

平成28年度 大同大学卒業研究
愛知ブランド企業(株式会社 技研システック様)広報企画

新規開拓に向けたブランドタグラインのご提案

2017年2月7日(火)

大同大学 情報学部情報デザイン学科
メディアデザイン専攻 上岡ゼミ
D13078 三橋優磨

超生産技術の創造的頭脳集団

※HPより抜粋

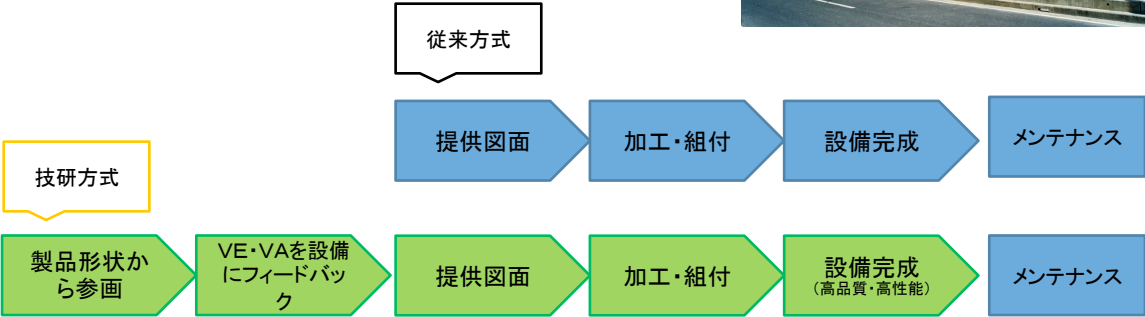
【概要】

昭和40年創業の生産設備メーカー。
主にトヨタ自動車関連の企業と取引をしており、自動車産業を支えている企業の一つ。
今までに4000台以上の設備を納入してきた実績のある企業様。



【超生産技術とは】

1: 製品形状から参画することでVE・VAを設備にフィードバックできる。
VE: Value Engineeringの頭文字(価値工学) 開発設計段階から行う手法。
VA: Value Analysisの頭文字(価値分析) 既存の製品に対して改善を行う手法。



2: 試作機を作り、お客様の要求事項を100%満たす。
お客様から試作部品を提供していただき、実際の製造工程に近い条件で最適化された試作機を製造し問題点を洗い出します。
独自の製造工程により、お客様がお求めになる条件を解決するとともに低コストで高性能、高品質な設備造りに日々挑戦してます。
この際構想図として常に2～3案をお客様にご提案が出来るアイデア力を技研システック様は持ち合わせています。

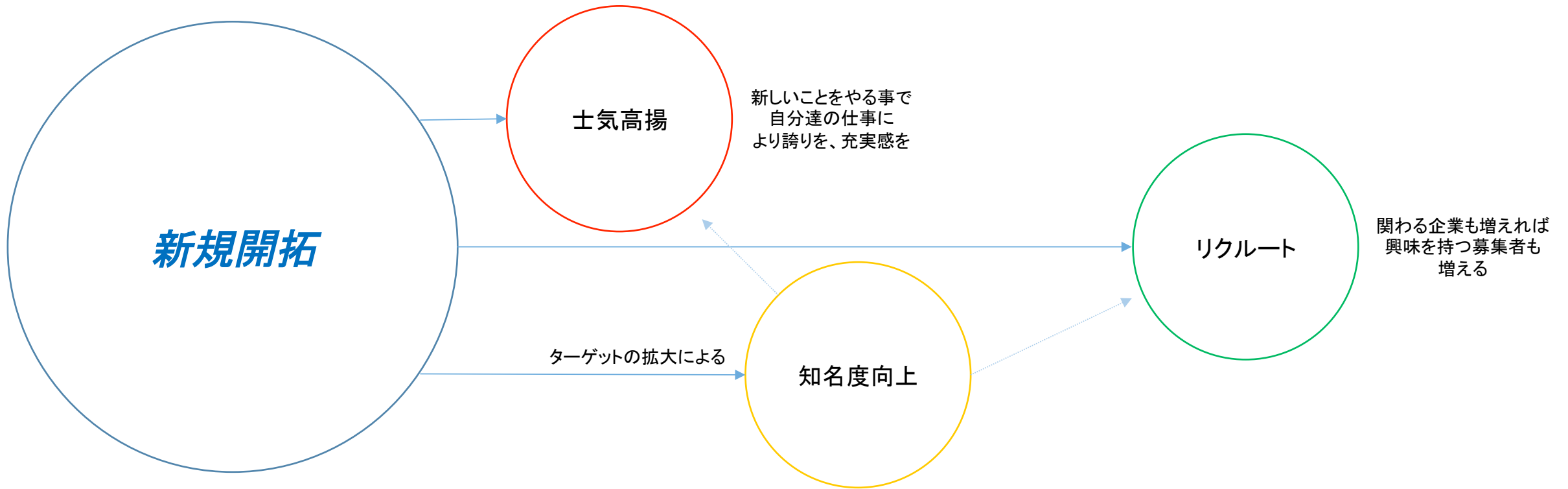
0から製品を考え、作り上げられる技術力、
多くのアイデア(構図案)と挑戦(試作機)でお客様に
より良い設備を提供できる。
これが超生産技術。



