

2023年4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：M&A に寄与した当社の販売管理システム  
記事：K・マシン(株) 代表取締役 菊井 健作



出典：日本M&AセンターHP  
<https://www.nihon-ma.co.jp/page/interview/k-machine/>

日本M&Aセンター様のホームページにも成功事例として公開されていますが、当社は昨年7月にM&Aを実施して、近隣県である滋賀県のネジ商社をグループインしました。

当社は機械工具商社であり、今回M&Aを実施した先はネジ商社ですが、対象とする顧客層は同一であり、また当社自身も当然のことながらネジは取り扱っているため、業容を広げる意味でも顧客を増やす意味でも、大きなシナジー効果がありました。

M&Aは実施した時よりも、その後の一緒になるプロセス(=PMI)が重要、といわれますが、当社の場合は半年ほどの期間をかけて両社の融和を図り、お互いに理解をした上で、経費精算システムやクラウド会計システム等の統一を図っている最中です。

当社の場合、当社が38年間の歳月をかけて開発してきた販売管理システム「業務革命」があり、当社そのものの生産性向上にも寄与してきたことから、このグループインしたネジ商社でもこれから導入を図っていきます。

販売管理システムは、いわば「仕事の流れ」そのものですから、当社がそうであったのと同様に、こちらのネジ商社でも生産性が高まることを期待しています。

当社としてはこうした「業務革命」も当社の強みとし、今後も積極的にM&A戦略を推進していきたいと思えます。

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。

■ 1月の工作機械受注速報： 1290億円  
前月比 91.9% 昨年同月比 90.3%  
※出典：工作機械統計 受注速報

■ 12月の四輪車生産台数：699,027台  
昨年同月比 98.44%  
※出典：一般社団法人 日本自動車工業会

■ 12月の軸受生産台数：2億0252万個  
昨年同月比 87.7%  
※出典：経済産業省 生産動態統計調査

### 全国の景況解説

今、製造業の中で最も市場の大きい「自動車業界」の中で、いわゆる設備投資が“様子見”ともいえる状態になっています。この背景として、100年前の自動車業界にも共通する“流れ”を感じます。今から100年ほど前、自動車が現在の「ガソリン」の「内燃機関」がスタンダードになることに10年間の時間を要しました。

現在も同様であり、①EV、②水素自動車、③内燃機関+EVのハイブリッド車と大きく三つの選択肢があります。ご存知の通り、一般的にはEVが本命のように思われています。

しかしながら、実際のところは本当にEVが本命なのかどうか、本命だったとしてどの様なやり方が本命となるのか、がまだ見通せていません。その結果が、現在の設備投資への足踏みにつながっているのではないかと考えています。

## 法人営業はこう攻める

### 【第77回】差額対策発表のポイント

記事：船井総合研究所 片山和也

営業マネジメントにおける“先行管理”の重要性は、今まで述べてきた通りですが、3ヶ月～半年先までの見込み数字に対する予算との乖離をいかに埋めるかという具体的な対策が「差額対策」になります。「差額」を出すためには3ヶ月～半年先までの見込み数字

の正確性が重要になります。これも商談ランクと同様、優秀な営業マンほど先々の数字が見通せまし、数字が上げられない営業マンほど来月の数字すら不正確です。言い換えれば、3ヶ月～半年先までの数字を正確に読めるようにしてやれば、その営業マンのスキルは上がるということなのです。先々の数字を正確に見通すためには、先ほどの“商談ランクの正確な把握”が欠かせません。

また、差額対策には

- 1) 個人レベルの差額対策
- 2) 組織レベルの差額対策

があります。個人レベルでの差額対策とは、文字通り営業マン個人がいかに差額を埋めるかですが、組織レベルでの差額対策とは、課レベルで、あるいは部レベルでいかに差額を埋めるかということです。

例えば営業1課でメンバーが5人いたとして、このままのペースだと3ヶ月先は対予算で売上が1500万円足りなかったとします。当然のことながら、5人のメンバーのうち予算がいかない何人かの人が足を引っ張っているわけです。“個人レベルの差額対策”であれば、この数字が足りないメンバーに対策を求めることになるわけですが、そもそも数字がいけない人に短期間で数字を求めるとなると不可能なのです。ですから“組織レベルの差額対策”で考えれば、全員でいかにこの1500万円を埋めるかという考え方になります。

1500万円を5人で差額対策すれば、一人あたり300万円をいかに新たに作り出すかということになります。あるいは、すでに予算を達成しているメンバーでも、さらに数字を積める可能性がある人に差額対策を頼むことも考えられるでしょう。

このように“個人レベルでの差額対策”が無理でも、“組織レベルでの差額対策”なら実現の可能性が高まります。営業マネージャーはこの2つの差額対策をバランスよくとっていかねばならないのです。

### 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・すずめ方』（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。  
理由： 不用 本人不在 その他 ( ) FAX 番号 ( )

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！T百撰で優秀賞を受賞！！