

# 販路開拓通信

【vol.139】

「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や、当事業のタイムリーな情報をお届けします



顧客価値の創造で市場を拓く！

独立行政法人 中小企業基盤整備機構  
関東本部 企業支援部 企業支援課  
TEL: 03-5470-1637

# 「販路開拓コーディネーター事業」 支援事例 ～ 株式会社 スプラウト ～

## 企業概要

【事業内容等】 人材派遣事業、ドローン空撮サービス事業  
【設立】 2008年 【所在地】 東京都  
【資本金】 1,000万円 【従業員数】 4名  
【支援対象商品】 ドローンを活用した屋根等の点検サービス  
高度なドローン操縦スキルをもった作業員が屋根等の画像を空撮  
接写撮影をします。足場設営が不要なことから、点検の大幅なコスト  
ダウンを実現し、定期点検やスポット点検にも対応できます。

ドローンによる空撮風景



## ➤ 支援の経緯

さわやか信用金庫様からの紹介を受け、マーケティング企画のブラッシュアップと建設、不動産市場への販路開拓を希望されたことから支援に至りました。

## ➤ 販路開拓面での課題

これまで当社は、エンドユーザーの戸建家主への営業展開が中心でした。今後、事業の更なる成長を図るためには、BtoBの市場開拓が不可欠となっていました。

## ➤ 第1段階：テストマーケティングの準備

マーケティングのブラッシュアップを行い、ターゲットと仮説を次のように設定しました。

### ＜想定ターゲット＞

- ・土地活用型賃貸住宅事業者
- ・中古物件仲介事業者
- ・リフォーム事業者

### ＜仮説内容＞

ドローンによる高所からの空撮により、足場設置費用の削減が図れる、手間をかけずに短時間で屋根全体の点検が可能となる、住宅密集地での効率的な点検ができる。

## ➤ 第2段階：市場での仮説検証

5名の販路開拓コーディネーターが7社に11回の同行活動を行いました。

### ＜テストマーケティングの内容＞

支援目標は、アプローチ市場別に当サービスの受容性検証、空撮画像の評価収集、アプローチ先との人的ネットワーク構築としました。

### ＜仮説の検証結果＞

- ・リフォーム事業者において、潜在案件の発掘を目的とした営業・受注・設計業務という社内プロジェクトの上流プロセスで有効という評価を得ました。
  - ・2～3階建ての低層建物では、ポールカメラで対応できてしまうケースが多く、ドローン空撮は時期尚早とみる傾向がありました。
  - ・屋根工事業者からは、従来の手法と比較し、精度の点や細かな劣化程度の確認等でドローンのメリットをあまり感じていないという意見がありました。
- 進捗結果：デモ実施後の見積提出2社、ヒアリング実施5社となりました。

### ＜新たな課題＞

- ・利用ニーズの高いリフォーム事業者の業務プロセスに組み込む事例作り。
- ・当社の強みを生かしたビジネスモデルの確立。

## ➤ 第3段階：成果のまとめと今後の取り組み

### 【具体的な成果】

- ・ドローン空撮による点検の受容性は、新築事業者よりもリフォーム事業者の方に高い興味、関心のあることを確認できました。人手不足対策、調査精度の向上、業務の効率化、コストダウン、作業員の安全対策、顧客の納得性の観点から、建設業界全体でドローンの活用は将来的にますます進むことが確認できました。
- ・デモ空撮をとおして、熟練パイロットによるドローンの接写技術を確認いただき高評価を得ました。
- ・継続したやり取りを希望する大手リフォーム事業者との人的ネットワークを築くことができました。

### 【今後の取り組み】

- ・どの業界においてもドローン空撮は、先行採用する事業者の様子を見てから導入判断をするという手探りの段階でした。今後は、比較的ニーズが高いリフォーム事業者の業務プロセスに組み込む事例作りに取り組み、先行者として市場をリードするビジネスモデルの確立を目指していきます。

