

株式会社赤石材木店 (青森市)

■新ニーズの掘り起こし



《企業情報》

- 千038-0003
青森市大字石江字江渡37
- 設立 昭和47年6月
- 資本金 2400万円
- 従業員 19名
- 事業内容 建築資材販売
- 代表者 赤石 慎

《問合せ先》

- TEL : 017-781-7017
- FAX : 017-781-7025
- URL :
<http://www.akaishizaimoku.jp>
- メール :
information@akaishizaimoku.jp



提案型営業で業績進展

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

昭和26年の創業で業歴50有余年を超える建材・木材、住宅機器資材の販売業者。青森、弘前地区に営業拠点を構え、これまで訪問営業を中心とした経営で一定の業績を挙げてきたが、近年は市況低迷から業績の伸び悩みを余儀なくされていた。

この対策として生活スタイルや住環境の変化に対応する新たなニーズの掘り起こしに取り組むために、提案型営業にシフトした。

「信頼と安心で建設資材を結ぶ」を合言葉に取引先に対しては単なる商品販売にとどまらず経営情報や業界内情報、イベント情報を定期的に発信し信頼関係の強化・連携を図っている。また、営業エリア内の地域住民をエンドユーザーと捉え「住空間」「家造り」「生活スタイル」などの提案活動を行うため、不定期ながらイベントを開催し、新たな需要開拓を進めている。



工夫・苦心のポイント

建設資材の商品・商材の提案にとどまらず、需要を創造するという商品利用場面を提案。需要拡大を図るための先進的な営業プレゼンテーション及び提案活動の重要性が求められ、社内で繰り返し研究を行ってきた。特に新ニーズになりうる商材の発掘と販売ルートに乗せるまでに時間を要した。

今後の課題・戦略

取引先への営業に限らずエンドユーザーへの波及効果を狙いとして地域住民への包括的な案内、イベントの開催などで需要の喚起に取り組んでいる。

テーマを選定し「住空間」・「家造り」・「生活スタイル」等の提案を定期的に発信し、新たなニーズの掘り起こしを今後も進める予定。

株式会社イマジン (弘前市)

■IT導入・活用 ■企業イメージアップ



《企業情報》

- 〒036-8182
青森県弘前市土手町126
- 設立 昭和46年9月
- 資本金 5000万円
- 従業員 400名
- 事業内容 ホテル・旅館業（バンケットホール）
- 代表者 野崎 嵩

《問合せ先》

- TEL：017-721-5285
- FAX：017-775-3290
- URL：
<http://www.imgnjp.com>
- メール：m-kimura@imgnjp.com

花嫁のあこがれ式場

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

平成5年よりホテル事業に本格参入、現社長が貿易会社や旅行会社に勤務していた経験を生かし、IT化の導入・活用による事業展開を進めてきた。現在9ヶ所のホテルを運営、ホームページ開設による宿泊予約システムを構築している。

各店舗ごとのホームページは最新の情報や特色を提供しており、アクセス数は着実に増加。現状ではインターネットを利用した予約が中心となっている。また、企業イメージアップの取り組みとして青森県内を対象に「イマジン」ブランドを前面に打ち出したテレビコマーシャルを放映しているほか、地元のイベントにも積極的に参加し、イメージアップは着実に向上している。

パソコンを利用したIT化に早くから取り組み、ホームページや宿泊予約システムを構築したことは絶大な効果があり、店舗展開のうえでも重要なポイントで業績に大きく寄与している。また、企業イメージアップのためテレビコマーシャルを継続的に放映しているが、平成19年からは専門の担当部署を立ち上げて取り組んでいる。

工夫・苦心のポイント

全店舗でホームページを開設したが、開設当初はデータ更新が少なく、アクセス数も伸びずに苦労した。最新情報や特色を打ち出したところ、アクセス数は次第に伸び、自然と情報更新するようになり作業自体も苦にならなくなった。

今後の課題・戦略

IT化導入は完全に軌道に乗り、特に宿泊予約は順調に推移している。テレビコマーシャルによる企業イメージアップとの相乗効果がでてきている。今後は好調のブライダル部門をコア事業へとシフトしつつ、東北6県を中心に中長期的に事業所数を増やし「イマジン」ブランドを浸透させていく。そのための人材育成が今後の大きな課題。

株式会社オーシャン・ビュー (黒石市)

■産学官連携 ■地域貢献 ■企業間連携



《企業情報》

- 千036-0523
青森県黒石市緑ヶ丘25
- 設立 平成15年12月
- 資本金 3000万円
- 従業員 29名
- 事業内容 リサイクル業、古物商
- 代表者 五十嵐 衛

