

道楽を まじめに。

株式会社アメリッツ 2012年 知的資産経営報告書

Copyright (C) 2012 Amerits Automotive Company. All Rights Reserved.

株 式会社アメリッツは、アメ車（1990年以降モデル）、トヨタハイエース、国産ミニバンのドレスアップやカスタムパーツのネット通販及び店舗販売を行っています。今、若者のクルマ離れ、ガソリン高騰、エコ意識の高まりなど経営環境に強い逆風が吹いています。そんな世の中ですが、クルマ道楽をまじめに考え、お客様の役に立ちたいと日々考えています。品質と安全性の高い商品を確実にお客様へお届けすることで信頼され、愛され続ける会社と社員になることを目指しています。この知的資産経営報告書は、お客様、仕入先企業、運送会社、社員、就職希望者、株主、金融機関など弊社に関係するすべての人に読んでいただきたく作成しました。最後までお読みいただければ幸いです。この場をお借りしまして、日頃よりご愛顧いただいておりますお客様や取引先の皆様に心より厚く御礼を申し上げます。

株式会社アメリッツ 代表取締役 高野 好司



サイト内「オーナーズギャラリー」のユーザーからの投稿写真

会社概要

クルマ道楽を まじめに考える会社。

社名 / 株式会社アメリッツ ※アメリカンスピリット（開拓者精神）からの造語。

英文社名 / AmeritsAutomotiveCompany

所在地 / 兵庫県西宮市市庭町 5-18 TEL 0798-23-3343 FAX 0798-23-3347

資本金 / 10,000,000 円

法人設立 / 1998 年 4 月 23 日

事業内容 / 自動車部品 用品の通信販売事業及び実店舗運営

代表者 / 代表取締役 高野 好司（持ち株 150 株 持ち株比率 75%）

社員 / 正社員 4 名・社会保険加入（雇用・労災・健康・厚生年金）・退職金制度

加盟 / ACDelco 正規ディーラー・アポロン HID 正規販売店・ヴァレンティ正規販売店
ステラファイブ正規販売店

<過去の事業展開と実績> …最終頁に参考 DATA として年度別売上

1998 年 兵庫県西宮市（現所在地）に中古車販売、パーツ販売、自動車整備の店舗兼事務所をオープン。自社 web サイト「アメリッツ・ドットコム」を開設。

1999 年 米国オレゴン州ポートランド市に自社拠点を設置。自動車パーツ、アクセサリーの直輸入を開始。

2000 年 台湾企業と提携。シボレーブレイザー、シボレトレイルブレイザーのドレスアップ用レンズ類を生産、国内で販売。

2002 年 クルマ買取専門 web サイト（アメ車買取ドットコム、他 3 サイト）を立ち上げ、ユーザーの出張査定依頼を受けて関東や中部、関西方面で多数の車両買取を行う。

2003 年 米国直輸入業務を撤退。台湾でのオリジナルパーツ生産終了。

2007 年 中古車販売、車両買取、整備、保険代理店を撤退。パーツのインターネット通販に事業を選択、集中。トヨタハイエース用パーツの販売開始。オンラインショップ「200k モータリング」を開設。

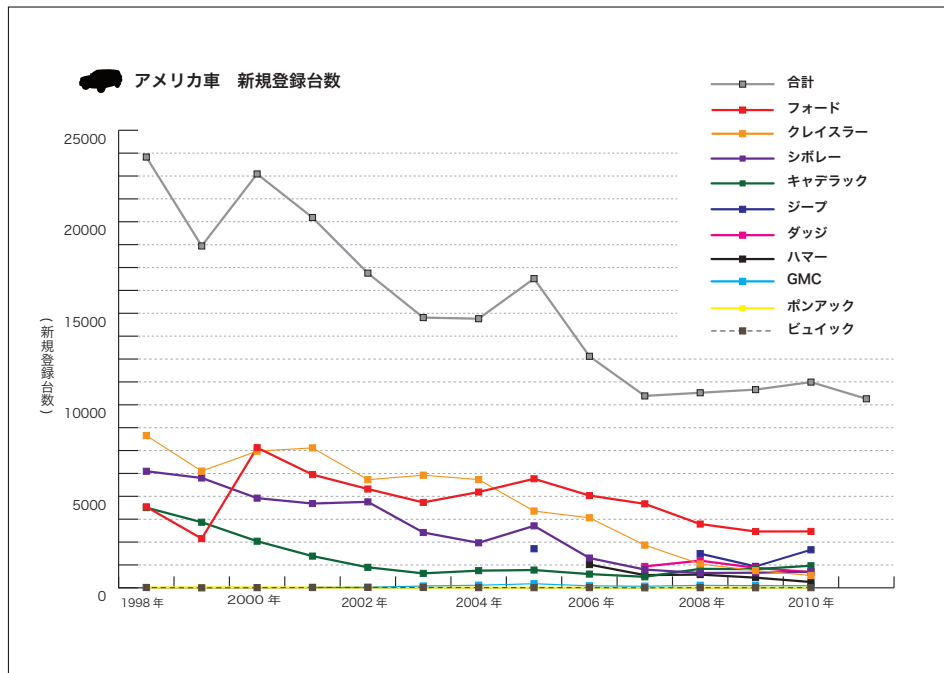
2010 年 国産ミニバン用パーツの販売開始。オンラインショップ「カスタムワゴン」を開設。



