

機械情報産業カレント分析レポート

調理機器から医療・健康分野へ進出したニッチトップ企業の軌跡

-エイシン電機(株)を事例にして-

◆ユニークな調理機器産業のニッチトップ

機械関連産業では成長分野として医療・健康分野に注目が集まっている。この分野には機械関連企業から展開している企業が多くあるが、今回取り上げるエイシン電機(神奈川県横浜市)は、調理機器や加温機から医療機器へ展開し、さらに健康マッサージ器¹へ横展開している企業である。同社は、調理機器産業ではニッチトップ的な存在であり、大手コンビニエンスストア等でも使用されている²(写真1)。

写真1 同社調理機器の例



出所：同社HPより抜粋

同社の医療機器産業への展開プロセスについては、既に別稿で述べているので³、今回は健康マッサージ器への横展開について、ビジネスモデルの観点から考察する。

1 同社の健康マッサージ器は、「マッサージチェア」とは呼ばず、椅子にマッサージ機能が付いているというニュアンスで販売している。

2 例えばコンビニエンスストアにあるおでんや揚げ物の保温機は同社製品が多く使われている。

3 機械振興協会経済研究所(2012)『期待される医療機器産業と機械産業の挑戦課題』を参照。

◆健康マッサージ器への展開プロセス

エイシン電機は、調理機器から他分野へ展開する中で、自社が持つ工場を有効に活用できる新分野の開拓を進めてきた。その中で製品化にこぎ着けたのが健康マッサージ器である(写真2)。

写真2 エイシン電機の健康マッサージ器



出所：同社提供

健康マッサージ器を始めた契機は、7年前に社長のアイデアで始まった。当初は「道楽」であったというが、バス会社へ携帯用マッサージ器の提案を行うなどする中で、関連業者の内覧会に出展した際、椅子メーカーと出会い、独自に椅子に組み込む工夫をした。その成果を2010年の展示会に出展してみたところ、同社のマッサージ器に大手流通会社が興味を示し、試供品提供の依頼があった。同社には椅子製作のノウハウはなかったため、椅子メーカーと連携し、試作を行った。その結果、意外にも大手流通会社の店舗に同社のマッサージ器が置かれることとなり、2010年7月に本格導入された。

同社の健康マッサージ器は、これまで同社が手掛けてきたコンビニエンスストア向け調

理機器、温乳器⁴と同様に大手流通会社にとって、「かゆいところに手が届くニッチ商品」となった。なぜならば、大手流通会社にとって、ショッピングセンターの共用スペースは企業にとって収益を上げないデッドスペースになっているといった課題があり、少しでも利益を増やしたい企業にとっては、デッドスペースからも利益が取れるビジネスが必要であったが、その課題を解決してくれる製品が同社の健康マッサージ器だったからである。

◆マッサージ器ビジネスからの派生効果

同社の健康マッサージ器のビジネスは、1回の使用料が10円という価格設定に鍵がある。たかが10円であるが、元々収益を上げないデッドスペースから利益を生むためには、されど10円になる。10円は利用者が気軽に支払える金額であるため、ビジネスにおける掘みになる。ここから5分100円のマッサージ器へ誘導し、リピーターを確保する戦略である。同社では健康マッサージ器を「時間を消費するコンテンツ」と呼んでいるようにパブリックスペースを活用することで、憩いの場を作るとともに、予防医療への効果も期待している。

このように見ると、どこでビジネスになっているのかがわかりにくい。つまり10円や100円でビジネスになるのか、という問題である。たしかに健康マッサージ器の設置は無料であり、売上げの30%を大手流通会社に戻す必要がある。それがビジネスになる理由は何か。この解は、グループ企業のシナジー効果に存在する。すなわち健康マッサージ器の企画・販売は同社本体が行っているが、そのメンテナンスは厨房機器ビジネスで培われ

た全国のメンテナンス網で行っている。この同社独自のビジネスインフラが健康マッサージ器の全国展開を可能にした。加えて、マッサージ器の運用に必要なコインタイマー（コインボックス）を内製化したことが挙げられる。同社は新潟県に工場を持っており、そこでコインタイマーを製造している。同社の健康マッサージ器では、全体をフルセットで自社内に抱えることはせず、企画とコインボックスは自社、椅子は委託工場で製造するという分業体制を取っている。この分業が収益の源泉である。特にコインボックスを製造することは、機械関連企業である同社にとっては本業と同じ加工技術で作れるため、根幹部分では技術、人材、コスト、及び設備の面で経路依存性のメリットが発生しやすい。

さらにこのコインボックスは自社製品としての可能性を持ち始めている。コインボックス市場はプレイヤーが少なく、新たな市場があるという。換言すれば、当初は医療・健康分野として健康マッサージ器に注力してきたが、さらに派生的にビジネスが展開される可能性が出てきたのである。

◆ニッチトップ企業からの示唆

以上のようにエイシン電機では、ニッチトップ企業のポジションを横展開し、医療・健康分野に加え、コインボックス市場でもニッチトップを目指している。調理機器で獲得していたニッチトップのポジションを新分野展開にも応用している。ニッチトップになることは容易ではないが、同社の取り組みは中小企業の新分野展開における利益の源泉を獲得する一つの方法を示唆している。

(調査研究部 山本匡毅)

⁴ 詳細は、脚注3の報告書 pp.37-39 参照