



クライアント企業インタビュー

キーナスデザイン様



日本アイ・オー・シー

コンサルティングに入ったばかりの当初、まさか1枚のパンフレットが、そこまで重要だとは思っていませんでした。しかし、実際に資料を配ってみると…

波及営業が突破口となり、世界トップシェアNO.1、NO.2の重要顧客も獲得。売上は3倍まで成長しました。



Q 御社の事業内容を教えてください。

A 創業時は「熱設計なら、何でもやります」と言っていました。今は、電子機器や電子部品用の温調・冷却装置を自社ブランド化して製造・販売しています。35歳の時、当時いた会社で自分の部署が廃止になり独立しました。創業から何年間かは、前職からの流れで自分から営業することもなく紹介で何とか続いていた感じです。

Q 藤富さんとの出会いを教えてください。

A 2013年頃の、「3人で全国展開をする波及営業」というセミナーのDMがきっかけです。当時は社員5人で私が一人で営業していたんです。セミナーは、初めて聞く話ばかりで目からウロコの4時間でした。理論立てた営業や相手の心理など考えたこともなく、先が見えそうな期待が膨らみました。

Q セミナーに参加した後、すぐにコンサルティングを受けたのですか？

A はい。波及営業は、業界トップクラスの顧客を探すところから始めるのですが、当社の場合は、すでにデンソーさんと取引していたので、その点は十分にクリアしている、と藤富さんに言われました。あとは、その事例をパンフレットとして制作し営業に活用すべきだと強く言われたのですが…、当時の自分にはその意義が分かりませんでした。

正直、出来上がったパンフレットを見ても、「これで売上があがるのか？」と疑問に思ったほどです。しかし、実際に配ってみると周囲の反響が大きくて驚きました。そのパンフレットを用いて他社に紹介して下さったり、クライアントになった方からも「社内稟議が通しやすい!」と後日談で聞いたことがあります。

Q デンソーは事例として最適でしたね。

A 誰もが知る大手ですし、トヨタ系列の中でも革新的な社風です。そちらに採用されているのは、当社製品の精度と同時に革新性へのお墨付きでもあります。当社の特長

を端的に伝えるツールができたのは、営業にとって大きな転機になりました。

Q その事例パンフレットは、どのように活用されているのですか？

A 展示会で配ったり、ホームページからダウンロード出来るようにしたりしています。

ホームページは、昨年知り合いの方にリニューアルをお願いし、さらに効果をあげています。たくさん問合せがくるような仕事ではないのですが、それでも濃い問合せが月に2~3件あります。具体的な技術的課題の相談が多く、商談に結び付きやすいです。

顧客フォローが追いつかずにいますが、全部キチンとした対応ができていけば、もっと売上は上がります。

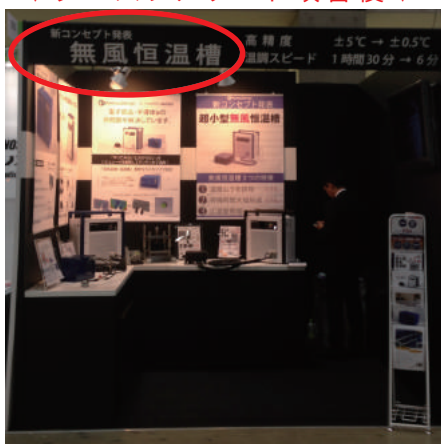
そのホームページの制作も設計時から藤富さんに入ってもらって、顧客心理や動線を押さえた内容に仕上げました。ホームページをつくるプロとの共同作業なので、盤石なホームページになっています。

Q 展示会での活用方法も お聞かせください。

A 展示会では資料を渡すだけでは弱いので、ブース自体に掲げる文言も藤富さんに相談しています。普通は会社名だけですが、当社が何を作っていて、どんな場面で役立つのかをアピールするキャッチコピーを掲げるんです。それで興味を持ってブースに入られると、その資料(事例パンフレット)をより印象づけられるんです。



