

麺屋の商品を変える経営計画



麺は香り高いもちもち感、つゆはNPO法人発酵文化推進機構のアゴ本枯節を使用した日本初の麺つゆ。新商品はこの工場から生まれる

株式会社ツムラ

住所／北見市豊地26-26
業種／食料品製造業
従業員数／9名



津村 健太さん

新商品トータルブランディングという今回の取り組みは、新商品の誕生で一つの結果を出そうとしている

オホーツク産小麦使用／地元に愛される麺屋へ

1949(昭和24)年に香川県から入植した創業者が興したのは、うどん・冷や麦・ラーメンなどの麺類などを製造販売している食品工場。創業65年を迎えた昨年、4代目を引き継いだのが津村健太さんだ。津村さんの経営計画はすでに商品として復活させていた生麺タイプ冷や麦のリニューアル。パッケージの一新、オリジナル麺つゆの開発、プロによるレシピ制作、レシピ・パンフレットの制作が最優先課題として計画に盛り込まれた。

「経営計画をまとめてくれたのは妻です。東京農業大学オホーツクキャンパスの社会人向け講座・ビジネス地域創成塾で商品開発やマーケティングを学んだことが、今回の補助事業での取り組みに役立ちました」と津村社長。同社取締役でもある奥さまの千恵さんは、商工会議所の経営指導担当者が驚くほど完成度の高い経営計画書を作成。また、この社会人向け講座で学んだことによる、さまざまな人との出会いは、商品開発にも生かされている。「つゆは創成塾で出会った発酵学者・小泉武夫先生指導による、日本初のアゴ本枯節を使ったもの。麺はオホーツク産小麦を使っています」と津村社長。小泉武夫氏命名の「アゴ本枯節使用【無敵の切麦】オホーツク生ひやむぎ」が3月発売を目指し、計画通り産産を上げようとしている。



竹中 秀之さん

北見商工会議所
経営指導課
指導係長

商工会議所の支援担当者から

約1700社の会員を有する北見商工会議所の会員各社が抱えているテーマの一つに、付加価値のある商品をどのように開発していくかがあります。株式会社ツムラは、老舗製麺工場の新しい取り組みとして新商品開発、トータルブランディングを核とした経営計画書を作成。それは私ども経営指導員が指導する部分がないほど完成度の高いもの。大学の社会人向け講座で学ばれたことが生かされた例といえます。

経営計画で見る写真館の未来



北海道



野外ウエディング、ロケーションフォト、ハーフパースデーフォト、マタニティーフォトなど商品のPR強化が受注件数増に結びつく

有限会社モリヤ写真館

住所／上川郡美瑛町本町1-3-15

業種／技術サービス業

従業員数／0名



守谷 光代さん

女性&母親でもある
フォトグラファーであることが、
マタニティーフォトの
撮影などで
強みになっている

美瑛の美しい風景が新商品のキーになる

1936(昭和11)年に祖父が創業した写真館を父親が継ぎ、現在現場でシャッターを切ることが多くなっているのが、父親からのバトンを引き継いだ守谷光代さん。地域の写真館として生き残っていくために、何か新しい商品づくりをしなくてはいけないという思いは以前から持ち続けていた。「経営計画を指導員のアドバイスを受けながらつくっていくうちに、漠然としていた写真館の現状や今後考えていかななくてはいけないことが、より明確になっていきました」と守谷光代さんは振り返る。

美瑛のJR駅前商店街という好立地。年間150万人の観光客が、日本有数の美しい景観を楽しみに訪れる観光地。それらをヒントに企画したのが、美瑛の自然をバックに観光客のメモリアルフォトを撮影する「ロケーションフォト」。昨年の夏は14件のロケ撮影をしている。ほかにも妊娠という生涯の限られた時を美しいメモリアルフォトにする「マタニティーフォト」は毎月のように受注されている。徐々にではあるが一步一步、写真館の商品が知られ、受注に結びついていく。「それまでの広告宣伝力の弱さが、経営計画に基づき企画、販売促進することで少しずつ写真館の未来が見えてくるようです」と守谷光代さんは語った。



