

# 板金業二代目社長の奮闘記

**秋**も深まったある日、経営者12人が大阪産業創造館に集まってきた。今から「社長道場」が始まるのだ。そのうちの一人、本村氏は自動車板金塗装業の二代目。これまで発注してくれていたディーラーの中に板金も自社で行うところが増えはじめ、下請けとしての限界を感じていた。そこで板金業を技術力だけで勝負する職人の世界から脱却させ、サービス業として一般消費者から直接仕事を請けられる仕組みができないかと考えていた。しかし板金塗装も車検整備も一般の自動車ユーザーの日常で頻繁に発生するニーズではない。有事の際に思い出してもらって、なおかつ利用してもらうにはどういう仕組みが必要なのか。

**ま**れまでの社長道場の議論の中で散々頭を悩ませた挙句、顧客との接点を増やすために会員制のカークラブをつくることにした。今回の宿題はウリになるメニューを確立してチラシにしてくる。皆の前で発表するが、ファシリテータからウリが弱いと指摘されたため、グループでの議論のテーマは「車関連と生活情報関連とに分けてカークラブのウリとなるメニューの再考」。ほかの参加者もこのテーマについて経営者という立場だけではなく顧客、つまり自動車ユーザーや地域の生活者のつもりでアイデアを出す。だが車一筋の本村氏にとって生活情報関連メニューの開発に力を割くことに抵抗があるのか、なかなかアイデアが出てこない。その迷いを察知したファシリテータとのやり取りの中で、「車のことならすべてお任せ」のワン・ストップメニューさえ確立できれば、一見無駄に見える生活情報関連メニューの拡充が、顧客との接点の増加に繋がると考えを改めた。次回までの宿題は「2週間以内にメニューを決定し、チラシにすること」。気がつけば今日も終了予定の21時半を大幅に超えて深夜23



時半。まだまだ頭はスッキリしていないが、ほかの11人の経営者たちもどンドン課題をこなしている。多少の焦りを感じながらとりあえず行動を開始しようと決意した。

**翌**日、工場長をはじめスタッフと相談。現場のスタッフからは通常の業務をこなしながら新しいことに取り組みなければならないことに

反発もあったが、必要性を説明し理解を得た。地域の人に認知してもらうためのスポーツイベントを主催するなどいろいろなアイデアが出たが、結局「手洗い洗車十車内清掃の年12回無料サービス」と「飲食店やスポーツクラブなど、近隣の厳選したお店のクーポン券設置」に決定した。まずは地域の顧客との接点を増やすことで収益事業の車検と板金に繋げる算段だ。



**地**域の協力店を一軒一軒訪問し、クーポン券の提供を求めるところから活動を開始。チラシはこのウリを全面に出して作成、付近のマンションなどにポスティングした。社長道場最終日まであと1ヵ月、何が何でも成果を出さないといけない。多少の迷いはまだあるが、「とにかく走りながら考えよう」。自分が経営者でいる限り奔走の日々は続くのだ。



有限会社モトムラ  
TEL 06-6939-0144

代表取締役社長 **本村 亨** 氏