トレンダーズ
経沢香保子
女性起業家アルバム

無料サービスが当然の保冷材をオリジナルデザインで売り物に

クロスハーツ●上野みなこ 社長

「菓子店で利用される保冷材に着目するとは、まさに上野さんの慧眼（けいがん）。ニッチ（すき間）なビジネスですが、商材が魅力的なだけに今後に注目しています」（トレンダーズ／女性起業塾　担当講師）

無味乾燥の白い保冷材をおしゃれにして注目を引く

記録的な猛暑だった今夏、東急ハンズやビックロストア、原宿アートマンの雑貨売り場で、彩り鮮やかなハート型の保冷材が若い女性を中心に売れた。購入者からは「かわいくて楽しい」「飾りやすいおかずの時は、お弁当箱に添えます」「寝苦しそうな愛犬の涼くに置いてあげます」といった声が聞こえてくる。

昨年、六本木（東京都港区）にオープンした超一流ホテル、上階のカフェで持ち帰り用に洋菓子を購入したお客に向け、開店1年間限定のサービスがちょっとした話題になった。箱の中にロゴの入ったオリジナルのおしゃれなデザイン保冷材が入っていたからだ。この12月には神楽坂（東京都新宿区）の静かな住宅街にたたずむ"アダグネスホテル東京"に新しくオープンするパティスリー（菓子店）でもロゴ入りのおしゃれなデザイン保冷材が箱の中に入る予定だ。

Profile●上野みなこ
大妻女子大学相模大学卒業後、都市銀行入行。17年間の勤務で預金業務やベンチャー企業投資業務などに携わった後、自身の起業の夢を保冷材ビジネスのアイデアで実現した。06年5月にクロスハーツを設立、現在にいたる。

これまで生菓子などに持ち帰りサービスとして添えられる保冷材といえば、「食べられません」と注意書きされた四角形の地味なものが一般的だった。どれも四角形なのは大量生産に適しているためだ。この保冷材のデザイン性を高め、商品化したのがクロスハーツ（東京都小金井市）の上野みなこ社長だ。

おしゃれ好きな女性たちに手に取ってもらえるかわいらしいデザインの保冷材を作るには、従来の四角い商品よりも製造コストがかかる。だが、形や色も含めたオリジナルデザインで製作できるため、菓子店にとっては新たな広告展開が可能になる。さらに、一般企業では、社名やロゴ、商品名などを入れてノベルティー（無料配布の販促品）として利用できる。その訴求力の強さは店頭での人気が証明している。

広告媒体として一石二鳥となる

上野社長がクロスハーツを設立したのは、2006年5月。都市銀行に17年間勤めるなか、独立志向を持っていた上野社長は、常にビジネスアイデアを模索していた。そんなある日、洋菓子店で買い物をした時に保冷材に目をつけた。

「洋菓子店では、持ち帰り客向けに保冷材を用意していますが、無料サービスの店がほとんど。せっかくコストをかけているのだから、これを店舗の広告媒体にできれば一石二鳥だと思いました」と上野社長は語る。

クロスハーツ

【所在地】〒184-0013
東京都小金井市前原町4-12-21
【TEL】042-401-1557
【URL】http://www.cross-hearts.com/
【設　立】2006年5月
【資本金】100万円
【売上高】非公開
【事業内容】デザイナーズ保冷材の企画・製造・販売

雑貨ブランド「フランフラン」の元商品開発マネージャー、前田菓子氏や複数のイラストレーターと契約しており、顧客のイメージにぴったりのイラストやデザインの保冷材を作り出せる体制を整えている。

早速、洋菓子店で入れてもらった保冷材を含めてどう利用しているのか、消費者265人を対象に独自調査をした。すると、洋菓子や生鮮食品に同梱された保冷材をすぐに捨ててしまう人はわずか14％に過ぎず、多くの人が自宅の冷蔵庫に保管しておくと答えた。

