

ホームページ再構築による新規顧客獲得

甲佐町商工会 氏名：原康之

事業者名：緑石堂

業種：衣料小売業・書道教室



緑石堂の店頭

担当者コメント

強みがあり意欲が高いため伴走型の支援がしやすい事業者であった。他の事業者に対してもヒアリングを第一として、やる気を引き出せる支援を続けていきたい

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 |
| <input type="radio"/> | 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 |
| <input type="radio"/> | 持続化補助金 |
| | その他 |

支援前の課題

【企業概要】

昭和 32 年から文具を扱っている。昭和 33 年から書道教室を開設し、昭和 47 年に店舗を新築した。久留米絣との出会いがあり、平成 12 年からは久留米絣（かすり）の衣類、小物を販売。

令和 2 年度小規模事業者持続化補助金を活用して自社ホームページを作成した。

※久留米絣(かすり)…筑後地方に伝わる綿織物。夏は涼しく、冬は暖かい。着心地も大変良く、機能性の高さが人気。

(創業) 1955 年 4 月

(代表者の年齢) 85 歳

(現状分析)

- ・強み→「日展」の書部門入選作家。久留米絣は長年の取引で卸屋との信頼関係が構築されている。
- ・弱み→代表者の年齢が高齢である。HP での新規顧客獲得が少ない。(売上割合：店舗 98%・HP2%)
- ・機会→日展作家がつくる印鑑、書作品、人気のある久留米絣のWEBによる通信販売の構築。
- ・売れ筋商品・顧客ニーズの把握→新型コロナウイルス感染症の影響で自宅時間が増え、在宅時間を利用して趣味の時間が増えている。書作品、絵の作品に使う雅印は需要が多いと思われる。

【支援課題・支援計画】

(支援課題) HP を作成したが、新規顧客獲得数が少ない。

(支援計画) DX 専門家指導により、HP 再構築を行い新規顧客及びリピーターを獲得する。

支援内容

フェーズ1 専門家支援（1回目）R4.8.10

現状把握、支援計画、収支計画等を記載した経営支援プログラムを作成。
ホームページからの新規顧客獲得に向けたホームページの改善支援を行った。

（以下支援内容）

インターネットの構造と SNS 全般の仕組みの説明と各 SNS 毎の特徴と使い方、google 検索、拡散の仕方などの説明があった。

緑石堂が今からできる SNS とホームページを使った集客方法の指導があった。

具体的には、Instagram と Facebook ページがリンクされていたため、このまま Instagram を中心に投稿していくことを伝えた上で、現在の投稿のように洋服だけを投稿するのではなく、洋服をアップにし、生地状態を載せること。また、モデルさんを用意してコーディネート写真を投稿するように指導があった。Instagram の写真の写し方、フォローの増やし方、#（ハッシュタグ）でヒットしそうな文言の指導があった。

ホームページにはブログがついてなかったので、SEO 対策でブログをつけてもらうように制作会社に連絡する。自社開発の商品を若者向き（夜働く人・特に大阪人）に売っても売れるはずとの説明があった。

（進捗・成果）

令和 4 年 9 月 30 日現在、ブログの更新と Instagram を中心に投稿している。

支援後、フォロワー数が増加し、既存客に加え、新規客が増えた。

投稿写真は、モデルに紺を着ていただき、生地のアップを載せたことで、紺の状態が分かるように工夫した。結果、専門家支援から約 2 ヶ月の間に新規顧客が 3 名あり、売上拡大につながった。

【色鮮やかな紺】



【専門家支援の様子】



事業者様の声

Instagram や HP 等、基礎的な操作から学べてありがたかったです。
今後は、具体的なイメージが伝わるように情報発信していきます。

取組の中で、おすすめしたい自社のアピールポイント

お客様とのふれあいを大切にしています。

