経営支援事例

専門家派遣

サウナ業B社
（豊橋市）

協会支援メニュー ： 【個別診断】（2022年5月～6月）
【フォローアップ診断】（2024年10月）

AICHI GUARANTEE 愛知県信用保証協会

← その他の支援事例はこちら

ブームに左右されない「ファンマーケティング」の実践

STEP1 現状分析と課題の整理
STEP2 課題解決策の提案
フォローアップ 取組状況の確認とアドバイス（2年5か月後）

最適な支援メニューの設計
専門家派遣【個別診断】
専門家派遣【フォローアップ診断】
保証協会による支援設計
保証協会によるフォローアップ
金融機関からの提案
取組状況の確認
経営者の課題認識 → 専門家派遣申込
アドバイスの実践

支援に携わった担当専門家
中小企業診断士
木下 洋平 氏

ポイント

- 事業の成長につなげるマーケティングリサーチ
- 強みを伸ばし、確かな顧客価値の創造へ
- 提案は『継続できる！明日から』を大切に

経営者の課題認識

昭和後期にサウナをスタートした老舗企業。現経営者が前職の自動車関連会社を退職し、実父から祖業を承継した2021年頃は、施設老朽化により集客が落ち込み、売上が伸び悩んでいた。

その後、ホームページ・SNSを活用した情報発信、さらにサウナブームの追い風もあり、売上は回復の兆しを見せていたが、退職→事業承継という「もし失敗したら後がない」背水の陣で挑む経営者は、「ブームが過ぎ去った後の持続的な成長可能性」という大きな不安を抱えていた。

保証協会による支援設計

きっかけは取引金融機関への経営相談。「失敗できない」経営者は、自分なりのプランを描くものの、「その後押し」が欲しかった。「社長の気持ちと想いを確かめませんか？」、そのときの金融機関担当者の言葉が決め手となった。

申込を受け、本協会は金融機関担当者とヒアリングを実施。支援メニューは、経営診断から全般的な助言を行う【個別診断】とし、支援専門家は、BtoC企業の経営改善に見識を有し、Webマーケティングに強い専門家（中小企業診断士）を派遣した。

専門家による支援

専門家は、徹底したマーケティングリサーチと経営者との対話を通じて課題を整理し、解決策を提案。【個別診断】後のフォローアップ診断では、取組状況の確認や追加アドバイスを行った。特に、ブームに左右されない「ファンマーケティング」に向けて、ユーザー視点を重視したアドバイスに特化した。

STEP 1 現状分析と課題の整理

専門家は、市場とユーザーリサーチから徹底的な利用者目線で現状を分析。その上で、経営者との対話を通じて、事例企業の強みを探求するとともに経営者から気づきを引き出し、経営課題を整理した。

STEP 2 課題解決策の提案

施設老朽化など経営課題は山積みだったが、事例企業の最大の強みは「外観からは想像できない清潔さとおもてなし」。「情報発信の重要さ」を理解する経営者とも意気投合し、最優先は強みを活かしたWebマーケティングによる「ブームに左右されない、コアなファン作り」に設定。短期的な行動計画には、Webマーケティングに関連したできる限り多くの打ち手を盛り込んだ。その打ち手は「明日からできること」、「継続してできること」を重視した。

目指す姿
ブームに左右されない集客基盤の確立

専門家からの提案
- SNSマーケティングの強化
- 口コミ誘導策

行動計画
- 自撮りスペースの明示
- 親しみやすいコンテンツ配信
- あえて敵を作るような刺激的なコンテンツ配信
- 各種イベント開催
- ユーザーの座談会を開催 etc.

支援後の経過（フォローアップ診断）

「強みを伸ばす」戦略で、築き上げた顧客価値をWebマーケティングの手法を活かして情報発信を強化。集客力アップにつながり、売上高は約2倍に。一過性ではない「コアなファン作り」が奏功し、ブームに左右されない集客基盤を着実に確立している。

2回まで受診できるフォローアップ診断を、【個別診断】の2年5か月後に実施。取組状況の確認に加えて、次なる展望を見据える経営者に、新たな売上向上施策など更なるアドバイスを実施した。

専門家の声

外観こそ昔ながらの老舗でしたが、ひとたび中に入ると、清潔で洗練された空間が広がり、良い意味でその印象は裏切られました。現社長が事業を承継されてからは、他業種で培った経験を活かして5Sの考え方を導入。バンドやロッカーといった備品に至るまで細やかな配慮が行き届き、接客サービスの質も高く、まさに“顧客満足度の高い施設”と感じました。一度来店してもらえれば高リピート率が見込まれるこのサウナの魅力を、どうすれば多くの人に伝えられるか。今回の支援は、そこに焦点を当てた取り組みでした。さらに当時は、サウナブームという追い風もあり、発信強化の時期としても好機でした。

私の役割は、社長の背中をほんの少し押したに過ぎません。経営者との対話では常に、気づきを“与える”というより、対話を通じて自然に“引き出す”ことを大切にしています。今回の成果は、もともと高い顧客提供価値があったこと、そして何よりバイタリティあふれる社長の行動力の賜物だと感じています。

また私は、『明日からできること』を具体的に提案するように心がけています。専門家の立場でどれだけ良いと思う提案であっても、実行し、継続してもらえなければ成果にはつながりません。そのためにも、市場調査やユーザー調査といった事前の準備を入念に、これからも常に“利用者目線”の成果につながる“気づきを引き出す“支援を大切にしていきたいと考えています。

経営者の声

当時、私が描く漠然としたプランが、専門家の人柄と的確な指導で「よし、ゆこう！大丈夫だ！」と確信に変わったことを鮮明に覚えています。気持ちの後押しを受け、事業を進めるうえで絶大な安心感を得た私は、今では何事にも前向きになり、困難を楽しむようにもなりました。

おかげさまで、事業の安定経営という不安が安心に変わり、確実に前進していることを感じます。今後も現実を見据え、課題解決と目標達成に邁進していきたいと思います。