

# 販路開拓通信

【vol.25】

「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のご紹介や当事業のタイムリーな情報をお届けしています



狙うは大市場！仮説と検証で顧客に迫る！



中小企業基盤整備機構  
関東支部 経営支援部 販路支援課  
TEL: 03-5470-1638

# 「販路開拓コーディネーター事業」 支援事例(20) ~ T社 ~

## 企業概要

### 【事業内容等】

【設立】2002年4月 【所在地】北海道 【資本金】79百万円

【売上高】157百万円(2008年3月期) 【従業員数】13名

### 【商品概要】フォトコミックサービス

簡単操作のマンガコミュニケーションシステムを使って、撮った写真を漫画風のコマ割りに。ふきだしや効果を追加することにより、よりインパクトがあるアルバムを作ることができます。



## ➤ 支援の経緯

同社は中小機構北海道支部が事業化等を支援していました。関東支部販路支援課が北海道支部において開催した、出張相談会において販路開拓の相談を承り、支援に至ったものです。

## ➤ 販路開拓面での課題

同商品は、プロモーション用の専用サイトで登録ユーザーにデモ使用いただいている以外には、販路が未確立であり、具体的な市場が見えていませんでした。

## ➤ テストマーケティングにあたって

同商品の用途は幅広いです。今後の営業戦略の策定や運用を考え、以下の3市場に絞り、ネットワークを有するコーディネーターを選定しました。

- 旅行業
- ウエディング業
- SaaS運営企業

## ➤ 販路開拓コーディネーター事業での支援内容

**3名のコーディネーターとともに、  
7社に15回のアプローチ！**

☆想定した市場での仮説の検証  
評価・可能性として・・

- ① 仕組みの面白さ、写真をコミックにするというニッチな切り口が評価されました。
- ② 旅行分野では、旅行前の広告により、直接、訴求できる点が評価されました。  
課題・要望として・・
- ① PC操作に不慣れな方には操作の難易度が高いと指摘がありました。
- ② ウエディング業では動画が中心である点で需要が顕在化しないとのことでした。
- ③ SaaS運営企業では、エンドユーザーへの課金体制やサポート体制の整備が充分でないと指摘がありました。

## ➤ 成果と

## 今後の方向

### 【具体的な成果】

- ① SaaS運営企業1社について見積書を提出。
- ② 旅行会社1社についてテストラン実施。

### 【今後の取り組み】

- ① コマ割りや台詞などに予め選択肢を設け、より使用しやすくなるよう、改良を行う。
- ② 課金方法やサポート体制の構築などビジネスモデルを見直す。

### 【同社へのアドバイス】

ビジネスモデルの見直しは、ターゲット市場の設定、システムのブラッシュアップ、価格の設定、課金方法やサポート体制の構築、販促方法、事業パートナーとの役割分担など、検討事項が多岐にわたります。相応のヒト・モノ・カネ・時間などのリソースが必要となるため、他の事業に投入するリソースとの配分も考えなければなりません。フォトコミック事業の位置づけを社内で明確にすること、事業計画全体を見直すことが必要です。



# 「販路開拓コーディネーター事業」 支援事例(21) ~ H社 ~

## 企業概要

### 【事業内容等】

【設立】2006年6月 【所在地】東京都  
【資本金】99百万円 【売上高】50百万円(2008.5)  
【従業員数】1名  
【商品概要】制震用オイルダンパーCOLLABO POWER  
地震発生時に、地震動エネルギーの振動を吸収することで揺れを軽減します。住宅全体に分散設置することで、エネルギーを分担して受けとめることができます。



### ➤ 支援の経緯

同社が、当機構の相談窓口にお越しになったことをきっかけに、マーケティング企画のブラッシュアップを重ね、当事業での採択に至ったものです。

### ➤ 販路開拓面での課題

耐震性能に対する要求の高まりや、安価で施工性も高いという手軽さから普及することが十分考えられます。しかし、競合品との差別化や、組織的な営業の仕組みづくりが進んでいませんでした。

### ➤ テストマーケティングにあたって

競合品との差別化、類似品との代替効果、コストパフォーマンスなどを検証するため、以下のとおり市場を絞り込み、当該分野にネットワークを有するコーディネーター3名を選定し、活動を行いました。

