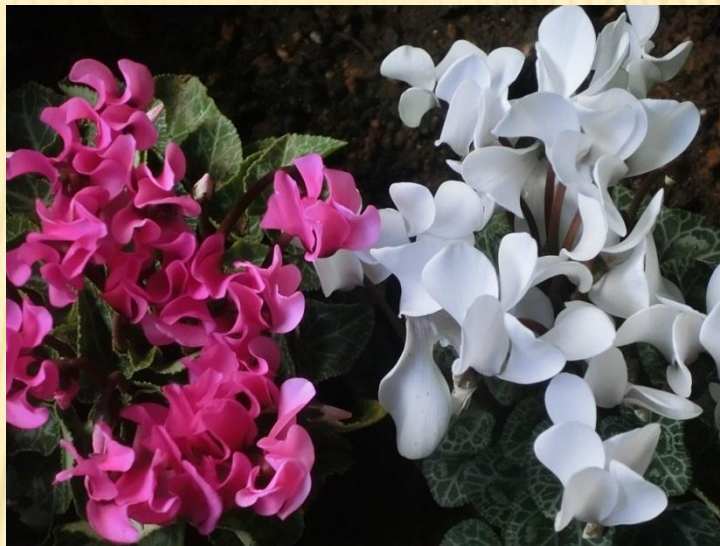


販路開拓通信

【vol.83】

「販路開拓通信」は販路開拓コーディネート事業の活動を終えられた企業の事例や、当事業のタイムリーな情報をお届けします



顧客価値の創造で市場を拓く！



独立行政法人 中小企業基盤整備機構
関東本部 販路開拓部 マーケティング支援課
TEL: 03-5470-1638

「販路開拓コーディネーター事業」
支援事例 ～ 株式会社ベルニクス ～

企業概要

【事業内容等】 産業用機器電源の開発・製造・販売

【設立】 1976年 【所在地】 埼玉県

【資本金】 2,000万円 【従業員数】 92名

【支援対象商品】 電動アシスト自転車「ルキナ」

①低重心設計で乗り易く安全、②ノーパンクタイヤを標準装備、
③発電モーターの採用による長時間走行、④企業名等の名入れ
が可能な極太フレーム、⑤他社製品より軽量、といった特徴が
あります。



➤ 支援の経緯

関東本部の専門家継続派遣事業を活用されて
いました。販路開拓の相談から支援をスタート
しました。

➤ 販路開拓面での課題

これまで消費者向けに販売実績はありました。
次の展開としてB2B市場展開での可能性を見
極め、ルキナの事業展開の可能性を探索するこ
とが課題となっていました。

➤ 第1段階：テストマーケティングの準備

販路開拓チーフアドバイザーとともにマーケティ
ング企画のブラッシュアップを行いました。自転
車単体の販売ではなく、移動手段としてルキナ
を活用したサイクルシェアリングシステムの有
用性を検証し、受容性のあるビジネスモデル構
築のための情報収集を目指しました。メリットを
提供できるユーザーとして、次のターゲットと提
供価値を想定しました。

＜仮説内容＞

- ①自動車ディーラー、カー用品店…車検待ち
および点検待ち顧客へのサービス向上
- ②都心のホテル…周辺観光用として宿泊客へ
の利便性向上
- ③分譲マンション及びマンスリーマンション分
野…入居者(高齢者、女性)の負担軽減

➤ 第2段階：市場での仮説検証

5名の販路開拓コーディネーターとともに、9社に
28回(うち同行20回)の支援活動を行いました。

＜テストマーケティングの内容＞

支援目標を次のように設定しました。

- ①想定したターゲット分野のニーズを把握する。
- ②ターゲット分野ごとの課題を明らかにし、受容性
のあるビジネスモデル構築の可能性を探る。
実際にデモ機を持ち込み、試用していただきながら
意見交換、情報収集を行いました。

＜仮説の検証結果＞

活動の結果は下記のとおりです。

- ①サイクルシステム会社にてレンタサイクルビジネ
スに必要な要素の収集ができました。その結果、
自転車および関連製品の開発について提携する
ことになりました。
- ②外車ディーラーの支店でモニターを実施し、利用
者の意見を収集できました。
- ③外資系シティホテルにてモニターを実施し、宿泊
客の利用ニーズを確認できました。

＜新たな課題＞

- ①採用に向けてはアプローチ先企業の顧客に対す
る利便性向上を図ることで提供価値をいかに高め
るかが今後のポイントです。
- ②機能面の充実に加えてソフト面にも配慮して、ア
プローチ先のニーズを満たすトータルシステムとし
ての提案が求められました。

➤ 第3段階：成果のまとめと今後の取り組み

【具体的な成果】

- ・ホテルにおける外国人観光客向けにレンタサイクルのニーズがあることが分かりました。
- ・ビジネスモデル構築には運用システムも含めたトータル提案が重要であることを確認できました。

