

販路開拓きっかけづくり事業 No. 1

(株)オークリッチ

企業データ

【実施場所】村上市中浜 508-1 海辺のテーブルエッグ

【代表者】代表取締役 富樫 直樹



補助金活用事例の概要

【事業名】希少な卵から「買う・食べる・体験する」で繋がる「人と地域と食」の複合拠点店舗

【概要】放し飼い卵という希少な食材を持つ強みを生かして、それをメインに地域の特産品や生業を組み合わせ、「買う・食べる・体験する」を目指した拠点型レストラン・カフェ&直売所を開設。併せてキャッシュレス決済の導入により利便性の向上を図るとともに、ホームページ開設により集客を図る。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】主要な養鶏業に加え、カフェレストランと直売所を併設した新規事業（飲食業）を行ったことによる増。

【経過状況など】

お客様からの意見など	鶏卵の新たな活用方法のチャンネル創設ができた。雇用の創出については、開業時6名、開業後に2名の市内在住者を雇用し、延べ8名の雇用創出につながった。アンケートによるお客様の声は「友人知人に紹介したい」という評価が圧倒的だった。
現在の業況と課題	まだ新規事業として1年が経過していないため、業況の詳細は見通せないが、今までにないお客様の層が確実に増えている。これまでの試験的取り組みの経験を基に、いかに「知ってもらう」かが2年目の最大の課題と感じている。

【今後について】

売上目標数値	10%増
売上向上のためのプラン	「知ってもらう」を最優先にマーケティングの様々な手法を取り入れながら、まずは新規顧客を優先確保する。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 2

旬菜懷石 拓

企業データ

【実施場所】村上市坂町 1773-2

【代表者】川崎 拓海



補助金活用事例の概要

【事業名】 ホームページ開設によるブランド強化及び情報発信拠点の整備

【概要】 Web サイトの開設により、料理や予約の情報を発信するとともに、情報サイトや SNS へアクセスする導線を作り、顧客満足の上昇と問い合わせ対応時間短縮による生産性向上を図る。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 周知にはまだ時間がかかる為。

【経過状況など】

お客様からの意見など	顧客が地元の方から県外の方になって来ている。 ただ、近くに宿泊する場所が無く困るとの話をよく伺う。
現在の業況と課題	まだまだ周知不足のため、もっといろいろと発信していこうと考えている。

【今後について】

売上目標数値	50%増
売上向上のためのプラン	環境やアクセスが悪いと言われるが、それでもわざわざ村上来て良かったと思っていただけるよう、生産者の方々と協力して、努力していこうと思う。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 3

(株)新多久

企業データ

【実施場所】村上市小町 3-38

【代表者】代表取締役 山貝 真介

補助金活用事例の概要

【事業名】 ワインセラーの設置、HP・SNS での情報発信強化で新たな販路開拓、売上増加

【概要】 これまでなかったワインセラーを新たに設置して質の高いワインを取り扱えるようにし、顧客の確保及び客単価向上を図る。併せてホームページも開設し周知することで店の PR と新規顧客の獲得と販路拡大につなげる。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 新型コロナの5類移行後、県外のお客様の来店が増え、僅かずつだが売り上げが上がっている。

【経過状況など】

お客様からの意見など	ワインセラーを開いたことで飲み物のメニューに「お任せ」を作り、日本酒とワインをコースの料理に合わせて提案している。それによって一人当たりの単価が上がった。 新型コロナの5類移行後、県外の新規のお客様が増えた。
現在の業況と課題	日によって予約の多い時と少ない時の振れ幅が大きい。 まだまだ新多久で食事をする事が旅の目的となる様な魅力が足りないと感じるため、料理、サービス共に質を上げて行きたい。

【今後について】

売上目標数値	30%増
売上向上のためのプラン	地の物を使い、ここでしか食べられない料理、ここでしか感じられない空間を作って行きたい。 近道はないと思うので日々今の言葉を頭に入れながらお客様をお迎えしていく。



販路開拓きっかけづくり事業 No. 4

(株)santa ふぁーむ

企業データ

【実施場所】村上市長政595-1

【代表者】代表取締役 三田 美明



補助金活用事例の概要

【事業名】村上牛ブランド力に訴求したパッケージ強化による顧客獲得

【概要】ふるさと納税利用者からの声をもとに、贈答品として対応できるよう贈答用に使える村上牛の化粧箱を刷新し、村上牛のブランド向上と付加価値を高め、リピーターの増加に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】主に会社の加工部門事業としてふるさと納税返礼品を中心に精肉の販売をしている。一昨年のふるさと納税ではコンサルタントも活用したため売り上げが過去最高となった。昨年は商品の値上げもあり売上は一昨年を上回ることができなかったが、利益率はよくなった。化粧箱を取り入れたことにより贈答品に使えるようになったことは、お客様にとって選択肢が増えるきっかけになったと思う。また、富裕層の顧客を取り入れることができたことが利益率が上がった要因と考えている。

