

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 脱炭素・医療・半導体業界「参入」 ビジネスモデルセミナー

脱炭素・医療・半導体業界に参入すべき

5つの理由

- 理由1 このコロナ禍でも大きな影響を受けず、むしろ忙しい。
また安定した仕事が動いており、
参入企業は多忙を極めている。
- 理由2 安定成長マーケットであり、
事実、多くの新規案件が動いている。
- 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 他の機械業界（自動車・工作機械など）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5 材料を探し回っている混迷期の今こそ、
参入の最適のタイミングである。

オンライン

2022年

3月2日(水)

2022年

3月4日(金)

無料レポート在中

脱炭素・医療・半導体に興味はあるけど…という経営者の方へ
設備導入・現場カイゼン・ロボット化よりも
大切なことがあるんです

脱炭素・医療・半導体業界などへの参入で自社の未来を創る
真の「製造業DX」で仕事が取れれば
樹脂加工業経営はこんなに変わる

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

樹脂加工業（成形・切削）経営セミナー

船井総研セミナー事務局

E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

お問い合わせNo.S081521

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 ※お問合せの際は「セミナータイトル・お問い合わせNO・お客様氏名」を明記のうえ、ご連絡ください。

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。)

081521



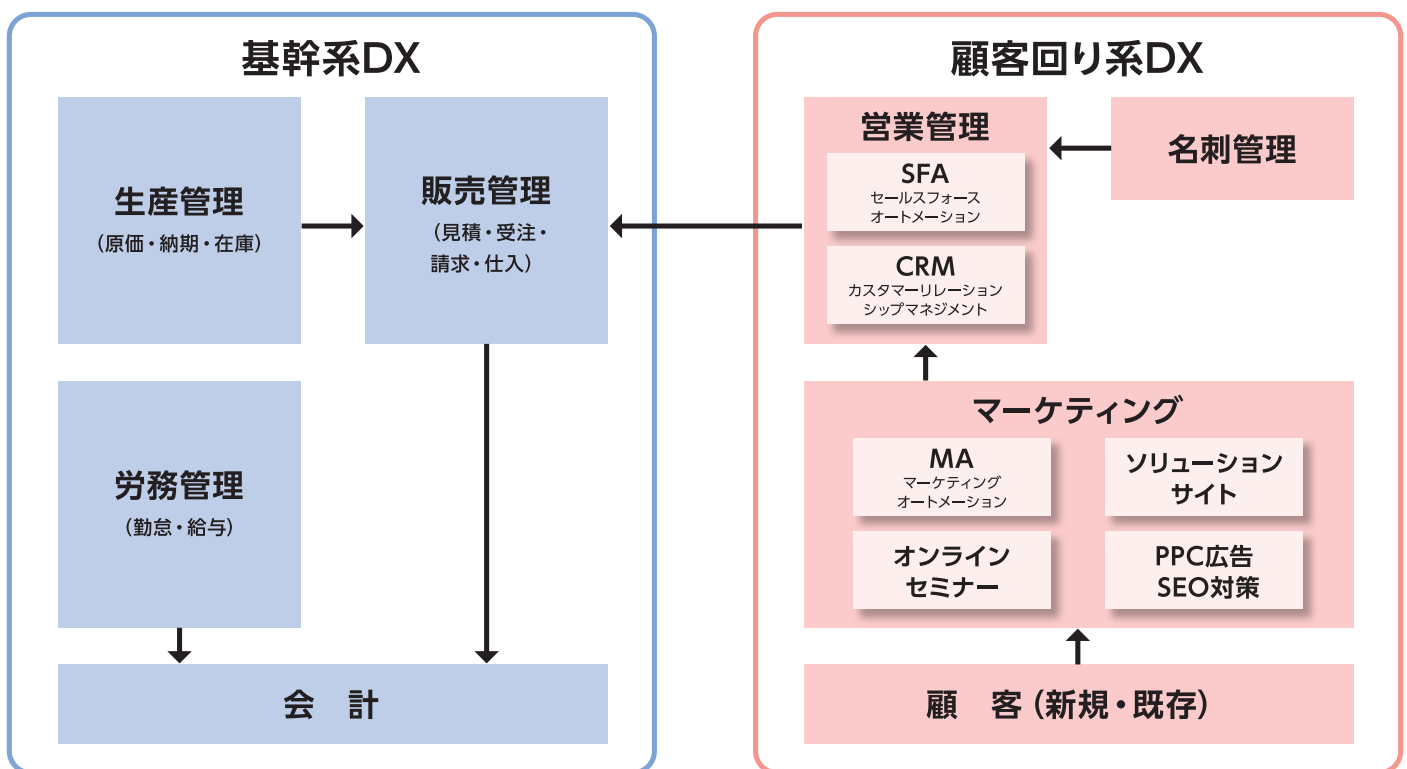
アフターコロナでも業績を上げる 製造業DXとは何か？

