

NBC PLUS+

VOL.103

大切な人と夢を乗せて
最高の一台で旅に出る。

A drive fulfills your life.

事例紹介／株式会社ケイワークス

着実な成長を続ける過程で気づいた「違和感」問題を改善することが新たなモチベーションにつながるまで



株式会社ケイワークス
代表取締役 黒田 功 氏

愛知県豊橋市出身。20代前半より、アマチュアのオートバイレーサーとして活動。鈴鹿耐久ロードレースなどにも参戦した経験を持つ。レース引退後、外国車や中古車の販売に携わる傍ら、市販のワンボックスカーをカスタマイズしたキャンピングカーの製造販売事業に着手。個人事業としてケイワークスを立ち上げ、2006年に法人化。現在は代表取締役を務める。

「好き」が高じた起業 成功するための社長の決意

自らの好きなことを追求し、その結果がビジネスにつながることになれば、それに勝る幸福はないと言える。愛知県豊橋市を拠点にキャンピングカーの製造、販売などを手掛ける株式会社ケイワークスの代表、黒田功氏は、まさにその幸福な物語を体現したひとりだ。

黒田氏は、20代の頃からモータースポーツにのめり込み、オートバイのレースに青春をささげてきた。鈴鹿サーキットで行われるアマチュア最高峰の耐久レースにも参戦したという経歴からは、その情熱の高さがうかがえる。本業では、外国車の営業販売に従事。当時の黒田氏の人生は、まさにモータリ

ゼーションとともにあつた。

転機が訪れたのは30歳になつた頃。レース引退をきっかけに目標を見失い、ある種のバーンアウト（燃え尽き）状態に陥つた。このままでいいけない。レースに変わる「すべてをささげられる対象」を早急に見つけなくてはならない。しかし、ひらめきはすぐにやつて來た。それは、バイクやクルマを愛し、レースのためにサーキットを転戦してきた黒田氏ならではの経験がもたらした発想だった。

「公道を走れないレース用のバイクを輸送するために、たいていのチームはワンボックスカーを使

文/NBCグループ

事例紹介
数字を軸とした
経営改革
わずか2年間で
営業利益率が約3倍!
詳しい取り組みは
後半でご紹介!



PROFILE

会社名 | 株式会社ケイワークス

代表者名 | 代表取締役 黒田 功 氏

社員数 | 29名(正社員／2022年4月時点)

創業 | 1998年

資本金 | 4,000万円

事業内容 | キャンピングカー開発・製造・販売
中古車の販売・買取・サービス

所在地 | 〒440-0086
(豊橋本社) 愛知県豊橋市下地町字宮前 35-1

KWORKS
公式ホームページ

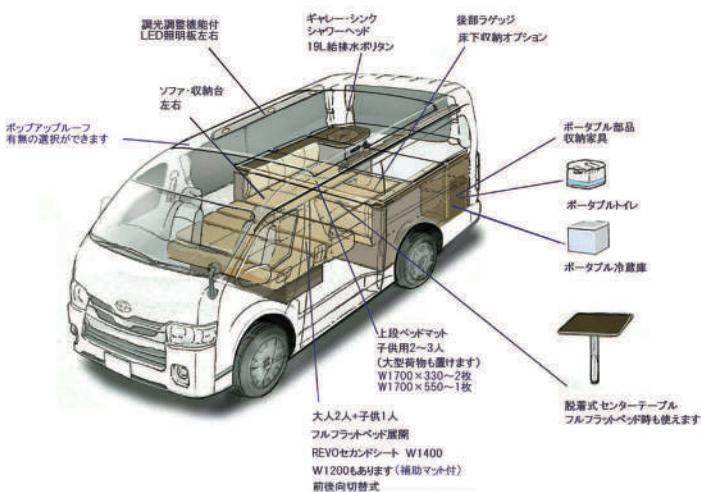


<https://kworks-aurora.com/>

KWORKS
YouTube チャンネル



<https://kworks-aurora.com/youtube/>



<キャンピングカー機能説明図>

インテリアは地元・豊橋市の家具工場などと連携して製作。顧客からのオーダーに対応している。また、独自の研究・開発によって一般的なものと比較し、4倍のパワーを持ち長寿命化されたリチウムイオンバッテリーを採用しているのも特徴のひとつ。

