



平成30年度

よろず支援拠点 成果事例集

中小企業・小規模事業者のための経営相談所

中小企業・小規模事業者等の悩みは様々です。 私たちはその一つ一つに真摯に向き合います。

よろず支援拠点は、売上拡大や経営改善等の課題解決に向け、一步踏み込んだ専門的な提案を行います。中小企業・小規模事業者、NPO法人・一般社団法人・社会福祉法人等の中小企業・小規模事業者に類する方、創業予定の方が抱える『人手不足』や『後継者問題』はもちろん、『IT活用による生産性の向上』といった先進的な取組みまで、あらゆる課題やニーズに合わせたアドバイスを行うことができます。

相談者の方に寄り添いながら話を伺い、解決すべき真の課題を見つけ出し、そして、「今すぐに取り組めて、効果を実感できる」解決策を提案します。

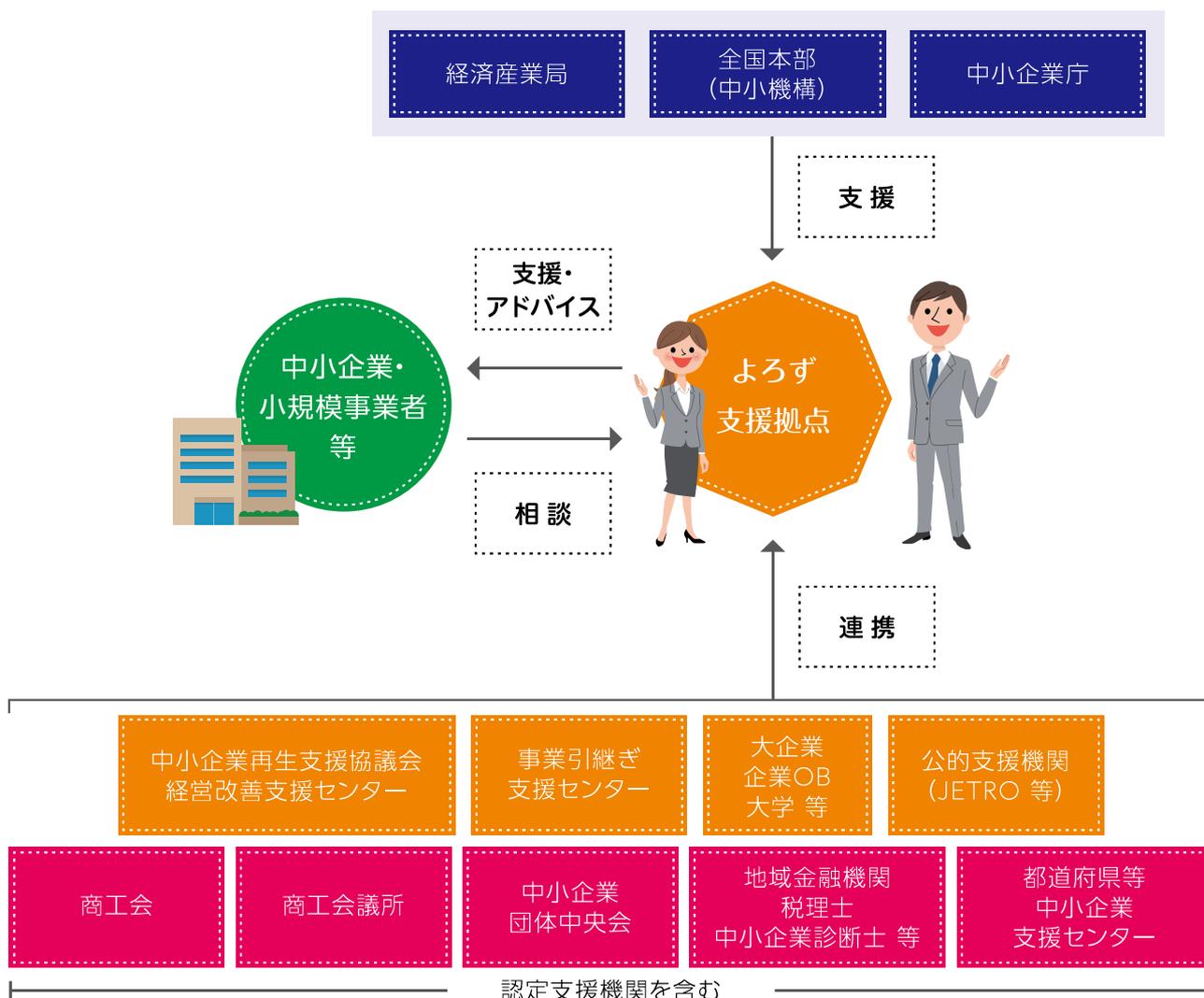


全国に広がる支援ネットワークのハブとして、 中小企業・小規模事業者等の課題解決を導きます。

よろず支援拠点は、中小企業・小規模事業者、NPO法人・一般社団法人・社会福祉法人等の中小企業・小規模事業者に類する方、創業予定の方の経営課題を、地域の支援機関や認定支援機関などの支援ネットワークを組み合わせながら解決に導きます。



支援体制のイメージ図



人手不足対応に、多彩な発想を。

少子高齢化という流れの中で、「求職難」の時代から、「求人難」の時代に。特に中小企業・小規模事業者は離職率の問題もあり、深刻な人手不足に悩まされています。しかし、人手が足りない、と一口に言っても様々な要因があります。

よろず支援拠点では、相談者の皆様の人手不足に関する悩みをヒアリング。本当に人手が必要なのか、それとも現場の改善や、ITを導入して生産性を向上させることで解決できるものなのか。人手不足の裏に隠された真の経営課題を見つけ出し、その解決に向けて一歩踏み込んだ施策を提案しています。



一部の事例に登場するこのマークは、国が重点的な支援分野として注力する分野に対応した事例を表しています。



今の業務で何か改善余地が無いか 現場を見つめなおす

製造工程や在庫の管理が不十分であったり、工場や店舗で動線が確保できていないなど。日々の業務を振り返ると、ムリ・ムダ・ムラなことがあることもしばしば。また、習慣化している業務の中にも、負担が大きいものがあるのではないのでしょうか。

製造工程や在庫の管理体制の見直し、5Sの推進、陳列方法や人員配置の検討など。よろず支援拠点は、相談者の皆様が抱えている問題に応じて、現場改善に向けた施策を提案しています。

| | |
|--|----|
| [青森県] 株式会社南山デイリーサービス(小売業) …………… | 55 |
| [岩手県] 有限会社カネタ運送(運輸業) …………… | 56 |
| [宮城県] モヤノック工房(製造業) …………… | 22 |
| [福島県] なめか町茶房 結(宿泊業・飲食業) …………… | 81 |
| [福島県] 有限会社介護サービスゆかり(医療・福祉) …………… | 59 |
| [千葉県] アトリエ Saki(製造業) …………… | 29 |
| [岐阜県] 株式会社エスウッド(農業・漁業・林業) …………… | 65 |
| [三重県] nico cafe(ニコカフェ)(宿泊業・飲食業) …………… | 84 |
| [福井県] WA babywrap(ワ ベビーラップ)(製造業) …………… | 86 |
| [福井県] 北鋼シャーリング株式会社(製造業) …………… | 67 |
| [兵庫県] 隆盛堂製菓株式会社(製造業) …………… | 68 |
| [奈良県] オカハシ株式会社(製造業) …………… | 69 |
| [広島県] 有限会社昭和機械工業(製造業) …………… | 35 |
| [山口県] 合同会社 おさかなフーズ(製造業) …………… | 73 |
| [愛媛県] Yショップ西本(小売業) …………… | 18 |
| [佐賀県] 有限会社赤門堂(小売業) …………… | 19 |
| [長崎県] あつみ産業株式会社(製造業) …………… | 76 |
| [沖縄県] お菓子工房のひまり(製造業) …………… | 40 |



今の業務をITで省力化できないか 生産性を見つめなおす

会計管理や顧客管理、電話やFAXでの受注対応など、今まで手書きで行っていたものは、ITを導入することで省力化できるものもあります。

例えば、POSレジやクラウド会計システムを利用した会計管理・顧客管理を連動した効率化や、ネットショップの開設による効率的な受注獲得など。よろず支援拠点、相談者の皆様が抱えている問題に応じて、ITを活用した生産性向上に向けた施策を提案しています。

| | |
|---------------------------------|-----|
| [青森県] 株式会社南山デイリーサービス(小売業) …………… | 55 |
| [千葉県] 株式会社写楽館(サービス業) …………… | 45 |
| [千葉県] アトリエ Saki(製造業) …………… | 29 |
| [福井県] 北鋼シャーリング株式会社(製造業) …………… | 67 |
| [兵庫県] 隆盛堂製菓株式会社(製造業) …………… | 68 |
| [和歌山県] 株式会社リハートテック(医療・福祉) …………… | 90 |
| [広島県] 有限会社昭和機械工業(製造業) …………… | 35 |
| [高知県] 有限会社宮村鉄工(建設業) …………… | 102 |
| [佐賀県] 有限会社赤門堂(小売業) …………… | 19 |
| [長崎県] 有限会社華豊(宿泊業・飲食業) …………… | 52 |



現場の人手を確保できないか 働き手目線で職場環境を見つめなおす

人手が足りないが、募集しても応募が無い。離職を考える従業員が出てきた。そのような問題には募集対象としている人材像のミスマッチや、賃金体系や労働条件の不明瞭さなど、雇用側の準備不足が大きく影響を与えていることも。

働き手目線で、職場環境を見つめなおすことが必要かもしれません。時代に合わせた求人条件の設定や賃金体系の設定、労働状況の改善など。よろず支援拠点は、相談者の皆様が抱えている問題に応じて、人手を確保できる職場環境を整えられるような施策を提案しています。

| | |
|---------------------------------------|----|
| [岩手県] 有限会社カネタ運送(運輸業) …………… | 56 |
| [栃木県] 株式会社ジェネックス(情報通信業) …………… | 26 |
| [群馬県] 株式会社倉沢製作所(製造業) …………… | 28 |
| [千葉県] 株式会社写楽館(サービス業) …………… | 45 |
| [山梨県] 株式会社カーフィックスワタナベ(サービス業) …………… | 47 |
| [三重県] nico cafe(ニコカフェ)(宿泊業・飲食業) …………… | 84 |
| [三重県] 環境システム株式会社(卸売業) …………… | 99 |
| [京都府] 株式会社波多野製作所(製造業) …………… | 32 |

— INDEX



売上拡大

売上拡大、販路開拓等に関する課題について相談があった事例

●小売・卸売・医療・福祉

| | |
|--|----|
| [北海道] 有限会社美瑛物産公社(小売業) | 10 |
| [東京都] ボニートジャパン株式会社(卸売業) | 11 |
| [東京都] 株式会社Sea'ds mara(シーズマール)(卸売業) | 12 |
| [神奈川県] 芦川酒店(小売業) | 13 |
| [新潟県] 株式会社今川屋(小売業) | 14 |
| [富山県] 株式会社ハマオカ海の幸(小売業) | 15 |
| [大阪府] once in(ワンス イン)株式会社(小売業) | 16 |
| [兵庫県] 株式会社ChocolaTan(ショコラタン)(小売業) | 17 |
| [愛媛県] Yショップ西本(小売業) | 18 |
| [佐賀県] 有限会社赤門堂(小売業) | 19 |
| [鹿児島県] 有限会社島田屋(屋号:肉の名門 島田屋本店)(小売業) | 20 |

●製造業・情報通信業

| | |
|---|----|
| [青森県] 海藻開発コンブリオ(製造業) | 21 |
| [宮城県] モヤノック工房(製造業) | 22 |
| [秋田県] グリーン工房 千里(製造業) | 23 |
| [山形県] 庄内町新産業創造協議会 次世代!庄内町ブランド商品開発プロジェクトチーム(製造業) | 24 |
| [茨城県] 有限会社黒澤醤油店(製造業) | 25 |
| [栃木県] 株式会社ジェネックス(情報通信業) | 26 |
| [群馬県] 株式会社クリマ(製造業) | 27 |
| [群馬県] 株式会社倉沢製作所(製造業) | 28 |
| [千葉県] アトリエ Saki(製造業) | 29 |
| [愛知県] 井指製茶株式会社(製造業) | 30 |
| [京都府] 松木眞澄(製造業) | 31 |
| [京都府] 株式会社波多野製作所(製造業) | 32 |
| [奈良県] ニシキ醤油株式会社(製造業) | 33 |
| [和歌山県] 谷池企画(製造業) | 34 |
| [広島県] 有限会社昭和機械工業(製造業) | 35 |
| [香川県] 香川県家具商工業協同組合(製造業) | 36 |
| [愛媛県] 大磯タオル株式会社(製造業) | 37 |
| [福岡県] 笑門福来(わかふき)(製造業) | 38 |
| [宮崎県] 京屋酒造有限会社(製造業) | 39 |
| [沖縄県] お菓子工房のひまり(製造業) | 40 |

● 宿泊・飲食・サービス・農業・漁業・林業

| | |
|-------------------------------------|----|
| [岩手県] 合同会社高原列車(サービス業) | 41 |
| [茨城県] 株式会社メイズムランド(宿泊業・飲食業) | 42 |
| [埼玉県] 彩玉梨加工研究会「梨組」(農業・漁業・林業) | 43 |
| [埼玉県] 株式会社キッズぽけっと(サービス業) | 44 |
| [千葉県] 株式会社写楽館(サービス業) | 45 |
| [新潟県] 花守 須田寛子(サービス業) | 46 |
| [山梨県] 株式会社カーフィックスワタナベ(サービス業) | 47 |
| [静岡県] 有限会社ラ・ポサーダ(宿泊業・飲食業) | 48 |
| [富山県] 神通町 田村(宿泊業・飲食業) | 49 |
| [山口県] 有限会社レンタックス(サービス業) | 50 |
| [高知県] 株式会社サンライズクリーニング(サービス業) | 51 |
| [長崎県] 有限会社華豊(宿泊業・飲食業) | 52 |
| [宮崎県] マイスター・パネル・メンテナンス宮崎合同会社(サービス業) | 53 |



経営改善

資金繰り改善、事業再生等の経営改善の課題について相談のあった事例

| | |
|---------------------------------|----|
| [北海道] 株式会社北のかに市(小売業) | 54 |
| [青森県] 株式会社南山デイリーサービス(小売業) | 55 |
| [岩手県] 有限会社カネタ運送(運輸業) | 56 |
| [宮城県] 株式会社ストロベリーフィールズ(宿泊業・飲食業) | 57 |
| [山形県] 株式会社JIKK(ジック)(宿泊業・飲食業) | 58 |
| [福島県] 有限会社介護サービスゆかり(医療・福祉) | 59 |
| [栃木県] 株式会社栃建(建設業) | 60 |
| [神奈川県] 斉藤接骨院(医療・福祉) | 61 |
| [山梨県] j's 株式会社(製造業) | 62 |
| [長野県] 農事組合法人ひらの培養センター(製造業) | 63 |
| [静岡県] 株式会社バルバーニ(製造業) | 64 |
| [岐阜県] 株式会社エスウッド(農業・漁業・林業) | 65 |
| [福井県] 北鋼シャーリング株式会社(製造業) | 67 |
| [兵庫県] 隆盛堂製菓株式会社(製造業) | 68 |
| [奈良県] オカハシ株式会社(製造業) | 69 |
| [岡山県] 有限会社エムツー(サービス業) | 70 |
| [岡山県] pain porte(パン ポルト)(製造業) | 71 |
| [広島県] 株式会社ハシモト(その他(寝具・手芸品の製造卸)) | 72 |
| [山口県] 合同会社 おさかなフーズ(製造業) | 73 |
| [徳島県] 有限会社あけぼの(サービス業) | 74 |
| [福岡県] 匿名(情報通信業) | 75 |
| [長崎県] あつみ産業株式会社(製造業) | 76 |

| | |
|----------------------------|----|
| [熊本県] 有限会社阿蘇天然アイス(製造業) | 77 |
| [鹿児島県] 海鮮丼専門店「笑福」(宿泊業・飲食業) | 78 |
| [沖縄県] 合資会社 大洋堂時計店(小売業) | 79 |



創業

創業に向けた、事業計画作成・資金調達等の課題について相談があった事例

| | |
|--|----|
| [秋田県] Lecrin Dress hair(レ克蘭 ドレスヘア) (サービス業) | 80 |
| [福島県] なめか町茶房 結(宿泊業・飲食業) | 81 |
| [長野県] USHIMI 牛見洋食店(宿泊業・飲食業) | 82 |
| [岐阜県] 緑の便利屋さん 山奉仕(農業・漁業・林業) | 83 |
| [三重県] nico cafe(ニコカフェ)(宿泊業・飲食業) | 84 |
| [石川県] Ludique(ルディック)(宿泊業・飲食業) | 85 |
| [福井県] WA babywrap(ワ ベビーラップ)(製造業) | 86 |
| [滋賀県] FUKUTOMI(フクトミ)(サービス業) | 87 |
| [滋賀県] しが草津ボクシングジム(サービス業) | 88 |
| [大阪府] ABITACOLO(アビタコロ)(宿泊業・飲食業) | 89 |
| [和歌山県] 株式会社リハートテック(医療・福祉) | 90 |
| [鳥取県] ほっこりよもぎ家 kizuku(サービス業) | 91 |
| [島根県] ネイルサロン リラ(サービス業) | 92 |
| [徳島県] 株式会社ムーア(製造業) | 93 |
| [香川県] 本屋ルヌガンガ(小売業) | 94 |
| [佐賀県] PMT(ピーエムティー)(小売業) | 95 |
| [熊本県] 合同会社エム・システム(サービス業) | 96 |
| [大分県] 株式会社まな(サービス業) | 97 |



事業承継

事業承継・後継者不足の課題について相談があった事例

| | |
|-----------------------|-----|
| [愛知県] マルハチ工業株式会社(製造業) | 98 |
| [三重県] 環境システム株式会社(卸売業) | 99 |
| [鳥取県] 掲載準備中 (製造業) | 100 |
| [島根県] 株式会社シーライフ(製造業) | 101 |
| [高知県] 有限会社宮村鉄工(建設業) | 102 |
| [大分県] 安永醸造有限会社(製造業) | 103 |

事例ページの説明

項目について



現状
事業者が抱える問題を記載しています。



分析
事業者の現状と問題を分析した結果、明確化した課題を記載しています。



提案
課題の解決に向けて、提案した具体的な施策を記載しています。



成果
施策を実行したことで得られた成果を記載しています。

用語について

●CCo・Co

よろず支援拠点チーフコーディネーター・コーディネーター。

よろず支援拠点に配置されている、事業者からの経営相談に対応する専門家。

●当拠点

全国に設置されているよろず支援拠点の中で、相談企業が所在する都道府県のよろず支援拠点を示す。



成果事例の紹介 全国94事例



売上拡大

人気観光地の新スイーツを開発し
販売開始から3日で700個販売



「対象顧客のニーズを捉えたピンポイントで具体的な提案で、スムーズな販売にたどり着くことができました」(相談者)

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 北海道よろず支援拠点 | 業種 | 小売業 | 従業員数 | ~50人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

有限会社美瑛物産公社

代表者：代表取締役 西森 和弘(にしもり かずひろ)

住所：〒071-0208 北海道上川郡美瑛町本町1丁目9番21号 電話番号：0166-92-0920

事業内容：美瑛町ならではの特産品を開発し、道のびえい「丘のくら」や平成30年5月に新築された道の駅びえい「白金ビルケ」などで販売。また丘のくらで「香麦食堂」、丘のまち交流館bi.yellで「ピ・エール カフェ」を営み、美瑛町産食材を用いたメニューを提供。「ホテル ラヴニール」も経営する。

観光客の目をひく新商品を開発したい しかし良いアイデアが思い浮かばない

美瑛町で、年間約24万人の観光客が立ち寄る道の駅びえい「丘のくら」などで特産品を使った土産品を販売する物産店を営む同社。しかし最近、競合する土産品が続々と登場し、売上は低迷ぎみだった。そこで、新たに観光客の目をひく土産物の開発を企画するが良いアイデアが思い浮かばない。そうした状況を美瑛町商工会に相談したところ当拠点を紹介され、新商品開発に向けた具体的な相談に訪れた。

現状分析と顧客ニーズの洗い出しから 「癒し」を軸とする商品企画を提案

Coは、既存アイテム別の売上や評価、陳列や販促方法、また観光客の動き、競合商品、市場全体の需要動向を分析し、商品開発の方向性を検討。一方で、美瑛町には「美しい景観」「やさしさ」「癒し」というブランドイメージがあることから、「癒し」のイメージを生かした商品開発が重要であると判断。「観光客」というターゲットの購買意欲を刺激する商品開発やパッケージデザイン等を検討することが課題であると判断し、支援していくことにした。

観光地「青い池」をモチーフに 地産食材を使った「癒し系」クッキーを提案

Coは分析を踏まえ、「美瑛産の小麦粉を使用したソフト食感のレアクッキーに、美瑛産牛乳を使った青いチョコレートコーティングした商品」の開発を提案。人気観光地である「青い池」のイメージを加えることでオリジナリティを狙った。しかし同町内には、これを商品化できるメーカーがなかった。そこでCoは、**当拠点の食品加工分野におけるネットワークを生かし、他地域から対応可能な事業者を相談者に紹介。またパッケージを含むプロダクトデザインには、カラーコンサルタントであるCoの協力を要請した。**



新商品の「青のクッキー」

道の駅のみで限定販売し 予想を超える大ヒット商品に

こうして完成した「青のクッキー」は、「青い池」と直結する同町で2番目にオープンした道の駅びえい「白金ビルケ」で、**限定販売品としてデビュー。販売開始わずか3日で700個を売り上げる驚異のヒット商品になった。**「地産素材」と「青い池」というご当地コンセプトストーリーや、「青いチョコレート」という鮮烈なビジュアルインパクトが観光客の購買意欲向上につながった。



道の駅びえい「白金ビルケ」の外観



売上拡大

ギフトから「自家需要ニーズ」へ販路拡大
地元ネットワークを構築し「自家需要」売上3倍を達成



「暗中模索の中、自分一人で取り組んでいましたが、相談をしたことで、当社の強みを再認識し、具体的にPRできるようになりました」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 東京都よろず支援拠点 | 業種 | 卸売業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

ボニートジャパン株式会社

代表者：代表取締役 阿部 恵里子(あべ へりこ)

住所：〒154-0002 東京都世田谷区下馬2丁目27-14 玉川B&Sビル1F 電話番号：03-6450-8357

事業内容：前職での生産者と行政をつなぐイベントプロデュース経験から「だし」の魅力に触れ、平成27年に会社を設立。素材にこだわった「のむ天然おだし」を軸に、各地のこだわり商品を販売する店舗「雅結寿(みやび ゆいのじゅ)」を平成28年に開業。現在、四季折々の大地の恵み、匠の技、日本の食文化の魅力を伝えるべく活動を続けている。



商品へのこだわりを求めるほど利益率は低下 悪循環からの脱却と新たな販路開拓へ

相談者の取り扱う「のむ天然おだし」は、新しいジャンルの商品で、近年の健康志向に伴いネットショップの売上も増加していた。しかし包装資材、商品アソート、物流費等の負担が大きく、商品へのこだわりを求めるほど利益率が低下するという悪循環に陥っていた。そこで相談者は新たに魅力的な販路を開拓するために、城南信用金庫主催の食のマッチングイベントに開設された当拠点の相談ブースを訪れた。



「ギフト需要」が低利益の要因と分析 「自家需要ニーズ」の掘り起こしが課題

CCoIは、売上の構成が「ギフト需要」に偏っており、それが利益率の低さの要因になっていると分析した。また、相談者との意見交換や販売データから、自分や家族のために購入する「自家需要ニーズ」が徐々に高まっていることを突き止めた。CCoIは「そのニーズを掘り起こすためのネットワーク作り」と「補助金活用」を課題とした。



店舗近隣でのネットワーク作りと補助金を活用した販促 地元事業者やヘルシークッキング志向の高い主婦層へPR

CCoIは、集客対策として店舗のある世田谷区のヘルシークッキング志向の高い主婦へ「だし」の新しいアレンジ、楽しみ方を提案することで、日本の食文化の魅力を伝えることを提案。その手段として、東京商工会議所世田谷支部へ入会し、部会への参加や経営指導員と連携して、地元事業者や前述の主婦への商品PRを低コストで行うことを提案した。さらに、販促費は「小規模事業者持続化補助金」を活用することを提案した。

相談者は、商工会議所への入会后、広報支援メニューを活用して地元事業者、主婦へのPRを実現した。また、前述の補助金申請書も当拠点の支援を受けながら、提出した。



鯉本枯れ節・荒節に北海道昆布、原木栽培の椎茸をブレンドした、「鹿兒島ドリップ」



会社と商品の認知度がアップし 「自家需要」売上が前年比3倍を記録

自店舗の認知、トライアル需要、口コミ派生が促進される等の具体的な行動目標を定めた申請書が採択され、「小規模事業者持続化補助金」の申請が採択された。「自家需要ニーズ」増加策が功を奏し、「自家需要」売上が前年比の3倍を記録し、懸念されていた粗利益も伸ばすことができた。



桜のつぼみを浮かべて季節と日本の文化が楽しめる、季節のだし『さくらのおだし』



売上拡大

海外展示会出展とECサイト改善で
新取引先も増えリピート購入も増加



「自分一人で試行錯誤しながら営業活動に取り組んできたが、相談した結果、当社の強みが明確になり、進むべき方向性を整理できた」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 東京都よろず支援拠点 | 業種 | 卸売業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

株式会社Sea'ds mara(シーズマアラ)

代表者：代表取締役 前田 紘子(まえだ ひろこ)

住所：〒107-0052 東京都港区元麻布3丁目1-6 電話番号：03-6555-3688

事業内容：オリジナルブランド「Sea'ds mara」を扱う女性向けアクセサリーショップを平成25年に立ち上げ、その後、事業拡大を目的として平成27年に株式会社を設立。ピアス、ネックレス、ブレスレット、リングといった、女性向けコスチュームアクセサリー全般を取り扱っている。セレクトショップを中心に卸売の他、自社ECサイトによる小売も展開。

高いデザイン性・高い品質を誇りながらも 縮小傾向の市場の影響で売上が伸び悩む

ファッション関連市場は縮小傾向にあり、加えて価格競争が激化している。その余波を受け、相談者が扱うコスチュームアクセサリーも、売上高が伸び悩んでいた。相談者は自社製品の高いデザイン性と日本製であり高品質であることをウリに直販ECサイトでの売上拡大を画策していたが、具体的な方策について相談する相手がいない状況であった。そこで自社の課題整理や、その課題払拭が期待できる有効な施策を検討するため、専門家の客観的意見を求め当拠点へ相談した。

新規卸売先の獲得に向けた営業活動の見直しと データ解析を通じたECサイトの顧客へのフォロー強化が課題

Colは、相談者との意見交換により、卸売における新規の顧客獲得の手法を検証。国内展示会を中心とした営業活動では、新規得意先が思うように獲得できない状況であると聞き、まず有力バイヤーとの接点を得ることの重要性を指摘。そこでColは、「有力バイヤーが情報収集から購買活動に至るまでの行動を分析、仮説をたて、それに基づいた営業活動へと見直すこと」が課題とした。同時に、ECサイトへの流入状況を確認。Googleアナリティクスでデータ解析したところ、現状のSNSの活用方法は潜在顧客へのアプローチが中心。Colは、そこからECサイトでの売上拡大に向けて、「既存の顧客へのフォロー強化」が課題となった。

補助金を活用し海外展示会出展をプッシュ LTVを意識したマーケティングを提案

Colは、高感度セレクトショップのバイヤーが海外の展示会へ出向くことに着目。そこで、相談者に**自社アイテムに馴染む海外展示会をピックアップしてもらい、出展計画を練っていった**。海外出展にあたっては、**小規模事業者持続化補助金の利用を勧め、渡航費用の負担軽減を図る**ことに。既存顧客のフォローについては、**メルマガを定期配信し、セールス情報のみの刹那的な関係ではなく、長期的視点に立った顧客との関係を築くようアドバイス**。新たなプロモーションを実施する際は、**Googleアナリティクスを活用しながら計画的に実施・測定・分析し、PDCAサイクルを構築して次につなげるよう提案した**。



「ルミネ新宿」での販売風景

海外展示会出展を契機に国内トップバイヤーと関係構築 ECサイトにおけるリピート購入も増加

小規模事業者持続化補助金が無事を通り、海外展示会「PREMIERE CLASSE」への出展が実現。これにより**国内トップバイヤーとパイプがつながり、現在商談成立に向けて交渉中**。ECサイトにおいては、顧客との関係性を構築するための情報の定期配信や、既存顧客を大切にすプロモーション戦略でリピート購入が増加。**総売上高(卸売+WEB)の前年(9~11月)比で200%**という好結果を導いた。



パリで開催された展示会「PREMIERE CLASSE」での出店風景



売上拡大

『明治150年大磯ワインプロジェクト』 街の酒店がオリジナルワイン造りで地域活性化に奮闘



「国の補助事業に頼るのではなく、地域住民自身がアイデアを出し、楽しみを自分たちで作っていくことの重要性をCoのサポートにより実感した」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|-------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 神奈川県よろず支援拠点 | 業種 | 小売業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|-------------|----|-----|------|------|

会社概要

芦川酒店

代表者：代表 芦川 博昭(あしかわ ひろあき)

住所：〒255-0003 神奈川県中郡大磯町大磯1422 電話番号：0463-61-0411

事業内容：昭和3年創業、90年の歴史を持つ地元酒店。平成22年6月からプライベートブランド銘酒「大磯」を販売開始しているほか、大磯で採れた新鮮な地場野菜も販売。大磯の伝統的な祭り「大磯 左義長」の清酒の販売やボランティアの募集を行うなど、地域貢献活動も積極的に行っている。



大磯町に「明治記念大磯邸園」が設置 記念に新しい商品を作りたい

大磯はかつて多くの政界の要人が別荘や邸宅を設けていたこともあり、「明治150年」関連施策の一環として、平成29年に大磯町への「明治記念大磯邸園」の設置が閣議決定された。そうした状況を契機に、相談者は地元で何か新しい商品開発ができないかと思案。「明治150年記念オリジナルワイン」をOEMで作り、近隣に配布することを思いつき、実現に向けての具体的な方策について、大磯商工会(神奈川県)を通じて、当拠点に支援を求めた。



単なる記念ワインではもったいない 街を巻き込んだプロジェクト化に向け情報発信が課題

Coは、地域の酒店がワインをOEMで作り、記念配布するだけではもったいないと考え、相談者の「ワイン造りを通して、大磯町を活性化したい」という想いに着目。街を巻き込んだプロジェクト化の推進を検討。「地域住民に根付いた街全体のプロジェクトにするために地域内外に情報発信していくこと」を課題とした。



ワインコンセプトを「町民の贅沢な遊び道具」として 新たな「コト」を生み出す。ワインの売上を庭園整備に寄付

Coは、ワイン造りを①「明治150年大磯ワインプロジェクト」とネーミング、Vワインコンセプトを「大磯町民の贅沢な遊び道具」とし、新たな「コト」を生み出す、n街をあげてのワイン造りの物語をTV・新聞に追っかけ取材してもらえるよう、パブリシティ戦略を立てる等を提案した。

相談者は、Coからの①②の提案を実行したほか、③の提案を実行するために、シャトー勝沼での打合せ風景、ラベル打合せ、地元住民のワイン試飲会の日程を調整してTVに取材してもらえるように、情報発信を実施した。

また、**ワイン1本1,500円のうち150円を別荘群の庭園整備に寄付**することにして、赤・白合わせて600本を製造。さらに、OEM先のシャトー勝沼(山梨県)の協力で、貴重なヴァンテージワインをブレンドした商品となり、「創業140年のシャトー勝沼が明治時代のワインをイメージしてブレンド」というブランドストーリーも完成。



「大磯 明治150周年記念ワイン」



旧吉田茂邸での記者発表の様子



パブリシティ戦略が功を奏し、TV・新聞で大きく報道 600本の販売目標を早々達成。1,500本の販売に

パブリシティ戦略が功を奏し、プロジェクトの取組みはTV・新聞で大きく報道され、発売を前に300本(赤白セット)の予約が殺到。大磯町長参加のもと旧吉田茂邸で行った記者発表後には、目標の600本の販売を早々に達成し、増産を重ね1,500本の販売となった。



店舗外観



売上拡大

個人スーパーが地域水産物を活用した外販向け商品開発に挑戦
積極的な販売促進活動で売上は支援前の3.5倍を達成！



「当初は食品衛生上の課題がこれほど多いとは思っていなかった。Coの熱意のある姿勢で様々な手法と知識を学ばせていただいた非常に力になりました」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 新潟県よろず支援拠点 | 業種 | 小売業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

株式会社今川屋

代表者：代表取締役 今川 和明(いまがわ かずあき)

住所：〒957-0204 新潟県新発田市稲荷岡2119 電話番号：0254-41-2335

事業内容：平成6年、地元食品スーパーチェーンのフランチャイズ店として創業。相談者は、地域食材を使った自社製品の商品開発や流通が必要と考え、自社の加工工場を活用して意欲的に取り組んできた。平成27年、フランチャイズが廃止となり、現在は個人経営のスーパーとして事業展開している。



地域の水産物を使った自社商品を 店舗外での販路拡大を狙い改良したい

食品スーパーを経営する相談者は、現在の売上は堅調だが年々地域の過疎化が進んでおり、店舗売上の先細りが予想されるため危機感を覚えていた。そこで、相談者は、以前より自社店舗で販売していた「カニの甲羅詰め(以下、本品)」を店舗外で販売可能な商品にしたいと考え、具体的な方策を地元の紫雲寺商工会(新潟県)に相談したところ、当拠点を紹介され相談に訪れた。



商品開発と販路拡大に課題

カニの衛生基準は厳しく、外販向け商品に改良するためには基準に準じた製品にする必要があるが、相談者の店舗には、食品加工技術や衛生管理などの専門知識を有する従業員がいないので、商品開発に問題があった。また、本品は新潟産の生のカニを原材料として、食べやすくほぐして甲羅に詰めた非常に魅力ある商品であったが、自社店舗以外の販路がなかった。そこでCoは、「食品関係の専門知識を有する従業員の育成」ならびに「加工工場を整備すること」、「販売促進のための商談会出店に向け、計画的に取り組むこと」を課題とした。



衛生管理方法と製造工程を確立することと 商談会への出展を目的とした新商品開発を提案

Coは、従業員に対し、カニの衛生基準を理解した上で微生物制御方法を学び、殺菌方法を踏まえた製造工程を確立するようアドバイス。また、店舗外での販路開拓で重要な情報発信を積極的に行うことや販売促進のための商談会や展示会への出展を提案。また、紫雲寺商工会の勧めもあり、「**にいがた産業創造機構(以下、NICO)**」の商談会への出展を目標に**新商品の開発を行うことを提案した。**

相談者は、当拠点を通じて派遣された専門家によるサポートも得て、殺菌方法、加熱温度、加熱時間、冷却方法、容器包装といった製造工程を確立し、外部流通も可能な「カニまるっと甲羅詰め」を開発した。また、NICO主催の「新潟うまさざっしり食の大商談会」をはじめ、数々の商談会や展示会への出店など、積極的な販売促進活動も実施した。



人気商品となった「カニまるっと甲羅詰め」の製造過程



支援後の年間売上が支援前の3.5倍に 他商品の売上も増加

地元メディアにも大きく取り上げられ、業界関係者のみならず、県内の一般消費者からも注目されるようになった。支援前は自社店舗で生鮮品として販売し、年間2,000個(200万円)程度の売上であったが、**今では年間ですべて3.5倍の7,000個(700万円)の売上を実現。ピーク月には4,000個を上回るまでに成長した。**また、「カニまるっと甲羅詰め」を自店に来店する客が増え、**他商品の売上も増加につながった。**



一つひとつ手作業で丁寧に加工



売上拡大

看板商品「汐ぶり」の自社生産体制を確立
製造コスト20%減、売上は前年比130%を達成



「自社生産が実現し衛生管理体制が向上したことから、大手流通会社から引き合いが来るようになりました」と語る、相談者姉妹

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 富山県よろず支援拠点 | 業種 | 小売業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

株式会社ハマオカ海の幸

代表者：代表取締役 浜岡 秀幸(はまおか ひでゆき)

住所：〒937-0057 富山県魚津市港町3-1 電話番号：0765-22-0954

事業内容：昭和25年に創業し、昭和59年「株式会社ハマオカ海の幸」として法人化。富山湾で水揚げされる海産物加工品の販売を行う。寒ぶりを熟練の職人技により塩で締め、浜風で干した「汐ぶり」が人気商品。最近では経営者の3姉妹が中心となり、自社ホームページにて「汐ぶり」レシピの公開など情報発信を積極的に行い、新規顧客の開拓につなげている。



看板商品「汐ぶり」の自社一貫製造を検討 製造工程のマニュアル化に向け相談したい

看板商品である「汐ぶり」は、原料となるぶりの下処理から、塩漬け、乾燥までの一連の加工を地元鮮魚販売店の職人に委託していた。しかし、職人の高齢化と後継者不在のため、今後の安定的な生産が難しくなることが予想された。そこで、職人の技術を継承し、自社での一貫製造を検討するも、職人は経験と勘で作業していたため製造工程のマニュアル化に難航。そのような折、相談者は当拠点主催の販路開拓セミナーに参加。マニュアル化に向けた相談を具体的にしていきたいと食品分野専門のCoに相談した。



マニュアル化はもとより自社工場での一貫製造に向け 衛生管理体制や工場等の生産体制の確立も課題

相談者は当初、職人から加工の知見と技術についてアドバイスを求めていた。しかし、Coがヒアリングした結果、製造工程のマニュアル化はもとより、自社工場での製造に向けて工場の整備や衛生管理体制が整っていないことが判明。そこでCoは、相談者の課題を「製造工程のマニュアル化」と、一貫製造体制の確立に向け「衛生管理体制の確立」、「工場等の生産体制の確立」の3つとし、同時並行的に取り組む必要があると分析した。



原料入荷から製品出荷まで作業時間も含めたマニュアル作成 HACCP導入とそれに合わせた生産体制の確立を提案

Coは、マニュアルに数値まで落とし込むため、職人へのヒアリングのポイントをアドバイス。原料入荷から加工、保存、出荷までの一連の製造工程ごとのチェック項目、測定項目を落とし込むよう助言した。特に、製品の食感、保存性にも大きく影響する工程は、時間管理も容易にできるよう具体的な作業時間まで含めて設定することを提案。

さらに、衛生管理体制の確立に向けては、企業価値の向上にも寄与できるよう、衛生管理の国際標準であるHACCP導入を提案。あわせて、衛生管理のマニュアルを再編し、従業員に徹底するよう提案した。生産体制の確立に向けては、HACCP導入と相談者が受けている食品の営業許可に対応したレイアウトにできるようアドバイス。その他、製造ロットにより味と食感のバラつきが出ないように、試食評価を行い、商品改良に関する支援も行った。



自社生産の実現により製造コスト20%減 売上は前年比130%を達成。TV番組でも話題に

熟練職人の経験と勘に基づいていた「汐ぶり」の製造技術のマニュアル化が実現。衛生管理面ではHACCPシステムを踏まえた体制が整い、それに合わせた生産体制も確立。悲願であった自社での安定・安全の一貫生産が実現した。外注から自社生産に切り替わったことにより製造コストは2割減に、売上は前年比130%に到達する結果となった。最近では全国放送されるTV番組の富山県特集で「汐ぶり」が取り上げられるなど、認知度も高まりネットでの注文も増え続けている。



天然ぶりの極上の味わいが楽しめる、ルイベ仕立ての「寒の汐ぶり」。食べる際にフォークとして使える「間伐材スティック」をセットにしてお届け



売上拡大

黒字倒産寸前状態から

2年半にわたる伴走型支援でV字回復を実現



「資金繰りがむずかしい中、伴走支援していただき、常に心強かった」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 大阪府よろず支援拠点 | 業種 | 小売業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

once in(ワンス イン)株式会社

代表者：代表取締役 長坂 賢介(ながさか けんすけ)

