

経営者が語る 「経営の転機」

No. 2

社名 株式会社有田ユニテム
代表者 代表取締役社長 丸岡 章二
創業 明治38年
設立 平成12年11月
事業内容 オーダーメイドユニットバスの
設計・製造・施工および販売
所在地 〒369-0131
埼玉県鴻巣市袋1076-3
電話 048-549-2611
URL <http://aritaunitem.com/>
資本金 5000万円
売上高 3億円
従業員 20名

株式会社有田ユニテム
代表取締役社長 丸岡 章二

オーダーメイドユニットバス専門 納期・品質・コストで差異化追求

リーマン・ショック&3・11の影響で
受注環境が急激に悪化するなか
生き残りをかけて新市場開拓に邁進





未知の分野だから挑戦のしがいも大きい

ユニットバス工場の経営継承 独立20年にしての一大転機

高校卒業後勤めた大手重電メーカーの工場を退職し、独立したのが昭和54年、37歳のときでした。鴻巣市内の工業団地にささやかな工場を構えます。古巣を主取引先としての、ブレイカーなど電気器具類を組み立てる下請け仕事です。バブル崩壊後の景気低迷期にも比較的安定した業績を維持し続けてこられたのは、幸運なことでした。そんな私のもとへ、独立20年を迎えたころ、思いがけない話が持ち込まれます。

同じ工業団地内でオーダーメイドユニットバス事業を営んでいた工場が、バブル崩壊による業績減速で破綻。休眠状態に陥っていたその工場および事業の一切を、残った従業員ともども引き取ってもらえないか、との依頼でした。私が団地組合の役員を務めていた関係もあって話が来たのでしよう。未知の事業分野ですし、もちろんそれなりの投資も必要です。迷った末、引き受けることにしました。まさに経営者人生の一大転機でした。

経営諸表を見せてもらい経理屋の目で検証してみると、売上に比較して営業経費が異様に大きいことは一目瞭然。これにメスを入れるとともに、仕入部材についても中国調達へシフトするなど、コスト競争力強化を徹底す



間接経費を抑えれば、十分やっつけていける

れば、十分やっつけていけそうでした。休眠状態にもかかわらず引き合いの電話が結構入っていたことも背中を押してくれました。また別な要因として、20年間続けてきた電気器具組立事業の先細り傾向をふまえ、かねてより新規事業進出を目論んでいたこともあり、こうして平成12年11月、当社を立ち上げます。

沖縄のリゾートホテルからの 大量受注で業績も軌道に

オーダーメイドユニットバスの主力市場であるマンション、ホテルなどからの受注獲得をめざすため、まずは設計事務所やゼネコン、内装事業者、ユニットバス同業大手などへアプローチ。営業部隊は置かず、私自身のトップセールスのみで回りました。

営業の基本方針に掲げたのが、(1)高級路線 (2)手づくり感覚 (3)小ロット対応の3つ。大手と同じ土俵での競い合いは回避する、当社規模ならではの小回りの利く対応で勝負する、という基本方針に基づくものです。セールス活動の甲斐あって、当社前身時代からの継続・復活案件を皮切りに、新規案件の獲得成果もポツポツと上がり始めます。しかしながら、受注ペースが向上くまでにはなかなか至りません。仕事は何とか途絶えることなく回っている。そんな状況が3年、4年と続いていました。



同業大手と同じ土俵には乗らない

状況が劇的に変わったのは、平成19年から20年にかけてのことでした。大手ゼネコンと組み、沖縄・万座ビーチに立地する大型リゾートホテルのリニューアル企画コンペに参加し、落札。ユニットバス400室分の大量受注に成功したのです。リーマン・ショックを挟み翌21年、全量納品・据付完了。仕事量激減で業界全体が苦境に陥った頃に最繁忙期を迎えた仕事でしたから、大いに助かりました。また当社の企画設計力、施工力を業界内外に広く知らしめるキッカケとなったことも、画期的な出来事でした。

従来からの「B to B」市場に加え 今後は「B to C」市場にも注力

リーマン・ショックによる景気低迷、設備投資減衰に見舞われた業界では受注競争がいちだんと激化。業者同士の体力勝負の様相も呈しはじめ、淘汰・合従連衡が急速に進みました。こうした状況下にあつて当社規模で生き残ってこられたのは、先に挙げ



ニッチ市場で生きていく それが中小だ

た営業方針三原則が間違っていないことの証左でしょう。また「納期」「品質」「コスト」という市場からの3大ニーズへ、全社を挙げた取り組みも評価につながっています。しかしながら3・11東日本大震災以降の市場の冷え込みには、想像を絶するものがあります。当社の経営への影響もきわめて深刻です。しぼんでいる市場規模のなかでいかに一定の仕事量を確保し、さらには新たな市場を掘り起こしていくか。既存のマンション・ホテル向け商品のラインナップ強化はもちろん、病院や介護福祉施設、企業福利厚生施設向け大型特注ユニットバスといった新ジャンルにも挑戦。また、こうした「B to B」市場に加えて今後は、「B to C」市場、すなわち個人住宅向けのセミオーダー指向ユニットバス事業にも本腰を入れていきたいと考えています。業界未経験という不利な条件を、逆に当社にとつての飛躍のチャンスに変える。いまこの日、この時を止念場ととらえ、ポジティブな意味合いでの転機にすべく頑張つてまいります。

