



## Contents

横浜市信用保証協会は、市内事業者の皆さまがお借入をするときの「公的な保証人」となり、事業資金の調達をスムーズにする役割を担っています。  
 『横浜の中小企業の「明日」を身近でサポート』をスローガンに、信用保証と経営支援を通じて中小企業の「明日」を応援し、横浜経済の活力ある発展に貢献します。

### 巻頭インタビュー ..... P2

保証協会の支援によって、手作り石けんを広めていく手法をアドバイスいただき、道筋が見えてきました。

エレナフローラ合同会社  
 代表 堺谷 美知さん

### ハマ福賞受賞企業インタビュー ..... P5

地元で愛されるお店づくりをお手伝いし お店が繁盛し、街が賑わうことが最高の喜びです。

ご近所マーケティング株式会社  
 代表取締役 泉 裕幸さん

### ハマ福からの “いんぷおめーしょん” ..... P7

1. 横浜信用金庫・日本政策金融公庫（県内5支店）と事業承継支援に関する覚書を締結しました
2. 横浜ビジネスグランプリで「ハマ福賞」を授与しました

3. 横浜市会社経営体験プログラムに参加しました ..... P8
4. 防災ハットを寄付しました

5. はまっ子未来カンパニープロジェクトへ協賛しています ..... P9
6. 横浜市が発行する ESG 債（サステナビリティボンド）を購入しました

7. こども「エコ活。」大作戦！2023に協賛しています ..... P10
8. 使用済み切手を寄付しました

9. 保証料を上乗せすることで経営者保証を不要とすることができます ..... P11

### 事業概況 ..... P13

○○○○○○○○○○○○○○○  
 ○○○○○○○○○○○○○○

○○○○○○○○○○○○○○○ ..... P14  
 ○○○○○○○○○○○○○○  
 ○○○○○○○○○○○○○○

## Information



**LINE公式アカウントから役立つ情報をお届けします!!**

保証制度の創設、相談窓口のご案内等、保証協会の最新の取組や、国・横浜市等による補助金のご案内を発信しています。



友だち登録

## 巻頭インタビュー

interview  
 VOL.004



保証協会の支援によって、手作り石けんを広めていく手法をアドバイスいただき、道筋が見えてきました。

エレナフローラ合同会社  
 代表 堺谷 美知さん



地元で愛されるお店づくりをお手伝いし  
 お店が繁盛し、街が賑わうことが  
 最高の喜びです。



ご近所マーケティング株式会社  
 代表取締役 泉 裕幸さん



ハマ福賞  
受賞企業  
インタビュー  
interview



**泉 裕幸さん | PROFILE**  
セブン-イレブン本部で27年間、4000店舗の出店支援と業務改善を担当したノウハウをもとに「お店を繁盛させたい」「新規出店したい」というご要望に成果を出し続けています。スーパー、コンビニ、飲食店、鍼灸整骨院、スポーツジム、ネイルサロンなど多種多様なお店のご近所マーケティングを支援しています。

半径350メートルのご近所のマーケティングを行うことで、集客の方法が見えてくる。

ご近所マーケティング株式会社/  
代表取締役 泉 裕幸さん

—ご近所マーケティングの設立は2022年ですが、それ以前はどのようなキャリアを歩んでこられたのですか。

東京商船大学（現東京海洋大学）を卒業して船会社に入り、5年ほど船荷証券の作成や集荷営業に携わった後、セブン-イレブン・ジャパンへ転職しました。転職先としてはホテル業界を考えていたのですが、たまたま入社試験を受けたら合格して、縁を感じて入社しました。40年ほど前のことで、まだコンビニという業態ではなく深夜スーパーという分類で、銀行でお店をつくるための融資の話をして似た名前の飲料水と間違えられたりしていました。

—セブン-イレブンではどのような仕事に携わってこられたのですか。

店舗勤務からスタートして店舗運営を指導する部門へ異動して2年務め、業績が良かったこともあり店舗開発部門から声がかかりました。そこで19年間、店舗開発、マネージャーを経験して、次に店舗審査部門にいきました。そのほか新人教育や法人対象の店舗開発などにも携わりました。セブン-イレブン本部で27年間、4000店舗の出店支援、業務改善を担当してきた経験から、地元のお客さまを集めりピーターにして、安定的に売上を作っていくお店のノウハウを確立することができました。

—一定年を迎えて退職された後、どのような考えで独立したのですか。

色々な方とお会いするなか、お店を出して失敗してしまったという方にも多くお会いしました。聞くと「人が多い街だから」といった単純な理由で出店しているケースがあります。自分のノウハウで、こうした失敗を防ぎ新規出店や今あるお店を繁盛させるためのサポートをしたい、地元で愛される店づくりのお手伝いをして、ひいては地域を活性化させる力になりたいという思いで独立しました。

