

“SIMPLE/POP/CHIC”なマスキングテープの販路拡大

icco nico (奈良県)

SIMPLE/POP/CHIC”をテーマにオリジナルのマスキングテープを自ら企画・販売する事業者。

1. 相談のきっかけ

- ・相談者はデザイン力を磨き上げ、“SIMPLE/POP/CHIC”をコンセプトとした、「実際に使う、でもどこか人と違う、ちょっと自慢できる」、念願の雑貨づくりで創業を実現。
- ・次のステップとして販路拡大に向けた取組みを進めていたところ、奈良県商工会連合会より、当拠点を紹介されたことから商品の販路拡大及び事業化について、当拠点の相談を受けるに至った。

2. 課題整理・分析

現状分析から下記の課題を把握。

- ・事業者はファブレス企業であり、原価率・在庫高のバランスの取れる製品政策(種類、生産ロット等)を導入すること。
- ・資金余力や販売先も少ないため、実情に見合った戦略構築をすること。当面、目に見える機会を生かした展開に取り組むこと。
- ・大手商社との取引を進めるうえで、卸売価格等取引条件が通常取引と異なるため、通常とは別個で原価低減・在庫リスクを抑える手法を導入すべきこと。

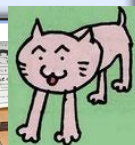
3. 解決策の提案

- ・販売データ分析から、売れ筋商品の生産ロット向上による原価率低減対策を提案。
- ・当面は、販路開拓の機会である、海外引き合い先、ネット販売に絞り込んだ展開、をそれぞれ提案。
- ・大手商社等には、売れ筋商品の販売・OEM受注で、在庫リスクを抑え、生産ロット数を向上させ、販売可能レベルまで原価を低減させることを提案する。



4. 成果

- ・売れ筋商品として、半年間売れ続けている商品を絞り込み販売数を元に生産量を引き上げたところ、原価率が約10%低減。(大手向けでは、生産量がさらに増加するため、原価はより低下する見込み。)
- ・以前から引き合いがあった海外販路(台湾)へのネット販売を開始することができた。また、日本貿易振興機構(ジェトロ)の主催するステーションリー輸出商談会に参加し、引き合いを1件獲得。
- ・アメリカ向けの展示会に出展を計画。奈良県と連携し、「NY NOW 2015 冬展」の奈良ブースに出展を予定している。
- ・大手商社等への提案は、海外引き合い先の獲得等の取組み後に対応を検討していく。



<同社の商品>