

コロナでもやはり強かった 医療機器業界へ参入を果たした板金加工業の”今”

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、および関係者の皆さまに心よりお見舞い申し上げます。

## 国内で勝ち残る為の 医療機器業界「参入」 ビジネスモデルセミナー

板金加工業が医療機器業界に参入すべき

### 7つの理由

- 理由1 昨今の不況期でも大きな影響をうけず、  
安定した仕事が続いている。
- 理由2 安定成長マーケットであり、事実、多くの仕事が出ている。
- 理由3 今後も日本国内・先進国に残るマーケットである。
- 理由4 航空機産業などと比較して、  
実は参入が容易なマーケットである。
- 理由5 他の機械業界(半導体/5G・自動車・産業機械)と比べて  
主導権が取り易く、価格競争を回避しやすい。
- 理由6 自社の独自技術を開発し易いマーケットである。
- 理由7 今が参入の最期のタイミングである。

オンライン

2021年

2月22日(月)

2021年

2月25日(木)

無料レポート在中

医療機器業界から仕事が取れば  
板金加工業経営はこんなに変わる

船井総合研究所による、本当に不況に強いビジネスモデルの決定版

医療機器業界に興味はあるけど…という経営者の方へ

ライセンス(医療機器製造業・ISO13485)取得よりも  
大切なことがあるんです

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

板金加工業 経営セミナー

お問い合わせNo.S068040

TEL.0120-964-000 平日 9:30~17:30

株式会社 船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研 大阪本社ビル [担当] 申込みに関するお問合せ: 時田 内容に関するお問合せ: 高野

WEBからお申し込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。) → 068040



## 【コロナ禍でも安定のマーケット】

### 医療機器業界から新規取引を獲得する方法

～船井総研のビジネスモデルで月次売上 1200 万円アップ～

今回のセミナーでお伝えする内容は、ずばり医療機器業界に参入し、  
新規継続取引を獲得し、不況でも安定経営する方法です。

2018年10月ごろから、国内景気は下降トレンドに突入しました。さらにコロナの影響を大きく受け、あらゆる業界が右肩下がりの中、実は 医療機器業界の企業は、大きなコロナの影響は受けず、驚く様な安定した売上を築いています。

また同時に、そうした医療機器メーカーと取引のある板金加工業や部品加工業も利益と成長を手にしています。

このように、医療機器業界がコロナ禍でも安定的に推移していること、そして、実は医療機器業界への参入は、意外にもハードルが低いという事実をお伝えしなければならぬと考え、今このレポートを書いています。

これまで「医療機器業界に参入したいし、いいとは思いますが、どうやって参入したら良いのかわからない」あるいは「医療機器業界は参入障壁がやはり高いのでしょうか?」「市場規模が小さくビジネスにならないのでは?」といった声をよく耳にしてきました。

しかし、このレポートをお読みいただければ、どうすれば医療機器業界に参入し、自社の経営を安定させ、今後コロナのような景気の波が来てもビクともしない強い会社に変貌できるか? その方法がお分かりいただけます。しかも、その方法は特別な会社だけではなく、どんな会社でも可能な事なのです。ぜひしばらくお付き合いいただければと思います。

私を含め船井総研のコンサルタントは、毎日、全国各地のクライアント企業と合わせを行い、今月の売上の状況はどうか？景況感はどうか？ということヒアリングしながら、業績アップのための具体的なご支援を行っています。

日本経済がコロナの影響を受けてから1年近く経ち、多くの企業の売上が2~3割、厳しい企業では5割もダウンする中、このような状況下にあっても、**まったく売上が減らない会社や、売上は減少してもしっかり利益を出している企業と****いうのが存在**しているのです。

その内情を聞いてみると、それらの企業の多くが、**医療機器業界との取引があり、かつその割合が高い**のです。さらに、取引先の業界が極端に集中せず、分散していることも挙げられます。

たとえば、**板金加工業A社**は、顧客の業界が医療・食品・産業機器・半導体などと分散していることに加え、数年前から取引が始まった**医療機器メーカーからの受注がコロナでもビクともせず安定しています。さらに今年に入ってからも新機種の製造依頼がどんどん舞い込んでくる**という状況になっています。その結果、このコロナ禍においても、**ほとんど売上が減少しない**という状態が続いています。

