

来 場 開 催

大阪 2025年 6月27日金

東京 2025年 7月 9日水

国内外の自動車市場が不透明な今、売上を伸ばす経営者は何をしているのか？

自動機・省力機械・装置業 向け

設計者の増員がなくとも実現できる！

自動機・省力機械の“お隣の事業”で、“非”自動車市場を開拓

新規
売上
1億円
受注
セミナー

営業が“苦手な”わが社が…

新規顧客から
1億円 受注達成！

社員数19名、年間売上4億円の企業が

営業せずに新規顧客・売上獲得に成功した仕組みを解説

株式会社トライテクス
代表取締役 桑山 裕章 氏

株式会社トライテクス
常務取締役 榊原 敏文 氏

自動機・省力機械メーカー経営者向け 事業戦略セミナー

お問い合わせNo.S129265

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。

129265

国内外の自動車市場が不透明な今、売上を伸ばす経営者は何をしているのか？

自動機・省力機械メーカー経営者向け 事業戦略セミナー

講 座	内 容
第1講座	自動機・省力機械メーカーを取り巻く市況と成長企業の特長 2024年後半以降、生産財マーケットは不況期に入ったと言えます。自動機・省力機械メーカーの経営者に押さえていただきたい最新の市況と、今、現在伸びている企業の特長をお伝えいたします。 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 製造業商社グループ マネージャー 外山 智大
第2講座	新規顧客から1億円受注を達成したわが社の事業戦略 自動機・省力機械メーカーの当社が、現業と親和性のある新規事業を始め、取り組み1年で新規顧客から1億円の受注を獲得した取り組みについてお伝えいたします。 株式会社トライテクス 代表取締役 桑山 裕章 氏 株式会社トライテクス 常務取締役 榊原 敏文 氏
第3講座	自動機・省力機械メーカーだからこそ取り組める、新規事業戦略とは？～成功事例を基に事業推進の流れをご紹介します～ 自動機・省力機械メーカーだからこそ、推進できる新規事業についてお伝えいたします。生産財マーケットの中で既存技術を活かしながら、新たな顧客開拓と、売上の柱を作るビジネスモデルを成功事例とともにお伝えいたします。 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 製造業商社グループ 金岡 伸浩
第4講座	本日のまとめ～自動機・省力機械メーカーの経営者に明日から取り組んでいただきたいこと～ 本日の講座を基に、明日から自動機・省力機械メーカーの経営者に取り組んでいただきたい3つのことについてお伝えいたします。 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 製造業商社グループ マネージャー 外山 智大

開催日時

大阪会場

2025年

6月27日

金

東京会場

2025年

7月9日

水

株式会社船井総合研究所 大阪本社

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

地下鉄御堂筋線「淀屋橋駅」@番出口より徒歩2分

船井総研グループ 東京本社 サステナグローススクエア TOKYO

〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階

JR「東京」駅 地下直結（八重洲地下街経由）、東京メトロ丸の内線「東京」駅 地下直結（八重洲地下街経由）

各日程 14：00～17：00（受付開始：講座開始時刻30分前～）

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場はマイページにてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。
尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。

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。

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
※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（ID: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。

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/129265>

船井総研ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)の右上検索窓に「129265」をご入力し検索ください。

E-mail 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。



営業が“苦手な”わが社が・・・

新規顧客から1億円 受注達成!

社員数19名、年間売上4億円の企業が
営業せずに新規顧客・売上獲得に成功した仕組みを解説

創業以来、大手企業1社に売上の95%以上を依存していた企業が
**新規顧客獲得・自社商品開発・新規事業
立ち上げまで行えた理由とは？**

**創業から現在の事業内容を
教えてください。**

株式会社トライテクスは、1995年(平成7年)に有限会社として創業しました。創業当初から、主に工作機械メーカー向けに搬送装置などの周辺装置の受託製造(OEM・ODM)を行ってきました。特に大手工作機械メーカー1社への売上依存度が高く、90%以上を占める、1社依存の状態でした。創業当初は、10名以下の小規模な体制ながら、設計から製造、塗装、組み付け、電気制御まで一貫した生産体制を強みとし、顧客からの短納期・低価格の要求に応えていました。現在では社員数20名まで拡大しています。

**当時、感じていた企業としての課題は
どのようなものでしたか？**

当時、感じていたことが、1社・1業界に依存した経営体制にありました。大手企業とお付き合いがあることは、自動機メーカーとしては、顧客の仕様を深く理解し、担当者・現場の状況も把握できるため、生産を考えれば、非常に効率が良く、多くの仕事をいただける限りにおいては、収益性の確保もしやすい体制でした。

