

関東支部 販路開拓プロジェクトマネージャー 南 勇

## 【ポイント】～県と中小機構の支援施策をタイムリーに活用、社員の意識改革にも繋がる～

本件の経緯は、(財)しずおか産業創造機構が①経営革新計画の作成、②静岡県地域産業総合支援事業補助金、③デザインコラボしずおか製品開発支援事業などの支援を経て、販路開拓コーディネーター事業に推薦したものである。鈴木社長は「ラボという新市場」を開拓したいという希望であった。具体的には、商品開発ラボのサンプル試験が必ずしも実際の製造ラインと整合しないことに着目して開発した「無脈動」機能を市場で検証したいとのことである。

当事業では、販路開拓チーフアドバイザー（販路CAD）との仮説の立案と販路開拓コーディネーター（販路CO）によるアプローチ先への同行支援、によって、塗料と香料の分野に可能性を見いだすことができた。また県と中小機構の連携支援の中で、社員が共通目標を達成するためにどう行動するかという意識を改革する効果も生じたものである。

## 企業概要

- ▶ **企業名**：三丸機械工業株式会社
- ▶ **業種**：食品・医薬・化学機械の製造販売
- ▶ **本社所在地**：静岡県三島市長伏155-13  
三島工業団地
- ▶ **資本金**：15百万円
- ▶ **設立**：昭和9年
- ▶ **売上高**：425百万円（平成20年10月）
- ▶ **従業員数**：20名



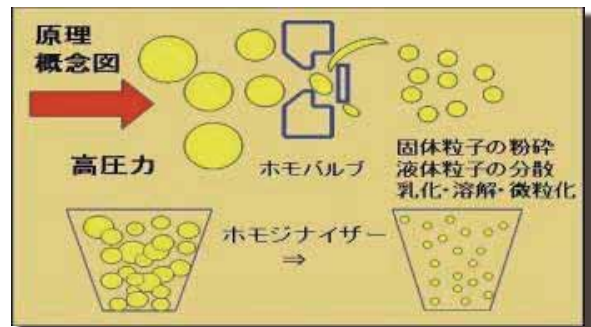
代表取締役 鈴木 隆社長

三丸機械工業株式会社は、酪農の搾乳機のメーカーとして大正7年に創業して以来、食品の品質安定にかかわる機械の開発・製造に取り組んできた。一般に、ケチャップやソースのように消費者が口にして風味を感じる食品や、果汁やヨーグルトのように飲みやすさを感じる飲料には、原材料加工の段階でホモジナイザーが使われている。当社のホモジナイザー技術は、牛乳の脂肪分離をなくす用途では国内シェアの約30%を占めている。現在では、油脂・ケミカル・家電製品などにも応用されている。このような

液体の均質化技術を応用したものの作りが評価されて、平成21年には経済産業省の「元気なモノ作り中小企業300社」に選ばれている。

## 【ホモジナイザーの仕組み】

ホモジナイザーの仕組みは次の図表の通りである。具体的には、プランジャーポンプで流体に高い圧力をかけ、特殊なバルブ（ホモバルブ）の繊細な隙間から流体を噴出し、粒子間の衝突・せん断・微細化作用を通じて固体粒子の粉碎、液体粒子の分散、乳化・溶解・微粒化するものである。



## 【支援対象】

今回の支援対象は、新しく開発した無脈動機能を付加した「ラボスケール・ホモジナイザー」である。

商品開発の現場では、少量サンプルの試験結果が必ずしも製造ラインと整合しないということが生じている。当社はこのライン機との整合

したデータを得るため、圧力と流量の変動を低減させる「無脈動」という機能を開発したのである。また女性が多いラボへの導入をも意識して、(財)しずおか産業創造機構のデザインコラボしずおか製品開発支援事業により、プロダクト系のデザイナーの支援を受け入れ、工夫を重ねた。



ラボスケール・ホモジナイザー

## 支援課題の設定とプロジェクトマネージャーの視点



南 勇 販路開拓プロジェクトマネージャー

支援のポイントは、①液体の攪拌で品質向上できるニーズを仮説して狙う市場を絞ること、②狙った市場に知見のある販路COと同行して、仮説の検証と課題を抽出すること、③推薦いただいた支援機関をまじえて、今後の方向性について意見交換し提言すること、である。

活動途中で鈴木社長の当事業にかける思いが担当者に伝わらないのか、アプローチ先への対応に時間を要した。担当者が「待ちの営業手法」に留まっていたので、(財)しずおか産業創造機構

を交え、鈴木社長と率直に意見交換して社長に陣頭指揮をとっていただくことになった。このことがお客様との行動にかかわる社員の意識改革を啓発する効果を引き出し、納得のいく支援にすることができた。

## 支援内容と支援成果

ターゲット分野を塗料と香料ほかの市場に絞り、3名の販路COが支援を実施した。

塗料分野の船舶塗料メーカーでは、2回にわたるデモ試験により、実用可能という評価を得ることができた。使用現場の声を取り入れて、ホモバルブの材質をセラミックに替えたことで硬い材料を細かくすることに成功したのである。

香料メーカーでは「無脈動」に興味を示され、研究中の課題に適用できるかを検討したいとの申し入れがあり、子会社でデモ機を試用していただく機会を得ることができた。

## 経営者のことば

当事業では、私を含め当社のチーム全員に対し、市場の声をヒアリングして活動期間中に改善できるようにリードいただきました。経営革新には社員全員の意識改革が必要だと考えていましたので、格好の機会でした。中小機構が身近に感じた思いです。

前期は厳しい市場環境の中で売上高は減少しましたが、社員の意気は軒昂です。ターゲット分野の絞り込みやお客様からのヒアリング手法および営業の進捗手法についてリードいただいた体験を、当社の営業の仕組みとして定着させて活用しています。

決算月 (10月)	売上高の推移 (単位: 百万円)	主な支援メニューと受賞
76期 平成21年	390	2009グッドデザインしずおか マネジメント賞 (静岡県) 元気なモノ作り中小企業300社 (経済産業省)
75期 平成20年	425	販路開拓コーディネーター事業 (中小機構) デザインコラボしずおか製品開発支援事業 (静岡県)
74期 平成19年	392	
73期 平成18年	346	静岡県地域産業総合支援事業費補助金 (静岡県)
72期 平成17年	356	経営革新計画の承認 (静岡県)