

シリーズ

“キラリ企業”

の現場から 第99回

会社のさまざまなサービスを利用いただいている元気企業を紹介する“キラリ企業”の現場から。第99回目は、会社の経営革新計画承認支援事業等、複数の事業をご利用いただいている株式会社あきば商会(足立区)をご紹介します。

「成熟市場で未来を創る社員力と成長機会の選択」

株式会社あきば商会

社員こそ競争力の源泉

株式会社あきば商会(以下同社)は秋庭代三郎氏が昭和31年に設立した個人商店を発祥とし、以来、自動車部品卸売業を主業としてきた。東京都区内および埼玉県内の整備工場を主要顧客とし、電装品、外装部品からエンジンオイルまで幅広い商品を扱っている。

同業者の多くが同じような自動車メーカー純正部品を主要取扱商品とする中、価格以外で差別化を図ることは難しいが、同社は迅速性・小口受注への対応力・商品提案力を前面に打ち出して、事業を展開している。顧客が有するさまざまな課題にスピーディーかつ適切に対応できる点が同社の強みである。

整備工場が一般消費者から低予算での整備を求められることはしばしばである。頭を悩ます整備工場に対し、同社は持ち込まれた車種に適合する中古部品を探索し、低価格で調達するなどして応えようとする。「『知りません』『わかりません』は言いません!」が社内の合言葉だ。

提案力をはじめとした社員のスキルが強みの源泉となると考える同社は、人材育成意欲が高い。コンサルティング会社等が実施する研修には全社員を定期的に参加させている。社員からの自発的な提案も積極的に採用し、創造力を開発する土壌を整えている。社員の自主的な勉強会も頻繁に開催されている。

また、福利厚生を充実させるほか、公正な人事考課制度を構築するなどして、従業員満足度の向上を図っていることもあって、社員の定着率は高い。社員の経験蓄積は同社の強みとなって還元される。



スピーディーかつ的確な対応がモットー

ソリューション提案力の強化

同社は商品提案力を高めるために、自動車メーカー純正部品以外の商品ラインナップを拡充している。中古部品を扱うほか、社外品(優良品)と呼ばれるメーカー純正でない部品も扱っている。社外品(優良品)には品質レベルに差があり、当然ながら粗悪品も存在するが、純正品に劣らない品質を持ちながら、低価格である製品もある。同社が蓄積してきた経験は、信頼のおける社外品(優良品)の見極めを可能にしている。近時取扱いを始めた貨物車用社外品(優良品)は一度購入した運送業者から再度注文を受けることも多く、高い評価を受けている。

このほか車検機器やリフト・ガレージ機器の取扱いも開始し、整備工場に対して自動車部品だけでなく整備機器までを含めたトータルな商品供給力を訴求している。

同社は自社製品の開発にも取り組み、単なる卸売業からの脱却を図っている。デジタルタコグラフにドライブレコーダー機能を付加した「tacodora(タコドラ)®」はその一例である。大型車両に装着が義務付けられているタコグラフは、車両速度・時間・距離・エンジン回転数の変化等を記録するものであるが、「タコドラ」は車外および車内の様子を高画質動画で記録する機能を付加した高機能デジタルタコグラフである。中小貨物運送事業者を主力ターゲットとし、これまで着々と販売実績を積み上げてきている。

「タコドラ」には記録データを分析するソフトがバンドルされており、運送事業者自身がドライバーの運転状況を解析することができるが、同社が運送事業者に代わって記録データを解析し、燃費向上コンサルティングを行ったり、安全運転集合研修を展開するなどもしている。

「タコドラ」による新たな事業展開は、会社の経営革新計画承認支援事業(注1)を活用し、経営革新計画にまとめあげ、都の承認を受けた。事業の新たな柱として育てていく戦略である。



tacodora (タコドラ)®

女性の特性を生かした経営

遠藤社長は秋庭代三郎氏とみつ子氏の間にも長女として生まれた。大学卒業後、大手商社勤務ののち、専業主婦を経て平成元年に同社に入社した。平成5年に代三郎氏が死去したのち、社長に就いたみつ子氏が翌年に死去したことに伴って、平成6年家業を継ぐ形で遠藤社長が社長に就いた。

