

大手メーカーの開発設計者にインタビュー サプライヤーの探し方と選定基準

技術マーケティングで日本の製造業に追い風を



TECHNO-PORT Inc.

テクノポート株式会社



インタビューの紹介

	インタビュー1	インタビュー2	インタビュー3	インタビュー4
業界	自動車(Tire1)	精密機械のメーカー	医療機器関係	家電(OEM)
企業規模	売上 約5,000億円 社員数 約5,000人	社員数 約1,000人	売上 約9,000億円	社員数 約3000人
担当	試作、量産 設計、開発	企画、設計	新製品の開発	企画、試作、量産
製造内容	金属部品 樹脂部品	自動給餌 自動給水器	新製品の開発	加熱タバコデバイス 音響機器 スピーカーの部品

質問内容

1. 外注先を探すシチュエーション
2. 外注先の探し方（Web、商社、展示会など）
3. Webを使うときの検索条件
4. ホームページの確認内容
5. 相見積もりの社数
6. 外注先を決めるときの決定者
7. Webのデザインや構成について
8. どのような企業は選ばないのか
9. 特化している系、何でもできる系、どちらがいいか
10. SNSは見るか

1. 外注先を探すシチュエーション

既存のサプライヤーで対応できないときに探すケースがほとんどのようです。
 量産の場合はコストを重視し、試作の場合は技術を優先することが多いようです。

	外注先を探すシチュエーション
インタビュー1 自動車(Tire1)	量産品の場合 既存のサプライヤーで対応できなかったり、コスト面などに折り合わないときに設計主体で動くときが多いです。 最終決定は購買が行います。 試作品の場合 治工具は一点ものなどの製作時にも外注先を探します。その場合、値段よりも精度や納期が大切です。 粗悪な治具だと評価がやり直しになるため、技術力の高い企業を探します。 普段から探しているというよりも課題を解決する必要が出たときに探し始めます。
インタビュー2 精密機械のメーカー	新規の開発をするときです。既存の取引先だと作れなそうと思ったときに外注先を探し始めます。 常に探しているわけではなく、必要が出たときに探します。
インタビュー3 医療機器関係	新しい加工が必要で、自社の技術が使えないときに外注先を探し始めます。 常に探しているわけではなく、既存の協力企業で作れないときに探すときが多いです。
インタビュー4 家電(OEM)	企画レベルのときに探し始めます。世の中にないものを作っているときは素材メーカーから探し始めます。 情報収集などは日常的にもしています。先行開発だと課題解決方法から、設計開発だともう少し絞って調査します。

2. 外注先の探し方（Web、商社、展示会など）

自社の購買、商社、展示会などでも調査しますが、ほとんどの場合でWebを使用していました。
リーチを高めるためには、Webサイトはきちんと作りつつ、展示会への出展もするとよいでしょう。

	探し方（web、商社、展示会など）
インタビュー1 自動車（Tire1）	自社の調達部門、Web、取引のある商社、展示会を同時に探します。展示会は情報収集のみが多いですね。展示会でつながったケースは少ないですが、いいなと思う企業もいらっしゃいます。
インタビュー2 精密機械のメーカー	まずは購買部に問い合わせ、リストをもらいます。その後は基本的にはWebサイトで調べます。
インタビュー3 医療機器関係	医療機器関係だと作れるところが少ないので、横のつながりとWeb検索を併用しました。あとは、海外は展示会を探してもらったりします。
インタビュー4 家電（OEM）	量産するメーカーを探すときは実力を見たいので、タイミング次第ですが実際のものが見えるような展示会で探します。合わせて部品の商社からの紹介やすでに付き合ってるOEMの営業さんなどに確認します。 海外、大学の研究室を調査対象にするときはナインシグマさんなどの調査会社をお願いすることもあります。国内は自分たちでWeb調査も行います。

3. Webを使うときの検索条件

材料名、加工方法、ロット数、機能などを組み合わせて検索することが多いようです。
設備名や地域名で検索することは少ないとのことですので、開発設計者をターゲットにする場合は、前者のキーワードでSEOをするとよいでしょう。

