

取引先の売上アップ好事例

は創業103年、岸和田市の誇る伝統工芸品「大阪泉州桐筆筒」を作り続けてきた老舗企業である。

三代目社長の田中由紀彦さんは、「着物など大切なものの保管に使われている桐たんすは、ライフスタイルの変化により需要が減少している。さらにコロナ禍での取引先の営業自粛なども重なり、売上が減少したので立て直しを図りたい。また、日本の伝統的工芸品である桐たんすを次世代にも継承したい」と相談に来られた。

私たちは、同社の「100年以上妥協せず良い桐たんすを作り続けてきた技術力」が強みになることは間違いないと確信したものの、着物離れによる桐たんす自体の需要減少トレンドはなかなか止められないと考えた。

そこで、高級桐材の特性である調湿性・防虫性・耐火性

Kishi-Biz（大阪府岸和田市）岩橋宏幸センター長

全国のBizと連携し新商品を開発

事業者の「強み」と「オリジナリティ」に基づいた提案を重ねる

「だんじり祭り」の街、岸和田市。大阪府南部に位置し、大阪市内まで車で約30分、また関西国際空港まで車で約15分圏内とアクセスがよい場所である。豊かな自然を有する地域性も手伝い、古くから大阪府南部における中核都市として様々な産業が発展してきた。

そんな岸和田市に私たちKishi-Biz（キシビズ）が開設されたのは、2020年2月のことだ。これまでの2年間で2000件超の相談を受けてきた私たちが力を入れてきたことの1つとして、全国22カ所に広がるBiz型支援センターとの連携が

ある。

リモート会議を活用して地域を超えたサポートを実施しているこの取組みは、全国のBiz型支援センターの連携による幅広い支援を目的として今年3月に正式始動した「全国Bizネットワーク」の先行モデルにもなった。

今回はそんな私たちキシビズが、全国のBiz型支援センターと連携して支援した「株式会社田中家具製作所」と「株式会社新宿屋」の事例を紹介する。

老舗の伝統技術を新商品へ転換

「株式会社田中家具製作所」

ルメス銀座店店長である。

そのため、池内氏に新商品開発の監修を依頼し、新商品の形状や色、大きさなどについてアドバイスをしてもらいながら開発を進めたのである。そして、最高級レザーバッグ専用・最高品質桐材の保管ボックス「LaCage（ラ・キャレ）」が完成した。

新商品の完成後は、大手百貨店とのオンライン商談会の開催を支援。明確にターゲットを絞った本商品は商談会にて高い評価を得て、外商キャンペーンとして販売が決定。販路拡大につながった。

社長の想いに基づくコラボを実施

続いて、「株式会社新宿屋」の支援事例を紹介する。同社は希少性が高い爬虫類等の革を使った高級婦人靴を製造・販売している会社である。希少性が高い革を用いた

靴の製造にはとても高度な技術が必要で、新宿屋はこの業界のトップランナーであり、「大阪ものづくり優良企業賞2021」で称号【匠】を受賞している。

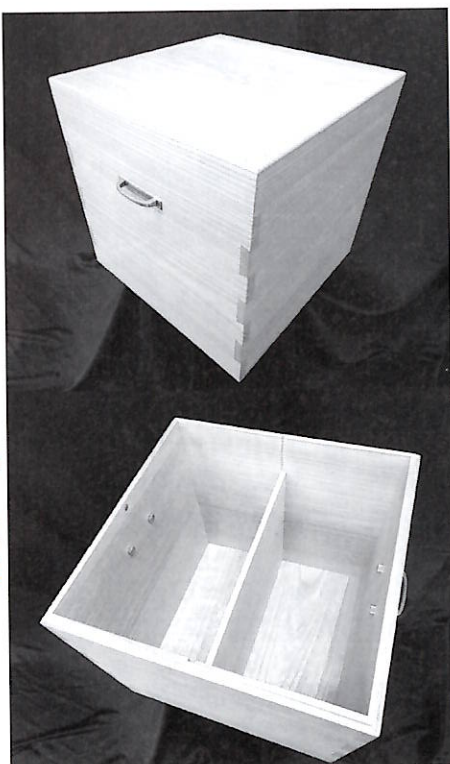
社長の丸吉肇さんは、「催事での販売がメインであるためコロナで売上が激減した。高級婦人靴メーカーとして約50年の実績はあるが、あまり認知されていない。知名度を上げて流れを変えたい」と相談にいられた。相談を重ねる中で、丸吉社長が次のようなお話をされた。

