

## 事例8:株式会社ワン・ユー(秩父市)

### 会社概要

|      |   |       |   |
|------|---|-------|---|
| 代表者  | 南 強志  | 業 種   | 機械器具設置工事業                                       |
| 従業員数 | 4人  | U R L | <a href="http://one-u.jp/">http://one-u.jp/</a> |
| 事業内容 | <p>○ビジネスフォン販売・電話工事<br/>         ○支店間の内線化、PC・複合機等のOA機器販売、VPNネットワーク<br/>         ○ネットワーク構築・保守、インターネット回線事業、PCサポート</p>  |       |   |
| 沿 革  | <p>平成21年      ビジネスフォンの販売を主体とする<br/>         株式会社ワン・ユーを設立<br/>         平成23年      経営革新計画の承認<br/>         平成24年      秩父市上町に事業所を開設<br/>         平成25年      自社工事部門設立<br/>         平成28年      業務拡大の為、秩父市宮側町に事業所を移転、<br/>         本社とする</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 社内の困ったを一発解決！！社内通信のお医者さんを目指して

計画期間 平成22年11月～平成27年10月（5年計画）

【平成23年8月承認】

【新規事業】  
個人向けPCサポート事業開始



個人宅へ出張サポート・PCの修理業務  
身近なPC等の「困った」を解決！



信頼できる通信のパートナー  
として認識され、取引が拡大

【既存事業の強化】 組織基盤 ・ 顧客との関係を強化

ビジネスフォン事業



OA機器販売事業



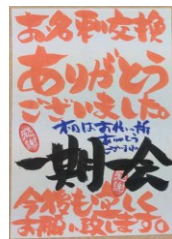
ネットワーク事業



営業所の開設



営業ツールの積極活用



営業所の開設によって企業の信頼性UPで顧客が増大。  
大手企業が人員をかけローラー営業をする中、差別化として地域密着の「まごころ」営業ツールで顧客を獲得、また  
商圈を敢えて秩父地域に絞りサポート体制を強化した。

## 「経営革新計画」に取り組んだきっかけ

当社は、平成21年に秩父地域でビジネスフォンなどの通信機器販売会社として創業したが、創業当初の平成21年、22年頃は会社の信用力も弱く、営業の成約率も低い状態が続いていた。

事業を拡大していくための改善策や新規事業を秩父の地域性を踏まえて考慮した結果、信用力強化のための営業所の開設、既存取引先への周辺機器やその他ITサービスの販売強化、個人向けPCサポート事業に取り組むまいと考えた。

秩父商工会議所の経営指導員に相談したところ、今後の経営ビジョンなどを踏まえたうえで、個々の取り組みを整理するように勧められた。そこで、中長期的な経営ビジョンや経営課題などに改めて向き合うため、経営革新計画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、苦勞したこと

### < 工夫したこと >

#### ・営業拠点の開設

当社に対する顧客からの信用を向上させ、業務効率を高めるため、営業拠点の開設に取り組んだ。初期費用や継続的な運転資金の調達が課題であったが、経営革新計画として事業計画を作成したことで、(株)日本政策金融公庫からの資金調達に成功し、営業所の開設にこぎつけた。

#### ・通信機器販売事業の付加価値向上

ビジネスフォンで接点をもった顧客から、その他のITサービスに関する相談も寄せられるようになった。この機会を活かして、複合機や社内ネットワーク構築サービス、サーバー導入サービス等を案内し、販売に繋げた。

また、大手販売店との差別化のため、顧客と接点を持つ度（契約時、訪問工事時、請求書送付時等）に当社オリジナルの手書きメッセージカードを送付して顧客に感謝の意を表すなど、顧客とのつながり・関係を大切に、取引拡大に繋げた。

#### ・個人向けPCサポート事業の新規展開

秩父地域に一般消費者向けのPCサポートサービスを営んでいる事業者が少ない点に着眼し、個人向けPCサポート事業に参入した。メールマガジンや既存事業で接点をもった法人顧客へのPR等によって利用者を拡大し、事業化に成功した。

また、顧客から問い合わせのあった様々な事例に対処することで従業員のスキルが向上する副次的な効果もあった。

### < 苦勞・うまくいかなかったこと >

#### ・経営革新計画当初の苦勞

通信機器の販売を営むためには、大手のメーカーやリース会社との提携業務が不可欠だが、経営革新計画に取り組む前の当社は、業歴が浅く実績もなく、新規に代理店契約をしてもらう事が難しかった。また、機器の仕入れも前払いが原則で資金繰りも厳しいものだった。

## 「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。
- 新規事業である個人向けPCサポート事業の育成に成功した。
- 経営革新計画として事業計画をまとめたことで、会社の信用力が増し、(株)日本政策金融公庫からの資金調達に成功した。また、経営革新計画を実践し、事業が拡大したことで取引金融機関が増加した。

## 「経営革新計画」成功の秘訣

経営革新計画を利用して自社の抱える課題を整理し、目標管理を行ったこと。

経営者は常に頭の中で経営のことを考えているが、経営革新計画として文書に落とし込むことで、経営課題の優先順位づけ、タスク管理などを従業員と共有できるようになった。また、数字の裏付けをもって目標を定めたことで、個々の活動にどこまで力を入れるべきかの判断基準が明確になった。

計画を常に参照し、目標管理を行ったことが成功につながったと考える。

## 「経営革新計画」に取り組んでよかったこと

創業当初、まだ経営の何もわからない状態でしたが、商工会議所の経営指導員と一緒に計画を作成することによって、自身の経営力のUPやうやむやになっているイメージを明確な目標とすることが出来ました。

## これから「経営革新計画」に取り組む皆様へのメッセージ

経営革新は、自社のやりたい目標を実現に結びつけてゆく為に良いものだと思います。経営革新計画を作成する事によって自己の成長にも繋がりますし、経営の問題点や、見えない部分も浮き彫りになってきます。

また計画を作成し、実行して行く中で、予定より上手く行っているのか？上手く行っていないのか？の自己判断が出来ます。

それによって、より早い判断ができたり対策できる事で、目標に近づいていくことが出来るのです。

またあらかじめ経営革新計画を行っている、また計画に準じた計画経営をしていることで金融機関にも好印象を持たれます。結果、自社の目標や夢を応援して頂ける事となると思います。

皆様にもぜひオススメいたします。



南 強志 社長