

平成20年2月29日

財団法人しずおか産業創造機構
共和成産株式会社 御中

実績報告書（要約版）

～ 平成19年度 新事業開拓マーケティング支援事業 ～
『 タレットパンチプレスを使用した
デザイン有孔ボードの拡販に向けた支援業務 』

株式会社 矢野経済研究所
〒164-8620 東京都中野区本町2-46-2
中野坂上セントラルビル

【 目 次 】

実施要綱	1
I 本件支援の目的、支援業務のアウトライン.....	3
1 本件支援の目的	3
2 支援業務のアウトライン.....	3
3 調査対象製品技術	4
II 主な調査対象業界の市場環境等について.....	5
1 ディスプレイ企業	5
2 設計事務所	5
III 調査対象技術の関心度合い評価まとめ.....	6
IV 販路開拓支援（同行訪問調査）.....	8
1) ディスプレイ企業（7社）.....	8
2) 設計事務所（5社）.....	9
3) マンションデベロッパー、木質建材メーカ、オフィス家具メーカ（6社）... ..	10
V 本件支援に伴う主な成果.....	11
VI 今後の展開戦略等に関するご提案.....	12
1 製品・技術に関する提案.....	12
2 営業展開に関する提案.....	14

実 施 要 綱

1 本件支援の目的

本件支援は、共和成産株式会社殿（以下、「支援対象企業殿」という）が開発した「タレットパンチプレスを使用したデザイン有孔ボード」等の拡販に向けた支援を行う事を目的として実施した。

2 主な支援業務の概要

(1) 調査対象製品技術

今回調査対象とした主な製品技術は、以下の通り。

①パンチングボード

木質ボード等に、丸・四角・ひし形の穴加工を施した、意匠性の高い有孔ボード。

②アートパンチングボード

パンチングボードの技術を応用した製品技術。写真などをベースに、ユニークな柄のボード製品ができる。

③アートデザインボード

天然木の突き板に、インクジェットプリンターで様々な模様をダイレクトに印刷する製品技術。

(2) 主な支援業務

a. 戦略的市場調査

以下の業界の企業を対象に、調査対象製品技術の関心度合い評価等に関して、市場調査を実施。

対象業界企業	調査方法	調査件数
①ディスプレイ事業者	面談調査、およびアンケート調査により実施	54件
②オフィス家具メーカー	面談調査により実施	3件
③建材メーカー	面談調査により実施	3件
④設計事務所	アンケート調査により実施	39件
⑤マンションデベロッパー	面談調査により実施	4件
合 計		103件

b. 販路開拓支援

上記 a. の調査の結果、対象製品技術に関心があると思われる企業や、業界の主要企業（大手企業）に関しては、支援対象企業殿と同行訪問を行い、取引受託に向けたサポートを実施。

対象業界企業	同行訪問件数
①ディスプレイ事業者	7件
②オフィス家具メーカー	2件
③建材メーカー	1件
④設計事務所	5件
⑤マンションデベロッパー	3件
合計	18件

c. デザイン有孔ボード等の、今後の展開戦略などに関するご提案

3 支援対象期間

2007年8月 ～ 2008年2月

4 調査手法

弊社研究員による直接面接調査、および郵送、FAXを活用した間接調査により実施。

5 プロジェクト担当

東京都中野区本町2-46-2 中野坂上セントラルビル

株式会社 矢野経済研究所 戦略事業推進本部 事業創造コンサルティング部

課長 石井 利彦 (e-mail : tishii@yano.co.jp)

TEL : 03-5371-6908

FAX : 03-5371-6956

以上

I 本件支援の目的、支援業務のアウトライン

1 本件支援の目的

本件支援は、共和成産株式会社殿（以下、「支援対象企業殿」という）が開発した「タレットパンチプレスを使用したデザイン有孔ボード」の拡販に向けた支援を行う事を目的として実施。

2 支援業務のアウトライン

a. 市場調査 …… ●以下の業界の企業を対象に、「パンチングボード」「アートデザインボード」の関心度合い評価等に関して調査を実施。

対象業界企業	調査方法	調査件数
①ディスプレイ事業者	面談調査、およびアンケート調査により実施	54件
②オフィス家具メーカー	面談調査により実施	3件
③建材メーカー	面談調査により実施	3件
④設計事務所	アンケート調査により実施	39件
⑤マンションデベロッパー	面談調査により実施	4件
合 計		103件

b. 販路開拓支援（同行訪問調査） …… ●上記a. の調査の結果、対象製品技術に関心があると思われる企業や、業界の主要企業(大手企業)に関しては、支援対象企業殿と同行訪問を行い、取引受託に向けたサポートを実施。

