

## IT経営百選応募記入シート(1/2)

## . 会社概要

1. 会社の名称	シャボン玉石けん株式会社
2. 本社所在地	福岡県北九州市若松区南二島2-23-1
3. 電話番号	093 - 791 - 4800
4. URL	http://www.shabon.com/
5. 設立年月日	1949(昭和24年)5月10日
6. 資本金	3億円 (グループ合計5億8百万円)
7. 上場の有無(店頭/2部)	無
8. 業種・業態	無添加石けんの製造販売
9. 代表者名(年齢)	森田 光徳(73)
10. CSO(情報戦略責任者)・CIO名(年齢、役職)	森田 隼人(28) 取締役副社長
11. 直近の売上高(億円、年)	53.1億円(2004年)
その1年前の売上高(億円)	52.9億円(2003年)
その2年前の売上高(億円)	53.3億円(2002年)
12. 直近の経常利益額(百万円、年)	461百万円
その1年前の経常利益額(百万円)	452百万円
その2年前の経常利益額(百万円)	485百万円
13. 現在の従業員数(うち社員数、年)	91名(2004年)
その1年前の従業員数(うち社員数)	97名(2003年)
その2年前の従業員数(うち社員数)	98名(2002年)
14. IT部門の有無(名称)	シャボン玉・通販部門
15. IT部門の責任者名(年齢、役職)	脇田 健治(48 課長)
16. IT部門の人数(うち社員数)	22名
17. 直近のIT関連の年間費用(人件費も含む、百万円、年)	IT関連部門 計130百万円 (2004年)
その1年前のIT関連の年間費用(人件費含む、百万円)	IT関連部門 計137百万円 (2003年)
その2年前のIT関連の年間費用(人件費含む、百万円)	IT関連部門 計141百万円 (2002年)

## IT経営百選応募記入シート(2/2)

18. 事業・商品・サービス内容	<p>無添加石けんの製造販売 / 洗濯用、台所用、化粧石けん、シャンプー、リンス、クレンザー、漂白剤、石けんハミガキ、シャボン玉石けん、シャボン玉販売、シャボン玉本舗、シャボン玉商事、シャボン玉企画の5社で事業を展開</p> <p>販売部門では、全国の代理店、百貨店、スーパー、生活協同組合等にて、無添加をこだわるお店等で販売。また、独自路線として、直販体制の通信販売を取り組んでいる。ITを活用し、CRMの確立、ネット販売の充実を行っている。</p>
19. ビジネスの特徴	
強み	<p>「健康な体ときれいな水を守る」をモットーに30年前から、天然油脂原料からできる無添加石けんの製造販売をしている。当社は職人の技術が問われる昔ながらの石けんの製法「ケン化法」で1週間かけて作っている。</p> <p>日用品業界では画期的な、独自システムを確立し、通信販売の顧客登録数約19万名の登録を有し、お客様の意見を取り入れながら、より良いものを製造販売している。</p>
付加価値	<p>30年前に開発した、無添加石けんの製造しています。通信販売という特質から、お客様からのご意見等を、販売管理や、製品作りに生かし、リピートオーダー層を確実に定着させる、流通販売と通信販売での、販売ツールを確立している。</p> <p>ハガキ、メール等でのお客様の声で開発されたのが、「せっけんハミガキ」でもあり、商品開発にも生かされている。</p>
こだわり	<p>当初、合成洗剤の製造・販売業からスタートしている。昭和49年、販売先の一つであった国鉄から、合成洗剤で車両を洗浄すると腐食が早いため、天然素材産に切り替えるよう打診される。</p> <p>これを天然素材・環境指向・健康指向の萌芽と敏感に読み取った現社長が、当時主力であった合成洗剤から、無添加・天然素材のみの製品の製造へと、大胆に方向転換していく。そして社長自身の肌のトラブル・湿疹に効果があったという経験を医学的にも理論付けて、ブランド・製品浸透までの17年間にも及ぶ損失計上期を乗り越えて、以前では考えられなかった「無添加・天然素材」・「アトピー・湿疹対応」等の隙間市場を、本格的に開拓し成長させている。</p>
独自性	<p>石けんという身近な消耗財を、製造販売に特化せずに、無添加という特徴を持たせ、「健康な体ときれいな水を守る」を位置づけに、全国の愛用者の提供している。</p> <p>天然の動植物油脂を原料にし、安心安全・環境対応型商品として、お客様にPRしている。</p> <p>防腐剤・色素・香料等、合成添加剤を入れる同業他社メーカーとは違い、「無添加石けん」専門メーカーの経営理念を貫いている。</p> <p>また、無添加石けんの技術を生かし、2005年度は液体石けん各種の開発、業務用消火剤開発(特許申請中)と、製造プラントの取組みを始めている。</p>

## 自己評価表

会社名 シャボン玉石けん株式会社

1 ビジネス戦略・経営改革の視点	評価を行なうに当たっての具体的事実
業績の好調さ(20点満点)	過去5年間売上と利益を確保し業績は順調に推移している。 無添加石けんの特性を生かし、より良い物を信じて購入いただく方が着実に増えてきている。業界内ではめずらしい。
ビジネスモデル(20点満点)	無添加石けん一筋に製造・販売を30年続けている。 通信販売部門では、コールセンター・インターネット販売を行っている。 約19万人の顧客情報を活用し直販を行っている。また、年会費2,000円で3万名の正会員組織を確立している。優良お得意様でもある。
経営の自立化(20点満点)	通信販売部門は「シャボン玉友の会」という会員組織。登録された会員には定期的に会報を発行して情報提供することで顧客の定着をはかっている 通信販売・ネット販売・流通販売・百貨店販売と取引先の分散化も努めて、安定供給と、安定価格でルートを確立。
経営のオープン化(20点満点)	売上高、利益を月次社内での会議の際、公表 お客様の声を関連部門へ開示している。
満足度経営(20点満点)	正会員組織を着実に活用していくため、会報誌の発行はもとより、キャンペーン等の取組みを行い年間計画に生かしている。 一流企業を目指すと共に、品質・製法だけでなく人材育成にも努めている。
小計(100点満点)	
2 IT高度活用の視点	
コミュニケーション(20点満点)	情報共有のため社内外での電子メールを活用 お客様相談室での、質問やお問い合わせ、販売店情報等を回答するための、データベース化
営業・マーケティングの改革(20点満点)	新規顧客を増やしていくための、インターネットの活用。 情報システム導入による業務効率化の範囲を超えて、戦略的経営を企図した取り組みを進めている。顧客管理の徹底や、得られた情報を活用した積極的な販促等は、その一環である。
プロセスの高度化・連携(20点満点)	販売部門では、EDI発注による受注管理。 CTI(コンピューター電話統合)システムを利用したCRM作り。 受注と販売管理、物流部門への電子データによるシステム確立と省力化と効率化。
人材・ノウハウの高度活用・ 高度な経営管理への活用(20点満点)	受注管理において日次・月次データを、製造製品管理と製造プロセスの応用に生かしている。
情報セキュリティ対策(20点満点)	ウィルス対策 顧客の個人情報管理(情報消失に対する対策)
小計(100点満点)	
合計(200点満点)	

## 採点基準

20点～16点	世界・日本に誇れるレベルの成果
15点～11点	他社が参考とする成果が出ている
10点～6点	十分に実践しており、一息ついた
5点～1点	着手しているが、まだまだこれから
0点	全く実践していない