

販路開拓きっかけづくり事業 No. 1

(有) かみはやしハム

企業データ

【実施場所】 村上市宿田 202-1

【代表者】 齋藤 寿明



補助金活用事例の概要

【事業名】 「新潟直送計画」新規出店

【概要】 産直 EC サイト「新潟直送計画」に出店し、ギフト需要の見込めるハム・ソーセージのギフトセットを出店する。EC 販売することにより、顧客の範囲が広がる。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 直送計画での売り上げは、9 万円。

【経過状況など】

お客様からの意見など	「事業の継続状況」・・・引き続き継続 「売上への影響」・・・新潟直送計画売り上げは、9 万円。 「顧客層の変化」・・・大きな変化はない。 「顧客からの意見」・・・県外の息子の誕生日に送りました。ジューシーで無塩せきということですのでごくよろこばれました。3 歳の孫も喜んで食べてくれたそうです。また送ってあげようと思っています。（サイトに寄せられた声より）
現在の業況と課題	1 年目（R7）の売上目標 10 万円に対し、9 万円だった。2 年目は、現状維持～10%アップを目標にしたい。当初の目標金額 20 万円を大幅に下回るが、25 年度の販売実績を見たところ、農産物（特に米）がダントツで、精肉・加工肉は 10 業種中 8 番目だった。大きな売り上げは期待できないが、昨年度は楽天サイトからのご注文もあり、大手 EC サイト初の売上があった。また、「ふるさと納税」もはじまり、今後に期待したい。弊社はネット展開には消極的であったため、補助金を活用しての直送計画様で出店することは、弊社的には思い切ったものだった。通常の営業を大事にしつつ、直送計画様という信頼できる会社との連携で、苦手な分野での販売も継続して取り組んでいきたいと思う。

【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	ふるさと納税への参加など、直送計画様からのご提案を真摯に受け入れる。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 2

新保屋家具株式会社

企業データ

【実施場所】 村上市仲間町6 1 1

【代表者】 佐藤 博

補助金活用事例の概要

【事業名】 スマホ対応 HP 開設

【概要】 スマートフォン対応ホームページを新たに開設し、これまで注力してきた Instagram 等の SNS との連携により新規顧客の獲得を図る。また、チラシ広告を活用し、SNS を利用していない方にも周知認知度向上、販路開拓を図る。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 補助事業で実施したホームページの作成及びチラシ配布により新規顧客の来店や問い合わせが増加。特にこれまで少なかった若年層の来店がみられるようになり、販路拡大の効果が一定程度確認できた。一方で、物価上昇による消費者の購買意欲の低下や商品の検討期間の長期化により、売り上げの伸びが限定的になった。

【経過状況など】

<p>お客様からの意見など</p>	<p>補助事業を活用しホームページの整備・チラシ配布を行ったことで認知度の向上と新規顧客の来店に繋がった。来店された新規顧客より「気軽に店舗の雰囲気を知ることができた」や「ハードルが高いイメージがあったが SNS やホームページをみて来店しやすくなった」などの意見もいただいた。売り上げの増加は5%未満にとどまっているが今後も継続的に販促活動を行うことで売り上げの増加を図っていく。</p>
<p>現在の業況と課題</p>	<p>補助事業の実施により認知度の向上が図られ新規顧客の来店や問い合わせが増加している。特に接点の少なかった若年層のかかわりも見られるようになり販路拡大の効果が徐々に表れている。だが、売り上げは大きな伸びに至っておらず家具という商材特性上、購入するまでに時間を要することや物価上昇による替え控えの影響も見られる。また、来店に繋がった顧客を継続的な購買に繋げる仕組みや、情報発信の継続性が課題となっている。</p>

【今後について】

<p>売上目標数値</p>	<p>10%増</p>
<p>売上向上のためのプラン</p>	<p>今後は、継続的な販促活動とホームページ・Instagram を活用した情報発信により、認知度の維持・向上を図る。Instagram では納品事例や商品紹介、コーディネート提案、店舗の雰囲気などを定期的に発信し、視覚的にわかりやすい形での来店きっかけづくりに繋げていく。特に、リール動画等を活用し、若年層への訴求を強化するとともに、フォロワーとの接点を増やし見込み顧客の獲得を図る。また来店顧客への丁寧な接客及びフォローを通して受注につなげるとともに、地域特性や顧客ニーズを踏まえた商品提案の強化を行う。これにより、安定した売り上げ確保と中長期的な顧客基盤の強化を目指す。</p>



販路開拓きっかけづくり事業 No. 3

長弘硝子株式会社

企業データ

【実施場所】村上市鍛冶町 8-4

【代表者】菊地 正明

補助金活用事例の概要

【事業名】「植物デザイン事業」の展開

【概要】新規事業として「植物デザイン事業」を開始するため、敷地内を整地してミニ展示場を設置する。

ガーデニングエクステリアのプランニングや工事、植栽デザイン・施工等、植物を用いた住宅や店舗の空間コーディネートを展開し、販路開拓・売上強化を図る。



事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】植物デザイン事業開始に伴う展示・管理スペース整備を実施し、新規事業として本格的に展開したことで認知度向上につながりました。また、広報誌や各種媒体へ掲載していただいたことにより、植物デザイン事業へのお問い合わせ・来店が増加し、植物販売にも継続的につながっております。さらに、植物事業をきっかけに既存事業である窓リフォーム・エクステリア工事のご相談も増加し、相乗効果が生まれております。

【経過状況など】

お客様からの意見など	植物デザイン事業に伴う展示・管理スペースの整地を実施。事業環境の整備と来店対応力の向上につながりました。整備後は、植物の展示・販売だけでなく、ドライガーデンやエクステリアの提案スペースとしても活用しており、お客様に実際の雰囲気を感じていただける環境づくりができております。また、広報誌や SNS 等を通じた情報発信により新規顧客からのお問い合わせも増加し、植物事業だけでなく既存事業である窓リフォーム・エクステリア工事へのご相談にもつながっております。今後も地域のお客様へ新たな暮らしの提案ができるよう、継続して事業展開を進めてまいります。
現在の業況と課題	窓リフォーム補助金需要や植物デザイン事業の展開により、全体として売上は順調に推移。植物事業についても徐々に認知度が向上しており、来店・お問い合わせ・販売へ継続的につながっております。また、植物事業をきっかけに窓リフォームやエクステリア工事のご相談をいただく機会も増え、既存事業との相乗効果が生まれております。一方、今後の課題としては、補助金需要に左右されない安定的な集客体制の構築や、植物事業のさらなる認知拡大、展示・管理スペースの充実、情報発信の強化が必要であると考えております。

