

“キラリ企業”の現場から

第

126

回

Instagramで大人気！ 「柴犬まる」の火付け役

bloomax株式会社

マーケティング力で世界を狙う

bloomax株式会社(以下同社)は、セールス・マーケティングのコンサルティングを行う企業である。その事業の一環として、代表取締役の小野慎二郎氏の飼い犬『柴犬まる』をイメージキャラクターとしたグッズ等を数多く展開し、文京区根津にグッズショップを運営している。マーケティングの手法を駆使した結果、『柴犬まる』関連事業は売上の7割を占めるに至り、同社の主力事業となっている。

社名「bloomax」は、小野社長の造語である。bloom(咲く)+ax(斧→小野)とbloom+max(咲き誇る)という二つの意味を持つ。また、企業ロゴ(画像参照)の囲いは、「笑う門には福来る」の「門」をイメージ。いずれにも創業時の小野社長の強いメッセージが込められている。

『柴犬まる』は、Instagram(写真を撮影、加工、共有できるスマートフォン向けのアプリでSNSの機能を持つ)で世界中から250万人のフォロワーを集め、テレビCM、映画プロモーション等メディアに数多く出演。三重県からの委嘱を受け「みえの国観光大使」にも就任。全国95の郵便局で切手も販売されるなど「日本一有名な柴犬」である。

『柴犬まる』が全世界からの注目を集めたのは偶然ではなく、小野社長のマーケティングのメソッドに裏付けされている。SNSから情報を得るユーザーは増えているため、愛犬がかわいい、かわいいとInstagramで発信し続けながら、様々なメソッドを駆使した。フォロワーの増え方を日記のように書き続けて分析すること等で、マーケティングの成果を可視化していった。

Instagramは流行感度の高いユーザーが多く、海外ユーザーが大多数を占めるSNSである。日本人が眠る時間に他の地域が朝を迎えているため、小野社長は、日本、ヨーロッパ、アメリカ向けに時間を変えてメッセージを投稿している。1日3枚の写真を365日休まず5年以上継続し、ユーザーの目に触れ続けさせた。この結果、『柴犬まる』のInstagramのフォロワーは、世界で250万人を超えた。全体の約66%が女性であることから、女性をターゲットとした商品づくりを企画している。低コストかつ短期間で消費者ニーズを知ることができるのもInstagramの

利点である。グッズショップの顧客層も女性が中心であり、フォロワーの実に約85%が海外在住であることから、海外からの顧客も目立つ。

ベンチャーKANDAと乗り越えた創業の危機

小野社長は、ホテル、居酒屋、パソコンメーカー、半導体メーカーでマーケティングを担当した後、小野社長の強みであるマーケティングを売るベンチャー企業の取締役に就任した。ベンチャーキャピタルから投資も受け、上場準備をしていたが、経営に関する意見の食い違いから袂を分かつこととなった。

サラリーマンに戻るか、再度起業するかで悩んだが、起業を決意。マーケティングを売る現在のbloomax株式会社を設立した。小野社長39歳のことであった。目に見えないマーケティングという“モノ”をどう売っていくのか。暗中模索の中、1期目は経常赤字に終わった。

なかなか成果が出なかったが、小野社長の持ち味である粘り強さとフットワークの軽さ、そして何でもやるという姿勢で売上を少しずつ伸ばしていった。また、言語を変えての世界中へのプレスリリースも功を奏した。地道な営業活動を行う中、取材に来てくれる人が少しずつ増え、海外からの取材も受けるようになった。

