

読んで気づく 学んで取り組む 経営工夫事例集

michi **知** *shirube*
ミチ **しる** ベ



日本政策金融公庫
国民生活事業



売上増加

新しい商品にチャレンジし、テイクアウト販売に取り組む	Bistro Vendange	飲食	01
Instagramを活用しオンライン販売に取り組む	有限会社関豊店	製造・建設	02
動画配信による広告宣伝に取り組む	株式会社ネットファクトリー75	卸・小売	03
Instagramを活用した宣伝に取り組む	有限会社市川乳業	飲食	04
コラボ商品の販売に取り組む	パンカフェ ドウジエム	卸・小売	05
ライブ配信に取り組む	ママガメ革工房	製造	06
オンラインレッスンに取り組む	株式会社イーヤス	その他のサービス	07
オリジナル商品の販売に取り組む	神戸旬膳 K's Kitchen	飲食	08

販路拡大

展示会を活用して販路拡大に取り組む	有限会社井上業匠	卸・小売	09
技術力を活かして販路拡大に取り組む	I CRAFT	製造	10
ホームページを見直し、新たな顧客の開拓に取り組む	株式会社ネクスト	その他のサービス	11

新規事業

新たにサブスクリプションサービスに取り組む	アルケミストコーヒージャパン合同会社	卸・小売	12
新分野の商品開発とクラウドファンディングの活用に取り組む	有限会社宮岡精工所	製造	13
技術を活かした新サービスに取り組む	有限会社じこう	飲食	14
宅配サービスとInstagramを活用した宣伝に取り組む	Farm Regalo	その他	15
新商品開発とブランド化に取り組む	糸伍株式会社	製造	16
新分野への進出とTwitterを活用した宣伝に取り組む	株式会社バリアホーム	建設	17
オンラインを活用した新サービスに取り組む	有限会社かの石材	製造	18
空き物件を改装し、飲食店への多角化に取り組む	株式会社高田	卸・小売	19

差別化

店舗ロゴの見直しを行いブランド力の向上に取り組む	THE PUPPEZ	卸・小売	20
LINEを活用してファン作りに取り組む	有限会社福来屋酒店	卸・小売	21
動画を活用して差別化に取り組む	株式会社渥美計画舎	その他	22
安心して利用できる環境づくりに取り組む	訪問美容室holoholo	理容・美容	23

コスト削減

仕入方法の見直しと宣伝強化に取り組む	株式会社wakoku	卸・小売	24
ドローンを活用し、作業の効率化に取り組む	株式会社CREW	建設	25
販売方法の見直しに取り組む	有限会社永井抱陽写真館	その他のサービス	26

経営資源(ヒト・カネ)

デジタル化に取り組む	あきば歯科	医療・福祉	27
従業員と協力し経営方針の見直しに取り組む	アイリンクス有限会社	卸・小売	28
動画を活用して採用に取り組む	有限会社サンエク	建設	29
接客方法の見直しに取り組む	株式会社フォルナ・ヴェスタ	飲食	30

地域活性化

顧客ニーズを捉えた新しいサービスに取り組む	合同会社トウイーク	宿泊	31
地域の事業者と協力した新商品開発とPRに取り組む	有限会社角屋悦堂	卸・小売	32

解説文 執筆者 紹介

株式会社大永コンサルティング
代表取締役・中小企業診断士

永井 俊二 氏

中小企業支援の専門家として、よろず支援拠点や商工会議所などで経営相談に従事している。また、創業セミナーや資金繰りセミナーなど講演を多数行っている。

V-Spirits 総合研究所株式会社
代表取締役・中小企業診断士

三浦 高 氏

中小企業支援の専門家として、経営相談に従事している。元創業補助金審査員の知見を活かし、事業計画書策定や補助金申請のサポート、セミナー講師を多数行っている。

ミカタ経営株式会社
代表取締役・中小企業診断士

賀長 哲也 氏

中小企業支援の専門家として、よろず支援拠点や商工会議所などで経営相談に従事している。また、創業セミナーやマーケティングセミナーなど講演を多数行っており、毎年100名を超える創業者の支援を行っている。



人気商品「シナモンロール」と「キャラメルナッツロール」

売上増加

Bistro Vendange

- ▶ 代表者 / 佐藤 大典 さま
- ▶ 所在地 / 宮城県登米市
- ▶ 事業内容 / フレンチレストラン
- ▶ 創業年月 / 平成29年4月
- ▶ HP <https://www.facebook.com/vendange634/>

新しい商品にチャレンジし、 テイクアウト販売に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

登米市にてフレンチレストラン「Bistro Vendange(ビストロ ヴァンダンジュ)」を営んでいます。地元食材の料理と日本ソムリエ協会認定ソムリエが提供する本場ボルドー、アルザスなどのワインを気軽に楽しめるお店として、近隣の方にとどまらず、観光客の方にも好評いただいています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響による営業自粛や外出自粛による来店客の減少がありました。特に、売上の多くを占めるディナーについては予約キャンセルが相次ぐなど、来店客が大きく減少しました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

コロナ禍では来店客の回復に時間を要すると考え、テイクアウト販売を開始しました。気軽に何度もご利用いただくために、フレンチのテイクアウト販売に加え、自家製パンの提供にチャレンジしようと専門学校でパンの焼き方を学びました。納得のいくパンが出来上がるまでに約2年かかりましたが、令和4年から提供させていただいています。多くの方に知ってもらうために、FacebookとInstagramを活用しています。

Q4 取組みの成果を教えてください。

テイクアウト販売の開始を聞きつけた新聞記者の方が取り上げてくださり、記事を見たお客さまの来店が増えました。また、パンをご購入いただいた方の口コミ効果により、ランチでご利用して下さるお客さまが着実に増えています。

Q5 今後の展開を教えてください。

現在、シナモンロールパンなど8種類のパンをご提供しています。もっと種類を増やして皆さまに美味しいパンをお届けしていきたいです。また、より一層スキルを向上させ、ご来店いただくすべてのお客さまに楽しいひと時を過ごしていただけるよう努めていきます。

専門家による解説

新型コロナウイルス感染拡大の局面では、多くの飲食店がテイクアウトに取り組みました。馴染みのあるお店の味を家庭で味わってもらうための取組みは、売上減少を回避する対策にとどまらず、既存の顧客のつなぎ止めをはかることができる有効な施策です。当社の取組みはテイクアウトの人気により、ランチの来客にもつながる好循環が生まれました。飲食店の営業許可でテイクアウトを行う際の注意点としては、一部の食品については別途個別の営業許可を取得する必要があります。その他食中毒を防ぐ調理方法や食品表示など、安全にお店の味を楽しんでもらう上で留意することがありますので、保健所に確認するなどしっかり調べて進めることが重要です。

株式会社大永コンサルティング
代表取締役・中小企業診断士 永井 俊二 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ テイクアウトサービス成功のポイント

テイクアウトサービスに取り組む際のポイントや注意点について専門家が解説する動画です。



▶ Facebookのビジネス活用

Facebookのビジネス活用をはじめ際の手順や、ポイントについて専門家が解説している動画です。



売上増加

有限会社関畳店

- ▶ 代表取締役／関 良政 さま
- ▶ 所在地／北海道北見市
- ▶ 事業内容／畳製造販売、内装仕上工事業
- ▶ 創業年月／昭和6年
- ▶ HP <https://www.seki-tatami.com/>

人気のデザイン障子

Instagramを活用し オンライン販売に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、北見市にて良質な国産の材料にこだわった畳の製造販売を行っています。あわせて、ふすまや障子、壁紙の販売や、内装仕上工事も行っています。特に、オリジナルブランドの「i*color (アイカラー)」では、デザイン性のあるふすまや障子紙、壁紙などを取り扱っており、好評をいただいています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により、施工時期の延期や見直しをされるお客さまが増えました。一方で、外出を控えて自宅でのDIYなどに挑戦される方が増えたため、個人のお客さまから簡単に張替えができるシール壁紙や障子のご注文をいただくことが増えました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取り組みをされましたか。

より多くの方へ当社の商品を知っていただきたいと考え、Instagramでの周知に力を入れました。畳の施工事例を紹介するアカウントと、オリジナルブランドの商品を紹介する専用アカウントを分けて運用することで、オリジナルブランドの世界観やブランド価値を高めるような工夫をしました。オリジナルブランド専用のアカウントでは、当社の壁紙とインテリアを組み合わせた画像を投稿することで、使用イメージが湧きやすい

ように工夫しています。また、Instagramショッピング機能を利用し、投稿からオンラインショップへスムーズにアクセスができるようにしました。

Q4 取り組みの成果を教えてください。

Instagramの投稿からオンラインショップへ訪れ、商品を購入してくださるお客さまが増えました。全国からお問い合わせをいただいております。また、新たなお客さまとのご縁をいただくことができました。また、Instagramの投稿を見た押し花デザイナーの方からダイレクトメールでご連絡をいただき、コラボレーション商品の開発を行うことができ、商品の幅が広がりました。

Q5 今後の展開を教えてください。

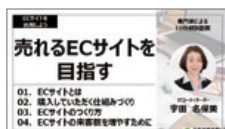
今後も新たな商品の開発に取り組んでいきたいと考えています。あわせて、畳の良さを多くの人に知っていただけるように、SNSでの発信にも力を入れていく予定です。

学んで取り組む 参考情報



▶ Instagramのビジネス活用

Instagramのビジネス活用をはじめ際の手順や、ポイントについて専門家が解説している動画です。



▶ 売れるECサイトをj目指す

ECサイトを開設する手順やポイントについて専門家が解説している動画です。



専門家による解説

コロナ禍において、在宅時間が増えたため、多くの人の1日あたりのSNS利用時間は増加しました。本事例は、この機会を活かし、デザイン性のある商品をSNSを活用して周知するだけでなく、ECサイトまでの導線を構築することで、商品の売上拡大につなげることができた好事例です。日本で利用されている主なSNSは、Instagramのほか、LINE、Facebook、Twitter、YouTube、TikTokが有名ですが、それぞれ利用方法や利用目的が異なるため、ターゲットや商材にあったSNSを活用するようにしましょう。ECサイトの売上につながるSNS活用のポイントは、投稿を見た方が、商品に対する興味関心が高まるように、具体的な利用シーンがイメージできる投稿を行い、ECサイトに誘導することです。利用者の拡大が見込まれるSNSとECサイトを上手に連携させましょう。

ミカタ経営株式会社
代表取締役・中小企業診断士

賀長 哲也 氏



売上増加

株式会社ネットファクトリー75

- ▶代表取締役／小野寺 正勝 さま
- ▶所在地／宮城県仙台市
- ▶事業内容／自動車部分品・付属品小売業
- ▶創業年月／平成28年8月
- ▶HP <http://net-factory75.co.jp/>

動画配信による広告宣伝に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、レッカー車に取り付けるリフトなどの架装を設計・製作、販売しています。架装を取り付けた特装車両の販売のみならず、架装のみの販売にも対応しています。また、小型車両から大型車両まで幅広く、様々な車両に対応しています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響による自動車メーカーの生産停止や減産は、お取引先さま（整備工場や自動車販売会社）に大きな影響がありました。また、輸入品装置が入荷されず、生産が遅延するなどの影響がありました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

広告宣伝に力を入れる必要があると考えました。当社の強みである技術力を効果的に伝えるには、動画で製作現場を伝えることが有効と考え、2か月に1回のペースで動画の配信を始めました。動画の撮影・制作は自社で行っています。見てもらいやすいよう10分以内でまとめていますが、うまく伝わるようテロップの活用や編集を行っています。

Q4 取組みの成果を教えてください。

レッカー車の架装作業などの動画は、他にはなく珍しいようで、約3万回も視聴された動画があります。全国各地からお問い合わせをいただき、受注増加につながっていますので、効果を感じています。

Q5 今後の展開を教えてください。

社名であるネットファクトリー75の「ネット」は、インターネットを活用し、ネットワークを構築して遠隔地のお客さまへのサポートも実現したいと考えて名付けました。社名のとおり、今後も全国各地のお客さまへのサポートにまい進していきます。