スカートは、トランスポーター、あるいは『トランポ』などと呼ばられています。私自身、レースの際にはハイエースをトランポにしてバイクを運んでいましたし、時には車内で寝泊まりすることもありました。そういう経緯でトランポの構造や扱いには詳しくなったというのがベースにあつたうえで『バイクの代わりに人を乗せるトランポがあつてもいいんじゃないか』という考えに至ったんです。それが、キャンピングカーの製造に手を染めるきっかけになりました。」

進むべき方向性を見出した黒田氏は、1998年に個人事業としてケイワークスを旗揚げ。自分のアイデアを形にすることで顧客に

思い立つたらすぐに走り出す。黒田氏は、瞬く間にキャンピングカーの製造という新たな「楽しみ」にのめり込んでいく。長く身を置いていたレースの世界は、最速のマシンを生み出すために試行錯誤をする「ものづくりの世界」でもあった。そこで培った技術と好奇心、良いものをつくり出そうという意欲は、新しいフィールドでもいかんなく発揮されたことだろう。

「業務が軌道に乗るのに伴つて、製造以外の試みも展開できるようになつていきました。キャンピングカー業績を伸ばしていく。」

黒田 情熱に引き寄せられるように、ほどなくして少しづつ協力者が増え始め、創業から8年後の2006年には法人（有限会社）化。2010年代から勢いを増したアウトドアブームに後押しされるよう、ケイワーカスは順調に業績を伸ばしていく。

満足してもらうことを目標に、世界に一台しかないキャンピングカーづくりに没頭することになる。



イベントを開催したり、展示会に自社ブースを出展したりと、ビジネスの幅を広げる動きができるてきた

と思います。ハイエースをカスタムしたキャンピングカー『オーロラ』が好評を博し、会社としての知名度も向上。会社の地元である三河の家具職人のみなさんとも連携して、クルマの内装に徹底してこだわったのも要因のひとつだったと思っています。

2013年には有限会社から株式会社へ変更しました。私の考えに共感してくれる優秀なスタッフも集まつてきてくれましたので、会社の規模もだいぶ大きくなり、腰を据えてさらに成長するフェーズに進みたいと考えていました。」

「売上が上がっていたことは間違ひありませんし、それ自体はポジティブに捉えていました。ただ、思ったほど利益につながっていらないという現実もあつた。何か問題が内在するのだろうけれど、私自身それがみえていないというもどかしい状況でした。『これを放置したままでは次のステージには進めない……。』そんなことを感じていました。」

黒田社長は当時を回想する。



得意分野での経験を活かし、ビジネスモデルを確立することに成功。個人のひらめきに端を発した

順調にみえた経営の陰に潜む違和感。しかしほどなくして黒田社長は、改善に向けての第一歩を踏み出すこととなる。



ハイエースをベースにしたキャンピングカーの開発

『オーロラ』1号車開発

2009

2006

当初は黒田氏の個人事業として外国車・中古車の販売をメインにスタート

『ケイワーカス』創業



1998

隠れていた問題に向き合い 一つひとつを潰していく闘い

黒田社長が気づいた違和感の正体、つまり「売上は上昇を続けているのに、営業利益が伸びない」という問題の根底には何があったのか。弊社担当の前川賢史は、ケイワーツスの内情を精査したときのことを振り返る。

「まずは資金の動きに関する問題が目につきました。ひと言で言えば『お金に無頓着だった』ということです。当時は黒田社長が経理全般も担当している状況でしたが『請求が来たらすぐに支払うことが信用につながる』というお考えを持っておられ、社内に資金を留めておくことができていません」

問題の本質がわかれれば、すぐ改善に動く。前川は黒田社長の行動力に驚かされたと言う。

「黒田社長は、弊社、野呂敏彦社長（当時）が講師を務めたセミナーの中で耳にされた【資金改善のポイント】にかなりのインパクトを受けたそうで、その後すぐに改善に着手されています。

