

平成27年度

# よろず支援拠点取組事例集

中小企業・小規模事業者のための経営相談所



よろず支援拠点全国本部



**平成 27 年度**  
**よるず支援拠点**  
**取組事例集**

**よるず支援拠点全国本部**

# よろず支援拠点事業のご紹介

## よろず支援拠点の概要

よろず支援拠点とは、中小企業・小規模事業者が抱える様々な経営課題に対し、一歩踏み込んだ専門的な助言を行うため、平成26年6月から、各都道府県に設置しているワンストップ相談窓口です。

各拠点には、様々な経営課題に対応する専門家を配置しており、中小企業・小規模事業者の経営上の悩みに親身に耳を傾け、適切な解決策をご提案するとともに、成果がでるまでフォローアップします。

経営上のどのようなお悩みにでも、何度でも無料で相談できますので、お気軽にご利用ください。

## よろず支援拠点による主な支援内容

1. 新商品のアイデア、パッケージなどの新デザイン、インターネット販売立ち上げなどに関する、売上拡大のための解決策の提案
2. 資金繰り改善、事業再生等に関する、経営改善のための解決策を提案
3. どこに相談すべきかわからない事業者に対する的確な支援機関等の紹介



# 支援体制のイメージ図



# 取組事例 目次

	No	拠点	事業者名	業種	課題	タイトル	ページ	
北海道	1	北海道	株式会社 ネル	飲食業	創業	強みを事業計画で伝え、創業資金を調達、海外出店を実現	10	
	東北	2	青森県	赤羽屋磯辺商店	製造業	創業	伝統製法「イカの塩辛」を事業化地域外からの需要取込みに成功	11
		3	岩手県	gris garden	小売業	創業	雇われアパレル店長を脱却、店舗を買い取って独立開業！	12
		4	岩手県	株式会社 ナカギ商事	卸売業	売上拡大	通常ギフトを岩手ブランド化へ～いわて 食の名匠～	13
		5	岩手県	株式会社 アイカムス・ラボ	製造業	売上拡大	研究開発した電動ピペットの積極的なPRで事業化がスタート	14
		6	宮城県	株式会社 十一屋ボルト	卸売業	売上拡大	Web強化を皮切りに、ネットとリアル営業の融合で売上増加	15
		7	宮城県	株式会社 福祉旅行社	福祉	経営改善	収支管理の徹底で創業後の経営危機を回避	16
		8	宮城県	旅館 三乃巫湯	宿泊業	売上拡大	Webでの情報発信を強化し、ネット予約の宿泊客数アップ	17
		9	秋田県	手打ち稲庭うどん しゅんぞう堂	製造業	売上拡大	「誰にどう売るか」を明確にした、稲庭うどんの売上拡大	18
		10	秋田県	有限会社 県庁食堂	飲食業	経営改善	管理栄養士監修の新メニューと、着実な業務改善で収益性向上	19
		11	秋田県	A t o Z L a b	サービス業	創業	故郷で英会話教室を創業秋田の子供達やシニアを元気に！	20
		12	山形県	株式会社 杵屋本店	小売業	売上拡大	ショッピングサイト再構築で、ネット販売の売上が2倍に	21
		13	山形県	有限会社 オーチャードタケダ	農業	売上拡大	「微炭酸ストレートジュース」の生産ストーリーを伝え、販路拡大	22
		14	山形県	有限会社 大弘電気	建設業	経営改善	新事業を柱とした経営改善計画で資金繰り改善と黒字化を同時達成	23
		15	福島県	合同会社 きのわ	製造業	創業	会津の木工製品への思いを形に自社製品を開発し創業を実現！	24
		16	福島県	有限会社 丸宗商店	小売業	売上拡大	周年イベントを契機とした販売強化で、来客数増加を達成！	25
		17	福島県	有限会社 味廣	製造業	売上拡大	クラウドファンディングによる資金調達で、地域特産品を開発	26
関東		18	茨城県	有限会社 アサヒ縫製	農業	経営改善	金融機関と連携して、風評被害による倒産を回避	27
	19	茨城県	リトルピアニスト	製造業	売上拡大	製造から販売までの支援を受け、新しいピアノシューズ発売開始	28	
	20	茨城県	株式会社 那珂湊マリーナ	サービス業	売上拡大	マリーナ業の大型艇の受入能力強化で、売上拡大	29	
	21	栃木県	有限会社 岸印刷	製造業	売上拡大	苺農家とのマッチングで、新商品の販路拡大が実現	30	
	22	群馬県	プティ・ボンム	小売業	売上拡大	地元名産品を使った洋菓子開発大手通販会社への納入も実現	31	
	23	群馬県	株式会社 加藤エンジニア	建設業	売上拡大	知財の活用ほか、一体的な支援で業界でも注目のヒット商品誕生！	32	

No	拠点	事業者名	業種	課題	タイトル	ページ
24	群馬県	日東電化工業 株式会社	製造業	売上拡大	コンセプトから商材選定まで一貫支援を受け、新規店舗を開店	33
25	埼玉県	ディボーネクラフト 株式会社	小売業	創業	店舗デザインを開発し開店！おいしいコッペパン、焼けてます	34
26	埼玉県	株式会社 行田力松商店	小売業	売上拡大	相乗効果を生み出す販路拡大策で大幅な売上拡大を実現	35
27	埼玉県	株式会社 ワイ・エス・エム	製造業	売上拡大	顧客志向の強化を通じて、新しいサービス展開で売上アップ	36
28	千葉県	焼き鳥まんげつ	飲食業	創業	拠点と二人三脚の強固な絆で念願の焼き鳥店を開業、黒字を確保	37
29	千葉県	手刺繍工房ラジュール 株式会社	製造業	売上拡大	インド人の職人を日本に招き、アトリエ開設。売上 30% 増達成	38
30	東京都	葦駄天 I DATEN	飲食業	創業	高層マンション街で和食店を創業お得で健康的な食を提供する	39
31	東京都	株式会社 タイセイエンタープライズ	製造業	売上拡大	営業ツールの見直しにより、大企業からの受注を獲得	40
32	神奈川県	ライフリテラシー	製造業	創業	「入門！ライフリテラシーゲーム」を製品化し、創業を実現	41
33	新潟県	ファーム193	農業	売上拡大	農家を引き継いだ事業者が、販路開拓手法を学び、売上拡大	42
34	山梨県	メモリーライフ	サービス業	売上拡大	葬儀・法要冊子の商品化で、「思い出の絆」を形に	43
35	山梨県	株式会社 野中	製造業	売上拡大	こだわりの自社製品の積極的な情報発信で、売上拡大	44
36	長野県	伊那小売酒販組合	小売業	売上拡大	「飲み比べセット」の商品開発で、伊那谷の酒文化/食文化を発信	45
37	長野県	株式会社 ヤマザキアクティブ	製造業	売上拡大	「緩みにくいボルト」を実用化販路拡大を強化したい	46
38	長野県	有限会社 カナメヤ製菓	製造業	売上拡大	信州産りんごを丸ごと使った新商品「りんご大福」を開発	47
39	静岡県	有限会社 しらい酒店	小売業	売上拡大	「家康ゆかりの出世粥」をホテル朝食とマッチングさせ売上拡大	48
40	静岡県	有限会社 ヤマカ水産	製造業	売上拡大	干物とフランス料理のコラボ「パンに合う干物」の事業化実現	49

中部

41	愛知県	有限会社 長谷川急送	運輸業	売上拡大	ホームページ開設を通じて経営理念を再認識し、売上が拡大	50
42	岐阜県	合名会社 山本佐太郎商店	卸売業	売上拡大	人気商品「大地のおやつ」のブランド確立と販路拡大を実現	51
43	岐阜県	株式会社 マンマミーアホールディング	飲食業	売上拡大	未活用スペースを改装、飲食店とのシナジーで売上拡大	52
44	三重県	有限会社 モンパクトル	小売業	売上拡大	商圏を広げ、販路拡大を実現新たな人気商品も完成	53
45	富山県	マルカサフーズ 有限会社	製造業	売上拡大	「氷見産天然ぶり」のレシピ開発新しい食べ方を提案し、売上拡大	54
46	富山県	かなや麺業	飲食業	創業	こだわり製麺店の新たな挑戦「麺づくり体験型 飲食店」を形に	55
47	富山県	株式会社 とやま健康生きがいセンター	サービス業	売上拡大	業務効率改善、顧客満足度向上を目指し、業務基幹システムを刷新	56
48	石川県	有限会社 和倉炊飯	製造業	事業承継	事業計画を策定し、事業承継に向けた活動に着手	57

	No	拠点	事業者名	業種	課題	タイトル	ページ
近畿	49	福井県	松宮喜代勝	サー ビス業	売上 拡大	芸術家の「地獄からの復活」 プロジェクトで、販路拡大	58
	50	福井県	株式会社 神久商店	卸売業	売上 拡大	新商品：祖母秘伝の醤油麴漬けを 展示会でアピールし、販路開拓	59
	51	滋賀県	合同会社 マリ・マトスカ	卸売業	創業	知名度の低さを補う販売戦略で、 マケドニアの伝統食材、日本上陸	60
	52	京都府	京都青谷梅工房	製造業	売上 拡大	京都青谷の梅「城州白」を 使用した製品の販路拡大	61
	53	大阪府	株式会社 ワンラブ	福祉	売上 拡大	訪問看護の経験から 介護服を開発し、売れ行き好調	62
	54	大阪府	創作きもの雅	小売業	売上 拡大	営業スタイルと情報発信の 抜本的な見直しで、売上拡大	63
	55	大阪府	溝西鐵鋼 株式会社	製造業	売上 拡大	若い後継予定者の思いを形に 政策を有効に活用し、強みを強化	64
	56	兵庫県	株式会社 中川商店	製造業	経営 改善	事業承継候補者と経営メンバーが 一丸となって経営改善に着手	65
	57	兵庫県	匠工芸	製造業	売上 拡大	独自技術を生かした販路開拓で エンタメ業界への参入が実現	66
	58	奈良県	株式会社 旅館江泉	宿泊業	売上 拡大	老舗旅館が地元大学との コラボレーションで顧客開拓	67
	59	奈良県	葛城山麓農園 株式会社	農業	創業	無理のない堅実な計画策定で、 農業への新規参入を実現	68
	60	奈良県	下市木工舎 市	製造業	創業	木工家具の生産と技術伝承を行う 家具工房を創業	69
	61	和歌山県	株式会社 リカーショップゴワ	卸売業	売上 拡大	将来の事業拡大を見据えた、 全社的な営業改革プランの具体化	70
	62	和歌山県	有限会社 麵彩工房ふる里	製造業	売上 拡大	政策を活用し、顧客から要請の あった新商品の開発を実現	71
中国	63	鳥取県	フランス雑貨 chouchou	小売業	売上 拡大	ヒマワリオイルを使った、 新商品の開発が実現	72
	64	島根県	島根の招き猫工房	製造業	売上 拡大	効果的なプレスリリースで 「手づくり招き猫」の売上急上昇	73
	65	岡山県	三乗工業 株式会社	製造業	売上 拡大	「騒音対策」の技術とニーズの マッチングで販路開拓	74
	66	岡山県	CREATIVE-ORCA	情報 通信業	創業	人型ロボット Pepper を使った エンターテインメント事業を展開	75
	67	岡山県	株式会社 楽喜	福祉	売上 拡大	老若男女・障がい者・健常者が 交流する「総合福祉プラザ」開設	76
	68	広島県	株式会社 スキヤット	福祉	売上 拡大	顔が見える情報発信で、 デイサービスの利用者が倍増	77
	69	広島県	株式会社 ハートピア	小売業	売上 拡大	メディアと SNS を有効活用 福山からこだわりの地ビール発売	78
	70	山口県	企業組合 がんね栗の里	製造業	売上 拡大	ターゲットを明確にした 販促手法で売上拡大	79
	71	山口県	大和食品 株式会社	製造業	売上 拡大	販路開拓策を抜本的に見直し、 商品の魅力を生かして売上拡大	80
	72	山口県	有限会社 たお	飲食業	売上 拡大	事業者の看板商品を生かした 「地元名物」づくりで売上拡大	81

No	拠点	事業者名	業種	課題	タイトル	ページ
73	徳島県	株式会社 拝村屋	卸売業	売上拡大	閲覧者の滞留時間を上げ、オンラインショップの売上拡大	82
74	徳島県	有限会社 芝海運	運輸業	売上拡大	経営革新計画の承認を受け、低利融資を獲得し、船舶建造が実現	83
75	香川県	株式会社 丸亀給食センター	製造業	売上拡大	「宅配弁当管理システム」の導入で、顧客サービス向上	84
76	香川県	スマートビーンズ	サービス業	売上拡大	将来と直近の課題を整理し、次のステップへの展望が開けた	85
77	香川県	Traditional Apartment	宿泊業	創業	外国人向けゲストハウスを創業、地域活性化への思いを実現	86
78	愛媛県	BOKKE	飲食業	創業	開業すら危ぶまれた状況から、事業計画を見直しての好スタート	87
79	愛媛県	クレシェンド 有限会社	卸売業	売上拡大	具体的な開店計画書を作成して、首都圏に自社店舗を開店	88
80	愛媛県	有限会社 大和屋本店旅館	宿泊業	売上拡大	地元ジビエを活用した新メニューで老舗旅館の新しい魅力づくり	89
81	高知県	株式会社 モンプレジール	製造業	売上拡大	「街のケーキ屋さん」の挑戦 新工房を建設し、全国へ販路拡大	90
82	高知県	有限会社 下元クリーニング	サービス業	売上拡大	自社の強みを発信して、多くの新規・リピート顧客を獲得	91

83	福岡県	ae The Sounds Company	小売業	売上拡大	新商品の構想が具体化し、Web見直しで既存商品も売上拡大	92
84	福岡県	有限責任事業組合MSC	小売業	経営改善	小売業者6社が連携し、共同仕入でコスト削減を実現	93
85	佐賀県	エグチ宅配センター	小売業	売上拡大	既存事業との相乗効果を意識した事業拡大で、売上アップ	94
86	長崎県	fullyfukue 編集室	情報通信業	創業	五島発のフリーペーパー創刊 島を元気にする本づくりの挑戦	95
87	長崎県	有限会社 マインドバンク	製造業	売上拡大	「石炭米」を商店街の動きと連携させ、新商品開発に成功	96
88	長崎県	小島商店	製造業	売上拡大	こだわりの「島こんにやく」の商品デザインを見直して売上拡大	97
89	熊本県	mowaソリューションズ 株式会社	製造業	創業	半導体メーカーのコスト削減を実現する新技術で、創業を実現	98
90	大分県	クロッシュ	サービス業	創業	「音楽の感動」を届けたい！演奏家派遣サービスを事業化	99
91	宮崎県	株式会社 水永水産	製造業	売上拡大	好機の到来に対応し、新規事業の飲食店を開業	100
92	宮崎県	Laki Maika'i	小売業	創業	小さな費用で夢を実現！ハワイアン雑貨店の創業	101
93	宮崎県	鉄板焼きやまちゃん	飲食業	売上拡大	SNSの活用で売上20%アップ 不調だった人気店が復活	102
94	鹿児島県	ラーメンセンターほんや	飲食業	売上拡大	経営分析で「悩み」を整理 即効性の高い解決策で、売上拡大	103
95	鹿児島県	ホンダ食品 株式会社	製造業	売上拡大	販売チャンネルと販促の見直しで、新商品の販売に成功、売上が回復	104

96	沖縄県	有限会社 月桃花 「琉球会席 月桃庵」	飲食業	売上拡大	カジュアルなメニューを新開発 相乗効果で全体の売上が向上	105
----	-----	------------------------	-----	------	------------------------------	-----



# 事例ページの説明

## 項目について

**00** 強みを事業計画で伝え、創業資金を調達、海外出店を実現

平成 27 年創業。飲食コンテンツの企画制作を行う。テレビ番組制作のノウハウ・知識を生かした飲食コンテンツの企画制作、北海道のロケーションコーディネート等も主要サービスとする。

株式会社 ネル  
代表取締役 関根 昌弘(みさひろ)氏  
〒040-0201 青森県青森市東区 4 番地 2-37  
TEL 11-357-8248

**1. 相談のきっかけ**  
オーストラリアで飲食レストランの展開を計画していた創業主は、新規客先としてオーストラリアのメルボルンで飲食レストランの展開を計画。創業の企画段階に創業資金の調達に苦戦していたが、支援は待たれなかった。飲食店の経営や、海外展開が初めてであることから、事業計画の具体的な見直しが必要であり、その見直しとして、企画段階から当拠点の紹介を受け、相談に訪れた。

**2. 課題整理・分析**  
創業主の強みである、海外展開経験や、現地での人脈を最大限に活用できる点が、これまでのテレビ番組制作の経験において国内外 700 軒を超える飲食店の取材経験を持ち、取材を通じた飲食店経営の知識は豊富に持っている。また、出店として計画しているメルボルンの高気圧、大気汚染がひどいことから、現地への人脈も多く持ち、飲食店経営の知識が豊富であることが期待される。これらの強みを踏まえて、具体的な事業計画にブラッシュアップしていくことが必要と考えた。

**3. 解決策の提案と実施**  
創業主の強みを踏まえて、事業計画に強みを活かすよう助言。販路開拓の担当者を確保しつつ、Co の知識に基づき、海外での販路開拓の準備を進めるとともに、メルボルンの日系飲食店の進出に同等の準備を進めよう助言した。同時に、現地のテナント探しなど、事業計画よりも具体的な進捗を管理者と共有し、そのうえで、創業主の強みである、海外にわたる飲食店の取材経験に基づき、現地で、創業主の強みを最大限に活用できるように、企画段階からのプレゼンテーションのサポートを行った。

事業計画策定や作成し、創業主との打ち合わせを実施。現地での出店条件を調査。支援を受け、進捗を打ち出した事業計画策定や作成、企画

**4. 支援の成果**  
創業主の強みが活かされ、創業資金の調達に成功。企画の海外出店が実現した。

事業計画の具体性に加え、創業主の強みと、創業主が得意とする分野を伝えることなどがアポイント前や、融資の準備が完了した。現地での出店準備や人脈開拓など、本格的な出店準備に着手し、平成 27 年 12 月に創業主、メルボルンでの出店が実現した。

**相談者の声**  
オーストラリアのメルボルンでの創業を目指し、約 1 年かけて計画を立ててきたが、資金調達が難航し、諦めていた頃、当拠点を紹介された。事業計画の作成方法など、実践的で具体的な助言をいただき、資金調達も成功し、企画の海外出店が実現した。

**支援のポイント**  
創業主の「強み」を事業計画書上で伝えるため、現地調査や販路開拓を可能にする。計画の具体性の視え手への説明方法を共有することを意識して支援を実施した。結果として、その作業は、資金調達だけでなく、創業準備の円滑な進行にも生かされた。

### 主な課題

売上拡大

売上拡大、販路開拓等の課題について相談があった事例

経営改善

資金繰り改善、事業再生等の経営改善の課題について相談があった事例

創業

創業に向けた、事業計画作成・資金調達等の課題について相談があった事例

事業承継

事業承継の課題について相談があった事例

### 事業者概要

### 支援のポイント

支援の実施にあたり留意した点や、課題解決のポイント

## 用語について

### ● Co・SCO

よるず支援拠点コーディネーター・サブコーディネーター。  
よる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。

### ●実施機関

よるず支援拠点事業を国から受託している組織。  
各都道府県の中小企業支援センター、商工会連合会、商工会議所などがある。

### ●認定支援機関

中小企業・小規模事業者の多様化・複雑化する経営課題に対して事業計画策定支援等を通じて専門性の高い支援を行うため、国が「認定経営革新等支援機関」として認定した、税務、金融及び企業の財務に関する専門的知識を有している機関や人（金融機関、税理士、公認会計士、弁護士など）。





# 取組事例の紹介 全国 96 事例





# 強みを事業計画で伝え、 創業資金を調達、海外出店を実現

平成 22 年創業。映像コンテンツの企画制作を行う。テレビ番組制作のノウハウ・知識を生かした映像コンテンツの企画制作、北海道のロケーションコーディネート等を主要サービスとする。

- 会社名 株式会社 ネル
- 代表者名 諸橋 佳恵 (もろはし かえ)
- 住所 北海道 札幌市清田区北野 4 条 2-7-37
- 電話番号 (011) 357 - 8746

## 1. 相談のきっかけ

### オーストラリアで和食レストランの創業を計画 資金の調達に苦慮していた

相談者は、新規事業としてオーストラリアのメルボルンで和食レストランの創業を計画。複数の金融機関に創業資金融資の申込をしたが、承認は得られなかった。飲食店の経営や、海外進出が初めてであることから、事業計画の具体化が必須であり、その相談先として、金融機関から当拠点の紹介を受け、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

### 事業者の強みである、海外業務経験や、 現地での人脈を生かした具体的な計画づくりが必要

事業者は、飲食店経営は初めてだが、これまでのテレビ番組制作の業務において国内外 700 件を超える飲食店の取材経験を持ち、取材を通じた飲食店経営情報は豊富に有している。また、出店として計画しているメルボルンの高校、大学を卒業しているため、現地への人脈も多く持ち、飲食店経営の経験不足を補うことが可能と思われる。

これらの強みを前面に打ち出し、具体的な事業計画書にブラッシュアップしていくことが必要と考えた。

## 3. 解決策の提案と実施

### 事業者の強み等を踏まえて、 事業計画に説得力を付加するよう助言

収支計画の妥当性を検証しつつ、Co の知見に基づき、海外での和食市場の情報を提供するとともに、メルボルンの日系飲食店の進出動向等の情報を調査するよう助言した。同時に、現地のテナント探しなど、事業計画をより具体化するための作業を事業者と共に実施した。そのうえで、事業者の強みである、長年にわたる飲食店の取材経験に基づく知見や、現地で十分な人脈があることを具体的に整理していくとともに、金融機関へのプレゼンテーションのサポートを行った。

### 事業計画書を作成し、金融機関との打合せを実施 現地での出店条件を精査

支援を受け、強みを打ち出した事業計画書を作成、金融

機関との打合せを行った。打合せに際しては、地方銀行での業務経験豊富な SCo から、説明のポイント等について助言を受けた。また、現地のテナント情報を収集し、出店先候補や条件、費用等を精査。出店作業にあたっての課題を明確にするとともに、事業計画の具体性を高めた。



相談時にて (左から中野 Co、諸橋代表、小野寺 SCo)

## 4. 支援の成果

### 融資の承認が得られ、創業資金の調達に成功 念願の海外出店が実現した

事業計画の具体性に加え、事業者の強みや、創業後も当拠点が伴走支援を行うことなどがプラスに働き、融資の承認が得られた。現地での店舗改装や人材確保など、本格的な出店準備に着手し、平成 27 年 12 月に無事にメルボルンでの開店が実現した。

### 相談者の声

オーストラリアのメルボルンでの創業を目指し、約 1 年かけて計画を立ててきたが、資金調達が難航し、諦めかけていた頃、当拠点を紹介された。事業計画の作成方法など、実践的で具体的な助言をいただいて資金調達が成功し、念願の海外出店が実現した。

### 支援のポイント

事業者の「強み」を事業計画書上で伝えるため、現地調査や収支計画を可能な限り精査し、計画の具体性や読み手への説得力を高めることを意識して支援を実施した。結果として、その作業は、資金調達だけでなく、創業準備の円滑な進行にも生かされた。



# 伝統製法「イカの塩辛」を事業化 地域外からの需要取込みに成功

創業以来 35 年、釣り客を主な顧客とする旅館業を営む。宿泊客から好評を得ていた「イカの塩辛」を加工品として商品化し、販売する事業も行う。

- 会社名 赤羽屋磯辺商店
- 代表者名 磯辺 角美 (いそべ かくみ)
- 住所 青森県西津軽郡鰹ヶ沢町新町 42
- 電話番号 (0173) 82 - 0138

## 1. 相談のきっかけ

旅館業に続く、新たな収益の柱として、宿泊客に人気の「イカの塩辛」を広く販売したい

宿泊客から好評の伝統製法「イカの塩辛」を商品化して販売することを計画。宿泊客のみならず、観光客や首都圏に向けても販売を行いたいと考えていたことから、その具体的な実現方法を相談するため、鰹ヶ沢町商工会から紹介を受け、当拠点に来訪した。

## 2. 課題整理・分析

「新たな主要事業」に向けた運営体制の確立と生産体制の仕組みづくりが必要であった

事業者の要望のとおり、長期的な事業の柱とするのであれば、今回の件をひとつの新商品開発として位置づけるのではなく、既存の旅館事業と分離し経営責任体制の明確化を図り、事業部門がひとつの企業として成立するような運営体制の構築が必要と考えた。そこで、事業責任者を定め、仕入先の選定から、生産体制の構築、販売促進の実施まで一連の生産販売の仕組みづくりを行うことが課題だった。

## 3. 解決策の提案と実施

息子を中心とした、事業運営体制の確立を提案  
事業化に向けた、一連の作業推進を支援

事業者との議論を重ね、次代の育成も考えて、旅館業における代表者の息子である磯辺角美氏を中心とした運営体制を確立して、具体的で実現性のある計画づくりを進めることを提案。極力少ない初期投資で加工販売を行う体制とするため、居抜き物件を活用した加工所の整備や、県の企業支援型地域雇用創造事業の補助金の活用、販路拡大のためのホームページ開設等の情報発信など、事業化に向けて助言した。



磯部代表



業務風景

事業運営体制を確立、製造販売の体制を整備  
ホームページ開設やブログ等で情報発信を開始

磯部氏が事業責任者となり、策定した事業計画に基づき、製造販売体制を整備、材料の安定供給先を確保する共に、一定量を仕入れることでコストダウンも実現。ホームページを作成し、ブログ等で情報発信を行うとともに、バイヤーとの商談にも取り組んだ。



ホームページ 伝統製法の魅力が伝わるデザインとし、  
ブログを活用したタイムリーな情報発信を行う

## 4. 支援の成果

「ひとつの独立した事業」としての立ち上げに成功  
売れ行きも好調で、首都圏百貨店での物産展にも出店

計画に基づいて新しい事業が立ち上がり、従業員も新たに 2 名雇用し体制が確立した。製品の評判もよく、売れ行きも好調で、インターネット通販に加え、首都圏の大手百貨店での物産展にも出展、積極的に販路拡大を進めている。また、地元商工会にも加入し、地域のイベントや観光施設での販売も実現している。

### 相談者の声

事業立ち上げ時は、様々なことを判断しなければならず、漠然とした不安を感じていたが、一連の支援を受け、経営知識や販路拡大の具体的な進め方が分かり、非常に助かった。おかげで商品の評判もよく、経営も軌道に乗ってきたと感じている。

### 支援のポイント

創業時のアイデアを形にできるよう、課題を整理し、計画書に落とし込むことに重点を置いた。さらに、行政の支援施策も状況に合わせて提案することで、補助金策定による資金調達等も、円滑に進んだ。

# 雇われアパレル店長を脱却、 店舗を買い取って独立開業！

従業員として店長を務めていた、アパレル系小売店舗の店舗縮小に伴い、勤務先企業から店舗を買い取る形で平成27年に開業。主に婦人服を取り扱う。

- 会社名 gris garden
- 代表者名 生江 智子（なまえ ともこ）
- 住所 岩手県盛岡市菜園 1-8-20  
ブロックアパルメント 1F
- 電話番号 (019) 625 - 3700

## 1. 相談のきっかけ

**勤め先の店舗を買い取り、  
独立開業を決意したシングルマザーの挑戦**

相談者は、勤め先であるアパレル系小売店舗の運営会社（以下、母体会社）の店舗縮小方針により、自身が店長を任されていた店舗の買取を打診された。

相談者は、不幸にも夫を事故で亡くし、女手一つで子育てを行っているシングルマザーであり、女性が働きやすい環境や職場づくりに取り組みたいとの熱い思いがあったことから、独立開業を決意した。これまでの店長としての経験から、仕入販売の経験や知識はあるものの、経営に関しては経験がないため、盛岡商工会議所に相談したところ、当拠点を紹介され、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

**店舗単独での採算性を検証し、  
資金調達先を検討**

母体会社からの提案は、母体会社が運営する2店舗のうち1店舗を、事業者が買い取るというものだった。一般的に考えて、2店舗中1店舗を売却するというのであれば「不採算部門」の切り捨ての恐れがあったので、「店舗単独での採算性」を細かく検証しながら、買取資金の調達先の検討も進める必要があった。

## 3. 解決策の提案と実施

**母体会社と交渉し、店舗の買取価格を精査**

まずは母体会社と同社の顧問税理士と交渉し、店舗単独での損益計算書、資産目録等の作成を依頼した。その結果を踏まえ、母体会社から提示された店舗の買取価格の妥当性を検討することを提案した。

**金融機関2社と、開業資金の調達交渉を実施**

店舗の買取価格の評価等の支援を受けながら、事業計画の策定も進め、金融機関と開業資金調達のための交渉を開始した。「1つの交渉先だけでは不安」との事業者の意向も踏まえ、金融機関2社と同時に交渉を進めた。



店舗外観



店内風景

## 4. 支援の成果

**開業資金を希望額で調達し、事業譲受が完了  
秋・冬物の仕入にも間に合い、開業を達成**

買取価格の妥当性検証も済ませ、開業資金も、金融機関2社のうち1社から希望額での融資を受けられ、無事に事業譲受が完了した。年末の繁忙期に向けた、秋・冬物の仕入にも間に合い、円滑にスタートが切れた。



生江代表

### 相談者の声

母体会社より期限を迫られている中で、最初に1社目の金融機関から融資を断られた際は、やはり「世間の目、態度」は、女性もしくはシングルマザーに優しくないものと思った。しかしながら、ダメ元であったものの熱意を買ってくれた2社目の支援によって、何とか開業することができた。私にとっては、当支援拠点は、解決の糸口をいただいた、良き支援機関である。

### 支援のポイント

支援を通じては、譲受店舗の事業性評価や資金計画などの財務面での支援に加え、相談者が、従業員から経営者になることへの不安を払拭し、自信を高められるようなアドバイスを意識した。資金調達の支援のなかで、相談者が自ら2社との金融機関交渉の必要性を考えたところなど、意識の変化の手ごたえを感じている。経営はまさに始まったばかりで、軌道に乗るまで相談者や金融機関と連携し、支援したい。

# 通常ギフトを岩手ブランド化へ ～ いわて 食の名匠 ～

売上  
拡大

岩手県よろず支援拠点

昭和 47 年にシャディのギフト業で創業。  
企業向けカレンダーの名入れや、学校の体操着、  
会葬品ギフトなどの販売も手掛ける。

●会社名 株式会社 ナカギ商事  
●代表者名 中村 賢也 (なかむら けんや)  
●住所 岩手県盛岡市厨川 3-2-6  
●電話番号 (019) 641 - 0323

## 1. 相談のきっかけ

本業の売上低迷を食い止めるための、  
根本的な解決策を見出したい

本業のギフト販売は、市場環境の変化や、ネット販売利用者の増加によって売上が低迷しており、他に色々と事業を拡大したが、解決には至っていない。各事業をどのように進めて売上に結びつけるか悩んでいたところ、地元金融機関の合同相談会を通じて当拠点を知り、相談に至った。

## 2. 課題整理・分析

ギフト商品のコンセプトを明確にし、  
新たなポジショニングを確立する必要があった

各事業を分析したところ、市場はどれも縮小化傾向だが「会葬品ギフト」に関しては、売上拡大の可能性があるとの仮説を立て、深堀りを行った。

これまで展開していた会葬品ギフトは、地元商品を揃えていたものの、パッケージに一貫性が無く、魅力が伝わらないため、取引先開拓に苦慮していた。相談者がこれまでに企画した商品をヒアリングしたところ、「生産者の名前を前面に出したギフト」を検討していたため、その商品力を強化すれば、売上拡大につなげられると分析した。

## 3. 解決策の提案と実施

岩手の著名な「生産者」に焦点を当てて、  
ギフト商品のブランド化を提案

岩手の著名な生産者の商品をシリーズ化し「いわて食の匠」としてブランド化することを提案した。商品パッケージは、商品を3～4点詰め合わせる内容で統一し、さらに商品の魅力を伝えるためのパッケージの具体的なデザインやフォントについてアドバイスした。



従来のパッケージ



相談後のパッケージ  
(商品の前面に生産者名を表示)

商品力を生かし、取引先開拓を積極的に推進  
ブランド化のため、商標登録を実施

提案を受け、「地元の生産者」にこだわった新商品ができあがり、会葬業者だけでなく、住宅メーカーに対し、施主へのあいさつ贈答品としての商品提案を行う等の取引先開拓を行った。また、ブランド名「いわて食の匠」の商標登録も実施した。



商品パンフレット  
数種類の商品の中から、  
希望する商品を自由に  
組み合わせられる。

## 4. 支援の成果

会葬業者 3 社と新規契約、住宅メーカーにも採用  
売上高で月額前年比 200%以上を達成する月も

会葬業者の取引先を新たに3社開拓し、売上も月によっては前年比 200%以上と V 字回復基調となっている。

住宅メーカーへのアプローチも成果につながり、施主へのあいさつ贈答品に採用され、安定受注に繋がっている。現在は「いわて 食の名匠」に名を連ねる生産者も9名に増え、それに合わせ、Web 通販展開も準備中である。

### 相談者の声

同じ内容の商品でも、ブランディングによってパッケージの見せ方やメッセージ性が変化し、取引先への差別化が図れるということが分かり、事業拡大の期待を持つことができた。ブランド化に成功すれば、会葬品だけでなく、様々なマーケットに展開できるという可能性にも気づけたので、他販路の新規開拓やネット販売などにも拡大していきたい。

### 支援のポイント

厳しい経営状況の中でも、社長自身が前向きにアイデアを持って何とかしたいという想いを形にすることを意識して支援した。一次産品やその加工品はコモディティとしての展開が多いため差別化が難しいが、キレのあるブランディングを構築するために、「普段はあまり露出することのない岩手の優秀な生産者名を前面に打ち出したギフト」というコンセプトを持ち込んだことが支援のポイントである。



# 研究開発した電動ピペットの積極的なPRで事業化がスタート

売上  
拡大

岩手県よろず支援拠点

平成15年に大学発ベンチャーとして創業。「世界最小のプラスチック駆動装置」を核とした応用製品の受託開発に加え、平成25年からは、世界最小・最軽量で、ペンの持ち方で正確な液体の吸排出を可能にした電動ピペット「pipetty」を開発した。

●会社名 株式会社 アイカムス・ラボ

●代表者名 片野 圭二 (かたの けいじ)  
●住所 岩手県盛岡市北飯岡 1-8-25  
盛岡市新事業創出支援センター A-1棟  
●電話番号 (019) 601 - 8228

## 1. 相談のきっかけ

新規事業の立ち上げ全般に関する支援を必要としていた

相談者は、創業時から、いわて産業振興センターの各種事業を活用し、支援を受けてきた。今般、同センターから当拠点の説明を受けたことをきっかけとして、新電動ピペット「pipetty-pro」の戦略構築（研究開発から事業化まで）について相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

事業化に向けた重要な検討課題を順に整理

開発した製品を事業化するまでの工程は長く、取り組むべき事項は山積しているため、以下の3つを課題として整理した。

- 課題① 開発品の事業化までの工程の整理
- 課題② 新製品発表等の広報
- 課題③ 新規研究開発のための補助金制度の導入

## 3. 解決策の提案と実施

スケジュールや資金調達など、事業化に必要な項目をひとつひとつ助言

前述の課題①「事業化までの工程の整理」については、開発状況や商品化日程等の進捗を、ガントチャートで整理した。また、「a) 研究開発テーマ、b) 概要、c) 実施企業、d) 活用事業、e) ロードマップ」の5項目を整理し、分かりやすい資料を作成することを提案した。

課題②の「広報」については、新製品の発表や、事業コンテストでの受賞（「メディカルクリエーションふくしま」大賞受賞）など、事業者の情報発信の旬なタイミングを逃さないよう、いわて産業振興センターや岩手県の広報との連携を提案した。

課題③の「補助金制度の導入」については、国や県等のものづくり補助金やふるさと名物応援事業補助金などの申請にあたり、申請書の作成方法等の助言を行った。

## 4. 支援の成果

複数の補助金に採択され資金調達が実現  
メディアにも取り上げられ、事業化に向け好スタート

ものづくり補助金等の補助金に採択され、希望どおりの資金調達が実現。さらに、「メディカルクリエーションふくしま」での大賞受賞や新製品の電動ピペット発売の事実等が岩手日報や日経新聞等の各誌に、さらにテレビ岩手にも取り上げられ、効果的なプレスリリースが成功した。事業全体像が見える化させたことも相まって、準備作業も円滑に進捗し、事業化をスタートできた。



片野社長



社内風景



開発した電動ピペット



メディカルクリエーション  
ふくしま 大賞受賞

### 相談者の声

いわて産業振興センターには、弊社設立以来、数々の支援をしていただき、大変感謝している。当拠点の開設で、センターの事業メニューのみならず、研究開発から販路開拓（PR）までの相談に対応してもらっている。

### 支援のポイント

元々、国や県の補助金制度などを活用し技術開発を進めており、事業化に向けて熱心さが大変伝わってくる方であった。当拠点としては、関係機関と連携しながら、技術開発のみに注力するのではなく、その後の事業化に必要な、情報発信や販路確保など経営の視点を事業者強化してもらうよう助言したことが今回のポイントであった。

# Web強化を皮切りに、ネットとリアル営業の融合で売上増加

売上  
拡大

宮城県よろず支援拠点

昭和36年に先代経営者がボルト等の卸売業として創業。日本一の在庫品種、情報発信を目指して卸・小売りを展開している。受発注やweb等のIT化にも古くから取り組み、平成25年には経産省の「中小企業IT経営力大賞」を受賞している。

●会社名 株式会社 十一屋ボルト  
●代表者名 佐藤 兼紹（さとう かねつぐ）  
●住所 宮城県仙台市宮城野区扇町7-1-17  
●電話番号 (022) 258-6851

## 1. 相談のきっかけ

売上減少、営業赤字に陥り、改善策の実行に迫られた

売上が平成23年度をピークに減少を続けており、平成25年度の収支は、東日本大震災で被災した石巻営業所を閉鎖したこともあり営業利益が赤字となった。今後の事業戦略を再構築するなかで、IT化の支援を受けていた（公財）みやぎ産業振興機構から当拠点を紹介され、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

強みである営業力をさらに磨くために、Webとの連携が必須と見出された

経営方針は明確になっているものの、経営環境の変化もあり、営業戦略の見直しが必要であった。また、各業務の連携が取れておらず、生産性が低いことが課題であった。生産性の低さの原因の例として、受発注業務のIT化が部分的に行われていることやWebサイトの顧客照会やFAQが未整備などが挙げられ、既存の営業活動に生かされていない。そこで、事業者の強みである営業力とWebの連携を強化することが事業展開上有効と判断した。

## 3. 解決策の提案と実施

事業者の課題と強みを明確化し、事業者の役割を再定義

まずは、営業戦略の再構築を検討し、事業者の強みである「営業力」と「Web」を生かすため、事業者の役割を「単なる部品の提供者」から「顧客が事業でネジを使う際の一括した相談相手、即ち、顧客のネジ締結機能の保守管理への関与（締結サービス）」へシフトすることを提案した。

Webを「ボルト・ネジに関する総合情報サイト」とし、顧客のサイト訪問回数を増やす

短期には「Web強化によるリアル営業への誘導」、中期では「締結サービス実施のための体制づくり（部分最適を全体最適に）」を進め県内シェア1%を5年後に2%まで向上させるよう提案した。Web強化についてはサイト訪問者の足取りを分析し、閲覧の多いページには詳細な説明を作りこむと同時に、ボルト・ネジの技術データ、現場向けノウハウ等も掲載し、問い合わせ件数の増加を狙った。



Webサイトトップページ

顧客にwebを「ネジの総合情報サイト」として活用してもらうため、ボルト・ネジの技術データや現場向けノウハウ等も発信する。



技術情報ページ

## 4. 支援の成果

Webアクセス数が月600件から8000件超に増加  
機敏な営業対応との連携で、売上高も増加に転じた

自社の役割を明確にしたうえでWebサイトを改良したことにより、月600件程度であったアクセス数が、現在は月8,000件にまで増加。問い合わせ件数も増え、それを営業担当が機敏に対応している。毎月の対前年同月売上高も平均105%と増加に転じた。また、メーカーも、サイトアクセス数に着目しており、サイトでの新製品紹介の依頼が増えるとともに、メーカーの打診を受け、WebサイトをECサイトに発展させる可能性も見えている。



佐藤社長



事業所風景

### 相談者の声

BtoBの取引であるので顧客のニーズを把握する難しさもあったが、Webの改良を通じてニーズの見え方ができ、リアル営業との連携の可能性が見えた。当社の取組にメーカーも注目しており、今後の新たな事業連携も楽しみである。

### 支援のポイント

顧客から長期の取引を得るために、顧客ニーズに合った新たな付加価値を提供することが課題だった。そのため、事業者の持ち味である営業力をより引き出すようなWeb強化を行うことを意識して支援を行った。ビジョン形成から事業目標の設定、個別機能検討、具体的アクションまでを実施した。

# 収支管理の徹底で 創業後の経営危機を回避

平成 26 年 6 月、理学療法士 2 名で創業。「日常動作リハビリ特化型デイサービス」を提供している。介助が必要とする方やその家族が『旅行』を通じて、日々の生活に喜びや自信、意欲を取り戻すことができるオリジナルプログラムを開発している。

●会社名 株式会社 福祉旅行社  
●代表者名 大友 伸太郎 (おおとも しんたろう)  
●住所 宮城県仙台市宮城野区新田 1-20-3  
●電話番号 (022) 794 - 8294

## 1. 相談のきっかけ

**顧客が集まらず、売上が低迷  
資金繰りへの漠然とした不安から助けを求めた**

福祉旅行に対する熱い思いを胸に理学療法士 2 名で創業したが、創業計画の通りに顧客が集まらず、売上が低迷。共同創業者のひとりが、チラシで当拠点を知り、「このままでは会社が立ちいかなくなる」不安から、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

**サービス力や技術力の向上に注力するあまり、  
会社の収支管理が二の次となっていた**

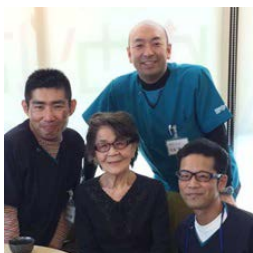
収支計画を見たところ、売上予測が楽観的であった。その上、資金繰り表が作成されておらず、収支計画や経費節減策が、その場しのぎとなっていた。その背景には、完全個別メニューでのリハビリ指導など、サービスや技術力に自信があり、それを磨くことに注力していることが一因と考察。実際、それらのレベルは高いと思われるため、本質的な課題は「集客力強化」以上に、「収支管理の徹底による、資金不足回避策の立案と実行」であると考えた。

## 3. 解決策の提案と実施

**正確な「資金繰り表」と、  
実行可能な「収支改善計画」の作成を提案**

まずは、入出金予定を洗い出して資金繰り表を作り、その上で現実的な売上目標、サービス利用者を増やす販促計画、支出計画を立てた。それにより、「絵に描いた餅」でなく「具体的なアクションプラン」として実行可能な収支改善計画を作成することを提案した。

また、作成した資金繰り表を元に、「借入金の条件変更やテナント賃料の見直し」の交渉を行うなど、具体的な対策を提案した。あわせて、メンバーの役割分担も、得意分



事業者スタッフと顧客



支援にあたった田中宏司 Co

野や特性によって柔軟に変えていくことも重要と、事業者と議論した。

## 収支改善計画を作成し、実行

資金繰り表と収支改善計画を用いて、金融機関への借入れ条件変更や、テナント賃料の見直しの交渉をした。また、資金不足の時期を把握し、適切な回避策を個別具体的に検討した。同時に、抜本的な経営改善を実行するため、創業メンバーの中でも経営管理に向いている者に代表を交代した。

## 4. 支援の成果

**借入条件や賃料の見直しを実現し、  
資金ショートを回避**

作成した資金繰り表や収支改善計画を用いて交渉をしたことで、借入れ条件の変更や、賃料の見直しも受け入れてもらうことができ、当面の資金ショートが回避された。その後、自律的改善に向けて前進している。



リハビリコース

屋外の段差や不整地を再現したリハビリコース等を用意している。リハビリプログラムは、理学療法士が利用者に応じて個別に作成。



事業所室内

### 相談者の声

資金繰り表の作成を支援してもらえたことで、どのような対策を、どれだけ打てば良いのか、やるべきことが明確になり、それまでの漠然とした不安がなくなった。まだまだ状況は厳しく、大変ではあるものの、支援をいただいて気持ちが前向きになった。

### 支援のポイント

正確な資金繰り表の作成を支援し、現状では何時、幾ら資金が不足するのか、相談者に近未来の姿を定量的に把握してもらうようにした。このことで「どのような対策をどれだけ打てば資金不足を回避出来るか」の検討が可能となった。また、状況が正確に見通せないことによる、相談者の「漠然とした不安」がなくなった。



# Webでの情報発信を強化し、 ネット予約の宿泊客数アップ

売上  
拡大

宮城県よろず支援拠点

湯治宿として創業40年となり、現在の代表者は2代目が務める。全客室9部屋の、家庭的なおもてなしの小さな宿。地下450mから汲み上げている湯は、当地区には珍しい純重曹泉で美人・美肌の湯と言われるくらい有名な泉質。

## ●会社名 旅館 三之巫湯

●代表者名 今野 裕太郎 (こんの ゆうたろう)  
●住所 宮城県大崎市鳴子温泉星沼 77-53  
●電話番号 (0229) 87 - 2120

## 1. 相談のきっかけ

震災に伴う訪問客の減少に対し、  
宿泊客の増加が急務であった

鳴子温泉郷は、東日本大震災以降、訪問客が減少し、押しなべて旅館の売上は低迷している。さらに、震災に起因する建物・設備の修理等にも費用がかかり、宿泊客増加のための対応が急務であった。その状況の中、相談者は地元商工会及び信用組合から当拠点を紹介され、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

新たな設備投資が難しいため、  
今ある旅館の魅力を伝え、宿泊客を増やすことが必要

個人客主体の宿でもあり、2代目の現経営者は法人への営業活動経験はない。また、シルバー層をターゲットとするためのバリアフリー化には、大幅な設備改修が必要となる。現状では、さらなる設備投資は困難な状況にあり、現有設備を活用しながら、若い客層の多いネット経由の客や、リピーター客の増加策の実施が最優先課題だと判断した。

## 3. 解決策の提案と実施

旅館運営と両立できるような情報発信を提案

旅館運営は、実質的に経営者夫妻とパートを含む従業員3名で賄っており、経営者が営業活動に時間を割く余裕はない。人員体制の制約を克服しながら集客力を上げるために、HPを魅力ある内容に改訂したうえで、手軽に更新でき、若い客層にPRできるブログやSNSを組み合わせ、逐次最新情報を発信していくことを提案した。さらに、自県のみならず、他県にも渡って、専門家の選定を実施した。

