

令和2年度

よろず支援拠点 成果事例集

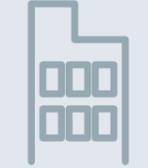
中小企業・小規模事業者のための経営相談所



よろず支援拠点全国本部

令和2年度

よろず支援拠点
成果事例集





よろず支援拠点について	4
-------------	---

特集

【宮城県】 ひらめき塾 (売上拡大)	12
【熊本県】 株式会社オーケーフーズ (経営改善)	16
【岐阜県】 高橋製瓦株式会社 (事業承継)	20
【高知県】 株式会社土佐蒲鉾 (生産性向上)	24

事例

事例ページの説明	28
----------	----

売上拡大

1 青森県 hiyori cafe	30
2 岩手県 maruwa mart 株式会社	31
3 栃木県 Ichimaru-iihi	32
4 群馬県 新田製パン有限会社	33
5 埼玉県 大山畳店	34
6 東京都 有限会社荒川商店	35
7 神奈川県 Wa&Style フラワーインテリア	36
8 新潟県 有限会社尖閣湾揚島観光	37
9 山梨県 クローバーズ・キッチン	38
10 静岡県 有限会社アイカット	39
11 愛知県 ゆるトレ	40
12 岐阜県 けさ丸りんご園	41
13 三重県 有限会社伊藤鋳造工所	42
14 富山県 竹林堂分家	43
15 福井県 山田兄弟製紙株式会社	44
16 滋賀県 工房シーダーノ	45
17 大阪府 あるくん商会合同会社	46
18 兵庫県 pomochi	47
19 和歌山県 有限会社松房電機	48
20 鳥取県 有限会社ふかた	49
21 広島県 株式会社カトル・フィユ	50
22 徳島県 株式会社ロゼッタコーヒージャパン	51
23 香川県 ケーキ工房れいくんち	52

24 愛媛県 スバル株式会社	53
25 高知県 有限会社サーマル工房	54
26 福岡県 Lien ～リアン～	55
27 佐賀県 株式会社まるぶん	56
28 熊本県 株式会社ビッグバイオ	57
29 鹿児島県 奄美料理「暦」	58
30 沖縄県 有限会社ハッピーモア	59

経営改善

31 宮城県 有限会社ファニチュアマサキ	61
32 秋田県 有限会社こわくびホテル	62
33 福島県 株式会社お菓子のアトリエ	63
34 茨城県 小口設備工業株式会社	64
35 千葉県 出島屋	65
36 長野県 株式会社なかみつ	66
37 石川県 株式会社山崎医療	67
38 京都府 華寿司	68
39 島根県 株式会社スマイルファクトリー	69
40 長崎県 アーティカル合同会社	70

事業承継

41 北海道 有限会社てっちゃん	72
42 山形県 鳥や	73

生産性向上

43 奈良県 株式会社 PORTEARTH	75
44 岡山県 株式会社倉谷鑄造所	76
45 山口県 田口ピアノ工房	77
46 大分県 一般社団法人夢あふれる野津原振興会	78
47 宮崎県 有限会社天水不動産	79

よろず支援拠点一覧	80
-----------	----



よろず支援拠点は
国が設置した無料の経営相談所です。
さまざまな経営課題に応え、
100万件以上の相談実績を積み重ねてきました

国が設置した経営相談所

よろず支援拠点は中小企業・小規模事業者(※1)の皆さんのための経営相談所です。
2014年に国が中心となって、各都道府県に一ヶ所ずつ設置しました。

何度でも無料で相談が可能

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

さまざまな経営課題に応える組織体制

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

▶▶▶ 詳しくは、「よろず支援拠点の特長(P5~9)」をご覧ください。

100万件以上の相談実績

よろず支援拠点は設立以来、延べ100万件以上の相談に対応してきました。
相談者の9割以上に満足していただいています。

▶▶▶ 詳しくは、「データで見るよろず支援拠点(P10)」をご覧ください。

**経営の悩みを抱えている皆さん
安心してご相談ください**



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



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

01 あらゆる経営課題への対応

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

02 専門性の高い経営アドバイス

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

03 相談から実行までフォローする寄り添い支援

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

04 他支援機関との連携による支援

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





01 あらゆる経営課題への対応

よろず支援拠点は相談者が直面するあらゆる種類の経営課題に対応します

『売上げを伸ばしたい』、『生産性を向上させたい』、『経営を改善したい』、『事業を承継したい』など、経営者の悩みはさまざまです。

そのような時、「何から手をつけて良いかわからない」「どこに相談したら良いかわからない」という方もいるでしょう。よろず支援拠点は、相談に来られる経営者が直面するあらゆる種類の経営課題について相談に応じ、解決に向けた支援を行います。



中小企業・小規模事業者が直面するさまざまな経営課題

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



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

企業の成長段階ごとの課題の変化

創業前～創業期	成長期	成熟期	次世代へ
<ul style="list-style-type: none"> ●このアイデアはビジネスになるだろうか？ ●創業したい。手続は？ 資金調達は？ ●事業計画やマーケティング戦略は？ ●経営ノウハウを学びたい 	<ul style="list-style-type: none"> ●もっと売上げを伸ばしたい ●新商品を開発したい／事業を多角化したい ●人手不足を解消したい／働き方を改善したい 	<ul style="list-style-type: none"> ●売上げが伸び悩んでいる。原因と対策は？ ●不採算事業の整理など選択と集中を進めたい ●業務効率を上げたい／経営を改善したい 	<ul style="list-style-type: none"> ●事業承継したい／後継者を育てたい ●事業譲渡、廃業などを円滑に進めたい



02 専門性の高いアドバイス

多様なバックグラウンドを持つ専門家が課題解決に向けて支援します

さまざまな分野の専門家が相談に対応します

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

企業経営の経験のあるコーディネーターも

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

チーフコーディネーター・コーディネーターの主な保有資格

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

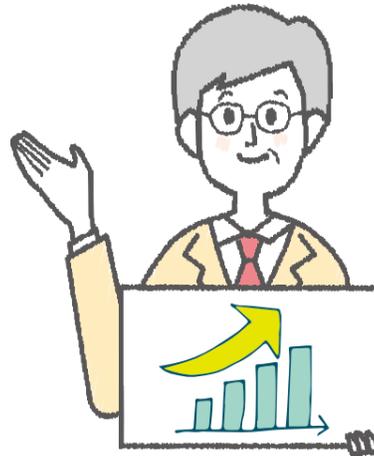




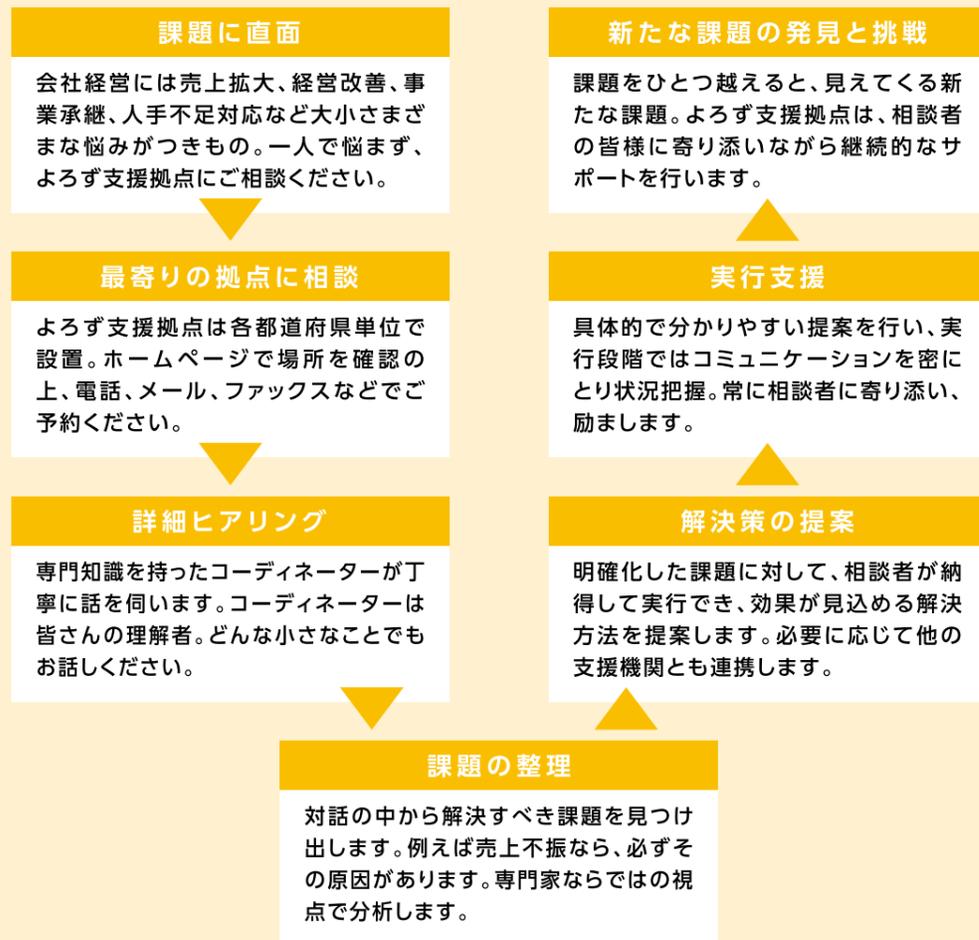
03 相談から実行までフォローする寄り添い支援

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

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



相談から解決までのフォロー



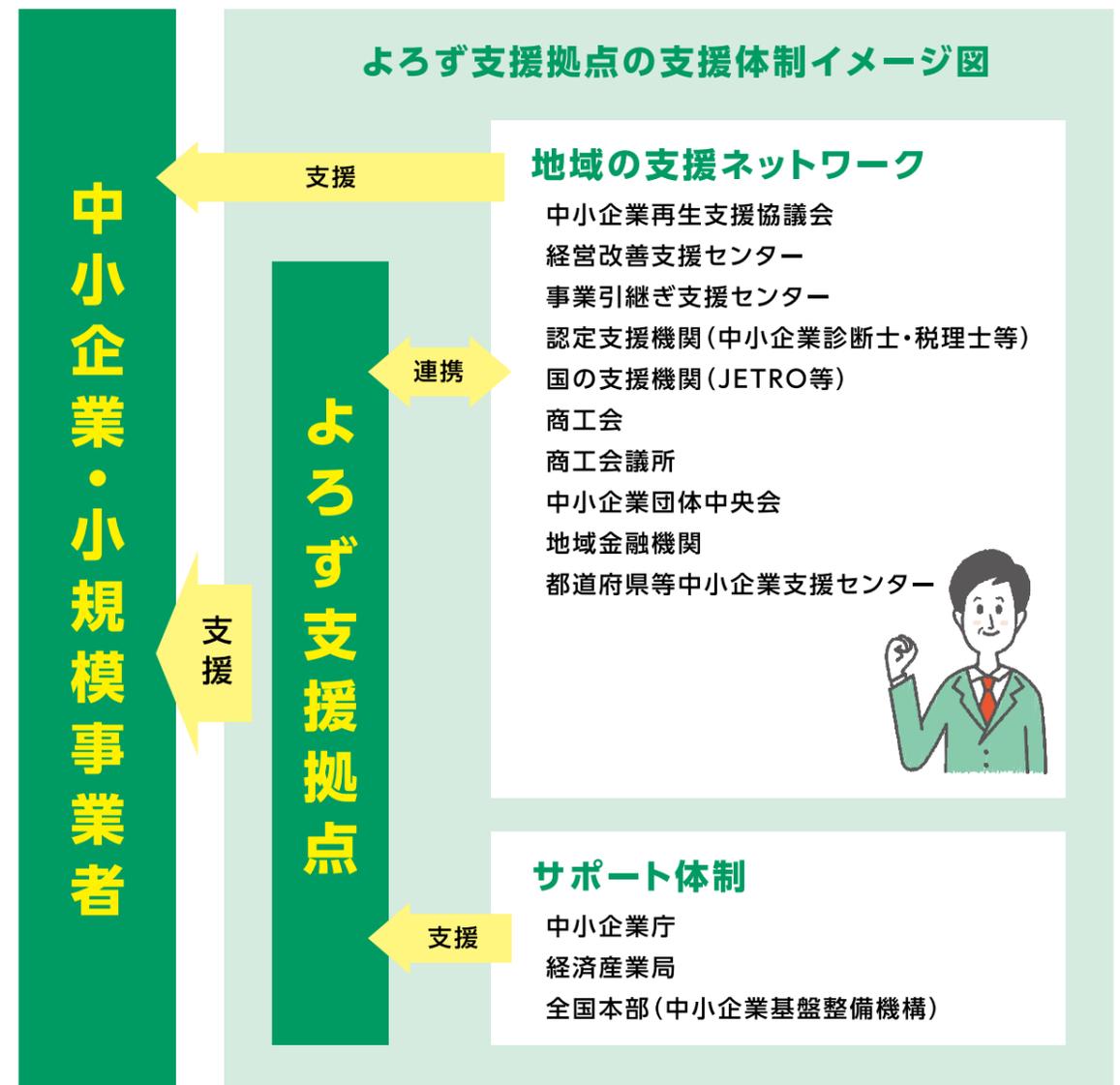
04 他支援機関との連携による支援

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

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



よろず支援拠点の支援体制イメージ図



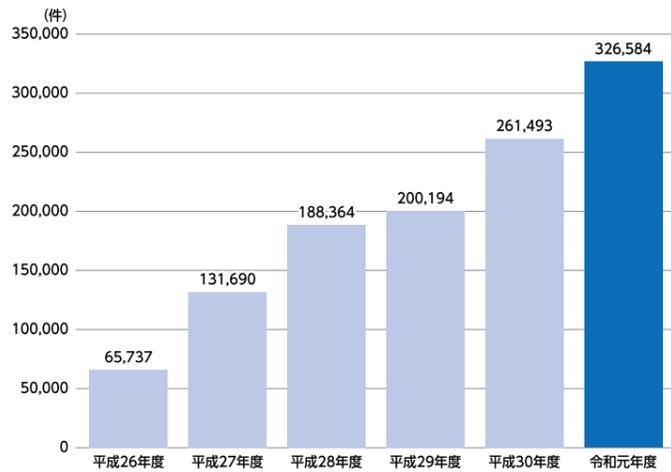


相談者は年々増加し、満足度は94%
さまざまな内容の相談に対応しています



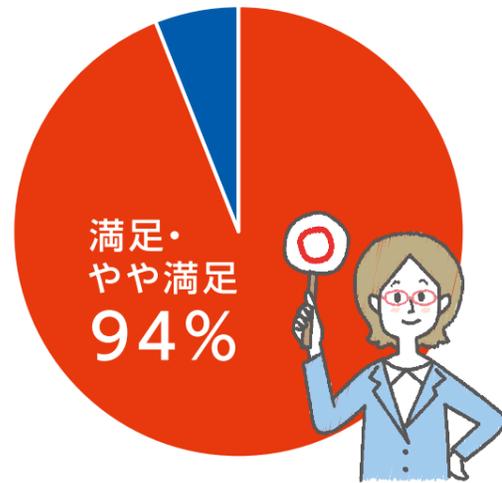
相談対応件数

令和元年度は約33万件、
累計で100万件以上の相談に対応しています。

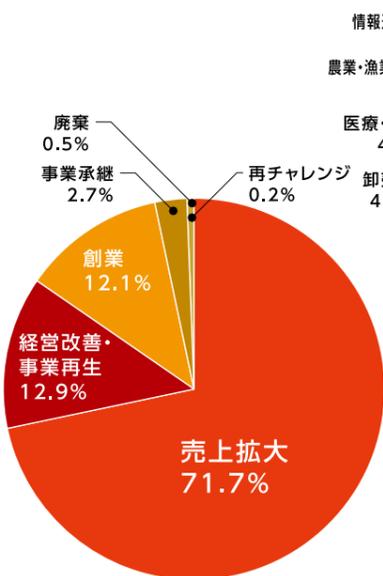


満足度

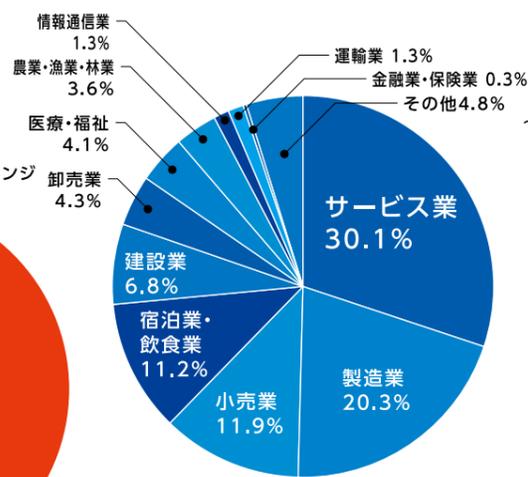
相談者の9割以上に
満足していただいています。



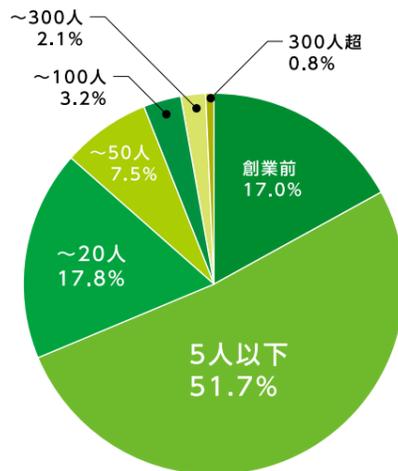
相談内容、利用事業者等の内訳



経営課題
売上拡大が相談内容の
3分の2を占めます。



業種
サービス業が最も多く、
そのほか、さまざまな業種の方が
相談に訪れています。



事業規模(従業員数)
相談者の半数強は従業員
5人以下の事業者です。



特集



- P12.ひらめき塾 (売上拡大)
- P16.株式会社オーケーフーズ (経営改善)
- P20.高橋製瓦株式会社 (事業承継)
- P24.株式会社土佐蒲鉾 (生産性向上)



自らの指導への思いを伝えるチラシを作成
ウェブサイト、ブログ、Twitterでも発信を続け、
生徒数230%アップ。開塾以来最多の生徒数に

ひらめき塾

代表者：塾長 吉田 保(よしだ たもつ)
住所：〒985-0853 宮城県多賀城市高橋3-15-30ローズハイツA
電話番号：090-2970-5048

事業者概要

1999年創業。全国区の大手学習塾も多い宮城県多賀城市に立地する、小学生・中学生向けの学習塾。個別指導でも、集団指導でもない、生徒一人ひとりに合った指導を行う「勉強方法追求型授業」を強みとしている。絶対に成績を上げること、笑いを取り入れた飽きのこない授業を行うことの2点にこだわった指導スタイルで、11年連続で成績学年トップの生徒を輩出。



ひらめき塾の外観

支援の全体像



談笑する吉田保塾長と佐藤創CCO(左から)



相談のきっかけ

市場ニーズの変化に対応できず生徒数が減少
自身のプロモーションに限界を感じ相談に至る

吹雪のなか、20kgの手書きチラシを背負って配るも効果は薄く

開塾以来、生徒の成績を上げることに主眼を置き、実績を上げることで生徒数は自然に増加。しかし、2012年頃から市場ニーズが集団指導から個別指導へと大きく変化。成績アップの実績は出し続けているにもかかわらず、生徒数は増減を繰り返すようになった。どうにか生徒数を安定させようと、春・夏・冬の講習会用に手書きのチラシを作成。チラシ作成に2か月、折り込みに1か月、それらを3週間かけて配布。冬は猛吹雪のなか、20kgあるチラシを一人で配り、肩はミミズ腫れになった。しかし、望むような成果は得られなかった。

県内の経営コンサルタントを探す中で、よろず支援拠点に行きつく

少子化も進むなかで大手学習塾の進出がいつそう激しくなり、広告宣伝力や知名度で勝る大手学習塾へ入塾する生徒が増加。新規の入塾生の数が卒業生を下回り、とうとう生徒数が減少傾向に陥ってしまった。この状況に危機感を覚えた相談者は、安定的な入塾生の確保に向けた取組について相談したいと考え、県内の経営コンサルタントなどをリストアップ。その際、当拠点のCCOのウェブサイトを発見し、書いてある内容がすべて自分の悩みに当てはまったため、この人しかいないと思い電話で問い合わせた。その際、電話口でCCOからよろず支援拠点を薦められ、相談に至った。



吉田保塾長



現状分析・課題設定

すでに差別化されていた独自の指導方法
課題は「その強みをいかに発信するか」のみ

大手学習塾が持っていない
独自の強みを可視化

CCOは、支援の方針を決めるにあたり、まず同社の強みについてヒアリングした。その結果、一人ひとりの性格や、順位別・志望校別などの違いによって勉強方法を変える指導方法、また、同じ内容を指導する場合でも一人ひとりのレベルにフィットするよう塾長自らテキストを作り変えて提供する指導方法はオリジナリティがあり、学年1位の生徒を何年も輩出するほど効果的なものであると分かった。さらに、卒業生が塾宛に書い

たお便りを見ると、志望校に合格したという話だけではなく、「社会人になってからもひらめき塾で学んだことが生きている」と語られていた。相談者の指導は志望校に合格するためのだけの知識ではなく、人生の課題を乗り越える糧になっていることが明らかになってきた。それは大手学習塾にはない当塾の強みであり、事業自体の差別化はすでにできていた。

業務フローで現状を可視化し
課題を整理

現状の課題を整理するために、事業の仕組みはどうなっているのか、そのな

かでどのようなサービスを行い、それはお客様のどのようなニーズに繋がっているのか、などを業務フローに落とし込んでいった。そのなかで、課題は「強みの周知と見せ方」であることが明らかになった。CCOは情報化社会のなかでは、情報は相手に届かなければ存在していないことと同義であることを説明し、同社の強みの再整理とキャッチコピーでの明文化を行ったあと、これまでの新聞折込チラシ内容のブラッシュアップ、ウェブサイト・ブログ・Twitterを活用した当塾の強みの発信に取り組むことを提案した。



提案・実行支援

眠っていた強みを顧客目線のキャッチコピーに ウェブサイト・SNSなどを活用した継続的な情報発信

「当社の事業とは何であるか」を一言で伝える

まず、同社のさらなる差別化のためのヒアリングと、キャッチコピーの作成を行った。競合をリストアップして違いを整理し、そこから導かれる特徴を洗練させ、文章化した。その結果、「個別でもなく、集団授業でもない、『勉強方法追求型授業』。それが、ひらめき塾。」という、「当社の事業とは何であるかを」一言で表すキャッチコピーができあがった。次に、「業者のテキストは一切使わず、塾長が手作業で作成した完全オリジナルのテキストを使用している」など、同社の強みがひと目で伝わるよう、折込チラシのデザインを改善。チラシは他塾との比較表を載せた比較広告とした。最後に、指導の想いを相談者とともに整理。セールスレターには「勉強法を変えれば人生が変わる!」という相談者の強いメッセージを掲載し、

夏期講習向け折込チラシを発行した。

知識ゼロから情報発信主体へと変貌

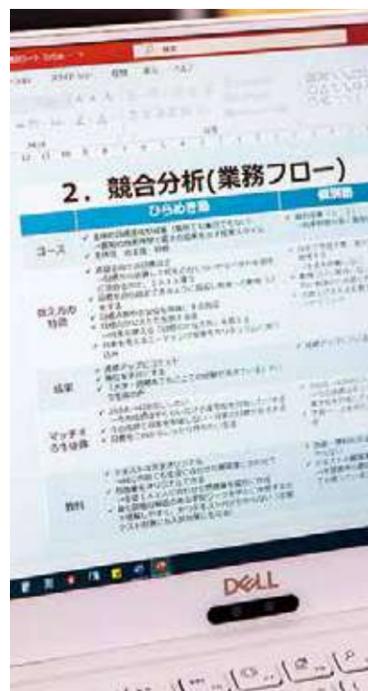
そして、ウェブを活用した情報発信についての支援に着手した。まずは、チラシで整理した内容を、簡易にサイトを作成することができるツールを使用し、ウェブサイトとしてまとめることを提案。相談者は、当初は「@（アットマーク）」の意味がわからないほどウェブ関連の知識に疎かったが、操作方法や表現方法をレクチャーすることで、最終的には自ら更新できるようになった。同時に、ブログで塾指導の考えなどを週1~2回発信してもらうとともに、若年層に利用者の多いTwitterの活用を提案。相談者は投稿しやすいよう、ガラケーからスマホへの買い替えを行い、塾内の日常風景や、相談者の親しみやすいキャラクターが伝わるよう、毎日情報発信していった。



佐藤創CCO

支援のポイント

当塾の強みや優位性は明確であったため、そのよさを具体的な「形」にすることにこだわりました。ただし、相談者はウェブ関連が苦手であったため、効果的な情報発信の方法について、ご自身で強みを整理するところから、丁寧にレクチャーすることを心掛けました。当拠点は「相談者が自律・自走できる支援」を心掛けています。チラシでも、SNSでも、走り方がわからない方に、走り方のテクニックだけを教えるても走ることはできません。経験していないことは1回体験してもらう。まずは具体的に走ってみて、その後2回、3回と根気強くブラッシュアップし続けたことで、相談者がノウハウを獲得できたことが今回のポイントだと思っています。



再現性を高めるためにフレームワーク化された事業分析内容



ひらめき塾の方向性を決めたA4版チラシを掲げる吉田塾長



支援成果と今後の展望

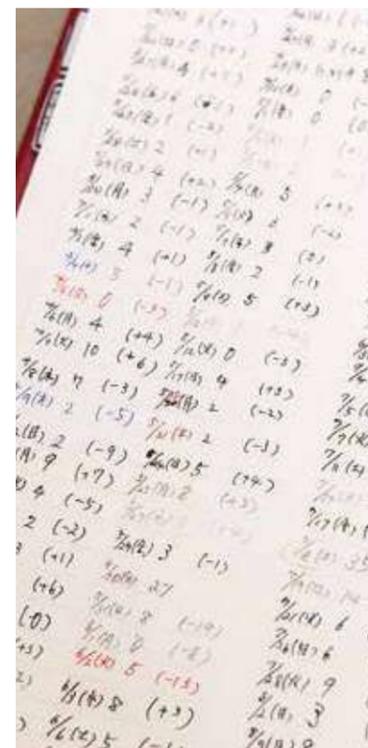
20年間の想いを詰め込んだチラシを配布 卒業生からの後押しも受け開塾以来最大の生徒数に

精神的サポートと技術的なサポートの両輪が自律・自走を実現

プロモーションの成果が生まれ、生徒数は相談時と比較して230%アップとなり、新型コロナウイルス感染症の影響のなか、開塾史上最大の生徒数となった。相談者にとっても、現状の強み・課題が可視化され、やるべきことが明確になった安心感、そして、チラシ作成時のデザインサポートやSNS操作サポートなど技術的な支援を受けることができるとわかった安心感で、「心の余裕」ができるという成果があった。また、顧客目線で言葉を紡ぐノウハウを得たことで、相談者が開塾以来20年間抱き続けてきた想いを、自らの手でA4用紙1枚チラシのなかに、すべて詰め込むことができた。こうして生まれたセールスレター形式の折込チラシは、生徒数の増加に大きな役割を果たした。

数々の取組が相互に作用し、大きな成果に

折込チラシを配布するようになって以降、多くの塾生や、卒業生、卒業生の親御さんなどから、生徒を紹介していただけるようになった。しかし、多くの生徒は、このチラシだけで入塾を決めたわけではない。チラシを見た後、ウェブサイトやブログ、SNSで教育内容を確認し、その内容が信頼に足りることから、入塾を決めたケースがほとんどであった。1年以上継続して情報を発信してきたブログやSNSが、折込チラシと相乗効果を生み、実を結んだ。今後は、新型コロナウイルス感染症へのリスク対応とともに、遠隔地で通学が難しい生徒さんのためにもオンライン授業に取り組んでいきたいと考えている。