【経過状況など】

お客様からの意見など	お客様からのレビューの内容を見ても満足度が上がったことが見受けられる。直接お褒めのメールをいただくこともある。 顧客層が広がったことにより値上げにより商品価格が上がってもある程度利用いただけた。
現在の業況と課題	会社全体でみると畜産業界はあまりいい状況とは言えない。 飼料高騰、枝肉価格の低迷、光熱費の値上げ、資材関係も値上げと身の回りのものが高くなっているためその分売上があげなければならない。今後もふるさと納税返礼品が中心になると思うため、商品数を増やしたり新規商品の開発が課題になると思う。

【今後について】

売上目標数値	10%増
売上向上のためのプラン	ふるさと納税で10,000円の寄付額の商品が一番人気があるため、そこで戦える商品作りをしたいと思う。 また、一定の需要が見込まれるため定期便も始めたいと思っている。 安価な価格帯と高級品を作り、様々な客層に対応していきたいと考えている。

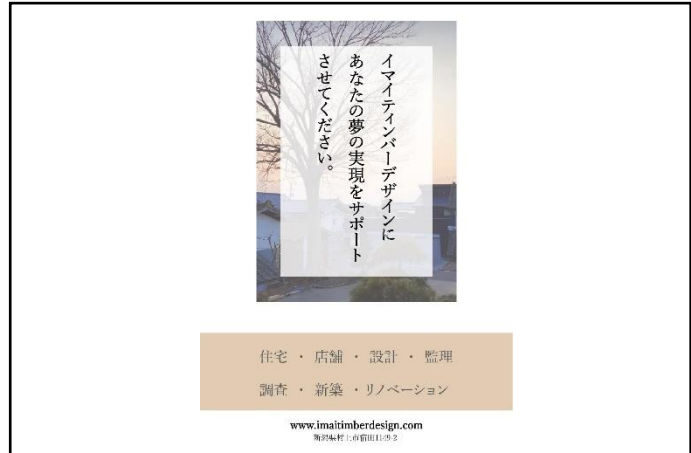
販路開拓きっかけづくり事業 No. 5

イマイティンバーデザイン

企業データ

【実施場所】村上市宿田 1149-2

【代表者】今井 浩和



補助金活用事例の概要

【事業名】 SNS と連動した HP 開設とチラシ作成による新規顧客の獲得と販路拡大

【概要】 事業所を PR するための WEB サイトを新設し、設計事務所としての特徴などを押し出すことで競合他社との差別化を図り住宅建築の契約につなげる。WEB サイトへのスムーズな誘導を促すチラシ作成を行い、新規顧客の獲得と販路拡大に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 補助金活用後、まだ間もないので比較するデータがない状況。

【経過状況など】

お客様からの意見など	事業の効果及び成果としては、令和6年3月21日現在、web サイト公開からまだ間もないこともあり直接的な契約には至っていない。今後は web サイトやチラシを活用して売上高が増える様に努力していきたい。
現在の業況と課題	今の時期としては例年と変わりなく、動きの鈍い状況。周囲も同じ様な状況のところが多いと聞いている。業界の動向としては物価高や建築法令の改正により住宅をはじめ建築物が建てづらい厳しい状況になっていくと予想される中で、ユーザーにとって価値ある情報を提供するために情報収集と知識向上に努めていきたい。

【今後について】

売上目標数値	30%増
売上向上のためのプラン	ターゲットとする人物像を明確にした WEB サイトとなる様にアクセス解析・レポートといったツールを利用しアップグレードしていく。そして1人でも多くの人に認知してもらうことが大切で、ファンを増やしていきたい。 また、OB 客や友人、知り合いが紹介しやすい様にチラシや WEB サイトを利用してもらい、これまでよりも紹介しやすい仕組みになり、これにより相談件数の増加が見込め、新規契約の期待が持てる。 以上の事を実施し、売上目標を達成できると考える。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 6

石栗農園

企業データ

【実施場所】村上市十川 1317 番地 1

【代表者】石栗 勝義

補助金活用事例の概要



【事業名】 インターネット出店サイトを利用した米販売の新規顧客の獲得と販路拡大

【概要】 EC サイト「新潟直送計画」を利用した、米のインターネット販売を開始し、米袋のパッケージデザインとリーフレットを新たに作成。新規顧客の獲得と販路拡大に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 今迄一定の月しか売上が無かったが、毎月注文が入るようになり売上向上に繋がった。

【経過状況など】

お客様からの意見など	僅かだが、昨年よりは売上向上に繋がった。
現在の業況と課題	初めて販売サイトを利用しての販売の為、こちらからの情報提供が乏しく、目標売上金額の達成に繋がっていない。

【今後について】

売上目標数値	10%増
売上向上のためのプラン	販売サイトの SNS を共有して、自身の情報提供を積極的に行い、更なる顧客獲得を行い、目標売上金額以上の売上額向上に繋げる。

