

平成28年度補正（平成29年度実施分）

小規模事業者持続化補助金 活用事例集【福島県】

目 次

1. 子育て世代女性向け新サービスによる顧客獲得事業
美容室Chocolat／桑折町商工会
2. 次なる100年に向けて小豆餡のファンを増やせ！4代目の挑戦!!
有限会社一味庵／飯坂町商工会
3. フルオーダー家具による販路開拓のための会津桐製品PR強化事業
会津桐タンス株式会社／三島町商工会
4. 自社生産の米糠入りカイロの商品開発及び販路開拓事業
株式会社山燕庵／鮫川村商工会
5. ヘッドスパメニューの充実と習慣ヘアケア商品による販路拡大事業
マイ美容室／あだたら商工会
6. スマホアプリで家族割！お得な施術体験で新規顧客アップ事業
カイロプラクティック伏黒院 竹添整体院／伊達市商工会
7. 新規顧客獲得のための看板製作と本の移動販売事業
石川屋／常葉町商工会
8. HP製作による「手打ちラーメン」PRで新規顧客拡大事業
手打ち中華そば白土家／広野町商工会
9. レース車両事業による販路拡大事業
ハシモト自動車／川前町商工会
10. ブランディングによる、販路開拓及び収益体制強化事業
目黒麴店／只見町商工会
11. 効果的な広報・周知による新規顧客の獲得
株式会社ARK／原町商工会議所
12. 貸衣裳の新規分野（ネットレンタル業務）進出事業
株式会社大内屋／原町商工会議所

子育て世代女性向け新サービスによる顧客獲得事業

■美容室Chocolat（洗濯・理容・美容・浴場業）－桑折町商工会－

事業者概要

美容室 Chocolat

▼平成26年2月、空き店舗を活用して創業。オーガニックスにこだわりの、「温か味」を感じられるアットホームなお店をコンセプトに営業している。従業員1人。

背景

▼開業後3年目を迎え、経営は安定していたが、他店との差別化を図り得るようなセールスポイントに乏しかった。メインターゲットを子育て世代である30〜40歳代の女性とし、キッズスペースも設けていたが、実際には、顧客の6割が50歳以上であった。現状のまま顧客の高齢化が進めば、10年後、20年後には経営の不安材料となる。また、創業当初の「同年代のお客様に来店してもらい、親子揃ってお店を利用してほしい」という想いを形にするためにも、改めて「子育て世代の母親」を主要顧客とすべく、顧客を開拓することとした。

ターゲット層について情報収集すると、福島市等、近隣都市部の美容室を利用していた。こうした流出客を呼び戻し、新規顧客を獲得するためにも、アピールポイントの強化と独自性のある新サービスの提供が課題であった。

事業内容

▼若年層向けのサービス強化のため、デジタルパーマ機を導入。流行のヘアスタイルや癖毛などに対応し、顧客の要望に幅広く対応できるようにした。

遊休資産であったキッズスペースを活用して店内貸切サービスマーグザンブーを開始し、営業時間を1時間延長。これら新サービスとこだわりの戦略的に発信するためチラシを作成し、町内及び隣接2町へ新聞折込で配布した。併せて無料のHP作成システムで店のHPを開設。SNSも利用し、店のアピールポイントを積極的に発信した。



作成したチラシ

支援機関のサポート
— 桑折町商工会 —

同店の課題は、地域の事業者にとって身近な課題だと思います。既に持っている強みや日々頃実施していることを明確にし、強みを活せるように戦略化することがポイントでした。

たとえば、遊休資産を収益に結びつけるサービスの構築。毎年配布する割引チラシを、他店との差別化を図る材料になるよう一新し、競合先や来店ルートも考慮して、配布地域を絞った広報の実施。今回のこれらの事業が未来を見据えた経営につながっています。継続してステップアップした支援を行ってまいります。

◆桑折町商工会

福島県伊達郡桑折町字本町 1 7 - 5

☎ 024-582-2474

事業者の
声

メインターゲットの来店増で顧客層が大きく変化！

▼本事業を通じて、メインターゲットが明確になり、他店との差別化もできました。事業実施後、新規顧客の売上割合は6%となり、また狙い通りの年代層の新規顧客を獲得できました。若年層の来店頻度も増えま

受け身の事業から “アプローチ”する事業へ

▼経営について考えることで来てほしいお客様にこちらからアプローチする事業に転換できました。この経験は今後の経営に非常に役立ちます。自発的に新事業にも取り組みオーガニックジェルネイルを始めました。これからも喜ばれるサービスを提供し、地域に根付くお店を目指します。

した。デジタルパーマ機導入により「今までではできなかったスタイリングができて嬉しい」など反応は上々で、リピート率も向上しています。

次なる100年に向けて小豆餡のファンを増やせ！4代目の挑戦!!

