

改善事業の取り組みの報告

山中漆器産地組合として初めて取り組むオリジナル商品、木製漆器「もののぐ」と近代漆器「colessae」の販路拡大のため、プレスリリースや SNS 広告（Instagram 及び リスティングによる）を行い、収益力の強化・費用対効果からの労総条件改善に取り組みました。

傘下の組合員にたいして上記事業推進による収益力の強化を背景として、労働者の労働条件の改善のために、時間外労働の削減や賃金上げを各種会合や委員会を通じて働きかけました。

2023 年 9 月 「もののぐ」プレスリリース

2023 年 10 月 「もののぐ」広告配信開始

2023 年 10 月 「colessae」プレスリリース

2023 年 10 月 「colessae」広告配信開始

広告は Instagram 及び Google の連動型広告を活用した。

1. 収益力

組合の数値において大きくは改善できなかったが、広告期間においてはオンラインストアのアクセス数が施策前の 3 倍に伸び、「もののぐ」と「colessae」の専用サイトのアクセス数も堅調に推移したことにより、定性面で広告の効果が高いことが証明された。結果として 2024 年度は販売効率が改善され、職員の休日出勤を減少させることができた。

今後も広告の継続や、サイトを保存した消費者に対してのナーチャリングを行うことにより、収益性の向上に取り組んでいきたいと考えている。

2. 既存商品や産地全体への波及効果

二つのブランドを立ち上げて間もないにも関わらず受注が入ったことから消費者への認知が進んでいると思われ、組合員全体にも情報発信や広告によるブランディングの機運が高まってきた。そしてこのブランディングの重要性は、コロナ感染症を起因とした原材料やエネルギー価格の上昇を製品価格に転嫁できていなかった組合員にも波及し、それぞれの会社において取り組みも始まっている。