

オリジナル商品開発による下請けからの脱却 及び受注生産型・提案型企业への転換

支援の ポイント

- ①支援機関とアドバイザーとの連携支援
- ②支援機関の経営指導員が総合プロデューサーとして経営革新計画の策定を担い、アドバイザーは後方支援に徹した
- ③新製品の販路確立が最大の経営課題。県の支援制度を活用したビジネスマッチングの創出支援を計画

支援の経緯

支援企業は、昭和26年創業の木管・木製部品製造業者で、現経営者が事業を承継してからは玄関収納やシステムキッチンなどの住宅設備機器や家具などの扉の製造を手掛けている。近年の景気後退や需要低迷により事業規模が縮小しており、メーカー下請けとしての事業継続が困難な状況になりつつあった。こうした経験からメーカーの動向に左右されないオリジナル商品を開発し、自社での販売を模索していた。社内で検討した結果、自社の技術・設備・材料を最大限に活用できる新商品として「手拭いを飾る額縁」を考案しインターネットでの販売を試験的に開始することとした。ネットによる販売は好調に推移しているが安定的な経営を展開するために小売業者とのビジネスマッチングを支援企業の経営者は要望していることから、山県市商工会の土田経営指導員に支援を要請。大岩ネットワークアドバイザーは経営革新計画承認申請書の策定を提案し、支援を開始した。

支援のプロセス

大岩NWアドバイザーは支援企業経営者からのヒアリングを通じて、現状把握と課題の整理を行った。支援企業の強みは、木製部品製造を主業としていることから「同じ製品を大量に生産加工できる機械設備等を有していること」また「使用する材料の共通化によるコストや品質面で競合他社と比較して大きな差別化が可能になること」で、生産における優位性を確保できることにあった。

また「弱み」はいかに販路を拡大するかにあった。支援企業の経営者は自ら岐阜県商工会が主催するネット販売の講座に約3ヶ月間通って、インターネット販売を勉強し、ネット販売を立ち上げた。当初はなかなか売上が伸びなかったが、マスコミ等に取上げられるようになり知名度も上がってくるにつれ販売商品の多様化に成功し、ネットによる販売金額も大幅に増加する結果となった。

今後の展開につき土田経営指導員は大岩NWアドバイザーと一緒に経営革新計画の申請を支援企業経営者に提案した。これによりネット販売をベースに卸売に挑戦する際の販売戦略、事業計画を明確にし、支援企業の経営者の想いを可視化することができた。

フォローアップ活動

経営革新計画の承認取得後は、当社の経営者の強い思いである「オリジナル商品開発」と「下請けからの脱却」を目指し計画に沿った戦略の実現をフォローアップ支援しており、次のステップとして岐阜県の「地域活性化ファンド事業費助成金」を申請し大規模展示会（中小企業総合展、東京インターナショナルギフトショー等）への出展を通じ、卸売業者とのビジネスマッチングを実現する予定である。



当社工場全景

OJTについて

支援開始にあたり、今回の支援は土田経営指導員が中心となって支援活動を行い、大岩NWアドバイザーは土田指導員の不足しているノウハウの補完を主に行うとの立ち位置を明確にした。支援のトータルプロデューサーは経営指導員ということを確認したことで、土田経営指導員のモチベーションアップを図ることができた。

土田経営指導員は支援企業の経営者との深い信頼関係を構築し、経営革新計画申請に当たっては詳細な事業計画を経営者と一体となって策定した。経営革新計画の承認取得後は県の補助金申請まで一貫して土田経営指導員が主導し、フォローアップ支援も担っており、支援スキルの向上を実現した。

支援機関の経営指導員が主体となって支援を行うことで、指導員のモチベーションアップと支援スキルの向上が同時に図られると共に、新規案件の掘り起こしと支援企業へのアフターフォローアップのクオリティが飛躍的に向上することになった。併せて、支援機関の支援能力が向上することで会員企業等との更なる信頼関係の構築と、頼りにされる組織としての認識が高まる結果となった。



大岩NWアドバイザー(左)と土田経営指導員



ネットで好評販売中の「手拭い額縁」