

週末起業と独立開業を成功させる「スモールビジネス」情報誌

# SOHO domain

cyBiz 月刊サイバズ・ソーホー・ドメイン

ド素人でも一夜で開店!

## ネットショップ

### 超スピード

構築術 最新「ショップ作成」  
ツールならできる!

# 5

May

定価630円

[好評連載]  
1000万円集める必要なし!  
「1円起業」の特例を徹底活用  
資本金1000円で  
株式会社を作ろう!

ドクターSEOがあなたの  
サイトを上位表示に!  
繁盛店に導く  
競上SEO診断

5000件あったらもう危ない!  
初詣でわかる  
個人情報保護法  
対策入門

## 儲け組が必ずやっってる新商法

# アフィリエイト で作る ヒット商品

ASP別  
成功事例

バリュー  
コマース

A8.net

リンク  
シェア

電腦卸

[SOHO2周目]

スモールビジネス成功物語 地元で大型案件を次々こなす実力派

## レーシングドライバーがリターン起業。 地元活性化に欠かせない「顔役」SEに変身

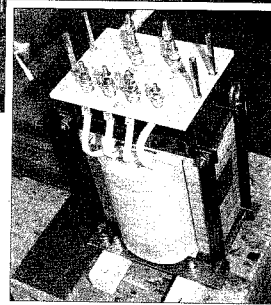
SOHOのための会員制サービス  
クラブドメイン  
受付中

町工場、企業……  
EC活用・先駆者たちの  
“新戦略”

EC活用 スタート  
特殊変圧器の設計・製造・販売  
治部電機製作所  
http://www.jibu.co.jp/

社長

取材・文/永峰英太郎 写真/藤原浩司



# ISO9001取得をアピールするには インターネットが欠かせない!

途、に神崎が流れる大阪府淀川区にある工場を築いた治部電機製作所は、40年の歴史を誇る会社だ。1997年に設立された。2代目・治部健社長が、インターネットの活用を推進している。

## 会社を継いだときから IT活用を視野に

設備用機械を動かす電力の調整に欠かせない「変圧器」。その製造・販売を行う同社2代目・治部健社長は、会社を継いだ1990年当時からIT活用に目を付けていた。

「当社の製品は、お客様の注文に応じて製造するオーダーメイドの“特殊変圧器”が主流です。製品ごとに異なる設計書が何枚も発生するため、設計書をデータ化してパソコンで管理し始めたのです」

パソコンでの設計書管理に続いて治部社

長が行ったのは、インターネットの活用。97年、外部に制作を依頼する形で、自社サイトを立ち上げた。

「当社がどんな製品を扱っているのかを紹介するサイトでした。会社案内程度の内容です。ネットを活用した営業戦略を練るなんてレベルではありませんでした」

ネットを通じての売上げはなく、そのままの状況がしばらく続くことになる。

大きな転機が訪れたのは2002年。治部社長は、大阪産業創造館（大阪市が運営）が主催するISOの合同取得に関するセミナーに参加し「ISO9001」の取得を決意する。

「ISO9001」とは、品質マネジメント・システムの国際規格のこと。簡単に言えば、「安定した品質の製品を提供する仕組み・手順が会社内でしっかり構築されている」ことを国際的に示す証しと言える。

「零細企業が『最高の製品を作っていますよ!』とただ声高に叫んでも『あ、そう』で終わってしまいます。だから第三者の信用機関から認証を受けることで『治部電機は信用できる会社だ』というお墨付きが欲しかったんです」

認証を受けるためには、当然、社内製造の仕組み・手順が基準に沿っていかなくてはならない。そこで、大阪産業創造館から紹介されたコンサルタントと綿密なやりとりを重ねながら、見直しを図っていった。「改善点は多かったですね。たとえば製造

工程の中で、だれがOKを出したら、次の工程に進めるのかを明確にしなければなりません。当社では曖昧な部分もありましたので、丹念に見直していきました」

ISO9001では、こうした仕組みや手順を文書にして管理する必要がある。同社では「ISOワークス」というソフトを活用した。「当社は文書を紙ではなく、全部データ化しました。ネットワークでだれでも見られる環境にもしたかったからです」

## ISO取得がキッカケとなり ネットの戦略的活用に挑戦

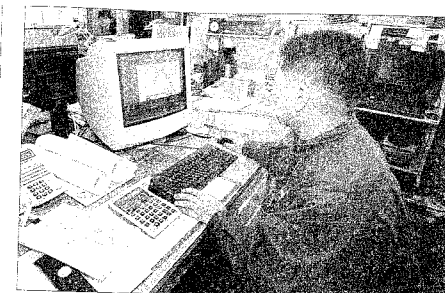
ISO取得のために動き出したのは02年1月。その10ヶ月後の同年10月に、治部電機製作所はISO9001を取得したが、治部社長はあくまで出発点だと考えていた。

