

---

## 静岡

---

### 小出宗昭のチャレンジ！:ターゲットを絞る / 静岡

63年創業のタカラ産業株式会社は、かねて富士市五貫島でトラック部品の製造を手掛けていました。企業を相手とする既存事業が厳しい価格競争にさらされる中、新商品開発や新分野進出の可能性を見いだそうと、富士市産業支援センターにご相談に見えました。

同社が培ってきた技術の一つに、塗装の過程で塗料と部品が密着するため、高い耐食性や耐塩性を持つ優れた防錆(ぼうせい)機能を発揮するという「カチオン電着塗装」があります。社長の渡辺哲史さんは、これを企業相手ではなく一般消費者を対象にした高付加価値サービスとして展開していきたいということでした。

お話を聞く中で、私たちはターゲットを絞ったほうが良いのではないかと考えました。ディスカッションを進めると、同社のような高い防錆塗装をする企業が地域内になく、ネットを経由して、消費者からバイクの防錆塗装を頼まれたことがあったことがわかりました。

そこで、バイクショップを対象に防錆塗装のニーズに関するリサーチを行っていただいたところ、オーナーたちからの反応は上々でした。私たちは、バイク愛好者をターゲットにした訴求力のある新サービス名「さびないライダーズ」を提案し、情報発信面も含め、本格的なサービス開始をサポートしました。

さびないライダーズへのオーダーは、ホームページなどを通じて増えていると聞いています。強みを生かし、ターゲットを絞ること。これまで成果を出してきたサポート事例のほぼ全てに共通する、ビジネスの大切なポイントだと思います。(富士市産業支援センターf-Bizセンター長)

毎日新聞 2012年3月29日 地方版