■ 有限会社一味庵（食料品製造業）－飯坂町商工会－

事業者概要

有限会社一味庵

▼大正12年4月創業。定番の「けしまんどう」を始め、地域でも観光客にも人気の老舗。親子3世代が菓子製造から販売まで全てに関わっている。従業員2人。

背景

▼同社の菓子は地元・飯坂温泉の定番土産として、かつては「作れば売れる」ほど人気であった。しかし、観光客の減少に加え、旅行形態の少人数化で、客数・客単価ともに減少。さらに東日本大震災を契機とする風評被害等により、厳しい経営が続いていた。同社は敷地内に製館所を所有しており、長年培った製館技術と徹底した品質管理体制で作る「オリジナル小豆餡」は顧客の厚い信頼を得ている。また、老舗ならではの伝統技術に、4代目（後継者）のアイディアが加わり、新商品の開発。タウン情報誌で紹介されSNSで話題となるなどの実績があった。こうした強みを活かし、新商品の開発と情報発信強化により、20〜30代を主要ターゲットとした新規顧客獲得に取り組むこととした。

事業内容

▼オリジナル小豆餡を生かした新商品の試作開発のため、機械装置（手動式どらやきマシン）を導入。生地、材料や形を変えた品揃えにより、顧客ニーズへの対応を図る。HP及びSNSの告知用にオリジナルシヨップカード3千枚を作成・配布。なお、新商品の試作開発及びHPの新規作成については自主事業で実施。商品情報の充実等により新規顧客及び店のファン獲得へつなげる。



くろどら（上）、
けしまんどう（右）

支援機関のサポート －飯坂町商工会－

本事業は、若い世代へ向けて販路を開拓する取組でした。そこで、後継者である4代目と和菓子に対する思いや発信方法を何度も打ち合わせて、事業計画を作成しました。その結果、新商品開発やアンケート実施、既存商品を含めた情報発信など、今後の更なる販路開拓も視野に入れた計画が導き出されました。

今後は新たな顧客獲得に向け、定期的な巡回訪問を通じて情報提供や相談支援などの伴走型支援を行ってまいります。

◆飯坂町商工会

福島県福島市飯坂町字筑前 12-1
☎ 024-542-3568

事業者の 声

「ふんわりもちっと」食感で
若者の心をつかむ！

▼新たに導入した機械を使うことで、生地重量や焼き加減の微調整が可能になりました。様々な食感の生地を試作して140名のお客様を対象に試食調査を実施し、いただいた生の意見を商品に反映させた

▼告知用のシヨップカードは財布やカードケースに入るサイズにし、身近に持ち歩けるようにしました。HPアドレスを載せることにより、口コミによる来客にもつながりました。

シヨップカードとHP効果で
来店＆商品購入促進！

結果、既存商品の売上増加にもつながりました。ふんわり感の増した新食感のどらやきのほか、生地にチョコを混ぜて焼き上げた季節限定のどらやきも若い世代から人気をいただいています。

フルオーダー家具による販路開拓のための会津桐製品PR強化事業

■会津桐タンス株式会社（家具・装備品製造業）－三島町商工会－

事業者概要

会津桐タンス株式会社

▼平成9年3月設立。桐タンスや小物等を製造・販売。材料は主に三島町産の桐で、冬の寒さに耐えて育ち日本一と評される会津桐の中でも最高品質を誇る。従業員8人。

背景

▼桐タンスは、その優れた特性により古くから使用されてきたが、生活様式や住宅事情等の変化から、需要は減少傾向にある。同社においても、主力である桐タンスの売上が減少し、それにつれて全体の売上也減少していた。

家具の需要は、廉価志向とこだわりの二極化しており、クローゼットの面積や形状に合ったフルオーダーの要望が増えている。同社では熟練した職人が一人で全工程を担当することで、高品質な製品を顧客のニーズに柔軟に対応して作り上げることができている。また、多摩美術大学等との連携により、デザイン性の高い製品も開発しており、高い評価を得ている。

こうした強みをPRし、購買力の高い新規顧客を獲得すること、安定的な売上確保を目指すこととした。

事業内容

▼自社の強みである「一職人による一貫生産」、ライフスタイルに合ったフルオーダー、桐材の魅力をアピールしたリーフレットを1千部作成。首都圏など都市部で開催される展示会等において、説明資料として活用し展示販売とPRを実施した。

これにより、従来の商圏である県内及び隣県を越えて、新規顧客の獲得を目指す。



作成したリーフレット

支援機関のサポート －三島町商工会－

以前も短・中期事業計画の作成を支援しており、経営状況を把握していたので、事業者の現況に合った事業展開を提言しました。結果として、従来の商圏を越えた新規顧客獲得に繋がるなど、良い効果を得ることができました。

