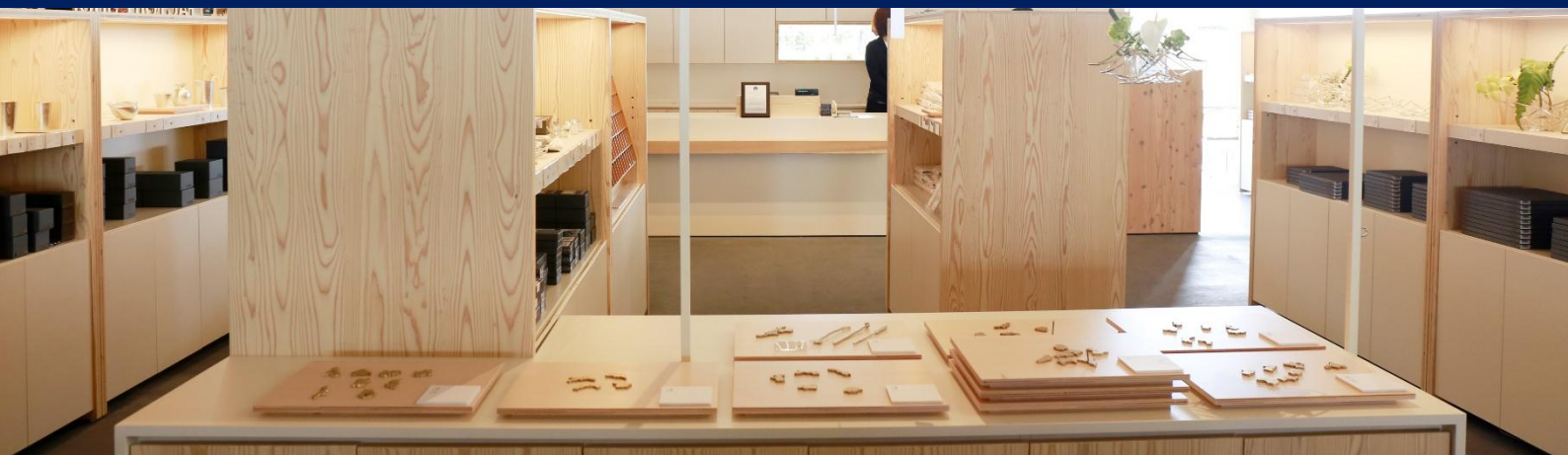


無名だった町工場が、 売上**12倍超え** 憧れの**鋳物メーカー**になった ものづくり企業の**成長戦略**



■株式会社能作様のご紹介

株式会社能作は、高岡銅器の伝統技術を受け継ぎつつ、**錫100%製品で革新を起こし**、全国に直営店を展開しています。また**産業観光や錫婚式などの新たな分野にも挑戦しています**。地元地域や持続可能性にも配慮しつつ、製造・文化・体験を横断する「モノづくり企業」としてその存在感を確かなものにしています。

今の時代に沿った伝統工芸の継承方法と自社の強みを生かした**社会の需要に応える事業**とは何かを常に考え、現在に至るまで、日々挑戦し続けているのです。

今回のセミナー能作様が取り組まれているユニークな仕組みや、きれいごとばかりではない苦労話や数多くのチャレンジによってつかみ取ったことなどについて語って頂きます。



ゲスト講師
株式会社能作
代表取締役社長
能作 千春 様

オンライン WEBセミナー

2025年**10月31日(金)** 14:00~15:30

※同業者様などセミナー申し込み後にお断りさせていただくことがございます。

お申込みは
▼コチラ▼

主催：トゥルーコンサルティング株式会社
〒108-0073
東京都港区三田2-14-5 フロイントウ三田10階
電話：03-3260-5011 / FAX：03-5539-3933

