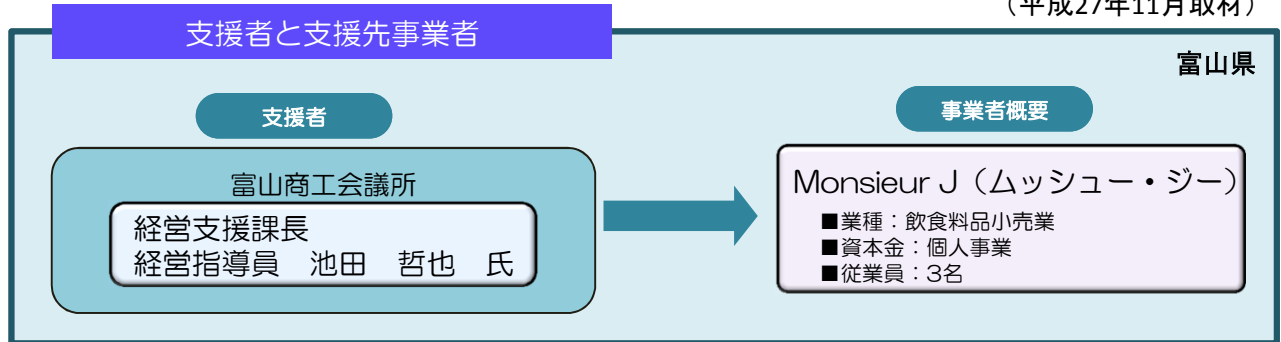


◆売上拡大手法の類型：既存商品×新市場開拓

事例③ 富山県・富山商工会議所支援事例
「洋菓子店の外販部門強化及び更なる顧客獲得支援」

(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

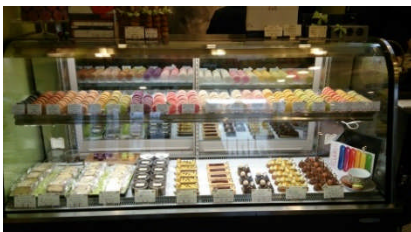
(1) 事業者概要と支援の経緯

支援先事業者は、平成25年11月に富山市内で創業した、富山県内初のフランス人パティシエがいるフランス菓子専門店である。代表者ランボ・ノリコ氏の夫であるパティシエは、世界の一流レストランやホテルで15年間勤務した経験を持ち、その経験とフランス人ならではの感性で、富山の食材とコラボレーションさせた商品を開発し、提供している。

代表者は、海外の4つ星ホテルでレセプションやゲストリレーションマネージャーとして勤務した経験がある。平成25年に夫と二人で帰国後、富山市内で洋菓子店を創業することを決め、6月に富山県が主催する「とやま起業未来塾」に入塾し、県内で活躍する経営者や中小企業診断士等から、経営のイロハを学んだ。

オープン前からSNSでの情報発信や地域イベントにも出店し、お店のオープンをPRしてきた成果もあり、看板商品であるマカロンを中心に連日ほぼ完売する状態が続いた。初年度の売上は目標を大幅に上回る結果となった。

最近の悩みは、売上が更に見込めるにもかかわらず人材不足から生産が追いつかないこと、お店の所在地がわかりにくいといった問題が表れていた。そのようなことを創業融資や創業補助金で支援を受けた富山商工会議所の池田指導員に相談したところ、雇用確保や販路開拓に活用できる持続化補助金を紹介された。



看板商品である、世界最高級のタヒチ産バナラ使用の「マカロン」

(2) 支援先の経営環境と経営課題

売上は初年度から目標を上回って推移しているものの、パティシエの片腕となる人材が不足しており、百貨店等の外販部門からの注文や、顧客からの注文数の変更に対応できず、販売チャンスロスとなっている。また、大通りから一本入り込んだ道路にあるため、店舗の場所を特定できないで来店を断念するお客様も多かったため、視認性を高めるための方策が必要になっている。

(3) 今回対象とする市場の特徴

和菓子は全国的に消費量が低下しているのに対し、洋菓子については、どの年齢層をみても消費量は伸びている。富山市内でも、和菓子業界は後継者（職人）不足で店を閉じるケースが増えている。一方、洋菓子店は出店が相次いでおり、各店では消費者が求める味を追求し、切磋琢磨している状況である。

また、富山には、お客様をお出迎えする時や、結婚式の引き出物等で、美味しいお菓子でおもてなしする文化があり、その際のおもてなしのお菓子（贈答品）として、当店の洋菓子が利用されるケースが増えてきている。

