

(株)日本ビューテックの川出隆常務に聞く まず組織力強化を目的に 社内体制の確立に取り組む 次代のニーズを見据えて商品 バリエーションを充実

「企業は人なり」… 会社経営の永遠の課題である。主にトラックのバックアイモニター『ナイスビューモニター』で知られる(株)日本ビューテックの松波登社長は東海大学の同窓で年齢が近いこともあって、公私に渡って親しく交流させて頂いている。その松波社長が常日頃から口にしているのが“人材”で、中小企業の悩みの種ともなっている。松波社長は日本ビューテックの他にも先代から引き継いだ(株)東科精機と環境貢献を目的に立ち上げた電気三輪車の(株)日本エレクトライクの3社を経営している。この内、日本エレクトライクは本誌2月号で既報の通り、優秀な人材を得たこともあって社長をご子息の松波太郎氏に引き継いでいる。3社の内で経営が最も好調に推移しているのが日本ビューテックであるが、最近になって「俺も人材に恵まれてきた」と暗に優秀な人を採用したことを仄めかしていた。7月某日のこと、松波社長が川出隆常務を伴って本誌を訪ねて見えた。筆者も即座に松波社長の真意が理解できたので、早速インタビューを開始した。川出常務にとっては予定外であったかも知れないが、対談は和やかに進めることができた。

(秋林路)

■社内改革に取り組んだ この一年

□秋林路 松波社長との出会いは？

■川出 私は新卒で放送局の映像機器を取り扱う商社に入社して17年に渡り営業を担当し、そ

の後、映像系人材派遣会社に8年間携わった後、2010年にトラック向けのカメラ業界に足を踏み込みました。そこで紆余曲折あり、2016年の5月にトラック業界に映像機器を通じて社会貢献する事業で独立を考え始めました。その情報がたまたま松波社長の耳に

入り、2016年11月に初めてお目にかかることになりました。その時に「独立は今でなくても何時でも出来る。当社で2~3年勉強してはどうか。一人で出来ることと、組織で出来ることとはスケールが全く違う。その上で独立したかったら、その時は当社で支援するか



未来を睨んで改革に取り組む川出隆常務取締役

ら…」とお誘いを受けました。

そのお誘いで、この会社で思う存分働いてみようかと決心しました。それが翌月の12月で、正式には2017年2月に入社しました。

□秋林路 日本ビューテックという会社を外からはどのように見ておられたのですか。

■川出 実は2013年のトラックショーでは出展場所が近くで、当時ライバル企業として日本ビューテックを見ていたのですが、商品のラインナップが少ないのに、何であんなに売れるのか?と不思議に思っていました。以前の会社はとにかくマンパワーが足りなく、全

国の部品商・ディーラー・ユーザーへ1年間に6万kmを移動しながら営業・アフターサービスと休みなく全国を走りまわっていました。ですから日本ビューテックはきちんと組織化されていて、お客様を大切にしている良い会社という…。ただ、考え方が固いかな?というイメージを持っていました。

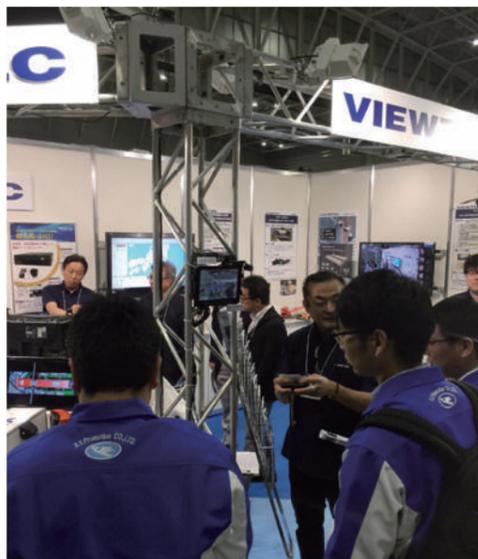
□秋林路 品質が良いので商品が宣伝の役割を果たしていた点もあるように思います。

■川出 私の入社は、ちょうどセキュリティカメラの販売がスタートするタイミングだったのですが、新事業なのでまだ体制が確

立されていないのに、営業は案件を受注して来るんです。取付工事の方法も分かっていないのに売って来る訳ですから、とんでもない事なのですが、それを何とかやってのけるところが、ある意味すごい会社なのです。これは根本的に組織を作り直さないと行けないと思うようになりました。それが入社してから2ヶ月間位の印象です。