お問合せ・お申込みは、
＜電話・FAX・HP・フォーム＞より

トゥルーコンサル

検索



能作 千春 様による特別講演！ 事業継承、新規事業立ち上げ、組織化の苦労と秘話

能作 千春 様のご紹介

日本国内における伝統工芸の業界は厳しい状況に置かれているなか、2023年、5代目社長に就任した能作千春氏。1916年の創業当初は、高岡銅器を継承する真鍮鑄物の仏具や茶道具、花器などの生地を納める下請け業者でしたが、その後、4代目であり、職人としての経験と技術が強みにもつ父・克治氏の代で変革を試みます。2001年より自社ブランド「能作」を立ち上げ、デザイン性の高い真鍮製のベルや風鈴を皮切りに、ユーザーの顔が見える製品づくりに挑みます。製造・販売を始めて以来、マーケットの変化にも柔軟に対応し、約20年間で、売上を1.3億円から18億円にまで拡大させました。一方、能作千春は職人としての知識や経験がないなか、入社してから5代目社長に就任するまでの12年間で、産業観光事業を中心とするいくつもの新事業を始動させています。危機的な状況にある伝統工芸の業界においてどのような変革を行ってきたか、書籍も出されていますので、ご興味ある方は手に取ってみてくださいませ。



書籍『つなぐ 100年企業5代目社長の葛藤と挑戦』

ここでしか聞けない！ 能作様×トゥルーコンサルティングの講演！



株式会社能作
代表取締役社長
能作 千春 様



TRUE CONSULTING
大谷 雄太

町工場から始まったものづくりが世界へ 顧客の顔が見たくて挑戦した自社商品

- 下請けからの脱却
- オリジナルブランド「能作」を立ち上げ



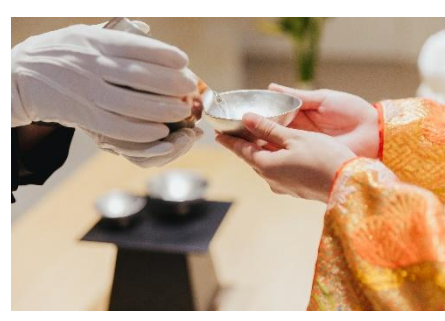
伝統産業を改革する 能作様の先進的な取り組みとは！？

- 現場の声を経営に直結させる“循環”
- 競争ではなく共創
- 伝統産業の枠を飛び出す



能作の事業展開 チャレンジする社風で仕事を楽しむ

- 見て触れて食べて味わう 能作の魅力を伝える産業観光
- 結婚10周年の錫婚式
- 錫ジュエリーブランド「NS by NOUSAKU」の立ち上げ



トンがった物作りが成功要因！ 上手に認知を高めていくポイント解説

モノ作りの技術をEC・WEB活用へ 実証済み 最新ビジネスモデル2025

紙上
解説

これだけ読めば、EC参入・拡大が成功する

重要な3つのステップ徹底解剖



TRUEコンサルティング
大谷 雄太

本レポートをお読みいただきましてありがとうございます。
TRUEコンサルティングの大谷(オオタニ)と申します。製造業は成熟市場が多く、品質やコスト、競争だけでは勝ちにくい状況にあります。尖った製品を持つことで、価格勝負ではなく「**ブランド独自の価値**」で選ばれるポジションを築くことが可能なのです。停滞感のある企業ほど「作業化」し、社員の創造性が失われがちです。もの作りへの挑戦は、現場や開発チームのやる気を刺激し、良い循環を生み出します。特に高度な技術が必要な現場にほど、新たな市場を生み出すヒントが転がっています。今の時代はインターネットの発達、SNSの浸透のおかげで以前よりも**安く、簡単に市場テストが出来る**ようになりました。町工場のネジ、フライパン、包丁、陶器などのカテゴリーで従業員数が倍増している企業が多数出てきているのです。

モノ作り企業が通販で成功する重要な3ステップ

その1：ヒット商品が1個出るまでのモノ作り

その2：プレスリリースとSNSを活用

その3：製造現場から体験も売る

大切なのは従業員のモチベーションを上げるための自由なモノづくり環境と、自社のファンを大事にして育成すること。この当たり前をちゃんとすると気付けば売上の壁を突破しているのです。