三枝 敏九さん

美瑛町商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

モリヤ写真館の強みとは何か、弱みとは何かなどを守谷さんとSWOT分析していくことで、現状の問題点やこれからの可能性が明確になってきました。例えばビジネスチャンスを整理すると、日本で有名な景観のあるこの地に、年間150万人もの観光客が足を運び、しかも隣町は旭川という大きな都市があります。問題点、可能性が整理され、見えてくることで目標に近づいていくことができます。

方向性がはっきりしました



原子社長も携わった青森市の三内丸山遺跡での結婚式

株式会社あおい企画 いしどやブライダル

住所／青森市富田4-17-2
業種／生活関連サービス業
従業員数／4名



原子 浩さん

経営計画作成で
社の方向性が明確に。
人を結びつける仕事を
続けていきます

★担当者と二人三脚／★具体的な計画作成

創業者が「いしどやブライダルサークル」として事業を始めたのが約40年前。結婚式の司会業務を中心にウエディングに携わってきた。「結婚式は、新郎新婦が、家と家をつなげる。思い出に残る式を挙げられれば、絆も深まる」と原子社長。ウエディングに加え婚活パーティーなど「人を結びつける仕事」に取り組んできた。ただ近年は披露宴を行わない「なし婚」が増加。そこで2014年、結婚の原点に返り、「想い」を叶える挙式・パーティー(披露宴)をプロデュースする「Wedding Zero(原点)」プロジェクトを立ち上げた。

同時期に青森商工会議所のセミナーに参加し、経営計画を作成した。目標や客観的な分析を具体的に記入する実践的な内容で、自社の強みや弱みが明確になった。「頭の中で考えていたプランを形にしたことで、方向性がよりはっきりと定まった」と原子さん。商工会議所と二人三脚で計画を作成した。「商工会議所の会員で本当によかった」と笑顔を見せる。

経営計画に基づき小規模事業者持続化補助金を受け、結婚式のプランニングや相談に幅広く対応できるサイトを1月中に開設する。ウエディングに長年携わった実績やノウハウを活かし、婚礼市場がよくなるように、幅広い顧客のニーズに応え、今までお世話になった婚礼会場へ恩返ししたいと語る原子社長。再婚向けや家族婚・サプライズの銀婚式など、従来の「披露宴」にこだわらない式も手掛けたいと意欲的だ。



三上 敬豪さん

青森商工会議所
中小企業振興部
経営相談課主査

商工会議所の支援担当者から

経営計画は自社の仕事が多様なものが相手に伝えられる“武器”。頭の中だけだと抽象的な概念になりがちです。自社を客観的に分析し、問題点や展望を洗い出していくことで、改善策にもつながっていきます。あおい企画さんの経営計画は誰が読んでも分かりやすくまとまっており、社員同士が目的意識を持つためにも役立ちます。商工会議所は今後も手を取り合って支援していきたいです。

地場産品へのこだわり全面に



新鮮な地場産鮮魚のほか、魚介類の加工品、総菜や弁当なども販売。今後は店内で食事を楽しめるようにするという

株式会社和がや

住所／三沢市中央町1-6-17

業種／飲食店経営(居酒屋和がや)、
鮮魚・加工品販売(みさ和生活
魚センター)

従業員数／9名



木村 博幸さん

地場産品の付加価値を
高めるような商品の
提供に力を入れ、
さらなる顧客の拡大を
図りたい

経営ビジョンに基づき練り上げた計画つくる

平成26年6月、三沢市中心街にオープンした鮮魚店「みさ和生活魚センター」は、市内で居酒屋を経営する(株)和がやの新たな事業拠点。地場産品にこだわる木村博幸代表が、三沢産の鮮魚を市内飲食店に卸すとともに一般に小売りもし、三沢の魚に親しめる店を出したい—と考えたのが開店のきっかけだ。「魚介類加工品も開発し、三沢ならではの土産品も生み出したいと思った」と木村代表。少年野球の選手だったころにチームの監督だった地元商工会の担当者に相談すると、小規模事業者持続化補助金を受けるため経営計画を作ってはどうかとアドバイスされた。

