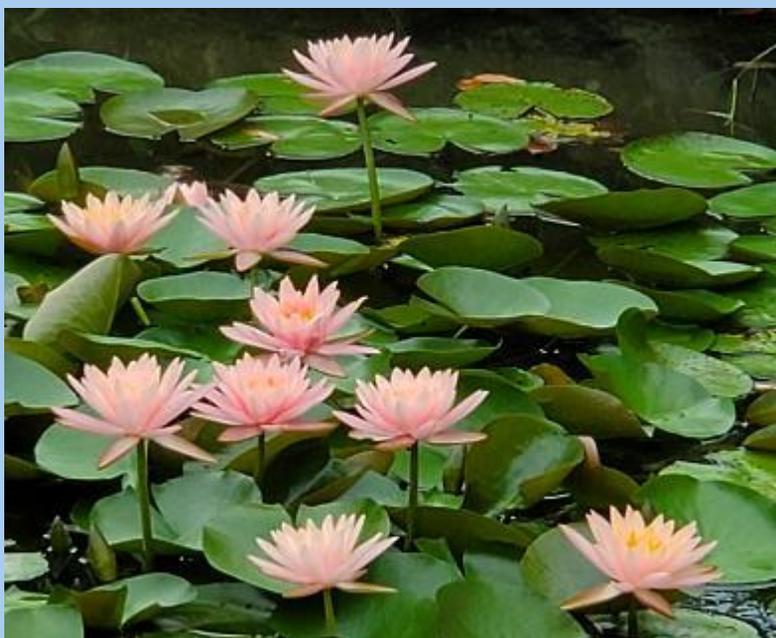


# 販路開拓通信

【vol.143】

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ト事業」 支援事例 ～(株)ニッセー～

## ■ 企業概要

【事業内容】 転造機製造・販売、転造部品加工  
【設立】 1939年 【所在地】 山梨県  
【資本金】 1億円 【従業員数】 74名  
【支援商品】 ゆるみ止め二重ねじ締結体『PLBv2』  
ワンアクションで究極のゆるみ止め効果を得られます。  
主な特徴は以下の通りです。  
①ISO16130規格に準拠する最高位のゆるみ止め性能  
②ワンアクションで締結・着脱作業が容易  
③量産普及価格設定を想定

ゆるみ止め二重ねじ締結体『PLBv2』



## ■ M-A ブラッシュアップ支援

### 【支援の経緯】

関東本部の経営相談を経て、販路開拓コーディネート事業への取組みに至りました。

### 【支援内容】

#### ①マーケティング企画の立案

##### <全社経営方針>

5年後に、支援商品を全社売上の30%に拡大することを目指し、その実現に向けた事業計画を作成しました。

##### <新市場展開のターゲット>

石灰鉱山、産業機械、建機、都市開発、高速道路、電気工事等

##### <提供価値の仮説>

- ・作業者にとって、メンテナンス頻度と施工工数の削減が可能になり、作業性を改善できる。
- ・事業者にとって、特殊ねじ費用、施工・メンテナンス費用を削減出来て、収益に貢献する。

#### ②プレゼン資料の作成

マーケティングのブラッシュアップシートを使って、想定したターゲットのニーズ(お困りごと)、ニーズに対応する商品の特徴、それがもたらす利用者・購入者のメリット、競合比較等を具体的かつ写真を使いながら分かり易く提示しました。

## ■ M-B テストマーケティング支援

### 【活動内容】

下記の支援目標達成に向けて、5名のアドバイザーと8社に13回の同行活動を行いました。

1. 締結体(ねじ)使用に関する現状把握
2. 本商品の受容性検証
3. 商品導入の際の課題の明確化

### 【仮説の検証結果】

- ・振動の激しい現場で受容性が確認されました。
- ・具体的には、石灰鉱山工場で使用されるふるい機、ロータリーキルンでの試用で、緩み性能や高作業性の実証されました。産業機械にあたる分級機でも緩み性能、高作業性が認められました。
- ・一方、ボルトのみやボルト+ナット(一重)中心の機器では二重ねじの受容性が低いことがわかりました。
- ・都市開発、高速道路、電気工事分野は標準化を前提とした設計や性能の裏付けが求められました。