ブランドタグライン検討について

(株)技研システック様はどう新規開拓をするか、どのようにして社員士気の高揚をしていくか、企業知名度の向上の為にはどうしたらよいか、リクルートではもっと良い方法は無いかなど、様々な課題を抱えていました。

私は新規開拓を解決すれば士気の高揚、知名度、リクルートなど他の課題にも間接的に効果が出ると考え、新規開拓の際にまだ技研システック様を知らない新規開拓ターゲットに「技研システックはこういった企業です。こういったことが出来ます。」というのが伝わるツールとして「ブランドタグライン」を考えようと思いました。



ブランドタグラインを作る利点

そもそもブランドタグラインとは世の中に対して、
その企業やブランドが持つ感情面と機能面の優れた点をわかりやすく伝えるための表現です。

ブランドタグラインが明確だと、遠回しな説明も必要ないですし、
長々とその商品の良さを語り続ける必要もなくなります。

【実際企業にあるブランドタグライン】

『都会のオアシス』 ルノアール

都会という息が詰まる環境の中でもルノアールはオアシスのようにゆっくりとくつろげる場所、環境を提供しますよという意味合いが読み取れる。

『うまいすしを、腹一杯。』 スシロー

企業のあり方をダイレクトに表現している。お値打ち価格でたくさんの美味しいお寿司を食べることが出来ますよと素直に感じ取れる。

『やっぱり、イナバ、100人乗ってもだいじょーぶ』 稲葉製作所

この会社の商品ってそのくらいに頑丈なんだな！と、想像しやすく印象に残るブランドタグライン。

新規開拓に向けた、自社提案価値のワード化(企業の強みを言葉にする事)

ターゲット属性

- A. 既存顧客への既存商品(技術)
- B. 既存顧客への新規商品や新規部署(技術)
- C. 新規顧客への既存商品(技術)
- D. 新規顧客への新規商品や新規部署(技術)

(B) 既存/新規	(D) 新規/新規
(A) 既存/既存	(C) 新規/既存

← ターゲット属性

課題

- 1. 新規市場との接点(業種は？業界紙や、固有メディアは？)
- 2. 価値ワードからブランドタグライン開発へ
- 3. ブランドタグラインの根拠

研究資料：新規市場との接点（業種、業界紙誌、イベントなど）

従来顧客

『業種』

- トヨタ自動車(株) (自動車生産販売)
- 日野自動車(株) (商用車生産販売)
- (株)デンソー (自動車部品メーカー)
- (株)東芝 (電機メーカー)
- (株)不二越 (マシニング、ロボット、機能部品、マテリアル事業)
- (株)東海理化電機製作所 (輸送機器／機械／半導体・電子部品)
- ダイハツ工業(株)
(自動車重要保安部品・各種機器及びその部品の製造販売)
- 愛知製鋼(株) (鋼材、鍛造品、電磁品の製造と販売)
- アイシン・エイ・ダブリュ(株)
(オートマチックトランスミッション、カーナビゲーションシステム、製造、販売大手自動車 部品メーカー)
- 東海ゴム工業(株)
(防振ゴム・ホース等自動車用部品)
- リンナイ(株) (金属製品)
- キヤノン(株) (電気機器)

