

地域を元気にする看板・広告



地元密着型のシェア広告チラシ「かんぱんわ」。紙面をシェアし、配布エリアも絞ることでコストを抑えられる

株式会社増子看板店

住所／日立市小木津町4-3-8

業種／広告業

従業員数／1名



増子 榮寿さん

オンリーワンの
“看板力”で地域を
盛り上げていきます

シェアする新しい手法／経営計画で強み再認識

昭和48年創業の増子看板店は、地元に密着した屋外看板広告やチラシなどの印刷物を製作している。顧客は個人事業主や小規模法人が多く、近年ではSNSなどインターネットを活用した提案・サポートも行っており、リピート率も高い。増子榮寿社長は「当社の顧客には規模の小さい事業主が多いことから、ロードサイドの屋外看板の設置や新聞折込チラシの発行を検討しても費用の面で断念することも多い。地域で頑張っているお店や会社をなんとか元気にしたいと思っていた」と振り返る。

顧客と話をしている中で、チラシや看板、ホームページをシェアして掲出する手法を思いついた。チラシは異業種のお店の広告を1枚の表裏に印刷、看板は誘導方向による集合看板、ホームページはホームページにグループ表記する。媒体をシェアすることで広告主のコストも低減し、各社の情報を共有することで同じ商圈の異業種間交流も生まれ、地域活性化に繋がる仕組みだ。また、商工会議所担当者から自社の経営計画を見直してみるよう勧められ、シェア広告事業に対する補助金も申請した。「経営計画書を作成することによって当社の強みをより認識できた。問い合わせも増え、眠っていた顧客も復活した。顧客の思いが伝わる元気な看板・広告を作っていきたい」と増子社長は話した。



鈴木 均さん

日立商工会議所
工業政策課主任
経営指導員

商工会議所の支援担当者から

日立市内は大手企業の再編の影響と若年層を中心とする人口減少が進行し、個人店での消費活動の低下による売上の減少がみられています。人と人との繋がりを重視する増子社長の「元気な看板作り」は、顧客はもちろん見た人にも高い評価を獲得。経営計画書を作成することは、自社の持つポテンシャルを再認識してもらえる作業となり、サポートする側としても事業者をより深く理解できる良い機会となりました。

既存商品のブランド力を強化



親しみやすいパッケージにリニューアルした「パイまんじゅう松風」。幅広い年齢層に好評を博している

有限会社永寿堂

住所／高萩市安良川679
業種／飲食料品小売業
従業員数／3名



沼野 辰三さん

従業員一丸となり、
収益体制強化を
目指していきます

収益体制強化へ指針／従業員にも意識改革

大正2年創業の和洋菓子製造販売の老舗「永寿堂」。創業時からの味を100年来引き継ぐ看板商品「八千代おこし」は、高萩市の銘菓として知名度も高く、お遣い物として市内外の人たちに広く親しまれている。しかし近年は贈答商品を扱う販売店数の増加や種類の多様化により、売上の伸びが鈍っているのが現状だ。「店全体の売上の約6割を占める「八千代おこし」に次ぐ、第二の軸となる商品が必要だった」と振り返るのは沼野辰三社長。3年前に発売した市のイメージキャラクターを活用したワッフルの売れ行きが好調だったこともあり、顧客が新しい商品を求めていることを実感した。

地元商工会に相談したところ、店の現状と抱える課題を認識し、将来の目標を検討するために経営計画書の作成を勧められた。その中で、既存商品「パイまんじゅう松風」のブランディングによる収益体制の強化に対する補助金も申請した。「松風」は、こし餡を洋風のパイ生地で包んだ和洋折衷の自信作。幅広い年齢層に受け入れられるよう親しみやすいパッケージに変更し、それに伴い商品紹介のチラシも作成した。沼野社長は「売り上げも着実に伸び、補助金の活用でリニューアルのコストも抑えられた。経営計画を作成することで私自身はもちろん従業員の意識改革にもつながった」と語った。



川嶋 隆夫さん

高萩市商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

永寿堂がある高萩市本町通り商店街の利用者は比較的年齢層が高めだが、市の中心街ということもありファミリー層も多く暮らしています。今回、沼野社長より相談を受け、店の現状と課題をともに分析。経営計画書を作成していく中で、看板商品に肩を並べられるような商品のブランディングによる収益体制の強化を提案しました。従業員一丸となって取り組む情熱もあり、新たな顧客層を開拓することができました。

国の補助金申請に向けて作成



就労訓練として取り入れている「箱作り作業」。他にも芸術分野やエクササイズなどのプログラムが用意されている

合同会社風の丘福祉工房

住所／佐野市浅沼町56-1
業種／社会保険・社会福祉・介護事業
従業員数／5名



富沢 浩巳さん

商工会議所がさまざまな相談の場を設けていたので、それらをうまく活用して経営計画を作ることができました

自ら言葉にすることでより明確になった課題

「合同会社 風の丘福祉工房」は平成26年6月に創業した。障がい者が一般企業に就職できるよう就労訓練を行うことを目的とする。開業にあたって資金調達に悩んでいた富沢浩巳代表は佐野商工会議所に相談。国の補助金を活用してはどうかとアドバイスを受けた。申請には経営計画書を添付することが必須条件になっており、商工会議所の青木進一経営指導員の指導を受けながら作成に取り組んだ。「準備段階では創業そのものが目的になってしまいがちです。経営計画書を作るのは大変でしたが、設立後の運営まで視野に入れることで、今何をすべきかが見えてきました」と振り返る。

就労希望のより多くの障がい者に利用してもらうことが事業の生命線となる。そこで、想定される現実的な利用人数をもとに、創業後3年間の詳細な資金計画やスケジュールを作った。自分で数字や言葉で表現することで、目標とすることやそこに至るプロセスの整理ができ、それを第三者に見てもらって、さらに課題が浮き彫りになったという。「事業を知らない障がい者とできるだけつながりたいと思いましたので、事業内容を説明する時に経営計画書がとても役立ちました」と富沢さん。職員に目を通してもらうことで、スムーズな運営にもつながっている。



青木 進一さん

佐野商工会議所
中小企業相談所経営支援課
課長補佐
経営指導員

商工会議所の支援担当者から

伴走型の支援を行うことが小規模支援法の目的なので、地域に密着した支援機関として富沢さんと一緒に考えながら作業を進めました。福祉事業は私たちにとても新しい分野。その意味でモデルケースにもなったと思います。作成した綿密な経営計画がベースとなって、補助金を受けることができました。これらの取り組みが金融機関からの融資に際しても大きな信用につながることにしました。