コロナ禍により多くの需要が喪失し、**多くの企業が昨対2割から3割のマイナスに陥り、一部の企業では未だに戻らない状況が続いています。**しかも、コロナ禍はいつまで続くかわからない。終わったとしても需要が元に戻るかどうかともわからない。

つまり何らかの手を打ち、**市場が従来の「7割」に減少したのであれば、現在の人員で従来の1.5倍の利益を創出できる“仕組み”をつくる必要**があります。

それが「製造業DX」なのです。特に本レポートでは成形や切削などの樹脂加工業を対象とした具体的な方法論と事例を述べていきたいと思えます。

図表1 製造業のDXマップ



今いる人員で利益を1.5倍にする製造業DXとは？

DX (デジタル・トランスフォーメーション) とは、「デジタルを活用して仕事の進め方を変えて業績を上げる」取り組みのことです。まずは、上の図表1をご覧ください。

実は、多くの製造業は既にDXに取り組んでいます。ただし多くの製造業が取り組んできたDXは上の図表1でいうところの“左側”の部分、つまり「基幹系DX」と言われている分野であり、主目的は「コスト削減」にあります。

ところが、**現在の様な右肩下がりの不況下において、いかに『コスト削減』の為のDXを行っても、利益を創出することは限界**がでてきます。

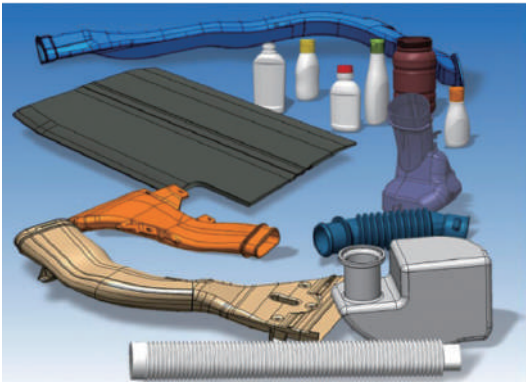
従って、今のような不況期には図表1の右側部分、つまり「顧客回り系DX」を行い利益を上げなければなりません。大半の樹脂加工業は「顧客回りDX」が行えていません。

では、「顧客回り系DX」とは具体的に何を行うことなのか？

そして、どんな成果・効果が上がるのか？ここから、具体的な成功事例について2社の事例を取り上げていきたいと思います。

成功事例1 樹脂射出成型業 A社（従業員130名）

特定顧客への依存体質から脱却を図り、 DX取組み2年弱で新規商談10億円、新規受注1.2億円を実現！



図表2 同社の主要製品

A社は、全国8拠点に展開するブロー金型及び射出成形金型・部品を製造する受託型製造業です。

従来、同社はブロー金型という限られた業界の中で、特定顧客を対象としたビジネスを長年行ってきました。その中でビジネスの幅を広げるため、射出成形事業をスタート、金型だけでなく部品も手掛けることにしました。その中で、同社が導入したのがDXです。

