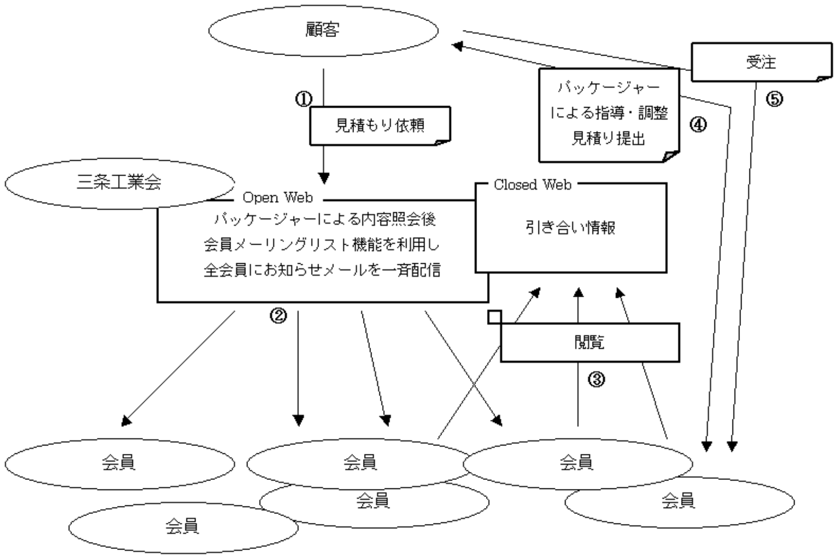
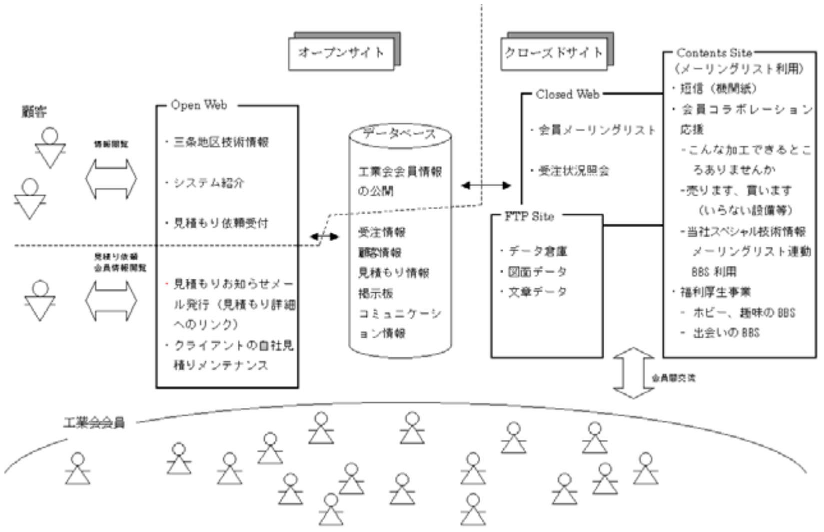
受注活動推進･情報共有のためのサイト

- 受注活動推進･情報共有は「越後ものづくりネットワーク」よって実現している。
- このサイトの活用により、広く国内外より受注を募り、全組合員に情報発信。さらにスピーディーに、組合員間の情報共有を推進し、様々なニーズに対応でき、高度な技術を提供することができる、ひとつの集合体の形成が可能となった。
- これは、専任パッケージャーを配し国内外よりの注文情報を組合員間で情報共有、組合員同士のコラボレーション、大容量図面データ等の交換が出来ることがポイント。
- 顧客満足度の向上を図り顧客の発注手続き負担の軽減、サービスの質的向上を図ることを工夫している。





組合ならびに地域情報発信のためのサイト

- 情報発信は、三条工業会内部へは前出の「越後ものづくりネットワーク」、外部へは「インダスプレス」の2つのサイトによって実現している。
- 越後ものづくりネットワークでは、組合員企業の得意とする技術や業種、設備などをデータベース化している。サイト上では、訪問者がデータベースを様々な条件で検索することができ、自社の必要としている企業を簡単に見つけることができるようになっている点がポイントである。これにより、組合員企業の引合い件数増加や技術提携などに寄与している。
- インダスプレスでは、毎回テーマを変えて情報提供している。情報が更新されると2万人近くの購読希望者へ更新のお知らせが配信される。同じような情報では、閲覧者が飽きてしまうため、旬な情報を定期的に発信することを心がけている。

新製品開発及び市場調査のためのサイト

- 新製品開発は「インダスクラブ」及び市場調査は「ショップス越後」で実現している。

インダスクラブ

- 全国からの優れた商品アイデア(主にDIY関連)を分類・体系化
- パッケージャー涌井専務理事を中心に、組合員企業と一体となって魅力ある三条ブランド製品を開発。
- アイデアは定期的に組合員に公開する組合員の閲覧状況及び担当委員会の審査により、年間を通して優れたアイデアにはアイデア大賞を贈呈する。

