

不撓不屈

ふとうふくつ

サービスの基本

「サービス製造業」を目指すヤマト（大阪市平野区）。社長の辻井章太は構造改革を矢継ぎ早に打ち出した。その中身は単純明快。いつでも元気な声であいさつする。電話対応は「もしもしヤマトです」ではなく、「あたりがどうございます、ヤマトです」。週に一度行ったトイレ掃除を毎日行うといったことだ。サービス業としてはと

ヤマト

③

構造改革 矢継ぎ早

れも基本的だが、そんな当然のことがおろそかになっていった。辻井は社内規則として徹底した。では、納入先の要望にさらに応えることで実現。

フランディング

サービス製造業に徹したからこそ生まれた製品もある。溶融アルミニウムヒーター「アルハイパーエックス」だ。ヒーター内部で発熱体を包むセラミックス粒子の充填率を高め、効率良くアルミを加熱できるようにした。発熱体を850度Cに昇温した場合、アルミ溶湯に伝わる熱量が約5倍に増えた。

倍に増えた。

フランディング戦略として、面白いキャッチコピーを採用

加熱と真空、最強の合わせ技。



こんな熱い、見たことない。



に、顧客の声を大いに物質などを外付けグロ切にし、顧客に喜ばれる提案をし、製品には「こんな賢さ、安心・安全で高品質の商品を提供する、という思いを工場、魅せる化」

工場、魅せる化

残念ながらキャッチコピーに対する顧客からのコピイにも思い切った反応は特になく、コピイを繰り返した。例えばアルハイパーエックスについても「こんな熱い」とは「こんな熱い」は笑う。

成長支える器づくり

戦略にも着手した。まず「考えまっせ」「満足させ、奴、見たことない」。その工場ではモノを作るだけ行動指針を「やりまっせ」「まっせ」に一新。この順番のほかに、酸化性が高けではなく顧客を案内す

る「工場の魅せる化」にも取り組む。車のショールームのように、製造現場を説明してまわる。「珍しい取り組みと評判は上々」（辻井）と、顧客に安心感を与えている。「宝くじの高額当選者が悲惨な末路をたどることもあるが、受け入れるだけの器がないから」。辻井は自ら推し進める経営改革についてこう説明する。十分な器がなければ、仮に大型契約を受注し好業績を上げても長くは続かない。「企業として大きく成長するため、いかに大きな仕組みやルールを作るか。それが僕の仕事」と辻井は言いつける。（敬称略）