

自社直販のビジネスモデルの確立

会社名 株式会社キーストン
 所在地 佐賀県武雄市武雄町大字永島16824番地4
 従業員 12名
 資本金 1,000万円
 売上高 1億3,000万円(2020年度)
 業種 釣用漁業用品の製造販売(製造業)



支援を受けるにあたって掲げた事業上の目標

Before

- 「ものづくり屋キーストン」としての更なる飛躍を目指し、これまでの卸、OEMから自社直販へのシフトを進め下請けからの脱却を図る。そのためにECなどの新しい販路や売り場の変革、さらには自社ブランドやサービスの開発にチャレンジする。

支援を受けてできるようになったこと

After

- 自社直販を主体とするビジネスモデルが確立し、OEMからの直販への事業転換を達成した。
- 自社製品新ブランド「REVOLT」による収益性向上が実現しつつあり、当社の独自性を発揮できる企業体への変革の基盤が築かれた。

今後の事業展開の展望

Future

- ホームページ、通販サイトの充実を図り、自社ブランド「REVOLT」の認知度がより一層高まるとともに、イカ釣り人口およびキーストンファンが拡大する。
- 自社製品メーカーとして人材および組織体制の強化を進める。

重点支援を受けた事業や商材



KEYSTONE/REVOLTは開発段階のプロト品や量産が難しいプロダクトを公式ストアで販売するブランド。納得できる商品が出来、量産体制が整えば一般発売する。REVOLT製品は、今後複数のプロダクトをリリースする予定。

REVOLTという言葉には、「今までできなかったことをやる」「私たちの考えに共感して頂ける皆様と共に」そんな思いを込めている。REVOLTブランドは、ユーザーの皆様と共に、ワクワクする商品、信頼して使える、気軽に意見を言える、そんなブランドになることを目指している。



重点支援を実施するにあたって整理した課題

取り組んだ課題	課題に取り組んだ背景・理由
ビジネスモデルの構築	従来の卸、OEM事業中心の事業形態から自社直販の漁具専門メーカーへの転換を実現するためのビジネスモデルを構築する必要がある。
知財戦略の構築及び取得	事業拡大の基盤となる知財戦略(商標、意匠、特許等)が不十分。
マーケティング戦略の構築	ビジネスモデルに沿った企業ブランドや商品ブランド戦略を構築する必要がある。 ECやコンセプトショップなどを活用した営業戦略や戦術、ノウハウが不足している。
将来に向けた内部体制の構築	自社直販事業に対応した開発、生産、営業体制、知財管理体制の強化が必要。



重点支援を通じて受けた支援と支援を通じてできるようになったこと

支援を受けた事項	支援を通じてできるようになったこと	活用専門家
ビジネスモデルの構築	<ul style="list-style-type: none"> より高い利益が確保できる自社直販を主体とするビジネスモデルが確立し、売上げを落とすことなく、OEMから直販への事業転換を達成できた。 	中小企業診断士 弁理士
知財戦略の構築及び取得	<ul style="list-style-type: none"> 開発品の知財手当、先行技術調査、商標登録手当、営業秘密管理、先使用権の活用など、社長自身の知財に対する意識が高まった。 中国商標登録の手当が進んだ。 	弁理士 中小企業診断士
マーケティング戦略の構築	<ul style="list-style-type: none"> キーストブランド、レポートブランドなど、ブランドの整理、それぞれのコンセプト、提供価値、顧客セグメント、情報発信等について理解が深まった。 ECサイトでの売上げ割合が50%まで高まった。 	中小企業診断士 WEBデザイナー 弁理士
将来に向けた内部体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> 社内メールシステムを使った社員全員との情報共有、コミュニケーションの強化や、社外専門家による社員全員へのカウンセリングなど、組織体制構築の基盤が強化された。 直販への移行に伴い、生産部門などの組織体制を強化した。 	中小企業診断士 弁理士

支援チーム紹介

リーダー専門家: 弁理士 藤掛宗則

活用専門家: 中小企業診断士、WEBデザイナー

知財総合支援窓口担当者: 佐賀県知財総合支援窓口 塚島誠一郎

PO(プログラムオフィサー): 喜多克己