

有限会社 安久工機様 支援事例

支援期間:2005年8月～2005年10月

支援者:田中憲之、小西正暉、浅野秀蔵

支援内容:経営戦略の策定(4回)

IT(HP)戦略の策定(4回)

支援成果:新規顧客開拓47社(1年後達成)

売上高目標を3年後に達成

事例発表会:2008年11月 島根県セミナー

2009年3月 ITMSセミナー

2009年8月 島根県セミナー

* 島根県セミナーで、企業連携が成立した。

(有)安久工機 企業概要

- 社名 有限会社安久工機
- 代表者 田中 隆
- 設立 昭和44年9月
- 所在地 大田区下丸子
- 資本金 1,000万円
- 従業員 6名



(キーワード)

「ものづくりのコーディネータ」「ものづくりのコンビニ」「横請け」「試作開発」「コンサルティングセールス」「大田区」「人工心臓」「多品種少量」

(基盤となる要素)

「協力会社とのネットワーク」は加工業者が密集する東京大田区を中心に50社以上。長い年月から生まれた信頼関係も抜群の複合技術集団。(図面の紙飛行機・自転車ネットワーク)

試作開発によって養われた「ものづくりのノウハウ」

(有) 安久工機 開発製品例



機械式血液循環シミュレータ
(人工心臓の評価)



