

家族経営の町工場が、先細り感のある経営状態から脱却するために、インターネットによる新規顧客開拓を試みる。だが、自社ホームページを立ち上げただけでは、現状の打開策とはならなかったのだ。

成功への扉



長尺曲げ加工（プレスブレーキ加工）のできる大型機。

インターネットからの受注が、売り上げの半数を超えた！

～自社ホームページのリニューアルによる新規顧客開拓と受注内容の質の改善～

◇株式会社丹羽シートメタル（小牧市）



支援担当者から

自社ホームページで営業・販売をする！

公益財団法人あいち産業振興機構
 情報・国際ビジネス部 情報推進グループ

日沖純一 専門員

あいち産業振興機構では、1985年から中小企業向けにさまざまなIT関係の支援を行ってまいりました。2007年に始まった『B2B Web マスター養成講座』では、村上肇氏を講師にお迎えして、約3ヵ月間に5日間の講座を行います。なぜB2Bかということですが、それは一回取引した企業は、気に入ってもらえれば必ずリピーターとなってくれるからです。たとえ年に1回の発注だとしても、それが12社あれば毎月受注できるということになります。このセミナーには、いろいろな業種の方が参加されていますので、受講者同士のディスカッションで改めて自社を第三者の視点から見ることができます。この効果が大きいのです。当たり前のことですが、成功する条件は継続して情報を発信すること。講座が終わってもホームページの更新を続けることが、成功につながるのではないのでしょうか。

先行きの見えない中、小さな町工場が探した打開策

溶接主体の事業所として創業した丹羽シートメタルは、その後、精密板金へと業務を移行。以来、最新鋭の大型機を導入しながらも“小さな町工場”として地道に業績を積み上げてきた。

丹羽英晶社長が就任した際、主に会社案内を目的とした自社ホームページを立ち上げる。

「業務内容や会社の場所など、カタログ的な会社案内を作るとのこと、少しでも当社を知っていただけて売り上げアップに結びつけばとホームページを作成しました」（丹羽社長）。ただ、それが新規顧客開拓に結びつくことはなかった。丹羽社長がホームページを自作した当時、同社の受注状況は転機を迎えていた。

「もともとは、ほぼ一社さんからの下請けで現在の規模になれたのですが、当社が導入した設備が普及するにつれ、

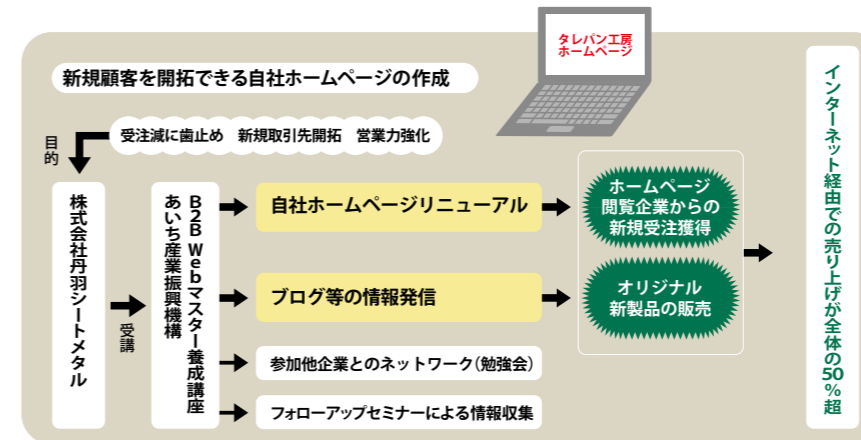
商談の内容自体がコストダウンの話に集約されるようになってきました。また、一社依存の状況を打開しようと同業者内からの受注量を増やしていきま

した」（丹羽社長）。
 “広幅・長尺材の精密板金加工”“単工程加工への対応”など、同社の特徴を生かしながら柔軟な対応で取引先を確保していく。だが、『愛・地球博』（2005年日本国際博覧会）の需要喚起も落ち着いたころ、既存の顧客からの受注が減り始めた。

「このまま待っていてもなんともならない、でも何をしたいのかわからない。どこへ営業に行けばいいのか、まして家族経営の小さな会社が飛び込み営業に行っても、多分相手にもしてもらえないだろうと、本当に八方ふさがりでした」（丹羽社長）。

