

「人のチカラ」を集約し「体質改善」を行えば、
かならず「成長」できると確信しています。



ヤスハラケミカル株式会社

代表取締役社長

安原 稔二 Teiji Yasuhara

マスコミや世論の論調は、すべて本当なのか？
冷静に判断する視点と姿勢が大切です。

2008年のリーマンショックを引き金にした金融危機以降、日本では企業の海外移転が進み、2011年の東日本大震災が起きてからは、国内産業の空洞化がさらに加速しました。それにより「日本での国内生産は限界」、「国内にいたら競争力はさらに低下する」という声が、当たり前のように報じられてきました。しかし私はその時に「国内にはもう成長がないというのは本当なのか？」という疑問がありました。

一方ここ1~2年は株高と円安が進み、企業の業績も徐々に回復してきたことから、日本中が好景気になったかのような印象があります。しかし、いろいろな実態を冷静に分析すると、売上高は上がっているが生産量は逆に減っているという状況もみられます。また大手企業のベースアップは報じられますが、中小企業の賃金が据え置かれていることが報じられることはほとんどありません。

ニュースや新聞報道の論調が「すべて真実だ」と捉えると、実態を見誤る危険性があります。今の時代は、情報を一面的に見るのではなく、全体を多面的に見ようとする視点や

姿勢がますます大切になってきていると思います。

そして私は、「成長がない」と思えば、そこから事業の縮小が始まると思います。「成長できる」と思えば、どこが成長できるのか、どうすれば成長できるのか、なぜ成長するのかなど、視野が広がっていきます。

成長するために、私は経営者として「多面的な見方をする」ことを心がけていますし、社員にも「多面的な見方をする」ことを求めています。

成長へ向けて設備と人材の両面から 体質改善を進めています。

「国内生産は縮小する」と言われ始めた頃から、それでも私は「成長できる」と思い、中長期的に企業の体質をより強化する方針を示しました。より筋肉質な企業になることで、同じ売上でもしっかりと利益を確保できる体質を築くことが目的です。

そのためには設備と人材の両面からの体制強化が必要と考え、2010年以降、社内基盤を積極的に整備してきました。設備面では生産体制全般を見直し、品質の向上・安定化やコストダウンを図ると同時に、大震災以降は、大きな社会変化や災害時にも製品を安定的に供給できる体制づくりに取り組んできました(※1)。

また成長分野に対する新製品の提案能力や開発能力を高めるために、福山工場に研究棟と技術棟を、相次いで建設しました。

さらに2011年に基幹システムを刷新し、生産から購買、販売、経理といったすべての事業活動情報を集中一括管理できるITシステムを導入しました。これにより全社的に業務効率を改善し、経営判断のスピードアップにつながる体制を整えました。

人材面では、2009年から社員一人ひとりの創造性や実践力を高めるため、新人材育成プロジェクトに取り組んでいます。これらはすべて、次の成長への投資だと思っています。

顧客情報の共有化により、 お客様との「絆」をさらに強くしていきます。

現在、全社的に取り組んでいる重点課題は「顧客情報の共有化」です。

営業活動においては、問題意識を持ってお客様のニーズを的確に聞き取る力が必要です。社内全体で顧客情報を共有化すれば、同じ情報が一人ではなく、二人三人と複数の人間に伝わります。仮にお客様のニーズに一人が気づかなくても、別の人が気づくチャンスが生まれます。またお客様への情報発信や提案においても、直接対話する営業担当だけでなくその上司や開発部門の社員からの客観的な見方や意見が、お客様の課題を解決するヒントになることも多いでしょう。

そんな狙いを持って、昨年2月より全社横断的に顧客情報を共有化する新システムを導入し運用を始めています(※2)。

これら設備と人材両面からの体制強化が、お客様との絆をさらに強めてくれると思います。

企業を強くするのは「人のチカラ」です。 多面的な見方のできる人を育てていきます。

企業を強くするのは、最終的には「人のチカラ」だと思います。「人のチカラ」が、成長の根や幹になるはずですが、ここでいう「人のチカラ」とは、創造力、実践力、問題解決能力など、物事を多面的に捉える「チカラ」です。

社員一人ひとりが自ら考え実践する「チカラ」を伸ばしていけば、組織としてのチカラもより高まり、収益性の改善や顧客満足度向上などの成果として現われてくるはずですが。

私は、ヤスハラケミカルはもっと「成長できる」と確信しています。本質を見抜く「チカラ」を持ち、「成長」へ向けて行動できる社員を多く育てることで、ヤスハラケミカルをより強い会社へしていきます。

※1 詳細はP7からの特集②「事業継続への取り組み」をご参照ください。

※2 詳細はP5からの特集①「顧客情報共有化システムの導入」をご参照ください。