<自動車・部品生産(金属/ゴム)、電気機器、機械・機械部品、金属鋼材、システム>

【関連業界紙一覧】

- ・自動車産業レポート
- ・日刊自動車新聞
- ・金属産業新聞
(2016年後地域ねじ協会交流大会IoTやスマートファクトリー課題へ。)
- ・NIKKEI Robotics
- ・ベアリング新聞
(IoTで製品管理 メンテナンス費用を削減) など

しかし、そこに技研システック様に関する掲載記事無し。

【展示会】

メカトロテックジャパン2015

(デンソーブースに協力出展)

2015国際ロボット展

(デンソーブースに協力出展)

メッセナゴヤ2015

(自社出展)

技研システック様は去年の展示会に一度出展したのみで特に業界紙やメディアに自社の情報を載せたりなど **広告的活動をあまりしていない現状。**

その他ものづくり企業のメディア等

【製造業向けイベントまとめサイト】

- ・Expo TODAY
- ・コスモブレインズ公式ブログ など

【関わっていないメディア】

- ・cluez(クルーズ)
製造業向けの製品カタログ無料ダウンロードサイト

- ・ FOCUS-M(フォーカスエム)
企業が対象ユーザーのニーズに合わせた広告訴求を可能とする業界特化型のインターネット広告配信サービス。

【他のものづくり企業 業界紙】

- ・aperza(アペルザ)

- ・月刊「溶接技術」2016年12月号より
【特集】IoT時代の溶接・接合プロセス
溶接をつなぐIoTへの期待
青山 和浩(東京大学)
IoTで変革する社会とモノづくり つながるモノづくりに向けた日立の取り組み
堀水 修(日立製作所)
大型鋁山機械生産工場における溶接職場の見える化推進
松本 泰一(コマツ)ほか
音響解析技術とIoT技術を活用した設備機器への予防保全の取り組み
北村 唯夫(NTTデータ)ほか
溶接機の進化とIoTへの取り組み
西坂 太志(ダイヘン)
海外レポート／わが社のIoT化への取り組み
フィリピンでのCADデータ作成で「つながる化」を実現／小池酸素工業IoTソリューションでのものづくり
など

→ **その他展示会や勉強会など広告への展開先候補は多くある。**

新規市場

『業種』

- 株式会社青山製作所 (ファスナー企業)
- 東洋ファスナー株式会社 (ファスナー企業)
- 新日本ファスナー株式会社 (ファスナー企業)
- 株式会社IHIジェットサービス (航空機部品製造業)
- 株式会社高澤製作所 (船尾装置・船舶機器総合メーカー)
- 株式会社東都ラバーインダストリー (ゴム製品製造業) など

<ファスナー、航空機・航空機部品製造業、造船・造船部品製造業、ゴム製品製造業>

ファスナー企業は展示会メッセナゴヤ2015で出展した2Dセンサーによるピッキング技術が注目され現在実際に新規市場になった業種です。

従来のパターンマッチングで部品を検知してピッキングしていましたが、ゴムのような柔らかい素材だと変形してしまい、たまにピッキングに失敗することがありましたが、この2Dセンサーピッキング技術によって変形する素材を扱う企業、変形する部品でなくても、同じ形だけでも高さが違うような部品のピッキングが必要となる企業への参入を主に考えています。