今後、国産桐が安価な輸入桐材と対抗するためには、消費者ニーズを的確に捉えた販売戦略が必要です。住宅環境に対応したフルオーダーのクローゼット内収納タンス等、新規事業が軌道に乗るよう、引き続き多方面から支援を継続していきます。

◆三島町商工会

福島県大沼郡三島町大字宮下字水尻

1134

☎ 0241-52-2430

事業者の 声

売上前年比119%！

▼催事出展に当たっては、会津桐の特性や、現代のライフスタイルに合ったクローゼット内収納タンスをフルオーダーに対応するなどの新サービスを広くPRしました。その成果で、減少傾向であった桐タンスの売上が前年比119%増加しました。

目指すは「会津桐製品と言えば会津桐タンス株式会社」！

▼厳しい経営環境の中で今後安定的に売上を確保していくためには、購買力の高い首都圏の消費者を新たな顧客として取り込んでいく必要があります。そのためにも、商工会の支援で作成した事業計画を推進し、当社の強みである「一職人による一貫生産」を活かした新サービスを提供していきたいと考えています。

この事業を通して、やがて「会津桐製品＝当社」と認知されるよう、ブランド力を向上させていきたいと思えます。

自社生産の米糠入りカイロの商品開発及び販路開拓事業

■ 株式会社山燕庵（食料品製造業）－ 鮫川村商工会－

事業者概要

株式会社山燕庵

▼平成20年3月設立。無農薬・無化学肥料で栽培する自然循環型農法により、米を主体に農産物及び同加工品を生産・販売している。従業員0人。

背景

▼同社の商品では、精米過程で出る米糠に、雑貨としての付加価値を付けての商品化を計画。同社の強みである安心・安全が競争力を持つ分野として、健康関連市場に着目した。中でも近年「温活」が提唱され、温熱素材が季節素材から通年で売れるようになってきていることから、米糠入りのカイロを商品化することとした。

そこで、精米過程で出る米糠に、雑貨としての付加価値を付けての商品化を計画。同社の強みである安心・安全が競争力を持つ分野として、健康関連市場に着目した。中でも近年「温活」が提唱され、温熱素材が季節素材から通年で売れるようになってきていることから、米糠入りのカイロを商品化することとした。これまでに、カイロを手作りするワークショップを通じて、テストマーケティングを実施。ユーザーのみならず、商品開発と販路開拓に取り組むこととした。

事業内容

▼糠を煎るための業務用焙煎機を購入し、カイロの大量生産体制を築いた。

糠袋及び商品パッケージのデザインを委託し、大手百貨店の店頭でもデザイン負けしない、商品そのものの魅力が高まるようなパッケージとした。

また、販売促進用パンフレットを作成し、既存商品の取扱実績がある百貨店等への営業活動を実施した。これらにより、米糠入りカイロ「ぬくぬくのぬか」の販路拡大を図る。



「ぬくぬくのぬか」（上）、焙煎機と代表者（左）



支援機関のサポート － 鮫川村商工会－

本事業を通じて、首都圏の百貨店でもデザイン負けすることのない、独自性の高い新商品が完成できたと考えています。

事業者は、「東京インターナショナルギフトショー」や「rooms EXPERIENCE」などの大規模な展示商談会にも出展する等、販路開拓にも積極的ですので、商工会としても伴走型で継続的に経営支援を実施してまいります。

◆ 鮫川村商工会

福島県東白川郡鮫川村大字赤坂中野
字新宿38

☎ 0247-49-2171

事業者の 声

売れる「新商品開発に向けて

▼新商品の開発と販売促進に当たっては、マーケティングの基本に則り、売れるためのデザイン・パッケージと宣伝の広告手法を熟慮し、コストのかからない製造工程の構築等、スタートアップを成功させる状況を作るように努めました。「ぬくぬくのぬか」は米糠

売上は前年同期比136%！

▼国内百貨店の雑貨商品担当バイヤーからは商品コンセプトとデザインが良いと好評を得ることができ、7店舗での取扱が決まりました。2か月間の実績で総売上が前年同期比36%増。市場の評価も高く、今後の売上増加も十分期待できる状況です。

にリラックス効果の高いハーブを配合し、またパッケージデザインは有名な東京芸術大学教授の松下計事務所へ委託して、クオリティの高い商品にすることができました。

ヘッドスパメニューの充実と習慣ヘアケア商品による販路拡大事業

■マイ美容室（洗濯・理容・美容・浴場業）－あだたら商工会－

事業者概要

マイ美容室

▼平成6年10月創業。二本松市内では数少ないヘッドスパのほか、顧客一人一人に合わせたオーダーメイド型のサービスを提供している。従業員3人。

背景

▼同店は平成28年度に本事業を活用してスチーム美容機器を導入し、市内で初となるミストによるヘアケアを開始。PRも奏功して、20130代の新規顧客を獲得し、売上を対前年比12%増加できた。しかし、現在の商圏では新規顧客獲得に限界を感じており、また、顧客の3割は60歳以上であるため、高齢化による売上減少も懸念された。このため、商圏及びターゲット層の拡大、更には既存顧客の来店頻度増加と客単価アップも急務であった。

