

私の経歴書

お客様を知り仲間を作る

1995年、日立情報システムズ（当時）の支所である山口営業所にて、ある社内事業が立ち上がります。事業の内容は、“福祉事業者向けのパッケージシステムの開発と販売”。パッケージの名は「福祉の森」と名付けられました。この社内起業をしたのが、当時35歳だった田中正太さん。



株式会社みらい福祉
田中正太氏

一地方営業所の事業にもかかわらず、福祉の森は全国に展開され、導入する施設をぐんぐん増やしていきます。そして10年、遂に知的障がい者施設において全国トップシェアを記録。後に、日立情報システムズの社長（当時）に就任した原慶さんが、就任の挨拶でこう言いました。「うちでシェアといえる事業は、福祉の森くらいしかない」。

しかし、そこまでの道のりは決して平坦な一本道ではありませんでした。以下では、田中氏自らがその足跡を辿りながら、成功の裏に秘められた真理を明かします。まずは、田中氏が入社した頃の足跡までさかのぼっていきましょう。

コンペでの敗退がブレイクスルーを呼ぶ

私が日本ビジネスコンサルタント、現在の日立シス

テムズに入ったのは、1981年のことでした。生まれは1957年。福岡県北九州市出身です。

大学は、福岡大学理学部。そう、もともとは理系なんです。しかし入社試験では営業を希望しました。理系出身で最初から営業として会社に入るのは珍しいことです。実はそこに至った要因のひとつに、父の言葉がありました。

父は一級建築士として世界各地の溶鉱炉を設計する技術者でありながら、私にこう言いました。

「営業ができれば、なんでもできるぞ」

かくして私は営業として日立情報システムズに就職し、山口営業所に配属となったのでした。

当時の山口営業所コンピュータ事業部の営業部員は先輩とたった2人だけでした。売り込むものは、オフィスコンピューター、通称“オフコン”です。具体的にはHITACのLシリーズやMシリーズです。パッケージシステムなんてありませんので、山口営業所の設計担当が全て、クライアントごとに個別に開発していました。我々地方営業は、県庁、自治体から製造業、流通業の注文を取って回っていました。要するに何でも屋です。

そんななか私が20代後半の頃、山口県の知的障害者福祉協会がコンペを開催しました。協会が取りまとめている山口県内の知的障害者施設に導入するコンピューターシステムのコンペです。私も我が営業所代表としてそれに参加しました。しかし残念ながら敗退。そのシステムは他社が請け負うことになりました。

ところが、これが結果的に一つの“ブレイクスルー”を呼びます。

このとき協会は、40ある施設ごとに当初統一して



導入したシステムをカスタマイズしていました。しかしこれが、協会にとっても、納入した会社にとっても、メンテナンスの手間を大きく増やす要因となりました。そこで協会は、次のコンペでは全施設に共通で使えるシステムを導入しようと考えました。

八方美人ではなく

“一点突破”なシステム

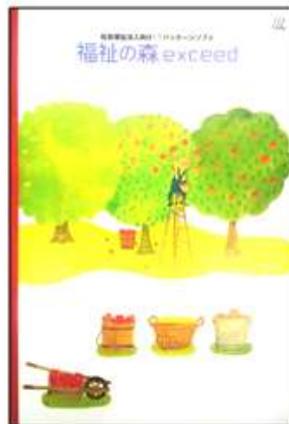
そして5年後に私は、あらゆる知的障がい者施設で共通で使えるシステムを提案しコンペに再び参加。今度はみごとに勝利します。時は1993年、私は35歳でした。

ところが…。フタを開けてみると、40施設と言われていたのに、実際に導入するのは15施設にも満たないことがわかりました。システムの開発には大きなコストがかかるので、15施設では大赤字になってしまう。どうしよう…。

そんななか、もう一つのブレイクスルーを生む言葉が、発注元の福祉協会のある施設長から発せられました。「田中さん、こういった知的障がい者施設に特化したコンピューターシステムは、他にはないよ。」という。ことは、きっと全国で売れるはずだ！

