

他

自動機・省力化機械メーカーの為の

自動機メーカー

省力化機械メーカー

FAメーカー

エンジニアリング会社

他

成長するEV・半導体・脱炭素マーケットから 大手優良新規顧客を獲得するビジネスモデル!

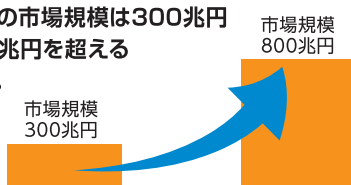
今は60年に一度の
チャンス!
なぜEV・半導体・
脱炭素市場を
攻めるべきなのか?



今攻めるべき理由 1

市場規模が拡大している: EV編

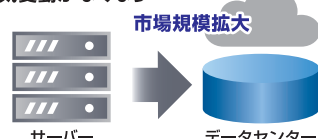
例えば現在の自動車の市場規模は300兆円
ですがEV化で800兆円を超える
成長が見込まれます。



今攻めるべき理由 2

市場規模が拡大している: 半導体編

従来のサーバー型からクラウド型にIT技術が移行したことにより、
“シリコンサイクル”による景気変動がなくなり
右肩あがりの
“スーパーサイクル”局面に
入っています。



今攻めるべき理由 3

市場規模が拡大している: 脱炭素編

ESGなど世界の潮流は
「脱炭素」であり、
この流れは止まりませんし、
今後さらに拡大します。
エネルギーや素材の転換が
求められます。



今攻めるべき理由 4

サプライヤーの見直しが進んでいる

その結果、素材の
変更、工法の変更
等が膨大に見込
まれ、既存サプ
ライヤーでは対応できないため新規サプライ
ヤーを探しているケースが多々あります。

新しいサプライヤーを
探さなきゃ...



人を増やさず利益を増やすビジネスモデルで実現する EV・半導体・脱炭素マーケット等、成長市場から仕事を獲得する3つのポイント

ポイント 1

自社の保有する技術・サービスの強みの
見究めとターゲット業界・産業の決定

成長産業からの引合獲得ビジネスモデル



まずは自社の保有する技術・サービスと、その強みを見極めた上で、自社が狙うべきターゲット業界・産業、さらには企業を決定することが第一歩です。本セミナーでは、そうした自社の技術・サービス見極めのポイントもお伝えします。

ポイント 2

設計・開発部門等の川上部門から
引合いが集まるビジネスモデルづくり

成長産業からの引合獲得ビジネスモデル

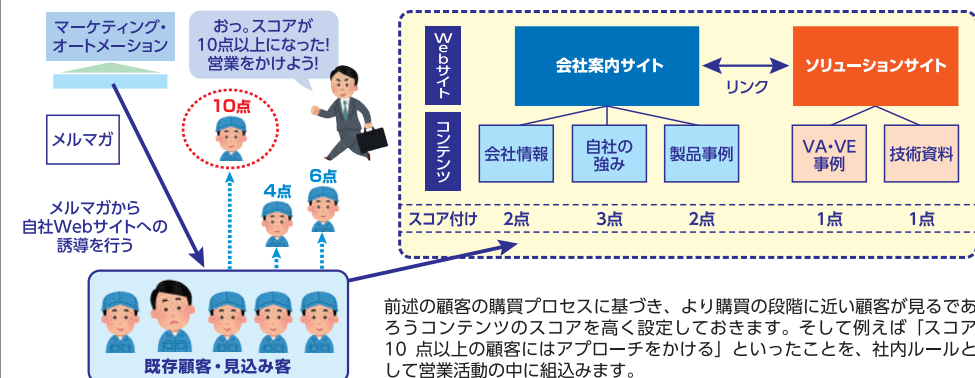


自動機・省力化機械製造業における価格競争回避の鉄則は、開発部門あるいは設計部門など、川上部門から直接引合いを獲得することです。前述の「成長分野」「有望分野」のエンジニアほど、「より小さくしたい」「より軽くしたい」など技術課題が多く、まずはインターネットで検索を行い、相談ができるサプライヤーを探すケースが大半となっています。

ポイント 3

人を1人も増やさず、成長市場から仕事が取れる
デジタルマーケティングの仕組みづくり

機械加工業におけるマーケティング・オートメーション活用の事例



自動機・省力化機械製造業における最大の課題が「営業活動」です。非効率、かつ属人的になりがちな営業プロセスをデジタル化することにより、大きく生産性を向上させることができます。こうした取組みの結果、2%だった営業利益率が10%超になった事例もあります。



株式会社 岡部機械工業
代表取締役 星場 俊之 氏

地方都市の我が社が、コロナ禍でも

「会わずに売れる仕組み」で新規開拓を推進!

