

贅沢しないから儲かる

引越し専門の有力三社（アート、サカイ、引越社）の業績を並べてみると、サカイだけが経常利益率ではいつものように二桁をマークし、当期利益率でも五%強を毎年コンスタントに出している。ライバル企業とは何が違うのでしょうか。

「オーナーが違いますよ（笑）。ライバル企業の社長さんは東京に滅多に足を運ばないでしょう。私はほとんど東京にいる。毎朝六時には営業所に出社して仕事を始める。色々な営業所に足を運んで市場の動きを確かめる。まずオーナーの行動力が違います」

「もう一つは贅沢したいと思わない点。運送屋のオーナーというのは酒を飲むのが好きで、外車に乗っているというイメージがある。しかし私は夜の街には出ない。社員を連れて食事には出掛けるけれど、クラブやバーなど女性のいるところにはほとんど行かない。自分の私生活が乱れてしまいますから。車もホンダのシビック。ここが他社とは違う。私は贅沢しません。会社のお金と、個人のお金をはっきりと区別しています。きれいなもんですよ」

サカイの成約率（営業活動を行って実際に受注できる比率）は九割くらいで、他社よりも高いと言われてきました。現状はどうですか？

「変わっていません。ただし、関東は八八%くらいで、他の地域よりも少し低い。引越社との競争に負けている。いま関東では引越社が一番強いんじゃないかな。当社が西関東ブロックと呼んでいる東京の国立支店の稼働率（保有車両の稼働状況）をみると、昨日の数値がサカイ七七・六%に対して引越社は六八・四%。一月に入ってから累計は、サカイ六七・〇%なのに対し、引越社は六三・二%。最近ではだいぶ盛

Interview

総合20位

「当社を真似できる物流業者はいない」

サカイ引越センター 田島憲一郎 会長

高い収益力と豊富な資金力を背景に新たなステップを踏み出すとしている。伸び悩みの続く個人市場から法人市場に営業ターゲットを移行。さらに長年の夢であった海外進出も検討している。同業他社を寄せつけない高い成約率と作業ノウハウを武器に業績拡大を狙う。



り返していますが、引越社が関東進出を果たして以来、押され続けているのは事実です」

他にもサカイの強みはありますか。

「資金力です。当社は借金が六〇億円しかないのに対し、資産が二〇〇億円を超えている。他社は売り上げと同じくらい借金があったりして苦労している。かつて私もかなり借金を背負っていましたが、気持ちがよく分かります。昔は会社の名前で銀行から借金できなかった。だから個人保証をして借りた金を会社に貸し付ける必要があった。九〇年頃には私とカミさんの名前で一〇億円借りていましたよ。しかし、今はそんな心配もない。大証二部に上場してから資金繰りが楽になった。上場してからは個人補償もする必要がなくなりました。今では金を貸してくれるところはいくらかでもあります」

「今年中をメドに現在の大証二部から、東証一部と一部への上場を果たそうと思っている。東証への上場で数十億円を手にすることができると見込みですが、今回は金集めが目的ではない。信用度を高めることです。信用度が変わって、人の見る眼が変わると、人がチャレンジできないようなことができるようになる」

具体的には？

「一つは海外進出です。現在、当社は海外に拠点を持っています。ロンドン辺りに拠点を置いて日系企業の海外赴任者の引越し需要を掴まえようと考えています。イギリスには日本企業の駐在員が約三万人います。彼らにはだいたい二年か三年で一度日本に帰国する。つまり年間に一万人が移動する計算になります」

このタイミングで海外に出るのは日本国内の伸びに限界を感じているためですか。

「いいえ。まだまだ国内には開拓の余地が残されている。海外に進出するのは国内事業のほかにもう一つ

経営の柱を築きたいから。引越しという枠内で総合化を目指すという戦略です」

しかし、海外事業はそれほど収益には貢献しないでしょうか？」

「確かにその通りです。海外引越し事業への進出は当社の『夢』の部分ですよ。アートさんはずっと赤字を出しながらも海外で事業を展開しているじゃないですか。だからこそ当社は何とかして黒字化させたいしかもアートさんのように大手海外事業者の傘下に入って仕事をするのではなく、サカイの看板でやりたい」

最近では不動産ディベロッパーと組んで新築マンションへの引越しを請け負うといった「法人向け営業」も強化しています。

「昨年は関東の法人課だけで四〇〇〇〇戸（去年三月分）を受注したのですが、既に今年は今現在までで七〇〇〇戸（今年三月分）を受注済みです。関西でも六〇〇〇戸（同）くらい受注しているはずですよ」

