

事例 2-2-9：株式会社三勢

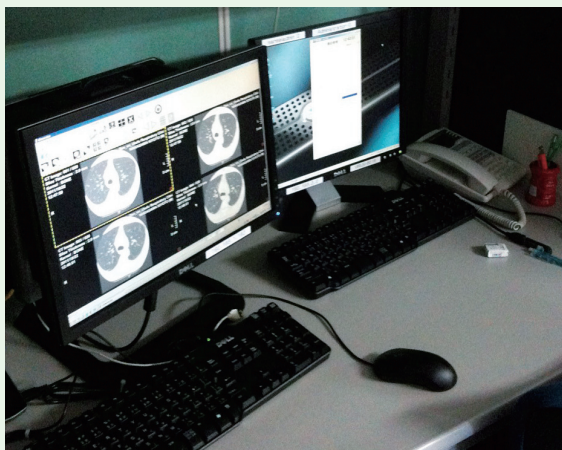
社長の前職でのスキルを活かし、医療卸から医療周辺サービスへ事業転換した企業

東京都文京区の株式会社三勢（従業員5名、資本金3,000万円）は、レントゲン機器、車椅子等を取り扱う医療卸であった。同社社長の中川清人氏は、2003年に入社したが、入社当時、同社の売上が徐々に落ち込むのを目の当たりにし、「流通中抜き」という時代の変化を肌で感じていた。

前職で大手企業のITコンサルタントとして活躍していた中川社長は、社会への貢献度が大きく、他社が簡単にはまねできない新事業を模索していた中、ITの導入で病院経営を改善できることに気付き、医療現場の経営改善支援を新事業として展開することを考えた。

その第一歩として開発したのが、遠隔画像診断サービス「Doc えいくん」である。CT（コンピュータ断層撮影）やMRI（磁気共鳴画像診断）で撮影された画像の解析は専門性が高く、大規模な病院には画像解析を専門に行う読影医が勤務している。中小規模の病院では読影医を抱える余裕はないが、現場の医師が、読影医の専門的な所見を必要としていることに気付く。そこで、病院と読影医を通信システムで結び、48時間以内に読影医の所見をフィードバックするサービスを提供した。大手企業による同様のサービスは存在するが、同社の遠隔読影サービスは、専用システムの導入が不要で、他社製品に

比べて大幅な低価格を実現。しかも、大学病院等の読影チームが解析を行うことにより、サービスの品質も担保した。こうした低コスト・高品質のサービスが評価され、同社のシステムを導入する顧客は着実に増加していった。中川社長が入社した当時と比較して、売上は約4割減少したが、営業利益は増加し、収支は大幅に改善した。今では卸売業からほぼ撤退し、医療周辺サービス業が主力事業となっている。



画像診断画面

このように、企業が新事業展開を実施・検討するに当たって、躊躇させる要因も多いが、企業自身の努力等により、その要因を克服することも可能である。そのためには、経営者がリーダーシップを発揮し、率先して実行していくことが必要である。

中小企業・小規模事業者が強い決意を持って新事業への進出に踏み出し、様々な課題に直面しつつも独自の創意工夫で乗り越えていくことで、企業自身の成長につながり、ひいては我が国経済の活性化に寄与していくことが期待される。