

販路開拓通信

【vol.30】

「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」でご支援したヴィストン(株)の活動内容です。

[(株)アビサル・ジャパンは26号をご参照下さい]

企業概要

【事業内容等】

【設立】2000年8月 【所在地】大阪府

【資本金】153百万円 【従業員数】11名

【商品概要】教材ロボットキット「BeautoChaser」

各種機能をシェイプアップした、簡単で低価格な学習用ロボットです。

CPUボード「VS-WRC003」でC言語による開発も可能。C言語習得の学習にも活用できます。



➤ 支援の経緯

同社は、近畿支部にて事業化支援を受けておられた企業です。新商品の関東圏での販路開拓を目指し、近畿支部の推薦を得て関東支部へお越しになりました。

➤ 販路開拓面での課題

行政のロボットセミナーや一部学校の教材としての販売実績はありましたが、ホビー用途にとどまっていた。製品の付加価値向上及びeラーニングなどのサービスを含めたビジネスモデルの構築には、市場の声を聞く必要がありました。

➤ テストマーケティングにあたって

教育用教材ニーズの確認、ビジネスモデルの確立、を目指した情報収集を目的に以下の分野にネットワークを有するCO3名を選定し、活動を行いました。

■想定した市場

- ①人材派遣会社、②エンジニアリング会社
- ③エンジニア向けSNS、④資格専門学校

➤ 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
6社に17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・・

- ①ニーズに応じて種類を用意できることの強みが認められました。
- ②教材としての購入しやすさ、他社と比較した価格優位性が認められました。
- ③秋葉原の直営店の存在が顧客に信頼感を与えると評価されました。

課題・要望として・・

- ①階層別カリキュラムを体系化し、明確に規定する必要性を指摘されました。
- ②習得できるスキルについて検定・資格制度の要望がありました。
- ③組み込み対象により標準ルール(組込作法)が難しいとの指摘がありました。

➤ 成果と

今後の方向

【具体的な成果】

- ①人材派遣会社では、eラーニング向け新コンテンツとしての採用が決定しました。
- ②エンジニアリング会社では、トライアル研修会が決定。正式採用に向けた第一歩になります。
- ③エンジニア向けSNSでは、ロボット技術コンテストを共催することで合意しました。

【今後の取り組み】

- ①対象を年齢や職種などで区分、プログラムと対応させ、対象層別カリキュラムを明確にする。
- ②「何が身につくのか、何が身についたのか」を客観的に評価・測定できる尺度や検定の確立。
→アプローチ先からの関心は非常に高いものがあり、小学生から社会人まで幅広い顧客層の存在を確認できました。今後、顧客ニーズにあった教材の提供と、レベルアップを引き続き行い、提案型の営業展開で市場浸透に努めていただきたいと思います。社長の熱意と行動力で、一層の市場機会の拡大が期待できるでしょう。今後の成長を期待したいベンチャー企業です。

「中小企業振興」新春座談会で 大和社長、幟立社長がお話しされた

「中小機構への期待、要望、果たすべき役割」をご紹介します。



(写真左から南PM、大和社長、幟立社長、前田理事長)

大和社長

- 1) 中小企業の支援は、保護とは違うとは思いますが。厳しくなっていくのは目に見えていますから、その厳しさの中で耐えて生き残れる脚力、体力をつける支援策が重要になってくる。例えば、中小企業の経営革新支援認定を取得してやってられる企業は、ある意味その後の支援施策が受けられるということで、1つのゴールはクリアしている。しかし、当初の計画が実行されたか、当初の仮説が合っていたのか間違っていたのかということはいまだに検証されていないような気がします。
- 2) 仮説に対して、うまくいかなかったときにどうするかということを考えておく必要があります。販路支援事業でも同じです。駄目だったときに、「止めますね」と引き際をきちんと設定してあげる。われわれも今回の事業の中でコーディネーターの方から、「ここだめ」といわれる部分がたくさんありました。それはそれで心の整理ができました。この業界を知っている人だから出てきたことなので、それはすごくよかったです。

幟立(のぼりだて)社長

- 1) 私は経営革新計画の承認もと、地域資源の認定も受けていますので認定好きといわれています(笑)。なぜ認定をとるかということ、書類をまとめるということが中小企業にとって大事なことだと思っているからです。中小企業の経営者は自分を振り返ることができない。事業計画を出そうとすると、過去を振り返り、そして将来を考えないといけません。うまくいかないこともたくさんあります。そこで切り換えて変更していけばいい。
- 2) 書類作成に何日もかかり、データ収集も必要です。私の場合、販路開拓コーディネート事業で、いろいろ指導を受けたので大変勉強になりました。最終的に目標の売り上げを達成することができ、厳しく指導していただいたことは大変有難いことでした。
- 3) もう一つは、「Rin」にも商品を置いていただいています。このテストマーケティング・ショップはすごいと思います。中小企業の商品が置いていただくようなギャラリーが少ない中で、東京・表参道という場所であれだけのショップはないし、「Rin」のPR冊子も大変素晴らしいと思います。先日、伊勢丹で「Rin」の商品を展示するという機会に、うちの商品も出していただきました。そこで伊勢丹のほうできちんとマーケティング、商品に対する評価もいただきました。これが私にとっては大きなフォローになる。こうした取り組みを国内だけでなく海外でも展開していただくと大変有難いです。

掲示板

1) 「中小企業振興」新春号の一面にて、当事業が取り上げられました

中小機構では、国の中小企業施策に関する情報や、中小企業経営に役立つ情報、機構が行っている事業を知っていただくため、毎月2回「中小企業振興」新聞を発行しています。

前頁でご紹介のとおり、その新春号では、「市場開拓で活路を開く」と題して、事業をご利用いただいた実績のある、**ヴイストン(株)大和社長、(株)アビサル・ジャパン 幟立社長**、当事業の南PMによる座談会の模様を掲載しています。

掲載紙につきましては、中小機構HPにもアップしておりますので、是非ご覧下さい。

<http://www.smrj.go.jp/kikou/info/shinko/sinko/001333.html>

【「中小企業振興」について】

新聞名: 中小企業振興

発行元: 中小企業基盤整備機構

発行日: 毎月2回(1日、15日)

仕様: ブランケット版4ページ



2) 1月22日(金)「オープンマッチング会」が開催されました



当事業での活動を目指す企業4社が販路開拓CADとブラッシュアップしたマーケティング企画を販路開拓コーディネーター(CO)の前でプレゼンしました。その後、個別の検討会にて、意欲あるCOと活発に議論が交わされました。



■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。