

課題を明確に把握 経営の指針に



熟練の手さばきでたい焼きを焼き上げる田中代表。メニュー看板はお年寄りが遠くから見ても分かりやすい

田中商店

住所／鳥取市行徳1-103
鳥取TOSC本店フードコート内
業種／飲食料点小売業
従業員数／2名



田中 昭匡さん

商工会議所には経営計画の策定から資金調達まで指導していただき、ありがたい。店舗拡大に向けて今後も経営全般について相談していきたい

少子高齢化時代の経営計画／地域密着の店舗目指す

たこ焼き、たい焼きの製造・販売を行う株式会社大阪屋(大阪市)のフランチャイズ店として、2011年4月に独立開業。現在、鳥取県1店舗、兵庫県1店舗、移動店舗6カ所をとりまとめ、運営している。鳥取店、兵庫相生店ともに地域に根差したスーパーマーケット内に開設。各店舗は周辺地域の常連客を中心に多くの市民に親しまれているが、周辺地域の少子高齢化の影響もあり、来場者の減少が懸念されている。田中代表は「今後、どうやって売り上げを伸ばしていったらいいのか」と悩み、地元商工会議所に相談した。

鳥取商工会議所から経営相談サポートを受けた田中代表は経営計画書の作成に取り組み、顧客ニーズと市場動向を調査。結果、店舗の課題などについて明確に把握でき、同計画書を経営の指針として、競合店との差別化をはじめ、少子高齢化時代に対応したメニューやサービスの開発に取り組むことを決めた。

田中代表は、雑然としていた店舗内の改装にも着手。照明をLED化するなどして、明るく、清潔感あふれる空間に変えたほか、看板を高齢者でもはっきり分かる大きな文字に一新した。また、移動店舗を利用した高齢者施設への出張販売や店舗周辺のボランティア活動に積極的に参加する方針を打ち出し、地域定着型のやさしい店づくりを進めている。



横山 憲昭さん

鳥取商工会議所
中小企業振興部
経営相談課長

商工会議所の支援担当者から

田中商店から、客の要望に応えるための設備設置や人材育成を含めた経営について相談があり、一緒に事業計画の策定に取り組みました。同社は地域に根差した堅実な経営を心掛けているとともに、将来的には店舗拡張を考えており、地域活性化の原動力になり得ると判断しています。今後も必要に応じた資金繰りのほか、雇用創出や販路開拓の面でも地域ネットワークを活用して支援していきたいと思えます。

“おもてなし”の宿づくり



畳用の高座イスやテーブルを置いた宴会会場。足や腰への負担が少なく、幅広い世代に利用がある

株式会社浅津苑(ゆの宿彩香)

住所／東伯郡湯梨浜町はわい温泉
4-74
業種／宿泊業
従業員数／7名



青木 由紀子さん

お客さまが
快適に過ごせるよう、
日ごろから改善点などを
考えています

経営計画で現状を把握／お客さまの要望を実現

風光明媚な湖畔にたたずみ、源泉掛け流しの温泉が満喫できる宿。利用は20代と60代以上が多く、特に平常時は地元のシニアが多い。そういう状況の中、予約の際、長時間座っていても足や腰に負担が掛からない畳用の高座イスやテーブルの有無について聞かれることが増え、設備がないことで予約が成立しないことも増えつつあった。「何とかして要望に応え、くつろぎの時間を過ごしてもらいたかった」と振り返る女将の青木由紀子さん。県中部商工会産業支援センター担当者からの補助事業の紹介もあり、事業申請をした。

担当者に相談しながら経営計画を作ること、現状の分析、市場の動向、環境の分析があらためて確認でき、それらを受けて将来の見通しなどの計画を作成。イスやテーブルは利用形態など考え、2人掛けを選択。36人まで対応可能だ。整備後はシニアの利用はもちろん、若い世代でも長時間座敷に座るのが苦手な方などに宴会や会合で快適に過ごしてもらっている。

同宿は朝夕とも部屋食だが、今後はこのイスやテーブルを生かし、朝食会場を整備予定。女将の青木さんは「起きた時間に気軽に食べたいと希望するお客さまが増えている。一方で、部屋食を望まれる方もいるので事前選択できるようにしていきたい」と話し、誠心誠意の“おもてなし”を常に考えている。



小椋 秀一さん

鳥取県中部商工会
産業支援センター
経営支援課主任

商工会の支援担当者から

団体客から個人客へのシフト、そしてお客さまのニーズの多様化など温泉旅館を取り巻く環境変化がある中、浅津苑さんは日ごろからお客さまの要望に少しでも応えようと模索していて、それらが実現できるようにサポートしました。設備導入で今まで以上にお客さまの満足度が向上し、今後も集客やリピーターの増加につながると考えています。

製品PRの重要性を再認識



開発した断熱うち窓「いずもシャット」の仕上げをする荒木代表。
販路開拓、自社製品の訴求にも汗を流している

荒木建具店

住所／出雲市平田町1966
業種／家具・装備品製造業
従業員数／3名



荒木 登さん

パンフレットや
ホームページを通じて
断熱性能などをPRし、
今後の受注に
結び付けたい

パンフレットやHPで自社製品の性能を訴求

1950年の創業以来、一般住宅向けの障子やふすまなどの建具を製造してきた「荒木建具店」。荒木代表は「以前は地元大工や工務店からの注文だけで年中フル稼働していた」。ただ、洋風住宅の普及で建具の需要が徐々に減り、大手住宅メーカーの躍進で地元大工からの受注も減少したという。

