

株式会社エンタトニック

会社案内

<https://entertonic.com>



まだ世に出ていない、
日本のメーカーやクリエイターのプロダクトを、
確かなノウハウで消費者につなぎ、
世界中の人が欲しくなるブランドや商品に進化させるお手伝いをする会社

ENTERTAINMENT + TONIC

人々を楽しませる娯楽+①滋養剤・強壯剤②音楽の元になる音、主音

会社名 株式会社 エンタトニック
代表者 安藤 寛之
所在地 東京都千代田区九段南 1-5-6 りそな九段ビル5F
設立 2018年10月
資本金 900万円
事業内容 ・コンサルティング・広告、宣伝・販路開拓支援
・デジタルコンテンツの企画、制作・法人向け商品企画 他

取引銀行 みずほ銀行
決算期 9月末
HP <https://entertonic.com>
問合せ info@entertonic.com

「日本国内の中小事業者さまのモノづくりと商売の悩みを解決するために」

自社の確かな技術や感性を、店頭やオンラインの世界で余すことなく表現し、社会に拡散したい、経費の持ち出しを少なく、きちんと儲かる方法で、商品を店に並べる方法を知りたい、都市部の百貨店やSCで商売したいけど、どの店、どの区画、どんな規模で、どんな条件で出店すれば良いのか分からない。バイヤーが欲しい商品、バイヤーへの売り込み方法が分からない。商談では何をアピールしたら良いのか分からない。そもそもその店に出店して良いのか、それとも悪いのかを判断したい… など。

「消費者があなたの商品を手に取り、お金を払い、そしてまた買ってくれる。」
「お客様があなたの店のファンになり、何度でも足を運んでくださるようになる。」

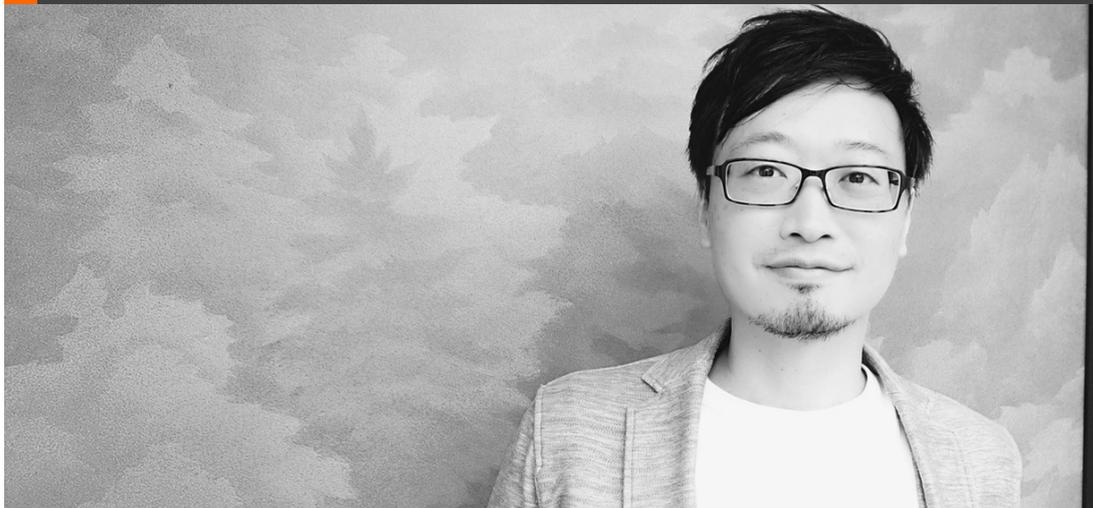
このサイクルを生み出すことができないことで、モノは作れるのに、とにかく販路が増えない。既に販路はあるけど、売上が伸びない。お客様が増えない、儲からない。そのようなご苦労をなさっている事業者さまの悩みを解決するために、

川上から川下まで、商流プロセスを全て理解した上で、マーケットや販路のニーズに合わせてモノ（製品）や店を改良し、さらに、その魅力を効果的に発信し続けることで多くのファンを獲得できるようになる。同時に売上も大きくなり、いつしかそのモノや店が「ブランド」として世の中に認知されるようになる。結果、さらに多くのお客様を獲得していける仕組み = 「好循環のサイクル」が出来上がる。

