

情報の共有化と意志決定スピード向上のために、 営業部と研究部で組織の見直しを行いました。

ヤスハラケミカルでは2019年5月、
営業部の体制を見直し組織改革を行いました。
そして、それに伴い研究体制の見直しも行いました。
今回はそれらの狙いと概要についてご紹介します。



営業部 部長
松井 和則

研究部 部長
吉舎 史晃

■ 営業部の組織改革の概要と背景

以前の営業体制は、樹脂・化成品を扱う営業一部と、ラミネートフィルム・ホットメルトを扱う営業二部に分かれていました。それを一つに統合してすべての製品を扱うようにしたのが、今回の組織改革です。

製品毎に担当者が分かれていると、他部門の製品に関する知識や経験が浅くなり、対応に時間がかかることがありました。近年はバイオマス度の高い環境対応製品への引き合いも増えている上、IT業界や自動車業界などでも大変革が進んでおり、これから大きなビジネスチャンスが予測されています。

今回営業部を一つにすることで担当者一人ひとりが、当社の強みである天然素材テルペン樹脂からホットメルト、ラミネートまでの全製品を幅広く理解しクライアントへの提案ができる体制を整えることで、より大きな成果を得られるようになるはずです。

■ 「情報共有化」の実践

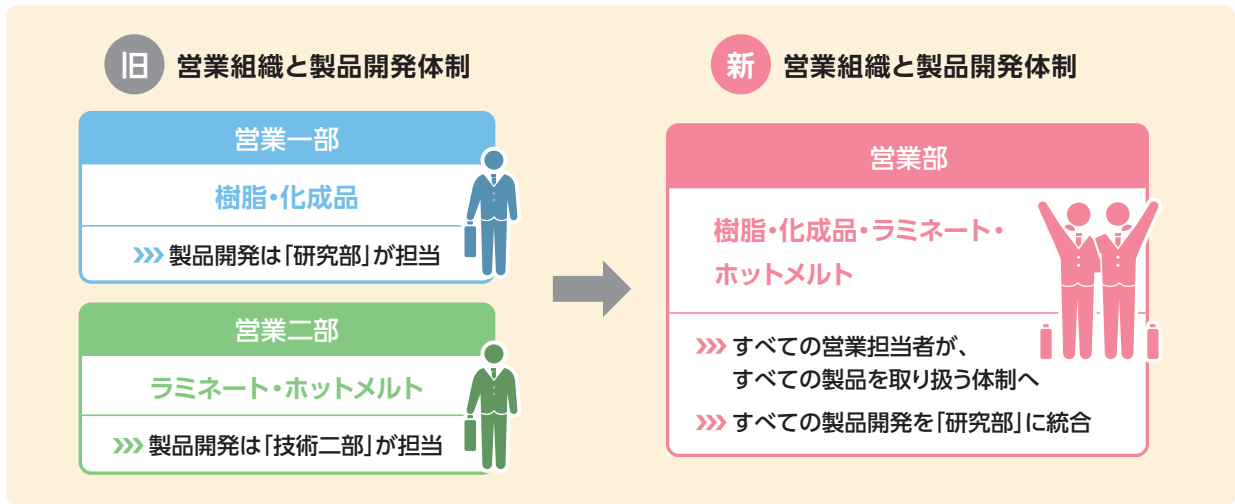
営業組織改革の狙いは、「情報の共有化」と「意志決定のスピードアップ」にあります。

そこで組織改革後すぐに営業部の若手を中心に、担当する製品に関する専門知識や経験を互いにプレゼンテーションする会議を重ねて、全員の製品知識の共有化をはかりました。さらに毎週月曜日午後には管理職も含めた営業部の全体会議を行い、業務の進捗状況を全員で確認するとともに、重点テーマに沿って新たな可能性のある市場や製品へのディスカッションを行っています。

このようにして営業部全員が自社製品への知識と理解の幅を広げていくことで、意志決定のスピードアップをはかりたいと考えています。



【営業部組織改革概念図】



研究・開発体制も全社的に統合

営業組織の改革に伴い、そのフォローである研究部門も組織の見直しを行い、全製品の研究と開発を行える体制を整えました。

これまで研究部では主に樹脂と化成品の研究・開発を行い、ラミネートやホットメルトの配合改良や新製品開発は技術二部で行ってきました。今回の組織改革に伴い、技術二部から開発担当者や開発機器を研究部に移管し、テルペン樹脂からホットメルト・ラミネート製品まで一貫して研究・開発できるようにしました。

研究部では担当する業務の量や種類が増えた結果、部内のコミュニケーションはより活発になり、研究報告書の増加や各スタッフのスキルアップなど、多方面での効果もあげはじめています。

また営業部の組織改革のおかげで、研究部内でも化学製品のサプライヤーとユーザー両方の視点で考える機会が増えたため、より多くの知識・知見・経験を得ることができるようになったと感じています。



営業部門と研究部門の組織改革で目指すもの

このたびの組織改革をとらして、部門内での取扱い製品を統合しただけでなく、部門間の連携強化もはかっています。

営業部では、研究部をはじめ品質環境保安室や総務部、経理部などとの勉強会も定期的に行い、新たな技術情報や法律や知財管理、原価計算など、幅広い知識を習得して営業のシーンで活かしていく予定です。またそうした勉強会は、営業現場からの情報を社内の他部門へ共有化する、貴重な機会ともなります。

また営業先に研究部員を同行することも日常的に行っています。これにより、クライアントからの専門的な質問や要求に対応したり、最新の情報をスピーディーに提供・提案できるようになりました。現場での成功体験は、営業・研究両方の担当者にとっても、次の成功に向けてスキルアップする貴重な機会になるはずで

さらに研究部門でも、他部署との連携や同行営業などの新しい刺激を、研究者の研究開発力の強化に結びつける取り組みをはじめめています。

こうした営業部門と研究部門の組織改革によるさまざまな影響により、社内での活気とコミュニケーションは確実に増しつつあります。これを継続していくことで、全社員が笑顔で仕事ができる環境づくりを目指していきます。

