



代表取締役社長 川村 龍俊

株式会社 明工社・明工商事株式会社
代表取締役副社長
株式会社 福島明工社

本年3月で、弊社の3

ざましく、卸業各社でも

それを上手に分析すれ

京オリンピックに向け

からお問い合わせがあっ

年間の中期経営計画「一
手前を活かし、三手先へ
繋げ！」が終了しますの
で、正月は次の3年間の
テーマを考えています。

「いつ・どこで・だれが
なにかを・どうする」の
この数年のインターネ
ット販売業界の隆盛はめ

5つの情報が蓄積される
ことにあると思います。
そこへ、2020年の東

それら、たとえば、電材店様
価格よりも納期が問題に
なるのです。この時間短

方向は定まったというこ
ろで、新年のご挨拶と
させていただきます。

顧客の「買い たい理由」を 共有できる会社へ

販路の一つに取り入れて
おられるようです。
インターネットのすご
さは、買い手にとっての
利便性のみならず、売り
手側に、5W1Hの中の

ば、過去の実績と今現在
の世界地図が描けること
も容易に想像できます。
一昨年・昨年と、東北
地方を中心に想像をはる
かに下回る景況だったと

右た場合、即答ができず、
調べて折り返すと回答す
ると、怒られたり、他社
に発注が移ってしまった
りするような状況になる
かもしれません。

思いついてきました。
私はお客様の「買いたい
理由」を共有できる会社
にする方向へ弊社の軸先
を向けたようです。時
代に逆行している考えな
のかどうかはわかりませ

縮への圧力(笑)はまる
でインターネットそのも
ではないでしょうか。
それでも、インターネ
ットには大きな穴が空い
ていると私は思います。

5W1Hの、取り残され
た最後の言葉、「なぜ」
がないことです。「理
由」と言い換えてもいい
わけありません(笑)。

今までに蓄えた知識と
体験で、即時に対応でき
なければいけないので
す。そして、どんどん、
対応を早くすることが求
められ、営業にとっては
お客様も、何かを注文す
る前には「理由」がある

んが、2020年以降に
景況がどうなるかもまだ
わかりません(笑)。