

CASE  
10

Hands-On  
Support  
2023

近畿本部



【企業名】  
株式会社竹中製作所

【代表者】  
竹中 佐江子

【資本金】  
46.8百万円

【本社所在地】  
大阪府東大阪市菱江6丁目4番35

【売上高】  
2,382百万円(2022年9月期)

【設立】  
1948年6月(創業1935年)

【従業員数】  
135名

【業種】  
金属製品製造業

【営業品目】  
ボルト・ナット製造、表面処理加工、  
電子機器の開発・設計

# 独自技術の『強み』でリベンジ！ 塗り重ねてきた歴史を生かす 新市場開拓への挑戦

## 株式会社竹中製作所

### 事例概要

### 「グローバルニッチトップ企業」が脱炭素社会を見据えた 新市場へ向けたテストマーケティング支援

2022年度からの3ヶ年中期計画において、「新しい受注の創造」を柱のひとつに掲げました。

これまでの既存顧客を中心とした営業活動から、  
当社の強みを発揮できる新市場の開拓へと舵を切  
ることにしました。

本支援は、既存市場と同様のお困りごとを有する  
未参入市場の潜在ニーズを仮説として描き、既存技  
術による解決策を提案する新市場開拓の事例です。



近畿本部  
シニア中小企業アドバイザー  
池野 栄司

### 企業概要

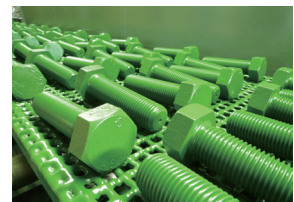
### 表面処理及び高品質が要求される 高付加価値品のボルトメーカー

同社は、高い耐久性と安全性が求められる原子  
力発電所や石油プラント、風力発電所、化学工場、  
トンネルなどのインフラで用いられるボルトを製造し  
ている。

1970年代後半から、製品の高付加価値化を目指  
し、独自の表面処理技術の研究開発にも積極的に  
取り組んでいる。

国や関係機関の各種品質認定を取得し、取引先  
には大手企業も多く、インフラ業界では知名度が高い。

経済産業省「グローバルニッチトップ企業100選」  
や「ものづくり日本大賞」等の多くの表彰を受賞し、  
表面処理技術の特許も取得している。



■ 高品質ボルトに特殊コーティング



■ ボルト使用事例

## ✓ 経営課題と支援テーマ

### 中小機構との出会い

#### 大阪府工業協会と連携して開催したセミナーに参加

2021年に公益社団法人大阪府工業協会主催のもと、中小企業大学校関西校との連携事業として開催した「販路開拓実践セミナー」に同社の営業担当2名が参加し、同社と出会った。

セミナー3回及び機構の専門家による側面サポートを通じてマーケティング企画書の大まかな検討はできたが、さらなる深掘りへ向けて今回の支援に至った。

### 問題意識と相談内容

#### 自社技術の優位性をPRできず 新市場の顧客ニーズの把握が必須

支援要請を受けた事業年度は、目標売上・利益ともに未達となる見込みで、その一番の要因は、ボルト事業で見込んでいた風力発電所の大型案件を、自社技術の優位性や他社技術との差別化をアピールしきれず、価格競争により失注したことであった。

そのような中、セミナーに営業担当が参加し、売上拡大に向けた販路開拓の相談を受けた。また、セミナーで学んだことを他のメンバーにも理解してもらいたいということで、マーケティング企画、プレゼン資料の作成、及びテストマーケティング支援を希望された。

これには、数十社の大手企業との既存取引があるが、10年先の売上の柱となる新市場・新規顧客が必要であるという社長の問題意識から中期計画を策定した背景があった。



### 経営課題の設定

#### 中期目標の達成に向けた新市場の開拓

2022年度より中期計画を策定し、会社の目指すビジョンが明確になった。それは、近年の脱炭素への貢献を社会的使命として、独自の高度な技術で高付加価値をエネルギープラントを中心とした成長分野へ提供し、社会課題を解決する企業となることだ。

中期目標の達成のためには、営業力の強化と技術力の向上により、価格競争に巻き込まれにくい市場、今後成長する市場に参入して新しい受注を生み出すことが課題となる。つまり、高い目標設定によって、既存市場の営業だけでは受注が不足し、新市場の開拓が必要であるという課題が浮き彫りとなった。

### 支援テーマの設定

#### ボルトナット事業での防錆コーティング技術による新市場開拓

中小機構近畿本部としての支援をスタートする前に、社長の思いをヒアリングした結果、新サービスの可能性についても課題意識をもっていたのでマーケティング企画の段階で検討することにした。

これを踏まえて、既存技術による新市場開拓と、新サービスによる新市場開拓の両方を検討する挑戦的な支援テーマとした。



ハンズオン支援事業(テストマーケティング) M-A型(旧 販路開拓コーディネーター事業(M-A型))

