

# 販路開拓通信

【vol.53】

「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  
関東本部 経営支援部 マーケティング支援課  
TEL: 03-5470-1638

## 「販路開拓コーディネーター事業」

使用シーンを明確に設定することで具体的ニーズが明確になった事例 ～ L社 ～

### 企業概要

【事業内容等】衣料雑貨縫製業

【設立】2007年 【所在地】岩手県

【資本金】1百万円 【従業員数】1名

【商品概要】頭部保護機能のある帽子「ほっと安心帽」

本商品は、ヘルメットまでは必要ないが、頭部の安全を確保する必要がある場合に、工場や倉庫などで使用する安全機能の高い帽子です。

特徴は、

- ①衝撃吸収力は、ヘルメットと布帽子の中間で、キャディー用保護帽よりも高い。
- ②通気性が良く、軽く、折りたたむため、持ち運びが簡単で長時間使用時も頭部が蒸れたりすることが少なく、普段使いができる、などです。



### ➤ 支援の経緯

販路開拓チーフアドバイザーが担当する関東本部の窓口相談に来社され、当事業での支援を希望されました。社長は資料作りに粘り強く、真摯に取り組まれ、採択に至りました。

### ➤ 販路開拓面での課題

震災後の防災意識の高まりから、マスメディアでも紹介され、学童用販路は開拓中でしたが、産業用途については、どのような分野にニーズがあるか明確になっていなかったため、具体的使用場面を設定することが課題でした。

### ➤ 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。軽くて、通気性も良く、折りたたむことから、ヘルメットの着用義務はないものの頭部の事故発生の危険性がある産業用分野として、①倉庫などでの軽作業用、②子供や高齢者などのスポーツ用、③果樹園などの農作業用の3分野についてテストマーケティングを行うこととしました。これらの分野にアプローチできるルートを保有し、活動をリードする販路コーディネーター（販路CO）3名を選抜しました。

### ➤ 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。3名のCOが17回（うち同行11回）の活動支援を実施しました。その結果①軽作業用として配管などの設備点検時に気軽にかぶれる保護帽としてニーズがあることが明らかになりました。しかし倉庫内作業では、ヘルメット着用義務作業と不要作業が混在するため、安全管理部門は労災事故などの不測の事態への対応を重視する傾向があり、併用は困難であるとの御意見でした。②スポーツ用では、条件としてスポーツパフォーマンスを上げること、安くてマスで売る量販品であることが求められるため製品のコンセプトと合致しないこと、子供用には、機能性を求めないことなどから参入は困難との評価でした。③農作業用では、果樹栽培農家などに限定されると思われること、使用事例など農業関係の新聞や広報誌等に掲載することが採用されるためには必要であるとの御意見を頂戴しました。**当事業の第3段階**は、仮説の評価と今後の方向性についての提言です。頭部保護ニーズの強さと事故防止対策の実施度合いの2軸でターゲット分野を分析し、優先順位をつけて営業を継続していただくこととこれを元にした月次進捗管理表などを提言しました。

### ➤ 成果と

### 今後の方向

### 【具体的な成果】

- ①通信電源設備保守点検企業でモニター使用後、ツバの大きさや折りたたむことなど改善要望を頂き、素早く対応したことから見積提出後、試験的に納入がすることができました。
- ②各種機械リース企業、倉庫業企業でのモニター使用から、安全面であご紐の追加や屋外使用のための防水加工など今後の改善方向が明らかになりました。

### 【今後の取り組み】

今後はこれらの情報をもとに頭部保護機能のニーズはあるものの、まだ事故防止対策がとられていない企業を対象に、ユーザーの作業面での使いやすさ改善など、現場の声を活かした製品のブラッシュアップが求められます。そしてターゲットの優先順位付けを明確にし、着実に実績に結びつけることが当社の将来を明るくすると信じる次第です。

# 「販路開拓コーディネーター事業」 支援事例 ～ TC社 ～

## 企業概要

【事業内容等】 防災用品の製造及び販売  
【設立】 2011年7月 【所在地】 東京都  
【資本金】 20百万円 【従業員数】 4名  
【支援対象】 「携帯用災害便利袋」  
災害緊急時に貯水袋、防煙マスク、緊急  
トイレなどに使える、ポケットに入れて  
携帯できるビニール袋です。



## ➤ 支援の経緯

地元自治体の創業指導を受け創業した後、  
中小企業総合展2011に出展した会社です。  
高齢ながら社会に役立ちたいという社長の熱  
心な姿勢に共感して支援を決めました。

## ➤ 販路開拓面での課題

当社は女性ばかりで創業したての会社であり、  
商品は特許を取得してはいるものの、アイディ  
ア商品です。当商品をビジネスにするための  
ステップを体験していただくことにしました。

