

中小機構四国

さんぽう通信

第104号 平成30年3月発行

【今月号の目次】

1. 平成29年度第4回目の事業計画認定…………… P.1~2
2. 【開催報告】商品力向上会(中小機構四国主催) …… P.2
3. 【連載】Eコマース・ワンポイント情報(19回目) …… P.3

中小企業等経営強化法等に基づき7件の事業計画が認定されました！

2月9日付で中小企業等経営強化法、中小企業地域資源活用促進法、農商工等連携促進法に基づき7件の事業計画が認定されました。認定を受けられた各社の概要をご紹介します。

【企業概要について】①代表者氏名 ②所在地 ③資本金 ④従業員数⑤設立年 ⑥事業内容

【徳島県】株式会社デンタス



①代表取締役 島 文男 ②徳島県徳島市問屋町48番地 ③2億2,196万円 ④56名 ⑤1996年 ⑥歯科医療材料の研究開発、輸出入等

【認定事業】

歯科医院向け入れ歯の素材から選択できるアプリケーションを活用したサービスの開発・提供

<今後の抱負>

入れ歯の価格や素材だけでなく、専門的な知識や技術の説明が事務員でも行えるアプリの開発を行います。その中には、入れ歯の使用感やメリット、デメリットなど患者にとって知りたい内容の説明を行えるようにします。今回開発するサービスの導入で、診療所の患者に対するサービス向上につながり、ひいては患者の評価向上になると考えています。

連携参加者：株式会社MMラボ

①代表取締役 三輪 靖 ②徳島県徳島市富田町2-23 ③3,000千円 ④3名 ⑤2015年 ⑥WEBシステム・ソフトウェア開発等

【香川県】有限会社アイヴエーション



①代表取締役 廣瀬 将人 ②香川県さぬき市寒川町石田東1000番地3 ③24,000千円 ④7名 ⑤2004年 ⑥スポーツバイク及び関連製品の企画、デザイン、製造等

【認定事業】

CFRP(炭素繊維強化プラスチック)製チューブを活用した自転車の開発・製造・販売

<今後の抱負>

航空機や高級自動車にも使われている日本発の高機能素材であるCFRPを、自社で独自に製造・加工して、高性能な自転車の開発を行いたいと思います。世界中のユーザーを魅惑するロードバイク、折畳み自転車、電動アシスト自転車の完成を目指して、研鑽して所存です。

【徳島県】長尾織布合名会社



①代表社員 長尾 伊太郎 ②徳島県徳島市国府町和田189 ③15,000千円 ④16名 ⑤1897年 ⑥綿織物製造業

【認定事業】

しじら織の製造技術を活用した、絹を使った生地と絹を使った生地の基平等の開発・製造・販売

<今後の抱負>

明治30年創業当時より綿織物を中心に製造しております。長年培ったしじら織の技法や技術を生かし、今回の事業では絹糸を使った『新しいしじら織』を作ります。生地に光沢と高級感を生み出し、高品質で付加価値の高い商品を作り今までにない用途やニーズを作りだせるよう、頑張つてまいりたいと考えております。

【高知県】株式会社土佐名産会



①代表取締役 青山 洸 ②高知県高知市春野町東諸木1297-2 ③10,000千円 ④5名 ⑤1975年 ⑥果実を使用した飲料などの製造販売

【認定事業】

有機栽培の文旦・小夏を使った果皮・果肉入り鍋用調味料、果皮・果肉入りチョコレート菓子の開発・製造・販売

<今後の抱負>

農薬をかけない身体に優しく美味さを極める果物(文旦・小夏・柚子)を有機栽培で育てています。果汁・果皮でゼリー・コンフィチュール等の加工品を作り、更に調味料やチョコレートの加工品の開発・製造により有機栽培品の美味しさの先駆けとなり、1年を通じてお客様に喜ばれる商品を提供出来ればと思っています。

さんぽう通信

事業計画認定

イベント報告

連載企画

中小企業施策

【愛媛県】四国ケージ株式会社



①代表取締役 井川 茂樹 ②愛媛県四国中央市土居町野田1548 ③10,000千円 ④9名 ⑤1967年 ⑥畜産機械器具の製造・販売・施工・メンテナンス一式

【認定事業】

殺虫剂等化学薬品が残留していない鶏糞を活用した臭いの少ない堆肥の開発・製造・販売

<今後の抱負>

弊社の社訓はVWです。VはビジョンWはワーク。志・目的を持って仕事にあたる。安全な食物の生産に貢献するという弊社のビジョンのもと恒常的な2つのリスクを低減する一つの方法として捕虫器“ワクモス”を開発しました。今後もビジョンのもと、既存概念に捉われない新しい商品を開発し業界に提案できる企業を目指しております。

連携参加者：有限会社 高島産業

①代表取締役社長 高嶋 浩司 ②香川県高松市香川町大字川東上379 ③36,800千円 ④91名 ⑤1922年 ⑥養鶏業

【愛媛県】合同会社 赤石の泉



①代表者 佐藤 和洋 ②愛媛県四国中央市土居町上野甲1525番地 ③3,000千円 ④3名 ⑤2014年 ⑥国内旅行の企画・実行⑦なし

【認定事業】

瓦の破碎(セラミック礫)を活用した土を使わない盆栽及び樹木の開発・製造・販売

<今後の抱負>

弊社は盆栽・庭木用に保湿性に優れた瓦の破碎による培養体を開発しました。現在は、地元特産の赤石五葉松盆栽のEU他への直輸出販売が主力ですが、日本国内については、インバウンド集客の観点から、ホテルや商業施設へこの瓦の破碎を使った高級盆栽のリース事業を拡大してゆこうと考えています。

