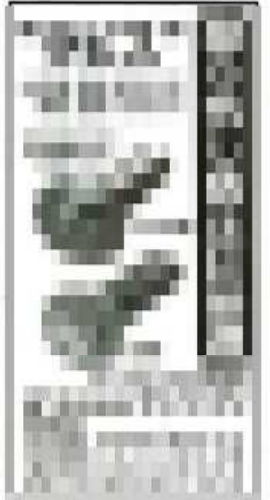


金属産業新聞

発行所
金属産業新聞社
東京都港区西新橋 3-23-6
(白川ビル内) 〒105-0003
☎ (03) 3433-6813
FAX (03) 3433-5605

関西支社
大阪市中央区玉造 1-2-36
(大阪農高ビル) 〒540-0004
☎ (06) 6762-3217
FAX (06) 6762-3297

購読料1万円15,000円(税別)
発行 週刊(月曜日)



徹底し、国内では早い時間帯の注文や在庫等の条件が揃えば、当日に出荷も可能となっている。

ネット通販が普及している昨今でも、カタログ通販を存続するのは幅広い媒体での情報提供を方針とし、カタログを見てネット注文、通販サイトを閲覧して電話・FAXで注文の事例から、2015年3月に発行した「ねじ」専門カタログでは、ねじ・ボルト・座金・ナットで約5万種、ロット(販売単位)・価格・出荷に必要な日数も明記している(掲載している品目は取扱い品目の一部、全品目は通販サイトで公開)。

取扱いアイテム数は既に800種を超えているが今後も増加させていく予定、その為に取引先・ユーザー等から情報収集しながら選定している。

おらず、価格問合わせ・入金確認の手間での問題もあつた。

2003年にはネット通販向けにカート機能を組込んだHP「neji.ya.net」(現在は2008年に開設した「neji.ya.jp」と統合を新設。その際問題となったのが価格設定で、不特定多数に対し

ねじ通販、各社の取組み

特集

800種の部品を取扱い

ミニミ 製販兼ねて世界で展開

(株)ミニミグループ本社(東京都文京区、大野龍雄社長)は1963年に金型部品の通販を業務として創業。2005年には駿河精機(東京都港区)を吸収合併して製販兼ねた体制となり、大量の標準品(規格品)から一単位の特注品(特注品)まで品目数800種以上の部品取扱いでアジア(北東アジアから南アジア)・ヨーロッパ・アメリカ(北米・中米)で事業展開。製造業の現場を支える事を通じ、世界中で貢献を目指している。

同社は金型部品事業(部品)、FA(ファクトリー)部品、プレス金型(取扱商品はプレス金型リーオートメーション)、計測機器、VONA事業(同、メカニカル部品)、用標準部品、プラ用標準事業(同、FA用メカニカル部品)を展開している。

(中村商会(東京都葛飾区、中村俊雄社長)は1980年に創業し、実店舗を構えて店頭や配達で販売もする「町のねじ屋さん」。しかし中村社長は「先見の明」で1990年代半ばには販売管理でパソコンでのシステム導入とホームページ(H.P.サイト)を開発した事をきっかけに、2000年という早い時期から電話等での商品購入の際に参考として閲覧できるようにネット上で商品を公開。2003年から本格的にネット通販を開始しているが、ねじという品目数の多い商材に対し、今まで地道なデータ入力を行ってきた。

「が就活用HPを開発する程度で1996年。中村社長はネットの将来性を予見し接続環境を整えながら、98年に同社へ入社した息子の中村勝博氏(現・専務)をIT担当に任命し会社紹介用のHPを98年に開設。当時の中村氏はねじの知識が少ない事を知り「分から

ねじ・ボルト・座金・ナット、配線部品、制御部品、PC部品、切削工具、生産加工用品、梱包・物流保管用品、安全保護・環境衛生オフィス用品と、3つの事業部門で幅広い製品を製造・販売する体制を構築し、需要がある・あると思われ部品を常に追加しながらラインナップを拡充。ねじは



あらゆる製造業で使用される為重要と考え、取扱いを始めた。

国内では東日本流通センター(神奈川県)、西日本流通センター(兵庫県)、(株)駿河生産プラントフォーム(静岡県)等海外では50カ所に営業拠点を構え、国・地域毎に事業展開をネット上でもサイト運営。確実・短納期で提供するため、組織・設備の運営・管理体制を

「価格公開する事は、プライスリーダーとして、相場を作り、ひいては業界に影響を与える為、B to B・B to Cどちらから「適正」と思われる設定に苦慮した。

現在もネット通販で重要なのは、データベース管理。アイテム数は、98年は2000品目だったのが4年程経て4000品目、現在では1万1000品目まで増加。種類が多く常に増えていくねじ・工具類を取扱う為の地道なデータ入力作業は、社内で行うにも外部に発注するにも手間・コストは必要で、簡単にサイトの立ち上げは難しい。さらに品目数が増える程、閲覧時に「欲しい・必要なもの」が見つかり難く閲覧者は流し見しているのではなく「何かを必要としている」事を想定し、検索システムや「ジャンル分け」も重要となる。

ネット通販に「先見の明」

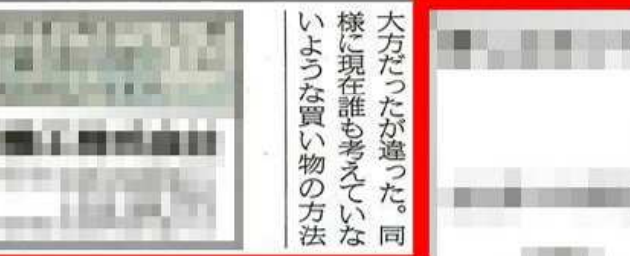
地道なデータ入力でHP構築



中村専務は「約20年前にネット通販が普及し始めた頃は、『買い物に車で行く時間も走らなければならぬ』という見方が、日本では普及しなかった」と話すが、主流になるかもしれない。今普及しているネットに限らず、次の波を敏感にキャッチするアンテナを張っておく事も重要」と話す。

「コストダウンに繋がった。一方HPから直接購入申込みする為の「カート機能」がまた普及して

「が、主になるかもしれない。今普及しているネットに限らず、次の波を敏感にキャッチするアンテナを張っておく事も重要」と話す。



大方だったが違った。同様に現在誰も考えていないような買い物の方法

通販のみでの経営方針

女性が活躍できる職場



員5名とパートで、男性スタッフは3名、女性スタッフは2名。佐々木社長は「人材集めも重要だが、人材の運用方法はそれ以上に重

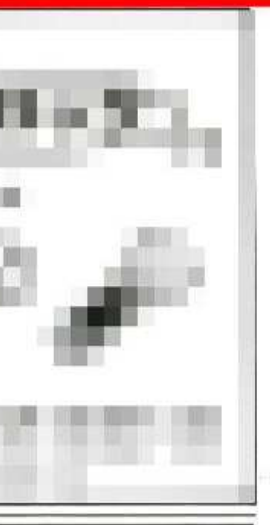


線の買い物上手なアドバイザー」を行う等の気配りが好評となっている。

さらに残業・業務過多を出来る限り防止し、子育て中の女性スタッフも多く、子供の体調不良等で現場を離れても互いに

「が、主になるかもしれない。今普及しているネットに限らず、次の波を敏感にキャッチするアンテナを張っておく事も重要」と話す。

大方だったが違った。同様に現在誰も考えていないような買い物の方法



「が、主になるかもしれない。今普及しているネットに限らず、次の波を敏感にキャッチするアンテナを張っておく事も重要」と話す。