

担当者VOICE

**アライアンス・パートナー
 発掘市は、企業のお見合い。
 「安心」してビジネス
 パートナーと出会えます**



当所 市川経営支援員

マッチング支援を進める際に私たちが心掛けていることは、各々の企業が今、もしくは最終的に何を求めているかを、少しでも多く把握することです。

今回、マイクロアルジェコーポレーション(株)の後藤さんに「商工会議所の仲介だから、初めての方でも安心して会うことができ、小森デザイナーとも以前から、取引があったかのように仕事を進めることができました」と、お伺いすることができました。

商工会議所の支援メニューは、どれも「人と人とのつながり」を作ります。

今回の商品「ノストフラン」は、出来上がった今が第一段階です。これからは販路開拓・拡大など次の方策を、企業の皆さんとともに考えながら、引き続き支援に取り組んでいきます。

Coming Soon!

「ノストフラン」は、9月25日開催の「合同記者発表会」にてマスコミにお披露目します。

この商品を求める人の生活、気持ちに配慮され、目に留まり、手に取られるものとなるよう試行錯誤を重ねました。
 ターゲットである女性の目線で考えられた新パッケージは、爽やかなイメージのなかにも他社にはない商品のセールスポイントをより明確にすることを心がけました。



言葉にするのは簡単かもしれないことも、いざ具現化するにはとても難しい。それが「デザイン」です。

後藤さんからの
 依頼に応えました

ビジネスパートナー
 (右)小森和代さん (左)小森章喜さん

他の商品に埋もれない存在感、持ち歩く際の扱いやすさも考慮しました。
 (デザイナー)小森和代さん談



デザイナー側の「センス」優先ではなく、こちらの要望をきちんと確認した上で、デザイナーとしての考え方を私たちに伝える小森さんの仕事の進め方は、とても安心して任せられました。

後藤さんには、「ターゲットに向けた開発者の思いを装飾や色彩、言葉などデザインに関わる全てに集約できれば、消費者に必ず伝わります」と話しました。

すごくいいですね

いかがですか?

「この商品の魅力をどうしたら伝えられるのか...」
 「ターゲットは健康志向の高い女性に絞りたい」
 そう考えているうちに頭に浮かんだのが、3月に当所と名古屋商工会議所で開催したアライアンス・パートナー発掘市(＝事前調整型のビジネス・マッチング支援・商談会)でのこと。
 当所がこの商談会でマイクロアルジェコーポレーション(株)に紹介した、広告・パッケージ等のデザインを手掛ける(株)グラフィック・ラング 小森章喜さんが語っていた「デザイン」に対する想いでした。
 それは...
 「デザインは商品の顔です。その第一印象で、お客様が手に取るきっかけを作ります」
 後藤さんは、この言葉を思い出し、今回のデザインを小森さんに依頼することにしました。

商品名でもある「ノストフラン」は、髪菜(ハッサイ・微細藻)に含まれる成分の名で、インフルエンザウイルスの感染を抑えるIGA抗体の活性化させるといふ優れたもの。

〈企業×デザイナー〉
**ビジネス・マッチングで得た
 パートナーと新商品完成!**



新商品「ノストフラン」
 マイクロアルジェコーポレーション(株)
 当所では、会員企業の皆様経営力向上を支援する様々なメニューをご用意しています。
 今号では、その数々のメニューのなかから「アライアンス・パートナー発掘市」でのマッチングに成功し、力強いビジネスパートナーを得てこのたび新商品を完成した、マイクロアルジェコーポレーション(株)をご紹介します。



デザイン
 リニューアルを依頼

今までにない商品のイメージに仕上がりました!
 マイクロアルジェコーポレーション(株)
 第二営業部
後藤美信さん

平成5年8月、「人と社会の健康づくり」を企業理念に創業した、マイクロアルジェコーポレーション(株)。
 社名にある「マイクロアルジェ」とは、微細藻類のこと。
 「まだまだ一般的には馴染みの薄いかもしれませんが、健康・美容、バイオ燃料まで幅広く応用できるよう、日々研究開発しています」と語るのは、第二営業部の後藤美信さん。
 そのなかで、今回後藤さんが「テコ入れ」を試みたいと考えた商品が、この「ノストフラン」。マイクロアルジェの一種である「髪菜(ハッサイ)」という微細藻を応用し、シートキャンディー形状にしたもの。冬場など、喉をいたわる季節に対策のひとつとして2009年に自信をもって開発したイチオシの商品です。
 しかし、市場で注目されるにはまだ至っておらず...。その原因は販売ターゲットが絞りきれいなことにあるのではないかと考え、今回、パッケージをリニューアルしようと考えました。
 そこで後藤さんは...