【今後について】

売上目標数値	25%増
売上向上のためのプラン	植物デザイン事業と既存事業である窓リフォーム・エクステリア工事との連携をさらに強化し、暮らし全体を提案できる体制づくりを進めてまいります。今後は SNS や広報誌等を活用した情報発信を継続し、植物展示スペースを活用した来店型の提案営業にも力を入れてまいります。また、ドライガーデンや植栽提案をきっかけに外構工事や窓リフォームへつなげるなど、相乗効果による受注拡大を目指します。あわせて、地域のお客様とのつながりを大切にしながら、施工事例や展示内容の充実、接客・提案力の向上を図り、継続的な売上向上につなげてまいります。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 4

村上製材協同組合

企業データ

【実施場所】 村上市小川字大川端 1150 番地

【代表者】 菅原 敏一



補助金活用事例の概要

【事業名】 HP 開設とパンフレット配布

【概要】 人口減少により村上圏域だけでは顧客獲得に限界があることから、圏域外（新潟市以北）まで営業エリアを拡大するにあたり、これまでなかった HP を開設し企業訪問時に自組合の実績や「いわふね杉」を紹介できるようにするとともに、パンフレットを作成・配布し販路拡大・新規顧客獲得に取り組む。併せて電子造作丸鋸を導入し、これまで取り組めなかった合板床材の柱欠き加工にも取り組む。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 建築基準法改正により確認申請手続きが滞り、また物価高・工事費高騰による住宅建築工事需要の停滞があった。

【経過状況など】

お客様からの意見など	ホームページ開設およびパンフレット作製配布により、村上市圏域外に販路を拡大し村上市内の住宅建築の減少分を補うことができたが、売上増までには至らなかった。新規取引先も少しずつ増やしており、今後の売上増に繋げたい。
現在の業況と課題	年度末頃から引き合いは出てきていたのだが、物価高に加え戦争の影響で各種住宅資材の納期が長期化しており、着工延期や完工延期の話が出てきている。資材価格が安定し納期が見通せる状況になることを期待する。

【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	従来の木造建築のプレカット加工以外の木材加工にも取り組み始め、木材の加工取扱範囲を拡げている。また、営業エリア拡大により取引先の拡充に努めている。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 5

NOSACHI 合同会社

企業データ

【実施場所】 村上市緑町2-2-16

【代表者】 佐藤 拓也

補助金活用事例の概要

【事業名】 クラウドファンディング支援型商品プロモーション体制の強化と営業用パンフレットによる販路開拓支援事業

【概要】 クラウドファンディング支援事業における広報及び提案体制の強化を図るため、広報媒体の作成と広報自体の外注を行う。また自社製品のパッケージ改良を実施し、販路開拓を目指す。



事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 当社のクラウドファンディング支援事業は現在、紹介を中心に受注しており、安定した売上は確保しているものの、積極的な営業活動や広告展開は十分に実施できていませんでした。本事業では、営業用パンフレットの制作やインターネット広告の活用により認知度向上と新規顧客獲得を図りますが、初年度は広報体制や営業基盤の整備期間となるため、売上への効果は段階的に現れる見込みです。そのため、補助金活用後の売上高は増加を見込んでいるものの、事業所全体としては5%未満の増加にとどまる見込みです。今後は本事業で整備した営業・広報体制を活用し、継続的な受注拡大と売上向上につなげていきます。

【経過状況など】

お客様からの意見など	本事業により、クラウドファンディング支援事業の認知向上につなげることができました。また、営業活動においてパンフレットを活用することで、サービス内容を分かりやすく伝えられるようになり、新たな相談や問い合わせの獲得につながっています。売上面では大幅な増加には至っていないものの、新規顧客との接点が増加し、今後の受注につながる商談機会を創出することができました。
現在の業況と課題	当社は、クラウドファンディング支援事業を中心に、地域事業者の商品開発や販路開拓支援を行っています。これまでの受注は主に紹介によるものが中心であり、既存顧客からの評価は高いものの、新規顧客獲得のための営業体制や情報発信体制が十分に整備されていない状況です。また、サービス内容や支援実績を分かりやすく伝える営業ツールが不足しているため、商談機会の創出や受注拡大に課題を抱えています。加えて、地方事業者の中にはクラウドファンディングや販路開拓に興味を持ちながらも、具体的な進め方が分からず挑戦できていない事業者も多く存在しています。今後は、営業用パンフレットやインターネット広告などを活用した広報体制を強化し、当社の支援内容をより多くの事業者に届けることで、新規顧客の獲得と販路拡大支援の強化を図る必要があります。

【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	本事業で制作した営業用パンフレットおよびインターネット広告を活用し、新規顧客との接点を増やします。具体的には、商工会議所・商工会・金融機関・自治体・地域支援団体との連携を強化し、クラウドファンディングや販路開拓に関心のある事業者への提案活動を行います。また、既存ネットワークや紹介に加え、SNSやHPを活用した情報発信を継続的に実施し、無料相談を入口とした見込み顧客の獲得を進めます。相談者に対しては、クラウドファンディング支援だけでなく、商品開発・情報発信・販路開拓まで含めた伴走型支援を提案し、受注率の向上を図ります。さらに、支援実績や成功事例を積極的に発信することで認知度向上を図り、継続契約や紹介案件増加につなげます。安定的な新規受注の獲得と売上拡大を実現し、地域事業者の販路開拓支援を継続的に展開していきます。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 6

