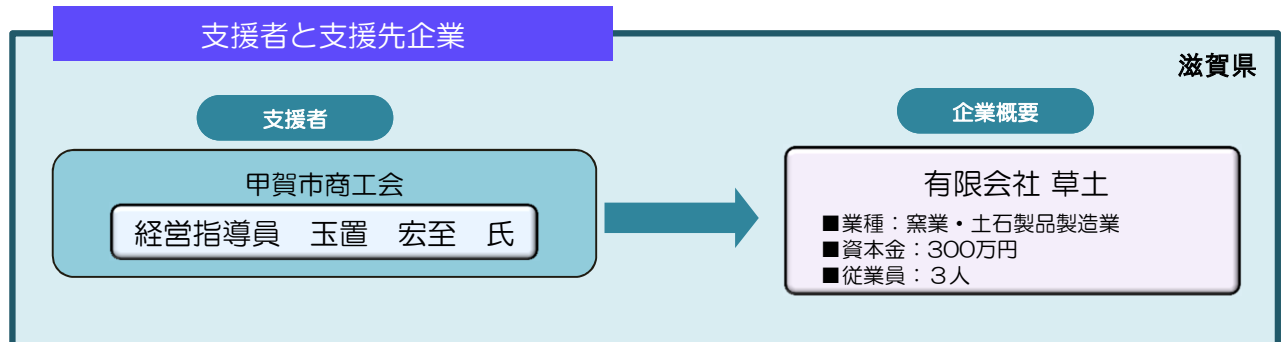


◆売上拡大手法の類型：改良・新商品×新市場開拓

事例⑫ 滋賀県・甲賀市商工会支援事例
「オリジナルテーブルウェアの開発と販路開拓支援」

1. 持続化補助金を活用した売上拡大支援事例の概要

(1) 企業概要と支援の経緯

支援先企業は平成13年創業、経営者は信楽焼の陶芸作家である。甲賀市信楽町の山間にアトリエ兼ギャラリーを開設している。近年はオリジナルのステンレス製カテラリー（ナイフ、フォーク、スプーン類）を企画し、外部メーカーに生産を委託。主たる販路としてインテリアショップや雑貨店、及びセレクトショップ等を起用している。近年、日本及び海外に於けるテーブルシーンは生活様式の多様化により和食・洋食を超えたオリジナルな食器、用品に対するニーズが高まっており、優れたデザイン性を有する支援先企業の商品は市場で高い評価を受けている。

今般新たな加工を加えた新商品を開発するのに伴い、海外も含めた新規市場の開拓を意図しており、甲賀市商工会の玉置経営指導員は新商品の高い市場性に着目、経営者とも協議し持続化補助金を活用して新しい販路の開拓支援を行い、支援先企業にとって新しい経営の柱に育つよう支援する事とした。

(2) 支援先の経営環境と経営課題

支援先企業の売上の4割を占めるステンレス製カテラリーが主力商品となっており、新商品の市場投入により更なる拡販を図ることが当面の経営課題となる。また高品質を維持するためには、国内メーカーの起用が望ましいが、金型の費用負担や製造コストの面からは海外のメーカーを起用することも、今後の検討課題となっている。その際のデザイン盗用リスクに対する防御策を講じることも、重要な問題となる。

(3) 今回対象とする市場の特徴

顧客の生活様式が多様化するのに伴い、食器関連用品は高感度商品として、高級雑貨店等で販売される機会も多く、カフェ・花屋・家具屋・インテリアショップ・旅館・レストラン等への販売が増加している。展示会等での引合を丁寧にフォローしながら、多様な個人のライフスタイルに対応できるような販路を開拓していく予定である。

(4) 課題解決策と今回の支援内容

新商品に関する販路開拓は、国内外の2つの展示会（東京ギフトショー、米国サンフランシスコでのギフトショー）へ出展し、数多くの引合を得たことから、既存顧客の確保と並行して、新規顧客の開拓に当面注力することとなる。特に海外のバイヤーからの引合は多く、海外展開のきっかけとなるよう支援を継続する必要性を感じている。

