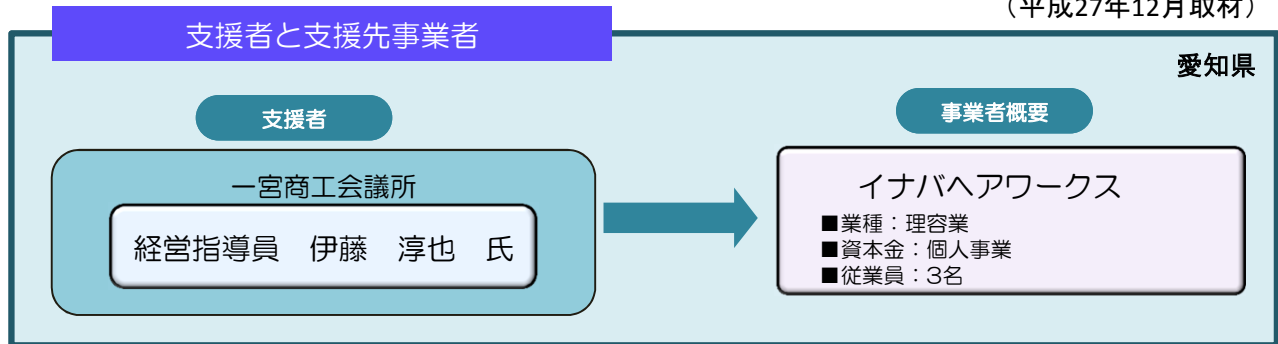


◆売上拡大手法の類型：既存商品×新市場開拓

事例⑬ 愛知県・一宮商工会議所支援事例
「理容室には少ない女性専用個室で新規顧客獲得支援」

(平成27年12月取材)



1. 持続化補助金を活用した売上拡大支援事例の概要

(1) 事業者概要と支援の経緯

支援先事業者は、現代表者の祖父が昭和8年に、愛知県一宮市で開業した地域では老舗の理容室である。現在は代表者（三代目）夫婦とその長女、日曜日のみパートスタッフ1名が加わる家族中心の営業形態である。平成9年12月に、店舗をリニューアルし、床屋の象徴であるサインポールを無くした。住宅地の中でひときわ目を引く外観で同年の一宮市建築賞を受賞した。また、理容室としては少ない全面バックシャンプーや予約制も導入している。平成17年には女性顧客の満足の向上のため、椅子の間の一部分に間仕切りを設置し、店内は全面禁煙とした。

代表者とスタッフは理容師と美容師の免許両方を取得して、多様なメニューに対応する。家族中心で、地域に根ざした店として、三代に渡り続けているので、家族ぐるみのお付き合いのお客も多く、地域密着の理容室として永年の信頼を得ている。

支援先事業者は、古くからの一宮商工会議所の会員であり、長年指導を受けている。代表者は事業のあり方をいつも考えている熱心な経営者であり、日頃商工会議所が開催するセミナーや講演会にも積極的に参加している。

平成26年度に、予約時にパソコン上にカルテを瞬時に立ち上げるシステムを導入して持続化補助金で採択された。このシステムによって客単価が向上した。今回は、長女をはじめとする女性技術者がいるメリットを活用して、増えつつある女性客の来店を増加するために、女性専用メニューや女性専用スペースの確保など新たな取り組みを代表者が考えていた。その構想を、平成26年度の持続化補助金申請で支援した商工会議所の伊藤指導員に相談し、平成27年度も持続化補助金活用支援を受けることとなった。

(2) 支援先の経営環境と経営課題

代表者は旧態然とした「刈って剃る」だけの理容室では低料金店や大型店に対抗できないと考え、今後はお客様の理容室に対する新たなニーズに着目し、リラックスできる空間の演出や、ヘア関連以外の充実したサービスが受けられる点に力を入れるとともに、女性技術者による女性客の獲得のために、更にお客様満足を目指していく必要があると考えている。

(3) 今回対象とする市場の特徴

「生活衛生関係営業経営実態調査」（厚生労働省）によると、近年、理容師数・理容所数は減少傾向にあるが、低料金の理容室、美容室は急増しているとの調査結果がある。支援先事業者周辺では昨年、店から300メートルの場所に低料金理美容チェーン店が出店し、他にも半径1キロ圏内に理美容室10店舗以上（そのうち低料金3店舗）が存在するオーバーストア状態であり、価格競争や顧客獲得競争が激しくなっている。

