



新価値創造展

成功事例

多田プラスチック工業株式会社
(大阪府)

従来の固定概念に縛られないアイデア・
引き合いを求めて出展



1919年の創業当時は印鑑の母材製造をしていたという多田プラスチック工業株式会社は、戦後、同名に社名変更し、他社に先駆けて射出成形をはじめた業界の老舗だ。現在は射出成形、硬質ウレタン成形、小型DCポンプの開発製造などをビジネススペースとして事業展開している。射出成形はミクロン単位の成形(参考精度:0.005mm)が可能な精密成形が大きな特徴で、多田プラスチックにおける多くの製品の根幹をなす技術になっている。硬質ウレタン成形は断熱・軽量化・一体成型が特徴で、断熱性の向上、一体成型による工数削減などで引き合いが増加している。小型DCポンプについては、クリーンルームを所有していることから開発・設計から対応できるという。これらの技術・製品の活用分野は、家電・OA機器・飲料ディスペンサー・自動車部品など多岐に渡っている。中でも、車載カメラのレンズ洗浄用小型DCポンプは大いに注目されている製品だ。ほかにも、2021年には海水中で生分解される新素材・生分解性ポリマーを使用した製品の量産技術を開発。こうした開発・製造をけん引する同社取締役 前田匡史氏に話を聞いた。

ー 2020年のオンライン展示会にはどのような経緯で出展しましたか

弊社は、長らく家電を扱ってきたなかでさらに活用分野を広めるために試行錯誤を繰り返してきました。たとえばDCポンプの開発はかれこれ25年ほどやってきました。最初は失敗の連続で、しかもどこからも相手にされなかったのですが、現在は車載レンズのクリーナーなどにも採用されるようになりました。「新価値創造展」には、新しく商品開発した製品・技術に、どのようなニーズがあるのか探索を含め、従来の固定概念に縛られないアイデア・引き合いを求めて出展しました。

ー オンライン展に出展して良かった点・メリットはどのような点でしょうか

どのようなお客様が、どの分野・技術製品に興味があるのか、理解を深めることができました。

ー 展示会の工夫やそれによる手応えはいかがでしたか

「新価値」ということもありまして、専門の方以外にも「新規」の方もいらっしゃるだろうと。そこで製品そのものを前面で紹介するよりも、たとえば「環境」であるとか、ポンプだったら「自動運転」で役立つとか、そういう部分を工夫しました。ユーザーの方々は弊社製品を使って車載カメラとか配送ボックスとか、それぞれ自社の製品をつくりたいわけですから、何に役立つのかがわかるような工夫をしました。

また、オンライン展示会の来場者の中でビジネスマッチングができる可能性のある来場者と継続的に情報交換を行っていました。その後、お客様からメールにて具体的に問い合わせを頂き、商談から成約につながりました。タイミングが重要だと考えています。取引につながる可能性があるお客様とは、継続して接点を持つことが重要だと思います。



宅配・検体用保冷ボックス

ー 他の展示会と比較して、新価値創造展の反応はいかがでしたか



他の展示会と比較した場合、来場者の各業界に対する知見が深い印象がありました。また、物流・車載・環境の新しい技術や製品を求めているお客様が多い傾向がありました。

例えば、弊社では、カスタマイズに優れた保冷ボックスの内容を説明すると興味を持つなど、具体的なニーズをもって探して来場者が多い印象がありました。

ー 2021年開催のリアル展示会はいかがでしたか

オンライン展示会では飲料ディスペンサーやウォーターサーバーなどの引き合いが多かったのですが、リアル展示会後の引き合いは、硬質ウレタンが想定より多かったです。食品輸送に加えて、医療系の輸送の問い合わせを多くいただいています。他には釣り業界からの問い合わせもありましたね。まったく想定外でしたが、そういう我々が気付かないニーズがあることがわかる。その点が、「新価値創造展」とほかの展示会の大きな違いだと思います。

リアル展示会では、製品を実際に手で触れることによって印象に残る工夫をしてみました。小型DCポンプではただポンプを展示するのではなく、来場者が実際にボタンを押すことでレンズの汚れを除去できる装置を展示しまして、「とてもわかりやすい」との意見もいただきました。ほかにも、ウレタン成形を使った配送ボックスでは、食品の鮮度保持だけではなく、医療現場でのワクチン・検体輸送などもイメージできるパネル展示を用意することで、それぞれが抱えている課題に役立つ、そのようなイメージが伝わることを心掛けました。製品そのものやその生産技術ではなく、どういう分野で役立つか。そのアピールを重要視しました。

ー 今後の展望をお聞かせください

ひとつはウレタンの接着です。まだ量産化はできないのですが、ニーズは非常に高いです。それと関連しますが、硬質ウレタン成形の技術があるので軽量ボードを開発して少しずつ増やしていこうと考えています。それから、「環境」に関わる企業とは共同で開発・製造していきたいと思っています。前述の生分解性ポリマーにはどんどん挑戦していきたいです。

新価値創造展 ウェブサイト掲載

多田プラスチック工業株式会社

〒583-0037 大阪府藤井寺市津堂2丁目12-8

URL : <https://www.tadapla.co.jp/>

企業PR

創業以来、射出成形技術の蓄積と成形技術の開発を日々行っており、製品形状に合わせた射出成形、中空成形、低圧成形といった成形技術も有しています。



新価値創造展

成功事例

株式会社Piezo Sonic
(東京都)

新価値創造展は自社で考えていなかった用途への応用などの発見の場



「人の生活を支え、人と共に行動できるロボット技術を開発し、より快適で豊かな社会の実現」を理念とする株式会社Piezo Sonicは、超音波モータと搬送用自律移動ロボット開発・販売の2軸によって事業を展開している。超音波モータは、磁石、コイルを使用しないため、従来型のモータに比べ五分の一ほどの小型化、軽量化を実現している。電磁力を使わないため、MRIなど医療機器の周辺機器とも非常に相性がいい。さらにパワーも従来モータに比べ5倍というまさに次世代モータである。

搬送用自律移動ロボットは、工場、倉庫内外の搬送、オフィス内の搬送・定期巡回、商業施設への搬送、宅配便などのラストワンマイルの搬送支援など、活用機会は多岐に渡る。乗越え高15cmというハイスペックな性能により障害物の乗り越えも容易だ。駆動部に超音波モータを用いることで、超音波モータ利用の実証例にもなっているという。

こうした商品開発を実現する代表取締役 多田興平氏に、新価値創造展に出展する意義、商談事例、今後の展開を聞いた。

一 本展示会とほかの製造系展示会では違いを感じられましたか

ほかの展示会ですとエンジニア系の方や、ご自身の専門にされている分野を見に来場する方が多いのですが、新価値創造展の場合はもっと幅広い層の方々にも来ていただいています。そうした方とお話すると、我々が考えていなかった用途への応用などの発見にもつながることがあります。そういう部分が、新価値創造展に出展する良さだと感じます。

一 2020年のオンライン開催の手応えはいかがでしたか

2020年の新価値創造展では特集を組んでいただきまして、それをご覧になった方々が弊社のYoutubeなどを見に来てくださったのが大きかったように思います。そういった部分がうまく連動できたのが良かったです。動画だけとなるとどうしてもうまく伝わらない部分もあるので、動画視聴数は通常の2倍ぐらいい伸びました。展示会後には「動画を見て質問が～」といったお問い合わせがかなり増えました。

一 展示会によってどのような企業から注目を集めましたか

静音かつ強力なクリーナーをつくりたいというメーカーさんや、自律移動ロボットでは、搬送に関するメーカーさんはもちろんですが、ちょっと意外な利用を考えているところもありました。ひとつだけ例を上げると、とある企業から受けた注文なのですが、力、トルクはいらないので、



モータの薄さで静音性だけに特化してほしいというのがありました。モータといえば力を求められることが普通なのですが、その企業では、コンパクトで静かなモータが必要だと。いずれにせよ、我々が想定していなかった活用を提案していただけたことも多くありました。

一 商談、成約までの流れはいかがでしたか

やはり展示会、弊社の動画、ブログで一度見たうえで問い合わせいただいております、という商品なのかという一番最初の部分はそこで理解いただいておりますので、商談はスムーズに行くことが多かったです。そういうこともあって、ほかの類似展示会に比べると、新価値創造展は商談、成約が早く進行したように感じます。

一 2021年開催のリアル展示会はいかがでしたか

リアル展示会の場合だと、やはり実物を見てもらえるというのが大きかったです。会場で紹介・解説動画を見てもらい、実物を触ってもらう。商品を、より実感してもらえますね。それと、見に来てくれた方々の業界は、オンライン開催よりも幅広いです。オンラインだとご自身の関連ジャンルの商品を事前に探して動画などを見る方が多いのですが、リアル開催ですと、とりあえずあちこち見て回る。そこで気になるブースがあると話を聞いてみる。そういう方と実際にお話をして商談に進んだり、情報を交換したりする場合もありました。



磁場環境用 超音波モータ(ピエゾソニック モータ):MRI等、高磁場環境で利用可能な小型高トルクモータ

一 今後の展望をお聞かせください

主力の超音波モータというのはまだまだ一般的に定番とはなっていないので、まずはそこを目指す必要があると思っています。たとえば、バックラッシュレスで磁場環境で使えるモータといえばPiezo Sonicといわれるように知名度を高めていきたいと思えます。具体例をあげると、強い磁場が発生するMRIは周辺機器の設置にとっても苦勞するのですが、そうした機器の駆動部を、電磁力を使わない超音波モータにすれば安全に設置できます。ほかにも活用の幅はあります。まだまだ小さな会社ですので、いわゆるニッチトップを狙ってまいります。

新価値創造展 ウェブサイト掲載

株式会社Piezo Sonic

〒143-0013 東京都大田区大森南4-6-15
テクノFRONT森ヶ崎507

URL : <https://www.piezo-sonic.com/>

企業PR

トルク型超音波モータ「ピエゾソニック モータ」と自律移動ロボット、IoT デバイスの製造・開発・販売を行うファブレスメーカー。超音波モータは医療機器やロボット用モータとして利用されることが多く、主に医療機器メーカー、半導体製造装置メーカー、ロボット機器メーカー、大学・各種研究機関等で利用されている。



新価値創造展 成功

事例

株式会社オプス

暗闇でも防カビ・抗菌効果が持続する独自製品のさらなる高付加価値化に挑戦

従来の防カビ・抗菌剤では効果が表れにくい暗闇でも効果を発揮する「アドバンスコート」を生み出し、その後もさらなる高付加価値化を追求する「株式会社オプス」。ビルメンテナンス業を本業とする同社がいかにしてこの新価値にたどり着き、その事業展開の中で新価値創造展をどのように有効活用しているのか。同社の安達裕氏に伺いました。



株式会社オプス第三事業部事業開発部長の安達裕氏

一 効果のメカニズムを明らかにすることも重要

光触媒による抗菌作用を活用した従来の防カビ・抗菌剤には、紫外線が届かない暗い場所だと十分な効果が発揮できないという欠点がありました。同社が提供する抗菌剤「アドバンスコート」は、紫外線ではなく地球上のほぼすべての場所にある“自然放射線”を活用するため、暗闇でも防カビ・抗菌・消臭効果を発揮できます。

「地下室などは太陽光が届かないだけでなく、湿気も溜まりやすくカビが生えやすい。こうした場所にアドバンスコートは最適です。しかもその効果は長期間持続します。検証実験の結果、散布から1年後も効果が持続していると確認されました。また7年間効果が持続している現場もあります」



アドバンスコートの実証実験の結果

同じ条件下でアドバンスコートを塗布した場所としない場所の1年後の汚染度を表した写真。塗布なしは6082RLU※のに対し、塗布ありは22RLUと汚染度が低いことがわかる。
※RLUは、汚染度などを調べる「ATP(アデニン三リン酸)測定法」において用いられる発光量の単位。数値が大きい方が、汚染度が高い。

このような高付加価値製品を生み出した同社は、実は建物の清掃・保守・管理といったビルメンテナンス業を軸とする企業です。そこにはどのような経緯があったのでしょうか。

「ビルメンテナンスに欠かせない抗菌剤について、従来品よりさらに効果の高いものを作りたいと考え、開発メーカーと一緒に研究開発を始めました。するとある時、光のないところでも防カビ・抗菌効果がある製品が完成した。しかし当初はなぜ効果が上がるのかがわからなかったため、なかなか売れ行きにはつながりませんでした」

そんななか、ある展示会で出会った九州産業大学の方から「自然放射線に反応しているのでは？」という仮説を耳にします。宮城県や仙台市の助成制度を利用しつつ、その線で調査・分析を進めていくと、実際に自然放射線を触媒とする効果が確認されました。

「このデータを学会で発表すると、メディアでも取り上げられるようになりました。いくら効果があっても、それだけでは説得力がありません。やはりメカニズムを明らかにすることが大切ですね」

一 異業種との連携でさらなる価値を生み出す

そんな同社が新価値創造展に初めて出展したのは2017年のこと。宮城県に選ばれた企業による共同出展※でした。

「この時に名刺交換した相手とのコンタクトが継続して販売につながったほか、他社製品とのマッチングの可能性の高さを肌で実感し、翌18年は単独で出展しようと考えました」

そこでの出会いが今、新たな価値を創造しようとしています。

「実はアドバンスコートには樹脂製品への密着度が弱いという課題がありました。新価値創造展2018では、樹脂製品を染める技術をもった京都の企業『株式会社ムラカミ』と出会い、今、この技術の応用でアドバンスコートを樹脂製品に密着させる研究を進めています。すでに大学や第三者機関によるデータ分析まで進んでいますが、非常にいい結果が出ていますね」

もう一社、木材への展開を考え、キャンパス木枠専門メーカーの「マルオカ工業株式会社」とも連携を継続中です。

「実はこの二社とも中小機構のアドバイザーの方にマッチングしていただきました。一般的な展示会とは違い、新価値創造展は異業種の方と出会えるのがメリット。そこから高付加価値製品につながる可能性が高いと考えています。ただ異業種だと自分ではどの企業とマッチングすれば新価値につながるかがイメージしづらい。新価値創造展では、そこをアドバイザーの方がうまく誘導し、自分では思いも寄らない異業種の方と引き合わせてくれるので大変ありがたいです」

新価値創造展2019でも多くの出会いがあり、そのうちのいくつかの企業とはすでに話し合いが進んでいるそうです。最後に新価値創造展の上手な活用方法を聞くと、次のように答えてくれました。

「展示会に出展したいが『何から手を付けていいのかわからない』『費用もかかるから失敗できない』とためらっている中小企業にとって、新価値創造展は特におすすめだと思います。まず、他の展示会に比べて費用が格安ですし、アドバイザーのサポートも受けられる。しかも異業種とのコラボで自社製品の高付加価値化も期待できる。恐らく他の展示会ではなかなか得られないメリットがあると思います」

※新価値創造展2017内の「交易財団法人みやぎ産業振興機構」ゾーンに出展

新価値創造 NAVI Webマガジン 2020.03.06掲載

株式会社オプス

〒982-0804 宮城県仙台市太白区鉤取1丁目1-31
URL : <http://www.opus-gr.com/>

企業PR

あらゆる建物の清掃・保守・管理を行う建物総合管理会社として、1992年に創業。業務で使用する防カビ抗菌剤の性能を向上させるため、メーカーとともに研究開発に着手。2016年に「自然放射線触媒アドバンスコート」の研究を日本臨床環境医学界学術集会で発表。



新価値創造展

成功事例

関西電子株式会社

幅広い分野の課題を解決できるナノファイバー量産装置を開発し、事業化に成功



「ナノファイバー」は、その多様な特性が世界的にも注目を集める新素材です。しかし、これまでは量産できないという課題がありました。この課題を解決する量産型ナノファイバー溶融紡糸装置を開発し、事業化に成功したのが「関西電子株式会社」です。この素材の幅広い分野への展開をパートナー企業とともに進めたいとする同社の代表取締役社長・進士国広氏(写真左)と、取締役・近藤正博氏(写真右)の二人にお話を伺いました。

一 メルトブロー法でナノファイバーの大量生産に成功

ポリプロピレンやポリエチレンなどの原料をナノレベルの細さに生成したナノファイバーは、吸音、断熱、油吸着、保温、除染、ウイルス防御など多様な特性を持っています。しかし、これまでの生成方法である「エレクトロスピニング法(電解紡糸法)」※では量産が難しく、コストが高額になるという課題を抱えていました。

「そこで当社は従来とアプローチを変え、加熱によって軟化し冷却によって固化するという原料の熱可塑性の特性を生かし、一度溶融させてから高温エアで特殊ノズルより吐出させて生成する『メルトブロー法(溶融紡糸)』を採用しました」

風圧の力を利用し、原料が引っ張られることで素材を生成する特殊ノズルの開発に成功したことで、直径500nmのナノファイバーを安定的に生成できるようになり、5000g/h~8000g/hという量産も可能に。2017年には特許も取得しました。