平成9年、社長に就いて3年後、遠藤社長はある決断をする。廃業する同業他社からの事業譲受であった。経営陣、取引金融機関はじめ周囲は反対の声一色だった。しかし、遠藤社長には大きすぎる必要はないが、小さすぎる卸売業では早晚立ち行かなくなる、そんな危惧があった。この機会を逃してはいけない。商社で携わった一分一秒を争う金属取引で培った勝負勘が冴えた。結果は吉と出る。事業規模は倍増し、安定して利益を出せる体質になった。

遠藤社長はその10年後、平成19年に二度目の事業譲受を決断する。自動車整備業界では限られたパイをめぐる激しい競争が行われ、同社の顧客も廃業していく業者が増えていた。これに伴い減収基調が続いていた。てこ入れを図るために営業基盤が欲しかった。また、優秀な営業マンを引き継げることも大きな魅力であった。

事業譲受は単に営業基盤と社員を引き継ぐことではない。企業文化をも引き継ぐことである。同社の企業文化に融合させていくことには多少苦労はしたが、組織活性化に大きく寄与した。遠藤社長はこの二つを除けば大きな投資も行わず、手堅く経営を続けてきた。

「女性社長は攻めに弱いと言われるが、反面、守りに強いと思っている。自分はバブル崩壊後の厳しい環境下でしか経営経験がなく、輝かしい成功体験がない。しかしその分、守りの経営に徹することができたのではないかと思っている」

メイン顧客である整備工場が男性比率の高い職場であるためか、同社も女性社員は少ない。しかし、遠藤社長は自身が女性であることを生かし、少ない女性社員を上手に活用している。

同社には複数の営業所との細かな調整が必要なために、思うように効率化が進まなかった業務があった。近年採用したコミュニケーションスキルに優れる女性社員を、この業務に従事させたところ、一気に問題が解決した。遠藤社長はこれを高く評価し平社員から一気に課長に昇進させた。これにより、効率化のために検討していたシステム投資も不要になった。

他にも自動車愛好家である若手女性社員の適性を見極め、中古部品を扱う部署に配属した結果、適合する部品の調達スピードを大きく高めることができた。

「うちのような業種でも女性ならではの業務があると気づいた」と遠藤社長は笑顔で話す。



代表取締役 遠藤美代子氏

新たな市場への挑戦

近時、一般消費者が自ら車両を整備したり、自ら調達した自動車部品を整備工場に持ち込んで修理や整備を依頼することも珍しいことではなくなった。多くのメーカー純正部品はカー用品店には置いていないため、一般消費者はネットオークションや通販を利用して入手するほか方法がない。この流れをみて、同社はメーカー純正部品を自社サイトで販売しようと企図した。しかし、これまで対象としてこなかった一般消費者を新たな顧客として迎え入れるためには、単にサイトを構築するだけではうまくいかないだろうと考えた。

そこで、公社の専門家派遣事業(注2)を活用し、専門家の意見を聞きながら、社長以下社員6名で事業のコンセプト作り、一般消費者のニーズに応えるために必要な機能の洗い出しを行なうなどして入念に事業計画を詰めた。

こうして平成26年10月について自社販売サイトが立ち上がった。今後の展開が楽しみである。

(企画課 西口貴憲)

(注1) 経営革新計画承認支援事業…

「中小企業の新たな事業活動の促進に関する法律(中小企業新事業活動促進法)」に基づく経営革新計画の作成を目指す中小企業に対してさまざまな支援を行う。

(注2) 専門家派遣事業…

中小企業が抱える経営課題について、公社登録の幅広い分野の実務経験豊富な登録専門家から課題解決を支援する専門家を派遣。

企業名：株式会社あきば商会

代表者：遠藤美代子

資本金：2,500万円 従業者数：48名

本社所在地：東京都足立区足立4丁目7-3

TEL：03-3880-0111

FAX：03-3880-0115

URL：http://www.akiba-shokai.co.jp