

事例7:株式会社ハッピースマイル(さいたま市)

会社概要

代表者	佐藤 堅一	業 種	写真業
従業員数	38人	U R L	http://happysmile-inc.jp/
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ○写真販売システムの運営 ○プロカメラマンの派遣 ○フォトスタジオの運営 		
沿 革	<p>平成20年 個人事業として開業 プロカメラマンによる出張撮影サービス開始</p> <p>平成21年 写真代行販売サービスを開始</p> <p>平成22年 さいたま市に子供向け写真スタジオをオープン</p> <p>平成24年 法人に改組、株式会社ハッピースマイル設立</p> <p>平成26年 経営革新計画の承認 写真代行販売システムの国際特許出願完了 埼玉県「多様な働き方実践企業」に認定</p> <p>平成28年 「2016年ベストベンチャー100」に選出</p> <p>平成29年 「2017年ベストベンチャー100」に選出</p> <p style="text-align: right;">現在に至る</p>		

経営革新のテーマと概要

テーマ 保育施設と保護者の為の写真代行販売サービス

計画期間 平成25年4月～平成28年3月（3年計画）

【平成26年2月承認】

新たなビジネスモデル

保育園行事等で、保育士が写真撮影

↓
当社のフォトパーク（写真販売代行サービス）を利用（無料）

↓
当社：システムから自動でアップ
保護者：24時間いつでもPC、スマホから閲覧し、購入可能
(安心のネットセキュリティ対策)

↓
当社：保護者宅へ配送
保護者：代金振り込み

↓
当社：保育園に差額振込み
保育園：差額入金（収益）

従来モデル

保育園行事等で、保育士が写真撮影

↓
保育園：展示する写真をプリント

↓
保育園：保育園の壁に貼り出し展示
(重労働かつ大きな手間)
保護者：写真を見て購入希望の写真を封筒に記入して代金と一緒に保育園に提出 (大きな手間)

↓
保育園：注文内容の集計・仕分け

↓
保育園：展示写真の売れ残り、廃棄発生



保育施設での写真展示販売の手間を解消する新規事業が売上の柱に成長。

女性が働きやすい職場環境を構築し、地域雇用の拡大に大きく貢献。

「経営革新計画」に取り組んだきっかけ

当社は、保育園等にカメラマンを派遣し写真販売を行う「出張撮影事業」を主力事業としていた。

ある時、保育園に出張撮影事業の新規開拓営業をしたところ、「うちの保育園は保育士が撮影しているからご案内は不要」と断りを受けたことがあった。

その際「保育士が撮影した場合、そのあとの処理はどうなっているのか、その処理を効率化することにニーズがあるのではないか」と考えた。

そこで「保育士が撮影し、展示する写真を選び、現像・展示作業を行い、写真を販売・送付・お金を集金する」という過程を効率化できる、写真代行販売サービス「フォトパーク」をリリースした。

平成26年に写真代行販売サービスの特許出願が完了し、他社の参入を排除する仕組みが整った。そこで、サービスの認知度向上に向けた取り組みなどを経営革新計画として整理し、当事業の本格展開に取り組むことにした。

「経営革新計画」の実践～工夫したこと、苦労したこと

< 工夫したこと >

・サービスの認知度向上にむけた取り組み

サービスの認知度を向上させるため、当社および写真代行販売サービス「フォトパーク」の露出を意識した。展示会（SAITAMA Smile Womenフェスタ等）への積極的な出展、認証制度（埼玉県多様な働き方実践企業等）の活用、ベンチャー企業向けイベントへの登壇（埼玉ベンチャーピッチ、全国Startup Day in関東等）を積極的に行った。

これらの取り組みを通して、企業やサービスの認知度や信用力が向上した。

・営業活動の強化と社内体制の整備

保育園への営業活動を強化するため、関東圏での保育園園長向けセミナーへのブース出展、営業スク립トの改善、営業資料のデザイン性強化、営業スタッフ増員と本社事務所拡張などに取り組んだ。

また、従業員の9割が女性であるため、子供が参加できる社内行事の実施や休みやすい仕組みの導入により、女性が働きやすい職場環境の構築に取り組んだ。

・システムの内製化・改善

外注していた写真代行販売システムの内製化を進めた。エンジニアを自社で雇用したことで細かなサービスの仕様変更が容易になり、顧客ニーズに迅速に対応できるようになった。

< 苦労・うまくいかなかったこと >

・IT技術に対する悪印象の払拭

当初は、ネット普及率が低い事と、ネットに対するイメージが「情報流出・漏えい」など、悪いイメージが多かったため、保育園への営業でかなり苦戦した。

地道な営業を繰り返し、安心して頂く為の資料も豊富に揃える事により、少しずつ理解していただけるようになった。

「経営革新計画」の成果

- 売上高、経常利益、付加価値額の大幅アップを達成。9名の雇用を創出した。
- 新規事業が売上の8割を占めるまでに成長した。写真代行販売サービスは継続利用率が高く、現在も高成長が続いている。
- 従業員が働きやすい、休みやすい環境を整えたことで、従業員の職場定着率が向上した。また、採用が容易になった。

「経営革新計画」成功の秘訣

あきらめないで取り組み続けること。時代のニーズについていくこと。

当社が写真代行販売サービスに試験的に取り組みはじめたのは、開業間もない平成19年であった。以降、試行錯誤を繰り返し、顧客目線から絶えずサービスを見直し、改善を続けている。

顧客にとって当社のサービスがどのようなメリットがあるか、どのような改善が必要か常に追いつけたことが成功につながったと考えている。

「経営革新計画」に取り組んでよかったこと

- 頭では考えていたが、それが明確な数字となって表れる事でよりはっきりとした目標になった。
- 経営革新計画を作成するに当たり、様々な角度で考える必要があるため、いつもとは違った目線で考えることが出来た。

これから「経営革新計画」に取り組む皆様へのメッセージ

経営革新計画を作成するには、それなりの時間を要しますが、一度作成する事で、自社サービスの事を明文化する事ができ、その結果、金融機関や各方面に対し説明をする際に、説明しやすいため、作成の時間はかかりますが、その見返りは大きいと思います。

是非、皆様もチャレンジしてみてください。



佐藤 堅一 社長