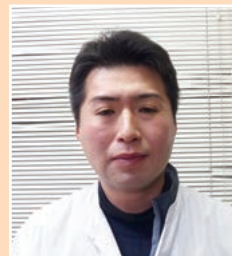
やりたいことが明確になった



冬の寒さが厳しく、水がきれいな塩谷町は酒づくりにはもってこいの土地柄。小島酒造店の蔵の中では順調に発酵が進む

合資会社小島酒造店

住所／塩谷郡塩谷町風見1185
業種／酒類製造業
従業員数／3名



小嶋 拓さん

今回の私の取り組みが、
青年部の後輩たちの
刺激になればうれしいと
思います

新潟県での修業経験を経営計画書に盛り込む

110年の歴史を刻む塩谷町の蔵元「合資会社 小島酒造店」。「本醸造 かなびの里」などを送り出してきたが、若き後継者小嶋拓専務は、なお一層地域に貢献できるブランドとして定着することを目指す。その具体化として「持続化補助金」を活用し、「既存商品のラベルリニューアルと新規商品のラベルデザイン作成」に取り組むことにした。申請にあたって経営計画を策定する必要があった。小嶋専務は「補助金もさることながら、自分がやりたいことを明確にしたかったのです」と語る。策定作業を通して、作り手のこだわりよりもユーザーの立場に立った商品づくりが重要であることが確認できた。

「大学卒業後、新潟県の緑川酒造で2年間修業を積みました。社長の薫陶を受け、多くのことを学びました。中越地震の体験も大きかったですね」と小嶋専務は振り返る。それらをもとに、自分が目指すところを見極め、経営計画書の中に盛り込んだ。自社の現状を客観的に把握した上で、マクロ的に市場の動向を分析。さらに自社が提供する商品・サービスの強みを洗い出し、最終的な目標にまとめるという構成だ。栃木の地酒の定番としてブランド化することを目指し、顧客の確保と商品の安定化のためにはラベルの統一化などが必要との結論に行き着いた。



石下 勲さん
塩谷町商工会
課長
経営指導員

商工会の支援担当者から

小嶋さんは地元商工会青年部長、県商工会青年部連合会の副会長を務めており、自分で情報を集め、積極的に経営計画策定に取り組んでくれました。素案をブラッシュアップして成案にするお手伝いをするのが商工会の役割だが、ほとんど手を入れる必要がないほど完成度が高かったです。巡回等を通じて普段から経営課題について意見交換する機会が多いが、そうした中で既にかなり考え方がまとまっていたのだと思います。

販路開拓の突破口を見いだす



糸が集合離散することで、ほのかな立体感が表現されるイトマキシードを製造する機械は、独自加工が施されている

株式会社彦部科学

住所／桐生市広沢町6-873
業種／照明器材・器具の製造開発販売
従業員数／10名



彦部 恭一さん

展示会やマッチング等、
商工会議所の情報提供は
有益。ギフトショーに出て、
やるべきことが明確に
なりました

展示会出展を契機に経営計画で目標を設定

会社設立以来追求している独自の製造法によるイトマキシードを核に、インテリア照明器具メーカーとして大手メーカーのOEM生産を行ってきた。数年前から、よりいっそう経営を安定させるためにも独自の開発技術を生かしてオリジナルブランド商品を積極的に販売し、事業のもう一つの柱にしたいと考えていた。「技術力で生き残って生きたい」という強い思いはあるものの、既存の販路では取引先メーカーとのバッティングの可能性がある、また、新たな販路開拓のノウハウ不足、費用対効果を計りかねる等の理由から、一歩踏み出せないでいた。そんなとき、商工会議所担当者に展示会への出展をすすめられた。

詳しく相談すると、オリジナル商品を事業として成立させるために展示会への出展とともに経営計画書の作成をすすめられ、オリジナルブランド確立のために5年後の目標を定めた。それをもとに補助金を申請。まず、東京ビッグサイトで行われたギフトショーに出展、数件の販売もできた。「経営計画書をつくり、展示会に出たことで、独自商品を展開する足がかりができた。出展を数年は継続するとともに、ネットショップの立ち上げも実現化したい」と、彦部恭一代表は語る。将来的には、オリジナル商品の売上を全体の3割に高め、経営を安定化させることが目標だ。



清水 純一さん
桐生商工会議所
工業課主事

商工会議所の支援担当者から

桐生には企業の規模は小さくても優れた技術を有する企業が数多い。彦部科学は技術開発力が高く、座繰りにヒントを得たというイトマキシードも物語性があり、桐生に相応しい面白い技術で以前から注目。オリジナル商品展開に向けて、地元デザイナーとのコラボレーションを提案し、マッチングをアシストしました。ギフトショーでは、照明器具以外での引き合いもあり、販路開拓の新たな可能性も見えてきました。

新代表として新規事業を発進



ボトルプリントは仕様をフォーマット化させ、お客様が選びやすいよう簡略化させた。いよいよ2015年度から販促活動を本格化

奥利根ワイン株式会社

住所／利根郡昭和村糸井6843
業種／ワイン醸造販売
従業員数／4名



金井 圭太さん

事業計画を練るのは、
オフシーズンの冬。
補助事業の報告書作成は、
計画の練り直しという
視点から有益ですね

代表就任時に経営計画／目標明確化で事業着手

1991年創業以来、ステップを踏んで事業を拡大し、2001年には昭和村の赤城高原でワイナリーを開き、ブドウ栽培とワインづくりに着手した奥利根ワイン。そして、13年夏、先代経営者(現会長)からバトンタッチして、20代の新代表が就任した。ちょうどその頃、ワイン業界で国内2番目となるボトルプリンター導入のチャンスがあった。また、自らの目標としてシャンパーニュ方式(瓶内二次発酵)の本格的スパークリングワインづくりなども考えていた。漠然とした構想はあるものの日々の業務に追われる中、商工会担当者から夢を実現するための経営計画づくりを提案された。

そこで、商工会担当者のアドバイスを受けながら、ボトルプリントサービスの事業化やシャンパーニュ方式スパークリングワインの商品化を含めた経営計画を策定。補助金を申請し、専用のプリンターを導入。翌年度もさらに補助金を申請し、オリジナルプリントのカタログやネット販売に乗り出した。「基盤をつくった会長から経営を受け継いですぐに経営計画を練ったことは、目標を明確にするという意味で絶好の機会でした」と金井圭太代表。今後は、カタログを基にギフトショップや結婚式場に営業を仕掛ける予定だ。本格的スパークリングワインづくりも着々と進行している。



