

◆ 企業情報

企業名	株式会社スマートツール		
所在地	吉見町御所 442-3	TEL	0493-53-0525
(東松山営業所)	東松山市若松町 1-1-7A-1F		0493-59-9700
資本金	1,000 千円	従業員数	2 人
事業内容	自動車・オートバイ等の整備用工具の輸入・卸売販売		
URL	https://www.smarttools.jp/		

◆ 企業沿革

- 2002 年 吉見町にて個人創業
- 2003 年 米国より自社輸入開始
- 2004 年 台湾より自社輸入開始
- 2006 年 株式会社スマートツール設立
- 2008 年 中国より自社輸入開始
- 2012 年 アメリカインダクション社 日本代理店
- 2013 年 ドイツホフマングループ 日本代理店



東松山営業所外観



営業所内の様子

◆ 経営革新に取り組んだきっかけ

<当時の課題>

- ・今回の経営革新よりも以前に一度計画を策定し、一般ユーザーへの直接販売を行うことを目指したが、卸売先からの直販自粛要請が発生し、計画が遂行できなかった。
- ・自動車整備工場の技術者や個人消費者などの一般ユーザーはこだわりのある人が多く、品質の高い商品を求めている。一方、ドイツの工具商社である「ホフマン」は、欧州有数のブランドであるにも関わらず、日本に進出しておらず、容易に購入ができない状況であった。

<解決への道筋>

- ・吉見町商工会に相談し、再び経営革新計画を策定することとした。
- ・前回の反省を活かし、今度は一般ユーザーではなく既存取引先である「卸売会社」を対象とし、「ホフマン」の日本でほぼ唯一の代理店となることを目標に設定。
これにより、一般ユーザーにニーズの高い商品を独占的に提供できる卸売会社としてブランド力を高めることを目標とした。

◆ 経営革新計画の実践

1. 正規代理店となるまで

- ・まず、「ホフマン」の正規代理店となるため、ホフマン本社に対して繰り返し連絡を取った。最初は取り合ってもらえなかったが、当社は「ホフマン」をメインに取り扱うこと（当時、日本には代理店が1社のみあったが、複数のブランドを取り扱っていた）や、販売店に対しても商品の特徴をきちんと伝えられるよう社長自ら販売指導を行うことなどを強くアピールし、無事契約にこぎつけた。



※ホフマン社カタログより転載

2. 販売

- ・次に、既存取引先である卸売会社に商品を提案したところ、10社のうち2社が導入した。サンプルやカタログを提供し、実際の販売店を巡回して販売指導を行った。
- ・日本ではほぼ唯一の正規代理店であるため、ホフマン本社に対しての問い合わせも基本的に当社へ転送される形となり、新規取引先3社も確保できた。

3. プロモーション

- ・当時日本に浸透していなかった「ホフマン」の知名度向上のため、展示会（オートサービスショー、自動車整備振興会展示会）でのデモンストレーションや専門誌・業界新聞でのPRを実施。
- ・ホフマンは商品数が非常に多く、複数の欧州ブランドから人気のラインナップを取扱うなど、「良いところ取り」をしているのが魅力。ただし、それを代理店として取扱うには目利き技術が必要であるため、上記の展示会出展や個別店舗巡回の中で顧客からの声を聞いたり、卸先に対してアンケートを実施したりするなどして商品の品揃えに反映させていった。



展示商談会に出展



専用バインダーにて商品をPR

◆ 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した。
- ・「ホフマン取扱い」という経営革新を成功させたことにより、経営が計画的かつ積極的になった。現在、オリジナル商品の開発・販売にも着手しており、こちらも良好な業績を上げている。
- ・売上の割合のうち、ホフマン取扱い製品と自社オリジナル商品の占める割合が約8割まで成長。こだわりのあるユーザー向けの商品が主力となっており、同業他社との差別化に成功している。
- ・経営者自身の経営スキルの向上に繋がった。特に、決算書はどこが大事なのかが一目でわかるようになり、税理士とも対等に話せるようになった。
- ・将来的な効果を見据えた投資ができるようになった。

◆ 成功の秘訣

- ・今振り返ると、欧州有数のブランドであるホフマンに直接掛け合うなど、「よくこんな大それたことができた」と思う。ハードルの高さで踏みとどまらず、勇気をもって一歩踏み出したことが会社の成長に繋がった。
- ・計画について厳密な振り返りまではしなかったが、「この時期にこのくらいの売上」という目安があったことで、足りていなければ「もっと販促を強化してみよう」という意識が芽生えた。

◆ これから「経営革新計画」に取り組む皆様へのメッセージ

- ・計画を策定する上で、自社を客観的に見つめることができることが経営革新の最大のメリットです。自社の強み・弱みを把握することで、自社の伸ばし方が自然とわかってきます。
- ・「経営革新」と聞いて、最初は難しそうに感じましたが、一度取り組んでみればそうでもありませんでした。実際に取り組んだ身からすれば「あらゆる面でプラス」であり、是非とも多くの企業に取り組んでほしいと思います。



小野雅宏社長



当社オリジナル商品