上円内：店舗兼事務所
オンラインショップは上から
アメ車用パーツ販売サイト
トヨタハイエース用パーツ販売サイト
国産ミニバン用パーツ販売サイト

市場環境

アメ車の市場は低く安定。趣味性がいっそう強まる。
ハイエースのパーツはブームが続く。ミニバンの市場も期待大。



国民のクルマに対する考え方が急速に変化。

環境への配慮、エコ意識の高まり、エコカー減税、ハイブリッド車・電気自動車販売、自動車メーカーの広告戦略、ガソリン高騰、長引く不況等々からクルマに対する人々の考えが変化。本来は安全なクルマがいいクルマのはずが、燃費のいいクルマがいいクルマだというイメージに。今後もこの傾向は続くと思われます。

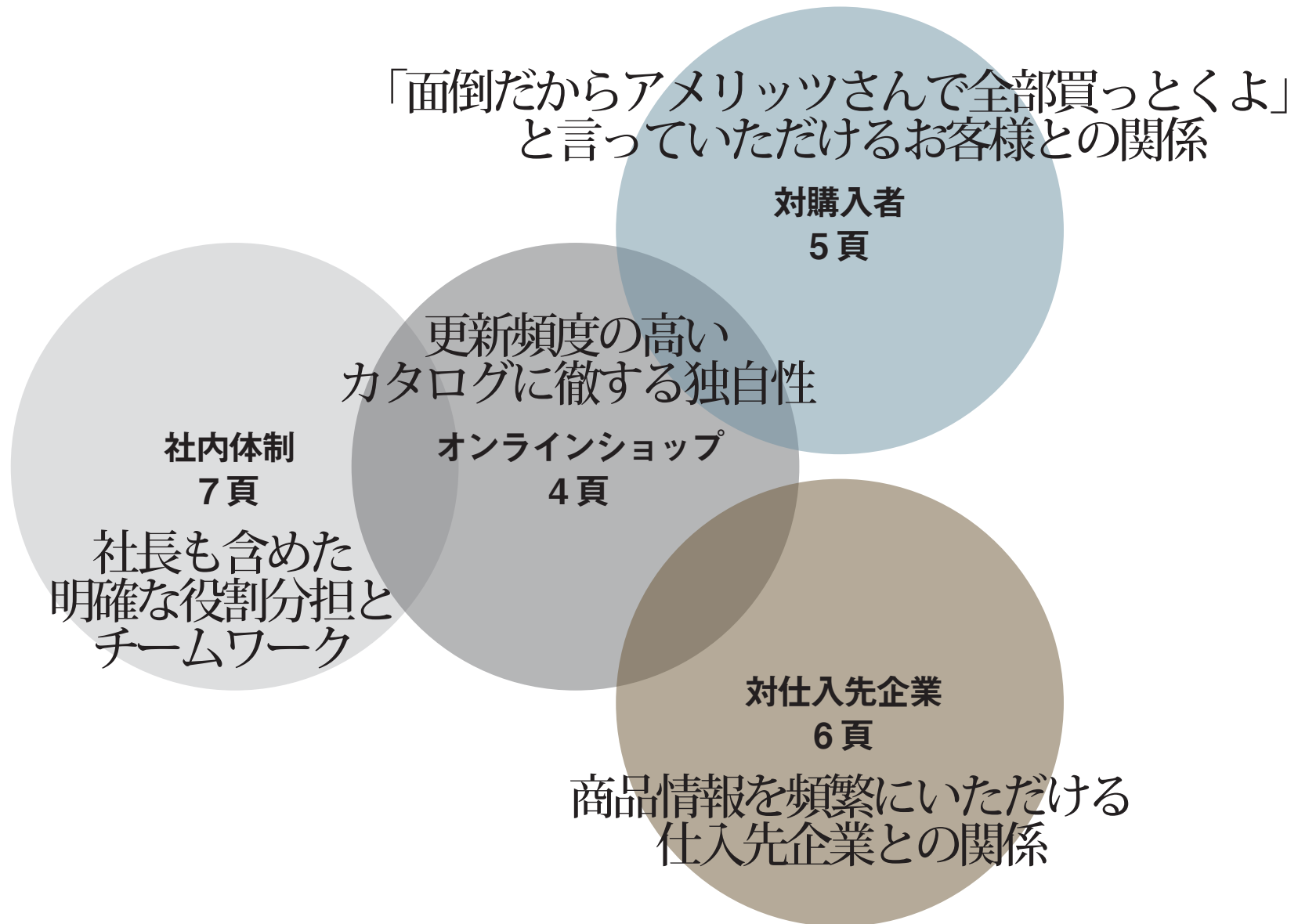
アメ車は少数派。一部のファンに根強い人気がありニッチ市場を形成。

アメリカ文化への憧れの象徴、「アメ車以外はクルマじゃない」という個性派の存在、芸能人やプロ野球選手といった派手な所有者イメージもあるのがアメ車市場。ここ数年、円高から、FJ クルーザー、タンドラ、セコイアなど日本メーカーの逆輸入車が増えています。なかでもカスタム、ドレスアップパーツが多く揃うトヨタ FJ クルーザーは右ハンドル仕様が2010年秋から国内トヨタディーラーで販売開始され、今後の拡販が期待されます。