合同会社 310

企業データ

【実施場所】 村上市塩谷 1182-1

【代表者】 佐藤 美瑠

補助金活用事例の概要

【事業名】 HP 開設と防災イベント出展



公式HPより

【概要】 HP を新規開設しチラシで PR を行うとともに、「にいがた防災産業展」に出展し、新規顧客獲得と販路拡大を図る。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 民間企業様からの返答も良い反応まで貰えてるのが現状ですので、再度アピールしていこうと思います。物価高騰により材料費も高騰している状況ですが、防災用品として皆様の手元に届くよう努力していきたいと思っています。

【経過状況など】

お客様からの意見など	防災用品としての認知度の低さから 売り上げへの反映にはもうちょっと時間がかかりそうです。
現在の業況と課題	現在の状況としては、様々な企業様向けに営業等してきましたが、材料費高騰になり販売価格も上がり中々思うように業績も伸びていないのが現状です。民間企業様からの評価は、販路開拓のおかげで良い評価は、受けていますので期待はしています。

【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	防災用品として使用は、勿論ですが 今後は、介護用・アウトドア等にも活躍できるように幅広く宣伝していきたいと考えています。また直接的に売り上げに繋がる他事業も追加していこうと検討しています。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 7

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】 買物代行サービスの事業化

【概要】 買物代行サービスの需要拡大に伴い事業化し、折込チラシによる広報を村上市内及び関川村・新発田市を対象に行い新規顧客獲得と販路拡大を行う。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 補助金を活用してチラシを作成・配布し、従来の業務内容に加えて「買物代行サービス」を新たに開始しました。売上増加を期待しての取組でしたが、現時点では月平均売上に大きな変化は見られない。新しいサービスに対する不安や、これまでの買物習慣（自家用車やバスで店舗へ行くこと）が根強く残っていることから、利用の定着までに時間を要していることが主な要因であると考えています。

【経過状況など】

<p>お客様からの意見など</p>	<p>補助金によりチラシを作成・配布したことで、当店の既存サービスに加え、新たに開始した買物代行サービスの周知を図ることができた。事業は継続して安定的に運営できており、チラシをきっかけにお問い合わせをいただく機会も増えています。</p> <p>売上への直接的な影響は限定的ではあるが、「そのようなサービスがあることを初めて知った」「いざという時にお願いしたい」といったお声をいただいております。認知度の向上という成果は感じている。顧客層についても、高齢の方や移動に不安を感じている方からの関心が見られるようになりました。</p>
<p>現在の業況と課題</p>	<p>現在の業況は安定しておりますが、新サービスの利用がまだ十分に広がっていない点が課題です。特に、買物は自分で行くという従来の生活習慣が強く、新しい仕組みに対する心理的な不安が利用の妨げになっていると感じている。また、サービス内容の具体的な利用方法や安心感が、まだ十分に伝わっていないことも課題の一つです。</p>

【今後について】

<p>売上目標数値</p>	<p>10%増</p>
<p>売上向上のためのプラン</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・買物代行サービスの利用手順を分かりやすく説明した案内を作成する ・既存のお客様へ直接ご案内し、安心して試していただく機会をつくる ・実際に利用された方（他店でも）の感想を紹介し、不安の軽減を図る ・地域の高齢者や移動に不安のある方へ重点的に周知する ・問い合わせや依頼に対し、丁寧かつ迅速に対応し信頼関係を築く <p>これらの取組を継続し、サービスの定着を図ることで売上10%増を目指してまいります。</p>



販路開拓きっかけづくり事業 No. 8

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】パッケージデザインリニューアル

【概要】 前回のパッケージ更新が10年以上前となっており、デザインが古くなってきていることから、今回刷新し、若年層にも注目されるようなポップなデザインかつ食の安全安心を強調して新規顧客層や販売経路拡大を目指す。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 売上の増減ありません。

【経過状況など】

お客様からの意見など	餅袋、ギフト箱、ECサイト変更完了が2月の為に売上、顧客層の変化はありません。今年11月より運用予定になっております。
現在の業況と課題	高齢の方を中心に電話やファクシミリでの注文が主な顧客、幅広い層（特に若年層への認知、売込みが課題として挙げられる）。

【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	自社ホームページ、ECサイト（新潟直送計画、楽天市場等）内での積極的な情報発信に取り組む。自社インスタグラムの投稿頻度を上げ、幅広い層への認知を図る。市内店舗を中心に声かけ、営業活動に取り組み、新規取引先の獲得に努める。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 9

有限会社やまとのうさん

企業データ

【実施場所】村上市松山6-2

【代表者】平山 貴士

補助金活用事例の概要

【事業名】 【団子屋×氷】の融合。独自性のある「ふわふわかき氷」の販売。

【概要】 本店にイートインスペースを設け、独自性のあるかき氷を販売するにあたり、椅子・テーブルやのれん、ブロック氷専用氷削機を購入。かき氷は大町店（十輪寺茶や 越後岩船家）でも販売し、若年層をメインターゲットとして新規顧客獲得・売上強化を目指す。



事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 補助金を活用して氷削機を導入し、夏季限定商品「うつくし氷」を販売したことで、若年層や家族連れなど新規顧客の来店が増加したため。また、日よけのれん・POP等の店頭販促やSNS発信により認知度が向上し、来店数および売上増加につながった。

【経過状況など】

お客様からの意見など	補助金を活用して氷削機を導入し、当店独自の夏季商品「うつくし氷」として販売を開始した。現在も夏季の集客商品として継続しており、今後は秋冬の甘味商品や既存商品への購入につなげていく予定である。売上面では、7月～8月のかき氷売上が400千円となり、来店数の増加にもつながった。特に、従来の笹団子・大福等では接点の少なかった若年層や家族連れの来店が増え、新規顧客獲得の効果があつた。顧客からは「ふわふわでおいしい」「シロップを選べるのが楽しい」「SNSで見て来店した」といった声があり、店頭販促やSNS発信による認知度向上にもつながった。
現在の業況と課題	現在の業況は、補助金を活用した「うつくし氷」の販売や店頭販促、SNS発信により、夏季の来店数増加と新規顧客獲得につながっている。若年層や家族連れなど、これまで接点の少なかった顧客層の来店も見られ、店舗の認知度向上にも効果があつた。一方で、原材料費・包装資材費・光熱費等の高騰により利益確保が課題である。また、夏季限定商品の効果を一過性で終わらせず、秋冬の笹団子・大福・杵つき餅等の主力商品の購入やリピート来店につなげていく必要がある。今後は、季節商品開発、SNS・LINEでの情報発信、顧客管理の強化に取り組んでいく。

