

# キーエンス

～新興国でも通用する独自のビジネスモデル～

川島 大佑  
金綱 宏斗  
菅野 太陽  
今井 康喜  
松村 凌  
藤井 元来

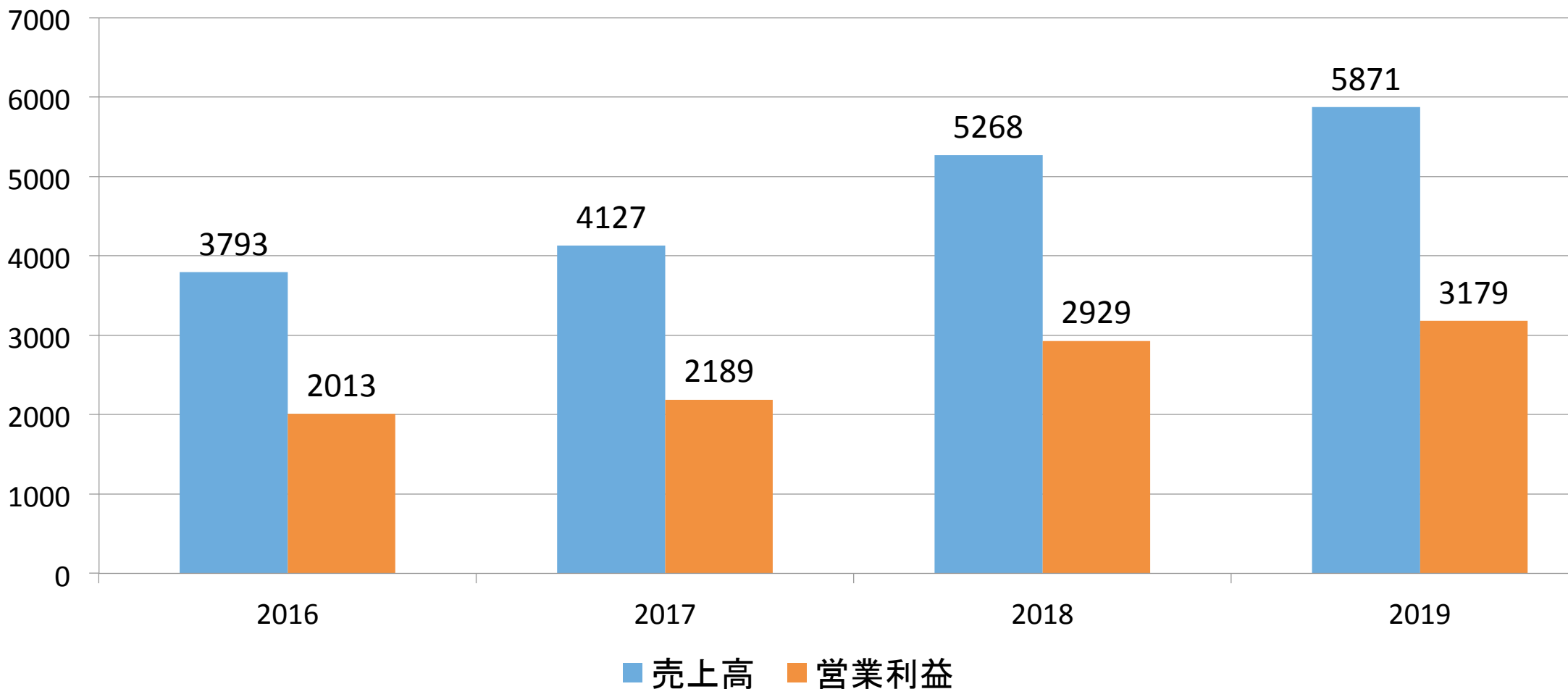
# 企業概要

- 設立 1974年
- 資本金 306億3754万円
- 株式上場 東京証券取引所市場第一部上場

# 経営理念

- 最小の資本と人で最大の付加価値をあげる
- 「目的意識」をもって主体的に行動する
- 「市場原理・経済原則」で考える

# 過去4年間の売上高と営業利益の推移



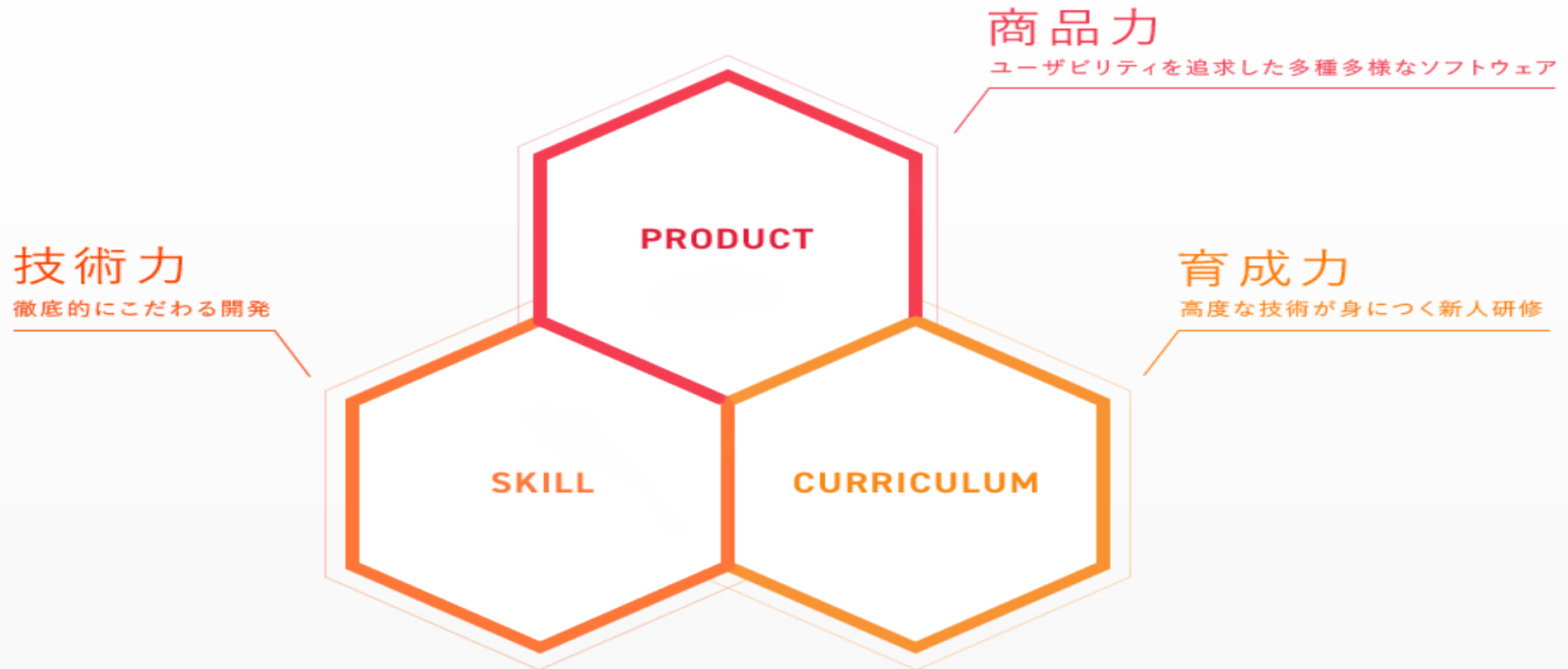
# 設立当初の企業成長

- 「センサー」の開発・生産委託に集中