「研究者たちは当時、細さを追求していました。確かに直径100nm以下の素材は従来の方でしか作れません。ただ私たちは、細さは性能を保つことができれば充分で、それを大量に生産できたほうがいいのではないかと考えました」

同社が注力しているのは直径500±300nmの領域。この領域でもナノファイバーとしての特性は有しており、環境対策商品や機能性商品、アパレル商品、アグリ資材など幅広い分野での応用が進められています。細さを競うよりも、さまざまな可能性を秘めた新素材を大量にコストを抑えて素早く提供してほしいという市場のニーズを優先したことが、ブレークスルーの決め手になりました。

※紡糸ノズル内のポリマー溶液に高電圧を加えてナノファイバーを生成する方法

一 PRには新価値創造展などの展示会を活用

もともとは海外メーカーの直流高圧電源や放射線測定器などを扱う輸入専門の商社だったという同社。ナノファイバーの研究が日本でも行われるようになった20年ほど前に、その研究に必要な海外メーカー製の直流高圧電源の国内総代理店を同社が務めていたことが製品開発のきっかけになりました。

「さまざまな研究機関で性能テストなどの協力依頼に応じているうちに、ナノファイバーが大きな可能性を秘めた素材であることがわかり、自社でもやってみようと考えました」

そんな同社は、同素材を活用した製品開発などの今後の展開に関して、パートナー企業との連携を前提に考えており、新たな企業との出会いを期待して、2016年より新価値創造展への出展を続けているそうです。

「新価値創造展は出るたびに新しいお客様に出会えるといった印象です。大手企業を含め来場者も多様で、さまざまなエンドユーザーの方々と共に接近できることも魅力ですね」

同展を含め、年に7~8回に及ぶ展示会への出展活動により、同社にはケミカル、機械、学術・研究、繊維、紙・印刷、建設、防衛など幅広い業界から関心が寄せられるようになりました。このうち約70社とはすでにNDA(秘密保持契約)を結ぶにまで至っているといいます。



直径500±300nmのナノファイバーの量産を可能にした「量産型ナノファイバー溶融紡糸装置」の特徴を説明する近藤氏

一 ナノファイバー製造装置を進化させ、製品化のアイデアはパートナー企業に

「当社のナノファイバー量産装置はその後も改良を重ね、メンテナンスフリーを実現したほか、太さを直径300nm~1000nmの間でコントロールすることも可能になりました。また、機能性素材をブレンドして新しいナノファイバーを作り上げることもできます」

中でも注目は、2019年の新価値創造展で発表した「ナノファイバーシート化装置」です。

「ナノファイバーは自重の53.8倍もの油を吸着できます。この特性を最大限生かせるようシート状にして、例えば水質浄化フィルターなどに活用できる製造装置を開発しました。おかげさまで、すでにこのシートを売りたいという依頼が舞い込んでいます」

無限の可能性を秘めたナノファイバー。ただ、同社はあくまで装置メーカーであり、製品化はパートナー企業に託したいといいます。最後に、そのまだ見ぬ未来のパートナーに向け、次のようなメッセージをいただきました。

「ナノファイバーの価値を最大化するには、研究熱心な皆さんの力が重要です。世界に羽ばたくような製品と一緒に作れるパートナーとぜひ出会いたいです」

新価値創造NAVI Webマガジン 2020.03.26日掲載

関西電子株式会社

〒143-0013 東京都大田区大森南4-6-15
テクノFRONT森ヶ崎208・509号室
URL : <https://www.kansaidenshi.co.jp/>

企業PR

1968年に創業。アメリカ、イギリス、ドイツなど海外諸外国の直流高圧電源や放射線検出器メーカーの日本総代理店として輸入販売、技術サポートなどを行う。数多くの国内研究機関、企業との交流を通じて蓄積してきた技術と経験を活かし、ナノファイバー量産装置など自社オリジナル製品の開発製造にも取り組む。



新価値創造展

成功事例

株式会社クリスタルプロセス

展示会を通して国内外企業とのパートナーシップを構築し、異業種に進出



自社の技術を活用しながら、事業の幅を広げていきたい。そんなとき、ほかの業界の企業からニーズを聞き出したり、異業種の頼れるパートナーとタッグを組むのは有効な方法です。では、その相手を見つけるには、どのような方法があるのでしょうか。コーティング剤・研磨剤といった表面処理技術の研究開発を行い、新価値創造展への出展をきっかけに国内外のさまざまな企業と連携を進めてきた「株式会社クリスタルプロセス」にお話を伺いました。

株式会社クリスタルプロセス営業本部長の葛間優太氏

異分野への展開効果により10年連続で出展

「株式会社クリスタルプロセス」では、多彩な表面被膜の技術を活かして開発したコーティング剤・研磨剤などの製品を、主として自動車産業向けに提供しています。同社が新価値創造展に初めて出展したのは、公式名称が「中小企業総合展」だった2010年。以来、今2019年度まで出展を継続してきました。

「自動車業界が大きく動くなか、異業種にも事業の幅を広げたいと考えたことが出展のきっかけでした。特定の産業にフォーカスした一般的な展示会と異なり、新価値創造展にはさまざまな業種の方が参加します。そこで既存商品の利用方法や新商品開発のヒントが探せるのではないかと考えました」

同社営業本部長の葛間優太氏は、出展の狙いをそのように語ります。より多くの出会いの機会を得るため、出展の方法にも工夫を凝らしました。「自動車関連の展示会であれば、社名を見て来場者の方からブースに来てくれますが、異業種の方が多い新価値創造展ではそれが難しい。そこで出展製品で処理した実物や、製品の使い方が分かる実演を中心に展示することでブースに足を止めていただけるようにしました」

その成果もあり、同社は多数の企業との出会いと知名度の向上に成功。展示会で縁を得たジュエリーメーカーとは同社のコーティング剤を用いて金属アレルギーを防ぐための共同研究を行い、同じ展示会で出会った韓国のハウスメーカーとは、人工大理石を使用したキッチン用コーティング剤の製品開発を行っています。

世界初の手法により、どこでも、手軽にメッキが可能に

この11月に行われた「新価値創造展2019」では、同社は新たに開発した「Polisher Plating System」によるめっきにしたい部分を鏡面メッキ被膜にするコーティングシステムを出展。ハンドポリッシャーを使って塗布することで、素材を鏡のように光り輝かせる効果を持つと言います。

「本製品はめっき無機塗料と専用のポリッシャー（研磨機械）を使ってメッキを行う、世界でも例のないタイプのもので、当社ではその仕組みを『Polisher Plating System』と呼んでいます。電着メッキや真空蒸着メッキといった従来のメッキ方法では設備の初期投資が必要になりますが、この方法なら場所を選ばずどこでもメッキ加工が行えます。また電着メッキのように、毒性がある六価クロムなどの薬剤も不要。メッキ加工したい部品を取り外す必要がありません」

光をきれいに反射させるためには、製品のメッキ成分として使用されたアルミを均一に広げる必要があります。開発では社員一丸となって、無数にある組み合わせを試しながらコーティング液の適切な割合を発見。ポリッシャーの「磨く」部分である「パフ」の素材や形状についても検討を重ねました。

こうして開発された特許出願中の「Polisher Plating System」は、その効果と手軽さから自動車をはじめとする各種製造業や住宅分野など、幅広い分野で導入が期待されています。



「Polisher Plating System」でメッキ加工された自動車のボディは鏡のように光り輝く

一般的な展示会との違いが活用のポイント

10年間出展を続けている新価値創造展の特徴を、同社ではどのように捉えているのでしょうか。

「新価値創造展に出展あるいは来場するさまざまな業界の方々からお話を伺うことで、各業界のニーズを把握できますし、勉強にもなります。既存製品の異業種展開の方法や新製品開発のヒントを得られることが、まず利点の一つとしてあげられるでしょう」

もちろん、「こういう商品が開発できないか」「貴社の製品はこういう用途には使えないか」など、より直接的な質問を受けることもあります。さらに知名度の向上や、製品の販売、別業種への展開などにもつながっているそうです。

このような多様なメリットにつながるポイントとして、葛間氏は出展者同士がフランクに意見交換できることを挙げてくれました。

「未知の企業にこちらから連絡を取り、『一緒に研究開発しませんか』と話をするのは、通常は非常にハードルが高いと思います。しかし新価値創造展での出会いであれば、最初の取りかかりもスムーズで実際の案件にもつながりやすい。ここでの出会いをきっかけにまた新たな価値を生み出していければと考えています」

新価値創造NAVI Webマガジン 2019.12.05掲載

株式会社クリスタルプロセス

〒739-0046 広島県東広島市鏡山3丁目10-18
URL : <http://crystalprocess.co.jp/>

企業PR

1994年創業。無機合成化学・有機合成化学分野の最先端技術を駆使した高機能な表面被膜剤の研究を通じ、メンテナンスフリーへ向けた無機質塗料、窓ガラス用透明カラーコート剤など、表面処理技術に関わるコーティング剤・研磨剤といった製品の開発・製造・販売を行う。



新価値創造展

成功事例

株式会社日本抗菌総合研究所

開発製品の大きな可能性を、情報交換と連携でさらに引き出す



株式会社日本抗菌研究所代表取締役の富士野彰宏氏

独自の技術で従来にない価値を持つ製品を開発できれば、市場展開の大きな可能性が生まれます。その可能性をさらに広げる上で役立つのが、情報収集や企業の出会いの場となる展示会。除菌・消臭など優れた機能を持ちながら十分に活用されていなかった水酸化カルシウムの水溶性化に成功し、多方面への展開を進めている「株式会社日本抗菌総合研究所」は「新価値創造展」や「新価値創造NAVI」をどのように活用していったのでしょうか。

一 多様な効能を持つ「水酸化カルシウム」を水溶性化

「消石灰」とも呼ばれる「水酸化カルシウム」は、その強い殺菌力、消臭力などによって古くから疫病の消毒に利用されてきました。現代でも、鳥インフルエンザや豚コレラの対策などに用いられる一方、こんにやくの凝固剤として食料品にも使えるなど、その幅広い用途に秘められた可能性は大きいです。

しかし一点、「水に非常に溶けにくい」という難点があるため、限られた分野でしか使用されてきませんでした。この水酸化カルシウムを独自の技術で水に溶かせるようにしたのが「株式会社日本抗菌総合研究所」です。

「高い殺菌能力を持つこの物質を水に溶かすことができれば、除菌スプレーやウェットシートなど、さまざまな製品に活用できます。しかし従来の方法では十分水に溶かしきれず、再結晶してスプレーのノズルが詰まったり、工場の製造機器内で固まってエラーを起こしたり、ウェットシートで拭いても白いカルシウムの跡が残るなどの不具合が出てしまう。この問題を何とか解決したいと考えました」（富士野代表）

しかしどの会社も成功しなかった可溶化の技術を実現するには、苦労がありました。

「今までに数々の特許をとってきましたが、やはり開発はトライアンドエラーの世界です。先人が古くから積み上げてきたデータや、自社のそれまでの経験を基にして、何千回、何万回チャレンジを繰り返す。そんな温故知新とランダムスクリーンの組み合わせによって、もう駄目だと諦めそうな壁を何度も乗り越えてきました」（富士野代表）

一 他社のニーズに触れることで新たな気づきを得る

こうして開発された同社の「可溶性水酸化カルシウム」からは、ウェットシートや除菌消臭スプレーなど、さまざまなタイプの製品が誕生しています。

「水に溶けないという問題が解決された当社の『可溶性水酸化カルシウム』は、医薬部外品や化粧品などにも使えるようになりました。しかも1%という高濃度で溶け込ませることができるようになった結果、従来とは比較にならない殺菌力・消臭力を発揮。カンピロバクターやノロウイルスを10秒で99.9%除菌できることを確認しています」（同社広報担当者）

このポテンシャルに満ちた製品をより広い形で展開していくため、同社は2017年に中小機構のマッチングサイト「J-GoodTech」に登録します。そして同年11月の「新価値創造展2017」の会場内で行われた「J-GoodTech商談会」にエントリー。これが製品をさらに進化させるきっかけになりました。

「ある大手企業様からお困りごとを伺ったところ、これまで当社が“除菌・抗菌・消臭分野”で進めてきた開発路線よりも、さらに高い精度が求められることに気付きました。そこで社内に新たな開発路線を立ち上げて研究を進めた結果、近年問題視されているVOC（揮発性有機化合物）の高効率な低減剤の開発に成功。また、今なお連携を続ける総合商社様ともこの商談会で出会いました」（同社広報担当者）



水に溶かせる「可溶性水酸化カルシウム」により、殺菌・消臭力はシウム。高濃度の従来に比べ大幅UP

一 一般的な展示会との違いが活用のポイント

翌年の「新価値創造展2018」では、開発、製造、販売など、より幅広い分野でのパートナーシップ構築を求め、自らブースを出展することになります。

「この出展をきっかけに、さまざまな企業の方から、新しい分野の開発を共同で進めて自社の販売網で流通させたいなどといったお申し出をいただきました。そのなかの数社様とは、今でも深く関わらせていただいています」（同社広報担当者）

同社は「新価値創造展」と他の展示会の違いをどんなところに感じているのでしょうか？

「新価値創造展は、非常に多彩なジャンルの企業が参加するため、一般的な展示会に比べて“同業他社よりも目立つこと”に力を注ぐ必要がありません。また、冷やかしてブースに来る方も少ないのが特徴ですね」（同社広報担当者）

さらに、同展と連動するWeb展示会「新価値創造NAVI」に登録された各社の担当者には決裁権をもつ方が多く、ファーストコンタクトから折衝までスムーズに話を運べることもメリットと感じているようです。そんな同社は今後、どのような事業の展望を思い描いているのでしょうか。

「自社の可能性を広げる上で重要なのは、何を目的に、誰と手をつないで、何を作るかなんです。当社では今後も、他社とパートナーシップを組みながら、より安全で、よりみなさんが幸せになれる、今までに世になかった製品を共に作っていききたいですね」（富士野代表）

新価値創造NAVI Webマガジン 2019.11.26掲載

株式会社日本抗菌総合研究所

〒630-8002 奈良県奈良市二条町3-3-8
URL : <http://www.hotapa.com/>

企業PR

2015年創業。世界に「ない」ものを創造することをテーマに、研究開発を行う奈良県の企業。化学薬品は一切使用せず、天然資源にこだわるなど地球環境に優しいモノづくりを実践する。あらゆる粉末を水の中で崩壊させることを可能にする「タブレット粒技術」など先端技術の開発や、「可溶性水酸化カルシウム」をはじめその先端技術を活用した新製品の開発などを行う。



新価値創造展

成功事例

株式会社疲労科学研究所

連携で新価値を生み出し、展示会で活動を広げる

他社と上手に連携しながら新しい価値を持つ製品を作り出すためには、どのような視点をもってパートナーを探し、開発に臨むべきでしょうか。また、その際に新価値創造展をどのように活用すべきでしょうか。自社で開発した「疲労を数値化するプログラム」をもとに、ものづくり企業とタッグを組んでさまざまな製品を世に送り出す「株式会社疲労科学研究所」と、パートナーである「株式会社村田製作所」「パナソニック株式会社」にお話を伺いました。

株式会社疲労科学研究所代表取締役の倉恒邦比古氏(中央)と、同社のパートナーであるパナソニック株式会社の福家良晃氏(左)、株式会社村田製作所の伊佐孝彦氏(右)



ものづくりの技術とアカデミックな知見を融合

主観でしか判断できなかった「疲労」の度合いを測定し、目に見える「数値」で表す。健康・医療分野にも企業の生産性向上にも大きく貢献し得る製品を、他社との連携によって生み出したのが、大阪府に拠点を置く「株式会社疲労科学研究所」です。

大阪市立大学医学部の疲労クリニックセンターの医師を中心に設立された同社は、疲労・ストレスと自律神経活動の関係に着目。心拍データに基づいて自律神経活動の変化を解析し、疲労・ストレスを数値化する独自のアルゴリズムを、同センターや理化学研究所と共同で開発しました。その仕組みは政府にも認められ、東日本大震災の復興支援活動にも利用されました。代表取締役の倉恒邦比古氏は当時をこう振り返ります。

「震災直後の2011年初夏より、国の要請で気仙沼市職員の方々の計測を始めたのですが、一つ問題が浮上しました。当時使用していた心電計や脈波計は、気候や肌の乾燥状態で動きが悪化して、測り直しが必要になることがあったのです」

2社の知見をあわせて問題を乗り越える

この問題を解決したのが、「株式会社村田製作所」との連携でした。心電波と脈波の2つのデータを同時に測定できる村田製作所のシステムを活かした結果、両社は短時間、かつ簡単な操作で精度の高いデータが得られる簡易疲労・ストレス測定システム「VM302J」(=写真1)を2012年に完成。村田製作所の伊佐孝彦氏は、連携のメリットについてこう語ります。

