

第5回山田マシンツール

東京都台東区にある機械工具商社で、マーキングシステムのメーカーでもある。「ユーザーニーズの深掘り」を方針として掲げ、特にニッチ分野の特殊な輸入工具を得意としている。ユーザーの製造現場に立ち入り、具体的な技術アドバイスをやるケースが多く、現場からの信頼もあつい。2008年にはタイに現地法人を設立した。代表者は山田雅英社長、1947年創業、資本金1000万円、社員45人。URL:www.yamada-mt.co.jp/

価値、マーケットを 作り出す

「新たな価値とマーケットを作り出し、設備投資に二の足を踏む顧客の、閉じた心の扉をこじ開けた」と山田雅英社長は話す。新たな価値とは、例えば多品種少量生産に貢献する工程短縮だ。

現在メインとしているのは、ハイエンドの輸入工具だ。ローレット工具、ねじ転造工具、バッシング工具など、いずれもNC旋盤やマシニングセンタで使えるニッチ分野の特殊工具を、日本総代理店として手がける。特殊な加工工程を一台の機械の中でいくつもこなすことで、工程短縮ができるメリットを提案する。

「地産地消」化が歴史的必然とも言われる現在、国内製造業の行く末に危機感を持っている。「日本

の強みであるフレキシブルな対応力を生かせるのは、多種少量生産のはず。そこでいかに役に立てるか考えた」（山田社長）。

JIMTOF2012では、ざらりと特殊工具を並べ、ダイジェスト版のカタログを配布した。来場者は豊富な提案のなかのいずれかには強い反応を示し、確かなニーズがあることは分かった。「しかし、ビジネスにつながりづらい」と山田社長はこぼす。ニッチな分野のため、製品の手離れが悪く、自社だけでは手が回りきらないのだ。

それでも、特殊工具のセミナーに対するオファーは多く、「少しでも役に立てれば」との思いで可能な限り対応している。

あがき、もがく

コンセプトを理解し、賛同する商社を対象にセミナーを開催するなど、「商社のネットワーク化」にも取り組む。だが、技術的な理解が欠かせない特殊工具だけに、そう簡単に体制は整わない。まずは商社

との同行PRに注力し、草の根活動で地道なマーケット作りに取り組んでいる。「あがき、もがく」ことで、成功を引き寄せたい」と語る。

今年度上期の見通しは厳しいものの、下期の仕事は見えてきたという。モチベーションを高く保ち、下期に花開くよう、泥臭く、やるべきことを積み上げているのが現状だ。

「若手社員がしっかり育っている。今後は対面営業がより重要になるはず。現在の若手がベテランになるころが楽しみ」と目を細める。長期的目標は、年商を現在の3倍となる30億円にすることだ。「研究開発を計画的に行い、有為の人材を育てるためには必要な規模」と山田社長は力を込める。

(芳賀 崇)



「顧客の、閉じた心の扉をこじ開けたい」と山田社長