



## 専門知識でサポート

発注側の細かい要望や相談に対応できる「コンシェルジュ」がアイミツの強み。そのため、人材教育にも力を入れている



## ユニラボ 受発注業務のサポートサービス

## 清掃から開発まで「受発注」仲介

企業間の受発注を、利便性の高いサイトと手厚いサポートで効率的にマッチングする。  
様々な業界に対応した網羅性と高い専門性で、急速に顧客を拡大中だ。

**企** 業経営のあらゆる場面で発生するのが「受発注」の業務だ。その内容は、オフィス清掃の委託や採用といった管理業務から、部品製造やアプリの開発依頼など事業に関するものまで多岐にわたる。コストを抑えつつ、優良事業者に依頼したいと考える発注側と、好条件を引き出したい受注側。だが、様々な条件の下、的確な相手企業を見つけるには手間も時間もかかる。

こうした企業の悩みを解決するのが、ユニラボ（東京・品川）のサービス「ア

イミツ」。文字通り、複数の事業者から見積もりを取り寄せ、比較検討する「相見積り」からその名を取った。

アイミツのニーズの高さを証明するのが利用企業数の伸びだ。2014年のサービス開始から、4年間で発注側の企業数は累計5万社を突破。一方、注文を受けた企業も同5000社を超えた。栗山規夫社長はアイミツの特徴を「IT（情報技術）を生かした精度の高い比較サイトと、『コンシェルジュ』による手厚いサポート体制にある」と語る。

サービスの利用の仕方はこうだ。例えば、自社のHP（ホームページ）を外部の事業者に発注し、制作してもらいたいと考えているA病院。1カ月程度の短納期で、しかも医療業界にもある程度精通した事業者が望ましい。

## 6万6000社以上の掲載数

そこで、アイミツのサイトをチェック。「システム開発」の大カテゴリの中に「ホームページ制作」の小カテゴリがあり、1万件近くの関連事業者

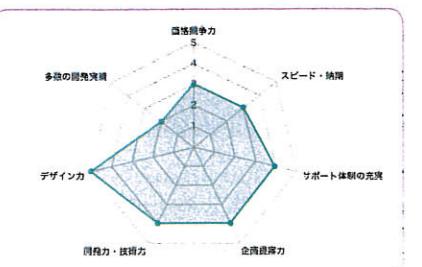
の情報が並ぶ。その中から予算や納期、得意とする分野、実績などから条件を設定して事業者を絞り込む。

アイミツには2月末時点での「カスタマーサービス」「決済代行」「翻訳」など1100以上のカタゴリーがある。掲載されている事業者は総計6万6000社以上。膨大な情報量をまとめて扱うので、個々の事業者の強みや特徴は、チャートなどで分かりやすく示している。

一方、情報量の多さは裏を返せば選択の難しさもある。希望に沿った事業者をすぐに選べればいいが、もう少し細かい情報が欲しい、選ぶための決め手が欲しいというニーズも出てくる。そこで出番となるのが、サポート担当のスタッフであるコンシェルジュだ。

アイミツは電話での問い合わせにも即時に対応しており、自社の要望や条件を伝えることが可能。先ほどの病院のケースであれば、過去に医療関係のHPをどのくらい制作したか、実際に納期はどの程度短縮可能かといったニュアンスも含め細かいやり取りもできる。

専任のコンシェルジュが各業界・分野の関連情報を交えながら、ふさわしい事業者を複数選定し、それぞれの特徴などを丁寧に説明。その上で、相見積もりを取り、発注者側は最終的な判断材料にする。「膨大な情報を効率的にまとめつつ、生身のコンシェルジュがサポートする、IT×ヒューマンのサービス」（栗山社長）というわけだ。



ユニラボのサイトでは、各事業者の強みや特徴を、チャートなどを使って分かりやすく紹介している

## DATA

## ユニラボ

2012年設立

本社 東京都品川区  
東五反田1-6-3

資本金 500万円

社長 栗山規夫

売上高 4億円(2017年12月期)

従業員数 40人(アルバイトなど含む)

事業内容 企業間受発注業務のサポートサービス

取引では、いまだに情報の非対称性が大きな課題。それをマッチングで解消することは、大きなビジネスの可能性にもなる」と考えた。

特に重視したのが、ITを活用して利便性を高める一方、単なる比較・マッチングサイトにはとどまらない競争力を持たせる点。それが、コンシェルジュの人的資産を最大化することだ。

IT関連のスタートアップであれば、一般的にはサービスをとことん自動化するなどし、コスト低減や事業の効率性を高めようとするのが主流だ。ユニラボでも、1日あたり100件以上寄せられる問い合わせや、掲載企業の分析を通じて、マッチングの精度を高める技術開発に注力している。

しかし、ユニラボの場合はそれに加えて、少なくない人件費も投じ、コンシェルジュに専門的な知識を持たせるための教育にも時間をかける。各業界のリサーチを通じて理解を深めることで、発注者側の要望にきめ細かく対応できる体制を整えようとしてきた。

こうした取り組みを支えに、手数料収入を日々積み重ねた結果、サービス開始から1年強の15年7月には単月黒字を達成。事業拡大に弾みをつけた。

今後の目標は現在十数人のコンシェルジュの採用・教育を強化することで、対応できるカタゴリーの幅をさらに広げること。「例えば、物流関連の業界などはさらにマッチングのニーズが強く、我々のサービスが貢献できる可能性が高い」。栗山社長はそう強調する。

華やかな消費者向けの事業に比べ、一見「地味」な企業向けのサービス。だが、膨大な数の中小企業を顧客として取り込めば、ビジネスの成長性は格段に大きくなる。ユニラボの存在感が高まれば、他のスタートアップにとても刺激となりそうだ。（河野 祥平）