

新聞記事を使った販売促進支援により大衆向け新商品を効果的にアピール

会社名 (有)北條製作所 (栃木県)

当社は、精密機械製造会社として運営してきたが平成27年4月に事業スクラップを実施。新事業として健康器具を開発し販売に取り組んでいる。

1. 相談のきっかけ

- ・事業者は旧事業のスクラップの後、新商品として健康器具を開発、友人や知人など一部顧客に販売してきた。
- ・開発した新商品は、イス型の健康器具で両手でハンドルを持ち、上半身をひねるだけで腰痛改善、骨盤矯正ができる機能を持つ。
- ・新商品が既存顧客から好評を得られているため、さらなる販売拡大を希望。販売拡大に向けた、具体的な販売先・販売方法・販売ツール等について相談すべく拠点に来訪、相談に至った。

2. 課題整理・分析

【分析】

- ・新商品の性格から、見込み客は一般消費者と想定されるため、販売手段として通販、ネット販売等が想定された。
- ・しかし、通販の場合は販売コストが嵩むし、また、ネット販売を行う場合には、HP内容の修正が必要というジレンマを抱える状況であった。

【課題】

コストを抑えながら広く市場の動向や情報を収集することと同時に、効率的に販売促進を行う方策を立案することが課題であった。

3. 解決策の提案

- ・広く効果的に一般消費者に新商品を知らしめ販売促進策として、新聞記事への掲載の可能性を検討するよう助言。
- ・当拠点の他の相談案件のうち、ユニークで特徴ある商品等を地元の下野新聞社に情報提供していた実績から、早速拠点から下野新聞の担当者に連絡を実施。

4. 成果

- ・拠点から下野新聞社に情報連絡を行ったことで、下野新聞の「ものづくりたん探訪」欄に当社の新商品が紹介された。この記事以外にも当拠点からの情報提供が奏功し数回掲載され、一般消費者に新商品を広く露出することが可能となった。
- ・新商品紹介の反響は大きく、引き合いも増加し、今後は量産化を始める目途が立った。
- ・今後の事業展望として、「全国に売り込みたい」と期待を高めており、その方法や時期について検討を進めているところである。また、社内の製造では、コストダウンや納期に対応できないため、今後は外注に切り替える方針も検討中。

