

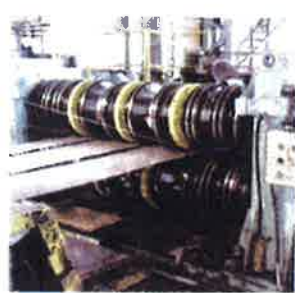
## 「営業、製造、組織」の三位一体で 新規ユーザー開拓 「草の根」の取り組み奏功、取引先拡大

**藤澤鋼板**



藤澤社長

熱延コイルセンターの藤澤鋼板(本社・千葉県浦安市鉄鋼通り、社長・藤澤雄氏)は「直需志向」に立ったプロパー販売強化に力を入れており、その一環で新規エンドユーザー開拓および既存顧客との取引拡充



HESをオーバーホールしたスリッター

を進めている。

新規ユーザー開拓の戦略組織「業務推進室」(室長・藤澤丈氏)が中心となり、市場リサーチや業界分析、新規訪問先リストの作成および当該企業(事業所)の事前調査などを実施。その上で飛び込みを含む単独での訪問営業をベースにしつつ、必要に応じて主力メーカーや取引商社とも連携し、協力・支援を仰ぎながら個々社ごとに最適な手段を講じる。

実際の取り組みは、実に地道な「草の根運動」の積み重ねだ。

同社では、件数や売上金額、販売数量など具体的な定量目標は掲げていないものの、こうした活動に着手

して以降、規模の大小や業種・業態を問わず毎年数社前後の新規ユーザーとの取引開始につながっている。ロイヤル部分を更新。切板製品座を開いたユーザーの中には取引開始後、徐々に販売数量が拡がっているケースも多いという。

こうした背景には、きめ細かな営業とともに加工設備の改良によってカットシート(切板)製品、フープ製品(切板)製品の品質精度向上と納期対応力強化もある。

主力の大型レベラーライン「スーパードワン(Sー1)ン」(最大6・5スリッター)は熱延黒皮、酸洗を対象に板厚1・6ミ、最大幅1・6ミ、最大切断長さ6ミ、最大切縮長さ6ミを拡張する方式のオーバーホールを実施。生産性と品質精度の向上を両立させている。



黒皮製品も丁寧に梱包

店売り・仲間取引、直需販売、受託・加工を合わせた足元の扱い量は月産約8千ト。今後も営業、製造双方の体質強化を図り、顧客満足度向上につなげていきたい考え。