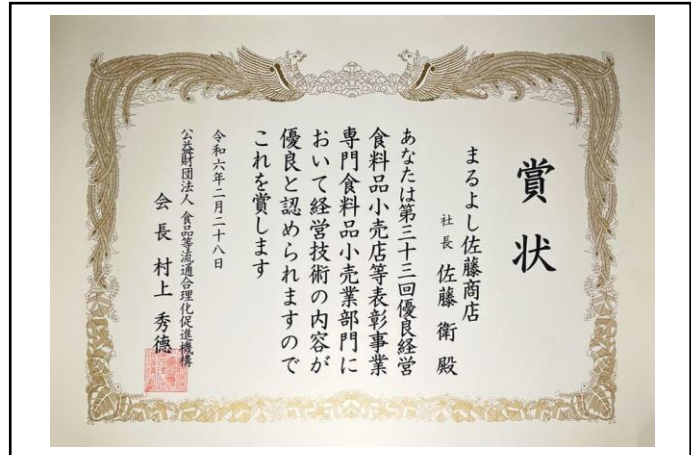
販路開拓きっかけづくり事業 No. 7

まるよし佐藤商店

企業データ

【実施場所】村上市仲間町 200 村上プラザ内

【代表者】佐藤 衛



補助金活用事例の概要

【事業名】 HP 開設とチラシ作成により新規顧客の獲得と販路拡大

【概要】 HP（オンラインショップ）を新たに開設するほか、チラシを作成し配布することで新規顧客の獲得と販路拡大に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 ホームページ作成と毎月広告、ふるさと納税返礼品への参入により売上が増えた。
食品流通連合理化促進機構に応募したところ表彰され、その影響があると思われる。

【経過状況など】

お客様からの意見など	オンラインショップの開始により新規顧客の獲得に成功。
現在の業況と課題	課題は、資金不足、ホームページ閲覧数を増やすこと、原材料、鮭などの高騰で贈答品の購入が減少していること。

【今後について】

売上目標数値	15%増
売上向上のためのプラン	オンラインショップの地盤をしっかりと整え商品を増やす、オンラインショップ利用の促進。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 8

クリーンプラス

企業データ

【実施場所】村上市松喜和1581-1

【代表者】渡辺 一寿

補助金活用事例の概要



【事業名】 チラシ折込による屋外清掃のPRで新規顧客の獲得と販路拡大

【概要】 屋外清掃作業に対応するため高圧洗浄機の設備導入を行ったことから、従来のサービスに加えて新たに追加されたサービスをPRするためのチラシを作成、配布し新規顧客の獲得と販路拡大に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 新規事業のPRチラシの折込によって既存客からの受注、新規顧客の獲得増があった。又今まで以上に当店を知って頂き、それによって依頼が増加、1件の依頼が複数の依頼へと増え売上が増加した。

【経過状況など】

お客様からの意見など	近年の新型コロナの流行、各災害の発生と予期せぬ事がある中、消費者の「自宅の中で気になる小さな事も後回しにしない」という意識が高まり依頼に繋がっている。事業の成果は、高圧洗浄のチラシを見た豪雨災害に遭われた方やお盆の墓石洗浄、乾いた泥が付着したままの駐車場の高圧洗浄を行った。大変驚かれ喜んで頂いた。チラシを広く配布したことで、新規客も増えた。
現在の業況と課題	顧客層は高齢者や単身世帯・共働き家庭は変わらず増えている。様々な問題(介護する・される、終活・墓終い等)が気になってどこから始めたらいいかわからず困っている方がいるように感じている。相談できる親族の方が遠方のため中々進まない例もあり、そんな方のためにもトータルにアドバイスし当店でできることは最大限お手伝いする。当店はまだまだPR不足と思っている。もっともっとPRし当店を活用して頂けるよう努力していきたい。

【今後について】

売上目標数値	17%増
売上向上のためのプラン	県外からの依頼も増えている。今年度はホームページ開設の準備・勉強をしていく。しかしお客様の中にはホームページ検索などが出来ない方もいるため、今後折込チラシを配布し当店のPRをしていく。高圧洗浄のPR・デモンストレーションはかなりのインパクトがある。今後もOKの出たお客様にはデモンストレーションを行っていく。既存客への訪問、デモンストレーションなど身近に感じるお店をアピールして行く。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 9

和楠

企業データ

【実施場所】村上市田端町 15 番地 17 号

【代表者】楠田 優一郎



補助金活用事例の概要

【事業名】 ドローンを利用した農薬散布事業による新規顧客獲得と販路拡大

【概要】 ドローンを利用した農薬散布事業を新たに開始し、現場でバッテリー充電できるようにするための発電機とバッテリーを購入するほか、新規事業をPRするチラシを作成し、新規顧客の獲得と販路拡大に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 想定よりも依頼数がなく、売り上げが伸びなかった。

【経過状況など】

お客様からの意見など	夏季（田植えシーズン）限定ではあるが事業の継続を予定している。 昨年度は、知人の紹介と提携した企業からの依頼を受け作業を行った。 提携企業からの依頼は、当日散布面積の縮小等で当初予定していた契約分よりも少ない売上となってしまった。 今年度は、昨年に引き続き知人の紹介で散布先が増える目途がある為、売上が見込める。
現在の業況と課題	農薬散布の繁忙期が7月・8月と期間が限られており、稼働日が少ないことが課題。