「東日本大震災のとき、弊社の営業マンが宮城県気仙沼市に出張しており、被災した。しばらくの間帰宅できなかったが、気仙沼の方々にぜひほしい気持ちで、8年前から気仙沼産のサメ革を使った婦人靴の製造販売をしており、最上位顧客によく売られてい

▶全国Bizネットワーク発足の様子



が、高温多湿に弱いとされる高級革製品の保管にも適していることに着目。エルメス社のバーキンのような「最高級レザーバッグの保管専用」と、ターゲットを絞った新商品開発を提案した。



▶田中家具製作所の最高級革製品保管ボックス「ラ・キャレ」

\\ 今号の内容を理解できたかチェック! //

確認テスト

今号の特集・特別企画から出題。問題文が正しいなら○、誤りなら×をつけてください



特集「不安相場の投資信託フォロー術」より (P6 ~ 37)

- ①「セル・イン・メイ」をはじめとして、金融市場には毎年恒例のような傾向があるので、月々のイベントや特徴をまとめておくとい
- ②営業店でのフォロー態勢は、①リストアップ、②当日の進行、③情報共有——という段階ごとに準備するとよい
- ③営業担当者のセルフマネジメントの観点では、フォローよりも新規開拓のペース配分を多くすることを常に目指すべきである
- ④アフターフォローにおいては、面談がかなわなくとも「電話で一報を入れた」という行動だけでお客様の心証に違いが表れる
- ⑤運用方法の見直しを提案する際は、保有している資産と値動きに近い資産の買い増しが基本となる
- ⑥投資環境の共有にあたって、お客様に求められた場合は、担当者の主観的な相場見解を交えるのもベター
- ⑦TOPIXの構成銘柄については、東証新区分以降後も旧一部の企業が含まれており、すぐにプライム市場の企業に変更されることはない

解答欄

- ①
- ②
- ③
- ④
- ⑤
- ⑥
- ⑦



特別企画「ファクタリングの基本と提案法」より (P64 ~ 67)

- ⑧ファクタリングとは、買掛金を早期に資金化するための仕組みである
- ⑨保証型ファクタリングは、性質上「保険」に近い
- ⑩取引契約上の債権譲渡禁止文言があっても、ファクタリングは利用可

解答欄

- ⑧
- ⑨
- ⑩

上記の確認テストの解答は6月1日号(5月20日発売)に掲載いたします

【5月1日号確認テストの解答】 ①× ②○ ③× ④○ ⑤× ⑥× ⑦○ ⑧× ⑨○ ⑩×

全国のBiz発信! 取引先の売上アップ好事例

▶新宿屋のオリジナル婦人靴。気仙沼産のサメ革を使用する



▶新宿屋の記者会見。右は丸吉社長



「この話を聞いた私たちは、丸吉社長の気仙沼への想い」と「新宿屋の高い技術力」に着目。より知名度を上げ売上向上を達成するために、気仙沼の企業とコラボレーションし、気仙沼の新たな特産品を開発することを提案した。

ここで、Biz型支援センターの1つである「気仙沼Biz」と連携し、地元企業とのマッチング、共同開発をサポートした。

約半年間の共同開発を経て、新宿屋の高い技術力を活かした気仙沼産サメ革を使用したオリジナル婦人靴が完成。気仙沼市で記者会見を行うなど、新たな特産品としてPRのサポートも行った。

結果、サメの水揚げ量日本一を誇る気仙沼の新たな特産品として、複数のテレビ番組・新聞で大きく取り上げられ、新宿屋の知名度も全国的に高まり、販路拡大につながった。

この商品は気仙沼市のふるさと納税の返礼品にも加わる予定で、今後さらなる販路拡大が期待される。



岩橋宏幸

岸和田ビジネスサポートセンター(Kishi-Biz)センター長

公認会計士、税理士。立命館大学卒業後、大手会計事務所デロイト・トーマツを経て現職。中小企業支援家である小出氏の著書に感銘を受け、中小企業支援の世界に飛び込む。最年少センター長。

「オリジナリティ」が活かされていることにある。

そのため、支援する私たちが最も意識しているのは、事業者のお話をじっくり聴き、強みとオリジナリティを再発見すること。そして、その強みとオリジナリティに光を当てた新商品や新サービスを考え、裏付けをもって提案することである。

全国のBiz型支援施設と連携することで、これからも事業者の強みとオリジナリティ伸長へ幅広く対応していきたい。