成果事例集

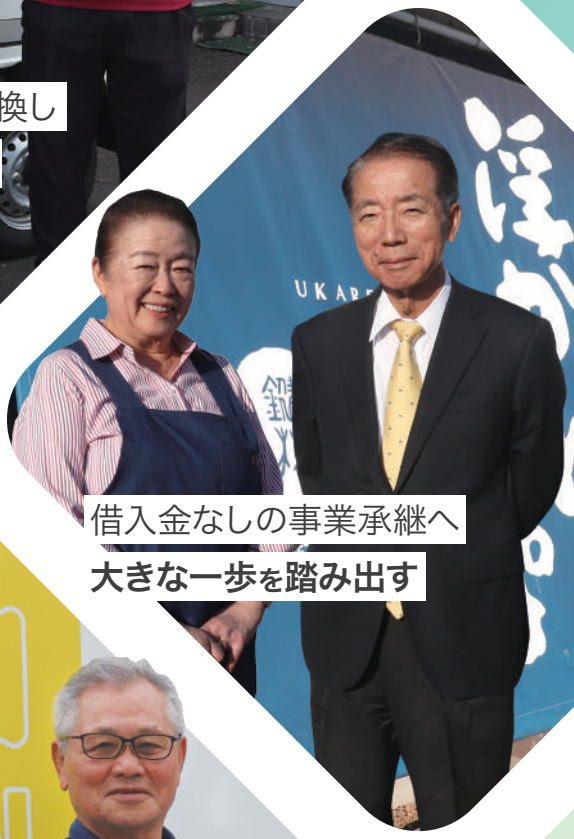
相談件数 300 万件を突破！

～経営相談なら、よろず支援拠点へ～

よろず支援拠点の支援を受け
コロナ禍比で約6倍の月商

収益性重視の経営に転換し
増収増益の業績達成中

海外市場を開拓し
売上120%アップ！



借入金なしの事業承継へ
大きな一歩を踏み出す

小売から卸売へと
事業を展開
“第三の創業”へ

債務超過から経営再建の
道筋をつくることに成功

目次

よろず支援拠点について ―― P03
よろず支援拠点の特長 ―― P04
項目について ―― P11

特集

01. 新潟県	売上拡大	**株式会社 おかじま**	P13
02. 山口県	売上拡大	**刀匠 鏡夜叉麿**	P17
03. 茨城県	経営改善	**鍵林製菓 株式会社**	P21
04. 沖縄県	経営改善	**株式会社 ハッピーフィールド**	P25
05. 秋田県	価格転嫁	**有限会社 高山製麺**	P29
06. 福岡県	価格転嫁	**株式会社 labo**	P33

売上拡大

01. 青森県	煮ぼしらぁめん 髙 はしごだか	P39
02. 岩手県	こだわり厨房助六	P40
03. 山形県	WAN to ONE 株式会社（山形愛犬美容学院）	P41
04. 茨城県	株式会社 シャインフォレスト	P42
05. 栃木県	芳賀町ロマン開発 株式会社	P43
06. 群馬県	有限会社 チャームファッションオオキ	P44
07. 愛知県	omborato	P45
08. 岐阜県	松澤製麺所	P46
09. 三重県	夢を手づくりする企業組合	P47
10. 福井県	YDKメカトロニクス 株式会社	P48
11. 広島県	Brass Gear 株式会社	P49
12. 愛媛県	株式会社 H&M一級建築士事務所	P50
13. 高知県	AlohaVillage	P51
14. 福岡県	ママのためのサロンやます	P52
15. 佐賀県	武雄観光物産 株式会社	P53
16. 長崎県	山本喜久栄堂	P54
17. 宮崎県	体験型シェア工房 ツクレタ	P55
18. 鹿児島県	町田酒造 株式会社	P56
19. 沖縄県	UNO宇野ピアノ&リトミック	P57

経営改善

01. 宮城県	Candybase 株式会社	P59
02. 秋田県	仕出しの石川	P60

	03. 福島県	株式会社 いわき遠野らぱん	P61
	04. 埼玉県	株式会社 富岡食品	P62
	05. 千葉県	米屋 株式会社	P63
	06. 東京都	株式会社 山本合金鋳造所	P64
	07. 神奈川県	株式会社 魚太	P65
	08. 静岡県	ブティック樹里	P66
	09. 富山県	有限会社 北陸旭輸送	P67
	10. 京都府	貴古窯／マエストロ貴古	P68
	11. 鳥取県	epona	P69
	12. 岡山県	株式会社 AMBITION	P70
	13. 山口県	あさひ製菓 株式会社	P71
	14. 香川県	松原鉄工 株式会社	P72
	15. 熊本県	合資会社 平野朝光商店	P73
	16. 大分県	株式会社 玉の湯	P74
事業承継	01. 山梨県	AUTOTEQ PROSPER	P76
	02. 長野県	巴協栄リネン 株式会社	P77
	03. 石川県	緑松園	P78
	04. 大阪府	patisserie cafe Risa Risa	P79
	05. 奈良県	広陵化学工業 株式会社	P80
	06. 和歌山県	株式会社 エイワテック	P81
	07. 徳島県	株式会社 志楽カンパニー	P82
DX（IT活用等）	01. 滋賀県	株式会社 藤陶	P84
	02. 島根県	株式会社 モデルスタジオミューズ	P85
価格転嫁	01. 北海道	有限会社 さかき屋製菓	P87
	02. 新潟県	株式会社 中沢スポット	P88
人手不足	01. 兵庫県	株式会社 ミレニアムダイニング	P90

よろず支援拠点一覧 P91

よろず支援
拠点について

よろず支援拠点は
国が設置した無料の経営相談所です
さまざまな経営課題に応え
300万件以上の相談実績を積み重ねてきました

国が設置した経営相談所

よろず支援拠点は中小企業・小規模事業者※の皆さまのための経営相談所です。平成26年に国が中心となって、各都道府県に1カ所ずつ設置しました。

※　中小企業の定義を満たす、NPO法人・一般社団法人・一般財団法人・公益社団法人・公益財団法人・社会福祉法人なども相談対象となります。

詳しくはP06 01 をご覧ください。

何度でも無料で相談可能

よろず支援拠点の相談に料金はかかりません。また、回数制限も無く、何度でも相談していただくことができます。

相談無料　無制限

詳しくはP08 03 をご覧ください。

さまざまな経営課題に応える組織体制

よろず支援拠点は、高度な専門性と支援ネットワークを有しています。
これらを駆使しながら、さまざまな経営課題に応えていきます。

詳しくはP07 02 、P09 04 をご覧ください。

300万件以上の相談実績

よろず支援拠点は、創立以来、延べ300万件以上の相談に対応してきました。
相談者の9割以上に満足していただいています。

詳しくはP10「よろず支援拠点データ」をご覧ください。

経営の悩みを抱えている皆さま
安心してご相談ください

よろず支援拠点の 特長

P05_四つの特長

P06_あらゆる経営課題への対応

P07_専門性の高い経営アドバイス

P08_相談から実行までフォローする寄り添い支援

P09_他支援機関との連携による支援

P10_よろず支援拠点データ

高度な専門性と支援ネットワークを駆使し 相談者に寄り添いながら あらゆる経営課題に応えます

01 あらゆる経営課題への対応

中小企業・小規模事業者の皆さまが直面し、
また変化していくさまざまな経営課題の相談に応じます。

売上拡大　経営改善　事業承継
DX（IT活用等）　価格転嫁　人手不足　など

02 専門性の高い経営アドバイス

経営、金融、マーケティングなど、多様な分野の専門家や、企業経営の経験者が在籍しています。それぞれの経営課題に応じて最適な人選を行い、高度な経営アドバイスを提供します。

03 相談から実行までフォローする寄り添い支援

解決策を提案して終わりではなく、継続的にフォローしながら、実行を支援します。
課題解決後に新たな課題や目標が見えてくれば、引き続き、その解決や達成に向けた支援を行います。

04 他支援機関との連携による支援

地域の他の中小企業支援機関などとも連携し、相談内容や経営課題に応じた適切な支援体制をコーディネートします。

01

あらゆる経営課題への対応

よろず支援拠点は相談者が直面する あらゆる種類の経営課題に対応します

「売上を伸ばしたい」、「生産性を向上させたい」、「経営を改善したい」、「事業を承継したい」など、経営者の悩みはさまざまです。そのようなとき、「何から手をつけて良いかわからない」、「どこに相談したら良いかわからない」という方もいるでしょう。
よろず支援拠点は、相談に来られる経営者が直面するあらゆる種類の経営課題について相談に応じ、解決に向けた支援を行います。

中小企業・小規模事業者が直面するさまざまな経営課題

売上拡大　生産性向上　経営改善　事業承継　人材確保・育成
販路開拓　資金繰り改善　商品・サービス開発　研究開発　IT活用
創業　産学連携　制度活用　など

経営課題は企業の成長段階に応じて変化します。
「起業したい」、「このアイデアはビジネスになるだろうか」といった創業前の相談から始まり、会社を立ち上げ、事業を軌道に乗せる創業期、事業の拡大や多角化を図る成長期、安定的な成長を維持する成熟期、そして、事業の承継や譲渡、円滑な廃業など考える時期まで。
よろず支援拠点は、企業が置かれている状況を踏まえながら、さまざまな悩みや課題に応えていきます。

企業の成長段階ごとの課題の変化

創業前〜創業期

- このアイデアはビジネスになるだろうか？
- 創業したい。手続は？資金調達は？
- 事業計画やマーケティング戦略は？
- 経営ノウハウを学びたい

成長期

- もっと売上を伸ばしたい
- 新商品を開発したい／事業を多角化したい
- 人手不足を解消したい／働き方を改善したい

成熟期

- 売上が伸び悩んでいる。原因と対策は？
- 不採算事業の整理など選択と集中を進めたい
- 業務効率を上げたい／経営を改善したい

次世代へ

- 事業承継したい／後継者を育てたい
- 事業譲渡、廃業などを円滑に進めたい

02

専門性の高い経営アドバイス

多様なバックグラウンドをもつ専門家が
課題解決に向けて支援します

さまざまな分野の専門家が相談に対応します

よろず支援拠点では、多様なバックグラウンドをもつコーディネーターが、皆さまの相談に対応しています。中小企業診断士や税理士、社会保険労務士などの国家資格保有者はもちろん、ITコーディネータやウェブデザイン技能士、フードコーディネーターなど、実務に直結する資格の保有者も多数在籍しています。個別の経営課題に応じた最適な人選をすることで、どんなお悩みにも的確なアドバイスを提供することができます。

企業経営の経験のあるコーディネーターも

よろず支援拠点には、企業経営の経験者も、数多く在籍しています。
ビジネスの第一線で活躍している方から、実績を上げてリタイアされた方まで、そのバックグラウンドはさまざまですが、いずれも豊富な実務経験に裏付けされた知見とノウハウをもっています。経営者としての悩みや解決に向けた苦労を自ら経験しているからこそできる、地に足のついたアドバイスを提供していきます。

チーフコーディネーター・サブチーフコーディネーター・コーディネーターの主な保有資格

中小企業診断士	社会福祉士	ITコーディネータ
弁護士	販売士	情報処理技術者
公認会計士	技術士	ファイナンシャル・プランニング技能士
税理士	知的財産管理技能士	フードコーディネーター
社会保険労務士	建築士	カラーコーディネーター
弁理士	不動産鑑定士	ISO審査員
司法書士	調理師	貿易アドバイザー
行政書士	ウェブデザイン技能士	貿易実務検定 ・・・など

03

相談から実行までフォローする寄り添い支援

課題の整理から解決策の提案
実行までフォローし相談者に寄り添いながら支援します

よろず支援拠点のコーディネーターは、相談を受け、詳細をヒアリングしながら、課題を整理し、解決策を提案します。解決策を提案した後も、相談者にしっかりと寄り添い、提案の実行を支援します。
複数回にわたって進捗や成果を確認し、必要に応じて修正を加えながら、課題が解決するまでフォローします。当初の課題が解決した後も、それで終わりということではありません。多くの場合は、課題解決に取り組むうちに、新たな課題やより大きな目標が見つかり、次の提案や実行へと発展させていきます。

相談から解決までのフォロー

01

◆課題に直面
会社経営には売上拡大、経営改善、事業承継など大小さまざまな悩みがつきもの。
一人で悩まず、よろず支援拠点にご相談ください。

02

◆最寄りの拠点に相談
よろず支援拠点は各都道府県単位で設置。
ホームページで場所を確認の上、電話、メール、ファックスなどでご予約ください。

03

◆詳細ヒアリング
専門知識をもったコーディネーターが丁寧に話を伺います。コーディネーターは皆さまの理解者。どんな小さなことでもお話しください。

04

◆課題の整理
対話の中から解決すべき課題を見つけ出します。
例えば、売上不振なら、必ずその原因があります。専門家ならではの視点で分析します。

05

◆解決策の提案
明確化した課題に対して、相談者が納得して実行でき、効果が見込める解決方法を提案します。必要に応じて他の支援機関とも連携します。

06

◆実行支援
具体的でわかりやすい提案を行い、実行段階ではコミュニケーションを密にとり状況把握。
常に相談者に寄り添い、励まします。

07

◆新たな課題の発見と挑戦
課題を一つ超えると、見えてくる新たな課題。
よろず支援拠点は、相談者の皆さまに寄り添いながら持続的なサポートを行います。

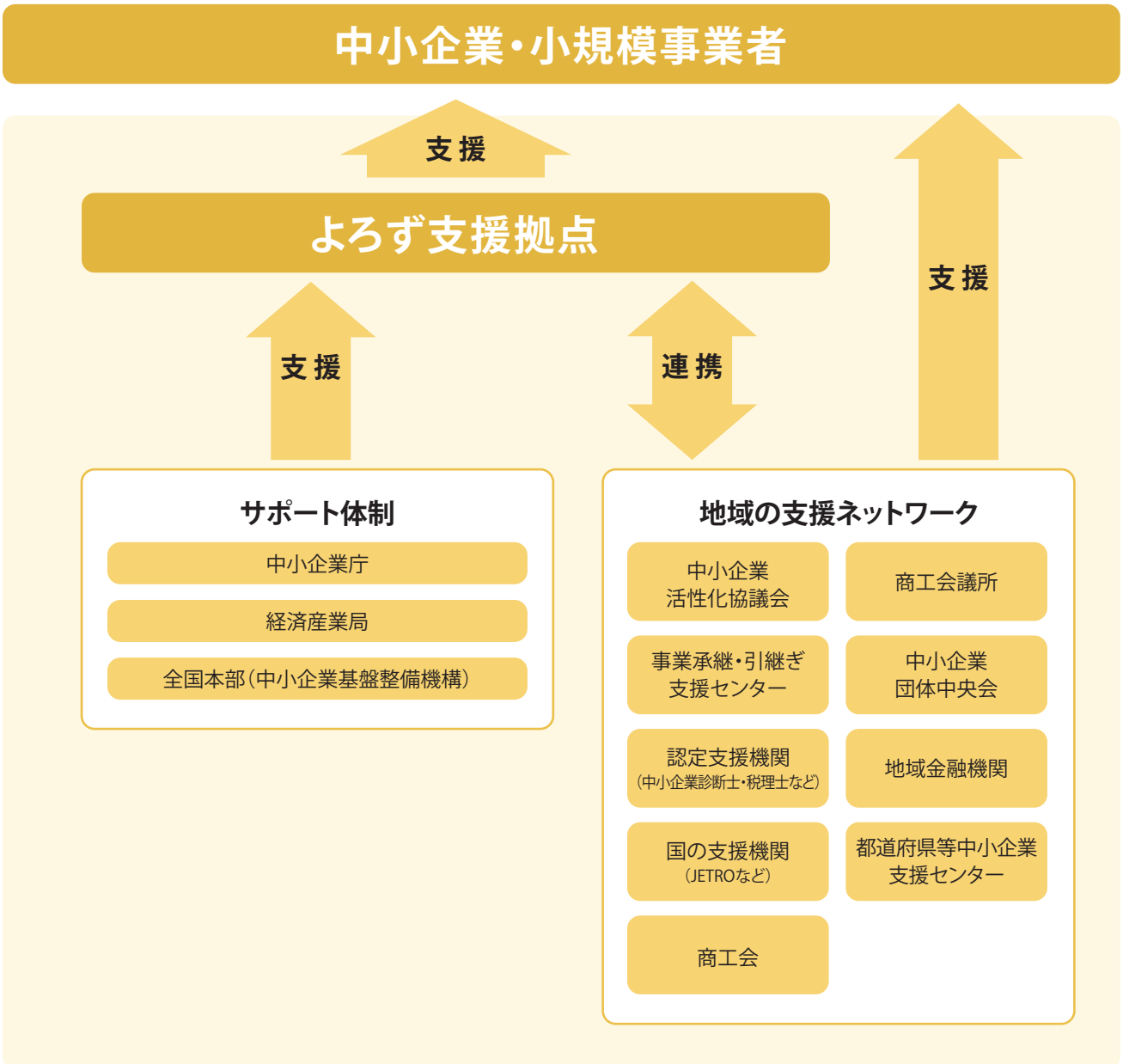
04

他支援機関との連携による支援

よろず支援拠点は中小企業支援のワンストップ窓口
地域の支援機関などとも連携し、さまざまな悩みに対応します

よろず支援拠点は、中小企業・小規模事業者のためのワンストップ支援窓口としての役割を担っています。よろず支援拠点が相談者と地域の各支援機関をつなぎ、それぞれの強みを生かした総合的な支援体制で課題解決に取り組みます。

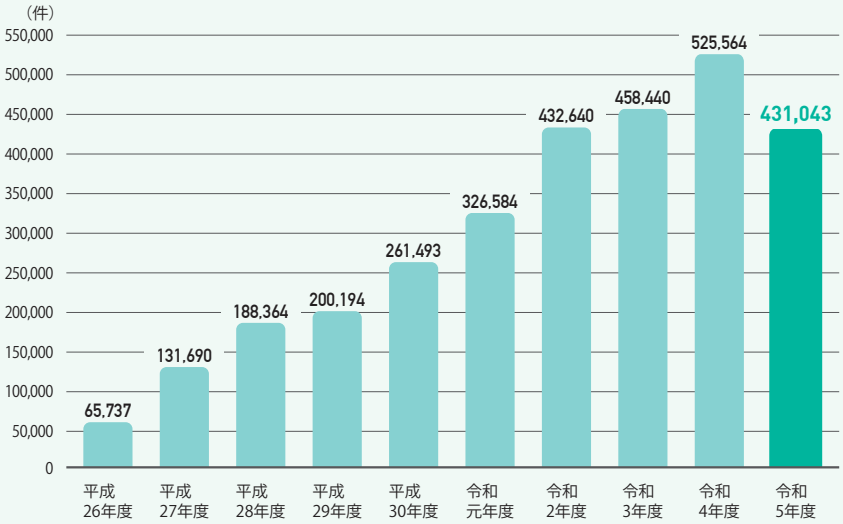
◆ よろず支援拠点の支援体制イメージ図 ◆



相談者からの満足度は96.1%
さまざまな内容の相談に対応しています

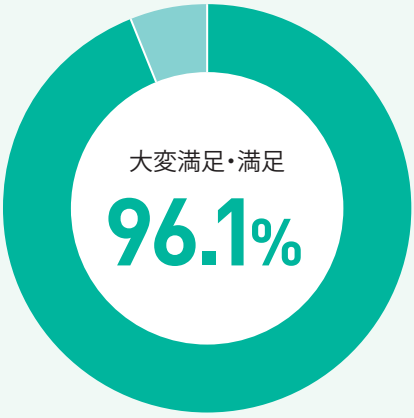
相談対応件数

令和5年度は約43万件、累計で300万件以上の相談に対応しています。



満足度

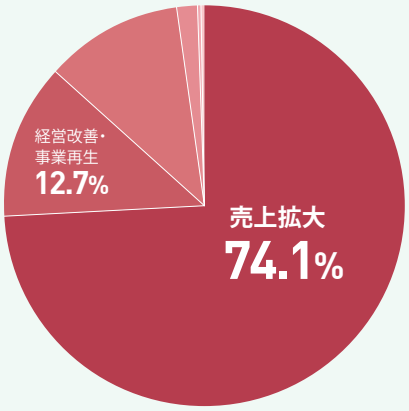
相談者の9割以上に
満足していただいています。



相談内容、利用事業者などの内訳

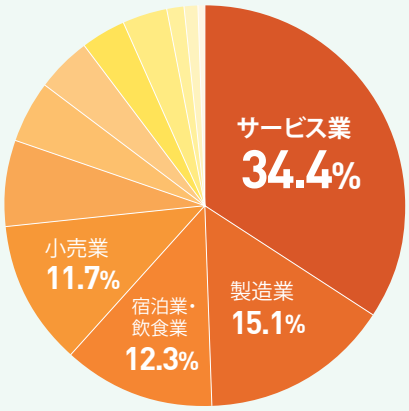
経営課題

売上拡大が相談内容の3分の2以上を占めます。



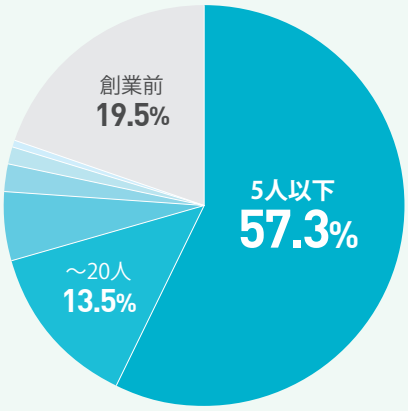
業 種

サービス業が最も多く、そのほか、さまざまな業種の方が相談に訪れています。



事業規模(従業員数)

相談者の約6割は従業員5人以下の事業者です。



創業	11.1%	建設業	7.1%	卸売業	3.6%	~50人	5.4%
事業承継	1.5%	その他	4.8%	運輸業	1.3%	~100人	2.2%
廃業	0.4%	医療・福祉	4.6%	情報通信業	1.2%	~300人	1.5%
再チャレンジ	0.1%	農業・漁業・林業	3.7%	金融業・保険業	0.3%	300人超	0.6%

■ 項目について

相談のきっかけ

相談者が拠点に来訪したきっかけを記載しています。

課　　題

相談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。

支援内容

課題の解決に向けて、COなどが提案した内容、それを受けて相談者が実行した内容を記載しています。

支援の成果

提案の実行により得られた成果と、今後の事業展開の展望について記載しています。

■ アイコンについて

- ····· 代表者
- ····· 相談者
- ····· 住所
- ····· 電話番号
- ····· 従業員数
- ····· URL

■ 用語について

CCO・SCCO・CO

よろず支援拠点チーフコーディネーター・サブ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なかで、
相談者への支援を実施したよろず支援拠点を示します。

伴走支援

経営者などとの対話と傾聴を通じて、本質的な経営課題への気付きを与えることで、企業の行動変容・自己変革を促し、課題解決に向けた自走化につなげる支援。

特 集

P13～ 売上拡大 株式会社 おかじま

P17～ 売上拡大 刀匠 鏡夜叉麿

P21～ 経営改善 鍵林製菓 株式会社

P25～ 経営改善 株式会社 ハッピーフィールド

P29～ 価格転嫁 有限会社 高山製麺

P33～ 価格転嫁 株式会社 ｌａｂｏ

特集

01.株式会社 おかじま

お米の小売店から卸売業へと事業を展開し“第三の創業”へ

売上拡大

株式会社 おかじま

代 表 者　岡島 和也(おかじま かずや)
相 談 者　岡島 瑞恵(おかじま みずえ)
住　　所　〒953-0054
新潟県新潟市西蒲区漆山8753
電話番号　0256-73-4285　従業員数　～20人
URL　https://okomestand.com/

事業者概要

事業のルーツは、相談者の祖父が昭和25年に新潟市近郊の巻駅近隣に創業した米穀店。当初は米どころである周辺地域の農家から米を仕入れ、精米して小売りするという業態であったが、その後、スーパーなどへの卸売りや、県外の事業者も含めた飲食店、外食事業者などに販路を拡大し、卸売り事業が主軸に。平成3年には高速道路と市街地を結ぶ幹線道路に面した工業団地内に精米工場が落成、事業の本拠もこちらに移転する。令和6年6月、工場に隣接した敷地に飲食&テイクアウト店舗「okomestand HACHIHACHI+」を開業する。

「okomestand HACHIHACHI+」飲食とテイクアウト店舗の外観

本事例概要

米の卸売業に事業の主軸を残しつつも、大切な祖業である小売部門の重要性を感じていた相談者は、自社の精米工場を新設する際に、長年温めていた飲食業の開業を決意。相談者には飲食業の経験がなく、「自分のお店」を考えたときに具体的なプランや方向性の立て方がわからず頭を悩ませていたが、フードコーディネーターの知識と経験をもつCOとの出会いが大きく役立つこととなった。立地条件に合った販売スタイルの提案から、メニューの味付けや材料の仕込み、調理オペレーションに至るまで具体的なアドバイスを受け、開店後も販売状況は上々。飲食と物販の両輪がうまくかみ合い、売上の向上にもつながった。

おすすめメニューの「HACHIプレート」

HACHIHACHI+の店舗内の様子

お米の販売だけではなく
ごはんのお供やごはん関連商品の販売も行う

新潟県
小売業
支援内容
フードコーディネーターの知識を生かして、理想的な商品展開をアドバイス

株式会社 おかじま

1.相談のきっかけ

お客さまに不便をおかけしない新店舗の開設にあわせ飲食店の開業も予定

同社は、創業の地である駅前商店街に店舗を構えていたが、駐車場も小さく、また精米したお米の在庫を置くスペースも十分でないなど、来訪する顧客に十分なサービスを提供できない状況が続いていた。こうした課題を解決するため、市街地から離れた精米工場の隣接地へ、新店舗の建設を予定していた。「両親が苦労して事業を拡大したお店なので、なんとか残したいという思いがありましたが、お客さまへのご不便が心苦しいばかりでした。そこで、駐車場も広く、工場ですぐ精米できる新店舗開設を決め、お米の美味しさを味わってもらえる飲食店を併設する予定でした。ところがコロナ禍でそれが延び延びになってしまいました。改めて事業計画を再検討するなかで、初めての飲食店の開業であり、立ち上げまでにたくさんの準備が必要でメニュー開発や食材の選定、製造、販売、オペレーション、衛生管理などのアドバイスが欲しいと思っていました。ちょうど事業再構築補助金の申請手続きを金融機関に相談した際、よろず支援拠点のご案内があり、支援をお願いすることにしました」（相談者）

精米工場

2.課題

自社の“持ち味”をきちんと訴求できるメニュー構成に思い悩む

“お米の美味しさを味わえる飲食店”というコンセプトから、主力メニューは「おにぎり」に決め、相談者は時間をつくり県内外の有名店を食べ歩くなど、リサーチを続けていた。しかし相談者には飲食業の経験がなく、具体的なメニューづくりも手探りの状態が続いていた。「いろんなお店のおにぎりを食べ歩くと、ここは塩をもう少し抑えたほうがいいかなとか、お米はおいしいのに具材が残念だなとか、感じるところはありました。しかし『自分のお店』を考えたときに、誰に向けて、どんなメニューを出せばいいのかがわからない。使用する食材と仕入れ先の選定や製造オペレーション、作業工程、商品の味付けなどの飲食店ならではの課題がありました。また“お米の美味しさ”を味わえるという、他店とは違ったコンセプトをどう実現するかも悩むところでした。店舗の設計と建築についての打ち合わせや、補助金の申請作業などで頭がいっぱいだったこともあり、スタッフのトレーニングなどの教育に係る課題や、販売メニュー・価格設定、店舗レイアウトなど“お店の具体的なかたち”が決まらないままでいたので、このタイミングでの支援は、ありがたいばかりでした」（相談者）

同店主力のおにぎり

相談者の声

岡島 瑞恵さん

工場を市街地から離れた郊外に作ったときから、道路側の一角は店舗用地と考えていました。しかしいざ店舗の工事が始まると、「本当にここできちんと飲食店をやっていけるんだろうか」という不安でいっぱいでした。初回の相談は令和6年1月でしたが、それからわずか6カ月であらゆる準備を整え、開店することができました。COには感謝の一言です。今はまだ開店1年目で、日々の来店客数の予測にも苦労していますが、お客さまのニーズにあったメニューの提供を通じて、“お米の美味しさ”を伝えていきたいと思っています。

3.支援内容

おかずとなる食材の仕入れ先から味付けのヒント オペレーションも支援

相談者は、お店の方向性を率直に当拠点へ相談した。ここでCOのフードコーディネーターとしての知識と経験が大きく役立つことになった。「まず理想とするサービス展開を相談したところ、近隣が工業団地であること、目の前が幹線道路という立地条件から、テイクアウトにある程度重きを置き、店内での飲食向けにはちょっとしたおかずを出すスタイルがよいとなりました。具体的なメニューもおにぎりを基本に、具材については“お米を引き立てるシンプルなもの”に絞ったほうがいいというアドバイスをいただきました。また、材料の仕込みと調理オペレーション、おにぎり以外の惣菜メニューやセットメニューについて、考案しているものを確認し、アレンジの仕方などを具体的にアドバイスしていただきました。そしてご紹介いただいた品目ごとの仕入れ先からサンプルを取り寄せ、自分たちで試食してメニューを絞っていくことになりました。味付けに悩んでいたメニューにも『あと塩をこのくらい』と具体的なアドバイスをいただき、試してみると味が一気に華やぎ、驚くばかりでした。さらに未経験者を雇用する想定での調理手順など、課題に先回りしての支援は本当にありがたかったです」（相談者）

お米を引き立てるシンプルな具材

使用しているお米をわかりやすく表示

4.支援の成果

あえて開店の告知を大々的には行わない その理由はリピーター確保のため

開店は6月下旬。COのアドバイスにより、あえて開店告知のチラシ配布や目立つのぼり旗の設置などを行わない、一見地味なスタートとなった。「その理由について、開店直後でスタッフがオペレーションに慣れていない状態で多くのお客さまが集まると、スムーズなご案内ができない、商品の提供が遅くなるなど、お客さまにネガティブな印象を与えてしまうためという説明でした。実際に開店してから接客や厨房が落ち着くまで時間がかかったことを考えると、納得のアドバイスでした。このようにおだやかな開店でしたが、お店の情報が口コミでも広がり、当初想定していた工業団地で働く方、目の前の道路を車で行き来する方に加え、散歩がてら近隣の方にも来店いただいています。慣れるまでは人数多めで運営しようという方針があり、十分対応できています。また、おにぎりを買いに立ち寄ったお客さまが精米をお買い上げになるなど、飲食と物販の両輪がうまくかみ合って売上が伸びる効果も生まれています。さらに、インスタグラムの立ち上げや、情報誌などの取材を積極的に受けたことも、多数のお客さまの来店につながったと思っています。」（相談者）

気軽に寄れる店舗内の様子

物販などにも力を入れて売上を向上

支援のPOINT

- シンプルで飽きの来ないおにぎりメニューの開発と米のおいしさとを発信する米屋のおにぎりカフェの店舗づくり
- いつでも変わらない品質で提供できるようにマニュアル化

本間 真弓CO

YouTubeとECサイトの連携で日本刀の魅力を発信し海外市場を開拓

売上120%アップ！

売上拡大

刀匠 鏡夜叉麿

代 表 者　湯川 夜叉(ゆかわ やしゃ)
住　　所　〒747-0104
山口県防府市真尾10511-1
電話番号　080-3946-8371　　従業員数　5人以下
URL　https://yashayukawa.com/

山口県

製造業

支援内容
海外市場を意識したブランディングを支援

事業者概要

刀匠　鏡夜叉麿(かがみやしゃまろ)は、日本人の父とスウェーデン人の母をもつ相談者である湯川夜叉氏が営む刀鍛冶の鍛錬所である。平成27年に文化庁認可の刀匠の資格を取得し、伝統的な製法に従って日本刀を作刀している。子どもの頃はスウェーデンで育ち、10代から日本とスウェーデンの両方を生活の場としてきた。父の日本刀のコレクションに感化されて「自ら日本刀をつくる」という夢をもつようになった。その後、父の友人であった刀匠と出会い、弟子入りを決意。5年間の修業を経て刀匠の資格を取得して以降、山口県防府市内にて日本刀の作刀に取り組んでいる。

刀鍛冶鍛錬所の外観

本事例概要

刀匠として独立後、日本刀の作刀を精力的に展開している相談者は、刀剣の専門家から高く評価されている一方、検索エンジンやSNS頼みでは自社ウェブサイトへの思うような集客が得られず、知名度の向上と販路の拡大が大きな課題であった。相談を受けたCOが行ったマーケティング分析により、比較的購入しやすい和包丁を中心としたネット経由での直販を強化することに。海外における日本文化への高まりを追い風に、海外への販路拡大やブランディングの強化、鍛錬の様子をYouTubeで配信するなどの取組を行った結果、短期間での認知拡大に成功。前年比で120%増の売上を記録するなど好調な滑り出しを見せている。

