

1. 企業概要

1-1. 自社の概要

【企業理念】

当社は19XX年に●●県▲▲市で創業しました。

革小物(ベルト、財布)メーカーに勤めていた私が、革メーカー、金具メーカー等の革製品を作るにあたり必要な仕入れ先と知り合い、主に牛革を使った製品を中心に独立開業しました。

創業当初は、今のようにインターネットが普及していなかったため、取引先の情報が少なく、営業に行っても、テイストが違っていて、断られる事が多く苦勞しました。

東日本大地震の時などは、取引先にも大変な被害があり、一時は取引が出来なくなったりしました。

しかし、その時、取引先が商品の仕入れが厳しくなったとの話を受け、委託で商品を貸し出したところ、大変喜ばれ、今では革小物は当社の物を中心に取り扱って頂けるようになりました。

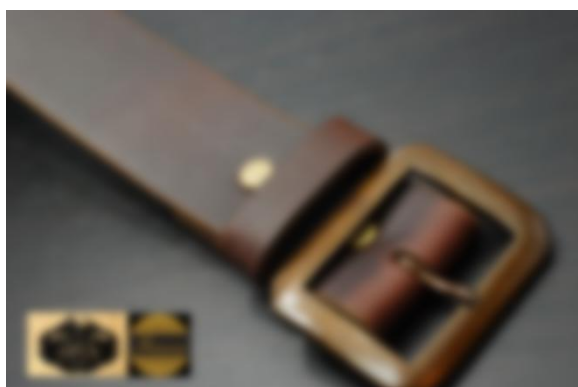
【商品・サービスの概要】

皮革製品として、ベルト、財布、レザーアクセサリ、レザーバッグの4カテゴリーの商品を扱っております。

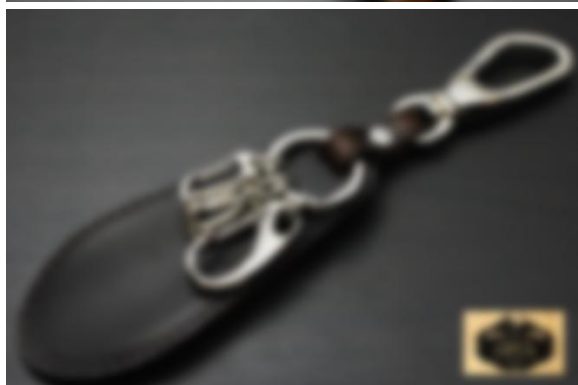
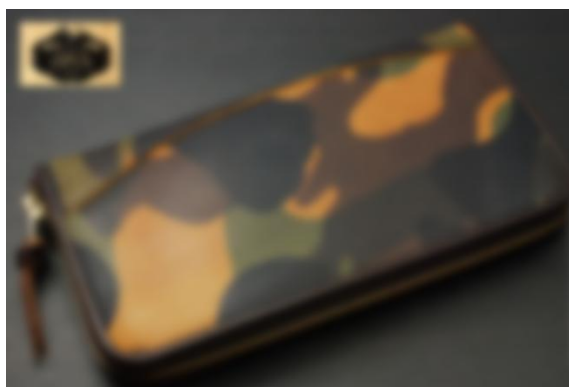
これらオリジナル商品を制作して卸すとともに、オリジナル商品にアレンジを加えた商品の他社ブランドの別注商品を制作しております。

(カテゴリーごとの代表的な商品は下記の写真のとおり)

(写真2:ベルト)



(写真3:財布)



(写真4:レザーアクセサリ)



(写真5:レザーバッグ)

1-2. 現在の売上・利益の状況

【売上・利益の大きいサービス】

	売上総額の大きい商品(単価)		利益総額の大きい商品(単価)	
1 位	別注ベルト	4,500円	オリジナル財布	28,000円

2 位	別注財布	10,000円	オリジナルバッグ	39,000円
3 位	オリジナルバッグ	39,000円	オリジナルベルト	11,000円
4 位	オリジナル財布	28,000円	別注財布	10,000円
5 位	オリジナルベルト	11,000円	別注ベルト	4,500円

