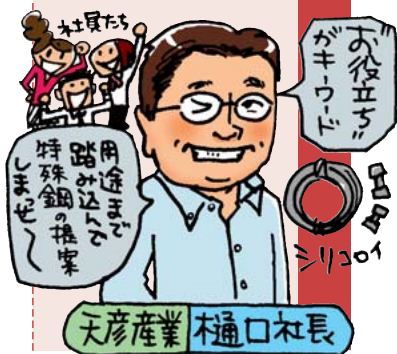


特殊鋼への精通強みに事業領域を拡大 情報活用の基盤は「人」へのこだわり



天彦産業 樋口社長

明治8年にノコギリメーカーとして創業、現在は特殊鋼の流通業を営む大阪府の天彦産業は、タイ、中国を拠点に海外にも販路を広げる。すでに大正時代からアジア向けビジネスを手がけており、フロンティアスピリットは同社の「企業文化」でもある。業界の主市場である自動車産業に偏らず、多様な企業と取引を展開。2003年からは特殊ステンレス「シリコロイ」の開発会社と事業提携し、

独自の性を一層高めている。「経営は環境適応業といいますが、これからは単なる素材卸では生き延びられません。特殊鋼のプロとしていかに役に立つか。お役立ちがキーワードです」

5代目経営者である樋口友夫社長は現在の事業環境をこう説明する。従来からのローラー作戦で顧客を開拓する営業方法や、注文に

応じて商品を卸すという流通としてのポジションを徐々に変化させてきた。

Webによる新規開拓と 一歩踏み込んだ提案

顧客開拓については、Webサイトによる情報開示やシリコロイの徹底アピールにより、新規顧客の開拓を実現。CIOの樋口威彦取締役によると「4月にサイトをリニューアルしてから毎日問い合わせが入ってくる状況」だという。

そしてもう一つは「顧客ごとに特殊鋼の用途を聞き、前工程などでお手伝い

できることがあれば提案していく」

（樋口社長）というアプローチによる事業領域の拡大だ。商談現場から新ビジネスを生み出し、「流通＋加工」の新機軸を打ち出している。

天彦産業では、営業担当者も図面が読めることが前提だ。多様な経験を背景に、加工面の一括受注によるトータルコストダウン提案や、用途別の素材提案などを行っている。この方針はWebを通じて取引量も同じ。樋口社長は次のように話す。

「海外からの問い合わせでも、こちらに知識があることがわかるとお客様の反応が違います。現在、女性を中心としたWeb販促チームが特殊鋼の用途集を「宝箱」と名づけてデータ化しています。これを活用し、さらに営業を強化したい」

会社概要

株式会社天彦産業

大阪府大阪市住之江区南港南5-5-26

設立：1944年（創業1875年）

従業員数：39名

事業内容：鉄鋼一次・二次製品・加工品の販売。

在庫を保有し、即納入対応はもちろん加工品も供給。海外拠点（タイ、上海）を含め鉄鋼製品の輸出入も手がける。加工品売上：素材売上＝4：6。

<http://www.tenhiko.co.jp/>



オフィスの風景



代表取締役社長
樋口友夫氏（左）

取締役 管理部次長
樋口威彦氏（右）

一度は頓座したシステム改変
専門家の活用で再スタート

一方、社内のIT活用を目を向けると、基幹システムについては旧来のオフコンのままで、欲しい分析資料がなかなか手に入らない状況であった。

「5年ほど前にシステム改変に

取り組みました。しかし、換えることが先にたちベンダー主導の進行になったことから、一旦ストップさせました」（樋口取締役）

「もう一回やり直したい……」そう思っていた同社にきっかけを提供したのは、取引先である東海パネ工業の渡辺良機社長だった。同社をサポートしたITコーディネータ（ITC）岡田修一氏の紹介を受け、2006年からシステムの再構築を開始。



本社敷地内の加工工場

「最初に『どんな経営をしたいのか』と問われ、ビックリしました。システムから入る今までのやり方と違いましたから」

樋口社長は当時を振り返る。業

務の細部にわたって棚卸も行い、改めて目指す方向が見えたという。自身を「ITアレलगイー気味のアナログ人間」と評するが、ITに長けた

樋口取締役の存在、そして親しい渡辺社長がITを道具として使っているのを見て「これなら自分もできる」と思えたことが大きいという。

新システムは数社によるコンペの結果、鋼材流通に強いアイル社に依頼することにした。「加工品の進捗管理も含めた受注管理、在



ホームページにはシリコロイなど取扱品の紹介のほか、樋口社長のブログも

天彦産業の経営改革

課題 特殊網の素材販売から、一歩踏み込む

顧客 同業者 → エンドユーザーを含んだ市場へ

ニーズ 素材の安定供給 → 納期・コスト・品質を加味した提案へ

営業 信頼関係の構築 → 新規開拓＋提案営業へ

IT活用 ・Webのリニューアルでアピール
・基幹システムのリニューアル
・特殊鋼用途集のデータベース化
・メーリングリスト・グループウェアによる情報共有

サポーター紹介

ITコーディネータ
岡田修一氏
合資会社
岡田修一業務設計事務所

関西を中心に活動する独立系ITコーディネータ。業務改革推進と情報システム設計、基幹システムの導入支援などを得意とする。ヒヤリングに基づいた情報整理・分析と文書化の的確さには定評がある。

IT経営成功事例として広く知られる東海パネ工業の支援を手がけ、同社の紹介で取引先である天彦産業のサポートに携わることとなった。

「ITコーディネータは自社にはあまり関係がないと思っていたが、いろいろ話をしていく中でこの人には全部裸にしている」と感じた樋口社長は、情報を100%公開。「年2回の全社会議にも出席していただいています」という。

半年間、週1回の勉強会を通じて経営方針や業務の洗い出しを行った後、システム提案依頼書を作成してベンダーの選定を行った。何をしたいかが明確になったうえでのシステム構築は「後から追加システムが発生することがなく、投資する側の安心感も高い」と樋口社長は話す。

岡田氏は「ITコーディネータプロセスに従っているだけ」と淡淡と答えるが、熱い心で冷静にアドバイスする姿勢が、信頼の獲得につながっているようだ。

樋口社長は「これから捻出できた時間をどう戦略的な面に使うかが問われてきます。もともと社員を大事にし、社員間の信頼関係も強い会社なので、情報をうまく武器にしていけるでしょう」と期待を込める。

同社は自己啓発バックアップや委員会活動など、「人」の育成に力を入れている。ITシステムの整備により、その基盤が会社の力となってさらに発揮されていくことだろう。