# 「販路開拓コーディネーター事業」 支援事例 ～瀧川オブラート株式会社～

## 企業概要

【事業内容等】 オブラート製品等の製造

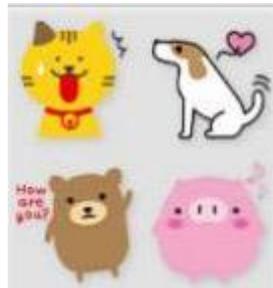
【設立】 1911年 【所在地】 愛知県

【資本金】 1,000万円 【従業員数】 45名

【支援商品】 オブラートにイラストを印刷した「フードデコステッカー」

子どもが喜ぶキャラ弁の装飾に使う可食シートです。特徴は、①型抜き不要で作る手間が省ける、②多種類のパターンで想いを伝えやすい、③カラフルな図柄で楽しくなる、④貼り方が簡単、食品の上に乗せるだけといった点にあります。

当社オリジナルキャラクター



## ➤ 支援の経緯

中部本部で海外展開支援を受けた後、国内での販売に注力するため、販路開拓コーディネーター事業の支援に至りました。

## ➤ 販路開拓面での課題

2017年から日本国内で展開を開始しました。しかし、キャラ弁の主力市場であるキャラクターライセンサー向けは手つかずであったことから、新たなトレンドになり得るかを確認する必要がありました。

## ➤ 第1段階: テストマーケティングの準備

ターゲットと仮説を次のように設定しました。

### <想定ターゲット>

新たなトレンド作りを目指すキャラクターライセンサー(権利保有者)、ライセンサー(広告代理店、グッズメーカー、印刷会社)

### <仮説内容>

- ・現状のキャラクター展開は弁当箱等の道具は充実しているが、食べ物を装飾する手段が少ないことから受容性はある。
- ・本製品は、見て楽しく使い方が簡単な可食装飾シートとして、食べ物を装飾する新たなトレンドを作り出せる。

## ➤ 第2段階: 市場での仮説検証

5名の販路開拓コーディネーターが7社にアプローチし、14回の同行活動を行いました。

### <テストマーケティングの内容>

支援目標を、①可食装飾の現状把握、②「フードデコステッカー」の受容性検証、③商品課題の明確化とし、アプローチ活動を行いました。

### <仮説の検証結果>

- ・厚型やこんにゃくなどの可食シート、かまぼこ型チップ等、食べ物自体を装飾する可食装飾ツールは既にあるものの、表現力の点で何らかの問題を抱えていることが分かりました。
- ・食の安全を確保しながらオブラートを作り続けてきた実績が信頼につながり、既存装飾ツールの問題解決する新たな手段として認知されました。
- ・進捗結果: 3社に対して見積書を提示し、うち1社にて成約、1社にて商品化の最終検討に至りました。

### <新たな課題>

- ・既存食品装飾ツールに対する独自要素の明確化と役割(補完、代替)の設定
- ・イベントなどの企画プロジェクトへの参画、係わりの強化

## ➤ 第3段階: 成果のまとめと今後の取り組み

### 【具体的な成果】

- ・ライセンス関係者のなかで、どのような部門にキーパーソンがいるのかを特定できました。
- ・キャラクター関連に関する食品分野で、フードデコステッカーの受容性を確認できました。
- ・可食装飾ツールとして、当社が打ち出すべき独自性が何なのか、また商品の課題が明らかになりました。

