

2022年7月号 無償でお届けする機械工具商社のための“業績アップ情報”

# 機械工具商社経営ニュース

機械工具商社経営ニュースは、機械工具商向け販売管理システム「業務革命」を開発販売している、三協システムサービス株式会社が発行する無料DMニュースです。（編集長：成松）

① 現役機械工具商社 社長が語る！  
連載：業績向上につながる販売管理システム

② 機械工具業界 景況データ

③ 法人営業はこう攻める

発行：三協システムサービス株式会社  
編集長：成松和繁  
連絡先：〒532-0011 大阪市淀川区西中島4-6-24 大拓ビル9 6F  
TEL：0120-955-490  
FAX：06-6302-5621

FAXによるご相談は  
24時間受付中

現役機械工具商社 社長が語る！  
連載：業績向上につながる販売管理システム

タイトル：OCR連携で伝票入力工数を大幅削減！  
記事：K・マシン(株) 代表取締役 菊井 健作



OCRスキャナ

昨今、DXというキーワードが世の中で流行っていますが、これから機械工具商社もデジタルをいかに活用していくか、ということが業績に直結する時代になってきたと思います。

例えば、OCRの活用。OCRとは、紙の伝票に記載された文字を自動的に読み取って、パソコン等に入力するための機器です。

今回、当社で利用している販売管理システム「業務革命」と、このOCRを接続した結果、従来は手入力でかなり時間がかかっていた伝票の入力作業が、なんと伝票1枚あたり1秒で入力ができるようになりました！

その結果、1ヶ月あたり80時間もの工数削減に成功することができました。もちろん、普通にOCRを購入して、普通にOCRを利用するだけでは、こう

したDXを実現することはできません。当社の場合には仕入先の仕入伝票フォーマットごとに、このOCRで定義を重ねていくという作業を地道に行うことで、このOCRによる自動読み取りを実現することができたのです。

当社は幸いなことに、先期決算は過去最高の業績を上げることができましたが、この背景には営業力強化はもちろんのことですが、業務力の強化も挙げることができま

す。ぜひ皆様も、「販売管理システム」はもちろんのこと、それと連携するOCRについても取組んでみられてはいかがでしょうか。

先着5名様限定！ K・マシン(株)に見学に来ませんか？  
ご希望の方は下記までお電話ください。  
TEL 0120-955-490  
三協システムサービス株式会社  
担当：成松（なりまつ）・八尾（やお）

さらに**業務革命**をお知りになりたい方は・・・  
詳しくはWebでどうぞ↓↓↓  
検索エンジンで『**機械工具 販売管理**』で検索！

### 菊井 健作

K・マシン 株式会社 代表取締役  
地域密着型のテクニカル商社として、日本のものづくりをサポートしている。近年「FAエンジニアリング部」を立上げ、自動組立機・装置・省力化機械の開発・設計・製作を行い、各企業の省力化・コストダウン・品質向上を図っている。  
毎月一回「生産技術セミナー」を開催し、各企業の人材育成にも注力しており、大人気のセミナーとして毎回多くの参加者から満足の声を頂いている。こうした取り組みで年間60社以上の新規顧客開拓に成功。同社のユニークな取り組みは「中経出版 なぜこの会社には1ヶ月で700件の問い合わせがあったのか？」「同文館出版 生産財営業の法則100」でも紹介されている。関西IT百撰で優秀賞を受賞。

機械工具商社の残業削減・業務効率アップのポイントがわかるサイト↓↓↓

『販売管理システム導入.COM』(<http://www.hanbai-kanri.com>)