【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	令和8年度は、補助金を活用して開始した「うつくし氷」を夏季の集客商品として継続し、新規顧客獲得と夏場の売上強化を図る。かき氷をきっかけに来店した若年層や家族連れに対し、LINE公式アカウントやDM登録を案内し、秋冬の笹団子・大福・杵つき餅等の主力商品購入につなげていく。また、季節限定商品の開発、店頭POPやSNSでの情報発信、DM・LINE配信による再来店促進を継続する。夏季商品、秋冬商品、贈答期商品の訴求を強化し、年間を通じた来店機会とリピート購入を増やすことで、令和8年度の売上5%増加を目指す。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 10

有限会社 神林カンントリー農園

企業データ

【実施場所】村上市七湊 1384-1

【代表者】高橋 俊之

補助金活用事例の概要

【事業名】 自社 EC サイトの開設と商品パンフレットのリニューアルによるリピーターの獲得と販路拡大

【概要】 自社 EC サイトを開設により、これまで EC の中心であった新潟直送計画からの受注経路を転換することで、手数料等の削減により利益率の改善と自由な掲載商品設定による売上高増を図る。また、注文者に同封するパンフレットを自社 EC への導線を明確にしたものへリニューアルし、リピート率及び利益率の向上を図る。



事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 本補助金を活用し、自社 EC サイトの開設を行い、当法人で生産・加工しているお餅の販売を開始した。EC サイトからの販売は稼働したばかりの段階ではあるものの、通年を通して注文が発生しており、一定の販売実績が出ている状況である。一方で、現在は既存の委託販売（新潟直送計画）と併用している段階であり、自社 EC サイトへの移行および取扱商品の拡充は途上である。そのため、売上全体としては大きな変化には至っていないが、今後の直接販売強化に向けた基盤整備は進んでいる。

【経過状況など】

お客様からの意見など	本事業により、これまで委託販売を中心としていた当法人の農産物・加工品販売に加え、自社 EC サイトを通じた直接販売の体制を構築することができた。現在は主にお餅の販売を開始しており、通年を通じてオンライン注文が発生していることから、一定の需要と販売機会の拡大が確認できている。また、従来利用していた委託販売先（新潟直送計画）では手数料や商品制約がある一方で、自社 EC サイトではより柔軟な商品展開やオリジナル商品の取り扱いが可能となる見込みであり、今後の収益性向上が期待される。さらに、将来的には当法人の主力である米の販売についても、自社 EC サイトでの取扱いを予定しており、現在は専用の米袋の発注を進めている段階である。
現在の業況と課題	従来の委託販売および既存取引を中心に安定した経営を維持している。一方、委託販売は継続しているものの、今後は自社 EC サイトへの一本化を段階的に進めていく方針である。課題としては、EC サイトの本格稼働に向けた商品ラインナップの拡充、安定した集客体制の構築、ならびに運用業務の効率化が挙げられる。また、主力作物である米のオンライン販売開始に向けた準備も進めているが、農繁期との兼ね合いもあり進行に時間を要している状況である。

【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	今後は自社 EC サイトを主軸とした直接販売体制の強化を進める。具体的には、お餅商品の安定販売およびラインナップ拡充に加え、米の販売開始に向けた準備を進め、農産物の付加価値向上を図る。また、既存の委託販売から自社 EC サイトへの段階的な移行を進めることで、手数料負担の軽減および収益性の改善を目指す。あわせて、SNS 等を活用した情報発信により認知度向上と新規顧客獲得を図り、販売データの分析を通じて商品戦略の最適化を行い、継続的な売上向上につなげていく。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 11

民泊 君本

企業データ

【実施場所】 村上市瀬波温泉 2-5-11

【代表者】 川本 俊一郎



補助金活用事例の概要

【事業名】 空き家を活用した民泊

【概要】 空き家であった建物の一部（2F 部分）を改装し、民泊を事業化する。瀬波温泉エリアでは夏の繁忙期に宿泊施設が不足することから、その需要を取り込む。また、高速道の作業員の長期滞在需要も取り込む考え。周知・予約は大手ポータルサイトを活用する。また、市内等への周知についてはショップカードを作成し、各所に配置依頼する。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 前事業から大きく方向性を変えたのでその分の売上が増えた。

【経過状況など】

お客様からの意見など	「事業の継続状況」 4月頃から問い合わせが増え、十分に継続が可能な状況
	「売上への影響」 大きく方向性が変わったのでお客さんの数＝影響となる
現在の業況と課題	「顧客層の変化」 大きく方向性が変わったので顧客層も同様
	「顧客からの意見」 不足している設備はあるもので価格を下げた分、充分満足している
	お風呂が満足に利用できないので完全に活用できるようにする。 また、局所的に需要があるので部屋数も増やす必要がある。

【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	5月中に部屋数を増やす。 6月中にお風呂へ水道を通す。 9月中に給湯器を設置する。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 12

ALOALO

企業データ

【実施場所】村上市新町 2-5

【代表者】原 裕子

補助金活用事例の概要

【事業名】 自社ECサイトの開設と商品パンフレットのリニューアルによるリピーターの獲得と販路拡大



【概要】 ヨガインストラクターに加えて、美容健康を意識する女性をターゲットに地元食材（新潟県産米粉・笹川流れの塩）を使用したグラノーラを製造・委託販売。チラシやショップカードを作成し周知する。

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、販路拡大や認知度向上により売上が増加しました。まず、居酒屋のパフェメニューに当店のグラノーラを使用していただけようになり、納品先が増加。さらに、コーヒーのキッチンカーでの委託販売も開始し、新たな委託先の獲得につながりました。また、Instagramでの発信や、イベントで出会ったヨガインストラクターの方々に、ヨガ後のプレゼントとしてご活用いただいたことで、商品の認知度が向上しました。そこから商品を気に入ってくださったお客様による購入につながり、売上アップに結びつきました。いわふね新聞への掲載や、観光協会ホームページで紹介していただいたことで、地域での認知度向上につながりました。購入してくださったお客様が Instagram でメンションして投稿して下さることも増え、口コミによる広がりや新規顧客の獲得につながっています。贈呈品としての大量注文をいただく機会もあり、売上増加の要因となっています。

