

適切なビジネスモデルと伝える力の向上により新たな用途と販路を創造

“販売”だけが商売じゃない！！ マーケットの声を聞き、顧客が欲しくなる魅力の伝え方と顧客に適した提供の仕方を見つけることにより、新たな用途と販路を創造した。

近畿本部 販路開拓プロジェクトマネージャー 高島 和夫

企業名 株式会社アシストユウ
業種 電気・設備業各種ソフト販売、コンサル業、ネットワークカメラシステム販売等
所在地 宮崎県宮崎市新別府町前浜 1401-30
資本金 10百万円
設立 平成14年5月
売上高 約130百万円
(平成25年4月期)
従業員 14人 (正社員14人)



会社外観



小幡社長と観光地での事例

当社は、10年近くの歳月をかけ、小型で屋外対応力のある移動式ネットワークカメラを開発した。販路開拓コーディネイト事業を活用し、様々な知見を有する販路開拓コーディネーターに同行。当社では到達できなかった様々なマーケットの声を聞くことで、マーケティング企画の精度向上・製品改良点の明確化・販路開拓の流れとポイントを学ぶことができた。その市場の声を聞く活動の反応をまとめ、当社は地元大手建機レンタル会社や大手ハウスメーカーなどとの受注に結びつけ、独自の販路開拓力を高め、宮崎から全国展開を果たすべく邁進している。

企業概要

当社は宮崎県に所在する、地元密着のIT企業である。平成6年に小幡社長が創業し、宮崎県の電気設備業向けにITシステム・CADの販売などを実施していた。平成14年には株式会社に改組するとともに、ネットワークソリューション

事業を立ち上げ、移動式ネットワークカメラ開発に本格的に着手した。当時のネットワークカメラは、屋外で使用するには防水性に課題があり、通常設置にはLAN配線・ネットワーク設定など専門的な知識が必要であり、当然ながら一度設置すると簡単には移動できない。

一方、顧客である建設業からは、屋外での使用が多いため、防水性の高いものが求められていた。さらに、工事毎に場所の移動があるため、簡単に設置・移動できるモノが求められ、その要望に応えるための開発となった。

そこで、防水性に優れた筐体の中にカメラ・ルーターなど必要な機材を収め、スイッチを入れれば瞬時に画像配信ができるようにし、また、通信環境に柔軟に対応すべく、各携帯電話会社のデータ通信を使って画像配信とカメラ操作を可能にした。これにより、屋外でも場所を選ばず専門知識のない人でも簡単に設置・移動することが可能になり、「移動式ネットワークカメラ」として、平成18年に宮崎県の経営革新計画の承認を受けることができた。さらに、太

陽電池パネルとバッテリー、照明点灯リレー装置など屋外で使用する上で便利な周辺機材も充実させ「モニタリングミックス」という名称を付けて展開している（実用新案登録 第3161388号）。

中小機構との出会い

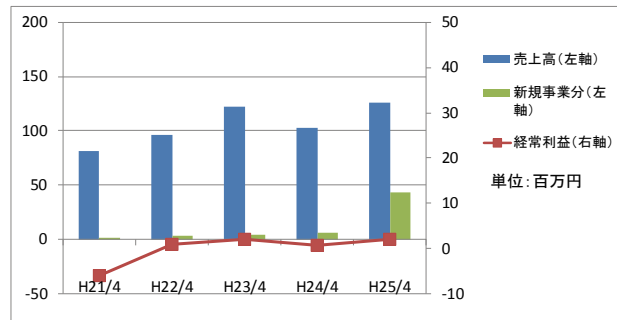
平成13年に試作第一号を作成。その後、数年に渡り、小型化、屋外環境への設置対応力の改良を続けた。平成20年8月に九州経済産業局における新連携事業の認定企業となり、中小機構九州本部より支援を受け、より付加価値の高い製品づくりに注力することとなった。