「当社には高精度のセンサーを作るノウハウはあったものの、医学的なバックボーンはありませんでした。そこで、我々のものづくりの技術と、疲労科学研究所さんのアカデミックな知見を融合。被測定者の負担を減らしながら、その方の状態を正確に検知できる使いやすいシステムが完成しました」



手前の黒いモデルが「MF100」、奥の白いモデルが「VM500J」。どちらも親指を差し込むだけでスマートフォンに結果を表示

両社はその後連携によって製品などのブラッシュアップを継続。15年には「VM302J」の進化版でスマートフォンに対応した「VM500J」(=写真2)を、18年には同モデルの非医療機器タイプ「MF100J」(=写真3)をそれぞれ製品化し、新価値創造展などへの出展を通して販路開拓を行っています。

疲労科学研究所の他社との連携は、上記の例だけにとどまりません。「パナソニック株式会社」との「きもちスキャン」(=写真3)の共同開発では、疲労を数値化する疲労科学研究所のアルゴリズムと、PCカメラに映った顔の皮膚の色から心拍変動を推定するパナソニックの技術を掛け合わせることで、労働者の「きもち」の「見える化」を実現しました。パナソニックの福家良晃氏は、連携の経緯について次のように語ります。

「当社の非接触バイタルセンシング技術を使えば、PCに搭載されたWEBカメラの顔画像から脈拍レベルを推定できます。ただ、『きもちの見える化』というソリューションメニューを医学的知見に基づく形で仕上げるのは、社内だけでは難しい。そこで疲労科学研究所さんに監修いただき、両社の知見をあわせて問題を乗り越えました」

こうした数々の連携について、疲労科学研究所はどう考えているのでしょうか。「村田製作所さんとは共同で特許申請も行っていきますし、パナソニックさん案件では、疲労関連データを蓄積・解析することによって、疲れのたまり方や日、週、月ごとの生産性を見る化するといったことも考えています。また『株式会社ジズホールディングス』さんと共同で、メガネを通して目やまぶたの動きで疲労を測定する特許も出しました。今後も健康・生産性の分野での連携には大きな可能性があると感じています」(倉恒氏)



パナソニックのモバイルPC「レッツノート」に搭載されたフロントカメラで顔画像を撮影し、脈拍レベルの変動パターンを推定する「きもちスキャン」の測定画面

コストパフォーマンスを考えれば出展しない手はない

疲労科学研究所は2015年から新価値創造展に出展しています。連続で参加を続けているのは大きなメリットがあるからこそ。そのひとつが認知度・知名度の向上です。

「初出展時から当社に興味を持ってくださる方が多いことに驚きました。ブースでは例年4~5台のデモ機器を設置し、来場者の方のストレスを計っていますが、時には数十名の方が列を作ることもあります。出展開始以来、自社ホームページのアクセス数や問い合わせも右肩上がりで増加し、出展をきっかけに多数の連携も実現しました」

医学的知見に裏付けられた同社のデータを新薬やサプリメント開発のエビデンスに使用したいという製薬会社やサプリメント会社との共同作業も実施。精密機器メーカーから、自社センサーで疲労やストレスを測定するシステムを構築できないかという提案を受けることもあり、展示機器の購入を希望する企業も少なくありません。しかも、主催者サイドが連携を積極的に支援しているのもポイント。

「新価値創造展は出展費用も比較的リーズナブルで、中小機構のコーディネータ(専門家)が他の企業などとのマッチングもサポートしてくれます。そうしたコストパフォーマンスの高さを考えると、参加しない手はないと思いますね」

連携によって自社の強みを生かした独自製品を世に送り出し、外部の展示会などの場も上手に活用しながら、そうした製品を広く告知し、新たな連携の機会を探っていく。そんな疲労科学研究所の活動姿勢は、プレークスルーを狙う中小ものづくり企業にとっても、大いに参考になるはずです。

新価値創造NAVI Webマガジン 2019.11.21掲載

株式会社疲労科学研究所

〒532-0011 大阪府大阪市淀川区西中島7-1-26
オリエンタル新大阪ビル1003
URL : <http://www.fatigue.co.jp/>

企業PR

2005年、大阪市立大学医学部の疲労クリニックセンターの医師数人による出資で設立。健康に関する評価、診断、治療法に関する研究と開発。また、疲労を主体とした各種疾病の医療技術ならびに医療用品の研究、開発および販売を行う。他社との連携による機器開発に加え、データの評価・解析にも強みがあり、特許、実用新案等知的財産権の企画、立案、開発、研究、取得、保有および運用も手がける。



新価値創造展

成功事例

株式会社津工場

「新しい価値を創造する」展示会で、今までの概念を覆す画期的な鋳物をアピール

同社代表取締役 鈴木直記氏。同社のある福島県南会津町は日本有数の豪雪地帯だ



株式会社津工場は「MADE IN AIZU・世界中でここだけ」をモットーに、地元福島県南会津に根づいた精密鋳造をメインとした企業だ。イギリスからの基本技術を独自に進化させた世界で唯一の「Hプロセス工法」を有し、ロストワックス法と同程度のダクタイル精密鋳造を可能にしている。この独自の工法により自動車部品分野などで大幅なコスト削減と納期短縮に貢献。現在、自動車部品メーカーを主体に多様な企業から注目を浴びている。

同社は2015年、経済産業省から「がんばる中小企業・小規模事業者300社」に選出された。また2017年、同省から「地域未来牽引企業」に選定されている。さらに2018年には「第4回ふくしま産業賞」金賞を受賞。これからの社会を担う優良な中小企業としての期待がますます高まっていることが窺える。

「新価値創造展」は2015年が初出展となったが、回を重ねるごとに成果が増し、2017年の出展では大変多くの企業から引き合いがあったとのこと。

同年の出展の際は、当社独自の軽量・精密な鋳物部品の開発や量産製造を短納期・低コストで実現した加工レス製品などの事例を紹介。これらが幅広い業種の来場者から注目を集め、新規開拓や受注拡大につながった。詳しい内容を同社代表取締役 鈴木直記氏に伺った。

新価値創造展に出展したきっかけとは

科学技術振興機構や福島県産業振興センターからのお誘いがきっかけで、参加させていただきました。この展示会は「新価値創造展」という名前ですから、「新しい価値を創造する」ことが前提としてあるのだと思います。鋳物は紀元前からある技術ですから、新価値というイメージとは一見かけ離れていると思われます。しかし当社がつくるのは、「今までの概念を覆す」画期的な鋳物であるということ。そういった想いを世の中にもっとアピールできればと考えて、「新価値創造展」に臨みました。

出展してみたの感想はいかがでしたか

当社が今まで出展していた展示会は、自動車メーカー向けなど、ある特定の分野に向けた展示会が多かったのです。ところが「新価値創造展」では本当に業界の枠を超えて、色々な業種の方がいらっしゃいました。その中で当社の製品を見ていただいて、「こういう使い方ができるのか」といった意見や「こういう鋳物ができるのか」といった言葉をいただき、関心を持っていただけました。また、今までは交流のなかった大学の先生や、異業種のロボット関係のメーカー様とお付き合いが生まれて新しいビジネスのきっかけとなっています。



具体的にビジネスにつながったケースを教えてください

当社は自動車部品にほぼ特化した形で生産していましたが、今回は自動車部品とは全く違う業界の医療関係のメーカー様からお話をいただきました。医療関係でも小さな鋳物を使用するということでお引き合いをいただき、製品づくりをいたしました。また想定外の分野でもお話をいただいております。そのひとつがオフィス部品です。机の部品や金具などにも、当社の鋳物を使ってみたいという話を聞いております。また当社が製品を売る立場ではなく、機器の仕入れ先となるメーカーとの交流もございました。「新価値創造展」に出展していたロボットメーカーの方と知り合いになることで当社に必要なロボットの購入ができました。後日、当社に足を運んでいただき、当社工場に合うロボット選定及び、評価等を繰り返していただきました。現在、本格導入の仕様化までが進んでいます。このように異業種の方とつながりを持っていただくことが、本当にメリットになったと思います。

多様な業種から出展者が集まる「新価値創造展」は、来場者だけでなく出展者からもビジネスが生まれる数少ない展示会ではないでしょうか。

出展の際に気をつけたことやポイントなどはありますか

「新価値創造展」には、特定の業種に限らず様々な業種の方が集まりますので、鋳物に精通していない方にも当社の技術をわかりやすく伝えられるように留意しました。また、ご質問をいただいてもすぐに説明できるように資料作りや展示の仕方に気をつけました。



まず従来の鋳物ではこのような工程でつくってましたと説明いたします。それが当社の鋳物にすると薄肉・軽量化が可能になる、と。加工レス化することで数値的に何%軽くなるかやトータルコストで何円安くなるなど、数値でわかりやすく表示をしながら展示しました。

今後はどのような展開を考えていますか

当社は以前から新しい技術売り込むためのマーケティング活動を続けておりました。おかげ様でここ1、2年の流れとして、当社の技術が国内のメーカーに浸透していききました。そのため当社から営業やPRに行くのではなく、「会津工場ならどのようにするのか」というご相談をいただけるようになりました。このような流れは、ブランディングの成果が出てきた証だと思います。

そして新たな製品の受注が数多く決まっておりますので、2019年には会津工場本社から車で10分弱のところへ新しい工場を立ち上げます。この新たな工場も、数年でフル稼働になる予測がついております。

当社が生産する製品の6割程は海外に行くものです。これらの製品は、日本のメーカーの海外の工場で使用されています。海外で生産するものに対して現地調達の基本ですので、現在、お客様からは「海外での生産拠点を持つべきでは」というご要望が強くなっています。

ここから先の展望としては海外で生産拠点をつくり、海外のメーカーと協力しながら、「Hプロセス工法」をさらに広めていくことにあると思います。今まで当社独自の工法でしたが、協力メーカーとともにこの工法をもっと世の中に広く浸透させていければと考えております。

当社の製品の約9割は自動車部品ですが、最近はアウトドア関係の鍋釜や、機械関係の部品など、自動車関係とは違う分野でも様々な引き合いをいただいております。

今後は自動車関係に限らず、当社の製品技術の需要があると分野にもっと広がっていければと考えております。

新価値創造NAVI Webマガジン2019.02.12掲載

株式会社津工場

〒968-0605 福島県南会津郡只見町二軒在家上タモ721-1
URL: <https://www.kabuaizu.co.jp/>

企業PR

会津工場は、「MADE IN AIZU・世界中でここだけ」をモットーに、地元南会津に根付いた企業です。イギリスからの基本技術を独自進化させた世界唯一のHプロセス工法を有し、ロストワックスに迫るダクタイル精密鋳造を可能にし、軽量・精密な鋳物部品開発から量産製造を短納期・低コストで実現します。



新価値創造展

成功事例

東特巻線株式会社

東京での新規獲得が望めるメリットも。他業種の分野のお客様と出会える重要な展示会

複数の被膜線を縄状に撚って構成されるリッツ線は、柔軟性や高周波数が求められる用途に使用されている

1956年より長野県上田の地で、主にリッツ線・編組線の製造からスタートした東特巻線株式会社。創業以来、各種コイル・ハーネス加工・電子機器の組立まで事業を拡大しながら、お客様と一体となって「ものづくり」を支えている。柔軟な設計開発力、試作から量産対応まで一貫した生産設備能力、長年の経験で培った独自の技術・経験をもとに、2017年からは新規分野参入に向けた新たな試みを積極的に行っている。「編む・巻く・撚る」が専門の電線加工会社であることを広くアピールするために始めたのが、展示会への出展だ。2017年は延べ6回、展示会に出展しようだったが、新価値創造展は東京では初の出展となった。新価値創造展に出展したことで、社員のモチベーションもアップしたようだ。詳しい内容を同社 代表取締役社長の本多豊氏と営業課課長の勝村司氏の両氏から伺った。



一 新価値創造展に出展したきっかけは

新規開拓をしていくために、まずどうやって企業様にアプローチしていけばいいか、ということ営業課内で色々検討し、「展示会に出展することがきっかけになるのでは」という意見が出ました。展示会は、私どもの事業に興味のあるお客様が自らブースに来ていただける、というメリットがありますので、新規開拓にはベストだと考えたのです。新価値創造展に関しては、「中小企業が持っている技術をアピールできる展示会」ということを以前から聞いていました。長野県上田市にある当社が、東京での新規獲得が望める可能性がありますので新価値創造展の出展を決めました。

一 新価値創造展に出展したことでどのようなメリットがありましたか

出展した際に「リッツ線が撚れて、それをコイルにすることができると」を、展示グッズを使用して紹介していました。それを見たお客様から非接触給電に関するお引き合いを受けました。今も継続して、試作等を製作しております。また試作を含めまして、お引き合いも大分受けております。高い評価をいただきまして、引き続き継続して製品化に向けてのお手伝いをさせていただく予定です。2017年の出展では、今までにない異業種の分野のお客様から、通常当社が使用している銅ではなく、アルミや繊維を使用して「撚る」技術を導入できないか、というお話をたくさんいただきました。

一 新価値創造展での来場者の反応はいかがでしたでしょうか

新価値創造展は本当に色々な業種の方々が出展されていて、様々なメーカーの方々が来場されていることを実感しました。当社のブースにも多くのメーカー様に来ていただいたので本当に良かったです。当社とは今まで縁のなかったアクセサリ業界のお客様から当社の「撚る」技術に興味を持っていただき、様々な分野のお客様が来場しているのだと改めて感じました。

一 出展するうえで気をつけたことやコツなどはありますか

展示会出展に向けて、2017年から当社のロゴマークを銅線をイメージしたオレンジのデザインに変更しました。このオレンジのカラーが目目を引いて効果的だったように感じます。来場者の方々がこのロゴを目印に立ち止まってくれたのでは、と思っております。以前は緊張しながらブースに立っていたのですが、最近は出展にも慣れてきましたので、もう少し笑顔で来場者の皆様に積極的にお声掛けができれば、と思っています。私共もあまり畏れずに、お客様には、その日に初めてお会いした、と感じさせないぐらい、リラックスした形でお客様とお話できるように心掛けていきます。また、お会いしたお客様との出会いが大切ですので、その後のフォローにも力を入れて取り組んでいます。やはり展示会の場だけでなく、お客様が本当に何を求めているのか感じとれない部分もごさいます。展示会での接点を活かして、当社から連絡を密に取らせていただいて本当に求められているものが何かを引き出すことも大事なのではと思います。



向かって右側から代表取締役社長の本多豊氏
営業課課長の勝村司氏



一 今後はどのような展開を考えていますか

当社の製品は、業種を問わずに様々な業種使われる部品を作っています。これからはロボット業界や医療関係にも進出できればと考えます。新価値創造展は他業種の分野のお客様と出会える重要な場ですので、これからもそういった機会を得ることができれば幸いです。

新価値創造NAVI Webマガジン 2019.01.29掲載

東特巻線株式会社

〒386-0407 長野県上田市市長瀬3381
URL:<https://www.ngn.makisen-ttk.co.jp/>

企業PR

1956年よりリッツ線、編組線の製造からスタートし、現在では各種コイル、ハーネス加工、電子機器の組立まで事業拡大をして参りました。柔軟な設計開発力、試作から量産対応まで一貫した生産設備能力も備えておりますので、必ずお客様の求められているビジネスパートナーになれるものと自負しております。



新価値創造展

成功事例

株式会社 東穂

東京・関東方面への市場拡大のために出展。
お客様の潜在ニーズを引き出せる「新価値創造展」

「押出成形」とは、言葉のごとく押し出してカタチをつくる技術。あの“ところてん”のように、ニュルニュルと長く同じ形状のものを樹脂で成形する技術のことだ。株式会社東穂は昭和37年の創業時から、この押出成形の技術を駆使して、さまざまな分野にフレキシブルに対応した製品をつくり出している。

「ちょっと！変わったおもしろい製品」、「チョット！変わったおもしろい会社」が同社のモットーであり、製品づくりも多種多様だ。「多素材で形成したい」「未使用の新素材を試してみたい」「特殊な形状の場合は？」といった疑問や課題に、お客様と共に解決することで“これだ！”をカタチに”に押出成形の技術で事業展開をしている。

同社はこの「押出成形」の技術をベースに、本社のある大阪・関西方面や工場を構える北海道を中心に事業展開していたが、ここ数年前から東京・関東方面へのさらなる市場拡大を狙っていた。東京に営業所を設けるなど着々と準備を進める中で、「新価値創造展」への出展は、市場拡大への嚆矢となったという。同社代表取締役の國本 雅也氏に詳しい内容を伺った。



2018年1月から株式会社東穂の
代表取締役役に就任された國本 雅也氏

新価値創造展に出展したきっかけとは

中小機構の担当者からご紹介いただきました。当社は大阪に本社がありますが、東京・関東方面に市場をさらに拡大したいと考えておりました。「東京・関東方面のお客様と出会える場を探しています」という旨をお伝えしましたら「新価値創造展」をお勧めされた次第です。それが最初のきっかけでした。