状況打開のため、15年ほど前から新しい建具の開発を始め、一枚の板の表裏両面から縦横ななめに多数の切れ目を入れたデザイン性の高い建具を作ってきた。住宅エコポイント制度などの影響で、2重窓などエコな商品の需要が高まったのに合わせ、既存のガラス窓の内側に取り付ける断熱性の高い内窓「いずもシャット」も2013年に開発。しかし営業活動した経験がなく「販路確保が課題だった」。

平田商工会議所と相談したところ、経営計画の策定を勧められた。その中で、自社製品の訴求を目的にパンフレットやホームページの作成、展示会への参加を決め、補助金も申請した。まずは地元工務店や設計事務所、過去に施工した家にパンフレットを配布。製造技術も公開し、建具組合などと連携して生産量を増やしつつ、現在PRに取り組んでいる。

「皆さんに、きちんとした断熱性のデータを伝えることが重要だと再認識した。成功することが支援してくれた方々への恩返し」と力を込める。



佐藤 文治さん
平田商工会議所
指導課課長補佐
経営指導員

商工会議所の支援担当者から

20年前まで旧平田市内には20軒の建具店があったが、そのほとんどが家族経営の零細企業。消費者の志向に対応できず、今では半数に減少しました。その中で省エネ関連の商品需要は年々増えると予測されていますが、これまで営業活動した経験がなく販路が課題としてありました。本格的なPRはこれからだが、まずは施工実績を積み重ね、建具店同士の横の連携も広げられるようこれからもお手伝いしたいと思います。

新商品開発の道筋鮮明に



補助金で購入した粉碎処理機を用い、鷹の爪を粉末にする佐藤社長。完成した商品のサンプルを手に、新しい販路を開拓中だ

有限会社やさか共同農場

住所／浜田市弥栄町三里八38
業種／食品製造業
従業員数／18名



佐藤 大輔さん

まずはベースとなる商品
を完成させ、そこからシリーズ化する
など次へ次へとつなげていきたい

試作重ねて商品完成／販路開拓にも意欲

有機栽培を売りに、安全でおいしい食品作り・販売に取り組む「やさか共同農場」。味噌や甘酒、トマトジュースや切り干し大根など数ある商品の中に、2002年から販売を始めた「鷹の爪」がある。同商品は、乾燥させた鷹の爪をそのまま使うが、形が欠けていたり色が鮮やかでなかったりした場合は「規格外」となり、売り出せない。その量は多い年で生産量全体の3割にも及び、佐藤大輔社長は活用法を模索していた。「国産・有機栽培という強みを生かしつつ粉末状に加工し、新しい付加価値をもった商品を生み出せないか」。

この構想を形にしようと、石央商工会に相談。新商品開発に向けて経営計画を作り、粉碎処理機やサンプル用容器などの機材購入費を含む補助金を申請した。機械導入後、約3カ月をかけてパウダー状の調味料を完成させた。細かい粒子で使い勝手がよく、家庭用から業務用まで幅広く応用できる。現在はサンプルを取引先に配るなど、販路開拓に奔走している。

過去の商品開発では、開発現場の発想を重視する一方、消費者ニーズや販路への意識が弱かった。その分、今回の計画策定は大いに参考になったという。「開発から販売までの流れを考え、道のりを立てた上で取り組むことの大切さや、一つの商品を作り上げることへの責任を痛感し、勉強になった」と話す。



池田 伸吾さん

石央商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

商品への思いだけでなく、ニーズや市場の動向を冷静に捉え、需要の有無をしっかりと考えてもらいました。その上で、商品化に向け必要な事項を問いかけ、佐藤社長自身が答えを導き出すという方法で内容を精査していき、経営計画を作成しました。以前から同農場の商品を愛用し良さを知っているのに加え、好感を持てる社長の人柄もあり、より突っ込んだ指摘もしながら目標に向かい計画を進めることができました。

事業の認知度アップに成果



事務所はJR倉敷駅そばのビル内にある「くらしきベンチャーオフィス」に入居。写真右上は社名と事業内容をデザインしたロゴ

きびコンサルタント

住所／倉敷市阿知1-7-2
くらしきシティプラザ西ビル
8階 KVO4号室
業種／不動産鑑定・物件調査・
投資分析
従業員数／1名



石井 宏典さん

今後も経営計画書に基づいて事業を進め、不動産鑑定士が身近で頼りになることをPRしていきたい

新サービスのPRへ／販促ツールが役立った

「不動産鑑定の枠を超えたサービスを提供したい」と、2012年10月に地元倉敷で「きびコンサルタント」を開いた代表の石井宏典さん(不動産鑑定士)。法人や行政の不動産鑑定評価だけでなく、個人向けの住宅診断、不動産運用提案、相続対策、県外からの移住者支援などを積極的に手掛けてきた。

