

新型コロナウイルス感染症中小・小規模企業緊急総合支援事業 取組事例報告書

事業者情報	よみがな	おもいでむすび	所在エリア	道央・石狩
	事業者名	思い出結び		
	業種	小売業	従業員規模	1名
	事業概要	コロナ禍に開業したハンドメイド商品の販売を行う個人事業主である。取扱商品はアクセサリ、小物、キットなど。アパレルでの経験を生かして開業したものの、コロナの影響で顧客の獲得ができておらず、売上にまで至っていない状況である。		
	活用施策	小規模事業者持続化補助金		
支援期間	2021年6月24日～11月6日		担当専門家	高畑慎太郎

取組事例	新規顧客獲得に向けたイベント出店
取組概要	<p>コロナ禍の開業で思うような営業活動ができない中、ターゲットに合致したイベント出店に新規顧客獲得の機会を見出し、イベントを軸に商品開発や販売促進を補助金も活用しながら取り組みを行った。イベントではInstagramへの誘導を図り、コロナ禍でもお客様にアプローチできる体制を模索した。</p>
■写真・イラスト等	
 <p>《イベント当日の写真》</p>	 <p>《作成したチラシの写真》</p>

■取組の経緯・背景
<p>コロナ禍にハンドメイド商品の販売を行う個人事業主として開業したものの、新型コロナの影響で思うような営業活動ができず、顧客獲得に苦戦し、売上にまで至っていない状況であった。今後の方向性として商品戦略がポイントとなっていた中、専門家派遣を活用することとなった。ハンドメイド商品のラインナップから未就学児とそのママ向けの商品が多く、ターゲットが特化していた。そのターゲットに合致したイベントに出店することにより、課題であった新規顧客獲得の機会を見出し、イベントを軸に商品戦略の理解を深め、お客様の反応やレスポンスを直に感じ、自分で作ったものが売れる喜びを体感してもらうことに重点を置いた。また、コロナ禍でもお客様にアプローチできる体制として、Instagramの活用を模索した。</p>

■取組内容（特徴・工夫・進捗など）

イベント出店への取組内容は、以下の通りである。

①イベント前準備

○商品開発

イベント会場限定、個数限定など「限定商品」を製作し、来場者の購買喚起を促すよう工夫した。

○チラシ作成

商品写真の撮影方法、レイアウト、デザイン、キャッチコピー、ロゴ、Instagram への誘導方法などについて指導を行った。

○アンケート作成

今後の商品開発や販売促進に役立つアンケート内容になるよう指導した。

○イベントでの目標設定

定性的・定量的両面で目標を設定し、売上とアンケート回収目標を盛り込むよう指導した。

②イベント当日

○商品陳列

売りたい商品はなるべく前にし、見やすく手に取りやすい陳列を基本とし、ブースに立ち止まらせるために、こども目線でのレイアウトや装飾を工夫した。また、来場者の状況を見ながら商品陳列の変更を行い、チラシ配布やアンケート記入の声がけなども行うよう助言した。

③イベント終了後

○イベント反省会

新規顧客を獲得し、売上に繋げることはできたが、残念ながら目標を達成することはできなかった。

売上目標：達成率 24%、チラシ配布目標：達成率 54%、アンケート回収目標：達成率 86%

○その他

チェックリスト・マニュアル作成、AIDMA、ブランディング、Instagram 活用の助言および指導

■今後に向けて

コロナ禍ではあるが、今後しばらくは、イベント出店を軸に新規顧客の獲得を図り、Instagram への誘導を行うこととなる。SNS での販促強化を狙うため、ファン層の拡大を図っていく。

■支援の流れ

- | | |
|-----------|---|
| ①2021年6月 | 支援開始。現況のヒアリング、ターゲットの確認、イベント出店の提案 |
| ②2021年7月 | 補助金の計画変更、SNS やアプリの活用の提案、イベント出店の準備 |
| ③2021年8月 | 商品開発、チラシ作成の助言（デザイン・レイアウト・ロゴなど） |
| ④2021年8月 | チラシの校正、アンケート作成の助言 |
| ⑤2021年8月 | チラシ・ロゴ・アンケート・名刺作成の助言 |
| ⑥2021年8月 | 緊急事態宣言によるイベント開催の延期が決定（9月→10月開催）。チラシ作成のリスクと掲載商品の変更、ロゴ・名刺校正、イベントでの目標設定の助言 |
| ⑦2021年10月 | チラシ・アンケート校了、販促物・商品一覧・販売価格・目標設定などの最終確認 |
| ⑧2021年10月 | イベント立会い・現地指導 |
| ⑨2021年11月 | イベント反省会、目標結果の報告 |