

リアルとウェブを融合させた独自の管理システムで顧客目線のソリューションを幅広く提供

販売・在庫管理システム「アラジンオフィス」など独自のソリューションを提供する株式会社アイルは、優れた製品力と手厚いサポート体制を強みに、中小企業を中心とする顧客から支持されてきた。リピート率は98%を超えるという。バックヤード業務に特化した新サービスも立ち上げ、顧客ニーズへの対応の幅を広げている。

中堅中小企業を中心に、これまで5,000社以上に販売・在庫管理システムを提供してきた株式会社アイル。同社では早くからリアルとウェブの融合をテーマとして製品開発に取り組み、双方の業務を一元管理できるパッケージシステムを実現することで業容を拡大してきた。

現在、基幹業務システムの「アラジンオフィス」をはじめ、ウェブ上での受発注取引を可能にするBtoB専用ECパッケージ「アラジンEC」や、複数のネットショップを一元管理する「CROSS MALL（クロスモール）」など、さまざまなサービスを連携させることで顧客に多彩なソリューションを提供している。

特に近年、積極的に取り組んできたのが、バックヤード業務に対する支援である。商品の受発注業務や入出荷作業、在庫管理など、実店舗やネットショップのバックヤードで行われる業務を効率化することで、顧客企業の業績向上につなげる狙いがある。このほど、新サービスとしてクラウド業務管理サービス「BACKYARD™（バックヤード）」を立ち上げた。

「当社はこれまで、ソリューションの提供を通じて、多くのお客様のバックヤードを見てきました。その経験から、表舞台からは見えないバックヤードの仕事が、売上だけでなく、会社の風土や文化といった無形の資産をも下支えしていることを学びました。システムやサービスの提供はもちろん、イベント開催やメディア運営など、さまざまな切り口でバックヤード業務を支援したい。これが、現在の当社にとっての最も大きなチャレンジとなっています」

代表取締役社長の岩本哲夫氏は、新サービスを開始した背景についてそう話す。

自由かつ自律的な働き方で人材の成長を促す

1991年、大手情報サービス会社のトップセールスだった岩本社長が独立して設立した同社は、当初、IT企業の一次ディーラーとしてシステムの代理販売業務を担っていた。特定の地域に対して営業部隊を集中的に投入するランチェスター戦略を採用して、大都市近郊の町工場が集積するエリアを中心に売上を伸ばしていった。最初は50社にも満たなかった顧客数も、8年後には1,000社を超えたという。

ディーラーとして実績を重ねる一方、システムエン



バックヤード関連のサービスサポート窓口やイベント開催などのリアル拠点として、2023年秋には東京・神田の高架下に「BACKYARD TOKYO」をオープン。写真は「BACKYARD FES. 2023」の様子



会社の現状を毎月、社員と共有する「月次報告会議」。コロナ禍以降のウェブ配信形式も含めて創業から欠かさず行っている、全社員にとって最も重要な会議だ



毎年恒例の創立記念式典では「年間賞」の授賞式を行っており、優秀な成績を収めた個人・チーム・プロジェクトを表彰。社員の頑張りをしっかりと評価し、モチベーション向上にもつながっている

ジニアを採用してシステムの自社開発も進め、98年にオリジナルの販売管理ソフトを発売した。その機能を発展させ、2004年には、のちに主力製品となる「アラジンオフィス」をリリースした。

「創業当時はITの黎明期で、高価なパソコンを購入したものの使いこなせず放置していた中小企業が少なくありませんでした。当社は創業当初から、単にソフトウェアを販売するだけでなく、アフターサービスも含めたサポート体制を充実させることで、お客様の業務効率化にワンストップで貢献したいと考えてきました。お客様の要望に、よりいっそう応えるためには、システムの自社開発は必然だったと思います」

独自システムの機能性や柔軟性、コストパフォーマンスが評価されたこともあり、同社の製品を導入した企業のリピート率は98%を超える。近年は大手企業との取引も広がっており、業界トップシェアの達成も視野に入ってきた。

システムの導入からアフターサービスに至るまでの一貫したサポート体制に加えて、顧客企業における業界独自の商習慣や専門用語に通じた人材も同社の強みとなっている。

「企業文化として、社員自らが学ぶ姿勢があります。皆、仕事が好きですし、入社後の成長も早い。会社全体の効率や利益を上げるにはどうしたらよいかを俯瞰して考え、行動できています。そして会社側は、そうした社員の成長をいつも見て評価するようにしています」

人材育成の基礎固めの場となってきたのが、毎月、原則として全社員が

参加する「月次報告会議」だ。この会議では、全社の業績や部門ごとの数字をオープンに報告するほか、岩本社長が「社長所感」を発表し、将来に向けた事業構想や解決すべき課題なども共有している。また、岩本社長の人生観や仕事観について、自身のエピソードなどとともに伝えることで、社員の人間的な成長を促す場にもなっている。物事の本質をとらえる力や経営者の感覚が身につくため、顧客企業への提案など普段の仕事に役立っているという。

「カタログ的な知識をいくら覚えても、自社製品の機能をただ説明するだけではお客様の心を動かすことはできません。社員たち一人ひとりがお客様の目線で業務を見直して、最もふさわしいと思うソリューションを提案してきたことが、高いリピート率にもつながっているのではないかと考えています。当社には、ノルマはありませんし、一定のマナーを守れば、ヘアスタイルなども基本的には自由です。ただし、たとえ新入社員といえども、自由な働き方に見合った責任と自律的な行動は求めています。そうしたバランスの取れた企業文化の中で人材が成長し、結果としてお客様との信頼関係を醸成することができたのではないのでしょうか」



リアルとウェブの両面から商品サービスを開発・提案し、顧客の企業力強化を高める同社の「CROSS-OVER シナジー」戦略

Free, Love & Dream Human Computing

アイル

Corporate Profile

代表取締役社長 岩本哲夫

本社	大阪府大阪市北区大深町3-1
設立	1991年
売上高	159億2,400万円 (2023年7月期、連結)
従業員数	868名 (2023年7月末、連結)

<https://www.ill.co.jp>

「新入社員は1年間、日々の気づきや感想を日誌に書いて提出します。私がすべてに目を通してありますが、教えられることも多くあります」と話す、代表取締役社長の岩本哲夫氏