手槌で丁寧に鍛造する相談者

昔ながらの炉である火床

玉鋼は古代から製法が受け継がれてきた伝説の希少鋼

1.相談のきっかけ

ECショップ機能付きの自社ウェブサイトで販売するも売上が伸びずに悩んでいた

相談者は、刀匠として独立後に日本刀の作刀を精力的に展開。平成30年に山口県防府市内で初の個展「湯川夜叉展」を開催したのをはじめ、令和2年から「現代刀職展」に作品を出展。いずれも入選を果たして、刀剣の専門家から高く評価されている。また、オリジナルブランドとして「YASHA YUKAWA」を立ち上げ、北欧デザインと日本の伝統的なデザインを融合させた作品を生み出している。相談者の鍛錬所はJR防府駅から車で約15分の山あいにある。「もともと、師匠の友人である刀匠が用いていた鍛錬所。静かな立地で制作に打ち込むことができる上、鍛錬した鋼の焼入れに欠かせない清水を豊富に利用できる」（相談者）。日本刀の作刀に勤しむ一方で、知名度の向上と販路の開拓が大きな課題であった。当初、相談者はECショップ機能がある自社ウェブサイトを外注で構築。しかし、検索エンジンやSNS頼みの集客では思うように成果が出ず、ネット経由での売上が伸び悩んでいた。そこで、創業時にロゴやチラシのブランディングで当拠点を利用したことがあった相談者は、ウェブでの販路拡大を目的として今回も相談に訪れた。

鞴で炉の火を強く起こしている様子

2.課題

一振200万円クラスの日本刀を海外のコレクターなどにいかに販売していくか

相談を受けたCOは、同鍛錬所で取り扱っている製品のマーケティング分析から着手。すると、日本刀と和包丁のオーダーメードがビジネスモデルの中心であるため、制作に時間がかかる上に売れる頻度が少ないという課題が明らかになった。相談者が制作を手がける日本刀の値段は平均して200万円。一見、高価に思えるが、「それでも利益は十分とはいえない」（相談者）。

日本刀の魅力を語る相談者

日本刀一振の作刀にかかる期間はおよそ1年。また、島根県から取り寄せる材料の玉鋼だけで数十万円のコストがかかる。また、火床で用いる木炭は岩手県産の赤松を用いたもので一束1万円。これを一振あたり何十束も用いる。さらに研ぎ師への支払いも数十万円かかる。それだけに製品の価値を国内外に正しく発信し、一人でも多くの理解者を得ることが課題であった。一方、和包丁については、流通経路は大手卸業者が中心であり、その経路だけでは利益の確保が限定的であった。COは利益率を上げるためにネット経由での直販を強化した方がよいと提案。相談者と議論を重ねた結果、単価が手頃で購入しやすい包丁の在庫を用意して販売するビジネスモデルを検討することとなった。

相談者の声

湯川 夜叉さん

COの皆さんによる親身な支援のおかげで、私のビジネスが軌道に乗り、海外販路の開拓に成功しています。支援のなかでも特にデジタル技術の活用を通じて、YouTubeチャンネルにECサイトを設置することができ、たいへん役立っています。このほかにも、日本刀や包丁の創作品を収める高品質なパッケージの企画でご助力いただき、ブランド価値の向上につながっているとうれしく思っています。よろず支援拠点のCOの方々による、各分野でのプロフェッショナルなサポートには本当に感謝しています。

3.支援内容

相談者の英語力を生かしつつ海外市場を意識したブランディングを支援

近年、インバウンド観光客の増加を背景に日本文化に対する関心が高まっている。それに伴い、伝統的な日本製品へのニーズも増大している。日本製の和包丁にしても、海外の有名レストランのシェフなど愛好者は増えつつある。これに応じて近年は和包丁の輸出額が60億円を超える勢いだ。COはこの追い風を利用したプロモーションが重要であると判断。相談者は英語が堪能であることから、その強みを生かして海外への販路を拡大していくことにした。まずはデザイナーのCOが、包丁のパッケージや直筆サインを添えた証明書などのデザインをアドバイス。ブランディングを支援して、ネット経由で販売する体制を整えた。また刀鍛冶の創作風景はビジュアル面のインパクトが強いことから、鍛錬の様子を動画で撮影してYouTubeで配信。これによってファンを獲得することを提案した。そして、動画を通じて視聴者の興味関心をひきつけた上で、満を持して完成した日本刀や和包丁をネット経由で販売する方針とした。併せて、ネット販売への導線をスムーズにつなげるために、YouTubeのプロフィール画面から商品を閲覧できるECサイト構築サービス「Shopify」との連携も行った。

製造途中の和包丁

和包丁の創作の様子

4.支援の成果

YouTubeからECサイトへ誘導することで知名度が上がり売上も向上

ICTに精通しているCOが中心となり、YouTubeでの動画配信を通じて見込み客をECサイトへ誘導する仕組みの構築を支援。相談者にとって煩雑な設定作業について丁寧にアドバイスして具体化していった。YouTubeチャンネルを開設して動画を配信したところ、1年足らずでチャンネル登録者数が2,700人を超え、短期間での認知拡大に成功した。国内外のファンが増えたのを契機に動画に登場した和包丁の販売を開始したところ、250ドルの製品がわずか3日で完売。想定以上の好調な滑り出しとなった。海外売上が伸びたことで、直近の売上は前年比で120%増となっている。また、動画を視聴した人から「作刀の技術を教えてほしい」という問い合わせが増加。海外からの多数の依頼や問い合わせに対して、相談者の英語力を生かして適切に対応。併せて、防府市の補助制度を活用して、インバウンド向けワークショップなどの新たな商材の企画に取り組んでいる。具体的には、同鍛錬所の見学会や日本刀鑑賞会、小刀ワークショップなどの体験プログラムを実施。これらのプログラムを通じて、刀鍛冶の仕事や日本刀の歴史を知りたいというニーズに応えており、知名度の向上に役立てている。

国内外のファンが増えて売上は120%アップ

支援のPOINT

- YouTubeよりECサイトへ誘導するというプロセスを提案
- パッケージや証明書などのデザインをアドバイスしブランディングを支援

河口 隆CO

特集

03.鍵林製菓 株式会社

会社を畳もうという思いが一転 “借入金なしの事業承継”へ 大きな一歩を踏み出す

経営改善

鍵林製菓 株式会社

代 表 者　瀬尾 紗衣子(せお さえこ)
住　　所　〒301-0837
茨城県龍ケ崎市根町3359
電話番号　0297-62-5881　　従業員数　～20人
URL　https://www.kagirin.com/

茨城県
製造業
支援内容
相談者と後継者の役割分担を明確にし、情報発信の方法や管理手法などを提案

事業者概要

大正3年に鍵林商店として創業した、手作り煎餅の老舗。昭和29年に法人化し、鍵林製菓株式会社となる。創業時より伝わる手作りの製法にこだわり、地元茨城県を中心に、ひいきにする顧客は多い。創業時は「かた焼き煎餅」一筋であったが、時流に合わせ輸入米を使った「切り餅」を手がけ、そこから同社が元祖となる「揚げ餅」を生み出す。直営店はかつて近隣のスーパー店内にも出店していたが、現在は工場に隣接した本社直売所のみ。

店頭に設置している大きな看板が目印

本事例概要

相談者が他界した先代(夫)から会社を引き継いだ際、13件もの借入金がある事が分かり、自分の代で会社を畳むことを考えるが、社員の現専務が事業承継の決意を明らかにしたことで、考えを改めた。茨城県事業承継・引継ぎ支援センターから送られた経営相談のハガキが縁で、当拠点のサポートが始まった。支援としては、社長と専務の持ち味を生かし、社長は店頭販売とクラウドファンディングを、専務は経営実務と得意先回りの強化と、二人の役割分担を提案。加えて赤字店舗のテナントからの撤退、新型コロナウイルス感染症対策のための緊急融資を活用して借入を4件にまとめた結果、直近の業況は回復基調にある。

店舗ではさまざまな手作り煎餅を販売

龍ケ崎市のほぼ中央にある大正3年創業の煎餅処「鍵林」

左から後継者の専務、相談者、福永一哉CO

鍵林製菓 株式会社

1.相談のきっかけ

義父母の余生を見届けての廃業を撤回 事業承継に向けて舵を切る

先代の経営者である夫に先立たれ事業を継いだ相談者が心に抱く思いは、工場に隣接する自宅で暮らす先々代経営者の義父と義母が安らかに余生を過ごすことであった。「二人が不安なく老後を過ごしたあとは、負債を抱えた会社を畳もうと思っていたんです。ところが専務から『この会社を継ぎたい。従業員も仕事を続ける気持ちだ』という申し出がありました。そうなると、会社をそのまま任せるのは忍びない、なんとかそれまでに経営を立て直せないかと思案し、『405事業』で経営再建を図りましたが、いい結果は残せませんでした。そんな折、茨城県事業承継・引継ぎ支援センターから送られてきた経営の悩みに関する相談会のハガキのアンケートに『後継者に借入金を継がせたくない』という項目があるのを目にしました。これはぜひとも力を借りなければと、水戸に向かいました。同センターでの相談を進めるなかで、担当されていた方から『別のところでより良い解決方法がみつかるかもしれない』と言われ、紹介された先がよろず支援拠点でした。今考えると、本当に“運命の出会い”だったんだと思います」（相談者）

承継の思いを語る相談者

2.課題

会社の“リアルな数字”が見えないまま 借入金に頼る経営が継続

相談者は先代であった夫から経営を引き継いだものの、経営についての知識は十分ではなく、また経理にも疎かったため、会社の“リアルな数字”を把握できないままでいた。また顧問税理士は、依頼された決算や申告のための数字を整え、書類を作成してくれるものの、会社の経理や財務について議論する機会はなかったという。「借入先が13件あって、その総額がいくらということはわかっていたんです。ただ恥ずかしながら、会社のお金がどうなっているかというのは、今月の売上入金がいくらあって支払いがいくらあるくらいで、今月はなんとかやっていける、足りなくなったら自分の貯金を切り崩して埋めればいい。それくらいの“どんぶり勘定”でずっと経営を続けてきていました。こうした状況について、本当は専務ともきちんと話し合ったほうがよかったのかもしれません。ただ専務は後を継ぐと申し出てくれたものの現場肌の人間で、数字にはノータッチでした。当社の展望に対する考え方の違いもあって、現状がどうなっているか、会社を今後どうやって建て直していくかなど、腹を割っての話し合いができなかったのです」（相談者）

工場内で作業をする従業員の様子

大正3年から続く歴史ある名店

相談者の声

瀬尾 紗衣子さん

1枚のハガキを見て相談にいったときは、数字と実務に明るい専門家がタッグを組んで経営改善に協力してもらえるようになるなんて思ってもいませんでした。直近では黒字基調が続くようになりましたが、借入金を返していけるようになるまでにはもうひと頑張りが必要だと思っています。この歳でブログを更新することや、会社の会計を見るようになるなんて、自分でも驚きです。今回の事業の立て直しは、よろず支援拠点のサポートがなければなし得なかったと思っています。本当にありがとうございました。

3.支援内容

社長と専務との業務責任分担を明確化
売上増を目指した施策を遂行

COはヒアリングを通して同社の置かれている状況を把握し、以下の方針を立てた。まずは相談者である社長と、後継者である専務の役割を明確にした。相談者は店頭販売とクラウドファンディングも活用した情報発信を行い、後継者は今後の経営の実務を担当するとともに、得意先回りを強化し売上向上を目指してもらうようアドバイスした。また不明瞭となっている社内の数字を見える化すべく、月次の製造原価を把握するための管理手法などを提案した。さらに赤字拡大の一因となっているスーパー内の店舗について、撤退をアドバイスした。借入金については、新型コロナウイルス感染症対策のための緊急融資を活用、13件の借入を4件にまとめ、金利負担も低減ができた。担当CO以外の3名のCOとチームを組んだことで、多角的な支援が実現した。「クラウドファンディングは以前からやってみたかったんですが、今回の支援で背中を押されました。龍ケ崎市から30万円の補助金がいただけるということで申し込みましたが、80日間ブログを更新し続けることがその補助金の条件だったので、ひたすら頑張りました。社内の数字についてはまず試算表の作成から始め、ある程度資料がそろったところで専務に引き継ぎました」(相談者)

作業を行う後継者である専務

4.支援の成果

長いトンネルを抜け黒字基調に転換
将来的には設備更新と事業拡大を

クラウドファンディングは目標の100万円を超える150万円が集まり、また固定ファンも増え来店客増につながった。専務は得意先に足しげく通い、原材料費増分の価格転嫁を要請し、トータルで10%の値上げを実現した。さらに赤字店の撤退効果もあり、令和6年上半期の売上は前年比20%増、粗利も10%改善し、黒字化を実現している。「この秋には、横浜で行われた『ふるさと納税』のイベントにも出店して、新たなファンの獲得に励みました。おかげさまで、イベントから龍ケ崎に戻ってきたら、神奈川県からのご注文がいくつも入っていて、お客さまへの情報発信、コミュニケーションがいかに大事か、あらためて理解できました。また、第二工場を作るつもりで準備していた土地、建物を別の法人に貸しているのですが、10年の契約延長が決まり、会社の財務基盤を支えてくれることになるはずです。次の目標は、会社がしっかりと借入金を返済していける体質にしてから、専務へ事業承継をすることです。そして専務の代では、借入金の返済のめどをつけつつ、年季の入った設備を更新して、事業拡大を目指してほしいと思います」(相談者)

クラウドファンディングにも挑戦

相談者(中央)と従業員の方々

支援のPOINT

- 不明瞭となっていた社内の数字を見える化するよう管理手法を提案
- 相談者と後継者の役割分担を決め生産性の改善をアドバイス

福永 一哉CO

特集

04.株式会社 ハッピーフィールド

債務超過という厳しい状況のなかSCCOの手厚い支援を得ながら経営再建の道筋をつくることに成功

経営改善

株式会社 ハッピーフィールド

代 表 者　福原 英一（ふくはら えいいち）
住　　所　〒901-2212
沖縄県宜野湾市長田4-5-1
電話番号　098-996-7503　　従業員数　～50人
URL　http://happyfield-chinon.com/corp/

沖縄県
製造業
支援内容 関係機関と交渉を重ねて、「オール沖縄」で支援

事業者概要

相談者である社長は72歳。製菓・製パン材料の卸問屋に定年まで勤め上げた。61歳で一念発起して会社経営を志し、平成25年に沖縄県内の老舗ケーキ店を買収し、計5店舗の経営に乗り出した。しかし、いずれも売上が低迷していたことから経営は苦戦の連続。このような状況のなか、経営改善に着手し、赤字店を閉鎖した。さらに製造原価を見直し、卸販売やホテルなどのOEM（他社ブランド製品の受託製造）受注で収益性を高めた結果、5期連続の黒字となっている。なお、社名のハッピーフィールドとは、相談者名である「福原」を英語に置き換えたことに由来。

看板が目を引く工場の外観

本事例概要

スタートから6年にわたり赤字経営が続いたが、アイデアマンである社長の企画力や行動力で業容を改善。5年前から黒字への転換を果たしている。経営再建の見通しがつき始めた最中、注文増に応えるために生産能力を高める必要が生じたことから設備投資が不可欠となった。金融機関からの借入が難しいなか、地銀系債権回収会社（サービサー）担当者の紹介で当拠点が支援することとなった。同社は、金融機関への延滞によってサービサーと信用保証協会への代位弁済を行うという厳しい状況であったが、相談者とSCCOが他の支援機関と根気よく交渉を行った結果、求償権を消滅させて通常融資に転換するという難しいスキームをまとめることに成功した。

沖縄の美しい守神をかたどった「シーサークッキー」

売れ筋商品の一つでもある「シーサークッキー」

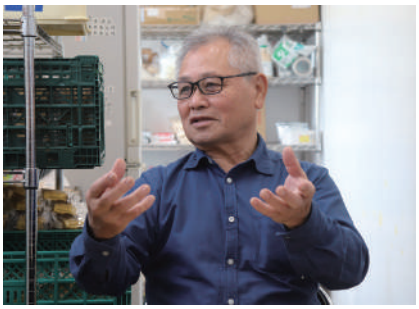
相談者の名前を英語に置き換えたというユニークな社名

株式会社 ハッピーフィールド

1.相談のきっかけ

持ち前の企画力でヒット商品を生み出すも増産に必要な設備の資金調達に苦戦

相談者は、地域に貢献したいという思いから、赤字の老舗ケーキ店を買収した。事業の建て直しからスタートしたものの、その道のりは想像以上に険しいものであった。赤字経営が続き、業績がさらに悪化した結果、買掛金の未払いや金融機関へ延滞が発生し、金融機関からサービサーと信用保証協会へ代位弁済に至ってしまった。こうしたなか、相談者は採算の見込めない2店舗を閉鎖、ホテルで需要が高まっているOEMの開拓などにも取り組んだ。その結果、減収となりつつも増益を果たした。相談者は商品の企画段階から提案を行い、ヒット商品を次々に生み出すことで、付加価値の高いビジネスモデルを構築。売れ筋の一つである「シーサークッキー」は、国際通りのクッキー専門店に一日当たり5,000個を卸している。「会社勤めの当時、ホテル業界に人脈を築いていたのが強み。また、コロナ禍で菓子職人が減るなか、ホテル市場は参入のチャンスがあると判断しました」（相談者）。経営再建の見通しがつき始めた頃、注文増に応えるために生産能力を増強する必要が生じたことから設備投資が不可欠となった。しかし、この時点で同社は3期連続の黒字を達成してはいたが、金融機関からの借入は難しく、サービサー担当者の紹介で当拠点へ相談に訪れた。



地域に貢献したいという熱い思いを語る相談者

2.課題

現金仕入れを強いられるなか資金繰りがさらに悪化した状況

相談を受けたSCCOは決算書の内容を精査。債務超過ではあったものの、4期連続で黒字が確実という財務状況を踏まえて、経営再建が可能と判断した。相談者は「新工場への移転と機械設備投資の実施」をと考えていたが、そのためには、金融機関の支援が必須であった。しかし、サービサーによる代位弁済があったことなどから、このままでは新規融資は難しい状況であった。SCCOはこうした状況を踏まえ、まずは代位弁済されている債権の正常化が最優先と判断。信用保証協会から求償権消滅を行うための条件を確認しながら、県内の他の支援機関と今後の取組について協議するよう相談者に提案した。協議を重ねた結果、沖縄県中小企業活性化協議会の専門家が改善計画書の策定に取り組むなどして、求債権を消滅させて通常融資への転換を目指すことになった。「私が着目したのは、相談者がコロナ禍で黒字決算を達成したことでした。また、相談者が経営再建のために多額の自己資金を出していたことから、経営者としての覚悟が感じられ、何とか再建を支援したいという思いを抱いていました」（金城SCCO）。

丁寧に品質管理を行う従業員

相談者の声

福原 英一さん

これまで仕入れの支払いが現金決済のみで毎月の資金繰りに困っていたなか、資金調達ができたことで長期未払金を精算し、通常の買掛取引に戻すことができました。次のステップとして、店舗の老朽化についての対応の見通しが立ちました。日々の資金繰りの苦労から脱して、明るい未来を描けるようになったことで、経営に前向きに取り組んでいます。今後はこれまで苦労をともにした従業員に報いていきたいと考えています。よろず支援拠点の皆さまには心より感謝を申し上げます。

3.支援内容

相談者の真摯な思いに応えたいと SCCOも支援機関との協議に奔走

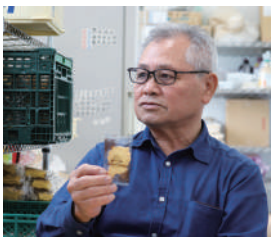
求償権を消滅させ新規融資を得るとなると、金融機関の理解を得るのは簡単ではない。また、仕入れ先の買掛金が長期未払いであったため仕入れは現金決済のみとなっていた。取引正常化のための資金と経常的な運転資金を合わせると融資額が大きくなり、調達のハードルが高くなる課題も抱えていた。相談者は、SCCOのサポートの下、バンクミーティングで足並みが揃わない課題について、各金融機関、支援機関と個別に交渉を重ねた。「最初は立て直しスキームの構築に臆していた機関もありましたが、『アイデアマンの社長が頑張って成果を上げているので応援してほしい』と私も力添えしました。その結果、交渉が進みました。当拠点をはじめ、金融機関や信用保証協会などの支援機関が『オール沖縄』で支援することになり、成果につながりました。また、私自身、過去に劣後ローンの案件を手がけた経験があったことも役に立ちました」（金城SCCO）。SCCOは設備投資の資金調達のほか、生産量が増えていることから、製品の品質管理も重要と判断。そのため、中小機構の支援メニューを活用して食品菓子メーカーで実績のある専門家のサポートを仰ぎ、品質向上に向けた仕組みづくりを支援した。

作業の様子

4.支援の成果

支援機関との粘り強い交渉の末 既存債務の整理と新規資金の調達に成功

交渉を重ねた結果、沖縄県中小企業活性化協議会の専門家による改善計画書をもとに、信用保証協会とサービサーがもつ求償権を消滅させ、通常債務に戻すことができた。また、民間金融機関と同協会の再生保証制度の活用を通じて、OEMの受注拡大に向けた設備投資の資金を調達することができた。さらには、沖縄振興開発金融公庫の資本性劣後ローンの活用により、既存債務の整理と新規資金を調達した。実に1年半以上の粘り強い交渉の末にまとまった再建スキームである。これまでの取組の成果として、新工場の改装および新規機械設備の導入が実現した。当拠点による財務強化に向けた伴走支援をはじめとして、さまざまな機関の協力を受けて、相談者は経営再建への意欲を高めている。債務超過については3年以内で解消できるめどがついている状況。さらに、経営改善計画が着実に進むなか、事業承継に向けた取組も始まっている。「すでに次の社長候補者が入社し、経営の要諦を学んでいる段階です。また、現行の3店舗ともに責任者が育っていて、いずれはそれぞれ独立させて事業の発展を目指してもらうことが私の夢です」（相談者）と、将来の抱負を語っている。



今は事業承継に向けた取組を開始

沖縄ならではの素材を詰め込んだ「シーサークッキー」

支援のPOINT

- **求償権消滅（代位弁済債権から通常融資）を行うための要件の整理 実行に向けたスキームの組み立て**
- **沖縄県中小企業活性化協議会はじめ信用保証協会や民間金融機関 沖縄開発振興金融公庫などとの連携支援の調整**

金城 力SCCO

特集

05.有限会社 高山製麺

製品の原価計算をもとに収益性重視の経営に転換し連続で増収増益の業績達成中

価格転嫁

有限会社 高山製麺

代 表 者　髙山 康樹(たかやま こうき)
住　　所　〒018-0711
秋田県由利本荘市岩谷町字川端64-7
電話番号　0184-65-3074　　従業員数　～20人
URL　https://takayamaseimen.com/

秋田県
製造業
支援内容｜分析を行い原価データの算出や、ホームページのリニューアルに際しアドバイスを行う

事業者概要

昭和24年に相談者である社長の祖父が創業した生麺および乾麺の製造販売業。70年以上にわたり秋田県の南西部に位置する由利本荘市にて事業を展開。地域の事業所や学校給食、量販店などに生麺を卸している。また、看板商品である「高山干うどん」を中心に、地域の特産品を用いた多種多様な乾麺を企画、製造し、道の駅などで土産品として販売を行っている。量販店のフードコートにて、うどんなどを提供する直営の飲食店も経営。地域では「高山のうどんを食べて育った」と言うファンも多く、定番ブランドとして認知されている。

厳選素材と伝統秘伝の技が光る滋養豊な商品

本事例概要

麺類の販売は利幅が低く、収益改善について悩んでいる事を地元の商工会へ相談したところ、当拠点の紹介を受け伴走型支援がスタート。利益率を確保できる乾麺の新商品開発や販路開拓が重要な課題となる。老朽化により生産性が落ちていた乾麺の製麺機について、専門家派遣事業を活用し、故障の原因を分析し、見積もりや修理を実施した。また、秋田県信用保証協会の専門家派遣制度と由利本荘市の補助事業を活用しホームページをリニューアル。直営食堂のメニュー改善、視認性を高めるディスプレイなど店舗改善を行った。売上高の8割を占める生麺においては、現状の原材料価格に見合った売価を設定、価格交渉を進めた結果、直近の売上高は前年比108%に改善した。

熟練の技と伝統の製法から生まれる製品

季節や状況に応じ水量を調整する丁寧な製麺

秋田県のHACCP(ハサップ)認証を取得

有限会社 高山製麺

1.相談のきっかけ

利益率の高い乾麺の増産を目指すものの設備投資の資金確保のめどがたたない

令和2年、相談者は地元の商工会を訪れ、自社のホームページのリニューアルについて相談。その際、商工会の担当者へ「麺類のビジネスは利幅が限られていて、収益性をいかに高めるか悩んでいる」と悩みを打ち明け「よろず支援拠点の専門家に相談してみては」と紹介されたことが当拠点を知るきっかけであった。その後、コロナ禍が生じて家庭での麺類の需要が伸びた一方、外食需要が激減したため、生麺の販売数が一気に低下して苦しい経営が続いた。落ち込んだ分の売上を確保するに当たり、新たな商品の開発や販路の開拓が重要な課題となっていた。だが、生産設備の老朽化により日々の生産量が限られ、販売量の多い定番の生麺生産を優先せざるを得ない状況となっていた。収益性の高い乾麺などの増産にむけて設備の増強に取り組むべきと強く認識していたものの、売上が減少する中で金融機関からの融資を得るのが難しく、現状をどのように打開すべきか悩んでいた。また、60歳を目前にした相談者が、後継者である子息への事業承継に向けて経営見直しの必要性を感じていたことから、当拠点へ相談に訪れた。

コロナ禍で製麺の販売数が低下した苦しい時期を語る相談者

2.課題

生麺の販売価格が先代社長の時代から上がっていない事実が判明

同社はこれまで製品別の原価計算を実施したことがなく、値決めは相談者の勘に頼っていた。そのため、客先主導の価格設定や原材料価格の変動により、営業利益が確保できていなかった。「昔の売上帳簿を見ると、生麺の販売価格が先代の経営時からほとんど変わっていなかった」と相談者が嘆くほど、長年にわたり価格改定が思うようにできない状況が続いていた。また、看板商品である干しうどんの製造については、製麺機などの設備が老朽化し受注量に対応できない状況にあり、売上の機会損失が発生していた。先代の社長が生み出した地域の特産である絹さやを原料に練り込んだ「きぬさや麺」など、高付加価値な新製品の開発に取り組んできたにもかかわらず、それらを収益増につなげることができていなかった。一方、量販店内の飲食事業については、客足がコロナ禍以前の水準に戻らず、メニューのリニューアルや看板の掲示方法の改善を必要としていた。さらに、相談者はホームページをリニューアルしたいとの希望を持っていたものの実現できなかったことから情報発信の不足も懸念事項であった。

製麺機で作業する従業員

袋詰めの作業を行い秋田県内外へ卸す

相談者の声

高山 康樹さん

よろず支援拠点に相談して、経営とは尽きるところバランスの見極めであるなど、さまざまな気付きを得ることができました。また、メンバーによる定期的な打ち合わせがあり、話し合いの中で改善案の提案をしてもらえたことがやる気につながったと思います。加えて、支援していただいた内容を着実に実行していることで金融機関の当社を見る目が大きく変わっています。経営改善に向けた計画書の提出などを通じて金融機関が融資に対して前向きになっており、今後もご支援をいただきながら頑張っていきます。

3.支援内容

製品別の原価を割り出し
それを根拠に価格改定の交渉を開始

COは、コロナ禍の令和4年から本格的な経営支援を開始。まず、主要取引先別および製品別の利益分析を行い、原価データを算出。輸入小麦粉の高騰に対する価格交渉の根拠として活用した。工場・設備面での最重要課題であった、老朽化して売上機会ロスを起こしている乾麺の製麺機については、あきた企業活性化センターの専門家派遣事業を活用。故障の原因を分析し、費用を見積もった上で修理を実施した。また、直営食堂のメニューおよび価格設定を見直したほか、視認性を高めるディスプレイなどで店舗改善を行った。さらに、デザイン担当のCOから事業の強みの効果的なアピール方法などについてアドバイスを受けて、ホームページをリニューアル。その際、秋田県信用保証協会の専門家派遣制度と由利本荘市の補助事業を活用した。「製品ごとの原価はそれなりにわかっていたつもりでしたが、正しい算出方法にもとづいた原価や損益分岐点を知ることで経営の実態が明らかになりました。そして、適正な利益を確保するための売価を認識できたことで、お客さまとの価格改定の交渉を進める気持ちになり、さらに成長に向けて次の一手を考えることができるようになりました」（相談者）と、支援により経営に対する自信を深めることとなった。

地元で行われたイベントの様子

4.支援の成果

直近の売上高は前年比108%
増収増益に向けた施策を次々に展開中

取引先との価格改定の交渉で成果を上げたことで、経営状況は着実に改善に向かった。「直近の売上高は前年比108%増となりました。イベント会場への出店頻度を高めたことが売上拡大につながったほか、猛暑などの影響でざる中華などの売上が好調だったことも追い風です」（相談者）。経営の安定化に向けた基盤を築いた現在、前向きな取組が始まっている。売上の機会ロスの原因であった乾麺製造機を修理したことで製造効率が高まり、乾麺の受注増が可能となった。今後は、老朽化した工場の移転計画に合わせて、事業の中期計画の策定と事業承継による会社の成長を目指している。そして、相談者は受託製造への対応にも積極的に取り組んでいる。その一つが、地元・由利本荘市の特産であるソバの実を挽いて用いたそばなどの製品化。こうした取組を通じて、従来は定番の生麺の売上が全体の約8割を占めていたのに対して、生麺6割、乾麺4割のバランスを目指し、全体としての収益性を高めていく考えだ。それとともに、「由利本荘市をうどんの町として盛り上げていきたい」と、相談者は抱負を語っている。

由利本荘産のソバの実をひいて製品化した「あきた そば街道」

支援のPOINT

- 当拠点COのほか由利本荘市商工会担当者や秋田県信用保証協会専門家などによる月2回の現状把握と進行支援
- 原材料費に応じた適正な販売価格設定や製麺機の修理における見積もりなどの支援

鎌田 晶子CO

特集

06.株式会社 labo

幾度もの業績の谷を
よろず支援拠点の支援を受けて克服
コロナ禍比で約6倍の月商

価格転嫁

株式会社 labo

代 表 者　岸 大介(きし だいすけ)
住　　所　〒814-0033
福岡県福岡市早良区有田7-19-29
電話番号　092-821-0141　　従業員数　～20人
URL　https://福岡市のおいしい焼肉店.com/

事業者概要

福岡県にて焼肉専門店「焼肉大ちゃん」を経営。地下鉄七隈線次郎丸駅から車で5分のところに位置する福岡市早良区内で2店舗を展開している。両店舗とも「本物の宮崎牛を地域で一番安く提供する店」をキャッチフレーズに、品質の高い宮崎牛をリーズナブルな価格で提供。地域の家族連れなどを中心に人気を博している。相談者はもともと、自動車業界で仕事をしていた会社員。親類がフランチャイズの飲食店を経営している姿を見て、「いずれは自分でも店をもちたい」という思いを抱いていた。

有田本店の外観

本事例概要

会社員から心機一転、飲食業界に飛び込み、店長として店舗運営を任される。しかし、いざ取り組んでみると、集客で苦戦。落ち込んだ客数をいかに取り戻すかで悩んだ末、当拠点に相談した。自ら複数の飲食店を経営するCOと出会い、集客に向けたアドバイスを受けながら、一つひとつの課題に真摯に取り組んだ。売上を回復させた後に店のオーナーから焼肉店を承継。しかし、今度はコロナ禍で売上が激減。打つ手がないなか、再びCOの支援を受けながら経営の立ち直しに奔走した。テイクアウトでの売上確保をはじめ、「Go To Eatキャンペーン事業」の利用など、あらゆる施策を展開した結果、現在の売上はコロナ禍を大きく上回る数字を達成している。

おすすめのPOPがたくさん貼られている店内

コースのほか、ファミリーや女子会に人気のメニューが満載

2店舗目の田村店

株式会社 labo

1.相談のきっかけ

民間の飲食店支援セミナーに参加したのをきっかけに当拠点に相談

相談者は平成24年にフランチャイズの焼肉店に従業員として入社。インターネット上で同フランチャイズの独立支援制度を知ったことが転職のきっかけだった。異業種からの転職であったため、当初は包丁の使い方すら見よう見まねで身につけたという。当時から「遅くとも40歳までには自分の店をもつ」という夢を抱いていた。平成27年に店のオーナーが変わり、フランチャイズから脱退。新オーナーからは「いずれはこの店を継ぐつもりでがんばってほしい」と言われ、相談者もその覚悟で店舗運営に努めた。その際、「本物の宮崎牛を地域で一番安く提供する店」というコンセプトを設定。肉の食材は卸ルートで仕入れるのではなく、自ら産地に出向いて交渉するなど、持ち前の行動力を発揮して、品質の良い肉を少しでも安く仕入れる努力をした。しかし、フランチャイズから離れて以降、「味が変わった」などの理由で客が離れてしまい、業績が低迷。当時店長であった相談者は「集客を図るにはどうすべきか」と悩んだ末、民間の飲食店支援セミナーに参加。そこで当拠点を知り、さっそく当拠点主催のセミナーに参加し、その後相談に至った。

