

EC 販売の取組による販路拡大

合志市商工会 氏名 高野 信江

事業者名：ジンジベル

業 種：製造小売業

担当者コメント

事業者様が常に前向きで、様々な支援策に挑戦してくださった結果、徐々に売上に反映されてきた。今後他の事業者様に対しても「伴走」を意識して支援を続けていきたい。



ほんきのしょうが糖

支援テーマ

支援テーマ	
	創業
	経営革新
	地域資源活用・新連携
	農商工連携・6次産業
○	販路拡大・販路支援
	海外展開・海外販路開拓
	事業再生・再チャレンジ
	事業承継
	ものづくり
	雇用・労務関係
	資金繰り
	持続化補助金
	その他

支援前の課題

【企業概要】生姜生産農家に嫁いだことから、病害などで出荷できない生姜を活用した製品の開発販売に取り組む。40代以上の冷えに悩む女性をターゲットとし、すべての生姜製品は生姜本来の辛みを残すようにこだわり、他社との差別化を図っている。

(創業) 2017年9月

(代表者の年齢) 50歳

(現状分析)・強み→ターゲットを明確に設定している。新商品の開発に積極的に取り組んでいる。一般企業での就労経験を営業活動に活かせる。

- ・弱み→専従者や従業員を雇っていないため事業主1名で製造・販売・営業全て行っており、繁忙期は手がまわらない
- ・機会→道の駅・物産館などの直売所や卸売業者を通して販売。催事出店。
- ・売れ筋商品・顧客ニーズの把握→ほんきのしょうが糖。
- ・競合する店舗等→直売所出店者

【支援課題・支援計画】

(支援課題) 販路拡大

(短期計画) 創業当初は催事出店の機会が今よりも多かったが、コロナウイルス感染症拡大の影響による催事の中止で、売上に影響が出た。新たな販路としてEC販売に本格的に取り組む必要がある。

(中長期計画) 営業活動の成果が出てきているので、販売量を増やす。製造に従事する人員を雇用し事業主は販売促進や営業活動に充てる時間を確保する。

支援内容

フェーズ1 EC 販路開拓支援

2018年に「Creema」「BASE」へ自社販売サイトを開設したが、売上は思わしくなかった。令和3年度以降およそ月1度開催される県連事業のEC個別支援を受けAmazonに商品登録、令和4年度も継続的に支援を受けている。現在のEC売上は全体の30%まで向上した。

フェーズ2 INCUBE 西鉄天神店出店支援

以前から福岡市内での販売を考えていたが、なかなか機会が得られなかった。県連事業の利用により令和4年1月18日（火）～30日（日）の約2週間インキューブ天神店に商品を置くことが出来た。

フェーズ3 商談会出展支援

県連事業により、事前に「自社商品の魅せ方・売り方」の指導を受けたあとオンラインで他県のバイヤーと商談を行った。商談先の求めている商品との違いについて率直な意見を聞くことが出来た。

フェーズ4 商品ラベルデザイン作成支援

EC個別支援を受ける中、夏場の売上減少に対処すべくパッケージのデザインについて指導を受けた。冬のイメージのある生姜を夏に販売する方法について専門家の指導が参考になった。

(進捗・成果)

商談会出展支援においては、成約にはつながらなかったが、「コンセプト・デザインがはっきりしていていい」という声をいただいた。また、商品ラベルデザイン作成支援において夏用のラベルデザインについて、アドバイスをもらった。例年夏場は売上減少が激しいが、今年も例年同様売上は減少したものの、対前年比と比べると、売上は増加していた。



事業者様の声

いつもお世話になっております。商売について全くの素人スタートでしたので、自社の課題が何かということすら分からない中で営業しておりました。様々な支援策を折に触れてご提案いただき、セミナーや個別相談を受けてみると、見えなかった課題が明確になり、解決策を教えていただけるので、少しずつ事業者としての成長を自分自身感じられています。まだまだ十分とは言い切れませんが、売れる理由をきちんと持った商品づくりに努力してまいります。これからもどうぞよろしくお願いいたします。

取組の中で、おすすめしたい自社のアピールポイント

- ① ターゲット層のニーズをとらえる力
- ② 生姜好きな方に訴求できるしっかりとした生姜感
- ③ 意外にまじめな努力型

