

会社概要

| | | | |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 社名 | 株式会社ハマ電子【加須市】 | | |
| 代表者 | 藤澤 淳司 | 業種 | 電子制御回路製造業及びワイヤーハーネス加工業 |
| 従業員数 | 32人 | URL | http://www.hamadenshi.co.jp/ |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・ オリジナル商品(備蓄型自動パック式トイレ・身長体重計)の製造・販売 ・ 各種ワイヤーハーネス加工 ・ 電子制御回路設計製作・制御盤組み立て、その他組配 | | |
| 沿革 | <p>平成 3年 加須市に会社創立</p> <p>平成12年 本社敷地内に第2工場新設</p> <p>平成23年 「トイパックⅡ」開発</p> <p>平成27年 「トイパックⅡ Plus」が「防災製品等推奨品」に認定</p> <p>平成29年 「健康経営認定法人」に認定</p> <p>平成30年 「トイパックⅡ Neo」が「かぞブランド」に認定</p> | |  <p>会社外観</p> |

「経営革新計画」に取り組んだきっかけ

創業以来、自動車関連のワイヤーハーネス、電子制御回路の設計製作を主力製品として取り扱っていたが、発注先に左右されずに、採算性・収益性の高いオリジナル商品の開発・販売を行いたいと考え、備蓄型自動パック式災害用トイレを開発した。

しかし、商品の性質上、カタログや冊子では商品の特性や良さが伝わらず、デモ機を持ち歩いてのセールスは物理的負担も非常に大きく、販売方法が課題となっていた。

代理店にタブレットを貸与するという営業システムの構築を、新たな販売戦略として考えていたところ、利根地域振興センターの埼玉県職員より、経営革新制度の紹介を受け、加須市商工会や専門家の支援を経て計画の策定に取り組むこととなった。

経営革新のテーマと概要

| | |
|------|-------------------------------------------------|
| テーマ | タブレットを活用した自社独自の代理店営業 サポートシステムの開発 ～新たな販路を求めて～ |
| 計画期間 | 平成26年11月～平成29年10月(3年計画) 【平成27年2月承認】 |

従来

○パンフレットを用いた営業
⇒製品の良さが伝わりにくい。

○デモ機を用いた営業
⇒重い。説明時間の確保が必要。

〈トイパックⅡ Neo〉



現在

○タブレットを用いた営業
⇒製品の優位性を短時間かつ簡易に伝えることが可能。

- 1分程度の紹介動画の製作
- 代理店のフォロー体制の徹底
- 展示商談会への出展

全国に販売網を拡大し
事業の柱の1つに！



当社オリジナル製品である備蓄型自動パック式災害用トイレ「トイパックⅡ Neo」の販売に関して、タブレットを代理店に貸与し営業活動を支援する体制を構築した。このシステムにより効率的・効果的な営業が可能となり、販売網の拡大を実現した。

「経営革新計画」の実践

1 製品の利点を1分で紹介できる動画の製作

- 製品の優位性を短時間かつ簡易に代理店のバイヤーや営業担当者へ伝える術が必要であったことから、製品の利点を1分で紹介出来る動画を製作した。
- 1分程度の動画やデジタルカタログの場合、アポなし訪問などでも時間を割いてもらいやすくなり、かつ製品の機能を伝える絶好のツールとなっている。

2 営業サポートシステムの開発

- タブレットを代理店に貸与し、官公庁を初めとする公共機関へのアプローチを開始。商品説明の不足する箇所はデジタルカタログで説明補助ができる営業サポートシステムを構築した。
- 貸与したタブレットを効果的に使用できるよう営業担当者への研修・情報提供並びに営業活動のフォローを徹底した。

3 直接営業の展開

- テーマとなっている代理店による販売を軸としながらも、展示商談会をはじめ、様々な機会を活用して、製品のPRを実践した。
- 防災展、彩の国ビジネスアリーナに出展し、直接自社製品のPRをした。



トイパック II Neo



被災地への製品提供

「経営革新計画」の成果

- 売上高、経常利益、付加価値額の大幅アップを達成した。
- 新たに3名の雇用を創出した。
- 代理店営業については、当初10社程度であったが、現在は50社まで増加した。
- オリジナル商品部門が事業の柱の1つとなるまでに成長した。

成功の秘訣

何より、社員全員で取り組んだことが結果に繋がったと考えている。

当社では元々、総務事務・経理に関する専任者を配置しておらず、全業務を全員で行う体制をとっており、当計画にも、社内全員体制で取り組んだ。

また、年を経るごとに実績が積み重なる形で、計画に対する結果が明確に表れ、社員の理解も一層深まりモチベーションの向上にも繋がった。

「経営革新計画」に取り組んでよかったこと

- ・ 経営革新の承認を受け、社内ミーティング等を開催することにより、社員の意識改革や意欲、能力向上につながった。
- ・ 自社製品の商品力・差別化等が簡単に社外の方に明確に理解いただけるようになった。

これから「経営革新計画」に取り組む皆様へメッセージ

- ・ 社員全員で結果にこだわり取り組み進めることができる。
- ・ 自社の強み、弱みをしっかりと把握することができる。
- ・ 現在の抱える問題点を洗い出し把握することができる。
- ・ 「経営革新計画」に取り組むことにより、付加価値が生まれます。



藤澤社長



従業員の皆様