

みえる
わかる
のぼす

相談ファイル
2016

みえる
わかる
のぼす



ビジネスデザインセンター

TEL 022-354-0577

FAX 022-288-5173

Mail info@bdc-sendai.jp

Web www.bdc-sendai.jp/



ビジネスデザインセンター

「企業や商品のブランド構築」

「商品の高付加価値化や差別化」

「営業ツールや販促ツールの改善」

ビジネスデザインセンターでは、
仙台市と協働で東北の企業へ
「マーケティング」と「デザイン」を活用した、
ブランド力の向上や競争力の強化などの
ビジネス支援に取り組んでいます。

このハンドブックでは、
平成28年度に仙台市から受託した
「地域企業ブランディング支援事業」による
東北の企業へのビジネス支援の事例や、
若い人材の育成の事例について、
わかりやすく紹介しています。

東北の企業の皆さまの課題解決の参考になれば幸いです。

ビジネスデザインセンター

CONTENTS

Introduction 事業拡大のための4つの成長戦略	02
2016 支援事例	05
▶ CASE 1 株式会社 紅蓮屋	06
▶ CASE 2 株式会社 仙台秋保醸造所	08
▶ CASE 3 株式会社 エムコーポレーション	10
実戦的なビジネススキルを磨く コンサルティング体験型インターンシップ・プログラム	12
▶ internship 1 株式会社 武田染工場	13
▶ internship 2 有限会社 日立家	16
▶ internship 3 株式会社 エムコーポレーション	18
ビジネスデザインセンターのご案内	20

Introduction

事業拡大のための4つの成長戦略

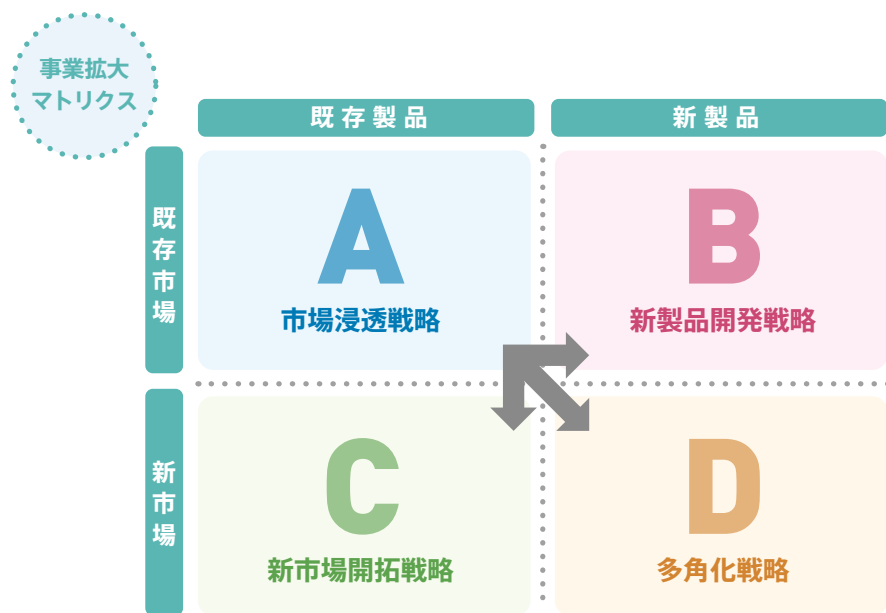
ビジネスが軌道に乗ってくると、企業の成長や拡大のために、次の戦略を考えていく必要があります。ここでは戦略を構築するための考え方の一つ、「事業拡大マトリクス」を解説していきます。