出展したことでビジネスにどのようなメリットや変化がありましたか

従来は、東京・関東方面のお客様は商社様が多かったのですが、新価値創造展を通じてメーカーの方々からお話をいただける機会が増えました。そういった意味では、どういったことがお困りかを直にお聞きできるので、新価値創造展に出展することは大変メリットがあると思います。

例えば、粘着性のあるエラストマーなども、どのような用途に使われているかの細かい状況は、私どもにも把握できていませんでした。担当者の方との会話のキャッチボールの中で、「こんなことに困っている」「ではこうすればいいのでは？」といった当社からの提案も今はスピード感をもってできるようになりました。当社は開発が得意ですので、お客様のお悩みに対していくつかのサンプルをつくり、迅速に対応しております。このように、当社と東京・関東方面のメーカー様とのレスポンスの速い、直接のやり取りが新価値創造展に出展することで可能になりました。



同社の大阪・大東工場

展示会での来場者の反応はいかがでしたでしょうか

やはり「新価値創造展」という展示会名だけあって、新しいものを探めて見に来ている来場者の方がやはり多かったように思います。当社は小ロットで開発に特化しておりますが、「これおもしろいね！」という声をいただいて、反応も非常に良かったように感じました。



カタチの長いもの、違う素材の組み合わせ、用途にこだわった新しい素材などにも「押出成形」の技術で柔軟に対応

来場者の方と実際にビジネスにつながった例は

新価値創造展を起点として、製品の受注につながったケースが何件もございます。当社は、一年に展示会に5～6回ほど出展しますが、東京・関東方面の出展は新価値創造展だけです。新価値創造展は何かを探しに来ているお客様が多いので、お客様との会話の中で潜在ニーズを引き出すことができますし、非常に効率の良い展示会であると思います。

今後はどのような展開を考えていますか

当社は製品を開発して売りこむという形ではなく、製品の開発に関して、「こんなことに困っている」というお悩みに対してご提案して、それに対して横展開していった経緯があります。ですから開発に特化して小ロットで受注してそこから市場が拡大できればと思っております。また今後は、東京・関東方面のお客様をさらに増やしていこうと考えております。現在、営業所を関東エリアに設けておりますが、ゆくゆくは当社の起点となるような支店として機能していければと思っております。

新価値創造NAVI Webマガジン 2019.01.15掲載

株式会社東穂

〒571-0012 大阪府門真市江端町2-16
URL:<http://www.toho-ext.co.jp/>

企業PR

「ちょっと！変わったおもしろい製品、チョット！変わったおもしろい会社」を経営方針に掲げ、創業以来 培ってきました熱可塑性樹脂の押出成形技術をベースに顧客のニーズに応える技術開発・新製品開発の取組みを積極的に行っております。



新価値創造展

成功事例

株式会社タナック

異業種分野へ進出のきっかけとなった「新価値創造展」。新しい業界のお客様とさらなる接点を

シリコーン・エラストマー・ウレタン等の柔らかな素材に特化した株式会社タナック(本社:岐阜市)。豊富な知識と高度な配合・加工技術で、医療業界を主軸に近年ではロボットや美容業界に至るまでその領域を広げている。手掛ける製品としては、医療用シミュレーター、医療機器パーツ、美容ヘルスケアグッズなど多種多様だ。

医療用シミュレーターに関しては、大学や研究機関との共同開発から得た形状や硬度等のエビデンスを基にご要望の仕様に合わせてカスタム対応が可能。模擬臓器・皮膚・血管等は人体に限りなく近い構造・質感が要求されるが、同社はお客様の納得の行くまで試作を重ね、実物に近い触感を追求することで高い評価を得ている。

またロボットアームカバーは、元々は手足に障害がある方をサポートするための医療パーツから派生したもの。独自に配合された素材で低硬度でありながら強度のあるカバーとなっている。1000%以上の伸張性のある素材で、今まで掴めなかった製品も掴むことができ、ロボット本体への負担を最大限まで減少できるようだ。そして美容ヘルスケアグッズについては、大手メーカーへのOEM生産がメインであったが、2016年頃から自社製品開発も進めているという。

医療分野を中心に多岐に渡る同社にとって、製品をお客様に実際に触れて、体験していただける場となるのが展示会だ。新価値創造展には昨年からお展覧いただいているが、予想を超える反響があったようだ。同社テクノロジーセンターにて営業開発部部長の棚橋 一将氏に詳しいお話を聞いた。

2016年に設立された岐阜県・各務原市にあるテクノロジーセンター



一 新価値創造展に出展したきっかけは

公的機関の方から新価値創造展をご紹介いただきました。当社は医療分野に特化して約8年が経過し、医療シミュレーターの業界では成果が出てきておりました。成果が出たことで、そろそろ新しい分野のお客様に対して「当社の柔らかい素材がどこまでニーズがあるのか」その可能性を試してみたい時期でもあったのです。そこで異業種分野の皆様が集まる新価値創造展に出展するなら良いタイミングだと判断し、前回出展させていただきました。

一 出展したことでビジネスにどのような成果や変化がありましたか

ロボットや美容業界をはじめ、今まで接点の無かった業界の方と接点を持つことができ、実際に売上げとしても成果を出すことができました。そして大手メーカーのお客様からも引き合いをいただき、ロボットという新分野へ進出する大きな自信になりました。当社の素材がロボット業界に必要とされていると強く感じる事ができ、その後の営業活動にも繋がっております。新価値創造展に出展したことは、当社とは接点のなかった新しい分野のお客様との取引にもつながり、展示会としては大成功だったと思います。このような展示会に出展することが、当社にとっての今後の大きな糧になってゆくのだと強く感じています。

一 新しい分野のお客様と直接お話しすることで「気づき」などはありましたか

異業種分野のお客様の場合、商習慣などにも違いがありました。またお客様と直接お話をすると「こんなところにも当社の素材のニーズがあるんだ」という気づきや、異業種分野のお客様から「こんなふうに使うことができるのですね」といった貴重なアドバイスをいただき、それが後々、当社のノウハウになっていくのだと感じました。



医療用シミュレーターである肝臓の臓器モデル。大きさ・形状・触感ともにリアルに再現



ロボットアームカバー。クリスタルゲルを使用することで駆動がよりスムーズに

一 展示会ではどのような点を工夫しましたか

通常では成形しにくい柔らかな素材の製品が多いため、その特異性を感じてもらうことが第一であると考えています。まず臓器モデル等に触っていただき、その柔らかさや触感を実感していただくことが「つかみ」になるかと。そこから「この素材面白いね!」という声をお客様からいただき、接点が生まれることで会話が弾んでいきます。その他にも光る素材を展示して目立たせたり、展示ブースのキャッチフレーズを伝わりやすくすることで来場者の目に留まるよう心掛けました。そういった点が集客につながったのだと思います。

一 来場者の方と実際にビジネスにつながった例は

前回(2017年)の新価値創造展では、臓器モデルとロボットアームカバーをご覧になった大手メーカー様より、当社の素材についてご質問をいただき、当社として作成できる仕様(柔らかさ・強度・サイズ)等をお伝えしました。そこで新たな接点が生まれて現在、試作品に向けて打合せを重ねています。また新価値創造展での成功事例より、ロボットアームカバーの営業を増やすことができました。異業種分野へと進出できたことが当社にとっての弾みとなり2018年9月には初めてロボットの展示会にも出展を決めました。

一 今後はどのような展開を考えていますか

医療業界では、動物実験の廃止の動きが進み、ますます医療用シミュレーターが必要になってくると思われます。当社が今まで培った知見とデータを基にさらに多くの医療機器メーカーの皆様をサポートできればと考えております。またロボット業界には参入したばかりですが、産業用ロボットのチャック部分や人と暮らすロボットの表皮など、柔らかくて強度のある素材の必要性を強く感じております。これから少しでも多くのロボット開発者の方に当社の素材を広めていけたらと思っています。当社は現在、医療分野のお客様との取引が中心ですが、柔らかい素材を必要とされる業界がまだまだたくさんあると思いますので、新しい業界にチャレンジしていければと。そのために2018年も新価値創造展に出展いたします。昨年は異業種の皆様との取引につながり大変良い機会に恵まれましたので、今年も新しい業界のお客様とさらに接点を持つことができれば幸いです。

新価値創造NAVI Webマガジン 2018.12.25掲載

株式会社タナック

〒500-8185 岐阜県岐阜市元町4丁目24番地
URL:<https://www.k-tanac.co.jp/>

企業PR

柔軟ゲル素材に特化したメーカーです。シリコーン・エラストマー・ウレタン等に関する豊富な知識と高度な配合・加工技術があり、医療・ヘルスケア・航空宇宙・ロボット等の先端的な分野で活用されています。ISO13485取得、クリーンルーム完備の医療専門工場での医療機器パーツのOEMも対応しております。



新価値創造展

成功事例

株式会社アーステック

新価値創造展は、異業種分野のお客様から刺激や貴重なアイデアをいただける大切な場

株式会社アーステックは、機械部品をマイクロコンピュータで制御する「メカトロニクス」の開発・設計・試作・生産をメインに事業を展開している。機器の作動部分である「メカ」、電子回路部分の「エレキ」、機器を制御するマイクロコンピュータの「ソフト」に強いスペシャリストが揃い、個々の優れた技術力を合わせて三位一体体制で業務を実施。受注から数カ月後に試作機を提供できる開発力と仕様の変更・追加にも小回りが利く対応力で、大手の電子機器メーカーから絶大な支持を受けている。大手メーカーのOEM生産で培われたこれらの技術ノウハウを活かすために、同社は2008年から自社製品開発をはじめた。自社製品を開発することで対外的に会社をアピールできる点が増え、社員のモチベーションも高まるからだ。そして開発されたのが「LED照明装置」と「ハイブリッド型蓄電インバーター」だ。現在も自社製品の主力となり好評を博している。展示会はこれらの自社製品をアピールするための大事な商談の場となり、店舗をもたない同社にとって実質的な店舗となるという。2017年から「新価値創造展」にも出展し、好感触を得たようだ。同社の代表取締役 中嶋克己氏に詳しく内容を伺った。



株式会社アーステック 代表取締役の
中嶋 克己氏。
本社がある静岡県・三島市にて

新価値創造展に出展したきっかけは

当社はOEMによる製品開発がメインで、対外的に自社をアピールできる製品がなかったため、新規の顧客獲得が困難でした。そこでOEMで培った技術を活かすためにはじめたのが、自社製品の開発です。手書きLEDメッセージボード「コ・サイン」や手書きカラーLEDスタンド「コサインピクト」といったLED照明装置、ハイブリッド型蓄電インバーター「ECIシリーズ」を商品化したことで様々な展示会に出展するようになり、新規顧客も獲得できました。おかげ様で2017年からは念願の新価値創造展にも出展する機会に恵まれました。

出展したことでビジネスにどのようなメリットや変化がありましたか

出展するメリットは二つあります。ひとつは製品をアピールして拡販につなげられる点です。店舗をもたない当社にとって展示会は商談の場になります。もうひとつはお客様から刺激や貴重なアイデアをいただくことができる点です。展示会は当社にとって、異業種分野の皆様との交流を図る場であり、大事な情報収集の場でもあります。

また展示会では製品がお客様の目の前にあることで、使用方法や利用価値を展示ブースで具体的に検討していただけます。昨年はお客様に直接、使用提案や製品説明をすることで納得して購入いただけました。さらに新規訪問のアポイントにつながったケースもあり新規顧客獲得の足がかりとして、様々な業種の皆様と交流ができる新価値創造展は大変有効な機会でした。

出展することは社員の皆様にとっても刺激になるのでしょうか

当社でも自社製品開発のためにアイデア出しをしますが、なかなか同じ人間同士で話しあっても良いアイデアは出てきません。その点、異業種の皆様が集まる新価値創造展のような展示会では、例えばお客様がLED照明装置をご覧になって「こんな使い方もできるのでは」というアイデアをいただける場合がございます。そういう意味では、私を含め当社の社員にとっても新価値創造展では良い刺激をいただきました。

展示の際に工夫した点は

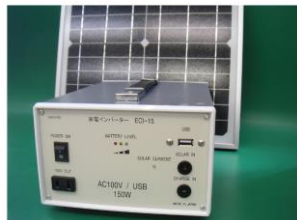
ブースの展示方法によって、お客様が立ち寄る人数が増減される場合もあります。幸いなことに自社製品のLED照明装置のアイキャッチ効果によって、遠くからでもブース全体が目立つため多くのお客様にお立ち寄りいただきました。展示会では、いかに自社のブースを目立たせ集客できるかがポイントになると思います。またLEDが光ることや災害時にも電気が使えることなど、シンプルでわかりやすい製品を展示することでお客様も質問しやすかったように感じました。



LED照明装置のメインとなる手書きカラーLEDスタンド「コサインピクト」。
水性ペンで自由に書いて消すことができます

今後はどのような展開を考えていますか

当社が培った技術ノウハウをベースに今後も新製品の開発を進めていきます。その技術ノウハウを活かした「メカトロニクス」開発案件に関する取り込み先を展示会出展で見つけることで、さらなる受注を増やしていければと考えております。そのためには、新価値創造展のように異業種の皆様と交流できる場で、新しい情報を手に入れて開発に役立てることが重要になってくるのだと思います。



東日本大震災をきっかけに開発を進めた、
ハイブリッド型蓄電インバーター「ECI-15」

株式会社アーステック

〒411-0824 静岡県三島市長伏126-3
URL : <http://www.earthtec.co.jp/>

企業PR

メカトロ開発が得意な会社です。サーマルプリンタユニットを始めとして、社内のエレキ・メカ・ソフト設計者が三位一体体制で設計を担当し、お客様からの仕様書を基に数ヶ月後には試作機を提供するシステムとして取り纏めができることで、お客様では即機能評価が進められます。仕様変更時小回りを利かせた対応が特徴です。



新価値創造展

成功事例

ウインセス株式会社

新価値創造展は想定外の出会いや個性豊かな来場者からのアイデアの宝庫

同業種はもちろん、異業種のメーカーともつながりを持てるチャンス。先入観にとらわれないフラットな視点で交流を



1961年の設立以来、作業用手袋の生産販売に特化してきた手袋専門メーカーである、ウインセス株式会社。一口に手袋といっても、精密作業用、クリーンルーム作業用、医療・介護用など、用途は幅広い。大量生産の定番品から、特殊な用途の小ロットオーダー製品まで、生産能力も高いのが特長だ。

同社の「耐突き刺し安全手袋」は、柔らかく作業性が高いと評判だ。金属加工の現場で切削する際に生ずる細かなバリや削りカスが刺さらない構造になっている。手首までの全体、指先だけ、手の甲だけなど、顧客の要望より耐突き刺し性が必要な部分のみの手袋を製造することができる。「患者用保護ミトングローブ」は、点滴などの針や管を、患者自身が抜くのを予防する手袋。他社との大きな違いは、患者は内部で指先が動かすことができ、看護師はファスナーの開閉のみで患者の状態を確認することができること。双方のストレスが軽減される。着脱も容易だ。代表取締役の橋本勝之氏に話を伺った。

新価値創造展に出展したきっかけは

初めて出展したのが2016年です。これまで関わりを持つことができていない業界の方々と意見を交換したいと、当社の主力商品である手袋以外の商品を出展しました。クリーンルームなどで使用する設備・ロボット用オーダーメイド布カバーです。それまで展示会に出展したことがなかったので、商品説明の文章も手探り状態でした。オーダーメイドで、どんなカバーでも製作可能と書いたのですが、お客様には伝わらなかったようで、「いろいろって何ができるの」とよく質問されました。実はオーダーメイドなので、作ったらお客様へ納品して終了。どのように使用されているかなどの写真もなく、カバーのみを展示しても、来場者には使用用途が伝わりにくかったようでした。



設備・ロボット用オーダーメイド布カバー。機械を埃や汚れから守る、機械からの塵を外に出さないなど、さまざまなニーズに対応可能

2017年にも出展されていますね

二度目の展示は工夫しました。同じ轍は踏まない。まず、使っているシーンが想像できるような商品を絞り込んで展示しました。耐突き刺し安全手袋と患者用保護ミトングローブです。労災防止の観点から注目して下さる方も多かったですね。布カバーは、「いろいろできる」という表現から「これができる」という具体的な内容に変えました。製品の可能性を自ら狭めるのはイヤだったので、お客様にはわかりやすく伝えたほうが良いということを学びました。どの製品も手に取っていただいたり、具体的な質問をいただいたり、手応えを実感しました。

出展してどんなメリットがありましたか

50年以上手袋を作っていて、お客様も昔からのお付き合いが多いのです。ですから、来場者や他の出展者の方など、全く知らないお客様にご覧いただき、その要望を伺うなどのやり取りができるのが展示会の魅力だと感じました。実際に、商談が進み、現在試作している製品

