

店舗のリブランディングと新商品開発で売上アップ！！

株式会社モリシマ（熊本県）

青焼き印刷業としてスタート。現在はデータ復旧・入力業務も行い、新事業で土産店も経営している。

1. 相談のきっかけ

相談者が黒川温泉にて経営する土産店「黒川温泉 湯音」の売上が低迷してきたことに悩んでいた。

そこで、開店から7年目にいたる現在まで、熊本の産品をメインに販売していたものの、地元小国地域の産品が少ないことに気づき、あらためて黒川温泉らしい土産産品を充実させる必要性を感じ、当拠点で売上拡大の相談に至った。

2. 課題整理・分析

当拠点SCOが、現状の店舗状況について以下を実施。

- ①売上分析
- ②市場動向の分析
- ③顧客ニーズ把握
- ④自社の強み

その結果、開店から7年目にいたる現在まで、熊本の産品をメインに販売していたものの、地元小国地域の産品が少なく特徴が打ち出せていなかった。そこで、改めて、店舗立地に合わせ、黒川温泉らしい土産産品を充実させる店になる必要があると判断された。

3. 解決策の提案

○商品レベルに留まらず、店舗全体を「地元産品の販売店」としてリブランディングしてリニューアルすることを提案。取扱う製品も、地元産品に絞り込むよう助言。

○黒川温泉の他土産店の取扱産品を調べ、また、土産産品を購入する顧客ニーズに合わせた商品開発をすることも提案。

○当拠点を通じた専門家派遣の活用により、デザイン開発、広報PRについても助言。

○また広報費用などには、小規模事業者持続化補助金を活用することも勧めた。

4. 成果



- ・地元の産品を活かした商品開発と販売に特化し、黒川温泉らしい『ジャージ牛乳&地元産品専門店 湯音』にリブランディングした。
- ・商品デザイン開発や広報PRの効果も相まって、平成27年8月のリニューアルオープン以来、連続して毎月売上成長130%を達成している。売上前年対比増も継続している。
- ・さらに、『湯音』が利益店に生まれ変わり独立経営になったことで、会社全体の状況もさらに好転し、事業承継を計画より早く実行できるという副次的な効果もあった。

<相談者からの声>

「今回の商品開発・リブランディングは多くの方々の出会いで実現しました。特に、当拠点に相談に来たことで、自分の店の強みと課題が明確になり、地元小国地域の皆様のご協力と連携していくことが店づくりに重要だと気づきました。これをきっかけに、地元の味噌・醤油屋さんや加工グループやお菓子屋さん、足を運び、何度も打ち合わせを重ね、専門家のアドバイスや支援策を受けて、生まれ変わったのがこの店です。

当拠点に相談に来たことで、黒川温泉らしい『ジャージ牛乳&地元産品専門店』に特化するために、商品の見直しとパッケージの一新と店舗リニューアルし、新たに生まれ変わりました。そして売上アップに繋がりました。」