

販路開拓通信

【vol.140】

「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 ～ 郡家コンクリート工業株式会社 ～

企業概要

【事業内容等】 コンクリート製品と生コンの製造・販売
【設立】 1971年 【所在地】 鳥取県
【資本金】 1,000万円 【従業員数】 25名
【支援対象商品】 HPC(ハイブリッドプレストレストコンクリート)パネル
炭素繊維の緊張材と膨張材入りコンクリートで構成する建築資材です。
最薄38mmで、かつ従来のプレストレストコンクリートと比べて大幅な
軽量化を実現します。意匠性の高さや塩害フリーである点も特徴です。

マンション窓枠の施工例



➤ 支援の経緯

開発会社から特許の使用許諾を得て、当社独自のデザインや意匠でアレンジした製品の首都圏進出を目指し、関東本部の出張相談会に参加されました。

➤ 販路開拓面での課題

さまざまな用途が考えられるなかで、どのようにターゲットを絞り込むか、本製品の提供価値をいかに高めるかが課題となっていました。

➤ 第1段階: テストマーケティングの準備

販路開拓チーフアドバイザーとともにマーケティング企画をブラッシュアップしました。

＜想定ターゲット＞

商業施設のディスプレイや集合住宅の設計を手掛けるデザイン事務所や設計事務所

＜仮説内容＞

- ・陳列棚や内部間仕切り壁が薄くなりスペースの有効活用、軽くなって施工性向上に貢献する。
- ・高い靱性と強度を持つので地震など時に施主の安心・安全につながる。
- ・内壁や緑化製品などの柄や模様をカスタマイズできるので高い顧客満足を提供できる。

➤ 第2段階: 市場での仮説検証

3名の販路開拓コーディネーターが、5社に12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、ターゲットや訴求点を明確にしてアプローチ方法を習得する、製品や価格面などのマーケティング情報を調査する、用途別のニーズを確認すると設定し、活動しました。

＜仮説の検証結果＞

- ・「意匠にこだわりがある建築家」へのアプローチが有効であることがわかりました。
- ・表面仕上げにバリエーションがあり、金ごて仕上げや研ぎ出しの代替、作業時間短縮につながることで、鉄筋工が不足しているなか被り厚を薄くできる技術は貴重であるとの評価をいただきました。
- ・日除けや目隠しをするルーバーや内部間仕切りに有用性が認められました。
- ・構造的な強度の評価が必要なケースがあるため、個別の確認申請が求められました。
- ・相応に高価ですが、優れたデザイン性を訴求することで、説得力が高まることがわかりました。
- ・進捗結果: デザイン事務所や設計事務所3社に見積書を提出しました。

＜新たな課題＞

- ・国土交通大臣の「指定建築材料」の認定取得
- ・原価低減と輸送費削減の方法の検討

➤ 第3段階: 成果のまとめと今後の取り組み

【具体的な成果】

- ・ターゲット市場へのアプローチを通じて、ターゲットはデザイン・設計事務所であることが明確になり、HPCパネルの用途や訴求点の絞り込みができました。
- ・「指定建築材料」の認定を受ける必要性、また原価低減や輸送費削減の課題対応の重要性を認識することができました。

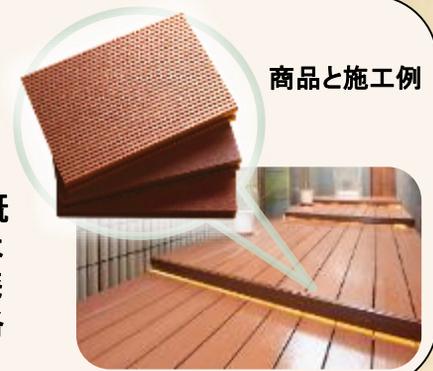
【今後の取り組み】

- ・「指定建築材料」の認定取得に向けて必要なデータを取得し、品質管理体制を整えることで受注機会の増大を図っていきます。
- ・原価低減やコストダウンについては、鳥取県等の支援施策を活用し、課題解決に取り組めます。