もあります。まだ詳しくはお話しできないのですが、患者用保護ミトングローブに興味を持っていただいた方から、形を変えてサポーターのようなものを作れないかと依頼を受け、サンプルの提出を何度か行いました。そろそろ仕上げ段階に入っています。製品化に至らなかったものもあります。布でカギを作ってほしいというご要望でした。良い提案ができたのですが、コストやその他の問題で製品化は見送りとなりました。展示会だからこそその思いがけない依頼でした。勉強になりましたし、ワクワクしました。また、そのような依頼に巡り合えるのを楽しみにしています。どの分野でもメーカーは、私はここにいますとアピールする機会を一つでも多く持たなければならぬと思っています。総合展示会である新価値創造展は、通常であれば、接点を持つことがない異分野の出展者と来場者に見てもらえる貴重な機会です。

今後はどのような展開を考えていますか

レーザーの裁断機と最新型の裁断機を備えたので、今後は金型がなくても手袋の完全オーダーメイドが可能になります。つまり、費用が削減できるということです。小ロットでも、特殊な布でも大丈夫。手袋の新しい分野を切り開いていきたいですね。新しい製品開発も進めています。エアコンの風を調節するフィルターです。オーダーメイドの要素が高いので、得意分野だと目を付けました。現在、取引はB to Bなのですが、プロ用の商品が一般の方に売れている時代なので、B to Cも視野に入れることも考えています。



耐突き刺し安全手袋。高い耐突き刺し性と作業性を兼ね備えている。柔らかさもあるため付け心地もよく、通気性もあり、蒸れにくい



患者用保護ミトングローブ。点滴などの針や管を、患者自身が抜くのを予防する手袋。地元医療機関を協力して製品開発した

新価値創造NAVI Webマガジン 2018.10.09掲載

ウインセス株式会社

〒761-1404 香川県高松市香南町横井464-1
URL : <http://www.wincess.co.jp/>

企業PR

電子部品、半導体、医薬品、自動車、食品メーカー等で使用される品質管理や歩留り向上に欠かせないクリーンな手袋を製造しています。国内生産ラインでは、耐突き刺し手袋、マウス補体用手袋、医療分野向けの製品などをレーザー裁断を用いた金型不要の生産技術を活用し、小ロット、オーダーメイド生産を行っています。



新価値創造展

成功事例

八洲電業株式会社

出展企業の皆様との情報交換も刺激に。
本物のお客様と出会うのが新価値創造展

来場者とはもちろん、出展企業の皆様と積極的にコミュニケーションをとることが大事

八洲(やしま)電業株式会社は1960年にスタートし、制御機器分野からFAシステム分野に進出。現在はリチウムイオン電池を中心にバッテリー技術を核とした事業を行う。電動リールと魚群探知機のための釣り用バッテリーをはじめ、充電器、LEDから農業散布用ドローンの設計・販売と専用電池の製造・販売に至るまで、持続可能な環境に配慮したビジネスモデルを幅広く展開している。特に農業散布用ドローン専用電池の製造・販売は国内シェアの約5割を占めている。製造業から農林水産業、医療関係まで、様々な業種のニーズに呼応した製品づくりに定評のある同社は、中国でも事業展開を行っている。新価値創造展への出展は、2017年の昨年が初めてだったが、さっそく中国・上海の企業からアプローチがあり、現在は市場展開の準備を進めているという。

同社代表取締役の橋爪賢治郎氏にお話を伺った。



新価値創造展に出展したきっかけは

弊社製品のデザインをしている方に教えていただきました。私共は月に一回は各地の展示会に出展していますが、東京での他の展示会に比べて新価値創造展は低コストで出展できるメリットがあります。また新価値創造展は「いわゆる“冷やし”の方は来ない、本物の良いお客様が来る、プロが集まる場所」と聞いていたので出展を決めました。

出展してどんなメリットがありましたか？

ブースに来られた来場者の皆様との商談はもちろんですが、搬入時や開場前に出展企業の方々と直接お話する機会があり、出展企業の質が非常に高いことがわかりました。新価値創造展は色々な業種が集まる総合展示会ということもあり、様々な業種の皆様と情報交換できて、大変良い刺激になりました。



バッテリー技術を核に多岐に渡る事業を展開
写真左:カバーとバッテリーダンパーによって強度を高めた農業用ドローンに搭載するバッテリー
写真右:電動リールと魚群探知機のための釣り用バッテリー

展示の際に工夫した点は？

弊社は業務領域が多岐に渡りますので、その中でもシンボリックなビジュアルを大きく正面に展示するよう心掛けました。昨年はドローンの写真を大きく貼り出しました。そうするとドローンに関心のあるお客様が足を止めてくれます。またパネルも業務ごとに何種類か用意しておりますので、例えば再生医療に興味を示したお客様には、再生医療のパネルをその場でズラッと並べます。ニーズに合わせてブースも固定化せずに柔軟に対応しております。多分、このような展示方法は弊社だけではないかと思えます。

展示方法の他にも、こだわっている点などありますか？

名刺交換させていただいた皆様には、弊社の企業ポリシーが発揮できるノベルティを差し上げました。昨年のノベルティは電池の入ったオリジナル腕時計です。また展示会の当日の夜に御礼の葉書をお送りしました。メールは使わず、手書きで感謝の気持ちをお伝えできるよう心掛けています。



昨年の新価値創造展ブースでは、農業散布用ドローンの大きな写真がアイキャッチに

昨年出展したことで、ビジネスにつながったケースは？

上海で病院を運営している中国の企業様が、私どもがお手伝いしている再生医療の案件に関して興味を示してくれました。心臓を患った方が人工心臓にするには、細胞化を促す細胞シートが必要となります。この細胞シートは生体と同様ですから、厳密な温度管理で運ぶ専用の「細胞シート搬送ボックス」を使います。この開発・製造を弊社が行っています。中国で人工心臓の再生医療を広めるために、弊社が橋渡しとなるコンサルティングの役割を担い、中国の医療関係者に大阪大学の教授を紹介しました。人工心臓の再生医療のニーズが高まり、市場が獲得できれば細胞シート搬送ボックスが必要になりますし、現在、市場を検証しながら販売に向けての土台づくりを進めています。

今後はどのような展開を考えていますか？

現在、地球全体が異常気象に見舞われています。今後はそのような異常気象に対応するビジネスが伸びるであろうと予測しています。今年の西日本豪雨(平成30年7月豪雨)の時もそうですが、農業散布用ドローンを災害などの非常時にもっと活用できるのではと考えています。ドローンの有用性について広くお伝えしていくのも弊社の使命だと感じています。

新価値創造NAVI Webマガジン 2018.09.11掲載

八洲電業株式会社

〒537-0022 大阪府大阪市東成区中本4-13-3
URL: <http://www.dlgbattery-japan.com/>

企業PR

弊社はリチウムイオン電池を主として取り扱っており、釣り用電池、ドローン向け電池、AGV用電池などを製造販売しております。またお客様のニーズにあった電池の製作の可能ですので、是非お気軽にブースにお越しください。



新価値創造展

成功



臼田総合研究所株式会社

出展を重ねるごとに自社のプレゼン習熟度も向上
世界最小センサーを広く認知させた用途の見える化

この小さなセンサーはいかにして大きな関心・注目を集めることができたのか、同社代表取締役社長臼田裕氏に話をうかがった。

臼田総合研究所株式会社が提供する17軸ウェアラブル型ロボットセンサー『U-BRAIN RS-01』は新価値創造展2016で、そしてその進化型となる24軸IoTロボットセンサー『U-BRAIN RS-01v2』は新価値創造展2017において、それぞれ新価値創造賞を受賞した。

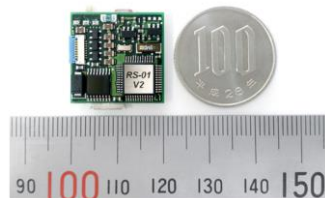
最新型IoTロボットセンサー「U-BRAIN RS-01v2」は100円硬貨大で2gという小型化を実現したセンサーだ。ジャイロ・気圧・加速度・温度など24軸(24の制御因子)のセンサーで構成されており、容易に後付けできるIoTセンサーということもあって、自動車関連から医療系、ウェアラブル系など多岐にわたる業界の関心を集めた。



一 展示会において貴社センサーに対する来場者の反応はいかがでしたか

カテゴリーを大きく分けると自動車関連業界、次に建設機械業界、3番目に身体につけるセンサーということで、医療関連業界やウェアラブル、AR(拡張現実)やVR(仮想現実)を扱う多数の企業から、良い反応をいただくことができました。

もともと弊社では、機械系の製品にセンサーをつけることや、ウェアラブル機器向けに考えていましたが、その細目までは考えていませんでした。しかし新価値創造展への出展を機に、どのようなものに適しているのがクリアになっていきました。



一 取引・集客面で見ると、販路拡大ができたということですか

業界や企業によってセンサー活用の領域はいろいろあると思います。出展する前までは、具体的にどんな会社と取引していきたいというところまで想定できませんでしたが、実際に展示してみても具体的な話までいただけるので、より具体化した形でセンサー適用の道筋が見えてきたと感じ、販路拡大につながったと思っています。

一 これまで3度の出展経験があるとのことですが、どのように活用されてきましたか

1回目(2014年)の出展時は勝手がわからなかったこともあり、とりあえず出展して様子を見るというトライアル的な意味合いが強い形で出展しました。

2回目(2016年)の出展では1回目の経験からある程度、お客様の求めるニーズがどこにあるのか考え、製品とのマッチングの道筋が見えてくるようになりました。そして3回目(2017年)の出展では、受注するために何が必要か、より具体的に覚えてきたと感じています。お客様の要望を取り込みつつ、製品をレベルアップさせてきましたし、それに応じて製品の展開方法を逆提案させていただくことが可能となりました。弊社としても新価値創造展における習熟度があがっていったからだと思います。

一 新価値創造展ではどのように製品をアピールされたのですか

弊社のセンサーには、まず固有の技術が搭載されていることをわかりやすく説明するように心がけています。また固有技術だけでなく、加えてソフトウェア技術も組み込んでいるので、そこにも非常に特長があることを理解していただけるよう工夫しています。

一 わかりやすくとは具体的にどのような形でしょうか

文字情報としてのパンフレットやカタログは当然用意していますが、カタログで説明している具体的な内容を、デモ機を用いることで直感的に見ていただく、体験していただくことで理解していただけるようにしています。具体的にはセンサーを搭載したハードウェアデバイスをお見せすることです。それによって実現できるソフトウェアの機能を、デバイスを利用して見える化し、リアリティをもってお客さまに見ていただくことに工夫を凝らしています。

一 貴社にとって新価値創造展とは

通常の展示会への出展ですと、センサーカテゴリならセンサー関係のメーカーばかりが集まってしまい、極端な話をすると誰にプレゼンテーションしているかという、その相手が競合他社だったりしてしまいます。これだと単に情報提供の場のようになってしまいますが、新価値創造展の場合は幅広い分野をカバーしていることもあり、実際に使っていただけるお客さまにアピールできる場となっていることが、大きな違いであり、魅力だと考えています。今後も引き続き出展していきたいと思っています。



一 今後はどのような展開を考えていますか

センサーを提供させていただくと、お客さまから要望なり課題をいただきます。その課題をセンサーに反映し、取り込んでいくことで、さらに進化させていきたいと考えています。

ただ、センサーの軸が増えると、基盤の面積が足りなくなってしまうという問題も増えるので、100円硬貨大という今のサイズの基本的な面積は変えずに、より集約度を高める工夫をしていく形で実現し、提供していきたいと考えています。

臼田総合研究所株式会社

〒108-0073 東京都港区三田3-3-12
URL: <http://usudasouken.com/>

企業PR

ソニー時代の2002年から40件以上の特許申請を行い、創業時に19件の普通実施権及びサブライセンス権を取得しています。そのため、自社製品・技術を販売あるいは他社に提供するに当たり、開発面、技術面、権利面において他社に依存する必要が無いため独自のビジネス戦略が立てられることが、大きな強みです。

新価値創造展 成功 事例

平野整機工業株式会社

確実にニーズがある製品だからこそ
新価値創造展で認知の効率化を

「社名よりも『砕き太郎』という製品名を覚えてほしい」と話す平野社長

見た目は驚くほど単純だが、粗砕の威力は抜群。そんな目から鱗の製品、粗砕機『砕き太郎』は、製造メーカーの生産設備に関わる設計・施工・メンテナンスを主な事業とする平野整機工業株式会社が、顧客の声から製品化したものだ。製造業において各種の材料は、利便性を考えて粉末状にすることが多く、運搬・保管のために袋詰めされている。それらはしばしば、時間経過や保管時の圧縮等により、中身が固化してしまう。家庭で袋のまま仕舞い込んでいた砂糖が固まって使えなくなった経験がある人も多いだろう。固化した材料は使用の際に、使用できる大きさ、形状まで戻さなくては行けない。『砕き太郎』は、そんな固結してしまった袋詰め原料などを、袋を破ることなく中身だけ軟化させることができる装置である。同社代表の平野隆雄社長に話をうかがった。



一 『砕き太郎』はどのように開発に至ったのですか

実は、製造業の現場では固化してしまった原料の“ほぐし作業”は必須の作業であり、これまで人力で対応するのが普通でした。人海戦術で、なおかつ、重い袋を持ち上げて下に叩きつけたり、重いハンマー等で割るといった重労働で行われているのです。工場設備のメンテナンスを行う中でこうした状況を目の当たりにしてきた我々が、何かできないかというところで試作を重ね製作したのが『砕き太郎』です。ほとんどのメーカーさんはシーズから製品作りをされています。持っている技術を売れる商品に変えていくというのがシーズの強みだと思うんです。しかし我々の場合は、やはり中小企業ということで、あまり経費も大きくかけることができません。そこで逆にニーズから掘り起こして製品作りを行ったというのが、『砕き太郎』です。

一 新価値創造展への出展でニーズの幅は広がりましたか

機械化により人件費の削減というコストメリットが得られる上、重労働が改善されることで女性が作業することも可能になります。さらにユーザーからは「作業スピードが上がった」「作業環境が改善された」といった声も多く届いています。ニッチな製品だが、ニーズはある。新価値創造展など総合展に出展することで、認知度が上がるのに比例して引き合いも増えました。当初は製造業における粉体や食品業界における粉体を想定しスタートしましたが、新価値創造展の出展をきっかけにロコミが広がり、様々な分野から声がかかるようになりました。食塩や砂糖類、乳製品、クエン酸といった食品類から、化学薬品の粉末結晶、医薬品、樹脂、ゴムペレット類など解砕実績は広がっています。その他、飼料・肥料の業界にも提供。飼料は、家畜の食べやすさを考えて黒砂糖を添加することがあるのですが、どうしても黒砂糖というのは固まってしまふ。それを出荷するときにほぐしたいという声があったんです。

さらに、解砕は粉末状のものに限りません。キャラメル、カカオ粉末、ビールのホップ、シャーベットにしたレモンの氷塊など、食品業界におけるニーズはまだまだ広がりを見せています。まったく予想もしていなかった食品で言えば、みなさんがお酒を飲むときに食べられる“あて”のスルメ。スルメの材料は10キログラムくらいの箱で冷凍してあるのですが、塩などを添加した上でそれをほぐしていかないと行けない。スルメを凍った状態でほぐしていくというニーズは、我々も想像もつかなかったです。



一 地方企業として新価値創造展のメリットはどのようなところですか

私どもは大阪を拠点とする地方企業ですが新価値創造展の出展を考えたのは、まず開催場所が東京であり、商圏が広がるということです。さらに全国各地から来場者や出展者が集まるため、様々な新たな出会いや情報に期待ができると考えました。

一 新価値創造展への出展時の工夫はありますか

我々の製品はニッチなだけに、来場者すべての方に見ていただくというところは目標にはしていません。不特定多数ではなく、出展までの1年の間にお問い合わせをいただいたお客様に興味を持っていただき、現物の機械をその場で見ていただく。ターゲットを絞って営業しているのが戦略です。興味を持っていただいたお客様方に、新価値創造展をご案内し、いかにそこでお会いできるかというのを考えています。さらに、実際のお客様の声を聞いて製品開発にフィードバックすることも重視しています。わざわざお見えになるお客様というのは、それだけ困っているんですね。やはり、機械を改良、修正を加えて、お客様にそった機械に近づけていくことも、機械を提供する我々の使命でもなと思っています。



一 今後の展開はどのように考えていますか

同製品を導入していない現場では、今でも人力による粉碎作業が行われています。まだまだ需要の可能性はあると考え、『砕き太郎』の認知を広めるために今後も展示会への出展を検討していきます。さらに、海外にも同製品のような目的の機械はないこともわかりました。ただ海外展開には、国際特許や国際意匠登録、売買契約など様々なハードルがあります。今はそれを一步一步クリアしている段階です。新価値創造展には、海外からも多くの方が来場します。彼らのビジネスワークとのタイミング次第ですが、海外に展開する可能性への期待も大きいですね。