《問合せ先》

- TEL : 0172-59-1171
- FAX : 0172-59-1180
- URL :
<http://www.oceanview.co.jp/xoops/>
- メール : tasukekko@yahoo.co.jp



企業も人も社会のリーダーに

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

企業活動をガッチリ後押しする役として社内にCSR（企業の社会的責任）担当部門として「文化部いきがい創造研機構」を設置。二つの事業に積極的に取り組み、全国へ発信した。

一つは、すばらしい特性を持った「障害者」と国・県・市町村、研究機関・教育機関・事業所と連携して協議会を立ち上げ、7つの施設で解体リサイクルのモデル事業を立ち上げた。二つ目は、平成13年の大阪池田小事件をきっかけに「命を大切に作る心を育むたすけっこ運動（防犯笛配布の草創）～心のメッセージ私からも」への取り組み活動である。

障害者有効求人倍率が極めて少ない中、養護学生の新卒採用に踏み切り約70名の方々の自立を目指した活動支援につながった。また、防犯笛配布運動は命を守る様々な取り組みが派生し、延べ7,000人のボランティアの力が結集され、宮城県、東京都、大阪府、山梨県へと広がっている。

こうした取り組みにより、本業を応援支援していただくお客様事業所が増加しただけでなく、一般の方々からの反響と関心が集まり有形・無形の応援や社会の期待が大きくなってきている。

工夫・苦心のポイント

商売、利益、ネームバリューという次元を超え、理念を持って、過去、現在、未来にどう生きるかを考え、社会貢献に真剣に取り組んだことと、社内外に良き理解者が沢山いたことが幸いした。

今後の課題・戦略

青森本社を中心に関東に2ヶ所、東北に2ヶ所の事業所を置き、東日本全域で事業を行っている。今後は日本全域での営業とCSR（企業の社会的責任）活動の展開を模索しており、将来長期的には東アジアに進出する構想もある。

北村技術株式会社 (弘前市)

■ IT導入・活用 ■ 企業間連携



《企業情報》

- 〒036-8061
青森県弘前市神田4-1-21
- 設立 平成3年5月
- 資本金 1000万円
- 従業員 30名
- 事業内容 測量業務、労働者派遣業
- 代表者 北村 達雄

《問合せ先》

- TEL : 0172-31-5655
- FAX : 0172-31-5622
- URL :
<http://www.kitamura-tech.com/>
- メール : info@kitamura-tech.com



IT化に先進的に取り組む

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

電子納品をはじめとして国が進める建設CALS/EC（継続的調達とライフサイクルの支援・電子商取引）をいち早く取り入れ、ペーパーレス化や情報の共有化、コスト削減等、建設工事コンサルタントとして建設・土木業界に精通したスタッフが実務をこなし、青森県内から東北管内までシェアを拡張している。

また、全国ネットワークとして同業者及び関係業者で組織する「次世代CALS研究会」の東北代表として参加し、現在は会長を務めるなど、CALS/ECの普及活動を行っている。

現場の測量・設計・施工管理・完成図面作成等の一連の流れをスピーディにこなすため、いち早くIT活用に取り組んだ。CALS/ECの普及活動の一環として発注者にも足を運び、受発注者間で統一した認識・内容とすることで「正しいCALS」を推進している。

このことにより問い合わせや、講習会、勉強会の依頼が増え企業のイメージアップにつながり、信頼を得て受注にも結び付いている。



工夫・苦心のポイント

当初は、仕事を選ばず、ユーザーからの要望には何でも対応していたことから業績が上がらなかった。しかし、この対応の良さから信頼関係が構築された。発注者へ直接足を運び常に合理的な業務遂行を提案、ITを駆使し時代の一步先を提案し続けることで他社との差別化を図った。

今後の課題・戦略

平成19年1月に開催された「次世代CALS研究会」に東北代表として参加。今後とも一層のCALS/ECの普及を勧めていきたい。このためにも企業間の連携を強化し情報の共有化に取り組むこととしている。

*CALS/EC(Continuous Acquisition and Life-cycle Support/Electronic Commerce)

入札、納品、施工、管理などの手続きやデータを電子化（システム化）することにより、公共事業を効率化し、また透明性の確保やコスト削減を図ろうとする取り組み。

株式会社協同サービス (十和田市)

■人材育成 ■サービスのモデル化・最適化 ■企業イメージアップ



＜企業情報＞

- 〒034-0081
青森県十和田市西十三番町4-33
- 設立 平成10年9月
- 資本金 2000万円
- 従業員 23名
- 事業内容 葬祭サービス業・生花販売
- 代表者 櫻田 剛