### 【進捗結果】

8社にヒアリングし、うち4社で実際に使用される機器で実証実験まで進みました。

### 【新たな課題】

- ・大型サイズ、特殊サイズへの対応
- ・締め付けトルク管理対応、作業指示書での現場作業標準化、使用実績データの準備
- ・製造、販売を含む供給体制の構築

## 【具体的な成果】

- ・ねじを使用する現場では、緩みを防止するため現場で何らかの工夫(接着剤、ワイヤー、溶接、増し締め等)がされており、そのメンテナンスで大変苦勞している実態を把握できました。
- ・緩まないことに加え、従来手法に比べて「現場の設置作業性(設置、取り換え)を抜本的に改善する」訴求が重要であることがわかりました。

### 【今後の取り組み】

- ・短期的には、石灰工場、セメント工場、製紙工場、鉱山等厳しい環境で使われる振動が激しい現場設置機器に照準を定め、「緩まず、現場の設置作業性(設置、取り換え)を抜本的に改善する提案を強化します。
- ・中期的には、トータルコスト比較、施工時のトルク管理指針、作業指示書での現場作業標準化、使用実績データ資料等を準備し、高速道路、電気工事等の施設需要での設計組込みを目指します。

## ■ 支援成果と今後の取り組み

# 「販路開拓コーディネート事業」 支援事例 ～旭コンステック株～

## ■ 企業概要

【事業内容】 建設資材販売・施工

【設立】 1966年 【所在地】 愛知県

【資本金】 4億8000万円 【従業員数】 180名

【支援商品】 簡易造作ユニット「AYANAS」

リフォーム時に、内装建材をユニット化したものを後付けするニーズがあるのではとの前提で、開発されました。主な特徴は、①設計工数不要で工期が短い、②陰影と質感のあるデザイン、③DIY並のお手頃な価格、④オプションの棚やハンガーを付けることで収納機能が発揮できるといった点にあります。

簡易造作ユニット「AYANAS」



## ■ M-A ブラッシュアップ支援

### 【支援の経緯】

中部本部の経営相談を経て、販路開拓コーディネート事業への取組みに至りました。

### 【支援内容】

#### ①マーケティング企画の立案

##### <全社経営方針>

5年後に本商品含むリノベーション用自社建材事業を全社売上の12%に拡大すること目指し、その実現に向けた事業計画を作成しました。

##### <新市場展開のターゲット>

デザインにこだわり、空間提案を行うリフォーム事業者や不動産会社の企画、設計担当者

##### <提供価値の仮説>

- ・事業者にとって、リフォーム工事の際に、設計・工事の省力化に役立つ。
- ・利用者にとって、デザインされたおしゃれなプライベート空間・収納空間が得られる。

#### ②プレゼン資料の作成

マーケティングのブラッシュアップシートを使って、想定したターゲットのニーズ(お困りごと)、ニーズに対応する商品の特徴、それがもたらす利用者・購入者のメリット、競合比較等を具体的かつ写真を使いながら分かり易く提示しました。

## ■ M-B テストマーケティング支援

### 【活動内容】

下記の支援目標達成に向けて、6名のアドバイザーと7社に10回の同行活動を行いました。

- ①リフォーム建材に関する現状把握
- ②提案商品の受容性検証
- ③商品導入にあたっての課題の明確化

### 【仮説の検証結果】

- ・自社賃貸物件やリノベーションを前提に、リフォーム施工後のオプション(家具的扱い)として評価されました。
- ・原状復帰制約がある賃貸分野では、セミオーダーメイドに興味を持たれました。
- ・1つのコンセプトとブランドで、すべての利用者ニーズを満たすことは難しいことがわかりました。

### 【進捗結果】

7社にヒアリング、そのうちの2社に実際の商品を試用してもらいました。

### 【新たな課題】

- ・耐震性能保証の必要性
- ・取扱側の収益メリットの提供やリースレンタル対応
- ・配送設置込みの対応の検討

## 【具体的な成果】

- ・既存リフォーム事業者は、顧客の要望を詳しく聞いて施工業者が造作を行うため、出来合いユニットを避ける傾向にあることがわかりました。
- ・施工後の後付けオプションとしては、家具的な扱いで出来合いユニットが使われており、競合メーカーの使用事例や、L字型パネルなどの簡易タイプの存在を確認できました。
- ・設計施工組込みでは、出来合いユニットが割り込める余地は少ないことがわかりました。ただし、施工業者向けセミカスタマイズ部品として使える可能性はあるとの評価を頂きました。

### 【今後の取り組み】

- ・デザイン重視の思想、耐震性能は共通させた上で、リフォーム上の想定場面毎に、訴求ポイント、ブランドを整理することとしました。
- ・今回の評価要素をベースに、リフォーム用とは別に事業所・オフィス向けの展開も検討していきます。

