

工機ホールディングス 会長・社長就任

および新たな取り組み

工機ホールディングス株式会社(本社:東京都港区)は、2019年4月1日付で代表取締役 社長執行役員兼CEO(最高経営責任者)に森澤 篤(もりさわ あつし)が就任しました。また、同日付で前原 修身(まえはら おさみ)は取締役会長に就任しましたのでお知らせします。

加えて、2019年3月より日本で始めています、グローバル展開を視野に入れた新たな取り組み「KINTAARO(キンタロウ)キャンペーン」(グローバル名:WAVE(ウェイブ))を4月より本格展開することを併せてお知らせします。これは、実施期間とテーマを決めて、エンドユーザーに対して、テーマに沿った製品群を全国統一したメッセージおよび展示会形式でPRする、といった弊社初めての取り組みです。

これによって、ブランドイメージのさらなる浸透、向上とともに売り上げ、利益の増大を図ってまいります。そして、日本での実施状況やそこからの学びを生かしてグローバルでもこのようなキャンペーンを展開していく所存です。

記

1. 前原 修身(まえはら おさみ)会長の挨拶

2019年4月1日付で取締役会長に就任しました。2014年6月に社長就任してから約5年の任期の間、さまざまな大きな仕事に携わりました。

2016年にドイツの老舗電動工具メーカー・Metabo社を買収しました。これは弊社史上最大規模のM&Aでした。これにより弊社の欧州売り上げが倍増しました。

そして、2017年にはそれを上回る大きな決断をしました。日立グループからの離脱です。弊社の将来を考えた上で決めましたが、会社にとっては第二の創業ともいべき大きな出来事になりました。それに伴い2018年6月に社名を「日立工機株式会社」から「工機ホールディングス株式会社」に変更しました。この社名は、創業以来70年間お客様に慣れ親しんでいただいた「工機」に、グローバルで複数ブランドを擁する企業を表す名称「ホールディングス」を組み合わせたものです。続いて、2018年10月には、新ブランド「HiKOKI」(ハイコーキ)を本格市場投入し、それに合わせて、マスコミや全国の取引先、エンドユーザー様をご招待して、新ブランドのお披露目を行う「HiKOKI Green Day」を都内のホテルで開催いたしました。そして、その席上で新たなブランド・プロミス「進化する極上のユーザー体験を創造します」と、それにひもづくタグライン「UNLEASH the NEXT」「解き放つ、その先へ」を発表し、おかげさまで大きな反響をいただきました。

その後、日本を皮切りに成長市場であるインド、中国でもローンチイベント実施しました。さらに、今年に入ってからフランス、ドイツなどでもマスコミ向けのイベントを開催しました。このように、現在当社は、世界各地で意欲的に新ブランド認知促進を図るべく取り組んでいます。

このような状況下、グローバルでさらに多くのお客様に新しいブランドを覚えていただき、当社の成長戦略を加速させていくために、外部の知見や新たな発想も必要であると考え、今回、経験豊富な経営者である森澤篤氏を新社長としてお招きいたしました。何とぞお引き立てのほどよろしくお願い申し上げます。

2. 森澤 篤(もりさわ あつし)新社長の挨拶

4月1日付で代表取締役 社長執行役員 兼 CEOを拝命しました。縁あって工機ホールディングスという70年以上の長い歴史を持ちながらも新しいことにチャレンジして改革を怠らない、エキサイティングな会社に来ることができて、とてもわくわくしています。

今年2月に顧問として入社して以来、日本国内のみならず世界各国の事業リーダー、販売パートナー、現場の職人の方々とお会いしてまいりました。その中で、「世界はプロが創っている。私たちはプロのために『極上』を創り、その情熱と信頼に応えていくべきである」と強く確信しました。これは私たちの成長を動機付けるとも重要な目的になります。この大きな目的のもとに、「進化する極上のユーザー体験を創造します」という私たちが交わすお客様との約束事であるブランド・プロミスが存在するのです。

さて、私はこれまで、コンサルティング会社などを経て、スニッカーズ、M&M'sなどのチョコレートや、カルカン、ペディグリーなどのペットフードの会社マースジャパンの社長を務めました。こうしたさまざまな経験によって培われた、私がビジネス上もっとも大切にしていることは、「ユーザー重視」、すなわち、常にお客様の立場に立って物事を考えることです。加えて、4現主義です。4つの「現」とは「現場」「現物」「現実」「現在」になります。