日通、ヤマトから法人客を奪う

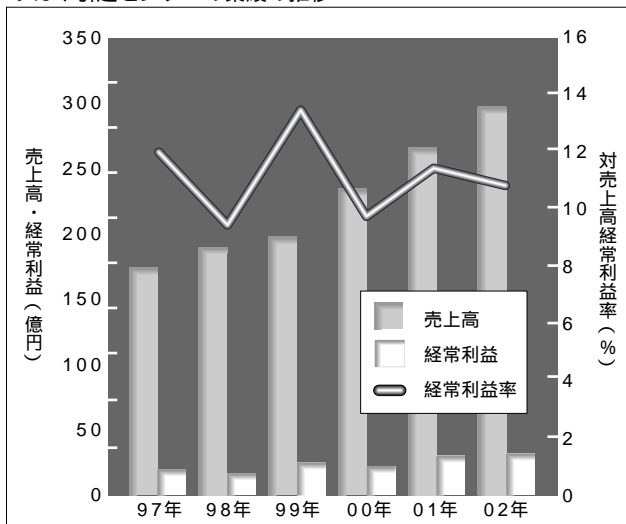
法人に力を入れ始めたのは最近のことですよね。三年くらい前からです。現在、売り上げの約二五％は法人です。個人需要が伸び悩んでいるため、法人市場で日通やヤマトからシェアを奪っているところですよ」

法人を伸ばすコツは？

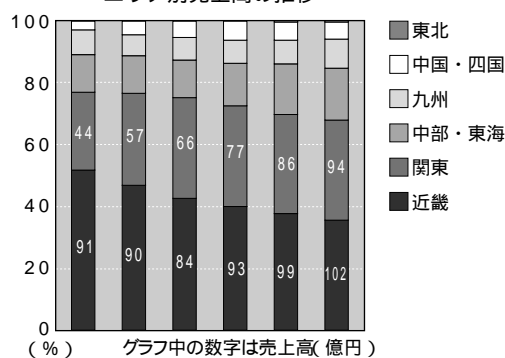
「優秀な営業マンが、優秀な実績データを提示すれば簡単に受注できますよ。当社の場合成約率が他社に比べて圧倒的に高い。他社は六〇％とか七〇％だけですが、うちは九〇％弱ある。この成約率がディベロッパーから評価されています」

「ディベロッパーが大規模マンションを新築する際に入居者の引越しを一枚まわすこと請け負う。先日四

サカイ引越センターの業績の推移



エリア別売上高の推移



会社概要

79年設立の引越専門業者。もともとは関西地区を中心に営業展開していたが、関東にも進出を果たすなど徐々に勢力を拡大してきた。2002年3月期の業績は売上高297億円、経常利益35億円。売上高経常利益率は10.9%。高収益企業として株式市場での注目度も高い。会長自ら企画に加わるという強烈なインパクトのテレビCMが有名。CM好感度調査では常に上位にランキングされている。品質保証のISO9002を5年前に取得。業界に先駆けて環境ISOも取得している。

百数十戸の仕事を受注しました。経営規模が小さかった時には相手にされなかった。それが今ではマンション一棟から発生する需要を丸々受けられるようになった」

個人市場と法人市場では扱い荷物の違いなどによる引越し技術の違いはないのですか？」

「当社の技術力というのは凄いいからね。互角に渡りあえる業者は日本には存在しません。例えば、当社はタンスの中身を入れたままでの作業が可能です。引き出しというのは当然、出したら元に戻すという手間が発生する。同じ人が出し入れをしても、同じようには納まりません。中身を出さずにそのまま移動するやり方を当社は三〇年前から実行しています。しかも作業員全員ができる。真似できる業者はいません」

作業に自社社員以外は使わないのですか？」

「一切使っていません。それは今や常識ですよ。かつては備車を使って、ピーク時に売り上げを伸ばしていた時期もありましたが、現在ではすべて自社でやる。自社の作業員で賄えない仕事は受注しません」

インターネット受注も本格化しています。」

「他社の数字は知らないけれど、引越専門業者のなかでは」当社の実績が一番なんじゃないかな。既にインターネット経由で月間一億円の受注があります」

ただし、インターネット経由で寄せられる見積もり依頼というのは成約率が悪い。現場の営業マンにとっては業務の効率が落ちるため厄介な存在なのでは？」

「確かにそういう面はあります。インターネットによる申し込みの決定率は五割程度に過ぎません。現在、関東の決定率は八八%ですが、ネット見積もりがなければ、この数字はもっと高くなっているはずですよ。それでもインターネットによる受注というのはこれから凄いいピッチで伸びていくでしょうね」