

販路開拓通信

【vol.39】

「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！



独立行政法人 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 ～ SG社 ～

企業概要

【事業内容】花専門小売、園芸サービス業

【設立】1983年 【所在地】静岡県

【資本金】8百万円 【従業員数】4名

【支援対象】はなパコ

本商品は、花束を傷めず簡単に収納でき持ち運べる包装具です。主に花小売店が花束と一緒に販売するものです。

- ①花束がコンパクトに収まり、持ち運び時の揺れや擦れによる花の損傷が防げ、花束のラッピングのズレ、リボンの変形も無い
- ②保管時に立て掛けやすく、フックにも吊るせるので水持ち効が良い
- ③45～75cm 迄の長めの花束に適應できる
- ④内側が白色加工なので、メッセージや寄せ書きなどにも利用できるなどの、特徴があります。



➤ 支援の経緯

しずおか産業創造機構の推薦：
出張相談会での出会いよりマーケティング企画のブラッシュアップに真摯に取り組まれました。

➤ 販路開拓面での課題

当社は花小売業が本業であるため、待ちの営業姿勢でした。このため自社開発商品をどのようにお客様に勧めるかの攻めの営業を体験することが販路開拓の課題でした。

➤ テストマーケティングにあたって

当事業の第1段階は、販路開拓チーフアドバイザーとともに行うマーケティング企画のブラッシュアップです。今までの営業活動を踏まえて**都内花小売店と花材卸業者等に販路があると仮説を立てました。**

これらの分野からのニーズの確認と商品改良の意見を訊いて販路開拓の可能性を検証することにしました。花屋ならではの開発品ですが、エンドユーザーが追加料金を払ってでも**事業として成立するかの検証が必要**でした。

知見のある販路開拓コーディネーター2名を選抜してマッチング会で意見交換を実施。資料を再確認して活動を開始しました。

➤ 販路開拓コーディネーター事業での支援内容

当事業の第2段階は、支援企業が販路COとともに市場の声を訊く**仮説の検証**です。2名のCOによる7社13回(うち当社の同行6回)の活動の結果、

①**花小売店**:企業ごとに対象顧客・コンセプトが異なることから評価が分かれました。具体的には、高級小売店では、はなパコで花が隠れてしまう、電鉄系小売店では、スペースがないため在庫が出来ないなどの御意見をいただきました。

②**花材卸業者**:同分野の組合では幅広い小売店を対象とするため、はなパコの利便性を評価いただきました。しかし、これらの意見はあくまで花を販売する側の意見であり、エンドユーザーである顧客の意見を訊かずに判断することは難しいとのことで、短期間の試験販売を実施いただくことになりました。

当事業の第3段階は、**今後の方向性についての提言**です。卸業者での試験販売とあわせて、はなパコに対応した花束の提案や、はなパコに花束を入れた状態で販売するBOX販売のような販売方法の提案が望まれます。このため、商品の改良を含め常に攻めの営業を継続していただくのに必要な**アクションプラン**を例示して提言しました。

➤ 成果と

今後の方向

【支援後の具体的な成果】

- ①大手花材卸業者からテスト販売用として受注が決まり、口座を開設することができました。
- ②テスト販売結果に応じて大量発注をすることを計画しているとのことをお話を頂きました。

【経営者のコメント】

当事業の支援を受けて、①営業訪問時のプレゼンやヒアリングのポイント、②仮説の検証方法、③見積書の作成方法、④「営業フォローの重要性」のような今後独自に販路開拓する際の重要な点について販路COとの同行活動で学ぶことができました。また、利便性のある商品はすぐに模倣される危険性があることにも気づきました。今後はこれらの情報・ノウハウをもとに積極的な攻めの営業を継続したいと考えています。

「販路開拓コーディネーター事業」 支援事例 ～ I社 ～

企業概要

【事業内容】

経営コンサルティング業務、経営システムの開発、
経営パッケージ・ソフトウェアの販売

【設立】1998年 【所在地】東京都

【資本金】50百万円 【従業員数】4名

【支援対象】営業目標設定支援ツール

数字を動かす、確認する、記録するというMS社
エクセルへのアドイン型営業計画確認ソフトです。

ターゲット設定パネル

目標値名	現在値
新規提案粗利	21.0
粗利合計	15.2

入力値名	現在値	現在値スライダー
新規提案	2,009.5	<input type="text"/>
B社向け増額提案	77.3	<input type="text"/>
C社向け新規契約提案	182.0	<input type="text"/>
D地域新規訪問	294.4	<input type="text"/>
Eキャンペーン見込み獲得	76.0	<input type="text"/>
F社関連見込み獲得	2,076.8	<input type="text"/>

数字を動かしながら
これならできる！
という目標を探す。
別途にグラフも
連動して動きます。

➤ 支援の経緯

2010年2月の「ベンチャーフェア」に出展した際、今後の営業展開手法について販路開拓チーフアドバイザー（販路CAD）に相談するとともに、テストマーケティングを希望されました。

➤ 販路開拓面での課題

開発中（β版）の段階で、対象となる企業にヒヤリングし、対象企業の生の声を製品や価格帯、営業ツールなどに反映する必要がありました。

➤ テストマーケティングにあたって

当事業の第1段階は仮説の設定です。

販路開拓チーフアドバイザーとともに、市場の声を訊くために必要な項目についてブラッシュアップして、活動の着地点を次の3項目で合意しました。

- ① 予算管理等を行っている営業部門、経営企画部門等での現場担当者のニーズ取得
- ② ベータ版のモニタリングと改善項目の把握
- ③ 価格体系のユーザー満足度の確認