- ファブレス化による経営資源の集中投下
- 素材等の一括購入によるボリュームディスカウント

# 事業内容

- 組み込みソフトウェア・システム・アプリケーションの開発と評価
- センサー、3Dプリンター等の製作・保守およびコンサルティング

# キーエンスの強み



# キーエンスの脅威の利益率

- 高付加価値商品を扱っていること
- 自社工場を持たないため在庫を抱えるリスクがない
- 新製品のほとんどが世界初や業界初



▪ 同じ精密機械を扱うキヤノンの利益率8%前後に対し、営業利益率は50%近くにまで伸びている。

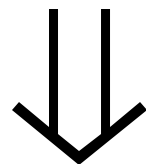


# キーエンスのビジネスモデル(1)

ファブレス化で徹底した合理性の追求を！

ファブレス化とは、自社工場を持たず、生産委託による商品の供給

世界初or業界初の商品を多く生み出せる  
理由とは？



顧客サイドでもまだ顕在化していない問題を解消する  
商品開発力！

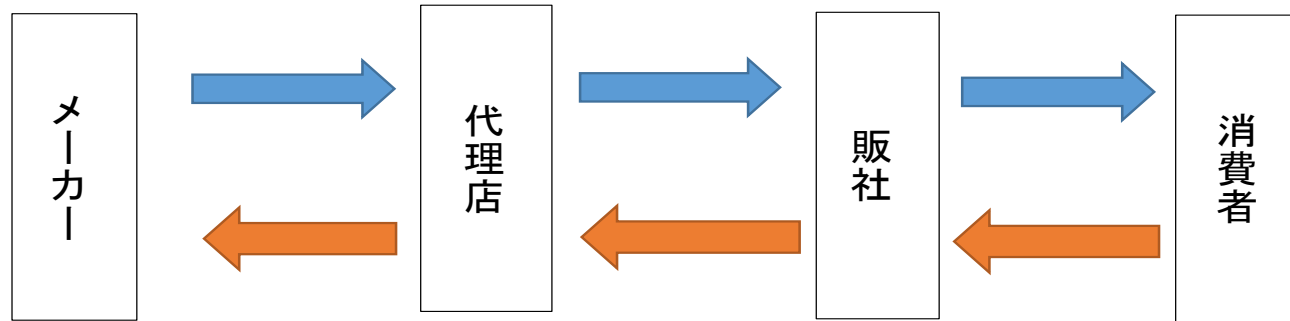
# キーエンスの商品開発力

例:「センサー」の開発

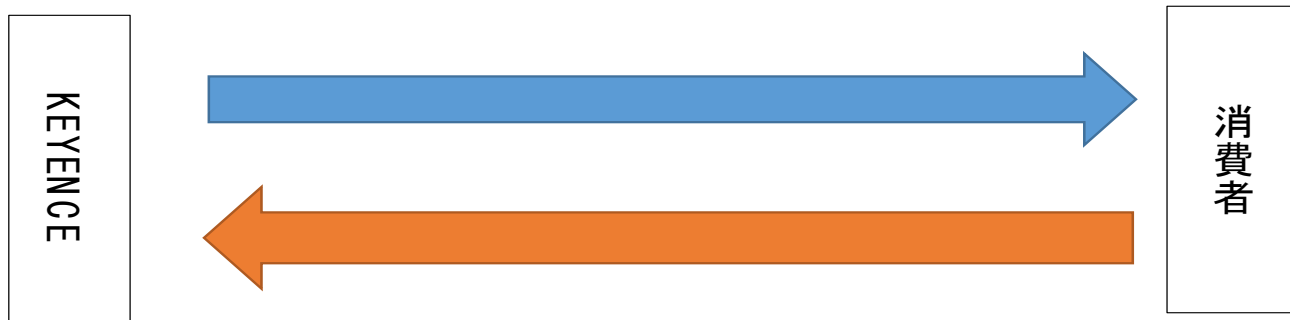
- 直販体制により消費者から隠れたニーズを聞き出すことができそれをフィードバックできる
- 商品開発の根底にある三つのこだわり  
「より小さく」、「より強く」、「より速く」

