

IT活用による販路拡大

支援機関 東予信用金庫

支援内容 Webを活用した自社製品直販強化による利益率の向上

支援区分 IT活用

株式会社 ミラズウサ

事業者概要

社名/株式会社 ミラズウサ
代表者名/代表取締役 宇佐 幸子
業種/小売業、ガラス製品製造
所在地/西条市大町844-8
資本金/5,000,000円
設立/平成2年2月2日
従業員数/2名



ガラス製品作製中

支援に至る経緯

株式会社ミラズウサ（以下、「当社」という）は平成2年に創業し、愛媛県西条市でガラス製品製造、作家の作品（主にガラス製品）小売業を営んでいる。代表である宇佐幸子氏は2代目、先代の時代にはサッシ販売・施行を主業としていたが、時代の変化に伴いサッシ業界の再編が見込まれ、ガラス製品へ業態転換すべきとの支援機関からの提案もありガラス製品製造を主業としてきた。取扱商品は、夫が制作するガラス製品に加え、他の作家の商品も委託販売しているが「売上の増加を図り利益につなげるためにどうすればよいか」を東予信用金庫（以下、「東信」という）に相談したことから、今回の支援が始まった。

支援内容

今回、東信及び公益財団法人えひめ産業振興財団（以下、「財団」という）並びに専門家が力を合わせて以下の支援を行った。

(1) 自社製品売上増加策の検討

- ・まず事業内容の確認と当社を取り巻く環境、内部及び外部の両面から検証した。売上について自社製品・作家作品に分け、それぞれの割合・経費・利益率、また販売方法・対象顧客・利用顧客・商品性など多方向からの現状把握・分析を行った。その結果利益率の高い自社製品直販による売上増加を図ることが重要であることがわかった。自社製品は実店舗での販売はリピーターが中心であり売りに占める割合は低い、そこでWebを活用し自社制作のオリジナル商品を販売し売上アップを目指すこととなった。

(2) 専門家派遣

- ・Web戦略策定のため、財団の専門家派遣制度を活用、専門家を派遣し、現状の自社サイトやSNS等の取組みを整理した。専門家からのアドバイスをもとに、次回までに改善事項に取り組むという作業を反復して行っており、現在も支援は継続中である。



支援の効果

- ・現状の売上増加施策を整理することで、売上増加＝利益増加ではないことが認識できた
- ・自社製品販売強化のためには、費用のことも考え、Web戦略策定すると共に接客できる自社サイトの完成に重点を置き取り組むこととした。



今後の展開

- ・東信、財団、専門家からのアドバイスを参考にWeb戦略を策定し、自社製品の販売強化につなげていく。



事業者の声

今回、財団の支援を受け、自社サイトの施策等がリンクしていないことや相乗効果が出るようなくみになっていないことに気づかされました。今後はWeb戦略を策定し自社製品の売上増加、適正利益確保に努め更なる事業拡大を図っていきます。



代表取締役 宇佐 幸子

支援者の声

私は当社のガラス製品の大ファンでした。ガラス製品はなんとなく夏場のイメージがありましたが、当社の作品を知ってからは一年を通して色々なシーンで利用させていただいています。当社の可愛い、個性豊かな作品を全国で紹介していくお手伝いができればと思っています。



東予信用金庫 久保 朋子