この「好循環のサイクル」を作るためにはマーチャндаイジングの細かいノウハウが不可欠です。それを理解する事こそが、問題解決にむけた大きな前進となります。

私たちエンタトニックはその「好循環サイクル」の作り方と、使い方をご提供いたします。





代表 安藤 寛之

モノと人をMDで繋ぎ、販路獲得を支援する

東京都生まれ。都内百貨店本店にてバイヤー・マーチャンダイザー・商品開発・Eコマース戦略・店舗開発などを歴任。

複数のセレクトショップを企画・立ち上げを行い、首都圏などに多数出店させる。

出口から逆算するマーチャンダイジングノウハウを基に、全国様々な事業者のモノ作りやプロモーション、販路開拓支援などを行う。

地域創生事業や商品開発支援事業のアドバイザー・講師としても多数参加。



あなたの商品を世界中の人たちに届けるために

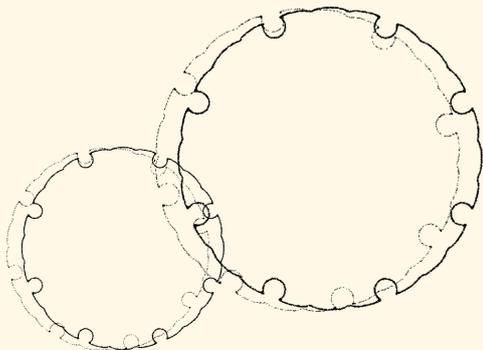
・故あって世の中で埋もれている、陽の目を見ていない、とても魅力的な商品やサービスの価値を、世界中の人々に伝えるお手伝いをする事で、製造者・生産者・クリエイターたちが正しい評価や対価を市場で得られるようにすること。

・まだ形にはなっていないけど、目を見張るような技術や個性、新規性を持ち、内在するリソースの活用次第で十分に魅力的な商品・サービスをつくり得る人や企業の、最終消費財開発とビジネスマネタイズ全般のお手伝いすること。

・日本の様々な産地・地域をマーチャンダイジングの力で元気にすること。

・オリジナリティ溢れる映像や音楽を駆使することで、より多くの人々に商品やサービスの魅力が伝わるような広告、その他ウェブ媒体等、各種宣伝コンテンツをつくること。

・**エンタトニックのすべての事業スキーム、及び行動プロセスには、必ず「エンターテインメント性」と「面白さ」が伴い、そこにはいつも「文化的な示唆」と「人への愛情」が内包されることとする。**





