

I. 会社概要

1. 会社の名称	株式会社イーエス プランニング
2. 本社所在地	兵庫県神戸市中央区相生町4-4-13
3. 電話番号	078-362-2512
4. URL	会社HP http://www.esplanning.co.jp 駐車場事業HP http://www.p-club.co.jp
5. 設立年月日	平成元年5月24日
6. 資本金	40,000千円
7. 上場の有無(店頭/2部)	無し
8. 業種・業態	駐車場事業サポート、開業再生サポート、賃貸事業サポート
9. 代表者名(年齢)	藤岡 義己(47歳)
10. 情報戦略責任者名(年齢、役職)	藤岡 義己(47歳)
11. 直近の売上高(百万円、年)	655.0百万円/平成18年2月期
その1年前の売上高(百万円)	617.4百万円/平成17年2月期
その2年前の売上高(百万円)	603.0百万円/平成16年2月期
12. 直近の経常利益額(百万円、年)	36.8百万円/平成18年2月期
その1年前の経常利益額(百万円)	19.4百万円/平成17年2月期
その2年前の経常利益額(百万円)	4.8百万円/平成16年2月期
13. 現在の従業員数(うち社員数、年)	68名(うち社員14名/平成18年4月現在)
その1年前の従業員数(うち社員数)	62名(うち社員13名/平成17年4月現在)
その2年前の従業員数(うち社員数)	46名(うち社員9名/平成16年4月現在)
14. IT部門の有無(名称)	無し
15. IT部門の責任者名(年齢、役職)	専任者は無し。藤岡 義己(47歳/代表取締役)
16. IT部門の人数(うち社員数)	専任者は無し。兼任者が3名(経理、不動産管理、駐車場管理)
17. 直近のIT関連の年間費用(人件費も含む、百万円、年)	7.2百万円(人件費は、上記3名の人件費合計の1/3で算出)
その1年前のIT関連の年間費用(人件費含む、百万円)	6.1百万円(人件費は、上記3名の人件費合計の1/3で算出)
その2年前のIT関連の年間費用(人件費含む、百万円)	3.5百万円(人件費は、上記3名の人件費合計の1/3で算出)

平成18年度IT経営百選応募記入シート(2/2)

