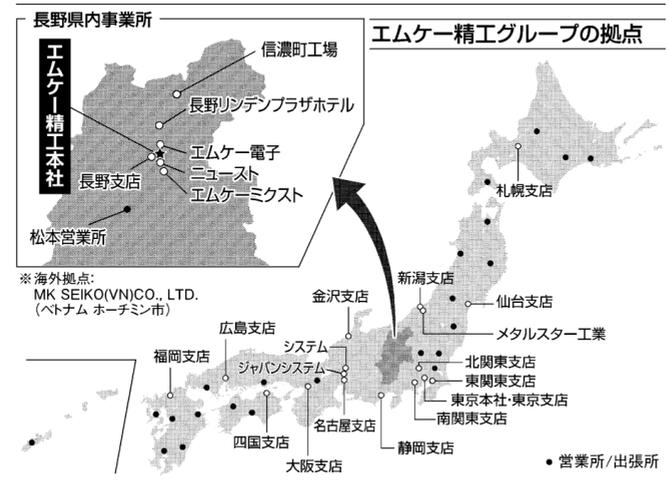




エムケー精工は変革の時を迎えている。7月に迎えた創立70周年は会社を変える好機ととらえ、事業統合ほか多くのプロジェクトに資本を投下するほか、グループの経営管理・資源配分の見直しを進めている。洗車機、調理家電などの製造から販売・メンテナンスまでの垂直統合を強みとする同社。既存ビジネスの深耕と隣接分野への拡張によって新たな事業成長を追求する。「仕事を楽しめる職場環境を整え、目に見える成果を出したい」と語る丸山将一社長と日刊工業新聞社社長の井水治博が対談した。



CHALLENGER

オート開発部設計グループマネージャー

酒井 陽三氏

能動的に動いて提案

門型洗車機的设计、開発まで一手にこなします。関連技術は多岐にわたる上、年々形を変える車は新たなテーマを与えてくれます。設計者がどれだけ技能を磨いても終わりはありません。常に頭を悩ませてくれる楽しい製品です。全国に設置された製品が役にたっていることを実感できた時に、設計者として最高の幸せを感じます。



日々の仕事で大切に考えているのは「なぜ今、それをやるのか。それは当社のため、社会のためになるのか」ということです。成果を出すには明確な根拠が必要です。また、これまでにない発想は閉ざされた環境からは生まれません。能動的に社外を動き回り、交流し、目で直接見るように心がけています。

「その手があつたか」と気付く一瞬は、自分の肌で感じる体験をした時にやってきます。自ら提案して実践する風土が当社にはあります。若い世代の社員にも伝承し、そんな機会をつかんでもらいたいと思っています。

経理本部経理課担当課長

小林 真弓氏

固定観念にとられず

グループ会社全体の決算、資金管理の取りまとめのほか有価証券報告書、決算短信などの情報開示に携わる経理課でマネジャーをつとめています。現在、二児の母です。出産後、復職して以降、当社の「短時間勤務制度」を使っています。



この制度を利用するにあたり、当初は不安もありましたが、変化する時代の中でチャレンジしようと思いをもちました。仕事を続けられているのは上司や職場の皆さんに理解・共感してもらえたからです。

限られた時間の中で最大限の成果を上げて責任を果たすため、コミュニケーション、情報共有に心がけています。柔軟性、細やかさといった女性ならではの強みを活かし、何でも言いたいことが言え、相談しやすい風通しのいい職場環境をつくれば生産性が高まると考えています。そして、固定観念にとられず、仕事も生活も楽しみながら社会に貢献する姿勢を示すなど、自分らしいリーダーシップを発揮したいと考えています。

広島支店支店長

吉原 尚氏

相手の目線で考える

広島支店は岡山、山口の両営業所と合わせて総勢22人。中国5県における販売とメンテナンスを担当しています。大切にしているのは、相手の目線で考えること。営業担当としてはお客様の声に耳をそばだて、その視点で考えます。そうすることで説得力のある提案ができ、信頼関係を強くできます。先読みした提案をするためにも、一人でも多くのお客様に接するように心がけています。ヒントはお客様の声にあるからです。得られた情報は商品開発の担当者にフィードバックします。

支店内では部下の立場に立ち、意思疎通を密にして働きやすい明るい職場環境づくりに努めています。競争が激しい市場で勝ち抜くには能動的に動くことが肝要です。情報を共有した上で、それぞれが考えて行動する組織を目指しています。