いけすで活魚を販売し、居酒屋のノウハウを生かして総菜や弁当も並べる、イカの一夜干しやサワラの西京漬けなどの加工魚も提供する—。木村代表の経営ビジョンに対し、担当者は熱心に助言。想定顧客層や売り上げ目標など綿密に練り上げた経営計画をつくり、補助金を得た。これで作ったチラシの配布で市民の認知度は大きくアップしたという。「鮮魚の卸先は徐々に増え、今は20店ほど。昼や夕方は買い物の主婦やOLなどでにぎわう」と木村代表。今後は店内で地場産品を活用した食事を楽しめるようにしていくという。



土井 淳さん

三沢市商工会
振興課長
主任経営指導員

商工会の支援担当者から

三沢市には鮮魚専門店が少なく、地元の魚をもっと味わってほしいという熱意は高く評価できました。居酒屋を経営しているだけあって経営計画の完成度は最初から高かったです。鮮魚および加工品販売とも新規事業で、加工品は商品パッケージや販売の手法などを専門的視点から指摘し、高い付加価値を持った商品の開発に結びついたと思います。今後はさらなる顧客拡大を目指し、地場産品の加工品開発に一層力を入れてほしいと思います。

復興を機に事業展開を見直し



釜石市内の仮設住宅などを回り、食料品を届けている移動販売車。
市民からも好評で、あんでるせんの収益の約70%を占めている

あんでるせん

住所／釜石市鶴住居町3-7-2
業種／パン製造販売業
従業員数／2名



小笠原 泰樹さん

経営計画作りをきっかけに、
パン販売以外の取り組みが
始まった。
今まで受けてきた支援に
新商品開発で感謝したい

経営計画で販路拡大し未来への可能性広げる

1979年に開業し、手作りの焼き立てパンを製造販売していた「あんでるせん」は、東日本大震災の津波で釜石市内の工場、移動販売車などすべてを流失した。釜石商工会議所の支援によって約30業者による「鶴住居を新生する会」に加わりグループ補助金を受け、仮設店舗で営業を再開。その後も同支援の一環で、移動販売車の無償貸与を受け、市内を中心に仮設住宅を回っての移動販売も復活した。

産直組合、食堂との異業種連携でご当地商品「釜石バーガー」を開発した。「これまでなかった他の業者とのつながりで、新商品が生まれた」と小笠原泰樹さん(31)は振り返る。

人口減少という課題を見据え、釜石商工会議所の担当者から販路開拓と新商品開発の必要性を力説され経営計画作りに取り組んだ。販路では、市内の大型スーパーセンターに開設された販売コーナーで委託販売をスタート。新商品として「ココアクッキー」「黒糖ラスク」などを組み合わせた「あんでるせん物語」の開発に着手した。お土産品として賞味期限確保のための保存技術研究やパッケージデザインも行い、ホテルや旅館などでも販売してもらう計画。小笠原さんは「経営計画を通じて、新しいことに挑戦する意欲が高まった」と手応えを語った。



猪俣 重俊さん

釜石商工会議所
中小企業相談所
指導課主事

商工会議所の支援担当者から

震災後、それまで移動販売していた周辺住宅環境が大きく変わり、販路開拓の見直しが必要となりました。自社の体制や顧客ニーズを把握した上で、商品をどのように、どんな人に販売するのか検討しました。新たな土産商品の開発に伴う委託販売の実施で売り場作りを丁寧に行うことや、移動販売チラシの配布など販売促進の展開について経営計画策定を通じてサポートし、トータルな経営戦略を考えるいい機会になりました。

販路開拓進め地域活性化に力



昨年9月に本設として開店した「釜揚げ屋」。集客力も高まり、開発した商品を買求める町内外からの客も多い

自家製麺・釜揚げ屋

住所／下閉伊郡山田町山田4-5-1
業種／食料品製造卸売業・飲食店
従業員数／4名



川村 芳宏さん

具体的目標があるから
具体的な取り組みにつながる。
適宜、新しい商品アイテムを
生み出し一步一步
前に進みたい

既存商品を有効活用／経営計画で新商品開発

地産地消にこだわる山田町のうどん専門店「釜揚げ屋」(川村芳宏代表)は、山田町商工会からの助言を受け経営計画書に基づく、名物「山田せんべい」の新商品を開発し、販路開拓を進めている。東日本大震災で被災し、仮設店舗を経て昨年9月から本設での営業を開始。川村代表は、売り上げ目標を具体的に掲げ、地域経済の活性化を図り「古里山田」の発信に貢献しようと前を向く。

