

# 間伐材の有効利用と

## 環境負荷低減 を実現



(株)マーベルコーポレーション  
代表取締役 小澤 聖輔 氏



森林の維持・保護を目的に全国で間伐が行われている。福井市の(株)マーベルコーポレーションは、間伐によって出る間伐材を有効活用し、環境にやさしい高耐久性木材「マーベルウッド」を開発した。

社長の小澤氏はもともと県内商社に勤務するサラリーマンだったが、取引のあった自治体職員から「これから国内では間伐材の利用が注目される」との話聞き、社内ベンチャー制度を活用して独自で間伐材の有効活用に取り組み始めた。ここで思いついたのが「耐久性の高い(腐りにくい)木材への加工」である。

通常、屋外で使用する木材には銅の成分を含む防腐剤が注入されているが、時間の経過とともに色が緑色に変色してしまう上に、銅の成分が地中に残留してしまうため環境に負荷をかけてしまう。

小澤氏は木酢液やヒバ油、ヤシ油など様々な天然由来成分の薬剤を注入し、それぞれのデータを地道に採取。平成22年に無

# 特集 売れる商品の着眼点とは

～新商品開発の取組み～

売上を上げるため、企業においては新商品開発の取組みが重要と言える。新商品が広く認められるためには、市場のニーズを正確に把握し、興味を惹きつける商品コンセプトを考え、顧客の悩み解決に貢献する視点が必要である。今回は、新商品開発に関する中小企業の取組みについて紹介する。

## 新商品開発の取組みと支援策

国内では毎年、数えきれないほどの新商品が世に送り出されている。新商品の開発によって会社の業績を一変させ、市場さえも活性化させた例は数多い。しかし、その一方で、中小企業においては新商品開発に多額の投資を必要とすることから二の足を踏むケースも多い。そうした中小企業を支援すべく、国をはじめ自治体では新商品開発について下表のような補助金制度を設けている。(表1)

この中で、大きな費用が発生する設備投資に補助が受けられるのは、中小企業にとって心強い。また、新商品開発においては外部の専門家を活用することも重要で、これらに関連する費用も補助の対象となっている。それぞれ制度には公募期間が設けられているため、利用にあたってはホームページ等で詳細をご確認いただきたい。

果たして、売れる商品の着眼点はどこにあるのか。今回、独自の視点で新商品開発に取組み、成果を挙げている県内企業を紹介する。



台湾で開催された商談会で自社商品をプレゼンする小澤社長



JR 福井駅西口に設置されているマーベルウッドで作られたベンチ

色透明の新型薬剤が完成し、それを注入した新商品「マーベルウッド」が誕生した。

翌年には社内ベンチャーから独立し、別法人を設立。平成25年には(公財)日本木材保存協会の優良木材保存剤の認定も取得した。しかし、性能の高さでは既存の薬剤を確実に上回っているにもかかわらず、なかなか広く普及しなかった。

そんな中、平成26年に同社の「マーベルウッド」が国の「ウッドデザイン賞2016」技術研究部門を受賞したことが転機となる。福井県の県産材活用課から「ふくい県産材販路拡大協議会」に招待され、以降はそのバックアップのもと全国各地で販路開拓に邁進した。

現在は福井・長野・埼玉の3県に協力工場があり、今年9月には国の農商工連携の支援を受け、群馬県内に自社工場が完成予定である。販路は現在全国に広がっており、小澤氏は「今後は国内だけでなく海外にも販路を広げていきたい」と意気込みを語った。

表1 新商品開発に活用できる支援策の一例(補助金制度)

	補助金制度名	対象企業	補助対象経費	上限金額
国	ものづくり・商業・サービス補助金	国が指定する要件を満たす事業計画を策定・実施する中小企業	機械装置・システム構築費、技術導入費、専門家経費、運搬費、クラウドサービス利用費、原材料費、外注費、知的財産権等関連経費など	1000万円 (助成率 1/2 または 2/3)
福井県	ふくいの逸品創造ファンド事業補助金	福井県の地域資源を活用した新商品開発に取り組む県内中小企業	従業員旅費、専門家謝金、専門家旅費、資材購入費、外注加工費、試作用機械器具等購入費、機械改造費、借損料、会場借料、会場整備費、サンプル作成費、雑役務費、通訳・翻訳料、委託費など	200万円 (助成率 1/2)
福井市	新製品開発支援補助金	福井市内の中小企業者と嶺北市町の中小企業者との連携体	原材料費、機械装置リース費、工具・器具費、外注加工費、委託費、技術指導費、産業財産権導入費、共同研究費、広告宣伝費など	100万円 (助成率 1/2)



