

販路拡大に向け生産体制整備



百貨店での催事やイベントでは、日本人向けにデザインしたトートバッグやショール、帽子など、グアテマラの女性が作った製品を主に展示販売

ilo itoo

住所／福岡市中央区小笹4-13-42

業種／製造小売業

従業員数／1名



高崎 真理子さん

自分たちが好きから
始めた事業。
オリジナルの織物製品を
手に取ってもらえるように、
販路開拓に力を入れます

商品構成の幅を広げる職業用・ロックミシン

「中米・グアテマラのカラフルな手仕事を知ってもらいたくて…」。青年海外協力隊としてグアテマラに派遣された大久保綾さんと高崎真理子さんが2012年8月に立ち上げたilo itoo。しかし、小売業は未経験の2人。店舗を持たず、売り上げはイベントや百貨店での催事が主。グアテマラへの強い思いだけでは、安定的な経営は難しいことを知った。

商工会議所に相談したところ、中小企業診断士や税理士など経営のアドバイスを行ってくれるアドバイザーの紹介を受け、そのうちの一人から補助金の申請を勧められる。申請にあたっての経営計画を作るなかで見えてきたのが、生産体制の不備。

トートバッグやショール、帽子、小物入れなどを現地の女性が手作りで生産しているが、商品構成の幅を広げるために職業用ミシン1台とロックミシン1台を購入した。これにより生地の手厚い帆布を使った製品の製造や作業効率のアップが可能になるという。

現在、代表の大久保さんは、経営計画に基づいてグアテマラで生産体制の拡充のために奔走。2人は、インターネット電話サービスを利用して連絡を取り合っている。高崎さんは「生産が少しずつ軌道に乗ることで、自前の店舗を持つことや卸販売への道筋が見えてきます」と話す。



田口 寛明さん

福岡商工会議所
地域支援部 中央・城南・早良・
西区担当グループ 西区担当

商工会議所の支援担当者から

今回の相談を受けて、大久保さんと高崎さんの思いを、より具体的で実現への道しるべとなる「事業計画」に練り上げることが課題でした。グアテマラで織物製品を生産し、日本で販売する小規模事業者はあまり例がないので、とにかく幾度も話を伺い内容を整理しながら、販売体制やコストの面などの問題点を洗い出し、改善策を探っていました。

時に厳しいことを申し上げることもありますが、夢をかなえられるよう、これからも精いっぱいお手伝いします。

DIY好き女子にネット販売



担当者もDIY好き女子。リピーターも増え、何でも気軽に相談できるDIYパートナーを目指している

織田商事株式会社

住所／築上郡築上町大字築城156-1
業種／木材・木製品製造業
従業員数／20名



阿部 真弓さん

企業は経営者の器以上にはならない。そのため様々な企業をベンチマーク。多くの気づきが、経営計画をつくる糧となります

自社ホームページ内のサイトに女性対象のコーナー

企業の持続的な発展にかかせない経営計画。専務の阿部真弓さんは、練った計画を模造紙に手書きし、毎年従業員の前で発表する。住居の補修や家具などを自分でつくるDIY(Do It Yourself)。近年、首都圏では女性の愛好者も増えており、細かい要望を満たした加工木材を、自宅まで届けるDIYのネット販売を思い立ち、経営計画に加えた。

ネット販売システムの構築にあたっては、商工会の担当者とターゲットを明確にすることや、予算の確保などを話し合い、ネット販売の専門家と連携して開発をおこなった。また、人材の確保も必要と判断、新しいスタッフを1名採用した。

女性スタッフが運営するDIYサイトには、「女の子だってしちゃお！DIY」コーナーを設け、手軽にできる桧スノコの作成レシピを掲載。女性に喜んでもらえるように、開封した時の瞬間をイメージしながら心をこめて梱包をおこない、評判を得ている。

