

---

# モノづくり企業新規事業創出プログラム 成果報告会発表資料

(株)河村工機製作所

# 目次

---

## 会社概要

### 新規事業創出プログラム参加Before/Afterとアウトプット

- Before/After
- 設定したKGI、KPIとその達成度
- 新規事業でやりたいこと
- 作成アウトプット(リーンキャンバス・営業ツール)

### 聴講者の皆様へのメッセージ

- 建築金物業界の仕事依頼
- 協業依頼
- プログラムに参加した感想

### 伴走専門家からのコメント

## まとめ

---

# 会社概要

【会社名】 株式会社 河村工機製作所

【創立】 1952年(昭和27年)

【代表者】 代表取締役社長 藤本 徹

【資本金】 1億円

【売上高】 75.9億円(令和7年2月期)

【営業品目】 自動車部品(プレス・溶接)、  
自動車部品試作  
プレス金型設計・製作

【沿革】

1952年 有松絞り商 河村商店を株式会社化  
プレス機製造開始

1957年 製造を中止、プレス加工業を開始

1963年 自動車部品プレス加工を開始

1987年 (株)カワムラを設立(金型製造会社)

1994年 阿久比工場稼働

2004年 愛知ブランド企業に認定(認定番号14)

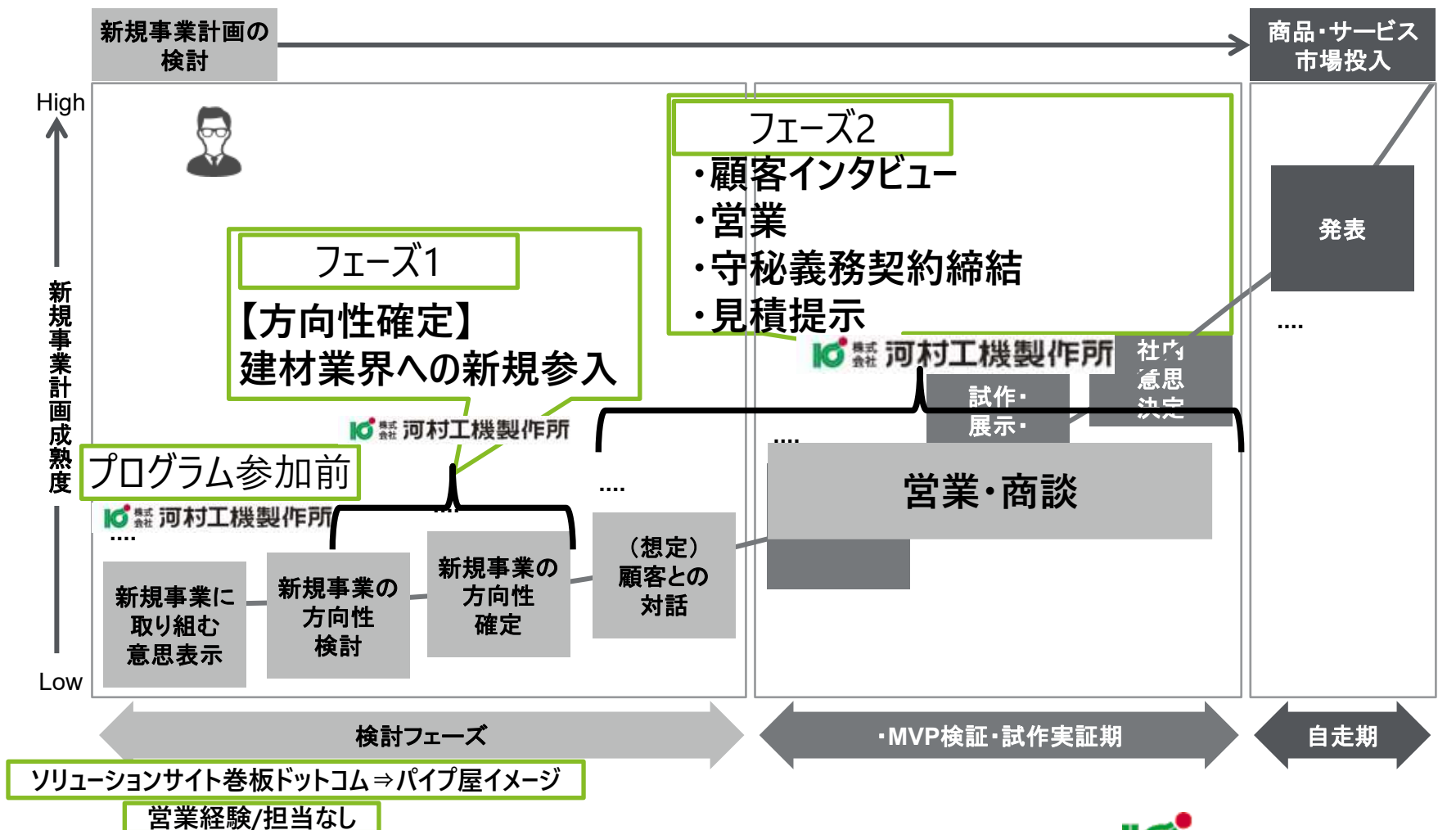
**現在創業73年**

**本年金型部門の統合実施**



プログラム参加前から新規事業の取り組みは開始していましたが、フェーズ1で建材業界への新規参入の方向性を確定し、フェーズ2で顧客インタビューから見積提示まで至りました