しかし個人向けコンサルタント事業は周知されておらず、販路拡大、認知度アップを図るための持続化補助金の申請を倉敷商工会議所に相談。まず現状やプラン、目標を明確にする経営計画書を作成することになった。

「経営計画書の作成は大変だったが、現状とやるべきことを確認でき、“頭の整理”になった。商工会議所の客観的な指摘もありがたかった」と石井さん。業界の堅く、分かりにくいイメージを打破し、身近で役に立つサービス内容をPRするため、持続化補助金を利用してホームページや会社ロゴなどの販促ツールを一新する計画を立てた。

新しい会社ロゴは、親しみやすく印象的なデザインで評判は上々。特にロゴを名刺に入れたことで覚えてもらいやすくなり、名刺交換した人がクライアントを紹介してくれるケースもある。売り上げ、問い合わせ件数ともに前年より増え、石井さんは認知度の高まりを実感。今後は「地域に貢献できる不動産の専門家になり、不動産鑑定士の認知度も高めていきたい」と話す。



三澤 紀夫さん

倉敷商工会議所
中小企業相談所
指導課主査
経営指導員

商工会議所の支援担当者から

石井さんは、経営計画書をご自身で作成して相談にいられました。不動産鑑定士の事業内容やサービス内容を広く知らせ、新たな販路を開拓したいという思いが伝わってきました。事業効果の根拠となる具体的な数値や加点評価される記載方法などをアドバイスすることで、補助事業計画の信憑性^{びよう}の向上、加点評価が得られる計画書になるよう支援しました。今後は交流会、プレスサポート事業、当所会報掲載などの利用を促し、PR支援を進めたいと思います。

商品のブランド化に自信



斬新な着物ドレス。中央は白無垢を使ったウエディングドレス。左のドレスは補助金で制作し、いずれも東京のイベントに出展した

美容室M2

住所／倉敷市真備町箭田875-1
業種／美容業全般・貸衣装など
従業員数／6名



岡野 嘉美さん

着物ドレスで気軽に
着物の魅力に触れてほしい。
アイデアを形にでき、
商工会の支援に大変
感謝しています

手厚いサポートで経営計画書を作成

倉敷市真備町で20年以上親しまれている美容室「M2」。^{エムツー}2007年に貸衣装部門を開設し、京都から大量の着物を買っていたが、人気の着物は偏り、ほかの多くはたんすに眠ったままだった。「きれいな打ち掛けや振り袖が誰にも着られないのはもったいない」と、M2の岡野嘉美さんはドレスに仕立て直すことを考えた。デザイナーに発注して出来上がった「着物ドレス」は美しく存在感抜群。人気のない着物の柄も、ドレスにすると見事に映え、よみがえったという。

着物ドレスに可能性を見出した岡野さんだが、PR不足を感じ、店舗の定期巡回で訪れた地元商工会に相談。経営計画書の作成と広告戦略に適した持続化補助金の活用を提案された。「文章は得意ではないが、商工会の担当者の助言で仕上がった。自分の思いが形になった計画書を見ると、新事業に自信が持てた」。

計画に沿って商品のブランド化を進めるため、専門家に依頼して商標登録や契約書を作成。昨年11月には全国的な着物イベント「きものサローネ in 日本橋」に出展し、百貨店や大手住宅会社などを含む十数件の問い合わせがあった。

着物ドレスのブランド名は真備町の特産・竹にちなんだ「竹姫」。「商品のブランド化とともに真備町のPRに少しでも貢献できれば」との岡野さんの思いが込められている。



高谷 厚武さん(左) 川上 正博さん(右)
真備船穂商工会 支援課長 経営指導員
真備船穂商工会 支援課主事

商工会の支援担当者から

珍しい新商品を広くPRするため、東京の展示会出展を多面的に支援。岡山県商工会連合会の広域サポートセンターと連携し、中小企業庁のミラサポに専門家派遣を依頼して商標登録するなどブランド化を進めました。チラシ作成や雑誌への広告掲載を予定し、県の経営革新計画にも挑戦されているので、今後も長いスパンで“伴走支援”していきます。

デザイン受注システム 開発



株式会社広瀬印刷

住所／広島市西区中広町3-3-12
業種／印刷業
従業員数／18名



瀬尾 淳さん

デザインは全てシステム上に保存され、後日何度でも発注できる。顧客の困り込みにつなげたい

最終テストが進む印刷デザインの受注システム。ノベルティグッズの種類に合わせ、背景画像やイラストを絞り込む機能を搭載

専門知識ない顧客でもウェブ上で簡単仕上げ

1951年の創業以来、チラシやパンフレットなどの印刷を手掛ける。業界では近年、インターネット広告が台頭。広瀬印刷も主力だったチラシ印刷に代わり、ここ4、5年はティッシュやカレンダーなど企業のノベルティグッズ向けの印刷が売り上げの主軸を占める。

ノベルティグッズの顧客は、法人や個人事業主、個人まで多岐にわたる。チラシのように細かなデザインを求めない依頼が多く、デザイン会社や広告代理店を経由しない直接注文も多い。「専門知識のない一般のお客さまでも、本人がイメージするデザインを簡単に作成できないか」。小規模事業者持続化補助金を活用し、印刷デザインの受注システム開発に着手した。

