

システム・ダ・ヴィンチ
Systems da Vinci inc.



アテックス株式会社
Atex Corporation

atexcorp.

中庭ゼミ

3年 野田耕司 下川貴大

2年 江川佳吾 佐藤浩太 三田健太郎 山田晃大

会社概要

商号

株式会社システム・ダ・ビンチ (Systems da vinci inc)

所在地

本社 東京都多摩市永山2-23-32サニーコート蔵201号室

TEL 042-400-7941

FAX 042-400-7941

e-Mail office@da-vinci.co.jp

URL <http://www.da-vinci.co.jp/>

設立 昭和62年3月3日(1987年3月3日)

代表取締役 渡邊 剛至

資本金 2000万円

社員数18名(2013年2月)

事業内容

ソフトウェア開発事業、Web系システムのコンサルティング、クラウドサービス事業、ネットワークシステム構築保守等請負、特定派遣など臨機応変に対応します。

システム・ダ・ヴィンチの特徴 ～優良なコミュニティビジネス～

IT企業として会社を興したシステムダヴィンチだが、それだけにとどまらず、利益重視ではなく地域密着型を図るために様々なことを行っています。

社長が語る、地域密着型戦略

小さい企業が大きな企業と同じマーケットで戦うという、それはもの難しい話になります。それにより私たちのような小さな企業は特にこういった地域密着型を目指した方がいいかなと思います。地域に根ざすということは、独自性を持つということになりますので、そこはある意味小さいマーケットですが独占できるという発想になります。私はそういう形で地域密着型は重要だと考えます。もちろんそれ以前に私自身が多摩に生まれて多摩で育っているので、郷土に対する愛情や想いが一番前に来て、大切にする部分だということは考えています。

多摩と企業を繋ぐ架け橋へ！

現在、残念ながら多摩市の地域に住んでいる方々と企業との交流は多くはありません。システムダヴィンチがその先駆けとして、イベント参加型という形で利益を重視するのではなく地域に密着した交流の場を作ろうと取り組んでいます。

地域密着型ツリーハウス

森林の中にツリーハウスを建てる体験参加型の企画イベントです。木の上にデッキを組み込み、その上でヨガ体操なんかもやっています。地元の小学生も楽しく参加しているんです。



プログラマーというのは基本的に、BtoBの取引ばかりしているので誰のためにこの仕事はだれの役に立っているのかなどを見失ってしまいそうになってしまうらしくシステム・ダ・ヴィンチでは時々BtoCで直接お客と顔を合わせて取引をするという原点に戻る活動を利益を考えずに行って社員の気分転換にもなっている。

オリジナル商品の開発

IT企業なのだが、自社のオリジナル商品も開発していて「ユーカリ消臭抗菌剤」という商品も開発販売している。



学生から見てこの企業は……

ITとは関係のないことも……

この企業は、学生の私たちから見てIT企業なのに商品開発やツリーハウスなど一見まったくITと関係のないことをして他にはない新しい地域密着型の企業であるように見えた。

そして社長や社員の方々もITとは関係ないことをすることによって息抜きにもなっていて楽しんで仕事をしているように見える。



地域との関わり方……

あえて地域密着型で大企業など他の企業と競争することをせずに地域との交流をあえてITとは関係ないイベントなどに参加や企画をしてそのなかで知り合った色々な可能性をもった顧客と接点を持ち口コミなどで仕事請けるという独自のマーケットを広げている。

柔軟な対応とコミュニケーション……

社長もインタビューのときに言っていたように、あえて特定の技術のみに固執するのではなく時代に応じた最先端の技術をいち早く提案し、そして技術者がつい忘れがちになってしまう「お客様とのコミュニケーション」も何より大切と考えていて柔軟に対応することができ、大企業ではできないようなサービスを提供してるので、このような新しい形の地域密着型の企業がもっと増えることによってその地域が活性化していくのではないかと考える。