対象業界企業	同行訪問件
①ディスプレイ事業者	7件
②オフィス家具メーカー	2件
③建材メーカー	1件
④設計事務所	5件
⑤マンションデベロッパー	3件
合 計	18件

c. 今後の展開戦略等に関するご提案 …… ●上記a、bの調査結果などを踏まえて、製品・技術や営業展開等に関して、今後の展開戦略に関する提案をとりまとめた。

3 調査対象製品技術

◆ デザイン有孔ボード（パンチングボード＝以下、「PB」と言う）



●木質ボード等に、丸・四角・ひし形の穴加工を施した、意匠性の高い有孔ボードで、次のような特徴を有する。

○「四角い孔」を開けられる。

○タレットパンチプレス機をNC制御するため、孔のピッチや配列を自由に変える事ができる。そのため、縦横均等の穴だけではなく、色々な模様の孔を開けられる。

◆ デザイン有孔ボード（アートパンチングボード＝以下、「AP」という）



●パンチングボードの技術を応用した製品技術。

●木質ボード等に、写真などの画像データを、PCなどでドット絵に変換し、そのデータに基づきパンチプレス機で打ち抜き加工を行う。陰影がある写真などをベースにすると、ユニークな柄のボード製品ができる。

◆ アートデザインボード（以下、「ADB」という）



●天然木の突き板に、インクジェットプリンターで様々な模様をダイレクトに印刷する製品技術。

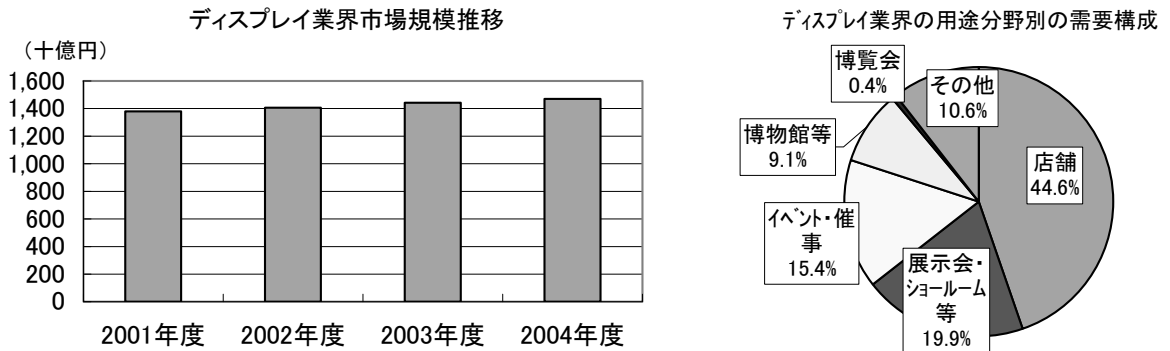
●インクは「UVインク」を使用し、それを「UVランプ」で即座に固め、表面をウレタン塗装でトップコーティングしている。

●印刷できるメディアは、「木」以外にも「ガラス・樹脂」「金属」「紙・布」「窯業系」など幅広い。

II 主な調査対象業界の市場環境等について

主な調査対象業界（ディスプレイ業界、設計事務所）の市場環境、業界構造等は以下の通り。

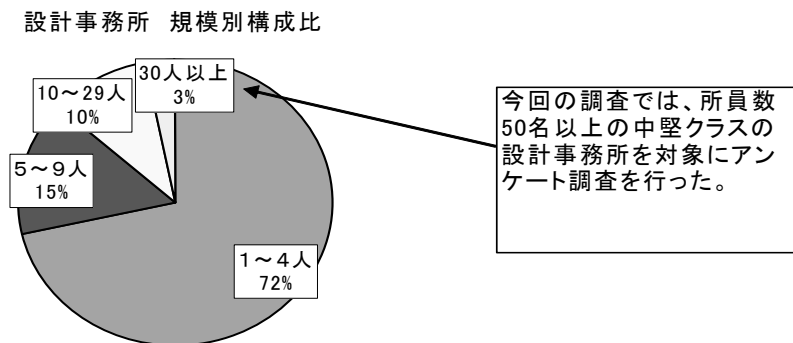
1 ディ스플레이企業



※出典：矢野経済研究所（2005年版ディスプレイ業界の市場展望と事業戦略）

- ディスプレイ業界の企業は、主に店舗や展示会、イベント・催事などの企画・デザイン、設計、制作施工を担っている。ディスプレイ業界全体の市場規模は、1兆4,700億円程度（2004年度）と推定される。
- 「特定サービス産業実態調査」（経済産業省）によると、ディスプレイ業務を営んでいる事業所の数は647事業所（2003年調査）となっている。

2 設計事務所



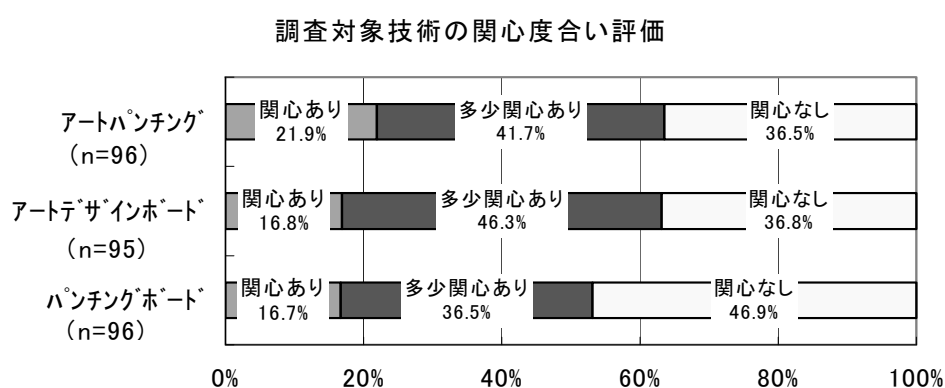
※出典：平成16年サービス業基本調査報告（総務省）

- 「事業所・企業統計調査」（総務省）によると、建築設計業を営んでいる事業所の数は41,124事業所（2004年調査）となっている。
- 「サービス業基本調査報告」（総務省）によると、建築設計業を営んでいる事業所の従業員規模別の構成比は、30人未満の事業所が全体の97%を占めており、圧倒的に小規模な事業者が多い市場であると言える。

