

柏商工会議所

実践 販売促進!! 販路拡大とした事業計画策定事業
『かしわ道場』

成果報告

(令和元年9月～令和2年1月)

事業概要

【目的】

地理情報システム（GIS）を活用し、データに基づいた商圈分析を把握し、根拠ある数値から問題解決への道筋をたて、具体的販売促進施策（アクションプラン）の検討、自社の強みを生かした事業計画の策定を行う。商圈内の統計データを用いることにより、少ないコストで高い反響が得られ、効率の良い動きにより、業務改善及び時間外労働の削減に繋げ、各従業員への賃金向上を図る事を目的とし、リスクを抑える工夫をした事業者の経営力強化と持続的な発展を図ることを目的とする。

【セミナー開催日】（全6回+個別相談）

1回目：令和元年9月25日（水）・ 2回目：10月2日（水）・ 3回目：10月9日（水）
4回目：10月23日（水）・ 5回目：11月7日（木）・ 6回目：令和2年1月22日（水）

【場 所】 柏商工会議所

参加事業所の属性

	業種	資本金又は出資額	常時雇用する労働者	参加事業所
①	サービス業	5,000万円以下	100人以下	10社
②	小売業	5,000万円以下	50人以下	5社
③	製造業	3億円以下	300人以下	2社

第1回 「GIS（地理情報システム）を活用した商圈分析及びターゲット顧客の設定方法の習得」

令和元年9月25日（水）15：30～17：30

●オリエンテーション

事業計画書作成あたり、本日のテーマである商圈分析の重要性について大切さについて説明し、各自「現状確認書」の記入の実施

●地理情報システム（GIS）を利用した商圈調査の手法や市場動向調査の手法紹介・ターゲット顧客の設定について

メディアで放映された成功事例の動画を紹介

●事業計画の作成にあたって

「現状確認書」の記入について理解し作成

●商圈分析レポート

対象エリアの商圈情報の習得

（受講者の声）
具体的に教えて頂いて勉強になりました。
（アンケートによる）

第2回「店舗・ペーパーメディアを利用した 販売促進の習得」

令和元年10月2日（水）15：30～17：30

●ターゲット顧客の選定

各事業所の商圈分析資料を配布し読み取り方の説明。その後ターゲット顧客の選定の学習。

●看板や店頭表示物による販促の手法紹介

共通しているものは“キャッチコピー”であるため、二人組になりワークの学習。

●チラシやダイレクトメール、プレスリリースによる手法紹介

良い看板、良いチラシの作成方法及び当所で行っているマル得チケット、プレスリリースの説明。
新規顧客、既存顧客への販促方法及び店外型と店舗型の販促方法について学習し、表現のテクニックを習得した。

(受講者の声)

キャッチコピー、販促がとても参考になりました。
(アンケートによる)

(受講者の声)

キャッチコピーで、お客様への印象が全然違ってくるのだなあと改めて感じました。(アンケートによる)

第3回「インターネットを利用した販売促進の習得」

令和元年10月9日（水）15：30～17：30

●Webを利用した販売促進手法紹介

ターゲットとしている顧客層に応じて発信することの重要性を説明し手法を紹介
自社がすべき販売促進手法の検討を行い、実践可能な促進方法を学習。

●ホームページについて

Jimdo（無料可）→ペライチ（無料可）→ワードプレス（有料）→まずは無料から始める
キーワードを「ビジネス情報」に入れ込む等ポイントを学ぶ。

●Googleマイビジネスの登録について

ローカルパックは効果的のため、ホームページと連動させる。
Web上での顧客に提供する価値・ブランド力をあげる努力を行う努力、また情報の更新など継続
を心がける事を学び、顧客の記憶に残る（目立つ）手法について習得した。

（受講者の声）より具体的な手法や効果的な取組を教えて頂いたので実践していきたいと思いました。（アンケートより）

（受講者の声）googleマイビジネスを登録したまま使っていなかったもので、きちんと作らなければと思いました。（アンケートより）

第4回 「事業計画書への落とし込みと 具体的販売促進施策の検討」

令和元年10月23日（水）15:00～18:00

- 実行すべき具体的「販売促進施策」の検討
- 「客数×客単価」から売上高を推計（業種別目安）
- 損益分岐点売上高の計算方法

事業計画書への落とし込みから、実現可能な収益計画書の立案方法を習得。環境の変化による計画の見直し、振り返りができるよう四半期ごとの計画も学ぶ。また自分に向けた日報を書くことにより行動の改善が行えるよう意識づけの促進があり、日々の業務改善に繋がる事を学習した。

（受講者の声）

事業計画をきちんと見直す必要があると痛感しました。
（アンケートより）

（受講者の声）

- ・新たな知識が得られました。
- ・とりあえず作成してみて、ご指導ください。
（アンケートより）

第5回 「販売促進施策検討 & 発表会」

令和元年11月7日（木）15：00～18：00

- 具体的な販売促進施策について発表
- ディスカッション及び講師及びアドバイザーからフィードバック

発表したアクションプランを年末商戦に向け各自実施。

頭の中で描いていた計画を紙におこす事により、ビジネスモデル、商圈分析、自社の強みの振り返りが可能となった。また各社の発表及びアドバイザーによるコメントによって、自社の考え方や手法を見直すきっかけとなり、自分が今何をすべきかが明確化された。

(受講者の声) 他の方の発表、それに対する先生方のコメントもとても参考になりました。
(アンケートより)

(受講者の声) 皆さんの発表をお聞きして大変勉強になりました。自分も頑張って実践していきます。
(アンケートより)

