

#09

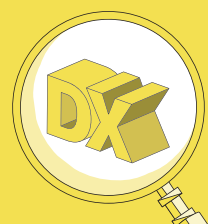
ウェブマーケティングで新規開拓に成功
社員のやる気向上・採用増にも

御津電子株式会社

取材相手：代表取締役 人見 雄一

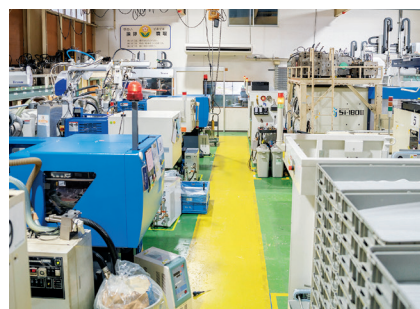
Company Profile

■ 所在地：岡山県瀬戸内市牛窓町牛窓437-3
■ 従業員数：60人 ■ 設立：1970年 ■ 業種：金属製品製造業



デジタル化に取り組んだ背景は。

当社は、大手FA機器メーカーの下請けとして、制御機器、精密プラスチック（樹脂）部品、金属加工などを設計から製造まで一貫生産しています。治具等を使って低コストで加工費を低減する改善提案にも定評があります。私は、株式会社リクルートで10年の勤務を経て、5年前に家業である御津電子に入社しました。当時は既存顧客からの売上が徐々に減っており、新規顧客はほとんど獲得できていない状態でした。その状況を見た時、前職で美容業界の検索・予約サイト「ホットペッパービューティー」の営業をしていた際に、インターネットでのPRや予約等はありませんと言っていた美容室が没落していったのを思い出しました。今の製造業界も「ネットでPRしても効果がない」と考えており、他社が取り組んでいないタイミングでウェブマーケティングに力を入れれば、競争相手が少なく、地方の製造業でもチャンスがあると考え、ウェブマーケティングに取り組み始めました。



取り組んだ内容は。

2019年より「Google検索で、上位表示されること」を大方針に掲げ、ホームページを自ら構築しました。大学時代の知り合いで、岡山市内でSEOコンサルティングを行っている株式会社ストーンシャープの代表取締役 石井達也様からアドバイスをもらいながらSEO対策に取り組みました。展示会への出展や営業担当者の採用と比べ低コストで取り組み、商談受注率は低いものの、Google利用者6,624万人にコンタクトでき、一度作ってしまえば永続的にホームページは掲載され続けるため、効果が積み上がっていく点から注力すべきと考えました。

具体的には、①ホームページの権威性を高められるよう、公的なサイトからの被リンク数を増やす ②検索者の信頼を得られるよう、概算価格や品質、納期、問題発生時の対応力、自社の強み、担当責任者を顔写真付きで紹介するなど、調べた人が知りたい情報を開示する ③Google検索で出てこないような製造業の経営者しか知らない専門情報、例えば「半導体不足による製造業への影響」などをブログとして月1、2回発信する等に取り組みました。



どのような成果が出ていますか。

加工業者を探す「樹脂金型 作りたい」などのキーワードで上位表示されるようになったほか、ブログの効果で「半導体不足 製造業」などの検索でもヒットするようになり、開始から1年後には、NHKやTBSなどテレビ局から取材依頼が来て更にアクセス数が伸び、今ではホームページのアクセス数が累計50万件という中小企業では考えられない数字を記録しました。それに合わせて、問い合わせ数は上場企業を含め1,000件を超え、約100社と商談し、13社との新規契約につながりました。既存顧客がホームページを見て、「金属や樹脂もやっているの」と新規受注につながるケースも増えています。2007年をピークに売上が減少していた牛窓工場ですが、ウェブマーケティングにより新規顧客開拓が成功し、過去最高売上までV字回復させることに成功しました。

ホームページを一から自分で作ったことは、自社を見つめ直す良い機会となりました。また、被リンク増加のために、内閣府の地方創生テレワークサイト、外務省のSDGs取組事例サイトや岡山県警の犯罪の起きにくい社会づくりなどに参画しましたが、会社の社会的な体制整備につながるという副次的な効果もありました。ブログで経営者としての考えを発信することは、取引先からの信頼を得ることもつながっています。また、メディア露出の増加やさまざまな情報の開示が奏功し、慶應義塾大学の学生や、岡山大学付属中学校、大阪府工業会などから声が掛かり講義する機会も増えてきました。社員が講義を見に来ることで私の思いや考えが伝わるとともに、会社の知名度が上がることで社員の愛社精神や帰属意識が高まりモチベーションが上がる効果も出ています。リクルートでの経験を活かして人を活かす方針にシフトしたこともあって、離職率が下がり、採用面接者数も大幅に増えました。今では自発的に考えて動く社員が増え、新たな人事評価システムを構築しようとする動きも出てきている等、こっちが驚くくらい社員が活躍してくれています。



インターネット活用の次の一手は。

インターネット活用で成功した企業では採用面接数が月1件から240件に伸びた事例もあり、当社も本格的なリクルートサイトを立ち上げ、採用活動の強化を考えています。また、今後事業を拡大していくためにM&Aによる企業買収も必要と考えており、売却を考えている企業経営者が当社ホームページに辿り着くような仕組みの構築も考えていると思っています。

これまでに培ってきたウェブマーケティングのノウハウを、弊社のサービスとして販売し始めました。コストをかけない営業手法として、新規開拓に苦勞している中小製造業者の若手後継者に提案していきたいです。成功事例が増え、仮に年間2万アクセスの会社が岡山県内で10社集まれば、「岡山の製造業はすごい！」と影響力が高まると思うんです。岡山の製造業を元気にしたいですね。



今後の展望を教えてください。

培ったウェブのノウハウを製造業専門で販売するウェブマーケティング事業を立ち上げました。実際に、早くも問い合わせがあり、数社が契約に至っております。また、社内については会社全体のデジタル化を進めていきます。まずはバックオフィスのデジタル化として、クラウド型会計ソフトを導入し、RPA等も活用することで簡略化に挑みます。また昔からの強みである加工費を極小化する改善提案力を強化します。従業員一人当たりの付加価値を最大限に高め、ウェブ集客という最大の武器も合わせて、今の人数で売上を2倍にすることが目標です。