新規事業創出プログラム参加Before/After

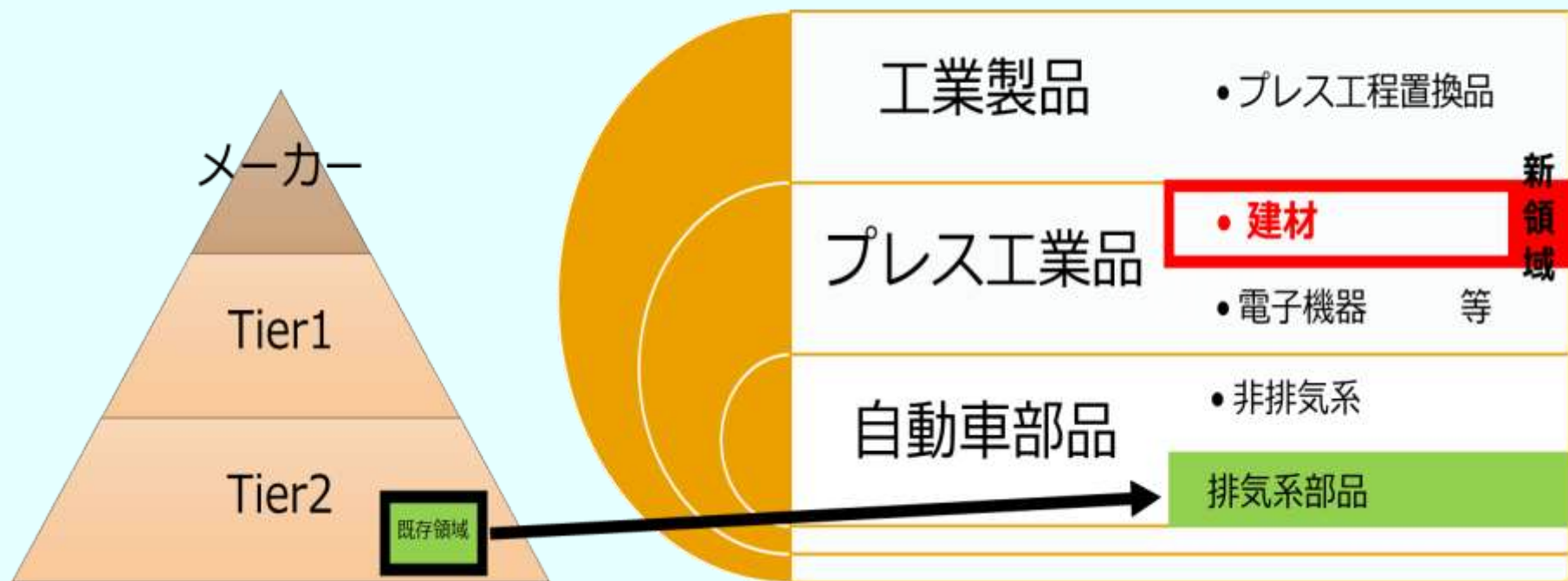


フェーズ2開始時（10月14日）時点で設定した本プログラム終了までのKGI、KPIは全て達成しました

モノづくり企業新規事業創出プログラムにおけるKGI、KPIの達成状況

|     | 項目                    | 目標    | 達成状況 |      |
|-----|-----------------------|-------|------|------|
| KGI | 建材業界からの見積もり獲得         | 3件    | ○    | 5件   |
| KPI | 潜在顧客になりうる建材会社のリストアップ  | 50社以上 | ○    | 168社 |
| KPI | 商社等への紹介依頼             | 全仕入先  | ○    |      |
| KPI | 建材関係会社へのインタビュー含むアプローチ | 10社   | ○    | 22社  |
| KPI | 建材関連会社への訪問の定期化        | 3社    | ○    | 3件   |