□秋林路 セキュリティカメラは、具体的にはどんな商品なんですか。

■川出 高精度のライブ映像を会社のパソコンでもスマホでも



ブランドアピールを強調した今年のトラックショー

見られるようになっていて、普通の監視カメラという概念だけではなく、あらゆる現場の状況をライブ映像・過去の映像を問わず即座に見ることが可能です。これは現場の改善や、クレームの原因究明にも大変役に立ちます。

□秋林路 画像認識は技術が飛躍的に向上していきまから、色々な用途が考えられますね。

■川出 当社は元々運送業界にパイプが太い会社ですが、お客様は車庫の敷地が広大なので、どうしても目が行き届かずトラックやトレーラが盗難に遭うこともあります。そこで、運送業界に新しいビジネスを展開するために、このセキュリティ課を立ち上げました。

□秋林路 ナイスビューモニターもまだ根強い需要がありますが、この先を考えると、セキュリティカメラは新たな市場開拓になるので期待できますね。

■川出 ただ、このままでは正直言って、先々行き詰まる危機感がありましたので、入社翌月には社内勉強会を実施してみました。

□秋林路 内容はどんな勉強ですか。

■川出 ナイスビューモニターはお客様に認知されているけど、最近ではカメラの切り替え一つにしても、多彩なコントロール技術が市場からは要求されて

います。また、単品と単品を上手に組み合わせたシステムティックな製品への関心や要求が高くなって来ている実感がありました。幸いそういう知識は放送機器の営業など通して経験していたので、そういう事を話しました。

□秋林路 という事は日本ビューテックは遅れていた？

■川出 商品が良いので、あえて新しい技術を取り入れなくても売れていたという事だと思います。

■ブランド力強化が課題

□秋林路 なるほど、それは社内改革はグッドタイミングだったと思います。現在は常務取締役の肩書ですが、何時から役員に？

■川出 実は、昨年3月に大阪の出張先に松波社長から電話が入って、「大事な話があるから、予定を変更して至急戻って来なさい。」という指示がありました。何

事か、と思いましたが「4月から役員をやってくれないか。」という話でした。確かに社内ではオッサンの部類ですが、入社して間もなかったもので、正に青天の霹靂でした。

□秋林路 それは松波社長としては、相当な思い入れで、川出さん入社を機に大規模な社内改革に踏み切ったのだと思います。

■川出 でも条件として示されましたのが断髪とヒゲの剃り落としでした。(笑)当時、私は髪を肩まで伸ばしていましたし、髭も蓄えていましたから、まるで別人です。松波社長としてはその風貌で日本ビューテックの役員を名乗られたのでは、会社のイメージダウンになると思ったのだと思います。

□秋林路 本来は、髭もヘアースタイルも個人の自由ですが、どんな感じでしたか。

■川出 髭を剃り髪を短くしたのは7~8年振りでしたが、本人も鏡を見て別人のように見えました(笑)。社員の皆さんからも「若くみえる」と好評でしたので、このスタイルでいくことにしました。

□秋林路 豊富な経験をもって日本ビューテックにご入社された訳ですから、日が浅くて役員に抜擢されても不思議ではないのですが、どのように受け止められたのですか。

■川出 正直ビックリしました。それと同時に、自分に対してこれほど期待を寄せて貰っているという気持ちが嬉しかったですね。ただ、人間関係がありますので、社

内の体制が固まるまでには少し時間が必要でした。

□秋林路 首脳人事は経営者の想いが強く反映されますが、その期待に川出さんはどのように応えて来られたのですか。

■川出 当社は7月が決算なので、31期がスタートする8月

で約4ヶ月ほど準備期間があった点は本当にありがたかったです。この一年間は色々チャレンジさせて頂きました。その結果も少しずつ出てきたように思います。

□秋林路 具体的にはどんな？

■川出 実は、意外と基本的なことが出来ていなかった事もありました。仲がよすぎるんですね、学生のサークル活動みたいなノリもあったりして…。人が動くことで結果もきちんと出せるのですが、どこかが曖昧。そこで、先ずしっかりした組織を作り上げて、ひとり一人の役割を認識して頂くことから始めました。