【今後について】

売上目標数値	10%増
売上向上のためのプラン	提携企業からの依頼は作業量が不明確だったりと、売上の予想が立てにくい為、今年度はチラシ配布等に重点を置き新規顧客の獲得に努める。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 10

(株) あいをん

企業データ

【実施場所】村上市大工町 1-6

【代表者】魚野 ルミ

補助金活用事例の概要



【事業名】ポスター掲示とチラシ配布による新規掲載店獲得と地域住民への情報拡散

【概要】 自社で運営する、地域情報発信サイト「まいぷれ村上」の認知度を上げるため、ポスターとチラシを作成し、配布と掲示により事業所や地域内での情報拡散、認知度向上による新規顧客の獲得に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 補助金の活用によりポスターを作成し、弊社が運営を行う「まいぷれ村上」の掲載店のほか、多くの公共施設や応援して下さる事業所での掲示を行った。
 掲示により一層認知度を高めることができ、普及を促進することができた。
 これらは、ポスター掲示による認知度が上がったことによる効果と考えられる。

【経過状況など】

お客様からの意見など	事業は引き続き継続、微増ではあるが掲載事業所様が増え続けて売上も伸びている。 事業所を掲載店としているので、利用者層の変化はなし。 市内外の利用者様から、「まいぷれを見て事業所を訪れた」「まいぷれを見て予約をした」などの声が増え続けているという掲載店からの声は多くいただけるようになっている。
現在の業況と課題	令和2年度2月時点では、インスタグラムリールにおいては1投稿で1万を超える再生回数を安定して獲得。また、ホームページとインスタグラムを合わせた総閲覧数は15万回を超えた。今後一層認知度を高めることは大きな課題である。 また、地域で行われるイベント情報を大小問わず拾い上げるためにも、さらなる発信を続けるとともに、よりわかりやすく共に作り上げていくスタイルを広めていかなくてはならない。 行政とも情報発信協定を結んでいるため、大いに活用してもらえようアピールにも早急に取り組んでいく。

【今後について】

売上目標数値	10%増
売上向上のためのプラン	掲載店へのフォローを確実にし、解約を抑えること。事業所様へのDM、飛び込み訪問を継続するとともに、事業所からの紹介案件を大切に、丁寧な説明を常に心がける。 地域の方々が新しい情報を日々目にできるようにニュース投稿を掲載店へ促し、弊社のインスタでの発信は毎日継続する。 事業所や、起業を目指す個人が必要なスキル獲得のための講座を開催。 状況やニーズに合わせ、柔軟に要望に対応する。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 11

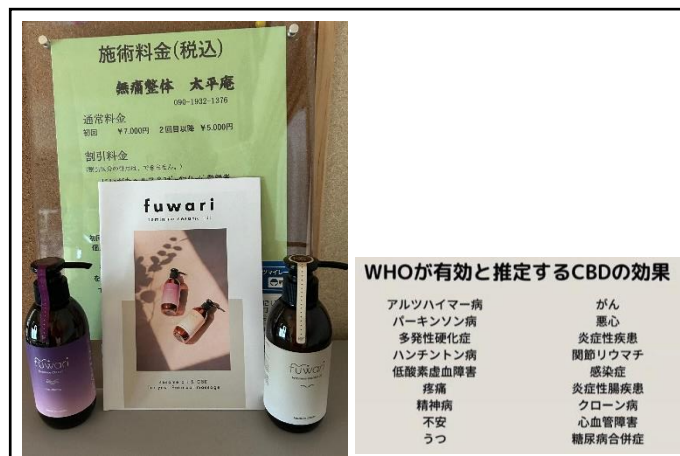
太平庵

企業データ

【実施場所】村上市若葉町 1-7

【代表者】貝沼 武志

補助金活用事例の概要



【事業名】 予約アプリの導入と広告掲載しての新規顧客の獲得

【概要】 クーポンアプリ「e-Motto」で店舗アプリを作成し、店舗や商品の紹介を行い予約機能を導入することで顧客の利便性の向上や店舗やサービスのPRにつなげる。また、商工会議所ニュースに広告掲載を行い、アプリ導入と併せて新規顧客の獲得と販路拡大に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 予約アプリ導入が地域に周知されていない。

【経過状況など】

お客様からの意見など	店舗情報（整体と CBD オイル）と予約アプリ導入を商工会議所ニュースや、会合時に参加者に直接説明するなどして周知してきた。 直接説明を聞いた方からは整体の予約があり、当日 CBD オイルの体験会を行なったところ、会員登録して購入する事となった。 体験談では、冬季でも腹背部に塗布すると直ぐに温まるとの感想をいただいた。
現在の業況と課題	予約があまり入らない。 麻から抽出される CBD オイルについては、SNS（フェイブック）の地域コミュニティで照会していたが、大麻グミ報道と時期が重なり、管理者から不適切との指摘を受けて取り止めた経緯がある。 店舗と CBD オイルの周知を行っていく。

