

ISICO PRESS

02

事業承継には「後継者人材バンク」の活用を
経営資源を引き継ぎ、コストとリスクを低減

土とDISCO／(有)よしだ商運



06 | サキドリ 浅倉紙業(株)
08 | フロム・ユーズ (株) オンワード技研

10 | 県内企業から学ぶEECサイトの改善事例の紹介
12 | TOPICS

築120年の農家民宿を引き継ぎ、新たに
民宿&カフェのオープンを目指す田村早
苗さん。詳しくは巻頭特集をご覧ください。
表紙撮影／黒川博司

事業承継には「後継者人材バンク」の活用を 経営資源を引き継ぎ コストとリスクを低減

ISICOが運営する石川県事業承継・引継ぎ支援センターでは、創業希望者と後継者のいない中小企業・小規模事業者をマッチングするための「後継者人材バンク」を設け、成約につなげている。既存事業を承継する場合、設備やノウハウ、取引先といった経営資源を引き継いでスタートできるため、初期投資やリスクの低減が可能だ。後継者人材バンクを活用して新たな一步を踏み出した2人の取り組みにスポットを当てた。

能登で人気の農家民宿を承継 夢の実現目指し、開業準備着々

土とDISCO

鳳珠郡能登町字本木
2-77-1

<https://tsuchi-disco.com>

代表者 田村 早苗
従業員数 1名

創業 2023年4月(予定)
事業内容 民宿、カフェの経営

今春オープンへ 内部をリノベーション

のと里山海道穴水インターから国道249号で車を20分ほど珠洲方面へ走らせると、左手に緑に囲まれた古民家が見えてくる。2021年8月に東京から能登町に移住した田村早苗さんが民宿&カフェのオープンに向け、準備を進める「土とDISCO」だ。

もともとは「ゆうか庵」という人気の農家民宿だった建物で、田村さんが近隣の田畑と山林を含めて引き継いだ。ダイニングキッチンや浴室・洗面スペース、玄関は既にリノベーションを済ませ、大きな仏壇と囲炉裏のある和室や寝室なども今後手を入れ、この春の営業開始を目指す。

リモートワークを中心に東京のインターネット企業で働く夫の哲史さんが、農園の管理など運営をサポートするとはいえ、1歳の長男の子育て中とあって、当面民宿は1日1組、週末のみ受け入れ、平日の日中は奥能登の野菜を使ったスパイスカレーや菓子を味わえるカフェを開く予定だ。

海外経験が起業の原点 懐妊が移住の決め手に

田村さんは1989年、金沢市生まれ。宿の経営を志したのは大学時代にさかのぼる。2年間休学し、世界

東京から能登に移住し、民宿&カフェの経営に乗り出す田村さん夫妻。築120年の古民家には囲炉裏や仏壇が残されている。



写真左／キウイフルーツの木をせん定する田村さん。山菜や自然農法で育てた野菜を使った料理をメニューに盛り込む予定だ。

写真右／リノベーションしたダイニングキッチン。手前はパーカウスター。窓を開けると秋には虫の音が聞こえてくる。



各地を旅しながらゲストハウスに泊まり歩くうち、「そこで生まれる出会いがとても刺激的で、自分でも人と人が出会う場所を作りたい」と考えるようになった。

大学卒業後は東京のIT企業などで7年間勤務し、資金を貯めた。能登での開業のきっかけは2020年2月に県とISICOが都内で開催した移住・創業セミナーに参加したことだった。能登で古民家を改装した宿泊施設を経営する移住者の体験談を聞き、漠然としていたイメージが現実味を増した。能登を訪れたことがなかった田村さんと哲史さんはすぐさま旅行を計画。この際、宿泊したのがゆうか庵だった。

ゆうか庵を営む中田さん夫妻と田村さんは思いがけず意気投合した。というのも中田さん夫妻は、ゆくゆくは娘の住む大阪へ身を寄せるため、5年ほど前から後継者を探していたのだ。しかし、築120年の家屋だけでなく田畑と山林も含め、東京ドーム1個分の土地を一括で売却という条件がネックとなり、引き継ぎは難航していた。その点、自然が好きで、農業や森を活用した遊び場づくりにもチャレンジしたいと考えていた田村さんにとってはむしろ好条件だった。

承継を決めたのはそれから半年後のことだ。新型コロナウイルスがなかなか収束せず、「自由に遊びに行けないなら東京にいても意味がないと感じるようになった」と田村さん。そして、このタイミングで長男を授かり、「子育てするなら東京よりも田舎で」との思いにも背中を押された。