グループが増えて扱う商品が幅広くなれば、新たな顧客に接したり、提案できることも多くなったりするでしょう。力を発揮できるように努力します。



仕事 楽しめる環境 整える



日刊工業新聞社社長 井水 治博

丸山 長は人の成長とともにあると考えています。採用と人材育成は重点課題として力を入れていますが、新卒採用の面では応募が直近の5年で約3倍に増え、入社後10年の定着率は90%を超えました。売り手市場の中にも結果を出せていますが、さらにグループ全体で人材のリソースをシフトします。そのために人事制度を刷新。親会社、子会社という関係でなく、互いに高め合うためにグループ

丸山 創業者の想いが詰まった社風はそのままに理念・価値観・ビジョンなどを刷新し、社内報などの社内発信を通じてそれを徹底させます。グループ経営にはしっかりと理念が欠かれません。周年は会社を変えるチャンス。部下に背中を伝えているだけの時代ではありません。言葉でも伝えることが大切です。

丸山 製造とサービスが一体となった事業展開で付加価値を高める戦略は時代の流れ。エムケー精工もこの「融合」を大切にされていますね。

丸山 モノづくりとサービスは事業の両輪。どんなに素晴らしいモノを開発してもサービスが良くないと売れない。サービスは顧客の声を設計・製造現場にフィードバックする役割も担っています。洗車機の場合、機械の販売だけでなく洗車ノウハウを提供するなど、コンサルの役目も問われます。そうしてユーザーとの信頼関係が深くなればリピーターになってもらえる可能性が高まります。サービスとは奥深く、正解はありません。AI(人工知能)、ビッグデータといった最新技術も駆使して提案するように工夫しますが、突き詰めれば人間力が問われます。

丸山 企業としての成長は人の成長とともにあると考えています。採用と人材育成は重点課題として力を入れていますが、新卒採用の面では応募が直近の5年で約3倍に増え、入社後10年の定着率は90%を超えました。売り手市場の中にも結果を出せていますが、さらにグループ全体で人材のリソースをシフトします。そのために人事制度を刷新。親会社、子会社という関係でなく、互いに高め合うためにグループ



エムケー精工社長 丸山 将一氏

信州生まれ 開発型企業

井水 金加工から創立70周年を迎えました。門型洗車機、ホームベーカー、LED表示装置など多様な事業を展開する自社の強みと魅力をどう分析しますか。

丸山 これまでさまざまな人に支えていただき、育ててもらったことに感謝しています。当社は信州生まれの研究開発型企業。B2Bのほか、エンドユーザーに届けるB2Cの商品をそろえています。全国に正社員を配置

丸山 これまでさまざまな人に支えていただき、育ててもらったことに感謝しています。当社は信州生まれの研究開発型企業。B2Bのほか、エンドユーザーに届けるB2Cの商品をそろえています。全国に正社員を配置

成長のカギ 「知行合一」

丸山 財務体質の強化が進んでおり、

丸山 新たな時代を切り開くには自社の強みを生かす中で顧客価値を考え、収益構造とビジネスモデルを見直すことも必要になります。

丸山 財務体質の強化が進んでおり、

丸山 製造とサービスが一体となった事業展開で付加価値を高める戦略は時代の流れ。エムケー精工もこの「融合」を大切にされていますね。

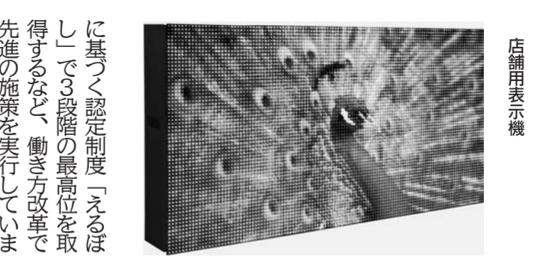
丸山 モノづくりとサービスは事業の両輪。どんなに素晴らしいモノを開発してもサービスが良くないと売れない。サービスは顧客の声を設計・製造現場にフィードバックする役割も担っています。洗車機の場合、機械の販売だけでなく洗車ノウハウを提供するなど、コンサルの役目も問われます。そうしてユーザーとの信頼関係が深くなればリピーターになってもらえる可能性が高まります。サービスとは奥深く、正解はありません。AI(人工知能)、ビッグデータといった最新技術も駆使して提案するように工夫しますが、突き詰めれば人間力が問われます。



