

業種 (番号 記入)	6	1製造業 2建設業 3卸売業 4小売業 5飲食業 6サービス業 7その他	主な取扱 商品・製品等	まっげエクステンション 雑貨販売			
資本金	万	年間 売上高	500万円	従業員 数	常時雇用 1人 パート 0人 役員(法人) 0人 専従者 0人	創業 年月 (西暦)	2018年 11月
指導日		主な指導項目					
5月29日(金)		コーポレートサイト/ECサイト作成におけるポイント					
6月2日(火)		自社の強み洗い出し・持続化補助金(コロナ対応型)の書き方ポイントについて					
6月3日(水)		持続化補助金(コロナ対応型)の書き方ポイントについて②					
指導 分類 (番号 記入)	9	11	16	1経営全般 2創業 3事業承継 4事業計画 5資金 6法律・特許等 7税務 8労務 9販路・取引 10開発・技術 11 IT・情報化 12生産・品質管理 13店舗・不動産 14記帳 15倒産防止 16その他(持続化補助金申請について、県再起促進型補助金)			
相談 内容	COVID-19の影響により美容関係の売上げが激減したため、非対面式のビジネスモデルへの転換を希望。どのように進めたらいいか。 ECサイトを作成する際の費用感を知りたい。 補助金の申請書の書き方をレクチャーして欲しい。						
相談 時 に お け る 課 題 ・ 問 題 点 等	<ul style="list-style-type: none"> ・美容関係の業務が必ず対面して行わなくては行けない業務なので、その他の業務で非対面式のモデルに転換できる場所を探していく。 ・売上の減少から新規事業を構築する際のコストを抑える方法を模索する。 ・新規事業を回していける人材をどう確保していくかを考える。 ・販売している自社ブランドの商品が埋もれてしまってもったいない。ECサイトを持つなどして販売チャネルを増やしていけると良い。 						

指導概要(指導日毎)

5月29日

- ・ECサイト構築に関する相場・費用感をお伝えする

- ・ECサイトを構築したい経営者の声を聞いているようなので、地域の仲間を集めてオンラインショッピングモールを作成できないか?との質問あり。

自社ブランドの販売チャネルを増やすことや、COVID-19の影響により落ち込んでいる地域経済の活性化にもつながるので、数ある程度(10社ほど)集められるようであれば、モールでの構築を視野に入れても良いとアドバイス。

モール型のショッピングモール構築の相場・費用感もお伝えする。

- ・ECサイトにかかる労力について

現在実店舗で従業員が1名働いているが、美容関係の実作業を伴うためECサイト運営を手伝えそうにないとのこと。

ECサイトを並行して運営するにあたり雇用しなくては行けないか?と不安があるとのことだったので、ECサイトの運営を雇用するという方法もあるが、業務委託などWEBに強い人や企業に任せることで、無駄な経費を抑えながら運営の不安が消える

のではないかとご提案する。

まず軌道に乗るまでは、ご自身やご家族のみで回し、運営が厳しそうになったり、売上の頃合いを見てから業務委託へ移行しても良いとアドバイスをします。

・ECサイト(ショッピングモール出展にも検討)制作に関する費用の捻出について

持続化給付金の申請を行っているとのこと、売上の減少によりイニシャルコストの捻出も難しいとのこと。

持続化補助金(コロナ対応型)や神奈川県中小企業・小規模企業再起促進事業費補助金などを活用しながらECサイトのイニシャルコストの補助をしてもらえることを説明。

申請を行うことでECサイトやオンラインショッピングモールの実現性も高くなっていくと思われる。

ご本人も申請に関して同意頂く。今度2回で申請のフォローや、ECサイトの構築に関するアドバイスをやっていくこととする。

6月2日

ご本人も補助金の資料をご覧になっていただき、持続化補助金(コロナ対応型)への申請をご希望。また、自社ブランドのECサイトではなくオンラインショッピングモールで申請を出したいとのこと。

持続化補助金(コロナ対応型)のダウンロードから、書き方のレクチャーと共に自社の強みやオンラインショッピングモールの構築やビジョン・出展者の集め方等を明確にしていく作業を行った。

<補助金の書き方>

様式のダウンロード、店舗の写真や売り上げのグラフを用意することで、視覚的に訴えることができるため用意しておけると良い。

<自社の強みやオンラインショッピングモール構築のメリット>

・自社ブランド「×××」の認知度は〇〇市内では高い。

・「×××」のブランドで他社との商品コラボレーションができるため、ショッピングモール内でコラボを行えると認知度の向上やブランドにおける地域性を根付かせることができる。

・地元版オンラインショッピングモールを開設することで、自社だけでなく地元の各企業の販売チャネルを増やすことができる。よって地域経済の活性化につながる。

・ギフトに向いている商品の陳列が多いため、ギフトシーズン(クリスマスや母の日など)客単価を上げることができる。

・実店舗への来店以外の販売方法(販売チャネル)を地域全体としてネット販売を取り入れることで、地域産業の持続可能性を生み出すことができる。

6月5日が提出期限なので、3日までには商工会へ提出。様式3を記入してもらうこと。

商工会の会員で制作会社を探してもらうこと。

提出までにEオンラインショッピングモールの見積もりをとること。

6月3日

持続化補助金(コロナ対応型)様式2の内容を確認。

サイト作成の見積もりを企業から取ってきて頂いたので様式に金額を落とし込む作業や、自社ブランド画像の挿入や売り上げを示すための円グラフの作り方をレクチャーする。

地域の新聞社(タウンニュース社)にも掲載を希望とのことだったので、見積もりをとる作業を追加で行って頂く。

自社ブランドを作成したデザイナーにもオンラインショッピングモールの話を通したとのこと。概ね賛同頂き追加のブランドデザインにも柔軟に対応してくれる流れとなっているとのこと。

様式2が完成し、その他の様式はご自身でご用意できるとのことだったので、フォローは完了となった。

今後の課題・専門家の意見、総括等

持続化補助金(コロナ対応型)の採択を受けることができれば、イニシャルコストの削減にも繋がり、オンラインショッピングモールの構築に関しては現実的になる反面、補助金の採択を待つとEC構築のスタートが遅くなってしまふ。

COVID-19で売上が実店舗の低迷し、オンラインショップの利用数が伸びてきている良い機会ではあるので、この機会を逃さないためにも出来るところから(既存のSNSを利用したECサイトの構築など)SNSを中心としたインターネット活用を行っていかると良い。

また自社のECサイトと違い、オンラインショッピングモールとなると出展者からの問合せや、購入者からの問合せ対応など専任で担当できる人材が必要になってくると想定される。

雇用を行って人を当てるか、業務委託や会社に依頼するなどして担当できる人材の確保が重要になってくる。

実際のスケジュール感が具体化してきた際に、しっかり考えていく必要がある。