



株式会社ハウキン
代表取締役

伊藤彰記氏

Akinori Ito

鉄のあるハウキンから鉄もあるハウキンへ

創業70年を迎え、単なる鉄の間屋ではなく鉄のスペシャリストとして顧客の多様化するニーズに対応し高い信頼と経験を誇る(株)ハウキン。

「三河で一番“間に合う”会社」というスローガンを掲げ、顧客満足度向上などの目的意識を持ち社員一丸となって日々奮闘している。

豊橋を代表する老舗企業の4代目として、新たに様々な事業を展開している伊藤社長に、社員の意識改革方法や「ビジネスヴィレッジ構想」など今後の展望についてお話を伺った。

【企業概要】

株式会社ハウキン
URL : <http://houkin.com>
〒440-0095 清須町字高見32
TEL : 0532-31-5341
FAX : 0532-32-2321

——創業からこれまでの歩みをお聞かせください。

伊藤氏 戦後まもなく、母方の祖父が弊社を創業しました。当時、鉄の間屋として創業した祖父は、営業ノウハウを持たず、事業展開をしていましたので、取引先の獲得に苦慮し、経営も楽ではなかったと聞いています。血縁者ではなかったのですが、祖父の下で番頭格だった社員の方が2代目社長となり、そしてその後、父が3代目として会社を引き継ぎました。2008年、リーマンショックの影響で売り上げが6割ダウンしました。その翌年、雇用を守り、経営を維持するために、高給取りだった父に退いてもらい、予定よりも4年ほど前倒しで私が4代目の社長に就任しました。

会社の成長、発展のために奮闘する父の背中を子供のころから見ていた私ですが、弊社に入社して将来社長として会社を引き継ぐことはあまり意識して考えてはいませんでした。いわば惰性のような感覚で、大学卒業後に仕入れ先3社でお世話になり、その後、弊社で営業マンとして仕事を始めました。ですから、残念ながら社会人としても事業承継者の卵としてもスタートはあまり大きな声で誇れるようなものではありません。

弊社は自動車、機械、建築業界をはじめ、あらゆる産業分野に鉄を供給しているため、扱う鉄の種類が豊富です。硬度や粘り強さ、変性温度など、豊かな個性を把握し、顧客が望むもっとも適切な素材を提供することに努めています。「モノを売る」ためには、顧客のニーズに対応したサービスを提供することが必要不可欠です。

鉄は相場品であり、値段が決まっているようで決まっています。会社の方針によっても異なるかとは思いますが、基本的には営業マン自らが価格提示をしたり、単価交渉した値段で取引が成立します。営業職に就いたばかりの頃、仕事を通して、価格に私の価値が反映されている気がして面白さを感じました。そのような経験から鉄を扱う業界の奥深さに魅力を感じ、仕事に没頭しました。素材産業である鋼材販売業の商品である鋼材は、差別化を図ることが難しく、経営者となってからは、「鉄を売るな、人を売れ」の掛け声の下、それを実践できる「人」が成長できる環境づくりにも力を入れてきました。



本社工場と「ホウキンくん」

一日頑張ろうと思えるのが
「がんばらない朝礼」

——どのようにして「人を売る」仕組みを作ったのですか。

伊藤氏 「人を売る」ために弊社では、「間に合う」というスローガンで顧客サービスの質の向上を図り、朝礼等を活用して人材育成に取り組んでいます。

「間に合う」とは時間的なスピードアップの意味だけでなく、「顧客にどれだけお役に立つことができるか」という意味を込めて用いています。「4つの間に合う」を掲げて、お客様の①作業効率UP、②仕事量UP、③コストDOWN、④安心、にお役立ちすることを目指しています。例えば、顧客を訪問する際の営業車は1tトラックで、万が一の配送にも間に合わせます。また、「ホウキンネットワーク」と称し、仕入れ先、顧客あわせて取引先600社を超えるつながりを活用し、どんな相談でも解決できるように取り組んでいます。

