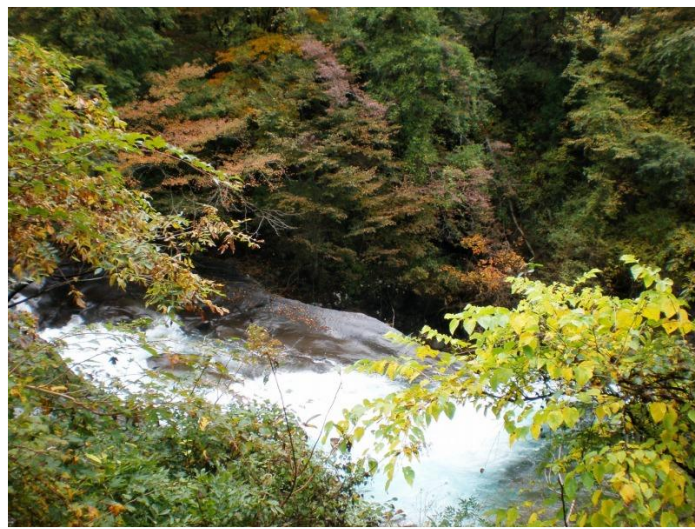


販路開拓通信

【vol.48】

「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 マーケティング支援課
TEL: 03-5470-1638

第一回

顧客価値を創出するツール

▶ はじめに

はじめまして。(独)中小企業基盤整備機構関東支部マーケティング支援課で、中小企業の皆様に販路開拓支援をしていますチーフアドバイザーの田川幸平です。今月から6回にわたって、「顧客価値を高める『使用シーン表』の活用術」を連載いたします。販路開拓に課題をもつ多くの企業の方に、シーン表をどのように活用していけばよりよい成果を得ることができるかを、以下の順番で解説していきます。

1. 顧客価値を創出するツール
2. 想定販売先のニーズ抽出
3. 自社の特徴の洗い出し
4. 顧客価値の想定
5. 懸念事項の整理と対応策の検討
6. ターゲットの絞り込み方法

ご活用いただき、効率的な販路開拓のお役に立てれば幸いです。

▶ シーン表とは

まず、使用シーン表について説明いたします。一言でいえば、「開発した製品やサービスの顧客価値をいかに高めかかを順序立てて考えることで、効果的な販路開拓を実現するためのツール」です。

活用にあたってのポイントは、想定販売先(顧客)の視点から自社製品やサービスを見直すことで、現場のニーズを充足する特徴・機能をいかに発揮できるかを考え、顧客にとってのメリット(顧客価値)を抽出するところにあります。

ただし、この時点でのメリットはあくまでも「仮説」ということになり、「検証」は実際に現場に出て行うこととなります。検証結果がもし当初の仮説と不一致ということになれば、使用シーン表を修正してメリットの再設定を行います。

実際に市場に出て検証のお手伝いをするのが「販路開拓コーディネート事業」になります。

シーン表は次ページのようなシンプルな構造になっています。この枠の中を埋めていくことで完成させることができます。

想定した利用シーン・活用場面	想定されるメリット	懸念される事項	想定販売先企業	
【想定される用途(使用場面)の現状】	技術面・品質面・価格面 等	競合面・販売体制・供給面等	1	
	【使ってくれるヒトにとってのメリット・魅力】	【最終ユーザーにとっての懸念事項】		2
				3
【想定される用途(使用場面)の問題点】	【買ってくれるヒトにとってのメリット・魅力】	【扱ってくれる企業にとっての懸念事項】	4	
			5	
【想定される用途(使用場面)での理想像】	【売ってくれる企業側にとってのメリット・魅力】	【自社の懸念事項】		

➤顧客価値創出のプロセス

上記のシーン表で最も重要なのは、「**想定されるメリット(顧客価値)**」のところですが、なぜなら、顧客は負担するコストを上回るメリットがなければ、決して製品を買ったり、サービスを利用したりすることはないからです。特に生産財では徹底的に合理的かつ冷静な購買意思決定がされますので、より顕著になります。それでは顧客はどのようなとき製品を求め、サービスを利用しようとするのでしょうか？

経営学者のドラッカー博士は、「品質が価値であるという。だが、この答えはほとんど間違いである。顧客は製品を買っているのではない。買っているのは、欲求の充足である。**彼らにとっての価値である**。(P.F.ドラッカー「マネジメント—課題、責任、実践」上田 惇生訳 1973年)」と言っています。

自社製品・サービスの顧客価値を創出し、想定販売先にメリットを提供できれば、その結果は自ずと良い方向に向かいます。ヒットした製品には必ずこのストーリーがあります。しかし、成功物語を後づけでなぞっても、自社製品・サービスの販路開拓に結びつけることは至難の業です。自社にあった販路顧客価値の創出がいかに難しいことであるは、ご存知のとおりです。

ドラッカー博士は次のようにも言っています。「目的と使命に取り組むうえで答えるべき究極の問いは、顧客にとっての価値は何かである。これが重要な問いである。しかし、最も問うことの少ない問いである。**答えは分かっていると思い込んでいるからである**」。

シーン表を使うことは、自らに「顧客にとっての価値」とは何かを問うプロセスそのものです。思い込みを排除することにも役立ちます。まずは「顧客価値」を仮説として**設定**してみましょ。これが販路開拓の近道になります。

ここで重要なのが、想定販売先がもっているニーズを的確に把握することです。次回(第二回)は、「想定販売先のニーズ抽出」について説明していきます。

掲示板

中小企業総合展(JISMEE2011)

販路開拓コーディネイト事業で支援
いたしました企業の出展の様を
をご紹介します。

English
知恵と
技術と
感性を
This is JAPAN

中小企業総合展
JISMEE 2011
Japan International SME Exhibition

11/9 ▶ 11
WED 10:00~17:00 (開場16:00より)
FRI

会場：幕張メッセ【展示ホール1-2-3-4】
主催：独立行政法人中小企業基盤整備機構 共同開催：ベンチャーフェア Japan

北海道・東北



一人暮らし見守り
エー・エス・プリンス



360° 見える鏡、大善硝子店



電磁波低減 eウインテック

中部・北陸



壁面緑化プランター
アポア



再生プラボード アイテクノス



超耐久シート
タカハラコーポレーション

関東



静かさを科学する 静科



ねじ締めに見える化
井出計器



緊急時対応袋 テクノキャッチ

中国・四国



エスカレータ清掃 善管



産業廃水を無害化
アクト



スリットファイル
静和マテリアル



有害ガスの分解
インパクトワールド

九州



洗える量 小田量商会



レベル出し 須田鋳工所



停電時電源切り替え
赤松電気

■当事業へのお問い合わせは、マーケティング支援課 山岸・松田(TEL:03-5470-1638)が承ります。