住所：〒550-0002 大阪府大阪市西区江戸堀3-6-16 電話番号：06-6449-7238

事業内容：平成25年に起業しネット通販事業を営んでいる。現在ECショップを6店舗運営し、主力の餃子ともつ鍋セットは有名ECモールで月間表彰を何度も受賞している。



経営管理の手法に疎いことから 長期にわたって資金繰りに苦悩

相談者は、平成16年に飲食店を創業し、その後平成25年にネット通販事業ショップを起業、現在はECショップを6店舗運営している。売れ筋は餃子ともつ鍋セットで、自社工場を構えて生産も行っているが、数年来、資金繰りと経営管理に問題を抱えていた。そうした現状を相談したところ、大阪産業振興機構の紹介を受け、当拠点を訪れた。



資金繰りの複雑さと管理不足が原因で 黒字でありながら倒産の危機に

Coが同社の状況を整理したところ、「ECサイトごとに違う集金のタイミング、売上の季節変動が必要な資金額が不明確」で、「資金繰り表による経営管理も行われていなかった」ため、黒字倒産の危機にあった。この状況を整理するのは容易ではなく、支援長期化の要因となっていた。そこで、「商品ごとの限界利益を把握する管理会計の導入支援」と「金融機関と折衝する際の説明資料を作成すること」が主な支援課題となった。



資金の動きを見える化して状況を明確に 金融機関との折衝に必要な資料も用意

Coはまず、資金繰り表を作成して資金の動きを見える化すること、資金調達のリスクを分散するために、複数の金融機関と折衝を行うようアドバイスした。並行して、中小企業基盤整備機構が、商品開発やマーケティングについて支援。大阪産業振興機構は、設備貸与支援と管理会計の資料チェックを実施。さらに政府系金融機関、公的保証機関、民間金融機関でも適時の支援が実施された。



社員やパートさんの生活を守り抜くためにも、資金繰りを解決して会社の経営を安定させることは急務であった



金融機関の支援と経営管理確立を実現し キャッシュフローの安定化に成功

相談者は作成した資金繰り表と説明資料を使って、粘り強く金融機関との折衝にあたり、複数の金融機関から支援を取り付けることに成功した。同時に資金繰りや限界利益を表計算ソフトでチェックし、管理会計を確立させ、経営全般の安定化を実現した。その結果、キャッシュフローが安定し、もつ鍋セットの繁忙期である冬場を乗り切るだけの資金確保に成功。繰越欠損もほぼ解消されるに至った。大幅な売上拡大につながり、V字回復を果たすことができた。



ECモールで人気の餃子セット



売上拡大

板チョコをモチーフにした革財布を企画 プロモーション戦略の効果で大人気商品に



「各分野のスペシャリストが数多くいらっしゃるので、幅広く相談できるので他にはないメリットですね」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 兵庫県よろず支援拠点 | 業種 | 小売業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

株式会社ChocolaTan(ショコラタン)

代表者：代表取締役 加茂 努(かも つとむ)

住所：〒652-0032 兵庫県神戸市兵庫区荒田町2-18-20 電話番号：078-521-4456

事業内容：平成26年創業。立体的な板チョコの形をした財布や名刺入れなどの革製品が人気で、関西・東京の百貨店で取り扱われている。平成30年にはチョコレートデザインの雑貨を取り扱うセレクトショップ「カカオもの」を神戸市中央区にオープン。



板チョコをモチーフにした革財布を企画 商品加工技術と資金調達に思い悩む

相談者は板チョコをモチーフにした革製品の企画・販売を行うために平成26年に創業。自ら企画した「本革製ラウンド長財布」は立体的な板チョコ風の表面が特徴だが、一般的に革製品に行う既存のエンボス加工では、きれいに型押しすることができず、イメージ通りの加工を請け負ってくれる業者を探していた。また資金繰りや資金調達でも苦労しており、その解決策を求めて当拠点を訪れた。



現状分析から、「商品開発」、「資金調達」 「販路開拓」の3つの課題を設定

当拠点では、ものづくりとマーケティングに精通した2名のCoで対応。相談者の現状分析から、①「商品開発」では企画を設計に展開できる人材が同社にはおらず、立体的な形状を具現化できる加工工場がない、②「資金調達」では金融機関に融資の申請をするも通っていない、③「販路開拓」では、顧客のターゲティング、認知度を高めるためのプロモーション戦略、商品のポジショニングが必要という3つの課題を導き出した。



メーカーとのパートナーシップを提案 補助金への応募と認知度向上に取り組む

「商品開発」については商工会、商工会議所などのネットワークを活用し、県外のメーカーも含めて模索するようアドバイス。当初メーカー探しは難航したが、**ゴム製の靴底を作るメーカーが持つ両面から金型を押し付けて成型する技術を応用できると分析し、そのメーカーとの委託契約を提案。**「資金調達」では、**創業補助金や小規模事業者持続化補助金などへの応募を提案。並行して事業計画のブラッシュアップをサポート。**「販路開拓」に対しては、**地元から商品の認知度を高めるために、神戸市が主催する「神戸セレクション」などに応募することを提案。**その参加実績を後ろ盾として、**大手百貨店や専門店でのテストマーケティングや販路開拓に繋げていくことを提案。**さらにそこでバイヤーや顧客の反応を商品開発や商品ラインアップに反映させ、より商品をブラッシュアップしていくことを提案した。



長財布からはじまって、カードケース、手帳、スマホカバーなど、アイテムはどんどん広がりを見せている



東京の百貨店でも取扱い開始 プロモーション戦略の効果で大人気商品に

事業計画を練り上げることで、補助金の申請も採択され、商品開発の元手となる資金を確保。新商品「本革製ラウンド長財布」を発売開始。「**神戸セレクション**」の**認定商品にも選定**された。その後実施したプロモーション戦略の効果で、話題は広がり、**神戸市のふるさと納税商品に選ばれたほか、さらに関西圏のみならず東京の百貨店でも取り扱われるなど、販路開拓は好調に推移。**平成29年11月、革製品にとどまらず、**様々なチョコレートとチョコレートデザイン雑貨を取り扱うセレクトショップをオープンし、初めてのイベントでは、4日間で2,000人が来店した。**



“本物”のチョコスイーツも展開している



売上拡大

財務管理と販売促進を強化し 赤字から黒字へ転換

人手不足対応

現場改善



「Coから“良くなっていますね”など言ってもらえると成果が実感でき、やる気が出ました」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 愛媛県よろず支援拠点 | 業種 | 小売業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

Yショップ西本

代表者：代表 西本 高朗(にしもと たかろう)

住所：〒796-0909 愛媛県西予市三瓶町安土37 電話番号：0894-33-0029

事業内容：実父である先代から酒販店を継ぎ、平成17年にヤマザキデイリーストア三瓶店として開店営業。地域のコンビニエンスストアとして、三瓶地区の子どもから高齢者まで幅広い層に、なくてはならない存在となっている。



人口減少と競争激化で売上減少

経営改善に向けて何に取り組めばいいか相談

同店は、旧酒販店から続く地域に根差したコンビニエンスストアだが、人口減少と近隣ドラッグストアが進出したことに伴い競争が激化し、売上減少が続いていた。こうした状況で経営状態も悪化しており、相談者は何か経営改善に向けて何に取り組めばいいか、以前に相談をしたことのある当拠点を思い出し、再度来訪した。



現場改善で相談者がマネジメント力を発揮できる環境づくりと

強みを生かした販促活動の強化が課題

Coが以前の相談記録を参考に内部環境を分析したところ、人手不足から相談者と従業員で役割分担ができておらず、陳列や会計など含め日々の作業を両者で効率よくできていない状況が判明。財務管理も不十分で、売上高、仕入高、経費支払の数字も把握ができていない。また、在庫管理も十分でなく、在庫過多に陥っていた。

さらに、現在の市場顧客を確認すると、当店は先代から続く店舗であることから、周辺住民との結び付きが強く、旧酒販店時代から行っている酒類配達によって一定数の固定客もいる。Coは、「現場改善で相談者がマネジメント力を発揮できる環境づくり」と「強みを生かした販促活動をする事」の2つを課題とした。



売上状況の把握と在庫の適正化で無駄を削減

売場改善や配達業務強化で売上拡大を図る

財務管理の強化、売上高・仕入高・経費支払を確認するためにも、相談者と従業員の業務分担をアドバイス。これまで従業員に任せていた発注を相談者自ら行うことで、**売上状況の把握と在庫の適正化、廃棄ロスの減少に取り組むよう提案**した。さらに、人件費の削減に向け、**時間帯別の売上高と来店数を分析し営業時間を短縮することも提案**。販促促進策としては、**地域の固定客である高齢者や飲食店向けの配達業務の強化や地元高校への定期販売を再開**。店舗レイアウトも、**売れていない日用品の売り場は縮小、旧酒販店の特色を生かし地酒を扱うなど酒類の品揃えに特色を出すようアドバイス**。また、**棚割りを見直して売り場の印象と、陳列にかかる時間の短縮に向け改善するよう提案**。



店頭でビールサーバーをディスプレイし、レンタルの周知を図り、同時におつまみセットを作成し、客単価向上に努めた



現場改善で財務状況は好転、利益もアップ

販促活動で前年同月比売上105%増を達成

相談者がマネジメント力を発揮できるよう**現場改善を進めたことで財務状況は改善、利益も増加**。また、販促活動も功を奏し高校への定期販売を再開したことで関係構築ができ、学校イベント時の新規受注も得るようになった。売上も**前年同月比105%増加し、平成28年決算は赤字だったが翌年は黒字に。平成30年決算も黒字の見込み**である。



店舗外観



売上拡大

卸販売とネットショップ販売で販路開拓
相談開始当初から約45%の売上増を達成！

人手不足対応
現場改善
ITを活用した
生産性向上



「販路開拓から補助金活用などすべての相談対応窓口として小規模事業者にとってはなくてはならない存在です」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 佐賀県よろず支援拠点 | 業種 | 小売業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

有限会社赤門堂

代表者：代表取締役 福山 暢生(ふくやま のぶお)

住所：〒849-1311 佐賀県鹿島市大字高津原4305番地6 電話番号：0954-62-3446

事業内容：昭和24年創業の和菓子店。社名、店名の赤門は、佐賀県の重要文化財である鹿島城址の赤門(鹿島市高津原)が由来。現在では、和菓子に加えて洋菓子も取り扱っており、佐賀県銘菓「丸ぼうろ」をはじめ、「奴黒兵衛」など数々の人気商品を販売している。



商標侵害への対策の必要性和 販路開拓に向けた取組みを相談したい

老舗和菓子店を営む相談者は、現状の小売業への行き詰まり感から何とかして販路を開拓したい、という想いを持っていた。そのような中、同店の看板商品だった「黒兵衛」が、他社の商標を侵害していると鹿島商工会議所から指摘を受けた。そこで、商標侵害への対策と今後の販路開拓に向けた取組みについて、当拠点へ相談に訪れた。



新規商標登録と 販路拡大に向けた対策が課題

商標権の問題は今後の事業拡大の上で障害となるため、早急に新規商標登録が必要とCoは判断。しかし、指摘された商品が同店の看板商品であることから、新たなネーミングによっては現在の売上を維持できなくなる危険性もあると分析。また、販路拡大については、既存商圏の縮小から店頭販売での売上拡大には限界があると分析。そこで、Coは、新規商標登録に向けては、「売上を維持できるネーミングにすること」、また、販路拡大に向けては、「既存商圏以外での販路開拓と需要増に対応する生産性の向上」が課題とした。



既存のファン層を維持できる商品名を提案 生産性向上と販路開拓に向けた支援を実施

相談者が社内で検討した新規商標は、「鈴兵衛」であったが、Coは、すでに「黒兵衛」の知名度が高いことから、**既存のファン層を維持するため、現状の名称の頭に「奴」をつける「奴黒兵衛」を提案**。相談者はこれを受け入れ、当拠点の連携機関である佐賀県地域産業支援センター内の知財支援課の弁理士相談会を利用して、商標出願と登録を行った。

また、販路拡大に向けては、**卸やネットショップの拡充を提案**。佐賀県特産品商談会へ出展し卸先の新規開拓を行うようアドバイスするとともにネットショップ開発も支援。また、**受注の増加を見越して、補助金を活用した設備の刷新で生産性向上にも取り組むこととした**。



「赤門堂」の店舗外観



卸先の新規開拓やネットショップ開設で 相談開始当初から約45%の売上増を達成

当初の問題であった看板商品の商標も、「奴黒兵衛」で新規登録。また、新たに「奴白兵衛」も開発し、二枚看板商品となっている。また、Coのアドバイスもあり、補助金も採択を受け新たな設備が導入された。結果、**大幅な生産性向上を達成し、少人数でも需要増に対応できる体制を確立**。大手食品卸への試供品提供など積極的に販路開拓を行った結果、**東京、大阪、福岡のスーパーへの取引が決定**。さらに、**開設したネットショップを通じた注文も増えている**。結果として相談開始から3年間で、**約45%の売上増を達成**できた。



「奴黒兵衛」(左)と「奴白兵衛」(右)



売上拡大

老舗らしさを生かした魅力的な売場づくりで
前年同月比売上200%アップ



「伴走販売方式という接客スタイルで、お客様が喜んでいる姿を見ることができ、スタッフとともに大変満足しています」と語る代表

| | | | | | |
|-----|-------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 鹿児島県よろず支援拠点 | 業種 | 小売業 | 従業員数 | ~50人 |
|-----|-------------|----|-----|------|------|

会社概要

有限会社島田屋(屋号:肉の名門 島田屋本店)

代表者:代表 島田 秀樹(しまだ ひでき)

住所:〒892-0818 鹿児島県鹿児島市上本町15-9 電話番号:099-226-2088

事業内容:昭和元年創業。鹿児島で「肉の名門 島田屋」として精肉・惣菜・肉加工品などの製造、販売を行う。県内でも歴史のある老舗が持つ「品質」と「味」は、県内外で高い信頼と安全安心の評価を得ている。また、東京・銀座の小売店に肉加工品を卸すなど、関東を中心に販路を拡大している。



老朽化に伴う店舗改装で “町のお肉屋さん”からの脱却を図りたい

老舗ゆえに老朽化が進んだ店舗の改装を検討していた相談者。いわゆる“町のお肉屋さん”の対面販売方式から脱却したいという想いや、リニューアルイメージはあるものの、具体的な計画に進めずじま。そのような中、当拠点が主催するセミナーを受講。その際にマーケティングや店舗改善などに詳しいCoの存在を知り、具体的な方策について相談したいと当拠点を訪れた。



屋号「肉の名門」に見合った店づくりと 購買意欲を高める顧客動線の設定が課題

Coは、代表と相談者(柳瀬浩之営業部長)から、従来のお店のあり方や、消費者への思い、今後のビジョンや構想についてヒアリングを実施。実際の売場も下見を行った。その結果、「肉の名門」と掲げた屋号と老朽化した店舗に大きなギャップがある」、「加工食品や惣菜の魅力が伝わりにくい什器・売場となっている」という2点が改装にあたっての問題点であると分析。そこでCoは、「屋号」に見合った店づくりと「購買意欲を高める顧客動線の設定」が課題とした。



高級感漂う店舗外装デザインへのリニューアルと 回遊できるレイアウトで伴走販売方式への変更を提案

Coは、従来の対面販売方式から、お客様と一緒に店内を回って接客できる伴走販売方式への変更を提案。売場中央に来店者の目を引く品物を陳列し、それを中心に回遊できるレイアウトや、購買意欲を高める動線をアドバイスした。これを受け、相談者は店内レイアウトを変更。肉加工品→精肉→惣菜という動線をスタッフ内で共有し、新しい接客スタイルを確立していった。さらに、店舗外装も「肉の名門」にふさわしくリニューアル。高級日本料理店のような印象を与える焼き木格子が並ぶ外装へと変貌を遂げた。



店内は購買意欲を高める動線にレイアウトを変更し、接客方法も、伴走販売方式を取り入れた



オープン初日から長蛇の列 前年同月比売上200%を達成

リニューアルによる洗練された内外装は完成間近から、口コミなどでも自然に広がっていった。その効果もあり、**グランドオープン当日は想定以上の盛況ぶり**で、用意していた整理券100枚が開店前の10分で配布完了、追加で配布が必要となった。売場の商品も完売となり、創業以来の盛況ぶりに相談者も驚きを隠せなかった。好調な滑り出しにより、前年同月比売上200%UPという華々しいオープニングを飾ることができた。



店の前から長蛇の列が続いたグランドオープン当日の様子



売上拡大

捨てられていた海藻の加工商品で
平成30年度売上は前年比約1.3倍アップの見込み



「食品加工業者への製造委託やパッケージデザインなど、課題解決に多くの困難があったが、よろず支援拠点の力添えをいただき、大手企業が類似品を出すほどのヒット商品となりました」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 青森県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

海藻開発コンプリオ

代表者：代表 菊地 幾代(きくち いくよ)

住所：〒030-0851 青森県青森市旭町1丁目2-36 電話番号：017-752-8755

事業内容：平成23年5月に女性起業家として同社を起業。「健康」と「笑顔の食卓」、そして「大間の漁師の生活」を守るための商品作りに励んでいる。大間産海藻「ツルアラメ」「ガゴメ昆布」などを使ったスープやお味噌汁、ふりかけなどを販売している。



青森県の水産業振興に貢献できる 新商品開発に取り組みたい

平成23年に起業し当初から加工品販売事業と飲食店事業(弁当店)の2本柱で事業展開していた相談者。地域の状況を見ると漁業の衰退は著しく、経営も芳しくない。そこで、採れても捨てられるだけであった海藻「ツルアラメ」に着目。新商品を開発し、県全体の水産業振興に貢献できないかと考えていた。しかし、新商品への漠然としたイメージはあるものの、どのように進めていったら良いかわからない。そこで以前から折に触れて来訪していた当拠点へ再度相談に訪れた。



将来の柱となる加工品販売事業での新商品開発 長期的な売上拡大に向けた3つの課題

CCoは、飲食店事業は市場規模が小さく、今後の拡大も見込めないと分析。将来の柱として、加工品販売事業の拡大に寄与する新商品開発に注力すべきと判断した。しかし、新商品開発・販売も単発で行っては会社の認知度はアップせず、関連商品も含めた長期的な売上拡大は見込めない。そのため、Coは「会社としての認知度向上」、「付加価値の高い新商品の連続的な開発」、「ホームページ等も活用した販路拡大」の3つを連動して行うことを課題とした。



製造委託先などのマッチングを提案 新商品開発と積極的な販路拡大策を実施

CCoは、会社としての認知度向上に向けて、新商品ができた暁には**青森県特産品コンクールへ出展することを提案**。また、青森県知的財産支援センターと連携して**ブランドロゴの作成も検討**。あわせて、**自社ホームページの構築を提案**し、販路拡大のためにも**ネットショップを併設することとした**。新商品開発では、アイデアや開発ノウハウを提供するとともに、**製造委託先を決めるため、県内の食品加工業者とのマッチングを行った**。販路拡大には、ネットショップ開設とあわせて**青森市役所や青森市物産協会などと連携して支援**した。



構想3年、開発に1年かけて生み出した「五種の海藻『藻里(もり)のスープ』」



新商品が「青森県農林水産部長賞」を受賞 平成30年度売上は前年比約1.3倍の見込み

相談者が開発した新商品「五種の海藻『藻里(もり)のスープ』」は、青森県特産品コンクールにて「青森県農林水産部長賞」を受賞。会社の知名度アップに貢献。製造委託先との連携も進み、**5年間で「五種の海藻『藻里(もり)のスープ』」や「五種の海藻お味噌汁」など5商品を開発**。青森市が首都圏で展開している**アンテナショップや青森市物産協会の販売店、ネットショップで販売され大好評**。大間地域はもちろん青森県内に雇用やお金が循環する仕組みもでき、「**県全体の水産業振興を図る**」という目的も達成できた。**平成30年度は前年比約1.3倍の売上アップが見込まれる**。



ツルアラメを中心に産地指定国産海藻のみ使用した、「五種の海藻お味噌汁」



売上拡大

新商品「健康まくら」で製造小売業へ進出
少人数でできる製造・販売体制で販売数5倍達成

人手不足対応

現場改善



「本音で相談できる場所の存在が心の支えに。利益を再投資し次の展開を図ることに喜びを感じられるようになった」と語る、相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 宮城県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

モヤノック工房

代表者：代表 中川 ひろみ(なかがわ ひろみ)

住所：〒989-6117 宮城県大崎市古川旭2丁目3番8号 北都開発ビル2階3号 プル・ミール内 電話番号：0229-87-3931

事業内容：平成29年「健康まくら」の製造小売を行うため個人事業を設立。「健康まくら」は寝ただけで首筋を正しい状態に戻し姿勢を正すことで、猫背や肩こりに効果が認められるという商品である。この枕の構造については特許を取得している。

新商品「健康まくら」で製造小売業にも進出したい しかし、経験はなく進め方がわからない

整体院やエステサロンを運営してきた相談者。思うように事業規模が拡大できず、今後の方向性について従業員とも議論を重ねていた。そのような中、整体師30年のキャリアを持つ従業員が「健康まくら」の開発を提案。この商品に商機を見出し、製造小売業に進出したいと検討を始めた。しかし、今まで全く経験もない分野で、製造から販売方法まで、右も左もわからない。そこで、今後の進め方について当拠点へ相談に訪れた。

経営方針の確定に向け事業母体を明確にすることと、 少人数でできる製造・販売体制の確立が課題

Colは、株主と経営方針を摺合せできていない状況を確認。製造小売業への進出を現在の法人で進めるのか、新たな法人を設立して進めるのか、早急に事業母体を明確にする必要性があると分析。さらに、今後の事業展開において、現在の人員では製造から販売まで全て内製化することは難しく、新規雇用する余力も現在はない。そこで、Colは、「経営方針の確定に向け事業母体を明確にすること」、「少人数でできる製造・販売体制を確立すること」の2つを課題とした。

新たな法人の設立に向けた準備と 代理店契約による製造・販売体制の確立を提案

相談者は、現在の事業を清算し、新たな法人の設立を決断したため、**当拠点の弁護士のCoが、解散・清算の手続きや株主への説明方法などをアドバイス**した。人手不足を補うための施策としては、**代理店契約を結んでの製造・販売体制確立を提案**。あわせて、**販売の機会を労力少なく増やすために、講演とセットにした販売会、自店舗での体験販売も行っていくことを助言**した。また代理店契約の交渉のためにも競合商品との差別化は必要であるため、**宮城県発明協会と連携し、「健康まくら」の商標登録について支援を実施**した。その他、当拠点のセミナーへの参加を促し、事業者同士でのマッチングや連携を模索した。



まくらの試作・研究を行う従業員

新法人での事業展開は代理店6社と契約し好スタート 少人数で対応可能な体制の確立で販売数は5倍に

「健康まくら」は、最終的には「朝ラク枕」という商標で特許を取得。**競合品との差別化がされたことで、6社と代理店契約を結んだ**。さらに**ネット販売で協力が得られる事業者も確保**することができた。代理店を通じた販売や出張セミナー販売、さらに介護業界専門誌への広告掲載といった販促施策も展開した結果、**以前までの累積販売個数比5倍を達成**。人手が足りなくても**対応できる製造・販売体制の確立で好スタート**をきっている。



モヤノック工房で運営する「枕体験のお昼寝サロン」室内



売上拡大

「プリザーブド盆栽」をインテリア雑貨としてPR
BtoB市場へ販路開拓し、新規顧客獲得

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 秋田県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

グリーン工房 千里

代表者：代表 黒木 千賀子(くろき ちかこ)

住所：〒010-0802 秋田県秋田市外旭川三千刈161 有限会社秋田園芸資材内 電話番号：080-2810-9989

事業内容：フラワーアレンジメント講師として活躍後、花を生活に取り入れることで癒しや潤いが生まれる素晴らしさを多くの人に伝えるため、平成25年8月、プリザーブドフラワー工房を設立。生け花に立脚した日本文化の知識とアレンジメントの技術を生かした自社開発商品や、秋田県の伝統工芸品である川連漆器を使用した商品開発や製作販売にも取り組んでいる。



魅力を伝えきれず売上が思うように上がらない プリザーブド盆栽事業を強化していきたい

プリザーブド盆栽の売上拡大を狙い、種苗関係の展示会や生花関係の販売先など既存の流通経路への営業を行っていた相談者。既存販売先に協力者はいたものの、生の盆栽とプリザーブド盆栽の差別化が難しく、商品の魅力がなかなか消費者に伝わらず悩んでいた。プリザーブド盆栽を主軸として製作・販売を強化していくために、何をどのように進めていくべきか、当拠点に支援を求めた。



価値を理解してくれるターゲットへの販路開拓に向けて 商品コンセプトや販売価格などの再設定が課題

Coはプリザーブド盆栽に類する商品の購入者、購入の方法、購入目的などについて情報を収集。その結果、既存の販売場所では商品価格と顧客層にギャップがあるため、これ以上の売上拡大は見込めないと分析。そこで、「商品価値を理解してくれるターゲットへの販路開拓に向けて商品コンセプトや販売価格を再設定すること」を課題とした。

また一見類似とみられる他社商品との差別化も必要であった。そして相談者が苦手意識のある取引条件、原価や仕入、値付けなどについて力を入れる必要があると確認した。



BtoBへの販路開拓をめざし、インテリア雑貨として 観光飲食業へのアプローチを提案

Coはプリザーブド盆栽の魅力「手間をかけずに上質の和空間を演出できること」と考え、インテリア雑貨としてPRすることを提案。「旅館、和食店など観光飲食業」など「BtoB」への販路拡大に向け、各種展示会等への出展をすすめた。また、他社商品との差別化に向けて、連携した各支援機関の協力を得ながら、商標整備を提案した。

相談者は、Coの協力を得ながら、補助金獲得や展示会にも出展。販路開拓に向けた商品開発や試作品製作、営業活動を行っていった。また、そうした取組みの中、相談者の意欲も増し、既存事業の売上拡大にも力を入れ始めた。



手間がかからず上質の和空間を演出する「プリザーブド盆栽 千里の松」



受注も増え、BtoB市場での地位を確立 既存事業も売上前年度比2倍で事業は安定

相談者は、商標登録の査定も受け、「プリザーブド盆栽千里」のブランディング化に成功。インテリア雑貨として販売会・展示会へのアプローチにより、問い合わせや引き合いが増加。さらに観光飲食業への営業も実を結び、東京・銀座の飲食店にも納品された。

既存事業のフェイクフラワー事業は、同県内企業とマッチングが成立し売上は前年度3倍を記録。ハーバリウム・植栽事業は、作業の品質や技術が評価され、原価や仕入などの工夫により前年度2倍の売上となり事業は安定化している。



県内のハウスメーカーに「プリザーブド盆栽 千里の松」を提案



「ターゲット販売場所の見直し、商品開発や原価計算、補助金情報など広く経営全体についてアドバイスをもらうことができました」と語る相談者



売上拡大

CCoを中心としたプロジェクト方式で
地域の名産となる新たなお菓子開発に挑戦



「プロジェクト方式による商品開発は初めての取り組みだったが、具体的なアドバイスをいただきながら開発を進められました」と語る、相談者(富樫郁主任)

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 山形県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

庄内町新産業創造協議会 次世代!庄内町ブランド商品開発プロジェクトチーム

代表者: 庄内町商工観光課課長 佐々木 平喜(ささき ひらき)

住所: 〒999-7781 山形県東田川郡庄内町余目字沢田108-1 電話番号: 0234-42-2909

事業内容: 庄内町が平成26年から6次産業化支援施設として運営する「庄内町新産業創造館クラッセ」で、新商品開発や製造・販売に取り組むプロジェクトチーム。館内では、郷土料理から着想を得て考案された「いとこ煮ゆべし」を販売する売店、菓子を製造する共同利用加工所、観光情報コーナーや地域伝統工芸品展示等もある。



地域特有のギフト、お土産の創出 新名物となるお菓子の開発を進めたい

近年、高齢化や人口減少等により、町内の老舗菓子店の廃業が相次ぎ、地域住民が手土産やギフトに利用できる地域色のある菓子がほとんどなくなってしまった庄内町。そこで、町役場の職員である相談者は、平成29年度に地域の新たな名物として、ギフトや土産に使える菓子開発に取り組むプロジェクトチーム「次世代!庄内町ブランド商品開発プロジェクトチーム」を発足。お菓子開発への具体的な取組みに向けて当拠点へ相談に訪れた。



地域色があり、かつ配りやすいお菓子にすること、 事業化を行う事業主体を決めることが課題

開発に向けては、地域住民が求めているニーズに合致したお菓子を開発する必要がある。そこで、CCoはギフトやお土産として購入を考える際のフックは何かをチームメンバーと議論。その結果、「地域色があること」、「賞味期限が長いこと」、「個包装であること」、「食べやすいこと」などが挙げられた。そこで、CCoは挙げられた意見を地域住民のニーズとしてまとめ、それら諸条件をクリアできる「地域色があり、かつ配りやすいお菓子を開発すること」を課題とした。また、現状プロジェクトチームとして開発販売する仕組みができていない状況を確認。「地域として、開発販売できるよう事業主体を整備すること」も課題であった。



「いとこ煮」と「庄内柿」を軸にしたお菓子開発と 協議会設立、および全体コーディネートまで支援

商品開発は、郷土料理の「いとこ煮」や地域特産の「庄内柿」に着目し、この2つを軸にお菓子開発を進めるよう提案。「いとこ煮」は、お土産を配る際に配慮し、個包装であり、手で食べられるようにすること、また「庄内柿」は、加工による渋戻りをふせぐため、干し柿に加工したものを使用することを助言した。

さらに、事業主体の検討が課題になっていたため、庄内町新産業創造協議会が事業主体になるよう庄内町の担当者に提案。製造を担うスタッフは町内で募集し、採用。協議会は庄内町の地域おこし協力隊、地域内の食品製造、販売事業者、加工事業者等で構成。次世代の幹部を担う人材に参加していただくよう提案し、様々な立場や現場の視点を通して商品アイデアの検討を行える体制を構築した。



郷土料理のいとこ煮を菓子に加工した「いとこ煮ゆべし」



「いとこ煮ゆべし」「庄内町のほしがきさん」が完成 新商品(関連商品)のおかげで売上は前年比約8倍に

支援の結果、「いとこ煮ゆべし」と「庄内町のほしがきさん」というお菓子開発に成功。「庄内町のほしがきさん」は、「やまがた土産菓子コンテスト」で最優秀賞とパッケージデザイン賞を受賞。「いとこ煮」と、その関連商品の売上は売店販売分だけで前年比約8倍に増加した。2つの新商品は発売間もないこともあり、予約が殺到し、製造が追いつかない状態に。当面は売店での数量限定販売と予約販売で対応中だ。



庄内地方特産の庄内柿を使った「庄内町のほしがきさん」



売上拡大

時代のニーズにあわせた新商品の企画開発
前年比約24%アップ、過去最高の売上高に



「良いものを作れば必ず売れるという根拠のない自信。相談を積み重ねていくにつれ、いい意味で、今までの考え方が覆されました」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 茨城県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

有限会社黒澤醤油店

代表者：代表取締役 黒澤 仁一(くろさわ じんいち)

住所：〒312-0012 茨城県ひたちなか市馬渡1260 電話番号：029-272-3776

事業内容：明治38年創業。100年以上にわたり醤油の醸造、販売を営む地域に根付いた醤油蔵。伝統醸造手法に則って1年以上長期熟成する醤油は、平成26年度、27年度、29年度に全国醤油品評会で優秀賞受賞。工場敷地内では一般消費者向け商品の販売のほか、醤油プリン、醤油ソフトクリーム、醤油シフォンケーキなども販売。



醤油そのものの消費が減少する中 若い世代向けの新商品を開発したい

醤油蔵の4代目社長である相談者は、醤油そのものの消費量が落ち込み続け、同業者が次々と廃業を余儀なくされていくなか、醤油蔵を残していかなければという使命感を持っていた。需要が伸びている「つゆ」や「たれ」といった醤油加工品や、若い世代にも興味を持ってもらえる新商品の開発に向け、具体的な方策について当拠点に支援を求めた。



活用シーンを見据えた加工醤油品や若者向けの新商品など 自社ブランド商品の開発・内製化を提案

これまで相談者は他社の調味料工場へ原料として醤油を出荷してきており、その受注は醤油本体に比べて安定していることに注目。これまでの「こだわり製法による醤油」で勝負するのではなく、活用シーンを考えた販売戦略が有効であると判断。また若者の需要取り込みに向けては、若者の需要動向を分析。スイーツ市場が大きいことに注目。

その結果、全体の方針として、今までの醤油販売から加工品販売に力を入れていく必要があることを確認。Coは、加工醤油品や若者向けに醤油を活用したスイーツの開発など「自社ブランド商品を開発し、内製化していくこと」が課題とした。



新たな醤油関連商品の開発と 販路拡大を狙う

醤油加工品の内製化については、地元商工会議所と連携して行ったニーズ調査の結果をもとに、卵かけごはん専用や漬物用の醤油、焼肉のたれなど、用途・ターゲットを明確にした開発を提案。地元の飲食業やスーパー等にも働きかけを行うようアドバイス。また、若者向けのスイーツとして、プリンやシフォンケーキ、ソフトクリーム等の開発を提案。認知度向上のため、年間200万人の来場者を誇る「ひたち海浜公園」や集客力あるイベントでの出店販売を行うこと、その後のリピート購入ができるようにホームページでの販売体制を充実させることも提案した。

その他にも、コンテナ型の移動店舗で各種イベントや観光地などで醤油スイーツを移動販売することや自社醤油をブレndイングし、オリジナルの「My醤油」が作れるようにしてはどうか、と提案。相談者も実現に向け取り組んでいる。



伝統醤油「仁右衛門」を使用した「しょうゆプリン」



社長就任後、過去最高の売上高を記録 直売店への来客数も倍増

新たな醤油関連商品を開発し、業務用販売から一般消費者向けへの販売施策を展開した結果、市内飲食店でも同社の「つゆ」や「たれ」が多く採用されるようになり、売上高の40%を占めるまでに成長。また、ひたち海浜公園でのイベント販売のおかげで、工場敷地内に開設した直売所への来客数も増加、1年で2倍に。平成30年には前年比約24%アップで過去最高の売上を記録した。



醤油加工品の商品一覧



売上拡大

デジタルサイネージを活用した新事業
「多言語タッチパネル観光案内」の開発で売上10倍

人手不足対応
雇用労務



「会社の設立から、ビジネスプランの模索、補助金など、幅広い分野で継続的にサポートをいただいています」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 栃木県よろず支援拠点 | 業種 | 情報通信業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

株式会社ジェネックス

代表者：代表取締役 松丸 昂平(まつまる こうへい)

住所：〒320-0806 栃木県宇都宮市中央三丁目1番4号 栃木県産業会館3階 宇都宮ベンチャーズ内 電話番号：028-616-8616

事業内容：平成28年4月に創業。現在はデジタルサイネージ(電子看板)事業を主体に、チラシや会社案内制作のデザイン事業、ホームページ作成事業の3つの事業を行っている。代表者は大学で情報システムを専攻。卒業後、金融機関に就職し、3年間融資業務を経験のち起業。現在28歳の若手起業家である。(平成31年2月1日現在)。



デジタルサイネージを活用した新たなアイデアを ビジネスプランとしてブラッシュアップしたい

当拠点の実施機関が主催する「創業塾」を経て、デジタルサイネージ事業、コンテンツデザイン事業、ウェブサイト制作事業の3つを柱にして創業した相談者。デジタルサイネージ事業の強化に向けて、新たなアイデアを思い付いたが、どのように事業展開をしていけば良いか思い悩んでいた。そこで、ビジネスプランのブラッシュアップに向けて再度当拠点に相談に訪れた。



将来性あるアイデアに富んだビジネスプラン 販売ターゲットの明確化と重点的な営業活動が課題

相談者のビジネスプランは「複数のデジタルサイネージをネットワーク化し、お客様を各店舗に回遊させ、広告効果を上げるモデル」というものであった。そのアイデア自体は面白く、理論的にも将来性があるとCoは分析。しかしデジタルサイネージは、すでに「ハード(機器)」を保有する大手企業が強みを生かして販売している市場。それに対し、同社は創業直後で様々な経営資源に限りがあり、大手企業と同じ戦略は取れない。そこで、相談者のビジネスプランの強みを発揮し大手企業に対抗するため、「販売ターゲットを明確化し、重点的に営業活動をする」と課題とした。

また一方、同社の売上の半分近くを占めているコンテンツデザイン事業では、従業員であるデザイナーが産休に入るため人材採用も早急な課題となった。



全国有数の観光業界を販売ターゲットに 「多言語タッチパネル観光案内」の開発を提案

Coは、地元の「日光」が全国有数の観光地でありながら、訪日外国人への「多言語案内」が充分ではないことに着目。「観光業界」を販売ターゲットとし、ホテルや旅館、土産店を中心に営業活動することを提案した。また、連携支援機関の商工会議所からは、観光協会との連携や実証実験などの実績データも必要とアドバイス。相談者はヒアリング調査を実施し、実証実験で判明した改善点を元に、「多言語タッチパネル観光案内」の商品開発を行った。

人材雇用の面では、急務ということで通常のハローワーク求人では難しいと判断。過去に当拠点が支援をしたことのある社会人向け専門学校とのマッチングを提案。デザインコースの卒業生を紹介してもらうことになった。



「鬼怒川パークホテルズ」の設置風景



ビジネスコンテストに入賞し知名度向上 創業時比10倍の売上高を達成

支援の結果、日光観光協会 鬼怒川・川治支部との連携を経て、相談者が開発した「多言語タッチパネル観光案内」の導入も決定。当初の目的であった第3回とちぎビジネスプランコンテストでは優秀賞、足利銀行賞のW受賞を果たし、知名度も向上。

創業時は顧客数3件と苦戦を強いられていたが、平成30年(12月現在)は創業時の平成28年比10倍の売上高を実現。雇用面では、約2か月という早さで後任デザイナーを採用できた。



観光協会での実証実験



売上拡大

高級市場への参入とブランド化へ挑戦 首都圏の百貨店に常設店もオープン



「自社の開発にける思いを理解していただき、時には厳しいご意見もいただいたが、家族以上の思いで接してくれたことに感謝」と語る、相談者。

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 群馬県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | ~50人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

株式会社クリマ

代表者：代表取締役 栗原 守(くりはら まもる)

住所：〒372-0827 群馬県伊勢崎市八斗島町1611-4 電話番号：0270-32-0637

事業内容：昭和60年に創業。精肉のカット業を営むかたわら、約30年にわたり豚肉の熟成の研究を重ねてきた。独自開発した豚肉の「氷温熟成技術」をもって、日本初の熟成豚肉、群馬県初の地域ブランド「氷室豚」を開発。主要都市の百貨店にて「氷室豚」の精肉および加工品販売、オンラインショップなども手掛けている。



「氷室豚」の美味しさを世間に広めたいが 販促宣伝とブランディング強化は手探り状態

相談者は、熟成豚肉「氷室豚」で高級品市場にチャレンジしようと考えていたが、商品のブランディングや高級品市場への販路開拓のノウハウがなく、すべてが手探り状態であった。その折、国が認定する「地域資源活用事業」に向けての相談会でCoと出会い、支援を求めた。



豚肉の「氷温熟成技術」が強み 首都圏の百貨店での取扱いを目標

氷室豚は、同社独自の「熟成技術」と「氷温熟成技術」を融合して作られる熟成肉で、通常の豚肉に比べ、くどさも少なく栄養価も高く魅力的な商品であった。しかし、精肉そのままの状態では一般精肉との差別化は難しい。そこでCoは「「氷室豚」という名前の認知度を向上していくこと」が今後の事業展開に向けた課題とした。首都圏の百貨店への販路開拓に向け、売り場責任者やバイヤーへのPR戦略、高付加価値商品の販売方法などの検討を始めた。



高くても買ってもらえるブランドへ 展示会や商談会で氷室豚の魅力を訴求

まずは認知度向上に向けた支援を開始。精肉だけでは魅力を伝えるのは難しいことから、「氷室豚」の美味しさを視覚化してアピールできるようレシピ開発を提案。相談者は、Coがマッチングした有名百貨店の三越と繋がりのあるシェフとともに「氷室豚の果実煮」を完成させた。また、県主催「地場産フェスタ」などの展示会や商談会に出展しPRしていくことを提案。開発した果実煮などのレシピを基にした試食や栄養価などの魅力をわかりやすく伝えるパネルを展示するようアドバイス。また、有名百貨店バイヤーと売り場責任者双方に、直接営業をかけていくことも提案した。



