

新しい市場のスタンダードを作って競争力を強化！

中小企業のための標準化活用ガイド

～新市場創造型標準化制度を中心に～

このような課題でお悩みの事業者様、ぜひご一読ください！

ケース 1



新しい製品を開発した！
どうやって付加価値を高めよう？

ケース 2



自社製品の**性能の良さ**、
どうすれば理解してもらえるかな？

ケース 3



品質の高くない類似品が
市場を広げることへの対策が必要だ・・

ケース 4



自社製品を**効果的にPR**する方法が
思いつかない・・

1. 「競争力を高めるための“スタンダード”をつくる」とは ～新市場創造型標準化制度を活用しJISを作る～	1
2. 標準について	3
3. 事業課題の解決の一手に	4
4. JIS化により期待されること	5
5. 標準を作るための制度について	6
6. こんなJISができました！	7
7. JIS化のフローのまとめとポイント	9

「競争力を高めるための“スタンダード”をつくる」とは

～新市場創造型標準化制度を活用しJISを作る～

1 新製品の開発成功！！

スタンダードテック社はこれまで市場になかった、新たな製品を開発した。



2 早速顧客へ売り込み！！

営業担当者は確実に売れるという予感を胸に顧客に製品をアピールした。

弊社の新製品はすごいです。
どのくらいすごいかというと…
本当にすごいです！！

スタンダードテック社
営業担当



4 しかし購入には至らず…

後日、好感触だったにも関わらず購入見送りの連絡があった。反応は良かったのになぜ？

“以前お話頂いていた件、申し訳ないのですが、社内を通すことができず、今回は見送らせてください…”
そ、そんな！！



スタンダードテック社
営業担当

3 反応は上々！！

顧客がかなり好感触を示した。これは受注の可能性が高そうだ。



顧客

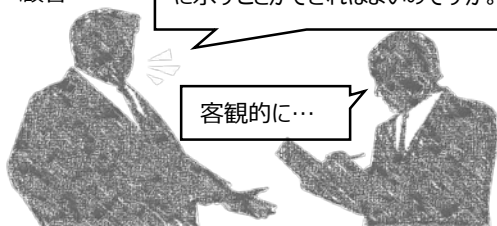
これはすごいですね！
弊社の抱えている課題を
全く新しいアプローチで解
決しています！
早速社内で検討してみま
すね！！

5 客観的な評価がなければ上を説得できない…

顧客

製品がどのように良いのか、客観的に示すことができればよいのですが。

客観的に…



6 どうすればよいのだろう…

新製品の性能を客観的に示すにはどうすればよいかわ頭を悩ませる担当者。

新たな発想で開発した製品だから従来品と単純に比較することができない。
試験データを見せても恣意的だと思われるまいだろうか。



右ページ⑦へ

7 メインバンクの営業担当に紹介された制度

そんな時、メインバンクの担当者に新市場創造型標準化制度の紹介を受けた。

A銀行
法人営業担当



経済産業省で「新市場創造型標準化制度」というものを進めています。御社もいかがですか。弊社もパートナー機関（※）としてご支援させていただきますよ。

8 新市場創造型標準化制度？

パートナー機関の案内のもと、制度事務局の日本規格協会に話を聞いてみることに。

日本規格協会
アドバイザー



この制度では、中小企業が主体となってJIS等の規格を作ることができます。

10 JIS化に取り組む

早速JIS化に取り組むスタンダードテック社。数多の苦労はあったものの、各支援機関の助けなどもあり、JISを制定。



9 JISって守るものでは？

これまで既に存在するJISに則った試験をしたことはあったが、JISを作ることができるなんて聞いて驚いた担当者。

自分でJISを作るということは...

自分で**スタンダード**をつくれるのか！
PRに使えるそうだな！



11 JISにより信頼性向上！

つくったJISが**市場のスタンダード**になったことで新製品をPRでき、性能も分かりやすく伝えることができるようになった。



12 自ら市場を広げていく業界のリーダー的存在に！

新製品は順調に売り上げを伸ばし、市場の先駆者としての地位を確立した。



（※）標準化活用支援パートナーシップ制度のもと、事業者の標準化を支援する機関のこと。

標準について

標準って？

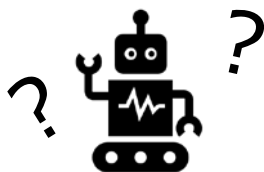
- ➔ 関係者が公正に利益を受けられるように定めた基準・取り決めのこと。
- ➔ 代表的なものとして、JIS (Japanese Industrial Standard)があります。

