

平成23年度事業 「**県央地域 経営診断事業**」

診断事例 Part ⑤

平成23年度山口商工会議所では、小規模事業者を対象に個別経営診断事業を実施しました。
昨年経営診断した事業所の中で、掲載の承諾をいただいた事業所を平成24年6月号よりシリーズで紹介しています。

桑原大内塗大内人形製作所

山口市道場門前1-2-5
TEL 083-922-1790
営業時間 9時～18時
店休日 日曜日
駐車場 なし(お買上げの方に駐車券を差し上げます)
HP <http://www7.plala.or.jp/kuwabara/index.htm>



【事業所概要】

600年前から続く、伝統工芸「大内塗」を製造して約80年。大内人形やお盆など製作、販売しております。大内人形は、ご結婚・ご出産・ひな祭り・節句の贈り物として喜ばれています。お子様、お孫様、ご親戚などへの気持ちのこもった贈り物としていかがですか？

インターネットからのご注文もお受けしております。ご注文お待ちしております。



事業者の悩み・指導希望内容

- ①商品コンセプトの再定義
- ②認知度向上による訴求力の強化

改善指導について

①商品コンセプトの再定義

国内経済の停滞により、伝統工芸など良いものだから売れる、という時代は過去のものとなっている。そこで、売上を伸ばしていくためには、商品コンセプトを明確にし、再定義する必要がある。商品コンセプトは、次の3項目から構成される。

- a. ターゲット(だれを対象とした商品なのか)
- b. シーン(どんな時に使う商品なのか)
- c. ベネフィット(どんな効用・効果があるのか)

商品コンセプトを策定するためには、前提として顧客ニーズを掘り下げて、考察することが望まれる。

②認知度向上による訴求力の強化 ～ホームページの改定～

当社は、同業者の中で最も伝統と技術があり、多くの職人を輩出する製造所であるが、知る人ぞ知る存在であり、一般の認知度は決して高いとはいえない。しかし、職人気質のため外商などの積極的な販売活動は難しいと思われる。そこで手掛けたいのが、PR活動の強化による認知度向上である。派手な広告宣伝をする必要はないが、当社のもつ伝統や技術、他社との違いをホームページや会社案内等により訴求することにより、一般に周知することは重要であると考えられる。今回は、ホームページの改定に力を入れて指導を行った。

受講を終えて(受講者の感想)

なかなか打開策が見つからない中、ホームページを活用した積極的な販売展開の指導をいただき、今まで活動が消極的であったと反省いたしました。ホームページの改善も、指導していただき、いままでとちがったページ作成ができたと思います。今回の指導が、改善をしなればという動きにつながったと思います。

まだまだ改善が必要なことはありますが、少しずつ改善を行って、一歩でも前に進んでいきたいと思っています。

今後とも、ご指導をお願いいたします。ありがとうございました。

コーディネーターより

大内塗・大内人形は、山口市を代表する伝統工芸品ですが、業界を取り巻く環境は厳しく、業界各社とも業績が振るわないようです。後継者がある製造所は少なく、このままではそう遠くない将来、大内塗・大内人形の火が消えることが懸念されます。そこで、当社のみならず、組合各社と協力しながら業界全体として活性化ビジョンを考えることが必要です。当社は、業界の中では最も伝統と実績のある製造所で、指導的立場にある存在なので、組合活動を通じて、業界各社をリードされることを期待します。