Ⅲ 調査対象技術の関心度合い評価まとめ

●調査対象製品技術の関心度合い評価についての集計結果は、以下の通りになる。

●調査対象3技術（「アートパンチング」「パンチングボード」「アートデザインボード」）の中で、“関心あり”と回答した割合が高かったのは「アートパンチング」で、逆に“関心なし”と回答した割合が高かったのは「パンチングボード」であった。



※関心度合い評価に関するコメントを聞けていない企業は、nの数値の中には含めていない。

●また、次頁は、業種別に見たその内訳になる。

対象5業種のうち、「マンションデベ」「建材メーカ」「オフィス家具」については母数自体が少ないので、5業種を単純に並べて比較することはできない。

が、「設計事務所」と「ディスプレイ事業者」との比較では、以下の例を見てもわかるように、「ディスプレイ事業者」の方が概ね反応は良かったと言える。

■パンチングボード評価

分野	A	B	C	合計
設計事務所	6	13	20	39
%	15.4	33.3	51.3	100.0
ディスプレイ業	7	21	22	50
%	14.0	42.0	44.0	100.0
マンションデベロッパー	2	2	2	2
%	0.0	0.0	100.0	100.0
建材メーカー	1	1	1	3
%	33.3	33.3	33.3	100.0
オフィス家具	2			2
%	100.0	0.0	0.0	100.0
合計	16	35	45	96
%	16.7	36.5	46.9	100.0

■アートパンチング評価

分野	A	B	C	合計
設計事務所	6	20	13	39
%	15.4	51.3	33.3	100.0
ディスプレイ業	14	19	16	49
%	28.6	38.8	32.7	100.0
マンションデベロッパー	2	2	2	2
%	0.0	0.0	100.0	100.0
建材メーカー	1	1	2	3
%	0.0	33.3	66.7	100.0
オフィス家具	1			2
%	33.3	0.0	66.7	100.0
合計	21	40	35	96
%	21.9	41.7	36.5	100.0

■アートデザインボード評価

分野	A	B	C	合計
設計事務所	2	19	18	39
%	5.1	48.7	46.2	100.0
ディスプレイ業	13	23	14	50
%	26.0	46.0	28.0	100.0
マンションデベロッパー	1	1	1	1
%	0.0	0.0	100.0	100.0
建材メーカー	1	1	2	3
%	0.0	33.3	66.7	100.0
オフィス家具	1	1		2
%	50.0	50.0	0.0	100.0
合計	16	44	35	95
%	16.8	46.3	36.8	100.0

●「アートデザインボード」について“関心あり”と回答した企業の割合
設計事務所(5.1%) < ディスプレイ事業者(26.0%)

●「アートパンチング」について“関心あり”と回答した企業の割合
設計事務所(15.4%) < ディスプレイ事業者(28.6%)

IV 販路開拓支援（同行訪問調査）

1) ディ스플레이企業（7社）

NO.	企業	主なコメント
1	ディスプレイA社 (東京)	●これまでパーティションに孔を開けるのにいつも苦労していたので、今回説明してもらった商材の中では、「パンチングボード」は面白いと思う。 ⇒ その後、試作等の制作依頼あり。
2	ディスプレイB社 (東京)	●「アートパンチング」は、素材としては面白く、即使用えそうな感じがする。デザイナーが発想しやすい素材になると思う。 ●「パンチングボード」は「システム壁」とかに使えるのではないかと。 ●「アートデザインボード」について、サンプルを見ると、完成度がありすぎるようなイメージがする。デザインは自由にできるという点をもっと強調した方がいいのではないかと。また、不燃認定がとれているケイカル板があるという事であれば、百貨店などの店舗の改装工事をする際の「仮囲いの化粧ボード」などを作ってはどうか。
3	ディスプレイC社 (東京)	●「アートデザインボード」については、基本的に同社のスタンスは本物志向なので、フェイクは駄目。ただ、石膏ボードの仮囲いにロゴやショップ情報を印刷するという使い方はできるかもしれない。（この場合、シルク印刷との比較にはなると思われる） ●「アートパンチング」については、今担当している案件で、ドンビシャの案件がある。（飲食店の会社で、サインの写真を使いたいと思っているが、写真そのものだとダイレクトすぎるので、何か別のものを使いたいと考えていた）これについては、オーナーにサンプルを見せてみたいので、後でパンチングしたサンプルを送ってもらいたい。
4	ディスプレイD社 (東京)	●「アートパンチング」については、わからない。評価できない。 ●「パンチングボード」は、使いやすいかという感じがする。店舗の什器などとして、フレームに合わせての利用などが考えられる。 ●「アートデザインボード」は、珍しい技術だと思うが、量が出るようなイメージのものではない。住宅・マンションであれば量を多く使うかもしれないが、その辺とは使用量が異なり、大量には使わない。使って、何十〜何百mという所か。（壁一面で使うようなものではなく、皆が見る目立つような場所で使うことになる）なお、既製品の印刷シートとかはよく使っているのだから、仮に使うとしたら、そういうものと比較しながらという事になる。
5	ディスプレイE社 (京都)	●今回紹介してもらった技術の中では、特に「パンチングボード」に関心がある。 ●スクウェアの穴というのは、スタイルとして格好が良い。また、穴の部分に何か引っ掛けて使っても良さそうなので、色々な使い方があるような気がする。
6	ディスプレイF社 (大阪)	●今回紹介してもらった中では、「アートパンチング」「パンチングボード」に関する技術は、これまでにない技術になるので、面白いと思う。 ●用途としては、アミューズメント施設で使うと面白いかも。
7	ディスプレイG社 (東京)	●今回紹介してもらった技術は、どれも面白いと思うが、一番評価できるのは「小ロット対応が可能」という点になる。

