

ビジョンを持つ

去年は、地震、津波、原発事故、台風被害、為替の大暴落と、激動の年でした。歴史を紐解いていくと、日本は明治維新と終戦に大きな転換期を迎えておりますが、明治維新の際も地震や社会動乱などがあったようですし、戦時は言わずもがなです。明治維新から約140年、終戦から約70年、今、日本は、まさに次ぎの転換期を迎えようとしているのだと思います。

会社経営には「ビジョン」あるいは「目標」、「理想」、「理念」が必要だと思えます。転換期には特に必要だ

と思います。考えたとおりにうまく行くかどうかは分かりませんが、少なくとも考えなければ実現はしません。

そうはいつても、毎日の業務に忙殺されて、ビジョンなど考えてもいられないというのも現実かと思えます。そんな忙しい経営者であってもお正月くらいはビジョンを考えて欲しいと、今号では当会の会員5社に平成24年の抱負を語ってもらいました。少しでも皆様のビジョンのヒントになって、皆様の仕事が良くなることを願っています。

地元のお客様に便利な材木屋

㈱斉藤工業所 専務取締役 斉藤光久



お客様に対しては「少量多品種即納」と「できる返事をする」ことに心がけています。たとえば、現場で必要になった材は、たとえ垂木1本を今日欲しいといわれても対応できるようにしています。

また、トドマツの無垢の平角など、普通であれば割れが生じるために二の足を踏むような商品でも、お客様に割れのリスクを承知していただいた上で対応しています。中には「トドマツの5m材」など、通常の本在庫で対応できない注文を受ける場合もありますが、「できない」というのではなく、素材生産業者に伐採予定を確認しながら、「納期を〇〇日いただけたらできる」という回答に心がけています。

社内的には、「見える化」に努めています。たとえば、社員の一人一人が会社のすべての動きを知ることができるよう、在庫状況・受注状況をホワイトボードに書き出します。工員の休憩・打合せスペースには何枚ものホワイトボードがあります。2年前からはじめたブログ「材木屋の日記」も見える化の一環です。新規顧客開拓や作業状況の報告の意味合いもありますが、社員がブログを見て「専務の考えていることが理解でき

た」ということもあります。見える化は社員以外の来訪者にも見られてしまうことにもなるため、同業者からは心配する声もありますが、心配を上回る効果があります。見える化によって会議を減らすことができますし、突然の注文にも柔軟に対応することができます。

原料は数年前からトドマツを使っていますが、米材に比べて歩留まりが落ち、年輪幅が広い、価格が安いなどの特徴があります。取引の際に単純に寸法などを聞くだけでなく、用途によっては、低質のものを提案する場合があります。お客様にとっては流通品よりも安く仕入れることができ、逆に当社にとっては、平均販売価格を引き上げることができます。

新しい取り組みとしては、山と向き合わなくてはいけないと思っています。これまで、トドマツの原木は12尺で流通するのが当たり前でしたが、資源の成熟が進んでいるのであれば、5mや6mなどの長尺での仕入れにしたいです。長尺になることによって、対応できる製品の種類が増えます。伐採事業者に聞くと、なかなか難しいということですが、お互いがメリットとなるやり方ができないか模索しています。

国産材製材工場。トドマツ大径材の活用に特色。構造材・端柄材・内外装材など。旭川市。

<http://saitozaimoku.blog112.fc2.com/> <http://saitolumber.web.fc2.com/>