—多くのノウハウを培ってきたと思いますが、一例を紹介してもらえますか。

たとえば「誰に」「何を売るのか」というマーケティングです。セブン-イレブン時代、箱根の別荘地にある売店をコンビニに換える案件がありました。直径2キロ内に1800人しか住んでいない場所で、1日の来客数は75人でした。会社は



笑顔が素敵な泉社長はご近所の“縁の下のチカラ持ち”！

出店に大反対でした。調べたところ住民の75%が65歳以上の高齢者でした。そこで住民対象の出店説明会で豆腐や納豆、卵、牛乳などがスーパーと同じ値段で鮮度も良いことを何度もアピールしました。ほかの店とは品揃えを変え、住んでいる人にとって利用しやすい店にしたところ1日の来客数が440人になって、他のセブン店舗とは違う商品が売れ筋の店になりました。もちろん現在も繁盛しています。

—それは現在、依頼を受けている案件においても当てはまりますか。

お店のオーナーさんは当たり前のことができていないケースが多々あります。たとえば「私の問診、施術はすごいから一度来たら皆納得して次も来る」という整骨院の先生がいました。しかしうたい文句で「施術がすごい」と書いても伝わりません。私はご近所の70代の人たちをターゲットに「これからも自分の足で元気に歩けるように腰痛を治しましょう」とアピールしたほうが良いとアドバイスしました。そして、医院から半径350mの範囲で何度もチラシを配ることを勧めました。CMはインパクトが大切だといわれますが、1回見るだけでインパクトは残りません。それなら接触頻度を上げる方が大事で、1000世帯に1回チラシをまくより、狙いとする100世帯に10回配った方が効果はあります。

—半径350mというのは、社名の「ご近所マーケティング」ともつながっているのですか。

前職で1万人調査をした結果ですが、自宅、会社、学校など出発点は別として、お店のお客さまのうち、店までの来店時間が5分以内の人が約50%占めていることがわかりました。徒歩でいうと350mです。そこで私は依頼が入ると、お店の周辺を一緒に歩きます。すると「誰に」売るのが見えてくるからです。たとえば、あるリフォーム屋さんが相談にきて「片道2時間かけて出かけ、30分の仕事で5000円の料金では商売が成り立たない」というので、散歩に出たら、近所に築40年以上の戸建ての団地がありました。ここにチラシをまき続けた結果、15件ほど依頼がきて、噂が広まって、今では月に1回、団地にご用聞きに

回るだけで売上のベースができています。私のコンサルティングは、集客しながらお店の人がマーケティングを学べる仕組みにしていることが差別化になっていると思います。

—なるほど、対象としている顧客はエリア限定ですか。

横浜市、神奈川県はもちろんですが全国に対応しています。地図アプリの精度が非常に高くなっていて、どの場所でも人通りが把握できるため、最初は遠隔で対応し専門的な話になった場合、現地に伺います。現在「店舗開発支援」「既存店舗活性化」「ご近所マーケティング」といったメニューごとにメソッドをまとめてご提供しています。私のほか、経営分析、マーケティング、ブランディング、人材育成、税務・労務など各分野の専門家がパートナーとして必要に応じてサポートする体制を整えています。業種業態も問いませんのでお店の運営でお困りのことがあればお気軽にご相談いただきたいです。

—横浜ビジネスグランプリ2024で横浜市信用保証協会の「ハマ福賞」を受賞されていたか。

今回、ファイナリストとなり発表させていただき、本当にありがたかったです。多くの人に支えられてこの場に立てたと実感し、感謝しかありません。さらに「ハマ福賞」をいただき、一人でも多くの経営者の方に情報発信できる機会の提供に感謝、ありがとうございます。

—最後に、泉さんにとっての仕事の醍醐味、やりがいについてお話しください。

会社を設立したときからの思いと同じですね。お店の売上が上がるとオーナーさんが元気になる、それが私の喜びです。また、ご近所マーケティングの実践によってオーナーさんに気づきをもたらして、その行動が変わっていくことを目の当たりにするのもすごく嬉しいです。これからも繁盛店を増やして街の活性化に貢献していければと思っています。



たくさんの出店やご相談に応じてきた経緯をお話いただきました。



ご近所マーケティング株式会社

〒220-0004

横浜市西区北幸1-1-8 エキニア横浜5階

<https://go-kinjo.co.jp>



hp

店舗運営において当たり前と思われている集客方法が、意外なことに多くの店舗できていません。ご近所マーケティングでは豊富なノウハウによってお客さまの売上増、店舗活性化支援を行っています。また多店舗化などの業務拡大もサポートします。