2) 設計事務所 (5社)

NO.	企業	主なコメント
1	設計事務所A社 (東京)	<ul style="list-style-type: none"> ●「アートデザインボード」について、資料を見たときはサンプルの個性が強すぎると思ったが、普通の木目調のものもできるようだし、実際のサンプルを見るとプリントには見えない。不燃の木を使うと1本で何万もしてしまうので、不燃対応のケイカルの木目プリントは良いと思う。ケイカルは比較的多く使っているの、サンプルを送って欲しい。 ●「パンチングボード」は、四角い孔を開けるものは珍しい。どうやって孔を抜いているのか関心があるので、一度工場を見てみたい。 ●その他、「クリスタルボード」については、光を当てるときれいに見えるので、幼稚園の壁とかで使うと面白いかもしれない。
2	設計事務所B社 (東京)	<ul style="list-style-type: none"> ●物件としては、主に学校を担当している。今回紹介してもらった商材の中では、パンチングの技術は面白いと思う。
3	設計事務所C社 (東京)	<ul style="list-style-type: none"> ●物件としては、主に病院関係を担当している。 ●今回紹介してもらった商材は、他ではあまり見ないようなものだったので、どれも面白いと思う。
4	設計事務所D社 (東京)	<ul style="list-style-type: none"> ●今回紹介してもらった商材の中では、「クリスタルボード」や「デッキ材」は面白いかもしれない。特に「デッキ材」については、各社色々な製品がある中でそれぞれ一長一短があるので、それを全てカバーできるような所を探しているというのが現状になる。 ●具体的な案件がある訳ではないが、他の人にも色々と紹介できるのではないかとと思われる。
5	設計事務所E社 (東京)	<ul style="list-style-type: none"> ●なかなか面白い事を色々やっているのだと思う。なかでも「パンチングボード」と「クリスタルボード」は面白いと思う。 ●「アートデザインボード」については、ここまでくると壁紙でも同じようなものもあるし、できれば本物を使いたいので、関心度合いは今一つになる。

3) マンションデベロッパー、木質建材メーカー、オフィス家具メーカー（6社）

NO.	企業	主なコメント
1	マンションデベ A社(東京)	<ul style="list-style-type: none"> ●「パンチングボード」は、MDF単体で使用する場合、強度面でどうかという点が懸念される。 ●「アートデザインボード」については、ガラとしては「ヒノキ」のマサとかが需要としては多い。壁には色々な材質のものがあるので、可能性はあると思われる。課題は、顧客にとって何が優位性になるかという点と、オプションとなった場合、顧客がついてくるか、という点になると思われる。 ●その他、新しい方向性は常に模索しているので、何かこれとはいうものがあれば是非持ってきて欲しい。
2	マンションデベ B社(東京)	<ul style="list-style-type: none"> ●斬新で面白いものになると思う。 ●ただ、現状、今あるもので十分賄えており、特に困っているものはないというのが現状であるため、一般的な関心度合い評価としては、5段階評価でいうと2となる。
3	マンションデベ C社(東京)	<ul style="list-style-type: none"> ●「アートパンチング」「パンチングボード」は、このままでは難しいような感じがするので、関心度合い評価はC。 ●「アートデザインボード」に関しては、シートプリンティングという事では、大手印刷メーカーのものをよく使っている。従って、評価はこれら企業との比較となり、これらとの違いは何かという点がポイントになる。それら企業等と比較して少ロット対応の面で優位性があるとした場合、デザイナーからの何らかの斬新な提案がないと厳しいのではないかと。なお、少ロット対応という事であると、「マーク」などには向いているのかもかもしれない。 <p style="margin-left: 2em;">本件技術の関心度合い評価は、コスト次第という事になるが、A～Bとなる。</p>
4	木質建材メーカー A社(東京)	<ul style="list-style-type: none"> ●他とは異なる方式で、パンチングの加工をできる会社を実際に探していた。 <p>⇒ 加工する面材と図面を送ってもらい、試作を実施することに。</p>
5	オフィス家具メーカー A社(東京)	<ul style="list-style-type: none"> ●「パンチングボード」は、光と組み合わせると面白い使い方になるか。 ●同社で扱っているオフィス家具でも、イスの背の部分などは表情を出すために打ち抜きしている。（イスの背の打ち抜きに関しては、素材に穴を開け、曲げの加工は同社で行うという対応でも可） ●安く、色々なバリエーションが出るようであれば、使えるかもしれない。
6	オフィス家具メーカー B社(東京)	<ul style="list-style-type: none"> ●今回一通り話を聞いて、「技術や製造面に強い会社である」という印象を受けたので、何らかの施策を考える場合において個別に相談させてもらうケースがあるかもしれない。 ●また、クライアントから個別に相談を受けた場合に、特注制作という面で個別にご相談をさせていただくケースがあるかもしれない。

