカー」としたところ、たくさんのお客から注文を頂くとことなり、今までに取引した会社は国内外一千社を超えている。また、営業スタイルも、最初はずてを頼っての直接訪問、次いで雑誌広告への掲載、そしてインターネットの普及にともなってホームページによる受注へと変わってきている。

今ではやみくもに仕事を取るのではなく、やりたい仕事に来るように工夫している。業種を分散してリスクを回避するとか、競合のいない製品を狙うとか、当社のキャパにあった分野を選ぶとか、当社の技術が生かせるニーズを探すとかである。また、標準品を用意したことで、顧客が導入しやすい流れも作った。また、景気の波もあるので、それに応じて受注量もある程度コントロールする。

さて、注文が来るようになってからであるが、よほどの大口にならない限り顧客を訪問する事はなくなった。接待も馴染みの客が来社した時に食事に連れて行く程度である。お中元、お歳暮については会社の決まりとして受け取ってくれないところが増えてきた。その為、やはり顧客の信頼を得るには品質、価格、納期、或いは独特のサービスや提案で満足して頂くのが一番となる。ただ中には相当強引な要求をする顧客もあるので、そのような時は臆せず抗議する。契約書を書き直してもらったこともあるし、公正取引員会に相談したこともあった。ビジネスというのは売る方、買う方の双方に利がなくてはならない。

今では年間400社程度から注文を戴いており、そのうち300社くらいがリピーター、100社ほどが新規顧客である。しかし、先に述べたように顧客を訪問する機会は少ないのでいわゆる営業マンというものは置いていない。最初の問い合わせはすべて社長である私が対応し、軌道に乗ったら業種ごとに分けたいくつかの部署に振り分けるようにしている。注文書の取りまとめから請求書の発行に至るまでの事務作業だけ、営業事務担当者にやってもらっている。営業の命は情報収集と戦略展開にあるので、その部分だけは社長がしっかり押さえるようにしている。