「販路開拓コーディネーター事業」 支援事例 ～ 有限会社 技研産業 ～

企業概要

【事業内容等】 人工木建材 各種樹脂製品の製造・販売
【設立】 1972年 【所在地】 静岡県
【資本金】 300万円 【従業員数】 10名
【支援対象商品】 人工木材のウッドデッキ材「New wood deck」
再生石膏とプラスチック樹脂を混合・成型し、木質材料を混合した既存の人工木材に比べて高い機械的強度と難燃性能、温度変化による膨張・収縮や帯電性が低く抑えられるのが特徴です。原材料に廃石膏ボードとリサイクルプラスチックを用い、高い環境性能と低価格を同時に実現しています。



商品と施工例

➤ 支援の経緯

静岡県産業振興財団のサポートを受ける中で、当事業の活用を勧められ、中小機構関東本部の窓口相談から支援をスタートしました。

➤ 販路開拓面での課題

商品の特徴を活かせる施設への導入を進めるための仕様・価格・性能面の受容性検証と、販路開拓に必要なマーケティング力の強化が課題となっていました。

➤ 第1段階: テストマーケティングの準備

販路開拓チーフアドバイザーとともにマーケティング企画のブラッシュアップを行いました。

<ターゲット>

- ・商業施設や公共施設を手掛けるゼネコンや建築設計会社
- ・新たな建材を提案・供給する建材商社

<仮説内容>

高い耐久性や難燃性を要求される商業施設や公園や、不特定多数の人が利用する施設のウッドデッキ用材として採用される可能性がある。

➤ 第2段階: 市場での仮説検証

4名の販路開拓コーディネーターと8社に10回の同行訪問活動を行いました。

<テストマーケティングの内容>

支援目標を、①商品の特徴を活かせる適用場所の情報収集、②想定した顧客メリットの検証、③アプローチ先における受容性の確認として活動しました。

<仮説の検証結果>

- ・環境問題に敏感な企業・団体が設置する施設内のウッドデッキ用、建物の外壁や内・外断熱材として有用性が認められました。
- ・建築設計会社や建材商社等にとっては環境配慮型の差別化商材として受け入れられました。
- ・牡蠣殻などの地場廃棄物を混合した製品を提案するアイデアを発掘できました。
- ・進捗結果: 大手設計事務所での取扱いが決定、建材商社との新商品開発に結びつきました。

<新たな課題>

- ・軽量化、引張強度やデッキ全体の耐久性の向上、設置用金具部品の改良
- ・外壁、内装への適用に必要な耐火性能などの法規対応と施工方法の検討
- ・遠隔地での施工要望への対応体制整備

➤ 第3段階: 成果のまとめと今後の取り組み

【具体的な成果】

- ・設計事務所や建材商社にて、環境問題に敏感な施主向けの有効な差別化商材となることがわかりました。
- ・廃材活用で優れたエコ商品を安価に作り出すビジネスモデルが高く評価され、建材商社との協業に向けた新たなビジネス展開の可能性を見出すことができました。

