

# 私たちの道

## —— MC WAY を感じる ——

～「お客さまによりそう」とは～

### 1. 過去の失敗（教訓）事例

- ・ A 社：労務 BPO ニーズに対し、標準的なパッケージ支援で提案、失注  
引合時点で急成長フェーズだったため委託要件が幅広く、要望に応えられる提案ができなかった  
BPO ニーズは堅調で、その引合を積極的に受託につなげる必要性がないという気持ちもあった  
→ エスクロー事業として国内最大規模の企業へ
- ・ B 社：労務管理クラウドの先駆けとして MC と連携機会（コンタクト）があった  
当時、業法的観点でクリアになっていなかったこともあり、積極的に対応できず  
→ 今では労務管理システムでトップクラスのシェア

### 2. 失敗理由 / 反省

- ・ ニーズ根幹への理解不足  
相手の根本課題・要望の背景を理解せず、表面的 / 目先のニーズでのみ打ち手を考えていた  
→ BPO ニーズに対し BPO 提案するのみで、本当に BPO 支援で課題が解決できるのか？という視点を  
持っていなかった、など
- ・ 枝葉のみ見て森を見ず  
事業・会社の将来性や市場ポジションを考えられていなかった  
→ ベンチャーやスタートアップ企業に見られるような成長ベクトルを予測できていなかった

### 3. 今、意識していること

- ・ MC への期待値を適切に理解し、期待に応える責任感を持つ  
各チャネルが MC にお客さまを紹介してくれる理由は、「MC ならお客さまの成長 / 成功を実現してくれる」  
という信頼感・安心感  
その期待に応えるために、実行支援力の強化（既存専門性の深掘、価値転換など）
- ・ お客さまの成長 / 成功を共創してくれるパートナー・プラットフォームとの連携を推進  
→ みらい価値創造企業が育つ支援を着実に実行していく