綿貫 文明さん

昭和村商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

新代表として実現したいテーマがあり、経営計画策定では、目標の明確化・数値化などで支援した結果、事業化への道筋がはっきりとし、現在、着々と進行している段階。先代経営者が築き上げた6次産業化のベースがあることも奏功しました。情熱を持つ若い経営者は、地域にとっても貴重な存在でリーダーとして期待できます。商工会としては、今後も地域を元気にする前向きな若手経営者の後押しをしていきたいと思っています。

ママの力を企業マーケティングに活かす



講座やイベントだけでなく、子育てママの学びの場、チャレンジの場など提供

合同会社まのえん

住所／さいたま市中央区新都心2-2
WithYouさいたま 3 階
業種／サービス業
(企業・地域の課題解決)
従業員数／4 名



小林 あゆみさん

『子育てしながら自分育て』
をコンセプトに、
さいたま市で暮らす
子育てママの活躍の場を
もっと提供していきたいと
思います

ママ友サークルと差別化／販路拡大を目指して

子育て中の女性のスキルを活かして、ママ向けの講座やワークショップなどを展開する「まのえん」。平成24年の開業以来、さいたま市を中心に約250人の子育て女性が登録。自身の経験を活かして「地域コミュニティを良く知るお母さんたちの活躍の場を創出することが地域のさまざまな課題解決につながる」との思いで起業した。子育てだけで眠らせている女性の豊かな経験やスキルを活かし、企業のブランディング活動やイベント運営、託児サービスなど活躍の場が広がっている。

課題は、BtoB事業の拡大。さいたま市では、大型商業施設や公共団体など子育て世代をターゲットにしたビジネスニーズが高く、自社の企業ブランドを強化することが販路拡大の鍵。「既存のママ友サークルとの差別化が必要。取引先とはビジネスパートナーとして信頼ある持続的な関係を築きたい」と考えている。

さいたま商工会議所の紹介で今回の補助金制度を活用。自社のPR強化のため、会社案内の冊子作成やHP新設に取り組んだ。申請に際し、経営計画書を作成することで「会社の経営方針や課題、目標などあらためて整理することで自社の強みや特長の再確認ができた。取引先や新規得意先との交渉にも役立っている」。出来上がったPRツールをもとに、異業種交流会にも積極的に参加し、売り上げ増加の見込みにつながっている。



小林 敦さん

さいたま商工会議所
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

持続化補助金の申請に必要な経営計画書作成には、個別相談やセミナーなどの当商工会議所サポートを多くの方が活用されました。今回、補助金採択に至った事業者の方々からは「計画作成によりこれから何をすべきかがわかった」「問い合わせの増加、新規客の獲得につながった」という声をいただきました。経営計画作成やその実行支援のご相談にはお近くの商工会議所、商工会をぜひご活用ください。

得意技術活かし新規市場開拓



埼玉県



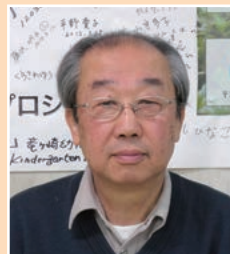
「まだ試作段階だが同じコストでまねできる会社はない」と小松社長。スペースに限りのある都市部オフィスでの需要を見込んでいる

コマツアートデザイン株式会社

住所／桶川市若宮2-17-1

業種／看板デザイン業

従業員数／6名



小松 茂男さん

(小規模事業者でも)
今までと少し違った視点で
アイデアを出し合えば、
大手と十分に戦える
商品開発は可能。
補助金は大きな後押しに
なった

明確な経営計画で従業員の士気向上に

看板や広告などの制作・設置工事を行うトータルサインメーカーとして昭和56年8月に創業。材料の亚克力板を使った新規事業として平成19年2月、防音事業部を立ち上げ、カラオケボックスやペット用カプセルなど防音・減音に関する製品開発・販売を続けてきた。

近年、取引先で「会議や商談の内容が部屋の外に漏れないようにしたい」との声を良く聞くため、既存のパーティション(間仕切り)を利用して簡単に設置することができる「減音パネル」の開発に着手。防犯上の観点から完全に音を遮断するのではなく、何を話しているのか分からない程度の絶妙な減音効果(35デシベルカット)を実現した。

看板の設置工事で培ってきた技術力で「価格面や工期で他社と差別化できる」と自信を見せる小松社長。今回、経営計画書の作成で「3年後には年間100件販売。売上倍増」という明確な目標を立て、「従業員の士気向上にもつながっている」と話す。

とはいえ「まずはその効果を体験してもらおう」と、オフィス家具製造・販売の生興株式会社(大阪府)と販売の提携。同補助金でモデルルームを設置した。今後は各種展示会で積極的にPRすることで、「オフィス家具分野の新たな市場開拓に努めたい。お互いウィンウィンの関係が築けるのでは」と期待を寄せる。



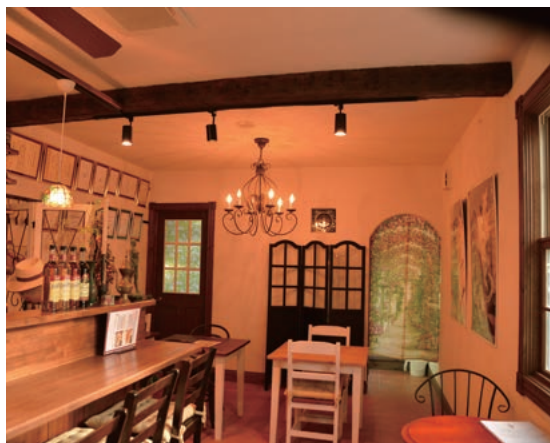
神谷 貴史さん

桶川商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

「減音ルーム」という従来の業務から派生したアイデアの独創性や難しい課題である販路開拓に関して提携企業があった点、過去に(計画書作成の)経験もあることから短期間の書類準備が可能だと考えました。小松社長が作成した計画案を基に内容の組み立てや具体的な数値の盛り込みなど完成度を高めました。提携企業の熱心な協力で開発製品は高い評価を受け、販売に向けて加速しています。

長年の夢だったカフェの併設



天然素材をふんだんに使った店内。天然木の古材や手塗りのしつこい壁、カントリー調の家具・照明など居心地の良さが際立つ

合名会社山口製菓舗

住所／銚子市清川町2-1122

業種／食料品製造業

従業員数／2名



山口 由美子さん

これまで手づくり
にこだわり続けてきました。
その実現後は、
できたてのおいしさを
提供することが
課題でした

夢を形にするだけ／経営計画の作成

大正3年に銚子市川口町で和菓子屋として創業。以降、洋菓子とパンなどの製造販売で昨年100周年を迎えた「山口製菓舗」。4代目社長の山口佳郎さんは工場で製造を担当する職人肌。妻で専務の由美子さんは女性として県内初の1級パン製造技能士資格を取得、またコーヒーマイスターにも認定され、「いつか手作りのパンやお菓子を店頭で味わえるカフェを併設させたい」と思いを温め続けていた。5年前、本店を新築。自身が愛する『赤毛のアン』の世界をモチーフに、店名も「赤毛のアン」。いずれは店内でおいしいコーヒーやお茶と、できたてのパンやお菓子を楽しめるよう、カフェ用スペースも準備していた。