学んで取り組む 参考情報



▶ スマホ編集の基本

スマホ編集の基本について専門家が解説している動画です。



▶ YouTubeのビジネス活用

YouTubeのビジネス活用をはじめ際の手順や、ポイントについて専門家が解説している動画です。



専門家による解説

自社の技術力や架装の例を顧客にアピールして興味を持ってもらい、問い合わせにつなげていくために、動画が非常に効果的であった事例です。動画を使ったマーケティングは身近になっています。動画を活用したホームページは閲覧者の滞在時間が長くなるため、購買行動につながります。スマートフォンにより動画を撮影することが容易になりました。動画のクオリティを上げるためには、編集ソフトを活用して字幕・キャプションを入れる、BGMを加える、顧客目線の質問に応える形にするなど、様々な手法があります。まずは、社長自身による自社の商品・サービスを説明することから情報発信を始めてみてはいかがでしょうか。

株式会社大永コンサルティング
代表取締役・中小企業診断士

永井 俊二 氏



売上増加

有限会社市川乳業

- ▶代表取締役/市川 泰一郎 さま
- ▶所在地/福島県白河市
- ▶事業内容/乳類販売業・飲食店営業・食肉販売業
- ▶創業年月/昭和41年12月
- ▶HP <https://r.goope.jp/udonyagura/>

Instagramを活用した宣伝に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、牛乳販売店「いちかわミルクロード」を営んでいるほか、飲食店「白河うどん 櫓(やぐら)」を経営しています。サラダや自家製豆乳を使用した創作うどんが評判で、ご利用いただくお客さまの約7割が女性です。夜は居酒屋営業もしており、こだわりのお酒やオリジナルメニューを揃えています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により、牛乳販売においては、自動販売機を設置している温浴施設などが大きな影響を受けたことで、売上が落ち込みました。また、飲食店においても営業自粛要請による時短営業や宴会需要の減少により、来客数が大きく減少しました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

特に影響が大きい飲食店の取組みが必要であると判断し、テイクアウト販売と広告宣伝に力を入れました。人気のしゃぶしゃぶを自宅でも楽しめるよう保健所に相談し、食肉販売業の許可を取得しました。また、お客さまが車の中で商品を受け取れるよう店舗の改修を行いました。広告宣伝では、料理の写真を気軽に投稿できるInstagram

の投稿頻度を増やし、会員登録いただくとクーポンが発行される取組みなどを周知しました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

Instagramへの反応が良く、登録いただいている会員が約800名から約1,200名に増加しました。クーポンの利用をきっかけに、リピートして下さるお客さまが着実に増えており、今後も積極的に活用したいと考えています。

Q5 今後の展開を教えてください。

白河市から「うどんの文化を発信したい」、「うどんを楽しんでもらいたい」との想いで営業しています。これからご家庭に寄り添うお店として自慢のうどんをご提供していきます。

学んで取り組む 参考情報



▶ SNS活用ガイドブック

SNSを使った集客に初めて取り組む方向けに、基礎知識や押さえておくべきポイントをまとめた小冊子です。



▶ 写真の撮り方ガイド

スマホですぐに実践できる、売上アップにつながる「料理写真」の撮影方法、工夫事例などを分かりやすく紹介した小冊子です。



専門家による解説

コロナ禍で多くの飲食店が実施したテイクアウトに加えて、Instagramによる情報発信を行ったことが奏功した事例です。ボリューム感ある盛り付けや、ヘルシーなメニューが多いこともインスタ映えにつながり、女性客を捉えフォロワーを上手く増やすことが出来ました。投稿内容もハッシュタグを活用したメニューや素材の紹介のほか、アルバイトスタッフや店主夫妻の人柄、営業情報など、動画も交え盛り込むことで、閲覧者が店への親近感を持ち、リピート化しやすくなっています。Instagramをビジネスで利用する際のポイントは、プロアカウント(事業者が利用するビジネス用アカウント)への切り替えです。これによりアクセス分析やURLのリンク設定などが可能となり、メリットが増加するので必須です。

株式会社大永コンサルティング
代表取締役・中小企業診断士

永井 俊二 氏



売上増加

パンカフェ ドウジエム

- ▶ 代表者 / 堀 智子 さま
- ▶ 所在地 / 広島県広島市
- ▶ 事業内容 / パン・焼菓子製造小売業
- ▶ 創業年月 / 平成24年2月
- ▶ HP https://www.instagram.com/pancafe_deuxieme/

コラボ商品の販売に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、広島市にて「パンカフェ ドウジエム」の屋号でパンや焼き菓子の製造販売を行っています。特にベーグルに力を入れており、日替わりで10種類程度のベーグルを販売しています。また、パンの魅力を多くの人に伝えるため、パン教室も行っています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により、外出を控える方が増え、来店客が減り売上に影響がありました。また、定期的に行っていたパン教室は、感染防止の観点から開催の見送りが続いています。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

来店が難しい状況にあっても、多くのお客さまに当店の商品をお届けしたいと考え、通信販売を開始しました。お店を1人で経営しているため、日々の業務に加え通信販売を行うのは難しいと考えていたのですが、お菓子の製造販売を営んでいる知人から、コラボ商品販売の提案があったことを契機に開始を決めました。知人が作ったスコーンと、当店のベーグルを詰め合わせたコラボ便を限定販売しました。お客さまとのやり取りや配送の手配、決済などの通信販売に関する業務は知人が行ってくれたため、安心して店舗の運営と並行して取り組むことができました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

これまでに複数回コラボ便の販売を行ってきましたが、全て売完となり売上の増加につながりました。コラボ便の周知は、当店と知人のSNSで行ったのですが、お互いのフォロワーが増加し、新たなファンの獲得につながりました。

Q5 今後の展開を教えてください。

状況を見ながらパン教室や、地域のイベントへの出店などを再開したいと考えています。お客さまに美味しいパンやお菓子をお届けできるよう、新しいことにもチャレンジしていきます。

専門家による解説

コロナ禍では、多くの事業者が通信販売に取り組みましたが、1人でお店を営んでいる場合は業務過多となってしまう、取組み自体が出来ないという声をよく聞きます。本事例では、他社とコラボレーションすることで、自社だけでは取り組むことの難しい通信販売を始めることができ、結果として売上が増加するだけでなく、新たなファンも獲得した、コラボレーションのメリットが活かされた好事例です。コラボレーションを失敗させないポイントは、お互いのできることをよく理解し、役割分担を明確にすることです。特に集客の責任と売上、利益、経費の分配で思わぬトラブルになることも多いですから、最初にしっかりとルールを決めておきましょう。

ミカタ経営株式会社
代表取締役・中小企業診断士 賀長 哲也 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ SNSのビジネス活用

SNSを活用する際のポイントについて専門家が解説している動画です。





甲斐市にある当社工房の様子

売上増加

ママガメ革工房

- ▶ 代表者 / 村上 悠記子 さま
- ▶ 所在地 / 山梨県甲斐市
- ▶ 事業内容 / 革製品製造販売業
- ▶ 創業年月 / 平成27年1月
- ▶ HP <https://www.instagram.com/mamagameleather/>

ライブ配信に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、財布や鞆などの革製品を製造販売しています。大きさや形、使用する革やパーツなど細部までご希望をお伺いし、オーダーメイドで製造しています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

近隣にお住まいの方からご依頼をいただくことが多く、ご希望をお伺いする打ち合わせは工房にお越しいただいていました。コロナの影響により、打ち合わせで工房にお越しになる予定だったお客さまからのキャンセルや延期が増えるなどの影響がありました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

近隣にお住まいの方だけではなく、多くの方に当社の製品や革製品そのものの魅力を知っていただきたいと考え、アプリを利用してリアルタイムで動画を配信するライブ配信を開始しました。作業の様子を配信しながら、革製品の魅力や作業の内容について話をしました。今まで、作業の様子を一般の方にお見せすることは少なかったため、ライブ配信を機に作業の工程やこだわりについて発信することができ、多くの方に興味を持っていただくことができました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

配信中に、視聴者とコミュニケーションをとることができるため、新しいお客さまと出会うことができました。ライブ配信中にご相談をいただき、商談につながったケースもあります。ライブ配信をきっかけに全国からお問い合わせをいただいています。

Q5 今後の展開を教えてください。

今後も革製品の魅力を知っていただけるよう、SNSなどの発信に取り組んでいきます。革の可能性を追求し、新商品の開発などにも挑戦していきたいです。

学んで取り組む 参考情報



▶ HOW TO動画のポイント

HOW TO動画のポイントについて専門家が解説している動画です。



▶ 動画配信メディアの特徴

動画配信メディアの特徴について専門家が解説している動画です。



専門家による解説

ライブ配信により自社製品やものづくりの魅力を伝えることで、商圏拡大やオンラインでのビジネス展開につなげた好事例です。ライブ配信は映像をリアルタイムに配信することができるため、現場の臨場感が伝わります。視聴者はコメント投稿などに参加できるので一体感が醸成され、ファンとなることも期待できます。認知度が上がり視聴してくれるまでに時間がかかるので、動画配信やSNS、自社メディアなど複合的に組み合わせ、継続的に情報発信していくことがポイントです。留意点としては、リアルタイムであるため編集が効かない点です。不適切な行為や発言があると視聴者から非難され炎上する可能性もあります。事前に配信内容について十分な準備が必要です。

V-Spirits 総合研究所株式会社
代表取締役・中小企業診断士

三浦 高 氏



オンラインレッスンの様子

売上増加

株式会社イーヤス

- ▶ 代表取締役／遠藤 泰照 さま
- ▶ 所在地／愛知県名古屋市
- ▶ 事業内容／企業専門出張リラクゼーション
- ▶ 創業年月／平成19年2月
- ▶ HP <https://www.e-yasu.jp/>

オンラインレッスンに取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、企業に出張し、社員の方に施術を行う「オフィスdeリラックス」というサービスを提供しており、全国主要都市に対応しています。高い技術はもちろんのこと、コミュニケーション能力も強みとしており、社員の方の疲労とストレスに短時間でアプローチします。施術後はレポートを作成し、メンタルヘルスにも役立てていただいています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

感染拡大防止の観点からリモートワークが進んだことにより、職場にいる社員の方が減少しました。加えて、訪問することも難しい状況となり、サービスを提供する機会が減少し、売上に大きな影響がありました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

社員の方のリモートワークへの対応や訪問せずにサービスを提供する必要があると考え、ストレッチの正しいフォームを確認しながら取り組めるオンラインレッスン「オウチdeリフレッシュ」を開始しました。また、企業のご要望を伺いながら、3分程度のオリジナルの体操を考え、動画にしてお届けしています。

Q4 取組みの成果を教えてください。

在宅勤務が続き、ストレスを感じている社員の方から「疲れが取れ、気分転換になる」と好評いただいています。特に、オリジナルの体操については、参加者全員で取り組むことで、リモートでも社員の方同士のコミュニケーションを取ることができると好評です。

Q5 今後の展開を教えてください。

オリジナル体操動画の専用ホームページを開設する予定です。また、展示会へ積極的に出展し、サービスの周知に力を入れていきます。今後も社員の方に笑顔と元気を提供し、もうひと頑張りできる心身づくりのサポートに努めていきます。

専門家による解説

サービス業の多くは顧客と対面でサービスを提供することが前提のビジネスです。コロナ禍での外出自粛は売上減少に直結します。当社が取り入れた非対面でもサービスの提供を可能とするオンラインレッスンは、既存の顧客のつなぎ止めだけでなく、「オンラインであればサービスを利用したい」という潜在ニーズのある新たな顧客や遠方の顧客などの新規開拓も期待できる取組みとなります。オンラインでのサービス対応のためには、通信アプリやネット環境、照明機材、決済手段などを準備する必要があります。ネットからのスムーズな集客が見込めるので、自社のホームページやSNSからの導線を用意することも重要です。

株式会社大永コンサルティング
代表取締役・中小企業診断士 永井 俊二 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ 動画作りの始め方

動画作りの始め方について
専門家が解説している動画
です。





神戸ワインドレッシング

売上増加

神戸旬膳 K's Kitchen

- ▶ 代表者 / 川本 賀久 さま
- ▶ 所在地 / 兵庫県神戸市
- ▶ 事業内容 / 西洋料理店
- ▶ 創業年月 / 平成30年4月
- ▶ HP <https://www.kobe-ks-kitchen.jp/>

オリジナル商品の販売に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、神戸市にてイタリアンレストラン「神戸旬膳 K's Kitchen」を営んでいます。神戸牛をはじめ、兵庫県産活魚や丹波産無農薬野菜など、地元食材をふんだんに使った料理が人気です。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響で、要請に応じ営業自粛したことや、外出を控える方が増えたことにより来店客が減少しました。当店は、他県から旅行やビジネスなどで神戸にお越しの際にお立ち寄りいただく方が多く、県をまたぐ移動を控える呼び掛けが続いたため、影響が長期化しました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

