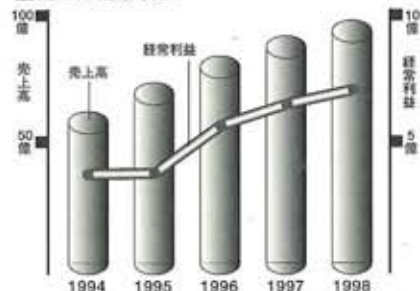


# 好奇心がバネになる。



サンコーインダストリーは社員の前向きな気持ちを機動力に顧客ニーズの半歩先に行く提案力で業界をリードしてきました。これは社員一人ひとりの好奇心が仕事への意欲を駆り立て、次々と新しい課題に挑戦してきた結果です。こうした好循環が、当社の安定的な成長を支えています。

■売上と経常利益



右肩あがりの実績は、好奇心をバネに社員が業務の合理化と高度化を図ってきた結果です。ローコストで品質の高いサービスを提供してお客様に喜んでいただいています。

機動力

## これがモバイル・コンピューティング!

情報は新鮮なほど価値がある。こうした考えで早くから高度情報化を進め、現在ではパソコン一人1台体制で業務をこなしています。また出張中、喫茶店から端末とデジタル通信機器を使って電子メールをビビビ! 社内のコンピュータにデジタル電波を飛ばして、届けたい相手の手元に新鮮な顧客情報を届けています。また顧客データを加工してコンピュータ画面で得意先にプレゼンテーションを行ったり、営業面での機動力アップに積極活用しています。



挑戦力

## ネジにも流行があるんです。

大きなモノから小さなモノまで、ネジは産業に欠かせないファスニング（締結）の道具。多様な製品に使用されています。このネジの色や形、機能に対するニーズも時代が動くにつれて変化。今注目を浴びているのは、地球環境保全の動きに対応して開発された新素材を締結するネジの開発です。くず木材を圧縮してつくる「パーティクルボード」に使用できるネジや、樹脂用、酸性雨に強いネジなど、メーカーと共同で新商品開発に挑戦しています。



連携力

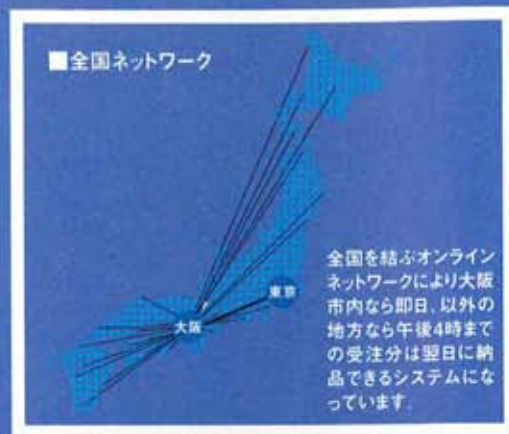
## グリーンカード・イエローカード?

サッカーゲームで使用されているグリーンカードやイエローカードに着想を得て、お客様の声を余すことなく経営に活かす工夫をしています。例えば、お客様に引き合いをいただいたのに、当社が扱っていない商品が存在した場合、その名前と特長をグリーンカードに、商品以外のご要望はイエローカードに記載する、といった具合。このようにさらにお客様に役立つ企業となるため、各部署で働く社員が連携して、貴重な経営情報を収集しています。



# 「シ」 「カ」な関係です。

「最良のサービスは働きやすい職場から」という考えのもと、  
流通センターの機械化とコンピュータによる在庫管理のデジタル化を推進。  
人間の知恵とコンピュータのフル活用で全国津々浦々のユーザーに直結して  
お客様と打ては響くような厚い信頼関係を作っています。



# 営業と流通はまさに二人三脚、 気持ちを合わせて最良のサービスを追求しています。

## 男女ペア体制でユーザーニーズにフィット

営業はお客様に対する最初の窓口。サンコーを代表する顔になります。当社では大阪市内を営業二課、全国を含める市外営業を営業一課に分担。各課では男女がペアになって得意先のニーズをがっちりガードしています。男子営業マンの不在中でも女子社員がお客様のご要望や注文に対応し「男子社員にない心遣い」とお客様に喜んでいただいています。



## 社員1人にパソコン1台で受発注をデジタル管理

電話やファックスによってお客様からの注文を受けると即営業スタッフはパソコンに受注情報をインプット。出荷情報が流通センターに伝達されます。また在庫確認やお得意先への納品実績などの情報をパソコン画面で照会できるため、誰でも即お客様の疑問や要望にお応えできます。