事業拡大を概念図で考える

新規事業を始めたり、事業を拡大したりする上では、今までの事業で築いてきたノウハウや技術・市場などを活用した方が、ゼロから事業を構築するよりはるかに効率的です。

このことを図で概念的に示したものが、「事業拡大マトリクス」です。

この図では事業の拡大を「製品」と「市場」の二つの方向で示しており、さらにそれぞれを「既存」と「新規」に分け、全部で4つの成長戦略に分類しています。



POINT 1 ▶▶▶ 自社・競合・市場などの分析を行ったか

POINT 2 ▶▶▶ ノウハウ・技術・販路など活用できる自社の経営資源はあるか

POINT 3 ▶▶▶ 不足している部分を補えるパートナー企業などはあるか

市場浸透戦略 … 既存市場でのシェア拡大

現在販売している製品の、現在の市場内でのシェア拡大を目指す戦略です。収益性を高めることで経営基盤の安定を目指します。ブランド力の向上や、リピーターの獲得、ロイヤルティの高い顧客（自社の熱烈なファン）の創出、営業や流通の効率化、コストの削減などを行うことで、市場での自社商品のシェアを拡大させます。

新製品開発戦略 … 既存市場に新製品を投入

現在の市場に対して、新しい製品を開発し販売することで新たな成長を図る戦略です。市場や顧客のニーズを把握していると効果的に展開できます。現在販売している製品の関連製品、性能を高めた製品、機能をシンプルにし価格も抑えた製品などを開発し、市場に投入します。流通チャネルなどを活用できる点もメリットです。

新市場開拓戦略 … 既存製品で新市場を開拓

製品は変えずに、新たな市場を開拓していく戦略です。基本的な製品の仕様は変えないので、技術や製造ラインをそのまま活用できます。海外展開などのエリアの拡大、新たなターゲット層の開拓などで、市場を拡大させ成長を図ります。自社製品の価値を精査し製品へのニーズがある市場を見つけ、その市場に対しての営業戦略の構築が必要です。

多角化戦略 … 新製品で新市場を開拓

新しい市場や顧客層に、新しい商品を販売する戦略です。ある程度、技術や流通チャネルなどに共通点があり、それらを活用できるとチャンスはありますが、現在の事業との関連性が薄いと積み上げてきたノウハウなどが活用しにくく、難しい戦略と言えます。

まとめ

事業拡大マトリクスを活用するにあたって重要なのは、自社や競合の強み弱み、市場の機会や脅威などを正確に分析・把握することです。

そのうえで、自社に最適な方向性を選択し、戦略を構築していくことが必要です。

みえる
わかる
のばす



2016 支援事例

- CASE 1 株式会社 紅蓮屋
- CASE 2 株式会社 仙台秋保醸造所
- CASE 3 株式会社 エムコーポレーション



P6/今回制作した
新パッケージ
右/展示会用のPOP

2017年2月発売(新パッケージ)

松島こうれん

5種類の合わせ
原料(ササニシキ
無添加不使用)

六百八十余年の一子相伝の技を守りながら、
一枚一枚丁寧に手焼きした、松島伝統の御菓子です。
定番の3種に、津浦と沖縄産糖を加えた5種を詰め合わせました。

通常小売価格 **¥1,300** (税別 ¥1,204)

松島の風景を想わせる色合いと、
仙舟七夕の吹き流しのイメージを
組み合わせた、宮城の御菓子らしい
パッケージに仕上げました。

株式会社 紅蓮屋

古くより愛され続けている松島の銘菓 新しいパッケージで販路拡大へ

1 相談

新商品開発を契機に、商品のパッケージデザインをリニューアルし、新たな販路を開拓していきたいと相談がありました。

2 マーケティング

事業者さんからヒアリングを行うとともに、市場や競合などの分析を実施し、ターゲットやデザインコンセプトを設定しました。

3 デザイン

「松島こうれん」らしさや宮城・松島らしさをコンセプトにデザイン。小売店や自社店舗の売場の声などをもとに外箱のサイズなどを設計しました。

支援
チーム

プロジェクトマネージャー
ビジネスデザインセンター
武藤 亮



デザイナー
根 朋子

支援のポイント

デザインとコストの両立を



商品パッケージなどをデザインする際には、デザイン性を重視しがちです。しかし、そのデザインやパッケージの形状にした場合の、印刷・組み立てや保管場所などのコスト、パッケージの強度、売場での見栄え、陳列数、持ち帰りの形態なども総合的に考えなければなりません。本プロジェクトではバイヤーや実際の売場担当者の意見なども踏まえ、コストや箱の強度などを確認するため印刷会社に何度も箱の試作をしてもらいながら、パッケージや、展示会・売場向けのPOPなどを制作しました。

