

突撃取材



事業所 レポート!

第6回

全国の事業拠点を訪問し
取材するコーナー。社員
のみなさんからお話を伺
い、事業所の特徴や取組
みなどをご紹介します。

今回の訪問先は

名古屋事業所



[事業所PROFILE]

立 地：愛知県東海市東海町

歴 史：(株)テツゲン名古屋支店のスラグ部門より営業・販売を分離して発足

人 員：16名（2017年4月1日現在）

- 主な特徴：
- 製造は(株)テツゲン、協材砕石(株)が担当し、
当社は販売・営業活動に特化。
 - 愛知・三重・岐阜の中部地区から静岡へと販売エリアを拡大。
 - 高炉スラグを中心に路盤材は代理店経由、
細骨材は直販で対応。

[スラグ生産に関わる会社]

株式会社テツゲン

1939年設立。製鉄プロセスで
発生する多様な副産物の加工・
販売を行う。再資源化に向けた
研究を重ね多くの製品・技術で
保有し、幅広い事業を展開する。

株式会社メイカイ

(株)テツゲンの関連会社。一般
貨物運送・港湾運送を中心に、
スラグ製品などの運搬業務を
担う。

協材砕石株式会社

1987年協材興業(株)より製鋼スラグ
の処理・販売を引き継ぎ発足。



事業所近郊のおすすめスポット

聚楽園大仏

名古屋事業所のすぐ近くにある大きな大仏像。昭和2年に昭和天皇御成婚記念として建立されたコンクリート製の巨像です。高さ18.79mと奈良の大仏より大きく、鉄筋コンクリート製としては国内最大級の大きさなので近くで見上げると大迫力です。



レゴランドジャパン

4月にオープンした日本初のレゴブロックによる屋外型テーマパークです。乗り物やアトラクションはもちろん、至る所に置いてあるレゴ作品も見所です。約1000万個ものブロックで作った全国主要観光地の再現エリアは、一見の価値があります。



名古屋めし

手羽先・味噌カツ・味噌煮込みうどん・ひつまぶし・あんかけスパゲティ・きしめん・てんむす…。これらは中部圏で発祥・発展した食事です。全体的に味も見た目(色)も濃いのが特徴で、この「こってり」「甘辛味」がヤミツキになるかもしれません。是非一度ご賞味下さい。



人脈・紹介だけでなく“体当たり”の訪問営業で 地元・愛知を中心に静岡全域までエリアを拡張。

名古屋製鉄所は年間粗鋼規模が約600万トンで、新日鉄住金㈱の中核を担う、中部地区唯一の一貫製鉄所。

当事業所は室蘭・君津事業所と同じく販売専門の事業所です。

愛知・三重・岐阜など中部地区を中心に販売してきましたが、2014年からは静岡全域にも路盤材の販路を拡大。

代理店3社との協力を含め、これまでの直販での深い取引関係を継続し、きめ細かな営業を展開しています。

ここでは坪田事業所長以下4名の皆さんに、営業活動を中心とした事業所の取り組みについて伺いました。



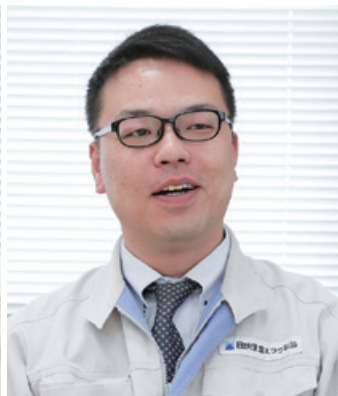
名古屋事業所長
坪田 淳



営業室長
小島 秀一



営業室 主査
深川 雄一郎



営業室 主査
遠山 雄一

代理店経由・直販に関わらず、お客様の声に耳を傾け ニーズに合ったスラグ製品を提案して信頼を構築

—— まず名古屋事業所の概要や体制について伺えますか。

坪田 名古屋製鉄所から生産されるスラグを販売しています。主な用途は路盤材や生コンユーザへの細骨材として、中部地区のお客様を主体に販売しています。メンバーは新日鉄住金への出向者1名を含め、総勢16名。所長以下、総務室3名、営業室12名の所帯です。営業室は2名の主査を中心とした2つのグループで構成しています。

深川 私は細骨材向けのお客様と、路盤材向けは静岡県への営業を担当しています。静岡のほぼ全域を網羅しているため、浜松あたりなら1時間で行けますが、沼津とか遠方に行く場合は泊まりがけになることもあります。

遠山 私の担当エリアは愛知県全域および三重県と岐阜県です。路盤材はすべて代理店を通じて販売しており、3社の代理店と契約しています。

小島 代理店にお任せするケースもありますが、エンドユーザから直接相談を受けることが多いのが特徴。中部地区はもともとテツゲンが直販してきたお客様が多く、その経緯もあって直接ニーズを汲み取る営業スタイルを継続しています。

深川 生コンやアスコンなど細骨材向けのお客様には、現在も直販なので納品管理など日々のケアが必要です。客先に顔を

出すことと、静岡への出張をスケジュールに組み込んで効率的な営業活動を心がけています。

—— 営業のやりがいや苦労話をお聞かせください。

遠山 物流センターや量販店など頻繁に商品の積込をする民間施設は、大型トラックの往来が激しい場所。スラグ製品を使った路盤は強度が高く、傷みにくいというメリットがあります。この利点をPRし、大規模施設の路盤材として導入された時は大きな達成感があります。また、家族と車で国道をドライブした時、「この道路はお父さんが提案した路盤材でできているんだよ」と息子に話すとか…。形に残る仕事にやりがいを感じます。