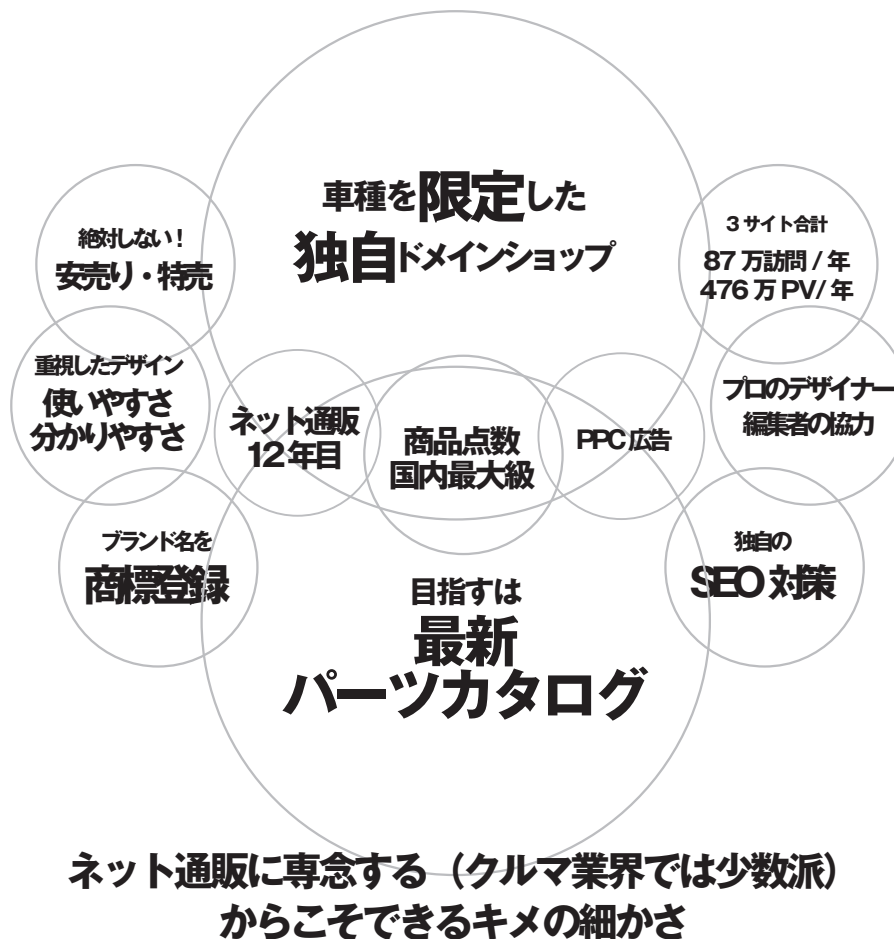
ハイエースはドレスアップ、カスタムブームを牽引中。

ミニバンは日本人のライフスタイルにマッチ。

トヨタハイエースは働く人のクルマというイメージが強く、日本経済を陰で支えている自動車。平成16年から販売開始された200系タイプはデザイン、性能、使いやすさから人気車種となりました。また、アルファード、ヴェルファイア、エルグランドなどのミニバンは日本人のライフスタイルに合いマーケットが拡大傾向。2011年3月に起きた東日本大震災の影響による工場停止で大幅な供給不足に陥ったことが響き、販売台数を著しく減少させたものの、生産が安定すれば市場は緩やかに拡大していくと思われます。



更新頻度の高い カタログに徹する 独自性。



オンラインショップ構築は子どもを育てるようなもの。
楽しく取り組むにはどうすればよいか。

2003年頃、オンラインショップ運営に関する勉強会（全国 EC 協議会・当時）で毎月学びました。その中で、「うちは街の小さな精肉店ですが、インターネット上では高級ハムのお店ですよ」という先輩経営者の言葉からヒントを得て、「中古車販売店」から「パーツ販売会社」に WEB サイトを変更。業績が伸びた要因です。