専門家と連携して「小さな旅館」ならではの  
魅力を洗い出し、情報発信を実施

支援の実行には、山形県よろず支援拠点の紹介により、「Webでの旅館・ホテルの集客力アップ」に実績のある、山形県登録専門家を選定し、魅力の洗い出しや情報発信について助言を受けた。小さな宿ならではの魅力を洗い出し、「実家に帰った気分が味わえる」「女性に人気の純重曹泉の源泉掛け流し」等の情報発信に重点を移した。



旅館フロント



地下450mから汲み上げる源泉

## 4. 支援の成果

繁忙期の売上は前年同月比で10%の増加  
宿泊情報サイトの満足度評価でも高得点を獲得

繁忙期の紅葉時期は、前年同月比で10%の売上増加となり、情報発信の効果が出了。また、これまでは見られなかった、宿泊客からのブログへの書き込み等も出始めた。さらに、国内宿泊予約サイトで満足度4.5前後(満点5)の高い評価を得ている。タイムリーな情報発信を継続し、宿泊客が最も落ち込む2月～4月にかけても、多くの新規客、リピーター客を迎えられる見込みである。



旅館玄関にて  
(左:今野代表、右:専門家)



支援にあたった菅野SCO

### 相談者の声

支援を受け、先代が開業した温泉宿の原点が「湯治宿」だったことを思い出し、原点に復帰しようとの思いに至った。周辺の四季の変化や純重曹泉等、自分が気づかずにPRをしてこなかった宿の「健康的魅力」を再認識した。東北地方のみならず全国に向けて魅力ある情報を発信し、一人でも多くの宿泊客をお迎えしたい。

### 支援のポイント

民家の間にひっそりと佇む「小さな温泉旅館」が第一印象であった。娯楽施設や大浴場などを備えた賑やかな大型旅館にはない魅力と個性をいかに伝えるかに、支援の焦点を絞った。提案を納得して受け入れてくれた経営者夫妻に感謝したい。次の段階は、中期経営改善計画策定により、3代目の経営者(次男)への事業承継支援を続けていきたい。

# 「誰にどう売るか」を明確にした、 稲庭うどんの売上拡大

売上  
拡大

秋田県よろず支援拠点

昭和59年創業。日本三大うどんのひとつ、秋田県の特産品である「稲庭うどん」の製造・販売を行う。平成24年には「生うどん」を開発。その細さからは想像できないモチモチ感の実現に成功し、味と食感に高い評価を得ている。

## ●会社名 手打ち稲庭うどん しゅんぞう堂

●代表者名 高橋 俊三（たかはし しゅんぞう）  
●住所 秋田県湯沢市宇留院内字山根 3-1  
●電話番号 (0183) 79 - 2450

## 1. 相談のきっかけ

### 新たな売上拡大策の 方向性について思案していた

卸売業者2社を主要販売先としているが、近年の売上は減少している。創業時から下請製造をしていたが、注文の減少に伴い平成18年から直営販売に転換。後継者の高橋氏は、新たな営業先として県内飲食店等への展開など、さらなる売上拡大策を考えていたところ、チラシを通じて当拠点を知り、相談に来訪した。

## 2. 課題整理・分析

### 自社の強みや方向性があいまいで、 「誰にどう売るか」が明確でなかった

麺の品質は高く、茹で上がりの「のどごし」「つやめき」ともに他社に引けを取らない良品であった。また、納品形態や数量など取引先の細かな要望にも柔軟に対応できることも強みだと分かった。商品力は高いため、今後の経営ビジョンを明らかにし、商品の販売ターゲットを明確にすることが課題と捉えた。

## 3. 解決策の提案と実施

### 経営ビジョンの再確認と、 ターゲットの見直しを提案

初めに、経営ビジョンの大切さを説明し、自社商品の強みと課題を多面的に確かめながら、事業計画を立ていくことを提案した。作業を通じて、事業者が、「稲庭うどん」は、多くの消費者から高級品として認知され、おもてなしの品や贈答品として利用されていることに気づいた。そこで、飲食店中心の営業ではなく、観光地のお土産売り場や観光拠点の物産売り場及びレストランへの営業にシフトした。



写真左から高橋代表、支援にあたった樋渡 SCO

### 商品の強みを明確に説明できるよう、 アピールポイントの整理と営業の提案

商品の強みを「品質」と「納品対応」の2つの面から整理し、商品を効果的にアピールできるようにアドバイスした。営業ツールとして「つやめき」の分かる写真を使ったチラシ、「のどごし」が分かるサンプルによる試食、茹で方の説明が記されたチラシなどを作成して、提案営業を行うよう助言した。

## 4. 支援の成果

### 複数の小売店舗での取り扱いが決定 売上高も前年比120%増を達成！

自社商品の強みを再認識し、「誰にどう売るか」の明確化により、自信を持って営業に当たることができ、2か所の道の駅レストランと契約できた。また、レストランでの評判の高さから、お土産売り場での取り扱いも決まり、売上高も前年比120%を達成した。



レストランでの販売商品



小売用パッケージ

### 相談者の声

一番の大きな変化は私自身の意識が180度変わったことである。樋渡さんの対応は「具体的な指示」ではなく、自分の意志で進むべき道を見出せるよう導いてくれるものであった。会社を成功に導いてくれるのではなく、人と向き合い、経営者を育ててくれるサブコーディネーターに会えた幸運を無駄にしないようこれからも頑張っていきたいと思う。

### 支援のポイント

自社商品を知り、ターゲットに強みを伝えられたことが売上拡大につながった。高橋さんは製造中心で頑張ってきたため、当拠点では、経営知識の強化につながるようなアドバイスを中心に行うことを心がけた。夢の実現に向け、引き続き支援していきたい。



# 管理栄養士監修の新メニューと、 着実な業務改善で収益性向上

秋田県庁にて食堂運営を受託し運営している企業。安心・安全・健康食堂をコンセプトに、管理栄養士監修のもと開発した減塩・カロリー控えめの健康日替わり定食などを提供している。

●会社名 有限会社 県庁食堂  
●代表者名 平野 秋光 (ひらの あきみつ)  
●住所 秋田県秋田市山王 4-1-1  
●電話番号 (018) 860 - 3581

## 1. 相談のきっかけ

収益改善に向けた具体的な助言を求め、メインバンクの支店長と共に拠点を訪問

相談者は、ここ数年の収益減少傾向の対策として、早急な経営改善を図り、資金繰りを安定させたいとの考えから、収益改善策について、メインバンクの支店長に相談した。支店長は、食堂運営面での具体的なアドバイスが必要と考え、相談者と共に当拠点到訪に至った。

## 2. 課題整理・分析

人気メニューの商品力と販促強化、業務効率の向上、コスト管理の徹底が喫緊の課題

日替弁当や松花堂弁当などの人気メニューの魅力が伝わりづらいため、商品力の強化と効果的な販促を行うことで、集客強化が可能と考察。また、食券の販売が手作業で行われており、食券を買うために長蛇の列ができていた。このような顧客の待ち時間等を解消し、回転率を上げて、より多くの顧客にサービスを提供することも課題と考察した。

また、事業者の粗利益率や労働分配率等の経営指標も、同業他社の平均水準から見ても低く、コストカットという視点で改善の余地があると判断した。

## 3. 解決策の提案と実施

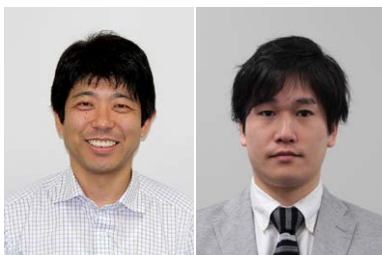
「健康メニュー」の開発と、チラシ等での販促を提案  
自動券売機の導入、メニューごとの原価管理も助言

売れ筋メニューの傾向から、健康志向の40～50代の客層向けに「健康メニュー」を開発し、商品力の強化を提案。管理栄養士を紹介し、「管理栄養士監修の体に良い食事」を売りにすることを助言した。また、食券購入の待ち時間解消のため、自動券売機の導入を提案した。

粗利益率、労働分配率の改善にむけ、コスト管理を徹底すべく、メニューごとの原価管理も提案した。



平野代表



支援にあたった小室 Co、宮崎 Sco

管理栄養士監修「健康日替わり定食」を開発  
社員の効率的な配置と、細かな原価管理も実行した

「疲労回復、血糖値対策」等の販売ターゲット層が気になる健康テーマに応じ、地元の野菜を使った管理栄養士監修のメニューを5種類開発。写真を用いたチラシを作成して販促を実施した。また、自動券売機を導入して食券購入の待ち時間を改善したうえ、社員の配置を再検討し、効率的なサービス提供を実現した。

コスト管理は、食材の仕入先や単価を精査し、メニューあたりの原価低減に努めた。



新たに開発した健康ランチのメニュー



導入した自動券売機

## 4. 支援の成果

新たに開発したメニューは連日完売  
粗利益率も改善し、年度決算で黒字転換を達成

毎日限定30食の新メニューは連日完売。さらなる売上増加が期待される。また、人員配置の見直し等の実施、食材の仕入単価とメニューごとの原価の精査により、粗利益率が2%改善し、当該年度決算で黒字転換を達成した。

### 相談者の声

自社の強みである日替弁当をさらにグレードアップして販売することができた。また、経営改善も着々と進んでいる。今後はメニュー開発を常に行いながら、安心・安全・健康食堂をコンセプトに売上拡大を図っていきたい。

### 支援のポイント

収益性改善に向け、売上拡大と経費削減の両面から助言を行う必要性があると判断した。特に、売上拡大については、全メニューを改善するのではなく、商品別ABC分析を行い、最も売上に影響のあるメニューを改善対象として絞り込み、そこに対して社長以下一丸となって改善策を練るよう助言したことが、組織の意欲を喚起し、改善につながったポイントであると思う。

# 故郷で英会話教室を創業 秋田の子供達やシニアを元気に！

## ●会社名 A to Z Lab

- 代表者名 井上 和磨 (いのうえ かずま)
- 住所 秋田県秋田市御所野元町 3-2-4  
e 環境秋田ビル 1階
- 電話番号 (018) 827 - 3969

平成27年に夫婦の共通点の故郷である秋田で、妻の語学指導経験と英語教育の専門家としての資格を生かし、英語教室をオープン。

## 1. 相談のきっかけ

**創業を決意したものの、事業の始め方や経営に不安があり、相談先が必要だった**

相談者は、「秋田の教育産業に貢献し、地元経済を盛り上げていけるような人材」を、夫婦二人三脚で育成したいとの強い思いがあり、英語教室の創業を決意した。しかし、創業や経営の経験がないため、相談先を探していたところ、インターネットを通じて当拠点を知り、相談に訪れた。



レッスン風景



支援にあたった柿崎 SC

## 2. 課題整理・分析

**場所、資金、人脈の観点から、創業にあたり検討すべき課題を整理する必要があった**

事業者は、夫婦ともに秋田の大学を卒業しており、地元の親族、友人、知人など、教室のPRや生徒の募集に関しては、豊富な人脈があると見られた。そのため、創業にあたっての課題を以下の4つに絞った。

- ①創業場所の確定
- ②創業に係る事業計画の策定
- ③創業後の「経営に関する」人脈形成
- ④金融機関との関係性構築

## 3. 解決策の提案と実施

**各課題の解決を通じて、創業に向けて着実に進んでいることを実感してもらう**

事業者の不安を払拭できるよう、前述①～④の各課題について、順を追って解決策を提案した。

①創業場所については、想定顧客の人口動態、学習塾への支出動向、競合分析、等のデータによる市場分析手法を助言した。また、地元の実際の消費動向なども、地元金融機関などにヒアリングし、候補地を絞り込んだ。

②事業計画については、具体的かつ現実的な内容となるようにアドバイスするとともに、創業補助金制度の活用を提案し、申請に向けた計画書の作成を支援した。

③経営に関する相談相手に困らないよう、人脈形成促進のため秋田商工会議所への加入を勧め、担当者を紹介した。

④金融機関との関係性構築については、創業地域の地元金融機関の担当者を紹介した。

## 4. 支援の成果

**創業補助金と融資を受けられ、創業を実現  
漠然とした不安も払拭された**

課題をひとつひとつ解決するなかで、創業への漠然とした不安が払拭された。資金についても、支援を受けて作成した事業計画書により、創業補助金と融資を受けることができ、創業が実現した。また、秋田商工会議所にも加入を予定しており、日常的な経営相談ルートも確保できた。



教室風景 生徒を交えたハロウィンパーティの様子

### 相談者の声

「よろず支援拠点」の存在は、あらゆる面で頼みの綱だった。創業の構想だけは持ちながらも、実際は暗中模索の状態だった。おかげで補助金の交付も決定し、スタートラインに立つことができた。事業運営の方はまだまだこれからだが、ひとまずここまで来られたことに深く感謝している。

### 支援のポイント

相談者二人の、創業への熱い思いが伝わってきた。支援では、「データに基づく分析」と「人脈づくりから得られる生の情報」の両方を組み合わせることで、経営判断をしていくことで、相談者が、経営者としての判断力や意識が高められるように心がけた。

# ショッピングサイト再構築で、 ネット販売の売上が2倍に

売上  
拡大

山形県よろず支援拠点

創業200年を超える老舗の菓子製造販売会社。山形県産の素材にこだわり、伝統の技術で和・洋菓子を創作することで数々の賞を受賞している。山形県内各地に17店舗を展開する。

●会社名 株式会社 杵屋本店  
●代表者名 菅野 高志 (かんの たかし)  
●住所 山形県上市市 弁天 2-3-12  
●電話番号 (023) 673-5444

## 1. 相談のきっかけ

ネット販売の売上が非常に少なく、  
全面的な改善を必要としていた

相談者は、高い商品力を有していたものの、ネット販売強化を課題とし具体的な改善方法が見い出せずにいた。その折、商業会山形支部でのセミナーを通じて当拠点を知り、相談に至った。

## 2. 課題整理・分析

ネット販売を意識した「見せ方」になっておらず、  
訪問者に商品の魅力が伝わらない

これまでのコンテンツを精査すると、内容は充実しているが、ネットでの購買者を意識した説明にはなっておらず、商品の魅力が伝わらないため購買につながらない、ページ内の操作ボタンが小さく、分かりづらい等の課題があった。また、事業者自らショッピングサイトを構築運営したいとの要望があり、そこを配慮した対応が必要であった。



写真左：以前のショッピングサイト

写真を大きく表示する等の工夫はあるが、商品の魅力説明を、「Web経由での購買者向け」の内容にする必要がある。また、操作ボタンも分かりやすく配置する必要があると考察した。

写真右：支援にあたった遠藤 SCo

## 3. 解決策の提案と実施

無料サービスを使用したホームページ構築を提案し、  
コンテンツづくりもアドバイス

「自らショッピングサイトを作りたい」との事業者の意向をうけ、無料サービスである「ワードプレス」の使用を提案し、使い方をアドバイスした。また、Webでの購買者を意識した、買い物意欲を高めるコンテンツづくりや、分かりやすいボタンの配置方法について助言した。

「山形県内の店舗でしか買えない」人気商品が、  
ネット販売でも手に入ることを訴求

実店舗は山形県内のみで展開していることを生かし、「地元山形での人気商品が、ネット販売でも手に入る」ことを訴求した。また、メニューボタンを上部に大きく表示する等の「分かりやすさ」も意識した。



改善後のショッピングサイトの一例

「地元山形の人気商品」、「山形のこだわり素材を使用した商品」がネットショッピングできることをアピールした。

## 4. 支援の成果

1ヶ月でショッピングサイトを再構築  
ネット販売の売上が2倍にアップ!

最終的に、ショッピングサイトを改善でき、サイトへの訪問者が増えた。ネット販売の売上は、リニューアル前と比較して2倍に増えた。(参考：現在のショッピングサイトは、<http://www.kineya.co.jp/> を参照)

### 相談者の声

通販事業の強化にあたり、知識が全くない状態からスタートしたが、支援によって、約1か月でHPを立ち上げられた。引き続き、ECサイトリニューアルの支援を受けており、売上拡大が見込まれる。

### 支援のポイント

事業者が高い課題意識を持ち、意欲的に挑戦したため、成果の出るショッピングサイトが完成した。無料のホームページ作成サービスの活用方法や、顧客の興味をひくデザイン、商品説明の作成方法を助言し、今後、事業者が自力でサイトを運営できるよう支援したことがポイントである。



# 「微炭酸ストレートジュース」の 生産ストーリーを伝え、販路拡大

売上  
拡大

山形県よろず支援拠点

昭和63年創業。果物・農産加工品の生産加工販売を営む。農薬散布を極力控えた果物づくりを行い、自社で一貫生産にこだわるジュースは、甘味料・保存料などは使用せず、果物本来の美味しさを楽しめる。

●会社名 有限会社 オーチャードタケダ

●代表者名 武田 高勇 (たけだ たかお)  
●住所 山形県天童市大字荒谷字内条 8542-1  
●電話番号 (023) 654 - 8704

## 1. 相談のきっかけ

ストレート果汁を用いた「微炭酸ストレートジュース」を開発し、販路拡大策の助言を必要としていた

絞った果実の美味しさと、微炭酸の爽やかさが楽しめる「微炭酸ストレートジュース」の開発に成功した。新商品として販路拡大するための方法を考えるなかで、実施機関への相談を通じて当拠点を知り、来訪した。

## 2. 課題整理・分析

全国でも珍しい「こだわりの商品」にも関わらず、「よくある炭酸ジュース」との違いが伝わらない

商品は、よくある「濃縮還元果汁」の炭酸ジュースではなく「ストレート果汁」に炭酸を加えた、事業者ならではの技術力が生かされた商品である。しかし、新商品の認知度向上に向け、重要となる販売ホームページには商品写真が掲示されているのみで、商品の良さが購買者に伝わらないことが、問題点だった。

## 3. 解決策の提案と実施

「商品づくりのこだわり」を伝え、競合商品との差別化を図る

事業者の生産へのこだわりを「ストーリー立てて伝える」ことで、競合商品との違いを明確にすることを提案した。具体的には、事業者がジュースづくりで力を入れている、「自社農園での果物づくりから、加工、販売までの一貫生産」に着目し、写真や各工程で工夫しているポイントを、ひとつのストーリーとして説明することをアドバイスした。



写真左：微炭酸ストレートジュース「シュワレイト」  
濃縮還元炭酸ジュースとは違う、ストレート果汁ならではの「味と香り」が楽しめる。ストレート果汁に炭酸を加える技術は難しく、事業者の優れた加工技術が生かされている。

写真右：こだわりの果物 栽培風景  
農薬散布を極力控え、動物や植物由来の肥料を使用し丁寧に育てる。

ホームページを「商品写真の羅列」から、「生産へのこだわりを伝える」内容にリニューアル

アドバイスをを受け、ホームページを「果物づくりから加工まで」の一連の流れと、こだわりのポイントが伝わる内容へとリニューアルした。コンテンツは、「畑（有機肥料の使用など）」「果物（育て方など）」「加工技術（添加物無使用など）」の3つに分け、写真を交えて説明した。



ホームページの一例  
商品へのこだわりを、写真を交えて、分かりやすく説明する。

## 4. 支援の成果

商品の問い合わせが着実に増加  
販売数も、リニューアル前とで約200%アップ

ホームページのリニューアルから3ヶ月の期間に、問い合わせが増え、販売数も約200%アップとなった。

今後は、ブログ等も積極的に活用し、作業風景や果樹園の様子なども定期的に情報発信する予定である。

### 相談者の声

ホームページのリニューアルができたばかりだが、ネット通販に手ごたえを感じている。ブログやFacebookの活用など、まだまだこれから継続して魅力のあるホームページづくりをしていかなければと考えているので、引き続き支援をお願いしたい。

### 支援のポイント

事業者の商品づくりにかける思いが伝わるよう、情報発信を強化し、ホームページを改訂した。強みを抽出する作業では、訴求ポイントを「良質な畑」「丁寧に育て方」「加工技術」の3つに分けて検討するなど、事業者が自社のこだわっている点を抽出しやすいよう留意して支援を行った。

# 新事業を柱とした経営改善計画で 資金繰り改善と黒字化を同時達成

経営  
改善

山形県よろず支援拠点

昭和 60 年創業。電気設備工事の設計施工、電気通信工事の請負を行う。新事業として、配管の錆取り装置として開発された電磁気装置の、山形県での販売代理権を獲得し、販売施工を開始した。

●会社名 有限会社 大弘電気  
●代表者名 志田 弘(しだ ひろし)  
●住所 山形県山形市江南 3-8-8  
●電話番号 (023) 684 - 4279

## 1. 相談のきっかけ

資金繰りに困窮する経営難を脱するため、  
新事業への転換を決意

電気工事の受注減少、受注単価の低下で、近年の売上は激減。現状打破のため、商品力が高い「錆除去装置」の販売施工に注力することを決意。新事業の失敗は許されぬか、金融機関からの紹介で当拠点を知り、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

効果的な取組みを入れた経営改善計画を策定し、  
取引銀行に返済条件の変更を相談する必要があった

「錆除去装置」は類似品が少なく、電気設備の施工技術を持つ事業者とは親和性が高いと判断。資金繰りを改善させるため、同商品の製造販売を基軸とした売上拡大とコストカットを盛り込んだ、経営改善計画を策定したうえで取引銀行に相談し、返済条件の変更を進める必要があった。そうした中でも、特に、新事業転換にあつては、商品の効果的な PR が求められた。

## 3. 解決策の提案と実施

ホームページのリニューアルや  
営業先を具体化して、売上拡大を提案

販促にあたり、商品の優位性を伝えるため、ホームページでの宣伝強化を提案し、商品の効果や導入検討時のポイント等を、写真を交えて情報発信することを助言した。

また、営業販売先については、事業者自身が見込み顧客を検討すると同時に、当拠点でも、納入可能な県内施設を紹介するなどの提案を実施した。コストカットについても、固定費を中心とした費用圧縮方法等を助言した。



**錆除去装置** 薬品を一切使用せず、磁力線による電気分解で錆等を剥離溶融する。事業者は山形県での販売代理権を獲得し、販売施工を行う。



支援にあたった鏡 SCo

新事業展開の具体策を盛り込んだ、  
経営改善計画を作り、取引銀行にも相談

実現可能性の高い「5 年計画」を立て、銀行に返済条件見直しを相談した。その際には、当拠点の SCo と共に銀行説明に必要な事項や留意点を整理し、交渉を実施した。



ホームページの一例

商品の優位性、施工例、導入検討の確認ポイント等を丁寧に説明



## 4. 支援の成果

返済条件の変更が認められた  
販売成約も増え、黒字転換を達成！

主要取引銀行に、返済条件の変更を認めてもらった。販売成約も獲得し、同年前期では黒字転換を達成。計画通りに事業が進んでいる。今後も、当拠点の伴走支援で、経営改善が前進することが期待される。

### 相談者の声

鏡 SCo の丁寧な支援で、苦境を脱することができた。「錆除去設備」の商品優位性と、当社の施工技術の組み合わせは、販売力が高いと考えている。ここで頑張れば、会社が安定すると期待している。販売促進を強化したいので、今後もぜひ支援をお願いしたい。

### 支援のポイント

当初は、経営改善の骨子策定までの支援と考えていたが、最終的には、計画実行を着実にフォローするため、経営改善計画の策定と返済条件の変更まで支援した。専務である息子さんが一生懸命取り組んだことと、新事業の具体性を銀行が納得してくれたことが解決につながった。今後も、販促の支援を継続する。



# 会津の木工製品への思いを形に 自社製品を開発し創業を実現！

木工の風合いを生かした「木はり絵」等の製造販売を行う「合同会社きのわ」を平成27年10月に設立。これまでの素朴な地元の工芸品とは違ったハイセンスな製品を持ち味としている。

●会社名 合同会社 きのわ  
●代表者名 成田 能人 (なりた よしと)  
●住所 福島県会津若松市門田町黒岩南青木 243  
●電話番号 (0452) 23 - 4661

## 1. 相談のきっかけ

創業準備の方法をインターネットで調べたところ、当拠点を知り相談に訪れた

会津の木工製品製造会社で培った木工製品の企画力を生かし、木工によるハイセンスなステーションナリー等の製造販売会社の創業を決意した。創業準備の方法をインターネットで調べていたところ、当拠点を知り、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

「ゼロから自社製品を作り、販売していく」ための具体的な事業計画を作るノウハウがなかった

創業メンバーは、企画やデザイン、技術力に長けており、それを生かして「自社製品を作りたい」との強い思いがあった。一方で、企業経営の経験者がおらず、事業計画づくり(開発商品の選定と販売計画等)や、商品の知財管理(商標登録等)の業務知識が十分とはいえなかった。

## 3. 解決策の提案と実施

初期投資軽減の観点から事業計画づくりをアドバイス 自社商品「木はり絵」の開発をゼロからサポート

創業メンバーの強みを生かし、実現性のある事業計画が作れるよう、当拠点がサポートした。特に、自社商品の開発は、初期投資と回収の収支計画を検討した結果、いきなりステーションナリー等を開発するのではなく、まずは木工版画の「つき板アート」(複数の材質の木を組み合わせ、絵柄を表現する)のキットを開発することを提案した。事業者と意見交換し、商品名は「木はり絵」と名付けられた。



写真上段「木はり絵」完成例  
スズ、ヒノキなど色合いの違う様々な木の部材を組み合わせ、絵柄を表現する。  
写真下段「木はり絵」制作風景  
カッターナイフとボンドを使い、気軽に作れることがポイント。



絵画教室や通信講座の教材として売り込むなど、開発した商品の具体的な販路開拓の方法を提案

数々のヒット商品開発経験を持つ「主婦発明家」を派遣し、製品仕様の精緻化と販路開拓を支援した。販路開拓は、ネット通販に加え、通信講座や絵画教室への営業を提案した。知財管理は福島県発明協会を紹介し、商標登録やブランドづくりの手法等を助言した。



通販用パッケージ



ギャラリーでの販売風景

## 4. 支援の成果

新商品開発と作成した事業計画で、創業が実現した

現実的な事業計画づくりと、自社商品「木はり絵」の開発が完了し、創業を実現することができた。創業してからの販路開拓も、事業計画のおかげで積極的かつ具体的に取り組んでいる。



相談風景

### 相談者の声

創業の検討段階から事業計画の作成について相談を受けることができた。計画の具体化に沿って、段階的に知財管理の専門家や、商品企画、販路開拓の専門家を紹介いただき、商標等の登録状況に関する情報や、見込み販路先の照会など数々の助言をいただいた。

### 支援のポイント

取扱商品コンセプトの検討段階から相談を受け、各種専門家の助言も踏まえながら事業計画の作成や資金調達の相談を経て平成27年10月に会社設立の運びとなった。相談者が、創業までのステップをイメージしながら作業を進められるよう、各課題と解決策を明確に示しながら、支援を進めた。

# 周年イベントを契機とした 販売強化で、来客数増加を達成！

売上  
拡大

福島県よろず支援拠点

創業113年、鮮魚、食品、惣菜販売を主とした地域密着型のスーパー「マルソー」を運営している。鮮魚と惣菜にこだわった、地元密着のスーパーとして、地域の人々から愛されている。

●会社名 有限会社 丸宗商店  
●代表者名 佐藤 陽治 (さとう ようじ)  
●住所 福島県二本松市 本町 2-25  
●電話番号 (0243) 23 - 0064

## 1. 相談のきっかけ

地域に必要な存在としての、  
地元密着型スーパーの輝きを取り戻したかった

長い歴史の中で培われた、鮮魚と惣菜等の商品力を生かし、地域に必要な存在としての、地元密着型スーパーの輝きを取り戻すべく、来店客の増加と販売促進について検討していたところ、金融機関を通じて当拠点を知り、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

「店舗新装オープン10周年」イベントを契機に、  
効果的な販売促進策を立案する必要があった

事業者の現状分析と今後の経営方針について確認を行った上で、より多くの人に地元密着スーパーの魅力や商品力を伝え、来店してもらうためには、「店舗新装オープン10周年」の記念イベントを、新規顧客の集客へ向けた販売促進・既存顧客の利用頻度アップのきっかけと捉えることが有効と判断された。

そして、来客数の増加に向けては、販売促進策の中で打ち出していきたい内容や表現方法をより具体化する必要があると判断し、議論を重ねた。

## 3. 解決策の提案と実施

ポイントカードの導入を軸とし、  
DMとチラシを通じた店舗の魅力訴求を提案

店舗新装オープン10周年イベントにあたり、小規模事業者持続化補助金を活用して、ポイントカードシステムの導入を提案。その告知においては、地元密着型スーパーとしての思いや商品力を訴求できるよう、実際に配布するDMやチラシのビジュアルイメージを具体的に提案した。

販売促進策のイメージが具体化し、  
ユニークなチラシが完成

DMとチラシのイメージの提案を受け、さらに盛り込みたい内容の要望が出るなど、さらに活発な議論となり、10周年イベント自体の内容深化にもつながった。最終的には、相談者の希望で今回の要件に対応できる印刷会社も紹介し、成果イメージの通りユニークなチラシが完成した。



販促チラシの例  
各商品部門の担当者が  
似顔絵で登場し、  
商品の魅力を説明。

## 4. 支援の成果

イベントの実施により、来客数が前年同月比較で  
3621人から3780人に増加

イベント実施により、来客数は、前年同月（9月）の比較で3,621人から3,780人と159人、4.4%の増加となり、売上の増加にもつながった。また、イベントの準備作業を通じて、自社のサービスや商品の魅力を再確認できたことも、成果のひとつである。



店舗外観



店内風景

### 相談者の声

よろず支援拠点には定期的に販売促進等の経営相談に乗ってもらっている。店舗リニューアル後10周年を迎える今年度は、目玉となるイベントとしてポイントカード対応を行った。ポイントカードシステムの導入に際し、補助金に関する助言を受けたほか、イベント・チラシの作り込みでは外部専門家の紹介も受け、イベントの効果的な盛り上げを行うことができた。

### 支援のポイント

地域密着型スーパーの良さを顧客に訴求できるよう、10周年イベントを契機とした、販促方法のブラッシュアップを行った。スタッフの生き生きとした言葉を顧客に直接伝えることを意識し、販促チラシのリニューアルや、POP等でも活用できる似顔絵イラストの作成等を支援した。



# クラウドファンディングによる 資金調達で、地域特産品を開発

売上  
拡大

福島県よろず支援拠点

昭和 62 年創業。茅葺屋根のつらなる街道が有名な大内宿を擁する福島県南会津郡下郷町にて寒天と甘酒を主力商品として製造している。

## ●会社名 有限会社 味廣

●代表者名 渡部 拓哉 (わたなべ たくや)  
●住所 福島県南会津郡下郷町大字落合字原 84-1  
●電話番号 (0241) 67 - 2313

## 1. 相談のきっかけ

震災被害で売上が低迷する中、新商品開発を決意  
資金調達に向けた相談に訪れた

東日本大震災以降、風評被害により売上が減少する中、雪下人参（本来、秋に収穫される人参を翌春まで雪の下で寝かせて糖度をあげたもの）を使用したジュースを新たに製造し、B to Cで販売することを決意。資金調達の方法を検討するにあたり、地元商工会の経営指導員から当拠点を紹介され、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

B to BからB to Cへの事業展開を  
成功させるには、販促費用等の資金調達が必要だった

B to Cへ事業展開するにあたり、事業者が培ってきた製造加工技術、雪下人参のネームバリュー、会津下郷の観光ブランド力は新商品の強みとして想定された。一方、新商品の原材料の仕入・販促・パッケージ作成等の費用がかかるため、新たに資金調達を起こす必要があった。こうした地域資源を活用して資金調達を行う最適な方策は何か、議論を重ね整理した。

## 3. 解決策の提案と実施

資金調達と事業 PR を同時に達成できる  
クラウドファンディングの活用を提案

資金調達と雪下人参ジュースのPRという2つの課題を同時に解決するためのツールとして、新商品の市場評価も同時に確認できるクラウドファンディングの活用を提案。活用にあたっては、新商品への強い思いを募集相手に伝えるためのプロモーション戦略構築が必要であった。



開発した「雪中にんじんジュース」

クラウドファンディングの活用に向けた  
新商品のプロモーション準備を実施

クラウドファンディングのプロモーション戦略として、下郷町商工会に協力を要請。新たな下郷町の特産品として雪下人参ジュースを世の中に送り出すという新商品開発に至る経緯などを共感的なストーリーとして明確に整理した。また、出展商品のアピールポイントの指導、運営会社のデューデリジェンス対応、プレスリリースの対策まで全般的に支援を受け、資金調達の準備を着々と進めていった。

## 4. 支援の成果

資金調達に成功し、新商品の開発を実現  
商品の認知度と売上も、順調に伸びている

クラウドファンディングで希望額で資金調達でき、新商品開発に成功した。新商品は「雪中にんじんジュース」の商品名で、自社ウェブサイトでの販売や、販路拡大の助言により、道の駅等での小売店での取り扱いも開始し、認知度と売上向上につながっている。



打合せ風景



販売風景 事業者の製品である「あんみつ」と共に陳列

### 相談者の声

直販に転換することで利益を確保したいが、広告、パッケージ、商品開発等で先行投資が必要となるため、資金調達の相談でよろず支援拠点をたずねた。その結果、新しいインターネット上の仕組みのクラウドファンディングを紹介していただき、資金調達とプロモーションを同時に達成することができた。

### 支援のポイント

事業者の強みを効果的に伝え、かつ資金調達にも結び付くような方策を考える必要があった。新商品の、「地域特産品の開発」というコンセプトや、ネット販売も可能な商品の特性から、商品の周知と資金調達の一挙両得を狙えるクラウドファンディングの活用を提案したことで、効果的な商品開発に成功した。



# 金融機関と連携して、 風評被害による倒産を回避

20年以上前に縫製業として創業。縫製業市場の減少に伴い、地域の特産品である「干し芋」の生産・加工に転業した。

●会社名 有限会社 アサヒ縫製

●代表者名 熊田 茂 (くまた しげる)

●住所 茨城県ひたちなか市阿字ヶ浦町 1351-3

●電話番号 (029) 265 - 7461

## 1. 相談のきっかけ

平成 23 年の風評被害により、干し芋の価格が暴落  
苦しい資金繰り状態から立て直しができない

かつて、事業者は 5 ヘクタールにわたる畑を有し、干し芋の製造販売を行っていたものの、平成 23 年の風評被害により収入が激減。その際に資金繰りが苦しくなって以来、立て直しができない状況であった。そこで、茨城県中小企業再生支援協議会から当拠点を紹介され、来訪した。

## 2. 課題整理・分析

予想損益計画を徹底して精査

本来は、返済可能な分の収益が出ているはずだった

現在の事業規模 (3.5 ヘクタールの畑で干し芋を製造) における予想損益計画を精査したところ、現時点での返済は可能なキャッシュフローが出ているはずであった。状況を詳しく確認したところ、高額な利息の借入をしているために、キャッシュが無くなっていることが分かった。

## 3. 解決策の提案と実施

きちんとした借入返済計画を作成し、金融機関から  
短期融資を受け、事業を立て直すよう提案

分析の結果、本来あるべき借入返済計画を立てれば、資金難を回避でき、事業が再び回り始めることが判明したため、取引金融機関に連絡し短期融資を得ることを提案した。

事業者に対して、過去 3 年の間に高利での借入など、必ずしも適切でない資金調達があったことを伝え、今後このような、その場しのぎの資金調達はしないことを説明してから、金融機関と面会をするよう助言した。



干し芋の  
生産風景

借入返済計画を立てて、金融機関と打合せを実施  
SCo, 金融機関と共に財務状況の精査を実施

助言を受け、借入返済計画を作成し金融機関との打ち合わせを実施。その後、SCo, 金融機関担当者を交え、事業の進行状況と財務状況を精査し、今後の返済見通しを関係者間で確認した。ある月では資金ショートが発生しそうになったが、SCo からの助言で前金割引 (顧客が、前もって購入代金を入金すれば、割引をする制度) を利用し、難を逃れることもできた。

## 4. 支援の成果

計画通りの借入金返済が可能となり、  
金融機関からも、つなぎ融資が認められた

本年度 1 回目の出荷を迎え、干し芋の取引価格も回復したため、計画通りの売上を達成し、借入金の返済が可能となった。金融機関からも、今後 2 年間のつなぎ融資が認められ、倒産を回避し事業回復の目途が立った。しばらくは資金協力が必要となるが、3 年後には予定通り必ず復興・再生すると考えている。

### 相談者の声

資金ショートから立て直しが効かず、毎日後ろ向きなことばかり考えていた。相談時も SCo にそれが伝わったのか「なんとかするから早まるな」と言われた。真剣に話を聞いてくれたのは、SCo が初めてである。干し芋の価格も適正水準になり、今後の商売の目途が立つようになった。

### 支援のポイント

初めに事業者が来訪されたときは、資金繰りが苦しいためか、非常に動揺されている様子が伝わってきた。そのため、まずは落ち着いて話をしてもらえよう、また冷静に打開策を見いだせるよう、3 日間かけてじっくりと経理状態などを傾聴することに努めた。実際に売上根拠の信ぴょう性等は話の中で確認できたことから、きちんとした借入返済計画の立案と資金繰りの適正化により倒産は回避できると考えた。

# 製造から販売までの支援を受け、新しいピアノシューズ発売開始

売上  
拡大

茨城県よろず支援拠点

平成 27 年創業。「ピアノの演奏専門のシューズ」の製造販売を行う。特許取得済の靴の構造により、ピアノ演奏時のペダル操作を安定させ、豊かな演奏表現を引き出す。

●会社名 リトルピアニスト

●代表者名 倉知 真由美 (くらち まゆみ)

●住 所 茨城県龍ヶ崎市

## 1. 相談のきっかけ

新たなピアノシューズの事業展開のため、製造、販売面でのノウハウを必要としていた

相談者は、ピアノ演奏中の娘がペダルを踏みづらそうにしている姿を見て、ペダルが踏みやすいピアノシューズを開発し、特許を取得した。シューズの発売に向け、製造委託先の検討を進めていたが、製造面・販売面の準備が思うように進まず、金融機関主催の展示商談会の中で当拠点相談ブースに立ち寄り、相談に至った。

## 2. 課題整理・分析

製造、販売それぞれの観点から、必要な課題を洗い出し、進め方を検討

商品力は高く独自性もあるため、量産化と販路開拓に成功すれば、優れた事業になると判断した。製造面については、製造委託先と連携して試作を早期に完了し、品質管理方法・納期・コストを明確にする必要があった。販売面では、ネットショップ開設に加え、広告宣伝手法の検討、実店舗での販路開拓、適切な販売価格設定を行う必要があった。

## 3. 解決策の提案と実施

製造の経験豊富な SCo の知識と人脈を生かし、製造体制の確立に必要な作業を整理、助言

製造面は、製造の経験豊富な当拠点 SCo の知識・人脈を活用し、機能と外観の製造品質向上策を提案。コスト明確化のため原価見積り手法を助言するとともに、在庫管理方法も検討し、確実な商品供給体制の構築を提案した。また、製造委託先および販売委託先との円滑な取引のため、業務の相互取り決め、契約締結のアドバイスをした。



リトルピアニストのシューズ  
ピアノ演奏がしやすいよう、かかとの形状が工夫されている

販路開拓にあたり、商談のポイントや、広告宣伝手法についてアドバイス

販売価格については、靴や音楽教材等の市場調査結果を考慮した価格設定を提案した。楽器店との取引開始に向けての商談に際し、販売形態や在庫管理方法など、商談で確認すべき点をアドバイスした。広告宣伝は、主にインターネット広告を利用することとし、掲出先や費用対効果の検討方法を助言した。また、知財管理のための特許および商標登録は、知財総合支援窓口と連携して支援を展開した。

## 4. 支援の成果

製造体制を確立し、商品の量産化を実現  
国内最大手の楽器小売店への販路開拓も達成

商品の量産化が実現でき、販路（国内最大手の楽器小売店、他）も確保できた。発売以降6ヶ月がたち、販売も計画通りに進んでいる。インターネット広告を通してピアノ業界での知名度も上がり、商品販売を希望する楽器店からの引き合いも増えている。



実際の使用風景



倉知代表

### 相談者の声

拠点に相談していなかったら、どうなっていたか。相談に乗ってもらえたことは、幸運の1つだと思う。他機関も含め支援してもらったことが大きな支えになった。今のリトルピアニストがあるのは、皆様の支援があったからこそと思う。

### 支援のポイント

相談者には行動力があり、実施すべきことが明確になれば、試行錯誤しながらも次々に実行する強みがある。そのため、支援を通じては、課題の洗い出しと解決策のポイントの助言を行うことで、相談者が自発的に事業を進められるように意識して支援を行った。

# マリナー業の大型艇の受入能力 能力強化で、売上拡大

売上  
拡大

茨城県よろず支援拠点

平成 10 年創業。水戸市那珂川の河口でマリナー業を営む。太平洋まで 500m という距離にありながら、波や砂塵による被害も少なく、川からのゴミを防止する油圧可動式フェンスも設けるなど、船の係留に最適な環境が整っている。

- 会社名 株式会社 那珂湊マリナー
- 代表者名 岡田 知也 (おかだ ともや)
- 住所 茨城県水戸市川又町 1302
- 電話番号 (029) 269 - 4886

## 1. 相談のきっかけ

売上拡大と収益性改善のため、  
大型艇の受入能力強化を模索していた

大型艇の受入による売上拡大策を模索していた中、ひたちなか商工会議所主催の経営革新セミナーを通じて当拠点を知り、今後の売上拡大および収益性改善の方策について相談を実施した。

## 2. 課題整理・分析

大型艇の受け入れ設備を整えるため、  
資金調達と為替リスク軽減策の検討が必要

収益性の高い大型艇の受入は、収益改善に有効だが、陸上保管用の大型クレーンや陸揚げ場などの設備整備に多大な資金を要する。そのため、融資や補助金を受けるための事業計画作成や、大型クレーンの輸入に伴う為替リスクの回避策検討が主な課題であった。また大型艇のオーナーは、パーティやイベントを開催したいというニーズが高く、昼は海に出て夜マリナーに戻るため、マリナー内で夜間にパーティやイベントが実施できるよう、照明設備等を設置することも必要と考えた。

## 3. 解決策の提案と実施

経営革新計画の策定と、  
為替リスク軽減策の検討を支援

資金調達の際の銀行説明資料やものづくり補助金申請のストーリーを考えるために、経営革新計画の策定を提案し、今後の事業展開にかかるストーリーづくりを支援した。また、今後の為替見通しを事業者が自ら行えるよう、当拠点 C o が講師となる「円安対策セミナー」の受講等も提案した。為替見通しを自力で立てられるようにする支援により、3～6 月の為替予約タイミングの中でベストの為替レートで為替予約を組むことに成功した。

顧客満足度を高めるイベント企画立案と、  
イベント開催に必要な LED 照明設備導入も提案

大型艇のオーナー等が週末等に集い、楽しい時間を過ごすことで、マリナーへの来場回数が増えるよう、イベント企画作成を支援した。また、海から戻った後の、夜のイベントを行うために必要な LED 照明設備の導入も提案した。

## 4. 支援の成果

設備導入の為替リスク対策、  
融資と補助金の獲得で、大型艇受入が実現

作成した経営革新計画が承認され、売上拡大プランが明確になった。金融機関からの融資を受け大型クレーンの導入と陸揚げ場の整備を行い、既に 2 隻の大型艇の受入を開始し、年間約 250 万円の経済効果が見込まれる。また、自己資金で LED 街灯を 5 基設置して、ヨットやボートオーナーの集う夜間イベントが効果的に行えるようになった。



係留の様子



大型クレーンによる上架の様子

### 相談者の声

支援を受けながら事業計画を策定したことで事業の重要なポイントや見逃しがちなリスク等を明確に認識することができた。事業計画の作成により、事業プランを外部に書類で説明できたため、資金調達等を着実に進めることができた。設備投資時の為替リスクなどのリスクを低めて、事業を進めることができた。

### 支援のポイント

大規模な設備導入に伴う資金調達の支援を、立案から実行まで行った。設備導入の実現による直接的な売上拡大に加え、新たな顧客層に向けたイベント企画など、相乗効果を生みだすことを意識して支援を行った。



# 苺農家とのマッチングで、 新商品の販路拡大が実現

売上  
拡大

栃木県よろず支援拠点

昭和4年創業。印刷全般、企画・デザインを行う総合印刷会社。カッティング加工によるデザイン商品の制作を得意とし、グッドデザイン賞をはじめ、各種のデザイン賞を受賞している。近年はレーザー加工機による立体商品の印刷加工にも取り組む。

- 会社名 有限会社 岸印刷
- 代表者名 岸 久裕 (きし ひさひろ)
- 住所 栃木県栃木市泉町13-24
- 電話番号 (0282) 22-1552

## 1. 相談のきっかけ

新規開発した「苺用ギフトパッケージ」の販路拡大策について相談した

相談者は、栃木の名産品である苺に使用する緩衝材とギフトボックスを、独自の技術を駆使して新規開発した。新商品の販路拡大の支援を受けるべく、これまでも定期的に相談をしていた当拠点に来訪した。



栃木県産高級イチゴスカイベリー用のギフトパッケージ  
一粒一粒大切に包み込むように苺をキープする緩衝性能と、フレッシュな苺の輝きを放つようなデザイン性を併せ持つ。

出荷シーズンに合わせ、生産体制を構築  
専用パッケージをデザインし、販路開拓も実施

苺農家との商談を通じ、12月～翌年4月の苺出荷シーズンに向け、パッケージの生産体制を構築した。また、苺農家を取り扱うブランド（とちおとめ）のイメージに合うよう、専用パッケージをデザインした。また、ギフトの販売先として、事業者が取引のあった結婚式場に「引出物」として取り扱えないか提案することで、販路開拓も実施。



とちおとめ用ギフトパッケージ  
苺のイメージに合うデザインに刷新

## 2. 課題整理・分析

苺農家とのマッチング機会を生かすために、「3つの課題」を洗い出し、検証を進めた

たまたま当拠点に、県の農業振興事務所から「苺農家が贈答用の箱を作る業者を探している」と照会があり、事業者の販路拡大策として2社のマッチングが考えられた。しかし、マッチングにあたり、取引上の課題として「苺とパッケージ双方の製品供給能力」「苺ギフトの販売先確保」を検討する必要があった。また、苺は品種によってブランドイメージを大切にするため、「品種に応じて、パッケージデザインを柔軟に変えられるか」も重要な課題であった。

## 3. 解決策の提案と実施

取引上の課題について2者間で調整  
検討課題に沿って、製品化に向けた確認事項を整理

マッチング先の苺農家と取引上の課題について調整を実施、当拠点は、事前に洗い出した「3つの課題」に沿って双方の確認事項を整理し、商談の円滑な進行を支援した。

## 4. 支援の成果

苺農家への納入が決まり、製品化が実現  
結婚式場での引出物としての販売も決定

苺農家への納入が決まり、高級苺ギフトとして、今シーズン（2015年12月～）から発売が開始された。結婚式場での引出物としての取扱いも決定し、販路も確保できた。苺農家でも直販パッケージとして販売しており、さらなる販路拡大が見込まれる。

