

なぜお得意先との直営業、直取引なのか？

当社の意思と判断で仕事をするためです。
お得意先との間に別の会社が入ると、つまり下請けになると当社で決められることが少なくなり、どうしても間に入った会社任せの部分が増えます。何をするかは元請けが考えてくれるので自分で考えて仕事をつくる力がなくなり、安い下請け料金で利益を出さなければならず、ますます薄利多忙になります。

同じリスクを取るなら営業コストをかけても自前のお得意先をつくる方が発展性があります。

なぜお得意先が大手企業、有名企業ばかりなのか？

当社が無名だからです。

お得意先が大手企業、有名企業だとすべての取引において当社の信用の裏付けになります。新規開拓先にアプローチする際にも、名の通った会社がお得意先にあると、門戸を開いてもらいやすい。実際に最初のお得意先が大手だったおかげで、その信用で次々に新規開拓ができたのです。

なぜ「一見の顧客」との仕事や下請仕事、ブローカー仕事はしてはいけないのか？

当社にとって経済合理性がないからです。

一見の客ではリピートが見込めず、継続した取引により社内蓄積したものを顧客のメリットとしてお返しすることができません。下請仕事は自社で考えて仕事をつくり出すという能力を失わせ、かつ薄利多忙に輪をかけるだけです。

経営方針

価値観

持続成長のために最も重要なことは何か？

コンペを武器にすること。武器にして仕事を受注し、得意先を開拓し、市場を創造します。

コンペは依頼主が複数の会社から提案を受けて、最終的に気に入ったものを選ぶ、発注先選定のやり方です。

加えて透明で公正な発注先選定の手段にもなり、今後はコンペがあたり前の発注方法になります。その分リピートオーダーが減り、既存先での既得権が消失しますが、逆に新規参入の機会が増えることにもなり、むしろ積極的・戦略的にコンペにエントリーして商機を勝ち取る他、持続成長を図る道はありません。

「毎日が創業」という言葉はどのような経験から出ているのか？

身をもって知った「今日がなければ明日もない」という創業期を、文字どおり「毎日が創業」の気概で3日、3月、3年を乗り切った経験から。

いま考えると「毎日が創業」は、いまある仕事に人を当てはめるのではなく、人がそれぞれ自分に合わせて仕事をつくり出すという意味においても当を得ているのでは。

M&C&Pが社会に貢献していると言えることは何か？

まず当然のことながらお客（お得意先）さまが必要とされているサービスを、お客さまが支払いたいと思われる価格で提供している（して

またブローカー仕事では付加価値をつけることができず当社の優位性を築けません。そしてそのいずれもが本来の仕事の優先順位を狂わせ当社に大きな機会損失をもたらすからです。

会社が一番大切にしているものは何か？

お得意先接点です。

当社の事業の過去・現在・未来はすべて得意先接点（で今起きていること）にあるからです。

得意先接点に立たないと、お得意先の役に立つとは何か、どういうところがわかりません。売上の意味、価値もわかりません。その得意先接点を預かるBC（ビジネスクリエイター）こそが、当社の事業組織の要です。

「ハウスエージェンシー的サービス」とは何か？

専属広告代理店のような、1社の広告主のためだけに尽くすサービスのことです。

ハウスエージェンシーとは特定の広告主のために仕事をする専属広告代理店のことですが、当然他の広告会社に比べ、いろんな面で広告主のことをよくわかっています。行き届いたサービスを提供しています。

当社はハウスエージェンシーではありませんので、ハウスエージェンシーと変わらぬ「一を聞いて十を知る」「痒いところに手が届く」サービスをそう呼んでいるのです。そして大手代理店が「やりたがらない」「やっても儲からない」仕事の引受け手として「存在理由」が認められたのです。すなわち大手代理店との唯一・最大の差別化ポイントです。

きた）ことです。

その結果、付加価値という形で経済発展に役立つとともに、会社が存続するのに必要な利益を生み出し、相応額を税金という形で国や社会に還元しています。現実に赤字で税金を払っていない会社のほうが遥かに多い世の中で、当社は社会の軒下を借りて商売をさせていただいている「賃料」を支払う義務は果たしてきています。また、40年間で延べ600人以上に職場雇用機会を提供してきています。

「経営基本システム」とは何か？

「儲かるべくして儲かる」経営の仕組みのこと、つまり、「働くエネルギーを成果の出る正しい方向に向ける」設計図とも言えます。

P D C Aを繰り返し回して都度修正してきた結果です。現場の仕事は、利益が目的ではありません。お得意先の注文に応えることが目的であり、利益は結果の1つにすぎないのです。

それに現場の仕事はすべて得意先から与えられた課題があります。その課題を解決することが仕事であり、注文に応えることです。当然、自分で課題を見つける必要はありません。

しかし経営は、誰かに課題を与えられるわけではありません。自分で良かれと思う課題を見つけるのです。従って経営はある意味「独り善がり」であり、「自己満足」の世界です。それを正当化する唯一のものは結果であり、実績であり、経営成果です。その裏付けがないと「私物化」の謗りを免れません。