また国内の小売店は同素材のシリーズ商品を一括で購入する傾向が強い為、ナイフ・フォーク・スプーンを中心にシリーズで多くのアイテムを開発し、豊富な品揃えで対応する必要がある。この為にも、新商品の開発を計画しており、様々な施策を活用し、支援継続していくことを方針とした。

当補助金を活用した支援は、2014年秋の東京ギフトショーへの出展費用、旅費等や新商品の試作費用等である。

事例⑫ 滋賀県・甲賀市商工会支援事例
「オリジナルテーブルウェアの開発と販路開拓支援」

2. 売上拡大支援のために果たした支援者の役割

(1) 事業計画作成及び実行支援の内容

持続化補助金の申請にあたっては、基本的な計画を経営者に作成願い、その後経営者とのヒアリングを重ね、経営者の考えを詳細に聴取して、事業計画に反映させる作業を繰り返して完成させた。その際に玉置経営指導員は以下のアドバイスを行った。

- ①まず、自社の現状分析を行い、経営の方針、事業の方向性を明確にすること。現在の売れ筋商品を分析すると、陶器以外のテーブルウェア商品が大勢を占めている。今後とも、顧客の満足度を高めるテーブルウェア関連商品の企画を充実させる経営方針を明確にするよう助言。
- ②その上で具体的に経営者が意図する商品戦略・販売戦略を確立し計画に盛り込む。具体的には海外の日本には無い素材とマッチングさせた商品の開発や、海外メーカーを起用した商品開発・製造等、海外から得られる目新しい企画を取込んで消費者の支持が得られるような商品戦略の立案を助言。

(2) 売上拡大支援のための創意工夫

支援先が独自に開発した鋸目ステンレスカトラリー（スプーン、フォーク類、ブランド名「WASABI」）は、優れたデザインで高い評価を得ているが、今般補助金を活用して、角処理を改善した「Premium WASABI」シリーズの市場投入の際には、高級百貨店や高感度の雑貨セレクトショップ等に直販し、販売単価とブランドイメージの向上を図る戦略を提案した。支援先経営者は異素材（陶器・木・金属・竹等）を組み合わせた、オリジナル商品の企画など斬新なアイデアを有しており、玉置経営指導員は海外での展示会に出展する事で海外の顧客のニーズを取込んだ商品開発を目指すことも提案している。



「福田社長(左)と玉置経営指導員(右)」



主力商品の「鋸目ステンレスカトラリー」

(3) 小規模事業者支援のポイント

支援先企業のように、高いデザイン性と企画開発能力を持つ小規模事業者の支援には、試作品の開発資金補助や開発された商品の販促・PRといった認知度向上策が不可欠となる。

この意味において、今回の持続化補助金は支援先企業にとって支援効果が期待できる施策である。展示会や商談会に於いて商品を展示できれば、商品価値を認めた顧客からの引合が多く寄せられ、既存の顧客とは違った販路の開拓が可能となる。

また、商品に対する顧客の反応・評価が商品の改良、新製品の開発のヒントになることも多い。国や県の様々な支援策の中から、支援企業が真に求めている施策を選択して情報提供することも経営指導員に求められる重要な支援能力の1つと言える。

3. 支援成果

- ① 東京ギフトショーでは100件近くの引合を入手できた。その半数は新規顧客からのもの。
- ② 新規顧客の中にはこれまで考えられなかった販路を有する業種も多く、海外からの引合も得て、海外展開のきっかけ作りとなった。

売上拡大支援のポイント

- ① 自社の持つ強みと課題を理解してもらいながら事業計画を作成し、販売戦略の立案を支援
- ② 伴走支援を徹底し、経営者とは異なった視点で課題の解決策や、商品の特性を生かした販路の開拓策、市場環境に関する情報などを助言
- ③ 国や県の様々な支援策の情報を適宜選択し経営者に提供、新商品の開発・販路開拓に資する支援を実施