### 相談者の声

今回は、新規開発の「苺用ギフトパッケージ」の販売開拓にあたり、苺農家とのマッチングを提案していただき、無事に新井農園様に2粒、5粒のとちおとめ用パッケージと、新井農園様の品質保証タグの納品に至った。

### 支援のポイント

今回のマッチングは、双方が価値観を共有し、販売の方向性を一致させたことが成功の要因のひとつになる。定期的な状況確認、必要なタイミングでのフォローで製品化が実現した。これは両者の熱意の賜物であったと思われる。

# 地元名産品を使った洋菓子開発 大手通販会社への納入も実現

売上  
拡大

群馬県よろず支援拠点

平成6年創業。洋菓子の製造販売を行う。手づくりの良さを生かし、家庭的な温かい雰囲気が漂う洋菓子店である。「しゅーくりーむ」は午前中には売り切れてしまうほどの人気商品である。

●会社名 プティ・ボンム

●代表者名 清水 好美 (しみず よしみ)  
●住所 群馬県高崎市筑縄町 57-6  
●電話番号 (027) 361 - 0254

## 1. 相談のきっかけ

「地元群馬のPRにもなる洋菓子」を新規開発したいと相談があった

相談者は、群馬県をPRできる新商品の開発を計画していた。しかし、洋菓子そのものの開発だけでなく、パッケージデザインと調達先、商品名など検討事項が多岐に渡っていた。また、販路開拓もしたいと考えており、これらの進め方について助言を得るため、金融機関と当拠点が共催した展示相談会を通じて、相談に至った。

## 2. 課題整理・分析

「地元の素材・話題性・安定供給が可能」というコンセプトで、開発する商品候補の絞り込みが必要

洋菓子というテーマの中で、地元の名産品をどのように生かすか、どのような商品が喜ばれるかという点を踏まえ、商品そのものの魅力やパッケージを含め、特徴を持った商品にすることが重要と考えた。また、販路として大手通販会社への納入も視野に入れた場合、「品質と供給力を安定させる」点も重視すべきで、その視点で商品候補を絞り込む必要があった。

## 3. 解決策の提案と実施

「試食会」などを通じ、開発商品の絞り込みを支援  
調理器具の調達やパッケージ検討のため関係者を紹介

開発商品を検討するため、当拠点で試食会を開き、その評価に基づき、菓子の種類やサイズを絞り込む作業を支援した。調理器具の準備に際しては、県の産業技術専門校を紹介し、パッケージ開発については、柔軟な対応が可能な製造企業とのマッチングを実施するなどの支援を行った。

「群馬の名産品を使用したサブレ」を開発  
群馬の特産品をイメージするパッケージも開発

アドバイスを受けた課題（地元の素材、話題性、品質供給の安定確保）の観点から、新商品として「群馬の名産品である桑のパウダーを使用したサブレ」を開発した。また、パッケージも群馬名産の「だるま」をイメージしたユニークな容器を開発した。また、完成した商品を大手通販会社へ持ち込み、販売提案を実施した。



新商品の写真

販売風景

## 4. 支援の成果

大手通販会社から、400個の受注を獲得  
群馬県アンテナショップ等での取り扱いも決定

大手通販会社へ400個の納入が実現し、さらに、追加発注の要望も受けている。一般販売向けには、おみくじを付けるなどの工夫をし、地元群馬のPR商品として駅ナカや道の駅、群馬県アンテナショップでも発売が決まった。



清水社長

### 相談者の声

新商品開発では、適切でアイデアに富んだ提案など、様々な支援を受けることができた。新しい視点での商品づくりの楽しさを知り、細かい部分まで助言してもらい、とてもありがたかった。

### 支援のポイント

一つの商品づくりに対して、デザイン面・コスト面・知財面など多角的な支援ができ、またバイヤーに対して提案できる商品ができたことは、あらゆる視点からサポートできる、よろず支援拠点ならではの長所をフルに発揮できたと思う。

# 知財の活用ほか、一体的な支援で 業界でも注目のヒット商品誕生！

売上  
拡大

群馬県よろず支援拠点

地元密着型で、業務用エアコンやボイラー等の各種  
管工事業、交通信号設置等の電気工事業を営む。  
従前から、飲料水浄化用の濾材を販売しており、  
その濾材技術を応用して「ペット用の飲料水ボトル」  
を開発し、ペット用品事業にも参入した。

●会社名 株式会社 加藤エンジニア

●代表者名 加藤 将之 (かとう まさゆき)

●住所 群馬県利根郡昭和村糸井 2351

●電話番号 (0278) 24 - 9006

## 1. 相談のきっかけ

商品開発は順調に進んでいるものの、  
売上拡大の具体的な方針が固まらなかった

水処理技術を生かして開発した「ペット用飲料水」につ  
いて、知的財産の保護から販路開拓まで、売上拡大に関す  
る全般的なアドバイスを必要としていた。従前から面識の  
あった服部 SCo が所属する当拠点に相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

商品力は高く、異業種参入の勝算はあったものの、  
知的財産の保護、販路拡大、生産体制の確立が課題

商品は、事業者が自身の特許技術などを駆使して、7年  
にわたる技術研究を経て開発したもので、ユーザーヒアリ  
ング等の反応も良く、商品としての魅力は高く、ペット業  
界という異業種に参入しても、勝算はあると判断できた。  
一方で、販路拡大の大きな障壁として、安定した生産体制  
が確立できていないことが課題と考察した。

## 3. 解決策の提案と実施

知的財産権の保護を行うとともに、  
適切な販売条件の交渉・決定方法を支援

他社商品との差別化・模倣品出現抑制のため、商品の知  
的財産（機能、デザイン、名称）について、総合的な保護  
（実用新案登録・意匠登録・商標登録）を助言した。

販路拡大については、息の長い商品となるように意識し、  
販売先となる企業の店舗数・販売数量・地域等に応じて、  
出荷数等の販売条件をアドバイスした。



加藤 将之 社長

支援にあたった服部 SCo

商品のペット用飲料水「ROZAI NOUVEAU」を手にする加藤社長。  
開発7年、実証6年を経て、ペットの健康志向に応える「ペット用飲  
料水」を製品化。同社の水処理技術を生かした濾過材がポイント。

商品イメージに合うデザインを作るため、  
委託生産をやめ、自社製造に変更するよう助言

生産体制の構築については、容器メーカーへの委託生産  
を検討し実施していたが、デザイン性や製造数の柔軟性の  
観点から、商品イメージに合う納得のできる製品ができな  
かったため、自社製造に切り替えるよう助言。



商品 (ROZAI NOUVEAU) デザイン

気軽に手に取ってもらえるよう、デザインにもこだわり、  
1000種類以上のデザイン案から5種類を選定。

## 4. 支援の成果

ペット関連の展示会等で販路を開拓  
発売後1ヶ月で2000本が売れるヒット商品に

ペット関連の展示会出展を通じて販路開拓を実施し、複  
数の大手ホームセンターや仲卸業者との商談を実施。  
販売先として、群馬県内の大手ペットショップ、東京お台  
場のピーナスフォート内等での店舗販売、楽天や Amazon  
等でのネット販売が決定し、発売1ヶ月で2000本の売上  
を突破するヒット商品となった。

### 相談者の声

異業種参入という大きなハードルがある中、多種多様  
なアドバイスや、適切な情報を得ることができ、販路  
拡大を進めていくなか、大きな心の支えとなり、とて  
も感謝している。

### 支援のポイント

一連の支援を通じて、事業者の商品に対する自信を、  
より引き出すことに注力したことがポイント。  
知的財産の総合的な保護により、商品の差別化が図れ、  
展示会出展の引き合いの多さや、販路拡大の結果につ  
ながったと思われる。今後は、継続的な販売数確保のた  
めの対策（卸先の拡大、さらなる商品開発）が必要と  
なり、これまで以上の総合的な支援をしていきたい。



# コンセプトから商材選定まで 一貫支援を受け、新規店舗を開店

売上  
拡大

群馬県よろず支援拠点

金属の「防食めっき」を施す表面処理メーカーとして昭和15年に創業。平成16年に金属イオン（ミネラル）の研究を応用した「ヘルスケア事業部」を設立。スキンケア製品の自社ブランドを中心に、幅広く化粧品の研究開発と販路開拓を進めている。

- 会社名 日東電化工業 株式会社
- 代表者名 茂田 薫（しげた かおる）
- 住所 群馬県高崎市飯塚町 1733 - 1
- 電話番号 (027) 361 - 5628

## 1. 相談のきっかけ

セレクトショップの出店にあたり、店舗開発全般に関する、相談相手が必要だった

スキンケア製品の自社ブランドの販売強化のため、化粧品・アパレル・雑貨等を扱うセレクトショップの出店を決めたが、店舗開発全般（店舗コンセプト、商品構成、仕入等）に関するアドバイスを受けるため、群馬県工業振興課からの紹介を通じて当拠点を訪れた。

## 2. 課題整理・分析

「何を売っているかわからないお店」ではなく、テーマを定めて商品を扱う店にする必要があった

事業者は「地元群馬らしい商品を各種取り揃えたい」との店舗コンセプトがあったが、仕入ルートがほぼ無かったため、複数のSCoが各自のネットワークを生かして地元産品の情報収集を行い、取り扱い商品を洗い出した。

また、多様な商品を取り扱うことで、「何を売っているのか、よくわからないお店」になることを防ぐため、店舗デザインやレイアウト等に、一貫性のあるテーマを定めて、演出していく必要があった。

## 3. 解決策の提案と実施

SCoが多数の商品候補を集め、店舗コンセプトに沿った商品を絞り込むよう提案

当拠点の複数のSCoが、ネットワークを生かして地元産品の情報を収集し、商品候補を持ち寄った。そのうえで、店舗コンセプトと合致する内容やパッケージについて、事業者と検討しながら商品を選定した。なお、商品の情報提供は、初回の出店計画時だけでなく継続して実施している。



店舗のオープン準備風景

サブコンセプトの設定で、商品の一貫性を固めた商品の使われ方を想定し、パッケージデザインを決定

スキンケア製品と地元産品をつなぐテーマとして「親子（家族）を温かく見守るもの」というサブコンセプトを定め、商品選定やレイアウトを行った。また、ギフト対応のためのパッケージに関して、店舗ロゴとギフトを融合したパッケージデザインを決定した。

## 4. 支援の成果

一貫したアドバイスで出店作業が順調に進み、無事に店舗を開店

サブコンセプトの設定により、商品に一貫性と特徴が生まれ、仕入や店舗デザインの準備も順調に進行し、予定通り平成27年12月に店舗を開店した。取扱商品の方針が明確になったことで、商品候補の情報収集を効率的に集めることができた。これにより、一層独自性の高い商品を揃えられ、売上拡大につなげられる見込みである。



店舗ロゴ



オープン後の売場風景

### 相談者の声

新業態のコンセプトから商品開発まで、様々な視点から支援してもらった。現場目線に立ち、親身になって対応してもらい感謝している。

### 支援のポイント

出店準備を通じて生じる課題に対し、相談者の考える店舗コンセプトが形になるよう、実務的な助言を心がけた。それにより、相談者の中でも考えが整理され、出店準備を後押しする力になったものと思われる。出店決定後、商品の選定という早い段階から相談を受けたことにより、支援機関として都度都度の進行状況を確認しながら伴走型の支援ができた。

# 店舗デザインを開発し開店！ おいしいコッペパン、焼けてます

平成 27 年 1 月創業。創業者の農業関係の業務経験とネットワークを生かし、埼玉県産の果物、野菜を使ったジャムやペーストの生産販売と、自家製コッペパンの専門店「魔女のコッペパン」を開店。埼玉県産の全粒粉入りパンを自社生産する。

- 会社名 **ディボーネクラフト 株式会社**
- 代表者名 諸田 三比呂 (もろた みつひろ)
- 住所 埼玉県さいたま市浦和区東仲町 16-22
- 電話番号 (048) 741 - 1098

## 1. 相談のきっかけ

コッペパン専門店の開業に向け、  
店舗のデザイン開発について相談

これまでの業務経験を生かし、「新しい食の提供」をテーマに開業を検討するなか、展示会を通じて当拠点を知った。事業計画の相談に続き、開店に向けた店舗のデザイン開発作業の進め方について当拠点に相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

「素材にこだわったパンづくり」が  
明確に伝わるネーミングとデザイン開発が必要

事業者が用意した、お店のネーミング案、パッケージ案、店舗図面などのデザイン資料を元に、課題を整理した。「専門店」であることが明確に伝わる店舗名とし、紙袋等のアイテム類も、素材の質感を生かした「手作り感」を出すことで、店のスタイルを表すことが有効と考察した。さらには、そうした店のスタイルがデザインとして一体的に表現されることが求められた。

## 3. 解決策の提案と実施

店主の経験にヒントを得た、印象的でシンプルな  
店舗名を提案。開店までの作業工程も整理

店主がこれまで運営していた「ハーブ園」の名称からヒントを得て、「魔女のパン屋」「魔女のコッペパン」といった、シンプルで記憶に残りやすい店舗名を提案した。

また、開業までに必要な作業を精査し、工程の整理と管理を行うよう助言した。



店内風景（写真左が菅原店主、写真右が諸田代表）

建築家、デザイナーと連携してデザインを具体化。  
店舗名を決め、商標登録を実施。

店舗やパッケージ等のデザインについては、当拠点から建築家とデザイナーを紹介し、連携して作業を進めた。決定した店舗名「魔女のコッペパン」については、当拠点の野口 Co と知的財産総合支援センター埼玉の連携支援で、商標登録申請を済ませた。



デザインアイテム類 魔女の帽子をモチーフとしたロゴマークを、紙袋、ショップカード、ポイントカードなどにユーモラスに展開。

## 4. 支援の成果

イメージ通りのデザインで、開業を達成  
初期コストも、必要最低限に絞ることができた

作業工程に支障を来すことなく、しかもイメージ通りの店舗デザインで開業できた。素材の質感を生かしたシンプルなデザインとしたことで、資材やデザインのコストも、必要最低限に抑えられた。

### 相談者の声

店舗デザインは、思っていた以上に良い雰囲気を出すことができた。お店のアイテムも、ハンコを効果的に使い、ユーモラスな中でもシンプルで親しみやすいデザインに仕上がりに喜んでる。皆さんにおいしく楽しんでいただけるよう頑張りたい。

### 支援のポイント

お店のコンセプトが明確に伝わるようなデザイン開発を、必要最低限のコストで実現するとともに、商標登録等の知的財産にも配慮した支援を行った。提供されるコッペパンも、とてもおいしく、今後の展開も楽しみにしている。



# 顧客志向の強化を通じて、 新しいサービス展開で売上アップ

売上  
拡大

埼玉県よろず支援拠点

昭和 23 年創業、昭和 51 年より現在の事業である酒類の販売を開始。社長が自ら全国津々浦々の蔵元を訪問して発掘した、全国の銘酒や、蔵元が伝統的に製造する特定名称酒、希少な酒類を取り揃えている。

●会社名 株式会社 行田力松商店  
●代表者名 行田 勝義（ぎょうだ かつよし）  
●住所 埼玉県羽生市西 3-4-10  
●電話番号 (048) 561 - 1406

## 1. 相談のきっかけ

取引銀行から、具体的な事業計画策定の相談先として、当拠点を紹介された

事業拡大のため、取引銀行に設備投資の資金調達を相談したところ、具体的な事業計画の策定が必要と判断を受け、相談先として当拠点を紹介されたため、来訪に至った。

## 2. 課題整理・分析

豊富な商品知識、ネットワーク、品揃え等の強みを有効活用できておらず、売上が低迷していた

事業者は、豊富な商品知識と、全国の蔵元、杜氏とのネットワークを持ち、希少な銘酒も多く揃えていた。一方で、品揃えを重視するあまり、利益率や在庫負担の意識が低く、販売戦略や売り方の工夫は、ほとんど行っていなかった。従って、事業計画をまとめる前に、まずやるべきことは、今ある強みを最大限に活用したサービスを打ち出し、収益力を高めることだと考えた。

## 3. 解決策の提案と実施

事業者の強みを 4 つに整理し、それを生かした顧客サービス展開を提案

事業者の強みを「豊富な商品知識」「全国の蔵元や杜氏とのネットワークを生かした品揃え」「全国の小売店でも有数の設備（酒の貯蔵用サーマルタンク）」、「意識の高い従業員」の 4 つに絞り、それらを生かした顧客サービスの強化を提案し、具体的かつ独創的なサービスづくりをアドバイスした。

「酒類の専門店」の域を脱し「酒販コンシェルジュ」として、独創的なサービスを展開

アドバイスを元に、単なる「酒類の販売店」から「酒販コンシェルジュ」になるため、新たなサービスを考案。具体的には「杜氏を囲んだ飲食イベントと、予約販売」「貯蔵用サーマルタンクからの量り売り」等の顧客サービスを展開した。また、従業員には、社外勉強会やワークショップなどを実施して商品知識や接客力を高め、顧客への提案力向上を図った。さらに、こうした取組を元に、拠点の助言を受けながら、事業計画をまとめあげた。



酒の貯蔵用サーマルタンク

事業者が所有するサーマルタンク（写真中央の円柱状の設備）は、全国の小売店舗でも数店舗に限られるほどの規模を有する。

展示会での風景

## 4. 支援の成果

高単価商品、利益率の高い銘酒の売上が向上  
従業員の提案販売が目当ての、リピーター客も増えた

顧客イベントの企画実施により、事業者の本来の競争力が引き出され、高単価商品の販売や、予約販売の実績が向上した。リピーター客の増加に伴い、従業員のモチベーションや業務改善能力の向上が見られるようになった。

また、事業計画に基づき、スムーズに銀行から資金調達ができ、今後の事業拡大の足掛かりができた。

### 相談者の声

今まで、様々な取組に挑戦してきたが、事業計画をしっかりと立て、実行することは初めてであった。イベント等のサービスにより、売上がきちんと確保することを忘れずに、お客様の「コンシェルジュ」となれるよう、従業員で一致団結して頑張っていきたい。

### 支援のポイント

事業者の豊富な商品知識やアイデアを生かし、具体的かつ継続的な顧客サービスを作り、売上拡大につなげることを意識して支援を行った。今後も、顧客サービスのさらなる拡充に向けた実行計画策定や、事業計画の定量目標の実行支援をしていきたい。

# 相乗効果を生み出す販路拡大策で 大幅な売上拡大を実現

売上  
拡大

埼玉県よろず支援拠点

- 会社名 株式会社 ワイ・エス・エム
- 代表者名 八島 哲也 (やしまたつや)
- 住所 埼玉県八潮市二丁目 342-1
- 電話番号 (048) 998 - 3610

平成4年創業。住宅向け金物、LED照明器具の製造販売を行う。設計、製造、施工まで自社で行い、LED導光板を使った照明演出の提案なども行う。

## 1. 相談のきっかけ

技術力を生かして開発した商品も含め、今後の事業展開について相談したい

相談者は、技術力を生かし、平面LED照明の製造方法を開発、意匠登録を行って新事業にチャレンジしていたものの、大きな成果につながらず苦戦していた。その折、旧知のSCoと情報交換をするなかで当拠点を知り、今後の事業展開について相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

既存事業と新規事業の特性を改めて確認  
強みを生かした事業展開を考える必要があった

LED照明とLED導光板の設計施工を既存事業、高輝度LEDを用いた曲面成形の面発光照明「フレキシブル・フラット・ライト・パネル」(以下、FFLP)を新規事業と分類し、販売手法や収益性など、両事業の特性を事業者と議論した。その結果、両事業の特性はそれぞれ異なることが分かり、それらをどのように組み合わせるべきか、見通しを立てる必要があった。ただし「高い技術力」が事業者の強みであることは確実だった。

## 3. 解決策の提案と実施

既存事業を収益基盤、新規事業は自社をアピールする  
ブランドとして、両者の相乗効果を狙うことを提案

新規事業は、これから量産化を進め、今よりも高度な技術が必要とされるため、自社をアピールするためのブランドとして、試作品等を様々な場面で露出させ、顧客からの信頼度を高めるような相乗効果を狙う一手段として位置付けることを提案した。その相乗効果によって顧客からの信頼を獲得し、収益性の高い既存事業のさらなる販路拡大を目指すことを提案。展示会やビジネスコンテストへの出展、ものづくり補助金の活用等の助言を行った。



FFLPの写真

展示会等でFFLPを積極的にアピールし、  
自社の技術力を発信、補助金申請手続きも進めた



展示会風景

新規事業となるFFLPを展示会やコンテストで積極的に露出し、自社の技術力をアピール。展示会等では、LED導光板の薄さや施工の柔軟性、デザイナーとのコラボ等、技術水準や製品の魅力の高さを情報発信し、取引が獲得できるように努めた。また、FFLPの本格開発に向けた設備導入に向けて、SCoからの助言を受けながら、ものづくり補助金の申請を行った。

## 4. 支援の成果

売上が140%、利益は200%の伸びを達成  
補助金にも採択され、新規事業の立ち上げに向け前進

展示会への積極的な出展等により、新規事業のFFLPのオリジナリティや技術力が評価され、既存製品がJR九州のクルーズトレイン「ななつ星」や「或る列車」に採用された。その結果、前月対比で売上や利益も増加し、さらなる飛躍が見込まれる。ものづくり補助金にも採択され、新規事業の製品量産化の目標に更に近づくこととなった。

### 相談者の声

支援を受けて、各事業の特徴を把握し、それを生かした適格な販路拡大策の提案により、売上拡大が実現した。また、自分では知らなかった、各種コンテスト等の情報を教えていただき、様々な挑戦ができ、可能性が大きく広がった。

### 支援のポイント

事業者の技術力は高く、それを効果的に情報発信できれば事業拡大は可能と考えた。しかし、FFLPと既存事業の両事業に経営資源を振り向け、事業展開することはもったいないと考え、新規事業を自社をアピールするためのブランドとして情報発信し、企業全体で技術力の高さを収益に結びつける方法を提案した。

# 拠点と二人三脚の強固な絆で 念願の焼き鳥店を開業、黒字を確保

こだわりの備長炭で焼き上げる焼き鳥をはじめとした和食と、種類豊富なお酒が楽しめる飲食店。焼き鳥以外にも、毎日手づくりしている豆腐を使った料理等の人気メニューをそろえる。

●会社名 焼き鳥 まんげつ  
●代表者名 柳原 謙太郎 (やなぎはら けんたろう)  
●住所 千葉県成田市公津の杜 3-37-3  
●電話番号 (0476) 29 - 4496

## 1. 相談のきっかけ

念願の開業を実現させるため、準備不足な点がないか、確認して欲しかった

焼き鳥店での修行を重ね、地元成田での開業を決意。開業にあたって準備を進めるなかで、インターネット検索を通じて当拠点を知り、不足している点や、見落としている点がないかチェックして欲しいと考え、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

料理人としての技術は十分だが、経営の知識経験が少なく、事業計画の具体化が必要であった

事業者の料理人としての在り方や技術は、既に仕入先や従業員から支持を得ており、地元に出店にしたことで知り合い（なじみ客）も多く、一定の集客は見込めると考えた。一方、経営の経験が少なく、事業計画を精査すると、集客戦略や、収益管理など、より具体的に整理していくことが必要であった。

## 3. 解決策の提案と実施

集客戦略、収益管理、資金調達など、経営課題全般に関してトータルサポート

まずは、集客力をさらに高める戦略を立てることを提案し、チラシのデザインや、目玉商品の PR 手法、商圏のマーケティング調査手法などをアドバイスした。また、商品の原価管理や経理処理などの資金管理手法についてもアドバイスした。これらをまとめながら、事業計画をより具体化するよう助言した。



柳原代表



支援にあたった飯田 SCo

マーケティング調査に基づくメニュー開発や、開業案内の配布など、効率的に事前準備が進んだ

助言をうけ、マーケティング調査を展開、顧客ターゲットを 20～30 代の会社員とし、地元密着の方針を打ち出した。また、近くの成田市場から仕入れた各種野菜など、地元の特産品を使った創作料理の開発を行った。同時に、商圏となる当店および最寄り駅周辺エリアに開業案内チラシの配布も積極的に行った。事業計画の策定を通じ、開業後の事業展望が明確になり、大変意味のある作業となった。

## 4. 支援の成果

開業を実現し、順調に顧客を獲得以来、順調に黒字を確保

完成した事業計画を活用して金融機関からの資金調達もでき、無事に開業を実現。事前準備が万全だったことから、順調に顧客も増え、開業以来黒字を確保している。現在は、スタッフのオペレーション効率化や、さらなる売上拡大策に向け、引き続き奮闘中である。



開店時の様子

### 相談者の声

飯田 SCo のような、経験豊富でタフな方に出会い、売上拡大の支援をいただいたことは、大変ありがたい。ゼロから始めた僕がどこまで行けるか、どんな男になるのか、目標を達成できる自分にならないといけない。

### 支援のポイント

事業者は、料理人としての高い技術とスタッフに慕われる気さくな人柄を合わせ持ち、計画通りに開業が実現すれば、繁盛店になると判断した。支援にあたっては、経営的な観点から開業計画作成の助言を行いつつも、作業を通じて、事業者自身も、店舗経営に必要なポイントが身に付けられるよう意識した。



# インド人の職人を日本に招き、アトリエ開設。売上 30% 増達成

売上  
拡大

千葉県よろず支援拠点

平成 19 年創業。日本の美学と伝統的なインド刺繍技術を組み合わせ、刺繍パーツ・ストール等の企画・製造、販売を行う。大量生産のエスニック雑貨としてでなく、一つ一つの洋服や雑貨の個性と美しさを支える装飾として、ハンドメイドでの刺繍を扱う。

- 会社名 手刺繍工房ラジュー 株式会社
- 代表者名 平山 勝巳 (ひらやま かつみ)
- 住所 千葉県千葉市稲毛区弥生町 4-1 清水ビル 3F
- 電話番号 (043) 441 - 6388

## 1. 相談のきっかけ

インドから刺繍職人を日本に招き、アトリエを開設して売上を拡大したい

これまで、製品の製造は、顧客からの要望に応じてインドの工場で行ってきた。しかし、現地工場との調整に多大な時間がかかるため、納期等の観点から成約に結びつかないことが多い。そこで、売上拡大策の一大プロジェクトとして、顧客の利便性向上のため、インドから職人 2 名を日本に招き、その場で仕様の打合せやサンプルづくりが行える、アトリエの開設を考えていた。その折、千葉商工会議所からの紹介で当拠点を知り、アトリエ開設の具体的な進め方について相談した。

## 2. 課題整理・分析

日本就労に必要な手続きの整理と、アトリエ開設を契機とした「話題づくり」が必要

インド人職人が常駐するアトリエ開設は、現地工場との確認作業に要する時間を省略できるため、顧客満足度向上につながる有効な方法と判断した。その実現のため、日本就労に必要な手続き整理と、アトリエの開設に向け、話題性を生かした積極的な広報戦略の立案が必要と考察した。

## 3. 解決策の提案と実施

日本駐在手続き、アトリエ開設、広報の準備と、多様な作業の効率的な進め方を提案

就労ビザ取得についての必要事項と、アトリエ開設時の話題づくりのための広報ツール準備や、記者発表の進め方、ホームページ再構築のポイントについて助言した。また、多くの作業を同時に進める必要があるため、やるべきことを整理し、極力無駄のない効率的な進め方を提案した。



ハンドメイドで仕上げたインド刺繍の例 相談者の平山氏

日本駐在に向けた諸手続きを進め、アトリエ開設に向けた営業ツールを準備した

インド人職人の日本駐在のための諸手続きを進めると同時に、アトリエ開設時の広報展開に向け、プレスリリースやホームページを再構築した。また、顧客からの問合せに速やかに対応できるよう、営業ツール（商品企画書等）を作成した。



アトリエでの作業風景  
2名のインド人職人がハンドメイドで刺繍を制作する。

## 4. 支援の成果

インド人職人の日本駐在が実現し、アトリエを開設！メディアでも紹介され、相乗効果で売上 30% 増加

無事に就労手続きが完了し、2名のインド人職人を迎えてアトリエを開設。プレスリリースの効果により、テレビや全国紙を含む新聞各社で広く取り上げられ、多くの問合せがあり、開設前と比べて売上が 30% アップした。

### 相談者の声

よろず支援拠点は、伴走しながら具体的な課題解決策を示してくれるので大変ありがたい。課題に応じて各メンバーが連携し、専門性を生かしたアドバイスがあるのも、非常に心強く感じている。

### 支援のポイント

相談者は、こつこつ熱心で地道な努力家であり、新製品の企画に関してもアイデアが豊富な方と感じている。今回は、アトリエ開設の実現に向けた支援だけでなく、開設を契機とした情報発信の強化により、事業の知名度向上や、販路拡大につなげることも意識して解決策の提案と助言を行った。

# 高層マンション街で和食店を創業 お得で健康的な食を提供する

平成 27 年創業。築地仲卸から毎日入荷する魚介類、JA 鹿児島など名産地から直送する肉類など、厳選した食材を使った料理と各地の名酒を提供する和風ダイニング。リーズナブルな定食から本格的懐石料理まで幅広く対応している。

- 会社名 葦駄天 IDATEN
- 代表者名 吉田（よしだ）
- 住所 東京都中央区勝どき 3-3-3  
勝どき第三関根ビル 103
- 電話番号 (03) 5534 - 8814

## 1. 相談のきっかけ

飲食店と IT サービスの  
どちらで創業すべきか、悩んでいた

自身のビジネスアイデアを形にしたいという思いから創業の計画を始め、飲食店か IT サービスの 2 つの方向性を検討していた。最終的に、何を基準にして創業する事業を選択すべきか悩んでいた際に、実施機関である東京商工会議所を通じて当拠点を知り、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

「事業構造」と「創業者の経験」双方の  
観点から事業性を分析した

IT サービスは、事業計画は具体的なものの、事業化までは時間と費用がかかるうえ、同業他社との激しい競争が想定された。一方で、飲食店は、相談者が調理師の業務経験を持つこと、既に店長を任せたい候補者がいること、創業希望地が定まっていることから見て、実現可能性が高いと分析した。分析内容について議論し、事業者は飲食店による創業を決断。

## 3. 解決策の提案と実施

立地環境から見て、個性のあるメニューを開発し、  
独自性のある店舗コンセプトを作るよう提案

事業者は、調理師の経験を通じ、コスト管理手法等については知見があるため、当拠点は立地分析に基づく店舗コンセプト策定など、店舗の独自性を出すよう助言。人材確保については、店舗近隣の高層マンションに住む主婦層に向け、パート・アルバイト勤務の告知をするよう提案した。



店舗外観

コンセプトは「高層マンションに住む人達に、美味しく健康的な食を、お得に提供する」和風ダイニング

店舗周辺は高層マンションが立ち並び、周辺の飲食店は、多くがファストフード店で、独自性の高い店舗は少ない。そこで、築地市場に近いことを生かし、近隣に住む方々をターゲットにして、新鮮な魚を中心に健康を意識したメニューづくりを進めた。スタッフ採用も、近隣に住む主婦層への告知を中心に進めた。



メニュー例 築地で仕入れた旬の食材を用いた、こだわりのメニュー

## 4. 支援の成果

創業を実現し、月次ベースで黒字化を達成  
多くの顧客でにぎわうようになった

地元雇用も実現し、近隣にはない独自性の高いコンセプトの飲食店の創業に成功した。創業後も、様々な工夫を繰り返し、メニュー改善やランチ営業、昼時のカフェ業態などの試みを継続した。その結果、多くの顧客でにぎわい、月次ベースで黒字化した。現在は多店舗展開を目標に掲げて、相談を継続している。

### 相談者の声

相談する機会がなかったら本事業は実現しなかった。たくさんのアイデアに具体性を持たせ、事業化するプロセスにおける重要な整理役と壁打ち役として、気楽に相談させてもらえた。

### 支援のポイント

相談者と一緒にビジネスアイデアを検討し、形にすることができた。どんなビジネスであれば、楽しく、利益があがり、社会に貢献できるか、といった様々な視点を課題として考え、ひとつひとつ解決しながら事業化につなげたことがポイントであった。



# 営業ツールの見直しにより、 大企業からの受注を獲得

売上  
拡大

東京都よろず支援拠点

昭和53年創業。従業員4人で印刷業を営む。企業からの印刷物の依頼を受けてデザインから印刷までを一括で受託している。社長のアイデアにより、薬情報一体型の薬袋等、用紙の特許を複数保有している。

●会社名 株式会社 タイセイエンタープライズ  
●代表者名 大西 昭次郎（おおにし あきじろう）  
●住所 東京都品川区西五反田 4-24-6 タイセイビル  
●電話番号 (03) 3495 - 0028

## 1. 相談のきっかけ

特許取得済み製品の販路拡大策として、  
具体的に何をすべきか悩んでいた

相談者は、封筒等の用紙に関する特許を複数保有し、製品化している。これらの製品を販路拡大するにあたり、何から着手すべきか悩んでおり、金融機関の紹介を通じて当拠点を知り、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

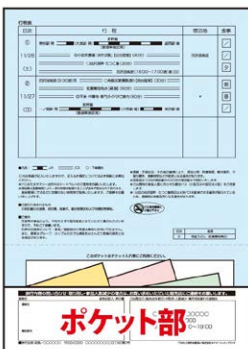
大企業の発注検討プロセスを意識し、  
営業ツールを整備することが必要

事業者の製品は、既存の旅行ツアーのチケットホルダーや、ドラッグストアで使用される薬袋等を使いやすく改良したものであるため、それらを使用する大企業向けの販路開拓が可能と判断。そのため、従来の「担当者との人間関係を通じた密な営業スタイル」ではなく、大企業の発注プロセスを意識した「営業ツール」の整備が必要と考察した。

## 3. 解決策の提案と実施

見るだけで商品の良さを伝えられる、  
「営業ツール」の整備を提案

大企業では、発注検討の際、複数の担当者が検討を行うことが多い。しかし、検討がなされる都度、事業者が直接訪問し説明することは難しいため、見るだけで商品の良さが伝わるよう、提案書やサンプル、ホームページの刷新など、効果的な営業ツールの整備を提案した。また、営業ツールを用いることで、マッチング商談会等への参加機会を増やし、効率的な営業展開を加速させることも助言した。

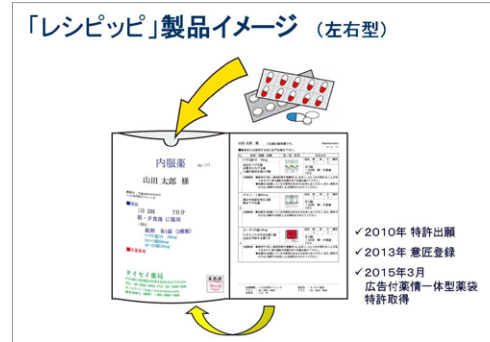


大西社長

旅行工程表付きチケットホルダー  
利用者に便利なアイデアが  
取り込まれた製品を多く有する。

## 相手に応じた「利用シーン別の提案書」を作成

大企業の担当者が発注の決裁を行う場合には、多くの関係者から合意を取り付ける必要がある。そのための説明資料として活用されることを前提に、製品の利用者、利用シーン別の提案書（旅行会社向けや、ドラッグストア向け等）を作成し、営業時には必ず手渡した。また、ホームページも、製品のラインナップや優位性が伝わる内容に刷新した。



ドラッグストア向け提案書の一例  
商品の利用シーンや、便利さが簡潔に伝わるように工夫

## 4. 支援の成果

営業ツールを活用し、航空会社から受注を獲得  
商談会の参加機会も増え、効率的な営業も可能に

ホームページを見た航空会社からの問合せを通じて、受注を取り付けることができた。現在は、営業ツールを揃えることで、いつ問い合わせがあっても迅速に営業活動を実施することが可能である。また、金融機関から、指名でマッチング商談会への参加の打診を受けるなど、今後さらなる販路拡大が見込まれる。

### 相談者の声

支援により、従来の、必要最低限の情報のみだったプレゼンシートが、利用シーンや価格の比較などを加え、提案企業に商品の良さをより訴える提案書になった。おかげで今では、提案書を提出するだけで商品のアピールができるようになった。

### 支援のポイント

課題分析を通じて、大企業への販路拡大が可能と考え、その実現のため、「直接説明しなくとも製品の良さを伝えられる」営業ツールの整備を支援した。結果として、航空会社からの受注など、新たな販路が開けた。



# 「入門！ライフリテラシーゲーム」 を製品化し、創業を実現

神奈川県よろず支援拠点

平成 27 年創業。企業の総務と経理で勤務した経験から「若者に社会保障や年金のことを分かりやすく知ってもらいたい」との思いを抱き、すころく形式で社会保障制度等を学べるボードゲームを開発。

## ●会社名 ライフリテラシー

●代表者名 加藤 千晃 (かとう ちあき)  
●住所 神奈川県平塚市代官町 29-23-601  
●電話番号 (0463) 23 - 0018

## 1. 相談のきっかけ

ゲームのアイデアを製品化して創業するため、具体的な課題を明確にしたい

若者が社会制度を分かりやすく学べるよう、「人生でのライフイベントとそれに関連する社会制度を、すころく形式で学ぶゲーム」のアイデアを形にして創業することを決意。平塚商工会議所の紹介により当拠点を知り、創業までの具体的な作業について助言を求めため、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

ゲーム商品としての一層の魅力向上と、製造委託先、販売先の絞り込みが必要

ゲーム案を精査したところ、内容が「テキスト」のようになっており、より一層「利用者を楽しませる」工夫が製品化にあっては必要と考察。また、マーケティング戦略の立案や、試作品の作成などを通じて販売先や製造委託先を選定し、事業内容を具体的なビジネスプランに落とし込む必要があった。

## 3. 解決策の提案と実施

「当事者として楽しめる」仕掛けの強化、製品の素材、販売ターゲットの精査を提案

利用者が「教えられている感覚」でなく「自ら当事者意識を持ち、楽しめる」ような内容や仕掛けの強化を提案。製造委託先、販売先を絞り込むため、商品に求める質感や使用する素材の確認、マーケティングによる販売先の精査などを助言した。



「入門！ライフリテラシーゲーム」の商品写真  
すころく形式で税金や社会保障、労務などの知識が身に付く。

ゲームで起きる「イベント」の演出強化  
試作品検討、マーケティングにより製造委託先を選定

ゲーム上の各ライフイベントでは「制度の説明」だけでなく、「イベントそのもの」をドラマティックに盛り込む工夫をし、利用者に当事者意識を持ってもらうようにし、ゲーム性を高めた。製造委託先の選定においては、「ゲーム盤が次第に反ってしまうこと」を軽減できる素材の使用などの基準を定め、委託先を絞り込んだ。販売ターゲットは、商品の「楽しみながら学べる」特性を生かし、教育機関やプロスポーツ団体、企業を中心に、教育素材としての商品提案を進めることとした。

## 4. 支援の成果

ゲームの製品化とビジネスプランの確立で創業を実現  
創業後 1 ヶ月で、教育機関等からの受注を獲得

ゲームを製品化し、販売先の設定等のビジネスプランを確定し創業を実現。創業後、1 か月で教育機関や一般企業からの受注を獲得した。また、当拠点が並行して進めていたプレスリリースの支援により、複数のメディアで商品が取り上げられ、事業の認知度も徐々に向上している。



教育機関での利用風景



加藤代表

### 相談者の声

こうして創業前からの出来事をまとめて見ると感慨深いものがこみ上げてくる。まだ始まったばかりで事業はこれからだが、ゲームの普及に向けて邁進していきたい。今後とも継続的な支援をお願いしたい。

### 支援のポイント

ゲームの草案段階から事業化の検討、製品化、販路開拓まで一連の支援を行った。ゲームの社会的意義と面白さを両立させ、有効な教育コンテンツとしての特長を持たせたことが、受注獲得に至ったポイントである。

# 農家を引き継いだ事業者が、 販路開拓手法を学び、売上拡大

売上  
拡大

新潟県よろず支援拠点

平成 22 年創業。父親から農業を引き継ぎ、稲作、果樹栽培、果物と野菜のドライ加工品の製造販売を営む。多くの人に農業体験を楽しんでもらう場として、将来的には農家民宿の展開も目指している。

●会社名 **ファーム 193** いくさん  
●代表者名 上杉 育子 (うえすぎ いくこ)  
●住所 新潟県佐渡市千種乙 284  
●電話番号 (0259) 63 - 2240

## 1. 相談のきっかけ

家業の農業の売上拡大のため、  
宿泊と農業体験をセットにした農家民宿を考えていた

相談者は、本業である農業の売上拡大のため、宿泊客が農業体験を楽しむ宿泊施設として「農家民宿」の立ち上げを検討していた。具体的な事業の進め方について、以前から面識のあった当拠点の SCo に相談があった。

## 2. 課題整理・分析

農家民宿単体での採算性確保は困難  
売上拡大のためには、既存事業の強化が先決

事業者の考える農家民宿は、現時点では、農業体験の場を提供する社会的活動の要素も多く、農家民宿単体では売上拡大は難しいと考察。

まずは、改めて自社の方向性や強みを見つめ直し、収益安定のため、既存事業の中で強化の余地があるものについて、対策を取ることが有効と判断した。

## 3. 解決策の提案と実施

「ドライ加工品」の販路拡大に注力することを提案  
にいがた産業創造機構 (NICO) との連携支援も実施

既存事業の中で「ドライ加工品」は安定生産が可能なので、高単価での販売が見込めることから、ドライ加工品の販路拡大策に取り組むことを提案した。但し、ドライ加工品は販売して間もない商品であるため、販路拡大については、NICO の所管事業と連携してイベントへの出展を提案した。当拠点は、商品のコンセプト絞り込みや、経営ビジョンづくり、展示会での魅力的な商品の見せ方等を助言した。



上杉代表

NICO の「うまいものセレクション会議」に出品  
「商品売り込む」経験を通じ、販売の基礎を理解

助言を受け、NICO 主催の、現役のバイヤーが参加する「うまいものセレクション会議」に出品した。事業者は、本事業への出品を通じ、ネーミングや価格設定、コンセプトの重要性など、バイヤーから実践的なアドバイスをもらうことで、物品販売の基礎の理解を深めた。



商品写真

## 4. 支援の成果

東京都内の新潟県アンテナショップで試験販売が決定  
NHK への出演決定を契機に、情報発信を強化

活動の結果、ドライ加工品の認知度も向上し、県のアンテナショップ『表参道新潟館ネスパス』でテスト販売を実施した。売れ行きは好調で、今後の本格的な販売に向けた準備を進めている。また、NHK の番組「キッチンが走る」への出演が決定。これを契機に、自身の活動を積極的に情報発信できるよう、ブログも開設。積極的に売り込みをかけることで、今後の引き合い増加が期待される。

### 相談者の声

父から農業を引き継いで以来、がむしゃらに走ってきたので、今回の支援によって、今後の経営ビジョンや展開を立ち止まって冷静に考えることができた。経営者として学ぶことがまだ多くあるので、当拠点と NICO には引き続きの支援をお願いしたい。

### 支援のポイント

事業者の、販売に関するノウハウの強化を意識し、実施機関の事業を活用したことがポイントである。バイヤーや消費者の生の声に接することで、商品コンセプトづくりの重要性や、手法を習得できたと考える。



# 葬儀・法要冊子の商品化で、 「思い出の絆」を形に

売上  
拡大

山梨県よろず支援拠点

平成14年に葬儀の施行に係る支援事業として開業。その後、葬祭ディレクター（厚生労働省認定）の資格を生かし、自宅葬儀、お寺葬儀、ホール葬儀の施行に携わる。その経験を生かし、法要の習慣など、葬儀後に家族が不安になる点をサポートする商品を開発。

- 会社名 **メモリーライフ**
- 代表者名 市川 由美子（いちかわ ゆみこ）
- 住所 山梨県上野原市大門 717-2
- 電話番号 (0544) 62 - 3066

## 1. 相談のきっかけ

商品化にあたっての課題を確認し、具体的な解決策について助言をしてほしかった

相談者は、商品化を考えている「葬儀・法要冊子」の活用新案登録について、知財総合支援窓口にご相談した。その際、デザイン、PR方法、生産体制検討等に関する相談先として、当拠点を紹介されたため、来訪に至った。

## 2. 課題整理・分析

小ロット製造を前提にした  
販路設計の具体化が課題

商品のコンセプトは「故人の菩提寺や信仰を記録することで、葬儀後の法要に必要な情報の確認を容易にし、家族の負担や不安を軽減すると共に、故人の思い出も形として残す」もので、商品の着眼点はユニークで、事業化の可能性があると判断。顧客ごとのカスタマイズが必要等の、商品の特性上、大量販売を行う商品ではないため、商品の仕様を明確にし、小口の製造に対応できる製造元の選定が必要であった。

## 3. 解決策の提案と実施

商品仕様を定め、販売手法を確立するよう助言  
製造委託先の選定のポイントも説明

コンセプトを具体化したうえで商品化を進めるよう助言。そして、十分な機能とデザイン性を確保しながらも、製造コストの軽減を実現すること、製造委託先の選定時は、小ロットでの生産の柔軟性を重視することを提案した。また、販売促進のため、ホームページの開設を提案した。商品デザインとホームページ開設に関しては、当拠点を通じた専門家の派遣により、助言を受けながら進めた。



商品パッケージ

商品デザイン等の仕様を固め、製造委託先を決定  
補助金を活用し、ホームページも開設

支援を受け、商品のデザイン、菩提寺、宗派など記載すべき情報を精査し、商品が完成した。また、コストや柔軟性の観点から製造委託先を決定した。また、「小規模事業者持続化補助金」を活用し、ホームページを開設した。  
(参考：事業者ホームページ <http://www.memorylife.jp>)



ホームページの例  
(商品紹介ページ)

## 4. 支援の成果

新商品の販売にこぎつけ、  
ホームページ経由での問い合わせも増加傾向

製造販売体制が確立し、商品化を達成できた。さらに、ホームページでの販促活動を開始することで、問い合わせも徐々に増えており、今後、一層の売上拡大が期待される。

### 相談者の声

的確な課題整理によって、商品の質を高められたうえ、経営上のリスク軽減も実施することができた。商品開発を達成できたことは大きな成果であり、今後もニーズに応えるため新しい価値を発信していきたい。

### 支援のポイント

事業者の「先祖を思い命の尊さを伝えたい」という思いを具体的な形にして販売できるように、商品コンセプトから販路設計、製造委託先の選定など一連の課題に対して助言を進めた。その際に、各分野で専門性が高い専門家と密な情報共有をしながら連携を強化することで、一貫性を持ちながら提案を進めたことがポイントであったと思われる。



# こだわりの自社製品の 積極的な情報発信で、売上拡大

売上  
拡大

山梨県よろず支援拠点

昭和23年に創業、菓子原料の餡（あん）製造および販売等を行い、現在は3代目社長が会社を率いる。初代の経営理念を引き継ぎながらも、お客様にとって必要不可欠な存在となるべく、事業展開をしている。

