

ホームページの開設により取引先の拡大を目指す

事業内容

建築土木用セラミックタイルの製造販売
 建築土木用天然石材の加工販売
 庭園景観資材の販売

■ I T 導入の目的、ねらい

当社は全国に営業所を持っており、全国を対象として企業の紹介や取り扱い製品の P R を行っているが、紙媒体の宣伝を行うとコストがかかるため、より安価に広く P R できる手段を必要としていた。

ホームページは、全国、世界中どこからでも同じようにアクセスできるため広範な地域に P R するうえで有効な手段である。また、開設も容易で、費用も安い。その点に着目して、自社の宣伝を目的として、自社のホームページを開設した。

■ I T 導入の経緯

従来から財務会計などに使用するため既にパソコンを導入しており、インターネットも利用できる環境にあった。また当社は全国各地に営業所があるので、営業所との連絡手段として E - m a i l を利用しており、インターネットの利便性や重要性は認識していた。

■ I T の導入状況と費用

ホームページのメニューは、会社概要、製品一覧、施工例（写真紹介）、プラン提案、展示場リンクなどで、プラン提案メニューを

クリックすると、当社が提案するエクステリアプランが表示される。エクステリアプランはプリントしてもカタログとして見られるよう、 P D F ファイルにして掲載している。また、展示場リンクをクリックすると、全国にある協力展示場の一覧が示される。これはホームページで当社の商品に関心をもった方が実物を確認することができるよう、全国の展示場の場所を掲載している。顧客が購入する時は、実際に商品を見て実物の感覚を確認することが多い。展示場リンクは、そうしたニーズに配慮したものである。



エクステリアプラン集

■ I T 導入時の問題とその対応策

特になし。

■ I T 活用の具体的効果

ホームページを経由して、カタログ請求の問い合わせが来るようになり、全国から 1 日 20~30 件の E - m a i l がきている。全ての

問い合わせが直接的に受注に結びつくわけではないが、当社にとって重要な宣伝の手段となっている。特に、開設や維持管理が低コストであることを考えると非常に魅力的な手段となっている。



(株)ニットーのホームページ

テムの導入を検討している。そうすれば各営業所のキャビネットも不要になり、せまい営業所のスペース確保にも繋がる。

■ 今後ITを導入する企業へのアドバイス

✓当業界の商品の性質上、ホームページのみで販売することは難しいが、宣伝手段としてホームページはよい手段である。

■ 今後のIT関連計画

○ 「商品の在庫管理システム」

ホームページの商品を見た顧客から注文を受けた時に、営業マンや事務員が顧客から要望があった商品を速やかに照会できるように在庫管理システムを導入したい。このシステムを導入すると、顧客に対してスピーディーな対応が可能となり顧客の信頼感を高めることができ、事務処理ができるため事務効率を上げることができると考えている。

○ 「販売実績データベース」

当社では営業マンを支援するため販売実績データベースを作成しているが、現在は各営業マンに対してMOで配布しており、リアルタイムに情報共有が出来ていない。そこでイントラネットを構築しオンラインでデータベースにアクセスできるようにして、パスワードを入れれば、全国の営業所からいつでも見られるようなシス

| | |
|------|---|
| 会社名 | 株式会社ニットー |
| 業種 | 窯業・土石製品製造、販売 |
| 設立年月 | 昭和34年11月 |
| 資本金 | 1,000万円 |
| 従業員数 | 60人 |
| 所在地 | 土岐市泉北山町10-7 |
| URL | http://www.nitto-web.jp/ |