■住宅・建材・工務店関連業界

### ➤ 販路開拓コーディネーター事業での支援内容

3名のコーディネーターとともに  
9社に27回のアプローチを実施！！

☆想定した市場での仮説の検証  
評価・可能性として・・

施工コストの優位性が認められました。  
課題・要望として・・

- ①リフォーム工事がやり易くできるような柱の横面に取り付けられる構造変更の要望がありました。
- ②費用対効果を施主に訴求できる営業ツールを代理店の営業に提供することが求められました。
- ③多段階のチャネルに対応するため、重点取引先を中心とした価格体系の整備が求められました。

### ➤ 成果と

### 今後の方向

### 【具体的な成果】

- ①住宅・建材・工務店関連業界の商社・販売店4社と取引基本契約を締結しました。
- ②上記4社とは、同行営業、展示会の共催まで進捗しました。

### 【今後の取り組み】

- ①制震効果の分かり易い説明、デモ機器の充実、展示会での効果的な見せ方などを検討する。
- ②重点先と、一過性でない継続的な情報提供を含め、組織的な信頼関係を構築する。

### 【同社へのコメント】

今回の活動はアプローチ(同行訪問)の回数が27回と、当事業において最大の活動実績となりました。これは、同社の真摯なご対応と、担当者とCOが積極的なコミュニケーションを取った成果です。今回の活動を基に、価格体系の整備、役割分担、チーム営業など、更に組織での取り組みを強化することが望まれます。今後の成長を期待したいベンチャー企業です。

## 掲示板

### 1) ㈱丹青社デザイナーのご意見をお伺いする会 開催報告

販路開拓コーディネーター事業では、商業店舗設計・施工大手の㈱丹青社様のミーティングルームに2週間陳列し、同社デザイナーの意見を伺う機会を戴いて参りました。

今般は更に一步進めて、同社本社ビル1階のギャラリーで7月14・15日の2日間、内覧会の機会を戴きました。出展社は中小機構の支援先企業18社の中から選ばれた5社。商業施設やオフィスなどの空間を手掛ける同社のデザイナーに、「どのように提案し、どのような助言をいただくか」、デザイナーの生の声をヒアリングする催しでした。

その結果、79名のデザイナーに来場いただき、①内装制限に対応する対応策、②防汚性・防水性のデータの必要性、③イメージスケッチから制作できる訴求不足などのご助言や活発な意見交換の場となりました。引き合いも4件戴きました。

以下は参加者の体験談です。

- ・貴重なチャンスを戴き、ありがとうございました。  
今後も積極的に提案していきます
- ・多くのデザイナーの方と直に意見交換できました。また、参加させてください
- ・このような営業に関する実践的な智恵や情報  
を得る機会を希みます



### 2) 販路開拓コーディネーター事業 出張相談会&セミナー 開催報告

#### ① 佐久ものづくり研究会(佐久商工会議所) 7月2日

主として健康・医療・介護分科会の11の開発製品について、販路支援チームの南PMと小林チーフアドバイザーが開発の経緯や特徴をヒアリングして、製品の評価や販路開拓方法について助言しました。その後、南PMが個別相談会の製品総評を踏まえて「売れる商品づくり」のテーマで、販路開拓コーディネーター事業の事例をまじえて佐久ものづくり研究会の会員の方にお話ししました。訴求点は、お客様の声を訊くポイントと手法 でした。

#### ② 多摩信用金庫「販路支援演習」7月17日

多摩信用金庫の渉外担当の方より、日々の活動で中小企業へ訪問すると、「素晴らしい製品をつくった」「販売先を紹介してもらいたい」という声への対応に苦慮している。そこで、“中小企業を適切にリードできる演習をお願いしたい”とのご依頼を戴きました。

このため、約1時間のセミナーの後、8班(1班5人編成)に分かれ、

当事業の支援事例を題材に、約2時間で

- ・アイデア収集ツール「ブレインライティング表」で使用場面の仮説を設定
- ・ターゲット設定ツール「シーン表」で使ってくれるヒト、買ってくれるヒト  
売ってくれるヒトのベネフィット(便益)を抽出

・各班の発表

を実践して戴きました。

今回の企画担当者の感想は、「仮説に基づいた視点の必要性、中小企業への助言手法について多くの気づきを得られました」でした。今回の体験を活用して戴ければ幸いです。



■当事業へのお問い合わせは、販路支援課 鈴木(TEL:03-5470-1638)が承ります。

※4月13日より、中小機構関東支部の執務室が虎ノ門本部ビル2階から3階に変更になっております。お越しの際はご注意ください。お願い致します。