リピーターも増えはじめ、収益性も見込まれてきた。阿部専務は、「まだまだ行き届かない面も多く、お客さまにご迷惑をおかけすることもあるが、誠実でスピーディーな対応で、じっくりお客さまと向き合い、DIYパートナーとして認められる関係をつくっていききたい」と語った。



野田 太一郎さん
築上町商工会
経営指導員
福岡県商工会連合会

商工会の支援担当者から

木にも心があり、木は人を幸せにする特質をもつとおっしゃる阿部専務から、首都圏にはDIYをしたくてもできない女性がいると聞きました。

確かに木材を担いで山手線には乗れません。そんな方が欲しいと思う材料を、高度な加工技術をもつ織田商事さんがつくって自宅へ届け、簡単な道具で世界に一つの戸棚や家具をつくることができれば。そんなネット販売がつくる未来に共感し、計画づくりを支援しました。

子育てママに安全性アピール



伝統製法を守り続け、高い醸造技術でオンリーワンの商品を作り続ける丸秀醤油

丸秀醤油株式会社

住所／佐賀市高木瀬西6-11-9

業種／食品製造業

従業員数／10名



秀島 健介さん

ウェブサイトを通じて
食の楽しみや、
悩みを持つ母親らの
交流の輪を広げたい

アレルギー対応食品をサイト再構築して紹介

伝統製法で醤油、味噌を作る丸秀醤油は、2001年から南米原産の雑穀「キヌア」を使った商品を開発している。きっかけは米や大豆など子どもの食物アレルギーに悩む母親らの声。同社は「何とか和食の味を楽しめないか」と試行錯誤の末、キヌアと塩だけでアレルギー対応の醤油と味噌を作った。

実際に購入した母親からは感謝の手紙が届き、電話口からお礼を述べる涙声が漏れてくることもあった。ただ、「知る人ぞ知る商品」(秀島健介統括)なだけに販売開拓に苦労したが、消費者の食に関する意識向上とインターネットの普及もあり、全国から「こんな商品を探していた」との問い合わせが増えてきた。ここ数年、総売上高が伸び悩んでいたこともあり、キヌア関連商品など「アレルギー対応食品」を新たな収益の柱とすることとした。

新たな経営計画を作る中、天然素材だけで2年熟成の醤油を作るなど高い醸造技術から生み出される高付加価値の商品群といった自社の持つ強みに再着目。「おいしさ」や「安全・安心」を的確に伝えることができるウェブサイトの必要性にたどり着いた。

新サイトでは製造過程や、商品を生かすレシピなどを詳しく掲載。母親たちの情報交換の場となるコミュニティも設置し、新規顧客の獲得と同時にリピーターも確保し、売り上げの倍増を目指している。



狩野 常德さん

佐賀商工会議所
経営指導員

商工会議所の支援担当者から

どれだけ商品が優れていても、的確なプロモーションがなければ販路を開拓することはできません。丸秀醤油さんはアレルギー対応商品のターゲットを母親に設定し、子育て支援サークルへの参画など諸活動の一環として、ウェブサイトの立ち上げを試みています。今後も的確な情報発信を続けることで、収益改善とさらなるファンの獲得につなげてほしいと思います。

自社の強み生かしネット販売



森代表が厳選したお米が並ぶ森源商店の店内。異物除去の選別機もあり、安全・安心も担保する

森源商店

住所／神崎市千代田町詫田1944
業種／米卸・小売り、精米
従業員数／1名



森 和馬さん

品揃えと店づくりに工夫し、
少しでも売り上げを
伸ばしていきたい

贈答用と家庭用向けに2つのショップを出店

精米や米の卸・小売を手掛ける「森源商店」。森和馬代表は「米・食味鑑定士」と「ごはんソムリエ」の資格を持ち、地元農家をはじめネットワークも広い。そのため、プロの目で厳選した「おいしいお米」に定評がある。ただ、少子高齢化が進む中、店頭販売だけでは限界があると感じ、3年前からインターネットでの販売を始めた。少しずつ固定客をつかみ、手応えを感じてきた森代表。「もっと販路を広げたい」と神崎市商工会に相談したところ、今回の事業を勧められた。