昨年5月、銚子商工会議所の会報誌に折り込まれていたチラシでこの補助金制度を知る。ぜひチャレンジしたいと会議所に相談し、経営計画書を作成した。「この制度の利用がなければ、ここまで早く実現はしなかったと思うが、いずれ必ずという信念があった」同年10月、念願のカフェがオープン。本格的なハンドドリップで淹れたコーヒーが好評で、夏には店の前にテーブルを並べオープンカフェも実施。今後はラテ系ドリンク、バリエーション豊富なピザトーストなど新メニュー導入も検討中。「これからも地域の人と人の交流の場として愛される店づくりに努めたい」と瞳を輝かせた。



鶴野 博一さん
銚子商工会議所
中小企業相談所
指導課長
経営指導員

商工会議所の支援担当者から

今回の補助金事業を契機に、地域の事業者支援を一層強化しています。補助金をきっかけに夢を実現され、微力ながらそのお手伝いできたことがうれしい。補助金の申請には経営計画書はじめ多くの書類が必要だが、山口さんには既に詳細にわたって具体化されていた希望があり、我々が提案するまでもなく、スムーズに作成できました。この補助金の性格に見事に合致した好事例として、山口さんの理想の実現に繋がられたと思います。

現状打開！出張寿司に賭ける



千葉県



15歳からこの道ひと筋、職人の手さばきが光る。店内にはテーブルと椅子が置かれた個室もあり、利用者への配慮が随所に

有限会社中乃見家

住所／鴨川市天津3253-3

業種／飲食業

従業員数／2名



上村 恵司さん

大きな資本が動く
大企業と違い、我々、
小規模事業主は数十万円の
補助金で一歩踏み出し、
大幅に変われます

修業時代の経験活かし経営計画を作成

1988年に天津で創業した「地魚・寿司・民宿 中乃見家」。南房総国定公園・天津城崎海岸を望む風光明媚な立地で、地元住民そして観光客向けに営業を続けてきた。代表の上村恵司さんは、2005年から地域で取り組んでいる「千葉鴨川おらが丼」の一環で「三楽流(みらくる)まかない丼」を提供するなど、ユニークなメニュー開発で地元産の食材をアピール。しかし周辺地域の過疎化など売上げが厳しい状態が続き、昨年4月に鴨川市商工会で開催された事業説明会に参加する。上村さんはお寿司のケータリング「出張寿司」で経営計画書を提出・申請し、小規模事業者持続化補助金の採択を受けた。

15歳で板前を志した上村さんは、東京での修業時代、大企業の経営者宅でのホームパーティーなどで出張寿司の経験があった。「鴨川で、お寿司のケータリングを再現できないか」。10年程前から温めていた構想の実現に向け、調理台などの機械装置やパンフレット製作費用、地元「鴨川陶芸館」で大山千枚田の稲藁と初灰を釉薬に使った「里山焼き」の器の購入費用を申請した。出張エリアは約50km。「ターゲットは近隣のリゾートマンションや永住型別荘の住民だが、遠方でも遠慮なく相談してほしい。今月末のスタートに向け、現在準備を進めている。同時進行で、報告書を提出したい」と新事業への期待を語った。



栖原 文子さん

鴨川市商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

上村さんは「千葉鴨川おらが丼協会」の副会長を務めるなど常にさまざまな分野にアンテナを張り巡らせ、興味を持って自発的に行動していくアイデアマン。今回、その前向きな事業の道を開く一助となることができて、本当に良かったと思います。申請に必要な書類作成など煩雑な作業はこちらでサポートできるので、会員の皆様それぞれに合った情報を見つけて、事業のプラスとしていってほしいです。

眼差しの向こうに広がる、世界



補助金制度により、改良された膜厚制御装置。豊田さんは「製品開発の支援は多いが、改良の支援は少ない」と、制度の有効性を語る

株式会社アイテオー

住所／板橋区中丸町51-10 8-A号
業種／精密測定器製造業
従業員数／3名



豊田 はる奈さん

海外事業を拡大するとともに、
社会貢献活動にも力を入れたい。
夢に向かって、
一步一步進んでいきます

グローバル展開を視野／未来を広げる経営計画

半導体製品の生産性を向上させる産業用光計測機器の受託開発、製造販売を手がける(株)アイテオー。代表取締役の豊田さんは「父が40年間行ってきた事業を基に兄弟が創業したベンチャーを、2012年に引き継ぎました。最初は右も左も分からず、暗闇のなかをさまよっているようでした…」と、当時を振り返る。技術力はあるが、ニッチな分野のため、顧客は限定的。売上の低迷が続くなかで「広報に力を注ぎ、販路開拓を模索していました」。

国内の半導体市場は縮小し、主要マーケットは海外へ。「世界に目を向けるしかないとは思っていましたが、小規模のため、グローバル展開は厳しいと考えていました」と、豊田さんは語る。しかし、商工会議所と相談を重ね、経営計画を作成する過程で「補助金制度を活用して広報展開を図る可能性が開け、“世界”の二文字が現実味を帯びてきました」。解決策を見だし、自信を得る。

結果、補助金によって国内展示会への出展や英訳版カタログを制作。「海外からの問い合わせは予想以上。海外の企業とパートナーシップを結ぶ話も進んでいます」と、確かな手応えを得る。また、「柔軟性の高い支援のため、製品改良や海外視察のための旅費などを経営計画に盛り込めたことも、チャンスをつかめた要因です」。

広がる可能性、広がる未来へ踏み出した豊田さん。その眼差しは、輝きを放つ。



香川 和孝さん

東京商工会議所
板橋支部
経営指導員

商工会議所の支援担当者から

焦点は、実績に裏打ちされた技術力をいかに販路開拓につなげるか。経営計画の相談を重ねる過程で、豊田さんは海外市場を見据える自信を育まれ、フレキシブルな補助金制度が、豊田さんの事業展望に弾みをつけました。当初、豊田さんを何とかフォローできないかと、経営相談や補助金制度を案内したのが渋谷支部の経営指導員・田中義則。同社が板橋区に移転されたあとは、板橋支部で引き続き支援を行いました。

