

事例に学ぶ

# モノ売る製造業から コト売る製造業への変革 ハードロック工業(株)

ハードロック工業(株)は1974年に創業。ゆるみ止めねじの開発製造販売を行っており、同社製品は東京スカイツリーや人工衛星、明石海峡大橋などにも使用されている。

同社のデジタル化への転機となったのは新型コロナウイルス感染症蔓延であった。感染症の発生後、数カ月で売上は前年比約5%ダウンし、これまで新規顧客獲得の機会であった展示会も軒並み中止。このままではいずれ立ち行かなくなると、若林社長自ら陣頭



▲若林社長

指揮を執り、新たな営業戦略を展開。その第一歩として手掛けたのが、デジタルマーケティングの導入であった。

2020年10月、社会貢献の一環として、ねじに関する知識が十分でない設計技術者向けのお役立ちサイト『ねじ締結技術ナビ』を立ち上げ、様々な技術的な情報を実験データも加えながら提供することとした。

「従来のコーポレートサイトでも月平均1万件のアクセスがあったものの、誰がアクセスしていたかが分かりませんでした。本サイトでは誰が、いつ、何を見たのかが分かるデジタルマーケティングを採用し、コロナ禍で営業活動が制限される中、新規顧客の開拓を目的に開設しました。立ち上げ間もなく、アクセス数は月7000件を超え、これは1度の展示会で得られる名

刺の約10倍の数にあたり、大きな効果が得られました。また、閲覧者のアクセスの動向によって潜在顧客かそうでないかの判別もでき、これまで営業は担当者の熟練度と活動量に頼っていましたが、より効率的な営業展開が可能となり、デジタル化の重要性を改めて実感しました」と語る若林社長。

「ねじ締結技術ナビ」で公開する様々な技術コンテンツやダウンロード資料の増加に伴いアクセス数も増加し、現在のアクセス数は月1万5000件を超え、更なる発展の一途を辿っている。最近では閲覧者のアクセスの動向によって算出された数値が一定の数値を超えると潜在顧客と認識してアラームが出るようにするなど、更なるデジタル化を進め、営業パフォーマンスの平準化を図っているという。

『ねじ締結技術ナビ』を通して、ねじに関する豊富なデータや知識を惜しみなく提供することで、弊社製品の持つ安全性や信頼度について理解して頂けると考えています。コロナ禍を機にモノ売る製造業からコト売る製造業へ

への変革が必要であると感じました。従業員にはこれまで以上にスキルアップを図ってもらい、更なるコト売る製造業へと進化していきたいと考えています」と若林社長は期待を膨らませた。

ハードロック工業(株)  
代表取締役社長 若林 雅彦 氏  
所在地 東大阪市川俣 1-6-24  
電話 06-6784-1131  
従業員 88 人

▲同社が運営する『ねじ締結技術ナビ』