セミナーの直後に海外出張に出られたそうですが、その飛行機のなかで仕入れ先を手書きでリストアップし、早速見直しを図つたと

(当社経営計画発表会時の講義より)
NBCコンサルタンツ株式会社
前川 賢史

◆売上推移(2011~2021年度)



約10年で約10倍の売上を達成！



◆ 2015年当時のケイワークス様の課題・問題(NBC作成・支援報告書より)

経営者の想い	・共有できていない
経営計画	・方針、理念を共有できていない
仕組み	・会議などで意思決定したことが共有できていない ・目標達成のための仕組みが無い ・報連相ができていない
人・組織	・幹部の意識、方向性が揃っていない ・部門ごとの壁があり意思疎通ができていない
社風	・他責の風土 ・決めたことをやり遂げない

聞いています。これだけのスピード感を持って対応されるのであれば、問題の解決もスムーズにいくだろうと思いましたね。」(前川)
数字の動きをきちんとコントロールできれば、資金問題は解消

され、利益は上がっていく。社長の問題意識の高さ、現役レーサー顔負けのスピード対応によって、ほどなくして正常なサイクルが機能することになる。しかし、ケイワークスが抱えていたのは、資金についての問題だけではなかった。

個人事業としてのケイワークスは、黒田社長が思い描くビジョンを、黒田社長自身の人脈と経験値によって実現していくべきかった。しかし、企業としてのケイワークスが進化していくためには、社長ひとりの力だけでは如何ともしがたいものがある。

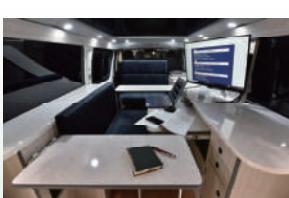
社員一人ひとりは優秀であり、もちろん会社の発展を願っているのは明らかだったが、物足りない部分もあった。黒田社長が牽引する組織には、社員間の連携、情報の共有、そして同じベクトルに向かっていく共通認識が不足していた。

「社長は決して独善的ではありませんし、非常に人望のある方です。しかし当時は、ご

自身の頭の中にあるイメージを完全には社内に浸透させられていなかつたようです。個人事業からコツコツと組織力を高めてきたという経緯もありて、マネジメントの仕組みがなんとなく形づくられてしまっていた。社員教育という視点からみても、綿密に練られたプログラムが用意された。そういった点を打破して、社長の想いを社員が共有し、同じ方向を向くための改革が必要だったのです。」(前川)



- ・『トレイルワークス』生産開始
- ・企業向け販路拡大
- ・リチウムイオンバッテリー開発
- ・名古屋ショールーム OPEN



オフィスカーの内部
防災拠点、医療拠点としても導入実績あり。



名古屋ショールーム

- ・『オフィスカー』販売開始
- ・大手企業との取引開始
- ◎ 評価制度の導入開始

2020

2019

2018

2017

- ・トレーラー開発
(メーカー認定)
- ・RV 協会東海地域部長就任

受注台数、製造台数、売上、
利益率といった重要なデータが
一元管理される環境が整う

- ◎ 各種アプリの導入などによる
『見える化』の推進
- ◎ 賞与制度の導入開始



2015年『実践人財塾®』での様子。

個々人の想いを言語化し、さらにそれを会社の方向性を決める足掛かりにするのは、ひと筋縄ではいかない作業だ。しかし、社長と社員の意識改革は、ケイワークスの未来にとつて避けられない。黒田社長とNBCの、二人三脚での改革がスタートした。

「2015年、弊社が最初の『実践人財塾®』を行った際に、ケイワークス様が具体的に改善すべき点がいくつか浮き彫りになりました。社員の皆様が日々意欲的に業務に向かっていたのは間違いないかったのですが、何かを変えるというところには消極的でした。社員の皆様の表情から、研修自体に前向きでないことは火を見るよりも明らか。それでもなんとか議論を続けていくと、業務内容の改善など細かな部分についてはたくさん意見が出てきました。一方、会社の理念や方向性に関しては置き去りにされたまま。そうした点からも、会社全体として共通認識を持つことが重要だと感じました。」（前川）

