

インフレ・円安下でも価格競争に巻き込まれず、商品戦略とDX化を組み合わせ、高収益化を実現！

包装資材・紙器・紙工メーカー 経営セミナー

お問い合わせNo. S132423

講座	内容
第1講座	包装資材・紙器・紙工メーカーを取り巻く市況と今後の見通し 現在の市況を踏まえ、業績向上を実現すべく取り組みを進め、業績アップに成功した企業の特長・取り組みをまとめてお伝えいたします。2030年に向けて市場が大きく変わる包装資材・紙器・紙工会社だからこそ押さえておくべきポイント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	包装資材・紙器・紙工メーカーが今すぐ取り組むべき業績アップ戦略とは？ 包装資材・紙器・紙工会社が業績アップを実現するために、必須の営業DX戦略についてお話をさせていただきます。生成AI・CRM・SFAなど昨今のトレンドを踏まえて、わずか3カ月で導入し、6カ月で成果が出すための施策のみをお伝えします。 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3講座	包装資材・紙器・紙工メーカーの経営者に今すぐ取り組んでほしいこと 業績アップに成功した社長が取り組んでいることとは？工業系の業界全体が低迷する中で、外需にも頼ることができない包装資材・紙器・紙工メーカーに今すぐ取り組んでほしいこと 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

2025年9月26日金
2025年9月29日月
10:00～12:00 (ログイン開始: 開始時刻30分前～)