しかし、リーマンショックの時には大きく売上が落ち込んでしまったこともあり、特定企業・特定業界に頼った経営のリスクも感じていました。2018年当時は、工作機械受注高の過去の推移を見ても分かる通り、業界全体で数字の落ち込みがあり、当社も追従するように売上が不安定な状況になっていたことから、当社として新たなとしての柱・売上の確保を進めて行きたいと考えていたところでした。

**新規顧客開拓を始めるに至った経緯を
教えてください。**

あまり新規向けの営業活動に積極的ではなかったのですが、新規顧客開拓をするべきだという状況は理解しており、何から始めるか考えていた時でした。その時に、船井総合研究所からダイレクトメールがたまに送られてきました。以前からダイレクトメールはたまに届いたと思います。ただその時に受け取ったダイレクトメールの封をあけてみると、「かなり大きな紙面」のもので目に留まり、ついつい中身を読んでしまいました。紙面のインパクトもありましたが、中身も興味深く、「もしかししたら、あ、役に立つかな」と少し感じたので、タイミングが合ったこともあり、参加しました。正直、参加するまでは「半信半疑ではありましたが、覗いてみよう」くらいの気持ちだったと思います。



マーケティング活動をスタート!

1年でプライム上場企業の開拓に成功

**セミナーに参加した感想を
聞かせてください**

実際に船井総合研究所の話を聞いて、ゲスト講師の中小企業の経営者が、「地元の大企業に依存している状況や、忙しいのに利益が上がらない、いわゆる「便利屋」のような状態から抜け出す必要がある」という話をされていて、まさに自社の今の状況を言われていると感じ、「なるほど」と非常に納得感のある内容でした。セミナー参加後、船井総合研究所のコンサルタントと話をすることがあり、自社の状況も説明をして、セミナーを聞いた上での自社の課題感も伝え、提案を受けることになりました。

最終的に船井総合研究所に依頼した決め手は、コンサルタントが「一緒にこうやってくれる感じがして、行動してくれる」という姿勢を見せたことでした。当社の現状を十分に理解してくれて、働く社員とともに、同じ目線で考えてくれる。一緒に悩んで、行動してくれる。「ところに魅力を感じ、「一度お願いしてみようかな」と思いました。

**船井総合研究所のサポートを受けた
感想を教えてください。**

船井総合研究所のサポートを受け、集客媒体となるWebサイト「自動機・省力化機械 受託製造COM」というサービスサイトを立ち上げ、セッション数を意識した改善を継続した結果、新規顧客からの問い合わせ件数が安定して5件ほど毎月来るようになりました。すべてが新規のお客様からの問い合わせの為、効果を実感するとともに、驚きも持っています。具体的な成果としては、プライム上場企業との新規口座開設ができ、1社から1年間で、3000万以上の売上獲得につながりました。さらに、同社以外にも、複数の上場企業から搬送装置の製作や設計の依頼があり、ほぼ取引開始という状況も2〜3社できています。取り組みから1年弱でここまで成果が出るとは思いませんでした。

当初、課題と感じていた1社への依存脱却はこのまま進めることで改善されていく未来も見えています。今後は、第2・3の売上の柱となる企業をがっちり

りと捕まえて、売上・利益の増加とともに、特定顧客依存度を下げて、景気変動に強い会社を目指していきたいと考えています。

今回、成果が出たことで改めてマーケティング活動の重要性を認識できたとともに、飛び込み営業や、訪問営業は不要なものであると実感できました。今後は新たな顧客ニーズを集めながら、売込をせずとも、引合獲得ができ、仕事を依頼いただける技術・サービス作りを進めて行きます。

