

地域資源と融合した“絞り布容器”の市場開拓にチャレンジ

当社の独自技術を活かしたユニークな紙容器は、桐生織と融合させることで多彩な表現を可能とした。新たな市場開拓にチャレンジし、ギフト・お土産・ノベルティ市場分野で、話題性喚起のニーズが確認された。

関東本部 販路開拓プロジェクトマネージャー 田川 幸平

企業名 蔵前産業株式会社
業種 医療機器、半導体装置、
自動車関連装置等の部
品製造・販売
本社所在地 群馬県前橋市
上大島町176-44
資本金 48百万円
設立 昭和44年1月
売上高 412百万円
(平成26年12月期)
従業員 24人

群馬県の地域資源である桐生織と当社の独自技術を融合させた「絞り布容器」は、これまでにないパッケージの可能性を追求した商品である。4名の販路開拓コーディネーターと同行訪問した企業から、今後の市場展開に向けた有用な評価の収集、商品改良等についても探索できた。絞り布容器の導入促進となる資料作成づくりのノウハウ蓄積が図られたことも大きな成果であった。地域産業資源活用事業と販路開拓コーディネート事業を組み合わせ、より効果的に課題解決を図った事例である。

の受注量減少という悪影響が及んだ。そんな折、ある紙容器メーカーから当時はまだ国内になかった紙容器向けの金型製作の依頼が舞い込んだ。しかし、対象物が紙ゆえに壊れにくく再注文は期待できなかった。

そこで金型を販売するのではなく、金属加工で培ったノウハウを紙加工に活かし、独自で紙パッケージづくりに転換することを決断したのであった。

当社が着目したのは1枚の紙から立体形状に仕上げる“深絞り”という技術である。紙は性質上、金属と違って伸びないため1回のプレスで深い絞り加工することは難しいが、他社ではできない70mmの深さを実現している。長年蓄積してきた当社の金型技術や成形技術があってこそ可能になったといえる。平成21年度に「ものづくり中小企業製品開発等支援補助金」で開発した紙容器専用成形機の完成で量産体制が確立できた。これによる紙容器の企画から量産までの一貫体制を所有していることも当社の強みである。

表面に印刷したり、布を貼ったりすることでバラエティに富んだ、ユニークな紙容器を提供できる。これによってできる紙容器の用途は多様である。形状や強度を変え、耐熱性を加えたり、滅菌処理したりすることで、加熱できる弁当容器や医療現場でステンレストレイの替りとして使われている。

企業概要

当社は、昭和44年に東京都日本橋で、現会長によって設立された。昭和49年3月に群馬県前橋市に本社を移転し、その後、前橋東部工業団地に会社を構えている。金属加工から出発し、現在では医療機器部品の製造が当社の主力事業となっている。平成12年12月から松下信一氏が社長に就任している。

紙製絞り成形容器への進出は、バブル崩壊後からの経済環境の変化への対応がきっかけであった。大企業の生産拠点の海外移転が進行するなか、得意とする白物家電のプレス金型産業も空洞化が始まり、当然ながら当社にも金型製作



本社・工場



多彩なデザインが可能な紙うつわ



繭くず湯（抹茶）の紙うつわ

当社独自の繭形容器は、平成24年度の「グッドデザインぐんま」に選定された。現在、群馬県内の温泉旅館で「繭しるこ」、「繭くず湯（抹茶）」、「絹給」の容器として使われている（写真）。

中小機構との出会い

経営革新計画や新連携事業の認定、補助金の申請等について、これまで地元の群馬県産業支援機構から支援を受けている。平成25年2月に認定された地域産業資源活用事業計画の申請についても同機関の担当者の勧めによるものであった。

松下社長が脱下請けを掲げ、紙容器事業拡大を目指すなか、認定計画の確実な実行のため、効果的な販売方法をどのように確立すればいいのかという販売面が最大の課題となっていた。