商品に関しては、しっかりとしたブランドとして確立したいので、“ブランド・アイデンティティ戦略”を推進しています。意識を持って“VIEWTEC”ブランドを前面に押し出したい。そこで今年のトラックショーでは、会社名の表記は小さくして“VIEWTEC”のロゴがどこからでも見えるように、レイアウトし、ノベルティからも社名を消して



斬髪して若返った？



入社までのヘアースタイル

VIEWTECロゴのみを表記するように変更しました。

□秋林路 ブランドは信頼に繋がりますので、普及することによって企業も繁栄します。

■川出 そうなんです。お客様にプライドをもって“VIEWTEC”をお使い頂けるまで、ブランド力を高めたいですね。

□秋林路 ブランドを確立するためには地道な努力も必要です。

■川出 その通りです。ですから今期からは車体メーカーさんへお願いにあがり、トラックのボデーに“VIEWTEC”のロゴを貼って頂けるよう、お願いに上がることも考えています。

■功を奏してきた社員の育成

□秋林路 ブランド力を上げる必要性は誰もが感じていると思うのですが、商品力が伴っていないと、逆にイメージダウンになる危険性があります。しかし、商品力があるのにブランドが認知されない

のは悲しい事です。何が必要なのでしょうね。

■川出 現場に赴くスタッフのコミュニケーションスキルを引き上げる事が大切だと思います。お客様が何を求めているのか、まずはそれを正確に知ることが大切です。営業はお客様の声に真摯に耳を傾ける。そのニーズに合った商品になるべく早く高品質で提供する。お客様に「これを待っていた」と言ってもらいたいです。こういったことの繰り返しでブランド力が上がってくると思うんです。

□秋林路 そうですね。営業が動くことによって、お客様の声が入りますから、メーカーとユーザーの情報交換が密になります。ただ、お客様が求める商品はひとつではないですよ。

■川出 そうなんです。この一年、お客様の声に従って、毎月新商品の開発に取り組んでいるのですが、現在約30種類の新商品を検討しています。



「ナイスビューモニター」業界最高水準の映像品質



5ch ドラコレ映像

されていくので、経営戦略を考える上で大きな武器になります。それと、面白い試みとしては、毎日の朝礼の時に順番で短いスピーチをして頂くよ

□秋林路 ずいぶん多いですね。具体的にはどんな商品ですか。

■川出 まだ全てを公開する段階ではありませんが…。例えばアラウンドビューシステム(全方位映像)の商品化といった事が挙げられますが、お客様からのニーズがあれば、カメラ以外でもなんでもいい訳です。

□秋林路 なるほど、トラックというカテゴリに絞り込めば、同じお客様でも色々な商品ニーズがあると思います。

■川出 そうなんです。例えば、大型低床トレーラのアラウンドビューをやろうとすると水平視野角が140度、160度、180度といった歪みの少ないカメララインナップが必要になってきます。また、高級乗用車に採用されているeミラーシステムにもトラック事業者さんからの関心が非常に高いので、随時商品化する考えです。今回のトラックショーでは、従来品以外に9種類の開発中商品を展示しましたが、おかげさまで非常に大きな反響がありました。

□秋林路 社内の組織を確立したり、お客様ニーズに合った商品

のラインナップを進めたり、役員になってこの一年間は日本ビューテック始まって以来の大改革に取り組んで来られた訳ですが、その中で最も大切な事は“社員の質”、つまり社員教育になるのではないかと思います。

■川出 実は、最近大きなトラブルが発生して、お客様に迷惑をお掛けしてしまったのですが、これを解決するにあたり、担当者だけに任せる訳にはいきませんので、私や中間管理職のスタッフも一緒に出かけ、そこでやり取りした内容については、経過も含め社内で情報を共有しました。そういう負の情報も含めて皆で考えることが、結果としてスキル向上や社員教育に繋がると考えています。加えて、社内コミュニケーションも大切と考え、一人一時間かけて全社員の個人面談を年二回実施しています。これは想像以上に大きな効果がありました。

□秋林路 全社員に年2回、一時間掛けての面談は結構なボリュームです。

■川出 はい、でもこれは社員の考え方や特性が情報として蓄積

うにした事です。内容は私的なことでも会社のこと、お客様のこと、何でもいいんです。始めた当初は慣れていないので、なかなか上手に喋れなかったのですが、現在は皆さん実にトークが上手くなりました。人前で話が出来ないのは、個人としても会社としてもマイナスなので、話すことに慣れてほしいという願いもあって始めたのですが、これも大きな効果がありましたし、おかげで社内も明るくなりました。

