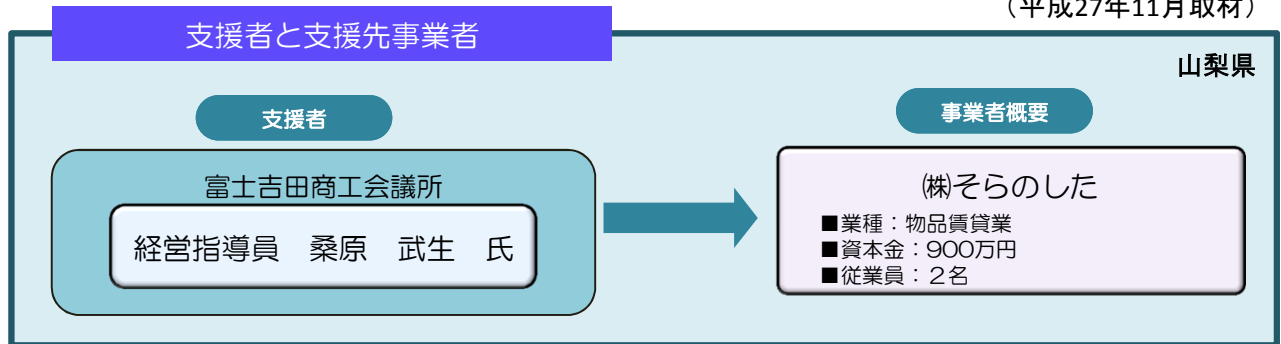


◆売上拡大手法の類型：既存商品×新市場開拓

事例⑫ 山梨県・富士吉田商工会議所支援事例
「インバウンド対応登山用品レンタル事業拡大支援」

(平成27年11月取材)



1. 持続化補助金を活用した売上拡大支援事例の概要

(1) 事業者概要と支援の経緯

支援先事業者は、平成22年に個人事業者として創業し、平成24年に株式会社化されたアウトドア用品レンタル会社である。代表者は、大手空調機器メーカーに勤めていたが、退職後、趣味の登山に関連したインターネットを介した登山用品の宅配レンタルサービスを大阪で行っていた。

その後、レンタルを申し込んでくるお客様の多くが富士山への登山のために登山用品を求めていることに着目し、富士登山客が最も多い富士吉田市にリアルな店舗を構えてレンタルサービスを始めようと、平成24年、同市に店舗を構えて事業を開始した。

支援先事業者のような登山用品のレンタル事業は、従来まで富士吉田市にはなく、レンタル料金は市場販売価格の1/5～1/10程度に設定し、初心者向けのセット商品を中心に用意している。利用者からは「高額な登山用品をリーズナブルに利用できる」、「何を持っていけばよいか分からない状況であったが、登山に必要なものが一式になっており分かりやすい」といった支持をいただけており、売上も設立当初から比べると大きく伸びている。

富士登山の近年の傾向としては、世界遺産登録を受けて以降、外国人の利用者が増えている。支援先事業者が富士登山ツアーで提携している事業者からの情報によると、平成26年の外国人参加者が前年度比130%となっている。

支援先事業者としても、当然外国人への対応を考える時期だと思っていたが、外国人の場合は、より厳しく本人確認をする必要がある。このため、代表者は、外国人に対しては専用の受注方法を新たに整備する必要があると考えた。そのため、平成26年度、別事業で採択された持続化補助金を再度活用しようと富士吉田商工会議所の桑原指導員に事業計画作成支援を願い出た。

(2) 支援先の経営環境と経営課題

支援先事業者は、これまでになかった登山用品の宅配レンタルサービスを行い、アウトドア市場において新サービスを提供してきたが、ここ数年で他社も同様のサービスが展開してきている。高い商品品質と自社メンテナンスによる確実な品質管理を行うことにより、価格ではなく顧客満足度によって他社との差別化を図っているものの、長期的に見た場合、競合他社による追従も避けられない状況であることから、更なる新たなサービス提供を行う必要性を感じていた。

(3) 今回対象とする市場の特徴

レジャー白書2013によると、日本における登山・キャンプ人口は1,190万人と推定されており、増加傾向にある。富士登山については、日本人の登山客は伸び悩んでいるものの、富士河口湖町や富士急行が実施したアンケート調査によると、外国人による富士登山は増えていく傾向にあると思われる。レンタル利用客も増えていくと考えられる。現状では登山者の約10%が外国人であるが、30%程度まで伸びることが見込まれている。