【今後について】

売上目標数値	10%増
売上向上のためのプラン	出張施術の拡充。 地域コミュニティ以外の SNS を利用する。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 12

(有)いわふね新聞社

企業データ

【実施場所】村上市肴町 4-19

【代表者】伊籐 徹大

補助金活用事例の概要



【事業名】 地域情報サイト「まいふね村上」利用による事業・商品（地域紙）の周知拡大と新規顧客の獲得

【概要】 地域情報発信サイト「まいふね村上」への掲載を行い、自社と自社発行の週刊地域新聞「サンデーいわふね」の情報発信を行い、新規顧客の獲得と販路拡大に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 活用後にネット経由での新規購読申込が9件あったが、購読中止（ネット活用が理由ではない）も相応にあったため、結果的に売上には変化がなかった。

【経過状況など】

お客様からの意見など	「まいふね村上」掲載はインターネット上における自社サービスの周知には一定程度役立っていると考えており、引き続き利用していきたい。SNS など別サービスの利用も含め、ネット上で存在感を PR することで、新規購読者獲得につなげていきたい。
現在の業況と課題	購読に関しては、高齢化等による旧来の顧客の減少をネットでの PR や紙面のカラー化による新規顧客の獲得でカバーしている状況。さらなる紙面の充実のほか、新たな見せ方や売り方を考えていかなければならない。 広告に関しては紙面のカラー化が概ね好評で、値上げをしたにもかかわらず単発の投稿も大型含め何件か受けることができている。課題としては、レギュラー投稿の新規獲得や、多くが価格を据え置いている既存顧客への値上げ依頼など。

【今後について】

売上目標数値	5%増
売上向上のためのプラン	・コンテンツ（紙面）のさらなる充実 ・SNS 等ネット閲覧者の購読への誘導強化 ・価格を据え置いている既存広告顧客への値上げ ・単号販売（コンビニ4店、新聞販売所、自社事務所）の値上げ 等

販路開拓きっかけづくり事業 No. 13

(株)コウデン

企業データ

【実施場所】村上市下助淵 3057 番地 1

【代表者】工藤 健生



補助金活用事例の概要

【事業名】 まいぷれ村上への掲載による新たな販路拡大と新規顧客の獲得

【概要】 地域情報発信サイト「まいぷれ村上」への掲載を行い、自社の情報発信を行い、新規顧客の獲得と販路拡大に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 まいぷれ村上への情報掲載による宣伝効果。

【経過状況など】

お客様からの意見など	まいぷれ村上に掲載された情報を基に、特に一般客層からの受注が増え売上増加に繋がった。
現在の業況と課題	企業からの受注に比べると、一般客層からの受注が少ない状況である。

【今後について】

売上目標数値	15%増
売上向上のためのプラン	まいぷれ村上への情報掲載を継続し、加えて投稿を増やすことで幅広い年齢層からの認知及び受注の増加を目指す。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 14

(有)千渡里

企業データ

【実施場所】村上市細工町 2-14

【代表者】中倉 貴洋



補助金活用事例の概要

【事業名】 自社ブランド「お刺身醤油」「ぽん酢しょうゆ」の外部販売

【概要】 自社製造の「千渡里しょうゆ」「千渡里ぽんず」を外部販売するため、商品パッケージデザインの制作、POP制作を行い店頭販売を開始する。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 今回、しょうゆ、ぽんず販売について補助金を活用した。
おもに店頭での販売が主流のため、まだ大幅な売上にはつながっておらず、通常の営業での売上増減となっている。
今年に入り、能登半島地震の影響によりお客様の減少がみられ、1～3月の売り上げは去年に比べて少なくなっている。

【経過状況など】

お客様からの意見など	店頭販売を本格的に開始してからは、チラシを手に取る方や、お会計の際に購入してくださる方もみられる。卸売については新発田の小売店に20本ほど卸し、様子を見ている状況。今後は1～2店舗へ働きかけをする予定だが、まずは通常の営業に支障が出ない程度に動いている。
現在の業況と課題	ほぼ店頭販売のみで動いているため、今後様子をみて観光客向けの店舗へ卸をお願いしていく予定。

【今後について】

売上目標数値	10%増
売上向上のためのプラン	お客様へ店でお出ししているしょうゆやぽん酢も同じもののため、実際に味わってもらったうえでチラシなどを渡しながら声掛けをして販売数を伸ばしていければと思う。 また、今後観光客が多く足を運ぶ店舗へ声がけをさせていただき、卸販売に展開していけるよう働きかけていく予定。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 15

農事組合法人岩船農産

企業データ

【実施場所】村上市八日市 1007-1

【代表者】工藤 智志

補助金活用事例の概要



【事業名】新潟直送計画出店による新規顧客の獲得と販路拡大

【概要】 EC サイト「新潟直送計画」を利用した、自社製品のインターネット販売を開始し、リーフレットを新たに作成。新規顧客の獲得と販路拡大に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 サイト掲載の取り組みを始めたばかりのため、周知が広まりきらなかった事が要因だと思われる。