V 本件支援に伴う主な成果

●本件支援を通じて、支援期間の中で引き合い等が入り、その後、何らかの形で成果につながったという案件は、以下の通り。

○ディスプレイ A 社

…パンチングの技術を利用した、パネルの試作依頼があり、その製作を行い、納品。

○木質建材メーカー A 社

…パンチングの技術を利用したボード加工の依頼があり、試作品を納品した。

ただし、同社に関しては、その後のアクションにはつながらなかった。

●支援期間中の主な成果は、上記の通り。

しかし、今回調査を行った企業における、紹介技術の関心度合い評価は、比較的高かったと思われる事から、今後何らかの形で引き合い等が入り、成果に結びつく可能性はあるのではないかと思われる。

●その他、ディスプレイ企業 2 社（A 社、その他 1 社）については、調査以外のアクションとして、社内の展示スペース（社内に在籍する設計者やデザイナー向けに、商材や技術を展示できるスペース）を借り、関連商材の展示・PR を支援期間中に行った。

VI 今後の展開戦略等に関するご提案

1 製品・技術に関する提案

1) アートパンチング（AP）、パンチングボード（PB）について

①強度や、耐久性、対衝撃性に関する情報もカタログに掲載し、内容を強調する（目立つ所に掲載）
②「システム壁」の検討
③「AP」について、カタログに載せる、使い方のサンプルを増やす。 （例. 会社のマーク等で使用している事例など）
④パンチングボードの立体化の検討

NO.	提案の方向性	提案の方向性に関連する主な意見 【カッコ内は、そのコメントを出した企業】
1	強度や、耐久性、対衝撃性に関する情報もカタログに掲載し、内容を強調する（目立つ所に掲載）	<ul style="list-style-type: none"> ○MDF単体で使用する場合、強度面でどうかという点が懸念される。【マンションデベ】 ○強度や耐衝撃性がどうなのか知りたい。【設計事務所】 ○強度はあるのか、ぶつかった時はどうなるのか疑問である。強度があれば、色々用途はありそうである。【設計事務所】 ○商業施設で利用する場合、子供がいたずらをするかもしれないという事を考慮しておく必要がある。「パンチングボード」は木質ボードに孔を開けるものになるので、強度的に落ちるのではないかと懸念される。【ディスプレイ企業】 ○「パンチングボード」の課題点の一つとして「強度」があると思う。【オフィス家具メーカ】 ○5.5mm品で穴を開けた場合、対衝撃性は大丈夫か？ フックで絵などを掛けた場合にもつか？【木質建材メーカ】
2	「システム壁」の検討	<ul style="list-style-type: none"> ○「パンチングボード」は、「システム壁」として使えるのではないか。【ディスプレイ企業】 ○間仕切りやパーテーション以外で、もっと実用的に活かすべきだと思う。例えば、「パンチングボード」であれば、穴に物を引っ掛けることができる。【設計事務所】 ○孔を利用してハンガーフック的なものに使えないか。【オフィス家具メーカ】
3	「AP」について、カタログに載せる、使い方のサンプルを増やす。 （例. 会社のマーク等で使用している事例など）	<ul style="list-style-type: none"> ○「アートパンチング」について、カタログのサンプル(五重の塔、葛飾北斎、ジェームズディーンなど)とかを見ても、これをどのようなものに使えるのか、イメージが湧かない。【ディスプレイ企業】 ○「アートパンチング」は面白いと思うが、どこでそれを使うのかという用途の部分で具体的なイメージがわからない。【ディスプレイ企業】
4	パンチングボードの立体化の検討	<ul style="list-style-type: none"> ○穴を開けるといっても、ほぼ平面であると思われる。少し立体的にしてほしい。たとえ5mmでも、立体感があれば影ができるので、もっと面白い技術になるのではないか。【設計事務所】 ○建築の分野だけでなく、プロダクト分野への展開も期待できるのではないか。例えば、デザイン性の高い照明器具＝ランプシェードなど。【ディスプレイ企業】