高齢者にもやさしい美容室へ



東京都



補助金で購入したカットチェア。1台でカットやカラーだけでなくシャンプーもできる。足置きがあるため、腰に負担がかからないと評判だ

美容室シェモア

住所／西多摩郡瑞穂町箱根ヶ崎
2310-12
業種／美容業
従業員数／4名



清水 光さん

座りやすい椅子のおかげで、
お客様が長時間滞在して
くださるようになり、
客単価もアップしました

計画書によって得られた「将来を考える機会」

昭和26年、東京都西多摩郡瑞穂町で開業した美容室シェモア。親子3代で通うお客さんもいるほど、幅広い世代が満足できるサロンとして地域で親しまれている。しかし、店長の清水光さんは、かねてから店内の椅子の老朽化が気になっていた。「高齢者の方が座っていても疲れない椅子がほしくて。高齢者にもやさしい美容室にしたいんです」

瑞穂町商工会の種子繁樹さんのサポートを受けながら、二人三脚の経営計画書づくりが始まった。「僕からバラバラに出てきたアイデアを種子さんがリンクさせてくださったんです」と清水店長。補助金を活用して、1台でカットからシャンプーまで行えるカットチェアと、シャンプー用チェア2台を購入。他に看板とチラシなどを作成。種子さんのアドバイスで、看板とチラシのデザインをリンクさせ、チラシには椅子導入のお知らせも入れた。

どちらの椅子も、長時間座っても腰に負担が少ない最新のチェア。高齢者だけでなく妊婦さんにも好評だという。今回の取り組みによって、新規客は毎月10名くらい増え、総売上は15%アップした。「補助金はありがたいですが、それより将来の売上目標を設定したり、そのためにどうしたらいいか考える機会を与えていただいたことに感謝しています」。美容室シェモアは、ますます地域で愛されるサロンとなるだろう。



種子 繁樹さん
瑞穂町商工会
指導係長
経営指導員

商工会の支援担当者から

清水店長から相談を受けて地域の高齢者の人口分布を調査し、ニーズはあると判断。SNSも活用しながら打ち合わせを重ね、経営計画書を作成しました。事業者様は課題や展望があっても、それをアウトプットし整理することに慣れていない場合が多いです。今回も清水店長の豊かなアイデアを上手に活用できるようサポートしました。売上とともにスタッフの方のモチベーションアップにつながったことも嬉しく思っています。

新聞の電子化事業で販路拡大



中小企業の現場の大変さを知っている自分こそが現場に役立つ面白い記事を書くことができると自負。今日もパソコンに指が走る

かながわ経済新聞社

住所／相模原市中央区中央3-12-3
相模原商工会館1階
業種／映像・音声・文字情報制作業
従業員数／0名



千葉 龍太さん

明るい情報を発信することで、
元気を分かち合えればいいと
願っています。
新聞を通じて、
ビジネスマッチングが
できれば最高です

中小企業に支えられた中小企業のための新聞

県内の中小企業情報に特化した新聞を発行する「かながわ経済新聞社」。平成25年7月に相模原で創業。日刊工業新聞、神奈川新聞の記者として培ったノウハウを生かし、年間500社以上の中小企業を精力的に訪ねる。取材・執筆はもちろん、購読・広告の営業活動、新聞を封筒に入れ、宛名シールを貼って、宅配便の営業所まで運ぶところまで一人でこなす。

「かながわ経済新聞」の紙面形態はA3判と珍しいが、今回の補助金申請の経営計画に盛り込んだ「将来、かながわ経済新聞の電子化事業による販路拡大」を考えてのこと。電子化された紙面をプリントアウトするときに、ブランクセット版ではぴったりの用紙がなかなかないし、A4判では新聞として小さすぎるからだ。昨年から発行しているA3判の「相模原商工会議所・工業部会通信」が好評だったことが弾みとなり、今年1月に創刊号を発行。当初の発行部数目標3000部(3年計画)を1年目でクリアし、現在7000部に部数を伸ばしている。「素晴らしい技術を持っているが、日刊紙ではほとんど取り上げられないことがない中小企業をどんどん紹介し、ページ数を14ページ程度まで増やしていきたい。日本初の、中小企業に支えられた、中小企業のための新聞をコンセプトに、地域経済に貢献する、元気の出る記事を書き続けたい」と意気込んでいる。



土屋 義昭さん
相模原商工会議所
中小企業振興部
経営支援課長

商工会議所の支援担当者から

管内で多数の持続化補助金採択があったが、最初にセミナーを開催して、制度の内容と経営計画書の書き方を指導。その上で個別相談に応じ、自社の商品・サービスの強みを将来的にどのように利益につなげていくかなどをアドバイスしました。「経営計画の作成で販売・売上増加への道筋がついた」という声が多く聞かれました。経営計画の作成から事業の実施に至るまで、様々なサポートを利用いただきたいと思います。

利益率アップの課題が見えた



ランニングバイクにペダルの後付が可能な「レンラッドシリーズ」と畳める街乗りヘルメット「クロスカ」(左上の2個)

ニコライド

住所／逗子市新宿3-5-8

業種／自転車関連商品輸入卸販売業

従業員数／0名



川島 直子さん

子育て家族がニコニコと笑える楽しい生活と、子どもの成長とともに新しい自転車の楽しみ方を提案する商品を提供したいと思います

子育て家族向け自転車／リピーター確保目指す

子育て家族向けの「あったらいいな」に応えられる安全性の高い遊び心のある上質な自転車関連商品の輸入卸販売を展開する「ニコライド」。平成21年5月に逗子市で開業。前職である化粧品メーカーで培ったマーケティングスキルや自身の子育て経験から、「幼児の自転車練習(補助輪外し)は、これまでの三輪車、補助輪付自転車からランニングバイクへ、さらにランニングバイクにペダルが付けられる自転車へと進化していく」と市場の成長を確信していた。

折よく、今回の補助金制度があることを知り、「しっかりとした経営計画を作成し、拡販を目指そう」と決断。逗子市商工会に相談し、担当者からのアドバイスを受ける中で、利益率アップに向けたさまざまな課題も見えてきた。「ニコライドファンを増やし、子どもが成長しても一過性で終わらずに何度もリピートされるような販売体制を確立したい」。ペダル後付ランニングバイク「レンラッドシリーズ」や畳める街乗りヘルメット「クロスカ」などの、国内自転車小売店への卸売りでニコライドネットショップでの個人客への通販販売に、自転車利用促進市民活動やランニングバイク・レンラッドの試乗会で得た「自転車安全教室」や「自転車乗り方教室」のノウハウをパッケージ化。支援グッズも作成して、年5回程度の開催を目標としている。



