

開発案件が舞い込む会社と来ない会社の違いとは？ ダイカスト・鋳造メーカー 経営セミナー

講 座	内 容
第1講座 13:00～13:30	ダイカスト・鋳造業界の現在と今後の時流 ▶ 自動車産業の構造変化とその影響 ▶ グローバル環境の変化と日系メーカーの打ち手 ▶ 事業継続のために先進的な部品メーカーが行っている対策  兵庫県神戸市須磨生まれ。大阪大学理学部物理学科、神戸大学大学院修了後、株式会社船井総合研究所に入社。入社以来、一貫して製造業の分野を中心に、マーケティング戦略の構築及び実行を手がける。現在は法人向け（Bto事業の中でも生産財メーカー、材料メーカー、住設・建築資材メーカー、受託型製造業を中心にデジタルマーケティングを活用とした提案・実行支援を行っている。特に技術を持つ会社や研究開発型の会社に対して、その技術を活かしたマーケティングを得意としている。手掛けた業種や商品は船井総研の中でも随一で広く、ニッチな商材や業態への対応力も高い。従業員10人以下の企業から上場企業までクライアントの幅は広く、クライアントの規模や技術に即した業績アップ手法は高い評価を得ている。 株式会社船井総合研究所 製造業商社グループ 製造業商社チーム リーダー 山崎 悠
第2講座 13:40～14:20	自社固有の強みに基づくレジリエンス強化の打ち手 ▶ 既存技術と設備を使った新規顧客・新規品の営業・マーケティング ▶ ICE 自動車部品 量産メーカーが、新規業界の顧客を開拓した営業の仕組み ▶ 既存”顧客をグリップし、新規案件を逃さない仕組みづくり ▶ 非自動車業界や非既存マーケットの攻略に成功した企業がやっていること 株式会社船井総合研究所 製造業商社グループ 製造業商社チーム リーダー 山崎 悠
第3講座 14:30～15:00	ダイカスト・鋳造メーカーの経営者に取り組んでいただきたいこと ▶ 大変革期における経営者の仕事 ▶ 経営者にこれから実施いただきたいこと  製造業特化の経営コンサルタント。電子機器開発・プリント基板設計/実装・電子部品メーカーなどのエレクトロニクス企業のほか、機械加工業・板金加工業などの加工業や装置メーカーなどに対し、戦略構築からマーケティング・生産性向上・人材開発の仕組みづくりを一貫して提供することで、クライアントの売上・利益率アップに貢献する。「仕事を通じて、人と企業を幸せにする」がモットー。 株式会社船井総合研究所 製造業商社グループ マネージャー 中小企業診断士 高野 雄輔

開催日時	2025年 1月24日 金	開催方法	オンライン開催			
	2025年 1月27日 月	お申込み期日	銀行振込み : 開催日6日前まで クレジットカード : 開催日4日前まで ※祝日や連休により変動する場合もございます。			
	13:00～15:00 (ログイン開始: 開始時刻30分前～)	受講料	<table><tr><td>一般価格</td><td>税抜10,000円 (税込11,000円) / 一名様</td><td>会員価格</td><td>税抜8,000円 (税込8,800円) / 一名様</td></tr></table> ※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みに適用となります。	一般価格	税抜 10,000 円 (税込 11,000 円) / 一名様	会員価格
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			

お申込み方法

	【QRコードからのお申込み】 右記QRコードからお申込みください。
	【PCからのお申込み】 https://www.funaisoken.co.jp/seminar/122764 船井総研ホームページ (https://www.funaisoken.co.jp) の右上検索窓に「122764」をご入力し検索ください。

【お問い合わせ先】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)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索して確認ください。 ※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

【年末年始休業のお知らせ】 2024年12月26日正午～2025年1月7日まで

※休業期間中は電話がつながらなくなっております。 ※Webからのお問い合わせには1月8日以降順次ご回答させていただきます。 ※なお、受講申込はWebより24時間受け付けております。ご不便をお掛け致しますが、何卒ご了承くださいようお願い申し上げます。



厳しい業界の中で、「今」打つべき経営戦略 ～800t ダイカストメーカー ～3tクラス 鋳造メーカー

サステナビリティ戦略

開発案件が舞い込む会社と来ない会社の違いとは？

**SDVに対応できる
成功事例を大公開!**

- 事例① 脱自動車業界に取り組み業界依存度を90→60%へ低減した鋳造メーカー (従業員50人)
- 事例② 相見積ゼロ! 非価格競争を実現したダイカストメーカー (従業員40人)
- 事例③ 「月20件」既存・新規問わず開発品相談を獲得する鋳造メーカー (従業員60人)



**中堅・中小メーカーは
こうやって生き残る!**

脱 特定製品依存
脱 特定業界依存
脱 価格競争

本セミナーのポイント

- ✓ 生産工場の海外移転が進む中で、自社が新たな試作・量産案件を獲得する方法がわかる!
- ✓ ギガキャストが現実化する中で、自社が強化すべきポイントがわかる!
- ✓ 不況期にこそ打つべき対マーケット、対顧客、社内向けの施策がわかる!
- ✓ 価格競争を回避するポイントがわかる!
- ✓ 次世代自動車分野、脱炭素分野などの成長市場から仕事を取る方法

ダイカスト・鋳造メーカー 経営セミナー

お問い合わせNo. **S122764**

主催



サステナグロースカンパニーをもっと。

Funai Soken

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



当社ホームページからお申込みいただけます。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。 🔍 122764

設備投資ゼロ
第2、第3の柱をつくる
いつでも始められる

ダイカスト・鋳造メーカーの

本業とのシナジー効果
これからの時流に適応
価格競争の回避

チャンスを掴め!不況期にも強くなり、新規案件を継続獲得できる打ち手はこれだ!!

