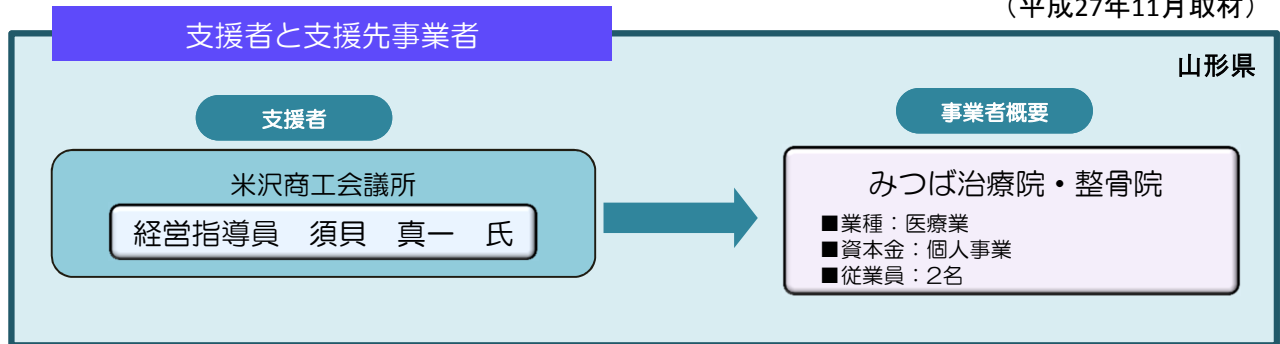


◆売上拡大手法の類型：既存商品×新市場開拓

事例⑨ 山形県・米沢商工会議所支援事例
「運動ツール導入によるグループへの運動指導事業進出支援」

(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21年に米沢市内でマッサージ鍼灸院として開業した。翌年には整骨院事業も展開している。各種保険適用の施術もっており、地域に根ざしたサービスを提供している。

平成26年4月には、サービスのさらなる向上を目指して市内中心部に近い場所に移転し、従前の2.5倍の敷地面積となる店舗を構え、店舗前には7台分の駐車場を確保する規模に拡大している。

事業内容は、マッサージ・運動指導・整体・鍼灸・美容などの「自費治療」と、交通事故や日常生活等での怪我に起因する「自賠責保険治療」「健康保険治療」の3つが売上の中心である。また、最近では、健康に対する意識の高まりもあり、行政や学校からの依頼で少人数を対象にした「運動指導・運動教室」も少しずつ増えてきている。

支援先事業者は、平成23年に、ある行事がきっかけで米沢商工会議所を知り、商工会議所の女子職員の勧誘もあって入会を決めた。その後、商工会議所が主催する各種セミナーにも、代表者夫婦で熱心に参加していた。平成26年の秋には商工会議所が主催する一店逸品運動事業「よねざわ逸品研究会」に参加し、月1回の会合で、担当事務局の須貝指導員とも顔なじみとなっていた。

こうした中、代表者は、平成27年春に商工会議所で開催された経営計画作成セミナーに経営計画作成ノウハウを学びたいという目的で参加した。そのセミナーの講師の話で、販路拡大の新たな取り組みに対して補助金が活用できることを知り、セミナー修了後、早速、須貝指導員に補助金活用の相談をした。須貝指導員は、代表者の考えている新たな事業構想に持続化補助金活用のチャンスがあると考え、売上拡大支援をスタートした。

(2) 支援先の経営環境と経営課題

近年、健康への意識の高まりと共に、支援先事業者にもお客様より、定期的な「運動指導（教室）」の開催要望が多数寄せられていた。現状では少人数（5名程度）には何とか対応できているが、一定規模（10名超）や、主婦層や高齢者向けグループ指導、より質の高い運動指導に関しては、要望があっても機材（運動ツール）の種類と数量不足から物理的に対応できないことが喫緊の課題であった。

(3) 今回対象とする市場の特徴

米沢市の人口は、平成27年現在約8万5千人であるが、10年後の平成37年には、人口が8万人を割り込み、高齢化率が31%に達する見込みである。米沢市では、これまで以上に市民の健康づくりや生活習慣病の重症化予防、介護予防、健康寿命の延伸が重要な課題だと報告している。