『想定しているターゲットの特徴』

・人手が足りない、生産稼働時間などで困っているものづくり企業

・やりたいことはハッキリしているがそれをどう実現するかが分からない、悩んでいるものづくり企業

・製造ラインで扱いたいものが従来の機材では扱えず困っているものづくり企業

研究資料から考えられるプロセス

1. 今までに関わらなかった企業が扱う業界紙、メディアへ広告を出す。

2. 広告を出す際、想定しているターゲットに響くタグラインを考える。

3. 響くタグラインを作るために技研システック自身の企業価値(魅力)を考える。

4. タグライン製作

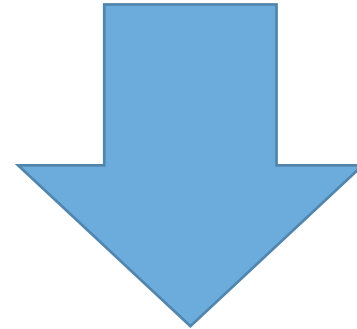
技研システック社の企業価値 ～今までとこれから～

今まで

自動車は私達人類の移動手段を
飛躍的に快適なものへと変えた偉大な発明です。
人数や用途に合わせて様々な種類があり、
ニーズに応えてきました。
今やプライベートでも仕事でも自動車という存在は
全世界共通に欠かせない頼りになる存在といっても
過言ではありません。
(株)技研システック様はTOYOTA自動車関連企業で、
そんな頼れる自動車の部品を製造するための
“頼れる”設備を生産している企業です。

これから

人類も自動車も企業も日々新しい挑戦や試みがあり、
進歩していきました。
(株)技研システック様も新しい取り組みとして、
保有している独自の強みを用いて今まで関わる機会がなかった
他の業種・企業様へも手助けをしたいと考え、
より“頼れる”企業として歩みだそうと考えてます。



企業価値ワード “頼れる”
から
ブランドタグラインへ

株式会社 技研システック様が “頼れる” 設備メーカーである裏付け

株式会社 技研システック様には **他社が「なるほど！」と唸る理由** がある！

(1)技術力

積み重ね技術により、正確で無駄の無い動きの設備を実現
最新のセンサー技術とロボットの組み合わせで、今まで難しかった部品のランダムピッキングを実現



(2)人間力

1人1人が、知恵と工夫により、シンプルな方法で難問を解決
グループ作業で、少数先鋭作業を実現



(3)粘り強さ

他社で断られた案件にもまずはやってみるという精神で挑む姿勢
プログラミングでは数多くの過去データを貯蔵し、難題にも様々な解決への糸口を見つける努力



お客様の
問題を解決

エビデンス(証拠・根拠)

技術力

失敗しない溶接設備

部品材質の塑性変形を予測し、溶接順序を教示する。大物、長形、板厚がある部品の溶接は、溶接順を間違えると歪が起きてしまい、部品制作を失敗する。「経験」、「予測する能力」のどちらかがかけても実現できない。

特殊技術を使った設備

自動車の排気部品を「しぼり」技術を使って特殊な形状に。筒の端の部分を高速回転でしぼり加工。



人間力

設備の小型化

狭い空間で複数台のロボットを使うのは、接触のリスクがあり、高速作業が難しい。設備作りのノウハウが詰まった「引き出し」から必要な技術を取り出し、ロボットの特性をよく分かっている技術者が知恵を絞って、設備の小型化と高速作業の両立を実現した。