旨味とコクがギュッと凝縮された「氷室豚の果実煮」



高級品市場へのチャレンジが成功 期間限定ショップでは、1か月約300万円の売上達成

結果、伊勢丹新宿店の限定ギフトに「氷室豚の果実煮」が採用され、高級品市場へのチャレンジに成功。さらにANA機内サービスメニューや、JR東日本の周遊型臨時寝台列車の食材にも「氷室豚」が採用された。

また、三越の関係者とのパイプができたことから、地下食品フロアで期間限定の「クリマショップ」を開設し、新開発した「コンフィ」や「生ハム」の売上は、期間中において1か月あたり約300万円を達成。さらに平成31年2月20日からは、伊勢丹新宿店に常設店もオープンした。



贈答用氷室豚のとんかつ用セット



売上拡大

新評価制度の結果を賃金に反映し
就業意欲を高め定着へつなげる

人手不足対応

雇用労務



「相談者の立場に立って課題の解決に向けた助言をいただけるので大変ありがたい」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 群馬県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

株式会社倉沢製作所

代表者：代表取締役 倉澤 誠治(くらさわ せいじ)

住所：〒375-0014 群馬県藤岡市下栗須109-1 電話番号：0274-50-4111

事業内容：自動車・電子部品等の樹脂成型部品製造会社として昭和41年に創業。超小型の樹脂部品の製造を得意とし、自動車のリアワイパーのヘッドカバーを中心に製造。樹脂成型メーカーとして国産乗用車では高いシェアを占める。可能な限りの無人化に取り組み、コスト対策および人為的に発生する不良品の発生防止に取り組んでいる。



新入社員を大事な戦力へ育てるための 人事制度の構築とその後の運用にアドバイスが欲しい

同社では、平成29年と30年の2年連続で高校新卒者を採用できた。相談者は、それをきっかけに、若手社員に長く働いてもらい、大事な戦力として育てていくために賃金や福利厚生等の処遇制度を整えなければ、と考えた。誰が見ても、公平かつ公正で納得性のある制度の構築を急務として、以前から利用していた当拠点を訪問し、人事制度の構築と運用についてアドバイスを求めた。



社長判断で決めていた賃金体系を 公正・公平な制度へと落とし込むことが課題

相談者は同業他社の給与額や諸手当等を調べて自社にも反映させ、各種手当の見直しにも関心が高い。Coの調査でも、賃金水準について同社は他社と比べ低い水準ではないと判断した。ただし時流にあわせ新卒社員の初任給が増加する中で、既存社員の昇給の度合いは低く、若手とベテラン社員の給与差が縮まっている点を問題視。Coは、「これまで相談者が、個々の能力や経験、実績等を総合的に判断し決定していた昇給の運用を、今後どのようにルール化するか」が課題であると指摘した。そして現行の賃金体系で経営が安定していることなどから、全面的に新しい賃金制度を導入した場合、既存社員の満足度の低下につながる可能性を説いた。



社長の評価基準を等級に分けて整理し 評価結果が賃金に反映される可視化を提案

Coは、相談者が判断決定している査定ルールを、いつ誰が見てもわかるような賃金基準として整えるよう提案。基準をより明確にするため、等級を設け、各等級の査定基準を文章で示すことをアドバイスした。その基準にのっとり行われた評価結果を賃金に反映させる仕組みをつくり、さらに評価結果を社員と共有する面談の場を設けるよう助言。努力が認められることで、社員の満足度が高まり就業意欲が向上、高い定着率に結びつく期待ができることと説いた。そして中小企業の人事制度に詳しい専門家を紹介し、相談者の関心が高かった手当の見直しを含め、より公平かつ公正で納得度の高い賃金・評価制度の策定を支援した。



社屋外観



3年連続で高校卒の新入社員を採用 戦力の増強と共にさらなる生産性向上に期待

一部制度構築途中ではあるが、社員教育体系や社員の成長に見合った賃金の決定方法が整理された点を、平成31年の新卒の求人ではアピール。結果、3年連続となる高校新卒者の採用を達成した。可視化された制度の導入後も、既存社員のモチベーションは高く維持され、若手も安心して業務に励んでいる。好環境のもと若手が力をつけ定着することで、マンパワー不足を案ずる必要もなく、業務改革などによる生産性の向上も期待できる。今後は新しい人事制度の作成に向け、当拠点による具体的な支援を継続して受けている。



新入社員の櫻井さん(右)、小出さん(左)



売上拡大

水溶性のフラワーリース事業の拡大へ
ITの活用や製造委託で売上1.5倍を達成

人手不足対応
現場改善
ITを活用した
生産性向上



「まとまりのない話や考えを整理していただき、頑張るところと息を抜いてもいいところがわかる気がしました」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 千葉県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

アトリエ Saki

代表者：田沢 信子(たざわ のぶこ)

事業内容：「紙でつくる花」のデザイン・製造・販売。商品のうち2つの製品は、台東区、荒川区、足立区、墨田区、葛飾区の5区が共同で行う「TASKものづくり大賞」で、2年連続受賞。もう1つの製品である「水溶性のフラワーリース」を制作可能な日本唯一の会社である(平成30年10月現在)。

さらなる売上拡大に向けて ITを活用できないか

平成19年頃より趣味が高じて紙でつくるフラワーリース事業を始めた相談者。「TASKものづくり大賞」受賞をきっかけに注文も受けるようになり、特に「水溶性のフラワーリース」は環境に配慮した製品として神奈川県や広島県等の海上自衛隊に洋上での慰霊用として使われるなどし、年間180万円を売り上げている。相談者は、さらなる売上拡大に取り組めないか考え始めたが、営業活動には自信がない。そこでITを活用できないかと、当拠点主催のセミナー「お金をかけずにスマートフォンとYouTubeで売上アップ」に参加。その後、具体的な方策について相談した。

全工程を相談者が一人で作業しており製造数は頭打ち 製造委託も含めた作業の効率化が課題

精巧な造りの水溶性のフラワーリースは、相談者が一人で手作りしている。工程が多く時間を要し、大量生産が困難なため、製造数が限られることがネックとなっていた。より短期間でより多く制作できれば、他県の海上自衛隊からの受注も得られ、売上拡大が見込めることから、Coは、「製造委託も含めた作業の効率化」を課題とした。特に製造を委託する場合には、「制作クオリティや時間の管理、外注費用の設定、ノウハウの流失を防ぐ対策、繊細な水溶性紙の管理方法を確立すること」が課題であるとした。

YouTubeを使った動画マニュアルの公開 IT活用による作業の効率化を提案

Coは、コピー商品抑止策として外部に出しても影響の小さい作業のみ委託するよう提案。また、相談者が作業のポイントや注意点を解説した作業動画を制作することで、高いクオリティが維持できると指摘した。さらに、繊細な水溶性紙の取扱い、制作物の管理方法等の留意点も盛り込み、明確に伝達。完成した動画は、関係者のみが閲覧できるようYouTubeで限定公開する方法をとること、ITを活用することで作業力不足の解消と生産性向上を狙うことを提案した。



花びらの組み立て工程の動画

製造期間の大幅短縮に成功 製造委託後の売上は約50%増加

製造委託が功を奏し、より短い製造期間でより多くの作品を完成させることに成功。計画的かつ効率的な製品づくりによってスムーズに注文を受けることができ、新しい商品の開発に時間を使う余裕も生まれた。委託をする前の売上高は年間約180万円だったが、支援を受けてからは、約50%増加した。相談者はパソコン操作が不得意だったが、支援を受けていく中で徐々にITスキルをアップ。現在、ホームページの公開に向けて奮闘中。



水溶性のフラワーリース



売上拡大

「飲む(コト)を売る」のコンセプトを再提案
新規顧客の獲得で売上・利益10%アップ!



「おかげさまで高価格でも売れる商品作りやPR方法を学ぶことができ、既存取引先バイヤーとも自信を持って商談できるようになった」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 愛知県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

井指製茶株式会社

代表者：代表取締役社長 井指 宏隆(いさしひろたか)

住所：〒442-0862 愛知県豊川市市田町大道下22-2 電話番号：0533-86-2273

事業内容：昭和20年より豊川市で静岡県産のお茶製造および小売、卸売を営み、現在、市内唯一の製茶メーカー。緑茶仕上げ機械は、地域の嗜好性の変化に対応できる多品種少量生産が可能な製造システムを完備。国産の大麦を主原料に自社焙煎した「いさし園麦茶」も人気。



売上は横ばい、利益も上がらず 販路開拓に限界を感じていた

市場ではリーフタイプのお茶が主流の中、同社は平成29年に新しい設備を導入し、リーフタイプの三角ティーバッグ「茶飲革命」の製造を開始。これまでも様々な商品開発を行ってきたが、ここ数年の売上は横ばいで利益も上がらない。「茶飲革命」の販路開拓先にも限界を感じていた折、地元金融機関より当拠点を紹介され相談した。



現状の薄利多売戦略の限界 商品価値が伝わる新規顧客の開拓が課題

Colは、業界動向や商圈エリア、顧客動向、商品単価、さらにアイテム別の売上動向などを分析。そこから、①スーパーを中心とした薄利多売、②既存市場における自社製品同士のシェア争い、③低価格商品のため消費者が限られる、④商品価値を伝えきれていない、といった問題点をピックアップ。そこで、商品価値が伝わる新たな市場で特



“モノ”から“コト”へコンセプトを刷新 富裕層向けの高付加価値商品を開発

Colは「茶飲革命」のコンセプトを改めて見直し、「お茶を売る(=モノ)」から「飲むを売る(=コト)」へ発想を転換。ターゲットは、時間を大切にす

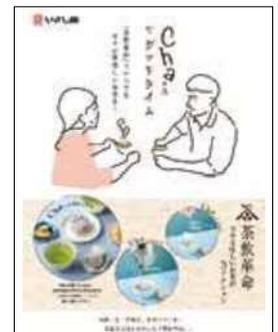


新コンセプトを基に開発した「一三四(いさし)茶」。品種ごとに最高級茶を使用している



百貨店バイヤーとの良好な関係構築 新シリーズで富裕層が顧客に

新シリーズを完成させ百貨店への出店をきっかけに、購入した顧客からの直接注文が増え、今までとは違う層が顧客となり高い利益率も確保。また、店頭販売で相談者自ら販売に当たったことで顧客との接点ができ、市場の可能性や次なる商品開発のヒントを得ることができた。新たな販路となった百貨店催事では100万円を超える売上を達成。新規顧客の獲得により全体で売上・利益10%アップとなった。



「茶飲革命」のコンセプトPOP



売上拡大

生かした商品開発と海外展開を図る 伝統工芸の友禅染を和紙に施す技術を



「これまでさまざまな方々を紹介していただき、実際に事業が進めることができました。今後よろしくお願ひしたいと思っています」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 京都府よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

松木眞澄

代表者：代表 松木 眞澄(まつき ますみ)

住 所：〒615-8073 京都府京都市西京区桂野里町50 電話番号：075-381-3134

事業内容：明治10年頃に創業してから100年以上にわたって、代々友禅染の家業を受け継いでいる京友禅師。相談者は幼少期から家業に関わり、現在は「伝統工芸士」に認定。京友禅師としての活動が評価され数々の表彰も受けている。その高い技能を生かし、最近では和紙に友禅染を施す技術を独自に開発。海外展開も視野にいれ、95歳になってますます意欲盛んに事業に取り組む職人である。



耐久性にも優れた友禅染の和紙を開発したが 事業化に向け、商品化や販路開拓方法がわからない

“現代の名工”にも選ばれている友禅染の熟練職人である相談者は95歳でなお制作意欲旺盛で、和紙に友禅染を施した素材を開発。工業試験場で耐光性、耐水性、耐摩耗性も実証されていた。一方、ビジネスモデルとしては、和服以外の商品分野での活用を目指していたが、加工先の確保、販路の開拓、販売促進方法など、わからないことが多岐にわたっていた。そこで、事業化に向けゼロから指導してほしいと当拠点を訪れた。



友禅染一筋80年の熟練職人の熱意を事業化へ 商品化や販路開拓に向け事業者とのマッチングが課題

Coのヒアリングで、相談者は開発した和紙素材について、商品化のみならず、海外への販路開拓にも強い意欲があることを確認。相談者の思いを実現するためには、事業化に向けノウハウも必要。しかし、なにより相談者一人で行うには限界があるので、「商品開発事業者とのマッチング」、「海外販路開拓専門の商社機能を持つ事業者とのマッチング」、などが課題だと分析した。



和紙の上に型染めで染色を施し、京友禅や京小紋の文様に表現。品質はJIS規格に合格するほど確かなもの



地元の有力な事業者とコラボし 商品化から海外販路開拓まで目標を具現化

Coは商品開発・販路開拓等の各分野の事業者とのコラボレーションを提案。まず、商品開発の面では、和紙を使った和装小物を生産する地元の有力事業者とのコラボレーションで相談者の友禅染和紙を使った小物入れや御朱印帳などの試作をアレンジ。実際の事業化に向けた後押しとしては、伝統工芸に造詣の深いデザイン会社とマッチングし、マネジメント面でのサポートや販路開拓・広報活動面での協力を取り付けた。さらに、相談者が強い意欲を持つ海外展開についても、国際イベントなどを数多く企画する地元商社に試作品を示して評価を依頼。商社からは、品質に問題はなく、和紙物は欧米よりもアジア圏で人気が高く、可能性があるのではないかとの評価を得た。ビジネス化に向けた確証を深めた相談者は、自身が試作品を持って京都府や染色組合へのPR活動に積極的に取り組むようになった。



新たな協力者や、技術の伝承者を得て 夢の実現に向けて体制が整った

相談者による積極的なPR活動やCoのサポートにより認知度も高まり、地元の染色場から、「工場の1ラインを相談者に開放するので有効活用してほしい、自社の従業員にサポートさせるので、代わりに技術指導をしてほしい」という提案を受けるに至った。これによって、事業化にむけた生産体制が整うと同時に、新たな技術の伝承者を得るという思わぬ効果を生むこととなった。相談者の京都府等へのPR活動が功を奏して、山梨県の和紙商品製作、販売を手掛ける企業から、図案提供、技術指導の依頼があり、本格的な商品開発、海外を視野に入れた販路開拓につながろうとしている。



小物入れや御朱印帳など、相談者の技術を検証・PRするために、いくつもの試作品を制作



売上拡大

従業員の高齢化から技術承継、生産性向上が必要に
企業の魅力をPRし、若手社員3名の雇用に成功

人手不足対応

雇用労務

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|-------|
| 拠点名 | 京都府よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | 20人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|-------|

会社概要

株式会社波多野製作所

代表者：代表取締役 波多野 隆史(はたの たかし)

住所：〒629-1263 京都府綾部市鷹栖町東田仲14 電話番号：0773-46-0019

事業内容：歯車メーカーとして大正14年創業(法人化は昭和12年)。戦中～戦後混乱期を経て、昭和38年より日東精工(株)のOEM先としてネジ製造を手掛ける。自動車・OA・住宅・遊戯機械と日常のあらゆる場所で使われる、「産業の塩」ネジを20名の社員で月に約1億本製造している。

生産を支えている従業員の高齢化 人材採用で技術の承継、生産性向上に取り組みたい

高度成長期には大量生産品であったネジも、現在では多品種小ロット化。同社もOEM生産で受注しているが、時代とともに多品種小ロットに加え短納期が求められるようになり、現場改善の必要性が生じていた。相談者は代表に就任以来10年以上現場改善に取り組み、従業員の多能工化と多手持ちで、何とかお客様の要望に対応できるところまでこぎ着けた。しかし、生産を支えている従業員は17名中、50歳以上が13名(うち6名が70代)を占めており、生産性に陰りが見え始め、退職による人手不足も想定される。受注が増えていくと、生産体制が早晚崩れてしまうのは明らかであった。そこで、相談者は今後の事業展開に向け、人材を採用し技術の承継、生産性向上に取り組むべく、当拠点へ相談に訪れた。

採用希望者が「ここで働きたい!」と思うような 企業としての魅力をPRすることが課題

Coが外部環境を確認すると、近隣には大規模工業団地があり、同じく人手不足が続く中堅中小企業が何社か入っている。それらの会社から好条件を提示され、転職する従業員も出てきており、さらに人手不足に拍車を掛けていた。しかし、そうした中堅中小企業並みの給与や労働条件を提示することは難しい。そこでCoは、人材採用に向けては給与や労働条件ではなく、「採用希望者が「ここで働きたい!」と思うような企業としての魅力をPRしていくこと」が課題とした。

自社の求める人材像を明確にして、 HPの作成や、地道な営業活動でPRすることを提案

Coはまず相談者がどのような人材を必要としているか明確にすることを提案。相談者は、京都府知事認証を取得した「知恵の経営報告書」なども活用し、自社の成長戦略やチームで行うものづくりの魅力を整理。また、Coは整理された条件を広くPRするよう「HPの作成」と「行政や学校への営業活動」を提案。相談者はそれを受けHPを作成。金融機関や商工会議所から情報提供のあった就職フェア等にも参加し20～30代の採用に向け情報収集に乗り出した。商工会議所、金融機関、京都府、あらゆる案内に目を通し、可能性があれば出向くなど地道な営業活動を行った。



製造しているネジの一部

地道な営業活動が実を結び、若手社員3名を採用 今後の事業展開に向けて社内体制が整った

HPの作成や地道な営業活動が実を結び、行政が主催する「人材確保マッチング交流会」で登壇する機会を得、15名の参加者を前に求める人材像や、自社の取組みなどをPRした。結果、若手社員3名(20～30代)の採用が決定。昨年12月より現場でネジ作りに取り組んでいる。また採用した若手社員3名それぞれにベテラン従業員を専属のメンター(お世話係)として配置し、技術承継を行い、チームとして受け入れ態勢を整えた。結果、人員増による生産性向上にも寄与。今後の事業展開に向けて社内体制が整った。



工場前で新規採用した社員とともに



「相談しなければ、固定概念であきらめていた採用。いくつものヒントと気づきをいただいて、大変助かった。入社してくれた彼らが、いつまでも活躍できる環境作りのためにも引き続きお力添えをお願いしたい」と語る相談者



売上拡大

「農商工連携」によるオリジナル有機醤油開発で顧客開拓と売上UPに取り組む



「自社の強みや、事業承継問題などを客観的に見つめなおすことができ、外部の視点で市場のニーズなど様々な提案をしてもらえた」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|-----|
| 拠点名 | 奈良県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | 20人 |
|-----|------------|----|-----|------|-----|

会社概要

ニシキ醤油株式会社

代表者：代表取締役 大方 豊(おおがた ゆたか)

住所：〒636-0124 奈良県生駒郡斑鳩町五百井1-3-10 電話番号：0745-75-2626

事業内容：明治33年創業、4代続く老舗の醤油製造・販売業者。国産原料を中心とした大豆と小麦、地下から汲み上げる良質な水、そして自家培養の「ニシキ酵母菌」を用いて、良質な醤油を造り続けている。



老舗ならではの経営資源の有効な活用方法を求めて

明治33年に創業し老舗の醤油製造・販売業者である相談者。地元の量販店等に醤油を販売する傍ら、生醤油・つゆ製品等の新商品の販売など新しい取り組みも手がけている。相談者は「自社社屋の一部(元禄年間建築)や古文書などを地域観光資源として新たな事業ができないか」と地元の地域産業振興センターを通じて当拠点に来訪。相談者は現在62歳。息子(同社勤務)への事業承継も検討しており、円滑な承継についても相談したいとの意向もあった。



古い経営資源の活用ではなく、これからを考え農商工連携による新製品開発が課題

Coは現地視察を行い、製造工場、隣接する家屋が地域観光資源として活用できないかを模索。中小機構が実施する地域資源活用の支援に該当するのではと考え、地域資源事業担当者を交えた面談を行った。その中で、古い経営資源の活用よりも現業の強みを生かした新しい取り組みを行うほうが良いと判断。「農商工連携事業を活用した新製品開発」を課題とした。



認定取得を目指して連携事業者探し 事業計画もブラッシュアップ

中小機構の農商工連携事業担当のCoとも連携し、数ある候補の中から、「有機醤油」を農商工連携事業の認定を目指す最終候補として提案。同社製造部長とともに、5か月をかけて事業計画のブラッシュアップ、連携事業者の検討を行った。また一連の取り組みのコンセプトを「家庭用調味料の総合展開」と位置づけ、有機醤油を基軸にした派生的な商品展開まで検討・提示した。



農商工連携事業に認定された「有機醤油」



平成30年2月に晴れて「農商工連携」認定を取得 新商品開発が完了、受注も開始

農商工連携事業の活用により、有機大豆・小麦を生産している北海道の農場から原料を仕入れ、補完・配送を担う連携事業者も決まった。平成29年7月から農商工連携事業認定を目指した作業を開始し、5か月後の12月に申請、平成30年2月に認定を取得。新商品の開発が完了。中小機構から派遣された専門家にもアドバイスを受けパッケージデザインも決まり、平成30年11月から受注をスタートさせることができた。今後は製造事業への支援と並行して、相談者から後継者である栄氏へのスムーズな事業承継を実現させるために、専門のCoが支援を継続していく予定だ。



一般家庭用から業務用まで多彩な商品ラインアップが特徴



売上拡大

世界初の工業用バリ取りブラシを開発 大手ブラシ商社の看板商品に

| | | | | | |
|-----|-------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 和歌山県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|-------------|----|-----|------|------|

会社概要

谷池企画

代表者：代表 谷池 繁(たにいけ しげる)

住所：〒640-0405 和歌山県紀の川市貴志川町岸宮764-3 電話番号：090-6669-1055

事業内容：平成27年創業。60年以上工業用ブラシの開発・製造に携わってきた経験を生かし、ブラシ製造自動化機械と独自技術による、工業用バリ取り研磨ブラシを開発・製造・販売している。



82歳にして現役のベテラン技術者が 独自で開発したブラシの販売法を模索

相談者は82歳。これまで65年間、製造業(製鉄・工業用ブラシ)で活躍してきたエキスパート。ユーザーから新たな形状の工業用ブラシの開発を依頼されたことを契機に、約1年半をかけてねじり工程も含めた機械の開発に取り組み、世界初の機能を備えた工業用バリ取りブラシを開発。平成27年に和歌山県発明協会に知的財産の相談で訪れた際、当拠点を紹介され販売方法についての相談を開始した。



市場に世界初の技術を いかにPRしていくかが課題

ブラシ業界では手作業での製造工程が多く、製造は職人のスキルに依存。一方で相談者が開発した商品(バリ取りブラシ)は品質を均一化し、正転・逆転でも緩みが生じない業界の常識を覆す革新的な商品。相談者は「早期にこのブラシを市場に提供し製造現場の生産性向上に役立てたい」という考えであった。そこでCoは、売上拡大に向けては「開発した機械の技術力の高さと、工業用ブラシの品質の良さを広くPRすること」を課題とした。



メディア露出やコンテストへのエントリーで 積極的にPRすることを提案

まずは「知ってもらうこと」が重要と考えたCoは、相談者と共にプレスリリース用資料を作成して各メディアに配布するなど、積極的なPR活動を開始。その際、「ブラシの技術そのもの」を宣伝すると同時に、「人生100年時代」「雇用創出」といった注目されやすいキーワードを折り込むことで、より話題となるような工夫をするようアドバイス。また、和歌山県内の創業ビジネスプランコンテストへのエントリーなど、PRにつながる数々の活動を提案するなどのサポートを実施した。さらに、相談者は元々直販を望んでいたが、1人で開発・製造から問い合わせ対応やアフターサービスまで行うのは難しいとCoは判断し、OEM供給に販売戦略を変更するよう助言。



逆回転で使用できるバリ取りブラシ。形状・サイズが複数ある



展示会出展でマスコミに紹介され、大きな反響 創業から3年で大手工業ブラシ商社との大口契約を実現

機械要素技術展への集団出展で、展示会中は、相談者の高い技術力と82歳にして未だ第一線の開発者であることが話題となり、TVのニュースで取り上げられるなど複数のマスコミから取材を受け、大きな反響を得られた。平成30年には大手工業ブラシ商社との契約に成功、当初は数ある中の一商品という位置づけであったが、現在では専用カタログもできあがり、このブラシについて同社の営業担当者が勉強会を実施するまでの主力商品となっている。



展示会の様子



「自分では表現できなかった製品の良さを多くの人に知ってもらい、広く販売することが実現できた」と語る相談者



売上拡大

長期的な目線での経営戦略策定と
設備投資で生産効率40%アップ

人手不足対応

現場改善
ITを活用した
生産性向上



「自分たちでやってみなさい」の言葉が、攻めの経営に転じた原点」と語る相談者(右)と工場長(左)

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 広島県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

有限会社昭和機械工業

代表者：代表取締役 安芸 一寅(あき かずとら)

住所：〒737-2517 広島県呉市安浦町水尻二丁目7番3号 電話番号：0823-84-3782

事業内容：昭和58年、広島県呉市にて設立。主にプレス金型の設計・企画から製造、生産ラインへの据え付け調整までを一貫して行っている。特に大手車メーカーの一次受け車体部品メーカーに対し、製造工場(海外も含む)で使用されるプレス金型の供給がメイン。従業員は現在19名。



設備の老朽化に伴い生産能力が低下

補助金が不採択で設備投資ができない

平成25年に先代から相談者が事業を引き継いだ金属製品メーカー。新規受注増加に成功し、売上は拡大。しかし平成27年頃から設備等の老朽化によって生産能力が低下し、外注に頼ることで利益を圧迫。メンテナンス費用もかさんでいた。相談者は、高性能の機械導入のため「ものづくり補助金」にチャレンジしたが採択に繋がらない。悩んでいたところ取引のある金融機関から当拠点を紹介され、相談に訪れた。



設備投資だけでは成果が出ない

長期的な目線で経営戦略の策定と現場改善を

Coが確認すると、相談のとおり、設備投資等、生産効率の向上に向けて何かしら対策を進める必要が見受けられた。しかし現状相談者は、目先の設備投資に意識が偏り、中長期的な視点で会社の方向性を検討できていない。同社の強みは、難易度が高い特殊金型を含め仕上がり精度が非常に高いこと、緻密な作り込みで頑丈な金型を製造できることである。しかし一方で、熟練技能者の手作業による工程で作業時間が長期化、生産余力がなく新規の引き合いに応えられないことが問題となっていた。そこでCoは、まずは「同社の強みを再度整理・認識を進め、経営戦略策定に取り組むこと」と「設備投資も視野に入れた現場改善に取り組み、生産性を向上させていくこと」を課題とした。



「技術」と「組織」を強化した経営戦略に取り組む

経営戦略の策定にあたり、品質向上と短納期化のため、**同社が保有している金型設計ノウハウに熟練技術を掛け合わせて、鋼材の加工工程の効率化を提案**。同社の強みをさらに強化し、他社との競争力を高めることとした。また、今後の部品素材の硬度や形状の変化に対応できる体制づくりを強化するため、**社内ミーティングによる組織体制強化や、社員の技能に合わせた人員配置を提案**。生産効率を第一に考えた体制とスケジュールを組み、計画に沿って進めていくことを徹底するようにした。また、設備投資に向けては刷新が必要な設備を検討。ものづくり補助金へ応募し導入を進めることを提案。



効率化が進んだ工場内部



設備導入や効率的な人員配置で生産効率40%アップ 生産余力も生まれ、売上也拡大中

翌年、改めて練り直した事業計画で、二度目の「ものづくり補助金」に採択され、**シミュレーションソフトを導入した。効率的な人員配置もあり、生産効率は40%アップ。外注は0%となり、圧迫されていた利益率も大幅に改善した**。社内ミーティングにより情報の共有がすすみ、生産計画はほぼ計画通り推移するようになった。**生産能力に余力も生まれたことで新規受注も可能になり、売上也初期目標の達成には及ばないものの拡大中**である。



工場外観



売上拡大

産業PRイベントの定期開催による 地場産業の復興と産地活性化を目指す

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 香川県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

香川県家具商工業協同組合

代表者：理事長 石田 剛(いしだ たけし)

住所：〒760-0078 香川県高松市今里町7番16号2階 電話番号：087-813-8874

事業内容：昭和33年設立。香川県の木製家具類を取り扱う家具メーカーにより組織され、現在13社で構成されている。取扱品の販売購入に関する共同事業や共同受注をはじめ、経営および技術の改善向上を目的とした活動を行っている。



組合員以外とも連携し地場の木工業復興へイベント検討 地域全体での集客、売上拡大を目指したい

かつて座敷机や家具調こたつの生産で日本一のシェアを誇っていた香川の家具業界。しかし、生産の主力が海外に移った今ではその面影がなく、地元の工場や技術者は減少傾向にある。そんな中、平成28年に東京ビッグサイトで開催された産業イベント(IFFT)への出店をきっかけに、県内木工メーカー同士のつながりができた。この好機に産業PRイベントを開催し、県の木工産地としての復興を図りたいと考えたが、それには組合員以外との連携も必要である。地域全体での集客、売上拡大に向けたアドバイスを欲し、当拠点に相談に訪れた。



参加事業者ごとに行ったヒアリングで 全体の意識統一不足が浮き彫りに

Coはまず、香川県の家具、木工業界が現在おかれている状況を確認するとともに、各事業者に事業内容や取扱商品、イベントに期待する参加目的や効果のヒアリングを行った。その結果、「参加事業者で結成した『チーム香川』の目的の認識不足と、全体の意識統一がされていないこと」、「プロジェクトの運営管理ノウハウや、ターゲットとする客層に的確にPRするための手段の不足」という2つの課題があることを分析した。



目的を明確にして全体で共有 委員会設置で主体的に進行するよう提案

はじめに計画内容をまとめた資料を作成し、参加事業者21社で全体の目標を共有するよう助言。県への補助金申請における資料作成についてもアドバイスをを行った。また、役割ごとに担当者を決め、委員会を設置することを提案。これを受け、相談者は会計、会議運営、イベント実施などの委員会を設置。それぞれが主体的に企画、準備、連携をとる体制が整った。さらに、他県での同様の取組みについてのリサーチを実施し、客層の想定や、PR方法を検討。イベントの企画内容については各事業者の見どころがわかりやすくなるよう提案した。



工場や工房を開放した体験型イベントは多くの来場者でにぎわった



1日100人程度の集客があった企業も登場 認知度向上により県の重要支援地場産業にも認定

アドバイスをを受け、申請を行ったことで、県から補助金が下り、これを資金として平成29年に第1回テシゴト・フェスタを開催。多い企業では1日に100人程度の集客があった。ラジオ番組や新聞などの取材も受けたことで、業界の認知度も向上。ものづくりに関心のある学生の来場も多く、イベント参加をきっかけに、県内の木工所へ就職が決まるなど、人材確保にもつながった。またイベントで関心が高まったことから、香川県が重点的に支援する地場産業品目に「家具」が加えられ、業界の復興に向けた足がかりができた。翌年以降も継続的に開催を計画し、引き続き地場産業の復興や産地の活性化、協力体制の構築を続けている。



プロの職人から直接指導を受けながら実際に小物が作れるワークショップの風景



「他県での取組みを参考にした接客のポイントなども教えてもらうことができた」と語る相談者



売上拡大

実業務にあった生産管理システム導入で 生産管理能力向上の土台をつくる



「現状の社内状況の把握と書面作成、システム会社との交渉などで相談にのっていただき、社内システムの入替を順調に進めることができた」と語る相談者(開発事業部:小坂塚吾氏)

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|-------|
| 拠点名 | 愛媛県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | ~100人 |
|-----|------------|----|-----|------|-------|

会社概要

大磯タオル株式会社

代表者: 代表取締役 壺内 斉(つぼうち ひとし)

住所: 〒799-1101 愛媛県西条市小松町新屋敷甲3023番地1 電話番号: 0898-72-2811

事業内容: 創業65年のタオルメーカー。ライセンスブランド品の国産タオルを中心に、近年は今治タオルブランドも製造。平成5年、中国に現地法人南通華徳紡織有限公司を設立し、海外製造ラインも確立。タオルハンカチの製造においては国内・海外あわせて年間500万枚強を売り上げている。



生産管理システムの老朽化に伴う 業務の非効率化を改善したい

同社では、基幹システムの老朽化により、現状業務とのミスマッチやデータ連携不足が発生していた。これまで問題点を紙ベースの伝票や帳簿管理などで補ってきたが、ベテラン社員の退職をひかえ、システムを一新する必要性が高まっていた。しかし社内には、システム担当者が退職し、専門知識を持つ者が不在である上、システムの資料やマニュアルも存在しない状況のため、システムの見直しや整備進行の手順がわからず、情報を求めて当拠点へ相談に訪れた。



実業務にあったシステム導入のため 業務の流れから改善が必要と判断

Coのヒアリングの結果、「基幹システム老朽化による現状業務とのミスマッチ」、「基幹システムのデータ連携不足や社内ネットワーク未整備による業務の効率低下」、「業務マニュアルの不在」など、複数の問題点を整理。社内ネットワークシステムの専門家が不在な状況下でも、同社担当者の主導で業務内容に沿った基幹システムリプレースを実行できるよう支援を行う必要があると判断した。



業務の現状分析に基づく要件整理を提案 ベンダー選定と見積りの精査をアドバイス

新しい基幹システムの製作発注を行うため、まず必要になるのが**現状分析を踏まえた要件概要の整理と、RFP(提案依頼書)の作成**である。今回は当拠点の実施機関「えひめ産業振興財団」のビジネスアドバイザーにも支援協力を仰いだ。提案依頼書発行の事前準備として、**伝票データと情報の流れ、製品などモノの流れ、全体作業を把握するための業務フロー図を作成するよう提案**。また、**ベンダー選定の適正基準と、各種見積り内容の検証方法についてもアドバイス**を行った。

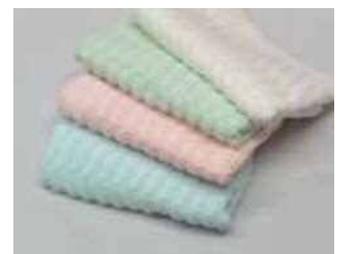


工場内観



現状業務に即したシステム開発を実現 生産管理能力向上への土台ができた

作成した業務フロー図をもとに、ベンダー各社へ向けた提案依頼書を発行。プレゼンテーションと見積りを依頼すると、4社からの提案を受けた。**提案依頼書の発行により、見積り精度が向上し、開発の工程数も削減できたことから、基幹システム開発費用は、現行ベンダーが当初提示した額から約30%削減に成功。収益向上にも寄与できた**。また、同社システム担当者が提案依頼書の作成に関与することで社内情報管理部門の強化と自立化に向けた土台づくりが実現できた。現在は順調に社内システムの入替が進められている。



やさしい肌触りと色合いが魅力のタオル商品の一例



売上拡大

わらび餅の食感を生かした「眠らせプリン」を開発
生産効率の高い冷凍販売で前年比売上300%



「人生を変えるのは人、よ
ろず支援拠点で出会いと
タイミングに恵まられま
した」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 福岡県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

笑門福来(わかふき)

代表者：代表 北川 良一(きたがわりょういち)

住所：〒800-0351 福岡県京都郡刈田町京町2-8-1-5 電話番号：093-967-3411

事業内容：平成24年、独自のわらび餅を販売する和菓子店を福岡県刈田町でオープン。その後、わらび餅の特長を生かしたプリンを開発。現在はさらなる新商品を開発し海外展開も視野に入れている。



赤字脱却に向け売上拡大したい 知人から紹介され助言を求めて来訪

相談者は、独自のわらび餅商品を看板商品とした和菓子店を営んでいる。しかし、わらび餅は賞味期限が1日と短くロスが多い。一定の売上はあるものの、コストがかさみ創業当初2年間は赤字続きであった。そうした状況の中、相談者は知人から当拠点を紹介され、赤字脱却に向け売上拡大を図るため助言を求めて訪れた。



生産効率が高い新商品開発と 全国を市場とした物販事業への切り替えが課題

相談者は店舗移転も検討していたが、借入が必要となりリスクも大きく得策ではない。売上拡大のためには店舗ではなく、看板商品(わらび餅)が抱える問題を解決する必要があると分析。特に一番の問題は、賞味期限が1日と短く、まとめて生産して保存ができない生産効率の悪さであると分析。また、現在の店頭販売(BtoC)だけでは売上拡大にもいづれ限界がくると分析。そこでCoは、「生産効率の高い新商品を開発すること」と「全国を市場とした物販事業(BtoB)へ切り替えた販路拡大」の2つが課題とした。



わらび餅の食感を生かしたプリン開発へ 全国的な販売を可能にする冷凍販売を提案

Coは、わらび餅のスプーンですくうように食べる食感に着目。その食感を生かしたプリンの開発を提案した。また、生産効率の向上と全国的な販売を可能とするため、冷凍販売することを助言。相談者はこれを受けて冷凍プリンの開発に取り組んだ。

さらに商品開発と同時に、販路拡大に向けたPR施策の実施も提案し、ネーミングの検討と商談会への出展を支援。ネーミングについては、解凍度に応じて食感が変化することに着目し、「眠らせプリン」というネーミングを提案。商標登録も支援した。商談会については、元百貨店バイヤーのCoと連携し出展に向けたアドバイスを実施。その他、製造指導、原価計算、想定小売価格の設定、工場の作り変え、銀行融資など、幅広い支援も実施。



「眠らせプリン」は全6種類で展開。解凍時間で食感が変化するのも楽しみのひとつ



「眠らせプリン」が新たな看板商品に デパートでの出店も決定し売上も前年比300%アップ

完成した「眠らせプリン」は商談会でバイヤーから高評価を得て、平成30年1月、福岡市のデパートに出店が決定。その後も、下関市で開かれた物産展に出品し2,300個を完売。TVディレクターであるCoの支援を受けて作成したプレスリリースを発行したことで、新聞やTV等のメディアに取り上げられ、地元百貨店での販売が決定。販売開始から10か月で9,500個以上売り上げ、「眠らせプリン」は新たな看板商品として定着した。その結果、前年比売上約300%アップした。



「眠らせプリン」で培った冷凍ノウハウを使い、冷凍わらび餅「眠らせ餅」も完成した



売上拡大

和製ジンをプロのバーテンダーと共同開発
全国の有名ホテルにも販路拡大

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 宮崎県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | ~50人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

京屋酒造株式会社

代表者：代表取締役 渡邊 眞一郎(わたなべ しんいちろう)

住所：〒887-0001 宮崎県日南市油津2-3-2 電話番号：0987-22-2002

事業内容：宮崎県日南市で天保5年(1834年)創業の老舗焼酎メーカー。地域の土、芋、水にこだわり、本物の焼酎造りを貫いている。同社を代表する「甕しずく」は、独特の製法により全国、世界に根強いファンがいる。また、代々培ってきた焼酎の製法を取り入れ、地元をテーマにしたジンを開発するなど、伝統・伝承を重んじながらも新しい味に挑戦している。

ジンの開発を決意したが 開発に向けたアイデアを相談したい

宮崎の素材にこだわった焼酎の老舗酒造メーカーである相談者。自社製品のアメリカへの市場開拓を行っている際、取引先からスピリッツの開発をすすめられたことから、ジン(スピリッツの一種)の開発を決意。スピリッツの製造免許も取得したが、個性的な和製ジンの開発に向けたアイデアが浮かばず悩んでいた。そこで、以前から知り合いであった当拠点のCoへ相談に訪れた。

宮崎特産の果実を使用し、 地元「油津」をテーマにした商品開発が課題

ジンの開発にあたっては、まず長年培った焼酎造りの製法を生かしつつ、いかに需要を見込めるジンを開発するかが重要となる。そこで、地元「油津」にこだわったコンセプトづくりや、珍しい日本産のジンを国内・国外市場へどのように展開すべきかなどを考える必要があると分析。そのうえで、商品開発にあたっては、個性を際立たせるために「宮崎産の果実を使用したジンを開発すること」を課題とした。