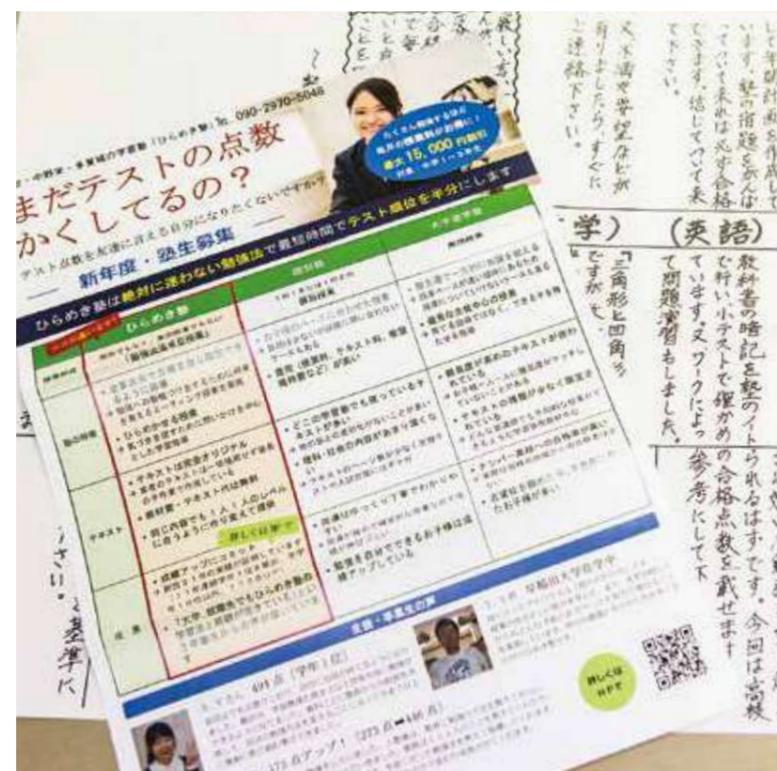


毎日のサイトへのアクセス数を手書きで記入した吉田塾長の手帳

相談者の声



よろず支援拠点を訪れる前は、一人で悩んでいました。しかし、一人でできないことは当然あります。それは話し合いです。CCOとの話し合いの中で多くのことを気づかせていただきました。CCOは、教える、という縦の関係ではなく、常にパートナーのように横に寄り添ってくれました。私はよろず支援拠点の他の支援者の方々も含めチームひらめきだと思っています。生徒にも「ボクには、強い味方がいるんだ」と話しています。



従来の手書きのチラシと宮城県よろず支援拠点のデザイナーチームが作成した最新版のチラシ

「見える化」が押した相談者のスイッチ
徹底的なコスト削減と新商品開発で黒字転換
自力再生の道筋をつける

株式会社オーケーフーズ

代表者：代表取締役 大島 政治(おおしま せいじ)
住所：〒869-1102 熊本県菊池郡菊陽町原水1348-3
電話番号：096-232-4520

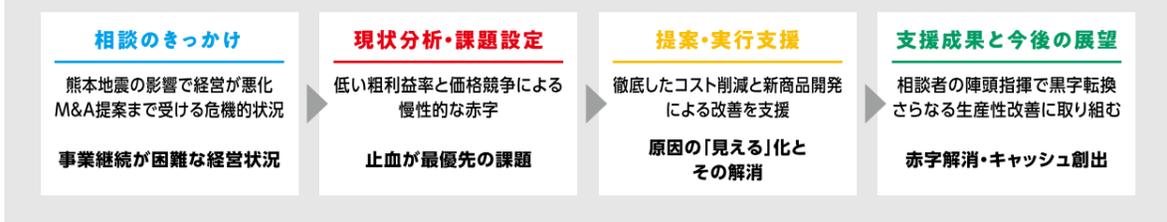
事業者概要

寛永3年(1850年)創業。5代に渡り、豆腐関連商品の製造・卸を営む。豆腐の製造技術と味には定評があり、(一財)全国豆腐連合会の九州・沖縄地区豆腐品評会では唯一2年連続で銀賞を受賞している。「和みを吉とする食文化への挑戦」を経営方針として、祖父の名前を冠した「和吉」ブランドを展開。代々伝承されている「のどにはりつく甘さ」の豆腐を提供している。



「和吉」ブランドを冠した看板の工場外観

支援の全体像



左から橋本CCO補佐、大島社長、渡邊商工会経営指導員、佐々木CO



相談のきっかけ

熊本地震被災の影響で赤字が累積 事業継続の危機に直面

熊本地震で被災したものの
製造をやめられず、営業赤字が累積

創業以来170年にわたり、確かな品質の豆腐を提供し続けてきたが、近年は競合他社との価格競争に巻き込まれ、慢性的な営業赤字が続いていた。商工会の支援を得ながら、金融機関から返済猶予を認めてもらうなど対策を講じ、徐々に利益が出はじめたところで、熊本地震で被災。工場の製造ラインが一部損傷するとともに、売上が激減した。しかし、今後の取引の継続性を考えると、廃棄ロスが発生するとしても、一定量の製造・納品を続けざるを得ない。そのために、赤字は更に累積し、ついには約1億円の繰越欠損金になるまで積み上がっていた。

商工会からの緊急要請で
当拠点对応

営業赤字が続くなか、6年間にわたるバンクミーティングを重ねても改善せず、さらに熊本地震による状況悪化をきっかけに、ついには取引先銀行からM&Aの提案を受けるほどまでに追いつめられていた。相談者である社長は業績悪化に責任を感じており、自らの引退も考えていた。子息である専務が、商工会の事業計画セミナーに参加したことを契機として、商工会から当拠点到、営業赤字の改善及び金融機関対応の緊急要請があり、当拠点对応を行うことになった。



オーケーフーズの大島政治社長



現状分析・課題設定

低い粗利益率と価格競争が赤字の原因 赤字の止血が最優先の課題

製造・販売すればするほど
赤字につながる構造

緊急要請に対応したCOが、慢性的な営業赤字の原因を確認するために決算書を分析するなかで、粗利益率が業界平均と比べて非常に低いことが判明。具体的には熊本地震により主力商品の製造ラインが一部損傷してしまっただけにもかかわらず、生産継続の必要性からこれを使い続けたことで、原材料の約1割が製造途中で地面に落下。また、商品及び取引先によっては、取引条件による返品が発生し、売れば売れば赤字になっている先も

あった。相談者は社外で法人会やロータリークラブの理事を務めるなど多忙な立場で、同社の経営に十分に目が行き届いておらず、これらの状況を把握できていなかった。いよいよ資金が枯渇する状況になっていたため、まずは赤字を止血すること、そして粗利益率を向上させて、とにかくキャッシュを創出することを、最優先の課題に設定した。

無計画の価格設定が
引き起こしていた価格競争

あわせて熊本地震前から同社を悩ませていた、業界における価格競争に

ついて分析をおこなった。すると、豆腐の製造業界は事業規模が大規模と小規模に二極化しているなかで、規模として中間であった同社はどちらともつかない価格帯で商品販売。そのことが原因で価格競争に巻き込まれていることが明らかになった。そこで、同社にとって適正な価格で販売することができるよう、新商品の開発や商品展開の改善も課題として設定した。



提案・実行支援

経営者による「見える化」で呼び起こすやる気 コスト削減の徹底と新商品開発で粗利益率改善に取り組む

商品・販売先ごとの 採算の「見える化」とコスト削減

当拠点のCO2名と、商工会の経営指導員、顧問税理士が連携して支援を行うことになった。まずは相談者自身にも現状を理解してもらうため、経営状況の「見える化」に取り組むことを提案。専務は、顧問税理士が作成した月次資金繰り表を基礎として、商品・販売先ごとの原価計算を実施した。徹夜で対応した専務に応える形で、CO2ら支援団も、全商品、全取引先の分析を行い、原因の所在を明らかにした。経営状況と原因が「見える化」されたことで、毎営業日早朝から作業を頑張っている従業員を思って、積極的に作業改善などの指導できていなかった相談者の考えが変わり、スイッチが入った。その後、相談者の陣頭指揮のもと、損傷により原材料の落下が発生していた製造ラインの可能な範囲での修繕、赤字

となっていた取引先との取引条件変更の交渉、不採算商品の廃止などに社をあげて取り組んだ。拠点の支援に並行して、相談者は、国産大豆の仕入れ先との値下げ交渉や、製造工程での電源オン・オフの徹底など、自発的な経費のカットにも取り組んだ。

適正な粗利益を生み出す 新商品の開発

同社の事業規模に応じた粗利益率を出せる新商品開発にも取り組んだ。当拠点の実施機関でもある、くまもと産業支援財団の専門家派遣事業を活用して、新規ブランドを開発。同社の5代170年の伝統を感じさせる「五代継承」ブランドの商品を打ち出し、大手スーパーマーケットとの取引につなげることができた。また、業務用絞り豆腐や中堅スーパーマーケット向けのプライベートブランド商品など、中規模の同社だからこそできる新商品を開発。いずれも粗利益率の増加に貢献した。



全力で支援した佐々木浩二CO

支援のポイント

自社の経営に十分に目が行き届いていなかった相談者にも、経営改善策の成果を認識してもらい、やればできると思っていたため、徹底して「見える化」を行うように心がけた。その際、相談者及び子息の専務に原価計算をはじめとした作業に加わっていただくことで、売上額だけを追うのではなく、粗利益を増加させる・キャッシュを創出するという方針への転換が必要なこと、徹底的に原価計算を行うことの重要性を理解いただいた。また、新商品開発についても、その強みを生かした商品開発及びブランドの構築などを提案するように心がけた。



佐々木COと協力して経営改善に取り組んだ橋本雅哉CO補佐



新しく開発した五代継承ブランドをはじめとした商品



修理に取り組んだ製造ラインの一部



支援成果と今後の展望

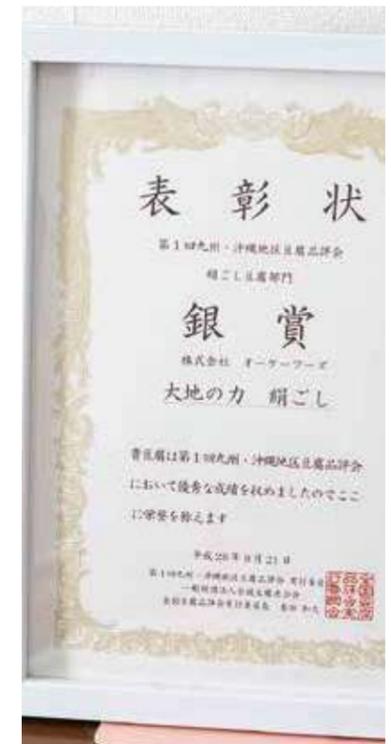
相談者陣頭指揮による全社的なコスト構造の転換 生産性改善を継続し、地域の「食」を支える企業へ

赤字の解消に成功、 新商品が好調で売上高も上昇

数々の経営改善策により、経常利益が3千4百万円近く改善され、黒字転換。また、粗利益率も約11%改善し、企業体質として黒字を生み出すことができるようになった。キャッシュフローも、マイナス2千3百万円だった前期からプラス1千万円に改善。さらに、新商品の開発も功を奏し、売上高は10%以上の伸びを継続できており、喫緊の課題であった事業継続のためのキャッシュ流出の止血に成功した。まだ、キャッシュフローも余裕があると言える状況ではなく、予断を許さない状況には変わりはないが、金融機関への返済も行えるようになったため、信用も回復。自力再生に向けた取組を進められる状況になった。

生産性改善を進め、地域に なくてはならない企業を目指して

今回の支援を通じて、従来自社の経営に十分に組み込んでいなかった相談者が、経営状況をしっかり把握できるようになった。そして、相談者の陣頭指揮により従業員全員で経営改善に取り組めたことで、今後のさらなる改善への展望を持っていただくことができるようになった。今後は、製造工程のさらなる生産性の改善を進めていき、安定的に事業を継続できるようにしたいと考えている。また、子息である専務への事業承継も視野に入れている。将来的には、「豆腐業界のなかでも同社にしかできない商品価値の提供、地元にはなくてはならない企業を目指す」という、相談者の希望に沿えるような支援を行っていく。



2年連続で銀賞を受賞するほどの高い品質

相談者の声



経営者は資金繰りや人の問題にしても孤独であり、相談できる人はいない。今回、心が折れそうな時も、COの「大丈夫」という一言でなんとかなると思えた。私たちが日々の仕事で気がつかないことを教えていただき、さらに、新商品開発まで見出せた。支援を通じ励ましていただいたことによって現在の状態までになれたと思います。心より感謝いたします。



「和吉」ブランドを背に当身を振り返る

経営改善

熊本県よろず支援拠点

製造業

従業員20人以下

先代から2人の息子への事業承継
事業譲渡によるスキームで円滑な分社化を
達成した2社がそれぞれの発展を目指す

高橋製瓦株式会社

代表者：代表取締役 高橋 陽一(たかはし よういち)
代表取締役 高橋 秀太(たかはし しゅうた)
住所：〒500-8441 岐阜県岐阜市城東通2-36
電話番号：058-271-7301

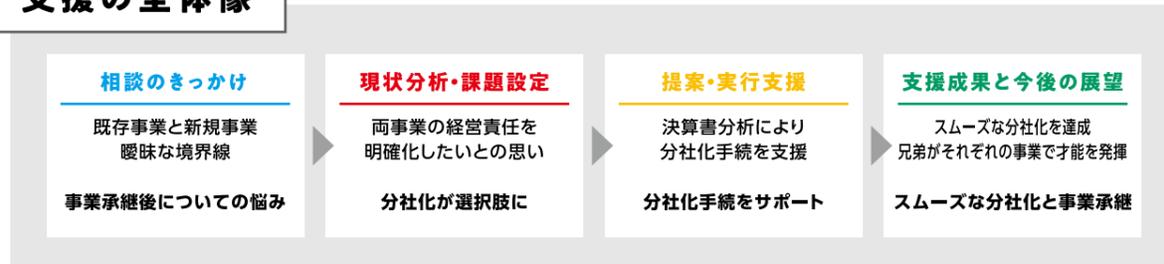
事業者概要

1954年創業。瓦を主とする屋根材料販売及び責任施工、太陽光発電システムの販売施工などを行う。2010年に陽介さん(長男)が、「のりもの開発事業」を立ち上げ、新機軸のペビーカーなどを開発。当該事業は、その後株式会社キュリオとして分社化された。2020年5月、秀太さん(次男)が、父であり二代目社長の陽一さんから事業を引き継ぎ、三代目社長として就任した。



高橋製瓦株式会社の事務所の外観

支援の全体像



株式会社CURIOの製品SCOOLに乗る井上CO



相談のきっかけ

社内に性格を異にする2事業部門が存在し、
経営責任が曖昧になっていた

長男が新規事業部門を立ち上げ、
次男が既存事業を継ぐことに

2006年に長男が高橋製瓦株式会社へ入社。従来の屋根工事業を行う傍らで、内部に新事業部門として、「のりもの開発事業」を立ち上げた。2012年、次男が屋根工事業の後継者として入社したことを機に、長男は、のりもの開発事業に注力することになった。父である二代目社長より屋根工事業部門を引き継いだ次男は、屋根工事業とのりもの開発事業、それぞれの経営責任を明確にしたいという思いを抱くようになった。両名とも、「自らの事業について、お互いに過度な干渉を受けることなく、自由に経営を行いたい」という思いを抱いており、そのためにはどのような組織形態が望ましいかを模索していた。

毎週の相談対応の中で、
事業承継の悩みを打ち明ける

両名とCOは以前より面識があった。長男は2009年、のりもの開発事業に対する補助金の申請にあたり、COの支援を受けていた。そして、次男は2017年頃から、決算書の読み方に関する指導を受けるため、週1~2回の頻度で当拠点に訪れていた。毎週の相談でCOとの間に信頼関係が築かれ、次男は自然と、事業承継に関する悩みをCOに打ち明けるようになった。こうして、COが事業承継についての相談を受けることになった。



高橋陽一氏



現状分析・課題設定

両事業部門の財務状況が不明瞭
経営責任の明確化が喫緊の課題に

それぞれの事業部門の
財務状況が不明瞭

瓦は、もともと屋根材の市場でトップシェアを誇っていたが、1995年の阪神大震災をきっかけに、屋根材の主流が瓦から板金に移行。急速にそのシェアを落としていった。そのような外部環境の中、利益の少ない屋根工事業を継続していくためには、精緻に原価管理を行う必要がある。一方、長男が手掛けているのりもの開発事業は、高い将来性が見込まれながらも、立ち上げ当初は赤字が続いていた。瓦部門と、のりもの部門をセグメントとした部門別の損益計算書を作

成することにより、瓦部門は黒字であり、のりもの部門は赤字であることは把握できていた。しかし、部門別損益計算書だけでは、各部門別の借入金残高が把握できないという限界があった。借入金を発生させることになった、それぞれの事業部門の経営責任が明確にされていなかった。

各々の能力を発揮するために
分社化を決意

長男が、補助金や金融機関からの資金調達により、のりもの開発事業部門を拡大していく一方、次男は、屋根工事業部門でも新事業を始め、売上拡大につなげたいとの意向を持って

いた。しかし、事業部門別の借入金や損益が明確になっていない状況では、その見通しを立てることができない。良好な関係の兄弟ではあるが、二人の相談に乗ってきたCOは、それぞれの性格と能力を熟知しており、二人が各々の能力を発揮できる組織形態をとることが好ましいと考えた。最終的に、長男、次男それぞれが社長として意思決定を行い、投資及び資金調達の経営責任を明確化したいとの思いに至り、分社化を決定した。そして、契約書の作成など、どのようなスキームで分社化を行っていくのが課題となった。



提案・実行支援

事業譲渡契約のメリット・デメリットを整理し 伴走型の事業承継支援で円滑なサポート

決算書の数字を解き明かすことで、
分社化後の未来を明らかに

まずは、父であり二代目社長の陽一氏を含めた経営陣による経営会議を開き、COも同席して、事業の方向性を協議。のりもの開発事業部門を分社化することを決定した。その後は経営陣に会社の現況を把握してもらうために、決算書の見方に関する個人研修を行った。会社の経営状況及び財政状態を十分に理解してもらうとともに、「決算書からは、会社の現況のみならず、会社の強みや弱みも読み取れる。会社の将来は現状分析の延長線上にある」と、その重要性を納得してもらった。さらに、各事業部門の収益性や、会社全体の業績に対する貢献度合いを把握するため、部門別損益計算で業績の過去推移分析を行い、共有した。契約書の作成に関しても、当拠点内の他のCOと情報を共有しながら、的確なアドバイスを提

供した。

第三者の視点で
分社化の手続きをサポート

分社化の方法は、「会社分割」と「事業譲渡契約」に大きく分けられる。それぞれ、税制面、手続き面などに、メリット・デメリットがあるため、会社にとってどちらがベストの方法であるかを模索していった。その際、親族、顧問税理士だけで検討を進めても、各々の利害関係が絡み、思ったことが懸念された。このため、COは、複数の意見に対して中立的な立場からコメントしていった。最終的に、相談者は事業譲渡契約を選び、分社化のために、何を相手側に事業譲渡するのかを協議し、事業譲渡の契約内容を明確にした。その後、資金調達先である金融機関にも相談し、分社化の了解を得ることができた。



井上学CO(公認会計士・税理士)

支援のポイント

支援のポイントは3つ。1つ目が、経営会議での協議。第三者であるよろず支援拠点が同席したことで、日頃は話せない家族間の思いも包み隠さずぶつけ合う環境を作った。2つ目が、決算書分析。一般的に決算書を理解している経営者は少ない傾向にあるが、決算書を理解できると経営判断に生かすことができることをレクチャーし、自社の収益性、財務安全性を知ってもらえた。3つ目が、関係者との連携。金融機関、顧問税理士、岐阜県産業経済振興センター、岐阜県よろず支援拠点の複数のCOによるチームで、連携して支援できたことが大きかった。



長男 高橋陽介氏



次男 高橋秀太氏



談笑する高橋陽一氏、高橋秀太氏、井上CO、高橋陽介氏(左から)



支援成果と今後の展望

分社化と事業承継をスムーズに完了 グループ会社として協力しながら発展を目指す

スムーズな分社化・事業承継で、
経営責任が明確化

2018年、同社ののりもの事業は、株式会社キュリオとして分社化。2020年には次男が高橋製瓦株式会社の代表取締役役に就任し、結果として、先代社長の陽一氏から、2人の息子にそれぞれ事業承継がなされた形となった。2社はグループ会社として協力しつつも、事業を分けたことで、経営責任の明確化が図れた。分社化、事業承継の双方がスムーズに行われたことで、ステークホルダーや金融機関などの各関係先にも、悪影響を与えることはなかった。

岐阜県を代表するスタートアップ・
ベンチャーの誕生

分社化した株式会社キュリオは、高橋製瓦の一事業部門から独立したことで、スタートアップ投資の対象として認められるようになった。ペビーカーCURIQ(キュリオ)に続き、ハンドル形電動車いすのSCOO(スクー)を開発、岐阜県を代表するスタートアップベンチャーとして注目されている。また、新型コロナウイルスに対応したフェイスシールドなどの販売で売上を大幅拡大。分社化3年目で黒字化することができた。次男の屋根工事業も、事業譲渡により資金繰りを改善することができ、新事業展開を進めることができるようになった。今後は達磨窯による瓦の製造事業によって、父から承継した事業の経営革新に邁進していく。



高橋製瓦の瓦の商品写真



ペビーカーのCURIQ

相談者の声



【高橋陽介氏】事業承継がスムーズに完了したことに感謝しています。分社化したことにより、晴れて、スタートアップベンチャーの扱いを受けようになりました。

【高橋秀太氏】COと繰り返し決算書などの経営分析を行うなかで、事業譲渡という手法をご提案、協議の仲介もいただいたことで、分社化がスムーズに進み、それぞれの事業の方向性が明確になり、大変感謝しております。

事業承継

岐阜県よろず支援拠点

建設業

従業員20人以下

手入力での指示書作成でミスが頻発
無料ITツールを活用したRPA化
作業が効率化され新分野への注力が可能に

株式会社土佐蒲鉾

代表者：代表取締役 來國 栄二郎(らいくに えいじろう)

住所：〒781-0270 高知県高知市長浜5584番地

電話番号：088-842-5000

事業者概要

1992年創業。魚の鮮度と風味を活かした蒲鉾を製造している。北海道産のタラのすり身を主に使用することで、安定した商品供給を図りながらも、土佐湾で水揚げした新鮮な生魚をすり身にして混ぜることで、風味を増している。「魚肉と天日塩以外は使わない」が本道とのこだわりで、世の中のためになる商品を作り続けたいという理念のもと、安心して(アレルギーを持つ人でも)食べられる、体に優しい蒲鉾を作っている。



とことん品質にこだわった「とことん」シリーズ

支援の全体像

相談のきっかけ

手入力作成でミスが多く
緊急製造・配送が常態化
製造指示書作成で
ミスが頻発

現状分析・課題設定

指示書作成は必要不可欠
安価で容易な方法を検討
短時間で
正確な作業が必要

提案・実行支援

無料ITツールを活用し
製造指示書作成を自動化
作業のRPA化に挑戦

支援成果と今後の展望

ミスが解消され
時間にも心にも余裕が生まれた
劇的な作業効率化で
新分野への挑戦が可能に



左から來國 栄二郎社長、來國 恵子取締役(相談者)、中村CO



相談のきっかけ

20年間悩まされた非効率的な作業の問題が別の相談で当拠点を訪れた際引き出された

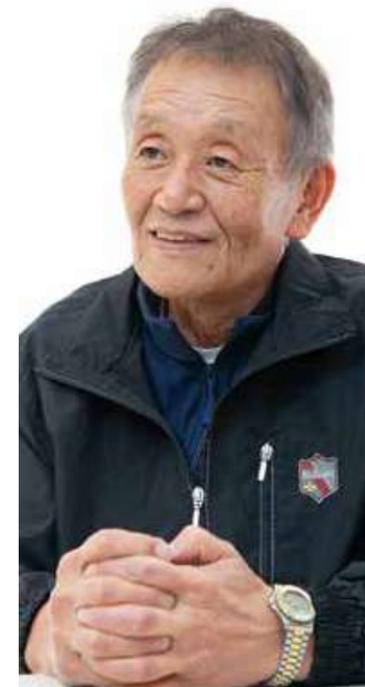
手入力での指示書作成によるミスの対応に明け暮れる日々

同社の日々の受注業務では、取引先のスーパーマーケットからデータ処理業者を経由して送付される受注リストを、紙に印刷して、相談者が手入力で作成指示書を作成していた。担当者は相談者1人のみであること、多くの場合昼過ぎという忙しい時間帯に作業が発生すること、また、受注リスト自体にも間違いが多いことなどの理由で、受注数量の入力忘れや店舗・商品欄の入力間違いが頻繁に発生していた。誤った製造指示書に基づいて製造・配送された商品は、翌朝、スーパーマーケットの品出しのタイミングで過不足が分かり、その後同社に、緊急製造や緊急配送の連絡が来る。非効率的な受注業務によって、社の業務全体に多大な負担がか

かっており、20年以上にわたって相談者を悩ませていたものの、相談者はこの問題を解決するのは不可能と思ひこみ、誰にも相談できずにいた。

当初は別内容での相談も、何気ない会話から引き出された悩み

同社は、「商品ごと・スーパーマーケットごとの売れ筋について販売分析をしたい」との希望から、当拠点に相談に訪れた。COはまず集計結果を入力することから始めてはどうか、との提案を行い、本件相談については一旦終了した。しかし、前後の何気ない会話の中で、COが、「他にににか面倒なことはないか」と尋ねたところ、製造指示書についての悩みを打ち明けられ、本件についても相談対応することになった。



「魚肉と天日塩だけ」にこだわる來國 栄二郎社長



現状分析・課題設定

限られた時間での手作業がミスの原因
IT導入による作業の効率化を目指す

短時間で煩雑な製造指示書の作成が原因

「多忙でミスが多発している」との相談ではあったが、相談者がどのようなフローで作業を行い、どこに問題があるのか、COは実際に同社を訪問して確認した。すると、スーパーからの受注リストを取得できるようになってから、配送車が商品を引き取りに来るまでに、2時間前後しかないと判明した。その間に、製造指示書を作成し、商品を製造する必要がある。本来なら、受注リストをそのまま製造指示書として使用したいとこ

ろであるが、リストには商品名が店独自の名称で表示されているなどの問題があり、同社内で使用できるように指示書を作成することは不可避である。短時間で早急に製造指示書を作成しなくてはならない焦りから、ミスが多発しているのでは、と考えられた。

安価でかつ、容易な方法の提案が同社の希望

COは、相談者はあまりITに精通していないこと、また、なるべくコストをかけずに作業改善をしたいという考えを持っていることを理解していた。そのため、「可能な限りコストをかけず、短い時間で正確に、そして誰もができるように容易な方法で、製造指示書を作成すること」を課題として設定し、IT導入による効率化を検討していくことになった。



提案・実行支援

無料ITツールを活用したRPA導入、 受注リストから製造指示書を自動作成

受注リストのファイル形式を、 自分で変換できるツールを調査

COは、PDFで受領する受注リストを加工可能なExcel形式に変換した後に、Excelの受注リストから製造指示書を自動作成する方法を検討。まずは、Excel形式で受注リストを提供してもらえないか、同社の受注リストを取り扱っているデータ処理業者に確認するように提案。確認したところ、初期費用15万円、加えて月額1万円近くの費用が発生することが分かり、この方法では相談者の「お金をかけずにIT化したい」という希望にはそぐわないことがわかった。そのため、今度はPDFをExcelに変換するツールが、無料又は安価で手に入らないか、CO自身で調査を行った。すると、条件付きではあるものの、無料で利用できるツールがあることが判明したため、同社への導入を提案した。

製造指示書作成をRPA化、 簡潔な操作手順でレクチャー

次にCOは、Excelの受注リストから製造指示書を自動作成するRPAツールについて調査を行った。幸いにして、こちらも無料のものを見つけることができたため、同社への導入を提案。ツールを導入した後にCOは最終的なアウトプットを相談者と確認したうえで、パラメータ指定をはじめとした設定を実施。ツールが問題なく動くことを確認した後、COは相談者の負担を極力減らすために操作手順の簡素化を検討。パソコンのデスクトップ上でのファイルクリック及びドラッグだけで完結するようにツールの設定などを行い、相談者に操作方法のレクチャーを実施。短時間で簡単に指示書の自動作成ができるようになった。



中村州男CO

支援のポイント

製造指示書の作成時間を短くすることや作成を容易にすること以外にも、同社の理想である「お金をかけないIT化」を目指して対応することを心がけた。そして、相談者の自立・自走をゴールに、業務内容の変化・変更があっても相談者自身で対応できるよう、ハンズオンで導入支援を行った。また、同社から持ち掛けられた相談のみに表面的に対応するのではなく、他に問題はないかを常に確認するようにしている。本件支援を進めていく中で、製造指示書以外にも、毎月の支払明細書のチェックにも多大な時間を要していることがわかり、製造指示書作成の際に受注明細データも同時に保存しておき、チェックの時間を短縮することができた。



受注リストと製造指示書



20年間、製造指示書の作成に悩まされていた来園恵子取締役



クリックとドラッグだけで自動作成完了



支援成果と今後の展望

自動化によるミスの解消、負担軽減 新たな挑戦ができる時間的・心理的余裕が生まれる

製造指示書の自動作成で 納入のミス解消

製造指示書が簡単な操作で自動的に作成されるようになり、従来手入力で行っていた製造指示書の作成作業や、ミスに伴う緊急製造及び配送などにかかっていた、月間約20時間を削減することができた。今後、現在はFAX送信されてくる受注リストについても、Excel形式のファイルをメール添付で送信していただくように要請して、製造指示書の自動作成の範囲を拡大していく予定である。

