

＋Flex is Here フレックスがお手伝いした[B・M・P]事例を詳しくご紹介

# 短期間で集中的に “売れる仕組み”をつくる手法。

フレックス独自の戦略構築プログラム『ワンデーマーケティング』。その全貌をご紹介します。

「宮川株式会社」様は、大正7年に創業したインテリア材を取り扱う専門商社です。創業88年を迎える平成18年には、旧屋号である「SANJOYA」を企業ブランドとし、PRを開始されました。しかしここ数年の間に世界経済の状況は悪化。周囲の変化の激しい渦に飲み込まれないための策が必要となり、専務取締役である宮川伸一朗氏は、昨年開催された「税理士法人 三部会計事務所」様の「企業力向上セミナー」に参加。その時、弊社代表の山西が講師として招かれており、それがご縁で『ワンデーマーケティング』のご依頼をいただくこととなりました。

やみくもに販促活動するだけでは、継続的に売上げを上げることはできません。『ワンデーマーケティング』では、新規客の獲得・購買頻度UP・購買単価UPという売れるための大切なポイントを組み込んだ「基本設計図」を、社員の皆様と朝から夕方までディスカッションしながら集中的に構築していきます。そして、熱く語り合うことで団結力が強まるなどの効果も期待できます。



## Case Study 006

インテリア材専門商社  
【宮川株式会社】様

- 郡山本社  
郡山市下亀田10-8
- いわき営業所  
いわき市内郷綴町大木下15-3

今回に関しても、新たな気付きが皆様の中にも生まれた様子。まだ最終形態まで至っていませんが、ご満足いただける内容だったようです。

## ＋Preparations

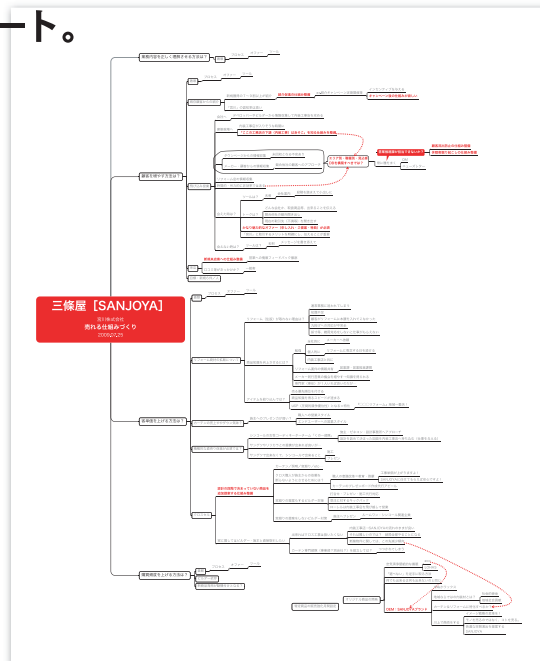
### 事前にしっかり現状を調査することからスタート。

実施迄の基本的な流れ

- ① 個別相談・詳細説明
- ② 覚え書き締結
- ③ 事前ヒヤリング・調査
- ④ ワンデーマーケティング実施(今回は2日間)
- ⑤ ご満足の確認
- ⑥ ご入金の確認
- ⑦ 「売れるための仕組みの設計図」納品

『ワンデーマーケティング』実施の前には、会社全体を把握するためにヒヤリングを行います。今回は、宮川専務にお話をお伺いしました。現状はもちろん、不安や解決したいこと、また、今後のビジョンについてのお考えを深く追及。弊社側から見た疑問等々を投げかけながら行ったこのヒヤリングで、仕組み構築のために話し合うべき点を沢山見つけることができました。

ヒヤリングして揃った情報をまとめて打ち込み、一枚の「マインドマップ」を作成。『ワンデーマーケティング』当日は、この「マインドマップ」を見ながら進行していきます。



## いよいよ、 『ワンデーマーケティング』開始。

(※今回は2日間)



諸事情により2回にわたり実施した今回。営業部と営業推進課から合計9名の方々にお集りいただき、「売れる仕組み」構築のためのディスカッション等を行いました。始めは少し緊張気味の様子でしたが、徐々にほぐれ、全員が活発に発言するように。非常に中身の濃い2日間となりました。

### 1日目

マーケティングをご理解いただくためにセミナーを行い、その後本格的な話し合いに。まずは山西が質問し、それに対してひとりひとりが回答。現場の目から見える問題等を出し合い、それについてディスカッションしました。



弊社にて1日目のまとめ&マーケティング・プラン立案  
(期間:一週間)

### 2日目

前回出たアイデアや問題点を元に弊社が考案したマーケティング・プラン案を見ながら、より良いものになるように全員で再度ディスカッション。最終的な「売れる仕組みの設計図」をつくり上げました。

### 1日目 Time schedule / 10:00-16:00

- ① 専務挨拶
- ② マーケティング・ミニセミナー  
弊社が考えるマーケティング概論を全員にご理解いただくため、山西がわかりやすく解説しました。
- ③ 本プロジェクトの目的・概要・ゴールの説明  
今後売上げを伸ばしていくためには、今、何が必要か? このプロジェクトの趣旨と問題提起からスタート。
- ④ 現状確認  
売上げを上げるための3つの方法「顧客を増やす」「客単価を上げる」「購買頻度を上げる」。これらについて、現状どうしているのか? 概略を確認。
- ⑤ メンバー自己紹介  
プロフィール・仕事内容・現状の課題 etc.
- ⑥ 各テーマごとにアイデア立案  
前述の3つの方法毎に考えられるアイデアを出し合い、その場でPCに入力。プロジェクターで投射し深く掘り下げていきました。

### 2日目 Time schedule / 09:00-15:00

- ⑦ マーケティング・プラン発表  
1日目に出たアイデアを元に作成したマーケティング・プランを発表。全体像を俯瞰しました。
- ⑧ ディスカッションへ修正  
マーケティング・プランを細部にわたり再確認。参加した全員で見返すことで、新たに気付いた点などを追加・修正していきました。
- ⑨ まとめ  
これで、売れる仕組みの99%が完成。最後に、2日間の感想をおひとりずつ発表していただきました。

## 数日後、代表の方々に感想をお聞きしました。



専務取締役  
宮川 伸一朗 様

私がやらなければと思っていたことと今回は本当にびっくりだったと感じています。今までもビジョンや想いを伝えてきたつもりでしたが、それが具体的なところまで伝えられず、歯がゆい思いをしていました。ですから、非常にスッキリしました。そして、皆の中にあったものを上手く引き出してもらったように思います。感謝です。方向性が見えてきたように思います。



営業係長  
野村 孝一 様

営業会議とはかなり違っていました。皆が積極的になり、通常よりも一歩踏み込んだ話し合いができたのではないかと。ビジョンというか、そういったものが今回をきっかけにはっきり見えてきて、具体的にやるべきことも掴めてきたように思います。5年後10年後、方向性を見失わず、しっかり進んでいけば、この会社は大丈夫ではないか、という気持ちになりました。



営業チーフ  
鈴木 秀亮 様

以前から、現状のままでは売上げを伸ばすことは難しいという思いが頭にはありましたが、方法が見つからず、日々の仕事をただこなす毎日でした。しかし、今回のことをきっかけに変われそうです。周りの社員がやっている仕事にも興味が出て、積極的に情報交換をするようになりました。未来への道が見えると、やる気も出て来そうです。とても手応えを感じています。

その後～納品まで。『ワンデーマーケティング』終了後、クライアント様側で運用しやすい形式で「売れるための仕組みの設計図」を作成し、納品いたしました。