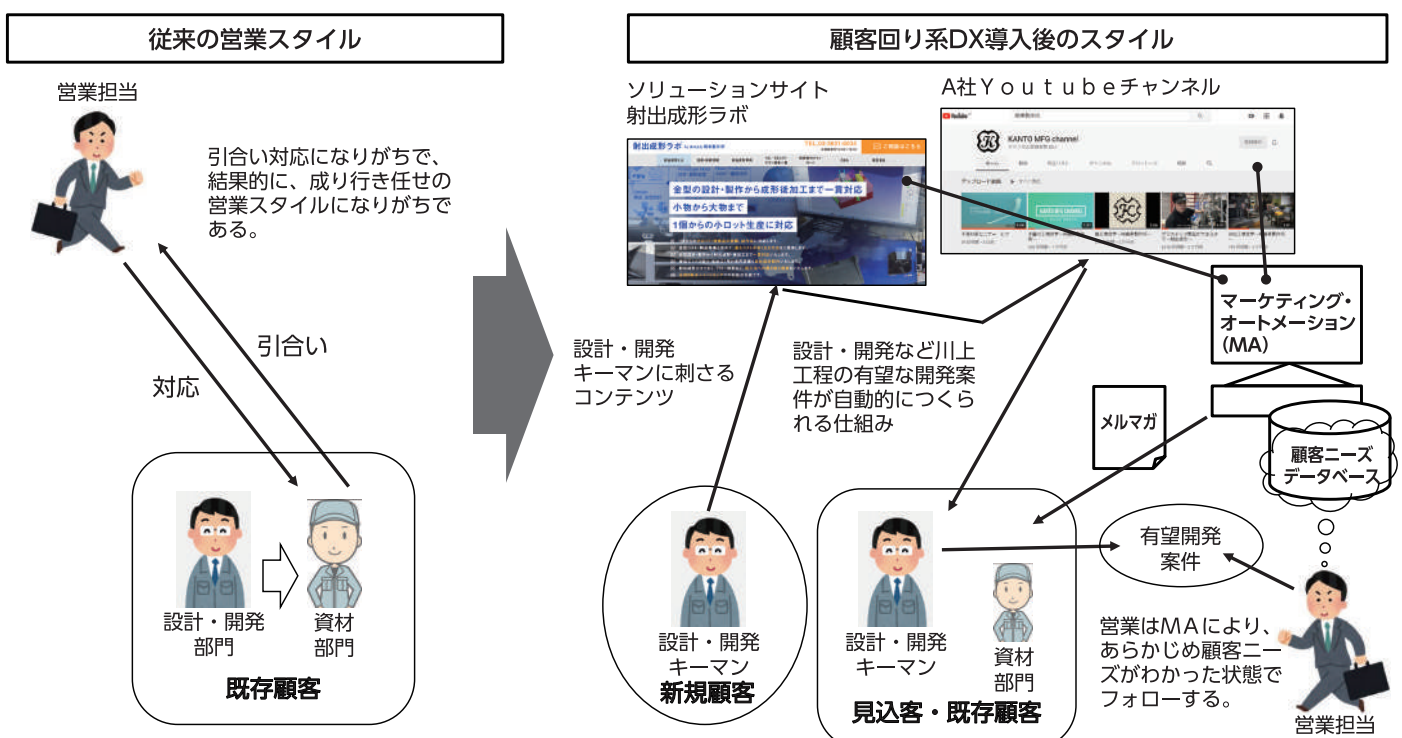
従来の同社は特定の既存顧客のみを対象に、いわゆる下請け的な営業活動を行っていました。

しかし同社ではDXの導入を機に、「モノ」を売るのではなく「コト」を売る、具体的に『ブロー成形・射出成形の生産技術代行』というコンセプトで、新規顧客の設計部門・開発部門を開拓、大きな成果に結びつけていきました。