自動化によって生み出された時間で、 オンラインへの挑戦を

単に作業時間の削減につながっただけでなく、常に不安を抱えながら作業を行っていた相談者の心理的な負担が緩和され、新しいことにチャレ

ンジする余裕が生まれるという成果もあった。同社は今後、SNSをはじめとしたオンラインでの商品販売やマーケティングに注力することを計画している。新型コロナウイルス感染症の影響で、消費者の生活様式は変化している。相談者は、お中元やお歳暮の需要の低下、スーパーでの食

材購入機会の減少などにより、このままでは蒲鉾の需要は低下する一方であると危機感を持っている。そのため、前述したオンライン化によって、販売ターゲットを若い世代へとシフトしたい考えだ。引き続き当拠点の支援を受けながら、新たな挑戦を行っていく予定である。

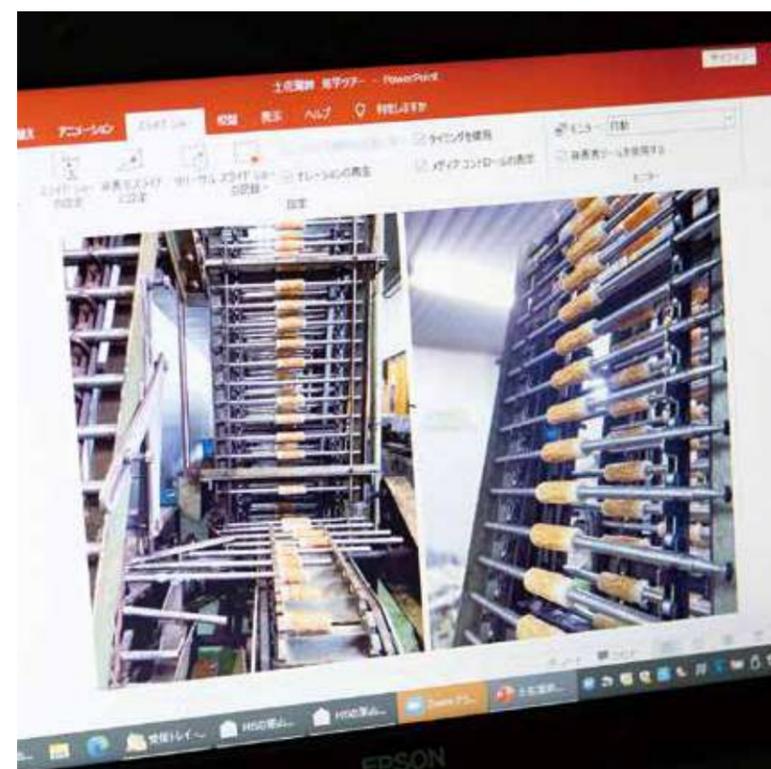


製造現場の前で支援を振り返る社長、相談者と中村CO

相談者の声



受注データ自体の配信が遅れることもよくあるなかで、16時には運送会社に来てしまう。製造指示書の手入力でも、常にせかされてミスが出てしまい、そのときは遠い店舗であっても自社配送を強いられる。いつも電話がないかを気にしながら過ごしていた。相談したことで、製造指示書が簡単に自動作成されるようになり、心も楽になったし、本当に助かっています。



課題と考えていたオンライン分野に注力できるようになった

生産性向上

高知県よろず支援拠点

製造業

従業員50人以下



項目について

売上拡大

青森県よろず支援拠点

宿泊業・飲食業

従業員5人以下

コロナ対応

1 売上拡大

青森県

金融機関との連携支援により、開業直後から順調なカフェ経営を実現

企業概要

2019年11月にオープンしたカフェ。運営は代表と妹の姉妹2人でやっている。青森県産野菜をふんだんに使用した、身体に優しい、ヘルシーな料理を提供している。また、手作りの焼き菓子、こだわりのコーヒー等も人気を得ている。

相談のきっかけ

コーヒーショップ勤務の経験を生かし、長年の夢であるカフェを開業したい

相談者は、これまでコーヒーショップ等に勤務した経験を生かし、長年の夢であったカフェのオープンを目指していた。しかし、飲食店の経営は初めてであるため、カフェのコンセプトやメニューの決定など、検討すべき事項が多くあった。そこで、青い森信用金庫おいらせ支店からの紹介を受け、当拠点が創業支援を行うことになった。

現状分析・課題設定

開業に必要な準備を丁寧に支援
固定客獲得が次なる課題

COは、立地周辺の人口や勤務者、競合他店についてのリサーチから、ターゲット顧客の設定、ニーズに基づいたメニューの検討、SNSを活用した広報など、多岐に渡る準備と支援を行い、2019年11月にカフェオープンに至った。しかし、飲食店はオープン後の固定客獲得に苦戦し、事業継続が難しくなるケースが多いため、「顧客満足度向上による固定客の獲得」を次なる課題として、引き続き支援を行った。

提案・実行支援

信金職員にミステリーショッパーを依頼
顧客の生の声を改善に生かす

同店は青い森信用金庫おいらせ支店の近隣に位置するため、COより支店職員に、ミステリーショッパー（匿名調査員）を依頼。実際にカフェを利用いただき、接客やメニュー構成などについて、改善点の指摘を受けた。調査の際には良かった点も尋ねることで、同店の強みも把握。この結果を店舗運営ミーティング時に相談者にフィードバックすることでPDCAサイクルを回し、顧客満足度の向上とリピーターの獲得につなげていった。

支援成果と今後の展望

固定客の獲得に成功
コロナ禍による厳しい環境からも回復

開業後は順調に業績を伸ばさせており、固定客もしっかり獲得できている。ランチで提供している「hiyoriプレート」は、毎日ほぼ完売状態となっている。なお、新型コロナウイルスの影響により2020年4月、5月の売上高は急激に落ち込んだものの、8月には順調に回復基調となった。今後は、感染症対策を徹底しながらも、顧客数のさらなる増加を目指し、引き続き青い森信用金庫と連携しながら、広報活動強化を支援していく。

相談のきっかけ

相談者が拠点に来訪したきっかけを記載しています。

現状分析・課題設定

相談者の現状と問題を分析した結果、明確化した課題を記載しています。

提案・実行支援

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

支援成果と今後の展望

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

用語について

- **CCO・CO**
よろず支援拠点チーフコーディネーター・コーディネーター。
よろず支援拠点に配置されている、事業者からの経営相談に対応する専門家。
- **当拠点**
全国に設置されているよろず支援拠点の中で、相談企業が所在する都道府県のよろず支援拠点を示します。



売上拡大

P30-59

1

青森県

売上拡大

金融機関との連携支援により、開業直後から順調なカフェ経営を実現

企業概要

2019年11月にオープンしたカフェ。運営は代表と妹の姉妹2人で行っている。青森県産野菜をふんだんに使用した、身体に優しい、ヘルシーな料理を提供している。また、手作りの焼き菓子、こだわりのコーヒー等も人気を博している。

hiyori café

代表者：代表 馬場 雅子(ばばまさこ)
住所：〒039-2136 青森県上北郡おいらせ町中下田135-24
電話番号：0178-51-8933



相談のきっかけ

コーヒーショップ勤務の経験を生かし長年の夢であるカフェを開業したい

相談者は、これまでコーヒーショップ等に勤務した経験を生かし、長年の夢であったカフェのオープンを目指していた。しかし、飲食店の経営は初めてであるため、カフェのコンセプトやメニューの決定など、検討すべき事項が多く残っていた。そこで、青い森信用金庫おいらせ支店からの紹介を受け、当拠点が創業支援を行うことになった。



代表 馬場雅子氏、青い森信用金庫おいらせ支店 田代裕也氏

現状分析・課題設定

開業に必要な準備を丁寧に支援 固定客獲得が次なる課題

COは、立地周辺の人口や勤務者、競合他店についてのリサーチから、ターゲット顧客の設定、ニーズに基づいたメニューの検討、SNSを活用した広報など、多岐に渡る準備と支援を行い、2019年11月にカフェオープンに至った。しかし、飲食店はオープン後の固定客獲得に苦戦し、事業継続が難しくなるケースが多いため、「顧客満足度向上による固定客の獲得」を次なる課題として、引き続き支援を行った。



hiyori caféのメニュー

提案・実行支援

信金職員にミステリーショッパーを依頼 顧客の生の声を改善に生かす

同店は青い森信用金庫おいらせ支店の近隣に位置するため、COより支店職員に、ミステリーショッパー(覆面調査員)を依頼。実際にカフェを利用していただき、接客やメニュー構成などについて、改善点の指摘を受けた。調査の際には良かった点も尋ねることで、同店の強みも把握。この結果を店舗運営ミーティング時に相談者にフィードバックすることでPDCAサイクルを回し、顧客満足度の向上とリピーターの獲得につなげていった。

支援のポイント

飲食店の固定客化を図るためには早期に顧客満足度を上げる必要があります。青い森信用金庫の方々には、どんな些細な点でも気づいたことは遠慮なく提供していただくようお願いし、顧客の生の声を収集し、経営改善に活かす仕組みを構築することに留意しました。

支援成果と今後の展望

固定客の獲得に成功 コロナ禍による厳しい環境からも回復

開業後は順調に業績を伸ばさせており、固定客もしっかり獲得できている。ランチで提供している「hiyoriプレート」は、毎日ほぼ完売状態となっている。なお、新型コロナウイルスの影響により2020年4月、5月の売上高は急激に落ち込んだものの、8月には順調に回復基調となった。今後は、感染症対策を徹底しながらも、顧客数のさらなる増加を目指し、引き続き青い森信用金庫と連携しながら、広報活動強化を支援していく。

相談者の声

長年の夢であったカフェをオープンできるか不安を抱えていましたが、よろず支援拠点と青い森信用金庫のご支援により不安が徐々に解消されました。夢が一步步現実になつていくことを実感しながら無事に開業を果たすことができ、感謝しています。

2

岩手県

売上拡大

伝統漬物を次世代に引き継ぐデザイン性を重視した「みのぼし南蛮」が完売続出

企業概要

2011年3月10日、釜石でスーパーを開店したが、翌日に東日本大震災で罹災。店舗に残った素材でお弁当を配り、復興支援に尽力した。現在は釜石・盛岡で宅配メインの「シェフズ弁当」、盛岡駅ビルで自社製造弁当と有名飲食店のこだわり弁当を販売している。「食で地域と地域を繋ぎ元気を幸せを届ける」が理念。

maruwa mart株式会社

代表者：代表取締役 小澤 伸之助(おざわ しんのすけ)
住所：〒026-0024 岩手県釜石市大町1丁目10-5
電話番号：090-8744-8855



相談のきっかけ

お弁当に入れている大人気の漬物を単独で商品化したい

相談者が当拠点に、自社製造している特注弁当のおかずの中で大人気という漬物を持参。「みのぼし南蛮」と呼ばれるその漬物は、拍子木に切ったゴボウ・人参・大根の根菜3種をシソの葉で巻き、ピリ辛に漬けたもので、江戸時代から作られてきた岩手の伝統漬物である。相談者はこの漬物を単独で商品化したいと考えたが、外販可能な自社商品の開発は未経験であった。そこで当拠点の支援を受けながら、開発に取り組むことになった。



岩手県内の食材を中心に使ったシェフズ弁当

現状分析・課題設定

安価な仕様では利益率に疑問 付加価値を生む新たな漬物の開発へ

COが、漬物業者の動向を調査したところ、2~3社が同様の漬物を販売、真空パック10個入300円程度と安価であった。同社の「みのぼし南蛮」は製造に手間がかかるため、他社と同じ仕様では、利益が出ないことが判明。また昨今の食文化の多様化で漬物需要は激減しており、現行の「みのぼし南蛮」を単に商品化するだけでは、特に若い世代の需要を喚起できないと思われた。そのため、商品化にあたって、同漬物の付加価値を高める商品設計を課題とした。



正方形にこだわった美しいカラフルCUBE

提案・実行支援

カラフルで正方形にこだわる商品作り デザイン思考で高付加価値化

COは、「みのぼし南蛮」は見た目は地味だが断面は驚くほど美しいことに注目し、お弁当・食事・お茶受けなどを想定した、美しい切り口を見せる商品作りを提案。「カラフルCUBE」を商品名に、切り口がカラフルかつ正方形になるように改良。専門家派遣事業を活用してデザイナーの支援も受け、パッケージ・ロゴなど、商品に関わる全てを正方形で作成。デザイン性が高く、高付加価値な商品に生まれ変わった。

支援のポイント

初の自社商品開発のため、同社の製造能力を見極めつつ、慣れで雑になりやすい製造工程のチェックなども助言しました。新発売時にプレスリリースを実施し、新聞・雑誌への掲載で市場の浸透を加速させました。展示会への出品でバイヤーとの関係も構築しました。

支援成果と今後の展望

即日完売の大ヒット商品に成長 増産体制の構築を目指す

出来上がった「カラフルCUBE」は150g・540円(税込)で販売している。現状は日に100個が製造限度だが、即日完売するなど大好評である。自社の実店舗はもちろん、ふるさと納税返礼品・県内道の駅各店舗・県内大手スーパー、また、業者を通じ東京と福岡でも販売している。TV通販でも紹介される予定となっており、今後は更なる増産体制を構築すべく、製造工程の機械化も検討している。

相談者の声

漬物を「売れる商品にしたい」と相談しました。地味な漬物がまったく新しい形の商品に進化し、感動しました。「カラフルCUBE」の商品名を具現化すべく正方形にこだわるのが難しかったです。いつも親身に相談に乗ってくださるCOには大変感謝しています。

3

栃木県

売上拡大

希少部位を楽しめる イタリアン肉バル 口コミを利用して 大人気店に

企業概要

タリアータ(そぎ切り肉)や2日仕込みのバックリブステーキ、480円のラムチョップなど、良質な肉を1枚から選んで注文でき、さまざまな部位を楽しめる、新しいスタイルの肉バルを経営。Googleマップ上での店舗コメントでは4.5を獲得するなど、お客様の評判も大変よい。

ichimaru-iihi

代表者：代表 中村 真千也(なかむら まちや)
住所：〒321-0904 栃木県宇都宮市陽東7-8-15
電話番号：028-661-6746



当店自慢の2日仕込みのバックリブステーキ



女性や若者で賑わう店内

相談のきっかけ

新たなスタイルのバルを開業予定 インターネットを活用して広報したい

相談者は、多種類の部位の肉を少量ずつ提供するバルを考案し、当拠点から創業支援を受けていた。事業計画を練る中で、飲食店が多い宇都宮エリアで開業するには、いかに店舗の所在地や提供サービスを周知するかが重要であると実感。ウェブマーケティングの専門家のアドバイスを求め、当拠点の担当COに相談するに至った。

現状分析・課題設定

ターゲットの客層に合わせ、 SNSや口コミの活用を提案

相談者は当初は新聞・チラシでの広報を予定していたが、ターゲットとなる客層には女性や若者も多く含まれると考えられるため、COはインターネット媒体を利用した店舗紹介が有効であることを説明。そのために、ウェブサイトを始め、SNSや口コミサイトを活用することを提案した。さらに店舗情報を閲覧してもらうだけでなく、良質な口コミ(レビュー)をできるだけ多く集め、継続的な集客につなげるという目標も設定した。

提案・実行支援

地図アプリ上での情報提供 LINEも活用してリピーター獲得

飲食店の場合、お客様がスマートフォンの地図アプリを利用して、お店探しをするケースが増えていることから、Googleマイビジネスの活用を提案。Googleマップに店舗情報が表示されるのみならず、店舗からのお知らせも掲載することができ、手軽に口コミを獲得することもできる。また、リピーター獲得のため、LINE@の開設による継続的な情報提供を提案するとともに、ウェブサイトの作成支援も行った。

支援成果と今後の展望

高評価な口コミが新規客獲得に繋がり、 売上目標を40%上回る成果に

様々な部位の肉を楽しめるバルは評判を呼び、Googleマイビジネスの活用やLINE@などの効果もあって、同店に対するお客様からの高評価な口コミが多数掲載された。これがさらなる集客に繋がり、当初予定していた売上目標を40%も上回る結果となった。現在も店舗からの積極的な情報発信を行っており、今後はGoogleマイビジネスを利用したニュースリリースやイベントの投稿などの活用も検討していく。

支援のポイント

相談者は店舗の告知方法として「新聞・雑誌への配布チラシ」を検討していたが、最近の顧客のお店の選択方法などを理解いただき、ウェブマーケティングを活用した飲食店に相応しいインターネット活用策を提案した。

相談者の声

相談に伺う前は店舗の告知方法などに十分な知識がなく不安が多かったが、COより適切な助言をいただきながら、Googleマイビジネスの活用といった取組を行うことで、想定以上の売上を達成し、安定した経営となり、大変感謝をしています。

4

群馬県

売上拡大

老舗製パン企業が 従業員も巻き込み 地域に愛される 新商品を開発

企業概要

1917年創業。「パン本来の美味しさ」を伝えるため、各種こだわりのパンを、時間と手間をかけ変わらぬ想いで製造している。給食用を主に、イベント等の特注品、定期納品などにも幅広く対応。直売店で「気軽に買える」昔ながらの店構えで、地域から親しまれている。

新田製パン有限会社

代表者：代表取締役 星野 綜平(ほしの そうへい)
住所：〒373-0057群馬県太田市本町25-33
電話番号：0276-25-3001



パン工場の様子



新商品「ぶどうちゃんパン」

相談のきっかけ

競争激化とコロナ禍を乗り越えるため 新商品を開発したい

創業以来100年にわたって地元で親しまれてきた会社だが、商圏内のパン屋の増加や、首都圏の食パン専門店などの進出により競争が激化、売上の拡大が難しくなっていた。さらに、コロナ禍のなか、学校休校による給食需要の減少が追い打ちをかける。現状打破のため新商品の開発を行い、直売店を活性化したいと、知財関連支援機関から紹介を受け来訪した。

現状分析・課題設定

従業員を巻き込んで 「新田製パンらしい」商品開発

COは、県内のパン市場環境を調査、同社の現状についてもヒアリングした。相談者は同社の後継者であり、競争激化を踏まえた同社の今後について危機感を持っていること、時代にあわせた企業経営をしていきたいと考えていることを確認。「無理をしない」「コストをかけない」「従業員を巻き込む」の3つを開発方針に、長年地域で愛されてきた同社の親しみやすさが伝わるような新商品を開発していくことにした。

提案・実行支援

コロナ禍のストレスを踏まえ 「消費者を楽しくさせる」商品を開発

折しも、従業員による新たなブドウパンが開発中であったため、サイズ、パッケージ、ネーミングなどにちょっとした工夫を助言。消費者のコロナ禍におけるストレス軽減を潜在ニーズととらえ、「ボン」と口に入れることでほっこりしてもらえ一口サイズとした。また、ブドウパン好きに喜ばれるようレーズンを増量し、ブドウの房をイメージした遊び心あるパッケージを設定した。楽しく、気軽に食べられて、高齢者から子供まで喜ばれる「ぶどうちゃんパン」が完成した。

支援成果と今後の展望

「ぶどうちゃんパン」による売上アップ 商品開発への自信につながった

新製品「ぶどうちゃんパン」は好評で、1日約50個を売り上げている。消費者に作り手の思いや親しみが伝わった。また、小さな工夫による短期間の商品開発が従業員の自信となり、その後も「コロナ禍を楽しもう」をモットーに、自宅でパンができる冷凍パン生地セット「あなたも2時間でパン屋さん」を商品化。現在、「ぶどうちゃんパン」のシリーズ化に取り組んでおり、今後も地域で親しまれる商品を続々開発していく予定だ。

支援のポイント

相談者が後継者のため、経営者としての自信と存在感の醸成を考え、母親の気持ちで褒める、負担をかけない、を意識した。社員を巻き込んでモチベーションをアップ、「忙しくて楽しい」「コストをかけない」「ちょっとした工夫」で商品開発を支援した。

相談者の声

COの親身でさまざまな視点での助言により「ぶどうちゃんパン」ができた。コロナ禍の自宅でパンづくりができる新商品にも繋がっている。安いかから売れるわけではないことや、商品づくりの考え方を学べた。気づき、やる気、後継者としての自信にも繋がった。

5

埼玉県

売上拡大

先細る伝統産業で
新市場を開拓！
超高齢社会に適した畳に
感謝の声続出

企業概要

1980年創業の畳専門店。家紋の縁(へり)の紋模様合わせなどの難施工を得意とし、技術力と丁寧な仕事に定評がある。近年の畳離れへの危機感から、新たな畳市場を創り出すことを決意。畳の衝撃吸収力に新たな機能を加え、表材を選べて洋室も作れ、車椅子も使える「リフォーム畳®」を開発した。

大山畳店

代表者：代表 大山 勝(おおやま まさる)
住 所：〒340-0813 埼玉県八潮市木曾根684-1
電話番号：048-996-8469



相談のきっかけ

特許を取得した画期的な畳だが
効果的な販売方法が分からない

相談者は、板床のような見た目をした畳「リフォーム畳®」を開発。2014年には特許を取得し、商標も登録したうえで、翌年に販売開始。近隣で1件の施工はできたものの、その後の注文は伸びず、どのように販売したらよいか悩んでいた。広報活動強化の一環でウェブサイトを開発したいと考えたことをきっかけに、当拠点を訪れた。



滑りにくさを備え、車椅子もスムーズに

現状分析・課題設定

認知度向上が課題
PR強化と実績の積み上げを図る

ライフスタイルの変化や車椅子対応を背景に洋室化が進む中、板床での高齢者の転倒が急増し、社会問題化している。衝撃吸収力が高く、転びにくい「リフォーム畳®」は、板床と畳それぞれの長所をあわせ持つ社会貢献性の高い製品である。認知度向上のためには、ウェブサイト作成に加え、介護業界のイベントや展示会への参加、公的機関や専門家への相談など、草の根の活動を通して、社会的評価や実績を積み上げていくことが必要と判断した。



渋沢栄一ビジネス大賞の特別賞を受賞

提案・実行支援

ウェブサイトや展示会で販促強化
公的評価のお墨付きも積極的に獲得

高齢者・介護・福祉などに対象を絞り、販売戦略を策定した。具体的には、ウェブサイト制作や展示会出展により広報活動を強化した他、八潮ブランドや渋沢栄一ビジネス大賞への応募により、公的評価のお墨付きを得ることを提案。また、東京都立産業技術研究センターで衝撃吸収力の評価試験等を行い、機能評価のデータの裏づけも行った。さらに、厚生労働省の居宅介護(介護予防)住宅改修費の支給制度の対象として認定された。

支援のポイント

社会貢献性の高い製品である強みを活かし、着実に実績を積み重ねることで、同社がお客様からの声に自信を深め、より積極的に前に出て行けるよう支援しました。より高い目標にチャレンジできるよう、多くの関係者を調整し、連携を図ることを重視しました。

支援成果と今後の展望

認知度向上で売上は前年比6倍に急成長
供給体制の強化と事業連携も視野に

八潮ブランド認定を追い風に、2019年のリフォーム畳売上は、前年比6倍に急増(一般畳との合計でも1.8倍)した。さらに本年、渋沢栄一ビジネス大賞特別賞の受賞が全国紙等で取りあげられたことで、コロナの影響を跳ね返して売上が伸び続け、月次新記録を更新。7月時点で昨年の年間実績に達する勢いとなった。日本全国からの問い合わせに応えるためにも、自店での供給体制の強化に加え、他企業等との連携も視野に動いている。

相談者の声

ホームページの制作、補助金申請、各種賞への応募、展示会参加など、何でも相談にのっていただき、実績を積み上げることができました。転倒事故が少しでも減れば嬉しいです。「リフォーム畳®」を全国に広めるのが夢なので、お客様の喜ぶ姿を糧に、頑張っていきます。

6

東京都

売上拡大

コロナ禍の中、お店と
変わらない味をお弁当で提供、
宅配・テイクアウト売上
200%アップ

企業概要

1955年創業。地域に根差した人気の「お肉屋さん」が、1989年より本格焼肉レストランを開始。「本当に美味しい牛肉の提供」を理念とし、高級焼肉店として味に定評がある。東村山市の商店街に位置するが、広域客からの支持も厚い。「焼かない焼肉屋」をコンセプトとしたお弁当専門店も営む。

有限会社荒川商店

代表者：代表取締役 松本 賢一(まつもと けんいち)
住 所：〒189-0013 東京都東村山市栄町3-11-31
電話番号：042-397-4129



相談のきっかけ

売上低迷を解消すべく取り組む中、
新型コロナウイルス感染症により先行きに不安

長年焼肉レストランを営業してきたが、焼肉チェーン店等の台頭で直近3年間は売上が右肩下がりであった。2017年に同店を継いだ相談者は、売上低迷をカバーすべく、当拠点の支援も受けて、駅ビル内にお弁当専門点を開設した。しかし、今回のコロナ禍で事業展開に改めて不安を抱き、売上回復を図りたいと、再度当拠点の支援を受けるに至った。



人気のお弁当は自社バイクで安心宅配

現状分析・課題設定

お弁当事業へ軸足をシフト
コロナ禍に対応したサービス展開が課題

COが経営状況を分析したところ、緊急事態宣言により来店客が急減少する一方で、お弁当の宅配、テイクアウト需要が徐々に増加していた。さらに、企業の会議・接待という従来需要に加え、地元の消費者による購入も増えてきていることを把握。お弁当事業に軸足をシフトし、新たな顧客層を取り込んでいくことを決意した。そして、コロナ禍に対応したサービス・価格について、早急に検討・実践することを課題とした。



絶品のローストビーフと肉屋の時雨和牛弁当

提案・実行支援

安心・安全を重視したお弁当を提供し、
いち早く宅配・テイクアウト事業を拡充

同店はコロナ禍以前からお弁当のテイクアウトを実施していた。また、長年の業歴で培ってきた地元でのブランド力もあった。そこでCOは、この機を捉え、いち早く宅配・テイクアウト事業を拡充することを提案。自粛生活に不安を抱える消費者のニーズは安心・安全であることを助言した。相談者は近隣にポスティングを実施。非接触型注文決済アプリを活用するなど、消費者に安心感を与える工夫を施した。

支援のポイント

コロナ禍で特に外食産業は大きな打撃を受けています。同業者も苦境に陥るなか、相談者は不安を抱えていましたが、消費者の最大のニーズは安心・安全であり、自社の強みを最大限活用し、即時の決断と実行が大切と助言して、相談者の積極的な行動を促しました。

支援成果と今後の展望

宅配・テイクアウト売上が前年比200%増
店舗売上の減少をお弁当でカバー

ポスティングと非接触型注文決済アプリにより、2020年3月~6月の宅配・テイクアウト売上は、前年同月比で平均200%アップとなった。同時期のレストランの売上は大きく落ち込んだものの、会社全体としては平均20%減に抑えることができた。長年地元で支持されたブランド力を生かしたことで、外食を自粛する消費者の間で同店のお弁当人気が高まり、TVメディアでの取材も受け、さらに多くの問合せを得た。

相談者の声

宅配・テイクアウトは、「焼かない焼肉屋」をコンセプトに、美味しいお肉を店と変わらない味で提供しつつ、省人化ビジネスモデルにも転換しました。利益の創出にはまだクリアすべき課題がありますが、アドバイスをいただけるのは本当に心強く思っています。

7

売上拡大

神奈川県

withコロナ時代のお花屋さん、短期・中期の成長戦略

企業概要

2007年に、フラワーアレンジメントの教室を個人事業として開業した。その後、生花販売・造花製造販売・緑化施工等、お花に関する事業を幅広く手掛けるようになった。無店舗での事業スタイルが特徴。

Wa&Styleフラワーインテリア

代表者：代表 篠木 まどか(しのき まどか)
住 所：〒252-0362 神奈川県相模原市南区上鶴間4丁目6-9
サンフォレスト上鶴間102
電話番号：042-814-1096



コロナ禍における新サービス「お花で里帰り」



主カサービスの「フラワー秘書室」

相談のきっかけ

無店舗型ゆえに売上拡大に悩み 新型コロナウイルスの影響もあり受注減

無店舗型でのお花の販売、レンタル、フラワーアレンジメント教室などを行ってきた同店。従来より売上拡大について悩んでいたが、2020年、新型コロナウイルスの影響で需要の柱である卒業式、入学式、謝恩会、歓送迎会などが軒並み中止となり、受注もすべてキャンセルとなった。アフターコロナも見据え、今後どのように事業を展開していくべきか、当拠点に相談に訪れた。

現状分析・課題設定

無店舗型の経営を強みに転換

同社は「お花で想いを届ける」というコンセプトのもと事業展開しているが、無店舗型ゆえに、コンセプトや商品を上手く訴求できていなかった。一方、在庫を持たず、新鮮で持ちのいい花を提供でき、待ちの姿勢にならず機動的な動きができることは、無店舗型の大きな利点である。COは、短期的には新型コロナウイルスで激減した売上を復活させつつ、中期的には、無店舗型の強みを生かした事業を展開していくことが課題と判断した。

