

# 大きな成果を誘発する事業PRが実現

リトルピアニスト（東京都（所在地：茨城県））

2014年4月に創業、これまでに存在しなかった演奏用ピアノシューズの開発と販売を行う事業者。

## 1. 相談のきっかけ

元々は、相談者の事業所所在地が茨城県竜ヶ崎市だったので、茨城県よらず支援拠点にて様々な支援を受けていた。

その後、代表者：倉知氏が東京都内にビジネス拠点（銀座）を構える運びになり、中小機構全国本部立石COより、首都圏でのPR・販路開拓等についての対応を依頼されたことが契機となり、当拠点への相談に至った。

## 2. 課題整理・分析

既に倉知氏及び関係者の努力もあり、演奏用ピアノシューズの開発に際しては特許を取得しており、大手楽器メーカー、小売店との関係づくりが進んでいたため、当拠点は課題を下記のように整理した。

- ①本商品のPR上のポイントの重点を確定させること
- ②お金を掛けずに、今後の人脈形成に繋げる方法論を確定すること。
- ③短期間での販路開拓の後方支援に直結する広報施策の検討、確定させること。

## 3. 解決策の提案

以上の様な相談経緯を踏まえて、金網COからは下記3点を助言。

- ①に関しては、特許取得済の商品であるが、そのことをだけをPRするのではなく、顧客視点で、普通の主婦が愛娘のために開発した商品であることをPRすべきこと。
- ②③については、個人事業主であることため入会金、年会費込みで13,000円で収まる東京商工会議所に入会を提案。PR、交流等の支援メニューを効果的に活用していくことを提案し、内容と効果を説明。入会手続についても支援。

## 4. 成果

○商品PRについて、顧客目線でのPRの重要性について理解を深めることができた。

○事業者には、東京商工会議所への入会で活用できるサービス内容等を正確に紹介したことで、会員企業が無料で登録出来る『東商社長ネット』の登録に至り、SEO対策実施ができた。

○また、事業者自身の熱意、創意もあり、魅力的な内容のプレスリリースが出来たので東京商工会議所会員向けに7万7千部発行される東商新聞の『ビジネス伝言板』での掲載も実現、多くの会員向けに事業者のPRが実現できた。そしてこうした活動が、新商品の拡販に際し、認知度向上を図るべき重要な市場のプレイヤーである、流通チャネルへの広報にもつながった。

○その後、平成27年9月に、春先よりエントリーしてきた「2015年グッドデザイン賞受賞」も決まり、茨城県、東京都よらず支援拠点で提案助言した内容の影響が好結果につながっている。

