

27 株式会社 ヤマコー 製造業/京都府

多品種少量市場に対応。顧客購買分析と効率的なWeb営業で収益事業を拡大

事業概要とIT経営への取り組み

株式会社ヤマコーは、プラスチック製段ボールケース（プラダン）の製造販売を行っています。同社はWebからの受注に特化し、1個からでも製造・販売することを特徴・強みとしています。段ボール業界は過当競争が激しく、同社も売上・販売量確保のための値下げで、利益確保に苦しんでいました。その中でプラダンは、通常の紙ダンボールに比べて丈夫で長持ちすることから、工場の通い箱などに使用されていましたが、紙よりも価格が高く、小ロットではさらに高くなります。同社はこの事業領域に取り組みにあたり、他社がまだやっていなかった「多品種少量対応」という業態改革に取り組み、営業コストをかけずに、1個からでも受注し、短期間で出荷し利益を出すという逆転の発想に取り組みました。

攻めのIT活用（ITを活用した事業革新）の概要と成果

同社のIT活用は、見積依頼受付のWebサイトから始まります。目的別の10種類のサイトを準備し、確実に需要とのマッチングを図りながら、毎月14万ビュー、1日当たり50件の見積依頼を受けています。これにより受注のための営業コストをゼロにすることができました。見積依頼は案件管理システム（SFA）に登録され、問合せ→返信→見積提出→受注というフェーズ管理の対象になります。受注後は、製造販売管理システムにデータが移行して、設計部が図面を作成し、以降、製造・出荷・請求、入金管理が行われています。これらを連動させることで、1個受注でも対応可能なプロセスを確立しています。また製造工程での新たな設備機械や治具の開発等日常的な創意工夫も生産性の向上を支えています。加えて、RFM手法による顧客の購買分析を行い、リピート率を上げるための検討材料とするなど、大量生産型から脱却し、多品種少量生産型のロングテール戦略をより確実なものにするための取り組みが着実に成果を上げています。

過去5年間の売上高の伸びは約1.2倍となり、Webへの訪問者数は約1.7倍となっています。