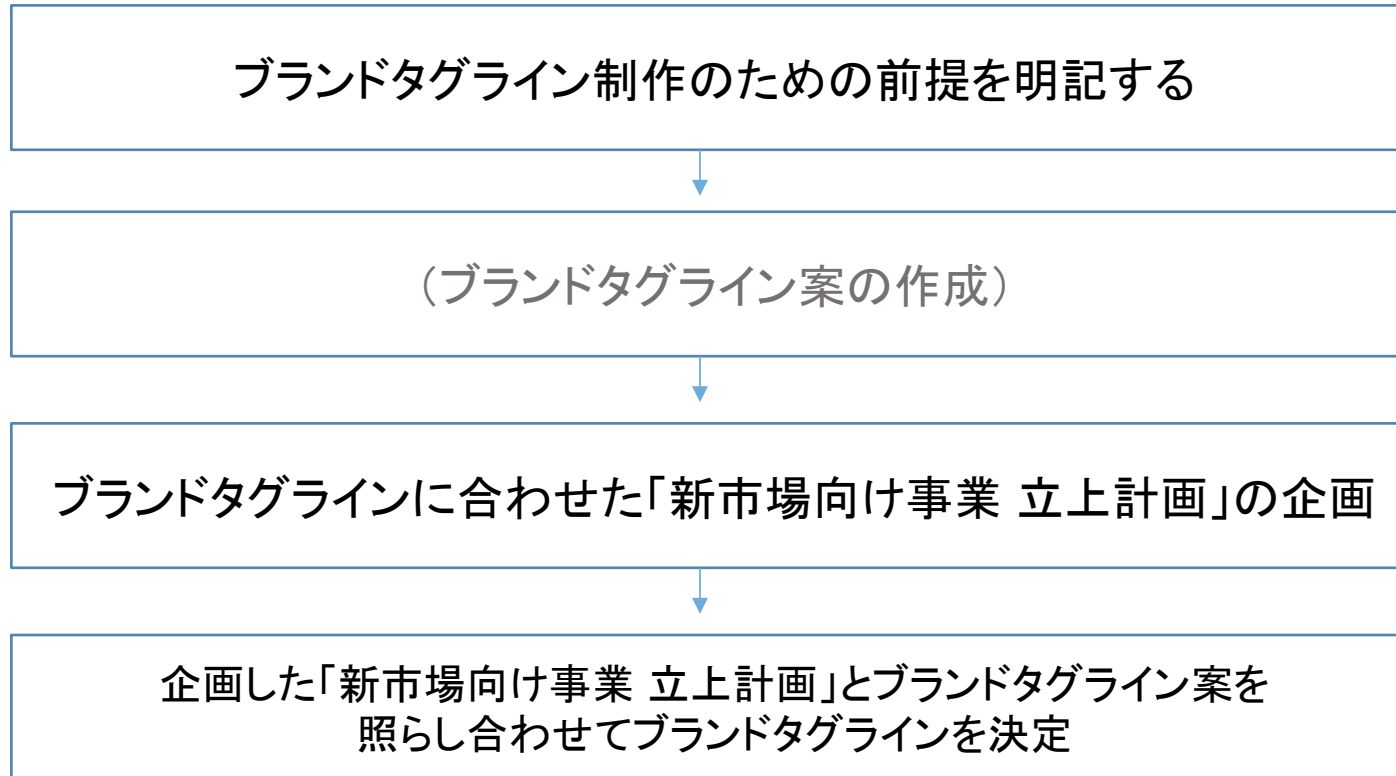
粘り強さ

人からロボットへ ～ センサー技術の駆使

従来、お客様の生産ラインで、どうしても人が必要だった難しい作業を自動化。

- a. ロボットは、ランダムに置いた部品の「山」から、1個ずつ拾い上げる作業が苦手。
生産ラインでは、部品を次工程へ流す前に、人がパーツフィーダーに整列させる手作業をしていた。
- b. 今までの蓄えた過去のデータや粘り強く突き詰めることによって人が目視でやっていた部品の品質検査を、センサー技術で解決。
合格・不合格の基準が数値化され、品質の安定化を実現。

ブランドタグライン決定までの流れ



世の中も企業も製品も常に未来に向かって変化していきます。
ブランドタグラインはその時の企業のあり方を明確に指し示す為に、
ブランドタグラインによるメッセージだけでなく今後の「新市場向け事業 立上計画」も必要になり、
ブランドタグラインが「新市場向け事業 立上計画」に沿っているか検証していく必要があります。

