



よろずサポトレポート

Yorozu Support Report

秋田県よろず支援拠点

幅広い経営知識と高い専門性を有する多数のコーディネーターが、相談者の課題を抽出・把握し、課題解決に向けてチーム支援を行います。

[お問い合わせ] TEL.018-860-5605
https://akita-yorozu.go.jp
詳しくはHPよりご確認ください▶



相談者の心に寄り添うサポート

チーフコーディネーター 松浦 忠雄 まつうら ただお

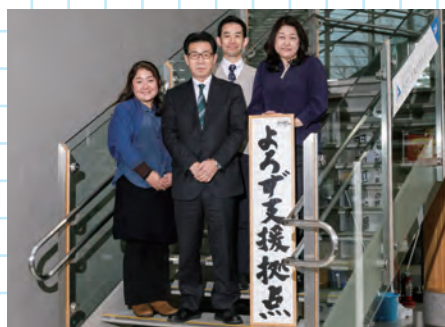
よろず支援拠点のコーディネーターは、チームを編成し、必要に応じて長期的に、課題が解決するまでサポートをしています。相談者との信頼関係を構築しなければ難しいことも多くありますが、心に寄り添いながら、「できることから」始められるようなアドバイスを提供しております。

よろず支援拠点がチームでサポート

経営のあらゆる悩み、よろず支援拠点にご相談ください。

よろず支援拠点は、小規模事業者や中小企業者の経営に関する無料相談所ですが、中小企業、小規模事業者では課題の規模や内容が異なります。特に、小規模事業者は家族経営なども多く、経営課題というよりも「お困りごと」に近いものも多々あります。

そこで今回は、IT、SNS、広報などの分野に長けたスペシャリストコーディネーターによる小規模ながらも着実な成果につながった事例を紹介します。



1 自社でできるブランドの確立・イメージUP

北秋田市の「株式会社 秋田ギフト」は、創業以来40年以上、冠婚葬祭を中心に地域に寄り添ったギフト販売を行っている。この度のよろず支援拠点への相談は包装紙の刷新だったが、話を伺う中でコーディネーターがまず取り組む事として提案したのは、ロゴマークの制定だった。これまで定まっていなかったロゴを製作し、自社のブランディングを図ることを薦めたのだ。

そこで活用したのがクラウドソーシングサービス。デザイン、ウェブ制作など多岐にわたる専門業務をオンライン上で依頼できるもので、コーディネーターとともにイメージを絞りながらロゴを募集したところ、2週間で75件が集まった。完成したロゴを使用しショップカード・名刺のデザイン変更・印刷の発注を自社で行えるようになった。

ここで大事にしてきたのが「社内で出来る方法をサポートする事」。オンラインサービスを活用することで、手軽に、低価格で製作でき、何より社内で「なりたい姿」を意識しロゴを選んだ事で、社員の意識も変わったという。現在、店頭ディスプレイのリニューアルも行って、自社ブランドのさらなる確立が期待される。

支援のポイント

コーディネーター 小川 智恵 おがわともえ

イメージを変えるのには様々な手段があります。事業者が楽しみながら自主的に運営できるように導き、自社に誇りを持てるようなサポートをしていきます。



ロゴの製作、自社ブランドの確立で社員の意識が変わりました



株式会社 秋田ギフト

秋田県北秋田市米代町2-15

2 インスタグラム導入で新規顧客開拓



Instagramの導入やメニュー表示の変更で、新規顧客開拓へ

支援のポイント

コーディネーター 吉野 智人 よしのともと

相談者のもとへはこまめに足を運びながら、新たな取り組みでも、より簡単にシンプルに、ハードルを上げずに継続していける提案を心がけています。



JR秋田駅前に店舗を構え30年近くになる大衆居酒屋「駅前あっちゃん」。地酒や地元食材を生かした料理が人気で、地元企業が宴会などで多く利用してきたが、コロナ禍で集客が激減。よろず支援拠点では、その改善策の相談を受けた。

ヒアリングを重ねるなかで見えてきたのが、20~30代の顧客が少ないこと。これまで新規顧客の開拓はしてこなかったということで情報発信を提案。店舗営業をしながらでも、より手間のかからないInstagramの活用を薦めた。アプリの使い方を指導しながらも大事にしたのは「無理のない範囲でやる」ということ。日々、継続しやすいよう、肩肘の張らない写真やコメントにすることをアドバイスしたという。

また、店頭のメニュー表も文字のみだったものに写真を加え、壁面には短冊型のメニューを掲示。店舗入り口にはおすすめ料理の案内看板を設置するなど、より注文や入店のしやすい環境となった。これらの実践により、20代の女性客がスマホを片手に訪れるという効果も見られたという。

今後は、新規顧客も注文しやすいコースメニューを設けることも検討しており、さらなる誘客が期待される。

駅前あっちゃん

秋田県秋田市中通4丁目17-8

駅前あっちゃん Instagram ▶ ekimae_acchan

3 プレスリリースで新商品をお披露目

湯沢市の「有限会社 石孫本店」は、創業160年以上という歴史ある味噌醤油蔵。昨今の発酵文化の人気も手伝い、全国からも注目を集めている同社だが、かねてからよろず支援拠点には、消費者と自社商品をつなぐ方法として、ニュースレターの活用などを相談していた。

ヒアリングのなかで、秋田米の新品種「サキホコレ」を使用した味噌の販売を予定しているということで、コーディネーターより広報のひとつとしてプレスリリースを提案。

担当した鈴木コーディネーターは、かつて放送局に勤務していた経験から、プレスリリースの意味、広告との違いなどを説明した上で、この商品ならではの魅力、リリースの際の文面、タイミングなどを一緒に考え、サキホコレの販売に合わせたリリースにつなげた。

結果、地元紙を始めとする各種メディアでの掲載が叶い、問い合わせが相次ぎ、第一弾の販売分は即座に完売になるほどの売れ行きにつながったという。

プレスリリースは中小企業が自社で独自に思い浮かびにくい広報として効果がみられたが、今後は、ほかのコーディネーターとも連携しながらHPやSNSなどを活用した広報活動も続けていく予定だ。

有限会社 石孫本店

秋田県湯沢市岩崎字岩崎162
https://ishimago.jp/

※プレスリリースとは新商品の発売や新サービス、新規事業の開始、あるいは経営・人事などの企業情報を、ニュース素材としてメディアの記者が利用しやすいように、文書や資料としてまとめたもの。



プレスリリースを使用した広報活動でさらなる販路拡大が叶いました

支援のポイント

コーディネーター 鈴木 聖子 すずきしょうこ

アクションへの反響は、関わる人たちのやりがいに繋がります。これら小さなステップを積み上げて、売上拡大や販促に繋げるサポートに努めてまいります。広報戦略に加え、現在首都圏・関西圏で人材育成に関わっており、若手社員の離職防止、経営者や管理職の思いを評価基準作成支援等でもサポートしています。