私はこの言葉に“ビビビ”ときました。そして決意します。騙されたのであってもいい、このパッケージを日本全国の知的障がい者施設に展開しよう、と。

結果的に、こうして知的障がい者の施設にターゲットを絞り込んだことが、この製品がシェアを伸ばす大きな原動力となりました。ひと口に福



祉といっても、障がい者福祉と老人福祉に分けられるし、さらに障がい者も知的障がい、身体障がい、精神障がいに分けられます。同じ老人福祉も入所、通所、それ以外といったサービスがある。そしてカテゴリが変わると、必要なシステムの内容もいろいろと変わってきます。

パッケージというと、普通は全てのカテゴリで通用するものをとるので、どうしても機能を増やさざるを得ません。結果的に各カテゴリの事業所にとってムダな機能が多くなり、開発コストも高くなってしまふ。

対して私は、知的障がい者施設に的を絞りました。これによりムダが削ぎ落とされ、知的障がい者事業に特化したパッケージができあがりました。他にそうした製品はなかったので、大きな優位性が生まれました。まさに“選択と集中”です。

こうして知的障がい者施設向けの事務管理システム「福祉の森」は1995年、日本全国に向けて販売を開始したのでした。

初対面のその日に契約をとる方法

福祉の森を全国の知的障がい者施設で使ってもらうために、私がやったこと。それは、“全国行脚”でした。山口県知的障害者福祉協会の上部団体には、日本知的障害者福祉協会があります。当時、当協会が取りまとめる福祉施設は全国に3300ほどありましたが、そこをダツと脚で回っていったのです。それも一人で。山口営業所の一営業部員が全国を営業にまわるというのは、かなり異例のことでした。

ちなみに当時日立システムズ（日立情報）には販売企画部があり、その販売網を使わせてもらう選択肢もありました。しかし私はあえて、それをしませんでした。なぜなら、各営業所は独立採算制がとられていて、本社からは独立しているの、たとえ各所の営業マンが最初はバツと売ってくれても、その後は売りに行ってくれないから続かない。それを過去の例を見て知っていたのです。これは社内を頼っちゃダメだなど。

そこで私が目をつけたのが、全国各地の HITAC 協議会メンバーや地方のソフト会社、またリコーといった大手販売会社です。彼らなら、商品がきちんと売れるものであり、売れた後の保守業務をきちんとこちらがやるのであれば、手間なくマージンが入るのだから一生懸命売ってくれる。だから私は福祉施設に営業に回るその脚で、各地の販売会社も同時に開拓していきました。

営業活動は、北は北海道から、南は九州まで、文字通り全国を巡りました。初めてその場所に行き、その日に契約が取れてしまうこともありました。こうした総額何百万円、何千万円もするシステムが“はじめまして”のその日に売れることはなかなかないのですが、福祉の森の場合はそういうこともあったんです。いったいなぜか。実は“コツ”がありました。

プレゼンをする前に

全ての勝負はついている

山口県から全国に営業に行く、時間も経費も大変です出来れば一発で注文を取りたい、どうしよう。。。

そのコツとは、“事前調査”です。それを徹底的に行う。私はお客さまから引き合いを得たときは営業に出向く前に必ず福祉施設に再度電話をかけ、相手がどんなことで困っているのか、どんなものが必要なのか逆に何がいらぬのかなどを聞き出しました。そしてそれを盛り込んだ見積書を FAX で送る。さらにその FAX を見ながらもう一度電話で話す、これならどうですか、これくらいの金額が掛かりますよ確認します、訪問してから見積提示は大抵「こんなに？」となって終わりです。そうやって話を詰めてから、では行きましょう、となります。

こうすることで、いざプレゼンをする時にも、相手の知りたいことをピンポイントで話せます。だから言葉が相手に響く。見積もりも事前に見せているから、相手はその日に返事を出せる。だから初めて訪れたその