【経過状況など】

お客様からの意見など	チラシやショップカードを委託先やイベントで配布したことで、Instagramのフォロワーが200人以上増加。また、InstagramのDMから直接注文をいただく機会も増えました。さらに、お客様からネット販売開始のご要望を約30件いただいております。オンライン販売へのニーズの高さを実感しています。委託販売先のお茶屋では、主に60から70代のお客様にもご購入いただいております。当初想定していた30から40代だけでなく、幅広い年代に支持されていることが分かりました。お客様から「新潟市の朝市に出店してほしい」「ネット販売を始めてほしい」といったご要望も多くいただいております。事業の認知拡大と需要の高まりを感じています。
現在の業況と課題	委託販売先での売上が安定してきた一方で、以前に比べると売上の伸びが落ち着いてきており、継続的な販促や新たな展開が課題となっています。また、既存フレーバーの販売が中心となっているため、商品のマンネリ化も課題の一つです。リピーターのお客様にも継続して楽しんでいただけるよう、新商品の開発や季節限定フレーバーの展開が必要だと感じています。製造面では、焼き工程に時間がかかることから、生産効率の向上も課題となっています。今後は鉄板を追加購入し、一度に焼ける量を増やすことで製造時間の短縮を図ります。

【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	ネット販売を開始し、地域外のお客様にも商品を届けられる体制を整えます。あわせて、イベント出店を月1から3回継続し、直接お客様と接する機会を増やすことで、認知度向上と新規顧客獲得につなげていきます。また、美容室やカフェなどにチラシやショップカードを設置していただき、幅広い層への周知を強化します。さらに、新商品の開発にも取り組み、季節限定商品や新しい味を展開することで、お客様に飽きずに楽しんでいただけるよう工夫し、リピート購入につなげていきます。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 13

アートギャラリー大和101

企業データ

【実施場所】 村上市瀬波温泉2丁目8番3号
シャルム瀬波802

【代表者】 横山 典夫

補助金活用事例の概要

【事業名】 空き店舗活用によりイベントやワークショップも出来る店舗への改装

【概要】 ギャラリーとして使用しているシャルム瀬波101号室の隣である102号室を新たに借用し、展示に加えて新たに販売やイベント、ワークショップ等が出来るスペースとして改装。全国から芸術家・工芸家を誘致し、作品の展示やイベント・ワークショップ等の実施により販路開拓と新規顧客獲得を目指す。



事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 既存店舗「アートギャラリー大和101」の外に、もう1店舗「アートギャラリーむすび102」を新店舗として、新規開店。既存店舗、「アートギャラリー大和101」は、「アートギャラリーむすび102」の新店舗の影響を受けて、来客数は飛躍的に増加。

【経過状況など】

お客様からの意見など	「むすび102」においては、必要最小限の設備投資を実施。約20人の芸術家・工芸家の作品の出品を提供出来ることが、多様な顧客層を手に入れることを実現出来ている。
現在の業況と課題	当画廊は、「雪だるま方式」の経営戦略を取っている。ゆっくり収益力の拡大と安定を図る。「むすび102」は経営体の本部に好循環を呼び込む「仕掛け店舗」とする。例えば、新領域の作品の販売などである。《街を芸術溢れる空間とし、市民に安らぎを齎す》が「大和101」と「むすび102」の経営目標である。その為の経営戦略は、【社会貢献と収益事業の融合】である。その実施事業として、「瀬波海岸 海岸清掃 project」との協賛を行う。「海岸清掃 project」の実施する海岸清掃に参加し、「海岸清掃 project」が実施する海岸の漂着物で作る「ワークショップ」を当画廊で実施する。各芸術家・工芸家も順次【社会貢献】を実施する。

【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	<p>1. 「海岸清掃 project」との協賛として、1)2026.5.23 2)2026.7.19 3)2026.9.20 の3回は、本年開催として「海岸清掃」と海岸漂着物による作品作りの「ワークショップ」を開催する。「クラウドファンディング」も5月下旬には本年第1回目の一般公開が実施する。</p> <p>2. 「芸術の杜・工芸の杜創設 project」を2026年5月末に立ち上げ活動開始する。これも、「クラウドファンディング」をツールとして使う。</p> <p>3. 「むすび102」の「準会員」を多数確保し、「Soko Soko マルシェ」の出店者の拡大とマルシェ開催希望者の要請を受け「出張マルシェ」を実施する。</p> <p>4. 海岸清掃 project との協賛で、「イルミネーション」にて「瀬波海岸」を「地上の星」で満たす。電源は、「瀬波温泉」による「バイナリー発電」による売電などせず、「自家発電」とする。</p>

販路開拓きっかけづくり事業 No. 14

NIHACHI

企業データ

【実施場所】 村上市大町 3-14

【代表者】 山田 知佳



補助金活用事例の概要

【事業名】 物産展、イベント、出張販売を行い、自店、地元のPR

【概要】 新たに市内外の物産展・イベントへの出店や出張販売を行うため、幕とチラシを製作しPRすることにより販路開拓を図る。また、自店のオリジナルトートバックを製作・商品化し、自店の商品を入れて販売することによりファンや新規顧客獲得を図る。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 のぼり旗によるPRや、チラシを配布してお店への来店増加につながった。チラシはテイクアウトも記載した為、テイクアウトの売り上げも伸びた。

【経過状況など】

お客様からの意見など	顧客からもチラシを配布する事で写真があり分かりやすい、また価格も分かり安心して購入できると好評である。
現在の業況と課題	チラシ配布により売り上げは上昇したが、物価高でありチラシより値上げをしたいが、チラシを配布した事により値上げが難しい。

【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	観光客にも当店を知ってもらう為、メディアなどを利用したPRを行う。 お土産になる新商品を開発する。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 15