～マーケティング活動を始めてから1年後の成果と気づき～

1 新規顧客開拓の成功と売上実績

プライム上場企業と口座を開設し、初年度3,000万円の受注を獲得。

2 顧客の声から、自社の差別化要素を再認識

自動機・装置の機能性はもちろん、製品価格が他社比較で圧倒的にリーズナブルであり、調達・購買力が競争力の源泉であることを顧客に教わる。

3 顧客ニーズに沿った、良い製品を作れば、“営業”は不要

顧客の課題を集め、解決するソリューションを提供することが装置メーカーの仕事。マーケティング活動をすることで、売り込む営業は一切不要。



トライテクス社で運営する
自動機・省力化機械 受託製造.com

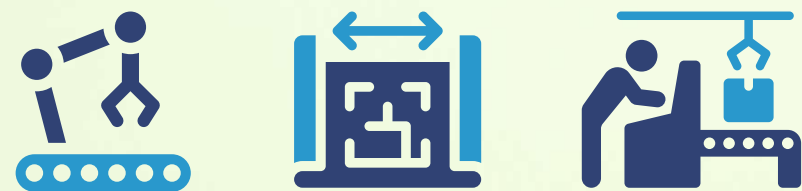
自動機・省力機械メーカーの為の 事業戦略見直しの3つのSTEP

STEP 1 狙うべき、自社にとっての “優良顧客”を定義づける



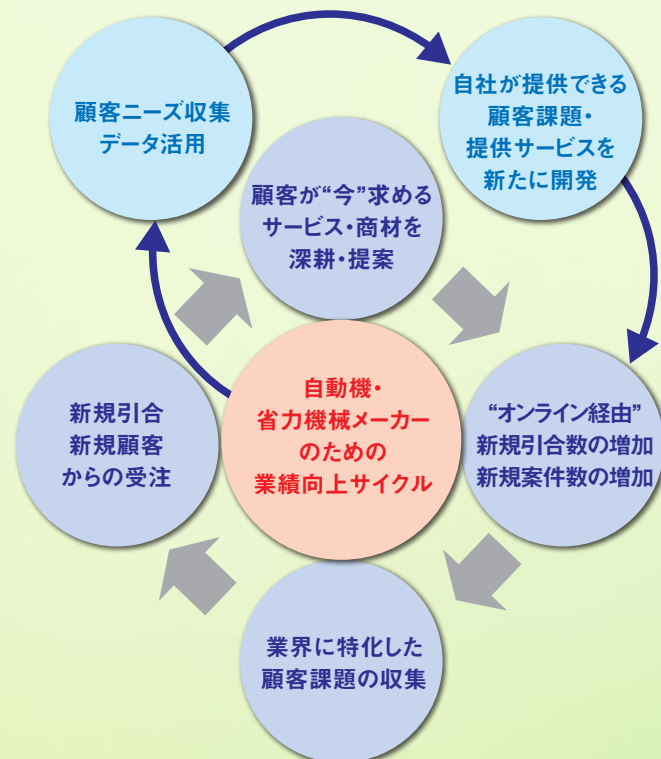
- 自社が狙うべき市場・業界はどこか？
- 市場において、どのポジションの企業と取引を目指すか？
- 当社がアプローチすべきキーマン像とは？開発？生産技術？

STEP 2 自社技術に親和性が高く、顧客ニーズが 見えている技術・サービスを構築する



ロボットSier、部品調達代行・部品加工、装置・ユニットOEM組立、メンテ・オーバーホール etc…

STEP 3 顧客ニーズの収集。技術・サービスの 開発～提案の業績アップサイクルを回し 事業を展開していく



自社の技術・サービスを常に市場に発信し、顧客の反応を受け、改善することで鮮度の高い技術・サービスの構築が可能

企業の業績（収益性）は、「事業の立地」で決まる。
「事業の立地」で決まる。企業の業績（収益性）は、「事業の立地」で決まる。上場会社を中心とした企業研究を基に執筆された「高収益事業の創り方（経営戦略の実戦①）」著・三品和広氏（東洋経済新報社）に記載されている一文です。では、自動機・省力機械メーカーにおける業績の一番の決定要因がなにか？というと、ズバリ「顧客」です。受託型製造業全般に言えることでもありますが、「自社の強みや技術だ！」と言われるていたものは企業の歴史を紐解くと、技術が先行

していた例は一例としてなく、顧客の求めに応じ、企業努力により実現したものばかりです。つまり、「顧客」がいることで企業の技術が醸成され、その技術が企業に売上をもたらす。と言え、顧客を中心とした事業戦略が何よりも重視すべきことであると言えます。