当時の苦悩などを語る相談者

2.課題

店舗運営を任されて自己流で奮闘していたものの集客で苦戦

相談者が入社して約3年、フランチャイズの加盟店として営業していたときには、本部から送られてくる食材を使い、指示されるままにメニューを作って提供するだけでよかった。しかし、フランチャイズから独立した後、売上の低迷に直面。店長として、どうすれば集客を行うことができるのか試行錯誤の日々が続いた。メニューの工夫やタレの調合、接客の向上、スタッフの管理など、できることはなんでも取り組んだ。しかし、目ぼしい成果を出すことができず、何をすればよいのかわからないでいた。そんな状況のなか、当拠点COの一覧表を見た相談者は、自ら複数の飲食店を経営しているCOの存在を知り、支援を依頼することとなった。その後、定休日などの空き時間を活用し、COとの一対一の話し合いを通じて悩みを打ち明けつつ、取り組むべきことを明確にしていった。とりわけCOは「本物の宮崎牛を地域で一番安く提供する店」というコンセプトに対して、「それを前面に出した集客が重要」とアドバイス。こうした数回の面談を通じて、相談者は次第に自信を取り戻していった。「時には厳しくダメ出しをしてくれるなど、親身になったアドバイスがとても心強かった」（相談者）と感想を述べている。

メニューの盛り合わせ

令和4年に「感染防止認証」を取得

相談者の声

岸 大介さん

飲食店経営に精通しているCOの支援により、思った以上にスムーズに事業承継でき、さらに多店舗出店という自分の夢を実現することができました。また、複数のCOとの面談を繰り返すなか、新しいことへ取り組むためのノウハウと心構えを身につけることができ、経営に対する自信と挑戦する勇気を得たと思います。2店舗の経営が軌道に乗り、現在、3店舗目の出店に向けて準備を進めているところです。物価高、人件費高のなかでの新規出店は容易ではないものの、焦ることなく慎重に検討していきます。

3.支援内容

集客に向けた具体的な施策を支援していったことで売上を回復

相談者は毎週のように当拠点へ出向き、面談を重ねた。店舗運営やSEOなどの集客、さらには財務など各方面の知識を得るため、最初に面談したCO以外にも10名以上のCOからアドバイスを得るようになった。そして、飲食店経営全般をはじめ、メニュー開発や店の特色の出し方、労務管理、融資、プレスリリース、SEO、MEO、アクセスデータの分析方法、写真・動画の撮影方法、キャッチコピーの作り方など、売上を上げるために必要なあらゆる知識を身につけていった。「なかでも、最初に出会ったCOは集客に向けた店舗経営の改善方法を具体的にアドバイスしてくれました。たとえば、店舗の外に大きなタペストリーを掲示して、道路から一目でわかるようにすること。また、近隣の団地の公民館などにポスティング用のチラシを持ち込むといった販売促進策など、集客の極意を学ぶことができ、売上の回復に大きく役立ちました」（相談者）。当拠点に相談をもちかけてから1年足らずの支援で、集客の成果が着実に出始めた。フランチャイズ時代の平均月商は280万円に対して、独立した時点で180万円まで落ち込んでいたが、当拠点の支援を経て400万円を達成したのである。

一目でわかる大きなタペストリーを掲示

4.支援の成果

コロナ禍で月商100万円以下に落ち込んだものの600万円にまで増収

相談者は飲食店経営に対する自信を深めるなか、オーナーと交渉を経て、令和2年に事業を引き継いだ。ところが、同時期にコロナ禍が生じて売上は前年比の3分の1以下に落ち込んだ。苦境のなかで取り組んだのが、テイクアウト需要の掘り起こしだった。また、当拠点のアドバイスをもとに雇用調整助成金を申請した。令和2年度上期は大きく売上が落ち込んだが、国の「Go To Eatキャンペーン事業」の活用などにより、下期は一気に回復していった。その後、2号店をオープン。その際に当拠点が店の立地選定から金融機関に提出する事業計画書の作成を支援、金融機関との運転資金の借入交渉へのアドバイスを行った。コロナ禍が収まっていくなかで、次は物価高との闘いが始まった。牛肉をはじめ、あらゆる原材料の価格が毎月のように上がっている。そのため、数回にわたり価格改定を実施した。コロナ禍では100万円を切るまでに落ち込んだ売上だが、直近では2店舗を合わせて月商600万円にまで回復している。相談者の夢は最低25店舗の経営体制を構築すること。「高校生の息子が事業を継ぐと言ってくれているので、社会人となるまでに1店舗でも多く店を持ちたい」（相談者）。夢はふくらんでいる。

最低25店舗を展開したいと夢を語る相談者

支援のPOINT

- 飲食店経営の戦略策定をはじめ労務や経理のなど実務を支援
- 集客ノウハウ（SNS、SEO、MEO、プレスリリース、チラシなど）の提供
- 雇用調整助成金などの申請書の書き方などをサポート

野中 一英CO

成果事例

全国47事例

P39～57 売上拡大

P59～74 経営改善

P76～82 事業承継

P84～85 DX（IT活用等）

P87～88 価格転嫁

P90 人手不足

売上拡大

P39～P57

住宅街の中で遠くからでもひときわ目立つ鮮やかな紺色の看板

青森県

売上拡大

宿泊業・飲食業

煮ぼしらぁめん 髙 はしごだか

平成23年、健康志向のカフェとして開業。令和5年8月にラーメン店に改装。煮干しベースのこだわりスープが評判。青森食命人、食育インストラクター、マクロビオティックセラピストの資格をもつオーナーが経営。

髙森 むつみ(たかもり むつみ)
〒033-0074
青森県上北郡六戸町小松ヶ丘5-77-2129
090-5233-1659
5人以下
https://www.instagram.com/taka_hashigodaka/

自然派カフェから健康ラーメン店へ
大胆な事業転換で売上アップ

具体的な取組

生活様式を鑑みた新商品を模索

支援のポイント

- 事業転換に際し相談者の信念を傾聴
- 金融機関との間に入りスムーズなやりとりを支援
- 相談者自身がSWOT分析を行えるようアドバイス

菊地 祐緒美CO

1.相談のきっかけ

時代のニーズに合った飲食店スタイルへの転換に挑戦

平成23年に「体に良いものを自然に取ってほしい」をコンセプトに開業した無添加・手作りカフェは、食の資格をもつ相談者が調理する数十種類の惣菜で人気を集めていた。しかし、女性の社会進出やコロナ禍による生活様式の変化で「おしゃれな盛り付け」や「長時間滞在」といったカフェの特性が時代に合わなくなり、客足と売上が大きく減少。業態転換と資金調達の方策を考えるため、当拠点へ相談に訪れた。

メニューの説明が書かれたPOPを入り口に掲示

2.課題

コロナ禍などの影響により来店客数が大きく減少

自宅でカフェ風メニューを楽しむブーム、働く女性の増加、そこにコロナ禍での外出自粛が打撃となり来店者数が減少。対前年比で50%以下にまで売上が落ち込んだ。工夫を凝らしたテイクアウト弁当も受注が低迷、食育セミナーの開催をしても来店につながらず、売上減をカバーできない状況となった。COは、しばらく続くと思われる新しい生活様式を鑑みた結果、カフェの需要が以前のようには回復しないであろうと分析。コロナ禍で求められているキーワード「短時間、黙食、少人数、免疫力」をベースに、相談者が創業当時から掲げるコンセプトを加味した新しい商品を模索。多くの人になじみのあるラーメンで勝負をするという決断に至った。

3.支援内容

信念に合致する新商品の開発と事業計画の策定を後押し

相談者には健康的なメニューを提供したいという強い信念があるが、ラーメンには塩分過多のイメージが強い。試行錯誤の結果、スープにはカフェ時代に人気を博していた野菜だしを採用し、最後の一滴まで罪悪感なく飲み干せるバランスを追求。短時間で栄養バランスの良い食事を、というコロナ禍のニーズを満たす主力商品が完成した。店舗リニューアルに当たって調理場の改装工事などの資金調達が必要となり、事業再構築補助金申請に係る事業計画についてアドバイスを実施。同時につなぎ融資の融資実行までをフォロー。また、開業当初に想定されるオペレーション上の課題を洗い出し、スムーズな滑り出しになるよう協議を重ねた。

4.支援の成果

事業転換後1年でコロナ禍の8倍強と売上を高め安定

カフェ経営時の客単価は平均1,000円で、コロナ禍以前の一日の客数は7人、コロナ禍で同5人だった。事業転換後は客単価平均1,400円、客数30人となり売上は大きく回復。オープン直後から連日行列の絶えない人気店となった。メニューを4種に絞ることでコストを削減する一方、定期的な期間限定メニューの提供やトッピング無料サービスを実施し固定客も獲得。今後は平均客数40人を目指し、顧客の属性や傾向の分析、広報活動支援も行う予定である。

オリジナルチラシ

相談者の声

担当COが親身になって話を聞いてくれ、信念をくみ取ってもらえました。思い切った事業転換には多くの課題があり、途中で行き詰まりそうな場面でも、事業計画の策定やSWOT分析を通して的確なアドバイスを提供してもらえました。資金面でも相談に乗っていただき、安心してリニューアルを進めることができました。

レンジアップ商品の「ノンフライトンカツ」

岩手県

売上拡大

宿泊業・飲食業

こだわり厨房助六

昭和63年創業以来、とんかつ専門店として「安心・安全・おいしさ」を求め、地産地消を最優先に盛岡市で営業。自家製ソースをかけて味わう柔らかく仕上げたとんかつは、顧客から高く評価されている。

横欠 義雄（よこがけ よしお）
〒020-0838
岩手県盛岡市津志田中央3-17-7
019-639-1212
5人以下
https://www.suke-roku.com/

「ノンフライトンカツ」で再挑戦！

販路開拓とSNS戦略で売上120%増

具体的な取組

販路・流通・SNSの
多角的支援

支援のポイント

- 重要な課題設定に向けた丁寧なヒアリング
- 過去メニューへの再挑戦に対する納得感を都度確認
- 相談者の実践と実感を経た上での今後の自走を重視

藤井 登SCCO

渡邊 陽介CO

畠山 まゆみCO

1.相談のきっかけ

コロナ禍の教訓から新たな売上の柱となる販売方法を模索

看板メニューは「とんかつ」であるが、相談者である店主はコロナ禍による売上減少を打開する策を検討。洋食の修行で培った経験を生かし、駐車場に焼窯を設置して窯焼きメニューを提供するイベント性のある販売方法を、新たな売上の柱として考案した。しかし、焼窯の設置には多額の投資が必要であり、5類感染症移行後は売上が回復傾向ではあるもののその負担は大きく、試行錯誤を重ねた結果当拠点へ相談に訪れた。

LINE公式クーポン素材

2.課題

強みを掘り起こし「ノンフライトンカツ」に再挑戦

当初は設備投資計画についての相談であったが、COは店舗の売上が完全に回復していないなかでの多額の投資はリスクが高いと判断。同店の強みをヒアリングしたところ、8年前にレンジアップ製品として「ノンフライトンカツ」の開発に取り組んだが、売上が振るわなかったため断念していたことがわかった。「ノンフライトンカツ」は比較的低カロリーで罪悪感なく食べることができ、電子レンジで簡単に調理ができるなど消費者のニーズに応える価値が高い製品であることから、投資も少なく進められるため再チャレンジを提案。相談者からもぜひ取り組みたいと同意が得られたため、「ノンフライトンカツ」の販路開拓を課題として設定した。

3.支援内容

多角的支援で販路・流通・SNSの強化を図る

支援は複数のCOで進めることにした。まず、初回相談から課題設定までは一人のCOが一貫して対応。支援方針として販路・流通・SNSの3チームで支援を進めることを提案した。販路担当のCOは、ふるさと納税返礼品の登録申請をサポート。また、流通担当のCOは、ロットや荷姿、リードタイム、卸売価格設定などの整備をサポートし、両者の留意点を確認した上でマッチング支援を行った。SNS担当のCOは、グーグルビジネスプロフィールの設定や活用方法についてアドバイスし、LINE公式アカウントの友だち登録を促す店舗掲示物の作成や、SNSでの情報発信に関する支援も行った。相談者は、各担当COの提案を受けて精力的に取り組み、着実に準備を進めていった。

4.支援の成果

ふるさと納税やLINEの情報発信戦略で売上が前年比120%達成

ふるさと納税返礼品の登録や卸売りの新規取引の増加、LINE公式アカウントの友だち登録への誘導などの情報発信により、売上は前年比120%を達成した。LINE公式アカウントの登録者数は、支援前の2倍以上となる628人（令和6年8月現在）に増加。店舗情報や物販情報をプッシュ通知で発信するなど、定期的な情報発信が顧客のリピーター化につながっている。今後はさらなる顧客獲得を目指し、営業ツールの確立やLINE公式アカウントの運用について、継続的な支援を行う予定である。

ふるさと納税
返礼品としても好評

相談者の声

販路開拓に取り組み、早くも1年ほどで外販部門が店舗売上の3割を占めるまでに成長しました。これまでの来店待ちのスタイルから、攻めのアプローチができるようになりました。今後も製品や発信内容を改善し、さらに事業を発展させていきたいです。さまざまなCOによる具体的な支援には心から感謝しています。

山形愛犬美容学院校舎 外観

山形県

売上拡大

その他（教育・学習支援業）

WAN to ONE 株式会社（山形愛犬美容学院）

令和2年3月に創業。通信制で評判の高い鹿島朝日高等学校と提携し、高校卒業資格とトリマーライセンスを同時に取得できる教育事業を展開。生徒のモチベーション向上と質の高い技術教育を提供している。

渡邊 利由（わたなべ としゆき）
〒990-0024
山形県山形市あさひ町25-17
023-666-7377
5人以下
https://aiken.bz/

学びと働く場づくりで輝く未来へ！

発信力強化で売上8倍を達成の快進撃

具体的な取組

中学校などへの
広報戦略の策定

支援のポイント

- 行動につながる意識の醸成とブランディングの強化
- 中学校との信頼関係構築のための提案活動にアドバイス
- 知名度向上を目指すプレゼンテーションの支援

丹野 竜太郎CO

1.相談のきっかけ

入学者はわずか3名で現状打破する手段がわからず

地元でトリマーを育成したい、何らかの理由で高校卒業資格を得られずにいる子どもたちに「学び働く機会」を提供したい、という強い思いで事業を始めた。しかし相談当時の入学者はわずか3名。資料請求の問い合わせもほとんどなく、ビジョンと現実に大きなギャップが生じていた。良いコンセプトがあるのになぜ生徒が集まらないのか、現状打破のめどが立たず困っていたところ、知り合いの社会保険労務士から紹介を受け、今回の相談に至った。

先輩生徒とペアになって学ぶ

2.課題

認知拡大と中学校との信頼関係構築に向けた戦略が必要

相談当初のヒアリングと同校の視察を通じて、経営管理体制や教育体制、講師の人間性や技術に関しては、全く懸念がないことがわかった。この状況で生徒が集まらない理由はないと感じたが、実態を掘り下げていくと、顧客ターゲットである中学校へのマーケティング活動が不十分であることが判明した。県内中学校の市場調査を実施した結果、進学が難しい生徒への対応で苦労していることがわかり、同校入学につなげるためには、中学校との信頼関係構築が不可欠であると判断。このため、中学校などへの提案活動と認知拡大につながる広報戦略の策定を優先的に支援することとした。

中学校からのジュニアコースで学びプロを目指す

3.支援内容

訪問活動やネットメディアで情報発信力を強化

COは情報発信力の強化を最優先に提案。通信制で評判の高い鹿島朝日高等学校との業務提携を通じ、3年間で高校卒業資格とトリマーライセンスを同時取得できるという独自の優位性を伝えるため、中学校への訪問活動やネットメディアでの発信力を強化する支援を行った。結果、県内中学校への認知と関係構築につながり、入学相談の太いパイプを築くことに成功。また、大勢の前で成功事例を発表する「山形市創業アワード」への出場も支援し、最優秀賞を受賞。山形市報への掲載、山形市ホームページでの動画紹介、ラジオ番組への出演などの副賞も受けることができ、市場を問わず県内での知名度が大きく向上し認知拡大につながった。

4.支援の成果

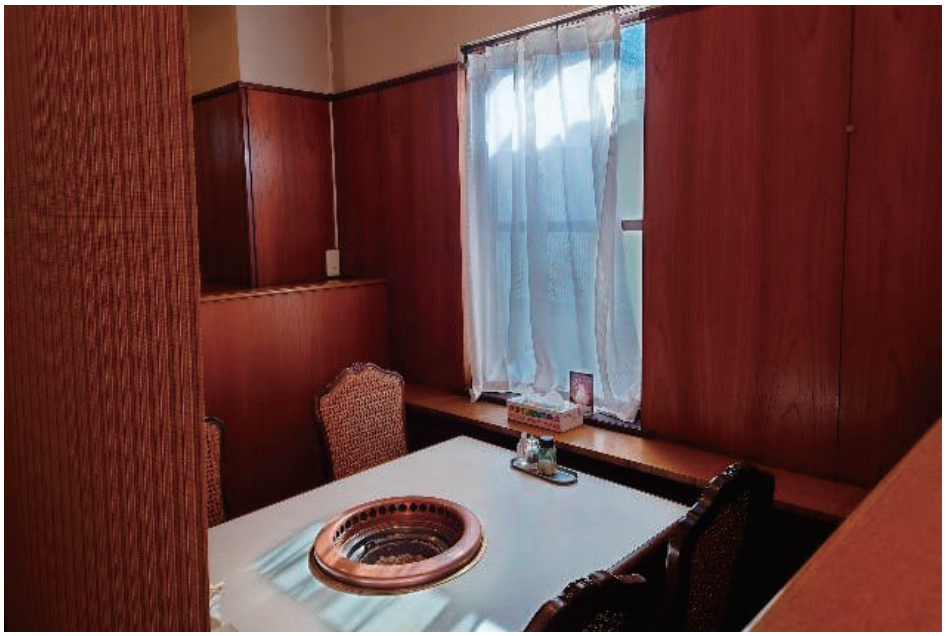
市場と学校から受け入れられた「学び働く場」

令和3年4月の入学生徒数は2名、紹介元の中学校は2校だったが、2年後には定員の30名に達し、入学打診は5校から受けるまでに増加した。令和5年度の売上高は中学卒業生を含む全3コースで前年同期比約8倍を記録。令和6年度も同水準を維持しており、当初は問い合わせがなかった資料請求も300通を数えた。卒業生の就職あっせんも令和6年度末までに12名を予定しており、「学び働く場」の提供は着実な進展を見せている。

授業風景

相談者の声

入学定員が満員になったのは、相談当初から寄り添って話を聞いてくださり、全力で応援、フォローしていただいたおかげです。悩んでいるだけでは進まないと、取組が前に進むように背中を押していただきました。生徒たちが「自信をもって学び、胸を張って職に就ける」よう、これからも精一杯、サポートしていきます。



ロールカーテンで個室化できるようにした客席

茨城県

売上拡大

宿泊業・飲食業

株式会社 シャインフォレスト

8年の修行を経た代表取締役が、本店からのれん分けを受けた地元で有名な焼肉店。本店が一頭買いした和牛を枝肉で仕入れ、店内で精肉加工することで、鮮度とクオリティに徹底的にこだわっている。

森田 征輝(もりた まさき)

〒314-0031
茨城県鹿嶋市宮中360-6

0299-94-7529

5人以下

加工技術の優位性を生かした

粗利ミックスの戦略と売上拡大

具体的な取組

利益率の高いメニュー販売と新規顧客の開拓

支援のポイント　支援機関連携

- 優位性を生かした事業展開で差別化
- 臨機応変な対応でコストパフォーマンスを検討
- 売上拡大と顧客満足度維持を支援

林 綾子CO

1.相談のきっかけ

急激な売上減少で経営は2期連続の赤字計上

同社はディナータイムのみ営業している焼肉店を経営し、本店が一頭買いで仕入れる和牛をウリにしている。コロナ禍で来店者が減ったことによる売上減少に加え、牛の餌の高騰により牛肉の仕入れ単価も急上昇。のれん元との契約で和牛の販売価格を値上げできず、経営は2期連続の赤字計上となっていた。相談者はこの状況を打破しようと茨城県生活衛生営業指導センターに相談。連携先である当拠点を紹介され今回の相談に至った。

不揃いな端肉や切り落とし肉を使った和牛のローストビーフ

2.課題

市況変化による既存ビジネスモデルの崩壊

本店では精肉加工技術者を育成し、トリミングの内製化を図ることでコスト削減し、リーズナブルで良質な肉を販売していた。また、一頭買いにより肉の量を確保することで多売のニーズにも応えた。のれん分けの導入により格式あるブランドイメージを維持しながら、精肉加工の独自技術による優位性と、薄利多売のシステム構築により事業を行ってきた。しかし、COは昨今の市況変化により、このまま事業を続けるには限界があり、事業存続のためには売上拡大が急務であると判断。課題として「本店が決めた焼肉の販売価格を遵守しつつ、利益率の高いサイドメニューの販売を検討すること」と、「肉の質や落ち着いた空間を重視する新規顧客の開拓」を設定した。

3.支援内容

加工技術を生かした商品開発と客単価増の企画

COは、粗利ミックスのアレンジを考えた。粗利ミックスとは、粗利益率の低い商品で顧客を呼び込み、粗利益率の高い商品の構成比を高めることで粗利益を確保する方法である。焼肉メニューは従来の価格で提供しつつ、切り落とし部分を使ったローストビーフやトリミング後のコマ肉を使った特製ハンバーグなど、加工技術を生かして粗利益率の高いサイドメニューの開発を提案した。また、顧客の滞在時間を長くし客単価を上げる取組を支援。客席の個室化や、希少部位である「本日の限定部位」の販売企画とその店内POP作成をサポートした。スタッフのおすすめ提案により客単価を上げるなど、粗利益率向上と店舗の売上拡大に向けた取組を提案した。

4.支援の成果

コアコンピタンス戦略により売上高133%を達成

原価率の高い看板メニューと利益率が高い肉の加工技術を生かした新メニューとの粗利ミックスにより、顧客満足度を下げることなく、顧客単価は前年比15%増、顧客数も増加した。売上は前年比133%を達成し、2期続いていた赤字計上から脱却。アルバイトの賃金引き上げも実現した。量より質を重視する顧客が多く来店し、飲食店口コミサイトの焼肉部門100店に選出され、店舗は一段と活気を見せている。

和牛コマ肉をひいて作った特製ハンバーグ

相談者の声

今回の取組をきっかけに地元商工会との接点も増えただけでなく、SNSの使い方のアドバイスを受けることで、売上拡大に向けた新たな集客方法へのチャレンジにつながりました。また、今まで地域の他業種との関わりがほとんどなかったのですが、新たな仲間づくりの機会を得ることで、地域貢献への意識も高まりました。

ウナギのキッチンカー テストマーケティングで150食完売

栃木県

売上拡大

サービス業

芳賀町ロマン開発 株式会社

温泉リゾート事業、物販、飲食サービス業を展開する同社は栃木県芳賀町に拠点を置き、「道の駅はが」の運営を行う。道の駅には美肌と保温効果の高い温泉の施設や地元特産品の物産館が併設されている。

阿久津 俊夫(あくつ としお)

〒321-3311
栃木県芳賀郡芳賀町大字上延生160

028-677-6000

～50人

http://www.michinoeki-haga.gr.jp/

オンリーワンの道の駅として

地方創生と地域の活力が集まる場所へ

具体的な取組

効果的な広報活動と地域の連携強化

支援のポイント

- アイデア出しやファシリテーションで進行を支援
- 全員が発言しやすい雰囲気になる環境を整備
- 議論が即実行されるスピード感重視の体制構築を支援

鹿島田 千帆CO

1.相談のきっかけ

効果的なインスタグラム運用と広報のアイデアを求めて

同社はインスタグラムやチラシを活用して広報活動を行ってきたが、担当者一人での運用には限界を感じていた。特に、効果的な投稿内容の選定やフォロワーの増加方法に不安があった。また、地域で地方創生に取り組む女性グループ「はがめぐ」と連携し、インスタグラムを通じて広報のアイデアを共有しながらモチベーションを高めたいと考えていた。こうした背景から、広報メディアのサポートを求め、今回の相談に至った。

地産地消バーベキューがインスタグラムの告知で評判に

2.課題

地域との連携強化により広報活動の最大化を目指す

コロナ禍以降、道の駅の売上アップに苦戦しており、同社は広報活動に限界を感じていた。特に、インスタグラムでの発信や集客に関することは悩ましく、広報担当者一人での運用に課題を抱えていた。また、道の駅との連携強化や新たなアイデア出し、企画提案などのミーティングも求められていた。地域で活動する「はがめぐ」も同様の課題を抱えており、自治体や道の駅との連携方法やビジネス戦略について模索していた。相談者は「はがめぐ」との協働を目指していたため、COは双方の方向性を統合しつなげることで、効果的な広報活動と地域連携の強化を支援。広報活動の効果を最大化するための具体的な戦略立案を提案した。

3.支援内容

地域とのつながりから生まれたアイデアの推進と戦略

COは、同社と「はがめぐ」との間でインスタグラム運用に関する年間契約の締結を提案。これにより「はがめぐ」が安心して活動できる環境を整え、月1回ほどのミーティングで広報活動の状況を確認した。会議では全員が発言しやすい進行方法を採用し、売上、フォロワー数、インプレッションなどの数字を共有。さらに新しい施策として、ウナギのキッチンカーや温泉施設の閑散期キャンペーン、「ろまん」の名称の由来美術展示、バーベキューのPRなど、利用者を増やし売上増に貢献する具体的なアイデアも生まれた。またCOは、道の駅や温泉施設の成功事例も紹介し、広報活動の質と効果を向上させる戦略を立てられるよう支援した。

4.支援の成果

日本を代表するオンリーワンの道の駅として魅力を発信

令和5年度の売上は前年比プラス16.8%、利用者数はプラス11.2%となった。令和6年度第14半期の売上も前期比プラス9.2%と好調である。令和5年8月には芳賀・宇都宮LRT(ライトライン)が開業し、道の駅への新たな人流が生まれた。今後は、この芳賀・宇都宮LRT開業という千載一遇のチャンスを追い風に、公共交通機関を乗り継いで行けるオンリーワンの道の駅という魅力を最大限にアピールし、首都圏などからの誘客を進めていく。

次々にアイデアが生まれるミーティング風景

相談者の声

COにSNS運用や広報についてアドバイスをいただいたことで、情報発信の方法が大きく変わりました。特に、当社が今後ターゲットとしたい若い世代やファミリー層に対する効果的な情報発信やアプローチを行うための体制が整ってきたことは、COによる親身な伴走支援の大きな成果であると感じています。

多彩な色が楽しめる「ITOnoBUTTON」

群馬県

売上拡大

製造業

有限会社 チャームファッションオオキ

西の西陣、東の桐生と言われ1300年以上の歴史をもつ繊維産業の街、桐生市にて昭和52年創業。立体的な刺繍を得意とし、職人が築き上げてきた技術と新しい技術を融合。現代ニーズに合ったものづくりに挑戦している。

大木 康雄（おおき やすお）
〒376-0002
群馬県桐生市境野町6-461-3
0277-45-3131
5人以下
https://cf-oki.com/

新発想で開発した糸のボタン「ITOnoBUTTON」で勝負！

具体的な取組

新たな業界・
ターゲットへの事業展開

支援のポイント　支援機関連携

- 相談者と共に製品の可能性と魅力を引き出す
- 地域との連携や効果的な支援策の活用を提案
- 目標と課題を意識しコストを抑えたPRの実施

瀬古 裕美CCO

1.相談のきっかけ

「繊維産業と地域を元気にしたい」熱い思いで製品開発

衰退傾向にある繊維産業と地域を元気にしたい、SDGsに向けた環境にやさしい製品を作りたいとの熱い思いから、立体刺繍の自社技術を駆使した製品を開発。ペットボトルリサイクル素材の糸のみで作られたボタン「ITOnoBUTTON」は、特許出願の支援を受け、事業化に向けた進め方を検討していた。主に下請け事業を展開する中で自社提案の事業を始める不安もあり、今回の相談に至った。

中小機構を交えての
製品展開ミーティング風景

2.課題

新製品の可能性を発掘しアプローチ戦略で新市場開拓へ

「ITOnoBUTTON」は今までにない画期的な製品であり、大きな可能性を感じた。CCOはこれまでの営業体制や事業の状況と、同社が大手ボタンメーカーに新製品を持ち込んだが反応がなく、特徴をPRできていないことを確認。手芸業界の動向やアパレル業界におけるボタンの取扱状況を調査し、自力での製品展開の厳しさを感じた。ボタンの特徴や機能性がどのような業界に生かせるのかを考える必要があった。また、下請けとして長年事業を行ってきたが、新市場への提案営業に向けて下請けから脱却すべきであると認識。製品の可能性と顧客にもたらす便益を想定し、新たな業界およびターゲットに向けた事業展開をしていくことが必要と判断した。

3.支援内容

地域事業を活用し「ITOnoBUTTON」の魅力発信

新たな市場開拓に向けて製品の特徴を整理するとともに、製品PRの手法を検討した。CCOが製品PRにもなり製品の可能性を見出す場として、群馬県主催の「グッドデザインぐんま」への応募を提案したところ、優秀賞を受賞。受賞により、SDGsが注目される時代に合った製品としてメディアに取り上げられ、好感触を得た。さらに「ITOnoBUTTON」を事業の柱とするため、中小機構と連携し「ハンズオン支援事業（テストマーケティング）」の活用を提案、新たなチャレンジを開始した。製品の価値表現の工夫、伝わる提案書の作成、業界及び企業を想定したアプローチにより製品の可能性やニーズ、改善策などを確認し事業化の基盤づくりを支援した。

4.支援の成果

ターゲットや方向性を明確にリピート受注で売上アップ

テストマーケティングにより「ITOnoBUTTON」のターゲット、方向性が明確になった。製品に対する新たな要望や市場が求める製品を把握し、バージョンアップした製品開発にもつながっている。また、本製品のPRすらできていない状態だったが、提案書作成から提案までのスキルを修得。現在までの売上は約1,000万円近くとなり、リピート受注もある。問い合わせも増えてきて、欧州など海外展開の検討を始めている。

「ITOnoBUTTON」（綿）製造の様子

相談者の声

製品開発や製造には自信がありましたが、販路開拓は先が読めず不安な状態でした。お客さまの困りごとを意識することや新市場へのアプローチにより、事業の方向性が見え、自信をもつことができました。CCOにはいつも近くでサポートしていただき感謝しています。当社の成長はもとより、桐生の繊維産業の活性化に貢献することを目指していきます。

キッチンカー（花おはぎanmicco）

愛知県

売上拡大

小売業

omborato

キッチンカーでオリジナル製品である「花おはぎ」を販売し、彩り豊かな見た目が人気。嚥下機能が低下した高齢者向けの「嚥下花おはぎ」の開発や冷凍販売にも取り組み、「花おはぎ」の認知拡大を目指している。

中井 美津子（なかい みつこ）
〒441-8021
愛知県豊橋市白河町58
090-9768-0728
5人以下

「花おはぎ」の新製品開発とブランディング戦略で

売上120%アップを実現

具体的な取組

SNSによる認知度拡大で
売上アップ

支援のポイント　支援機関連携

- SNSやプレスリリースにおける発信強化を支援
- 「嚥下花おはぎ」などオリジナル製品の認知度向上戦略
- 小規模事業者持続化補助金の活用支援

鈴木 基之CO

1.相談のきっかけ

「花おはぎ」の認知拡大と売上拡大を目指したい

キッチンカーを中心にオリジナル製品「花おはぎ」を製造販売していた同社だが、日々の顧客数の変動による機会損失や食品ロスの問題に悩まされていた。製造余力を生かしつつ、食品ロスを低減しながらさらなる売上拡大を図りたいと考えていたが、どうすれば販路を拡大できるのかわからずにいた。相談者は創業前から当拠点を利用しており、地元信用金庫と共に伴走支援をする中で、今回の相談に至った。

定番商品の6個入花おはぎ

2.課題

オリジナルおはぎの販路拡大と新製品開発でブランディング

COは、相談者の思いや現在の製品の特性、広告宣伝方法を徹底的に分析した。材料へのこだわりやあっさりとした味わい、練り切りの魅力を生かした「花おはぎ」の彩り豊かな見た目は、高い宣伝効果が期待できると判断。しかし、製品ラインナップが画一化されていることや、その魅力が十分に伝わっていないことが懸念点であった。一方で、相談者は高齢者施設での勤務経験から、おはぎを食べたくても食べられない高齢者向けに「嚥下花おはぎ」の開発を進めていた。機会損失や食品ロスへの対応策の必要性を再認識するのと同時に、「花おはぎ」自体の認知度向上と顧客開拓、製品開発によるブランド力の強化が急務であると判断した。

