

青年部事業所の各種施策・政策活用事例

商 工 会 名	長野県 長野市商工会		青年部員名	小林 範正
企 業 名	高森建設有限会社		代表者名	小林 正義
企 業 概 要	業 種	建設業	設 立 年	昭和 29 年
			従業員数	2 人
補助事業名	平成 27 年度補正 小規模事業者持続化補助金 (新規顧客の獲得・住宅診断の周知の為のホームページ作成)		テーマ区分(選択) 新商品開発・設備投資・広報・ 新規開拓 ・その他()	
<p>【施策・政策を活用した経緯】※企業の経営状況、問題・課題等を含め記入</p> <p>新規の顧客を獲得する為及び新サービスの告知・周知をするためにホームページを作成したいと考えていた。30代～40代は実際の建築物を見るよりホームページからの情報を大切にすることが多く、当社にはホームページがなかったため今回持続化補助金に挑戦しようと思った。</p>				
【主な活用内容、方法等】			写 真(3枚程度)	
<p>①自社ホームページを新規に制作、新規サービスである住宅診断の周知や自社の実績等を掲載。住宅診断の紹介ページではどんなことをするのか？いつ行えばいいのか等を掲載。施工事例のページでは新築・リフォーム等の部位別に写真を掲載、イメージや施工の流れを掴んでもらう内容にした。</p> <p>②住宅診断に用いる機器としてサーモカメラを購入。まず、既存顧客先へ訪問して、デモンストレーションを行うなどして住宅診断の需要を喚起した。</p>			別添	
<p>【活用の成果】</p> <p>※なるべく具体的な数値等(売上、来店数、指標等)を含め記入</p> <p>①ホームページを見た新規顧客から新規サービスである住宅診断の問合せがあり、実際に住宅診断の依頼を頂き実際に診断にも行ってきた。診断後の結果報告をした際に顧客から今後のメンテナンス方法や時期などの質問があり、経験を生かした提案ができ、リフォーム工事の受注に繋がる手ごたえを感じた。</p> <p>②既存顧客30組ほどに平成28年12月年末の挨拶も兼ねて住宅診断の案内及び説明。カメラのデモンストレーションを実施。サーモカメラの導入によってリフォーム前後の断熱性能や、凍結防止帯の故障や異常など視覚的に捉えることにより工事の効果がわかりやすくなりプレゼン力の向上につながった。</p>				
<p>【活用後の声】</p> <p>ホームページを見てもらうことで、既存顧客の中でも若い世代の方にも当社の住宅診断を知ってもらえる機会ができた。その結果、新規リフォームの提案や建て替え等の受注が見込め、新築工事の多少に左右されない安定的経営を図ることができると感じています。</p>				