【経過状況など】

お客様からの意見など	サイトの掲載とリーフレットの配布は、引き続き取り組む。 売上の影響については、注文数が伸び悩みほぼ変化しなかった。
現在の業況と課題	サイトに掲載してからの注文数が伸びていない。サイト閲覧者への情報更新が不足しているのが原因かと思われる。

【今後について】

売上目標数値	5%増
売上向上のためのプラン	商品情報や自社の取り組みなどを積極的に更新し、顧客へのPRを強化して注文数の増加に繋げたい。 リーフレットの配布も今までは荷物への梱包のみだったが、商品取り扱い店舗などにも置かせてもらい自社のPRと顧客の獲得を目指す。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 16

藤井看板

企業データ

【実施場所】村上市松原町 3-8-22

【代表者】藤井 寛之



補助金活用事例の概要

【事業名】 ホームページ開設等による新規顧客の獲得と販路拡大

【概要】 HPを新たに開設し、施工事例や会社概要などを掲載することで自社のPRにつなげ認知度と信頼度をアップさせる。HP 開設を商工会議所ニュースに広告掲載するほか、地域情報サイト「スプス情報局」に掲載登録し、地域に情報発信を行い新規顧客の獲得と販路拡大に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 ホームページを作って間もないのでこれから宣伝していく。

【経過状況など】

お客様からの意見など	広告掲載してホームページからの問い合わせが何件か出てきた。
現在の業況と課題	ホームページを見てから見積もりから受注までつながった案件があった。SNS なども活用していきたい。

【今後について】

売上目標数値	10%増
売上向上のためのプラン	広告掲載を1年延長したので受注につなげたい。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 17

株式会社 nature woods

企業データ

【実施場所】村上市高根3481番地1

【代表者】石田 勝志



補助金活用事例の概要

【事業名】 キャンプサイト開設と広告看板設置による新規顧客獲得と販路拡大

【概要】 アウトドア志向者への新たなサービスとして、キャンプ場の区画サイトを2区画開設し、必要設備の購入や、広告看板の設置やチラシ配布を行い新たなニーズの掘り起こし、新規顧客獲得と販路拡大に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 本事業を通じ「天蓋 Camp Site」を開設。いままでは、釣り愛好家が主たる顧客だったが、キャンプサイトの開設を機に、キャンプ愛好家や家族層をターゲットに営業できる状況になった。それにより、顧客層が増え売上高の上乗せになった。
集客のため、主要幹線道路に広告看板を設置、観光協会等各種団体・法人へのチラシ配布を行い広く情報発信した。基本的な発信方法ではあったが、「看板を見て来た」「瀬波温泉滞在中にチラシを見た」といった来客者の声を聞き、効果にもつながり地域ニーズがあるという確かな手ごたえを感じた。
秋に開設ということで、年末に向け荒天が多くなりシーズン終了となったが、次シーズンにつながる結果となった。

【経過状況など】

お客様からの意見など	・2023年9月下旬～11月末まで営業、2023年12月～2024年4月下旬まで冬期閉鎖 ・新規顧客層の獲得が既存売上の上乗せになった ・釣り愛好家に加え、キャンパー、アウトドア志向の家族連れが増えた ・お客様の反応も良く予定通りに新しい販路を創れた。 ・スタートが秋という事で、季節柄そのまま安定的にお客様を受け入れる状況の時期ではないため、4月より再オープンし軌道に乗せていきたい。 【顧客からの意見】 「このような場所ができたことを知らなかった」 「自然の中で、のんびりできてよかった」 「子供たちが、植物や昆虫探しを楽しむことができてよかった」
現在の業況と課題	冬期間（12月～3月）は、次の冬期間のために、試験的にスノーキャンプの受け入れを行った。冬期間のキャンプ需要はあるがこの期間クローズしているキャンプ場が多いため、できるところを探している愛好家が多く存在する（対象は初心者ではなくある程度経験値の高い愛好家）。 課題としては、安全の確保・キャンプサイトまでのアプローチ手段（除雪等）になる。 安全確保手段として緊急時の固定電話の利用対応方法を検討し、移動については、スノーモービルによる送迎を実験的にを行い可能性が十分あることを確認できた。さらに検討を重ね送迎時の安全性を深堀していきたい。

【今後について】

売上目標数値	20%増
売上向上のためのプラン	施設利用料だけでなく、多くのキャッシュポイントを創っていきたい。 以下の内容を実施検討している。 ・トレッキングコースの開発 ・体験型アクティビティ ※農業体験・山菜採り・きのこ採り・昆虫採集・星空教室・バードウォッチング・杉プランコ等 ・ホームページの充実、天蓋キャンプサイトに来ると何が楽しめるのか、どんな非日常体験ができるのかを伝えていける内容にする。 ・インスタの充実、投稿数を増やし日々の天蓋キャンプサイトの風景・様子を伝えて外遊びをしたい気持ちを引き出す内容にする。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 18

