

「自然を磨く」、「自然を身に纏う」アクセサリーの販路拡大

Bijoux Kei (奈良県)

自然をモチーフにデザインした、天然の黒檀や鉱石アクセサリー事業化に向けた取組み

1. 相談のきっかけ

- 相談者様は2012年に天然素材を用いたアクセサリーの販売を始めたが、売上高増加の具体的な対策について悩んでいた。そのような中、独立行政法人中小企業基盤整備機構に相談をしたところ、当拠点の紹介を受けた。

2. 課題整理・分析

- 販路が整備されず限定的な販売活動。
 - 店舗の顧客には一部商品のみ納品
 - 催事販売は一過性の販売で終始している
- ブランドコンセプトを煮詰めておらず、キャッチコピーがないため商品の良さが伝わりにくい。
- 売上高に対して固定費が高く、展示会出展費用等の予算管理が必要である。

3. 解決策の提案

- リピーターの取込み対策として、ネット販売を提案。また、取扱商品全般を販売する機会を増加させるために、引合いのある催事出展を進めるように指導。
- 自社ブランドの強み等を元に、キャッチコピーを作成することを提案。
- 販売ターゲット・費用対効果も踏まえ、出展する展示会の絞り込みを行うことを提案。



4. 成果

- 現状、取引先店舗・出荷アイテム等が少なく、催事においても一過性の取引(その場限り)となっているため、ネットショップを開設し、催事等で案内することでリピーター獲得・販売量を増加させる体制を構築できた。また、取組み実績を元に新たな取引先(催事・店舗)開拓の体制作りができた。
- 強みである天然の(自然)黒檀、鉱石(水晶等)および、自然をモチーフにしたデザインを掛け合わせて、「自然を磨く」、「自然を身に纏う」とし、商品の良さが消費者に伝わりやすいキャッチコピーが仕上がった。
- 顧客獲得・販売促進のため、展示会出展は継続するが、費用対効果を踏まえ、反響の良かった展示会「Doors」のみに絞って出展することで、当期は、約50%程度の経費を削減できることとなった。