同計画書に基づき開発した新商品は、生せんべいの山田せんべいを活用した「揚げせんべいチップス」と、揚げせんべいを使ったソフトクリームのコーン。昨年10月から販売を開始した。

沿岸地域の「復興特需」が今後見込めなくなるとの見通しから同計画に着手。3カ年計画で、2016年にはチップスだけで300万円以上の売り上げを目指す。現在は、町内の道の駅や沿岸地区のスーパーで販売しており滑り出しは順調だ。

山田せんべいは、焼く工程がない生せんべい。軟らかさが命のため、これまでは出荷後5日経過した商品は自主回収していたが、今回の新商品開発で、素材を有効活用できるようになった。

川村代表は「具体的目標があって具体的な行動につながる。一步一步前に進むことが震災後にお世話になった人々への恩返しになる」と意欲を示す。

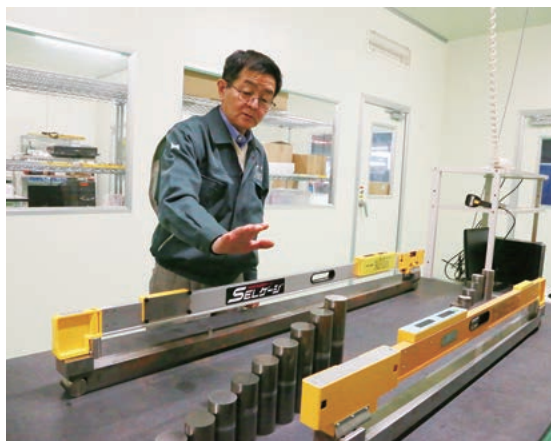


阿部 一登さん
山田町商工会
指導グループ副主幹
経営指導員

商工会の支援担当者から

釜揚げ屋さんは、東日本大震災前から経営計画策定の意欲はありました。沿岸の復旧復興事業に伴う「特需」は長くは続かないという見通しのもと、販路開拓を進めることを前提にした計画を立てました。売り上げ目標を具体的に掲げておりチェックや軌道修正も図りやすい。既存商品を有効活用し新商品を生み出し販売に結びつけることができました。PDCA(計画、実行、点検、改善)サイクルを回せるように支援いたします。

地域のもので未来へ



タブレットPCで測定値の確認ができ、多点測定したデータを一元管理することも可能。低コストなのも大きな魅力となっている

株式会社畠茂商店

住所／大崎市古川千手寺町1-5-21
業種／電気機械器具製造業
従業員数／9名



畠 良記さん

地元企業同士が生み出す
“メイド・イン・大崎”の
ようなものづくりが、
今後、震災復興を進める力に
なると信じています

アイデアを具現化する計画に基づいた製品開発

昭和元年創業の畠茂商店は当初、農家の副収入であるワラ加工品の製造機械販売を行っていたが、昭和45年に主要な営業品目を機械・工具に移行。現在は、道路保守用機器・鉄道保線用機器などの企画開発に注力している。

3代目となる畠良記代表取締役は、2012年3月に鉄道線路の幅、左右の傾きを精密に測定するための新たな軌道用ゲージ開発に着手。産学官連携により東北大学から技術支援を受けながら、従来の測定方法より精度が3倍高まる通信機能付きの「SELゲージ」を完成させた。「部品の8割近くを大崎地区の企業から調達することで、“メイド・イン・大崎”と誇れる製品ができた」と話す。

多額の開発費を費やして新製品を完成させた後、頭を悩ませたのがセールスのためにかかる経費の問題。そこで、「小規模事業者持続化補助金」の利用を考え、商工会議所の経営指導員の助けを借りながら申請書類を作成した。「これほど緻密に経営計画を作成したのは初めて。5年スパンで考えた新製品の販売計画は心強いものになるはず」と語る。「量産販売ができない地元中小企業の仲間が手を結び合い、市場に無いアイデアを形にして共に利益を得られるビジネスモデルを実現したい」と、今後の展望も話してくれた。



