

Innovator #06

株式会社ヘリオス

代表取締役

香川 等さん



ーリアルチャネル、
それは目に見える安心。

ビジネスの助っ人 **basket** ー



「中小企業の社長がどこで買っているかわからんモノ」を相談ができて、見積もり依頼もできる窓口を Web サイト上ではなく、リアル店舗で展開する『basket』。店名の示す通り、ビジネスの助っ人=ピースケットはいま、9店舗をホームページ専門ショップとしてホームセンター内に店舗を構え、月平均すると約150人の社長の困り事を解決している。

「ホームセンターというのがミソで…」と株式会社ヘリオスの香川等代表取締役は、ターゲット層とする中小企業の社長を見つける方法に試行錯誤した経緯を楽しいがに話す。

「中小企業の社長がリアルに集まる場所を探して、コンビニは滞在時間が短い、飲み屋だとチラシをみてくれない…」と考えた末に自分の行動履歴から思い当たったのが、休日に良く足を運ぶホームセンターのコーナーだった。すぐに商談して basket の前身となるコーナーを店内に設置するも、思うように客足は伸びない。来店は毎月20人程度しかなかった。

起死回生の方法は、たったひとつ。「社長ですか？」と聞くという直球の方法だった。香川社長は「社長と聞かれた相手はもし違っていても悪い気はしないもんです。本当に社長の場合は『なんで知っているんだ』と自分から明かしてくれる。ホームセンターという社長が企業の鎧を脱いで、個人の顔になっている場所だからこそチャンスがある」とうれしそうに話す。新規チャネルの開拓が根っから好きなのだ。

香川さんは新規チャネルが成功の可能性を広げるといふ信念のもと、

「世の中にないチャネルをつくり中小企業の経営者を支援したい」と、2012年に47歳で再起業しヘリオスを設立した。

インターネット環境の構築、ホームページ制作への問合せが8割と圧倒的だったことを受け、basket店舗内のHP制作窓口コーナーを広げ、リアル店舗のあるHP制作会社という新しい形態をつくった。

「創業当時扱っていた商用の電話機やコピー機は大手メーカーが存在するのでブランド料という対価は納めができる。しかし、HPは有名なデザイン会社を除けば個人も多く、ブランドのない業界のため、結果的に価格が見えにくい」とニーズを分析する。

basketのポイントは、見える化。3段階のHP制作プランを用意し、作業項目と料金を明示する明朗会計と自社デザイナーによるコストダウンで相場の6割程度の価格設定にした。中小企業だけでなく、大手企業のイベントやキャンペーンサイトのスポット制作の引き合いもある。

Web主流の時代に、なぜリアルチャネルを重視するのか聞くと「インターネットなどのオンラインチャネルはいつでもリアルと融合ができる」と話す香川さん。これから10年で300店舗を目指し、信頼と安心の拠点として地域に根ざした企業ブランドを築いていきたい、と話す。