コーディネーターの支援で 安心して事業譲渡契約結ぶ

承継にあたって田村さん夫妻は3週間、ゆうか庵に住み込んで研修を受けた。近隣へのあいさつ、瓦や井戸のメンテナンス、裏庭の手入れ、草刈り機やピザ窯の使い方、山菜マップの作成など、田村さん自身が30項目にわたるリストを作り、引き継いでいった。ゆうか庵の名物メニューだった「ブルーベリーおこわ」の

作り方も教わった。

苦労したのは田畑の承継だ。日本では農地法により農家でない人による農地の購入が厳しく制限されている。そのため哲史さんがJAはくいや、いしかわ農業総合支援機構が主催する農業塾に通って知識や実務を学んだほか、膨大な量の書類を作成して能登町役場や農業委員会に熱意を伝え、許可を得た。

事業承継・引継ぎ支援センターの後継者人材バンクに登録し、支援も受けた。「当初は不動産売買契約で進めるつもりだったが、コーディネーターから助言を受け、事業承継・引継ぎ補助金を活用できる事業譲渡契約に切り替えた。契約書も専門家がチェックしてくれて、調印にも立ち会ってもらえたので安心して承継できた」と田村さんは笑顔を見せる。

家屋や土地の購入、各種手数料などは田村さんの自己資金でまかなった。リノベーションは自己資金に加え、ISICOの起業支援金、能登町の創業・継承支援事業補助金などが助けとなった。今後は事業承継・引継ぎ補助金も活用しながら、さらに宿の魅力をアップさせる計画だ。

自然と音楽、ダンスを介して 多様な人が集まる場に

移住、承継から約1年半が経過し、「自然の厳しさや古民家のメンテナンス、広大な山林の管理など、田舎暮らしは思っていたより大変」と苦笑いする田村さん。そのため思ったように準備が進まないが、去年は、友人や以前の仕事仲間の協力を得て、宿を試験的に営業し、本格オープンを前に課題を探った。

土とDISCOというネーミングには、「二人が好きな自然と音楽、ダンスを介して、都会の人も地元の人も海外の人もごちゃ混ぜになって楽しめる場所にしたい」（田村さん）との思いを込めている。

家族とともに、新天地で夢に向かってたくましく前進する田村さんにエールを送りたい。

母のふるさとでIターン創業 未知の業界でも会社の信用が武器に

(有) よしだ商運

河北郡内灘町鶴ヶ丘3丁目157-14
TEL. 076-286-8182

代表者	柳橋 大輝	設立	2003年9月
資本金	300万円	従業員数	1名
事業内容	運送取次業		

コンビニ本部などで活躍 既存事業の拡大に自信

よしだ商運は、トラックが出発地から目的地まで荷物を運んだ後、出発地へと戻っていく際に積む荷物を手配する運送取次業を営んでいる。特に九州の運送会社とのネットワークに強みがあり、荷主となる北陸の運送会社からの信頼も厚い。

そんな同社の事業を昨年10月に引き継いだのが柳橋大輝さんだ。柳橋さんは1990年、京都府生まれ。京都や大阪の経営コンサルティング会社や大手コンビニエンスストア本部などでキャリアを積み、母親の出身地でたびたび訪れる機会のあった石川県で、後継者不在の会社を承継する「引継ぎ創業」を目指し、事業承継・引継ぎ支援センターの後継者人材バンクに登録した。

学生の頃からゆくゆくは起業したいと考えていた柳橋さんが引継ぎ創業を選んだのは、これまでの経験を通じ、ゼロから事業を立ち上げるよりも、既存の事業を拡大していく方が向いていると感じていたからだ。そして、「事業承継するならば、経営者の高齢化が顕著な地方の方がチャンスは多い」と考え、愛着のある石川へのIターンを決めた。

業種にこだわりなし 財務内容と将来性が決め手に

柳橋さんの相談を受け、同センターでは、譲渡を希望している会社約10社の資料を提示した。この中から数社と面談を重ね、最終的に合意に至ったのがよしだ商運だった。

同社の創業者である芳田国昭さんは70代後半を迎え、事業承継に頭を悩ませていた。会社には芳田さんのほかに事務員が一人いるだけ。承継を希望する親族もいなかった。そこで芳田さんがまず相談に訪れたのが日本政策金融公庫だ。その後、公庫からの勧