### 【今後の取り組み】

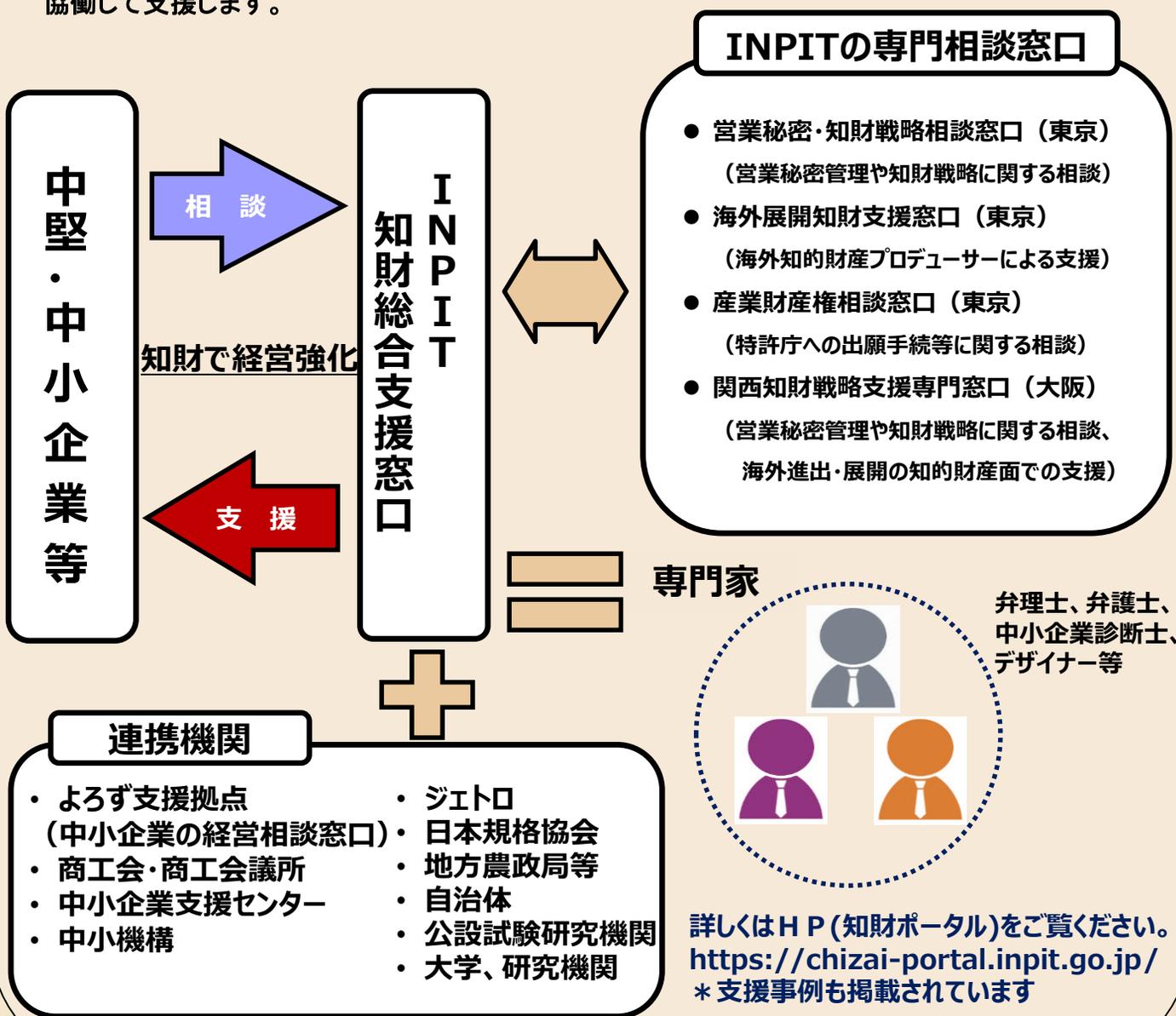
- ・競合商品にはない、薄く割れにくい、天然素材で安心というオブラートの独自性を前面に出した提案を行います。
- ・アプローチ先を食品を展開しているキャラクター関連企業、既存可食装飾ツールの周辺需要(補完、代替)、定期的に生まれるキャラクター企画案件に絞り込んだ展開をしていきます。
- ・非連続、非定企画型商品のため、新たなことを考える企画担当者に提案します。そのために当社として提案体制を強化します。

# 知的財産関連支援メニューの紹介

## ～ INPIT知財総合支援窓口 ～

(独)工業所有権情報・研修館(INPIT)では、アイデア段階から事業展開・海外展開まで、企業経営における知的財産に関する様々な悩み・課題に関するご相談をお受けし、他の支援機関と連携して課題解決を支援する『知的財産総合支援窓口』を全国47都道府県に設置しています。

専門性を必要とするご相談には、定期的に窓口配置している専門家(弁理士を月4回以上、弁護士を月1回以上配置)や中小企業診断士、デザイナー、海外知財法務及び営業秘密管理等と協働して支援します。



お問合せ先: (独)工業所有権情報・研修館 地域支援部  
TEL: 03-3581-1101(内線2412)