新たなターゲットを3050代の働く女性とし、好評なヘッドスパメニューを充実させることとした。併せてヘアケアマイスター資格を活かして顧客の髪質等に合わせた商品を提供し、日常的に手入品」の販売促進に取り組むこととした。

事業内容

▼新サービス及びヘアケア商品を掲載したチラシを作成し、ターゲットとする商圏に新聞折込で配布した。

また主要道路脇という立地を活かして、店舗入口と店内にサービス情報を掲載した看板を設置した。

併せてHPにも施術方法や使用効果等の情報を掲載し、サービスメニューの充実（ヘッドスパの新コース導入及び習慣的ヘアケア商品の組み合わせによるオーダーメイドヘアプログラム）をPRした。



新聞折込チラシ（上）、看板（右）

支援機関のサポート －あだたら商工会－

商圏内では導入事例が少ない新サービスを認知してもらい、ターゲットとする顧客の獲得を図るため、各種販促ツールの提案を行いました。

事業実施後は定期的な巡回訪問を行い、顧客獲得・売上増加等の現状を把握するとともに、その都度生じる課題の解決を支援しました。結果、売上アップにつなげることができました。

今後も定期的に巡回し、事業者の新たな事業展開や経営課題の解決等、事業者に寄り添いながらPDCAによる経営支援を続けてまいります。

◆あだたら商工会

福島県二本松市油井字背戸谷地
11-2
☎ 0243-23-5854

事業者の 声

売上が対前年比15%アップ！

▼本事業を活用してPRしたこと、新規顧客を獲得できました。皆様、チラシや看板を見ての来店でした。また既存のお客様にも新サービスや新商品を利用した上で、客単価もアップ。売上は対前年度比15%増加しました。

商工会のアドバイスで
効果もアップ

▼商工会からは検討段階から助言をいただき、チラシや看板のデザイン、新聞折込の時期などについて、事業計画に改善を加えました。お陰で、より事業効果を大きくできたと感じています。

新サービス・商品を利用したお客様からは「気持ち良かった」「髪に張りが出た」「今後利用したい」等、好評をいただいています。今後も確かなPRでファンを増やしていきたいですね。

スマホアプリで家族割！お得な施術体験で新規顧客アップ事業

■カイロプラクティック伏黒院 竹添整体院（医療業）－伊達市商工会－

事業者概要

カイロプラクティック伏黒院 竹添整体院

▼平成24年3月創業。カイロプラクティックによって、日常生活における慢性痛などの解消を目的にしたサービスを提供。従業員0人。

背景

▼同院が立地する旧伊達町内にはカイロプラクティック院が6件あり、接骨院・整骨院も増えていることから、顧客が流出し、減少傾向にあった。今後も開業の増加とそれに伴う競争激化が予想されるため、同業他社との差別化が必要であった。

また、旧伊達町は若者世代の移住により人口が増加している。若い世代の顧客を取り込むことが鍵となっていた。

主要訴求層を30〜40代女性とし、潜在的なニーズを捉え、痛みが出る前にケアする「未病」の需要の掘り起こしを目的にすることを決定。一人分の金額で家族全員施術を受けられる「家族割」を導入し、QRコードの活用など、スマホと連動したサービス展開で顧客の囲い込みを図ることとした。

事業内容

▼「家族割引おためしプラン」キャンペーンをPRするチラシを作成し、新聞折込にて配布。

新聞折込は、認知度を高め、口コミでの宣伝効果を上げるよう、2回ローテーションとし、また、折込時期と対象地区を分散させることで、来院者に対して余裕を持って施術できるようにした。

チラシには導入済みであったスマホアプリのQRコードを印刷し、インストール及びオンラインクーポン発券へ誘導。来院への動機付けを行った。



PRチラシ（右）、代表者（上）



支援機関のサポート －伊達市商工会－

事業者は本事業の活用で広告宣伝を強化したいとの意向でしたので、チラシ発行を前提に、補助事業計画書作成を支援しました。

広告効果を最大限上げられるよう、着目したのは①それまで活用できていなかったスマホアプリの活用、②提供方法の差別化、の2点です。キャンペーンが「単なる値引き」ではなく「一度に多くの方にご来院いただく」ための取組となるよう、何度も相談を重ね、方針を決定しました。