折畳式カラーコーン
「パタコーンNN型」

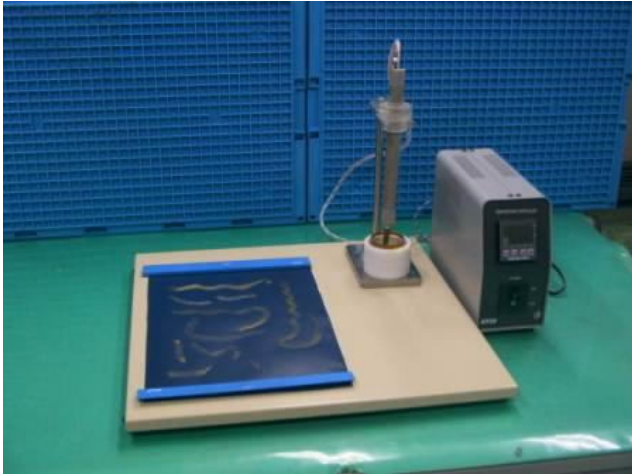


銭湯用浴槽簡易手すり



YH式連続可溶化装置

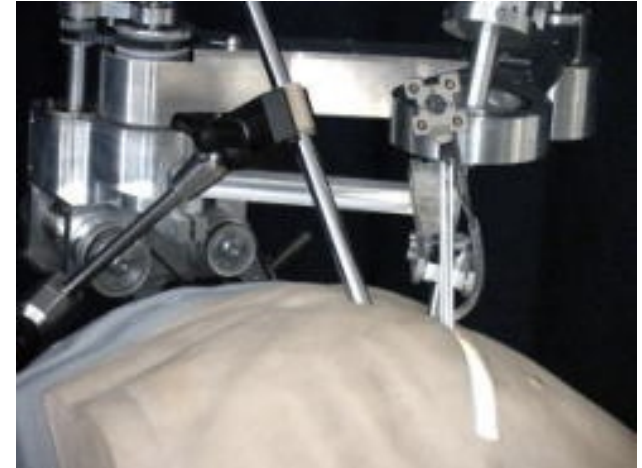
(有) 安久工機 開発製品例



触図筆ペンユニット



スクラブナース
ロボット



心拍保障手術システム



細菌培養チャンバー



小型人工心臓

- ・ ITコーディネータの方々との出会い

2005年「NPOモノづくり応援隊in大田区」での活動の一環として行われた企業支援

- ・ 医者と患者の関係？

- ・ 自社を客観的に見ることの必要性

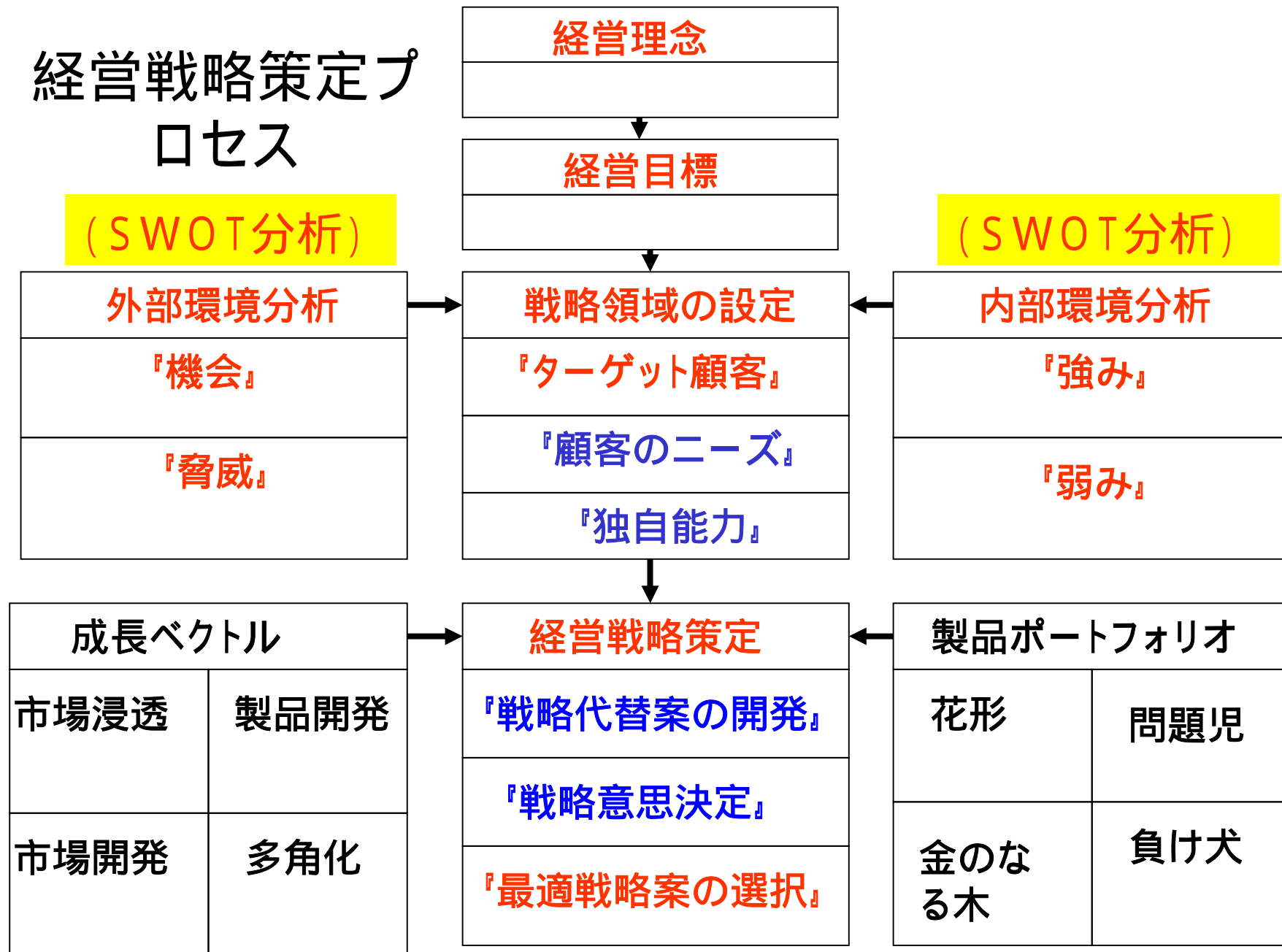
- ・ 成長の余地はあるはず

- ・ 経営戦略を策定してみよう

TN経営戦略策定プロセス



経営戦略策定プロセス



SWOT分析

<p>『機会』</p> <ul style="list-style-type: none">・ 産学連携の進展・ 異業種間連携の進展	<p>『強み』</p> <ul style="list-style-type: none">・ 大学研究室・企業研究所とのネットワーク・ 地域企業50社とのネットワークとコーディネータ・ 特許取得の自社製品
<p>『脅威』</p> <ul style="list-style-type: none">・ CAD / CAMの進展（未対応の協力会社がある）	<p>『弱み』</p> <ul style="list-style-type: none">・ 自社製品のマーケティング（販売力）・ 設計開発人員の不足