そんな同社の顧客回り系DXの主要なデジタルツールが、ソリューションサイトを中心とするマーケティングオートメーションという仕組みです。

A社の従来の営業スタイルと、現在のDXによる営業スタイルの違いを下記図表3に示します。

図表3 同社のDXによる営業スタイルの変化

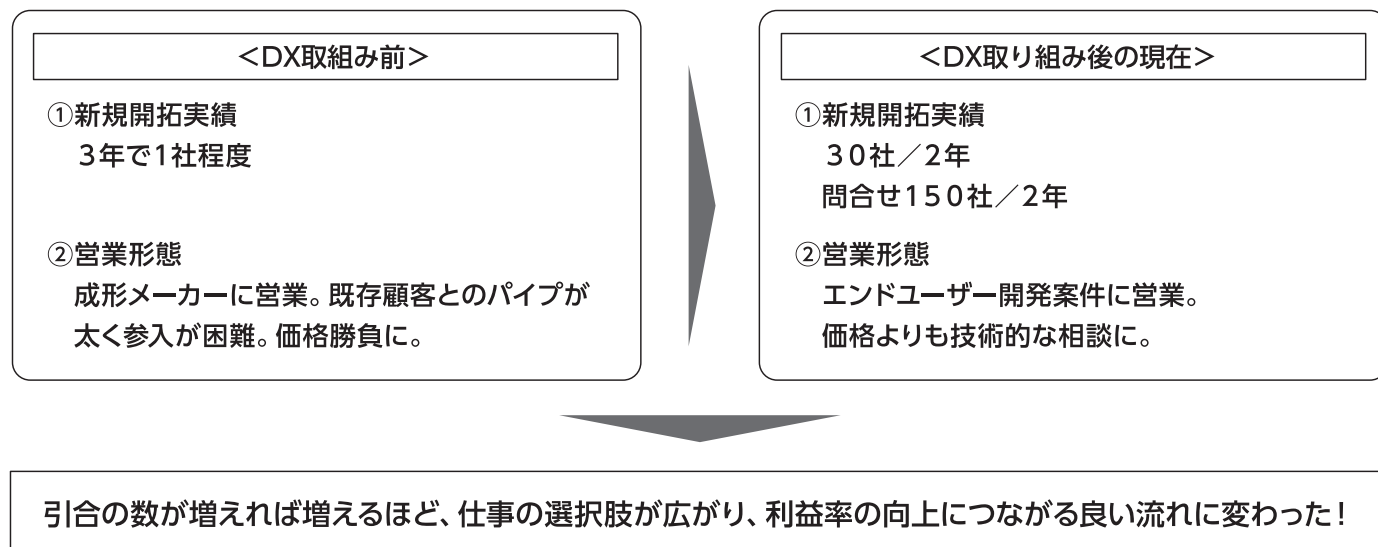


従来は新規開拓がほとんど進んでおらず、既存顧客中心でした。新規開拓をするにしても成形メーカーにアプローチしており、既存取引先がある中で価格競争に陥りがちで、取引もなかなか長続きしませんでした。

ところがA社では顧客回り系DX（営業DX）を導入することにより、取組み2年弱で新規商談創出10億円、新規受注1億円という成果を上げ、コロナ禍の中でも新規商談については順調に受注を重ねています。

まさに同社の取組みは、コロナ禍における営業DXのモデル事例であるといえるでしょう。

図表4 同社のDXによる成果



さて、ここまでお読みいただいた方々の中には、

「顧客回りDXなんて当社にはハードルが高い」

「樹脂加工業と言っても、従業員100名以上の中堅企業でしょ？」

「商談創出10億円、新規受注1億円なんてうちにはムリムリ！」

と思われた方が、もしかしていらっしゃるかも知れません。

ですがご安心ください。この「顧客回りDX」は規模が小さな会社でも十分取り組めるものなのです。むしろ、親会社に影響を受けやすい規模が小さい企業ほど利益を上げるために取り組むべきことなのです。

ここからは、顧客回りDXに取り組んで成果を上げた、従業員10名の樹脂切削加工業の成功事例をご紹介します。

成功事例2 樹脂切削加工業 B社 (従業員10名)