弊社のブランド成功企業情報をご覧ください。



その1：ヒット商品が1個出るまでのモノ作り

何度か失敗することを織り込んだ商品開発

アイデア集め

弊社が関わった中で上手くいきやすいアイデアは下記の2つです。既存の技術にとらわれてしまい特徴的(革新的)な商品は製造部門から出づらいのが本音です。

- ・ お客様からの問い合わせやクレーム
 - ↳ 現場の方からの声を商品開発に生かします
 - ・ SNS分析
 - ↳ 匿名性を生かしたリアルな声の投稿を探します
- これらは「市場にまだない解決策」のヒントとなる場合が多いです。また開発側が予想もしない意外な使われ方をされている場合もあります。



試作品を市場へテストする

試作品の値付けですが強気な価格設定がおすすめです。ありそうでなかった商品のはずなので市場があまりないか、ブルーオーシャンのはずです。一般的な商品との差別化のためにも高めの値段設定でテストします。テストの方法はいくつかありますが、失敗を見込んでるのでなるべく費用をかけない例を紹介致します。

- ・ 催事等、店舗に並べてお客様と直接やり取りする
 - ↳ 実際に営業をかけてお客様の反応を見ることで今後の事業の柱にするか判断します。なるべくお金をかけないよう卸先の店舗に立ってテストさせてもらう企業もあります。
- ・ 通販で販売 / プレスリリース / SNS投稿
 - ↳ お客様が購入できるページを簡易的に作成し、プレスリリースやSNSで認知を広げます。広告をかけるよりも反応がダイレクトにわかります。これらは全て数万円の費用で実施できますし、試作品の反応がわかります。

ブラッシュアップと量産体制



当然ですが試作品を販売してみて1個も売れないようであればやり直しをする必要があります。試作品をブラッシュアップするのか、全く新しいものを開発するのかはケースバイケースで、お客様の反応を見ながら判断します。問題ないとなった場合は毎月の生産体制を整えながら本格的に広告を活用しながら販売をしていきます。



その2：プレスリリースとSNSを活用 単純な広告では費用対効果が合いにくい

プレスリリースの活用と運用

商品が定まった後も継続的に月に1～2回ほどプレスリリースを行います。※配信サービスを活用
弊社がおすすめしているのは、半年先までのプレスリリースの内容(ネタ)を先に決めて、その内容を実現するよう動いていく形です。今はまだ実現不可能だと思われることも、ネタは残しておきましょう。
目に見えて反応があるのは10回に1回くらいになりますが、誰も知らないけれども画期的な商品の場合、最終的な投資対効果はかなり高くなります。取り上げてもらえそうな情報発信を続けることで、どこかのタイミングで新聞媒体やTV媒体からお声がかかり、山を作ることができます。もちろんタイミングがあるのでコントロールすることは難しいですが、業界やお客様への知名度が大きく上がるので売上の壁をすんなり超えることができます。



SNSのギフトイング施策

SNSのギフトイング（商品提供を通じたPR施策）は、広告に比べて自然な発信ができるためブランド認知や信頼構築に効果的です。ただし、やり方を誤ると「商品をばらまいただけ」で終わってしまうので、効果検証することが大切です。
結果を出すコツは下記になります。



- ・マイクロインフルエンサー（1万フォロワー未満）に送る
 - ↳ メガインフルエンサーだと費用が追加で発生する場合が多いため
- ・商品が喜ばれているシーンを投稿してもらう
 - ↳ 投稿内容もある程度指示した方が広がりやすいです。ブランドイメージに合う投稿をお願いします。
- ・投稿数やエンゲージメント率（いいね・コメント）を計測
 - ↳ 投稿されているか、反応があるのかをインフルエンサー毎にチェック、管理する必要があります。
- ・投稿後はリポストや二次利用でブランドの公式発信に活用
 - ↳ ブランドイメージに合う投稿は活用しましょう