先日、昨今多様化しているお客様のニーズを満たすために「てつコン」という新たなブランドを立ち上げました。この「てつコン」は、「てつ（鉄）のコンサルティング」を省略したものです。ざっくりと説明しますと、アドバイスだけをする一般的なコンサルタントというイメージではなく、よりお客様にとって身近な存在となれるように、「お客様の営業マン」に成り代わり、いかにしてお客様自身の価値を引き上げることができるかをコアコンセプトとしています。もちろん単なる営業代行業ではありません。お客様と同じ目線になり、ソリューションや課題設定などを行います。ですから、「てつコン」です。これは、いわば、今まで弊社で取り組んできたことの延長なのですが、私たちの提供するサービスをしっかりと見える化し、ブランディングすることで、対内的にも対外的にも価値の向上ができるようにしています。これらの取り組みは、現在私が主導すると

いうよりは社員たちが自発的に動いて取り組んでくれています。「より良い」サービスと多様化、高度化するニーズに対応できる様に日々改善や体制強化を整えられるように努力してくれています。弊社の強みは「かゆいところに手が届く心配り」と「価値あるサービス」を提供できることだと考えています。



「てつコン」チーム

社員一人ひとりが満足度の高いサービスを顧客に提供できるように教育することは非常に難しく時間もかかります。そのため弊社では社員同士のコミュニケーションと生産性向上のために「がんばらない朝礼」を実践しています。がんばらない朝礼では大きな声を出したり、わざわざ元気なふりをして夢や目標を語るようなことはしません。時には話が盛り上がり1時間以上もの時間を費やす日もあります。そんなに長い時間をかけて何をしているかという、日常の些細な出来事を紹介し感謝の気持ちを伝えるスピーチがメインとなります。雑談だけに終始してしまうこともしばしばあります。しかし、こうした「がんばらない朝礼」でのコミュニケーションを通して、心の持ち方が外向きになり、マインドセットができると、社員が笑顔になって仕事を気分よく始めることができます。この気持ちがお客様に最高のサービスを提供する下地になるのです。また、社内においても思いやりや感謝の気持ちを意識することで、気持ちよく働きやすい職場環境を作ることにつながっています。一見、非生産的で非効率的に思われますが、この「がんばらない朝礼」をすることで仕事の効率を上げています。朝礼への参加はいつでも誰でも参加自由ですのでご興味がある方は是非お越しください。ちなみに朝礼の効果や意図するところは拙著「何もしないリーダーのみんなが疲れないマネジメント」（同友館刊）に詳細がありますので、こちらもよろしければ覗いてみてください。



自然と笑顔になれる朝礼です

会社と社員の可能性を広げる

——事業の多角化をされていますね。

伊藤氏 事業を多角化するきっかけは、現代の変化の速い時代を考慮したとき、世の中から鉄という素材がなくなるということはないでしょうが、カーボンなどの鉄の代替素材が台頭してきたときに、マーケットが小さくなると思ったからです。

一方で、会社経営で一番大切なのは「人」だということ強く感じ、社員には楽しく自信を持って働ける職場を提供したいと考えています。そのため、老若男女、性別や国籍、障害の有無などの垣根を越えて多くの人が多様な価値観を持って、笑顔で過ごせる町や村のようなコミュニティを作ることを目指しました。

それをビジネスに反映させたのが「ビジネスヴィレッジ構想」であり、すなわち異業種進出へのきっかけです。「ビジネスヴィレッジ構想」とは、様々な業種や仕事の一つの村のように機能を分担して助け合ってモノを作ったり、一人ではできないことをみんなで協力して解決していこうという形を目指したものです。私たちが住む町や村には、自分たちが住む家の他に、学校や病院、工場、お店など様々な機能があり成り立っています。様々な人達が、それぞれの適性に合った仕事を見つけてより良い暮らしができるようになれば素晴らしいと考えています。

初めに異業種参入したのは、私自身が単独で始めた組織開発をサポートするコンサルティング事業です。組織開発とは個々の人間関係への働きかけや、個人の能力を引き出すことで組織活性を促すアプローチのことです。これはそもそも自社で自分が行ってきた風土改善の成果を評価してくれた方からのオファーが最初のきっかけでした。ですから、私自身が始めたというよりもご縁とつながりが起点となっています。