ジンを扱う現場の感覚を生かすため 女性バーテンダーと連携したジン開発を提案

相談者にとってジン開発は初めての試みなので、**普段からジンを扱っている現場のプロ、バーテンダーの知識や感性を生かすことを提案**。全国コンテストで日本一になった女性バーテンダーとのマッチングを支援した。彼女からの提案で、ジンの条件である「ジュニバーベリー」のほかは、「日向夏」「ヘベス」「キンカン」など、すべて宮崎産の果実を使用することに。さらにパッケージデザインは、**宮崎県の女性デザイナーとのマッチングを提案**。味からパッケージに至るまで、**地域に根付いて開発に取り組んだことをPRするようアドバイスした**。



日本一の女性バーテンダーが総合監修マスターブレンダーを務めた「HINATA GIN」

日本一の女性バーテンダー監修という話題性もあり 売れ行きも好調、全国の有名ホテルなどへの販路も開拓

製造側の感覚だけでなく、女性の感性を盛り込んだジン「HINATA GIN」と、地元「油津」の字をあてた「油津吟 YUZU GIN」が完成し、売れ行きも好調。全国の酒販店、百貨店で評判になっている。また、**日本一の女性バーテンダーが総合監修、マスターブレンダーを務めているという話題性や、PR施策の結果、全国の有名なホテルやクラブ、バーなどへの販路も開拓された**。



看板商品の焼酎を使用して作られた「油津吟 YUZU GIN」



「製造側の感覚だけでなく、プロの声を聴きながら開発できたことは、大きな成果であった」と語る相談者



売上拡大

SNSによる情報発信と売場改善で
来客数が増え売上も拡大

人手不足対応

現場改善



「お客様にブログを見てきたと言われると取組みの成果が実感できる」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 沖縄県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

お菓子工房のひまり

代表者：伊集 まゆみ(いじゅ まゆみ)

住所：〒904-2214 沖縄県うるま市安慶名2-4-15 電話番号：098-972-3533

事業内容：地元で60年続く老舗のお菓子店を元従業員が平成25年に引き継ぎ、オーナーパティシエとして自営している。



売上は以前の1/10まで下落

人手不足による長時間労働で疲労もピーク

相談者は老舗お菓子店を5年前に引き継いだ。以前は1日20万円あった売上が2~3万円まで減少。資金繰りが厳しい状況であった。売上を伸ばすため、総菜の販売も考えていたが、年中無休で毎日9時から20時まで営業。休憩も取らず長時間の製造と販売に追われ多忙を極める中、打開策を実行する余裕もないまま当拠点へ相談に訪れた。



強みをアピールする情報発信と

業務時間や店舗など現場改善が課題

Coが店を訪問して人気商品や客層、強みなどをヒアリング。その結果、メイン顧客は地元の年配者と近隣の高校生であったが、「注文から15分で作れる自慢のホールケーキ」や、「伝統的な行事用の菓子まで幅広く製造できる」などという強みが知られていなかった。ブログやFacebookを開設していたが、店の情報もほとんど発信されていないことも判明。さらに、お客様のために営業時間を長くしていたことで、かえって生産性と売上の低迷につながっていると分析した。



積極的な情報発信と売場改善を提案

休憩時間を確保しSNS更新と生産性向上

相談者の当初の希望であった新たな惣菜販売は、コストと作業の負担増を考え、今はお菓子に専念するよう助言。まずは、開設しているSNS等の更新頻度を高め情報発信を強化することを提案した。新たに商品写真を掲載し、ホールケーキがすぐに作れることをアピールすることを助言した。さらに店舗のレイアウトも変更し“ついで買い”を促す陳列方法などをレクチャー。営業時間も見直し、1日に1時間は休憩をとって技術向上や、SNSでの宣伝時間に充てるようアドバイスした。



Coのアドバイスによって改善された店内ショーケース



SNS等による情報発信が集客に直結

新規客も増え、売上も拡大

ケーキの写真や人気漫画キャラクターの似顔絵入りクッキーの写真などをSNSやブログで紹介したことで、これを目当てに来店する学生など新規客が増えはじめ、売上が拡大。また、自身の長時間労働も見直し、効率よく仕事をする中で新作の開発にも着手できるようになった。



店舗外観



売上拡大

介護利用者や家族が抱える不安を解決
4か月の売上30%アップを実現



「自信も失いかけていた時の相談でしたが、介護や起業への想いを質問に答えていく過程で気づかされた」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 岩手県よろず支援拠点 | 業種 | サービス業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

合同会社高原列車

代表者：代表社員 遠藤 和也(えんどう かずや)

住所：〒020-0891 岩手県紫波郡矢巾町流通センター4丁目8番20号 電話番号：019-658-9091

事業内容：平成29年11月にデイサービスを主とする会社を設立。代表は、前職ケアマネジャーとして勤務しており、介護の専門知識とスキルを有している。従業員は3名と少人数ではあるが、ケアマネジャー経験者、看護師がおり、きめ細かなサービスを提供できることが強み。

想定していた売上目標を達成できず 厳しくなった資金繰りを何とかしたい

相談者はケアマネジャーとしての専門知識や経験を生かし、デイサービスの会社を開業。当初は開業すればすぐに売上も上がると見込んでいた。しかし、開業後半年が経過しても見込んでいた毎月の売上目標を達成できない。徐々に資金繰りが厳しくなっている状況を金融機関に相談したところ、当拠点の合同相談会への参加を勧められ、相談に至った。

業績不振から目先の売上アップに注力し 本来の強みを生かしきれていない

相談者の最も大きな強みは、自身の元ケアマネジャーとしての専門知識やスキル、そして看護師を含む従業員のきめ細かなサービスである。ケアマネジャー経験から、デイサービスの利用者やその家族のニーズも把握している。しかし、現在相談者が提供している介護サービスの流れや営業活動を分析してみると、これらの強みを全く生かしきれていないことが分かった。そこでColは、利用客増に向け「企業理念やコンセプトを含め、同社の強みを整理してPRしていくこと」が課題とした。

セミナーや相談会などの地域貢献を提案 事業者としての理念・情熱をそこから発信

Colはターゲット層やその家族の不安や悩みを解決するセミナーや相談会を実施し、相談者が提供しているサービスをまず理解してもらうことを提案。サービス利用時の具体的な効果をターゲット層にイメージしてもらうことで、利用促進を図るようアドバイスした。また同社の理念やコンセプト、さらに活動内容を伝えるPR誌「高原便り」の制作や、ホームページを全従業員で作り上げることを提案した。



PR誌の「高原便り」

志と情熱を思い出し、直ちに行動 月次目標を達成し、現在も利用者数・売上が増加

当拠点のコンセプトどおり、あまりお金をかけずすぐにできる提案をしていったことで、相談者もテンポよく直ちに行動していった。セミナーや相談会、さらに地域のケアマネジャーへ営業活動を同時並行しながら、積極的に行動した結果、4か月後には利用者数増、売上30%アップとなり、月次目標を達成。現在も増加中だ。



セミナー風景



売上拡大

大学生のアイデアも取り入れ新感覚の温浴施設をオープン
連日200〜300人が来るおしゃれスポットに



「何度も話し合いを重ねていくうちにコンセプトが明確になり、学生からの斬新なアイデアもいただき、他にはない温浴施設の構想を策定することができた」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|---------|------|-------|
| 拠点名 | 茨城県よろず支援拠点 | 業種 | 宿泊業・飲食業 | 従業員数 | ~100人 |
|-----|------------|----|---------|------|-------|

会社概要

株式会社メイズムランド

代表者：代表取締役 盧 源柱(ろげんちゅう)

住所：〒319-1541 茨城県北茨城市磯原町磯原双島東側2547-3 電話番号：0293-43-6496

事業内容：平成19年設立。活力ある地域ビジネスを実現し、地域の魅力を高めることを目指して飲食事業を開始。以来、茨城県の県北地域を中心に店舗を増やし、事業拡大してきた(相談時点で韓国料理・焼き肉店4店)。平成25年には洋菓子店、福祉事業(リハビリ特化型デイサービス店)を開始。現在、温浴施設、宿泊施設、食事・カフェ施設、リハビリ特化型デイサービスなど多角的に事業を展開。



「東日本大震災」の影響で営業利益は赤字続き 新たに建設した複合施設のコンセプトを具体化したい

平成23年の「東日本大震災」で打撃を受け売上高が半減。平成27年時点でも震災前の8割程度の回復であり、営業利益は赤字が続いていた。現状打開のため相談者は、海岸沿いにある本店所在地に温浴施設とトレーラーハウスを使用した複合施設の建築を開始。デザイン等もつめ、複合施設は完成し開業を待つだけとなったが、観光資源として事業全体のコンセプトをどう具体化していけばよいか見当がつかず、知人の紹介により当拠点に相談した。



県北地区に競合する温浴施設が10カ所以上 リピーター確保ができる仕掛けづくりが課題

Coが調べたところ、ライバルと成りうる温浴施設が県北地区(茨城県)に10カ所以上あると判明。相談者が当初イメージしていたのは日本古来の「銭湯」だったが、その要素だけで安定した黒字経営をもたらす数の集客を、長期的に維持することは難しいと分析した。宿泊施設も「トレーラーハウス」とユニークではあるが、どう活用するかというソフト面での個性が不明瞭。そこからCoは、ロケーションだけに頼らない魅力づくりが必要とし、「リピーター確保ができる仕掛けづくり」が課題であると判断した。



地元大学生のアイデアも取り入れながら 「美」と「健康」をテーマとした複合施設を目指すよう提案

Coは、「体のトラブルを改善する」「スポーツ後にリフレッシュする」「中高年夫婦が健康的にゆとりの時間を楽しむ」「子育てママが日々の疲れを癒す」など、より幅広い客層に具体的に訴え、かつ**「持続的にリピーターを得やすい「コト」づくりの場**を提案。単なる「風光明媚な景色」や「郷土料理」のみに依存しない、「**美**」と「**健康**」をテーマとした**温浴&宿泊&飲食&運動の複合施設とするようアドバイス**。ある程度、新規事業計画がカタチになると、CCoが講師を務める中央大学商学部や**地元大学の学生たちへプレゼンを行い、その場でもらった実現可能かつ斬新なアイデアの採用を推奨**。同時に、複数のビジネスプランコンテストへの応募を重ね、有識者の評を参考に修正を加えプラン精査を支援。今までどこにもなかった新感覚の温浴施設づくりに向けた支援を行った。



北茨城の名所「二ツ島」を見渡せる温泉



SNS等の口コミ効果で女性客に大人気 売上は倍増し一挙に黒字へと好転

平成30年8月にオープンすると、SNS等の口コミで話題となり、女性が多く来館。**センスの良い女性に人気の温浴スポットというイメージが定着**した。同業他社の温浴や飲食、宿泊施設とは一線を画す、美と健康の複合施設として、地域住民のリピーターも増加。**連日200~300人の集客があり、同社は従来よりも売上を倍増させ、安定した黒字経営を維持**続けている。



トレーラーハウスを使用した宿泊施設



売上拡大

若手梨農家グループが特産梨で新商品開発に挑戦。
完成した「彩玉サイダー」は2か月で2,800本販売



「新しい梨農家の後継者と一緒に産地を盛り上げていきたい」と語る相談者の皆さん(右端は担当Co)

| | | | | | |
|-----|------------|----|----------|------|------|
| 拠点名 | 埼玉県よろず支援拠点 | 業種 | 農業・漁業・林業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|----------|------|------|

会社概要

彩玉梨加工研究会「梨組」

代表者：代表 相川 崇樹(あいかわ なおき)

住所：〒369-0316 埼玉県児玉郡上里町長浜1196-1 電話番号：0495-33-5217

事業内容：平成28年、埼玉県産の梨の魅力を発信するため、梨の栽培・販売と共に、加工品の開発・販売を実施。埼玉県内の若手梨生産者グループが中心となって、新しい梨の魅力を発信している。



新規顧客獲得のために

来店のきっかけになる具体的な話題作りを模索

埼玉県内で梨の栽培や販売、経営の悩みを話し合う若手グループ「梨組」では、これまでの常連客の高齢化が進み、新規顧客獲得に迫られていた。そこで、「梨組」のメンバーである相談者が、新しい顧客へ自分たちの商品の魅力を発信し、来店の手助けとなる話題作りの具体的な方策について、当拠点に支援を求めた。



数多くある梨産地との差別化が課題

新しい加工品や体験サービスの提供を検討

Coは、事業者の課題として、日持ちの短い青果のみで新しい顧客に商品の魅力を訴求するには、時間・場所に大きな制約があること、また、日本全国には数多くの梨産地があり、梨(果実)だけで差別化するのは難しいことを確認。そこでCoは、顧客の満足度をあげ、新規顧客の来店へとつなげるために、新しい梨の加工品を開発することと、梨栽培の体験型サービスといった他産地とは異なる魅力を提示することが課題であると分析した。



県産のブランド梨「^{さいぎょく}彩玉」を使い

「県民がギフトにしたいサイダー」を提案

Coは、相談者グループとの話し合いの結果、ターゲットを若い世代に設定し、同県産梨の「彩玉」を使って「県民がギフトにしたい新感覚のサイダー」、「強いインパクトのある甘味」とした新飲料を開発することを提案。製造委託業者の紹介から、食品衛生法や製造者責任法、食品表示、栄養成分表示、原価計算から販売価格の算定方法、製造委託から販売までのタイムスケジュールの作成・確認のアドバイスを行った。相談者は、Coのアドバイスを受け、「彩玉サイダー」の開発を決定。別のCoのアドバイスから、ブランド梨の知名度をあげるため「彩玉」の名前だけを際立たせるデザインに、商品ロゴは「和」テイストの家紋風にし、若者に支持されるデザインに決定。他産地の直売所や、各種ご当地サイダーが並ぶ売り場でも目に留まるデザインのご当地サイダーとなった。ほかにも、様々な商品展開や販売ができるよう、「梨組」手提げ袋、店頭用POPも提案し販促を強化していった。



埼玉県ブランド梨「彩玉」を使って完成したサイダー



「彩玉サイダー」が完成

2か月で2,800本も売り上げ、ほぼ完売状態

「彩玉サイダー」は、平成30年8月に全埼玉県連商品(県産梨、県下加工業者製造)として完成し、3,000本の販売を開始。地元新聞やインターネット等の記事が功を奏し、梨農家直売所、取引先JA等農産物直売所、観光物産館などで発売すると2か月で販売数2,800本を記録した。12月には8,000本の追加製造を行ってお歳暮商品等でも販売。今年に入ると「さいたまスーパーアリーナ」での食のイベントにも出展し、若手梨農家グループの挑戦は好調なスタートを切っている。



県内各地から集まる「梨組」メンバーとCoとの和やかな会議



売上拡大

ベビー用品専門クリーニング店の挑戦 プロモーション活動の強化で売上前年比120%達成



「さらなる事業拡大のために、よろず支援拠点の力添えをいただき、「ベビーカーやチャイルドシートを洗う文化を創る」ために頑張りたい」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 埼玉県よろず支援拠点 | 業種 | サービス業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

株式会社キッズぽけっと

代表者：代表取締役 小林 勝彦(こばやし かつひこ)

住所：〒343-0111 埼玉県北葛飾郡松伏町松伏3439 電話番号：048-991-0858

事業内容：平成18年に「ベビー用品専門リサイクル&クリーニング店」を開業し、平成28年「ベビー用品専門クリーニング店」に特化した事業で本格的に始動。クリーニング師(国家資格)、環境アレルギアドバイザーの資格を取得済み。平成30年4月、事業拡大のため「株式会社キッズぽけっと」を設立。



ベビーカーやチャイルドシート洗浄という 新市場に挑むも個人経営での限界を痛感

相談者は平成28年、ベビーカーやチャイルドシート等のベビー用品専門クリーニング業を本格始動。それまで10数年営んだリサイクル店で不衛生な中古ベビー用品を取り扱った経験から、赤ちゃんに安全安心なクリーニングの需要に着目し、新ビジネスモデルの創出に挑戦した。しかし前例のない市場で自分のアイデアをビジネスとして確立するには、一人親父的な経営では限界があることを痛感。新事業を軌道に乗せるための実践的なアプローチ手法を探るべく、知り合いのクリーニング店から紹介された当拠点へ支援を求めた。



市場でのニーズは十分あると推測されるが 販路拡大に有効な人材や情報発信が不足

Coの調査によると、国内におけるベビーカーの年間販売台数は60~70万台、対する相談者のクリーニング取扱件数はわずか1%にも満たず、需要は十分であると分析。「注文はホームページからのBtoCが注文全体の9割と圧倒的な占有率であるのに、店にはITに詳しい人材が不在である」という問題点を指摘した。そこでCoは、「ベビー用品に特化したクリーニングサービスを利用したい層に知ってもらうための、ネットを通じたプロモーション活動の充実」が課題であると指摘。ニーズに対応するベネフィットや同事業の強みを発信していく必要を訴えた。



サービスのブランディング確立とプロモーション強化 法人化やビジネスプランコンテストへの応募を推奨

Coは、ベビー用品専門クリーニングという差別化ポイントが簡潔に伝わる「ブランド名やロゴを作り、多角的なプロモーション活動で拡散することを提案。また作成したロゴを商標登録するよう、連携支援機関である「埼玉県知的財産総合支援センター」にサポートを依頼した。BtoCへの対策としてホームページはスマホ対応を検討し、あわせて関連ワードでの検索でもヒットするようSEO強化、さらにはSNSの連携や活用を提案した。そして事業への信用力を高めてBtoBを増やすため、法人化への移行や経営力向上計画の承認申請、「世界を変える起業家 ビジコンinさいたま2018」への応募もアドバイスし、日刊工業新聞社賞、イオンリテール賞などを受賞した。



右がクリーニングされ、汚れがきれいに洗浄されたベビーシート



取次店が拡大し、競合店が出現するも ものともせず売上前年比120%を達成

数々の施策を実行していった結果、新サービスは子育て世代の間に少しずつ認知され、取次店は埼玉92店舗、東京48店舗、茨城30店舗、千葉14店舗(平成30年10月1日現在)に拡大。業界としても熱を帯び、競合他社も乱立し始めたが、先行優位性と高い品質のもと売上は順調に伸び、前年比120%を達成した。当拠点が提案した「小規模事業者持続化補助金」や「経営力向上計画」も無事、採択承認。BtoBを見据え新たな販路拡大に奮闘中である。



店舗外観



売上拡大

結婚式を手軽にできる低価格婚礼サービスが
若年層にヒットし成約件数33.3%増

人手不足対応

雇用労務
ITを活用した
生産性向上



「潜在顧客層を開拓することができた」と語る代表(左)と、「業界自体が厳しい中、売上を伸ばすことができた」と語る相談者(右:住吉正江店長)

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 千葉県よろず支援拠点 | 業種 | サービス業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

株式会社写楽館

代表者:代表取締役 野口 義信(のぐち よしのぶ)

住所:〒292-0067 千葉県木更津市中央1-16-22 電話番号:0438-23-2525

事業内容:ホテルの専属写真室や百貨店内の写真館を経て、平成14年に現在の店舗をオープン。貸衣装、美容を導入した日本国内でも有数の規模を誇る総合写真館。貸衣装は、3,000着以上。様々なシーンを演出するバラエティ豊富な立体背景がある撮影スタジオの他、実際に挙式ができるチャペルや神殿も有している。



大手ライバル店の相次ぐ出店で 厳しさ増す中、売上拡大を図りたい

平成28年に日本の伝統文化を体験できる総合写真館としてリニューアルをした同社。しかし同時期に、近隣のショッピングモールに大手の子供写真館や大手和服店がオープン。自社を取り巻く環境の厳しさから危機感を持ち、売上拡大の方策を検討するべく当拠点を訪れた。



スタッフの接客レベルの底上げと 婚礼事業で新サービス開発の必要性

同社は、売上拡大に向けて新入社員の採用も考えていたが、多岐にわたるサービスが負担となり社員育成にも時間が取れない状況で、接客レベルも社員によってバラつきがあった。そのため、まずは「社員の教育体系の構築によって現場の生産性を高めること」を第一の課題に設定。売上拡大については、ターゲット顧客層ごとに複数展開しているサービスの見直しが必要と判断。同社が保有しているスタジオ等の稼働率を見るとチャペルや神殿にまだ余裕があったことから、婚礼関連のサービスを強化していくよう方向づけた。



電子マニュアルの開発で教育体系を整備 若年層向けに低価格の婚礼サービスを提案

教育体系の整備では、**タブレットで見ることができ電子マニュアル作成を提案**。新入社員を含めた現場スタッフ全員の接客レベルの均一化を進め、売上拡大施策に取り組む足がかりを作った。売上拡大に向けては「**結婚式は手軽に済ませ、趣味にお金を使いたい**」という若年層をターゲットにした**サービス開発を提案**。「**プチプラ婚(プチブライズ婚)**」と題し、サービス内容についてもアドバイスした。また、**より利用者が増えるよう「お父さん、お母さん、ご祝儀はいりません」**など具体的なキャッチコピーのほか、**チラシやHP、SNS、NEVERまとめ**などでのPRを提案した。



館内のチャペル風景



婚礼事業の売上高は昨年比14.1%増 教育体系のPRで新卒社員の採用も進む

「**プチプラ婚**」は和と洋、**2つのサービスをリリース**。PR戦略も今までのイメージを刷新したことにより、**若年層を中心に成約が増加**。昨年比で**婚礼事業の成約件数は33.3%増**。売上高も**14.1%増**となった。また、構築した教育体系を新卒採用でもPRした結果、社内でのキャリアプランがイメージしやすくなったこともあり、**毎年新卒社員の採用も進んでいる**。



婚礼プランをパッケージ化した「和プチプラ婚」



売上拡大

日本の伝統文化「いけばな」を事業化
海外展開も実現し売上130%増



「自力で事業化の手探り
をしている中、様々な経営
ノウハウをお持ちのCoの方々に相談でき、方向性を見据えることができました」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 新潟県よろず支援拠点 | 業種 | サービス業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

花守 須田寛子

代表者：須田 寛子(すだ ひろこ)

住所：〒951-8053 新潟県新潟市中央区川端町3-20-701 電話番号：090-4526-5344

事業内容：相談者は池坊華道会中央委員の華道家。商社勤務時代のロシア赴任経験で得た語学力や国際感覚を生かしつつ、いけばなを中心とした活動を展開。国内外の幅広い世代に向けて様々な場で、華道をはじめとする日本伝統文化を伝えている。



「伝承の事業化」の必要性を痛感

日本古来の伝統文化を将来に伝えたい

池坊華道会の中央委員として活動するなかで、日本古来の伝統文化である「いけばな」を将来に向けて伝えるため、「伝承の事業化」の必要性を感じていた相談者。「いけばなを伝え、広げる」ための事業構築に取り組もうとするが、何から手を付けてよいか分からず、当拠点へ相談に訪れた。



格式の高い文化をサービスに落とし込む

事業フレームの構築が課題

伝統や格式が重んじられるいけばなの世界。特に若者には、関わるには格式が高い世界と映りがちである。Coは、これまでのように特定の場所でいけばな教室を開催するだけでは広がり期待できないと分析。事業化に向けては、「既存の手法にとらわれず格式の高さを感じさせないサービスを展開する事業フレームを構築すること」が課題であるとした。



フラワーアレンジメントと差別化し

若者や海外に向けた事業展開にも着手

相談者へのヒアリングから、いけばなの世界には「花の命を最後まで見届ける“花守”という営み」があることを知ったCoは、フラワーアレンジメントとは一線を画すことを示すため、事業名に「花守」という言葉を使用することを提案。葬儀やブライダル場にいけばなを提供する事業展開も提案した。さらに、いけばなを身近に感じてもらうため、地域イベントなどでのワークショップ開催も提案。それらの事業資金調達には「小規模事業者持続化補助金」を活用することをすすめ、相談者の経験を生かしたロシアでの事業計画作成の支援にもあたった。



ロシアでのワークショップの様子。多くの方に参加していただいた



対企業を中心に売上は大幅増

補助金も活用し海外販路も開拓

相談者は、いけばなを「サービス」として提供する「花守」事業構築に着手。ターゲットを絞ったイベント参加やワークショップ等の実施により、企業セミナーや各種展示会、葬儀、ブライダル、さらに日本料理店への定期的な生け込みなどで、対企業向けの売上が増大。支援前に比べて130%以上の売上アップが実現した。また、当拠点が申請支援した「ロシア沿海州地方でいけばなワークショップ実施といけばな文化を通じた日本産花卉および華道具の販路を開拓の事業計画」も、小規模事業者持続化補助金に採択。現在は、いけばなとその周辺の日本文化を輸出する下地づくりにも着手することができ、ロシアに向けた日本産切り花の輸出事業も展開中だ。



子どもたちにも日本の「いけばな」を伝える



売上拡大

労働条件整備と就業規則作成で
人材不足を解消、生産性も向上

人手不足対応

雇用労務



「就業規則を見直すことでよい人材を確保できた」と語る社長(右)と相談者(渡辺由美子事務担当)

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 山梨県よろず支援拠点 | 業種 | サービス業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

株式会社カーフィックスワタナベ

代表者：代表取締役 渡辺 昌樹(わたなべまさき)

住所：〒403-0002 山梨県富士吉田市小明見1丁目12-18 電話番号：0555-72-8555

事業内容：「大切な愛車を元通りに直します」をモットーに平成21年に創業。これまで培ってきた板金塗装技術、コーティング技術の高さで顧客の信頼、ディーラーの信頼を獲得し、徐々に仕事量も増え平成23年には法人化するまでに成長している。



人手不足から受注能力に限界 就業規則等の整備で人材定着を図りたい

自動車板金塗装を手掛ける同社の技術力は高く、受注もある程度の伸びがあるが、人手不足から受注能力の限界を迎えていた。今後の売上拡大に向け人材採用に踏み切ったが、縁あって入社した社員がなかなか定着しない。相談者が取引先金融機関の担当者に相談したところ、「労働時間や休日、休暇、給与などが記載されている就業規則があれば、採用希望者に具体的な就業イメージを伝えられるようになり、結果定着が進むのではないか」とアドバイスされ、当拠点を紹介された。そこで、相談者は、就業規則を整備し人材定着を図りたいと相談に訪れた。



現在の労働条件を整理しながら 新たに整備すべき項目を検討

Colは、就業規則の整備にあたり、同社の始業終業時刻、休憩時間、稼働日数、残業時間数、有給休暇付与等の情報に加え、疾病時の扱いや慶弔の取扱いなど日常的に運用されている事項を確認。「労働関連法で義務付けられているが、同社には現状ルールがない」制度の整理と構築」が課題であった。そして、厚生労働省のモデル就業規則を基に、洗い出した同社の労働条件や制度をあてはめたり、モデルに記載された法定外制度の採否を検討したりしながら策定作業を進めていった。



労働者の権利や義務の記載はもちろん 企業防衛面もふまえてアドバイス

小規模事業であっても法定の労働条件をしっかりと確保していることを社員や求人応募者に説明できることが、良い企業風土のアピールにも繋がると助言。新たな就業規則の作成を支援するにあたり、法定の最低基準は確保しながらも、会社の実力以上の規程とならないよう留意した。加えて、就業規則制定届、時間外・休日労働に関する協定届(36協定)といった各種届の作成や各署への提出もサポートした。



業務に従事する女性スタッフ



法定労働条件の確保をアピールし 2名の貴重な人材を採用でき生産性が向上

就業規則、時間外・休日労働に関する協定届(36協定)、労働条件通知書などが完成し、労働基準監督署への制定届の提出も完了。その後、ハローワークからのトライアル雇用や、WEBサイトや知人紹介等により応募があり、そのうち技能習得意欲のある女性2名を雇用することができた。「法定の労働条件を確保している企業であること」、「子育て(育児休業法の規定を上回る配慮)など個々の事情を考慮し、短時間勤務等の配慮を行っていること」など、労働条件の整備、明文化により社員の士気も上がり、採用した女性2名は、塗装時のマスク作業や顧客引き渡し時の仕上げ作業なども習得し、生産性向上に寄与している。

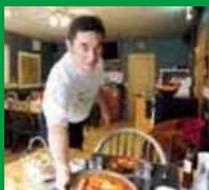


同社の全スタッフ



売上拡大

自社商品開発で新規販路開拓を支援
宿泊客も増加し、売上約122%アップ



「開発した商品の販売促進の方法が具体的に
なり、商談会や物産展への出展も初めてのことで
したが、思わぬところから引き合いがあり、宿泊
との相乗効果も出ています」と話す相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|---------|------|------|
| 拠点名 | 静岡県よろず支援拠点 | 業種 | 宿泊業・飲食業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|---------|------|------|

会社概要

有限会社ラ・ポサーダ

代表者：代表取締役 山口 敏充(やまぐち としみつ)

住所：〒410-3302 静岡県伊豆市土肥46 電話番号：0558-98-2227

事業内容：「ラ・ポサーダ」は、平成7年に伊豆市土肥で開業した家族経営のペンション。アットホームな接客と本場のメキシコ料理を提供する。自家製ハラペーニョ商品も人気となっている。



リピート顧客の利用率が低下し、売上は低迷 新規顧客を獲得し累積赤字を解消したい

相談者が営むペンションがある伊豆市土肥は、海水浴場が近く温泉もあることから、かつては観光地として賑わっていたが、近年は当地域自体の人口減少が進み、繁閑の差が激しくなっていた。当ペンションは本格的なメキシコ料理が食べられると地元では評判で、リピート顧客は多いが、高齢化により利用率は減少傾向。リピート顧客以外の利用も少なく、売上の低迷が続き、赤字が累積していた。何とか新規顧客を獲得し赤字を解消したい、と当拠点の相談に訪れた。



本場の味、自家製ハラペーニョ入りジャムを PRし、新規顧客を開拓することが課題

Coが分析したところ、周囲の宿泊施設のほとんどが主に海産物を提供する中、本場のメキシコ料理を提供する相談者のペンションは明確な差別化が図られており、顧客の評価も高い。特に自家製のハラペーニョ入りのジャムが人気で、直売所で試験販売すると完売するほどであった。しかし一方で、開業以降、特に営業活動を行ってこなかったため、新規顧客が少ないという問題があった。そこでCoは、「ペンションの強みである自家製ハラペーニョ入りジャムを収益の柱とし、広く周知して新規顧客開拓につなげ、売上拡大を図ること」を課題とした。



人気のハラペーニョ入りジャムのPRのため ホームページの改修や物産展出展を提案

まずは相談者が開発したハラペーニョ入りのジャムの宣伝と販路を拡大するため、ホームページでの情報発信やイベントへの出展で広くアピールすることを提案。相談者は、小規模事業者持続化補助金を活用して、自社ホームページを大幅に改修し、ハラペーニョ商品の周知を図った。その際Coは、英語のページも作成し、海外からのアクセスにも対応できるようアドバイス。その他、伊豆市商工会等が開催した伊豆地域の名産品を集めた商談会兼物産展への出展もアドバイスした。



ハラペーニョ入りのジャム(左)とハラペーニョの酢漬け(右)



メキシコ料理を求める新規顧客を獲得 売上も約122%アップ

物産展の出展をきっかけに、観光施設の土産物店に納品が決定。そこでハラペーニョ商品を購入した顧客が、当ペンションのメキシコ料理を求めて宿泊するなど、本業である宿泊業への相乗効果も表れた。その結果、自社製ハラペーニョ商品の販売を開始してから売上は122%アップ。さらに、英語とスペイン語が通じる宿として外国人観光客の口コミが広まり、先日、英語版旅行ガイドブック「ロンリープラネット」に伊豆地域で初めて掲載され、英語やスペイン語での予約も増加している。



ペンション「ラ・ポサーダ」外観



売上拡大

蕎麦店ならではの厳選素材の
ジェラートで売上10%増



「オリジナル商品開発を実現することができ、「神通町 田村」のアイデンティティを高めることができた」(相談者)

| | | | | | |
|-----|------------|----|---------|------|------|
| 拠点名 | 富山県よろず支援拠点 | 業種 | 宿泊業・飲食業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|---------|------|------|

会社概要

神通町 田村

代表者：田村 憲司(たむら けんじ)

住所：〒930-0009 富山県富山市神通町2-1-3 電話番号：076-432-1505

事業内容：昭和32年に飲食店をスタート。平成4年に法人化(有限会社)し、23年に現在の十割蕎麦を提供する店をオープン。調理スタッフ全員が調理師免許を保持し、薬膳調理指導員資格を保有するスタッフが食材を吟味。使用する海産物は電解水で除菌するなど、徹底して安心・安全の食を提供している。



革新的な新製品の質を追求し 市場展開前に課題を探りたい

蕎麦専門店として安定した人気を得ているものの、それに驕ることなく、来店した顧客に今以上に満足してもらえる「何か」を模索していた相談者。その中で蕎麦ジェラートの開発を思い立ち、平成29年7月に事業化の方法について相談するために富山商工会議所(富山県)を訪問したところ、当拠点を紹介された。



アイデアは独創的だが手探りの状態 目的の明確化とコンセプト固めが急務

蕎麦茶を生かしたジェラートを作るアイデアは独創的だが、相談者にとって今回の商品開発は未知の世界。商品コンセプト、レシピ、パッケージ、ターゲット、原価の把握、販売方法等、すべて手探り状態からのスタートだった。そこでCoは、新商品を開発する「目的」と、商品の味を確定させる「コンセプト」の検討を課題に挙げた。相談者とともに時間軸を定めて取り組んでいくこととした。



専門性を生かした支援チームの 多角的アプローチで製品化を実現

当拠点では異なる分野の専門家5名からなる支援チームを編成。マーケティング&スケジュール管理担当Coは、時系列に計画を推進するための行動方針を提示。食品製造担当Coは、レシピ確立を推進するとともに、自社で製造を完結することによるリスクを避けるため、富山県内の冷凍メーカーを紹介。試作品制作から依頼するよう提案した。パッケージデザイン担当Coは、パッケージのコンセプトについての考え方をアドバイスした。さらに支援のきっかけとなった富山商工会議所の次長も交え、個々の専門性を発揮できる支援体制でスタートした。それぞれのメンバーの活動状況は随時チーム間で共有し、連携を図りながら遂行していった。



こだわりの「蕎麦茶ジェラート」



蕎麦屋のスイーツが常連客から好評を得て 売上が10%も拡大した

人気蕎麦店のオリジナルスイーツとしてメニューに加えられた「蕎麦茶ジェラート」は、常連客から好評を得て、客単価もアップとなった。メニューの選択肢が増えたことによる満足度向上も効果のひとつと言える。競合店にはない独自商品を創出したことによる自信と誇りが、従来にも増したサービス姿勢を磨く契機となっている。



店の外観



売上拡大

新商品「すおうらんぷ」活用方法の提案 光を生かしたイベントで利益30%アップ



「よろず支援拠点に相談をしている理由は『具体的なアドバイス』があるから。今まで苦手意識が強かった補助金への挑戦も自信に繋がっています」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 山口県よろず支援拠点 | 業種 | サービス業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

有限会社レンタックス

代表者：代表取締役 藤井 一之(ふじい かずゆき)

住所：〒745-0063 山口県周南市今住町6番9号 電話番号：0834-22-5188

事業内容：平成元年に開店し平成13年に法人化。個人向けレンタルから企業団体向けに集客イベント、地域貢献イベントを中心に備品のレンタル業務を展開。平成18年には倉庫・店舗・駐車場を一体化し、現在の今住町に店舗拡大。「感動イベントを創造し、地域社会に貢献する」を経営理念に掲げ、周南市、下松市を中心とした山口県東部で営業。



新商品「すおうらんぷ」を活用したイベントで 新規顧客を開拓したいがPR方法がわからない

イベントの企画から備品レンタル、運営まで一体的に行っている相談者。業歴も長く経営は安定していたが、売上は横ばい。新規顧客を開拓できないかと悩んでいた。そこで、相談者は地元素材を活用したオイルランプ「すおうらんぷ」を開発。ブームとなっている夜のイベントを企画し、売上拡大を狙っていたと考えていた。しかし、企画のイメージはできているものの、どのようにPRし集客すれば良いかわからなかった。そうした中、徳山商工会議所から当拠点を紹介され、相談に訪れた。



商品開発とプロモーション戦略に課題 補助金申請に対する苦手意識も

「すおうらんぷ」の開発にあたり、地元素材を活用したランプ制作には、液体燃料の開発が必要であり、試作品開発のパートナー選定が必要であった。プロモーション戦略に関しては、すでに相談者が活用していたホームページ、Facebook、Instagramを有効利用することを検討していった。



支援機関の補助金活用を提案 開発資金を得てランプの商品化に取り組む

オイルランプ用の液体燃料開発には、**連携関連施設である山口県産業技術センターに協力を依頼**。安価で定量的に入手可能な液体燃料を探中、江戸時代から鯨漁が盛んだった地元ならではの「鯨油」が採用された。デザインは、**コスト削減と話題性アップを狙い地元の高専生に依頼をすることを提案**した。PRには、**ターゲット層とマッチするSNSを活用**。連動してメディアに情報を拡散する「プレスリリース」の作成も支援しながら、定期的な情報発信を行った。一方で、開発のための資金調達は「やまぐち企業活力アップ補助金」に申請。補助金申請に苦手意識があった相談者をサポートしながら、無事に採択に至った。



「すおうらんぷ」を使ったランプブライダル。人生の節目となる大切なイベントをやさしい炎が素敏に彩る



SNSを活用したPRでイベント大成功 利益が前年度より30%もアップ

「すおうらんぷ」を使ったイベント「周南冬のツリーまつり」は、**地元大学生の協力も得て見事に成功**。SNSを活用したプロモーション戦略によって、**地道にファンを増やしていった**。補助金の活用で広告宣伝費の**コスト削減もでき、同社の利益は前年度より30%アップを実現**した。

また、相談者は「山口県ビジネスプランコンテスト」にも参加を決意。Coのアドバイスもあって特別賞を受賞。さらなる販路拡大に向け、引き合いも出てきている。



平成30年2月に実施したイベント「akarino hanashi〜灯りの話〜」



売上拡大

店頭販促で売上820万円アップ
広告の効果測定と販促を支援



「販促のノウハウや広告の注文の仕方など指導いただき、いろいろなことにチャレンジする勇気が持てた」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 高知県よろず支援拠点 | 業種 | サービス業 | 従業員数 | ~50人 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

株式会社サンライズクリーニング

代表者：代表取締役社長 山下 浩明(やました ひろあき)

住所：〒781-5103 高知県高知市大津乙2120-5 電話番号：088-866-1323

事業内容：平成8年創業、高知県で5店舗の直営店と工場を持つクリーニング業を営む。自社工場を持つことから、商品状態やお客様の要望に合わせたクリーニングが可能であり、「無添加洗い」「剣道部具洗い」「高級ダウンジャケット」のように特別な商品のクリーニングで評価されている。

売上減少で打開策の検討に向け 同業種の支援実績のある当拠点に相談したい

相談者が営むクリーニング店は、大型競合店の参入や価格競争により、売上がここ10年間右肩下がりであり、さらに台風による被害や、設備の老朽化による設備投資が必要な状況であった。そこで、相談者は「事業戦略策定の支援」を受けようと高知県産業振興センターを訪れた。すると、センター担当者から、販売戦略の具体的な支援も必要なのが指摘され、クリーニング店の販促支援で実績があるCoが在籍する当拠点を紹介された。

独自の強みを生かしたサービスで差別化へ 利用を促すよう広報活動の見直しが課題

Coは、まず相談者のサービスの特徴、事業環境、マーケティングの実施状況等を確認した上で事業内容と商圏分析や競合調査を実施。その結果、自社工場を持っており「顧客の要望にあわせた個別対応型クリーニングができる」ことが最大の強みであるにも関わらず周知されていないため、価格だけで判断されているという問題が確認された。さらに広告物については、制作会社から提案される通りに作り、効果がでているのかの確認も行っていなかった。そこでCoは、独自の強みを生かしたサービスで勝負し、価格競争を脱するため、「利用を促すよう広報活動を見直していくこと」が課題だと分析した。

広報計画を作成し、まずは低予算でできる手法で 広報活動を実施していくことを提案

年間の広報展開イメージとそれぞれの広告物の費用対効果を実感してもらうため、まずは広報計画の作成を提案。これまで行ってきた地元武道大会への協賛広告では、顧客目線で「こんなに汚れが落ちる!」と効果が実感できるようなデザインで展開することを提案。コピーやデザインについてもアドバイスし、相談者もこれを実行していった。また、お金もかからず結果が見込める販促活動として「店頭での顧客にあわせたオプション(汗抜き加工やはっ水加工)メニューの提案」の実施と、月々のオプション売上を記録していくことを助言した。