ご来店いただくのが難しい状況にあっても、お客さまに当店の味を忘れないでいただきたいと考え、提供しているオリジナルドレッシング「神戸ワインドレッシング」の販売に取り組みました。当初は手作りしていたのですが、問い合わせが増え製造が追いつかなくなったため、OEMによる製造の委託を開始しました。委託業者と何度も試作を重ね、納得の味を作り出すのに半年以上かかりました。また、ドレッシングをサラダだけではなく色々な料理に使っていただきたいと考え、レシピ動画を配信し紹介しています。ドレッシングのラベルに動画視聴ペー

ジへ遷移する二次元コードを印刷し、気軽に視聴していただけるよう工夫しました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

全国のお客さまからご注文いただいています。レシピ動画を紹介したことで、自宅でお店の本格的な味が楽しめるかと好評です。動画をきっかけに当店を知ってくださるお客さまも増えています。

Q5 今後の展開を教えてください。

より多くのお客さまに「神戸ワインドレッシング」の良さを知っていただけるよう、SNSや動画での情報発信により一層力を入れていく予定です。ドレッシングをきっかけに、多くのお客さまに当店を知っていただき、足を運んでもらいたいです。

専門家による解説

OEM製造委託により製造工程をアウトソーシングし、自店の経営資源の不足を補い売上を獲得した好事例です。OEMとは依頼主が製造仕様を決め、受託する工場に製造を委託することです。商品に特徴がある飲食店では、店内飲食提供だけでなくテイクアウトや通販で売上を獲得できる可能性があります。OEMの活用により、オリジナル商品を自店の製造設備や要員を使わずに製造することができ、効率よく売上を獲得できます。通常OEMは、オリジナル商品のため全量を買取らなければならない、返品もできません。OEM先の検討にあたっては、①生産ロットが適切かどうか、②自店の味が忠実に出来るかどうか、③納期は適切かどうか、を検討しましょう。

V-Spirits 総合研究所株式会社
代表取締役・中小企業診断士

三浦 高 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ スマホ撮影の基本

スマホ撮影の基本について専門家が解説している動画です。



▶ YouTubeのビジネス活用

YouTubeのビジネス活用をはじめ際の手順や、ポイントについて専門家が解説している動画です。





人気商品の「若狭葛ようかん 一枚流し」

販路拡大

有限会社井上菓匠

- ▶ 代表取締役 / 井上 耕一 さま
- ▶ 所在地 / 福井県小浜市
- ▶ 事業内容 / 菓子製造販売業
- ▶ 創業年月 / 昭和21年3月
- ▶ HP <https://inoue-kouyouan.jp/>

展示会を活用して販路拡大に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、若狭小浜において「井上耕養庵」の屋号で、福井県産熊川葛をはじめとした地元素材にこだわった和菓子の製造販売を営んでいます。店舗での販売と県内の土産物店などへの卸売りが事業の柱でしたが、近年は食品流通業者向けの「スーパーマーケット・トレードショー」に継続して参加するなど、県外への販売に力を入れています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により、外出を控える人が増え、店舗での販売が落ち込みました。また、観光客の減少により道の駅や土産物店などの卸売りも大きく落ち込みました。しかしながら、県外への販売が確立できていたことで、なんとか影響を抑えることができました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

県外への販売に継続して取り組む必要があると考え、オンラインでの出展となりましたが、「スーパーマーケット・トレードショー」に参加しました。オンラインでの参加は初めてでしたが、商品を並べてパソコンを置いておくだけでは目立たないと考え、現地でアルバイトを雇い、試食を配ってブースへ誘導し、オンライン商談を進めるという流れを作り、他のオンライン出展者と差別化できました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

コロナ禍で足を運ぶバイヤーの方は本気度も違い、大手商社との商談がまとまりました。オンライン出展の工夫だけではなく、継続して参加していたことで認知度が上がっていたことも成果が得られた要因だと考えています。また、副次的な効果として、県外で召し上がっていただくお客さまが増えたため、「また食べたい」と自社のホームページからお求めいただく方が増えています。

Q5 今後の展開を教えてください。

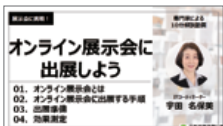
これからも展示会には積極的に出展し、さらに多くの方々に手に取ってもらえるよう努力していきます。結果として、地元若狭小浜の素材や地域のことを広く知っていただけると嬉しいです。

学んで取り組む 参考情報



▶ 展示会に出展しよう

展示会に出展するための手順や、準備、出展後に取り組みたいポイントについて専門家が解説している動画です。



▶ オンライン展示会に出展しよう

オンライン展示会に出展するための手順や、準備、出展後に取り組みたいポイントについて専門家が解説している動画です。



専門家による解説

BtoBの販路開拓手段として最も効果的な手法は展示会や商談会への参加です。地元消費に支えられてきた企業が、展示会を通じて商談を成功させ、全国にファンとなる顧客を獲得した好事例です。受け皿として、自社ホームページにオンラインショップを整備していたことも功を奏しました。コロナ禍で展示会や商談会がオンラインで開催されることが増え、感染予防や移動コスト削減の面からメリットがあります。一方で、呼び込みなどができず待ちの姿勢になってしまうことや、対面でないことからサービスに触れてもらう機会がないといったデメリットがあります。本件では、オンラインの参加においても現地でアルバイトを雇い、試食を配るなど工夫をして成果を上げました。既存の枠にとらわれない柔軟な発想とオンライン特有のコミュニケーションに対応することがポイントです。

V-Spirits 総合研究所株式会社
代表取締役・中小企業診断士

三浦 高 氏



オリジナルパーツでカスタムした自動車

販路拡大

I CRAFT

- ▶ 代表者 / 生熊 裕幸 さま
- ▶ 所在地 / 静岡県磐田市
- ▶ 事業内容 / 自動車樹脂パーツ製造・販売業
- ▶ 創業年月 / 平成17年4月
- ▶ HP <https://i-craft.biz/>

技術力を活かして販路拡大に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、繊維強化プラスチックを使用した自動車やバイクのパーツ製造・取付や、カスタムを行っています。事故などで破損したパーツの補修だけでなく、カスタム用に一点物のオリジナルパーツも製造しています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナ禍以前は企業のお客さまとの取引が中心で、レースや展示イベントなどで使用する自動車のカスタム用パーツに関するご相談を多くいただいていた。コロナの影響でイベントが中止となったため、ご相談いただいていたパーツの製造や自動車のカスタムが延期となり売上に影響がありました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

イベントが再開するまでには時間を要するため、新たなお客さまの開拓が必要と考え、一般個人のお客さまへのアプローチに取り組みました。当社の強みである技術力を伝えるために自社ホームページを整備し、ブログでの情報発信を強化しました。ブログには自動車やバイクに明るくない方にも興味を持っていただけるように写真を多く掲載し、作業の様子を詳細に記載しました。専門用語を極力使わず、親しみを持っていただけるよう心がけ、こまめな更新を行いました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

ブログを通じて作業のこだわりや技術力が伝わり、一般個人のお客さまからの問い合わせが増えました。過去に投稿した記事が蓄積されており様々なカスタム例を知ることができるため、具体的なイメージがしやすく気軽に相談できたと好評です。また、お客さまが雑誌やSNSで当社を紹介してくださったこともあり、口コミの効果で全国から問い合わせをいただいています。

Q5 今後の展開を教えてください。

業務の効率化を進め、より多くのお客さまからの要望にお応えできるようにしたいと考えています。たくさんのお客さまに自動車やバイクのおもしろさを知っていただけるよう努めていきます。

専門家による解説

販売先の中心を、企業向けから一般個人向けに転換し成功した好事例です。一般個人向けの販路開拓は難しく時間がかかりますが、中間マージンが取れない分粗利が高く取れ、販売先も分散でき、企業向けのように販売先が集中するリスクを回避できます。当社の成功のポイントはWebを使ったプロモーションです。Webサイトには、写真や動画を活用した事例を多く掲載し、更新頻度を高めています。コンテンツはターゲットを意識し、検索されるキーワードを予想して書きましょう。Webサイトを活用する際には認知度向上までに時間がかかるため、①早く取り掛かること、②リスティング広告やSNS広告など有料広告を活用することも検討しましょう。

V-Spirits 総合研究所株式会社
代表取締役・中小企業診断士

三浦 高 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ SNSのビジネス活用

SNSを活用する際のポイントについて専門家が解説している動画です。





販路拡大

株式会社ネクスト

- ▶ 代表取締役 / 小笠原 由修 さま
- ▶ 所在地 / 高知県高知市
- ▶ 事業内容 / 自動車整備・販売業
- ▶ 創業年月 / 平成26年11月
- ▶ HP <https://www.next-ccc.com/>

ホームページを見直し、 新たな顧客の開拓に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、高知市内で自動車整備業を営んでいます。メーカーを問わず、国産車から外車まで幅広く対応しており、企業のお客さまから営業車のメンテナンスなどのご依頼を多くいただいております。また、お客さまのご要望に応じて、中古自動車の販売も行っています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により、企業のお客さまが営業活動を自粛されたことで、営業車の利用頻度が減り、メンテナンスのご依頼が減少しました。また、外出自粛の呼び掛けが長期に渡ったため、車の購入時期を見直すお客さまが増え、車両販売の売上にも影響がありました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

企業のお客さまからのご依頼が戻るまで時間を要すると考え、個人のお客さまを増やすため、ホームページの見直しを行いました。情報をわかりやすく表示できるよう、導線を意識したレイアウトに見直しをしました。車検や整備などの料金は、わかりやすく料金ページを設けて明確に表示しました。また、お客さまが問い合わせをしやすいよう、メールとLINEによるお問い合わせフォームを設け、アイコンをトップページなどの目に入りやすい部分に設置しました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

個人のお客さまから、メールやLINEを利用したお問い合わせが増えました。特に、メールやLINEを使い馴れている若い世代のお客さまからのお問い合わせが増加し、今までの顧客層とは異なるお客さまとの取引を開始することができました。また、電話応対で作業を中断することが多かったのですが、メールやLINEを活用したことで、集中して作業を行えるようになり、業務の効率化にもつながりました。

Q5 今後の展開を教えてください。

お客さまからより簡単にお問い合わせいただけるよう、アプリの開発などを行っていきたく考えています。お客さまのカーライフが豊かになるように、今後も様々なサービスを行っていきます。

学んで取り組む 参考情報



▶ LINEのビジネス活用

LINEのビジネス活用をはじめ際の手順や、ポイントについて専門家が解説している動画です。



▶ 補助金挑戦のポイント

補助金挑戦のポイントについて専門家が解説している動画です。



専門家による解説

ホームページは、「お客さまの知りたいことをわかりやすく伝える」ことが重要となります。本事例では、導線を意識したレイアウトとするなど、お客さま目線で見直しを行った結果、新たなお客さまからの問い合わせの増加や業務の効率化につながっています。個人のお客さまを増やすという目的がしっかりとあったため、具体的なお客さま目線の改善ができた好事例です。ホームページを作成する際は、ターゲットや作成目的を明確にし、読み手の視点を意識することで、一方的な情報提供とならないよう注意しましょう。また、昨今では予約システムやチャットボットなどホームページに付加することで、業務効率化が実現するITツールが数多く存在しますので、自社にあったITツールがないか調べてみましょう。

ミカタ経営株式会社
代表取締役・中小企業診断士 賀長 哲也 氏



スペシャルティコーヒーを焙煎している様子

新規事業

アルケミストコーヒー ジャパン合同会社

- ▶代表社員／川原 英佑 さま
- ▶所在地／北海道札幌市
- ▶事業内容／茶類卸売・小売業
- ▶創業年月／平成30年1月
- ▶HP <https://www.alchemist-coffee.com/>

新たにサブスクリプション サービスに取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、主に自社で焙煎したコーヒー豆を飲食店やホテルへ卸しています。また、「宮の森アルケミストコーヒー」という店舗も営んでいます。取り扱っているすべてのコーヒーは、試飲いただけるようにしており、お客さま一人ひとりに合ったコーヒー豆を選んでいただけるよう努めています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により、お取引先さま（飲食店やホテルなど）の多くが営業を自粛されたため、売上に大きな影響がありました。また、店舗においても外出自粛などが影響し、来客数が減少しました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

