

中津川針葉樹活用製品の販路開拓プロジェクト 活動支援

支援の ポイント

- ① 全国展開支援事業、エキスパートバンク等多くの支援制度を活用
- ② 2社共同ブランドの構築と販路開拓を中核テーマとしたプロジェクト運営
- ③ カタログ整備や来訪者アンケートの実施、見込み客のフォローなど、展示会前後の活動支援を徹底

支援の経緯

岐阜県商工会連合会では、支援ネットワーク強化事業の活用之际、県下を5つの広域ブロックに分け、各々に経営指導員兼任のネットワークアドバイザーを配置した。狙いは、県連合会の経営指導員がより密着した形態で商工会支援や企業の経営支援を実施できるように考えたものだ。この意向に沿って、中津川北商工会の林幸彦経営指導員から、東濃地区を担当している宮嶋健也NWアドバイザーに、間伐材等を活用した新商品開発の支援依頼があったのは、平成23年4月のことだった。

中津川の地場産業である針葉樹の木材加工は斜陽にあり、以前よりA社経営者は将来に不安を感じていた。遊びのつもりで作った新しい木目製品が、思いがけず評判になり、類似製品を開発するB社代表と一緒に何かできないかと声をかけた。二人はプロのデザイナーに製品デザインを依頼し、展示会に出展することで、新しい事業の柱を目指したいとの想いをもち、地元商工会に相談した。中津川北商工会の林指導員と2社の木工加工会社経営者との試行錯誤が始まった。

支援のプロセス

中津川北商工会では地域資源活用プロジェクト事業等を活用し、岐阜県生活技術研究所で強度試験、反り・ネジレ度の評価試験を行い、「接合版の製造方法」のpatent出願を進めた。A社は、板を波型に加工し貼り合わせることで反りにくく、ユニークなデザインの新素材を開発し、B社は端材の切り出しから接合・接着の工程を工夫することで、矢羽根の木目がそろった接合板の製造技術を確認した。林指導員が宮嶋NWアドバイザーに支援を依頼したのは、技術的な見通しが立ち商品化を加速する時期にあると判断したからだった。

相談を受けた宮嶋NWアドバイザーは、2社の経営者に対して、NWアドバイザーと経営指導員に専門家を加えたプロジェクトを編成し、2社と併走する形態で課題検討を進めることを提案した。同意を得た後に、全国展開支援事業に申請し採択を受け、製品デザインの専門家を交えた検討会がスタートした。試作品は、2社がそれぞれ独自の木目素材を使って、テーブル、ベンチや鞆、バスマット等の雑貨まで制作した。共同ブランド名は、岐阜県東濃のヒノキ・スギの間伐材等を使用することから【tonono】に決定した。さらに、エキスパートバンク事業を活用して、色彩デザインの専門家に検討会に参画してもらい、【tonono】のコンセプトを精緻化すると同時に、パンフレットの制作を行った。



A社商品例



B社商品例



内木工所と
岐阜木工・吉田

東濃ヒノキ、長良スギ活用

共同で新ブランド

デザイン性や
家具などに付加価値

岐阜県東濃地区の木材加工業者「内木工所」と、岐阜県岐阜市の木工業者「岐阜木工・吉田」が、東濃ヒノキと長良スギの活用を目的として、共同で新ブランド「tonono」を開発し、展示会や通信販売等で販売している。このブランドは、デザイン性や家具などに付加価値を高めることを目指している。両社は、東濃ヒノキと長良スギの活用を目的として、共同で新ブランド「tonono」を開発し、展示会や通信販売等で販売している。このブランドは、デザイン性や家具などに付加価値を高めることを目指している。

平成23年10月31日 中部経済新聞記事より

展示会への出展は、デザインハート展（10月：東京西麻布）、インテリアライフスタイルリビング展（11月：東京ビックサイト）、グルメ&ダイニングスタイルショー展（2月：東京ビックサイト）と続いた。宮嶋NWアドバイザーと林指導員は、出展に合わせ来場者アンケートを作成し、多くの来場者に直接コメントを求めた。百貨店、家具メーカー、通信販売会社等から引き合いがあり、同時に様々な商品アイデアやコメントをいただいた。2社のユニークな商品性に対して、来場者の関心の高さに直接触れ、目指している方向と手法が間違っていないことを確認できた。展示会への出店やHP等により、多くの見込み客情報を得たが、今後どのようにアプローチをしたらよいかを検討するために、支援ネットワーク強化事業の専門家派遣を活用した。販売戦略や販路開拓の専門家を検討会に招聘し、顧客別のアプローチ策について検討を進めた。結論は、有効性の高い商談に絞り、確実に関係を構築することだった。具体的には三越本店からの出展オファー等に注力するもので、サンプル対応、見積対応の迅速化策等を求めた。

フォローアップ活動

23年度の支援成果として、基本となる商品シリーズが確定し、展示会や通信販売等で百数十万円の売り上げを得た。二人の経営者は、商品の狙いとデザイン性、事業展開策が消費者に伝わり、コンセプト部分で評価されていると感じている。24年度は本格的事業化に向けて取り組みを加速させる意向である。

一方で、2社は共同ブランド【tonono】の販売と並行して、各々独自の商品ブランドも手掛けている。B社は、宮嶋NWアドバイザーと林指導員に継続的な支援を求め、自社ブランドを紹介するHPのリニューアルを進め、経営革新計画の知事承認を得た。A社は、娘婿が事業後継者に決まり、現経営者のやる気も増している。【tonono】と自社ブランド製品の比率を高め、付加価値の高い事業構成を目指している。商工会には、経営革新の実現と事業承継の並行支援が期待されている。

OJTについて

岐阜県商工会連合会職員の宮嶋NWアドバイザーにとって、先輩となる林指導員に対して、OJTによる支援指導を行うという意識なかった。取材の際にも、宮嶋NWアドバイザーは「私が教えていただいた立場ですよ。」と謙虚な姿勢を崩さない。宮嶋NWアドバイザーの支援姿勢は、専門家や支援制度の紹介、諸々の情報提供を行い、支援全体の要所とバランスを意識しながら経営指導員のやる気を引き出すことに力点を置く。先輩の経営指導員に対しても、同じ組織人としての気遣い、配慮を忘れない。林指導員に、感想を求めたところ、「一人で悩んでいるときに、宮嶋さんからの助言は真に助かる。常に支援の方向性や全体感を持っているので、助言にぶれがない。」との評である。

林指導員は、24年度から東濃ブロック広域支援室長に異動し、宮嶋NWアドバイザーと席を並べて商工会支援を担う立場になった。林指導員にとって、宮嶋NWアドバイザーとの活動経験は、OJTをする立場になり、貴重な実習経験となった。



宮嶋NWAD(左)、B社代表(中央)、林指導員(右)と共同ブランドの商品シリーズ(一部)