

和装への想いと商品力をIT&企画でアピール！売上拡大と新規顧客獲得へ！

創作きもの雅（大阪府）

〈創業〉2006年、〈業種〉和装・和装品雑貨小売を営む事業者。

1. 相談のきっかけ

- オーナーは業界歴が長く経験も豊富。その営業力を柱に経営を続けてきたが、昨今の和装離れの影響もあり、売上が低迷。
- 大阪狭山市商工会への入所をきっかけに、当拠点の紹介を受け、店舗改善・売上拡大のために来談。



2. 課題整理・分析

- 商品仕入れもあり営業力もあるが、従来の足で行う営業だけでは新規顧客がつかめず買上客が減少している。
- 居抜店舗で営業しているため、顧客目線に立った魅力ある店頭づくりが細部までは困難であり、店舗売上が低迷。
- 年に数度行う催事販売への来店客も減っており売上の柱となる数字が作りにくくなっている。催事企画・運営方法の見直しが必要。

3. 解決策の提案

- 現地視察を実施し、店舗レイアウトや陳列など具体的改善点を指摘し、小規模事業者持続化補助金の活用を提案。
- 新規顧客獲得のため情報発信力アップを提案。不得意ということで敬遠していたIT活用（HP作成・SNS利用）を商工会との連携支援で推進。
- マンネリ化していた催事を改装や洋装の目玉商品などの打ち出しで企画を一新することを提案。既存顧客の掘り起こしを行うよう助言。

←業界経験を生かした仕入ルートと目利き力で希少な高額商品も適正価格で顧客に提供。



4. 成果

- 補助金は採択されなかったものの、自己資金で不要什器の廃棄やレイアウト変更など店内内装を一部変更し、顧客目線かつ和装販売に適した売場創りを工夫できた。季節催事に合わせた改装による店舗リニューアルが話題作りにもなり、固定客からも好評を得る結果となった。
- 価格訴求に偏りがちだった催事の企画に、目玉商品（洋装雑貨・バッグ・靴など）や特徴的な新商品の投入により新鮮味を付加。既存顧客の再来店や、顧客の紹介による新規客来店にもつながった。今後は、本来の主力商品である和装品購入にもつながる仕掛けを検討している。
- 当拠点のアドバイスに沿って、地元商工会の具体的支援（商工会議所HP作成ツール使用と技術指導）と連携し、初めてのHPを立ち上げ継続的に広報活動を行うことができた。知識・技術が不十分ながらも運用をスタートしたところ、新規客からの問い合わせが入るようになった。
- 適正価格での優良商品の仕入れや特別顧客に対応できる逸品の取扱い、さらに和装に関する様々なノウハウ、またオーナーの着物に対する強い想いなど、本来の強みをITツールやDMを通してしっかりと外側にアピールしていけるようコンテンツを充実させていくことにより、地域商圏外からも顧客獲得が期待される。

大阪商工会議所の作成ツールを ⇒ 使用して、商工会の支援を受けながらオーナーが初めて作成したHP。

