

富士フイルム株式会社

標準化・認証確立を通じて
自社製品の提供価値をアピール



- 感染症予防対策としての“消毒・除菌”に対する意識が高まる中で製品の新たな特徴を客観的に認知させる必要があった。
- 「抗菌マーク」のついた製品とは異なる持続除菌性を有する点を示すためにJIS規格を開発し、製品の塗工品評価方法を新たな認証制度として設置した。
- 規格及び認証制度によって製品の特徴を客観的に示すことが可能になり、認知度及び信頼性を向上させた。

ビジョン・課題認識

- 「持続除菌性」を特徴とするHydro Ag+スプレーを開発。
- しかしながら、感染症予防対策としての“消毒・除菌”に対する意識が高まる中で抗菌製品技術協議会（SIAA）※1が定めた「抗菌マーク」（抗菌性・安全性基準を満たす製品に付与）だけでは、製品の持つ「持続除菌性」をうまく訴求しにくいという課題があった。

ビジネス上の効果

- 製品の有する「持続除菌性」性能に関して規格を通じて認知度及び信頼性を向上させ、製品の販売を行うことができた。
- 認証制度の設置を通じて製品の特長を社会実装した。

戦略の背景にあった狙い、オープン&クローズ戦略、具体的なアクション

性能標準・評価方法の
オープン化

- 製品の提供価値を再定義し、その評価方法や基準を標準化することで製品の提供価値を客観的にアピール。ニーズが増大する除菌関連製品市場において、新たな付加価値で製品等の販促を目指した。
- クローズ戦略としては、他社製品より持続除菌性を有するHydro Ag+の処方・製造技術の特許等を活用して管理した。
- オープン戦略としては、こうした強みを有する製品の製造過程における繰返し除菌試験方法をJISにおいて規格化することに成功（JIS Z 2811）し、このJIS規格で定めた評価方法に基づいて抗菌製品技術協議会（SIAA）に「業務用除菌膜施工」の認証制度を構築した。



Hydro Ag+スプレー

※1：適正で安心できる抗菌関連製品の普及を目的とする業界団体。