その3：製造現場から体験を売る

従業員の意識改革、ファン増大、未来の採用にも影響

従業員の意識改革

自分の仕事を説明するとき、普段の作業を「なぜやるのか」「社会にどう役立つのか」という本質的な意義に立ち返る必要があります。「当たり前」にやっていた作業が「すごい!」「面白い!」と映り、従業員自身も誇りを再認識できます。単なる“作業者”から「誇れる技術を持つ職人」へと意識が変わるきっかけになります。その過程で改善点や品質意識の重要性を再確認しつつ、仕事の見える化や協力体制が生まれ、現場の一体感が高まります。



ファンの増大



製造現場の匂い、音、手触りなど、画面では得られない感覚体験が強く印象に残ります。「楽しかった」「難しかったけどできた」という感情がブランドのポジティブな記憶と結びつきます。自然と愛着が生まれ、ブランドとの心理的距離が縮まります。参加者をモノづくりの当事者にする仕組みです。その結果、愛着・信頼・尊敬・思い出が積み重なり、強いファン化が起こるのです。

小中学生の職業体験が未来の採用にも

数年後に進路を考えるときに「昔体験したあの会社」という記憶が残り、応募動機につながる可能性があります。子どもだけでなく保護者・先生への広報効果も大きいです。子どもたちが「楽しかった」「社員さんが優しかった」という印象を持つと、地域の中で好意的なイメージが広まります。地方企業では「地域で名前を知ってもらうこと」が将来の採用に直結するため、「一度きり」ではなく継続的に受け入れを行い、地域にとって身近な存在になることを目指して行う必要があります。



**より詳しく知りたい方に特別セミナーを開催いたします
株式会社能作の社長様にゲストとして登壇頂きます！**

ここまでお読みいただいた責任者様へ
限定セミナー開催のご案内です。

参加者
累計
1000社超

お忙しい中レポートをお読みいただき、ありがとうございます。

いかがでしたでしょうか？

製造・メーカー業の経済的な停滞感を打破するには、新たなブランド価値の創出が不可欠です。新たな市場に進出し、積極的な展開を図ることで、経済的な停滞を克服し、事業を拡大していくことが可能です。このチャレンジ精神こそが、未来のビジネスを成功に導く鍵となるでしょう。今回、能作さまの実例、弊社が提言している「**地方を支えるモノ作り企業になるビジネスモデル**」は、試行錯誤されながらも現場で実践・成功しているモデルになります。日本国内では知名度の低い製造・メーカーの皆様にとっても有効であると我々は考えます。

ここから本DMを読んでいただいた熱心な事業主様・責任者の方へ
セミナーのお知らせです。

たった2時間、しかも受講料は5,500円(税込)のみ！
無名だった町工場が、売上12倍超え
憧れの鋳物メーカーになったものづくり企業の成長戦略

- 通販・WEBに再チャレンジしたい、通販での売上が伸び悩んでいる事業者様
- 事業構造を再編したい責任者様

このレポートをお読みいただき、このように感じたあなた様であれば是非このセミナーにご参加いただき、能作様や弊社が取り組んできたことを実際に見て学び、明日からの経営に役立ていただければ幸いです。

→ **次頁にて、詳細のご案内。**

無名だった町工場が、売上12倍超え 憧れの鋳物メーカーになったものづくり企業の成長戦略 株式会社能作 能作 千春様 ゲスト講演

具体的にどんなことが学べるのか？

セミナーで学べることをほんの一部ご紹介いたします。

能作 様を含めて、質疑応答の時間を十分にとっており、
無料経営相談の時間なども用意しております。

- ☐ 下請けからメーカー化への脱却の軌跡
- ☐ 実店舗の重要性
- ☐ 売上拡大期と安定期の施策の違い
- ☐ 商品開発苦勞と低迷期
- ☐ 巨額な観光設備投資の反応
- ☐ 若手が入社してくる人材採用と育成
- ☐ 広告費、売上、利益等のバランスや考え方
- ☐ モノづくりの“体験”を価値あるものにするための工夫
- ☐ 能作様目線でのブランディングについて
- ☐ 工場や地域を変革し、顧客を巻き込む方法
- ☐ 事業の多角化への体制作り
- ☐ 挑戦をしやすい社内環境づくり
- ☐ 錫婚式が軌道に乗るまでの話
- ☐ 海外チャネルの開拓まで
- ☐ BtoB専属担当者様の動きや流れ
- ☐ コラボするまでの流れと反響について
- ☐ 上手くいく事業継承について
- ☐ 効率化しない方がいい仕事について
- ☐ 今後の方向性について

