

事例  
56

# 奈良県 株式会社中村

各種割箸、楊枝、木製品、フキン、タオル等の製造販売

所在地 奈良県高市郡  
創業年 1947年  
従業員数 20名

常勤  
雇用

事業継承

営業力強化

技術力強化

生産性向上

コスト削減

海外展開

経営管理

新規事業創出

その他

## 商品拡大と売上アップのために、意識改革と組織変革により、社長直轄の営業部門から自立した営業部門を目指す

### 取組ポイント

1. 組織体制の見直しによる営業マネジメント力強化
2. 攻めの営業に向けた営業戦略の立案と組織づくり
3. 営業組織体制の見直し

### STEP 1 抽出された経営課題

#### ～組織体制の見直しによる営業マネジメント力強化～

奈良県吉野地方のブランド品「吉野杉」の端材から割り箸を製造し、生活雑貨卸を中心に販売してきましたが、卸販売だけでは顧客の要望を直接聞き商品に反映することはできませんでした。ホテルやレストラン、料亭などの飲食店などに直接販売することにより、本来の吉野杉ブランド力の持つ付加価値を訴求し、商品拡大と売上アップにつなげたいと考えております。同様に、特許製法の糸を使った吸水性に優れた高級タオルもギフトやノベルティ市場に拡大したいと考えております。そのためには、営業力の強化が必要であり、社長直轄の営業部を部門として独立させ、自立した営業部の創設が課題であります。

### STEP 2 プロ人材に与えられたミッション

#### ～攻めの営業に向けた営業戦略の立案と組織づくり～

吉野杉を使った割りばしやノベルティ市場に特化した高機能タオルなどに関して、自社製品の市場ポジショニングを理解し、他社との差別化、卸販売や百貨店だけでなく、特に料亭、レストラン、ホテル、旅館、あるいは、ギフト・ノベルティ向けの企業などをターゲットにし、顧客に対してどのような価値をつけていかなど、売上拡大と収益向上のために広い視点をもって営業戦略を立案します。それとともに、営業戦略を具現化する組織体制を構築し、具体的な営業活動に落とし込み、営業部門の自立化を目指します。

### STEP 3 プロ人材がもたらした効果

#### ～営業組織体制の見直し～

以前営業は社長直轄の組織であり、社長指示に従い営業活動を展開し、ある程度の成果を上げてきていました。しかし、さらなる飛躍を図るためには、会社の実情を把握し、自分がすべきことを考え行動する組織が必要となります。今回、営業部長にプロ人材を迎えたことにより、既存社員の意識が変わり始めています。組織としての具体的な活動はこれからですが、部員たちが自覚を持ったことは大きな効果と思います。



### 企業からの声 取締役社長 吉田 照明 氏

物を作り販売する企業としては、営業部門は非常に重要な部門であります。今回、社長直轄の営業部門に思い切ったプロ人材を営業部長として迎え入れるという今までにない人材登用を行いました。既存社員との軋轢など危惧しましたが、営業部長を設けることにより、私と営業担当にワンクッション置くことになり、社長としてもう一段上のレベルで指示できる環境が整いました。営業部長は大変だと思いますが、営業部長が私の意向を咀嚼し部員に的確に指示してくれることで、私自身は社長業に専念でき、さらに高みを目指すことができるようになります。まだ組織としては始動したばかりですが、コロナ禍で生活様式が大きく変化する中、新たな商品企画、販路、広告宣伝などに取り組み、自活した営業を目指していただくよう期待しています。



### 入社時のプロフィール

瀬川 和久 氏

役職名 営業部長

年齢 52歳

家族構成 妻、子ども2人

主な経歴 外資系スポーツ用品メーカー 営業部長

出身地 兵庫県 前居住地 奈良県

還流ルート その他

### 入社した経緯

新天地を求めて長年お世話になった前職を退職、自分を活かせる企業を探すために人材会社に登録しましたところ、人材会社の勧めで面談させていただきました。今までとは全く違った分野であり不安もありましたが、地元奈良のブランド吉野杉を使った地場産業であり、営業幹部を求めておられるとのことでしたので、自分の営業経験を活かせるのではないかと入社することに致しました。

### 入社してから携わった業務

今年4月に入社しまだ半年であります。まずは商品の勉強から始め、販路・営業活動など会社の仕組みを把握し、社長の意向を理解し、自分の経験と照らし合わせ、なすべきことを整理いたしました。また、既存の営業部門担当者（6名）との関係を深めてまいりました。9月から新事業年度（決算月8月）を迎え、徐々にではありますが、独立した営業部門として活動を開始いたしました。

### 当社での働きがい

前職は、外資系メーカーであり本国で企画された商品を日本市場でどのように売るかが大きなテーマでありました。当社は、中小企業であり、顧客の声を聞き、商品を企画し販売する。すなわち「自分で作ったものを自分の責任で売る」と、前職に比べ営業の守備範囲は広がり責任も大きいですが、その分働きがいもあります。是非、営業部門の結束を固めて、攻めの営業を目指し、社長とともに会社の拡大に貢献したいと考えています。