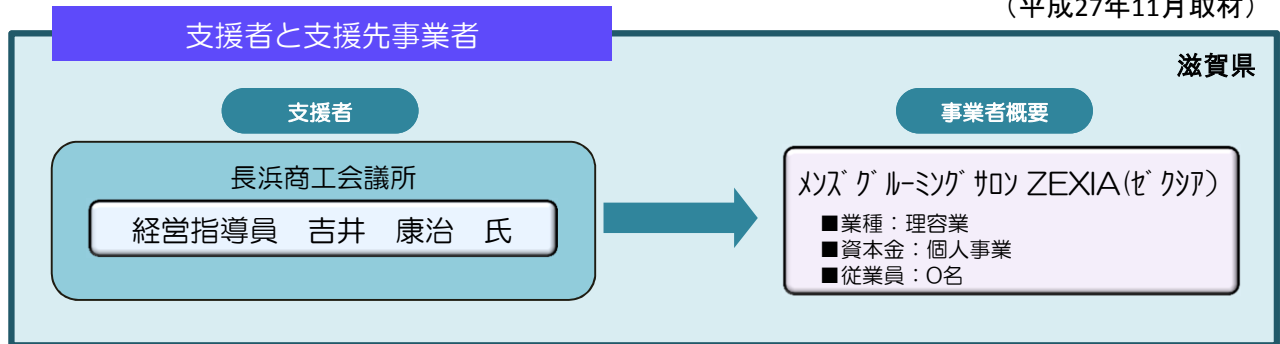


◆売上拡大手法の類型：改良・新商品×既存市場深耕

事例⑩ 滋賀県・長浜商工会議所支援事例

「働く男性の心と体に癒しを与える個室理容室の業務拡大と予約システム導入支援」

(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26年4月にオープンした理容店である。事業者は祖父の代から長浜で理容店を営む家庭で育ち、二代目の父親が経営する店で12年間勤務していた。女性理容師特有の柔らかな施術や接客力を活かし、男性限定のグルーミングサロン、つまり「働き盛りの男性の身だしなみを整える場」として、従来の理容室と一線を画した店である。完全予約制で、施術は個室で行う。

オープン後、事業者は持続化補助金の存在を知り、当商工会議所の窓口相談に訪れた。吉井指導員が担当したが、創業直後だったこともあり、創業計画のような印象を持った。持続化補助金の事業計画としては、的が絞りに込まれていないことから、結果として不採択となった。

吉井指導員は、当理容店が長浜駅前に立地し、勤務先からも近いことから、オープン後、間もなく当店の利用客になっていた。事業者の人柄や芯の通った考え方に共感し、当補助金制度活用の再挑戦を提案していた。当商工会議所は、平成27年4月に経営計画作成セミナーを開催することになっていた。吉井指導員はそのセミナーを事業者に紹介し、受講することになった。セミナーには、持続化補助金活用支援担当として5名の商工会議所職員も参加し、その後の計画作成支援に活かした。更に、当商工会議所では、セミナー講師より職員が個別にレクチャーを受け、持続化補助金活用の万全な支援体制を整えた。

(2) 支援先の経営環境と経営課題

支援先事業者の立地する長浜市は、「黒壁」で有名な観光地であるが、周辺には大手企業の工場や事業所、研究機関等も数多く立地する。必然的に働き盛りの年代の単身赴任や大都市からの移住者が多い地域である。また、競合状況は、美容

室激戦地区となっている。幅広い年齢層をターゲットにした美容室、男性のカットを得意とする美容室等が多く存在する。理容室は昔ながらの床屋の他、理容室でも女性が気軽に利用できるお洒落な店が出現している。

こうした環境下、支援先事業者には、父親の店からのファン客が来店し、安定的な売上は確保できていた。しかし、市場機会を捉えた新規顧客の開拓や、高級感のある完全個室3室の施術スペースの有効活用、スタッフがおらず理容師1人体制による予約対応の非効率性が課題になっていた。

一方、事業者には従来の理容技術に加え、フェイシャルエステや全国理容連合会が推奨する男性のためのボディエステの技術を持つ。これにヘッドスパ等を加えたグルーミング&リラクゼーション技術は大きな強みとなっている。また事業者は産業カウンセラーの資格を有している。傾聴を基本とした接客力と確かな技術により、心身ともに癒しの場となることを目標としていた。