いかがでしょうか？ 個別の自社商品・相談のついても、
セミナー以外の時間で個別相談スケジュールも確保しております。
最後に「**セミナー等の参加条件**」がございます。

今回セミナーは「能作様」のご講演もちろんですが、我々が20年以上培ってきたリアルな経験値、お客様と共に実証してきた成功ノウハウであり、セミナーでの内容をしっかり実践することで着実に売上は上がってくるものと思われます。最後の講座では、現場の最先端にいる我々からポイントをお伝えしていきます。我々とクライアント様が積み上げてきたノウハウは時間とコストをかけた貴重なものです。それをたった**90分**と**5,500円**でお持ち帰りいただけるのです。

我々もご参加いただく企業様に対しては、**5**つの条件がございます。

- 1) 必ず責任者様、経営幹部の方もご参加いただくこと
- 2) 本気でEC通販・WEB活用成功する情熱があること
- 3) 年間投資額240万円以上が可能なこと
- 4) 本ビジネスモデルの導入をご検討いただくこと
- 5) セミナー前後の経営相談にご参加いただくこと

(講師より)

最後までDMをお読み頂き、本当にありがとうございました。すでに複数の企業様の参加が確定しており、**先着10社様限定**と数少ないお席ですがご理解頂ければと思います。本セミナーにご参加いただきまして、EC事業を成長・発展して頂けるようお手伝いさせて頂ければ幸いです。今後ともどうぞよろしくお願い申し上げます。

セミナー講座カリキュラム

第0講座 14:00 ~14:05	本会の趣旨 & 講師紹介 ※5分程度の「ご挨拶時間」があります
第1講座 14:05 ~15:20	ゲスト講師 株式会社能作 代表取締役 能作 千春 様 無名だった町工場が、売上12倍超え 憧れの鋳物メーカーになったものづくり企業の成長戦略
第2講座 15:30 ~15:30	トゥルーコンサルティング メーカーブランディングの成功ポイントについて

申し込み・お問い合わせは最終ページにあります



TRUE流 製造業 別格の通販成功事例（一部）

TRUEの製造業界様向けの通販ビジネスモデルは、日本トップクラスの実績があります。「地方ならではの素材&技術を持っている」「地方に拠点がある」「カスタムオーダーに対応できる」などということが有利に働くのです。我々と他社の比較をしてください。

オーダー家具 通販年商1億円以上

特注する高級家具商品。フルオーダーながら購入しやすいように、システムを導入。またお客様の実際の使用写真をサイトに掲載し続けることで信頼を獲得していった。



食器問屋からのブランド設立 通販年商5億円

元々は食器の卸事業をメインにしていたが、直販に舵を切る。その過程で従業員のママさんが欲しがると遊び心のあるデザインの食器ブランドを展開。今では仕入れ商品と自社ブランド商品をバランスよく販売されている。

ニッチアパレルブランドを作った縫製工場 通販年商5,000万

様々なアパレル商品を下請けで製作していた中で、新しい事業として直販に挑戦。ニッチカテゴリー狙いで10個のアイデアをそのまま形にしてスモールテスト販売を実施。その中で当たったカテゴリーの商品をブランド化して幅を厚くしていき着実に売上拡大



果物&ジュースメーカー 通販年商10億円

オフラインとオンラインの2軸で販売している果物専門店様。オフライン販売は商品特性にあった販売チャネルとなっており、新規顧客の効率的な獲得と高いリピート比率を誇っている。オンラインでは加工品の販売を伸ばすことによって果物の不作で影響されない事業体制を強化している。