(受講者の声) アドバイスを頂いたので実行したい。勉強になりました。(アンケートより)

第6回「効果測定及び 自社での効果測定方法の紹介」

令和2年1月22日（水）15:00～18:00

●販促を実践した効果測定の発表

実践した販売促進及びそこで得られた効果の発表会を行った。

事業計画書作成提出10事業所

《効果測定結果》 回答10事業所

客数

引き合い件数の増加、リピート率の向上、新規顧客の獲得があり、集客率が111%～143%（7事業所）向上の結果が得られた。新規顧客の獲得やリピート率の向上は非常に難しいところであるが、セミナーでの学習が実を結び、数字として結果に表れた。



セミナー中の様子

実施した具体的販売促進について

(実店舗あり) ターゲットの変更、チラシ作成、店内POP、ファザードの向上、
物販の開始、ホームページの改善、クーポン券の配布、口コミの利用
開始、googleマイビジネスの登録

(実店舗なし) マッチングイベントに登壇、SNSの発信開始、営業内容(品目)の変更

今後の販売促進施策について

各事業所とも目標達成のため掲げた販促の継続、入会キャンペーン、ワークショップ
イベントの開催、チラシの配布、休眠客へのアプローチ、SNSによる定期的発信、
動画配信、口コミ制度導入を行う。

上記内容の発表から、KPI(重要業績評価指標)は売上・粗利と連動させ、
現在掲げている売上目標及びアクションプランについて常に管理していく事を進めた。

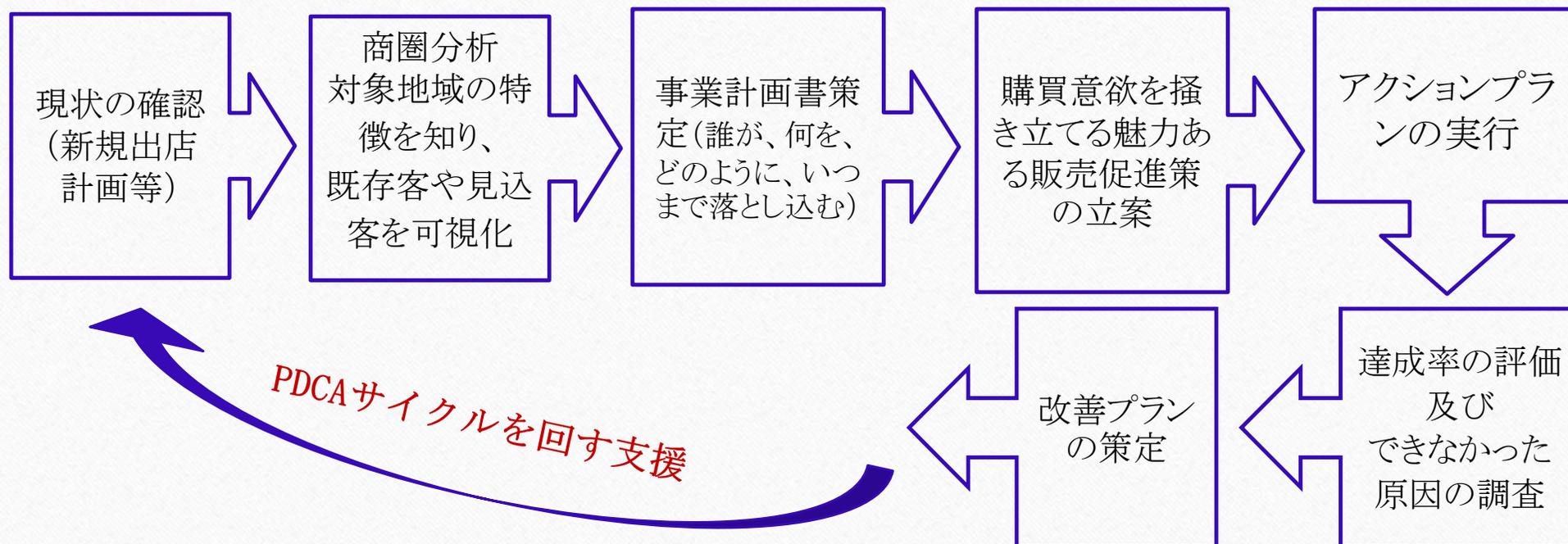
受講者の声

- とても良い勉強になった。これからも継続していきます。
- この講座により、しっかりと今後について検討、計画することができた。
- 今後も継続し営業経営に生かしていく。
- PDCA管理シートを作成して向上できる様にしていきたいです。
- 事業計画を立て、数字を意識する大切さを改めて教えて頂きました。
- 販売促進に終わりはないという事、そして常に変化していくという事もあり、学びと実践の継続が必要だと感心しました。
- 受講者の皆さんのお話もとても参考になりました。
- 直接中小企業診断士の先生にご相談ができ、とても有意義なセミナーでした。
- いろいろなアドバイスをありがとうございました。
- アドバイス等大変参考になりました。
- いい勉強になりました。
- また参加させてください。



全6回のセミナー及び個別相談を得て頂いたアンケートよりご意見・ご感想を抜粋

今後の支援



参加事業者は、利益率向上に向け業務改善及び時間外労働の削減に動き始めたばかりです。今後も、KPI (重要業績評価指数) の進捗を含め、上記支援の流れを繰り返し実施し、効率の良い動きにより業務改善及び時間外労働の削減に繋げ、事業者の経営力強化と持続的発展を図るよう伴走支援を継続していきます。