めで、連携機関であるISICOの事業承継・引継ぎ支援センターに足を運んだ。

「業種にこだわりはなかった」と柳橋さん。企業やコンビニの経営を指導してきた経験を生かして各社の財務諸表とビジネスモデルを吟味し、固定費の少なさ、取引先からの信用の高さと将来性に引かれ、よしだ商運の承継を決めた。

「譲渡を希望している会社を個人で見つけるのは大変なので、センターにいい会社を紹介してもらえて助かった。実際に承継を進める段階でも、税理士や中小企業診断士など、M&Aに詳しい専門家に確認しながら進めることができたのでありがたかった」と柳橋さんは振り返る。

売り上げが前年越える月も 配送エリアの拡充に注力

柳橋さんは、よしだ商運の株式をすべて自己資金で買い取る一方、昨年10月からは芳田さんのデスクの前に座り、働きながら仕事のやり方を学んだ。商談はすべて、極めて短い電話でのやりとりだ。荷主の要望を瞬時に理解し、最適のトラックを手配するスピード感に最初は戸惑った。また、仕事に必要な情報の多くは芳田さんの頭の中にある状態だったため、これを言語化・データ化し、共有するのも難儀した。

それでも苦勞を乗り越え、事業は概ね順調に推移している。12月と1月には、売り上げが前年同期を上回った。今後は事業承継・引継ぎ補助金を活用しながら、関西・関東・中京を出発地とするトラックの確保に向け、営業を強化する考えだ。

事業の拡大に向け 新たなM&Aも視野に

「既存の事業を承継する場合、設備や人材、取引先といった経営資源を引き継いで事業を始められる



よしだ商運を引き継ぎ新たなスタートを切った柳橋社長(写真右)と事業承継をサポートした北コーディネーター。

ため、ゼロから起業する場合に比べて初期投資を抑えることができ、ある程度の売り上げも見込めるのがメリットだ。そのため、後継者不在の企業を引き継ぎ、創業したい人が増えている。そう話すのは、柳橋さんとよしだ商運を引き合わせ、事業譲渡契約の締結をサポートした事業承継・引継ぎ支援センターの北渡コーディネーターだ。

ただし、承継すれば、すべてがうまくいくわけではない。北コーディネーターは「業績好調で、将来の見通しも明るいピカピカの企業が譲渡を希望するケースは少ない。むしろ、いかに磨き上げていくかという視点が大切」と言葉をつなぐ。

その点、柳橋さんは運送エリアの拡充に加え、「事業承継・引継ぎ支援センターの協力を得て、新たなM&Aにも取り組み、事業をどんどん拡大していきたい」と意欲を燃やしており、将来が楽しい存在だ。

一方で、柳橋さんはM&A仲介サイトを運営するパトonz(東京)のアドバイザー認定を受け、事業者や起業家のサポートにも力を入れる考えだ。

「後継者人材バンク」をご利用ください

石川県事業承継・引継ぎ支援センターは、事業承継(親族承継、従業員等承継、第三者承継、引継ぎ創業)に関する課題解決に向けた助言、情報提供およびM&Aマッチング支援等を行っています。

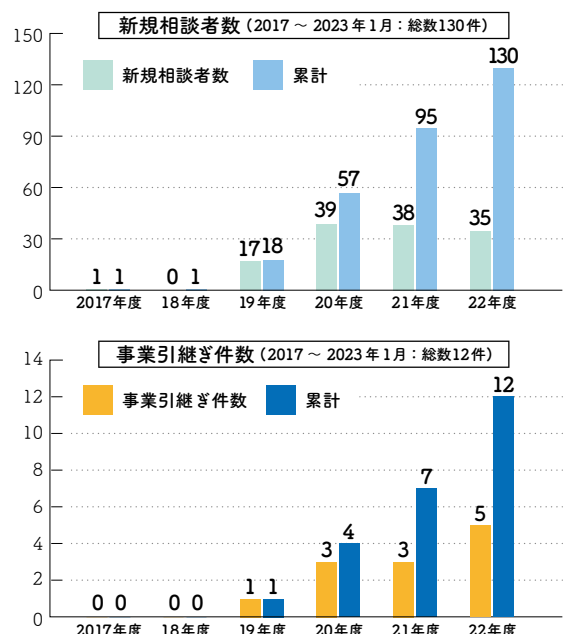
その一環として取り組んでいるのが、後継者のいない中小企業・小規模事業者と個人起業家を引き合わせる「後継者人材バンク」事業です。有形・無形の経営資源を引き継ぐことができる上、ゼロから起業する場合に比べ、創業時のコストやリスクを低減できるのが大きなメリットです。後継者人材バンクには2017年11月の開設以降、累計で130人の起業家が登録し、12件が成約しています。

