「モノ部門」総合評価報告書

製造業

評価結果

戦略項目	平均値	レベル	コメント
製品・サービスの企画開発	4.6	Ⅴ	極めて良好な水準です
立地・店舗・設備	4.0	Ⅳ	良好な水準です
マーケティング・営業力	4.1	Ⅴ	極めて良好な水準です
物流・在庫	3.8	Ⅳ	良好な水準です
ものづくり	4.2	Ⅴ	極めて良好な水準です
顧客・アフターサービス	4.2	Ⅴ	極めて良好な水準です
IT	3.5	Ⅳ	良好な水準です

※平均値、レベル、コメントは自動的に表示されます

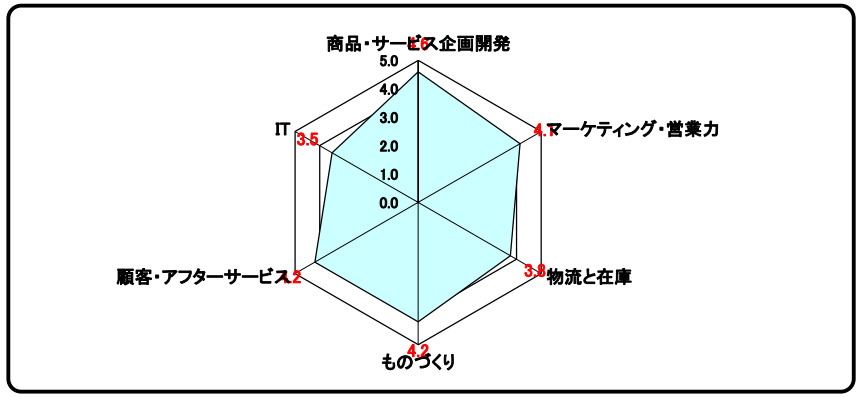
総合評価	Ⅳ	良好な水準です

バランス配分によるコメント
全ての戦略項目において平均値を上回っており、バランスがとれています。

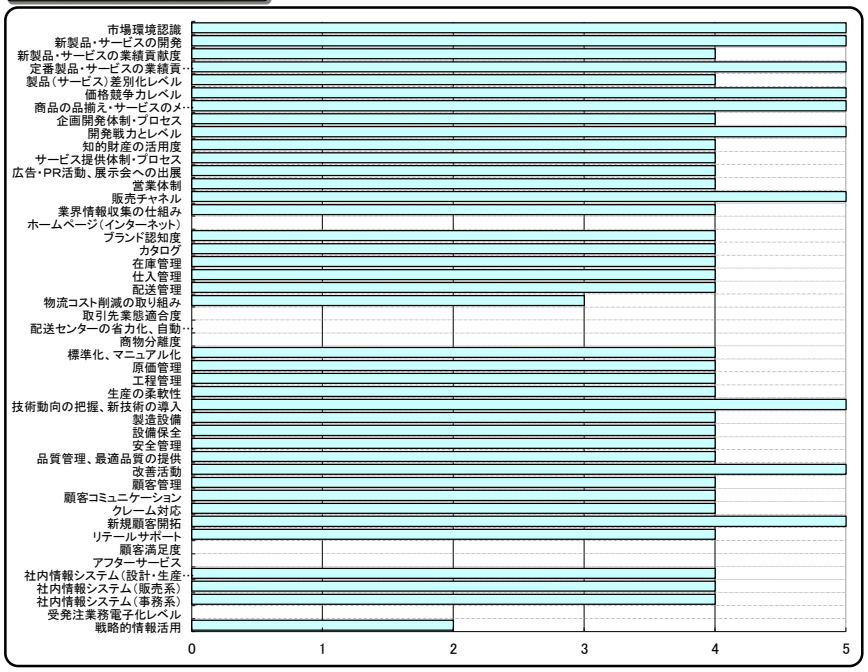
モノ部門総合評価
ほとんどの評価指標で基準値を上回っていますが、「ITを用いた戦略的情報活用」の評価指標が基準値をやや下回る水準となっています
この基準は、「ITを企業経営に戦略的に活用しているか」をチェックする項目で、当社の口事業部において、ITコントロールによる戦略的な
活用は見られませんでした。今後、この分野についての改善が必要であると思われます。

備考：色付き部分（総合評価、バランスによる評価、モノ部門総合評価を必要に応じて入力してください。
点数とレベルの閾値は、次のとおりです。
Ⅰ：1.0～1.9、Ⅱ：2.0～2.7、Ⅲ：2.8～3.3、Ⅳ：3.4～4.0、Ⅴ：4.1～5.0