〔参考〕 学生の受入れ(相談受付・工場の開放)

- 卒論・修論のテーマで必要になった実験装置などの製作の手助け
- 相談内容(図面の描き方・加工方法の指導・材質の選定方法・組立作業のアシスタントなど)
- [「学生さんへ」のページ](#)の開設

- 当社のメリット

研究テーマの把握(中間発表などにも参加)

卒業後の機会拡大(新規取引客先担当者へ)



(その他) 地域貢献の一貫として、小学生・中学生の体験学習の受け入れ

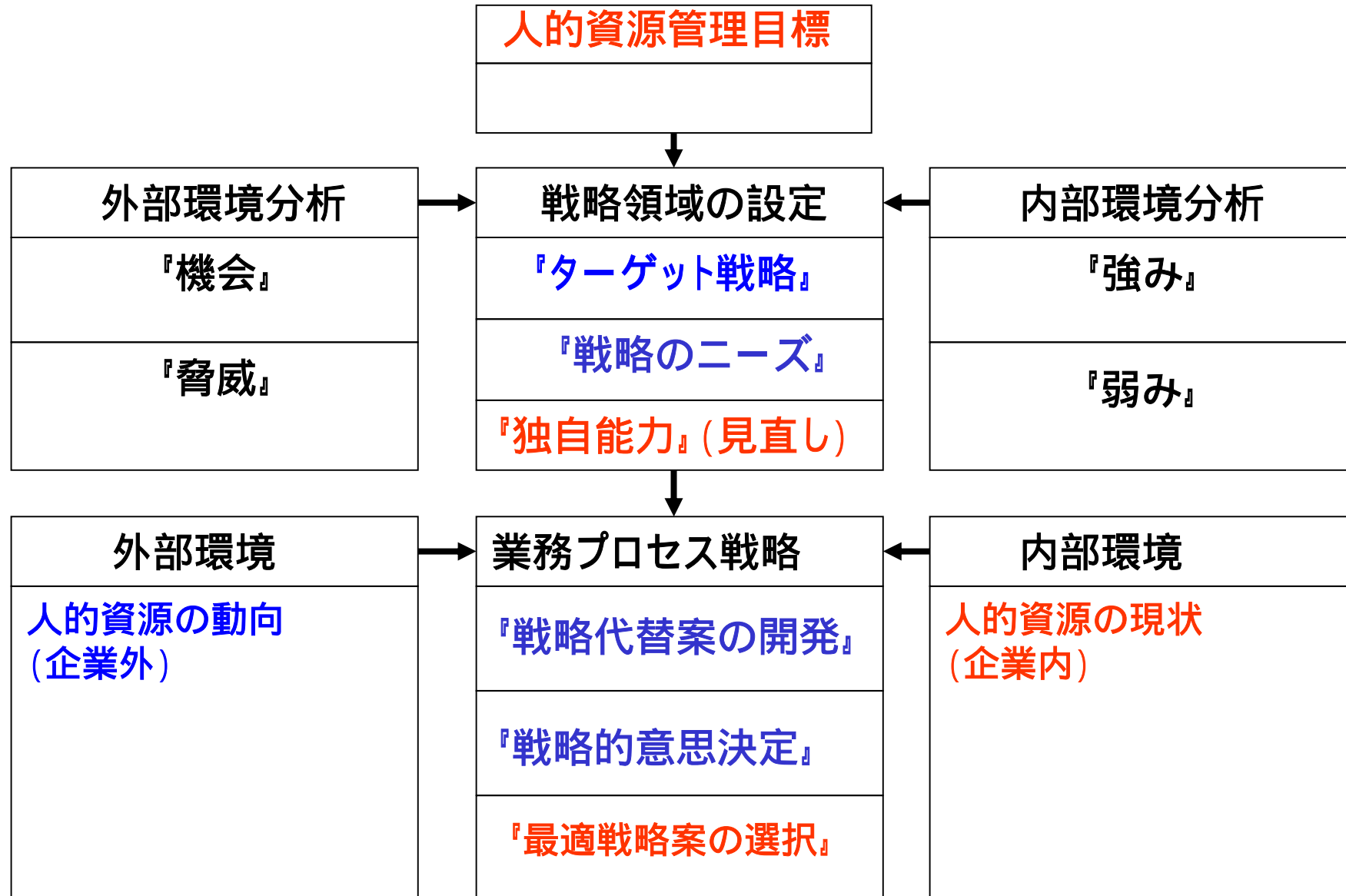
経営戦略策定

経営理念	大学研究所と地域製造業の信頼のネットワークで、新しいものを作り出し、社会に貢献する（顧客が何を望んでいるのかを把握する能力が必要）
経営目標	地域製造業のコーディネータとしての役割を果たす（協力会社を把握する能力が必要）
経営戦略ドメイン(活動領域)の設定	ターゲット顧客 (試作開発)大学・企業の研究所 (独自製品)官公庁、商社、企業
経営戦略の策定	<ul style="list-style-type: none">・ 試作開発物件の新規顧客開拓・ 独自製品の新規顧客開拓・ 設計生産性の向上