丸山 創業者の想いが詰まった社風はそのままに理念・価値観・ビジョンなどを刷新し、社内報などの社内発信を通じてそれを徹底させます。グループ経営にはしっかりと理念が欠かれません。周年は会社を変えるチャンス。部下に背中を伝えているだけの時代ではありません。言葉でも伝えることが大切です。

丸山 製造とサービスが一体となった事業展開で付加価値を高める戦略は時代の流れ。エムケー精工もこの「融合」を大切にされていますね。

丸山 モノづくりとサービスは事業の両輪。どんなに素晴らしいモノを開発してもサービスが良くないと売れない。サービスは顧客の声を設計・製造現場にフィードバックする役割も担っています。洗車機の場合、機械の販売だけでなく洗車ノウハウを提供するなど、コンサルの役目も問われます。そうしてユーザーとの信頼関係が深くなればリピーターになってもらえる可能性が高まります。サービスとは奥深く、正解はありません。AI(人工知能)、ビッグデータといった最新技術も駆使して提案するように工夫しますが、突き詰めれば人間力が問われます。



丸山 創業者の想いが詰まった社風はそのままに理念・価値観・ビジョンなどを刷新し、社内報などの社内発信を通じてそれを徹底させます。グループ経営にはしっかりと理念が欠かれません。周年は会社を変えるチャンス。部下に背中を伝えているだけの時代ではありません。言葉でも伝えることが大切です。

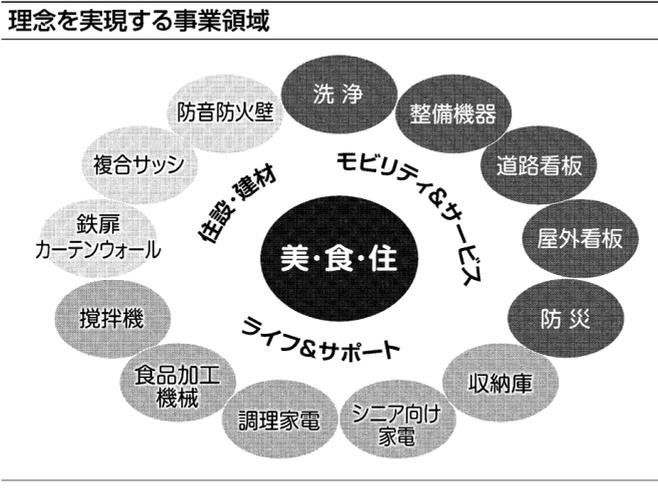
丸山 製造とサービスが一体となった事業展開で付加価値を高める戦略は時代の流れ。エムケー精工もこの「融合」を大切にされていますね。

丸山 モノづくりとサービスは事業の両輪。どんなに素晴らしいモノを開発してもサービスが良くないと売れない。サービスは顧客の声を設計・製造現場にフィードバックする役割も担っています。洗車機の場合、機械の販売だけでなく洗車ノウハウを提供するなど、コンサルの役目も問われます。そうしてユーザーとの信頼関係が深くなればリピーターになってもらえる可能性が高まります。サービスとは奥深く、正解はありません。AI(人工知能)、ビッグデータといった最新技術も駆使して提案するように工夫しますが、突き詰めれば人間力が問われます。

丸山 創業者の想いが詰まった社風はそのままに理念・価値観・ビジョンなどを刷新し、社内報などの社内発信を通じてそれを徹底させます。グループ経営にはしっかりと理念が欠かれません。周年は会社を変えるチャンス。部下に背中を伝えているだけの時代ではありません。言葉でも伝えることが大切です。

丸山 製造とサービスが一体となった事業展開で付加価値を高める戦略は時代の流れ。エムケー精工もこの「融合」を大切にされていますね。

丸山 モノづくりとサービスは事業の両輪。どんなに素晴らしいモノを開発してもサービスが良くないと売れない。サービスは顧客の声を設計・製造現場にフィードバックする役割も担っています。洗車機の場合、機械の販売だけでなく洗車ノウハウを提供するなど、コンサルの役目も問われます。そうしてユーザーとの信頼関係が深くなればリピーターになってもらえる可能性が高まります。サービスとは奥深く、正解はありません。AI(人工知能)、ビッグデータといった最新技術も駆使して提案するように工夫しますが、突き詰めれば人間力が問われます。