平野整機工業株式会社

〒590-0974大阪府堺市堺区大浜北町2-2-4
URL:<http://www.hiranoseiki.co.jp/>

企業PR

当社は、客先と十分な提案を行い、客先企業のライン、プロセスに沿ったものづくりを行っております。顧客満足度を追求し、他企業にないサービスを超越するサービスモットーに、取引先より信頼を得ております。

ケイ・エイチ工業株式会社

紙の設計図から正確な実寸が出せる「一発！早出しクン」
新価値創造展をきっかけに様々な業界が注目

同社設備グループの松本氏は『一発！早出しクン』を他のサービスや大きな受注に繋げる営業ツールとしても使えると話す



建設やモノづくりにおいて、設計図面は命ともいえるものだ。すべての図面がCADデータで共有できていれば問題ないが、現実はその多くが紙でしか残っていないケースも多い。現場では紙の図面を見て、測って作業をするにもかかわらず、得てしてその図面はコピーやFAXなどの過程を経て、縮尺が狂ってしまうことも多い。また、見積もり時の図面など、すべての寸法が書かれていないものも多く、現場では定規と電卓を使って実寸を出すという非常に手間のかかる作業を切り離せずにいる。

製造や施工における技術が飛躍的に向上している現代においても、「縮尺が不明で実寸がわからない」「計算作業でのミスで発注ミスが発生してしまった」といった声はなくなることはない。裏を返すと、実寸を出す工程そのものが作業効率化の妨げになっている。

ケイ・エイチ工業株式会社が開発した自動縮尺デジタルスケール『一発！早出しクン』は、縮尺不明の図面であっても、既にわかっている1点の数値のみを入力するだけで残りすべての寸法を自動計算してくれる“一発縮尺表示”が売り。実寸を正確に出すという悩みを抱える多くの企業に解決策を提示した画期的な製品となっている。

新価値創造展出展を機に受注数が良好な伸びを示したという同社の松本大地氏に話を伺った。

一 新価値創造展に出展してみて発見はありましたか

まずは、新価値創造展が総合展であることが『一発！早出しクン』に適していたところ。同製品はもともと建設業ではなく、製造業をターゲットにしていたんです。我々はプラントメンテナンスを行ってまして、そのプラント設備の図面が、かなり古いものになる。もちろんCADデータもない。それを作り直してくれという依頼がよくあるのですが、そんな図面では見積もりだけでかなり時間がかかってしまっていました。我々のような思いをしている人も多いのではないかとということで、製造業相手に売り出しを始めたんです。

ただ、新価値創造展のような幅広い業種の来場者が集まる総合展に出させていただくことで、製造業だけでなく建設業界であったり、防水工事業、あとはデザイン会社さんまで興味を持っていただけるということがわかってきました。

一 新価値創造展の魅力とは一体どんなところでしょうか

我々は大阪の企業ですが、東京開催である新価値創造展の来場者数が大阪の展示会の比にならない数でして、地方展示会とは違い、初対面となる方も多いということにメリットを感じて、これまで4年継続して出展しています。

2017年の出展時には、出展者サポートメニューとして展示会当日にブースへ取材に来ていただき、無料で製品PR動画作成の機会をいただきました。中小企業としては非常に助かったなと思っています。

また、さまざまな業種の方と知り合うことができるので、異業種の方がどんな視点で製品を見ているのか、どういう点を気にしているのかというような、新しい発見ができることもあります。

一 新価値創造展出展を機に受注数に変化はありましたか

初めて出展したときは、まだ試作機の段階だったので、PRを目的として出展させていただきました。それから3度目の出展でようやく製品を販売できる状態にできたこともあって、来場者の方とお話させていただき、代理店であったり、抱き合わせ販売を希望してくれる企業様だったり、多数のお話をいただいています。

展示会に出展することで、手売りや弊社ホームページ上での販売より、PR効果を感じています。ざっくりですが受注数は初めて出展する前と比べて2倍近くに増やすことができています。



■目に見えて受注数は伸びた

一 取引の幅は広がりをみせましたか

これまで販売代理店の方やネット販売される卸売関係の方と知り合う機会はありませんでしたが、4度目の出展の際にネット販売をメインとする卸業者の方と知り合うこともできました。

一 新価値創造展で製品をアピールするために気をつけていることはありますか

弊社では展示会前にコンセプトカラーを決め、そのカラーに沿ったブース作りを行っています。来場者の目を弊社ブースに向けてもらうような工夫をしました。実はこの試みは4度目にして初めてだったのですが、過去3度の出展時と比べてもブースに来ていただける来場者も、受注数もかなり増えました。

一 今後はどのように展開していきたいと考えていますか

これまでは関西で知る人ぞ知るといった製品でしたが、東京開催の新価値創造展出展を契機に関東や東北への販路拡大の道が広がってきました。繋がりを大事にして、製品を切り口に弊社が得意とするプラントメンテナンス、溶接、機械組立といった仕事にも結びつけていきたいと思っています。



ケイ・エイチ工業株式会社

〒599-8246 大阪府堺市中区田園969-1
URL:<http://www.kh-co.jp/>

企業PR

弊社は創業当初より様々なプラントのメンテナンスを行って参りました。各種配管工事、各種タンクの製作、回転機器のメンテナンス、各種機器据付などプラントにおける様々な設備の設計から施工まで一貫して対応しております。メーカー廃業の特殊機器の修理なども行っており、日々お客様にお喜び頂いております。

新価値創造展 成功

株式会社松岡カッター製作所

自分たちが属するフィールド外のニーズを知る
新価値創造展は自社に新しい価値をも生み出してくれた

事例

ニーズはこれしかないだろうという決めつけは大きな機会損失。
異業種が集まる新価値創造展はまさにヒントの山だった

1935年創業の株式会社松岡カッター製作所はこれまで、同社が所在する静岡県にて木工業界など地場産業を取引先として刃物を製造、販売してきた。しかし、創業から82年が経つ今、時代の変化にともなうニーズの変化を感じている。次の時代に向けて新たな事業の柱を模索してはいるものの、決め手に欠くという状態が続いていた。

そんな自社だったが新価値創造展への出展を機に、「自分たちに新しい価値が生まれる」ことを実感したという。同社が気付いた“新しい価値”とはどんなものだったのか。同社代表取締役社長の松岡克彦氏に話をうかがった。



一 なぜ新価値創造展に出展しようと思われたのですか

自分たちの会社が所属している業界カテゴリーとは異なる業界において、同業界とは違う形で新しいニーズがあるのではないかと考え、それを探りたいと思ったことが1番大きな要因です。そうはいってもどんな業界にターゲットを絞っていいのかわからない、闇雲に展示会と名のつくものに出展しても、わかるものではありません。なので、総合展である新価値創造展は、「今までとは違ったものを得るチャンスだ」と思ったことがきっかけですね。

一 実際に展覧する際に意識したことはありますか

弊社は過去に2度、新価値創造展に出展させていただきましたが、1度目ははともかく出てみよう、他流試合を経験してみようと思っての行動でした。ですが、2度目の出展では、自分たちのコアビジネスとは何か？という点を意識して出展しました。

一 出展した結果、貴社にとって得られたものはどんなものでしたか

普通に営業していれば交わることがなかったであろう大手企業とも、研究に直接関わられるような、そのようなニーズに触れることができたというのは非常に大きかったと思います。

また、我々が提供する製品そのものに、自分たちが「こうだろう」と決めていたカテゴリー以外において、別のニーズ(きっかけ)、可能性が見えてきました。自分たちの製品が別の市場でも使えるんじゃないかという確認ができました。

一 「自分たちが決めていたカテゴリー以外の」とはどういうことでしょうか

我々はお客さまからオーダーを受けてからモノを作ります。ズバリ、お客さまのニーズそのものがそのまま商品になっていただけでした。だからこそ“それしかないだろう”と思っていた部分があります。

我々は仕事の中でこれまで約2万種ほどの製品を生み出してきました。その中にはオーバーラップするような技術もありますが、それらを組み合わせたり、ちょっと外してみると、まったく違う業種の中で使えるんだということを、気付かされたように思います。

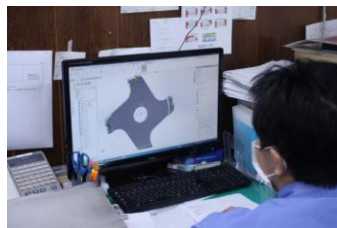
お客さまのほうから「これだったらこういうことができるんじゃない？」という形でヒントを投げかけていただく。その問いかけの中には「え？」と驚くほど私たちが気付いていなかったことがとても多くありました。



一 得られたヒントはどのように活かされていますか

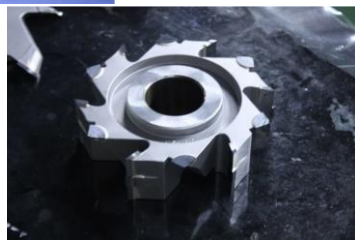
弊社は創業からずっと静岡で木工業といった地場産業において、木工に関する刃物や制作工具を中心にしていました。自動車や金属関係において難削材といわれるような「削りにくいもの」「加工しにくいもの」における工具制作の仕事を得ることができるようになりました。今後、それらの仕事における比重は高くなっていくと思います。そのために工具の新しい開発にも力を入れています。

また、私たちが新たな業界に参入することで、既存の取引先にも弊社製品の新たな“使い方”を知っていただけたとも思っています。



一 “新たな使い方”とは

異業種分野に進出できるということです。これはつまり、弊社の工具を扱っていただいている、販売していただいている代理店様方は弊社の刃物のことを一番良く知っていただいている方々です。弊社の刃物をお持ちの方々の力を御持ちの方々です。そういった方々がこれまでは無関係だと思われていた業界・業種のお客さまに対してアプローチしていただくこともできており、異業種に参入したというお客さまも多くおられます。



一 今後、貴社はどのように事業展開されたいと考えていらっしゃいますか

弊社の得意分野である切削工具をこれからもどんどんブラッシュアップして磨き上げていき、いわゆる難削材といわれる分野において、特に航空・自動車産業といった分野に対する切削工具に力を入れていきたいと思っています。なおかつ医療分野など、そのほかの分野にも進出できる機会をモノにするために、しっかりと見据えてチャレンジしていきたいと思っています。

株式会社松岡カッター製作所

〒420-0812 静岡県静岡市葵区古庄2丁目18番46号
URL: <http://matsuoka-cutter.jp/>

企業PR

木工用及び金属加工用切削工具の製造と販売を手掛けており日本全国に自社商品を展開しております。1935年創業の長い経験に裏付けされた刃物製造技術、3DCAD、5軸複合加工機などの最新鋭設備の導入により高付加価値の切削工具を各ユーザー様のソリューションとしてご提供させていただいております。

新価値創造展 成功事例

イノベーションリサーチ株式会社

質の良い来場者との出会いを確実に次に繋げる
イノベーションリサーチ社が展示会と向き合う姿勢に学ぶ

シンプルでわかりやすく、記憶に残るものに厳選することで しっかりと次に繋げる

新規事業を興すにあたり、そのフィールドにおいてどんなプレイヤーがいるのか、そのフィールドの動向など、様々なポイントを知る必要がある。この点を疎かにすると、新規事業で成功する確率を上げることは難しい。しかし、それらを調査するには時間を必要とするのも事実だ。技術の進歩がめまぐるしい現代において、特に新しい分野・業界への参入となると、調査時間も重要だがその時間も惜しいものだ。

イノベーションリサーチ社は「特許」という視点から業界の動向を探り、その業界における主要なプレイヤーや、技術動向など、全体像を「ざっくり」と把握できる入口調査として最適な分析レポートをわずか2週間以内に提供する。

同社のような業種は日本をはじめ、海外にもないこともあり、新価値創造展への出展では大きく注目を集めた。イノベーションリサーチ社の代表取締役社長である小磯武氏に、新価値創造展をどのように活用したかをうかがった



— 新価値創造展に出展したきっかけとは

弊社のサービスのターゲットの特性上、事業を展開している方々が集まる場というのが非常に大事になってきます。そこで考えてみたところ、自社サービスをアピールするのに展示会が最適の場だと考えました。しかし、中小企業ゆえ資金面での余裕はなく、安く出展でき、それでいて新しいことを探している方が集まる場を探していました。

新価値創造展への初出展では、その名から色んな方が集まる場であること、出展の中心は中小企業なんだろうなというイメージしか持っていませんでした。弊社のサービスは低価格で提供していることもあり、十分貢献できるのではないかと考えたこともあり、出展を決めました。いざ出展してみたところ、中小企業はもちろん、大企業で新規事業を展開するという方やベンチャー企業などその幅は広く、かつ新しいことに興味があるという人々が集まっている場でしたので、我々としては非常に良い展示会に巡り会えたと思っています。

弊社のサービスは流行りモノに飛びつくような方向けではなく、地道に新しいことを探していってほしい方にすぐフィットするサービスですので、弊社に興味を持っていただける来場者が多数いらっしゃったこともあり、質の良い展示会だなと感じました。



— 新価値創造展に出展して感じたことは

先に挙げたベンチャー企業、中小大企業はもちろん、大学の先生方や金融関係者など、とにかく新しいものを探していってほしい、もしくは取り組んでいってほしい方が業種問わず集まっている展示会ということで、弊社の提供するサービスとうまくマッチングしたように感じます。

展示会に来られる方というのは会社のごく一部の方に限られる場合が多くありますが、一部の方に「こういう会社があるんだな」と知っていただくことをきっかけに、展示会後の口コミで広がりを見せていることもあり、ありがたいなと思っています。最初のきっかけ作りとしては最高の場ですね。



— 展示会ではどのようにきっかけを作られているのですか

展示会の場ではシンプルにわかりやすく、お客さまに魅力的なサービスに絞って提供サービスをアピールするようにしています。

弊社のサービスは新価値創造展で出展した「特許分析レポート」しかないように見られがちですが、実際には色々なサービスがあります。詳細を尋ねられればお話しますが、全部出してしまうとお客さまを混乱させかねません。そのため、かなりサービスを絞ってアピールしました。

— 今後のビジネス展開としてはどのような手をお考えですか

弊社はビックデータを扱える会社ですので、特許情報以外にもいろんなビックデータを扱えます。集まった情報をどう整理して、可視化して価値のあるレポートにしていけるか、弊社は見せ方に力を入れているので特許データ以外のビックデータ分析にも取り組んで、より多くの企業さまのお役に立てるようになっていきたいと思っています。

イノベーションリサーチ株式会社

〒115-0045東京都北区赤羽1丁目59-9ネスト赤羽1F
URL: <https://innovation-r.com/>

企業PR

ビックデータである特許情報を弊社独自のシステムで分析し、特許分析レポートを安価にご提供します。弊社のサービスにより、これまで高額だった特許分析レポートを安価にご提供することが可能になりました。弊社はお客様のイノベーションの加速に貢献します。



新価値創造展

成功事例

株式会社エコシステム

ビジネスの質を深め、大きく広げる
新価値創造展ではピンポイントで求めていた出会いが見つかる

新価値創造展への出展者・来場者とのピンポイントの出会いがビジネスに広がりと深化をもたらす

建築物の解体や建替えにより、日本では年間平均100万トンにもものぼる瓦が廃棄されている。役割を終えた瓦は労われるどころか、廃棄時はその形状が原因で埋め立て効率の悪いやっかいものとして知らされてきた。株式会社エコシステムが開発したKグランドシステムは、“やっかいもの”として扱われる廃瓦を景観舗装材としてリサイクルすることで新たな役目を与え、循環型社会を創造する未来を目指している。新価値創造展への出展を重ねるにつれ、同社が展開するビジネスの進化を実感しているという。どのような形で進化を遂げているのか、専務取締役の高田美氏に話を伺った。



新価値創造展に出展したことでビジネスにどんな変化を感じられましたか

新価値創造展2017への出展で3年連続の出展となりました。出展を重ねるたびに国内外問わず来場された方からの反響を大きく感じ、事業が面白い形で進化を遂げているという実感を持っています。まず、水平面では仕事のエリアを広げることができました。大手商社とのつながりを作ることができたことで、自社製品の国内展開拡大に加えて国外への展開準備が整いつつあります。また、垂直面では同じく新価値創造展に出展されていた企業さまと知り合えたことで、自社のビジネスで利用できる新たな機械の開発に繋げることができ、製品・サービスの質を深めることができました。

商談の場としてもマッチングの場としても良かったということでしょうか

ポイントをおさえたターゲットのお客さまや、ビジネスに繋げることでできる出展企業が多いこともあって、他の展示会と比べると地味さこそあると思いますがピンポイントで良いお客さまと巡り会える可能性が高い展示会だと思っています。これは新価値創造展ならではの魅力だと思っています。

ビジネスの進化という点について伺います。どのようにビジネスの質を深められたのでしょうか

新価値創造展で出会った企業さまとのコラボレーションで、車載式瓦舗装材製造プラントを開発することができました。弊社は瓦をリサイクルするノウハウを全国のフランチャイズ提携パートナー企業に提供していますが、プラントを所有してもらうことは投資金額の面で非常に難しい問題でした。現場で小さな舗装材製造機を使って作ることも大変きつといった課題がありましたが、展示会での出会いによって誕生した車載式瓦舗装材製造プラントを利用することで、ノウハウ導入期であるパートナー企業さまがたを、どんどん成長期にあげていくことができると考えており、今後の展開をととても楽しみに思っています。