また、お隣の業界である機械加工業B社についても同様です。とある医療機器メーカー向けの売り上げは、コロナ前と変わらず400万円/月の売上をキープしている状態で、これがさらに1,000万円程度になる見込みです。加えて、昨年からの取引の始まった医薬品製造機器メーカーからの受注も安定的に受注しています。やはり、**コロナ禍においても、医療関連の仕事は動き続けている**のです。

かねてから船井総研では、国内で生き残る可能性の高い安定産業として、医療機器業界をはじめ三品産業（食品・医薬品・化粧品）を攻略するよう、クライアント企業に対してアドバイスを行ってきました。上記のA社・B社はこれを確実に、そして諦めずに取り組んできた結果、安定成長という果実を手にしたのです。

さてここで、国内の医療機器の市場を確認したいと思います。下記は薬事工業生産動態統計年報からの抜粋ですが、リーマンショックのときも含め、ほぼ落ち込むことなく持続的に成長していることがお分かりいただけると思います。

### 医療機器生産金額の推移

単位：10億円、指数：1997年=100

年度	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
生産金額	1456	1514	1521	1488	1486	1517	1504	1499	1534	1572	1688	1684
指数	100	104	104.5	102.2	102.1	104.2	103.3	102.9	105.4	108	115.9	115.7

年度	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
生産金額	1692	1576	1713	1808	1895	1905	1989	1945	1915	1990	1950
指数	116.2	108.2	117.7	124.2	130.2	130.9	136.6	133.6	131.5	136.7	133.9

出典：厚生労働省 薬事薬事工業生産動態統計年報 より抜粋

さらに注目すべきは、このレポートを書いている時点での最新データでは、2020年1月～9月までの月次生産額は、対前年比で平均▲7.9%までで落ち着いており、9月では約▲4%程度に留まっています。業界全体で見てもコロナ禍で持ちこたえている医療機器業界は、いかに不況に強いかがお分かりいただけるでしょう。

またここからは、医療機器業界への参入に成功した企業の事例をご紹介します。精密板金加工を手がけるC社は、親会社が生産を海外に移転することが決まっていた、新たな柱となる取引先の開拓が急務でした。

そこで船井総研で集客用のホームページを制作し、毎月のコンサルティングの中で、問い合わせに対しての新規開拓コンサルティングを行っていたのです。

ある月のことです。いつもの様にホームページへの問い合わせ客リストを見ると、Cランク（=事後フォロー不要）の欄に、ある会社の名前がありました。私が「この会社は何をやっている会社なんですか？」と聞いたら、その会社の営業社員は「聞いたこともない名前なので、そんな大きな会社じゃありませんよ」と言うので、営業社員と一緒にその会社のホームページを調べてみたのです。

すると、何とその会社は**社員が1000名以上もいるメーカーで、事業内容を見ると“薬・錠剤の分別・包装機械”**とあり、いわゆる医療機器メーカーでした。この営業社員はこの医療機器メーカーをフォローし、1年後、同社は**この医療機器メーカーから、月次売上で600万円を越える仕事を獲得**するようになりました。

なお、C社は医療機器業界からの仕事の実績はほとんど皆無で、もちろん医療機器製造業・ISO13485といった、医療機器関連のライセンスも持っていません。それでは、これらの会社はなぜ、医療機器業界からの新規受注を獲得することができたのでしょうか？実は、大きく2つの共通点があったのです。

- ① 「VAコンテンツ」と「加工技術」を自社のホームページ上で情報発信をしていた
- ② 設計者が購読する専門メディアに広告を定期掲載していた

確かに、医療機器業界の特徴として、比較的歴史が浅いことが挙げられます。例えば自動車業界や電機業界となると歴史も古く、彼らは言ってみるとメカのプロです。

ところが医療機器業界のエンジニアは、医学・医療のプロかもしれませんが、メカについては必ずしもプロではありません。だからこそ加工について勉強したい、という意欲が強いですし、またVA提案にも熱心に耳を傾けてくれます。