経営計画の策定を進める中で、森代表は「おいしいお米を安く提供できる」「異物を除去する選別機を3台備え、安全・安心も担保できる」ことが自社の強みと再認識した。その特徴を生かし、11月にインターネットの大手ショッピングモールに新規出店。贈答用と家庭用の2つのショップに分けたことが特徴だ。

贈答用は「もりげんの贈り物」の店名で、「もらってよかった」と思える高級品を用意。家庭向けのショップは「九州農家米直売所」と名付け、「とにかく安い」商品をそろえる。

森代表は「今回の事業では商工会からいろんなアドバイスを受け、とても勉強になった」と語り、「ネット市場はもっと伸びる余地がある。成果が出るのはこれからだが、品揃えや店づくりに工夫し、少しでも売り上げを伸ばしていきたい」と意気込む。



塚原 正幸さん

神崎市商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

安全、安心、安価の3つの「安」が森源商店の大きな武器。ただ、森代表はそれが当たり前のことと感じていたようです。経営計画の策定に当たっては自社の強みに気づいてもらい、その強みを生かすことに重点を置きました。事業を進める中で商工会の認知度を高め、信頼関係を築くことができたと思います。ただ、ネット出店が今回の事業のゴールではありません。今後も目標に行き着くための支援に力を入れていきたいと思っています。

海外市場開拓へ米国で手応え



ラットやサルの脳から取り出した細胞を培養したBBBキットの製造過程。新薬開発のスピード化が期待される＝長崎市出島町

ファーマコセル株式会社

住所／長崎市出島町1-43-303
業種／その他の製造業
従業員数／3名



渡邊 大祐さん

補助金がなければ
出展は予算的に厳しかった。
販路拡大に一步前進でき、
大変助かりました

事業の方向性を確認し目標の商談件数クリア

脳は体のほかの臓器と異なり薬剤が入りにくい。投与した薬剤が脳内に到達しやすいかを迅速に評価できる実験ツール「BBBキット」を2007年、商品化した。会社は長崎大学発バイオベンチャーとして05年設立。キットはラットやサルの細胞を培養し冷凍保存した容器だが、大衆向けではないため国内市場は限られていた。「研究開発費の規模が大きい海外に市場を広げたい。現場の研究者が数多く集まる場所でPRしたい」と渡邊大祐取締役は考えた。補助金を申請し、米国ワシントンDCで昨年11月に開かれた神経科学学術集会(3万人規模)に企業出展。海外市場開拓の足掛かりを探った。

商工会議所の担当者と経営計画を作成した。その過程で「事業の方向性を再確認でき、売り上げを伸ばすために何をすべきかが具体的になった」と渡邊取締役。出展ブースには50人以上の来訪があり、共同開発の声掛けもあった。目標の「商談10件」もクリア。帰国後メールも届いた。「これまでの海外展示の中で一番反響があった」と手応え十分。キットを使えば新薬開発のスピードアップとコスト削減が可能になり、飛躍的に研究が進む。動物の犠牲も少なく済む。ヨーロッパでの代理店契約も最終段階に入り「世界中の患者のニーズに応えるためにも頑張りたい」と話していた。



植村 輝宏さん

長崎商工会議所
中小企業振興部
商工振興課
専門経営指導員

商工会議所の支援担当者から

自社のニーズを把握し、課題解決のために何をすべきか、最初からきちんと把握していました。出展時の商談目標を掲げることをアドバイスしたくらいで、ただ応援するだけでした。実際に目標を達成できたので、今後はフォローアップを確実に。大学と企業の連携で長崎から海外へ展開するケースは珍しいです。病気に悩む人にとって一刻も早く特効薬ができるきっかけになることを願っています。

空き店舗を作品の販売拠点に



空き店舗を改装し、自作の食器や若手作家の作品を展示販売。
2階はイベントなどが開けるコミュニティスペース＝東彼川棚町栄町

土龍窯

住所／東彼杵郡川棚町中組郷1310-7
業種／陶磁器製造業
従業員数／3名



西 恭平さん(右)
修平さん(左)