今後も持続的経営のため支援してまいります。

◆伊達市商工会
福島県伊達市梁川町青葉町3
☎ 024-577-0057

事業者の 声

来院者が前年同期比

17名増加

▼キャンペーンのPR効果で、期間中の来院者は前年同期比で17名増加しました。

新規の来院者からは「近くに住んでいたのに今まで知らなかった」「痛みが無くなった。今後とも通いたい」等の声

▼スマホアプリは、本事業の実施前に導入していたのですが、周知が不十分でした。今回、チラシと連動させたことで多くの方に知っていただくことができました。アプリでお客様に直接、情報提供ができるので、今後は生活習慣の改善指導などのサポートも強化していきます。

若い世代にはスマホアプリ！
をいただき、非常に好評でした。今後も継続してキャンペーンを実施し、新規顧客を獲得したいと考えています。

新規顧客獲得のための看板製作と本の移動販売事業

■石川屋（その他の小売業）－常葉町商工会－

事業者概要

石川屋

▼平成24年1月事業承継。旧常葉町内では数少ない一般医薬品販売店・書籍取扱店であり、化粧品も扱う。平成28年に新店舗をオープン、駐車場も整備した。従業員4人。

背景

▼同店の取扱商品のうち、化粧品と医薬品については一定数の固定客がついている。しかし、売上の2割を占める書籍の売りは、インターネット通販に押され、非常に厳しい状況にあった。

店舗面積や資金面から書籍の在庫を大量に抱えることは難しい。他店との差別化を図るため、オリジナルジャンルに対応から、得意ジャンルである絵本と専門店へ切り替えていくこととした。絵本のディスプレイや棚構成の工夫、検索性などを心がけている。また、お客様との対話から気持ちや要望に添った絵本を紹介する「提案型」の販売方法を入れている。こうした特長をより多くの方に周知し、「町の本屋」を地域から消さないための取組を行うこととした。

事業内容

▼軽貨物車に取り外し可能な書棚を取り付け、「絵本移動販売車」として野外での販売や宣伝活動に使えるようにした。

東日本大震災の被災地域のイベント等に参加し、書店の無い地域の住民にも絵本を実際に手に取って見てもらえるようにする。

店舗看板を新設。これまで駐車場の片面にしか看板がなく、店舗の場所が分かりづらかった点を解消し、新規顧客を始め来店者の増加を図る。



絵本移動販売車

支援機関のサポート －常葉町商工会－

事業者のやりたいことを丁寧に聞き取り、経営分析で実態を把握した上で、どの分野なら差別化を図れるか、実行できるか検討しました。その結果、個性的で専門性があり、得意ジャンルを活かした絵本専門店へ移行できました。

今後は、どのような方法で周知し、来店いただくかが大きな課題です。お客様との対話から、気持ちや要望に沿った絵本を紹介する「提案型」の販売方法の確立に向けて、引き続き支援を行ってまいります。

◆常葉町商工会
福島県田村市常葉町常葉字上町
62-3
☎ 0247-77-2019

事業者の 声

本の売上

前年同期比110%！

▼絵本の移動販売という新しいサービスを展開することで、来店を促すPRにもなり、出張販売もできて、売上増加につながりました。平成30年1～6月の本の売上は対前年同期比で約10%増加しました。

た。書籍以外の部門でも、相乗効果で売上アップしています。

“待つ”商売から“出る”商売へ

▼たとえば被災地から避難した子供たちがつらい思いをしていたら、その気持ちに寄り添うことができるような絵本を選んで読ませてあげたい。たくさん読んだ人が絵本をきっかけに読書する文化をつくり、町の文化を守るためにも、町の本屋を地域から消さずにいたい。そのためにも本を「提案」として考えています。

HP製作による「手打ちラーメン」PRで新規顧客拡大事業

■手打ち中華そば白土家（飲食店）－広野町商工会－

事業者概要

手打ち中華そば白土家

▼平成20年12月創業。地域密着型で営業してきたが、東日本大震災後、避難指示により3か月間一時休業。事業再開後はランチタイムのみ営業している。従業員2人。

背景

▼同店は国道6号線沿いに立地し、現在の客層は復旧・除染等に従事する作業員が大半である。除染作業が一段落したことから、今後は作業員の来店は減少すると予想される。ターゲットを避難先からの帰還住民として、「店が営業していること」をPRして呼び戻す必要があった。また、隣接するいわき市や南相馬市に商圏を広げたい、隣のJヴィレッジを利用するサッカー選手や親子に来店してほしいという思いもあった。

同店は麺の手打ちやスープの出汁にこだわっており、福島県浜通り地方で手打ち麺を提供するラーメン店は2店のみである。「休日になぜわざわざ来客数が増やしもPRして、等の上確を確保を目指すこととした。」

