

長野県松本市

飲食業・食品製造業

販売強化・販路拡大

HP・ECサイトへの対応

## 自社商品であるペットフードの販売強化に着手 2名の副業・兼業人材と、都心部への販路拡大を目指す

### 株式会社酒楽

地域事務局 ▶ 松本商工会議所

所在地 長野県松本市  
設立 2011年  
資本金 300万円  
従業員数 100名  
事業概要 飲食店経営  
業種 食品物販製造販売業等



#### 自社商品の販路開拓に課題



##### 活用背景

1年前から新規事業としてペットフード“ISOP”の製造販売事業を行っていたが、飲食店経営が主力事業ということもあり、**商品販売のノウハウが社内にはあまり無い**ような状況であった。

また、販路拡大のため、**自社製品を置いてくれる都心部の販売店を開拓したい**と考えていたが、当事業は責任者1人で対応していることもあり、実現ができていない状況であった。

#### 販売戦略の策定と実行



##### 取組内容

商品企画やプロモーション戦略に長けた副業・兼業人材と一緒に、まずは**HPやECサイトのブラッシュアップに着手**をする。その後、その人材のサポートを受けながら、**販売戦略やブランド戦略の策定**も行った。

販売戦略が固まった後、都心部在住のもう1名の副業・兼業人材にも参画をしてもらう。現在その人材と、都心部の販売店に向けた、**訪問型の営業活動**を行っている。

#### 販売強化のための基盤作り



##### 活動成果

HPやECサイト、営業資料のブラッシュアップを行い、**既存商品の販売を強化するための基盤を整える**ことができた。

また、販売店に対する訪問型の営業活動は現在着手中につき、具体的な成果はまだ出ていない状況ではあるものの、一部の販売店からは良い印象を持ってもらっており、**今後の販路拡大の兆し**が見えつつある。



## 株式会社酒楽

### マッチング人材



#### 人材A(50代前半・個人事業主)

デザイナーを経て、健康食品メーカーでマーケティング職を経験。現在は個人事業主として企業のブランド戦略や地方創生に関わる仕事に従事。



#### 人材B(40代後半・個人事業主)

大手企業～ベンチャー企業にて、秘書的業務、営業事務、備品調達、経理・総務・人事との連携等、幅広い業務に対応。

### 期間・報酬・取組概要

| 期間                                         | 報酬合計               | 打ち合わせ頻度                             |
|--------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------|
| 人材A=2023年4月～<br>人材B=2024年1月～<br>(双方現在も継続中) | 人材A、人材B共に<br>月額5万円 | ・月1回オンラインでのお打ち合わせ<br>・メールや電話での相談は随時 |

### 活動内容詳細

#### HPやECサイト、営業資料のブラッシュアップと販売戦略の策定

新規事業として進めていたペットフード“ISOP”の販売を強化するため、最初の2カ月ほどの期間で、マーケティング分野に長けた人材のサポートを受けながら、HPやECサイト、営業資料等、販路開拓を行うためのツールのブラッシュアップに着手する。その後、都心部への販路開拓に特に注力するため、オンライン(月1回)で打ち合わせを実施しながら、販売戦略やブランド戦略の策定を行った。

#### 販売戦略に基づいた、訪問型営業活動の実施

販売戦略やブランド戦略の策定を行った後、都心部在住の人材が、新たに参画する。販売戦略策定をサポートしてもらった人材も含め、オンライン(月1回)で打ち合わせを実施。並行して、事業責任者と新たに参画した人材で、都心部にある販売店へ訪問型の営業活動を行っている。

### 活動成果

#### 販売強化を行うための基盤作り

ペットフード“ISOP”の販売を強化するための基盤(HPやECサイト、営業資料)を整えることができた。また、社内にノウハウが少なかった販売戦略について、副業・兼業人材の知見を交えながら策定できたことは、特に大きな成果だと感じている。

#### 訪問型営業の実行と、販路拡大への兆し

販売店向けの訪問型の営業活動は着手中で、現在10社程の営業先に足を運んでいる状況である。正式な契約にはまだ至っていないものの、一部の営業先からは良い印象を持ってもらっており、今後の販路拡大の兆しが見えつつある。



事務局担当者

#### 企業の選定理由

事務局視点でのコメント

#### 支援機関の関わり方

人材の提案内容について、企業が感じていた課題を解決できる内容だと考え、2名の人材に興味を持った。人柄も良く、互いに成長できるような関係性になれるのではないかと考え、マッチングが実現した。

#### 企業の課題整理

面談同席(長野県信用組合、松本商工会議所、株式会社パソナJOB HUB)