自分たち若手作家の
発表の場として、
また商店街を盛り上げる
ため発信していきたい

若手作家のアート展示／商店街の活力取り戻す

県内有数の焼き物産地・波佐見に隣接する東彼川棚町中組郷の土龍(もぐら)窯は創業31年。後継者の西美紀さんは美術品を主流に、双子の弟・恭平さん、修平さんは若い世代向けの日用食器を中心に創作している。お互いに作風や客層が異なってきたため、それぞれの販路を求め家族で話し合った。その結果、自社が同町の栄町商店街に所有する空き店舗を改装し兄弟の店を出すことに。改装資金の一部に補助金を利用できないか商工会に相談した。

経営計画作りは初めてだった。「考えを文章に起こす作業が難しかった」と恭平さん。担当者からストーリー作りなど指導を受け、「書くうちに自分の考えが整理され、ショップの未来予想図がクリアになりました」。昨年10月、「ふたごモグラのお店」(土日限定)をオープンし、温かみある焼き方が特徴の作品を展示。同世代の若手作家に発表の場をと、吹きガラスや木工製品などほか7組の作品も展示販売している。2階はアート展示などイベントを開けるスペースにした。地元育ちの兄弟は店を出すことで商店街に活力を取り戻したいと考えていた。修平さんは「ぼくらのショップから発信して盛り上げたい」と話す。「前からこんな店があればと思っていた」と言われるとうれしい。町に貢献できたと思える瞬間だ。



峯 拓郎さん

東彼商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

一カ所で展示していたこれまでと違い、これからはきょうだい間でも独立して運営し、意識も違ってきます。補助事業はほぼ計画通りスムーズに進みました。相談と同時に商工会に入会され、メリットも分かってもらえました。広報活動などで協力していきたいです。栄町商店街は空き店舗が目立ちます。この問題を何とかしようと頑張ってもらえて頼もしいです。今後も定期的にイベントや企画を打ち出し、商店街を盛り上げてほしいと思います。

補助金を活用しPR展開



倉庫業者の倉庫内にあるグロースンドリームの工場。
「ROBOSAKU」や「EVカスタム」など、人気機種が注文に応じて生産される

グロースンドリーム

住所／熊本市中央区水前寺2-3-3
業種／電動バイクの開発・製造・販売
従業員数／3名



中村 隆則さん

補助金の話を聞いたとき、
これは助かると思いました。
知名度アップが最優先
だったので、効果的な
使い道ができました

商品価値には自信あり／知名度上げれば上向く

2011年創業のグロースンドリームは性能・機能を追求した電動バイクの開発・製造・販売を行い、13年には2機種目の「ROBOSAKU」が「熊本市ものづくり大賞」を受賞。3機種目となる「EVカスタム」は軽量・コンパクト化、低コスト化を図り、“自分仕様”にカスタマイズできるのが特色。中国製バイクが多く市場に出回る中、同社にとって、国産にこだわる高品質の製品の知名度アップが課題となっていた。

「“いいモノ”を作っている」。代表取締役の中村隆則さんの揺るぎない自信が、なかなか売上げに直結していなかった。展示会や試乗会で実際に試運転した人は気に入ってくれ、購買率も高くなるため、「バイクがある場所まで呼び寄せるためのPR、広告展開に力を入れよう」と中村さん。知人から昨年夏に「小規模事業者持続化補助金事業」のことを聞き、申請した。事業計画は普段から綿密に立てていたことで、計画書作りは簡単に運んだという。

補助金はトラックのラッピング広告や展示会用のパンフレットやチラシ、ホームページのリニューアルなどに充てた。その結果、問い合わせが増え、PR効果を実感しているという。「2月で4年目を迎えますが、やっと事業計画通りの出荷数になりました」と中村さんは話している。



