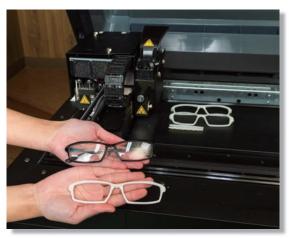
自社の強みがより明確に





3Dプリンタにより、細かい要望を形にした試作品が短期間でできるように。試作品と商品化された眼鏡

株式会社前澤金型

住所/鯖江市石田上町51-11-1 業種/製造業 従業員数/5名

「仕事を待っているだけでは 先がない」と 決意して良かった。 今後も鯖江のものづくりに 貢献していきたい



玉田 隆則さん

プリンタ導入の効果を広く知ってほしい

金型製作、そして金型に原料を流し込み成形する技術で、眼鏡をはじめとする鯖江のものづくりを支えてきた「前澤金型」が、今話題の3Dプリンタの導入に踏み切ったのは2013年のこと。取締役の玉田隆則さんは、「早くからブームを察知し、将来必ず3Dプリンタが必要な時代が来ると考えていた」と言う。

そこで商工会議所の担当者に相談し、補助金の申請が通って3Dプリンタを導入。金型と成形で培ったノウハウにより複雑な形も自在に再現でき、さらに金型・成形・3Dプリンタの組み合わせで、試作だけでなく製造・量産もできる柔軟な体制を作り上げた。

このシステムをもっと多くの人に利用してもらい、補助金をもらった恩返しもしたい。思いを受け止めてくれたのは、やはり商工会議所だった。広報計画を策定し、ホームページやカタログには機械類の細かな情報を記載して、何ができるかわかりやすく紹介。広報活動は初めての同社にとって商工会議所のアドバイスは心強く、ホームページのビューは 3 倍に跳ね上がった。さらに地元の人たちに導入の成果を見てもらおうと、「さばえものづくり博覧会2014」に出展。懸念していた参加費用も、補助金制度があることを教えてもらった。小さな町工場が、守りではなく攻めの経営を決意し成功した陰には、信頼できるパートナーの存在があったのだ。



藤井 智正さん 鯖江商工会議所 経営支援課 経営指導委員

商工会議所の支援担当者から

前澤金型さんは技術力も高く、将来を見据えて新しいものに取り組みたいという意欲もありました。計画を聞いて商工会議所としては利用できる制度を紹介し、思いがうまく伝わる書類の書き方などをアドバイスしました。カタログ等についても初めての取り組みと聞き、細かい点まで助言。眼鏡のまち鯖江も厳しい状況ではあるが、このような中小企業の存在が刺激となり、産地全体によい波及効果があればと思いました。

あわらブランドでギフト展開





「越前あわらブランドa」として全国に売り出される、「梨・完熟トマト・完熟ブルーベリーのジュース、梨ジャム、トマトソースの5点セット|

カメハメハ大農場の農家カフェ

住所/あわら市北潟57-5-3 業種/農産物加工業 従業員数/2名

梨加工品は、 野菜ソムリエの 力も借りて開発した自信作。 レシピも添えて 全国に発信したい



藤井 和代さん

贈答用に目標を絞って新商品を開発

農場経営と農産物加工、生ジュース等の移動販売などで、県内では知名度が高い「カメハメハ大農場の農家カフェ」。安心安全と手作りのおいしさが人気だが、家族経営のため、人的に業務拡大による売り上げ増は難しい。

地元商工会との付き合いは、移動式カフェを始めた2009年からになる。以来、商品の取引方法やパンフレット制作のデザイナーを紹介してもらったり、逆に商工会主宰の講座で講師を務める関係の中で、 折に触れ経営の相談をしていた。

相談の中で、経営形態を維持しながら売上を伸ばす方法として、ギフトに力を入れてはという話が出ていた。加工作業が増え、農作業やカフェ販売と並行するには時間が限られるため、商品数を絞る必要があった。カメハメハ大農場にはすでに、トマトとブルーベリーのジュース・ジャムがあった。自家農場で収穫したトマトの赤と、あわら産のブルーベリーの黒。ここに白が加われば、慶弔両方のギフトに使えるはず。地元で採れる白い農産物といえば、梨。藤井さんは、早速商工会の担当者に相談した。