「普通」の樹脂加工業がDX営業を推進し、 コロナ禍でも取り組み後たった9か月で新業種を開拓！

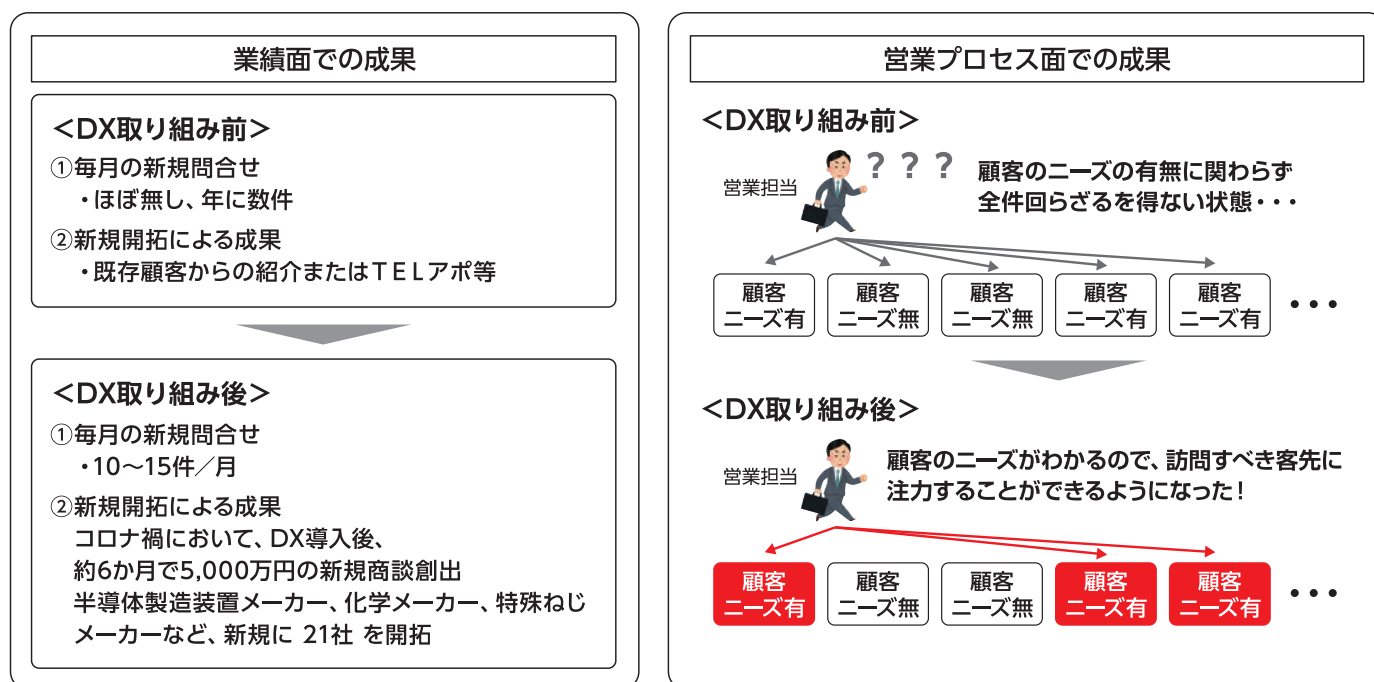


B社は、NC旋盤・複合旋盤・マシニングセンタを保有する、従業員数10名のいわゆる樹脂切削加工業です。これまではいわゆる「営業」つまり紹介や展示会などから少しずつ仕事を増やしていました。

そうして築いてきた顧客層は業界がどうしても偏ってしまい、結果として景気変動の波に何度も吞まれてきたことから、B社社長は新たな経営基盤の構築と成長戦略を推進するために「顧客回り系DX」の導入を決断しました。まずB社は既存顧客をすべて営業担当がフォローするのが非効率だったこと、および数多くの見込み顧客を抱えていました。そこで技術ソリューションサイトを立ち上げると同時にマーケティングオートメーションを導入し、メールマガジンを通して顧客ニーズを把握、興味・関心を有する顧客、あるいは新規商談が発生する可能性の高い顧客を重点的にフォローする営業体制を構築しました。

この「顧客回り系DX」によるB社の成果は下記の通りです。

図表5 同社のDXによる成果



いかがでしょうか。小さな樹脂加工業でも顧客回りDXを推進することで、コロナ禍でも大きな成果を上げることができるのです。

御社はどのように製造業DXに取り組み、そしてどんな業界の新規開拓を行いますか？

これらの成功事例企業は、従来であればマーケティングが困難と考えられてきた、樹脂加工業が、業績の上がる“顧客回り系DX”に取り組むことにより、成果を生み出している事例でした。