株式会社イーエス プランニング

18. 事業・商品・サービス内容	<p>① 駐車場事業サポート、開業再生サポート、賃貸事業サポートが事業の柱であり、特に現在の事業コアは駐車場事業サポートである。有人駐車場等の業務受託を行い、低稼働率の駐車場を当社のノウハウで再生し稼働率を高めている。</p> <p>② 最近では、他地域における駐車場運営業者とパートナー契約を結び、当社独自開発のシステムおよび経営ノウハウを提供している。</p> <p>③ 具体的には、以下のような特徴を持った駐車場運営を行っている。</p> <p>(1) 独自開発システムで利用動向を科学的に分析し、ムダ、ロスの排除を行っている。</p> <p>(2) ASPシステムと有人駐車場の強みを活かし、“P-CLUB”という駐車場ネットワークを形成し、地域商店と利用者を結びつけるハブとして駐車場を位置づけている。</p> <p>(3) フリーペーパー“P-CLUB News”や地元で利用できるクーポン券等を発行している。</p>
19. ビジネスの特徴	
① 強み	<p>① ナンバープレートを識別IDとして入庫・出庫データを収集し、その科学的分析結果を元に得られる様々な知見、ノウハウを経営に反映させている。</p> <p>② 現在は、特に既存の有人駐車場を運営改善によって再生することをターゲットにしており、運営業務委託を受けると翌月から必ず収益が向上するだけの経営ノウハウを持っている。そのため、こうした再生ノウハウや地域連携ノウハウの無いデベロッパーは参入できない。</p> <p>③ 当社営業社員は、データを元に分析する能力を日々相互研鑽しており、説得力のある提案を行う専任営業担当を各駐車場毎に置くことができる。また、下記理由から、地元から感謝され、褒められるため社員の士気、満足度が高く、向上心も高い。</p> <p>④ 地元商店の集客の一助になっており、地元からも歓迎されるため、地域の協力、サポート、地縁が強くなり、地域活性化の一助となっている。</p>
② 付加価値	<p>① PPOSSの導入によりレジのジャーナル回収作業や分析データの再入力の手間がなくなり、大幅なコストダウンが可能。</p> <p>② PPOSSの時間別分析により駐車場の稼働ロスを可視化し、他社では真似できない時間別の最適な割引料金設定などが可能。</p> <p>③ 顧客識別にナンバープレートを使用するため、「個客」システムが可能であり、利用者にはポイントカード携行等の心理的負担も無い。</p> <p>④ 具体的には、1分〇円駐車システムや、マイレージポイント制度、グループ提携駐車場ならどこでも止め放題の定期券制度など多彩なサービスを展開している。</p> <p>⑤ 地域商店で使用できるポイント蓄積に応じてもらえる割引クーポンやフリーペーパー「P-Club News」を発行。</p> <p>⑥ 駐車場オーナーから見ると、業務委託するだけで利益が向上し、土地の有効活用となり、地域から歓迎される存在になる。</p> <p>⑦ 利用者から見ると、無駄のない料金プランで安心でき、溜まったポイントで買い物が出る。(駐車場においてロイヤルカスタマーが厚遇される仕組み)</p> <p>⑧ 地域商店から見ると、「集客してくれる駐車場」として喜ばれる存在となっている。</p>
③ こだわり	<p>① 従来、駐車場ビジネスは競合も少なく地主が副業として手がける場合も多いため、受身の経営になりがちであった。</p> <p>② 当社は過去、デベロッパーとして不動産の有効利用としてオーナーに駐車場を提案した経緯もあり、駐車場の運営を積極的・徹底的に定量化、可視化し、分析することを重視してきた。特に駐車場利用者の利用パターンにまで踏み込んで経営にフルに活用していることにこだわりを持っている。その結果として、「駐車場は地域コミュニティへの入り口」「発信場所」との認識に至り、地域商店の活性化が結果として駐車場の収益改善に繋がるとの信念を持っている。</p> <p>③ 従って他のコインパーキング事業者に見られる量的な全国展開ではなく、駐車場を通してより深く強く人と地域を結びつける質的に深いサービスを開発することにこだわっている。</p> <p>④ また、当社では従業員の満足度を重視し、社長の接待交際費に至るまで全ての数字を全社員に開示し、透明な経営の中で社員が納得してキャリアを積上げられるよう、こだわっている。</p>
④ 独自性	<p>① 他社には無い駐車場料金徴収システム(日本初)として特許1件、システム関係の特願2件を保有している。</p> <p>② 有人駐車場の強みを活かし駐車場利用者に、地域情報が載ったフリーペーパー(P-CLUB News)を手渡している。地元タウン紙やフリーペーパー等と同程度の競争力・影響力を持ち始めている。</p> <p>③ 地域商店で使用できる割引クーポン券(金券)を当社コストで発行し、利用ポイント蓄積毎に発行している。</p>

Ⅱ. 自己評価表1/2(ビジネス戦略・経営改革の視点)