#### 企業が感じていた課題の種類

- 1 営業が不十分/販路を拡大できていない

#### 企業が感じる成果の種類

- 1 雇用形態に捉われない人材活用の考えが広がった
- 2 経営者自身の学びにつながった

長野県松本市

製造業

社員のモチベーション向上

新商品開発

## 副業・兼業人材の力を借り、新商品開発を通じた社員のモチベーションアップを実現

### 株式会社関一精機

地域事務局 ▶ 松本商工会議所

|      |                  |
|------|------------------|
| 所在地  | 長野県松本市           |
| 設立   | 1983年            |
| 資本金  | 1000万円           |
| 従業員数 | 46名              |
| 事業概要 | 精密機械加工・精密研削、部品製作 |
| 業種   | 金属製品製造業          |



#### 社員のモチベーション向上に課題



##### 活用背景

社員のモチベーション向上を目指していたが、**具体的な施策やアイデアが社内には足りていない状態**であった。年1回程度、社員満足度調査やワークショップの実施は行っていたものの、その場限りのもので効果が分かりにくかったため、**社員が継続的に取り組むことができるような、モチベーションアップのアイデアを得たい**と社長は考えていた。

#### 新商品開発のプロジェクト発足



##### 取組内容

副業・兼業人材のファシリテートの下、社員6名を巻き込んだ**新商品開発のプロジェクトを発足**させる。打ち合わせを通じ、社内では初の取り組みとなるBtoC商品（時計の文字盤）の企画が決定する。プロジェクト開始直後は、**副業・兼業人材が参加メンバーへの1対1の面談を実施**し、コミュニケーションを取った上で社員が積極的に参加できるような体制づくりに努めた。

#### 社員の積極性が向上



##### 活動成果

商品の企画が決定した2か月後に試作品が完成する。現在は企画のブラッシュアップに加え、マーケティング部分に着手をしている。また、**副業・兼業人材がうまくファシリテートし、社員の積極性を引き出せた**ことにより、参加メンバーからは仕事に対する前向きな声が上がっている。また、**副業・兼業人材がメンバーと適宜コミュニケーションを取り、モチベーションを維持するためのフォロー**も行っている状況である。



## 株式会社関一精機

### マッチング人材



#### 人材A(50代前半・個人事業主)

創発型の企画・プロジェクトづくりが得意。大手広告代理店でマーケティング、新商品開発等、企画やプロジェクトづくりを行う。またその傍ら地域のプロジェクト支援や個人向けキャリア教育にも携わる。

### 期間・報酬・取組概要

| 期間                   | 報酬合計   | 打ち合わせ頻度                               |
|----------------------|--------|---------------------------------------|
| 2023年3月～<br>(現在も継続中) | 月額15万円 | ・2週間に1度(1回につき2時間程度)<br>・メールや電話での相談は随時 |

### 活動内容詳細

#### 社員を巻き込んだ新商品開発プロジェクトをスタートする

副業・兼業人材のファシリテートの下、社員6名を巻き込んだ新商品開発のプロジェクトを発足させる。約半年間、2週間に1度(1回につき2時間程度)対面での打ち合わせを通じ、社内では初の取り組みとなるBtoC商品(時計の文字盤)の企画が決定する。

#### 社員の積極的な参加を促す仕組みを作る

副業・兼業人材のアドバイスもあり、社内交流活性化のため、プロジェクト参加メンバーについては部署や男女比、職種もバラバラな社員を選定した。またプロジェクト開始直後は、副業・兼業人材が参加メンバーへの1対1の面談を実施し、コミュニケーションを取った上で社員が積極的に参加できるような体制づくりに努めた。

### 活動成果

#### 社内初のBtoC製品である「時計の文字盤」の販売企画、マーケティングに着手中

商品の企画が決定した2か月後に試作品が完成する。現在は企画のブラッシュアップに加え、マーケティング部分に着手をしている。特に副業・兼業人材がSNS活用に長けていることもあり、SNS発信のアドバイスを受けながら、販売チャネルについて同プロジェクトメンバー内で検討をしている状況である。(販売タイミングは半年～1年後を想定)

#### 新商品の開発を通じ、社員のモチベーション向上を実現させる

副業・兼業人材がうまくファシリテートし、社員の積極性を引き出したことにより、参加メンバーからは仕事に対する前向きな声が上がっている。また、副業・兼業人材がメンバーと適宜コミュニケーションをとり、モチベーションを維持するためのフォローも行っている状況である。



事務局担当者

#### 企業の選定理由

事務局視点でのコメント

#### 支援機関の関わり方

企業が当初課題に感じていた社員のモチベーションアップに対し、人材の提案は実現可能かつ、魅力的なものであった。また面談時に具体的な進め方を提案頂いたこと、またお人柄にも魅力を感じ、マッチングが実現した。

#### 企業の課題整理

面談同席(長野銀行、松本商工会議所、株式会社パソナJOB HUB)

#### 企業が感じていた課題の種類

- 1 商品・サービスの開発・改善ができていない
- 2 人材育成が十分にできていない

#### 企業が感じる成果の種類

- 1 雇用形態に捉われない人材活用の考えが広がった
- 2 従業員の満足度や会社への貢献性が高まった