アテックス株式会社

会社概要

役員

代表取締役 瀬野 豊久

従業員数 93名

資本金 1000万

売上高 14億2000万（2013年6月期）

1990年7月 アテックス設立

1996年5月 住宅設備機器の見積もり販売サイト「アメニティーワールド本店」オープン

2001年4月 弊社デザイン部門が家具などのデザイン・復刻を手掛け始める

2001年5月 弊社デザイン部門が住宅及び店舗の設計建築を始める

2002年4月 日本最大級のショールーム情報総合ポータルサイト「showroomnavi.com」オープン

2002年7月照明器具専門オンラインショップ「照明.net(www.shoumei.net)」オープン

2002年7月 アテックス公式ホームページ (www.atexcorp.net) をオープン

(中略)

2013年10月 大阪府大阪市阿倍野区に店舗「arenot」をオープン

店舗リスト

業務内容

住宅・店舗の設計・施工/照明器具・住宅設備機器の輸入・施工・卸/ECサイトの運営・構築ブランド家具の輸入・販売・卸/エアコン・家電の販売・施工/住宅・店舗のリノベーション雑貨の輸入・販売・企画・卸/インテリアショップarenotの運営/アロマショップSAVOの運営/アクセサリーショップLilouの運営

arenot 首都圏 渋谷本店 ルミネ立川店 ルミネ新宿店 ルミネ町田店 コピス吉祥寺店 ルミネ池袋店 レイクタウンアウトレット店 アトレ松戸店 アトレマルヒ
ロ川越店 大阪心斎橋筋店 JR博多シティ店 RIMLETH
by arenot ルミネマン渋谷店 名古屋ラシック店 あへの
ハルカス近鉄本店
SAVO 首都圏 コピス吉祥寺店
Lilou 首都圏 ルミネエスト新宿店

アテックスの競合他社と考えられる企業はFrancfrancや株式会社ウェルカム（ジョージズファニチュア）など多数存在する。中でもFrancfrancはずば抜けて規模が大きく国内の雑貨、インテリア業界最大級といえる。

Francfrancとは・・・

株式会社バルスが経営する国内最大級のインテリア、雑貨の専門店。都会に住む25歳の独身女性をターゲットとし、多くの女性から支持を受けている。

売上高 株式会社バルス（francfranc） 319億（2013年1月期）
株式会社アテックス 14億2000万（2013年6月期）

店舗数から見ても株式会社バルス（francfranc）127店舗に対しアテックス（arenot,savo,Lllou）16店舗と規模の違いは歴然である。

この業界はニトリなど大型ホームセンターのリーズナブルで万人受けする商品とは対照に、インテリア商品1つ1つの値段が高く利益率が非常に低い。その上に万人受けするデザインではないため、ニトリの商品では満足できない、ある程度裕福な客層を絶え間なくつかむ必要があるといえる。

Francfrancはそこを利益率の高い商品、オリジナル商品を多く取り扱いカバーしており、そこがアテックスやその他企業との違いだろう。

アテックス株式会社

- EC事業を中心にしている。
- 最初は楽天に出店もしていた。
- 自社の競合は「Franc Franc」や「IKEA」などと言っていた。



渋谷一号店の外観

ニーズへの対応の仕方の違い

• アテックス社 • システム・ダ・ヴィンチ社

- 業界全体の上位を狙っている
- 自社の方向性を細かく持ち、その製品やサービスを中心に事業拡大を目指す
- 地域密着ではなく事業拡大思考で展開していくことが目標

- 業界体質に囚われず、お客様優先の地域密着
- 大まかな方向性しか持たず、客のニーズに全てを合わせる
- 多摩地域を中心に客と企業の距離を近くしようとしている。

二社とも顧客に対して取っているスタンスが異なる！
事業拡大型or地域密着型

事業拡大型

自分の会社を大きくするため売上重視。
つまり主に商品を安く売り売上を重視して利益率にはこだわらない場合もあり業界シェアを拡大するビジネスモデルである。
今回の企業だとアテックスである。

地域密着型

会社の利益より客の満足度優先。
つまり中間業者を排して、生産者と顧客を直結させることで生産者の利益率は高くなり顧客ニーズも反映させやすくなる。
これが地域密着型の意味である。
今回の企業だとこれはシステム・ダ・ヴィンチである。