提案・実行支援

「お花で想いを届ける」 新サービスを考案

「お花で想いを届ける」コンセプトから、新サービスを考案していった。まずはコロナ禍を乗り切るため、GWに帰省できない方向けに「お花で里帰り」サービスを提案。同社に写真データを送付することで、家族写真とプリザーブドフラワーを実家や友人に送ることができる。さらに中期的な新サービスとして、忙しい経営者をターゲットに、ビジネスシーンにおける贈答用花束の手配・発送を一手に引き受ける「フラワー秘書室」も提案した。

支援成果と今後の展望

コロナ禍の需要をつかみ売上が前年比4倍 サービス範囲をさらに拡大したい

「お花で里帰り」をプレスリリースも活用してPRした結果、地元新聞紙やネットニュースに取りあげられた。GW、母の日関連の売上は、前年比4倍を達成。「フラワー秘書室」も、ウェブサイトでの告知やメディアへのPRの結果、地元新聞紙に掲載された。保険外交員の成約者向け花束需要を受注するなど結果が出始めている。今後は、顧客のビジネス自体もサポートできるようなサービスに発展させたいと考えている。

支援のポイント

ただの花では売れません。その花の価値は何か？誰がどんな喜びを感じているか？を考えます。「お花で里帰り」も、花自体ではなく、「実家の親の笑顔が見たい」という気持ちが売れたのです。常に何が売れるのか？をイメージしながら支援していきます。

相談者の声

誰にどのように喜んでほしいかが明確になることで、PRが伝わり、受注に繋がることを実感しました。COに想い、サービス、受注状況等を聞いていただき、具体的なサービスに落とし込んでくださったおかげです。今後も喜んでくださる方を増やすよう精進していきます。

8

売上拡大

新潟県

老朽化した食堂を 魅力あるカフェに刷新 地元住民の需要を 掘り起こす

企業概要

1950年に地元住民の出資で設立。佐渡弥彦米山国定公園内の観光施設「尖閣湾揚島遊園」を運営。海中遊覧船、水族館、展望台、お土産販売、食堂などを運営している。

有限会社尖閣湾揚島観光

代表者：代表取締役 佐藤 博文(さとう ひろふみ)
住 所：〒952-2133 新潟県佐渡市北狄1561
電話番号：0259-75-2311



相談のきっかけ

島への観光客数の減少に比例して 観光施設も衰退

佐渡島の外海府海岸に位置する尖閣湾は、観光客に人気の景勝地。しかし、島への観光客数の減少に比例して、その観光拠点となっている尖閣湾揚島遊園の売上も減少傾向にあった。そこで、地元住民にもリピート利用してもらえる施設に改装し、売上拡大を図りたいと考え、当拠点に相談に訪れた。



地元食材を使ったカフェの新メニュー

現状分析・課題設定

島外からの観光客への依存 地元住民にも愛される施設へ改装

佐渡島への観光客数は、ピーク時の123万人から、近年は50万人程度にまで落ち込んでいた。同園のお客様は大部分が島外からの観光客であるため、売上減少に直結。COは、観光客依存から脱却し、地元住民もターゲットにした施設にリニューアルすること、12~2月のオフシーズンにも一定の需要を確保し、売上の平準化を図る必要があると考えた。観光客向けに古い業態のまま営業していた、食堂や売店などの施設を、どのように改装するかが課題となった。



大幅にリニューアルしたお土産店舗

提案・実行支援

市の補助金を活用して 地元住民を巻き込んだ改装を計画

COは同園の食堂をおしゃれなカフェへと大幅に模様替えする事を提案。必要資金の確保策として、市の補助金獲得を勧め、申請用の事業計画書の作成も全面的に支援した。お客様によるSNS投稿を促すため、地元食材を使った新メニューを住民や企業の協力を得ながら開発。売店では効果的なPOPの書き方の助言や、プラスチック段ボールによる什器のリメイクなど、低コストでできる店舗改善に取り組んだ。

支援のポイント

ハード面だけでなくソフト面の改善も支援。はじめに全員の意識や自主性を高めることを狙い、経営幹部や従業員にリニューアル計画の概要をわかりやすく伝えるサポートも行った。補助事業終了後も、社内で高い士気を持って進める空気をつくるのがとても重要。

支援成果と今後の展望

地元食材を使った新メニューも誕生 園に活気が生まれた

2019年に佐渡市の補助金を獲得し、老朽化していた食堂を、温かみのあるカフェに改装。佐渡米と佐渡産のりで作る「生いわのりむすび」や佐渡で水揚げされたブリを使った「ブリっ子メンチ」のバーガーなど、ユニークな新メニューも誕生した。地元の様々な人が関わったことで、活気が生まれた。2020年は新型コロナウイルスの影響で一時期休業し、6月から営業を再開。以後、カフェと売店の客単価が上がってきている。

相談者の声

相談者の田村氏「以前と違い、従業員が主体的に新しいメニューを考案したり、話し合うことも増えてきた。この雰囲気を維持していきたい。」
佐藤代表取締役「これから島内の人が繰り返し来てくれる仕組みづくりに一層力を入れていきたい。」

9

山梨県

売上拡大

伴走型支援で生まれた 県下でも珍しい 低糖質スイーツ店 連日売り切れ状態が続く

企業概要

県下でも珍しい低糖質スイーツ&パンの専門店。全商品について糖質を5g以下(一般の同様な商品に比べて1/10以下)に抑えている。目の錯視と同様、味にも錯覚があることを利用し、砂糖を使用せずに甘味を実現。「錯味を利用して味を引き立たせることもできる」と語る店主は、日々新商品の開発に取り組む。

クローバーズ・キッチン

代表者：代表 野中 さちこ(のなか さちこ)
住 所：〒400-0828 山梨県甲府市青葉町3-12
電話番号：070-1382-6600



本物の餅の食感を再現した糖質5gの団子餅



相談者の製造する低糖質スイーツ

相談のきっかけ

商品には自信も事業化に不安 COの一言で開業決断

相談者は2018年の信用保証協会主催の創業塾に参加したことをきっかけに、当拠点のCOと知り合った。相談者の製造する低糖質スイーツは非常に質が高いが、なかなか自信が持てず、事業化に踏み切れないでいた。そこでCOが、「大丈夫です。私達がサポートしますよ」と進言し、当拠点の支援を受けながら、開業を目指すことになった。

現状分析・課題設定

拠点の伴走支援で 専門店オープンを目指す

相談者の「糖質制限者向けに、美味しい低糖質ケーキを提供したい」という想いは強く、それを実現するための確かな舌と腕を持っていた。COは、県下で提供されている低糖質スイーツはあくまで店のメニューでしかないことを確認。専門店として開業することで、低糖質スイーツの需要を取り込めると判断した。事業計画書の作成や運転資金確保など、開業に必要な準備を伴走支援することにした。

提案・実行支援

店舗のオープンから事業の拡大まで 相談者の悩みに応える

COは相談者の悩みに対して、その都度、判断材料や方向性を提示していった。具体的には事業計画をブラッシュアップすることから始まり、設備投資・運転資金確保のための助成金情報提供・申請支援、店舗レイアウトの相談や広報活動についてなど。時には専門分野のCOも加わり、支援を行った。さらに、屋号や商標登録については知財総合支援窓口を紹介するなど、地域の他支援機関とも連携して、開業をサポートした。

支援成果と今後の展望

連日「売れ切れました」の看板 製造効率を上げ多くの人に商品を届けたい

支援の結果、資金調達の一助となる金融機関の地方創生助成金を獲得し、予定どおり店をオープン。相談者の研究熱心な新商品開発や、フェイスブックでの情報発信も功を奏し、マスコミからの取材を受けることができた。それがさらに話題を呼んで、オープンから一年経過しても連日売り切れ状態が続いている。今後はさらに多くの人に低糖質商品を提供できるよう、製造効率向上を検討したいと考えている。

支援のポイント

相談者の想いをよく聞き、その想いを実現できる最良の判断材料や情報を提示するように努めた。また、相談内容によってはその分野を専門とするCOを加えたチーム相談対応を行い、最適な助言、情報提供ができるよう配慮した。

相談者の声

創業塾に参加したときにはお店を開いて低糖質スイーツやパンをお客様に提供し、ほぼ連日「売れ切れました」の看板を出すようになるとは思っていませんでした。今、クローバーズ・キッチンがあるのはよろず支援拠点や支援機関の皆様のおかげだと思っています。

10

静岡県

売上拡大

新型コロナウイルス感染症対策を想定した ミスト噴射機 新たなニーズ掘り起こしによる 販路拡大

企業概要

1998年創業。治工具、金型、専用機、試作部品等の設計製作が主な業務内容。代表はかつて大手輸送機器メーカーにて商品開発を担当。その経験をもとに、顧客の新商品開発にかかわるテスト装置や治工具等の提案や製作を行っており、設計から組立までの一貫体制が強み。協力企業との連携で金属製品以外の依頼にも対応。

相談のきっかけ

一社依存経営からの脱却に向けた 自社商品の販売に苦戦

大手輸送機器メーカーの1次試作外注先として事業を継続してきたものの、新型コロナウイルス感染症の影響で、受注が大幅に減少。そこで小規模事業者持続化補助金を活用し、自社商品の開発を進めていたが、これまで不特定先への営業活動経験がなく、販路開拓に苦戦していた。その折、浜北商工会の経営指導員から当拠点を紹介され、相談に至った。

現状分析・課題設定

販売ターゲットの設定と 営業戦略の検討が課題

同社は新型コロナ対策を想定し、身体を消毒できるミスト噴射機を開発していた。具体的には、簡単に身体全体を消毒できる「移動式簡易型ミストボックス」と、足元の消毒に特化した「足元用簡易型ミスト噴霧装置」の2種類。どちらも一般家庭向けというより事業所向けと思われたため、BtoBでの販売を提案。「ターゲットとなる事業者の設定」と「ターゲットに合わせた営業戦略策定」を課題とした。

提案・実行支援

具体的な使用シーンから ターゲットとアプローチ手法を想定

全身用タイプは、入口で消毒が必要な医療機関、公共施設、飲食店などの事業所を想定。さらにCOは、同商品は普通の水を噴霧することで、熱中症対策へも活用できると進言。屋外型施設・イベント会場など販路は大幅に拡大した。ウェブサイトやSNSで情報発信する他、DMの直接送付で周知を図った。足元用タイプは、低い椅子での接客を伴う飲食店に実際に使用してもらい、ニーズを収集することを提案。さらには、静岡県の「経営革新計画」の申請を促した。

支援成果と今後の展望

積極的な情報発信により 問合せが増加中

2020年7月に、静岡県より「経営革新計画」の承認を受けた。その効果で新聞に掲載され、問合せが徐々に増加。さらに商品の紹介動画を作成し、同社ウェブサイトや動画共有サイトに掲載して積極的に情報を発信中。また、販売委託先からの要望により展示会出展したところ、消毒液メーカーからセット販売したいとの話もあり、想定していなかった販路も開拓できた。

支援のポイント

相談者は、コロナ対策商品としての販売を当初より想定。しかし、「センサーによる自動ミスト噴霧」という機能に着目し、熱中症対策商品として新たな販路拡大を模索。消毒用商品、熱中症対策商品のそれぞれの機能に応じたターゲット層へのアプローチを進言した。

相談者の声

自社開発商品の販売へ取り組むにあたり、商工会の経営指導員様からよろず支援拠点をご紹介いただいた。「商品の使用シーンからどういった販路が考えられるか」といった視点でアドバイスをいただき、販路の設定ができた。

有限会社アイカット

代表者：代表取締役 吉岡 達也(よしおか たつや)
住 所：〒434-0014 静岡県浜松市浜北区本沢合827
電話番号：053-585-0230



ミストボックスの設置事例



足元用簡易型ミスト噴霧装置

11

愛知県

売上拡大

コロナ禍で オンラインレッスンへ転換！ ITを活用して 全国から受講者を獲得

企業概要

子育て中のママを対象に「ゆるトレ実践教室」を開催。代表は3人の子供を出産後、孤独で過酷な「子育てのリアル」を体験し、体の不調に悩まされた。その時出会ったコンディショニング体操法(ゆるトレ)に救われ、「子供達の成長にはお母さんを元気にすることが大切」と、同教室をスタートした。

ゆるトレ

代表者：代表 井上 さやか(いのうえ さやか)
住 所：〒442-0013 愛知県豊川市
U R L：https://yurutore.jp/



ゆるい動きで心と体を整えるレッスン風景



集客や運営効率などで課題が山積み 新型コロナウイルスで対面教室も不可能に

自宅や外部会場でゆるトレ教室を開始。アフターフォロー動画の配信や、保育士による保育サービスなど、子育てママの悩みに寄り添う様々なサービスを実施してきた。しかし、集客、顧客管理、会場の運営効率面などで複数の課題を抱えていた上、2020年の新型コロナウイルスの影響により対面レッスンが不可能となって売上が激減。当拠点への相談に至った。



コロナ禍に対応できる 新たなビジネスモデルへの転換

COがこれまでの集客・運営方法やプログラム内容を分析したところ、スペースの都合で定員枠が少なく、手厚いサービスもあって、採算が取れていなかったことが判明。また、プログラムの魅力や価値も発信しきれなかった。そして、コロナ禍による環境変化への対応も必須。そこで、①コロナ禍対応のための新たなレッスン形態の構築、②情報発信のための拠点づくり、③プログラムやサービスの選択集中による運営効率化、の3点を課題に設定した。



楽しい雰囲気が出るSNSの投稿



オンラインレッスンへ挑戦 補助金の活用で発信力と管理を強化

コロナ禍に対応すべく、「オンラインレッスンを活用した新しいビジネスモデルへの転換」を提案。オンラインレッスンの実施に向け、IT専門のCOの協力も得ながら、設備・環境の整備をサポートした。また、小規模事業者持続化補助金を活用して、情報発信・顧客管理のためのウェブサイト開設すると同時に、SNSを活用し、認知から興味関心・理解・共感につなげる導線をつくり、効果的なPRを行うことを進言した。



全国から受講生を獲得 さらなる固定客の獲得を目指す

補助金の採択を経て、新たなウェブサイトやPR動画が完成した。SNSを活用して集客し、オンラインレッスンを開始したところ、数週間で全国から受講生を獲得することができた。今後は、ウェブサイトにパッケージソフトを導入して、予約や顧客管理の作業効率を改善するとともに、魅力あるプログラムの開発や情報発信に注力できる体制を整備し、固定客の獲得や受講生のリピーター化を目指していく。

支援のポイント

大手のオンラインレッスンとの差別化をいかに図るかを何度も話し合い、分析検討を行いました。大手サービスと同じ土俵で勝負するのは難しいと判断し、「ゆるトレ」ならではの特性を生かしたうえで、ニーズとマッチする独自プログラムの開発を支援しました。

相談者の声

新型コロナウイルスが拡大するなかで売上がゼロになり不安になりましたが、何度も話を聞いてもらうことで、創業当初の「志」を思い出すことができました。本格的なオンラインレッスンはこれからですが、新しいアイデアも出てきて、ワクワクしています。

12

岐阜県

売上拡大

傷んだりんごの有効活用 新たな用途と 販路を開拓

企業概要

飛騨市古川の袈裟丸地区でりんご園を経営する。前オーナーが高齢のため後継者を探していることを知り事業承継、2018年1月に「けさ丸りんご園」として開業した。新オーナーである野中夫妻は、夫が左官業との兼業、妻も地域の伝統工芸品である「古川提灯」の職人として活動している。

けさ丸りんご園

代表者：代表 野中 誠(のなか まこと)
住 所：〒509-4241 岐阜県飛騨市古川町向町2丁目45-2
電話番号：0573-73-6623



生食用に出荷できない 痛んだりんごを活用したい

同農園で栽培しているりんごは、木から落ちて傷がついたり、成熟する過程で霜が付着して傷んでしまうと、百貨店やスーパーなどに生食用商品として出荷できなくなってしまふ。痛んだりんごの新たな用途や販路開拓について検討したいと、当拠点に相談に訪れた。



落果・霜で傷んだりんご



見映えは悪いが高品質のりんごと その取引実態の乖離を打開

これまで、落果や霜で傷んだりんごは、廃棄するか、ジュース用として農協に15円/kgという低価格で買い取ってもらうほかなかった。りんごの傷口は乾燥するため、他の果物のように傷口から腐敗することなく、傷口を切除すれば加工用に利用できる。また、霜が付着したりんごも表面の見栄えが悪くなるだけで、味にまったく問題はない。このりんごを「加工用りんご」として販売すべく、用途と販路を開拓することが課題となった。



加工用りんごを使用したりんごジャム



テレビ会議を通じて品質を確認 その場で商談が成立

COは愛知県一宮市の洋菓子店に、落果や霜で傷んだりんごの用途を相談した。傷み具合を見たい、というパティシエの希望で、両者が遠距離であることから、COがテレビ会議システムを用いて、実際のりんごの映像を中継することとなった。すると、これまで食材問屋から仕入れていたりんごより品質がよく、安価であることが判明し、その場で300円/kgで取引をする商談がまとまった。

支援のポイント

「見た目は悪いがおいしさは変わらない」という生産者の気持ち、「質の良いりんごを使用したい」というパティシエの気持ち、「美味しいりんごのお菓子を食いたい」という消費者の気持ちを大切にしたい。その結果、三方よしの支援につながった。



同社のりんごの加工品が大好評 農家としての自信につながった

当該洋菓子店では、同社の加工用りんごを、りんごジャムに加工して販売した。すると、購入者から「ジャムは苦手だったけど、このジャムなら食べられる」といった高い評価が多数寄せられた。相談者にとっても、加工用りんごを従来より高値で販売できるようになったのみならず、自らが生産するりんごへの自信が生まれるという成果があった。今後も更なる用途、販路を模索していく。

相談者の声

農協にジュース用として出荷するよりも高く販売できたうえ、素晴らしいジャムに仕上げていただいた。「けさ丸りんご園」の加工用りんごは、他者よりも品質がよいことがわかり、兼業農家とはいえ、りんご栽培の自信にもつながった。

13

三重県

売上拡大

13 三重県 鍛物の重さを 利用したケトルベルで 在宅トレーニング需要を 取り込み売上増加

企業概要

1950年創業の、桑名の伝統鍛物「くわな鍛物」のメーカー。人手で鍛型を作る「手込み造型」で小ロット・短納期に対応するほか、迅速な顧客対応を強みとしている。近年は鍛物の重みを生かしたトレーニング器機の製造・販売も手掛け、パーソナルジム「ハードスタイルジム」も運営。

有限会社伊藤鉦鍛工所

代表者：代表取締役 伊藤 允一（いとう まさかず）
住 所：〒511-0838 三重県桑名市和泉247
電話番号：0594-22-2265



相談のきっかけ

新型コロナウイルス感染症をきっかけに、 トレーニング器具の製造販売を強化したい

主要事業の工業用鍛物製品は採算性が低いため、同社は2016年より、収益性の高いトレーニング用器具のケトルベルの製造販売を始めた。新型コロナウイルスの影響で機械部品等の製造が大打撃を受ける一方で、フィットネスクラブの休業が相次ぎ在宅トレーニング需要が増加。この需要をうまく取り込み、ケトルベルの販売を拡大できないかと思案していた。

現状分析・課題設定

売れ筋製品の生産能力向上と 幅広い重量ラインナップの展開が課題

トレーニング用器具の需要急増を受け、同社の生産能力を超えた受注が入り、納期遅れが発生していた。また、4キロ～48キロの間の4キロ刻みで10種類のラインナップを揃えていたが、36キロと44キロの製品がなく、一部のニーズに応えられていなかった。新たな鍛型を製造するには、試作・改良を含めた工程の追加が必要になる。鍛型の増産による生産能力向上と重量ラインナップの充実、これらを実現するための資金確保を課題に設定した。

提案・実行支援

新型コロナウイルス感染症対応の補助金で資金確保 売れ筋を増産しラインナップも充実

COは、売れ筋製品である16キロ及び24キロの鍛型を追加で作り増産に対応するとともに、4キロ～48キロの範囲をカバーした製品群を提供することで、他社との差別化を図る提案をした。資金的な負担を軽減するため、桑名商工会議所と連携して、小規模事業者持続化補助金コロナ特別対応型への応募を提案し、採択された。また、同社が運営するパーソナルトレーニングジムにて、オンラインコンテンツを配信することを助言した。

支援成果と今後の展望

幅広い顧客ニーズに対応 2ヶ月で前年販売実績を上回る

鍛型を増やしたことで生産能力を従来比2倍に引き上げ受注の増加を吸収。2ヶ月でケトルベルの前年販売実績を上回った。他社製品と比しても幅広い重量ラインナップを展開することで、あらゆる顧客のニーズに対応が可能となったほか、受注が分散し生産能力の圧迫を防止するという副次的な効果もあった。今後はトレーニングに関するコンテンツ配信を行うことで、ハードスタイルケトルベルの需要拡大、受注増を図りたい。



左からCOと伊藤社長と桑名商工会議所の東岡氏



同社が運営するハードスタイルジムの外観

支援のポイント

コロナの影響がトレーニング機器の製造販売には追い風になる一方、主要な工業部品製造事業には向かい風になり相談者は当惑。いつも以上にしっかりと傾聴し状況を分析、課題を洗い出し、支援策を提示することで、冷静で的確な対応を促せた。

相談者の声

コロナの影響で激変する環境のなか、いつも明るく親切な対応が一番心を落ち着かせてくれた。ケトルベル事業が第二の柱になっていたので持ちこたえられている。従来事業と両輪にまで育てるような夢のあるアドバイスも受けており、ますます今後が楽しみです。

14

富山県

売上拡大

14 富山県 和菓子と洋菓子技術の コラボによる 「和風プリン」が 新たな顧客を開拓

企業概要

120年の歴史を有する老舗饅頭屋。看板商品の「甘酒まんじゅう」は、富山を代表する銘菓として多くの人に愛されている。日枝神社祭礼において、無病息災・家内安全を祈願して食べられる「朔日饅頭」として有名で、大勢の人が店先に並び買い求める姿は富山の風物詩となっている。

相談のきっかけ

伝統的和菓子技術を活かした 新商品の「和風プリン」を商品化したい

同店は長年にわたり人気の老舗饅頭屋だが、顧客層の高齢化に伴い売上拡大が期待できない中、新たな顧客層の開拓を目的に、和菓子技術を活用した和風のプリンを開発した。しかし、消費期限が3日間と短いため、自社店舗以外での販売が行えず、販売数量も限られることが課題となっていた。商品化についての相談がしたいと、当拠点に訪れた。

現状分析・課題設定

加工食品製造に関する技術・ノウハウ習得と 商品コンセプトの策定が課題

和風プリンに腐敗しやすい原料を使用するため、消費期限を延ばすには、衛生的な製造方法と適切な加熱殺菌が必要とされる。しかし同社は、これらの技術・ノウハウを有していなかった。またCOは、自社店舗以外への販路拡大を見据え、具体的な商品コンセプトの策定と、それに基づいた商品デザインの検討が必要と判断。商品特性を踏まえた製造方法の確立と賞味期限設定、商品コンセプトの策定が課題であった。

提案・実行支援

研究所との連携による製造方法確立と 商品コンセプトにもとづいた商品開発

COは富山県農林水産総合技術センター食品研究所と連携して、プリン製造技術獲得と、その保存試験の実施を支援。結果、冷蔵で30日間の賞味期限を設定できる製造方法を確立した。次に、試食アンケート調査を実施して、同店の商品としては初めて商品コンセプトの策定を行った。それを踏まえ、デザイナーのCOがギフトや土産物に適した商品形態、容量設定、価格設定、パッケージデザインの作成支援を行った。

支援成果と今後の展望

自社店舗以外にも販路拡大 「和風プリン」の売上が10倍に

美味しさを保ちながら効果的に加熱殺菌できる製造工程を構築することにより、これまで3日間であった保存期間が30日間となり、自社店舗以外に県内のスーパー数社での販売が可能となった。また、商品コンセプトを明確化することにより、商工会議所主催のプレスリリース会で新規顧客層へのアピールが可能となり、プリン売上が10倍以上に増加した。今後、新規顧客の開拓により、同社全体の売上げにも寄与すると思われる。

竹林堂分家

代表者：店主 山崎 はじめ（やまざき はじめ）
住 所：〒930-0069 富山県富山市旅籠町3-15
電話番号：076-421-3785



看板商品の「甘酒まんじゅう」



新商品の和風プリン

支援のポイント

商品コンセプト策定の重要性を理解していただいたうえで、商品化に関する一連の支援を進めた。県の研究機関への分析依頼、地元新聞社やTV局へのプレスリリースを行うための資料作成など、同店にとって初めての取組を、一つひとつ一緒に協議しながら進めた。

相談者の声

商品コンセプトの策定から製造工程の確立、衛生管理、食品表示、商品デザイン、プレスリリース、販路設定までの一連のご支援をいただき商品化にたどり着けました。ギフトやお土産としてお買い上げいただけるようセット商品の販売を進めたいと思っています。

15

福井県

売上拡大

「和紙製のマスクケース」を開発 コロナ禍の 売上減少をカバー

企業概要

1882年創業。機械すきによる越前和紙製造に取り組み、襖紙や株券用紙等を製造。現在は各種和紙の製造に加えて、久兵衛という自社ブランドで、メモパッドやランチョンマット等の和紙製品を県内外に販売。葦を使ったヨシ紙も製造し、環境に配慮した製品作りに取り組んでいる。

山田兄弟製紙株式会社

代表者：代表取締役社長 山田 晃裕(やまだ あきひろ)
住所：〒915-0235 福井県越前市不老町15-4
電話番号：0778-43-0043



相談のきっかけ

コロナ禍で受注が激減 新商品「和紙製マスクケース」を開発したい

同社の主力商品は、和紙製の企業向けノベルティ。しかし、コロナ禍で展示会の開催がゼロになり、同社の受注も激減した。今後業績が回復するという保証もなく、新たな市場で売上確保を図る必要があった。マスク着用が常識となり、関連商品が出てきた折、同社取締役である相談者は越前和紙による携帯用マスクケースの開発を思いつき、当拠点を訪れた。



消費者向けの文具系商品

現状分析・課題設定

多種多様なマスクに対応できる マスクケースの開発が課題

同社はこれまで、和紙の供給をはじめ、自社ブランド品の開発と企業ノベルティ製品の提供が主要事業であった。一般消費者向け商品の製造販売も行っていたが、文具製品以外の商品開発は経験がなく、携帯用マスクケースを作ろうにも、何をどうすべきかが見えない状況。また、マスクは不織布製と布製が混在し、形状も多様、さらに使用前後の状態も異なるため、COは、多くの状況に対応できるマスクケースの開発が必要と判断した。



携帯用マスクケースのラインナップ

提案・実行支援

マスクの形状・使用状態にあわせ 2パターンのケースを設計

COによる調査の結果、布製マスクと使用中の不織布製マスクはほぼ同じ形状である一方、未使用の不織布製マスクだけは形が異なることが判明した。そこでこれら2パターンについて、詳細な形状を検討することを提案した。相談者は、布製マスク向けに二つ折り型、不織布製マスク向けに横長タイプを設計。紙による試作で適切な形状を考案。COが色や柄について改善点を指摘し、改良を進めた。

支援成果と今後の展望

直売所・自社サイトで売れ行き好調 事業者向けの新商品も開発

直売所の専用販売コーナーでは、県内外問わず多くの方が購入。福井県知事にも購入していただいた。自社サイトでの販売も開始し、発売後2ヶ月で約1,000セットの販売を達成した。また、月刊誌のマスクケース特集記事に掲載され、読者プレゼントにも採用されたことで、さらなる知名度向上につながった。その後、飲食店向けにマスクホルダーも新規に開発し、飲食店やホテルから合計1万点以上を受注することができた。

支援のポイント

相談者も販売ターゲットも女性であることを踏まえ、女性が好む色や柄を選びました。形や大きさも持ちやすくハンドバッグ等に収まるサイズにしました。デザイン担当COの協力も得て、「大人かわいい」という女性独特の感覚を表現できるように開発を支援しました。

相談者の声

コロナ禍で売上が伸び悩むなか、商品開発サポートを受け、構想1か月で製品が完成し販売ができました。ターゲットに見合う色や柄の選定も専門家の意見でスムーズに決まりました。飲食店向け製品も試験販売の提案があり、受注も決まり、売れる確信が持てました。

16

滋賀県

売上拡大

滋賀県産の 無農薬大麦ストローを商品化 効果的なプレスリリースで 目標6,000本を完売

企業概要

細密画の展示会、紙芝居、イラスト、漫画などの制作を中心に事業を行う。代表は、動植物の環境団体のサポーターとして、環境に配慮した営農活動にも協力している。農業の「6次産業化」にも興味を持っており、そうした背景から、いきものの観察会、地域活動など環境教育にも取り組んでいる。

