

# 戦略的IT化によりメーカーとの連携及び営業力を強化

## 卸売業 (株)十一屋ボルト(仙台市)

昭和36年に仙台市内で先代経営者がボルト等の卸売業を創業。高度成長期の需要増に対応するため、昭和49年に本社を現在の宮城野区扇町に移転。地方拠点も青森県八戸市に営業所を開設。ボルト・ネジに限らず、締結する機能面に着目し、日本一の5S、在庫品種、情報発信を目指して卸・小売りを展開している。受発注やweb等のIT化にも古くから取り組んでおり、2013年には経産省の「中小企業IT経営力大賞ポータル」を受賞している。

### 1. 相談のきっかけ

東日本大震災後の復興需要があったものの、地元中小企業には仕事が回ってこない。売上は平成23年をピークに減少を続け25年には震災で被災した石巻営業所の閉鎖もあり、営業利益が赤字に。

今後の事業戦略を再構築するため、IT化の支援を受けていた(公財)みやぎ産業振興機構から拠点を紹介された。

### 2. 課題整理・分析

経営ビジョン、経営方針は検討・整理されていたが、業務の連携性が低いと思われた。例えばIT化されている受発注管理が特定の受注先向けで汎用性が低いこと、webからの顧客照会や、FAQが整備されておらず、人的営業との連携が不十分な点など。

加えて震災で閉鎖した営業所の顧客フォローや新規顧客開拓など、営業全体の戦略構築が必要と判断した。

### 3. 解決策の提案

社長と一緒に現状分析を行い、営業戦略の検討を実施。強みである「機動力のある人的営業」と「Web」を活かすため、ポジショニングを「部品の提供から事業場全体の締結部分の保守管理への関与(締結サービス)」を提案。

短期では「web強化によるリアル営業への誘導」、中長期では「締結サービス実施のための体制づくり(部分最適を全体最適に)」を進め県内シェア1%を5年後に2%まで向上するよう提案した。



### 4. 成果

当面取り組んでいるWeb強化については、相談当初(H25.8)のwebのページビューは月2,500程度であったが、最近(H27.8)では月10,000を超えるまでになっている。特にサイト訪問者の足取りを分析することで、閲覧の多いページを丁寧に作り込み、ボルト・ねじの技術データはもとより、現場向けのソリューション・ノウハウも掲載することで、設計・購買担当者の閲覧が多くなっていると分析している。

ページビューの増加に伴い、一定率で照会件数も増加し、売上増加に貢献してきている。また、メーカーもページビューの増加に着目し、サイト内やリンクによる新製品の紹介等の依頼も増えており、今後メーカーと連携したECサイトへの発展可能性も見えてきている。引き続き中長期の課題であるリアルの営業体制整備を並行して進めていく必要がある。

#### 相談者のコメント:

「BtoBの取引であるので顧客のニーズを把握する難しさもあったが、何度もアクセス記録を見ながら改良を加えていくことでニーズが見える化できた。当社のWebにはメーカーも注目しており、今後の展開も楽しみである。並行して営業体制の整備を進め、事業場のソリューションに貢献したい」