

1. 経営理念・社長の想い

(経営理念) 従業員が価値と喜びを創造し、製品を通し社会貢献する。
 (社長の想い) ニッチな世界でオンリーワンメーカーを

2. 事業概要

オーダーメイドの微弱電流測定器の設計・製造・販売

3. 企業・業務の特徴

業務の流れ	業務の概要	特徴
①引き合い	ネット・商社から問合せ	ネットからの資料請求・問い合わせが急増
②仕様確定	仕様書と見積の提出	営業・設計部門が協力し顧客対応が迅速
③受注処理	製造指示書発行	自社開発システム活用により受注～納品の管理
④設計・製造	設計・製造出荷検査	営業・設計・製造部門が協力しきめ細やかな対応が可能
⑤サービス	受入検査・定期メンテ等	当社従業員が実施し、顧客評価・要望を把握

4. 経営目標／数値目標

世界トップクラスの測定器メーカーを目指す従業員のレベルアップ
 売上…5億円／年(3年後) 3.5億円／年(現在)
 利益…5千万円／年(3年後) 0.5千万円／年(現在)

(4回程度の打ち合わせ)

5. 内部環境(強み・弱み)

強み

- ①微弱電流・微弱電波に関するノウハウ
- ②当社のブランド
- ③生産性の高い製造
- ④きめ細かい顧客対応
- ⑤常に新たな挑戦を生み出す企業文化
- ⑥測定器は多種少量であり、大手参入なし
- ⑦受注～納品の処理が早く、管理がスムーズ
- ⑧顧客情報収集力が高く、顧客ニーズに対応

弱み

- ①技術・ノウハウの伝承(営業・設計・製造)
- ②人材の育成
- ③経営の伝承、後継者の育成
- ④海外の販売実績がない
- ⑤組織が機能していない
- ⑥上司が責任を取らない
- ⑦社内ルールが徹底しない
- ⑧社長の意向が強い

6. 外部環境(機会・脅威)

機会

- ①2020年東京オリンピックで、需要が増加
- ②精密化・高度化で測定器の需要が増加
- ③省エネにより新たな測定器の需要
- ④小型・軽量化により小型測定器の需要
- ⑤海外メーカーからの引き合いが増加

脅威

- ①人材の確保が継続して困難
- ②海外のメーカーの国内市場参
- ③情報セキュリティ
- ④国内大手メーカーの消滅(シャープ等)
- ⑤海外大手測定器メーカーの買収等

7. 戦略・取り組み

今後の方針・戦略

1. 戦略製品を設定(リピート品を選択。東京オリンピックまで)
2. 戦略的提案営業・Web活用(顧客情報から課題解決の提案)
3. 設計・製造情報と顧客情報の安全性を確保する

方針・戦略の取組

1. 製品仕様分析を基に戦略製品設定／企画部門・開発部門
2. 顧客ターゲットを設定し課題解決提案・Web利用／営業部門
3. 情報セキュリティ管理システムの構築／総務部門・技術部門