相談のきっかけ

「大麦のストロー」を商品化も 販路の開拓方法がわからない

以前から農業の「6次産業化」に興味があった相談者は、地元の年配の方から「昔は麦の茎をストロー代わりにジュースを飲んでいた」という話を聞き、大麦のストローの商品化を思い立つ。試作品完成を経て、2020年度は目標の6,000本を販売をしようとしたが、効果的な販売方法がわからず困っていたところ、知人に当拠点を紹介され相談に至った。

現状分析・課題設定

「脱プラゴミ」を売りとした商品に ターゲット設定とアプローチ方法が検討課題

COは、商品の詳細な仕様や開発経緯などについてヒアリングを行い、相談者の農業や環境に対する強い想いが表れた商品であること、また、プラスチック製のストローは海洋ゴミの7%を占め、環境問題となっていることなどを確認した。そこで、この大麦のストローを、「脱プラゴミ」というコンセプトのもと販売することを提案。販売ターゲットの設定と、ターゲットに対するアプローチ手法の検討を課題とした。

提案・実行支援

県内飲食店への知名度向上のため プレスリリースを作成・配信

COは、県内の喫茶店やコーヒーショップで大麦ストローを使用してもらい、気に入ったお客様に販売するという方法を提案。まずは、知名度確保のため、県内のマスコミに取り上げてもらえるよう、プレスリリース作りに注力した。相談者に対しては基本的な書き方を指導した上で、添削・修正を繰り返して完成させた。そして、大麦の刈り取り・加工・製品化までの一連のストーリーを取材してもらえるように、大麦の刈り取り時期の前に配信した。

支援成果と今後の展望

マスコミ掲載により販売先を確保 当初目標であった6,000本を完売

プレスリリースの配信により、テレビ番組で何度も「大麦の刈り取り・加工・製品」が放送され、全国紙や地方紙など多くのマスコミで大きく取り上げられた。その結果、博物館のショップやレストラン、喫茶店、コーヒーショップの計8店で、大麦ストローを取り扱ってもらうことになり、当初目標であった6,000本が完売した。

工房シーダーノ

代表者：代表 八尋 由佳(やひろ ゆか)
住所：〒524-0031 滋賀県守山市立入町117-7
電話番号：090-6238-8182



NPO法人喜里での大麦を切る製造工程



何度も修正して完成させたプレスリリース

支援のポイント

マスコミに取り上げられなければ目標は達成できないので、ニュース・情報として取り上げやすいように、プレスリリース内「タイトル」と「背景」では環境問題、「商品紹介」では滋賀県産無農薬大麦のうんちく、最後は環境保護団体への寄付や環境教育などで全体をまとめた。

相談者の声

各社にプレスリリースをしていたので、1社の取材を皮切りに、複数の取材の申込みがあった。COに添削して頂いた資料が大いに参考になったものと思われた。マスコミの記事を見て、販売したいという店舗や個人的に購入したいという方もいて、その効果も大きかった。

17

大阪府

売上拡大

マーケティング戦略策定で、 対象顧客の心に刺さる 営業活動・販売促進を実現

企業概要

2019年6月に創業した、健康器具の製造販売業者。「骨格を整え、骨格を支える筋肉を対称に育てる」体操法をサポートする、100%天然木で作った「バランスボード」を製造。インターネット通販をはじめ、病院やリハビリ施設、支援学級のある学校などに販売している。

あるくん商会合同会社

代表者：代表 東 史(あずま ふみ)
住 所：〒572-0011 大阪府寝屋川市明徳1-11-50
電話番号：070-2306-3001



「バランスボード」使用イメージ

相談の きっかけ

トレーニング器具を開発するも 販路開拓の方法が分からない

相談者は、生まれつき肢体の障害を持つ娘の側弯症(背骨の曲がった状態)の悪化をきっかけに、独自の体操法を考案。体操法をサポートするトレーニング器具「バランスボード」を開発、起業した。この器具の特許に関して(一社)大阪発明協会に相談をした際、製品開発後の販路開拓の重要性を説かれ、当拠点を紹介されて相談に至った。

現状分析・ 課題設定

製品を購入してもらうには お客様から選ばれる仕組みが必要

COは同社の販売手法を分析。すると、顧客ターゲットの設定が幅広いにも関わらず、顧客特性を一律に捉え、適切な販売ができていなかった。また、製品の仕様・効果・効用などがわかりやすく言語化されておらず、本製品が顧客にどんな利益をもたらすのか、うまく伝えられていなかった。思いつきで飛び込み営業もしており、「誰の・何のために・何をどうする」といったマーケティング戦略の策定への取組が課題であると判断した。



顧客ターゲット別に作成した販促チラシ

提案・ 実行支援

対象顧客を明確化し、悩みに共感 言語化した価値を販売促進に活かす

まず、対象顧客を「要介護者」「支援学級の児童」「運動不足の高齢者」の3つに絞り込み、それぞれの悩みや理想の姿を明確化することを提案。そして、その悩みに共感するかたちで、彼らにとっての「バランスボード」の価値を言語化していった。これらをもとに、対象顧客別に販促ツールを作成し、対面での商談を実施。自社ホームページのブラッシュアップやチラシの折込み、Facebook広告など、広報活動も活発化させた。

支援成果と 今後の展望

地道な販売促進が実り注文が増加 自ら販売戦略を立案できるように

当初は販売実績がなかった「バランスボード」だが、要介護者向けリハビリ施設やホームページからの注文が毎月数件ずつ増えてきた。また、個別の販売促進が期待どおりの結果を得られない場合でも、相談者自身の手でマーケティング戦略を策定・改善していけるようになった。現在新型コロナの影響で対面営業を実施できないが、COの伴走支援により、販促ツールの充実などに取り組んでいる。

支援のポイント

できるだけ相談者自身が考え、実際に手を動かしてもらうことを心掛けました。毎回の相談時には、相談者が持参した成果物を丁寧に確認し、ブラッシュアップしていきました。拠点内の別のCOとも連携し、各COの強みを最大限発揮した支援を行いました。

相談者の声

顧客への伝え方や満足度向上のための施策など、多くのことを学びました。「バランスボード」は、足首と足裏の筋肉の刺激により、踏ん張る力がつく製品です。今後も、しっかりと製品のよさを伝え、販売に結びつけていきたいと思っています。

18

兵庫県

売上拡大

子育てママへの想いが商品化 させた「抱っこひもリュック」 コロナ禍でも 売上高前年比68%アップ

企業概要

“ママと子どもの「欲しい」を仕立てる”という経営理念のもと、オリジナル子育てグッズの製造販売を行う。自社ECサイト等で累計2,000個を販売した「抱っこひもリュック」は、最大5週間待ちのヒット作品。元看護師の知見で、コロナ禍での子育てママの不安に寄り添う製品開発と情報発信に注力。

pomochi

代表者：代表 高橋 梨恵(たかはし りえ)
住 所：〒650-0012 兵庫県神戸市中央区北長狭通5-1-13-305
電話番号：050-6869-2449



抱っこひもリュックの利用シーン

相談の きっかけ

ハンドメイドの「抱っこひもリュック」で 起業したい

「抱っこひもリュック」は、市販の抱っこひもに取りつけるハンドメイドのリュック。体の前面につけるため物の出し入れがしやすく、両手が自由になることが特徴。相談者がブログで紹介したところ、「私にも作ってほしい」と子育て中のママからの声相次いだ。本製品を製造・販売するために、看護師を辞め起業すべきか悩み、当拠点へ相談に訪れた。

現状分析・ 課題設定

「趣味」のハンドメイドから 「事業」への脱皮

COは、「抱っこひもリュック」好評の要因は、相談者自身の子育て経験を生かしてつくった製品が、子育てママ達の共感と呼んだことにあると推測。そして起業する以上は、趣味の延長線上で単発商品を販売するのみならず、継続的な事業にすべきだと考えた。そこで、①次なる商品の開発にブレないための経営理念の明確化、②事業拡大のための利益創出も見越した製品の再設計、③販路開拓、の3つを課題として設定した。



インフルエンサーによる商品紹介

提案・ 実行支援

経営理念を軸に 商品開発・販路開拓を進める

経営理念を“ママと子どもの「欲しい」を仕立てる”と言語化。この理念のもと、ポシェットや通院ホルダーなど、新商品を続々開発していった。その際、安心して使える生地を選定、小ロットでも高技術縫製が可能な内職・工場との連携体制を整備した上で、利用者便益、機能面、流通コスト面から最適な価格を設定。販路開拓については、百貨店催事やインフルエンサーとの連携など、様々な販路に挑戦し、トライ&エラーを繰り返した。

支援成果と 今後の展望

子育てママの共感を集め 売上が前年同期比68%アップ

インフルエンサーとの連携が同社の知名度を押しあげ、百貨店催事でも集客に成功。追加納入が必要になるほどの評判を得た。また、コロナ禍を踏まえて抗菌・抗ウイルス生地を使用した商品開発に取り組み、その話題性から地元テレビ出演の機会を得て、知名度がさらに上昇。さらには神戸市の子育て支援プレゼントにも採用され、売上が前年同期比で68%も増加した。今後も拠点の支援を受けながら、事業を拡大していく。

相談者の声

前職とは全く違う職種で創業したため、不安であった。それぞれ異なる得意分野を有するCO達に相談でき、事業と自身の成長に大きく繋がった。心強いCO達のいる当拠点で、今後もアドバイスをいただきながら成長していきたい。

19

和歌山県

売上拡大

業界初！ 女性電気工事士による 女性世帯限定の 電気工事サービスが好調

企業概要

1947年創業。電球交換からアンテナ・コンセント工事等、様々な電気工事及び電気機器の販売を行っている。市内中心部に位置する電気工事店として、地域密着型の営業を展開している。

有限会社松房電機

代表者：代表取締役 松房 次郎(まつふさ じろう)
住 所：〒640-8481 和歌山県和歌山市直川187-3
電話番号：073-461-2121



相談のきっかけ

女性世帯が修理・工事を 気軽に頼めるようにしたい

同社の女性従業員である相談者は電気工事士の資格を持ち、個人宅の家電・電気工事も担当している。その際、女性客から「女性が来てくれて安心」と言われることが多く、家電や修理のことで困っている女性が、気軽に修理・工事を依頼できるサービスを提供したいと考えた。そこで、サービス立ち上げについて相談したいと、当拠点に訪れた。



「かけつけサービス」を行う松房電機レディース部

現状分析・課題設定

女性工事士による修理・工事サービスの スタートを決意

相談者は「女性工事士による家電・電気工事サービス」の需要は多いと考え、サービス化を決定。COは、サービスを実現するために必要となる準備や検討事項について、共に整理していった。具体的には、①施工を行う女性電気工事士の採用・教育、②費用対効果を踏まえたサービスの内容・価格の検討、③女性にも扱いやすい工具の購入、④サービスの広報活動、⑤これらを実現するための資金確保、以上を課題として設定した。



工事現場風景

提案・実行支援

コーディネーターと二人三脚で 「かけつけサービス」の発足へ

相談者は、本サービスを「かけつけサービス」と命名し、COと共に検討を重ね、具体的な内容・価格を決定。相談者の持つ主婦のネットワークから、本サービスに関わりたく希望する女性職員を2名採用した。工具の購入は、小規模事業者持続化補助金を活用することを提案。テレビ局・新聞へのプレスリリース実施による、本サービスの認知度アップも図った。こうして、2019年10月に「かけつけサービス」を正式にスタートした。

支援成果と今後の展望

メディアの報道が起爆剤となり サービスが大好評

プレスリリースが功を奏し、テレビ局の情報番組や全国紙、地方紙など、多くのメディアに取り上げられた。その結果、2020年4月末までに200件以上の依頼があり、修理等の売上約125万円、派生しての物販も約420万円を計上した。コロナ禍においても巣籠もり需要をとらえ、依頼は増加中である。今後は、女性スタッフの増員、サービス地域の拡大を図り、女性の活躍の場を広げたい。

支援のポイント

当初、相談者は新規事業の立ち上げを悩んでいたが、「時流をとらえた面白い取組」と背中を押した。相談者の実行力の高さ、主婦層を中心とした幅広いネットワークを踏まえ、事業の有望さを伝え、相談者の積極性を引き出した。

相談者の声

新規事業の立ち上げに自信がなかった。新聞社、テレビ局へのプレスリリース原稿持ち込みも挫けそうだった。しかし、COからの励ましで頑張ることができた。日々訪問のたびに女性客からの感謝の言葉は、COとの二人三脚の成果にほかならない。

20

鳥取県

売上拡大

「洗える3D布マスク」の 製造・販売を実現 2カ月で15,000セットの 販売達成

企業概要

1975年に創業し、1990年に法人化。工業用マシン70台を保有し、高い立体縫製技術を強みとしている。主力製品は、痛みの緩和や予防に向けた膝・腰用サポーター等の健康用品、婦人用カットソー、男性用下着。下請け製造が主だが自社ブランドも保有している。

有限会社ふかた

代表者：代表取締役社長 瀬口 茂郎(なだぐち しげお)
住 所：〒680-0454 鳥取県八頭郡八頭町石田百井62-14
電話番号：0858-73-0234



相談のきっかけ

洗える3D布マスクを販売したいが 商品表示や販売方法が分からない

新型コロナウイルスの影響により、使い捨て不織布マスクの品薄が発生。そこで同社は、困っている人々にマスクを供給したいという想いで、培った高い縫製技術を生かした「洗える3D布マスク」の製造を決断した。販売にあたり、商品表示や販売方法等で悩んでいたところ、商工会産業支援センターの紹介により当拠点に相談に訪れた。



相談者の深田貴之会長

現状分析・課題設定

取扱説明書の作成と BtoCの販路開拓が課題

「洗える3D布マスク」は、使い捨てフィルターを消費者自身が装着することで、最大限の感染症対策を実現した商品である。販売時は、医療用には使用できないことやフィルターの装着方法について、十分に周知する必要があった。また、市町村等から一定数の受注の目はたっていたものの、同社は一般消費者向けの販路は持っていなかった。そこで、わかりやすい取扱説明書の作成と、BtoCの販売方法の確立の2点を課題と設定した。



当拠点が作成支援した取扱説明書

提案・実行支援

医療技術担当者も招き説明書作成 ウェブサイトを改装し、ウェブ受注も整備

まずはデザイン担当COとともに、WEB相談を用いて取扱説明書のイメージを検討。鳥取県産業振興機構の医療技術関係の担当者も招いて、日本衛生材料工業連合会の自主基準を参考に作成した。また、BtoCの販路開拓は、ウェブサイトを活用することを提案。IT担当COは、既存ウェブサイトの改良や受注管理システムの作成を、低コストで実施できるよう支援した。さらに商工会と連携し、コロナ関連補助金を申請、県認定第1号として活用した。

支援のポイント

マスク不足に対応するため、できるだけ早く商品を提供する必要があり、複数のCOが短期間に相談回数を積み重ねて対応しました。商工会とも密に連携し、経営支援専門員がこまめに同社事業所を訪問することで、進捗確認や情報提供を実施しました。

支援成果と今後の展望

コロナ禍でもマスク販売で安定経営 ファッションアイテムとしても確立へ

「洗える3D布マスク」は、4月～6月にかけて合計約15,000セット(小売価格770円/セット)を販売。特に夏用マスクや、地元服飾小売店とコラボした商品は人気が高く、品薄状態が続いている。今後、新しい生活様式の定着につれ、マスクは感染症の拡大予防目的のみならず、ファッションアイテムとしての要素も持つことが予想される。そのため、長期的に、安定生産できる体制の確立を目指している。

相談者の声

商工会とよろず支援拠点との連携で、布マスクを地域の顧客に提供でき、マスク不足解消の一助を担うことができました。結果的に、コロナ禍の影響で減少した受注を補い、事業の安定継続にもつながりました。また、マスク製造販売をきっかけに、高い技術力をアピールできました。

21

広島県

売上拡大

バスクチーズ専門店化で支店売上25%アップ コロナ禍に負けず、 新店オープンも成功

企業概要

2006年創業。レモンケーキなど広島県の伝統菓子から創作菓子を2店舗で販売。幅広く商品を取り揃え、地元客を中心に高い支持を得ている。代表は製菓学校卒業後、大手菓子メーカーや洋菓子店を経験。素材の持つ美味しさを膨らませ、また食べたくなるお菓子作りがモットー。

株式会社カトル・フィユ

代表者：代表取締役 森脇 修(もりわき おさむ)
住所：〒734-0007 広島県広島市南区皆実町2-5-1-B1F
電話番号：082-256-0714



相談のきっかけ

駅ナカ店の業績不振を改善し ブランド戦略を押し進めたい

創業以来、高い技術力で生み出される魅力あるお菓子により、人気洋菓子店として高く支持されてきた同社だが、近年は売上が伸び悩み、赤字傾向であった。駅ナカ店の業績不振を改善し、将来を見据えたブランド戦略を強化することで、広島から全国に躍進したいと考え、地元金融機関の紹介で当拠点を来訪した。



こだわりのバスクチーズケーキ

現状分析・課題設定

販売データや現場調査で課題を徹底分析 業態変更でブランド力と生産性の向上へ

COが、販売データや現場調査で駅ナカ店の業績不振の理由を分析したところ、品揃えが多く、管理・接客に手間がかかり、さらに一押しの商品が見えないことが原因だと判明した。また、相談者には、当時流行の兆しがあったバスクチーズを扱う店をつくりたいという挑戦意欲があり、駅ナカ店をバスクチーズ専門店へ業態変更することを検討。駅ナカの立地特性を生かしたブランド力強化と、専門店化による労働生産性の向上に取り組むことにした。



バスクチーズ専門の新店舗オープン

提案・実行支援

専門店化により固定費を抑えた ミニマム経営の新店舗を実現

COは、商品の絞り込みや、店頭看板、パッケージ等のブランドイメージ統一を提案し、ブランド力強化と労働生産性の向上を支援した。さらに、駅の再開発により同店の閉店が決まって以降は、バスクチーズ専門店としての業態を引継いだ新店の開業も支援。COは、集客やブランドイメージを左右する立地にはこだわりながらも、販売主体のミニマム店舗とすることで、人件費、家賃等の固定費を徹底的に抑えるよう助言を行った。

支援成果と今後の展望

業態変更で支店売上が25%アップ 新店オープンも成功、黒字化を達成

駅ナカ店はバスクチーズ専門店への業態変更により、月平均売上が改装前と比較して25%増加した。その後オープンした新店はミニマム経営戦略により、コロナ禍でも目標売上を上回り、営業利益も確保。この専門店ブランド戦略とミニマム経営戦略は、本店を含む同社全体の経営にも好影響で、年間総売上が相談前後で10%以上拡大し、黒字化を実現できた。今後もブランド向上と売上・利益の継続成長を目指して支援を継続する。

支援のポイント

専門店ブランド戦略、ミニマム経営戦略を実現するため、経営数字や商品のデータ分析と現場調査による的確かつ実効性の高い提案を重ねました。相談者には、定期的に来訪いただき、課題解決から次のステップへの流れが途切れないように配慮しました。

相談者の声

やるべきことはわかっているけど、多忙で何から手をつけてよいかわからず、気持ちだけ焦っていました。COに悩みや将来展望を聞いていただき、客観的な課題整理や今後取り組む優先順位を具体的に継続的に助言いただいたことが、大きな後押しとなりました。

22

徳島県

売上拡大

コーヒー由来の 商品開発と 百貨店への出店で 売上150%アップを達成

企業概要

2014年設立。自家焙煎コーヒー専門店を運営し、業務用コーヒーや飲食店向けコーヒー豆の卸し販売も行う。代表は著名バリスタの下での修業経験があり、日本スペシャルティコーヒー協会が毎年開催しているジャパンバリスタチャンピオンシップにも多数出場している。

株式会社ロゼッタコーヒージャパン

代表者：代表取締役 竹村 浩史(たけむら ひろし)
住所：〒773-0004 徳島県小松島市堀川町2-4
電話番号：088-538-6465



相談のきっかけ

新商品開発と売上アップ、 そして将来は店舗数増加を目指したい

相談者は東京でバリスタの修行をしたのち、地元小松島市に自家焙煎コーヒー専門店をオープン。小松島商工会議所の支援を受けながら経営を続けていたが、さらなる新商品開発や売上拡大を図り、将来的には悲願である多店舗展開を目指したいと考えていた。そこで小松島商工会議所より当拠点を紹介され、施策活用や商品開発、販路についての相談に至った。



開発したプレミアムエスプレッソプリン

現状分析・課題設定

コーヒースイーツの開発・販売による コーヒー販売の促進が課題

相談者の焙煎するコーヒーは高品質ではあるが、自社焙煎コーヒーのみでは競争相手が多いことが問題点として浮上。COは、周辺商品の開発・販売を通じてコーヒー自体の販売促進にもつなげることを提案し、コーヒーを原料とするスイーツの商品企画を課題として設定した。加えて主要販路となる百貨店への出店を想定し、具体的な出店方法や販売方法などについて、詳細を検討することとした。



賑わう百貨店催事売り場

提案・実行支援

コーヒープリンの開発と 百貨店への出店を支援

COは、コーヒー周辺商品の販売を焙煎コーヒーの売上増にもつなげることを目的に、コーヒープリンの開発を提案。拠点のデザイナーCOや資材業者を紹介することで実際の商品開発を支援した。また、主な顧客ターゲットとなる百貨店への来訪客に訴求できるよう、百貨店の商流や顧客層、競合等を分析・整理した。さらに地元百貨店等への出店交渉や商流確認のほか、他社からの引き合いに対しても積極的に対応するよう指導した。

支援のポイント

自身の流通業経験から、相談者が望むゴールである商品ラインアップ充実と多店舗化までには、段階を踏む必要があると判断した。初期投資の少ない商品開発、百貨店催事出店、地元百貨店への出店を当面の目標に設定することにより相談者が展開を容易に想像できるよう配慮した。

支援成果と今後の展望

新規客層の獲得で売上150%アップ さらなる販売数増加と販売管理に取り組む

従来、相談者の営業範囲は同社運営のカフェ1店舗に限られていたが、複数の百貨店への催事出店や新規出店により新たな顧客層を獲得、主力商品のコーヒーも含め売上がアップした。出店の性格上、不定期な売上計上となるが、おおむね前年比150%アップで推移している。今後の取組として、計数管理や販売管理を行うほか、販売量の増加に応じてさらなる衛生管理を徹底していく。

相談者の声

よろず支援拠点の皆様には経営内容分析や施策活用、デザイン、販路開拓、商品企画等のさまざまな面からご支援いただいた。特にCOの指導のもと、百貨店への催事出店や店舗出店に至ったことは大きな自信となり、今後首都圏等の県外出店に取り組んでいこうと思っています。

23

香川県

売上拡大

作り置きできる「塩クリームパン」の開発で販路拡大

企業概要

2016年に洋菓子専門店として創業。中山間地域に店舗を構え、路面店ではないことから、少数アイテムに絞って商品を展開している。代表の得意なアイテムである「クッキーシュー」を目玉商品として位置づけ、地域内のイベントに積極的に出店。売上増加とともに、知名度も高めつつある。

ケーキ工房れいくんち

代表者：代表 西野 智美(にしの ともみ)
住所：〒769-0402 香川県三豊市財田町財田中2604-2
電話番号：0875-67-2292



相談のきっかけ

目玉商品の売上拡大に限界が発生 作り置きできる新商品開発を模索

同洋菓子店の目玉である「クッキーシュー」は、受注後に「クリーム充填」という工程を要するため、作り置き販売が難しい商品である。そのため、イベント等への出店販売において製造・販売できる数量に限りがあり、更なる売上拡大が見込めなかった。この課題を克服すべく、新商品を開発したいと、当拠点に相談に訪れた。



目玉商品の「クッキーシュー」

現状分析・課題設定

新たな目玉商品の開発へ 新商品に求める要素を徹底分析

COは相談者との打合せを重ね、同店が今後進むべき方向性を検討した。そのうえで、顧客からのリクエストや現況をふまえ、新商品に求められる要素を抽出。その結果、日常需要に対応できること、製造後の追加工程が要らず単体で展開が可能なお店、卸販売もでき利益率が高いこと、地域産品を活用し地域にも貢献できること、などを条件として設定。同店の新たな柱となる商品の開発検討を進めることとした。



新しく開発した「塩クリームパン」

提案・実行支援

地域の「塩」製造カフェと連携 開発したパンをカフェ店舗でも販売へ

洋菓子より日常需要が高く、その他の条件も満たすアイテムとして、「パン」の開発に着手。同店の名物であるカスタードクリームを使用し、試作・改良を重ねていった。またCOは、他社製品との差別化のため、塩製造も行っている近隣のカフェ事業者との連携を提案し、「塩クリームパン」の完成へと結びつけた。同カフェとの連携により、原材料を安定して調達できるようになったほか、カフェ店舗への卸販売という販路拡大にもつながった。

支援成果と今後の展望

客単価が向上し、来店客も増加 コロナ禍でも売上増を達成

完成した「塩クリームパン」は、作り置きができるため卸先も広がり、売上拡大に繋がった。新商品との合わせ買いとして、既存の「クッキーシュー」も人気となり、客単価が向上。地域産品の使用によりTVなど地元メディアにも取り上げられ、問合せも増加した。また、店舗への来客も大幅に増え、従来のイベント出店中心の営業から脱却し、出店コストの削減に成功。コロナ禍におけるイベント自粛の状況下においても売上増を維持している。

支援のポイント

徹底したヒアリングと課題分析を行うことで、最小限のリスクで最大限の利益を得る方法を検討する「事業最適」を意識しました。新商品開発では認知度向上のため、自社だけの情報発信にとらわれず、他社との連携による多面的な発信の提案をしました。

相談者の声

お店の課題や体制を十分把握したうえで提案・助言をいただき、効果的に新商品の開発・製造・販売を行うことができました。継続的な支援により、事業の段階に沿った指導をいただけ、非常にありがたいです。

24

愛媛県

売上拡大

未経験の新事業、補助金活用と専門家派遣で本格的展開を実現

企業概要

日本屈指の紙産業集積地である四国中央市の紙加工会社。1988年、製紙会社6社が共同出資し、新事業の開発と、OB人材の活躍の場を確保することを目的に設立された。お茶パック・シートペーパーの製造・販売が主要事業である。

相談のきっかけ

ユーグレナを活用した新事業構想 未経験分野への挑戦で課題が山積

同社は、木材由来のセルロースナノファイバーに代わる新素材として、以前よりユーグレナ(ミドリムシ)由来の新素材に着目していた。その活用による将来有望な新事業を検討していたが、当該分野は未経験ゆえ、立ち上げに際して何を準備し、検討すべきかについて、課題が山積みになっていた。そんな折、(公財)えひめ東予産業創造センターから当拠点を紹介され、相談に至った。

現状分析・課題設定

新たな設備投資や研究・開発の必要性 多額の資金調達が課題に

微細藻類であるユーグレナを乾燥・粉末化した素材は、直径が小さく、繊維が一定の長さで揃っているパラミノンナノファイバーとしての活用が期待できる。セルロースナノファイバーよりも高機能な代替品として、事業化できれば将来的には既存事業を上回る売上創出に繋がる可能性を秘めていた。しかし、事業化には多額の費用を要する新プラントの設置や開発・研究が必要であり、そのための資金調達が大きな課題であった。

提案・実行支援

公的資金の活用で資金負担を軽減 安定・継続的な資金調達案を具体化

COは、同社の資金負担の軽減と、当事業の地域への波及効果等を勘案して、研究・開発資金の一部を公的資金で賄うことを対応方針とした。具体的には、「愛媛県新成長ものづくり補助金」等の活用を提案し、事業計画書の作成支援を行った。さらに、安定・継続的な資金繰りができる基盤整備を目指し、ミラサボ専門家派遣制度を活用して公認会計士とも連携。IPOも念頭に置いたファンドや社債発行などの手法を例示することで、資金調達案を具体化した。

支援成果と今後の展望

必要設備導入でユーグレナの高速培養確立 ステージは研究・開発から事業化へ

同社は、補助金の採択により得た開発資金で、大型タンクの培養設備を導入し、従来より10倍以上の速さでユーグレナを培養できることを実証。また、(公財)えひめ産業振興財団等と連携した研究事業が、国の戦略的基盤技術高度化支援事業にも認定され、産学官連携による事業推進体制が整った。現在は、同社の取組に関心をもつ事業者へのサンプル提供を通じて、用途開発を進めており、本格的な事業化に向けて順調に推移している。

スバル株式会社

代表者：代表取締役社長 宇高 尊己(うだか たかき)
住所：〒799-0112 愛媛県四国中央市金生町山田井318番地
電話番号：0896-56-6260



公認会計士(右)によるアドバイス



90L全自動培養装置

支援のポイント

相談者にとって、まったく未知の新事業であり、既存事業の売上を大きく上回る可能性を秘めたチャレンジであった。当拠点内の複数CO及びミラサボ専門家派遣制度による複合支援により、特に多額の資金調達が解決できることを主眼に丁寧な支援を心がけた。