巣ごもり生活やテレワークなどにより、イエナカ需要が高まっていると思い、おいしいコーヒーをご自宅で楽しんでもらえるようコーヒー豆のサブスクリプションサービスを開始しました。このサービスは、定額で毎月コーヒー豆（200g×2種類～）をご提供するサービスです。まずは、ご来店いただいた方に提供していましたが評判が良く、今ではインターネット販売にも取り組んでいます。

Q4 取組みの成果を教えてください。

従来は近隣のお客さまが中心でしたが、このサービスを始めたことで日本全国のお客さまからご注文いただけるようになりました。今では、400名弱のお客さまにご利用いただいています。

Q5 今後の展開を教えてください。

サブスクリプションサービスは、お客さまと長くお付き合いできるというメリットがあります。これからもお客さま一人ひとりに合ったコーヒーを提供し、ご満足いただけるよう努めていきます。現在、以前住んでいたカナダのバンクーバーにて、同様のビジネスモデルで二号店の開業準備を進めています。

学んで取り組む 参考情報



▶サブスクのはじめ方

サブスクリプションサービスの基本と、開始する際の手順、ポイントについて専門家が解説している動画です。



▶ECサイトのリスクマネジメント

ECサイトを運営する際に発生するリスクと対応について専門家が解説している動画です。



専門家による解説

サブスクリプション（サブスク）が、コロナ禍の巣ごもり需要に上手くマッチして、コーヒー豆の安定販売に成功した好事例です。サブスクとは、顧客が「モノ・サービス」を買い取るのではなく、利用した期間に応じて料金を支払う方式です。所有価値の提供ではなく利用価値を提供することで、ユーザーとの継続的な関係を構築するモデルです。店側は継続した売上、顧客データを蓄積できます。顧客側にとっては割安に新たな商品を試せるというメリットがあります。取組みのポイントは、継続取引から生み出す追加の付加価値です。顧客の声を反映して商品内容の改善、関連する商品購入の提案など、飽きさせずに解約率を抑える工夫が必要となります。

株式会社大永コンサルティング
代表取締役・中小企業診断士

永井 俊二 氏



新商品アルミ製耳かき「Re:set(リセット)」

新規事業

有限会社宮岡精工所

- ▶代表取締役／宮岡 三雄 さま
- ▶所在地／埼玉県狭山市
- ▶事業内容／楽器・楽器部品・同材料製造業
- ▶創業年月／昭和33年1月
- ▶HP <https://www.miyaokaseikou.com/>

新分野の商品開発とクラウドファンディングの活用に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、楽器の部品を中心に医療関連や自動車の部品等、幅広い分野の金属製品を製造しています。主力商品であるフルートの部品については、国内の主要楽器メーカーと取引しています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により、全国各地で演奏会や音楽関連のイベントが中止となり、楽器の販売が落ち込みました。そのため、当社の主力商品であるフルートの部品についても受注が減少しました。また、その他の金属部品についても同様に大きな影響がありました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

新たな取組みが必要であると考え、次男が「耳かき好き」であることをヒントに、機能的で使わない時でもインテリアになるスマートなデザインのアルミ製耳かき「Re:set(リセット)」を開発しました。本格的に製造販売を行う前に、一般消費者の方の反応を知りたかったのでクラウドファンディングを活用することにしました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

クラウドファンディング(実施期間令和4年2月3日～5月2日)では、当初の目標額15万円を大幅に上回り、288万円もの資金を集めることができました。当社のことを広く知っていただくことができたので、資金を確保できただけでなく、PRにもつながりました。

Q5 今後の展開を教えてください。

クラウドファンディングを実施したことで多くのお客さまから応援の声をいただくことができました。一般消費者の方へ販売するのは初めてだったので不安がありましたが、新しい取組みを進める大きな力になりました。令和4年7月中旬には一般販売を行います。主力商品に育てていきたいと思っています。

専門家による解説

当社がコロナ禍を乗り越えるために行った取組みは、楽器の部品製造で培われた精密な金属加工の技術を活かした新製品の開発と新たなマーケティング手法であるクラウドファンディング(CF)を掛け合わせたことで成果を残しました。CFは自社の製品やサービスをサイト上に公開し、購入や寄付をする支援者を集める仕組みです。CFのメリットは、製造前に資金を確保できることにとどまらず、製品やサービスのPR、人気リサーチなど、販売促進面での効果も期待できます。CFを成功させるには、製品サービスの魅力を高めるだけでなく、自社のSNSやホームページを活用して告知をしっかりと行いCFサイトへ誘導することがポイントとなります。

株式会社大永コンサルティング
代表取締役・中小企業診断士 永井 俊二 氏

学んで取り組む 参考情報



▶クラウドファンディングの仕組み

クラウドファンディングの仕組みについて専門家が解説している動画です。



▶クラウドファンディングの手順

クラウドファンディングの手順について専門家が解説している動画です。





新規事業

有限会社じこう

- ▶代表取締役/石坂 昌司さま
- ▶所在地/神奈川県三浦市
- ▶事業内容/日本料理店
- ▶創業年月/平成15年11月
- ▶HP <https://jikou.info/jikou/>

技術を活かした新サービスに取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、三浦市にて「日本料理 慈こう」、「味の旬彩 てん心」を運営しています。「三崎まぐろ」や三浦半島近海でとれる海の幸、地元の野菜を使用した料理が人気です。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により、外出を控える方が増えたため来店客が減少しました。特に当店は、地域のお客さまがお食い初めや還暦祝いなどのお祝い事にご利用いただくことが多いため、人が集まるお祝い事は敬遠される状況が続いたことで、影響が長期化しました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

安心してお食事を楽しめるようになるには時間を要すると考え、お食事以外の新サービスに取り組みました。コロナ禍で釣りが人気となり、三浦地域へ釣りに来られる方が増え、釣った魚を捌いてほしいという声を多く聞きました。そこで、日本料理店の技術を活かし、釣った魚を捌く「魚楽便(ぎょらくびん)」というサービスを開始しました。お刺身に捌くだけでなく、ご希望に応じて漬け井用などの味付けも行い、真空パックで保存して提供します。捌いた魚をお送りする宅配サービスも行っており、贈答用やお歳暮用としてもご利用いただいています。

Q4 取組みの成果を教えてください。

口コミやSNSで拡散されたことで、ご予約を多くいただいています。このサービスがきっかけで当店を知ってくださり、魚を捌いている間にお食事を楽しんでいただくなど、新たなお客さまにお越しいただききっかけを作ることができました。「魚楽便」は、お客さまが魚を持ち込んでくださるので材料の仕入れが不要であり、技術を活かしながら廃棄ロスの心配をすることなくサービスを展開できています。

Q5 今後の展開を教えてください。

フードロス削減や三浦地域の魅力発信のために、地元で採れるキャベツの外葉を活用したシューアイス「chou chou(シューシュー)」の販売に取り組んでいます。今後も新しい取組みに挑戦し続けていきたいです。

学んで取り組む 参考情報



▶新商品・新規事業のポイント(前半)

新商品・新規事業のヒントについて、事例を交えながら専門家が解説している動画です。



▶新商品・新規事業のポイント(後半)

新商品・新規事業のヒントや、差別化の方法について、事例を交えながら専門家が解説している動画です。



専門家による解説

自社の強みを活かした新サービスを展開し、売上回復につなげた好事例です。当社はこれまで地元で長年日本料理店を営んでおり、優れた調理技術があります。この技術を全面に出し、調理を行うことに特化したサービスを行いました。新サービスを展開するときには付加価値の高いサービスを考える必要があります。ポイントは、自社の経営資源の中で利用価値が最も高いものに着目することです。着目方法は、①珍しい強みか、②他社が真似できない強みか、③組織的な強みになっているか、の観点で強みを深堀りしていきます。②や③のレベルまで深堀りした強みから展開するサービスは持続的な競争優位となり、他社に対して継続的に差別化が図れるようになります。

V-Spirits 総合研究所株式会社
代表取締役・中小企業診断士

三浦 高 氏



人気の「野菜&ハーブセット」

新規事業

Farm Regalo

- ▶ 代表者 / 伊藤 譲さま
- ▶ 所在地 / 岐阜県土岐市
- ▶ 事業内容 / 野菜・ハーブ農園
- ▶ 創業年月 / 令和2年1月
- ▶ HP <https://farmregalo.base.shop/>

宅配サービスと Instagram を活用した宣伝に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当園は、自然の湧き水を使って、季節の野菜や食用ハーブを無農薬栽培しています。品質が高いと好評で、ミシュランガイド掲載のお店など高級レストランからご愛顧いただいています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により、お取引先さま(飲食店)の多くが営業自粛となり、売上に影響しました。また、販売を促進するために出展を予定していた百貨店等のイベントが中止となりました。百貨店やスーパーへの販売を計画していましたが、イベントに出展できず、計画に遅れが出ています。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

飲食店の落ち込みは、回復に時間を要すると考えました。また、百貨店等のイベント再開もしばらく時間がかかると考え、野菜とハーブのセットをご家庭へ直接お届けするサービスを開始しました。このサービスではお客様の声に応え、定期的にお届けするプランもご用意しています。広告宣伝には、気軽に写真を投稿できるInstagramを活用し、野菜の新鮮さが伝わるよう意識して宣伝しています。

Q4 取組みの成果を教えてください。

Instagramの投稿が有名料理研究家の目に留まり、その方自身のInstagramでご紹介いただきました。この投稿をきっかけに、フォロワー数が30名から2,200名に増加し、注文して下さるお客さまが増えました。

Q5 今後の展開を教えてください。

土岐市の特産品として、ふるさと納税の返礼品に採用されました。これからも品質にこだわった野菜とハーブを作り、ご家庭で楽しんでいただけるよう努めていきます。また、自慢の野菜とハーブをミックスしたサラダをお届けするために、商工会議所の指導員の方や中小企業診断士の先生のアドバイスのもと「経営革新計画」を作成し、承認いただいています。将来、しっかりとブランド化を図って、皆さまにお届けしたいです。

専門家による解説

飲食店を主たる取引先としていた当社にとって、コロナ禍は大打撃となりました。ここでネット通販、サブスク、SNSの活用など、販売方法とプロモーション手段を駆使して野菜の宅配市場を開拓する取組みが実を結びました。また経営革新計画を作成して県に承認され、中期的な成長やブランディングにも取り組んでいます。経営革新計画は、「中小企業が新事業活動に取り組む、経営の相当程度の向上を図ることを目的に策定する経営計画書」です。計画策定を通して現状の課題や目標が明確になるなどの効果が期待できるほか、国や都道府県に計画が承認されると資金調達や販路開拓における支援策の対象となります。計画策定の際は、お近くの商工会議所・商工会やよろず支援拠点で相談されることをお勧めします。

株式会社大永コンサルティング
代表取締役・中小企業診断士 永井 俊二 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ Instagramのビジネス活用

Instagramのビジネス活用をはじめ際の手順や、ポイントについて専門家が解説している動画です。



▶ サブスクのはじめ方

サブスクリプションサービスの基本と、開始する際の手順、ポイントについて専門家が解説している動画です。





伝統工芸品 伊賀組紐「綾竹源氏」

新規事業

糸伍株式会社

- ▶代表取締役／松田 智行 さま
- ▶所在地／三重県伊賀市
- ▶事業内容／組紐製造業
- ▶創業年月／昭和29年2月
- ▶HP <https://itogo.work/>

新商品開発とブランド化に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、着物の帯締めに使う組紐を年間8万本以上製造しており、主に京都・東京の和装問屋さまとお取引いただいています。また、当社商品は伊賀市の特産品として、ふるさと納税の返礼品に採用いただいています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により、冠婚葬祭や成人式、お茶会などのイベントが軒並み中止となり、着物を着る機会が減ってしまい、組紐の需要が落ち込みました。また、デパートでの催事・販売会も中止となるなど大きな影響がありました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

新たな取組みとして、着物の帯締め以外にスニーカーなどの靴紐とオリジナルのマスクを開発しました。組紐のノウハウや技術を活かし、伝統美や柔らかい風合いを実現するとともに、商品ごとにブランド化(靴紐は「くみひもシューレースkuchule(クシュレ)」、マスクは「くみひもマスク」)するなど差別化をしています。オンラインショップを開設し、インターネット販売も開始しました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

靴紐は、職人の技により高い強度と伸縮性を実現したことで、世界的に有名なプロサッカー選手のスパイクの紐に採用されました。マスクも柔らかい風合いが肌に優しい着け心地であり、デザインも着物に合うマスクとして女性に人気です。