1-3. 経営課題

創業当初は、ショップの別注を中心に事業をしていましたが、20XX 年からオリジナルブランド「オリジナル」を展開しました。

メイドインジャパンにこだわり、職人と綿密な打ち合わせをして、より良い商品を作ることを目指しております。

現在、カリスマバイヤーとして著名なA氏の「A百貨店」(写真1参照)をはじめ、国内店舗●店舗、海外店舗■店舗で取り扱いして頂いております。

(写真 1:A百貨店で取り扱われている当社ブランドの財布小物)



別注のベルトや財布の売上総額が大きくなっておりませんが、オリジナル商品の利益総額が大きく、また利益率もオリジナル商品の方が高いため、オリジナル商品の売上を伸ばすことが課題となっています。

2. 顧客ニーズと市場の動向

2-1. 市場の動向

【市場の傾向】

近年、キャッシュレス化や同業他社との価格競争により、従来の牛革で作っているベルト、財布だけでは顧客のニーズに対応しきれなくなってきており、牛革を使った革小物全体の販売数は下降気味です。

スマートフォンの普及により、キャッシュレス化が進み、財布の需要が減っているため、革ジャンなどに使われる馬革で商品展開(特にレザーバッグ)をし、新たなニーズに対応出来れば、顧客獲得に繋がると考えられます。

【競合他社と強み・弱み】

主な競合他社は次のとおりとなっています。

競合他社	競合他社の強み	競合他社の弱み
G	知名度が高く、ブランド力がある	価格が高い
B	知名度が高く、ブランド力がある	修理が高額 時間が掛かる
R	販売店舗が多い	セール販売により価値が下がる

上記の通り、他社と比較して、適正価格で販売しており、アフターフォローも基本的に無料で行い、国内の職人が迅速に対応することが当社の強みです。

反面、知名度が低く、商品の良さをアピールする事が出来ていないことが弱みとなっております。

2-2. 顧客ニーズ

【ターゲット顧客】

首都圏在住の 20 代から 50 代の男性を中心に、アメリカンカジュアルが好きな方やメイドインジャパンの革製品に拘っている方、とくに、「他人と違うオシャレな小物を持ちたい!」と考えている方をターゲットにしております。

【顧客のニーズ】

百貨店などで当社製品を購入していただいた方に答えていただいた、アンケート結果が下表となります。

図1:購入する際、重視する点(複数回答)		
順位	重視する点	回答割合
1位	オリジナルデザイン	73.8%
2位	オリジナルの革	65.4%
3位	価格	60.2%
4位	使い勝手の良さ	43.0%
5位	インターネットで購入出来るか	37.7%

当社では、同業他社でも手に入れられる普通に流通している革で作られている商品では無く、素材の革を一から作っています。オリジナルデザインの商品を求めている方が増え、他店舗で取り扱っていないデザインや革を使っの別注対応も求められています。

3. 自社や自社の提供する商品・サービスの強み

【自社の強み】

項目	具体的な強み
人 材	職人と長い付き合いがあり、信頼関係が出来ている為、納期の遵守、修理等の迅速な対応が出来ている。
商 品・サービス	2つのブランドを展開しており、オリジナルAはカラーバリエーションが豊富でユニセックス対応している。 オリジナルBはハードなテイストで、男性向けに作られている。

