

# 顧客満足を徹底追及し、 高収益かつ永続的な 企業を築き上げる



株式会社北の達人コーポレーション  
代表取締役社長

キノ シタ カツ ヒサ  
**木下 勝寿氏**

〈プロフィール〉

昭和43年、神戸市生まれ。関西大学卒業後、(株)リクルート入社。5年後に日用品販売業として独立するも2年で事業継続を断念し、フリーターとなる。平成12年、再起を賭けて、北海道特産の食品のインターネット販売を開始。平成14年、(株)北海道・シーオー・ジェイビー設立。平成21年、現在の社名に商号変更。平成24年、札幌証券取引所アンビシャス市場に上場。

誰にも真似できない  
本物の商品とサービスで  
顧客をしっかり掴みたい

同社は創業時、カニやメロンなど北海道の特産品を販売する事業からスタートした。木下社長はパソコン二台とともに単身で北海道に移り住み、仕入先をゼロから開拓した。インターネット通販がまだ一般に浸透していない時代であり、初月の売上は二万円ほど。月商十万円を超えるのに半年を要した。

「資金も知名度も経験も何も無い零細企業でしたので、細やかな丁寧さを追求しました」と木下社長は創業当時を振り返る。「各商品に最もおいしい食べ方をお知らせする『食べ方虎の巻』を同封したり、今では他社でも普通に行っていますが商品発送ごとに宅配便の伝票番号をお伝えしたり、お客様によりご満足いただけるよう、独自に工夫を凝らしてノウハウを積み重ねていきました」。

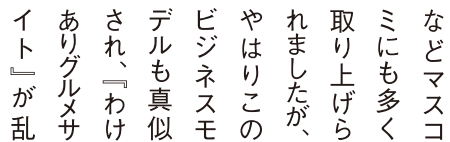
顧客本位のサービスに徹した甲斐あり、「日本オンラインショッピング大賞」を受賞するなど、同社の北海道特産品サイトは着実に知名度と売上を高めていった。しかし、ネットショッピングの普及に伴い、北海道特産品

## Key Point 他社と競うコストや人的パワーを 目の前のお客様のために費やす

を扱うサイトが急激に増加。「知名度の高かった当社サイトのデザインやフォロームの内容などを真似たサイトも多かったですね。新規のお客様から見れば、それが本家かわからない状況で、売上はすぐに頭打ちとなり、徐々に下降線をたどっていきました。そこで新規事業として、平成十九年に『わけありグルメ専門サイト』を立ち上げました。足の折れたカニ、製造過程で割れた煎餅など、見た目は悪いが味や品質には問題ないグルメ商品を安価に仕入れ、安価に提供するもので、全国的に『わけありグルメメニュー』を巻き起こしました。テレビ番組

### アンビシャス市場に上場 北海道を代表する企業へ

などマスコミにも多く取り上げられました。やはりこのビジネスモデルも真似され、『わけありグルメサイト』が乱立してしまいました。すぐに真似される商品やサービスを、他社に先駆けて提供しても成功できないと実感しました。誰にも真似できない本物の商品やサービスを開発し、お客様が他社に流れないようにしよう。現在の当社の安定成長戦略は、これら失敗の経験が基となっているのです」。



「ビックリするほど良いもの」をコンセプトに開発されたオリジナル健康食品・化粧品

現在、同社売上の六割を占める主力商品は、当所「北のブランド」(食品部門)にも認証されている健康食品「カイテキオリゴ」。北海道のてん菜などから抽出した高品質のオリゴ糖を主原料に、独自の「EOS理論(特許出願中)」に基づいて製造されている。日本で一番売れている粉末オリゴ糖(平成二十四年日本能率協会総合研究所調べ)である。「買って終わりではなく、ご満足いただくまで徹底的にフォローするため

に、健康管理士を中心とした専門的なカスタマーサポート部隊を編成し、購入後の健康相談など、アフターフォローに努めています。この商品も人気が高まるにつれ、多くの類似品が出ましたが、製法もアフターフォロー体制も真似できないものだったので、お客様が離れることはありませんでした」。

同社は一般的な企業と比べ、収益率の高さに定評がある。これはもちろん、商品原価や顧客サービスの費用抑制によるものではない。木下社長は、「私たちは過去の失敗を教訓に、『より多くの人に売り、より多くの売上を上げる』ことを捨てる決断をしました」と語る。「売上は少なくともいいから、目の前のお客様に満足してもらうことに経営方針を転換したので。その結果、注文一件当たりの販促費や人件費が激減し、浮いたコストをさらなる顧客満足に向けてと、リピート率が上がり、口コミで新規顧客も増える『正のスパイラル』が発生したのです。当社には『ファンづくり課』という部署がありますが、ここでは顧客からのメールなどの問い合わせを分析し、同種の質問が多ければ商品同封物の内容を見直すなど、改善を図っています。リピーターにならない要素があれば徹底的に解消し

ていく考えです。顧客満足の徹底が、高収益で永続的な企業を築き上げると確信を深めています」。

同社では「カイテキオリゴ」のほか、ビックリするほど良いものをコンセプトに、女性向けポリフェノールサプリメント「紅珠漢」、保湿ケア化粧品「みんなの肌潤糖」など、現在六つの商品を展開。同社サイト「北の快適工房」で販売している。昨年五月には、札幌証券取引所アンビシャス市場に上場。高レベルの採用基準をクリアする人材獲得に弾みをつけ、早期に本則市場を狙っている。「起業して、家業で終わるか、企業になるかは、ひとえに人材マネジメントに尽きると考えます。すぐく手間がかかることでありますが、成長を続ける企業は、そこを乗り越えています。当社も『北海道を代表する企業』となるべく、スタッフ一人ひとりが高い意識を持ち続ける環境をさらに整えてまいります」。

### Information



株式会社北の達人コーポレーション  
札幌市北区北7条西1丁目1-2  
SE山京ビル7階  
011-757-5567  
http://www.kitanotatsujin.com/