こうした発見もあり、私はコンサルティング先で、さらに医療機器業界を攻める様になりました。その結果、次の様なことがわかってきました。

### (1) 医療機器業界は実は参入（＝新規取引）が容易である

ISO13485 や業許可など、参入へのハードルが高いように思える医療機器業界。でも実は、医療機器メーカーは前述の通り、大手企業だけではなく数多くの中堅・中小企業が存在します。また比較的歴史が浅く、調達体制も整備されていない事が多いのです。従って新規取引は意外と容易なのです。

### (2) 価格競争になりにくい

業界自体が持続的成長していることもあって、他業界と比較して価格競争になりにくいと言えます。

また前述の通り医療機器メーカーは意外と中堅・中小企業が多く、様々な面で「困っていること」が多いのです。その結果、価格以外の要素で勝負できる余地が大きいのです。

### (3) こちらが主導権を取り易い

先ほども述べましたが、医療機器業界というのは医療・医学のプロは多いですが、**自動車業界や電機業界と比較するとメカのプロが少ない**のです。

従って、**加工のプロである我々が主導権を取り易い業界**であると言えます。

さらに現状の取引先の中で、VA提案ができる取引業者も少ない様です。船井総研では部品加工業界に対して、「VA・VE提案」をかねてから提唱してきました。

こうした**VA提案を強く望んでいる業界こそが、医療機器業界**なのです。

さらに、医療機器業界は今後高い成長が見込まれている業界であり、先進国に確実に残る業界です。さらに**コロナ禍にあって医療機器の必要性は説明するまでもなく、ますます重要度は上がっていく**と考えられます。実際、人工心肺装置や人工呼吸器を手掛ける医療機器メーカーには、世界各国から引合が発生し、対応していたという情報もあります。

そして何よりも、今回強く申し上げたいのは、**医療機器業界はコロナにも不況にも強い業界** という事です。もしあなたの会社で医療機器業界の顧客があるのなら、その顧客の売上推移を見れば一目瞭然でしょう。