- ①「現場」：机上の空論を徹底排除したいと思っています。さまざまな機会点について、ユーザーの現場や工場、物流、販売の現場に実際に足を運ぶことで、現場を肌で理解し、答えにつなげていきたいと考えています。
- ②「現物」：自社の、あるいは他社の製品がどうなっているか、現物を確認するとともに、どう使われていて、何がユーザーにとってよいのかを全員が理解することが大切である、と考えています。
- ③「現実」：企業が大きくなると、得てして人から聞いたあいまいな話が独り歩きします。これを徹底的に排し、「現場」「現物」に基づき、お客様の声に耳を傾けて、お客様が何に困っているのか、何があれば喜ぶのかを真剣に考え、本当のインサイト(洞察)につなげていきたい、と考えています。
- ④「現在」：エンドユーザー視点で90点の出来栄えのものを98点にするために3年費やすよりも、90点のものをすぐ提案・テストして3年の間に3回改善するようなアプローチを重視したいと思っています。失敗を恐れずに、スピード感を持ってすぐに行動することが大切です。

この4現主義のもと、弊社がより強くなるため、さらにはお客様により愛されるためには、研究開発・設計、調達・製造、マーケティング・営業・サービス、価格・間接費・財務戦略それぞれが、職人さんを中心としたエンドユーザー視点でつながることが大切です。社内には職能ごとに各領域における専門家がたくさんいます。これまでに培ってきた技術やノウハウを伝承していくことはもとより、「ユーザー視点」という共通言語のもと、チームワークしながら知識や経験を結集することによって、より良い製品・サービスをご提供していきたいと思っています。そして、良い商品のご提供には、とことんこだわってまいります。

また、お客様に対しましては、お客様に寄り添い、長く付き合える関係を築くことを意識してまいります。私たちの大切なパートナーである販売店様と密接に連携取りながら、誠意をもって、なおかつお客様が満足する時間軸で各種の対応をすることによって、より強固な信頼関係を築いていきたいと考えています。愚直にそれを続けることで、いずれはお客様になくはならない存在になりたいと思っています。

私たちは、新たな知識やスキルを貪欲に学び続けて、枠に捉われない自由な発想で積極的にお客様に対して「極上のユーザー体験」を提案していきたいと考えています。そして、新たなチャレンジを進めることで、未来の市場を創ってまいります。

以上が、私が大切にしている経営方針とこれから当社が向かう方向性です。

3. 新たな取り組み – KINTAARO キャンペーン –

弊社で初めて実施する取り組みについてお知らせします。まずは日本から、19年3月より開始し4月から全国で本格展開いたします。そして、国内での経験値を活用して近いうちにグローバルでも展開してまいります。名称は、グローバルでは「WAVE キャンペーン」、日本では「KINTAARO キャンペーン」です。KINTAAROとは、どこを切っても同じ顔が出てくる金太郎飴(あめ)にちなんでいますが、プロ向け製品のキャンペーンであることを英語で示し、その頭文字をとって KINTAARO としています。

【 KINTAARO の意味 】

Koki	工機ホールディングスによる
Investment on	素早い行動と
Nonrecreational	速やかな成果に向けた
Tools for	プロ向け工具の
Agile	販促投資
Actions and	
Rapid	
Outcomes	

期間を定め、テーマを定め、テーマに沿った特定のエンドユーザー、特定の販売ルートに「エンドユーザー視点」の統一メッセージを発信してまいります。19年9月までは木工を中心とした大工さんに焦点を当て、テーマは「どこでもラクに、いい仕事」です。特に6月末までの前半は、サブテーマ「どこでもラクラク。思い通りに切る」として、丸のこ中心にキャンペーンを行います。

展示会での製品の展示の仕方、エンドユーザー様への語り掛け方など、お客様との接点において、当社は金太郎飴のように、全国どこでも同じメッセージを継続的に発信できるように足並みをそろえてまいります。展示会での製品展示スタイルは、全国どこでも同じ見栄えになります。また、広告・広報・SNS・Web・カタログなどについても、同じテーマに沿ったものを展開し、統一メッセージを発信してまいります。