としての推進力は生まれにくいうことだ。

※『実践人財塾®』……本当の問題は目に見えない部分にあり「人の問題を解決しなければ企業の改革は絶対に成功しない」という本質に焦点を当てた、意識改革のための研修。会社のベクトルと社員のベクトルを合わせることで、会社の成長を最大化します。



スローガンは

共創・共育



ケイワークス総合展示場

本社と工場、体験型展示場を新設し、製作過程見学から宿泊体験まで可能に。お客様にも積極的に情報開示を行うことで安心感を持っていただく。

『2023年までに
年商20億円突破』を目指し、
社員とともに歩み続ける——。



ケイワークス広島

- ・本社、工場新設
- ・豊橋市の本社地に
『ケイワークス総合展示場』オープン
- ・キャンピングカー専用オートキャンプ場
『ひるがの高原BASE』オープン
- ・『ケイワークス広島』オープン



.....This story is to be continued.

20XX

2021

連携し、共有し、同じ方向に進むために

黒田社長が推し進めるケイワーラクスの新たな「仕組みづくり」

数字を軸とした経営改革 3つの「資金改善ポイント」



POINT 03

アップした各種情報を常に確認する
「チェック体制」を確立

POINT 02

スケジュールや進捗について
部署を越えた「情報共有」が可能な環境づくり

POINT 01

経営に関する重要なデータの「見える化」を推進

データの「見える化」を実現し、常に確認できる環境づくり

▼課題

改善前のケイワーラクスでは、いわゆるデータの「見える化」がなされておらず、月によつては「何台つくり、何台販売したのか?」といった情報すら社員が誰ひとり把握していない、といったことも。

また、売上の金額は記録されていても、そこから導かれる利益については見えておらず、黒田社長の頭を悩ませていた。売上が立てているのに利益が伸びない、という問題に少なからず影響を与えていたと思われる。

そのほか、経営計画や過去の振り返りに必要なデータに関しては、整理・蓄積がなされていない側面があり、それらを活かしきれないと思われた。

また、新車販売部門、中古車販売部門、車検・点検などのサービス部門といつた担当部署ごとにデータを管理。それぞれの数字を業務にフリードバックしやすい体勢を構築した。

▼対策

データを残し、蓄積していくためには、徹底したフォーマットづくりに着手した。エクセルをベースにした記入フォーマットを作成し、クラウドで保管。必要なときにいつでも閲覧できる環境も整えた。

フォーマットには【目標】【実績】【(目標との)差異】【達成率】といった項目が設けられ、単体の数字だけでなく、一連のデータを追うことによって状況の推移がわかるような工夫を施している。(左頁図①)