システムは、顧客がインターネット上で印刷フォーマットを選び、文字やイラストを使って、自由にデザインしたものを発注する仕組み。顧客自身がデザインするため、納品後の満足度も高いと期待する。補助金審査に必要な経営計画書は、広島商工会議所のアドバイスを受けながら、市場環境や今後のプランを盛り込んだ。「従業員を巻き込み計画を立てた結果、会社の方向性を共有できた」と専務の瀬尾淳さん。現在、運用を開始している。「このシステムにより、お客さまにいろいろなデザインを試していただける。顧客の間口を広げたい」。



菊地 洋史さん

広島商工会議所
中小企業振興部
経営支援チーム職員

商工会議所の支援担当者から

瀬尾専務ご本人が中小企業診断士の資格を持つだけに、経営計画の作成は慣れたもの。私からは審査ポイントに基づき、①計画実現の根拠となるデータを提示する②計画をイメージしてもらえるような画像などを貼り付ける—といった審査員に事業計画の内容を理解してもらうための申請書類作成のアドバイスを行いました。デザイン受注システムにより、幅広い顧客開拓につながることを期待しています。

造花サンプル作り 販路拡大



造花で作ったアレンジメントやブーケが並ぶ、約10平方メートルのユニット店舗。サンプルを基に、結婚式場などへ提案営業も進めている

flower bubbly(フラワーバブリー)

住所／福山市神辺町新徳田2-383
業種／生花販売
従業員数／2名



山本 弘樹さん

補助金を利用したのは初めて。今後も自分たちの方向性と合うものがあれば、活用していきたい

漠然と描いた出店の夢／経営計画作り一歩前進

切り花や花束、アレンジメント、ガーデニング雑貨などを販売する。さび付いたブリキ缶やレトロな木箱など、味のある小道具を使ったアレンジメントが人気。遠くは岡山県内や広島市内からも客が集まっている。

「夏は生花の需要がどうしても落ち込んでしまう。季節を問わない商品をラインアップに加えたい」。経営者の山本弘樹さん・夕貴さん夫妻が着目したのが、「アーティフィシャルフラワー」と呼ばれる精巧に作られた造花。生花と間違えるほどの品質は、ブライダルのブーケなどにも需要がある。造花を扱う2号店を検討していた2014年3月、神辺町商工会の経営指導員から小規模事業者持続化補助金の話聞き、経営計画書の作成に取りかかった。

経営計画書には、造花アレンジメントの試作品を作り、それを基に提案するプランを記入。販路を広げた上で、新規出店に踏み切りたいとの目標も書いた。「計画書の作成を通じて、それまで漠然と思い描いていた夢が一歩前進した」と弘樹さん。その後、アーティフィシャルフラワーを購入し、アレンジメントやブーケなど約100個のサンプルを制作。敷地内にあるユニット店舗で展示を始めた。弘樹さんは「同じような作品を作ってほしいという注文が増えてきた。売れ筋や顧客ニーズを把握し、いずれは2号店を出したい」と夢を描く。



岡田 卓也さん

神辺町商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

経営計画の作成は、山本さん夫妻の思いをヒアリングした後、「自社の強み」「今後のプラン」など計画書の記入項目に合わせ、時系列と論理を整えながら一緒に書き上げていきました。今回の補助金が、夢に向かって踏み出すきっかけとなったのは、担当者としてとてもうれしい。今後も夢が具体的にできればなるほど、商売上の課題が見えてくるはず。課題解決のお手伝いに商工会を選んでいただけるよう引き続き努力したいと思います。

利用者の増加と安全性を実現



イメージキャラクター「ハッチ君」を使った屋外看板を設置
定期配送サービスの認知度も高まり、顧客の増加に繋がった

株式会社前田石油

住所／下関市吉見新町1-2-14
業種／各種石油卸・販売・配送
従業員数／5名



前田 武士さん

配送業務と兼ねて
「地域の見守り隊」
という役割を含めた地域の
安心・安全に役立つ
事業をしていきたい

屋外看板の設置で認知／配送顧客が1.5倍に

下関市吉見地区の国道191号沿いでガソリンスタンドを運営する「前田石油」。人口減少やオール電化住宅普及などの要因で顧客が減り続けているのに加え、高齢化が進む同地区ではお年寄りが灯油や軽油を持ち帰るケースも増えている。「地域のニーズに合ったもっと便利で安全な仕組みを提供できないか」と考えた前田武士社長は、利用者の自宅または会社へ定期的に石油製品を配送するサービスの強化を計画した。売上拡大を図ると同時に、石油類の危険性や取り扱い方法、安全な保管場所などを知ってもらいたいという前田社長の思いもあった。

地元商工会議所に相談し、前田社長の構想を具体化していった。配送サービス提供のPRと会社に親しみをもってもらうためイメージキャラクターの「ハッチ君」をデザイン。屋外看板の設置や告知チラシ、会員専用カードなどの作成を検討し、それをもとに補助金を申請した。看板やチラシなどの効果で認知度も高まり配送顧客は1.5倍に増加、ルートの効率化も実現できた。また「定期配送を行うことで石油製品(危険物)を持ち帰るといった危険性がなくなり、安全を提供することもできた」と前田社長は喜ぶ。将来は「地元スーパーと提携し、食に関しての同様のサービスが出来るように組み立てていきたい」と語った。