梨に狙いを定め、商工会の勧めで補助金を申請し、野菜ソムリエ仲間の助言を得ながらジュースとジャムを開発。展示会での反応は上々で、「越前あわらブランドa」の認定を受け、次年度から販売に乗り出す。



青木 政彦さん あわら市商工会 事務局次長

商工会の支援担当者から

全国各地に様々な果実ジュースがある中で、ギフト商品として売り出すには差別化が必要。今回の場合は「色」への着目、農家直営で安全安心な点、地元産品のこだわりを貫いたということで、企画書にもその3つをしっかり書くよう助言しました。小規模事業者は現場作業に追われて目標が定まらず、計画の策定も不慣れな場合が多いのだが、藤井さんとは日頃から意思疎通があったので、スムーズに進行できました。

地域の支援事業モデルとなる





洋装にも合う現代的なデザインや、若い男女向けのふくさと違和 感がないよう、パッケージもモダンなデザインで製作

株式会社清原

住所/守山市古高町477-15 業種/繊維工業 従業員数/20名

> 対象に合わせた 製品の売り方が可能に 素材の売り先に悩む 企業へも訴求でき、 共同で繁栄する 道筋ができました



清原 大晶さん

若者層へのアピールで日本の良き伝統を発信

清原社長の祖父が風呂敷加工業を創業し、昭和54年の法人化をきっかけに冠婚葬祭用ふくさを手がけるようになった。今では全国に流通するふくさのトップクラスのシェアを占めている。しかし清原の名前が表に出ることは少ないので、自社ブランド「和奏」を立ち上げた。また、若者や洋装に似合う新しいふくさも売り出すようになった。しかし、パッケージは従来からの既製品を使っていたため、中身とのアンバランスが悩みだった。

これまでも支援制度を利用したことはあるが、完成したものをどう売っていくかについての支援はなく、本補助金を紹介されたときに「これだ!」と思った清原さん。「ふくさは『ふくさめる』が語源で、大切に包むという意味を持っている。経営計画書を書いて、思いやりや心を包む気持ちで使ってほしいという願いが強くなった。カタログも単なる商品紹介でなく、当社の姿勢や『うちはこんなことができるから一緒にやりませんか』という呼びかけを込めました」と語った。

補助金で新商品にふさわしいデザインのパッケージを製作。販路開拓と、日本各地の伝統素材とのコラボレーションを目的としたカタログも間もなく完成する。がまロやカードケースなどの新商品企画をしながら、販促物の反応も楽しみにしている。



鈴木 繁幸さん 守山商工会議所 指導課課長

商工会議所の支援担当者から

代々の事業継承がしっかりしていて時流に即した経営で、地域資源を活かした 守山の特産品としてアピールできる魅力を備えています。制度をうまく活用しな がら前進してくれる会社であり、やりたいことの思いが伝わってくる計画書を出 してくれました。今回、製造業で採択されたのは数少ないが、同社は販路拡大と いう漠然とした用途を明確に示し、補助金の目的もよくわかるモデルになってく れたと思います。

イメージアップで反響増加





ローカル色を出した新しい「たまねぎのスープ」パッケージは商 談会などでの反応も上々で、取引先が増えたという

株式会社市川農場

住所/犬上郡豊郷町吉田350 業種/農業・食品小売業 従業員数/2名

> 既存商品を育てつつ マーケティングを行い、 欠なる商品発売につなげる 方向性が、計画書作成で 見えてきました



市川 健治さん

売れる商品を創出して地域農業活性の一助に

食品会社の営業マンだった市川さんは、平成23年に脱サラしてイチゴ農家となったが、地元の農産物を使って、地域ぐるみで何か出来ないかと考え、近隣の農家でよく作られているタマネギに注目した。しかし豊郷町のタマネギは特産品ではなく主に自家用で、余れば廃棄されることもあった。そこで、タマネギを加工したドレッシングを販売したところ、好評を博する。ところが秋冬にはドレッシングの売れ行きが落ちるため、冬季商品としてタマネギの粉末スープを考案。簡単な袋詰めで販売した。