ビジネスデザインセンター 武藤

[interview]

新たな販路を開拓するために、顧客のニーズに合わせた新商品の開発を進めていました。今回の支援プロジェクトで新パッケージも含め商品が完成しましたので、今後は新規の販路開拓を進めていこうと考えています。

株式会社 紅蓮屋
常務取締役 星 譲氏

株式会社 紅蓮屋

宮城県宮城郡松島町松島字町内82

TEL : 022-354-2605

FAX : 022-354-2696

営業時間 : 8:30 ~ 18:00

定休日 : 年末・年始

Web : <http://www.matsushimakouren.com/>



地元の素材を生かしたシードルを主力商品に 営業ツールを充実させ、新市場を開拓

1 相談

創業時と比較して、安定して生産できるようになったシードルの販路を拡大していきたいと相談がありました。

2 マーケティング

今まで自社店舗での販売がメインだったため、卸用の営業ツールが不足。小売店や飲食店向けの営業ツールを充実させていくことにしました。

3 デザイン

小売店や飲食店の仕入れ担当者に価値が伝わる営業ツールを作成。ラベルもターゲットとする女性を取りやすいデザインに変更しました。

支援
チーム

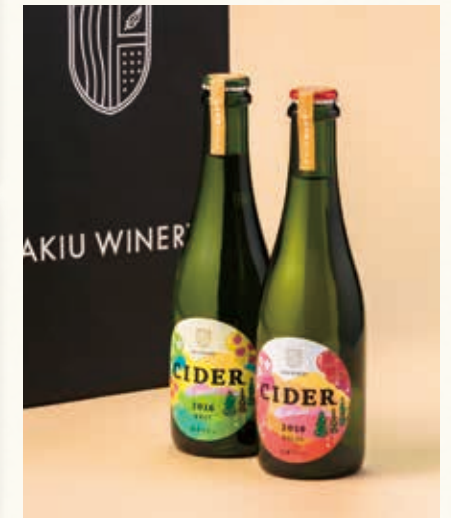
プロジェクトマネージャー
ビジネスデザインセンター
佐々木 綾子

デザイナー
根 朋子

フォトグラファー
フォトオフィスchiba
千葉 裕幸



左/仕入れ担当者向けに作成した営業ツール
下/B to B市場に向けてラベル、ビンサイズを変更



支援のポイント

BtoBツールとBtoCツールの違い

消費者向けの販売促進ツールと、仕入れ担当者向けの営業ツールは、内容が異なる部分があるので作成時は注意が必要です。消費者向けには、その商品の味や製法、産地など、商品そのものの見せ方が主になりますが、仕入れ担当者向けの営業ツールでは、他社と比較しての特徴や優位性、品質管理・生産体制などの要素も必要です。

今回のプロジェクトでは、店舗での小売りではなく卸売りの拡大を目的に営業・商談用のツールの作成を行いました。

ビジネスデザインセンター 佐々木

[interview]

創業時と比較して徐々に生産量も安定してきたので、今から販売体制をしっかり構築したいと考えていました。今後は飲食店などを中心に販路を拡大し、ワインやシードルの文化を宮城に根付かせていきたいと考えています。

