

IT を活用した営業活動による一社依存からの脱却

大阪府守口市・門真市はパナソニック株式会社の企業城下町として知られている。三郷金属工業株式会社（従業員 120 名、資本金 2,600 万円）は 1946 年に創業し、パナソニックの協栄会社として電池の二次加工を中心に取り組んできた。5～6 年前までは、パナソニックからの受注生産の繰り返しだったが、徐々に仕事が減ってきており、「共汗共育共創（共に汗をかき、共に育ち、共に創る）」によって世に打って出る会社に踏み出した。

今まで取り組んできた電池という「製品」にフォーカスするのではなく、0.2mm で溶接できる「技術力」にフォーカスして、業態を変革してきている。その結果、自動車向けや社会インフラ向けの溶接に、その事業範囲が拡大してきている。現在は、溶接屋（つなぎ屋）としての第二創業を目指している。「つなぎ屋」とはモノとモノをつなぐことを意味している。モノとは「物（製品）」でもあり「者（人）」でもあるため、物×者をつなぐことも含意している。

改革の一環として、ホームページやソーシャルメディアを通じた新しい営業活動を展開している。近年の営業は、プッシュ型からプル型に変わってきている。児島貴仁社長は「製造業は自社の技術や品質に自惚れ、「良いモノさえ作ってあれば売れる」と思っているが、きちんと発信をしなければならない」と話している。同社では、検索サイト、ソーシャルメディア、製造業専門サイト、外国雑誌等、すべてを会社のホームページに誘導するようにしている。ホームページには「静のコンテンツ」と「動のコンテンツ」がある。前者は会社概要等の固定したコンテンツで、後者はブログ等のコンテンツである。社外パートナー（ウェブの専門家）を交えたホームページ改善会議を毎月開催し、「どういった内容だとアクセスが高いのか」、「どんな検索ワードからホームページにアクセスしてきているのか」等を分析し、日々の改善に活かしているため、アクセスは伸び続けている。

こうした取組の結果、同社は対事業者向け（BtoB）の企業であるにも関わらず、顧客からの問い合わせの 50% はホームページを介したものになっている。2014 年度も 48 件の新規顧客を獲得している。



同社ホームページのトップページ



同社社長 児島貴仁氏