

■ AAS 事例企業の「設問の構造化」シート

○の数字は設問番号

**<企業概要>**  
 業態 精密な鋳物製品  
 売上高 10億円  
 取引先 産業機械部品メーカー  
 農業機械部品メーカー  
 誰でもホームページ注文可能

精密な鋳造技術を有するC社が、緻密な塗装技術とカタログ化によるホームページを活用して、新規事業開拓に取り組むC社の事例



**<新規事業開拓計画案>**  
 ・業務用のアルミ食器  
 ⇒ 見た目は陶器、軽い、割れない  
 抗菌効果ある  
 ⇒ 塗装技術の改良が課題  
 公的試験研究機関の支援で対応  
 ・販売先はホテル・旅館・外食産業  
 ⇒ 高齢者のいる一般家庭も可能  
 電子カタログをHPに掲載する

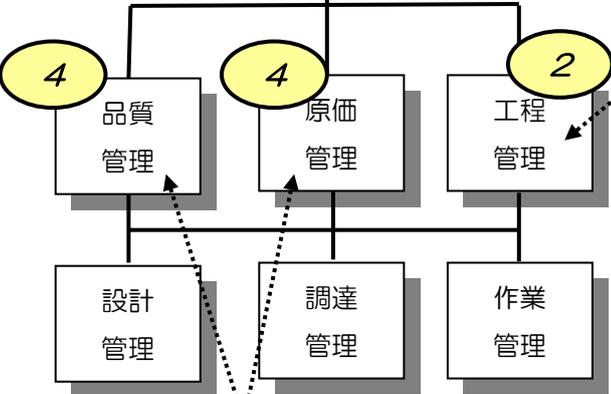
**<強み>**  
 ・製品面  
 ⇒ 精密な鋳造技術  
 高度化された緻密な塗装技術  
 ・市場面  
 ⇒ 汎用品のカタログ化  
 HPより注文可 利便性が評価

**【成長ベクトル】**  
 新製品開発戦略  
 独自の技術を生かすこと  
 特に、緻密な塗装技術

**<取引先の動向>**  
 ・特殊品の大口取引先との取引  
 条件⇒リスク管理対策が必要

**【リスク管理】**  
 事業継続計画の策定  
 平時の経営管理の一環

**<C社>**  
 ・コア事業の復旧目標時間の設定  
 ・金型外注先との想定リスクの対応



**【汎用品の欠品と過剰在庫】**  
 <欠品>⇒営業と製造部が、生産計画後の情報交換できていない  
 <過剰在庫>⇒生産ロットサイズが加工工程のボトルネックを優先して決定

**【汎用品の生産面の対策】**  
 <生産計画>  
 月1回から週1回へ生産計画のサイクル変更  
 ロットサイズは品種別販売予測数で決定する  
 <生産統制>  
 第1工程以外も作業指示行い生産順の変更可能

品質面のメリット ⇒ 内製化せず  
 コスト面のメリット ⇒ VE提案

C社⇒外注【詳細図面 CAD・変更・仕様書】  
 外注⇒C社【進捗情報・納期情報】