

社員に本気でぶつかり 強い組織をつくる



Red-Zone 代表取締役社長兼CEO 河村 壮志

かわむら そうし

経営者データファイル

お名前: 河村 壮志
 生年月日: 1977年2月18日
 出身: 愛知県 身長: 176cm
 平均睡眠時間: 6時間 趣味: 犬の散歩
 購読雑誌: 「LEON」、「Safari」
 尊敬する人: 成功者
 好きな食べ物: カレーライス
 嫌いな食べ物: グリーンピース

Red-Zone株式会社

設立 / 2003年8月8日
 資本金 / 20,000,000円
 売上高 / 9億円(2009年2月期)、
 20億円(2010年2月期見込み)
 従業員数 / 200名
 事業内容 /
 ■SEOサービス(PC/モバイル)
 ■自社開発SEO対策ソフト「S_COMPLETE」の販売
 ■WEBサイトの企画・制作・保守
 ■コンピュータネットワークの構築・運用
 ■コンピュータソフトウェアの開発・販売
 ■顧客管理システム「顧客管理マスター」の販売
 ■チラシ閲覧サイト「Exa(エグザ)」の運営・管理
 URL / <http://www.red-zone1.com>

17歳で起業した男、河村壮志。河村氏は人材派遣業、建設業、飲食業など様々な事業を立ち上げ、多くの成功と挫折を味わってきた。そして2003年、26歳でSEOサービスを提供するRed-Zone(レッドゾーン)を設立。事業家としての経験を30歳で開花させ、2007年から同社を3期連続で200%成長に導いている。今回は代表の河村氏に、同社が不況下でも成長を続けている理由を聞いた。

情熱なら誰にも負けない

——まず御社の事業内容を教えてください。
 河村: SEO対策ソフト「S_COMPLETE」の開発・販売をしています。その他にも、Webサイトの企画・制作、顧客管理システムの販売なども行っています。
 クライアントは東海エリアが中心です。企業規模や業種は幅広く、その数は5000社以上。個人事業主の方から上場企業まで、幅広い層のクライアントに好評を頂いています。

——御社は3期連続で200%成長を続け、今期は20億円の売上を見込んでいます。不況下でも成長を続けている理由は何ですか?
 河村: 主な理由は3つあります。1つ目は、情熱。「絶対に会社を成長させる」という全社員の情熱です。この情熱があらゆる取り組みのベースにあります。

2つ目は、商品力。手前味噌ですが、当社の「S_COMPLETE」はユーザービリティが高い。Webの専門知識がなくても、簡単にSEOができるんです。そして、価格もリーズナブルです。
 3つ目は、組織力。好景気の時、商品力さえあれば自然と企業は成長できます。しかし、この不況下では違います。企業の底力が試される。つまり企業に組織力がなければ、継続的な成長は望めません。当社は約200名の全社員が致回結し、高い組織力を保持しています。この組織力が成長の原動力になっています。

社員は家族

——具体的に、どうやって強い組織をつくらせているんですか?
 河村: 私は「社員はみな家族である」と考えています。だから社員とかけひきを「切せず、いつも本気でぶつかっています。ありのままの正直な気持ちを伝える。時には「やる気がないなら辞めろ」と叱咤することもありますが、その場で悔し涙を流したっていいんです。引き下がらない社員は見込みがある。そうやって本気でぶつかりあうと、家族のような強い絆も生まれます。それは、常にお互いが関心を持ち合う関係です。相手の良いことは褒め、悪いことは注意し合うという強い信頼関係です。

同じように、毎週の経営会議も真剣勝負です。単なる数字の報告会ではありません。幹部たちと毎週ぶつかりあっているの、とよく疲れますよ(笑)。情熱なら、この会社の社長にも負けない自負があります。売上や社員数では負けても、情熱だけは負けません。絶対。

また経営会議の他にも、支店長会議を行っています。毎月、全国の支店長をわざわざ名古屋本社に集めているんです。たしかにスカイプやテレビ電話を使えば、全国どこでも会議ができます。でも、それじゃ伝わらない。伝え切れない。実際に目と目を合わせて気持ちをつづければ、伝わらないことってあるんです。

——強い組織をつくるためには、人材育成も

重要になると思います。御社ではどのように人材を育成しているのですか?