商品名	販売			実績			差異			達成率			推移平均			今ヶ月	
	台数	売上	利益	台数	売上	利益	合計	売上	利益	合計	売上	利益	台数	売上	利益	台数	
ハイエンド(高)	100	125,000	30,700	94	81,000	21,120	-6	-57,300	-8,580	58,000	54,400	50,400	-17	-14,470	-3,610		
ハイエンド(中高)	112	94,000	18,400	92	61,250	15,450	-9	-32,750	-6,800	62,200	57,800	55,700	-19	-41,200	-8,600		
ハイエンド(中)	120	95,000	16,200	90	69,000	18,820	-9	-26,000	-6,370	67,000	73,200	73,200	-9	-40,100	-8,470		
標準	22	84,000	11,400	19	2,000	1,800	-11	-72,000	-6,600	8,300	8,800	9,800	-21	-15,100	-3,430		
ハイエンド(低)	36	27,000	6,300	25	14,400	1,250	-14	-12,600	-2,800	9,600	5,300	5,300	-25	-11,200	-2,460		
標準(中)	24	122,000	23,700	18	130,100	21,100	-6	-1,900	-1,200	79,200	88,800	88,800	-5	-3,800	-1,000		
標準(低)	36	94,000	19,200	9	17,770	5,600	-17	-76,230	-13,600	25,600	38,800	38,800	-5	-31,440	-8,414		
ハイエンド(低)	33	38,000	8,800	1	2,900	0,800	-11	-27,000	-0,800	8,300	9,700	9,700	-2	-14,100	-1,170		
NV200	3	25,000	5,500	2	11,000	2,600	-3	-13,000	-2,600	48,000	48,000	48,000	-1	-2,000	-0,100		
ITW(ドライブワーカー)	24	15,000	21,120	18	64,550	16,950	-14	-50,550	-12,210	42,500	52,100	52,100	-9	-30,210	-2,640		
ITW(オフィスワーカー)	4	38,000	7,800	1	3,200	1,117	-9	-34,800	-2,800	18,700	14,300	14,300	-5	-11,300	-1,017		
生ゴミ	4	50,000	2,000	1	15,500	1,020	-3	-34,500	-2,000	25,000	25,000	25,000	-1	-9,000	-0,100		
合計	256	1,172,000	167,500	129	639,350	166,620	-62	-532,650	-82,840	129,000	148,000	153,000	-56	-365,600	-42,730		
中	32	84,000	12,600	9	0	0	-11	-84,000	-12,600	8,200	8,800	8,800	-10	-30,800	-2,460		
古一回	61	54,000	10,200	4	3,972	1,200	-5	-50,028	-8,200	6,700	7,400	11,100	-11	-20,000	-1,810		
合計	93	158,000	19,200	4	3,972	1,200	-5	-108,028	-19,200	8,000	9,700	9,700	-14	-30,800	-4,460		
サービス	セーフティスモウイズ	100	13,000	3,270	107	23,900	120	-7	10,900	-2,200	18,870	17,770	17,770	-10	2,140	-1,070	
セーフティスモウイズ	93	2,850	1,500	102	6,642	95	-25	-4,792	-1,412	13,230	22,550	22,550	5	944	-205		
セーフティスモウイズ	24	7,200	1,000	11	5,520	454	-15	-1,680	-1,000	41,800	73,400	73,400	-9	-179	-117		
合計	261	28,000	7,600	208	33,890	12,120	-20	15,890	-5,200	138,370	183,200	183,200	18	3,170	-1,420		
合計	592	1,066,050	148,500	411	913,620	166,540	-341	-152,430	-85,612	158,000	144,500	152,500	-28	-310,600	-36,000		

図①／利益管理表

商品ごとの売上と利益、目標や達成率などが一覧に。部門ごとの数字も別シートにまとめられている。

図②／製作スケジュール管理表

案件ごとに製造の各工程スケジュールの計画と実績、入金日などがまとめられ、クラウド上で共有される。

▼改善効果

データの「見える化」が進んだことで、状況把握はもちろん、過去の実績との比較、目標設定、達成率の確認が容易になり、自分たちの部署はもちろんのこと、会社が現在どういう状況にあるか、これから何を行うべきかを正確に判断できるようになつた。

「情報共有」の徹底によって、現在地を完璧に把握

課題

“見える化”がなされていない、ということは、誰にとつても情報把握が難しい状況を意味し、ましてや各社員が情報を共有しながら連携していくというカルチャーも生まれにくい。また、各部署が特定の情報を持っている場合、別の部署のメンバーはその都度情報提供依頼のためのアクションを起こさなくてはならず、それは業務スピードの鈍化、情報の伝達ミス、見落とし、確認忘れといったさまざまなものトラブルの元凶となる。

対策

情報はクラウドにアップロードされると、必要な情報と、それに関連する情報とを同時に共有することも可能に。いずれの部署にとっても有益な情報になるよう、売上金額、製造から納車までのスケジュール、入金日などが紐づいている。(上図②)

また、定期的な会議やミーティング開催も、情報共有には欠かせない。

フオーマットに落とし込み、見えた環境改善にとっての最大の改善ポイントになつた。フオーマット上で情報が連動していくことによつて、契約から納車までの流れを確認することができやすくなつた。