しかし、ここで2つ押さえておかなければならないことがあります。

1つ目は、同じ樹脂加工業といえど、1社1社行っていることが全て異なり、**必ずしも成功事例企業が行っていることをそのまま模倣しても、うまくいかない**、ということです。

つまり業績の上がる“顧客回り系DX”に取り組むにしても、それは自社の強みを活かした自社なりのDXでなければいけません。“顧客回り系DX”を進める為には、そのDXを進める為の「方法論」をきっちりと押さえた上で取り組む必要があるのです。

そして2つ目は、**「SaaS」と呼ばれるデジタルツールを選択し、DXを成功させる**ことです。

SaaSとは「ソフトウェア・アズ・ア・サービス」の略で、一般的なパッケージソフトやフルカスタマイズソフトとは違い、クラウドを活用した、いわば“レゴブロック”のように自社にあった最適なアプリを組み合わせることでソフトウェアをつくるという発想のデジタルツールです。

“レゴブロック”のように自社に最も合ったシステムを組み合わせることで作ることができるため、前述の顧客回り系DXを進めるには、SaaSが最も最適とされています。

図表6 DXの中心ツールはSaaS



そして、世界標準のSaaSと言われているのは、次の3つです。

- 1) セールスフォースドットコム
- 2) ZOHO(ゾーホー)
- 3) マイクロソフト・ダイナミクス

こうしたSaaSをいかに選定するか、そして自社のシステムといかに連結させるのか?が製造業DXを成功させる上で実は大きなポイントになります。

もちろん前述の2社もSaaSを適切に選択し、効果を最大化しています。

最後に、樹脂加工業の経営者様にぜひお伝えしたいことがあります。それは、

- ・ SDGsのように、市場ニーズとは関係なく形作られるマーケットが存在すること
- ・ そうしたマーケットの代表格が脱炭素関連の半導体・EV、医療であること
- ・ これらの業界・マーケットは（意図的に）持続的成長が約束されていること

ハイブリッド車や水素自動車に拘っていたトヨタ自動車が、急遽2030年に350万台のEVを作ると発表したのも、どこからか圧力がかったとしか言いようがありません。

そして、このレポートでお伝えした**製造業DXを活用すれば、これらのマーケットに効率的に参入することが可能**です。アフターコロナでも成長を続けたいと考えていらっしゃる経営者の方には、この事実を知って欲しいのです。

そこで船井総研では、下記日程にて、樹脂の成形・切削加工業の“社長”を対象として、樹脂加工業 経営セミナーを開催することにしました。

（全時間帯同じ内容ですので、ご都合の良い日時にご参加ください）

- ・ 2022年3月2日（水） 13:00～15:00
- ・ 2022年3月4日（金） 13:00～15:00 もしくは 16:00～18:00

大企業のDXではなく、いわゆる中堅・中小企業のDXの成功事例をお聴きいただけることはまたとないチャンスになるかと思います。

もちろん、私ども船井総合研究所でも過去に100社を超える中堅・中小企業のDX導入のご支援をさせていただいた経緯から、「業績が上がるDX」を進める具体的なステップ、さらに失敗しない為のポイントについて、具体的にかつわかりやすく、皆様にお伝えしたいと思います。

当日は、ぜひ1人でも多くの社長様にご参加いただければと思います。本セミナーの詳細プログラムは、申込用紙をご覧ください。

このセミナーが、アフターコロナでも生き残る企業づくりの一助となれば幸いです。

株式会社 船井総合研究所
ものづくり支援室 マネージャー
中小企業診断士 高野 雄輔

樹脂加工業（切削・成形） 経営者様向け アフターコロナを見据えて、どうやって 自社の持続的成長を実現しますか？



～セミナーへのお誘い～

脱炭素・医療・半導体など

**今後も成長・発展が期待される業界と
新規取引を獲得する方法が分かります**

樹脂加工業（切削・成形）経営者の皆様へ

大変お世話になります。この度は手に取ってお読みいただき誠にありがとうございます。
SDGs という概念が登場してからはや6年、我々中小企業にもSDGs経営を求められることが多くなってきました。