サンライズクリーニングの本店内観

オプションメニューの提案で客単価15%以上アップ 広告からの新規注文も獲得

店頭でオプションメニューの提案を行ったことにより、客単価は15%以上アップ。オプションの売上は820万円アップ(平成29年10月~平成30年7月)。また、Coによる武道大会の広告のコピー、デザイン添削により、広告からの注文を初めて獲得できた。相談者の広告や販促活動に対する意識が変わったことも、今回の重要な成果である。



サンライズクリーニングの支店外観



売上拡大

POSレジ等IT導入で労働生産性を向上
前年比134%に利益率アップ

人手不足対応
ITを活用した
生産性向上



「改革するモチベーションを高めていただけたことも成果に結びついた」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|---------|------|------|
| 拠点名 | 長崎県よろず支援拠点 | 業種 | 宿泊業・飲食業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|---------|------|------|

会社概要

有限会社華豊

代表者：代表 濱龍一郎(はまりゅういちろう)

住所：〒859-2605 長崎県南島原市加津佐町己3490番地 電話番号：0957-87-5033

事業内容：昭和55年の創業以来、二代にわたり「中華料理 華豊」を経営。中華の大众料理からフルコースまで幅広く提供する店として、地元の人々に長く愛されている。特に38年間提供し続けている「ちゃんぽん」は、代々受け継がれた伝統の渾身の一杯であり、同店1番の人気メニューだ。



利用客の減少と労働生産性の低下で経営状況が悪化 何とか売上を上げたい

相談者は地元で愛される中華料理店の2代目。人口減少や大型外食チェーンやコンビニエンスストアの進出で利用客が年々減少。加えて、従業員の高齢化で労働生産性も低下。店舗の改装費もかさみ、経営状況が悪化していた。何とか売上を上げたい思いはあるが、日々の雑務に追われて考える時間がない。こうした難局を南島原市商工会に相談したところ、当拠点を紹介され来訪した。



相談者・従業員の業務効率化と 客単価向上に向けた取組みが課題

Coが確認すると、相談者は経営者としてのマネジメント業務に加え、厨房での調理全般、利用客対応など業務過多となっている。売上拡大に向けてアドバイスをして実施できる状況ではないと分析。さらに相談者の認識どおり従業員の労働生産性が低く、売上に対する人件費比率が高まっていることから、従業員の勤務状況も確認。その結果、労働生産性の低下は紙伝票での会計によって整理が煩雑化しているためと判明。また、売上動向なども確認していくと、「ちゃんぽん」などの人気メニューは安定した売上をあげているものの、単品で頼む客が多く、客単価はそれほど高くないと分析。そこでCoは売上拡大に向けた課題を、「相談者、従業員それぞれの業務の効率化」と「客単価の向上に向けた取組み」とした。



ITシステム導入での業務の効率化と 客単価向上に向けメニュー開発と販促策の提案

業務効率化のためには、注文から商品別・時間別に売上集計できる「POSレジ・オーダーシステム」と、従業員のシフトや人件費まで管理できる「IT勤怠管理システム」の導入を提案。相談者は経営マネジメントに、また従業員は調理や接客に注力できる体制の確立を支援した。客単価の向上に向けては、看板商品である「ちゃんぽん」に追加しやすいデザートメニューの充実や、地域の子供会や学生向けの打ち上げプラン等の開発を提案。それらをLINE等のSNSを活用して集客していくよう提案。特にLINEでは無料クーポンの配布や、利用客が少ない日は割引キャンペーンの告知をするなど登録会員に訴求できるコンテンツを配信するようアドバイスした。



創業38年来の人気メニュー「ちゃんぽん」



1年にわたって改革実行と見直しを続け 利益率は前年比134%アップ

ITによる業務効率化と、客単価の向上に向けての様々な施策を1年以上にわたって実行し続けた結果、年間売上実績が前年プラス460万円増。利益率も前年比で134%を達成するという大きな成果を生み出すことができた。



販促策の一つである宴会飲み放題プランや、子供会学生向け飲み放題プランを設定したことで売上向上と、子供のリクエストによる来店などにつながった



新商品の「おせち用中華オードブル」。予約注文が殺到し正月の売上高は過去最高。季節限定ではあるが、客単価と全体的な売上の上と大きな成果となった



売上拡大

太陽光発電パネルのメンテナンス事業分野へ参入 資金集め・営業・PRで売上拡大



「事業計画書策定からスタートし、今は将来が見通せる状況までになり大変感謝している。引き続き支援をお願いしたい」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 宮崎県よろず支援拠点 | 業種 | サービス業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

マイスター・パネル・メンテナンス宮崎合同会社

代表者：代表社員 坂田 優子(さかた ゆうこ)

住所：〒889-4234 宮崎県えびの市大字永山29 電話番号：0985-89-2401

事業内容：平成26年から発電所・売電事業を展開し、平成29年4月からは太陽光発電設備のメンテナンス事業を開始。太陽光アドバイザーの資格を有し、発電効率の低下を防ぎ・改善するために点検修理から敷地保全、太陽光パネルの洗浄まで総合的にサポートしている。



新たに立ち上げた事業をいかに軌道に乗せるか 具体的な今後の事業の進め方を相談したい

平成29年4月より「電気事業者による再生可能エネルギー電気の調達に関する特別措置法」(通称FIT法)が改正され、発電事業者には設備のメンテナンスが義務付けられた。もともと発電所・売電事業を行っていた相談者は、屋外に設置する太陽光発電設備専門のメンテナンス事業を新たに立ち上げた。新規事業について、どのように軌道に乗せたいか、思い悩んでいた。そこで、入居していたえびの市起業支援センターの相談員(インキュベーション・マネージャー)に相談したところ、当拠点を紹介された。今後の事業の進め方や販路開拓についての相談に至った。



販路開拓に向け問題が山積 まずは実現可能な事業計画の策定が急務

相談開始当時、相談者はメンテナンス業者としての活動を始めてまだ1年しかたっておらず、現状は既存の発電所事業の際に、施設設備に投資した減価償却費分で赤字になっていた。そのため、新規にメンテナンス事業を始めるにあたっては、「実現可能な事業計画の策定による資金集め」、「太陽光発電を所有する個人や法人の事業者への営業活動」、「自社の強みの宣伝不足」の3点がクリアすべき課題であると分析した。



事業計画書の作成による融資申請と 起業支援センターのサポート活用を助言

Colは、はじめに、**事業計画書の作成を支援**。これにより相談者は、宮崎県の経営革新支援事業の融資を得て、ホームページ作成や検査機器の整備を実施した。また、**入居していたえびの市起業支援センターが提供する営業先紹介や同行営業など、営業活動向けサポートも積極的に活用するよう助言**。これにより、地域事業者との情報交換や営業先の紹介を得るなど、活発な営業活動ができるようになっていった。また、ホームページを活用し、自社の強みをアピールしていった。



太陽光パネルを傷つけず、防錆・静電気防止効果がある環境にも優しい洗浄方法を採用



顧客のニーズにあわせ最新機器も導入 結果、メンテナンス事業の成約数アップ

こうした営業活動や宣伝活動が徐々に実を結び、**地元の発電事業所からの引き合いや、成約件数も徐々に増えている**。相談者本人も将来が見通せる状況になってきた。平成30年7月には、国のものづくり補助金事業にも認定されたことで、検査用ドローンなどの最新機器を購入。顧客のニーズにあわせて細かく対応できるようになった。



正常に発電しているか専用機器で検査をする様子



経営改善

「海鮮ブイヤベース鍋」の開発を支援 収益増で資金繰りの改善も達成



「当社のような小規模の会社は次の一手に悩むことがあります。適切なヒントやアドバイスをもらうことができ助かりました。」(相談者)

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 北海道よろず支援拠点 | 業種 | 小売業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

株式会社北のかに市

代表者：代表取締役 吉田 実千代(よしだ みちよ)

住所：〒064-0823 北海道札幌市中央区北三条西26丁目2-15 第23松井ビル3F 電話番号：011-624-0222

事業内容：平成20年創業、北海道の海産物のインターネット販売事業を手掛ける鮮魚店。札幌中央卸売センター内に店舗を構え、毎朝、市場から仕入れた活かにや鮭、うに、いくら、きんきなどの新鮮な魚介類を扱っている。



さらなる収益強化のため

極上かにギフト券に続く主力商品を開発したい

インターネットからの注文で、冷凍していないゆでたての蟹が24時間以内に届くという「極上かにギフト券」が主力商品として人気を得ている同社。売上は好調だが、この商品だけでは今後の成長に限界を感じ、売上拡大のために新たな商品開発を目指すも、どのように新商品の発売を行ったらいいかわからず当拠点に相談を求めた。



鮮度の高い海産物を短時間で提供できる強みを 生かせるターゲット設定と新商品開発が課題

Coは、「鮮度の高い海産物を短時間で提供できる」という相談者の強みを生かした新商品開発に向けたヒアリングを実施。新商品開発に苦戦している背景には、①ターゲットの設定方法がわからない、②ターゲットに向けてどのような商品を提供したらいいかわからない、という2つの課題があると分析した。



購入者自身の家庭用ニーズにあわせ

道産素材を贅沢に使った海鮮鍋の開発を提案

Coは、既存商品の「極上かにギフト券」の主な用途はギフトであり、**購入者自身が消費者となるニーズを取り込めていないことに注目**。そこで、**ターゲットを「購入者自身が家庭で楽しむために購入する層」と定めることを提案**した。また、**ターゲットに向けた商品開発の際は、「鮮度の高い海産物をタイムリーに提供できる仕入れ力」という相談者の強みに付加価値を付けることをアドバイス**。

提案を受けた相談者は、鮮度の高い海産物に鍋用のスープや鍋のシメとして、人気の北海道産小麦をブレンドした生パスタをセットすることで、新たに「手軽さ」という価値を加えた「北海道産極上海鮮ブイヤベース鍋」を開発した。



新商品の「北海道産極上海鮮ブイヤベース鍋」



海鮮鍋の知名度が会社の知名度アップに貢献 会社全体の収益増につながり、資金繰りが改善

プレス発表やアンテナショップへの出店に加え、WebやSNS等で継続的に情報発信を行った結果、新商品の売上は好調。全国紙の「お取り寄せ鍋セット特集」等にも掲載され、**約200セットが発売から1か月で完売となる人気商品となった**。その後、他の雑誌への掲載も決まり、広告費用をかけずに効率よい広報効果が得られた。「北海道産極上海鮮ブイヤベース鍋」の知名度が上がることで、**既存商品や会社全体の知名度も上がり、企業全体の収益も増加**。金融機関等からの資金調達をせず、**資金繰りの改善を達成**した。



「極上かにギフト券」イメージ



経営改善

業務分析手法の活用による効率化で
30%のコストカットを実現

人手不足対応
現場改善
ITを活用した
生産性向上



「業務フロー図の作成で業務手順や処理方法等を具体的に理解することができ、感動をおぼえた」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|-------|
| 拠点名 | 青森県よろず支援拠点 | 業種 | 小売業 | 従業員数 | ~100人 |
|-----|------------|----|-----|------|-------|

会社概要

株式会社南山デイリーサービス

代表者：代表取締役社長 南山 泰政(みなみやま やすまさ)

住所：〒031-0802 青森県八戸市小中野二丁目6-19 電話番号：0178-44-3218

事業内容：昭和35年に大手乳製品メーカーのアイスクリーム卸販売業として設立。平成6年に乳製品宅配事業参入、15年に事業承継に伴い宅配事業拡大。高齢者生活支援活動事業として「お元氣確認サービス(安否確認サービス)」、「レシピ宅配便」、「食材プラス便」などを開始。新ビジネスモデルとして「メッセージ付き宅配サービス・システム」を26年8月に特許出願中。



事務処理に時間をとられ本業の訪問活動の妨げに 営業活動の時間を拡大する方策を検討したい

相談者は、青森県八戸市にある本社を中心に、岩手県、秋田県を含む5箇所で、乳製品の宅配や会員制買物支援などの事業を展開。業務はマニュアル化されていたものの、事務処理の流れやルールは事業所ごとにバラバラ。煩雑なデスクワークが、本来最も時間をかけるべき顧客先への訪問活動の妨げになっていた。相談者は、事務作業を減らし営業活動の時間を拡大する方策がないものか、と当拠点へ相談に訪れた。



業務の効率化に向けたIT導入で 事務処理時間短縮とコスト削減が課題

Coのヒアリングの結果、優秀な人材が多く新規開拓の営業力に強みがあることを把握。しかし事業所や従業員数は増えている中、その規模に相応しいITは導入されず、全体を統括するITインフラは未整備、従業員のIT活用レベルの脆弱さが明らかとなった。相談者の要望は、ルーティンワーク標準化により事務の効率化を図ることにあったが、より根源的かつ本質的な問題を確認。Coは、IT導入による「事務処理時間短縮」と「コスト削減」を課題とした。



新たなフローに基づくITシステムを提案 費用対効果や業務効率の数値化も助言

Coがまず提案したのは、相談者をリーダーとする少人数のプロジェクトチームの発足だ。各業務部門ごとに商流、物流、金流、情報等の流れを整理しながら、汎用性の高い業務フロー図の作成に取り組んだ。Coによる添削指導の支援を繰り返し、約半年をかけ基幹となる事務の業務改革を実現した新フローを完成。それに基づく社内システムのカスタマイズと導入を、ITベンダーに依頼するよう提案した。あわせて、費用対効果や業務効率の数値化を数値で挙げてもらうよう提案した。



八戸本社外観



コスト減と営業活動の時間確保を達成 事務処理能力も強化される

ITシステムの稼働後、情報・作業・能力・時間・品質などのロスが解消。営業活動時間の増加にも成功した。また業務効率化を具体的な数値で示したことが、全事業所全社員の運用レベルや意識をボトムアップ。以前は月間約100以上あった棚卸在庫のミスが20以下に激減し、各事業所の事務処理能力もより強化された。



導入した小型の新サーバー



経営改善

売上も増加し経営が安定化
賃金制度・労働環境の見直しで新規雇用達成

人手不足対応
現場改善
雇用労務



相談者(右:金田京一専務)と、共に事業承継をすすめている代表(左)

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 岩手県よろず支援拠点 | 業種 | 運輸業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

有限会社カネタ運送

代表者:代表取締役 金田 興志雄(かねた よしお)

住所:〒024-0072 岩手県北上市北鬼柳3地割33-10 電話番号:0197-72-6033

事業内容:平成14年創業の運送会社。県内および近郊のルート配送や、精密機器類の首都圏等への長距離輸送を請け負う。現在、創業社長の息子である専務が中心となり、業務を取り仕切っている。従業員16名(うちドライバー14名)、保有トラック14台。



評価基準が不透明な賃金制度に不満が噴出 自助努力はしたが解決策を見出せず困窮

近郊へのルート配送から首都圏等への長距離輸送まで請け負っている相談者。社長から相談者(息子)への事業承継を進める中、従業員からは労働環境や賃金への不満の声も聞かれるようになっていた。相談者は、従業員のモチベーションを高める現場改善を目指すも、独自で解決することに限界を感じ、人事労務に関するアドバイスを求めて当拠点へ相談するに至った。



不透明な賃金制度の再編と 労働環境の改善が課題

Coが同社の就業規則、給与明細等を確認すると、支払基準が明確ではないことが判明。賞与に至っては、社長の意向により、従業員のトラックに架装(=装備)を施すという「現物支給」であった。労働環境においても、ドライバーごとに配送を割り振っていることから、負担格差が生じていた。これらにより、従業員は「自分の仕事に見合った給料が支払われていないのではないか」という不信感が生まれ不満につながったと分析。Coは、「賃金制度の再編」と「労働環境の改善」が課題と判断した。



基準賃金の設定とリーダー制の導入 賃金と労働環境を見える化

賃金制度の再編に向けては、「基準賃金の設定」と「各種諸手当の見直し」を提案。従業員ニーズも踏まえ、現物支給から賃金支給にするために、トラックへの装飾をやめ、原資とすることを提案。相談者は、直近1年間の賃金額と労働時間を集計し、基準の賃金を決定。また、必要のない手当はやめ、役職手当や運行距離に応じた手当等を設定するなど見直しを進めるようアドバイス。またCoは、労働環境の整備に向けて「役職手当に準じたリーダー制の導入」と「運行に応じた人員配置」を提案。チームに業務を割り振り、適切な業務分担が行われる人員配置にした。



新しい賃金制度の下、業務に励んでいる従業員



賃金制度・労働環境の見直しで新規雇用達成 売上も増加し経営が安定化

賃金制度が明確化され、賞与も賃金支給になったことで従業員の不信感は払しょくされた。さらに、リーダー制度の導入で社内での協力体制が生まれ、業務も効率化。

賃金制度の再編とあわせて現場改善を果たした同社の取組みは、業界紙にも掲載され、その結果、求人広告からもよい人材が集まるようになった。新しくドライバーを新規雇用できたことで新規受注ができる体制が整い、売上も増加。資金繰りも安定する結果となった。



制度導入の成果により、新たなトラックも納車された



経営改善

条件変更改善型借換保証が通り 店舗拡大や事業承継の活路を開く

| | | | | | |
|-----|------------|----|---------|------|------|
| 拠点名 | 宮城県よろず支援拠点 | 業種 | 宿泊業・飲食業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|---------|------|------|

会社概要

株式会社ストロベリーフィールズ

代表者：田中 國幸(たなかくにゆき)

住所：〒989-3123 宮城県仙台市青葉区錦ヶ丘6丁目9-5 電話番号：022-392-5040

事業内容：仙台市(宮城県)にフランチャイズ加盟のピザチェーン店2店舗を経営。平成29年2月より親族である後継者候補が事業参画して以降、宮城県内の加盟店のなかで売上高の増加率が前年比でトップをキープするなど、業績は回復傾向にある。今後は後継者への事業承継を見据え、事業の磨き上げを考えている。



事業承継も見据え、事業内容の正常化を図るも借換の目途が立たずどうにかしたい

仙台市内に2店舗のピザチェーン店(フランチャイズ加盟)を経営する相談者。一時期は山形県にも店舗を拡大していたが、売上不振のため数年前に店舗を閉鎖。閉鎖にあたって、黒字店舗で赤字補てんする形が続いたことで、業績は悪化。既往借入の返済条件も変更(リスク)し、以降同条件で6回のリスク延長を行うなど厳しい状態が続いたが、平成29年2月から後継者候補が事業に参画したことで経営は上向きに。相談者は今後の事業承継も見据え、借換によって事業内容の正常化を図ろうとしたが、取引金融機関に打診したものの謝絶。途方にくれた相談者は、信用保証協会に相談したところ当拠点を紹介され、相談に訪れた。



条件に合う制度の申請が受理されるためにタイミングの見極めとプラン整理が必要

Coは施策情報を収集した結果、平成29年4月より制度化された「条件変更改善型借換保証(リスク改善借換)」に着目。信用保証協会による新制度で、認定支援機関の支援を受け策定した事業計画に基づいて、返済条件の緩和を行っているもので保証付融資を最長15年で借り換えることができる。そこで、Coは本制度の活用に向け、「タイミングの見極め」と「プラン整理」を課題とした。



決算までは売上拡大とコスト削減を徹底 説得力ある経営改善計画の策定を目指す

Coは、今はとにかく**売上拡大に努め、借換申請は好ましい数値を出した決算後すぐ申し込むよう提案**。加えて、**経営改善計画書にコスト削減と売上拡大の方策を落とし込むようアドバイス**をした。その意図を理解した相談者は、今すぐにも申請したいというそれまでの考えを改め、売上拡大とコスト削減に努めた。そしてCoの助言に従い、決算書の内容をできるだけ今後の売上拡大が見込める状況とし、メイン銀行のサービス部門へ足しげく通い、よりよい関係性を構築した。例年行っていた条件変更の更新手続きも、リスク改善借換の計画書提出まで延期してもらったなど、根回しを行った。



相談者とCoとの面談風景。密に連絡を取り合い、約1年間の支援となった

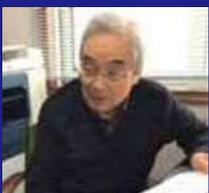


債務が正常化し信用保証枠が拡大 新たな事業展開の資金調達の道が拓く

認定経営革新等支援機関による支援内容は、当拠点が紹介したミラサゴ専門家が策定して経営改善書に盛り込んだ。相談者は、状況説明書等の必要書類を整え、決算後ただちに提出。**無事にメイン銀行が条件変更改善型借換保証に応じ、引き続いての信用保証協会への正式な申請も受理された。これにより条件変更債務が正常債務になり、新たな信用保証枠が拡大。新店舗展開など事業拡大に向けた資金調達が可能となった。**後継者への事業承継も順調に進むものと考えられる。



店舗外観



「知らなかった新しい制度を教えていただき、非常にありがたく思いました」と語る相談者



経営改善

個人事業主2名が共同で法人成り 4店の多角経営で年商7,000万円を達成



「作業的な支援ではなく、税務上の有利不利の判断ポイントや法務に関する注意点など、経営に関するアドバイスを数多くいただいた」と語る相談者(写真は押切氏)

| | | | | | |
|-----|------------|----|---------|------|------|
| 拠点名 | 山形県よろず支援拠点 | 業種 | 宿泊業・飲食業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|---------|------|------|

会社概要

株式会社JIKK(ジック)

代表者：代表取締役 押切 淳樹(おしきり じゅんき) / 鈴木 竜幸(すずき りゅうこう)

住所：〒990-0042 山形県山形市七日町1-4-31 ワシントンホテル1F 電話番号：023-633-7515

事業内容：2人の異業種経営者が共同で「焼き肉店」を経営する法人を設立。押切氏は、山形市(山形県)にワインバー店を2店、鈴木氏は同市に焼き鳥居酒屋を、互いに個人事業主として経営していたが、法人設立にあわせ既存店舗の経営権を法人に移行した。現在、4店舗の飲食店を展開している。



個人事業主2名が共同での法人経営を画策も 法人成りの具体的な方法がわからない

相談者の1人である押切氏は山形市内にワインバー2店舗を、もう1人の鈴木氏は同市内に焼き鳥居酒屋1店舗を、いずれも個人事業主として経営。大学時代の同級生でもある両者は、長年にわたり交流を続け信頼関係を築いており、両者とも事業の拡大を望んでいた。そうした中、好立地にある空き店舗を焼き肉店として共同経営しようという話が浮上。既存3店を一本化し、個人事業から法人へと移行を図る絶好のタイミングであると判断した。ただし、法人成りへの具体的なプロセスがわからず、相談したメインバンクからの紹介を受け、当拠点へ訪れた。



各店異なる借入残高や利益、労働条件を 公正に整理し公平に対処することが課題

相談を重ねる中、Coが最も強く感じたのは、両者が経営者として同じ立ち位置で、永続的に協力してやっていくための仕組みづくりを欲していることであった。そこで、「法人化に伴い現在の事業性借入はすべて一本化されるが、借入残高および稼得利益は各店により異なることから、両者の間で不公平感が生じないように策を講じること」が最大の課題であった。また「既存3店における社員の労働条件の差異をなくすこと」や、「新店舗開業にあたり設備資金や運転資金の確保」も課題であった。



経営者・従業員ともに納得のいく 公平な組織と永続可能な経営を目指す

Coは、両者に法的な上下関係が生じないように、**2名の代表取締役就任、50%ずつの株式所有**を提案。その上で不公平感の解消の具体策として、各店舗の経営成績(貢献利益)による役員報酬の決定を提案した。また全店舗の従業員も不公平感なく納得して働けるよう、就業規則や賃金規定を整理、特に**給与報酬など重要な労働条件について、一本化するよう提案**した。借入については、**新規創業者への支援という観点からも融資を受けやすく、かつ新規設立法人にとって民間より低利率である日本政策金融公庫を検討**。融資がより通りやすくなるように、相談者には店舗コンセプトや顧客ターゲットなどの検討と、安定的に借入金を返済していくための課題整理と創業計画の策定を促した。



日高見牛の様々な部位が楽しめるメニューが並び



2者合計4,000万円の年商が7,000万円へ激増 店舗間人材移動により労働分配率が低下

相談者は、各店舗で5か年計画を立て、新店舗が軌道に乗るまで既存店舗の利益で返済金の不足を補うという、効力のある返済方法を織り込んだ創業計画書を策定。説得力ある書類提出で**希望した満額の融資が下り、順調に新店舗を始動**できた。効率の良い食材の管理や処理方法など、個人事業主時代に明かさなかった互いのノウハウ共有という共同経営メリットも、好調な事業展開の後押しとなった。繁忙期における4店舗間の人的パワーのシェア等、**人材移動が流動的に行えることで労働分配率がダウン**。税務、労務すべてに合理的な法人経営の結果、4店舗を多角経営する年商7,000万円の企業が誕生した。



幅広いシチュエーションに活躍する広々とした店内



経営改善

就業意識改善による生産性向上で
前年度比の売上高110%

人手不足対応
現場改善



「企業を継続していくためには、私自身の強い思いや企業理念などを、伝え続けることが大切であることを学びました」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 福島県よろず支援拠点 | 業種 | 医療・福祉 | 従業員数 | ~50人 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

有限会社介護サービスゆかり

代表者：代表取締役社長 三瓶 ミツエ(さんぺい みつえ)

住所：〒979-0142 福島県いわき市勿来町酒井関根57-5 電話番号：0246-65-1212

事業内容：誰もがいつまでも住み慣れた自宅、地域で生活できるように、平成16年、いわき市(福島県)に訪問介護事業所を設立。現在は、居宅介護支援事業所、通所介護事業所、障害福祉サービス、介護タクシー、介護支援者育成機関(介護初任者研修などの実施機関)、サービス付き高齢者向け住宅を運営している。



競合他社の増加で稼働率が低下し売上も減少 厳しい資金繰りを何とかしたい

相談者は創業以降、地域の介護ニーズに応える事業を続々と拡大してきた。しかし平成27年の介護報酬改定により、介護サービスの基本単価が減少。さらに相談者が事業を展開する地域には、競合他社が増加し稼働率が低下し、売上が減少傾向にあった。特に訪問介護サービス事業は、慢性的な従業員不足の影響から売上が減少。厳しい資金繰りを何とかしたい、といわき信用組合に相談したところ、当拠点を紹介され相談に訪れた。



従業員の帰属意識の向上施策と 売上拡大施策への取組みが課題

Coは、相談者と地元金融機関との三者懇談を毎月実施。すると、介護業界の労働市場は売手市場にあり、より労働条件の良い事業所を求めて人材が流動的に動いていることがわかった。相談者もコストをかけて採用しても従業員が定着せず苦勞している現状。事業立て直しのために従業員の適正配置を検討するも、それがきっかけで退職されるかもしれないという不安から実行できずにいた。Coは、外部環境が影響を与えているとはいえ、従業員が定着しない状況ではその後の支援策も検討できないと判断。経営改善に向け、従業員への定着のためにも「帰属意識の向上施策への取組み」とその後の「売上拡大施策への取組み」が課題とした。



強みの発信と理念の浸透で就業意識を向上 売上拡大策や離職防止策の実行を支援

Coは、企業理念を再度明確にし、従業員にどのように働いてもらいたい、さらに会社から従業員に対して提供できるメリット(強み)もきちんと発信することを提案。Coはファシリテーターとなり、企業理念の策定やSWOT分析の進行を支援した。相談者は社内でも月例ミーティングを開き、相談者自ら従業員に想いを伝えることで就業意識を高めることに尽力。従業員による社内勉強会の実施、人材育成担当の介護福祉士の正社員雇用などの提案を一つずつ実行した。また売上拡大に向けては、日曜日も営業し稼働日を増加させるとともに、デイサービスの利用者がそのまま宿泊できるお泊りデイを開始するなど、売上拡大に向けたプランへの積極的な取組みを提案した。



利用者も和気あいあいと和やかに過ごせるデイサービスの様子



組織力の向上や新サービスの導入により 前年度比で経常利益310%を達成

業績不振だった訪問介護は、利用者宅を効率よく回れるよう調整を図り、1人あたりの月次売上高が170%アップ。営業日と営業時間帯の拡大という稼働率を上げる形での新サービス、日曜営業とお泊りデイは思惑通り新たな利益を生んだ。その新サービス導入を「従業員の新たな離職につながるかもしれない」と社長はリスクを案じたが、理念の浸透等により従業員の就業意識が向上したためか、退職者がでることなく稼働している。前年度比で、売上高110%、経常利益310%を達成。資金繰りも改善した。



利用者の少ない日曜日などを研修時間にあて、技術の向上を目指している



経営改善

経営改善計画により業績を回復し
2年連続で新卒採用を実現



「経営改善計画策定にとどまらず、その後の経営のフォローアップとして継続的な支援を受けられています」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 栃木県よろず支援拠点 | 業種 | 建設業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

株式会社栃建

代表者：代表取締役 丸山 一夫(まるやま かずお)

住所：〒320-0851 栃木県宇都宮市鶴田町167 電話番号：028-648-8550

事業内容：大手電力会社を主要顧客に、送電線埋設や土木工事などを行う建設業会社として平成3年創業。平成21年、現在の丸山社長が事業承継し、業務を展開している。



東日本大震災後の業績悪化で大幅赤字となり 負債返済に窮し経営改善計画書策定に着手

同社は受注型、労働集約型の建設会社であり、総売上の約80%を大手電力会社の下請け業務で占めていた。相談者が会社を継いだのが平成21年。その時点で借入金や繰越損失があり、原価や資金繰りなどの管理が不十分であった。その後起きた平成23年の東日本大震災による福島第一原子力発電所事故で、受注が大幅に減少。有利子負債の返済に窮する事態にまで陥った。そこで、自己の経営を見直す経営改善計画書策定に着手するため、当拠点への相談に至った。



経営改善計画の柱は人件費削減と 返済猶予を含めた返済計画の策定

Coがヒアリングにより洗い出した課題は、「受注時の原価計算や利益管理ができていないこと」、「資金繰り表を作成しておらず、入金額の確定が不正確であること」、「社員人件費過多と人時生産性の低下」であった。売上の大幅な減少という現状を打破するために、まず経費の見直し、返済猶予を含めた返済計画策定が必要であり、最も重要である経費見直しのポイントとなるのは、社員のリストラを含めた人件費削減であると判断した。



有利子負債の金利削減を図る一方で 社員と危機感を共有し営業拡大強化を提言

赤字体質からの脱却を図るため、役員報酬の大幅削減、幹部社員のリストラ、社員の給与削減を提案。提案事項の実行にあたっては、**全社員の理解と協力が必要不可欠であることから、定例会議を開き、会社の危機的状況を全社員で共有するよう提案した。**さらに経営改善計画書の策定においては、**有利子負債の1年間返済猶予と10年間の返済計画、有利子負債の金利削減等の金融調整案を提示。**さらに今後は安定した売上を見込めるよう、これまでの大手電力会社1社偏重というリスクの大きな業務受注構造の改変に向けて、**新規に官民受注獲得への営業活動を行うよう提案した。**



新卒社員の根本紘希さん(左)と相談者



受注回復と原価管理の強化で利益が安定 前年比売上高が10.3%上昇し赤字体質を脱却

宇都宮市の土木事業の入札への参加や、個人住宅の外構工事や土木事業への新規参入など、**積極的な営業活動により受注が回復。**さらに社内で受注工程進捗会議も実施するようになると、以前に増して社員の経営参加意識が高まった。**利益の確保を重視するという原価管理体制も強化されて、営業利益が安定化し業績が回復。**Coの助言に従い求人票に職能評価制度による賃金票を添付したところ、**2年連続で新規社員の獲得に成功。**リストラ実施後の業績回復に伴う人材確保の課題も、スムーズにクリアできた。



店舗外観



経営改善

創業後の資金繰り難を 連携支援機関のサポートで解消

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 山梨県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

j's 株式会社

代表者：代表取締役 中山 哲哉(なかやま てつや)

住所：〒108-0014 東京都港区芝5-27-3 MBC-B20号 電話番号：03-6431-9242

事業内容：以前勤めていた会社で現在の商品の材料の元になるバイオマス100%の新造材「サスティーモ®」(森から採取し森に帰せるサスティナブルがコンセプト)の開発をスタート。平成27年に独立して現在の会社を立ち上げ、熱による変色やキズを気にせず気軽に普段使いができる漆製品の製造・企画・販売を開始。



創業直後で資金繰りも厳しく事業継続に不安 経営改善に取り組みたい

漆工芸の新技术「サスティーモ®」を用いた漆製品の製造・企画・販売会社を立ち上げた相談者。社名ロゴの商標登録に向けて、山梨県知財総合支援窓口を訪れた。その際、資金繰りも厳しい状況で事業継続にも不安を抱えている状況だったため、知財窓口からの紹介を受け、当拠点へ経営改善に向けた相談のため来訪。



資金繰りの改善に向けた諸施策と 「サスティーモ®」の認知と海外販路展開が課題

Coが状況を確認すると、創業時に補助金で調達した設備の生産転用許可が下りず、商談があっても製品が作れない状態が続いていることが判明。売上がたたないことから、手元資金がショートしており、転用許可が下りるまでの繋ぎ資金、製品生産や事業拡大のための資金調達も厳しい状況で、「早急な資金繰りの改善」が課題であった。

また改善後も経営を軌道にのせるため、「サスティーモ®」の認知拡大や、日本の漆器を海外に訴求するための海外販路展開も並行して実施していくことも課題とした。



当面の運転資金の調達を提案 連携支援機関によるサポートを実施

Coは相談者と融資元、双方のギャップ解消に向けた活動を開始。その間、連携支援機関の山梨県信用保証協会や山梨県北杜市商工会へ、融資や補助金といった資金繰り面での協力を要請。販売面では、大手TV通販番組での販売を提案したほか、海外の販路拡大策として、他のCoとの連携をとったビジネスマッチングや、横浜テクニカルショーへの出展、日本貿易振興機構(JETRO)の市場調査支援制度の活用を提案した。



展示会の様子



直面していた生産立ち上げのための資金繰り問題は 解消し商品の生産を開始、さらなる売上拡大へ

当初の根本課題であった設備の生産転用も可能になり、「サスティーモ®」を使った加熱プレスによる商品の生産が可能になったためようやく事業が動き始めた。さらに販路拡大に向け、他のCoの支援先とのマッチングが成功し、インバウンド顧客向けの製品販売も開始した。



漆工芸の新技术「サスティーモ®」を使った「ぐい飲み」



「弊社の事業推進に伴走し、時には先回りして公的支援の紹介や地ならしをしてもらった」と語る、相談者



経営改善

キノコ廃培地の再利用技術開発と 事業化に向けた産学官の連携支援

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 長野県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | ~50人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

農事組合法人ひらの培養センター

代表者：代表理事 長島 政弘(ながしま まさひろ)

住所：〒383-0015 長野県中野市大字吉田七瀬境166-2 電話番号：0269-23-0270

事業内容：市内のキノコ生産者に対し、生産の起点である培地への種菌接種と培養を行う共同施設として年間3,157万本の培養基(生育用ビン)を供給。同時に、収穫後の容器回収による廃培地のキノコ菌糸の掻き出しと、廃培地の再利用化商品の生産を行う資材回収センターを運営している。廃培地の再利用化を進める先進的モデルとして注目されている。



廃培地の再利用化事業の拡充に着手 建設認可に向けてアドバイスがほしい

キノコ収穫後の廃培地を一括回収再利用する事業を行っている相談者。ニーズの高まりもあり事業拡充に向け、施設の増設を考えていた。増設にあたっては、再生キノコ培地と特殊肥料の原料となる再利用品の製造期間短縮、さらに作業過程で生じる発酵臭を低減して一般廃棄物処理施設基準をクリアしなければならなかった。そこで、建設認可に向けてアドバイスがほしいと当拠点へ相談に訪れた。



製造期間の短縮と発酵臭の低減 商品の品質検証が必須と判断

Coによる現状整理の結果、廃培地の再利用化事業を軌道に乗せるための課題は、次の3点に集約された。①現行65日ほどかかっている再利用品の製造期間短縮。②微生物による分解・発酵過程で生じる発酵臭の低減。定常の環境測定をクリアできること。③再生事業で商品化するキノコの再生培地と特殊肥料(エコマッシュ)の品質の保証。中でもキノコの再生培地は、それを用いたキノコの栽培試験によって検証し、確かな結果を示すことで需要が高まると分析した。



特殊肥料「エコマッシュ」



産学官によるプロジェクト設立を提案 Coは運営の総合調整を実施

Coは、廃培地の再利用化に関する研究・開発に取り組んできた複数の企業や信州大学に協力を要請して「キノコ廃培地の再利用化技術開発と事業化プロジェクト」を立ち上げて、事業化を目指すことを提案。信州大学の指導を得ながら、当拠点の連携企業と短期発酵装置の製造準備や商品の品質検定を行い、相談者は廃培地の「再利用化技術」による製造工程に沿って、製造時間と臭気の記録・検証を実施した。Coはプロジェクトの総合調整や運営、開発支援を行った。



製造期間の短縮で年間製造量1.6倍 資材回収センターの新築認可がおりた

製造時間の30%短縮が実現したことで、ピーク時の再利用化が高まり、再利用商品(再生キノコ培地、特殊肥料)の年間製造量は1.6倍の4,000トンが可能になった。また、専門業者による生活環境調査においても、環境基準を下回る着実な発酵臭の低減を実現。これにより資材回収センターの新築認可を得ることができた。再生培地を用いたキノコの品質検査も良好で有用性も確認できた。また価格的にも2割程度のコストダウンが見込まれている。



竣工予定の資材回収センター内観



「的確なご支援で念願の資材回収センターの建築が可能になった」と喜びの声を上げる相談者



経営改善

工場の整理整頓と意識改革で 作業効率化と生産性向上を実現

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|-------|
| 拠点名 | 静岡県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | ~100人 |
|-----|------------|----|-----|------|-------|

会社概要

株式会社バルバー二

代表者：代表取締役 秋山 浩二(あきやま こうじ)

住所：〒437-1111 静岡県袋井市中新田字浜野1800-1 電話番号：0538-23-6651

事業内容：平成29年、家庭用家具やシステム家具などを手がける会社から資産および営業権の譲受を実施して事業を開始。「人にやさしい」「環境にやさしい」をキーワードに木工品および家庭用家具や公共用家具の資材加工から塗装、梱包出荷まで一貫生産・販売を行う。



営業権譲受により事業開始したものの 旧体質から脱却しきれない職場に危機感

家具製造・販売会社から営業権譲受を経てスタートした同社。相談者は、営業権譲受後も工場が旧体質から抜けきっておらず、現場の整理・整頓・清掃ができていないとの問題意識を持っており、袋井市役所産業振興課に相談。同市役所は以前より当拠点と連携していたことから、この案件について共同で支援していくこととなった。



「5S」の基本ができておらず 5Sの徹底と社員全体の意識向上が課題

Coは実態把握のため、同市役所の担当者とともに工場を巡察。その結果、工場内に長年使用していない設備や装置、棚、工具等がたくさんあり、部品棚には表示もない。また、作業機械周りにはおが屑が積もっているなど、職場環境改善活動の第1ステップとして考える「5S(整理・整頓・清掃・清潔・躰)」の中でも、基本となる「3S(整理・整頓・清掃)」ができていない状態であることがわかった。また、管理者を対象に行った「5S」の基礎診断(5Sチェックシート)も非常に低い点数であったことから、「工場内の5S徹底」と「社員全体の意識向上」が課題と判断した。



全社員対象セミナーを実施して意識を高め 定期パトロールで問題点を可視化

Coは、まず管理職やリーダーの「気付き」を促すために、どのような課題があるか検討してもらった。また、全社員を対象に、「5S」の必要性についての講演「5Sセミナー」を実施。現場では、「3S」から始めて、社員による不要物の徹底処分と清掃を行った。さらにCoが毎月1回以上、「5S」パトロールを行い、問題箇所にその場で赤タグを貼って指摘し、改善できたら赤タグを外して可視化した。加えて、「3定(定位、定品、定量)」を徹底するため、棚の番号化、製品名や数量の表示などを実施した。



