

【刈谷ベストセレクション 2017】とは

新規事業の概要

市内の多くの中小・小規模企業は、地域経済の発展に大きく寄与し、雇用の場を創出するなど、地域活力の源泉であるとともに、まちづくりや文化の形成を促進するなど、地域社会を支え市民生活の向上に大きく貢献している重要な存在であります。

しかしながら、少子高齢化や産業構造の変化、消費者ニーズの多様化、経済社会生活圏広域化、経済活動の国際化等の急速な進行により、日に日に激化する企業間競争に直面するなど、厳しい経営環境に直面しています。

特に、中小・小規模の商業・サービス業者を取り巻く環境では、消費社会が成熟化した現在、顧客の価値観やライフスタイルが多様化し、「物の豊かさ」から「心の豊かさ」へとニーズが変化し、「顧客は欲しいものしか買わない（消費しない）」状況が生まれており、「**自分たちが作れる物（従来の取引先からの仕入れ）を売る**」という発想から、「**顧客が欲しが**
る物を売る」というマーケティングの発想に完全に考えを切り替え、市場に適応した商品を開発（発掘）していく必要があります。

最近では、インターネットの普及・活用により、店舗が「商品を見て購入する場所」という位置づけから、「商品を確認するための場所」に移行するなど、購買行動の変化が、商店や商店街に与える影響は今後さらに大きくなるのは確実であり、従来通りの活動をするだけでは、来客を増やし売り上げを伸ばすことは一層困難になると考えられます。

また、中小・小規模企業は経営資源が限られるため、品揃えや価格面ではどうしても大型店等には対抗できないという現実があるものの、「賢い消費者」ほど、多少値段が高くても安心な商品を購入したい、フェアトレードの商品を選びたい、手作りにこだわった商品が欲しいといったニーズが少なからず存在しています。

そこで、個店としては、品揃えや価格ではまともに大型店等に対抗できないとしても、それ以外で考えられ得るあらゆる方策を講じることにより、これら消費者ニーズに応え、地域の商流における役割を果たしていかなければなりません。

「刈谷ベストセレクション」では、消費者の購買行動や決済行動が変化する中で、「消費者に商品を買ってもらうためにはどのような工夫が必要なのかを検討」し、現状を打破するためには、「これまでの常識から少し発想を転換してみよう」という柔らかな視点を持って、「待ち」から「攻め」に転じるために、大手企業のような大規模な物量作戦では無く、勝負所は「**狭い分野に絞り込み**」新市場開拓・既存市場へのさらなる浸透戦略・新商品プロモーション・集客などの『経営課題』を効果的に解決に導き、従来の固定観念に囚われない「新たな視点」と「新たな付加価値」で以って企業価値そのものを同時に高めていきます。

この新企画では、刈谷商工会議所（中小企業等経営強化法による経営革新等支援業務を行うものとして認定）の経営指導員が参加企業を訪問し伴走型支援を実施することにより、「挑戦」をキーワードに経営の「安定」「改善」「革新」に向けた取組が出来る環境を整備するとともに、創造性と機動性を発揮し、新たな成長過程に踏み出すことの出来る実効ある支援体制により、広告宣伝、マーケティング、商品開発など、情報が氾濫する時代において、消費者の心を動かし、購買へと誘発するため、自社に不足している「価値の見える化」や「ブランディング」等について「刈谷モノづくり大学の教授（専門家）」とも連携し、「**そのプロセスを通じて、何らかの「新しい価値」を生み出す**」ために取り組んでいきます。