新改 統展さん

熊本商工会議所
中小企業相談部
経営相談課
経営指導員

商工会議所の支援担当者から

商品価値は非常に高いので、知名度さえ上げれば事業は好転すると思っていたといいます。中村さんから補助金申請を受けた時、「PR展開に使えます」と進言。先方の思いも「宣伝費に使いたい」だったので、考えは一致しました。経営ビジョンはしっかりしており、計画書はスムーズに完成。補助金の効果的な活用につながりました。

思い描いたプランを実行



補聴器効果測定器で「聞こえ」の具合を微調整する阿蘇品さん。
装着時と外した時でどれくらい聞こえに差があるかを測定できる

阿蘇品時計店

住所／阿蘇市一の宮町宮地1943-2
業種／メガネ・時計・補聴器・
宝飾品販売・買い取り
従業員数／2名



阿蘇品 伸二さん

2つの耳鼻科の
補聴器外来で
相談を受けていますが、
機器導入でより精度の高い
サービス提供が
可能になりました

経営計画書作りが転機／補助金で機器類を購入

“満足な聞こえ”を得るための補聴器購入では、耳に合う最適な商品選びはもちろん、購入後も専門家が技能を駆使して微調整を施すアフターケアが大切だ。阿蘇品時計店の阿蘇品伸二さんは、十分なケアを行うためのスキルを身に付けようと、認定補聴器技能者の資格を2009年に取得。“阿蘇地域で唯一の資格者”となり、その技能を地域で生かすためのPRをどう展開していくかが、課題となった。

阿蘇品さんは昨年秋、地元商工会から補助事業の話を聞いてすぐに応募した。それから人生初の経営計画書作りがスタート。商工会から表現方法の指導を受け、思い描いていたプランが明確に文面化され、経営に対する意識も変わった。「それまで配布したDMやチラシはいつも場当たりのだった」が、計画書作りを通じて完成度の高い年間計画を立てることの大切さを実感したという。

補助金で聴力測定器と補聴器効果測定器を購入。また、DM作成費や阿蘇市報への広告出稿費などに充てた。機器類は補聴器の選定や、きめ細かいアフターケアにより顧客満足度を向上させるために用いている。さらに広告では、認定補聴器技能者、認定眼鏡士の資格を持ち、出張サービスも行う「阿蘇で唯一の資格者」であることを強調した。こうした取り組みにより、補聴器に関する問い合わせが増えたほか、試聴や貸し出しのための来店客が増え、徐々に成果の兆しが見え始めていると話す。



吉村 淳さん

阿蘇市商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

補聴器の設備を導入したいという阿蘇品さんの要望を聞き付け、「それなら、使い道の広い補助金があります」と、「小規模事業者持続化補助金事業」を紹介。阿蘇品さんには温めていたプランがあったので、アシストしたのは申請書作りと経営計画書作りがほとんどでした。

高齢者が来店しやすくなった



高齢者のために段差をなくしスロープにしてバリアフリー化した入り口と、荷物を持ったままの出入りもしやすくなった自動ドア

川村商店

住所／日田市上津江町川原1375-23
業種／小売業
従業員数／2名



川村 陽一郎さん

今後も地域の高齢者が
近所で買い物をできる場を
提供し続けていきたいと
思っています

地域インフラとして店を続けていきたい

1939(昭和14)年に創業した川村商店は今年で76年目を迎える。同店がある上津江町は過疎化と高齢化が進み、人口に占める65歳以上の割合は全国平均の25%を大きく上回る46%。経営は厳しいが地区のお年寄りの買い物を支える「生活インフラ」としての役割は逆に高まっている。そこで今回、「地域コミュニティの拠点になる」「高齢者の買い物の場として利便性を高める」ことを目的とした経営計画を策定した。計画では、高齢者が安全に入店できるように店の前の段差をなくしスロープにしてバリアフリー化。同時に自動ドアにして車椅子や手押し車で来る人も入りやすくした。