日に一発で契約をとるということが実現するのです。

営業活動以外にも、福祉の森には変わった特徴がありました。その一つが“バンドル販売”です。バンドルとは、ハードウェアとソフトを一纏にして売ること。またハードとソフトを合わせた保守契約を 100%契約していました。もしハードとソフトが別販売だと、お客さまは不具合が起こった時に原因はハードなのかソフトなのかを調べ、どちらかの販売業者に問い合わせる必要がある。対してバンドルであれば、原因がハードかソフトかを考えることなくヘルプデスクに問い合わせれば OK となります。

そうした問い合わせの電話も、フリーダイヤルにしました。周りからは、なんで電話代をうちでもつんだ？と言われましたが、それは違うだろうと考えました。お客さまは用もないのに電話なんてかけてこない。問題があるから、あるいは注文したいから電話してくるんだから、電話代はうちで持つのが当然だろう、と。当時はバンドルもフリーダイヤルも他では例を見ませんでしたが、これによりお客さまのメンテナンスの手間やコストを減らすことができました。

さらに 2003 年には、お客さまが福祉の森でリース契約したサーバを、博多にある我が社のデータセンターで預かって一括管理する「ハウジングサービス」も始めました。これにより何か不具合が起こっても、こちらでリモートコントロールできようになりました。またバージョンアップする際にも施設に出向いたり、あるいは CD を送ったりする必要がなくなりました。

商品力よりも遥かに大切なもの

こうして福祉の森は全国に広まっていき、いつしか知的障がい者施設でのご利用が全国トップシェアを占めるようになります。山口県の一営業所の一営業員によってゼロから始まった「福祉の森」という福祉事業所向けパッケージシステムは、今では全国約 5000 を超える福祉事業所で利用され、知的障がい者施設においては約 38% のシェアを占めています。

知的障がい者施設のシェアに関しては、現在もトップです。

私は 2016 年に日立システムズを退社し、「株式会社みらい福祉」を立ち上げました。今はこの会社で、主に福祉と IT に関するコンサルティング業務を行っています。

さて、福祉の森という事業が大きな成長を遂げたのは、何が要因だったのでしょうか。言葉にするとありていですが、私は“人との繋がり”にあると思います。もつといえ、心”なのかなと。

当然ながら、パソコンやプロジェクターなどプレゼンで使う道具がいくら良くて、それで商品が売れるわけではありません。さらには厳密に言えば、商品は商品力で売れるわけでもありません。本当に商品がいいかどうかなんて、実際に使ってみないとわかりません。だからお客さまはプレゼンの段階では正確に知りようがないのです。

では、お客さまは何で買うのか。目の前の人を信じることが信じないかです。

だから大切なのは、目の前の相手といかに繋がるか。結果的に私は福祉協会の方々とお付き合いをしましそれは今でも続いています。この先もずっと関係を続けたいと思っています。販売会社のメンバーたちとも密に付き合いました。年に 2 回ある障がい者施設の全国大会では福祉の森を出展する機会があり、全国から販売会社の営業マンを集め、会社は違えど仲間意識を高めよくみんなでベロベロになるまで飲んだものです、これを二十数年今でも続けています。



商品を買った後も、売ったら終わりではなく、保守をやるのは当然だとして、それ以上に“売った時の想い”を持ち続ける。こちらが思い続けなければ、相手が買った時の気持ちも持ち続けることも決してありません。

「だまされたよ」が最高の褒め言葉

お客さまさんから言われて嬉しかったのが、システムを納入した数年後に「田中さんにだまされたよ」とニコニコ顔で言われたことです。要は、だまされたけど買ってよかった、ということですね。プレゼンの時は商品のことなんてよくわからなかったけど、だまされて導入してみたらすごくよかった、と。

同じようなことが、契約書に判子をつく直前に言われたこともありました。プレゼンにだまされたけど、まあ信じてみようよ。

だまされたと言えば、前述の原蔵さんからは「田中は詐欺師だ」とも言われました。それも大勢の社員の前で何回も（笑）。これも私は褒め言葉の一つとしてありがたく受け止めています。