TN経営戦略策定プロセス



人的資源管理戦略策定プロセス

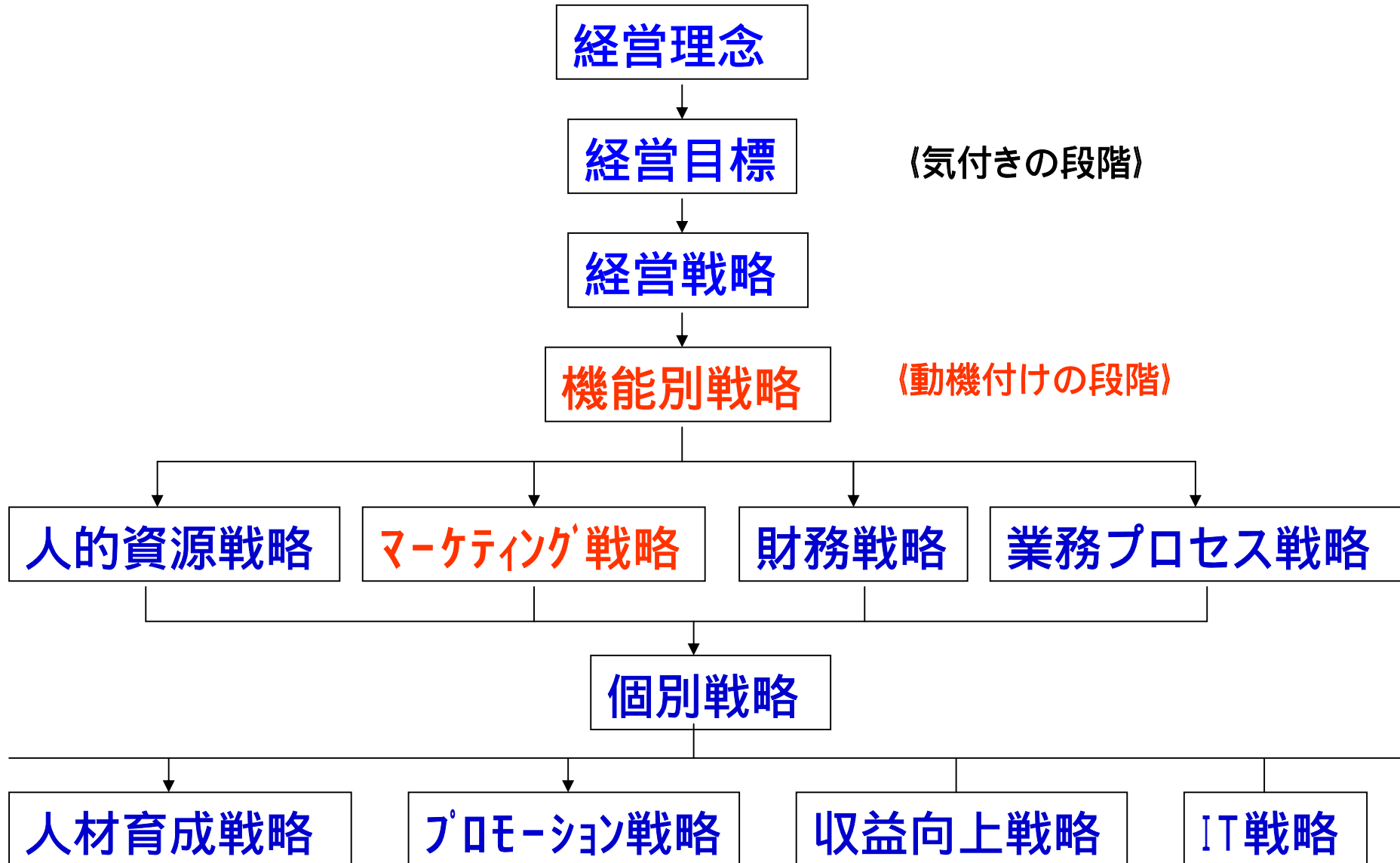