理想は常に新しい商品カタログ。コツコツと更新作業を続ける終わりのないテーマ。お客様の声を商品企画や改善に活かすということを最も大切にしています。「購入の決め手となったのは、分かりやすく、使いやすいこと」というアンケートの結果が多いことから、商品説明や注文方法の表記などを継続的に改善しています。

オンラインショップ構築は自分たちが取り組んだことがすぐ見えるわかりやすい仕事です。お客様をワクワクさせる雰囲気、画像、文字が大切であり、商品に対するお客様の好奇心を高めながら同時にショップに対する信用も獲得するということが必要になります。各オンラインショップのロゴマークとキャッチコピーを商標登録していることも信頼を高める要因と考えています。パーツの取付方法解説やオフ会特集もお客様の大きな支持を集めます。

反対に間違った表記ひとつが現場を混乱させ、お客様にご迷惑を掛けてしまうということが実際に起こります。最適な状態を保つには記載内容に責任をもつことが求められます。

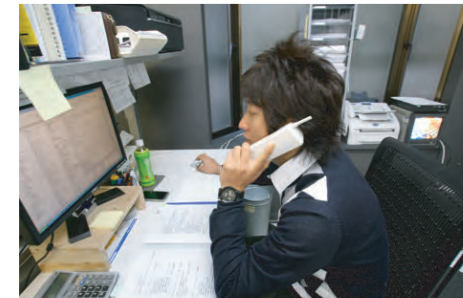
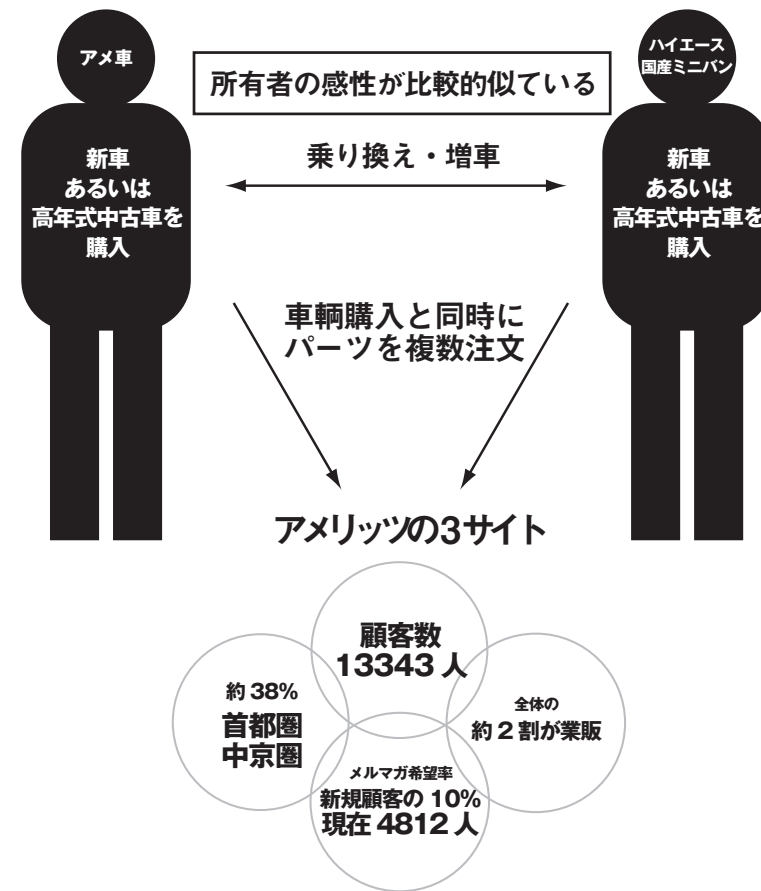
2003年からアドワーズとオーバーチュア（現ヤフーリスティング）の PPC 広告を行っています。設定キーワードは 1000 以上。これまでに多くのデータが蓄積されました。そのデータをもとに独自の広告展開を実施しています。Google アナリティクスでのアクセス解析をもとにした独自の SEO 対策も実施しています。