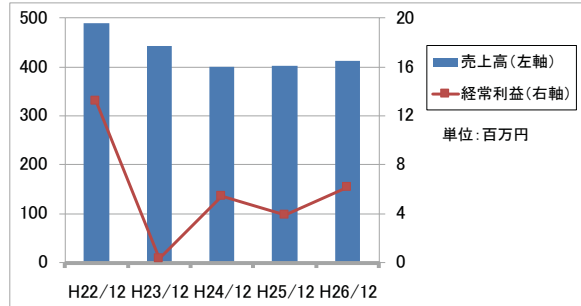
群馬県産業支援機構ではこれまで販路開拓コーディネート事業の活用実績が多く、担当者は事業内容を熟知していたこともあり、当社の販路開拓の課題解決についても効果的との判断から関東本部に相談があった。

プロジェクトマネージャーの視点と支援課題の設定

今回の検証は、地域産業資源活用事業のテーマである「群馬県東毛地域の織物を活用した新しいパッケージの開発・販売」に沿った内容とし、二次試作に向けた情報収集の位置付けで取組むこととした。

支援製品は、「絞り布容器」である。ターゲットは和菓子、和装小物、慶事用商品、ノベルティなどの贈答用途を想定した。

売上高と経常利益



支援メニュー	H22	H23	H24	H25	H26	支援内容(支援テーマ等)
地域産業資源活用事業				●		絞り布容器の開発・販売
販路開拓コーディネート事業				●	●	二次試作に向けた情報収集



絞り布容器の例

従来の紙容器に比べた新規性は、①織物の素材を活かすことでパッケージとしてのクオリティを高めることができる、②立体表現に高級感、限定感等を付加して中身のこだわりを表現できることにある。

これまで受注した紙容器は、食品会社や医療商社が中心の量産品であった。贈答用については、地元では少しずつ実績が出始めていたが、首都圏で贈答用パッケージの展開経験はなく、本格的な市場導入については未知数であった。

そのため「本格製品に向けた試作品づくりのための情報収集」を目的に、想定したターゲット分野の現状とニーズ確認、商品改良、提供価値の評価や受容性等の情報収集、導入に向けた課題の探索を支援の着地点（支援目標）として設定した。

プロジェクト推進体制

紙容器事業の責任者であるExplo事業部長が販路開拓コーディネート事業の推進者となり、アプローチ先への訪問にあたることになった。ちなみに「Explo」とは「開拓する・開発する」という

意味のexploitを略したものである。

推薦していただいた群馬県産業支援機構のバックアップも得、関東本部ではプロジェクトマネージャー（PM）、本件を管理する販路開拓チーフアドバイザー（販路CAD）、サポートする販路開拓コーディネーター（販路CO）の専門家と職員がチームを組んで支援にあたった。

支援内容と支援成果

＜販路開拓コーディネート事業＞ （平成25年8月～平成26年3月）

販路開拓コーディネート事業での支援は次の3段階で進めた。

(1)マーケティング企画のブラッシュアップ

支援の第1段階では、Explo事業部長と販路CADがブラッシュアップシート（*注1）を使って、マーケティング企画を立案した。

（*注1）製品やサービスの顧客価値をいかに高めるかを順序立てて考えることで、効果的な販路開拓を実現するための支援ツール

まずは、「地域産業資源活用支援事業計画」の申請書・計画書を検証したうえで、商品の新規性・技術の独自性・地域性を生かせるようなターゲットの設定にとりかかった。絞り布容器のいろいろな使用シーンを想定し、面談やメールで繰り返しターゲットに対する提供価値は何かについてディスカッションを行った。検討は多方面にわたり、ブラッシュアップシートの完成まで約3か月をかけた。

最終的に「慶事用ギフトパッケージ」「和装小物の化粧箱」「和菓子の贈答用パッケージ」の3つの用途に絞り込んだ。その後、ブラッシュアップシートの各要素をプレゼン資料に落とし込み市場に出るための準備が完了した。

この努力が実を結び、案件採択会議では絞り布容器の技術的な優位性、贈答用パッケージの提案として競合との差別性があること、販路開拓支援の必要性が認められたことから採択となった。

(2)テストマーケティング活動

支援の第二段階は、仮説を検証するためのテストマーケティング活動である。

平成25年12月に30名の販路COが集って開催されたオープンマッチング会（*注2）で、Explo事業部長にプレゼンしていただいた。そして、支援を希望する販路CO

に向けた評価になると厳しい反応が多かった。例えば、ある老舗和菓子メーカーでは昔ながらの伝統デザインが重んじられ、新たなパッケージを検討する余地はなかった。また、和装小物メーカーでは高価格の商品にパッケージのグレードがそぐわないという意見をいただいた。しかし、販路COの努力もあり、アプローチ先からの情報収集が進んだ活動後半になると次第に可能性が広がってきた。