開催方法

オンライン開催

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

※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。

お申込み方法

【QRコードからのお申込み】

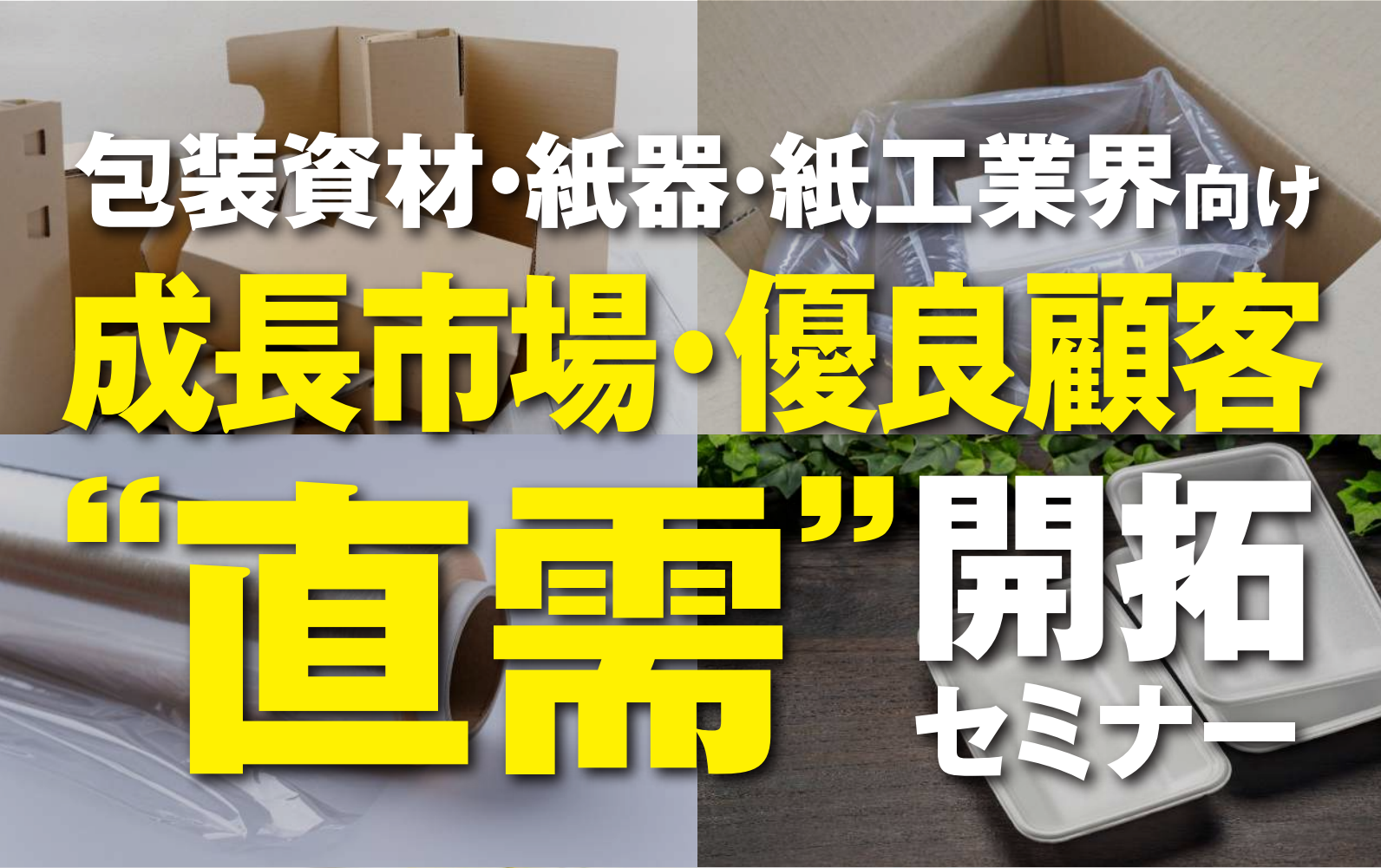
右記QRコードからお申込みください。

【PCからのお申込み】

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/132423>
船井総研ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)の右上検索窓に「1324234」をご入力し検索ください。

E-mail [E-mail:seminar271@funaisoken.co.jp](mailto: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」と検索しご確認ください。 ※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。



開催日時

2025年9月26日金・9月29日月
10:00～12:00 (ログイン開始: 開始時刻30分前～)

包装資材・紙器・紙工メーカー 経営セミナー

お問い合わせNo.S132423

主催

 サステナグロースカンパニーをもっと。
Funai Soken

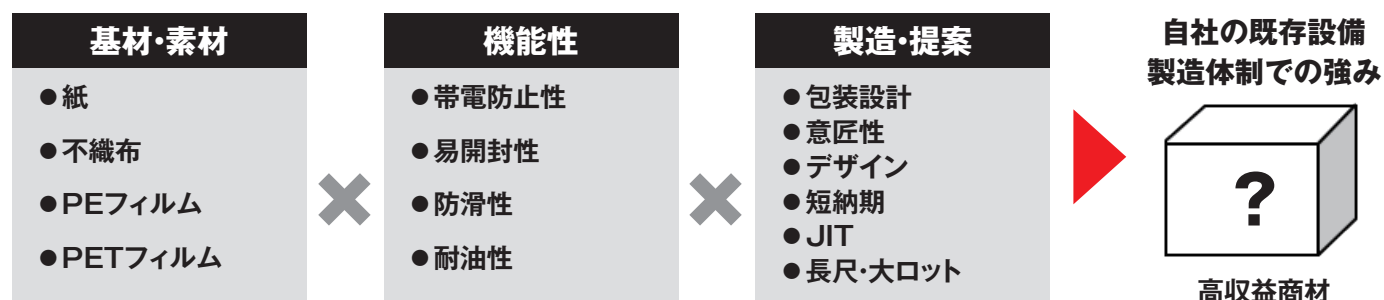
株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