相談者の声

同社での未経験事業を手探りで進めたスタートアップで、丁寧な対応の的確なアドバイスをいただき、円滑・安心な事業展開が進められた。特に資金調達は、補助金と専門家派遣を活用し継続中。今後も頼れる経営相談所として活用したい。

25

高知県

売上拡大

新型コロナ感染症対策のフェイスシールドを無償提供 需要増加により 事業化へと転換

企業概要

1992年にラジコングライダーキットの製作会社として創業。模型の製造技術を活かし、展示会における実験装置や商品サンプル、ジオラマなどの製作を手掛けている。お客様の要望に応じて、どんな難しい案件でも引き受けようとする姿勢と、精密な模型製作をなんでもやり遂げる実行力で評判が高い。

有限会社サーマル工房

代表者：代表取締役 谷村 正樹(たにむら まさき)
住 所：〒780-8023 高知県高知市六泉町167
電話番号：088-833-8039



相談のきっかけ

自社技術でフェイスシールドを試作 医療機関への無償提供を目指して

新型コロナウイルスの影響で本来の仕事が減少し、時間的余裕もできたため、同社の持つPET素材の加工装置や技術を用いて、フェイスシールドの試作品を開発した。材料費も安価に収まることもあり、給付金等を活用すれば、困っている医療機関等に無償で提供できると考え、当拠点に相談に訪れた。



無償支援から整備化したフェイスシールド

現状分析・課題設定

無償提供に必要な課題を整理 ニーズの把握や原資の確保へと動く

COは、この無償提供事業を進めるにあたっての課題点について、相談者と共に確認、整理を行った。まず、提供先のニーズの確認や、原資の確保、配布の管理方法などを検討事項として抽出。取組をマスコミを通じて広報することで、問合せにつながる仕掛けをつくることも助言。さらに、この無償提供事業を終えた後、どのように対応するかをあらかじめ検討しておく必要があるとアドバイスした。



公的調達で取り組んだパーティション

提案・実行支援

当拠点が窓口となり配布を実現 需要増加により有償化を図る

まず、COがモニターを募集するために県立図書館と連携、十数名を確保した。その評価を製品改良やコスト削減に生かしていった。次に面識のある異業種交流グループに同事業への理解と寄付を呼びかけ、製造資金を調達。また、当拠点が窓口となり、医療機関への配布作業を担うとともに、地元紙にプレスリリースを行い、多数の問合せを獲得した。その後、有料でも欲しいとの声を受け、有償配布を決定。ホームセンターと連携した小口販売を提案した。

支援成果と今後の展望

新たにパーティションの試作も供給 事業化で800万円超を販売

無償提供の終了後も順調な売れ行きで、販売数はホームセンター経由だけで1,600個を超えている。また、この製品化の動きを見て、高知県産業振興センターからの公的調達として新たにパーティション製作の要望を受けた。試作品の供給を行ったところ、県庁や銀行、県関係財団にも広がり、50件を超える受注を受け、800万円を超える販売実績となっている。

支援のポイント

相談者は、医療従事者に資材が行き渡らず困っている窮状を聞き、少しでも役にたきたいとの思いから本事業を始められました。当拠点も、その心意気を応援しようとして支援をしたところ、多くの方から取組への支持があり、それが事業化への後押しとなりました。

相談者の声

創業して30年、地域に何か貢献できないかと思ってたとき、フェイスシールド不足のニュースを見ました。これなら社内できると、COの助言を得ながら製品づくりを進め、無料で配布することができました。引き続き、事業化も見据えて取り組んでいきます。

26

福岡県

売上拡大

「地元」をアピールした 商品開発で マスコミ取材が殺到 地元名物として売上拡大

企業概要

2008年に創業。福岡県福津市の自宅で料理教室を営み、作る人に寄り添ったヘルシーなレシピが評判となる。近年の発酵食ブームを受け甘酒や塩麹の講座をスタートしたところ、マスコミからも注目され、発酵料理研究家として活躍する中、グラノーラ商品の販売も開始し、好調に推移している。

Lien～リアン～

代表者：代表 山本 知美(やまもと ともみ)
住 所：〒811-4143 福岡県宗像市三郎丸4-10-27
電話番号：0940-51-4550



相談のきっかけ

「体にいい発酵食の魅力」を もっとたくさんの人に届けたい

相談者は、当初は料理研究家としてのマスコミ等への露出を増やすべく、そのためのプレスリリースについてのアドバイスを求め、当拠点を来訪した。「もっとたくさんの人に発酵食の魅力を伝えたい」との思いが募る一方で、プライベートとの兼ね合いもあり、なかなか事業拡大の為の時間が取れずにいた。そこで、商品開発や販売、企画についても、当拠点に相談するようになった。



COとの綿密な打ち合わせ

現状分析・課題設定

サービスの提供から商品の提供へ 新たなジャンルでの事業拡大を目指す

料理教室と料理研究家業だけでは、時間的制約で事業拡大に限りがある。さらなる事業拡大を図るため、物販事業に取り組むことを企図。商品は料理教室で人気の発酵食品「甘酒グラノーラ(甘酒とシリアルを使った軽食)」を使い、健康の基盤となる日常食として気軽に食することのできる方向性とした。また、地元の名物が少ないことに着目し、地元をアピールすることで、全国へ拡大する可能性のある商品とすることを課題とした。



「むなかた福津グラノーラ」

提案・実行支援

「売れる」商品開発と 広告宣伝費ゼロ、「広報」で大きな成果を

COは、「美味しい「だけ」では売れない。話題性とブランディングがポイント」である事を相談者と共有し、具体的に以下の助言をした。①響くネーミングの設定、②目を引くラベルデザイン、③SNSやマスコミ取材を踏まえたビジュアルの作成、④パンフレットデザインと写真の撮影、⑤宣伝と販路開拓を踏まえたストーリー作りとキャッチコピー、⑥ターゲット設定と価格戦略の策定、である。

支援のポイント

美味しい「だけ」では売れない。話題性とブランディングがポイント。また、販売後の広報を見越した「仕掛け」を、できる限り商品に盛り込む。相談者の思いに耳を傾け、マスコミに受けるストーリーを引き出し、商品に「広報目線」を盛り込んだことがポイント。

支援成果と今後の展望

マスコミ取材・SNS拡散・市町村の応援 様々なチャネル活用による販路獲得

2019年12月に、料理教室で人気の「甘酒グラノーラ」を改良し、「むなかた福津グラノーラ」と地元をアピールしたネーミングで販売開始。①パッケージに地名を入れ、市の協力を獲得、②目を引くパッケージによるSNSでの話題創出、③TV、ラジオ、地元紙への出演、④地域の名物としての新たな販路の獲得、などの成果を得た。さらにマルシェ出店、ふるさと納税の返礼品、通販、道の駅、空港ラウンジなど様々なチャネルを通じて販路を開拓。コロナの影響で料理教室事業の売上が殆ど無くなってしまったが、今回スタートした物販で従来の料理教室を上回る売上をあげることができた。

相談者の声

よろず支援拠点に相談し、地元を巻き込んだブランディングによって、市の協力も得られ、販路開拓ができた。マスコミにも取りあげられ、「もっとたくさんの人に、発酵食の魅力を伝えたい」という思いを1歩進められた。

27

佐賀県

売上拡大

時代に対応し、オンラインストアを徹底強化「Web有田陶器市」で売上増加

企業概要

1891年創業の商社。「おいしい・楽しい、家庭の中心食空間。」をテーマに、毎日の食卓を彩る器の企画から販売までを手掛ける。有田焼400年の伝統技術を生かして、世界に通用するデザインや機能性に優れたテーブルウェアの企画開発を行っている。

相談のきっかけ

開設から年数が経過し、停滞するオンラインストアのテコ入れがしたい

同社は実店舗2店を運営し、毎年「有田陶器市」に出店するほか、以前よりオンラインストアでの販売も展開している。オンラインストアは開設より年数が経過し、商品の表示方法やデザイン面でも古くなった印象が否めない。売上も、契約しているショッピング機能の利用料を賄う程度で推移。システム全体を含めてのテコ入れの必要を感じていた。

現状分析・課題設定

消費者の負担を軽減させるオンラインストアの再構築が課題

COは、拡大の一途をたどるオンラインストア市場において、消費者が処理する情報量を軽減させる必要があると分析。さらに同社が保有するITスキル等も踏まえ、スマートフォン利用に対応したシンプルなサイトデザインにリニューアルし、商品写真の質を向上させ、画像点数を増やすことを課題として設定した。また、商品カテゴリーの整理や、同社にとって適切なオンラインストア運用サービスの比較、再検討も行った。

提案・実行支援

スマホでの購入のしやすさを追求ランニングコスト削減で利益向上へ

COはオンラインならではの商品が確認できない不安やわかりづらさを払拭するために、色柄や形状の比較がしやすい写真の掲載方法を指導。また、カテゴリー分けをすることで商品を探しやすくする工夫を行った。また、2020年の「有田陶器市」はオンライン開催となることをふまえ、消費者が店舗同士を比較検討することを想定し、それに対応したキャンペーン展開も検討。さらに運用システムを変更し、ランニングコストの大幅な削減による利益の向上を図った。

支援成果と今後の展望

例年の陶器市を上回る売上を達成オンラインストア強化で続伸を狙う

2020年の「Web有田陶器市」販売実績は、前年比113%アップとなり、例年の実店舗2店の売上合計を大きく上回るという成果を達成できた。また、Web有田陶器市の終了後も、オンラインストア再構築前の各月と比較すると60%~90%の売上増加となり、着実に成長している。コロナ禍の中、消費者の購買行動がオンラインにシフトしていくことに合わせて、今後もオンラインストアの強化を行っていく。

株式会社まるぶん

代表者：代表取締役社長 篠原 文也(しのはら ぶんや)
住所：〒844-0024 佐賀県西松浦郡有田町赤坂丙2351-169 アリタセラ内
電話番号：0955-43-2351



スマートフォン向けオンラインストア写真



使用シーンの提案とファン獲得のコンテンツ

支援のポイント

相談者は経営者の息子兄弟であり、兄が写真撮影、弟がウェブを担当。兄の撮影技術、弟のデザイン力・コンテンツ表現力が高いため、その能力を最大限に活かし、継続的に成長できる助言を心がけました。また、「Web有田陶器市」を利用する対策を練りました。

相談者の声

以前と比較すると、取扱商品のターゲットとなる年齢層に共感してもらえるオンラインストアとなりました。購買者に合った提案が売上向上に繋がったと思います。今後、さらに工夫し、顧客と潜在顧客へのアプローチを行い、売上を向上させたいです。

28

熊本県

売上拡大

コロナ禍の中、自社の除菌スプレーで新規顧客を開拓 営業マインド変革で売上拡大

企業概要

2000年創業。微生物を利用した生活関連商品の研究、開発、製造を行う。微生物による河川浄化大型プロジェクトへ取り組むほか、家庭用生活用品として、有機酸の力で除菌、消臭を行う自社製品スプレー「Fab-Mist」を主体に、カビ、除菌、消臭を自然の微生物の力で浄化する商品を扱っている。

相談のきっかけ

社長が先頭に立った全社改革の途上 新型コロナウイルス感染症により販売状況が激変

同社は2015年に当拠点の利用をスタート。COは当時副社長であった相談者とともに、売上拡大支援策に加えて組織改革・人材育成、求人・採用強化などをサポートしてきた。2019年に相談者が代表取締役社長に就任し、引き続き全社的な取り組みを推進しようとしていたところで、新型コロナウイルスの感染が広がり、業況激変への対応を余儀なくされた。

現状分析・課題設定

高まる除菌用スプレーへの需要 県内展開を進めることが課題

COがコロナ禍における同社の出荷状況を分析した結果、同社の商品のなかで唯一伸びているのが除菌、消臭スプレーの「Fab-Mist」であると判明した。さらに調査すると、同商品は全国展開をしている一方で、地元熊本における顧客開拓は手薄であることがわかった。しかし、当時の社内には、「コロナ禍に積極的な営業展開はいかなるものか」という空気感が蔓延していたため、この空気を打開し、同商品の県内展開を進めることを課題とした。

提案・実行支援

社内の空気を変えるべく対話を実施 積極的な営業活動で商品展開

COはまず、社内の雰囲気改革に着手した。コロナ禍でマスクや除菌アルコール等が品薄となり、消費者は困っている。その現実をCOと相談者で共有した上で、従業員との対話を提言。「コロナ禍における積極営業の是非ではなく、除菌スプレーが品薄な今だからこそ、少しでも多くのお客様に商品をお届けすることが、お客様のためにもなる」と訴えた。そして、既存取引先・地元店舗への営業や行政・学校への寄付活動を通じ、新規顧客の開拓に努めた。

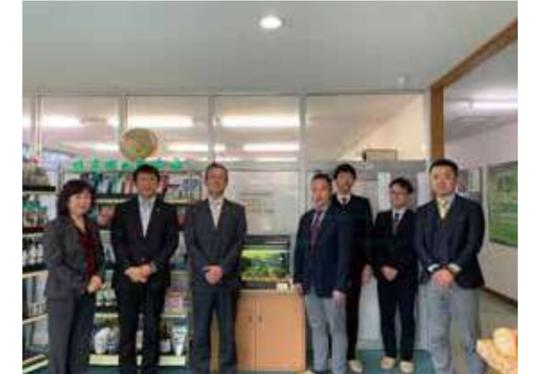
支援成果と今後の展望

約2万本の新規受注と地元新規顧客を獲得 継続フォローでリピート顧客化を図る

「Fab-Mist」を既存取引先に案内し、約2万本の新規受注を獲得。また、近隣のドラッグストア、スーパーなど新規取引先10件の獲得に成功。今後は「オススメしないほうがお客様のためにならない」という意識を社内でも共有し、既存取引先への定期的な案内や、新規取引先への継続フォローを実施し、リピート顧客化を図る。今回の新規顧客開拓の成功体験を社内に浸透させ、顧客開拓に継続的に取り組める仕組みを構築していく。

株式会社ビッグバイオ

代表者：代表取締役社長 阪本 忠幸(さかもと ただゆき)
住所：〒869-0615 熊本県宇城市小川町西海東2100
電話番号：0964-47-5810



売上拡大の救世主「Fab-Mist」



インドでの河川浄化プロジェクト現場

支援のポイント

支援のポイントは、営業の使命感として「オススメしないほうがお客様のためにならない」を全社で共有すること、既存顧客へ本商品の認知度を向上させること、これを機に地元熊本でのシェアを向上させること、の3点であり、主に意識改革への取組でした。

相談者の声

今まで思い込みで行ってきた自分たちの営業活動を第三者の視点から考えていただき、戦略を自社に落とし込んで変化させることで、成功しました。「お客様に案内しないことが悪になる」という新たな戦略アドバイスは、今後の自社に大きく役に立つ経験でした。

29

鹿児島県

売上拡大

奄美伝統の発酵飲料「ミキ」のリノベーションで半年の売上本数1,000本達成

企業概要

鹿児島市の中心に位置する鹿児島最大の繁華街天文館にニュースポットとしてオープンした「天文館かごしま横丁」の一角に2018年8月オープン。女将が生まれ育った奄美大島の料理を提供し、地元のサラリーマンや観光客で賑わう。

奄美料理「暦」

代表者：代表 女将 牧 真理子(まき まりこ)
住 所：〒892-0843 鹿児島県鹿児島市千日前12-1 天文館かごしま横丁
電話番号：099-807-2709



相談のきっかけ

奄美大島の伝統飲料「ミキ」を扱うカフェを開業したい

鹿児島市内の施設で飲食店を営業する相談者は、やがて訪れる店舗契約期限に向けさまざまな可能性を模索。都会生活で体調を崩したときに救われた、奄美大島の発酵飲料「ミキ」を取り扱うカフェを開業したいと考えた。何をどのように進めていけばよいか分からない状況で、以前、創業補助金の支援を受けた当拠点に再度来訪した。



数々のメディアで紹介されるキミニミキ

現状分析・課題設定

甘すぎて人気のない「ミキ」リノベーションと販売が課題

「ミキ」はお神酒に由来した歴史を持つ伝統発酵飲料だが、甘味が強すぎるため、現代の若者からは人気がない。COは、同店のオリジナルミキとして、飲みやすく改良した上で、商品化することを助言した。そこで、飲食店や、SNS等での販売ができるよう、商品設計やデザイン、ブランディング、販売方法について検討することを、課題として設定した。



銀行の行うビジコンで準グランプリの快挙

提案・実行支援

黒と白の強烈なコントラストを演出「陰陽ドリンク」として商品化

既存のミキは白色であるが、インパクトの強い黒色のミキを提案。また、独自の白色ミキも開発し、黒と白の「陰陽ドリンク」として売り出すことにし、フルーティーで飲みやすいレシピを考案した。さらに、奄美群島特産の黒糖焼酎と割って飲む「ミキ割り」を提案。SNSによる広報を想定して、大島紬の柄などをモチーフとしたパッケージデザインとし、「Re.伝統発酵飲料キミニミキ」という形で商品化した。

支援成果と今後の展望

若い女性を中心にリピーターも増加半年で1,000本の売上を達成

「キミニミキ」は飲食店での「ミキ割り」をはじめ、SNSによるネット販売、地元の健康食品店、カフェ等、徐々に取り扱い店舗も増加。若い女性を中心にリピーターも増えてきた。地元メディアにも多数特集され、地元の金融機関が行ったビジネスプランコンテストにおいて準グランプリに輝いた。問合せも増え、売上本数も半年で約1,000本を達成。「ミキ」を使ったカフェやキッチンカーでの販売など、次のステージに向けて、すでに準備も始めている。

支援のポイント

短期間での商品化と相談者のモチベーション維持のために、資金調達、食品製造に係る衛生管理、商品のブランディング、IT活用等、具体的な課題をトータル的に設定。短期間で多くの課題を解決してもらったことで、相談者のスキルアップにつながった。

相談者の声

飲食店経営の傍ら、次のステージにつなげるための、新商品開発をすることができた。商品のOEM生産、コンセプト、デザイン、原価計算等初めての経験ばかりだったが、さまざまなことを教わり支援を通じて励ましてもらい新しい一歩を踏み出すことができた。

30

沖縄県

売上拡大

生産者参加型の情報発信で顧客の心をキャッチ商品の選別と拡充で売上41%アップを達成

企業概要

農産物直売、加工販売および飲食販売を行う。近隣の農家仲間の野菜も預かり、安心・安全で正直な情報発信をモットーに、鮮度のよい野菜を提供。現在は、青果の他にも、米・雑穀・調味料などの加工品や、全国の特産品をも品揃えしている。看板商品は、青果を使用した自家製スムージー。

有限会社ハッピーモア

代表者：代表取締役 多和田 真彦(たわた まさひこ)
住 所：〒901-2213 沖縄県宜野湾市志真志1-247-1
電話番号：098-896-0657



相談のきっかけ

顧客のさらなる期待に応えたい県外の逸品紹介で客単価向上を模索

近年「ハッピーモア市場」は、青果以外の取扱品目も順調に充実させてきた。相談者はさらに、食の安心安全に関心の高いお客様に、沖縄県内だけでなく、沖縄県外の名品・逸品も紹介していきたいと考えようになった。あわせて、客単価を上げるための組や販売体制の強化方法についても相談したいと、当拠点に相談に訪れた。



青果のプライスカードでの分類表示

現状分析・課題設定

充実した接客と商品の売上管理による客単価向上が課題

同市場における青果の品揃えやプライスカードの見せ方は、他社のお手本にもなる事例である。しかし、自然災害などで青果の供給が不安定な際に売上を支える、加工品の充実も不可欠であった。さらに客単価を上げるため、出品生産者による丁寧な接客や、商品ごとの売上把握による販売へのテコ入れも重要と判断、これらを自社コストを増やさず実施することを課題とした。



県内外の青果と加工品の充実展開

提案・実行支援

加工食品生産者を招聘し情報発信試飲試食の協力で客単価向上へ

青果や加工品を料理メニューに生かすべく、沖縄県外の逸品商品を拡充。ただ品揃えを増やすだけでなく、生産者を招聘し、顧客参加型のワークショップを行うことで、使い方や食べ方の提案も行った。また、動きの悪い商品は試飲試食販売を依頼し、売り場での顧客接点を増やすことで、客単価の向上に努めた。さらに、顧客やスタッフの要望を受け、新規ブランドを招聘するため、販売員付プロモーション出店のルール化を行った。

支援のポイント

地域産品や売れている小売店情報などをお伝えし、県外のバイヤーをお連れして情報交換の場を設けました。また、チームでの情報共有のため、同社スタッフ全員参加型のSNSグループを強化し、計画・実行・反省・対策をまめに実行していただきました。

支援成果と今後の展望

コロナ禍のなか、スタッフ全員で売上・客単価・会員固定客を拡大

コロナ禍にも関わらず、4月～8月売上は前年比41%アップ、客単価も10%アップを達成。会員数も1,075人増で8,700人となった。新規導入ブランドも県内外合わせて約106社にまで広がった。積極的な若手スタッフによる、SNSなどでの情報発信も顧客からの評価が高く、顧客の固定化に寄与している。現在の店舗はビニールハウスのため特別出店催事に限界があるが、2021年2月末には異なる商圏エリアにて、より機能を拡張した2号店を開店予定。

相談者の声

多くの生産者・メーカーから販売員付き会限定出店をしていただくことができ、出品者とのコミュニケーション増加により、スタッフの商品知識や伝える力の向上に繋がりました。今後もさらに人の力が生かされるお買い物空間と、魅力ある商品を提案していきたいと思っています。



経営改善 P61-70



31
宮城県

経営改善

コロナ禍による 店舗売上減を、 融資とネット受注強化で 乗り切る

有限会社ファニチュアマサキ

代表者：代表取締役 伊藤 博司(いとう ひろし)
住 所：〒980-0014 宮城県仙台市青葉区本町2-5-15
電話番号：022-225-0564



企業概要

創業40年超。家具小売、欧風インテリアコーディネート提案、職人と連携した内装工事、家具修理を行う。家具修理の技術力が高く、企業からの受注も多い。英国のデザイナー(ウィリアム・モリス)がデザインした壁紙や絵画も扱うなど、芸術的な商品提供にも力を入れている。

相談のきっかけ

コロナ禍で店舗売上が減少 インターネットを活用した打開策を模索

同社は創業以来、家具小売、内装工事、オリジナル家具製作まで幅広く業務を拡大してきた。ウェブサイトの運営も相談者自身で行っているが、なかなかウェブサイト経由での集客が進まず悩んでいた。さらにコロナ禍で来店客が激減し、インターネットの重要性を感じていた折、日本政策金融公庫の担当者から当拠点の紹介があり、相談に至った。



同社のInstagram

現状分析・課題設定

同社の広報戦略の見直しと、 資金繰りの安定化を検討

COは同社の取組を分析し、高い技術力によるオーダー家具製作と相談者自身の持つ人脈が強みである一方、潜在顧客との接点であるウェブサイトの内容が整理されていないと判断。また、コロナ禍による来店数減少により、資金繰りについても改善が必要だった。そのため、まずコロナ特別融資の申請を行った後、売上拡大を図るため、同社の魅力の整理とウェブサイトでの情報発信、そして家具のネット販売に取り組むことを課題とした。



新たに始めたネットショップ(BASE)

提案・実行支援

資金調達と体系的な広報戦略の提案と 実行支援

同社は過去に融資を見送られた経験があるため、コロナ特別融資に向け、事業計画書策定を支援した。コスト削減に加え、売上拡大に向けた広報・販路開拓の取組を盛り込み、数値根拠に説得力を持たせた。また、ネットショップでの販売開始にあわせて、低コストかつ効果の見込める広報戦略を検討。SNS活用や、実績と強みを整理して掲載することで問合せにつながるウェブサイトへの改修、テレビ会議を利用した相談サービス導入などを提案した。

支援のポイント

サービスと強みが多岐に亘り、どう整理するとわかりやすく、問合せにつながるか十分検討した。コロナ禍で非対面でも営業・販売できる仕組みの構築が必要だが、相談者はネット販売等不慣れなため、ツールの操作方法から丁寧に説明を行った。

支援成果と今後の展望

融資を受け資金繰りが安定 インターネットでの集客が実り売上30%以上アップ

金融機関からのコロナ枠融資が実行され、当面の資金繰りが安定した。さらにウェブサイトの改修及び情報発信によって問合せが増加。サイト経由の問合せは以前は週に1~2件程であったが、現在はほぼ毎日問合せが入る状態になった。壁紙リフォームや内装工事などの案件が次々と決まり、相談前の月商比で30%以上の売上アップを達成した。今後はBASEでのネット販売をさらに伸ばしていく計画である。

相談者の声

相談することで方向性が見え、経営の見直しに取り組むことができました。毎回、整理、ブラッシュアップしていただき、課題解決につながりました。丁寧な支援に感謝しています。他のコンサルはここまでやってくれなかったので、今後も相談させていただきたいです。

経営改善

宮城県よろず支援拠点

小売業

従業員5人以下

コロナ対応

32

秋田県

経営改善

老舗温泉宿泊施設の 固定概念を打ち破り 日帰りドレスリゾートへの 転換による事業再生

企業概要

大仙市強首温泉郷の老舗ホテル。1964年、当時の帝国石油による天然ガスの試掘の際に温泉が湧出。旧西仙北町が温泉を安定供給するという条件のもと施設事業者を募集し、その一つとして1967年、伊藤四郎現会長が「強首ホテル」を創業した。

有限会社こわくびホテル

代表者：代表取締役社長 伊藤 竜寛(いとう たつひろ)
住所：〒019-2335 秋田県大仙市強首字上野台28-7
電話番号：0187-77-2211



相談の きっかけ

宿泊需要の変化により、 過去の大規模投資が大きな負債となる

同社は宿泊宴会やスポーツ合宿等の地域での集まり需要に対応するため、時代に合わせた大規模投資を行ってきた。団体宿泊需要が減少するにつれて、設備投資に係る維持コストが経営を圧迫、借入金の返済も厳しい状況となった。2011年、東日本大震災が発生後はさらに悪化。民間コンサルタント会社から当拠点を紹介され、相談に至った。



140畳の大広間を再活用「ドレスの森」へ

現状分析・ 課題設定

おまけのサービスであった 1,000着ものドレスの試着体験が好評

相談者と女将さんは、2002年頃から全国各地からドレスを収集し、お客様をドレスに着替えさせ、ヘアメイクを施した上で写真を撮るというサービスを試みていた。ドレスの数は1,000着にも及び、地元テレビなどに取りあげられ人気となっていた。一方で宿泊施設としての営業は、売上は大きい利益率が低い。COはドレスの試着サービスをメインに据えることで、施設価値も上がると判断した。



NHKでの番組再生数は20万回を突破

提案・ 実行支援

温泉宿泊施設を 日帰りドレスリゾートへと転換

折しも新型コロナの影響で宿泊需要が激減したため、相談者はドレスの試着サービスをメイン事業に転換することを決断。1,000着のドレスを生かすため、従来は別室に格納していたドレスを迷路のように陳列した「ドレスの森」を設営した。自撮り用背景ボードを10か所以上配置した他、売店を昭和レコードで飾り、来場者を楽しんでもらえる空間を演出。またコロナ禍を乗り切るため、給付金申請や光熱費支払対策など、資金繰り面でも支援を行った。

支援成果と 今後の展望

珍しい取組が評判で予約増 コロナ禍を乗り越えサービス価値を高めていく

プレスリリースしたことで各種メディアに取り上げられ、全国的に珍しい取組と評価を得、予約が増えた。新型コロナの影響で一時的に営業を休止したものの、6月中旬の営業再開時には、コロナ対策として完全貸切予約制にしたこともあり、全国TV局で再放送され、リピーターが戻ってきた。現在も季節行事に併せたレイアウト変更や、撮影スポットの集約など、継続的な改善を実施している。日本で唯一のドレスの森として、今後も集客に努めていく。

支援のポイント

相談者は温泉旅館の営業継続の意向が強かったため、低コストの新サービスに抵抗があった。当初、団体客利用の際は移動撤去ができる改装を折衷案としたが、コロナ対策がきっかけで、宿泊営業の継続を断念する覚悟が決まった。

相談者の声

ここまで真摯にサポートしていただけたのかという驚きもあり、今回のコロナのような甚大な影響のなかでも心が折れることなくこられたことに感謝の言葉がつかえません。よろず支援拠点のサポートがあれば、経営の継続は早々に諦めていたと思います。

33

福島県

経営改善

適正な価格設定で 利益創出 ウェブサイト開設で 売上が50%アップ

企業概要

1979年創業。以前は原宿に店舗「お菓子のアトリエ」を構えていた。砂糖に印刷するインクの特許を取得し、通販業者を中心に名入れ商品を展開。現在は砂糖を原料とした工芸品であるシュガークラフトやその部品となるアイシングパーツなどを開発し、1点から制作を受注。有名キャラクター商品も手掛ける。

