

市場開拓営業戦略支援



20XX年XX月XX日

東京イノベーション&テクノロジー株式会社
Tokyo Innovation & Technology Crporation

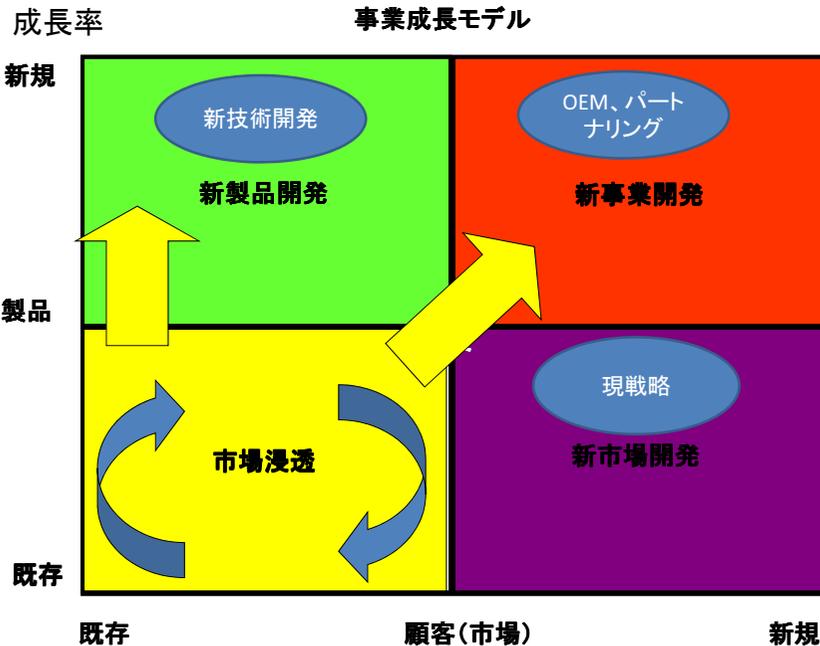
課題

現在の市場環境を踏まえ、中長期的に市場を占有する戦略を考える。

上記を明確にするにあたり以下、充電器市場の概略状況を把握し、来年度以降の戦略方向を決める。

Should Do(すべきこと)

- ① 競合他社動向把握 他社は売れているか？新製品開発は進んでいるか？
- ② ユーザーポテンシャル把握⇒貴社実施済み？1500社
- ③ 戦略方向性の決定(市場環境と社内資源の調整)



戦略構築

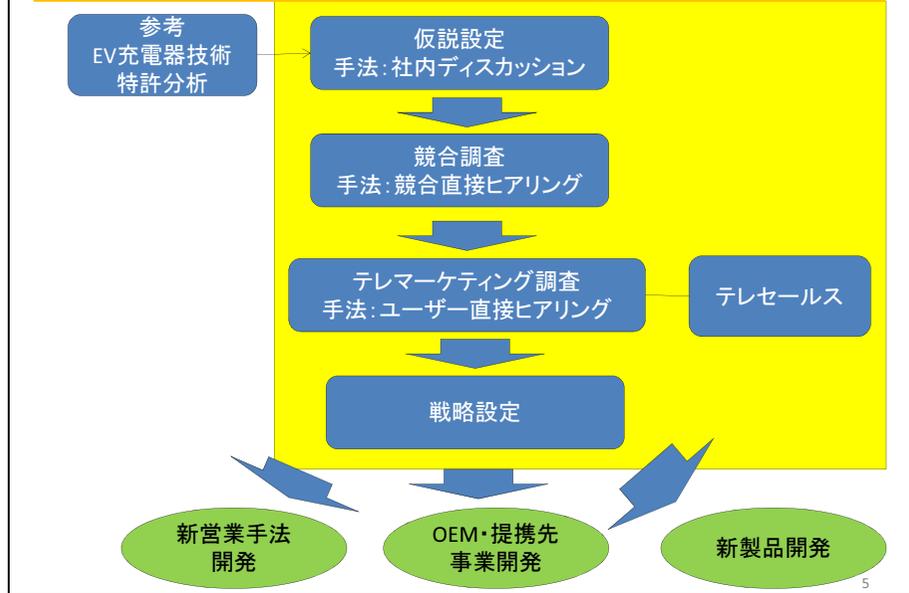
- 市場戦略確定・3年以内に市場シェア？%獲得を至上命題
市場シェアの拡大とマーケット認知度向上を図り市場ポジションでの地位確立を目指す。

