

極限まで取り扱いアイテムを拡張、 経費対効果を考えずに ユーザーの利便性を追求したい

サンコーインダストリー株 社長 奥山 淑英

所在地 〒550-0012 大阪市西区立売堀1-9-28
TEL 06-6539-3537 FAX 06-6539-3547
設立 1948年3月 資本金 1億9,785万円 従業員数 380名
事業内容 ねじ、ボルト、ナット等ファスニング関連商品総合商社
H P <http://www.sunco.co.jp/>

聞き手：(一社)大阪府経営合理化協会
専務理事 佐竹幹雄



佐竹 社長に就任されたときのお気持ちから聞かせていただけますか？

奥山 幼いころから社長の息子だということで引き継いでいくのが当然という感覚の中で育ちましたから、社長就任時に改めて何かを意識した、ということはなかったですね。しかし、先頭を切らなければならぬ、つまり少ない情報の中で決断をいかなければならぬということの難しさは痛感しています。自分が旗を振って、みんなをどう盛り上げていくのか、そこは一番、一生懸命考えなければならないところだと思っています。

佐竹 トップは責任が重いですからね。

奥山 確実に上がっていくなければならないということに、プレッシャーは感じます。でも、プレッシャーも、ときには快感になるし、やりがいにもなります(笑)。僕は以前から周囲の人たちに「今度は何をするんや？」という目で見られていたので、逆に、「変なヤツだ」と思っていた方がいいや、ぐらに思っています(笑)。そんな僕が今、みんなに言っているのは、「遊んでいるよう仕事をして、当然のように成果を上げる」です。テンションが上がるるのは遊んでいるときですから、それで成果が上がれば、

ますますテンションが上がります。テンションが上がれば、やる気も出ます(笑)。

佐竹 若手のトップならではの発想ですね。一方で、朝礼に力を入れ、また「事業発展計画発表会」を開くなど、地道にとか、企業理念を社員の皆さんに浸透していく努力をされていますよね。

奥山 事業発展計画発表会は「うちの会社はこの方向に向かって行くぞ」ということを社員に伝えるためのものです。内容は具体的で、細部に渡っています。朝礼では、企業の理念を一言集約的というか、わかりやすいキーワードで、繰り返し繰り返し伝えるようにしています。

佐竹 御社の特長の1つに、どこよりも早くからIT化に取り組んでこられて、画期的な、ねじの物流システムを構築されていることがあります、今後、どう発展させようとお考えですか。

奥山 現在は50万点のねじを管理しているのですが、ここ何年かのうちに100万点までいきたいと考えています。

佐竹 それはまたすごい数字ですね。ユーザーが必要とされるものを荷合わせ、梱包して送り出す。それが注文から1日でできるというのは、私たち素人からみると、非

常に驚異的なことに思えますが(笑)。

奥山 物流の世界では、荷物を合わせるという仕事があまりないので、奇抜に見えるのかもしれません、我々にとっては「荷合わせ」のは効率化でも何でもなくて、お客様の手元に届いた後、お客様がされる仕事を効率化するためにしているだけのことなんです。

佐竹 差別化ですね。ほかにも、他社はない商品を多数扱っておられ、海外製品にも手を伸ばしておられますよね。

奥山 海外輸入品は全体の数%です。ねじの業界の基本は1品単価で、1本単価が1円以下なので、何万円という取引はありません。とくに、当社は商社ですので、「死角狙い」、少ない本数のご注文に対応することを得意としています。ただ、市場流動性の低いものだと、もう市場のどこにもない。それだと、受注生産になってロットが増えて総額が増える。当社にストックがあれば、1品単価は高いけれど、総額としては安い。そうなると今度は運賃がかかりてしまうので、市場性の高いものも一緒にご注文いただいた方がいいということになります。そういうビジネスモデルなのです。

佐竹 ねじに関しては、日本が世界をリードしているのですか？

奥山 いえ、たとえばアメリカはDIYの国で、タイヤ交換も、家の内装も自分する人が多く、建築系のビスは特許合戦で、ベンチャービジネスが成り立つぐらいです。そういうものを見つけて、取り入れるということをしないといけないでしょうね。

佐竹 ますます厳しい勝負になりそうです。

奥山 世の中は集約と削減の方向に向かっていますが、商社・卸が少ないアイテム、ぎりぎりの保有数で商売をすることは不可能だと思っています。コンビニに行って、商品数が少なかったら、誰も買いませんよね。我々もコンビニと同じく、品数が勝負です。メーカーさんたち、モノづくりをされているところが機械に設備投資をされる

ように、我々は商品に投資をしていく。そのなかで、いかにデッドストックを少なくするか、は別の課題になります。

佐竹 商品を保有するには、あちらこちらに倉庫もいる、ということですね。

奥山 2008年ごろには8つの倉庫があり、今は5つですから、これでも減っています。08年ごろは鉄鋼バブルで、1回の注文のボリュームが大きかったので、置く場所がなかった。そういう注文が急激に増加し、かといって、長期的に続くとは思えなかったので、あちらこちらに倉庫を点在させるしかなかったのです。

佐竹 時代の流れが反映されていますね。

奥山 今のセンターは小箱在庫ですが、あのとき増えていったのは、段ボール箱サイズの在庫です。リーマンショック後は、1つの注文の個数は減っています。多品種少ロット化が顕著に表れています。それで、東大阪の物流センターを少し拡張して4号館をつくって、より小口の作業を迅速に行えるように、また、小箱の在庫アイテムを増やせるようにしました。この6月に、稼働する予定です。

佐竹 今後の抱負をお聞きしたいのですが。

奥山 費用対効果を考えずに、お客様の利便性を最優先していくことで、当社に興味や関心を持ってもらいたいと思っています。また、取扱い可能アイテムを極限まで拡張し、保有数も極限まで高め、即納体制を強化し、同時に、市場性の低いものと高いものを合わせて買っていただけるようにしたいですね。さらには、お客様のビジネスを広げていただけるような、新しい商材の扱いも検討しています。すでに、配管と配管をつなぐものや、もっと異色などころでは安全靴や台車などの扱いも始めています。お客様に喜ばれてこそその当社だと思っていますので。

佐竹 お客様の商売を広げる、という視点は発展の原動力だと思います。貴重なお話をありがとうございました。