▼ブースファサード改善後▼



Q 展示会後に商談に 至るのはどのくらいですか？

A 5%以上は常にキープしています。ただ件数以上に感じるのは、商談一つひとつの濃さですね。当社が提供できる技術やノウハウと、先方のニーズとがうまくマッチングできているからで、それは藤富さんのアドバイスを受けて相乗効果を出す工夫を重ねてき

た結果だと実感しています。

Q デンソーの次に連なる 顧客獲得も順調ですか？

A 自動車関係のエレクトロニクス分野では、部品メーカーでも電気関係のニーズが高いのです。車載機器は氷点下から灼熱まで厳しい温度条件が求められますが、メンター・グラフィックス社の熱抵抗測定器「T3ster (トリストター)」で評価をする時に、当社の治具もあると生産性が上がるというので同時に採用していただく流れができています。もう一つニーズの高い分野が、電車やエレベーター、電気自動車に組み込まれるパワー半導体です。この分野の世界トップ3は三菱電機、富士電機ともう一つはドイツの企業ですが、日本の2社が当社のお客さんなんです。

Q 次なるインパクトユーザー の獲得ですね。今後の 展開はどうお考えですか？

A この1~2年で注目度が上がったおかげで、技術的な困難事例を相談される機会が格段に増え、当社を高いレベルに引き上げていただきました。実は去年、日本国内の中小企業では2番目に当社がトリストターを導入したんです。これによってトリストター用の測定治具を作る時に、今後はさらに技術的課題を速やかに抽出できます。人材面でもトリストターに習熟した貴重なエンジニアを採用できたので、シミュレーションの体制を強化し、売上拡大の基盤を着々と整備しています。

Q 新社屋への移転も 果たされましたね。

A 事務室や来客用の個室も含めて107坪あり、作業スペースの天井高も3m以上なので大型機器の熱計算も請け負える環境ですね。社屋が新しくなって高度な装置が導入でき、それを使いこなせるスキルのある人材も加わったことで、会社としての技術レベルも1歩2歩先に進むことができました。

Q 藤富さんからの影響は 大きかったですか？

A そうですね。藤富さんの指導でキーワードを突き詰めていくうちに、自分たちの強みが言語化でき、当社にできる事が対外的に明確になりました。また、お客様が何を価値とってくれるのかを自ら理解できるようにもなりました。藤富さんは1業種1社でコンサルティングされているので、当社のような業界は分かりづらく苦労されたと思うのですが、我々が気づいていない強みを見つけて、「お客さんもそこに響いてくれますよ」と言ってくさるんです。弱みを補っていきより、強い部分をさらに強化していくほうがお金も時間もかからず、リスクが無いですよ。そこを引き出させていただいているのには、本当に感謝です。

Q 今、藤富さんと一緒に 行っているプロジェクトは 何ですか？

A マンガを使った紹介資料の作成に関して助言をもらっています。当社の商品や評価対象のデバイスなどをキャラクター化して、技術者ではない経営者や決裁者にも分かりやすいツールを目指しているんです。藤富さんにはキーワードやせりふの言い回しなど肝心なところをお手伝いしてもらっています。

Q 様々な施策を同時並行で 動かしているのですね！ ちなみに、売上の推移も お聞かせ頂けますか？

A デンソーの事例パンフレットを作成した頃が年度売上7000万円で、今期は2億2000万円ですから、3年で3倍強になりましたね。経営計画では3年後に5億、5年後に8億を目標としていて、かなりアグレッシブな数字ですが、具体的に何をすべきかがイメージできているので実現可能と思っています。藤富さんに助けていただきながら目指したいですね。

ありがとうございました。

取材先	営業戦略立案・実行支援会社
キーナスデザイン株式会社 http://keenus.jp/ 〒207-0021 東京都東大和市立野3-1344-12 TEL.042-516-8604 FAX.042-516-8605 代表取締役 橋 純一	有限会社日本アイ・オー・シー https://j-ioc.com/ 〒103-0025 東京都中央区日本橋茅場町1-6-3 KTビル6F TEL.03-5623-0188 FAX.03-5623-0181 代表取締役 藤富 雅則