

事業革新研究会ニュース

中小企業診断協会大阪支部
事業革新研究会



< 掲載記事について >

事業革新研究会ニュースでは、事業革新の記事を主体として広く読者の参考となる記事を掲載します。各記事は下表に示す分類項目の区分記号順に掲載しています。

区分	分類項目
A	事業革新事例
B	新商品、新技術
C	業界事情
D	海外事情
E	その他

連絡先：事業革新研究会ニュース編集事務局長 橘 善輝 info@sigma-support.com

< 目 次 >

区分	表 題	氏 名
A	次世代素材による専門品収益モデル	橘 善輝
B	付加価値への一考察	中上 義春
E	倒産被害から身を守る（ 3 情報入手方法 ）	小路 一
E	写真館業 セッツスタジオの例	佃 浩輝

区分	A	次世代素材による専門品収益モデル	氏名	橘 善輝
<p>滋賀県にある従業員 84 人、年間売上げ 10 億 8000 万円の企業「童夢カーボンマジック」は、「鉄より強く、アルミより軽い」炭素繊維強化プラスチック（CFRP）と云う次世代素材で製品を作っている会社である。最近ボブスレー全日本選手権女子の部で 2 位に大差を付けて優勝して話題になったボディーは、従来から 30Kg も軽く、当社が製作を担当したものである。</p> <p>当社はオートバイホイール、車いす、新幹線の座席など 400 種類もの製品を手掛けており、すべてオーダーメイドである。当社の強みは、30 年近くレーシングカーの運転席（通称モノコック）を CFRP で作り続けて来たノウハウが製品開発に活かされ、どのような用途の製品であれ CFRP を活用して最高性能に仕上げることが出来ることである。製品に加工する前の素材はプリプレグと呼ばれ、鉄の 10 倍の強度を持つ炭素繊維を液状プラスチックに浸み込ませた厚さ 0.2mm の薄いシートである。このプリプレグ数十枚から数百枚を型の上に貼り合わせて製品原型を作っていく。この時の強さと軽さを両立するシートの重ね方に当社ノウハウがある。レーシングカーのモノコックでは 1000 枚のプリプレグを貼り合わせ、スピードを出すための軽量化と事故の衝撃に耐える強度を実現しているが、そのデータを製品作りに活用している。</p> <p>しかし、CFRP は素材として高価であるため、一般製品になると品質と高性能を維持した上で、如何にコストを抑制するかが課題である。例えば車いすの場合は、CFRP フレームを一体化させ、部品数を従来品の 1/4 に削減して 3 割のコストダウンを実現させた。</p> <p>CFRP を自在に活用する技術は他社の追随を許さないものがあり、収益モデルとしては、顧客の選択肢を制約した典型的な物理的制約モデルに属する専門品収益モデルである。</p>				

区分	B	付加価値への一考察	氏名	中上 義春
<p>「経営革新」、「イノベーション」、現事業が停滞や漸減を始めると、考えることが多くなります。この現状からどのように脱却すればよいのか？ 製造業は新商品開発にチャレンジすることが多くなります。その際に基本方針として掲げられることが、海外生産の低価格品と差異のある付加価値の高い商品開発との視点です。</p> <p>しかし、海外生産品の多くは、純粋に現地開発されたものでなく、日本や欧米の企業が企画・開発し、中国等で生産したのも少なくありません。このような低価格の海外生産品との競合となります。当然、小差の付加価値では価格差以上の価値を顧客は認めません。</p> <p>販売量が必要な大手企業と違い、中小企業の強みは、小さな市場規模でも採算をとることが可能です。ほんの一部の特別な顧客が求める「価値」を提供できれば、十分に採算をとることが可能となります。東日本大震災以来の節電対策として夏場の扇風機が見直される中、2011 年日経トレンディ「ヒット商品ベスト 30」の第 3 位に選ばれた「節電扇風機グリーンファン」を産出したバミューダ株式会社（2003 年創業）は、「最少で最大を」との企業理念を掲げ、進化の余地がないとさえ考えられる市場に新旋風を起こしました。</p> <p>また、ムーンムーン株式会社（2011 年設立）は「質の高い睡眠で人を幸せにしたい」との理念を掲げ、光目覚まし時計 OKIRO を発売しています。これは設定時刻の 30~90 分前から徐々に光を強め、設定時刻には部屋に差し込む朝日以上の照度となる「日の出機能」を搭載し、朝日による目覚めにより、あのベル音による不快な目覚めから自然な目覚めへの解放を狙ったものです。19,800 円と目覚まし時計としてはかなり高価ではありますが、充分には取れない睡眠時間で、快適な目覚めを求められる方には、認められる価値となりそうです。ニッチな高付加価値の実現に中小企業の商機がありそうです。</p>				