事業承継に向けた準備は、早期に始めることが大切です。跡継ぎ不在の中小企業・小規模事業者や創業を志す方はお気軽にご相談ください。

お問い合わせ

ISICO 石川県事業承継・引継ぎ支援センター
TEL. 076-256-1031
<https://ishikawa-hikitsugi.go.jp>

後継者人材バンクの実績



SAKIDORI
サキドリ

和紙で作った可憐な仏花
色あせに強い顔料で染め
美しさ長持ち

室内装飾などに使われる創作和紙などを製造、販売する浅倉紙業は昨年12月、和紙で作った仏花を発売した。日光による色あせを抑え、美しい状態のまま長く飾っておくことが可能で、同社では今後の受注増に期待を寄せている。



浅倉紙業が開発した和紙製の仏花。耐光性に優れ、長く飾っていても色あせしづらいのが特長だ。



和紙のある暮らしを提案するため、現代のライフスタイルに合わせた用途開発に力を入れる浅倉社長。

メンテナンス不要
耐光性を第三者が評価

浅倉紙業が発売したのは高さ約23センチの可憐なコチョウランだ。花は白、ピンク、紫の3色を用意。高知県産の和紙「土佐楮」を天然顔料で染め、花びらやつぼみ、葉、茎など、すべてを手作りしている。目を凝らして見なければ、和紙製とは気付かないほど精巧な出来だ。付属する陶製の花器に入れ、仏壇に供えるほか、仏壇のない家であれば、卓上に置いた遺影の横に飾って、故人を偲んでもらう。

和紙製の仏花は生花と違って水やり不要で、枯れることもなく、長く飾っておけるのがメリットだ。また、樹脂や布で作られたアートフラワー（造花）やプリザーブドフラワーは時間が経つと退色してしまうが、同社の商品は耐光性に優れた顔料で染めているため、色あせに強いのが特長だ。

なお、同社では光による退色に対する耐性を表す「耐光堅牢度」の評価を第三者機関に依頼。その結果、6級のお墨付きを得ている。ちなみに、最高等級は8級で、色あせに強い高耐光カーテンが7級ほどだ。

現在、自社のECサイトやYAHOO!ショッピングで販売しており、今後は6月に横浜で開催される展示会「フューネラルビジネスフェア」に出展するほか、ウェブ広告に出稿するなどしてPRし、受注拡大を目指す。

生花に代わる
ギフト需要を見込む

同社が和紙を使って花を作り始めたのは約20年前にさかのぼる。2007年頃からは華やか

浅倉紙業(株)

金沢市浅野本町1丁目10-8
TEL. 076-252-6632

代表者	浅倉 敏之	従業員数	5名
創業	1897年9月	事業内容	創作和紙・和紙アートパネル・ 和紙小物の製造、販売
資本金	1,000万円		

<https://washi.co.jp>

なフラワーボックスやブーケを商品化。結婚1周年を祝う紙婚式や記念日の贈り物、ブライダル用として、多い年には360件ほどの注文が入る人気を誇っている。

仏花の開発は数年前、生花店から和紙でコチョウランを作れないかと注文を受けたことがヒントとなった。生花は遠方に送るには不向きで、これ以外だとアートフラワーやプリザーブドフラワーくらいしか選択肢がない。その後、生花店からの注文は途絶えたが、「日本人になじみ深く、温かみが感じられる和紙の仏花はニーズがあるのでは」と浅倉敏之社長は考え、オリジナル商品の開発に舵を切った。

折しも、^{ひつぎ}棺やミニ仏壇の装飾用など、葬祭市場向けに和紙の注文が増えていたことも浅倉社長の背中を押した。

顔料による染色が難航 最適の和紙をセレクト

ISICOの中小企業チャレンジ支援ファンド事業に採択され、試作開発には助成金を活用した。

苦労したのは染色工程だ。和紙を染める際は通常、直接染料が用いられる。これは水や溶剤に溶けた染料が紙の繊維のすき間に入り込むことで色が付く。しかし、同社が使っている直接染料は耐光堅牢度が3級から4級で、長く飾った場合の色あせが懸念された。そこで染色に用いたのが、染料に比べて耐光性に優れた顔料だ。しかし、普段は扱わない材料だけに、浅倉社長は「思った色が表現できなかったり、むらになったりしてしまい、最適な染め方にたどり着くまでに時間がかかった」と振り返る。