3.支援内容

製品ラインナップの追加と販路拡大で販売力を強化

集客の主力は顧客の口コミだが、数は限られていた。まずは「花おはぎ」の見た目を生かし、インスタグラムでの発信強化を支援した。商品の魅力を伝えるだけでなく、消費者需要を喚起するため、記念日用の「アニバーサリーおはぎ」や「母の日おはぎ」をラインナップに追加。さらに「嚥下花おはぎ」は商工会議所と連携しプレスリリースを実施することで、高齢者施設向けの販路拡大を目指していくことに。また「嚥下花おはぎ」の本格販売と、花おはぎへの購買意欲に対する機会損失や食品ロスの対策として冷凍おはぎの製造もスタートさせた。長期戦略による相談者の負担を軽減するため、小規模事業者持続化補助金を活用し、製造環境の整備も進めている。

4.支援の成果

「花おはぎ」の認知拡大により売上120%増を達成！

売上は前年比120%増を達成。レギュラー製品にアニバーサリーや限定おはぎを追加しSNSでの発信を強化したことで問い合わせが増加、新規顧客の獲得や既存顧客のリピートにつながった。「嚥下花おはぎ」は地元新聞で紹介され、地域の認知度が大幅に向上。さらに、冷やして食べるおはぎや水ようかんなど季節製品も新たに開発。今後は「花おはぎ」や「嚥下花おはぎ」の全国販売を目指し、厨房施設の整備やECサイトの構築を進めている。

誕生日などの記念日にオーダーで作るアニバーサリーおはぎ

相談者の声

創業前からお世話になっていて、右も左もわからないなか、親切にアドバイスいただき感謝しています。お客さまの増加や新聞掲載、補助金の採択など、実績も出て着実に前進できています。相談には的確に応えてくださり、提案もいただけるので、よろず支援拠点は頼りになる存在。今後も定期的に相談させていただきたいです。

直接販売用に包装された中華麺

岐阜県

売上拡大

小売業

松澤製麺所

創業101年の製麺所。安全な材料を使い、代々伝わる製法で心を尽くし中華麺、そば、きしめん、餃子の皮など「良い（いい）加減（かげん）」な製品をひたむきに作り続けている。

松澤 明美（まつざわ あけみ）
北折 里香（きたおり りか）
〒503-0886
岐阜県大垣市郭町東1-63
050-3553-2848
5人以下
https://www.matsuzawa-seimen.com/

コロナ禍の受注減から

ECで業績急回復した創業101年の製麺所

具体的な取組

直接販売への転換と
ウェブサイト改修

支援のポイント　支援機関連携

- 消費者に直接販売する事業へのシフト提案
- ネットショップ開設やウェブサイト改修のサポート
- 事業の強みの再認識と自主性の尊重

足立 亜矢CO

1.相談のきっかけ

事業を守りたい…廃業の危機を乗り越えるために当拠点へ

コロナ禍での休業により、売上が大幅に減少した同社の先行きを心配していたのは、事業主の娘である相談者だった。事業を立て直す方法に悩んだ末、大垣商工会議所主催のワンストップ経営相談会に足を運んだ。相談会では例年、大垣商工会議所から当拠点に複数のCOの派遣要請があり、中小企業診断士の資格をもつCOが担当したことから今回の相談に至った。

同社の店舗外観

2.課題

強みを生かした事業展開と顧客確保のための情報発信

同社は長年にわたり地域から支持され続けてきた。COがその状況について詳しく伺うと、安全性の高い材料が使用されているだけでなく、数十年にわたり近隣の粉屋さんから同じ小麦粉やそば粉を仕入れ、気候や湿度に応じて配合を調整しているというこだわりがあった。また、代々受け継がれてきた製麺技術がこの製麺所の強みであることも明らかになった。しかし、これらの強みが十分に発信されていない。ウェブサイト制作業者からの営業もあったが、費用がかさむため発注を躊躇していた。身の丈に合ったウェブサイト改修を無料でできないか、また、正しく茹でた麺のおいしさをどのように発信すればよいのかわからない状態だった。

3.支援内容

消費者向け直接販売への転換とウェブサイト改修をサポート

COはまず、一日当たりの最大生産量を考慮した上で、多品種少量生産が可能である強みを生かし、卸売主体から収益性の高い生麺を消費者に直接販売する事業へのシフトを提案した。次に、ウェブ担当のCOがネットショップ開設とウェブサイト改修を無料かつ自分たちで行う方法をアドバイス。動画の組み込みや読みやすい記事制作など、デモを交えつつサポートを行った。ネットショップでは、製品の販売方法や見せ方、必要項目の設定についても支援した。これらの提案を受け、相談者は故障寸前の製麺機を消費者ニーズに合わせた少量生産が可能な機種に買い替え、購買促進につながるウェブサイト改修を完遂した。

4.支援の成果

ネットショップ開設による新規顧客獲得で売上150%増へ

販売再開が新聞に取り上げられた影響のほか、ネットショップでの新規顧客獲得や近隣顧客の復活により、前年比150%増の売上を達成。コロナ禍前と比較すると、売上は5倍にまで拡大した。しかし、現在の体制では生産量に限界があるため、今後はスタッフを雇用して生産の増加を目指す。また、いずれ事業を引き継ぐ相談者に、60年近く麺づくりで培った母の技術を承継しながら、顧客とほのぼのとした会話ができる味のある店を続けられるよう、思いの伝承も進める。

同社店舗
内観・製麺作業

相談者の声

手作業の麺づくりや家事、子育てに加え、ウェブサイト改修という難題が加わり、これらを同時に進行させるのはかなり厳しい状況でした。それでも、COが背中を押し続けてくれたおかげで、思いどおりのウェブサイトが完成し、成功体験につながりました。COのサポートがなければ、決して成し遂げられなかったと思います。

店舗入り口

三重県

売上拡大

小売業

夢を手づくりする企業組合

「ハンドメード作家と地域の人に喜ばれる場所を提供する」をコンセプトに設立された企業組合。作家の作品を委託販売し、併設カフェではオリジナル珈琲を提供。作家との交流や体験を通じたファンづくりに貢献している。

長岡 正樹（ながおか まさき）
長岡 江利子（ながおか えりこ）
〒514-0041
三重県津市八町2-5-4
0598-67-7270
5人以下
https://yumewo.or.jp/

店舗リニューアルと規約の見直しで

売上20%アップと固定費減を実現

具体的な取組

店舗レイアウトの変更
委託規約の見直しなど

支援のポイント　支援機関連携

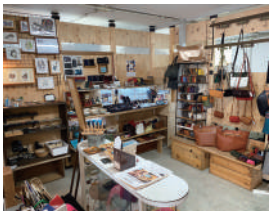
- 相談者が共感と納得感を得られるアドバイス
- 店舗の回遊性向上への提案と支援
- 委託契約規約見直しによる役割分担の明確化

三輪 時弘CO

1.相談のきっかけ

収益拡大を目指す店舗運営に必要なノウハウとは

令和3年4月に松阪市内の貸店舗を改装してオープンした店舗は、委託販売を主体としているため、手数料収入が売上の大部分を占めていた。相談者は、手数料収入だけでは収益向上が難しいと感じ、イートインカフェの導入やオリジナル製品の開発を考えていた。しかし、店舗運営経験がないことから展開方法がわからず悩んでいたところ、松阪商工会議所の紹介を受け、今回の相談に至った。


ハンドメードのアイテムが並ぶ店内

2.課題

店舗の動線改善と委託契約規約の見直しが課題

COは、まず現地での顧客の動線分析を行った。来店する顧客は近隣住民を中心に年齢層は幅広く、店舗自体の雰囲気は良い。しかしカフェスペースは雑然としており、同時にレジの混雑も目立っていた。さらに運営面を確認すると、作家との委託契約は口頭で手数料20%という取り決めのみであり、ブース利用料は無料のため、場合によっては作品が売れなくともブースを無償提供し続けているという状況だった。そこで「店舗レイアウトの変更」と「作家との委託規約の見直し」を課題として設定し、売上拡大と家賃負担の軽減に取り組むことにした。

3.支援内容

店舗の回遊性向上とブース有料化による役割分担の明確化

店舗レイアウトの改善として、回遊性を高めるため通路幅を広くした。壁をうまく活用し、高さのあるすっきりとした棚で統一感を出しスペースを確保することで、陳列アイテムを増やした。各ブースのレイアウトは作家自身にオリジナリティーを発揮してもらう形で任せ、作家と店側の役割をより明確にした。さらに、作家のブース利用料として月額1,000円を設定、ブースのアイテム陳列は原則として作家に担当してもらうなどの委託契約規約を書面にし、契約を更新するかどうか作家と面談を行った。この変更に伴い、作家の新陳代謝促進と同時に、店側の負担が軽減された。

4.支援の成果

店舗リニューアルで顧客満足度も高まり売上20%増！

委託契約の見直しと店舗レイアウトの変更を行い、令和4年7月にリニューアルオープン。新しい店舗レイアウトや回遊性が顧客に好評を得ており、イベント企画も順調で売上が徐々に増加している。リニューアルオープン後、令和5年1月から12月と比較し、令和6年同期で売上20%増を達成。さらに月額家賃5万円の固定費は、委託契約によりブース利用料の有料化を実施したことでカバーできる見通しが立っている。

リニューアル後の店舗

相談者の声

店舗のオープン当初から手探りで運営する日々にモヤモヤを感じていましたが、相談したことで問題点がはっきりとしました。おかげで解決すべき点や解決方法が明確になり、相談して良かったと思っています。また、売上もコロナ禍の影響があったものの、良い方向へ進んでいることを実感しています。

「福井発！ビジネスプランコンテスト2023」受賞式の様子

福井県

売上拡大

製造業

YDKメカトロニクス 株式会社

重工業メーカーの航空宇宙事業部勤務で培った技術力を生かし、日本初のコンパクトコンクリートモービル車を手掛ける同社を設立。機械設計、PLCプログラミング、TIG溶接なども行う。

安田 洋介（やすだ ようすけ）
〒910-0156
福井県福井市稲多新町2-7
090-1755-9208
5人以下
https://note.com/ydk_mechatronics/

コンテストでグランプリを受賞！

認知度向上を実現しスタートアップ

具体的な取組

事業分析からプレゼン資料作成をサポート

支援のポイント　支援機関連携

- 人脈のない状況からの認知度向上を支援
- 技術力を客観的に評価してもらう機会の獲得
- 外部支援を巻き込んで会社設立までの期間短縮

小林 悟志CCO

1.相談のきっかけ

経験を生かしニッチな分野で起業を目指したい

相談者はこれまでの重工業メーカーの航空宇宙事業部勤務で培った経験を生かし、起業を検討していた。しかし、核となる技術や製品は、速乾性で高硬度のセメントやモルタルのミキサーなど極めてニッチであった。既存の製品にはない分野であることから、新規顧客開拓を進めるにも実績が伴わず起業準備は難航。販路を含め、自社の強みのアピール方法や資金繰りなど、起業についての支援を求め当拠点へ相談に訪れた。

製品開発中の案件

2.課題

技術力を引き出す事業計画の策定と創業直後の経営が課題

起業への漠然とした期待と不安が交錯する相談初期は、相談者の能力を発揮できる分野を見つけ出すために、仕事やスキル、資格を整理し、事業化の可能性を洗い出した。また、実績がある業態だけでなく、業態問わずに幅広い視野で事業分野を検討し、起業から創業初期に至るまでの事業計画（マイルストーン）を作り上げることが必要であった。会社設立後も、事業計画に沿った伴走型支援を継続。創業直後にありがちな、自社の技術力と世間の認知度のズレをどのように補正していくかが大きな課題であった。また、資金繰りや人員の確保、受注のバランスについても課題が山積みとなっていた。

3.支援内容

創業期から売上拡大フェーズで変化する課題を整理

創業期の課題を乗り越えた後は、「売上拡大」を目指して支援を継続。CCOは課題を①技術力を具現化する試作機開発の技術的な課題、②試作機製作に当たっての外注先や資金面の課題、③世にない製品の技術力のアピール方法、④試作機を用いたビジネスモデルやサプライチェーンの構築、⑤ビジネスモデルを生かすためのJIS認定に向けた支援、⑥上記案件に関連する資金手当ての六つに整理。解決に向けての優先順位をつけた。まずは、同社の技術力とアイデアをアピールする方法として「福井発！ビジネスプランコンテスト2023」で上位入賞を目指すことに。CCOは同社の事業分析からビジネスプランのプレゼン資料作成をサポートした。

4.支援の成果

コンテストのグランプリ受賞で認知度向上

同コンテストの一般の部において、同社の「『その場でコンクリートを作れる国産小型モービル車』～ 日本初のコンピューター制御によるシステムで安定した混錬が可能～」が最高位のグランプリを受賞した。技術力とビジネスプランが認知されて知名度も向上し、問い合わせが増加。同コンテスト実行委員の大学からJIS認定に向けた支援を取り付けるに至った。また、メンテナンス請負事業も初年度にもかかわらず順調に受注を獲得している。

グランプリを受賞したビジネスプラン

相談者の声

先行きの不安だけが募る起業前から頻繁に相談対応していただきました。相談のたびに、次の目標も設定してくださるので迷わず進むことができました。「福井発！ビジネスプランコンテスト」への応募という高いハードルも無事にクリアでき、感謝しています。今後の事業活動に際しても継続的に相談させていただく予定です。

広島県

売上拡大

製造業

Brass Gear 株式会社

令和5年1月創業、令和6年1月に設立し、管楽器周辺機器の開発・販売を行っている。代表の20年にわたる吹奏楽経験を生かし、トランペット用ミュート（減音器）を開発。奏者の課題に応えるべく、他商品の開発も手掛ける。

横川 央雄（よこがわ ひろお）
〒721-0955
広島県福山市新涯町5-8-28-2
080-5232-4572
5人以下
https://brassgear.jp/

開発、商品化したトランペット用ミュート（減音機）「ホームミュート」

アイデアの共鳴を形に！プロも認める

トランペット練習用ミュートを開発

具体的な取組

商品化に向けての
サポート

支援のポイント　支援機関連携

- 今までにない商品開発に多角的な支援の継続
- 許容可能な損失を想定した事業設計
- 相談者のモチベーション維持をサポート

渡辺 幸三SCCO

1.相談のきっかけ

吹奏楽経験から得た商品化と起業に向けて

相談者は会社勤めをしながら、自身の20年間の吹奏楽経験から着想したトランペット用ミュート（減音器）を、商品化したいと考えていた。まずINPIT広島県知財総合支援窓口に相談し、特許出願や知的財産についてのアドバイスを受けた。事業の立ち上げに向けては、商品開発や資金調達、経営者としての人脈形成など幅広い支援が必要であるため、当拠点へ相談するに至った。令和5年1月から起業に向けての面談とサポートを開始した。

ホームミュートを取り付けたトランペット

2.課題

資金調達と人脈作りを並行して挑む商品開発

商品開発に当たり、試作品づくりから課題は山積みだった。相談者が段ボールで構想していたアイデアを3Dプリンターで形にするため、SCCOはものづくり技術支援をしているNPO法人を紹介。相談者は試作についてアドバイスと試作メーカーの紹介を受けた。試作や金型、製造などの資金調達も必要であったため、他のCOの支援で創業計画書を作成し、相談者自ら金融機関に出向いた。また、商品化に向けて取扱説明書への明記事項、製造物責任、契約関係などに関する知識の習得や、経営者としてのマインドセット、知識、人脈形成の必要性が課題としてあった。そのためCOは、福山商工会議所主催「創業塾」に参加し、他の参加者と刺激し合いアドバイスを受けるよう勧めた。

3.支援内容

多方面の専門家と接点をもつことで生まれた新商品

令和5年1月の支援開始から、月1～2回の相談、他の支援機関への紹介など、1年半に及ぶ伴走支援を行った。相談者はアドバイスを真摯に受け止め、課題解決に向けて積極的に行動した。SCCOは、他の支援機関や事業者との接点をつくることで、それぞれの強みや関連情報を生かした多角的な支援となるよう心掛けた。商品に関しては、地元のものづくり事業者との縁から、安定的な製造ができるようになった。また、新聞や情報誌、専門誌などマスメディアに記事として取り上げられる機会も得られ、知名度も高まりつつある。相談者は現在、会社を一人で切り盛りしているため、人員確保や事業体構築、業務分担が今後の課題である。

4.支援の成果

プロ演奏者の口コミと海外展開で販路拡大へ

商品は1台税込2万1,780円で令和6年3月に販売開始、初期製造分は完売した。創業当初の3カ月と比較すると2倍以上の販売実績で、追加製造し販売エリアを拡大している。今期は月100台、年間1,200台の販売計画がある。国内販売では、同社のECサイトでの販売、大手楽器店との提携のほか、プロ演奏者の口コミでも広がっており、特許出願中である。海外販売においては、PCT国際特許出願中で販売ルートを開拓している。

ホームミュートのチラシ

相談者の声

よろず支援拠点はじめ、各協力者のアドバイスとご支援があり、ここまでくることができました。「奏者の役に立ちたい」という気持ちが形となり、プロからも評価いただいているのはありがたいことです。今後も弛まず、奏者であるお客さまに寄り添い、奏者の快適な音楽生活に寄与したいと考えています。

同社外観

愛媛県

売上拡大

サービス業

株式会社 H&M一級建築士事務所

一級建築士・建築デザイナーの代表が平成25年に創業、平成27年に法人化。店舗物件を中心に建築設計や施工を手掛け「新しいデザイン建築に果敢にチャレンジし、多くの人に感動を与えたい」をモットーに、地域に根ざした事業を展開。

山本 宏(やまもと ひろし)
〒793-0030
愛媛県西条市中野甲616-9
0897-47-5977
5人以下
https://handm2013.com/

最大の強みを積極的にアピールし 5,700万円の大口案件を受注

具体的な取組

営業活動を強化し
継続的な支援

支援のポイント　支援機関連携

- 丁寧なヒアリングによって精神的負担の軽減をサポート
- 案件受注に向けた対応策検討への切替を支援
- 強みとなる技術の再認識と自走力向上の促進

岡本 将広SCCO

1.相談のきっかけ

コロナ禍の受注減少で初の赤字転落に経営の不安を感じて

法人化を果たしてから黒字を維持していたが、コロナ禍の影響で受注が減少し、9期目は赤字が避けられない状況となった。初の赤字転落により、経営者として精神的にも追い詰められ、今後の方針や行動に不安を感じるように。創業前から支援を受けていたSICS(西条産業情報支援センター)に相談したところ、同センターが定期開催している「よろず支援拠点サテライト相談」を紹介され、今回の相談に至った。

事務所内応接室

2.課題

メンタル状態の維持に苦慮…今後の方向性の再確認と整理

事業状況のヒアリングを行った結果、9期目の赤字は避けられないものの、直ちに事業継続が困難な状況ではないことが確認できた。相談者は経営者像に対する理想が高く、メンタル状態の維持に苦慮している様子が見受けられた。同社の目指すべき方向性を確認したところ、競争が激しい一般住宅建築ではなく、小規模店舗を中心とした「繁盛する店舗」を目指した建築デザインや空間デザインに重きを置いていた。SCCOはこの点について、現状で行っていること、今後必要なことについて確認し整理していく必要性があると説明し、継続的な相談対応を行うことにした。

3.支援内容

強みを洗い出し営業活動強化で受注の獲得率大幅アップ

SCCOはSWOT分析を通じて現状把握の必要性を説明し、同社の強みを明確化した。同社は早くから建築設計のデジタル化に着手し、BIM(Building Information Modeling)を活用して建築モデルを立体的に表現するノウハウを確立していた。また、建材の表面や自然空間を表現できるレンダリングソフトを駆使し、建築物および周辺の自然環境をリアルに再現した3D空間を構築する技術ももっていた。さらに、それらに合った施工が可能であることが同社の強みであり、この技術を活用した営業活動で受注の獲得率の大幅アップが期待できると説明。各案件に対して3D画像や動画、360度パノラマを活用し、アピール強化を進めることにした。

4.支援の成果

強みを生かし5,700万円の大口案件を受注し黒字化へ

建築物の内部および外観を高精度な3Dモデリングとレンダリングができる同社の強みを最大限に生かした営業活動の結果、顧客へ提案した案件は高確率で受注につながった。なかでも、5,700万円の大口案件を受注したことが10期目の黒字化に向けた勢いにつながった。また、広報に関しても積極的な姿勢が芽生え、自社パンフレットの改訂や、地元大通りのデジタルサイネージの活用などを積極的に検討し、実行に移している。

担当・施工した飲食店舗内風景

相談者の声

事業活動で忙しいなか、売上が減少することへの対策を取ることができない状況でしたが、よろず支援拠点に相談して肩の荷が下り、前向きな考えをもつことができました。当たり前だと思っていた当社の3D技術が大きな強みであると知り、自信をもって対応できました。まだ発展途上ですが、これからもよろしくお願いいたします。

店舗外観

高知県

売上拡大

宿泊業・飲食業

AlohaVillage

夫婦で営む桂浜からほど近い海沿いのハワイアンカフェ。県内ではまだ数少ないRVパークの運営やハワイアン雑貨の販売などを手掛けており、地元の若年層に人気のスポットとなっている。

中村 雄大(なかむら たけひろ)
〒781-0322
高知県高知市春野町甲殿1422-27
088-854-8588
5人以下
https://www.alohavillage.net/

改善の積み重ねで売上前年比200%超え！
地元で愛されるハワイアンカフェ

具体的な取組

数値管理と振り返りの徹底

支援のポイント　支援機関連携

- 集客のためのインスタグラム活用法アドバイス
- 売上構成比や実数値など経営数字の可視化支援
- 仕入先の見直しと販売価格改定をサポート

押岡 洋子CO

1.相談のきっかけ

コロナ禍による売上低迷をSNS集客で挽回したい

相談者が営むハワイアンカフェは、県内でも数少ないRVパークやハワイアン雑貨の販売で地元の若者に人気の飲食店であった。しかしコロナ禍の影響で離れてしまった顧客が戻らず、売上が低迷。「インスタグラムなどのSNSを活用し集客につなげ、売上を回復させたい」という方針は固まっていたが、明確な課題設定や専門家からの支援の必要性を感じていた。そんな折、日本政策金融公庫から当拠点を紹介され、今回の相談に至った。

看板メニューのラニアケアバーガー

2.課題

SNS集客についての知識不足と数値管理への苦手意識

COは売上回復に向けて具体的な数値目標を設定するため、相談者がすでに開設していたインスタグラムの投稿内容をもとに、集客数と売上の相関関係を分析した。相談者の投稿に対する積極的な姿勢や写真技術は大きな強みであり、一定のファンを獲得している。この状況から、認知度向上の鍵である検索アルゴリズムの知識を身につけて、戦略的なアカウント運営ができれば、集客につなげることができると考えた。一方で、会計面に関しては地元商工会に頼りきりになっていたことから、相談者自身には経理や店舗運営に関する数値管理に苦手意識があることも明らかになった。

3.支援内容

一つひとつの小さな課題解決が全体の改善へつながる

まずは経営数字の可視化を図るため、現状の数値を把握するよう提案した。インスタグラムでは、インサイトで注目すべきポイントや、どの投稿が集客に貢献し、売上に寄与したかをわかりやすくアドバイス。また、毎月の売上を把握するため、日々の売上をノートに記録するよう提案した。さらに、相談者に商品原価について素材ごとの仕入れ価格を洗い出して、最新の原価率を計算してもらった結果、メイン商品の原価が50%を超えていることが判明。そこで、仕入先の見直しと販売価格の改定も提案した。以降は、数値管理を習慣化するため、商工会から毎月試算表を共有してもらい、前月の振り返りを行うことにした。

4.支援の成果

仕入先の見直しと値上げ実施で前年比200%超の売上へ

支援開始以降、売上はすべての月で前年同月を上回り、上半期は前年比200%超えを達成。原価計算をきっかけに、野菜は可能な限り地元農家から直接仕入れ、地元ベーカリーに専用バンズの開発を依頼するなど、仕入先の見直しを行った。その上で販売価格を値上げしたことにより、原価率を50%から30%へ下げることに成功。資金繰りが安定したことで次の課題であったホームページの改修やRVパークの設備改修にも着手することができた。

RVパーク「BASECAMP」

相談者の声

野菜の生産者や地元ベーカリーを紹介していただき、地元食材を使ったメニューへの見直しやインスタグラムの活用法など、たくさんのアドバイスを受けました。毎回さまざまな提案をいただき、課題に積極的に取り組んだ結果、多くのお客さまにご来店いただけました。大変感謝しています。ありがとうございました。

「小顔メイク」イベントの様子

福岡県

売上拡大

サービス業

ママのためのサロンやます

平成27年1月に創業し、福岡市博多区吉塚の自宅マンション内で、3児の子育てをしながら化粧品販売とフェイシャルエステを提供。毎月、美と健康に関するイベントを開催している。

荒川 絹美（あらかわ きぬみ）
〒812-0041
福岡県福岡市博多区吉塚7-12-38-601
090-5020-9214
5人以下
https://ameblo.jp/yamasu2751/

事業と子育てを両立！
LINE公式アカウント活用で売上拡大に成功

具体的な取組

顧客行動の分析・検討
訴求力の強化をサポート

支援のポイント

- ターゲットに響く企画や告知文の改善を支援
- 顧客行動を可視化しイベント誘致へ活用
- イベントの効果を分析し継続的な改善を実施

小屋 真伍CO

1.相談のきっかけ

顧客に案内は届いているのか？集客に苦戦

自宅マンションの一室で事業を営んでいるため、飛び込みでの集客は期待できず、マルシェなどの出張イベントで出会った新規顧客や既存顧客を対象に毎月エステ体験などのイベントを開催していた。しかし、参加者数が思わしくなく、売上につなげることに苦戦していた。また、イベントの案内をしても顧客が実際に見ているのか、興味をもっているのか不明だった。相談者は、集客の運用がブラックボックス化している状況に不安を感じ、今回の相談に至った。

サロン内の様子

2.課題

イベントの申込者が0名！原因特定に悩む日々

毎月体験イベントを企画し、既存・新規双方の顧客に告知して参加を促していたが、参加者が少なく効果を実感できない状況だった。サロンのLINE公式アカウント登録者130名に案内を送っても、申込者が0名ということもあり、企画したイベントの内容がターゲットに響いていないのか、案内した告知文に問題があるのかなど、集客できない原因を特定することが課題であった。告知後の顧客行動が把握できていないことから、相談者が改善策を立てることは難しい状況にあったため、何らかの手を打つ必要性があった。

「キッズメイク」
イベントの様子

3.支援内容

顧客行動の可視化と魅力的なイベント企画で集客支援

COはまず、LINE公式アカウントの自動返信機能を活用し、告知後の顧客行動を可視化。顧客のイベントに対する興味関心を見える化し、告知文に問題がありそうかなどデータに基づく分析をサポートした。また、相談者と共にターゲットに響くイベント名や告知文を検討し、「本当に怖い洗顔の話」や「5分でできる小顔メイク講座」など魅力的なテーマによるイベント企画を提案した。これらイベントは、LINE公式アカウントやインスタグラムで効果的に告知。特にカードタイプメッセージの使用で視覚的訴求力を強化した。さらに、毎月のCOとの面談ではイベントの効果をデータに基づいて分析し、告知文や企画内容を改善しつつ、より高い参加率と売上向上を実現するための戦略策定を支援した。

4.支援の成果

希少な称号を取得！他と一線を画した取組で売上拡大

LINE公式アカウントの自動返信機能を活用して顧客行動を可視化し、興味を示した顧客に対して個別にフォローメッセージを送ることで、毎月安定してイベント参加者を増やした。このような集客の取組の結果、九州の販売員2万人中わずか4人のみが選ばれる取扱化粧品メーカーのビューティーコンサルタントに認定された。エステの施術を主力とする他サロンと差別化を図るLINE公式アカウントを活用した物販で効率よく売上を伸ばし、子育てと事業の両立を達成した。

LINE公式アカウント自動応答メッセージ例

相談者の声

商品の良さがわかっていても訴求ポイントを明確にできず、イベントを企画しても集客に苦戦していました。COに相談して以降は、LINE公式アカウントを活用して物販や集客がスムーズになり、今ではエステやイベントで収益を得ながら、直接お会いできないお客さまにも情報発信と販売ができるようになりました。理想の働き方に近づいて嬉しいです。

自社開発スイーツ(テイクアウト)

佐賀県

売上拡大

小売業

武雄観光物産 株式会社

佐賀県武雄市で、土産物販売と食堂を併設する武雄温泉物産館の運営を行う。主に佐賀県産の食品や土産物を取り扱っており、県外や海外の観光客に佐賀の魅力を伝えることや、スイーツ製品の開発に力を入れている。

大渡 利彦(おおわたり としひこ)
大渡 利勝(おおわたり としかつ)
〒843-0023
佐賀県武雄市武雄町昭和805
090-9572-4205
～50人
https://takeo-onsen-bussankan.com/

コロナ禍のピンチをチャンスに変える

攻めの経営で売上が大幅回復

具体的な取組

売場変更・催事販売
地域資源との連携など

支援のポイント

- コスト削減と売上拡大へ向けた売場改善の支援
- 自社製スイーツの開発や販売についての提案
- 事務のDX化やEC活用による売上拡大をサポート

大村 一雄CCO

井上 竜一CO

今里 暁子CO

1.相談のきっかけ

コロナ禍による経営悪化を機に攻めの経営に取り組みたい

コロナ禍で団体旅行が激減し、主な顧客だった団体旅行客の来店がなくなり経営状況が悪化。この逆風を乗り越えるため、専門的な支援で経営改善を行い売上、利益の回復を目指したいと当拠点へ相談に訪れた。全国旅行支援が終了することもあり、この相談を期に攻めの経営に取り組むため、経理業務を中心としたDX化とブランディングの支援を希望。また、令和7年には現代表者の息子である相談者への事業承継を予定している状況であった。

店舗外観

2.課題

顧客のニーズに応えながら売上拡大する取り組みは？

初回財務分析では、利益が出ていない商品・サービスの廃止や、利益率の高い商品の売場を拡大するなどしてリピーターを増やす仕組みが必要であることがわかった。売上の低迷した食堂スペースが1階と2階の広い部分を占めるなど、団体客をターゲットにしていた館内のレイアウトは、地元顧客には利用しづらい状況であった。COは老朽化した建物や暗い館内なども含め、施設の全体的な改修が必要と判断。さらに、利益を確保できる売場づくりのため、商品選定や陳列、レジ周りの動線の改善にも着手すべきと考えた。売場変更や催事販売の実施、地域資源との連携など売上拡大に取り組むため、複数COによる専門的な支援体制を構築した。

3.支援内容

地元住民に愛され観光客も惹きつける新しい名所へ

売場変更の支援として、レジの配置変更による導線改善をアドバイスし、作業の効率化を図り人件費を削減。1階の食堂はニーズがあった生花売場に変更、補助金活用で照明を増やし館内を明るくした。また、自社製のスイーツ売場を拡大しテイクアウトコーナーを設け、若者層の顧客を獲得。新商品の開発も支援し、温泉地向けの豆乳アイスや佐賀県産大豆を使用したプロテインが完成した。さらに、集客の施策にもアドバイス。SNSでセールやおすすめ商品を動画で発信、総フォロワー数は約2万人に達した。現在はECサイトでの情報発信や事務のDX化推進による雇用拡大、補助金活用によるブランディング開発などに取り組んでいる。事業承継に向けては相談者の後継者経営塾参加をサポートした。

4.支援の成果

地元顧客のリピーターを獲得し売上120%回復

落ち込んでいた売上は令和4年、令和5年ともに前年比120%ずつ回復、コロナ禍前の水準に戻り営業利益も黒字に転じた。特に注力した自社スイーツの売上は、令和3年から毎年140%ずつ増加。地元住民が食堂でランチを楽しみ買い物をして帰るという流れが確立された。国民スポーツ大会やインバウンドによる観光客に向けても同社商品をPRしていく。今後はDX推進による顧客理解を深め、ECサイトを通じてさらなる売上拡大を目指す。

自社開発スイーツ
モンブランスコップケーキ

相談者の声

よろず支援拠点に相談して特に良かった点は、さまざまな分野のプロフェッショナルが揃っているので、経営に関する幅広い相談ができることです。専門家のアドバイスで、経営課題の解決や新たなビジネスチャンスの発見につながりました。現在は、経理業務のDX化や当社のブランディングについて相談しています。

開発した島原牛乳カステラ

長崎県

売上拡大

製造業

山本喜久栄堂

大正10年創業、長崎県南島原市にある老舗菓子店。「より多くの方に長崎伝統の味を届けたい」という思いで、地元素材を生かした和菓子や洋菓子の製造に力を注いでいる。

山本 哲也(やまもと てつや)
山本 健太(やまもと けんた)
〒859-2601
長崎県南島原市加津佐町己3084
0957-87-2162
5人以下
https://kikueido.net/