(3) 今回対象とする市場の特徴

男性の身だしなみに対する意識は大きく向上している。男性用化粧品市場は拡大し続けており、メンズエステサロンの増加の他、仕事の疲れを癒す男性向けリラクゼーションボディエステをメニューに加えた高級ホテルも登場している。また、美容室では気恥ずかしいが、古いタイプの理容室では不満といった層が確実に存在している。こうしたお洒落に気を配り、いつまでも若々しさを保ちたい30代後半～50代の男性をターゲットにした。

(4) 課題解決策と今回の支援内容

そこで課題解決策は次のとおりとした。①ボディエステのメニューを加えるためエステベッド導入、②顧客が手軽に予約できるシステム導入による顧客対応強化と失客防止、である。

事例⑩ 滋賀県・長浜商工会議所支援事例

「働く男性の心と体に癒しを与える個室理容室の業務拡大と予約システム導入支援」

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

計画は、事業者が経営計画作成セミナーで習得した知識を活かして自力作成した。吉井指導員は、①経営計画と事業計画の整合性を図ること、②新たに取り組む事業は確実に実現可能なことに絞り込むこと、③経営の現状を見直し、目標の実現に向けた道筋を明確化すること、等をアドバイスした。実際の計画作成支援は、支援先事業者が週6日夜8時まで受付・営業しているため、深夜のメールに対して翌朝の返信によりやり取りし、ブラッシュアップを図った。セミナー終了後、申請書締切日まで1か月間の猶予であったが、支援先事業者が多忙である状況から、スピーディな返信を心掛けるとともにスケジュール管理には細心の注意を払った。場合により夜間相談も行った。

計画作成の技術面では、小見出しと写真の活用による分かりやすさの工夫、内部データの活用によるサービス別売上・利益の状況、現状顧客の年代別人数と構成比等を提示してもらい、経営の現状を的確に伝えることに留意してもらった。一方、支援先事業者の目指す目標に、今後市場性が見込めること、その市場ニーズに対応し得る技術・強みがあることを立証するため、理美容に関するニュース記事の抜粋や、男性の美容意識調査結果のオープンデータ等を添付した。また、吉井指導員は、商工会議所の地域に密着した総合経済団体という強みを活かし、長浜市周辺の大事業者の事業所リストと、更に長浜駅前が再開発により商業施設とマンション併設型のエリアになることを情報提供し、地域内の市場機会発見の根拠とした。

今後3年間の経営目標（売上ベース）については、ボディエステ開始による客単価向上を見込み、年代別の客数増加の数値目標とともに、具体的に設定した。数値計画については、支援先事業者が顧問税理士と相談しながら設定するようにし、頑張れば実現可能なレベルとした。平成28年春にはスタッフ1名の採用が決定しており、2名体制を前提とした。

実行支援では、エステベッド導入やパソコン・スマホを活用した予約システムは支援先事業者が自ら手配・導入した。また、新規顧客開拓については、地域密着型のフリーペーパーに広告出稿し、既存顧客については、従来から行っている会員向けニュースレターDMで新サービス告知をする予定である。吉井指導員は、利用客としての来店時でも進捗状況を把握し、アドバイスするとともに必要と思われる資料を提供している。今後は、予約システムで顧客管理・分析ができることから、効果的な活用方法の提案やセミナー案内等により、重点支援先として引続き支援する予定である。

(2) 売上拡大支援のための創意工夫

本事例は設備導入がテーマになっていたが、その設備が何故必要なのか、その設備を通して何を実現し、どのような効果が期待できるのかを徹底的に検証した。その上で新サービスによる客単価向上と客数増加を実現可能なレベルで算定した。こうしたプロセスが支援先事業者の実行意欲喚起に結び付き、売上拡大効果に結び付く。

(3) 小規模事業者支援のポイント

当事業者はサービス技術に自信があるものの、経営ノウハウは発展途上であった。そんな事業者の不安感や悩みを利用客としても傾聴し、きめ細やかな対応により安心感を与えていた。吉井指導員の「事業者のために」という使命観が際立つ。



導入したエステベッド



吉井指導員(左)と経営者(右)

3. 支援成果

- ① 新サービス開始は平成28年1月予定であるが、着実な実施に向けて事業基盤や体制が整備できた。
- ② 支援先事業者に、事業の持続的発展に向けた経営者としての意識が高まった。

売上拡大支援のポイント

- ① 新サービスの市場性を根拠資料やデータ等を活用しながら検証すること。
- ② 支援先事業者の強みを具体的に抽出し、かつその強みが市場ニーズとマッチしていることの論理的根拠にすること。
- ③ 支援プロセスを通して支援先事業者の実行意欲を喚起し、支援者は伴走者に徹すること。