とりわけサービス部門においては、顧客情報やサービス履歴を継続して記録することで、顧客に対する車検・点検のタイミング告知やアフターパーツ販売についてのアナウンスなどを適切に行えるようになり、売上増に大きく貢献している。

ないルーティーンの一例。週に一度の幹部会議、毎日行われる部署ごとの朝礼では、現在の業務の進捗や目標数値などに関する情報がシェアされる。

▼改善効果

「自分に必要な情報」を持つてさえいればある程度、仕事は流れいく。しかし、情報共有を積極的に行うことにより、事業の規模拡大・多様化という流れのなかで、

POINT
03

全社的に同じ方向を向くために不可欠な「チェック体制」強化

▼課題

情報の共有ができる環境下では、「チェック体制」うまく機能しない。リアルタイムで進捗

を追うのも難しく、多忙であれば確認もおろそかになる。社員の多くが当月の販売台数の把握ができていなかつたような状況下では、

チェック以前に「チェックすべき点は何なのか?」ということさえ明確でなかつたと言わざるを得ない。

チェック機能が明確になつてない場合「誰かがやるだろう。」

黒田社長がビジョンを持ち、それを社員に対して丁寧に伝えていたとしても、進捗の段階に応じた細かなチェックが行われなければ、プロジェクトはイメージどおりには進んでいかない。誰もが安心して方向性を見出し、それを社長が常に把握できる環境づくりが急務であった。

情報全体を俯瞰してみることがいかに大切なことが浮き彫りになつていった。着々と更新されていくデータが部署を越えて把握できれば、無駄な確認作業は減り、部署間の連携やシームレスな業務もより高次元で行える。そのための環境が整備されたことは大きい。

また、簡単に情報を共有できる環境は、後述の「チェック体制」の強化にも直結する。

また『Chat work(チャットワーク)』というアプリを活用したチェック体制も確立した。チャット内に状況チェック用のグループを作り、担当者が進捗状況を立ち上げ、担当者が進捗状況を随时アップする。アップされた情報は黒田社長自身がすべて目を通して把握する。チェックグループに登録されているメンバーも情報は確認できるので、ダブルチェック、トリプルチェックによる確認が可能になった。

黒田社長は「チェックすることが社長の仕事」という考え方のものと、あらゆる情報に目をとおして把握するという作業を徹底している。(現在はチェックの役割を幹部に委譲)



一方、社員の側に根づいた「常にチェックされている」という意識が、過去に散見された「進捗や数字を誰も把握していない」「特定の業務に誰がいつ着手しているのかわからない」といった事態を防いでいる。

▼改善効果

当然のことながらチェック体制が機能したことで、ケアレスミス、業務の遅延、情報共有不足は激減。業務の効率化、迅速化が進んだのはもちろん、社長を含めた社員全體の「意識改革」も促進された。



経営計画書を作成し社員全員で共有。
一丸となって会社の未来を考え、
目標達成に取り組まれている。

環境の変化が明確な未来を後押し 改革の波は細部にまで浸透

ルールを整備し、果たすべきルーティーンを生み出したことに加え、その環境に社員がアジャストするためのサポートも抜かりなく行っている。社員一人ひとりにタブレットを支給し、デジタル化を加速させたのも好例のひとつ。各端末からは前述した各種データにアクセスすることが可能で、必要なタイミングで情報を得ることができた。

そこから『Chatwork』にアクセスすることで、進捗の報告、状況のチェックも可能。さらに、顧客対応マニュアルなどのツール類のデジタル化も進んでおり、ちらも同端末を介して業務に活かすことになる。

これら一連の改善、改革による自己資金の安定、業務効率化は、黒田社長のビジョンが社員に伝わりやすい組織体をつくり出すことに加え、社員のモチベーション向上、ベクトルの共有にも貢献するはずものがある。

だ。ここ数年は新卒採用による新たな社員獲得も推し進められている。クリエイティビティやトレンドへの順応が不可欠な事業内容であることからも、若く、パワフルな人材の確保は必須だが、黒田社長は人材の抜擢に関しても柔軟性に富んだ考えを持つているため、そうした点からも、新たなプロジェクトの展開をはじめ、今後躍動が楽しみだ。

