

取引先減、売上はジリ貧！新加工技術でこの苦境を乗り切るしかない!!

会社名 株式会社 末広機械製作所(大阪府)

<業種>自動車部品などの機械加工業 <創業>1942年 <資本金100万円> <社員11名>

1. 相談のきっかけ

●売上は厳しい状況が続いているなか、新しい金属加工技術を開発。その技術をアピールするカタログを作り、既存の取引先や過去に取引のあった先へ営業し受注に繋げるための具体的な手法について悩みを抱えていた。

●そのような中、取引先金融機関である尼崎信用金庫からの紹介で、当拠点と本信用金庫で連携して実施した出張相談会において相談することとなった。

2. 課題整理・分析

●以前は特別な営業活動をしなくても、時勢もあり、自然に業務は拡張していた。

●しかし、取引先の加工業務の海外移転、国内におけるコスト競争の激化など、取引先が年々減少。

●社員の意識においても危機感に欠け、全員が一丸となって業績回復を目指す姿勢に欠けている。

●なお、これまでは会社の理念や方針、モットーなどは作っていないかった。

⇒新しい加工技術を軸にして、会社一体となって再度の受注増を実現させることが課題である。

3. 解決策の提案

●まず、拠点内でCoとSCo2名(販路支援とデザイン担当各1名)でチームを編成。

●Coによりカタログの基本的な作り方、必要な項目をアドバイス。

●カタログ作りについては、基本はコストを抑え、かつ手作り感をあえて残すことをコンセプトとし、そのうえで全体の構成などをデザイナー担当が助言。

●作成されたカタログをかつての取引先と現在の取引先へDMで案内するよう提案。

●一方で、社内の意識統一を図るべく、経営理念やモットーを作成するよう助言。相談者と社員で作成するように促した。

●さらにCIの一貫としてロゴマークを社内公募で作成。デザイナーもアドバイス。決定したマークを作業着や帽子に取り付けるよう助言。



4. 成果

●新加工技術はもちろん、経営理念と、モットー、会社沿革、CIロゴをつけた作業着と帽子を被った社員全員の集合写真を掲載した手作りのオリジナルカタログが完成。

●DM発送の結果として、過去の取引先一社より受注獲得。

●また既存の取引先からも大型発注を受注する。

●営業活動自体はまだ要領を得ていない部分もあるがとにかくスピード感を持って行動することが重要であるというマインドが醸成され、社員の営業意識は高まった。

●今後はさらにバージョンアップしたカタログを作成し、営業のイロハを学んだ上で新規取引先獲得へ向けて行動する予定。今後さらなる販売拡大が期待される。