株式会社 仙台秋保醸造所
代表取締役 毛利 親房氏

株式会社 仙台秋保醸造所

宮城県仙台市太白区秋保町湯元枇杷原西 6

TEL : 022-226-7475

FAX : 022-226-7622

営業時間 : 9:30~17:00

定休日 : 火曜日

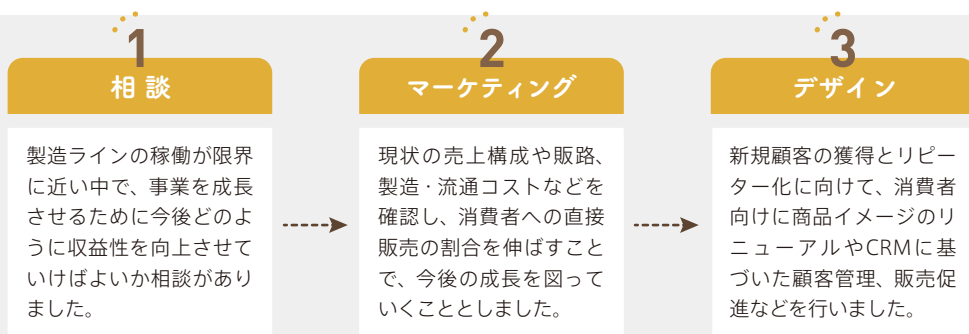
Web : <http://www.akiuwinery.co.jp/>



左/シーン提案のために撮影した画像
下/顧客向けの販売促進DM



直接販売を伸ばし、収益向上へ お得意様を増やすための仕組みを構築



支援チーム

プロジェクトマネージャー
ビジネスデザインセンター
笠間 建

×

フォトグラファー
Pontic
渡邊 樹恵子

×

フードコーディネーター
佐藤 千夏

×

Webデザイン
ツールデザイン
株式会社メキメキ

支援のポイント

CRM戦略*



CRM戦略とは、特定の顧客層との継続的な関係性を管理することで、安定した売上や利益を確保する手法です。顧客をさまざまな観点から「識別」し、重要顧客の顧客満足を上げることで、リピーター化を図ります。

今回のプロジェクトでは、限られた生産数のなかで収益の改善を図るため、ロイヤルティの高い顧客層を創出していくCRMの考え方を販売戦略に取り入れました。Webなどのビジュアル面の改善、再購買を促す新たな食べ方やギフトの提案、DMを活用した販売促進などを実施しました。

ビジネスデザインセンター 笠間

[interview]

今後の事業拡大のための打ち手を模索している中で、アドバイスをいただきました。今回の取り組みを、より効果的に成果に繋げるため、お客様のニーズの把握や商品の改善などに努めていきたいと考えております。

株式会社 エムコーポレーション
取締役 板橋 一樹氏

株式会社 エムコーポレーション

宮城県仙台市若林区卸町5-2-6

社の市場内華ずし

TEL : 022-231-8376

Web : <http://www.hanazushi.com/>

*カスタマー・リレーションシップ・マネジメントの略

実践的なビジネススキルを磨く

コンサルティング体験型 インターンシップ・ プログラム



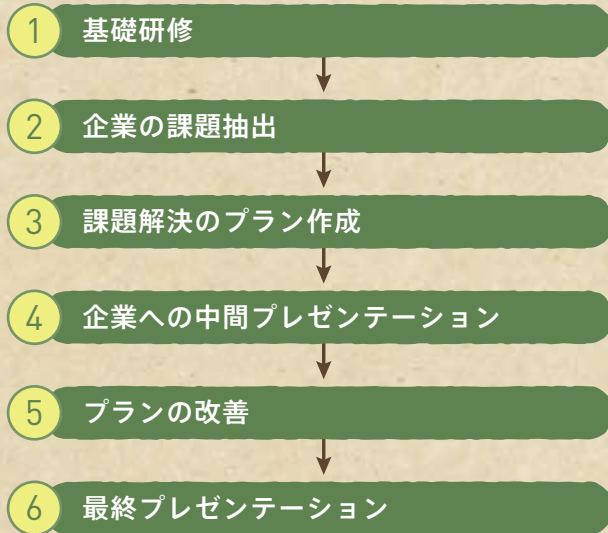
ビジネスデザインセンターでは企業で活躍する若い人材を育成するため、宮城県内の大学の学生向けにインターンシップ事業を実施しました。ビジネスデザインセンターの指導を受けながら企業にて