創業100年の老舗菓子店の挑戦！
新製品開発で売上拡大を目指す

具体的な取組

地元企業とのコラボレーションで新製品を開発

支援のポイント

- コラボレーション製品企画成功へ向け協力企業への訪問に同行
- 現代表への報連相徹底によるスムーズな承継を支援
- 販路拡大や新製品開発へ向けたアドバイス

古澤 高志CO

1.相談のきっかけ

100年超の老舗菓子店として事業承継の準備開始へ

同店は創業から100年を超える老舗菓子店。「カステラ」や「とら巻き」など長崎の伝統菓子を主力に、地元素材を生かした和菓子や洋菓子の製造に力を注いでおり、地域密着型の店舗として顧客から多くの支持を集めている。現在は3代目が代表を務めるなか、4代目として家業を引き継ぐ予定の相談者は事業承継の準備を進めるべく、地元商工会の紹介を受け、現代表と共に当拠点へ相談に訪れた。

カステラの製造風景

2.課題

過疎化が進む地域の菓子店として売上拡大を目指す

COは過去の経営状況や既存製品、顧客層、販売状況を確認。創業以来、時代のニーズに沿った製品開発を続け、地域で愛される菓子店として歴史を重ねてきた同店だが、近年は商圏内の人口減少や高齢化が深刻化し、将来の売上減少への対応が急務であることを相談者と共有。今後の対応策として、商圏外での販路開拓や若年層の顧客獲得、通販の強化、観光客を誘導するための施策や情報発信の強化など、取り組むべき課題の優先順位を相談者と整理した。まずは、事業承継に向けて準備を進める相談者が主となり、外部販路へ向けた製品開発による売上拡大に取り組むことを目標に設定した。

3.支援内容

地元企業とコラボレーションした「島原牛乳カステラ」の開発

長崎の特産品で同店を代表する人気製品のカステラを外部販路用にブラッシュアップする方針で決定したが、カステラ市場は県内に数百の製造者が存在するため、新しい切り口の製品を考案する必要があった。相談者と面談を重ね、カステラとの相性が良く地元の学校給食で認知度が高い「島原牛乳」を使用した「島原牛乳カステラ」の開発を着想。パッケージデザインも学校給食の牛乳パッケージをアレンジし、地元企業とのコラボレーション製品という話題性ある製品を目指し企画を進めた。製品化には、牛乳を多用するため一般的なカステラよりも水分量が増え全工程が難しく、開発には相談者の菓子職人としての試行錯誤が求められたが、試作を重ね納得のいく製品が完成した。

4.支援の成果

話題性ある企画で累計1万4,000個のヒット製品誕生

「島原牛乳カステラ」は地元企業同士のコラボレーション製品として、話題性の高い製品企画となった。両社の販路拡大や情報発信による相乗効果が生まれ、外部販路は20カ所以上に広がり、累計販売数は約1万4,000個に達するヒット製品となった。さらに、ウェブ通販の導入や地元農家とのコラボレーションによる新製品の開発も進行中であり、これらは事業承継を視野に入れた相談者の独自の戦略として継続している。

地元素材を使った「南島原レモンケーキ」と「南島原ジャガパイ」

相談者の声

よろず支援拠点へ相談したことで、これまで実現できなかった卸販売の展開やデザイン性の高い新製品の開発に取り組むことができました。私たちのアイデアだけでは難しかったものであり、よろず支援拠点の支援のおかげで新たな可能性を広げることができたと感じています。今後ともよろしくお願いいたします。

キャンドル作りのワークショップ

宮崎県　**売上拡大**

サービス業

体験型シェア工房 ツクレタ

ものづくりが好きで「ものを作る喜びが毎日ある場所をつくり、ハンドメード作家も応援したい」という夢を叶えるため、夫婦で起業を決意。子どもと参加できるワークショップの開催や体験型工房を提供している。

増田 ゆかり（ますだ ゆかり）
〒880-2112
宮崎県宮崎市小松受別府268-1
0985-71-4011

5人以下
https://www.tsukureta.com/

毎日ものづくりの喜びを！

体験型シェア工房「ツクレタ」誕生まで

具体的な取組

収益化の仕組みづくりと認知度向上を支援

支援のポイント

- 事業構想の可視化から事業計画の策定をサポート
- 低コストの広報戦略提案と集客活動への注力に伴走支援
- ネットワークを基盤とした安定的な運営体制の構築

柳本 明子SCCO

1.相談のきっかけ

好きから始まった初めての起業で事業設計に悩む日々

相談者はものづくりが好きで、子どもとワークショップに参加するのが楽しみだった。しかし、どこも期間限定で「毎日ワークショップに参加できて、達成感をみんなで分かち合える、そんな場所をつくりたい」という思いが高まり会社を退職。夫婦で貯めた資金で起業することを決意したが、初めての経営で事業設計に悩む日々だった。そのような状況下、SCCOが企画するよろず女子会に参加し、自己PRタイムでその思いを発表。その後、今回の相談に至った。

毎月約40種類のワークショップを開催

2.課題

「ツクレタ！」の喜びを！収益化の仕組みと認知度が課題

ものづくりが好きな人だけでなく、「ツクレタ！」の喜びをとおして、ものづくりの魅力を多くの人に感じてもらいたいという相談者の思いを可視化することからスタート。土地を購入して工房を建築し、DIYスペースやミシンスペース、複数のワークショップ用の部屋を設ける計画があった。また、ハンドメード作家にワークショップ講師の機会を提供することで、講師の活動の場を広げる支援を目指したいという相談者の思いを把握した。全国的にも前例がない事業であり、収益化の仕組みづくりが最初の課題であった。工房の運営には多くのハンドメード作家の協力が不可欠であり、そのネットワーク構築や利用者への認知度向上も重要な課題だった。

3.支援内容

オープン前のファンづくりで毎日のワークショップ開催を実現

SCCOは当拠点主催の事業プランコンテストへのエントリーを提案。相談者はプランシートと向き合うことで事業内容や売上計画を徐々に明確にできた。工房の建設地が決まるとグーグルマップに登録し「ツクレタ」と検索すると表示されるよう設定。更地の状態での「サラチdeマルシェ」を提案し、イベントを開催すると多くの客を集めた。また、インスタグラム活用のアドバイスにより3年間の投稿を続けた結果、根強いファンを獲得。さらにホームページの開設や、準備期間中にハンドメード作家との座談会を6回開催し40名を集めたことで、オープン時から毎日ワークショップを開催できた。現在、登録作家は100名を超え準備段階からの情報発信で認知不足の課題を克服した。

4.支援の成果

売上は前年比130%！ものづくりの感動があふれる場所へ

3期目の黒字化を目指し、現在2期目。ワークショップ開催数は月20回から40回へと増やしニーズの幅を広げたことで、累計参加者数は2,100名に到達した。売上は前年比130%で成長を続けている。8月のサマースクールではファミリー層の参加が増え、前年比250%の最高売上を記録。今後は企業向けの出張ワークショップやイベント受託にも注力し、新たな顧客層の開拓を目指す。将来的にはフランチャイズ展開も視野に入れている。

建設前の更地で「サラチdeマルシェ」を開催

相談者の声

よろず支援拠点との出会いは3年前。事業が全く形になっていない段階から、工房オープンまでの1年半、構想の可視化や広報戦略など、課題ごとに相談に乗っていただき、無事に工房をオープンすることができました。現在は創業1年半を迎え、次のステージに向けての相談もしています。継続的な支援に感謝しています。

「語る」商品説明文がデザインされたパッケージ

鹿児島県

売上拡大

製造業

町田酒造 株式会社

平成3年に前身の石原酒造から町田酒造へ商号変更。鹿児島県の奄美群島でのみ製造が許されている、「奄美黒糖焼酎」の製造販売を行う。代表銘柄「里の曙（さとのあけぼの）」が有名。

平島 将（ひらしま しょう）
丈井 宣孝（たけい のりたか）
〒894-0105
鹿児島県大島郡龍郷町大勝3321
0997-62-5011
～50人
https://satoake.jp/

離島の酒・奄美黒糖焼酎の黎明期を語る！
価値を伝えるブランディング

具体的な取組

課題抽出から分析など
ブランディングを支援

支援のポイント

- 離島の地理的制約をオンラインによる伴走支援で解消
- 価値の言語化とデザインで商品のブランディングを支援
- 専門的なアドバイスで内製化と自走化を促進

江副 佑輔CO

1.相談のきっかけ

初代杜氏が仕込んだ「限定焼酎のブランド価値」を伝えたい

同社は、前身となる石原酒造の初代杜氏が最後に仕込んだ原酒「住の江（すみのえ）三十六年貯蔵」の発売に向けた準備を進めていた。新製品の発表に向けて、残すはブランドサイトの構築やパッケージデザインだけとなった。数量限定500本の発売で価格は1万5,000円という特別な製品である。ブランド価値を伝えるための言語化・明文化に、社内の人間だけでは限界があると感じ、専門家の支援を求め、今回の相談に至った。

奄美大島にある奄美黒糖焼酎メーカー「町田酒造」

2.課題

離島の酒造とブランディング構築内製化を目指す

同社は離島にあるため、当拠点への来訪や現地訪問での相談が難しい状況であった。COは現状把握をした結果、令和6年3月の発売まで「オンラインによる伴走支援」を提案。初回相談では、課題抽出から始めた。商品コンセプトの確認や開発プロセスの整理、ラベルデザインの作成と順調に進めるなかで、1万5,000円の高価格に見合う「ブランディングにつなげる言葉」が重要になると分析した。また、ブランドサイトの構成やパッケージに掲載する商品説明文の作成など、同社で対応できるよう内製化を進めることも課題であると整理した。

「住の江」の価値を伝えるブランドサイト

3.支援内容

焼酎の歴史と思いを言葉で紡ぐブランディング支援

全8回の支援では、製品に関する言語化・明文化の支援が中心となった。同社の歴史や製品の誕生背景、ラベルデザインの秘話など「どんなに素晴らしいものづくりも、その過程をちゃんと明文化しなければ無いのと同じ。価値が伝わらない」という考えのもと、壁打ちを通じて必要なキーワードを引き出し、言語化や文章作成の技術支援を実施。特に「奄美黒糖焼酎の黎明期を語る酒」であるため、重厚感のある文体表現にすることを提案。プロの視点に加え、ChatGPTによるAIを活用した添削を行い、相談者が納得するまで価値を伝える言葉へと磨き上げた。ブランドサイトの制作では、ランディングページのデザインや外注するウェブデザイナーへの修正指示の方法などもアドバイスした。

4.支援の成果

「住の江」ブランドの飛躍！計画販売に向け順調な一歩

令和6年3月1日の発売から3カ月で、350本以上の受注を達成。当初の目標は100本程度と想定していたが、大きく上回る成果となった。在庫は半年でわずかとなり、次年度の500本の生産出荷体制を前倒しで整えることになった。本製品は、令和32年頃まで段階的に製造・販売を予定しており、令和9年まで毎年数量を限定して発売を計画している。本年は「住の江」ブランドを飛躍させた重要な1年となった。

奄美黒糖焼酎の黎明期を語る酒「住の江」

相談者の声

人員不足を補うため、外部支援を求めて依頼をしました。特に「思いの言語化」が社内では難しく感じていましたが、COの支援によって、製品の魅力を伝える言葉や魅せ方を理想通りに具現化することができました。価値ある製品を消費者に伝えるプロセスから多くを学び、その成果を実感しています。

教室の2台のグランドピアノ

沖縄県

売上拡大

サービス業

UNO宇野ピアノ&リトミック

沖縄県読谷村にあるピアノ教室。幼児向けのリトミックや絶対音感を身につけるカリキュラムが特徴で、ピアノ演奏や音楽を聴くことにより音に対する感性を磨くプログラムを提供している。

宇野 チユキ(うの ちゆき)
〒904-0304
沖縄県中頭郡読谷村楚辺2057-1
080-8357-4566
5人以下
https://r.goope.jp/unopiano/

音楽を通じて子どもの感性を育む
ピアノ教室を未来につなぐ事業へ

具体的な取組

広報戦略の検討と
SNSでの認知度向上支援

支援のポイント

- 事業規模に応じた収支計画の作成を推進
- 強みを認識しターゲットに訴求する広報支援
- 継続的な情報発信のための効果検証をサポート

仲宗根 功CO

1.相談のきっかけ

ピアノ教室を事業化し売上拡大を目指したい

相談者は自宅マンションの一室で10名ほどの子どもたちにピアノレッスンを行っていたが、手狭な環境や近隣への騒音問題から、移転の上でピアノ教室を事業化したいと考えるようになった。本格的に事業化することで、より多くの人に音楽の素晴らしさを知ってもらい、売上の拡大を目指したいと考えていた。準備を整えるため、外部物件の賃借や移転開業に向けた手順、考え方についてアドバイスが必要だと感じ、令和元年4月に当拠点へ相談に訪れた。

教室でのレッスンの様子

2.課題

特徴的なレッスン内容を発信する広報手法と集客が課題

COがヒアリングしたところ、相談者のレッスンはピアノ指導にとどまらず、子どもの感性や表現力を育むリトミックや絶対音感の習得を取り入れるなど、沖縄県内では珍しい内容であることがわかり、これを強みと分析した。一方で相談者は、その特徴的なレッスン内容について十分に情報発信できていない状況であった。また、新たに発生する賃料や諸費用を考慮し収益化を図るためには、適切な物件探しと事業規模に応じた精緻な収支計画の作成が必要であると判断。その上で利益確保のための売上拡大、特に集客や広報が重点課題であると考えた。

3.支援内容

リトミックや絶対音感 特徴を強みにした長期戦略

収支計画の策定において、COは近隣の競合調査をもとに価格設定と生徒数の試算を提案。その上で、集客のための広報戦略を検討した。広報活動では、ネット検索者への認知度向上に注力。グーグルビジネスプロフィールに登録し、地域のピアノ教室リストに表示させることに重きをおいた。併せて自社ウェブサイトや各種SNSによる定期的な情報発信方法をアドバイスした。また、販促チラシの改善提案を行い、地域の子どもたちが通う施設や子育て支援センターへの配布、挨拶回りも推奨した。移転開業から半年後、コロナ禍の影響で対面レッスンが激減した際には、オンラインレッスンを提案。相談者は各課題に真摯に取り組み、生徒数を増やしていった。

4.支援の成果

予約が取れないピアノ教室へ!月間売上高は10倍に

移転開業から5年、教室の生徒たちは絶対音感を習得し、ピアノ技術も向上。国内の著名なコンクールに出場し、上位入賞を果たすまでに成長した。また、実績について継続的に情報発信した結果、平日午後や土日のレッスン枠がすべて埋まるほどの人気教室となり、月間売上高は移転当初の10倍に達した。今後は、空き枠のある平日午前中に幼児向けリトミックのグループレッスンと絶対音感クラスを新たに設け、さらなる売上拡大を目指す。

コンクールで入賞した生徒さん

相談者の声

自宅でピアノ教室を開いていましたが新たな場所が必要になり、店舗経費の負担などの課題に直面しました。よろず支援拠点のサポートを受けてコロナ禍を乗り越え、現在は生徒数60名に増加し、金銭面、精神面ともに支えとなっています。今後も引き続き経営面での支援をお願いしたいです。

経営改善

P59～P74

Candybase DRIVE-IN

宮城県

経営改善

サービス業

Candybase 株式会社

平成24年に自宅でネイルサロンを開業し、現在宮城県を中心に5店舗を展開。スタッフは全員女性で仕事とプライベートの両立をカバーしあう文化の醸成や、多様な働き方制度など、女性の活躍に必要な取組を実施。

金澤 秀子（かなざわ ひでこ）
〒981-3363
宮城県富谷市杜乃橋2-2-4
022-779-7185
～50人
https://candy-base.com/

ポストコロナを資本性劣後ローンで乗り越え

女性が活躍するネイルサロンへ成長

具体的な取組

予算管理と
成長戦略の策定

支援のポイント　支援機関連携

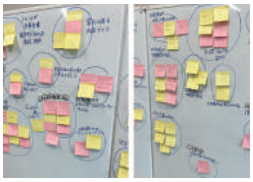
- 予算管理の徹底のため店長への権限移譲を支援
- 成長戦略のなかに従業員が働きやすい制度の導入を提案
- 従業員に対する成長戦略の周知徹底を後押し

佐藤 創CCO

1.相談のきっかけ

新規出店のための元手が捻出できず資金繰りに苦戦

相談者はこれまでの宮城県内3店舗に加え、岩手県北上市に4店舗目となる新店舗をオープン予定で進めていた。ただし資金繰りが悪化していることで、手持ちの出店資金も不足の状態にあった。県内金融機関からは、コロナ特別融資も活用している状況でのさらなる追加融資は難しい、と言われていた。相談者はどのように現在の状況を打破していいかわからず、日本政策金融公庫からの紹介で令和3年2月に当拠点へ相談に訪れた。


当拠点CCOが司会をした
ワークショップ風景

2.課題

予算管理の仕組みづくりと強みを生かす成長戦略策定が必要

ヒアリングで現状把握したところ、売上不振の状態から再起を図るための新店舗出店であったが、慢性的に資金繰りに窮していることが判明した。CCOは、根本原因は資金繰り表や損益計画を共有し実行する組織体制の不備にあることを指摘し、根本改善がないままの事業拡大はリスクが高いことを伝えた。一方で出店を取りやめられない状況であったため、目下の資金繰りを行い出店を実現後、事業基盤を固めるための収益目標の策定や経営陣と各店舗が予算管理を行う仕組みづくりが根本課題であるとした。また相談者のネイリスト育成のノウハウは豊富であり、女性の多様な働き方をかなえる取組も競争力があると判断し、強みを生かした成長戦略の策定も課題とした。

3.支援内容

自立自走のための体制強化と資本性ローンの活用を提案

CCOは早急に資金繰り表の作成を支援し、出店資金の不足分は岩手県の金融機関へ申し込み、出店を実現することとした。その後は、キャッシュフロー推移を把握できる損益計画書で予算管理することを提案。各店舗の予算管理徹底を図るべく店長への権限移譲を進めた。また、同社スタッフの成長を糧に令和10年までに10店舗のオープンを目指す成長戦略の計画を策定し、全従業員を一堂に会したワークショップではCCOがファシリテーションを務め、従業員との経営目標の目線合わせを実施した。これらの結果、令和5年8月期には相談後初の黒字化を達成。CCOはさらなる成長のため、公庫やメイン行との連携を図りながら、新型コロナ対策資本性劣後ローンの活用を提案した。

4.支援の成果

ポストコロナで5店舗目を出店しさらなる成長企業へ

資本性劣後ローンについては何度も計画策定に向けたアドバイスと金融機関との打ち合わせを行い、成長計画の目線合わせを行った。その結果、令和6年3月に公庫から資本性劣後ローンが承認された。メイン行からのさらなる追加融資も得て、成長に弾みがついた。令和6年5月には福島県福島市に5店舗目をオープンするなどし、今後も同社のさらなる成長が期待される。

福島店外観

相談者の声

急速に事業拡大をするなかで、想定外の売上減少と出店とが重なって大変な状況でしたが、資金繰り表で何をすべきかが明確になり対処できました。成長計画を従業員と共有できモチベーションアップしたほか、資本性劣後ローンによってさらに成長できる体制になりました。

店舗外観

秋田県

経営改善

宿泊業・飲食業

仕出しの石川

昭和45年創業、冠婚葬祭や各種会食向けの仕出し料理や弁当を製造販売する老舗。コロナ禍で売上が減少し、道の駅での弁当・惣菜販売に取り組むも、利益率の課題から新たな顧客や販路開拓を模索している。

石川 功(いしかわ いさお)
石川 誠功(いしかわ せいこう)
〒010-0201
秋田県潟上市天王字羽立北野1-68
018-878-3256
5人以下
https://1f7of.hp.peraichi.com/

資金繰り改善のためウェブを駆使した
新たな営業戦略で収益力を強化

具体的な取組

ウェブサイトなどの
営業ツールを整備

支援のポイント　支援機関連携

- 営業や広報活動の重要性を理解してもらう
- SNS運用やウェブサイトの制作方法をアドバイス
- 事業への積極的な行動を促進し貢献度を上げる

富澤 稔CO

1.相談のきっかけ

コロナ禍による売上減少で苦慮し続け資金繰り相談へ

相談者は創業以来、冠婚葬祭や各種会食向けの仕出し料理・弁当の製造販売を行っていたが、コロナ禍の影響で冠婚葬祭や会食など人の集まる機会が少なくなり、売上減少による資金繰りに苦慮していた。配達業務を中心に行っていたため、新たに道の駅での惣菜販売を開始したが、販売手数料などの影響で利幅が少ないため資金繰り改善にはつながらなかった。金融機関から当拠点の出張相談会を紹介され、今回の相談に至った。

相談者が製作したウェブサイト

2.課題

市場設定と新規開拓のための営業活動が不足

COによるヒアリングの結果、資金繰りの把握や原価管理が十分にできていないことが判明した。また、惣菜や弁当の原材料費や容器代の高騰により、販売価格への転嫁を試みたが原価上昇に追いつけず、さらに取引先への販売手数料の引き下げ交渉も難航し、利益を圧迫していた。他社との差別化を図る商品戦略も不明瞭で、特に季節メニューやオリジナルメニューが企画されていなかったため、新たな販路に結びつかない状態だった。利益率の高い仕出し弁当部門の売上比率を高めようとしたものの、営業活動や広告媒体への露出が全くなく、新規顧客の獲得が困難な状況にあった。そのため、営業ツールの整備が急務であり、ウェブサイトやSNS、チラシなどの紙媒体の製作支援が必要とされた。

3.支援内容

効果的な営業活動戦略と広告ツールの作成を支援

COは既存顧客やこれまでの営業活動を見直し、冠婚葬祭以外の販路開拓として、町内会・子ども会などのスポーツイベント担当者へのアプローチに着目。同業他社の競合調査を実施し、事業の強みである「伝統的な味」を最大限に生かすためのウェブサイトのリニューアルを支援した。昔から地元で愛され続けている味を視覚的に訴求するデザインとわかりやすい情報設計により、SNSでの情報発信支援と併せて、問い合わせ件数の増加を図った。さらにターゲット層に合わせたチラシを作成し地域への配布を行うことで、ウェブサイトとチラシを連携させたアプローチによる顧客の認知度向上と来店促進、売上アップにつながる支援を行った。

4.支援の成果

新たな販路先への営業により黒字経営を目指せるように

チラシによる集客効果が顕在化し、店舗への来客数や電話注文が増加。相談者も営業ツールの作成や営業活動に積極的に取り組むようになった。商圏内の競合が少ないという有利な状況を生かし、顧客層に応じた営業ツールを巧みに使い分けることで、安定した売上を確保し、黒字経営を目指している。今後は、SNS広告の活用や商品ラインナップの拡充など、さらなる成長に向けた取組を加速させていく。

相談者が製作し、配布したチラシ

相談者の声

実践を始めたばかりですが、早速お客さまが店舗に来てくださりとても嬉しかったです。SNSとは無縁でしたが、インスタグラムの使い方や写真の撮り方、ウェブサイトの製作方法まで親切に教えていただき、充実した時間を過ごせたと思います。まだ使いこなせていませんが、教えていただいたことを生かして業績アップを目指したいです。

主力商品「月色プリン」

福島県

経営改善

製造業

株式会社 いわき遠野らぱん

福島県いわき市にある食品加工会社で、主にレトルト食品製造を行う。無添加にこだわった食品を提供しており、同社の主力製品は常温で4カ月保管が可能な「月色プリン」。滅菌技術のノウハウが詰まった一品である。

平子 佳廣（たいらこ よしひろ）
〒972-0161
福島県いわき市遠野町上遠野字若宮60-1
0246-89-3125
～20人
https://www.iwakitohno-lapin.co.jp/

強みを生かした新製品開発と営業秘密管理体制を構築し収益拡大へ

具体的な取組

開発のための勉強会や技術の保護

支援のポイント　支援機関連携

- 支援方針を決定するに当たり事業分析を提案
- 専門家派遣を活用し営業秘密管理体制を構築
- 相談者の納得感に留意し自走化の流れを促進

菅原 毅彦CO

1.相談のきっかけ

収益向上のため自社製品の販売比率を高めたい

相談者は豊富な製造技術を生かし、多種多様なレトルト食品を手掛ける。特に、フィトケミカル（野菜の栄養素）の高効率抽出技術や、独自の滅菌技術を駆使した常温保存可能なプリン製造が強みであり、試行錯誤の積み重ねによる模倣困難で高い技術力を有している。しかし売上がOEM受注に依存しており、収益向上には自社製品の販売比率を高める必要があったため、今回の相談に至った。

会社外観

2.課題

「月色プリン」に続く自社製品の開発と技術の保護

COは、相談者の今後の方針を決定するために、知的資産経営やローカルベンチマークなどの手法を用いたSWOT分析を行う必要があると判断した。COのアドバイスにより社長や工場長、幹部社員が分析を実施した結果、主な強みとして「温度と圧力の調整による滅菌技術」と「OEM受注で培った無添加食品のレシピ」であることがわかった。しかし、これらの営業秘密を保護する体制が整っていないことが課題として浮かび上がった。一方で、製品開発力に関しては弱みがあり、開発に必要な発想法やマーケティングの知識を系統的に学ぶ必要があることが明らかとなった。

3.支援内容

製品開発のための勉強会実施と営業秘密管理体制の構築

COは製品開発とマーケティング支援の一環として、社長、工場長、関係従業員に「新製品開発のための発想方法とマーケティング」というテーマで勉強会を実施した。勉強会での意見交換により、①こだわりの無添加食品、②滅菌技術、③蓄積されたレシピ群を活用し、高所得者層向けの介護食品開発と、既存プリンのラインナップ充実に取り組む方向性が決まった。また、COはINPIT福島県知財総合支援窓口と連携し、INPITの専門家派遣を活用。約半年間にわたり営業秘密管理体制の構築をサポートすることで、最終的には従業員向け説明会を実施し、管理体制を構築することができた。

4.支援の成果

派生製品開発によるプリンは年間60万個の販売に成功

高所得者層向けの介護食品開発が順調に進むなか、「月色プリン」のラインナップの拡充に取り組み、派生製品として「ショコラプリン」や「ご当地プリン」など20種を開発・販売した。その結果、プリンは前年比2倍の年間60万個を販売し、売上収益ともに十分な水準を確保できた。さらに、営業秘密管理体制の構築の経験が従業員の意識向上や自走化につながり、今後のさらなる成長へ向けた土台も整った。

常温保存4カ月の商品性を生かしロサンゼルスで販売

相談者の声

当社の強み弱みという事業性を分析したことにより、今後の方向性が明確になりました。また、技術を営業秘密として保護することが、事業拡大のための重要なリスク管理であると再認識しています。事業性の評価や営業秘密管理体制の構築を通じて、従業員が自発的に行動する姿勢がより強まってきたと実感しています。

油揚の検品作業

埼玉県

経営改善

製造業

株式会社 富岡食品

大正15年創業、業務用の売上が約7割を占める独立系の大豆加工品メーカー。大手コンビニにおでんを納入しているほか、味に厳しい全国有数の大手外食チェーンに製品を提供するなど、原料と味にこだわった大豆加工品には定評がある。

冨岡 宏臣(とみおか ひろおみ)
〒366-0828
埼玉県深谷市東大沼229-1
048-571-5254
～300人
https://www.tomiokafoods.co.jp/

販売戦略見直しと値上げで経営回復
次なる目標は海外への挑戦！

具体的な取組

販売戦略と
営業手法の見直し

支援のポイント　支援機関連携

- 実態に即した実行可能な提案
- 営業手法の構築と接戦案件管理の実施支援
- 中小企業向けの経営や価格交渉の支援ツールの紹介

河合 正嗣CO

1.相談のきっかけ

コロナ禍で外食産業向け売上が悪化し経営に打撃

売上の15%を占めていた大手コンビニ向けのおでん用厚揚げ、がんもどきの販売は、コンビニ店舗側のオペレーション見直しによって数年前から大幅に減少。そこにコロナ禍が直撃したことでコンビニおでんが売れなくなり、さらに外食産業向けの売上も激減したことが重なり、経営に大きな打撃を受けた。同社は財務が厳しい状況となり経営改善が急務となった折、商工中金熊谷支店から当拠点を紹介され、何とかしたいと相談に至った。

丁寧に1個1個がんもどきを検品

2.課題

営業面の問題と利益を生まない製品販売が業績悪化の原因

食品業界に精通しているCOは販売における弱点を分析し営業面では訪問件数の少なさ、売上計画や営業会議の内容、営業方法と管理に問題があることがわかった。また、海外輸入の大豆原材料の高騰と光熱費の値上がりのため、利益が出ない製品や利益率が低い製品も散見された。それらを値上げすることなく販売し続けているため、社内努力ではカバーしきれず業績は振るわなかった。同社の製品は大手コンビニや大手外食チェーンに提供されており、非常においしいと評判がよくポテンシャルも高いが、コロナ禍による打撃など外部環境が原因で業績が悪化している一面もあった。

秘伝のタレが染みたおいなりさん

3.支援内容

販売戦略と営業手法を見直して価格値上げ交渉に挑む

戦略として、高付加価値・高利益率製品に集中し、日配品などの低利益製品は積極的に販売しない方針を提案。営業においては訪問目的を明確にし「聞き出す」ことの重視と、データベースの管理方法についてアドバイス。特に接戦案件は重要であり、明確に管理して進捗と戦略をチームで共有することを提案した。また、営業全員の成果が上がるように、成功している営業手法をロールプレイングで学ぶことを支援した。利益が出ない製品も含めて全製品の値上げ交渉を提案し、価格交渉ツールを紹介。交渉の進捗は毎月管理を促した。相談者は積極的に改善に努め、アドバイスはすべて実施された。相談の際は毎回金融機関が同席し、他機関とも連携してサポートを行った。

4.支援の成果

経常利益は約7倍！新規顧客開拓と価格交渉で立て直す

製品の拡販戦略と値上げ交渉を実施し、値上げを実現。味が評判で新規獲得件数は、4～5倍に増加。外食産業が復活し、売上高は令和6年3月期で、昨対比115.8%。経常利益は同期昨対比696%となり、債務超過が解消した。直近では、工場のラインを合理化し省人化の設備投資を提案、今期から本格稼働を予定している。今後は粗利が高い製品の拡販と値上げ交渉に加え、海外への輸出拡大を狙う。

料理に使いやすいきざみ揚げ

相談者の声

食品の専門家であるCOのアドバイスはとても信頼できました。不安な時は背中を押してくれたり、的確な提案をいただいたり、支えとなりました。特に値上げを実行し、適正価格に設定できたことは大きいです。経営が安定し社員の表情は生き生きとしています。海外に輸出を進める際にも、専門家がいるよろず支援拠点に相談したいです。

成田山表参道に立地する「なごみの米屋 總本店」

千葉県

経営改善

製造業

米屋 株式会社

明治32年創業。120年以上の歴史がある和菓子メーカー。成田山新勝寺の表参道に「なごみの米屋總本店」、千葉県内に29の直営店を展開。成田市内の二つの製造工場で羊羹やどら焼、最中などの和菓子を製造している。

諸岡 良和(もろおか よしかず)
佐久間 智久(さくま ともひさ)
〒286-0032
千葉県成田市上町500
0476-36-2031
300人超
https://nagomi-yoneya.co.jp/

DXで25年続いた製造方法を大転換！

廃棄ロスゼロで経営健全化を実現

具体的な取組

不良品ゼロ化と
DXへの挑戦

支援のポイント　支援機関連携

- DXで「勘と経験」から「データの見える化」へ
- 人材を育成し風土を変えることを最終目標に設定
- あるべき姿とのギャップを埋めるためのサポート

篠田 正行CO

1.相談のきっかけ

向かい風に打ち克ちお菓子の力で顧客の役に立ちたい

和菓子の製造には小麦粉や卵、油などの原材料が必要であり大量製造には多量にガスや電気を消費する。令和2年当時、原油や小麦価格の上昇、鳥インフルエンザによる卵不足のほか、エネルギー価格の引き上げもあり、同社は製造コストの急激な上昇に悩まされていた。持続可能な社会実現のためにフードロス削減に取り組む必要があると自覚した時期でもあり、これらの課題を解決し、より顧客に役立つ企業への改革のため、今回の相談に至った。

主要生産拠点である
「米屋(株)第二工場」

2.課題

これまでの常識への挑戦！「不良品ゼロ化」で課題解決へ

原材料及びエネルギー価格高騰への対策、フードロス削減という課題への対応は経営健全化のために必須であり、「製造工程で不良品ゼロ」になれば解決可能と判断した。しかし、同社には「不良品は発生して当たり前」の文化があり、熟練者の勘と経験で場当たり的に対応してきた。そこでCOは、大手製造業者では「不良品ゼロ」が常識で、新製品設計段階で不良品ゼロ化を目指していると説明。勘と経験に頼ることなく、データで見える化する仕組みづくりの大切さを社内メンバーと共有し、製造工程における不良品ゼロ化と、データ活用により従来の製造に対する考え方を変革していくデジタルトランスフォーメーション(DX)に挑戦することにした。