市川さんには、高齢者が多い地域の農家に生き甲斐を持ってほしいという願いがあり、実現にはさらなる販路拡大が望まれた。そんなところに6次産業の説明会へ出掛けたおり、補助金制度があると知ってさっそく挑戦したのだ。

経営計画書を作成すると、「商品作りの現場と原価がはっきり見えました。3年先、5年先のビジョンで経営を考えていくきっかけになったと思います」と、市川さんはいう。リニューアルしたスープのパッケージは、コンパクトで袋詰めしやすく、作業効率の向上と送料のダウンにつながった。イメージも良くなり、反響が大きくなった。今後も取引先を増やし、豊郷産タマネギのブランド化実現へと着実に近づいている。



山口 浩之さん 彦愛犬地域商工会 広域事務局主査

商工会の支援担当者から

今回、市川さんは補助金でパッケージと販促チラシをリニューアルし、これらを持って「アグリフードEXPO東京2014年」へ出展しました。訴求効果のある販促により、他社との差別化を図る事が出来、首都圏での販路拡大に繋がりました。市川さんには、経営計画書の作成を通して自社の強みがどこにあるかを振り返り、改めて確認してもらうきっかけになったと思います。売り上げも上がり、きっちり成果が出ました。

愛される要因を浸透させる





カウンターのみ8席のこじんまりした店内。吟味したおいしい酒を揃え、それを堪能できる料理を丁寧に作るのがモットー

瞬彩 やの

住所/京都市北区紫野下門前町1-3 業種/飲食業 従業員数/1名

> 目立たない店構えですが、 知ってもらう工夫で 新規客が増え、近隣の人との コミュニケーションも 深まりました



矢野 克弥さん

店舗コンセプトを訴求/地域で親しまれる店に

長年、料理人として修行し「昼は手打ちそば、夜は一品料理とおいしい酒のマッチングを楽しめる店」とのコンセプトを固め、平成24年3月に独立した。うまくやっていけると感じたのが最後に紹介されたここ。知人の少ない地域での開店ということで、チラシを作って自ら配布していた。そんな折、常連客から京都市北区エリアのフリーペーパーを見せられ、掲載してもらおうと思ったそうだ。経営支援員も、より広域からの集客が必要と感じていたので、経営計画書を書くよう勧めた。

計画書作成にあたり矢野さんは、経営者としての心構えを自覚したという。「お客さんに満足してもらうには何をすべきか。妥協せず、真面目に料理を作るのは当然として、継続するための努力が必要です。職人根性を出しすぎず、楽しんでもらえることが第一。経営的には、丼勘定はダメだと気付きました」と、矢野さん。

フリーペーパー掲載に加え、入りやすい店への工夫として、すりガラスだった扉の一部を透明に改修。 内部が少し見えることで雰囲気がわかり、すべて透明でないから中にいる客は落ち着いて食事できるようになった。これらの仕掛けが相まって新規客が増え、立地する商店街の人ともコミュニケーションが深まり、店の魅力をよりアピールできるようになった。



奈良顕一さん 京都商工会議所 中小企業経営支援センター 治北支部 経営支援員

商工会議所の支援担当者から

矢野さんの料理は一品一品の奥にこだわりがあり、プロとしての技術の確かさが感じられます。味わって「ちゃんとしたものを食べると幸せな気持ちになる」と実感したので、中心街へ行かなくてもおいしいものが食べられ、人に自慢できる店があるということをインフォメーションすればいいと思いました。計画書作成にあたっては、地域の人たちへ店の魅力を伝えられるようにとアドバイスし、うまく成功したようです。

スポーツサイクルの魅力提案





作業台と自転車吊り下げパイプを追加し、メンテナンス工具も新調。組み立て時間が短縮され、急な客にも応じられるようになった

EURO WORKS La.sista(ユーロワークス ラ・ジスタ)