田中 直子さん

下関商工会議所
経営支援部 金融相談課課長
経営指導員

商工会議所の支援担当者から

会社の戦略として配送サービスに力を入れるとともに、高齢者や地域の人たちに対し危険物の安心・安全な取り扱いにも気を配る前田社長の思いは十分に伝わりました。その思いを整理し、経営計画に反映させるよう支援を行いました。無理のない計画内容で、計画に沿いながら、看板の掲示内容や経費明細の精査などをサポートしました。前田社長の熱意が配送顧客の増加と利用者の安全性につながったと思います。

事業発展のため、新たな一歩



出入り口を二重扉化することで総菜製造工場の衛生面を強化。
安全・安心のニーズに応えることで取引先企業の信頼に応える

原田丸海産有限会社

住所／山口市秋穂東6036-8
業種／食料品製造業
従業員数／1名



原田 耕治さん

将来的には自社ブランドの
商品を開発したい。
地元漁業の賑わいを
取り戻すことが目標です

ニーズに応えるため衛生面の強化に投資

車えび養殖発祥の地として知られる山口市秋穂地区。明治28年創業の「原田丸海産」も主力商品として養殖車えびを取り扱っているが、消費者ニーズの変化によって需要は年々減少傾向にある。こういった市場の変化に対し、原田耕治社長は事業の新しい柱にしようと、魚介類の総菜部門を強化。高い技術とこだわりの食材を使用した総菜商品は取引先からの評価も高く、年々売り上げを伸ばしてきた。しかしながら、一般消費者の食の安全・安心に対する意識が高まる中、原田社長は「販路拡大のためには、商品力を上げるだけでなく、これまで以上に製造工場の衛生面を強化する必要がある」と感じていた。

これまでも最低限の投資はしていたが、なかなか積極的な投資には踏み切れないでいた原田社長。そんな原田社長の悩みを聞いた商工会担当者から経営計画作成をすすめられ、衛生面を強化した場合の効果や経営方針・目標などを検討。それをもとに補助金を申請し、総菜製造工場内への異物侵入を阻止するため、出入り口の二重扉化に着手した。これによって消費者の安心・安全へのニーズに応えることはもちろん、取引先からの信頼を得ることで販路拡大も期待できる。原田社長も「今回の投資を会社のステップアップにつなげたい」と期待している。



渡邊 元司さん

山口県商工会
主任経営指導員

商工会の支援担当者から

総菜製造工場の衛生面強化を検討されているという原田社長の相談を受け、「小規模事業者持続化補助金」を紹介し、投資を後押ししました。経営計画作成の支援にあたって「老舗企業として事業を持続発展させていきたい」という原田社長の思いも十分伝わってきました。衛生面に関しては、これまでも徹底して取り組まれていたが、今回の投資によって、新規はもちろん、既存の取引先からの受注拡大も見込め、収益向上を図ることが可能になりました。

卸売から直売へ注力



おいし工房の強みは、地元徳島の地域食材を活かした他品種・小ロットでの製造販売

おいし工房

住所／吉野川市川島町桑村633-13
業種／食品製造業
従業員数／3名



岡田 幸二さん

平成20年4月おいし工房創業
平成23年農家と連携した
小ロット製造を目指し第二工房
「おいし工房2」を稼働

経営計画を立てることで、具体策が見えてきた

25年務めた地元加工食品会社を退職後、その経験を生かし、おいし工房を創業。地元食材のすだち、ゆず、梅を使用した調味料やドレッシングを製造し、道の駅等への卸し、百貨店の催事・インターネット等で、直販している。卸よりも利益率の良い直販を増やしたいが、具体的な方法が見つからず売上は横ばいとなっていた。そこで、商工会議所に相談することとなった。

地元商工会議所に相談したところ、助言をもらいながら市場分析や経営計画を策定。直販の売り上げアップのため、まず販売強化商品を、30品目ある自社商品の中から調味料5つに絞り込んだ。独自性があり、競合他社の少ないこの商品をブランド化し、インターネットでリピート購入してもらうことを目標とした。そこで、まず、強化商品の調味料5品を使ったレシピを作成しレシピサイトへ投稿。さらに、そのレシピをパンフレットにし、催事で配布を行ったことにより、インターネットからの注文が増加している。「経営計画を立てることで、自社の強み・弱み、自社商品のマーケットにおける位置づけが明確になった。また、具体的な戦略が見え本当によかった」と岡田社長は語った。



杉友 朋子さん

吉野川商工会議所
経営指導員

商工会議所の支援担当者から

地元食材を加工した食品としては、「地産地消」「郷土料理」といった本物志向によるニーズがあり、今後ますます高まっていくと予想されます。そこで、利益率が高いが、売り上げが伸び悩んでいる直販部門の強化を助言しました。積極的な催事への参加と、自社商品の紹介やレシピを掲載したパンフレットを作成。エンドユーザーへ直接アピールし、商品理解を深めインターネットへの誘導、リピート購入が増加しました。

チラシで新規顧客開拓



自社の至る所に、サンプルとなるガラスや窓枠、カーポートを設置し、来店されたお客様に分かりやすく説明できるよう工夫している

有限会社高志硝子建材 (MADOショップ上板店)

