

ニッチ工具ウェブで解決策

複合機など一つの機械に対する多機能化が加速し、ニッチなアナログ工具の取り扱いが減っている。山田マシンツール（東京都台東区、山田雅英社長、03・38834・5041）は、多品種小ロットの機械工具商社とし



変わるマーケティング

山田マシンツール



山田マシンツールのウェブページ

使用法動画の活用検討

て、直接各メーカーとやりとりをする。2017年より「ヤマダ・ソリューション」と銘打ち、顧客の要望に応えるソリューション型の営業を全面的に推し進めている。

きっかけは相談

「きっかけは、当社でもあるロールネット（ナリーング）工具に関しての問い合わせ

の多さだったと、ヤマダ・ソリューションを率いる佐藤貴之機工営業部長は振り返る。ロールネット加工は、高難度な技術力が必要で、使用する工具もニッチな製品。問い合わせ先が分からず、インターネットで調べると上位に出てくる同社に、多くの問い合わせが寄せられるという。工具が欲しいという話から、加工をしてほしいという内容まで、相談は後を絶たない。

「インターネットで確認できる環境にしてあげばよいのでは」と思った（佐藤次長）とウェブを刷新。これまであった顧客からの問



ネジ切り用のチェーザーも扱う。ヒアリングを基に顧客の要望に対応

に至るといふニーズの開をしていく際、大手企業との価格勝負は難しい。他社が手を付けていない、ニッチな工具に着目した。顧客から要望を吸い上げ、それをメーカーに伝え、出来上がった製品を顧客に売るという独自の販売スタイルを構築。大量生産・大量消費が主流の高度経済成長期でもその姿勢を貫き、時代を乗り越えてきた。2006年に、山田

独自のスタイル

1947年の創業当初から、顧客重視の経営に力を入れてきた。工具商社として事業展

雅英社長へ世代交代した後もその姿勢は変わらない。「よりよい製品を扱うには、世界各国へも目を向けていくべきでは」（山田社長）と海外への進出も本格化。特殊な工具の取り扱いも増えていった。現在は営業部が主体となり、ソリューションを掲載しているウェブページにより、社内の情報共有化という面でも刺激になっている。

認知度向上へ

だが、同社のニッチな工具の取り扱いに対し、世間の認知度はまだ低い。今後はいかに知ってもらうかが重要となる。ニッチな製品は煩雑さもあることから、使用方法などを分かりやすく説明できる動画の活用も検討している。海外での量産化が進む中、国内では多品種小ロット生産に注目が集まる。同社は、この機会を生かしたい意向だ。（大串菜月）