



CLOSE UP VOICE

株式会社 小池テクノ
代表取締役 大橋 一友 さん

新規開拓の新手法 SNSによる営業促進

人手不足や原油・原材料高騰など、多くの製造業が厳しい課題に直面しているなか、表面処理を得意とする株式会社小池テクノは、その高い技術力に裏打ちされた品質とSNSなどを活用したプロモーションによって成長を続けている。新規受注増・異業界進出を果たすほか、コロナ禍の影響も最小化した、社長自らが推し進める独自の企業PR戦略とその効果、押さえるべきSNS活用のポイントを聞いた。

苦い経験を活かして
安定的な成長を実現

——貴社の事業内容を教えてください。

大橋 ▶ 1968年に「小池鍍金工業所」として創業した当時は、ネジやボルト、ナットなどの部品へのめっき加工が中心でした。その後、アルマイトやサンドブラスト、無電解ニッケルの処理を新たに加えており、表面処理を得意とする製造会社です。そのうちのアルマイト事業は、

1990年代に自動車部品の軽量化が進み、アルミニウム部品の増加が見込まれたため、設備導入に至りました。アルマイトとは、アルミニウム製の部品を電解処理して人工的に酸化皮膜を生成させる表面処理のことです。これにより、耐食性・絶縁性・硬度・遮熱性・放熱性が向上し、着色することで見た目もよくなります。現在は、めっき事業と並ぶ売上全体の40%を占める主力事業にまで成長し、月間で約1千万個の製品を処理し、納品しています。

——仕事と向き合う上で、どんなことを大事にしていますか。

大橋 ▶ 約55年にわたる表面処理の経験によって、数種類の表面処理加工技術や大量生産能力など、他社では解決できない問題にもお応えできる課題解決力を持つていると自負しています。

よって、お客様から寄せられた相談案件は、どんなに難しくても、はじめから断るという選択肢を持たず、まずは内容を聞き、実現させる姿勢を大切にしています。考え抜いた上で、我々では解決できない場合でも、他の業者を紹介するなど、必ずお客様にとって価値のあるアクションを返すように心がけています。我々を頼って相談や問い合わせをいただいた、その期待に応えることが使命であり、誇りであると考えています。

——力を入れている取り組みを教えてください。

大橋 ▶ 全国規模での受注拡大と新たな顧客の開拓を目標に置いて、SNSとHPを活用した企業PRの強化・促進を図ることで。

この考えに至ったのは、リーマンショックの際に、売上の約90%を占めていた自動車関連の仕事が激減し、大きな打撃を受けた経験からです。限られた地域のなかで、一つの業界

に依存するのではなく、全国規模で複数の異なる業界から満遍なく受注を得ることが、リスクマネジメントや成長戦略の一環であると考え、経営目標に掲げるようになりました。そして、この目標を実現するために最も効果的だと考えたのが、SNSとHPを活用した企業PRの強化・促進です。これらを活用することで、グローバルな情報発信や多様なジャンルの企業へのPRが可能になり、時間や場所を問わず自動的に営業活動ができます。

——HPやSNSの活用を考えたきっかけを教えてください。

大橋 ▶ インターネットが普及し始めた1998年に独学でHP制作を始めました。当時は、まだ趣味の範囲で、インターネットを仕事に活かすことは考えていませんでした。

活用のきっかけは2014年ごろに母が飲食店を開業し、HPを使った集客を試みたことです。その結果、効果を実感し、この手法が製造業でも有効であると考えました。先代からは「インターネットで仕事が取れるのか」と疑問視されましたが、HP開設直後から新規受注に結びつき、その有効性をさらに確信しました。2017年には「コンテンツマーケティング」と呼ばれる、企業が役立つ情報やコンテンツを制作

INTERVIEW



株式会社 小池テクノ
豊橋市西橋良町35
0532-45-4025

向上のための設備投資、女性の活躍促進と環境整備、外国人技能実習生の受け入れなどを積極的に進めています。

設備投資としては、工場の自動化を推進し、1名で多数の作業を担えるようにして人手不足を解消するとともに、作業を効率化し、生産性を高めているところです。また、雇用の面では、女性や外国人など、多様な人材を受け入れて活躍を促していく方向にあります。幸いにして当社が取り扱う部品は軽量なものも多く、製造業の中でも比較的女性が働きやすい環境であると考えています。また、近年ではベトナムからの技能実習生4名を受け入れており、言葉の問題などはありますが、非常に勤勉に頑張ってくれています。今後は、多様な人材がより働きやすい環境を整えていく予定です。

—— 他社でも参考にできるSNS活用のポイントを教えてください。

大橋▼私がSNS活用で留意しているキーワードは、「HPの充実化」「課題と解決策の掲載」「ブログ記事の視覚化」「投稿回数」の4点です。

まず、「HPの充実化」です。企業PRの基本は、SNSではなく充実したHPの運営です。企業パンフレットの情報をそのまま掲載しただけのサイトにはせず、SNSを経由して訪れた見込み客に対し、自社の強みや過去の実績など様々なコンテンツを設けることで信頼感を与えるHPの構築が重要です。

次に注目すべき点は「課題と解決策の掲載」です。多くのお客様は課題を抱えており、それを解決できる企業を探するためにSNSやHPを探索していますので、課題と解決策を具体的かつ積極的に掲載し、自社への発注が最適な解決策であると伝えることが重要です。また、お客様からの問い合わせや悩みを、その内容のままSNSやブログ記事のタイトルにするSEO対策（検索エンジン最適化）にもなります。