関西IT百撰で優秀賞を受賞！！

## 機械工具業界 景況データ

毎月の機械工具業界の景況データをお届けします。

■ 5月の工作機械受注速報： 1533億円  
前月比 98.9% 昨年同月比 123.7%  
※出典：工作機械統計 受注速報

■ 3月の四輪車生産台数：719,354台  
昨年同月比 82.69%  
※出典：一般社団法人 日本自動車工業会

■ 4月の軸受生産台数：2億3859万個  
昨年同月比 94.1%  
※出典：経済産業省 生産動態統計調査

### 全国の景況解説

自動車業界は、全体的に停滞気味の傾向です。しかし、EVシフトは確実に進んでおり、その中で完成社メーカーやティア1クラスの大手部品メーカーは相対的に内製化を進めています。メーカーやティア1クラスですら、自社内での事業再構築、わかりやすくいえば「仕事の取り合い」の様相を呈しており、先行きは不透明であるといえます。

一方、半導体製造装置、工作機械といった生産財は良い傾向にあります。家電や自動車の様な“消費財”については海外移転が進み円安の恩恵は無いかもしれないが、生産財は円安の恩恵が実は大きいのです。

「円安は害」といった論調もありますが、日本は基本的に素材を輸入して付加価値をつけて輸出する、というビジネスモデルの国ですから、相対的にみれば円安は製造業あるいは製造業に関連するビジネスを行っている会社にとっては、プラスに働く可能性が大きいといえます。

## 法人営業はこう攻める

### 【第75回】営業会議のステップ

記事：船井総合研究所 片山和也

それでは、どのようなステップで営業会議を行うかについて説明していきたいと思えます。営業会議の大きな流れとしては以下の流れとなります。

- 1) 実績数値報告（先月の業績・今月の着地予定）
- 2) 先行数値報告（3ヶ月～半年先までの着地見込み）
- 3) 見込み商談の発表
- 4) 差額対策の発表
- 5) 情報の共有

まずは“実績数値”の報告で、先月の業績や今月の売上見込み、あるいは受注見込みについての発表を行います。これは通常の営業会議では必ず入るステップでしょう。次に“先行数値”の報告で、3ヶ月～半年先程度までの着地見込みについて発表します。いわゆる「先行管理」と言われる考え方です。

次に、現状の“見込み商談”の発表を行います。ステップ2)で“先行数値報告”を行いますが、この先行数値の中には『売上確定分（＝受注済み）』と『受注確定分（＝有力商談）』が含まれているはずですが、見込み商談は一般にAランク・Bランク・Cランクで3ランクに分けて管理を行いますが、受注確定の有力商談はAランクで表すのが一般的です。従ってステップ2)と3)は密接に関わっています。

さらに先行数値に対して、目標予算との乖離数値のことを“差額”と言いますが、いかにこの差額を埋めていくかという対策が“差額対策”となります。これがステップ4)の差額対策となりますが、営業会議のステップの中で最も重要なステップです。差額対策は“個人レベルでの差額対策”と“組織レベルでの差額対策”があります。“見込み商談の発表”と“差額対策の発表”につきましても、重要なところですので次に詳しく述べます。

最後に“情報の共有”を行いますが、具体的には①スケジュール ②新商品情報 ③顧客情報 ④クレーム情報 ⑤与信情報 ⑥その他 といった内容です。会議において“報告的な内容”は一ステップに過ぎないということなのです。

### 片山和也

株式会社船井総合研究所 上席コンサルタント

船井総研における支援実績ではトップクラス。近年ではインターネットやカタログを中心としたダイレクトマーケティングに携わり成果を上げている。特にWebサイト設計や具体的なカタログ提案など、実践的な内容のコンサルティングに定評がある。著書に『法人営業のズバリ・ソリューション』（ダイヤモンド出版）『上手な「商談」のつくり方・すすめ方』（同文館出版）、『なぜこの会社には1ヶ月で700件の引き合いがあったのか？』（中経出版）等がある。

不用の方はお手数ですが下記にご記入の上、FAX 06 - 6302 - 5621 までご返信下さい。ご迷惑おかけして申し訳ありません。

機械工具商社の残業削減・業務効率アップのポイントがわかるサイト↓↓↓

『販売管理システム導入.COM』(<http://www.hanbai-kanri.com>)

関西1丁百撰で優秀賞を受賞!!!