●会社名 株式会社 野中  
●代表者名 野中 麻世（のなか まよ）  
●住所 山梨県甲府市大里町 755-3  
●電話番号 (055) 244 - 0378

## 1. 相談のきっかけ

大口取引先との契約終了に伴い、OEMの売上が減少  
売上拡大策の実施方法を相談したかった

OEM生産の契約終了に伴い売上が減少しており、打開策について悩んでいた。その折、他の事業者から当拠点のことを知り、相談した。

## 2. 課題整理・分析

製餡技術を生かした商品のPRや、  
新商品開発が必要だった

事業者は、高い製餡技術を持ち、質の高い自社商品を生産しているが、その魅力が広く伝わっていないことから、早期に実施できるPRを行う必要があった。

また、事業者の技術を生かした新商品の開発を進めることも必要だった。

## 3. 解決策の提案と実施

既存の自社商品のPR強化、ホームページの改善、  
技術力を生かした新商品開発の可能性検討を提案

「皮一枚仕上げぜんざい」のブランド化など、自社商品の認知度を高めるため、ホームページのリニューアルを提案し、SNS等を活用した情報発信の手法について助言した。また、県産農産物の食感が楽しめるゼリーなどの商品開発を提案した。支援のうち、ホームページのリニューアルやコンテンツづくりの部分については、中小企業サポート連携拠点の専門家と連携して進めた。



自社製品、ぜんざいのラインナップ例  
豆職人の手で一粒一粒選別したこだわりの小豆のみを使用している。

SNSやブログと連携したホームページが完成し、  
積極的な情報発信を実施

支援を受け、ホームページのリニューアルと、SNSやブログと連携した情報発信を行った。アドバイスを生かし、低コスト・更新作業の容易性・検索対策等と考慮した自社ホームページを構築。商品開発とあわせて、首都圏での商談イベントにも参加し、積極的な営業活動も行った。  
(参考：事業者ホームページ <http://ankoya-nonaka.jp/>)



リニューアルしたホームページ  
製品情報、職人のこだわり、製造技術等の情報発信を積極的に行う。

## 4. 支援の成果

都内百貨店からの引き合いがあり、商談を実施  
新商品の開発検討作業にも着手した

ホームページを改善したことで、顧客による自社SNSページへの書き込み等が行われるようになり、顧客とのコミュニケーションが活性化した。イベントへの出展との相乗効果で、これまで取引がなかった都内百貨店からの引き合いがあり、現在商談中。新商品の開発も進めている。

### 相談者の声

課題や解決先を具体的に整理してもらえ、それぞれの課題に応じた適切なアドバイスにより、目標意識の向上につながった。新商品開発にも着手しており、開発後の、さらなる売上拡大も期待される。今後は、社員一丸となり目標に向かって頑張っていきたい。

### 支援のポイント

ホームページのリニューアル等の情報発信については、コンテンツづくりなど詳細な視点で助言が必要と判断されたため、専門家と連携して助言したことが支援のポイントである。今後は、さらなる売上拡大に向けて提案型のセールスについて助言を進めたい。

# 「飲み比べセット」の商品開発で、伊那谷の酒文化 / 食文化を発信

売上  
拡大

長野県よろず支援拠点

上伊那地方の酒販店167社で構成される酒販組合。「町の酒屋」が「商売の絆」を太くする企画などを実施し、販路拡大に積極的に取り組む。都会で暮らす伊那谷出身者に、懐かしい故郷の「酒と食文化」を発信している。

## ●組合名 伊那小売酒販組合

●代表者名 池上 明 (いけがみ あきら)  
●住所 長野県伊那市西春近表木前 6050  
●電話番号 (0265) 72 - 2138

## 1. 相談のきっかけ

組合で「日本酒 飲みくらベセット」の商品化を企画実現に向けた支援をしてほしい

日本酒の需要が落ち込み、酒屋の廃業数も増加している。相談者は、日本酒の需要を掘り起こすため、生き残りをかけた販路拡大策として、地元産の日本酒を詰め合わせた「飲みくらベセット」の発売を企画。その実現方法について、地元の信用金庫の紹介で当拠点を知り、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

商品企画や販促活動内容の具体化と、酒造会社等と統一的な生産・供給体制の構築が必要

詰合せパッケージは、各生産者が、商品の大きさや生産量を統一する必要がある。そのため、商品等企画内容を具体化し、酒造会社8社や卸売業者と、生産体制や販売条件、配送体制について統一的に合意・調整を図る必要があった。

さらには、全組合員167社にも、新商品づくり・販促活動等、協力を得る必要があった。

## 3. 解決策の提案と実施

専門家を活用して商品企画を具体化し、酒造会社等との商談を円滑に進めることを提案

商品企画は、当拠点を通じた専門家派遣制度を活用し、フードコーディネーターから魅力的な味の組み合わせなど商品開発に関する助言を受けることを推奨。新商品の案として「日本酒に合う地元郷土食の同封」等を提案した。

また、商品は、お中元やお歳暮の時期に限定した「ギフトシーズン限定品」とすることで、需要予測や生産計画を立てやすくし、酒造会社等との生産委託に関する商談を円滑に進めるよう助言した。販促活動については、組合員の意見集約を行う際には、ファシリテーションの支援を行い、効率的な合意形成を促進した。



池上理事長



支援にあたった伊藤 SCO

酒造会社等と商談を進め、統一的な生産・供給体制について合意、組合員も一丸となって販促活動を展開

酒造会社等との商談によって、各社の販売条件等の違いを乗り越え、企画趣旨に賛同を得られた。その結果、ギフトシーズン限定で「300ml 瓶詰の同一規格商品の一斉提供を行うこと」の合意形成も完了した。

また、チラシを作成し、各組合員から自社の顧客に対してチラシを配布するよう依頼し、新商品についての販促活動を一丸となって進めた。



商品写真 (写真はお歳暮用ギフトセット)  
上伊那8歳の日本酒に、馬肉の燻製を加えた内容

## 4. 支援の成果

商品化・生産体制を確立、お中元時期での販売を実現当初の予定を上回る600セット以上を販売できた

商品化に至り、生産・供給・販促活動の体制が確立され、お中元シーズンからの発売開始に無事こぎつけた。これにより伊那谷の酒 / 食文化の発信に成功し、地元のほか、都会で暮らす伊那谷出身者などからの高い反響を得た。販売数も、当初予測を上回る、600セット以上となった。

### 相談者の声

平成26年度に商品企画を決定してから、短期間の間で発売を実現することができました。商品化に向けての課題整理や、組合員の意見集約等の支援を受け、すばらしい成果を出せました。

### 支援のポイント

組合員の意見集約方法として、KJ法(多数の意見やアイデアを集約し、整理する発想手法の1つ)を提案し、効率的・効果的に意見集約できるよう努めた。多くの関係者の意見や、課題のポイントを明確化することで、合意形成が促進されるよう意識して支援した。

# 「緩みにくいボルト」を実用化 販路拡大を強化したい

売上  
拡大

長野県よろず支援拠点

昭和42年創業。建設機械部品及び油圧用バルブ、スプール等の金属切削製品を一貫生産している。信州大学工学部等と「ゆるみ止め性能を発揮するボルト・ナット・座金」を開発、製造販売を行っている。

●会社名 株式会社 ヤマザキアクティブ  
●代表者名 山崎 忠承 (やまざき ただよし)  
●住所 長野県埴科郡坂城町南条 2223-2  
●電話番号 (0268) 82 - 7635

## 1. 相談のきっかけ

独自商品「振動しても緩みにくいボルト」の  
販路拡大策を相談したい

相談者は、信州大学工学部などと共同で、振動しても緩みにくいボルト「ActiveX (アクティブクロス)」を開発。今般、同製品の販路拡大策について、長野県中小企業振興センターからの紹介で、当拠点に相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

製品の品質の高さや信頼性のPRと  
継続した技術開発が課題であった

研究機関と連携して開発した「Active X」は、高品質の製品であるが、知名度や信頼性を上げることが課題であった。また、幅広い産業分野で利用されるためには、さらに高品質、低コスト化することが求められることから引き続きの技術開発が必要となる。

## 3. 解決策の提案と実施

大企業との取引で、製品の知名度向上を図る  
製品の技術的課題を精査し、さらなる技術開発を提案

商品に対する知名度と信頼を向上させるため、納入製品への要求レベルが高い大企業からの受注を得ることを提案し、当拠点から、営業先の検討、商談の進め方や契約に関する注意事項等を助言した。同時に、同製品の認知度向上のため、幅広くPRすることも必要であった。

また、難削材の加工や低コスト化技術等の技術開発に向けて、製品力向上の視点から製品の技術的課題を洗い出し、信州大学工学部や長野県工業技術総合支援センター等の専門機関にアドバイスを求めることを提案。



独自商品「Active X」 ボルトやナットの独自形状で、振動・衝撃を吸収。高い緩み止め性能を実現する。

大企業との商談をセット  
技術開発、情報発信にも着手

大企業への販路開拓は、当拠点を通じて派遣された販路開拓の専門家から紹介を受けた、大手産業機器、自動車メーカーと商談を行った。

また、情報発信は、産業界に広く技術情報を発信するNETIS (国土交通省が整備する新技術情報提供システム)を紹介し、登録手続きを実施。技術開発は、当拠点の助言をうけながら洗い出した技術的課題について、信州大学を始めとした「Active X」の開発協力先と連携して難削材加工技術の研究を進めた。

## 4. 支援の成果

大手メーカーとの商談窓口が開けた  
チタン等の軽量・高硬度素材の加工技術も確立

大手メーカーの紹介を受けて、商談を行い、具体的な納入に向けて話が進んでいる。また、研究開発を継続し、チタン等の軽量・高硬度素材の加工技術も確立、航空宇宙産業への参入の可能性が見えた。NETISへの登録申請も、審査が完了し、現在登録手続き中である。



山崎社長



支援にあたった白川 Co

### 相談者の声

販路開拓の方法について、具体的な提案と助言をもらい感謝している。大口供給先の確保、さらなる技術向上等の課題設定により、順調に作業を進めることができた。引き続き、支援をお願いしたい。

### 支援のポイント

今回の支援は、当拠点が支援計画を立て、販路拡大は専門家、技術開発は大学という形で、それぞれの得意分野を生かせる支援形態を取ったことがポイントである。



# 信州産りんごを丸ごと使った 新商品「りんご大福」を開発

売上  
拡大

長野県よろず支援拠点

創業以来、30年以上にわたり、和洋菓子の製造販売を行ってきた。商品は全て自社工場で製造し、高い製菓製造技術と品質管理技術を有する。

●会社名 有限会社 カナメヤ製菓  
●代表者名 佐々木 孝 (ささき たかし)  
●住所 長野県佐久市北川 570-3  
●電話番号 (0267) 82 - 7827

## 1. 相談のきっかけ

長野名産のりんごを「丸ごと1個」使った、  
新商品「りんご大福」を開発したい

相談者は、長野県の名産である「りんご」を1個丸ごと用いた「りんご大福」の開発を考案した。商品開発にあたり、材料の供給者探しと、試作開発から商品化までの一連の助言を受けるべく、(公財)長野県中小企業振興センターの紹介により、当拠点に相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

初期の開発資金の確保と、  
今後の量産化を見据えた、りんごの仕入先選定が課題

既存の「りんご大福」のなかでも、「りんごを丸ごと1個」使う製品は見当たらない。開発に成功すれば、事業者の主力商品になると判断。新商品の開発資金確保のため、必要な設備や作業を精査し、費用を算出すると共に、材料の「小型で食味の良いいんご」の供給先を探す必要があった。

## 3. 解決策の提案と実施

栽培農家とのマッチングによる供給者の確保、  
初期の開発資金獲得のため、助成金の申請を提案

適したりんごの品種として「姫りんご」を候補に挙げ、ちょうど当該品種の販売先を探していた、県内の栽培農家との商談を提案した。一連の支援のうち、マッチング先の選定は、(公財)長野県中小企業振興センターと連携して実施した。材料の仕入先を決め、開発に具体性を持たせたうえで、初期の開発資金獲得のために助成金の申請を提案、申請に向けた事業計画書づくりのポイントも助言した。



佐々木社長



支援にあたった丸山 SCO

りんご栽培農家との商談が成立  
事業計画を固め、助成金を申請

支援を受け、りんご栽培農家との商談を実施し、材料仕入先を決定。農家側も、ちょうど販売先を探していたこともあり、スムーズに商談が進んだ。また、事業計画を固め、「長野県農商工連携支援基金助成金事業」を申請した。

## 4. 支援の成果

助成金に採択され、開発資金を確保  
りんごの仕入先も決まり、本格的な商品開発に着手

りんご栽培農家から材料の供給を受け、平成28年度の量産体制確立を目指し、本格的な商品開発に着手した。また、助成金が採択され、試作品製造に必要な設備、パッケージデザインの開発、展示会への出展、新製品PR用パンフレットの制作等の初期費用が調達できた。



試作中のりんご大福 (写真はイメージです。実際の商品は芯と茎を抜いたりんごを、丸ごと包み込んであり、りんごは見えません。)

### 相談者の声

かねてより「りんご1個を丸ごと用いた新しい和菓子(りんご大福)を開発し、信州を代表する銘菓に育てたい」との強い思いを抱いていた。支援を受け、事業計画作成による事業全体像の把握、開発初期に必要な資金、材料の供給者確保を円滑に進んだ。

### 支援のポイント

相談者の思いを具体的な形にすることを意識し、長野県中小企業振興センターと連携し、りんご栽培農家とのマッチングを行い、農商工連携事業の枠組みづくりを支援することができた。当拠点だけでなく、各支援機関と連携しながら作業を進めたことが、本支援のポイントである。

# 「家康ゆかりの出世粥」をホテル 朝食とマッチングさせ売上拡大

売上  
拡大

静岡県よろず支援拠点

明治42年創業。宿場町「丸子」にて酒販店を営む。地域に密着した、ぎめ細かいサービスが人気。良質の井戸水と、静岡酵母と静岡県産米「誉富士」で造ったオリジナル純米酒の製造販売も実施している。

●会社名 有限会社 しらい酒店  
●代表者名 白井 照之(しらいてるゆき)  
●住所 静岡市駿河区丸子7-3-9  
●電話番号 (054) 259-5511

## 1. 相談のきっかけ

地域資源を活用して開発した「お粥」の  
販路確保に向けて相談に至った

相談者は、平成26年度に当拠点の支援を受けて地域の特産品を用いた商品を開発していたところ、さらなる売上拡大に向けて新商品を開発。新たに考案した「家康ゆかりの出世粥」の販路確保に向けて、当拠点へ再度の相談に至った。

## 2. 課題整理・分析

お粥は利用シーンが限定されるため、  
認知度を向上させる必要があった

新商品は、地域資源を活用している特徴はあるものの、お粥を食べるシーンはそう多くないことから、新商品の認知度をまずは向上させる必要があった。一方で、当拠点に相談のあるビジネスホテルが、稼働率改善のために朝食の改善に取り組んでいる状況であった。

そこで当拠点は、地域産品のお粥ということでホテルの朝食として提供するようにすれば、事業者の課題だけではなくホテル側の課題の解決にもつながるのでは、と考えた。

ただしその実現に向けては、両社を引き合わせることから始め、お粥という新商品のコンセプトづくりから生産販売体制の確保をすることが課題として判断された。

## 3. 解決策の提案と実施

「地元」をコンセプトとして設定し、  
生産体制構築のためのマッチングを提案

まずは当拠点から両社にマッチングをすることを提案。マッチングにあたっては、事業者には地域で収穫できるお米と社長宅の井戸水を利用してお粥づくりを行い独自のコンセプトを確立することも助言。さらに、「地元」という視点にこだわり、地域のボランティア団体「丸子わいわい会議」でのお粥調理や、副菜として提供する野菜もすべて丸子地区で採れるものに限定し、「地域の素材の有効利用」という視点を「地元」というコンセプトに付加することも提言した。

マッチングにより生産販売体制が構築された  
ホテル側にもコンセプトを強調したサービスを提案

当拠点の声掛けによりマッチングが実現し、実際の生産販売に着手した。その際にはホテル側も、当拠点の助言に基づき地元の染色作家と協力して製作した「茶染」のエプロンやテーブルクロスを用意し、ホームページで新たな朝食プランの情報発信をするなど、地元産品へのこだわりを強調する方策を打ち出した。



「家康ゆかりの  
出世粥」写真

## 4. 支援の成果

マッチングが成功し、朝食付プランは好調  
お粥の認知度向上と販路拡大に成功した

マッチングによりお粥を使った新たな朝食サービスが平成27年10月から展開され、ホテルの朝食付プランは人気を博すこととなった。その結果、事業者の新商品の認知度向上に成功し、販路拡大につながった。今後ホテル側では市内の大きなイベント時を控え稼働率が向上することが見込まれ、さらにお粥の生産販売が増加する見込みである。

### 相談者の声

地域の企業や人たちが連携して作った家康にちなんだ出世粥がホテルの売上向上にも貢献できたことは大変嬉しい。全国から静岡を訪れた人たちの食に関する考え方も学べるので、関係者全員が有意義に感じている。

### 支援のポイント

地域産品でお粥という着眼点はユニークであったものの、利用シーンが限定されてしまうことから、一定規模の安定需要があり、認知度向上にもつながる方策がないかという視点でマッチングを実施した。その際には、マッチングによって連携する相手の課題解決につながるものにする、という意識も重要であった。

# 干物とフランス料理のコラボ 「パンに合う干物」の事業化実現

売上  
拡大

静岡県よろず支援拠点

大正元年創業の老舗水産加工会社。  
干物の製造販売を行う。こだわりの素材と塩、鮮度を保つための水（日本名水百選の柿田川の水）にまでこだわった、上質な干物づくりで知られる。

●会社名 有限会社 ヤマカ水産  
●代表者名 小松 利寿（こまつ としひさ）  
●住所 静岡県沼津市志下 629  
●電話番号 (055) 931 - 2142

## 1. 相談のきっかけ

新商品の開発を実現し、  
伝統産業である干物業界に新しい風を吹き込みたい

相談者は、同社の干物生産技術を生かし、干物業界を変えていくような新商品を開発したいと考えていた。すでにフランス料理のシェフと共同で、商品開発を進めていた。当拠点には、別の支援機関からの紹介により、事業化に向けた経営革新計画の策定の相談がよせられた。

## 2. 課題整理・分析

新商品の情報発信や初期コストの軽減など、  
事業展開のイメージの具体化が必要

商品開発は、既に事業者が関係を構築していたフランス料理のシェフ（増井シェフ：フランスシュバリエ勲章を受章した仏料理の第一人者）が加わって推進しており、商品価値の高いものになると判断。商品開発後の情報発信や初期コストの軽減などの事業展開のイメージを具体化し、計画に落とし込む必要があった。

## 3. 解決策の提案と実施

経営革新計画の申請を支援  
他の支援機関を交えた、チーム支援を実施

多数の視点により事業化を支援するという観点から、(公財)静岡県産業振興財団と当拠点が連携して、経営革新計画への申請を提案し、具体的な事業計画づくりを支援した。同財団は、日常的な計画書作成のフォローを、当拠点は経営革新計画の骨子となる革新性を読み手に伝わるような表現にするポイントを助言した。同時に、情報発信の手法検討等を行い、さらには、同財団の助成金「地域密着ビジネス新事業」の活用により、コスト軽減を図ることを提案。また、商品開発は、増井シェフの支援を受けて進めた。



製品写真

経営革新計画を申請  
新商品が完成し、プレスリリースを実施

チームによる支援を受け、事業展開の方針を具体化し、経営革新計画の申請を行った。また、「地域密着ビジネス新事業」へ応募し、地域に貢献できる事業であることをアピールする計画書を作成した。一方、増井シェフとのタッグにより、新商品のパンに合う干物「ペッシュール」が誕生。発売に向けたプレスリリースを実施した。

## 4. 支援の成果

経営革新計画の承認を受け、助成も認められた  
複数のメディアから取材を受け、新商品発売は好調

経営革新計画と、地域密着ビジネス新事業の助成が認められ、新商品開発を契機とした事業化に成功した。また、新商品発売は、地元新聞社やテレビ局、日経 MJ にも紹介され、順調な滑り出しとなった。催事や商談会への参加も検討しており、自社工場の隣に直売所をオープンした。同社のさらなる事業拡大が期待される。



新聞記事で紹介  
(静岡新聞 県内総合  
P22より)

### 相談者の声

支援を受け、事業展開方針が明確になったうえ、経営革新計画の承認なども受けることができた。今後も様々な支援や情報提供をお願いしたいと思う。

### 支援者のポイント

事業展開計画の策定にあたり、他の支援機関と連携し、専門的な知見を出し合うことでスムーズに進んだ。また、催事や商談会の実施予定など、今後の販路拡大に役立ちそうな情報の提供も心掛けた。



# ホームページ開設を通じて 経営理念を再認識し、売上が拡大

売上  
拡大

愛知県よろず支援拠点

昭和60年創業。軽貨物運送業を営む。7年前から、急逝された夫に変わり、長谷川優子社長が会社を経営する。定期配送に加え、休日や当日の急な集荷配送に対応する緊急スポット便など、「速さと正確さ」をモットーとしたサービスを展開する。

- 会社名 有限会社 長谷川急送
- 代表者名 長谷川 優子 (はせがわ ゆうこ)
- 住所 愛知県豊田市上原町西山1
- 電話番号 (0565) 46 - 5150

## 1. 相談のきっかけ

将来の事業承継も視野に入れ、経営課題を精査し、改善したい

事業承継を視野に入れ、後継者として息子を入社させたが、そもそも、現時点での会社の経営全般について、不安な点がいくつもあった。今のうちに課題を明確にして改善を進めたいと考えていたところ、豊田商工会議所の紹介によって当拠点を知り、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

複数の SCo が多面的な観点から経営課題を抽出  
「売上拡大のための情報発信強化」が優先課題だった

事業承継、財務改善、売上拡大等の領域ごとに、複数の SCo が経営課題の抽出を実施。解決策実行の優先度について議論した結果、「売上拡大の取組強化」が重要と考え、「会社としての姿勢を、内外にしっかり示しながら営業活動を行うこと」を最優先課題として設定した。その際には、コストをかけない情報発信が必要であった。

## 3. 解決策の提案と実施

会社の強みや経営理念を明確化し、  
ホームページ開設による情報発信を提案

会社の姿勢を内外に示すため、ホームページ開設を提案。コンテンツづくりにあたり、「会社の強みや経営理念」を明確化する作業を支援。

競合他社のホームページも参考にし、自社の強みなど、他と差別化できる点を強調することを助言した。また、開設コストを削減するため、無料のホームページ開設サービスの利用を提案した。さらに拠点からは、ホームページの掲載写真の実績がある専門家も派遣し、魅力的なコンテンツづくりをサポートした。



長谷川社長



支援にあたった加藤 SCo

コンテンツづくりを進め、ホームページを開設  
商工会議所と連携し SEO 対策も行った

無料のホームページ開設サービスの活用を決定。コンテンツづくりも、専門家と SCo の支援を受けながら進めた。豊田商工会議所のページからリンクをするなど、SEO 対策も取った。



ホームページ（トップページ）  
シンプルなデザインで、自社の理念や強みを明確に伝える。

## 4. 支援の成果

ホームページが口火となり、営業活動を強化  
新規の法人契約を 3 社獲得できた

ホームページを公開し、経営者の息子も交えて顧客に挨拶に行くなど、営業活動が活発になった。ホームページを見た企業から問い合わせがあり、新規顧客 3 社と取引を開始することができた。また、スタッフ紹介のページ作成では、最初は乗り気でなかった従業員が、写真撮影などを通じて次第に積極的になり、社員間のコミュニケーションの活性化にもつながった。

### 相談者の声

ホームページの開設方法からコンテンツづくりまで助言を受け、写真撮影等を行った。ホームページを自力で作上げたことが自信にもつながり、事業への気持ちも高まった。

### 支援のポイント

日頃から、IT 活用については、極力コストを抑え、費用対効果の高いものにしようと提案を行っている。複数の SCo や専門家と連携し、体制を構築できたことにより、効果的な支援ができた。

# 人気商品「大地のおやつ」の ブランド確立と販路拡大を実現

売上  
拡大

岐阜県よろず支援拠点

明治9年創業。食用油卸売業を営んでいる。平成24年からは、現経営者が和菓子職人との出会いをきっかけに開発したオリジナル菓子「大地のおやつ」シリーズの発売を開始した。

●会社名 合名会社 山本佐太郎商店  
●代表者名 山本 慎一郎 (やまもと しんいちろう)  
●住所 岐阜県岐阜市松屋町17  
●電話番号 (058) 262-0432

## 1. 相談のきっかけ

人気商品「大地のおやつ」シリーズの、さらなる売上拡大に向けた、方策を相談したい

和菓子職人と共同開発したオリジナル菓子「大地のおやつ」シリーズは、こだわりの原材料と製法により、人気を博している。さらなる売上拡大の方法について、考えるなか、岐阜県産業経済振興センターから当拠点の紹介を受け、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

シリーズの中の主力商品、「大地のかりんとう」の生産体制を強化すべきか否か、検討が必要であった

「大地のおやつ」シリーズは、かりんとう、ビスケットなど、多数のラインナップを持つ。どの商品も人気が高く、納品先からの増産の声も強い。中でも、「大地のかりんとう」は、障がい者施設に生産を委託し、手づくりによる丁寧なお菓子づくりが売りである一方、生産能力に限界があるため、増産の対応が難しい。そのため、急ぎで増産対応しても、品質低下によるブランドイメージの悪化も懸念され、生産体制強化について検討を深める必要があった。

## 3. 解決策の提案と実施

大地のおやつシリーズのブランドの信頼を大切に、増産を急がず、着実な成長を図るよう提案

同シリーズの強みは、「こだわりの素材と製法」に対する消費者の信頼である。「かりんとう」も同様で、障がい者施設の皆さんが「量産は難しいが、丁寧に手づくりすることが人気の理由でもある。シリーズのブランド確立の観点からも、ここは焦らずに着実な成長を図ることの利点を説明し、シリーズ全体で販路を拡大することを提案した。



山本社長



支援にあたった遠藤 SCO

「大地のかりんとう」の生産体制は、現状維持と判断他の主力商品の強化を基軸とし、販路拡大を進めた

提案を受け、商品の品質とブランド維持のためにも、増産を焦らず、取引を待っている顧客に事情を説明して理解を求めることとした。他の主力商品については、さらなる販路拡大が可能な商品もあるため、それらを基軸として展示会への出展等 PR を実施した。



大地のおやつ 商品例

## 4. 支援の成果

商品の品質とブランド価値を維持しつつ、積極的な販路拡大で、売上も270%増加

各商品の生産能力を踏まえ、販路拡大可能と判断した商品は、展示会等でPRを続け、平成27年度の売上は、前年度との比較で約270%の増加を見せており、売上高で1億円を突破する見込みが立つまでになった。

### 相談者の声

支援を通じて、自社の販売計画がブラッシュアップされ、良い機会となった。オリジナル菓子の販売事業は新しい挑戦で、手探りで進めており、今回のように判断に迷った際に、親身になって相談に応じてもらったことは、大変助かった。

### 支援のポイント

事業者が開発した『大地のおやつ』シリーズは、こだわりの素材と製法で消費者からの信頼を獲得している。増産対応によるブランドへの影響と、今あるブランド力を維持することの大切さを助言しながらも、できることは積極的に進めていく、バランスを取ることに留意した。

# 未活用スペースを改装、 飲食店とのシナジーで売上拡大

売上  
拡大

岐阜県よろず支援拠点

平成 19 年創業。食べ放題のイタリアン・レストランを岐阜県内に展開する。ホテル経験 20 年のパティシエや、イタリア修行経験を持つスタッフ等を揃え、ビュッフェ形式ながら本格的な料理を提供する。

- 会社名 株式会社 マンマミーアホールディング
- 代表者名 藤井 雅弥 (ふじい まさや)
- 住所 岐阜県羽島郡岐南町上印食 9-50-1  
岐南シネマジングル 1F
- 電話番号 (058) 248 - 0079

## 1. 相談のきっかけ

使われていないスペースの活用方法や、店舗運営のアドバイスがほしい

相談者の所有する店舗のうち、岐南店は、元テナントとして入居していた商業ビルを買い取った経緯から、全てのスペースを活用できている状況ではなかった。スペースの有効活用や店舗運営に関して相談するため、岐阜県産業経済振興センターの紹介で当拠点を知り、来訪した。

## 2. 課題整理・分析

店舗全体の運営状況から課題を抽出  
未活用スペースの改装、メニュー見直しが有効と判断

事業者店舗の運営状況全体を分析し、飲食店の集客につながる形態での活用が効果的と考察した。また、ビュッフェのメニューについては、より廃棄ロスの少ない商品に入れ替えて、客層の拡大を意識した対策が必要であった。

## 3. 解決策の提案と実施

飲食店とコラボするイベントスペースへの転換  
寿司の食べ放題を廃止し、新メニュー導入を提案

店舗の 2 階にある閉館したままの映画館は、イベントホールに改装することで、より大人数の貸切営業やイベントの実施に対応させ、その際に飲食メニューの提供を行うなどの相乗効果を創出するよう提案。また、ビュッフェで行っていた寿司の食べ放題は、これまで廃棄が大きかったため廃止し、若者からシニアまで人気のある新メニューを導入することを提案した。



改装したイベントホール風景

イベントホールに改装、  
寿司の食べ放題を廃止し、スイーツビュッフェに変更

助言を受け、イベントホールに改装した。また、寿司の食べ放題を廃止し、代わりに集客力の高いスイーツの食べ放題に変更した。また、シニア層への魅力が下がらないよう、うどんやそば等のメニューも追加した。

## 4. 支援の成果

貸切利用やイベント開催により、売上が向上  
スイーツは、各メディアで紹介され、集客力が増加

改装したイベントホールでは、貸切利用や事業者主催のイベント（まぐろ解体ショー等）が実施可能となり、売上が向上した。また、スイーツビュッフェは各メディアで紹介されて話題となり、さらなる集客が期待される。



スイーツビュッフェ写真



まぐろ解体ショーのポスター

### 相談者の声

支援を受け、店舗の収益性向上に関して明確に課題が整理され、的確な対応策を取ることができた。経営に関することは普段なかなか相談する相手もおらず、つい一人で深刻に考えてしまいがちになるので、いつでも相談できるよろず支援拠点は大変心強く感じる。

### 支援のポイント

まずは相談者の考えや悩みを全て聞いたうえで、事業者が普段意識しないような第三者的な目線から、課題と対応策を整理するように努めた。未活用スペースを、事業内容と親和性の高い設備に改装することで、売上拡大につながった。



# 商圈を広げ、販路拡大を実現 新たな人気商品も完成

売上  
拡大

三重県よろず支援拠点

平成6年創業。菓子製造販売を営む。厳選した素材を用いた体にやさしいお菓子づくりを常に心がけ、地元では「天使のお菓子やさん」の愛称で親しまれる。

●会社名 有限会社 モンパクトル

●代表者名 大石 成子 (おおいし しげこ)

●住所 三重県名張市東田原 2732-4

●電話番号 (0595) 48-6636

## 1. 相談のきっかけ

新たな市場開拓、売上拡大を実現するため、具体的な方針策定のための助言が必要だった

相談者の店舗がある名張市では、少子高齢化の影響から、需要の減少が予想された。今後の事業展開の相談をしていた、産学官連携地域産業創造センターから当拠点を紹介され、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

生菓子は、自社店舗でしか販売されないことが判明  
焼き菓子の販路拡大が必要

事業者の事業環境や商品を分析し、主力商品である生菓子は賞味期限が短いため、廃棄ロスが出やすく、自社店舗以外での販売展開が難しいことが判明。自社店舗での洋菓子販売だけでは、マーケット減少の悪影響は避けられないことから、焼き菓子の販路拡大を積極的に行うことが必要であった。

## 3. 解決策の提案と実施

県内での販路拡大と、  
地域の資源を生かした「新商品」の開発を提案

まずは三重県内で、自社店舗以外の小売店で既存の焼き菓子の販売を増やすことを提案。また、地域の資源を生かした、情報発信力の高い焼き菓子の新商品開発も提案。

広告宣伝の資金として、応募可能な補助金制度を紹介した。また、これらの事業を、優先順位をつけて進められるよう「三重県版経営向上計画」を紹介し、中長期的な事業計画の策定も提案した。



人気商品「天使のたまごロール」こだわりの那須御養卵、最高級の国産小麦粉、上質の純生クリーム100%使用。

販路拡大のため、地元運送会社のサービスに登録  
伊賀忍者の携帯食「かたやき」を基に新商品を開発

助言を受け、既存の「焼き菓子」の販路拡大のため、運送会社が提供する、「たべねっとみえ：県南部や伊賀地区の美味しいものを県北部の人に届ける物流サービス」に登録した。また、「小規模事業持続化補助金」の採択を受け、商品カタログ等を作成し、さらに、新商品として、三重県内の地域資源であり、伊賀忍者の携帯食として昔から地域に知られる「かたやき」を基に、女性や子供でも食べやすいサイズとした「かたやき小焼き」を開発した。



新商品  
「かたやき小焼き」  
(特徴ある優れた商品に対して、三重県が認定する「2015みえセレクション」にも認定された)

## 4. 支援の成果

桑名市の大手スーパーで「焼き菓子」の販売が実現  
新商品開発も完了し、営業開始に至った

既存商品の焼き菓子「焼きドーナッツ」が、桑名市の大手スーパーで販売開始され、販路拡大が実現した。新商品「かたやき小焼き」は商品化が完了し、三重のお土産商品としての定番化を目指し、営業活動を開始した。現在、三重県産業支援センターと名張商工会議所の支援を受け、将来の事業計画を策定中である。

### 相談者の声

支援により、地域の市場が縮小傾向にある中で、お客様から絶大な人気を得ている「スイーツ」は残しつつ、「忍者」や「健康志向」という切り口で新たな販路を見出していくという戦略が明確となり、商品化できた。

### 支援のポイント

現状の経営資源を生かしつつ、将来を見据えた積極的な販路拡大、新商品の開発への取組みを支援した。事業者の商品開発力と、既存の物流サービスを組み合わせ、効率よく販路拡大を行ったことがポイントである。

# 「氷見産天然ぶり」のレシピ開発 新しい食べ方を提案し、売上拡大

売上  
拡大

富山県よろず支援拠点

平成12年創業。富山県の名産、氷見産天然ぶりの冷凍化とその加工販売を行う。難しいと言われていたぶりの冷凍を、独自の技術研究で発展させ、事業化した。道の駅「ひみ番屋街」内にて小売直営店「魚蔵あびす屋」も運営する。

●会社名 マルカサフーズ 有限会社  
●代表者名 笠井 健司 (かさい けんじ)  
●住所 富山県氷見市地藏町13-18  
●電話番号 (0766) 74 - 4433

## 1. 相談のきっかけ

新製品「ぶりの焼きほぐし」の売上拡大を実現するために、具体的な販売戦略を相談したい

相談者は、売上拡大策として、現在の看板商品「ぶりステーキ」と並ぶ主力商品づくりを計画していた。候補商品として新開発の「ぶりの焼きほぐし」を考えていたが、具体的な販売戦略が定まらなかった。以前、当拠点開催のセミナーに参加し、当拠点の活動を知っていたため、相談に至った。

## 2. 課題整理・分析

「具材」としてでなく、「食材」としての認知度向上が課題

「鮭の焼きほぐし」は、市場に多く出回っているが、「ぶりの焼きほぐし」は、現時点では事業者のみの製品と見られ、商品力があると判断。また、同商品は、お茶漬けやオニギリの「具材」として販売されていたが、それだけでなく、「食材の1つ」としての活用度が高いことをアピールし、マーケットを広げることが有効と考察した。

## 3. 解決策の提案と実施

「ぶりの焼きほぐし」を用いたレシピの開発、発表・試食会を開催、プレスリリースの実施を提案

同商品が食材の1つとして様々な「食のシーン」で活用できることを訴求するため、同商品を用いたレシピ開発を提案。実施にあたっては、当拠点を通じた専門家派遣制度を活用し、北陸地方で活躍している料理研究家から、助言を受けた。また、情報発信策として、新レシピ発表会と試食会を開催してプレスリリースを行い、メディアへの掲載を目指すことを提案した。



笠井社長



支援にあたった中田 SCo

20種類のレシピを作成し、レシピ集を商品に添付  
レシピ発表・試食会を行い、プレスリリースを実施

消費者に対し「ぶりの焼きほぐし」が幅広く料理に活用できることを訴求し、消費者の購買意欲を喚起できるよう、同商品を用いたレシピ20種類を作成した。レシピ発表・試食会は、近隣市の女性ら約20人を招いて実施し、プレスリリースを行った。また、作成したレシピは、「レシピ集」にまとめ、同商品に添付している。



商品写真  
米麴で漬込んだぶりを丹念に焼き上げ、人の手で丁寧にほぐす



開発したレシピブック  
「ぶりの焼きほぐし」を使った、餃子や春巻き等のレシピを開発

## 4. 支援の成果

売上は、前年同月比で120%を達成  
レシピ発表・試食会は、地元新聞3紙に掲載

レシピ発表・試食会は、プレスリリースの効果で、地元新聞3紙に掲載された。その結果、「ぶりの焼きほぐし」の売上は前年同期比で120%を達成した。現在も、報道内容の紹介も交えたダイレクトメールを作成し、顧客に発送するなど、積極的な情報発信を行っている。

### 相談者の声

売上拡大にあたり、「ぶりの焼きほぐし」の販売強化を考えていたが、具体的な方法は定まらなかった。レシピ作成も、必要性は感じていたが、専門家とのつながりがなく、自力では開始できなかった。支援を通じて、これらの実行戦略が具体化し、実現できた。

### 支援のポイント

相談者の熱意に応えるべく、当拠点は、専門家を交えた実践的な支援を行った。新商品の販促において、レシピを開発することで、その商品を購入することによる「料理の幅の広がり」を訴求し、購買意欲の喚起につながったことが、今回の支援のポイントである。

# こだわり製麺店の新たな挑戦 「麺づくり体験型 飲食店」を形に

富山県よろず支援拠点

平成 18 年創業。うどんやパスタ麺の製造販売を行う。氷見のうどん職人の経験と伝統的な製法が応用されたパスタ麺は、氷見のうどんの持ち味である強いコシとのごどしの良さを持ち、高い評価を得ている。

## ●会社名 かなや麺業

- 代表者名 金谷 和義 (かなや かずよし)
- 住所 富山県氷見市大野 364
- 電話番号 (0766) 73 - 7309

## 1. 相談のきっかけ

「うどんづくり体験ができる飲食店」の、開業に向けた相談をしたい

北陸新幹線開業に伴い、氷見への来訪者が増えるよう、地元の名物となる新事業として「自社の手打ちうどんを味わえ、うどんづくりも体験できる飲食店」を計画した。開業に向けて、その事業性や計画策定等について相談したいと考え、既に面識のあった当拠点の SCo に相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

事業計画があいまいで、開業までの工程が大枠でしか定まっていなかった

事業の新規性はあるが、事業計画が策定できていないため、十分な調査、情報収集ができていなかったため、まずはいつまでにどの作業が必要かといった具体的な作業工程を明確にして対応を進める必要があった。

## 3. 解決策の提案と実施

開業に向けて明確な事業計画を策定するよう提案  
開業資金を算出し、融資活用も助言

当拠点は、基本戦略・客単価・メニュー構成・収支予測・資金計画等、必要事項の検討など一連の事項を議論し、事業計画に落とし込むよう提案した。また、事業計画に基づき、開業資金の算出と資金調達のための公的融資の活用を提案した。この他、出店先の選定にあたっては、空き店舗情報の精査、出店候補先に同行しての助言等を実施した。



製麺風景

事業計画書を作成し、サービス形態を決定  
開業資金を算出し、融資申し込みを実施

事業計画作成を進めた結果、事業アイデアの実行までの工程が明確となった。また、確実に事業を軌道に乗せるため、開業時点では「うどんづくり体験メニュー」は提供せず、まずは安定して実施可能な「通常メニューの提供」(飲食のみ)から開始して認知度を高め、業務が安定した時点で、段階的に体験メニューを導入することを決めた。また、開業資金を算出し、日本政策金融公庫に融資を申し込んだ。

人気メニューの  
カレーうどん

## 4. 支援の成果

融資審査に通り、開業資金を調達  
開業が実現し、計画どおりの売上を達成

事業計画の作成により、開業までの業務を円滑に進めることができた。また、融資審査にも通り、開業資金の調達にも成功し、無事に開業できた。開業 3 ヶ月で、ほぼ事業計画通りの売上となっている。現在「体験メニュー」を平成 28 年度中に開始できるよう、準備中である。

### 相談者の声

数々の支援により、多くの検討事項が明確に整理され、無事に開業が実現した。現在、観光客にも本格的なうどんづくりにチャレンジしてもらい、できればと食感を味わえるサービスづくりに奮闘中だが、その実現は目前になっている。

### 支援のポイント

開業に向けての検討事項を洗い出し、事業者が、やるべきことや進捗を明確に意識できるようにした。また、より安定した事業開始のため、「飲食」と「体験」のサービスを 2 段階に分けて提供することを提案し、開業に向けてのリスクヘッジを行うよう留意した。



# 業務効率改善、顧客満足度向上を目指し、業務基幹システムを刷新

売上  
拡大

富山県よろず支援拠点

昭和54年にヨガ教室として創業し、平成19年に法人化。カルチャースクール事業を行っている。運動教室から文化系教室まで、子供からシニア・高齢者にいたるまで幅広い年齢層を対象とした教室を提供する。

## ●会社名

株式会社 とやま健康生きがいセンター

●代表者名 下野 孔明 (しもの ただあき)  
●住所 富山県富山市今泉西部町1-6  
●電話番号 (076) 491-5665

## 1. 相談のきっかけ

事業の改善にITを活用するため、老朽化した基幹システムを刷新したい

相談者は、顧客サービス向上、従業員の業務効率等の改善を円滑に進めるために「経営分析ツール」としてITを活用すべく、10年以上使用している基幹システムの刷新を決定した。しかし、大規模なシステム改変作業の知見が少なく、進め方に不安があったため、経済産業省が実施したIT経営応援隊事業を通じて面識のあったSCoに助言を求め、当拠点を訪れた。

## 2. 課題整理・分析

システムを活用して得たい「成果」が不明瞭で、システム仕様があいまいなことが問題点

事業者は、システムの刷新により解決したい課題（徹底した顧客管理による顧客サービス向上、システム機能の統合・刷新による業務フローの見直しに基づいた業務効率化等）は見えていた。しかし、求める「成果」が具体化されていなかったため、必要なシステムの規模、仕様、機能が絞り込めていない状況であった。

## 3. 解決策の提案と実施

「経営分析ツール」としても活用可能な仕様固めと、提案依頼書(RFP)の作成を提案

システムを「経営分析ツール」として活用したいという事業者のニーズが明確になったため、事業者の経営状況の把握、改善に必要な指標を洗い出し、各指標について、システム化により改善可能な箇所の特定制と、改善目標の設定を提案した。その上で、システムに実装すべき機能を精査し、発注先に提示する提案依頼書(RFP)の作成を提案。RFPに記載する項目の精査、必要な仕様の絞り込み方法について助言した。



教室風景 (左: 知育フィットネス教室 右: ダンス教室)  
幅広い年齢層向けに、多様な教室を開講している。

システムの仕様を決定し、RFPを作成  
コンペを実施し、最も費用対効果の高い提案を選定

事業者は、支援を受け、発注内容を明文化しRFPを作成した。発注先の選定にあたっては、当拠点SCoが立ち会う中でコンペを実施し、複数のシステム開発会社から提案を受け、最も費用対効果の高い提案を行ったベンダーを発注先として選定した。



写真左: 事業者チラス

新システム導入後は、顧客の受講歴等から、顧客の嗜好に合わせた教室の案内を送付する等の試みを行う予定。

写真右: 下野社長

## 4. 支援の成果

無事にシステム開発作業に着手、平成28年2月の運用開始後、業務改善等が期待される

開発を委託するシステム開発会社を選定し、無事に開発作業を開始できた。発注段階で仕様を明確にしたこともあり、開発作業は順調に進行している。平成28年2月には運用開始となり、業務効率改善等が期待される。

### 相談者の声

支援を受け、業務改善にあたり、システムに求める要望を明確にすることができた。また、RFPの作成により、システム開発会社側にも、当社の現状と求めるシステムの仕様が伝わり、順調に開発作業を開始することができた。

### 支援のポイント

相談者の現状を打破したいという思いに応えるため、要件定義の段階から支援を行い、システムに実装すべき機能を整理した。経営課題を明確にし、それらを解決できるシステムの導入を支援したことが、本支援のポイントである。

# 事業計画を策定し、 事業承継に向けた活動に着手

平成2年創業。食品製造業を営む。米飯加工業、学校給食受託事業、寿司加工品、弁当製造等を主要業務としており、平成26年には新工場を設立し、生産能力が大幅に向上した。

●会社名 有限会社 和倉炊飯  
●代表者名 多田 朗 (ただ あきら)  
●住所 石川県七尾市石崎町ヨ 17-2  
●電話番号 (0767) 62 - 1330

## 1. 相談のきっかけ

事業承継と事業計画策定について、客観的な助言を必要としていた

相談者は、工場新設後の事業展開を見据え、事業計画の策定、事業承継の実施にあたり、助言を受けたいと考えていた。相談者から話を聞いた七尾商工会議所経営指導員からの連携要請を受け、当拠点への相談に至った。

## 2. 課題整理・分析

事業承継は、検討事項の洗い出しと優先順位付け、事業計画は、新工場の稼働率向上が課題

ヒアリングにより、事業承継が最優先の課題と判明。事業承継における検討事項（役員体制、株式持分、各幹部の事業への意向等）の整理と、優先順位付けを明確にする必要があると考察。

事業計画は、新工場の稼働率向上や、中長期的な人材育成等の強化が課題と考えた。また、新たな課題として、安全管理体制のさらなる強化も挙げた。

今回のケースは、支援事項が多岐に渡るため、七尾商工会議所経営指導員とともに、当拠点 Co を中心として、税理士と中小企業診断士の SCo による支援体制を組んだ。

## 3. 解決策の提案と実施

「事業承継計画書」の作成や、事業承継後を意識した、経営体制の検討を提案

事業承継は、取り組むべき課題の優先順位付けと、検討時期を明確にすべく「事業承継計画書」の作成を提案。また、事業承継を成功させるための下地づくりをするため、「事業承継後の経営体制に合わせた、現在の経営体制見直し」を早い段階で実施することを提案した。



工場風景

事業計画の軸として、新工場の稼働率向上に向けた、積極的な販路拡大を提案

事業計画は、新工場の稼働率向上に向け、工場の生産能力を把握し、効率的な生産量に見合った受注を確保することを提案した。具体的な販路拡大の手法は、実施機関が主催する「販路開拓スキルアップ研修会」を紹介することで、スキル向上を図った。また、安全管理体制の向上に関しては、七尾商工会議所の専門家派遣制度を活用し、課題に対応することとなった。