事業内容

▼HPを作成し、同店のラーメンが「化学調味料不使用」及び「手打ち麺」であること、また帰還住民に対しては「店が営業している」こともPRし、来客数の増加を図った。

HPでは手打ち麺やスープ、チャーシューなどの画像を掲載するなどデザイン性を重視するとともに、ストリートビューを取り入れることで店内の雰囲気を知っていただけようとした。また、新規顧客が来店しても定休日であるということがないよう、正確な情報発信を心がけた。



HP画面

支援機関のサポート －広野町商工会－

この事業者の場合、原発事故の影響で客層が大きく変化し、需要も一変しましたが、それにとらわれず、HPを活用した新規顧客開拓に取り組みました。事業計画書の作成過程で店主と改めて向き合い、現状・課題や今後の目標について共有することができたことで、より良いHPに仕上がったと思います。

HPは新規顧客の獲得という大きな収穫につながっています。今後も定期巡回をしながら、HP更新等を継続的に支援してまいります。

◆広野町商工会

福島県双葉郡広野町大字下浅見川
字桜田40（臨時事務所）

☎ 0240-27-2311

事業者の 声

新規顧客増加で 売上減少を阻止！

▼HPの公開後、メニューにもURLを表示し、またお客様に声がけもして、閲覧に結びつけています。

避難先から一時帰宅した際、スマホで近隣の飲食店を検索

HPコンテンツ充実で サービス向上

▼今後は新規顧客獲得のためだけでなく、更なるサービス向上のためにも、コンテンツを充実させていきたいと考えています。

し、当店のHPを見て来店されるというケースも少しずつ増えてきました。

原発関連業務に携わる作業員は減少していますが、HPの効果で新規顧客を獲得でき、売上減少も最小限度に食い止められています。

レース車両事業による販路拡大事業

■ハシモト自動車（自動車整備業）－川前町商工会－

事業者概要

ハシモト自動車

▼平成14年1月創業。自動車販売・整備を手がける。川前地区では唯一の認証工場であり、軽いフットワークと丁寧な対応で顧客の信頼を得ている。従業員2人。

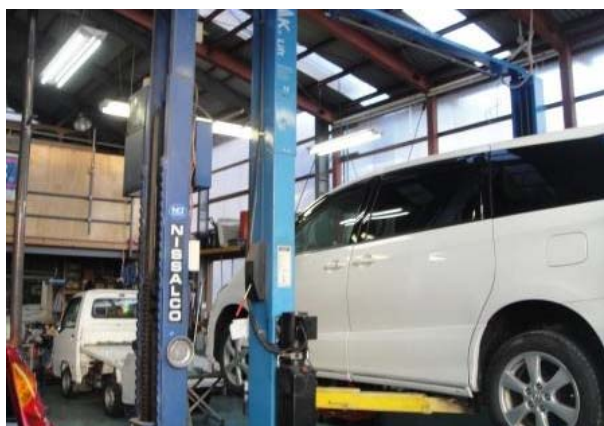
背景

▼川前地区では多くの世帯が複数の自家用車を所有しているが、人口減少に伴い自動車保有台数も減少しており、持続的経営のためには新たな経営の柱が必要であった。近年、ドリフトレースの愛好家が増加している。同店の代表者も10年来レースを楽しむ中で、レース出場者や関係者との人脈を築いている。また県内や隣県にはレースが開催されるサーキットも数多い。レース愛好者の多くは車両整備は自ら行えるが、板金には技術と設備が必要であり、商機があると判断。代表者のレース経験に加え、立地上広大な敷地を有している。無料で提供できるという強みも活かして、これまでとは全く違った顧客層へ向けた販路拡大を図ることとした。

事業内容

▼車両整備・板金サービスができる密閉した塗装作業場を工場内に新たに整備。レース車両事業を受注できる環境を整えた。

併せて整備場のレンタルやレース車両の無料保管サービスを開始し、ドリフトレース関連のサービスを一貫して提供できるようにした。これらをSNSやチラシで紹介し、既存顧客や取引業者にPRし、販路拡大を図った。



塗装作業場

支援機関のサポート －川前町商工会－

自らの強みである整備・板金技術や経歴を活かし、レース愛好家をターゲットとした新規需要獲得に取り組んだ結果、口コミによる新規顧客も増えています。

本事業を定着させるには、チラシやSNSなどで継続的な周知を図ることが必要と考えます。事業効果を分析しつつ、今後も引き続き定期巡回を行い、更なる販路開拓に向けて情報提供や相談支援など、伴走型支援を行ってまいります。