(4) 課題解決策と今回の支援内容

以上のような経営課題及び市場動向を踏まえて、解決策を次のようにした。①女性スペースと男性スペースを明確に分ける、②女性スペースを可動式カーテンによる個室化にすることで、ブライダルシェービング等の施術時の着替えやメイクを安心して行えるようにし、また施術中も男性の視線が気にならないようにする。③女性技術者がいる強みを生かして複数の女性客を同時施術できるようにし、時間のかかる複合メニュー客にも対応できるようにする、などである。

事例⑬ 愛知県・一宮商工会議所支援事例
「理容室には少ない女性専用個室で新規顧客獲得支援」

2. 売上拡大支援のために果たした支援者の役割

(1) 事業計画作成及び実行支援の内容

事業計画は、平成26年度の経験を活かして、代表者自らが作成した。その後、伊藤指導員との何度かの面談で、計画書の見直しが行われた。伊藤指導員は、この計画書を読む人は、首都圏にいる方が多いことから、当店を全く知らない。まずは自店の事業内容をしっかりと説明すべきとアドバイスした。また、計画書の中に、過去→現在→未来がストーリーとして分かるような構成が必要だと説明し、その内容を反映させた。具体的な解決策については、書面に書くことはできても、最終的に、代表者が、自店で実施できないことは削ることをアドバイスした。このような支援で、誰が見ても分かりやすい、実現性の高い計画書が作成された。

実行支援では、事業計画書が採択された後、すぐに伊藤指導員が支援先事業者を訪問し、補助金確定精算のための、今後の事業の展開等を説明した。代表者は平成26年も経験していたものの、改めて補助金精算の条件等を伊藤指導員から確認することによって補助事業期間内の活動を明確にすることができた。その後も伊藤指導員の定期的な巡回指導による進捗管理が続いている。

販売促進面でも伊藤指導員の実行支援は行われている。補助金採択直後に、一宮商工会議所が発行する月刊広報誌「所報」への事業者紹介を決定し、取材を行って、平成27年7月号に支援先事業者の新たな事業を含めた事業者紹介が掲載されている。また、地域創生スーパープレミアム付商品券「いちみん商品券」への参加、そして商工会議所が主催する「第2回元気な店舗コンクール」にも参加を促し、コンクール参加を実現させている。

このように、商工会議所が行う様々なイベントや広報事業に参加してもらうことによって、支援先事業者の新事業の周知を支援している。

(2) 売上拡大支援のための創意工夫

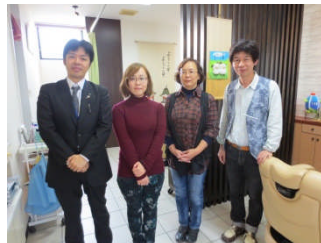
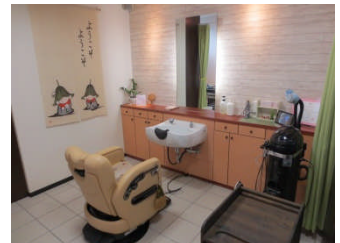
今回の支援では、計画書作成の時点で、伊藤指導員が、経営者が陥りがちな設備導入先行の計画書を、ストーリーとして分かるようにして、具体的な解決策を絞り込むようにアドバイスしたが、支援のポイントである。

この支援によって、シェービング等のニーズを持った女性客というターゲットが明確となり、客数増加のための具体的な解決策が導かれた。

(3) 小規模事業者支援のポイント

伊藤指導員の支援のモットーは、経営者との最初の面談が重要であり、決して上から目線に対応しないこととしている。分からないことがあったら何でも聞いてほしいというスタンスで対応している。

相談に来ていただいた事業者には、会員交流会や連携先との合同発表会など、その事業者に合わせた事業を紹介している。今回の補助金申請でも、不採択された事業者からも、自分の事業の振り返りができたということで、お礼を言われているとのことであった。

伊藤指導員(左)と代表者
家族(右3名)個室化された女性専用椅子
が備えられたスペース

3. 支援成果

- ① 女性用専用個室を設けたことにより、美容室ではできないレディースシェービングが行える空間が確保でき、他店との差別化が実現できた。
- ② まだ、女性専用個室・専用施術椅子を設置してから期間が経っていないが、女性客からの評判は高い。
- ③ 後継者である長女の事業に対するモチベーションがあがってきている。

売上拡大支援のポイント

- ① 経営者のやりたいことと、できることを、明確に整理して具体的な解決策を導きだしたこと。
- ② 支援先事業者の新たな事業を、商工会議所の施策をフル活用して販促支援していること。
- ③ 補助金採択後の事業展開について、細かく実施予定をアドバイスし、その後の活動を明確にし、目標づけさせたこと。