

原製作所

トップ営業
人員増強

2軸で営業力を強化 将来見据えた事業拡大も視野



原 正憲社長



原 泰嗣専務

安全な食品の流通・貯蔵に貢献するユニットクーラー・熱交換器を製造販売する専門メーカー、原製作所（社長＝原正憲氏、本社・茨城県稲敷市下根本794011）は、前年度（2023年8月期）に過去最高売上高を更新し、好調に成長を続けている。今後の一

層の成長に向けて同社では、営業力の更なる強化を図るべく、前期から今期に掛けて社長によるトップ営業を開始したほか、営業担当も増員。新型コロナウイルスの感染症状法上の分類が5類に引き下げられ、コロナ禍が事実上明けたことを契機として、将来を見据えた

事業領域の拡大も視野に、堅固な事業基盤を築くべく動き出している。同社の前年度の業績は、資材費高騰の影響等もあり、利益面では前年度アンダーも、出荷台数は過去最高だった20年度を約5割更新。売上高についても過去最高額であった20年度から約16割増となり、過去最高額を更新して着地した。

原正憲社長は「コロナ禍の影響で止まっていた設備投資等の需要が、前年度から徐々に回復してきたことで出荷台数が増え、資材

費高騰の転嫁が売上高に表れたのでは」と分析する。また19年に販売を開始したCO₂直膨ユニットクーラーの売上も着実に増えているという。

同社では営業体制の強化も推進している。今期より新たに社長によるトップ営業を開始。原社長は18年に現職に就き、その後1年半ほどでコロナ禍となったため、顧客先への挨拶回りができていなかったとし、昨年に行動規制が撤廃されたことを機に、直接顧客を訪問し、顧客ごとの雰囲気を知っておくことで細やかな対応に繋げることを意識した営業を開始した。

「全てのお客様を訪問することは難しいが、なるべく多くのお客様を訪問できるようにスケジューリングを組み、今年度以降も定期的にコミュニケーションを続けていく」（原社長）。

加えて、顧客担当の属人化の是正に向けても同時に動き出している。当社では従来、一部のベテラン社員に頼っている顧客先があり、ほかの社員では挨拶に行く際に誰を訪ねればよいのかも把握できていない状態だった。そのような先に若手社員を連れていくなど、属人化の解消に向けて取り組みでいる（同）。さらに営業担当社員を増やし営業力の強化も図っている。現在は外勤と内勤を合わせて7人体制で、来年度にも営業担当の内勤社員として1名の入社を予定している。

他方、働き方改革の推進においても、ここ数年で年間休日数を120日間を増やしており、その効果が求人活動へも反映されている同社だが、今後この見直しについては楽観視していない。

現在、物流業界では、働き方改革適用による労働時間規制に伴う24時間問題に対応するため、拠点間や倉庫を新設する動きがあり、冷凍冷蔵倉庫も例外ではない。また、コロナ禍での巣ごもり需要に

よる冷凍食品の出荷量増加や、近年食品のECサービスが増えていることもあり、原社長は今後2～3年は引き続き食品関連の需要があるだろうと予想するも「5年、10年先の見通しは立っていない」と話す。同社は元来、低温分野に特化した事業を行ってきたが、更なる事業基盤の安定へ向け事業領域の拡大を図るべく市場規模のより大きい空調分野への本格進出を模索しているという。

同社製品の空調用途への採用は、庫内温度が高くなる工場へスポットクーラーのような目的で実績があるほか、ソックフイルター付ユニットクーラーは、食品加工場内での対人空調の目的も果たしている。原社長は「低温分野は需要が食品に依存している傾向だが、国内の人口減少に伴い食品の消費量は減っていく。今後の低温分野の需要動向次第では、新たな分野での需要を模索していくことも必要」とし、空調分野への進出を視野に入れたノウハウの蓄積を図っていくことも検討段階に入っているとした。

このような中で、同社は先頃、求人活動を意識した会社案内動画を新たに制作した。同映像は同社が展開する「HVAC&R JAPAN2024」で初披露する予定。

同社の生産風景

同社の生産風景

同社の生産風景

同社の生産風景

同社の生産風景

同社の生産風景

同社の生産風景