# 新規事業でやりたいこと



## 従来

サプライチェーンの中で自動車排気系の部品を作る

## 新規事業

サプライチェーンの一員としての使命は守りつつ、**建材業界**で新たなソリューション提供を目指す

# 新規事業の主要ビジネス構成要素

黒字：フェーズ1時点の検討状況

赤字：フェーズ2を通して精緻化した状況

## 建材業界への新規参入のリーンキャンバス

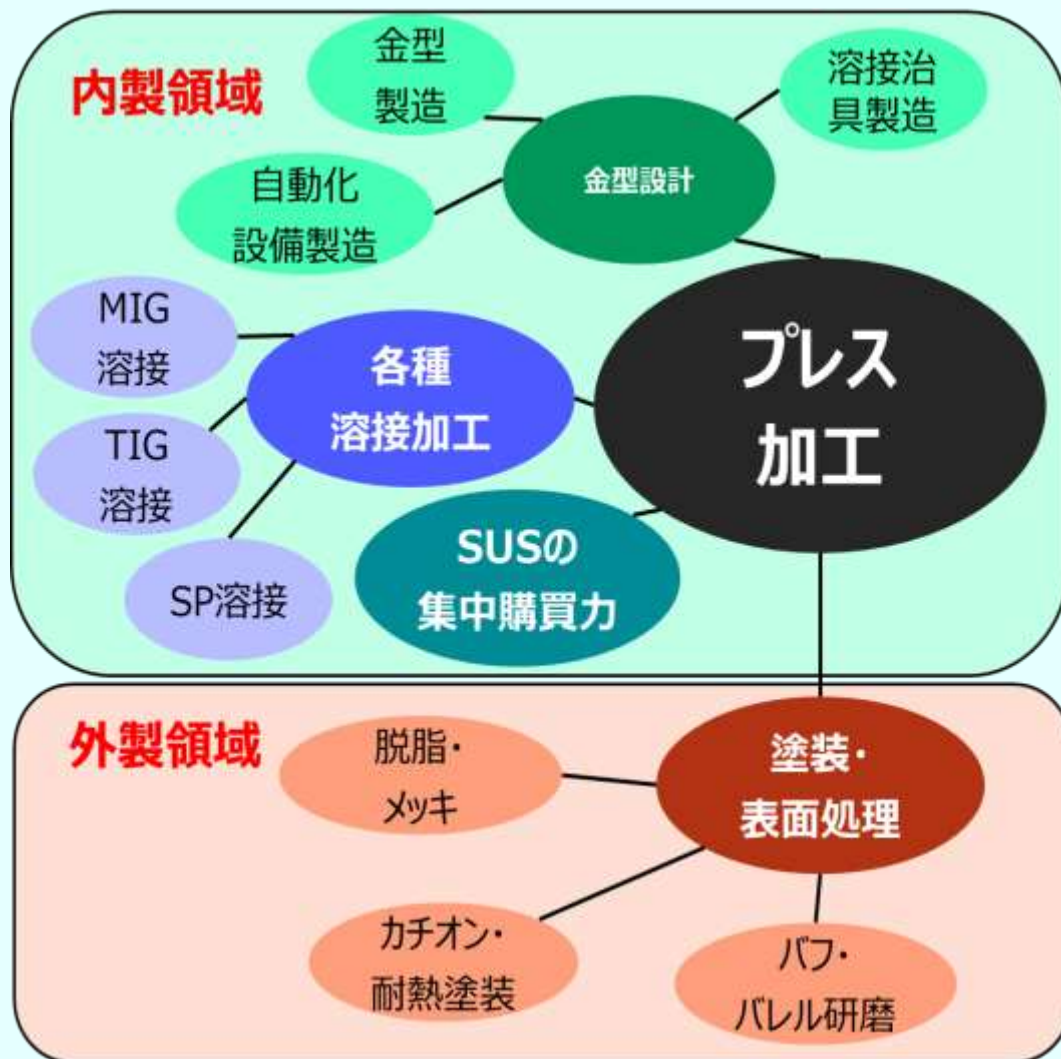
| 課題                                                                                                                                                                       | ソリューション                                                                                                                                                                                                                                                    | 独自の価値提案                                                                                                                                                                                                                                | 圧倒的な優位性                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 顧客セグメント                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>上位3つの課題</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小規模加工メーカーの廃業</li> <li>・海外からの輸入リスクの増大</li> <li>・人件費高騰によるコスト増</li> </ul> <p>既存の代替品：</p> <p>内製<br/>既存取引先<br/>輸入品</p> | <p>上位3つの機能</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・金型技術</li> <li>・量産力</li> <li>・自動化技術</li> <li>・ステンレス購買力<br/>(東海地区3位)</li> </ul> <p>主要指標 <b>KGI/KPI</b></p> <p>計測する主要活動</p> <p>建材関連の見積もり<br/>獲得件数/月<br/>新規訪問件数/月<br/>既存訪問件数/月<br/>受注/月 <b>2月追加</b></p> | <p>あなたの差別化要因と注目に値する価値を説明した単一で明確な説得力のあるメッセージ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・70年自動車業界で培った量産力・品質担保力・コスト競争力</li> <li>・金型から量産まで一貫して実施できる技術対応力</li> <li>・協力メーカー様との協業による複合加工の対応</li> <li>・顧客インタビューを通して自社の思わぬ強みの検証を実施中</li> </ul> | <p>簡単にコピーや購入ができないもの</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・金型技術</li> <li>・月産1,000個超の量産力</li> <li>・自動化技術</li> <li>・ステンレス購買力</li> <li>・試作～量産までの一貫対応</li> </ul> <p>チャンネル</p> <p>顧客への経路</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ソリューションサイト <b>隔週更新</b></li> <li>・仕入先（商社）からの紹介</li> <li>・同級生ネットワーク</li> <li>・愛知県様紹介</li> <li>・トーマツ様紹介</li> <li>・リスト電話営業</li> </ul> | <p>ターゲットにする顧客</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・建材業界</li> <li>・建築金物業界</li> </ul> <p>アーリーアダプター：</p> <p>製品設計・開発者<br/>購買担当者</p> |
| <p>コスト構造</p> <p>顧客獲得コスト<br/>流通コスト<br/>ホスティングコスト<br/>人件費など</p>                                                                                                            | <p>収益の流れ</p> <p>収益モデル<br/>顧客生涯価値<br/>収益<br/>粗利益</p> <p>図面受領⇒見積</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・金型販売</li> <li>・製品販売</li> </ul>                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                        |