材料保管庫  
風景

## 4. 支援の成果

事業の方向性と、具体的な行動内容が定まり、現時点で実施可能なものから、対応を開始

事業承継は、事業承継計画書を作成し、中長期的な対応課題が明確となり、まずは、助言を受けた「経営体制の変更」を実施した。

事業計画は、工場稼働率向上に向け、研修の成果を生かし、冷凍食材や弁当の積極的な営業活動の展開や新商品開発に着手し、多くの引き合いを受けている。安全管理体制の強化は、専門家派遣を通じて、安全管理委員会の立ち上げ、取組事項の文書化に取り組んでいる。

### 相談者の声

支援により、事業承継、事業計画策定に関して、課題と解決策が具体化され、改善行動へ結びついた。また、安全管理体制強化という新しい課題も明確となり、改良に向けた取り組みを開始することができた。

### 支援のポイント

事業者の様々な経営課題に対し、具体的な改善行動に結びつけられるよう、課題を明確化し、優先順位をつけて取り組んだ。また、事業承継に向け、経営陣が課題と解決策を共有するきっかけづくりとなるように円滑なコミュニケーションの場づくりを意識し、支援を行ったことがポイントである。



# 芸術家の「地獄からの復活」プロジェクトで、販路拡大

売上  
拡大

福井県よろず支援拠点

昭和 53 年 大阪芸術大学卒業。芸術家として活動し、フランス、アメリカ、ドイツ等で個展を開催。「強烈な赤色」を用いた特徴的な造形芸術は「ラ・リュージュ マツミヤ 松宮の赤」として世界で認められてきた。

●会社名 松宮喜代勝

●代表者名 松宮 喜代勝 (まつみや きよかつ)  
●住所 福井県三方上中郡若狭町玉置 25-19  
●電話番号 (0770) 57 - 1368

## 1. 相談のきっかけ

長年の活動休止から、再起をかけ日本で活動再開作品の広報、販路拡大策を相談をした

相談者は、10 年前にポーランドにある作品倉庫を落雷による火災で焼失する等のトラブルに見舞われて以来、活動休止を余儀なくされていた。平成 26 年に続き、再起をかけて日本での芸術活動再開と、作品の販路拡大支援を受けるべく、当拠点に来訪した。

## 2. 課題整理・分析

事業者を直接知らない人にも、活動を伝え、ファンを増やす取組の強化が必要

事業者の作品には、見る人を元気づける迫力とパワーがあり、作品の販売にあたり強みになると判断。日本での活動再開を機に、事業者を支援する人脈も広がってきており、画商から作品販売にあたりサポートしたいとの声もかかっている。

一方、事業者を直接知らない人に、熱い思いや作風を伝える取組は途上であると判断されたため、まずは情報発信を強化し、多くの人に活動内容を伝えることが必要と判断。

## 3. 解決策の提案と実施

ホームページを開設し、SEO 対策の実施を提案  
画商等の支援者からリンクを貼り、紹介してもらう

コストをかけずに情報発信を行う観点から、事業者の思いを伝えるホームページを作成して SEO 対策を実施することを助言。画商等の支援者からは、お互いにリンクをする形で活動を紹介してもらうことを提案した。



アトリエ風景



松宮喜代勝 氏

ホームページを開設し、情報発信を開始  
お世話になった方を集めた「復活パーティ」を開催

事業者の芸術家としての歩みから作風、作品紹介までを掲載したホームページを開設し、情報発信を開始した。さらに、これを契機に、お世話になった方を招き、今後の展望について歓談する「復活パーティ」を企画、実施した。



「復活パーティ」の様子

## 4. 支援の成果

活動再開を契機にメディアでも紹介  
地域の総合病院にも、作品の販路拡大が実現

活動再開と積極的な情報発信を始めてから、早速、福井赤十字病院の屋上公園をはじめ、複数の施設にモニュメントの設置が決定。海外での個展再開の話も進んでいる。事業者のファンは海外に多いことから、引き続き、海外向けホームページ作成に関する支援を行っている。

### 相談者の声

私の「復活計画」として、作品販売戦略、ホームページ作成、中間の画廊とのネット通販展開、復活パーティの内容企画まで、具体的な進め方のアドバイスが得られ、感謝している。私の作品で、大勢の方が勇気づけられるよう、役に立ちたいと思う。

### 支援のポイント

相談者の作品や思いを Web 等で情報発信するだけでなく、復活パーティの実施など、相談者と支援者との交流を活性化させることで、相談者が自分の活動に対する自信や意欲を高められるような環境を作ったことも、今回の支援の重要なポイントのひとつである。



# 新商品：祖母秘伝の醤油麹漬けを 展示会でアピールし、販路開拓

売上  
拡大

福井県よろず支援拠点

昭和30年創業。菓子類の卸売業を営む。現在の経営者は2代目で、事業承継を機に乳製品の卸業も開始。保育園・幼稚園・老人介護施設などに向け、食品と共に販路展開している。

●会社名 株式会社 神久商店  
●代表者名 神谷 直則（かみや なおのり）  
●住所 福井県越前市小野谷町 14-1-14  
●電話番号 (0778) 24 - 1470

## 1. 相談のきっかけ

新商品である「祖母秘伝の醤油麹漬け」の販路開拓支援を頼みたい

売上拡大のため、祖母から習った醤油麹漬けの新商品開発に着手し、試作したところ、大変おいしく、商品価値があるのではと考えた。そこで販路開拓の支援を受けるため、地元金融機関からの紹介で当拠点を知り、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

ゼロから販売ターゲットの絞り込みや効果的な営業手法の検討を行う必要があった

新商品は、これまで取り扱ってきた菓子類とは全く異なるため、販売ターゲットの絞り込み、営業方法をゼロから検討する必要がある。販売ターゲットは、これまでの事業者の営業ノウハウを生かし、食品商社や食品メーカー、居酒屋等の法人を中心とし、一定のロットを確保することが望ましいと推察された。

## 3. 解決策の提案と実施

販売ターゲットが多くいるであろう展示会への出展を提案、広報ツールの作成等を助言

一定の取引量を確保するため、展示会に出展し、販路拡大を狙うことを提案。展示会ブース、パンフレット等の広報ツールのデザイン、来場者へのメッセージの絞り込み、集客方法の検討等を助言した。また、商品内容の具体化についても、複数の候補食材を試食し、味とラインナップを決める作業を支援した。



展示会の様子



神谷社長

広報ツールを作成し、展示会に出展商品の「良い匂い」で魅力を伝える方法を実施

「地元福井・越前の食材」を全面に打ち出す戦略で広報ツールを作成し、展示会に出展した。また、商品の「食欲を喚起する匂い」を生かし、展示会ではその場で製品を焼き、匂いと味の魅力を伝える方法を使った。



新商品の写真

## 4. 支援の成果

7社から正式な見積り依頼を受け、商談を開始  
OEM供給の要望を受け、試作品を作成中

展示会での内容を見た複数の企業から問い合わせがあり、現在は7社からの正式な見積り依頼を受け、商談を進めている。また、OEM供給の要望を受けたため、その実現に向け、先方から支給された食材を用いて、カスタマイズされた新たな試作品を製作中である。

### 相談者の声

商品開発の段階から販路開拓まで、拠点の複数のSCOに支援をしてもらえた。また、販路開拓の際に紹介を受け、営業に行った居酒屋からは、商品の味に関する貴重な声を聞くことができた。また、展示会後の商談の進め方についても、助言を受けられた。

### 支援のポイント

相談者は、商品開発に対する思いが強く、高品質で安定した商品開発が可能と考えられた。そのため、小口販売だけでなく、安定したロットの確保が見込める食品商社等にも商品の売り込みが可能と考え、その手法を助言したことが、本支援のポイントである。

# 知名度の低さを補う販売戦略で、マケドニアの伝統食材、日本上陸

平成 27 年創業。マケドニアのパプリカを使った伝統食材「アイバル」の販売を行う。無農薬の野菜を使用し、添加物、保存料、着色料を使わずに調理した、「体に優しい天然の自然食品」を売りとしている。

●会社名 合同会社 マリ・マトスカ  
●代表者名 市橋 雅彦 (いちはし まさひこ)  
●住所 滋賀県甲賀市水口町東名坂 150  
●電話番号 (080) 4025 - 0120

## 1. 相談のきっかけ

マケドニアの食材「アイバル」を日本に広めたいどのように販路を確保したらよいか、助言が欲しい

相談者は、マケドニアに旅行に行った際に食べた現地食材「アイバル」の魅力に惹かれ、ぜひ日本でも販売したいと思い立ち「アイバル」の輸入販売を計画。販路確保の方法に関し、滋賀県産業支援プラザ主催のセミナーへの参加を通じて当拠点を知り、相談した。

## 2. 課題整理・分析

ビジネスモデルを明確化し、販売ターゲットや販促手法を確立することが必要であった

事業者が扱う「アイバル」は、無農薬無添加で製法にこだわった質の高いものだが、日本での知名度は低い。そのうえ、アイバルは、単体で食べるというケースよりは、パンなどの他の食材と共に消費される商品であった。つまりアイバルの知名度を上げながら顧客の利用シーンに即した売り方が必要であった。

そのため、どのようにしてこの新商品で事業を行うのかというビジネスモデルを確立し、販売ターゲットの設定や商品の情報発信などが必要であった。

## 3. 解決策の提案と実施

事業展開のイメージを具体化販売ターゲットの明確化等マーケティング計画を作成

まずは輸入販売業の事業モデルについて、事業者と議論を交わしながら具体化した。その中で、アイバルの特性や、想定される消費のされ方などの検討を深めた。そのうえで、商品の独自性を認識し、販売ターゲットや、アプローチ方法といったマーケティング計画を作成することを提案。同時に、利益やキャッシュフローを安定維持するビジネスモデルづくりの重要性を説明し、計画づくりを支援した。



市橋代表

ベーカリーやカフェ等を通じて販売する方針を決定積極的に商品アピールをして営業活動を実施

助言のとおり、販売先をベーカリーやカフェと設定し、実際の顧客反応を確認するという意味でも、積極的に商品のサンプル提供などを踏まえながら商品のアピールをして営業を展開。また、当拠点から新規創業に当たったの基本的姿勢などの助言を受けながら、販売先との調整や輸入販売の開始時期の検討についても着実に進めていった。



アイバルの商品写真

## 4. 支援の成果

地元の人気ベーカリーでの取扱いが決定県内の他店舗や、カフェでの販売も決定

実際に複数のベーカリーやカフェでの取扱いが決定し、販路確保に成功した。現在も、販売網の開拓が徐々に進んでいる。輸入量も、航空便によるサンプル輸入でなく、船便により3ヶ月分程度の販売量を確保できた。今後はSNS等も活用し、情報発信を強化していきたい。

### 相談者の声

商品に対する自信はあり、良さが伝われば、きっと売れるだろうとの思いがあったが、具体的な販売戦略が詰まきれずにいた。支援を受けて、やるべきことが明確になり、手ごたえを感じながら営業を行うことができた。結果として、販売網が着実に増えている。

### 支援のポイント

販路が確保できるまでは、事業立ち上げを急がぬよう助言した。また、日本での知名度の低さを、パン屋やカフェ等の店舗と連携して販売することで補完し、事業スタート時の販売がスムーズにいくよう心掛けた。

# 京都青谷の梅「城州白」を 使用した製品の販路拡大

売上  
拡大

京都府よろず支援拠点

平成 23 年創業。京都府に江戸時代から続く青谷梅林で採れる大粒で上質な梅「城州白」を用い、梅干し、梅のジャム、ジュースなどの製造販売を行う。

●会社名 京都青谷梅工房

●代表者名 田中 昭夫 (たなか あきお)

●住 所 京都府城陽市中出垣内 73-5

●電話番号 (0774) 39 - 7886

## 1. 相談のきっかけ

商品の販路拡大が難航。  
資金難の現状を打破するため、助言を求めた

地元の京都、青谷梅林の由緒ある梅「城州白」を全国に広めたいとの思いから、小学校教諭を辞め、梅製品の製造販売業を創業した。しかし、販路拡大が思うように進まず、困惑していたため、(公財)京都産業 21 主催のセミナーを通じて当拠点を知り、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

競合の出現や認知度の低さにより売上が低迷  
商品の特徴を積極的に情報発信する必要があった

製品を試食したところ、味、香り、大きさにおいて大変すばらしく、商品力は高いと判断。しかし、昨今の梅加工品の需要の減少や和歌山の南高梅にシェアを奪われるなどの要因により、売上が低迷。また、歴史ある商品にも関わらず地元での認知度が低いため、商品を顧客に知ってもらうことが課題であった。

## 3. 解決策の提案と実施

認知度の向上のため、展示会等への出展を提案  
百貨店のバイヤーとつながりのある取引先も紹介

認知度向上を図るため、効率的な商品露出という観点で、イベントや展示会への参加が有効と判断。そこで京都の有名百貨店の食品部バイヤーとつながりを持つ、当拠点の相談企業の社長を紹介し、相談を提案した。



製品写真 甘味料、着色料は使わず、城州白と塩と紫蘇のみを使う。

商品の独自性やそこに込める思いを紹介先に訴え、  
有名百貨店での商談にこぎつけた

当時、有名百貨店では地場の安心安全、おいしい食材を求める方への特色ある企画を打ち出そうとしていた。そこで紹介した企業を通じて、百貨店への売り込みを行った。城州白の香りや味の良さ、希少価値といった優位性、甘味料や着色料を使用しない安全性をアピールすることができ、百貨店のイベント出展が決定した。百貨店では合計 3 回のプロモーションを実施し、知名度アップ・事業者の商品の特徴の訴求を実現できた。また、商品の開発にあつては、クラウドファンディングに独自に取り組み、商品アピールと開発資金獲得に向けて活動を展開した。



田中代表



支援を担当した林 SCo

## 4. 支援の成果

加工品の売れ行きは上々、新たな商品開発の打診も  
受けており、今後の売上拡大が見込まれる

プロモーションの結果、加工品の売れ行きが好調となり、売上は前年比で 14% の伸びとなった。さらに、百貨店のバイヤーからは新たな商品開発の提案を受けている。

### 相談者の声

創業以前は、商売とは縁のない仕事をしており、経営のノウハウがないため、苦勞をしていた。そのため、拠点 CO、SCo の助言は非常にありがたかった。経営の見通しを持つためのヒントや、百貨店のバイヤーとのつながりが強い企業の紹介もしてもらえた。

### 支援のポイント

経営分析の観点から見ると、解決すべき課題は山積していたが、まずは販路拡大に注力し、売上を上げることが先決と考えた。その推進のために、事業者がモチベーションを持って取り組める方法を提案した。



# 訪問看護の経験から 介護服を開発し、売れ行き好調

売上  
拡大

大阪府よろず支援拠点

平成 22 年創業。「地域で困っている全ての方へ癒しの未来を！」を企業理念とし、小児（重度障がいの方を含む）を中心とした訪問看護事業を中心に、障がい児用ロンパース（外出用介護つなぎ服）の生産販売、放課後児童デイサービスを行う。

## ●会社名 株式会社 ワンラブ

●代表者名 加藤 麻弓（かとう まゆみ）  
●住所 大阪府堺市南区槇塚台 2-39-5-307  
●電話番号 (072) 290 - 7999

## 1. 相談のきっかけ

新商品の開発構想に関して、助成金を獲得  
商品開発から販路拡大までの助言を求めた

訪問看護事業の経験から、介護しやすく、見た目にも可愛い、大き目のサイズの「子ども用ロンパース」の商品開発を着想し、事業化を目指すことを決めた。以前から面識のあった当拠点 Co の助言で、助成金「おおさか地域創造ファンド事業」に採択されたため、採択後の具体的な商品開発、販路拡大に向けた相談のため、当拠点を訪れた。

## 2. 課題整理・分析

訪問看護の経験が生かされた、魅力ある商品  
製造委託先の選定、効果的な販促実施が課題

商品は、ボタンの配置や大きさなど、訪問看護の経験に基づいた、細かな工夫が施されており、商品としての魅力は高いと判断。量産化に向けた製造委託先の選定、商品の周知、販促を効果的に進めることが課題と考察した。

## 3. 解決策の提案と実施

製造委託先とのマッチングを提案、  
商品名の変更、販促用 DVD 作成、展示会展出を提案

当拠点 Co のネットワークを生かし、海外（中国）の製造委託先とのマッチングを提案、輸入手続き等も助言した。また、商品名が長く分かりづらかったため、商品名を短く、覚えやすくすることも提案した。販促については、イベント時に流す商品説明用 DVD の作成と、展示会の出店を提案。デザイン経験を持つ SCo が展示会用ツール（チラシ、のぼり等）のデザインを支援した。



商品写真 写真は子供用。ボタンの大きさ、位置などに、訪問看護の経験が生かされている。

## 製造委託先を決定

商品名を決定、販促用ツールを用意し、展示会に出店

製造委託先について、Co から紹介を受けた候補先と商談を行い、委託を決定した。商品名は、着るのが楽で介助するのも楽という特徴から、小児用は「キクラン」、大人用は「助楽」と決定。使用方法を説明した DVD などの販促用ツールを作成し、商工会議所主催の商談会、介護用品の大規模展示会等に参加し、積極的に販路拡大を行った。

## 4. 支援の成果

計画通りに商品開発が実現

販促イベントには 100 名以上が参加し、販売も好調

製造が進み、その結果、看護・介護しやすく、着用する本人の見た目や着心地も考えたデザインの商品が仕上がった。販促イベントでの集客力もつき、100 名以上を集めるようになり、売れ行きも好調で、順調なスタートをきることができた。現在、スタッフも増員し、訪問看護の顧客を増やすとともに、介護服のさらなる販促に力を入れている。



商品パンフレット



加藤社長

## 相談者の声

私の想いに寄り添って、いつも前向きに支えてくださるので、自信が付き、商談やマッチングも楽しめている。アドバイスも幅広く、困った時にも動揺せず、よろず支援拠点に相談しよう！とすぐ前向きに考えられる。本当に何でも相談できる。

## 支援のポイント

相談者は、看護する人と看護される人の両方の立場をいつも最優先に考える経営者で、明確な目標を持っており、その実現のための具体的な提案・アドバイスなど、支援のやりがいがある。助成金の活用、開発商品の製造委託先や展示会・商談会のためのツール作成など、着実に成果を上げている。

# 営業スタイルと情報発信の 抜本的な見直しで、売上拡大

売上  
拡大

大阪府よろず支援拠点

平成18年創業。着物や和服の販売を行う。良いもの、確かなものを求めやすい値段で用意できるよう、業界歴40年を超える代表者をはじめ、経験豊かなスタッフが1点1点丁寧に仕入を行っている。

## ●会社名 創作きもの雅

- 代表者名 東 日出男（あずま ひでお）
- 住所 大阪府大阪狭山市半田一丁目620-4 岡本ビル102号
- 電話番号 (072) 367-3817

## 1. 相談のきっかけ

**和服需要の低下や、外商の機会減少で、売上が低迷  
解決策のアドバイスを求めて相談に訪れた**

和服産業の縮小と、売上の大半を占める外商販売の機会が減るなか、売上拡大策の実施に迫られるも、どこから手をつけるべきか分からず、次の一手に苦慮していた。その折、大阪狭山市商工会へ入会した際に当拠点を紹介され、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

**情報発信不足で、商品の質の高さや、  
コストパフォーマンスの良さが顧客に伝わらない**

事業者は、長年の経験から、豊富な商品知識と良質な仕入ルートを持ち、確かな商品を顧客が求めやすい価格で販売できる強みがある。また、クリーニングや仕立て直し等のアフターフォローもしっかりとしている。しかし、これまで外商販売や、貸し会議室等を借りての催事企画を中心とした販売スタイルを取っていたため、見込み客に対して広く情報発信をしておらず、既存顧客に対しても、商品の魅力をうまく伝えられていなかった。

## 3. 解決策の提案と実施

**顧客への情報発信強化のため、店舗の改装や、  
ホームページ（HP）作成を提案**

洋装店の居抜きで使用していた店舗を最低限のコストで改装し、着物を広げられる商談スペースの設置など、より顧客とコミュニケーションがとりやすい空間にすることを提案した。また、HPの作成による情報発信を提案した。事業者はパソコン作業に関し苦手意識があったが、開設後の更新作業や費用負担軽減の観点から、事業者自ら作業を行うことが必要であった。そのため、HPの作成にあたっては、近隣にあり、緊密な支援ができる地元の大阪狭山市商工会と連携して支援することとした。

**店舗を、顧客とのコミュニケーション空間に改装  
ホームページを作成し、情報発信を実施**

店頭の大型什器の廃棄と、来客者が落ち着いて話ができる、畳状の商談スペースの設置等を行った。また、顧客に対するダイレクトメール（DM）も、商品紹介だけでなく、店舗への来客数増加を目的として、イベント情報等の「新

鮮味のある出来事」を掲載した。また、HPの構築に関しては、自社での運用継続が可能となるよう、操作方法が簡単な、商工会のHP作成システムを使用した。



店内風景  
顧客がゆったりと  
商品選びができる  
空間を確保

## 4. 支援の成果

**落ち着いて話せる店舗は、顧客から好評  
来店客が増え、売上が拡大した**

落ち着いて話せる店内は、顧客から好評を得られた。催事での販売に加え、店舗の改装やDMの効果により、店舗への来客や店頭販売が増え、売上が拡大した。催事での販売方法も、洋服も一部揃えるなど、目新しい商材を取り入れる工夫を続けている。HPでの情報発信も、新規顧客からクリーニングの問合せがあるなど、効果が出ている。



東代表



支援にあたった高橋 SCo

### 相談者の声

ここ数年の厳しい経営環境の中、有効な改善策が打ち出せずにいたが、当拠点に相談したことで、店舗の改善案や情報発信の方法など、実践的な助言が得られた。毎月何らかのイベントや催しを行うことで、離れていた顧客も少しずつ戻り、売上拡大が期待できる。

### 支援のポイント

現地を視察しての店頭アドバイスなど、目に見える具体的な改善から着手し、小さくてもまず結果を出すことで経営改善へのモチベーションを上げるよう心掛けた。実行段階では、商工会と連携して支援したこともポイントである。

# 若い後継予定者の思いを形に 政策を有効に活用し、強みを強化

売上  
拡大

大阪府よろず支援拠点

創業60年を超える鋼材加工の企業。建設や機械などの産業向け鋼材の加工、販売を営む。培われた技術力と、豊富な品揃えにより、高度な発注でも短納期を実現するなど、常に顧客満足度向上を図る。

●会社名 溝西鐵鋼 株式会社

●代表者名 溝西 廣子 (みぞにし ひろこ)

●住所 大阪府大阪市西区九条南4-22-19

●電話番号 (06) 6581-3841

## 1. 相談のきっかけ

会社の後継予定者として「鐵のまち」の知名度を高め、地域の産業を盛り上げたい

会社を構える大阪市西区九条は、鉄鋼関連企業が多いが、「鐵のまち」としての認知度は十分ではない。相談者は、会社の後継予定者として、「鐵のまち」としての認知度を高め、地域産業全体を活性化したいと考えていた。そこで、大阪市の担当者からの紹介により、効果的な情報発信方法を含め、今後の戦略について当拠点に相談した。

## 2. 課題整理・分析

地域の情報発信をするために、その急先鋒としてまずは自社の情報発信力を高めることが重要

地域産業の活性化のためには、地域の魅力を情報発信していく必要があった。しかし、地域としての活動は緒に就いたばかりで、模索段階であった。

そうした中、事業者の経営内容に目を向けてみると、長い業歴の中で培われた独自の強みがあるものの、社内でそれが認識されておらず、自ら外部への情報発信を行うことが少なかった。

そこで、まずは事業者自身が地域活性化の情報発信の急先鋒となり、その前提で自社のブランド力の発見と情報発信を行うこととした。また、情報発信にあたり、有効な手段を選択し、実践することが必要であった。

## 3. 解決策の提案と実施

公的な「賞」への応募を提案  
補助金への申請を通じた、強みの発見方法を助言

効果的な情報発信として、公的な賞への応募がよいきっかけになると判断した。そこで、技術力のアピールができる賞として「大阪ものづくり優良企業賞」への応募を提案した。また、事業者には補助金申請の意向があったため、その申請を通じて自社の分析や強みの抽出ができると判断した。当拠点は、賞への応募と補助金申請に対して、応募書類や事業計画書の作成にあたり、事業者のビジョンや事業計画の整理、強みの明確化について助言した。

自社の強みを見つめなおして事業計画を練り上げ、賞と補助金への応募を実施

自社の強みを分析し、アピールポイントを整理した。その結果、「他社では対応が難しい、顧客からの短納期要請に応えられる技術」が強みであることが再認識された。その強みを軸にアピールポイントを整理し、賞に応募するとともに、事業計画を作成して、補助金に応募した。



工場風景

## 4. 支援の成果

応募した賞を受賞し、補助金の採択にも至った  
得られたノウハウを元に、さらなる情報発信を展開

自社の強みが評価され、「大阪ものづくり優良企業賞」を受賞した。また、事業計画が評価され、2つの補助金にも採択された。一連の支援を受け、強みの抽出とアピールの手法や、事業計画作成の知見を得ることができた。

今後は、補助金を生かして事業計画を推進するとともに、習得した知見を活用し、さらなる自社の情報発信や、地域ブランドの発見と情報発信に取り組むことが期待される。

### 相談者の声

やりたいことを形にするための、現実的で効果的な実行プランを提案してもらい大変助かった。弊社に最適な公的制度的紹介と、その申請作業を通じての助言により、自社の強みを認識でき、取り組んだ全ての制度で、受賞・採択を実現した。

### 支援のポイント

相談者の「地域を盛り上げたい」との大きなビジョンを具体的な形にできるよう支援した。自社のブランド力の発見を通じて、強みの抽出方法を相談者自身が身につけられるよう、留意して助言した。



# 事業承継候補者と経営メンバーが一丸となって経営改善に着手

80年の業歴を有し、酒類を中心とした瓶の王冠、キャップ製造業を営む。「誠心」、「誠意」を理念とし、品質向上はもとより、顧客のニーズを製品開発、改善に取り組み、堅固な顧客基盤を築いてきた。

●会社名 株式会社 中川商店

●代表者名 中川 敦雄 (なかがわ あつお)  
●住所 兵庫県尼崎市猪名寺 1-36-20  
●電話番号 (06) 6491-3273

## 1. 相談のきっかけ

具体的な実行計画まで含んだ、抜本的な経営改善計画を策定したい

主要顧客である酒造メーカー等の事業規模が縮小する煽りを受け、相談者の売上高も減少が続くなか、会社として抜本的な経営改善策を模索していた。具体的な課題抽出と実行計画を含んだ経営改善計画の策定に向け、金融機関から当拠点を紹介され、金融機関の担当者も同行の上、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

製品別原価の算定・顧客別の採算性検討など、これまで未検討だった視点からの分析が必要だった

効果の高い経営改善計画を策定するため、「顧客別の採算性」「顧客・製品別の販売単価」など管理会計の観点から、改善事項を盛り込む必要があった。さらに、正確な状況把握のため、労務費や本社費用等、事業者全社の費用を洗い出し、製品原価に反映させる必要があった。

さらに重要なことは、こうした分析結果を実効性の高い経営改善計画に結びつけるために、社長のみならず多くの意見を採り入れながら活動を進める必要があった。

## 3. 解決策の提案と実施

詳細な原価計算手法や採算性検討手法について助言現場に近い幹部メンバーを巻き込むことも提案

管理会計上必要となるデータを整理するため、詳細な原価計算手法を説明し、それを基に製品別の原価計算・経費削減・生産性向上・販売単価の見直しを進め、経営改善計画の根拠として盛り込むよう助言した。

また、計画の実効性を高めるために、事業承継候補者である専務取締役(現 代表取締役)を中心とした、現場に近い幹部メンバーが参画したプロジェクトチームによる計画策定を行うことも提案した。



商品のキャップ類 普段、意識することは少ないが、飲料の安全な輸送・保管に不可欠な「キャップ」を信頼性の高い技術で生産する。

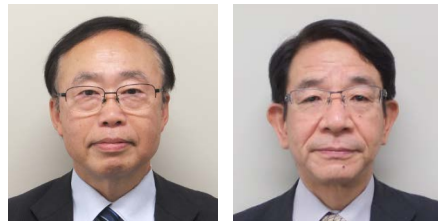
現場の各部門を代表する経営幹部も加わり、実効性ある経営改善計画づくりに取り組んだ

助言を受け、揃えた費用等のデータを元に、各課題を細分化し、経営改善計画を詳細に検討。現状のまま事業を継続すれば、経営状況の改善が望めないことが端的に示されたため、各課題ごとに、どの費用をどの程度増減させるか、経営幹部全員で具体的に詰めた。また、計画の実行状況を定量的にモニタリングできるよう、PDCAサイクルの構築にも取り組んだ。

## 4. 支援の成果

製品別の原価算定等も可能となり、実効性の高い経営改善計画も完成。新事業開発への意欲も醸成

助言に基づき、製品種類ごとに費目別平均単位原価の算定が可能となり、こうしたデータに基づき取引ごとの採算性の検討や生産性向上策を具体的に打てるようになった。また、経営幹部が一丸となって計画立案にかかわったことで課題意識が全社で共有され、全社の一体感が強化されたことは大きな成果である。今後は、生産性改善で生まれた生産余力を活用して新製品や新事業開発に取り組むことも見込まれ、さらなる経営改善が期待される。



支援を担当した藤田 Co 支援を担当した斎藤 SCo

### 相談者の声

支援を通じ、改善点が明確になり、具体的な改善策が策定できた。通常社内でも実務を行っていると、気づかない部分や見落としてしまっている部分が非常に沢山ある事に改めて気づくことができた。

### 支援のポイント

事業者は、事業承継も視野に入れていたこと、経営改善計画の実行性の担保が重要であることから、後継者(現代表)を中心に、現場の幹部を巻き込んで、経営改善計画の検討をするよう提案した。それにより、計画の実行性向上だけでなく、後継者の事業理解、経営者としての意識向上も達成できたと考える。

# 独自技術を生かした販路開拓で エンタメ業界への参入が実現

売上  
拡大

兵庫県よろず支援拠点

平成 20 年創業。プラスチック加工業を営む。「ワクワクや笑顔が生まれる”モノ”を本気でつくりたい！」をモットーに、看板やサインボード等に加え、コスプレグッズ（キャラクターのアイテム等）の制作も行う。

## ●会社名 匠工芸

●代表者名 折井 匠（おりい たくみ）  
●住所 兵庫県高砂市荒井町日之出町 12-5  
●電話番号 (079) 445 - 4500

## 1. 相談のきっかけ

持ち前の加工技術を生かし、コスプレ業界などのポップカルチャー分野に参入したい

相談者は、持ち前のプラスチック加工技術が生かせる新たな分野として、コスプレ業界などのポップカルチャー分野への参入を計画していた。ビジネスとしての可能性に期待を感じつつも、具体的な販路開拓、売上拡大策に関しては、進め方が分からなかった。その折、ひょうご・神戸チャレンジマーケット事業に参加した際、当拠点の紹介を受け、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

コアな需要に対応するための情報収集が課題  
コスプレ業界にとらわれず、市場の再考も検討

コスプレ業界のマーケットは、コアな需要者層に対応するニーズが特殊で多様な業界であるため、直ちに参入することは難しいと考察。まずは、イベントへの参加等を通じて、さらなる情報収集を図る必要があると判断。

一方で、事業者の強みである「手書き原稿の微細な表現を再現できる独自技術」と「低コスト短納期」が生きる市場は、コスプレ業界以外にも存在するため、市場設定の再検討も有効と判断した。

## 3. 解決策の提案と実施

コスプレイベントに参加しての情報収集と  
市場の再定義を提案

コスプレ業界への進出にあたり、まずは愛好家の集まるイベントに参加して情報収集を行い、事業化の感触を掴むことを提案。また、自社の強みを生かせる新規参入先の市場を、コスプレ業界を含んだエンターテインメント業界全体として捉え、舞台装置や劇場、テーマパーク等での需要可能性を探ることを提案。



折井代表

コスプレイベントで商品を展示し、情報収集を実施  
舞台装置や小道具のメーカーへ技術力をアピール

コスプレイベントで自社製品の展示を行い、参加者から情報を収集した。またエンターテインメント市場の開拓に向け、SCo から紹介を受けた、舞台装置や小道具を手掛ける企業へ自身の技術力をアピールし、取引の可能性を探った。



コスプレイベントでの展示の様子  
プラスチック加工で作成した剣などのグッズを展示した。  
参加者からの反応はよく、事業化の手ごたえをつかんだ。

## 4. 支援の成果

舞台装置メーカーから、受注を獲得し、  
エンターテインメント業界への参入が実現

舞台装置メーカーとの商談の結果、コスプレイベント用の試作品で見せた技術力が評価され、継続的な受注を獲得し、エンターテインメント業界への参入が実現した。現在、テーマパークやイベント店装等に営業活動をしつつ、コスプレ業界の情報収集を継続している。

### 相談者の声

支援をうけ、エンターテインメント業界への参入が実現した。私は、ものづくりには自信があるが、ビジネス上の判断や、販路拡大は分からないことが多く、今回の助言は、私が一番必要とする部分を補ってもらえた。

### 支援のポイント

相談者は、コスプレ業界のみを対象としていたが、自社の強みで提供できる「コト」を中心に考えることで、市場を大きな枠で捉え、エンターテインメント業界を対象とする方針で支援をしたことが、スムーズな新規参入を実現した要因と考える。





# 無理のない堅実な計画策定で、 農業への新規参入を実現

昭和54年創業の家具販売業者の後継者が、農業への新規参入を行い、平成27年に農業生産法人葛城山麓農園株式会社を設立。6次産業化、農家レストランの展開を目指している。

●会社名 葛城山麓農園 株式会社  
●代表者名 西村 俊伸 (にしむら としのぶ)  
●住所 奈良県御所市檜原 1619-3  
●電話番号 (0745) 44-8369

## 1. 相談のきっかけ

農業への新規参入に関し、その進め方に関する、  
詳細な課題分析と助言を求めた

相談者は、農業への新規参入計画の検討にあたり、当拠点が開催する売上拡大セミナーへの参加を通じて、当拠点の取組を知り、参入計画の詳細な課題分析や助言が得られると思ひ、相談に至った。

## 2. 課題整理・分析

経営資源を消耗しないよう、  
参入までのステップの明確化が必要

事業者がアイデアを形にするまでのステップを、「①農業参入の下準備」、「②6次産業化、商品開発」、「③レストラン開業」の3段階に分け、各ステップの作業内容を洗い出した。また、各ステップをいつまでに実施するか、資金や人員等の観点から精査し、経営資源を消耗しない現実的なスケジュールを策定することが必要と考えた。

## 3. 解決策の提案と実施

事業化までの各ステップの実施スケジュールを提案  
1年目に実施する作業も具体的に提案

課題整理で抽出した、各ステップの実施時期を検討し、「1つのステップを、1年かけて確実に実施する」、3年計画を提案。まず、1年目(参入の下準備)では、事業計画策定と知名度向上の両立が可能な「ビジネスコンテスト」への応募を提案。策定した事業計画を元に、補助金や融資等に申し込み、参入資金を調達する計画を提案した。



商品写真

事業計画を作成し、ビジネスコンテストに応募  
補助金への申込みも実施

事業計画を作成し、ビジネスコンテスト(ビジコン奈良2015)への応募と、補助金の申請をした。また、農業参入にあたっては、農業生産法人の設立が必要であったが、通常の法人とは異なる設立要件が定められているため、当拠点からの助言を踏まえて、手続きを進めた。

## 4. 支援の成果

ビジネスコンテストで優秀賞を受賞  
農業生産法人を設立し、補助金の採択を受けた

ビジネスコンテストに参加した結果、優秀賞を受賞し、事業を多くの人に周知できた。補助金の採択を受け、参入資金を調達できたことで、無事に農業への新規参入が可能となった。また、農業生産法人も設立できたことから、現在は、引き続き支援を受けながら、次のステップ(6次産業化と商品開発)に着手している。



農園の様子

### 相談者の声

農業参入は、完全な異業種のため不安もあったが、支援によってビジネスコンテストでも賞を獲得し、自信がいった。補助金の採択も実現し、参入実現につながる多くの助言を受けられたことを感謝している。現在も、次のステップの実施にあたり、支援を受けている。

### 支援のポイント

異業種への参入ということもあり、経営資源を消耗しないよう、必要な作業をできる限り精査し、事業者が段階を踏んで確実に実施できるようにした。事業の周知も、可能な限りコストをかけないよう、公的な制度を生かす方針とし、さらに県内の制度を有効に活用する観点で、ビジネスコンテストへの応募を紹介した。

# 木工家具の生産と技術伝承を行う 家具工房を創業

平成 27 年創業。木工家具の製造販売を営む。高等技術専門学校で木工を学んだ後、兵庫県の家具工房で 3 年半に渡り修行。木目の艶など、木の良さを一番に引き出せる「鉋仕上げ」にこだわった家具を作る。

- 会社名 下市木工舎 市
- 代表者名 森 幸太郎 (もり こうたろう)
- 住 所 奈良県吉野郡下市町阿知賀 61
- 電話番号 (0747) 68 - 9118

## 1. 相談のきっかけ

こだわりの家具工房の創業に向け、経営の観点からのアドバイスを受けたかった

奈良の高等技術専門学校で木工を学び、兵庫県の家具工房で 3 年半にわたる修行の後、吉野杉を生かした家具を広めようと、吉野杉の製材加工が盛んな奈良県下市町での家具工房開業を決意。創業に関する助言を受けるため、奈良県 産業・雇用振興部の紹介により、当拠点に相談した。

## 2. 課題整理・分析

資金計画を含めた事業計画づくりや、経営目標の明確化が課題

事業者は、高等技術専門学校や修行先で鍛えられた、魅力のある商品が作れる技術力を持つ。一方で、資金計画や事業計画は、ほぼ検討が進んでおらず、全面的な支援を必要としていた。同時に、ものづくりに対する思いを明確にするため、経営目標の設定も重要な課題と考察した。

## 3. 解決策の提案と実施

事業計画を策定し、経営に関する理解促進を提案  
創業形態を検討し、個人事業での創業を提案

資金計画や事業計画の重要性を説明し、それらの策定方法について助言した。また、会計知識に不安があるとの意向に対し、会計処理の進め方と、基本的な経営管理のための計数管理手法を助言した。また、事業形態については、事業者個人が自ら手づくりで生産・販売を行う現在の体制などから、個人事業としてのスタートを提案した。



製品写真 (鉋 (かな) 仕上げならではの質感の高さが特徴)



製作に使用する鉋 (かな)

事業計画を作成し、数値目標が明確化  
経営目標を定め、技能の伝承も開始

支援を受けながら、事業計画を作成。売上や利益率等の指標が数値化され、目標が明確になった。また、経営目標の検討を通じ「木工を学んだ奈良への恩返しとして、技術伝承も行いたい」という思いを再確認し、研修生を弟子として迎えることも決意した。



製作風景

## 4. 支援の成果

個人事業としての創業を実現  
4 人の弟子を迎え、技能伝承の取組みも開始

経営目標と事業計画の策定の結果、個人事業として「下市木工舎 市」が順調にスタートできた。メディアから取材を受けることもあり、認知度も徐々に高まっている。新たに 4 人の弟子を迎え、過疎化が進む地域に若者が集う場ができ、技能伝承の取組も始まった。

### 相談者の声

支援を受けて、創業に向けた不安が軽減した。また事業計画の策定を通じて、経営上の基礎的な知識やノウハウを習得することができた。

### 支援のポイント

事業者の現状を的確に把握し、優先順位の高い順に具体的な実行計画として整理し、短期間で創業の準備を効率的に進められるように努めた。また、奈良県の地域の振興につながる事例でもあるため、広報活動等でも取り上げられないか、自治体等との連絡も密に行った。



# 将来の事業拡大を見据えた、 全社的な営業改革プランの具体化

売上  
拡大

和歌山県よろず支援拠点

創業90年。酒類、食品卸売事業や、取引先を支援するための飲食店繁盛サポート業を営む。1000店舗を超える販売チャネルを持ち、全国の外食業界にネットワークを持つ。若手人材の育成にも積極的に取り組む。

●会社名 株式会社 リカーショップゴワ  
●代表者名 後和 信英 (ごわ のぶひで)  
●住所 和歌山県和歌山市砂山南 1-1-9  
●電話番号 (073) 422-8997

## 1. 相談のきっかけ

今後の成長戦略や事業戦略策定の進め方について、助言が必要だった

営業部門と経営企画部門を担当する相談者（事業承継予定者）が、今後の成長戦略や事業戦略策定の進め方について悩んでいたところ、中小企業同友会の会合で当拠点を知り、社長と共に相談に来訪した。

## 2. 課題整理・分析

中長期の営業戦略の策定にあたり、顧客管理の問題点の把握と全社一丸となった取組体制の構築が必要

相談者は、今後、数年をかけて、満足度向上等による既存顧客の囲い込みから新規顧客の開拓までを行う新たな営業戦略の策定を検討しているが、実施にあたって、顧客管理や業務体制等に問題意識を持っており、実行に踏み切れないでいることが判明。

新たな営業戦略の策定は、全社一丸となった取組が必要であり、改革にあたって会社全体の課題を洗い出し、全社的な取組体制を構築することが課題であった。

## 3. 解決策の提案と実施

営業戦略の根幹である顧客管理の強化に向け、重要情報となる顧客満足度（CS）調査の実施を提案

営業戦略の策定にあたって、事業者の問題意識を顧客目線で検証するために、CS調査の実施を提案。当拠点は、調査票フォーマット作成から調査結果の分析、分析結果から抽出された課題の検証を支援。その結果、課題は、大きく分類して、顧客情報管理や顧客セグメンテーション、業務体制の整備、社員のスキルアップ等の6つに絞られた。



打合せ後の風景  
(写真左から、支援にあたった矢野SCo、後和直樹氏)

CS調査の結果を踏まえたアクションプランとキックオフ会議の実施を提案

CS調査の結果から導き出された6つの課題に対し、優先順位、課題解決の方向性、担当者を明確にすることを提案。また、当プロジェクトは全社的な取組になるので、全体スケジュールが確定次第、全社員を集めた営業改革キックオフ会議を開催して、CS調査の分析結果、営業戦略の詳細を説明し、全社員に当事者としての共通意識を持たせることを提案。なお、人材のスキルアップの前提となる人事評価制度の構築についても当拠点を通じた専門家派遣制度を活用して助言。



業務風景

## 4. 支援の成果

顧客管理の強化に向けた営業改革プランが、実行しやすい形で具体的に整理された

課題と解決策が明確になると同時に、具体的な営業改革プランが整理されたことで、事業者が中期的な営業戦略の策定と実行体制を整備することができた。人事評価制度のフレームワークも完成し、営業改革が前進している。

### 相談者の声

顧客満足度の向上に向け、人材活用等の管理部門等の課題から、顧客へのアプローチである営業部門の課題まで、見落としがなく検討できるよう、支援を受けた。これにより、やるべきことが明確になり、日々実践と反省を繰り返している。

### 支援のポイント

事業者の経営理念をベースに、顧客満足度向上に向けた営業改革プロジェクトの支援を行った。会社の課題は、各部門や事業に網羅的に存在するため、全体最適を意識しながら、全社員を巻き込んで会社が一丸となってプロジェクトを進められるよう助言を行った。



# 政策を活用し、顧客から要請のあった新商品の開発を実現

売上  
拡大

和歌山県よろず支援拠点

創業 60 年。半生麺（ラーメン・うどんなど）及び和菓子の製造販売を行う。国内産のよもぎを用いた「よもぎ麺」など、独自商品が人気。製造から販売まで、女性を中心としたスタッフが活躍する。

●会社名 有限会社 麵彩工房ふる里  
●代表者名 小河 美枝（おがわ みえ）  
●住所 和歌山県紀の川市打田 21-1  
●電話番号 (0736) 77 - 0530

## 1. 相談のきっかけ

新商品開発の要請を受けるも、設備投資が難しい状況業績回復に向け、相談に訪れた

近年の競争激化に伴い、年々売上が減少。顧客から新たな商品開発の要請等がありながらも、設備投資ができず、対応できない状況であった。業績回復を目指し、和歌山県振興局から当拠点の紹介を受け、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

コストや労力を抑えながら、新たな取組みを行う必要があった

製造から販売まで、事業者の経営課題を洗い出し、優先順位をつけたうえで、従業員の業務負担をできる限り増やさない形で実行する必要があった。主な課題として、新商品開発と新たな設備投資のための事業計画策定、インターネット販売の採算管理、商品ごとの製造・販売計画、贈答用商品のデザイン一新、従業員の高齢化などが挙げられた。また、新商品開発は、顧客から要望に対応して行うものであり、需要は見えていると考えた。

## 3. 解決策の提案と実施

「新商品開発の実現」を最優先とすることを提案  
設備投資の資金獲得のため、補助金活用を提案

まずは、顧客から要望を受けている、「新商品開発」を最優先することを提案。初期コストを抑えるため、資金調達は、補助金の活用を提案。地域資源を活用した商品開発であることが強みとなるため、「ものづくり・商業・サービス革新補助金」の申請を勧めた。

また、インターネット販売の強化のため、「和歌山県eコマース研究会」を紹介し、他の会員との情報共有、意見交換を行うことを提案した。



事業者従業員 製造から販売まで女性を中心としたスタッフが活躍する  
製造作業風景

事業計画書を作成し、新商品開発の補助金を申請  
インターネット販売の知識強化のため、研究会に参加

事業計画作成の際は、当拠点が事務局を努める「和歌山県eコマース研究会」に参加する中小企業診断士や、地元金融機関からも助言が得られるよう、SCo が調整を行ったことで、事業者は多くの関係者からアドバイスを得た。

同時に、インターネット活用の知識強化のため、「和歌山県eコマース研究会」にも参加した。

## 4. 支援の成果

補助金に採択され、新商品の開発が実現  
インターネット販売に関する最新の知識も蓄積

事業計画が完成し、補助金の申請を行った結果、採択を受けられた。新商品開発のための設備投資を実施し、商品開発も実現した。「和歌山県eコマース研究会」で、Webでの販促強化に向け、若い事業者とネット販売の最新動向や手法について意見交換を行っており、新商品のさらなる売上拡大が期待される。



左：小河社長  
右：支援にあたった吾妻 SCo



新たに導入した、  
新商品開発のための設備

### 相談者の声

支援を受けてから1年も経たない間に、思いがけないほど道が開けた。補助金の申請も、自社では到底無理だと思っていたが、支援によって採択に至り、一番の悩みだった設備投資も実現し、新商品を開発できた。

