

# 販路開拓通信

【vol.138】

「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ト事業」 支援事例 ～ ひだかや 株式会社 ～

## 企業概要

【事業内容等】 各種省エネ機器の製造・販売・施工

【設立】 1970年 【所在地】 岡山県

【資本金】 3,675万円 【従業員数】 20名

【支援対象商品】 小水力発電装置「Mirai Aqua」

小型でシンプルな構造のため、発電機本体が外周筒に収まります。発電の定格出力は1.5kWで、1～3mの落差でも発電できます。大規模な土木工事を必要とせず、簡単に設置できる環境に優しい水力発電機です。



発電機本体



設置風景



専用除塵機

## ➤ 支援の経緯

2012年10月、異分野連携新事業分野開拓計画（新連携計画）に認定され、計画にもとづいて開発を進めました。計画期間終了後、販路開拓についての課題があり、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

当初は農業分野を想定していましたが、設置の検討段階で当社が関与できず話が停滞することが多く、新たな分野を探ることが課題でした。

## ➤ 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＞

製鉄会社、高速道路会社、鉄道会社（トンネル排水の流量や電力使用量が多いところ）

### ＜仮説内容＞

- ・Mirai Aquaを使って発電することで未利用の排水が利益を生む資源となる。
- ・経済的メリットに加え、停電時の電源確保に有用性がある。
- ・競合製品に比べて、工期が短く、メンテナンス経費負担が少ないというメリットを提供できる。

## ➤ 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社に対して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＞

支援目標を、①排水の現状、②小水力発電のニーズ、③発電に関する要望、④要求される仕様、⑤適正な販売価格等の情報をユーザー企業から収集することとし、活動しました。

### ＜仮説の検証結果＞

- ・製鉄会社では大量の放流があり、発電に必要な高低差1～3mある場所が多くあることから、Mirai Aquaの設置可能性のあることがわかりました。
- ・水源地から浄水場に入ってきた水を貯めて流量を調整する浄水場内の施設（着水井）での利用ニーズが認められました。
- ・首都圏の高速道路や鉄道において、排水は活用されていませんでした。
- ・トンネル照明換気などに利用できる発電量の確保、発電効率のアップが求められました。
- ・価格面は、類似機種で必要な土木工事がほぼ不要なことから導入しやすいという評価を得ました。
- ・進捗結果：高速道路会社2社、商社1社、エンジニアリング会社1社に見積書を提出しました。

### ＜新たな課題＞

- ・発電効率を高めるために必要な水車の羽や流路形状の改良

## ➤ 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、Mirai Aquaの用途や設置ニーズのあるところの絞り込みができました。
- ・提供価格は他の小水力発電装置より優位性のあることを確認できましたが、今後商用での普及を加速させるには、発電効率アップによるより高い経済性の提供が求められることがわかりました。

### 【今後の取り組み】

- ・着水井ニーズをとらえるために、複数の着水井を調査し、求められる仕様や形状を把握し、営業活動を展開していきます。
- ・発電効率を高めるための研究開発を進めます。

# 「販路開拓コーディネーター事業」 支援事例 ～ 株式会社 大菜技研 ～

## 企業概要

【事業内容等】 計測器の製造・販売  
【設立】 2014年 【所在地】 千葉県  
【資本金】 900万円 【従業員数】 1名  
【支援対象商品】 粘弾性測定装置「共軸二重円筒形レオメーター」  
液体や気体の粘弾性を高精度で計測できる装置です。産業技術総合研究所で開発された「弾性ヒンジ方式」を世界で初めて採用することで、従来困難だった低粘度領域の測定を可能にしました。導入価格とランニングコストの抑制を実現し、従来品に比した使いやすさ、小型で移動が可能なのも特徴です。

試料をガラス製の円筒内に  
密封して粘弾性を測定



## ➤ 支援の経緯

千葉県産業振興センターの支援制度を活用する過程で、販路開拓が課題になったことから、当事業での支援をスタートしました。

## ➤ 販路開拓面での課題

当社製品の普及には、既存レオメーターでは計測できず、まだ潜在化している低粘度領域の測定ニーズの掘り起こしが必要でした。また、これまで必要性はあるものの高価格ゆえ導入を控えていた企業への認知拡大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＞

液状食品を扱う食品メーカー、高度な粒子分散状態を扱う材料メーカー、高性能インキ等の機能性流体を扱う化学メーカーなどの研究開発部門

### ＜仮説内容＞

研究開発の促進や品質向上にむけた高精度の粘弾性測定ニーズはあっても、知識不足や導入予算の制約によりレオメーターの導入を見送っている企業に採用可能性がある。

## ➤ 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5社に9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高性能レオメーターのニーズ確認、②本製品の有効性（機能・性能面、価格受容性）の検証、③採用に向けた課題の把握として活動しました。