Q5 今後の展開を教えてください。

組紐は伊賀市を代表する伝統工芸品です。昭和から受け継ぐ古き良き機械に、当社の魂を込めて製造しています。今後も日々研究を重ね、新商品開発に努めていきます。また、将来的には海外展開も実現したいです。

専門家による解説

優れた伝統工芸品である組紐も、コロナ禍による和装の機会喪失によりピンチを迎えましたが、当社は技術を活かし、ブランド戦略を実行することにより活路を見出しています。組紐のデザイン性や機能性を活かしながら新たな商品開発を行い、それぞれに新たなブランドを用意して差別化する新ブランド戦略を展開しています。ブランド戦略は、商品種別とブランド名の組み合わせにより4つの戦略、①ライン拡張(既存ブランドによる商品拡張)、②ブランド拡張(既存ブランドに新商品投入)、③マルチブランド(既存の商品カテゴリーに新ブランド投入)、④新ブランド(新ブランドに新商品投入)に分類されます。それぞれメリットとデメリットがありますので、自社の商品やブランドの認知度、開発や維持にかかるコストを意識して事業展開をしていくことがポイントです。

株式会社大永コンサルティング
代表取締役・中小企業診断士 永井 俊二 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ブランディング戦略のポイント(前編)

ブランディング戦略の基本や、必要性、メリットなどについて、専門家が解説している動画です。



▶ブランディング戦略のポイント(後編)

ブランディング戦略に取り組む際のポイントについて専門家が解説している動画です。





新商品「ゴキすう〜ぼん」

新規事業

株式会社バリアホーム

- ▶代表取締役/堀 保 さま
- ▶所在地/大阪府堺市
- ▶事業内容/建築リフォーム工事業
- ▶創業年月/平成28年6月
- ▶HP <http://barrierhome.co.jp/>

新分野への進出と Twitterを活用した宣伝に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、主に耐震診断を通じて、耐震補強を目的とした住宅改修を手掛けています。また、大阪府狭山市にリフォーム展示場を構え、耐震シェルターや津波シェルターなどの展示・販売も手掛けています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により、住宅改修のキャンセルが相次ぐとともに、外出自粛の影響で、リフォーム展示場の来客も減少したため、売上に大きな影響がありました。加えて、海外からの建築資材の仕入れに遅れが出るなどの影響も出ています。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

コロナの影響が長引き、回復に時間がかかるものと考え、本業とは違う分野の取組みに着手しました。私は、ゴキブリが嫌いで常々手を触れずに捨てられないかと考えており、それをヒントに新商品「ゴキすう〜ぼん」を開発しました。この商品は、掃除機のノズルに取り付け、吸い込むと中の粘着剤に貼り付くもので、そのまま捨てることができます。広告宣伝には、Twitterを活用しました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

Twitter上で商品の紹介動画を配信したところ、話題となり、約6万件の「いいね」をいただきました。また、プレスリリースを行ったところ、テレビ番組に多数取り上げられ、問い合わせが殺到しました。知名度が向上したことで、大手100円ショップと取引ができ、売上増加につながっています。

Q5 今後の展開を教えてください。

「ゴキすう〜ぼん」は、多くの方からのご意見をいただきながら改良を重ね、令和3年3月から本格的に販売し、おかげさまで約30万個も売れました。今は、大手飲食メーカーの協力を得て、殺菌・消臭効果のある商品への改良にも取り組んでいます。今後、主力商品に育てていきたいです。

専門家による解説

大阪らしいユニークなネーミングの「ゴキすう〜ぼん」の新事業展開は、Twitterの特性を上手く活かして販促の効果を上げています。Twitterは国内でLINEに次ぐ利用者を持つSNSで、比較的幅広い年代のユーザーが利用し、他のサービスと比較して拡散性が高いという特徴があります。新たな商品やサービスを広く周知して、興味を持ったユーザーがリツイートすることで、さらに情報が拡散され販売促進につながり、長期的に自社への評価も高まる好循環が期待出来ます。注意点としては匿名性が高いため炎上するリスクが他のSNSより高いことが挙げられます。投稿内容が適当か、自社への批判を招くものでないかチェックを行ったうえで投稿することを心がけてください。

株式会社大永コンサルティング
代表取締役・中小企業診断士 永井 俊二 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ Twitterのビジネス活用

Twitterのビジネス活用をはじめめる際の手順や、ポイントについて専門家が解説している動画です。



▶ プロモーション動画のポイント

プロモーション動画のポイントについて専門家が解説している動画です。





オンラインお墓参りのイメージ

新規事業

有限会社かの石材

- ▶代表取締役/狩野 寛和 さま
- ▶所在地/広島県福山市
- ▶事業内容/墓石販売・施工業
- ▶創業年月/昭和51年2月
- ▶HP <https://kano-sekizai.com/>

オンラインを活用した新サービスに取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、福山市を中心に墓石の販売、施工を行っています。あわせて、墓じまいやお墓のリフォーム、クリーニングなども行い、ご供養に関する様々な要望にお応えしています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナ禍において、外出自粛や大人数で集まることが困難となったため、家族葬が主流になるなど小規模なお葬式が増えました。それに伴い、改めてお別れの機会を設けようと納骨を先延ばしにされる方が増えており、お墓の購入に関するご相談件数に影響がありました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

以前よりご利用をいただいているお客さまから、「外出が制限されているためお墓参りに行くことができない」という声を聞き、お悩みを解決できないかと考え、「オンラインお墓参り」という新しい取組みを開始しました。お墓のお掃除を行った後に、Web会議システムのZoomを利用してお客さまにお墓や周辺の様子をお伝えし、お参りしていただきます。開始にあたっては、多くの方を知っていただくことが必要と考え、新聞社やテレビ局などのマスコミに対してニュースリリースを行いました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

ニュースリリースの効果があり、テレビ局に取材をしていただき、多くの方を知っていただくことができました。結果として、「オンラインお墓参り」を含むお墓のお掃除代行のご利用件数は順調に増加しています。また、「オンラインお墓参り」をきっかけに当社を知ってくださるお客さまが増え、普段抱えているお墓に関するお困りごとのご相談も多々いただくようになり、売上の増加につながっています。

Q5 今後の展開を教えてください。

引き続き、新しい取組みに積極的に挑戦していきたいと考えています。ご供養の形も多様化してきているので、お客さまの声を大切に、幅広いご要望にお応えできるよう努めていきます。

学んで取り組む 参考情報



▶新商品・新規事業のポイント(前半)

新商品・新規事業のヒントについて、事例を交えながら専門家が解説している動画です。



▶新商品・新規事業のポイント(後半)

新商品・新規事業のヒントや、差別化の方法について、事例を交えながら専門家が解説している動画です。



専門家による解説

新規事業の方向性には、①既存と同じ顧客に別の商品・サービスを提供する、②既存の川上、川下にいる顧客に既存の商品・サービスを提供する、③既存事業に関連する商品やサービスを新規顧客に提供する、④新しい商品やサービスを新しい顧客に提供する、の4つがあります。経営資源に限りがある中小企業は全く新しいことにトライする余裕がない場合がほとんどです。経験のない事業はリスクも伴いますから、①から③の方向性を模索していきます。当社は既存の顧客ニーズに着目し、新たなサービスを開発し提供しています。①を忠実に実行している好事例です。既存顧客のニーズが一番把握しやすいので、取り組みやすい①から模索するのがポイントです。

V-Spirits 総合研究所株式会社
代表取締役・中小企業診断士

三浦 高 氏



新規事業

株式会社高田

- ▶ 代表取締役 / 高田 雄康 さま
- ▶ 所在地 / 長崎県長崎市
- ▶ 事業内容 / 酒類卸売業
- ▶ 創業年月 / 明治初期
- ▶ HP <https://www.facebook.com/takadasaketen/>

空き物件を改装し、 飲食店への多角化に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、主に長崎市内の飲食店やホテルへ酒類を卸しています。長年の取引実績を背景に酒造メーカーとの信頼関係があり、希少性の高いお酒を入手できることから、お取引先さまに好評をいただいています。また、数年前からインターネット販売にも力を入れています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により、お取引先さま(飲食店やホテルなど)の多くが営業自粛となり、売上に大きな影響がありました。また、所有物件を飲食店に賃貸していたのですが、その飲食店が退去することになったため、賃貸収入が入らなくなりました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

空き物件にしておくのはもったいないと考え、令和4年3月下旬に県産酒専門店立ち呑みスペースも備えた「銀屋町高田酒店」をオープンしました。お店では長崎の県産酒(60種類以上)と、お酒に合うおつまみを県内から取り寄せて提供しています。また、県産酒3種類の試飲(500円)を案内し、お客さまの嗜好に合うお酒を選んでいただけるよう心がけています。

Q4 取組みの成果を教えてください。

近隣の方を中心にご来店いただき、平日でも賑わっています。お店は、鯉が泳ぐ池やお座敷がある和の造りをしており、お客さまからは、雰囲気も楽しめると好評です。また、観光名所である眼鏡橋近くの立地のため、観光客の方にもご来店いただいています。

Q5 今後の展開を教えてください。

飲食店の営業は、卸売りやインターネット販売とは違った難しさがありますが、お客さまと直接つながることができるため、とてもやりがいを感じています。本業に加えて、もう1本の柱となるようお客さまサービスに努めていきます。

専門家による解説

当社の取組みは、従来からの強みである酒の品揃えと遊休化した不動産(資源)を組み合わせ「強みと資源」を活かした事例です。酒販卸はコロナ禍の影響が大きい業種でしたが、多角化で活路を見出しました。一般的に成長の為の経営戦略の多角化は、新規・既存の市場および商品・サービスの組み合わせで、「市場浸透」、「市場開拓」、「新商品開発」、「多角化」の4つの経営戦略に分類されます。新しい事業を行う上でのポイントは、どの市場に見込みがあるのか、どんな商品であれば顧客ニーズを捉えることができるのか、自社の強みはなんであるのかを事前にしっかりと考えることが重要です。当社の取組みは戦略の大切さを学べる好事例です。

株式会社大永コンサルティング
代表取締役・中小企業診断士 永井 俊二 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ 飲食店経営力磨き上げガイド

飲食店の経営課題とその解決策を、事例などを用いて分かりやすく解説した小冊子です。





差別化

THE PUPPEZ

- ▶ 代表者 / 平井 よなさま
- ▶ 所在地 / 長野県松本市
- ▶ 事業内容 / 玩具小売業
- ▶ 創業年月 / 令和元年9月
- ▶ HP <https://puppez.net/>

デザインにこだわったロゴ

店舗ロゴの見直しを行い ブランド力の向上に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、松本市にて「THE PUPPEZ(ザ・パペッツ)」の屋号でアメリカンヴィンテージイヤ雑貨を販売しています。店舗販売のほか、インターネットでの販売も行っています。本場アメリカから直接輸入しているこだわりの商品が人気で、県内のみならず、県外のお客さまにも多く足を運んでいただいています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

店舗での販売を中心に、近隣のお客さまへ周知を行っていく予定でしたが、創業間もなくしてコロナが流行したため、外出を控える人が増えたことで当店を知っていただく機会を失ってしまいました。また、アメリカへ商品の買い付けに行く予定でしたが、海外への渡航が制限されたことで、仕入面での影響も受けました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

外出が制限される中でも、ヴィンテージイの魅力をとくさんの方に知っていただきたいと考え、ホームページやSNSでの情報発信や周知に力を入れました。特に店舗のロゴにこだわりました。当初は店名を表記したシンプルなロゴを使用していたため、当店のイメージやイのポップな雰囲気が伝わらず、お客さまに認知していただきにくいと感じていま

した。文字をカラフルでポップな書体へ変更し、キャラクターも効果的に使うことで、店舗の雰囲気合うロゴへ見直しを行いました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

イメージが伝わりやすいロゴへ変更し、ホームページやSNSでの投稿にも活用したことで、当店のことを覚えていただける方が増えました。イベント出店した際には、ロゴを見て当店のことを認識していただき、お客さまから声をかけていただくことも増えました。また、ロゴを覚えていただき、それをきっかけに来店してくださるお客さまも増え、売上増加につながっています。

Q5 今後の展開を教えてください。

SNSやYouTubeでの情報発信にさらに力を入れ、ヴィンテージイの魅力を広めていきたいと考えています。あわせて、地元松本市の魅力も紹介し、地域を盛り上げていきたいです。

