

関係者インタビュー

株式会社日本能率協会コンサルティング
RD&E本部 コンサルタント 池田 直人

2012年12月5日 インタビュー:中部オフィス 大石 誠



医療分野における製品・技術の顧客価値を考え、新規参入の壁を打破する ～企業とともに走り続けた4か月を振り返る～



今回、コンサルタントとして企業競争力強化支援事業に参加し、月1回の研修全4回で、仮想カタログの作成をご支援させて頂きました。さらに、展示会では、仮想カタログを来客の方々に配布する等のアピールのお手伝いもさせて頂きました。

医療関連の事業分野は、他と比較して一般的に利益率の高い分野になります。また、多くの事業分野が国内において縮小する中、成長している数少ない分野になります。よって多くの企業が新たな事業分野として着目をするのですが、そこには多くの壁が存在します。今回の企業競争力強化支援事業はその壁を少しずつ取り除くご支援だったと感じています。

◆仮想カタログ、顧客価値発想法を用いて、自社製品・技術の顧客価値を考える

今回ご支援させて頂いた企業は、2つのタイプがありました。一つは医療向けの製品(多くの場合、試作レベル)が既に存在する企業、もう一つは、医療向けの製品はないが既存の自社製品・技術を活用して医療業界に参入したい企業になります。

前者の企業では、仮想カタログの作成を通して、ターゲット顧客の明確化やニーズ検討をおこなう事で、自社製品の顧客価値を見出す事が比較的スムーズにできました。

一方、後者の医療向けの製品がない企業については、医療向けの製品を一から検討する必要がある為、非常に苦戦しました。仮想カタログを作成する前に、JMACの手法“顧客価値発想法”を用い、対象とする自社の既存製品・技術がどのような顧客価値を持っているかを検討しました。今回ご支援させて頂いた株式会社ダイニチの例ですが、強みの技術としてホーニング加工技術というものがありません。この技術の顧客価値は「金属の内面をきれいにすることにより、残留物が溜まらない(ので、洗浄の必要がない等)」というものです。この様に技術の顧客価値を考え、医療分野で適用できないかという検討をしました。合わせて、医療機器メーカーのカタログを参考にしたり、医師の友人にヒアリングをしながら、最終的にはいくつかのアイデアを創出する事ができました。

◆医療業界に新規参入する為の壁を取り除く

医療業界は独特の規制、慣習等があり特殊な業界です。新規参入する際、企画、開発、生産、販売といったバリューチェーン、そして部材売りに徹するのか、それともリスクを取って製造販売までをおこなうのかといったビジネスモデルにおいて多くの壁が存在します。

今回は企画の部分に当たりますが、企画における最初の壁は医療現場のニーズが分からないという事です。その壁を解決する為には、2つの方法があります。一つは国、地方自治体、医療機関、大学等の外部の力を活用するという方法です。今回の企業競争力強化支援事業も同様ですが、これは有効な方法だと思います。二つ目の方法としては、HOSPEXの様な医療向けの展示会に参加する方法です。今回の展示会では、想定していた商品への引き合いは勿論の事、想定していなかった商品の逆提案を受けている企業が数社ありました。展示会で顧客と接することで、これまで知らなかった医療分野のニーズを吸い上げる事が出来るという事もあります。今回参加して頂いた企業にとってはまだスタートラインに立った状況ではありますが、国の支援と仮想カタログを用いた展示会出展により、企画における壁を少し取り除く事が出来たのではと感じました。

現在、各社の展示会後のフォローさせて頂いておりますが、展示会をきっかけにデモの依頼や技術提携の話が来ているそうです。今後もフォローをさせて頂きながら医療業界への新規参入を実現させたいと思います。

■ 本事業に関するご紹介はこちらから >> http://www.jmac.co.jp/special/health_care/

【お問合せ】株式会社日本能率協会コンサルティング
TEL.03-3434-0982 mail :healthcare_jmac@jmac.co.jp

URL:<http://www.jmac.co.jp>