## ボルトナットの防錆コーティング技術のマーケティング企画

■ 支援期間 2021年12月～2022年3月(6.5日) ■ 派遣専門家 古山 俊弘 [専門] マーケティング、営業、IT  
 ■ プロジェクトチーム 営業(東京からリモート参加)、技術開発、製造の3部門の若手12名

### 既存表面処理技術の新市場に対する顧客ニーズの仮説立案

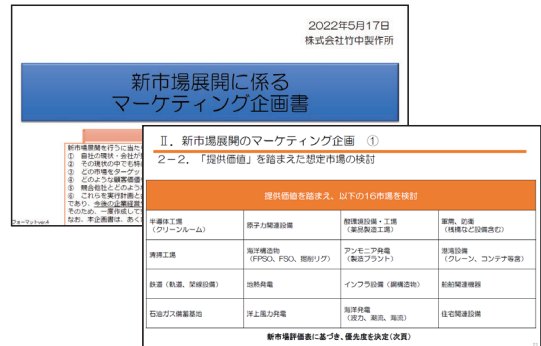
前半は、3グループに分かれて複数の新サービスのアイデアを発散・収束のステップで検討した。

後半は検討結果を踏まえて、マーケティング企画書としては、既存技術による新市場開拓の内容に絞ることとし、各メンバーが積極的に考え、発言し、マーケティング企画書が完成した。

プレゼン資料の作成では、社内の当たり前を、顧客目線で伝わりやすいようにかみ砕いて表現することに留意した。



■ 当社製品 左からタケコート-1000(本支援対象)、タケコート-セラミック1、ナノテクト



■ 支援で作成したマーケティング企画書

ハンズオン支援事業(テストマーケティング) M-B型(旧 販路開拓コーディネーター事業(M-B型))

## フッ素樹脂コーティングのテストマーケティング

■ 支援期間 2022年9月～2023年4月(10日) ■ 派遣専門家 加藤 幸弘、佐々木 吾、末松 治男、古山 俊弘、堀内 邦康  
 ■ プロジェクトチーム 大阪本社の営業担当 [専門] 半導体、石油化学、洋上機器等の業界へのネットワーク

### 新市場へのテストマーケティングによる仮説検証

作成したプレゼン資料を用いて、5つの業界の計9社にアプローチし、フッ素樹脂コーティングの顧客提供価値の仮説検証を行った。その結果、錆に強い点、酸・薬品に強い点、異種金属の電蝕耐久性などの仮説が評価された業界があった一方で、錆に対するニーズがない業界も確認できた。

支援の成果として、一部の訪問先企業とは訪問後に見積、試作品提供のやり取りが続き、新市場の新たな顧客との貴重な接点を創出できた。支援後は、同社の経営方針を達成するため、新たな受注の柱をつくるべく活動を継続している。



■ 企業訪問に使用したプレゼン資料

## ☑ 支援の成果

### 新規顧客への導入を進める ソリューション営業へ

新市場の想定顧客となる工場や事務所で直接プレゼンの反応を聞くことができ、製品の高い評価だけでなく、特殊な形状・用途への対応可否といった要望や、各種試験データの有無等の課題も把握することができた。

最も大きな課題は、ボルトは一定の長期使用が想定され、どの企業も採用前の評価を必要としており、提供したサンプルの評価を含めたソリューション営業が必要と実感できた。現在はいただいた課題を解決するため、営業体制の見直しなどの社内改革を進めている。

また、今回の企業訪問によって、タケコートと当社の知名度を向上できた結果、Forbes Japan社「Small Giants Award 2022-2023」のファイナリスト7社に選抜されるなど当社のブランディングにも寄与できた。



## 活動を振り返って

### 経営者の声

### 製販一体となり販路拡大への取組みを前進

今回のハンズオン支援では、マーケティングの基本を習得し、それを机上の学問で終わらせることなく「実践で活かすための支援」まで受けられたことが、弊社にとって大きな収穫となりました。

また多くの専門家の方に社員目線でご支援いただき、弊社の独自製品の販路拡大につき、製販一体となり取り組めたことは今後につながる確実な第一歩だと感じています。

この支援で得た「社内の協力体制の強化」と「顧客目線でのPR」を活かし、国内のみならず、海外顧客拡大につなげていけるようさらにブラッシュアップしていければと考えています。



代表取締役社長  
竹中 佐江子 氏

### プロジェクトリーダーの声

### メンバー全員での取組みを成果につなげる

顧客目線に立ったマーケティング資料やプレゼンテーション資料作成に加え、ターゲット市場の検討をメンバー全員で行うことにより、大きな学びと成長を得ることができたと考えます。

また、幅広い知見を持つ専門家の助言によって、より具体的なニーズの獲得やテストマーケティングでの成果につなげることができました。



ボルト事業部  
大阪営業部  
戸谷 明悟 氏