

「ピンチをチャンスに」生花売り場提案営業で倒産危機を回避

企業名

有限会社フナハシ

企業
プロフィール

【業種】 小売業
【経営者】 舟橋ひとみ 氏
【創業年】 昭和54年
【従業員数】 5名以下
【URL】



事業の現状と
相談のきっかけ

● 売上確保のため、新たな営業手法を開発したい

・現経営者は、先代から長男の配偶者という立場で、全く経験のない花屋事業経営に携わることになった。
・事業引継ぎ後、先代が残した不良債権等の大量の負の遺産が判明、資金繰り悪化や金融機関からの信用低下を招いていた。
・コロナ禍による売上減少も重なり資金繰りがさらに悪化、経営全般に関する相談がよらず支援拠点にあった。

ヒアリングによる
課題の整理

● SWOT分析と強みを活かす提案型営業の展開

・COは、SWOT分析により整理、社長と共有化した。
強み①老舗を活かした商品の提供力
②大手花卉仕入業者との信頼関係
弱み①借入過多・簿外不良資産により金融機関からの新規融資が困難。
機会①スーパー評判良で拡大可能性
②手つかずのネット販売に開拓の余地
脅威①スーパーがコストにより他社検討
②生花そのものの需要が減少している。

課題解決の
提案・アドバイス

● 「ピンチをチャンスに！」売場ディスプレイ提案型営業で危機回避

・メインのスーパーからの取引解消申し出の逆境を交渉チャンスとして、生花売り場ディスプレイや商品選定など店づくりを提案。「花屋の高品質な生花が気軽にスーパーで買える」をコンセプトに、季節の花のディスプレイや品揃えを提案した。また、多種類の洋花のディスプレイで人目を引く華やかな売場に改善、さらに商品に「ひとことメッセージ」を付け、購入意欲を向上させる工夫をした。

取組内容と成果

● 新たにスーパー 3 店舗で洋花納入開始、売上150%増加

・スーパー 1 店舗で実験的に同社の店づくり提案を行ったところ、生花部門売上高が前年比15%以上増加、店舗売上全体も増加した。このことが当該スーパーから高い評価を受け、全店舗23店への生花売り場納入打診を受けるまでになった。
スーパー既存店 3 店舗に加え、新たに 3 店舗で店づくり提案と同時に洋花納入を開始、売上高が昨年比150%増加した。
さらなる取扱店舗数増加は増加運転資金が必要なため、資金繰りを改善し元金据置となっている金融機関融資の償還を開始するなど信用力を回復させ、増加運転資金融資を実現することが課題。有力人材 1 名の転籍に成功、今後はネット販売への注力も行う。



事業者の声

COには、経営のことが全くわからない状態から相談を受けてもらい、本当に助かりました。特に、スーパーから取引解消申し出の際は倒産を覚悟しましたが、「ピンチをチャンスに」を合言葉に様々なアドバイスをいただきました。会社が現在も存続しているのはCOのおかげと大変感謝しています。ありがとうございました。

コーディネーター

よろず支援拠点

チーフコーディネーター 池田 茂
・同社の持っていた様々な強みを再認識するところからの出発でした。舟橋さんの粘り強さと優れたデザイン感覚が活かせる事例となりました。幾度となく訪れる逆境を何度も跳ね返す力は、私たちが勉強になりました。