

多事業展開により培ったノウハウと、デジタルマーケティングの活用による新市場顧客開拓

[東京都江東区] 金型設計・製作
株式会社 関東製作所
代表取締役 渡邊 章氏



Before

- ・入社時、関東製作所では金型設計・製作事業のみ手掛けていた。
- ・取引先からの依頼があり、加工機・共同ロボットの設計・製作業に着手。
- ・ブロー成型金型事業におけるシェア率トップ企業となり、業績の拡大が困難となる。
- ・金型事業は業績が外部要因にて決まってしまうことが多く不安定である。

After

- ・射出成型事業へ参入。隙間産業である「小ロット」の受注に注力することで、紐づく形で金型事業の受注も拡大。
- ・デジタルマーケティングを開始し、自社の取り組みや強みの発信、展示会出展を通じ、認知度の向上・受注数の拡大を実現。
- ・自社のノウハウを活かした上記展開をもって新市場顧客開拓を実現。

■ 自社と私

大学在学時、両親と親交のあった企業のシンガポールの支社長と出会い、お声がけを頂きました。もとより海外志向は強かったため、卒業後シンガポールにて就職を決断しました。3年弱、シンガポールにて営業経験を積んだ後、日本へ戻り、関東製作所へ就職をしました。私は、父や当時経営を引き継いでいた叔父から、具体的な事業承継のお話をいただいていたが、自身の中で「関東製作所を引き継ぎ経営者としてやっていきたい」という思いを抱いていました。その後、2011年に社長へ就任し、現在は51歳です。

■ 新たな事業展開のきっかけと背景

2011年に社長就任後、マーケットがニッチな業界であるブロー成型金型事業では既にトップシェア企業となり、新規顧客開拓を行うことは難しく、また、金型事業は業績が外部要因にて決まってしまう事が多く不安定な事業であるため、既存の取引先よりお声がけをいただいたことがきっかけとなり、兼ねてより進出を構想していた「射出成型金型事業」へ乗り出しました。この参入を機に、小ロット品というあまり受注数はないが、金型事業

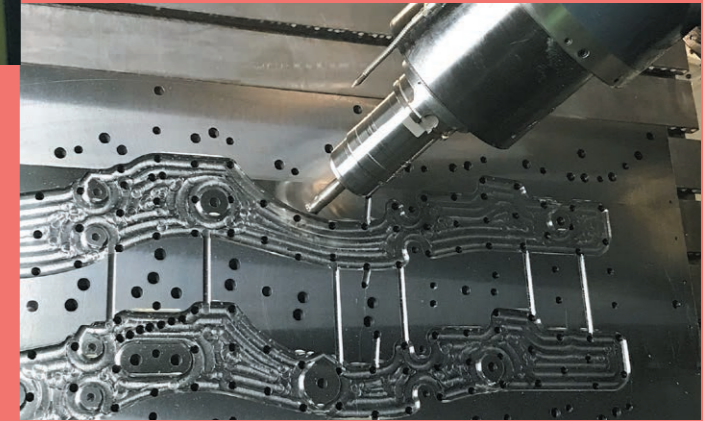
を活かした成形品の生産という領域へ事業を拡大しました。また教育の充実化を図る目的で、外部企業よりコンサルティングを受ける事に決め、社内で研修会を重ねているときに、デジタルマーケティングに関してご紹介を頂き、挑戦を決めました。デジタルマーケティングを開始するにあたり、展示会への出展、およびソリューションサイトの立上げを行っていく過程で、「当社の強みが何か？」を考え、プラスチック製品の開発代行が自社の強みを最大限に活かした業態であることを発見しました。金型を使用する成形メーカーからプラスチック製品を必要としているありとあらゆるメーカーをターゲット顧客に設定し、さらに小ロットからの対応を行う事を全面に打ち出しました。背景として、量産を行っている成形メーカーは小ロット品を敬遠しがちである、我々金型メーカーは小ロットであっても金型を受注する事で利益を出す事ができる、また小ロットの場合、競合が少なく、無理な値下げ依頼をされることが少ないことがございました。ベンチャー企業やプラスチック製品を頻繁に扱わないユーザーにとっては成形品に関するノウハウが少なく、当社の知識、経験、ノウハウが役立つ場面が多々あり、物の



▶ 地域概要 (東京都江東区)
[都道府県人口] 1,404万3,239人
[市町村人口] 48万8,600人

▶ 産業構成の特徴

従来からの繊維、木材、機械関連産業などを中心産業としながらもその構造は変化しつつ、最近では情報関連業の集積が目立っている。



▶ 会社概要

[創業] 1948年
[設立] 1948年
[資本金] 6,985万円
[従業員数] 134名
(グループ従業員180名)

[事業内容]

- ① 金型設計・製作
- ② 加工機・共同ロボットの設計・製作
- ③ 成形品の生産
- ④ 部品の加工・調達代行

売上構成比 ▶ ①83% ②11% ③5% ④1%

販売だけではなく、ソリューションを販売する事で、付加価値を高める事ができると考え、参入しました。

■ デジタルマーケティングの導入

デジタルマーケティングを行う際には、マーケティング専任の人材を採用し、マーケティングの強化を図りました。展示会への出展、ノベルティーの制作、ホワイトペーパーの作成、メルマガの作成、配信、WEB分析、YOUTUBE動画の撮影、編集オウンドメディアの立上げなどをマーケティング課と進めています。オウンドメディアに関しては、体勢が整っていない事より、時期尚早と見送りを決めていましたが、外部の力を活用する事で、検討し直し、導入を決定しました。新たな取り組みをする際には、自社の力だけで取り組むことにとらわれず、外部の力も積極的に取り入れることで推進してきました。

■ 大事にしていること

経営をするうえで最も大事にしている事は事業の継続です。会社が未来永劫発展できるようにして行きたいと考えています。金型製作業だけでは自分たちの力で生きてくのは困難であると考え、金型を中心とした、周辺ビジネス、隙間ビジネスを展開

する事で、事業領域を広げられるだけではなく、金型の売上、利益率の上昇が達成できるものと考えています。

また、事業の継続をする為には、安定した経営を行い、その結果として、社員教育、福利厚生を充実させ、給与を増やし、社員にとっても、これから入ってくる社員にとっても魅力ある会社を作り上げなければなりません。社員が自ら考えて行動を起こし、情熱、熱意、執念をもって働き、当社で働けてよかったと思ってもらえる会社を作りたいと考えています。一方で、デジタルマーケティングで全員の理解が得られているかと言えば、残念ながら現場で日々金型の製造を行っている社員には十分な理解は出来ていないと思います。来月から開始する3Sの研修会にて、各工場で3Sを行い、そこに役員と一緒に参加する事で、社員との一体感を高めたいと考えています。

■ コロナの影響

コロナ禍において新規開発が延期になったり影響がないわけではありませんが、全体としては大きな影響はありませんでした。しかしながら今後も新規顧客開拓、新規事業への挑戦などを継続して行っていくことは必須であると考えています。

まとめ

- 1 射出成型事業へ参入する際、既存の競合企業と衝突する領域ではなく、隙間産業となる領域へ着眼し、ターゲットニング、自社独自のスタイルを確立した。
- 2 既存事業とのシナジー性が築ける事業展開を行った。
- 3 デジタルマーケティングを行う際に、複数の事業を展開する自社の強みは何か？を追求し、「プラスチックの開発代行」という独自のスタイルを確立した。
- 4 新事業を展開する際には、自社の力だけで取り組むことにこだわらず、積極的に外部の力を取り入れた。
- 5 時間が許す限り、様々な研究会に出席して「学ぶ」ことに重きを置いている。