財 務 (資金面)	適正な在庫をキープしており、オーダーが入った時に迅速に対応出来ている。
情 報	展示会出展により、市場の動向を知る事が出来ており、他の出展ブランドからの情報を得る事が出来る。
ノウハウ	長年の経験により、職人との打ち合わせがスムーズに出来、お客様のニーズに合った商品を早く提供する事が出来る。
技術・経験	創業からXX年を経て、職人のスキルも上がり、加工の難しい馬革を使った商品も作れる様になった。 アフターケア(修理など)国内の職人が早く対応する事が出来る。
その他	A百貨店などの有名百貨店との付き合いもあり、お客様にも認知されてきている。 展示会出展で知り合った事で、Bデパートなどで即売会を開催している。
【自社の商品・サービスの強み】 職人と年月をかけて良好な関係を築いており、新商品を開発する時など打ち合わせがスムーズに進み、今まで培ってきたスキルも上がり、今まで作れなかった商品を作る事が出来る様になりました。 以前から作り続けているロングランの商品も、生産ラインが確立している為、スムーズに商品が上がる様になっています。 革メーカーとの関係も良好で、新しい革の開発にも協力的であり、他のブランドが扱っていない革を使う事が出来ることも自社の大きな強みです。 【顧客からとくに評価されている点】 オーダーから納品までの時間が短い事や、価格以上のクオリティであるとの声をお客様よりよく伺います。 アフターフォローも充実しており、基本的に無料で行っております。 オリジナルブランドに関しましては、カラーバリエーションが豊富で●色以上あり、選ぶ楽しさがあると評価されています。	
4. 経営方針・目標と今後のプラン 4-1. 経営方針・目標 キャッシュレス化に伴い、財布の小型化、その他の革小物(バッグ、ポーチ)の商品展開を充実していき、従来の牛革だけでなく、オリジナルレザーや馬革を使った商品を開発し展開していきます。 現在、当社商品を扱う百貨店代理店の所在地は15都府県にまたがっています。新商品の開発とともに、新たなオリジナルブランドを展開することで、既存のブランドと合わせて5年後には25都府県へと取り扱いを増加させ、全国展開を図っていきたいと考えています。 4-2. 今後のプラン ◆オリジナルレザーや馬革を使った商品の開発し、当社のオリジナルブランドとして立ち上げる。また、常連のお客様の口コミによる知名度の向上を図る。 ◆新商品の周知、製品の良さを理解して頂き、直接販売できるECサイトを製作することで、百貨店や当社商品取扱店がない地域のお客様にも購入いただくことができるようになる。	

◆新商品のカタログを制作し、定期的にアップデートしていくことで、百貨店のバイヤーや展示会の来場者に当社の魅力を伝えていきたい。

◆新しい取り組みを通じて当社ブランドの認知向上と販路拡大を図り、より多くのお客様に知っていただくことで、お客様に親しまれる品質、ブランドを維持していきたい。

1. 補助事業で行う事業名【必須記入】(30 文字以内で記入すること)

クールでダンディな馬革を使用！オリジナルブランドの開発と販促

2. 販路開拓等(生産性向上)の取組内容【必須記入】(販路開拓等の取組内容を記入すること)

2-1. 事業の概要

お客様からニーズが高く、他社では加工が難しい馬革を使用したオリジナルの革製品を開発することで、他社と差別化できると考えております。

そのオリジナルの革の詳細をインターネットや展示会出展などで、より多くの方に知って頂きます。また、オリジナルブランドを含めた、当社製品の品質の高さをカタログや展示会で多くの顧客に知ってもらうほか、ECサイトを制作し、直接店舗に行かなくても購入できるようにすることで、顧客の利便性を高めます。

2-2. 補助事業の背景・目的

最近では、インターネットで商品の詳細をよく確認して、ポイントが多く付くサイトで比較検討して購入する方が多くなってきています。そうした意味でも、他のブランドには無い、オリジナルデザインやオリジナルの革製品を開発する必要があると考えております。

そこで、顧客ヒアリングで要望の高かった、オリジナルレザーと馬革を使った商品を開発し、新たなオリジナルブランドを設立します。

現在は取引先のバイヤーからの情報収集が中心ですが、市場やターゲット顧客のニーズに変化が見られる現在、一般ユーザーや取引先からより多くのニーズを集める為にも、ECサイトや展示会出展が必要です。

カタログは展示会出展には必須であり、また当社のような拘りが求められる商品はインターネットで情報収集してすぐ買うというより、紙媒体で何度も見て、購入を検討する方が多いため、カタログを作る必要があると考えております。

2-3. 具体的な取組

【取組内容(概要)】

- ・新商品の宣伝のため、カタログを制作
- ・新商品の宣伝のため、EC サイトを制作
- ・新商品の宣伝のため、展示会に出展
- ・新商品の開発のため、開発用材料(馬革・レザー)を購入

【新サービスの具体的内容】

小物需要の変化に合わせ、商品展開を充実していき、従来の牛革だけでなく、オリジナルレザーや馬革を使った商品を当社の強みである職人とのネットワークを活かして開発します。