二度目のホームページも受注ゼロ。半信半疑で講座へ

「単工程でも仕事を受けられること、長い物の加工ができることをアピールしてきたつもりだったのですが、早く知っていたらもっと早く注文を出したのに、とお客さんに言っていたことがありました。僕は業務内容を“みんな知ってるもんだ”という認識があったので、これはきちんとPRをしない



タレットパンチ（抜き打ち）加工機。



といけない」（丹羽社長）。

そこで改めて業者に外注してホームページを作り直すことにした。

「見栄えも良く、SEO対策もして、こちらの望むキーワードで検索上位に表示されたものですから、これはいけるかなと思ったら結局、何も反応がなかったんですね。もうホームページで集客というのがそもそも無理なんだと考え始めたんです」（丹羽社長）。

そのころ、ホームページでの受注が9割だという知人が、あいち産業振興機構の『B2B Web マスター養成講座』を受けていたことを知る。知人はその1期生だった。彼と、彼に紹介された同機構の日沖専門員の勧めで同講座の2期生となった丹羽社長は、1回目の講義を受け「やりようによってはホームページからの受注ができるのでは」と考え直すこととなった。

一緒にモノづくりのできる取引先と仕事がしたい

「受講中は本当に楽しかったですね。毎回の講座が楽しみでわくわくして

いました」（丹羽社長）。

講座はホームページ作成の技術だけを学ぶのではない。株式会社創の村上肇代表取締役が講師を務める『B2B Web マスター養成講座』では、“自社のホームページで誰に何を伝えたいか”というところから講義が始まる。

「村上先生にはターゲットを絞れ、専門化しろ、と言われました。一番得意なことに特化してそれを訴える。さんざん絞ったつもりで先生に見せると、どこが絞れているんですか？と何度も言われました。今では内容を絞った方がホームページを作る上では楽だとわかりました」（丹羽社長）。

ホームページの再度のリニューアルで、現在、丹羽シートメタルのインターネット経由での取引は全体の半数を超えたという。丹羽社長のブログがきっかけで、オリジナル製品である『犬用ステンレス製トイレ・トレイ』の販売も始まっている。自社の強みを訴えながら、同社の理想とする“一緒にモノづくりをする”取引先の開拓に、Webは大きな役割を果たし始めた。



エアサポート付きシャーリング（せん断）加工機。

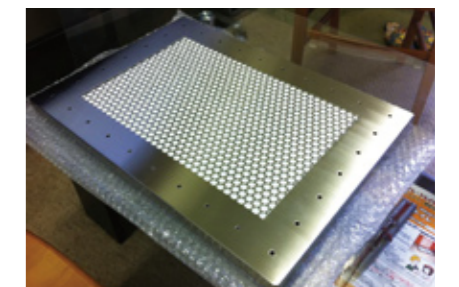
～支援施策を活用して～



その企業に当たり前のことでも顧客には違う

株式会社丹羽シートメタル
 丹羽 英晶 代表取締役社長

ホームページなどの情報発信で心がけているのは、企業の“人間性”を見せるとのこと、うそは書かないということです。欲張らず、お客さんと約束できることしか載せない、ということを終始守っています。ホームページを制作する場合は、周りの目を気にせず勇気を出して情報を発信してほしい。僕も最初にホームページを立ち上げた時、板金加工では当たり前のことまで載せることに、特に同業者の目が気になりました。もちろん企業秘密など、すべてを開示することは難しいかもしれませんが、ですが、僕の場合は情報を発信することでいろいろな世界が広がり、ご縁も増えて本当に多くの仲間や商機を得ることができました。インターネットに実名を出すのが怖いという方もいらっしゃるかもしれませんが、ためらわずに、とにかく情報を発信することをお勧めします。



直販している、オリジナル『犬用トイレ・トレイ』。

PROFILE

株式会社丹羽シートメタル
 住所：〒485-0016 愛知県小牧市大字間々原新田 宇上芳池 186-1
 TEL：0568-73-7411
 設立年：1960年（昭和35年）
 代表取締役 丹羽 英晶
 資本金：1,000万円
 従業員数：4人
 事業内容：精密板金加工、
 『犬用ステンレス製トイレ・トレイ』の製造販売
<http://www.niwa.co.jp/>