河村: OJTを中心に「貫いた指導を行っています。当社は中途社員に対しても、いきなり役職を与えません。たとえ前職でトップ営業マンだったとしても、平社員からスタートしてもらいます。そして、当社の中で実績をあげた社員だけがマネージャーになります。それは、Red-Zoneの文化や考え方を肌で吸収してもらったためです。その結果、マネージャーたちの指導に「貫性」が生まれるわけです。

他に特徴的なのは、毎日の朝礼ですね。新鮮な気持ちで1日のスタートを切るため、日替わりで様々な企画を立てています。たとえば「ナンバーワン宣言」。これは「自分自身の目標を全社員の前で公言する」という企画です。名古屋本社の場合、約100名の社員の前で宣言するので、いいプレッシャーになります。

——御社には営業マンだけでなく、Webデザイナーやシステムエンジニアもいます。どのように組織全体の体感をつくられているのですか?

河村: 四半期に一度、「異部署交流会」を開催しています。ここでは他部署とのミーティング、質問タイムなどを行います。そこで、お互いの仕事を理解しあうんです。社内「コミュニケーション」を活性化させるため、全社員で大そうじをすることもあります。

そして、月末恒例の打ち上げ。社員はみんな、これを一番楽しみにしていると思いますね(笑)。みんなで元気にワイワイ盛り上がる。本当に家族みたいですよ。

ソリューションカンパニーを目指す

——最後に、今後のビジョンを教えてください。

河村: まずは、着実に全国展開を進めていきます。当社は名古屋を拠点とし、2009年に東京・大阪に進出しました。そして、今年1月に九州の福岡支店を開設。今後も札幌、仙台や広島など、全国の主要都市に支店展開を続ける予定です。そして、近い将来は株式上場を目指しています。株式上場によってパブリックカンパニーとなり、より透明性の高い経営を行っていききたい。ちなみに今期の売上見込みは20億円。株式上場は実現可能な目標だと考えています。

もちろん、当社は企業規模の拡大だけを目標しているわけではありません。今後も商品力と組織力を高め続け、クライアントの課題を解決していきます。単なる「営業会社」ではなく、ソリューションカンパニーであり続けたいですね。

※OJT: On the Job Trainingの略で、職場において上司や先輩から実際の作業を通じて、職務上のトレーニング教育を指すこと。



河村社長は24時間 会社のことを考えている経営者

一流の経営者の共通点

—— 御社の顧客はどのような方が多いのですか？
山口：経営者の方が多いですね。私が担当しているお客さまは約250名。その中の9割が経営者です。企業規模は中小企業から一部上場企業まで幅広いです。銀行の頭取やテレビ局の経営者もいらっしやいます。みなさんビジネスの世界で活躍されている方が多いです。

—— 他の経営者と比較して、河村社長はどのような経営者ですか？
山口：私から見た河村社長の特徴は3つあります。1つ目は、素直なこと。素直に人の意見を聞き、何でも吸収しようとしています。たとえば私の営業成績の高さを知ると、私の考え方や営業ノウハウを聞くんです。河村社長から見れば、私はイチ営業マンに過ぎませんし、社会人としても私が後輩です。でも、その上下関係にとらわれてはいません。

2つ目は、人間くさいこと。私は今までIT企業の経営者に対して、クールでドライなイメージを持っていました。でも河村社長は違いました。熱い情熱を持ち、人のつながりを非常に大切にしている。社員教育にも非常に熱心です。

そして最後の3つ目は、常に100%の努力をしていること。これは多くの経営者に共通しています。河村社長も「24時間努力するのは当たり前」とおっしゃっています。私が高い営業成績を残せた理由も、この考え方をお客さまから教えてもらったからなんです。