# キーエンスのビジネスモデル(2)

従来の販売スタイル



キーエンスの直販体制

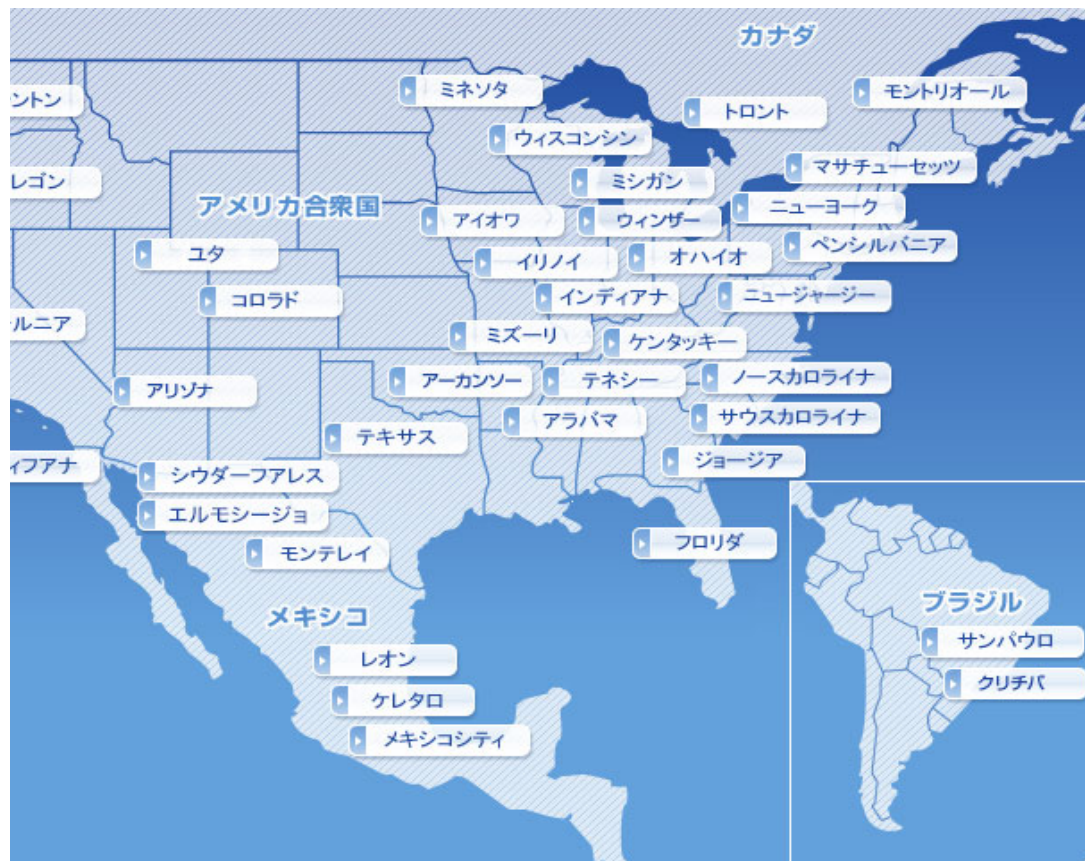


# キーエンスの直販体制のメリット

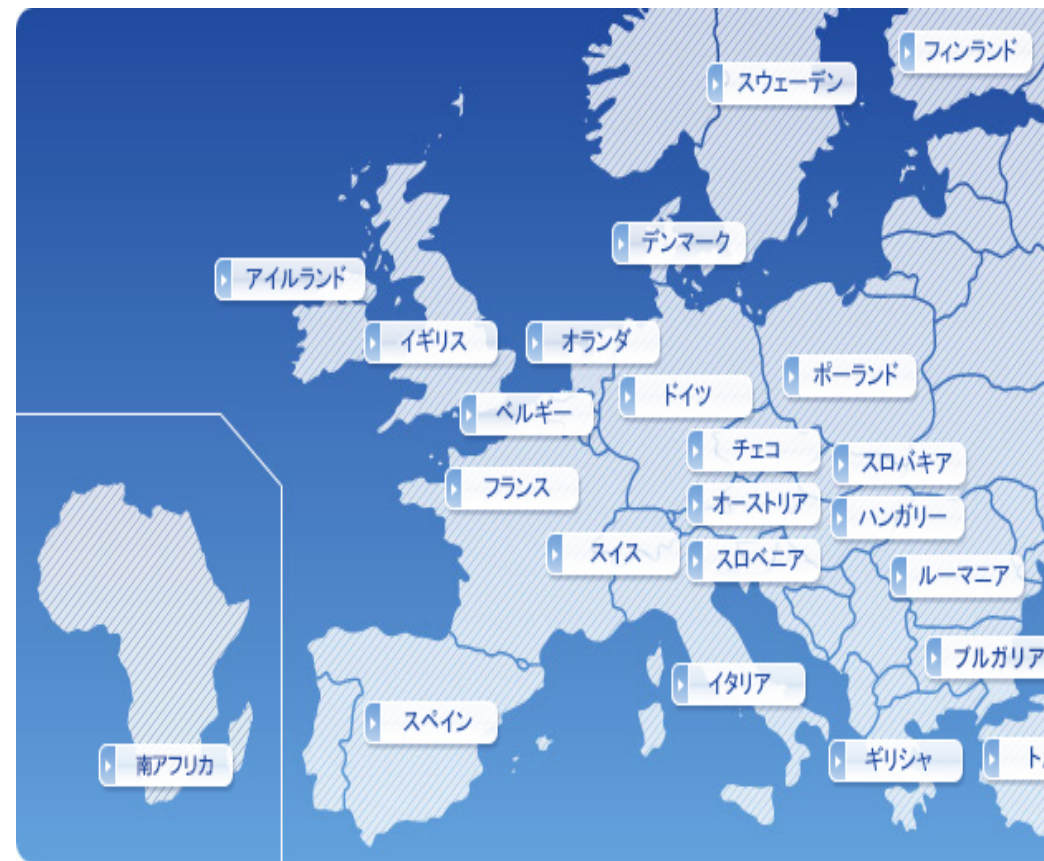
- 代理店や販社を介さないことで消費者の声やニーズを直接聞くことができる
- 直接消費者と取引することで時間やコストの削減することができる