ブランドタグライン制作の前提

(株)技研システックとは？

“頼れる”設備を製造している企業

- ・ターゲットから求められる姿とは？

他社が「なるほど！」と唸る存在。

- ・目的は？

超生産技術でお客様の様々な問題を解決したい。

- ・時代背景は？

市場の変化に応じて経営革新を進め始めた製造企業。

※2016年版ものづくり白書(PDF)より一部抜粋

ブランドタグライン案

A: 自社の強みを活かしたメッセージ

答えは『ムカラ』 株式会社技研システック

“無から”製品を作り上げられる強み

ムカラサーチ 株式会社技研システック

“無から”製品を作り上げられること、解決策を見つけられる(サーチ)こと

抱えた「無理」を解決へ繋ぐ 株式会社技研システック

相手が抱えた無理難題に挑み解決できる強み

「出来ない」が出来ない職人集団 株式会社技研システック

無理だといわれているものでも「まずはやってみる」という精神で取り組む技研システックの取り組み姿勢

「見捨てる」ことを見捨てない技術集団 株式会社技研システック

上記の出来ないを見捨てないに置き換え

↓ 該当箇所

※ブランドタグラインは【〇〇〇〇〇 株式会社技研システック】

A: 自社の強みを活かしたメッセージ

金の成る“機”の作り方 株式会社技研システック

金には様々な意味を持ち、時は金なりや将棋の金による格言など時間や手段、解決の要であることを指す金を作り上げる設備を提供できる。

「カネのナるキ」の作り方 株式会社技研システック

上記と意味は同じ、漢字をカタカナにしてソフトな表現に。

「無理」が技術の金字塔 株式会社技研システック

無理と頭を抱えた案件が技術を進歩させ、それで多くの強みを培ったことを表現。

「無理」が支えた億単位の超技術 株式会社技研システック

今まで関わった設備が製造に関わった数億台の車を支えてきたこと。

「無理」の一声から夢の生産設備が生まれる 株式会社技研システック

お客様が無理だ！と諦めかけた案件で今までそのニーズに応え理想の設備を作り上げた、作り上げることが出来る強みを表現。

B: 貢献効果を活かしたメッセージ

イチ押し頭痛特攻役 株式会社技研システック

企業の設備問題で頭が痛いと思うところによく効く技術があるということを頭痛特効薬とかけた表現。

お悩みを楽しみへ 株式会社技研システック

困っていることを解決し、こんなことも出来るようになるのかと気持ちを変えて生きたいことを表現。

モヤモヤをワクワクに 株式会社技研システック

上記のお悩みと楽しみをオノマトペに置き換え。

「困った」を“価値”へ還元 株式会社技研システック

困った案件を解決し、それがより良い利益のあるものへ作り変える。

「困った」から“価値”を生み出す 株式会社技研システック

上記言い換え。

検討した末に決まったタグライン

「無理」の一声から夢の設備が生まれる 株式会社技研システック

しかし、ブランドタグラインとしてこのままでは長いのと、
より良い表現を見つけたいと考え以下の改正ブランドタグライン案をご提案

シンプルによりコンパクトに、よりスッキリさせました。

A:「無理」の一声を夢の設備へ 株式会社技研システック

夢の設備理想の設備は無理の一声からですよ。という、今までの逆説パターンにしてみました。

B: 夢の設備は「無理」の一声から 株式会社技研システック

反語を取り入れることで、より言葉に壮大さを持たせてみました。「無理」以外の言葉で悩んでいる相手企業様を指し示してみました。
実際「こうしたんだけどどうしたらいいか分からない」と悩みを持ちかけられていることを参考に。

C: 創造します。「こうしたい」夢の設備を 株式会社技研システック

「無理」の一声から夢の設備が生まれる 株式会社技研システック

再検討した末に決まったタグラインは

創造します。「こうしたい」夢の設備を 株式会社技研システック

に、決定となりました！

タグライン使用例(1)

金属産業新聞 掲載例
(一部実際のページと違いがあります。)

ねじ(ボルト・ナット)・ばね(スプリング)の業界新聞。

キンザン 金属産業新聞

ホーム ねじニュース ばねニュース 出版物のご案内 新聞の購読

文字サイズの変更 小 中 大

ホーム > ねじニュース > 記事

☐ ウェブ ☒ サイト内

ねじニュース

いいね! 0 シェア ツイート

株式会社 技研システック ねじ業界に向け設備販売

創造します。「こうした」夢の設備を

愛知県尾張旭市井田町にある、生産用機械器具製造業。今まで主にトヨタ自動車関連の企業に納入の実績がある企業。独自のセンサー技術にて注目を浴びた。今までのノウハウを活かしつつ、これまでと違う新しいファスナーやねじ製造企業など様々な問題を抱える企業への設備販売に取り組んでいます。



(株)技研システック本社



キンザン 電子版 3カ月試読 無料キャンペーン!

