

# 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	新しいモノづくり専門品収益モデル（第 2 回）	橘 善輝
E	長寿企業の秘訣（第 1 6 回）：M 味噌	入江 廣
E	能トレ	中上 義春

区分	A	新しいモノづくり専門品収益モデル（第2回）	氏名	橘 善輝
<p>大阪府八尾市にある新田ゼラチンは、社員254人、年間売上205億円の一貫してゼラチンを作り続ける創業100年の企業である。ゼラチンは牛の骨を原料としており、お菓子のグミやコンビニのお総菜、さらには薬のカプセルや写真のフィルムにまで使用されており、当社は200種以上のゼラチンを提供している。</p> <p>当社は大正時代の創業で、フィルムメーカーにゼラチンを提供し成長していった。フィルムにはゼラチンが必要で、カメラの大衆化でフィルムの消費も伸びて行ったが、1990年代になってフィルムの要らないデジタルカメラの出現で当社は絶体絶命のピンチに立たされることになり、会社の生き残りを賭けて新たな分野の開拓に迫られた。</p> <p>まず目を付けたのが、食品分野である。その当時ゼラチンを使ったお菓子のグミが流行っていた。もっと工夫すれば多くの食品に使われるに違いないと考え、開発部門を強化し、食品メーカーにゼラチンの利用方法を提案したり、メーカーからの無理と思われる要望にも果敢にチャレンジしていった。また、日本シンクロナイズドスイミングチームの髪を固めるのにも使用されることになった。これには逸話が有り、遠征先で従来使っていたゼラチンが切れ、ホテルの調理場にあったゼラチンを借りると、今までよりも滑らかで臭いもしないモノで、それが当社製品と分かり、依頼ずっと愛用されている。更に、日本でもBSE問題が発生し、牛の骨を原料にしていたため売上が激減したことがあった。この時は魚のウロコからゼラチンを作る技術を開発し、魚を原料とすることで和風料理にも道が開けて来た。</p> <p>このようにチャレンジし続ける社風のもとで身につけた独自技術は世界オンリーワンであり、他社の追随を許さないものがある。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	E	長寿企業の秘訣（第16回）：M味噌	氏名	入江 廣
<p>1854年の創業158年を迎え、年商325億円で従業員420人である</p> <p>味噌の需要は、40年前より40%ダウンしている。しかしM味噌の売上は、除々にではあるが伸びており、業界トップシェアである。それは、常に新しい事を手掛けているから、それが功を奏しているのである。しかし2004年より、業績は頭打ちとなっている。</p> <p>これを救っているのが、液味噌である。普通の味噌が溶かすのに2分係る所、8秒で出来る。1000万本売れるヒット商品となった。</p> <p>それと味噌を作る工程で使用する麹がブームになっている。麹を使った商品としては、塩麹の他、麹ジャムがある。麹ジャムを使ってトマトジュースの麹ジャム割を開発して、大手コンビニチェーン本部に売り込みをかけている。</p> <p>昨年10月に新発売した味噌サーバーは、ワンショットで味噌が出るしかけであり、本体・液味噌・具材がセットになっており、3980円と割安である。既に5,000台販売した。しかし、追加の味噌の注文がほとんど入っていない。理由を調べたら、具材が同じで飽きられていた。そこで具材の開発に取り組み現在コラーゲンをテスト中である。</p> <p>海外市場開拓として、オーストラリアの寿司店をターゲットにしている。シドニーでは、10年前より寿司店が急増し、今や5百店が軒を連ねている。販売されている味噌汁は、インスタントで、薄味である。そこで味噌サーバーの味噌を、試食してもらった。1~2軒目では、断られたが、3件目で、日本の味を認めてもらい、試しに置いてもらう事が出来た。日本人の好みの味噌は、クオリティが高いので、市場開拓出来ると確信している。</p> <p>縮小する国内市場の代替として、海外市場の開拓は、今や緊急の課題である。</p> <p>158年の老舗とはいえ、生き残りをかけて懸命の努力をしている。</p>				

区分	E	能トレ	氏名	中上義春
<p>           過って、この言葉が一大ブームを起こしたことがある。従来にはない機能を持った任天堂DSが2004年12月に発売され、このハード用ソフトとして、翌年発売された「脳を鍛える大人のDSトレーニング」(東北大学未来科学技術共同研究センター川島隆太教授監修)が大ヒットした時だ。         </p> <p>           何故、このソフトはそれほどのヒットを記録したのだろうか？ 一つには、話題性の高い任天堂ゲーム機の最新機種に採用されたことがある。当時としては、斬新なタッチパネルや2画面構成で通信機能等が搭載されていた。次に、近年の脳科学の大きな進歩の成果が、脳の基本トレーニングプログラムとしてかなり完成度の高い形で提供され、簡単な操作により利用できたことだ。更に、任天堂のお家芸であるゲーム性も盛り込まれ、脳年齢のような評価法は、分かり易く、興味を引く。ゲームルールを読まず始めた結果は散々で、120歳なんて結果も出てあわててしまうこともあった。         </p> <p>           最近の「能トレ」ゲームをインターネットで探すと、多くある。Flash Fabricaのサイトは、かなり多くの能トレソフトやゲームが無料で公開されているが、その集客力を武器に、広告収入で成立している。一方、米「VibrantBrains」のサイトでは、シングルユーザーにPC用ソフトが395USドルと、かなり高額な商品として販売している。共通しているのは、脳も体同様トレーニングすることにより、記憶障害や処理能力の低下を防げることを拠り所としている。日々の散歩により体が整えられると同様に、脳も軽いトレーニングを続けることが効果的との指摘は多い。記憶能力の向上には、思いだすこと、例えば前日の食事内容等。また、処理能力の維持・向上には簡単な暗算などが効果的なようだ。無料サイト広告では、PCを利用する高齢者をターゲットとすることも一法だ。         </p>				