### 支援のポイント

業績改善に向けては、事業者の業務負担を極力増やさず、効率的に経営課題の解決が進むよう、優先度をつけ、投資リスクを軽減しながら、最も効果の高いものから取り組めるように留意した。今後も新商品の販促強化、他の経営課題の解決に関して、継続して支援を行う予定である。

# ヒマワリオイルを使った、 新商品の開発が実現

売上  
拡大

鳥取県よろず支援拠点

平成 24 年創業。フランスの食器、インテリア小物、コスメ用品等の販売を行う。「南フランスの田舎にある一軒家」をテーマに、フランスアンティーク、カントリー調、ブロカント調な雑貨を中心に取り揃える。

- 会社名 フランス雑貨 chouchou
- 代表者名 福原 陽子 (ふくはら ようこ)
- 住所 鳥取県鳥取市本町 1-104
- 電話番号 (090) 8240 - 2793

## 1. 相談のきっかけ

ヒマワリオイルを使った自社商品の開発を実現するため、アドバイスをしてほしい

相談者は、他店と差別化した商品づくりのため、フランス種ヒマワリのオイルを使った新商品開発を計画していた。オイルを生産加工できる農産物加工業者が見つかったため、新商品開発から事業の進め方まで全般を相談するため、商工会から当拠点の紹介を受けて来訪した。

## 2. 課題整理・分析

原材料調達・販路拡大・連携企業の開拓が必要だった

商品イメージや製法は明確になっているが、具体的な生産販売計画は未確定であった。そのため事業化に向けた検討課題として、「原材料の安定調達先の確保」「販路拡大策の立案」「具体的な販路としての連携企業の開拓」の3点を設定した。

## 3. 解決策の提案と実施

原材料調達に向けたマッチングを提案  
ギフト店との連携、商品のコンセプトづくりを支援

原材料の調達先確保のため、鳥取県農林水産部の農業者育成担当者や農業者、加工協力企業を紹介し、商談を提案。また、ギフト店などと連携したプロモーション企画づくりを提案、そのために必要な商品のコンセプト明確化の作業を支援した。

原料調達先を決め、ギフト店との企画調整も実施  
経営する雑貨店に合った商品コンセプトを確定

支援を受け、農業者との商談を行い、安定した原料の供給先を確保した。また助言を受けながら策定した「お気に



福原代表



支援にあたった西川 Co

入りの雑貨で、心豊かな暮らしを応援する」という雑貨店のコンセプトに合わせ、「無添加で安心して使える石鹸と、買うことに対する満足感」を顧客に訴求することを決めた。また、ギフト店とのコラボに向けた企画調整を進めた。



商品写真 お店のコンセプトに合わせ、パッケージ等をデザイン



店内風景

## 4. 支援の成果

コンセプトに基づいて商品開発が実現  
ギフト店とのコラボ商品販売の計画も進行中

ヒマワリオイルを使った2種類の石鹸(香水のような石鹸「SUN LUCIEL」)が完成し、販売開始することができた。現在は、ギフト店とのコラボ商品販売企画を進めており、さらなる販路開拓が見込める。さらに、この製品を軸とした事業展開のアイデアも議論。オイルを絞ったヒマワリの種を食べた鴨は美味しいと言われており、種を捨てるのではなく、鴨肉の生産業者に販売する等の方向性についても検討している。

### 相談者の声

商品開発に関して、やるべきことを明確に整理し、具体的な実行方法の助言を受けた。商品のコンセプトづくりや、販路開拓の方法など、センスを生かした専門的な支援してもらえたことに、感謝している。

### 支援のポイント

相談者は、経営者意識が高く、事業アイデアも豊富なため、今回の支援では、それらを具体化するプロセスと要点・スケジュール感覚を身につけられるよう意識した。また、相談者の人脈拡大につながるよう、随時、県の担当部署や、他の支援機関など多くの関係者と意見交換の場を設けた。



# 効果的なプレスリリースで「手づくり招き猫」の売上急上昇

売上  
拡大

島根県よろず支援拠点

平成 24 年創業。伝統的工芸の長浜人形の手法を用いた「招き猫」の製造販売を営む。人形製造の修行経験を持つ生産者がひとつひとつ手づくりで仕上げる、工場生産とは一線を画す、温かみのある人形が特徴。

●会社名 島根の招き猫工房

●代表者名 渡辺 真奈美 (わたなべ まなみ)

●住所 島根県浜田市三隅町向野田 605-5

●電話番号 (090) 1011 - 4217

## 1. 相談のきっかけ

プレスリリースの成果が上がらず、  
問題点を明確にするために相談に訪れた

江戸時代から伝わる伝統的な技術を生かした「手づくり招き猫」をメディアに取り上げてもらい、売上を拡大するため、プレスリリースを行っていたが採用されず思うような成果が出なかった。こうしたなか、当拠点開催の広報セミナーのポスターが目にとまり、講座を受講後、さらに詳細な助言を受けるため、当拠点に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

プレスリリースに必要な情報が網羅されず、  
「単なる商品のコマーシャル」になっていた

事業者がこれまでに作成したプレスリリースを精査。プレスリリースに必要な要素である「ニュース性」「社会との関わり」等が盛り込まれておらず、単なる商品の宣伝になっていた。有効なプレスリリース発行に必要な、「事業の理念、社会性、商品の売り」を明確にすることが課題と考察した。

## 3. 解決策の提案と実施

商品の売りを明文化し、  
プレスリリース用のコンセプトシート作成を提案

江戸時代から培われる人形製造の技法を生かしていることは、商品の品質の高さに加え、事業そのものの話題性も高いと想定されるため、商品の特長を分かりやすく発信することを提案。

また、プレスリリース作成の際に、伝えるべきことを整理したコンセプトシート作成を提案。記載方法、メディアへの送付方法について、助言を行った。



商品写真 生き生きとした温かみのある表情が特徴

プレスリリースを実施  
複数の雑誌、新聞、テレビ等で紹介

伝統的な技術と、季節商品のニュース性等を組み合わせたプレスリリースを展開。雑誌が運営する Web マガジンでの紹介を皮切りに、複数の全国紙、地元テレビ局のニュースで事業者の取組が紹介された。



製作風景 ひとつひとつ手作業で仕上げる

## 4. 支援の成果

ホームページ訪問者が劇的に増加  
売上も大幅に拡大し、商品が完売

コンセプトシートを作成して商品の特長を情報発信した結果、メディアで紹介されたことで、ホームページの訪問者数が急増。これまでは 1 日最大 30 件ほどであったところ、1000 件までになった。売上も大幅に拡大し、1 日で売上が 15 万円増加し、在庫一掃となった。

### 相談者の声

支援を通じて、事業の理念や売りを再確認し、それらを分かりやすく伝える手法を理解できた。商品づくりの思いやこだわりを伝えることで売上が大幅に拡大した。大変有効なアドバイスがもらえ、感謝している。

### 支援のポイント

相談者は、独学でプレスリリースの手法を学んで実施していたため、手法などを誤解している部分があった。そこで、雑誌編集経験を有する当拠点の職員の協力も得て、本を読むだけでは分からない実践的な助言を行った。具体的には、「広報コンセプトシート」を作成し、それを相談者が理めていくことで、効果的な情報発信に必要な要素を網羅的に収集し、情報発信できるようにした。



# 「騒音対策」の技術とニーズの マッチングで販路開拓

売上  
拡大

岡山県よろず支援拠点

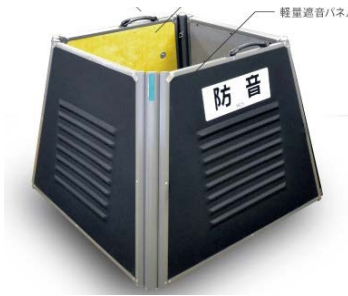
昭和33年創業。自動車内装部品の製造業を営む。「人にやさしく、地球にやさしく」をキーワードに、リサイクルを基本としたものづくりに挑戦し、発生材を活用したオリジナル商品「簡易型防音ボックス」の開発にも取り組む。

●会社名 三乗工業 株式会社  
●代表者名 眞田 達也 (さなだ たつや)  
●住所 岡山県総社市井尻野 100  
●電話番号 (0866) 93 - 2301

## 1. 相談のきっかけ

好評を得ていた、オリジナル製品のさらなる販路開拓方法について、助言を求めた

防音技術と、発生材の有効利用から生まれた自社商品「簡易型防音ボックス」は、その取り扱いの手軽さから、利用者から高い評価を得ていた。今後の更なる販路開拓方法について、既に知り合いであった当拠点 Co に相談を求め、来訪した。



### 製品写真

騒音源（工事現場での発電機など）を4面のパネルで覆うことで、周囲への騒音を最大50%カットする。持運び性にも優れる。

## 2. 課題整理・分析

顧客の設備に合わせた「特注品」の販売強化が課題  
「特注品」の生産が可能かとの情報発信も必要

事業者の商品は、騒音源にかぶせるだけで、周囲への騒音を最大50%軽減できる機能を持ち、高い商品力を有すると判断。展示会などでの反響も良く、導入した顧客の満足度も高い。しかし、販売実績の多くは、規定サイズの「標準型」が占めており、顧客の設備に合わせて作成可能な「特注品」の販売実績は僅かであった。「特注品」の作成が可能なことを知らない顧客もいると思われたことから、「特注品」の販売強化とPRが必要と考察した。

## 3. 解決策の提案と実施

工場の改修を検討中の事業者との取引を販路として想定し、マッチングを提案

当拠点へ相談に来た別の事業者が、自社工場の拡張と設備レイアウトの見直しに伴い、設備の騒音軽減に取り組む予定であったが、従来工法では高額な工事費になるという悩みを抱えていた。そのため、両者のマッチングを進めれば、商品の販路開拓だけでなく、拡販の見込みの検討や、利用者ニーズの把握も可能になると考え、相談者と同事業者のマッチングを提案した。

顧客の設備に合わせた、「特注品」の納品に向けて商談を実施

マッチング先となる事業者と商談を行った。商品の性能や費用対効果の高さなどから、前向きな反応を得ることができ、汎用品ではなく、工場の設備に合わせた「特注品」の製作を行う方向で話が進んだ。

## 4. 支援の成果

「特注品」の受注を獲得し、マッチングが成功  
顧客ニーズを把握し、販路開拓の方向性も見えた

マッチング先の事業者と商談を行い、工場レイアウトに合わせた特注品の受注を獲得した。また、同業他社でも同様のニーズがあることが判明した。今回のマッチングにより、特注品の納入実績ができ、商品の信用力が高まった。

また、騒音対策に関して、特注品の需要があることが把握でき、今後の販路開拓の方向性が明らかになった。



設置前(92dB)

設置後(84dB)

特注品の設置例（顧客の作業環境に合わせて設置が可能）

### 相談者の声

支援を受けて、特注品の納品が実現した。当拠点は、仕事のやり方（ノウハウ）の相談先と考えていたが、それだけでなく、マッチングの提案や、情報交換の核としての存在にもなり、とても心強い。

### 支援のポイント

利用者のニーズを深く掘り下げるのが販路開拓の方向性を探る一つの方法である。両者のニーズを把握している当拠点がマッチングを行うことで、ミスマッチを防ぎ、両者のコミュニケーションが円滑に進められた。今後も、個別の相談対応だけでなく、相談者の強みを組み合わせることを意識した、機動的なサポートができればと思う。

# 人型ロボット Pepper を使った エンターテインメント事業を展開

平成 27 年創業。ソフトバンクのロボット「Pepper」を使ったクリエイティブなアプリ開発やイベント開催を行う事業者。コミュニケーションロボットの可能性を生み出していくことを目指す。

## ●会社名 CREATIVE-ORCA

- 代表者名 末宗 佳倫（すえむね よしみち）
- 住所 岡山県岡山市北区上中野 1-19-23  
FabGarage 内
- 電話番号 (080) 9799 - 7360

## 1. 相談のきっかけ

創業当初の見通しが外れたため、今後の打開策について助言が必要だった

相談者は、Pepper の関連アプリ開発、サービス提供を主要事業として開業した。しかし Pepper 本体の生産の遅延や価格の高さなどから、一般家庭への普及が進まず、関連アプリの市場も立ち上がらなかった。当初の収益化の目標が外れたため、知人を通じて当拠点を知り、打開策を相談した。

## 2. 課題整理・分析

当初の計画での事業化は困難と判断別のビジネスモデルの模索が必要

事業者のビジネスが成功するためには、市場の成立や、Pepper 自体の製品性能の成熟といった、外部環境に依存する部分も多くあると推察。現時点で、これらの環境が十分とは言えず、事業者のターゲットである「一般の Pepper ユーザー」は依然として少ない。従って、当初の計画での事業化は困難と考察し、別のビジネスモデルを模索する必要があった。ただし、事業者は、パートナー関係にある事業者とも合わせ、Pepper3 台が手配できることが強みとなることが分析された。

## 3. 解決策の提案と実施

イベント業としての事業展開を提案  
補助金の利用による、自社の広告宣伝を提案

Pepper の台数という希少性を生かしてイベント等での Pepper 活用、プロデュース等を行い、その興行収入による事業化から始めるよう提案。また、広告宣伝や事業化準備の資金を賄うため、小規模事業者持続化補助金の活用を提案し、申請に必要な事業計画等の作成方法を助言した。



末宗代表

イベントでの Pepper 活用の提案、企画作成を実施  
自社の広告宣伝、補助金の申請を実施

イベントでの Pepper 活用を提案するための企画、小道具制作やカスタマイズ等を行い、イベント業としての提案内容を詰めた。また、事業化資金確保のため補助金に申請すると共に、目を引く Web サイトへのリニューアル、契約につながるためのチラシ作成や雑誌への広告を実施した。



企画したイベントの実施風景

## 4. 支援の成果

イベント会社との取引を実現、多数の引き合いを獲得  
補助金の採択を受け、事業化の資金を確保

地方新聞社との関係が深いイベント会社から声がかかり、週末のイベントへの出展依頼を獲得した。補助金の採択を受け、広告宣伝等の事業化の資金を確保できた。また、東京で行われるカンファレンスやコンテスト等にも積極的に参加し、イベント活用の商談やアプリ開発の依頼につながった。現在は、テレビ取材を受けており、認知度が向上しているため、今後さらなる売上拡大が期待される。

### 相談者の声

様々な分野の方から総合的に状況を分析いただき、的確な助言をもらったことで、事業展開の見通しも立った。今後も、ロボットを使ったこれまでにない新しいサービスを展開・浸透させていきたい。

### 支援のポイント

ビジネスモデルが確立していないロボット関連事業での創業であったため、インシヤルコストを抑えながら、売上と実績につながる事業が展開できるよう、意識して支援した。現在は、県外からの商談も増えている。

# 老若男女・障がい者・健常者が 交流する「総合福祉プラザ」開設

売上  
拡大

岡山県よろず支援拠点

平成 17 年創業。訪問介護事業、小規模多機能型居宅介護事業、居宅介護支援事業等を営む。創業時は職員 3 名で「一人ひとりを大事に」「諦めない」をモットーにスタートし、現在 6 事業所、社員数 80 名でサービスを展開している。

●会社名 株式会社 楽喜

●代表者名 下川 和歩 (しもかわ かずほ)

●住 所 岡山県岡山市南区福田 95-2

●電話番号 (086) 261 - 6605

## 1. 相談のきっかけ

新規事業の実現のため、大規模な借入を検討  
事業計画を精査すべく、助言を受けたい

相談者は、新事業として「老若男女・障がい者・健常者が交流できる場」である、「総合福祉プラザ」の建設計画を立てていた。実現には、金融機関から多額の融資を受ける必要があるため、事業計画の精査を行うべく、以前から相談をしていた当拠点に来訪した。

## 2. 課題整理・分析

事業の具体性に加え、  
「革新性・優位性」の抽出と明文化が課題

金融機関から協力を得て一大プロジェクトを成功させるには、具体的な事業計画に加えて「革新性や優位性」を明確化する必要がある。事業者のアイデアは、これまでの事業内容を組み合わせ、サービスの強化を図るもので実現性が高いと考えられるため、それを具体化し、事業の優位性と革新性を明文化することが重要な課題と考察した。

## 3. 解決策の提案と実施

「経営革新計画」への応募と  
サービス革新を売りとした、補助金の申請を提案

事業の具体性を高め、革新性と優位性を明確化するきっかけとして、経営革新計画への応募を提案。ただし、本事業の特性上、検討事項が多岐に渡るため、チーム支援を行うことが適当と判断し、経営革新に必要な介護・福祉の専門的視点での「新たな取組」計画を当拠点と実施機関の専門家が、その取組み及び事業計画、収支計画の精査を当拠点が行うことにした。また、必要資金の確保については、福祉医療系金融機関等への融資申込と、当事業の革新性を売りとした補助金の申請を行うことを提案した。



下川社長



支援にあたった中野 SCo

事業の「革新性」を洗い出し、事業計画を作成  
経営革新計画や、融資、補助金への申請を実施

支援チームのアドバイスの結果、新規事業は、「老若男女・障がい者・健常者の交流の場にもなる」ことに新しさがあること、新築する建物は、地域の避難所として登録することも見据えており、完成すれば新しいスタイルの介護福祉事業となることが整理された。こうしたビジョンを具体化し、経営革新計画の申請や融資申込を実施した。

## 4. 支援の成果

経営革新計画の承認が得られた  
融資、補助金採択が実現し「総合福祉プラザ」が着工

事業の革新性や優位性をまとめた事業計画を作成した。成果として、経営革新計画の承認が得られ、並行して金融機関からの融資が決定、補助金も採択に至った。現在、事業計画に沿って「総合福祉プラザ」の建設が進んでおり、平成 28 年 4 月のオープン予定である。



総合福祉プラザ完成予想図（写真上）と、建築工事風景（写真下）

### 相談者の声

支援により、念願の『複合福祉プラザ』の着工に進むことができ、新事業が形になる見通しが立った。地域の人たちが集まれるような施設づくりを行い、今後も介護、福祉、医療で地域の発展に貢献していきたい。

### 支援のポイント

今回の支援は、多額の事業投資を伴う内容で、検討すべきことも多岐にわたったため、複数の専門家の知見を総合して、事業の革新性や優位性を洗い出した。それらを形にするため、経営革新計画への申請を提案し、新しい視点を持つ事業ビジョンを整理できたことがポイントであった。



# 顔が見える情報発信で、 デイサービスの利用者が倍増

平成 26 年創業。障がい者デイサービス「ラピスラズリ」の運営を行う。農作物の栽培等を通じ、自然の感触、においや温度を感じる、五感を用いた独自性のある介護手法に取り組んでいる。

●会社名 株式会社 スキャット

●代表者名 伊藤 邦晃（いとう くにあき）

●住所 広島県広島市安佐北区白木町三田 8924-2

●電話番号 (082) 829 - 1134

## 1. 相談のきっかけ

障がい者デイサービスの利用者が集まらない  
募集計画の見直しについて、助言を必要としていた

相談者は、看護師として重症心身障がい児（者）施設での勤務経験から、リハビリ等の枠にとらわれない幅広いサポートを行うために、障がい者デイサービスを開業した。しかし、利用者が思うように集まらず、募集計画の見直しを余儀なくされていた折、金融機関からの紹介によって当拠点を知り、相談に来訪した。

## 2. 課題整理・分析

情報発信が不足しており、充実したサービス内容や  
事業者の思いがほとんど伝わらない

事業者は、集客をするための主な広報ツールとしてホームページを活用していたが、会社やサービス内容の説明が不足しており、レイアウトも見づらいために、事業者の思いや充実したサービス内容が伝わりづらい状態にあった。そのため、利用者やその家族に事業者のことを理解してもらえるように情報発信を改善することが課題であった。

## 3. 解決策の提案と実施

事業者の顔や思いが見えるホームページづくりと、  
SNS を活用した、頻度の高い情報発信を提案

ホームページを見た利用者が、安心して来てもらえるよう、事業者の顔写真をはじめ、施設の様子を写真を多く用いて紹介することを提案。当拠点は、利用者にアピールする強みの抽出作業等の助言を行った。ホームページの再構築にあたっては、当拠点を通じた専門家派遣制度を活用した。また、入所後の生活がイメージできるよう、日々の活動を伝えるため、SNS による高頻度の情報発信も提案した。特に、事業者の看護師としての経験や、障がい者支援への思いは、事業者の強みとして記載できると提案した。



施設全景（写真はホームページから引用）

ホームページのリニューアルを実施  
SNS での情報発信も開始

支援を受け、ホームページの構成やレイアウトを見直し、デイサービスに関する事業者の思いや活動内容を分かりやすく掲載した。また、SNS での情報発信を開始し、畑での様子など、日々の活動の様子が伝わるよう、事業者自ら小まめに更新を行っている。



リニューアル後のホームページ（写真は創業者）  
創業にあたっての思いと、サービス内容を分かりやすく伝える

## 4. 支援の成果

利用者は、3ヶ月で2倍に増加  
SNS 上でのコミュニケーションも活性化

情報発信を見直してから、ホームページの閲覧数が増え、3ヶ月の間に施設利用者が倍増した。また、SNS 上で日々の活動を発信していることにより、利用者の家族や知人等がコメントを寄せるようになり、Web 上でのコミュニケーションも活性化し、利用者の家族からも好評を得ている。

### 相談者の声

私は、IT に関して経験が少ないため、有効な情報発信ができていなかったが、SCO や専門家の支援により、ホームページのリニューアルや、SNS での情報発信方法を理解できたので、継続して実施できている。

### 支援のポイント

障がい者デイサービスは、利用者や家族に安心感を与えるコミュニケーションが重要である。そこで、事業者が、サービスの内容や日々の活動を、いかに利用者や家族に伝えられるようにするかという視点に重点を置き、コンテンツづくりのポイントを助言した。

# メディアと SNS を有効活用 福山からこだわりの地ビール発売

売上  
拡大

広島県よろず支援拠点

昭和 48 年創業。酒類小売店を営む。「心豊かにたのしい生活」をスローガンにその根底には健康があることと、そして心の健康としてお酒を愉しむことが必要の要素と考え、広島県内に 5 店舗を展開する。

- 会社名 株式会社 ハートピア
- 代表者名 血海 公隆 (さらがい きみたか)
- 住所 広島県福山市曙町 1-16-16
- 電話番号 (084) 954 - 1796

## 1. 相談のきっかけ

新事業「地ビール」の製造販売にあたり、知名度向上の方法についてアドバイスがほしい

相談者は、競合他社との差別化のため、新規事業として「地ビール」の製造販売を計画し、地ビール製造部門「クラフトハートブルワリー」を立ち上げた。事業化に向け、こだわりの地ビールの認知度を高め、多くの人に手に取ってもらうための方法を検討するため、地元の事業者の紹介を通じて当拠点を知り、福山サテライトに相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

福山市の観光客誘致活動と連携し、地元の「新名物」としての情報発信が必要

事業者は、自社の地ビールが地元の人たちに愛され、観光客にもお土産品として購入してもらえるようになることを目指していた。この地ビールは日本に 10 人しかいない「マスター・ビア・ジャッジ」の資格を持つ職人が製造しており、高い商品力があると思われる。その強みを生かし、観光客の誘致活動に積極的な福山市と連携し、地ビールが地元の「新名物」として、認知されるように情報発信することが課題と考察した。

## 3. 解決策の提案と実施

福山の PR にもつながる、商品の強みの抽出、メディアと SNS の両輪による情報発信を提案

福山市の観光 PR とリンクするよう、商品の強みの抽出とアピールポイントを整理した上で、メディアで取り上げられるよう、地元マスコミを中心に積極的なプレスリリースの発行や、イベントへの出展を提案。同時に、作り手の思いやこだわりを SNS で発信し、一般消費者とコアなビールファンの両方に向けた情報発信を提案した。



ヘッドブルワリーの  
小畑昌司氏  
日本に 10 人しかいない  
マスター・ビア・ジャッ  
ジの資格を有し、ビール  
づくりに情熱を持つ

「福山産の素材」を用いた地ビールとして魅力を訴求  
プレスリリースと、SNS での情報発信を実施

瀬戸内海一のパワースポットとして知られる、“福山の仙酔島”の「天然海水塩」や「福山名産のバラ」を用いている、「福山の地ビール」として魅力を整理。イベント等に参加して、消費者の目の前で PR するとともに、SNS で日々の醸造作業等の、さらに深い情報を積極的に発信した。



イベントでの  
展示ブースの様子

## 4. 支援の成果

複数のメディアで紹介され、知名度が向上  
飲食店、イベント事業者からの問合せも多数

地元の新聞、テレビ、雑誌等で広く紹介され、知名度が向上。SNS でも、ビールファンの書き込みが増えるなど、コミュニケーションが生まれた。現在、飲食店やイベント事業者からも、取引希望の問合せが多く寄せられている。

### 相談者の声

クラフトビールづくりには自信があったが、事業化に向けた知名度向上等は、効果的な進め方が分からず不安に感じていた。よろず支援拠点は何度も相談できることが心強く、的確なアドバイスをもらいながら事業を進めたことで、多くの人にこだわりのビールを知ってもらうことができた。

### 支援のポイント

商品の品質が高いため、多くの人に知ってもらい、手に取ってもらうきっかけづくりをする観点から、支援を行った。事業者は、事業化に不安を感じていたので、何度も気軽に相談できる雰囲気を感じてもらえるように努めた。

# ターゲットを明確にした 販促手法で売上拡大

売上  
拡大

山口県よろず支援拠点

平成 23 年創業 特産品「がんね栗」の加工販売を行う。栗の実単体だけでなく、栗のコンポートやグラッセ、ペーストを活用したお菓子等、付加価値のある商品も取り扱い、地域の活性化にも貢献する。

●会社名 企業組合 がんね栗の里  
●代表者名 下森 禎充 (したもり よしみつ)  
●住所 山口県岩国市美和町岸根 515  
●電話番号 (0827) 97 - 5005

## 1. 相談のきっかけ

売上拡大策の検討にあたり、課題の整理、改善策を相談したかった

相談者が、売上拡大のために出展した展示会において、当拠点の紹介を受けたことで、当拠点の活動を知り、売上拡大策の詳細な検討について助言を受けるため、来訪した。

## 2. 課題整理・分析

加工食品の販売が不調  
一般消費者への認知度向上が課題

事業者が扱う商品は、大きく分けて生栗と加工品（お菓子等）の 2 種類がある。生栗は、JA 等複数の取引先への販売実績があり、一定の知名度があるが、加工食品の認知度は低かった。そこで、岩国市の特産品で、事業者が扱う「がんね栗」の加工食品の認知度を高め、一般消費者に届けることができれば、売上拡大につながると考え、販売チャネルと販促手法の確立を課題とした。

## 3. 解決策の提案と実施

サービスエリアでの販売展開を提案  
さらに売店での販売促進活動の強化も提案

地域の名産品に対する購買意欲が高く、来店数の多いサービスエリアの訪問者を販売ターゲットとし「ドライブのおやつ」として楽しめるようなお菓子や加工品を販売することを提案した。さらに、SCo からサービスエリアの関係者を紹介した。また、販促手法については、サービスエリアの売店で顧客の購買意欲を高める、インスタプロモーションの手法について助言した。



がんね栗 国産栗では最大級の実の大きさと、良好な甘みの特徴

サービスエリアと共同で商品開発を実施  
売店店頭での販促ツールを作成

SCo から、サービスエリアの紹介を受け、がんね栗の商品の優位性や、事業者の加工技術等の提案を行ったところ、共同での商品開発が実現。サービスエリアの訪問客向けに、がんね栗の「ソフトクリーム」を開発した。また、共同で開発した商品の販売促進策として、売店店頭での来客者の購買意欲を高めるよう、タペストリー等を作成した。



サービスエリアでの販売風景



がんね栗ソフト

## 4. 支援の成果

ひと月で、数十万円を超える販売実績を達成  
加工品の、主力商品となった

サービスエリアにて、新規開発した「がんね栗ソフト」と、オリジナル商品 3 種類の、計 4 種類の加工品を販売。ターゲットを絞った販促ツールであるタペストリーの効果も高く、ひと月で数十万円を超える販売実績となった。

### 相談者の声

販路開拓の具体的な提案と支援を受け、販売実績につながったことで、今後の販路開拓を進めていくうえで、自信がついた。今後も、販路開拓等について支援をお願いしたいと思う。

### 支援のポイント

「がんね栗」の商品性と、事業者の加工技術を生かし、ギフト商品のような格式を訴求するお菓子ではなく、商品を見た人が「その場で買ってみようかな」と思わせるような「気軽なお菓子」として来客者に訴求できるような、ひと目で伝わる販促ツールづくりの提案が心がけた。



# 販路開拓策を抜本的に見直し、商品の魅力を生かして売上拡大

売上  
拡大

山口県よろず支援拠点

平成4年に乾燥乾物の輸入を業務として創業。その後、平成25年に仙崎市場の仲買人の資格を取得。山口県産の新鮮な魚介類を仕入れ、佃煮・乾物・干物など製造販売業を営んでいる。

●会社名 大和食品 株式会社

●代表者名 本保 圭一郎 (ほんぼ けいいちろう)

●住所 山口県下関市東大和町 2-13-8

●電話番号 (083) 261-0955

## 1. 相談のきっかけ

新商品の販路開拓が進まず、販売方法の見直しに迫られていた

山口県産の魚介類を活用した新商品を開発し、今後の販路開拓策などを、山口県中小企業診断協会に相談したところ、同協会から当拠点に支援が要請されたため、当拠点での相談に至った。

## 2. 課題整理・分析

首都圏への販路開拓ではなく、「地元産の特色」がより生かせる販売開拓先の選定が必要だった

事業者は、首都圏に向け販路開拓を進めようとしていたが、多種多様な商品が溢れる首都圏のマーケットでは、商品の特色が目立ちにくく、結果に結び付きづらいと考察。「地元産の商品」であることをより生かせる販売方法、販売ターゲット、販売先の選定を進め、売上につなげていくことが必要と分析した。

## 3. 解決策の提案と実施

サービスエリアや道の駅への販路開拓を提案  
地域性を演出したプロモーションの実施を提案

地域産品に対する購買ニーズの高い顧客が集まる販売チャネルとして、山口県内のサービスエリアや道の駅等での販路開拓を提案。該当する販売先を紹介するとともに、商談のサポートを行った。

また、地域性を演出し、顧客に「買いたい」と思わせる販促ツール作成を提案。インスタプロモーションの手法を助言した。



商品写真 仲買業の目利きで、市場で買い付けた新鮮な魚介を自社加工する



本保社長

商談を実施し、商品の販売が決定  
サービスエリアと共同での販促を実施

プレゼンテーション等の支援を受け、サービスエリアとの商談を実施したところ、まずは2商品の販売が決定した。サービスエリアと共同での販促プロモーションも企画し、「地元産の魚介を自社加工したこだわりの商品」であることが伝わるタペストリーや販促物を設置し、魅力ある売り場づくりを行った。

## 4. 支援の成果

月数十万円の売上を達成  
売場面積の拡大、販売商品の追加も決定

販路が開拓され、月数十万円の売上を達成。「仙崎干物」コーナーとして専用冷凍ショーケースの設置、売場面積も拡大することとなった。取り扱い商品も新たに追加され、今後はさらなる売上拡大が見込まれる。



専用ショーケースでの販売風景

### 相談者の声

販路開拓の方向性についての確かな助言が得られた。販売ターゲット、販路開拓先も抜本的に見直したことで、売上拡大につながり、感謝をしている。今後も、地域に愛される商品開発をしていくことで、地域の活性化につなげていきたいと思う。

### 支援のポイント

首都圏への販路開拓は、多種多様な商品が溢れる中で成果に結びつけることが厳しくなっている。逆に首都圏の販売店は、地域で愛され話題となっている商品を求めている。支援のポイントは、まずは地域でNO.1でありオンリー1を目指し、段階的に首都圏への拡販を狙う方針とした点である。

# 事業者の看板商品を生かした「地元名物」づくりで売上拡大

売上  
拡大

山口県よろず支援拠点

昭和23年創業。仕出し・惣菜・食堂を営む。地元食材にこだわった安心安全で身体に優しい料理を提供する、昔懐かしい食堂を目指している。

●会社名 有限会社 たお

●代表者名 弘友 孝典（ひるとも たかのり）  
●住所 山口県下関市豊浦町小串 8-89  
●電話番号 (083) 774 - 0681

## 1. 相談のきっかけ

事業環境の変化により、売上が減少  
対応策の検討にあたり助言を必要としていた

地域の人口減少、顧客ニーズの変化により、売上が減少し資金繰りが悪化。対応策を検討するため、経営改善支援センターに相談したところ、当拠点を紹介されたため、相談に来訪した。

## 2. 課題整理・分析

環境変化に対し、商品コンセプトの再定義と  
情報発信が課題

事業者が提供する商品が、今の事業環境にマッチしていないことが、売上がつながらない原因と判断。そのため「顧客ターゲットの再定義」「商品の新規開発、更新の検討」「情報発信強化」の3点について、「事業者ならではの話題性」という観点から改めて見直す必要があると考察。

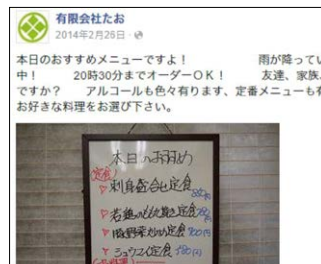
## 3. 解決策の提案と実施

顧客分析に基づき、新商品の開発を提案  
新たな販路の開拓、ホームページの新設等も助言

顧客分析の結果に基づき「地元の食材と、お土産等としても持ち帰れる手軽さ」を形にした、巻き寿司の新商品開発を提案。新商品の新たな販売先として、観光客も多く訪れる「道の駅」への営業も助言し、地元の名産として認知度を高めることを勧めた。同時に、幅広い情報発信のため、ホームページを新設すると共に、食材や商品のこだわりを発信するため facebook を活用することも提案した。ホームページ作成と商品開発に関しては、拠点を通じた専門家派遣制度を活用し、連携しながら助言を展開した。



看板商品の卵焼き 調理風景



SNS を活用した情報発信

伝統の卵焼きと、地元食材を使った巻き寿司を開発  
道の駅への商品提案、ホームページ新設を実施

お土産としての販路拡大を意識し、県内産の米と事業者の自慢の卵焼きを使用し、伝統として守り続けてきた味にこだわった新商品の巻き寿司を開発。助言を受けて道の駅への営業、ホームページ新設を実施した。



新商品「巻き寿司」写真

## 4. 支援の成果

祝祭日には1日で150本以上売れる人気商品に  
積極的な情報発信で「地元名物」としての認知度向上

新商品「巻き寿司」の「道の駅」での取扱いが実現。祝祭日の売上は1日150本を超え、年間約1000万円を超えるの売上が見込める人気商品となった。さらに、ホームページの新設や、SNSを用いた積極的な情報発信により、「地元の名物」としての認知度が高まっている。

### 相談者の声

支援により、新商品の開発と販路開拓、ホームページの新設が実現できた。具体的な助言をもらえて、確実に売上が上がっている。親身になった支援をいただき感謝している。

### 支援のポイント

相談者は、事業環境の変化への対応に苦慮していたが、卵焼き等の看板商品を有しており、これを軸に「名物づくり」と「話題性」につなげる方法を考えて支援した。その際には、当拠点の知見に留まらず、専門家の助言も受け、チームで支援したこともポイントである。

# 閲覧者の滞留時間を上げ、 オンラインショップの売上拡大

売上  
拡大

徳島県よろず支援拠点

明治20年創業。呉服、婦人服販売、寝具卸売業を営む。創業以来、生活に密着した繊維製品を扱い、現在は、「伝統的なものと現代的なものとをコラボレーションして生活に和を取入れる」オンラインショップも運営する。

- 会社名 株式会社 拝村屋
- 代表者名 拝村 昇司 (はいむら しょうじ)
- 住所 徳島県徳島市問屋町9
- 電話番号 (088) 622 - 4779

## 1. 相談のきっかけ

オンラインショップ販売の売上が伸びない  
問題点を修正し、安定した売上を確保したい

相談者は、店舗販売に加え、ここ10年ほどはオンラインショップでも着物の販売を行っている。しかし、近年は売上が低迷しており成果が上がっていない。改善策を検討するなか、当拠点の業務説明会を通じて、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

オンラインショップの表面的なコンテンツや、  
アクセス数には問題はないため、滞留時間に着目

オンラインショップの現状分析をしたところ、アクセス数自体は多く、表面的にはコンテンツに問題はないが、サイトでの滞留時間が短く、アクセスした閲覧者が商品情報をあまり見ずに他のサイトへ移動している可能性がある。そのため、アイキャッチができておらず、商品の魅力が伝えられていないことや、顧客ニーズと商品のミスマッチ等の原因が考えられることから、オンラインショップのデザイン見直しや、商品構成の検討が課題と判断された。

## 3. 解決策の提案と実施

商品写真や説明の仕方で商品の特長を訴求し、  
一目で閲覧者の関心を引くようなサイトを提案

滞留時間の増加を一つの指標として、閲覧者に「もう少し見てみよう」と思わせるオンラインショップづくりを、拠点を通じた専門家派遣制度と連携して提案。商品写真を見た際に、その特長が伝わるように説明を加えることや、自社の一押し商品を大きく掲載するといった、オンラインショップ上の商品陳列の見直し、閲覧者が関心を示した商品と関連した商品へのリンクを表示するなど、閲覧者が求める情報を適切に提供する工夫を凝らしたサイトとした。

地元の名産品である「阿波しじら織」の販売で  
他社との差別化を図ることも提案

さらに、地元の織元と協同して、地元の伝統工芸品である「阿波しじら織」の着物販売をすることによって、他社との差別化を図ることを当拠点が提案。しじら織は、清涼感のある綿製品であることから、通常夏向きの商品であったが、ウールを編み込むことで温かみが増すことから、秋冬用の着物としてPRし、売り出すことも助言した。



改良前の写真

綺麗に撮られているが、商品の特徴が分からず、そのまま見過ごされてしまう可能性が高い



改良後の写真

説明が目にとまり、Webサイトの滞留時間が増える。気になった商品があれば、詳しく内容を見てもらえる。

## 4. 支援の成果

訪問者の滞留時間が大幅に向上、オンラインショップ  
の売上が前年比で10～20%増加

しじら織を秋冬用着物として売り出したところ、地域の特産品とのコラボレーションが、地元の新聞等で取り上げられた。加えて、商品写真の掲載方法を変更する等の対策を取った結果、閲覧者のオンラインショップ滞留時間が大幅に増加し、Web販売の売上が前年比10%以上増加した。

### 相談者の声

支援を受けて、オンラインショップでの売上が向上した。デザインやコンテンツづくりには力をいれていたが、滞留時間などの指標を意識した構成にはしていなかったため、大変有意義な助言を受けられた。

### 支援のポイント

オンラインショップでの売上拡大のため、アクセス分析の手法を用いて、アクセス数だけでは見えない原因を特定することとした。また、品揃えの競争力を高めるため、地元の伝統工芸品とのコラボ商品を前面に押し出したこともポイントであった。



# 経営革新計画の承認を受け、低利融資を獲得し、船舶建造が実現

売上  
拡大

徳島県よろず支援拠点

大正 15 年創業。内航海運業を営む。タンカー船 6 隻、貨物船 1 隻を保有。海運業の人材育成にも積極的に取り組んでいる。

●会社名 有限会社 芝海運  
●代表者名 芝 敏廣 (しばとしひろ)  
●住所 徳島県 小松島市 大林町字岩戸 39-4  
●電話番号 (0885) 38 - 0312

## 1. 相談のきっかけ

船舶の建造資金の調達に関して悩みを抱えており、経営革新計画の作成方法について相談に来た

相談者は、顧客からの新規貨物の運送依頼に応えるべく、新たな船舶の建造を検討していたが、資金調達に問題を抱えていた。当初は、経営革新計画の承認を得て、低利融資を受ける予定であったが、相談者自ら作成した経営革新計画書で申請したところ承認を得ることができずに悩んでいた際、同業者から紹介されて、当拠点へ相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

経営革新計画の承認を得るには新造船の必要性、革新性を明確にすることが課題

事業者が作成した当初計画は新造船の必要性や革新性が明確になっておらず、第三者には伝わりにくい内容であった。そのため、新造船にかける事業者の思いと、会社の現状と今後の展望から、新造船の必要性やそれがもたらす革新性を整理し、明確化することが課題であった。

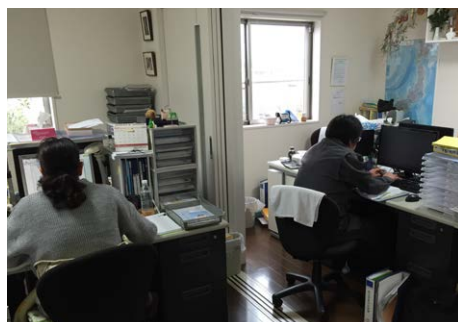
また、収益予測が赤字予測となっていたことから、損益計画の精査も必要であった。

## 3. 解決策の提案と実施

「人材育成」「業務効率の向上」における効果を明確にすることと、損益計画の精査を提案

事業者とのディスカッションと経営データ分析の結果、新造船の取得は、事業者の抱える経営課題のうち、「人材育成」「業務効率の向上」に高い効果が期待されることから、その点を明確にした経営革新計画書の作成を提案。

また、損益計画に関しては、海事代理士の資格を持つ当拠点 SCo が支援をした。



事業者の  
業務風景

新造船の導入に関する具体的な効果と損益計画を整理し、経営革新計画を作成

新造船の構造や設備は、省エネ効果や簡易なメンテナンスができることなどから「業務効率の向上」に寄与し、また、船員資格を有していない人材でも OJT で育成できるようになることから「人材育成」にも貢献する点を整理して、経営革新計画書を作成。同時に、当初は赤字予測であった損益計画は、保有する船舶の減価償却費や船員費の精査をしたところ、黒字化が可能であった。



保有船舶の  
運航風景

## 4. 支援の成果

経営革新計画が承認され、低利での建造資金調達も実現、新造船の取得の見通しが立った

経営革新計画を作成し、改めて申請、説明を行った。説明には拠点 SCo も同行し、補助を受けながら実施した。結果、経営革新計画が承認され、金融機関からの低利融資も実現し、新規船舶の見通しが立った。さらなる経営革新計画の実行に向け、もう 1 隻の建造も予定しており、引き続き支援をうけながら、長期的な事業成長を見込んでる。

### 相談者の声

当初、経営革新計画が承認にならなかった時は心配したが、徳島県よろず支援拠点に船舶の経営革新計画に強い SCo がいるとのことで相談し、無事承認された。関連会社の別船舶についても経営革新計画の助言を受けており、引き続き多様な相談をお願いしたい。

### 支援のポイント

経営革新計画の作成では、船舶業界の特性を伝えつつ、数値計画や、導入する船舶の構造等に基づいた革新性を示すことに留意して支援を行い、同計画の説明にも同行し、補足説明等を行った。今後も、数値計画のモニタリング等、積極的に経営相談を行っていきたい。

# 「宅配弁当管理システム」の導入で、顧客サービス向上

売上  
拡大

香川県よろず支援拠点

昭和39年創業。事業者向けの給食業を営む。各種食堂経営、学校給食、病院給食等の変遷を経て、平成13年から高齢者向け配食業務に参入。公的機関と連携して、高齢者に対し、食の支援を行っている。

●会社名 株式会社 丸亀給食センター  
●代表者名 上杉 義隆 (うえずぎ よしたか)  
●住所 香川県丸亀市昭和町 1-1  
●電話番号 (0877) 23 - 0344

## 1. 相談のきっかけ

受注管理システムの導入に向けた補助金が不採択再申請にあたり、計画を精査する必要があった

相談者は、これまで紙の伝票で行ってきた弁当の受注管理を電子化し、業務効率化や配達ミス防止による顧客満足度向上を計画した。システム導入にあたり、独自でのづくり補助金に申請したが不採択となったため、再申請を目指して計画を精査する必要があり、他の支援機関から当拠点を紹介され、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

経営課題解決にあたり、システム導入がなぜ有効か、関連性が分かりづらかった

事業者が作成した申請書を精査。「経営課題を単に列挙しており、システム導入の有効性が不明瞭であること」が問題点と考察。システム導入により、事業者が抱える問題点の多くが解決可能と判断できるが、それを明確に伝える必要があると判断。さらに、事業者は大規模なシステム開発が初めてであり、知見のある者からの助言を求めている。

また、事業者が制作を進めていたホームページの内容についても、事業者のサービスが伝わるよう、デザインやコンテンツの見直しが必要と考察した。

## 3. 解決策の提案と実施

業務の図式化など、システム導入の必要性を分かりやすく整理することを提案

補助金申請書の作成にあたり、現在の業務の流れを図式化し、その中で生じる課題と、システム導入による効果が明確に整理することを提案。具体的には、「システム導入が、事業計画を効果的に実行する鍵となること」を強調することが重要である等の助言を行った。また、SCoが、開発作業の具体的な流れや留意点について助言を行った。ホームページについても、事業者の強みをより訴求できるよう、効果的なデザインや、写真の使い方を助言した。



支援にあたったSCo (檜山SCo、仁田SCo、秋友SCo)

システム導入の必要性を明確にし、申請書を作成開発の流れや留意点に関する理解も深めた

助言を受け、システム開発の必要性を課題ごとに整理し、申請書にまとめた。また、システム開発に関しても、SCoから開発工程の特性、開発業者との委託契約締結や交渉の際の留意点、システム導入後の保守の方法等、多岐にわたるアドバイスを受けた。また、ホームページ立ち上げに向け、基本設計や素材収集等の作業を実施した。



弁当の商品例 顧客に応じ、多様な内容の組合せが可能である分、受注管理が複雑になるため、システムによる管理が効果的である。

## 4. 支援の成果

補助金の採択をうけ、システム開発の資金調達が実現、開発作業に着手した

補助金の採択を受け、システム開発の資金調達が実現。開発作業を始める際も、支援を受けて、必要な作業をあらかじめ整理していたため、円滑に作業を進めることができた。システム導入により、受発注の正確性向上、業務効率が見込める。また、ホームページの立ち上げも完了し、さらなる顧客サービス向上が期待できる。

### 相談者の声

支援を受けて、必要性がありながらも、なかなか着手できなかった社内のIT化に関する取組を開始できた。大規模なシステム導入は初めてで、何から始めればよいか分からない状態であったため、多様な側面から支援をしてもらえたことは非常にありがたい。

### 支援のポイント

システム導入を的確に行うことで、業務効率化による顧客満足度向上だけでなく、空いた時間を他の業務にまわすことができるため、事業者にとって重要な設備投資である。そのため、導入方法だけでなく、導入後に取り組むべき課題を意識し、単純な「補助金活用の助言」だけで終わらぬよう、意識した。

# 将来と直近の課題を整理し、次のステップへの展望が開けた

売上  
拡大

香川県よろず支援拠点

平成 16 年、父の経営する会社での掃除業務経験を生かして創業。平成 18 年には整理収納アドバイザー資格を取得し、本格的に活動を開始。現在、整理収納 & お掃除アドバイザーとして活動する。