大津 雄一さん
古川商工会議所
部長
主席経営指導員

商工会議所の支援担当者から

代表取締役より「SELゲージ」の製品説明を受けた際、その充実した内容と将来性を確信することができたので、審査のアピールポイントとして申し分ないものを感じました。補助金は製品紹介パンフレットや出張費などに利用してもらいましたが、販路拡充に活用してもらえてうれしく思います。地元企業より部品調達を行うというものづくりの姿勢が、大崎地区の活性化にもつながって欲しいと願っています。

新事業の成功を支える助けに



ガソリンとLPガスの切り替えで、燃費性能が飛躍的に向上。タクシー会社や多くの営業車を持つ企業などに売り込みをかけている

株式会社TK自動車

住所／東松島市赤井字鷺塚58-2
業種／自動車整備など
従業員数／9名



竹内 勝弘さん

ラジオCMなどの広告媒体を、
いかに効果的に活用して
いくかを考えるきっかけに
なったのが、補助金申請と
経営計画だった

新たな可能性を広げる補助金と経営計画

東日本大震災による津波で社屋が浸水し、平成24年まで休業を余儀なくされた「株式会社TK自動車」。事業再開までは、津波で流された顧客の自動車保険や廃車に関する手続きに追われる毎日だった。そんな日々を竹内勝弘常務取締役は、「膨大な資料の山で、途方に暮れていた」と振り返る。

煩雑な資料整理を手伝いながら、リニューアルオープンまでの道のりを支えたのが東松島市商工会の経営指導員だ。「辺りは被災地となって売り先も失われてしまい先行きが不安だったが、経営状態を元に戻し、新たな事業に着手できるよう補助金の申請などにアドバイスをもらえたのが大きかった」と語る。

まさに「ゼロからのスタート」となり、顧客の回復とともに始めたのが、輸入車の専門整備とLPGハイブリッド車の販売だ。新事業に取りかかるタイミングで商工会担当者は、販路開拓等の取り組みに対し50万円を上限に補助金を出す「小規模事業者持続化補助金」を紹介。ラジオや新聞での広報に活用した。申請に必要な経営計画書を綿密に作成し、「CMの反響が良かったのもうれしかったが、事前に立てた経営計画によって広い視野を持てるようになり、チャレンジの幅が広がった」と、常務取締役は満足そうに話した。



作間 里志さん

東松島市商工会
主査

商工会の支援担当者から

震災の被害で苦しい状況にありながら、意欲的に事業を前進させようとする姿勢に共感しています。経営情報などにも常に感度の高いアンテナを張りめぐらし、商工会の説明会などにも積極的に参加してくれているので、意思疎通は図りやすかったです。今回の補助金に関する案内は、ぜひこの会社に活用してもらいたいと思ったので、新事業の成功を後押しするものになると期待しています。

新キャラクターで全国へPR



プロのデザイナーとの協働で開発したオリジナルキャラクター「さんきちくん」。秋田生まれのバドミントンの神様という設定

セキネケミカル

住所／秋田市土崎港南3-9-20
業種／卸売・小売業
従業員数／3名



佐藤 等さん

イメージキャラクター
によるPRを軸に、
顧客との
エンゲージメントを
高めます

新たなPRの軸はイメージキャラクター

数多くあるスポーツ分野の中でバドミントンに特化し、学校の部活動や地域のサークル団体をターゲットに販売活動を行うセキネケミカル。着実に成長曲線を描いている同店であるが、競技人口が全体的に目減りしている現状、地域だけを相手にした商いには限界があるのも事実。そこにいち早く気づいた同店佐藤代表は、今や老若男女が利用するネットショップを顧客数拡大のための新たなフィールドに選んだ。

「趣味でパソコンに触れる時間も多く、アイデアはいくらでも浮かんだが、よりユーザーフレンドリーな施策で顧客とのエンゲージメントを高めることに重きを置き、経営計画の策定に着手した」とは同代表の弁。

