

「常に努力を怠らない」

スタッフと一丸となり、会社のさらなる発展を期する



山澤 亮治 | Ryoji Yamasawa | (有)ヤマサワプレス 専務取締役

2年前から「ヤマサワプレス」の経営に携わるようになった山澤亮治専務は、スタッフに自らの意志を浸透させることに最も苦勞しているという。そのため専務は、自ら作った「会社の理念」を壁に貼り出すなどして、それがスタッフに定着するよう努力している。近い将来、専務の努力が実り、スタッフ全員が専務の掲げる理念のもとに一丸となったとき、同社はさらなる発展のときを迎えることだろう。

スタッフの意識改革で さらなる事業の発展を図る



専務取締役 **山澤 亮治**

東京都足立区出身。学校卒業後は洋服関係の会社に就職するが、そちらが倒産したことにより、職人であった父を社長として家族で「ヤマサワプレス」を設立。2年前からは経営に携わるようになった。専務が経営に携わって以来、同社は順調な発展を遂げており、現在は60名のスタッフを擁するほどに成長しているという。

国内・海外で生産された様々な服飾品を仕入れ、それらに最終的な加工を施し全国のお店に納める「ヤマサワプレス」は、華やかなアパレル業界を陰で支える縁の下の力持ち的な存在である。同社では二年ほど前から、専務取締役である山澤亮治氏が経営に携わっており、海外からの輸入を行ったり、会社の理念を策定するなど、次々と新たな取り組みを実施。順調な経営を進めているという。本日はそんな専務を女優の三原じゅん子さんが訪問し、さまざまなお話を伺った。

三原 まずは、これまでの歩みから。
山澤 地元足立区出身です。学校卒業後、洋服関係の会社に就職しましたが、そちらが潰れてしまったことから、当時職人をしていた父・山澤治夫を社長とし

て、私と母と兄の4人で、ファッションプレスを主業務とする「ヤマサワプレス」を創業。そして兄の退社を機に、2年ほど前から私が専務取締役として経営に携わるようになりました。現在、父は主に技術指導者として働いてくれています。
三原 創業当初は大変だったでしょうね。
山澤 そうですね。当時は営業として、アパレル業者から委託を受けている商社

を飛び込みで廻っていたのですが、ほとんど相手にされませんでした。しかし、色々廻った末に良い企業と巡り会うことができ、大きなブランドを任せて頂けるようになったのです。そちらは今でも当社の主要な取引先として付き合わせて頂いているんですよ。

三原 なるほど。では、具体的な事業内容についてお聞かせ願えますか。

山澤 大まかな流れとしましては、まず海外で縫われた服飾品を仕入れます。そしてそれらの商品に、アイロンや補修、検品といった最終処理を施すことで荷造にし、お店に納めています。

三原 海外と言いますと、やはり中国やベトナムですか？

山澤 ええ。ただ、以前は日本製品のみを扱っていましたが、海外製品を扱い始めた当初は非常に大変でしたね。日本の製品の場合先述のような最終工程はほとんど必要なかったのに、海外製品では

「『できない』ではなく『できるとしたら』——その発想が大事なんです」

必要になってきたものですから、作業工程は増えるし、スタッフの増員も必要になってくる。しかもその仕事に慣れていませんから能率が上がらず、賃金だけが膨らんで成果が少しも上がらない状態だったんです。そうした問題への対策のためにも、今は国内製品と海外製品で、チームを2つに分けて仕事の能率化を図っています。

三原 御社ならではのカラーなどはありますか。

山澤 正直な話、この業界においては技術的なレベルは、どの会社もそうそう変わるものではありません。ですから当社では、「気持ち」の部分において差別化を図るようにしているんですよ。具体的に言いますと、お客様から質問を受けたとき、「できない、分からない」ではなく「できるとしたら、分かる」という姿勢で対応していこうということです。たとえばお客様に「100%の事をしてくれ」と言われた場合、現状でできる状況でなくても、すぐに「無理です」と断るのではなく、「そのうち50%できるとしたら…80%できるとしたら…」と段階を踏んで考えていけば、0%~100%にいくよりも、0%~50%、50%~80%、80%~100%にもっていく方が、はるかに簡

単です。ですから、いつでもスタッフには「考える」という事をさせています。そもそもできない問題なら当社に要望されるはずがありません。その結果、お客様に100%の満足を提供できるようになり、私どもの熱意も分かって頂けると思っています。

三原 なるほど。では、それ以外にスタッフに対して仰っていることは？

山澤 実は、「会社の理念」のようなものを作って会社内に貼り出しているんですよ。内容としては先述のようなことの他に、電話対応やクレーム対応、そしてチームワークの大切さなど様々なことを盛り込んでいます。そしてそれらを毎日のミーティングで取り上げるなどして、会社全体にその理念を浸透させるように努力しています。

三原 会社にとってスタッフの意思統一はとても重要ですからね。それでは最後に今後の展望をお聞かせください。

山澤 この会社としての目標は、やはり今以上に会社を大きくし、やがては国内一の企業にまで育てることですね。そして私自身の目標としては、自分がこれまで学んできた技術・経験をさらに磨き、世の中にたくさんある低迷している会社に向けてのアドバイスを行っていきたく

と思っています。
三原 コンサルティング的なことを？
山澤 そうですね。まずは同業者向けの情報発信といったところでしょうか。それによって、業界全体の活性化に貢献していきたいと思っています。

(2004年8月取材)

生き残りのために さまざまな改革に着手

▼厳しい不況が続く現在、アパレル業界を随分支えているファッションプレスの業界もその例に漏れず、非常に苦しい状況に置かれている。そんな中、「ヤマサワプレス」の山澤亮治専務は、経営改善による生き残りのために、さまざまな取り組みを行っている。まず第一に挙げられるのが海外製品の輸入である。日本製品と違って海外製品の場合、最終工程は自社で手掛けなければならないため、慣れないうちには余計な人件費がかかるばかり。しかし、同社では現在国内製品と海外製品でチームを2つに分け、スタッフをそれぞれに専門化することでその問題を解決。現在では順調な事業展開を行うことができています。

▼そしてもう一つ、専務はスタッフの心理面における改革にも着手し始めた。専務は「正直な話、この業界においては技術的なレベルは、どの会社もそうそう変わるものではありません。ですから当社では、「気持ち」の部分で差別化を図るようにしているんですよ」と語る。それはすなわち、「できない」という思考を、「できるとしたらどれだけできるか」という考えに改めることであり、そうした前向きな考え方が熱意となってお客様に伝わっていくことを期待しているのだ。また、専務はこの考えを含めたさまざまな理念を「会社の理念」として壁に貼りだし、スタッフへの浸透を図っているという。こうした考えがスタッフの中に完全に浸透したとき、きっと同社は更なる発展を遂げることだろう。



三原 じゅん子 (女優)

「アパレル業界は一見とても派手に思えますが、派手なのは売場の部分だけで、中身はとても地味で大変なお仕事。「ヤマサワプレス」もそういうアパレル業界における縁の下の力持ち的な存在です。同社は今後とも、業界のさらなる活性化のために尽力して頂きたいもの。今後、ますますのご活躍を期待しています」