もう一方の海外展開の計画についてはいかがでしょうか？

大手商社さまと知り合うことができ、モノやお金の動きはまだありませんが、その前段階となるヒトと情報が動いている状態です。具体的には私が海外の現地に赴き、市場調査ですとか海外での取引先とのコミュニケーションをとって、見積りやサンプルを提出している段階です。海外展開計画も順調に進めていくことができています



新価値創造展ではどのようにアピールされましたか？コツやポイントについて教えてください

ポイントは3つあると考えています。まず1つ目として動くもの(展示物)で気を惹くこと。そして2つ目として展示物を眺めていただけの方に話かけ、自分ごととして捉えてもらうことだと思います。もちろん、仕事として来場されている方がほとんどだと思いますが、私生活において自分に関わりがあることだと思っていただけだと心を掴みやすいと考えています。3つ目として最後に会社の商品、サービスの説明をする。ステップを3つ設けることで良い出会いを生むことができると思っています。

今後はどのように展開していきたいと考えていますか？

新価値創造展で出会った企業さまや商社さまを軸として、新たな市場、新たなビジネス展開を考えています。現在は瓦のリサイクルに主眼を置いているのですが、新たに開発した車載式瓦舗装材製造プラントは、元々がコンクリートのメンテナンス用の機械です。今後は老朽化が進んでいるコンクリートのメンテナンスなど、新しいジャンルの事業にも参入していきたいと考えています。

株式会社エコシステム

〒923-1121 石川県能美市寺井町50-1
URL: <http://eco-system.ne.jp/>

企業PR

創業者は会長(父)で、子の私は専務をさせて頂いています。父の姿を見てきた私は、社名でもある“エコ”に対する想いが強く、高校の頃からこの仕事をしたいと思っていました。今はこの仕事を通じて、社会貢献出来ることにやりがいを感じています。今後は国内外へ向けて製品やノウハウ提供のPRしていきたいと思っています。



新価値創造展

成功事例

株式会社ナガオシステム

展示会に出展したからこそ気付けた価値
ナガオシステム「3次元ボールミル」に見た新価値創造展の活用法

隠れていた需要、製品を必要とする相手がどこにあるか来場者からの助言により新たな価値を見出した。

高速3次元運動を起こすことで、容器内の物体をマイクロ・ナノ位まで“粉碎すること”を目的に開発された株式会社ナガオシステムの「3次元ボールミル」。2次元運動では不可能とされていた均一的な粉碎を可能とした製品だ。

しかし、新価値創造展への「3次元ボールミル」の出展は、粉碎一辺倒で考えていた会社にとって「比重や粘度の異なる物質の混合を可能にする機器」として想像すらしなかった新たな価値を見出す結果になったという。過去に2度出展した経験をもつ同社の専務取締役である長尾大輔氏に新価値創造展へ出展する意義をうかがった。



新価値創造展への出展理由を教えてください。

様々な分野のお客さまに実際に商品を見ていただき、その感想や新たな用途の開発を狙って出展しました。

出展した結果、貴社にとって良かった点は

「弊社が想像していた使い方とは異なる使い方の分野を見つけることができ、(製品の)使用の用途や販路が広がりました。」

「想像と異なる」とは具体的にどのように違っていたのでしょうか

3次元ボールミルは粉碎装置として開発し、出展しましたが、来場されたお客さまから「この3次元の高速回転は粉碎よりもむしろ、混合と分散に非常に適するのではないか」というご意見をいただきました。化粧品、医療品、化粧品など、粉碎よりもむしろ混合において強い力を発揮するのではないかと詳細なアドバイスも得られ、その用途を探りました。

取引相手となる分野の幅が広がったということでしょうか

混合分野に大きな利用価値があることを知り、弊社は無機材料を主として電気、セラミック、熱電や金の分野にターゲットを絞っていました。ところが、新価値創造展に様々なお客さまが来場され、科学、医療品、化粧品、ペイントメーカー様などからご指摘を得られたことで、粉碎、無機材料の混合の他にも(3次元ボールミルが)使える分野があるということに気付くことができ、これまでターゲットとして考えていなかった有機材料混合という分野にも販路がどんどん広がってきました。



新価値創造展は商談の場としてもメリットを感じられましたか

弊社は物を作る専門の製造業です。物を作ることに限ってはプロフェッショナルですが、販路開拓、お客さまに物を届けるということは非常に苦手でした。新価値創造展への出展は、実際に製品を導入されるお客さまとの販売チャネルを持つ商社さまと数多く知り合うことができ、普段なら関わることのないルートとの接点を持つことができたのが最大のメリットでした。

どのような企業から注目を集めることができましたか

無機材料を扱うお客さまを中心に販売活動を行っていましたが、出展後は有機物にも利用価値があることがわかり、有機物関連、化成品といった分野にも注目いただき、大きな評価もいただくことができました。



新価値創造展への出展でどんな手応えを感じましたか

東京ビッグサイトという大きな会場にバイヤーさま、商社さま、研究所のかた、企業のR&D(研究開発)のかたなど、様々なお客さまが日本全国、そして海外から来場されます。今までとはまったく異なる分野のお客さまとの関わりが多く、教えていただくことが多々ありました。様々な角度から弊社製品の良さをアピールすることができました。

来場者に対してどのように製品をアピールされましたか

例えば企業のR&Dのかたに販売する場合、大学さまに販売する場合、商社さまに販売する場合でそれぞれアピールするポイントが違います。それぞれのケースに応じた資料を用意することで、商談へ移った際に、短い時間内でもお互いに意思疎通を図ることができました。

新価値創造展ではどのようなサポートを受けられましたか

新価値創造展出展の際に製品紹介動画を制作していただき、お客さまに見せることができました。弊社の製品はその特性上どうしても言葉では伝えきれない面がありますが、制作いただいた動画によって各方面のお客さまに事前に理解していただくことができました。またそれによって、知名度や信頼度もアップしたと考えています。

1回目の出展と2回目の出展ではどのように違いましたか

1回目は正直準備不足という面がありましたが、2回目の出展では、1回目の経験をもとに来場者に応じた資料を準備できたこともあり、対応への余裕ができました。2回目となると社名は覚えられずとも製品は記憶に残っていることもあり、お客さまと会話するきっかけをつかめます。今年の新価値創造展2017への出展で3回目となりますが、今回は興味を持っていただいたお客さまに対し、興味だけで終わらずその用途まで上手く掘り下げていければと思っています。

株式会社ナガオシステム

〒215-0023神奈川県川崎市麻生区片平1-9-30
URL:<http://www4.plala.or.jp/nagaosystem/>

企業PR

特許取得の3次元ボールミル(3次元リアクター)の高速回転を活用により、従来不可能とされた、粉碎、混合、分散を解決するプロフェッショナル集団です。mm以下の素材をナノ、ミクロンまで均一に(乾式・湿式可)粉碎、混合、分散を可能にしました。弊社はその装置+専用容器を製造、販売しております



新価値創造展

成功

事例

— ブース来場者が抱える悩みを解決。

新たな企業とマッチングで会社が幸せに —

新価値創造展2016

株式会社タムラ

愛知県春日井市に位置する『株式会社タムラ』は、マシニングセンタやNC複合旋盤類による金属加工を得意とする企業だ。精度の高い加工に定評のある同社にとって、新価値創造展への出展はどのような意義があったのだろうか。代表取締役である田村勇作氏にお話をうかがった。



「難しい仕事」を積極的に取りに行く

受託加工を主な業務とする株式会社タムラが製造する部品は、実にバリエーションが豊かだ。半導体や液晶を製造する機械、ロボット、搬送機器など、高い精度を求められるものづくりに取り組んでいる。

「機械の駆動系など、ある意味“つくりにくい”、変わった部品が得意です。設備としても、CNC複合旋盤をはじめ同時5軸マシニングセンタなど、最新鋭の機械を幅広く取り揃え、それが活かされるような難しい部品を受注するようにしています。多品種変量生産、そして、ほかではできないような加工こそ我が社の強みだと思っています」



ものづくりは「つくって終わり」ではない

さらに株式会社タムラの製造する部品の魅力は、その品質や精度だけではない。田村氏は『保証』にも力を入れているという。

「三次元測定などによる検査記録を提供し、寸法や品質を保証しています。自分たちが作ったものを保証することは僕たちの責務であり、これからの日本のものづくりメーカーは起承転結、最後の“結”の部分までをしっかりとフォローしていく必要があると考えています」

営業・業務管理もまた信頼につながる

保証までをしっかりと行うことで、企業の責任感や存在感を発揮できると考える田村氏。もう1つ、営業や業務管理の努力もまた、お客様からの信頼につながるかと考えているという。

「商談会や、インターネットなど様々なアプローチで我が社の得意分野をアピールしてきました。また、それでお客様が興味を持って工場にいらした時に、やはり汚いよりは綺麗な工場のほうがいい。掃除にはかなり力を入れていると思います。設備についても、他と差別化できるような機械に多く投資してきました。整然とした工場にユニークな機械が並ぶ。『面白いね』と思わせる工場であることが、信頼にもつながっていくと考えています」

キャッチボールは投げなきゃ返ってこない！ 展示会でチャンス

営業のツールとして、もう1つ田村氏が重要視しているのが展示会だ。新価値創造展への出展についても大きな手応えを感じたという。

「とにかく展示会には積極的に出展するようにしています。ビッグサイトでの新価値創造展は、成果がありました。まず自社技術に興味やお困りごとを抱えて見に来ていただくこと自体に価値を感じますね。名刺をいただけるということは、そこに何かの需要があるのだと考えています。その後、営業展開へ結びつくこともありますね。展示会では、自社が持つ技術をいかに見せるか、お客様のニーズに合ったものを打ち出すか、そしてマッチングしていくのが大切だと思います。やはりキャッチボールは投げなければ返ってきませんから」

自社の技術に自信をもっていても、自社商品を持つ企業とは違い委託された製品を簡単に営業ツールとして公開するわけにはいかない。新価値創造展をはじめとする展示会は、規模が大きいショールームだと田村氏は思っているのかもしれない。



技術を磨きチャンスをつかむ「幸せな工場」

最後に田村氏のものづくりやビジネスに対する思いをうかがった。

「技術を磨いて、その結果がお客様の『いいよね』と一致すれば、と。我が社は規模としては大きくありませんが、多品種変量生産や、変わった部品の加工などの個性を追求することで、大企業とも直接の取引口座を開設することができています。それが風通しの良いビジネスや、思いを反映したものづくりにつながっているのではないのでしょうか。また、1つのエリアで仕事をすると、周辺の企業も攻めてきました。それがだんだん広がって、現在は近隣地域だけでなく九州や関西、中国地方など各地のお客様ともお付き合いがあります。展示会でもそうなのですが、出会いを生かしてチャンスをつかんでいくことが大切ですね」

リーマンショックなど苦しい時期を経験しながらも業績を伸ばしてきた自社について、田村氏は『幸せな製造工場』だと評価する。また、会社の幸せに繋がる新たな企業との出会いには、新価値創造展が大きく貢献していた。

田村氏のお話をうかがい、その「幸せ」は運よりもたらされたものではなく、たゆむことのない企業努力と、新しい技術への挑戦心に裏打ちされたものであることが強く感じられた。

(ウェブ展示会「新価値創造NAVI」2017.03.27付 ウェブマガジンより)

株式会社タムラ

〒480-0303 愛知県春日井市明知町1423番地の74
URL: <http://www.tamura-corp.jp/>

企業PR

マシニングセンタやNC複合旋盤類などによる機械加工をやっております。精度は、製品にもよりますが通常受注品のひとつとして1,000分の5ミリ程度で加工しております。SUS、鉄、アルミ、銅、耐熱鋼、樹脂など幅広い材質対応が可能です。最新の同時5軸加工機も複数台導入して、どんな加工も対応できます。



新価値創造展

成功



事例

— キーワードは世の中から火災をなくす。

PRしにくい製品を展示会でアピール成功 —

新価値創造展2016

株式会社フジヤマ



人と環境にやさしい製品を開発する“環境未来型製品開発メーカー”である株式会社フジヤマ。その代表取締役である藤井泰太郎氏にお話をうかがった。

環境と防災の未来を見据える製品開発メーカー

もともとは自動車関連の事業を展開していたという藤井氏。その事業を展開しながらも、同時に新たなビジネスを模索し始めた時期に、彼が取り組みたいと直感したのが“環境”であったのだという。

「自分自身が一生懸命作ってきた自動車ではありますが、やはり有機系燃料を使用することで大気汚染の一因となるのを否めない部分もあります。そこで、私は自然環境を守る仕事にこれからの人生を費やそうと決めました。僕が決めた新しい方向へ社員の皆さんについてきていただくのは容易ではないと思っていました。それで、私が先にやるしかない！と始めたのです」。

新しい人生を“環境”にフォーカスすることを決意した藤井氏。彼が開発した製品は多岐にわたるが、どれも自然環境と人、その両方に配慮されているのが印象的だ。

お米を脱穀した後に残る“粃殻”と、セラミック系ボンドを組み合わせた断熱材である「田からボード」はその代表例。新潟という米どころを拠点とする会社ならではの、斬新な発想だ。もちろん粃殻は天然素材であり、使用後は自然に還すことができる。そして農産廃棄物の再利用という側面でもまたアースコンシャスな製品だ。

この「田からボード」が優れているのは、環境負荷の低さだけではない。独自のセラミック処理により、高い耐熱性が発揮されている。手のひら上で素材が通気することを確認後、表面から燃焼力約1000°Cのバーナーで燃焼実験をしたところ、燃え上がることはなく裏面は人が触れても熱さをまったく感じないほどの温度に保たれるので火災にも強い。

ただ単にエコロジカルなだけではなく、しっかりと実利のある“やさしさ”に裏打ちされた、まさに“未来型”の断熱材として誇れる製品だと藤井氏は胸を張る。



防災の世界に革新をもたらす製品群

もう一つ、より火災予防の視点が強化されているのが不燃耐火皮膜材「スーパー-FX3200」シリーズ。金属・布・紙・樹脂など様々な素材に液体で耐火コーティングを施せるという、画期的な製品だ。

「私どもでは三菱重工のロケット発射場基準で約3000度の高温で実験していますが、3度燃焼しても鉄板に塗ったコーティングは剥がれず、効果を持続しました。通常の火災では1000度も耐えられれば十分に活躍が期待できます」

人々の生活を取り巻く建材や布製品、建て具などに塗布することで、火災を起こさない、あるいは万が一起きた場合も燃え広がらせない“火災予防”への効果に、藤井氏は絶対の自信を見せる。

また株式会社フジヤマは、国土交通大臣の認可を受けたアスベストの封じ込め固化剤にも取り組んできた企業でもあるが、藤井氏はこの不燃耐火皮膜材はアスベストの代わりにもなり得る製品だという。

弊社の不燃耐火皮膜材はごくごく薄くしか塗る必要がないのに、高温に耐えるのです。これはアスベストの代わりにも優になり得る。現在は主にロックウールなどの建材がアスベストの代わりとして施工されていますが、弊社が開発した不燃高温断熱耐火被覆材を導入すればもっとずっと簡単です。吹きつけたり、刷毛で塗るだけで効果を発揮します」

さらに藤井氏の構想は建築の分野にとどまらない。魅力は、その用途があくまで幅広い点だ。防火の観点では、藤井氏は現在は“燃えるもの”が“燃えやすい場所”に使われていることに警鐘を鳴らす。

「例えば従来、灯油などを入れるポリタンクは“燃えやすい”素材がそのまま利用されてきました。これらは、いざ火災となればいとも簡単に燃え上がり有毒ガスを発生します。また昨今では、小型車のガソリンタンクが軽量化を求めため鉄からポリエチレンに変わったため、一方で火災を起こす危険を伴うことを招いてしまいました。そのため自動車産業の世界でも完璧な耐熱コーティングの開発が不可欠になっています。私たちの技術を活用していただくことで、これらのものをより安全に使っていただくと考えています」

さらにはジェットエンジンなど、高度に耐熱性及び耐久性が求められる場面での使用など、藤井氏の展望は広がるばかりだ。ユニークな技術と大きなビジョンを持つ藤井氏の言葉は力強い。

新価値創造展では注目を集めた自社製品

「私は技術者で、売るほうはあんまりうまくないから」と少し照れながら話してくれた藤井氏。火災で失われる命がなくなることを何より願う彼は、この志を実現するためにより多くの人々の理解や販売力、そしてプロモーションが必要になると考えている。