(株)丹羽企画

企業データ

【実施場所】村上市瀬波温泉2丁目4番29号

【代表者】代表取締役 丹羽 正久



補助金活用事例の概要

【事業名】 銭湯勤労者割引（B to B取引）の効率的な契約先開拓のためのPR動画作成

【概要】 顧客数増加を目的として、銭湯勤労者割引【B to B取引】（※契約先企業の従業員に対し割引を実施、契約先企業が費用負担を行うことで利用者の負担をさらに減らすよう促す）を導入し、契約先企業を新規開拓するためのPR動画を作成する。新規顧客獲得と販路拡大に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 勤労者入浴サービスに賛同する事業者数が伸び悩み、ほとんど売上に寄与していない。

【経過状況など】

お客様からの意見など	勤労者入浴サービスに賛同する事業者数が2社にとどまっていて、ほとんど売上に寄与していない。 「契約」となるとおおげさになってしまうので、「契約」という文言をはずしたらどうかという意見も取り入れたが、新規事業者獲得には響いていない。
現在の業況と課題	現役世代の顧客層を作り出すことは、重要性が高い。事業者の福利厚生費によって入浴料金の助成を行い、現役世代の負担を大幅に緩和して誘客につなげるという方向性は今後も継続したい。 よって、もう少し間口を広げてサービスの拡大を行う。

【今後について】

売上目標数値	10%増
売上向上のためのプラン	・顧客数の増 ・勤労者入浴サービスの拡販 ・パート雇用による休業日数減 ・「勤労者入浴サービス」は「お疲れ様入浴サービス」に改名して、会社側から従業員に渡しやすくする。 ・5月に商工会議所のチラシサービスで域内企業に周知を図る。 ・ほぼ同時期に、新聞記事化をはたらきかける。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 19

(株)総合食品さいとう

企業データ

【実施場所】村上市飯野一丁目 2-38

【代表者】代表取締役 齋藤人志



補助金活用事例の概要

【事業名】 自社ホームページをスマートフォン対応版にリニューアルと PR 用パンフレットの作成

【概要】 自社HP（オンラインショップ）をスマートフォン対応版にリニューアルし、セキュリティ強化や利便性向上を図るほか、周知用のパンフレットやチラシを作成しHP へのスムーズな誘導と PR を行い、新規顧客獲得と販路拡大に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 ホームページ(オンラインショップ)がスマートフォン対応となり、また顧客情報のセキュリティ強化が出来たためオンラインショップからの購買数が増えた。

【経過状況など】

お客様からの意見など	オンラインショップの売上が、前年比で1月は153.5%、2月は214.4%となった。
現在の業況と課題	冬季の繁忙期が過ぎ、オンラインショップからの売上も落ちて行くと思われるため、夏場でも売れそうな新商品の開発やお得感のある商品を販売したい。

【今後について】

売上目標数値	20%増
売上向上のためのプラン	催事などに来店した際にパンフレットを配ったり、ふるさと納税返礼品などを含めた商品にパンフレットとレビュー用のチラシを同梱しホームページへ誘導し検索順位の上位を目指す。 また、顧客へメルマガを配信したい。

川村庚堂漆器店

企業データ

【実施場所】村上市片町5番7号

【代表者】川村 三樹



補助金活用事例の概要

【事業名】 通販サイト「新潟直送計画」への出店と「まいぷれ村上」掲載による新規販路開拓と販路拡大

【概要】 EC サイト「新潟直送計画」を利用した、漆器のインターネット販売を開始するほか、地域情報発信サイト「まいぷれ村上」への掲載を行い、自社の情報発信を行い、新規顧客の獲得と販路拡大に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 EC サイトへ出品し、県内外の方々の目に入るようになり、ステンレスに漆塗りという珍しさと朱塗りと内側の金メッキの色合いからか、記念品やお祝いの品に選ばれている様子。

【経過状況など】

お客様からの意見など	・今後も引き続き「新潟直送計画」には出品を継続していく。漆・ステンレスタンブラーは現在当店の売れ筋ナンバーワン商品になっているため、現在のラインナップにアレンジを加えた新しいパターンを考えている。 ・20代の若い世代から購入していただいております、今までなかった年齢層の顧客を獲得できた。 ・購入していただいたお客様から、配偶者の方へのプレゼントとして送り、とても喜ばれ毎日使用されているとのコメントをいただいた。
現在の業況と課題	いつ注文が来ても対応できるように在庫を確保している。 長く使っていると、塗りなどに痛みが出たときの修理対応が必要になるが、修理料金の設定などを考えていかなければならないと思っている。

【今後について】

売上目標数値	10%増
売上向上のためのプラン	現行は朱と朱溜の2色で展開しているが、塗りのグレードを上げて豪華版のタンブラーを追加し1点の単価を上げていこうと思っている。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 21