3.支援内容

1年に及ぶ不良発生メカニズムの解明と改善案検証

COは、経営改善にインパクトが出やすい不良品発生メカニズムの特定から始めた。モデル工程とモデル製品を定め、支援終了後も他工程へと展開できるよう工程の担当課長、設備課長などキーとなる部署のメンバーでプロジェクトチームを設立。定期的に訪問し現場で改善支援を行った。COの大手製造業で培ったノウハウをフル活用し、不良品発生の見える化から不良品発生のメカニズムの解明、改善案の立案と立証を行った。特にメカニズムの解明は、試行錯誤しながら約1年を費やし、大学の准教授に理論的なアドバイスも得た。現場ではデータによる慣れない検証作業が続いたが、同社の強みである粘り強さとチャレンジ精神で、メカニズム解明までたどり着いた。

4.支援の成果

25年の歴史を変えたDXによる新製造方法の実現！

25年間行ってきた和菓子製造の工程において、固有の不良品発生メカニズムを解明。DXを活用しこれまでと全く異なる製造方法を開発した。データ分析によって不良品を発生させない方法であり、特許出願準備中である。結果として廃棄ロスがなくなり、原材料やエネルギー資源を有効に活用することができ、経営健全化を達成した。また、副次的な効果として、長年続いていた作業者負担の重い工程を取り除くことができた。

なごみの米屋で取り扱う和洋菓子

相談者の声

当社のSDGs推進において、フードロス削減は最優先課題。今後の製造コスト上昇に対する抜本的な対策になりました。また、今まで不良品ゼロを目指すことは考えてもいなかったので大変刺激になりました。COの分析力・洞察力は卓越しており、検討した課題は社員で共有。社員の成長を促す形でサポートいただきありがたかったです。

工場内の様子と鋳造後の機械加工完成品

東京都

経営改善

製造業

株式会社 山本合金鋳造所

昭和8年創業の老舗鋳造所。千葉県山武市に製造工場を構え、電線業界で使用する端子など銅素材製品の鋳造から完成まで一貫して製造を行っている。多品種小ロットで、銅鋳物一点から製造に対応。

山本 哲也（やまもと てつや）
〒273-0005
千葉県船橋市本町6-2-10
047-409-0660
～20人
http://www.yamamoto-goukin.co.jp/company.html/

PDCAサイクルを回す経営管理の仕組みづくりで 売上と営業利益率が増加

具体的な取組

毎月の面談で
課題設定と改善提案

支援のポイント　支援機関連携

- 主要取引先金融機関との連携をサポート
- 月1度の面談で進捗確認と優先課題の設定を支援
- PDCAサイクルを回す仕組みづくり

金子 敦彦SCCO

1.相談のきっかけ

閑散期の売上確保や資金繰りなど経営課題が山積

同社は千葉県山武市に製造工場を構え、銅素材の鋳造から加工、完成まで一貫した製造を多品種小ロットで行っている。相談者は毎期の事業計画を策定しているが、計画通りに事業が進まないことに悩んでいた。年間売上の繁閑差が激しいため閑散期の売上確保が課題であり、また、資金繰りも不安定であった。経営改善の支援を受けるため、主要取引先の金融機関からの紹介を受け、当拠点へ相談に訪れた。

工場外観

2.課題

売上の繁閑差に対応する実態に即した仕組みづくりが課題

同社の銅素材の鋳造品は、電気及び熱伝導性能が高く、耐久性も優れているため、電線業界での使用ニーズが高い。さらに鋳造から完成品製造まで行える業者は少ないため、同社は多数の取引先を有していた。一方、取引の繁閑差が激しく、売上は安定していなかったため、資金繰りが不安定な状況にあった。ところが、資金繰り表の管理は十分にできていない状態であり、事業計画は策定しているものの、対外的な目線を意識して毎月利益が出るような計画となっていたため実態との乖離が大きかった。計画と実績が伴わないため、PDCAを回す土台ができておらず、経営管理の仕組みづくりが課題であった。

鋳物製造の
鋳湯作業工程

3.支援内容

実態に合った計画でPDCAサイクルを回す仕組みづくり

SCCOは、事業計画は計画づくり自体が目的ではなく、計画に合わせてPDCAサイクルを回すことで継続的に経営改善していく仕組みづくりが重要であることを説明した。具体的には、計画の進捗を確認し、計画通りに進んでいない部分の改善策を立て実行することを繰り返して、実態に合わせた計画づくりと仕組みづくりを行うようアドバイス。毎月の面談で進捗を確認し、都度課題設定と改善提案を行った。また、損益計画とは別に資金繰り計画を立てて、今後の資金繰り予測を踏まえた上で計画的な経営を行う必要性を伝えた。売上拡大に関しては、営業戦略を立案して行動計画まで落とし込み、特に既存取引先の受注拡大を計画的に推進するようアドバイスした。

4.支援の成果

改善活動で売上高と営業利益増！取引先の引き合いも増加

毎月、計画の進捗確認と修正を繰り返し、日々の営業活動の改善により、閑散期の受注も増加、令和5年度の売上高は令和3年度と比較して42.2%増、営業利益率が3.9%増となった。日々の改善活動を重ねていく上で、取引先からの引き合いも増え、令和6年度も計画を上回る売上推移となっている。また、資金繰り計画を整備し、計画的な管理を行ったことで資金繰りが安定。今後は生産力強化のため従業員の増強を行い、さらなる売上拡大を目指していく。

出荷前の鋳物完成品

相談者の声

これまでは計画づくりだけで、振り返りを行っていませんでした。月に1度よろず支援拠点を訪れて計画の説明を行うと、それに対してSCCOからチェックが入るため、振り返りの場となっていました。SCCOから自分にない視点からアドバイスをいただだけたことも、実績につながっています。

魚料理が評判の仕出し料理

神奈川県　**経営改善**

宿泊業・飲食業

株式会社 魚太

昭和10年に鮮魚店として創業し、平成6年より「日本料理うお太」として営業。お通夜や法事、祝宴などの仕出し料理やケータリングサービスを提供している。四季折々の素材にこだわった料理のなかでも特に魚がおいしいと定評がある。

澁澤 勢津子（しぶさわ せつこ）
森 昭乃（もり あきの）
〒230-0052
神奈川県横浜市鶴見区生麦5-20-8
045-501-5748
～50人
http://www.uota.jp/

取引条件の見直しと業績管理の徹底で
売上利益のV字回復を実現

具体的な取組

管理会計の体制構築と経営改善計画の策定支援

支援のポイント

- 弁護士や税理士と連携し専門的な問題を支援
- 事業運営の不安や不満を軽減するアドバイスを提供
- 相談者がすぐ相談できるよう精神面でもサポート

横山 眞由美CO

小池 俊介CO

1.相談のきっかけ

急な事業承継で母娘が資金繰りと事業運営の課題に直面

代表であった家族が急逝し、相談者の母親が6社を抱えるホールディングスの事業を急きょ引き継ぐことになった。しかし、その複雑な事業構造の把握は容易ではなく、資金繰りや事業運営に苦しむ母親の姿を見かねて、相談者である娘が事業に参画。ITツールの導入による効率化が利益改善につながるのではないかと考え、補助金の活用も視野に入れて当拠点へ相談に訪れた。

店舗外観

2.課題

葬儀業界の変化に対応した利益改善を目指す

ホールディングス傘下企業の資金の見える化を進め、営業実態がある同社の利益改善への道筋を共有した。同社は、葬儀や法事などの仕出し料理を提供しているため、売上は葬儀業界の動向に大きく左右される。近年、葬儀業界はコロナ禍による売上減少に加え、少人数の葬儀が増加する傾向であった。COは、決算書の分析とヒアリングを通じて、コロナ禍の影響による売上減少、葬儀の縮小化に伴う受注単価の下落、古いままの取引条件、経営管理体制の不備などが問題であると分析。そこで、低単価でも利益が確保できるよう取引条件の見直しと、数値管理の徹底、金融支援を含めた資金繰りの安定化を課題とした。

3.支援内容

数値管理と古い取引条件の見直しで実現する経営改善

COは、前月の決算数値を翌月に確認できる体制を提案。忙しい日常業務のなかでも、月次決算に必要な棚卸しや人件費の確認、さらには仕入先の変更を含めた個々の経費削減策が順次実行された。月次試算表をもとに、原価率の確認や採用計画についても話し合いを実施し、以前の高単価受注期の名残である無料の配膳料や配達料、特急料金についても価格交渉を行うよう提案した。また、ドリンク代などの値上げも実施し、徐々に数値が改善された。資金繰りの面では、ホールディングス傘下企業の融資を同社へ付け替えたことで、融資返済が困難になることが予想された。そのため、経営改善計画の策定を支援し、メインバンクに金融支援を要請した。

4.支援の成果

売上175%増と原価率20%低減により利益が大幅改善

取引条件の改善により客単価が向上した。営業活動の効果も出始め、相談前の令和4年の売上に対し、令和6年は約175%の売上増となる見込みである。また、原価率も約20%低減したため大幅な利益改善が実現した。人材確保は苦戦しているものの、良い人材の採用もできつつある。地域密着で長年事業を行ってきた基盤を生かし、ケータリングや弁当販売の売上実績も出てきている。今後は、効率化と社内体制整備に取り組む予定である。

自慢のお寿司

相談者の声

親族の他界で突然の事業承継を迎えましたが、現状把握や事業の方向性についてアドバイスをいただきました。親族経営のため、意見が衝突した際には、第三者の視点で意向を整理していただけたことが非常に心強かったです。相談に乗っていただき、励ましをいただけたことは、経営の大きな原動力となりました。

店舗外観

静岡県

経営改善

小売業

ブティック樹里

昭和59年創業のアパレル販売事業者。本店のある藤枝市の他に静岡市にも店舗を構え、主要顧客層は60代～80代女性。長く同店を利用する顧客も多く、地域住民に親しまれる店舗経営を長年続けている。

鈴木 甚一（すずき じんいち）
〒426-0006
静岡県藤枝市藤枝5-7-34
054-643-1112
～20人
https://lit.link/juri4pay/

新たなビジネスモデル

「アパレルの訪問販売」で新規顧客の開拓

具体的な取組

新たな販路開拓

支援のポイント

- 現状認識と取り組むべき課題の共有
- 新たなビジネスモデルの構築と導入支援
- 将来を見据えた今後の経営指標のアドバイス

弓桁 康志郎CO

1.相談のきっかけ

店舗売上が厳しいなか、経営改善に向けて動きたい

相談者は藤枝市を中心に婦人服店を4店舗経営。地元の固定客に支えられ業績は堅調に推移していたが、コロナ禍の影響などを主因に売上が減少。直近では原材料や運送費の高騰に伴う仕入れ価格増加に加え、店舗が入居しているビル所有者の事情で1店舗の閉鎖を余儀なくされるなど、経営状況は厳しさを増し苦しい状況が続いていた。そこで日本政策金融公庫から当拠点と連携して開催している定例相談を紹介され、今回の相談に至った。

2.課題

さらなる減収が見込まれる現状に収支構造の改善が課題

店舗販売がコロナ禍前の水準まで回復しないことに加え、直近の店舗の一部閉店に伴う売上のさらなる減少が必至であった。そこでCOはまず、現状の収支状況について把握を行った。主力の本店（藤枝市）の店舗状況を分析すると、商品の仕入れ量が多いこと、固定客が多いものの主要顧客が高齢者層であるため、顧客の来店回数やアパレル特有の季節要因が収支改善に大きな影響を及ぼしていることを突き止めた。一方、店舗運営に係る販売費及び一般管理費の圧縮には限界があるため、売上の回復には、新たな販路を開拓することが必要だと判断した。

3.支援内容

アパレルの訪問販売による新たな販路開拓

仕入れに伴う支出と在庫管理コストを抑えるという観点から、商品仕入量の抑制を提案した。相談者は、業歴が長く顧客との信頼関係も構築できているという強みを生かし、既存顧客の需要や好みを最優先にした商品の確保や品揃えを徹底した。またCOからは、既存顧客と同じ属性の顧客層にも認知を高めて来店誘致できるようアドバイスを行った。さらにCOは、店舗閉鎖の影響を補うための新たな販路開拓として、従来の店舗販売に加えて訪問（移動）販売の導入を提案した。相談者は、既存の顧客と属性が類似する施設などの選定や商品の訴求、該当する施設利用者の顧客化や店舗への来店誘致など、対応可能な項目の検討に努めた。

4.支援の成果

訪問販売の導入と仕入れ見直しで収益力が改善

訪問（移動）販売は、該当する施設利用者に対する店舗への来店誘導も見据えて既存店の商圏内を中心に交渉。令和6年6月までに四つの施設内で訪問（移動）販売を実現。売上への影響は限定的であるが、店舗仕入れや在庫の見直しも並行して行い、売上高総利益率は35.7%（前年比プラス10.0ポイント）と大きく改善。今後はさらなる訪問（移動）販売活動の強化と収支構造の見直しを継続し、資金繰りの安定とともに地域密着の販売展開につなげていく。

移動販売風景

相談者の声

財務体質の改善に向けメインバンクと連携し、具体的な支援を受けました。その後、店舗閉鎖などの影響による売上減少が続くなか、経営改善方針などについてCOからアドバイスを受け、経営改革に向けた確かな指針を得て、持続可能な事業再建への道筋が明確に見えてきました。今後もお客さまに信頼され続ける店であるように頑張ります。

農業分野に特化

富山県

経営改善

運輸業

有限会社 北陸旭輸送

昭和48年に創業した運輸業者。令和5年に事業承継を完了。前代表が個人事業として営んでいた「農業」を「農業部門」として運輸事業に取り込み、既存事業との相乗効果を生み出すよう経営革新を推進中。

天池 恒善（あまいけ ちかよし）
新村 翼（しんむら つばさ）
〒939-1758
富山県南砺市641-5
0763-52-1155
～20人
https://hokurikuasahiyusou.jp/

新たな事業モデルを構築！

運輸事業に農業を取り込み売上拡大

具体的な取組

売上拡大・配送体制と運輸事業の強化・補助金の提案

支援のポイント　支援機関連携

- 農業と運輸事業で相乗効果を生む仕組みの提案
- 補助金活用と現場で必要な設備の取得をサポート
- 独自性と収益力の同時実現を図るためのアドバイス

布目 大剛SCCO

1.相談のきっかけ

父からの事業承継をきっかけに新たな経営革新を目指す

相談者は令和5年に父から事業承継して同社代表に就任。その際に、父が個人事業で営んでいた農業を同社事業へ取り込む新たな事業形態を考案。まず、組織強化のため人材確保と育成に注力。手始めに、国の賃上げ要請に先んじて思い切った給与アップをしたところ、先代への退職金もあり人件費が業績を圧迫する結果となった。新事業展開による経営改善と経営革新を目指すために訪れた南砺市商工会から当拠点を紹介され、今回の相談に至った。

地域の特殊な要請に応える運送事業

2.課題

運輸事業と農業分野の強みを活かせず収益化に苦戦

コロナ禍の物流停滞、人件費負担や暖冬による計画外の収益減が続くなか、震災による農業資材輸送の停滞なども営業収益の妨げとなっていた。一方、農業分野を事業収益に加算する経営体制にしたものの、農産物の単価では売上拡大に貢献するにはほど遠い金額であった。新たに実施した農業分野の強化、人材の補強も目立った成果が得られていない状況であった。そこでSCCOは、成果が出ていない要因を探ることから支援を開始。分析の結果、運輸事業の強みも農業分野での強みも収益化する有力な販路がなかったこと、戦略的に高収益作物の選択がされていなかったことが課題として浮かび上がってきた。

3.支援内容

農産物の販路拡大と運輸事業の独自性強化で収益アップ

SCCOは相談者の構想実現に協力すべく、四つの支援を実施した。一つ目は、販路として有力なJR西日本に農産物加工品を供給するなど、既存販売チャネルの活用の提案。干し柿や干し芋を戦略品として売上拡大を目指した。二つ目は、付加価値が高い農作物栽培への特化の提案。鮮度の違いで品質に差が出るアスパラガスに着目し、運輸事業を活用しながら、鮮度の高さを武器とした配送体制強化を図った。三つ目は、運輸事業の独自性の強化。価格競争下において、定期便の確保では低価格化を強いられるため、他社が忌避する農林事業周辺業務など特殊分野に傾注するようアドバイスした。四つ目は、補助金利用による農業資材の補強や県の経営革新計画認定による設備投資の促進などの提案。そこで取得したドローンを農業関連受注に活用できるようサポートした。

4.支援の成果

農産物の売上急増により業績改善に成功

販売強化作物としたアスパラガスの売上は令和5年度には290万円だったが、運輸事業の迅速配送と特定選別市場配送体制の構築により、令和6年9月時点で300万円を超えることに成功。その他の農産物加工では補助金を活用して準備を進めており、当年度は2,000万円余りの売上を見込んでいる。運輸事業との相乗効果によって、前年同期比（1～8月）では9,126万3,000円であった売上が、今期は1億228万7,000円を計上するに至っている。

干柿づくりにチャレンジ

相談者の声

事業承継を機に、独自性を工夫することによって自社を取り巻く厳しい環境を有利に転換させることを模索してきました。商工会やよろず支援拠点双方からのご支援によるアドバイスが自身の経営発想を具体化させ、異種事業を組み合わせる相乗効果を強化するきっかけになったものと実感しています。

工房の様子

京都府

経営改善

製造業

貴古窯／マエストロ貴古

陶芸の里・炭山で大正10年から4代続く京焼・清水焼の窯元。発案から成型、絵付け、焼成、上絵付の工程を完成まで一貫して行っている。夫婦の共同作品「マエストロ貴古」は自由な発想と技術で制作活動を展開。

今橋 剛和（いまはし たかよし）
今橋 裕子（いまはし ゆうこ）
〒601-1395
京都府宇治市炭山久田2-12
090-3161-8443（今橋 裕子）
5人以下
https://kiko.sumiyama.kyoto/

窯元の事業再生！未来への事業承継に
希望をつなぐ伝統の京焼・清水焼

具体的な取組

目標設定とフォローアップ
経営知識への幅広い支援

支援のポイント

- 経営相談は相談者が主役となるようサポート
- 伴走しアドバイスをするモチベーターになる
- 月1回の定期面談で課題の洗い出しを支援

白井 皓大CO

1.相談のきっかけ

売上一時ゼロと災害によるダブルパンチのなかでの挑戦

相談者は4代続く京焼・清水焼の窯元の妻である。窯元は百貨店や料亭など顧客を数多く抱えていたが、コロナ禍の影響を受け、顧客の休業や時短営業、展覧会などのイベント自粛などが重なり、売上が一時ゼロになるまで落ち込んだ。さらに、台風の影響により同社の建物目前まで土砂が迫るなどのトラブルが重なり、途方に暮れていた。相談者はそういった状況のなかでも新しいことに挑戦しようと模索し、当拠点へ相談に訪れた。

工房の外観

2.課題

職人一筋！窯元の強みを見える化した営業戦略

さまざまな要因が重なり状況が複雑になっていたため、まずはこれまでの活動の振り返りを行い、的確に現状を把握することが最初の課題であった。COがヒアリングしたところ、状況はかなり苦しいものの歴史や技術力、昔からの固定ファンといった強みがあること、しかし、その強みを発揮できていないことがわかった。コロナ禍で顧客や業界との関係が薄れてしまい売上が回復していないことから、営業力の強化も課題に設定した。また、4代目窯元も妻である相談者もこれまで職人一筋でやってきたため、経営に関しては知識不足でわからないことが多いことも明らかとなった。

マエストロ貴古作品

3.支援内容

定期的な支援でアイデア遂行のペースづくり

相談者には、かねてより今後やるべきことのアイデアがあった。COと対話を重ねていくなかでそれらが明確になり、月1回の面談でやるべきことを整理してサポートを行った。相談者も面談にしっかり向き合いながら、年間8回にも及ぶ展覧会の実施や営業活動の強化、伝統的工芸品公募展での受賞を目指すなど、やるべきことを全力で実行した。営業力強化については他のCOとチームを組み、ホームページの改修やSNSの活用、写真の撮り方などを支援した。相談者に不足している経営知識については、税務やインボイス制度、ブランディング、原価管理、5S、商標など、必要に応じて他の支援機関とも協力しつつ幅広い支援を行った。

4.支援の成果

取組の成果とファンの応援で過去最高の忙しさ

出品した伝統工芸作品の受賞、メディアでの露出が契機となり、状況は好転。また、さまざまな取組の成果や固定ファンの応援も後押しとなり、4代目が窯元を引き継いで以来最多とも言うべきほど受注が入るなど、忙しい日々が続いている。広報やブランディングといった点ではまだまだ伸びしろがあり、長期的に改善できる余地がある。将来有望な5代目候補の後継者の存在も心強く、伝統ある窯元を承継していくことも視野に入れて活動していく。

貴古窯作品

相談者の声

COの伴走で、私も夫も全力で頑張ることができました。陶芸家への支援というより、むしろ一人のファンのように丁寧にアドバイスしてくださったことで、やるべきことが明確になりました。職人として4代目として頑張る夫の手伝いができたこと、将来に希望を持てたことを嬉しく思っています。COには感謝しかありません。

施術の様子

鳥取県

経営改善

その他（サービス業）

epona

平成27年に美容業界へ転身、約4年間美容サロンにて施術を学ぶ。平成31年、米子市内に女性向けの美容サロンを開業。全身オールハンドのオイルトリートメントやよもぎ蒸しなどの施術を提供している。

本池 彩（もといけ あや）
〒683-0853
鳥取県米子市両三柳4560-2
090-9505-2278
5人以下
https://epona-enabeauty.com/

サロン再起のブランディング！

アプローチを見直した事業戦略

具体的な取組

事業計画書の見直しと
効果的な販売戦略の設計

支援のポイント

支援機関連携

- COの専門性を生かした精度の高い支援
- 各支援機関との連携による運転資金の確保
- 相談者の強みを生かす広報戦略を提案

山本 里志CO

1.相談のきっかけ

サロン経営の再建に立ち向かう！最初の一歩は専門家へ

相談者は米子市内の自宅で美容サロンを経営し6年目。コロナ禍により売上が減少し、資金繰りに困っていた。サロン営業日以外にパート勤務をして頑張って営業を続けてきたものの、自己資金が少なく補助金の活用も難しい状況であった。また、事業計画の見直しが必要だとはわかっていたが、何から手をつけたらよいかわからず困っていたところ、友人の紹介により当拠点へ相談に訪れた。

店舗の看板

2.課題

資金調達と事業計画の見直しが課題

COはヒアリングを通して経営課題を洗い出した。相談者は自宅でサロンを営業しているため固定費はほとんどかからず、損益分岐点売上高は約30万円。コロナ禍による来客数の減少で資金繰りが悪化しており、事業再生に向けて資金を調達する必要があった。また、商圏内（米子、境港、松江）には約450店の美容サロンがあり、競合が多く価格競争も激化しており、特に低価格メニューにおける競争は厳しい状況である。同サロンの主力メニューである全身オイルトリートメントは高価格帯であり、美容サロン検索サイトなどウェブを活用していないため集客が難しい状況で、事業計画を見直す必要があった。

3.支援内容

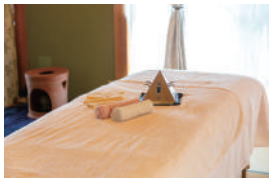
運転資金の調達と効果的な広告で販売戦略を設計

まずは資金調達のため、事業計画書の見直しと資金繰り表の作成を支援。他の支援機関と連携し、新型コロナウイルス感染症特別貸付として200万円の融資と、鳥取県の「新型コロナ・円安・物価高騰対策支援補助金」を受けた。施術メニューの追加と価格設定の細分化で新規顧客の獲得を狙い、リニューアルオープンに向けたチラシを作成。地元ケーブルテレビでのCM配信と美容サロン検索サイトへの広告掲載を提案し、販売戦略を支援した。米子市内のサロン約80店舗のうち、大手美容サロン検索サイトへの掲載は約50店舗。そこに掲載することで、競合2社と肩を並べ同社の強みをPRすることにした。また、初夏需要を取り込むため、3月から6月にかけてSNS広告も実施した。

4.支援の成果

安定的な集客でコロナ禍前まで売上回復

事業計画の見直しによる効果は明確で、平均客単価は若干減少したが客数は順調に伸び、令和6年5月以降、月平均約33万円まで売上は回復した。集客につながるSNSやウェブサイトの頻繁な更新と、客数の約60%を占める新規顧客の再来店率向上が今後の課題である。また、自宅サロン特有のデメリットもあり、店舗移転も視野に入れているが、まずは既存顧客の満足度を高めることと新規来店客層のリピーター客に重点を置き、支援を継続していく。



施術室

相談者の声

サロンの売上がほぼコロナ禍前まで回復してきました。今回よろず支援拠点の3名のCOには大変お世話になり、それぞれ専門的なアドバイスをいただき本当に助かりました。まだまだ目標とする売上に達していないので、引き続きよろしくお願いいたします。

足場を組んでの作業の様子

岡山県

経営改善

建設業

株式会社 AMBITION

岡山県倉敷市に本社を構える建築会社。足場工事をメインにプラント工事や金属工事などを手掛けている。代表は30代で従業員も若手が多いことから、人手不足が問題となっている業界にありながら成長を続けている。

三浦 正大(みうら まさひろ)
〒712-8012
岡山県倉敷市連島1-5-23
086-527-8674
～20人
http://miura-kensetsu0105.com/

攻めの売上拡大志向から
収益重視に転換し安定した黒字経営へ

具体的な取組

高収益体制へ向けてのサポート

支援のポイント

- 業種別経営指標に基づいた財務課題の明確化
- 売上総利益の改善シミュレーションを実施
- 当期利益の可視化による価格交渉の動機付け

森本 進CO

1.相談のきっかけ

売上拡大にも関わらず収益低下している現状からの脱却

相談者である同社の代表は30代と若く、積極的な営業で受注を拡大し売上高を伸ばしてきた。一方で、今後さらなる受注に対応するため、未経験かつ若年層の積極採用したため、人材育成費用がかさんだほか、外注依存度が高まるにつれて収益性も低下していた。コロナ融資を足場購入や営業所の出店費用に充てたものの、投資に見合う収益を上げていないため、返済原資が賄えず猶予してもらっていた。抜本的な収益構造を見直すため、当拠点へ相談に訪れた。

元気に活躍する若手従業員

2.課題

売上維持の意識と不採算工事により経営悪化を招く

COは、コロナ融資で投資した足場と営業所出店から見直しに着手した。足場は元請けが用意する機会が多く利用が少ないこと、営業所は一見顧客からの受注にはつながらず宣伝広告や窓口としての機能を果たしていなかったことを確認。相談者に不採算工事を請けている認識はあったが、売上を維持したい考えが強く、取引解消を恐れて値上げ交渉を行っていなかった。また、大手プラントの工事実績はあるが孫請けの受注形態のため、利益はほとんど残らなかった。相談者自ら現場に出ることが多く、社員や外注先の管理が行き届いていないほか、資金繰りは経理任せとなっており、経営状態を把握できていない状況が浮き彫りになった。

3.支援内容

価格交渉や固定費削減による高収益体制への転換

COは昨今の物価高騰に対する価格転嫁の必要性を説明し、値上げ交渉を提案した。複数の不採算取引先が取引解消となった場合と、その他の取引先の値上げ交渉が妥結した場合の収支に与える影響についても相談者と話し合った。価格交渉の動機づけを行った結果、一部は取引解消となったものの、全体の売上は横ばいを維持できた。また、固定費削減についても提案し、稼働率の低いトラックの売却と営業所の賃貸解約を実行。さらに、低収益の下請け受注からの脱却を図るべく、顧客管理により過去の取引先への営業を展開するようアドバイス。その結果、月間1件程度の元請け受注を獲得できた。

4.支援の成果

赤字から黒字経営へ！年間を通して売上高安定を目指す

値上げ交渉により原価率が74%から69%に改善、単月の経常利益が50万円の赤字から15万円の黒字に転換した。元請け受注についてはこれまでの年間2件程度から、月間1件程度、年間12件ペースまで増加している。年間を通した売上高の安定を図るため、売上減少月には県外を含む遠隔地での受注体制を強化する予定。今後の事業拡大を目指し建設業許可を取得するほか、人材不足に対応するため外国人の採用も検討していく方針である。

高所での現場作業の様子

相談者の声

資金繰りの改善にポイントを絞って支援していただきました。道筋を立てて取り組んだことで改善の効果が表れ、満足しています。建設業従事者の高齢化を機会と捉え、若手採用のさらなる強化や建設業許可の取得を目指します。今後は経営状態を把握するため、財務諸表の見方についても相談したいと考えています。

あさひ製菓株式会社 総本店店舗内

山口県

経営改善

製造業

あさひ製菓 株式会社

創業100年以上、直営店舗47店、取扱店62店の県内最大の菓子製造事業者。航空会社の機内食に採用された銘菓「月でひろった卵」が大ヒット製品。ベーカリー部門では同社のカレーパンが「カレーパングランプリ」で2度の入賞を果たしている。

坪野 恒幸（つぼの つねゆき）
〒742-0021
山口県柳井市柳井5275
0820-22-0757
300人超
https://www.kasinoki.co.jp/

製品ロスをなくし原価率改善！
新規顧客のシェア獲得を狙う体制へ

具体的な取組

現場の「5S」の提案と支援

支援のポイント

- 傾聴と対話で隠れた経営課題を徹底的に洗い出し
- 同じ意識を共有し納得のいく現場改善をサポート
- 多様な課題に自走できる体制や仕組みづくりを支援

國光 正之CO　和田 秀夫CO　佐伯 昌之CO

1.相談のきっかけ

コスト高騰の中で生き残り対策をめぐり思案

コロナ禍による観光客の減少や、コンビニスイーツの台頭で業績は低迷。これまで、地元金融機関から出向者を迎え、財務体質の改善に取り組んでいた。原価高騰などコスト高の状況のなかで生き残りを図るには、製造現場改善が必須である。そこで相談者は、製造業で現場経験のある専門家に支援を依頼するため、継続してアドバイスを受けている当拠点へ相談に訪れた。金融機関と当拠点COが意見交換をしながら、伴走支援に取り組むこととなった。

工場外観

2.課題

徹底的な財務分析と現場が抱える四つの課題

COはまず、財務分析から取り掛った。併せて相談者と社員に対しヒアリングを実施し、製造現場や店舗運営、管理体制などにおける課題を洗い出した。その結果浮き彫りになったのは、棚卸資産が業界平均より多く、製品廃棄ロスも増加傾向にあること、生産計画が担当者任せになっており属人化していること、生産機械の段取り替えが各個人任せになっており、人によって段取り時間が異なること、計画的な人材育成制度は採用時のOJTのみで、管理者などを育成する制度がないことであった。これらの問題をふまえ、COはアフターコロナで回復する観光客の需要に備えつつ、原価高騰が続く状況下においては、生産性の向上が喫緊の課題であると判断した。

3.支援内容

従業員を巻き込んだ「5S活動」と現場の取組支援

COは生産現場に5Sを導入するよう提案。継続的な5S活動には全員参加が必要なことから、従業員へ「5Sへの取組アンケート」を実施。5Sを知らない従業員もいたが、現場の問題意識は高く「働きやすく規律ある職場」を目指したいとの意見もあった。その後、現場担当者に5Sのアドバイスを行い、各現場でチェックリストに基づく点検が自主的にできるようになった。さらに、過去実績と直近の売上動向を踏まえた売上予測づくりを提案。同予測は目標在庫数も加味した生産計画としても活用し、同社で利用。また、作業標準の作成についてもアドバイス。人材育成も考慮した目標管理型評価制度は、社会保険労務士COが継続支援を実施している。

4.支援の成果

コスト低減を維持し県内外顧客への販売戦略の実現

令和3年度の売上原価率は46.8%、支援開始後、令和5年度の売上原価率は43.5%となり、3.3%の削減につながった。令和6年度は原材料・労務費単価が増え45.5%とコスト高になったが、支援前と比較するとコスト低減は維持している。生産現場の生産性を向上することで、販路拡大の余力を見出すことができた。今後は製品ラインナップの充実を図り、県内外顧客へのシェア獲得を狙うなど販売戦略を進めていく。

工場通路5S状況

相談者の声

当社の売上高に占める県外市場を10%から25%に高めたいと考えていた折、コロナ禍となりました。原価が高騰するなかで販路拡大を狙うには、筋肉質な企業体質が必要であり、実際に製造業の現場を知っているCOを中心とした現場改善支援により実現できました。今後はこの企業体質を維持しつつ、売上拡大を目指していきます。

工場内の様子

香川県

経営改善

製造業

松原鉄工 株式会社

昭和44年創業の精密機械部品メーカー。大手自動車メーカーのグループ会社向けに、ベアリング製造用治具や自動車関連部品を製造。資本金1,000万円、令和6年3月期の年商は3,019万円である。