## ➤ テストマーケティングにあたって

**当事業の第1段階** は、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。当商品の特徴を明確にして、a)  
保険会社分野、b)広告会社分野、c)防災関連  
分野、d)レジャー関連分野、e)その他、に絞り込  
みました。次に各分野のニーズの確認と商品改  
良の意見を収集して、販路開拓の可能性を検  
証することになりました。それぞれの分野にネット  
ワークを持つ4名の販路開拓コーディネーター  
(販路CO)を選抜してマッチング会を開催しまし  
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。4名のCOによる11  
社34回(うち同行23回)の活動の結果、  
a)保険会社分野では、ノベルティは子会社が仕って  
いる。採用は保険契約が条件とのことでした。  
b)広告代理店分野では、コストダウンのための仕様変  
更の要請があるものの、宝くじの販促ノベルティとし  
て評価され、見積り提示のステップになりました。  
もう1社からは「5枚セットのBoxタイプならノベルティ  
として現実的」との助言を得ました。  
c)防災関連分野では、「簡易携帯性に興味はあるが  
納入実績を重視している」とのことでした。  
教育市場では学校の備品として通販カタログへの掲  
載で交渉中です。  
d)レジャー関連分野では、ゴルフ場でモニター後ゴ  
ルフ場の備品としての提案と見積りを提示をしました。  
e)その他として、地域の郵便局でモニターをしてい  
ただきました。  
**当事業の第3段階** は、仮説の評価と今後の方向性  
についての提言です。想定したそれぞれの分野から  
ビジネスにするための貴重な情報を入手でき、営業  
のステップも体験できました。今後取り組まなければ  
ならない課題も明確になりました。そのためのアク  
ションを例示しました。

## ➤ 成果と

## 今後の方向

## 【具体的な成果】

- ①大手広告代理店で、宝くじの販促ノベルティとして大手銀行に提案するための仕様と見積りを提示しました。
- ②教育市場を持つ商社経由で、学校向けの通販カタログ掲載条件等についての交渉中です。

## 【今後の取り組み】

ノベルティ・ビジネスの競合は厳しいので、①コストダウンへの更なる工夫、②分かり易い訴求への取り組み、③ビジネスにするための優先順位、④継続的なアプローチ、⑤組織的な営業の仕組みづくり、が欠かせません。区とも相談して課題解決に取り組まれることをお勧めしました。

## 販路開拓コーディネーター事業 担当専門家のご紹介

平素より大変お世話になっております。平成24年度になり、新しいプロジェクトマネージャーが就任いたしましたご挨拶をさせていただきます。

販路開拓PM 田川 幸平 全体統括



この4月より南PMの後をうけ、販路開拓PMに就任いたしました。よろしくお願いたします。私はこれまでの5年間、当事業のチーフアドバイザーとして数多くの商品・サービス等の支援に関わり、実務経験や知見、ノウハウを蓄積してまいりました。この資産を活かし、今後も「答えは市場にある」という信念のもと、支援機関の皆様やコーディネーター、CAD、関連する方々と思いを一つにして、支援企業様により良い満足を提供できるよう努力していく所存です。皆様方には、これまで同様に当事業へのご理解を賜り、テストマーケティングを通じた支援企業様の自立化に向けた強力なバックアップ、また我々販路チームに対するご指導・ご鞭撻をいただけますよう、重ねてお願いたします。

販路開拓CAD 粉山 豊 月曜日窓口担当（電子機器、ものづくり分野 ほか）



私は電機メーカーで材料や装置などの調達業務に従事し、たくさんの営業マンと接してきました。『自社製品の特徴をきちんと理解し』、『顧客が何に困っているかを把握し積極的に提案する』、『対応の早い』営業マンに会うと「できるなあ」と感じていました。本事業では支援企業がこのようなマーケティング活動を展開できるようお役に立ちたいと思います。

販路開拓CAD 相場 健 火曜日窓口担当（情報通信、電子機器分野 ほか）



計測器・測定器・情報機器レンタル業で営業を経験し、製品・商品・サービスの「価値を感じてくれるヒト」に営業することの重要性を学びました。「価値を感じてくれるヒト」になかなか出会えないこともありましたが、その原因は、ほぼ自分の段取りや準備が不足していたことにありました。段取りや準備は容易ではありませんが、ペースメーカーとして一緒に走りながらサポートしますので、まずはご一報ください。

販路開拓CAD 大寺 規夫 水曜日窓口担当（食品、ものづくり、建設業、バイオ分野 ほか）



私は食品メーカーで開発・生産・営業を経験し、その後国内外の食品企業、建設業の経営課題の解決のために、企業様と一緒に汗をかいてきました。企業様が、良かったと喜んでもらえるのが何よりもうれしい瞬間です。現代のように差別化が難しい時代に自社の製品・商品売っていくためには、その製・商品を誰に喜んでもらうのかを明確にする必要があります。そのために、一緒に汗をかきたいと思います。

販路開拓CAD 青島 弘幸 木曜日窓口担当（電子機器、生活/文化分野 ほか）



私はAV機器メーカーで新商品開発やマーケティング業務に携わってきました。お客様の支持を得てヒット商品となったケースもありますが、競合商品との競争に巻き込まれ失敗に終わったケースも多く経験しました。失敗の理由は作り手志向に陥り、お客さまの価値の探究を怠ったことに尽きます。これまで培ってきたノウハウを生かし、中小企業の皆様のお役に立てるよう頑張る所存です。

販路開拓CAD 長谷川 猛 金曜日窓口担当（生活/文化、医療/福祉/介護分野 ほか）



私は長い間ホテル旅館を専門にコンサルをしてきております。全ての業種はサービス業をしているということに気が付いた時、自分の中小企業支援のスタイルが決まりました。それは外部関係者（エクスターナル）と内部関係者（インターナル）の両方に満足を与える姿勢で支援することです。満足を超えて感動された時には達成感でいっぱい、こちらこそ感謝の毎日です。