一方、販売面では、地元宮崎県内で防災・防犯用途（不法投棄）で数カ所の実績があるものの、本業と異なる売り先でかつ、用途は様々想定されるにも係わらず、効果的な営業活動ができていなかった。そのような中、平成22年10月中小企業総合展in Tokyoに出展した際に、九州本部から紹介を受け、販路開拓コーディネイト事業での支援依頼があった。

プロジェクトマネージャーの視点と支援課題の設定

10年近くの歳月をかけて開発してきた製品であり、そこには開発企業ならではの独自性・優位性があるはずであるが、初回コンタクトをした際にはうまく表現されていなかった。また、これまで防災・防犯用途で、自治体の他に土木建築業へアプローチしてきたが、土木建築業では機材はレンタル・リースが中心であるため、機材の販売が必ずしも適切な製品の提供方法とは言えなかった。そのため、

売上高と経営利益



支援メニュー	H21	H22	H23	H24	H25	支援内容(支援テーマ等)
新連携事業	●	→	→	→	→	事業化支援など
販路開拓コーディネイト事業		●	→			マーケティング企画立案、販路開拓
中小企業総合展出展		★	★	★		マッチング(顧客開拓)
海外F/S支援事業					★	海外展開(インドネシア)のF/S調査

事前検討段階では製品コンセプトの明確化を図り、製品の提供方法・プレゼン等説明方法を含めたマーケティング企画を立案した後、テストマーケティング活動に入ることにした。支援の目的は、今後独自の力で市場にアプローチしていくことができるようになることである。

また、潜在的には、様々な用途が考えられる製品である。企業もその可能性を感じているが、具体的な分野が判明していないため、様々な分野へアプローチし、その可能性を探ることも必要であると考えた。

プロジェクト推進体制

小幡社長とプロジェクトリーダーは、販路開拓プロジェクトマネージャー及び担当チーフアドバイザーとともに事前検討を行い、プレゼン等のブラッシュアップと、どの企業・業界にどのようにアプローチしたらよいかマーケティング仮説を設定し、準備を整え、アプローチ企業を選定した。

その後、アプローチ企業への紹介が可能な販路開拓コーディネー

ターを選定し、企業（小幡社長とプロジェクトリーダー）とアプローチ先企業に同行訪問するテストマーケティング活動を実施した。今回の活動は、メインとなるゼネコン・設計会社とレンタル・リース会社へのアプローチの他に様々な用途開拓の模索を行うこととした。用途開拓分野では、事前検討に上がった分野以外でも販路開拓コーディネーターの幅広い知見から見て可能性のある分野についてもアプローチを試みることにした。



製品（モニタリングミックス）の例

支援内容と支援成果

テストマーケティング活動前の事前検討では、「モニタリングミックス」のようにネットワークカメラとwebサーバを使い遠隔地を監視するシステムは、大手情報機器メーカーや大手建設会社をはじめ複数存在することから、他社製品と比較して、どこに優位性があるか洗い出しを行い、どのような業種企業に対し、どのようなアプローチを試みるのが有効であるか検討することとした。その結果、次のことが浮かび上がった。

①他社の携帯データ通信の伝送速度は遅く鮮明な画像の配信は難しい。しかし、当社は画像伝送技術に工夫をすることでそれを可能に

する。この基礎土台は、コンクリート基礎と遜色のない強度を保つが、設置・撤去が2時間でできる。などが上げられた。

そして、これらの強みが、ユーザーにとって大きなメリットにつながるものであることをアピールできるようにプレゼン資料をブラッシュアップしていった。特に、アプローチ先企業の評価は、その機能ではなく、どんなメリットを享受できるかを心がけた。また、同時にどのような業種にアプローチをするべきか検討を重ね、建築現場の機材は、レンタルが基本であることなどから、レンタル商材としてのビジネスモデルも想定し、価格体系などを含む営業ツ