## どんなご要望にも対応できるネジの専門家に



お客様が探しておられるネジの情報を提供したり、短時間で商品を納品するなど、どんなご要望にもお応えできるのは、一人ひとりの営業マンが商品情報や物流事情に詳しいから。入社後、男子社員は流通センターに配属されて、商品知識や配送管理のノウハウを学びます。ここでの経験が、当社の営業力の基盤となるのです。

## 入荷から出荷までの工程と商品のすべてを知る

入社後は本社・東大阪・泉尾にある流通センターに順繰りに配属されます。ここで覚えることはさまざま。東大阪では7万種類におよぶファスニング製品の把握に始まり、全国のお客様に配送する商品のピッキング、検品、出荷までのすべての工程を。また泉尾ではサンコーのペンギンブランドとして箱詰めされ商品化されるまでの工程を。本社流通課では、大阪市内のお客様の要望で、お引き取り対応の商品の出荷までを経験します。こうしてサンコーの総合力を体得するのです。



## 当社の業務を納品という形で締めくくるアンカーだ

営業が打ち込んだ得意先別の発注データは、物流センターで明細伝票としてプリントアウトされます。これに従って商品をピッキング。ピッキングした商品が伝票どおりに揃っているかを検品した後、梱包して配送します。在庫商品なら梱包までのすべての作業は45分未満で可能。しかしスピードを競いながらクレームのない作業を行うためには的確な作業をそれぞれの持ち場で行うことが重要です。流通部門は「お客様のお役に立ちたい」と願う当社のすべての業務を、納品という形で締めくくるアンカーとしての役割を担っています。これを社員一人ひとりが自覚し、間違いのないピッキングや荷造り、スピーディーな配送などの業務改善への努力を重ね、品質の高い即納サービスを実現しています。



## 高度情報化で仕事の効率アップをバックアップ

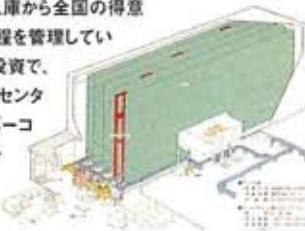
### POSシステムでリアルタイムに在庫管理

1981年には業界でははじめてのPOSによるコンピュータネットワークで全商品リアルタイム管理を開始しました。以来サンコーでは着々と高度情報化を進め、あらゆる情報をデータベース化しています。これによって営業と流通部門の情報伝達も円滑に行え業務効率もアップ。煩雑な仕事から社員を開放しました。また膨大なアイテムを管理する仕入部門での業務もコンピュータを駆使したのとなり、品切れなしの優良な仕入れ計画を実現しています。さらに仕入課ではここに集まる専門的な商品情報を広く社員に伝達するため「ネジのバイブル」の編纂に挑戦。高度情報化は社員にゆとりを与え、プロフェッショナルな社員育成を助けています。



### 物流システムの近代化

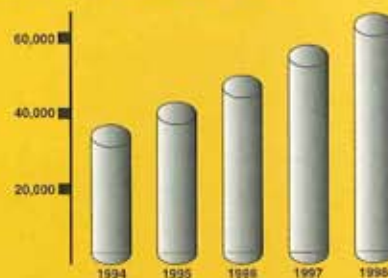
サンコーでは「単純な仕事や力仕事は機械に任せて人間は考える仕事をすべきである」という考えから機械化を進め、安全で快適な職場づくりに力を入れてきました。東大阪流通センターでは、コンピュータ管理の商品搬送設備を備えて、本社ホストコンピュータとオンライン化。商品の入庫から全国の得意先に配送されるまでのすべての作業工程を管理しています。さらに現在、20数億をかけた設備投資で、流通センター横の敷地に近代的な物流センターの建設を計画。商品の入出庫をバーコード管理できるシステムを導入して、クレームのない発送と、年々増え続ける在庫量をゆったりと収容できる規模を実現します。



# 満足がヨロコビ。

お客様がどんな商品やサービスを求めているのか。  
どのポジションにおいても社員一人ひとりの意識は  
「お客様に役立ちたい」という願いに集約されます。  
商品や売上・人がもたらす最新情報を分析して、企業ビジョンを社員全員が共有。  
各ポジションでニーズに的確に応えるための新しい試みに挑戦しています。

■在庫商品の取扱い種類の変遷



在庫アイテムの豊富さが当社のアピールポイント。  
毎年ネジの流行に先駆けて在庫は増加しています。



## いち早く動向をつかんでニーズにフィット

当社は年々増加する膨大な在庫商品を管理するためコンピュータを活用した発注点管理方式で在庫管理しています。これによって煩雑な管理業務から社員を開放して、総合的な経営の視点から管理コストが軽減できるようになり、どんなネジでもより安く、より良い品質で即納できるようにしました。競合先でもある同業他社からも重宝がられているのも、当社がこうした能力を持っているからです。現在のコンピュータ登録アイテムは7万アイテムを越えますが、今後も売り上げを伸ばすため商品