アメリッツの知的資産_お客様との関係

「面倒だから
アメリッツさんで
全部買つとくよ」と
言っていただけのお客様との関係。

「ネット通販を対面販売のように」で生まれた関係性

- ☐ オンラインショップだからこそ、購入前後のお客様の不安を解消するために電話対応を積極的に。(写真上)
- ☐ お客様主催のオフラインミーティング（オフ会）へ参加、交流。(写真中)
- ☐ アンケートに答えてもらった方には粗品と社長自筆のメッセージを送付。(写真下)



商品情報を頻繁にいただける 仕入先企業との関係。

仕入企業様との約束

私たちは約束した通りの姿勢を守ります。

～販売チャンネルの一つとして私どものオンラインショップ（知的資産）を活用してください～

- ☐ 商品のよさ、魅力をお客様に全力でアピールします。
- ☐ 商品イメージを下げる「安売り」は決していたしません。
- ☐ 商品画像、情報をいただいた仕入企業様から原則仕入をします。
- ☐ 商品代金の支払いは期日を厳守し、支払い日が週末や祝祭日の場合は前銀行営業日に送金します。
- ☐ 振込手数料は金額にかかわらず弊社が負担します。
- ☐ 我々は仕入先企業で働く社員の皆さまへの感謝の気持ちを忘れません。

アメリッツの仕入先企業は現在、約 100 社あります。これらの企業様の信頼を獲得する方法は唯一、取引高を増やすことにほかなりません。そのためには、何が必要か。商品情報をお互いの担当者が密接にやりとりをすることだと考えます。弊社の担当者が仕入先企業を訪問し関係を深めています。決して安売りをしない、商品のよさを当社のお客様に全力でアピールすることがアメリッツの使命だと考えています。

アメリッツの知的資産_社内体制

社長も含めた明確な役割分担と チームワーク。



【チームワーク】

“やらされ感”をなくし、“ゲーム感覚”で取り組めるような雰囲気づくり。個人の売上ノルマを設定せず、お互いがサポート、応援し合うチームを目指しています。各自が遊び心を失わないことも大切。集客（ネットショップ構築）、接客、仕入・発送の三大業務を極めるカギは安易に人を増やすことではなくチームワーク向上にあると考えます。

【評価】

理念や方針に則ってがんばる社員を必ず幸せにする。逆に頑張らない社員を同じ待遇で雇い続けない。最終責任は社長ひとりであり、方針の実施責任は社員ひとりひとりにある。シンプルに考え、ブレないことを意識しています。

【経営】

お客様を満足させる前に社員を満足させることが大切。不満を持った社員が笑顔で接客することは不可能だと考えます。給料は高く、総人件費は低く。創業から社長が現場の責任者として働いていたが、2007年に現在の店長と交代。現場を離れ、社長として経営を学び始めたことで、見えてくるものが増えました。