□秋林路 仲間意識も強くなりそうですね。

■川出 そうなんです。その後、マーケティング課の社員からの提案で、この内容を弊社ホームページ「社員ブログコーナー」に3月から掲載を始めたのですが、これが好評を博しているんです。

□秋林路 良いお話ですね。

■川出 実は、今年から新卒者の採用を準備しているのですが、この社員ブログを読んで、「こういう会社に入りたかったんです」と応募してくださる学生もいるんです。また、弊社は来客に対して、大きな声で挨拶するようにしているのですが、こういう社風がいいと

喜んで下さる学生さんも居て嬉しい限りです。

■追い風の予感がする
未来の市場

□秋林路 今年8月からは32期が始まっている訳ですが、役員2年目はどんな事をお考えですか。

■川出 概ね組織も出来て、新商品への取り組みも活発になってきましたので、新しい考え方としてこのほど「頼る課」を発足させました。困った時のお役立ち課です。

□秋林路 お役所の“すぐやる課”と同じですね。

■川出 そうです、同じ発想です。中はカスタマーサポートグループとセールスサポートグループがあります。カスタマーサポートは主にアフターサービスが中心となりますが、お客様からの要望にいち早く応えられるようにする。セールスサポートは女性スタッフも営業スタッフと同等レベルまで商品知識を身に付け、お客様からのどんな質問にも回答できるようにする。これで営業はより一層お客様への営業活動に集中することが出来るのではと考えています。

また、社内の基幹システムも8月からCRM(顧客管理システム)を導入し、事務処理を極力ペーパーレス化、出荷業務に関してもQRコードを使用し、ミスを少なくしながら効率を飛躍的に高めることを目標としています。考えている事は色々ありますが、32期は実効性のある活動を推進したいと考

えています。

□秋林路 商品としては、これまでは映像が主ですが、通信環境も大きく変わっているし、新しいマーケットも期待できるのではないですか。

■川出 実は、通信に関わるビジネスにつきましても非常に実現性の高いプランを進めておりまして、日本ビューテックもこれによって大きく変わる可能性、追い風の予感がしているところです。

□秋林路 なんだか期待が高まりますね。企業は中・長期計画を立てて事業を推進しますが、最近技術の高度化が急速ですから、10年先は読めないと言われています。今後の計画としてはどんな事を?

■川出 弊社の売り上げは、システム営業部の車載機器課が中心になっていて、その向け先はトラックが主なんです。必ずしもトラックに拘らなくて良いのではないかと考えています。例えば建設機械や船舶を始めとする様々な分野に於いても弊社の商品は必要とされるのではないかと考えています。まだマーケティングが終わっていないので断言は出来ないのですが、映像機器と通信環境が融合したシステムは、売り先がトラックだけではなく、市場も広がれば、未知の分野へのチャレンジになりますので、人材の拡充は必要不可欠ですね。益々のご活躍を期待しております。本日は有難う御座いました。

従いまして、マーケティングも含めて人材がもう少し欲しいな、と考えています。将来について言えば、暫くは人に投資したいと思

ます。

□秋林路 なるほど、企業の元は人ですから、長期計画も人材育成が先ですね。

■川出 トラックに限って申しますと、当社が狙うのはやはりスペックインです。例えば20年前の乗用車を思い浮かべた時、ドアがリモコンで開閉する機能など想像もできなかったのに、今ではどの車にも装備されています。同様に、トラックもリアビューモニターの搭載が標準化していった場合、後付けの市場は激減しますので、スペックインを獲得することはとても重要なことかと思われま

す。□秋林路 トラックも無人運転がテストされる時代ですから、カメラと通信を絡めたIoT(モノインターネット)はどんどん進化すると思います。単品機器ではお客様が満足しない時代です。

■川出 当社はタンクローリのお客様も多いのですが、安全確保の意味もあってこの分野は非常に管理が厳しくなっています。車輛の運行管理からドライバーさん、積載物まで一貫して管理される時代になると思いますので、そういった機器の開発にも着手しています。

□秋林路 確かに、商品アイテムを増やし、市場も広がれば、未知の分野へのチャレンジになりますので、人材の拡充は必要不可欠ですね。益々のご活躍を期待しております。本日は有難う御座いました。