アイテムを毎日のように増やしています。市場にない商品を発注していくわけですが、これに対する引き合いの増加、市況などの業界情報を読んで、他のユーザーからも引き合いが来るだろうという予測がいたらその商品を在庫していきます。それまではあくまで架空の在庫なのでお客様から注文を受けた時点で必要な数だけ手配します。この時期は新製品の

仕入課  
1985年3月入社

**田中 幸生**

宣伝期として考え、儲けは度外視。その後宣伝効果が上がって取引が増加すると、はじめて実質の在庫商品として大量に商品を仕入れます。これでやっとその商品は一人前に利益を上げることができる在庫品として認められるわけです。こうしてつねに新しい時代のニーズに対応できる品揃えを拡充し在庫力の強化を進めています。

## ネジのことなら何でもおまかせ!

どのようなお客様の問い合わせにも、ベテラン・新入社員に関わらず誰でも即答できるように、在庫情報や顧客情報、商品情報などを共有しよう。こうした目的で私たちは高度情報化を進めてきました。問い合わせと言っても実に多様です。たとえばネジのサイズ、カラー、素材などの仕様問い合わせから、これこれの素材を締結するのに適した機能を持つネジはあるかなどの要望まで。私たちのお客様は問屋や商社、一部の小売店ですから、商品知識はお客様のほうが詳しいことも多いですね。私たちの仕事はそ

営業第1課 中部ブロック  
1991年3月入社

**西山 勲**

れ以上のレベルの知識を持って、最適な商品や代替品などを提案すること。ですから「ベテランの営業マンなら充分対応してもらえるが新人はどうも」と言われると困ります。そこでファスナー104番やカタログCD-ROMを作ることにしました。ファスナー104番は日常業務の中での問い合わせの回答集でどんな質問にも即答できるというスグレモノです。またカタログCD-ROMは膨大な数のネジをマウス操作のみで検索できネジの写真から材質・形状入数が表示できます。また見積書も掛け率を自由に設定できるので簡単に作れます。大手ユーザーの設計部からの問い合わせも多く「簡単な操作で自社の価格表が作成できる」「これをきっかけにコンピュータが導入でき業務の合理化が図れる」と喜んでいただいています。



カタログCD-ROM

## 東京エリアで新規顧客開拓に意欲的

東京は市場規模が大きくこれからの開拓が楽しみなエリアです。当社の得意分野にフィットするお客様はいないか電話帳を調べると、営業をかけるべき企業は無数に発見できます。当社の在庫アイテム数や商品管理情報システム、即納体制は東京でも十分に競争力があり、新しいお客様を前にしても、自信を持って提案できるのはありがたいことです。何度も営業に同った企業でライバル会社の情報を教えていただけたときは嬉しかったですね。ライバル情報は会社全体に関係する情報なので日報にまとめて電子メールで送るようにしています。またネジのニーズの変化を肌で感じることも多いです。最近東京営業所を窓口に取り組んでいるスチールハウスの建築に必要なネジの開発。これは森林破壊を防ぐため家の建築に鉄を使おうという開発プロジェクトで、メーカーと共同開発しています。このように競合情報を始め、メーカーと共同開発した新商品を携えて新しい需要を開拓できるのも東京ならではのことで、現在東京営業所の社員数は5人ですが、事務所のスペースも大きく、本社が東京市場開拓に意気込んでいる姿勢が感じられるのは心強いことです。私もこれに少しでも貢献できるように努力していきたいです。

東京営業所  
1995年3月入社

**小南 雅之**

**挑戦力**

**Q1** サンコーのネジの得意分野知ってる？

**A1** パソコンなどの電子機器や、携帯電話などの通信端末機器、家電製品など、私たちが仕事や家庭で使っている製品を組み立てるために欠かせない「小ネジ」がサンコーの得意分野。ロケットだって操縦システムのネジ一本が欠けているだけで宇宙への旅は不可能になります。

**Q2** ネジ博士と呼ばれるようになるには？

**A2** サンコーでは、ネジのスペシャリストである仕入課が、勉強会や研修などさまざまな機会を作って全社員にネジの知識を共有してもらえるように努力しています。現在ネジの基礎知識をネジのバイブルとして編纂中です。これはお客様からいただいた質問を集めて分かりやすく解説したものを、業界にも通用する「サンコー書」として発行しようと、意気込んでいます。これ一冊あれば誰もがネジ博士になれるのです。

**Q3** ネジ以外のファスニング製品があるのをご存じ？

**A3** コンクリートの中にネジを打ち込むために使うトグラーなどの製品はもちろんのこと、接着剤やファスナー、フックやはとめホックだってモノを締結する道具です。サンコーではネジに固執せずお客様が必要としておられるファスニング製品なら何でも、幅広く取り扱えるように努力しています。