チャンス \ 実は / ダイカスト・鋳造マーケットは大きな成長市場

ダイカスト、鋳造の市場は、2030年までの年間成長率5.5~5.6%前後と推定されています(調査会社 Precedence Research社が2023年発表)。この成長率は8年でマーケットが約1.5倍に拡大する数字であり、高額な生産設備を必要とする市場としては半導体製造装置に次ぐレベル感の成長市場であると言えます。部品の大型化・一体化といったニーズ以外にも、電装部品周りを筆頭に薄型化や軽量化のニーズは強く、ダイカスト・鋳造メーカーにとっては大きな機会を秘めています。

一方で足元の市況はEV一辺倒のトレンドが修正されている最中であり、受注は厳しい企業が多い状況です。中小部品メーカーにとっては、成長市場・成長企業に対して、自社がどうアクセスしていくかを考えると同時に、不況に左右されない事業構成、態勢を整えることも重要なテーマとなっています。

ダイカスト・鋳造マーケットは
今後も成長し続ける

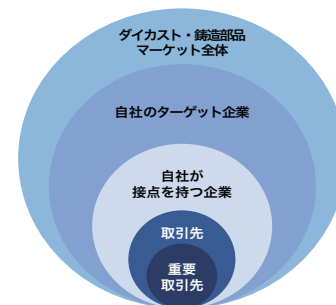


戦略 中小規模のダイカスト・鋳造メーカーの業績は付き合い先で決まる

大手ダイカスト、鋳造メーカーは十分な体力、直接の大手製品メーカーとの接点、設備投資力により多少の景況、時流変化にも自社でさまざまな要因をコントロールしながら対応できます。

一方で、リソースが限られる中小規模のダイカスト・鋳造メーカーは「付き合い客先で業績が決まる」こととなります。そうすると、自社の体制を強くするためには、成長・優良取引先を複数持つ、または超優良取引先1~2社を強力に捕まえることが最重要の打ち手となります。そして、現在の既存取引先が低調もしくは今後成長が見込みにくいならば、早急に新たな成長・優良取引先を見つけ、関係を強固に築かなければいけません。

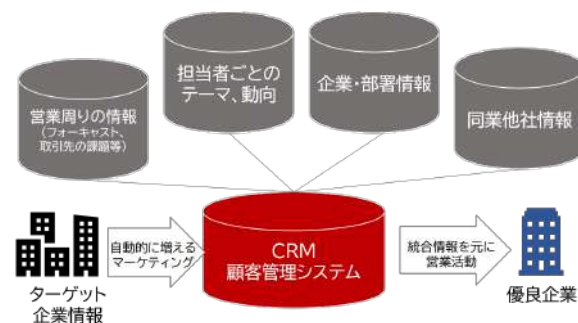
誰と付き合うか、付き合いたいかで
業績が決まる



具体的な打ち手 「付き合い客先と業界は自分たちで選ぶ」ためには、これをやる!

優良取引先との関係を新たに築く、または既存取引先との関係性を強固にするには営業担当(企業によっては社長かもしれません)だけで、旧来的な顧客対応を行うだけでは不十分です。データを集めて活用し、組織全体で顧客への営業、サービス対応を再構築することが重要です。また、新規取引先を作らなければ今後成り立たない状況の企業であれば、変更新規取引先を開拓するマーケティングに早急に取り組まなければいけません。これらを実現していく上での核は新規取引先、既存取引先を含めた「顧客データ」であり、顧客データをデジタル管理するCRMが有効です。デジタルベースの仕組みを構築することで、限られた営業リソースでも高効率の営業、顧客対応が可能となります。

取引先、ターゲット企業の情報を増やし、
蓄積し、営業リソースを優良企業に注力する



このような方にオススメのセミナーです

- このような方に
自動車業界(内燃機関)以外のマーケットから仕事を
獲得したいと考えているダイカストメーカー
- このような方に
EV関連・半導体・電子部品、自動化、中食、脱炭素分野など、
今後明らかに成長する市場から仕事を取りたいダイカストメーカー
- このような方に
実際に「成長分野から仕事が取れる仕組み」を導入して成果を
上げている同業者の事例を知りたいダイカストメーカー
- このような方に
自社の強みを把握して、もっと業績を伸ばしたいと考えている
ダイカストメーカー
- このような方に
ピンチをチャンスと捉え、これを機に社内の意識を一新したいと
考えているダイカストメーカー

成功事例多数! 自動車部品 加工会社での業績アップ事例!

- 成功事例 1
EV関連部品、自動車業界以外からのダイカスト品の引合いを1年で40件獲得。
国内同業や中国からの生産移管、エンジニアからの技術相談にも積極的に対応し、
1年で新規取引先を5件以上開拓。
東海エリア
ダイカスト
T社(従業員30名)
- 成功事例 2
自動車部品 加工会社での業績アップ事例!
東海エリア
樹脂成形
K社
- 成功事例 3
マーケティング、営業活動のDX化に取り組み、1年で自動車業界以外から
30件超の新規引合いを獲得。2億円以上の商談を創出。
関西エリア
樹脂成形
D社(従業員60名)
- 成功事例 4
導入後50社の新規開拓に成功!
受注単価130%を実現。
東海エリア
機械加工
A社
- 成功事例 5
自動車業界依存95%から、産業機器・5Gマーケットを開拓し、
自動車業界依存を60%まで低減。
甲信越エリア
機械加工会社
N社(従業員 15名)

セミナーではマーケットの現状に加え、自社が取るべき手法の定め方、具体的な事例や進め方についてお伝えします。