＜問合せ先＞

- TEL：0176-21-1500
- FAX：0176-25-7222

ISO認証取得でサービス向上

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

親会社の十和田おいらせ農協などの助言を得て従業員の人的質とサービスの向上・安定を目的にISO9001を平成19年に取得した。これにより葬祭サービスのシステム化を図ることができた。

例えばマニュアルの文書化により従業員の共通認識が確立され、認証取得による同業他社との差別化が明確になるなど、営業推進に大いに役立っている。

また、顧客への提供サービス水準の一貫性と安定性のために、外部講師を招聘し、研修会・勉強会をキメ細く開く等人材育成に努めた結果、顧客に対して高水準で安定したサービスの提供が可能となった。更に、人材育成に重点を置いた組織改革を行なった。

これらの結果、社員の意識改革を促進させることができ、加えて、顧客満足度も向上し企業イメージのアップにもつながっている。

工夫・苦心のポイント

平成10年の創業と地区同業界では後発業者であったことから、営業・売上重視のスタイルで事業拡大を行ってきた。

大手同業他社や老舗業者との競争が激しく、他社との差別化、組織の強化・活性化が急務であったため、ISO取得を通じて人材教育に取り組んだことが社員のスキルアップにつながった。また、親会社である農協の有形無形のバックアップを得たことも業績向上の一因となっている。

今後の課題・戦略

ISO認証取得によるマニュアル履行で重複作業を避け、行動の一元化を図り一層の合理化が可能になったことから人材育成の深耕化を行い他社には真似の出来ないサービス提供を心掛けたい。

また、親会社である農協の広域合併のスケールメリットを十分に活用し、関連する他業種のステークホルダーとの連携を強めた営業活動を行い業績向上に努めたい。

株式会社東北総合研究社 (八戸市)

■新技術開発 ■サービスのモデル化・最適化



《企業情報》

- 〒031-0802
青森県八戸市小中野8-9-13
- 設立 平成3年9月
- 資本金 1000万円
- 従業員 15名
- 事業内容 漁業資材機器卸売（主としてホタテ養殖関連資材機器）
- 代表者 工藤 聖也

《問合せ先》

- TEL：0178-45-3346
- FAX：0178-45-3347
- URL：
<http://www.tohoku-soken.co.jp>
- メール：
kudoh@tohoku-soken.co.jp



卸売業から新技術開発で製造卸に脱皮

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

ホタテ貝の養殖の際に使用される掛止具である省力化した「ロールピン」を開発し平成13年に特許を取得した。それまでの卸専業から製造卸へと脱皮した。しかし、競合他社からの類似製品が発売されたことから販売方法を見直すとともに販売店の販売意欲を高めるため「マイルイン大作戦」を実施した。

この結果、各地の販売店との連携を強くし、当社業績も年率4～5%の伸びを見せている。ホタテ養殖業界での養殖方法、技術の新提案は市場を拡大させ、各種省力資材機器の普及よりホタテ養殖での増収に貢献してきた。「ロールピン」の開発、普及は停滞していた市場に投げられた久々の省力資材であった。

工夫・苦心のポイント

生産設備を持たず、独創的な製品の開発に専念し、製品化は他企業に委託している。従って当社の資産と呼べるものは知的財産権のみと言っても過言ではない。

常にホタテ養殖に最適な情報を提供し、業界初の提案者として細心の注意力を持って接している。つまり、ホタテ養殖での技術革新は当社から発信すべく「創意工夫を怠りなく」と心掛けている。

今後の課題・戦略

今後の研究開発の課題は

- (1) 低価格のホタテ貝自動耳吊機の開発。
- (2) 同時に当該自動機で使用される消耗品の掛止具の開発。
- (3) 現状ロールピンセッターの高機能タイプ機の開発、提案。

株式会社光美容化学 (弘前市)

■ IT導入・活用



《企業情報》

- 〒036-8001
青森県弘前市代官町21
- 設立 昭和31年5月
- 資本金 4800万円
- 従業員 100名
- 事業内容 理美容業務用品総卸
- 代表者 三宅 竜司

《問合せ先》

- TEL : 0172-36-1234
- FAX : 0172-36-1237
- URL :
<http://www.hikari-b.co.jp/>



在庫管理、流通管理システムの構築

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

美容院等（サロン等）での薬剤などの在庫管理を簡単に済ませることができ、画期的な流通システム、HIKARI SCM（Supply Chain Management）を開発、コンピューターによる物流体制を確立した。