戦略項目のバランス



評価指標の比較



「モノ部門」総合評価報告書

戦略項目		評価指標	点数	コメント	平均値
商品サービスの企画開発	1	市場環境認識	5	19□年比3 割弱低い水準。2010年で□□億円の成熟市場。震災後の□□意識向上期待	4.6
	2	新製品・サービスの開発	5	独自の技術で幅広いニーズにさまざまな□□□や□□関連商品を企画・開発	
	3	新製品・サービスの業績貢献度	4	売上はコアの□□設備事業の同水準50%まで成長。粗利では3倍の実績確保	
	4	定番製品・サービスの業績貢献度	5	コアの□□事業の同社売上の約50%占めるも粗利では約1/3まで低下	
	5	製品（サービス）差別化レベル	4	総合□□企業＋□□エンジニアリング企業としてフルラインで差別化	
	6	価格競争力レベル	5	大手との価格競争に苦しむが、コストコントロールを重視した経営で成果を上げている	
	7	商品の品揃え・サービスのメニュー	5	会社買収や□□事業のワンストップ化など十分な品揃えを実現	
	8	*企画開発体制・プロセス（OP）*	4	□□□など業界の先駆けとなる製品を開発。今後も開発体制を強化	
	9	*開発戦力とレベル（OP）*	5	従来の開発体制に加え、A社よりB社を買収し戦力を強化	
	10	*知的財産の活用度（OP）*	4	積極的な研究開発とアライアンスにより活用は進んでいる	
立地・店舗・設備	11	商圏・立地（一部の製造業は対象）			4.0
	12	競合他社（店）対策			
	13	入店促進効果			
	14	店舗コンセプト			
	15	レイアウトの効果性			
	16	店舗・設備の充実度			
	17	クリンリネス管理	4	□□□会社として、危険物を取り扱っている	
マーケティング・営業力	18	広告・PR活動、展示会への出展	4	全般的に大手□社よりも知名度は低いが、展示会には積極的に参加	4.1
	19	営業体制	4	□□業者を販売代理店として、全国□ブロック□□社を組織化して展開	
	20	販売チャネル	4	国内は、直売、提携企業ルート、海外はC社との協力	
	21	業界情報収集の仕組み	5	代理店、アライアンス企業等の広範なネットワークを有する	
	22	ホームページ（インターネット活用）	4	Webは大手企業並みに充実	
	23	サービス提供体制・プロセス			
	24	*ブランド認知度（OP）*	4	全般的に大手□社よりも知名度は低いが、プラント、大手施設業者には知名度十分	
	25	*カタログ（OP）*	4		

注：(OP)は、オプション項目です。
　また、当該業種において、対象外となる評価指標には「***」としています。

戦略項目		評価指標	点数	コメント	平均値
物流・在庫	26	在庫管理	4		3.8
	27	仕入管理	4		
	28	配送管理	4		
	29	物流コスト削減の取り組み	3	□□社との包括業務提携の中で取り組んでいる	
	30	取引先業態適合度			
	31	*配送センターの省力化、自動化率（OP）*			
	32	*商物分離度（OP）*			
ものづくり	33	標準化、マニュアル化	4		4.2
	34	原価管理	4		
	35	工程管理	4		
	36	生産の柔軟性	4	景気変動に対する対応実績あり	
	37	技術動向の把握、新技術の導入	5	自社開発、アライアンス活動を積極的におこなっている	
	38	製造設備	4	追加投資を毎年実施	
	39	設備保全	4		
	40	安全管理	4		
	41	品質管理、最適品質の提供	4		
	42	現場改善活動	5		
顧客・アフターサービス	43	顧客管理	4		4.2
	44	顧客コミュニケーション	4		
	45	クレーム対応	4		
	46	新規顧客開拓	5		
	47	リテールサポート	4		
	48	*顧客満足度（OP）*			
	49	*アフターサービス（OP）*			
IT	50	社内情報システム（設計・生産系）	4	基幹システム構築中	3.5
	51	社内情報システム（販売系）	4	基幹システム構築中	
	52	社内情報システム（事務系）	4	基幹システム構築中	
	53	*受発注業務電子化レベル（OP）*			
	54	*戦略的情報活用（OP）*	2	□□事業があり、ITコントロールによる戦略的な活用は見られない	