理念を実現する事業領域

丸山 創業者の想いが詰まった社風はそのままに理念・価値観・ビジョンなどを刷新し、社内報などの社内発信を通じてそれを徹底させます。グループ経営にはしっかりと理念が欠かれません。周年は会社を変えるチャンス。部下に背中を伝えているだけの時代ではありません。言葉でも伝えることが大切です。

丸山 製造とサービスが一体となった事業展開で付加価値を高める戦略は時代の流れ。エムケー精工もこの「融合」を大切にされていますね。

丸山 モノづくりとサービスは事業の両輪。どんなに素晴らしいモノを開発してもサービスが良くないと売れない。サービスは顧客の声を設計・製造現場にフィードバックする役割も担っています。洗車機の場合、機械の販売だけでなく洗車ノウハウを提供するなど、コンサルの役目も問われます。そうしてユーザーとの信頼関係が深くなればリピーターになってもらえる可能性が高まります。サービスとは奥深く、正解はありません。AI(人工知能)、ビッグデータといった最新技術も駆使して提案するように工夫しますが、突き詰めれば人間力が問われます。

丸山 創業者の想いが詰まった社風はそのままに理念・価値観・ビジョンなどを刷新し、社内報などの社内発信を通じてそれを徹底させます。グループ経営にはしっかりと理念が欠かれません。周年は会社を変えるチャンス。部下に背中を伝えているだけの時代ではありません。言葉でも伝えることが大切です。

丸山 製造とサービスが一体となった事業展開で付加価値を高める戦略は時代の流れ。エムケー精工もこの「融合」を大切にされていますね。

丸山 モノづくりとサービスは事業の両輪。どんなに素晴らしいモノを開発してもサービスが良くないと売れない。サービスは顧客の声を設計・製造現場にフィードバックする役割も担っています。洗車機の場合、機械の販売だけでなく洗車ノウハウを提供するなど、コンサルの役目も問われます。そうしてユーザーとの信頼関係が深くなればリピーターになってもらえる可能性が高まります。サービスとは奥深く、正解はありません。AI(人工知能)、ビッグデータといった最新技術も駆使して提案するように工夫しますが、突き詰めれば人間力が問われます。

丸山 創業者の想いが詰まった社風はそのままに理念・価値観・ビジョンなどを刷新し、社内報などの社内発信を通じてそれを徹底させます。グループ経営にはしっかりと理念が欠かれません。周年は会社を変えるチャンス。部下に背中を伝えているだけの時代ではありません。言葉でも伝えることが大切です。

丸山 製造とサービスが一体となった事業展開で付加価値を高める戦略は時代の流れ。エムケー精工もこの「融合」を大切にされていますね。

丸山 モノづくりとサービスは事業の両輪。どんなに素晴らしいモノを開発してもサービスが良くないと売れない。サービスは顧客の声を設計・製造現場にフィードバックする役割も担っています。洗車機の場合、機械の販売だけでなく洗車ノウハウを提供するなど、コンサルの役目も問われます。そうしてユーザーとの信頼関係が深くなればリピーターになってもらえる可能性が高まります。サービスとは奥深く、正解はありません。AI(人工知能)、ビッグデータといった最新技術も駆使して提案するように工夫しますが、突き詰めれば人間力が問われます。

丸山 創業者の想いが詰まった社風はそのままに理念・価値観・ビジョンなどを刷新し、社内報などの社内発信を通じてそれを徹底させます。グループ経営にはしっかりと理念が欠かれません。周年は会社を変えるチャンス。部下に背中を伝えているだけの時代ではありません。言葉でも伝えることが大切です。

丸山 製造とサービスが一体となった事業展開で付加価値を高める戦略は時代の流れ。エムケー精工もこの「融合」を大切にされていますね。

丸山 モノづくりとサービスは事業の両輪。どんなに素晴らしいモノを開発してもサービスが良くないと売れない。サービスは顧客の声を設計・製造現場にフィードバックする役割も担っています。洗車機の場合、機械の販売だけでなく洗車ノウハウを提供するなど、コンサルの役目も問われます。そうしてユーザーとの信頼関係が深くなればリピーターになってもらえる可能性が高まります。サービスとは奥深く、正解はありません。AI(人工知能)、ビッグデータといった最新技術も駆使して提案するように工夫しますが、突き詰めれば人間力が問われます。