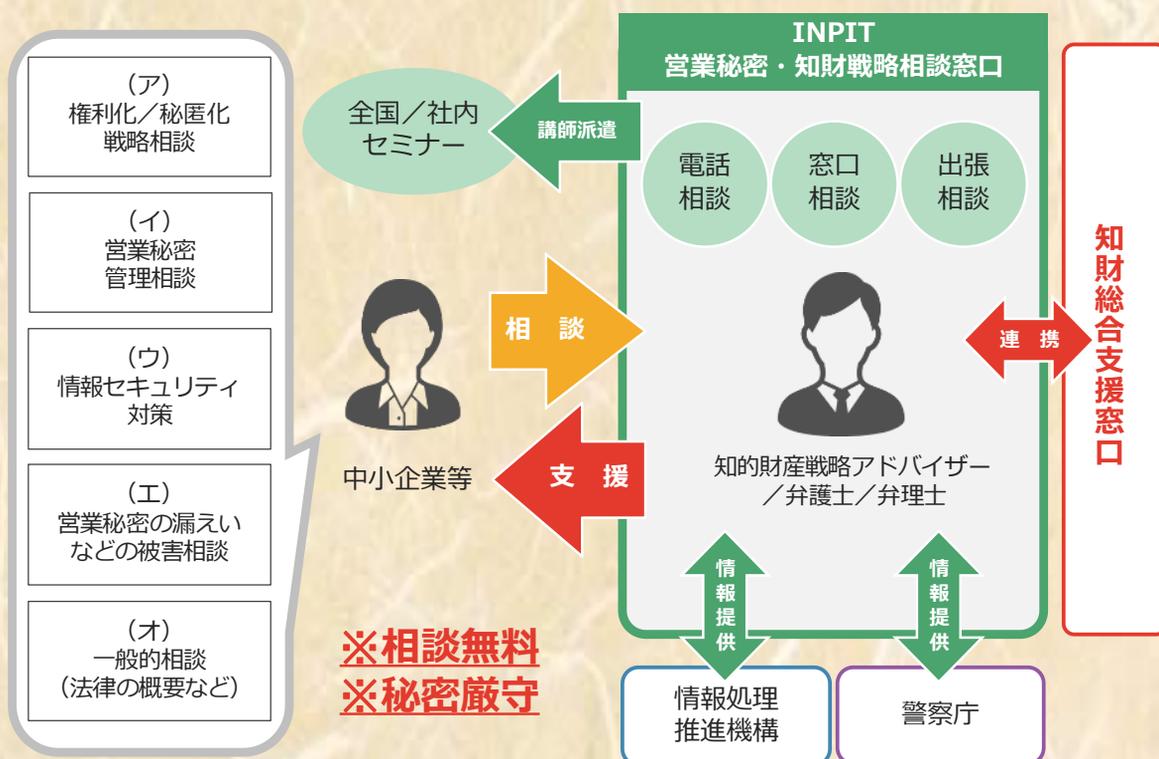
【今後の取り組み】

- ・明らかになった課題の解決に向けた製品改良に取り組み、顧客ニーズへの対応力を強化することで受注機会の増大を目指します。
- ・WEBサイトのアップデート、プレゼン資料の整備、性能データの蓄積を継続的に進め、営業用ツールの充実を図ります。
- ・施工体制を強化して首都圏エリア以外にも公共施設などにおける受注を目指します。

知的財産関連支援メニューの紹介 ～ INPIT営業秘密・知財戦略相談窓口 ～

(独)工業所有権情報・研修館(INPIT)では営業秘密の管理方法や知財戦略(製品のアイデア・製造ノウハウ等について、特許等により権利化すべきか、あるいは営業秘密として秘匿化すべきか)について、企業での知財実務経験が豊富な『知的財産戦略アドバイザー』が電話・メール・窓口対面・出張訪問(全国)での御相談に無料で応じるほか、社内セミナー等の講師派遣依頼にも対応しています。

また、営業秘密の漏えい・流出事案や情報セキュリティ対策については、御相談内容に応じて、警察庁や(独)情報処理推進機構(IPA)と連携しています。なお、営業秘密管理の体制整備のご支援を含む知財全般の相談については、全国の『知財総合支援窓口』とも連携して、御相談を受け付けています。



詳しくはHP(知的財産相談・支援ポータルサイト)をご覧ください。
<https://faq.inpit.go.jp/tradeseecret/service/> *支援事例も掲載されています

お問合せ先: (独)工業所有権情報・研修館 営業秘密・知財戦略窓口
TEL: 03-3581-1101(内線3844) E-mail: trade-secret@inpit.go.jp