深川 人とのつながりが生まれることが魅力です。飛び込み営業なんかはその最たるもの。道路を車で走行している時、工事現場を見つけたら事務所に入って声をかけるとか…。「何をしに来たんだ!？」というところからスタートして、時間をかけて仕事を受注した瞬間は格別ですね。

静岡へ新たに販路を広げようとした時は一番苦労しました。つても人脈もなければ、土地勘もない。最初に納入したのは水産加工工場で、2000トンのスラグを路盤材として納入しました。スラグを知らない方に、一から説明するのは容易ではありません。高速道路に納入した実績を紹介するなど、成分や品質面の説明には特に気を遣いました。信頼構築には根気が必要。最初の接点から商談がまとまるまで、3ヶ月以上かかりました。工事をしたのは静岡の大手ゼネコンの下請会社で、その後は実績



- ① 営業室は中部地区と静岡地区それぞれを担当する2グループで構成され、総務室を合わせ総勢16名体制。
- ② 販売代理店の担当者と打ち合わせ。お客様の要望をふまえ、スラグ製品や納入スケジュールなどを検討する。
- ③ 営業室長を中心にメンバー同士が活動の成果を話し合う。
- ④ 製鉄所構内に設けられたスラグ活用研究室。行政や民間などスラグの利用を検討するお客様に製品をPRする。

を含め積極的にPRし、他の工事での導入に発展していきました。

新日鉄住金とテツゲンとの3社が力を合わせ、 製鋼スラグの在庫を減らす新製品を開発

—— テツゲンとの業務のすみ分けや関係性について伺えますか。

小島 スラグの製造と販売は事業の両輪です。密接な連携が必要なので、日々のコミュニケーションを重視しています。また、週に1度は連絡会という形で、出荷計画や安全管理などの議題を共有する場を設けています。私を含め、テツゲンから営業部隊として当社に転籍したメンバーが多く、気軽に事務所を歩き来できる風通しの良い関係です。

特に安全管理で注意しているのは、お客様側が工場内に引き取りに来るケース。先方手配のトラックになるので、ルールを遵守しなければ事故につながる危険性があります。積み場が変更した、新しい規則ができた。こういった情報は、我々が率先してスピーディーに伝達しなければなりません。製販輸送の3社が一体となって動ける組織を目指しています。

—— 新商品CS40Nについて、開発の経緯をお聞かせください。

坪田 名古屋事業所では高炉スラグの販売は順調ですが、製鋼スラグは在庫増傾向にありました。そこで新日鉄住金・テツゲンと協力し、高炉スラグと製鋼スラグの複合材を新たな商品としてラインナップ。これがCS40Nです。従来の路盤材と用途は同じですが、粒度構成を細かくし、現場の施工性が大幅に向上しました。

遠山 公共工事の減少に伴い、民間工事向けにスラグを供給しようという動きがあります。公共の場合、上層・下層で路盤の設計が異なるのですが、民間は一層で見映え良く、更に強度が必要になります。このニーズに応える製品として開発し、営業を推進している状況です。

—— 今後の大型案件についてはいかがですか。

坪田 知多半島を中心に港湾工事や、産業道路である西知多道路の拡充など大きなインフラ整備が始まります。お客様の動向をつかみ、ニーズをふまえた的確な提案をするには、安定供給に向けた数量の確保、陸送・海送など輸送手段の検討、納入のタイミングなど最適な業務運営に向けた事前準備が欠かせ

ません。ここでも新日鉄住金、テツゲンとの連携が必要になります。

—— 最後にお一人ずつ目標を伺えますか。

遠山 スラグは鉄の連産品。目的として作る製品ではありません。社会のルールや法令を守るのはもちろん、正しい方法で製造し、正しい形でお客様に使っていただくことが大切。その上で付加価値の高い製品を提案したいです。

深川 スラグは販売が滞ると在庫が溜まってしまいます。売り先確保に向け、スラグ製品に対して誤解や抵抗のあるお客様の懸念を払拭していきたい。さらに品質管理への意識を高め、実績やメリットをPRしたいと思います。

小島 私がテツゲンに入社した昭和50年代は、道路の維持管理が楽で天然砕石よりもリーズナブルだと、スラグは大変喜ばれました。在庫がなく、やむを得ず注文を断る事もありました。ところが昨今、環境への意識の高まりとともにスラグの品質管理の重要性が高まっています。安全性や品質を高めて、お客様の方から「ぜひスラグを使いたい」と言っていただけるようにしたい。これも営業の重要な使命と認識しています。

坪田 会社方針である①コンプライアンスの遵守、②製販バランス確保、③コスト削減とその優先順位について、事業所全員がベクトルを同じくして、業務を推進できるよう指導していきたい。営業という仕事に誇りと責任感を持って、意欲みなぎる職場環境を維持したいと思います。

—— 本日はありがとうございました。

事業所の取り組みをご紹介



産業医講話

生活習慣病対策や健康管理について、産業医の医師からさまざまな指導を受けます。



定例懇親会

事業所全員参加で行われる懇親会。コミュニケーションを深める時間を大切にしています。