「3定」を実行した例



作業スペースが拡大し ムダな動きも改善され生産性が3%向上

「5S」の重要性を全社員が認識し、「3定」の徹底によって作業スペースが拡大。さらに、棚や製品を整理することによってムダな動きが改善され、生産性が3%も向上した。現在は週に1回、部署ごとに「5S」の時間を設けて、それぞれの目標に応じて活動中。さらなる生産性や付加価値向上に繋げるべく、工場の「IoT(Internet of Things:物がインターネットのようにつながる仕組み)化」など、次なるステップへ向けて邁進している。



「5S掲示板」を設置することで社員の意識が向上



「5S活動を継続し、その先の生産性や付加価値向上に繋げていきたい」と語る5S活動の中心メンバーと相談者(前列中央:青島良晃取締役)



経営改善

設備投資に頼らず売上総利益率、労働生産性アップ
収益のV字回復を達成

人手不足対応

現場改善



「根気強く丁寧に話を聞いてくださり、販路開拓、新商品開発、生産性の向上と経営改善の道筋を見いだすことができました」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|----------|------|------|
| 拠点名 | 岐阜県よろず支援拠点 | 業種 | 農業・漁業・林業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|----------|------|------|

会社概要

株式会社エスウッド

代表者：代表取締役 長田 剛和(おさだ つねかず)

住所：〒509-0108 岐阜県各務原市須衛町7-74-5 電話番号：058-379-3023

事業内容：平成11年12月、4社の協同組合として事業を開始。林業の再興、荒廃する森林の再整備に貢献したいとの想いから岐阜県産の間伐材を活用し、優れた新しい機能を持つ合板材「ストランドボード」を開発、その製造・販売事業を展開する。

価格競争による売上減少で収益低下 何とかしたいが経営改善のノウハウがない

相談者は「ストランドボード」という新分野の合板材を開発し事業展開していたが、輸入合板材との価格競争に巻き込まれていた。販売単価は下落傾向が続き、受注量が増加するも売上高が減少。経常収益も低下し、早急な経営改善が必要だった。しかし経営改善のノウハウがなく、今後の進め方について各務原市(産業政策室)に相談したところ、当拠点を紹介され相談に至った。

強みを生かした直接販売ルートの拡大と 生産性向上、在庫削減でキャッシュフロー改善が課題

Coが確認すると、損益分岐から考えて売上総利益率が低い。また、在庫回転期間が長く在庫高が売上高の30%を占め、キャッシュフローも悪化。売上総利益率の低さは、「代理店に依存した商流により、製品価値が浸透せず価格競争に巻き込まれていること」が要因と分析。また在庫問題は、社内の営業と生産部署の連携不足から「直前キャンセルによる在庫増加」と「余剰在庫の保有と緊急生産対応による残業増加」が要因と分析。以上から、キャッシュフロー改善に向け「強みを生かした直接販売ルートの拡大」と「社内での情報共有体制と生産管理体制の確立による生産性向上、在庫削減」を課題にあげた。

直接販売ルートを絞り込み積極的に販促 情報管理の徹底と定期的な会議運営を提案

Coは直接販売ルート拡大に向けて、耐火性など高機能を強みに官公庁との取引実績が多い建築事業者や設計事務所をターゲットに直接販売するよう提案。

相談者もCoのアドバイスを受け、各務原市(産業政策室)とも連携しながらサンプルやパンフレットの送付や、ホームページで代表者メッセージや施行事例集を掲載するなど広報活動を行った。生産性の向上や在庫削減への対応は、営業プロセスと受注確度・出荷時期を共有できるエクセル上のデータベースツールを活用することを提案。また、定期的に部署をまたいだ会議を行い、営業情報・生産計画情報の共有密度を上げるよう提案した。



岐阜市立図書館では岐阜県産ひのきの準不燃ストランドボードが採用され、居心地の良い空間を生み出した

売上総利益率は前年比10.2%アップ 労働生産性も156%アップし収益も大きく伸長

ターゲットを絞ったPRの結果、直接販売できる客先数は増加。直接販売の売上高比率は、当初の約20%から50%に向上、売上総利益率は前年比10.2%アップ。また、情報管理の徹底と定期的な会議開催で労働生産性は前年比156%にアップ。生産数量も前年度比1.5倍に増加したが、従業員の残業時間は月平均、一人当たり5時間程度の削減。在庫回転期間も149日から70日になった。売上高は前年比159.8%アップし経常利益も大きく伸長。さらに平成30年度間伐・間伐材利用コンクールにおいて、最高賞である「林野庁長官賞」を受賞した。



東京大学弥生講堂アネックスでは、ストランドボードが演習室やギャラリー、トイレ通路の壁面に使われている



経営改善

大型鋼板の所在管理システム構築で10%超の生産性向上を実現

人手不足対応
現場改善
ITを活用した
生産性向上



「ICタグを使いたいという手段にばかり意識が向いていたが、本来実現すべきことは何かということをもんつーまん（マンツーマン）で指導してもらえた」と語る代表

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 福井県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | ~50人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

北鋼シャーリング株式会社

代表者：代表取締役 増田 敏二(ますだ としじ)

住所：〒910-0831 福井県福井市若米町308 電話番号：0776-54-3321

事業内容：大型の鋼板にシャーリング(剪断)をはじめレーザー切断やガス溶断など、様々な加工を施して納入している。厚さ1.6mmから100mmまでの幅広い鋼板を常時在庫していることが強み。



目的の鋼板を探すのに2日もかかる 煩雑を極める在庫管理を効率化したい

鋼板に様々な加工を行っている同社。倉庫内を占める大量の鋼板の在庫は、大型で重量もあるため棚卸は容易ではなく、その在庫管理は煩雑を極めていた。入荷記録がある鋼板を探すにも担当者の記憶をたどり、目当ての鋼板を探し出すのに2日以上かかることもあった。業務効率を向上するため、ICタグを利用したいと当拠点へ相談に訪れた。



当初目論んでいたICタグ使用はNG プランの練り直しを迫られる

相談者の希望を叶えるためには、現物在庫と商品情報がシステム上で紐付けられていること、在庫位置をデータ化することで探索する工数を削減することが要件であり、これをICタグで実現できれば在庫管理自体は既成のシステムを活用できるはずだった。しかし、通常のICタグでは性能面で鉄との相性が良くないことが判明。鋼板にも使える他のICツールを探す必要性が出てきた。



新たなツールを模索した結果 バーコード方式による在庫管理システムを提案

担当Coの他、技術面に明るい他のCoも動員して鋼板に使えるICタグの有無を調査したが、代替となるICタグは見つけれず、バーコード方式なら利用可能であることから、それを活用した在庫管理システムの構築を提案。同時に貼り付けたバーコードと、それを検索して画面に表示させるシステムの構築に取り掛かった。基本的には自動倉庫のシステムと同じなので、経験のあるシステム業者を探し、無事システム構築を依頼することができた。Coは予算面も含めた導入計画の立案もサポートした。



鋼板の入庫時にバーコードを貼り付け、サイズや在庫場所を登録



いつでも、誰でも在庫検索が可能に 新システムの稼働で生産性は10%以上向上

バーコードを貼付して、在庫しているすべての鋼板がシステム上で管理できるようになり、必要な情報を入力すれば、画面上で所在している場所が点滅し、どの山の上から何番目にあるかが分かるようになった。何より重要なことは、誰でも在庫を確認して作業を進められるようになったことである。これにより在庫から取り出すための専任の社員が不要となり、人手不足の改善につながった。相談開始からここまで約2年。Coのアドバイスによって「本来実現すべきことは何か」からプレずに真の目的を達成することができた。現在、**新システムの稼働により生産性も10%以上向上している。**



どの山の何枚目にあるのか、サイズ、メーカー名などから簡単に検索できるようになった



経営改善

モバイルPOSレジスター導入で 販売分析と業務効率化を実現

人手不足対応
現場改善
ITを活用した
生産性向上



「専門知識を持つCoのおかげで、最も二の足を踏んでいたIT分野の経営改善に踏み切ることができました」と語る相談者（左:代表、右:沖田和城専務）

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|-----|
| 拠点名 | 兵庫県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | 20人 |
|-----|------------|----|-----|------|-----|

会社概要

隆盛堂製菓株式会社

代表者：代表取締役 沖田 佳子(おきた よしこ)

住所：〒669-5245 兵庫県朝来市和田山町法道寺61-5 電話番号：079-673-2360

事業内容：昭和2年創業。和菓子の製造販売からはじまり、現在は和洋菓子・パン製造卸、小売、レストラン事業を営んでいる。



業績が振るわず経営状況が悪化 抜本的な経営立て直しに取り組みたい

和洋菓子・パン製造卸から、小売、レストラン事業を営む同社は、創業当時から高度成長期の波にも乗り事業拡大路線を続けてきた。しかし、その後のバブル崩壊や経済停滞を経て、3代目である相談者が代表取締役に就任した頃は業績が振るわず、経営状況が悪化。抜本的な経営立て直しに取り組みたいと考えていた。そのような中、取引先金融機関から当拠点を紹介され、息子である専務取締役とともに来訪、相談に至った。



商品別の売上の管理・分析ができるシステム導入で 業務の効率化を図ることが課題

Coは、製造部門・販売部門・マーケティングの3つの視点から広く問題点を洗い出し、特に改善が必要なのは販売部門であると分析した。レストランと物販では、旧式のレジスターを使用しており、商品分類別・商品別の売上高や日計を把握していない状況。そこでCoは、経営改善に向けて、「商品別の売上高を把握でき、会計業務の効率化も図れるシステムの導入」を課題とした。



コストを抑えて導入できる モバイルPOSレジスター活用を提案

この問題を改善するため、Coは売上高を月次で把握することを最優先の課題に設定。具体的な方策として、クラウドコンピューティング型のモバイルPOSレジスターの導入を提案。一般的なPOSレジスターよりも導入コストがはるかに安く、前日の売上高や当日の商品別・時間帯別売上高がリアルタイムで把握できるようになることや、現場の売上データをノートで管理していた今までと比べ、飛躍的に業務効率の向上が図れると説明した。



導入されたモバイルPOSレジスター



売上管理だけではないメリットがあり 顧客開拓ツールとしても積極的に活用

レジ会計を担当するスタッフには高齢者も多く、タッチ操作に馴染めないことも予想されたが、習熟期間を十分取れば問題ないと相談者も納得。取締役会でも丁寧に説明した上でモバイルPOSレジスター導入に踏み切った。導入後は、売上のリアルタイム確認はもちろん、以前から続けているスタンプカードにQRコード*の会員番号を付番し、会計時に読み取ることで顧客ごとの来店頻度や注文商品の管理が実現。今後さらに、休眠顧客の掘り起こしや顧客ごとの嗜好に応じたプロモーション戦略に役立てたいと期待を寄せている。

*QRコードは(株)デンソーウェブの登録商標です。



外観



経営改善

ローコストオペレーションの実現で収益性改善
設備稼働率向上で生産量前年比120%アップ

人手不足対応
現場改善



「工程改善による生産性向上とコスト削減で改善活動をスムーズに進められた」と語る岡橋社長

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 奈良県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | 300人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

オカハシ株式会社

代表者：代表取締役社長 岡橋 勢美男(おかはし せみお)

住所：〒634-8510 奈良県橿原市中曾司町555-1 電話番号：0744-24-0001

事業内容：昭和28年に岡橋紙器工業所として創業。以来約60年にわたり紙パッケージ製品の提供を続けており、現在は、美術印刷紙器・クリアケース・パッケージ・美粧ケース・パンフレット・ポスター・POPを手がけている。

工場の生産能力不足で経営資源のロスが増加 収益を圧迫しており、何とかしたい

創業以来、高品質な紙パッケージ製品を提供してきた同社。受注は堅調で生産計画はほぼ達成できているが、工場全体の生産能力が不足しており、これ以上の増産は見込めない。また、印刷工程では生産効率の低さから、納期遵守のための残業も増加していた。経営資源である「ヒト・モノ・カネ」のロスが多く、収益を圧迫していることは認識していたが、具体的な改善策が検討できていなかった。そうした窮状の中、取引先金融機関に当拠点を紹介され相談に訪れた。

多品種化によって生産効率が低下 ローコストオペレーションの実現も課題

まずCoは、全工程の装置別稼働状況のデータから、生産量の変動がおよぼす設備稼働率への影響などを検証した。収益低下の原因は、生産量の変動が多い中、生産・販売・在庫を一元管理できていない状況、多品種化による生産効率の悪さ、さらに、外注加工費の上昇であると分析。そこでCoは、「人員配置の最適化を中心としたローコストオペレーションの実現」と、「設備稼働率の向上」により、競争力の強化を図り高収益体質へと改善していくことを課題とした。

固定シフト体制の導入や全社的な5S活動推進 設備に応じた標準出来高の設定を提案

設備稼働率は日々のバラつきがあることから、Coは品種ごとのロットサイズおよび生産順序の標準化と、運転時間および準備時間の標準化に基づいた標準出来高を設定し、生産計画の策定に活用することを提案。人員配置は、変則的なシフト体制から、固定的な2シフト体制への変更を提案。確認もしながら進めるよう助言した。さらに全社員レベルで5S活動を推進することで、作業の効率化に取り組むことも提案。相談者はこれを受け、工程グループごとに責任者を選任し、全社的なプロジェクト活動として諸施策を推進。5S活動では、付加価値を生まない作業のリストアップと削減に取り組んだ。



工場内に掲示されている5S活動を啓発するパネル

内製化などでローコストオペレーションが実現 稼働率の向上で生産量は120%を達成

取組みの結果、シフトの見直しによりシフト間の重複時間は6.5時間から2時間までに削減。外注加工費も内製化を進めたことで前年から40%削減され、ローコストオペレーションが実現。収益性が改善された。ロットサイズと仕様の組み合わせを意識した生産計画により、前年度より取扱品種が増えたにもかかわらず、全設備において生産量・稼働率が向上。特に印刷工程の改善が進み、生産量は前年比120%を達成した。



5S活動の効果が表れている整然とした工場内



経営改善

豪雨被災で新店舗での事業再開を支援 早期に売上7割まで回復



「様々な分野の専門家がいるので、レベルの高い支援を期待できるうえ、ワンストップで解決できるのが魅力」(相談者)

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 岡山県よろず支援拠点 | 業種 | サービス業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

有限会社エムツー

代表者：代表取締役 岡野 嘉美(おかの よしみ)

住所：〒710-0251 岡山県倉敷市玉島長尾2681 ハッピービル2階 電話番号：086-697-6140

事業内容：平成5年創業。美容業全般・着付け・貸衣装等を営む。プライダルの衣装やエステティック、訪問美容などサービスは多岐にわたり、特に定期的なカラーリング(毛染め)を促す「カラー会員」が好評。「平成30年7月豪雨(西日本豪雨)」により倉敷市真備町にあった店舗が被災したが隣町で新店舗をオープン。前向きに活動中。



被災後、隣町へ移転し事業を再開

被災した旧店舗と隣町の新店舗、2店体制で営業したい

着付けや貸衣装を始め美容全般の様々なサービスを行う店を営む相談者は、平成30年7月豪雨で真備町の店が全壊、機材や商品全てが水没や浸水になるという被害を受けた。相談者は従業員の雇用維持を最優先に考え、いち早く隣町へ店舗を移転し事業を再開。一方で、真備町にある旧店舗にも愛着があることから、旧店舗も再建し、隣町の新店舗と2店体制で営業できないかと考えていた。被災したばかりで資金繰りも厳しい中、どうしたらよいかアドバイスがほしいと当拠点を訪れた。



2店舗体制での営業は資金的にも厳しい

新店舗でのサービス拡充が課題

Coは、新店舗開設にあたってすでに一定程度の借入がある状況を確認。これ以上借入を増やすことは得策ではないことから、相談者が望む2店舗体制での営業は現状では難しいと判断した。そこでCoは、現在の市場環境を踏まえ、「新店舗での売上拡大に向けた取組みに注力していくこと」を課題とした。また、あわせて具体的な返済計画も立てていくこととした。



被災地での再建計画の見直しを提案

隣町の新店舗での事業計画策定を支援

Coは売上拡大に向け、**新店舗への送迎サービスの範囲を拡充すること、月間400人程度の集客があった会員制カラーリングサービスの利用促進を図ることを提案**。持続化補助金の申請を支援し、新店舗での送迎サービス用の車両購入、看板設置、カラー施術用機械の導入を進めた。また、**現在の新店舗を中心に、借入返済を進めていくための事業計画書の策定を提案**。収支計画、資金繰り表によるシミュレーション作成を支援し、その後も同計画に基づいた予実管理もできる体制を整え、活用を促した。全壊となった真備店の**保証金の返還や原状復帰義務などの法務的な相談は、当拠点の弁護士Coが支援**していった。



店舗内部



送迎サービスの範囲拡充が奏功し、新規顧客も増加

売上は被災前の7割まで回復し借入返済の目途もたった

持続化補助金も無事採択され、資金的にも軽い負担で車両購入等ができた。**送迎サービスの範囲が拡充され、既存顧客や仮設住宅や借上型仮設住宅(みなし仮設住宅)への移転者に対しても、PR活動を開始**。商圏が拡大し、**被災前の7割程度にまで売上が回復**。借入返済の目途もたっている。



豊富な種類の中からえらべる、貸衣装のラインアップ



経営改善

豪雨災害により全壊した店舗の再建を目指し
早期売上確保のためのビジネスプランを構築



「被災で途方に暮れていたとき『仮設店舗でも営業できるのではないか』という一言をもらい光が見えた」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 岡山県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

pain porte(パン ポルト)

代表者: 代表 戸澤 実(とぞわみのる)

住所: 〒710-1301 岡山県倉敷市真備町箭田1174-1

事業内容: 平成25年に倉敷市真備町で創業。パン製造・販売を行い、従業員はパートを含め11名で営業する。開業5年目を迎えた年に「平成30年7月豪雨」にて被災し店舗は全壊したが、2か月後には仮設店舗での営業を再開した。



豪雨被災で店舗は設備もろとも全壊 再建のめどが立たず相談に訪れた

倉敷市真備町でパン屋を営んでいた相談者は、創業5年目に発生した、「平成30年7月豪雨」で被災。店舗を含む2階建ての建物が全壊した。特に1階の店舗部分は、厨房機器も含め、機械設備だけでも約3,000万円の被害となった。商工団体に未加入で情報がなく、自助努力で復興を目指していたが、再建のめどが立たずにいたところ、当拠点の存在を知り、相談に訪れた。



早期営業再開のためのビジネスプランの作成と 各種融資制度や助成金などの活用による店舗再建が課題

CCoは、店舗の早期営業再開を目指す相談者から、被害額を確認した上で今後の計画についてヒアリング。復興にあたっては「早期営業再開のための仮店舗の準備・販売ビジネスプランの作成」、「各種融資制度や助成金、補助金の活用による店舗再建」が課題であると分析し、支援を行っていくこととした。



事業計画のたたき台を提供しスムーズな補助金申請をサポート さらにマッチングにより製造協力店舗を紹介

再建のための資金集めについては、復興に向けて検討している設備が対象となる可能性がある補助金についての概略や、「熊本地震」の事例をもとにした具体的な活用例をアドバイス。また、災害に伴うローンのガイドライン適用など、融資についての選択肢も提示した。さらに、直近3か月の貸借対照表・損益計算書のコピーを預かり、今後の事業計画のたたき台を作成。店舗の復興に向けて早期に売上を確保する必要から、小規模事業者持続化補助金を利用することを提案し、事業計画のたたき台をもとに、玉島信用金庫の支援も受けながら相談者本人が申請書を作成していくこととなった。仮設店舗については、相談者はテントでの営業も視野に入れていたが、衛生面を考慮し、プレハブ式ユニット住宅を推薦。さらに、パン製造で協力してくれる店舗をマッチング提案した。



全壊した店舗部分



被災から2か月で仮設店舗での営業再開 1日600個を販売する繁盛店に

パンの製造協力店も見つかり、被災した店の駐車場部分に設置した仮設店舗で、同年9月19日から営業を再開することができた。今は1日600個を販売する繁盛店となっている。現在はプレハブ仮設店舗での営業を行いながら、CCoのアドバイスをもとに申請書の準備を終えて復興手続きを開始。店の再建へ乗り出している。



現在はプレハブとなっている仮設店舗



経営改善

事業承継をきっかけとした経営革新への取組みにより
売上・利益が大幅にアップ

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----------------|------|------|
| 拠点名 | 広島県よろず支援拠点 | 業種 | その他(寝具・手芸品の製造卸) | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----------------|------|------|

会社概要

株式会社ハシモト

代表者：代表取締役 橋本 光正(はしもと みつただ)

住所：〒720-0202 広島県福山市鞆町後地5番地 電話番号：084-983-5151

事業内容：昭和21年創業。寝具、寝装品、インテリア用品、ベビー用品、手芸材料等の製造卸売業と直販を手がける。社員数はパートを含め約20名、年間売上高は約1億5000万円。売上の中心は寝具で全体の約60%を占める。



先代の急逝を受け突然の事業承継 資金繰りが厳しくなる状況を何とかしたい

先代の急死により、26歳の若さで会社を引継ぐこととなった相談者。突然の事業承継で、経営についての勉強もこれからというところ。そのような中、業績は売上が年々下がり、資金繰りも厳しくなっている。資金繰りを何とかしたいという想いはあるものの、何からはじめればよいかかわからず、当拠点へ相談に訪れた。



事業計画の策定と 赤字部門・過剰在庫の整理が課題

Coが、過去5年間の貸借対照表と損益計算書を確認すると、布団のリース部門が年間で大幅な赤字であることと、過剰な在庫が経営を圧迫していることが明らかになった。さらに、事業計画が策定されていなかったことにも着目。経営改善のためには「経営改善の礎となる事業計画とその裏付けとなる計数管理」、「赤字部門と過剰在庫の整理」という2つの課題を挙げた。問題は多いが、オリジナル商品が数多くあること、製造卸売であり、なおかつ店舗を併設していること、20人以上の縫製人員をかかえていることなど、他の会社にはない特色があることも確認した。



財務状況を改善しながら 攻めの方策で経営を活性化

相談者に対して、事業計画を作成し月次試算表で会社の損益を細かくチェックするよう提言。並行してネックとなっている布団のリース部門の廃止と過剰在庫の早期削減で、固定費の削減と資金繰りを安定化させるよう助言した。攻めの方策としては、小規模事業者持続化補助金を活用して「ホームページを作成しオリジナル商品をPRすること」、「併設店舗を活用して直販を開始する」、「縫製人員の多さを生かして異業種の縫製加工も請け負う」ことの3案を提案。さらに、他Coとも連携し、地元企業との連携で手芸品の新規企画品の販路拡大など、新たな取組みへの挑戦も提案した。

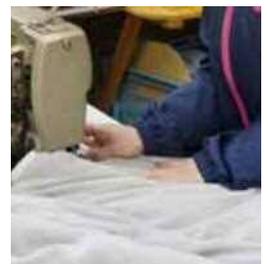


他では手に入らないオンリーワン商品も多数製造



経営体質も大きく改善し 固定費を20%削減、寝具の売上を30%アップ

相談者はこれまでの実績をもとに「軀のふとん家」事業計画を作成。さらに、月次試算表のもと、財務状況を細かく確認した上で赤字部門の廃止と在庫の削減を実施し、固定費を20%削減させた。また、事業計画を金融機関へ提出することにより融資が実現し、この資金をもとにホームページを開設したことで、直販も月に数十万円を売り上げるようになった。縫製加工請負も、営業活動の結果100万円単位の発注が入るようになっていく。地元企業との連携も順調で、販路開拓専門Coが紹介した織物業者や刺しゅう業者など5社とのコラボレーションが実現し、寝具部門の売上を30%アップさせた。



熟練の縫製人員が多数在籍しているため、大量発注にも短期で対応できる



「今では自信を持って会社を運営できるようになっています」と語る相談者



経営改善

設備機械の導入に必要な補助金申請を助言
労働力不足、生産性の低下を克服し経営改善に成功

人手不足対応

現場改善



「事業計画の立案の中でいただいたアドバイスが大変有益となり今日につながった」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 山口県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | ~50人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

合同会社 おさかなフーズ

代表者：代表社員 下瀬 隆宏(しもせ たかひろ)

住所：〒750-0005 山口県下関市唐戸町5-50 電話番号：0837-32-2000

事業内容：平成18年創業。あじやさばを主原料とした水産加工品、主にみりん干しを長門ベースで製造販売。他に、海外で加工された骨取り魚も扱い、首都圏等へ向けた販売も行う。



人員不足により現場の生産性が低下 設備投資による経営改善を求め相談へ

山口県における水産加工業での従業員不足は深刻で人材確保に悩みを抱えていた。それに伴い生産性も低下する結果となり、相談者は生産性向上、製品の安全性向上のために機械装置の導入を検討。その資金繰りのため、経営革新計画の策定とものづくり補助金への申請を検討し、よろず支援拠点へ相談に訪れた。



設備ごとの導入目的の再確認と事業計画の策定 活用できる補助金制度の整理が課題

Colは、相談者が検討している計画をヒアリングしたところ、従業員不足の対応と生産性向上に向けた設備の導入と、それに伴う新工場の建設を考えていた。具体的には、コンタミネーション(異物混入)対応設備を導入、ラインの増設、新たなふぐ惣菜開発のための設備の導入を検討していた。Colは、相談者が希望している設備が本当に必要なものなのか整理することと、その後の支援施策の検討が必要と考え、「設備ごとの導入目的の再確認と、それに基づく事業計画の策定、活用できる補助金制度の整理」を課題とした。



計画書・申請書策定のサポート 無事に採択され設備導入が決定

各種設備の導入に向け、事業計画の策定をアドバイス。作りこまれた事業計画を基に「経営革新計画」、「経営力向上計画」、「先端設備導入計画」や、ものづくり補助金への申請をアドバイス。連携する支援機関のやまぐち産業振興財団からは、食品流通業界の全国的な商談展示会等への出展や、設備貸与と制度による機械導入案も提案された。



工場外観



生産性が向上し新しい取引先も増加 相談時の売上と比べ約2倍以上を達成

サポートをもとに相談者が計画書・申請書の作成を行い、無事ものづくり補助金が採択された。これにより、予定していた機械装置の導入を完了。以前は他社へ外注依頼をしていた加工にも社内内で対応できるようになり、狙い通り生産性が向上したことで収益が上がり、従業員給与にも反映された。生産能力に余力が生まれたことから、相談者自ら積極的に商談に回るできるようになり、結果、新規取引先も増加。当時の売上から比べると2倍以上の売上を達成した。



骨取りさばを使った人気商品



経営改善

新たなレンタル向けモーニングの開発と ビジネスモデルの転換で収益アップ

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 徳島県よろず支援拠点 | 業種 | サービス業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

有限会社あけぼの

代表者：代表取締役 小田 一成(おだ かずき)

住所：〒776-0014 徳島県吉野川市鴨島町知恵島1586-4 電話番号：0883-24-6208

事業内容：昭和33年に貸衣装店として創業。平成14年にレストラン併設のハウスウエディング施設「アンジェリーナ」をオープンし、ブライダル事業に参入した。貸衣装業においては、全国に対応しインターネットを通じた男性用礼服(モーニング)のレンタルも行っている。



男性用貸衣装事業で活路を見出したいが 他社との競争に勝つための具体案がない

結婚式場や貸衣装業を営む相談者。結婚式関連の売上が全体売上の中心を占めている。しかし近年、県内では婚姻数が減少し、結婚式を挙げないカップルも増えたことで、売上が大幅に減少していた。危機感を抱いた相談者は、趣味嗜好や流行の影響を受けにくい男性用礼服(モーニング)を中心としたインターネット貸衣装業をスタートさせたが、競合他社との価格競争で収益が低下。今後の継続にあたり、競合他社に打ち勝つための具体案がないことから、当拠点に支援を求めた。



価格競争から脱却するため 他社との差別化が課題

モーニングの貸衣装業は、メーカー2社がほぼ独占供給であり、趣味嗜好や流行の影響を受けにくいものなので、どこで借りてもほぼ同じ商品。このままであれば、価格勝負となることは避けられない。そこでCoは、「他社との決定的な差別化をはかること」が大きな課題であると分析した。



自社でレンタル用モーニングを開発 さらに値決めも主導する業態転換を提案

貸衣装のモーニングは、多様な体型に対応することを優先しており、現在の主流である細身のシルエットのものが少ない。そこで、多彩なデザインを豊富なサイズ展開でそろえた「顧客目線の商売」をすることで、他社との違いを打ち出すことを提案。さらに、自社で商品を開発→製造→販売(貸す)するSPA(製造小売)への業態転換を提案した。相談者は自身の人脈から商品開発を任せられる業者を開拓。同時に、開発費や製造費については、吉野川商工会議所が提案した「ものづくり補助金」の採択で資金繰りのめどもついた。



社屋外観



日本初のSPAモデルによる 男性用貸衣装事業開始で経営改善

完成した貸衣装のモーニングは今までにない細身のシルエットで、他社との違いが明確になっただけでなく、自社製品であることから値段も自社で決めることが可能となった。SPAという言葉で新たな展開を感じてもらいつつ、ものづくり補助金や金融機関の融資をスムーズに行えるよう支援したことで、資金繰りのめどがつき、相談者も前向きに新事業に取り組むことができた。現在、新たにディレクターズスーツの開発に向けて支援を継続中。



自社で開発したモーニング



「他社との違いを出すための方法についての提案をいただいたことで、新たな方向性が見えた」
(相談者)



経営改善

年間約1,000万円のコスト削減で
黒字化を達成し、資金調達にも成功

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 福岡県よろず支援拠点 | 業種 | 情報通信業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

匿名

代表者：匿名

住所：福岡県

事業内容：昭和50年創業。福岡市内で、様々な業界のニーズにあわせた業務用ソフトの開発や販売および、メンテナンスやコンサルタントを行っている。

事業承継のための経営改善と 事業再生に着手したい

相談者の会社は、売上がピーク時から約40%減少したにもかかわらず、経費削減の対策が実施されず、実質赤字計上が続いていた。高齢なことから後継者である息子に円滑な事業承継をしたいと考えているが、資金繰りの見通しが立たない現状では難しい。そこで経営改善と事業再生を望み、来訪相談に至った。

経費削減プラン3か年計画を作成 キャッシュフロー拡大の見通しが明確に

金融機関からの支援体制も消極的で、この数年は資金繰り対策に要する時間や体力の消耗が著しく、営業活動もおろそかになり売上がさらに減少するという、負のスパイラルに陥っていた相談者。そこでCoは、経費明細、人件費明細、保険、その他雑費等の内容をヒアリングし、一つひとつを検証。その結果、キャッシュフロー不足解消のためには、「多数の無駄や縮小できる項目の削減」が課題であると分析。これらを項目ごとに分け、「すぐにできること」、「1年以内にできること」、「3年間でできること」に、それぞれ優先順位をつけて分類。概ね3年以内に実質的な改善が完了できる見通しであると分析した。

実現可能な改善計画書作成と実行で 金融機関の信頼を取り戻す

元銀行支店長であるCoは、削減できる経費の項目ごとに目標値を設定し、優先順位をスケジュール化することを提案。これを受けて相談者が作成した1年目(改善計画初年度)の計画書と3年後となる経費削減完了後の計画書内容の精査や検証を行った。完成した改善計画書は実現性が高いと思われることから、金融機関に提出・説明を行って信頼を取り戻すよう助言。

年間1,000万円の赤字額削減に成功 平成30年6月期の決算がV字回復

計画書をもとに、経費削減策をスピード感をもって実行していった結果、**年間で約1,000万円の赤字額の削減を達成し、黒字転換に成功した**。さらに、この努力が金融機関にも認められ、新規の借入の成功にもつながった。その後もスケジュール通りに経営改善を進捗させたことで、**平成30年6月期の決算がV字回復**。金融機関からの融資提案もなされるようになり資金繰りも安定したことで、事業承継にも取り組む準備ができた。



「自分自身ではとても考えが付きにくい改善策やスケジュールング、具体策などについてアドバイスをいただいたことで『経営改善計画書』を作成することができた」(相談者)



経営改善

重点商品による販売戦略策で
会社全体の売上総利益が4%増

人手不足対応

現場改善



「これまで考えていなかったアプローチで提案をいただくうちに自信がついてきました」と語る相談者(竹下晋司専務)

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 長崎県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

あつみ産業株式会社

代表者：代表取締役 竹下 徹(たけした とおる)

住所：〒855-0823 長崎県島原市湊町55-1 電話番号：0957-62-3121

事業内容：昭和27年創業。長崎県島原市で焼きたてのパン、その他関連食品の製造・販売と、島原半島内の学校給食パン・米飯の加工を受託する。平成17年にパン製造・販売店「石窯工房ぶらむ」をオープンし、自店舗で独自商品の製造、販売に注力する事業へ転換。現在では地元客が集まる人気店舗となっている。



低収益により資金繰りが厳しいため 経営改善に取り組みたい

相談者は平成17年から現在のパン製造・販売店「石窯工房ぶらむ」の事業を開始。パン作りのノウハウを一から学び直し、真摯にパン作りに向き合った結果、同事業は黒字転換していたが、元々の事業である学校給食の委託販売事業で採算が取れず、会社全体の収益性は低いままであった。さらに金融機関への改善計画の利益目標に達しておらず、経営改善に取り組む必要性を感じていた相談者。そうした状況の中、相談者の顧問税理士が当拠点のCCoと知り合いだったことから、当拠点の活用をすすめられ、相談に至った。



「天熟食パン」を看板商品としてPRすることと それに合わせた店舗レイアウトの改善が課題

代表と相談者である専務のヒアリングから、競合店や主要顧客の属性、購買行動の特徴など分析。CCoは現店舗の商品・価格設定の調査も行った結果、他店と差別化できている商品が数多くあり、特に「天熟食パン」はリピーターも多い人気商品であることが判明。しかし、全商品に自信とこだわりを持っていたため、逆に総花的な販売戦略になっており、商品の個性が伝わりにくい状況であった。また、店舗レイアウトも確認すると、多くの改善点があった。そこでCCoは、販売促進のためにも「1番人気の「天熟食パン」を看板商品としてPRする販売戦略を立てること、それに合わせた「店舗レイアウトの改善」が課題とした。



「天熟食パン」のこだわりの製法をPRする販売戦略 コストのかからない店舗レイアウト改善を提案

店舗の販売促進に向け、「天熟食パン」を看板商品としてPRしリピート客獲得を狙う販売戦略案を提案。「天然酵母使用で3日間熟成するこだわりの製法」をアピールするPOPを設置し、焼き上がりの時間帯や予約受付なども表記するよう助言した。また、店舗レイアウト改善に実績のある専門家と連携し、陳列方法の改善策を提案。エンド陳列を活用した戦略商品の販売強化、デッドスペースを活用した季節商品のPRなど、実践的でコストがかからない提案をした。



人気商品の「天熟食パン」



リピート客を獲得し「天熟食パン」の売上前年比40%増 店舗全体でも売上5%増を達成

看板商品としてPRしていったことと、商品陳列等店舗レイアウトの改善により、来店客数が増加。そのリピート率の高さから、「天熟食パン」の売上は前年比40%増と大幅に拡大。客単価自体は前年度とほぼ変化していないが、販売戦略の狙い通り客数が増加したことで、店舗全体で見ても前年対比で売上5%増となり減少傾向にあった売上高に歯止めをかけることができた。



改善された店舗内観



「石窯工房ぶらむ」外観



経営改善

被災後、「売れるアイスクリーム」を目指して
包括的な改革に取り組み、売上33%アップ！



「複数の支援者の皆様に支援を受け、経営が良い方向に向かった。これからも「売れるアイス」を生み出すブランディングと新しい技術の開発、設備導入を進めていきたい」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 熊本県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

有限会社阿蘇天然アイス

代表者：代表取締役 石橋 久美子(いしばし くみこ)

住所：〒869-2612 熊本県阿蘇市一の宮町宮地2269-2 電話番号：0967-22-4840

事業内容：平成16年創業のアイスクリーム製造・販売メーカー。地元出身の代表が、農産物や郷土料理などの地域資源に魅力を感じて始めた総菜や弁当の製造・販売事業が前身。娘の食物アレルギーをきっかけに「喉が腫れた状態でも食べられるもの」として研究開発したアイスクリームを商品化した。「食の安全」に徹底的なこだわりを持ち、素材自体の持つ旨みや香りを引き出す製法を貫いている。



被災による観光客激減で売上が80%減少 何から手をつければよいかわからない

阿蘇市の土産店やホテル、自社ショップでアイスクリームの販売を行っていたが、平成28年に甚大な被害を引き起こした「熊本地震」で被災。地震前より阿蘇は噴火や水害などの被害を受けており、販売ターゲットの観光客数が減少傾向にあったが、地震の影響でさらに激減。売上はピーク時から80%もダウンした。何とか改善したいと思うものの、何から手をつければよいかわからず悩んでいたところ、地元事業者の紹介で当拠点のCoへ相談に訪れた。



商品力の強化と ターゲットの転換が鍵

Coが確認したところ、相談者の商品は「徹底した安心・安全へのこだわり」に加え、「作りたての味」や「素材の味」を鮮明に感じられるという、ほかの地産アイスクリームにはない強みを持っている。そこから、売上減少の背景には商品そのものの訴求力の低下ではなく、ターゲット設定やPR不足に起因するものと分析。そこでCoは、「メインターゲットをインフラ被害でアクセスできない観光客から転換すること」、「商品の魅力を消費者に伝える販促ツールを増やすこと」という2つを課題とした。



新しい顧客を見据えた販路変更に加え リブランディングと新商品開発を提案

そこでCoは、販売ターゲットを従来の観光客から「食にこだわりを持つ都市部の消費者」に置き換える、大胆な販路変更を提案。道の駅や被災地支援物産展への出店、さらに通信販売への注力をすすめた。また、ターゲット層の変更によって商品のブランド力の強化が必要になることから、くまもと産業支援財団の地域活性化中核人材育成事業を活用して、食のブランディングに実績のある専門家の派遣を依頼。同時に、商品名やパッケージデザインの改良と、販促ツールの見直しをアドバイス。また相談者は、これと並行して新商品開発に着手し、より安心・安全にこだわった「乳化剤の入っていないアイス」を開発。このための新たな設備導入が必要となったことから、ミラサボから専門家を派遣し、設備導入の事業計画書も作成し、ものづくり補助金を申請し、採択。新商品を開発し、2019年夏から本格的に販売開始予定。



商品の一例「アイスギフト」



阿蘇天然アイス専門店もオープン 短期赤字から脱却し、売上が33%アップ

様々な支援が奏功し、相談者は平成29年から本格的に阿蘇市以外での販売を開始。地元百貨店でのギフト販売、パートナー企業との事業連携で、大阪府泉佐野市へ「阿蘇天然アイス」専門店を出店し、好調な売上を記録した。さらに、公社10社と個別商談を行い、来期には大阪に1店舗、千葉に1店舗の計2店舗を出店する計画。この結果、地震から約2年で単期赤字から脱却し、売上が33%アップした。



熊本県内のみかん農家が育てた、木成完熟甘夏を使用した「みかんアイス」。ほかにもコラボ企画で複数の商品開発を行っている



経営改善

海鮮居酒屋から「海鮮丼」専門店へ リスタートで前年同月比売上30%アップ



「細かいことまで親身になって支援してもらい、とても感謝している」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|-------------|----|---------|------|------|
| 拠点名 | 鹿児島県よろず支援拠点 | 業種 | 宿泊業・飲食業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|-------------|----|---------|------|------|

会社概要

海鮮丼専門店「笑福」

代表者：代表 田中 達也(たなか たつや)

住所：〒893-0023 鹿児島県鹿屋市笠之原29-12 新田新店舗2号棟 電話番号：0994-43-3757

事業内容：海鮮居酒屋として、平成29年にオープン。地元の魚介類を使った「海鮮丼」が特に評判がよかったことから、海鮮丼専門店にリニューアルし、地元の常連客からも好評を得ている。



料理には自信があるが 宣伝方法がわからない

相談者は、海鮮居酒屋を開いたものの想定していたターゲット層に認知されていないのか、客足の伸びがよくない状況であった。店のPRをしようにも、これまで料理一筋だった相談者は料理には自信があるが、どのように宣伝活動をすればよいかわからない。経験や知識もなく悩んでいたところ、地元の日本政策金融公庫から当拠点を紹介され相談に訪れた。



