

老舗茶舗の売上げ向上支援

住所	福島県郡山市大町1-2-21	資本金	300万円
代表者	高橋 ひとみ	従業員数	5名
創業年	文久元年 1861年 (法人化 昭和35年)	売上高	非公表
業種	茶・茶道具の販売 抹茶ソフトクリーム等の販売		
TEL	024-922-0514	URL	http://www.office-web.jp/kikuyachaho/

事業概要(被災前)

- ・郡山市駅前大通りに自社ビルを有する老舗茶舗。
- ・静岡、京都宇治など全国の茶、高級銘柄を扱う。
- ・茶・茶器・茶道具のほか、日本茶に合う飴、抹茶ソフトクリーム、かき氷を販売。
- ・本物の高級抹茶を使ったソフトクリームは、地元メディアへの露出が多い人気商品。



創業当時



被災前の外観

被災概要

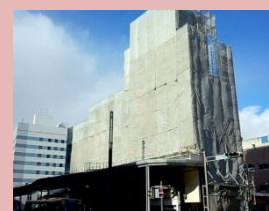
- ・東日本大震災の地震による被害
自社所有の店舗ビル、テナント向け貸ビルともに半壊。
- ・東京電力福島第一原子力発電所の事故に伴う風評被害
売上高の減少要因。



郡山市街地の被災状況

復興に向けた状況や課題

- ・本業の収益状況は厳しく、テコ入れが必要。
- ・10年後を見据えた事業計画の策定。
- ・グループ補助金の活用で復旧した自社ビル(店舗ビル、テナントビル)のブランド化をどうすべきか(テナント貸出は8社予定)。



復旧工事の様子

支援テーマと内容

■ 足元を固めるべく、本業の経営課題の洗い出しと改善策の実施

(リニューアルオープン前の支援)

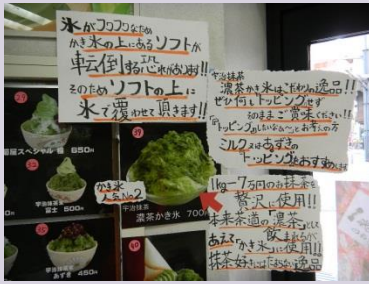
- 1) 経営課題の抽出
- 2) 売上高拡大の方策検討
- 3) 新規顧客獲得戦略
- 4) 新規商品開発
- 5) チャネル戦略
- 6) 顧客リレーションシップ戦略
- 7) コミュニケーション力



老舗ならではの品揃えの豊富さ



グループ補助金活用で復旧した菊屋ビル



商品ポップを
読みやすい字体に変更



復旧工事と合わせて
統一感ある外観にリニューアル
(道具・お茶・ソフトの3部門)



高級茶葉の抹茶を気軽に楽しめる
本格メニューも展開

支援の成果

1. 事業回復のため経営課題が明確になった

- ① 当社の事業価値の磨き上げが不十分。
- ② 結果を変えるための行動が、目的（ゴール）を決めて行われていなかった。また、そのことにより何の行動に対しての結果なのか分からなくなっていた。
- ③ 事業を明確にしたビジネスモデルキャンパスを3部門で作成した。



2. 強化すべき企業価値が明確になった

- ① 3部門（ソフト部門・お茶部門・道具部門）それぞれのターゲット顧客及び事業価値を明らかにしたことで、磨き上げる価値が明確化された。
- ② お客様が店内での流動性を良くするように、部門間の連携の必要性を再認識した。
- ③ 店舗の歴史及び他社にない商品の磨き上げポイント（強み）が明確化された。

3. 具体的に実施すべき項目が明確になった

- ① ソフト部門：新たなお客様（女子高校生及び未婚OL）の獲得のための方策
 - ・話題作り（メディア戦略：過去取材先メディアへのオファー）
 - ・レポートの仕掛け（ステップアップインセンティブ：割引券等の連鎖発行）
- ② お茶部門：客単価及び購買頻度の向上
 - ・「いつもの」以外のお茶への誘導（POP等の工夫）の具体策の実施
- ③ 道具部門：季節ごとの定期的な来客誘導（年間カレンダー作成）
 - ・売上の下がる夏場（6～8月）の売上向上（夏季茶器イベントの開催）のための方策策定
- ④ 共通する実施事項
 - ・店主スタッフ全員で行う定期ミーティングの必要性を認識

今後の事業展開

- ・自社ビルのリニューアルオープンに合わせて、高品質のソフトクリームや本格抹茶の商品への展開
- ・店頭商品ポップの刷新（目に留まりやすい字体に変更）
- ・マスメディア対策（プロモーション）
- ・甘味の冬メニュー（少し甘めの抹茶：ホット抹茶ティー）開発、季節ごとの演出。二十四節季カレンダーの活用、「宇治抹茶クレミア」開発
- ・お茶小売部門：頒布会の開催
- ・茶道具部門：消費税対応販売会、顧客D/B整備などのリレーションシップ構築



甘味・ソフトクリームの
イートイン・コーナー



冬のあったかメニュー

事業者からのコメント

今回のアドバイザー派遣は、当社の顧問税理士の紹介を受けて利用しました。郡山駅前商店街の一角にある当社建物も震災の影響により被害を受けましたが、福島県の中小企業等グループ施設等復旧整備補助事業を活用して、震災から3年経過した平成26年4月に店舗を復旧させて、リニューアルオープンを迎えることができました。

店舗復旧工事と並行して約半年の間に支援を受けたことで、経営課題や力を入れるべき点が明確になりました。また、見落としていた当社の価値も再認識できたので、今後の店舗経営に活かしたいと思っています。



有限会社菊屋茶舗
代表取締役 高橋ひとみ 氏

震災復興支援アドバイザーからのコメント

売上を上げるためには「新たな顧客」を増やすか、「単価の引き上げ」をするかしかない。もちろんそこに到達する手段は何万通りの手がある。

一番重要なことは「何でもやってみる」という事業主の【覚悟】である。このことが決まってしまうと、あとは予算が少なく効果が大きい方策から実施するのみである。

当該事業所はその当たり前のことをいま一つ一つ実施している。難しい話ではない、うまくいかなければ別の方法を実施することである。



震災復興支援アドバイザー
経営士 阿部 憲夫