## ■ 支援成果と今後の取り組み

# 「販路開拓コーディネート事業」 支援事例 ～ (株)釜石電機製作所～

## ■ 企業概要

- 【事業内容】モーター・ポンプ等の電気・機械器具の整備・修理、コイル製作、溶射加工等  
【設立】1949年 【所在地】岩手県  
【資本金】3,500万円 【従業員数】27名  
【支援商品】麴室用光触媒空気抗菌装置「CAZANOIA(カザノイア)」  
酒の香りに悪影響を与える雑菌を減少させ、麴室内の空気の衛生環境を改善します。  
主な特徴は以下のとおりです。
- ①高い抗菌性能(当社独自の溶射法を用いて酸化チタンの表面積を最大化)
  - ②優れた安全性(光触媒は無害安全なので作業中や商品に無害)

「カザノイア」の外観



## ■ M-A ブラッシュアップ支援

### 【支援の経緯】

中小機構東北本部のM-Aブラッシュアップ支援を経て、M-Bテストマーケティング支援に至りました。以前にも別の商品で取り組んで頂きました。

### 【支援内容】

#### ①マーケティング企画の立案

##### < 全社経営方針 >

長年開発を続けてきた光触媒製造技術を、本製品を含む光触媒空気環境事業として拡大することを目指し、その実現に向けた事業計画を作成しました。

##### < 新市場展開のターゲット >

日本酒メーカー

##### < 提供価値の仮説 >

- ・麴室内の雑菌を低減させ、雑味発生防止につながる点が、浮遊菌対策として主に使われる手法(オゾン発生器等)に比べ優れている。
- ・オゾン発生器と異なり、麴室内の作業中でも安全に利用できるため、生産性が向上する。
- ・リアルタイム微生物測定装置を使用した効果検証サービスで、効果が目に見える。

#### ②プレゼン資料の作成

日本酒メーカーの酒蔵のニーズ(お困りごと)、ニーズに対応する商品の特徴、それがもたらす利用者のメリット、競合比較等を具体的に写真等も使いながらわかりやすく提示しました。

## ■ M-B テストマーケティング支援

### 【活動内容】

下記の支援目標達成に向けて、3名のアドバイザーと6社に8回の同行訪問活動を行いました。

1. 酒蔵での抗菌・除菌対策の現状把握
2. 本商品の受容性検証
3. 商品導入の際の課題の明確化

### 【仮説の検証結果】

- ・オゾン発生器が普及する中、雑味対策の解決手法として関心が示されました。
- ・麴室での生産性よりも品質向上のニーズがより強いことがわかりました。
- ・多くの酒蔵から効果検証サービスが評価され、うち1社にて実際に測定を行いました。
- ・効果検証サービス中、作業中に菌が再浮遊化してしまうという麴室作業の課題が新たに確認できました。

### 【進捗結果】

1社に参考見積提出後、酒蔵での共同検証につながりました。今後も継続的な検証を行います。

### 【新たな課題】

- ・科学的なアプローチで品質向上に取り組む酒蔵や、新たな発想で酒作りに取り組む酒蔵へのアプローチを強化する必要がある。

## 【具体的な成果】

- ・アプローチ先の多くが既にオゾン発生器を採用し、対策をしていました。その場合、麴室の空気清浄に対する緊急性は低いことが多いことが確認されました。しかし、その効果について現場では十分に把握しきれていない実態を確認できました。
- ・人体への影響を抑えるため、オゾン発生器では仕込み前や期間中の空いた日に抗菌・除菌している実態や、酒蔵内の作業により菌が再浮遊化してしまう実態が確認されました。これらの対策として、カザノイアの有用性が認められました。

## 【今後の取り組み】

- ・人体への影響を抑えるために作業時間が制限されるオゾン発生器の問題や、酒蔵内の作業によって菌が再浮遊化してしまう問題を、光触媒方式の安全特性を活かして解決することで、買い増し・買換え需要の獲得を目指します。また、公設試や他の関係機関を通じて、積極的な品質向上に取り組む酒蔵の情報把握を行います。
- ・保有するリアルタイム微生物測定装置を活用し、酒蔵内の菌の状態や、現状抗菌・除菌手法の効果を数値で確認するサービスを実施し、更なる知見を重ねるとともに、現場の実態に合わせた提案につなげます。