好感触を得られたのは、小ロットで新規性を求めるギフトやノベルティの領域であった。外車の試乗会イベントのノベルティ用として、先方の仕様に基づいた絞り布容器のニーズを発見できた。あるサッカークラブチームからは、スタジアムで販売するチームノベルティとして要望があった。サッカーボール型紙容器に選手の似顔絵

支援の第3段階では、支援期間中の活動結果と成果を報告書にまとめ、支援企業に今後の市場浸透を図っていくために重要な新たな課題と対応策について具体的な提言を行った。

<支援の結果>

販路COが8社のアプローチ先に合計24回の同行活動を行った。その結果、次の4社に見積書を提出した。具体的な進捗状況は次のとおりである。

- ①ノベルティ企画会社…外車の試乗会用ノベルティの検討
- ②手造り飴の老舗…土産物の共同開発の検討
- ③紙製品企画会社…キャラクター付パッケージサンプルの提案
- ④サッカーJリーグチーム…サッカーボール型紙容器+選手の顔写真入りお菓子の提案。

<支援の成果>

贈答用パッケージとしての「絞り布容器」について、多くの貴重な情報と評価、助言を得ることができた。その結果、今回の販路開拓支援で目指した「本格製品に向けた試作品づくりのための情報収集」について以下の観点から検証ができ、活動開始時に設定した「二次試作に向けた情報収集」という支援の着地点（目標）に到達することができた。

1. 製品評価の収集

- ①使用素材の布：「和」を強調し高級感があると高評価であった。和紙、フェルト、鏡文字の紙プリントなど多様な対応ができることも興味をひいた。
- ②品質面：本体と蓋のかみ合せ感、縁取り仕上げ、強度面の改善が指摘された。
- ③デザイン面：桐生織の布のほか、フェルト、和紙などのデザインバリエーションが好まれた。「蘭玉容器」はとても可愛いと女性に好評で、プレゼント用に適しており、卓上でお菓子や小物を入れる二次使用が楽しめるとの評価をいただいた。小ぶりなものも要望があった。
- ④価格面：ノベルティ関係では、商品としての販売価格にもよる



田川 幸平 関東本部 販路開拓プロジェクトマネージャー

ギフト・お土産・ノベルティ分野で、絞り布容器の話題性喚起のニーズが確認できました。今回習得されたマーケティングのノウハウを生かすことで魅力的な市場が拓け、受注獲得につながることを確信しています。

から提出されたアプローチ先を検討し、4名のCOを選定した。

（*注2）通常は3名の販路COを指定してマッチング会を開催するが、集合形式で行って支援希望者を募るマッチング会

担当する販路COには、テストマーケティング活動の前提が「本格製品に向けた試作品づくりのための情報収集」であることを認識してもらい、本格的な支援活動が始まった。

サンプル提出にあたっては新規金型費用を抑えるため、繭型、ドーム型、サッカーボール型の3種類を活用することにした。

テストマーケティングの開始直後、アプローチした企業からは一様に織物を貼った絞り布容器に興味を示したものの、実際の採用に

を入れお菓子をセットして販売するという提案を行った。

当初は東毛地域の織物の和のテイストを前提に考えていたが、素材も織物だけでなくフェルトや和紙などにバリエーションを広げることでカジュアル性を打ち出し、四季を通じたイベント需要を掘り起こせることがわかってきた。

価格面は、和菓子の量産品パッケージでは単価100円が限界なのに対し、ノベルティでは内容物や見せ方にもよるが、単価300円程度と比較的高価格の設定が可能になることがわかった。

このように当社が取り組むべき市場分野が絞り込まれ、市場導入の確実性が高まった。

(3)フィードバック報告会

が、デザイン性や話題性が付加できれば単価300円までは受容範囲であった。

- ⑤金型費用：小ロットの場合は新規製作費用を商品コストに反映させることは難しい。別途償却すると負担増になるといった意見が大勢を占めた。どの業界でも提案側の負担が一般的であった。