福島 英明さん

逗子市商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

少子化による、子ども一人一人にかかるコストや付加価値のある製品へのニーズをよくとらえていると感じました。川島さんはマーケットを把握していたので、子育て家族向けの自転車ニーズが分かりやすい言葉で表現できていました。経営計画作成で印象的だったのは、自身の子育て経験から子どもの成長の速さに着目していたこと。交通安全教室などのイベントで、これからも自転車の楽しさを伝えていこうという熱意を強く感じました。

包装を一新 饅頭売り上げ10倍



新潟県

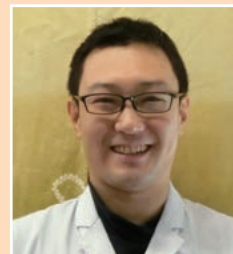


菓匠庵寿堂

住所／新潟市大手町4-1-16

業種／和菓子製造販売業

従業員数／2名



鈴木 健太郎さん

100年以上続く伝統の和菓子を守りながら、時代のニーズに合った和菓子を作っていきたい

新しいパッケージに変えて以来、注目されるようになった「いちじく饅頭」。常連さんに「こんなお菓子あったのね」と言われることも

注目集めるデザインで顧客と販路ともに拡大

創業100年を超える新潟市の「菓匠庵寿堂」は豆から炊いた自家製あんを使い、伝統の味を守り続けている老舗和菓子店だ。

9年前、4代目となる鈴木健太郎さんが修業を終えて戻ってから、洋菓子の風味を加えた和洋菓子作りにも精力的に取り組み始めた。商品は高い評価を得ているが、「自社でデザインするパッケージでは商品の魅力を伝える力が欠けている」と悩みを抱えていた。

そんな折、知人の勧めもあって、市内の五十公野産イチジク「蓬莱柿」を使った「いちじく饅頭」の個包装パッケージと同デザインの箱詰めの帯作成事業を申請した。需要を伸ばすには顧客・販路の開拓は欠かせないとの思いからだ。

「おいしいものを作るだけではいけない。経営計画の作成に当たり、商品をどうアピールするのかをあらためて考えた」と鈴木さんは話す。

地元デザイナーによる新しいパッケージはイチジクをかたどったシンプルなデザイン。文字で地元産イチジクの使用をアピールし、海外の観光客向けにローマ字表記も入れた。

パッケージ変更後は売り上げが10倍に増え、看板商品となった。箱詰めの帯を作成したことで自家消費から贈答用の購入も増大。

「今後は、大手百貨店への営業や県外観光客への売り込みに力を入れたいですね」



神田 智成さん

新潟県商工会議所
相談課
経営指導員

商工会議所の支援担当者から

業種に限らず、小規模事業の場合、職人は良いものを作ることで精いっぱい。職人イコール経営者にならないことが多いです。今回、経営計画を作成し、自社製品の売れ筋や利益率をデータで出したことにより経営の根幹を見直すことができました。経営者としての意識を変えられたことが成功の要因。今後も職人と経営者、二つのバランスをイコールに近づけていきたいと思います。

来店促す期待の米ギフト誕生



新潟県



地元PRマスコットのイラストを使ったオリジナルのお米ギフトは3パッケのセット販売だけでなく、ばら売りもする

ヤマイ佐藤商店

住所／上越市柿崎区上下浜396
業種／酒類・米穀小売業
従業員数／1名



佐藤 輝彦さん

改装した土蔵には古時計や古雑誌などレトロな物をたくさん保管している。ぜひ見に来て頂きたい

レトロな土蔵に招いて心からのおもてなしも

契約農家が作った米とこだわりの地酒を扱う上越市柿崎区のヤマイ佐藤商店は鵜の浜温泉に近く、地元住民だけではなく温泉客も訪れる地域の人気店だ。

もっと多くの人に商品を届けたいと、顧客開拓の妙手を探していた4代目の佐藤輝彦さんがピンと来たのは「土産として小分けされたお米を買う人が増えている」との情報だった。県外客の土産や贈答品、イベント等の賞品として、新商品「オリジナルお米ギフト(2合米)」にたどり着いた。

ギフトは魚沼産コシヒカリのほか、上越産コシヒカリとこしいぶきの3種類。パッケージには上越市のPRマスコット「上越忠義隊けんけんず」のイラストを使い、女性や子どもにも手に取ってもらえるようにしたほか、長期間食味を保つように工夫した。

発売は2月。「近くの旅館やホテル等にも置いてもらう。買って終わりではなく、お客さまには店で足を運んでほしい。そのために店の魅力を紹介したしおりも作った」と熱っぽく語る訳は、店舗裏手にある土蔵を見てほしいからだ。

一見レトロな雰囲気漂わせる土蔵の2階はきれいに改装され、おもてなしの場として活用できる。「例えば、なじみになったお客さまを招いて、地元の魚や酒を楽しむパーティーを開きたい。ギフトはいわば名刺代わり。発売が待ち遠しいですよ」



渡部 鮎美さん

柿崎商工会
経営支援室主事
経営指導員

商工会の支援担当者から

事業主の皆さんは顧客や販路を開拓するアイデアを多く持っています。しかし「誰に」「何を」「どのように」があいまいな場合も多いです。そのため話し合いを重ね、アイデアを具体化することに心を砕きました。同時に、店の強みを認識することがとても大事。この事業もギフトの開発・販売にとどまらず、購入されたお客さまを店舗や既存の土蔵に誘導することで、より魅力的な内容になると思います。

目的を絞ったパンフとチラシ



地元の慶事宴会向けに作成したパンフレット(右下)と、岐阜県東濃地方を念頭に同級会小旅行を呼び掛け、新聞に折り込んだチラシ

株式会社ホテルやまぶき

住所／駒ヶ根市赤穂497-1497

業種／宿泊業

従業員数／10名



宇佐美 誠さん

狙いを絞った
計画作りの大切さを
あらためて実感しました。
一度作れば増刷は簡単なので
有効利用したいと思います

スムーズな誘客／問い合わせ続々手応え

中央アルプス駒ヶ岳や宝剣岳といった名峰の麓に位置する駒ヶ根高原早太郎温泉。入り口にあるホテルやまぶきは、宿泊客ごとに客室係の担当性を敷くなどきめ細かなもてなしで定評がある。しかし取締役部長の宇佐美誠さんは、設備の更新から利用のPRまで、「常に何か仕掛けていかないと売り上げは伸びない」と気を引き締める。地元客向けに慶事宴会に絞ったパンフレットと、同級会小旅行プランのチラシ作成を考えていたところ、商工会議所の補助金が目に留まった。