プレス加工と周辺技術を統合し、

薄板金属製品について、

図面⇒量産まで一貫した

ソリューションを提供する会社です。





当社は、プレス加工と周辺技術を統合し、薄板金属製品について、図面⇒量産まで一貫したソリューションを提供する会社です

After

## 河村工機製作所

### 対応工程

| (内製)              | (協力会社)    |
|-------------------|-----------|
| ■ プレス             | ■ 塗装・表面処理 |
| ■ 溶接 (TIG、MIG、SP) | ■ メッキ     |
| ■ 金型 (設計、製造)      | ■ 研磨      |

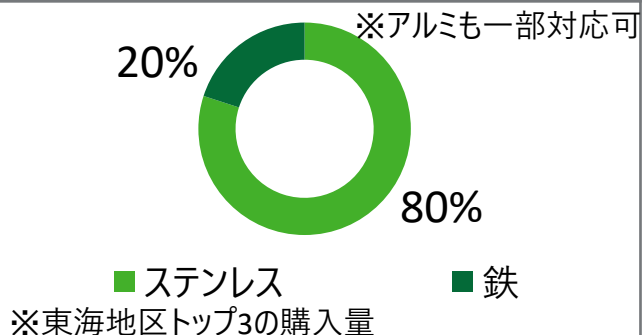
### 取扱サイズ・量

- 板厚：0.6mm-6mm
- 寸法：手のひらサイズ（プレス単品）
- ※ 別途Assy製品あり
- 量：月産1,500～40,000
- ※ 下記製品写真の場合