### ＜仮説の検証結果＞

- ・レオメーターが普及していないのは導入コストの制約よりも、物性研究に粘弾性の観点（レオロジー理論）が取り入れられていないことが主な要因でした。
- ・レオメーター導入企業からは、既存品では測定が困難で、現状は研究の対象としていない低粘度領域の粘弾性測定ができる性能が評価されました。
- ・レオメーター未導入の企業からは、粘弾性測定が研究開発の新たな切り口となる可能性や、品質管理や製造工程の最適化手段となり得るという見解が示されました。
- ・価格の受容性も確認できました。
- ・進捗結果: 1社に見積書を提出、1社でデモを実施しました。

### ＜新たな課題＞

- ・製品の機能・性能に粘弾性値が作用する具体的な有効性の提示

## ➤ 第3段階: 成果のまとめと今後の取り組み

### 【具体的な成果】

- ・インキや化粧品、食品分野で潜在していた当社製品のニーズを確認できました。
- ・レオロジー理論の広がり、各分野・業界に新たな技術開発シーズを生む可能性を確認できました。
- ・各分野の研究者に、当社のもつレオロジー理論の知見・測定ノウハウの提供や技術なサポートを積極的に推進することが営業活動に有効であることがわかりました。

### 【今後の取り組み】

- ・レオロジー導入企業の研究者には低粘度領域の測定のメリット、未導入企業にはレオメーター導入のメリットを訴求していきます。
- ・多様なサンプル試料の粘弾性測定データと考察情報の蓄積を図り、各社の研究推進をサポートする社内体制を強化して一層の営業力強化に取り組みます。

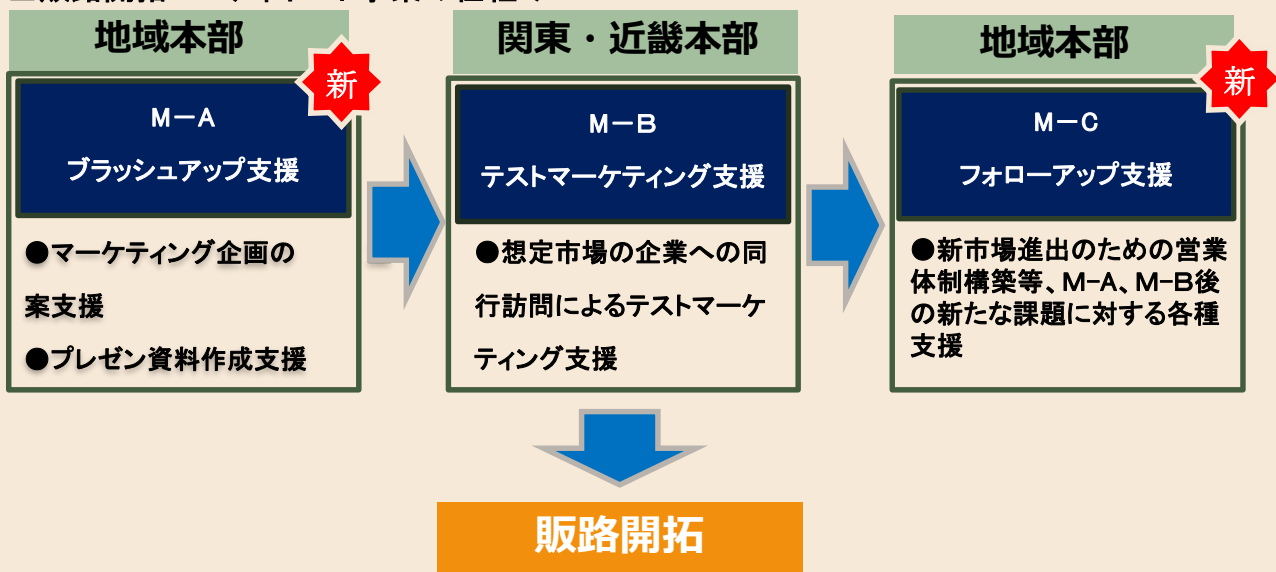
2019年7月よりスタート

# ～新販路開拓コーディネート事業～

## ■販路開拓コーディネート事業とは

新市場に進出する希望を持つ中小企業に対し、マーケティング企画の立案支援、新市場におけるテストマーケティングやその他の販売力強化支援、市場評価の把握や市場投入までのフローを検討する支援など、販路開拓に向けた活動をサポートします。M-A、M-Cのところが今回追加されました。

## ■販路開拓コーディネート事業の仕組み



※M-Cの支援は、原則M-A、M-Bのいずれかの支援後に選択が可能です。

※M-Bは売り先紹介や販売代行の支援ではありません。

販路開拓コーディネート事業 (新)	支援期間	費用
M-A (ブラッシュアップ支援)	4ヶ月(8日以内)	8,200円(税込)/日
M-B (テストマーケティング支援)	5ヶ月(15回以内)	4,100円(税込)/回
M-C (フォローアップ支援) (新)	5ヶ月(10日以内)	8,200円(税込)/日

※M-A、M-Cは専門家派遣による支援(日数)、M-Bは想定市場への同行訪問(回数)による支援となります。

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

お問合せ先: 中小機構 関東本部 企業支援部 企業支援課 (萩原・関)

TEL: 03-5470-1637