●会社名 スマートビーンズ  
●代表者名 道久 礼子 (みちひさ れいこ)  
●住所 香川県丸亀市郡家町 2270-406  
●電話番号 (090) 9552 - 2644

## 1. 相談のきっかけ

今後の事業展開と、現在の事業の情報発信に関して、課題を整理するための助言を必要としていた

相談者は、今後の事業展開や、現在の事業の情報発信強化策を考える中で、課題が整理できず、何から手をつけるべきか悩んでおり、丸亀市役所に相談したところ、当拠点の紹介を受けたため、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

事業者の悩みを「将来に向けた課題」と「直近の課題」に分け、今検討すべき内容を明確に整理

事業者の既存のビジネスと、新規展開を希望するビジネスと、それぞれにおいて何をやるべきか、「将来に向けた課題」と「直近の課題」とに整理をした。

事業者が希望する「防災分野への進出」は市場のニーズが高く、現在の事業との親和性が高い反面、新事業への参入となるため、ノウハウの獲得や顧客ターゲットの選定など入念かつ時間をかけた準備が必要であった。

一方で、事業展開の方針の検討や、既存ビジネスの認知度向上に向けて情報発信の強化をすることは、将来的な事業拡大に向けた足がかりとするために、すぐにでもやるべきこととして整理した。

## 3. 解決策の提案と実施

「防災分野への進出」に向けて、資格取得を提案  
Web とプレスリリースで、情報発信強化を提案

防災分野では、防災士等の資格取得が有利に働くため、事業開始に向けた資格取得や知識強化を提案した。

現業務の知名度向上は、コストをかけずに実現すべく、既存のホームページを分かりやすく改訂し、プレスリリースを実施するよう提案。また、ホームページ改訂においては、当拠点を通じた専門家派遣制度を活用し、全面的なリニューアルを提案した。



相談風景 (左: 本多 Co  
右: 道久代表)

直近のセミナー集客に向け、情報発信を強化  
防災分野への進出に向け、防災士の資格取得を決定

事業者は、防災士の資格取得に向け勉強を開始することを決定。ホームページは、事業者自ら更新できるようリニューアルし、ブログと連携できるように構築した。プレスリリースは、PR したい内容と記載内容を明確にするなどの見直しを行い、各メディアに向け情報発信を行った。これらの情報発信は、直近に実施予定のセミナーの集客が不調であったことから、早急に実施した。



改訂した  
ホームページ

## 4. 支援の成果

事業がメディアで紹介され、セミナーが成功  
防災分野の知識強化にも着手し、新事業に向け前進

プレスリリースの結果、事業が複数のメディアで紹介されたことで、既存事業のセミナーの応募者も増加して、好評のうちに終了することができた。さらに、2年後に防災関連へ進出することを目指し、資格取得と知識強化のため、大学への通学を決めた。これらの準備の過程も、ブログ等で情報発信して話題づくりを行うこととした。

### 相談者の声

支援を受けて、やるべきことが明確に整理された。防災分野に関しては、事業化に向けて知識強化などの準備に入った。セミナーへの集客も、当初は不調で苦戦していたが、効果的な情報発信により、無事に開催、好評を得ることができた。

### 支援のポイント

相談者が「やりたいこと」と「今できること」を明確に整理し、優先順位をつけながら実行計画が作れるように留意し支援した。防災分野への新規参入も、事業者の現在の業務を強化、拡大するものと考え、前向きに検討を進めている。



# 外国人向けゲストハウスを創業、地域活性化への思いを実現

平成 27 年創業。家族が所有するアパートを改装し、外国人向けゲストハウス事業を営む。外国人旅行者が安心して宿泊できるよう、充実した設備とサービスを提供している。

●会社名 Traditional Apartment  
●代表者名 内田 大輔 (うちだ だいすけ)  
●住所 香川県 高松市塩上町 1-3-7  
●電話番号 (090) 9775 - 2640

## 1. 相談のきっかけ

外国人向けゲストハウスの創業を実現するため、必要な作業の進め方について、助言を求めた

生まれ育った高松の街に活気をもたらすため、世界各国から多くの人が集まる交流の場を設けたいとの思いから、外国人向けゲストハウスの創業を決意。実現に向け、事業計画策定、資金繰り、行政への届出等の創業に向けた作業全般の進め方について「かがわ産業支援財団」に相談したところ、当拠点を紹介され、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

創業までの課題を4つに整理し、具体的な進め方を検討する必要があった

創業までの流れが明確になるよう、必要な作業を洗い出したところ、多岐にわたる項目が抽出された。その中でも、「事業計画の策定」、「ゲストハウスの改修にかかる費用等の資金調達」、「外国人訪問客への広報活動」、「創業に関する知識の獲得と、宿泊施設の設置に必要な行政機関への届出」の4つが、重要かつ不可欠な課題と考察された。それらを中心に、創業に向けた実行計画を整理した。

## 3. 解決策の提案と実施

事業計画の作成、補助金による改装資金の調達  
SNS による情報発信、各種届出における助言を実施

事業の方向性や全体像・必要な資金を把握するため、事業計画を作成し、ゲストハウスの改装費用調達のため、創業補助金の申請を提案した。広報活動は、外国人訪問者への効果的なアピール方法として SNS の活用を提案するとともに、メディアで取り上げられるよう、プレスリリースの実施方法や表現方法を助言した。また、創業にあたり必要な各種届出を整理、手続きに不備がないよう助言した。



部屋の様子

事業計画を作成し、補助金の申請を実施  
SNS での積極的な情報発信にも着手

支援を受け、事業計画と資金計画を作成して、補助金を申請した。事業計画の策定作業を通じて、ゲストハウスとしての経営ビジョンも明確となり、訪問客が交流できるようなイベントや仕掛けの実施など、提供するサービスも具体化された。また、創業にあたって SNS での情報発信も行った。

## 4. 支援の成果

補助金の採択により改装が完了し、念願の創業が実現  
SNS の活用により、訪問客との交流が活性化

補助金の採択を受け、各種届出も無事に完了し、念願の創業を実現した。SNS での情報発信も成果をあげ、着実に宿泊客を増やしている。現在は、宿泊客が滞在を楽しめるよう、ラウンジスペースでの音楽イベントやギャラリー展示等も行い、さらなる事業の魅力向上に取り組んでいる。



ラウンジスペースの様子 訪問客が集まり、多くの交流が生まれる

### 相談者の声

初めての創業でどこから手をつけていいかわからず、相談に行ったが、さまざまな角度から創業者が陥りやすい課題について支援していただくことができ、大変勉強になった。今後も、相談の中で受けた気付きを事業に生かしていきたい。

### 支援のポイント

相談者が、創業までの流れや進捗を意識できるよう、課題を大きく4つに分類して整理した。事業計画の作成は、事業の全体像ビジョンの明確化、提供するサービスの具体化等、事業者が自らの思考を深め、新たな発想を導くきっかけとなることを意識して支援した。

# 開業すら危ぶまれた状況から、 事業計画を見直しての好スタート

カフェ運営会社での勤務経験を生かし、出身地の松山で、クラフトビールの飲食店を平成27年8月に創業。常時、生のクラフトビールを数種類取り揃えており、カフェスタイルで気軽に楽しめる。

## ●会社名 BOKKE

- 代表者名 澤村 和高（さわむら かずたか）
- 住所 愛媛県松山市南堀端 5-6  
堀端テラス101A
- 電話番号 (089) 906 - 8349

## 1. 相談のきっかけ

店舗の賃貸契約まで済ませたものの、  
開業資金の融資が受けられない窮地に

地元愛媛で、クラフトビールの良さを広めたいとの思いから開業を決意。開業資金の一部は、信用保証協会保証付融資で調達する予定で、店舗の賃貸契約まで済ませたが、事業計画の実現性が乏しいとの判断で融資が見送られた。解決策を模索する中、地元金融機関から当拠点のチラシを渡されたことをきっかけに、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

「多くの人にサービスを提供したい」思いを、  
具体的なコンセプトに落とし込む必要があった

現実味のない事業計画となる理由は、多くの人に対して色々なサービスを提供しようとしてしまい、事業コンセプトが明確に定まらないためと判断。事業者の思いを具体的な事業計画に落とし込むためには、マーケティングの手法を用いてターゲットやサービスを絞り込むことが有効と考えた。

## 3. 解決策の提案と実施

「やりたいことの全体像」を書き出し、  
優先順位をつけながら、事業計画を具体化する

まずは、事業者のやりたいことをコンセプトシートに書き出し、具体的なターゲット像やサービス内容等の検討を進めた。その上で「開業時にやること、できること」の優先順位を整理し、事業計画を具体化するように提言。同時に、開業後のプロモーションに関する助言も行った。



写真 ビールメニューと商品

全国各地から、クラフトビールを取り揃え、手書きのメニューで、お勧めポイント説明する。

「あれこれ考えていたこと」が整理され、  
限られた開業資金の活用方法が明確になった

事業計画が具体的になり、限られた開業資金をどこに活用するかが明確になった。例えば、営業時間は、店舗周辺の昼間と夜間の人口動向等を分析し、無理に費用をかけてランチ営業を行うのではなく、夜時間の営業に集中し、「飲みにきてくれる顧客」を確実につかむ方針が決まった。



店内風景 気軽に立ち寄れる、明るく開放的な雰囲気の店内

## 4. 支援の成果

融資に加え、創業補助金も受けることができた  
地元メディアでも取り上げられる好スタート

事業計画を見直し、改めて金融機関に審査を申し込んだところ、無事に地元金融機関と信用保証協会の融資が確定したうえ、創業補助金も受けることができた。

また、開業後のプロモーション戦略に沿って、地元マスコミ等にアピールしたところ、ラジオ、フリーペーパー等で取り上げられた。現在、当初の事業計画を上回る売上となり、顧客も順調に増えてきている。

### 相談者の声

自分があれこれ考えていたことを整理してもらい、事業が明確になったことは、本当によかったと思う。支援の中で作成したコンセプトシートは「やるべきこと、やらなくていいこと」がクリアになるので、今でも、迷ったときに活用している。

### 支援のポイント

相談者は当初、融資を受けられないとのことで少々落ち込んだ様子であったが、柔軟な姿勢で短期間で事業計画を練り直す素直さがあった。そのような思いを形にできるよう、事業計画の策定や資金計画の策定など、具体的な実行計画に落とし込んでいく支援を行った。



# 具体的な開店計画書を作成して、 首都圏に自社店舗を開店

売上  
拡大

愛媛県よろず支援拠点

平成15年創業。今治タオル生地を使ったオリジナル商品の企画販売を行う。ベビー・キッズ向けの今治タオル商品を主力商品とし、ギフト向け商品を多く取る揃え、環境と肌に優しい安心安全な商品を提供する。

●会社名 **クレシェンド 株式会社**  
●代表者名 阿部 貴子 (あべ たかこ)  
●住所 愛媛県今治市美須賀町 4-1-5  
●電話番号 (0898) 36 - 1787

## 1. 相談のきっかけ

**首都圏に自社店舗の出店を計画  
出店の資金調達が進まず、助言を求めた**

相談者は、卸売業から小売業への強化を進めており、自社商品の販路拡大を行うため、首都圏での各種商談会への参加、デパートの催事での販売を通じて好感触を掴み、首都圏への常設店舗の出店を考えていたものの、出店資金の確保が進まなかった。こうした現状を打破するため、金融機関の紹介により当拠点に相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

**BtoC 市場への進出と、  
収支計画の算出根拠を明らかにすることが課題**

事業者の商品力は高く、過去の首都圏における短期間での販売も好感触であり、収益性の高い自社商品を BtoC 向けに販売することは、大いに事業成長に貢献すると考えられた。一方、計画の具体性に関して、収支計画の数字の算出根拠が不明瞭で、計画の実現性が伝わりにくかった。

## 3. 解決策の提案と実施

**これまでの首都圏での販売実績を分析し、  
「開店計画書」の作成を提案**

事業者の首都圏での催事販売の実績、商談会でのバイヤーの意向などを分析し、事業コンセプトを明確にするとともに、具体的な収支計画を盛り込んだ「開店計画書」の作成を提案。当拠点は、必要な内容の洗い出し、出店目的、ターゲット、販売商品、出店場所、販促の切り口等、開店準備から開店後の活動に至るまで、様々な事項を助言した。



商品写真

温かみのあるデザインで、肌に優しい安心安全な素材を使用

**この先5年間の具体的な収支計画をまとめ、  
コンセプトと収支を具体化した「開店計画書」を作成**

首都圏での催事販売の実績、バイヤーとの商談内容を分析し、5年間の収支計画を盛り込んだ「開店計画書」を作成。出店資金を借り入れた場合でも、十分に返済可能であることを確認したうえで、「開店計画書」を用いて、金融機関に融資を申し込んだ。



打合せ風景 左から阿部社長、企画営業の江村氏と尾崎氏

## 4. 支援の成果

**出店資金の融資が実現  
東京での自社店舗の開店に向け、順調に準備が進行**

出店資金の融資が実現し、BtoC 向けの販売拠点として東京に自社店舗を開店できることとなった。平成28年2月のオープンに向け、内装準備等が順調に進んでいる。「開店計画書」作成を通じ、店舗のレイアウトや機能まで明確にイメージできていたため、円滑に作業が進んでいる。

### 相談者の声

首都圏マーケットでの売上を伸ばしたいという思いが実現した。資金調達が思うように進まず思案していたが、支援により様々な迷いが解消され、金融機関の理解も得られた。事業コンセプトや新店舗での活動等の整理、具体化ができたことは大きな成果と言える。

### 支援のポイント

相談者は、既に首都圏での催事販売実績や展示会でのバイヤーとの商談経験があったものの、それを常設店舗の開店計画にどのように落とし込むか悩んでいた。そこで、これまでの販売実績を基に数値根拠を用意するよう伝え、具体的な収支計画作成を後押しした。



# 地元ジビエを活用した新メニューで 老舗旅館の新しい魅力づくり

売上  
拡大

愛媛県よろず支援拠点

慶応4年創業の老舗旅館。道後温泉本館から徒歩1分に立地し、個人客がゆっくり楽しめる上品な旅館として全国的に名の通った旅館として知られる。

●会社名 有限会社 大和屋本店旅館  
●代表者名 奥村 保樹（おくむら やすき）  
●住所 愛媛県松山市道後湯之町 20-8  
●電話番号 (089) 935 - 8880

## 1. 相談のきっかけ

旬の地元食材を活用した、地産地消メニューの  
新規開発に向け、連携できる企業を探したい

相談者は、道後温泉本館の人気だけに頼らない、旅館独自の魅力向上のため、地元食材を活用した新メニューの開発を計画していた。そこで、まだまだ知られていない「四国の山の幸」であるイノシシやシカを活用したジビエ料理に注目。メニュー開発に向けて、連携できる企業等を探すため、先代の社長時代から面識のあった、当拠点 Co への相談を思い立ち、来訪した。

## 2. 課題整理・分析

高品質な食材の安定供給先の確保と、  
ジビエ料理の知見を調理担当者が会得することが課題

事業者の構想である「山の幸に注目した地産地消メニュー」は、独自性が高く、競争力があると考察。

一方、調理担当者の中に、料理長を含めてジビエ料理の経験者が少ないことと、高品質な材料を安定的に仕入れられるかという課題があった。そこで、新メニュー開発にあたっては、食材の安定供給先の確保に加え、ジビエ料理の扱いに知見豊富な企業等の外部リソース活用も視野に入れて進める必要があった。

## 3. 解決策の提案と実施

食材の供給能力と、ジビエ料理の知見を併せ持つ  
企業とのマッチングを提案

愛媛県やジビエ業界等へのヒアリング調査を提案。Coのネットワークを通じて、食材の供給先の選定を進めたところ、愛媛県内に「獣害対策とイノシシやシカ肉を生かしたジビエ料理の普及」に取り組むNPOが設立した「四国ジビエ株式会社」に辿り着いた。同社は、食材の安定供給能力に加え、ジビエ料理の知見も有するため、事業者とのマッチングが有効と考え、相談を提案した。



メニュー開発、  
試食風景

商談が成立し、両者の強みを生かしたメニューを開発

両者の商談が成立し、事業者は同社から食材の供給と、ジビエの扱いに関する助言を受け、調理の知見を会得しながら新メニュー開発に取り組み、フレンチと中華料理の両部門で加工度の高い「ジビエのコース料理」を開発した。

また、その成果をPRするために試食会の開催を提案。行政、旅行会社、マスコミ関係者等約40名を招待した「メニューお披露目会」を開催したところ、地元テレビ局のニュース番組に取り上げられ、新聞2紙でも紹介された。



ジビエ料理の一例

## 4. 支援の成果

新メニュー開発と、安定した供給先確保が実現  
メディアでも紹介され、話題を呼んだ

マッチングの成果により、食材の安定供給とメニュー開発が実現した。新メニューは、宿泊プランに組み込み、販売を開始しており、宿泊者から好評を得ている。また、メニューお披露目会で、Coから、地元ワイン醸造者の紹介を受け、料理に合うワイン提供など、今後のサービス拡充を見据えた関係性が作れた。

### 相談者の声

支援により、高品質の精肉が安定的に供給される調達ルートが確立し、付加価値の高いジビエメニューを持続的に提供する体制ができた。引き続き「食」の魅力づくりのため、地元生産者との連携を強化し、地域を盛り上げていきたい。

### 支援のポイント

道後温泉の新しい魅力づくりとして、地産地消のメニュー開発を行った。ジビエのコース料理は、独自性も高く、事業者自身の魅力向上にもつながっている。国内外にPRできる取組であるため、メニュー開発後の情報発信まで見据えた支援計画を立てた。

# 「街のケーキ屋さん」の挑戦 新工房を建設し、全国へ販路拡大

売上  
拡大

高知県よろず支援拠点

平成22年創業。焼き菓子、ケーキの販売を営む。県内の製菓メーカーが製造するビスケットに、同社のチョコレートクリームを挟んだコラボ商品「ミレーサンド」が看板商品。

●会社名 株式会社 モンプレジール  
●代表者名 森田 公美子（もりたくみこ）  
●住所 高知県高知市二葉町14-11  
●電話番号 (088) 855-6248

## 1. 相談のきっかけ

新たな工房の建設に向け、  
事業計画策定、資金調達方法を相談したい

看板商品「ミレーサンド」の販売が好調なことから、生産体制を強化するべく、新たな工房の建設を計画した。検討にあたり、事業計画策定や資金調達方法について助言を得るため、相談者が交流を行っていた食品団地組合が開催する研究会の場で当拠点Coと知り合い、相談に至った。

## 2. 課題整理・分析

設備資金の調達先の選定と、  
工房稼働後を見据えた販路開拓の強化が課題

ミレーサンドの知名度は高く、全国的にも有名な卸小売業者からも多数の引き合いを受けており、需要に対応する生産能力を確保する必要がある。事業者は生産能力の確保にあたり、新しい工房の建設を前提としていたが、建設資金を確保することだけではなく、工房の稼働後を見据えて、生産能力に応じた複数の受注先を確保して安定的に事業を継続できるよう準備を進めることが必要と考察した。

## 3. 解決策の提案と実施

設備資金の調達先のひとつとして、補助金活用を提案  
さらに、県内外への幅広い販路開拓を提案

投資における借入返済負担を低下させて設備資金の調達を行うという視点で、ものづくり・商業・サービス新展開支援補助金、高知県や高知市の補助金の活用を提案した。補助金申請にあたり、事業計画の作成を支援。

また、県内外に対する幅広い販路開拓が必要と思われたため、食品工業団地組合と連携した地元企業とのマッチングと県外事業者向け商談会への参加を提案した。その際、売値や取引条件等の決め方について助言した。

事業計画を作成し、複数の補助金に申請  
マッチングと県外商談会参加により、商談を実施

事業計画を作成し、複数の補助金に申請した。また、マッチングと県外商談会への参加を並行して進め、地元の特産品会社や、全国的に有名な卸小売事業者との商談を進めた。商談を進めるなかで、工房稼働後の販路拡大計画も具体化し、より実現性の高い事業計画にブラッシュアップできた。



商品パンフレット  
ビスケットの食感と、チョコレートクリームの滑らかな口当たりが人気。高知の「ご当地お土産」としての知名度も高め、高知竜馬空港の売店等でも取り扱う。

## 4. 支援の成果

補助金の採択を受け、工房の建設に着手  
マッチングと県外商談会で、新規取引先を獲得

3つの補助金の採択を受け、新工房の建設に着手した。マッチングと県外商談会でも、新たな取引先を獲得でき、工房稼働後の安定した売上確保が見えてきた。現在、工房稼働後の増産対応のため、従業員の新規雇用も進めている。

### 相談者の声

支援をうけ、新しい工房の建設に着手できた。今後も着実に生産と販路を拡大し、地域の話題性向上と、雇用を増やしていけるような企業として成長していきたいと思う。

### 支援のポイント

工房の建設のみを目標として支援するのではなく、工房竣工後に確実に販路拡大し、安定的に成長できることが重要と考え、今の段階から積極的にマッチングや商談会への参加を行うように提案した。



商品パンフレット

# 自社の強みを発信して、 多くの新規・リピート顧客を獲得

売上  
拡大

高知県よろず支援拠点

創業 60 年の老舗クリーニング屋。  
合成洗剤や漂白剤を使わずに石鹼を使用し、大量洗いでなく完全個別洗いで仕上げるふとんクリーニングには高い技術力を有している。

●会社名 有限会社 下元クリーニング  
●代表者名 下元 昇（しもとののぼる）  
●住所 高知県高岡郡四万十町北琴平町 2-1  
●電話番号 (0880) 22 - 0310

## 1. 相談のきっかけ

「ふとん丸洗い」の直接受注を増やすための方法について悩んでいた

相談者の主力サービスである「ふとん丸洗い」は、これまで寝具メーカーの下請け業務が中心であった。しかし、生き残りのため、直接受注の獲得方法について、四万十町商工会から紹介された当拠点へ、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

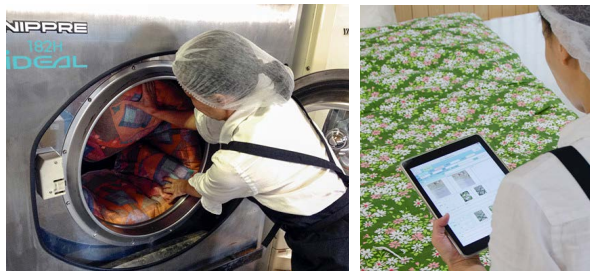
「日本でもトップクラスの技術」を情報発信すること、ネット通販の集客手法と受注管理体制の確立が課題

これまでの事業者の「ふとん丸洗い」の実績は 11 年間で 7 万 7000 件にも及び、専用の設備や独自技術の強化により、日本でもトップクラスの品質を持つと判断。直接受注に向けて、高品質なサービスの情報発信、幅広いターゲットに向けた販促計画、小口の受注管理を正確に行う体制の構築が課題と考察した。

## 3. 解決策の提案と実施

サービスの強みの情報発信の強化と受注管理の負荷を減らすためのシステム構築を提案

事業者の「ふとん丸洗い」のメリットや他社との違いといった強みを整理し、ホームページで分かりやすく情報発信することを提案。事業者の強みの発見や、サービスの見直しの方法等を助言した。ホームページの作成に関しては、事業者が委託した製作会社と連携し、デザインの検討等を進めた。販促計画は、新規顧客と既存顧客の双方に周知するため、ダイレクトメール（DM）と新聞広告を組み合わせることを提案。また、正確な受注管理と、従業員の作業負荷軽減のため、顧客管理システムの構築を提案した。



クリーニング風景 顧客の商品ごとに、個別にクリーニングを行う

ホームページ改訂、DM と、新聞折り込み広告の展開、顧客管理システムを構築

ホームページを改訂し、情報発信をするとともに、ネットショップを開設。販促計画は、既存顧客には DM でサービスの特徴を紹介してリピート利用を狙うとともに、新規顧客獲得のため、幅広い客層に PR できる新聞折り込み広告を展開した。また、顧客管理システムを構築した。



手づくりチラシの例  
こだわりの技術のポイントを  
図と手書きのコメントで  
楽しく、分かりやすく伝える。

## 4. 支援の成果

100 件（売上計 80 万円）のリピート顧客獲得、  
140 件（売上計 80 万円）の新規顧客獲得を達成

ホームページ改訂、各種媒体での販促により、地域での認知度が高まったことから、リピート顧客 100 件、新規顧客 140 件を獲得できた。また、地域の認知度が高まった結果、ふるさと納税の商品にも認められ、全国からも注文が来るようになった。これらの多数の注文を、導入したシステムを活用して、着実にサービスを展開している。

### 相談者の声

技術には自信があったが、ネット通販は知識がなく、やるべきことが分からなかったが、実践的な助言を受け、売れる仕組みが分かった。当拠点にはすぐに何度でも相談できるため、今年一年で大きく成長できた。

### 支援のポイント

相談者には、まずは実行計画の全体像を見せ、説明したうえで、現在の作業の進み具合や次の段階を見せながら、今やるべきことをアドバイスした。地域で活躍する事業者の良い先事例にもなると思う。



# 新商品の構想が具体化し、 Web 見直しで既存商品も売上拡大

売上  
拡大

福岡県よろず支援拠点

平成 24 年創業。音、耳に関する専門性を生かしたオリジナル耳栓の開発・製造を実施。欧米製の高機能耳栓のインターネット販売事業、大手製造業へのコンサルティング業務も実施する。

## ●会社名 ae The Sounds Company

- 代表者名 高祖 英樹 (たかそ ひでき)
- 住所 福岡県 古賀市舞の里 2-6-6
- 電子メール info@sounds-lab.com

## 1. 相談のきっかけ

初の取組みとなる自社商品開発にあたり、実行計画全般について幅広い助言を必要としていた

相談者は、これまで欧米製の高機能耳栓をネット販売していたが、音や耳に関する研究開発の知見を生かし「大音量の出る工場向けの耳栓」を開発し、業容拡大を計画している。計画の実現に向け、資金や販売面などの幅広い助言を求めていたところ、インターネットで当拠点を知り、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

事業者の経営課題について 5 つの観点から整理各課題の対応策と優先順位を策定

「資金確保 (開発、販売促進)」「事業計画策定」「特許・商標取得」「製品化戦略」「広報営業戦略」の 5 つの観点から課題を整理。それぞれの解決策を洗い出し、優先順位をつけて取り組むこととし、まずは開発資金確保と事業計画策定、広報営業戦略等に重きをおいて進めることとした。

## 3. 解決策の提案と実施

各課題ごとに対応策を提案  
チーム編成による支援体制を組成

資金確保のため、ものづくり補助金と持続化補助金の申請を提案。事業計画策定については、事業展開を考えるためのツールとして、経営革新計画の作成を提案。古賀市商工会への入会を提案し、実施機関 (公益財団法人福岡県中小企業振興センター) 内の「経営革新支援アドバイザー」ともチーム編成による計画策定支援を進めた。広報・営業戦略策定については、潜在的な顧客リストづくりや、自社 Web サイトでの既存商品の販路拡大に向け、ページの操作性向上、取扱商品の追加を提案、専門家の活用も奨めた。

その他にも、支援を進めるなかで、知財保護や製造面の課題も出てきたため、他の支援機関の活用も助言した。



高祖代表



支援にあたった西村 SCo

補助金の申請、経営革新計画の申請を実施  
ネット販売の売上拡大のため、広報・営業戦略を強化

支援を受け、開発資金確保に向けた補助金申請や経営革新計画の策定を実施し、自社製品の事業化構想を整理した。

また、インターネット販売強化のため、Web サイトの導線見直し等も実施した。その他課題についても、商標取得に向けた製品のネーミング検討、製品化戦略に関して福岡県工業技術センターと共同で製造プロセスを検討するなど、着実にひとつひとつ作業を実施している。



ネット通販  
サイトの様子

<http://shop.ae-sounds.com/>

## 4. 支援の成果

補助金の採択等で開発資金を確保、事業構想も具体化  
ネット販売の売上拡大も同時に達成した

2 つの補助金に採択されるなど、事業化に向けて順調に取り組んでいる。また、Web での製品販売量が増え、工業用耳栓と全用途用 (睡眠用、音楽用など) 耳栓の売上は、支援前と比較して、それぞれ 1.52 倍と 1.7 倍に増加している。

### 相談者の声

経営革新計画の策定、補助金の申請書類作成をはじめ、ビジネスモデル検討、大手企業とのコンサルティング契約内容の確認、ネットショップ集客の改善、地元での連携先模索といったネットワーク面の強化等、多岐にわたってアドバイスをもらえ、大変感謝している。

### 支援のポイント

相談者の多様な相談に対応できるよう、想定される課題をあらかじめ整理し、必要な支援体制を整えておくことで、相談を受けた際に機動的な支援を実施した。また、相談者が他の事業者からアドバイザー契約締結の打診を受けた際には、当拠点と実施機関内の「パテント・エントランス福岡」が連携して契約書の確認を行うなど、総合的・機動的な支援を心掛けた。

# 小売業者 6 社が連携し、 共同仕入でコスト削減を実現

平成 27 年に九州圏内のスポーツ用品小売業を営む 6 社が出資して設立。メーカーや問屋からの共同仕入によるコスト削減、システム合理化、連携による売上拡大等の施策を実施する。

## ●会社名 有限責任事業組合 MSC

- 代表者名 早川 典宏 (はやかわ よしひろ)
- 住 所 熊本県熊本市東区渡鹿 8-12-12  
(ハヤカフスポーツ流通本部内)
- 電話番号 (096) 371 - 6114

## 1. 相談のきっかけ

**6 社で共同組織を作り、コスト削減を図りたい  
実現に向け、課題抽出や解決策の助言を受けたい**

九州の複数の県にまたがるスポーツ用品の小売店 6 社で共同仕入等を行い、コスト削減を図りたい。そこで、共同の組織化を考えており、その具体化に向けて組織形態の検討や課題整理を行うため、中小機構九州からの紹介で当拠点に相談が寄せられた。

## 2. 課題整理・分析

**組織に参画する 6 社全社が納得できる形での、  
組織形態の選択が課題**

共同仕入組織は、コスト削減のメリットがある一方、組織内メンバーの支払が滞った際のリスクヘッジの仕組や、仕入先へ預ける保証金の分担方法など、組織構築において決定すべきルールが複雑に存在している。これらの理解を進めていくとともに、規模や事業環境が異なる 6 社がそれぞれメリットを享受でき、納得できるような組織形態、仕組を作る必要がある。

## 3. 解決策の提案と実施

**有限責任事業組合 (LLP) の設立を提案  
出資の方針、メーカーとの交渉の始め方等も提案**

課題を整理し、責任範囲や出資金、費用の負担割合などの観点から、想定される組織形態の選択肢を複数提案した。その中から、有限責任であり、組織設計の自由度が高い、有限責任事業組合 (LLP) の設立を提案した。出資金については、大手メーカーとの仕入交渉には多額の出資金が必要であるため、まずは可能な範囲で出資し、交渉可能な取引先から商談を進めることを提案。話し合いのファシリテーションを行いながら、組織のビジョン策定や、事業計画策定の支援を行った。



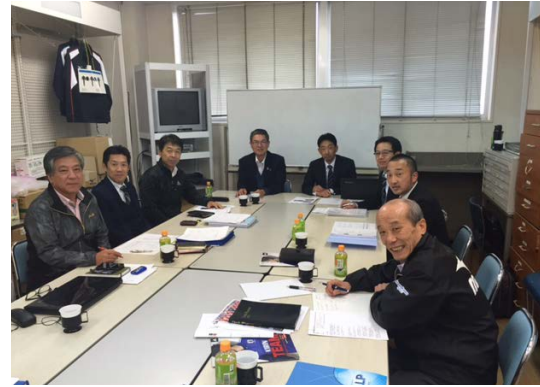
早川代表



支援にあたった吉原 SCO

**有限責任事業組合を設立  
仕入先や、問屋との商談を開始**

支援を受け、話し合いを続けるなかで、有限責任事業組合を設立する方針が固まり、設立作業を実施した。設立後は、取引額の大きい仕入先にも積極的に商談を行い、仕入額の削減を打診した。



打合せ風景

## 4. 支援の成果

**共同仕入によるコスト削減が実現、6 社の中で、  
最も有利な掛け率で、他の 5 社も仕入が可能に**

有限責任事業組合 MSC (未来スポーツチェーン) が設立され、組合としての商談の結果、取引額の大きな問屋からの共同仕入が実現し、各社とも有利な掛け率での仕入が可能となった。この共同仕入を端緒として、今後はシステムの共通化による合理化、連携による売上拡大に取り組むことを検討しており、今後のさらなる取組みが期待される。

### 相談者の声

小売店 6 社は複数の県にまたがっているため、どこに相談すればよいか困っていたが、当拠点では柔軟に相談に乗ってもらえた。客観的なアドバイスや様々な情報提供に加え、暖かい励ましを受けたことで、組合設立における意思決定が大いに促進された。

### 支援のポイント

第三者として客観的に課題を分析し、分かりやすく図解しながら進めるようにつとめた。そのためのツールとして、論点ペーパーや分析表、ビジョンを落とし込むための共通フォーマット等を作り、6 社が納得して合意形成をできるよう留意した。



# 既存事業との相乗効果を意識した事業拡大で、売上アップ

売上  
拡大

佐賀県よろず支援拠点

平成14年創業。郷里に戻り、牛乳配達業を営む。事業者のフットワークの良さ、コミュニケーション力が人気を呼び、佐賀市内だけでなく、近隣市にまで100件ほどの固定顧客を有する。

●会社名 エグチ宅配センター  
●代表者名 江口 文彦（えぐち ふみひこ）  
●住所 佐賀県小城市牛津町牛津 5-14  
●電話番号 (0952) 66 - 5613

## 1. 相談のきっかけ

売上拡大と雇用創出のために、新しい事業にチャレンジしたい

相談者は、従業員を雇えるような事業を展開し、地域の雇用創出にも貢献したいとの思いがあった。その折、当拠点開催のセミナーへの参加を通じて当拠点の取組を知り、何か新しいことにチャレンジしたいと考え、来訪した。

## 2. 課題整理・分析

事業者自身が気づいていない「強み」を生かした、既存事業との相乗効果が高い事業展開が必要

事業者は、佐賀県内に100件の固定客を有しており、自らが車で配達するフットワークの良さ等による、顧客との信頼関係が背景にある。また、コミュニケーション能力に長けており、商工会議所の勉強会や交流会へも積極的に参加し、顧客以外にも幅広い地域のネットワークを有する。さらに、健康に関しても非常に造詣が深く、それらは、事業者固有の強みであるため、それを生かした事業の展開を考える必要があると考察。

## 3. 解決策の提案と実施

「自ら選んだ、佐賀のこだわり商品」のサービスを提案、商品候補についても具体的に提案

既存の牛乳宅配事業と両立可能なうえ、地域に根差したネットワークを生かせる事業として、「佐賀のこだわり商品」を選別し、自ら顧客に届ける」サービス展開を提案した。実現に向け、ホームページでの情報発信、チラシの作成も提案。デザインについては、当拠点を通じた専門家派遣制度を活用して支援を進めた。

また、当拠点が支援する他の事業者の商品の中から、コンセプトに合う商品を選別し、商品候補として提案した。



江口代表



支援にあたった今金 Co

ホームページ作成、チラシの配布で顧客開拓を実施  
扱う商品を選別し、販売体制を整えた

支援を受け、チラシやホームページが完成。牛乳配達時はチラシを配布するなどして、サービスを告知した。また、提案を受けた商品候補のなかから、サービスのコンセプトに合うものを選び、販売体制を整えた。



作成したチラシ 事業者自身が目利きのポイント等を説明する

## 4. 支援の成果

新事業の導入が実現し、年間売上は2割増加  
相乗効果で、牛乳の宅配先も1割増加

サービス開始により、事業者の年間売上がこれまでと比べ2割増加した。加えて、口コミ等による相乗効果で牛乳宅配の取引先も増え、前年比較で1割増加した。

また、商品選定についても、現在は、事業者自身もネットワークを生かして商材発掘を進めており、今後さらなる売上拡大が見込まれる。

### 相談者の声

これまで、具体的な解決策の提案は受けられなかったが、佐賀県よろず支援拠点で、じっくり話を聞いてもらい、自分でもできそうで、投資を含めたリスクが少ない現実的な提案をいただき、新事業が開始できた。

### 支援のポイント

相談者自身の強みを生かしながら、現在の事業との相乗効果を生みだすことや、事業者が楽しくできる事業であることを意識し、提案した。このサービスは、佐賀県内のこだわり製品の生産事業者にも新たな販路となり、有益なものになると考える。



# 五島発のフリーペーパー創刊 島を元気にする本づくりの挑戦

創業

長崎県よろず支援拠点

平成 27 年創刊。長崎県五島市で初のフリーマガジンを発行。年 4 回の季刊とし、お店情報をはじめ、五島で輝いている人のインタビュー、五島に U・I ターンした人の声、地元の若者を応援する特集等を実施。

●会社名 **fully fukue 編集室**  
 ●代表者名 梅木 尚美 (うめき なおみ)  
 ●住所 長崎県五島市上大津町 1080-1-102  
 ●電話番号 (080) 3901 - 4949

## 1. 相談のきっかけ

フリーペーパー創刊による、事業立ち上げを決意  
事業化に向けた課題整理について、助言を求めた

出身地の五島に U ターンした相談者は、島の生活での情報の少なさを痛感。街を元気にしたいとの思いから、フリーペーパーを創刊し、事業化を目指すこととした。そのような中、当拠点が五島市で月 1 回実施しているサテライト相談への参加を通じて、相談に至った。

## 2. 課題整理・分析

安定した収入の獲得や資金調達など、  
創業計画が確立されていなかった

過去にマスコミ校正業務を学び、編集の知見があることに加え、多くの支援者を有する人柄や行動力が事業者の強みと考えた。しかし、本格的な創業に向けて取り組むべき事項がまだ明確に整理されておらず、収入確保に向けた具体的な取組みや創業資金の算出、資金調達先の選定など、必要事項を盛り込んだ創業計画を策定する必要があった。

## 3. 解決策の提案と実施

広告料の具体化、収支計画と資金繰りの策定を提案  
広告主の獲得に向け、島外における人脈を提案

ページごとの広告料金を設定し、収入予測を立て、収支計画と資金繰り計画の策定を提案。同時に、外注費となる撮影費やデータ入力料の適正化を助言した。また、広告主獲得のため、島内のみならず、島外への情報発信と人脈強化を提案した。さらに、事業者が応募していた長崎県のビジネスコンテストでの賞獲得を目指し、模擬プレゼンテーションを実施、ポイントを的確に伝える方法を助言した。

創業時の資金確保に関しては、五島市の企業支援補助金の活用等を提案した。



創刊号表紙



夏号表紙

収支計画を策定し、補助金の申請を実施  
ビジネスコンテストで受賞し、広告主への営業も強化

収支計画を策定し、事業の安定に必要な資金の算出や、必要な広告収入の額が明確になった。また、支援を受けて応募した、ビジネスコンテストでの賞獲得を通じてメディアで事業が紹介され、認知度も向上。広告主への営業がよりスムーズに進むようになった。

編集作業風景  
写真は梅木代表

## 4. 支援の成果

資金を調達し事業を開始  
広告主は、目標の 50 社を上回る 93 社と契約

補助金にも無事に採択され資金調達が完了し、円滑に事業を開始し、創刊にこぎつけた。また、支援を受けながら進めた広告主への営業活動も結果につながり、当初の目標を大きく上回る 93 社との広告主と契約が実現した。現在の広告収入は、創刊号の時と比較し、倍額になっている。

### 相談者の声

支援により、「あったらいいな」という発想から始まったアイデアが、事業として形になり、順調なスタートを切ることができた。資金計画など、経営に関する具体的な提案を受けられることは、とてもありがたく思っている。

### 支援のポイント

今回のポイントは、創業計画の策定支援だけでなく、その過程で、相談者自身が、事業の収益性や広告収入の目標額算出など、雑誌のビジネス特有の勘所の理解を深めてもらうことにあった。今後も事業が持続・発展できるよう、継続して支援する予定である。

# 「石炭米」を商店街の動きと連携させ、新商品開発に成功

売上  
拡大

長崎県よろず支援拠点

平成14年創業。「米」に様々な粉末をコーティングする特許技術を保有し、オリジナル商品として、お米に栄養素の粉末をコーティングした「ドリーム米」等の商品を取り扱う。

●会社名 有限会社 マインドバンク  
●代表者名 下山 俊雄 (しもやまとしお)  
●住所 長崎県佐世保市藤原町 3-8  
●電話番号 (0956) 33-8480

## 1. 相談のきっかけ

新開発の「食用炭をコーティングした石炭米」の販路拡大策について、具体的なアドバイスが欲しい

相談者は、軍艦島の世界遺産登録をにらみ、米に食用炭をコーティングした「石炭米」を新たに開発。それを世に広めていくための具体的なアドバイスを必要としていた。以前から、当拠点が出張相談会を行っていることを知っていたため、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

「黒色が特徴のお米」は日常食としての販促は難しい  
他食品とのコラボが認知度向上には有効と推察された

新商品の「石炭米」は米に食用炭をコーティングした「黒色のお米」が特徴であり、消費者が日常的に買うものとは考えにくく、新商品単品での販促を小売店等で行うことは効率的でないと判断。真っ黒い「石炭米」という特徴を生かしながら、米と一緒に食べられる食品とのコラボを行うことで、まずは認知度向上を図ることが有効と推察された。

## 3. 解決策の提案と実施

「世界遺産登録」の話題を生かした、  
コラボレーション商品の開発と情報発信を提案

炭鉱をイメージさせる「石炭米」は、長崎県の「軍艦島」の世界遺産登録のイメージに結びつくので、それをビジュアルにも表現する料理として打ち出すことを提案した。具体的には、長崎県大村市で商店街活性化を目的として活動する「大村カレーマップの会」(全15社で活動)をマッチングし、石炭米を利用したカレー「軍艦島石炭米カレー」の開発と情報発信を提案した。

「軍艦島石炭米カレー」の商品化に向けた商談を実施  
プレスリリース等、メディアへの情報提供を実施

「大村カレーマップの会」に所属する事業者各社と商談を実施。世界遺産登録を契機とする、商店街の話題づくりとして、石炭米を活用した「軍艦島石炭米カレー」の商品開発が決まった。また、拠点からアドバイスを受けながら、県内の報道機関に対し、商品開発のプレスリリースを行うなどのメディア対応も実施した。



地元テレビ番組で紹介された「軍艦島石炭米カレー」

## 4. 支援の成果

「石炭米」を活用した商品開発が実現  
メディアでも取り上げられ、話題商品となった

事業者の商品が、商店街活性化の流れと上手く結びついたことで、商品開発が実現した。また、プレスリリース時には、世界遺産登録に連動した商品開発と位置づけたことで、一過性ではない継続的な情報発信も可能となり、地元テレビ局や、新聞社でも取り上げられた。

### 相談者の声

支援を受け、世界遺産登録という話題性の高いテーマを生かした商品開発が実現するとともに、商店街活性化にも貢献することができた。アドバイスだけでなく、具体的なマッチングまで支援を受け、非常に嬉しい。

### 支援のポイント

今回は、単純な販路紹介だけではなく、継続した情報発信が可能な素材や、話題性が高いモノとの連携で付加価値を最大化させる観点から支援した。特に、米と親和性の高い商品として、カレーとのコラボを提案することで、米の売上拡大が図れるよう、留意した。



商品例 写真はお米に緑茶粉末等をコーティングしたお茶花米

# こだわりの「島こんにやく」の 商品デザインを見直して売上拡大

売上  
拡大

長崎県よろず支援拠点

創業 50 年。長崎県五島列島のひとつ、新上五島町でこんにやくの製造販売を営む。事業者は、35 年以上のこんにやく製造の職人歴があり、原材料の目利きから製造に至るまで、高い技術を持つ。

- 会社名 小島商店
- 代表者名 小島 一雄（こじま かずお）
- 住 所 長崎県南松浦郡新上五島町  
青方郷 512-6
- 電話番号 (0959) 52 - 2094

## 1. 相談のきっかけ

売上拡大策として、高付加価値商品の開発に着手  
具体的な販路拡大策について相談した

島内人口の減少、食の多様化により、従来商品の売上が低迷。既存商品の拡販とは別に、売上拡大の新機軸となる一手として、高付加価値商品の開発に着手。販路拡大に向けた手法について相談すべく、商工会担当者と共に、当拠点に訪した。

## 2. 課題整理・分析

こだわりの良質な商品だが、顧客に伝わらず  
一般の量産品との違いが訴求できていなかった

事業者の商品は、原材料から製法までこだわり抜かれ、国産こんにやくと地元の天然水を使うなど、高品質の商品であることを確認。しかし、それが十分にアピールできておらず、一般の量産品との違いが分かりにくかった。そのため、商品価値を効果的に伝えれば、十分に高い利益を確保した販売が可能と考察し、プロモーション強化、販売方針の見直しを課題として設定した。

## 3. 解決策の提案と実施

パッケージデザインの刷新、販促ツールの作成を提案  
品質勝負の価格設定とし、値下げ競争回避も助言

原材料や味、食感など、商品のこだわりや強みを抽出し、それが分かりやすく伝わるよう、パッケージデザインの見直しと販促ツールの作成を提案した。

また、価格設定に関しては、価格を下げなくとも、品質の高さで事業者の商品を選ぶ消費者はいるため、あくまで品質で勝負する方向性を打ち出し、値下げ競争は行わないことを助言した。



小島代表



支援にあたった古澤 SCo

パッケージデザインを刷新し、販促ツールを作成  
競合製品群と比べ、4 割程高い価格設定を決定

支援を受け、商品の強みやこだわりが伝わるような、職人の手作りをイメージさせるパッケージデザインに刷新し、同時に、それに見合ったデザインの販促ツールも作成した。価格設定については、競合商品群の価格調査等を行い、量産品よりも 4 割ほど高い価格設定として、競争力を維持しながら品質訴求ができるようにした。



販促用  
POP 写真

## 4. 支援の成果

新しいパッケージでの商品販売を開始  
販売実績も順調に伸び、県外バイヤーとの商談も開始

品質の訴求により、量産品よりも割高であるにもかかわらず、島内での販売は順調に伸びている。また、県外の商談会にも初めて参加し、バイヤーから高い評価を得た。現在、新規取引に向けた商談も進行している。

### 相談者の声

支援を受け、デザインや販売促進の大切さが分かった。自分では当たり前と思っていた、製造のこだわりを、分かりやすく表現したことで、商談会では全国レベルのバイヤーからも良い評価が得られた。今後も積極的な新規販路開拓へ取り組んでいきたい。

### 支援のポイント

事業所のこだわりに裏付けられた高い価値を、いかにして顧客に伝わるように見せるか、その重要性を理解してもらえよう具体策を出しながら助言したことがポイントであった。今回をきっかけに、相談者の販促に関する意識も大きく変わったことが感じられ、今後益々積極的な販路拡大へ取り組むものと思われる。