会社名 株式会社イーエス プランニング

1 ビジネス戦略・経営改革の視点	評価を行なうに当たっての具体的事実
①業績の好調さ	<p>①2002年度以降、4年連続、増収増益基調を続けている。</p> <p>②建築業務主体のフロービジネスをサポート業務主体のストックビジネスに転換しつつあり、営業利益率が向上している。</p> <p>1999年 建築関連業務売上50.9% /サポート関連業務等売上49.1% 営業利益率0.07%</p> <p>2002年 建築関連業務売上19.3% /サポート関連業務等売上80.7% 営業利益率2.74%</p> <p>2005年 建築関連業務売上0.9% /サポート関連業務等売上99.1% 営業利益率6.61%</p> <p>③駐車場業界、特に立体駐車場はコインパーキングの台頭により減収減益傾向にあるが、当社運営の立体駐車場では10%～20%近く稼働率が上がり、増益基調である。</p>
②ビジネスモデル	<p>①当社のビジネスモデルは、科学的駐車場運営による収益向上と地域商店と連携した地域活性化による中長期的収益向上にある。そして、このビジネスモデルは自社開発のASPシステム(PPOSS)で成立しているため、他社競争力がある。</p> <p>②具体的には、</p> <p>(1)PPOSSで稼働率ロス部分を可視化し、時間帯別の割引料金設定や、時間貸しと月極の比率設定等を可能にしている。(一般のレジでは不可能)</p> <p>(2)ポイントは、駐車場利用によって蓄積され、地元で使用できるクーポン券に交換できる。(一般のレジでは不可能)</p> <p>(3)有人駐車場の強みを活かし、地元情報を掲載した当社発行のフリーペーパー「P-Club News」を配布している。(無人駐車場では不可能)</p> <p>このように、地元商店が活性化すると駐車場も繁盛するという循環を、当社自らがシステムを活用して作り出している。</p> <p>③PPOS関連のシステム部分でビジネスモデル特許を出願し、知財を保護している。</p> <p>④収益力改善の実例として、個人オーナー経営から切り替えた駐車場Sでは1年後19%の駐車台数向上、上場企業の経営から切り替えた駐車場Hでは1年後33%の駐車台数向上等を達成している。</p> <p>⑤過去、新産業創造キャピタル事業認定(平成9年)、新産業創造プログラム事業認定(平成11年)、中小企業新事業活動促進法、兵庫県「中小企業支援ネットひょうご」支援対象企業に選定されている。</p>
③経営の自立化	<p>①デベロッパーの下請け等の業務は行っておらず、提案型、コンサルティング型の経営を行っており、完全に自立・独立している。契約先は、意思決定権者である駐車場オーナーとの直接契約である。</p> <p>②建築業務主体のビジネスから転換するに従い自己資本比率は以下のとおり改善している。</p> <p>1999年 7.64%、2002年 18.55%、2005年 19.90%</p> <p>③借入金についてはすべて銀行由来のものである。</p>
④経営のオープン化	<p>①経営の透明性については、財務諸表や諸費用は、人件費や社長の接待交際費まで含めて、新入社員を含む全社員に公開している。</p> <p>②駐車場オーナー等のパートナーには、定期的に当社の状況を伝える社内新聞を自主制作しハンドアウトしている。</p> <p>③自らの考えを整理し、経営手法を分かりやすく伝える為、多方面からの講演依頼にも積極的に応じるようにしている。(中小企業家同友会の研究会、姫路や淡路の商工会議所、尼崎地域産業活性化機構、兵庫県立大学等)</p>
⑤満足度経営	<p>当社では「五方満足の術」と呼ぶ、感動と満足を提供すべき対象を下記の5つに定めている。</p> <p>①会社・社員、②パートナー(駐車場で働くパート、アルバイト等)</p> <p>社員教育を重視し、駐車場運営の人材育成プログラムを持っているほか、IT教育を含む専門研修受講などを年次計画で定めており、社員がいきいきと目的を持って働いている。年1回の1泊研修では、利益配分をどのようにするのか等も議論して決めている。また社員旅行等の活動も活発である。また、駐車場で働くパート・アルバイト対しても、働きやすい就業規則、危機管理マニュアル等を提供している。(一般に有人駐車場管理の就業規則や曖昧で、危機管理マニュアルも無い場合が多い)</p> <p>③駐車場オーナー</p> <p>駐車場運営を当社に委託した翌月から収益効率が高まるうえ、PPOSSを元に当社社員が積極的に提案を行うので、駐車場オーナーからの信頼・満足は極めて高い。</p> <p>④駐車場利用者</p> <p>PPOSSのデータ分析から駐車場にリピーターが付き、割引チケットやフリーペーパーの反応(地域店舗への誘導率)もよいことから、駐車場利用者(特にロイヤルカスタマー)からも高い支持率を頂いている。</p> <p>⑤地域コミュニティ</p> <p>フリーペーパーの配布部数が増加し、顧客誘導のコストパフォーマンスが高いことも手伝い、地域コミュニティからの満足度も高い。「こんなに集客してくれるのなら」と、月極契約をしていただくお店などもある。</p>

Ⅱ. 自己評価表2/2(IT高度活用の視点)