等山野や森林を管理している団体・企業。地元で過去に納入実績があり、ユーザーの評価が高い。

③農業分野。ねらいは農作物の盗難監視、育成状況の確認ツールとして、レンタル農場・観光農園での顧客満足アップツールとして使用が想定された。

④観光地・文化遺産と関わりの深い観光協会・広告会社など。ねらいは美観・保全などの理由から配線ができない場所の監視（防犯・夜間の放火防止）と桜の開花情報やスキー場の積雪情報、イベント・祭りのライブ映像など。PRに有効と思われる。

一方、販路開拓コーディネーターからも、

・資材保管場所が分散しやすい大手工場管理やプラント建設現場監理用。

・商業施設・イベント等での警備用。

などの意見が出た。最終的に20社程度に絞り、数ヶ月に渡る販路開拓コーディネーターとのテストマーケティング活動を実施した。

その結果、

①監視カメラとしてアプローチした場合、商談が進まなかった。理由は、固定式カメラとの差別化ができない（警備業・工場）、もしくは、価格が高すぎる（農業）とのことであった。農業用としては、カメラを中国製など廉価なものを使えば、可能性はあることが判った。

②観光地PR用として、大手私鉄にて採用された。これは、観光地の様子を都会のターミナル駅のモニターに映し、観光客の増加をねらうものである。

③設計・建築業及びリースレンタル業の場合、商談は進むも、NETIS



本プロジェクトの成功要目は、小幡社長の素晴らしい人徳である。物怖じしない行動力と飾らない人柄で、コーディネート活動中に訪問した企業、支援した複数の販路開拓コーディネーター、近畿本部の関係者の全ての人々に、「この方は応援しないとイケない！」と思わせる魅力をお持ちだった。このことが時流に乗ったユニークな製品と相まって当初の想定をはるかに超える販路開拓成果を挙げることになった。

高島 和夫 近畿本部 販路開拓プロジェクトマネージャー

している。

②カメラは各社とも大手家電メーカーのものを使用している。しかし、実用新案を取得した筐体は防水性・温度管理機能など内部機材の保護機能が優れており、故障の少なさなどに優位性がある。

③他社製品は、定点監視用であり、一度設置すると移動は困難である。また、移動用のものがあっても単に三脚の上にカメラを設置しただけのものであり、カメラの転倒、盗難などの課題がある。しかし、支援企業のもは、特殊なアンカーボルトを使用した基礎土台の上に4mのポールを立てて設置

ルの整備なども行った。

さらに、国土交通省のNETIS（新技術情報提供システム）登録の取得を目指し、建設会社などに提案しやすい方策を今回の活動と同時並行していくこととなった。

事前検討の結果、想定業種は、以下のとおりとした。

①設計・建設業と機材を供給しているリースレンタル業。ねらいは、1)NETIS認定されれば受注に有利なので積算の段階で組み込んでもらう2)資材の盗難が多いことから、夜間の資材管理と不審者の監視など。

②不法投棄防止として、森林組合

登録が遅れ活動中には認定が間に合わなかったため、採用までには至らなかった。しかし、活動終了後、すぐに認定がとれると大手レンタル会社を始め多くの企業で採用となった。

このように、NETIS登録（登録No.QS-110023-V。設計比較対象技術取得）という新たな付加価値を付け加えることができ、商品の提供方法も販売だけにこだわらず、レンタル・リースなど“販売”以外の方法に柔軟に対応したビジネスモデルを構築できたことで、今回のテストマーケティング活動による市場の反応を、地元大手建機レンタル会社にもっていったところ、約100台の受注につながり、追加注文に至っている。さらに、大手ハウスメーカーがベトナムで開発している工場団地で採用になったことや大手通信会社からOEM供給の受注が決まるなど商談が進展している。

