

販路開拓通信

【vol.133】

「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 第一クリエイティブ ～

企業概要

【事業内容等】 自動サンプルシートマシンの製造、販売
【設立】 1991年 【所在地】 静岡県
【資本金】 1,000万円 【従業員数】 6名
【支援対象商品】 自動サンプルシートマシン R25-1001
製紙工場の製造ラインや研究開発部門において必須となるサンプルシートの作成(液状のパルプを試験的に紙にしてチェックする)工程を自動化します。①省人化、②平準化、③時短化を実現する専門性の高い機械です。

材料投入口



➤ 支援の経緯

静岡県産業振興財団から当事業を紹介され、中小機構関東本部での相談に至りました。

➤ 販路開拓面での課題

過去に旧型タイプを製紙会社等に納入していましたが、その後の情報収集ができていませんでした。複合素材への新たなサンプル作成ニーズが想定される中、改良型の有用性について再検証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

製紙工場で従来とは異なるニーズをもつ製造ラインや、研究開発部門での活用、エンジニアリング会社との連携の可能性を探索することとしました。

当該部署でサンプルシート作成の自動化が省力化、作業の効率化につながるという仮説を設定しました。メリットを享受できるターゲットと提供価値を次のように想定しました。

< 仮説内容 >

- ① 製紙業界(化学繊維紙など特殊紙を製造)
・製造ライン…非属人化、平準化、時短化
・研究開発…人材の有効活用、多様な繊維へ対応、業務の効率化
- ② エンジニアリング会社…製紙会社への提案力アップ

➤ 第2段階: 市場での仮説検証

2名の販路開拓コーディネーターが6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 >

支援目標を次のように設定し、現場でのヒアリングと意見交換を通じて、仮説の検証を行いました。

- ① 製紙会社におけるサンプルシート(特に特殊紙)作成の現状把握
- ② 自動サンプルシートマシンの受容性検証
- ③ 製品面及び価格面の課題の明確化

< 仮説の検証結果 >

活動の結果は下記のとおりです。

- ① サンプルシートを作成している工程の自動化・省力化(期間短縮)に役立つことを確認できました。
- ② 現場では特殊紙よりも、用途が広がっている家庭紙のサンプル製作に強いニーズが認められました。
- ③ 古紙再生工程で夾雑物の確認に有用であるとの評価をいただきました。
- ④ 2社に対して見積書を提出し、競合品に比したコストパフォーマンスの高さが評価されました。

< 新たな課題 >

- ① 制御装置の原価見直しによるコストダウンの実現
- ② 営業体制の整備、強化(営業人材の採用、育成)

➤ 第3段階: 成果のまとめと今後の取り組み

【具体的な成果】

- ・製紙工場(製造ライン)での用途は、①夾雑物を計る事、②ヒゲのチェック、③白色度のチェックであることを把握できました。
- ・研究開発部門ではサンプルシートを手抄きで大量に作成しており、省力化効果が高く、受容性のあることがわかりました。
- ・有力な競合機が判明しましたが、スピード、使い勝手から当社品が優位性を備えていることを確認できました。

【今後の取り組み】

- ・営業要員不足や資本の充実を図りながら、今回の支援で関係ができた企業へのソリューション提案を強化して、当製品の市場浸透を図ります。

「販路開拓コーディネーター事業」支援事例 ～ 龍宮 株式会社 ～

企業概要

【事業内容等】健康寝具「パシーマ」とその応用製品の製造・販売
【設立】1957年 【所在地】福岡県
【資本金】2,800万円 【従業員数】40名
【支援対象商品】「パシーマ」の汗とりインナーキャップ
当社で製造している吸水性や放湿性が高い脱脂綿を使い、ヘルメット内を快適に保つインナーキャップです。結び目(コブ)がなく後頭部を覆うため、ヘルメットが密着した状態で安全に使用することができます。



➤ 支援の経緯

「中小企業 新ものづくり・新サービス展」に出展された際に、関東本部の販路開拓専門家と接点があり、販路開拓コーディネーター事業の紹介を受けました。事業の活用に関心を持たれ、関東本部が毎月実施している九州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

引き合い対応で成約していたものの、ニーズのある業種や商品の訴求ポイントを明確にすること、販売手法の確立等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。建設業や工事業などをターゲットに想定し、次の仮説を設定しました。

＜仮説内容＞

- ① 著しく暑熱、炎天下(屋外)、季節を問わずヘルメットの着用を義務付けられている環境(業種・業務)でニーズがある。
- ② 発汗してもヘルメットやインナーキャップ内が蒸れず、洗濯しても短時間で乾燥する。
- ③ ヘルメットと頭の「ズレ」、顎紐や耳紐による「こすれ」や痛みを軽減する。結び目(コブ)がないため安全である。

➤ 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、7社に13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(確認事項)を次のように設定しました。

- ① ニーズのある業種・業務を明らかにする。
- ② 商品の訴求ポイントやオフシーズン(仮説では冬期)の訴求方法を明らかにする。
- ③ モニターを通じて商品の改良点を聞く。

＜仮説の検証結果＞

- ① 製品面: 「吸汗して涼しい。冬場は保温性があるため暖かい。大部分は天然素材であり化学繊維製品との差異を訴求できる」などの評価を得ました。
 - ② 「特別な高温環境下でないと涼しさを感じない。ヘルメットが必須ではない職種でも使用できるような帽子としたほうがよい」という意見もありました。
 - ③ 市場面: 「熔融亜鉛めっきやガウジングなどの高熱作業には有効である。安全面も考慮して使用可否を判断するのはユーザー企業や管轄する労働基準監督署である」という意見がありました。
- 成約・納品: 2社、見積書の提出: 2社、モニタ: 1社、デモの実施: 2社という結果に至りました。

＜新たな課題＞

- ① 100%天然素材の商品開発
- ② 「帽子」として単独使用できる商品の追加

➤ 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、「高熱環境下における作業にはニーズがある」、「吸水性や放湿性などの性能が効果を発揮し、吸汗して涼しく感じられる」ことを確認できました。
- ・「冬期は保温性を訴求できること」「ヘルメットが必須ではない職種には、年間を通して帽子タイプを販売できる可能性がある」ことを確認できました。

【今後の取り組み】

- ・まずは高熱環境下のニーズに応えるべく、めっきや溶接関連業務を手掛ける業種・職種に対してアプローチし、毎年のリピートオーダーが見込めるように展開していきます。
- ・100%天然素材への変更や帽子タイプの追加については、ニーズを見極めて中長期的な展開を検討します。

オープンマッチング会を開催しました！

平成31年1月30日、中小機構セミナールームにて、販路開拓コーディネーター事業に採択された4社と販路開拓コーディネーターとのマッチング会を開催しました。各社のプレゼンテーションの後、企業ごとにわかれて個別支援方針検討会を実施しました。

販路開拓部長 挨拶



プレゼンテーションの様子

オープンマッチング会は年2回、登録している販路開拓コーディネーターを一堂に集めて行うものです。

企業様にとっては自社商品の貴重な発表機会であり、専門的な知見をもつコーディネーターから有益な情報を得られる場でもあります。



個別支援方針検討会の様子

第一部では、各社20分の持ち時間で、動画を用いたり、サンプルを回覧するなどして、商品の説明、想定ターゲットへの提供メリット等について、プレゼンテーションを行いました。

第二部の個別支援方針検討会では支援可能なネットワークをもつ販路開拓コーディネーターと企業様とで質疑応答および意見交換を実施しました。



この後、販路開拓コーディネーターから活動計画書を提出いただき、企業様とアプローチ先への訪問活動に移ります。

販路開拓コーディネーター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