漁師直送昭和丸

企業データ

【実施場所】 村上市勝木 1159-6

【代表者】 本間 喜昭



補助金活用事例の概要

【事業名】 リブランディングによる高付加価値計画

【概要】 新潟県のブランドのどぐろである「美宝」の漁獲市場に参入する。質の高い魚を選別し生産者タグを導入し、自社の認知度向上によるリピーター獲得と美宝による売上拡大を図る。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 主な活用時期は夏から秋のため、現時点では増減はありません。

【経過状況など】

お客様からの意見など	見栄えが良く、顧客からは期待する声があります。
現在の業況と課題	燃料高騰と商品（魚の不漁）重なり難しい状況。 ただ、季節による変動も大きいためこれからの期待しています。

【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	今まで取り扱いのなかった高単価の商品（ノドグロ）の販売で売り上げの増加。 ブランドタグ使用による単価アップ。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 16

増田建設株式会社

企業データ

【実施場所】 村上市南町2丁目8番29号

【代表者】 代表取締役 増田 豊

補助金活用事例の概要

【事業名】 ホームページ改良（スマホ対応化）

【概要】 既存の自社ホームページをスマホ対応化する。



事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 工事件数が上回ったわけではないが、全体的な工事単価が上昇した影響が大きいと思われる。

【経過状況など】

<p>お客様からの意見など</p>	<p>ホームページを閲覧した上で、問い合わせや見積依頼の電話を頂戴する事例があった。</p> <p>具体例として文化財や寺社関連の修理依頼など、これまでの個人客から企業などへの顧客層の変化が見受けられる。</p> <p>弊社としては、これまで長年培ってきた技能をアピールできたことで、事業を継続する上での一つの自信になったと受け止めている。</p>
<p>現在の業況と課題</p>	<p>現在の課題は、報道にあるように世界情勢による特定の部材不足からくる資材の価格上昇と不確実な納期の状況の一言に尽きる。</p> <p>現状、工期が確定しない状況では着工時期が見通せず、特定の工事に関しては着手時期を待っていただいている状況。</p> <p>また、工事単価の上昇でお客様の希望の工事が予算の面で叶わない状況もでてきている。</p>

【今後について】

<p>売上目標数値</p>	<p>5%増</p>
<p>売上向上のためのプラン</p>	<p>このままの状況では、昨年と同じ工事内容でもおそらく工事価格が上昇したことによって、売上高の面では目標は達成すると思われるが、価格上昇によって顧客が「工事を見送る」「より安い他社を選択する」ことのないように、丁寧な営業活動を行いたい。原価を売上に反映させるためには、顧客の納得感と満足度を満たす必要があり、これまで3ヶ月、6ヶ月のスパンだった見積書期限を1ヶ月と明記し、提示の際にはその時点でご理解いただけるようにしたい。</p>

販路開拓きっかけづくり事業 No. 17

(株)ケンタク

企業データ

【実施場所】 村上市勝木 1199-2

【代表者】 斎藤 信秋



補助金活用事例の概要

【事業名】 ホームページ改良（スマホ対応化）

【概要】 高気密・高断熱を前面に打ち出したリフォーム及び建替えサービスを新たな取組みとして推進。ホームページをスマホ対応化しリニューアルし、幅広い層へ情報発信し、新規顧客獲得・販路開拓を図る。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 建築工事は小売業の様に思いついて行動に移せるほど安い買い物ではないので効果が実感できるまで時間がかかる。

【経過状況など】

お客様からの意見など	既存顧客や現在のオーナー様は勿論の事、気になるけどアプローチの手段が無い方や縁もゆかりもない人へも興味がある人へは伝えるツールになると考えており、今後の集客または相談の増加を期待しております。
現在の業況と課題	少子高齢化の最先端の村上市で事業の拡大を目指している訳で、課題は尽きませんが弊社は時のニーズに対応するべくその日その日の世の中の変化に合わせて寄り添える便利な頼れる事業所を目指すと共に、新たな技術も取り入れた最新住宅の提案と完成までのオーナー様のサポートができる地元ビルダーを目指します。

【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	新規顧客または新たな販路の拡大を狙い撃ちする為、尽くせる営業活動を全うします。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 18

株式会社ツガイ久菅原商店

企業データ

【実施場所】 村上市岩船字上ノ山 2122 番 34

【代表者】 菅原 淳史

補助金活用事例の概要

【事業名】 ホームページ改良（クレジット決済機能）

【概要】 ホームページをクレジット決済機能を取り入れリニューアルし、従来のカタログ送付の既存顧客層と異なる幅広い層へ情報発信し、新規顧客獲得・販路開拓を図る。



事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 ホームページはお歳暮商品が主なので、時期が過ぎるとアクセスする方が少ないように思う。魚の水揚げが減少しており原材料の確保が難しい。

【経過状況など】

お客様からの意見など	ホームページをリニューアルしてから月日が経過しておらず、現時点では周知が進んでいないため大きな変化は見られない。 お客様から電話でご注文を頂いた際にクレジット決済が可能になったことを案内した所、そちらの方が楽だから良いとの意見を頂いた。
現在の業況と課題	現在掲載されている商品はお歳暮商品がメインのため、商品の幅を広げ加工品だけでなく鮮魚品もPRし売り上げにつなげていきたい。

【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	現時点で掲載されている商品以外にも新商品ができた時には、その都度掲載して販売していきたい。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 19

(株)わら竹

企業データ

【実施場所】 村上市小町 1-8

【代表者】 代表取締役 渡辺 明

補助金活用事例の概要

【事業名】 ホームページ作成

【概要】 ホームページ開設により、既存顧客層と異なる幅広い層へ情報発信し、新規顧客獲得・販路開拓を図る。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 HP 立ち上げ後、外交営業の売上は昨年対比で8%増、全体の売上ではほぼ同じです。外交営業マンが積極的にPRした結果と考えます。その反面、店舗営業に課題が残ります。

【経過状況など】

お客様からの意見など	Instagram・LINE の登録数が増えてきております。若い子育て世代に広がりが見えます。
現在の業況と課題	物価高騰の影響からか問い合わせフォームには料金の問い合わせが多く、もっと気軽に洗い方や保管方法など頂けるように情報発信につとめる。

