

◆ 企業情報

企業名	株式会社潤製作所		
所在地	草加市青柳 1-5-58	TEL	048-931-1125
資本金	10,000 千円	従業員数	19 人
業種	金属製品製造業		
URL	http://jun-ss.jp/		

◆ 企業沿革

- 昭和 4 8 年 草加市にて創業
- 昭和 5 5 年 現在の本社工場に移転
- 平成 2 0 年 同市内に第 2 工場新設
- 平成 2 3 年 現社長の小野良一郎氏が事業承継
- 平成 2 5 年 経営革新計画承認
草加モノづくりブランド認定
- 平成 2 7 年 草加市うるおい工房認定
- 平成 2 8 年 草加モノづくりブランド認定



草加市内の本社工場

◆ 経営革新に取り組んだきっかけ

<当時の課題>

- ・当社は各種ねじ及び関連部品の製造加工を行っており、難加工材・小ロットの加工を得意としている。
- ・特に、バルブメーカー向けに供給している「スタッドボルト」は、過酷な環境下で使用されるため特殊鋼（難加工材）の高い切削加工技術が必要であり、当社の強みとなっていたが、リーマンショックを機に、主要取引先（1社）からの価格交渉が厳しくなり、売上が減少していた。
- ・これまで上記の主要取引先に頼りきりであったため、営業活動の経験やノウハウが乏しく、ホームページを通じた問い合わせにも十分に対応できないなど、多くの商機を逸していた。
- ・エンドユーザーとの接点が少ないため、顧客の声を直接聞く機会が無く、従業員が社会貢献の実感ややりがいなどを感じにくい環境であった。また、経営計画などによる情報共有が不足しており、社内教育や技術承継が十分にできていなかった。

<解決への道筋>

- ・かねてより、草加商工会議所から経営革新計画の策定を勧められていたことに加え、近隣他社で取り組んでいるところも多かったため、興味を持っていた。
- ・商工会議所の経営指導員、中小企業基盤整備機構のスタッフ、中小企業診断士などに相談し、現状の分析を行う中で、「営業による新規顧客の獲得」、「教育を含めた技術力の向上と情報共有」、「インターネットの活用」といった課題が見つかった。
- ・あるべき姿・ビジョンを明確にし、計画的な道筋を立てて実行でき、成果が見える「ビジネスプラン」が必要と考え、経営革新に取り組むこととした。

◆ 経営革新計画の実践

1. オリジナル製品の開発・販売

- ・製品企画にあたって、社内コンテストを実施し、従業員のアイデアを募った。「自分が欲しいもの」、「つくりたいもの」を提案するよう働きかけた結果、以下の製品の開発につながった。

- ①ねじ屋さんのものづくりシリーズ ミニチュア玩具ストラップ
- ②金属製ボタン「I BOM (アイボム)」

- ・展示商談会や地域のイベント（商工会議所祭りなど）で展示し、自社PRに活用した他、一般顧客への直接販売（HP、イベントでの直販）も行った。



けん玉ストラップ



だるま落としストラップ



こまストラップ



金属製ボタン「アイボム」

2. 「潤製作所虎の巻」の作成

- ・製造から販売に至るまでの各種マニュアル（技術力編、製品編、販売編）を作成。工作機械の段取り方法や各種製品の特長、販売時の受け答え方法等をそれぞれ冊子にまとめて、誰でもすぐに参照できるようにした。
- ・作成にあたっては従業員に原案を作成させ、別の業務の担当者に校閲をさせる（段取りマニュアルを事務職員がチェックする等）ことで、「予備知識がゼロの人」でも十分に理解できるようにした。
- ・一度完成させて終わりではなく、随時見直しを行いながら更新している。

3. 自社HPのリニューアル、通販の開始

- ・自社HPからオリジナル製品の注文ができるようにした他、SEO対策を実施した。
- ・これまで無かった「企業理念」を考え、トップページに掲載することで、HPから会社の雰囲気や経営者の想いが伝わるようにした。



当社のHP

◆ 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。
- ・オリジナル商品が当社の看板となり、展示商談会等を通じて取引先が増加。当初の課題であった主要取引先への依存度が大幅に減少した。
- ・「ねじ屋さんのものづくりシリーズ ミニチュア玩具ストラップ」と金属製ボタン「I BOM (アイボム)」は、平成25年度及び28年度の「草加モノづくりブランド」に認定された。
- ・特にミニチュア玩具は実際に遊ぶことが可能なため、お祭りなどでは親子連れなどの一般顧客から大変好評であり、地域での知名度アップに繋がった。
- ・展示商談会でオリジナル商品を見た人から、「こういうものは作れるか」といった試作のオファー（金属製の文具や眼鏡ホルダー等）が多数あり、対応する中で新規取引先の獲得に繋がった。
- ・マニュアルを整備したことで、誰かが休んでも他の人が対応できるようになり、従業員の多能工化が進んだ。

◆ 成功の秘訣

- ・定期的に「従業員全員で経営課題を共有する場」を設けたことで、目標や実績の共有ができた。また、決算内容を従業員に開示し、業績が向上していくさまを見せたことで、新規事業に対するモチベーションが高まった。
- ・メディアに対して積極的に働きかけを行った結果、業界紙やSNSなどで取り上げてもらうことができた。これにより知名度が向上し、既存事業の発注増加に繋がった。

◆ これから「経営革新計画」に取り組む皆様へのメッセージ

- ・企業は成長し続けられない限り停滞してしまいます。自社の現状からみて現実的でないような「夢」でもいいので、まずは目標をしっかりと持ち、売上・利益率・従業員数等の数値に落とし込んでみてください。
- ・「登山は頂上があるから頑張れる」といいますが、経営も同じであると思います。一つ一つの課題をこなすのに終始せず、10～20年後を見据えて、「課題解決の先に何があるのか」を考えてみてください。



小野良一郎社長



従業員の皆様