

11・4大阪商工交流会 ニュース

第2号 2024.10.11 大商連発行

大阪商工交流会・分科会② 15:30~17:30

報告者紹介 &
魅力・ききどころ

こだわり・つながり+チャレンジ

商売のこだわりや地域・お客とのつながりを大切にしながら経営の展望を切り拓くには？経営の工夫、補助金獲得・SNS活用など様々な実践例を報告と交流で深めます。

コロナ禍で新たな販路拡大を模索

報告者①中村 大思さん／化粧品販売（阿倍野）

会社員として26年勤めた後、2007年に業務用化粧品の卸販売業として開業しました。

単に商品を卸すだけではなく、「もっと商品の魅力を伝えたい」と代理店への技術セミナーやサロンへの同行販売等の営業活動に力を入れています。

セミナーは当初は赤字続きでしたが、メイクインストラクターと組むことで、受講者が増え、9年間で118回開講、総受講者は1400名を超えています。

コロナ禍でイベント自粛や同行販売ができず売上が大きく減少。そこで国の補助金を活用し美容セミナーの専用HPを立ち上げ、オンライン講習会を開催し商材の魅力を伝えています。オンラインは仕事を幅広く知ってもらえるメリットがある一方、画面を通しての細かな技術指導は限界があり、やはりリアルな場での講習が重要であると話します。



愛着のあるコーヒーをもっと広めたい

報告者②安永 亜以さん／珈琲豆販売、喫茶（布施）

2020年にアパレル会社を退職し、家業を手伝うように。その中で父親の焙煎してきた豆が本当にみんなに愛されているということを実感。

国の補助金を活用して父親の代から愛されているマスコットキャラクターを活用したグッズや看板を製作。InstagramなどSNSでの発信にも力を入れています。

コロナ禍で卸先の喫茶店が廃業し売上は減少。一方で地域に新築戸建てが建ち、若い層のお客さんも増え、中には「カフェをやりたい」という人も。地域のイベントにも参加し「店は知っていたがよく分からないので入りづらかった」「店で昔アルバイトしていた」など、新たなつながりも生まれています。

もっと外に出てコーヒーの良さを広げたい、そして他の業者はどのようにしているのか知りたいと日々奮闘中です。

YASUNAGA COFFEE@yasunaga_coffee



地域の人が立ち寄って安心できる店を

報告者③塩澤 安澄さん／刺しゅうデザイン（池田）

コロナ禍で結婚、出産を経て働き方が変化し開業を決意。市の創業塾に参加し、アパレルや雑貨にオリジナルデザインの刺繍を施した商品のネット販売をスタート。

その後、地域の人が立ち寄れる店舗兼工房をオープン。1点物から受注を強みにすることで「他の店で断られた」「子どもが書いた絵を刺繍に」など依頼が持ち込まれるように。入学・入園時の名入れは安価対応。ロコミで広がり店での注文がネット販売を上回り、「嫌なことがあるとこのお店にきて商品を買おうとほっとする」と愛されるお店に。

「インボイス反対」や平和やジェンダー問題など政治的なこともSNSで積極的に発信しています。どんな人が作る商品なのかを知ってもらえたらと話します。

「親子で嬉しい、絵本とアパレルのギフトセット」の販売をなんとか実現させたいというのが今の希望です。

[つばめ刺しゅう \(tsubame-emb.com\)](http://tsubame-emb.com)
[honok 【つばめ刺しゅう】](https://honok.jp)
[@HonokStore](https://twitter.com/HonokStore)



ウーバーに挑戦！動画配信でファン広げる

報告者④井樋 誠さん／ネット販売・ウーバー（和泉高石）

本業はネット販売です。コロナ禍で仕入れ商品が減少し売上が減少し、以前に知り合いから誘われていたウーバーイーツの世界へ。

自分の都合に合わせて仕事ができ、配達先や飲食店は毎回変わり、その度に新しいつながりが生まれることに面白さを感じています。最近ステッカー（上記）を自作し、お店や依頼者など親しくなった人に配布。泉州のオヤジが来た店と話題づくりにもなっています。

「泉州の親父」という名前で配信を開始。YouTube、TikTokなど配達中の様子を動画にして、仕事の様子を紹介しています。「個人経営のお店の魅力を配信でサポートをしたい」と井樋さん。交流会では製作動画を流しながら、メリット・デメリットなどSNSの活用方法を紹介してくれます。



助言者：本多 哲夫 先生

（大阪公立大学商学部教授）