【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	クリーニング単価の値上げ



販路開拓きっかけづくり事業 No. 20

株式会社 鷲尾組

企業データ

【実施場所】 村上市泉町2番10号

【代表者】 代表取締役 鷲尾 辰弥



補助金活用事例の概要

【事業名】 ホームページ改良（スマホ対応化）

【概要】 既存の自社ホームページのリニューアルに併せてスマホ対応化し、施工事例を載せるなどして多くの人に知ってもらい顧客の獲得につなげる。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 民間工事の受注は増えては来ているが、ホームページとの関わりがあったかはまだわかりません。

【経過状況など】

お客様からの意見など	ホームページ閲覧の問い合わせは主に M&A 他で仕事とは関係のないことがほとんどなので、もう少し様子をみたい。
現在の業況と課題	民間工事、求人を増やすために、より多くの方に弊社のホームページを閲覧してもらおう。

【今後について】

売上目標数値	2%増
売上向上のためのプラン	閲覧数を増やすために Instagram 等他の SNS を使用してホームページへの誘導を計りたい。工事内容が分かるように施工実績を更新していく。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 21

藤田亮建築設計事務所

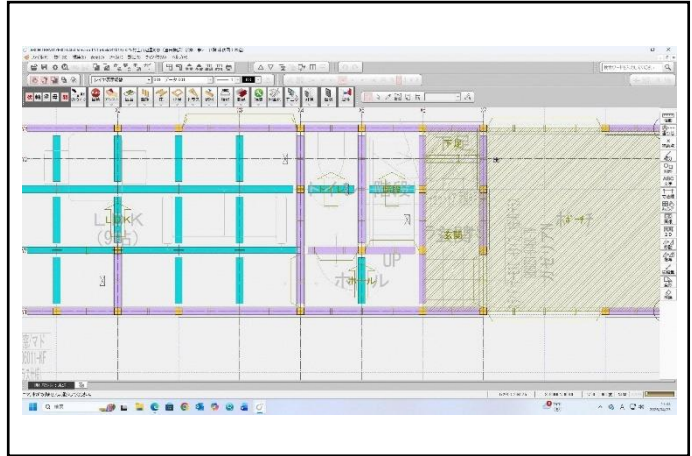
企業データ

【実施場所】 村上市加賀町2-10

【代表者】 藤田 亮

補助金活用事例の概要

【事業名】 業務用ソフト追加ライセンス購入



【概要】 既存の建築用 CAD ソフトに、新たに法規チェックおよび木造構造計算プログラムライセンスを増設することで、今までにない経済設計・デザイン性・構造根拠を提供することができるようになり、併せて HP でも PR することで、販路開拓・新規顧客獲得につなげる。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 売上高が変更しなかった要因は、補助金の影響というよりは、物価高騰や中東ホルムズ海峡封鎖と原油不足の影響だと推測します。
原油不足によるナフサショックで、一般顧客は買い控え、建築現場でも材料が入荷しない事態に陥っています。
仕事があっても材料が手に入らず、作業できない業種もあります。

【経過状況など】

お客様からの意見など	補助金を活用することで、一般客からの受注をメインとしていましたが、同業者からの相談が増えました。 一般客からの受注が売り上げには大きく左右しますが、自分のスキルを PR しながら、できる範囲のことをやるしかない状況です。SNS で発信する情報は、フォロワー数も少しずつ増加していますので、継続することに取り組んでいます。
現在の業況と課題	事業継続、安定した受注体制を整える事が課題です。 スキル UP が売り上げや受注件数にすぐには反映しないため、自分の現在地が分かりにくい、と考えています。 顧客がより魅力的に感じる、自分にしかできない建物の PR ポイントをつくる事ができればいいなあと感じます。

【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	日々の建築士の作業を SNS に投稿することで、気軽に相談できるような意識改革をしたいと考えています。 自分にしかできない仕様やデザインも取り入れながら、建物づくりを組み込みます。 工事中に随時見学できるようにして、完成時には、完成見学会をおこなうことで、感じて納得できる家づくりをします。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 22

株式会社サクマ

企業データ

【実施場所】 村上市岩船三日市 2-50

【代表者】 佐久間 陽



補助金活用事例の概要

【事業名】 小型除雪機導入による住宅向け除雪サービスの提供開始

【概要】 ガソリンスタンドの閑散期となる冬季の売上拡大を目指し、既存事業の顧客からニーズのある住宅向け除雪サービスを開始する。サービス提供に必要な除雪機の購入とサービスを周知するためチラシを制作する。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 建設業の公共工事受注増加のため。

【経過状況など】

お客様からの意見など	補助金を使った除雪サービス事業は、今シーズンは終わり、来シーズンにまた継続しようという事になっている。 残念ながら、受注は1件のみで売上への影響は限定的でした。来期は認知度をより向上させて受注増を目指します。 受注したお客様からは、手間がかからなくて助かった、と好感触をいただきました。
現在の業況と課題	当社は建設業及び燃料小売・卸売をしているが、中東情勢の影響を色濃く受けてしまっています。 仕事は来ても売るものがない、という状況と常に隣り合わせで、すでに水回り器具や燃料で供給不足に直面しています。

【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	物価高騰及び人件費増加をカバーするためにも、売価の見直しを実施する。 またただ値上げするのではなく、AI活用などの人材育成を通じて、業務効率を高めて単位時間当たりの生産性を高める取り組みを加速していく。

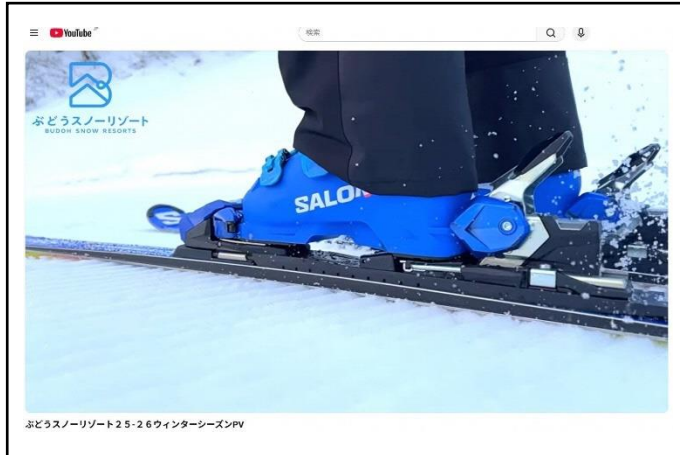
販路開拓きっかけづくり事業 No. 23

(株)シンクファースト ぶどうスノーリゾート

企業データ

【実施場所】 村上市蒲萄 338-1

【代表者】 沼前 純一



補助金活用事例の概要

【事業名】 動画コンテンツ作成のためのドローン撮影

【概要】 ぶどうスキー場を開業しスクールを開設するにあたり、ドローンでインストラクターやプロスキーヤーの滑りを撮影。動画を加工しPRすることで集客につなげる。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 当時の担当者退職の為、詳細データ取れず。申し訳ございません。

