



## 千代田インテグレ株式会社様

### 試作受注の強力な武器としてMofrelを活用、 圧倒的な差別化を図って顧客拡大に挑む。

Mofrel(モフレル)の価値は試作におけるイニシャルコストの大幅ダウンに留まらない。グローバル展開をするパーツサプライヤー、千代田インテグレ株式会社にモフレルは、新しい可能性をもたらした。特に試作受注の強力なツールとしての期待は大きく、他には真似できない差別化を生み出し、同社の競争力アップを強力に後押ししている。

#### 価格競争から抜け出す、その切り札に。

“これは強力なセールスツールになるかもしれない”千代田インテグレ株式会社の村澤琢己常務は、『CEATEC JAPAN 2017』ではじめてモフレルを目にした時、そう感じたという。

同社は主に柔らかい素材を自在に加工する部品サプライヤーである。OA・AV機器や自動車分野を中心にエレクトロニクス、医療、アミューズメントまで幅広いマーケットで事業を展開している。

ソフトプレスという高い技術力と提案力、グローバルな販売網で高い評価と実績を誇っているが、部品加工の業界でも他の産業界と同様に、昨今は価格競争からは逃れられないという。特に人件費の安い海外勢との競争では利益確保が難しい状況だ。

価格競争による消耗戦に巻き込まれないためには競争力を高めるしかない。新しい技術などの活用による提案力を磨き、差別化を図っていくことが求められる。その模索の中で村澤氏はモフレルと出会う。

「カシオのブースではじめてモフレルの印刷サンプルを触った時、これは面白い、もっとよく調べたいという気持ちが湧きました。当社が使うシルク印刷とも3Dプリントとも違うユニークな印刷だと感じました」と村澤氏は振り返る。

その後サンプルを手に入れ、可能性を探ったところセールスツールとして活用することを思いつく。モフレルによって試作開発のプロセスを進化させるだけでなく、試作そのもののセールスにも活用すれば新しい展開が図れると考えたのである。

#### 試作段階から参加して、量産受注を狙う。

セールスに活用するとは具体的にどうということなのか。「顧客の側で図面を完全に仕上げてしまったら、弊社のような部品サプライヤーは量産をするだけ。そうすると調達力や価格の勝負になってしまいます。



▲村澤氏「世の中の凹みを見るとつい何ができるか考えてしまう」

しかし、試作の段階から私たちが関われば量産の受注につながる可能性がとて高くなります。図面に仕上がるまでのプロセスに提案という形で関わっていく。そのツールとしてモフレルが力を発揮できると思いました」と村澤氏は語る。

モフレルなら完成のイメージを見せることができ、その試作もスピーディにローコストで実現することが可能になる。試作は国内で作って量産は海外で製造という流れがあるものの試作の需要は多く、村澤氏によれば国内だけでも一月に約1500件もの話が来るという。

しかし、試作にはアイデアも要求されるが、金型を作るなどのイニシャルコストがかかるのが課題である。モフレルならそれを解消することができる。

たとえば自動車の内装やOA機器、家電によく使われているメンブレン(凹凸のある薄いシート)スイッチの試作には専用の金型だけでなく、色の数だけ版も必要になる。イニシャルコストは数十万円もかかるが、モフレルなら金型が不要で大幅なコストダウンが可能となる。



## 千代田インテグレ株式会社様

「弊社ではメンブレンスイッチの下にある基板のプリントも手がけているから、メンブレンスイッチの表面と合わせて受注することができる」と村澤氏は大きな期待を寄せる。さらに試作から関わることのアドバンテージとして村澤氏は新たな関係づくりへの寄与を挙げた。

「これまでよくあったような顧客が開発、弊社が量産という関係ではなく、開発段階からスタートすることでパートナー関係になることが期待できます。共存共栄のエコシステムのような関係が構築できれば互いの競争力も強化され、新しい展開が可能になります」とmofrelによる波及効果にも注目している。



▲メンブレンスイッチの表面、金型を使わずスピーディに制作。

## 顧客の反応は良好、早速試作を受注。

千代田インテグレ株式会社では導入後早々、モフレルを試作受注のテストマーケティングに活用した。サンプルを持って営業スタッフがモフレルを顧客に紹介すると反応は好評で、早速試作の依頼も発生した。

たとえばアミューズメント関連では、キャラクターの立体プリント、しかもイラストだけでなく、写真も可能ということに関心はとても高いという。さらにラミネートなどによるコーティングといった2次加工も同社で行えるので完成品に近い仕上がりが再現でき、受注につながる可能性は大きくなる。

営業スタッフはモフレルをツールに新規開拓にも取り組み、文房具メーカー、建築、医療分野へアプローチを行った。顧客も新規客も大きな関心を示すことが多く、商談のきっかけにもなり受注拡大の期待は大きいという。

特に顧客の反応を引き出すという点で力を発揮しており、POPに使えないか、3Dプリンタのモデリングに使えないか…など具体的な要望が飛び出すこともあり、そうした顧客側からの発想もヒントになっている。

社内では開発スタッフによる2.5Dプリントの活用をアイデアシートに落とし込んでもらい新規事業につながる開発にも取り組んでいる。同社は試作の受注だけでなく、新しいビジネスの可能性も同時に探っている。



▲サンプルを持って新規客の開拓に取り組む営業スタッフ。

モフレルのポテンシャルはとても大きいと村澤氏は話す。「モフレルの技術があれば、いろいろな転用が考えられます。発想がどんどん湧いてくる。やわらかい素材で複雑な形状を作るというニーズは依然多い。部品も製品も進化しているので提案するチャンスはたくさんあると思います。」

村澤氏によれば、金型への転写といった技術的なことから、マニア向け、高級志向などのターゲットや市場を絞った戦略まで、モフレルを軸にするとさまざまなアイデアを思いつくという。そこからどんな面白い製品やサービスが生まれるか、同社のモフレル活用戦略からは今後も目を離せない。

## 千代田インテグレ株式会社

(東証一部上場、証券コード：6915)

「軟らかい素材をお客様のご要望通りに自在に加工する技術」である『ソフトプレス』を強みに持つ、機構部品、機能部品の製造を手がける部品メーカーである。「OA機器」「AV機器」「通信機器」

「自動車」「家電」はもとより、「電子部品関連部材」「アミューズメント機器」「建材・生活用品」「医療・健康機器」など幅広い分野で事業を展開。国内をはじめアジア、北米、欧州にも多数の拠点をもち、グローバルパーツサプライヤーとしての地位を確立している。