(4) 課題解決策と今回の支援内容

以上のような経営課題及び市場動向を踏まえて、解決策を次のようにした。①外国人専用のディポジット方式採用のクレジットカード登録型レンタル受注体制の整備、②インターネットによる外国人への発信ページの開発、③外国人貸し出しのためのオペレーションに従事する新規雇用者の採用、などである。

事例⑫ 山梨県・富士吉田商工会議所支援事例
「インバウンド対応登山用品レンタル事業拡大支援」

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

事業計画は、平成26年度別案件で採択された経験があることから、代表者自らが作成した。その計画をベースに、桑原指導員が富士登山に関する2次データを収集して、市場の特徴を肉付けしていった。そして当社の経営理念である「アウトドアサービスを通じて、日常生活では得られない充実した時間を過ごしてもらうことで、人生価値を高め、幸福度を向上し、社会に貢献する」ことを柱に、計画をストーリー化した。

中でも、当社の強みである「独自の登山アプリ（GPSで位置や天候に応じたアドバイスが表示されるオリジナルアプリ）の開発・配布」や「大手アウトドアメーカーとの相互送客スキームの作成」など他社には展開できない、価格競争に頼らない差別化したサービス力を持っていることを強調した。そして、商工会議所が行っている専門家相談で、中小企業診断士から最終チェックを受けた。

実行支援では、夏期から秋口までの富士登山がピークシーズンということもあり、桑原指導員が支援先事業者巡回訪問する形で行われた。登山用品レンタル事業は、まずは登山用品を仕入れて在庫するという大きな投資が必要となるため、桑原指導員は、事業進展に伴う資金繰りの状況など細かい部分をアドバイスしていった。また、商工会議所の「観光サービス部会」への入会や連携先の都留信用組合が行っている「創業スクール」での講師業務など、地域活性化の推進者としての存在をアピールしてもらっている。

補助事業期間終了後は、更なる事業拡大策として、周辺施設との連携により貸出し場所の拡充及び自転車等のレジャー用品の充実を行い、富士山・富士五湖周辺の旅行者の取り込みや、季節変動にとらわれないクリーニング事業の拡大支援等を模索していく。

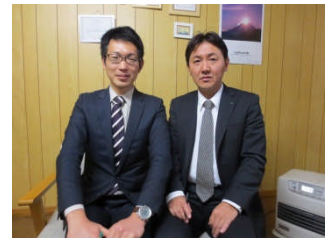
(2) 売上拡大支援のための創意工夫

今回の支援では、支援先事業者の強みである価格競争に頼らない差別化されたサービスを、如何に外国人旅行客に分かってもらい、海外からでも申し込みできるようにするかを、桑原指導員が代表者と一緒に考えた。外国人向けホームページもアップされたので、今後は既存顧客である日本人プラス外国人顧客という客数のアップが見込まれる。

(3) 小規模事業者支援のポイント

桑原指導員の相談姿勢は、過去に面識のない経営者と面談する時は、まず相手の目をよく見て、聞き役になることに徹することである。相手の考えに共感することによって信頼関係が醸成されていく。

今回の支援でも、代表者が法人化を契機に富士吉田市に居住することになったため、じっくりと面談を行い、富士吉田市のことをよく知ってもらうことから始めた。そして、商工会議所の観光サービス部会に入会していただき、地元でのネットワークを形成していただいている。



様々な登山用品がストックされている本社倉庫 代表者(左)と桑原指導員(右)

3. 支援成果

- ① 富士登山ピーク時において、外国語が堪能な人材の採用が決まり、外国人対応体制が整った。
- ② 外国人向けHP完成がやや遅れたものの、前年対比で3倍ほど外国人顧客が増加している。
- ③ 商工会議所の観光サービス部会への入会などにより、地元でのネットワークが拡大し、更なる新たな事業への展開が芽生えてきている。

売上拡大支援のポイント

- ① 事業計画をしっかりとストーリー化して、補助期間内に行うことを明確にして、支援先事業者に出向き、進捗を確認したこと。
- ② 支援先事業者の財務状況を把握し、表に出る事業内容だけではなく、財務面でのアドバイスをしっかり行っていること。
- ③ 支援先事業者の地元でのネットワーク作りを後押しして、新たな事業の更なる拡大を側面支援している。