1日24時間をフルに使う

—— どのような時に「24時間努力する姿勢」を感じたのですか？
山口：河村社長とスケジュールを調整する時ですね。車のご購入から納車まで約2カ月。その間、週に3〜4回ほど河村社長と打ち合わせをしました。

私には河村社長の他にも、多くのお客さまがいます。たへん心苦しいのですが、河村社長だけに時間を割けるわけではありません。でも「1日24時間の中で、30分の時間もつくれませんか？」と聞かれたんです。河村社長は「24時間、いつでも会う時間をつくれる」とおっしゃる。ハツとしましたね。ご自身から「時間がない」とは絶対に言わないんです。つまり、自分にも他人にも厳しい。私はなんとかスケジュールをやりくりし、河村社長と打ち合わせを重ねました。おかげで、自分なりの時間管理術を身につけることができました。今



全国1800名の中
で売上No.2
営業マン

ヤナセ 名古屋支店
メルセデス・ベンツ
名古屋中央
販売一課 課長代理

山口 泰成

やまぐち やすなり
1978年、愛知県生まれ。2002年に株式会社ヤナセに入社し、名古屋支店に配属。2008年に87台のベンツを販売し、約1800名の営業マンの中で全国2位の営業成績を獲得。自動車販売業界の注目を集め、業界誌の取材も多数。メルセデス・ベンツ国際認定セールス。

株式会社ヤナセ

設立/1920年1月27日
資本金/6,975,872,000円
売上高/2,146億900万円
(単体:2009年9月期)
従業員数/4,075名
(単体:2009年10月1日現在)
事業内容/輸入自動車・中古車の販売、
パーツ・アクセサリーの販売、アフターサービス
URL/http://www.yanase.co.jp

最後に、河村社長へのメッセージをお願いします。
山口：私がお付き合いしているお客さまの中で「ベンチャー」と呼べるのは、RedZoneさんだけです。単に設立年数が浅い企業であれば、他にもいらっしやるかもしれません。でも、それだけでは「ベンチャー」と呼べないと思います。自覚ましい成長を続けてこそ、ベンチャーと呼ぶに値する。その点において、RedZoneさんは真のベンチャーです。私の知る限り、3期連続で200%成長を続けている企業は名古屋にありません。
個人の想いとしては、今後も河村社長に鍛えてもらいたい(笑)。そして、営業マンとしてもっとも成長したいと思っています。

河村社長は 組織づくりの熱心な経営者

成長企業の条件とは

—— 鈴木社長はこれまでに数多くの成長企業を見てきたと思います。企業が継続的に成長するために必要なことを教えてください。
鈴木：5つの要素が必要だと思います。1つ目が「収益性」。収益があがらなければ継続的な成長はできません。これが大前提ですね。

2つ目が「独自性」。他社と同じことをしていたら、価格競争に巻き込まれ、いずれ疲弊

していきます。

3つ目が「社会貢献性」。社会に必要なとされる事業を行うことです。事業に社会貢献性がなければ、企業は長続きしません。いつか社会から見放されてしまうんです。

4つ目が「人材育成力」。商品やサービスを生み出すのはすべて人です。人材がその会社でいかに成長できるか。これで、その企業の未来が決まります。そのため、5つの要素の中でも最も重要なものだと考えています。



日本最大級の求人サイトを運営

エン・ジャパン
代表取締役社長

鈴木 孝二

すずき たかつぐ
1971年、愛知県生まれ。1995年に同志社大学を卒業後、株式会社日本ブレインセンターに入社。2000年、エン・ジャパン株式会社の設立に参画し、取締役営業部長に就任。同社は2001年6月にナスダックジャパン(現:大証ヘラクレス)への株式上場を果たす。2008年3月に常務取締役、同年6月に代表取締役社長に就任。