改革前は「売上に見合った利益がままならない」という課題を抱えていた同社だが、黒田社長の迅速な行動によって、資金面の不安はほぼ一掃された。改善に着手してからわずか7ヶ月余りという短い期間での資金改善には目を見張るものがある。

結実しつつある成果 膨らむ今後の展望

「それまでは決めたことをやり遂げられない、各人が最後まで責任をとらない、といった風潮があつたのも事実です。そこは変えていかなくてはならないと強く感じていました。」という黒田社長の言葉どおり、社員全員が責任を持つて業務を遂行するために、ソ

フト面、ハード面の改善によつて「言い訳のできない環境」を構築したことが、新たな社風づくりを強く後押しすることになつたといえるだろう。

2015年時点での営業利益率は、2年後の17年には3倍近い2・2%にまで上昇。各部門において作業管理と情報共有を徹底し、効率化を図り続けた施策が実を結んだ形だ。

元々、安定した受注と売上を確保していただけに、業務上の無駄を省き、効率化、スピードアップが進めば、新プロジェクトの展開、幅広いジャンルへの進出などの展望もみえてくる。創業時より高い評価を受けていたキャンピングカー

の製造を軸に、障がいを持つ方に気軽にキャンプを楽しんでもらうためのユニバーサルデザイン導入車両『Live』を展開。ほかにも、拠点を移動しながら社内で事務作業を行えるオフィスカーの製造、イベントなどでも重宝される、食品の調理販売のためのキッチンカーの製造など、新たな用途の車両開



福祉車両キャンピングカー『Live』

もみえてくる。創業時より高い評価を受けていたキャンピングカーの製造を軸に、障がいを持つ方に気軽にキャンプを楽しんでもらうためのユニバーサルデザイン導入車両『Live』を展開。ほかにも、拠点を移動しながら社内で事務作業を行えるオフィスカーの製造、イベントなどでも重宝される、食品の調理販売のためのキッチンカーの製造など、新たな用途の車両開

発も進んでいる。これらの新車両はすでに大手アパレル企業などからのタイアップオファーを受けており、今後も順調に推移していくと思われる。

車両製造以外のジャンルへの意欲も旺盛だ。2021年には、岐阜県郡上市のひるがの高原に、キャンピングカー専用オートキャンプ場『ひるがの高原BASE』をオープン。本業に紐づいたコミュニティを強化することでユーザー層の拡大を見込みつつ、キャンプカーチャーとの積極的な関わり合いを明確に打ち出していく。

取りまわしやすかつた「個人商店」という形態から、多くの人間がかかり、利益を上げ続けることを求められる企業体への移行が成遂げられたのは、黒田社長が抱いていたビジネスのイメージが秀逸であつたからだけではない。問題点に対して真摯に向き合う姿勢、行動力、スピード感、そして、変革のためにも痛みも厭わない強いメンタリティ。そういった一連の要素が重なり合つて、進むべき方向性を見出すことができたのだ。



NBC コンサルタンツ株式会社
前川 賢史
maekawa satoshi

コンサルタント
EYE。

今号紹介企業様の
担当コンサルタントをご紹介。
現場を通じ感じたこと、
お客様への想いをお伝えいたします。

大きな要因は「社長の覚悟」と「スピード感のある意思決定」です。即断即決で時には失敗もありますが、チャレンジできる回数が圧倒的に多い。これは素晴らしい武器だと感じています。

また、人財採用と育成にコストと時間を投下するそのための資金を捻出する、結果として事業が育つ。このサイクルを確立されています。その中で社長のみならず、社員の皆様も運転資金や損益を見ながら動く土台を構築してきています。まさに「人の成長と資金の改善」は同時に進むものだと感じさせられます。

株式会社ケイワース様
とご縁をいただいた当初は、
経営管理の仕組み・制度といえるものがほとんどありませんでした。

そうした状況から短期間で劇的な改革を遂げられた

「共創・共育」を貫かれ、これからも経営の原理原則である「経営の三方よし」を体現していくことと確信しております。