

販路開拓通信

【vol.44】

「販路開拓通信」は販路開拓コーディネーター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 マーケティング支援課
TEL: 03-5470-1638

第三回

独自の顧客価値の発掘に役立つ「6つのパス」

➤ 6つのパスとは？

「6つのパス」とは、「ブルー・オーシャン戦略」のなかで紹介されている戦略策定ツールの一つです。**現状の市場の境界線を引き直して、今まで気付いていなかった新たな顧客価値を発掘**する際に使います。「パス」とは、方法とか切り口といった意味に捉えてください。

パス1

・代替財に目を向ける

パス2

・業界内の戦略グループを見渡す

パス3

・顧客を定義しなおす

パス4

・補完財に目を向ける

パス5

・機能志向と感性志向を入れ替える

パス6

・将来トレンドを見通す

*ブルーオーシャン戦略(ランダムハウス講談社)より一部加筆修正

➤ 6つのパス 具体事例

それでは「6つのパス」について、これまで販路開拓コーディネート事業を活用された企業様の商品事例を示しながらご紹介していきます。限られた誌面のため、パス1、3、5に絞っての紹介となることをご了承ください。

【パス1:代替財に目を向ける】

(有)スガワラ印刷さんが開発した「複写式付箋紙」をご紹介します。付箋紙の使用目的を「記録」とすると、カーボン紙も同じ目的となり、代替財と位置付けられます。「複写式付箋紙」は付箋紙にカーボン紙の要素を取り込み、付箋紙でありながら一度に複数枚記録し情報共有できるという新たな顧客価値を創造しました。

(次ページに続く)



こんなの初めて！新用途を開拓
(有)スガワラ印刷(東京都)

販路開拓コーディネート事業では、医療機関向けに配布する製薬会社のノベルティとして採用されました。

既成概念にとらわれない顧客価値を発掘するためには、当事例のように代替財を幅広く考察し、それらの要素を取り込むことが有効です。

【パス3:顧客を定義しなおす】

(株)森久エンジニアリングさんが開発された「小型植物工場」をご紹介します。植物工場のお客様は主に野菜栽培の生産事業者です。当社もこれまで大手野菜卸業者や焼肉チェーン向けに大型・中型プラントを受注、納品してきました。

販路開拓コーディネート事業でのチャレンジは、「食育」をコンセプトに据えた省スペースの小型製品を開発し、いままで顧客ターゲットではなかった幼稚園や保育園市場を開拓することでした。先端的幼児教育を実施されているS保育園への納品を通して、市場開拓の足掛かりを固めることができました。

これまでターゲットにしていなかった非顧客に着目しましょう。非顧客を開拓することで既存市場を上回る潜在需要を掘り起こすことも可能です。



「食育」で新市場開拓
(株)森久エンジニアリング(兵庫県)

【パス5:機能志向と感性志向を切り替える】

(株)メディディアさんが開発された点滴棒「feel」をご紹介します。既存の点滴棒は一般的に耐久性や安全性など機能性が重視されるジャンルの商品です。一方、当社は「木の温かみ、可愛らしさ」といった感性的な価値を盛り込むことで、新たな需要創造に取り組まれました。

その結果、大手病院の産婦人科への納入や、大手医療機器販売会社での取り扱いが決まりました。

このように、機能志向が強い商品ジャンルには感性志向を、逆に感性志向の強い商品ジャンルには機能志向を取り入れることによって、従来にない独自性の高い顧客価値の創出が可能になります。



感性志向で独自性アップ
(株)メディディア(福井県)

「6つのパス」を使って、自社商品を見つめ直してみましよう。価格競争に巻き込まれない、独自性の高い新たな市場開拓のチャンスが発見できるかもしれません。



次回は、商品の独自性を高めるフレームワーク「4つのアクション」について、事例を示しながらご紹介していきます。

第四回:独自性を高める「4つのアクション」

掲示板

1) 中小企業総合展2011 in Kansaiより

5月25日から3日間開催された上記展示会に於いて、販路開拓コーディネーター事業で支援中の企業と支援を終えられた企業が合計10社、出展されていました。

また、りそな中小企業振興財団の第23回中小企業優秀新技術・新製品賞を受賞された39社のパネル展示コーナーでは、当事業で支援した2社(右図参照)が展示されていました。



一般部門奨励賞受賞のインパクトワールド社



大学発ベンチャー特別賞受賞の名城ナノカーボン社

2) 支援中の企業のパブリシティをご紹介します。

現在支援中の企業がメディアで紹介されました。

1) 静和マテリアル社(静岡県)の「スリットファイル」

日経新聞ご当地NEW FACE6月6日に掲載されました。
持ち運び時に書類がばらけない、留め具がない、ファイルです。

2) リード社(岩手県)の「ほっと安心帽」

NHK「おはよう日本」のコーナーまちかど情報室にて6月13日に放送されました。
重い、暑いと感じる安全帽を学童やりんご果樹園で手軽に着用できるように工夫しています。

3) 新たな販路開拓コーディネーターを迎えて

当事業では、今年度、15名の販路開拓コーディネーターを新たにお迎えしました。

5月20日には、事業への理解を深めていただくためのオリエンテーションを開催。事業内容や支援の進め方について、販路開拓プロジェクトマネージャーから説明し、その後のチーフアドバイザーとの面談では、自身の持つネットワークや、中小企業支援に対する思いなどをお話いただきました。今後、新規案件での新たなネットワークの活用が期待されます。