また、使用する和紙によって、色の深みや光沢感が変わってくるため、本物のコチョウランの発色を再現しようと、全国から取り寄せた和紙を染め比べ、最良の組み合わせを見いだした。



新たな用途を開発し 和紙のある暮らしを提案

同社ではコチョウランに続く第2弾として、ダリア、コチョウラン、小菊、トルコキキョウの4種を組み合わせた仏花も開発中だ。第1弾がモダンなデザインで小型の現代仏壇を持つ家庭、あるいは仏壇を所持せず遺影だけを飾っている人をターゲットとしているのに対し、こちらは伝統的な仏壇でも飾ってもらえるよう、高さも約40センチと大きめのサイズだ。6月の展示会までの発売を目指している。

また、和紙に珪藻土を含ませ、アロマオイルなどを染み込ませて香りを楽しめるタイプの開発にも取り組んでいる。

そもそも同社では、金箔や墨、漆、柿渋などで加飾した創作和紙やこれをインテリア用に加工したアートパネルの製造、販売を主力としている。一方で、和紙製の名刺入れやIDカードケースといったビジネス小物、防水加工を施した和紙で作る食器や花器などのオリジナル商品を開発するなど、新たな用途開発にも積極果敢にトライしてきた。もちろん、今回の仏花の開発もその延長線上にある。

「従来の用途にとらわれず、時代のニーズをくみ取って、必要とされるものを作り、和紙のある暮らしを提案していきたい」と話す浅倉社長。和紙の可能性を広げる同社のチャレンジを、これからも注視したい。

写真左)第2弾として試作中の仏花。伝統的な仏壇に合わせたサイズで、4種類の花を組み合わせている。

写真右)仏花の製造風景。受け取った人の喜ぶ顔を想像しながら、一つ一つ丁寧に作業する。



金型の特殊コーティングでトップシェア 生産性向上へ、新本社工場が稼働

切削工具や金型、部品などの特殊コーティングを手掛けるオンワード技研は昨年12月、能美市の福島産業団地内に本社工場を新設した。ISICOの支援を受けてデジタル化を進めるなどして生産効率を向上させるほか、クリーンルームを整備して品質を高め、新たな成長分野と見込む医療系部材の受託にも挑戦する。

国内でいち早く事業化 工具の寿命が大きく向上

オンワード技研は、ガスなどを原料に真空中に発生させたプラズマによって、工具など金属の表面に特殊コーティングを施す技術者集団だ。同社の主力であるDLC（ダイヤモンドライクカーボン）コーティングは1/1000ミリ単位の極めて薄いものだが、ダイヤモンドのように硬度が高く、耐摩耗性を向上させる。その結果、加工前に比べ、工具などが長持ちするようになるという。

1986年に繊維業から業態転換した同社は、大学や研究機関との共同研究により、国内でもいち早くDLCコーティングを事業化した。その後、より性能に優れた新製品を次々と生み出し、コーティング装置も自前で開発。特許も数多く取得している。

DLCコーティングのパイオニアとして業界で高い認知度を誇るほか、顧客ニーズを満足させる技術力と提案力、品質管理体制を強みとして着実に成長。今では全国約600社と直接取引し、特に金型のDLCコ

ーティングでは国内トップシェアを占めている。

デジタルツールを導入し 情報共有や意思疎通を円滑化

新設した本社工場は鉄骨2階建てで、敷地面積は1万2,941平方メートル、延べ床面積は3,479平方メートル。それぞれ旧本社工場の約3倍の広さとなる。現在はまだ設備の半分を移設しただけだが、今年8月には能美市の「いしかわサイエンスパーク」内にある技術研究所を含め、県内のすべての機能を集約させる。

「旧本社工場が手狭になり、新規設備の導入が難しくなっていた。また、何度も建て増ししているため、作業動線が非効率になってしまうなど、さまざまな問題を抱えていた」。同社の川畠丈志社長はそう話し、安心して働ける職場環境の実現、生産効率の向上、企業の知名度やイメージのアップを目指して、新本社工場の建設に踏み切った。

新本社工場では、作業動線を最適化したほか、組



営業部署内のモニターでは、各装置の加工状況や現場の映像をリアルタイムで確認できる。



昨年12月、福島産業団地内で竣工した新本社工場の外観。晴れた日には白山を一望できる。

織の再構築や多能工化、工程の自動化、専用設備の導入などを通じて、生産効率が約20%向上すると見込んでいる。

また、広くなった社屋でも円滑に情報を共有し、社員同士が意思疎通できるよう、ISICOのデジタル化設備導入支援事業を活用し、現場まで行かなくてもコーティング装置の稼働状況を確認できるモニターを社内各所に設置。各エリアに配置した360度カメラで社員の所在を確認し、必要に応じてリモートで会話できるシステムも今年中に稼働する予定だ。