このシステムは美容ディーラーでは初めての試みで大型ディーラーから注目を浴びている。

また、スタイリストの技術や接客の価値に加え、「心地よい空間」を創造することで顧客満足度を向上させる店舗とするため、物件情報、資金調達、空間設計、施工等、あらゆる場面を想定したサロンをサポートするHIKARI DESIGN事業を立ち上げた。

HIKARI SCMの導入により、面倒な薬剤等の在庫管理から解放され、より充実したサロンワークに専念できるようになったと各サロンから好評を得ている。HIKARI DESIGNについても新しい店舗空間等新しい付加価値を提案しており、一番身近な良きビジネスパートナーとして信頼されている。

工夫・苦心のポイント

理美容業界では比較的早くITを導入し、コンピューターシステムによる物流体制を確立させたこと。

これによりスピーディーに、かつロスも少なく、積極的な顧客開拓が可能となった。

今後の課題・戦略

これまでは材料を通じたスタイリストの育成を中心としてきたが、今後は「環境」をテーマにより売れるサロン作りを提案していく。

フリーペーパーやインターネットを中心とする価格競争に拍車を掛ける集客法ではなく、高付加価値を産む独自の集客ツールでサロンオリジナルのブランド戦略を提案していく。

株式会社ファーストインターナショナル (八戸市)

■国際展開 ■地域貢献 ■企業イメージアップ



《企業情報》

- 〒031-0041
青森県八戸市大字廿三日町2 YSビル3F
- 設立 平成6年9月
- 資本金 1000万円
- 従業員 6名
- 事業内容 商社・輸出入業
- 代表者 吉田 誠夫

《問合せ先》

- TEL : 0178-71-2282
- FAX : 0178-71-2285
- URL :
<http://www.firstintl.co.jp>
- メール : info@firstintl.co.jp



ロシア・アメリカでも評判

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

青森県産長芋の米国への売込みと青森県産りんごのロシアへの売込みという二つの事業を通じた国際展開を進めている。これにより、農業生産者の生産意欲の向上や生活を豊かにするという地域貢献にもつながっている。また、地方の会社でも、グローバルなビジネスが可能ということをアピールすることで企業イメージアップにもつながっている。

これらの事業は青森県の商工労働部のチャレンジ事業予算と農林水産部の輸出促進事業予算を利用し、青森県や青森全農と協力して展開してきた。青森県産長芋の売込みは年に一回米国でのセールスプロモーション及び商談会を開き販路拡大に努めた。

平成13年には米国への輸出はゼロだったが平成20年では月に40tコンテナ2本を輸出するまでになっている。ロシア向け青森県産りんごの売込みは県の商工労働部・国際交流推進課のチャレンジ事業計画に採択され、当初ロシアの極東にりんごを売込み、平成18年末より輸出を開始。現在はモスクワの高級スーパーでも売られている。

工夫・苦心のポイント

成功した要因は、現地のスーパーマーケットで試食販売を行ったこと。特に長芋は料理のレシピなどを作り試食販売を行った。

苦労したことは、国内相場が上がって価格が折り合わず、商品が出せなかったりしたこと。

今後の課題・戦略

長芋は、米国の市場では通常、価格を年間契約で決めるが、日本の青果市場は相場で動くので生産者が価格の年間契約に応じてくれない。そのため販路の拡大にもブレーキがかかっているのが現状であり、今後の長芋輸出のラインをどの様に構築して行くのか、県や生産者と協議が必要である。

りんごについてはロシアの市場にどの様に定着させるかが課題。

有限会社ページワン (青森市)

■サービスのモデル化・最適化



《企業情報》

- 〒030-0821 青森県青森市勝田1-3-20
- 設立 平成6年3月
- 資本金 1000万円
- 従業員 15名
- 事業内容 システム開発
- 代表者 木村 謙

《問合せ先》

- TEL : 017-732-4433
- FAX : 017-732-4435
- URL : <http://www.pageone.ne.jp>
- メール : y-kimura@pageone.ne.jp



ローコスト・高クオリティのホームページの構築

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

自社オリジナルの「ONEWEB（ワンウェブ）」というプロが作るクオリティの高いホームページを誰でも簡単に作成し、自らの手で更新できる「ホームページ構築システム&コンテンツマネジメントシステム（CMS）&Webホスティング」を提供している。

従前はホームページを使いこなせるユーザーを主な対象に事業を行っていたが、実際にホームページを必要としているがなかなか踏み切れずにいる小規模企業が多いことがわかったことから、ローコストでありながら高クオリティという視点で商品化した。