私は母校・福岡大学理学部で 1 年に 1 度、非常勤講師をしているんですが、その際に恩師の教授に会うと、決まってこう言われました。「あの正太くんがね……」

実は大学時代、私の成績はクラスで下から 3 番目でした。要は勉強はできなかったけど、人と繋がるのはうまいんだね、と言いたいのです。その仕事は、勉強とは全く違うんだね、と。ここで、冒頭で紹介した父親のあの言葉によろやく繋がります。

「営業ができれば、何でもできる」

営業ができる = この人を信じようという相手に思わせる力があれば、何でもできる。父親が言ったのは、そういうことだったのかもしれない。

ただ、後に父親に訊いてみると、そんな言葉を言った記憶は一切ない、と言っていました（笑）。心に響いたり、人生を変えたりする言葉って、案外そんなものかもしれないね。

お客さまの言葉から始まった夢

営業は、お客さまがどんどん累積していく楽しい仕事だと思っていました。希望通りに営業になり、オフコンを企業や役所などに導入する部門に配属されたんですが、最初の3年間は受注が1件も取れませんでした。それが、あるときを境に、どんどん決まり始めた。種撒きしてから芽が出るまでに時間がかかるのが営業だと学びました。

そして、転機が訪れました。1993年に山口県精神薄弱者愛護協会（現・山口県知的障害者福祉協会）のコンペで、約40の会員施設を対象にした管理用システムの再構築を受注しました。そのシステムを、ある施設の担当者の方が、「業界初のパッケージだから必ず売れるよ！」と言ってくれたんです。この製品、うまくいけば全国ブランドになるかもしれない、ならば自分の手でやってやろうと、夢が動き始めました。

信じたら、迷わず突き進む

今でこそ1500もの施設に納入し全社事業に昇格した「福祉の森」ですが、最初は100施設まで達するのに3年もかかりました。なにしろ一人でしたからね。設計部隊も自分から口説いてお願いし、お客さまに説明するパンフレットも全部手作り。全国各地の特性を知るためには居酒屋での情報収集も欠かせません。苦勞の連続でしたが、お客さまの「売れる」という言葉を信じて突き進んでいたのです、不思議とつらくはなかったですね。何かを本気で信じ続けること、そして、信じたら迷わず突き進むこと。それが夢をカタチにする原動力になります。途中でへたることもあります。が、「悪いことが続くはずがない」と思い直すことも大事。実際、頑張っていれば悪いことは絶対続きませんからね！「福祉の森」の目標であるシェア5割に向け、これからも突き進みます。

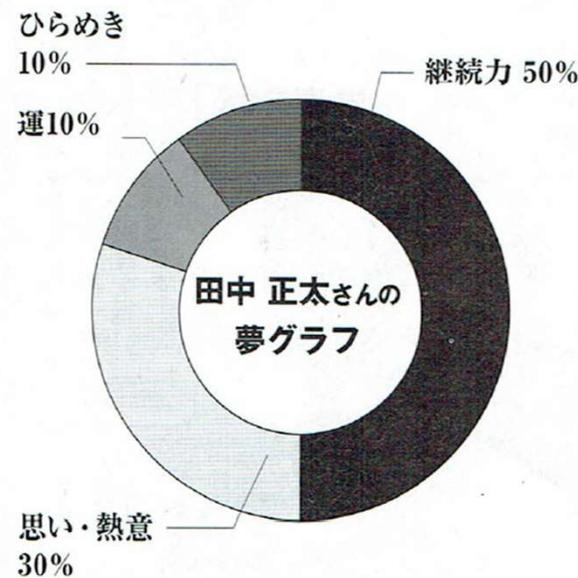
Interview No.04

「福祉の森」のシェアを5割に



新福営 田中正太さん

1981年、ITの営業をやりたいと思い入社。山口で受注した知的障がい者施設へのシステム納入を機に「福祉の森」が誕生。その後、一人で全国へ展開させる。現在は全社事業に昇格、「フレンドシリーズ」も加わり、シェア5割を目指し売上拡大に邁進中。