クリーンルームを整備 医療分野の受注増目指す

新本社工場の目玉の一つは、DLCコーティングの作業エリアを空気中のちりやほこりを少なく保つクリーンルームにしたことだ。

同社では近年、パソコンやスマートフォン、タブレット端末、電気自動車などに搭載される電子機器部品を製造する際に用いられる金型をコーティングする注文が伸びている。これらの金型はサイズの小さなものが多く、その分、繊細な品質管理が求められる。空気の清浄度に加え、温度や湿度も一定に自動制御することで、さらに品質を向上させ、一層の受注拡大を目指す。

もう一つの狙いは医療分野への進出だ。

同社では、金沢医科大学や金沢工業大学と連携し、人工関節などのインプラントに抗菌性を持たせたり、骨の成長を促進させたりするDLCコーティングの開発に成功した。また、ISICOの「いしかわ次世代産業創造ファンド」事業に採択され、発がん性のあるベンゼンの代わりに、アセチレンをコーティングの原料として使い、安全性を高める技術も確立した。

川島社長は「医療分野を次の主要分野と位置付け、成長させる」と力を含め、販路拡大に向けては、クリーンルームも大きなPRポイントとなる。

専門家派遣や助成金など ISICOの支援をフル活用

2023年度から3年間の中期経営計画の策定においても、ISICO内にあるよろず支援拠点や専門家派遣制度を活用して、専門家から助言を受け、感覚ではなくデータに基づいた分析、目標設定が実現した。



金色や黒色、虹色に輝く加工見本。被加工材や用途に応じて最適なコーティングを提案する。

中期経営計画にはBCP(事業継続計画)も盛り込む。同社では本社工場が西日本エリア、栃木県真岡市の関東工場が東日本エリアの顧客をカバーしているのだが、東日本大震災の発生時には、約3カ月にわたって関東工場の生産がストップ。その間、本社工場が生産を肩代わりし、納期に間に合わせた経緯がある。今後はハード・ソフトの両面で関東工場を増強し、相互のバックアップ体制を整える。

「品質管理の向上や製造原価の見直しなど、ISICOの専門家派遣制度を何度も利用した。助成制度もたびたび使っている」と話す川島社長。今後もISICOの支援メニューをフル活用しながら飛躍を期す。



「2023年を第二創業と位置付け、事業のさらなる発展に向けた基盤づくりに取り組む」と話す川島社長。

(株)オンワード技研

能美市吉原町ワ-13
TEL. 0761-55-0466

代表者 川島 文志
設立 1986年4月
資本金 3,000万円
従業員数 105名
事業内容 PVDコーティング受託加工

<https://www.onwardgiken.jp>



県内企業から学ぶ！ECサイトの改善事例の紹介

集客はウェブで効率よく つながってからは人間の細やかさで

ISICOは2月15日、ECセミナーをオンライン開催し、県内企業の経営者やウェブ担当者らが参加しました。セミナーでは、ISICOの専門家派遣制度を活用してホームページ（HP）を改善し、ウェブからの集客に成功した（株）出口織ネームの狭間則宏氏と浜田紙業（株）の浜田浩史氏が事例発表しました。その内容をダイジェストで紹介します。

第1部

ウェブサイトの リニューアルと広告活用で 新規問い合わせがV字回復

講師 （株）出口織ネーム（ジャカード織物製造業）
代表取締役 狭間 則宏 氏

当社では2022年8月にHPをスマホ対応サイトにリニューアルして検索広告を出したことで、月平均30～40件から3カ月連続10件台に急下降していた問い合わせが、70～80件にまでV字回復しました。現在、新規顧客の100%がウェブ経由になっています。

これまでHPに手を加え、閲覧数が上昇に転じたことが何度ありますが、大幅リニューアルは02年の開設以来2度目で、年内に実施できればと考えていたものを前倒しし、急ぎで実行したものでした。実は、当初は22年3月に追加した求人ページと、スマホサイトの案にアドバイスを受けるため、22年4月にISICOの制度を利用してAMSの古倉功一氏の専門家派遣を申し込んでいたのです。