住所/木津川市山城町上狛四丁町 5-2 業種/自転車販売業 従業員数/0名

知識や技術の押しつけでなく、 必要とされるサービスの提供で ファンを作り、活動を広げる

方向が固まりました



宮城 義一さん

設備工具を充実させて頼れるプロショップに

自転車の輸入代理店勤務などを経て、平成24年にスポーツサイクル専門店をオープン。販売するのは 完成車と、フレームに好きな部品を組み合わせるカスタマイズ車が半々で、メンテナンスも行っている。

自転車は規格が2~3年ごとに変わり、変更のたびに数万円する取り付けの加工工具も新規格になる。 新しい工具がなくても組めるが、あると組み立て精度が上がるのだ。「ハイレベルな要求をするお客さんには応えたいから」と、宮城さんは補助金を申請した。

経営計画書はオープン時から書いていたが、「改めてきちんとした書式にすると、売り上げ予測に戸惑った」という。そこで、具体的に来客数や目標とする金額を考えることで、店の運営方針が明確になった。人数を想定することで、どうすれば来客が望めるか、サービスのあり方を考えるようにもなった。

結果的に導入後は、新しい工具で行えるサービスを求め、噂を聞いてわざわざ客が訪れるようになったそうだ。また、組み立て時間短縮や安全性の向上というメリットも生じた。ほかに作業台を1台追加し、作業中に急ぎのメンテナンスで訪れる客の対応も可能に。接客の中身が濃くなり、初心者から上級者まで幅広いニーズに応えられるようになったと話す。



森山 誠司さん 木津川市商工会 山城支所

商工会の支援担当者から

個人や小規模で経営されている事業者にとって、返還しなくてよい補助金は、 思いきった先行投資を資金面から後押ししてくれます。さらに申請書の作成は、 自店の強みや活かし方に改めて気づきを与えてくれます。宮城さんも申請される にあたって、自ら事業計画書を作成し、思考されたことで、さまざまな目標や方 針が整理され、「高精度の部品加工サービス」という具体的な事業の実現化につ ながったと思います。

経営計画でコンセプト明確化





「電灯で照らされた看板を見て来ました」という新しいお客様も 少しずつ増えてきました。イメージ刷新で顧客の新規開拓を図り ます

大卯商店

住所/大和高田市永和町9-10 業種/飲食料品小売業 従業員数/4名

> 経営計画で 何をしたいかが はっきりしました。 売上拡大を目指します



西川佳範さん

気軽に何でも相談/経営計画を策定

明治30年に乾物店として創業、3代にわたって食料品専門店として地元に親しまれてきた。卸部門では小規模ながら機動力を生かした柔軟な対応で、既存顧客からは「困ったときの大卯商店」と評価される利便性が強み。小売部門は品揃えにこだわる店づくりの姿勢を貫き「大卯に行けば何か珍しいものがある」と信頼されてきた。既存顧客との取引は堅調とはいうものの、近隣に同業他社も増え、永年の得意先である料理店の相次ぐ閉店など状況は厳しくなってきている。店構えが古く店内に入りにくい、食料品専門店とはわからなかったとの声もあるため、まずはこれを改善し顧客の新規開拓に取り組みたいと考えるようになった。

地元商工会議所に相談したところ経営支援員に気軽に相談に乗ってもらい、経営計画書を作成することをすすめられた。店舗が夜間に目立たないことから、看板をリニューアル。おすすめ商品を掲示し電灯で照らして目につくようにした。また日常に利用できる惣菜から贈答品まで珍しい食料品を扱う「食のセレクトショップ」というコンセプトを明確に打ち出したチラシを作成。コンセプトに基づく店づくりを進め、日常の家庭向けの利用と新規顧客の来店を促進し売上アップを目指す。



森田 美穂 さん 大和高田商工会議所 にぎわい大和高田推進課長

商工会議所の支援担当者から

支援員と買い物客の両方の目を持ってしばしば店を訪れていました。若い店主はこれまで漠然と「ああしたい、こうしたい」と考えておられましたが、経営計画を紙に書き出す過程で自社の分析をされ、具体化策を立案し行動に移されるようになりました。本事業を活用し店のイメージの刷新を図るとともに、新しいお客様の心をつかむ店になってほしいと応援しています。