【香川県】株式会社木村海産



①代表取締役 木村 明ひこ ②香川県さぬき市津田町鶴羽778番地33 ③60,000千円 ④140名 ⑤1962年 ⑥シラス商品の製造

【認定事業】

冷凍食品の製造技術を活用した賞味期限の長いシラス商品の開発・製造・販売



【開催報告】商品力向上会(中小機構四国主催)

中小機構四国は、2月27日に試作品ができた事業者様や、これから販路拡大のステージに進まれる事業者様を対象に、「商品力向上会」と題し、商品のブラッシュアップ会を開催いたしました。当日は認定事業者5社にご参加いただき、評価委員へのプレゼンテーションや試食、今後売れる商品にするためのアドバイスが行われました。

【参加企業と対象商品】

- ①株式会社ナカシヨク 「燻製豆腐」
- ②株式会社かねすえ 「香川県産キウイフルーツを使った菓子」
- ③株式会社泉源 「うつぼだし」
- ④株式会社あまげん 「城川栗を使った栗菓子」
- ⑤株式会社山一商店 「オリーブ燻製薫味料」

ご参加ありがとうございました。
ぜひ今後の商品改良にお役立てください！



連載企画

Eコマース・ワンポイント情報～19回目～

中小機構四国 チーフアドバイザー 多田 優之

【一点集中！】Eコマース成功の秘訣は「〇〇〇」にあり！
10年以上こだわり続けている理由教えます。

いつもご覧いただきありがとうございます。中小機構四国本部のチーフアドバイザーの多田優之です。前回お話しした販促計画は完成していますでしょうか？

さて突然ですが、御社(お店)のネットショップは、何をセールスポイントにされていますか？モノなのか、サービスなのか、それとも「とにかくなんでも売れば(稼げば)いいよ！」でしょうか？また、ネットショップを未開設の場合は、どのようなイメージをお持ちになられていますか？

私の場合、本格的なネットショップ運営は2007年で、主に目覚まし時計を販売しました。その前にも、ヤフーオークションでロングブーツや、カゴバッグ、財布、鉄道模型やカメラ用品など幅広く販売していたのですが、ネットショップではオークションと違ってわりと相場より高く売れるため、不思議に思っていました。多い時には同じ屋号で5号店まで広がっていましたが、2010年には同じ屋号をやめ新たな仕組みでネットショップの量産を開始したのです。

タイトルの答えが長くなってすみませんが、2010年よりネットショップは「**専門店**」が喜ばれる！と気づきました。とある時期には1つのネットショップに、ファッションから鉄道模型、中古本に至るまで幅広い商材を掲載していました。

しかし、国内ECだけでなく越境ECでも同じく、1つのジャンル(カテゴリー)に絞った専門店展開がEコマース成功の秘訣である！と発見したのです。

もともと店頭販売から小売業の道を進んでいた私は、新しいビジネスの可能性を感じてEコマースに進みました。しかし新しい一方、大切なことは実店舗と変わりません・それは「安心感」です。実は、実店舗もネットショップもお客さんは「安心感」を感じるお店で購入されることに気がついたのです。

専門店としての知識(商品、活用法、最新ニュースなど)はもちろん、一目見て「何屋さん」かわからないと、モノがあふれている今は中々購入してもらえません。「何でも置いているショップ」は特徴がないと思われて「結局何もない」と判断されることにも気が付きました。

専門店として、商品に対する知識が掲載されているネットショップと、ただ単に商品だけ並べているネットショップとでは安心感が異なります。これは私が思っているだけではなく、店頭やネットショップで実際に購入されたお客さんから直接聞くことにより、一層信頼度が増す考えとなりました。

ビジネス的にみても、何でも置いているショップを目指したとしても、ライバルは楽天でありAmazonになります。資本力のある大企業でも大変なことは容易に想像がつくと思います。やはり小規模事業者は「一点集中型」の専門店を運営するのが、得策であると考えています。これはWEB集客にもメリットがあります。SEOと言われるインターネット検索対策にも非常に有利に働きます。

実際私はドイツ鉄道模型、海外アウトドア用品、和装小物、カメラ部品、ガラスアクセサリーの専門店を運営しましたが、SNSからだけでなくしっかり検索からも集客することができていました。



出所：フリー画像素材「ぱくたそ」より <https://www.pakutaso.com/>

専門店のよいところは、お客様のファン＝リピーターがつきやすいこともあげられます。これは食品でも同じです。最初取り扱い商品は少なくとも、ひとつのコンセプトでまとまりのある専門店を運営してみてください。商品ラインナップは少しずつ増やす形でも大丈夫です。また、SNSによる情報発信もある意味カンタンにおこなうことも可能です。このあたりの実務的なノウハウは、個別訪問時にしっかりとお伝えすることができますので、遠慮なく担当専門家に相談ください。ぜひぜひ、「専門家の世界」を体感いただき、Eコマースで売上の柱ができるようチャレンジしてください。サポートいたします！