お電話でのご相談はこちら

☎03-3260-5011

受付 | 平日9:00-18:00 土日祝定休

TRUEコンサルティングの経験・実績 日本初 食品通販での書籍出版



弊社の食品業界の実績は1000社以上、20年以上の経験に基づき、通販・ECにおいてコンサルティング・運営代行などのサービスを提供させていただいております。

＜書籍の出版＞

2020年5月に出版させていただきました書籍については食品・食材通販に特化した内容では日本で初めての内容を盛り込んでおります。

立ち上げにおける注意点、売れる商品づくり、モデル企業様の事例などまでをわかりやすく解説している書籍でございます。

ご購入は下記からお願いいたします。

地方・中小が圧倒的に有利! 食品企業の成功する通販・直販ビジネス (DOBOOKS)
トゥルーコンサルティング株式会社

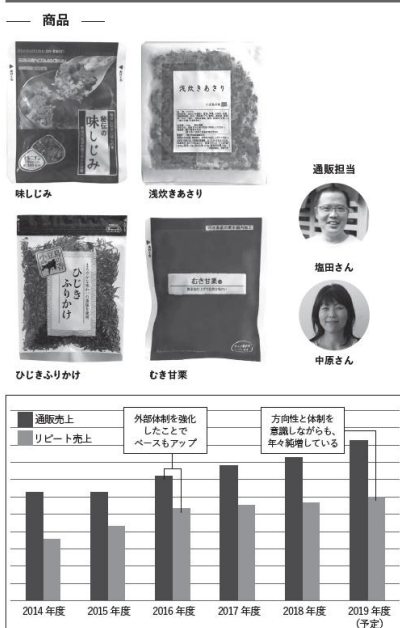


Amazonにて検索 販売中

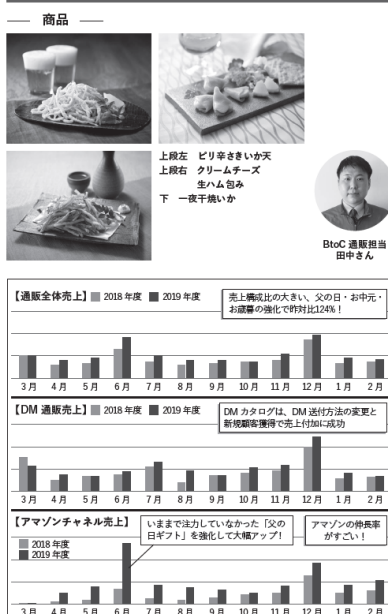
食品 通販

検索

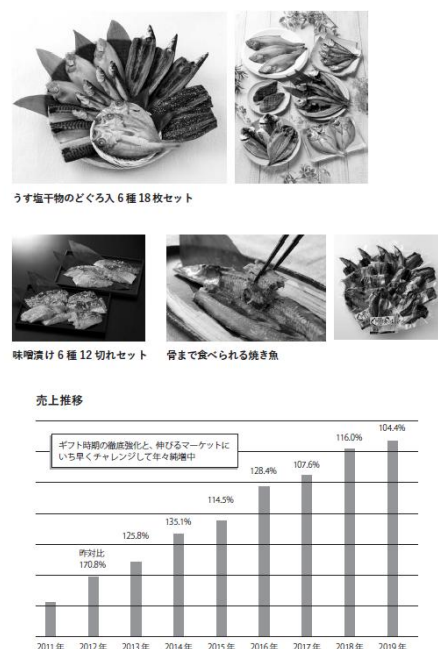
創業74年 島乃香 通販事例



珍味を極める 伍魚福 通販事例



越前宝や (株式会社たからや商店)



お電話でのご相談はこちら

03-3260-5011

受付 | 平日9:00-18:00 土日祝定休

TRUEコンサルティングの経験・実績 会社概要・講演実績等

EC・通販のシェアトップ企業を創出するコンサルティング企業。地方の中小メーカーを対象に、ダイレクトマーケティングモデルを活用し、事業立ち上げ・高収益化を行ないながら日本トップ規模に拡大することを得意としている。