経営計画で新たな吉野の物語





「森のねんどの物語」は岡本道康氏の吉野杉木屑粘土を素材にした 人形が紡ぎ出す、吉野をイメージしたファンタスティックな物語

株式会社岡本電子

住所/香芝市西真美3-18-3 業種/電子部品・デバイス・ 電子回路製造業 従業員数/0名

> 経営計画で まったく新しい事業展開の 可能性が広がって いくでしょう



岡本 江美子さん

吉野にこだわり事業の飛躍を

工場の自動制御システムの開発、研究開発用のシステム制御の製作を中心に行ってきた。その技術は名古屋のリニア・鉄道博物館にある鉄道模型の演出制御システムにも導入され、評価された。実質的経営者である岡本道康氏は人形作家でもあり、吉野の製材や割箸製造過程で出る木屑を粘土に加え、表情が生き生きとした人形を製作している。吉野杉の木屑にこだわった人形の物語をイメージした小冊子を作り、吉野杉木屑粘土の価値を高めることで、同時に吉野の森の恵みをイメージ化し、ブランド性を生かせる。ひいては電子制御の分野でも知名度が高まればと経営計画を策定することに。

今後は吉野では粘土の材料である木屑の集積ポイントと、鉄道ジオラマの良質な木分に特化した木粉 化工場兼、観光ギャラリーを中心としたショールームをと考えている。吉野材が製材所から近鉄吉野神 宮駅を経て東京の汐留貨物駅まで運ばれる鉄道模型ジオラマの展示を通じて、鉄道模型と吉野杉木屑粘土が結び付けられる。吉野杉木屑粘土を素材とした人形の物語をイメージ化した小冊子は、そのための第一歩となるだろう。



米田 和代さん 吉野地区商工会広域協議会 経営指導員

商工会の支援担当者から

吉野へ移転したいということで会員になられ、相談を受けました。電子制御で独自の優れた技術を持っておられるほか、吉野杉木屑粘土にこだわった人形を製作し高く評価されていることから、岡本電子だけではなく、吉野杉の新しいブランド化の可能性が広がっていくと思います。岡本電子の販売促進と、吉野杉木屑人形の付加価値を高め、普及促進につながればと思います。

安全を啓発することができた



事務所にあるショールームで実際にプロテクターを見て、触れる ことができる。自転車の愛好家やスタントマンにも利用されている

有限会社ベイリーフ

住所/吹田市芳野町8-4 業種/製造業 従業員数/2名

> ウインタースポーツを 楽しむ人にもっと 安全を意識してもらえる きっかけづくりをこれからも 行っていきたい



石田 夕子さん

スキー・スノーボード安全啓発の裾野を拡大

ベイリーフは主にスノーボードやスキーのプロテクター(防具)を企画し、製造するメーカー。代表取締役の石田夕子さんは、商工会議所の担当者から紹介してもらった「すいた経営革新塾」で経営計画の考え方を学び、販路を開拓するため展示会へ出展してきた。ただ、プロテクターの存在や必要性が、まだ十分に知られていない。けがを未然に防ぎ、転倒したときの痛みを軽減するために、ヘルメットだけでなく、プロテクターを使うことによる「安全」を広めたいと思っていた。

プロテクターは軽量化が進み、衝撃の緩衝性や通気性なども改良されている。補助金を使って取り組んだのが「安全に楽しむために」という項目を盛り込んだパンフレットの制作。「安心して楽しむためにはプロテクターの装備は必須」と分かりやすく伝えた。また、スキー・スノーボード用品店から商品の説明会とは別に、安全を啓発するセミナーを開催したいとの要望があり、講師も務めた。プロテクターによる安全性を訴えるチラシなどを作ってほしいという声も寄せられた。

石田さんは「補助金がいいきっかけになり、第一歩を踏み出すことができた」と振り返る。安全・安 心のために自身も知識を深め、関係するメーカーや協会にも協力を呼びかけていきたいと考えている。