トキハナツ

企業データ

【実施場所】村上市新町

【代表者】平田 珠実

補助金活用事例の概要

【事業名】 広告媒体拡大による販路開拓、新規顧客獲得

【概要】 インターネット販売のための HP 導線を改良し、さらに広告媒体として使用している SNS から HP への誘導をスムーズに行えるよう改良を行う。また、広告媒体で使用するポートレートや動画ページの撮影・編集を行い、新規顧客の獲得と販路拡大に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

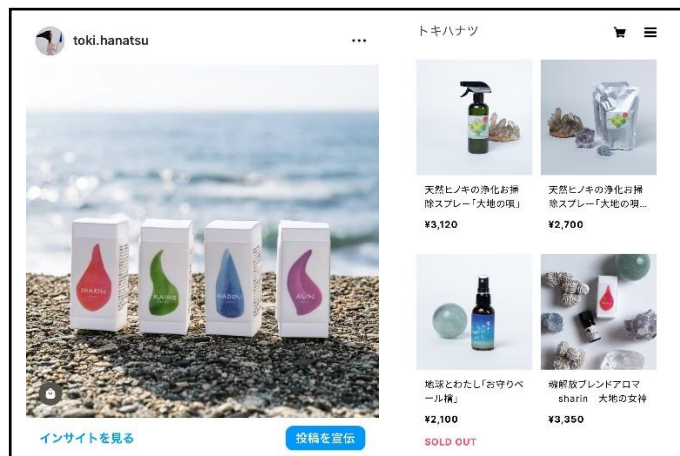
【実績】 補助金利用で作成した EC サイトのショッピング機能で、購入までの作業を最小限にしたことが売上につながった。

【経過状況など】

お客様からの意見など	補助金利用で作成した EC サイトのショッピング機能で購入までの作業を最小限にしたことで、購買意欲のある顧客層から購入離脱をさせないことができるようになった。 広告媒体として利用しているインスタグラムに EC サイトのショッピング機能を連動したことで、広告から購入までの動線作りに成功した。特に、潜在顧客からの購入依頼が増えた。
現在の業況と課題	補助金活用でインスタグラムの広告を回した結果、広告を回している期間はフォロワー数が増となるが、 広告再生からの新規顧客獲得、新規フォロワーに至るまでには、定期的な広告、または、より長い期間に広告を回さないと、効果を得ることができない。広告の為の動画作成費用、写真撮影費用と、広告再生費用のバランスをもっと考える必要がある。

【今後について】

売上目標数値	20%増
売上向上のためのプラン	・委託販売 ・EXPO 出展 ・コラボ商品開発



販路開拓きっかけづくり事業 No. 22

(株)新耕農産

企業データ

【実施場所】村上市桃川 890

【代表者】板垣 栄一



補助金活用事例の概要

【事業名】 通販サイト「新潟直送計画」への出店およびオリジナルロゴ・リーフレット作成による新規顧客の獲得と販路拡大

【概要】 EC サイト「新潟直送計画」を利用した、インターネット販売を開始するほか、オリジナルロゴとリーフレットを制作し、自社の情報発信を行い、新規顧客の獲得と販路拡大に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 月2～3件程度、新規顧客からの購入があるため、売上高増加とした。

【経過状況など】

お客様からの意見など	まだ、本事業を通じて行った EC サイトでの売上高は経営に対して大きなウエイトを占める状況ではないが、引き続き継続していく方針。
現在の業況と課題	製造にかかる肥料農薬の高騰、水道光熱費、送料などの値上がりが顕著。 それに対して、市内での米の販売価格の水準は同等もしくは下がっている。 弊社販売価格は変わっていないが、諸費用の値上がりに準じて値上げも検討するも難しい状況。

【今後について】

売上目標数値	5%増
売上向上のためのプラン	新耕農産の米をもっと広く知ってもらう必要がある。 EC サイトの生産者のコメントをこまめに書き込み、消費者の目に留まるように働きかける。 本事業で作成した、パンフを利用し購入促進につなげる。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 23

かもめ弁当

企業データ

【実施場所】村上市野潟 337

【代表者】大越 ちはる



補助金活用事例の概要

【事業名】HP 開設とイベント販売による横幕の製作による新たな販路拡大、新規顧客の獲得等

【概要】HP を新設し、インターネット上からの弁当注文受付を開始するほか、冷凍販売品のインターネット販売を開始する。また、イベント販売時の横幕とチラシ制作を行いPR を強化する。さらに地域情報発信サイト「まいぷれ村上」にイベント情報や商品紹介などを掲載し新規顧客の獲得と販路拡大に取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 イベントに積極的に参加し売上高は増加した。

【経過状況など】

お客様からの意見など	新宿京王百貨店、仙台藤崎百貨店、横浜京急百貨店等のイベントでは、多数の村上出身者からかもめ弁当が来てくれたと大変喜ばれた。
現在の業況と課題	イベントには積極的に参加したが、弁当大会などと物産展では購入目的が全く違い、赤字になるイベントもあり今後の課題。

【今後について】

売上目標数値	10%増
売上向上のためのプラン	イベント参加により、参加依頼が増加し今後も売上は増加していくと思われる。