

支援事例

商工会名	嘉島町 商工会	氏名	後藤政一	情報開示の可否	可
支援テーマ	経営革新	題名	事業承継後のニッチ市場に向けた新たな販路拡大計画		
	販路拡大・販路支援				
	事業承継				

<支援企業の概要>

事業所名	有限会社 Z E N	従業員	2 人	創業/ 会社設立	創業日	2003年10月10日
業種	小売雑貨製造	うち家族従業員	2 人		業歴	21年5ヶ月

○企業概要
・ 当社は、2001年に個人事業主として甲佐町で創業。2003年に法人化し現在に至る。熊本県上益城郡 嘉島町に店舗を構えてオリジナルTシャツの製造を中心とした製造雑貨小売業を営んでいる。2023年12月に親族内承継により息子が代表取締役役に就任。
・ 創業時より、1枚から制作可能なオリジナルTシャツの製造販売をインターネットなど通じて宣伝広告活動を行い、企業、行政、学校、病院、イベント業者、広告代理店などからの注文が来るようになった。（特に夏場の需要が高い）
・ 2019年頃には、コロナ禍による売上減少からYouTubeサイトの関連商品等、新たな市場への販路も広げている。
・ 高度ニーズに対応する為、熊本県くまもと型事業展開支援補助金、国の事業承継補助金、持続化補助金等を活用しレザー加工機、刺繍加工機、特殊印刷機を揃え、ファブスペースの構築を手がけている。

○支援のきっかけ（相談内容）・支援前の課題
■支援課題
1. 事業承継後のニッチ市場への販路拡大 ※支援企業のニッチ市場（神社向けの御守り授与品、絵馬、御札たて） 地域の神社をターゲットとした、オリジナル授与品（御守、絵馬等）の製造・販売を行う。お守りや絵馬等の販売は、初詣に集中しているため、冬場の売上拡大を見込むことができる。当社がこれまで培ってきたデザイン力を活かし、従来にないオリジナルの授与品を製造・販売し、神社というニッチ市場の獲得を図る。
2. 経営計画策定時の現状・市場分析抽出
<現状分析>
・ 強み ①創業20年以上の技術の蓄積②公的機関を中心とした地域企業との信頼③顧客ニーズを重視した小ロット対応による受注体制 ④データ20年保存等による顧客ファーストの高付加価値サービスの提供⑤事業承継による新たな顧客層への商品提案及び開発
・ 弱み ①承継による技術の伝承（後継者育成）②大手業者との大幅な価格差③デザイン性能の競合他社との明確な差別化 ③季節的な需要変動による売上への影響
・ 機会 ①大手企業の小ロット対応への不足②個人デザインの多様化③アフターコロナによるイベント等の再開
・ 脅威 ①プリント機の進化に伴う個人製作の拡大②大手企業によるネット重中生産の拡大
<市場の分析>
・ セグメンテーション 信仰心の深い老若男女（人生の岐路）
・ ポジショニング 他社との比較による市場内の位置（寡占市場状態）
・ ターゲティング 特定、集中型マーケティングによるシェアの獲得（少額資金による最大効果円滑化）
■短期計画
・ 各神社のニーズを把握し商品開発に繋げ需要の拡大を行う
■中長期計画
・ 販売規模拡大に向けた生産体制と販売チャネルの構築（※フランチャイズ化の考察）
■売れ筋商品
・ オリジナルTシャツ、オリジナル記念品
■競合する店舗等
・ 大手企業のネット型受発注システムにより近隣地域の競合が撤退している

○支援内容および支援後の状況・効果

専門家による計画のブラッシュアップにより、計画のポイントとなる支援内容が顕著化出来た。

■支援ポイント

①デザイン力・製造力の強化（ファブスペースの活用）

商品（御守り授与品）に関しては、キャラクター物やかわいいデザインの物、インスタ映えする物などが増えており、特に絵馬等は斬新なデザインの物が制作され始めている現状を踏まえデザインの高度化による様々な顧客ニーズに対応する。商談時にオリジナル商品の開発に慣れていない神社に対し、神社ならではの良さを残しつつ、今の流行も取り入れたデザインを提案することができる。創業時より「木工」にも力を入れており、レーザーカッターによる木材への精緻な加工を施すこともでき絵馬やお札立て等に様々なデザインにそった製造が可能でありファブスペースの最大限の活用が事業の鍵となる

②地元企業との生産体制構築（連携強化）

事業のメイン商品の一つに位置付けているのは「オリジナルの「御守」」である。御守に施す刺しゅうは、刺しゅう機で対応できるが、袋の縫製は当社ではできない。同じ嘉島町にある雑貨類を製造・販売されている業者に、袋の縫製を依頼する事で連携強化による生産向上に繋げていく。不足する技術を補い他に類の無い差別化商品を販売する

支援ポイント（ブラッシュアップ）を踏まえ販路拡大の為、商談会へ出展

■効果

商談会への出展2回

第97回東京インターナショナル ギフト・ショー2023 出展 名刺交換数 125社 商談数46社 継続商談7社

第98回東京インターナショナル ギフト・ショー2024 出展 名刺交換数 98社 商談数30社 継続商談5社

・商談会では ①高付加価値商品変更による価格の値上げ②フランチャイズ化③企業独自のオリジナル商品開発依頼 などの意見がもたらされ、新デザインの展示品に市場の優位性を感じた企業が前向きな商談が行なわれた。仏具関係業者やネット通販業の関係者が殆どであった。また、価格については更に高付加価値化ポジションに位置する為の金（ゴールド）をあしらい価格の高額化の提案もなされオリジナルブランドとしての協同開発としての依頼もあった。今後、懸念される課題に生産体制（分業化）、資金繰り計画、商品の模倣や希少性があげられる、計画数値による見える化や知的財産権等による法的商品保護も視野に専門家と協議していく事としている

○今後について（目標や課題など）

- ・企業がもつデザイン力、提案力を活かし、神社独自のオリジナル授与品の開発、製造・販売を行うことで、当社売上の平準化、経営力の強化を図る。
- ・将来的な市場ニーズを考察しフランチャイズ化を視野に生産体制の組織化を検討する。
- ・オリジナル授与品の販売により神社の収益性を高め、神社の継続につなげ地域住民の交流、地域活動の継続、地域の発展に貢献できる事業としていく。
- ・企業の経営力を強化し、事業承継事業の柱とし今後もお客様のニーズに応えるだけでなく、その上を行くような技術と品質の追求を続け、地域に愛される会社づくりを行っていく事を目標とする