

「提案型営業」で付加価値を

株式会社タケカワダイヤモンドツール 代表取締役 竹川博子

各種工業用刃物を製造・販売する業界で、従来の代理店制営業と一線を画し、直接的営業のスタイルを貫く。女性ならではの視点を取り入れながら、「提案型営業」で他社と差別化を図っている。

もの・価値づくりへの挑戦

親族の経営する、ダイヤモンドドリブレードやダイヤモンドビットなどを製造する企業で10年間営業を担当していましたが、2004年4月に独立、起業しました。これまでの経験を生かし、自己の可能性への挑戦と夢を実現させたいという思いからです。同族会社がありがちな甘えや馴れ合いから脱皮し、厳しい状況に身を置いて頑張ろうと決意しました。経営理念は「誠実・努力・信頼をモットーとし、常にプロ集団として、創意工夫をもって『ものづくり』『価値づくり』に挑み、信頼・安心・安全を提供することにより、取引先・社員・地域社会とともに



豊かさを追求し、成長する」です。

創業に当たっては、資金の調達や許認可など各種申請手続きに苦勞しました。資金調達の面では、商工会議所の中小企業相談所の助言を得て、国民生活金融公庫から運転資金を借り入れました。各種申請は、税理士をはじめ専門分野の知人の助言や協力を得て、必要な書類をすべて自分で作成、手続きをしました。

「一人ひとりが営業マンであれ」

私の会社では、ダイヤモンド切削工具、刈払機用チップソー、そのほか各種工業用刃物を製造・販売していますが、重視しているのはコストパフォーマンスです。常に他社の製品との比較テストを行い、品種ごと



ているのはコストパフォーマンスです。常に他社の製品との比較テストを行い、品種ごと

に他社の同等製品の中のナンバーワンを目指しています。

この業界は男性中心で、営業といえば代理店制ルート営業でした。私はあえてこの方法を取らず、直接的営業を展開しました。お客さまの顔が見えるメーカーでありたいし、社内ユーザーの声がそのまま届く体制を取る必要があると考えたからです。

また、画一的なサービスではなく、「提案型営業」に徹し、取引先ごとにそれぞれに合ったサービスを提供していることも、わが社の特長といえます。提供するサービスに対する付加価値がセールスポイントです。「一人ひとりが営業マンであれ」を合言葉に、営業担当者以外の事務職にも商品知識を身に付けさせ、営業体制の強化を図っています。

三重県松阪市で会社を起すとともに、福岡市に九州



営業部を立ち上げましたが、今年度中に九州の基盤を確立させるつもりです。3期目に当たる来年度は関東地方にも営業所を開設する予定にしております。

今後は、国内はもちろん、海外の市場も開拓し、新規ビジネスの展開も視野に入れ、売上高のアップを目指したいと思えます。そして、男性中心の業界だからこそ女性の気付きを大切に、きめ細かな気遣いをサービスに生かすよう心掛けると同時に、この分野での女性営業職の育成に力を入れていきたいと考えています。

●株式会社タケカワダイヤモンドツール

2004年4月に設立。ダイヤモンド切削工具、刈払機用チップソー、そのほか各種工業用刃物の製造・販売を手掛ける。竹川氏は02年に松阪商工会議所青年部会長、現在、日本商工会議所全国商工会議所青年部連合会05年度監事を務める。 <http://www.takekawa-ind.com/>