祝い事に特化したパンフレットは、地域や会社での宴会は減少傾向にあるものの、結婚披露宴など節目ごとの宴席需要は根強いとの計算があった。近年、盛んになりつつある駒ヶ根高原での結婚式需要も念頭にあった。実際に下見に訪れるお客さまへの説明もパンフレットがあることで、よりスムーズになった。同級会プランのチラシは、隣接する岐阜県東濃地方に同級会を頻繁に開く土壤があることをこれまでの顧客データなどからつかんでおり、同地方を念頭に作成した。7月に新聞の折り込みチラシで配布したところ、早速予約など反響があった。問い合わせはいまだに続いている。

宇佐美部長は「地元の方には宴会をきっかけに、喜んでもらい、『あそこはいいよ』と口コミで宿泊に来ていただける方が増える形になれば」と期待している。



滝澤 敏明さん

駒ヶ根商工会議所
経営支援課係長

商工会議所の支援担当者から

やまぶきさんには、料理と接客面での自社の強みを営業戦略にいかした、一貫性のある経営計画書作成のお手伝いをさせていただきました。特に同級会に的を絞ったチラシはターゲットが明確で、早期に宿泊客獲得の実績につながりうれしく思います。今回、第三者から見ても分かりやすい計画を立てることで、方針等を明確にすることができたと思いますので、今後も計画書作成を経営にいかしていただきたいと思います。

もてなすスタッフにも手応え



より温かい料理を提供するため、調理場を移動。料理を話題にお客さまとの会話が密接になり、料理人の手応えも増している

株式会社つたや本店 (街道浪漫 おん宿 蔦屋)

住所／木曽郡木曽町福島5162

業種／宿泊業

従業員数／10名



宮崎 昌美さん

実際に調理しているところを見せることで『日本文化に触れたい』という外国の方にも満足してもらえると
思います

調理場を食事処の隣に料理をめぐり弾む会話

おん宿 蔦屋は中山道福島宿の中心街にある老舗旅館。創業は元禄元(1688)年。旅人はもとより御嶽教信者さんの定宿として親しまれてきた歴史を持つ。

そんな老舗旅館にも時代の波は押し寄せ、団体客中心の営業から地域の歴史や自然を生かした個人客をメインターゲットに。6年前にロビーラウンジ、食事処並びに客室をリニューアルし、旅館名を「街道浪漫 おん宿 蔦屋」に改めた。その流れをいっそう強固にするため商工会の補助金を申請した。

目的はより温かい料理の提供と、増加が見込まれる外国人観光客受け入れ態勢の整備。思い切って調理場を30㎡ほど移動することで食事場所に近づけ、料理によってはお客さまの目の前で調理ができるレイアウトにした。

結果、スムーズな料理出しはもちろん、味付けや調理方法を話題に、料理人とお客さまが直接会話する機会につながった。お客さまの満足感に加え、料理人もその反応に手応えを感じている。外国人の中には長旅の疲れから体調を崩す人もいるが、そうした事情をすぐに食事に反映することがこれまで以上に可能になった。アレルギーへの対応は外国の方に限らない。

改革を主導している女将(おかみ)の宮崎昌美さんは「計画段階からスタッフと何度も打ち合わせ、実行に移した。『また来たい』と思ってくれる取り組みを続けたい」と話している。



岡村 文雄さん

木曽町商工会
総括経営支援員

商工会の支援担当者から

個人客への訴求や外国人客への対応は、これからのこの業界では必須の要素ですが、理想を語るだけに終わってしまう例が多いです。それを実際に実行に移した女将をはじめスタッフの努力に頭が下がります。御嶽山の噴火以降、木曽の観光は厳しい状況が続いているが、こういう宿こそが選ばれると確信しています。姿勢はお客さまにも伝わります。実際の宿泊客の評価も高く担当者としてもうれしい。地域の観光を引っ張っていただきたいと思います。

多言語パンフで販路拡大期す



地域限定販売の自社ブランド「富士山焼酎」などが並ぶ店内。
富士山の世界文化遺産登録に伴い、関連グッズなどもそろえた

なだや株式会社

住所／富士吉田市上吉田3-13-18
業種／酒類販売業
従業員数／3名



深澤 央(まなか)さん

外国人や購買力のある女性に対し、言葉はもちろん視覚からも訴えて、売り上げ拡大を目指していきます

自社銘柄「富士山焼酎」世界遺産登録と連動も

創業97周年を迎えた富士吉田市の老舗酒店が「なだや」だ。富士山へと真つすぐつながる富士吉田市の国道139号線沿い、通称「富士みち」に店舗を移転して20年。“まちの酒屋さん”として、近隣住民はもちろん、ホテル・旅館、飲食店、観光売店へも酒類を卸し、地域に愛されてきた。

自社ブランドの本格焼酎「富士山」が誕生したのは10年前。規制緩和で安価なディスカウントストアが台頭し、生き残りを懸けたものだった。大月市の蔵元に製造を委託。富士山麓に湧き出る伏流水と厳選した原料を基に醸造し、富士山周辺でしか購入できない地域限定のプレミアム焼酎として販売してきたが、近年は頭打ちとなっていた。

富士山が世界文化遺産に登録された2013年の売り上げは例年の3割アップとなったが、14年には逆戻り。商工会議所の担当者から「外国人にも分かる商品説明を付けたらどうか」と助言されたことで光明を見いだすことができた。

購買力のある女性らに気軽に手に取ってもらえるよう外装を一新。英語や中国語の説明も加えた多言語パンフレットも完成し、今冬から本格的に始動したばかり。経営計画書を作成することを勧められた深澤社長は「自らの目標も定まりました。地域がにぎわい、潤い、魅力を発信できる店舗展開など夢は広がっています」と目を細める。



羽田 正樹さん
富士吉田商工会議所
係長
経営指導員

商工会議所の支援担当者から

富士山をはじめ富士五湖など、自然豊かな観光地があることから外国人のお客さまが多い地。富士山が世界文化遺産になったことで、その人数は今後も増え続けることが想定されます。他商品との差別化を図るため、なだやオリジナルの富士山湧水仕込み「富士山焼酎」の説明を多言語で付加したポスターやパンフレットの作成を提案。より多くの方の購買意欲向上につなげられるようアドバイスしてきました。