会社情報はこちら



### 取扱材料



### 製品例（自動車マフラー部品、固定具）

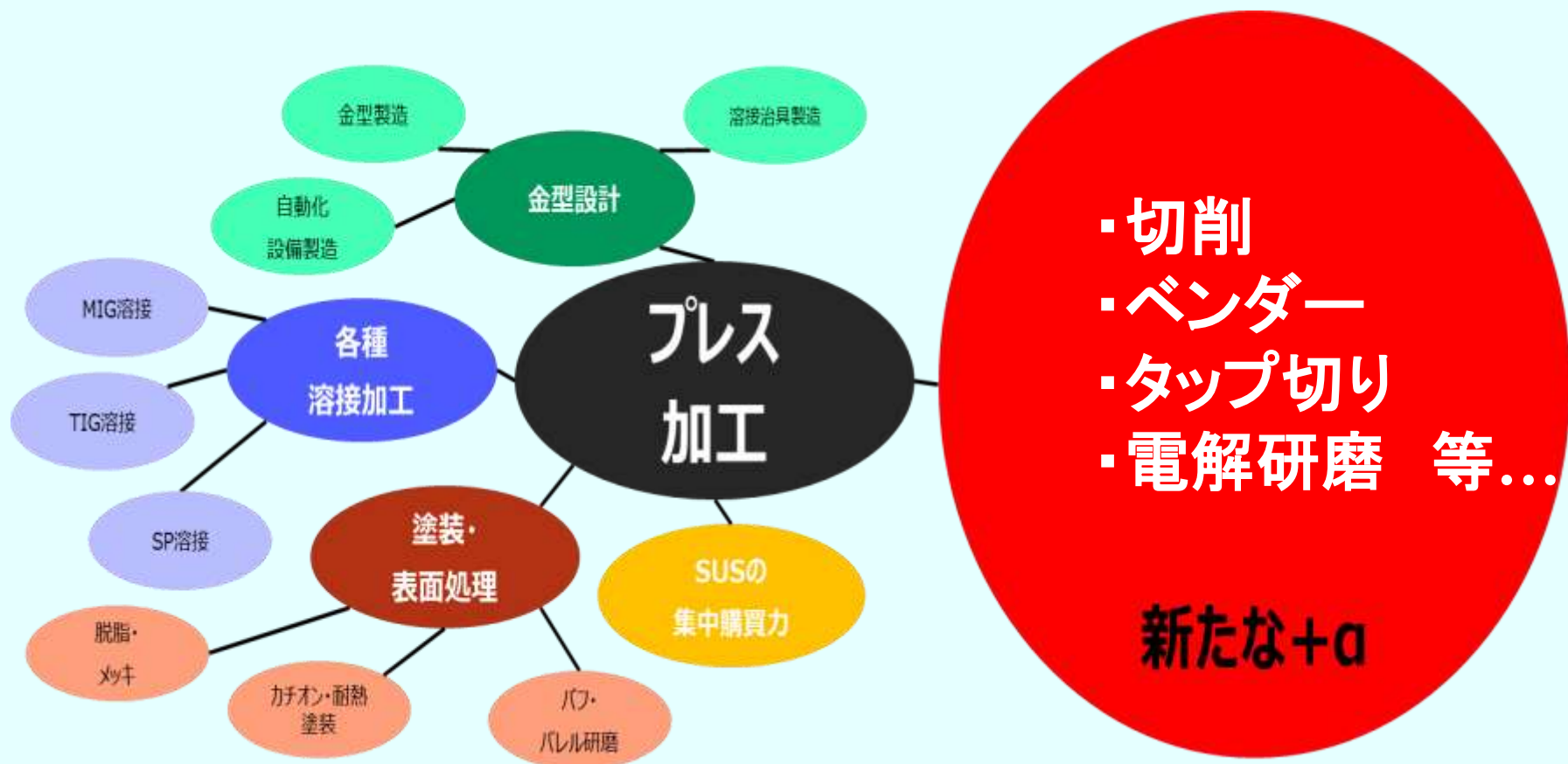


設備情報はこちら



# 協業企業様募集中

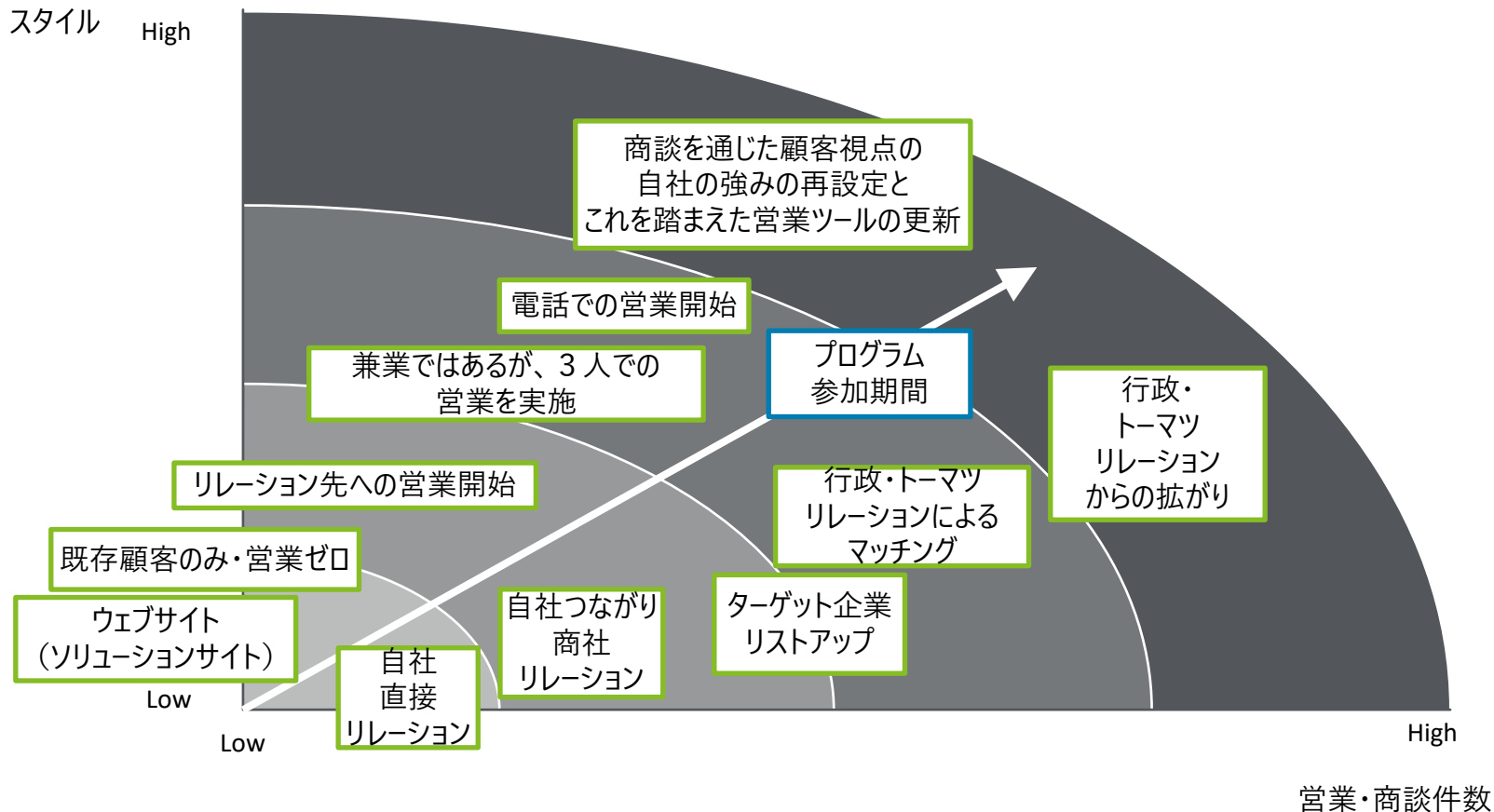
ソリューションの幅を広げる+αとして、新たな協業企業様も募集しております。



経営層と実務者の3名がチームとなり、建築金物業界での顧客獲得に結びつけるために走りつづけられた行動力が素晴らしかったと思います

## 河村工機製作所様と進めた現状打破戦略

社内営業人数・  
スタイル High



受注や協業の件数を上げるためには、打席数を増やす必要があり、そのためには職員数、営業回数×チャネルを増やすことに加え、マッチング支援者も増やすことが可能です

顧客/パートナー探しやマッチングを円滑に進めるTIPS

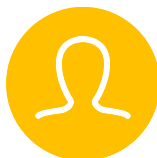
事業者

担当職員数  
×  
営業回数  
・  
ウェブサイト



商社など

商者数  
×  
チャネル数



行政・金融機関・  
支援機関等

機関数  
×  
施策数  
×  
チャネル数



顧客



シンプルな説明資料であれば、社員全員が営業できる可能性があります

ウェブサイトを検索する顧客もあるため、頻度よく更新することも重要です

補助金等については、同一事業につき、同一組織（例：県同士、国同士）からの助成受領は認められていませんが、マッチング、紹介等は特に制限がないことが多いです

# ご紹介



ソリューションサイトにて  
弊社の製品・技術を公開しています。  
ぜひご覧ください。

**本日は是非名刺交換をお願いします！**

連絡先 (株)河村工機製作所  
経営企画室 藤本 啓太  
TEL:052-621-8111  
Email:k-fujimoto@kawamurkaki.co.jp

連絡先 (株)河村工機製作所  
経営企画室 井谷 匠吾  
TEL:052-621-8111  
Email:somu@kawamurkaki.co.jp

連絡先 (株)河村工機製作所  
経営企画室 横井 雄紀  
TEL:052-621-8111  
Email:somu@kawamurkaki.co.jp