人的資源開発戦略策定

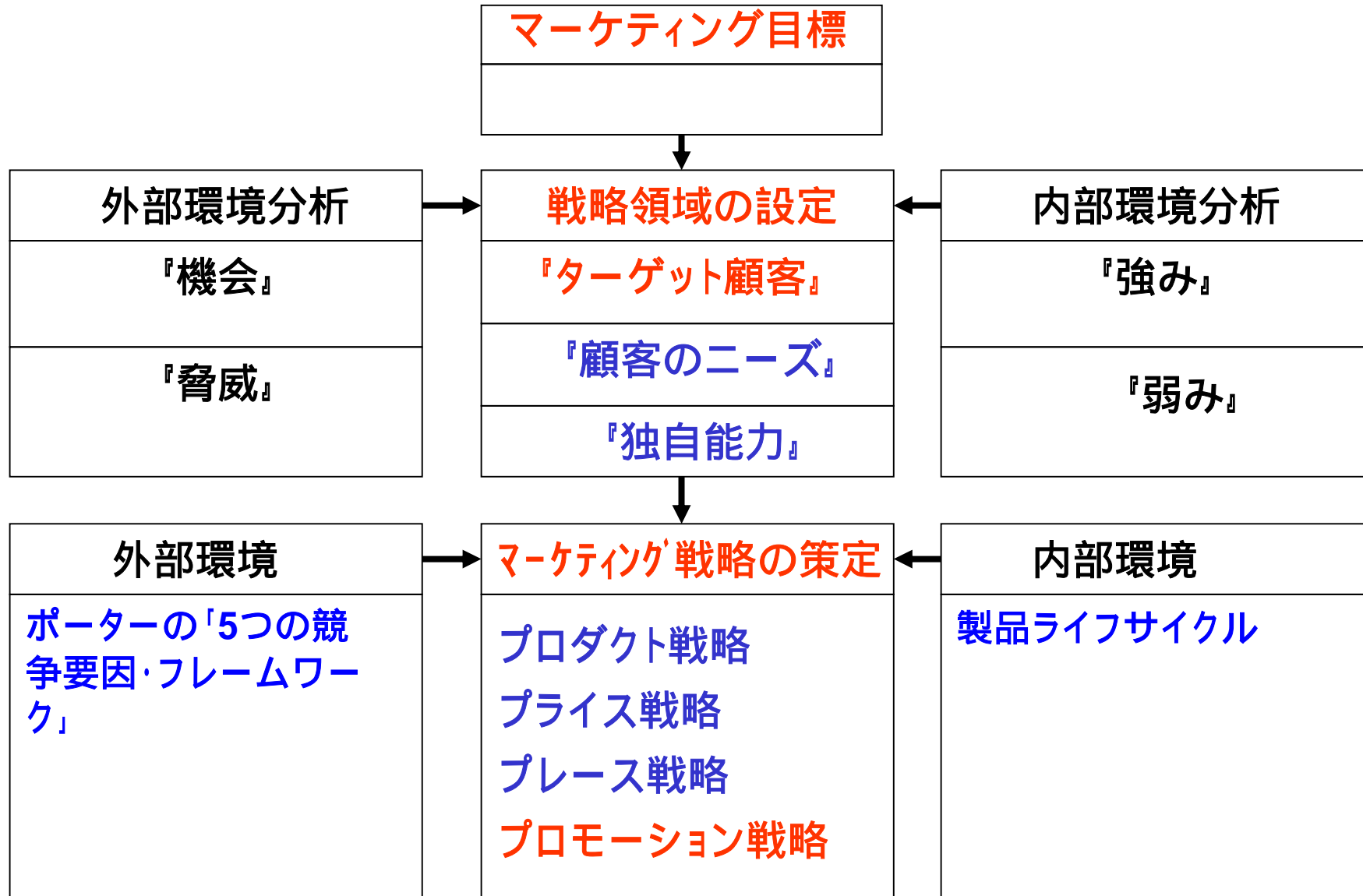
(社内に内在する人的資源に関する問題点とその解消)