◆川前町商工会（現・小川町商工会）
（※平成30年4月1日付で合併）
福島県いわき市小川町上平字中島2-3
☎ 0246-83-0133

事業者の 声

山間地でも
集客できるんです！

▼顧客のニーズに対応したサービスを提供することで、中心市街地から遠く離れた山間地でも集客できるという事業モデルになったと思います。今後は更に事業規模を拡大し、地域雇用の拡大にもつなげたいと考えています。

お客様にも好評です！

▼板金塗装が自社工場内で行えるようになったことで、経費削減・時間短縮になるとお客様には好評をいただいています。

補助事業期間内に板金塗装で3件の売上があり、165千円の売上増加につながったほか、ドリフト愛好家の口コミで、サービスの開始後まもなく、2件の予約をいただきました。今後もHPやチラシでもPRしてこの事業を知ってもらい、売上増加を目指します。

ブランディングによる、販路開拓及び収益体制強化事業

■目黒麴店（食料品製造業）－只見町商工会－

事業者概要

目黒麴店

▼明治32年11月創業。味噌作りを使用する麴の販売に始まり、現在に至るまで秘伝の製造を受け継いで味噌・生ラーメン等を製造・販売。従業員1人。

背景

▼同店の既存商圏では人口減少・高齢化が進み、販売拡大は望めないため、首都圏を中心に新たな販路開拓に取り組むこととした。本事業を活用し、これまでにHP及びリーフレットの作成、味噌商品のパッケージを一新して商談会に参加するなどしてきた。事業を進める中で見えてきた課題が、トータルブランディングができていないことである。味噌4種類についてはパッケージデザインを統一できたが、売上の3割を占める生ラーメンについては対応できていなかった。生ラーメンのパッケージについても味噌商品と統一デザインとし、またギフト箱のデザインも統一することで贈答品需要も取り込む。これによりブランド力を強化し、事業の継続と更なる飛躍を図ることとした。

事業内容

▼生ラーメンのパッケージ及びギフト箱のデザインを作成。また、商談会・販売会等で使用する販促ツールとして、日よけのれん、のぼり及び生ラーメンPR用パンフレットを作成した。いずれも、作成済みの味噌商品と統一性のあるデザインとし、商談会等においてバイヤー等の目を引き、店のブランドをアピールすることで販路拡大を目指す。



日よけのれん

支援機関のサポート －只見町商工会－

これまで2回にわたって本事業を活用し、販路拡大を図ってきました。今回は、味噌と並ぶ看板商品である生ラーメンのパッケージデザイン作成及びギフト箱作成を行いました。

申請に当たっては、過去の事業との違いを明確にするとともに継続性も考慮しながら、企業ブランド構築に向けた支援を行いました。

後継者が中心となって事業を展開している事業者ですので、今後は事業承継計画の策定を支援していきたいと考えています。

◆只見町商工会
福島県南会津郡只見町大字只見
字宮前1308
☎ 0241-82-2380

事業者の 声

売上が前年比5%アップ！

▼商品パッケージを統一したことにより、生ラーメンと味噌商品の合わせ買いをしても生ラーメンのギフト箱について狙い通りの効果を発揮し、お土産やお歳暮・お中元用としての需要が増えてきています。

▼商談会や物産販売においては、のれん・のぼりで出展ブースを演出。お客様の目を引いて集客率向上につながり、その結果、大手ホテルと、隣のラーメン店との新規取引を始めることができました。持続化補助金の活用は、今回で3回目です。これまでの事業成果の積み重ねで当店のブランド力を向上でき、売上げ増加・新規顧客の獲得につながったことを実感しています。

販促効果で新規取引成約！

いずれも売上増加につながり、前年比5%増加しました。

効果的な広報・周知による新規顧客の獲得

■株式会社ARK（不動産賃貸業・管理業）－原町商工会議所－

事業者概要

株式会社ARK
▼平成28年1月設立。設立と同時にエステ部門において「エステサロンLulu（ルールー）」を立ち上げた。従業員1人。

背景

▼東日本大震災後、南相馬市内にはエステサロンが増え、おり、施術メニューも類似しているため、他店との差別化が難しくなった。またサロン周辺は閑静ではあるが中心市街地から少し離れており、立地による優位性は望めなかった。開店間もないこともあって顧客の絶対数が少なく、効果的な販売促進策が不可欠と感じていた。

これまでは簡易HPとSNSを活用していたが、効果は限定的であり、エステサロンにおいて重要な、口コミによる集客も期待できなかった。競合店のサービスとの比較検討及び顧客アンケートの結果、当店の強みとして、営業時間が長く夜間も対応できること、男性客も受け入れられていることなどが明らかに。こうした点を前面に出してPRしていくこととした。