例 紙のサイズ、安全標識、断熱性能の基準、強度の評価方法



基準がないと

性能をどう説明すれば
よいかわからない



基準があると

公的な基準によって性能を説明できる
≡ **自社製品の優れた点をPRできる**



JIS

性能を測る基準や、
評価する方法の
ものさし

標準化(JISをつくる) によって何がどうなる？

- ➔ 標準化によって実現できることは以下のように様々あります。

新技術の普及・市場拡大

互換性の確保

正確な情報伝達

品質の確保

安全性の確保

多様性の制御

ブランド力の向上

標準の種類

- ➔ 製品の仕様そのものに関する標準や他製品とのインターフェース部分に関する標準、製品の性能基準や評価方法に関する標準があります。

製品の仕様に関する標準

➔ブルーレイディスクの仕様など

インターフェース部分に関する標準

➔QRコードなど（製品間の接続等）

性能基準・評価方法の標準化

新市場創造型標準化制度（P. 6を参照）を活用した中小企業には、性能基準・評価方法の標準化に取り組んだ例が多くあります。
具体例はp. 7、8をご参照ください。

事業課題の解決の一手に



良いものをつくったのに
売れないなあ・・・

課題

WHY?

1 製品の良さを伝えることができていない



新しい製品の場合、従来品と単純に比較することができず、製品の良さを客観的に伝えることが難しいことがあります。

2 企業・製品への信頼度不足



業界や用途によっては、安全性や品質が厳しくチェックされるため、新たな製品の場合、信頼性を客観的に伝える必要があります。

3 新たな製品であるため、市場が未整備である



新しい市場では、顧客の製品に対する理解度が低いことも多いです。また、市場の製品が玉石混交となり、顧客は製品の価値を正確に判断しにくくなりがちです。さらに、低品質の製品による事故が起こると、市場全体への信頼が失われてしまうこともあります。

解決

1 性能の評価方法をJIS化し、製品の良さを伝える

2 JIS制定により、企業・製品への信頼を得る

3 JISを用い、新たな市場を主体的に整備する

JISをつくるのはゴールじゃない。
それを事業へどのように役立てる
かが重要。



JISで市場をつくるという強い目的
意識で取り組んだ。業界全体を
良くしたい。



取り組んだ企業の 声・熱意

JISをつかって市場を適正に整備
することが、市場拡大の準備に
なるはずだ。



JISで市場が活性化すれば、イノ
ベーションにもつながるだろう。



JIS化により期待されること

JIS×ブランディング＝業績向上！ のイメージ例

PR

自社主導でJIS制定に取り組んだことを
対外的に発信



自社のWEBサイトで
プレスリリース

信頼獲得

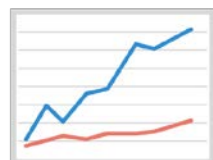
JISに基づいて自社製品の特徴を説明
取引先の信頼を獲得



社名入りのJIS冊子
作って営業（P10参照）

差別化

JISに基づいて自社製品の特徴や性能を
説明し、他社製品との違いを明確化



ブランディング

的確なターゲットに自社製品の価値や
優れた点が浸透

引き合いが
増えた！

業績向上へ

価格競争を
脱して、利益率
が良くなった！

他にもこんな効果が！

- 業界のキーパーソンとのネットワークができた
- 新製品のユーザー候補となる企業との接点を持つことができた
- JIS制定に取り組む中で、有識者から色々なコメントをもらうことができ、今後の製品開発へ活かせるヒントを得られた