人的資源戦略の目標	<ul style="list-style-type: none">・ 設計者の増員：1名(1年以内)・ 売上高の向上(設計者増員の為)・ : 150万円/(1年以内)
人的資源戦略ドメインの設定	<p>「独自能力」</p> <ul style="list-style-type: none">・ 試験装置の開発・設計から製作までの総合技術力・ 独自製品の企画・開発力
人的資源戦略の策定	<ul style="list-style-type: none">・ 設計人員不足の解消・ 設計者の増員・ 設計者増員に見合った売上高の向上(数値化によって意識付けが強まる)

TN経営戦略策定プロセス



マーケティング戦略策定プロセス



マーケティング戦略策定

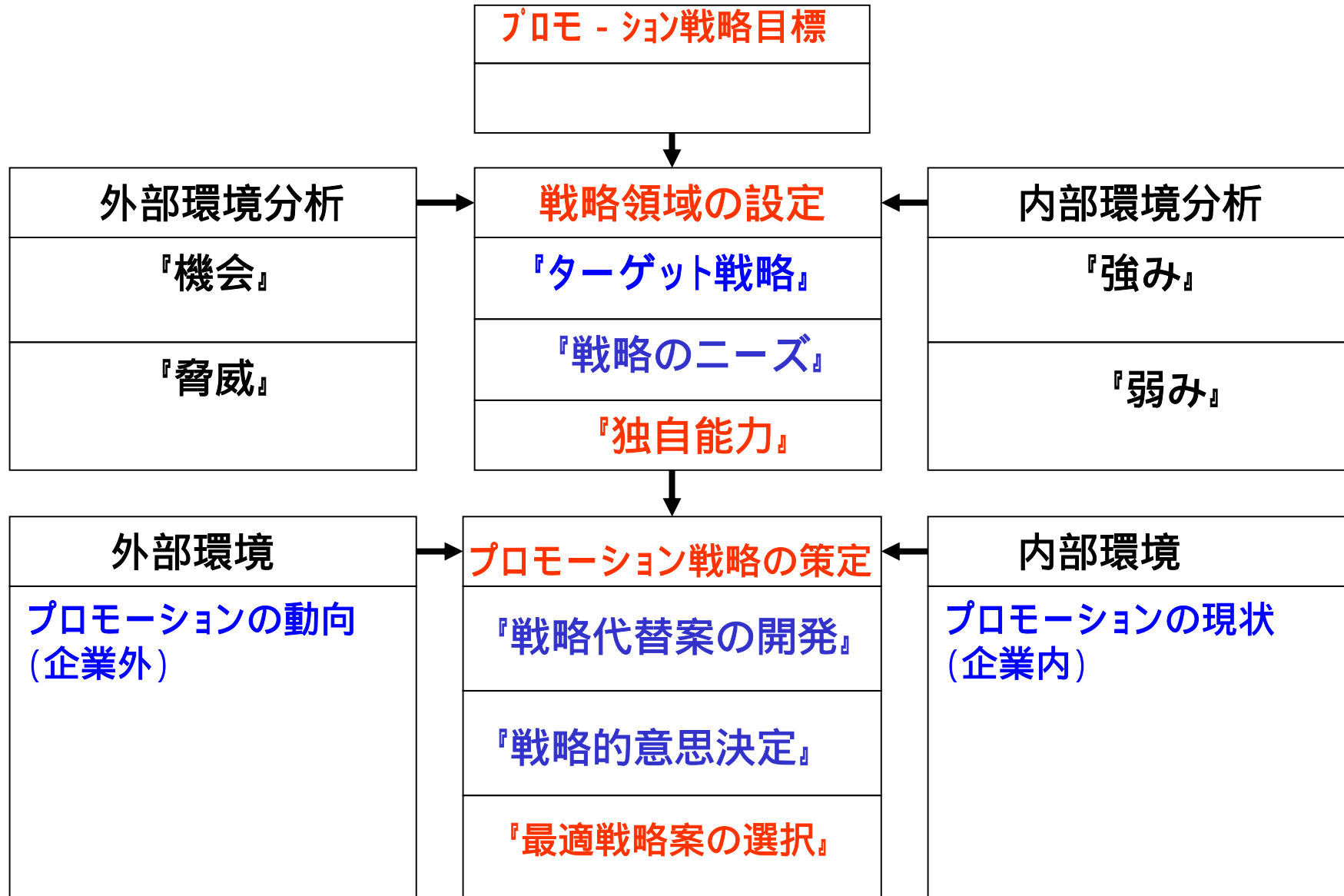
(新規顧客拡大が命題。必要としてくれる顧客はどんなところか？どのように出会うか？)

マーケティング戦略の目標	試作開発物件の新規顧客開拓 ：月1件以上 自社製品の新規顧客の開拓 ：月1件以上 下請けではない。(×1~2社での売上が大部分) したがって客先数を増やすことが重要課題
マーケティング戦略ドメインの設定	ターゲット顧客 (試験装置) 大学・企業・公的機関の研究室 (独自製品) 公官庁、商社、企業
マーケティング戦略の策定	積極的な営業による顧客数のup(試作開発)(独自製品) ・Webを使ったプロモーション

TN経営戦略策定プロセス



プロモーション戦略策定プロセス



プロモーション戦略策定

(新規顧客開拓のための自社PRの具体策とは)

<p>プロモーション戦略 の目標</p>	<p>Webによる試作開発物件の新規顧客 企業の開拓：月1件以上 Webによる自社製品の 新規顧客企業の開拓：月1件以上</p>
<p>プロモーション戦略 ドメインの設定</p>	<p>ターゲット戦略 ・ホームページによる顧客の獲得戦略</p>
<p>プロモーション戦略 の策定</p>	<p>戦略的ホームページの作成 ・SEO対策の活用 ・スポンサー広告の活用 ・リンクの活用</p>

戦略的ホームページの作成計画

1.ホームページ作成の目標	エミダスホームページ大賞のHP (三和メッキ工業株式会社) <small>旧安久工機HP 旧安久工機HP 新安久工機HP</small>
2.SEO対策 <small>〔アクセスUPのために〕</small>	キーワードの選択
3.スポンサー広告 (検索連動型広告) <small>〔アクセスUPのために〕</small>	・グーグル・アドワーズ広告 広告料：72万円 / 年 ・オーバーチュア・スポンサード サーチ (ヤフー) 広告料：36万円 / 年