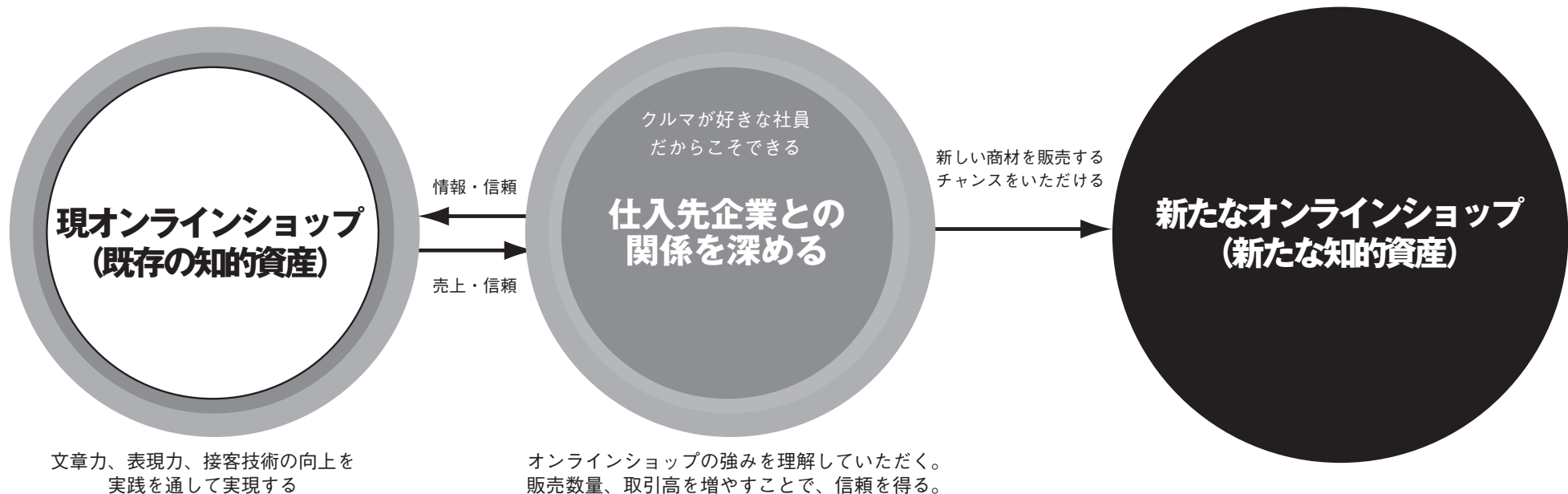
【人間力】

販売会社において大切なものは「商品構成」「価格」「販売力」と同様に大切なものが「人間力」であると考えます。掃除を丁寧に続けること、致知（読書）、親孝行奨励などを継続しています。

- 1) 経営指針書で当期方針を確認
- 2) 毎朝の朝礼では週目標、理念、接客挨拶を唱和、個人取組み発表
- 3) 鍵山秀三郎氏「1日1話」輪読
- 4) 社長と握手、ハイタッチの実行
- 5) 人間学を学ぶ雑誌「致知」を毎月、全員へ送付
- 6) 始業と同時に掃除25分間（2007年8月から継続中）
- 7) ランチミーティング、飲みニケーション（年間58日）
- 8) コピーライティング勉強会（水曜日）仕事自慢ミーティング（木曜日）、商品情報共有ミーティング（土曜日）、店長主催勉強会（月1回）などをチームワークを高めるために実行中
- 9) 社長は経営を学ぶ（兵庫県中小企業家同友会 2008年入会）

今後の知的資産経営ビジョン

新たなオンラインショップは 仕入れ先企業との関係から必然的に創出される。



経営者紹介

経営者・高野好司。 人間・タカノヨシツグ。



【経営信条】

プロの経営者になる。

【経営者としての自己分析】

経営者としてまだまだ未熟。
コミュニケーション能力や文章力、発信力を引き上げる
必要を感じている。

40才で自動車販売の経験捨てた。
伸びていたネット通販に事業を選択、集中させたが、
同様の企業が身近になかったのが不安になったのは事実。
あれから5年、意思決定に間違いはなかったと思っている。

生きていくために必死で働いた創業期。
あのがむしゃらで前向きな気持ちを永遠に忘れることなく、
築いてきた知的資産に工夫を加え、磨きをかけていきたい。
弊社に関係するすべての人が勝つこと
「全員勝者」を目指してがんばるだけだ。

【これまでの人生】

昭和40年5月、兵庫県尼崎市でサラリーマン家庭の長男として生まれる。
その後、西宮市の小、中、高校を卒業。自宅近くの武庫川で友人とフナ釣り
や、巨人の星、ウルトラマン、仮面ライダーをテレビで観るのも大好きな少
年時代。