標準を作るための制度について

詳細は経済産業省の
WEBサイトを参照

※本制度の情報は2020年2月時点のものであり、今後変更の可能性あります。



新市場創造型標準化制度とは

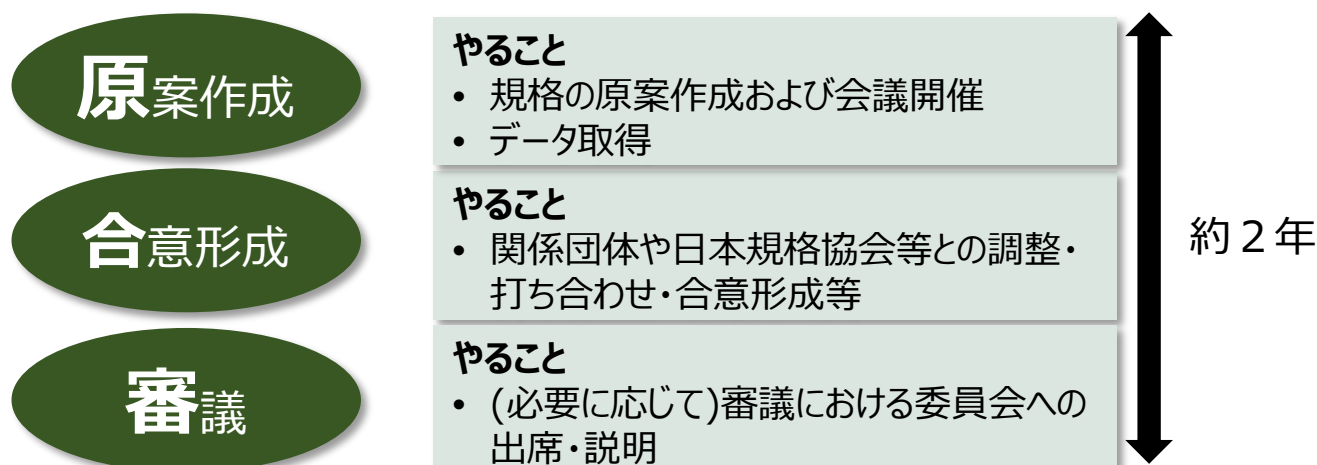
一般に、JISは既存の業界団体等により作成されますが、そうした団体等では対応が出来ない、複数の関係団体に跨がる融合技術や特定企業が保有する先端技術に関する標準化を進めるための制度です。

<制度の主な採択条件>

- ①標準化提案の内容が、**新市場の創造や産業競争力の強化**といった政策目的に合致すること。
- ②標準化提案の内容が、**JIS**として（又は、ISO/IECにおける国際標準として）適切に取り扱われるものであること。
- ③**当該新技術等に関する団体が、原案作成団体（又は国内審議団体）を引き受けことが困難**であること。

※新市場創造型標準化制度の対象となる規格は、ISO/IECの場合は経済産業省専管・共管、JISの場合は経済産業省専管のものに限る。
※新市場創造型標準化制度及びその費用支援の採択は、支援の有無を決定するものです。JIS制定には、規格開発及び利害関係者との合意形成が別途必要です。

標準化の流れと想定スケジュール



※新市場創造型標準化制度を活用した場合の例

※実際に要する期間は、案件の性質によって異なりますので、ここに記載したとおりになるとは限りません

※2年間毎日ずっと関わり続ける必要があるという趣旨ではありません。

- ✓ **制度利用企業の社員が原案作成や利害関係者との合意形成を行う必要があるため、当該社員の人件費相当の費用が発生します。**
- ✓ **規格開発に関係するその他の費用は国費による支援があります。
(原案作成委員会の運営、試験データの収集、規格の検証費用等)**

※中小企業が新市場創造型標準化制度及びその費用支援に採択された場合の例。

こんなJISができました！

株式会社田中電気研究所



取組の背景

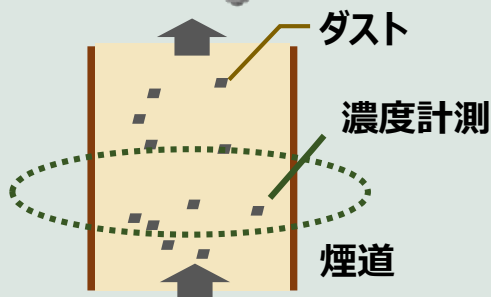
- 日本ではダスト濃度計は自主管理計器が、世界では重要な計器
- 海外に輸出しようとする認証を求められるが、取得には高額な費用が必要・・・
- まずは国内で基準を作って市場を広げ、JISを取得したダスト濃度計で海外展開を！

こんなJISをつくりました

JIS B 7996



排ガス中のダスト濃度自動計測機の性能評価方法



JISの内容例

- 評価用試験粉体の定義
- 試験ダクトを使った公定法との相関係数の求め方
- 機器の温度安定性試験方法
- 機器の校正方法
- 機器の評価報告書の書式 / 等

JISをついたら



田中社長

社名入りJIS規格票を営業ツールとして活用し、取引先からの信頼度があがった！
製品の認知度もあがり、他業界からの引き合いも増えてきた！

株式会社トヨコー



取組の背景

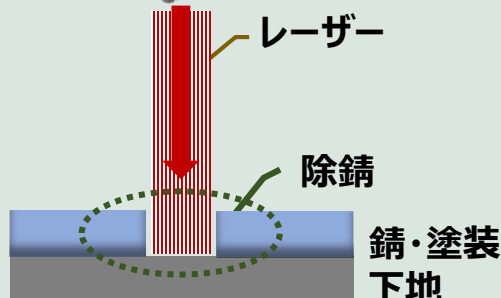
- さびなどを除去する新たな工法を考案したが、取引先からは「面白いけど本当に大丈夫？」という話を受けることが多い・・・
- 新しい市場をつくるのであれば、新しいルールをつかった方がよいのではないかな？