コンサルティングのOJTを行い、課題の抽出や課題解決のためのプラン作成を通じて、実践的なビジネス感覚を磨きました。平成28年度は、計13名の学生が集まり3社の課題解決のプランを作成しました。



[インターンシップの流れ]

ビジネスマナーやマーケティングの基礎研修からスタート。企業へのヒアリングなどを行い、課題の抽出や課題解決プランの作成、プランの企業へのプレゼンテーションを行い、学生生活では養うことが難しいリアルなビジネス感覚を磨きました。



Internship
1

株式会社 武田染工場

代表取締役：武田 和弘
〒984-0805 宮城県仙台市若林区南材木町42
TEL：022-223-3254
Web：http://www.sometake.co.jp/



仙台市内で手ぬぐいや半纏などの製造・卸を営む武田染工場。創業して300年余りになる全国でも老舗の中の老舗です。武田染工場では希望者数が多く2チームがOJTを行いました。今後の売上向上のためのプラン作成に取り組んだ学生たちは、業界特性や売り上げの季節変動などを踏まえ、ギフト商品開発やWebを活用してのプロモーション戦略を提案しました。



ヒアリング

代表取締役の武田和弘氏と面談。会社の歴史や染めの工程、商品の強み、業界特性などをヒアリング。今後の会社の方向性や課題などについてもお話を伺いました。



プランニング

ヒアリングの内容をもとに、インターネットを活用したプロモーションやギフト商品の開発などのプランを作成、中間プレゼンテーションで提案しました。



ブラッシュアップ

中間プレゼンテーション後は、ビジネスデザインセンターのアドバイスを受け、プランの精度を高めるためのデータの収集などを行い、内容をブラッシュアップしました。



最終プレゼンテーション

ギフト商品のデザインイメージや製品の生産スケジュール、販売方法やプロモーション方法、コストなどの詳細を詰め、最終プレゼンテーションに臨みました。

学生紹介



東北福祉大学
大沼 有人さん

実際のビジネスの現場でのOJTという貴重な体験をさせていただきました。企業の方へのヒアリングやプレゼンテーションなど、緊張感の中でも学びを実践する機会が数多くあり、自分が成長できたと実感しています。



東北福祉大学
高内 純一さん

時間が限られた中で、さまざまな意見を出し合いながらプランをまとめていく過程は大変でしたが、非常に勉強になりました。今回のインターンで得られたマーケティングの知識や経験を、就職後の企業で生かしていきたいです。



東北福祉大学
阿久津 風樹さん

自分の中では良いと思っていたプランが、専門家からみるとまだまだ穴が多いプランだと気付かされました。ビジネスプラン作成においての、現状や市場の分析、現場での調査などの重要性がよくわかりました。



宮城学院女子大学
児玉 紗也加さん

企業をより良くできるアイデアのために資料を集めたり、具体的な解決策を考えたりすることはマーケティングを学ぶ上でとても実践的でした。自分と違う大学の方とチームを組んで取り組めたことも、今後仕事をする上での学びになりました。



宮城学院女子大学
服部 麗さん

「課題発見力」の向上を目標に、「何が本質か」「真因はどこなのか」を常に自分に問いながら取り組みました。また、さらにその先の「相手の話を理解する力」「提案という形で思いを形にする力」も鍛えられたと思います。



宮城学院女子大学
渡辺 華奏未さん

初回のマーケティングの講義の知識を、実際の企業の分析に活用することができ、実践的に学ぶことができました。インターンの時間内に納得できるプランをまとめられずメンバーが集まったのは大変でしたが良い思い出です。



