

自社のコア技術を活かした新商品による新市場販路 開拓支援

山口化成工業 株式会社

【業 種】 発泡スチロール製造

【設 立】 昭和 38 年 2 月

【本社所在地】 愛知県豊川市為当町宮脇 1 番地

【売 上】 390 百万円 (平成 30 年 6 月期)

【資 本 金】 20 百万円

【従業員】 27 名

当社は、1953 年ゴム紐の製紐業として創業、その後、発泡スチロールの黎明期より発泡スチロールの製造業界に参入し、発泡スチロール製品を商品化、業界の発展とともに成長を遂げてきた。

しかし外部環境の変化により事業の成長が鈍化、持続的な成長をめざし、新規事業の開発に取り組んできた。



支援対象製品概要

支援対象は、熱可塑性ビーズ発泡ポリウレタンを利用した製品である。熱可塑性ビーズ発泡ポリウレタン (E-TPU: Expanded Thermoplastics Poly Urethane) は加熱することで軟化し成形しやすくなるポリウレタンをビーズ状に独立気泡で発泡させた素材で、柔軟性や反発弾性力など優れた特性がある。当社はこの E-TPU の製品加工を逸早く手がけ、用途に合わせた加工条件の設定や独自生産設備による量産化を実現した。今回の販路開拓コーディネーター事業では、当社のこれまで蓄積してきた発泡スチロール成形技術と新たに開発した E-TPU の加工技術と量産技術により実現した E-TPU 製品を対象とした。

支援の経緯及び課題

当社は、自社のコア技術を活かし E-TPU を用いた車椅子用ノーパンクチューブの市場化を果たし、E-TPU の製品加工のパイオニア的企業となっていたが、それ以外の分野への展開に苦慮していた。そのような状況のなか、これまで経営相談や経営実務支援事業で支援を行っていた中小機



新素材のウレタンの開発商品
車椅子のノーパンクチューブ

構中部本部は、販路開拓コーディネーター事業を活用し、新たな用途開発を進めていくことが、当社の新事業開発に有益であると判断し、社長に販路開拓コーディネーター事業を紹介した。松倉社長も意欲的に事業活用を決意した。

支援方針検討

初回の面談で、松倉社長は、新規事業への取組みや E-TPU 製品の魅力や可能性を熱く話され、社長の本業界の造詣の深さ、技術力の高さを認識することとなった。一方で、E-TPU 製品が適応できる用途が多様なため、最適な用途が見えてない点が懸念された。

そこで、まず、用途を想定したターゲット市場の設定とターゲット市場の顧客にとっての魅力 (価値) の明確化をすること。当社の優れた技術と ETP 製品の特徴をプレゼン資料に具現化するなどテストマーケティング実施の準備支

地域本部のコメント

ものづくりが盛んな愛知県三河地方に立地する当社は、革新的な新素材を開発し車椅子用ノーパンクチューブへの参入に成功されました。

松倉社長は、次の市場分野を見つけるべく販路開拓コーディネーター事業の活用を決断されテストマーケティングに取組まれた結果、中小機構近畿本部の的を射た訪問企業設定や、皆様の熱心なサポートにより、方向性が明確になりました。

今後は経営相談やハンズオン支援等でフォローしたいと考えています。

統括プロジェクトマネージャー 岸田 邦裕

中小機構 中部本部

援と、ターゲット市場での、当社及び技術・商品の認知向上・評価とともに、市場情報などマーケティング情報の収集のテストマーケティングの実施支援を行うこととした。

支援内容

1. マーケティング企画のブラッシュアップ期間

まず、当社がこれまで E-TPU の市場化にむけて行ってきた活動から集めた情報を整理し分析した。さらに、競合の商品動向や知的財産の取扱いなども検討に加え、自社の立ち位置を明確にした。また、E-TPU 製品の「よく曲がり・よく弾み・よく伸びる」といった特長を活かせる用途の想定には、本分野の専門家であるコーディネーターが参画し検討を深めた。事前検討会の結果、E-TPU 製品の用途を想定し、テストマーケティングでアプローチするターゲット市場を下記 3 分野とした。その後、ターゲット市場に強く訴求できるプレゼン資料の作成を進めた。作成にあたっては松倉社長自らが資料のブラッシュアップに取り組み、当社の事業内容や E-TPU の特徴、開発の強みなどが端的に分かりやすく表現された、質の高いプレゼン資料が出来上がった。テストマーケティング活動の準備が整い、以下の 2 点を活動目標として活動を開始した。

テーマ

熱可塑性ビーズ発泡ポリウレタン (E-TPU) を利用した製品



活動目標・目的

(1) 新市場での E-TPU 製品及び当社のウレタン成形技術の認知向上。

チーフアドバイザーのコメント

石川 憲昭

本事例は、ものづくり中小企業が、自社のコア技術を活かし、新商品を開発、新市場展開をめざすものであった。

社長の精力的な企業訪問、誠実な面談、その後の迅速な対応により、新たな用途の発見や新市場展開の道筋をつけることができた。

今後は、本事業で経験したマーケティング活動を業務に取り入れ、当社の強みである開発力・製造技術力と市場対応力を、顧客に訴求し、新市場展開をさらに進めていただきたい。



(2) E-TPU を利用した製品に対する評価及び想定用途での現状のニーズ等マーケティング情報の収集。

アプローチ企業分野

- (1) 介護・福祉・医療機器部品
- (2) 樹脂管材、建材部品
- (3) ホビー・アミューズメント部品

2. テストマーケティングの実践期間

マッチング会には、ターゲット分野にネットワークを保有する 7 名のコーディネーターが参画。その後、コーディネーターから活動計画が提案され、ターゲットの分野から訪問企業を選定し、訪問活動がスタートした。コーディネーターとの同行訪問では、深い面談が行えるよう事前に訪問企業の状況を確認するとともに、企業との面談では、E-TPU の素材や加工サンプルを持参するなど準備を怠らなかつた。

成果・今後の方向性等

松倉社長の精力的な訪問と工夫を凝らした面談の結果、介護・医療・福祉：6 社、建材分野：2 社、アミューズメント分野他 4 社の合計 12 社への同行訪問が実現した。

訪問の結果、E-TPU 商品は高い評価を得た。(実際の案件を発見し継続的にフォローを続けることになった。)

福祉・介護商品等での新しい用途を発見したほか、今後、用途を拡大するために求められる加工課題が健在化するなど、今後の事業展開にむけて有用なマーケティング情報を得ることができた。また、医療機器分野では今後アプローチすべきターゲットが明確になった。今回の活動を通じて、当社の製品開発技術・製造技術と市場対応力に対して高い評価を得、当社の強みとして市場に訴求できることが明確になった。

今回は社長が主体で活動をした。今後、新市場展開を進めるにあたり、本活動で得た顧客との関係を維持・向上するとともに、市場戦略に基づいた活動が組織的にできるよう、営業体制の強化が求められる。

プロジェクトマネージャーのコメント

田上 和生

企業様は、発泡ウレタン事業から新たな新商品開発で経営革新を実現しようとしてきています。これまでは、中小機構中部本部の支援を受けてこられました。販路事業では、新商品のコンセプトや訴求点を深く検討され、説得力のある優れたプレゼン資料にまとめられました。社長自ら熱心に検討し、導き出された商品価値の提案を訪問企業で熱心に訴求された結果、今後の事業展開につながる貴重な情報を掴まれました。これからのますますの事業発展に期待します。