これまでは、専門業者に依頼した場合、小規模のものでも初期費用・更新費用併せて数十万円を必要としていたが、この「ONEWEB」は小規模なホームページも初期費用数万円から、月額費用数千円からと低予算で作成・更新・運営が可能である。豊富なデザインパターンに加え、独自ドメインによる運用もできるシステムとなっている。



工夫・苦心のポイント

コンテンツマネジメントシステム（CMS）をはじめ、既に商品化しているシステムとの組み合わせにより新サービスも展開できたことが成功した要因。

業種・業態が多岐に亘るため、お客様の要望に応えられるようなサンプルテンプレートの開発に苦勞した。

今後の課題・戦略

今後はパソコンでの事例を基に携帯電話サイトの自動作成化への平行展開も予定。また、企業システムと連動した企業向け社内サイトの自動作成機能の開発も計画。

株式会社マエダ (むつ市)

■ IT導入・活用



《企業情報》

- 〒035-0071
青森県むつ市小川町2-4-8
- 設立 昭和52年5月
- 資本金 2億2100万円
- 従業員 1360名
- 事業内容 スーパーマーケット
- 代表者 前田 恵三

《問合せ先》

- TEL : 0175-22-8333
- FAX : 0175-22-4226
- URL :
<http://www.i-maeda.co.jp>
- メール : t-hayashi@i-maeda.co.jp



携帯メールで社員が情報を共有

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

携帯E-mailによる一斉同報通信を利用し正社員や一部のパート社員の携帯メールに情報を発信している。

毎朝発信する「社長メッセージ」により、各種方針の徹底度合とスピードが格段に向上した。特に生鮮部門に発信する「お買得情報」では売込商品が徹底され、気候の急変等にも素早く対応できる様になった。

パソコンでのメールやFAX、TEL、会議等での方針や情報の伝達の場合、「全員に伝わらないことがある」、「緊急通達がすぐに伝わらない」というデメリットがあったために、携帯電話へのメール一斉送信を導入した。

利益商材の売込みや天候に合わせた製造の指示ができるようになり、特に生鮮部門の売上総利益率はアップしている。



工夫・苦心のポイント

導入当初は「直接全員に」、「すぐ届く」といった情報伝達のメリットを発信者が充分理解しておらず、発信される情報も少なかった。しかし、社内での上手な使い方をしていく例が増えるに従い利用頻度が増加し、IT導入・活用が十分に活かされている。

今後の課題・戦略

平成19年3月に本格稼働し、全従業員約1300名中、メールシステムの利用者は現在318名となっている。今後はパートナー社員に対象を広げ、情報の一元化と徹底した伝達に取り組んでいきたい。

株式会社吉田屋 (八戸市)

■高付加価値のサービス提供による生産性向上 ■新商品開発



〈企業情報〉

- 〒039-1102
青森県八戸市一番町1-2-1
- 設立 昭和28年7月
- 資本金 600万円
- 従業員 63名
- 事業内容 駅弁当販売、仕出し、不動産業
- 代表者 吉田 広城

〈問合せ先〉

- TEL : 0178-27-4554
- FAX : 0178-27-4556
- URL :
<http://koutazushi.com/>

地場産品の活用

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

食の安全・安心を一から見直すとの観点から平成16年に同業者に先駆けてHACCP準拠（食品安全管理基準）の工場を新設した。品質管理と安定した生産管理により業績を伸ばすことができた。

「小唄寿司本舗」として全国的にも知名度を得ているが、地場産品をふんだんに利用した駅弁を開発するなど、新商品の投入で付加価値の高いサービス提供を行っている。

平成14年12月の東北新幹線八戸駅開業以降は毎年新しい弁当を開発し、現在では小唄寿司をはじめ約20種類の弁当を販売している。特に大間産のクロマグロや三陸産のうなぎなどを使用した弁当は好評を得ている。

このほか新幹線開通に合わせ同業他社と合同で八戸駅前に画期的な小売水産市場を開業、加えて地場産品を有効活用し首都圏での物産展やデパートでの催事販売など継続的なPRを続けたことが功を奏した。

工夫・苦心のポイント

新商品の開発では地場産品を中心とした素材の調達に恵まれているが、高品質及び安全・安心の確保のための苦労が多かった。

細心の注意を払ってきたがHACCP準拠の工場新設後は従業員の意識改革も進み、労働時間内での生産性の向上や製造並びに品質・衛生管理面の完全掌握が徹底できるようになった。

今後の課題・戦略

今後はHACCPとISOの正式な取得を課題としており、それにより、同業他社との完全な差別化を図っていく。また、港町「八戸」の魅力ある水産食品をいかに高品質且つ、安全にマーケットに提供するかが課題。