専門家による解説

お客さまの買わない理由に、「お店を知らない」「お店を覚えていない」といった理由があります。コロナ禍で知ってもらう機会が激減する中で、一度見たら忘れられないロゴに変更したことで、来店客数を増加させた好事例です。ブランディングとは、自社のことを覚えてもらい、購入する際の選択肢として想起してもらうことです。そのためには、お客さまの頭の中に文字だけでなく具体的な映像、イメージとして自社のことを覚えていただくことが重要となります。こだわった店舗の世界観を伝えるロゴは、お客さまの頭の中にイメージとして記憶され、「ヴィンテージイといえば、THE PUPPEZ」と思い出してもらうことができ、結果として売上増加を実現しました。この機会に自社の世界観が伝わり、思い出してもらいやすいロゴになっているか確認してみましょう。

ミカタ経営株式会社
代表取締役・中小企業診断士

賀長 哲也 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ ブランディング戦略のポイント(前編)

ブランディング戦略の基本や、必要性、メリットなどについて、専門家が解説している動画です。



▶ ブランディング戦略のポイント(後編)

ブランディング戦略に取り組む際のポイントについて専門家が解説している動画です。





全国から仕入れたこだわりの日本酒

差別化

有限会社福来屋酒店

- ▶ 代表取締役 / 鈴木 博 さま
- ▶ 所在地 / 岩手県盛岡市
- ▶ 事業内容 / 酒類卸・小売業
- ▶ 創業年月 / 昭和48年1月
- ▶ HP <https://www.fukuraiya.jp/>

LINEを活用してファン作りに取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、全国約70の蔵元から日本酒を仕入れ、地域の飲食店や一般個人のお客さまへ販売しています。日本酒の種類により保存方法を変えるなど品質管理に力を入れており、高品質な状態でお客さまへ商品をお届けしています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により、飲食店の多くが営業自粛となったため、飲食店への販売が落ち込みました。一方で、外出を控えて自宅でお酒を楽しむ方が増えたことで、個人のお客さまからの注文は増加しました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

ご利用いただく個人のお客さまが増えたことから、当店のファンとさせていただき方を増やしたいと考え、LINEを活用した情報配信に取り組みました。LINEアカウントを開設し、おすすめ商品の情報や、入荷情報を週に1度配信しています。季節に応じたおすすめの日本酒や、その飲み方、日本酒に合う料理の情報やイベントの情報なども配信することで、お客さまに楽しんでいただけるよう工夫しています。また、個別のお問い合わせやご注文もLINEで対応できるようにしました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

毎週の配信を楽しみにして下さる方が増え、ご覧になったお客さまから、多くのご注文をいただくようになりました。また、ご予約も多くなりましたことからも、発注数の管理が容易になりました。以前はダイレクトメールを郵便でお送りしていたのですが、LINEに切り替えたことで発送作業が不要になったことや、LINEの自動返信機能などを使うことでお問い合わせ対応も容易となり、事務作業の効率化にもつながりました。

Q5 今後の展開を教えてください。

蔵元と協力して限定商品の販売などにも挑戦し、おいしい日本酒をお届けしていきたいです。引き続き情報発信にも力を入れ、日本酒のある楽しい生活をご提案していきたいです。

専門家による解説

LINEを活用した情報発信により、顧客との関係性を強化した好事例です。LINEは9,200万ユーザー※が利用する国内最大のSNSサービスです。大半の人が利用しているため、公式アカウントへの登録に心理的ハードルが低く、登録を促しやすいです。登録しているユーザーに対し一斉に情報発信ができ、開封率と反響率が高い点も特徴です。LINEには自動で返信できる機能があり、想定する会話を設定しておくことでユーザーの問いかけに対し、自動でコミュニケーションが図れます。様々な質問を想定し設定しておくことで効率化が図れます。登録ユーザーを増やすには、ホームページや他SNSでの告知、ショップカードや名刺など対面での勧誘が欠かせません。

※これは令和4年11月に執筆されたものです

V-Spirits 総合研究所株式会社
代表取締役・中小企業診断士

三浦 高 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ LINEのビジネス活用

LINEのビジネス活用をはじめ際の手順や、ポイントについて専門家が解説している動画です。





浜松市の当社店舗

差別化

株式会社渥美計画舎 渥美不動産

- ▶代表取締役/渥美 智也 さま
- ▶所在地/静岡県浜松市
- ▶事業内容/不動産業
- ▶創業年月/平成28年6月
- ▶HP <https://www.atumi-f.com/>

動画を活用して差別化に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、浜松市を中心とした静岡県西部地域の不動産仲介、管理、売買を行っています。事業用テナント物件を専門に取り扱っており、幅広い業種のご要望にお応えできるよう、物件は豊富に取り揃えています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナ禍で外出自粛や在宅勤務が定着化し、人の流れが変わったことで、浜松駅周辺のテナントは退去されるお客さまが増え、売上に影響がありました。一方で、ロードサイドの店舗など郊外の物件はお問い合わせが増えたため、影響を抑えることができました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

今までのようにお客さまに内見をしていただくことは難しいと考え、ホームページに掲載している物件情報の充実に取り組みました。なかでも動画を使った物件紹介には今まで以上に力を入れました。物件の詳細が伝わるよう内部はもちろん、外部の様子も撮影しています。また、編集も自社で行っており、物件そのものの良さが伝わるようテロップや効果音は控えめにし、シンプルでかつ3分程度の見やすいものを心がけています。

Q4 取組みの成果を教えてください。

動画が掲載されているので、物件の様子が分かりやすいとお客さまに好評です。おかげさまでコロナ以前と比べて問い合わせ件数が増加し、成約率も上がりました。

Q5 今後の展開を教えてください。

今後は3DVRなどの新しい技術にも積極的に挑戦し、情報の充実を図っていきたく考えています。お客さまのご希望に添えるよう、より良いサービスを提供していきます。

専門家による解説

コロナ禍で対面での活動が制限されるなか、非対面で十分な情報を伝えることができる動画の活用は重要テーマです。動画は写真や文字、音声よりも閲覧者が直感で認識しやすく、イメージしやすいという特性があります。当社の取組みは、こうした動画の特性を生かした好事例です。写真だけでなく動画を活用した情報提供に力を入れ、物件内部だけでなく外観や周辺といった外部情報も提供し、質と量ともに充実させています。顧客は物件への理解度が高い状態で内見にくるので、内見時間を短くでき商談の効率化が図れるとともに、すぐに申込につながるなど商談成功率アップにつながっています。コンテンツの充実は今更なるWebサイトの閲覧を促していることもポイントです。

V-Spirits 総合研究所株式会社
代表取締役・中小企業診断士

三浦 高 氏

学んで取り組む 参考情報



▶スマホ撮影の基本

スマホ撮影の基本について専門家が解説している動画です。



▶プロモーション動画のポイント

プロモーション動画のポイントについて専門家が解説している動画です。





差別化

訪問美容室holoholo

- ▶ 代表者 / 藤井 百合江 さま
- ▶ 所在地 / 愛知県長久手市
- ▶ 事業内容 / 美容業
- ▶ 創業年月 / 平成12年9月
- ▶ HP <https://www.instagram.com/biyousitu.holoholo/>

安心して利用できる環境づくりに取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当店は、主に瀬戸市、日進市、長久手市にある病院や介護施設を訪問し、カット・カラー・パーマを提供しています。また、ご自宅で療養生活をされている方の訪問美容も行っています。土曜日のみですが、店舗営業も行っています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により、病院や介護施設への訪問が出来なくなり、大きな影響を受けました。店舗営業などで補うことも考えましたが、訪問美容を中心に行ってきたため、なかなか予約が伸びませんでした。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

病院や介護施設においてもカットなどのニーズがなくなることはなく、感染症対策等を徹底すれば安心してご利用いただけると考えました。また、訪問時の車両内消毒や当日使用するシザー（美容用ハサミ）、カラークロス等をお客さまごとに用意するなど徹底した感染症対策に取り組み、その内容をInstagramを活用して周知しました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

感染症対策を徹底していることが口コミで広がり、徐々に予約が回復してきています。また、感染症対策の内容を評価して下さる病院の先生やケアマネジャーの方から新規のお客さまをご紹介いただけるようになっています。

Q5 今後の展開を教えてください。

一般の美容室でも訪問美容に対応しているお店もありますが、療養生活を送る方々への対応は難しいことが多く、ノウハウが必要です。今までの経験を活かして、そのような方たちにとって気軽にご利用いただけるよう今後も努めていきます。

専門家による解説

療養生活を送る方向けの訪問美容サービスは、重症化リスクの高いお客さまが多いゆえ特に綿密な感染症対策が必要な業態ですが、当店は徹底した対策を講じて顧客ニーズに応え続けることができた好事例です。美容室における対策は、マスク着用、手指消毒、器具消毒、ワクチン接種、体温・健康状態の開示、PCR検査、抗原検査の結果開示などが考えられます。美容業における新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドラインも踏まえて、自店の状況に応じた対策を徹底し、安心して利用してもらえるサービス提供が必要です。また、実施している対策を店頭で掲示するほかSNSで情報発信を行うなど、利用者に対してサービスの品質を明示することもポイントとなります。

株式会社大永コンサルティング
代表取締役・中小企業診断士 永井 俊二 氏

学んで取り組む 参考情報

▶ SNS活用ガイドブック

SNSを使った集客に初めて取り組む方向けに、基礎知識や押さえておくべきポイントをまとめた小冊子です。





看板商品「FLSK(フラスク)」

コスト削減

株式会社wakoku

- ▶ 代表取締役 / 桐生 澄果 さま
- ▶ 所在地 / 東京都渋谷区
- ▶ 事業内容 / 生活雑貨品の小売業
- ▶ 創業年月 / 平成29年11月
- ▶ HP <https://www.wakoku.inc/>

仕入方法の見直しと宣伝強化に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、主にドイツメーカーのステンレスボトル「FLSK(フラスク)」の日本総代理店としてネットショップでの販売や実店舗への卸売りなどを行っています。この商品は、メーカー独自の内部構造による高い保温・保冷力に加えて、ドイツ生まれのスタイリッシュなデザインが幅広い年齢層の方から好評をいただいています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

ドイツから空輸にて仕入れを行っていましたが、コロナの影響により減便となり、運賃が高騰し思うような仕入れを行うことができず、販売にも影響がありました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

クラウドファンディングの反応など商品の評判はとても良く、旺盛な需要が認められたことから、大口での発注を行っても問題がないと判断しました。そこでメーカーへ、前年比から予想される今年の需要予測を予め提出し、まとまった仕入れを条件に中国にある工場から直接仕入れができるようにしてもらいました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

まとまった仕入れにより、原価率や輸送コストを抑えることができました。それにより広告や販促活動に、積極的に取り組むことができ、ネットショップでは前年同月比で売上160%の増加を実現しました。また、商品が大手企業や通販会社の目に留まり、大口受注を獲得しました。

Q5 今後の展開を教えてください。

当社は、「多くの人々のライフスタイルをより豊かにすること」をテーマに、高品質な海外の商品を日本の皆さまにお届けしてきました。今後はフィールドを広げ、輸入事業だけでなく、輸入で培った海外でのコネクションを活かし、日本製品の輸出にも並行して取り組んでいきたいと考えています。

専門家による解説

コロナ禍に加えて仕入コストが上昇している環境下において、有利な条件で仕入れを行い収益を確保することは重要です。当社の取組みは、コロナ禍における物流の停滞を回避し、販促に力を入れ、収益確保につなげた好事例です。仕入先へ条件交渉を行う際のポイントは、自社と仕入先の双方にメリットのある内容を準備することです。また、仕入ロットが拡大する場合の留意点は、決済に必要な金額を見極めることです。在庫を支える資金を手元の自己資金で確保できるのか、追加の運転資金借入が必要なのか等を検討し、月次の予測資金繰り表を作成して運転資金に必要な金額を見積もることが重要です。

株式会社大永コンサルティング
代表取締役・中小企業診断士 永井 俊二 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ 資金繰り・資金調達のポイント

