

**事務機物販のためソリューションノウハウに重点
顧客満足を磨くため異業種のホテル事業にも参入
——九州教具(長崎県大村市)**

「誠実にして正確を旨とし似て
社会に貢献すべし」。事務用品・
OA機器販売を手掛ける九州教具

の企業姿勢はこの理念に集約され
ている。「事務機を売る前に、それ
が顧客にどのようなように役立つサービ

スなのか考えるのが基本」と話す
船橋修一社長は社員に対して常に
「何故?」と問いかける。自分の頭
で考えさせ、自分の心に問うこと
で誠意を引き出した。からだ。

この手法を踏襲する場合、物販
を糧にしつつも顧客満足度を優先
するには、時として事務機を売ら
ないことも選択肢として存在す
る。物販だけでは顧客に役立つ
サービスは実現できないという考
えのもと、顧客の悩みを解決する
ソリューション(問題解決)のノ
ウハウを磨くため異業種であるホ
テル経営にまで乗り出した。

**4つのビジネスホテル
本業にノウハウ生かす**

同社は96年、倒産したホテルを
買い取った「ベルビュー長崎」を
皮きりに、98年「ウイングポート
長崎」、04年「大村マリーナホテ
ル」、05年「ホテルクオーレ長崎駅
前」と4つのビジネスホテルを相
次いでオープンした。

当初は素人集団でのビジネスホ
テル運営は苦勞の連続で収益は見
込めなかったというが徐々に軌道
に乗り始めた。「ホテルは3Kに

近い仕事のうえ、長崎観光は落ち
込んでおり事業環境は厳しいなか
にある。だが、ホテル事業で成功
できれば、事務機ビジネスにおい
てもソリューションノウハウを応
用できる」と見込んだ同社長はホ
テル事業に注力し、現在では4店
舗とも稼働率は8割をキープして
いる。また08年度「全国企業品質
賞・再優秀賞」をビジネスホテル
では初めて受賞するなど、ホテル
事業単独で評価を上げつつある。
ホテル経営ではスタッフに自由
にアイデアを出させることを推奨
して、結果はともかく実践させて
いるという。こうしたホテル事業
での試行錯誤はネット予約やシフ
ト管理など多くのノウハウ獲得と
蓄積につながり、事務機販売の
サービスツールとして大いに活用
している。

**社内意見を積極的に採用
「業態転換」に踏み切る**

職場に活力を生み出すという点
では管理職への昇進に立候補制度
を取り入れているのも同社の特徴
だ。そして社員から出てくる自由
な意見は同社を業態転換に向かわ

せることにもつながった。そ
れまで同社は官公庁などへの
文具品の納入に1日の業務時
間の大半を費やしており、コ
ピー機やサーバーなどを提案
営業する時間が限られていた。
「ちょうど全社員で社業の方針
について検討した結果、ソ
リューションビジネスを強化
すべしと意見集約ができてい
た」(同)のを受け、納品を事
務用品通信販売大手の「アス
クル」経由に代えるという逆
転の発想をひねり出した。「ア
スクルはいわば商売敵。社内から
は当然反対もあったが思いきって
決断した」(同)。その結果、売上
高は一時的に減少したが、約1億
円あった在庫が200万円ほどに
まで驚異的に改善され、財務体質
の強化につながったことに加え、
アスクルの綿密な管理データを基
に納入先の動向がつかめたこと
で、営業エリアを全県単位に拡大
することができたのだ。

こうした社員の意見を重視する
のも、「顧客の潜在的なニーズを
汲み取るためには自らが経験、実
践したノウハウがあつてこそ可能
になる。顧客満足の第一はそこか



九州教具本社

ら始まる」との船橋社長の強い思
いによって貫かれていた。

以前同社では最新式のコピー機
を売っているのに社内では下取り
した中古コピーを使い、自社の在
庫管理もまともにできていないの
に顧客には在庫管理システムを売
り込むなどの風潮が当然のように
蔓延っていた。「自らができもし
ないことを売るのはなく、自社
で解決したノウハウを顧客に売
る。そのことが事務機など物販に
もつながる」。その方針は着実に
成果を上げ、この不況下にありな
がら、同社の売り上げは右肩上が
りである。