三嶋 勝彦 吹田商工会議所 中小企業振興部部長 経営指導員

商工会議所の支援担当者から

ベイリーフの強みは企画力と行動力。支援に対する吸収力も高い。安全志向が高まっているのもチャンスです。諸問題を把握するとともに経営の課題を明確化し、解決に必要な支援を計画。組織力を強化するための専門家や、財務体質を安定させるために税理士を紹介しました。また、新製品を開発し、改良するために、地元の関西大学との連携も勧めました。今後も経営者のやる気を応援していきたいと思います。

地元の人に知ってもらえた



マルシェの開催告知を周辺にポスティングしたところ、当日は終日にぎわった。新たな顧客を開拓する手応えをつかんだ

株式会社大阪エース

住所/摂津市鶴野2-9-19-101 業種/化学工業 従業員数/6名

> インターネットは 購入しやすいが、 顧客が離れるのも早い。 地元に目を向けて、 対面販売に力を入れて いきたい



小川 カオリさん

補助金で倉庫を改装/講習会と市場を開く

大阪エースが経営する「石けん工房 コクーン」は無添加にこだわり、保存料や着色料などを使わず、石けんや化粧品を手作りしている。住宅地のマンション1階に店舗と工房を構え、人通りが少ないという立地から、百貨店催事への出店やインターネット販売に力を入れていた。商工会の担当者から補助金を申請することができることを教えてもらい、工房の隣にある倉庫を改装。「体験型ワークショップ」という新しいサービスの開発に乗り出した。

昨年、11月にアロマオイル作りを体験するワークショップ(講習会)を開き、店舗の前でマルシェ(市場)も催した。石けんだけでなく、商工会の紹介で地元の野菜やプリン、コーヒーなどの事業者にも集まってもらい販売したところ、予想を上回る集客に驚いた。その後、店の前を素通りしていた地元の人たちも気軽に入ってくれるようになった。

コスメプランナーの小川カオリさんは、以前から対面で相談にのったり、石けんや化粧品を試してもらい、助言したりする機会を作りたいと考えていた。ワークショップとマルシェをきっかけに、地元にも需要があることに気づき、手応えをつかんだ。「補助金のおかげで思い切って改装することができた。ワークショップとマルシェを続けて、地元の方に知ってもらいたい」と意気込んでいる。



佐古 和康さん _{摂津市商工会} 経営指導員

商工会の支援担当者から

経営計画書の事前作成段階や、計画を練る段階でもしっかりとした内容のご提案をいただき、逆に私の方が助けられた部分が多かったです。ご紹介させていただいた地域のイベントなどをきっかけに、今回の経営計画の作成や意識改革、売上増加に繋がったとお聞きし、非常にうれしかったです。今後も様々な方向からの支援を行い、事業所の発展と摂津市の活性化のため、楽しみながら一緒に取り組んでいきたいと思います。

老舗珈琲店の洋菓子と評判に





神戸・元町の「エビアン珈琲店」はレトロな雰囲気で人気の老舗。 店頭のショーケースに並ぶこだわりのスイーツが人目を引く

エビアン珈琲店(株式会社 ZIPANGU-8)

※喫茶営業は株式会社 七洋社

住所/神戸市中央区元町1-7-2 業種/喫茶店 洋菓子販売 従業員数/3名

> 昔の味を生かしながら 進化させた自信のスイーツ。 どう知っていただくか、 商売を見直す良い機会に なった



鎌田高廣さん

往来に向け"甘い誘惑"/店頭ショーケース奏功

1952(昭和27)年に開業した関西初のサイフォンコーヒー店「エビアン珈琲店」。みなとまち神戸のモダンでレトロな雰囲気を今に伝える老舗として、地元常連客をはじめ、観光客らでにぎわう。コーヒーと相性抜群の洋菓子を模索し、25年ほど前からチーズケーキなどの製造・販売を始めた。卸売りの引き合いが多数あり、3年前から外販を強化。新しい神戸ブランドを発信する神戸市産業振興財団の「神戸セレクション」の認定を受けるなど認知度は高まっているが、「卸売りはあくまでも広告宣伝。自社小売を増やしたい」と創業者の孫でパティシエの鎌田高廣さん。商工会議所の担当者と経営計画を練った。

