

テーマ 売れない悩みを

ズバリ!!
解決



どんな企業にも売りがある
“売れない”を “売れる”
に変えるヒントを伝授します!!

【講師】小出 宗昭氏 富士市産業支援センター (f-Biz)

経営不振に悩む中小企業から年間 3,000 件もの相談を受け、支援に多くの実績を上げ、今年度経済産業省が全国展開している「よろず支援拠点」のモデルとなっている、富士市産業支援センター (f-Biz) の小出センター長に、売り上げ増の秘策、富士市産業支援センターがなぜ頼られるのか等、貴重な講演をしていただきます。

ホームページ <http://www.f-biz.jp>

日時 平成 26年 11月7日 金

18:00 ~ 20:00 (開場 17:30)
入場料無料 先着 250名

※お申し込みは裏面参加申込書にてお願いします。

場所 倉吉未来中心 小ホール
〒682-0816 鳥取県倉吉市駄経寺町212-5

主催 倉吉異業種交流プラザ (株)インプロビズ、(株)F&G社、
(株)エナテクス、倉吉ホンダ販売(有)、
(有)サンバック、三和段ボール工業(株)、昭和化学工業(株)研究所、(有)第一プロパン瓦斯商会、
宝福一(有)、(有)谷本工業あじくら本舗、(株)鳥取銀行、鳥取中央農業協同組合、
(有)豊田ガラス建材、(社)福和 白壁倶楽部、ひょうたん、farm garden チトのゆび、
北渕産業(有)、(有)ミュー設計工房、(株)明治製作所、山本印刷(株)



【後援】 倉吉市、倉吉商工会議所、倉吉商工会議所青年部、
(一)倉吉青年会議所、鳥取県、(公)鳥取県産業振興機構、
鳥取県中部中小企業青年中央会 (順不同)

【特別後援】 新日本海新聞社

小出宗昭 KOIDE MUNEAKI プロフィール

59年生まれ。法政大学経営学部卒業後、(株)静岡銀行に入行。M&A 担当などを経て、01年 創業支援施設 SOHO しずおかへ出向、インキュベーションマネージャーに就任。起業家の創出と地域産業活性化に向けた支援活動が高く評価され、Japan Venture Award 2005 (主催：中小企業庁) 経済産業大臣表彰を受賞、企業支援の可能性に目覚める。08年 静岡銀行を退職し独立、(株)イドムを創業。富士市産業支援センター f-Biz (エフビズ) の運営を受託、センター長に就任し現在に至る。静岡市、浜松市、富士市、と静岡県内でも産業構造の違う3都市で計 4 か所の産業支援施設の開設と運営に携わり、1,000件以上の新規ビジネス立ち上げを手掛けた実績を基に運営しているエフビズは、国による企業支援拠点整備のロールモデルともなりそのノウハウに全国から注目が集まっている。



株式会社イドムの
ホームページの
ブログに掲載中

2014年07月06日 自社の「強み」を生かす

(株)イドムホームページ <http://idomu.jp/index.html>
※みんなのビジネスを応援する小出宗昭の日記より

支援の現場に欠かせない情報データベース。

静岡新聞社が日本経済新聞社とコラボして提供しているデータベース「静岡新聞データベース plus 日経テレコン」ウェブサイトでは、innovation for success f-Biz 式情報活用術と題して、私のデータベース活用法が連載されています。過去に掲載されたものを、このブログでも紹介していきたいと思います。

第4回は、

金属加工業「司技研」～自社の「強み」を生かす～ というテーマです。

売れない原因は商品 PR に問題

商品やサービスが思うように売れない、関心を持たれない。そうした課題を抱えている企業は少なくありません。私はこれまでに1万人以上の経営者の相談を受けてきましたが、その経験から、売れない理由の多くは、自社の「強み」を生かし切れていないことがほとんどだと分析しています。

“強み”が伝わる商品になっているか、ターゲットを見誤っていないか、効果的にアピールできているか、販路に問題はないか……。まずは、これらを見直してみることです。

セールスポイントを見出す

ここでも、データベースは活躍します。実際の支援事例で説明しましょう。金属試作品の製造・加工を行う「司技研」(富士市)も、自社のセールスポイントを見失っていた会社でした。

本来、司技研は高度な加工技術を有し、たった1品からの部品加工依頼でも受注から3日という超短期で納品するという製造業としての強みのある企業だったのですが、長年の低迷から先行きの見通しが立たないところまで落ち込んでいたのです。

私たちはまず、この強みをわかりやすく伝えるために、「試作特急サービス 3 DAY」というネーミングの新サービスを提案しました。効果はてきめんで、大手自動車メーカーから電気自動車の試作部品を大量受注することができました。

そして私たちはさらに、その高い加工技術を活かして新たな事業分野に進出できないものかと考え、ひらめいたのが「クラシックカー市場」でした。

熱狂的なマニアが、何十年もの自動車をメンテナンスしながら乗り続けている世界。しかし、故障した部品は生産中止になっているものも多く手に入りにくい。そこに目をつけたのです。

ここでデータベースの登場です。市場性を調べるため「クラシックカー」のキーワードで検索すると、膨大な件数がヒットしました。さらに「パーツ」で絞り込み検索したところ、メンテナンスパーツをつくるサービスがほとんどないことがわかったのです。

ニーズがあるのに、提供するサービスがない。つまり、これは大きなビジネスチャンスです。私は司技研に「部品再生 110 番」という新サービスの提案をし、すぐに展開を始めたところ、これが大当たり。車マニアが愛読する専門誌に取り上げてもらったことも追い風となり、まったく宣伝広告費をかけずに、新市場開拓が可能となったのです。

クラシックカー市場には、コアなファンが一定層存在すると予測していたが、部品の修理や交換などのアフターケアサービスはほとんど行われていなかった。このニッチなニーズに気づくことができたのも、データベースのおかげなのです。



※今年3月に同社の中川社長たちとお会いしたときの様子

司技研 <http://www.tsukasagiken.co.jp/>

静岡新聞データベース plus 日経テレコン

詳しくはこちらから→<http://t21.nikkei.co.jp/public/shizuoka/>

キリトリ

倉吉異業種交流プラザ
創立 30 周年記念講演

参加申込書

お問い合わせ
お申し込み先

〒682-0887 鳥取県倉吉市明治町 1037-11
倉吉商工会議所内倉吉異業種交流プラザ事務局

FAX: 0858-22-2193
TEL: 0858-22-2191
E-mail: sumi-k@kurayoshi-cci.or.jp

会 社 名	氏 名
	他 名

※ご記入いただいた個人情報につきましては、紛失、漏洩等が発生しないよう管理責任者を定め、個人情報取り扱い規定を整備し、これらの危険に対する安全対策を実施します。また個人情報は、ご本人の合意がない限り第三者には提供いたしません。