こんなJISをつくりました

JIS Z 2358



レーザー照射処理面の除せい（錆）度測定方法



JISの内容例

- 測定条件
- 測定に必要な装置の規定
- 測定手順
- 除錆度の評価基準
- 除錆度の評価結果の報告項目 / 等

JISをついたら

企業としての信頼度が高まった！
当社の新技術を取引先へ紹介する際の基準ができたので、コミュニケーションしやすくなった！



茂見社長(CRC)

豊澤社長(CFC)

こんなJISができました！

アクアシステム株式会社



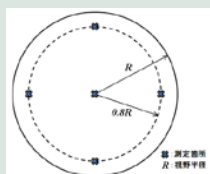
- 取組の背景**
- 市場を広げて世界でも戦う基盤づくりをしたい
 - しっかりとした品質の製品を示す基準をつくることによる的確な参入を促し、業界を活性化したい

こんなJISをつくりました

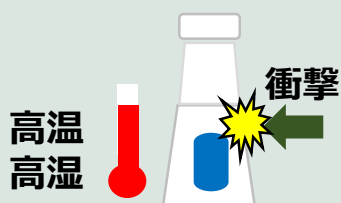
JIS B 7271



携帯形微生物観察器



視野径
解像力



JISの内容例

- 観察器の性能
 - ・ 視野径、解像力、耐衝撃性・高温高湿性
- 構成・材質
- 観察器の試験方法
 - ・ 視野径、解像力、衝撃・高温高湿 / 等



衝撃試験

JISを作ったら



狩野社長

取引先の信頼性が高まり、交渉力が強化された！
じわじわと認知度も高まり、様々な市場へアプローチしやすくなった！
JIS制定はゴールではなくスタート！

このほか、JIS等の作成事例はコチラをご覧ください

経済産業省

新市場創造型標準化制度を活用した事例

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/hyojun-kijun/katsuyo/shinshijo/pdf/zireisyuu.pdf>



日本規格協会

新市場創造型標準化制度（制度採択一覧）

https://webdesk.jsa.or.jp/pdf/dev/md_4765.pdf



①事前検討

■ 目標の具体化 (TO-BE)

- 新製品に関する目標やスケジュール感を整理

■ 現状の整理・把握 (AS-IS)

- 新製品の市場動向や優位性
- 競合他社の分析

💡 まずは3C(市場・競合・自社)やSWOT(強み・弱み・機会・脅威)等で整理

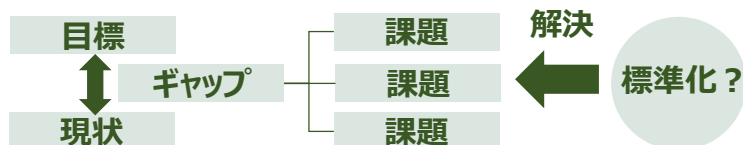
■ 課題の整理 (GAP)

- 現状 (AS-IS) を目標 (TO-BE) に近づけるうえでの課題を検討

■ 課題解決策としての「標準化活用」の有効性を検討

- 標準化によって解決できそうか？
- 自社の知的財産との関係は？
- パートナー機関のサポート

💡 パートナー機関についてはこちら



②JIS

■ 体制構築

- 自社の人的リソース
- 支援機関・パートナー機関
- 公設試や金融機関等のサポートを受けることが可能である。

■ 原案作成委員会の組成

- ①JISは一社のみで作成できない。
- ②他社との調整・合意形成が必要である。
- ③委員選定は日本規格協会に相談できる。



💡 なぜ事前検討が重要か？

ただ単にJISをつくるだけでは利益につながらないこともあります。利益の源泉は、ビジネスモデルと自社の技術力であり、それを強くする手段として標準化の取組を位置付けることが大切です。

💡 取り組む前に気を付けておきたいこと

標準化に取り組む前に、他社の技術動向を把握できていない例も散見されます。自社の技術力について本当の優位性を把握するためにも、他社の技術を調査することが有用です。

また、市場環境についても、客観的な目線で把握しておくことが望ましいです。仮に製品の機能的には成熟しているような市場が対象になりそうであれば、機能よりもデザイン等の視点から独自性を出すことが有用な場合もあります。