創業当時の面影を残す店舗は、同店最大の魅力のひとつだが、老舗コーヒー店の印象が強く、洋菓子販売は十分には知られていない。そこで、雰囲気を損なわないシンプルなショーケースを店舗前に設置、出来立てのスイーツを陳列し、写真入りのPR看板などで、往来の観光客らにアピールすることに。「素材厳選のこだわりのオリジナル商品。気付いてもらえた効果は大きい」と鎌田さん。店舗隣接の工房はフル稼働、さらに焼き菓子の新商品「シフォンケーキのラスク」を売り出すなど、新たな展開に拍車がかかった。



兵頭 拓朗さん 神戸商工会議所 経営支援センター 経営指導員

商工会議所の支援担当者から

神戸ならではの老舗コーヒー店ということをあまり意識せず、ざっくばらんに今の時代に即した提案をしました。「老舗にあぐらをかいていては行き詰まる」という鎌田さんの思いをくみ、一緒に計画を策定。店の前に思い切ってショーケースを出しました。商談会担当なので、百貨店の催事拡充のお手伝いも。製造数が限られ、手が回らなかったインターネット活用の情報発信、通販などを今後もフォローしていきたいと思います。

こだわり茶葉の魅力を伝える





炭火で暖まりながらこだわりのお茶をいただく。商品選びを楽しむ工夫を凝らしたリニューアル店舗のオープンが楽しみだ

有限会社徳寿園

住所/丹波市春日町中山1273 業種/製茶製造販売 従業員数/4名

> 念願のカウンターで試飲も。 落ち着いた雰囲気の店舗で お茶と炭の魅力を精一杯 お伝えしたい



細見 徳彦さん

和モダン風に店舗改装/商品を選び楽しむ工夫

祖父の代から続くお茶農家。冬場は炭焼きをし、茶道用の菊炭をつくる。3代目の細見徳彦さんは、郷土に育まれた自生種の茶畑を生かし、農薬、化学肥料を使わない茶葉商品の製造販売を手掛けてきた。なかでもカテキンを豊富に含む茶葉でつくる「天日干し赤ちゃん番茶」は、ロコミやインターネットで評判に。兵庫県推奨の統一ブランド「五つ星ひょうご」にも選ばれた。人気商品は毎年、品切れになるため、栽培面積を少しずつ増やすとともに、商品をじっくりと選べるような店舗にしたいと細見さん。商工会担当者に相談し、経営計画書を作成、昨年末から改装に着手した。

手間をかけた商品だけに、対面販売にこだわる。遠方から訪れる愛好者も増え、雰囲気のある囲炉裏テーブルで迎える。25年前に構えた店舗兼事務所を改装し、床を板張りにするなど和モダン風の内装に一変、菊炭のオブジェを飾り、念願だったテイスティングのためのカウンターを新たに設ける。大型モニターでお茶づくりの1年を紹介、時間があれば茶畑にも案内したい、と新たなステージにのぞむ細見さんの思いは熱い。「この土地に根差した商売。店のにぎわいが、故郷にUターンする若い世代の励みになれば」とも。春に待望のリニューアルオープンを迎える。



四方 啓介さん 丹波市商工会 経営支援課 経営指導員

商工会の支援担当者から

この地で盛んだったお茶栽培だが、今や生業農家は数少ない。昔ながらの農家の営みを途絶えさせたくないという踏ん張りに、地元の商工会としても応えたいと考えました。1年近くやりとりを重ね、改装計画に細見さんの思いを込めました。健康的で安心な商品の魅力もさることながら、心地よい空間で接する細見さんの明るく、情熱的な人柄に、徳寿園ファンが増えるのは確実。リニューアル効果が楽しみです。

