



自社の目的・特徴

～安心して丸投げ出来るパートナー～
より多くの会社・取引先・担当者に楽になってもらう

経営方針

私たちは世界に誇る日本製品を「造る技術」によって支え、「ものづくり日本」の伝統を進化させる「技術集団」になろう！

事業概要

省力化設備部品 設計・製作

資源

ビジネスモデル

価値

資源

ビジネスモデル

価値

| |
|------------------------|
| 内部資源 (知的資産等) |
| ・徹底した効率化 (常に改善点を意識) |
| ・加工技術、経験、知識の積上げが出来る仕組み |
| ・各データ管理・活用体制 |
| ・社内・社外連携力 |
| 知財 |
| — |
| 外部調達資源 (誰から) |
| — |
| 知的資産 |
| — |

| |
|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 価値構築の仕組み |
| 現在価値ストーリー |
| 徹底した効率化により、各種レベルアップ、データ管理・活用を実施する事で、納品ミス「ゼロ」、良品の納期厳守、想定以上の高性能加工品、価格相当の製品の提供を実現している。 |
| 誰と組んで |
| 仕入先/外注先 |
| 提供先へのアクセス方法 |
| 面談/TEL/FAX/Eメール/郵便 |
| 知的資産の果たしてきた役割 (社内) |
| 業暦/良好な財務内容/給与・賞与支給 |

| |
|------------------------------|
| 提供してきた価値 |
| 提供先 (誰に) |
| ・発注先 |
| ・仕入先 |
| ・外注先 |
| 何を |
| 安心して丸投げできるパートナーとしての「存在価値」 |
| 提供先から得てきたもの |
| 技術力向上・士気向上・ロコミ・リピート・効率化・適正利益 |

| |
|------------------------|
| 内部資源 (知的資産等) |
| ・仕組み、仕掛けの組織資産化が来ている |
| ・徹底した効率化 (常に改善点を意識) |
| ・加工技術、経験、知識の積上げが出来る仕組み |
| ・各データ管理・活用体制 |
| ・社内・社外連携力 |
| 知財 |
| — |
| 外部調達資源 (誰から) |
| — |
| 知的資産等 |
| — |

| |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 価値創造の仕組み |
| 将来価値ストーリー |
| 人的資産に依存していた各仕組み、仕掛けを組織資産化する事で、更なる「徹底した効率化」を図り、各種レベルアップ、データ管理・活用を実施する事で、納品ミス「ゼロ」、良品の納期厳守、想定以上の高性能加工品、価格相当の製品の提供レベルの向上を実現する。 |
| どんな相手と組んで |
| 仕入先/外注先 |
| 提供先へのアクセス方法 |
| 面談/TEL/FAX/Eメール/郵便 |
| 知的資産の果たす役割 |
| 業暦/良好な財務内容/給与・賞与支給 |

| |
|---------------------------------------|
| 提供する価値 |
| 提供先 (どんな相手に) |
| ・発注先 |
| ・仕入先 |
| ・外注先 |
| 何を |
| レスポンスが早く 安心して丸投げできるパートナーとしての「存在価値」 |
| いつまでに |
| — |
| 提供先から得るもの |
| 技術力向上・士気向上・ロコミ・リピート・効率化・適正利益 |

(+) これまでの外部環境 (-)

| |
|-----------------------------------------------------------------------------|
| ・業者間、必要工程毎に各企業の棲み分けが出来ていた。 |
| ・対話により通じ合っていた。 |
| 市場状況 |
| 近年、人手不足解消及びコスト低減の一貫とした省力化設備需要が堅調であった事に加え、自動車産業の次世代自動車化の促進に伴う生産ラインの新設等市場は良好。 |

事業課題 (弱み)

| |
|---------------------------------------|
| 価値ストーリーの「仕組み・仕掛け」において人的資産に依存している事柄が多い |
|---------------------------------------|

「これから」の姿への移行のための戦略

(+) これからの外部環境 (-)

| |
|----------------------------------------------------------------------------------|
| ・商社取引により、取引商圏が拡大する |
| ・商社が既存取引先との間に入る |
| ・商社が自社加工する |
| ・海外競合の増加 |
| ・国際的政治摩擦 |
| 市場予測 |
| 商社の商圏拡大に伴う影響や、国際的な政治摩擦により市場規模が変動する事で受注量の減少が危惧される。また、海外を含めた競合増加により価格競争の激化を予想している。 |

移行のための課題

価値ストーリーの「仕組み・仕掛け」において人的資産に依存している事柄が多い

今後の方針

当社の優位性を高める為に人的資産の組織資産化を促進し、レスポンスをより早くする事で、更なる「パートナー」としての存在価値を高める

解決策

| |
|----------------------------------------------------------------------|
| 【人的資産】 |
| ①HPの定期的な更新/②オリジナル手書き図面/③提案営業/④各データの活用 (加工図面・見積・材質等)/④即日回答 (見積/納期・価格) |
| ↓ |
| 組織資産化 |
| ・①定期的なミーティングを通じ、社員からの意見を反映させる |
| ・②社長のノウハウを共有化 (具体的施策は今後検討) |
| ・③提案した内容を資料化し、全員へ配布する |
| ・④過去データの検索を共有出来るようにする |
| ※次回ミーティング時に情報発信し、具体的方法、開始時期、責任者を検討する |

これまで

これから