まずは店の色を出していくためイメージキャラクターを制作し、それを軸としたPRに取り組むことに。世間の反応は上々で、広く存在を周知できた暁には、専門性を生かした販売スタイルの確立と、利益率を高めるオリジナル商品の開発も計画している。アイデアマンの代表と、フットワークの軽い経営指導員による二人三脚は見た目にも良好で、打合せ時も笑い声が絶えない。大手ショッピングモールの進出や、少子化の影響で苦戦を強いられる地方の小売業界に、彼らの笑顔が希望の光となっていく。



伊藤 佳徳さん

秋田商工会議所
経営指導員

商工会議所の支援担当者から

佐藤代表がとにかくアイデア豊富な方なので経営計画づくりは順調に進みました。同社の得意分野と市場動向を整理し、効果的な販売方法・販売先について専門家相談を活用しながらアドバイスするとともに、事業実行による収支への貢献度を明確にし、経営のやる気に繋がる計画作成のお手伝いをしました。これからが本当の勝負ですが、佐藤代表なら計画以上の実績を挙げるとしています。

新たな販路と歴史を創出



老舗みしょう油醸造所80年の物語を“見える化”した、近日発売予定の「おやしシリーズ」と「おかみシリーズ」

有限会社三協商事

住所／潟上市天王字上江川47-502
業種／食料品製造業
従業員数／4名



三浦 将人さん

自分も三代目として
後世に名を残せるよう、
変化を恐れず
前に進み続けます

経営計画は4つのテーマで構成

創業80年を契機に、主幹産業の安定的成長をめざそうと、経営計画の策定に取り組んだ有限会社三協商事。味噌・醤油を製造する「三浦醤油店」として地元では親しまれ、各家々との直接取引を大切にしている。しかし、少子高齢化の影響から、年々売上が減少してきているという事実、代々続いてきた味を後世に残したいという後継者・三浦将人さんの思いが、新たな挑戦に突き動かした。

加藤主査とともに熟考の末に決めたタイトルは「伝統の味を極める！販路拡大事業～三浦醤油店80周年物語」。そこには現在の商圈を超えて自社の歴史や日本の誇るべき食文化を伝え、新たな販路とブランドを確立していききたいという思いが込められている。

同社の経営計画は、「味とパッケージのブラッシュアップ」「新商品開発」「自社サイトとネットショップの整備」「販売チャネルの拡大」の4つのテーマで構成され、それぞれ緻密にプランニングされている。ビジョンを形にしていくスピード感もなかなかのもので、鋭意開発中の「おかず味噌」などは、地域を越えて多くの消費者に親しまれるのではないだろうか。伝統の味を守るために変化を選んだ老舗店の今後の展開に期待したい。



加藤 裕子さん

潟上市商工会
経営指導員主査

商工会の支援担当者から

潟上市商工会では、売上アップや潟上市の魅力を高めるためのさまざまなプロジェクトを実施しています。三浦様とともに、この計画を進める上でのターゲット分析や販路拡大について、学びと経験を深めてきました。経営計画の策定段階で何度も打ち合わせをし、目標を明確に設定したことと、それを形にしていく三浦様の熱意が、より良い商品作りにつながっています。

引き続き全力でサポートしていきます。

粉状農薬の散布機開発に着手



「オラクル粉剤」を安全、効果的に散布する機械の開発を進めている。飛散させず、いかに均一に散布できるかを追求している

株式会社美善

住所／酒田市両羽町9-20
業種／小型農業機械・器具製造
および販売
従業員数／14名



備前 仁さん

ニッチなオリジナル
農機工房として
農家の方々からアイデアを
お借りしハットとする
ものづくりで
お返ししていきます

専門用語使わず簡潔に心掛け計画書まとめる

1968(昭和43)年の創業以来、農作業のちょっとした負担を軽減するニッチな商品の開発・販売を手掛けてきた「美善」。農家の要望、小さなアイデアを出発点に、改良を重ねることで、これまで施薬機「パラット」、田植え機用溝切機、除草機「あめんぼ号」などのヒット商品を生み出してきた。こうした実績を見込まれ、農薬メーカーから直接、散布用の機械開発を依頼されることも増えてきた。今回取り組んだのは「オラクル粉剤」の散布機。アブラナ科野菜の根こぶ病に高い効果を発揮するが、小面積の圃場に適した散布機がなく、人の手で散布されている。また周辺への農薬飛散のリスクもあるため、安全かつ効果的に散布できる機械の開発が求められていた。