2) アートデザインボード (ADB) について

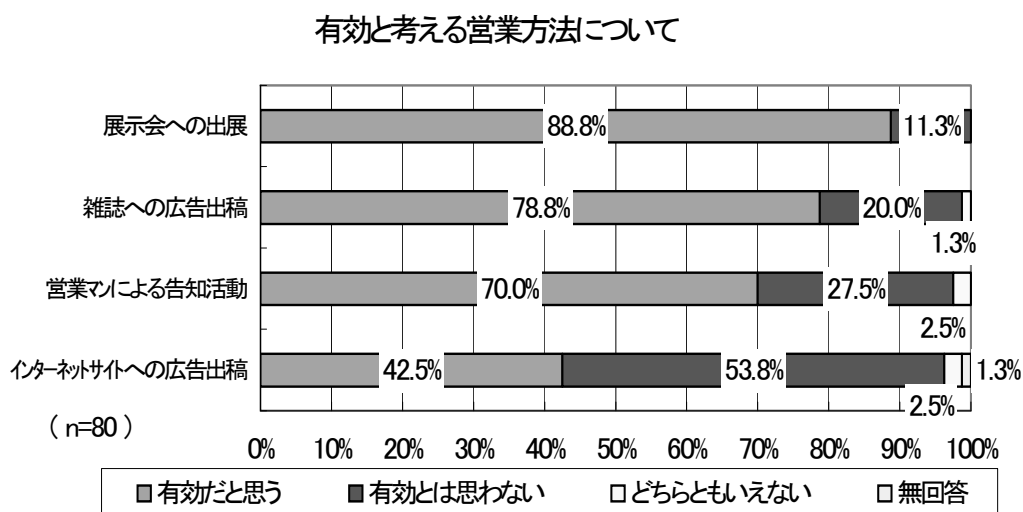
- ①「仮囲いボード」(百貨店などの店舗の改装工事をする際に使われるボード)の検討
- ②カタログに木工品以外の素材(樹脂、金属など)のプリント事例を多く載せる。
- ③カタログで、「デザインは自由にできる」という点を強調する。
- ④カタログに載せるサンプルの種類を増やす。
派手なガラのみのサンプルではなく、一般的に使われるようなガラのサンプルも載せる。
また、素材感、質感がわかるようなサンプル写真も掲載する。
- ⑤類似技術と比較した場合の優位性を明確にする。

NO.	提案の方向性	提案の方向性に関連する主な意見 【 カッコ内は、そのコメントを出した企業 】
1	「仮囲いボード」の検討	○不燃認定がとれているケイカル板があるという事であれば、百貨店などの店舗の改装工事をする際の「仮囲いの化粧ボード」などを作ってみてはどうか。【ディスプレイ企業】
2	カタログに木工品以外の素材(樹脂、金属など)のプリント事例を多く載せる。	○プリント素材を選ばないのが売りであれば、サンプルとして木工品以外の素材(樹脂、金属など)のプリント事例があった方が良い。【ディスプレイ企業】 ○「アートデザインボード」の売りは、どんな素材にも印刷できるという点になると思う。よって、サンプルも木質ボードにプリントしたものだけではなく、他の素材(例えば、錆びた鉄板とか)にプリントしたものがあって、「こんなものにも印刷できる」という技術の売りが明確になって分かりやすいと思う。【ディスプレイ企業】
3	カタログで、「デザインは自由にできる」という点を強調する。	○サンプルの完成度がありすぎるようなイメージなので、デザインは自由にできるという点を強調してはどうか。【ディスプレイ企業】 ○資料だけではやや分かりづらい。自由にデザインできるようなら、壁面材として使えるのでは。【設計事務所】
4	カタログに載せるサンプルの種類を増やす。また、素材感、質感がわかるようなサンプル写真も掲載する。	○サンプルを見た感じだと、これをどこで使うのかという面でイメージが湧かない。本格的に売っていく場合、サンプルも大事。【ディスプレイ企業】 ○一般住宅で使われるクロスにしても、無地のものを使うケースが多く、ガラをプリントしたものをを使うケースはあまりない。また、サンプルのガラもあまり良い感じがしない。【マンションデベ】 ○資料の写真を見たが、好みではない。また、サンプル例、使用例の素材が良くない。もう少し明るいものを出すなど工夫したほうが良い。【設計事務所】 ○資料の写真が良くないので、どう答えてよいかわからない。素材・質感が良ければ、サンプルのもみじなどの色合いが優しいものは、介護施設や老人ホームの壁材のアクセントとかに使えるのかもしれない。【設計事務所】
5	類似技術と比較した場合の優位性を明確にする	○インクジェットでダイレクトにプリントできるというのはそれほど珍しいような感じもしない。他の類似技術と比較してどこが優れているのか、技術的なコアが何なのか、明確にした方が良いと思う。【ディスプレイ企業】 ○化粧板の製造を行っている会社で、同じような事をやっている会社を知っている。【ディスプレイ企業】 ○様々な印刷技術や印刷商品が登場している最近にあっては、この商品(技術)のメリットがもうひとつよく分からない。【ディスプレイ企業】 ○最近インクジェットプリンターのクオリティが上がってきており、クロスやフィルムなどにも印刷されるようになってきているので、使える用途の幅は広いものの、目新しさには欠けるような感じがする。【ディスプレイ企業】 ○シートプリンティングという事では、大手印刷メーカーのものをよく使っている。従って、評価はこれら企業との比較となり、これらとの違いは何かという点がポイントになる。【マンションデベ】 ○ガラスや陶板に直接プリントするものは既に出ているため、特徴あるデザイン性を打ち出したリ、コスト面を考慮するなどのほうが良いと思う。【設計事務所】