事業内容

▼効果的な広報・周知を図るため、主に10～30代に向けたツールとしてHPをリニューアルし、ネット予約へ誘導する。

インターネットになじみのない層に向けてはチラシ1千部を作成・配布。さらに、地元フリーペーパー及び新聞折込チラシに割引情報を掲載するとともにダイレクトメールも発送。来店誘導に加え口コミ効果も見込む。

また、店舗の場所が分かりにくいいため、大きめの照明の付いた看板を設置し、認知度向上に結びつけた。



Luluとは、英語で美人な人という意味を持ちます。当サロンに求めているのは、心も身体も美人な人になってほしいという思いが込められています。

HP画面（上）、地元フリーペーパー掲載広告（左）



支援機関のサポート －原町商工会議所－

直接的・間接的な集客効果を目的に本補助事業に取り組んだ結果、特にターゲットとしていた男性の新規顧客を獲得できました。

今後も業界・地域の動向と事業者を客観的に分析し、事業者の強みを活かしながら事業展開を支援してまいります。また、事業計画書の目的が達成されているかどうかを確認しながら、持続的な経営が図れるようフォローアップを継続してまいります。

◆原町商工会議所
福島県南相馬市原町区橋本町 1-35
☎ 0244-22-1141

事業者の 声

新規顧客を獲得！

▼HPリニューアル後はアクセス数も伸び、チラシの効果もあいまって問合せも増加し、効果を実感しています。HPには店内の写真も掲載していただき、安心して来店できるのでは、「安心して来店できる」との声をいただきました。フリーペーパーに掲載していた男性1か月で、目標としていた男性

事業計画の策定で 有意義に事業を展開

▼今回、初めて補助金を活用するに当たり、現状分析し目標設定し事業計画を策定した上で事業に取り組みました。今後の事業展開を図る上で非常に有意義でしたし、新鮮に感じました。

今後も支援機関に指導いただきながら、経営に向き合っていきたいと思っています。

客を新規で4人獲得できました。今後もPRを継続し、特にお子様連れのママさんにキッズスペースをご利用いただきたいと思います。

貸衣裳の新規分野（ネットレンタル業務）進出事業

■ 株式会社大内屋（物品賃貸業）－原町商工会議所－

事業者概要

株式会社大内屋
▼昭和51年8月設立。「新しくきれいで安い」をモットーに掲げる、東北地方最大の貸衣裳専門店。従業員4人。

背景

▼同社は、常時1千着以上の在庫を有する、全国でも十指に入る規模の貸衣裳店である。しかし、東日本大震災後、地域の挙式数が激減するなど市場は縮小。若者世代の人口減少も影響し、売上は4割以下にまで落ち込んだ。また、従業員数も半減した。
こうした状況の中で新規顧客獲得と売上増加を目指すため、同社の強みである豊富な品揃えを活かし、ネットレンタル業務に新規参入することとした。
ネットレンタルではサポートや問合せ対応以外の接客が不要で、従業員の負担軽減・業務の迅速化が期待できる。また、他社のネットレンタルでは経年商品が多く出回っているところ、新作を含む良品を提供することで、差別化を図る。

事業内容

▼ネットレンタル専用HPを開設し、貸衣裳業務を全国展開する。
HPは、受注から発送・返却受入、修繕・手入れ等の一連の業務を、従前から使用していた商品管理システムと一体化することで、事務の合理化と作業効率の向上を図った。また、最新情報を随時提供すること、新規顧客の獲得や売上増加を目指す。
ネットレンタル利用者の不安をなくすために、掲載画像の背景・種類に配慮し、点数も多く掲載した。



HP画面

支援機関のサポート －原町商工会議所－

とりわけネットレンタル専用のHPは、誰が見ても分かりやすいことが重要です。事業者は利用者の利便性を追求し、最新情報を提供するなど、販路開拓の努力を重ねていますが、まだまだ“打つ手”はあると感じています。

今後も、顧客が一番気になるであろうレンタル料の明確化、入力手続きの簡素化、同業者が行っていないサービスの導入などについて、継続して支援をしてまいります。

◆原町商工会議所

福島県南相馬市原町区橋本町 1-35

☎ 0244-22-1141

事業者の 声

試行錯誤を重ねてHPが完成

▼なかなか思い描くようなHPが完成せず、何度も試行錯誤を重ねながら、当初予定から4月遅れでHPを公開できました。
ページ公開後、早々にレンタルの問合せがあり、今後に

向けて期待も高まっています。
強みを活かしつつ、
お客様の満足度アップ！

▼HPは24時間いつでも当店と他店の商品を比較でき、当社の品揃えと品質の良さを実感いただくことで、お客様の満足度を高めていく有効なツールとなると考えています。
今後は最新情報を更新しながら、卒業式、入学式、成人式等、年間イベントの計画を見直し、全国での販路開拓に向けて新規顧客の増加、経営の安定につなげていきます。