備前社長が、酒田商工会議所が主催する勉強会に参加していたことをきっかけに、補助金の申請にトライ。計画書の作成には慣れている備前社長だったが「できるだけ専門用語を使わず、簡潔な経営計画書をまとめる作業は新たなチャレンジだった」と振り返る。補助金は開発費や広報費に充てる計画だ。「散布機の実現により、根こぶ病に悩む全国の農家の助けになれば。“ちょっと便利”な道具の開発という、大手農機メーカーにはできない当社の強みを今後も発展させていきたい」と備前社長は語った。



阿部 智さん
酒田商工会議所
中小企業相談所
経営指導員

商工会議所の支援担当者から

備前社長は、会議所主催のセミナーに頻繁に参加されるなどとても勉強熱心で意識も高く、酒田の若手経営者のリーダー的存在です。今回作成された計画書の内容もとてもしっかりしていて、私は第三者の視点からアドバイスさせていただきました。今回の事業採択をきっかけに、備前社長にはさらに新たな挑戦を積み重ねてほしいです。また、ほかの若手経営者にとって良いお手本と刺激になればと思います。

地元農産品使ったカフェ開店



手書きの看板などが温かみを醸し出す店内。陽一さんの姉・川上優子さんの協力もあって、女性向けの細やかな気配りが見られる

いのこや 有限会社亥子屋商店

住所／東置賜郡川西町中小松2862

業種／各種商品小売業

従業員数／1名



高橋 陽一さん

みんなでしゃべり
したいときや、
雪下ろして疲れたとき…
気軽にくつろいでいただける
カフェにしたいです

経営計画書の作成で日々の目標が明確に

肥料などの農業用資材と灯油等の燃料販売に加え、酒の小売店として親しまれている「亥子屋商店」。しかし、農業用資材は農業人口の減少などから先細りの様相で、また酒屋としても、量販店などに押され売り上げが伸び悩んでいた。一方、酒店内には改装時に設けた調理場があり、店主の高橋陽一さんが調理師の資格と経験を生かし、予約制で飲食営業を行っていた。「いずれは本格的に飲食店を…」という夢を抱いていた高橋さんを後押ししたのが、今回の補助金。現状を熟知した商工会担当者とともに“本業”を生かせる経営形態を模索した。

補助金申請を前に経営計画書を作成したことで「売り上げなど将来目標が明確になり、本業の現状把握にもつながった」と高橋さん。マーケティングを経て業種を「カフェ」とし、培った農家とのつながりを生かし、地元農産品を使ったパスタやピザを提供することに決めた。店舗を改装し2014年6月に「陽cafe(ひなたカフェ)」をオープン。女性を中心に口コミで広がり、リピーターも多いという。看板商品の米粉を使ったピザは、テイクアウトだけで3カ月で300枚を売り上げた。高橋さんは「この店を始めたからこそのお客さまとの出会いがあり、毎日が楽しい。町内外の人にとって、気軽に一服できる場所になれば」と語った。



梅津 憲一さん

川西町商工会
指導係長

商工会の支援担当者から

「カフェを目指したい」という思いを実現するため、高橋さんと話し合いを重ね、決意していただくのに赴任後2年かかりました。ただ、本業からの180度の転換は大きなリスクを伴います。まずは「小さく産んで大きく育てよう」。負担が少なく、持っている強みも生かせる方法を考えました。料理の内容や盛り付けなど、当初の狙い通り女性客中心に喜ばれる店ができたと感じています。