当社商品を販売して頂いている得意先(百貨店等)もありますが、マージン等の問題で利益率は低くなっています。そこで、現在商品紹介のみで直接購入ができない当社ホームページを改修し、ショッピングカート機能のあるECサイトとすることで、一般ユーザーに直接販売して行きます。

また、カタログ制作や展示会出展により、当社の認知を高めるとともに、取り扱い百貨店を増加させ、ブランド力の向上を図ります。

【販路開拓の具体的内容】

新しい革を使った商品で顧客を獲得する為、以下の内容で販路拡大に取り組みます。

販促手段	対象者	記載内容／役割
ECサイト	バイヤー	新商品の告知・ブランド紹介
	一般消費者	予約の受付・購入案内・お手入れ方法
商品カタログ	バイヤー	ブランド紹介・商品紹介
展示会出展	バイヤー、職人	新商品の紹介・コラボレーションの提案

上記取り組みにより、販路拡大による売上の増加が見込めるだけでなく、将来的には認知の拡大によるブランド力向上にも寄与するものと考えます。

【実施計画】

図A:実施計画表

取り組み内容	実施時期				
	8月	9月	10月	11月	12月
① ECサイトの充実	→				
② 新商品の開発	→				
③ 新カタログの作成			→		
④ 展示会出展			→		

①のECサイトについては、現在販売中の商品やブランドコンセプトを中心に、現在のホームページにショッピングカート機能等を付ける予定です。また、新商品の開発が終了したのちに、新商品の情報も掲載します。

業者の選定については、複数の業者から見積もりを取り、適正かつ利便性の高い業者を選定するよう準備を進めていきたいと考えております。

②の新商品開発については、以前から当社商品の開発実績がある〇〇〇〇社とともに開発を進める予定です。

③の新カタログの作成については、以前、当社他ブランドのカタログ作成をお願いした●●●●●●に依頼する予定です。

④の展示会出展については、〇〇出版社主催の◆◆フェア出展(10月開催予定)と(株)■新

聞社主催●●●ショー出展(11月開催予定)を予定しております。

3.業務効率化(生産性向上)の取組内容【任意記入】

* 公募要領 P.7に該当する取組を行う場合は本欄に記入します。特になければ本欄は空欄のままご提出ください。

4. 補助事業の効果【必須記入】

* 販路開拓等の取組や業務効率化の取組を通じて、どのように生産性向上につながるのかを必ず説明してください。

4-1. 取組みの効果

●顧客に与える効果と理由

ECサイトを制作し、新しい革と新商品の認知度向上、新商品の具体的な説明に取り組むだけでなく、お客様が直接購入できるようにします。

受注予約の受付などにより、問い合わせに対して、すぐに対応する事で、既存商品、新商品のオーダー増加が見込めます。

直接当社で注文を受けることで、利益率が高くなり、またお手入れ方法など、お客様の知りたい情報を掲載することにより、満足度を高めるとともに、継続的なオーダーが期待出来ると考えられます。

●顧客数の増加および売上増につながる理由

既存顧客のリピート購入だけでなく、SEO対策などにより、新規顧客の閲覧数を増加させることで、ECサイトからの売上が見込めます。

また、カタログ制作や展示会出展をする事により、取引先百貨店を増加させることも、売上増加に繋がります。

また、海外百貨店からの問合せもあり、今はコロナウイルスの影響ですぐには取引が出来ませんが、ECサイトを外国語対応にすることにより、事前に当社商品を知っていただくことでスムーズに取引に繋げる事が出来て、売上増加が期待出来ると考えられます。

4-2. 効果の試算

(下記表の数値は年間)

	現在	1年後	2年後	3年後
顧客数(人)	120	132	146	160
客単価(円)	25,000	25,000	25,000	25,000
売上高(円)	3,000,000	3,300,000	3,650,000	4,000,000
利益(円)	340,000	374,000	414,000	453,000

ECサイトによる販売と、カタログの頒布、定期的な展示会への参加により、10%の顧客増加が期待できます。

客単価は現在と同じ 25,000 円と仮定すると、上記の表のとおり、3年後には月商 4,000,000 円、月間利益 453,000 円(年間利益約 5,440,000 円)が実現できると考えられます。