

e nedzi.com を開設し、特殊ねじの市場を開拓

事業内容

機械要素部品製造・販売

■ I T 導入の目的、ねらい

一般には、容易に手に入れることが出来ない特殊ねじの市場は、2,000億円ともいわれるが、既存の卸・小売ルートを使ったビジネスは、標準品販売を前提としており、特殊ねじのような少量特注品は馴染まない。またルートに乗せたとしても高額になってしまう。さらには、顧客の生のニーズもつかむことができないことから、新しいビジネスモデルが必要と考えた。

そこで、特殊ねじの受注販売を、当社と顧客が直接行うことを可能にする、いわゆる双方向ビジネスシステム「e-nedzi.com」を開設し、顧客と直接コンタクトできる仕組みを作った。顧客ニーズなどの情報を直接吸い上げることにより、新たな市場開拓につながると考えたからである。

また、当社の技術力をアピールし、新規顧客の開拓や、特殊ねじから派生する新たな製品開発、取引の拡大を図ろうという狙いもあった。

■ I T 導入の経緯

10年ほど前から取引先のニーズに応じて、さまざまな機能を持った特殊ねじづくりを手掛けていたが、5年前、設備と技術が整ってきたところで、社長から事業化の提案が出された。特殊ねじの産業別需要調査を半年

ほど行い、半導体に代表される I T 装置産業からの特殊ねじの需要が高まりはじめたことも手伝って、事業化の目途が立ち、平成12年に「e-nedzi.com」を開設した。



e - n e d z i . c o m の ホーム ページ

■ I T の 導 入 状 況 と 費 用

コンテンツの企画、作成については、委託したシステム会社と共同で取り組んだ。

「e-nedzi.com」のサイトでは、標準化された特殊用途のねじを探することができる。現在34系列約4,800種類の特種ねじのカタログ閲覧、注文ができる。カタログにない場合は、サイト内の「相談コーナー」に、具体的な希望内容を入力し、必要とあればCADや画像データも添付して当社へ直接送信できる。

平成14年4月にはコンタクトセンターを設置し、「e-nedzi.com」で獲得した顧客に対して、一人一人に合わせた商品案内など、電子メールとDMの両手段(電波と紙)を使った、

「質の高い発信、発送」を行っている。

顧客の住所・役職の変更など、きめ細かなデータ更新もコンタクトセンターで行っており、正確でタイムリーな情報発信に心掛けている。

■ IT導入時の問題とその対応策

「e-nedzi.com」導入当初から、顧客からの入金確認作業を正確に、速く、効率よく行うという点でシステム管理に関する問題があった。

代金の請求通知、振込みの有無の確認、振込み金と請求代金の照合といった一連の入金確認は、件数が増えるほど、社員の目に依存したチェックシステムでは困難である。現在、新たな請求・入金管理システムにつき検討している。

■ IT活用の具体的効果

「e-nedzi.com」からの注文件数は1日約5件、アクセス数は10倍の約50件ある。

最近では、極細の貫通穴を開けた真空装置用ねじ、耐薬品・耐熱性に優れた樹脂ねじ、チタン素材のねじ等IT向け特殊ねじの需要が多い。

事業の売上は順調に増加しており、売上全体に占める特殊ねじのシェアは、現在4%である。

当初「特殊ねじ」として開発したものが、「標準化」され、販売価格を表示したカタログを作成できるまでに至った。これまでに受注した特殊ねじの35%が、カタログに掲載されている。また、「e-nedzi.com」へのアクセスをきっかけに、当社の他の製品を受注するケ

ースもあり、波及効果も出ている。

■ 今後のIT関連計画

社内の基幹業務システムについて、7年ぶりに全面的な見直しを開始した。IT技術の進歩や、市場の動きは我々の予測をはるかに上回る速度で動いており、次回の見直しは2～3年後に始めなければならないだろう。

現在EDI（電子受発注システム）の比率は、60%であるが、この比率を今後さらに高め、事務の効率化を進めていきたい。

■ 今後ITを導入する企業へのアドバイス

- ✓はじめにITありきではなく、まず事業内容にITをどう活用できるかを考えることが先決。
- ✓ホームページは、最終顧客を探し出し、直接コミュニケーションを行ううえで、大変有効なツールである。

会社名	鍋屋バイテック株式会社
業種	一般機械器具製造業
設立年月	昭和15年5月
資本金	9,600万円
従業員数	235人
所在地	関市倉知向山 4909-55
URL	http://www.nbk1560.com/ http://www.e-nedzi.com/