

## SNSマーケティングの強化と 中古車買取販売店の 集客力アップ

SNSマーケティングの強化、中古車買取販売店の集客力向上といった課題に対し、イベントの企画運営や情報発信などに精通した研究員が企業の独自性や強みを把握した上で対策を立て、社員とともに推進した。

### 取り組み内容

**Step 1**  
現状把握

金沢丸善が展開するサービスについて理解を深め、現場の社員に課題や困りごとをヒアリングした。

**Step 2**  
強みの言語化

情報発信が不足していた会社独自の取り組みや強みを言語化し、SNSや販促ツールなどに落とし込んだ。

**Step 3**  
対策立案

SNSマーケティングや実店舗への集客における課題の解決に向けて対策を立てた。

**Step 4**  
対策推進

Step3で立てた対策を整理し、タイムスケジュールを作成した上で可能なものから実行した。

### 受入企業

## 株式会社金沢丸善 取締役総務部長 竹本 茂樹 さん

1957年設立。コスモ石油特約店として石川県内にガソリンスタンド19店舗を展開する。また、車検整備工場、钣金塗装工場、車の買い取り専門店、タイヤ預かり倉庫を運営するほか、ロードサービスや損害保険・生命保険の代理店も手がける。昨年は自動車ガラス&エーミング専門工場を新設し、カーライフを総合的にサポートする事業体制を強化した。

### 研究員

## 増田 稚子 さん

千葉県出身。大学卒業後、旅行代理店や大手新聞社などを経て2005年から15年間、中国・上海のイベント企画会社のスタートアップメンバーとして、法人営業、展示会の企画運営、販促ツールの制作ディレクションなどに携わった。その後、外資系デリバリー会社の法人営業、外資系自動車メーカーのイベント施設イベントチームマネージャーを務めた。

共創型企业・人材展開プログラム 事例

CASE:

デジタルと  
リアルの両面で  
集客力を強化



取り組みの成果  
・  
今後の取り組み

- ・これまでホームページや広告にあまり記載されていなかった金沢丸善の独自のサービスや強みを消費者に届く表現として言語化し、SNSや販促ツールなどに反映した。
- ・SNSマーケティングの強化、中古車買取販売店への集客に向け、施策を立案した上で、導入までにかかる時間やコストなどを考慮して整理し、タイムスケジュールを作成。順次実行に移した。
- ・MEO (マップ検索エンジン最適化) に取り組み、前期比で検索数が120%、問合せ数が35%アップした。

企業の評価・今後の関わり方

参加理由

- ・社員有志で運用するSNSの登録者数、視聴数が伸び悩んでおり、専門家の力を借りて改善できればと思っていました。一方で、中古車買取販売店「カーテラス金沢本店」の集客力アップも課題で、リアルとデジタル両面でのマーケティング強化を目的に参加しました。

評価 (成果・社内変化など)

- ・増田さんのおかげで課題の解決に向け、やるべきことを体系的に整理することができました。本プログラムへの参加は、私たちとしても初の試みで不安もありましたが、仕事の成果はもちろん、人物的にも来ていただいてよかったと思っています。
- ・異業種でキャリアを積んできた増田さんは、私たちにはない視点を持っていて、社員も大いに刺激を受けています。例えば広告の制作時には業者任せにせず、自分で考え、意見を言えるようになるなど、いい影響がたくさんありました。
- ・事務局や大学が研究員の能力をしっかりと見極めた上で、マッチングしてくれる点に本プログラムの良さがあると感じました。

今後の関わり方

- ・増田さんには半年間の契約社員として、カーテラス金沢本店で集客力アップ、女性が気軽に立ち寄れる店づくり、LINEを使ったマーケティング強化に取り組んでもらいます。研究員から社員へと立場が変わり、4月からはもう一歩前を出て頑張してほしいと思っています。

研究員の評価・今後の展望

参加理由

- ・中国で働いていた際、日本の地方自治体と仕事する機会も多く、地方での仕事や地方創生に興味を抱きました。また、仕事だけでなく、地方での暮らしや大学での学びもセットになっている点にも魅力を感じました。金沢には旅行で来たことがあり、好感を持っていました。

評価 (取り組み・生活)

- ・社内でコミュニケーションを重ねるうち、社員の皆さんの意識が前向きに変わり、課題解決に向けたプロジェクトの推進に向け、機運が高まっていたことが、とてもうれしく感じました。
- ・研究員は専門も年齢もばらばらで多様な視点を持っており、話しているだけで多くの気づきがありました。佐無田先生の石川県の商習慣に関するレクチャーは、企業で働く上で参考になりました。ゼミの森崎先生が提供してくれた人流データも施策の立案に役立ちました。
- ・参加する前には不安もありましたが、バックアップ体制がしっかりとっていて心強かったです。エントリーする企業やミッションは毎年違うので、気になるものがあれば、迷わず応募すべきだと思います。

今後の展望

- ・今年4月からはカーテラス金沢本店での仕事に注力します。LINEを使った新規顧客を取り込むプロジェクトをスタートさせるほか、過去の研究員の協力を得て、女性向けの集客施策も本格化させます。ゆくゆくは県内ナンバーワンの中古車買取販売店にするのが目標です。