「デザイン性が高ければ、消費者にはさらに喜ばれるし、販売額は広告効果が期待できると思いました」

そう熱弁する上野社長は、自らのアイデアを具体化するため保冷材メーカーを訪れてまわったが、手の込んだ製品づくりに対して消極的な反応しか得られない。やっとの思いで、都内に協力メーカーを見つけた。

クロスハーツの強みは、多品種少量生産が可能なことだ。大量生産の従来製品では、最小製造単位が4万～6万個以上でなければ受け付けられない。これに対し、同社は200個から製造に応じる。これなら個人経営の洋菓子店でも大量の在庫を抱えることなく注文しやすい。

また、同社製品を導入した洋菓子店のなかには、保冷材のおしゃれさに感心した客から「お金を払うから保冷材を譲ってほしい」と言われるほど人気が高まった、つまり、売れる商品になったのだ。

「洋菓子店では、誕生日のケーキに立てる小さなロウソクは無料が一般的ですが、少し豪華なロウソクなら有料で販売しています。それと同じ理屈で、無料が当然とされていた保冷材も付加価値を高めることで有料販売できる商材になります」と上野社長は熱っぽく語る。

消費者向け小売りで認知度アップを図る

クロスハーツのビジネスモデルはニッチを狙ったために競合相手がなく、市場を独占して開拓できるのも利点だ。ただ、従来にない新しい概念の製品だけに、当初は洋菓子チェーン店など顧客として想定した企業の理解が得られにくく、販路開拓に苦労した。

1年半から一般消費者向けの販売を開始したのも、認知度を高める戦略の一環である。ハート型を中心にしたタイプ、各4色の製品を作り、東急ハンズなどの大手小売店に売り込みに行った。仕入れ担当者たちは商品としての魅力を理解し、ふたつ返事で採用を決めたという。現在、1個200円程度で売られている。

もちろん、大手や中堅の洋菓子チェーン店や高級ホテルなど、中核となる営業ターゲットへの働きかけも抜かりない。さらに販路拡大のため、ウェブサイトを開設し、個人客と法人客ともにインターネット経由で購入できるようにした。

「ゆくゆくはオリジナル保冷材を日本全国に広めたい」。そう語る上野社長の目はしっかりと未来を見据えている。

文・横山博之

経沢香保子がみた成功の要因

保冷材を広告媒体に
高めた差別化手法が見事

上野社長はとても特殊あふれる社長です。金融業界から製菓販売（保冷材）への転身に限らず、女性起業塾にご入塾いただきました。保冷材は単価が安く、競合も多いため、塾生中は講師からの厳しい指摘もありました。でも、彼女はめげませんでした。「起業したい！」という強い思いがあったからです。そして塾で学んだ差別化手法によって保冷材に広告効果を付加するビジネスを磨き上げました。

起業家に必須の「強い想い」と「実行力」、「挑戦する力」です。一流ホテルへの納品という壁をアッと言わせる実績も上げました。

今後も持ち前の情熱とチャレンジ精神で、後続の起業家に勇気を与え続けてくれることと期待しています。

―12月に新設の講座情報―

●12月21日（日）　実践コース1日凝縮講座
「マーケティング」や「経営数字の立て方」など、起業・経営に必須の人気講座4つを、1日に凝縮しました。経営による事業計画書の直接指導「公開コンサルティング」もあり、「各千名」魅力の方におススメです。※女性限定
http://www.w-e-jp/taiken/coreday/advance.html

●12月14日（日）　会社拡大セミナー
会社拡大に必要なことが、1日で網羅的に学べます。これからのあなたの会社のすべてと、目指す姿がはっきりと見えてきます。売り上げ増加や、経営者としての器構改革に役立ったとの声多数！　※男女共対象
http://www.w-e-jp/course/management/info.html

☆ミミヨリ情報☆
ご存知ですか？ ただいま女性起業塾メールマガジンで、経営者50人のおススメ本を紹介する特集を掲載中です。経営者50人の人生を変えた1冊を、素敵つきで絶交中！ 右記QRコードから、いますぐご登録を。

【問い合わせ】女性起業塾事務局（担当：岡崎）
TEL03-5774-8696　http://www.w-e-jp