

【今月号の目次】

1. 平成29年度第3回目の事業計画認定…………… P.1
2. 【連載】Eコマース・ワンポイント情報(17回目)…………… P.2
3. 「中小企業大学校サテライト・ゼミ with ココプラ」のご案内…………… P.3

中小企業等経営強化法等に基づき4件の事業計画が認定されました！

このたび12月8日付で中小企業等経営強化法、中小企業地域資源活用促進法、農工商等連携促進法に基づき4件の事業計画が認定されました。今回認定を受けられた各社の「概要」や「今後の抱負」をご紹介します。

【企業概要について】①代表者氏名 ②所在地 ③資本金 ④従業員数⑤設立年 ⑥事業内容

【香川県】株式会社ジョーソン・ドキュメンツ



①代表取締役 川田 辰男 ②香川県高松市林町351-20 ③10,000千円 ④30名 ⑤2001年
 ⑥企業内オンライン教育・訓練のためのシステム提案および、各種eラーニングコンテンツの制作等

【認定事業】

機器製造メーカーの技術教育ゲームアプリでいつでもどこでも遊びながら学べる教育サービスの開発・提供

<今後の抱負>

当社は創業以来、常にお客様目線で仕事に取り組み、これまで「教育」の面でお客様をサポートして参りました。本連携事業では、今までにない新たな「楽しく学ぶ教育」の形を創り出し、今後日本のものづくりの技術力を支えていく若者の人材育成・技術伝承に、お役に立てるような教育サービスを提供したいと考えております。

連携参加者：株式会社ジーン

①代表取締役 塩見 一夫 ②大阪府大阪市淀川区西中島3-9-12 空研ビル8F ③10,000千円 ④164名 ⑤2001年 ⑥業務用および家庭用コンピュータゲームソフトウェアの企画・開発等

【香川県】株式会社かわよし



①代表取締役 川西 健司 ②香川県高松市庵治町5959番地 ③ 3,000千円 ④23名 ⑤2007年
 ⑥洋菓子の製造及び販売

【認定事業】

田で作る高糖度のさつまいもを使った乳菓(饅頭)、フィナンシェ、羊羹の開発・製造・販売

<今後の抱負>

全国でも例の無い「田で作る高糖度のさつまいも」を使ったお菓子を作り、香川にはまだまだ知られていない美味しい食材があることを広めていくと同時に、全国の人たちへ「食べておいしい」、「体にやさしい」、「もらったうれしい」をお届けできるよう、日々研究・開発に努めていきたい。

共同申請者：さんわ農夢株式会社

①代表取締役 大橋 知寿 ②香川県三豊市山本町辻1393番地1 ③ 7,000千円 ④4名 ⑤2011年
 ⑥農産物の栽培

【高知県】八重丸水産株式会社



①代表取締役 中野 利幸 ②高知県幡多郡大月町橘浦408 ③1,000千円 ④5名 ⑤1995年
 ⑥水産加工品の製造・販売

【認定事業】

アオリイカ及びきびなごを活用した膨化食品の企画製造販売

<今後の抱負>

私ども八重丸水産としましては、大月、宿毛湾周辺で水揚げされたきびなごやアオリイカを活用した膨化食品を開発することで、きびなごやアオリイカの産地として大月町のブランド力や認知度が向上すること、それによって、地域の魚介の価値や地域全体の競争力が高まり、水産加工や販売会社などの売上向上や雇用促進などの波及効果が生まれるように頑張ります。

【愛媛県】株式会社山本木工所



①代表取締役 山本 将史 ②愛媛県喜多郡内子町内子761 ③5,000千円 ④5名 ⑤1986年
 ⑥木製建具・家具の製造・販売・取付工事

【認定事業】

内子町産のすぎを活用した食什器類の開発・製造・販売

<今後の抱負>

「内子すぎ」の美しい木目を生かし、弁当箱、重箱など食の什器類を商品化します。国内では、主に都市部の女性をターゲットに販路開拓するほか、ホテル、和食店などにも販路開拓していく予定です。認定事業を通じて「内子すぎ」のブランド化を図り、将来的にはヨーロッパなど海外での販路開拓も行っていきたいと思っております。