💡 JIS制定に取り組んだ企業が苦労した点

JISの制定に取り組んだ企業からは、次のような点で苦労したという話が聞かれています。あらかじめ想定しておけるとよいかもしれません。

- ・ 自らJIS原案の作成をする必要があるが、慣れない資料だったので大変だった。
- ・ JIS原案の作成委員会のスケジュールに合わせて試験データを収集していく必要があるので、かなりの労力を割く必要がある場面もあった。



**ここからが本当の
スタート！**

制定

③制定後

■ JISの仕様検討

- JIS化のスコープ（何を標準化するか）
- 知的財産権の確認
- 特許等、自社の優位性につながる要素とJIS化する部分の整理

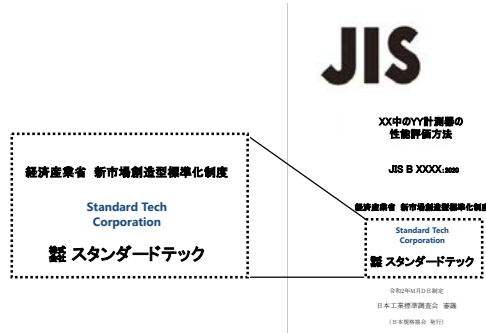
■ 原案作成委員会での討議

- 担当者へのサポート
- この時期、担当者に負担が集中する場合があるため、業務負担の軽減等のサポートが必要となる。
- 関係者への説明
- 業界団体やユーザー等の関係者に対して、JISの内容への理解を得る必要がある。
- 試験データの取得
- 公設試や公的研究機関等での試験データ取得のための実験費用については、制度により補助が出る。



■ 事業への活用

- ブランディング（p.8参照）
- JIS化することが直接業績に結び付くのではなく、JISを活用することで、成果創出につながる。
- JISマーク認証の取得（※）
- JISが制定された後、JISマークを取得するためには認証を取得する必要がある。
- ※JISマークの認証が取得可能なJISの場合のみ。認証取得には別途費用がかかります。



企業名（スタンダードテック社）入りのJISのイメージ

💡 新市場創造型標準化制度を活用した場合の負担

標準化活動に係る従業員の工数（人件費）等がかかりますが、原案作成委員会の運営、試験データの収集、規格の検証費用等は国費による支援があります（※）。

※中小企業が新市場創造型標準化制度及びその費用支援に採択された場合の例。

💡 委員選定や関係者の巻き込み

委員長をはじめとした原案作成委員会における委員の選定も重要です。JIS制定に取り組んだ企業からは「中立的な立場で助言をしてくれる委員の存在が大きかった」というコメントもありました。その他、生産者や使用者も委員に含める必要がありますが、丁寧に意思疎通を行い合意形成していく必要があります。

委員選定については、適宜日本規格協会の担当者に相談することもできます。

JIS制定に取り組んだ企業のコメント

- ・ 生産者としての立場で同業者が委員に入っており、合意形成に至るまで時間を要した。
- ・ 中立的な視点で意見をまとめてくれる委員長の存在が重要であったと思った。
- ・ 原案作成委員会がスムーズに進まない例もある。業界内で合意形成をできるかがポイントである。

JIS化に関心を持っていただけた方は、以下のいずれかにお気軽にご相談ください！

東北経済産業局 地域経済部 産業技術課

TEL : 022-221-4897 E-mail : thk-jis@meti.go.jp

URL : https://www.tohoku.meti.go.jp/s_jis/index_jis.html



一般財団法人日本規格協会(JSA)「総合標準化相談室」

(新市場創造型標準化制度事務局)

TEL : 03-4231-8540 E-mail : stad@jsa.or.jp

URL : https://webdesk.jsa.or.jp/common/W10K0500/index/dev/iso_partner/



こちらをご覧ください！ 事例や類似制度等の詳細情報を掲載しています

経済産業省

- ・ 標準化を活用した事業戦略のススメ

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/hyojun-kijun/katsuyo/jigyo-senryaku/index.html>



日本規格協会

- ・ JSA規格 (JSA-S)制度

<https://webdesk.jsa.or.jp/common/W10K0500/index/dev/jsas/>



○発行

2020年2月

○企画

関東経済産業局 地域経済部 産業技術革新課

○編集

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 知的財産コンサルティング室