そして、チャンネルを拡大するコツが「ブログ記事の視覚化」です。表面処理の分野は専門用語が多く、文章で読んだだけでは十分に理解できません。そこで、画像や動画によって記事を視覚化することで、内容の

—— 将来のビジョンを教えてください。

大橋▼「会社に必要とされる人になれ。お客様に必要とされる会社になれ。地域社会に必要とされる企業になれ。」が当社の経営理念です。掲げている理念実現に向けて、お客様に必要とされるため、東三河では取り扱われていない表面処理の技術や設備などに積極的に投資し、導入していきます。

また、東三河では優れた技術を持った中小零細企業が数多く活躍されています。今後はそのような企業と連携し、「私たちがだからこそ創れる価値」を共創し、お客様に提案したいと思っています。

具体的には、部品製造の発注・納品のルートの改善です。完成品になる手前の工程を受け持つ当社が企業グループの中心となって部品メーカーから一貫受注し、金属材料製造業者・加工業者・めっき処理業者の順で製品を完成させ、メーカーへ納品することで、納期やコストを最適化できると考えています。

お客様が求める良質なものづくりに常に挑戦し、新しい取り組みを先駆けていくことで、顧客と地域社会に必要とされ、貢献できる製造会社として持続的な発展を目指します。

共有してお客様との信頼関係を築く手法を導入し、販促効果を一層高めました。

—— SNS活用による営業成果を具体的に教えてください。

大橋▼週1回の投稿を5年間継続し、200件以上のコンテンツを制作したところ、愛知県内のみであつた商圏は東北から九州まで拡大し、新規案件の問い合わせの99%はSNSやHPを見たお客様から寄せられており、年間売上約50%をネット経由での受注が占めています。2017年に設備投資を行い、以前の2倍の生産能力に引き上げた製造ラインが現在、フル稼働しています。

また、新型コロナウイルス感染症の影響で自動車関連業界からの受注は減少しましたが、産業用設備や医療機器など、他の業界の受注を拡大していたため、リーマンショック時のように極端に売上が落ちることはありませんでした。

想定外のリスクへの対応として狙っていた取り組みでしたが、これほど早い段階で、過去の苦い経験が活かされた形となり安堵しています。

ちなみに現在も、当社には営業専門のスタッフは置いておらず、顧客開拓などの営業活動はSNSとHPのみで十分に賄えています。

—— 他社でも参考にできるSNS活用のポイントを教えてください。

大橋▼私がSNS活用で留意しているキーワードは、「HPの充実化」「課題と解決策の掲載」「ブログ記事の視覚化」「投稿回数」の4点です。

まず、「HPの充実化」です。企業PRの基本は、SNSではなく充実したHPの運営です。企業パンフレットの情報をそのまま掲載しただけのサイトにはせず、SNSを経由して訪れた見込み客に対し、自社の強みや過去の実績など様々なコンテンツを設けることで信頼感を与えるHPの構築が重要です。

次に注目すべき点は「課題と解決策の掲載」です。多くのお客様は課題を抱えており、それを解決できる企業を探するためにSNSやHPを探索していますので、課題と解決策を具体的かつ積極的に掲載し、自社への発注が最適な解決策であると伝えることが重要です。また、お客様からの問い合わせや悩みを、その内容のままSNSやブログ記事のタイトルにするSEO対策（検索エンジン最適化）にもなります。

そして、チャンネルを拡大するコツが「ブログ記事の視覚化」です。表面処理の分野は専門用語が多く、文章で読んだだけでは十分に理解できません。そこで、画像や動画によって記事を視覚化することで、内容の

HPの充実とSNSの活用で
新規顧客開拓と異業界進出を実現

CONTRIBUTION TO SOCIETY

株式会社小池テクノは、地域社会の一員として社会貢献活動や、SDGsの持続的社会的の実現に向けて取り組んでいます。こちらではその一部をご紹介します。



●豊橋市上下水道局マンホール広告
豊橋市が企画するマンホール広告に参加。こちらのマンホールは、豊橋商工会議所のすぐ近くに設置されています。



●善意銀行へ寄附
会社へ届く郵便物から使用済み切手を収集し、善意銀行へ寄附しています。



●のんほいパーク動物スポンサー
豊橋総合動植物公園で展示している動物への寄附を通じて、動物の飼育環境の向上を進めていく制度「のんほいパーク動物スポンサー」に参加。

●多様な人材の雇用
ベトナムを中心とする外国人技能実習生を受け入れ、知識や技術の提供を行い、生活面でもサポートを行っています。また、女性従業員が働きやすい職場づくりや産休・育休の取得推進に取り組んでいます。



理解が深まり、商談もスムーズになりました。また、お客様がどのような状況でも動画が視聴でき、必要な情報を得られるようにするために、音声流さずとも理解できるようにテロップをつけることが大切です。

最後に、「投稿回数」も欠かせないポイントです。当社の場合は、5年間のブログ記事をもとに、同じコンテンツを複数のSNSの特徴に合わせて制作して投稿・配信しています。複数のSNSを利用することで効率的に投稿数を伸ばし、拡散力を高め、見込み客との接点強化を図ることができます。SNSを始め

たばかりの時期の取り組みとしては、多くの方に見ていただくために、開設当初の1ヶ月間で50回程度投稿すると効果的です。当社では、X（旧Twitter）で3時間に1回程度、表面処理の専門用語の解説を投稿し続けて、投稿回数を増やしています。

—— 深刻化している人材不足への対応を教えてください。

大橋▼当社では、省力化や生産性

地域社会へ貢献し、地域に必要とされる企業を目指す

小池テクノHP