	Webを使うときの検索条件(設備名、材料、製品名、規模など)
インタビュー1 自動車(Tire1)	金属の材料名(SUS304, 使う材料材料記号名) + 絞り、鍛造、切削、工法 で検索するときが多いです。 部品名も入れます。作りたいものに近いモノを探すときは画像で検索をすることもあります。 あとは「ISO9001」なども入れたりします。設備名や地域名での検索はほとんどしません。 メーカーに実績があるというようなタイトルやディスクリプションもちゃんと見ます。
インタビュー2 精密機械のメーカー	製造、加工、OEM、大量ロット加工、納品、一貫生産などで検索します。 ペット用品、自動給餌器、OEMに近い業種で探すときも多いです。
インタビュー3 医療機器関係	材料名(PTFE、チタン、タングステンなど)、加工内容(コーティング、切削、押出など)で検索します。
インタビュー4 家電(OEM)	断熱材、小型、軽量、〇〇モノマー(構造体の種類)、日本語、英語、中国語、韓国語、 既存の製品名、今使っている製品の特徴、ポリフィン系など、さまざまなキーワードで調査します。 最近ではChatGPTも活用して検索キーワードに当たりをつけます。 検索したワードの前後の文をみて、ちょっとひっきりそうであれば見る。

4. ホームページの確認内容（1/2）

最も重要視していたのは実績でした。

実績は製品実績、取引先実績を確認し、ISOなどはそこまで重要ではないとのことでした。

ただし、工場や検査室の様子、不良品が発生したときの対応実績などは確認したいそうです。

	ホームページの確認内容
インタビュー1 自動車（Tire1）	まずは実績です。過去どういったメーカーと取り引きしていて、どういったものを作ったのかを知りたいので、製品写真は必ず見ます。あとは会社概要ですね。歴史やISO、特に9001については確認します。会社規模は数十名だと小さいというイメージで、100名前後だと安心感がありますが、そこまで重要視するわけではありません。 強みのページについては技術力、例えば精度がどこまで出せるかなど書いてあると嬉しいです。 あと、工場の様子も見たいですね。工場を見れば大体のイメージはつくので、全体や検査室なども見たいです。
インタビュー2 精密機械のメーカー	実績が大切です。大手と取り引きがあるかどうか、何年前からあるかなどは結構気にします。「大手〇〇メーカー」とだけしか書いていないと少し不安になりますが、口頭で教えてもらえたら問題ありません。 品質や会社規模はそこまで気にしません。不具合が発生したときの対応力（サポート力）も知りたいですね。
インタビュー3 医療機器関係	実績と技術を見ます。特に、取り引き実績は大事ですね。ISOは気にしないというより、持っていて当然というイメージですね。 実績がなくても加工技術が高い場合は検討します。場所などは気にしません。
インタビュー4 家電（OEM）	実績と技術がメインです。それがないと問い合わせはしません。取引先や製品写真は必須です。性能のグラフやデータなどがあると助かります。先行開発の場合はISOは気にしませんが、量産段階に入ると気にすることはあります。帝国データバンクで調べるときもあります。

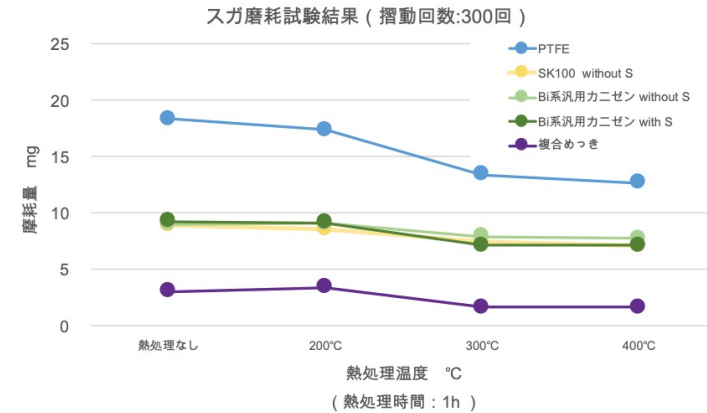
4. ホームページの確認内容 (2/2)