会社名 株式会社イーエス プランニング

2 IT高度活用の視点	評価を行なうに当たっての具体的事実
①コミュニケーション	<p>①携帯電話、電子メール、グループウェア(HOTBIZ)、PPOSSの利用を前提として社内報告ルート、ワークフローがある。</p> <p>②方針書においてコミュニケーション方針を立てており、たとえば「ホウ・レン・ソウ」についても意味づけをしている。(報告は会社のため、連絡は仲間のため、相談は自分のため)</p> <p>②社内の情報共有の手段として、朝礼、HOTBIZ(グループウェア:日報、スケジュール、伝言メモ)を活用し、パートナー間では社員がパソコンソフトを駆使して自主作成した社内新聞の月次発行を行っている。</p> <p>③社員はPPOSSにより、駐車場の稼働状況、売上状況をリアルタイムに把握・共有しており、顧客(駐車場オーナー)もそれを同時に把握できるようなコミュニケーションインフラが整備されている。</p> <p>③これら日常業務は、諸活動は権限と責任を明確にして年次、月次、週次の各周期でローリングプラン(CAP-DO)を設定し、個人別に展開している。特に月次会議では、社員がエクセルやパワーポイントを使用してデータの分析やプレゼンを行っている。</p>
②営業・マーケティングの改革・新商品や新サービス開発への活用	<p>①従来型の有人駐車場が無人工式コインパーキングのあおりを受け、苦しい経営を続けている中、当社はPPOSSによって情報武装し、日々収集されるデータを元に収益率向上のための営業提案を続けている。</p> <p>②たとえば月極と時間貸の両方を実施している駐車場の場合、1時間毎の入出庫情報をPPOSSで分析・管理することにより、ある程度までなら月極契約車両分の駐車スペースも時間貸しできたり、稼働率が悪い時間帯に機動的に値下げすることができる。</p> <p>③PPOSSのデータから駐車場に停める車の大半が神戸ナンバーの地元の車であり、リピート率が高いことから、ロイヤルカスタマー戦略を取ることが有効であることが分かっている。</p> <p>④駐車場利用者の動向分析より、地域商店との提携をすすめ、両者を駐車場で繋ぐ手段としてポイントシステムと、地域で利用可能なクーポン券の発行、フリーペーパーの発行等を行っている。これらは、すべてPPOSSを使用した分析による積極的な営業・マーケティングによって得られた経営方針である。</p> <p>③月次会議では、全ての社員が「気付き」を持ち寄り、有効なアイデアを元に仮説を立て、PPOSSで収集したデータで検証するようにしている。</p>
③プロセスの高度化・連携	<p>①一般的な駐車場経営は、1日の駐車台数と売上の把握を行うだけのものがほとんどであり、当社のように地域との関係(駐車場の半径300メートル以内が利用者の行動半径)や、利用者の動向(リピート性、ロイヤルカスタマー性、近距離顧客中心)をリサーチするものではない。</p> <p>②当社では、PPOSSで蓄積・管理している駐車場利用ポイントを地域商店で使用可能なクーポン券として利用者に還元し、駐車場を中心に利用者地域と結び、そこに当社の付加価値(駐車場利用者からは安く得る駐車場であり、地域商店からは集客できる駐車場)が生まれるようにビジネスプロセスを設計している。</p> <p>③「ナンバープレート」を使用して「個客」分析を行うことが出来るので、時間毎の駐車台数の変化がリアルタイムに把握できるだけでなくナンバーをトレース、分析することにより、リピーターや地域性等を把握し、運営改善を図っている。</p>
④人材・ノウハウの高度活用・高度な経営管理への活用	<p>①月次、週次の会議では各社員がPPOSSのデータをエクセルなどで分析し、発表にはパワーポイント等をプロジェクトで投影するなど、ITを活用しながら対策や収益率アップの新しいアイデアを話し合っている。</p> <p>②これらのデータやアイデアはグループウェアや手作りの社内新聞等で全社員で共有している。</p> <p>③新しい駐車場経営管理手法のアイデアやノウハウは、すぐにPPOSSでシステム化が可能かどうかをASP業者と共同で検討し、ベストプラクティスやノウハウを積極的にシステムに取り込むようにしている。</p>
⑤情報セキュリティ対策	<p>①PPOSSをはじめ当社のITデータの大半は、ASPで運営しており、データはすべてデータセンターで管理されている。すなわちASP事業者のセキュリティ対策レベルに限りなく近い。</p> <p>②経営の根幹を担うPPOSSのデータはミラー化しているが、マルチロケーション化までは行っていない。</p> <p>③パソコンへのウイルス対策ソフト導入はもちろんのこと、年間計画を立て、社員を計画的にマイクロソフトやシスコ等の専門研修に出しており、運用上のセキュリティを学習し、適宜社内展開している。</p> <p>③セキュリティポリシーの制定は完了しており、ホームページ等にも掲載しているが、現在、社内運用をすすめるべく学習中である。</p>