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。 132423

1 新市場への参入は、自社の強味をもとに“コンセプト”を決めることから始める

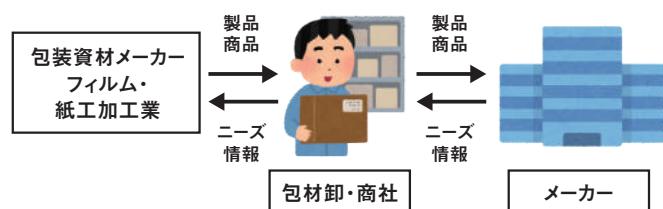
中堅・中小企業にとって新たな市場・顧客を開拓することは業績の安定を生み、成長市場にいる顧客と巡り合えば市場の成長率に連動し、業績向上が期待できます。しかし、多くの企業が新市場＝新商品開発・新技術開発ととらえ、数年単位のプロジェクトを想起します。しかし、新技術×新市場の組み合わせは多くの場合、失敗を招きます。では、何をすべきか?というところから、商品・技術から「自社の強み」を見つけ、自社の“コンセプト”を決めることであるといえます。

～付加価値の高い商品・自社の強みの見分け方～



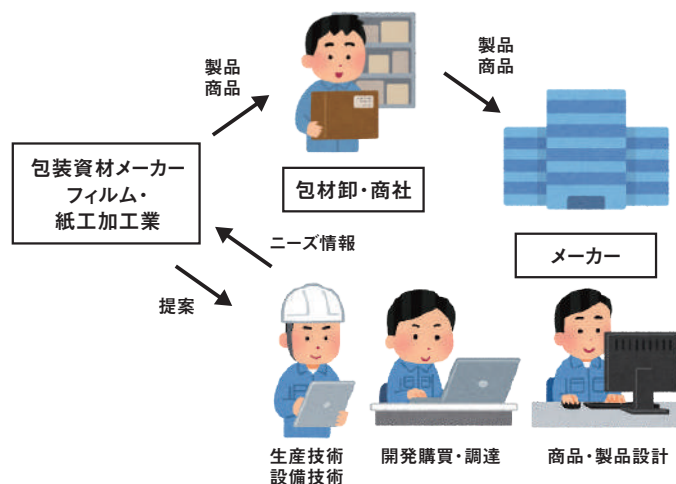
2 なぜ?直需開拓が重要なのか? 直需開拓だからこそ、得られるメリットとは?