商品企画・開発支援

- ・マーケティング
- ・デザイン
- ・ディレクション など



販路開拓支援

- ・商品政策・MD計画
- ・商談・条件交渉
- ・収支予測 など



出店計画
販売支援

- ・店装・VMD企画
- ・接客販売教育
- ・顧客醸成 など



プロモーション支援

- ・広告宣伝企画
- ・販促・イベント企画
- ・各種コンテンツ制作 など



市場で戦える「商品」「店」「ブランド」を作るために、
モノ作り（入口）から市場（出口）までの全プロセスの課題を解決いたします。

「モノづくり」や「店づくり」を 「お客様ニーズ」と正しくマッチングさせるために

マーケティング ターゲティング

商圏や街によって売れる商品は様々。その商圏や街の特性、想定顧客に合わせた、モノづくりや店づくりに必要な情報をご提供いたします。



MD・VMD計画

基本MD計画をはじめ、お客様に支持される店・売場フィクスチャープラン、什器計画、店装、VMDプランを最適な形でご提供いたします。



ヒトとモノをつなぐということ=売れる「モノ」と「場」をつくるということ



ディレクション

マーケティングを基に、デザインと機能、素材と価格、産地と製法、コスト等様々な要素をバランス良く組み合わせ、売れる商品開発の戦略方向性を策定いたします。



「モノづくり」や「店づくり」を より強い「ブランド」に進化させるために



顧客醸成

再来店や再購買につながる顧客作りを店頭、ネット、その他、様々な手法で継続的且つ効果的に行うための具体的な方法をご提供いたします。



モノづくりを売場づくり＝ブランドづくり＝ファンづくりに繋げるということ

接客販売教育

あなたの商品を消費者に売り、決められた期間内で結果を出すためには「接客販売力」が欠かせません。接客と販売のプロがノウハウをご提供いたします。



広告宣伝 コンテンツ制作

時代によって様々に変化するPR方法。商品や店の特性やご予算に合わせて最も効果的なPRプランやコンテンツをご提供いたします。

支援内容（抜粋） 3

Support Menu 3

「店づくり」を継続性のあるビジネスに成長させるために

財務・経済条件・収支予測

出店後の売上・利益・経費を事前に予測するには、正しい出店コスト（初期・ランニング）の洗い出しが不可欠です。想定される様々なコストを明らかにして、店の将来像を導き出します。



各種商談・条件交渉

出店に於いて、「条件」はビジネスの成否を大きく左右します。地域、店、区画、契約年数や投資の持分、各種コストなど、様々な要素を基に最適な商談・条件設定を導き出します。



自分の商品や店を世の中に出して、真価を問うということ



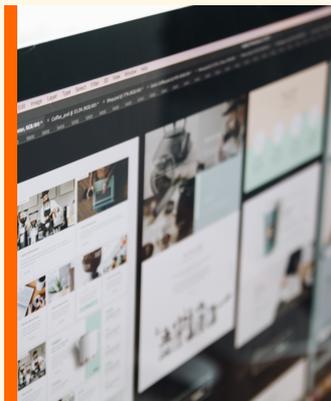
店頭オペレーション設計

最大効率で人員を運用し、最大効果を生み出すことを目途とした、店頭運用設計を通じてお店作りをご支援いたします。





動画・映像制作



ホームページ制作



各種SNS運用

リーチしたいターゲットに合わせた表現手法を用い、各種コンテンツを制作いたします。

店頭・展示会・商談等に於いて、プロダクトブランドやショップのPRに活用できるモノ、より多くのファンやバイヤーの興味を引くモノ、エンタメ性溢れるモノから、生産者の思いやデザイナーの個性を表現する、物語性の高いモノまで、様々なシーンや用途で活躍する「使えるメディア」をご用意いたします。併せて、コンテンツを拡散させることにより、ブランドやショップのファンを醸成するノウハウのご提供もいたします。



1・売上・利益

①商品開発
(ターゲットのニーズを捉えた商品開発)
(生産コスト・流通販売コスト考慮した価格設定)

②販路開拓
(自社の顧客がいる場所に正しい条件で自社の商品を出す)

③販売営業力
(売る力を持つこと)
(売るを継続する仕組み作り)

④情報発信
(店頭表現・VMD)
(顧客やマスに向けた継続的な有用情報の発信)
(マスコミ広報・広告宣伝)

⑦商品価値の向上
(商品そのものの価値)
(生産コストや背景を反映)

⑤交流
(ファンや顧客との双方向コミュニケーション)
(店頭やオンラインに於ける顧客情報の獲得)

⑥場所作り
(顧客が常に必ずブランドに触れられる場所の創出)

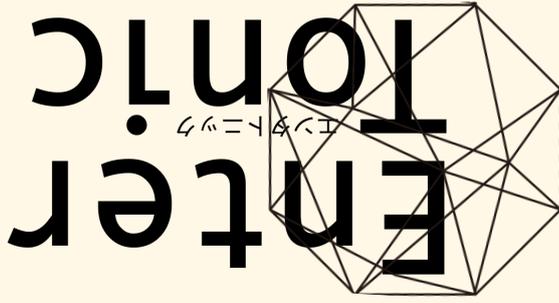
⑧コンテンツ価値の向上
(商品の価値を膨らませる情報群)

⑨リレーション価値の向上
(商品の価値を膨らませる人やモノとの関係性)

2・顧客作り

3・ブランディング

モノづくり・店づくり・販路開拓・販売・販促のお手伝い



will make improvements of your products better than ever.



お問い合わせはこちらから