住所／板野郡上板町西分字馬道南
40-1
業種／設備工事業
従業員数／2名



高志 晃生さん

平成10年、現社を父から継ぎ
代表取締役役に就任

助言を受けながら経営計画を策定

吉野町で父が創業、今年で49年となる高志硝子建材は、アルミサッシをメイン商材とするYKKAPの販売店。2代目社長、高志氏によると、父から会社を継いだ16年前、地元の大工さんからの商品発注がメインだった。しかし、住宅の工法が変化し個人の「大工さん」と言われる人の多くが廃業、県外大手ハウスメーカーの参入などにより、売り上げは横ばいが続いていた。

地元商工会に相談したところ、経営計画書を作成することをすすめられ、現状認識、課題の洗い出しや売り上げ拡大へ向けたプラン、将来目標を検討した。すると、見えてきたのが、自社提供しているサービスの告知不足。これまでもガラス関連以外の様々なサービスを提供していたが、社名が「高志硝子建材」という、業者向けの名前のため、エンドユーザーは何をしている会社なのか分かりにくかった。そこで、窓枠やガラスの交換はもちろん、エクステリア工事、キッチン取り替えなど、自社で可能なサービス一覧をイラストにしたチラシを作成し、昨年8月下旬、周辺3万世帯に配布。すると1週間で40件以上の問い合わせ。「ガラス屋」から脱却し、「リフォーム・エクステリアの総合メンテナンス業」として経営計画目標に向かって着実に進んでいる。



福田 浩幸さん

上板町商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

相談があった時、持続化補助金説明会に参加するよう進めたが仕事の都合上参加は不可能とのこと。多忙な中、自社の将来像を考えて経営支援計画書づくりにも取り組み、本事業のフォローアップを続けています。商工会としても建築関連業種が激減し、住民にも不自由をかけている為、総合建築関連の担い手となってほしい思いがあります。

自社の強みを再認識しました



当初は靴の丸洗いだけを想定していたが、洗うだけでなく磨くことも重要な要素だと気づいた。現在は丸洗いと磨きの両コースがある

ダイエークリーニング

住所／観音寺市出作町1070-5
業種／洗濯業
従業員数／4名



大谷 勇治さん

クリーニングだけでなく、
洋服リフォーム、
靴クリーニングでも
高品質で付加価値の高い
サービスを提供します

市場動向や他社分析のデータが計画を後押し

市内を走る主要道路沿いに本店・工場を構える1966年創業の「ダイエークリーニング」。クリーニング師の国家資格を持つスタッフをそろえ、こだわりの洗剤を使用するなど、近隣の競合他社より高品質な仕上げと、家庭ではできない着物や絨毯のクリーニングなど付加価値の高いサービスで固定客を確保している。しかし、団塊の世代の定年退職や洗濯機の高機能化、さらには将来的な少子高齢化を見据えると、需要減は避けられない。「何か新たなサービスを考えないと、という思いが強かった」と話す大谷さん。タイミングよく、商工会議所担当者から国の小規模事業者向け補助金の話があった。

申請に向けて経営計画書を作成する中で、商工会議所担当者からのアドバイスを受けながら業界の現状や市場動向、顧客ニーズをより細かく、具体的に分析。「クリーニング店がたくさんある中で、自社の強みを改めて再認識することができた」と大谷さん。洋服のリフォームの試着スペースを設置し、靴クリーニングも内製化。チラシのポスティングやフリーペーパーで周知を図ったところ反響は大きかった。「新規顧客はもちろん、リピーターも増えた。これに伴いクリーニングも多くなれば」と今後に期待を寄せる。



高橋 国男さん

観音寺商工会議所
経営指導員

商工会議所の支援担当者から

事業者には当初から明確な計画があり、事業内容を聞いた時から実現できそうな気がしていました。二人三脚で現状分析や市場動向の把握、他社分析をしながら、付加すべき内容、不十分な点、書類の書き方などについて助言、サポートしました。データを収集しながら計画書の精度を高めていくうちに、当初の計画に自信を持つことができたのが大きいと思います。事業内容が間違いのないことをデータが後押ししてくれた格好です。

目標の具体化で販路拡大



絵画、雑貨、工芸品など障害者によるアウトサイダーアート作品は多数。他にも店舗装飾や商品パッケージなどの受託も行う

株式会社麺アートワーク

住所／仲多度郡まんのう町川東908
業種／その他小売業
従業員数／1名



辻田 順一さん

現在、善通寺市で
開催予定のイベントとの
コラボレーションを
計画しています

海外展開も見据えたアウトサイダーアート

2014年1月、障害者が作成する『アウトサイダーアート』の絵画や雑貨加工品などを販売する、障害者自立支援のための会社を設立した。きっかけは、高松市内で行われた展示会で障害者たちの作品に感銘を受けたこと。「素直でインパクトがありながら、どこか可愛いと感じた」と辻田会長は当時を振り返る。アウトサイダーアートは、12年にパリで開催された大博覧会や専門美術館が滋賀県にできるなど、黎明期に入っている。テストで実施した、うどん店での作品展示や県産品を使ったアウトサイダーアート弁当の販売が話題になり、マスコミにも取り上げられた。