その後、ターゲット分野に知見とネットワークのある2名の販路開拓コーディネーター（販路CO）とマッチングして、支援活動を開始しました。

➤ 販路開拓コーディネーター事業での支援内容

第2段階は仮説の検証です。

2名のCOとともに、5社15回（うち当社の同行10回）のアプローチを実施しました。訪問したすべての企業でデモを実施できました。そのデモやモニタリングを通じて、以下の情報を収集することができました。

- ① そもそも業務上の目的が明確で無ければ、新たなソフトは利用されない。
- ② シミュレーションを実施するため、業種に特化したテンプレートの必要性が高い（中小企業と一言で表現しても、その実態は細分化された市場であり、網を投げるような汎用のソリューション展開は容易ではない）。
- ③ シミュレーションソフトの利用により仕事の変革に役立つ提案型のコンテンツが適している。

第3段階は今後の活動への提言です。

製品だけの販売ではなくコンサルティングも含めた商品とすることが望まれます。活動を通じて連携の可能性が明らかになった、飲食チェーン向けコンサル会社とタイアップして、業種に特化したテンプレートを開発する手法を例示して提言しました。

➤ 成果と

今後の方向

【支援による具体的な成果】

最も重要な成果は、**本製品の方向性が明確になった**ことです。今回の体験を活かして、取引先企業へのコンサルティングのニーズが高まっている「地域金融機関向けビジネスモデル」に活かしたいとのご意向です。テンプレートを豊富に用意されるという意気込みに期待を感じます。

【経営者のコメント】

本支援を通じて強く印象に残ったのは、販路COの方々が長年培われた個人的な信頼関係を、当社のために活用してくださったことです。また、ベンチャーフェアから中心となって支援いただいたチーフアドバイザーにもお世話になりました。本支援を活かした今後の当社の成長を期待してください。

掲示板

1) 中小企業総合展2011 in Kansaiへの出展募集が開始されました

中小機構では、中小企業・ベンチャー企業の販路開拓、業務提携などの機会を創出することを目的に、ビジネスマッチングイベントを開催しています。

今般、中小企業・ベンチャー企業向けビジネスマッチングイベントで最大級の「中小企業総合展2011 in Kansai」への出展募集が開始されました。

(最終申込締切2011年1月28日)

同展は2011年5月25～27日の3日間、インテックス大阪で開催されます。

昨年度実績で約55,000人の来場があった「中小企業総合展2011 in Kansai」。新たなビジネス機会の創出に、出展を検討されてはいかがでしょうか。

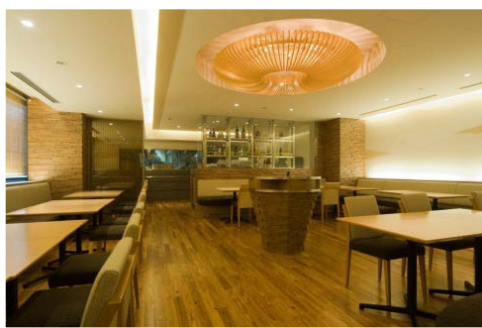
募集に係る詳細は以下URLからご確認下さい。

URL: <http://sougouten.smrj.go.jp/index.html>

(お問い合わせは運営事務局まで)

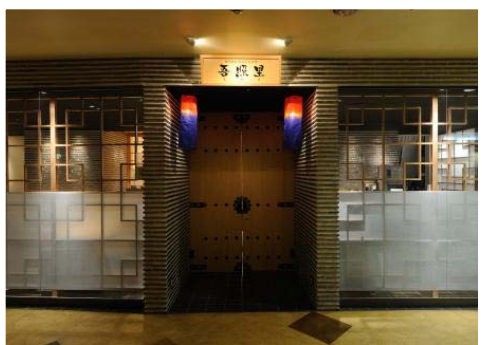


2) 11月某日、嬉しいお客様が販路支援課にお越しになりました



圧密厚貼フローリング

昨年、商業施設・展示施設の内装・展示物等の製作を行うT社のご厚意でデザイナーの声を訊かせていただく会を催した際、参加された**マイウッド・ツー社**(新連携事業計画認定企業)が、その後の進捗のご報告にお越しになりました。T社の設計で、「まるごと高知 ダイニングおきゃく(銀座アンテナショップ2Fレストラン)」で施工できたとのこと。高知県産スギに熱と圧力をかけることで厚さは約半分、強度は2倍になる床材です。催しより1年を経っていますが、嬉しいお話でしたのでご紹介します。



いぶし瓦の新しい用途

また、同じ催しに参加された**光洋製瓦社**(地域資源活用事業計画認定企業)に中小企業総合展の会場でお会いした際も、T社の設計により横浜ジョイナス内の飲食店で施工できたとのこと報告を受けました。こちらは、1165°Cの高温で焼成し、変色の少ない「いぶし瓦」でした。成型された瓦の表面を1枚1枚、ヘラやコテで丹念に磨いて滑らかにしているのが、内装材として評価されたようです。なお、今月の表紙の写真も同じT社の設計で施工した店舗の内装です。