



事例紹介

株式会社ハッシュ

家業のクリーニング業で得た経験を活かし、独自の洗剤開発で特許を取得。「デジタルマーケティングに取り組み、当社の商品を多くの方にお届けしたい」と語る浅川代表。

認知向上を目指しデジタル施策を推進 プレスリリースにより多数のメディアが取り上げ、 新製品が10分で完売

累計販売数70万個突破の酵素染み抜き剤『スポットる』、洗濯機いらずのスプレー洗剤『ルーシーミスト』などを製造する株式会社ハッシュ。商品の認知向上と販路拡大を目的にデジタルを活用した広報戦略を強化し、大きな成果をあげている。

本事業に申し込んだ背景

「洗濯のプロ」による洗剤メーカー

当社は創業15周年を迎える洗剤メーカーです。主力商品となる自社開発の酵素染み抜き剤『スポットる』は特許も取得しており、累計販売数は70万個を突破しています。一般消費者向けに自社ECサイトや大手ECモール、全国の小売店で販売しているほか、ホテルやレストランのバックヤードでご利用いただくなど、法人様も顧客となっています。しかし、どんなに良い商品を作っても、知っていただかなければ意味がありません。当社のような小さな会社にとって認知向上のための広報活動は常に大きな課題です。

デジタルを使って営業・広報戦略を強化

自社でWebサイト運営などのデジタル施策に取り組もうとし

たのですが、専門的な知識がなく、限られた人的リソースでは課題解決が難しい状況でした。そこで専門家のサポートをいただきたいと考え、ハンズオン支援（アドバイザーが専属で継続的に支援）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

各分野の専門家が実践的にサポート

支援のスタート時、アドバイザーに「自社ECサイトの売上アップを含めた販路開拓」と「2023年夏にリリースする新商品『ルーシーミスト』を軌道に乗せる」、この2つを中心に取り組みたい旨をご相談しました。

当社のWebサイトが新しいコンテンツを追加できない仕様であることが判明しましたが、どうしてもコンテンツの充実化を図りたかったので、全面リニューアルを決意し、まずは新

商品『ルーシーミスト』のPR活動に注力することになりました。そこで、アドバイザーにご提案いただいたのが専門家派遣の活用です。すぐにプレスリリースの専門家をアサインしていただき、併せてWebサイト、Webでの法人営業や広報の専門家にも申し込みました。

具体的な販路開拓への取り組み

プレスリリースの作成

最初に取り組んだのがプレスリリース作成です。メディア戦略に造詣の深い専門家に構成のコツから原稿チェックまで、座学と実践の2回に分けてご指導いただきました。特に「プレスリリースは“最初の2行”で決まる」という助言が印象に残っています。専門家とともに最初の2行となるキャッチコピーを作成したのですが、私の原案を少し調整するだけで、印象的なフレーズにガラッと変わりました。また、商品を訴求する本文は、社会背景と絡めることでメディアに取り上げられやすくなることなどを教えていただき、実践していきま

メディアの影響により発売後10分で完売

そして、配信したプレスリリースがメディアの目に留まり、民放テレビ3社の情報番組をはじめ、ラジオ、新聞、オンラインインタビューなどに取り上げていただきました。その結果、『ルーシーミスト』は発売初日に自社ECサイトにて10分ほどで完売となりました。

またクラウドファンディングではプレスリリースをきっかけに支援者数が400名を超えるなど、予想を遥かに上回る結果となりました。今回、プロの知見を当社にノウハウが残る形でレクチャーしていただけたのは、今後のデジタル施策にも活かせる大きな財産になります。



累計販売数は70万個。同社を代表する商品の染み抜き剤『スポッとる』。WebサイトのトップページでもPRしている。

デジタルマーケティングの効果

Webを活用した法人営業などを推進

続いてWebでの法人営業と広報戦略の強化にも着手しました。法人営業の専門家からは、オンライン商談の資料作成法



「当社にノウハウが残る形でサポートいただけたのは、今後にも活かせる大きな財産になりました」と浅川代表。

やプレゼンテーションのコツなどを学び、早速実践したところ空港内の大手コンビニに商品を納品することに成功しました。

ハンズオン支援の価値

当社は2024年に、洗剤の可能性を研究するラボをオープンするため、ラボ専用のWebサイトも立ち上げる予定です。このラボを起点に、長期的な目標としては、服を傷めない全く新しい洗濯機の開発を目指しています。

ゼロから作り直すことになった自社サイトのリニューアルについてもラボの完成後に着手したいと考えています。アドバイザーには、当社の状況、要望に柔軟に対応いただき、その時点で最適な施策を相談しながら計画・実行できました。来年度もハンズオン支援を申請する予定です。(2024年1月時点の情報です)

■事業内容：洗剤の開発・製造・販売 ■設立：2008年11月 ■
資本金：300万円 ■住所：東京都大田区中央3-5-6

HP：<https://www.hush08.com/>



ECサイト：<https://shop.hush08.com/>



ブランド力と商品力を活かし デジタル施策で販路開拓

同社の商品は、浅川代表ご自身の染み抜き技術やクリーニング屋さんへ届くお客様の声など、まさに「現場」から生まれたものです。今回のプレスリリースでの大きな成果は、優れた商品力と実績に基づくブランド力があってこそ実現しました。今後はWebサイトにおけるコンテンツの充実という大仕事が待っています。販路開拓を目指して引き続きサポートしていきます。

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 **谷藤 剛**

