

従業員満足＝顧客満足 応対技術の向上でビジネスを円滑に

株式会社廣杉計器



受注から発送までを女性1人で担当。細かい部品を扱うため、女性の繊細さが発揮されます(左)。製品は引きだしに入れて管理されています(右)。

多くの製造業が空洞化などの要因で苦境に立たされている中、電子機器に用いられる「スパーサー」製品の製造販売で高いシェアを持つ株式会社廣杉計器では、独自のビジネスモデルで業績を伸ばしています。その成功の秘けつとはどのようなものなのでしょうか。

事業を支える独自のビジネスモデル

電子機器の基盤などに必要なスパーサーの総合メーカーとして国内シェアの7～8割を誇る株式会社廣杉計器。同社の製品カタログには、用途に合わせてさまざまな大きさ、素材のスパーサーなどが掲載されています。同社はメーカーでありながら、生産拠点を持たないところが特徴の

1つです。「当社で企画、設計した製品は、素材や形によってその生産得意としている工場が異なるので、その製品に合わせて信頼できるパートナーに生産をお願いしています」と佐々木一郎社長。もう一つの特徴は「カタログによる営業スタイルを持つこと」。年度の初めに作成する製品カタログを約20,000社の顧客へ配布して、そこからの注文を待つという販売形態です。約34,000アイテム



代表取締役社長
佐々木一郎さん

社員が気持ちよく働ける場を作るのが経営者の役目です。今後も様々なスキルアップのサポートをしていきます。



総務部 経理課 課長代理
西尾千鶴さん

応対講習を受けたことで社員のモチベーションはとてもし上がりました。今後は社内から1級合格者を出すことを目標に講習を続けます。

という豊富な商品ラインナップと高い品質は、海外のメーカーからも評価され、受注額は順調に増え続けています。

また、同社では営業担当に1人2台のパソコンを貸与したり、刻々と変化する在庫状況がリアルタイムで分かるシステムを導入したりするなど、ICTの導入にも積極的に取り組んできました。これらの取り組みは顧客満足度を高めるとともに、従業員満足度の向上にも役立っています。

事業を支える社員数は約40名。その内の30名が女性です。女性の割合が多いことについて佐々木社長は「細かな製品の取り扱いにはやはり女性の方が得意です。また、当社の販売形態は通信販売事業に近いので、電話応対で好印象を与えやすいことも女性の割合が多い理由の一つです」と話します。約20名の営業担当はすべて女性で構成されています。通常、通信販売では受注、ピッキング、発送の工程が分業化されていることがほとんどですが、同社では担当顧客の注文は、在庫確認からピッキング、梱包、発送までを1人で担当します。「仕事のすべての工程に関われるため、社員のモチベーションは高く保たれているように思います」(佐々木社長)。

講習と実践でスキルの向上と定着を図る

同社では顧客満足度のさらなる向上を目指して、電話応対技術に着目。2010年から社員全員が「もしも検

定」への取り組みを開始しました。しかし、営業担当者はそれぞれ担当顧客があるために、集まって講習を受ける時間を捻出することは非常に困難です。そこで、「もしも検定」の受験に必要な15時間の講習を1回3時間にして毎月1回、5回かけて実施。「講習で気づいた改善点は職場ですぐにしっかり取り組み、翌月には研修効果を実感できます。毎回楽しみです」と講習を担当した臼井奈美講師。これまでに3級3回、2級4回の検定を実施。3級保持者のためのフォローアップ研修や新入社員向けの3級講習も行うなど、スキル向上の機会を多く設けています。

また、お互いのスキルに関心を持つことで競争心が芽生え、仕事そのものへの取り組み姿勢も変わったといいます。市場で大きなシェアを持つ同社は積極的に営業をしなくても注文が来るため、「攻める」という感覚がやや弱いという傾向が課題とされてきました。それが「もしも検定」の講習を始めてからは自分以外の人のスキルの向上を意識するようになり、実務部分以外での積極性も上がったといいます。本格的に海外進出を目指す同社にとってはこれこそが求めていたマインドでした。「最初はこんな効果が出ることは期待していませんでした」と佐々木社長は笑います。「積極性の向上と「もしも検定」の講習により、電話応対に起因するクレームはさらに少なくなりました。電話応対に対する意識が上がったことで応対中の表現も豊かになり、その場にふさわしい応対を臨機応変にできるようになってきました」とは、講習を設定する総務部の西尾さん。

さらに、これらの取り組みは電話応対技術の向上につながっただけ

ではなく、普段のコミュニケーション能力の向上にもつながりました。コミュニケーションが円滑になったことで、顧客ニーズを引き出す機会も増え、営業担当者を経由した顧客の声が新たな商品の開発に役立つ事例も出ています。

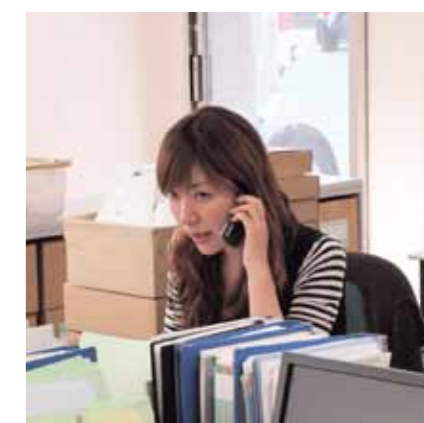
海外展開を見据えた人材育成を

「今年度は数年ぶりに展示会への出展を決めました。これは販売拡大を求めるよりも、普段お客様と直接対面することが少ない社員たちに対人スキルの必要性を感じてほしいから。これも1つの社員教育の場です」と語る佐々木社長の言葉からは社員のスキル向上には時間とコストを惜しまない姿勢が感じられます。

国内の製造業の空洞化を見据えて、今後は海外展開を加速させるビジョンを持つ同社。そこでも当然対応のスキルは重要になってきます。アジア圏は電話対応が中心ですが、欧米などは電子メールが中心になってくることを予想して、電話対応の枠を超えたさまざまなチャネルでの対応スキルの向上を目指しています。そのために応対に関する指導ができるレベルの社員を自社で育てたいという



「講習で教わった“第一声の大切さ”を意識していきたいと思います」(高橋さん・左)
「疲れているときでも明るい応対を心掛けていきます」(渡辺さん・中)
「常に心地よい応対ができるように意識していきたいです」(角脇さん・右)



お客様が直接担当者にアクセスできるように営業担当1人に対して1回線を割り当てている。



同社の主力製品のスパーサー。様々な材質、大きさが揃う。

プランもあるそうです。「日本の製品の品質は海外での評価も高い。充分勝負になると考えています」(佐々木社長)という同社の今後の展開からは目が離せそうにありません。

お話を聞きまして

社員の満足度を第一に考える会社の姿勢と、その期待に応える社員の皆さんのモチベーションの高さが印象的でした。

製品の品質	★★★★
社員の満足度	★★★★
応対スキルの定着度	★★★★

企業概要

株式会社廣杉計器

代表取締役社長：佐々木一郎
所在地：神奈川県川崎市
宮前区馬絹2038-1
創業：1980年12月
事業内容：各種スパーサー、
基板用マウントパーツ、
各種ワッシャーなどの
製造販売
従業員数：約40名