お申し込み



時社説 読む 評

紙面の紹介

- ▶ 今月の1面を見る
- ▶ 紙面構成
- ▶ 創刊当時の紙面



ワシタッチで締結 クイックジョイント



デンデンボルト (ロットボルト)



6月1日はねじの日
Nut's Day June 1



キンザン 金属産業... 271 likes
Like Page

ブランドタグライン

タグライン使用例(2)

CLUEZ 掲載例(一部実際のページと違いがあります。)



[▶ おすすめ情報](#) [▶ 特集](#) [▶ 業界ニュース](#) [▶ 企業検索](#) [▶ 製品検索](#) [▶ カタログ検索](#)

TOP > 業種から企業を探す > 生産用機械器具製造業 > 金属加工機械製造業

[+ 生産用機械器具製造業に戻る](#)

企業一覧



株式会社 技研システック

創造します。「こうしたい」夢の設備を

愛知県尾張旭市井田町にある、生産用機械器具製造業。今まで主にトヨタ自動車関連の企業に納入の実績がある企業。独自のセンサー技術にて注目を浴びた。今までのノウハウを活かしつつ、これまでと違う新しいファスナーやねじ製造企業など様々な問題を抱える企業へ…



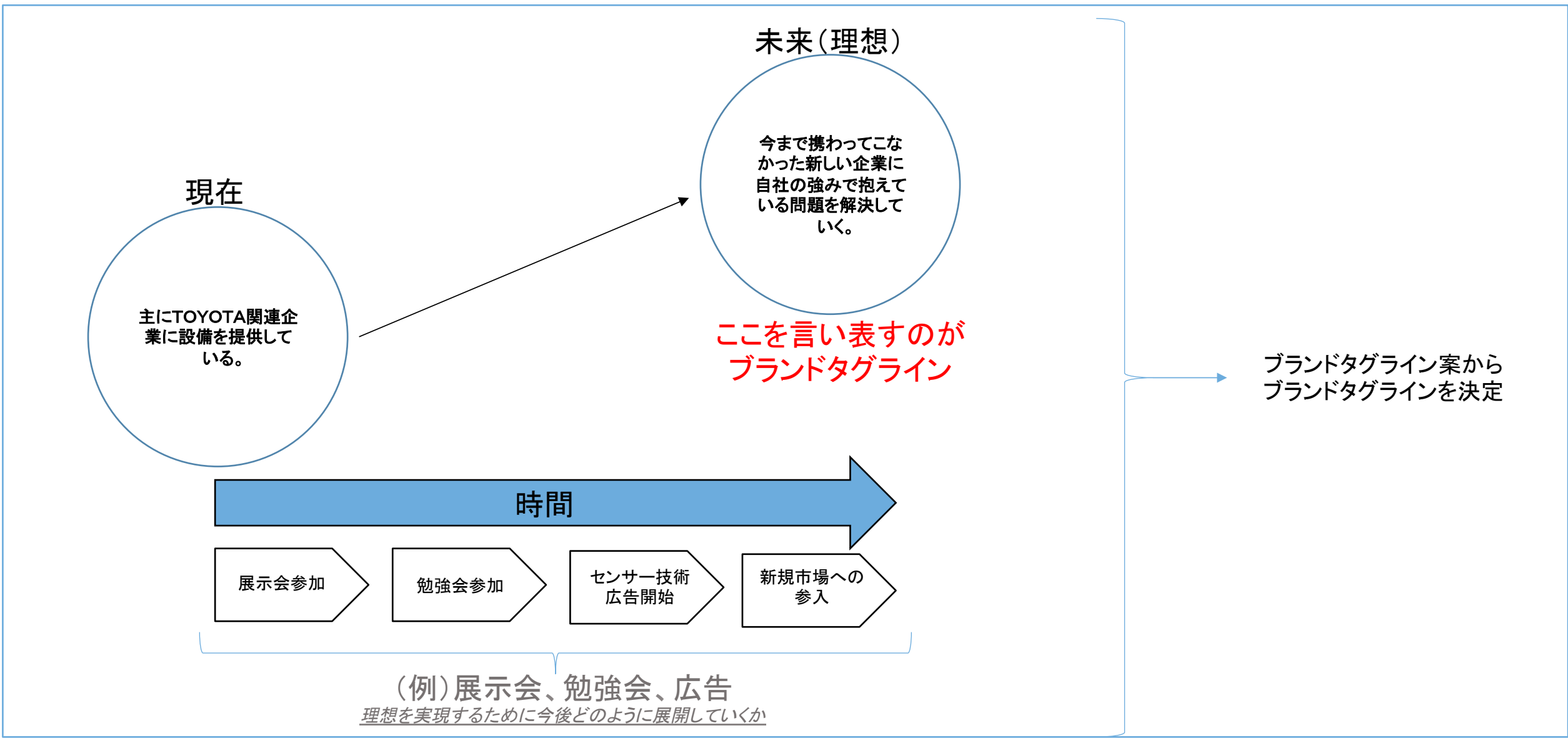
宮川工業株式会社

開発機械メーカー

今、世界中の産業社会は、激動する国際経済のなかにあって企業の安定成長に対処すべく、一層の努力を迫られております。こういう経済環境にあたって、私共は、創業以来64余年にわたり蓄積した技術とノウハウを礎に、高精度、高性能をめざした多軸アタッチメント…

ブランドタグライン

タグラインに合わせた「新市場向け事業 立上計画」



今回のタグラインに合わせた「新市場向け事業 立上計画」内容

現在 未来(理想)			
2017年 準備	2018年 宣伝	2019年 営業・受注	2020年 実績
4P見直し	媒体の検討～実施	受注に向けた対応	製作・納入
製品： 標準化及び オプション等検討 価格： 価格帯決定 広告： ブランドタグライン決定 商品である設備を見積もりやすく、 ターゲットが商品を検討しやすいように 分かりやすい工夫をしていく。	業界紙への広告掲載 展示会への参加 今まで以上に外部への情報を発信していく。 広告を出して積極的に自社を売り込んでいく。	引き合いへの対応 取引成立 新しい企業への営業。 取引成立までの対応をしていく。	製作～納入 客先にて 据付～稼動