仙台白百合女子大学
本田 美樹さん

このインターンシップではチームで成果を出す必要がありますので主体性や傾聴力が鍛えられました。挑戦すると必ず壁にぶつかりますが、それは成長の機会だと思います。これからも壁を恐れずにどんどん挑戦していきたいです。

事業主さんより

代表取締役 武田 和弘氏

企業の活動に接したことの無い皆さんが、慣れない状況の中で多岐にわたる当社の課題を導き出し、ご提案いただいたことは本当に驚きました。今後の経営のヒントをたくさんいただき、非常に感謝しております。特にご提案いただいた広報の部分に関しては、今後より力を入れていく予定です。

有限会社 日立家

代表取締役：森 京子
〒983-0803 宮城県仙台市宮城野区小田原 1-4-7
TEL：022-297-0525
Web：http://sendaidagashi.com/



江戸時代から仙台で作られている伝統的な和菓子、「仙台駄菓子」の老舗である日立家でOJTに取り組んだ学生たち。今後売り上げを伸ばしていくためには、新しいターゲットにアプローチしていく必要があると考えました。若い女性向けに商品をリニューアルし、インターネットなどを使いプロモーション・販売を拡大していくプランを提案しました。



ヒアリング

専務取締役の森康仁氏と面談。仙台駄菓子の歴史や商品の特徴、売り上げなどをヒアリング。人員体制の充実や新商品開発などの今後の課題についてもお話を伺いました。



プランニング

ヒアリングの内容や、店舗での来店調査のデータをもとにプランを作成。若い年齢層向けのカジュアルな商品開発と、高級志向の商品開発の2つのプランを提案しました。



ブラッシュアップ

中間プレゼンテーション後は、プランを若い年齢層向けの商品開発に絞りました。実際の販売を見据え、SNSを使った販売促進計画も立案しました。



最終プレゼンテーション

具体的なターゲット層やプロモーション方法、商品パッケージデザインのイメージやコストなどの詳細を詰め、最終プレゼンテーションに臨みました。

学生紹介



東北大学
工藤 知央さん

企業様とやりとりする時間が足りず大変でしたが、事業規模を数字で把握できるようになるなど、得られたものも大きかったです。コミットする時間を増やしてのめりこむと、その分得られるものも大きいと思います。



東北福祉大学
齋藤 愛香さん

課題を発見する力を身に付けたいと思い参加しました。市場調査は大変でしたが、仮説の検証だけでなく新たな発見もあり、楽しみながら取り組みました。ヒアリングは緊張しましたが、学生生活では得られない良い経験でした。



宮城学院女子大学
中山 彩葉さん

内容の濃いディスカッション、頭がパンクしそうになるくらい難しい課題などを乗り越えた結果、普段意識できない「考える力」を得られました。また、必要な情報を集めるのに積極的に行動する大切さに気付きました。

事業主さんより

専務取締役 森 康仁氏

ヒアリングや店頭調査などを通じて、弊社の現状と課題を正確に捉えていただいたと思います。ご提案いただいたSNSなどのWebプロモーションも是非今後は充実させていきたいと思っています。若い方の斬新なアイデアや考え方に接することができてこちらも良い学びになりました。

株式会社 エムコーポレーション

代表取締役：板橋 真由美

〒984-0015 宮城県仙台市若林区卸町 5-2-6 社の市場内華ずし

TEL：022-231-8376

Web：http://www.hanazushi.com/



金華山沖で獲れる金華鯖と宮城県産ササニシキを使った押し寿司の製造販売を「華ずし」のブランドで展開している株式会社エムコーポレーション。今後売り上げを伸ばしていくためには、消費者への直接販売の強化が必要と考え、同社が経営している飲食店から直接販売へ顧客を誘導し新規顧客を獲得、リピーター化するプランを提案しました。



ヒアリング

取締役の板橋一樹氏へヒアリング。顧客への直接販売を拡大させたいこと、売り上げの季節変動、若い世代や女性への販売をより拡大させたいことなど、現状や課題を伺いました。



