2011年11月29日　北陸中日新聞　北陸経済面より

新聞　(第3種

社長を語る

アルハ（金沢市）　荻野永策社長（32）

強み生かし苦境を克服

「本当に起業して良かったのか」。自問する日々が続いた。企業のマーケティング戦略を企画立案するアルハ。荻野永策社長は価格競争に苦しんでいた三年前を振り返る。当時はホームページ制作など下請けの仕事が中心。「先行きの不安にかられ、がむしゃらに働いたが、利益は減る一方だった」

二〇〇三年に金沢工業大院を修了後、知人と四人でＩＴソフト開発ベンチャーを設立。同期は大手企業に就職を決めていた。自分にも推薦の話はあったが「大学で六年学んだことが、どこまで社会で通用するのかを確かめたい」と決断した。

最初のヒットは〇五年、携帯電話のＱＲ（二次元）コード読み取り機で、顧客獲得の費用対効果を分析する仕組みの開発に没頭した。

〇八年、その集大成としてマーケティング戦略の総合サービス「スリー・ビュー」を開始。利益最大化の目的のため、どのような戦略や戦術を選択するのが最も効果的かを具体化するノウハウを体系化した。成功事例を踏まえて保険代理店、リフォームなど業種別の仕組みも充実させた。

例えば保険代理店には「未来年表」と名付けた、家族構成に基づく将来の出費の試算表を提案。何年後に、どれだけお金が必要かがひと目で分かり「契約率が格段に上がった」と評判は上々という。

「やみくもに営業していても実績につながらない。あの時、危機的状況に陥った自らの経験を生かせている」。逆境を乗り越えた今、目指すべき方向に着実に進み始めたと手応えを感じている。

（瀬戸勝之）

「利益最大化に向けたマーケティング戦略を提案したい」と語る荻野社長＝金沢市のアルハ本社で