2 営業展開に関する提案

今回の調査の中で、「設計事務所」「ディスプレイ事業者」に対しては、有効であると考えられる営業方法についてアンケートを行った。

当該アンケートの全体集計結果は、以下の通り。

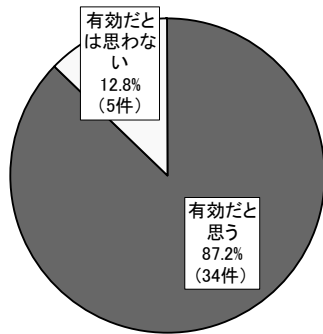


●上記で挙げた営業・PR方法の中で、「有効だと思う」という回答が最も多かったのは「展示会への出展」で、88.8%の企業が有効であると回答している。

①展示会への出展

①設計事務所

展示会への出展について(n=39)

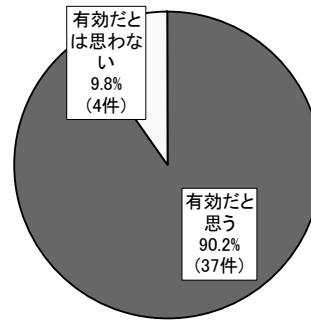


■有効だと考えられる展示会、情報収集によく行く展示会として挙げられた回答(複数回答)

展示会名など	件数
建築建材展	13
住宅展	2

②ディスプレイ事業者

展示会への出展について(n=41)



■有効だと考えられる展示会、情報収集によく行く展示会として挙げられた回答(複数回答)

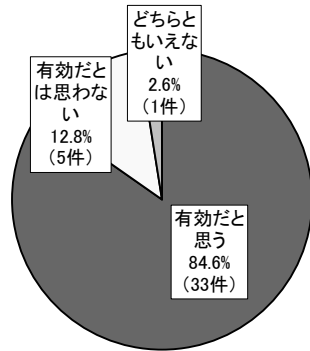
展示会名など	件数
JAPAN SHOP	17
建築・建材展	12
サイン&ディスプレイショウ	3

- 展示会への出展に関しては、アンケート回答企業全体（80社）のうち、88.8%の企業が有効と回答。
 - 出展が有効な展示会として最も多く挙げられたのは、「設計事務所」が“建築建材展”で、「ディスプレイ事業者」が“JAPAN SHOP”であった。
- ⇒ これら展示会が出展対象として有効であると考えられる。

②雑誌への広告出稿

①設計事務所

雑誌への広告出稿について(n=39)

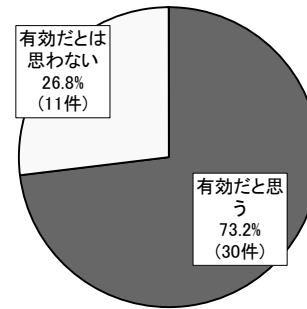


■有効だと考えられる雑誌名、情報収集によく見る雑誌として挙げられた回答(複数回答)

雑誌名など	件数
日経アーキテクチュア	22
新建築	19
建築知識	4

②ディスプレイ事業者

雑誌への広告出稿について(n=41)



■有効だと考えられる雑誌名、情報収集によく見る雑誌として挙げられた回答(複数回答)

雑誌名	件数
商店建築	26
新建築	10
POP EYE	2

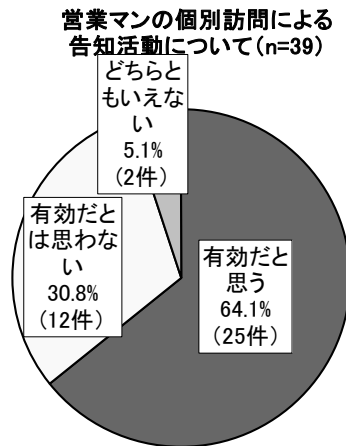
●雑誌への広告出稿に関しては、アンケート回答企業全体(80社)のうち、78.8%の企業が有効と回答。

●出稿が有効な雑誌として最も多く挙げられたのは、「設計事務所」が「日経アーキテクチュア」(日経BP社)、「ディスプレイ事業者」が「商店建築」(商店建築社)、その他で多く挙げられたのは、「新建築」(新建築社)であった。

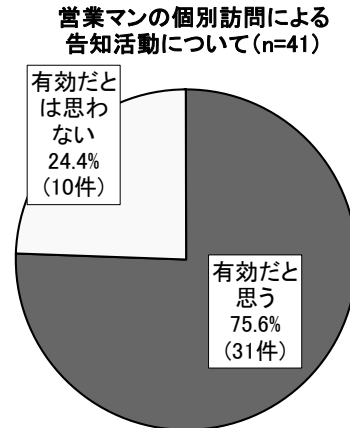
⇒ これら媒体が、広告の出稿対象としては有効であると考えられる。

③営業マンの個別訪問による告知活動

①設計事務所



②ディスプレイ事業者



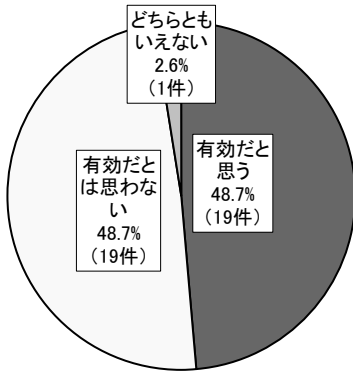
主なコメント
先に雑誌等に広告を出した後、使用例やどういった素材に使えるのかなど、具体的な話をすると良い。
現物を見せることが最良である。用途や事例など、詳しく解りやすくすることが必要である。
営業訪問が最も有効。直接手に取り、実物を見ることができる。
詳しい説明と実物を見ることができる。
実物サンプルを持つての営業は有効である。写真だけでは解りにくい。
サンプルや実物を見せてくれるとわかりやすい。こちらから出向かなくて済む。
資料だけを見ても解らない。直接来て頂いたほうが、その時気付いた点や気になる点を、営業マンに聞くことができる。
他の技術との違いをより詳しく教えていただき、質問もできるので、来て頂いたほうがよい。
必要だとは思ふ。サンプルを見たい。