店は食料品から飲料、生活雑貨、調味料など、幅広く品をそろえた田舎の“総合スーパー”。しょうゆの一升瓶を買う客もいるが、これまでは手に荷物を抱えたままドアを開けるのが大変だった。自動ドアにしたことで「楽になった」と好評。滞留時間を伸ばして、客同士のコミュニケーションをはかれればという思いから、レジの前には椅子を並べ、くつろいで話ができるスペースにしている。午前7時から午後11時まで開店しているのも利便性を考えてのこと。川村さんは「お客さんを増やすのは難しいかもしれないけれど、閉めると買い物する場所がなくなるから続けていきたい」と話した。



堤 博俊さん
日田地区商工会
上中津江支所担当
経営指導員

商工会の支援担当者から

商工会の指導員として会員さんの後方支援を心掛けており、制度と企業をつなぐのが大きな役割。補助金は使われてこそ価値があると考えています。今回は、高齢化する地域の商店として必要な店舗に改装するため、10回以上訪問し川村さんと二人三脚で話し合いました。机に座っているのではなく現場を回るのがわれわれの仕事だと思っています。今後もより魅力的な商店づくりと一緒にやっていきたいと思っています。

女性の変身願望をかなえたい



女性の変身願望をかなえるべく、和洋装さまざまな衣装をそろえ、多彩な設定で、非日常的な世界を演出する変身写真館

有限会社利榮商事(D・A・Iメイクアップスタジオ)

住所／宮崎市浮城町24
業種／洗濯・理容・美容・浴場業
従業員数／2名



串間 大輔さん

事業の活用で、
信頼されるメイク指導と
変身写真館として
頑張っていきたいです

事業活用で認知度／信頼高め販路拡大

「宮崎のきれいを引っ張っていききたい」。これまで培ってきたメイクの技術を生かそうと、2013年10月にスタジオを開設した串間大輔さん。男性の視点から女性の美を引き出そうと、その人に合ったメイク法を指導。また、美に対する女性の潜在的な意識を実現する変身写真館を運営する。

「まだまだ認知度が低い」と、補助事業を活用してパンフレット、ホームページのサイトを一新、タウン誌などへの広告もアピール度の高いものに取り組んだ。「オープン当初のものより品のいいものが出来上がった。おかげでお客様の信頼度が高まり、売り上げにつながっている」と話す。中でも、メイク用のオリジナルブラシは新しいパンフレットの完成で、「いい意味でお客様に気に入ってもらえ、販路が広がっている」とも。

これから力を入れたいのが、変身写真館という。普段の自分から変身して非日常的な世界を楽しもうというもので、台湾では、日本人客の行列ができるほどの観光スポットに。国内では都市部ではやり始めているが、「宮崎でもできる」と昨年4月にサービスを開始。女性の変身願望をかなえるべく、和洋装の衣装がそろっている。対象は大人の女性。「メイクの悩み解消とともに、気付いていない美しさを表現してあげて、きれいな瞬間を残したいという女性の思いに応えたい」。



時任 将彦さん

宮崎商工会議所
専門経営指導センター係長

商工会議所の支援担当者から

小規模事業者にとって、販売促進につながる広告宣伝などは、重要と分かっているけども手持ち資金が厳しく優先順位は後になりがちで、手を付けにくいところ。それだけに、今回の補助事業は事業者にとって都合がよく、さらに経費の3分の2まで補助があり好評でした。串間大輔さんは昨年、県の経営革新計画の承認を受けており、経営計画の進捗も順調のようです。これからの成長を楽しみにしています。

ブランド作りへ事業が後押し



竹炭の有効性を生かし、さまざまな商品づくりに取り組む竹炭の里。催事中心からインターネットを活用した通信販売で販路拡大を目指す

農業法人竹炭の里

住所／東諸県郡国富町深年3845-13
業種／その他の製造業
従業員数／9名



飯田 浩一郎さん

経営計画を立てたことで、
今何をすべきかが分かり、
目標が見えてきました

経営計画を作成し「先が見えてきた」

消臭、防虫、調湿など様々な作用を持つといわれる竹炭。石けんや竹酢液、消臭剤、化粧品などに活用して、都市圏の百貨店での催事を主体に売り上げを伸ばしてきた。しかし、百貨店そのものの売り上げが伸び悩み、ブランディング化の必要性を痛感していたという。そんな中、国の補助事業を知り応募。商品のパッケージ、パンフレットを新しく作り直すとともに新商品開発にも取り組み、販路拡大を目指す。