通販で販路拡大。売り上げ増



寒い時期を乗り越えようと脂をたくさん蓄える冬のウナギは、身も柔らかく美味。真空パックの通販なら距離不問で楽しめる

株式会社大亀楼

住所／福島市御山字中屋敷23-1
業種／飲食店業
従業員数／3名



渡邊 彰範さん

ウナギの蒲焼は、冬のギフトとしても喜ばれることをもっと知らせたい

ネット効果でウナギを食べる若い女性客が増えた

大正10年の創業。老舗の蒲焼は、ウナギの風味を大切にふっくら香ばしく焼き、甘さ控えめに仕上げた逸品だ。三代目・渡辺彰範さんは、この味を守りながら次の100年へとバトンを繋ぐためにも、これからは外へと販路を拡大していかなければと考えた。「昔ながらのウナギ屋の手づくりの味を真空パックにして、通販で季節を問わず日本全国に届けられるようにしたいと思ったんです」。

見通しを持ち、安心して全国展開していくためにも経営計画は必須と考え、福島商工会議所に相談。中小企業診断士のアドバイスを受けながら内部環境と外部環境を分析し、利益計画を数値化。2015年から3年先の売り上げ目標を立てて真空パックの機械を購入した。

準備を万端に整え、全国の名産・特産・ご当地グルメなどを扱うお取り寄せ・贈答サイトなどで告知を始めると、北海道や四国など、福島市外からの注文も入るようになった。また、インターネットで知ったという若い女性の来店も増え、渡辺さんは思いもしなかった展開に驚いた。

「おいしいものを食べたい気持ちには、年齢も性別も関係ないのだと実感しました」。努力の甲斐あって売り上げは順調に伸びている。来期はさらに販路を広げて、老舗の味を一人でも多くの方に堪能してほしいと願っている。



相馬 由寛さん

福島商工会議所
経営支援課主査
経営指導員
中小企業診断士

商工会議所の支援担当者から

頭の中でイメージするだけでなく経営計画として可視化すると実行力が高まり、実現可能性も高まります。ゴールが明確になっているので、今日やるべきことも見えてきます。設備投資後の回収計画も出ていますので集中して経営に取り組めます。売り上げ増、利益増という目に見える結果が事業意欲の向上につながります。これからも老舗の魅力を生かしていけるように支援していきます。

予想外の市場も見えてきた



遠藤さんが考案したネクタイ留め「ウエーブフィッター」。カラーバリエーションは8色。ネクタイやリボンタイのデザインも手掛ける

株式会社カミカワ服飾

住所／本宮市本宮字中條14-1
業種／服飾品製造販売業
従業員数／1名



遠藤 基栄さん

これからも
カミカワならではの提案、
カミカワにしかできない
ことを続けていきたい

商品保護という観点から商標登録も行い販路を開拓

初代社長から受け継いだ縫製会社の主力商品を、平成7年以降ネクタイに絞り込み、葬祭事業所男女スタッフ向けの業務用服飾品の製造販売を行っている。

現在、取り引き先は全国に及ぶ。時代の流れを敏感に受け止めてきた遠藤基栄さんはビジネスシーンでもっとスマートにネクタイを使いこなしたいというニーズと、クールビズの余波で懸念される服装マナーの乱れをなんとかしたいという思いを胸に一念発起。試行錯誤しながら開発した商品が「ウエーブフィッター」だ。

ネクタイをワイシャツのボタンに留めてブラブラさせないようにするアイデア商品は、ともすると真似される可能性もある。そこで地元の商工会に相談し綿密な経営計画を立てて商品化と販路開拓を進めることにした。

具体的にはまず試作品を完成させた。次に葬祭関連業者が集まる展示会などでお披露目しながら説明し、販路開拓を続けている。

商品保護という観点から商標登録も行った。様々な人に商品を紹介するうちに、予想外の市場も見えてきた。面白くて便利な商品だと、一般企業からギフトとしての問い合わせも入るようになったのだ。「今後は、パッケージデザインも工夫してさらに多くのお客様に喜んでいただける商品に育てていきたいと思っています」。



植野 公一郎さん

本宮市商工会
経営支援課主任主査
経営指導員

商工会の支援担当者から

「ウエーブフィッター」を世に出したいという願いを叶えるために経営計画を作成支援しましたが、長期的には主力商品との相乗効果で販売を伸ばし、持続的で安定的な経営にしていけることが目的です。今回は販路開拓をしながら様々なご意見に耳を傾ける中で、ギフト商品という予想外の市場も見えてきてうれしい手応えを感じています。目標の実現に向けてこれからも支援を続けて参ります。