「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	4.2	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	4.3	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	3.7	Ⅳ	良好な水準です
顧客・アフターサービス	3.5	Ⅳ	良好な水準です
IT	4.3	Ⅴ	極めて良好な水準です

※平均値、レベル、コメントは自動的に表示されます

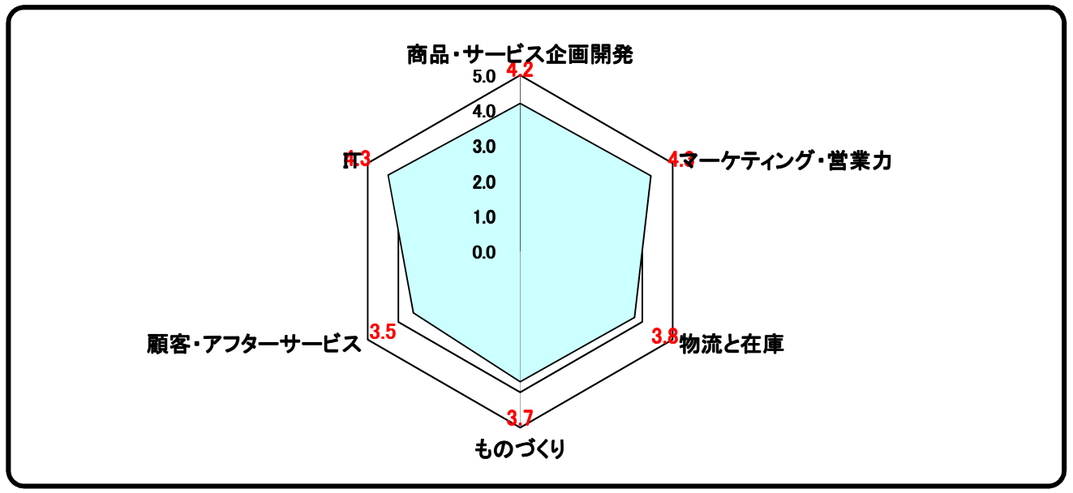
総合評価	Ⅳ	良好な水準です

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大きく上回っており、バランスも良いです。
製品差別化レベル、開発戦力とレベル、知的財産の活用度、カタログ、品質管理・最適品質の提供、社内情報システム（事務系）の各評価指標が
最高レベルとなっており、製品・サービスの企画開発、マーケティング・営業力、ITの各戦略項目で極めて良好な水準となっています。

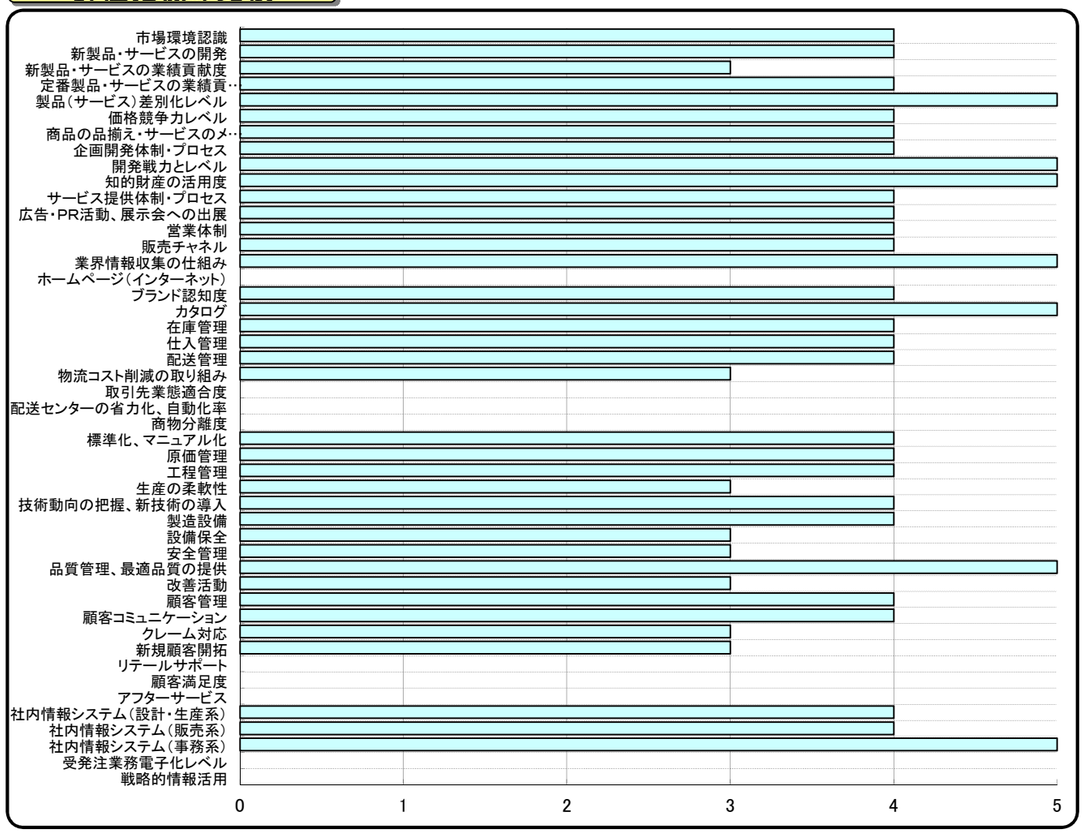
モノ部門総合評価
「モノ・技術部門」においては、「良好な水準」となっています。
当社は、XXXの製造販売といったニッチ分野をターゲットとして業容を拡大させてきました。
開発戦力のレベル（製品開発力）が高く、製品の差別化が図られており、価格競争力が高いことに加え、経営者による人的なネットワークもあり、
当面は安定した収益力をも見込むことができそうです。しかし、物流コスト削減への取り組み、生産性の柔軟性、安全管理、改善活動など、
内部管理面の充実や、新規顧客の開拓などにおいて工夫の余地がありそうです。

