

新市場・新分野への進出をアドバイザーがサポート

ハンズオン支援事業

テストマーケティング



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



こんなお悩み、ありませんか？

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
ざっくりばらんな
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新市場・新分野への
進出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

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

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。



【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 近畿本部 企業支援部 企業支援課
〒541-0052 大阪市中央区安土町 2-3-13 大阪国際ビルディング 27 階

電話

06-6264-8613

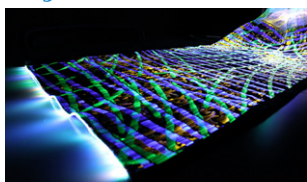
※ご相談の際はまずお電話ください

Be a Great Small.
中小機構

テストマーケティング取組事例

中小機構のアドバイザーが複数の想定ユーザーへのアプローチをコーディネートします

「LightWeave®」



LED光源によるイルミネーション機能を施し、幻想的な空間演出や光の標示が可能な発光繊維物

アドバイザー計9名が同行し、建築・内装メーカー、鉄道会社、ホテル等12社に計12回訪問

「アイスビグ管内洗浄工法」



前

後

特殊アイスシャーベットで圧力管路を洗浄する特許工法

アドバイザー計5名が同行し、食品、製紙、化学薬品、製薬、鉄鋼の配管施設のある工場設備保守部門等6社に計14回訪問

「シルキーラバー」



潤滑成分がゴム表面に析出する機能性自己潤滑材料

アドバイザー計5名が同行し、四輪完成車メーカー（生産ライン、研究開発）、自動車部品メーカー等9社に計14回訪問

「Paper-Wood」



カラフルな紙を挟み込み広葉樹の風合いと配色の美しさを楽しむ合板

アドバイザー計5名が同行し、百貨店、内装設計・施工会社、家具・雑貨メーカー等14社に計14回訪問



「新・安震アジャスター」

床に穴をあけない、アンカー不要の設備用地震対策（震度7対応）

アドバイザー計5名が同行し、病院・医薬品メーカー、精密機器メーカー等9社に計10回訪問

国産うなぎ蒲焼



糖質制限・減塩のうなぎ蒲焼

アドバイザー計4名が同行し、高齢者向け介護施設、糖尿病患者専門病院、外食産業・中間流通等8社に計13回訪問

支援期間・受益者負担額

	アドバイザー	支援期間の目安	費用負担
STEP 1 M-A ブラッシュアップ支援	1名派遣	月2回×4ヶ月（8日以内）	17,500円（税込）/日
STEP 2 M-B テストマーケティング支援	複数名と同行訪問	5ヶ月（15回以内）	4,200円（税込）/回
STEP 3 M-C フォローアップ支援	1名派遣	月2回×5ヶ月（10日以内）	17,500円（税込）/日

※M-A、M-B、M-Cのそれぞれの支援に先立って採択審査があります

中小機構のハンズオン支援事業（テストマーケティング）の特徴

支援チームがサポート

派遣するアドバイザーに加えて管理者アドバイザーや担当職員で支援チームを編成し、活動をきめ細かくサポートします。

業界に精通したアドバイザー

大手商社やメーカー出身のアドバイザーのネットワークを活かして、想定市場のユーザーへのアプローチをコーディネートします。

販路開拓力の向上を支援

支援後は単独で取り組める「販路開拓力」がつくように、アドバイザーのノウハウを積極的に移転します。

経営者の声

想定していたお客様の生声が分かり、改善点が明確になりました。未知の領域への挑戦でしたが、ニーズの検証だけでなく、意外な評価点を知ることができて、製品の改善・進化に役立ちました。

埼玉県 住宅資材A社



営業用の資料作成のノウハウから福祉施設への提案活動まで、得がたい実践値を学べました。高齢者市場進出は我が社の悲願でしたが、遠くにあった可能性という灯火が見えてきた気がします。

大阪府 食品製造B社