小学校3年生から大学まで野球で身体を鍛える。神戸学院大時代に関西六
大学野球リーグでベストナイン賞（二塁手）を受賞。逆転サヨナラ本塁打が
リーグ個人記録になっている。青春時代は間違いなく勉強より運動タイプだ
った。

卒業後、輸入車販売大手のヤナセに入社しキャデラック、シボレーなどアメ
車の販売を約10年経験して退職。販売の基本を学んだ。オールヤナセ優秀
社員賞（セールス部門）を3度受賞。

32歳の時、神戸にあった貿易会社の支援を受けて株式会社アメリッツを設立。
徒歩で通勤。朝の掃除を社員と一緒にすることが大好きだ。

妻と一男一女の4人家族。子どもを風呂に入れることが好き。長男（2歳）
のオムツもよく換える。二人目に生まれた次女が3歳の時に病気で他界。も
ともと明るい性格だが大きなショックを受けた。家族と過ごす時間を大切に
している。

好きな言葉は「今日も生涯の一日なり」。趣味はゴルフ、ジョギング。
お笑い番組を観て笑うこと、友人と酒を飲むことも大好きだ。

社員紹介

みんなクルマ好き。 この当たり前が、実はいちばんの武器です。

たかい まさと

昭和 59 年 2 月、兵庫県西宮市生まれ。

ダンスが趣味で、毎日ダンスをしていたが、友人から何気なく購入したマーキュリー・グランドマーキー 1994 年式で、ダンス以上にアメ車にハマることになる。国産車にない機能やサイズ、迫力、トルク音にカンペキに魅了され、「マーキュリー・グランドマーキーは 2 台続けて購入したぐらい、最高のクルマでした」自宅近くの川沿いを一人で好きな曲を聴きながらのドライブが“最高のひととき”。「今後?…迷わずマーキュリー・グランドマーキーです!」

[店長]

かわぐち じろう

昭和 55 年 2 月、兵庫県西宮市生まれ。

とにかく乗り物が大好きで、高校、大学共に自動車の専門科がある学校へ。高校時代は、バイクのカスタムにハマり、待望の四輪免許を取得してからは、クルマとの共存が始まる。初めて買ったクルマは 130 サーフ。「乗り降りが不便なぐらい車高を上げて乗っていました」次いで、モテたい! という気持ちからアメ車好きに。アストロから始まり、さまざまなクルマを乗り継ぐ。「運転も好きですが、カスタムして目立つことが大好きです」車輦代より高いホイールをアメリカから取寄せたことも。