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	4	単独事業であることを認識しており、XXX産業と生死を共にしている	4.2
	2	新製品・サービスの開発	4	開発は行っているもの、XXXというニッチなマーケット	
	3	新製品・サービスの業績貢献度	3	ニッチなマーケットであり、急速な収益向上には繋がらない	
	4	定番製品・サービスの業績貢献度	4	メーカーの系列を問わず、XXXとしてブランド定着	
	5	製品（サービス）差別化レベル	5	同上	
	6	価格競争力レベル	4	XXXメーカーとしての評価高いものの、消費者の低価格志向が強まり、アジアでの競争激化への対応に苦しむ	
	7	商品の品揃え・サービスのメニュー	4	品揃えを意識した商品開発に注力している	
	8	*企画開発体制・プロセス（OP）*	4	体制、専門部署の整備が十分されている	
	9	*開発戦力とレベル（OP）*	5	同上	
	10	*知的財産の活用度（OP）*	5	開発課に特許専門担当者を配置するなど、技術を蓄積している	
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	ISO9001を取得しており、製造、生産管理、製造技術の各部門が連携して品質の高い製造を行っている	
マーケティング・営業力	18	広告・PR活動、展示会への出展	4	①見本市への参加、②自社イベントの企画・実施などを行っている	4.3
	19	営業体制	4	社長、専務を中心に人脈を活かした営業体制が十分発揮され、効率的に運用されている	
	20	販売チャネル	4	①系列には属していないが、社長の知名度を活かした展開を実施、②技術力を背景にオーダーメイド受注製造販売を展開している	
	21	業界情報収集の仕組み	4	開発部門を中心に営業部門と連携しマーケティング、商品開発、販売戦略を構築している	
	22	ホームページ（インターネット活用）	5	HPは、専業メーカー、法人、個人一一人に対応できるように展開（工夫）しており、取引先開拓に繋がっている	
	23	サービス提供体制・プロセス			
	24	*ブランド認知度（OP）*	4	専業メーカーとしてブランド力は十分であり、国際認知度も高い	
	25	*カタログ（OP）*	5	①高品質、多品種であるため、HP、パンフレットは充実している。②情報システム部門による広告・宣伝インターネットシステムの構築と管理体制も充実	

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	生産管理部門による受発注管理が行われている	3.8
	27	仕入管理	4	同上	
	28	配送管理	4	同上	
	29	物流コスト削減の取り組み	3	物流コスト削減に向けた対策を講じている	
	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	量産品については生産部門、品質管理部門による標準化・マニュアル化が進んでいる	3.7
	34	原価管理	4	生産管理部門による受発注管理が行われている	
	35	工程管理	4	製造部門、生産技術部門、製造管理部門により、現場・システム・会計の一体的な管理が実施されている	
	36	生産の柔軟性	3	特注分野のオーダーメイドを含め、フレキシブルな生産対応力がある	
	37	技術動向の把握、新技術の導入	4	会社の経営理念に技術力を背景とした高品質化を謳っており、同社ブランドの一助となっている	
	38	製造設備	4	①自社開発の設備、機械を有しており技術の差別化が図られている。②検査機械も自社開発しており、品質の高度化に寄与している	
	39	設備保全	3	現場に加え、生産技術部門による保守点検を実施している	
	40	安全管理	3	生産設備、在庫施設は安全に配慮し運用されている	
	41	品質管理、最適品質の提供	5	経営理念に示されているように品質管理部門による品質の維持が図られており、ISO9001も取得している	
	42	現場改善活動	3	現場改善活動に取り組んでいる	
顧客・アフターサービス	43	顧客管理	4	本部の営業部門を中心に内外の顧客管理が行われている	3.5
	44	顧客コミュニケーション	4	営業拠点による営業活動に加え、HPを活用し、顧客コミュニケーションが図られている	
	45	クレーム対応	3		
	46	新規顧客開拓	3		
	47	リテールサポート		該当せず	
	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	情報システム部門によりIT化を推進している	4.3
	51	社内情報システム（販売系）	4	同上	
	52	社内情報システム（事務系）	5	同上	
	53	*受発注業務電子化レベル（OP）*			
	54	*戦略的情報活用（OP）*			