資金繰り・資金調達のポイントについて専門家が解説している動画です。



▶ クラウドファンディングの仕組み

クラウドファンディングの仕組みについて専門家が解説している動画です。





高性能カメラ等搭載・作業用ドローン

コスト削減

株式会社CREW

- ▶ 代表取締役 / 珉和 康司 さま
- ▶ 所在地 / 岡山県津山市
- ▶ 事業内容 / 電気通信工事業
- ▶ 創業年月 / 令和2年1月

ドローンを活用し、作業の効率化に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、携帯電話基地局等通信インフラの建設工事や保守点検作業を手掛けています。創業して間もないですが、勤務時代からこの仕事に従事しており、高所作業など十分な経験があります。おかげさまで、お取引先さまにはこうした経験を評価いただき、勤務時代からお付き合いいただいています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により世界的な半導体不足が生じ、携帯電話基地局等に使う半導体が足りない状況です。加えて、工事資材も不足しており、思うように建設工事を進めることができない状況となっています。そのため、売上にも影響がありました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

建設工事自体は今後も十分な需要が見込まれることから、建設工事以外の業務の効率を上げ、建設工事に柔軟に対応できる体制づくりに取り組むことにしました。従業員にドローンパイロットの技能資格を取得してもらい、カメラ付きドローンを活用して施工写真の撮影や保守点検作業に取り組みました。また、高所でのケーブル渡しなどにもドローンを活用しました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

高所作業が不要となり、危険を回避しながら、効率的に作業を行えるようになりました。半日かかっていた作業が15分程度で行えるようになり、工期が短縮でき、お取引先さまから評価いただいています。また、作業員同士の接触機会が減ったことで感染症対策にもつながっています。

Q5 今後の展開を教えてください。

ドローン操作技術をより一層向上させ、作業の効率化に努めています。また、コロナが落ち着いたら従業員を増やし事業を拡大したいと考えているので、そのためにもしっかりと足元を固めていきます。

専門家による解説

ドローンを産業利用する市場が拡大しています。農業散布、映像制作、測量や高所の点検など土木分野、eスポーツの種目など、認知が進んでいます。当社では高所作業においてうまく活用し、作業を安全かつ効率的に実施できるようにしました。ドローン飛行にあたっては、法規制を十分に調べて適正に対応することが必要です。一方で、規制緩和の一環としてレベル4(有人地帯での目視外飛行)の実現に向け、法改正が進められているところです。* 機体認証制度や操縦ライセンス制度が導入されるなど、国土交通省が法整備を進めています。法規制をクリアすることは、自社の信用度を上げるだけでなく、他社の参入に対する障壁を築けることにもなりますので適切に対応しましょう。
*これは令和4年8月に執筆されたものです

株式会社大永コンサルティング
代表取締役・中小企業診断士 永井 俊二 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ 人材育成のポイント(前半)

人材育成において重要なモチベーションなどについて専門家が解説している動画です。



▶ 人材育成のポイント(後半)

従業員のやる気と能力を高めるために、取り組みたいポイントについて専門家が解説している動画です。





コスト削減

有限会社永井抱陽写真館

- ▶代表取締役／永井 秀和 さま
- ▶所在地／愛知県名古屋市
- ▶事業内容／写真業
- ▶創業年月／昭和11年2月
- ▶HP <http://nagai-phoyo.co.jp/>

販売方法の見直しに取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、地域に根ざした写真館として、成人式などの記念写真や証明写真などを手掛けています。なかでも学校行事の撮影(卒業アルバムや各種行事の写真撮影)に、特に力を入れています。地域の学校にも好評で長年ご愛顧いただいています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により、修学旅行など学校の主要行事が延期・中止もしくは規模を縮小しての開催となったため、撮影の機会が減少し、大きな影響がありました。さらに、外出を控える方が増えたことで、撮影に来店されるお客さまが減少しました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

撮影した写真を学校内に掲示し、ご注文をいただいていたが、販売方法の見直しが必要であると考え、当社ホームページ上に写真を掲示し、販売を行うことにしました。ホームページ上からのご注文に不慣れな方でも安心していただけるよう、ご購入までの流れやセキュリティ対策などについて分かりやすくご案内しました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

写真をホームページ上に掲示したことで、各学校に写真を掲示する必要がなくなり、経費削減につながりました。顔の見える関係を大切にしているので、ホームページ上での対応に不安がありましたが、保護者の方が自宅で全ての写真を確認できるようになり、「行事の雰囲気がとてもよく伝わる」と評判が良く、ご購入いただく金額が3〜4倍に増加しました。クレジットカード決済に対応したこともお客さまから好評いただいています。

Q5 今後の展開を教えてください。

当社は、カメラを通して生徒の方達の成長を見守り、思い出をカタチにして贈っています。コロナ禍ではマスクを着用しているため、自然な表情を撮影することが難しくなっていますが、生徒の方達の人生を彩る一瞬を逃さぬよう努めていきます。

専門家による解説

写真館においてもコロナの影響は避けられません。撮影・注文の機会が減少する事態を当社はホームページ(HP)を上手く活用することで克服しています。従来は自社の広告宣伝の場所であったHPに、撮影した写真を掲載し注文・決済する機能を持たせたことでイーコマース(EC)に発展させました。コロナのピンチを売上増加等につなげた好事例です。HPを有効に活用するためには、商品・サービスのわかりやすい説明や料金の表示など、利用者目線での作り込みや、決済関連ではセキュリティ整備も重要です。HPを活用した販売促進については、小規模事業者持続化補助金を利用することが可能です。お近くの商工会議所・商工会で相談されることをお勧めします。

株式会社大永コンサルティング
代表取締役・中小企業診断士 永井 俊二 氏

学んで取り組む 参考情報



▶売れるECサイトを目指す

ECサイトを開設する手順やポイントについて専門家が解説している動画です。





歯科診療所「あきば歯科」の外観

経営資源 (ヒト・カネ)

あきば歯科

- ▶ 代表者 / 秋葉 祐輔 さま
- ▶ 所在地 / 東京都世田谷区
- ▶ 事業内容 / 歯科診療所
- ▶ 創業年月 / 平成24年4月
- ▶ HP <http://akiba-shika.jp/>

デジタル化に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

東急田園都市線「用賀駅」近くで歯科診療所「あきば歯科」を営んでいます。一般歯科治療をはじめ、矯正、インプラント治療などにも対応しています。患者さまとの話し合いを大切に予防・治療を進めており、「かかりつけ歯科医」として地元住民の方にご利用いただいています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により来院することが難しい方が増えたため、介護施設などへの訪問診療に注力しました。訪問診療は診療所における治療と比べ、移動時間がかかるだけでなく、診療所に戻ってから治療内容等をシステムに入力する必要があり、作業負担の大きさに課題を感じていました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

訪問診療の場においても診療所と同様の業務を行えるようにするため、電子カルテなど治療情報に関するクラウド型システムの導入や、健康保険証の確認や診療報酬にかかる事務手続きをオンライン上で行うための環境整備といったデジタル化に取り組みました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

作業負担の軽減ができただけでなく、業務が標準化され、経験の浅い職員でも従事できる業務が拡がりました。結果として、勤務シフトが組みやすくなったため人材確保の面でも負担が軽減されました。また、負担軽減にとどまらず、オンライン上で健康保険情報を確認できるようになったため、特定健診や薬剤情報を参照することができ、より良い治療が提供できるようになるとともに、過誤請求のリスクが低減しました。

Q5 今後の展開を教えてください。

「安全で安心できる歯科診療」をモットーに治療に取り組んでいます。これからも地元住民の「かかりつけ歯科医」として、地域の皆さまの「歯」の健康を見守り続けていきます。

専門家による解説

コロナ禍を機に、デジタル化を進めたことで業務の効率化を図ることが出来た好事例です。同診療所は、往診用にクラウドシステムを採用しました。情報は、発生したところで処理するのが一番効率的です。クラウドシステムはインターネットにつながる環境であれば、どこでも利用することができます。診療所内はもちろんのこと往診現場でも利用できます。現場で入力した情報が即座に反映されるため、診療所に戻ってから入力する手間を省くことが出来ました。クラウドシステムの注意点としては、一般化されたシステムであるため、自社仕様にカスタマイズすることが難しいことがほとんどです。どれだけ自社の業務をシステムに合わせられるかが、デジタル化を進めていくうえでの鍵になります。

V-Spirits 総合研究所株式会社
代表取締役・中小企業診断士

三浦 高 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ 補助金挑戦のポイント

補助金挑戦のポイントについて専門家が解説している動画です。



▶ 働き方改革のポイント

働き方改革のポイントについて専門家が解説している動画です。





アップガレージ福井店の様子

経営資源 (ヒト・カネ)

アイリンクス有限会社

- ▶ 代表取締役 / 増田 秀勝 さま
- ▶ 所在地 / 福井県鯖江市
- ▶ 事業内容 / 中古カー用品販売買取業
- ▶ 創業年月 / 平成18年1月
- ▶ HP <https://www.ilinx-gr.co.jp/>

従業員と協力し 経営方針の見直しに取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、中古カー用品の販売買取店「アップガレージ」にフランチャイズ加盟し、福井県内で2店舗、岐阜県内で1店舗展開しています。タイヤやホイールをはじめ、カーオーディオやカーナビなど幅広い商品を取り扱っています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナ禍で、外出を控える人が増えた影響で、店舗での販売が落ち込みました。また、買取のために来店されるお客さまも少なくなり、十分な仕入れができず在庫の確保が困難になりました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

コロナ禍で状況の回復が不透明なことから、これまでの売上重視から利益重視へ、経営方針を見直すことにしました。従業員の協力を得るため、当社の現状をしっかりと説明しました。特に経費については、従業員と一緒に見直しの余地がないか話し合いを行いました。経営方針を実現するため、日々の状況をタイムリーに把握できるように管理表を作成し、従業員も確認できるようにしました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

従業員と協力して取り組んだことで、新しい経営方針は浸透し、従業員自ら作業効率の向上に取り組むなど経費の削減を行うことが出来ました。また、副次的な効果として、従業員の積極的な取組みを促し、お客さまのご要望をしっかりと聞き、最適な商品の提案やアドバイスを行うことで、客単価が上がり、売上が増加しました。

Q5 今後の展開を教えてください。

従業員と協力しながら、より良い提案やアドバイスを通じて、お客さまの充実したカーライフのサポートに努めてまいります。

専門家による解説

多くの事業者は売上が企業活動の源泉になるため、売上重視の経営方針を取っています。一方で、社会情勢の変化で先行きが不透明になり、これまでの売上が見込めるかわからないため、コストを抑えた利益重視の守りの経営という選択もあります。売上という分かりやすい目標から、利益重視の経営を進めるためにはトップがリーダーシップを取り、従業員に必要性を共有することが重要です。当社の取組みは、トップと従業員が一丸となって共通目標に取り組むことで組織の一体感が醸成され強い組織となった好事例です。適度な情報開示を行い、従業員にも権限を与え主体性を持たせることでモチベーションも高めてくれたこともポイントとなっています。

V-Spirits 総合研究所株式会社
代表取締役・中小企業診断士

三浦 高 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ 事業計画策定のポイント

事業計画策定のポイントについて専門家が解説している動画です。





施工したエクステリアの様子

経営資源 (ヒト・カネ)

有限会社サンエク

- ▶ 代表取締役 / 白川 良一 さま
- ▶ 所在地 / 宮崎県宮崎市
- ▶ 事業内容 / エクステリア設計・施工業
- ▶ 創業年月 / 平成10年6月
- ▶ HP <https://sunex.co.jp/>

動画を活用して採用に取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、宮崎市内を中心に、エクステリアの設計や施工を行っています。プランニングからアフターフォローまで一貫して自社で対応しており、お客さまのライフプランをお伺いしながら、最適なご提案を行っています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

職人の高齢化が進んでいることに問題意識を持っており、若い職人を育成するため、以前より新規卒業者の採用に力を入れています。合同会社説明会などへ積極的に参加していたのですが、コロナの影響で対面の説明会が中止となり、当社を知ってもらう機会が減ったため志望者数に影響がありました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

コロナ終息後に万全の態勢で業務に取り組むためには、コロナ禍においても新規卒業者の採用を続け、育成をしていくことが重要と考え、動画を活用して情報発信を行いました。現場での作業風景を紹介する動画や、従業員に仕事の魅力やおもしろさを話してもらうインタビュー動画を制作し配信することで、気軽に動画を視聴できるように

しました。仕事の魅力が伝わるように、従業員が意見を出し合いながら協力して動画を制作しています。

Q4 取組みの成果を教えてください。

施工の様子や従業員の雰囲気が動画を通して伝わったことで志望者が増え、来春採用予定者が2名決定しました。仕事内容や職場の雰囲気がわかり、入社後のイメージがしやすいと好評です。副次的な効果として、動画を通じて従業員の丁寧な作業や雰囲気が伝わり、お客さまからの問い合わせが増加し売上につながっています。