このような状況下で、市民の集団での健康づくりのために、支援先事業者に対し、「運動指導（教室）」のニーズが高まっているのである。

(4) 課題解決策と今回の支援内容

以上のような経営課題と市場分析から、グループへの運動指導をテーマとし、支援内容は、①グループ指導実現のための運動ツールを導入し、メニュー開発して、店舗内にあるトレーニングスペースを有効活用する、②運動ツールによる指導メニューやグループ指導を広くPRするためHPをリニューアルすること、を柱に新たな事業を組み立てることとなった。

事例⑨ 山形県・米沢商工会議所支援事例
「運動ツール導入によるグループへの運動指導事業進出支援」

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、代表者が経営計画作成セミナーに参加していたこともあり、一通り自力作成した。須貝指導員は、代表者が作成した内容を客観的に分かりやすく体系化することを念頭に置き、事業計画作成支援に当たった。また、テーマとなっているグループ指導の具体的なメニュー（①学生の怪我予防運動教室、②ダイエット解消教室、③メタボ解消教室など）を代表者と一緒に考え、計画書に組み入れた。そして、中期的な目標として、補助事業による売上増加見通しとその波及効果による既存事業の売上目標をあわせて、支援先事業者の総合目標を立案し、売上増加のプロセスを明確にした。

須貝指導員は、「計画書は最初はしっかりしたものでなくとも、経営者が作成することが基本です。事業を実行するのは経営者であり、他人が作ったものはいくら立派な計画であっても実行できない場合が多いです」と話す。

計画実行では、進捗状況を電話で確認しながら、毎月開催する「よねざわ逸品研究会」で代表者と顔を合わせる時に、随時状況を再確認して、アドバイスをを行っている。また、来期の逸品パンフレットには支援事業者の「運動ツールを使ったトレーニングサービス」を掲載することが決まっており、広報活動支援もあわせて行っている。

HPについては、平成27年11月下旬に既存のHPに追加する形でリニューアルされ、グループ運動指導の内容が掲載され情報発信ができることとなった。支援先事業者では来院客の20%がHPを見ているというデータがあるので、新規顧客を含む集客と来院数の向上が図られ、代表者が目指す「治療だけでなく予防できる」というコンセプトの実現に向けた事業が展開されることとなる。

(2) 売上拡大支援のための創意工夫

須貝指導員は、グループ指導については、まずは保有する施設スペースの有効活用を提案した。出張指導も勿論対応可能であるが、自社内のスペース活用で効率的で効果的なグループ指導(教室)を提供することが可能となり、お客様に喜んでいただきながら、客数のアップを図ることが可能となる。また、グループ指導の売上増だけではなく、グループ指導が入口となって自費診療や各種保険診療での来院にもつながり、全体的な売上の向上が図られることを期待している。

(3) 小規模事業者支援のポイント

今回の支援では、代表者が初めて事業計画を作成するという点で、①まずは考えていることをそのまま書いてもらう、②誰が見ても分かるような計画を代表者と一緒になってブラッシュアップする、③成り行き管理にならないように、目標を立て、代表者自らが進捗を管理するようにすることなどをポイントに、支援を進めていった。



運動ツール使用シーン



須貝指導員(左)と代表者夫婦(右)

3. 支援成果

- ① 市内に50～60軒ほどある整体院・整骨院との差別化を図るために、自社の強みや事業機会を把握分析して、米沢市内では初めての事業を作り出すことができた。
- ② 今まで事業計画を作成したことがなく、成り行き管理で経営してきたが、事業計画を作成して計画的に目標を持って事業に取り組むことができて、自社で計数管理を行うことが可能となった。

売上拡大支援のポイント

- ① 代表者が目指す「治療だけでなく予防できる」という店舗コンセプトの実現のために既存メニューの充実を行いながら新たな顧客開拓を助言したこと。
- ② 経営者に対して、自ら経営計画を作成して自ら実行する必要性を説き、それを実践させていること。
- ③ 事業者に、指導員が事務局をつとめる一店逸品事業に入っただき、定期的に顔を合わせて事業の進捗状況を聞き、激励し、広報活動にも繋げていること。