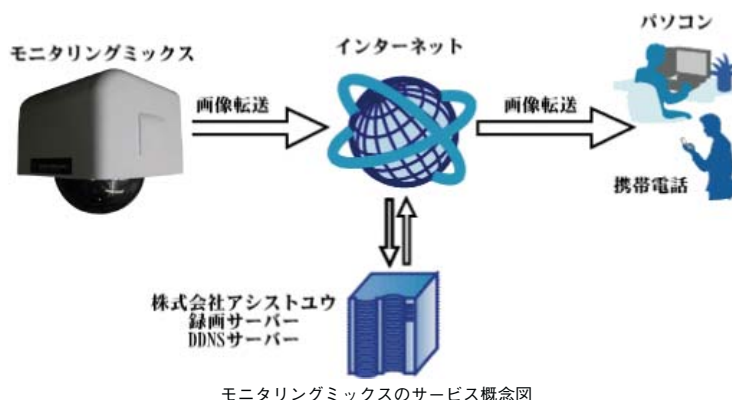
様々な採用に至った最大の要因は、アプローチ企業への同行訪問の行き帰りに販路開拓コーディネーターからプレゼンのフィードバックやアドバイスを受け、実際に市場の声を聞き、それをどんどんプレゼンやセールスの内容に反映させていったことがあげられる。つまり、当社が自社の力で販路開拓して行く力を身につけ、実践していったことである。

今後の課題

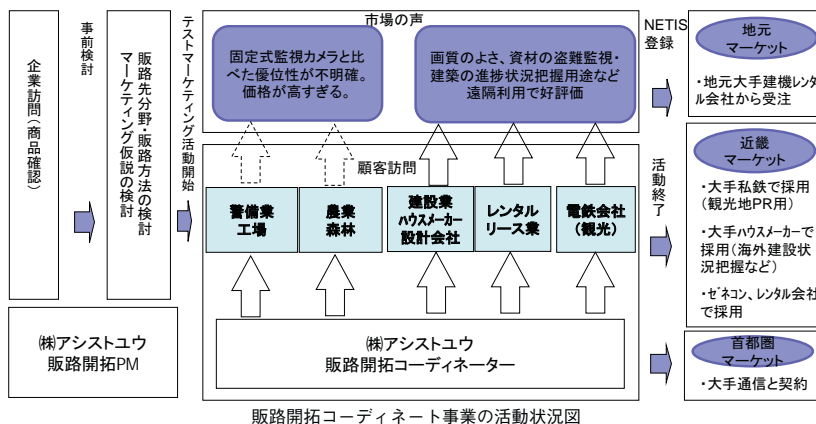
当社は企画開発・販売など連携の中心を担いながら、機材そのものは連携先企業が製造している。また、開発ソフトは操作性が優れているなど様々なメリットがあるが、競合・類似ソフトもあり、製

品サービス全体では評価され採用されても、ソフト使用料の値引き・代替ソフトの使用など、ソフト開発担当企業として収益性は向上していない。そのため、収益性を高めるべく、単なるソフトメーカーではない、ファブレスメーカーとして更なる販売網を整備し、事業全体を統括する体制構築が必要である。

さらに、「モニタリングミックス」の需要は、メガソーラーの現場や海外での引き合いなど拡大傾向にあり、中小機構の海外F/S支援事業を活用するなどして、インドネシアへの可能性調査など海外展開を含む営業体制強化を実施しているところで、真摯に学ぶ企業の更なる成長に期待したい。



モニタリングミックスのサービス概念図



販路開拓コーディネート事業の活動状況図

経営者のことば

何処かに自社の商品を必要としている人がいます。この素晴らしい支援を受けられたお陰で、全国・海外まで販路を広げる事ができ、10年やってきた中で最高の支援です。そうそうたる大手企業との人脈ができた事は、弊社にとって最大の財産です。そのようなきっかけのお陰で波紋が広がり、海外での展示・商談会まで事業展開ができ、今後海外での営業所までも視野に入れた展開ができてきました。



代表取締役 小幡 小百合社長