順調に滑り出した事業ではあったが、販路開拓なしに継続的な障害者の自立支援は不可能である。地元商工会に相談したところ、小規模事業者持続化補助金を紹介された。そして経営計画書を作成することをすすめられ、課題の洗い出しや売り上げ拡大へ向けたプラン、将来目標を具体化した。現在では、欧米を中心とした海外向けのホームページの作成、国際的なギフトショー展示会への出展、またそこに必要なPRパンフレットの作成により、国内外から商談が舞い込んでいる。



松園 和夫さん

まんのう町商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

事業者から相談を受けたときに、事業内容が面白い上、ビジネスモデルのシミュレーションができていました。販路拡大については、海外にも需要があるので、国際的なギフトショーへの出展などをすすめました。また、具体的な数字目標を設定して、いつまでに何をどうするかという経営計画を作成し補助金の申請を行いました。現在計画通りに進んでおり、本事業にはぜひ地域活性の機軸となってほしいと思います。

販路拡大へブランド力高める



東京都内で昨年7月に開催した自社製品展示会。ネットのバーチャルな世界から飛び出し、直接顧客と接することで新たな戦略も浮かんだ

サヨリ商店街株式会社

住所/新居浜市下泉町1-3-39
業種/衣類・衣服・身の回り品小売業
従業員数/4名



千葉 小織さん

売上げ至上主義ではなく、身の丈に合った経営を続け、お客さまに幸せを届けたい

計画を文字にすることで課題と目標が明確化した

2000年に個人事業主として輸入子供服の販売を始め、4年後に法人化。ネットショップを販売ツールとし、取扱商品をレオタードなどのバレエ用品、フラダンス衣装に絞り込んで業績を伸ばしてきた。顧客の50%が関東エリア(1都6県)、次いで北海道、関西、中部の都市部が占めている。

商工会議所の担当者から「商品・サービスの強みをもっと生かす戦略が必要」と助言を受け、事業計画書を作成することになった。「いろいろ挑戦したいと思っても、日々のルーティンや支払いに忙殺され、できなかった。あらためて文字にすることで、課題や目標が客観的に見えてきた」と社長の千葉小織さん。最大のマーケットである都内で、バレエ関係者に直接自社製品に触れてもらう場がほしいと感じた。小規模事業者持続化補助金の交付を受け、昨年7月に開催された大規模なバレエコンクールに合わせて展示会を開くことができた。

同社スタッフは女性だけで、感性を生かしたオリジナル商品が魅力だ。耐久性に優れた高品位の国内産生地を使い、縫製は地元の縫製業者や内職に委託し「メイドイン新居浜」にもこだわっている。アパレルでありながら「3年間品質保証書」をつけアフターケアに対応しており、ネットの評判や知名度も上がってきた。千葉さんは「都内での展示会を経験し、もっと自社ブランド力を強化する必要性を感じた。自社の統一ロゴマークをさっそくデザインした」と、次なる一手に乗り出している。



佐藤 尚史さん
新居浜商工会議所
経営支援課係長
経営指導員

商工会議所の支援担当者から

千葉社長はいろいろなアイデアを持った行動力のある経営者だと感じました。今回、事業計画書を作成するにあたり、まず自社が持っている「強み」と「弱み」をしっかりと分析してもらい、その上で目標達成に向けたストーリー付けを一緒につくっていきました。私たち経営指導員は、機会をとらえ、強みを引き出し、経営者の方と一緒に走っていく「伴走型支援」を続けていきたいと考えています。

新メニューで新規顧客を開拓



女性客の取り込みを目指し、顔そりエステやヘアトリートメントなどのコースを新設。常連客に、奥さんの来店を促している

BAR BER SHOP 加藤

住所／大洲市長浜甲752-4
業種／理容業
従業員数／1名



加藤 裕介さん

作成した事業計画に基づいた新サービスの導入で、競合店との差別化を図っていききたい

理髪店経営の安定に向けて競合店にない魅力アピール

終戦間もない1946年に祖父が開業。3代目にあたる加藤裕介さんは松山市で修業後、12年前に店を継いだ。顧客の大半は地元の常連だが、少子化や地域の人口減に伴って客数も減少傾向にある。顧客の80%が男性のカット、10%がカラー・パーマなどの特殊技術、残る10%が女性のカット・顔そりとなっている。安定した経営には、女性客の掘り起こし、新メニュー追加による男性客単価の引き上げが必要と感じていた。

事業計画書の作成にあたり、商工会の担当者から「自社の強み、アピールできる部分をもっと打ち出して」とアドバイスを受けた。加藤さんは県理容組合などが企画する勉強会に参加し、ヘア・カウンセラーの資格を取得していた。男女を問わず髪や頭皮に悩みを抱えている人が多いことから、ヘッドスパとヘアトリートメントのコースを設定、女性向けの顔そりエステコースも加えた。

これら新メニューに必要な機械装置3台(温熱促進器・薬剤循環器・スチーム美顔器)の購入費計約68万円のうち、3分の2の補助を受けた。加藤さんは「地元の競合店や美容室にまだ導入されていない新サービスを提供することで、新規客を増やしたい。口コミや女性に絞った特典付きサービス券を発行することで、女性客が少しずつ増えている」と手応えを感じている。