山口泰成氏はメルセデス・ベンツ・ジャパンの敏腕営業マンだ。2008年に87台のベンツを販売し、約1800名もの営業マンの中で全国2位の成績を獲得した。そんな山口氏の顧客は9割が経営者である。そしてRedZone代表の河村氏も顧客のひとり。上場企業も含め、500名以上名以上の経営者に接してきた山口氏の目から、河村氏はどのように映っているのだろうか。今回は山口氏に、経営者・河村社長の魅力聞いてみた。

でも非常に感謝しています。

最後に、河村社長へのメッセージをお願いします。

山口：私がお付き合いしているお客さまの中で「ベンチャー」と呼べるのは、RedZoneさんだけです。単に設立年数が浅い企業であれば、他にもいらっしやるかもしれません。でも、それだけでは「ベンチャー」と呼べないと思います。自覚ましい成長を続けてこそ、ベンチャーと呼ぶに値する。その点において、RedZoneさんは真のベンチャーです。私の知る限り、3期連続で200%成長を続けている企業は名古屋にありません。
個人の想いとしては、今後も河村社長に鍛えてもらいたい(笑)。そして、営業マンとしてもっとも成長したいと思っています。

エン・ジャパンはネット専門の求人情報サービスのトップランナー。同社が運営する求人サイトの特徴は、第三者視点で掲載企業を取材し、正直かつ詳細な情報を掲載していることにある。そして、RedZoneもエン・ジャパンの求人サイトに求人情報を掲載している企業のひとつだ。数多くの成長企業を取材してきたエン・ジャパンは、どのようなRed-Zoneを見ているのだろうか。今回はエン・ジャパン代表の鈴木氏に話を聞いた。

そして、最後の5つ目は「正直力」。企業の正直な姿勢です。どんな優良企業も必ず課題を抱えています。その課題を正直に伝えることが大事だと思います。

—— 「経営者の資質」は条件に入らないのでしょうか？
鈴木：もちろん、経営者の資質は最も重要です。この5つの要素を規定するのが、最終的に経営者の資質なんです。特にベンチャー企業の場合、「経営者ですべてが決まる」と言っても過言ではありません。

他者から学ぶ姿勢

—— 鈴木社長は河村社長と面識があると聞きました。鈴木社長から見て、河村社長はどのような経営者ですか？
鈴木：一度、名古屋で夕食をご一緒しました。河村社長は本当の意味で、経営の厳しさや難しさを理解されている方だと感じましたね。若い頃から様々な業界のビジネスを経験し、苦労されていますから。

そして、他者から学ぶ姿勢が非常に強い。会食の時は「営業組織のつくり方」を熱心に質問していましたね。Red-Zoneさんのビジネスモデルは、営業マンを増やして、売上をあげていくモデルです。だから強い組織を作らなければいけないし、必然的に人材育成と定着がカギになる。そのあたりは当社との共通点が多いので、当社の取り組みを参考にさせていただいたのかもしれないですね。他にも「こんな社内イベントを開いたら、社

員は喜ぶでしょうか？」とご相談いただきました。社員のモチベーションを上げること、組織のベクトルを合わせることにとても気をつけていましたね。また、言葉の端々から社員への愛情も感じました。

最後に、RedZoneさんへのメッセージをお願いします。
鈴木：この不況下で200%成長を続けているのは凄いなと思います。小規模なベンチャー企業ならありますが、RedZoneさんは違います。年商9億円から20億円への成長を見込んでいる。このレベルの200%成長は滅多にありません。
いまの日本には閉塞感があります。だから、RedZoneさんのような新しいベンチャー企業がこの閉塞感を打ち破ってほしい。当社は今後も人材面から、RedZoneさんの成長をサポートしていきたいと思っています。

エン・ジャパン株式会社

設立/2000年1月
資本金/9億6,849万円(2009年9月末現在)
売上高/213億2,944万円(2008年12月期)
従業員数/644名(2009年9月末現在)
事業内容/インターネットを活用した求人求職情報サービス、人材採用から社員教育、人事評価制度までのコンサルティング
URL/http://corp.en-japan.com