もし、こんなにも売上が安定している医療機器業界が、自社の柱になったら？ 毎月の売上に一喜一憂することは、きっと無くなるはずです。

ここで、これまでに船井総研のコンサルティング実績より、最短・最適に成果を上げられる、4つのステップをご紹介します

#### **STEP 1 自社に適したVAコンテンツ・加工技術コンテンツの見える化**

- ・ 自社の強み・訴求ポイントは何か？
- ・ その結果としてのVA・加工技術コンテンツをホームページから情報発信



#### **STEP 2 医療機器業界エンジニアを対象とした広告媒体での告知**

- ・ 医療機器業界エンジニアが読む媒体で告知、自社ホームページに誘導する
- ・ インターネット以外の媒体とホームページを組み合わせる集客を行う



### STEP 3 初回訪問・ニーズ把握・サンプル営業による受注

- ・ お客が困っていることは何か？売り込むのではなく相談に乗る
- ・ 無料サンプル提供により高確度で受注につなげる

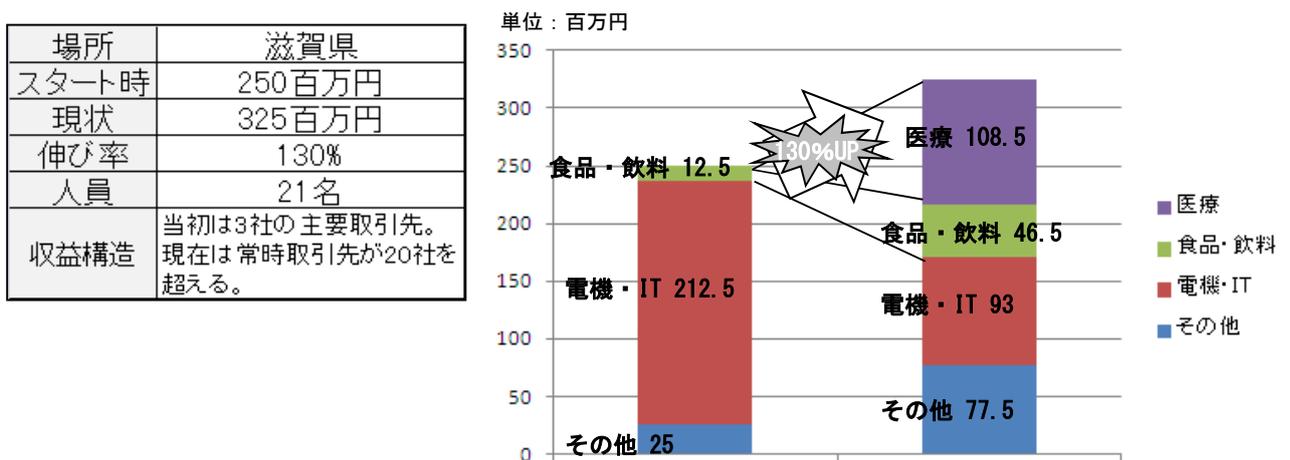


### STEP 4 取引口座の獲得・または継続的顧客フォロー

- ・ 受注顧客に対してはクロスセルを推進して取引額アップを図る
- ・ タイミングが合わない見込み客にはメルマガ等で継続フォロー

また、以下の事例は、医療機器業界「参入」ビジネスモデルで大幅に業績が改善された金属加工業の事例になります。医療機器業界への「参入」を通し、**特定業種への依存体質から脱却した典型的な良い事例**だと思います。

#### ■ 《医療機器業界「参入」ビジネスモデルの導入成功事例》



この企業は医療機器業界からの仕事はもちろん、似通った業界である「食品」「飲料」業界との新規取引を広げることができ、業績も上げることができました。

**「このまま新規開拓をしていなければ、大変なことになっていました・・・」**

社長は事あるごとに言われています。

## ■最後に

米中貿易戦争そして消費税増税によって既に不景気に突入していた日本経済は、このコロナによってどん底にまで叩き落とされました。

そして、コロナのワクチンが開発され投与が開始されましたが、安全なワクチンが、いつ我々の手元に届くのかが不透明な中、この先数年は、行動を制限しながら、コロナと付き合い続けていかなければならない可能性があります。

そんな、「7割経済」ともいうべき、日本経済・世界経済が縮小したままの状態でも自社が生き残っていくためには、新規顧客開拓はもちろん、その中でも持続的・安定的なマーケットからの受注を確保していくことは必須です。

そういった意味で、**「医療機器業界」に代表されるいくつかのマーケットは、このコロナ禍における産業構造の変化の中で必須のマーケットとなる**でしょう。

我が国が国際的に高い競争力を維持できている根幹は、このレポートを最後までお読みいただいた皆様方、板金加工業など町工場の集積にあります。

**1社でも多くの板金加工業の方に業績を伸ばしていただきたい、コロナ禍を勝ち残るビジネスモデルを構築していただきたい、そんな思いで今回、セミナーを企画しました。**

そこで、来たる**2021年2月22日(月)および25日(木)**に、前述の内容を簡単かつ具体的にお伝えするため**“板金加工業 医療機器「参入」セミナー”**を、オンライン会議システム「ZOOM」を使ったWEBセミナーという形式で開催いたします。

ぜひ、本セミナーの内容を自社に取り込んでいただき、このチャンスをものにしていただきたいと思います。それでは、セミナー会場でお待ちしています。

2021年1月吉日  
株式会社船井総合研究所  
シニアコンサルタント・中小企業診断士

高野 雄輔

# 板金加工業 経営者様向け コロナ禍に負けず安定経営を行うための 医療機器「参入」セミナー



～セミナーへのお誘い～

コロナ禍でも安定のマーケット  
医療機器業界から新規取引を獲得する  
方法がわかるセミナーです。

板金加工業 経営者の皆様へ

いつも大変お世話になっております。船井総合研究所の高野です。

我々、船井総合研究所のコンサルタントが、日々板金加工業など受託型製造業のコンサルティング現場で感じることは、やはり医療機器業界は不況に強く、そこ取引をしている板金加工業は、比較的安定した経営を行えている、ということです。

船井総研では、経営の安定と持続的成長を目指すなら医療機器業界への参入が必須だと繰り返し申し上げてきましたが、2018年10月から不況に突入してからの2年間、またこのコロナ禍においては、奇しくもそれが証明されることとなりました。それはつまり、日本の基幹産業である「自動車」「電機」「IT」は景気変動や技術革新の波におおきく揺さぶられる一方、安定成長マーケットである「医療機器」などの業界はビクともせず、むしろ持続的成長を続けているのです。