現在、トップシェアになったクライアント企業は100社以上あり、累計1,000件以上のコンサルティング案件の実績がある。

独立行政法人中小企業基盤整備機構の助成金審査や講師、業界紙への執筆・講師なども行ない、業界No.1のコンサルタントを輩出している。

ホームページ <https://www.top1-consulting.com/>

越境EC・海外WEB.com <https://true-global-ec.com/>

メール info@true-con.com

TEL 03-3260-5011



元船井総合研究所No.1コンサルタント

EC・通販の実績では**月商1,000万～10億以上**まで幅広い実績を持つ、EC・WEBマーケットの第一人者

元船井総合研究所のWEBグループのトップとして、立ち上げ&拡大を行い、個人でもトップコンサルタントとして社内No.1の実績を持つ(2015年1月末退職)。

業界No.1、海外チャンネルで勝てるEC・通販ビジネスに成長させたクライアント企業数は、70社以上あり、累計800件以上の通販・EC案件を経験している。

現在は越境ECを含めた海外WEBマーケティングに集中し、日系&クライアントの実績を拡大させている。

トゥルーコンサルティング株式会社

代表取締役CEO 荻沼 真吾

コンサルタント・分析スタッフ

合わせ30名弱の体制で業界とクライアントに貢献をしていきます。

お申込用紙 申込FAX: 03-5539-3933

日程: 10月31日(金) 受付 13:45, 講演 14:00~15:30

場所: オンラインWEBセミナー ※事前にZOOM手配をいたします

お試し参加: 5,500円 通常参加: 58,000円



お問合せ・申し込み: 本用紙に記入をいただきFAXをいただくか、右のQRコードにてWEBからお申し込みくださいませ。また、お問い合わせ等は電話でも受け付けております。電話: 03-3260-5011

キャンセルについて: 開催日から15日以前はキャンセル無料、14日以内は50%、7日以内は100%いただきます。ご了承くださいませ。

無名だった町工場が、売上12倍超え 憧れの鋳物メーカーになったものづくり企業の成長戦略

☒ チェックをしてください	☐ セミナーに参加する、 ☐ 個別に相談がしたい			
お申し込み欄				
フリガナ			フリガナ	
御社名			代表者名	
フリガナ	役職	メールアドレス		
ご連絡担当者				
受講票の発送をもって受付とさせていただきます。				
住所	〒			
TEL	() -	FAX	() -	
御社の営業状況	主要取り扱いカテゴリー	企業年商 千円	ネット年商 千円	ネットショップ営業利益 千円
御参加者詳細	ご参加者氏名	役職名	ご参加者氏名	役職名
	フリガナ		フリガナ	

今回、お申し込みを頂いた方は、間違いなく自社の将来を真剣に考えている数少ない経営者・幹部のお一人だと思います。

そんな御社の現在の現状・課題等をお聞かせ下さい。

【現状の課題を出来るだけ具体的に整理してください】

今回のセミナーにご参加される方は、無料個別経営相談がセットです。(どちらかに☑をつけてください)

☐ セミナー当日、個別無料経営相談を希望する。

☐ セミナー後日、無料個別経営相談を希望する。(希望日 月 日頃)

【個人情報に関する取り扱いについて】

1. 申込用紙に記載されたお客様の情報は、セミナーのご案内といった当社の営業活動やアンケート等に使用することがあります。(ご案内は代表者様宛にお送りすることがあります) 法令で定める場合のほか、

お客様の承諾なしに他の目的に使用いたしません。

2. セミナーのご案内時に、いただきました住所・貴社名・部署・役職・ご担当者氏名を当社が個人情報の管理について事前に調査した上で契約しましたダイレクトメール発送代行会社に発送データとして託することがございます。

3. 必要となる情報(会社名・氏名・電話番号)をご提供いただけない場合は、お申込のご連絡や受講票の発送等ができない等、お手続きができない場合がございます。

4. お客様の個人情報に関する開示・訂正・追加、停止又は削除につきましては、こちら TEL: 03-3260-5011までご連絡ください。

【個人情報に関するお問い合わせ】

トゥルーコンサルティング株式会社 お客様相談室: TEL: 03-3260-5011)

ご提供いただいたご住所あてのダイレクトメールの発送を希望されないときは、右の口をチェックをおつけください。 ☐ 希望しない