# オリジナル消臭洗剤で

## 体臭に悩む 人を助ける

(株)ベネフィットイオン  
代表取締役 上原 幹也 氏



あなたは自身の体臭に悩んだことはあるだろうか。福井市の(株)ベネフィットイオンは、体臭が気になる方向けのオーダーメイド消臭洗剤を開発した。社長の上原氏は衣料品の営業マンからクリーニング業界に転身し、レンタルドレスのクリーニングを行う会社の役員として事業に従事していた。ブライダル業界ではレンタルドレスが主流で、上原氏も数多くのドレスのクリーニングを行ってきたが、汚れは落ちているのに臭いが消えていない状況を何度も経験。その経験にヒントを得て、臭いを取り除く洗剤の開発を目的に平成27年に独立開業を果たした。

体臭にはいくつかの主成分があり、人によって成分ごとの濃度が異なるため、上原氏は自身で疑似体臭を作り出し、それを分解・消臭(無臭化)できる成分分析に取り組んだ。現在は、主に7つの消臭素材を組み合わせてオリジナルの消臭洗剤を製造・販売している。「事業を開始して1〜2年は

臭いの成分がわからないことも多く、毎日が勉強の日々だった」と当時を振り返る上原氏。現在は、顧客から着用済の衣類(Tシャツなど)を預かり、専用の機械で臭いの元を分析。分析結果を顧客にフィードバックし、消臭洗剤を提供するとともに、臭いの原因となる生活習慣の改善までトータルでアドバイスを行っている。

平成30年3月には体臭に関するテレビ番組の放送をきっかけに1か月100件以上の問合せが殺到した。現在も全国の自身の体臭に悩む方から電話やインターネットを通じて月20〜30件の相談が舞い込む。同社のオーダーメイド消臭洗剤は、関東圏を中心に全国で1,800名以上のユーザーから支持されている。

また、現在は介護・福祉分野の現場からの要望に応える新商品開発にも取り掛かっている。同社の消臭洗剤は全て手作りのため一般的な洗剤に比べ価格も割高だが、上原氏は「数年の間に量産化が可能となる自社工場



同社が開発したオーダーメイド消臭洗剤

を持つことを目標としている」と将来を展望した。



相談者に対し同社から送られる分析結果とアドバイスシート

# マーケットインの 視点が必要

中小企業診断士

吉村 征浩 氏



福井商工会議所の登録専門相談員で、県内企業の新商品開発のアドバイザーもしている、中小企業診断士の吉村征浩氏に話を伺った。

中小企業が陥りやすい失敗として、吉村氏がまず挙げたのが「販路を見込めないまま商品開発に取り組むこと」だ。中小企業は、社長の発想がスピーディーに商品開発に結び付く半面、商品が出来上がってから売り先に頭を悩ませる例が多いという。「プロダクトアウト(自社の所有する経営資源で可能な商品開発)」の視点が強すぎるとこのような事態に陥りやすい。

また、「競合調査が不十分なこと」についても指摘する。既に類似する商品が市場に存在する場合、価格や機能など差別優位性がどこにあるか明確でないと思ってしまうためだ。今はインターネットですぐに情報を検索できるため、商品開発に取り掛かる前に競合品調査は十二分に行うべきである。中小企業においては、社長の

思いが強すぎるあまり「マーケットイン(市場が求める商品価値)」の視点が欠落しがちで、モニターとなるユーザーに使ってもらい改良点を挙げてもらうなど、周囲から広く意見を求める謙虚な姿勢が必要とも付け加えた。

そのうえで吉村氏は、「最初には自社の負担となる大きな設備投資を行わず、生産の一部を外部に委託して少量を流通させ、市場の反応を見ながら商品に改良を加え、一定の水準に達した段階で量産化を行うという『小さく産んで大きく育てる』を心掛けるべき。新商品開発の失敗が財務内容に大きな傷を残すこともあるため、新商品開発から撤退する目安の(売上)数値を予め決めておくことも必要」と力説した。

新商品開発と情報発信はセットで考える

商品の価格や品質がいかに優れていると、その存在が世間に知られなければ爆発的なヒットは期待できない。「使ってもらえれば良さがわかる」ではなく「いかにしてお客様に使っていただく機会を設けるか」を考えるべきである。

前出の吉村氏の説明の通り、新商品開発は予め販路(想定される顧客層)を見込んだ上で行わなければならない。その販路に自社の新商品をどのように周知広報するか手段(新聞広告、テレビCM、WEB広告、SNSマーケティングなど)を選択する必要がある。

福井商工会議所では、会員企業の新商品開発情報の発信支援の一環として平成23年から、県内マスコミを一堂に集め「新商品・新サービス合同プレス発表会」事業を展開している。メディアへの露出を契機に全国に販路を広げた企業もあり、是非この機会を有効活用いただきたい。



### 第37回新商品・新サービス 合同プレス発表会

日時：7月3日(金)

※詳細は同封のセミナー&サービスインフォメーションでご確認ください