- 営業マンの個別訪問による告知活動に関しては、アンケート回答企業全体（80社）のうち、70%の企業が有効と回答。
- 有効であると回答した理由としては、「実物のサンプルを見る事で、素材や質感などを確認できる」「直接詳しい話しを聞ける」という点を挙げるケースが多かった。
- 営業マンの個別訪問による告知活動は、押し売りのようになると逆効果だが、節度をわきまえて継続的に行う事は、有効な施策になると考えられる。

④インターネット対策（SEO）

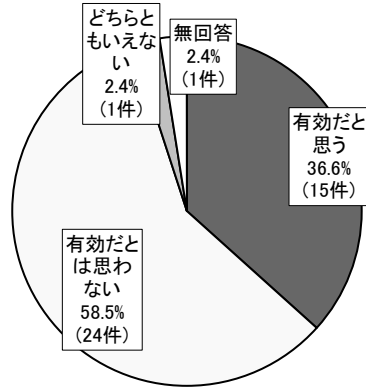
①設計事務所

インターネットサイトへの広告出稿について(n=39)



②ディスプレイ事業者

インターネットサイトへの広告出稿について(n=41)



主なコメント
最近の商品検索にインターネットをよく利用するので、キーワードでヒットし易くすると良いと思う
よく見るサイト等はない。インターネットについては、広告出稿よりも、材料等の検索ワードが重要で、各メーカーも、カタログなどにネット検索の案内を載せている。全国的なPRは、インターネット以外では難しいと思う。
具体的なサイトは思いつかないが、やはりインターネットは宣伝効果があると思う。
有効なサイトは挙げられないが、品名で検索し、ヒットしたところを色々見ていく方法が、最も早く見つけやすい。インターネットは、最も宣伝効果が高いと思う。
どんなサイトが有効かは分からないが、多くの人や企業が見ている。
一般のユーザーも考慮するなら、ネットが一番の宣伝になる。特定のサイトへの広告でなく、検索で良い。

検索単語別にみた、支援対象企業殿のホームページの表示順位の状況

検索単語	ヤフー		グーグル		月間 検索数
	表示件数	表示順位	表示件数	表示順位	
パンチングボード	16,400	12位	6,290	- 位	590
有孔ボード	126,000	24位	14,800	- 位	1,466
パンチング パネル	264,000	- 位	98,000	- 位	不明
パンチング	2,480,000	- 位	894,000	- 位	4,723

※表示順位に関して、200位までに支援対象企業殿のホームページが表示されない場合は「- 位」としている。 調査時点：平成20年2月25日

●インターネットサイトへの広告出稿に関しては、アンケート回答企業全体（80社）のうち、42.5%の企業が有効と回答。

●インターネットサイトへの広告出稿は、特に見る特定サイトはない等といった理由から、有効であると回答する割合が、展示会への出展や、雑誌への広告出稿と比較すると低かった。

●しかし、フリーコメントを見ると、「よく見るサイトは特にないが、検索エンジンでヒットしやすくした方が良い」という主旨の回答が複数挙げられている。

⇒ インターネットに関しては、特定のサイトへの広告出稿よりも、SEO対策（※）を重視する事が必要と考えられる。

●上記は、検索単語別に見た、主要な検索エンジン（ヤフー、グーグル）における、支援対象企業殿のホームページの表示順位の状況（一例）になる。

全体の表示件数が少ない単語（「パンチングボード」「有孔ボード」）では、一部検索エンジンで上位表示されているが、表示件数が多い単語（「パンチング パネル」「パンチング」）では上位に表示されていない。

⇒ これら単語で検索した場合に上位表示されるような取り組みが別途必要という事は言える。

（※）SEO対策とは…

検索エンジンの上位表示対策のこと。

一般的に、検索エンジンを使って調べものを行う場合、検索結果が31番目（ページ数では4ページ目）以降になると閲覧する人の数が大きく減少するという調査結果もあるので、SEOを考える場合、上位から30番目（ページ数では3ページ目）までに検索結果を表示させる事が重要になる。

⑤その他

①カタログやホームページに、これまでの採用実績や施工事例の写真を多く掲載する

②ホームページに映像情報（動画）を掲載する

⇒ 特に「アートパンチング」のような技術は、カタログや資料の写真だけでは、なかなか技術のユニークさが相手に伝わりにくい技術になると思われるので。

③企業の資料ルーム（サンプルルーム）などに、カタログなどを置いてもらえるよう、働きかけを行う。