そのような時期に入居したのが、公社が運営するインキュベーションオフィス『ベンチャーKANDA(注1)』である。取材を受けるにも、顧客を招くにもオフィスは当然必要となる。大手町周辺にオフィスを構えるのはコスト面から非常に負担が重い、ベンチャーKANDAは公社による家賃の半額補助を受けることができる。オフィスが大手町に極めて近いことも信頼につながり、初対面の見込客と商談が進む確率が高くなった結果、取引も拡大していった。



bloomax株式会社の
ロゴ



柴犬まるグッズショップ店内

会社のさまざまな支援サービスをご利用いただいている元気企業を紹介する“キラリ企業”の現場から。ブルーマックス
第126回は、Instagramで全世界の250万人からフォローを受けている『柴犬まる』の火付け役であるbloomax株式会社
(文京区)をご紹介します。
公社で運営しているインキュベーションオフィス「ベンチャーKANDA」の卒業企業であり、現在も様々な公社事業をご利用
いただいております。

企業
情報



bloomax株式会社
代表取締役CEO
小野 慎二郎 氏

代表者 / 小野 慎二郎
資本金 / 300万円 従業員 / 8名
所在地 / 東京都文京区根津2-12-3
TEL / 03-5809-0746 FAX / 03-5806-0747
URL / <http://bloomax.co.jp/>

ベンチャーKANDAでは、インキュベーションマネージャー(注2)が常駐しており、経営に関するアドバイスを受けることができた。特に公的な支援施策や助成金等の情報提供は、創業間もない同社にとっては、貴重なアドバイスであった。ベンチャーKANDAでは入居者同士の交流も盛んであり、様々な企業が入居していることからお互いに受発注も発生する。ベンチャーKANDAで培った「ネットワークづくり」のノウハウは今も小野社長の強みとなっている。

マーケティングも組織も愛情を

「マーケティングがなければ、『柴犬まる』は世界一有名にはなれなかった」と小野社長は語る。自分の製品を愛しているからこそ、他人の意見を聞くこと。良いところも悪いところも客観的に見て、総合的に他社製品より良いと言えて初めて、マーケティングできるようになる。

同社では、まる関連グッズについては、本屋やグッズ屋からの提案を採用し、商品化するが、基本的には従業員が自分でアイデアを出す、ボトムアップも大いに推奨している。若い従業員の発想に期待する所以である。

同社には8名の従業員がおり、ほとんどが20代である。小野社長はわが子を育てるように愛情を持って接している。同社の人材育成教育方針は、「風通しのよい職場」と「情報共有」。経営者と従業員との距離が近い会社であり、小野社長は常に従業員全員の顔を見ることができる。また、会社の経営状況を含めた全ての情報を従業員と共有することで財務の感覚を身につけさせている。常にコスト意識を持って業務にあたることは小野社長が営業職であったサラリーマン時代に学んだことである。従業員であっても、経営者としての視点を持ち、自分主導で事業を

作っていくという気概で仕事をしてもらいたいという願いがある。

今後の事業展開について

同社の事業はマーケティング支援である。Instagramを駆使した『柴犬まる』事業は同社のマーケティング力が世界に通用することを証明した。しかしながら、マーケティングの手法は日々変化している。最近では動画や写真を24時間限定で公開し、その後は削除してしまう「Instagram Stories」という機能も出てきている。いつ新しいSNSが台頭してInstagramが下火になってしまうかは全くの未知数である。

時代にいかに柔軟に対応し、今後の事業活動を展開していくかが同社の最も重大な課題である。『柴犬まる』事業でマーケティングのノウハウをブラッシュアップし、現在の強みであるSNSから派生するサービスに広げていくことを計画している。小野社長によると、マーケティングで重要なことはモノを売る仕組みを作ること。その仕組みづくりは、小野社長の経営者としての資質だけではなく、支える仲間の存在なくては成しえない。どんな時も「笑う門には福来る」。そんな思いを経営者と従業員が一体となって世界に発信するbloomax株式会社のさらなる活躍に期待したい。

(創業支援課 宮下卓也)

(注1) ベンチャーKANDA…
公社が運営するインキュベーションオフィス(千代田区内神田1-1-5)。創業前と創業1年未満の中小企業者が入居対象。

(注2) インキュベーションマネージャー…
インキュベーションオフィスの入居者に対し、経営のアドバイスを実施(随時、無料)。



小野社長と『柴犬まる』



『柴犬まる』缶バッチ