プランニング

ヒアリングの内容から、まず商品や企業の認知の拡大が必要と考え、WebやSNSを使った若者へのプロモーションのプランを作成。中間プレゼンテーションに臨みました。



ブラッシュアップ

中間プレゼンテーションから指摘された点を踏まえてプランを改善。認知拡大の切り口をエムコーポレーションで運営している飲食店の顧客からの誘導へと変更しました。



最終プレゼンテーション

飲食店の顧客へのアプローチ方法やコスト、獲得した新規顧客をリピーター化するための戦略などの詳しいプランを詰め、最終プレゼンテーションへ臨みました。

学生紹介



東北福祉大学
石川 穂波さん

企業さまの経営課題の発見は非常に大変でしたが、やりがいも感じました。グループでの取り組みを通じて、自分から意見を率先して発信できる力や、発言しやすい場をつくる力、わかりやすい資料を作成する力も鍛えられました。



宮城学院女子大学
高平 七海さん

このインターンを通じて、物事の判断を下す際に、多面的に考え情報を集めることの重要性を学びました。ビジネスの基礎やビジネスマナーなども学ぶことができ、自分の知識や可能性を広げることができたと思います。



宮城学院女子大学
山内 桜さん

大学で学んでいる心理行動科学を、実際のビジネスの現場でも学ぶことができる機会だと思い参加しました。座学と実践を繰り返すことで、企業さまの現状や課題をさまざまな視点から分析する力が身についたと感じています。

事業主さんより

取締役 板橋 一樹氏

企業へのヒアリング、課題の分析や改善案の提案と、学生の皆さんにとっては初めての経験ばかりで大変だったかと思います。弊社の課題に対しての改善案を、我々にはない目線からご提案いただき非常に参考になりました。また機会があれば是非ご協力させていただきたいと考えております。

ビジネスデザインセンターでは、 ビジネスの課題解決をサポートしています

ビジネスデザインセンターは、
仙台印刷工業団地協同組合が運営するビジネス支援拠点です。
仙台市との協働で東北の企業の皆さまに、
マーケティングやデザインを活用したビジネス支援を行っています。
企業や起業家の皆さま向けの無料のビジネス相談窓口のほか、
マーケティングやデザインの専門家による
ハンズオン支援やセミナー、
他の支援機関の紹介などを行っています。

ビジネス相談窓口（要予約）

ビジネスに関する無料の相談窓口を設けております。マーケティングやデザイン、商品開発、販売促進などのご相談を受け付けています。お気軽にお問い合わせください。

【受付時間】 平日 10:00~17:00

【お問い合わせ】 TEL 022-354-0577

Mail info@bdc-sendai.jp

ビジネスデザインセンター

Business Design Center

TEL 022-354-0577

FAX 022-288-5173

Mail info@bdc-sendai.jp

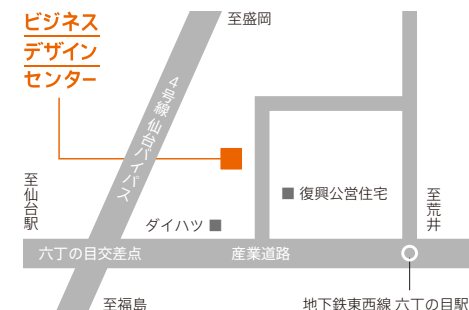
Web www.bdc-sendai.jp/

984-0011

仙台市若林区六丁の目西町 1-43

仙台印刷工業団地協同組合

ビジネスデザインセンター



相談ファイル 2016

2017年3月発行

発行者 仙台市経済局産業振興課

編著 ビジネスデザインセンター

執筆 武藤亮

デザイン 武田伸也 大和田詩織

印刷 ハリウコミュニケーションズ(株)

地域企業ブランディング支援事業

委託者：仙台市

受託者：仙台印刷工業団地協同組合