大きな展示会に出展できた





これまで知名度が低かった東北地方で展示会への出展が実現した。 嚥下困難者に配慮した非常食をPRできた意義も大きい

株式会社宮源

住所/和歌山市本脇252 業種/澱粉加工食品製造卸販売 従業員数/7名

> 展示会への出展では、 商品を絞って、 シンプルに説明した方が 良かったという反省材料も 見つかった



森下 博己さん

独自の介護食品を開発/全国へ広めていきたい

お湯を加えて混ぜるだけで作ることができる粥ゼリーの素「宮減のお粥」など、宮源は在宅で簡単に作ることができる介護食の商品を開発している。これまで病院関係の学会などに出展してきたが、代表取締役の森下博己さんは、全国的に認知されていないことが課題と考え、特に東北地方で浸透していないと分析していた。

補助金を使って、岩手県で開催された介護老人保健施設の全国大会に出展。初めて東北で展示会に出展することができた。お粥や混ぜるだけで作ることができるムースゼリー「ミキサーゲル」など、代表的な商品だけでなく、緑茶やほうじ茶の風味はそのままに飲み込みやすくした新商品「宮源のドリンクゼリー」もPRすることができた。介護食は栄養士に理解してもらえるまで時間がかかるものだが、評判も良く、問い合わせも増えた。

「大規模な展示会は、大手を対象にしているため出展料が高い。小規模事業者には難しかったが、補助金のおかげで出展が実現した」と振り返る。特に、お粥は5年間の保存が可能で、嚥下(えんげ)困難者に配慮された非常食は珍しいという。今後も大手にはない独自の商品を開発し、会社の知名度やブランド力を上げていきたいと目標を掲げている。



高松 辰徳さん 和歌山商工会議所 企業支援部経営支援課 経営指導員

商工会議所の支援担当者から

われわれも手探りだったが、申請いただいた事業者の中でも特に経営計画の内容が充実していて、事業コンセプトも明確になっていました。地元で独自の取り組みをしていることも心強かったです。展示会の出展が介護食の販路開拓に役立てられたのは何よりで、補助金を有効に活用できたとの言葉はありがたかったです。今後も、地域の小規模事業者の経営支援に励んでいきたいと思います。

持ち帰りやギフトに対応





こだわりのジェラートは時季によって、メニューを変えている。 ラベルなどのデザインを行い、持ち帰りもできるようにした

キミノーカ

住所/海草郡紀美野町三尾川785-3 業種/飲食業 従業員数/4名

> 補助金のおかげで 飲食スペースを 快適にすることが出来た。 お取り寄せにも対応して、 販路を拡大したい



宇城 哲志さん

ラインナップの拡充/飲食スペースの整備

「キミノーカ」は紀美野町の農家が経営するジェラート店。オーナーの宇城哲志さんの本業は農家で、新鮮な果物や野菜を味わってもらいたいという思いから、ジェラート作りに乗り出した。柿や山椒、サツマイモなど地元ならではの素材にこだわり、時季によってメニューや味付けを変えるなど、お客さまを飽きさせないよう工夫を凝らし、リピーターを増やしている。

夏の繁忙時には、1時間当たり150人以上の客が訪れるため、持続化補助金を使って飲食スペースの整備を行った。その効果もあってか、夏の売り上げは昨年より約2割増えた。さらに、宇城さんは、夏とシーズンオフの稼働率の差を少なくすることで経営の安定化を目指したいと考えた。そこで、要望の多かった持ち帰りやギフトの需要に対応するため、補助金を活用し、パッケージやラベルのデザインを行った。

自社のホームページも制作中で、お取り寄せの要望に応えられるよう準備を進めている。「商品ラインアップを増やすことで、いつ来てもお客さまに新鮮さを感じてもらえるよう心掛けている。お取り寄せや手土産に持って行きたいという要望に対応することにより、新たな販路の拡大にもめどがたった」と手応えをつかんでいる。



川本 泰寛さん 紀美野町商工会 経営指導員

商工会の支援担当者から

フェイスブックなどを活用し、立地の悪さという弱みを跳ね返し、見事集客に 成功しています。まだ、ギフトの需要に手を付けていなかったので、補助金を利 用することを提案しました。試行錯誤しながらも、滑り出しは好調で、他の事業 所の刺激にもなっています。地域に雇用を生むなど、われわれの期待にも応えて くれる事業展開をしており、今後も支援を続けていきたいと思います。