多すぎるメニューが訴求力低下と高い原価率を生む 看板メニューを決め、それを中心とした宣伝活動が必要

Coはまず店の現状を確認。相談者は料理に自信があるだけに様々なメニューを提供しており、店の主軸となる料理を明確に伝えられていなかった。また、料理へのこだわりからお客様の要望に応じてメニューにないものまで作っていることも確認。材料を都度スーパーなどから少量多品種で仕入れていたことで原価率も高くなり、会計を圧迫していた。そこで、Coは、料理へこだわる姿勢は尊重しながらも、その方向性を変える必要があると判断。「看板メニューとなる料理を決めること」、「それを中心としたPR活動を行い、認知度を向上していくこと」を課題とした。



看板料理「海鮮丼」の専門店へコンセプトを変更 店の運営スタイルと宣伝方法の変革が実現

売上実績等を確認したところ、店の一番人気は地元の魚介類を使った「海鮮丼」であった。また、相談者自身も海鮮丼を看板メニューにしていきたいと思っていたことを受け、Coは、店のコンセプトを根本的に変え、「海鮮居酒屋」から「海鮮丼専門店」としてリスタートすることを提案。Coはさらに月替わりメニューの提案や、お客様に伝わりやすいメニュー表のデザインについてアドバイス。国道沿いに設置した看板の視認性が高いデザインへの刷新も支援した。



刷新したメニュー表



メイン商品を機としたプロモーションが奏功 オープン1周年で売上が前年同月比30%アップ

相談者はCoの提案を実行し、海鮮丼専門店としてリスタート。海鮮丼中心のメニューにしたことで、仕入れ内容も絞り込まれ、在庫ロスも少なくなり、原価率も抑えることができた。「海鮮丼専門店」としてリニューアルオープンしてからは、徐々に来店者数が伸びている。オープン1周年には、通常の月替わりの海鮮丼とは別に「1周年特別メニュー」も開発。そうした数々の施策の結果、売上は前年同月比30%アップとなった。



海を連想させる青と白をイメージカラーにした看板と店舗外観



経営改善

過重債務で資金繰りが厳しい状況を 債務整理と売上拡大で経営を健全化

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 沖縄県よろず支援拠点 | 業種 | 小売業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

合資会社 大洋堂時計店

代表者：代表取締役 荒垣 政美(あらがき まさみ)

住所：〒900-0013 沖縄県那覇市牧志1-3-52 電話番号：098-861-4411

事業内容：昭和25年創業。県内一の繁華街、那覇市国際通りで観光土産店として主にジュエリーを販売する店として60年以上営業している。



資金繰りに困窮する土産物店を 銀行系債権回収会社からの依頼で支援

那覇市の国際通りで、60年以上観光土産物店を営む同店は、過去に相談者がノンバンクから高金利で数千万円の借入をしたことで、営業損益ベースで黒字にしても、過重な金利負担で経常ベースでは赤字になり、資金繰りに追われていた。このことから、当初、銀行系債権回収会社から、相談者の売上拡大を支援してほしいと相談があった。



3か月の約定弁済継続を目指し 経営改善計画書策定に向けた売上拡大が課題

担当Coはヒアリングから、ノンバンクへの支払いが利息のみで元金返済が一切できていないことを確認。そこから、当初は売上拡大に向けた支援策を検討していたが、まずはノンバンクを含む金融機関からの借入金を返済する方法の検討など経営改善に向けた取組みを検討。また債権回収会社とも連絡を取ると、借り換えを行うためには約定返済を3か月以上継続して行うことで、銀行の営業店との融資交渉が可能になるとのことであった。そこでCoは、経営改善計画書策定に向け、「計画値の根拠となる売上拡大に向けた取組み」が課題であると判断した。



売上拡大の提案で3か月の約定弁済が可能に しかし、借り換え融資不可で資産整理を検討

Coは、まず経営改善計画書の策定をアドバイス。それとともに売上拡大策として、店舗の商品陳列の変更、ネット通販の拡大、インバウンド対応での多言語対策などを提案。結果として売上は拡大し利益の確保ができたことで、目標の3か月約定弁済の継続を実行した。しかし銀行側は決算書で査定した信用格付けランクが低いとの理由で、ノンバンクからの借り換え融資は不可能に。相談者と再度検討し、**資産整理による資金調達で、金融債権の一括返済を図る計画への変更を提案した。**



「大洋堂」店舗外観



金融債権を一括返済、売上拡大施策も継続した結果 270万円の赤字から550万円の経常黒字を達成

相談者は先祖伝来の資産を売却することにより**金融債権を一括返済**。さらにその後もCoは売上拡大のアドバイスを継続することで**順調に利益を伸ばし、ついに経常利益は270万円の赤字から550万円の経常黒字を達成**することができた。その後、金融機関から財務の改善が認められ、無担保にて新たな融資が実行されたことで、息子への事業承継を含めた新たな取組みがスタートした。



ジュエリーの販売スペース



「資金繰りの重荷が取れたおかげで、会社の方向性や未来への事業計画が明確になった」と話す相談者



創業

「たった1人の理想のお客様を感動させたい」
長年の夢を叶え美容院を創業



「起業家の心構えや経営マインドを教えていただいた」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 秋田県よろず支援拠点 | 業種 | サービス業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

Lecrin Dress hair(レ克蘭ドレスヘア)

代表者：代表 川村 美雪(かわむら みゆき)

住所：〒013-0105 秋田県横手市平鹿町浅舞字福田286-1 電話番号：0182-23-6553

事業内容：シャンプーはもちろん、カラーやパーマ液もオーガニック製品にこだわった美容院。平成30年6月、秋田県横手市に創業。スタイリストでもあるオーナーが、マンツーマンで仕上げまでを担当。美容技術はもちろん、ヘッドスパ、ヘアメイク、ブライダル、エステティック等大手美容院勤務での経験を生かしたサービスを提供している。



開業に向け自己資金を積み立てて物件を検討 横手市主催の創業塾へ参加し美容院創業の決意を固める

CCoは、相談者と創業前に相談者が勤務していた美容院で知り合った。世間話をしている中で、相談者は「将来は自分の店を創業したい」との想いを語っていた。加えて、約10年間、開業資金を積み立てていること、5年ほど前から物件リサーチにも尽力中であることも知ったCCoは、起業への熱意が本物だと感じて、横手市主催の創業塾を紹介。相談者は4日間20時間の講座に参加し、独立開業への決意を固め、以降、定期的に当拠点へ来訪相談した。



動機や目的・ビジョンが不明瞭 店舗づくりのコンセプトを確定することが課題

相談の中で明らかになったのは、「相談者自身の創業の動機や目的、将来のビジョンが曖昧である」ことである。CCoは、「どんな店にしたいか、その店でどのような価値を提供したいかなどを明らかにして、店舗づくりのコンセプトを確定すること」を課題とした。また、相談者は創業塾で学んだものの、自身による事業計画書の作成はなかなか進まず、添削指導など細やかなサポートが急務と判断した。



創業理念と事業計画書の策定に加えて 集客のための取組みを勧める

CCoは、**SWOT分析で抽出した強みや弱みをもとに、創業理念を定めることを提案**。そして事業の収支計画と店舗投資の資金計画を熟考し、融資を受ける際に説得力のある事業計画書の策定を目指すこととなった。物件については、「店舗コンセプトと屋号を決めた後にリサーチを始め、**妥協せず自身で地域の空き店舗を見て回るなどの情報収集に努めるよう助言**。開業資金については、**同市の創業補助金活用、金融機関からの創業計画支援と創業資金借入れを提案**した。さらに開業後の集客に向け、**SNSの活用や看板の設置、リーフレット作成と拡散等に関するアドバイス**を行った。



店舗外観



補助金が採択され融資が決まり無事に開業 理念に基づく順調な経営でサービスを拡充

相談者は当拠点から出された課題を一つ一つ着実に履行し、12ページに及ぶ事業計画書を完成させた。説得力のある書類を提出できたことにより、**金融機関の融資が決定、同市の創業補助金も採択された**。店は知人が所有していた空き店舗を、折り合える家賃にて確定した後に改装。国道沿いという同市内の好立地に平成30年6月、美容院をオープン。「**笑顔、髪、地肌を大切にし人生を共に**」との理念に基づく良質なサービスで、顧客数を順調に伸ばしている。同年9月に新規事業のまつ毛エクステができる従業員をパート採用するなど、売上拡大に向けたサービス展開も進んでいる。



清潔感あふれる広々とした店内



創業

中高年の健康を考えたカフェを創業
来店客数は安定し、利益は前年比2倍に

人手不足対応

現場改善



「福島県よろず支援拠点
は各分野の専門家のCo
で構成されているので、
安心して信頼できた」と
語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|---------|------|------|
| 拠点名 | 福島県よろず支援拠点 | 業種 | 宿泊業・飲食業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|---------|------|------|

会社概要

なぬか町茶房 結

代表者：店主 齋藤 和恵(さいとう かずえ)

住所：〒965-0044 福島県会津若松市七日町1番28号 電話番号：0242-23-7302

事業内容：会津若松で代々受け継がれる郷土料理「豆腐もち」を看板メニューにした「もちカフェ」。平成28年にオープン以来、修学旅行者から観光客、趣味のグループやお餅ファンなど、幅広い年齢の方に愛される会津若松市の人気スポットとなっている。



50歳のセカンドステージとしてカフェの開業を決意するも具体的な店舗コンセプトやメニューが思いつかない

30年間の看護師経験から中高齢者の健康に配慮したカフェの開業を決意した相談者。総合病院を退職し、地域雇用促進協議会主催「農家レストラン開業講座」に参加しながら、開業の準備を進めていたが、具体的な店舗コンセプトや主力メニュー開発について悩んでいた。そんな折、商工会連合会会津広域指導センターより当拠点を紹介され相談に訪れた。



シニア女性が日々通ってくれるようなカフェへ店舗コンセプトの設定とメニュー開発が課題

開店を考えているエリアは観光地のため競合店が多く、独自性のある店舗コンセプトがないと売上の見通しは立たない。相談者は「中高齢者向けのカフェ」を検討していたが、具体的には決められていない状況であった。

Coが現地を視察し、地元住民、特にシニア女性のニーズは充分であると分析。そこで、「シニア女性が日々通ってくれるような店舗コンセプトの設定」と「メニューの開発」を課題とした。



地元の郷土料理「豆腐もち」をメインにリピート客を獲得できる施策やPRを提案

店舗コンセプトは会津若松市の景観に配慮した「町屋風」をイメージ。メインメニューは、相談者とも意見を出し合った結果、地元の郷土料理「豆腐もち」とすることを提案。リピート客を獲得できるよう、季節限定や土日祝日限定メニュー、テイクアウトなどの開発も提案。また、SNSや地元メディアを使ったプロモーション戦略も提案した。さらに内外装・看板等デザインの方角性、厨房設備から適切な人員配置と動線までアドバイス。収支計画も確認し、創業の大きな負担となる人件費を軽減するアドバイスも行った。



相談者の実家がある、会津若松市湊町の郷土料理「豆腐もち」



地元や観光客に広く認知 来店客数が安定し前年比2倍の利益

プロモーション戦略も功を奏し、地元および観光客にも広く認知され、順調なスタートが切ることができた。「豆腐もち」のテイクアウトも、Coの提案から店頭には長椅子を設置したことで購入者が増え続けている。また、観光シーズン以外の時期でも集客することを目指し、定期的な手芸のミニ講習会(昼食付き)などを店内で開催するなど来店客数維持にも努めた結果、現在も来店客数は安定した伸びを示しており、利益は前年比2倍を達成した。



店舗外観



創業

創業時の売上目標を楽々達成
ブランドイメージを高めることで

| | | | | | |
|-----|------------|----|---------|------|------|
| 拠点名 | 長野県よろず支援拠点 | 業種 | 宿泊業・飲食業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|---------|------|------|

会社概要

USHIMI 牛見洋食店

代表者：石坂 康(いしざか やすし)

住所：〒380-0835 長野県長野市新田町裏1470-1 電話番号：026-217-5160

事業内容：人気イタリアンレストランで腕を磨いたオーナーシェフが営むカフェレストラン。実家の老舗精肉店「牛見精肉店」から仕入れた上質な素材による肉料理が自慢で、中でもボリューム感のある牛肉を使った「USHIMIサンドイッチ」が人気。



2か月後に開業を控えて、募る不安 メニュー構成や価格設定にアドバイスがほしい

料理人として有名老舗レストランなどで16年の修行を積んだ後、創業を決意した相談者。すでに居抜き状態の店舗を賃貸契約しており、内装リフォーム工事もすべて完了していたが、肝心のメニュー構成や価格設定に自信が持てず不安が募っていた。そうした中、創業資金の融資先である金融機関から、当拠点に飲食店専門のCoが在籍していることを聞き、考案したメニュー構成、価格設定で安定的な創業を果たせるのか、アドバイスを求めて相談に訪れた。



客単価と入客数の予測に問題あり バランスの取れた現実的な数字に

Coは、相談者が考案中のメニュー構成をはじめ、目標客単価の設定金額、入客数予測、売上予測を分析した。ランチタイムの客単価設定が1,000円なのに対してディナータイムが3,500円とかなりの開きがあり、現状のままでは、時間帯によって客層が変化する恐れが確認された。さらに、入客数の予測をみると、席数に対して多く設定されており、達成するにはかなりの高回転が必須だが、オペレーションを考えるとそれも無理がある。そこで、事業計画を再検討。店舗コンセプトの統一と席数に見合った回転数とするために、「ランチタイムの客単価を引き上げられるような施策に取り組むこと」が課題とした。



有名レストランでの修行経験や使用食材の品質など 高価格帯の客単価設定に見合った情報発信を提案

Coは、相談者の有名レストランで修行した経験と、実家でもある地元老舗精肉店から質の高い食材を仕入れていることを「オーナーシェフの魅力」として情報発信するよう提案。その上で、質の高い料理を提供し続ければ、高価格帯でも顧客獲得できるとアドバイスした。またメニューの品数が多いと、オペレーションの問題や不良在庫につながる恐れもあるため、メニューは客単価が読みやすいセットやコースに絞り、スムーズに提供できる構成にするよう助言した。その結果、相談者は高品質の肉を使った3種類のサンドイッチとステーキランチを考案、ランチメニューを決定した。また、金融機関から指摘されていた店舗入り口がわかりにくいという一見不利な立地条件を活用し、隠れ家的な雰囲気演出できるような誘導看板の設置等も提案。



蔵造りの隠れ家的な雰囲気も人気



開店初日から行列ができ連日満席 売上目標もクリアし安定的な創業達成

相談者が、積極的に情報発信もした結果、開店初日から行列ができ、その後も連日満席の状態に。また、毎日、実家の精肉店から取り寄せる牛肉を使ったサンドイッチも好評を得ている。SNS上でも評価が高く、有名グルメプロガーも多数来店したことで、一層PR効果が得られた。さらに、計画上の売上目標もクリア。創業後も安定した状態が維持できている。



実家が精肉店ならではの品質が自慢



「Co自身がレストランオーナーということもあり、経験を踏まえた適切なアドバイスが心に響いた」と話す相談者



創業

高齡者地域の問題から商機を探り
当初計画していた2倍の売上を計上

| | | | | | |
|-----|------------|----|----------|------|------|
| 拠点名 | 岐阜県よろず支援拠点 | 業種 | 農業・漁業・林業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|----------|------|------|

会社概要

緑の便利屋さん 山奉仕

代表者：代表 藤村 聡樹(ふじむら さとき)

住所：〒509-7209 岐阜県恵那市笠置町毛呂窪1093-34 電話番号：0573-32-1608

事業内容：「一本一本の木に耳を傾けながら仕事をしたい」と、平成30年に造園業を創業。「我々の先祖が残してくれた庭や田んぼ、美しい山林を未来の子供たちに引き継いでいきたい」との思いを胸に、「恵那の里山を守る庭師」として高い評価を得ている。



美しい自然に惹かれ移住し起業を志すも 市場縮小という現実の壁に阻まれる

自然美に惹かれて神奈川県から岐阜県恵那市に移住し、造園事業者に庭師として勤務していた相談者。「美しい自然を守りたい」と起業を志すも、思いだけが先行し、何をどうしてよいかわからず途方に暮れていた。相談者は、恵那市役所で起業に関する相談窓口として、恵那くらしビジネスサポートセンターを紹介された。そこで、出張相談会をしていたCoと出会い、支援がスタートした。



市場調査から高齢者をターゲットとした 事業展開と販路開拓が課題

恵那市は、人口減と高齢化によって林業・造園業の廃業が進むなど、市場規模は縮小傾向にあり起業するには極めて困難な地域である。現在の造園業としての市場規模では、損益分岐点売上高を確保することが困難であると判明。そこで、顧客のターゲティングとニーズ調査の分析など市場調査を実行。その結果、庭師に頼むほどではないが負担の大きい庭作業を行えていない高齢者が多いことや地元同業者も高齢化していて対応できていないことがわかった。そこで、これを商機と捉え「高齢者をターゲットとした事業展開と販路開拓」を課題とした。



コンセプト策定と方言を用いた宣伝文句で 販売ルートの積極的な開拓を実施

市場調査をもとに、**庭を保有する一戸建て住宅に住む高齢者世帯や、高齢者の農家にターゲットを設定するよう提案**。高所や果樹の剪定、田んぼの草刈りなどの庭師に頼むほどではない軽微な作業を地元高齢者が気軽に相談できるよう、**事業コンセプトを「恵那の里山を守る緑の便利屋さん」とした**。販路開拓に向けては、ターゲットのお困りごとを**地元の方言を使って親しみやすく表現した販促チラシ作成も提案**。恵那商工会議所や恵那くらしビジネスサポートセンターとも連携し、**地元の新聞社へのニュースリリース作成、支援機関のホームページなどに事業者の紹介記事を掲載するなどの提案を行い、販売ルートの開拓支援も行った**。



庭木の剪定風景



当初計画していた2倍の売上を計上 人口減の問題を抱える地域で「注目の人」に

地元新聞社2紙の取材を受け、起業後2か月で地域に広く認知され浸透した。また、地道なチラシの配布と地元での販促活動により、開業直後から予想以上の問い合わせが入り、**創業1年目の現在は、当初計画していた2倍の売上を計上**。地元の恵那市が人口減問題に取り組む中、都会から移住してきた庭師が活躍している姿は明るい話題として注目を浴び、移住・定住に関するイベントにも招待されるなど、自身の事業のほか、地元の恵那市にも波及効果が出始めている。



竹垣などにも対応



「判断に迷っている時も判断基準を明確にしていたなど具体的なかつ効果的なアドバイスが頼りになりました」と語る相談者



創業

親子で楽しめるカフェの創業

動線や人員配置を工夫し、売上目標も達成

人手不足対応
現場改善
雇用労務



「皆様の支援で開業できました。これからも引き続きご支援をお願いいたします」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|---------|------|------|
| 拠点名 | 三重県よろず支援拠点 | 業種 | 宿泊業・飲食業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|---------|------|------|

会社概要

nico cafe(ニコカフェ)

代表者：代表 鈴木 佐知子(すずき さちこ)

住所：〒513-0825 三重県鈴鹿市住吉町6557-1 電話番号：059-399-7006

事業内容：平成29年、お子様を連れてランチやカフェタイムを過ごせる最適なスペースを提供したいと開業。店舗2階のキッズスペースには、ハイハイ期の赤ちゃん連れにも便利な完全個室の授乳スペースやベビーベッドも完備。メニューはどれもボリュームを重視したワンプレートメニュー。子供用メニューも数種類から選べ、離乳食の販売も行っている。



子育てママのためのカフェを想定 開店に向けたアドバイスが欲しい

子育てママと同世代の相談者は、ママが安心してカフェタイムを過ごせるスペースを提供したいと考え創業を決意。1階をカフェ、2階をキッズルーム、3階をベビーマッサージ・ベビィヨガとカウンセラールームとする複合施設を想定し、すでに3階建ての空き店舗を契約したのち、開店のためのアドバイスを求めるために当拠点を訪れた。



開店に向け、無理のない収支計画の検討と 店舗レイアウトや動線、メニュー決定も課題

Coが収支計画の妥当性を検証した結果、カフェ・キッズルーム・ベビーマッサージの同時開店の負担が考慮されておらず、目標としている売上にも積算根拠がない状況。継続的に売上目標が達成できるのか、また雇用を検討している従業員への給与支払も問題なく行えるか不透明であった。そこで、まずは「売上と雇用のバランスがたつ無理のない収支計画を検討すること」を課題とした。さらに1~3階とかなり広い店舗運営となるが、店舗内のレイアウトや動線は未検討。また、提供する軽食やメインメニューもまだ決めきれておらず、食材の入手ルートもこれから探さところであった。そこであわせて「店舗レイアウトや動線の検討とメニュー確定、食材入手先の確保」も課題とした。



無理のない収支計画で雇用を確保 少人数の運営に適したレイアウト

まずCoは、相談者の負担を考え、1~3階を同時に活用するのではなく、**段階的にフロアを増やしていくことを提案**。また、**カフェの入込客数・客単価を平日・休日とで分けて設定し、月ごとの目標売上高を決定することをアドバイス**。また**従業員5名を雇えるような収支計画の作成を支援**した。将来的には、**少人数で3階建ての店舗を運営することになるため、店舗内や厨房の最適なレイアウトを提案**。調理係、配膳係の動線のシミュレーションもアドバイス。メニューに関しては、専門家派遣制度を活用し、フードコーディネーターとして数多くの実績がある専門家を派遣した。



開放的な店内



平成29年9月、予定通りオープン 売上目標もクリアし、順調なすべり出し

徹底的に動線のシミュレーションを重ねてルートと人員配置を決定したことで、**開業当初から接客もスムーズな流れで行うことができた**。できるだけ地元産の食材を活用すること、価格を抑えて子育てママの負担を軽くすることなど、**こだわりを持って検討したメニューの数々も評判が良く、売上目標もクリアし順調なスタートが切れた**。

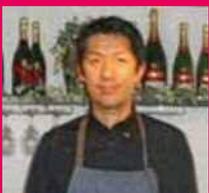


人気のランチメニュー「気まぐれランチ」



創業

目玉料理をウリにしたセットメニュー開発と
地域情報誌等を活用したPR活動で安定的な創業達成



「スタート当初からランチは売上目標を上回る水準をキープ。今後はディナーを強化して売上アップを目指したい」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|---------|------|------|
| 拠点名 | 石川県よろず支援拠点 | 業種 | 宿泊業・飲食業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|---------|------|------|

会社概要

Ludique(ルディック)

代表者：代表 松本 大史(まつもと だいし)

住所：〒921-8164 石川県金沢市久安6-185-1-2 電話番号：076-255-7728

事業内容：平成30年3月、郊外の住宅街にオープンしたフレンチキッチン。フランス菓子店を皮切りに、フランス料理店、ホテルなど20年にわたって、様々な業態の飲食店で経験を積んできた相談者。今まで磨いてきた調理経験を生かし、目玉料理「トリュフオムレツ」を中心に、創意工夫溢れるメニューでもてなしている。



調理スキルには自信があるが店舗運営経験がない 創業に向け総合的な相談をしたい

フランス料理店を中心として、様々な業態の飲食店を経験し、20年以上にわたり料理の腕を磨いてきた相談者。その調理スキルを生かし、飲食店を創業したいと思うようになった。まずは地元の野々市市商工会に相談し、資金調達をはじめ店舗のコンセプト等アドバイスを受けていた。しかし、相談者は調理スキルには自信があるものの店舗運営の経験は今までなく、創業に向け何をしたらよいか全体像もわからない。また、創業後の事業展開にも不安を抱えていた。そこで、創業に向け総合的な相談をしたいと、商工会指導員とともに当拠点へ来訪した。



客単価向上のためのメニュー開発と 認知度向上に向けた地域内外へのPR活動が課題

Coが確認したところ、商工会指導員のアドバイスにより資金調達の用途は立っていた。そこで、Coは店舗運営に向け行うべき取組みに絞って行うべきことを整理。創業を予定している物件は、居抜きで客数は最大20席程度しか取れない。席数、客単価、回転数を考えると、売上の確保には客単価を上げる必要があることを確認。また、一方で周辺環境を見ると、繁華街からは離れており閑静な住宅地で競合店も少ない。認知度が上がり、利用客を呼び込むことができれば安定した売上が見込めると分析。そこからCoは、創業に向けて「客単価を向上できるメニュー開発」と「認知度向上に向けた地域内外への積極的なPR活動」の2つを課題とした。



セットメニューを中心としたランチメニューの充実と 地域情報誌や食べログなどを活用したPR活動を提案

Coは全体的な方針として、まずは**比較的客を呼び込みやすいランチメニューを充実させることを提案**。認知度を向上させながら、徐々にディナーにも力を入れていくことを提案。メニュー開発に向けては、相談者は比較的安価な「トリュフオムレツ」をメインメニューにしたいという想いが強かった。その想いを受け、**オムレツの高級感を生かしたセットメニューの開発を提案**。特に利用客のニーズに応じ価格帯を変えたセットを用意し、満足度も高めながら客単価を上げることを提案した。相談者は提案を受け、価格帯を変えた4種類のセットメニューを考案。PR活動に関しては、相談者が検討していたポスティングに追加して、**地域情報誌を活用した無料広告掲載や食べログ・HPによるPRを提案**。



看板メニュー「トリュフのオムレツ」



ランチメニューを中心にしたPR戦略が奏功し 3か月で売上目標比130%を達成

Coの提案を受け、ランチメニューを中心にPRした結果、**目玉料理のトリュフオムレツが話題となり、ランチは毎日ほぼ満席**。利用客のニーズに合わせた価格帯の違うセットメニューにより、**客単価も予想を上回り大幅アップ**。地元のTV番組への露出と口コミもあり、**オープンから3か月後には、売上目標比130%を達成。安定的な創業ができた**。



本格フレンチを気軽に楽しめる雰囲気の内



創業

副業からの本格的な事業化を支援
メディア活用などで販売数量300%に

人手不足対応

現場改善



「個人的に興味で始めたことが、相談をきっかけに事業として取り組める状況になりました」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 福井県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

WA babywrap(ワ ベビーラップ)

代表者：須佐 瞳(すさひとみ)

住所：〒918-8027 福井県福井市福2-1504-5 電話番号：080-6032-5722

事業内容：「テンションの上がる抱っこ紐。服のようにオシャレを楽しめる抱っこ紐。」をコンセプトに、オリジナルのベビーラップと抱っこ紐を製作、販売。自身の看護師経験と、子育て経験を生かし、日々、オシャレで安心して使える商品を作り続けている。



自ら考案した抱っこ紐を本格的に事業化したい しかし、副業では生産能力に限界

相談者は満足のいく抱っこ紐がなかった自分の子育て経験から、自ら抱っこ紐を考案し知人を中心に販売してきた。SNSへの投稿によって全国から少しずつ注文が入るようになり本格的な事業化も考え始めた。しかし、副業として対応していたため生産能力はおのずと限界に。事業化に向けた迷いや悩みに対するアドバイスを求め、特許出願の相談をしていた発明協会から当拠点を紹介され来訪した。



生産体制の整備と 販路開拓に向けた新たなプロモーション策の検討

相談者は、現状1人で製作に取り組んでおり、生産能力は限定的である。そのためCoは、本格的な事業化に向けては、生産体制を整備していく必要があると判断。また、SNSのみに頼った情報発信では、プロモーション効果も限定的。そこで、Coは「生産工程の一部外注を含めた生産体制の整備」と「新たなプロモーション策による販路開拓の検討」の2つが課題であると分析した。



特許の出願が可能となるくらい独自性と機能性に優れた抱っこ紐「WA wrap」



外注先候補とのマッチングや プレスリリース作成を支援

Coは、まずは生産体制の面では、**目標とする月間販売数を設定し、生産能力や仕入先、仕入量の見直しを提案**。特に今後の事業継続も念頭に、**突然の受注増にも対応できるよう助言し、資金面も含めて事業計画への落とし込みを行った**。外注先の確保については、**委託できる可能性がある先を探索してマッチングを支援**。相談者は策定した事業計画に基づき条件交渉を行い、業務委託契約を結ぶに至った。プロモーション面では、福井県を中心とした市場での認知度向上と潜在需要の確認を図るため、**新聞やタウン誌などへの露出を提案**。必要な**プレスリリースの作成方法について支援**。具体的なプレスリリース先としては、Coのネットワークから**福井新聞の子育てコラムの中で取り上げてもらうように提案**を行った。



販売数量は相談当初から300%に伸長 専業として取り組めるほどに

Coの提案から、福井新聞に大きく取り上げられ、SNSなどでも拡散されたことから、**県内はもとより県外からの受注も増加**。東京の子育て支援NPOとの繋がりもでき、**東京進出の足がかりを得た**。相談当初からみて、**販売数量は300%アップを達成**。収益も安定していることを受け、相談者は**副業から本格的な事業展開をはたすことができた**。



専用ケースも用意。コンパクトに折り畳んで気軽に持ち歩ける



創業

ペーパーアート装飾の事業化を支援
プレスリリースによりオフアワーにつなげる



「創業で新分野へのチャレンジになると、どう進めていけばいいのかわからなかったけど、Coの指南で目の前の課題がクリアできた」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 滋賀県よろず支援拠点 | 業種 | サービス業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

FUKUTOMI(フクトミ)

代表者: 福田 広美(ふくだ ひろみ)

住所: 〒520-0806 滋賀県大津市打出浜2-1 コラボしが21 401号 電話番号: 090-9549-4956

事業内容: 美容専門学校を卒業後、エステティシャンとして活動。平成18年には独立してエステサロンを経営。さらに平成30年9月、ペーパーアート装飾での空間演出事業を行う同社を立ち上げ、現在はサロンと並行して展開している。



ペーパーアートで空間を演出したい 事業化に向けて何をすればよいか

エステサロンを経営していた相談者は、趣味であった祝箸袋の装飾の事業化についてCoに相談。その際、祝箸袋の装飾のみでは事業化は難しいと指摘を受けた。再検討している折り、相談者がイベントにてペーパーアート(紙の造花)で空間演出したところ好評を博した。そこで、ペーパーアートを活用した空間演出事業を展開できないかと改めて当拠点を訪れた。



市場は期待できるが、知名度はまだ低い まずは、PR活動への注力が必要

ペーパーアート装飾は既存素材に比べてコストも低く、見た目も華やかになるため市場は十分に期待できる。しかし、知名度はまだ低く、事業化したとしてすぐに受注が決まるとも思えない。そこでCoは、創業後の継続的な売上確保のためにも「ペーパーアート」の認知度を上げるPR活動に注力することを課題とした。



展示会やイベントでの積極的な活動と 各種メディアを通したプレスリリースを提案

Coは創業に向けた諸手続きの整理や事業計画づくりについてアドバイスを実施。相談者もこれを実行。PR活動について、Coは「**展示会やイベントでのデモンストレーション**」や「**各種メディアへのプレスリリース**」の2つに取り組むことを提案。「コラボしが21」のオープンスペースで展示会を開催できるよう支援。さらに、当拠点の実施機関である(公財)滋賀県産業支援プラザから、滋賀県立びわ湖ホールで開催されるイベントを演出することを提案。並行し、**展示内容をプレスリリースし広く周知するよう相談者とともに配信先を選定**。相談者は地元経済紙、TV局へ配信した。



ペーパーアート装飾は、海外ではウェディングやハイブランドの展示会等で大変人気だが、日本ではまだこれから。それだけビジネスチャンスもあると言える



新聞各紙で紹介され受注にもつながり 華々しい創業を達成

プレスリリースの配信のおかげで、**展示会・イベントでの様子が新聞各紙で取り上げられ知名度は大幅に向上**。滋賀県立びわ湖ホールでのイベント演出を契機に、**レストランウェディングでの空間演出依頼など、継続的な売上が期待できる受注にもつながり、華々しい創業を達成**。



「びわ湖ホール開館20周年記念ポスター展」にてロビーを華やかに飾ったペーパーアート



創業

警察官を脱サラした元プロボクサーが 滋賀県初の本格的ボクシングジム創業



「経営の視点から事業準備を進めることができた。問い合わせもはっきりなしで最高のスタートを切ることができた」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 滋賀県よろず支援拠点 | 業種 | サービス業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

しが草津ボクシングジム

代表者：代表 山田 盛生(やまだ もりお)

住所：〒525-0004 滋賀県草津市上寺町382-1 電話番号：077-599-0306

事業内容：平成30年9月創業のボクシングジム。元プロボクサーで元警察官という経歴を持つ代表が、自身のキャリアを生かし、競技者を目指す人をはじめ、体力作りやストレス解消、キッズコースなど各種目的に合わせたメニューで指導している。



ボクシングへの熱い思いをもとに 自己資金で手堅く創業に挑みたい

元プロボクサーから警察官という異色の経歴を持つ相談者。40歳になったのを機に長年の夢であったボクシングジムの創業を志していた。「プロを目指す選手、競技者の育成」を目指し、これまで県外のジムに流れていた選手や競技者を呼び入れるため、アクセスのよい大津市での開業を想定。自己資金も用意し、自分なりの事業計画を立案した上で当拠点へ相談に訪れた。



想定ターゲットと立地条件を明確化した 事業計画の作成が課題

Coが相談者の事業計画をもとにヒアリングしたところ、初めての創業に向けた取組みということで、相談者が作成していた事業計画はまだ精査されておらず自己資金だけで事業を始めようともしていた。また、相談者はアクセスのよい大津市内での開業を考えていたが、駐車場や施設の広さなどで好条件の物件を見つけるのが難しい状況であった。しかし、一方で外部環境を見ると、滋賀県内には本格的なボクシングジムが少なく、大阪や京都に通う方が多いことから立地条件がよければ一定の需要は確保できると判断。そこでCoは、創業に向け「ターゲットを想定し立地条件を明確化した事業計画の作成」が課題とした。



立地・資金・ターゲット層の各条件の 間口を広げて現実的な事業計画に

Coは立地探しについて、駐車場さえ確保できれば同県内からのアクセスは問題なしと判断し、当初の大津市から守山市(滋賀県)まで候補地エリアを広げることを提案。また、自己資金については最悪の状況を考え、なるべく手をつけられないことが賢明であると説得し、金融機関から創業融資が受けられることを説明した。当初の事業計画には計上されていなかった「人件費」もきちんと計上するよう助言。さらに、ゆくゆくは選手育成を目指すにしても、滋賀県で唯一のジムには、当初はボクシングのファンを増やすためにも男女を問わず受け入れる役割があるのではないかと提案した。



明るくクリーンなイメージのリング



日本政策金融公庫の融資を受け開業 話題性もあって好調な滑り出し

候補エリアを広げたことで駐車場6台分付きの物件を草津市(滋賀県)に見つけて無事契約。また日本政策金融公庫より融資も受け、自己資金を残しつつ創業資金を確保した。さらにコンセプトを「競技者育成+ボクシングダイエット」に切り替え、女性専用の更衣室、トイレ、シャワールームを設置。そして平成30年9月ついにオープン。ボクシング不毛の地で2024年に国体開催を控えた滋賀県で初のボクシングジムができたこと、「元プロボクサーで元警察官」がはじめたジムというニュース性、門戸を広くしたという話題性もあって、地元紙の京都新聞に大きく取り上げられ、問い合わせが殺到するという好スタートを切ることに成功した。



サンドバッグも、トレーニング内容などのレベルに合わせて複数のタイプを用意



創業

故郷の野菜を活用したイタリアン
インスタ映えする盛り付けで計画通りの月商を達成



「漠然としたプランを、Coの助言で、明快な事業計画にブラッシュアップすることができました」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|---------|------|------|
| 拠点名 | 大阪府よろず支援拠点 | 業種 | 宿泊業・飲食業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|---------|------|------|

会社概要

ABITACOLO(アビタコロ)

代表者：植松 将太(うえまつ しょうた)

住所：〒541-0045 大阪府大阪市中央区道修町1-3-3 戎道修町ビル1F 電話番号：06-7710-6616

事業内容：店名のABITACOLOとは、直訳するとコックピットのこと。包まれるような居心地のいい食事の空間を演出したい、との思いから命名。オーナーシェフの故郷である河南町の野菜を使い、美味しさはもちろんのこと、見た目も楽しめるオリジナルイタリアンを提供する。



「故郷の野菜」をコンセプトに独立を志すも 事業化のプロセスがわからず苦悩

シェフとしていくつかのイタリアンレストランに勤務し、料理長の経験もある相談者。自分の店を持ち、故郷の河南町で採れる野菜を使った料理を食べてほしいと考えていた。店のコンセプトや出店する立地など事業計画策定をどのように進めていけばよいかわからなかったところ、近畿農政局から紹介され当拠点へ相談に訪れた。



誰に、どこで、どんな料理を食べてもらいたいか 競合店との差別化策の検討と食材仕入先確保を

Coが確認したところ、「故郷の野菜」というキーワード以外には、コンセプトが曖昧で、肝心の食材についても仕入先がまだ確保できていないとのこと。また、競争が激しい飲食業界において、他店との差別化のポイントとして、地産地消や料理の技術などが想定されるが、同様のコンセプトで経営する店はすでに数多くあり、決め手には欠ける状況だった。Coはそうした現状から、「競合店に負けない差別化策を見つけること」、「仕入先確保に向けたネットワークを構築すること」、が課題であると判断した。



ターゲットは女性 口コミ、SNSでの拡散を狙える盛り付けを

Coは、差別化策を検討するプロセスで、**年代や性別、年収などを想定したターゲットの設定を提案**。相談者との複数回のやり取りの中で、「**30代後半の女性**」「**共働き**」「**大阪市内のマンションに住む**」と仮定した。具体的な差別化策については、仮定や相談者のシェフとしての十分な力量を踏まえて、「**美味しい**」だけでなく、「**口コミやSNSで広がりやすいよう「インスタ映え」を意識したメニュー開発を助言**。あわせて、店の立地についても、仮定した層が多いと考えられる大阪市内での物件確保を提案した。一方、仕入先の確保に向けては、「**個別の農家と契約するよりも安定的・効率的に仕入が行え、シェフの負担軽減にもつながるといふ発想のもと、地元野菜が集まる「道の駅かなん」に着目**。Coからの提案を受けて交渉を行った結果、仕入契約を結ぶことができた。



盛り付けの可憐さがまさに「インスタ映え」する料理。女性客を中心に、ランチは常に満席とのこと



本格パスタと豊かな彩りが話題 売上目標を達成

店は平成30年5月にオープン。本格的なパスタや彩り豊かな見た目が話題となって口コミで人気ที่広がり、ランチは満席状態が続いている。故郷の野菜を使った「インスタ映えするイタリアン」というコンセプトが顧客の心をつかんだ。競争が激しい飲食業界において、「**リピーターも増やしながら計画通りの月商を確保している**。



「ABITACOLO」店内



創業

誤嚥性肺炎予防商品の事業化を支援
ネットショップを活用した販路拡大へ

人手不足対応
ITを活用した
生産性向上



「ものづくり補助金の採択後も、借入や売り出し方など、心細さを支えていただきました」と語る相談者(笠原直樹取締役・事業責任者)

| | | | | | |
|-----|-------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 和歌山県よろず支援拠点 | 業種 | 医療・福祉 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|-------------|----|-------|------|------|

会社概要

株式会社リハートテック

代表者：代表取締役 笠原 佳代(かさはら かよ)

住所：〒649-6264 和歌山県和歌山市新庄490番地 電話番号：073-460-9805

事業内容：平成30年に法人化し、誤嚥(食物や飲み物が、誤って喉頭と気管に入ってしまうこと)に苦しむ高齢者の方のために事業を展開している。嚥下力(嚥んで飲み込む力)トレーニングボトル「タン練くん」を主とした開発・製造・販売を行う。



誤嚥に苦しむ高齢者を助ける新商品を開発 量産化し事業として取り組んでいきたい

歯科医師、特別養護老人ホームの理事長として、長年、高齢者が誤嚥に苦しむ姿を見てきた相談者。そうした高齢者を何とか助けたいと、嚥下力を高めるトレーニングボトル「タン練くん」を発案・試作した。妻を会社代表として平成30年1月に会社も設立。今後、量産化し事業として取り組んでいくためのアドバイスを求め、当拠点へ訪れた。