(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、支援内容は、①生産数量確保のため、パティシエの片腕となる人材確保・育成を行う、②地元百貨店や結婚式場への営業活動を強化し、外販売上を伸ばす、③ブランド力アップのため、オリジナルパッケージ及び手提げ袋を作成する、④近隣商店街にお越しいただいた方々の来店を促すため、店の視認性を高める、などである。

事例③ 富山県・富山商工会議所支援事例
「洋菓子店の外販部門強化及び更なる顧客獲得支援」

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、代表者が先ず作成した。計画書の内容は完成度の高いものであったが、代表者に何度か商工会議所へ足を運んでもらい、更に完成度を高めていった。

池田指導員は、急速に売上が上がった支援事業者の状況を良く把握し、今後は売上が落ちることなく、如何に売上・利益を拡大させるかを、代表者と一緒に考えた。そしてストーリーのある計画づくりを念頭において、組み立てた計画の中で、なぜ補助金が必要かを代表者から聞き出し、それをまとめあげた。目標は、急速に伸びた売上が今後は徐々に伸ばしていく計画とし、3年後の売上が10%アップするようなものとした。

計画実行では、代表者に必ず月1回は来所してもらい進捗状況を確認した。外販部門の売上アップのために、オリジナルパッケージ及び手提げ袋を作成して、地元百貨店のお歳暮商品パンフに掲載していただいた。勿論、既存顧客へも新パッケージで対応している。雇用面では、洋菓子づくりの経験が豊富で、フランス語も堪能な人材を採用することができた。採用については、商工会議所の労務相談会に来てもらい、社会保険労務士からアドバイスを行った。また、視認性の高い看板づくりには、商工会議所青年部（富山YEG）の会員事業者等を紹介した。また、とやまエキスパートバンクを活用して、税理士には会計事務、社会保険労務士には雇用面での視点からのアドバイスなど、専門性の高い支援を行った。

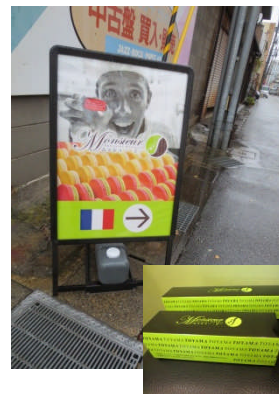
PR支援面では、当商工会議所が作成した「創業ナビブック」へ掲載した。更に当商工会議所が主管する富山県内の商工会議所・商工会合同の「会員ビジネス交流会」を紹介し参加してもらう予定である。また、柚など県産食材を積極的に活用している支援先事業者を紹介して、マッチングを行っている。

(2) 売上拡大支援のための創意工夫

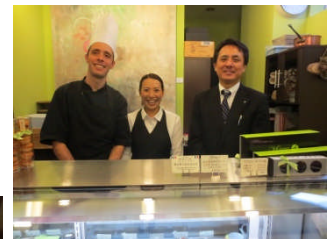
池田指導員が先ずアドバイスしたことは、片腕となる人材を早急に確保することであった。そのための求人活動を直ぐに実行に移すことによって、働き詰めであった夫の時間的余裕の確保と製造数量も増加となることから、看板を見て来店するお客様にも欠品で帰っていただくようなことがなくなり、客数のアップが図られる。また、パッケージ・手提げ袋作成により外販強化にも拍車がかかり、更なる新規顧客数のアップが見込まれる。

(3) 小規模事業者支援のポイント

今回の支援では、創業まもなく売上が急増した小規模事業者に対して、如何に経営面や財務面でのアドバイスを的確に行っていくか、毎月最低1回は代表者に来所してもらい、細かい面をアドバイスしている。こうしたアドバイスを的確に実行している経営者の行動力、経営センスに池田指導員は敬意の念を抱きつつ、着実な経営基盤作りを後押ししている。



←道路の角に設置した
立て看板



代表者夫婦(左)と池田指導員(右)

新デザインのパッケージ

3. 支援成果

- ① 有能な人材を雇用でき、変わらぬ品質と現状の供給面での課題が解決できた。
- ② パッケージ及び手提げ袋が完成し、外販部門向け・既存顧客向ともに商品ブランド力が向上した。
- ③ 看板を設置したことによって、近隣商店街を来訪するお客様の数が明らかに増加している。

売上拡大支援のポイント

- ① 売上が急増した創業間もない支援事業者を、如何に売上が落ちることなく、売上拡大させるかを代表者と一緒に考え、助言したこと。
- ② 支援先事業者の絶対的な強みである「商品のおいしさ」をベースにして、売上拡大のストーリーを作成支援したこと。
- ③ 支援先事業者の経営課題を事業計画の中で明確にして、課題毎に的確な実行支援を行っていること。