しかし、我々船井総合研究所 ものづくり支援室のコンサルタントが、日々樹脂加工業など受託型の加工業のコンサルティング現場で感じることは、持続的な社会を目指す前に自社が持続的成長できる仕組み（＝ビジネスモデル）を作る必要があります、そのためには成長産業と幅広く付き合っていくことが何よりも重要だ、ということです。

船井総研は製造業の業績アップはもちろん、コロナ禍においてはより安定的・持続的な経営を行えるようサポートして参りました。そして、この2年間ではっきりしたのは、樹脂加工業界で好調な業績で推移している企業は、もれなく半導体・電子関連、医療関連、脱炭素関連の業界と取引を行っているのです。

もうお気づきとは思いますが、これらの業界はSDGsで叫ばれている業界なのです。
やはり我々はSDGs関連マーケットを狙うべきなのです。その理由は次の3つです。

理由1：コロナ禍でも安定した仕事が動いており、多くの新規案件が動いている

理由2：今後も国内に残るマーケットである

理由3：市場ニーズに関わらず、政策的に需要拡大が進められる

そうは言っても、どうやってSDGs関連マーケットに参入すればいいのか？
それが、今回のセミナーを企画した理由です。同封の「無料経営レポート」にはこれら業界へ参入した成功企業について記載しています。お読みいただければ幸いです。

株式会社船井総合研究所 ものづくり支援室
マネージャー・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。

樹脂加工業(成形・切削) 経営セミナー

お問合せNo. S081521

講座内容		
第1講座	コロナ禍でも業績を伸ばす樹脂加工業は、何に取り組んできたのか？ ▶なぜ対面営業が出来る、展示会がない中でも、新規顧客を効率的に開拓し続けたのか？ ▶半導体はもちろん、医療・脱炭素などの成長産業へ参入し売上拡大できた理由 ▶生産性向上のために、加工技術・生産体制よりも大事なことは？	株式会社 船井総合研究所 ものづくり支援室 リーダー 山崎 悠
第2講座	事例10連発！コロナ禍でも業績UPに成功した樹脂加工業の取り組み大公開 ▶新規開拓売上の比率5%から1年間で40%にまで増やしたA社 ▶実績ゼロから2年で売上の3割まで増やしたB社 ▶医療機器業界への売上比率UPで、不況下でも昨対105%のC社 ほか	株式会社 船井総合研究所 ものづくり支援室 マネージャー 黒木 賢雄
第3講座	本日のまとめ 樹脂加工業社長に今すぐ取り組んで欲しいこと ▶デジタルシフトこそが最強の不況対策 ▶これから必要とされ、生き残る樹脂加工業になるために必要なこと	株式会社 船井総合研究所 中小企業診断士 高野 雄輔

開催要項

オンラインにてご参加 ※各回、同じ内容です。ご都合のよい日時をお選びください。

日時・会場

2022年 3月 2日(水) ① 13:00 ▶ 15:00 (ログイン開始12:30より)

2022年 3月 4日(金) 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)

お申込期限: 2月26日(土)

お申込期限: 2月28日(月)

本講座はオンライン受講が可能となっております。
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

一般価格 税抜 10,000円 (税込 11,000円) / 一名様

会員価格 税抜 8,000円 (税込 8,800円) / 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日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。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。●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日前まではマイページよりキャンセルをお願いします。それ以降は下記船井総研セミナー事務局宛にメール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ますのでご注意ください。

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上でご確認いただけます。
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.081521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

株式会社 船井総合研究所

船井総研セミナー事務局 E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp

TEL:0120-964-000 (平日9:30~17:30) ●申込に関するお問い合わせ:時田 ●内容に関するお問い合わせ:山崎

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください

お申込みはこちらからお願いいたします



2022年 3月 2日(水) オンライン受講

① 13:00~15:00 (ログイン開始12:30より)

申込締切日
2月 26日(土)

2022年 3月 4日(金) 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 28日(月)