

11-11 社業拡大へ向けたチャレンジ！

～新規分野開拓と新たなクライアント獲得～

1. 立場と仕事

建設コンサルタント会社に入社して14年間、一貫して道路設計業務に携わって経験を積み、中堅社員となっていた。

2. 遭遇した事態

当時、会社は多くの「道路設計」の業務実績を持っていたが、新たに「道路計画」分野へも社業を拡大するという会社方針を打ち出して、新たに「道路計画室」を設置した。

この新組織の一員として、企画営業と受注業務を担当することになった。具体的な仕事は、新規クライアントの獲得に向けた企画提案書の作成と営業展開、そして企画提案書が採用された案件の業務遂行であった。

「道路計画室」の設立当初は、社内に道路計画分野の業務実績がなく、実務経験者も皆無であり、突然会社も自分自身も未経験の世界に投げ込まれたと感じた。このため、新規クライアント（公団、財団法人等）の獲得へ向けて、業務実績を示す以外の方法で会社の技術力を十分にアピールする必要性に迫られた。

3. 対応内容とその結果

設立当初は実績豊富な他社に打ち勝つことができず、道路計画の新規クライアントを獲得できず、思うように新規分野を開拓することができなかった。

実績が無いという大きな逆境をどのように乗り越えるべきかさんざん悩んだ結果、チャレンジ精神を持って従来あまり行われていないオリジナリティのある視点や手法を打ち出して他社との差別化を図ることを徹底して逆境を打開しようと試みた。例えば、道路整備の必要性を説くため、沿線地域や住民の10年後、20年後の状況について現場周辺でヒアリングを敢行し、現場の生の声であるヒアリング結果を基に想定した道路開通効果を明示して、新規クライアントにアピールを繰り返した。

一方で、新規クライアントが抱えるプロジェクト固有の課題を聞き出し、その課題を誠実に受け止め、一般論的な解決策で終わらせることなく「プロジェクトを取り巻く社会情勢・現場状況・周辺地域などの固有条件」を加味した解決策を、論理的かつ具体的に考案する事も徹底した。

上記2点の徹底を開始したが、厳しいクライアントが多く、すぐには受注に結び付かなかった。それでも前向きな気持ちで長期間にわたって徹底し続けた。その結果、発注者ニーズを正確かつ敏速にキャッチした対応や、現場主義に基づくオリジナリティに富んだプロポーザルがようやく功を奏して、徐々に道路計画業務の受注を増やしていった。最終的には、当初の社業拡大予定よりも時間がかかってしまったものの、現在、道路計画業務は会社の業績を支える大きな柱の1つにまで成長を遂げることができた。