山本 修一さん

長浜町商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

長浜地区には理容店、美容店が数多くあるが、加藤さんは「これをやりたい」という目的意識をしっかりと持っていました。事業者自身に計画書を書いてもらうことで、あらためて店のアピールポイントに気付いてもらえたと思います。今後は、来店を待つだけでなく、高齢の顧客に対し出張サービスができないかといった次のアイデアも浮かんでおり、若い後継者として地域経済の盛り上げ役にも期待しています。

強みをさらに生かす経営を



動物好きの山下さんご夫妻は、ヤギ2匹、犬3匹、オウム1羽を飼っていて、ペットたちもお客さんに癒しを与えている

ペンションサライ

住所／土佐清水市足摺岬70
業種／宿泊業
従業員数／0名



山下 智珍・美月さん

ご主人の料理と、
奥さんの細やかなサービスで、
地元の方をはじめとして、
数多くのリピーターが
訪れている

経験やつながりを生かし、手の届くもてなしを続ける

平成23年から、足摺岬の先端近く、絶好のロケーションにあるペンションを始めた山下さんご夫婦。以前、ご主人は調理師を約15年経験した後、地元窪津漁港の大敷組合に所属し、定置網漁を8年ほど行っていた。この経験や知り合いの漁師を通じたネットワークを生かして、新鮮な魚介類をメニューにして提供。舌の肥えた地元の人たちにも「うまい」と評判になり、一昨年、大手旅行サイトの「中四国 口コミ食ランキング」で1位を取ったことも。たくさんのファンやリピーターが訪れている。

このペンションのもう一つの特徴が、小型犬に限りペットも一緒に宿泊できること。宿泊施設の多い足摺岬一帯でも、ペットと同宿できる施設は少なく、愛犬家に人気の宿としても知られている。「全5部屋のうち2部屋がペット可ですが、清潔第一を心がけています」と、ご主人の智珍さん。昨年夏には、土佐清水商工会議所の支援のもと、ペットと触れ合えるスペースも整備した。ロケーション、料理、サービスが揃い、ファンも確実に増えているが、1日に受け入れるお客さんは施設の定員の約7割、8人程度とけっして無理をしない。「これからもサービスの質をできるだけ落とさず、手の届くもてなしを続けていきたい」とご夫婦で口を揃えて話す。



浦吉 良夫さん

土佐清水商工会議所
経営指導課長

商工会議所の支援担当者から

現在のペンションが売りに出ている、相談に来られたのが、山下さんとの出会い。この計画ではペットと飼い主が触れ合える場の整備、スマートフォンに対応できるホームページの作成、パンフレットも作成してきました。経営は順調だが、次の一手が打てるように、今後ご自分たちの強みを認識してもらい、経営計画をしっかりと実行していけるよう併走型で支援していきたいと思っています。

製造直売で美味しさを発信



毎週土曜日に開かれる「のきした豆腐カフェ」は口コミで人気ที่ 広がり、多いときには50人ほどのお客さんが来店する

廣田食品

住所／安芸郡東洋町大字河内1005-3
業種／豆腐製造業
従業員数／3名



3人が役割分担と 工夫をしながら、毎日、 おいしい豆腐づくりを 目指している

蛭子 昌好・かよさん
和田 八恵美さん(右)

専門家のアドバイスを受け品質を上げ、ファンを増やす

東洋町で66年前から続く豆腐づくり。2年前から先代の姪にあたる蛭子かよさんと和田八恵美さん、そしてかよさんのご主人である昌好さんが取り組んでいる。しかし、少子高齢化から購入者が減少して、年々売上げも下がっていた。地元の東洋町商工会に「伝統の味を守り、売上げを上げていきたい」と相談。タイミングよく、高知市で行われていたトップパイヤーによるセミナーに参加し、個別相談をしたところ、「品質を上げ、新しいファンを獲得する」よう、アドバイスを受けた。

試作したのが国産大豆を使った「おぼろ豆腐」。「とても美味しく、お客さんに食べてもらいたかった」と八恵美さん。店頭で販売してみると、お客さんの反応も良く、「美味しい」、「揚げたての厚揚げも食べてみたい」などの要望も増えていった。そこで、毎週土曜日の11時から13時まで、定期的に販売を開始。「お昼ご飯もここで済ませたい」という要望にも応え、おにぎりや豆腐を利用したお総菜など約15品目を販売する「のきした豆腐カフェ」が誕生。人気は口コミで広がり、リピーターや町外からのお客さんも訪れるようになった。かよさんは「商工会にはいろんなアドバイスをしてもらい、勉強になりました。少しずつ売上げは増えているよう。一生懸命やって10年、20年後も続けていきたい」と、抱負を語った。



有光 功作さん

東洋町商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

廣田食品は豆腐づくりに対する熱い思いがあり、熱心に取り組んでいる事業所。商工会としては聞き取り調査や商品別の原価計算、分析、販路拡大のための情報提供などのサポート、個別診断で専門家のアドバイスを受けてもらうなどの取り組みをしています。また、今年度は国の小規模企業持続化の補助金を申請し、店頭置くディスプレイ型冷蔵庫を購入してもらいました。