



プティコリエ合同会社

ジュエリーの企画・デザイン・製作を一手に担い、多忙な業務の傍らデジタルマーケティングに取り組む代表の林さん。胸元には自ら手がけたネックレス『オルタンシア』が輝く。

「デジタルマーケティングは継続することが最も重要です」 アドバイザーの助言を支えにして着実に施策を実行

『プティコリエ』のブランド名で繊細なジュエリーやアクセサリを製作・販売するプティコリエ合同会社。取引先である銀座の専門店に販促活動は任せていたが、コロナ禍で状況が一変。自社で販路を開拓するため、ほとんど知識のなかったデジタルマーケティングに取り組んだ。

本事業に申し込んだ背景

生粋のジュエリー職人が自ら販路開拓を決意

当社は『プティコリエ』をブランド名として、ジュエリーやアクセサリの企画・デザイン・製作を手がけています。製品はすべて手作業で製作し、取引先である銀座の専門店で販売しています。昨今は宝飾品業界においても厳しい時代ですが、それでも経営は順調だったと思います。しかし、コロナ禍で状況が変わり、以前とは違う状況が続いていたなか、自分でBtoCの販路開拓に取り組むことを決意しました。

民間企業セミナーでは解決できなかった悩み

決意はしたものの私はどちらかと言うと職人ですから、営業面、とりわけデジタルマーケティングについてはほとんど知識がなかったので、まずはWebマーケティングを専門とする

企業が開催する多数のセミナーに参加してみました。でも、一番知りたい実践的な部分を教えてもらえないことが多く、悩んでいた時に公社のハンズオン支援（アドバイザーが専属で継続的に支援）を知ってすぐに申請しました。

アドバイザーによるハンズオン支援の内容

私のプランを否定しないで聞いてくれた

初回のミーティングで、「直接販売できるBtoCの販路を開拓したい」、そのために「Instagramの活用方法を学びたい」「ECサイトを作りたい」「最終的にポップアップストアを出店したい」など、プランと目標などを全部お話ししました。ちょっとは否定されるかなと覚悟はしていたのですが、そんなことはなく、初歩的な質問にも真摯に答えてくれたアドバイザーの姿を印象的に憶えています。

「継続することが最も重要」の助言が支えに

アドバイザーの「まずはInstagramから取り組みましょう」という声からデジタル施策への取り組みがスタートしました。「SNSは時間がかかることも多くあります。すぐに効果が出ない場合はきちんと分析して改善していけばいいのです。継続することが最も重要です」と言われて、気持ちがふつと楽になりました。それまで、デジタル施策にはそれなりの資金が必要で、失敗は許されないものだと考えていたのです。



伝統的なヨーロッパジュエリーのテクニックをベースに、自社でアレンジした洋彫りなどを施したブティックのジュエリー。「未来のヴィンテージになる宝物のような存在になる作品を目指しています」と話す。

具体的な販路開拓への取り組み

Instagramの活用にチャレンジ

まずはアドバイザーからInstagramの基礎知識を学びました。投稿のテーマ、投稿サイクル、ハッシュタグやストーリーの使い方、広告運用、さらに分析方法まで教えていただきました。投稿は短文で分かりやすく、写真もテーマ性のあるものを撮影していくなどのアドバイスを受け、さらに写真撮影とECサイトの専門家派遣も利用しました。

ECサイトには入念な準備が必要

写真撮影の専門家には、手持ちのスマートフォンを使った撮影にちょっとした工夫を加えるだけで、写真写りを格段に良くするポイントを教わりました。新たに高価なカメラを購入しなくても取り組むことができそうです。逆に、ECサイト専門家のレクチャーでは、私の認識の甘さを気づかされました。それまでは「サイトを開設すればどうにかなる」と思っていたのですが、競合するサイトが多数ある中、ただ開設しても集客は期待できないことを知りました。いろいろと気づきの多い専門家派遣でした。

デジタルマーケティングの効果

デジタルがリアルにつながる瞬間の喜び

現在、Instagramは週2回程度の更新で運用しています。アド



支援前はデジタルマーケティングに関する知識がないことを呆れられるかと思っていたと話す林さん。アドバイザーの真摯な姿勢に安堵し、何でも気兼ねなく質問できるようになったとのこと。

バイザーから「短文と一点だけの写真でも手を抜かず気持ちを込めた投稿にすること」という助言をいただいていたので、そのことを指針にして続けていたところ、少しずつフォロワーが増えてきました。最近では「フォロワーの方が来店されましたよ」と聞くこともあり、嬉しい気持ちです。他にもコレクションのお披露目でショップ店頭に入った際にはフォロワーの方に声をかけていただき、デジタルの向こうに人がいること、少しずつですが自分の発信が相手に届いていることを実感しています。ユーザーとの距離が近くなるのはコミュニケーションツールの大きな利点だと思います。

目標はポップアップストア

最終的にはポップアップストアを開き、より多くのお客様と直接お会いして商品をお届けすることが目標です。継続支援が可能なら来年度もぜひ申し込みたいと思います。(2023年11月時点の情報です)

■事業内容: オリジナルジュエリー・アクセサリーの企画・デザイン・製造 ■設立: 2018年 (ブランド創立は2008年)

HP : <https://petite-collier.jp/>



地道に取り組みステップアップしていく学ぶ姿勢と継続力に敬服

デジタルマーケティングに関する知識がない方は一足飛びに高い目標を設定し、短期間での成果を求める場合も多いのですが、林さんは地道に取り組み、改善しながら一歩ずつステップアップして成果につなげています。Instagramへの取り組みではフォロワーが増えずに悩んでいた時期もありましたが、投稿内容を徐々にブラッシュアップしてフォロワーが増えていきました。引き続き目標に向けしっかり伴走していきます。

デジタルマーケティング・営業のDXサポートプログラム
アドバイザー **漆畑 慶将**

