

連載 会社の流儀 ①609



社会人野球チームとして東京ドームでの決勝戦前



プロも利用するステージでライブ演奏する「エンタメ部」



「バドミントン部」はNO残業デー終業後に練習



2018FIFAワールドカップを社員有志で応援



社員全員が笑顔で経営総合会議に参加



毎週、本社社員も交替で自社農園をサポート

ば他のビジネスにも可能性が生まれます。店頭を起点に当社のコアコンピタンスに合致すれば、今後はショップパー起点で、モノを創るところから入り込めるかもしれません」（平田社長）
また、同社の経営哲学「二

心経営」を継承する平田社長は、全ての社員が心を一つにして同じ目標に向かって、人材教育と働き易い環境づくりを推進している。「二心経営」を継承
ワクワクする会社へ

「人材ビジネスは教育が肝。一方で、10年先の人材ビジネスを見通すことは難しい。一人あたりの作業効率や労働生産性を上げていくことが重要です」（平田社長）
新入社員はプロジェクトに入ると徹底的な社会人教

育に始まり、東京本社と大阪支社、その他全国の各エリアスーパーバイザーに同行する店頭でのOJTを通じて指導を受ける。プロジェクト毎の定期的な会議で、事例をシェアしながら活発な意見交換を行う。
また、新卒採用にも力を入れ、若者が社内にもたらす斬新な発想やモチベーションの向上、企業文化の継承を期待。一方で、個人事業主として同社と業務提携する働き方も備える。

育に始まり、東京本社と大阪支社、その他全国の各エリアスーパーバイザーに同行する店頭でのOJTを通じて指導を受ける。プロジェクト毎の定期的な会議で、事例をシェアしながら活発な意見交換を行う。
また、新卒採用にも力を入れ、若者が社内にもたらす斬新な発想やモチベーションの向上、企業文化の継承を期待。一方で、個人事業主として同社と業務提携する働き方も備える。



平田 敬 社長

「私たちの仕事は『売る』ではなく『売れる』仕組みを創る。店頭を起点に当社のコアコンピタンスに合致すれば、今後はショップパー起点で、モノを創るところから入り込めるかもしれません」（平田社長）
また、同社の経営哲学「二

「ブランド力に秀でた外資系企業でも、店頭の課題解決が疎かになっていることが多い。日本の店頭を知り尽くしている当社の専門性と、的確な分析に基づくロジックを報告できる点も高く評価して頂いています」と話す平田社長は、世界的な大手広告会社をはじめ、

「当社のリソースは人。社員一人ひとりがお得意先様と一緒に『売りの完結』という着地点へと向かう提案

「例えば、ショップパーが買物の後に映画を見ることがある。行動が予測できれ

「売れる」仕組みを創る会社がある。ショップパーの動線づくりや商品を引き立たせる棚替え改装、陳列、適正な商品配荷情報提供、目を引くPOP、ポスターの開発といった「インスタ・ソリューション」で業界をリードする株式会社マックスだ。
「私たちの仕事は『売る』ではなく『売れる』仕組みを創る。店頭を起点に当社のコアコンピタンスに合致すれば、今後はショップパー起点で、モノを創るところから入り込めるかもしれません」（平田社長）
また、同社の経営哲学「二

創り、完遂させること。数字や結果にこだわらず、単なる『業者』ではなく、対話と提案によってお得意先様とのパートナーシップを構築してきたことが継続的な取引と信頼に繋がっています」と自社の強みを話すのは平田敬社長。創業社長である澤地哲夫・現名誉会長から3年前に事業を継承した。同社がソリューションサービスを提供するのは主に4つのフィールド。ラウンダーによる店舗への定期巡回などで店頭の最適化と売上最大化を実現する「店頭支援」と、店頭でのデモ販売及び個店交渉も担う「販売・営業支援」、ショップパーに商品の魅力を伝える「販促支援」、店舗に精通した人材の派遣・採用支援などを行う「人材支援」だ。

2000年の創業以来、これら4つの事業領域から専門性の高いサービスを提供し、日本では馴染みが浅い「インスタ・ソリューション」の市場を開拓してきた同社。合理的な経営を進める外資系／日系グローバル企業を中心に、多種多様なアウトソーシングのニーズに応えてきた。
3つの変革でさらに進化
提案型で『売りの完結』へ
「ブランド力に秀でた外資系企業でも、店頭の課題解決が疎かになっていることが多い。日本の店頭を知り尽くしている当社の専門性と、的確な分析に基づくロジックを報告できる点も高く評価して頂いています」と話す平田社長は、世界的な大手広告会社をはじめ、

組んできた提案型企業への進化を、次のフェーズへとシフトさせること。稼働する約2000人のラウンダーたちから寄せられる店頭のリアルな情報を武器として、POPや什器、コミュニケーションツールなどの商品・サービスに反映させることにも取り組んでいる。
「当社のリソースは人。社員一人ひとりがお得意先様と一緒に『売りの完結』という着地点へと向かう提案

型『営業会社』に進化したいですね」（平田社長）
さらに、店頭に集客させるイベント・プロモーション等の「付加価値ビジネス」と、潜在する企業の第2の営業部隊としてのニーズを積極的に掘り起こす「新規得意先開拓」を加えた3つの変革を進める平田社長。得意先の9割を占めるメーカーだけでなく、流通分野へのリソースの提供や、店舗とインターネットの融合で集まるビッグデータを駆使したマーケティング（商品化計画）など、店頭で起こる全ての課題を解決するため、新たな事業領域にも関心を寄せる。
「例えば、ショップパーが買物の後に映画を見ることがある。行動が予測できれ

マックス 店頭を起点に「売れる」を創る！ インスタ・ソリューションのリードカンパニー



関連業界の展示会では若手社員が「売れるを創る」トータルソリューションを提案

【会社データ】
本社 東京都中央区日本橋茅場町2-13 13 茅場町2丁目共同ビル6F
☎ 03-5847-8661
設立 2000年9月
資本金 5000万円
社員数 600名
売上高 50億6800万円
事業内容 インストアマーチャンダイジング事業（店頭支援）、セールズアクティベーション事業（販売・営業支援）、ショップパーコミュニケーション事業（販促支援）、フィールドスペシャリスト事業（人材支援）など
<http://www.macs-agcy.co.jp>