Q5 今後の展開を教えてください。

若い世代の人たちに現場職人の魅力が伝わるよう、積極的に情報発信を行っていきたいと考えています。また、採用した人たちが働きやすい会社、業界を作っていきたいです。

専門家による解説

業種・業態を問わず、多くの企業が人材不足に苦しんでいます。当社の取組みは、コロナ禍で採用活動に制約がある中、動画による情報発信を行い人材採用につなげた好事例です。動画のメリットは写真や文字、音声よりも閲覧者が直感で認識しやすく、臨場感がありイメージが湧きやすいという点です。会社紹介動画を制作する際のポイントは、①社内の風景や制作物だけでなく従業員を撮る、②従業員同士の会話を入れる、③特徴ある技術、技能を映す、④飾らずありのままを撮り編集をし過ぎない、⑤トップがメッセージを伝える、などです。注意点として、撮影する従業員には撮影の趣旨と退職後の動画の取扱いについてよく説明し、理解を得てから撮影するようにしましょう。

V-Spirits 総合研究所株式会社
代表取締役・中小企業診断士

三浦 高 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ 採用のポイント

採用のポイントについて専門家が解説している動画です。



▶ インタビュー動画のポイント

インタビュー動画のポイントについて専門家が解説している動画です。





人気の菊池マルゲリータ

経営資源(ヒト・カネ)

株式会社フォルナ・ヴェスタ

- ▶代表取締役/原田 将和 さま
- ▶所在地/熊本県菊池市
- ▶事業内容/西洋料理店
- ▶創業年月/平成22年
- ▶HP <https://www.forna-vesta.co.jp/>

接客方法の見直しに取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、「ナポリピッツァ研究所 イルフォルノドーロ」をはじめとした、飲食店を3店舗経営しています。あわせて、キッチンカーでのピザ販売やチーズ工場の運営も行っています。自社工場で製造したモッツアレラチーズをトッピングしたピザが人気です。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響により、営業自粛をしたことや、外出を控える方が増えたことにより来店客が減少しました。もともと他県からお越しいただくお客さまが多く、県をまたぐ移動を控える呼び掛けが続いたため、影響が長期化しました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

せっかくご来店くださるお客さまには、当店で時間を最大限に楽しんでいただきたいと考え、接客方法を見直しました。コロナ禍は、少人数で来店されるお客さまが増えたため、積極的にカウンターへご案内し、調理工程を見てもらいながら料理人との会話を楽しんでもらうようにしました。

Q4 取組みの成果を教えてください。

カウンターでの接客機会を増やしたことで、食事だけでなく、料理人とのコミュニケーションや当店で過ごす時間を楽しんでいただくようになり、再来店して下さるお客さまが増えました。副次的な効果として、カウンターで直接料理人が注文を受け、配膳を行うことが増えたため、接客スタッフの業務負担を軽減することができました。スタッフの勤務シフトの調整が容易となり、休日取得しやすい環境を作ることができました。

Q5 今後の展開を教えてください。

より多くのお客さまに当社を知っていただくため、新店舗出店に向けて現在準備を進めています。お客さまに料理だけでなく、当店で過ごす時間を楽しんでいただけるよう今後も挑戦を続けていきます。

専門家による解説

接客方法を改善し、売上向上と従業員の業務負担軽減を実現した好事例です。カウンター席は料理人の調理が目の前で見られ、ライブ感があり目でも料理を楽しめます。料理人の会話や調理する料理に関心を持ち、追加のオーダーも期待できます。また、従業員の導線が短くできるため、テーブル席中心のレイアウトに比べ移動距離を減らすことができ、少ない人員で効率良く運営することができます。人員配置を考えるときには、店内のオペレーション効率も考慮することが大切です。来店が期待できる繁忙時はテーブル席も利用するが、閑散時はカウンターだけにするなど、時間にあわせて運営方法を変えることも必要です。運営方法にあわせて柔軟にシフトを組みましょう。

V-Spirits 総合研究所株式会社
代表取締役・中小企業診断士

三浦 高 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ 人材育成のポイント(前半)

人材育成において重要なモチベーションなどについて専門家が解説している動画です。



▶ 人材育成のポイント(後半)

従業員のやる気と能力を高めるために、取り組みたいポイントについて専門家が解説している動画です。





ニセコ カシノヤ(本館)

地域活性化

合同会社トゥイーク

- ▶ 代表社員 / 染宮 新吾 さま
- ▶ 所在地 / 北海道倶知安町
- ▶ 事業内容 / 宿泊業
- ▶ 創業年月 / 平成27年7月
- ▶ HP <https://niseko-kashinoya.jp/>

顧客ニーズを捉えた 新しいサービスに取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、羊蹄山のふもとで宿泊施設「ニセコ カシノヤ」(本館)を営んでいます。平日は建設工事関係の方、休日は観光客の方に多くご利用いただいています。広大な景色と地元食材にこだわった料理が楽しめる宿泊施設として好評いただいています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

水際対策による入国者数の制限などにより、海外からの観光客の方が減少しました。また、外出を控える方が増えたため、国内の観光客の方も減少し、売上に大きく影響しました。一方で、近隣では新幹線関連など多くの建設工事があり、工事関係者の方のご利用は堅調に推移しています。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

観光客の落ち込みは、回復に時間を要すると考えました。一方、建設工事関係の方のご利用は継続して十分な需要が見込まれることから、長期利用の方を対象にした別館をオープンしました。オープンにあわせて、建設工事関係の方向けに出張プランを充実させています。同プランでは、地元の飲食店4店舗と協力し、お弁当を工事現場までお届けするサービスを提供しています。

Q4 取組みの成果を教えてください。

お弁当をお届けするサービスは、お客さまから大変好評をいただいております。おかげさまで平日・休日ともにほぼ満室で稼働しています。また、ご協力いただいている地元の飲食店からも「売上増加につながっている」と喜んでいただいています。

Q5 今後の展開を教えてください。

「ニセコの旅をもっと楽しんでもらいたい」、「ニセコと日本全国、世界をつなげたい」という想いで営業しています。これからもお客さまに寄り添う宿泊施設として最高のおもてなしをお届けできるように努めていきます。

学んで取り組む 参考情報



▶ 外国人客おもてなしガイドブック(宿泊業編)

インバウンド対応に初めて取り組む方向けに、押さえておくべきポイントをまとめた手引書です。



専門家による解説

コロナ禍では、インバウンド需要が見込まれていた地域の宿泊業に売上急減をもたらしました。国際的な観光地にある当社は、顧客ターゲットの設定を変えることでピンチをチャンスに変えることが出来ました。自社の売上だけでなく、近隣の飲食店にも協業をもちかける展開が秀逸です。ターゲット選定のセオリーは、顧客ニーズを見極めて絞り込むことが基本とされています。絞り込むことで商品・サービスの内容検討やプロモーションを効果的に進めることが出来ます。今回の事例のように主たるターゲット市場が激減している場合は、ターゲット選定の際に、「同じ商品・サービスで異なる市場を開拓することはできないか」を検討することがポイントとなります。

株式会社大永コンサルティング
代表取締役・中小企業診断士

永井 俊二 氏



地域活性化

有限会社角屋悦堂

- ▶ 代表取締役 / 佐藤 浩正 さま
- ▶ 所在地 / 新潟県新潟市
- ▶ 事業内容 / 菓子製造小売業
- ▶ 創業年月 / 昭和30年4月
- ▶ HP https://www.instagram.com/kadoya_iwamuro/

地域の事業者と協力した 新商品開発とPRに取り組む

Q1 ご商売の内容を教えてください。

当社は、新潟市の岩室温泉で「角屋悦堂(かどやえつどう)」の屋号で菓子製造小売業を営んでいます。お客さまに安心して召し上がっていただけるよう、地元農家から仕入れたもち米や果物を中心に国産の材料だけを使用し、保存料や着色料などの添加物はほとんど使っていません。そのため、日持ちはしませんが、材料にこだわって提供しています。金鰐や水ようかんなどが看板商品ですが、釜でゆっくり炊き上げた餡を使った金鰐は「角金鰐(かどきんづば)」の名で、特に好評をいただいています。

Q2 コロナ禍の状況を教えてください。

コロナの影響で岩室温泉を訪れる観光客が減少し、お土産需要が減少しました。また、冠婚葬祭などの引き出物やお返しにご利用いただくことも多かったのですが、人が集まることが敬遠されたため、こうした注文も減ってしまいました。

Q3 Q2を踏まえてどのような取組みをされましたか。

お土産需要は、当社だけの取組みには限界があることから、地元旅館組合と協力して岩室温泉の魅力を発信することにしました。岩室温泉の特徴である黒いお湯をヒントに「岩室温泉「黒湯」シリーズ」として様々なグッズが開発され、当社は「黒温泉饅頭」を開発しました。デトックス効果のある竹炭を使用しており、好評をいただいています。また、これを機にPRにも力を入れています。Googleビジネスプロ

フィールとInstagramの運用を始め、コメントにはこまめに返信するなど身近に感じてもらえるよう取り組んでいます。

Q4 取組みの成果を教えてください。

「岩室温泉「黒湯」シリーズ」は、メディアで取り上げられ人気となっています。また、Instagramを通じて当社の商品や岩室温泉の様子を発信したことで、若い年代のお客さまにも来店いただくようになり、商品を気に入っていただいたお客さまからInstagramを通じて、後日ご注文いただくことも増えました。さらに、Googleビジネスプロフィールについても、当店を知っていただくよい機会となっているようで、お問い合わせいただくことも増えています。

Q5 今後の展開を教えてください。

当社のお菓子を通じて、新潟、岩室温泉の魅力を広く発信していきたいです。岩室温泉が元気になるよう、地元の旅館などと一体となって、地域おこしに取り組んでいきます。

専門家による解説

本事例は、地域資源である岩室温泉にちなんだ商品開発を行い、WEBを中心にPRを行ったことで、売上拡大につながった好事例です。事例のように、WEBにおいてPRに力を入れる際に、「Googleビジネスプロフィール(旧称Googleマイビジネス)」を活用することは大変効果的です。「Googleビジネスプロフィール」は、Googleが無料で提供する情報管理ツールで、Google検索やGoogleマップ検索の結果に表示されるお店や会社、施設などの情報を管理することができます。口コミや問い合わせを通じて、お客さまの声を集めてファンを増やすことができ一方で、住所、電話番号、営業時間などの掲載される情報が不十分であれば、逆効果になることもありますので、正確な情報を掲載するようにしましょう。

ミカタ経営株式会社
代表取締役・中小企業診断士

賀長 哲也 氏

学んで取り組む 参考情報



▶ Instagramのビジネス活用

Instagramのビジネス活用をはじめ際の手順や、ポイントについて専門家が解説している動画です。



日本公庫が経営の “プラス”になる 情報をお届けします

小規模事業者
の皆さまへ



LINE公式アカウント はじめました

経営の“プラス”になる情報やサービスをLINEでお届けします。
ぜひ「友だち追加」をお願いします。

特徴
1

経営に役立つ
新着情報をお届け

特徴
2

あなたにぴったりの情報が
見つかる

特徴
3

各種サービスに
簡単アクセス

友だち追加は
こちらから!

LINE ID検索 ▼

@jfc_kokumin



「日本公庫 事業者 Support Plus」をオープンしました

経営の“プラス”になる情報をご案内する特設サイト
です。「気づく」「知る」「学ぶ、実践する」の3つのステップ
で事業者の気づきから解決までをサポートします。新しい
情報も続々掲載予定です。ぜひご覧ください。



1 気づく



経営の工夫事例から、新たな「気づき」を得る

2 知る



実際の事例から日本公庫のサポート内容を「知る」

3 学ぶ・実践する



専門家による解説動画や経営に役立つ
コラムから「学び」、「実践する」

URL <https://www.jfc.go.jp/n/finance/keiei/support-plus/index.html>



日本政策金融公庫

国民生活事業

<https://www.jfc.go.jp/>

●発行／日本政策金融公庫 国民生活事業本部 顧客支援室
〒100-0004

東京都千代田区大手町1-9-4

大手町フィナンシャルシティ ノースタワー

本紙掲載の記事、イラストなどの無断転用・転載はお断りします。
(令和5年6月発行)