2. 贈答用パッケージの現状把握

- ①ノベルティグッズやお土産の分野
シーズン需要やイベント需要が定期的に発生するので、デザイン性や話題性のある提案をすることで絞り布容器の価値を提供できることがわかった。

- ②高級和菓子の分野
パッケージはあくまで中身を護る脇役として主張しすぎないことが求められた。

- ③お菓子の量販分野
価格競争のためパッケージへの予算はできるだけ少なくする傾向にあった。

- ④和装小物の分野
中身のグレードに合った体裁のパッケージにする必要があった。結婚式といった慶事用では、式場へ納める業者がパッケージ選定をしていることがわかった。

3. 絞り布容器の受容性の検証

- ①ギフト・お土産・ノベルティの分野
話題性喚起のニーズが確認された。

- ②贈答用和菓子や慶事用分野
中身のこだわり表現（織物による素材、質感、希少性等）、中身の立体表現、贈答用に相応しい高級表現、地元の伝統表現が求められるニーズは明確には確認できなかった。

以上のように、自社ではなかなか実現できなかったことを現場で体験でき、今後の製品改良や営業展開に貴重な情報を得ることができた。

今後の課題

フィードバック報告会で、取り組むべき新たな課題を明確にし、対応策を提言した。

- ①絞り布容器の展開分野の絞り込み

ギフト・お土産・ノベルティ分野へ集中展開が有効である。この分野は紙うつわの企画から量産までの一貫体制を所有している当社の強みを発揮できる。アイディアは今回の活動で関係のできたノベルティ企画会社等から得ることで実現性が高い。高級路線よりも「本格の香り」がするカジュアル性を重視することがベターである。

小ロットないしスポット需要（約3,000～10,000個）に柔軟に対応するため、パッケージの基本形を数種類用意し、金型の共有化で顧客のコスト負担を抑える。違いを出すため織物、フェルト、和紙などの素材を替えることで多様な印象を与える工夫をする。

②絞り布容器商品の品質向上

かみ合わせや縁取りの処理については、紙の厚さや材質を変えることで改善する。隙間のないしっかりしたかみ合わせとなめらかな縁取りを実現し、あわせて強度も高める。

③協業体制の構築

絞り布容器の用途開発には、パッケージ利用が不可欠なノベルティ業界、お土産業界、販促業界の企業と協業することが受注獲得と認知を高めるうえで重要である。特に女性の視点を取り入れ、ノベルティ要素の強いプロモーションプロジェクトと連携できると高い効果を得られると考えられる。食品関連のお土産品については中身の調達にリスクが伴うので、参入

には慎重な対応が求められる。

約10か月にわたり、主体的に活動されたExplo事業部長から、次のような感想をいただいた。「自社の商品を買っていただくために、何をしなければならないかを徹底的に学ばせていただきました。実は、今回の支援を通じて結実した成果がもうひとつあります。それは、当社のパッケージ事業に「紙うつわ くらまえ」という屋号ができたことです。ギフト・お土産・ノベルティ分野で商品をアピールしていくにあたり、蔵前産業では商品イメージとつながりにくいので、ブランドロゴも制作しました。ホームページも立ち上がりました。今回の経験がなければ、こうした発想は生まれなかったでしょう。アプローチした企業からいただいたアイディアをもとに、正方形や長方形といった新しい形状にもチャレンジしていきます。今後はこの新ブランドで、魅力的な商品を開発していきたいと思えます」。

最後に今回の支援事業で関係構築のできたアプローチ先に継続的な営業活動を推進していくことをお願いした。明らかになった課題へ対応していくために社内体制を整えていくことも確認した。まずは成功事例をつくることに注力し、積極的な他社への横展開を図っていくことで事業のさらなる発展を期待したい。

経営者のことば

中小機構の皆様には販路開拓コーディネーター事業を通じて大変お世話になり、感謝いたしております。ブラッシュアップシートを作成することで、新しい商品である「絞り布容器」のターゲットが明確となり、さらに普段我々だけでは訪問することができない企業様へアプローチして、様々な貴重なご意見やアドバイスを頂くことができました。今後、紙うつわ事業の発展に努力してまいりますので、ご指導の程よろしくお願いいたします。



代表取締役 松下 信一社長