イチ押し戦略

ふくい 企業の挑戦

制服ネット通販好調

ワイケー企画（福井）

顧客目線のＨＰ 自社運営

2009年12月期決算で50万円だった経常利益が、12年12月期は1億円に。売り上げも4倍超になった。ユニホーム販売のワイケー企画（本社福井市二の宮3丁目、横井康孝社長）は、ネット販売で市場の拡大に成功。全国から注文が届くようになり急成長している。

ユニホーム業界は、製造元が県ごとに代理店を指定する方式を採用してきた。種類やサイズが多岐にわたるユニホームは、大量の在庫が必要になるのが大きな理由。このため、商圏は県域に限定されがちだ。同社は1993年創業の後発組で、県内だけでは限界を感じたのが、ネット戦略に切り替えるきっかけになったという。

08年10月に、飲食店ユニホーム専用の通販ホームページ（ＨＰ）を立ち上げ。11年4月に作業服、12年6月には事務服のＨＰを開設した。「飲食店ユニホームのネット通販では売り上げ日本一」（同社）という進化の原動力となっているのは、顧客目線に立ったＨＰづくりだ。ＨＰの構築、運営は外部の専門業者に任せる企業が多い中、自社運営にこだわる。社員30人のうち、ウェブ企画、デザインに携わるのは7人。自前で運営を手掛けることで、販売戦略を素早く、確実にＨＰへ反映させることができるという。

ユニホームのネット通販に力を入れるワイケー企画＝福井市二の宮3丁目

横井社長は「ユニホームはブランドで売れるものではない。中身の良さをしっかり伝えれば売れる」と話す。買い手は業種、予算、店のコンセプトや機能性といった点を重視する。それらの情報を見やすくまとめ、全身のコーディネート差別化▽一点集中主義▽小さい分野でも1位にーといった、弱者が勝ち残るための「ランチェスターの法則」にのっとった経営だ。

発送までの時間を短くするため、あえて自社で在庫を抱える戦略も取っている。

飲食店、作業服のＨＰが軌道に乗った本年度は、事務服と白衣の販売に力を入れる。商品が売れるウェブサイトの知識を生かし、コンサル事業にも乗り出す予定だ。