株式会社日立情報システムズ
新事業推進プロジェクト本部 福祉営業部
担当部長 田中 正太(たなか しょうた) 氏

1981年、ITの営業をやりたいと入社。山口県で受注した知的障がい者施設へのシステム納入を機に「福祉の森」が誕生。その後は一人で全国展開を手掛け、現在では全社事業に成長、同者の看板パッケージとなっている。シェア5割めざし売上拡大に邁進中。

「福祉の森」とは、介護・福祉事業者の業務を支援する株式会社日立情報システムズ(以下、日立情報)のパッケージ製品で、1995年の発売以来、全国の障がい者施設・児童福祉施設を中心に約1500の事業者・施設に納入されています。全国にある約5000の障がい者施設にその名前が知られる「福祉の森」は、16年の歴史を経て、今では日立情報の全社事業として、さらに介護・福祉市場への展開を加速しています。しかし、この製品を全国ブランドへ成長させた背景には、ある一人の営業担当者の「社会福祉に貢献したい！」という熱い思いがあったのです。

その人とは、日立情報の福祉営業部部長の田中正太氏。1993年に、山口県精神薄弱者愛護協会(現:山口県知的障害者福祉協会)のコンペで、同社の「会計・給与システム」が採用されたのをきっかけに、「福祉の森」の開発に着手、本製品の販売拡大に邁進されてきました。本ニュースレターでは、田中氏にその「福祉の森」への想いを語っていただきました。

■人任せにはできない！一人で始めた「福祉の森」

「福祉の森」は知的障がい者に市場を定めた製品で、社会福祉法人会計向けのトータルシステムです。パッケージの発売

熱い思いが育てた知的障がい者施設向けパッケージ「福祉の森」

売当初は課もなく、私一人でやってきて、「福祉の森」という名前も私がつけたものです。製品名に「福祉」という文字がつくのは、当時としては思い切ったものでしたね。「福祉の森」を始めたのは35歳の時でしたが、当時の自分には「多くの施設に福祉の森を広めて、障がい者へのサービスを向上させたい！」という「熱い思い」がありました。

最初は会社名を出さずに「福祉の森」という名前だけで売り込みに行っていました。日立情報のパッケージというのではなく、意図的に、「福祉の森」を障がい者施設の中で知られるようにしたかったんです。

当時としては異例ですが、販売企画部には一切営業を頼みませんでした。なぜかという、自分でやらずに人をお願いすると、言葉も薄っぺらになるし、

全国の営業部を使うと半年や1年経つとその後は見切りをつけられてしまう。そんなに急に世の中にパッケージが売れるはずがないと思ったので、日常の営業業務の合間に出張で自ら営業に行っていました。当時の上長がとても理解のある方だったんですね。カタログも全部自分で手作りし、言葉や使用するデモ画面なども全部私が決めていました。人に任せては伝わりません。障がい者へのサービスを向上したいという私たちの思いが伝わり、製品を採用してもらえるようなカタログを作らなければならないんです。世の中には全力を入れないべらべらのカタログは沢山ありますね。あれでは思い入れが弱いと思います。



「福祉の森」を5年くらいやった時、ある人から「まだやっているのか？」と言われました。他の人に任せて次のことをやったらどうか？という意味だったんですが、人に任せていたら枯れていたと思います。「飽くこと」が自分の中で最大の敵です。売上規模はまだ小さく、マーケットも限られていますが、いったん決意したことはとことんやるつもりで取り組まないと、社会の役に立てないと思ったのです。「福祉の森」は99%、ハードがバンドルしていますので、システムを収めたらハードの保守もソフトもリモートメンテナンスも全部当社が請け負うこととなります。今ではおよそ半分の施設のサーバを当社のデータセンターでお預かりしています。今までは現地に行きながらバージョンアップ等の調整をやっていましたが、これがデータセンターで集中してできてしまうため、お客様にとっても安心だし、早く対応ができるようになりました。



図1:「福祉の森FUTURE」カタログ