高井雅人

跡部広樹

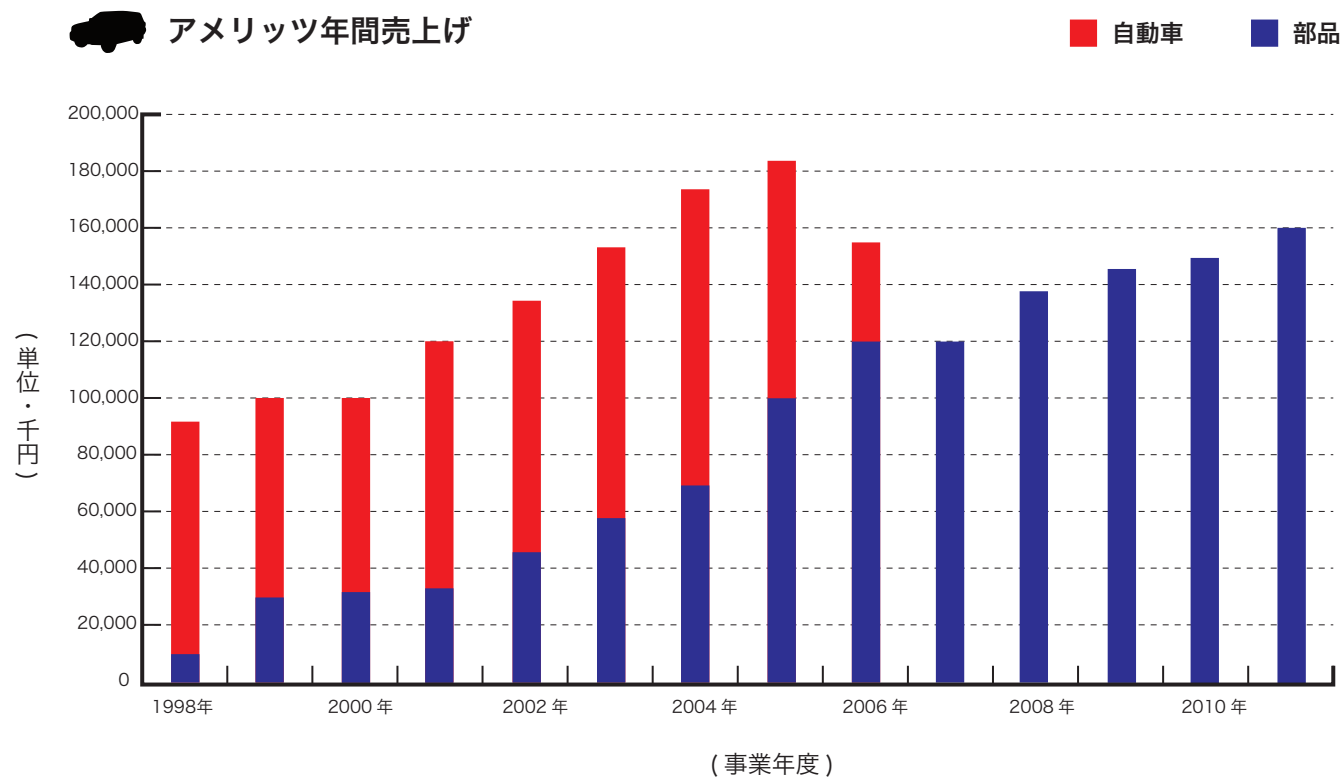
川口次郎

あとべ ひろき

平成元年 2 月、兵庫県川西市生まれ。

昔からクルマやバイクが好きで、小さいころは父親とドライブやツーリング一緒に行くのが楽しみ。16 歳でバイクの免許を、18 歳でクルマの免許をすぐに取得。ドライブが好きで、夏場は海の近くを走ったり、夜は六甲に夜景を見に行ったりも。誰もがしていないドレスアップなどをいつも考えている。車歴はエスティマ 10 系、アストロ、マーク X12 系、ベンツ W210、クラウン 18 系。「それぞれ街中でめちゃくちゃ目立つ仕様にカスタムして、イベントでトロフィーを頂いたこともあります」

参考 DATA



※ 2011年度の売上げは 2012 年 3 月期予測。

参考情報

アメリッツの商標



「アメリッツ」(登録第 5190675 号)
及び「アメ車道楽をまじめに考える会社 / amerits ロゴマーク」
(登録第 5140257 号)

<http://amerits.com>



「200K モータリング / 200K MOTORING ロゴマーク」(登録第 5296544 号)

<http://200k-motoring.com>



「カスタムワゴン、CUSTOM-wagon.com、ロゴマーク (車の図) & キャッチコピー」
(登録第 5442209 号)

<http://www.custom-wagon.com>



参考情報

アメリッツの基本理念・経営理念・事業方針・行動指針

<基本理念>

誠実を基本とし、熱意と闘争心のあるプロになる
意気揚々のびのびと常に働くことを楽しむ
無駄を無くし、常に改善し決して現状に満足しない
顧客と社会に責任を果たし適正な利益を追求する
給料はお客様からいただいていると自覚する
社員を大切にし自主性を認め能力に応じて機会と報酬を与える

<経営理念>

株式会社アメリッツは、社員の物心両面の幸せと社会貢献を追求します。

- ・仕事を通して人間力を高め続けることで実現する
- ・仕入先からいただく商品とお客様からいただくお金で実現する
- ・感謝の心と高い志、継続的改善で実現する

<事業方針>

株式会社アメリッツは、アメ車、ハイエース、国産ミニバンのカスタムやドレスアップを楽しむ人々に、品質と安全性の高い自動車パーツを販売する企業。

オンラインショップにお客様が求める商品をわかりやすく掲載し、お客様の声から改善し、正確に商品をお届けすることで、信頼され愛され続ける社員と会社を目指します。

お客様の役に立ち、心を打つ感動サービスを提供することで社会に貢献します。
お客様、お取引先、社員の満足を目指すため、常識にとらわれず変化し、成長を続けます。

<行動指針>

アメリッツのメンバー全員は毎日の行動の中で
お客様やお取引先、同僚、家族、地域住民、会社の施設や備品、商品に対して
「ちょっとした思いやり」た「心遣い」を実践します。