ところが、6月から3カ月連続で問い合わせ件数が10件台となり、その原因が更新頻度の少なさとスマホ対応になっていないことと考え、リニューアルに踏み切りました。当初はスマホ対応に加えて、カッコよくて見やすい写真の追加・変更、伝わりやすい文章の追加・変更、目次ページの削除、タイトルとディスクリプション（※1）の変更、URLの一部変更を予定し、デザイナーにもそう発注していました。

しかし、専門家からこれではアクセスは増えないとアドバイスがあり、ページ数は減らず、タイトルとディスクリプションも、URLも変えないことにし、変

更は問い合わせと電話発信用のボタンを追加するにとどまりました。

リニューアル後には、スマホの写真拡大表示用に画像差し替え、問い合わせボタンの追加と位置変更、ランディングページ（※2）の内容修正、製品ページのレイアウトと内容の追加・修正、ブログのデザインテーマ変更と記事投稿などを実施し、更新頻度を高めています。

広告経由のアクセスが半数超

リニューアルに合わせて、広告の出稿も開始しました。そもそも、YAHOO!もGoogleもHPがスマホ対応になっていなければ、広告を出すことができません。検索広告の初期設定には、広告を表示させたいキーワードの選定、広告に使う見出しと説明文、広告をクリックした際のランディングページ、1クリックの単価、1日の広告費を決める必要があります。これらの設定は広告の効果と効率に大きく影響するため、表示回数、クリック数、コンバージョン数（※3）、問い合わせ件数、問い合わせの参照元、受注件数、受注金額といったデータに基づき、細かな調整を加え、これまでに8回も見直しています。

両社とも広告運用のサポートは手厚く、無償サポートやオンラインセミナーもあります。中でも強力に勧めてくるのがAIによる自動化です。ただし、AIの指示に従うと受注につながらない問い合わせが増えるというのが、今の肌感覚です。当社では、受注業務を人間が丁寧に対応していることが30～40%のリピート注文率につながっている要因だと考えており、現在はAIより専門家のアドバイスの方が有用と感じています。

こうした結果、21年と22年の9～12月のアクセスを比べるとモバイル比率が約40%から60%に



増え、参照元は検索サイトが約70%から30%に減る一方で、広告経由がゼロから60%ほどに膨れ上がっています。ずっと広告費を払っていかねばならないのかという心配もありますが、年末年始に広告を止めた時も、検索結果の表示画面からの流入は昨年より増えており、今後も両方の強化を進めていきたいと考えています。

第2部

紙の上にも4年。 月間1,000万円ペースに なってきた!!

講師

浜田紙業(株) 紙の宅配便(家庭紙卸売業)
専務取締役 浜田 浩史氏

当社が二つの自社HPを開設してECに乗り出したのは2019年2月のことで、一つはWordPress^(※4)を使った法人向けの自社サイト、もう一つはショップサーバ^(※5)を使った個人向けの公式通販サイトです。この4年で、ECの売り上げは月間1,000万円ペースが見えるところまでできました。

ECの良いところは、お金の振り込みが先であること、24時間365日稼働してくれること、興味を持っている人が問い合わせしてくるなどがありますが、最も良い点は取り組みの効果をデータで検証できることにあるのではないのでしょうか。

ISICOから派遣された専門家、AMSの古倉功一氏にアドバイスを受けながら、具体的に何をしたらかを大別すると、①問い合わせの改善②事例紹介③ブログ④Google検索広告—の四つに集約できます。

まず一つ目の問い合わせについては、問い合わせフォームへのリンクバナーを大きく目立つ位置にし、「電話やメールでお問い合わせ下さい!」と大きく入れ、その直下に電話番号を目を引くように記載しました。これは私自身、フォームに文章を打つより電話の方が敷居を低く感じることと、実際、企業間取引(B2B)は電話での問い合わせが多数派を占めるからです。

二つ目の事例紹介は、法人客を誘引するには不可欠です。内容は、海外へ商品を発送した、寿司店にドリップシートを納品したなどの実例を載せています。こちらも事例ページへの大きなリンクバナーを用意しました。

いずれの取り組みもアクセスと問い合わせの増加につながりました。ポイントとなるのが、増加した

アクセスは誰なのかということです。アクセス解析を見ると、デスクトップPCが75%を占め、夜や土日に数が落ちています。法人はデスクトップPCを使うケースが多いことから、増加分は法人客が多数であると推定でき、実際にB2B取引も増えました。