## ■ 支援成果と今後の取り組み

# 「販路開拓コーディネート事業」 支援事例 ～ (株)共臨社～

## ■ 企業概要

【事業内容】 木製・スチール製家具、什器の製造販売

【設立】 1954年 【所在地】 静岡県

【資本金】 6,000万円 【従業員数】 86名

【支援商品】 上肢リハビリ機器『ぐるぐるストレッチ』

複合的な動きを組合せ、楽しく肩や肘関節のリハビリができます。主な特徴は、  
①利用者が介助なしでも使える、②複合運動なのでリハビリ時間短縮が図れる、  
③螺旋軌道をベアリングが滑らかにガイドし痛みなく運動できる、④目標設定が可能で遊び感覚で楽しくできる、⑤木工仕上げとパステルカラーでリハビリルームの雰囲気が明るくなるといった点にあります。

ぐるぐるストレッチ



## ■ M-A ブラッシュアップ支援

### 【支援の経緯】

関東本部の経営相談を経て、販路開拓コーディネート事業への取組みに至りました。

### 【支援内容】

#### ①マーケティング企画の立案

##### <全社経営方針>

5年後に、支援商品を含む医療福祉事業を全社売上の8%に拡大すること目指し、その実現に向けた事業計画を作成しました。

##### <新市場展開のターゲット>

病院(リハビリセンター)、診療所、デイサービス、介護福祉施設、フィットネスクラブ等

##### <提供価値の仮説>

- ・利用者にとって、遊び感覚で体を動かし、楽しくリハビリができる。
- ・事業者はリハビリ現場でのスタッフの負荷軽減になることで、経営効率が向上する。

#### ②プレゼン資料の作成

マーケティングのブラッシュアップシートを使って、想定したターゲットのニーズ(お困りごと)、ニーズに対応する商品の特徴、それがもたらす利用者・購入者のメリット、競合比較等を具体的かつ写真を使いながら分かり易く提示しました。

## ■ M-B テストマーケティング支援

### 【活動内容】

下記の支援目標達成に向けて、6名のアドバイザーと9社に15回の同行活動を行いました。

- ①上肢リハビリに関する現状把握
- ②本商品の受容性検証
- ③商品導入の際の課題の明確化

### 【仮説の検証結果】

- ・病院・診療所では、生活期領域のリハビリ分野を中心に、先行するリハビリ機器に比べて簡単で楽しくできる点が評価されました。
- ・リハビリ機器の採用は生活用具を工夫することが多く、機器導入ありきではないことがわかりました。
- ・フィットネスクラブでは体力作りには適さないリハビリ機器を使う意向は余りありませんでした。
- ・スペースの制約からサイズ対応や壁掛けタイプのニーズが確認されました。

### 【進捗結果】

9社にヒアリング、8社に試用頂き、内1社で見積り提出後、成約に至りました。

### 【新たな課題】

- ・学会発表や口コミで認知を拡大させる販売促進策の立案
- ・目標となる目印の設定などの効果表現の改善

## 【具体的な成果】

- ・病院(リハビリセンター)の上肢リハビリについては、回復期は院内でマンツーマン対応、生活期は通所で行う役割分担になっていることが確認できました。
- ・特別養護老人ホームでは、予算や設置場所の制約、車いす・認知症が多数で利用該当者が限られ、様々なゲームが競合となる点などから本機器の受容性は限定されることがわかりました。
- ・小規模施設では広さの制約からリハビリ、脳トレを兼ねた様々なゲームが競合になることがわかりました。

## 【今後の取り組み】

- ・病院(リハビリセンター)や生活期のリハビリ(広スペースの通所リハビリ施設)で、現行のリハビリ手法に比べて、簡単で楽しくできる機器として商品のブラッシュアップに注力します。
- ・販売面では、大学病院等と連携し、学会発表や口コミで多くの作業療法士、理学療法士の方に知ってもらえるように努め、医療機器代理店との関係構築とリハビリ系代理店の総合カタログ掲載を目指します。

## ■ 支援成果と今後の取り組み

# 「販路開拓コーディネート事業」 支援事例 ～ (株)ワークステーション～

## ■ 企業概要

【事業内容】 精密板金加工、樹脂部品・木製品製造販売

【設立】 2007年 【所在地】 群馬県

【資本金】 3,000万円 【従業員数】 24名

【支援商品】 レーザーによる微細加工「オーダーメイドアートパネル」

当社の独自技術(複雑な形状へのレーザ加工及び、4種類のレーザー波長による金属・樹脂・木材など、幅広い材質への加工技術)を活用して、微細な凹凸彫刻加工を施したアートパネルになります。職人の伝統工芸品と比べて再現性が高く、量産も可能なため、リーズナブルに提供することが可能です。空間ディスプレイ分野において、独自のテーマに沿ったパネルとして最適です。

