

販路開拓通信

【vol.132】

「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 販路開拓部 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」支援事例 ～ 株式会社 ECOMAP ～

企業概要

【事業内容等】化粧品・雑貨の製造、卸・小売

【設立】2005年 【所在地】沖縄県

【資本金】5,995万円 【従業員数】12名

【支援対象商品】植物活力剤「月桃の力」

北大東島の未利用資源を活用した、100%自然由来で安心・安全な植物活力剤です。他地域の月桃に比べて殺菌力の高い有機成分が含まれ、防カビ作用、防虫効果、植物活性効果等があり、すっきりした爽やかな香りがします。

月桃の花



支援の経緯

当社は地域資源活用事業に認定されています。自社商品の首都圏への販路開拓を目指すも、保有ネットワークがなかったことから、沖縄事務所の紹介で支援に至りました。

販路開拓面での課題

首都圏における販売チャンネルを構築するためには、想定するターゲット別に提供価値の確認と受容性を見極め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

チーフアドバイザーとともにブラッシュアップを重ね、ターゲットを農業事業者、農業資材商社、ホームセンターに設定しました。支援目標は次の3点としました。

- ① 想定ターゲットの商品・価格の評価を得る
- ② 想定ターゲットの受容性を検証する
- ③ 業界内人的ネットワークを構築する

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が6社に9回の同行訪問を実施しました。

＜テストマーケティングの内容＞

現状の実態についての詳細なヒアリングとテスト使用をとおして、各種の効果についての評価収集と有効なチャンネルの探索を行いました。

＜仮説の検証結果＞

各分野で次の点が明らかになりました。

- ・農業事業者…イチゴの水耕栽培で虫よけ効果や植物活性化効果が認められました。
- ・農業資材商社…農業法人にとって、肥料メーカーよりも種苗メーカーの信頼度が高いことがわかり、販売チャンネルが明確になりました。
- ・ホームセンター…自然由来の植物活性剤として高評価を得たことで、バラ専用品としての商品化につながりました。

＜新たな課題＞

- ・アプローチ先へのフォロー活動実施と継続的な関係性の維持・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】

- ・商品・価格の評価…植物の育成に効果があることが実証され、自然由来であることの安心感と防虫効果に高い評価を得ました。バラ専用品として商品化する際は、趣味性が高い市場であることから、高めの価格設定が効果的であるという評価を得ました。
- ・受容性の検証…大手ホームセンターで受容性が認められ、商流としての流通問屋の選定やバラ専用の商品形態、価格付け、パッケージデザインのアドバイスなど、効果的なマーケティングミックスの構築につながりました。この結果、主要店舗への導入が決まりました。
- ・人的ネットワークの構築…提案活動を繰り返し実施したことで、支援終了後も各アプローチ先へ継続的に訪問できる関係性を構築できました。

【今後の取り組み】

- ・関係のできた先の維持・強化に注力し、「月桃の力」の導入及び販売実績獲得を目指します。
- ・ホームセンターでは、売り場での展示シェア拡大、同業他社への横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 ～ 株式会社サカモト ～

企業概要

【事業内容等】木製ドア・建具・家具・木製品全般

【設立】1966年 【所在地】埼玉県

【資本金】2,000万円 【従業員数】20名

【支援対象製品】「ひとつぼ茶室」

埼玉県飯能市を中心とした地域資源の西川材(スギ・ヒノキ)を使った、一坪でおもてなしができる茶室仕様のキャビンです。持ち運び可能で、簡単に組み立て、解体ができます。COOL JAPAN AWARD 2017、ウッドデザイン賞2018に選定され、デザイン性に高い評価を得ています。



➤ 支援の経緯

平成28年に地域産業資源活用事業計画の認定を受けました。担当者からの推薦で、販路開拓コーディネート事業による支援に至りました。

➤ 販路開拓面での課題

製品としては完成していましたが、本格的な市場へ導入にあたって、想定した場面で顧客の受容性や改善の有無、取り扱ってくれる販売チャネルはどこなのかを確かめ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

マーケティング企画のブラッシュアップを行い、ターゲット顧客を訪日客が多いホテル、日本茶取扱業者、オフィスメーカー、広告代理店やイベント企画会社等としました。

＜仮説内容＞

茶室という和の空間を取り入れたい企業活動の現場で、一坪の空間の中でおもてなしができる「ひとつぼ茶室」が受容されるとしました。

➤ 第2段階：市場での仮説検証

6名の販路開拓コーディネーターが9社に12回の同行訪問を実施しました。

＜テストマーケティングの内容＞

支援活動を通して、①和の空間が想定される現場の現状把握、②本製品の受容性検証、③本格導入に向けての製品課題の明確化を行いました。

＜仮説の検証結果＞

- ・茶業界では、イベントや展示会の雰囲気作りのツールとして簡易茶室が日常的に使われており、イベントを企画する広告代理店ではブースの質を上げる素材が求められていました。
- ・外国人観光客の多いホテルでは本格茶室であること、オフィス家具メーカーでは高品質でユニット化されたものが求められました。
- ・結果として、ヒアリング9社、その内関心を示した2社が現物確認を行いました。

＜新たな課題＞

- ・手荷物運搬が容易な組立式茶室への変更
- ・イベント会場設置に際しての消防法への準拠

➤ 第3段階：成果のまとめと今後の取り組み

【具体的な成果】

- ・茶関連の展示会やイベントを主催する団体で、本格的な要素が盛り込まれている簡易茶室として受容性が確認されました。また、国内に限らず海外での使用可能性が広がりました。
- ・今回の提案をきっかけに、広告代理店などで和風空間を演出し汎用性を高めた簡易ブースの受容性も確認できました。
- ・扱い易さを高めるために必要な軽量化や小型化など、改良点についての情報収集ができました。

【今後の取り組み】

- ・製品コンセプトを、本物感と使い易さを両立させたワンランク上の簡易茶室として展開します。
- ・搬送性、設置性を考慮し、小型、軽量、分割・組立の簡易化の要素を随時製品に反映します。
- ・茶関連団体、茶製造・販売会社、茶関連イベント/販促企画業者、ジャパンプランドを展開する海外関係者に、イベント・展示会演出ツールとして提案します。
- ・展示会出展を積み重ね、茶業界、イベント/販促企画業者、海外関係者への発信を継続します。

新ものづくり新サービス展にて 出張相談会を開催しました！

平成30年12月11日～13日まで、ものづくり補助事業の活用で開発した新製品・サービス・技術等の展示商談会「新ものづくり新サービス展」が東京ビックサイトで開催されました。中小機構関東本部のチーフアドバイザーが、出展企業に販路開拓に関するアドバイスを行いました。

会場風景



中小機構ブース



相談風景



3日間すべての申込枠が満席となり、多くの企業にとって販路開拓は重要な課題になっていることが伺えました。

商品は好評だがなかなか販売に結びついていない状況があり、「誰にどのように売るのが良いか」「商品の価値をどのように伝えるか」などの相談が多くありました。

相談者からは「マーケティングの観点から商品の売れる仮説を立てることの重要性が認識できた」「自社商品のPRの仕方（チラシ、展示方法）について理解が深まった」などの感想をいただきました。

中小機構では出張相談会や外部セミナー（無料）に対応しております。ご要望のある支援機関様におかれましては、下記連絡先までお問い合わせ下さい。

販路開拓コーディネート事業のご相談は下記にお問合わせください

問合せ先：中小機構関東本部マーケティング支援課 萩原・関
電話番号：03-5470-1638