【経過状況など】

お客様からの意見など	当時の担当者退職の為、詳細データ取れず。申し訳ございません。
現在の業況と課題	当時の担当者退職の為、詳細データ取れず。申し訳ございません。

【今後について】

売上目標数値	0%増
売上向上のためのプラン	当時の担当者退職の為、詳細データ取れず。申し訳ございません。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 24

ドメーヌ・タマ

企業データ

【実施場所】 村上市岩船三日市 7-26

【代表者】 大野 裕紀

補助金活用事例の概要

【事業名】 村上市産ワインの販売

【概要】 自社畑で生産したワイン用ブドウを使用した村上市産ワインの販売。



事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 新規事業であるが、目標の売上金額を達成させることができた。

【経過状況など】

お客様からの意見など	補助金を活用して新規事業のロゴデザイン、リーフレットの作成を行いました。作成物を活用することで、新商品であるワインの販促を進め、予定数量を完売し目標の売上金額を達成させることができた。
現在の業況と課題	予定数量完売することができたが、数量の少なさが取引先を狭めてしまい、更なる販路の拡大につなげることができなかった。製品の増産と取引先への安定供給が今後の課題です。

【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	製品の増産に向けて原材料の調達方法を検討する。現状 1 社候補があるため確定に向けて話を進めていく。 また、自社製造の原材料の増産のために研修等に参加し、技術力の向上を図る。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 25

STRING FIELD

企業データ

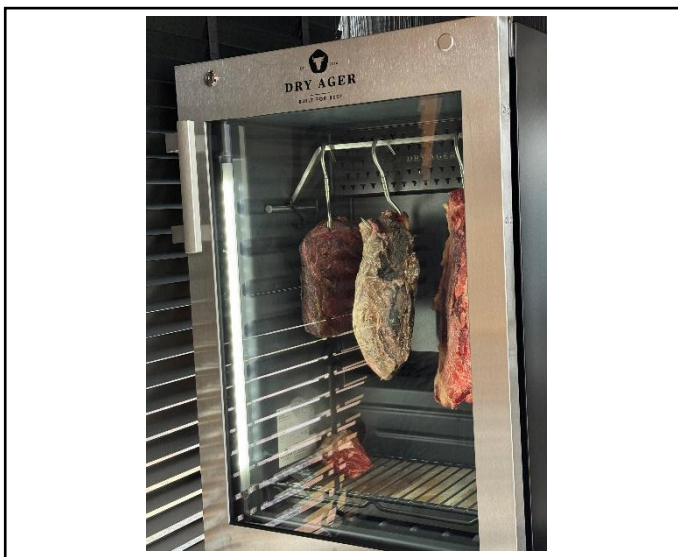
【実施場所】 村上市緑町5丁目5-16

【代表者】 広瀬 英輝

補助金活用事例の概要

【事業名】 熟成庫導入による新商品開発販売

【概要】 熟成庫を導入し、生ハムなど自家製に特化した新商品を製造販売。



事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 補助金で購入した熟成庫をディスプレイとして使うことにより、お客様も熟成中のお肉を見る事ができ、お客様の興味をひき売上に繋がった。

【経過状況など】

お客様からの意見など	<p>「事業の継続状況」・・・今となつては、熟成肉が当店のメインのピッツァに続く商品になったので、引き続き継続して行なっていく。</p> <p>「売上への影響」・・・熟成肉の注文が増えたので売上も上がっている。</p> <p>「顧客層の変化」・・・客層自体に変化はそこまでないが、今までお肉を注文しなかった年配のお客様が熟成肉を注文して頂けるようになった。</p> <p>「顧客からの意見」・・・「旨味が凄い！！」「美味しい！！」「この熟成庫欲しい！」などの意見を頂いた。</p>
現在の業況と課題	<p>熟成庫で熟成したお肉の評判は良く、このままメイン商品として継続して行なっていくが、課題として熟成に時間が掛かってしまうので、品切れが起こらないようにコンスタントに熟成を行なっていく必要がある。</p> <p>また、売値が通常のお肉よりは高くなってしまいますので、価格を抑えた商品も開発し、より多くの顧客を獲得していきたい。</p>

【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	<ul style="list-style-type: none"> ・価格を抑えた商品の開発を行い、熟成肉の美味しさ幅広い客層に認知させる。 ・仕入れ値が上がっている輸入品の生ハムやカラスミなど熟成庫で作れるものを自家製で作り、仕入れ値を下げ、付加価値を付け商品化し販売していく。

販路開拓きっかけづくり事業 No. 26

おみやげの成田屋

企業データ

【実施場所】 村上市瀬波温泉 3-6-38

岩船港鮮魚センター敷地内

【代表者】 河村 幸雄



補助金活用事例の概要

【事業名】 村上特産を使用した食べ歩き用新商品開発

【概要】 村上茶や笹川流れの塩を使用した「冷凍生どら焼き」を新商品として開発し販売。チラシやポスターでPRし店舗での小売と、道の駅等への卸売りにより販路開拓を図る。

事業効果及び経過状況（回答時点の内容）

【実績】 新商品開発や新しい商品の選定をしたから。

【経過状況など】

お客様からの意見など	新商品の生どら焼きをつくり、新しい層にアプローチできた。
現在の業況と課題	バス旅行の減少が続いている。団体客は少ないが、個人消費や買い食い層のアプローチが必要であるが、新商品開発の経費や労力がかかる。

【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	新商品の選定に力を入れていく。