区分	E	倒産被害から身を守る（ 3 情報入手方法 ）	氏名	小路 一
<p>今回は、得意先の変化を掴むための「情報入手方法」の話をしていきたい。得意先の変化を掴むための情報入手先と入手内容については、一般的に以下のようなものがある。</p> <p>興信所の調査資料：得意先企業全般の定性情報・定量情報 商業登記簿謄本：会社設立の状況や役員等の顔ぶれ 不動産登記簿謄本：得意先企業や社長個人の資力や担保設定状況 得意先から入手する決算書：得意先企業の業績</p> <p>通常、 の興信所の調査資料で得意先の状況を確認することが多いと思う。ただし、費用がかかることと、1～2年に一回程度の情報更新になる点がデメリットになる。また、 の決算書も、直接得意先企業から入手することができれば良いが、通常これは難しいと思われる。一方、 の登記簿謄本関係は、比較的費用も安く、簡単に入手できるものになる。現在、この謄本関連は「(財)民事法務協会」からネットで、また数百円程度（除く初期登録料）で入手できる。ここでは、動産譲渡登記や債権譲渡登記関連の情報入手も可能である。ただし、不動産に関しては、住居表示でなく地番での検索になることと、新たに登記されているかの時期が不明で即応性に乏しい点などは留意しておく必要がある。</p> <p>上記以外では、中小企業向け格付会社の格付や営業マンからの情報も参考になる。現在、中小企業を格付する会社は多数あり、資金的な余裕がある企業は、この仕組みの活用を検討しても良い。もしあまり費用をかけたくないなら、日々得意先と接している営業マンの入手する情報活用が有効になり、一番新しい情報としての価値も高い。ただし、この情報を活用するためには、社内で営業との情報連携を良くする体制作りと、営業マンの情報感度を上げるための教育が必須になる。今回は、「得意先企業の危険な徴候」について話をしたい。</p>				

区分	E	写真館業 セッツスタジオの例	氏名	佃 浩輝
<p>前回は、フリーペーパーを通じた活動が、現在の主要な売上を作る事になる、学生向け就活写真需要に繋がったプロセスを紹介しました。今回は、そのフリーペーパーOTTIの製作内容について。フリーペーパーは、感度の高いお洒落層を掴む事に主眼が置かれていました。当初のコンセプトが「カメラマン赤松」をプロデュースするという事なので、お洒落層の支持を受け、周辺層に人気が広がっていく事を期待した戦略を採ります。その戦略のコアとしてフリーペーパーを用いています。収益のストーリーも、OTTIの支持が広がったタイミングで有料化し、OTTIそのものが収益源になるといったものでした。従って、編集内容もお洒落層に訴求したものでスタートします。店の近所に、一か月60万アクセスを稼ぐブログを主催しているカリスマギャルに交渉の末、出演して貰うなど訴求性のある紙面を作成しました。また、難波でモデルを呼んだ無料イベント等も行いました。その活動の結果は、顧客層の中に、お洒落層や、芸能人といったプロの層の確保にも繋がりました。しかし、前回のプロセスの紹介の通り、発行業務を通じて掴んだ、学生向け就活写真という機会に出会ってから、ハイレベルなお洒落層に支持される事で周辺客も取り込むマーケティングよりも、学生を就活写真を通じてプロデュースするサービスを提供した方が、ビジネス的にも可能性が大きいと判断し、OTTIを、いずれは有料化するカメラマン赤松を売り出す雑誌から、就活生をプロデュースする無料宣伝媒体とした就活専門雑誌に位置づけを変更しました。位置づけを変更した事で、OTTIの発行コストは、広告宣伝費として割り切り、そのかわりスポンサーに配慮せず、就活生に役立つ紙面で内容を尖らせる事にしました。結果、現在では様々な大学にOTTIは置かれ、店に就活生を呼ぶ為の有力な媒体となっています。</p>				