× 多くの企業が陥っている取引パターン



商社経由で新たな仕事の相談が来るため、顧客ニーズは掴めず、提案の余地がない。結果として、同業他社との価格の叩き合いに巻き込まれる案件・相談ばかり……

○ 成長企業が重視し、採用している取引パターン



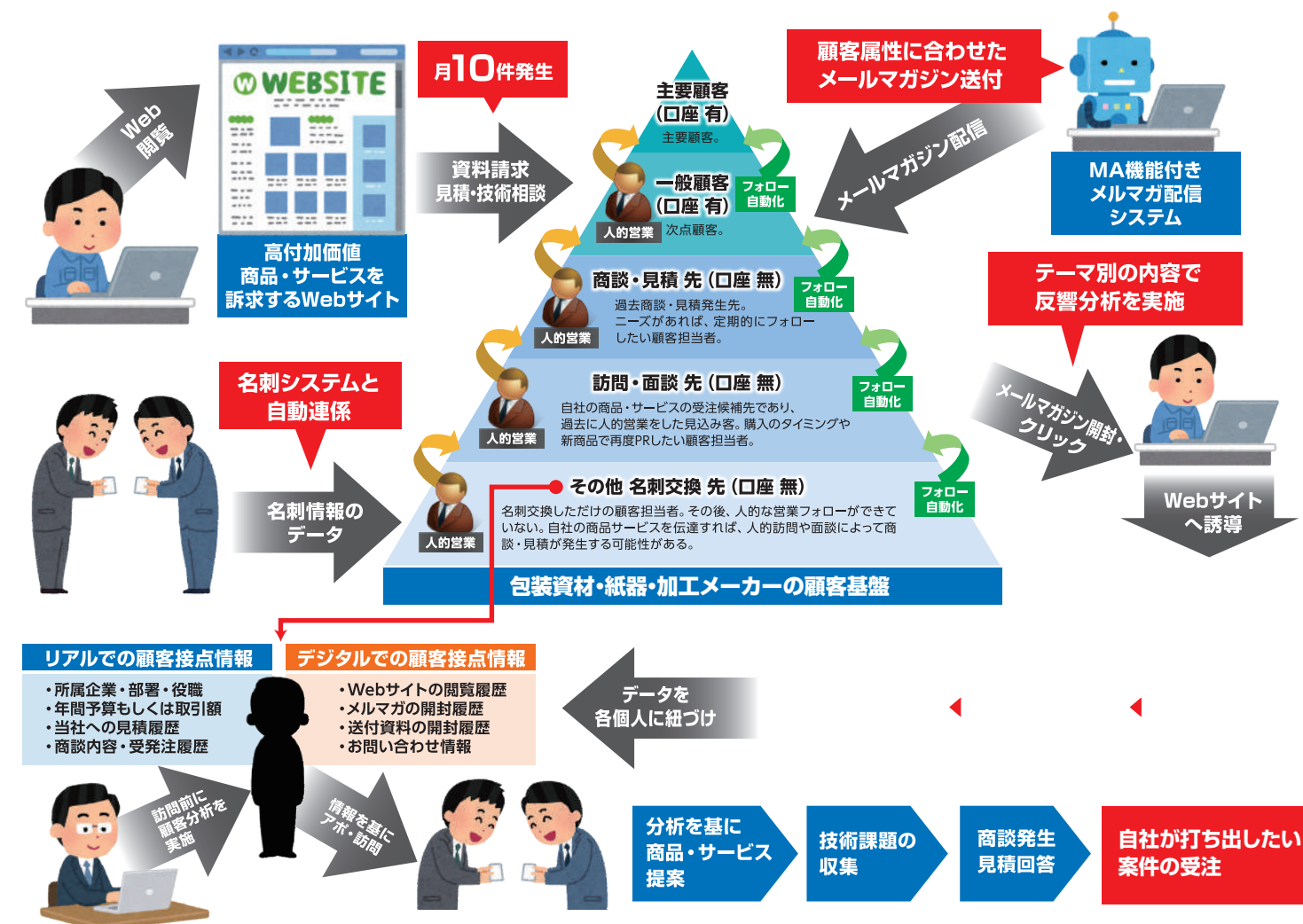
直需開拓をすることで、顧客ニーズが集まり、開発情報・試作情報も自然と集まる体制に!

①顧客の商品開発段階から相談を受けることができ
仕様決定段階からパートナーとして
自社の付加価値を高める提案が可能に

②顧客と自社が仕様を握ることで、参入障壁となり、
相見積もり・転注を回避し、自社が得意とする技術が
活かせる製品仕様とすることができる。

3 直需開拓は仕組みで実現する、コンセプトをもとにした自社独自の営業DX

- ☑ “新規”有望顧客から“半自動・恒常的”に“見積もり・技術相談・資料請求”が**毎月10件**発生!
- ☑ MA・CRM・SFAによる“**自社独自の顧客プラットフォーム**”を創り、高付加価値商材の商談を発生!
- ☑ 顧客ニーズを可視化し、提案を事前に決めることで**入社1年以内の営業マン**でも新規・追加受注を獲得!



価格競争・値上げ交渉による疲弊・閉塞感から脱却し、新市場を開拓した実践企業

成功事例1

毎月10件の新規顧客からの新規引合獲得!

デジタルマーケティングをスタートし、既に新規顧客・過去顧客からの新規引き合いを獲得に乗り出しました。これまでお付き合いのなかった顧客からの引き合いも増え、受注にもつながっており、今後、新たな商品開発のヒントも得ており、今後、カタチにしていきたいと考えています。

成功事例2

FAX・電話が一般的な業界でも営業DXは実現可能!

業界的にデジタルに疎いと言えるので最初は効果が出るか不安でした。しかし、導入してみると、お客様からご相談やお引き合いを数多くいただいております。お仕事も数多くいただくことができました。今後は、さらに営業DXを推進して、業績アップを加速させていきたいと思っています!