研究を通した感想

この約1年、私は2つのものづくり企業様について研究してきました。
最初は企業様の名前も聞いたことも無く、どんな企業でどんな事をしてきて、
私たちの生活にどう絡んでいるのかまったく分かりませんでした。

訪問前にそれぞれの企業様を下調べをして、どんな事をしてきた企業様で
どんな強みがあって、どんな商品で社会に貢献していることをまとめ、その時
一度自分の中でそれぞれの企業様のイメージを確立しました。
「おそらくものづくり企業は生産ラインによる機械による自動生産をしていて、
基本的に生産設備の前で社員の方々が作業をしているのかな」、
「働いている社員の方々同士の繋がりも薄いのかな」、
「中小企業ってぱっとした独特な強みや特徴が薄いのかな」など、
正直その時まで自分の偏見や今まで関わったことの無い分野の知識不足もあって、
良いイメージを持つことや魅力をあまり感じ取ることが難しかったです。

しかし、実際に企業様へ訪問をさせていただき、
現場を見て、働いてる方の声を聞き、今までの**イメージとの大きなギャップ**を感じました。
大掛かりな設備や機械を手作業で製作していたり、
特に技研システック様の場合ですと、とりあえずやってみる精神で職人気質な社風。
より多くの企業に自分達の技術を役立てていきたいという強い思い。
言葉で言いにくいのですが個人が部分的な仕事しているのではなく、
全体の仕事へ直接関わっており社員一丸となって案件に取り組んでおり
とても強い連帯感を感じたことです。
今回の研究では特にこれらの実際の現場から感じたことが強く反映され、
ブランドタグラインを考える上で大きなヒントとなりました。

私はこの研究を通してまだ知らない企業、仮に知っている企業でも一度下調べをし、
実際の現場を見聞きすることの重要性を体感し学べることが出来ました。

特に近年はインターネットの普及もあり、何かを調べることは容易になりましたが、
それだけで終えてしまうことが多くなった気がします。しかしながら、
調べたいこと知りたいことの本場へ足を運ぶこと、話を聞いたりすることも難しい場合も多いです。
なかなかそういった機会に恵まれないことも多いかもしれませんが、
もし現場へ訪問できた場合は沢山の自分の想像と違うところや、感じたことを大切にし
これからの生活に活かして生きたいです。