オーダーメイドアートパネル



## ■ M-A ブラッシュアップ支援

### 【支援の経緯】

遊技機部品や照明器具の製造で培った加工技術を生かすために立ち上げたオリジナルブランド工房を強化するべく相談があり、支援に至りました。

### 【支援内容】

#### ①マーケティング企画の立案

##### <全社経営方針>

5年後に事業継承を図りつつ、売上高11億円の達成、経常利益10%以上の確保および、自社製品の売上高3億円/年の確保を目指し、事業計画を作成しました。

##### <新市場展開のターゲット>

空間ディスプレイ(内装)業者、設計事務所

##### <提供価値の仮説>

独自のテーマに沿ったパネルを設置することにより今までにない空間変化を齎すことができる。

#### ②プレゼン資料の作成

マーケティングのブラッシュアップシートを使って、想定したターゲットのニーズ(お困りごと)、ニーズに対応するオーダーメイドアートパネルの特徴、それがもたらす利用者・購入者のメリット、競合比較等を具体的かつ写真を使いながら分かり易く提示しました。

## ■ M-B テストマーケティング支援

### 【活動内容】

下記の支援目標達成に向けて、5名のアドバイザーと8社に10回の同行活動を行いました。

- ①デザイン建材のマーケット調査及び現状把握
- ②オーダーメイドアートパネルの受容性検証
- ③製品課題の明確化

### 【仮説の検証結果】

- ・レーザー加工技術による浮き造り加工の精度、インクジェット印刷の着色について高評価を得ました。
- ・建築内装として使われる大型デザイン製品は価格勝負となるので適応するのは難しいとの評価でした。
- ・オンリーワン商品にこだわる顧客に対し、オリジナリティを発揮できる小物雑貨や記念品制作の提案が有効であることがわかりました。

### 【進捗結果】

7社にヒアリングを行い、内1社で見積書の提示まで進みました。

### 【新たな課題】

- ・室内備品や小物類を扱う企業(メーカー、卸)や照明デザイナー等とのコラボレーション
- ・PCやタブレットを活用した動画やCG等でのプレゼン手法の検討

## ■ 支援成果と今後の取り組み

### 【具体的な成果】

- ・コロナ禍において不要不急の投資が中断しているなかでのテストマーケティング活動は困難を伴いましたが、アドバイザーの努力によって、支援目標に関するアプローチ先企業からの本音を聞き出すことができました。
- ・従来の成功事例を再検証し、優位性、独自性を再認識するとともに、有力な販路の洗い出しを行い、プレミアム雑貨や地域の特産品、記念品分野への再照準を図る必要性を得ることができました。

### 【今後の取り組み】

- ・自社のデザイン力、企画力だけでは限界があるため、クリエイティブな専門家および、企業と連携することで、実現可能性の高い「販路開拓」仮説の再構築を図っていきます。
- ・今回の支援で訪問した有望なアプローチ企業とは、引き続き情報提供等を通じて関係性を維持することで、将来の需要獲得に向けた展開を図っていきます。

# 「販路開拓コーディネート事業」 支援事例 ～ 志幸技研工業(株)～

## ■ 企業概要

【事業内容】 電力設備保守、電気工事、高齢者見守りサービスの提供

【設立】 1992年 【所在地】 東京都

【資本金】 2,000万円 【従業員数】 21名

【支援商品】 トイレ用アメニティ「テトレット」

当社の安全安心創造事業の新商品として開発されたトイレ用紙用付箋紙です。従来から顧客へのおもてなしの意味と清掃済みの証として手作業で行われていたトイレ用紙用付箋紙の三角折を不要にすることで、清潔さをアピールできます。水溶性の素材なので水に流せ、簡単に貼り付けができて、広告媒体としても活用できます。

テトレットの使用例



## ■ M-A ブラッシュアップ支援

### 【支援の経緯】

8年前に荒川区役所からのご紹介で当事業の活用経験がありました。テトレットの開発をきっかけとして相談があり、再度の支援に至りました。

### 【支援内容】

#### ①マーケティング企画の立案

##### < 全社経営方針 >

5年後に安心安全事業を今後全社売上の20%に拡大すること目指し、その実現に向けた事業計画を作成しました。

##### < 新市場展開のターゲット >

ブランドイメージを大切にする高級ホテル

##### < 提供価値の仮説 >

- ・清潔感を気遣うホテルではテトレットを利用することで、顧客のロイヤルティ向上につながる。
- ・そのままトイレに流せるきめ細かい配慮、利便性が受け入れられる。