共同申請者：企業組合内子手しごとの会

①会長 山本 勝美 ②愛媛県喜多郡内子町内子2899-2 ③500千円 ④20名 ⑤2015年
 ⑥内子町伝統工芸の継承、製作、販売

連載企画

Eコマース・ワンポイント情報～17回目～

中小機構四国 チーフアドバイザー 多田 優之

【御礼】本年も大変お世話になりました。【平成29年】
さあ、いよいよ年末年始！客単価を上げる最大のチャンスです！

お世話になります。中小機構四国本部のチーフアドバイザーの多田優之です。
タイトルにもありますように、(まだ少し早いですが)今年一年お世話になりました。そろそろ巷では「年末のご挨拶」があふれてまいりますが、商売人ならこの時期は重要ですよ！というわけで、今回のEコマース・ワンポイント情報は、当たり前だけどできない(忙しいからですが...)、ちょっとした「客単価をあげるコツ」をお届けいたします。

いよいよ年末年始商戦が始まりますね。世界を見ても、一年のうちEコマースの売上が飛び抜ける時期があります。例えば中国は11月11日独身の日(ちなみに私の誕生日です)、アメリカやイギリスで行われ最近では日本でも耳にするようになったブラックフライデー(11月感謝祭後の金曜日)が挙げられます。また、日本では12月になるとボーナス、クリスマス、歳末、新年とアツイ商戦が続き、てんてこまい状態です。

もうすでにEコマースに取り組まれている方は(私が言わなくてもですが)この時期は定番商品やギフトだけでなく、在庫一掃にも励まれているんじゃないかと思えます。単品でも大いに売れるこの時期だからこそ、ぜひ手間を惜しまず「関連品とのセット組み」を積極的に展開してみてください。

いわゆる『セット販売』ですが、アイデア次第で利益を落とさずに活用できます。ただし、独占禁止法で定められている抱き合わせ販売にならないよう注意が必要です。
※注意:セット販売と抱き合わせ販売との違いは?
http://j-net21.smrj.go.jp/well/law/column/post_158.html
出所: 中小機構J-Net21「法律コラム」より



セット販売は手間もかかるし、何より組合せを考えるのが大変だ、という声もよく耳にしますが、確実に、かつ継続的にEコマースで売上をたたき出している皆様は、しっかり取り組んでいらっしゃいます。ただ、勢いで売れることもあるため、いかにも売れ残り品ばかりのセットや、関連性がイメージしにくいセット販売などについて走ってしまいがちです。しかし安易な考えで手を出すと、消費者の信用を落としてしまいますので注意が必要です。悪い噂はあっという間に広がります。ソーシャルメディアはとてもよい情報発信ツールですが、悪い方にも広がってしまうからです。

あと余談ではありますが、大手ECショッピングモールでは「会員限定セール」が過熱しています。代表例としては、ヤフーショッピングでは「ヤフープレミアム会員」、楽天では「楽天会員」、アマゾンでは「アマゾンプライム会員」向けの特別割引やポイント大幅増額などです。年々過熱どころか過激にさえなっている印象ですが、ここでも一般事業者にとって大いに参考となる「ヒント」があります。

それは「お得意様の囲い込み戦略」です。特にEコマースでは実店舗と違い商品の比較が簡単にできますので、ちょっとしたきっかけで他社サイトへ「浮気」されがちです。それを防ぐために、徹底した「えこひいきマーケティング」を行っています。一見ポイントカード導入などを考えると、資金が潤沢な企業にしかできないと思ってしまうがちですが、アイデア次第では低コストで色々実施できます。SNSの活用や、QRコードを使ったWEBサイト誘導により、顧客の囲い込みが容易にできるようになっています。このあたりは認定事業者であれば実地指導が可能ですので、一度担当する専門家にご相談いただければと思います。

それでは、商売繁盛でよいお正月を迎えることができますよう心よりお祈り申し上げます。(多田)



出所:(左より)
ヤフーショッピング
<https://topics.shopping.yahoo.co.jp>
楽天
<https://event.rakuten.co.jp/>
amazon
<https://www.amazon.co.jp/>