【今後の取り組み】

- ・アプローチ先からいただいたアドバイスをもとに、事故防止や盗難防止の視点、乗り捨てシステム、
配置システム、課金システム等の充実を図っていきます。
- ・ナビゲーションやワイヤレス充電といった機能面に加え、事故保険などのソフト面を充実させ、トータ
ルソリューションとして付加価値のある提案になるよう注力していきます。

「販路開拓コーディネーター事業」
支援事例 ～ 株式会社技工社 ～

企業概要

【事業内容等】道路標識・区画線塗装及び安全施設施工、商品販売
【設立】1989年 11月 【所在地】鳥取県宮長132-3
【資本金】8178万円 【従業員数】23名
【支援対象商品】路面自動描画装置「ヒューナビ」
レーザー距離計と高精度の測位技術により、路面等に大きく、複雑な図形でも短時間に自動で描画します。図形データをリモコンへダウンロードするだけで一人でも作業ができます。



➤ 支援の経緯

新連携認定企業です。中小機構中国本部からの推薦で支援をスタートしました。

➤ 販路開拓面での課題

道路標識関連の官工事での実績はあるものの、民間での採用実績はほとんどありませんでした。路面広告等の新規分野での利用促進を図るための情報収集が課題となっていました。

➤ 第1段階：テストマーケティングの準備

販路開拓チーフアドバイザーとともにマーケティング企画のブラッシュアップを行いました。

＜仮説内容＞

民需のどのようなシーン(場面)で利用可能かを検討し、路面の商業利用に可能性があると想定しました。具体的には、路面広告(標識)、美観向上やイベントでの大規模かつ複雑なイラスト等の作成用途に提供価値があるという仮説を立てました。ユーザーメリットを具体的に分析して、次のターゲットを設定しました。

- ①路面広告用途として広告・看板会社
- ②観光・イベント用途としてイベント企画会社
- ③スペース活用用途として商業施設運営会社
- ④民間駐車場の道路標識用途として建設会社

➤ 第2段階：市場での仮説検証

4名の販路開拓コーディネーターとともに7社に対して27回(うち同行20回)の支援活動を実施しました。

＜テストマーケティングの内容＞

路面広告、駐車場の有効活用としてマンション施工建設業者、イベント企画会社、商業施設運営会社に加えて、建設機器レンタル会社にもアプローチしました。1社でデモを実施、6社から描画のニーズの有無やイベント等での利用可能性をヒアリングしました。

＜仮説の検証結果＞

- ①販売面…イベント企画会社が商業施設等のイベントに利用提案するには、ヒューナビ+塗装(色塗り)の一体化が不可欠であることがわかりました。
- ②商品面…細かなイラスト描画ができ、人件費削減が可能な点に高い評価をいただきました。一方で、描画から塗装まで1台でできる機能の充実が求められました。
- ③価格面…データ入力から描画、塗装施工まで含めた1図柄あたりのトータルでの価格表示が不可欠なことがわかりました。

＜新たな課題＞

- ①機能面…描画スピードのアップ、サイズの改良、塗装も自動的にできる、凸凹路面でも描画ができるといった機能面の強化・充実
- ②ビジネスモデル…買取ではなく、レンタルやリースの導入検討

➤ 第3段階：成果のまとめと今後の取り組み

【具体的な成果】

- ①定常的に開催される各種イベントや避難誘導サインなど社会性の高い事業で活用し、世の中や市場の注目を浴びることで案件発掘に繋がりがやすくなることが確認できました。
- ②当社の担当範囲を明確にするとともに、描画デザインのデータ化、塗装施工など各工程で協業先を確保し、受注から施工までの一貫体制構築が必要であることが明らかとなりました。

【今後の取り組み】

- ①販促面…各種媒体を活用した販促による認知度のアップ
- ②機能面…区割り専用機、罫書きと塗装が1台で同時に描画可能な機能を搭載した新機種の開発
- ③営業面…施工会社を早急に確定し、受注から施工(罫書き～塗装)までの一貫した体制の構築

販路開拓コーディネーター 勉強会を開催しました

26名のコーディネーターが参加されました!!

<相場CADによる説明>



<グループワーク>



<COのプレゼンテーション>



平成26年11月4日の午後、販路開拓コーディネーター（CO）の勉強会を以下の内容で開催しました。

1. 事業概要及び勉強会の目的についてマーケティング支援課職員および販路プロジェクトマネージャーから説明し、情報共有を図りました。
2. 同行活動のポイントについて、COの方々にグループワークとプレゼンテーションをして頂きました。
3. 販路開拓チーフアドバイザー（CAD）から採択に向けブラッシュアップ中案件の情報を提供し、支援可能なCOを募りました。

最後に交流会を実施し、参加したCOの皆さんと当事業関係者の懇親を深めました。

今後も質の高い支援サービスの提供に努めてまいります。