#### ②プレゼン資料の作成

マーケティングのブラッシュアップシートを使って、想定したターゲットのニーズ(お困りごと)、ニーズに対応するテトレットの特徴、それがもたらす利用者・購入者のメリット、競合比較等を具体的かつ写真を使いながら分かり易く提示しました。

## ■ M-B テストマーケティング支援

### 【活動内容】

下記の支援目標達成に向けて、3名のアドバイザーと6社に7回の同行活動を行いました。

- ①ホテル業界での三角折の実態把握
- ②テトレットのニーズと評価の収集
- ③アプローチ先との人脈づくり

### 【仮説の検証結果】

- ・訪問したすべてのホテルで、トイレ用紙用付箋紙の三角折は衛生面で適切ではないと考えていました。
- ・衛生面への配慮やブランドイメージ向上といった理由から、今後廃止の方針を決めていて、代替案を探しているホテルも存在し、テトレットのニーズを確認できました。
- ・トイレに流せること、広告媒体として活用できる点も評価されました。
- ・高い評価を得たホテルでは、部門責任者との関係が深まり、引き続きアプローチが可能になりました。

### 【進捗結果】

6社にヒアリングを行い、内1社でサンプル品試用まで進みました。

### 【新たな課題】

- ・点字使用等の新たなニーズに対応した商品化
- ・さらなるコスト低減に向けた調達・生産体制の整備

## ■ 支援成果と今後の取り組み

### 【具体的な成果】

- ・コロナ禍で大きなダメージを受けているホテル業界に向けたテストマーケティング活動は困難を伴いましたが、アドバイザーの努力によって、少ない面談機会の中で上記の支援目標に到達することができました。
- ・ホテルの三角折りに対する問題意識や衛生面の関心の高さを確認でき、テトレットがその解決手段となりえることを検証できました。今後の受注実現へのきっかけをつかむことができました。

### 【今後の取り組み】

- ・現場のニーズをくみ取りながら、素材や機能、価格等を含めた商品内容について、テトレットがホテル業界になくはない商品としての存在価値を確立できるようブラッシュアップしていきます。
- ・今回の支援で訪問したホテルとは、引き続き情報提供等を通じて関係性を維持することで、将来の需要獲得に向けた展開を図っていきます。

# 新分野・新市場への

# テストマーケティングをサポート

# 販路開拓コーディネート事業



こんなお悩み、ありませんか？



初めて〇〇分野に  
参入するから  
業界構造や商慣習を  
知らない



自信ある製品が  
完成したけど  
販路開拓が思うように  
進まない



想定市場の  
ざっくりとした  
評価や感想を  
直接聴いてみたい



ご相談下さい

各業界に精通したアドバイザーが  
販路開拓に向けたテストマーケティングを支援します

事業の仕組み

STEP 1

【実施拠点】  
最寄の地域本部

STEP 2

【実施拠点】  
関東・近畿本部

STEP 3

【実施拠点】  
最寄の地域本部

M-A  
ブラッシュアップ支援

M-B  
テストマーケティング支援

M-C  
フォローアップ支援

新市場・新分野への販路開拓力の向上

※「取引先の斡旋」や「販売先の紹介」「テスト販売」ではありません。※活動地域に一部制約があります。

仮説の立案

アドバイザーとターゲット市場などを検討し  
マーケティング企画を練り上げ  
プレゼン資料を作成します

仮説の検証・是正

アドバイザーと想定市場のユーザー等を訪問し  
デモ等を通じて商品・提供方法・提案方法等の  
課題を明らかにします

新たな課題への対応

テストマーケティング実施後の課題  
(営業力の強化や商品企画力強化など)  
にアドバイザーと取り組みます



## 【対象企業・要件】

- ・新市場・新分野において単独での販路開拓が困難であるが、テストマーケティング活動を主体的に行う意思および事業化が可能な体制を持つ中小企業・小規模事業者
- ・生産財メーカー等、B to Bまたは、B to B to Cのビジネスモデルであること
- ・自社開発の商品（製品・技術・サービス）であること 類似品と比べて差別性があり、本格的な市場投入の前段階にあること

## 【お問合せ先】

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  
〒105-8453 東京都港区虎ノ門3-5-1 虎ノ門37森ビル

電話 03-5470-1637

※ご相談の際はまずお電話ください

Be a Great Small.  
中小機構