



伊藤秀博・レカム社長

法人向け情報通信機器販売などで成長、中国では子会社を新興市場に上場へ 危機時に事業を絞り込み、 外部資本も導入 復活を果たしたレカム

一度、経営危機に陥った企業が再成長を果たすには何が必要なのか。法人向けに情報通信機器販売などを手掛けるレカムはかつて、PHSの開発・製造を行い、好業績を上げていた。だが08年のリーマンショック、PHSの販売急減で経営危機に。そこで事業を絞り込んで再出発。その時に社長の伊藤秀博氏は企業体質を筋肉質にするだけでなく、外部の資本を導入。外の目を意識する形でのメリハリのついた事業再構築、海外に挑戦するという前向き精神だ。
本誌・大浦 秀和 Text by Ohna Hidekazu

リーマンショックで 経営危機に陥る

「私達のお客様は中堅・中小企業がメイン。今や事業でインターネットの活用は不可欠。利便性向上に加え、セキュリティ強化のニーズが高い。業界ではそこに対応できた企業は成長し、そうでない企業は淘汰されている」と話すのはレカム社長の伊藤秀博氏。

レカムは中堅・中小企業向けに情報通信機器の販売や保守、企業が社内の業務処理の一部を専門の事業者へ外部委託するB

PO (business process outsourcing) 事業を手掛ける。直近では国内におけるLED照明販売も好調。

「日本では2020年で旧来型の水銀を使う照明が生産できなくなる。さらに環境意識の高まりなどで、企業の中には従来の蛍光灯でいいのか?という漠然としたニーズがある。そこに我々が電気代などのコストソリューションを提供することで切り替え需要が出てきている」(伊藤氏)。LEDは既存顧客を深掘りする商材にもなっている。

同社の設立は1994年。「ビジネスホン」など情報通信機器の販売からスタートし、以来24年間、「直販」の営業に取り組み続けている。扱う商材は増えていくが、これまで培った営業ノウハウで顧客ニーズの掘り起こしや新規開拓を進める。

だが、ここまでの道のりは平坦ではなかった。レカムは06年に、ある老舗通信機器メーカーを買収し、自社ブランドを持って企画・開発・生産に乗り出した。だが09年、前年に起きたリーマンショックの影響に加え、当時主力商品だったPHS

の急激な販売低迷で大赤字となってしまった。

そこから赤字事業からの撤退など、事業再構築に乗り出し、現在の情報通信機器販売、BPOに事業を絞り込んだ。ただ、生産拠点、設備を持っており、一挙に撤退すると減損をしなければならなくなる。そこに耐える体力はないというところで時間をかけて進め、撤退が完了したのは14年のこと。負の遺産の処理を終え、再成長に取り組んでいた16年、レカムは企業再建・育成を手掛ける投資会社からの出資を受ける。

「これによって、既存事業の再成長のみならず、M&A(企業の合併・買収)など、事業拡大とその加速のために資金が使えるようになり、経営に大きなプラスの影響を及ぼした」と伊藤氏は語る。

また、レカムは03年から中国・大連を拠点にBPO事業を行っていたが、15年秋から大連周辺の日系企業にLED照明の販売を試験的に始めたところ好評で、売り上げも順調に伸び

た。そこで本格的に事業を拡大させようということになり、16年4月に上海に進出。この進出資金も投資会社の支援で調達できた。レカムと投資会社との出会いは07年。レカムは前述のPHSの生産を担っていた子会社を上場させることを検討した際、成長のための増資を、その投資会社に相談したことがきっかけだった。

投資会社の出資を受けた16年2月当時、レカムの時価総額は約44億円。それが18年6月時点で約200億円にまで拡大した。業績も16年、17年と連続増収増益で、18年9月期も継続を見込む。再成長を目指す経営者の意志と、それを実現するための資金とがうまく噛み合った形。

だが、日本国内には時価総額が低位で推移し、なかなか再成長に向かえない上場企業が多い。それを分けるものは何なのか?

一度、失敗すると多くの人が再びリスクを取ることを躊躇してしまう。ある程度、利益が出

ているならば現状維持でいいのではないかと……という心境に陥ることもある。そこを再び挑戦しようと思えるかは「経営者のマインドだ」と伊藤氏。伊藤氏にとって忘れられない言葉がある。レカムが04年に上場した際、ある先輩経営者から言われた「絶対、家を買ったりしなきゃ駄目だよ」という一言。上場益を得て「驕り」や「守り」に入ることを戒める言葉。

伊藤氏は1962年東京都生まれ。高校を中退、ペンキ職人を経て、友人に誘われて住宅リフォーム関連の会社に就職。取り付け工事を担当すると思っていたところ営業に配属。これが運命の分かれ道になった。

その住宅会社で営業に開眼した伊藤氏は新日本工販(現フォーバル)に転職。営業として優秀な成績を上げ、福岡支店長などを務めた。文字通り早朝から夜遅くまで仕事に打ち込んだ。そして起業。

フォーバル創業者で会長の大久保秀夫氏には上場を報告、お

祝いをしてくれたという。

伊藤氏は、レカムの将来像を「グローバル専門商社」と表現する。同社の武器は法人向け事業で培った営業力。それを生かして世界に進出、現在5カ国で事業を展開している。

例えば前述の中国事業では、数年前から大連の子会社を新興市場「新三板」に上場するべく準備を進めてきた。「大連市に本社がある外資系企業で上場するのは当社が初めてではないか」(伊藤氏)というだけに、当局への申請も苦労の連続だったが承認された。

持ち前の営業力に加え、海外子会社を経営する経営力を組み合わせ、短期間で成長する海外事業を志向する。「海外で事業を成功させ、利益を日本に持ち帰り、国に貢献したい」と伊藤氏。レカムは外部の資本も入れて、「透明化」の中で改革を行った。何よりも経営者である伊藤氏の「壁があれば乗り越える」精神が功を奏した。こうした企業人をどう育てていくか――。