1. 製品実績は全体がわかるようにするとよい



出典元：株式会社外山製作所

2. 技術実績は実験のグラフなどがあるとよい



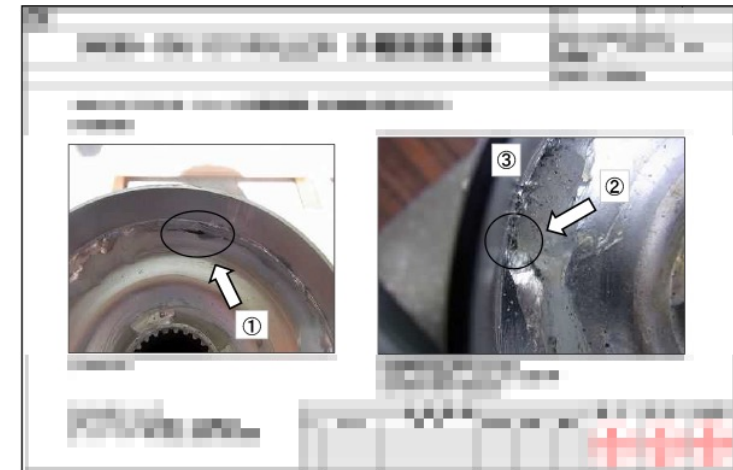
出典元：高木特殊工業株式会社

3. 工場内は何枚か掲載したほうがよい



出典元：有限会社 三裕工業

4. 不具合対応実績は丁寧に説明するとよい



5. 相見積もりの社数

相見積もりは必ず取るそうです。大体2～3社、多くて10社程度取るそうです。
コストも大事ですが、技術力とコストのバランスを見て決めるそうです。

	何社くらい見積もりを取るか
インタビュー1 自動車(Tire1)	2～3社取ります。 まずは量産は見積りをとって見積もり精度を確認します。そこで結構変わってくるので、明らかにコストが合わなければやめます。 その上で試作を頼む前提で試作見積もりをとります。複数社にものを作ってもらってから比較検討します。 ものを見ると技術レベルがわかる。試作で100個とか作ってもらって技術を確認します。
インタビュー2 精密機械のメーカー	10社くらいは見積もりをとります。その上で、一度工場を見せてもらいます。 重要視するのはコストと実績ですね。金額は結構ばらつくので、そのあたりをみてどこに発注するか検討します。
インタビュー3 医療機器関係	医療機器関係だと3～4社見つければいいんですが、結局1社2社に絞られてしまうことが多いですね。
インタビュー4 家電(OEM)	2～3社ですね。技術力を加味しながらどこにするか決めます。

6. 外注先を決めるときの決定者

最終決定者は購買になりますが、技術部の意見が強く反映されるようです。

	外注先を決めるときの決定者(自分、上司、チーム、設計、購買)
インタビュー1 自動車(Tire1)	問い合わせる前に調達、上司には連絡します。 最終承認は調達ですが、設計の希望は基本通ります。担当レベルでも押すときはある。
インタビュー2 精密機械のメーカー	設計の部長が確定して、購買は事務的に作業するのみですね。 設計の担当が部長に提案資料を作り、それをベースに部長が決定します。担当の熱次第で、部長が動くこともあります。
インタビュー3 医療機器関係	その技術について理解できる人間がGoを出せば、基本的にはGoになります。部長がその技術に精通していない場合は、担当の意見が通ることもよくあります。 購買は開発段階であればうるさくありません。与信を調べたりもします。
インタビュー4 家電(OEM)	品質保証の人間、技術トップ、調達と一緒に話をして決めます。 その中でも技術が強いことが多いですね。