診断士の熱意ある支援が励み



24種類のもぎたての桃をふんだんに使ったジェラートは女性に人気。週ごとに使用する桃の種類が変わり、食べ比べをするファンも多い

有限会社ピーチ専科ヤマシタ

住所／山梨市正徳寺1131-1
業種／農業法人
従業員／4名



山下一公さん

経営計画を作成することによって経営に対する心構えが変わり、前向きな姿勢で取り組んでいます

新鮮桃のジェラートで地域産業の活性に貢献

「新聞に入っていた山梨市商工会の折り込みチラシを見て興味を持ちました」と、山下さんは小規模事業者持続化補助金を受けたきっかけを振り返る。

これまで農業関連での補助金申請の経験はあったが、商工会での申請は初めてという山下さんが参加したのが、山梨市商工会が開いた経営計画作成セミナーだった。申請書を提出するには入念な計画書が必要で、セミナーでは市内の中小企業診断士が各業種の事業計画について詳細なアドバイスをを行い、セミナー終了後も個別相談に応じた。

山下さんは自社農園の桃24種類を使ったジェラート販売の拡充をテーマに、レシピ考案からチラシ制作、ジェラートカップのデザイン、ショーケース、のぼり旗に至るまで詳細な計画を立て、中小企業庁から補助金を受けることができた。

桃のシーズンにはもぎたての桃を皮ごと使ったジェラートが楽しめる、と県内はもとより県外からも大勢の観光客が駆け付け、週ごとに桃の種類が変わるジェラートの食べ比べをしようと、足しげくショッピングに通う人もいたという。

山下さんは「頭の中で漠然と考えていた計画を書面化することで整理でき、事業内容がより明確なものとなりました。中小企業診断士がしっかりフォローしてくれたこともうれしかったです。今後の事業計画にも生かせると思います」と喜んでいる。



秋山 司さん
山梨市商工会
経営支援課長

商工会の支援担当者から

当商工会が昨年4月に実施した経営計画作成セミナーには市内の55事業所が参加し、補助金を申請した事業者の多数が採択を受けたことをうれしく思います。補助金事業は地域のやる気にあふれた事業所にとってはとてもありがたい。峡東地域では農業と商工業を融合させた6次産業化が進んでおり、山下さんの成功例を参考にしながら、さらに多くの方が果樹を中心とした地域活性化に結び付けていただきたいと思います。

専門店の強み生かす店づくり



中二階を作ることで、建物上部の壁面にも商品陳列ができるように。サービス増強と販売アイテム増加で、新規顧客も増えている

サイクルランドチャりんこ

住所／掛川市上張526-9
業種／機械器具小売業
従業員数／2名



山崎 武さん

県内でも数少ない
専門的なサービスを提供し、
よりお客様の要望に
お応えできるように
頑張ります

経営計画書作成で客観的な視点を得る

平成6年に自転車販売、修理店として開業した「サイクルランドチャりんこ」。地域密着店として一般車や子ども用自転車とともに、スポーツ車の販売にも力を注ぎ、現在扱う商品の7割を占める。これまでレーシングチーム「VIVACE KAKEGAWA」も主宰し、着実にスポーツ車の売り上げを伸ばしてきた。しかし量販店やネットによる自転車の販売が増え、価格勝負では太刀打ちできず、専門店の強みを生かす方法を模索。顧客ニーズでもある体に自転車や専門グッズを合わせる「フィッティング」の導入を考えるも、スペースが確保できず、踏み切れなかった。

ちょうどその時、商工会議所が開催したセミナーで同制度を知り、経営計画書を作成。それまで感覚的に判断していた売り上げの傾向や市場の流れを客観的に見ることで、より「専門性を生かしたサービス」という顧客ニーズが明確となった。そこで店舗内に中二階を設置し、フィッティングスペースや専門パーツの販売スペースを確保。昨年10月からシューズフィッティングをスタートさせた。専門性が上がるとともに、商品の価格帯もアップ、売り上げを伸ばしている。「今春には自転車フィッティングもスタートさせたい」と山崎さん。さらに女性向け商品やサービスの拡充も考えているといい、自転車専門店として「地域一番店」を目指している。



山下 真弘さん

掛川商工会議所
中小企業相談所長

商工会議所の支援担当者から

もともと山崎さんは、明確に「専門店としてのサービス」を志向していたため、個人店では作成する機会が少ない経営計画書の作成をサポートしました。自転車、特にスポーツ車における市場の流れ、売り上げの推移などを数値で表すことで、より自らの立ち位置を把握することにつながりました。新たなサービスの導入で、一過性ではなく、持続的な事業展開のためのきっかけづくりができました。

新たな地域へ販路を拡大



内部の重りを調整し、浮力をコントロールすることに成功。ラメや塗装など、丁寧な仕上がりが愛好家たちから高い評価を得た

株式会社ブルーニングハーツ

住所／浜松市浜北区中瀬7581-1

業種／その他製造業

従業員数／8名



伊藤 哲雄さん

これからも優れた技術を持つ職人を育て、さらに多くの釣り愛好家たちに他社にできない商品を届けたい

シェアの数値化で戦略的なPRが可能に

細部にこだわった釣り具のルアー製造を手掛ける「株式会社ブルーニングハーツ」。平成10年に伊藤社長が個人事業として立ち上げ、22年に法人化。鉛の成型から塗装まで、職人が高い技術力で丁寧に仕上げるルアーは、釣り愛好家の間で評判を呼び、その販売網は全国に及ぶ。問屋を通さず、2人の営業が直接セールスを行うため、顧客ニーズに柔軟に応じることができ、取り扱い店舗は着実に増加している。しかし、関東、西日本ではかなりの地域を網羅する一方、日本海側の販路が弱く、増強をしたいと考えていた。

認知度を上げるために、CSの釣り専門チャンネルへの露出を模索していたところ同制度を知り、社会労務士と商工会のサポートで、経営計画書を作成した。地域ごとのシェアが数値で明確化され、重点を置く地域を選定。補助金を使って石川県輪島でのPRを行った。番組は平成26年11月末に放送され、紹介されたルアーの一つ「活イカ」の出荷がその後2週間で約2.5倍に増加、扱い店舗に商品を置くラックスペースも広がった。伊藤さんは、「予想以上の反響がありました。これを足掛かりに、さらに販路を広げていきたい」と、今後の展開に期待を寄せる。海外販路の拡大にも商工会のサポートの下で取り掛かるなど、将来を見据えた取り組みも怠りない。



上野 達也さん

浜北商工会
指導課兼業務課課長代理
経営指導員

商工会の支援担当者から

まさにものづくり県を体現するブルーニングハーツは、ここ数年で急速に業績を上げている企業。高い技術力に基づく将来性はもちろん、伊藤社長の並々ならぬ熱意を受け、地元商工会でも応援しようと、今回の申請をサポートしました。その中で、海外も含め、販路拡大が最大の課題ということで、補助金の申請だけでなく、現在海外進出のためのコーディネートも行うなど、息の長いサポートを続けていきたい。