組織を挙げての本格的な異業種参入は、介護福祉分野の機能訓練専門デイサービス「きたえるーむ」のフランチャイズ事業です。その後またご縁とつながりによって株式会社るるまるを設立し、障害福祉サービス事業所の「ハピラコ」を一から立ち上げました。半年後2号店を立ち上げ、さらに障害者さんが働く場所として広小路二丁目にオープンさせたカレーのお店「アットカレー」などの飲食事業を始めました。鋼材とは全く接点を持たない異業種からの立ち上げとなりますが、ほとんど不安はありません。なぜなら、私一人では何もできませんが、志高く優秀な社員や仲間にも恵まれているからです。私がこの業界に異業種参入できたのは、そのような仲間たちとの「ご縁」や「つながり」のおかげです。

こうして異分野に業務が拡大したことで、弊社で働いていた社員が福祉事業に興味を持ち、株式会社るるまるに移って活躍する事例も出てきました。社員一人ひとりに合った働き方が提供できる可能性が広がったことをとてもうれしく感じています。



ハピラコは開所から2年を迎えました

—その他にも、考えている新規事業があるのでしょうか。

伊藤氏 今年に入ってから、会社経営の中で必要とされる管理業務及び人材マネジメント業務を受託代行する「ハウキンビジネスセンター（HBC）」が立ち上がりました。今後到来する人口減少による社会経済活動の縮小を見据え、どのような状況になっても安定した会社経営ができるようお客様の企業の事業基盤づくりをお手伝いすることを目的としています。当面の新しい事業活動としてはこのビジネスセンターが中心となるかと思っています。とはいえ、この数年で立ち上がったビジネスはほとんど鋼材部門からすれば、まだまだ新規事業であり、安定的な基盤をつくられているかといえれば決してそうではありません。今後は、これらの事

業が有機的に結びつき機能すべくビジネスヴィレッジ構想をより現実的なものにして行きたいと考えています。

鋼材と障害福祉サービスとは、全くの異業種であり、一見つながりは見えません。現在、グループ全体で様々な事業を展開しており、すべて合わせると10事業ほどになります。これもすべて一見つながりがないように見えますが、ところが実はつながっています。きっかけはすべてが「人」と「ご縁」。私自身、仕事の本質はすべて同じだと思っています。それは「誰かのお役に立つこと」ということです。仕事の専門性やターゲットなどは変わりますが、仕事はすべて同じです。どのようにお役に立つかだけの違いであり、すべては相手の立場に立つことから始まります。

弊社は、今期創業70周年を迎えることができました。100年企業を目指し、次の世代へとつなげていけるような経営をしていくことが私のミッションだと感じています。何事も断絶や拒絶を選択するのではなく、人とのつながりをはじめとして、時間も空間も越えたホリスティックな観点で物事をつかんで行くことがこれからのライフスタイルには必要なことです。ハウキンとるるまるの関係も同じです。健常者も障害者も、男女も老若男女も越え、さらには能力の差も関係なくつながることができるコミュニティーの創造に向けて何ができるのかを日々考えています。現実的なことを考えればやはり難しいことは日々山積しています。ビジネスとして利益を出すためにはきれいごとや志ばかりも言っていただけません。しかし、たとえ大きく利益を出すことができなくても、互いの違いを乗り越えて共存できる道はあると信じています。

私が最も大事にしていることは、どのような心で働くのかという「心の持ち方」です。自分のことばかりではなく、他人に気遣い、役に立とうとし、また自分自身日々成長しようと望み努力する人と共に働きたい。お互いにその様な心の持ち方さえ持つことができれば、それぞれ個々に持つ「違い」は乗り越えられると思っています。そして、そのような思いから、この度の70周年を節目として、新たに株式会社ソマモホールディングスという持株機能を持った管理会社を立ち上げました。これを機会としてハウキンとるるまるの関係は親子から兄弟となりました。ソマモグループの中で働ける人もそれぞれに違いを乗り越えて働ける環境をつくることを目的として今後活動、運営していきます。