相談の きっかけ

震災や冠婚需要の低迷が打撃となり 売上半減で経営状態が悪化

デザイン性の高いシュガークラフトを作成する同社だが、東日本大震災や冠婚需要の低迷などの影響を受け、売上が半減、3期連続で営業赤字となった。東京支社の廃止などで固定費を削減するも、借入金返済のためのキャッシュ確保も難しい状況だった。そこで新市場の開拓や適正な価格設定・原価管理による経営安定化を図りたいと、当拠点に支援を要請した。

現状分析・ 課題設定

価格設定方法の確立と 潜在顧客の掘り起こしが課題

シュガークラフトを製造している競合他社は少なく、単価設定の自由度は高かったが、原価を認識した上での価格交渉ができずいたことが判明。また、商品の魅力を発信する自社インフラがなく、販売会社によるプロモーションに限定され、潜在顧客からの受注を掘り起こせていなかった。COは、原価の算定支援と、ブランド価値を高め、自社で直接受注できるウェブサイトの制作が急務であると判断した。

提案・ 実行支援

製造原価の算定で赤字受注を回避 ウェブサイト開設で魅力発信・ウェブ受注

COはまず、同社の加工費レートを分単位で明らかにし、掛かる工数を乗じ、材料費を加算することで、商品1単位の製造原価を算定できる仕組みを構築。これにより法人顧客との交渉時に製造原価を参照し、赤字受注を回避できるようになった。並行して、既存客との関係を維持し、従来の固定的売上は確保したうえで、「シュガークラフト」専門店として自社ウェブサイトを開発し、ウェブ受注を追加することを提案した。

支援成果と 今後の展望

売上が対前月比50%アップを記録 適正な価格設定で利益も確保

ウェブサイト公開後、売上が対前月比50%アップを記録。ウェブ受注はBtoCを主目的としていたが、受注実績のない企業からのBtoBの相談も相次ぎ、潜在層の取り込みができた。また、加工費レートをを用いた製造原価の算出により、利益確保を前提とした価格交渉が可能となり、利益率拡大と資金確保へと繋がった。キッズ向けYouTube動画で同社の「シュガークラフト」が使用されたこともあり、更なる売上拡大が期待される。

株式会社お菓子のアトリエ

代表者：代表取締役社長 小林 健蔵(こばやし けんぞう)
住所：〒965-0034 福島県会津若松市上町4-24
電話番号：0242-25-3825



ひとつから注文できる、オリジナルのシュガークラフトをつくりませんか？

間接費計 (千円)	7,055
総費用計 (千円)	26,114
作業時間 (時間)	25,138
稼働率 (%)	60.0%
実稼働時間 (時間)	15,083
部門別時間あたりコスト (円)	1,731
部門別分あたりコスト (円)	29

分あたりの原価を算定



YouTube「KIDSTONE TV」

支援のポイント

「シュガークラフト」は砂糖でありながら、デザインが付加価値であるため、最寄品ではなく、買回品・専門品として位置づけ、ブランド価値を高める戦略の構築が必要でした。相談を重ねた結果、ウェブ受注機能を備えたホームページ作成を決定されました。

相談者の声

すべて手づくり商品のため、今までは価格設定が曖昧でした。「シュガークラフト」を販売している会社が少なく、比較検討できずにいました。当拠点で、原価を意識した価格設定方法や会社としての利益の考え方を教えていただき、大変参考になりました。

34

茨城県

経営改善

新たな発想の 漏水調査により、 工事原価の 平均15%削減を実現

企業概要

前身は1965年に先々代が「さく井」工事業として設立した小口設備工業株式会社。1975年頃より住宅設備工事業へ転換し、その後、水道本管造成や住宅への水道引込みといった管工事業が中心となる。2018年より漏水調査事業を開始。現在では難易度の高い漏水調査にも着手している。

小口設備工業株式会社

代表者：代表取締役 小口 泰永(こぐち やすのり)

住所：〒304-0053 茨城県下妻市今泉130-1

電話番号：0296-44-3390



相談のきっかけ

工事のコスト増により深刻な赤字化 設備投資で黒字化したい

同社はいわゆる町の水道工事業者であり、自治体や住宅、工場等の水道工事・設備工事をメインに施工している。しかし工事原価の増加により、2017年・2018年と連続して大幅赤字を計上。そこで老朽化していた保有設備の代わりとして新たな設備を導入し、赤字脱却にも繋げたいと考えたが、そもそも設備投資をしたところで黒字化は可能なのか、その後どのように事業展開していくかについて当拠点に相談に訪れた。

現状分析・課題設定

工事原価削減のため 漏水調査工程の見直しが必要

COは同社の施工方法や経費を分析し、工事原価を削減する余地について検討を行った。一般的な工法では、漏水箇所を断定するには何か所も地面を掘削する必要があり、それに多くの時間と費用を要していると判明。また、業界的に受注単価の引上げは難しく、現工法での黒字化は困難であった。逆に、漏水箇所をピンポイントで断定できれば、掘削回数の削減による工事原価圧縮が可能と考え、非掘削式の漏水調査スキームを開発することにした。

提案・実行支援

地中調査レーダーを採用して 新漏水調査のコストを削減

ピンポイントで漏水箇所を発見する方法について、調査機器メーカーと検討を行った結果、最新の音波やレーダー機器を用いた地中調査方法が有効であると判明した。相談者は地元の下妻市役所と連携して試験的調査を行い、結果は見事成功。さらにCOは、営業ツールとして「漏水ハザードマップ」、「配管経路図」を作成し、効果的な漏水調査単体の提案営業を事業化するよう進言した。

支援成果と今後の展望

新たな調査機の導入で 工事原価の平均15%削減に成功

新たに地中調査機を導入したことにより、掘削せずともピンポイントで漏水箇所が断定できるようになった。その結果、工事時間も短縮、掘削範囲も従来の30%程度に抑制できたことから、工事原価も平均15%の削減(工事によっては最大30%程度削減)を実現。また、今回開発した調査スキームを活かし、今後は漏水工事だけでなく漏水調査のみを単体で受注できる体制を整備し、利益率の高い事業展開を進めていく。

支援のポイント

相談者には新しい施工方法に関する情報がなく、調査方法の変更に懐疑的だった。しかし、現施工体制が赤字体質であるため次第に危機感が募り、大胆な変革を決意した。新しい施工方法は、地中調査会社の専門的意見を取り入れたものであり、最新機械採用への土壌づくりに努めた。

相談者の声

COの粘り強い支援もあり、新たな事業展開にチャレンジできた。新しい挑戦には、業界の固定観念にとらわれない自由な発想が重要であると実感した。また、ITや最新設備の活用が革新的ビジネスにつながることも身をもって学べた。

35

千葉県

経営改善

旧来の経営スタイルを 見直し、 売上利益を大幅改善

企業概要

水郷佐原・潮来観光の中心、与田浦のほとりにある創業50年の食事処。料理はうなぎや和定食のほか、麺類や丼物、一品料理など豊富なメニューを提供。佐原十二橋巡りの観光サッパ舟を5艘、送迎用のマイクロバスを保有。観光客向けの食事から、地元客の宴会、法事まで、幅広いニーズに対応している。

相談のきっかけ

地元飲食業を取り巻く厳しい環境 売上利益が減少

水郷佐原で50年にわたり、営業する老舗の食事処。季節の食材を用いた地元ならではの料理と、食事から宴会まで幅広く対応できる設備が人気を呼び、地域の常連客や観光客から高い支持を得てきた。しかし、近年は宴会需要の減少、原価及び人件費の上昇等が原因で、売上や利益の減少が顕著になっていた。

現状分析・課題設定

千客万来でも利益の残らない経営体質 経費削減と広報強化が課題

同店は常連客・固定客が多く、観光シーズンには多くの観光客が訪れる立地の強みもある。しかし、価格設定の根拠があいまいなメニュー・サービスが複数存在していることが判明。さらに、人件費上昇や業務のマンネリ化による生産効率の低下も、余計な経費の増加とそれに伴う利益率の低下につながっていた。経費と労働の可視化による経費削減、そして売上拡大の為の広報活動の強化を課題に設定した。

提案・実行支援

経費と労働の可視化と見直し 広報力も強化し売上拡大を狙う

利益の出ないメニューの洗い出しと価格を見直すとともに、無償での配達など採算の取れないサービスの廃止・見直しを行った。また、業務量に対して余剰人員になる時間帯を可視化し、最適なシフトに組み換えるほか、雇用条件の精度アップ、能力給や大入袋支給など、従業員のモチベーションをアップさせる施策の導入を行った。加えて、マップアプリやウェブサイトの活用による広報強化や、オリジナルTシャツ作成による地域貢献のPRで、売上拡大も図った。

支援成果と今後の展望

前年赤字から180万円強の黒字へと転換 利益の残る経営体質に

利益の出ないメニュー廃止、安売り廃止・適正価格への転換等により、売上原価を13%削減することができた。宴会需要の掘り起こしなど積極的な営業と広報施策が功を奏し、売上自体も6%増加。また、従業員のモチベーション向上と生産効率の改善などの効果もあり、前年赤字から186万円の黒字へと転換した。引き続き、経費削減や広報強化に取り組み、経営体質の強化を進めていく。

支援のポイント

相談者と正面から向き合い、トライアンドエラーを繰り返しながら一歩ずつ課題を解決していく進め方を心がけた。接客サービスを否定せず従業員の不満や非効率の原因がどこにあるのか現場重視のアドバイスを重ねた。

相談者の声

自分達では気づけなかったことや変えられなかったことを指摘していただき、それに対してわかりやすい言葉でアドバイスをいただき、とても感謝している。カラオケやリース関係の費用発生の仕組みの説明を受けて経費の考え方も身につけ、費用削減ができた。

出島屋

代表者：女将 岩瀬 美智子(いわせ みちこ)

住所：〒287-0801 千葉県香取市扇島2526

電話番号：0478-56-0901



定番の和定食



相談風景

36

長野県

経営改善

生産現場の課題を ステップごとに解決 経営強化に向けた 道筋を立てる

企業概要

1991年設立。5軸マシニング加工を中心に、宇宙航空分野のハウジング、整形外科用インプラント関連、車両関連部品、光学部品などの分野にて、試作から量産まで幅広く対応。2016年「アジアNo.1 航空宇宙産業クラスター形成特区」に参画し認定を受ける。

株式会社なかみつ

代表者：代表取締役 中村 光守(なかむら みつもり)
住所：〒399-0214 長野県諏訪郡富士見町落合9433-1
電話番号：0266-62-8888



同社の5軸マシニング加工機

相談の きっかけ

地元金融機関からの課題指摘 在庫や原価管理の改善策を求めて

同社は、リーマンショックによる受注減少と、技術者の定年退職により、事業の縮小を余儀なくされた。経営の立て直しを図るべく地元金融機関に経営相談をした際、消耗品などの在庫管理や原価管理、受注単価設定のルールが未整備であるとの指摘を受けた。課題解決に向け、問題点の整理や改善支援の相談先として当拠点を紹介された。

現状分析・ 課題設定

複数ある課題の優先順位づけ コストの適正化とムダ排除へ

同社の経営陣は、「ツール管理の未整備によるコスト増」「原価・見積りや単価設定の基準の未整備」といった課題を認識していた。しかし、若手社員の採用と新たな生産機械の導入を進める必要があり、業務改善に割く時間が十分に取れない。COは、日々の業務のなかで改善を進められるように、まずは消耗工具費の適正化とモノを探すムダを排除するための“5S”に着手し、その後、原価・見積りの基準づくりに取り組むように助言した。



整理・整頓された工具置き場

提案・ 実行支援

ツール管理のため“5S”から着手 限界利益の把握を支援

第一ステップとして、工場内に分散している切削用刃物の棚卸しと、一括管理による在庫把握を実施した。不要物の撤去・廃棄にも着手し、各作業エリアの動線改善として治具棚の配置換えや切削屑の飛散対策などに取り組んだ。また、第二ステップとして、限界利益を明確にするため、固定費と変動費の分けと把握を進め、この進捗に合わせて、原価・見積りの基準づくりを支援した。

支援成果と 今後の展望

在庫量の把握でコスト削減を実現 月次計画を立て、継続した改善へ

“5S”の推進により消耗工具の在庫量をすぐに把握できるようになり、過剰な発注が不要になり、経費を削減することができた。加工作業の必需品を探すムダな時間も削減され、生産性も向上した。また、固定費・変動費・限界利益の把握により、見積りも適正化された。その結果、コロナ禍で一時は受注が低迷したものの、売上も回復するとともに、資金繰りも安定した。

支援のポイント

工場の現状を理解しながら、同じ目線で課題を認識し、改善後の目指す姿やイメージを共有化することを大事にしています。業務内で改善を実施するため、取組ステップやスケジュールは同社が立案する流れとし、そのなかで助言や提案を行いました。

相談者の声

親身に支援いただき、今まで何度も挫折してきた“5S”と見える化を進めることができています。消耗品の過剰購入も減り、効果も始めています。まだまだ道半ばですが、従業員と協力し、さらに改善を進め、働きやすい職場、働きたくなる職場を目指します。

37

石川県

経営改善

安心安全のECサイト 「正直薬局」でBtoCに進出 コロナ禍のなか 増収増益を達成

企業概要

1933年創業、1973年会社設立。石川県内のドラッグストアや薬局、調剤薬局に対して健康機器・ベビー用品・家庭医薬品・介護用品・日用消耗品・健康食品の卸販売を行っている。約200店の取引先に対してルート営業をする県内有数の卸売業者。

株式会社山崎医療

代表者：代表取締役社長 山崎 浩一(やまざき こういち)
住所：〒920-8005 石川県金沢市瓢箪町5-6
電話番号：076-263-6517



県内有数の卸売業者である当社のHP

相談の きっかけ

息子への事業承継を控えているが 事業の先行きが見えず不安

2代目である相談者は高齢を理由に、息子である専務を3代目として、事業承継することを検討していた。しかし、市場の縮小で事業の先行きが不透明なため、今後の事業展開にある程度目途を立ててから承継したいと考えていた。しかし、自分だけではよい考えが浮かばないため、アドバイスが欲しいと、息子と共に当拠点を訪問した。

現状分析・ 課題設定

外部環境の変化に有効な対策が打てず 売上・利益ともに低下

ドラッグストアの大量出店や人口減少による地場取引先の縮小、大手卸やEC卸との価格競争といった厳しい外部環境により、同社の売上は下落基調。さらに取引先からの値下げ要求によって、利益率も低下していた。相談者もこれらの要因は理解していたが、自らや従業員の高齢化もあり、有効な対策が打てずにいた。そこでCOは、自ら価格をコントロールでき、高い利益率が見込める新規市場の設定と開拓を課題とした。



コロナに正面から挑む正直薬局トップサイト

提案・ 実行支援

強みである医療品卸の知見を活用した ECサイト「正直薬局」をスタート

COは具体策として、ECサイト構築によるBtoC事業への進出を提案。IT業界での経験を持つ相談者は、当初、大手卸やEC卸との価格競争に陥るのではないかと躊躇していた。そこでCOは、同社の強みである医療品卸の知見を生かし、商品を丁寧に解説して販売することで、一定のニーズを獲得できる可能性があることを助言。プロが選択した商品を適正価格で販売するECサイト「正直薬局」がスタートした。

支援のポイント

相談者は理論型であり、何故それをする必要があるのか納得いくまで説明した。次回相談までの目標を作り、進捗を確認。行動が定着するよう定期的にフィードバックを実施した。販売の結果を見てともに一喜一憂するなど、伴走型支援を心がけた。

支援成果と 今後の展望

コロナ禍とタイミングが重なり ECサイトの売上が急上昇

ECサイト立ち上げ直後に、新型コロナウイルスが発生。アルコール除菌液の不足により粗悪品が廉価で流通する中、「正直薬局」では安心安全な国産品を適正価格で販売し、利用者から高い評価を得た。その後、大手ECサイトにも出店、7月の売上は前年比1.9倍になった。ゼロから立ち上げたECサイトは同社全体の売上の1/3を占めるにまで成長し、利益率も改善した。今後も伴走型支援を続け、息子への事業承継支援にも着手する予定。

相談者の声

医療品・医薬品卸で培った、商品の品質に対する信頼や安全性についての知見をどのようにECにつなげていくか、COと一緒に考えることができた。価格を含めて正直に伝えることを顧客価値とするサイトを構築し成果を実感した。適切な助言が大きな助けになった。

38

京都府

経営改善

人気の寿司店が 経営の見直しに挑戦 営業利益率15.3%アップ

企業概要

1999年創業。舞鶴港水揚げの魚介類や京都産の野菜を使い、寿司を中心とした料理を提供。地元住民や観光客、出張中のサラリーマンをターゲットに事業を展開している。人気メニューは、特選寿司コースや夜のおもてなしコース、昼のランチセット。

華寿司

代表者：代表 吉見 喜代子(よしみ きよこ)

住所：〒620-0055 京都府福知山市篠尾新町3-75-7

電話番号：0773-22-6000



相談のきっかけ

2014年8月豪雨後に経営悪化 娘への事業承継に向け経営改善したい

京都府福知山市で、本格寿司店として繁盛していた同店。しかし、2014年8月豪雨以降、同市近郊の経済状況が悪化し、売上が低迷。原材料費の高騰や、人手不足を背景とした人件費の上昇により、利益が圧迫され、経営状況も悪化していた。現在他寿司店で修行している娘が戻ってくるまでに経営状況を改善したいと、当拠点に相談に訪れた。



全面改定したメニューブック

現状分析・課題設定

データ収集を生かした 経費削減・利益創出が課題

COが現状分析を行ったところ、料理への顧客満足度は高く、リピート率・稼働率も高いことが判明した。しかし、客数や原価の把握が不十分で、利益創出を前提としたメニュー構成・価格設定になっていなかった。そのため、まずは時間帯・季節ごとの客数や客単価、商品ごとの売上・原価の変化等のデータ収集を提案、そして、そのデータを元に経費削減の余地を検討した上で、事業コンセプトやメニューの見直しを行うことを課題として設定した。



夜のおもてなしコース料理

提案・実行支援

売上データの管理で経営が見える化 メニューの全面リニューアルを実施

売上管理表やPOSレジ、クラウド会計ソフト等を導入し、数値管理による経営の見える化を図った。それに伴い仕入れや広報活動を見直し、経費を削減。また、「舞鶴産の旬な魚介類を提供する本格的な寿司専門店」としてブランディング。メニューの絞り込みを行ったほか、高単価の寿司コース、宴会メニュー、ランチメニューを開発して、メニューブックを全面的に改定し、新規顧客の獲得や既存顧客のリピート率向上を狙った。

支援成果と今後の展望

経費削減と高単価メニューの開発 営業利益率が15.3%アップ

こだわりの寿司が楽しめる高単価のコースやセットメニューの開発、また、値付けの見直しにより、客単価が約20%アップ。さらに、仕入れや広報費の削減により、営業利益率が1.2%から16.5%へと大幅に改善した。今後は、現状の経営方針を守りつつ、店舗前の看板やタペストリーの設置、SNS等の利用に注力し、店舗訴求力を向上させ、売上の拡大を図っていく。

支援のポイント

当店の一番の強みである大将の寿司や料理へのこだわりを生かし、経営者夫婦が仲良く、自力で継続的に売上拡大や業績改善に取り組めるよう、経営の見える化の仕組みを導入しました。モチベーションを高めるため短期的に成果を上げ、持続する計画を作成しました。

相談者の声

夫婦二人で長年経営してきたので、現状を客観視できずにいました。COの皆様メニューや販売促進、仕入れや会計などの課題解決を支援いただき、大幅に業績を改善できました。取引金融機関からも高評価をいただき、将来の事業承継に向けて自信となりました。

39

島根県

経営改善

コロナ禍の需要を捉えた キャンピングカー マスコミ活用で 受注確保と収益改善を実現

企業概要

2013年8月設立。主に軽自動車をベースとしたキャンピングカーの製造・販売を行う。ベース車に独自の内装を施し、車検登録後に完成車として顧客に納品を行う。安価な軽自動車をベースに居住空間を充実させるための工夫を凝らし、その品質の高さから多くのユーザーに支持されている。

相談のきっかけ

コロナ禍における 受注確保と収益改善が悩み

同社は軽自動車をベースとしたキャンピングカーを製造・販売している。自然災害などの非常時におけるニーズの高まりも追い風に、売上は順調に増加していた。しかし、展示会を中心にプロモーションを実施してきた影響で出展コストが高み、収益改善が必要な状態に。さらにコロナ禍で展示会への出店自体が難しくなり、今後の対応について相談に至った。

現状分析・課題設定

新たなターゲット顧客の設定と プロモーション手法の見直しが課題

スペース活用効率の高い技術力と手頃な価格が同社製品の強味で、愛好者を中心に顧客の評判も高い。展示会への出展や愛好者向け雑誌への広告掲載により、受注は堅調に伸びていたが、出展費用や出展にともなう旅費に多額の費用がかかっていた。COは、情報発信の対象や手法を見直し、効率的な受注ができれば、収益の改善につながると判断。顧客ターゲットを愛好者以外に広げること、プロモーション手法の見直しを課題として設定した。

提案・実行支援

コロナ禍を機にリモートワーク用途を打ち出し、 マスコミ利用による広報を展開

コロナ禍の状況を踏まえ、移動オフィス代わりにキャンピングカーを開発し、「コロナ禍で自宅でのリモートワークに不満を感じているビジネスパーソン」をターゲットに展開することを提案した。プロモーション展開としては、低コストで素早く、広域の潜在顧客に対して訴求できるよう、マスコミの活用を進言。大手経済新聞社と全国テレビ局を紹介し、取材を受けていただいた。

支援成果と今後の展望

全国紙に掲載され多くの反響があり 収益も大幅に改善

取材を受けた結果、全国紙の中国地方・四国地方版に掲載されたほか、同新聞社の専門誌にも掲載された。その後、テレビ番組に取り上げられ全国放送されたこともあり、一気に全国からの問合せが増えた。その結果、売上は前期並みを維持、収益は出展費用や出展にともなう旅費の削減効果によって大幅に改善するなど、目に見える効果も出ている。また、是非同社の車を取り扱いたいという企業も現れ、BtoB展開の展望も開けてきた。

支援のポイント

資金的な制約やコロナ禍でタイムリーに広報する必要があることから、できるだけ追加設備投資が少なく、時間をかけずに提案を実施した。また、ターゲットを広く全国のビジネスパーソンとしたため、ビジネスパーソン向けの新聞社・テレビ局に対象を絞り、取材を依頼した。

相談者の声

展示会出展が難しくなり、今期の受注に不安を抱えておりましたが、今後の展望が開ける結果となりました。また、得られたアドバイスを新商品開発の大きな力になり、さらに新聞社やテレビ局へご紹介いただいたことで大きな反響が得られました。

株式会社スマイルファクトリー

代表者：代表取締役 長藤 隆司(ながふじ たかし)

住所：〒698-0041 島根県益田市高津町28-1

電話番号：0856-32-0567



キャンピングカー製造の作業風景



開発した新型のキャンピングカーの車内

40

長崎県

経営改善

トータルビューティーを提供する次世代型サロン コロナ禍での 経営再建に成功

企業概要

2005年に開設した、長崎市の中心である浜ノ町商店街に位置する美容室。長崎では珍しくヘアアレンジを得意としており、他社にない技術とファッション感覚が支持されている。また、近年はヘアメニュー以外にも力を入れており、「ワンストップ型のトータルビューティー」をコンセプトに事業を展開している。

アーティカル合同会社

代表者：代表者 桑野 原樹(くわのげんき)

住 所：〒850-0852 長崎県長崎市万屋町1-23 あこやビル2F

電話番号：095-829-2627



相談のきっかけ 新型コロナウイルスの影響で 事業継続の危機

相談者は10年間の修業を経て、2005年に美容院を開業。トータルビューティが提供できる次世代型サロンの展開を目指し、当初は新たなサービスメニューの導入やブランディングの手法についてなど、前向きなテーマで当拠点に訪れていた。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により業況が一変。事業継続すら危ぶまれる状況となった。



相談者の桑野代表

現状分析・課題設定 来客数の激減により資金ショート の危機 資金調達とキャッシュアウトの 最小化が最優先

COが同店の販売実績の推移、資金繰りなどを確認すると、コロナ禍により同店への来店客数は激減し、新たな資金調達を行わなければ、資金繰りは2か月と持たないことが判明した。COは相談者と問題を共有し、資金調達は言うまでもなく、キャッシュアウトを最小化する事が最優先課題であるという認識を一致させた。さらに、業況が長期間改善しない可能性も想定し、新たな技術サービスの導入等による新規顧客の獲得に取り組むことも課題とした。



他社にない技術力

提案・実行支援 一時的な休業により キャッシュアウト最小化と技術習得を図る

COはセーフティネット保証制度の活用による資金調達を提案。相談者は資金繰り表の作成や金融機関とのやり取りに不慣れであったため、COは適宜アドバイスを行い、申請をサポートした。また、キャッシュアウトを最小限にするため、一時的なサロンの休業と雇用調整助成金の計画的な活用等を提案。その休業期間等を活用し、相談者がかねてより検討していた新たなエクステ技術の習得に、3名のスタイリスト全員が取り組むこととなった。

支援のポイント

当サロンはコロナショックによる急激な売上高の落ち込みを受けて、資金ショート
の危険性が非常に高い状況となっていた。そこで資金繰り表や資金収支計画の作成などをサポートして、スピード感のある対応を行うことを優先して支援した。

支援成果と今後の展望 コロナ禍に負けない 攻めと守りの経営を実現

セーフティネット保証制度については、金融機関担当者に対する業況の説明や改善案の提示がうまくいき、希望額どおりの満額融資と既存借入金の一本化が実現できた。また、県内でも珍しいエクステ技術の導入により、新たな顧客の獲得に成功、同サービスメニューの予約が殺到している。従来サービスの売上高は前年同月の7割程度までしか回復していない中で、全体の売上高は前年同月を2割程度上回っている。

相談者の声

売上が落ち込み、このままではサロン経営が続けられなくなるのではと不安に襲われた。しかし、店舗を一時休業して生き残りを図る策など、自分の考えにはなかった提案もいただき、結果として難局を乗り切ることができた。

事業承継

P72-73

41

北海道

事業承継

長女への事業承継と withコロナ時代を見据えた、 魚介居酒屋から 餃子店への業態転換

企業概要

同社は札幌市すすきの地区の有名老舗居酒屋を運営していた。北海道産の新鮮な魚介類を特盛にしたお刺身が看板メニューで、元中華料理人の社長が作る、肉まん並みに大きくボリュームのある「てっちゃん餃子」も人気メニューのひとつ。地元客はもちろんのこと、観光客も多く訪れる名店であった。

有限会社てっちゃん

代表者：代表取締役 佐藤 ゆかこ(さとう ゆかこ)
住 所：〒065-0011 北海道札幌市東区北11条東11丁目2-11
302号
電話番号：090-6990-5026



相談のきっかけ

新型コロナウイルスの影響で廃業を検討 事業承継を希望する長女が相談に訪訪

新型コロナの影響で売上が激減したことをきっかけに、高齢の社長は居酒屋を閉店。廃業を決意して準備を進めていた。一方、長年同店に勤務した長女は、事業承継を検討しながらも、一度廃業して新規創業すべきか、現在の屋号を引き継ぐべきか、またwithコロナを見据え、居酒屋から業態変換すべきかについて悩み、当拠点を訪れた。

現状分析・課題設定

新型コロナウイルス対応の支援施策も踏まえ 最適な事業継続方法を模索

COが現状把握を行ったところ、廃業の準備を進めてはいたが、幸いなことにまだ廃業手続を完了してはなかった。同社の過去の決算書内容を確認し、業績の客観的な評価を行ったところ、会社存続は十分可能であると判明。長女による事業継続を既定路線に、政府による新型コロナ対応支援策も踏まえ、事業承継をすべきか、一度廃業して長女が再度創業すべきか、また、居酒屋から業態変換すべきか、検討することが課題となった。

提案・実行支援

事業承継し餃子専門店に業態変更 商業地域へ移転しテイクアウトも実施

有名店である同社の閉店ニュースは、多くのメディアが大々的に取りあげ、惜しむ声が寄せられていた。COは、事業承継することで父のノウハウと店名を引き継ぐことが、承継後の広報にも有利と判断。事業継続により、持続化給付金の受給対象にもなる。居酒屋より利益確保が見込める餃子店に業態変更し、かつ繁華街から商業地域に移転してテイクアウトを実施することを提言。COは内部資源や市場環境を分析し、事業計画の策定も支援した。

支援成果と今後の展望

廃業を食い止め、顧客を守り 再オープンに向けて準備中

一度は廃業を決意した社長であったが、事業承継によって会社を存続させることができ、顧客を守ることに繋がった。廃業していたら受給できなかった持続化給付金等も満額受けられ、再出発への準備資金を得ることができた。新型コロナの影響で外食自粛や観光客の減少が続く中、事業承継を機に思い切った決断が行いやすくなり、業態転換しての再出発を決断できた。



