

経営基盤強化型 株式会社ユタカメイク

「防」をテーマに社会に役立つ新しいものづくりに挑戦し続けるために

近畿支部 プロジェクトマネージャー 北口祐規子

【ポイント】～2つの支援のシナジーで、WEBサイトの再構築と営業力強化を実現～

当社は、防水・防寒など、「防」をテーマとしたユニークな商品を開発・製造する製造業である。これまで、ホームセンターへの販売ルートを中心に営業展開を図り業績を伸ばしてきたが、事業承継と時代の変化への対応をきっかけに、専門家継続派遣事業を活用し、中期経営計画を策定。続いて戦略的CIO育成支援事業を活用して「WEB再構築」と「営業力強化」をテーマにした支援を行った。2つの支援で、自社の事業構造と課題解決に相応しい形でのWEB再構築を実現するとともに、営業マンの情報発信力を強化。今後は、ネットでの販売も視野に入れ進化を続けている。

企業概要

- ▶ **企業名**：株式会社ユタカメイク
- ▶ **業種**：各種ロープ、作業用シート、荷造り用品の製造・販売
- ▶ **本社所在地**：大阪府岸和田市三田町195番地
- ▶ **資本金**：30百万円
- ▶ **設立**：昭和46年3月
- ▶ **売上高**：2,200百万円(平成22年3月期)
- ▶ **従業員数**：40名



代表取締役 雪本道明社長

当社は、オリジナルのブルーシートや、ロープを筆頭に、荷造り用品や梱包用品を開発、製造・販売している。アイデアマンの社長を中心に、昭和46年創業以来、これまで開発した商品は5,000種類を超え、プロの作業用、災害用、日曜大工用と、幅広く荷造り用品市場での地位を確立してきた。ホームセンターなどでなじみの商品も多い。社名には、「豊かな社会を築くものづくりをする企業に」という、創業者である社長の思いが込められている。

10年ほど前からは、荷造り用品だけではなく、忌避・セキュリティといった、われわれの生活や命を、危険なものによる被害から「防ぐ」というコンセプトの商品開発にも力を入れてお

り、中でも、超音波によって猫を生活圏から遠ざけるという商品「ガーデンバリア」は、累計30万台販売という、大ヒット商品となった。

支援のきっかけは、近畿支部の相談窓口に、現社長自らが後継者の育成についてご相談にいられたことである。現状のヒアリングを行うとともに、機構の様々な支援メニューをご紹介し検討したところ、まずは、「中期経営計画見直し」「事業推進体制の再構築」をテーマに、後継者である現常務をリーダーとした全社的なプロジェクトを発足させ、これを専門家継続派遣事業を利用して、ご支援することになった。

支援課題の設定とプロジェクトマネージャーの視点



北口祐規子 プロジェクトマネージャー

中期経営計画（3年度分）の見直しでは、SWOT分析から始まり、アクションプランの策定、全社の利益計画作成まで、各プロセスについての助言をしながら取組みを進め、半年後に、中期経営計画の改訂版を策定した。次に、優先順位の高い課題として、営業体制の見直し・強化に取り組み、トップシェアを誇っていたロープ、シート市場の競争の激化に対応し、

スピーディー対応かつ提案力に優れた営業体制を強化するための支援を行った。

当社は、創業者である現社長と専務との二人三脚でここまで成長を遂げて、平成20年度には「大阪府ものづくり優良企業賞」も受賞しているたいへん素晴らしい企業である。しかし、昨今の外部市場環境の変化、顧客（エンドユーザ）ニーズの変化に対応するためには、時代に敏感な社長は、新たに「ネット通販事業へのアプローチ」を経営戦略として打ち出してこられた。しかし、そのためには、単に営業強化だけでなく、開発・営業・業務一体となった全社的な業務遂行体制を強化する必要がある。

そこで、新たに戦略的CIO育成支援事業を活用して、新商品情報の提供や顧客からの問い合わせ対応をよりスピーディーに行い、かつ営業力強化にも貢献できる、自社のWEBサイトのリニューアルに取り組むことを提言した。2人の専門家による2つのプロジェクトを同時進行させることで、相乗効果を狙ったのである。

支援内容と支援成果

戦略的CIO育成支援では、単なるHPのリニューアルではなく、全社最適の視点で、商品別・顧客別の売上構成・収益構造をきちんと分析し、これを踏まえた営業体制、受発注業務の合理化、

商品開発力の強化という3つの重要課題に取り組んだ。そしてこれらの課題を解決するための方策として、自分たちのニーズをベンダーへの要求定義書（RFP）という形でまとめ、複数のベンダーから1社を選定するという一連のプロセスを経て、平成22年3月に新サイトのオープンを実現した。

(→ <http://www.yutakamake.co.jp/>)

現在、情報発信力の強化とともに、社内業務の改善も進み、売上が前年比105%にアップしているだけでなく、後継者である専務のリーダーシップとプロジェクトメンバーの「考えて実行する習慣」が徐々に醸成されてきていると感じている。今後のさらなる展開を期待したい。

経営者のことば

専門家継続派遣、戦略的CIO育成支援の2つの支援を通じて、自社の課題と課題解決への具体策・方法等が明確になりました。カタログ機能を備えた新HPの活用で営業力も強化され、社員の意識改革も進み、更なる業務改善に向け取り組み中です。



プロセス	担当	処理内容	判定基準	資源	インプット	アウトプット	問題点
①-1 年間販売計画	各営業部長	昨年度実績をベースに 得意先別 月別	専務 社長	パソコン エクセル 電卓	昨年の 売上実績 得意先からの 情報	会社からの 基本方針 得意先別 売上目標値 会社目標値	計画立案の 統一性なし 各人の個性 がある 各人のスキル に依存する
①-2 年度業務			①-2 全体会議		上司・同僚 に相談	新商品・ リニューアル	計画に 盛り込める 経営者なし 上長が 管理しやすい
①-3 得意先別	各営業部長	①-1に基づき 各得意先作成	①-3-4 専務	パソコン エクセル統一	得意先別 売上目標値	①-2~5 各得意先	自己管理に 不可欠とはいえない 個人により バラバラあり
①-4 得意先別HP 導入管理表			①-3-4 四半期				コミュニケーション ツールとして活用してい けない
①-5 行動予定表			①-5 専務				計画通りに いかない
1.5 商品企画	各営業部長	ユーザーの声 ・得意先の声 → 入手 → 提案まとめる アイデア提案書 作成 (由緒)	専務承認	パソコン	・得意先からの 提案 ・ユーザーの声 ・得意先からの 発注 ・社員のアイデア ・他社商品	・商品企画書 ・製品仕様書	既存カートに 乗る ・実績上がり やすい

商品カタログとして活用されている新HP(左)と業務分析に活用した表のサンプル(右)