7. Webのデザインや構成について

デザインはほとんど気にしないそうです。

それよりも見たい情報をすぐ探せるようにメニューなどを構成したほうがよいでしょう。

	Webのデザインや構成について
インタビュー1 自動車(Tire1)	かっこいい方がいいっていうのはありますが、デザインはそこまで重要ではありません。内容重視ですね。
インタビュー2 精密機械のメーカー	稟議に上げるときに、稟議乗せるので、昔すぎる感じだと、大丈夫？と言われることはあります。ただし、意思決定にはデザインは反映されません。やはり実績がすべてですね。 欲しい情報がすぐに見つけられるような構成にしておいてほしいです。
インタビュー3 医療機器関係	見えやすい、見えにくいは多少気にします。わかりにくいのはNGですね。 デザインが悪いとセンスがないなあと思うことはありますが、デザインを気にしない会社だから技術もない、とは思いません。
インタビュー4 家電(OEM)	デザインが古いと気配りができそうなイメージはありますね。 あと、経営大丈夫か？って思うこともあります。そこまで手が回らない状況だと頼むのに躊躇しますね。 実績や技術がわかりやすく見られるようにしてくれると助かります。

8. どういう企業は選ばないのか

見にくい構成は避けましょう。また、デザインは重要ではありませんが、古すぎる場合は信用力を落としますので、ある程度のメンテナンスは大切だといえそうです。

さらに、お問い合わせがきたら返信はできるだけ早くするような体制を作りましょう。

	どういう企業は選ばないのか
インタビュー1 自動車(Tire1)	欲しい情報にたどり着かなかったり、見にくいともういいやってなりますね。 デザインは気にしませんが、ある程度見やすくしてもらいたいです。
インタビュー2 精密機械のメーカー	問い合わせしてからのレスポンスが遅いと頼みません。最低でも3日以内に返事はほしいですね。
インタビュー3 医療機器関係	整理されていないホームページだと、もう見るのを諦めますね。
インタビュー4 家電(OEM)	取引実績が少ない企業は選びません。 あまりにもデザインが古いと、業績が悪い、営業する気がないなどのイメージを持ちますね。

9. 特化系、何でもできる系、どちらがいいか

何でもできるよりも、何かに特化したほうが興味をもってもらいやすいでしょう。
 ただし、多方面で技術力が高い場合は、一つに特化させる必要はないでしょう。

	特化系、何でもできる系、どちらがいいか
インタビュー1 自動車(Tire1)	特化している系のほうが専門性が高いイメージになりますね。
インタビュー2 精密機械のメーカー	特化している方が専門性が高いと思います。 1社に依存しないようにしているので、一貫生産とうたっているところに全部頼むことはありません。 幅広い業者に依頼するように心がけています。
インタビュー3 医療機器関係	何でもやりますよというところには当たりません。 自分の守備範囲で何でもできるといっているので、あまりいいイメージはありませんね。
インタビュー4 家電(OEM)	可能であればいろいろやっているところがいいですね。 特化型でやっているところも、協力企業を使うことで二次加工ができるのであれば記載してもらえると助かります。

10. SNSは見るか

SNS（Facebook、Instagram、X）はほとんど見ないということでした。
 ただし、工場や作業の様子がわかるのであれば、動画は効果的です。

	SNSは見るか
インタビュー1 自動車(Tire1)	ほとんど見ません。
インタビュー2 精密機械のメーカー	インスタは興味あれば見たりします。地域とのコミュニケーションや働き方などがわかるといいですね。 ただ、稟議には入れません。
インタビュー3 医療機器関係	時間があればYouTubeを見て、会社の状況を確認したりします。できれば、加工しているところや段取りなど、工場の雰囲気かわかると助かります。
インタビュー4 家電(OEM)	動画があれば。実験や加工の様子、どういうふうに部品の管理をしていて、どういうふうな作業工程で、チャッキング調整しているかなどがわかるものがあればいいですね。

- CONTACT -

セミナーのご相談など、お気軽にお問い合わせください。



050-3161-5629 (代表)

平日 9:00～18:00



<https://marketing.techport.co.jp/inquiry/>



TECHNO-PORT Inc.

テクノポート株式会社