4700万円の装置案件受注につなげた取組みについて

- ① 設計者の手をわずらわせない、我が社の新規事業について
- ② 自社商品戦略の推進による新規開拓の取組みについて
- ③ 地方でもキーマンは来社してくれる! 装置受注4700万円につなげた理由

自動機・省力化機械メーカーでの 成功事例多数!

成功事例 1 (株) トライテックス (従業員19名: 搬送装置 設計・製作)

従来は1社の大手取引先に依存していた。経営を安定させる為に複数の優良取引先が必要と決意。半信半疑ながらデジタルマーケティングに取組む。すると、毎月5~7件の新規引合が獲得できる様になり、大口優良顧客3社の新規口座も獲得することができた。新規取引先への設備案件は、既存取引先の2倍の利益率を実現。現在では、特別な技術・ノウハウよりも、自社の真の強みの把握と、市場ニーズを知ることの重要性を痛感している。



成功事例 2 (株) 三笠製作所 (従業員25名: 電機制御エンジニアリング)

先代から経営を引き継いだ時には、某大手工作機械メーカー1社の専属会社であった。自社の真の強みをとことん伸ばすデジタルマーケティングを導入。取引先は数社から200社に増加。特定顧客・特定業界依存からの脱却を果たす。売上は引き継いだ時の約7倍。営業利益率も数%から10%超に高収益経営を実現した。現在は海外にも独自のネットワークを有し、日本を代表する様なセットメーカーとして注目されている。



成功事例 3 中国エリアT社 (従業員35名: 省力化装置 設計・製作)

大手重工メーカーを親会社に、大型の省力化装置を一品料理で受けていた。同大手重工メーカーの経営悪化を機にコストダウン要求が苛烈化。自社の強みを活かしたデジタルマーケティングの必要性を強く認識。自社が得意とする技術の中でも、時流に乗っているロボットエンジニアリングに注目。同分野で独自の標準化・製品化を行うことで効率よく売上を伸ばすことに成功。同じ従業員数で1.7倍の売上アップに成功した。



成功事例 4 東海エリアE社 (従業員60名: 熱処理装置 設計・製作)

創業者から二代目(業界外からの入社)への世代交代となり、あまりに属人で受注活動が行われていることに危機感を抱く。そこで熱処理装置の複雑な仕様決定プロセス・受注プロセスを細分化し、デジタルマーケティングの導入を決意。熱処理テストセンターを開設するなど、仕様決定・受注プロセスの標準化を進める。その結果、同社では6年間で売上12億円から20億円超に業績を拡大。同社は二代目新社長のもと、さらなる安定経営・事業拡大に成功している。



➡ この他、多数の成功事例の詳細を、セミナーの中でお伝えいたします!

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。

自動機・省力化機械メーカー経営セミナー

お問合せNo. S083685

開催要項

日時・会場	オンラインにてご参加 ※全日程とも内容は同じです。ご都合のよい日程をお選びください。 2022年 3月25日(金) 開始 13:00 ▶ 終了 15:30 (ログイン開始12:30より) 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	お申込期限:3月21日(月)
	オンラインにてご参加 2022年 3月29日(火) 開始 13:00 ▶ 終了 15:30 (ログイン開始12:30より) 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	お申込期限:3月25日(金)

受講料	一般価格 税抜 20,000円 (税込 22,000円) / 一名様
	会員価格 税抜 16,000円 (税込 17,600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日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.083685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:指田 ●内容に関するお問い合わせ:片山 ※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



3月25日(金)オンライン受講

申込締切日 3月21日(月)

3月29日(火)オンライン受講

申込締切日 3月25日(金)