松原 信二（まつばら しんじ）
〒761-0311
香川県高松市元山町606
087-865-2557
5人以下

原価管理体制の構築で価格転嫁による 適正利益の確保に成功！

具体的な取組

原価管理のサポートと体制づくりの支援

支援のポイント

- COが現地確認した上で原価管理の手法をアドバイス
- 適正価格を明確化し取引先との価格交渉を提案
- 相談者が自走できる体制や仕組みづくりを支援

荻田 勝司CO

1.相談のきっかけ

一社依存体質と自動車電動化で受注が減少

大手自動車メーカーのグループ企業の協力工場として、売上高の94%を特定の取引先に依存している。ベアリング治具製造に特化した生産体制であるため、主要取引先の関連部品以外の生産が難しい。また自動車の電動化が進むなか、同社が製造するベアリング関連の受注が減少。さらに、直近では大手自動車メーカーの不正問題により、大幅な減産が続いている。こうした先行きが不透明な状況に対し現状打開を図るため、当拠点へ相談に訪れた。

会社外観

2.課題

原価管理体制の見直しと受注減少に対する戦略とは

定期的に主要取引先と価格改定を検討する機会はあるが、過去20年以上にわたり実際は価格改定が行われていない状況が続いていた。都度見積もりによって価格提示するものの、先代社長の勘や経験に頼っていたため数値的な根拠が乏しく、適正利益の確保が曖昧な状況であった。そのため、COは原価管理体制の構築が不可欠だと判断。さらに、次世代自動車業界において「電気自動車化」や「自動運転化」が加速しており、特に電動化の進展によりベアリング関連部品の発注減少が懸念されると分析。また、コロナ禍の影響で自動車産業の生産ラインが稼働低下したことが、同社の受注の大幅な落ち込みの要因となっていた。

3.支援内容

主要製品の価格交渉と適正利益の確保をサポート

ヒアリングの結果、約20種類の製品で売上高の80%を占めていることが判明した。COはこれらの製品について販売価格と原価の差異分析を行うようアドバイス。簡易な原価計算シートを提供し、差異分析の結果をもとに取引先との価格交渉を行うことを提案した。また、主要取引先への納品は週3回の定期便で行っており、焼入処理に必要な熱処理業者への持込、引取も納品便で賄っていた。しかし、これらの運送費用が過去の慣例により価格に反映されていなかったため、販売管理費として価格に転嫁することを提案した。

ベアリング用治具製品

4.支援の成果

希望通りの価格転嫁とコストテーブルの構築を実現

価格転嫁交渉として、令和6年3月末日締めで約200種類の価格改定の申入を行った。主要取引先も「パートナーシップ構築宣言」の実践に前向きな姿勢であり、おおむね希望通りの価格転嫁が了承された。さらに、日々の生産活動を通じて定点観測を行いコストテーブルの精度を向上させるため、年間総人件費、就業時間、稼働率などをもとに時間チャージを設定。これに加え、減価償却費や操業時間に基づき、各機械設備ごとに時間チャージを設定した。

CNC旋盤機

相談者の声

価格転嫁や販売価格の見直しが、適正利益の確保に直結することを改めて実感しました。今後も原価改善の取組を通じて、生産性の向上を図りたいと考えています。また、主要取引先と互いにメリットがある関係性を築きながら、同時に新たな取引先の開拓にも積極的に取り組んでいきたいと思っています。

黒川温泉街にある同社店舗

熊本県

経営改善

製造業

合資会社 平野朝光商店

昭和43年創業の漬物製造販売業。熊本県南小国町の黒川温泉で長年事業を続け、年商は3億円を超えていた。漬物グランプリでは九州・沖縄ブロックの最高金賞を平成26年に受賞し、県内外で品質が高く評価されている。

平野 直紀(ひらの なおき)
〒869-2402 熊本県阿蘇郡
南小国町大字満願寺6436-3黒川温泉
0967-44-0214
～20人
http://www.genkidaikon.co.jp/

年商３億円超がコロナ禍で売上半減も収益構造改善に取り組み

年商2億円でも黒字になる収益構造に変革

具体的な取組

収益構造を改善し黒字回復を支援

支援のポイント　支援機関連携

- 優先課題は収益構造の改善であることを共有
- 原価率分析を行い粗利率の改善をサポート
- 卸先の商品管理強化と適正在庫維持への調整支援

根岸 倫太郎CO

西原 耕司CO

1.相談のきっかけ

黒字化達成に向けたきめ細やかなフォローが必要

令和3年8月から令和4年3月まで、信用保証協会の専門家派遣にて経営改善計画策定支援を行った。同社はコロナ禍の影響により売上が半減する厳しい状況であったが、さらに原価率が高いという構造的な課題も抱えていた。経営改善計画では令和4年12月期に営業黒字化を目指していたが、その達成にはきめ細やかなフォローが不可欠であり、当拠点の伴走支援事業による継続的な支援が必要と判断し、今回の相談に至った。

店内の様子

2.課題

売上回復より収益構造改善が課題

多くの中小企業経営者は売上回復だけに目が行きがちであるが、コロナ禍の影響で当面は売上回復が期待できないため、売上回復よりも収益構造の改善に注力することをCOは提案した。また、同社は漬物製造だけでなく、菓子や土産品など仕入商品の販売も行っており、食品卸売業の側面ももつ。しかし、これらの仕入商品は売上には寄与するものの利益率が低く、収益への貢献ができていない商品も多かった。また、同社製品においても原価率に大きな製品格差が生まれていた。その結果、令和2年12月期の損益分岐点比率は142.2%と非常に厳しい状況だったため、売上回復を重視するよりも収益構造の改善が急務と判断した。

3.支援内容

収益構造改善に向けた取組支援で黒字化を目指す

当時の代表は相談者の父であったが、実質的な経営は息子である相談者が担っていた。熊本県事業承継・引継ぎ支援センターとも連携し、事業承継計画書策定の支援を行い、令和6年2月に相談者が代表となり、事業承継も円滑に進んだ。また、仕入値の見直し交渉や販売価格引き上げの取組も提案。同社の自社製造商品については、原価率の低い商品の販売を強化し、原価率の高い商品は低い商品とのセット販売を行うなどの取組を支援した。また、委託販売先のなかには、売上を意識するあまり過剰在庫となっている卸先も多かったため、委託販売先の商品管理の強化を提案し、相談者は常に適正在庫を維持できるよう調整を行った。

4.支援の成果

黒字化とキャッシュフロー改善で借入返済のリスケ解除へ

令和5年12月期の粗利率は令和元年12月期と比べて8.7ポイント改善し、2期連続で営業・経常共に黒字化を達成。損益分岐点比率も79.8%まで改善し、年商2億円での黒字化が見込まれる経営体質へと生まれ変わった。また、観光需要が徐々に回復し売上も2億円を大きく超えるまで回復。さらに、営業キャッシュフローも2期連続で大幅に改善されたため、金融機関からの借入返済のリスケジュールもすべて解除となった。今後も取組を継続し、粗利率のさらなる引き上げを目指す。

自慢の漬物

相談者の声

コロナ禍の影響で観光業を生業とする当社は売上が半減し、よろず支援拠点に相談することにしました。事業再生などの課題分析だけでなく、誰にも言えない悩みを共有し、共感いただいたことが、一番の支援でした。小規模事業者の経営者は孤独です。寄り添ってきめ細やかな対応をしてもらえたことが大きな改善につながりました。

「STAY玉の湯」

大分県

経営改善

宿泊業・飲食業

株式会社 玉の湯

昭和28年に禅寺の保養所として開業し、昭和50年に癒しの宿として大改装。自然や地域とのつながりを大切にし、暮らしの延長にある非日常を提供、湯布院を代表する旅館として多くの著名人にも利用されている。

桑野 和泉（くわの いずみ）
〒879-5197
大分県由布市湯布院町川上2731-1
0977-84-2158
～100人

玉の湯ブランドを守りつつ持続的な発展と観光業における新たな事業展開への挑戦

具体的な取組

実行計画の作成・実施を支援

支援のポイント　支援機関連携

- 相談者と信頼関係を構築し率直な意見交換を実施
- 時間をかけ具体的な事業計画と実施をサポート
- 課題に応じたCCOと関係機関連携による支援

冨田 一弘CCO

1.相談のきっかけ

既存事業の経営強化と成長事業の構築を目指したい

湯布院を代表する有名旅館として良好な経営を続けていたものの、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて売上が大幅に減少し、営業利益は3期連続のマイナスを計上する状況に直面した。業績の回復を図るため、経営改善に取り組むとともに、将来の成長を見据えた新たな事業展開も模索していた。そうした状況のなか、令和4年に大分県を通じて当拠点の存在を知り、今回の相談に至った。

保養も可能な長期滞在型施設「STAY玉の湯」

2.課題

玉の湯ブランド磨きと新たな成長戦略で不易流行の経営へ

相談者は地域活性化や観光振興に注力していたが、経営計画や戦略が不明瞭な状況でコロナ禍の影響を受け収益力が低下。その後、売上はやや回復したものの、コロナ禍が収束に向かうなかで外部から大型宿泊施設が進出するなど競争環境が一層激化したため、さらなる差別化や競争優位性の確保が課題に。宿泊事業の付加価値向上に加え、新たな経営の柱となる事業の円滑な立ち上げも重要な課題となっていた。このため同社の経営状況、業界動向、市場ニーズ、競合の把握と共に、同社の強みやブランド力を明確化した上で、経営改善と成長戦略を二本柱とする中期経営計画を策定し、実現へ向け個別課題に対応する必要があった。

3.支援内容

既存事業の強化と新事業の計画・実行をチームで支援

CCOは財務分析やSWOT分析を通じて現状を把握。相談者の考えの整理、可視化を重視すると同時に、全体の方向性と個別課題への取組を提案した。既存事業では、施設の老朽化対応や雑木林の維持管理に対する大規模改修、オンラインショップでの物販強化を提案。併せて、新たな成長戦略として長期滞在型施設事業に着手することとした。これらの事業計画に基づき、CCOは実行計画の作成・実施をアドバイス。また、計画の進行に必要な国や県の補助制度申請も、金融機関や商工会などと連携してサポートした。これらの支援に際して当拠点内にチームを編成し中小機構とも連携、同機構でも相談者を中心にチームを構成し取組を進めた。

4.支援の成果

新たな視点で切り込む事業計画で売上高21.5%増

CCOが相談者の考えを引き出し、新たな視点での気付きを提供することで、相談者は深みのある具体的な事業計画と実行計画を策定できた。この計画をもとに国や県の補助事業に申請し採択され、老朽化施設や雑木林のリニューアル、新たな長期滞在型施設の設置が実現。新施設は複数の雑誌に取り上げられ、注目を集めている。直近期の売上高は支援開始前と比べ21.5%増加し、今後はマネジメント人材の育成に力を入れ、さらなる経営強化を図る。

共有スペース

相談者の声

計画策定や実施段階において親身に話を聞いていただきました。適切なアドバイスによって自分の考えがより明確かつ具体的に整理され、新たな気付きを得ることができました。そのおかげで、令和6年1月6日には保養も可能な長期滞在型施設「STAY玉の湯」をオープンするなど、持続的な成長に向けた基盤が整いつつあります。

事業承継

P76～P82

夢の舞台である工場内

山梨県

事業承継

その他(自動車整備・中古車販売)

AUTOTEQ PROSPER

50年以上続く自動車整備工場を引き継ぎ、令和6年夏に創業。若者の車離れや自動車整備士の不足、板金塗装職人の高齢化が進むなか、自動車整備から板金塗装まで一貫してサービスを提供し、次世代の業界モデルを目指す。

宮下 幸之(みやした こうし)

〒405-0042
山梨県山梨市南867-1

0553-39-8945

5人以下

自動車修理業界の新たなビジネスモデルを目指す
若き挑戦者のストーリー

具体的な取組

ブランディングや
認知度向上の支援

支援のポイント　支援機関連携

- 他の支援機関と連携したサポートで相談者の夢を実現
- 認知度や見込度を向上させ販売計画の策定を支援
- PRを強化しメディア取材で認知度を向上

後藤 真吾CO

1.相談のきっかけ

「自分の工場をもつ」夢の実現への第一歩

相談者は幼少期から自動車が好きで、自身の工場をもつことを目標に自動車整備や板金塗装のキャリアを積み上げてきた。そのようななか、相談者は50年間続いた自動車整備業者が廃業を検討していることを知り、当該事業を引き継ぎ自身の工場を立ち上げることを考えた。しかし、事業を引き継ぐには創業資金が必要であり、新天地での認知獲得も重要であった。そのため、創業前に緻密なシミュレーションを行うための「創業計画の策定」が必要だと考え、今回の相談に至った。

2.課題

「守り」と「攻め」の課題設定による創業支援アプローチ

COは、創業に向けた課題を、創業資金に関する「守りの課題」と創業後の事業継続に関する「攻めの課題」に分けて支援を進めた。「守りの課題」では、創業資金として自社工場をもつために必要な多額の設備資金や運転資金が、総額いくら必要かを明確に把握することが重要であった。また、「攻めの課題」では、事業を軌道に乗せるために絶対的に必要な売上の確保がポイントとなった。相談者は、山梨県内での移転を経て創業するため、認知度が低い新天地で効果的なPR方法を見つけることが課題であった。

国内では有数の
車両点検の依頼も！

3.支援内容

ぼんやりとした事業予想を深堀し具体的な支援へ

COは、大きく三つの支援を行った。まず、相談者が創業を志した背景や目標をヒアリングした。相談者は高校卒業後に自動車整備だけではなく、板金塗装のスキルも身につけてきた。そのことを踏まえブランディングを支援した。次に、必要な設備資金と運転資金を共にリサーチし、自己資金で賄えない部分は日本政策金融公庫の融資ややまなし産業支援機構の貸与制度を利用した。最後は、販売計画の策定で、認知度向上の施策を相談者と共に検討。廃業者の見込客リストを取得してPRを行うことや、駐車スペースに希少な旧型車を展示して通行者の関心を引く施策、リピートの促進の方策などをアドバイスした。

4.支援の成果

創業資金確保とPR効果で劇的な認知度向上を実現

創業資金に関する「守りの課題」については、「販売計画に力を入れた創業計画書」を策定した結果、公庫とやまなし産業支援機構の支援により事業承継に必要な資金を確保した。認知度拡大を指標とする「攻めの課題」では、約100件の見込客リストを獲得し、PRを行った結果、各種テレビ番組や雑誌の取材を受けることに成功。また、相談者が取材を受けた動画は、YouTubeに公開後10日で1万2,000回再生され、認知度が急激に向上した。

取材時の様子

相談者の声

公庫の融資とやまなし産業支援機構の貸与制度、そして自己資金を合わせて、安心かつ安全な創業が実現できそうです。この結果もCOのご支援のおかげです。本当に感謝しています。まずは事業を軌道にのせるために精一杯頑張ります。

本社外観

長野県　事業承継

サービス業

巴協栄リネン 株式会社

大正12年から多種多様・高品質なリネンサービスを提供。巴屋グループは「みんなが笑顔になるために伸化し続ける」を企業理念とし「すべての人に今以上をつくりだす」企業として進んでまいります。

武田 揚介(たけだ ようすけ)
谷本 英人(たにもと ひでひと)
〒399-0014
長野県松本市平田東2-7-1
0263-86-0316
～300人
https://www.tomoeya-group.co.jp/linen/

100年企業の事業承継
「育ち・育てる」次の100年とその先へ

具体的な取組

人事制度と
社員育成

支援のポイント　支援機関連携

- 100年の歴史とその歴史を紡ぐ思いを尊重
- 承継当事者と幹部の強みが相乗効果を生む支援
- 幹部の学びや課題への自由な提案を促進

中川 美紀CO

1.相談のきっかけ

100年を迎える事業を承継しさらなる進化をはかりたい

巴屋(巴屋グループの中核)の後継者である相談者(相談当時、巴屋子会社である同社専務)は、幼少期からリネン工場と関わってきた。100年を迎えるこの事業をいずれ託される、そんな周囲の期待を背負いつつ、社員の幸せのため、笑顔のため「新たな組織づくりで進化を図りたい」という思いを温めてきた。現状は、相談者自ら学卒社員を育て、定着率を向上させるなど成果を上げている。しかし、事業承継や人事制度、社員育成の課題は多岐にわたり苦心しており、松本信用金庫を通して当拠点へ相談に訪れた。

勉強会の様子

2.課題

思いを承継し未来への道のりを考える

COは相談者と面談し、すぐに制度を作らず同社を含めた巴屋グループの3代目社長と4代目となる相談者の互いの強みを生かした「思いの事業承継」から着手することを検討。まず、3代目社長、相談者、幹部に「これから取り組みたいこと」をヒアリングした。相談者には「巴屋グループと従業員のよりよき未来のため、変わらなければならない」という思いがあり、未来への道のりが明確に見えていた。それを見守る3代目社長は「変わらなければと自分も先代に直言し制度をつくった。これからも変わらなければならない」と、歴史を紐解き変わる必要性を語ってくれた。そこでCOは、それぞれの真摯な思いを軸として事業承継を進めることにした。

3.支援内容

幹部と共に人事ブランディング「育ち・育てる」

同社を含めた巴屋グループの「100年企業の人事ブランディング」を提案。まず、毎月の人事委員会を発足。幹部が徹底的に検討を重ねた。当初、人事制度と社員育成が議題だったが「人が入らなければ育成もできない」と採用に着手し、年間休日数を増やした。また、幹部の成長を促すためポリテクセンター長野に委員会参画を要請。幹部自ら評価制度を策定、運用し勉強会を行った。中長期計画には幹部も社員も「育ち・育てる」を掲げた。令和5年9月に巴屋グループ創業100年を迎え、相談者が巴屋の社長に、同社社長には同社の部長が就任。親会社・子会社ともに事業承継が完了した。

4.支援の成果

人事ブランディングにより売上・採用・事業拡大を実現

働く喜びがより分かち合える職場の「新化」など、社是に四つの「シンカ」が加わり人事ブランディングも進化。自ら社員説明会を企画、実行するなど中堅幹部の成長が著しく、社員の成長も報告されている。「シンカ」の結果、事業承継を完了し、同社の売上は前期比較で121%。巴屋グループは前々期と比較し、前期120%といずれも2割増。また同社の年間休日を23日増やして制度改正を行った結果、ハローワークから8人採用ができた。巴屋グループ全体では、令和4年に直営店舗38店舗と事業拡大しており、コインランドリー事業やフランチャイズ事業もスタート。今後も笑顔と「シンカ」のため、次の100年、その先へつながる支援を予定している。

相談者の声

ありたい未来を伝えるだけでなく、その未来を達成するための働き方を一緒に考える「社員と共に考える大切さ」を実感しました。人事制度導入により新卒者にも自分の将来の見える化をしてもらえました。100年後も続く企業にするため、社員が自らやりたいことを後押しするトップでありたいと思っています。

温室内の植物

石川県

事業承継

その他（物品賃借業）

緑松園

同社は石川県小松市に事業所を構え、観葉植物のレンタルを主力事業として展開している。病院、介護福祉施設、銀行や企業が顧客であり、ピーク時は300先と取引していた。

中西 喜美枝（なかにし きみえ）

〒923-0011
石川県小松市蛭川町甲48

0761-24-0782

5人以下

次世代に遺す高度植物管理ノウハウを生かした
新規事業でV字回復

具体的な取組

**技能承継を重要課題に
ワークショップを開催**

支援のポイント　支援機関連携

- 先代の実績や経験を生かした経営体制の構築を提案
- 先代と後継者の意向を重視して新事業をサポート
- 技能承継の課題を洗い出しスムーズな事業承継を支援

廣瀬 和広CO

1.相談のきっかけ

廃業する同業者の技術を後世に遺すため事業承継を決意

金沢市の園芸サービス業者役員である相談者は、小松市で観葉植物のレンタル・販売を行う同社が、コロナ禍における売上減少や原油高の影響により廃業することを知った。同社を訪れた相談者は、温室の中で植物が生き生きとしている様子に感銘を受け、この技術を無くしてはいけないと、当時の代表者に事業承継を申し出た。事業承継の具体的な手続きや経営課題の整理のため、石川県事業承継・引継ぎ支援センターと当拠点へ相談に訪れた。

2.課題

将来の事業承継を見据えた後継者探しと技能の承継

事業承継に当たり二つの課題があった。一つ目は「次の事業承継を見据えた後継者候補探し」である。同社の前代表者は70代、相談者は60代であるため若い後継者候補を探す必要があった。そうしたなか、同社の顧客であった30代の人物が植物管理に強い関心をもっていることがわかり、同社の事業を一緒に承継する話がまとまった。しかし、後継者候補は資金がなく、経営ノウハウもなかったため、まずは相談者が事業承継し後継者候補と二人三脚で事業を行うことにした。二つ目の課題は、植物を生き生きと育てる「技能の承継」である。同社の強みは前代表者の高度な植物管理ノウハウである。光の当て具合や水の量などのノウハウの承継を行う必要があった。

3.支援内容

技能の承継計画と観葉植物のワークショップ開催を支援

石川県事業承継・引継ぎ支援センターの税理士サブマネージャーが事業用資産を確認した結果、事業承継に税負担がないことがわかった。そこで、専門家派遣制度を活用し事業承継計画策定を支援。「技能の承継」を重要課題とし、前代表者のOJTを中心に計画的に進めることにした。また、当拠点のCOはコロナ禍のテレワーク普及ををきっかけに自宅に観葉植物を置く人が増加、観葉植物市場が拡大し、コロナ禍収束後も観葉植物のメンテナンス需要は継続すると分析。個人の観葉植物のメンテナンスに注力するようアドバイスした。具体的には、観葉植物再生ワークショップを定期的に開催。メンテナンス方法を指導し、元気な観葉植物を世の中に増やすことを提案した。

4.支援の成果

観葉植物の体験教室が大人気となり事業は成功へ

事業承継計画をベースに持続化補助金を申請し採択を受けたことで、新たに観葉植物の体験教室を整備。集客には、当拠点デザイナーCOのミニセミナーやSNS集客の相談窓口を利用。アドバイスを受けながら同店でチラシを作成し配布を行った。それまで店舗にほとんど来店客がなかったが、体験教室開始から2カ月で約30名の集客に成功した。二人の後継者を主体とした事業が軌道に乗り、計画に基づき事業承継が完了した。

温室の外観

相談者の声

相談に行く前は、目の前が暗く不安な気持ちしかありませんでした。しかし、自分たちの取るべき行動を具体的にアドバイスしてくださり、リスクと選択肢を説明しながら支援してくださったおかげで、光が見えました。事業承継という縁結びだけでなく新事業の発展のために、今後ともお力添えをお願いしたいです。

オーナー夫妻が運営していた店舗

大阪府

事業承継

小売業

patisserie cafe Risa Risa

フレンチのシェフであるオーナーが堺市で営む創業25年の洋菓子店。かわいらしい店舗外観と、華やかなケーキや焼き菓子で地元の人に長く愛されてきた。ランチ提供も行い、グルメサイトでも高評価を得ていた。

柴田 規夫(しばた のりお)
柴田 瑞穂(しばた みずほ)
〒591-8021
大阪府堺市北区新金岡町5-4-107-1
～20人

専門機関の連携を活用しM&A成功
人気洋菓子店を譲渡し次の事業ステージへ!

具体的な取組

小規模M&Aの
提案と支援

支援のポイント　支援機関連携

- 経営課題や将来の展望をヒアリングし整理
- 新たな選択肢を示し比較検討を提案
- 専門機関との連携でスムーズな手続きを実現

村山 佐和子CO

1.相談のきっかけ

地域の繁盛店が経済環境の変化により先行き不安に

同店は、フレンチのシェフがオーナーの人気洋菓子店として、地域で愛される繁盛店。しかしコロナ禍による打撃や原材料の高騰、さらには人手不足など、目まぐるしく変わる経済環境のなかで、相談者夫妻は先行きを考えるようになった。店舗の賃料や各種コスト変動による利益率の不安定さやスタッフ雇用における固定費など不安要素は多かった。思い切った事業の縮小や、以前からの希望であるレストラン業への進出などについて、当拠点へ相談に訪れた。

季節のフルーツをふんだんに使った
華やかで楽しい洋菓子

2.課題

フランス料理店実現の夢と事業の方向性から見いだす課題

COは相談者が検討していた事業再構築補助金について説明し、利用方法を教示した。その上で、経営方針や運営状況や今後の事業方針について丁寧なヒアリングを行うと、フランス料理を提供することが長年の希望であること、年齢を考え事業の縮小を視野に入れていることがわかった。補助金を活用し、現在の店舗の一部をレストランにして洋菓子店は継続する案では、さらなる繁忙が予想され、人手不足になると判断。また現店舗を閉店した場合、地域の顧客が残念に思うことや、スタッフを解雇することも憂慮された。相談者夫妻の生活や事業の将来性を考慮すると、コンパクトなレストランへの転換が適当と思われ、経営の方向性を検討する必要があった。

3.支援内容

小規模M&Aを活用した新たな選択肢の提案

COは、現在の店舗も継続しつつ方向転換のための余力を引き出してほしいという観点から、相談者夫妻へ事業承継を提案。社内スタッフへの承継を検討したが職人気質のスタッフが多く、経営に興味がある人材はいなかった。そこで、COは小規模M&Aを新たに提案。民間仲介事業者が増加していることや、事業規模が小さい事業所の売買も徐々に活発になってきている状況などを相談者に伝え、可能性を探ることにした。とはいえ、事業譲渡の予備知識がないまま民間仲介事業者へ相談するのはハードルが高いため、大阪府事業承継・引継ぎ支援センターにつないだ。同センターに相談後、民間仲介事業者の紹介を受け、M&Aの方向で検討を行うこととなった。

4.支援の成果

高いブランド力で事業譲渡を実現し新しい事業の推進力に

地域での高いブランド力が評価され、民間仲介事業者を通して事業買取先がすぐに見つかった。契約や支払いなどで課題が出た際には、会計士でもある同センターのサブマネージャーが継続的なアドバイスを行った。新オーナーは店名を変えてリニューアルオープンし、スタッフは継続雇用となった。相談者夫妻は次のレストラン事業に向けた準備を行いつつ新店舗の円滑な立ち上げを見届けることができ、顧客にも喜ばれる事業譲渡が実現した。

新オーナーの元でも
活躍するスタッフ

相談者の声

25年続けてきた洋菓子店は、地域のお客さまにも、私たちの生活にも密着しており、そのまま事業を引き継いでもらえるのは本当にありがたかったです。COだけではなく大阪府事業承継・引継ぎ支援センターのサブマネージャーなどさまざまな方のサポートを受けました。次の店の準備資金も用意することができて、感謝しかありません。

本社工場

奈良県

事業承継

製造業

広陵化学工業 株式会社

創業61年のプラスチック製品受託型メーカー。食品包材・宅配水関連事業・医療関連機器を3本柱に毎年最高売上を更新。今後は市場の脱プラスチックの流れから、商品企画力やプロデュース力で価値創造型メーカーへと脱皮を図る。

中西 勝(なかにし まさる)
中西 司(なかにし つかさ)
〒635-0816
奈良県北葛城郡広陵町中167
0745-57-0011
～100人
https://koryo-kagaku.co.jp/

新プロジェクトを後押しする補助金獲得と事業承継で 社長の集大成を飾る

具体的な取組

三つのプロジェクトの取組と新体制の構築

支援のポイント

- 相談者の思いに徹底して寄り添う姿勢で支援
- 承継者への情報の早期提供で信頼関係を構築
- 適切でスピーディーな対応

水上 和之CO

1.相談のきっかけ

「経営の集大成を」社長の思いに賛同しプロジェクト始動

COは10年にわたる幅広い支援で、社長と長男である相談者と強い信頼関係を構築してきた。令和5年4月に面談したところ、社長の「全力を注いだ医療関連事業の成功が見えてきた。長男が入社し、新工場用地も見つかった。国や県の大型補助金を獲得し、新事業・新工場を万全のものとして、自らの集大成としたい」という強い思いを確認。その思いに賛同し、各プロジェクトの発足と事業承継の具体化、スケジュール化を提案。長期取組がスタートした。

医療関連機器製造ライン

2.課題

多方面の分析によるプロジェクト策定と後継者育成

COは新事業・新工場プロジェクトにアドバイザーとして参画するとともに、経営分析に着手した。同社の売上は堅調に増加、毎期過去最高売上を更新していた。一方で、原材料の高騰や価格競争の激化などにより利益率は低下傾向で、方向性のシフトが急務だった。そこで、「高付加価値、高成長の医療関連分野への経営資源の集中強化」と「それを実現する新工場の建設」に加え、実施が発表されたばかりの「新工場大型投資への国の超大型補助金の獲得」を課題として設定、プロジェクトを策定した。事業承継については、長男を承継者として位置づけたが、経営者としての育成や株式分散の解消、株式承継の実施などの課題があることが判明した。

3.支援内容

事業承継とプロジェクト推進の両立！新体制の構築へ

新事業・新工場プロジェクトの推進は、承継者である本部長の相談者を総括責任者にすることを社長に提案。本部長の指揮の下、若手役員や若手管理職を中核メンバーに抜てきし、部門横断の体制を構築した。また社外事業別KPIには、毎月の売上高と医療分野案件の新規獲得件数を設定し、毎月の推進本部会と会計報告会にて進捗を確認。都度課題を洗い出し、リソース配分の最適化を支援した。補助金獲得と事業計画作成はCOがアドバイザーとして担当。奈良県企業立地促進事業補助金、大規模成長投資補助金、成長型中小企業等研究開発支援事業(Go-Tech事業)の同時獲得をターゲットとすることを提案し、並行して三つのプロジェクトに取り組んだ。

4.支援の成果

計7億7,000万円の補助金採択を受け売上・利益は増加

新事業・新工場プロジェクトは中間目標を全て達成、令和6年3月の完了に向け軌道に乗せることができた。令和6年3月期の売上高は前年比103%、同営業利益は前年比200%と、高付加価値製品への経営シフトも進展し、利益率は大幅に向上している。予定通り三つ全ての補助金の採択を受け、合計7億7,000万円の交付を受ける予定である。事業承継については、令和8年3月での社長交代を決定し、株式承継もそれまでに完了予定である。

同社ホームページトップページ

相談者の声

COには10年以上、途切れることなく経営相談の支援を受けています。適切な専門家や支援機関をコーディネートしてくれる点は心強いです。今回の取組にも終始寄り添ってくれました。補助金の交付を受けるにあたっては、唯一無二の支援をいただいたと感じています。経営の集大成の道筋をつけることができて感謝しています。

工作機械の並ぶ工場

和歌山県　事業承継

製造業

株式会社 エイワテック

昭和41年創業のステンレス加工企業から事業承継し令和5年に創業。主に、金属加工事業を行っており、金属工作機械用及び金属加工機械用の部分品や附属品を製造している。

楠本 敬弘（くすもと たかひろ）
〒649-6202
和歌山県岩出市根来991-1
0736-62-2835
～20人

地域の雇用と事業を守りたい！

事業承継に挑んだ工場長の道のり

具体的な取組

創業計画書の作成・資金調達などをサポート

支援のポイント　支援機関連携

- 和歌山県事業承継・引継ぎ支援センターと当拠点が円滑に連携
- 事業譲渡において、現業から円滑な移行が可能かを検証
- 譲渡後の売上見通しを検討し新会社設立を支援

吾妻 加奈子CCO

1.相談のきっかけ

解散の危機を前にした工場長の決断

相談者は、和歌山県内の製造業を営む会社で工場長として勤務。当拠点の存在は以前から知っていたが、工場長という立場からこれまで相談には至らなかった。その会社は、オーナーの夫が創業、創業者の逝去後はサラリーマン社長である2代目社長が事業を引き継いでいたが、オーナーも2代目社長も高齢で会社解散の意向を固めていた。相談者は、勤務先の従業員の雇用を守り、取引先にも迷惑をかけたくないという思いから、今回の相談に至った。

会社の外観

2.課題

優良企業であるがゆえの事業承継の壁に直面

和歌山県事業承継・引継ぎ支援センターの統括責任者とCCOは、初回面談で現在の状況をヒアリング。最適な事業承継方法として株式譲渡が良いと判断し、その方向性で進めることをアドバイスした。しかし、相談者が会社の決算書を確認した結果、時価評価により優良企業であることが判明。株式譲渡価格を税理士にも確認したところ当初予定していたよりも資金が高額になったため、他の方法を検討することになった。最終的に資金面を考慮し、相談者にとって最善の事業承継方法として事業譲渡を提案。同センターと当拠点が役割分担し、支援を進めることとなった。

3.支援内容

円滑な事業譲渡と新会社設立を手厚くサポート

CCOは、相談者と共に財務諸表を確認し、経営継続が可能かどうかの検証をサポートした。特に、事業譲渡をする場合、現在の取引先の口座がスムーズに引き継げるのか、新たな取引契約書が必要かなどの確認作業をサポート、事業譲渡契約書のひな型を提供した。加えて、新会社設立のための資金調達支援として、創業計画書の作成をサポート。これまでの売上推移をもとに、事業譲渡後の売上予測を立て、事業継続の検証支援を行った。また、金融機関2行による協調融資の申込を支援し、各金融機関には本事業に関する事前説明行うことで、円滑な資金調達を支援した。

