

Web 戦略策定及び実行支援

支援機関 公益財団法人えひめ産業振興財団 支援内容 顧客増加

支援区分 その他(経営戦略)

株式会社 MAHALO

事業者概要

社名/株式会社 MAHALO
代表者名/代表取締役社長 百田 達一
業種/美容院
所在地/松山市味酒町3-2-29
資本金/1,000,000円
設立/平成28年9月1日
従業員数/5名



店舗外観

支援に至る経緯

【事業内容】

株式会社MAHALO（以下、「当社」という）は松山市内で美容院を22年前に個人事業にて開業し、地場では老舗の美容院である。

様々な経営環境の変化に対応してきたが、この数年間は売上の減少が続いている。

取引先の美容卸会社に相談したところ、公益財団法人えひめ産業振興財団（以下、「財団」という）を紹介され来所された。

現況は、所有するビル内の1階と2階の2店舗を経営者と夫人がそれぞれ定休日を変えて営業している。ヘアメイク、ネイルメイク、アイメイクのトータルサービスが提供できることを特徴としており地域に愛され技術的にも高く評価されている店舗である。

昨年、従業員の福利厚生充実のために法人化をおこなう等、従業員の働きやすさの向上にも取り組んでいる。

【課題】

- (1) 売上の減少
- (2) 新規顧客獲得に向けた計画的取組みの不足

中核のスタイリストの退職も要因となり売上はピーク時より下がってきている。

また、30代、40代のスタッフが不在で、同年齢層の顧客獲得が進んでいない。

売上増、収益改善に向けての有効な戦略策定が必要との認識はあるが、当社のみで策定実施することは難しく、財団の専門家派遣制度を活用して、支援を開始することとなった。

支援内容

当社への支援は専門家派遣制度を活用して実施された。

専門家は上田修ビジネスアドバイザー（以下、「上田BA」という）をお願いした。

上田BAは経営者であると共にITの専門家でもあり、両面からの課題抽出と戦略策定に臨んだ。

支援の効果

(1) 顧客への販促方法の見直し

スタッフ担当者が個々に来店お礼状のハガキを送るなどしていたが、店舗として全体で情報共有を図るように変更した。

一方、アイメイク（まつ毛パーマ）利用客が増えているので、ヘアケアへのお試し利用への誘導や割引キャンペーン等により顧客単価アップへつながらよう、スタッフ全員でお客様への声掛けの方法など、具体的な行動目標に統一した。

次回来店までのサイクルを短縮するために意識的に予約誘導を図ることにより、リピート率を上げていく取組みを始めた。

誘客策を年間スケジュール化して項目ごとに推進する担当者と実行期限を定めた。

(2) ホームページの見直しとFacebookの情報発信の強化

ヘアケア、ネイル、アイメイク、雑貨販売と情報が整然としていたホームページを美容院らしいイメージの内容にリニューアルした。

あわせてFacebook企業ページも整備してお客様への情報発信力を高めた。

今後の展開

経営者夫妻が積極的に若いスタッフを育てていき、常連客を若いスタッフが担当できるようにしていく。店舗の課題や戦略を共有していき、誘客策は店舗全体で取り組み、成果を喜び合うお店を目指していく。託児スペースも設置したので、さらに顧客が来店しやすい環境整備も進めていく。

事業者の声

あれもこれもしなければと、気持ちばかりが先走っていましたが、今回の支援で最優先すべきことは何か、取組み期日はいつまで？そんな具合にステップを追って進めて頂いた上に、SNS対策等までアドバイスして頂き大変感謝しています。

良い結果を報告できるよう、継続して取り組んでいきたいと思えます。



代表取締役社長 百田 達一

支援者の声

百田社長は、まず従業員の働く環境整備のために、法人化に伴う社会保障整備、給料体系の見直しに取り組みされました。業績が厳しい中でしたが「まずは働く人たちの幸せ」という強い信念で推し進められ、今では、従業員のやる気に繋がっています。経営戦略ありきで支援するのではなく、働く環境づくりにも注視していく必要があると感じました。今回作成したアクションプランをさらに良いものにしていくよう応援をしてみたいと思います。



アドバイザー 上田 修