てっちゃん餃子



前社長と後継者の長女

支援のポイント

廃業手続を進める社長に対し、事業承継を希望する長女の思いを伝え、経営を継続させるためのモチベーションをどう維持するかを一緒に考えました。コロナ禍を乗り越えるため、ピンチをチャンスととらえ、ドラスティックな業態変更が成功するよう支援しました。

相談者の声

またたく間に日常が変わり不安に立ちすくむなか、事業承継や今後の経営展開について専門的なアドバイスや、事業継続のために申請するべき助成制度等を丁寧に教えていただき、前向きに舵を取ることができました。心強いサポートをいただき大変感謝しています。

42

山形県

事業承継

老舗鳥専門店の事業承継、 後継者の新たな取組で 売上5%アップ

企業概要

創業以来約40年間、3代にわたって、焼き鳥や唐揚げなど、鳥料理の持ち帰り専門店を営む。老舗店として地元住民の認知度は高く、リーズナブルな価格と安定した味には定評がある。また、最近は、鳥料理に限らず、「白キムチ」や「牛サガリ」などの惣菜も販売している。

相談のきっかけ

息子夫婦への事業承継を決めたが 承継方法が分からない

昔ながらの鳥料理専門店を、長年にわたり経営してきた相談者。高齢化により息子夫婦への事業承継を検討するも、事業承継のノウハウがない。そのため、相談者と息子夫婦は、最適な事業承継方法について山辺町商工会に相談。同商工会からの紹介を受け、当拠点に相談に訪れた。

現状分析・課題設定

安定経営で債務より資産が多い状態 事業用資産の引き継ぎ方法が課題

相談者は個人事業主であり、事業承継では事業用資産の個人間移転が必要。同社の経営状況を確認したところ、長年安定して利益を創出してきたために、債務よりも資産の方が多く状態、資産の移転には多額の税金が発生することが分かった。一方息子夫婦は、次の代以降のことを考えて、現状どおり個人事業として引き継ぐべきかどうか迷っていた。そこで、「事業用資産の引き継ぎ方法」を検討すべき課題として設定した。

提案・実行支援

親子間の賃貸で資産を引き継ぎ 3年後を目標に法人成りを提案

COは、親子間の資産引継ぎ方法として、「譲渡」、「贈与」、「賃貸」があることを説明。相談者は所得税、消費税や贈与税が発生しない、賃貸による引継ぎを選択した。また、息子夫婦の、事業承継後はより組織的に事業を拡大していきたいとの意向を汲み、COは将来的な法人成りを提案。新経営者体制の基盤構築、社員の福利厚生の実施、消費税の免税期間等を考慮し、おおむね3年後の法人成りを目指すこととなった。

支援成果と今後の展望

後継者の新たな取組により 売上が前年同月比5%増加

事業承継が完了し、後継者である息子夫婦は事業拡大に向けた新たな取組として「白キムチ」や「牛サガリ」など、鳥料理以外の惣菜品の販売を開始。前経営者である相談者も、息子夫婦の経営を熱心かつ献身的にサポートしている。店舗で働く従業員も新しい経営者を受け入れ、店舗全体が活気に満ちている。その結果、店舗売上は事業承継前と比較して月商ベースで前年同月比5%ほど増加しており、法人成りに向けても良いスタートが切れた。

鳥や

代表者：代表 渡辺 剛(わたなべ つよし)
住 所：〒990-0301 山形県東村山郡山辺町山辺1446-18
電話番号：023-664-6101



前経営者(右)と後継者(現経営者)(左)



新商品の「白キムチ」と「牛サガリ」

支援のポイント

資産の承継には税務上の問題が絡むため、税務上の観点から事業承継手法を選択することが多い。そのため、各手法の見込み税額を計算し、コスト面や税務上の問題点を理解してもらった。さらに後継者の将来展望を見据え、承継後の資産移転方法等についても言及した。

相談者の声

経営者である自分が急逝した場合の「事業用口座の凍結」や「事業用資産の相続」を想像し不安な毎日を送っていた。COの専門的な視点からの確かな助言を受け、無事に事業承継を行うことができた。また、助言を受けた法人成りに向けても後継者と共に努力したいと思う。



生産性向上

P75-79



43

奈良県

生産性向上

既存事業であるEC事業の 資産を生かし新事業へ進出 高利益率体質への 転換を実現

企業概要

2014年に法人設立し、越境ECサイトで日本製品を海外に販売する事業を行っている。EC運営を効率化する独自システムの開発、完全リモートワークの実現など、ユニークな取組を行っている。「日本の良いものを海外に」を理念に掲げ、現在、越境ECサイトによる海外展開サービスを行っている。

株式会社PORTEARTH

代表者：代表取締役 北村 渉(きたむら わたる)
住 所：〒634-0821 奈良県橿原市西池尻町270番4号
米田学院前蔵205
e-mail：contact@portearth.co.jp



相談の きっかけ

次なる事業展開を検討する中、 システム販売の販路開拓で相談

既存事業であるEC小売の売上が順調に拡大していることを受けて、ECサイトで販売するオリジナル製品(油分を自然カットできる特殊形状のお皿)の開発・製造を進めるなど、新規事業展開に取り組んでいた。そんな中、自社開発したECサイト運営システムの販売を着想し、同システムの販路開拓について相談したいと当拠点に訪れた。



株式会社呉竹の商品

現状分析・ 課題設定

地域のニーズを捉えた 利益率の高いビジネスモデルの検討

COは、既存事業のEC小売は売上が伸びているとはいえ、利益率が低い事業構造であり、新規事業展開は妥当であると判断。しかし、単なるシステム販売は、大手との競争になりやすく、保守体制の整備など相談者の負担も大きいため望ましくないと分析した。一方、近年多くの企業が越境ECに注目しているが、自社で運営するノウハウがなく、専門人材もいないという課題があることに着目し、このニーズを捉えるべきであると分析した。



相談者が開発したシステム画面

提案・ 実行支援

独自システムとノウハウを生かした 海外展開のアウトソーシング事業

COは、独自のECシステムとノウハウ豊富なスタッフが同社の強みであることから、その強みを生かした海外EC展開アウトソーシング事業の実施を提案した。ビジコン奈良に応募することで、県内企業にPRするとともに、事業計画書の作成を通じて、事業コンセプト・サービス内容・料金体系などを精緻化した。その上で、サービスの要となるシステムは、「顧客自身による運営よりも、低コストで高品質」を実現する開発ロードマップを策定し、その強化を図った。

支援のポイント

相談者の理念に沿いながら、強みであるシステムとEC運営のノウハウを生かした事業展開を考えました。また、相談者はもちろんのこと、取引先である県内企業・地域が共に発展する事業になるよう気を配りました。「ECによる海外展開」が浸透し、奈良県がさらに発展することを願っています。

支援成果と 今後の展望

地元伝統企業の海外売上アップに貢献 利益率も大幅増

相談者は、株式会社呉竹と協業して海外EC展開を進めた。株式会社呉竹は、墨・書道用具・文具を製造販売している、奈良県を代表する伝統企業であるが、海外EC売上が対前年で2倍になった。この成果をきっかけとして、相談者のもとには他企業からの引き合いが増え、立ち上げたばかりのアウトソーシング事業は、売上全体の10%以上を占めるに至った。利益率も前年を上回り、高利益体質への転換につながっている。

相談者の声

システムの価値を初めて認めてくれたのがよろず支援拠点のCOでした。的確な支援をいただいたことで、新事業を立ち上げることができました。今後も、ECを通じて、日本・奈良県のすばらしさを海外にひろめたいと思います。

生産性向上

奈良県よろず拠点

ITサービス業

従業員5人以下

44

岡山県

生産性向上

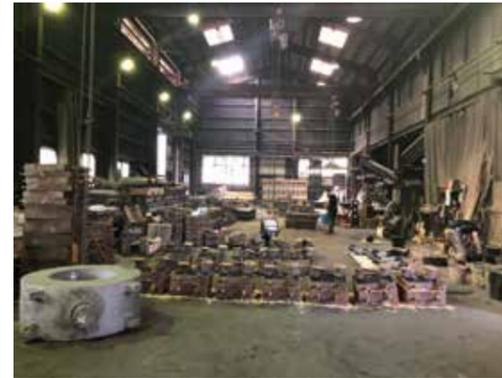
ボトルネック解消で 生産性向上 コロナ禍における 受注増加を目指す

企業概要

取引先である大手企業の要望に応じ、個別に材質を調整した鋳物素材や製品を製造。納入先からは、複雑な形状のポンプ部品の製造技術が高く評価されている。今後は、素材だけでなく加工完成品での納品を要望されており、いっそう取引の増加が見込まれている。

株式会社倉谷鋳造所

代表者：代表取締役 倉谷 純夫(くらたに すみお)
住 所：〒702-8002 岡山県岡山市中区桑野518
電話番号：086-277-4581



ポンプ用羽根車を製造するための砂型



羽根車の回転動力を使うポリウレタンポンプ

相談のきっかけ

受注拡大の一方で資金繰りの安定と 生産性向上の必要性に迫られる

同社は、大手企業との直接取引により事業を拡大した一方で、運転資金の増加に伴う資金繰り管理や、生産リードタイムの短縮による受注キャパシティの向上などにより、運営体制を強化する必要に迫られていた。資金繰りの健全化に向けた対策や、生産現場の改善について相談を希望し、商工中金岡山支店の勧めで、当拠点を訪れた。

現状分析・課題設定

資金繰りと生産工程の改善が課題 コロナ禍を契機とした新たな受注も狙う

COが同社の現状を分析したところ、大手企業との取引で受注量は増えたが、資金繰りに波があることが分かった。また、生産面においては後工程にボトルネックがあり、受注量増加の障壁になっていると思われた。折しもコロナ禍の影響で取引先のサプライチェーンが毀損しており、増産要請に対応することができれば、売上拡大にもつながると思われた。そこで、直ちに資金繰りと生産工程の改善に取り組むこととした。

提案・実行支援

入金条件の改善を打診 ボトルネックの外注工程を内製化へ

資金繰りにおいては、このまま受注が増えたと、それに伴い運転資金が増加し、資金繰りが逼迫する恐れがあるため、主力取引先に入金条件の改善を打診した。また、生産工程のボトルネックを検証した結果、製品の信頼性を保証するために必須となる、検査表添付作業を外注していることを確認。COは、これを内製化することで、同工程自体を短縮し、さらに工程間の同期を図ることで、生産効率を向上させることを提案した。

支援成果と今後の展望

設備導入により短納期体制を構築 リードタイム短縮で売上25%UP

取引先との交渉によって資金繰りは改善した。また、ボトルネックとなっていた検査工程は従来7~14日が必要だったが、これを内製化するために検査設備を導入。その結果、同工程を2時間で完了させることができ、リードタイムの大幅な短縮につながった。この取組により増産要請に応えることができ、得意先からは高く評価され、売上25%アップにもつながった。その後は商工中金等の支援により、経営改善計画を策定し、全社的な課題にも取り組んでいる。

支援のポイント

コロナ禍の経営環境では、資金繰りの安定化に加え、設備投資でも、販路の確保・採算性を十分に検討したうえで事業計画が必要になります。大手企業からの増産要請は大きな商機のため、引き続き、周到な事業計画の策定支援を進めていきます。

相談者の声

コロナ禍の影響で経営判断は難しいものの、思い切った投資判断ができ、金融機関からも評価されました。取引先からの評価も一層高まり、大手企業のティアワン企業としてさらにキラリと光っていきたいです。

45

山口県

生産性向上

相談者の熱い想いを 尊重した業務改善により 売上前年比 30%アップを達成

企業概要

ピアノの調律・修理・中古販売業として2016年に創業。代表者は大手楽器メーカーの調律師として長年勤務し、「ピアノを使うすべての人に上達してほしい」という熱い想いを持つ。誠心誠意のサービス提供をモットーとし、調律技術はもちろん、丁寧で心のこもった接客に定評がある。

田口ピアノ工房

代表者：代表 田口 望(たぐち のぞみ)
住 所：〒753-0001 山口県山口市宮野上2922-3
電話番号：083-976-4780



相談のきっかけ

ウェブサイト開設の相談がきっかけ 根本的な経営課題を見つけない

創業後3年が経過して売上が頭打ちとなり、業務の進め方や経営全般について悩みを抱えていた。当初はウェブサイト開設に関する相談で当拠点を訪れたが、拠点では多種多様な専門家の支援を受けられると知る。そこで、COと一緒に売上の伸び悩みの原因を探し出し、一つひとつ解決をしながら売上拡大を目指すことを決意して、相談に至った。

現状分析・課題設定

事業コンセプトの見直しと 生産性向上が課題

COのヒアリングにより、相談者は調律師としての理想を追求する想いと経営者としての効率を追求すべき立場の間で揺れており、ウェブサイト上の訴求ポイントも不明確となっていることが分かった。また、事業専従者である妻との業務分担ができていないうえ、調律修理の基本である5Sも徹底されておらず、業務全般で効率的な運営ができていなかった。そこでCOは、事業コンセプトの設定と業務改善を課題として設定した。

提案・実行支援

想いを伝える事業コンセプトの設定と 生産管理手法の導入

まず、事業コンセプトについて、専従者である妻とよく話し合うよう相談者に提案。その結果、効率を優先したい顧客の立場を理解しながらも、調律師としての熱い想いを正直に伝える「丁寧な調律」を事業コンセプトとした。それに基づき、相談者自身にマーケティングの基本要素を整理し、戦略を立案するための4P分析を行ってもらった。さらに、作業場の改善や、5Sの徹底、集中タイムの設定など、生産管理手法の導入を提案した。

支援成果と今後の展望

原因追究と積極的な改善案の実行で、 売上前年比30%アップ

支援開始後から相談者の意識が変わり、妻との業務分担のための作業状況表を作成するなど、改善に積極的に取り組んだ。また、「丁寧な調律」を事業コンセプトと定めたことで、顧客対応にも自信が持てるようになった。相談から2か月後には受注が伸び始め、売上が前年比で30%アップ、営業利益は60%アップを達成した。今後も業務効率化と顧客満足度向上を進め、事業を拡大させていく。



相談者作成のマーケティング戦略シート



妻との作業分担連絡表

支援のポイント

相談者は儲けや効率より顧客のピアノの上達を第一に考える根っからの調律師職人のため、「改善に時間を要しても相談者の想いを大切にしたい」という相談者の気質を理解した改善案を模索した。生産管理のアドバイスは、シンプルで簡単に理解できる内容に努めた。

相談者の声

COの皆さまからの私自身の想いを大切にされた提案や助言により、改善の励みになった。今後ともご支援をよろしくお願いたします。

46

大分県

生産性向上

IT活用による 生産性向上で 営業利益率「12.4%」の 高収益化を達成!

企業概要

2019年にオープンした「道の駅のつはる」を運営。大自然に囲まれた立地で、地元農産物の直売所、地元食材を使った多彩なランチ・デザートを提供するカフェレストランを併設している。国指定重要文化財である茅葺寄棟造りの屋根をモチーフに造られた建物と、全面ガラス張りでダム湖が一望できるロケーションが自慢。

一般社団法人夢あふれる野津原振興会

代表者：代表理事 和田 清秀(わだ きよひで)
住所：〒870-1213 大分県大分市大字下原1717番地の1
電話番号：097-574-7207



道の駅のつはるの外観

相談の きっかけ

オープン後順調なスタートを切るも、 新型コロナウイルスで来客・売上が一転減少

同会は「道の駅のつはる」を運営。最後発の道の駅ながらユニークな取組がマスコミに注目され、オープンから1か月で当初の売上計画を大きく上回り、順調なスタートを切った。しかし、コロナ禍で業績が一転、来店や売上が減少して苦しい状況。売上減少を食い止めるため、創業段階より支援を受けている当拠点へ相談するに至った。

現状分析・ 課題設定

相談者のITスキルを生かして レストラン部門の黒字化と体制強化に取り組む

COは同会の独自の強みを分析。相談者は若手でやる気もあり、IT活用も得意で、スマホバーチャルストアなどのユニークな取組を実践していた。また、新型コロナウイルスの影響下においても、集客は最悪の状況ではないことが判明。しかし、物産販売部門に比べ、レストラン部門の落ち込みが大きかった。そこで、IT活用によるレストラン部門の黒字化と、バックオフィスの効率化による体質強化に取り組むことを課題とした。



若手の駅長(相談者)

提案・ 実行支援

適切なシステムの導入により 業務効率化とコストカットへ

コロナ禍によりレストランの入店率が減少しているため、まずはテイクアウトを強化すべく、ネットオーダーシステムや専用タブレット端末を導入。そして、完全自動発注&セルフレジシステムも導入して原価と人件費を削減し、損益分岐点を下げ、利益創出につなげた。並行してバックオフィスの効率化に取り組み、徹底したローコスト運営を目指した。さらに、地元商工会や大分県発明協会と連携し、未来を見据えた新商品開発に努めた。

支援成果と 今後の展望

減収増益で営業利益率「12.4%」の 高収益化を達成!

ITを活用した生産性向上により、レストラン部門のフードロスコストを削減し、損益分岐点が下がった結果、赤字が減少。バックオフィスも徹底的に効率化し、経理スタッフが不在のなか、銀行データとの連携等による自動仕訳で、収支の「見える化」を実現。新型コロナウイルスで同業他社が業績を落とすなか、営業利益率12.4%の高収益化を達成。今後は域外での売上拡大とリピート対策を目指し、ネット販売の開始や新商品の導入、またSNS活用を予定している。

支援のポイント

相談者は絶対調でスタートした後、コロナ禍で苦しい状況に追い込まれ、焦っていました。まずは落ち着いていただき、実施した対応策をじっくりヒアリングし、現状を分析しました。課題や強みを再認識してもらい、売上よりも利益に直結する具体策を提案できました。

相談者の声

ユニークな取組がマスコミに注目され、オープンから1か月で計画を大きく上回る順調なスタートでした。しかし、コロナ禍で来店や売上が減少して苦しい状況でした。そんななか、COのアドバイスのおかげで、売上は減っても利益を出すことができました。

47

宮崎県

生産性向上

YouTube動画による 不動産情報の動画発信で 成約までの スピードアップ

企業概要

宮崎県都市で賃貸・売買等の不動産事業を展開。代表の娘であり宅地建物取引士の資格を持つ相談者は、ブログやFacebookを使った不動産情報の発信を担当している。見込み客からの問合せ対応にLINEを活用する等、SNSによる円滑なコミュニケーションを図っている。

相談の きっかけ

一般的な不動産業から脱却し、 もっと顧客に役立つサービスを提供したい

相談者は、従来どおりただ顧客のマンションを預かって入居者募集のお手伝いをするだけでなく、地域社会のニーズに合わせたサービスを展開できないかと思案していた。そこで、ネイルサロンや英会話レッスン等、個人事業者への店舗紹介サービスを企画。見込み客へアピールをするためにチラシを作成し、その添削をお願いしたいと当拠点を訪れた。

現状分析・ 課題設定

起業女性のニーズに即したサービスを開発 ターゲットへの情報発信に工夫が必要

COは同社の事業を「働く女性を支援するサービス」と再定義し、「スタートアップ起業女性を応援するマンション」というサービス名で、賃貸契約前に一室からのレンタル利用を可能とするサービスを開発。ターゲットである起業女性が赴く場所にチラシを設置し、ブログでの告知も実施した。しかし、ターゲット層に確実に情報を届け、具体的な成果に結びつけるためには、継続的な情報発信と成約時間を短縮することが課題であった。

提案・ 実行支援

YouTubeによる情報発信で アピール力と業務効率を向上

同社はすでにブログやLINEを有効活用しており、ターゲットとなる若い層がスマホで情報を収集して問合せできる仕組みが整っていた。そのためさらに強力にアピールする方法として、YouTubeによる動画配信を提案。地域内には動画配信を行う競合他社がおらず、検索エンジン対策にもなる。また、動画は現地に行かなくても物件の外観や立地、内覧等の不動産情報が確認でき、成約までの手間を極力減らし、業務効率の向上にも繋がると想定できた。

支援成果と 今後の展望

動画配信後わずか16日で スムーズに不動産物件の成約

店舗から40分離れた県外の物件について動画配信したところ、配信後16日で成約という、これまでにないスピードで契約を締結できた。通常であれば契約までのやりとりで手間がかかるが、同社がオンライン上での情報提供を充実させたことで、顧客が全てを把握した状態からの商談となり、契約までスムーズに進行できた。今後も動画配信を継続し、効率的な成約につなげていきたい。

有限会社天水不動産

代表者：代表取締役 天水 俊廣(てんみず としひろ)
住所：〒885-0025 宮崎県都城市前田町13街区28号
電話番号：0986-22-3702



相談者は覚悟を持ってネットへ顔出し

相談の きっかけ

一般的な不動産業から脱却し、 もっと顧客に役立つサービスを提供したい

相談者は、従来どおりただ顧客のマンションを預かって入居者募集のお手伝いをするだけでなく、地域社会のニーズに合わせたサービスを展開できないかと思案していた。そこで、ネイルサロンや英会話レッスン等、個人事業者への店舗紹介サービスを企画。見込み客へアピールをするためにチラシを作成し、その添削をお願いしたいと当拠点を訪れた。

現状分析・ 課題設定

起業女性のニーズに即したサービスを開発 ターゲットへの情報発信に工夫が必要

COは同社の事業を「働く女性を支援するサービス」と再定義し、「スタートアップ起業女性を応援するマンション」というサービス名で、賃貸契約前に一室からのレンタル利用を可能とするサービスを開発。ターゲットである起業女性が赴く場所にチラシを設置し、ブログでの告知も実施した。しかし、ターゲット層に確実に情報を届け、具体的な成果に結びつけるためには、継続的な情報発信と成約時間を短縮することが課題であった。

提案・ 実行支援

YouTubeによる情報発信で アピール力と業務効率を向上

同社はすでにブログやLINEを有効活用しており、ターゲットとなる若い層がスマホで情報を収集して問合せできる仕組みが整っていた。そのためさらに強力にアピールする方法として、YouTubeによる動画配信を提案。地域内には動画配信を行う競合他社がおらず、検索エンジン対策にもなる。また、動画は現地に行かなくても物件の外観や立地、内覧等の不動産情報が確認でき、成約までの手間を極力減らし、業務効率の向上にも繋がると想定できた。

支援成果と 今後の展望

動画配信後わずか16日で スムーズに不動産物件の成約

店舗から40分離れた県外の物件について動画配信したところ、配信後16日で成約という、これまでにないスピードで契約を締結できた。通常であれば契約までのやりとりで手間がかかるが、同社がオンライン上での情報提供を充実させたことで、顧客が全てを把握した状態からの商談となり、契約までスムーズに進行できた。今後も動画配信を継続し、効率的な成約につなげていきたい。

支援のポイント

紙やネット媒体でサービスを訴求しようとする時には、名前や顔が見えることが説得力を得るための要因となるが、相談者はネット上に顔を出して発信する覚悟を持っていた。また、明るく親近感の湧く人柄であり、企画力や持続力を兼ね備えていることもポイントとなった。

相談者の声

「YouTube動画」という考えもなかった提案を当初は訳もわからず始めてみた。しかし、売買物件の早期成約や業務効率UP等、予想した以上の結果に可能性を感じた。お客様からも「動画で事前に確認できてよかった」と喜びの声をいただいた。



都道府県	住所	電話番号	実施機関
北海道	北海道札幌市中央区北1条西2丁目 北海道経済センタービル9階	011-232-2407	(公財)北海道中小企業総合支援センター
青森県	青森県青森市新町2-4-1 青森県共同ビル7階	017-721-3787	(公財)21あおもり産業総合支援センター
岩手県	岩手県盛岡市北飯岡2-4-26 岩手県先端科学技術研究センター2階	019-631-3826	(公財)いわて産業振興センター
宮城県	宮城県仙台市青葉区上杉1-14-2 宮城県商工振興センター2階	022-393-8044	宮城県商工会連合会
秋田県	秋田県秋田市山王三丁目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	山形県山形市松栄一丁目3番8号 山形県産業創造支援センター2階	023-647-0708	(公財)山形県企業振興公社
福島県	福島県郡山市清水台1-3-8 郡山商工会議所会館4階403号室	024-954-4161	(公財)福島県産業振興センター
茨城県	茨城県水戸市桜川2-2-35 茨城県産業会館12階	029-224-5339	水戸商工会議所
栃木県	栃木県宇都宮市ゆいの杜1-5-40 とちぎ産業創造プラザ内	028-670-2618	(公財)栃木県産業振興センター
群馬県	群馬県前橋市亀里町884-1 群馬県産業技術センター1階	027-265-5016	(公財)群馬県産業支援機構
埼玉県	埼玉県さいたま市大宮区桜木町1-7-5 ソニックシティビル10階	048-783-3926	(公財)埼玉県産業振興公社
千葉県	千葉県千葉市美浜区中瀬2-6-1 WBGマリブイースト23階	043-299-2921	(公財)千葉県産業振興センター
東京都	東京都港区新橋1-18-6 共栄火災ビル1階	03-6205-4728	(一社)東京都信用金庫協会
神奈川県	神奈川県横浜市中区尾上町5-80 神奈川中小企業センタービル4階	045-633-5071	(公財)神奈川産業振興センター
新潟県	新潟県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	山梨県甲府市大津町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	長野県長野市若里1-18-1 長野県工業技術総合センター3階	026-227-5875	(公財)長野県中小企業振興センター
静岡県	静岡県静岡市葵区黒金町20-8 静岡商工会議所内	054-253-5117	静岡商工会議所
愛知県	愛知県名古屋市中村区名駅四丁目4番38号 ウィングあいち14階	052-715-3188	(公財)あいち産業振興機構
岐阜県	岐阜県岐阜市藪田南5-14-53 OKBふれあい会館10階	058-277-1088	(公財)岐阜県産業経済振興センター
三重県	三重県津市栄町1丁目891番地 三重県合同ビル5階	059-228-3326	(公財)三重県産業支援センター
富山県	富山県富山市高田529 情報ビル1階	076-444-5605	(公財)富山県新世紀産業機構
石川県	石川県金沢市穀月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
福井県	福井県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

都道府県	住所	電話番号	実施機関
滋賀県	滋賀県大津市打出浜2-1 コラボしが21 2階	077-511-1425	(公財)滋賀県産業支援プラザ
京都府	京都府京都市下京区中堂寺南町134 京都府産業支援センター内	075-315-8660	(公財)京都産業21
大阪府	大阪府中央区本町1-4-5 大阪産業創造館 2F	06-4708-7045	(公財)大阪産業局
兵庫県	兵庫県神戸市中央区東川崎町1-8-4 神戸市産業振興センター1階	078-977-9085	(公財)ひょうご産業活性化センター
奈良県	奈良県奈良市柏木町129-1 奈良県産業振興総合センター3階	0742-81-3840	(公財)奈良県地域産業振興センター
和歌山県	和歌山県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
鳥取県	鳥取県鳥取市湖山町東4丁目100番地	0857-31-6851	鳥取県商工会連合会
島根県	島根県松江市北陵町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	岡山県岡山市北区芳賀5301 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	広島県広島市中区千田町3-7-47 広島県情報プラザ	082-240-7706	(公財)ひろしま産業振興機構
山口県	山口県山口市熊野町1-10 NPYビル10階	083-902-5959	(公財)やまぐち産業振興財団
徳島県	徳島県徳島市南末広町5番地8-8 徳島経済産業会館2階	088-676-4625	(公財)とくしま産業振興機構
香川県	香川県高松市林町2217-15 香川産業頭脳化センタービル2階	087-868-6090	(公財)かがわ産業支援財団
愛媛県	愛媛県松山市久米窪田町337-1 テクノプラザ愛媛本館内	089-960-1131	(公財)えひめ産業振興財団
高知県	高知県高知市布師田3992-2 高知県中小企業会館5F	088-846-0175	(公財)高知県産業振興センター
福岡県	福岡県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6F	092-622-7809	(公財)福岡県中小企業振興センター
佐賀県	佐賀県佐賀市鍋島町八戸溝114 (公財)佐賀県地域産業支援センター内	0952-34-4433	(公財)佐賀県地域産業支援センター
長崎県	長崎県長崎市桜町4-1 長崎商工会館9階	095-828-1462	長崎県商工会連合会
熊本県	熊本県上益城郡益城町田原2081番地10	096-286-3355	(公財)くまもと産業支援財団
大分県	大分県大分市東春日町17-20 ソフトパークセンタービル2階	097-537-2837	(公財)大分県産業創造機構
宮崎県	宮崎県宮崎市佐土原町東上那珂16500番地2	0985-74-0786	(公財)宮崎県産業振興機構
鹿児島県	鹿児島県鹿児島市名山町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	沖縄県那覇市小禄1831番地1 沖縄産業支援センター4階	098-851-8460	沖縄県商工会連合会