# キーエンスの海外への事業展開

## 北米 南米



## ヨーロッパ・アフリカ



# アジア・中東・オセアニア

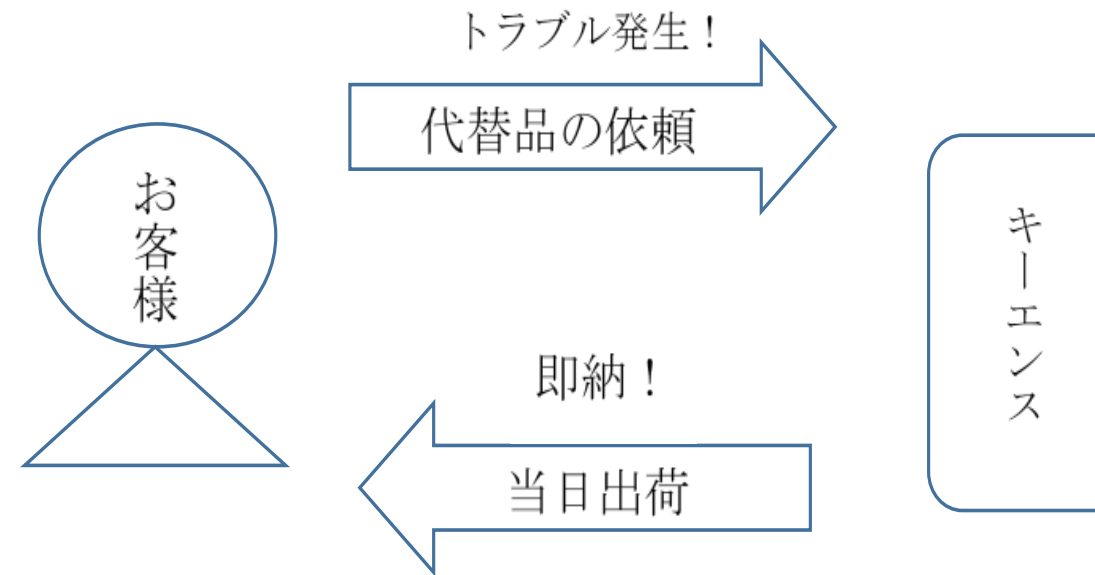


# 中国



# 新興国への事業展開

- 全世界当日出荷  
→ 世界各国でも在庫管理
- グローバルダイレクトサービス  
→ 代理店を介さない直販体制





# 新興国の現地での人材育成

- 現地教育用の選定ガイド・マニュアルが充実  
→各国の言語に対応しているマニュアル等の使用
- 現地でのセミナー・ミニ展示会  
→技術サポートの一貫として各国の言語によるセミナーや展示会の実施

# キーエンスの新興国での成功要因

先進国と同様、新興国でも成功したビジネスモデル

- ①ファブレス化と製品開発力
- ②直販体制
- ③国ごとに対応する現地人材育成