

好調企業の戦略

< 47 >

サンユウ

太陽光発電市場に逆風が吹き、多くの企業が売

り上げを落とす中、太陽光発電やオール電化など、エコ商材の販売・施工を手掛けるサンユウ(本社東京都、山口満社長)が吹き、多くの企業が売

ている。

同社の代理店は現在120人。16年9月期の売上高は前期比10%増の21億円となり、3期連続で増収だった。「蓄電池需要をうまくとらえた」

増収の原動力は勉強会

長)が増収を続けている。蓄電池やエコキュート等を組み合わせた提案の幅広さが、同社の業績拡大をけん引しているという。同社では、代理店や卸先の営業マンを集めて、1年に3回ほど勉強会を開催、営業マンのノウハウや提案力に磨きをかける。

(山口社長)「ことが好調の理由だという。国土交通省が周知に力を入れる、『ZEH(※、ゼッチ、ゼロエネルギーハウス)』の波にも乗り、太陽光発電とセットでエコ商材を手広く販売している。増収の原動力は、毎年

している。「営業トークや会社の収益構造を見直す必要がある。今やエコ商材に魔法のトークはない」(山口社長)と話す。同社は11年まで、オール電化を軸にエコ商材を販売。東日本大震災以降、オール電化から太陽光発電にメイン商材をシフト

した。当時は産業用太陽光発電にシフトする事業者も多かったが、同社では一貫して一般家庭向けの販売を手掛けて来た。現在の売れ筋は、カーポート(屋根だけの車庫)に設置する太陽光モジュールだ。すでに屋根上に太陽光発電を設置した一般家庭がターゲット。「カーポートと屋根上を合わせて10㎡以上の発電量にすれば、『産業用』として固定買取期間が20年に伸びる。もともとカーポートが欲しかったという顧客からも人気が高い」(同)と話している。

10月期
eリモ
日本16年
売上高は35億6000万円

12%増収で2桁成長続く

外壁塗装の訪問販売を手掛ける日本eリモ(本社兵庫県、中村慎一社長)の16年10月期の売上高は、前期比12%増の35億6000万円だった。営業マン数と支店数は横ばい、微増だった。

て閉店したため支店数は横ばいだった。

営業マン数は120、140人と微増。同社は産休・育休の奨励や時差式出勤の導入などに取り組み、定着率と一人当たりの売り上げ増に成功。

エネルギー・コミュニケーション

水宅配事業に参入

プレミアムウォーター製品を取り扱い

ギア・コミュニケーション(エネコム、本社広島県、熊谷鏡社長)は3月1日、水宅配事業に参入する。エネコムが取り扱いを開始するのは、プレミアムウォーターが提供するワンウェイ方式の宅配水ブランド「日本の天然水 and nagomi」。