「ISOを取得したことで、お客様に購入前の安心感を与えることはできます。どうアピールするか社内で検討していく中で、ホームページを使った営業戦略はどうか、という提案が出たんです」

その提案の背景としては、02年頃から会社案内が目的だった自社サイトを通じて、注文が何件か入っていたという事情がある。「おもしろいかも」と治部社長は思った。「当社の強みはオーダーメイドの特殊変圧器を扱っていること。そこで“事例戦略”でいこう、ということになったんです」

事例戦略——同社のお客様の多くは、「こんな仕様の安い変圧器はないの?」といった具合に、具体的な要望を添えて注文してくる。そこで、その要望を事例として公開していく戦略が有効だと思ったのだ。

「特殊変圧器を求めるお客様は“変圧器”のほかに“小さな容量”などのキーワードを組み合わせて検索するケースが多い。そ



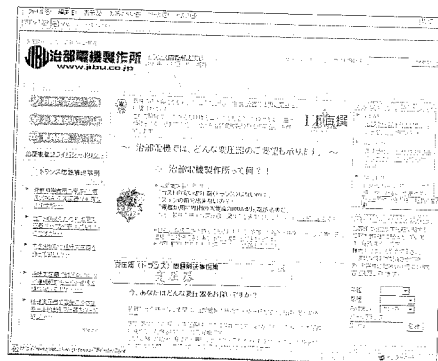
現在、「海外ではどのくらい多く、先程が電いつきず、海外の場所にも市場を誇っている」



ここで、個別の事例を数多く載せれば、たくさんのお客様を誘導できるかもしれない」変圧器の写真も掲載し、お客様が注文する際の参考になるようにした。EC戦略に関する教室にも通い、SEO対策、アドワーズ広告などのレクチャーも受け、それらもすべて実践していった。こうした努力の結果、これまで新規顧客は1年に2件程度だったが、サイトのリニューアル後、見込み客はなんと1日1件と飛躍的に向上した。

そして今、治部社長はインターネットを使った新たな展開を考えている。「購入後の感想をお聞きするアフターフォローを仕組みとして取り入れるつもりです。お客様と交流しながら、自社製品の品質をもっと向上させたいからです」

変圧器のデザインにも今後は力を入れ、ひと目で『治部電機の製品だ』とわかるようにもしたいと言う。この7月、同社は「有会社」から「株式会社」に組織変更する。さらなる飛躍を、治部社長は狙う。



### 企業プロフィール

会社名………有限会社治部電機製作所  
業務内容………工場などで使う特殊変圧器(トランス)の設計、製造、販売  
所在地………大阪市淀川区新高  
年商………2億5000万円(04年度)  
設立年月日………1964年1月  
社員数………24名

### ●1990年 設計書などの文書を パソコンで管理

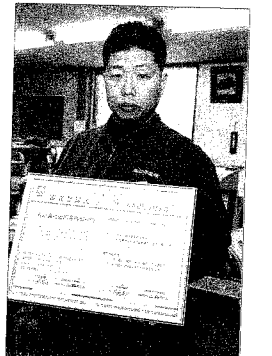
1製品につき1枚以上発生する設計書などをパソコンで管理することを始めた。これにより「10年前に注文した商品を再注文したい」といった要望への迅速な対応が可能となる。

### ●1997年頃 自社ホームページを開設

治部電機が特殊変圧器を扱う会社であることを広くアピールするため、独自ドメインを取得してサイトを公開。まだ会社案内程度の内容だった。

### ●2002年10月 ISO9001を取得

製造メーカーである以上、品質に関して第三者機関の認証は必須と考え、取得を決意。ここでもITを徹底活用。



### ●2002年頃 インターネットからの注文が増加 サイトのコンテンツは会社案内程度だったものの、ネットからの注文が増え始め、治部社長はネットの可能性を感じることに。

### ●2003年9月 自社サイトをリニューアル 「会社案内」から「自社製品の紹介・アピール」へ方向転換したサイトにリニューアル。ネットからの注文受付も明確化。SEO対策も積極的に行う。

### ●2005年夏頃(予定) 顧客満足度調査のシステム構築 顧客満足度の調査や製品開発のために、顧客とのコミュニケーションを円滑化するシステムの構築を目指す。