限りある人員・資金で成果が出せる 量産体制確立と販路開拓に向けたPR活動を

相談者は、製造・販売・プロモーションの経験がなく、人員や資金も限られていた。そのような中、「タン練くん」を量産化するためには製造委託先、また保管・発送の委託先を探すことが必要と分析。また、販路開拓についても、相談者自身も忙しい中、常に人員を張り付けられるわけではないので、お金や手間がなるべくかからない方策を考える必要があった。そこで、Coは、「委託先を決定し量産体制を確立すること」と「お金や手間がかからないPR活動」を課題とした。



相談者のアイデアを商品化したトレーニングボトル「タン練くん」



プレスリリースとネットショップ開設等提案 相談者自身が広告塔・営業マンとして活動

相談者自身が製造委託会社との取引条件等を交渉し、保管・発送についても卸会社と直接交渉できるよう商品の強みを明確化。販路開拓に向けては、**ネットショップの立ち上げと介護・福祉用具店や薬局への営業活動を開始**。また、本事業は社会性が高いので積極的な広報活動が効果的と考え、**プレスリリースを提案し作成の支援**を行った。さらに**相談者が自ら広告塔・営業マンとして、商品への想いや強みをPRすることを提案**。老人ホームなどの施設訪問や県知事との面談などを行った。



メディアから注目、県内事業者7社と販売契約 ネットショップでの販売も開始

営業活動の結果、**和歌山県内の事業者7社と販売契約を取り付け、医療機器・用具の販売会社との契約にも成功**。提案したプレスリリースが功を奏し、**専門紙や地元新聞、ラジオ、TVの取材を受け、大きなPR効果を発揮**。平成30年9月より生産を開始し、10月から開拓した販路とネットショップでの販売にもこぎつけ**安定的な創業**ができた。



「タン練くん」普及のための講演活動



創業

年間を通じた安定収益策を支援
運転資金確保でスムーズな創業を実現



「冬期は店舗でのサービス提供ができなくなりますが、春からの店舗営業再開まで、出張サービスを積極的に実施して店舗の認知度を上げていきたい」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 鳥取県よろず支援拠点 | 業種 | サービス業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

ほっこりよもぎ家 kizuku

代表者：高濱 ルミ子(たかはま るみこ)

住所：〒680-0728 鳥取県八頭郡若桜町つくみ635-219 電話番号：080-7822-4941

事業内容：平成30年9月創業。「鳥取の大自然の中でリゾート」をコンセプトに、1日2組の予約制で、プライベートにも配慮したサロン。よもぎ蒸し、足つぼ・ハンドリフレクソロジー、腸もみ(腸セラピー)を組み合わせるサービスを提供。温泉施設等へのお出張サービスも展開する。



創業にあたり店舗改修コストは予想以上 何とか負担を減らせないか相談したい

8年間の看護師経験とセラピスト資格を持つ相談者は、よもぎ蒸し・足つぼ・腸もみ等のサービスを提供したい、と創業を検討。しかし、店舗改修コストが予想以上に高い。何とか負担を減らせないかと創業補助金の申請および融資申込に伴う事業計画検討のために当拠点を訪れた。



年間を通じた収益確保策へ、新サービス検討と 店舗改修のコスト削減が重要

相談者がすでに作成していた事業計画書を基にヒアリングすると、店舗予定地が冬場は積雪で来店困難となるため、年間を通じて稼働できない状況を確認。また、それにもかかわらず、店舗の改修コストが高く財務面の安定が難しいことが判明。さらに、当初想定していたサービスの単価が低く、収益性に難があった。そこで、「年間を通じた収益確保に向け、付加価値の高い新サービスの検討」と「店舗改修コストの削減」の課題が指摘された。



温泉施設への“お試し”出張サービスと 店舗でのフルサービス提供を提案

Coは、収益確保策として温泉施設等へのお出張サービスも行うことを提案。出張サービスの価格は“お試し”要素もふまえた割安価格とし、店舗では付加価値の高いフルサービスを提供する、というリピーターを獲得できる2段構えの体制を提案。さらに店舗改修コストに関しては、一級建築士であるCCoが、改修の必要な箇所を分析。どのように改修するとコストが削減できるかを助言。最終的には、2階建て物件のうち改修箇所を1階に集約させることでコスト低減を図った。



豊かな自然の中に佇む「ほっこりよもぎ家 kizuku」



改修コスト削減で資金面に余裕を持った創業達成 出張サービスが好評、年間を通じた収益策も確保

改修コスト削減により資金面の余裕が生まれ、蓄えを過度に投入することなくスムーズな創業を実現。店舗完成前から行っていた出張サービスが功を奏し、オープンと同時に安定的な来店客数の確保も可能となった。また、近隣の温泉施設等からも出張サービスの声がかかり、課題の一つであった店舗での営業ができない冬期の収益確保の見通しも立てることができた。



ウッド調にまとめられた施術ルーム



子連れのお客さんのためにキッズスペースを完備



創業

経営知識ゼロからの独立開業を目指すネイリスト
拠点サポートにより計画以上の売上を実現



「最初は気軽な気持ちで相談に訪れましたが、創業の大変さと現実を知ることができ、本当にためになりました」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 島根県よろず支援拠点 | 業種 | サービス業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

ネイルサロン リラ

代表者：田淵 千尋(たぶち ちひろ)

住所：〒690-0823 島根県松江市西川津町4317-205 電話番号：080-9794-5429

事業内容：平成30年に創業したネイルサロン。松江市内の美容院でネイル部門の責任者を務めていたネイリストが独立し、アパートの一室を店舗として開業した。



ネイルサロンを自ら立ち上げたい 開業に向けて多角的なアドバイスが欲しい

美容院に勤務し、ネイルの施術を担当していた相談者。経験を積む中で、美容院の顧客だけでなく、幅広い客層が気軽に足を運べるネイルサロンを自ら立ち上げたいと思うようになった。事業経営や経理事務の知識を持たないまま、気軽に開業を考えていたところ、父親から当拠点の存在を知らされ、事業計画や、開業時の問題が想像できず、多角的なアドバイスが欲しい、と当拠点へ訪れた。



事業経営者としての知識不足に加え 開業に向けた事前の営業活動が課題

初めての面談は平成29年11月。Coは創業を決意するに至った動機や、開業で実現したい内容についてヒアリングを開始。開業する上で注意すべき点について説明し、対応すべき課題を整理した。そして「事業経営・経理事務の知識を増やし、開業の準備をすること」、「現勤務先の関係者や顧客から口コミで紹介等もしてもらえよう開業に向けて事前に営業活動を行うこと」の2つを課題とした。



専門コーディネーターも加わり複数回のミーティングを実施 知識習得から開業準備までを徹底サポート

専門のCoを交え、事業経営者に必要な知識「**税務・会計知識**」、「**ITを活用した営業戦略**」、「**店名やロゴマークの意義**」、「**お客様とのコミュニケーションの方法**」等について支援を開始。中小企業庁編の冊子「夢を実現する創業」を活用して、日常の仕訳や「創業時の資金計画表」、「損益計画表」、「資金繰り表」の考え方や作成方法をレクチャーしていった。また、**円満でスムーズな独立開業が行えるよう、勤務先の美容院関係者や顧客への事前活動についてもアドバイス**を行った。



施術の様子



アドバイスや身に付けた知識を生かした事前活動が奏功 開業月は計画を大幅に上回る売上を実現

相談者の社会的で誠実な人柄や、身に付けた知識を活用した事前活動が実を結び、**予定通り平成30年4月に「ネイルサロン リラ」をオープン**。美容院時代のお得意様のスムーズな移管に加え、紹介による新規顧客も獲得し、**創業月は計画を大幅に上回る売上を計上**した。



相談者の好きな花・リラをあしらった店名ロゴ



創業

高級バッグ専用シルクスカーフカバーの開発と販促支援で安定的な創業達成

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 徳島県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

株式会社ムーア

代表者：代表取締役 平井 泰子(ひらい やすこ)

住所：〒772-0031 徳島県鳴門市大津町木津野字養父の内41番地4 電話番号：088-635-8778

事業内容：平成29年1月に設立。撥水性や機能性を持たせたスカーフを中心とした商品の製造販売を営む。そごう徳島店のお得意様サロンで販売されているほか、インターネットでの販売も行っている。



革製高級バッグ専用カバー商品を考案 製品開発や起業方法がわからない

相談者は、革製高級バッグの「水気に弱い」という弱点を補いつつ、見た目の美しさも兼ね備えた専用カバーをつくり、製造販売できないかと考えていた。しかし、製品アイデアはあるものの、起業方法や製品開発、特許等の知的財産権の取得方法などがわからず、徳島県知財総合支援窓口の紹介で当拠点を訪れた。



ターゲット層に見合った 品質の高さを重視した製品開発と販促が鍵

Coは、製品コンセプトや強みの確認、ターゲット層を明確にするためマーケティング調査を実施。革製高級ブランドバッグユーザーはブランド・ロイヤルティが高く、潜在的ニーズは見込まれると判断。こうしたユーザーが積極的に使用したくなる「質の高い製品開発」と、「販促活動」が課題とした。



革製高級バッグ用シルクスカーフをコンセプトに 高度な縫製技術を持つ事業者との契約を提案

相談者とのディスカッションを重ね、商品コンセプトを「**バッグカバー機能を持つ撥水性のある国産シルクの高級スカーフ**」にした。開発には、素材とデザイン、さらに縫製の品質も重視することを助言した。高級スカーフの条件である縁縫い製法「**ルロタージュ**」ができる事業者とのマッチングを提案すると、相談者は事業者に直接出向き、外注加工契約を結んだ。またCoは、**連携支援機関であるそごう徳島店で商品を紹介する場を設け**、販路拡大の費用捻出のために、「**小規模事業者持続化補助金**」の申請を支援。さらに**タウン誌への広告展開も支援**した。



高度な技術を要する縁縫い製法ルロタージュの作業風景



コンセプト通りの商品が完成 補助金の採択により販路も拡大

Coと連携支援機関の協力のもと、**シルク素材では難しい撥水加工やスリット加工を無事クリアし製品化に成功**。四国のTV番組で特集されたほか、そごう徳島店では、これまでにない魅力的な商品であることが評価され**販売契約を締結**。お得意様向けに特別に案内する**ロイヤルサロンでの販売も始まり、安定的な創業を達成**した。



バッグカバーにもなる国産シルクの高級スカーフ



シルクスカーフは、持ち手に巻くなど様々なアレンジが可能



「開発は大変でしたがモチベーションが持続できたのもCoと一緒に盛り上げてくれたおかげです」と語る相談者



創業

新スタイルの書店創業をチームで支援
ファンやリピーターをつかみ売上順調

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 香川県よろず支援拠点 | 業種 | 小売業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

本屋ルヌガンガ

代表者：中村 勇亮(なかむら ゆうすけ)

住所：〒760-0050 香川県高松市亀井町11-13 中村第二ビル1F 電話番号：087-837-4646

事業内容：平成29年に創業した、店主が1冊ずつ選書した書籍を取り扱う提案型書店。書籍販売以外にもセミナーやワークショップ、イベントも活発に開催し、多くの顧客がリピーターとなり同店に通ってくる。創業後1年が経つ今でも県内外から注目されている。



新しいスタイルの本屋を創業したいが具体的な準備の進め方を知りたい

相談者夫妻は夫の地元である香川県にUターンし、新スタイルの街の本屋を開くことを計画していた。高松市内の父親が所有するビルの1階を改装し、店舗とすることを考えていたが、初めて創業するにあたって何から準備をすべきか当拠点に支援を求めた。



経営者になるための準備 Amazonに負けない強みは何か

Coは、まずは相談者自身が、今後、書店経営者になるにあたって、留意すべき点について洗い出しを行った。結果、書店特有の粗利の低さや、在庫回転率の低さという問題、創業にあたっての資金調達から日々の経理処理まで、相談者が準備しなければいけない事項は多々あった。また、Coは開業予定地である高松市内の市場動向を分析。複数の大型書店や昔からの中小書店が存在すること、Amazonなどリアル店舗以外の競合の勢いもある中、他店に負けない強みを前面に出すため、「ターゲットの絞り込み」や「店舗のコンセプトの確立」が課題であると分析した。



小規模な店舗を生かした提案型書店で顧客1人1人に丁寧なサービス提供を

まずは当面の必要資金を明らかにするために、税理士の協力のもと、より現実的な資金繰りを進言し、相談者はこれを事業計画に落とし込んだ。

店のコンセプトについても議論を重ね、**小規模な店舗であることを逆手に取った戦略が立てられないかという点に行き着いた。**それに対して、Coからは、**顧客1人1人に特別感を与えられるような「店主が厳選した書籍のみを扱う提案型書店」とすることを提案。**粗利の低さについては、**カフェの要素も加えた飲み物の販売や、有料イベントなどの開催による客単価アップを助言、**さらにはチーム支援としてWebに強いCoから、訴求力の高いホームページやSNSの運営による誘客策までアドバイスを行った。



「本屋ルヌガンガ」店舗外観



念願の書店を開店、メディアでも話題にファンも獲得し売上も順調に推移

平成29年7月に開店に至った。開店前に**メディア向け内覧会を実施したこと**で**県外のメディアにも取り上げられ、話題となった。**「店主が厳選した書籍のみを扱う提案型書店」としての付加価値が認知されたことのほか、SNS等を活用してイベント開催告知や文化的情報発信も積極的に行ったことで、早くも**ファンやリピーターをつかみ、売上も順調に推移**している。



「そこに行けば何か新しいことがある店」という相談者の理想とする場所として地域においても定着しつつある



「創業してからも様々な課題に対して相談ができるため心強いです」と語る相談者夫婦



創業

「握らないブレーキバー」で創業
自転車・介護福祉市場へ参入に成功

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 佐賀県よろず支援拠点 | 業種 | 小売業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

PMT(ピーエムティー)

代表者: 土井 容子(どい ようこ)

住所: 〒840-0813 佐賀県佐賀市唐人2丁目5-12-3F 電話番号: 090-2967-5717

事業内容: 平成27年創業。握力が弱くてもかけられる自転車などのブレーキ、「パームブレーキバー」を開発。自転車産業振興協会の新技術の採択、佐賀県ユニバーサルデザインの認定取得、さがラボチャレンジカップ優秀賞等、複数の認定、表彰を受ける。小城市のふるさと納税の返礼品としても採用。



自身の経験から考案した商品

パームブレーキバーを生産・販売したい

自転車のブレーキをかけられないほどのケガをした経験から、自転車のハンドルに取り付けたレバーを下げるだけで簡単にブレーキがかけられる、「パームブレーキバー」を考案した相談者。生産や販売に向けてどのように取り組むべきかを含め、創業について地元の商工会に相談したところ、当拠点を紹介され来訪した。



資金・設備の経営資源不足と

商品単体以外の販路展開が課題

相談者は、「握らないブレーキバー」のアイデアと、これを実現する機構の知識がある。その一方で、資金力が乏しく生産設備を持っていないという問題点を確認。補助金事業を有効に活用し、商品開発を進めていく必要があると考えた。さらに、生産や販路開拓面からパームブレーキバー単体での事業展開は難しいため、カスタマイズ自転車として確立をしていくべきだと判断した。



画期的な商品特性を生かす販路の提案と

初期段階での試用と収益確保を支援

商品の画期的な機能性に着目したCoは、「パームブレーキバー」を装着したカスタマイズ自転車と、障害者向け自転車としての販路を提案。また、今後の大手メーカーへのプレゼンに向けた試作開発と販路開拓を視野に入れ、資金面を後押しするために補助金申請の書類作成を支援した。

同時に、機能とデザインをアピールするために複数のコンテストに応募することをアドバイス。WEBサイトやプレスリリースの作成支援を通して継続的な広報支援を行った。また初期の段階では、公共機関の業務の現場や民間の寄付を通じた試用をきっかけに販売へ移行していくことを提案した。



パームブレーキバーを装着した自転車(ブレーキをかけていない状態)



ふるさと納税返礼品に採用され

納入金額は初年度の約9倍に

平成28年度、「パームブレーキバー」を装着した自転車は、佐賀県トライアル発注認定商品となり、県庁産業企画課に納入。さらに平成28年には小城市「ふるさと納税の返礼品」に採用され、その納入金額は、平成28年(461,000円)から平成29年(4,148,000円)では約9倍、平成30年8月末時点で、前年実績の95%以上を達成。また補助金の採択を受けて、ブレーキ製造の大手メーカーにリング式パームブレーキバーの試作を依頼し、大手自転車メーカーへの採用を想定した試験・試作品評価を実施中だ。



パームブレーキバーを装着したシルバーカー



「親身になって支援して下さったことが売上アップにつながった」と語る相談者



創業

未経験の分野への創業で
当初目標2倍の売上を達成



「よろず支援拠点の方から粘り強い支援をいただき、開業にこぎつけたばかりでなく、売上目標も早期に達成でき感謝しています」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 熊本県よろず支援拠点 | 業種 | サービス業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

合同会社エム・システム

代表者：代表社員 宮田 正一(みやた まさかず)

住所：〒866-0898 熊本県八代市古閑中町846-14 電話番号：0965-34-1880

事業内容：平成29年創業。敷地内の雑草の防草施工サービスの提供を中心に、それに付帯した土地の整地や整備、植木の剪定や庭の改造などのサービスを行っている。現在、一人で高齢者宅や企業、自治体向けの営業活動から施工業務まで行っている。



長年営んできたピアノ販売と調律事業の経営が悪化する中 知人の誘いもあり、第二創業を検討

相談者は、長年個人事業として営んできたピアノ販売と調律事業の経営悪化で、廃業を考えていた時、知人から防草機能を持つ製品を取り扱う事業経営の誘いを受けた。しかし、経営が成り立つのか不安があり、八代商工会議所主催の創業塾を受講。その講師を務めていたCoから、「この事業は、時代のニーズに合っており、やり方次第で大きな伸長が期待できる」と意見をもらったことから、具体的な創業計画の相談のために当拠点を訪れた。



市場環境を踏まえたメインターゲットの選定・訴求・認知、 代理店型ビジネスの差別化等が課題

Coは、相談者のビジネスは、商品を仕入れて施工する代理店ビジネスとなるため、収益確保には仕入先との価格調整が必要であり、競合他社が出た場合に備えた差別化が重要と分析。また、顧客ニーズを分析した結果、高齢者所帯では、所有地の草取りに大きな負担がかかり、その作業依頼に困っている者が多いことも判明。

その結果、①市場環境を踏まえたメインターゲットの選定、②ターゲットへの訴求と認知、③代理店型ビジネスの差別化、④設備投資や運転資金の確保が課題であるとした。



「個人の高齢者宅」をメインターゲットに、商品のOEM供給や 新規顧客開拓エリアの独占販売権取得等を提案

Coは、開業当初は「個人の高齢者宅」をメインターゲットにしていくことや高齢者が手に取りやすい地元自治体の広報誌で宣伝するよう提案。事業戦略としては、価格競争に巻き込まれない代理店型ビジネス戦略の立案、商品の製造元からOEM供給を受けることや新規顧客を獲得した都道府県について独占販売権を取得することも提案。また、運転資金の確保に向けては、不足する資金を洗い出し、再度、事業計画書をブラッシュアップして同商工会議所や地元金融機関等と連携し、融資を受けることを提案。相談者は、当拠点や同商工会議所の支援を得ながら、Coの提案を実行した。



地元金融機関からの融資で無事創業 創業1年目で期末売上高は当初目標の2倍!

地元金融機関からの融資を受けた相談者は、無事創業。地元自治体の広報誌を中心に広告を展開した直後から、狙い通りのターゲット層から問い合わせが相次ぎ、これまでに36件の施工を実施した。

また、Coが他企業とのマッチングを提案。これによって相談者は商談が成立し、2件の太陽光設備会社の施工を受注。その結果、**初年度の売上目標を8か月後には達成し、期末売上高は目標の倍となる見込みだ。**



施工前と施工後の一例。お客様からも大変喜ばれており、その方から別のお客様を紹介してもらえるなど、好循環も生まれている



創業

障害者就労支援施設を含む複合施設の創業 メディアの注目も高まり、売上は順調に拡大



「思いついたアイデアを聞いてもらったり、率直な意見をいただき、安心して事業を推進することができた」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-------|------|------|
| 拠点名 | 大分県よろず支援拠点 | 業種 | サービス業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-------|------|------|

会社概要

株式会社まな

代表者：代表取締役 古山 圭二(こやま けいじ)

住所：〒870-0006 大分県大分市王子中町3番5号 ふくろうの森ビル 電話番号：097-511-1293

事業内容：カフェ、テナント、障害者の就労支援施設等を展開する複合施設「ふくろうの森」を運営。同代表が運営する障害福祉サービス事業「一般社団法人あらやしき」と業務提携し、「ふくろうの森」をひとつの事業体として展開。A型就労支援施設として将来的な独立採算を目指している。



今まで経験がない規模での創業 ビジネスモデルの構築へアドバイスが欲しい

相談者は、障害者の就労支援を兼ねた複合施設事業を計画し、事業拠点となる中古ビル購入を検討。これまでに小さなバー経営の経験はあったが、事業の規模が異なることから、細部において様々な不安を抱えていた。また、従来の福祉事業とは異なる形態を取る持続可能なビジネスとして採算が取れるかもわからない。ビジネスモデルの構築や収益性の向上に向けてアドバイスが欲しい、と当拠点へ相談に訪れた。



事業計画のブラッシュアップと アイデアを実現させる計画づくり

相談者が作成した事業コンセプト、収支計画等を確認すると、経験のない規模の融資を受ける必要もあり、事業計画のブラッシュアップが必要であった。さらにカフェのサービスやイベント企画といった集客に向けたアイデアを持ちながらも、具体的な行動には至っていない。そこでCoは、「無理なく事業継続できる計画の練り直し」、「広告宣伝を含めた集客活動」が課題であると分析した。



融資申請に向け、実現可能な事業計画の作成 集客に向けて開放的な空間づくりを提案

はじめにCoは、事業計画の精査・改良を実施し、相談者が融資申請の際に行うプレゼンテーションも事前に確認した。サービスやイベント企画案について、12回におよぶブレインストーミングを実施。カフェでの音楽ライブ等、多様なイベントを外部と連携して開催する、開放的な空間づくりを提案した。さらに、マッチングによるテナント候補紹介も実施。これにより、フラワーアレンジメント教室などの共同企画も可能となった。また宣伝面では、事業の社会性の高さに対して賛同を得やすいSNS活用の提案やチラシのレイアウトなど、集客に向けた活動のサポートも行った。



「ふくろうの森」店舗外観



メディアでの注目度が高い施設に成長 利用者は3倍に増加、売上は順調に拡大

支援の結果、「ふくろうの森」としてカフェ、テナント、障害者の就労支援施設を含む複合施設をオープン。経営革新支援制度への申請の際、A型就労支援施設の独立採算という発展計画を積極的にアウトプットしたことで賛同者も増え、広告効果も相まって、提携パートナーの希望やスタッフ希望者が後を絶たない。日本テレビの「24時間テレビ『愛は地球を救う』」の大分県枠で特集が組まれるなど、メディアにも度々取り上げられ、就労支援施設の利用者は当初計画の3倍に、スタッフは2名から10名にまで増員した。フラワーアレンジメント教室との共同開催の教室も好評で、カフェの集客に寄与するなど相乗的な集客効果をもたらし、財務状況もシミュレーション通り順調に推移している。



カフェで様々なイベントを開催している



事業承継

未経験で事業を引継いだ女性社長
2年半の伴走型支援で業績好転

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 愛知県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

マルハチ工業株式会社

代表者：代表取締役 田中 好江(たなか よしえ)

住所：〒493-0005 愛知県一宮市木曾川町里小牧字清水54-1 電話番号：0586-86-2880

事業内容：平成5年、大手自動車メーカーの三次下請けの自動車部品製造・販売会社として設立。発注先より受注した鋼材を仕入加工し、岐阜と愛知の協力会社9社に部品の製造を委託し、仕上がった製品を発注先に納入している。



父である前社長が病に倒れ事業承継 業績が低迷し悪化した資金繰りを何とかしたい

大手自動車メーカーの三次下請けとして自動車部品の製造・販売を行う同社。平成24年、前社長が病気で倒れた。前社長の娘で当時30歳だった相談者が事業承継に向けて動き出したが、それまで跡取りという意識も薄く、経営管理の知識も少ない。なんとか工場を継続しようと努力したが、業績は徐々に低迷し、資金繰りも悪化。そうした窮状を何とかしたいと、メインバンクの紹介で当拠点に訪れた。



経営管理の知識強化と知的資産の承継後 競争力強化を図っていくことが課題

相談者に3代目として家業を残したいという強い思いがあることから、Coはまずは「経営管理に関する知識の取得、そして後継者教育として前社長の知的資産を継承すること」が課題であると判断。そして、本格的な事業承継を見据え、悪化している業績を改善するために、「売上拡大、仕入価格と経費水準の見直しから、資金繰りや品質管理等を検討し、競争力を強化すること」が次の課題であるとした。さらに相談者の自社株の持分がゼロであったため、後継者として自社株式の取得を進める必要があると判断した。



経営者として、後継者としての教育と 経営改善計画策定の支援を実施

Coは相談者に、**経営者としての基礎知識習得だけでなく、後継者教育としては、経営理念や取引先との人脈、従業員技術、自社のノウハウ、お客様情報等の知的資産の継承を進めるよう提案**。社長引継ぎへの意思を確認し、愛知県事業引き継ぎ支援センターの支援で企業価値の概算評価をした上で自社株の移転手続を開始した。業績改善のための経営改善計画については、実施機関の専門家派遣を活用し、改善計画の骨子を策定した。



会社外観



2期連続で営業利益の黒字基調が続き メインバンク支援でキャッシュフロー改善

Coのアドバイスもあり、相談者は経営改善計画のアクションプランを着実に実行、発注先との価格交渉、新規受注先の獲得など努力の結果、見事に業績が好転。**当拠点を活用した事業承継の成功事例としてTVで紹介され、放映翌月から売上高は前月比5%アップ、営業利益は100%超アップするなど業績が向上し、2期連続で営業利益の黒字基調が続いている**。資金繰りも経営改善計画書が認められ、**メインバンクの支援により借換融資が実行され、キャッシュフローが改善**。経営も安定した。相談者は仕事と家庭との両立に悩み、会社売却も一時は検討したが意思を固め、3代目の女性社長として歩み始めた。



協力会社の方々との懇談の様子。TVを見た発注先、協力工場からも激励を受けた



「Coのおかげで経営が安定し、経営者として自信を持って行動できるようになった」と語る相談者



事業承継

2か月で就業規則を作成し労働条件を明確化
事業承継に向け事業基盤を整備

人手不足対応
雇用労務



「労働管理等、最も基本的でかつ重要なことをたくさん学ぶことができました」と語る相談者夫婦(左:前川昌美氏、右代表)

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 三重県よろず支援拠点 | 業種 | 卸売業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

環境システム株式会社

代表者:代表取締役 前川 為光 (まえがわ たけみつ)

住所:〒515-0072 三重県松阪市内五曲町123-4 電話番号:0598-30-5260

事業内容:平成10年に創業した建設土木資材の販売会社。平成29年に本社を伊勢市から松阪市に移し、三重県の津市以北ならびに名古屋を営業エリアとして事業展開している。現代表は、平成22年に2代目社長として事業承継。その後、妻と二人三脚で会社を運営して現在に至る。



1人の従業員の定年を契機に 事業承継に向け就業規則を作成したい

現社長の妻である相談者は、従業員の1人が間もなく定年を迎えることを契機に労働条件の設定について松阪商工会議所(三重県)に相談。同所の専門家派遣制度に登録していた当拠点のCoが、労働条件明確化の重要性について説明したところ、相談者夫妻は息子への事業承継も控えていることから就業規則の作成を希望。同商工会議所の専門家派遣制度では利用回数が限られていたため、当拠点を通じて支援することにした。



事業承継に向け、知的資産を明文化する 就業規則の作成が課題

Coが相談者にヒアリングした結果、同社は、就業規則や給料の決め方等についても明文化されたものは存在せず、ぼんやりとした信頼関係に基づき労使関係が形成されており、相談者夫妻の労働法に関する知識も十分とは言えない状態であることが分かった。また、そうした状況は後継者となる息子が経営に参画した時に障壁となる。そこで、事業承継に向け知的資産を明文化する意味も兼ねて、「現行の会社ルール(現経営者の考え方や労働条件の設定方法等)に基づいた就業規則を作成すること」が課題とした。



就業規則を作成しながら 雇用管理を行う上で必要な知識を養う

Coは、厚生労働省のモデル就業規則をベースに規則の作成作業を進めることを提案。相談者夫妻に労働法を学んでもらい、会社独自の考え方を規則に反映させた。基本的にはモデル就業規則をベースにメールでやりとり。メールでは伝えづらい事柄は、同商工会議所の専門家派遣を活用し、面談を通じて説明を補完した。不文律であった現社長の考えを相談者がモデル就業規則に反映していく作業の中、夫妻間で従業員の労働条件設定についてコンセンサスを形成していった。



「就業規則が完成し、今後さらに社員との結びつきを強くして会社としての力を付けていきたい」と語る前川社長



会社ルールの明確化・明文化により 後継者に引き継ぐ素地が完成

商工会議所の専門家派遣と当拠点の支援を上手く組み合わせることで、わずか2か月の間に、就業規則(本則)にとどまらず、短時間労働者就業規則、育児・介護休業規程を完成させた。就業規則を整備したことにより、従業員の労働条件に関する質問や各種労働条件の設定についても、会社としての明確な回答ができるようになった。また、後継者に会社を引き継げるよう事業基盤を整備できた。



社屋外観



事業承継

後継者育成を支援しながら
商品開発と販路拡大も実現

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 島根県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

株式会社シーライフ

代表者：代表取締役 河上 清志(かわかみ きよし)

住所：〒697-0017 島根県浜田市原井町907番地2 電話番号：0855-23-3105

事業内容：創業は平成18年。主に浜田港で水揚げされた魚を干物やみりん干しに加工して販売。平成21年に地元の水産高校の生徒が発案した「のどぐるふりかけ」の原料供給、卸売および販売に協力し、現在まで60万個を売り上げる大ヒット商品となった。



自社製造の缶詰復活と共に 事業承継を成功させたい

干物離れや後継者不足のため、地域の水産加工会社が年々規模を縮小していく中、相談者は、利益確保と雇用増加のためにもOEMで製造していた缶詰を自社製造に切り替えることにし、缶詰製造機導入を計画。相談を受けた「(公財)しまね産業振興財団」の担当者は、「平成28年度革新的ものづくり・商業・サービス開発支援補助金」の申請を支援。その中で、相談者から事業承継とそれに関する県の「事業承継新事業活動支援助成金」についても相談を受けたことから、当拠点を紹介。相談者は事業承継に向けた支援を求め当拠点へ訪れた。



育成のため、後継者である 専務が商品開発と販路拡大に対応

当初の相談者は社長であったが、入社2年目の専務(息子)に商品開発と販路拡大を担当させ、後継者として育成したい考えがあったことから、自社製造への取組みは専務と直接行う必要があると判断。専務には、計画書や助成金申請書の作成から販路拡大のための展示会出展まで、あらゆることに対応してもらう必要があると判断した。



助成金申請書作成のための支援 展示会など積極的な営業活動を提案

Coは、相談者の新商品の開発事業計画を精査し、県に提出する「経営革新計画」の変更を提案。あわせて、「事業承継新事業活動支援助成金」の申請書作成とプレゼンテーションの準備を支援した。

販路拡大に向けては、学生が起業し運営していた缶詰バー(缶詰をおつまみとして販売するバー)への売り込みや、展示会への積極的な出店を提案。また、広報活動としては「ALLいわみイチョン商品発表会」事前セミナーで、プレスリリース資料のブラッシュアップを支援。これら全て、専務と共に実行していった。



開発した新商品の缶詰



缶詰製品が完成し、2か月で3,000個出荷 助成金の採択により販路拡大

「ものづくり補助金」の採択により缶詰製造機を導入。遂に缶詰の自社製造を開始。2か月で3,000個を出荷し、売上は好調。また、Co支援のもと助成金も採択を受け、それを原資として販路拡大への施策も推進。浜田商工会議所と連携して対応した。地元の缶詰バーとの取引も開始した専務は、プレスリリースにより広く周知したこともあり、大手新聞や地方紙からも取材を受けた。その他、NHKの全国放送で缶詰が紹介されるなど、メディアの注目も高まり、ホームページでの問い合わせも増えた。当拠点支援のもと、商品開発から販路拡大まで成し遂げた専務は、自信をもって事業承継完了へ向けた準備を進めている。



加工現場の様子



「事業承継完了までの道のりは長いですが、今後も支援をいただきたい」と語る相談者(河上清貴専務)



事業承継

新システムのPRを支援し取引も成立 事業承継に向け事業基盤を安定化

人手不足対応
ITを活用した
生産性向上



「よろず支援拠点のノウハウや成功例を聞くだけでも、不安や悩みが軽減されます」と語る相談者

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 高知県よろず支援拠点 | 業種 | 建設業 | 従業員数 | ~20人 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

有限会社宮村鉄工

代表者：代表取締役 宮村 博益(みやむら ひろよし)

住所：〒782-0044 高知県香美市土佐山田町中組695 電話番号：0887-53-4325

事業内容：昭和45年創業。主に建築用の鉄骨の製作・施工を行う鉄工所。現在は、3Dスキャナーによる現場測量から3D CADでの設計、加工、現場納品までを行うシステム開発をするなど、時代変化に合わせた仕事確保の方法を確立している。



「3K」「人手不足」を業界全体で解決する取組みで 承継に向けた事業基盤の安定化を目指したい

昭和45年に創業し建築用の鉄骨の製作・施工をする従業員7名の小規模鉄工所である同社。現社長の息子である相談者は、民間企業に就職後、事業承継に向けて同社に戻り勤務している。いざ現場に入ってみると、業界の特徴「3K(きつい・汚い・危険)」と「人手不足」を痛感。技術のある職人の確保が今後さらに難しくなる中、独自に3Dスキャナーや3DCADなど、IT技術の活用による生産性向上を推進。承継に向け事業基盤の安定化に取り組んでいた。その中で開発した新技術を活用し、業界全体の「3K」「人手不足」も解決できる新しい取組みを始めたい、と高知県産業振興センターの紹介で当拠点へ来訪。これからの事業展開について相談に至った。



相談者のヤル気を引き出す施策の提供と 事業展開に向けたPR活動が課題

当拠点のIT担当Coがヒアリングしたところ、意欲はあるものの地方の小さな会社が業界全体を変えるようなアイデアを出せるのか、と気後れもしていた。しかし、相談者の今までの取組みから、一般の鉄工所とは一線を画す技術力・発想力があることは容易に見て取れた。そこから、相談者のヤル気を引き出すことができれば、あとは持ち前の技術力・発想力で動き出すだろうと分析。また、どちらかという、新しい取組みを開始した後のPR活動が相談者にとっては問題であるとも分析。以上から、「相談者のヤル気を引き出す施策の提供」と「事業展開に向けたPR活動」を課題とした。



IT化に取り組んだ事例紹介を通じたアイデア出しと 新システム開発後のプレスリリース手法を提案

相談者の不安を払しょくするため、Coは**全国の中小企業が生産現場でIT化に取り組んだ具体的な事例を紹介し、あれこれとアイデアを出し合っていた**。そのような中、相談者と付き合いのある企画開発会社の紹介から、既存の技術を深化させた「MR(複合現実)技術を活用した鉄骨加工システム」をNTTドコモと共同開発することが決定。Coは、この技術は「IT化+α」のモデルとして、業界全体の「3K」「人手不足」を解決できるものと考え、今後の事業展開に向けたPR活動への支援を開始。Coは、**相乗効果を狙いNTTドコモ側のプレスリリースと時期をあわせて、相談者自らプレスリリースを行うことを提案**。プレス先は広報効果の高い日本経済新聞1社に限定。日本経済新聞社高知支局長と日程調整を行ったうえで、NTTドコモの開発担当を含め関係各者に同席を依頼した。当日の説明にあたっては、**実際の操作を交え、利便性が目で見てわかる形でPRするよう提案**した。



実際に見える姿とMRシステムで見た場合の姿。これにより手で測り、紙にスケッチしていた業務の8割程度を置き換えることができただけでなく熟練工でなくても業務が可能になった。



プレス発表は大成功、全国から13社と取引が成立 事業承継に向け事業基盤が安定化

プレス発表の内容は、日経Web版、翌日には同紙の四国版でも紹介されたことで、関係企業に大きな反響を呼び、**当システムの講演会、デモンストレーションのリクエストが相次いだ**。全国の13社との取引が成立し、**鉄工所だけでなく大手建設会社や上場企業からの引き合いも出てきた**。また、自身の取組みに手ごたえを感じた相談者は、高知県地場産業大賞に応募し、**産業賞を受賞**。認知度は向上し、さらに問い合わせが増えている。**新たな収益の柱ができ、相談者への事業承継に向け事業基盤が安定化した**。



プレス発表で実際に作業を行う宮村氏



事業承継

社長の急逝で突然の事業承継
品質の安定化で廃業を回避

| | | | | | |
|-----|------------|----|-----|------|------|
| 拠点名 | 大分県よろず支援拠点 | 業種 | 製造業 | 従業員数 | 5人以下 |
|-----|------------|----|-----|------|------|

会社概要

安永醸造有限公司

代表者：代表取締役 安永 由紀(やすなが ゆき)

住所：〒873-0412 大分県国東市武蔵町古市628番地 電話番号：0987-68-0025

事業内容：創業は明治25年。平成30年に126周年を迎えた味噌・醤油の蔵元。代々受け継がれた伝統製法で、麹と味噌・醤油の加工品を製造し販売している。県内の地域配達や委託販売が主な販路。ほかに自社のショップサイトを通じて個人客向けに販売を行っている。



社長の急逝で妻が急きよ代表に 経営経験はないが、創業126年の屋号を残したい

老舗の味噌・醤油の蔵元の4代目が、自社の「味噌作り体験キット」と「甘酒」の販売拡大について、当拠点に支援を求めたのは平成28年。当時、インバウンド誘致と絡め、他業者とのマッチング等の支援を展開していたが、同年10月に当時の社長が逝去。一時は廃業も検討したほどだったが、急きよ代表となった相談者(妻)も、5代目就任を予定している次女も「創業126年の屋号を残したい」という想いから、どうにか事業を続けていきたいと考えていた。しかし、経営経験もなくどのようにしたらいいかわからず、今後の方針について相談に訪れた。



全てのノウハウ消失といった厳しい現状の中 事業承継に向けてまずは品質の安定化を

同社では、製造から営業活動までのほとんどを先代が一人で行っていたため、それらのノウハウが一気に消失してしまっ。ノウハウ不足による品質の急激な低下と、それによる既存顧客離れが予測され、事業の安定化が急務であると判断した。そこで、先代と取り組んでいた施策はストップ。ノウハウがない中でも品質の安定化を図ることを最優先課題とした。その後、次女の5代目就任に向けて各種施策に取り組んでいくこととした。



職人に依存しない品質管理体制の整備と営業活動を提案 さらに各専門分野のCoが複数で支援

Coは、事業の安定化に向け、製品の成分分析を依頼できる県の産業科学技術センターを紹介し、職人に依存しない品質管理体制を整えることを提案。また事業承継に向けて相談者の次女を中心に、ブランドコンセプトの再構築、パッケージデザインの作成、新商品の開発に取り組んでいくことを提案した。近年使われることがなかった屋号「かね松」を復活させて商品群にストーリー性を持たせるようアドバイス。企業ロゴ、ホームページの刷新も行うこととした。新商品開発に向けては、増え続けていた既存商品の絞り込みと同時並行的に行い、製造の合理化を図った。



126年の歴史を今に残す蔵



売上高は先代時代の98%を堅持 企業ロゴ等も刷新し、5代目就任に向け基盤が整備された

成分分析や製造工程の見直しにより製品の品質を守ることができた結果、大きなクレームもなく事業を継続することができ、売上高は先代と比べ98%を堅持している。また、デザイナーと協働して企業ロゴ、商品パッケージのリニューアルを実施。5代目就任に向け、事業基盤が整備された。



新たなターゲットに向けて刷新した商品ラベル



「事業を維持していくためには成長し続けることが必要だとわかった」と語る5代目を指す次女(左:西百恵氏)。右は相談者