各セールスエンジニアがキャンペーンテーマに沿った営業活動をしていく際、これまでのように個人に任せてそれぞれが思い思いの話し方をしているのは、その効果にもバラツキが生じてしまいます。そこで私たちは、多様なお客様に対して全国で一定のプレゼンテーションができるように、ケース別の話法を用意し、支店単位、営業所単位でそれを実践していくトレーニングをしてまいりました。さらに、その仕上げとして、2月下旬には全国のセールスエンジニアを一堂に集めて、実践力を高めるためにセルフマネジメントの徹底を図るトレーニングも実施しました。

こうした活動を通じ、エンドユーザー様が全国どこでも同じ情報を受け取れる環境を作ることによって、エンドユーザー様の中での、私たちのブランドのイメージ定着とさらなる認知拡大および事業の成長を図っていきたく考えています。



全国共通の製品展示スタイル



バナー広告例



HiKOKI 36V蓄電池&充電器セットが当たる!!

どこでもラクラク。思い通りに、切れる。

※一部の丸のこの使用条件下に限りです。

予定通りに
なかなか
進まないなあ!

大丈夫! ハイコーキの丸のこは、**仕事が速い。**

切断スピードが断然速い。従来の約2倍*
くらいかな、これは使えるよ。やっば、
今日の作業は今日中に終わらせたいからね。
(大工職人37歳)

製品の詳しい
情報はこちら

抽選で
今なら**50名様に
当たる!!**

MULTI VOLT
36V蓄電池&充電器セット
希望小売価格 41,500円税別

無料

キャンペーン期間 4/2(火) - 6/30(日) お知らせメール配信のご登録はこちら→

展示会へのご案内 最新の工具で極上の体験を!

*HiKOKI Holdings Co., Ltd. All rights reserved.

<ご参考>

森澤 篤のプロフィール

- 生年月日 : 1964年 5月 23日 (54才)
- 最終学歴 : 1988年 3月 京都大学工学部建築学科卒
- 略 歴 : 1988年 4月 株式会社リクルート
- 1994年 1月 ポストンコンサルティンググループ
- 2009年 1月 Alix Partners
- 2010年 9月 マース ジャパン リミテッド社長
- 2018年 4月 マース グローバル ペットニュートリション
チーフ カスタマー オフィサー
- 2019年 2月 工機ホールディングス株式会社入社 顧問

座右の銘 : 「自然(じねん)」

ありのままの自分や今置かれている現状を真っ直ぐに受け止め、その中で常に最善の努力を続けていく姿勢。

キャンペーンのランディングページ

前原 修身のプロフィール

生年月日 : 1955年 5月 25日 (63才)
最終学歴 : 1978年 3月 九州大学法学部法律学科卒
略 歴 : 1983年 8月 当社入社
2001年 8月 電動工具事業グループ戦略企画部長
2004年 6月 国際営業本部第一営業部長
2004年 8月 日立パワーツールズネザーランド モスクワ駐在所長
2006年 6月 経営企画本部長 兼 国際営業本部長
2008年 6月 取締役
2009年 11月 取締役 日立工機 U. S. A. 社長
2012年 6月 常務取締役
2013年 6月 専務取締役
2014年 6月 代表取締役 取締役社長 (現 社長執行役員 兼 CEO)

工機ホールディングス株式会社について

工機ホールディングス株式会社は、ドライバ、ドリルなど約 1,300 機種 of 電動工具、釘打機などのエア工具、刈払機や植木バリカンなどの園芸工具、クリーナーや高圧洗浄機などの家庭用電化製品群および超遠心機などのライフサイエンス機器を製造販売するリーディングカンパニーの一つです。

70 年の歴史に裏打ちされた高い信頼性と世界最高水準の技術力を誇り、日本はもとより、欧州、米州、アジア、オセアニア、中近東、アフリカにおよぶ世界 95 カ国に販売拠点をもち、グローバルに事業を展開しています。

設立 1948 年(昭和 23 年)12 月 18 日

資本金 178 億円*

売上収益 1,912 億円 (2017 年度連結)

従業員数 連結 6,446 名*

*2018 年 3 月 31 日現在

<本リリースに関するお問い合わせ先>

工機ホールディングス株式会社 マーケティング・コミュニケーション室

担当:小松、小澤

〒108-6020 東京都港区港南二丁目 15 番 1 号(品川インターシティ A 棟)

Tel: 03-5783-0628(マーケティング・コミュニケーション室直通)

Mail: pr@koki-holdings.co.jp