

## 株式会社江北ゴム製作所

困りごと解決事例を  
充実させて  
オンライン販路開拓  
に取り組みます

## Q 事業の概要を教えてください

**A** 弊社の創業は約60年前に遡ります。長年の実績と豊富な経験に加え、生産しているゴムのように柔軟な発想と確かな技術を持つ若いエンジニアを結集させ、お客様のさまざまなご要望に沿う提案をしています。これまで幅広い分野において、1,000種類以上にも及ぶゴムの自社配合を始め、独自技法による小ロット多品種生産を行ってきました。いっぽう射出成形機などにより、防振ゴム、緩衝、パッキンなどの工業用特殊ゴム製品や医療・スポーツ関連製品などの大量生産品も手掛けています。さらに、金属、石材、紙製品などの表面に、防蝕や防錆、防音、耐薬品などを目的に、天然ゴムや合成ゴムを接着させ被膜するゴムライニングも行います。弊社の強みは、お客様のニーズにマッチするゴム素材や加工法をスピーディに提案できる社内体制を整えていることです。

## Q コロナ禍の影響はいかがですか

**A** 受注量が減少した量産品もあり、やはり影響は小さくないです。ただし年間600社以上と取引をさせて



代表取締役社長 菅原 健太

いただいていることから、コロナ禍の影響をそれほど受けていない通信などインフラ系の企業や建設関連企業からの受注が維持できたことで、売り上げの減少を最小限に抑えることができました。ただし、工場を通常通り稼働させるため徹底したのが感染対策です。もし感染者が出たら製造をストップせざるを得ません。全社員に、昨年3月末からは感染しないために公共交通機関での通勤を禁止し、社用車を貸し出し利用してもらいました。

## Q オンライン販路開拓の取り組みについて教えてください

**A** 昨年度の初めに、売上げと生産性を1.5倍に増やす目標を掲げました。その矢先にコロナ禍となり、従

●業種：製造業 ●事業内容：昭和37年創業以来、工業用ゴム製品を開発・製造してきた。お客様の要望に幅広く対応するために、独自技法による小ロット多品種、特殊手作り品などから、射出成形機などによる大量生産品も手掛けてきた。また、オリジナル製品の開発も行いながら、現在も新たな需要に応えるべく、他社との差別化を図っている ●創業：1962年 ●資本金：5,000万円 ●住所：足立区堀之内1-13-34

経験豊富な職人が手作業により仕上げる製品も少なくない。



来の対面営業ができなくなってしまいました。そこで、目標を達成するためにオンラインの活用を考え、まずはホームページのリニューアルに取り組んだのです。すると、新規案件の問い合わせが届くようになったのです。でも、「その先は?」「もっと効果的な方法はあるのか?」「コストを捻出して広告を出せば良いのか?」などと思い悩んでいる時期に、会社のオンライン販路開拓事業を知って申し込みました。

担当のアドバイザーからは、ホームページをリニューアルした際に作った新規コンテンツの「困りごと解決事例」がPDFデータのままだったので、「テキストデータにするほうが検索ワードで上位表示されやすい」などのアドバイスをいただき、WEBの基礎的なことから教えてもらいました。さらにSNSでの情報発信や動画の制作、リスティング広告について、またグーグルアナリティクスの使い方なども勉強させていただきとても役に立ちました。今回の取り組みの成果はすでに出ており、大手メーカーとの取り引きが始まっております。

これからは、撮影した動画をYouTubeにアップしたり、富士工場からもSNSで情報の発信を行うなど、アドバイザーの助言を実践に移していくつもりです。

## Q オンライン販路開拓の今後について教えてください

**A** コロナ禍においても、浮足立つことなく、目の前の仕事をしっかりやっていくことが大切だと思っています。コロナ禍によって人々の生活や仕事のやり方が大きくオンライン化にシフトしています。その変化の速度は私の想定を遥かに超えるものでした。コロナ禍が収束してもこの流れは止まらないでしょう。

弊社の場合、お客様の課題や要望に向き合い解決してきたという実績は大きな強みであり信頼につながっているものの、裏を返せばそれは「課題や要望を受けてから動き出す」

という受け身のスタイルと言えます。オンライン化が加速していくなか、この受け身のスタイルから脱却していかなければなりません。

そこで、各従業員がそれぞれの持ち場でできることをひとつ

ひとつ行っていく「プラスワン」を実施しています。たとえば、お客様に納期を回答するときも「このほかに、当社でできることはありませんか」「ホームページの困りごと解決事例を更新したので見てください」などを加えるようにしています。

これまで、見込み客を訪問して営業活動を行うのが当たり前でしたが、オンラインを利用する機会が増えています。オンラインに慣れていない営業を、どのように育てていくかということにも取り組まなければならないでしょう。オンラインでは問い合わせからクロージングまでのスピードが早いという利点がありますが、相手との信頼関係を構築していくにはやはり対面営業が必要です。それをオンラインとで融合させ、どのように解決していくのかは組織としての課題です。

これまで対面営業でやってきました。オンライン化にともない従業員の教育が課題です。



HP <http://www.kouhoku.co.jp/>  
YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=K7t65J9OcC8&t=6s>

## 従業員のコメント



富士工場 山川 恵里佳さん

## 富士工場からも情報を発信していきます

富士工場からは主にFacebookにて情報を発信していきます。文章を書くのは不慣れで大変だと思いましたが週2回の投稿がノルマです。アドバイザーの方からはどのような文章や写真が効果的なのか、また広告の出し方など初歩的なこと教えていただきました。早く販路開拓に貢献できるよう大切に育てていきます。



種合成ゴムを使用して、金属をはじめ各種素材の表面を防蝕・防音・耐摩耗などを目的にして被覆する。化学工業・水処理装置・大気汚染防止などの分野で重要な役割を果たす。