

ネット通販の箱に広告

物流のPAL、1件100円で



インターネット通販業者の配送業務を請け負うPAL（大阪市、辻有吾社長）は今年から、ネット通販で商品を配送する箱を活用した広告事業を始める。箱の上部に確保した広告スペースに商品の割引クーポンなどを載せた広告チラシを貼り付け、消費者の来店や購買を促す。PALによれば、ネット通販の箱を活用した広告事業は国内で初めて。広告スペースを提供するネット通販業者には新たな収入源となる。

ネット通販の箱に割引クーポンなどを貼る

始める。箱の上部に確保した広告スペースに商品の割引クーポンなどを載せた広告チラシを貼り付け、消費者の来店や購買を促す。PALによれば、ネット通販の箱を活用した広告事業は国内で初めて。広告スペースを提供するネット通販業者には新たな収入源となる。

物流業務が主力で、全国に約300社の取引先を持つ。商品を買った人の年齢や性別、地域などのデータを収集しており、例えば「東京の20代女性に雑貨のキャンペーン広告を打つ」といった商圏や顧客の属性を絞り込んだ広告が可能になる。全国展開する飲食店や衣料品店などに広告の出稿を提案する。

広告料金は1件1000円程度と想定。料金収入の7割を広告スペースを提供するネット通販業者に還元する。PALは千葉県と大阪府の物流センターに広告の自動貼り付け機械を導入する。中長期的には各地の物流拠点でも手掛けたら考えだ。広告事業を新たな収益源に育て3年後に15億円売り上げを狙う。

飲食店の集客支援

飲食店情報サイトを運営するRetty（レッティ）

レッティ

1、東京・港、武田和也社長）は2014年春をめどに飲食店の集客支援事業を始める。パソコンやスマートフォン（スマホ）のサイトに実名で飲食店の情報を寄せる消費者らに店舗がクーポンなどを配信する。競

合する「ぐるなび」や「食べログ」などのグルメサイトを追撃する。RettyはSNS（交流サイト）とグルメ情報サイトの機能を併せ持ったサイト。消費者が実名で登録し、気に入った飲食店のお勧め情報を投稿するかたちで紹介している。現在、投

お薦め投稿でクーポン

稿者・閲覧者を合わせ月130万人が利用し、16万店が掲載されている。同社は来春にも飲食店と月数千〜数万円程度で契約。来店精度の高い販促メッセージを配信できる仕組みを提供する計画だ。システム開発などのために伊藤忠テクノロジーズ、ベンチャーなどベンチャーキャピタル5社から合計3億3000万円を調達した。

クラウド システム開発へ11億円調達

不特定多数の個人にインターネット経由で仕事

「クラウドワークス（東京・渋谷、吉田浩一郎社長）

は、サイバーエージェントや電通系の投資ファンドなどから11億円を調達

した。情報システムの開

発に活用し、登録している働き手をそれぞれのスキルなどで絞り込みやすくなるという。クラウドワークスは現

柴沼醤油醸造、若社長が再建

200年企業

—成長と持続の条件



明治からの木おけ

柴沼醤油醸造には、しょうゆを熟成させるため明治初期につくった木おけが80ほどある。木おけのある蔵の中には数多くの種類の微生物が住みついており、醸造歴320年の老舗ならではのしょうゆを造り出す。同社のマークは亀の甲羅の形をし、江戸時代から使っている。しょうゆ醸造を盛んにした藩主・土屋政直の土浦城が別名「亀城」だったことに由来する。

柴沼醤油醸造には、しょうゆを熟成させるため明治初期につくった木おけが80ほどある。木おけのある蔵の中には数多くの種類の微生物が住みついており、醸造歴320年の老舗ならではのしょうゆを造り出す。同社のマークは亀の甲羅の形をし、江戸時代から使っている。しょうゆ醸造を盛んにした藩主・土屋政直の土浦城が別名「亀城」だったことに由来する。

2つある。1つは「今ある課題を全部洗い出せ」。もう1つは「売り上げを落とさなくても構わない」だった。売上げの追求より業務改革を優先した。経営状態は底を脱した。「磨けば光るものがあった」と、秀篤氏は社内一丸の再建に手応えを感じている。4月に社長に就任。このころ注力しているのは海外市場開拓だ。すしなど日本食の人氣が健康志向で高まり、オーストラリアや米国、香港などへ、しょうゆの輸出を始めた。欧州へも販路を広げつつある。

しょうゆの代表的産地といえば、関東では千葉県野田と銚子がすぐ挙がる。江戸時代にはもう1カ所あった。茨城県の土浦だ。筑波山麓は古くから、しょうゆの原料になる良質の大豆と小麦の産地だった。土浦藩主の土屋政直が、しょうゆ醸造を奨励した。利根川水系を使って江戸への輸送の便もよく、しょうゆは土浦の特産品として知られるようになった。

そのなかで命脈を保ったところがあった。江戸への販売に偏らず、地元向けに買いやすい値段のしょうゆ醸造にも力を入れてきた柴沼家だ。しょうゆ造りを始めたのは1688年（元禄元年）。現在は柴沼醤油醸造（茨城県土浦市）という会社になっている。柴沼家は明治に入り、し

土浦320年の誇り 世界へ

ようゆ蔵を増やして醸造量を伸ばした。しかし戦後は経営が順調とはいえず、資産売却でしのいできた。しょうゆの国内消費は低迷し、価格は下落。一方で

原料価格は上昇した。明治維新で武家の需要を失った第1のピンチに続き、第2の危機が迫っていた。再建役として5年前、29歳のときに父から呼び戻さ

た。経営立て直しに自信がなくなった柴沼家だったが、土浦に戻る決意をする。義父の激励も背中を押した。営業部長として会社の一

社員とともに大豆を蒸す時間などを工夫し、農林水産省の競争力向上策も検討している。日本政策金融