次世代自動車戦略 2020年 急速充電器 5000台普及

差別化要素として4P仮説設定と実行策のキーの検討の重要性

- ① 製品付加価値・・・システム組み合わせ(太陽電池、自販機、SMG等)用途、新アイデア等
- ② プロモーション・・・製品コンセプト、WEB、プロモーション等
- ③ パートナチャネル・・・OEM、代理店、VAR
(建設、商社、エネルギー、流通等とのアライアンス、FRS、他新チャネル等)
- ④ 新製品開発・非接触充電、バッテリー交換、一般家庭向け、小型充電等
(技術特許ベースでは実施)

進め方

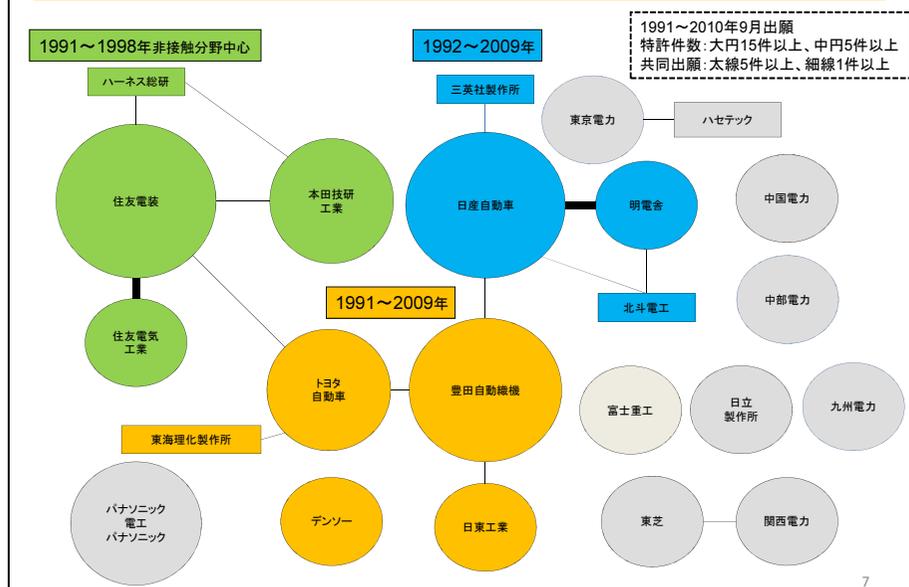


第2ステップ:競合調査・分析

■ 市場タイプ別ポジショニング

- 主要競合企業調査
- 他社戦略、アイデア、提携チャンネル
- 新製品開発状況調査(技術特許については本年弊社調査済み)
 - ・ **競合: 高岳製作所、高砂製作所、豊田自動織機、パナソニック電工、アルバック**
- 販売提携、共同開発、地域実験
 - ・ **石油元売:** 昭和シェル石油、新日本石油、ジャパンエナジー、コスモ石油
 - ・ **流通施設:** 大型スーパー、ディスカウントストア、コンビニエンス、アミューズメント、パーク24、建設、その他地域商業施設、
 - ・ **駐車場機械メーカー:** 石川島播磨重工、三菱重工パーキング、東急パーキングシステムズ
 - ・ **システムSI:** 日本ユニシス、NTTデータ、NTTソフトウェア、NE
 - ・ **住宅建設:** 三井、住友、三菱等不動産、トステム住宅研究所、伊藤忠都市開発、トヨタホーム
 - ・ **地方自治体:** 東京都、神奈川県、京都府、大阪府、愛知県、兵庫県、長崎

EV充電器主要開発企業関連図(参考資料)



第3ステップ:市場再調査・分析

■ 設置ユーザーテレマーケティング調査1000サンプル

目的: 短期的ニーズとともに中長期で業界を把握する(競合進出含む)
調査方法: サンプル抽出を行い業界、地域など幅広く実施する
 (潜在ユーザーに関する充電インフラ要望)

- 充電器スタンド設置に関する今後の購買層と予想される潜在ユーザーニーズ
- 電気自動車の利用に関する要望

■ 市場分析による仮説の設定

- 大都市圏及び地方圏における急速充電器に要望される立地、施設、付帯設備の予測と仮説設定
- 販売チャンネル、パートナー、OEMとしての提携可能性
- 付加価値としてのアイデア創出



〒150-0013 東京都渋谷区初台1-51-1
TEL:03-6300-6020 FAX:050-3488-5712
E-mail :mat@tokyoitc.jp