

1. 支援先

業種： 小売業

従業員数： 1人

経緯：令和3年3月に創業し、営業を開始。創業当初はコロナ渦で洋菓子の物販のみの業態であったが、パン教室も開始。売上向上に向け、集客につながる情報発信の方法や、価格設定の方法に関するアドバイスの要望があったことから、金融機関が提案。

返済開始： 令和 6年 4月

2. 経営課題の洗い出し

支援先からの要望：仕入価格に応じた販売価格設定のアドバイスが欲しい。
売上増加に向けた情報発信の方法を学びたい。
将来的には、店舗販売をやめて通販に集約し、パン教室に力を入れていきたい。

財務状況：創業してからの期間が浅く、認知度の低さから集客力が弱いため
売上が向上せず、苦戦している。

課題：①集客力の強化、客単価の向上、顧客の定着化（パン教室）
②情報発信力の強化、商品力の向上（洋菓子小売）

⇒ 課題解決に向け、専門家派遣（集客力強化、情報発信力強化）を実施

3. 専門家派遣

1回目：現状把握と課題の抽出

- 価格設定や情報発信の現状についてヒアリング
- 強みと弱みの自己分析、解決したい課題やありたい姿の把握

2回目：課題解決に向けた具体的取組の確認

- SNS活用についての取組状況の確認と、そのアドバイス
- 洋菓子販売の今後の方針決定と、そのアドバイス

3回目：具体的取組の進捗状況の確認、課題の再洗い出し

- 集客につながるサイト運営(紹介方法、商品展開)のアドバイス
- パン教室の今後の展開についての検討と、そのアドバイス

4回目：総括、今後の課題と解決に向けた取組

- 洋菓子販売の商品開発とキッチンカーの出店場所の開拓
- パン教室の情報発信と教室内容・コースの充実
- 進捗管理において確認すべき指標の確認

4. 支援方針の策定①

専門家からの提案:

①情報発信の強化

⇒店舗説明ページ(WEBサイト、SNS)の改善、SNS掲載文や写真のレイアウトの修正、キッチンカーの予定を掲載

②商品開発と販売戦略

⇒食べ比べ商品の開発、パン教室コース・内容の開発、洋菓子の贈答用セット販売の打ち出し強化、キッチンカー出店場所の開拓

③進捗管理において確認すべき指標

⇒売上、客数、フォロワー、アクセス数など毎月把握すべき指標から、現状を正しく理解するための方策と習慣化の提案

伴走支援者: 金融機関職員(進捗管理、資金繰りモニタリング)

4. 支援方針の策定②

行動計画:

- ①情報発信力の強化 : 通販サイト内の店舗紹介ページの充実、キッチンカー出店場所の開拓・情報発信
- ②商品・集客力の向上 : 食べ比べ商品の開発強化、セット販売、教室内容・コースの開発、商品の価格改定
- ③進捗管理の確認 : 売上、客数、フォロワー、アクセス数などの把握する指標の選定と継続的確認

5. 取組経過

事業内容:

- ・パン教室に関する情報発信については、アプローチしたい顧客層に伝わりづらい内容となっているため、さらなる修正を検討中。
- ・食べ比べ商品のラインナップ追加と増強を行った。
- ・キッチンカーの販路開拓を県内外問わず推進したところ、売上増加につながっている。
- ・行動計画策定前と比べて、各種指標を確認する習慣が身に付いてきたと感じている。

財務内容:

- ・販路開拓や商品開発に取り組んだ結果、売上向上の下地ができた。昨年同時期比で売上増加見込み

代表者の声

- ・一人で経営をしていると相談できる相手もおらず、客観的な視点で自身の経営を見ることができていなかった。第三者の視点が入ることで自分に足りていないもの、すべきことが明確になった。
- ・専門家やコーディネーター、伴走支援者との対話を通して、今後どのように経営していきたいかを整理し、将来あるべき姿への道筋を立てることができた。

伴走支援者の声

- ・情報発信の分野は金融機関も苦手としているところであり、当事業のコーディネーターによる訪問支援や専門家派遣を通じて、事業者様の経営改善はもちろん、伴走支援者のスキルアップにもつながった。