

コンサルティング事例のご紹介③

経営革新支援 業種：製造業

中日精工株式会社 様

【新事業支援とビジネスマッチング】 特殊歯車製造業

製造業界では、培った技術を活かして新事業を立ち上げようと模索する企業も多い。しかし、新事業を軌道に乗せるには、安定的な原料調達や実績のない販路への進出等の課題を克服する必要がある。そんなときこそ、地元金融機関によるビジネスマッチング、つまり、企業と企業を「つなぐ力」を新事業の課題解決に大いに役立てることができる。

金融機関だからこそ出来た、他領域の企業との連携

自動車部品製造を主事業とする中日精工株式会社は、石油化学系プラスチックに代わる新素材として、木質プラスチックの研究開発にこの十年を取り組んできた。おがくずを高圧蒸気処理し樹脂と混合することで、多様な形状に成型できる新素材となる。廃棄物になるはおがくずがスプーンやフォーク、ゴルフティーなどの製品へと生まれ変わるのだ。しかも、研究過程において新素材に消臭効果があることも発見し、この特徴を最大限に生かした消臭インテリア商品を完成させるにいたる。しかし、自動車部品メーカーである同社は、こうした小売商品の販売ノウハウや材料の調達をどうするかという問題に突き当たった。そこで、取引金融機関であった豊川信用金庫の支店担当者に相談したところ、異分野同士の企業の連携経験を持つ経営支援部を紹介された。2009年末、経営支援部は販路拡大へのアドバイスを求められたことを契機に、新事業の課題解決に協力することとなった。

事業課題の一つは、原材料となるおがくずの安定調達。開発当初の原材料は、野球で使用するバットを製造する過程で発生するおがくずであったが、物量が非常に少なかった。そこで経営支援部は、新城市で林業を営む株式会社昭典木材とのビジネスマッチングを提案。同社は白社育林した三河杉を製材する際に発生するおがくずを収集し、安定的におがくずを供給することができる。地元三河の林業者と製造業者を結びつけたことで、政府が推進する「農工商等連携事業」の認定も取得し、試作品開発や市場調査等への補助、設備投資減税、政府系金融機関の融資等の支援策を活用できるようになった。

もう一つの課題は一般消費者に向けた販路の開拓。そこで同金庫は、ノベルティグッズとして消臭インテリア商品を配布し、その評価結果を広く消費者から集めた。その結果、消費者からの評価が非常に高く、好評を得たこと同社は自信を深め、有望性を確信できた。次に、ビジネスマッチングの場である「かわしん



新規事業を担当する山本専務

●企業プロフィール	
・社 名	中日精工株式会社
・所 在 地	愛知県豊川市穂ノ原
・代 表 者	森久宏(代表取締役)
・設 立 年	1966年11月
・資 本 金	3,000万円
・従 業 員	86人(2011年3月)
・電話番号	0533-84-1411
・U R L	http://www.chunichi-seiko.co.jp/
・事業内容	自動車・オートバイ・船外機のエンジンやミッション・ステアリング等の特殊歯車を中心とした部品生産。および、独自に開発した木質プラスチック素材の研究開発・製造販売。

ビジネス交流会」においてバイヤー企業との個別商談会に参加したところ、ネットショップへの出店が具体化したほか、新規販売先とのマッチングが成立し順調に売上を伸ばしている。新事業を成功させるには、支援する金融機関も取引先のビジネス内容を深く知る必要がある。事業の将来性を見極め、経営者が些細なことでも相談できる信頼関係があってこそ、企業と企業を「つなぐ力」が発揮できる。



射出成型技術を
新事業に応用



原料を加工する蒸気釜



商品化された消臭木

コンサルティング事例のご紹介④

経営改善支援 業種：製造業

株式会社 X 様

【企業再建その1】 自動車部品製造業

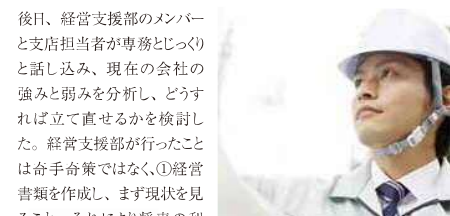
親会社の動きに従っていれば経営ができた時代はとうに終わり、現在は下請けといえども経営計画の策定と、系列から離れた分野への進出も考えなければならない。必要なのは、会社の現状を知り、明日へのビジョンを策定し、自社の強みと弱みをきちんと分析することだ。

下請けからの脱却をめざして

事業内容が自動車部品製造の X 社は、納期の正確さ、製造技術の高さ、精密なもののづくりなどに加え、試作品づくりも短納期・高精度で、顧客からの高い信頼を得ていた。50年以上のもののづくりの歴史に加え、経験豊富な従業員の在籍などバブル崩壊後も順調に業績を伸ばしていた。しかし、数年前に高齢の社長に代わって二代目の専務がトップとなった頃、リーマンショック（2008年）等の影響により、親会社からの受注減に見舞われ厳しい経営状態が続くようになった。これまでのやり方では今後は難しいと専務も考えるようになったが、ではどう行動すればいいのか、どのような方法で対処していくのか、模索の日々が続くことになった。

そして行動に移したのは取引先金融機関である、豊川信用金庫の担当者への相談であった。支店担当者は専務に「試算表」と「経営計画書」を見せてほしいと話した。しかし、同社はこの会社経営の真の姿を見ることができず、二つの経営書類を作成していなかった。「書類がなくても、長年にわたって親会社から受注でき、きちんと納品しているので売上も達成でき、毎年利益が出ていた」と話す専務の口からは、経営書類の必要性についての認識がなかった。

支店担当者は、これまでの売り上げ実績や親会社との取引を見て、きちんと「経営」すれば X 社が復活できるのではと考え、まず専務に対して経営コンサルティングが必要なこと、経営書類の作成が復活の第一歩になることを伝えた。そして、経営改善にとって特に重要な「経営計画書」の作成支援を経営支援部が実施していることを話し、経営支援部のコンサルティングを受けることをアドバイスした。信用金庫が経営コンサルティングをする、専務はこうしたサービスが「かわしん」にあることも知らなかったようだ。



後日、経営支援部のメンバーと支店担当者が専務とじっくりと話し込み、現在の会社の強みと弱みを分析し、どうすれば立て直せるかを検討した。経営支援部が行ったことは奇手奇策ではなく、①経営書類を作成し、まず現状を見ること。それにより将来の利益が見えるようになる。②社内マネジメントの確立。そうすることで従業員に将来のビジョンを示せる。③新規営業活動の展開。自社の強みと弱みを知り、強みを訴求できる新規企業へ営業する。の3点であった。結果、新規の取引先が開拓でき、社員も活き活きと働けるようになった。

多くの企業が X 社のように将来の姿を描かず、描けない。そのため明日のことが分からない状況になっている。これを解消するために、正確な経営書類の作成とマネジメント力の向上、そして経営者自身の会社を変える熱意が必要になる。