

■製造業の事例 ①

オンリーワンの技術で新たな市場開拓！

トラックの特殊架装で国内トップ技術をもつ製造業ですが、国内の景気に著しく左右される物流業界の成長性は魅力が乏しく、新たな成長市場への参入を意図されていました。

架装技術を物流業界から一般事業者市場へ、そのような戦略変更が望まれる時に、老人ホームの入居者に対し理美容サービスを提供する移動理美容車両の開発要請があり試作開発し、その後、この車両が多く地域で採用されました。

ビジネスチャンス！移動ビジネス市場の幕開けです。

この後も、移動食品車両、移動販売車両、移動金融車両、移動展示車両、移動通信車両等、の開発に積極的に取組まれました。

現在は、国内の移動ビジネス車両のトップメーカーとして、大いなる成長が期待されています。

●一緒に取組んだこと

- ・移動ビジネス市場の分析、ビジョン策定
- ・技術開発助成金の受給
- ・個別オーダーの原価計算手法の導入
- ・材料費のコストダウン活動
- ・工程管理、納期管理の強化
- ・社員への生産性強化教育

●業績改善

10年前の年商 **310** 百万円 → **570** 百万円

物流業界はこの20年、国内経済の低迷と共に疲弊しています。今後も同様な傾向であるため、物流業界から一般市場にマーケットを求めなければ、この事業の将来的な成長は望めないものでした。

一般市場が求める細かいニーズやオペレーション方法に対応した仕様の架装技術や製造方法、製造現場がその感性に転換することが必要です。

販売なくして事業なし。まずはニーズに対応したマーケティング戦略の革新ですが、メーカーの基本は、「利は元にある」と言われる程、製造現場の革新も求められます。

マーケティング戦略に基づいた製造現場の生産性革新の強化、このことでメーカーらしく高収益性の事業が展開できるものです。

良い技術があれば売れるというものではありません。売れる技術が良い技術。また、売れてこそオンリーワンの技術がしっかりと評価されます。

メーカーこそ、ニーズの創造！