4.支援の成果

新会社設立による事業譲渡で地域の雇用を守る

支援の結果、新会社を設立して事業譲渡を行うことにより、当初は解散を予定していた会社が、無事に事業承継を実現した。解散により5名が失業する可能性があったが、事業承継により雇用が守られた。技術を有する会社が存続したことで、従業員の雇用が維持され、取引先も安定して営業することが可能となった。また、同社は若い従業員が多いことから、今後は若手への技術の承継にも力を入れていく予定である。

難素材の加工もマシニングセンターで対応

相談者の声

これまで工場長としての経験はありましたが、経営に関わるのは初めてのことで、何を優先すべきか手探りの状態でした。今回の相談を通じて、事業承継や資金計画に関する具体的な知識を深めることができ、非常に勉強になりました。特に、資金面での面談やアドバイスが大変心強く、今後の経営に自信をもつことができました。

施設の外観

徳島県

事業承継

宿泊業・飲食業

株式会社 志楽カンパニー

徳島県の四国霊場21番札所太龍寺近くで旅館業を営んでいた那賀町の「道の宿・そわか」は、社長の高齢化及び後継者不在により、令和4年12月より休業していたが、当社が事業承継し事業を復活することができた。

喜多條 高資（きたじょう たかし）

〒771-5203
徳島県那賀郡那賀町和食郷字田野50-1

0884-63-0320

～20人

https://shirakuco.jp/

事業承継・引継ぎ支援センターと連携した

第三者事業承継成功事例

具体的な取組

他の支援機関との連携で資金調達などを支援

支援のポイント　支援機関連携

- ベストなタイミングでの事業承継をサポート
- 地域活性化へ向け顧客の思いに寄り添ったアドバイス
- 未経験事業挑戦を他の支援機関との連携で後押し

吉田 和弘CO

1.相談のきっかけ

定年退職後は生まれ育った地元の活性化に貢献したい

相談者は令和5年3月に職場を定年退職し、定年後は出身地である徳島県南部で地域の活性化に貢献できる観光業または宿泊業を創業したいと考えていた。そこでサラリーマン時代に接点があった当拠点へ相談に訪れた。新規創業より、後継者不在の事業譲渡希望者から事業譲渡を受けることがリスクも少ないのではと判断。徳島県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、創業の可能性を模索することとなった。

従業員の方々

2.課題

未経験事業での起業！課題が山積みな理想と現実

徳島県事業承継・引継ぎ支援センターから徳島県南部の旅館や民宿を数件紹介された。そのなかで和食郷の宿泊施設が相談者の理想に一番近く、やり方次第ではまだまだ伸びる余地があると考えた。物件を購入し事業を開始したいと意気込みはあったが、購入価格の判断や改装の依頼先の選定などはもちろん、事業コンセプトも決まっていない状態だった。以前、皆既温泉の旅館で3カ月ほど宿泊業に携わった経験はあるものの、経営ノウハウをもっているとは言いがたく、支配人や調理人を採用できるかについても非常に不安があった。自己資金はあるが、できれば金融機関から借入したいと考えているため、資金調達も大きな課題であった。

3.支援内容

多くの課題を2機関連携による多面的な支援で解決へ

COは不動産価格についての評価ポイントをアドバイスすると同時に、徳島県事業承継支援費補助金も活用するよう提案した。ほぼ両者が売買価格に合意した段階で、金融機関の関連不動産会社とつなぎ、不動産取引は無事完了。改修については、リスクを考慮し必要最低限の改装で済ませるよう提案、4月中旬に改装工事は完了した。事業コンセプトについては、COと徳島県事業承継・引継ぎ支援センターが連携し、地元若手共同経営候補者を紹介して共同で作成を支援。人材面については、プロフェッショナル人材戦略拠点を紹介した。創業資金借入は、COが創業計画書の作成をサポートし、金融機関や信用保証協会、日本政策金融公庫を紹介し、開業資金総額1,800万円を調達できた。

4.支援の成果

壁を乗り越え国内外から愛される日本旅館オープンへ

地元の明るい話題として当拠点から地方誌に紹介したところ、オープン前日に写真入りで掲載された。日帰り温泉も併設する同施設は、地元では再オープンの要望が多くその期待に応えることができた。またこの地方誌の掲載によって地元で約10名の新規雇用につながった。今後は自然を楽しむアクティビティやインバウンド向けの体験プランを提供する予定で、将来的には多くの人に愛される交流拠点づくりを目指していきたいと考えている。

個室の一例

相談者の声

多くの方にご尽力いただき、なかでもよろず支援拠点と徳島県事業承継・引継ぎ支援センターの皆さんには、休業していた那賀町の「道の宿・そわか」を紹介していただきました。事業を引き継ぐに当たっての財務状況や宿の将来性など多岐にわたるきめ細かなアドバイスとサポートにあらためてお礼申し上げます。

DX（IT活用等）

P84～P85

「たぬき」だけではない信楽焼の器

滋賀県　DX（IT活用等）

卸売業

株式会社 藤陶

日本六古窯の一つに数えられ、約1300年の歴史を誇る信楽焼（しがらきやき）の地で「普段に使えるうつわ」をコンセプトに店舗を運営。手作りの作家ものから量産型のものまで、毎日の食卓が明るくなるこだわりの器を販売している。

藤田 仁史（ふじた ひとし）
〒529-1851
滋賀県甲賀市信楽町長野1485-68
0748-83-1177
5人以下
https://fujito-utsuwa.com/

インスタグラムとグーグル活用で 知名度の低さを克服し店舗売上3倍に

具体的な取組

売上につながる
SNS活用法などをサポート

支援のポイント

- 目的意識をもったSNS運用への環境整備
- 情報精査したSNS投稿と継続の重要性をアドバイス
- グーグルなどウェブサービス活用の支援

片桐 かほりCO

1.相談のきっかけ

SNS集客で店舗の売上アップを目指したい

室町時代から千利休をはじめ茶人に愛されてきた、国の伝統工芸品「信楽焼」で有名な、甲賀市信楽地区。その山間部に24年前、同社は店舗を開店した。相談者は店舗運営をしながら、主に卸売りを中心に営業していたが、来店客が少なく店舗での売上が長年伸び悩んでいた。コロナ禍における売上減をきっかけに、SNSを活用して集客し店舗の売上を増やす方法を検討したいと、当拠点へ相談に訪れた。

店内から信楽の山を望む

2.課題

店舗の販売手法を改善しキャッシュフローの安定化へ

店舗は利便性の悪い山間部にあり、主要国道沿いに一枚看板があるのみ。町内カフェにしおりを置いたり、滋賀県立陶芸の森産業展示館にブースを出展するなど集客を図るも知名度アップには至らなかった。週末の来店客数も伸びないなかで製品の充実化に注力できず、売上も20年間横ばい。飛躍的な売上拡大はほぼ期待できない状態であった。その上コロナ禍の影響を受けてさらに財務状況が悪化。同社は卸売販売が売上全体の90%程度を占めていながら、販売業者への値上げが難しかったため粗利益が大幅に減少した。製品の見直しや陳列の工夫などの取組で来店客数を増やし、店舗の売上を改善することでキャッシュフローを安定させることが求められた。

3.支援内容

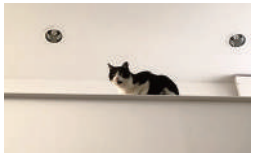
店舗の導線づくりとインスタグラムの有効活用を支援

まずCOは、早急に売上拡大につながる施策として、来店客の購買行動を促す「導線づくり」のために店頭POP作成の支援を行った。また、知名度アップと来店客数増加を図るために、インスタグラム投稿用の画像処理を支援するなど、有効な活用方法についてサポート。さらに相談者はCOの提案で、2日間のインスタグラム活用セミナーを受講し、投稿の仕方、ストーリーズやリールの活用法を学ぶ機会を得た。相談者は具体的な投稿事例に触れたことで、同社に合った投稿の見せ方や、アカウント全体の投稿画像のバランスなど、さまざまな視点からフォロワーを増やすためのコツを習得することができた。

4.支援の成果

丁寧な口コミ対応との相乗効果で店舗売上3倍達成！

本格的なインスタグラム運用を始めて以降、フォロワーや来店客数が増加。現在では、フォロワー数が約3,400となっている。COのアドバイスでグーグルビジネスプロフィールの口コミへの丁寧な返信や詳しい店舗情報を掲載するようにしたところ、アクセスも増え、口コミ数が98件、平均評価は4.4を獲得できた。店舗のみの月別売上は、コロナ禍以前と比較し多い月は3倍、少ない月でも2倍に伸び、会社全体の利益率向上に寄与した。



看板猫「ピーター」も大活躍

相談者の声

相談したことがきっかけとなり、無料で簡単に発信できるSNSに自分のペースで取り組めました。目に見えて結果が出始めると、楽しくなり自然と投稿も継続できました。また、店舗販売に対しての意識改革にもなりました。今後は有料広告を出稿しさらなるアクセスアップを図る予定です。本当にありがとうございました。

イベント運営や業務などを行う事務所

島根県

DX（IT活用等）

サービス業

株式会社 モデルスタジオミューズ

平成27年、山陰初のモデル事務所としてスタート。所属者数は山陰最多、現在は芸能プロダクションとして島根県、鳥取県を中心にモデルやタレントのマネジメントを行う。養成スクールやオーディションも手掛けている。

徳島 茂（とくしま しげる）
足立 里奈（あだち りな）
〒690-0015
島根県松江市上乃木4-25-5
0852-61-0284

5人以下
https://www.muse-sunin.com/

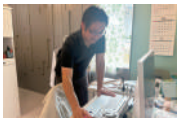
ユーザビリティを考えたDX化で 経理業務の時間を大幅に短縮！

具体的な取組

経理処理のDX化

支援のポイント

- コミュニケーションを図り的確なニーズの把握
- 管理表を分析し効率的なシステム設計を提案
- 段階的な導入とユーザーを考慮した柔軟なアプローチ


桑谷 謙吾SCCO

1.相談のきっかけ

事業の急成長に伴い経理処理の効率化が必須

同社は近年、人気タレントの輩出により急成長を遂げ、所属者数が約30名にまで増加した。この事業の成長スピードに経理処理が追いつかず、特に月末の支払明細作成が大きな負担となっていた。所属者ごとに出演料や経費を一つひとつ手作業で入力する従来の方法では、作業時間が膨大となりミスのリスクも高まっていた。経理担当者の残業も多く、業務効率化が急務だとして、当拠点への相談に至った。

店舗外観

2.課題

Excelの使い方から見えてきた根本的な課題

SCCOは相談者とのミーティングを重ね現状分析を行った。まず従来の経理処理方法を確認したところ、Excelで作成した複数の管理表（出演記録、経費精算、源泉徴収など）を目視で確認しながら、別のExcelファイルで作成した支払明細書に手動で転記していることが判明。この方法は時間がかかるだけでなく、転記ミスや計算ミスのリスクも高く、チェック作業にも多くの時間を要していた。さらに、税制改正や契約形態の多様化に伴い、計算ルールも複雑化。経理担当者に作業の負担がかかり、本来注力すべき経営分析や資金管理にまで手が回らない状況に陥っていることなど、抱えている問題の本質が見えてきた。

3.支援内容

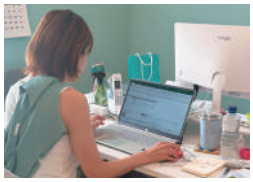
ユーザーフレンドリーな操作性の実現に向けたDX化

経理処理のDX化を実現するため、自動転記システムの導入を提案。まず、税理士の資格を有するCOと連携し、VBAとPythonを組み合わせたカスタムツールの開発を支援した。芸能業界特有の税務処理や契約形態に対応できるシステム設計を行うため、既存のExcel管理表を分析、データの関連性を整理し、複数の管理表から必要なデータを抽出、支払明細書に自動転記する仕組みの構築を目指した。税理士のアドバイスにより、源泉徴収や消費税の自動計算機能も実装。UIとして、Excel上に「明細作成」ボタンを配置し、クリック一つで処理が完了するよう操作性を高めた。複雑な税務計算も瞬時に正確な処理が可能となった。

4.支援の成果

業務が劇的に改善！作業時間は約70%の削減に

システム導入により、支払明細作成の作業時間が劇的に短縮された。一人分の明細作成にかかる時間が30分から数秒になり、全体の作業時間は約70%削減。データの正確性も向上した。経理担当者の月平均残業時間は20時間減少するなど、空いた時間で経営分析や資金管理に注力でき、経営層への適切な情報提供が可能になった。今後は請求書発行や税務申告資料作成など、より包括的な経理業務のDX化を計画している。


Excel作業も大幅に効率化

相談者の声

これまで多くの時間を費やしていた支払明細作成が、ボタン一つで完了するようになり驚きました。作業時間が大幅に削減されただけでなく、ミスの心配もなくなり、精神的な負担も軽減され大変助かりました。他の業務にも時間を割けるようになり、事務所全体の業務効率が上がりました。今後のさらなる改善支援にも期待しています。

価格転嫁

P87～P88

JR帯広駅から約6kmの幹線道路沿いに立地する店舗

北海道　**価格転嫁**

小売業

有限会社 さかき屋製菓

帯広市の和菓子製造小売業。小規模な店舗ながら串団子のおいしさに定評がある。他商品は各種もち、大福、どら焼きなど。令和2年12月に事業承継した後継者（40代）が3代目社長に就任した。

国重 隆司（くにしげ たかし）
〒080-2472
北海道帯広市西22条南2-21-7
0155-33-6517
5人以下

原価意識を通して経営管理の必要性に目覚めた
若手経営者の進化

具体的な取組

自社の強みを生かし収益力の強化

支援のポイント

- 原価管理の習慣化に向けた徹底サポート
- 強みを生かした主力商品の差別化を提言
- 商品開発や価格設定の重要性をアドバイス

原口 勝全CO

1.相談のきっかけ

事業承継後に札幌進出を目指す3代目社長の挑戦

相談者は令和2年12月に事業承継した後継者（40代）で、3代目社長。相談者には札幌進出の夢があり、その準備方法などの相談で当拠点札幌本部へ相談に訪れた。札幌本部の紹介により2回目以降の相談は十勝サテライトで実施した。相談者は札幌市内での出店エリアについて検討している段階だったが、COによるヒアリングの過程で直近期は赤字決算だったことが判明。まずは黒字体質への回復が同社の最優先課題であると確認した。

店内の様子

2.課題

原価管理の認識不足や販売戦略のずれが赤字の原因

COのヒアリングで、相談者は原価管理の基本を十分には理解していないことが判明した。創業者（祖父）や2代目社長（実父）は、長年の実務経験で培われた感覚で業歴を重ねてきたと考えられる。利益を生む仕組みを構築するために、相談者には原価管理の手法とその重要性を説いた。また、販売戦略の見直しにも取り組んだ。同社商品の強みが「手作り」にあること、顧客の支持を得ているのは「串団子」であることを再確認。一方で、どら焼きやまんじゅう類は、地場有力菓子メーカーと同じ土俵で勝負していることを洗い出した。限られた経営資源の中で、まずは「自社の強みを生かし、串団子での収益力強化を図る」方針を定めた。

3.支援内容

商品ごとの原価計算から伴走支援スタート

まず同社が扱う17商品の原材料費の算出や個々の原価率の確認に取り組んでもらった。これまでの感覚的な管理とは異なり、数値として目の当たりにすることで「団子1本にこれだけのコストがかかっている」と実感できた。この意識の変化は相談者にとっては新鮮な感覚だったという。また、原価管理の意識付けを重点的に行った結果、これまでは長年の慣習で外部から仕入れていた原材料が実は自社製造が可能であること、消費者目線では不要と思える類似商品の存在などが見えた。結果、10種類あった串団子を9種類に絞り込むことを決定した。その後、新商品に関する相談でも原価計算が真っ先に話題になるなど、原価管理の意識が習慣化してきた。

4.支援の成果

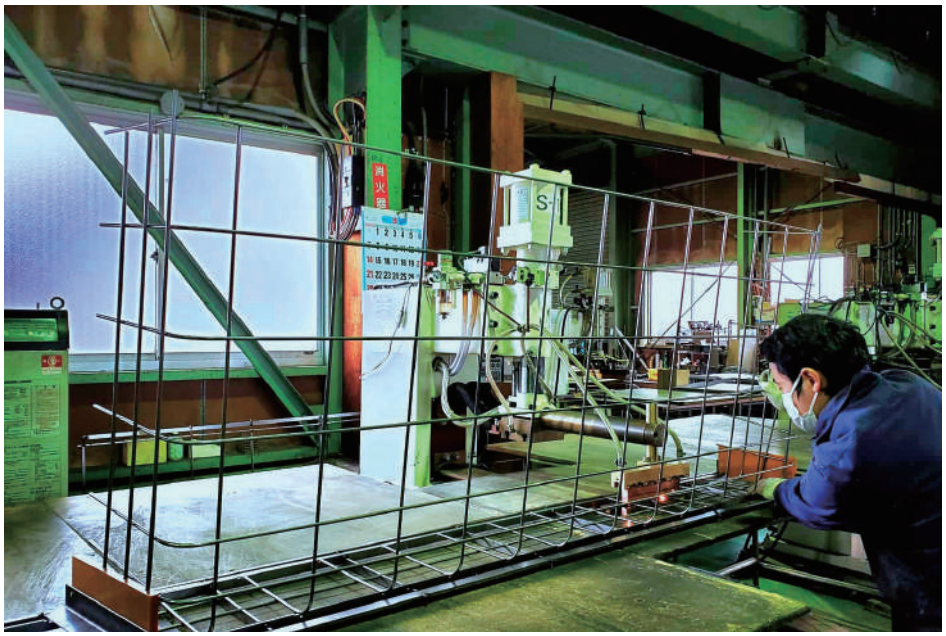
客単価も売上高もアップしさらなる差別化にも意欲

本件相談を通じて、原価計算に基づく販売価格の見直しを実施した結果、業績は好転。令和6年5月の客単価は前年同月比20.2%上昇、売上高は同29.2%増加となった。価格見直しが顧客減少を招くことはなく、改めて同社の商品力を確認できた。かねてから串団子の人気は把握していたが、「当社の強み」「差別化戦略の核」であると再認識できたことが鍵となった。今後は季節限定商品の開発にも取り組み、さらなる差別化を図る。

看板商品の串団子とリニューアルしたどら焼き

相談者の声

一人の力では目標に向けてのグランドデザインをうまく描くことができず、知識や経験の不足を痛感し、よろず支援拠点を訪ねました。お話を聞くうちに「やはり相談して良かった」と何度も思いました。アドバイスや専門知識を得ることができ、目標実現に向けての具体的な行動が明確になりました。



技術には定評のある溶接加工

新潟県

価格転嫁

製造業

株式会社 中沢スポット

新潟県三条市で平成元年に事業を開始、令和2年4月に法人設立。ワイヤー製品や金属加工を行い、大きな製品を加工できることが強み。主な製品は建築用資材やホームセンター向け家具で、問屋への卸売りを行っている。

中沢 邦明(なかざわ くにあき)
中沢 育美(なかざわ いくみ)
〒955-0035
新潟県三条市中新8-10
0256-39-3328
～20人
www.nakazawa-spot.co.jp/

適切な価格設定と利益確保で
新たなビジネスチャンスを掴む

具体的な取組

利益管理と営業展開

支援のポイント

- 利益管理の悩みをヒアリングし問題を把握
- 個別原価、総合原価、直接原価の違いを説明し具体的にアドバイス
- 価格設定や利益確保など真の要望に応じた支援

粉川 雅人CO

1.相談のきっかけ

業務拡大と利益確保への道筋がわからない

長年、個人事業として賃加工業を営んできたが、従業員が増加し、経営の代替わりもあったことから、令和2年4月に法人化して業務拡大を目指していた。これまでは材料支給の受注が多かったが、最近は同社で材料調達する依頼も増えてきた。しかし原材料の値上げにより、従来の値付け方法では利益が確保できなくなっていた。また、相談者は自社オリジナル製品の企画を検討していたが、適切な価格設定の方法がわからず、今回の相談に至った。

2.課題

自社調達など取引条件の変更が新ビジネス展開へのカギ

相談者は仕入れや外注費がほとんどない受注体制を築いてきた。そのため、従来は毎月の人件費と加工時間をベースに一定の掛率を適用して利益を確保できていた。しかし、最近では受注形態を材料自社調達に切り替えてほしいという引き合いが増えてきている。また、現在の下請け賃加工業から、自社製品を展開するメーカーへの事業拡大を視野に入れている。そこで、売上増加に向けて営業活動を進めた結果、特殊な技術を有する強みもあり、新たな取引も確保できそうである。ただし、新たなビジネスを展開するに当たり、自社調達など取引条件の変更や外注活用が必要となるため、見積もりを出す際の計算方法や価格設定が課題であった。

3.支援内容

データ分析に基づいた利益管理と営業展開を支援

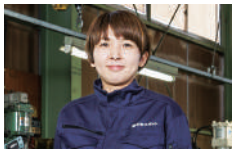
COが売上顧客管理とコスト管理に関するヒアリングを実施した結果、顧客別の売上推移や仕入れ、外注費、人件費などについて個別に詳しく把握されている状況であった。また、現在の値付けの基本データとなる人件費や加工単価設定についても算出基準は明確であった。COは今後の指標として限界利益管理を提案し、変動費や固定費の考え方と財務諸表の項目を照らし合わせる必要性を説明。その上で、個別原価の考え方、市場や顧客の分析に基づく利益の考え方、値付けや見積もり作成について支援した。また、実際に価格交渉に臨む際のテクニックについてもアドバイスを行うなど、営業展開を支援した。

4.支援の成果

適切な価格設定と交渉力強化で昨年比売上アップ

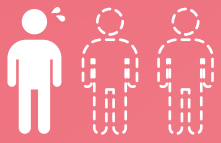
顧客分析や市場価格調査をもとに原価を把握したことで、利益目標が明確になり、案件ごとの単価や販売数の目標設定が可能となった。また、見積もり作成の時間が短縮され、価格交渉では相手企業を分析し目標価格と留保価格を用意することで、交渉を有利に進められることが期待される。市場の活気が戻ったことで、新規受注が複数あり売上は昨年比で伸びている。今後は新たな見積もり方法で獲得した受注による利益増も期待できる。

事務所での作業風景



相談者の声

これまでは希望する見積金額のみを提示していましたが、取引先からの価格交渉に備えて、複数パターンの金額を用意して交渉できるようになりました。「根拠があってこの価格」という確信があるので、自信を持って価格交渉ができるようになったことが、最も大きな変化だと思います。



人手不足

P90

温蔵型弁当自販機用のお弁当

兵庫県

人手不足

宿泊業・飲食業

株式会社 ミレニアムダイニング

創業20年、飲食業一筋で事業展開。弁当店の店舗出店に加え、国内では珍しい温蔵型弁当自販機の展開による事業再構築に着手。「食つくりは人づくり」の理念のもと人手不足下での飲食サービスの成長を目指す。

重森 貴弘(しげもり たかひろ)

〒663-8114
兵庫県西宮市上甲子園1-2-3
上甲子園グランドコーポ1階

0798-43-6963

～20人

https://www.millennium-dinning.co.jp/

「温蔵型弁当自販機」で

人手不足の飲食業界にイノベーションを

具体的な取組

革新的なアイデアで
戦略策定などに着手

支援のポイント

- 人手不足をチャンスと捉えたアイデア実現に徹底伴走
- 2種類の自販機展開の基本方針を相談者と共有
- 資金調達に向けた事業計画策定を支援

津賀 弘光CO

1.相談のきっかけ

外食産業が活況を取り戻した今こそ新しい戦略設計を

相談者は弁当店や飲食店を展開してきた、業界歴25年の創業者。ピーク時には直営店11店舗、フランチャイズ店は9店舗まで拡大したが、コロナ禍で規模を縮小し、現在は直営店4店舗、フランチャイズ店は8店舗に。外食産業が活況を取り戻しつつあるなか、事業縮小から再度成長戦略を描くに当たって戦略や資金面の相談先を探していたところ、面識のあった中小企業診断士が当拠点にいることを知り、今回の相談に至った。

従業員による調理風景

2.課題

人的課題に立ち向かう！外食・中食のあり方から探る手法

COは、相談者の財務情報をもとに、資金繰り状況を分析・把握し、資金調達力などを見極め今後の展開の可能性を検討した。コロナ禍の公的な金融支援策の利用で、足元の資金繰りに支障がないことはわかったが、新店舗出店となると新たな資金調達が必要になる。また、資金調達ができたとしても、店舗管理を任せられる人材の確保など、飲食業特有の人的な課題解決は難しいと想定された。COはこれまでのビジネスモデルの延長線上で店舗展開をするには限界があると判断。人手に頼らない外食・中食のあり方として、冷凍弁当や冷蔵惣菜の通販、オフィスでの弁当自販機設置などが認識されつつあることから、その方向性で検討を進めた。

3.支援内容

温蔵型・冷凍型2種類の弁当自販機の導入に成功

大学や宿泊施設が冷凍弁当の自販機設置に興味を示したが、二つの課題があった。一つ目は冷凍弁当の製造能力向上、二つ目は自販機導入資金の調達である。一つ目の課題には、関係会社で「就労継続支援A型事業所」を立ち上げ、既存店舗にセントラルキッチン機能をもたせることで生産性向上を目指すことを提案。二つ目の課題には、当拠点で事業計画策定の支援を行い、取引金融機関の理解を得るよう対応することで、事業展開が進み始めた。また「温蔵型弁当自販機」の展開に向けた戦略策定にも着手。冷凍設備が不要、店舗で作った弁当をそのまま店舗前の自販機で販売できるため、閉店後も含め接客に人手を割かずに販売できる革新的なアイデアであった。

4.支援の成果

2種の弁当自販機は地域住民にも好評で売上130%増

第1号の冷凍自販機が大学に設置され、その後も宿泊施設への導入が進んでいる。また、温蔵型弁当自販機は既存の店舗前に設置。店舗従業員の退勤後も温かい弁当を販売できるため周辺住民に好評で、新聞にも取り上げられた。自販機の設置前と比較し、前年同時期の売上から130%以上の増加を達成。温蔵型弁当自販機によって人手不足に悩む飲食店が自慢のメニューで勝負できるよう、サポートする立場でも貢献していきたいと考えている。

工事現場に導入された温蔵型弁当自販機

相談者の声

コロナ禍を乗り切った矢先に人手不足という壁。COは飲食店を経営する家系に生まれ、ベンチャーファイナンスの経験も豊富なことから、伴走者として非常に頼りになりました。温蔵型弁当自販機は飲食店の人手不足解消に貢献する可能性を感じています。「省力化投資補助金」の対象製品として、今後認定いただくなど、行政の支援も期待しています。

よろず支援拠点一覧

都道府県	住所	電話番号	実施機関
北海道	札幌市中央区北1条西2 経済センタービル9階	011-232-2407	(公財)北海道中小企業総合支援センター
青森県	青森市新町2-4-1 青森県共同ビル7階	017-721-3787	(公財)21あおもり産業総合支援センター
岩手県	盛岡市北飯岡2-4-26 岩手県先端科学技術研究センター2階	019-631-3826	(公財)いわて産業振興センター
宮城県	仙台市青葉区上杉1-16-8 プロスペール本田3階	022-393-8044	宮城県商工会連合会
秋田県	秋田市山王3-1-1 秋田県庁第二庁舎2階	018-860-5605	(公財)あきた企業活性化センター
山形県	山形市松栄1-3-8 山形県産業創造支援センター2階	023-647-0708	(公財)やまがた産業支援機構
福島県	郡山市清水台1-3-8 郡山商工会議所会館4階403号室	024-954-4161	(公財)福島県産業振興センター
茨城県	水戸市桜川2-2-35 茨城県産業会館9階	029-224-5339	(公財)いばらき中小企業 グローバル推進機構
栃木県	宇都宮市ゆいの杜1-5-40 とちぎ産業創造プラザ内	028-670-2618	(公財)栃木県産業振興センター
群馬県	前橋市亀里町884-1 群馬産業技術センター1階	027-265-5016	(公財)群馬県産業支援機構
埼玉県	さいたま市大宮区桜木町1-7-5 ソニックシティビル10階	0120-973-248	(公財)埼玉県産業振興公社
千葉県	千葉市美浜区中瀬2-6-1 WBGマリブイースト23階	043-299-2921	(公財)千葉県産業振興センター
東京都	港区新橋1-18-6 共栄火災ビル1階	03-6205-4728	(一社)東京都信用金庫協会
神奈川県	横浜市中区尾上町5-80	045-633-5071	(公財)神奈川産業振興センター
新潟県	新潟市中央区万代島5-1 万代島ビル10階	025-246-0058	(公財)にいがた産業創造機構
山梨県	甲府市南口町7-20	055-288-8400	(公財)やまなし産業支援機構
長野県	長野市若里1-18-1 長野県工業技術総合センター3階	026-227-5875	(公財)長野県産業振興機構
静岡県	静岡市葵区紺屋町11-17 桜井・第一共同ビルディング6階	054-253-5117	静岡商工会議所
愛知県	名古屋市中村区名駅4-4-38 ウインクあいち14階	052-715-3188	(公財)あいち産業振興機構
岐阜県	岐阜市薮田南5-14-53 OKBふれあい会館10階(県民ふれあい会館)	058-277-1088	(公財)岐阜県産業経済振興センター
三重県	津市栄町1-891 三重県合同ビル5階	059-228-3326	(公財)三重県産業支援センター
富山県	富山市高田527 情報ビル1階	076-444-5605	(公財)富山県新世紀産業機構
石川県	金沢市鞍月2-20 石川県地場産業振興センター新館1階	076-267-6711	(公財)石川県産業創出支援機構
福井県	坂井市丸岡町熊堂3-7-1-16 福井県産業情報センタービル3階	0776-67-7402	(公財)ふくい産業支援センター

都道府県	住所	電話番号	実施機関
滋賀県	大津市打出浜2-1 コラボしが21 2階	077-511-1425	（公財）滋賀県産業支援プラザ
京都府	京都市下京区中堂寺南町134	075-315-1055	（公財）京都産業21
大阪府	大阪市中央区本町1-4-5 大阪産業創造館2階	06-4708-7045	（公財）大阪産業局
兵庫県	神戸市中央区東川崎町1-8-4 神戸市産業振興センター1階	078-977-9085	（公財）ひょうご産業活性化センター
奈良県	奈良市柏木町129-1 奈良県産業振興総合センター内	0742-81-3840	（公財）奈良県地域産業振興センター
和歌山県	和歌山市本町2-1 フォルテ・ワジマ6階	073-433-3100	（公財）わかやま産業振興財団
鳥取県	鳥取市湖山町東4-100	0857-31-6851	鳥取県商工会連合会
島根県	松江市北陵町1 テクノアークしまね内	0852-60-5103	（公財）しまね産業振興財団
岡山県	岡山市北区磨屋町3-10 クリエイティブコワーキングスペースTOGITOGI内	086-206-2180	（公財）岡山県産業振興財団
広島県	広島市中区千田町3-7-47 広島県情報プラザ1階	082-240-7706	（公財）ひろしま産業振興機構
山口県	山口市小郡令和1-1-1 山口市産業交流拠点施設4階	083-902-5959	（公財）やまぐち産業振興財団
徳島県	徳島市南末広町5-8-8 徳島経済産業会館2階	088-676-4625	（公財）とくしま産業振興機構
香川県	高松市林町2217-15 香川産業頭脳化センタービル2階	087-868-6090	（公財）かがわ産業支援財団
愛媛県	松山市久米窪田町487-2 テクノプラザ愛媛別館内	089-960-1131	（公財）えひめ産業振興財団
高知県	高知市布師田3992-2 高知県中小企業会館5階	088-846-0175	（公財）高知県産業振興センター
福岡県	福岡市博多区吉塚本町9-15 福岡県中小企業振興センタービル6階	092-622-7809	（公財）福岡県中小企業振興センター
佐賀県	佐賀市鍋島町八戸溝114	0952-34-4433	（公財）佐賀県産業振興機構
長崎県	長崎市桜町4-1 長崎商工会館9階	095-828-1462	長崎県商工会連合会
熊本県	上益城郡益城町田原2081-10	096-286-3355	（公財）くまもと産業支援財団
大分県	大分市東春日町17-20 ソフトパークセンタービル	097-537-2837	（公財）大分県産業創造機構
宮崎県	宮崎市佐土原町東上那珂16500-2 宮崎県工業技術センター2階（宮崎テクノリサーチパーク内）	0985-74-0786	（公財）宮崎県産業振興機構
鹿児島県	鹿児島市名山町9-1 鹿児島県産業会館3階	099-219-3740	（公財）かごしま産業支援センター
沖縄県	那覇市字小禄1831-1 沖縄産業支援センター4階	098-851-8460	沖縄県商工会連合会

中小企業・
小規模事業者のための
経営相談所

よろず
支援拠点

令和6年度版 よろず支援拠点 成果事例集

発行：よろず支援拠点全国本部