

特殊なバネ求める技術者に接近 1年で100件超える新規受注!

金属バネ製造業
東海バネ工業の場合



板厚0.33ミリ・外径3ミリの皿バネと聞いて、どんなものか想像できるだろうか?
これは2004年に打ち上げられる赤外線天文観測衛星の望遠鏡に使われる皿の形をした超極小バネ。「どんなバネでも1個から創る」高い技術力をもつ東海バネ工業(大阪府大阪市)が、国立大学の研究プロジェクトに納品した製品だ。

宇宙を舞台にした国家プロジェクトと同社がコラボレーションをするきっかけとなったのは、Webサイト



取締役
夏目直一氏



代表取締役社長
渡辺良機氏

会社概要

東海バネ工業株式会社

本社: 大阪市福島区鷺洲3丁目7-27
創業: 1944年
社員数: 70名
URL: <http://www.tokaibane.com>

事業内容: 金属バネの設計・製造・販売
コイルバネ、皿バネ、板バネ、竹の子バネ等、大型から小型までフルオーダーメイドでの生産体制をとる

東海バネ工業は30数年にわたり優良納税法人の認定を受けけるなど安定した経営を続けている企業だ。廉価な規格品ではなく他社に真似できない技術を持っており、性質上、これまでの経営戦略は新規顧客より既存顧客、大幅な売上増よりも原価削減を中心に、たゆ

まぬ業務改革とITの活用で利益を上げてきた。ところが2002年7月、佐伯祐司氏、岡田修一氏という2名のITコーディネータ(ITC)との出会いを機に、さらなる経営革新に動き出すこととなる。その実行プランの一つが「売上増を目指し新市場を開拓する。その手段としてWebを使う」というものだった。

経費倒れの懸念から消極的だった新規顧客開拓が、本当にWebでできるのか? 疑問の声も上がったが、Webマーケティングを実践中である佐伯氏の体験談を聞き、渡辺良機社長、夏目直一取締役からの経営陣は決意を固める。専任の担当者を置きWebを戦略的に活用する方針を打ち出した。同年10月のことである。

して3千万円の新規受注を獲得した。今まではたどり着くことができなかった技術者や企業へと、Webが橋渡しをしたのである。

Webだから何ができる? 技術力の高さ

では、成果を上げられた理由はどこにあるのか。
責任者に任命された渡辺秀治がまず手がけたのは、Webサイトのリニューアルだった。「受注に結びつける」というサイトの目的を明確にするため、問い合わせ入口のボタンをWebトップページに配置。過

去の納入事例や製品特徴、社員の執筆による「ばねの話」など、技術的な情報を積極的に発信したほか、定期的な更新も心がけた。つまり、バネについての専門的にかつ親切な情報を見せることで、バネを求める人々を集めようというのだ。しかし、技術が売り物の会社にとって、技術情報の開示には葛藤がつきものだ。経営陣はここで「Webでいくからには情報を積極的に見せよう」と「タブー破り」に踏み切った。ITC岡田氏は「方向を定めたら徹底する経営陣の実行力は同社の強み」とこの決断を評価している。さらに、集客力を上げる方策として、来訪者がどんなルートをたどってきたのかを分析(アクセスログ分析)。「バネ」や「ばね」という用語で検索してきた人が多いとわかると、この画面に広告を出すなど対応を進めた。

現在、検索サイト「Google」の関連キーワード検索では同社のサイトが常に上位に表示されるようになっていた。この工夫が効を奏し、来訪者は急増。渡辺リーダーは「Webの可能性は予想以上に大きい。工夫するほど結果が出るのでそれも励みになった」とこの1年を振り返る。

ITコーディネータ紹介



佐伯祐司氏
連絡先
協同組合ITアシスト
<http://www.it-assist.jp/>



岡田修一氏
連絡先
岡田修一業務設計事務所

経営系の佐伯氏と情報系の岡田氏は担当分野も性格も対照的なコンビ。夏目取締役が「ITCのアドバイスがなければWebに着目することはなかっただろう」という通り、IT活用に向けた同社をさらに前進させるコンサルティングを行っている。また、外部アドバイザーが入ることで「やるべきことが明確になりスケジュールが守られ」(真鍋氏)、会議が常に建設的に進められるようになったという。

Web活用については約300万円の投資で大きな成果を上げ、投資効果の点でも注目を集めている。その他、在庫削減、情報共有の面でも成果が見られている。

ITコーディネータへのお問い合わせはITコーディネータ協会 (03-5733-8380) へまた、本誌43ページもご参照ください。



Webによる新規案件獲得の立役者であるWebマーケティングGr.の渡辺秀治リーダー(右)と真鍋正次氏(左)。

▲東海バネ工業のWebサイト
2003年の1年間でユニークアクセス数は3万人に達した
▶社員がバネに関するトピックスを紹介するなど情報が豊富

問い合わせボタン

「Google」の現在、検索サイトなど対応を進めた。画面に広告を出すなど対応を進めた。現在、検索サイト「Google」の

また、手段はWebでも、やっていることはコミュニケーションととらえたのが良かったのではないかと分析している。

Webという大きな武器を手にした東海バネ工業が次に目指すのは「世界を相手にした取引」。バネのふるさと」といわれるドイツにオリジナルバネを納品する日もそう遠くはなさそうだ。