上記1～3をすべて自社にて行う。

コスト削減 書き換えのし易さ 信頼度 (多数の勧誘業者がある)

キーワード (SEO対策・HPの中に埋め込むキーワード)

- <META name="Description" content="金属加工やプラスチック加工などの機械加工や、試作開発・試験装置・実験装置・治具の設計製作組立調整を、大田区を中心に50社以上の協力会社とネットワークを組みながら行っている「ものづくりのコーディネーター」です。ポンチ絵から高精度図面まで、多品種少量に対応いたします。">
- <META name="Keywords" content="金属加工,機械加工,プラスチック加工,試作,試験装置,実験装置,治具,特注品,開発,設計,製作,人工心臓,折りたたみ式,カラーコーン,パタコーン,大田区,ものづくり">
- <TITLE>機械加工(金属加工・プラスチック加工等)や試作開発「安久工機(大田区)」</TITLE>

アクセスの解析

アクセス数・きっかけとなった検索ワードなど調査・分析

「~~インフォシーク楽天アクセス~~」(期間:2009年7月~2009年10月)

ページ毎のアクセス数

アクセス数の推移

検索ワード(訪問ユーザーがどのような単語で検索して訪れたか)

アクセスを解析することで、自社のPRポイントを客観的に判断できる。(連動型広告への参考資料として活用)

検索連動型広告

(アドワーズ・オーバーチュア)の利用

- 「試作」 「試作 大田区」 「カラーコーン」
- 検索するユーザーの場合
 - 検索結果の1~2ページ目に表示されたページで結論付ける傾向がある
 - (いかに1~2ページ目に自社を掲載させるか?)
 - 2個以上のキーワードで検索する傾向 「設計」・・・×
 - 「設計 試作」「設計 大田区」などの組み合わせが有効
- 費用・・・入札制(ワンクリックあたりいくら支払うか)
- 「試作」での実例

〔参考〕検索連動型広告の特徴

有望な顧客に絞って無駄なく広告を表示

あなたの指定するキーワードに対する検索結果やキーワードに関連するページにのみ広告が表示されます。

広告のクリックに対して課金

広告の掲載は無料で、興味を持ったユーザーが広告をクリックした場合に料金が発生します。1日の上限予算も設定できます。

広告はインターネットからいつでも簡単に掲載

広告の作成、掲載、変更、停止や予算の変更は、インターネットを使っていつでも行うことができます。

多数の利用者を誇る提携サイトにも広告を掲載

Google 検索結果以外にも、大手ポータルから専門サイトや個人ブログまで幅広い提携サイトに簡単に広告を掲載できます。

新規顧客拡大に最も貢献した

グーグル・アドワーズ広告解析

(広告グループ：試作、期間：2005年11月～2008年10月)

No.	キーワード	クリック	No.	キーワード	クリック
1	試作	5,046	7	金属試作	99
2	試作加工	662	8	加工試作	97
3	試作設計	149	9	試作ドットコム	82
4	プラスチック試作	136	10	試作メーカー	80
5	試作部品	113	11	試作開発	78
6	樹脂試作	99	12	試作会社	73

リンク先

- ステンレス協会
- ポリフレオン等衛生協議会
- 日本ロボット工業会
- 日本生体医工学会(旧日本ME学会)
- 日本機械学会
- 日本鉄鋼協会
- オオタコレクションネットワーク
- 当社サイトへのリンクはフリーです

目標値の達成結果

	新規顧客数(年)	売上高(年)	広告費(年)	純売上高(年)	純売上高(月)
目標	24社	1,908万	108万	1,800万	150万
H18年	47社	906万	108万	798万	66.5万
H19年	48社	1,500万	108万	1,392万	116万
H20年	38社	2,406万	108万	2,298万	191.5万
合計 (36ヶ月)	133社	4,812万	324万	4,488万	124.6万

(パタコーンは含まず)