

2013/10/21

中小企業政策審議会 第2回小規模企業基本政策小委員会

【北極しろくま堂 事業についての課題と解決・経緯】

北極しろくま堂 取締役

園田 正世

1 経緯

2000.12	創業（ネットショップは2001.10～）
2003.09	おんぶひもブーム
2004.10	オリジナルスリング『キュット ミー！』発売、特許申請
2003～07	スリングブーム（自由が丘店 05 年、神戸店 07 年 開店）



キュットミー！



キュットミー！823



タートリーノNEO



へこおび（兵児帯）

*当社は babywearing（赤ちゃんを密着してだっこやおんぶをすること）の商品だけを企画・販売している。このようなメーカー、小売り業者は世界的にも十数社のみ。商品の企画は自社で行い、製造は国内 OEM。輸出はしていない。

2 課題浮上の背景と内容・対応策

1 業務量が急激に増加した	
内容	おんぶひも（03年）、スリング（04年頃～）ともにブーム到来。製造ペース、配送ともに急激に増加。
背景	おんぶひも：マスコミでの報道 スリング：日本にない商品であったことの目新しさ、口コミ（インターネットの普及との相関）、マスコミでの報道
方策	業務を仕分けして、直接しなければならないこととアウトソースできるものを分類。 直接：商品企画・製造管理、ユーザーへの説明・コミュニケーション、ブランディング（広報） OS：在庫管理、検品・発送業務、返品等対応
2 事業の拡大と継続→縮小	
内容	実店舗を開店 自由が丘（05年）神戸店（07年）従業員が増え拡大した。それに伴い人事管理や教育、店舗運営など、これまでのビジネスモデルとは違う業務が発生 経理面でも大きな変更があったが、経営者として見通せていなかった
背景	ネットで知名度 up→リアル店舗へというアドバイスが周囲からあり、出店を決めた。初めての借り入れもした。 インターネットを利用したビジネスモデルから全く別のビジネスモデルを提案されたが、当時はそれに気付いていない。（「ネットで成功したらリアルに出る」のが王道なのか？）
方策	経営体力がなく閉店。しかしブランディング面では成果を残す。 →結果的に経理の内容がまったく変わってきたため、それに対応できる自身の能力が足りなかった。また運転資金としても多数の人材を抱えて継続するだけの体力がなかった。 →事業として大転換期であった事に対する自覚がないまま突入してしまった。準備不足、知識不足、自身の働ける環境が整っていなかった。

- * 今後の課題：自分の事業の方向付けを見据えている創業者は少ない。数字や慣例だけではなく、カウンセリングによって理念や指針、あり方を自覚するようなコンサルティングがあっても良いと思う。

3 参考

① 秋葉原商業集積調査にて

(註) この資料は、東京大学商業集積調査特別演習（田中秀幸教授）・東京工業大学中小企業創造演習（出口弘教授）の成果物の一部で、担当教員の許可を得て掲載

店の専門性が増すほど 店員の専門知識は不要

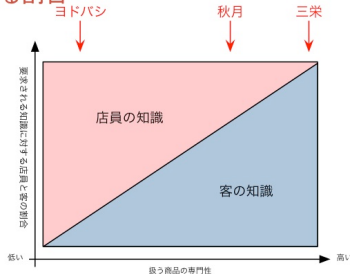
チーム1
September 26, 2013

糸永順子, 園田正世, 吉村直人, 山岸昂介

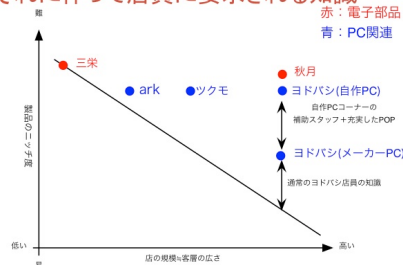
問題意識と仮説

- ・ 専門店ビジネスが成り立つ背景
- ・ 実店舗の店員には、こだわりの強い顧客のニーズや質問に応えられるくらいの専門性があるのではないだろうか
- ・ 買う人がAkibaの実店舗に来るのは専門知識がある店員から話を聞いて買いたいからではないか

要求される知識に対する店員と客の 占める割合



製品のレベルと客層、 それに伴って店員に要求される知識



- * 商業を維持していくためには、顧客ニーズを吸い取って対応していくことが大切。ニーズは変化している。自身の事業がどのようなタイプかを見極める必要がある。マーケティング以前のヒアリングによって、小規模店などが対応できる範囲ではないか。

② 資料「小規模事業者のライフサイクル」について

- ・ 「地域での持続的経営」に対して、売上を伸ばす、商圈を広げる（キープする）以外にもニーズがあるのではないか。
- ・ 自社がもつ特化した商品やサービスをより高めていく支援、面的に広がらなくても、継続して **only one** を保ち続けるための方策はないか（広がるよりレベルを維持する）
- ・ よりミニマムな支援があっても良い（ex: はんだづけカフェ、プリンターカフェのようなものでも創業予備軍には使える）