ショップス越後

- インターネット上に県央地区の優れた新製品、地場製品を取り扱う名店街式アンテナショップを開設
- 商品購入者へショップ別に作成された個別の商品利用後アンケートを自動配信するアンケートの回答より一般消費者のニーズを取込み、ショップ運営者へ情報フィードバックし産地全体の競争力強化に繋がる新製品開発をさらに推進
- そのサイクルを通して地場の優れた産品を全国に販売するとともに世界に通じる三条ブランドを確立する

サイトの効果的活用のために

- 受注引合に対しより適切なマッチングを行うため、地元作業工具業界出身の涌井清次を専務理事に迎えた。

  涌井専務理事はより広くサイトをアピールするため、平成16年より

  ①中小企業総合展に「越後ものづくりネットワーク」を4年連続出展

  ②西京信用金庫、三条信用金庫のビジネス交流会に2年連続参加

  ③ビジネスフェアfromTAMAに2年連続参加

  ④大田区受発注商談会に今年度から参加

  ⑤いたばし受発注商談会に今年度から参加

  と積極的にイベントへ参加

- また専務理事はサイトが組合員企業で有効的活用されるために、メーリングリストの活用、実際の訪問、成功事例のマスコミ発表等、組合員間の温度差解消、意識アップのための工夫をしている。

- 三条工業会の組合内的には、新たにIT関連3委員会を組織した。

  IT戦略委員会
  (越後ものづくりネットワーク担当)

  ネット販売促進委員会
  (ショップス越後、IndusClub担当)

  広報委員会
  (インダスプレス担当)

  毎月行われるの運営戦略会議でサイトの効果測定及び運営方針決定等を行い、三条工業会のIT戦略を強力に推進している。

- 三条工業会理事会は上記サイトの効果的運用を三条工業会事業運営の最重要事項とした。
  以降毎年総代会資料に重点施策として明記し、全組合員に周知するよう工夫している。

インダスマーケット取組みの成果

定量的成果

- 組合員数減少が2003年で止まり、以降増加に転じた。

  2003年501社　→　2008年519社

- 平成16年から平成19年10月まで1100件以上の新規見積り依頼があり、500件以上に見積り提出し、125件の成約を得た。

  サイトよりの新規受注額に3億円以上

- 140件以上の新製品のアイデアが投稿され少なくとも5件以上が商品化を進められている

- 組合員企業のメールアドレス登録数も初期の102件（平成14年2月）よりの368件（平成19年12月）まで増やすことが出来た

定性的成果

- IT戦略が一定の成果をあげた事でマスコミからの取材回数が増加し、三条工業会の知名度がアップした。
- それに伴い組合員数も増加。各組合員が引合情報を共有し、一つの引合を協力して成し遂げることで、新たなコラボレーションが生まれた。
- 平成16年総務省の地域情報化モデル事業「eまちづくり」事業に認定、平成18年地域総合整備財団のe-地域ビジネス支援事業に認定、地域情報化総合推進セミナー2006・八戸で事例発表、2007 Future Vol4に先進事例として掲載、平成19年日経地域情報化大賞新潟県知事賞を受賞、平成20年経済産業省よりIT経営実践認定組織に認定された。
- その結果サイトの信用が高まり、より広範囲な情報が入るようになった。それらの情報を組合員が共有することにより三条工業会に対する連携意識が強化され組織力がアップした。
- サイトより図面データを取得することが可能になったので、製造会社の出身である専務理事は実際の図面データを基に、実際の見積もり指導、製作指導を行った。引合に対する成約率が高く、その評判から三条市のみならず燕市を含めた近隣地域からも組合入会者を増強することが出来た。

インダスマーケット 今後の展開

前　段

三条工業会では、「越後ものづくりネットワーク」をバーチャルファクトリー、営業部門として位置づけ、新製品開発部門として「インダスクラブ」、市場調査部門・販売部門として「ショップス越後」、広報部門として「インダスプレス」とし、この4つのサイトの運用を三条工業会事業運営方針の最重点施策と位置づけている。

今後の方針

- インダスマーケットをより活用して三条地区の技術力のアピール・地場の受注額の増加・地場の競争力強化につながる新製品の開発をさらに推進し、優れた産品を全国に販売するとともに、世界に通じる三条ブランドを確立して地場製造業の再生をめざしたいと考えている。
- 現時点でも、組合員間にIT習熟度の温度差があることは否めないが、サイトの運用実績をさらに上げることで、組合員のITに対する興味がさらに高まり、解決できると考えている。
- 他地域のB2Bサイト等とも相互リンクを行い、相互理解を図りながら、更なる有効活用を図りたいと考えている。