ブログは専門分野を継続的に

三つ目のブログは閲覧数を稼ぐためのものですが、ブログを通して多数の印刷会社から見積もり依頼が来て、結果的に10社と新規に取引を開始しました。ブログの内容は、紙問屋ならではの専門性のある記事です。中でも、紙やティッシュペーパーの値上げに関する記事は人気で、多いと1日で2万アクセスあり、「紙 値上げ」で検索すると大手サイトを抑えて当社のブログがトップに表示されます。

このアクセスを売り上げにつなげるため、人気記事のトップには問い合わせバナーを入れ、アクセスを維持するため、紙の値上げに関する記事は状況の変化に合わせて追記やリライトを120回以上重ねています。一方、気合いを入れて書いた紙の歴史の記事はアクセスがわずかで、ブログは大砲ではなくマシンガンを撃つつもりで取り組むのが良いと思います。

四つ目のGoogle広告には効率の良さを感じています。広告をクリックして初めて課金されるため、無駄打ちが少ないからです。例えば、「ティッシュ 大量仕入れ」をキーワードにしておけば、大量仕入れしたい方が、当社HPを見て問い合わせできます。

そして重要なことは、一度つながりを持ったリピート客には手間を掛けて感謝を伝えることです。当社では私やスタッフの書いた手書きのお礼状やレターを送っています。今、当社の新規顧客は99%がウェブからです。今後は恐らくAIが集客を担うようになると思いますが、その中でも、人間はAIにできない部分に注力していくべきだと感じています。



- ※1 ディスクリプション
検索時に表示されるHPの簡単な説明。これがないと、検索エンジンが自動でHPの一部を表示する。
- ※2 ランディングページ
リンクや広告、検索などから流入してきたユーザーが最初に閲覧するページ。
- ※3 コンバージョン数
広告からHPを訪れたユーザーが、商品購入や資料請求、問い合わせなど、広告主にとって成果とみなされる行動をとった数。
- ※4 WordPress
オープンソースのCMS(コンテンツ・マネジメント・システム)の一つ。HTMLやCSSの知識がそれほどなくても、ブログから大規模サイトまで作成できる。基本無料で、有料のデザインテーマもある。
- ※5 ショップサーバ
日本製のクラウド型ECサイト構築サービス。



国内最大級の商談専門展示会

「国際ホテル・レストラン・ショー」出展



石川県とISICOは今年度、県内で伝統工芸品のものづくりに携わる事業者が、「付加価値の高い商品開発」や「ブランド力の向上」等に取り組むことができるように、専門家による伴走支援を実施しました。

その成果を発表する場として、2月7日から10日にかけて東京ビッグサイトで開催された「国際ホテル・レストラン・ショー」に漆器や九谷焼を扱う県内企業6社が参加し、自社の商品についてアピールしました。

多種多様なクリエイターが参加する祭典

「NEW ENERGY TOKYO」出展



石川県とISICOは伝統産業市場変化対応支援事業の取り組みや成果を発表する場の一つとして、2月25日から28日にかけて東京・新宿住友ビル三角広場で開催された展示会「NEW ENERGY TOKYO」にブースを出展し、県内伝統産業事業者18社が参加しました。

「NEW ENERGY TOKYO」はファッション・ビューティー・アート・インテリア・エシカルなど、総勢約200組のブランドやアーティストが展示・販売をするイベントであり、期間中はバイヤーや一般客など多くの人で賑わい、活発な商談や物販が行われました。

石川県×ISICO×東大先端研

「東京大学先端科学技術研究センター連携セミナー」開催

石川県とISICOは2月28日、連携協定を結んでいる東京大学先端科学技術研究センターの教授陣が最先端の研究内容や事例について解説するセミナーを県地場産業振興センターで開催しました。

当日は2部構成でグリーントランスフォーメーション(GX)やAI技術の最先端の動向について講演が行われ、グリーン化、デジタル化に関心を持つ受講者が熱心に耳を傾けました。



【情報誌ISICO PRESS】読者アンケートにご協力をお願いいたします。

日頃から当誌をご愛読いただき、まことにありがとうございます。
情報誌「ISICO PRESS」では、より充実した誌面づくりのため、記事内容に関するご意見やご要望等をお聞きする読者アンケートを4月28日(金)まで実施しております。
次回以降の企画の参考とさせていただきますので、何卒ご協力をお願いいたします。

※回答時間は2〜3分です。

ご回答方法

●同封のアンケート用紙によるご回答
→ FAXにてご返送ください。

●WEBでのご回答
→ ISICOウェブサイトから
<https://www.isico.or.jp/site/journal>

スマートフォンからの
ご回答も可能です。