しかし問題は製品をどう世の中に広めるか、またPRするかだ。人びとに役立つからといって、すぐに商品が売れるわけではない。そんななか、目をつけたのが新価値創造展だ。「新たな価値」に興味を持つ、多くの感度の高い人々の目に製品を触れさせることのできる場である新価値創造展で、自らの製品をPRすべく藤井氏は出展を決めたのだ。ただ、展示会に出展したからといって来場者から自社製品に注目を集めることにはできるのか...そんな思いを胸に秘め展示会に臨んだ藤井氏だった。ブースに展示していた防災・防火用製品を多くの方が注目してくれ、しかも製品を扱いたいという代理店と契約に至ったんですよ。これには驚きました！」

PRが難しい防災・防火用の製品が注目を集めたこと、また、各方面で製品に対する関心も多かったことに驚いた藤井氏は、新価値創造展に出展してほんとうによかったと筆者に語ってくれた。今後も多くの人々に、同社の環境未来型製品を提案していくために新価値創造展への出展を続けていこうと藤井氏は考えている。



(ウェブ展示会「新価値創造NAVI」2017.03.27付 ウェブマガジンより)

株式会社フジヤマ

〒950-2063 新潟県新潟市西区寺尾台1-1-20
URL: <http://www.fujiyama-corp.jp/>

企業PR

私どもは環境を基に、現代からその時代が求める、未来に至る製品開発メーカーとして、日本から世界の国々に、地域に密着している企業と消費者の方々の要望と、必要に応じた経済効果に貢献する事を事業の根幹として、スタッフ一同日夜邁進致しております



新価値創造展

成功事例

— 新価値創造展への出展はヒントと刺激の宝庫。

世に無いものをつくる「開発型」の会社へ —

新価値創造展2016

株式会社広栄社

長年の出展経験を持つオーラルケア用品メーカー株式会社広栄社。新価値創造展では、ユニークな分野を追求することによる企業体質の変革や、意欲的な出展者同士の出会いに意義を見出している。取締役会長である稲葉修氏にお話をうかがった。



「三角形」のつまようじ

広栄社は2017年1月をもって100周年を迎える、オーラルケア用品の老舗メーカーだ。取締役会長職を務める稲葉修氏にお話をうかがった。

広栄社のある大阪府河内長野市は、昭和の頃までは、つまようじ製造の大シェアを誇る、いわば”世界のつまようじ工場”だったのだという。

「ところが平成に入った頃、同業者たちは生産をすべて中国に持って行ってしまいました。いまはつまようじの国内販売95~96%は海外製でしょうね。悲しい結果ですが、私どもは特殊なものを作ってきたので続けることができました」

その“特殊なもの”の代表格が、同社が50年以上生産し続けている、断面が三角形のつまようじだ。

「実は日本で主流の丸いようじは、食べ物を突き刺す『料理ようじ』。歯の隙間は三角形ですから、オーラルケア先進国の北欧では歯には三角形のようじが使われています。これを日本で広めたいのですが、“ようじは丸い”という固定観念が強く、なかなか売れません。そこで、世の中には出回っていないオーラルケア用品を開発しようと、最初は歯間ブラシの開発を始めました。いまはだいが普及しましたね。そのような“無いもの”を、機械からひとつひとつ作っています」

そんな同社の代表的ヒット作が『歯のピーリングスポンジ』だ。

「歯を傷つけず着色汚れをきれいにするスポンジで、歯科医院等でも大変評判のいい商品です。お掃除に使うメラミンスポンジに似ていますが、メラミンフォームに特殊な加工を施し、安全性に徹底的に気を配っています」



歯と口腔の健康で世に資する

多くの人の手に届いた『歯のピーリングスポンジ』。しかし稲葉氏はただヒットに甘んじるということはない。

「私どもは主に歯の“健康”に取り組んできましたが、日本ではやはり“見

た目”のものの方が売れる傾向があります。歯が大切だという意識が薄いと思うのです。若いうちから歯の健康に対する意識を高め、簡単に歯をケアできるようにして、その結果みんなが最後まで美味しく食べられる社会にしたい。その一助になりたいと思っています」

その言葉どおり同社からは、舌や歯を痛めずに“舌苔”を掃除するためのツールや、手入れすることが難しかったため一番最初に失いがちな“一番奥の歯”をピンポイントでケアする歯ブラシなど、ユニークな視点と機能性が光るケア用品が多くリリースされている。



創造的な出展社同士の刺激が魅力

そんな広栄社は新価値創造展の前身である『中小企業総合展』から長年にわたる出展経験を持っている。稲葉氏は出展を通じて企業の体質までもが変わっていくと語った。

「新価値創造展に出展するという事は、並ではない独自のものを作るということです。他社が作らないユニークな分野を開発する。それによって会社の性格も変わって、いわば『開発型』の会社になります。そしていざ出展してみると、周りもそういう企業ばかりが出ているわけですから、ものすごくいい刺激を受けます」

来場者へのアピールもさることながら、ユニークな出展社どうしのつながりにも大きな意義があるのだという。

「開発のヒントも多いですし、実際に展示会で知り合ってお取引いただいている企業もあります。その関係は長く続きますよ。何せ、同じ出展社としてユニークなことに意欲のある方々ですから」

“自分の分野”を徹底的に追及する

「いま中小企業に望まれているのは、世の中に無い新しいものを作り、社会の活性化につなげるということ。どんな企業も、しっかり自分の分野で考えて追求していけば、必ず世の中に役立つものを作れると思っています。『爪楊枝でもできるんですから、どんな仕事でもできますよ！』というのが、私のいつものアピールなんです(笑)」

コミカルな口調で締めくくった稲葉氏。口腔という小さな世界を深く追求し、創造することを誰より楽しんでいる様子が印象的である。

(ウェブ展示会「新価値創造NAVI」2017.03.21付 ウェブマガジンより)

株式会社広栄社

〒586-0037 大阪府 河内長野市上原町885
URL: <http://www.cleardent.co.jp/>

企業PR

1917年創立。1960年三角ようじの製造機を開発し、北欧へ輸出。1988年歯科医の依頼で歯間ブラシの製造機を開発。2000年舌を傷つけないタンクリーナーを開発。2008年歯の着色汚れを取るスポンジを自社開発。2012年奥歯専用の歯ブラシを自社開発。生産・加工機は全て自社開発。

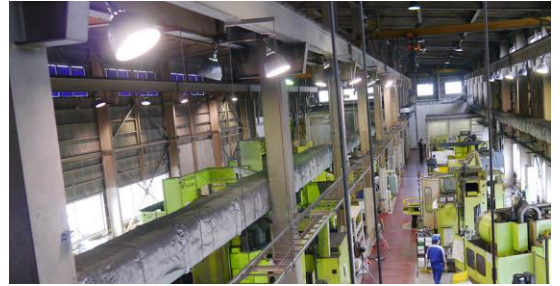
新価値創造展 成功

事例

新価値創造展2016 展示会出展でもっとも重要なのは自社の強みを発掘し差別化を示すこと

魚岸精機工業株式会社

70年という長い歴史を誇る魚岸精機工業。昨年から新価値創造展に出展しているが、最も重視していることは付加価値提案をアピールすることだという。代表取締役である魚岸力氏にお話をうかがった。



当初は大失敗の連続のダイカスト金型製造

2016年に創業70年を迎えた魚岸精機工業。約780°Cに溶かしたアルミを金型内に圧入し、主に自動車の機能部品に成型されるアルミダイカスト金型を製造する会社だ。

「魚岸精機工業は富山県で最初にできた金型メーカーで、ダイカスト金型では北陸最初に手がけた会社です。我が社のパワーの源は、70年間で蓄積した金型製造ノウハウや実績。同業他社から見ると、ことは勝てないと思うところではないでしょうか」

代表取締役社長・魚岸力氏は魚岸精機工業の誇るべき利点をこのように語ってくれたが、ダイカスト金型を手がけた当初から上手くいったわけではない。

「1946年に操業した当時は、戦後すぐだったこともあってスタンピングという簡単なプレス金型を手がけていました。その後、サッシの金型、家電用などに使うプラスチック射出成形用の金型などを製作していききましたが、福井県内にあったある大手家電メーカーの系列会社からの依頼がきっかけとなりダイカスト金型を手がけることになったのです」

その依頼を先代の社長が「プラスチックの金型ができるなら、金属もできるだろう」と軽い気持ちで受けたものの、結果は大失敗。原料が片や樹脂、片や金属では金型の構造自体が大きく違っていったのだ。

しかし魚岸精機工業はダイカスト金型を諦めなかった。

「約40年前、富山県内の臨海工業地帯に国内自動車メーカーの工場が進出してきました。そのときからアルミダイカスト金型を本格的に手がけることになったのですが、当時は製造ノウハウもなく専門の技術者もいません。そこで当時、ダイカスト技術に長けていたスイスのメーカーに工場長が研修に出向き、アルミダイカストとはどういうものなのかを学んだのです。そのとき習得した技術が、いまに至る我が社のダイカスト技術の源です」

その後、同社はリーマンショック時に大幅に業績を落としたものの、それらの危機を乗り越え、いまや北陸の業界内で知らない人はいないと言われるほどの金型メーカーとなった。その名声は北陸のみならず全国的に知れ渡り、現在はほぼすべての国内自動車メーカーと取り引きを行うほどの実績と名声を得ている。



展示会ではただ技術をPRするだけではダメ

そんな魚岸精機工業は昨年(2015年)、初めて新価値創造展に参加した。すでに業界内では一目置かれている同社が展示会に参加した理由は何だったのか。

「我々は金型を製造する会社ですが、製造した製品は発注していたお客様のもの。製品を使って会社のPRをすることはできないのです。そこで新価値創造展のような展示会が重要になるのですが、会場で新規成約に結びつくことが難しいことはわかっています。私は成約を目指すというよりは、魚岸精機工業が何をやっている会社なのか知らない人に『ああ、こういうことをやっている会社なんだ!』とすぐわかるように、我が社の強みを感じていただけることにこだわっています」

出展した昨年は、同社を知る来場者から「新価値創造展に出展していましたね!あの展示会ではみんな元気印の企業ばかりが出てくるんですよ。魚岸精機工業さんも元気印の会社なんですね!!」などの反響があったという。ただ、振り返って新価値創造展に出展したことが同社にとってメリットになっているのだろうか。魚岸さんにそのあたりをどう思っているか聞いてみた。

「出展したことがメリットになるかと聞かれたら、大きなメリットにははっきり言っています。先ほど話したように金型をそのまま展示することはできませんが、我が社は金型を製造する技術がある。その技術のなかで、我が社の一番コアな部分はなんだろう、いわば強みを必死に考えて再発見する。重要なのは、ここなんですよ!ただ技術をPRするのではなく、必死になって考えた自社の強みを絞り出し展示表現することが、同業他社との差別化を図る大きなきっかけになるのではないのでしょうか。」

今回(2016年)、我が社は金型を製造する技術だけではなく、製造する前に金型内部でどういう風に原料が流れていくか、内部に欠陥はないかなどの事前チェック。また、製造後のメンテナンスを考えて不良率を下げるなどの提案など金型製造の前後工程をトータルで請け負う、そういう金型を基軸とした付加価値の部分に対応できる会社なんだとPRすることにこだわりました。それが我が社の同業他社と大きく違う部分だと考えたからです。ただ金型を製造するだけではなく、お客様が困っていることを創業70年の実績に裏づけられた私たちができる範囲で一生懸命対応し顧客満足度を高めること。それが本業の金型製造に結びつくのだと私は考えています」



(ウェブ展示会「新価値創造NAVI」2016.12.21付 ウェブマガジンより)

魚岸精機工業株式会社

〒939-0281 富山県射水市北高木118-1
URL:<http://www.uogishi.co.jp/>

企業PR

昭和21年(1946年)創業の老舗金型メーカーです。永年培った製造技術力と豊富な実績から顧客様への技術支援サポートでコストやリードタイム削減事業をPRしています。



新価値創造展

成功事例



事例

新価値創造展2016

特殊な医療機器製造技術の活用法を展示会で示す

有限会社佐藤化成工業所

PET樹脂製の医療機器を開発し医療分野に新たなムーブメントを確立させた佐藤化成工業。自社が製造する特殊な製品をどのように新価値創造展でアピールしているのか。代表取締役の佐藤役男氏にお話をうかがった。



製品に付加価値を持たせて医療分野に参入した

今回、紹介する佐藤化成工業は医療分野の予防医学に繋がる臨床機器や医療機器を製造する企業。しかし、創業当時はプラスチック製玩具や雑貨類の成型を行っていた。

「1980年代になると、少子化が進んでいたことで玩具業界の将来は明るくないと感じていました。自社の技術を活かし、玩具業界ではない他のジャンルに活路を見いださないと、会社が生き残れない状態に陥ったのです。団塊世代である私ならば、将来なにが必要になるか。それを基準に考察したところ、病気になる前の検査に必要な予防医学の機材なら多くのニーズがあるのではないかと製品の開発を始めたことが医療分野に参入するきっかけとなりました」

代表取締役の佐藤役男氏は現在までに繋がる自社製品開発のきっかけをこのように語ったが、医療器具として最初に開発したのはPET樹脂製採血管だった。当時の採血管はガラス製が主流で、プラスチック製も出始めてはいたが、玩具製造で培ったプラスチック成型技術を活かしペットボトルに使用されるPET樹脂を原料とする試験管を開発することを決断する。結果、ガラス製とは違い割れないことに加え、空気を通さないという他のプラスチック製品が持っていない特徴を持つ、従来にはない採血管が完成した。

「いまでは市場で主流になったPET樹脂製採血管ですが、最初に国産のPET樹脂材で成型し量産販売したのは当社でした。我々は、このような付加価値を持った製品を開発していくことにこだわりながら医療分野へ参入したのです」



付加価値だけではなく信頼性をとくに重視

PET樹脂製採血管に続き、硫黄と便の臭いを通さず検査に適量の便を採取できる独自の採便棒形状を採用した採便管、販売から30年間で1度も液漏れ事故を起こしていないがん細胞などを入れる検体用容器など他社にはない独自性がある商品を次々と開発していった。ただ、この業界で成功するには付加価値や独自性だけを追求すればいいのかというと、それは違うと佐藤氏は語る。

「付加価値がある独自性はもちろん、信頼性をとくに大事にしています。いかに独自性があったとしても安かろう悪かろうで製造した結果、検査などで問題を起こしては信頼されませんから」

しかし、良い製品を開発しても医療業界では、必ずしも成功するとは限らない。

「最初に開発したPET樹脂製採血管を売り込むまでに、だいたい7年くらいかかりました。我々の商品はとある大学の先生がたまたま評価してくれたことがきっかけで売れるようになりましたが、医療業界といえば言葉は悪いけど、ひとことという『鉄のカーテン』。実績がない会社の製品はまず売れません。その実績を作ることに成功すればいろいろな会社から『こういう商品を作れないか?』と引き合いがくるようになりますが、そこに至るまでにだいたいの会社は倒産してしまうのではないのでしょうか」



特殊な製品をPRするために新価値創造展の役割は大きい

こういう特殊な業界のため自社製品を売り込むには、医療検査センターへ営業をかけたリホームページからの問い合わせが来ることを待つ以外、現状では難しいと話す佐藤氏。そんな佐藤化成工業の製品や自社の技術をアピールするために、新価値創造展はとくに重要なだと語ってくれた。

「こういう特殊な製品を販売しているため、展示会ですぐ成約にいたることはありません。ただし、出展したことがきっかけとなり製品や自社技術についてかなりの問い合わせが来ています。実際、新価値創造展に出展したことで、ある企業から『御社の技術を活かした新たな製品を作りたい!』と問い合わせをいただき、現在サンプルを製作するなど契約成立に向けて話が進んでいます。また、何年も継続して出展していることで私に会いにわざわざ会場へ来ていただく方や、展示会を通して知り合った方から業界関係者を紹介してくれるケースも少なくありません。結果的に売上に結びつくのは2,3年かかるかも知れないけど、新価値創造展に出展してよかったと思っています」

最後に佐藤氏から、新価値創造展に出展したことがない企業に対してアドバイスをいただいた。

「自分たちが作っている製品や技術をブースに並べて『我々はこういうことができますよ!』とアピールするより、『この製品は、こういう特徴があるのだから、新たにこういう形での活用法がありますよ』、とアピールしないと上手い話ではないのでしょうか。新価値創造展に出展して即商売に結びつかなくても、自社製品に対して来場者からの意見を聞き、その意見を元に改善・改良を進めていこうと展開していくことで、初めて商売に繋がる流れができていくと思います」

(ウェブ展示会「新価値創造NAVI」2016.12.01付 ウェブマガジンより)

有限会社佐藤化成工業所

〒321-1104 栃木県日光市岩崎1471
URL:<http://sato-kasei.com/>

企業PR

当社は自社開発とお客様のニーズに合わせた製品の提案・企画から始まり金型を製作し、プラスチック射出成形機やフロー成形機でパーツを成形、試薬の分注等を経て製品化します。製品開発は独自性を重視し、ポリエステル製綿棒を使用した製品開発に特に力を入れています。主力製品は病理検査用容器、各種採便管があります。