やはり、我々板金加工業が狙うべきマーケットは「医療機器」業界なのです。  
その理由は次の3つです。

- 理由1：医療機器業界は実は参入（＝新規取引）が容易である
- 理由2：価格競争になりにくい
- 理由3：こちらが主導権を取り易い

ところが、板金加工業の多くの経営者の方から「どうすれば、医療機器業界から仕事が取れるかわからない」という声を非常によく聞きます。

それが、今回のセミナーを企画した理由です。ぜひ同封の「無料経営レポート」をお読みください。医療機器業界参入へのポイントも記述しております。  
今後とも何卒よろしくお願い申し上げます。

株式会社船井総合研究所  
シニアコンサルタント・中小企業診断士

高野 雄輔

ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

## 板金加工業 経営セミナー

お問合せNo. S068040

### 講座内容

<b>第1講座</b>	<b>不況にも負けない医療機器業界と取引するためのポイント</b> ▶なぜ医療機器業界からの仕事は金属加工業にとって良いのか？ コロナ禍でも安定経営の秘密は、やはり医療機器への参入だった！ ▶この医療機器メーカーを捉え！ 知られざる医療機器業界の優良企業	株式会社 船井総合研究所 ものづくりグループ シニアコンサルタント 中小企業診断士 <b>高野 雄輔</b>
<b>第2講座</b>	<b>医療機器業界へはこう参入する！ 業績UP&amp;安定化に成功した企業の取り組み大公開</b> ▶医療機器業界への比率UPで、不況下でも昨対売上105%のA社 ▶実績ゼロから2年で売上の3割まで増やしたB社 ▶新規開拓売上の比率5%から1年間で40%にまで増やしたC社	株式会社 船井総合研究所 ものづくりグループ シニアコンサルタント 中小企業診断士 <b>高野 雄輔</b>
<b>第3講座</b>	<b>本日のまとめ</b> <b>板金加工業社長に今すぐ取り組んで欲しいこと</b> ▶医療機器業界「参入」こそが最強の不況対策 ▶これから必要とされ、生き残る板金加工業とは？	株式会社 船井総合研究所 ものづくりグループ マネージャー <b>藤原 聖悟</b>

### 開催要項

日時・会場	<b>オンラインにてご参加</b>		
	2021年 <b>2月22日(月)</b>	① 開始 13:00 ▶ 終了 15:00 (ログイン開始12:30より) ② 開始 16:00 ▶ 終了 18:00 (ログイン開始15:30より)	<b>お申込期限:2月18日(木)</b>
	2021年 <b>2月25日(木)</b>	① 開始 13:00 ▶ 終了 15:00 (ログイン開始12:30より) ② 開始 16:00 ▶ 終了 18:00 (ログイン開始15:30より)	<b>お申込期限:2月21日(日)</b>
	本講座はオンライン受講となっております。 諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。 オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 web参加」で検索		

受講料	<b>一般価格</b> 税抜 10,000円 (税込 <b>11,000円</b> ) / 一名様
	<b>会員価格</b> 税抜 8,000円 (税込 <b>8,800円</b> ) / 一名様
●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、セミナー開催4営業日前までにお振込みできない場合は、下記お申込み担当者へご連絡ください。なお、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただきます場合がございます。●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込に適用となります。●ご参加を取り消される場合は、開催3営業日(土・日・祝除く)前まではマイページよりキャンセルをお願い致します。それ以降は下記事務局宛にメールまたはお電話にてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は100%をキャンセル料として申し受けさせていただきます。	

お申込方法	下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。受講票はWEB上でご確認ください。 または、船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)、右上検索窓にお問い合わせNo.068040を入力、検索ください。
-------	---

お問合せ	 明日のグレートカンパニーを創る <b>株式会社 船井総合研究所</b>
	<b>TEL 0120-964-000</b> (平日9:30~17:30) ●申込みに関するお問合せ:時田 ●内容に関するお問合せ:高野

### お申込みはこちらからお願いいたします



#### 2021年2月22日(月) オンライン受講

- ① 13:00~15:00 (ログイン開始12:30より)
- ② 16:00~18:00 (ログイン開始15:30より)

申込締切日  
2月18日(木)

#### 2021年2月25日(木) オンライン受講

- ① 13:00~15:00 (ログイン開始12:30より)
- ② 16:00~18:00 (ログイン開始15:30より)

申込締切日  
2月21日(日)