**Q4** なぜペンギンがマスコットになったの？

**A4** カワイイから。設立当初、ネジ業界の商標はタイガーやネコ、オットセイなどアニマル系が一般的でした。サンコーではお客様にかわいがっていただけるようにという願いを込めて、ペンギンを商標のモチーフに。現在の商標は二代目のペンギンでサンキュートリオという愛称で親しまれています。

**Q5** ペンギンマークで特許を取った商品について知りたい。

**A5** 我が社の新製品は「パーティビス」です。環境保全の視点から、伐採林の有効利用を目的にして、木くずを圧縮して製造する「パーティクルボード」が木材業界で開発されました。しかしこれには従来のネジは締結機能を発揮しません。そこでメーカーと共同で、保持力が大きく作業性の良い「パーティビス」を開発、実用新案特許を取得しました。

**Q6** できる奴になるにはQC活動が肝心、その心は？

**A6** QC活動は新人の登竜門。各部門で数人のグループを組んで仕事の品質を高めるための課題を研究して解決方法を発表します。6カ月間で結論をまとめあげていくのですからリーダーシップが問われます。ここで認められると優秀リーダー賞が授与され、我が社のホープとして期待を集めるとともに、次期主任の候補としてノミネートされます。

**Q7** 新入社員研修でなぜ禅を組まなきゃならないの？

**A7** 一汁一菜の質素な食事や、座禅などの体験を、話のネタにすることはあっても、無の境地を開こうとか、そんな大それたことを考えて禅を研修に組みこんだわけではありません。「何でも体験してみよう」という我が社のモットーを、身を持って知ってもらうために企画したものです。



**Q8** イエローカードって誰のアイデアだ？

**A8** 1991年に設立されたJリーグ。当時ガンバ大阪の応援に熱狂していた女子社員が、イエローカードに泣いた選手の悔しさを晴らしたい、という動機からイエローカードをお客様からの「ご要望カード」として提案。こうしてイエローカードは当社の目安箱として働き、汚名返上をはかっています。

**Q9** 興味の湧いたときに研修どき、その心は？

**A9** 「チャンスは自分でつかむ」これがサンコー社員の鉄則。また上から押しつけられるよりも、自分の興味が高まったときに勉強したほうが知識がよく身につくという考え方で、技能開発の研修は自己申告することになっています。パソコン研修や話し方教室などの毎回の募集には多数の申込者があり、次回待ちになることもあるのです。

**Q10** システムアドミニストレーターって何？

**A10** 社内のOA化推進役です。利用者の立場でシステムの開発を進めるために、ソフト開発やシステムアップの専門家への要望を橋渡しする役目を担います。当社ではシステムアドミニストレーターの資格取得をはじめ各種の資格取得を奨励。チャレンジして資格を取得した社員には報奨金を与えるなど、キャリアアップを積極的に支援しています。

**Q11** パソコンを安くで手に入れる方法はないですか？

**A11** 当社の情報化に対する意識の高さは、パソコン研修希望者の多さや、社員個人のパソコン保有率にも現れています。仕事だけでなくプライベートでもパソコンを利用したいという社員が多く、この要望に応じてパソコンを個人で購入したら、会社が独自のローンを組んで、社員が低額でパソコンを購入できる制度を整えています。

**Q12** 楽しいと評判の社内イベント、誰が立役者だ？

**A12** リクレーション委員会です。これは有志が集まって結成した委員会。慰安旅行や忘年会、スポーツ大会など、社内のイベントを企画しています。また当社を支援してくださるお客様を招待して行う年に一度の行事「事業発展計画発表会」の懇親会企画も同委員会に任せ、その個性的な演出はお客様にも好評をいただいています。

**Q13** 春夏秋冬の遊びが満喫できるわけは？

**A13** 白浜、淡路島、野尻湖、大山の自社保有の保養施設や、法人会員として加入している東急タングラム、エメラルドグリーンクラブ、ダイヤモンドクラブなどのリゾート施設が利用できます。スキー、ゴルフテニス、マリンスポーツなど四季を通じて楽しめるスポットを網羅する保養施設の案内を「空飛ぶダンボ」にまとめて当社のホームページにコーナーを開設。誰もが気軽に利用できるようになっています。

**Q14** 一人暮らしでも大丈夫なわけは？

**A14** 東大阪流通センター・大阪本社・東京営業所への通勤が便利な場所に、借り上げマンションをはじめとする社員寮を保有して安価で賃貸しています。また一人暮らしの社員には月1万円の補助金を渡しています。

**ホットコミュニケーションで「ハッピー」をカタチにしています。**