# 半導体メーカーのコスト削減を実現する新技術で、創業を実現

平成 27 年創業。半導体試験装置（テスター）のリユースを実現するソリューション事業を営む。事業者の技術により、複雑で高コストなテスターの再使用が安価で実施でき、半導体メーカーの大幅なコスト削減が実現可能となる。

- 会社名 mowa ソリューションズ 株式会社
- 代表者名 玉木 智和（たまき ともかず）
- 住所 熊本県上益城郡益城町田原 2081-10  
夢挑戦プラザ 21 オフィス 1号室
- 電話番号 (096) 282 - 8989

## 1. 相談のきっかけ

開発した技術を用いて、創業を実現したい  
具体的な進め方について助言を受けたい

大手半導体メーカーでの職務経験を生かし、日本の半導体産業に貢献すべく「半導体試験装置（テスター）のリユースを実現する」サービスを開発、事業化に向けた計画を始めた。創業に向けて、必要な作業について助言を得るため、インターネットで当拠点を知り、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

必要な資金の精査と調達方法の検討、  
情報発信、販路拡大策の検討が課題

そもそもテスターは一般的に非常に高価な設備であり、半導体メーカーにとっては新規のテスター導入はコスト上容易には選択できない。そのため、現有のテスターを含め、いかに安価にテスター機能を利用して半導体の試験を行うかが共通の悩みである。そうした中、事業者の新技術による商品は、テスターのリユースにより安価に機能提供できる点を強みとしており、価値が高く成功の可能性が高いと推察。

創業に向けたスケジュールを確認し、ビジネスプランの具体化、必要資金の精査と調達先の確保、自社技術の積極的な情報発信と販路拡大、といったことを課題として設定した。

## 3. 解決策の提案と実施

資金調達にあたり、補助金の申請を提案  
広報も兼ね、「創業スクール選手権」への出場を提案

機器やソフトウェアの開発を進めるための資金を円滑に調達するため、創業補助金の申請を提案。当拠点は、事業計画の策定等の助言を行った。また、ビジネスプランを具体化し、技術力のアピールポイントを明確にする有効な手段として、「創業スクール選手権」への参加を提案した。当拠点は、ビジネスプランのユニークさや、アピールポイントの洗い出しについて助言した。また、模擬プレゼンを行うなど、聞き手に伝わるプレゼンができるよう支援した。

事業計画を策定し、補助金の申請を実施  
創業スクール選手権の九州代表として全国大会出場

支援を受け、事業計画を策定し、補助金の申請を行った。また、「創業スクール選手権」では、九州代表として全国大会に出場、上位入賞を果たした。選手権への参加を通じ、技術力の情報発信方法、アピールポイントの洗い出し等を効果的に行う手法を理解できた。



玉木代表



プレゼンテーションの様子

## 4. 支援の成果

補助金の採択で、開発に着手し、創業が実現  
コンサルティング業務の新規受注も獲得した

補助金の採択を受け、機器やソフトウェアの開発に着手し、創業が実現した。また、情報発信の効果もあり、コンサルティング業務の受注と、九州内の半導体メーカーに向けた期間サポート契約の受注が実現した。

### 相談者の声

支援を受けるにあたっては、自分が分からない部分や、理解が不十分な部分をそのままにせず、その道のプロからアドバイスを受ける姿勢で臨んだ。結果として創業を実現できた。今後も積極的に販路拡大に取り組み、日本の半導体産業を盛り上げていきたい。

### 支援のポイント

相談者は、高い技術力を有するため、それを的確に情報発信できれば、事業は成功すると考え、創業スクール選手権への参加など、アウトプットの機会の提案に注力した。結果として、創業時点でコンサルティング業務を受託するなど、順調な滑り出しを見せている。

# 「音楽の感動」を届けたい！ 演奏家派遣サービスを事業化

平成 26 年創業。音楽教室、演奏家の派遣業務を行う。「音楽の感動をあなたのもとへ」をモットーに、企業、個人を問わず、コンサートや集客イベント、パーティ等で生演奏を楽しめるよう、演奏家の派遣を行う。

- 会社名 クロッシュ
- 代表者名 坪内 千恵美 (つばうち ちえみ)
- 住 所 大分県大分市明野北 5-4-8  
マルビル 1-A グレイス楽器内
- 電話番号 (090) 4513 - 8499

## 1. 相談のきっかけ

これまでの経験を生かして、事業化を決意  
事業アイデアを具体化するための助言を求めた

これまでの音楽教室講師としての経験を生かし、より多くの人に音楽の楽しみを届けられるよう、演奏家派遣サービスの事業化を検討していた。その折、当拠点の開設記念セミナー参加を通じて、事業化に向けた助言を得るため、相談に至った。

## 2. 課題整理・分析

顧客ターゲットの絞り込み、  
品質の高さに基づく差別化と、情報発信が必要

事業者は、音楽教室講師として豊富な経験を持ち、多くの生徒に慕われている。また、受講者が生活の中で音楽を楽しめるよう、オリジナル教材の制作や指導法を開発するなどの企画力、行動力を持つ。これらの経験やネットワークを生かし、高品質な演奏家派遣サービスを展開すれば、成功の可能性があると考えた。ターゲットの絞り込み、競合サービスとの差別化、情報発信が重要な課題と判断した。

## 3. 解決策の提案と実施

「顧客向けのオリジナル演奏会企画」の展開を提案  
SNS での小まめな情報発信による話題づくりを提案

高品質なサービスを売りとするため、顧客ターゲットのある程度のイベント予算等を持つ法人とし、その法人が開催するイベントで「オリジナルの演奏会企画」を提供することを提案。高品質なサービスをしかるべき価格で提供することを提案した。また、販路開拓に向け、顧客候補となる企業を紹介。情報発信については、「音の贈り物」としての華やかさを訴求するため、SNS を活用し、演奏会の準備から実施まで、小まめな更新を行うことで、訪問者を増やし、口コミによる新規受注を狙う方法を提案した。



坪内代表



演奏会風景

法人向けに演奏会の提案、商談を積極的に実施  
SNS を活用し、演奏会の企画段階から情報を発信

紹介を受けた法人をはじめ、多くの企業に対し、サービスの提案、商談を実施した。イベント業者にも積極的に営業を展開し、手ごたえを感じた。また、SNS を有効活用し、演奏会の企画から実施までの出来事や、事業者の考えなどを情報発信した。



SNS を活用した情報発信の様子

## 4. 支援の成果

事業化して受注が増加、イベント会社との連携も実現  
SNS の読者も増え、問合せ数も増加

事業化を実現し、高級車販売ディーラーでの演奏会や、旅行会社主催による、列車内での演奏会企画等を行った。また、イベント事業者との連携も強化し、企業のパーティー等での演奏受注も増えた。SNS での情報発信の反響もよく、SNS を見て問合せをしてくる事業者も増えた。

### 相談者の声

事業をする際の考え方、営業方法、価格設定など色々とアドバイスを受けた。おかげで、音楽講師の思いつきが、単なる思いつきで終わることなく、創業が実現し、複数の演奏会の受注に至った。

### 支援のポイント

事業者は新事業を展開するにあたり、何から始めてよいか迷っている部分も見受けられたため、伴走しながら着実に課題解決できるよう後押しした。特に、サービスの品質の高さに価値を感じてもらえるようなターゲット設定が事業化の鍵であると考え、想定顧客を法人と設定し、商談先の紹介まで行うことで、実現性ある販路開拓を支援できるよう留意した。

# 好機の到来に対応し、 新規事業の飲食店を開業

売上  
拡大

宮崎県よろず支援拠点

昭和24年創業。水産加工販売業を営む。昭和45年4月にちりめん加工開始。平成9年6月に株式会社水永水産に組織変更を行う。現在、門川町に直売所を1店舗、新富町内1店舗、宮崎市内に2店舗を展開。

- 会社名 株式会社 水永水産
- 代表者名 黒木 隆一（くるきりゅういち）
- 住所 宮崎県東臼杵郡門川町  
大字門川尾末 9083-1
- 電話番号 (0982) 63 - 1032

## 1. 相談のきっかけ

新規事業として、レストランの開業を検討  
実現に向けた計画策定に関し、助言を必要としていた

相談者は、自社製品の海産物を使った新規事業として、レストランの開業を検討しており、開業計画策定のため、町の広報誌を通じて当拠点を知り、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

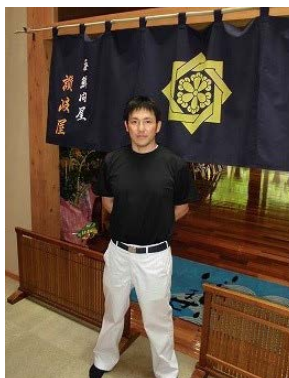
空き店舗が見つかり、急ぎょ出店を決断  
開業資金の調達、情報発信が喫緊の課題

開業の検討を進めていた矢先、休眠していた温泉施設の再開が決まり、その中のレストランに急ぎょ出店する運びとなった。多くの検討中の課題の中でも、特に開業資金の調達、集客のための周知活動の実施は喫緊の課題であった。並行して、飲食店経営のノウハウ取得、飲食メニューの精査等を進める必要があった。

## 3. 解決策の提案と実施

開業資金調達のため、町の助成制度活用と、  
プレスリリースや SNS を併用した情報発信を提案

開業資金は、店舗のある高鍋町の助成制度を活用し、初期の負担軽減を提案。情報発信は、開業セレモニーにあたり、事前のプレスリリースと、メディア向け記者会見を提案。SNSも積極的に活用し、メニューや物産品を紹介することとした。同時に、当拠点を通じた専門家の派遣により、飲食店経営のノウハウ取得を提案。飲食メニューについては、食材に自社製品を必ず使用し、食事をした顧客がその料理を気に入った場合は、併設する物産販売コーナーで購入できる仕組みを提案。



新規開業した飲食店「贗岐屋」の  
店長を務める黒木 将人 氏

## 助成制度への申請と、開業に向けた情報発信を実施

支援を受け、町の助成制度への申請を実施。開業に向けた情報発信のため、地元の海産物を利用したメニューなど、アピールポイントを整理した上で、メディア向け記者会見を実施。SNSでは、プレオープンやメニュー試食会の様子など、開店準備の段階から先行して情報発信をした。



メニューの一例（生しらす丼）

## 4. 支援の成果

オープン時の売上は、目標の1.5倍  
物産コーナーの売上比は、前年比で1.7倍を達成

助成金にも採択され、開業が実現。開業セレモニーの様子が新聞や町広報誌に掲載されたこともあり。開業後の客足は順調で、事業計画で定めた売上目標の1.5倍を達成。相乗効果により、物産コーナーの売上は前年比で1.7倍と、順調な滑り出しとなった。また、休眠していた温泉施設のレストランに出店したことで、施設に賑わいを取り戻せたことなど、複合的な効果も生んでいる。

### 相談者の声

以前から、飲食店の経営について検討を進めていましたが、資金調達や情報発信、メニュー選定等、重要な部分の意思決定にあたり、支援を受けられたことで、円滑に開業に向けた作業を進めることができた。

### 支援のポイント

今回の開業実現は、事業者の、日頃からの検討や情報収集の積み重ねと、急ぎょ空き店舗が見つかったというチャンスが重なったことにあると思う。当拠点としても、このような事業者のチャンスに応えられるよう、速やかに課題整理と優先順位の把握、機動的な支援体制の構築を行った。



# 小さな費用で夢を実現！ ハワイアン雑貨店の創業

平成 27 年創業。ハワイアン雑貨販売店を営む。ハワイアン雑貨販売の他、フラダンス衣装等の製作も行う。商品アイテム数は約 400 点と、豊富な品揃えを売りとしている。

●会社名 Laki Maika'i  
●代表者名 徳重 和代（とくしげ かずよ）  
●住所 宮崎県都城市中町 13-22  
●電話番号 (0986) 36 - 8877

## 1. 相談のきっかけ

創業に向け、やるべきことの整理と、その後の売上拡大策について助言を必要としていた

自身の趣味であるフラダンスと、小売業、服飾関連業での業務経験を生かし、「フラダンス衣装製作も出来るハワイアン雑貨店」の創業を目指していた。その折、市の広報誌を通じて当拠点を知り、創業に向けた具体的な作業の進め方や、創業後の売上拡大策について相談すべく来訪した。

## 2. 課題整理・分析

客単価向上、リピート顧客の獲得が課題  
出店時の費用を極力抑えることが必要

主要顧客であるフラダンス愛好家の購買量が予測しづらいため、一般顧客も集客できるような販促活動が必要であること、そのうえで、客単価向上、リピート顧客の獲得に向けたサービス展開が必要と考察した。また、収益性を高めるため、出店時の投資コストや販促費用をできる限り抑える必要があった。

## 3. 解決策の提案と実施

若年女性客に向け、費用対効果の高い販促活動を提案  
出店費用調達のため、補助金、融資の申請を提案

販促活動については、フラダンス愛好家に加えて、一般の若年女性客の獲得に向け、SNS の活用やフリーペーパー掲載による訴求を提案し、極力出費を抑えた販促方法を助言した。また、フラダンス愛好家に向けては、客単価向上、リピート率向上のため、ハンドメイド衣装の固定客獲得に向けた情報発信を提案した。また、出店費用確保に向けては、補助金と創業者向け融資制度の活用を提案した。



商品の陳列風景



ハンドメイドの洋服

SNS での販促を開始。補助金、融資への申込を実施、  
出費を抑え、手づくり什器による店舗内装を実施

SNS で、写真を多く活用し店舗や商品イメージがより伝わるような情報発信を始めると共に、フリーペーパーへの広告掲載を実施。また、支援を受けて、補助金と融資の申込を実施した。出店費用を極力抑えるため、ホームセンター等で購入した木材を使い、店舗什器を自作した。



店舗内の様子 机等の什器は相談者が自作した。

## 4. 支援の成果

資金調達に成功し、創業を実現  
フラダンス衣装の固定客獲得にも成功

補助金等も獲得でき、出店資金の調達が完了し、無事に創業できた。SNS での情報発信や口コミで認知度が上がり、創業以来、売上も順調である。フラダンス衣装の固定客獲得にも成功し、目標通りの販売量を達成している。

### 相談者の声

やりたい事ははっきりしていたが、創業するにあたって、どのようなことから手を付ければ良いか分からなかった。支援を受けて、数値目標が明確となり、創業前後にやるべきことが明確になった。

### 支援のポイント

事業者の取扱商品は、ニッチな分野でもあり、大きな売上高を獲得しにくい業態であったため、ローコスト運営・高付加価値販売が実現することが重要と考えた。創業以来、順調に売上・収益を確保している。

# SNS の活用で売上 20% アップ 不調だった人気店が復活

売上  
拡大

宮崎県よろず支援拠点

平成 14 年創業。鉄板焼き屋を営む。味も評判が良く、安定した固定客を持つ。店主のキャラクターも人気で、開店前には店頭で旗を振るなどのパフォーマンスも話題となっている。

- 会社名 鉄板焼き やまちゃん
- 代表者名 山本 清悟 (やまもと せいご)
- 住所 宮崎県宮崎市大王町 48-10
- 電話番号 (0985) 26 - 4018

## 1. 相談のきっかけ

店舗の移転に伴い、来客数が激減  
解決策を検討するため、相談に訪れた

立地条件を改善すべく、平成 24 年に店舗を移転し、裏通りから一步奥まった場所に店を構えてから、気軽に通りがかりで入る顧客数も減り、常連客も移転状況を知らない人が多く、売上が低迷した。そこで解決策を検討するため、地元金融機関の紹介で当拠点を知り、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

情報発信不足が問題  
告知が不十分で閉店したと思っている顧客もいた

事業者は、提供する商品、サービスともに評判が良く、移転前は繁盛店であったことから、店舗移転に関することや、そもそも、この店の味や雰囲気といった特長に関わることなどの情報発信不足が問題と考察。実際、移転を知らず閉店したと勘違いをしている顧客も顧客が多いたることが分かった。

## 3. 解決策の提案と実施

SNS を活用した、積極的な情報発信を提案  
店主の個性を生かした、コンテンツづくりを提案

店舗移転の告知を含め、常連客と新規顧客に向け、予算もかからず、かつての顧客に直接アプローチできる点で費用対効果の高い Facebook を使った情報発信を提案。アカウントの取得から投稿の方法をガイダンスした。さらに、投稿内容づくりにあたっては、メニューの紹介等に留まらず、店主の日々の気付きや、お店での出来事などを随時投稿するだけでも、十分に魅力あるコンテンツになり、定期的な閲覧者が増えると説明した。



店舗に置かれている、サービスの告知

SNS での情報発信を実施  
顧客とのコミュニケーションの場として活用

SNS での情報発信を開始。おすすめメニューの紹介に加え、割引情報や店主の雑感、訪問客と撮影した写真等を記載したところ、すぐに閲覧者が増加した。また、訪問客の中には、店主と写真を撮り、掲載を希望する顧客や、店舗の SNS を通じて友達になり、来訪する顧客が増えた。



SNS トップページの掲載写真

## 4. 支援の成果

SNS と店舗の両方を交流の場として活用することで  
店舗は活気を取り戻し、売上も月間 20% 増を達成

店主が毎日、情報を更新するため、顧客間のコミュニケーションも活性化され、誘い合って来店することもある等、SNS と店舗の双方が交流の場として活用されている。以前の常連客が再び店に通うようになったうえ、SNS を通じて知名度が向上し、新規の来訪客も増加。売上も、ある月で対前年比 20% 増を達成した。

### 相談者の声

顧客とのコミュニケーションが形に残るため、気持ちが前向きになり、顧客との関係が前以上に密になった。売上が増加したことも嬉しいが、それ以上に、SNS の活用を通じて、日々前向きな気持ちで経営ができることが嬉しい。

### 支援のポイント

店主は以前から顧客の心をつかむ人気者でそれが強みになっていたが、それを販促に生かすという点では、ブラッシュアップが必要であった。店主は、Facebook の活用については、コンテンツづくりに不安を見せていたが、楽しみながら自然に取り組みれば結果が出ることを説明し、安心感を与えるよう留意した。



# 経営分析で「悩み」を整理 即効性の高い解決策で、売上拡大

売上  
拡大

鹿児島県よろず支援拠点

昭和 53 年創業の老舗ラーメン店。  
母親から息子が事業を引き継ぎ、受け継がれた特製  
スープを売りにしている。常連の顧客だけでなく、新  
規顧客を掴むための新たな展開を模索している。

●会社名 ラーメンセンターほんや  
●代表者名 青山 貴司 (あおやま たかし)  
●住所 鹿児島県鹿児島市玉里町 36-16  
●電話番号 (099) 222 - 3301

## 1. 相談のきっかけ

新店舗に移転したが、売上が低迷  
改善策が定まらず、悩んでいた

店舗を移転し、座席数を増やしたが、売上が思うように  
上がらなかった。何か手を打たなければと考えていたが、  
具体的な解決策に関して、自分だけでは判断に迷う部分  
があった。その折、経営者同士の話題で当拠点を知り、金融  
機関からの紹介もあったことから、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

商圈人口の少ない地域に移転したことが原因と特定  
リピーター獲得、客単価向上策を取る必要がある

移転前の店舗と比較し、商圈人口が少ないエリアに移  
転したことが原因と考察。そこで、新規顧客の獲得はもと  
より、リピーター客の獲得や、客単価向上策の実施が必要  
と判断。また、来客データから、来店客の傾向を分析し、  
より稼働率を上げられる店舗レイアウトに変更することも  
有効な手法と考察した。

## 3. 解決策の提案と実施

「多様な組合せが楽しめるメニュー」の開発と、  
店内レイアウトの変更を提案

リピーター獲得に向け、顧客がまた来たくなるような、  
メニューへの変更を提案した。具体的には、味、麺の固さ、  
トッピング等を選べるようにして、次回は別の味を楽し  
みたいと思わせるような仕掛けづくりを助言した。また、  
来店客データを分析したところ、2名での来店が多いこと  
が判明。店舗レイアウトの座席を、1人掛けから2~4人  
掛けを中心としたものに変更し、稼働率を上げることを  
提案。



店舗外観



店内風景

多様な味が楽しめる、メニュー構成に変更  
店内のレイアウトを変更し、従業員の導線も改善

助言により、多様な味が楽しめるメニュー構成に変更。  
あわせて、視覚的にも購買意欲を喚起するよう、メニュー  
写真の配置や説明文等を見直し、メニュー表を刷新した。

また、2名での来店客に合わせた店内レイアウトの変更  
を実施。同時に、従業員の導線を見直し、接客効率の改善  
も行った。



変更したメニュー 好きなサイズ、トッピングを選べる

## 4. 支援の成果

常連顧客の来店頻度が月 1、2 回から週 1 回に増加  
客単価は 20% 増え、売上拡大

メニュー変更の効果により、常連顧客の来店数や、新規  
顧客のリピーター数が増えた。売上高も上昇し、客単価は  
20% 増加した。また、店内レイアウトを変更したこと  
により、稼働率の向上に加え、お客様を案内しやすくなり、  
店員の移動もスムーズなという効果もあった。

### 相談者の声

支援を通じて、来店客数の構成や、店舗の出店エリア  
を詳細に分析することで、売上が変わることを実感した。  
また、トッピングの充実により、客単価の改善  
だけでなく、調理手順が標準化されることで、従業員の  
オペレーションも効率化されることに気付いた。

### 支援のポイント

数値の分析を綿密に行い、相談者の悩みと突き合わせる  
ことで、これまで漠然とした課題を明確にすること  
を意識した。課題を、リピーター率と客単価向上とし、  
ポイントを絞った実務的な改善策を提案した。



# 販売チャネルと販促の見直しで、 新商品の販売に成功、売上が回復

売上  
拡大

鹿児島県よろず支援拠点

平成 22 年創業。ラーメン屋向けに麺の製造販売業を営む。主に鹿児島市内のラーメン屋向けに、各店舗の要望に応じた麺の製造販売を行う。

●会社名 **ホンダ食品 株式会社**  
●代表者名 山口 政芳 (やまぐち まさよし)  
●住所 鹿児島県鹿児島市名山町 4-1  
●電話番号 (099) 223 - 0797

## 1. 相談のきっかけ

大口顧客との契約終了に伴い、売上が低下  
改善策として沖縄そばの製麺販売の検討を開始した

これまで、ラーメン屋向けの製麺業を中核事業としていたが、大口顧客との契約終了に伴い、売上が低下。改善策として、相談者が持つ技術を生かして沖縄そばの製麺販売への進出を計画。具体的な実行計画策定に関して、金融機関の紹介により当拠点を知り、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

沖縄そばの販路が無く、  
販促においても、「立地」の強みが生かされていない

地理的に沖縄そばの人気は高いものの、県内で、沖縄そばの生めんを製造する事業者はいないため、製造販売を行えば強みになる。しかし、新たな取引先をゼロから探さなければならぬことが課題である。また、事業者は、県内でも「昔ながらの情緒あふれる飲み屋街」として有名な「名山堀」にある、唯一の製麺企業であるため、この立地を生かした販促を行うことも、重要な課題の1つと考察した。

## 3. 解決策の提案と実施

新たに、一般顧客向けの販売と  
事業者の「立地」を生かした販促の展開を提案

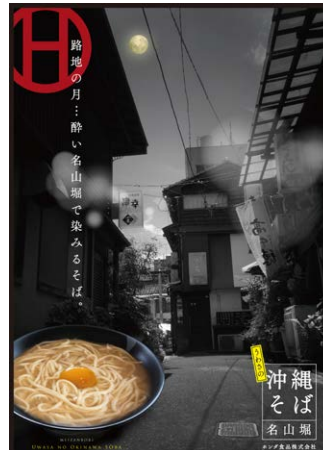
大口の受注先を失って落ち込んだ売上が回復させたい一方で、新たな取引先の開拓をゼロから始める状況から、事業者向けの販売に加え、新たに一般顧客向けの販売も開始し、売上拡大につなげることを提案。また、「名山堀」という場所の知名度を生かした販促促進を行い、事業者と一般顧客双方の認知度を高めるとともに、顧客の購買意欲を喚起することを提案した。



毎週水曜日、100食限定でテスト販売する沖縄そば

一般顧客向けの販売を決定  
「名山堀」の知名度を生かした販促ツールを作成

助言を受け、一般顧客向けの製造販売を決定。「名山堀」の知名度を生かした販促ツールを作成。麺配達車にチラシを貼付して露出させ、店頭では沖縄そばの紹介ポスターを掲示してPRを開始。また、一般顧客向けに、毎週水曜日に100食限定の店頭販売を開始した。



店頭掲示用ポスターの例  
情緒溢れる飲み屋街として  
名高い「名山堀」で作られた  
麺であることを訴求し、  
顧客の購買意欲を喚起する。

## 4. 支援の成果

一般顧客向けのテスト販売が好評、毎回完売となる  
事業者向けは、1日300袋の大口顧客獲得を達成

店頭販売の結果、味への評価は高く、毎回完売となった。事業者向けは、一般顧客の購買ニーズの高さと、配達車を活用した販促が奏功して、1日300袋の大口顧客獲得に成功した。

### 相談者の声

大口の受注先を失い、どうしようかと悩んでいるときに、温かくじっくりと話を聞いてもらえた。これまで、自社製品の販路開拓を行う経験が少なかったため、販路開拓手法に関して様々なアイデアや手法を提案してもらって助かった。大口顧客の契約終了により低下した売上が、以前と同程度まで回復した。

### 支援のポイント

相談内容は、売上の落ち込みを改善したいという喫緊のものであった。相談者の気持ちも落ち込んでいたため、まず成果がしやすい活動から始め、希望を持ってもらえるように留意して支援を進めた。

# カジュアルなメニューを新開発 相乗効果で全体の売上が向上

売上  
拡大

沖縄県よろず支援拠点

平成9年創業。琉球会席料理の飲食店を営む。『ご縁を絆に』をコンセプトにした、築60年以上の屋敷を利用した隠れ家のような空間で、沖縄の食材を生かした女将自慢の琉球会席料理を楽しめる人気店である。

- 会社名 有限会社 月桃花  
「琉球会席 月桃庵」
- 代表者名 玉城 良子 (たまき よしこ)
- 住所 沖縄県那覇市松尾 2-16-49
- 電話番号 (098) 863 - 1421

## 1. 相談のきっかけ

夜の営業時間帯の稼働率を上げたい  
店に気軽に来ってもらうための方法を相談したい

相談者は、琉球会席料理店を営んで20年目に入り、観光客、地元の客を問わず、人気である。夜の営業時間帯は、完全予約制の会席コース料理を提供している。売上拡大の観点から夜の営業時の稼働率を改善し、来客数を増やしたいが、具体的な方法が決まらず、悩んでいたところ、知人から当拠点を紹介され、相談に訪れた。

## 2. 課題整理・分析

前日までの予約制であることや、  
情報発信の少なさなどから、敷居の高さを感じている

手厚い接客サービスと定評のある料理で高い顧客満足を得ている一方で、「夜は前日までの予約制のコース料理のみ」であることや、ほとんど広報活動をしていないことによる「情報発信の少なさ」などから、既存顧客にとっては利用しづらく、新規顧客にとっては敷居が高いと思われていた。そのため、知る人ぞ知る名店としてのステータスを維持しつつ、多くの顧客に頻繁に利用してもらうことが課題であった。

## 3. 解決策の提案と実施

カジュアルでコンパクトなメニューを開発し、  
「新しいサービス形態」としての情報発信を提案

店のステータスを維持するため、料理やサービスの質は落とさず、自慢の料理が楽しめる、カジュアルでコンパクトなコース料理の導入を提案。新規顧客にもより利用しやすくするため、前日までの予約制の見直しを提案。また、既存客には、質を下げたとの誤解を生まないよう、既存サービスとは異なる「新たなサービス形態」としての積極的な情報発信を提案した。



店内風景

新メニューの開発、予約の簡便化と  
パンフレットの新規作成による情報発信を実施

助言をうけ、日替わりの小鉢3品と軽い食事と飲み物がついた新メニューを開発。また、新メニューに限り、「前日までの完全予約制」を見直し、「当日夕方でも予約可」とした。また、販売促進用のパンフレットを作成し、既存顧客へ配布するなどの、情報発信を行った。



新メニューのパンフレット

## 4. 支援の成果

新メニュー導入は好評で、夜間の稼働率が向上  
相乗効果で、通常の会席コースの予約も増えている

新メニューの導入は、顧客から歓迎され、予約は順調に増加。夜間の稼働率が向上した。また、新メニューを食べた新規顧客が、別の日に通常の会席コースを予約するなど、相乗効果による売上拡大につながっている。

### 相談者の声

新メニューの考案だけでなく、情報発信の方法や、パンフレットのデザイン等まで親身に助言してもらえた。おかげで、昼夜とも来客数が増加しており、スタッフ共々ますます頑張らねばと張り切っている。

### 支援のポイント

店格やサービスを維持しながらも、手ごろな価格で自慢の料理を楽しめるサービスを導入し、相乗効果で全体の売上が底上げされることを狙い、支援を行った。

# 索引 (課題別)

売上  
拡大

No	拠点	事業者名	業種	タイトル	ページ
5	岩手県	株式会社 アイカマス・ラボ	製造業	研究開発した電動ピペットの積極的なPRで事業化がスタート	14
9	秋田県	手打ち稲庭うどん しゅんぞう堂	製造業	「誰にどう売るか」を明確にした、稲庭うどんの売上拡大	18
17	福島県	有限会社 味廣	製造業	クラウドファンディングによる資金調達で、地域特産品を開発	26
19	茨城県	リトルピアニスト	製造業	製造から販売までの支援を受け、新しいピアノシューズ発売開始	28
21	栃木県	有限会社 岸印刷	製造業	苺農家とのマッチングで、新商品の販路拡大が実現	30
24	群馬県	日東電化工業 株式会社	製造業	コンセプトから商材選定まで一貫支援を受け、新規店舗を開店	33
27	埼玉県	株式会社 ワイ・エス・エム	製造業	顧客志向の強化を通じて、新しいサービス展開で売上アップ	36
29	千葉県	手刺繍工房ラジュール 株式会社	製造業	インド人の職人を日本に招き、アトリエ開設。売上 30% 増達成	38
31	東京都	株式会社 タイセイエンタープライズ	製造業	営業ツールの見直しにより、大企業からの受注を獲得	40
35	山梨県	株式会社 野中	製造業	こだわりの自社製品の積極的な情報発信で、売上拡大	44
37	長野県	株式会社 ヤマザキアクティブ	製造業	「緩みにくいボルト」を実用化販路拡大を強化したい	46
38	長野県	有限会社 カナメヤ製菓	製造業	信州産りんごを丸ごと使った新商品「りんご大福」を開発	47
40	静岡県	有限会社 ヤマカ水産	製造業	干物とフランス料理のコラボ「パンに合う干物」の事業化実現	49
45	富山県	マルカサフーズ 有限会社	製造業	「氷見産天然ぶり」のレシピ開発新しい食べ方を提案し、売上拡大	54
52	京都府	京都青谷梅工房	製造業	京都青谷の梅「城州白」を使用した製品の販路拡大	61
55	大阪府	溝西鐵鋼 株式会社	製造業	若い後継予定者の思いを形に政策を有効に活用し、強みを強化	64
57	兵庫県	匠工芸	製造業	独自技術を生かした販路開拓でエンタメ業界への参入が実現	66
62	和歌山県	有限会社 麵彩工房ふる里	製造業	政策を活用し、顧客から要請のあった新商品の開発を実現	71
64	島根県	島根の招き猫工房	製造業	効果的なプレスリリースで「手づくり招き猫」の売上急上昇	73
65	岡山県	三乗工業 株式会社	製造業	「騒音対策」の技術とニーズのマッチングで販路開拓	74
70	山口県	企業組合 がんね栗の里	製造業	ターゲットを明確にした販促手法で売上拡大	79
71	山口県	大和食品 株式会社	製造業	販路開拓策を抜本的に見直し、商品の魅力を生かして売上拡大	80
75	香川県	株式会社 丸亀給食センター	製造業	「宅配弁当管理システム」の導入で、顧客サービス向上	84



売上  
拡大

No	拠点	事業者名	業種	タイトル	ページ
81	高知県	株式会社 モンプレジール	製造業	「街のケーキ屋さん」の挑戦 新工房を建設し、全国へ販路拡大	90
87	長崎県	有限会社 マインドバンク	製造業	「石炭米」を商店街の動きと 連携させ、新商品開発に成功	96
88	長崎県	小島商店	製造業	こだわりの「島こんにゃく」の 商品デザインを見直して売上拡大	97
91	宮崎県	株式会社 水永水産	製造業	好機の到来に対応し、 新規事業の飲食店を開業	100
95	鹿児島県	ホンダ食品 株式会社	製造業	販売チャンネルと販促の見直しで、 新商品の販売に成功、売上が回復	104
12	山形県	株式会社 杵屋本店	小売業	ショッピングサイト再構築で、 ネット販売の売上が2倍に	21
16	福島県	有限会社 丸宗商店	小売業	周年イベントを契機とした 販売強化で、来客数増加を達成!	25
22	群馬県	プティ・ポナム	小売業	地元名産品を使った洋菓子開発 大手通販会社への納入も実現	31
26	埼玉県	株式会社 行田力松商店	小売業	相乗効果を生み出す販路拡大策で 大幅な売上拡大を実現	35
36	長野県	伊那小売酒販組合	小売業	「飲み比べセット」の商品開発で、 伊那谷の酒文化 / 食文化を発信	45
39	静岡県	有限会社 しらい酒店	小売業	「家康ゆかりの出世粥」をホテル 朝食とマッチングさせ売上拡大	48
44	三重県	有限会社 モンパクトル	小売業	商圈を広げ、販路拡大を実現 新たな人気商品も完成	53
54	大阪府	創作きもの雅	小売業	営業スタイルと情報発信の 抜本的な見直しで、売上拡大	63
63	鳥取県	フランス雑貨 chouchou	小売業	ヒマワリオイルを使った、 新商品の開発が実現	72
69	広島県	株式会社 ハートピア	小売業	メディアとSNSを有効活用 福山からこだわりの地ビール発売	78
83	福岡県	ae The Sounds Company	小売業	新商品の構想が具体化し、Web 見直しで既存商品も売上拡大	92
85	佐賀県	エグチ宅配センター	小売業	既存事業との相乗効果を 意識した事業拡大で、売上アップ	94
4	岩手県	株式会社 ナカギ商事	卸売業	通常ギフトを岩手ブランド化へ ～ いわて 食の名匠 ～	13
6	宮城県	株式会社 十一屋ボルト	卸売業	Web強化を皮切りに、ネットと リアル営業の融合で売上増加	15
42	岐阜県	合名会社 山本佐太郎商店	卸売業	人気商品「大地のおやつ」の ブランド確立と販路拡大を実現	51
50	福井県	株式会社 神久商店	卸売業	新商品：祖母秘伝の醤油麴漬けを 展示会でアピールし、販路開拓	59
61	和歌山県	株式会社 リカーショップゴワ	卸売業	将来の事業拡大を見据えた、 全社的な営業改革プランの具体化	70
73	徳島県	株式会社 拝村屋	卸売業	閲覧者の滞留時間を上げ、 オンラインショップの売上拡大	82

売上  
拡大

No	拠点	事業者名	業種	タイトル	ページ
79	愛媛県	クレシェンド 有限会社	卸売業	具体的な開店計画書を作成して、首都圏に自社店舗を開店	88
20	茨城県	株式会社 那珂湊マリーナ	サービ ス業	マリーナ業の大型艇の受入能力能力強化で、売上拡大	29
34	山梨県	メモリーライフ	サー ビス業	葬儀・法要冊子の商品化で、「思い出の絆」を形に	43
47	富山県	株式会社 とやま健康生きがいセンター	サー ビス業	業務効率改善、顧客満足度向上を目指し、業務基幹システムを刷新	56
49	福井県	松宮喜代勝	サー ビス業	芸術家の「地獄からの復活」プロジェクトで、販路拡大	58
76	香川県	スマートビーンズ	サー ビス業	将来と直近の課題を整理し、次のステップへの展望が開けた	85
82	高知県	有限会社 下元クリーニング	サー ビス業	自社の強みを発信して、多くの新規・リピート顧客を獲得	91
43	岐阜県	株式会社 マンマミーアホールディング	飲食業	未活用スペースを改装、飲食店とのシナジーで売上拡大	52
72	山口県	有限会社 たお	飲食業	事業者の看板商品を生かした「地元名物」づくりで売上拡大	81
93	宮崎県	鉄板焼きやまちゃん	飲食業	SNS の活用で売上 20% アップ不調だった人気店が復活	102
94	鹿児島県	ラーメンセンターほんや	飲食業	経営分析で「悩み」を整理即効性の高い解決策で、売上拡大	103
96	沖縄県	有限会社 月桃花 「琉球会席 月桃庵」	飲食業	カジュアルなメニューを新開発相乗効果で全体の売上が向上	105
8	宮城県	旅館 三乃巫湯	宿泊業	Web での情報発信を強化し、ネット予約の宿泊客数アップ	17
58	奈良県	株式会社 旅館江泉	宿泊業	老舗旅館が地元大学とのコラボレーションで顧客開拓	67
80	愛媛県	有限会社 大和屋本店旅館	宿泊業	地元ジビエを活用した新メニューで老舗旅館の新しい魅力づくり	89
53	大阪府	株式会社 ワンラブ	福祉	訪問看護の経験から介護服を開発し、売れ行き好調	62
67	岡山県	株式会社 楽喜	福祉	老若男女・障がい者・健常者が交流する「総合福祉プラザ」開設	76
68	広島県	株式会社 スキャット	福祉	顔が見える情報発信で、デイサービスの利用者が倍増	77
41	愛知県	有限会社 長谷川急送	運輸業	ホームページ開設を通じて経営理念を再認識し、売上が拡大	50
74	徳島県	有限会社 芝海運	運輸業	経営革新計画の承認を受け、低利融資を獲得し、船舶建造が実現	83
13	山形県	有限会社 オーチ ヤードタケダ	農業	「微炭酸ストレートジュース」の生産ストーリーを伝え、販路拡大	22
33	新潟県	ファーム 193	農業	農家を引き継いだ事業者が、販路開拓手法を学び、売上拡大	42
23	群馬県	株式会社 加藤エンジニア	建設業	知財の活用ほか、一体的な支援で業界でも注目のヒット商品誕生！	32

事業  
承継

48	石川県	有限会社 和倉炊飯	製造業	事業計画を策定し、事業承継に向けた活動に着手	57
----	-----	-----------	-----	------------------------	----

経営改善

No	拠点	事業者名	業種	タイトル	ページ
7	宮城県	株式会社 福祉旅行社	福祉	収支管理の徹底で創業後の経営危機を回避	16
10	秋田県	有限会社 県庁食堂	飲食業	管理栄養士監修の新メニューと、着実な業務改善で収益性向上	19
14	山形県	有限会社 大弘電気	建設業	新事業を柱とした経営改善計画で資金繰り改善と黒字化を同時達成	23
18	茨城県	有限会社 アサヒ縫製	農業	金融機関と連携して、風評被害による倒産を回避	27
56	兵庫県	株式会社 中川商店	製造業	事業承継候補者と経営メンバーが一丸となって経営改善に着手	65
84	福岡県	有限責任事業組合MSC	小売業	小売業者6社が連携し、共同仕入でコスト削減を実現	93

創業

1	北海道	株式会社 ネル	飲食業	強みを事業計画で伝え、創業資金を調達、海外出店を実現	10
28	千葉県	焼き鳥まんげつ	飲食業	拠点と二人三脚の強固な絆で念願の焼き鳥店を開業、黒字を確保	37
30	東京都	葦駄天 I D A T E N	飲食業	高層マンション街で和食店を創業お得で健康的な食を提供する	39
46	富山県	かなや麺業	飲食業	こだわり製麺店の新たな挑戦「麺づくり体験型 飲食店」を形に	55
78	愛媛県	BOKKE	飲食業	開業すら危ぶまれた状況から、事業計画を見直しての好スタート	87
2	青森県	赤羽屋磯辺商店	製造業	伝統製法「イカの塩辛」を事業化地域外からの需要取込みに成功	11
15	福島県	合同会社 きのわ	製造業	会津の木工製品への思いを形に自社製品を開発し創業を実現!	24
32	神奈川県	ライフリテラシー	製造業	「入門!ライフリテラシーゲーム」を製品化し、創業を実現	41
60	奈良県	下市木工舎 市	製造業	木工家具の生産と技術伝承を行う家具工房を創業	69
89	熊本県	mowaソリューションズ株式会社	製造業	半導体メーカーのコスト削減を実現する新技術で、創業を実現	98
3	岩手県	gris garden	小売業	雇われアパレル店長を脱却、店舗を買い取って独立開業!	12
25	埼玉県	ディボーネクラフト 株式会社	小売業	店舗デザインを開発し開店!おいしいコッペパン、焼けてます	34
92	宮崎県	Laki Maika'i	小売業	小さな費用で夢を実現!ハワイアン雑貨店の創業	101
11	秋田県	A t o Z L a b	サービス業	故郷で英会話教室を創業秋田の子供達やシニアを元気に!	20
90	大分県	クロッシュ	サービス業	「音楽の感動」を届けたい!演奏家派遣サービスを事業化	99
66	岡山県	CREATIVE-ORCA	情報通信業	人型ロボット Pepper を使ったエンターテイメント事業を展開	75
86	長崎県	fullyfukue 編集室	情報通信業	五島発のフリーペーパー創刊島を元気にする本づくりの挑戦	95
51	滋賀県	合同会社 マリ・マトスカ	卸売業	知名度の低さを補う販売戦略で、マケドニアの伝統食材、日本上陸	60
59	奈良県	葛城山麓農園 株式会社	農業	無理のない堅実な計画策定で、農業への新規参入を実現	68
77	香川県	Traditional Apartment	宿泊業	外国人向けゲストハウスを創業、地域活性化への思いを実現	86



# 全国のよろず支援拠点一覧

	拠点名	所在地 / 電話番号	設置機関	
北海道 東北	北海道よろず支援拠点	札幌市中央区北1条西2丁目 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	
	青森県よろず支援拠点	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	
	岩手県よろず支援拠点	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	
	宮城県よろず支援拠点	仙台市青葉区上杉1-14-2 宮城県商工振興センター2階 022-225-8751	宮城県商工会連合会	
	秋田県よろず支援拠点	秋田市山王三丁目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	
	山形県よろず支援拠点	山形市城南町一丁目1番1号 霞城セントラル13階 023-647-0708	(公財) 山形県企業振興公社	
	福島県よろず支援拠点	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	
関東	茨城県よろず支援拠点	水戸市桜川2-2-35 茨城県産業会館9階 029-224-5339	(公財) 茨城県中小企業振興公社	
	栃木県よろず支援拠点	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	
	群馬県よろず支援拠点	前橋市大渡町1-10-7 群馬県公社総合ビル2階 027-255-6631	(公財) 群馬県産業支援機構	
	埼玉県よろず支援拠点	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	
	千葉県よろず支援拠点	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	
	東京都よろず支援拠点	千代田区丸の内2-5-1 丸の内二丁目ビル3階 中小企業相談センター内 03-3283-2405	東京商工会議所	
	神奈川県よろず支援拠点	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	
	新潟県よろず支援拠点	新潟市中央区万代島5番1号 万代島ビル10階 025-246-0058	(公財) にいがた産業創造機構	
	山梨県よろず支援拠点	甲府市大津町2192-8 アイメッセ山梨3階 055-243-0650	(公財) やまなし産業支援機構	
	長野県よろず支援拠点	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) 長野県中小企業振興センター	
	静岡県よろず支援拠点	静岡市葵区黒金町20-8 054-253-5117	静岡商工会議所	
	中部	愛知県よろず支援拠点	名古屋市市中村区名駅四丁目4番38号 ウィンクあいち14階 052-715-3188	(公財) あいち産業振興機構
		岐阜県よろず支援拠点	岐阜市藪田南5-14-53 ふれあい福寿会館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
三重県よろず支援拠点		津市栄町1丁目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	
富山県よろず支援拠点		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	
石川県よろず支援拠点		金沢市鞍月2丁目20番地 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	

近畿	福井県よろず支援拠点	坂井市丸岡町熊堂第3号7番地1-16 ソフトパークふくい 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
	滋賀県よろず支援拠点	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
	京都府よろず支援拠点	京都市下京区中堂寺南町134 075-315-8660	(公財) 京都産業21
	大阪府よろず支援拠点	大阪市中央区本町橋2-5 マイドームおおさか 06-6947-4375	(公財) 大阪産業振興機構
	兵庫県よろず支援拠点	神戸市中央区雲井通5丁目3-1 サンパル6階 078-291-8518	(公財) ひょうご産業活性化センター
	奈良県よろず支援拠点	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
	和歌山県よろず支援拠点	和歌山市本町二丁目1番地 フォルテ・ワジマ6階 073-433-3100	(公財) わかやま産業振興財団
中国	鳥取県よろず支援拠点	鳥取市湖山町東4丁目100番地 0857-30-5780	鳥取県商工会連合会
	島根県よろず支援拠点	松江市北陵町1番地 テクノアークしまね内 0852-60-5103	(公財) しまね産業振興財団
	岡山県よろず支援拠点	岡山市北区芳賀5301 (岡山リサーチパーク内) テクノサポート岡山1階 086-286-9667	(公財) 岡山県産業振興財団
	広島県よろず支援拠点	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
	山口県よろず支援拠点	山口市熊野町1-10 NPYビル10階 083-922-3700	(公財) やまぐち産業振興財団
四国	徳島県よろず支援拠点	徳島市南末広町5番地8-8 徳島経済産業会館2階 088-654-0103	(公財) とくしま産業振興機構
	香川県よろず支援拠点	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
	愛媛県よろず支援拠点	松山市久米窪田町337-1 テクノプラザ愛媛内 089-960-1131	(公財) えひめ産業振興財団
	高知県よろず支援拠点	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
九州	福岡県よろず支援拠点	福岡市博多区吉塚本町9番15号 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
	佐賀県よろず支援拠点	佐賀市鍋島町大字八戸溝114番地 0952-34-4433	(公財) 佐賀県地域産業支援センター
	長崎県よろず支援拠点	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
	熊本県よろず支援拠点	上益城郡益城町大字田原2081番地10 096-286-3355	(公財) くまもと産業支援財団
	大分県よろず支援拠点	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
	宮崎県よろず支援拠点	宮崎市佐土原町東上那珂16500番地2 宮崎県工業技術センター3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
沖縄	鹿児島県よろず支援拠点	鹿児島市名山町9番1号 鹿児島県産業会館1階 099-219-3740	(公財) かごしま産業支援センター
	沖縄県よろず支援拠点	那覇市字小禄1831番地1 沖縄産業支援センター4階 098-851-8460	(公財) 沖縄県産業振興公社
よろず支援拠点全国本部		(独) 中小企業基盤整備機構	

---

**平成 27 年度 よろず支援拠点取組事例集**

平成 28 年 3 月 初版第 1 刷発行

**【発行】よろず支援拠点全国本部**

---







よろず支援拠点全国本部