顧客との持続的な接点を持ち仕組みを導入し、事業戦略を再考する

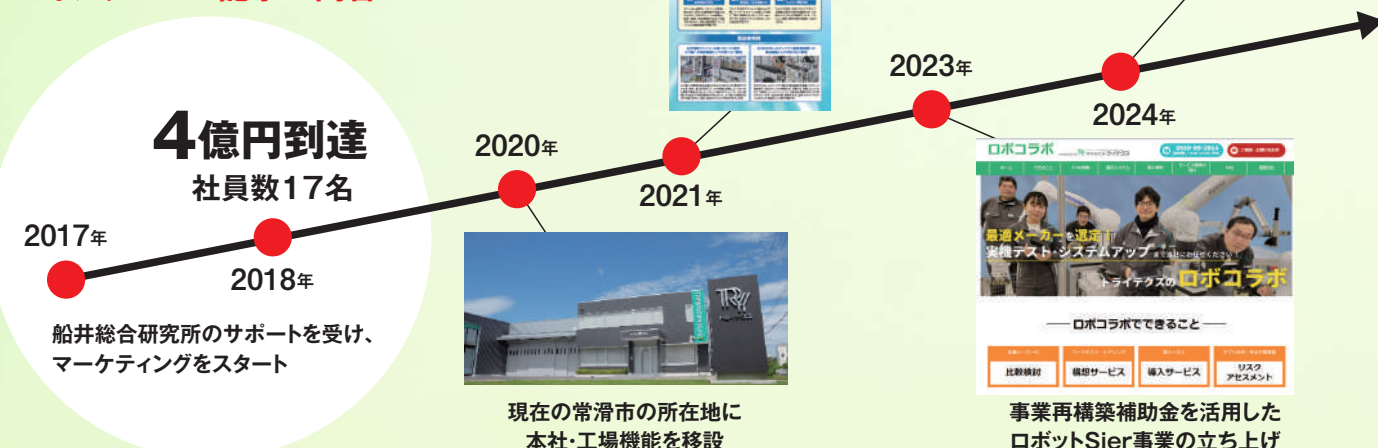
顧客を中心とした事業戦略を構築するためには、常に顧客ニーズを収集できる仕組みの導入が必須で

す。展示会や、商談会の出展も決して悪いものではありませんが、顧客が課題を認識するタイミングを逃す可能性もあります。常に営業を新たな顧客に仕掛けていくという考えもありますが、営業のリソースは限られているため、既存顧客で手一杯となり、新規への営業活動がおざなりになるというのは火を見るより明らかです。そこで本セミナーでは自動機・省力機械メーカーの皆様に向けた業績向上サイクルのページに示す営業に負荷をかけず、顧客を増やし、技術ニーズを半自動で集めることができるシステムの全容についてもお伝えいたします。

不況下で、自動機・省力機械メーカーが考えるべき事業戦略

株式会社トライテックスが描かれた成功の軌跡

先ほどまでの インタビュー記事の内容



自社製品リリースから、事業再構築補助金を活用し、新規事業立ち上げに至るまで

継続的なマーケティング活動の結果、商品を求める顧客の解像度が上がり、自社製品をリリース

先ほどまでのインタビュー記事は、2019年、船井総合研究所のセミナーでトライテックス 桑山社長にご講演をいただいた際のインタビュー記事を基に記載をさせていただきました。

トライテックスでは2019年以降も営業担当者は立てず、新規顧客からの引き合いに對して、設計者・工場長が対応し、売上利益を作るビジネス展開を継続されています。その過程で、装置メーカーなら誰しも一度は考える「自社商品」の開発を2019年後半からスタートされました。もともと、一部の用途で製造していた製品ではありましたが、マシンメーカーや、卸・販売店を経由して製品提供していたことから、具体的な用途が見えず、「求める顧客は誰で、どのような環境で使用されているのか？」もあいまいであったため、自社商品と言えるまでの販促活動はできていませんでした。そのような時に、たまたまWebマーケティング経由でstocker装置を使うユーザーからの引き合いがあり、顧客が求める仕様・具体的な用途・競合製品などの情報が集まり、自社製品をパッケージ化、リリースするに至りました。

ストックカー装置を納品した顧客の現場を見て、ロボットSier事業へ参入を決意

2022年以降、stocker装置の販促や、自動機・省力機械の提案を進める中で、ユーザーの現場に入り込む機会が増えていきました。その過程で、協働ロボット×stocker装置を組み合わせたパッケージシステムに可能性を感じ、同事業を推進するために、ロボットSier認定を常務をはじめとするエンジニアが取得し、Sier事業を2023年末に行いました。本事業の立ち上げにあたっては、新規性も加味し、事業再構築補助金を活用されています。

コロナ禍で多くの製造業の皆様が、補助金活用を進められていましたが、トライテックスの取り組みは、マーケティング活動を通して、顧客ニーズを収集し、自社の勝ち筋を見定め推進したことで、2025年現在、新たな売り上げの柱になるまで成長を遂げられています。

※詳細はセミナーにてお伝えをいたします。



社内で設置しているワークstocker装置×協働ロボットシステム（展示機かつ、社内で自動化装置として稼働中）