事業申請のために経営計画を立てる中で、催事の伸び悩みにネガティブになっていた気持ちが前向きになったと、飯田浩一郎社長は話す。「インターネット通販を主力にするという目標ができ、そのために今、何をすべきかなどが分かるようになってきた」という。昨年12月から自社、大手を含めた4サイトで通販の取り扱いを始めた。「使い勝手のいい補助事業にタイミングよく出会え、将来が見えてきた気がする」と胸を張る。1月末までにはパンフレットなども出来上がり、ホームページもリニューアルする予定だ。

「将来は『竹炭なら宮崎』というレベルまで持っていきたい。そのブランド力を生かして、宮崎の農業に貢献できたら」と、飯田社長は農業法人としての夢を膨らませている。



河野 芳貴さん

国富町商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

不景気が続く中で、経営の厳しい小規模事業所を後押ししてくれる事業です。中小企業庁には、小規模事業者の事業が発展できるよう、引き続き支援をお願いしたい。県内2位の広さを持つ竹林がある国富町だけに、当商工会でも竹を活用した催しを考えており、町の商店街の活性化につなげたいと思います。また、竹炭の里では海外展開も視野に入れており、事業展開に期待するとともに、会としても協力を惜しみません。

「ふくれ」を婚礼引き菓子用に



素朴なふくれ菓子をベースにおしゃれでモダンなスイーツを次々と開発。ストーリーを伝えながらギフトや県外市場の開拓に力を入れる

有限会社SWEET LABEL

住所／鹿児島市名山洞2-1
業種／食品製造業
従業員数／5名



新保 美香さん

鹿児島ならではの菓子だから、よそのスイーツと差別化できます。鹿児島のお茶と一緒にフランスに出せたら

経営計画を作ること目標や課題がクリアに

鹿児島市役所近くのビル2階に平成21年5月オープンしたSWEET LABELの店舗「FUKU+RE」。鹿児島の郷土菓子「ふくれ」をベースに、イチゴやヨモギ、桜島小みかんなど地元の食材や洋酒などを加えた約20種類のモダンなスイーツを製造・販売している。首都圏の百貨店や通販でも人気で順調な売り上げを続けているが、社長の新保美香さんは「婚礼引き菓子として使いたいという要望もあり、新たなマーケットとして婚礼向けを開拓できないか」と考え、鹿児島商工会議所のセミナーを受講。経営計画書を策定し補助金申請を行った。

26年8月から、県外の人もイメージしやすいようにふくれのルーツなどを盛り込んだパンフレットと、結婚式の最後に出席者全員に配るプチギフト用の小袋とカードを補助事業で作成。さらにホームページ上に婚礼用コーナーを新設していった。「それまで経営計画書は自己流で作っていたが、漠然とした中身だった。初めて専門家の指導を受けながら具体的な裏付けとともにビジョンを描くことで自分の頭の中がクリアに整理され、やらなければならないことが具体的に見えてきた」と新保さん。実際の成果の方はこれからだが、婚礼用の売り上げを現在の3倍に伸ばすとともに、ギフト用を拡大したいと意気込む。



川野 峻宏さん
鹿児島商工会議所
中小企業振興部
経営支援三課
経営指導員

商工会議所の支援担当者から

新保社長には当商工会議所の創業セミナーの講師を務めてもらうなど、優れた女性経営者の一人。今回、これまでの土台の上に新たに婚礼市場を開拓したいという相談があり、実現のためにサポートしました。結婚式では、県外からのゲストに地元ならではの引き菓子で喜んでもらいたいというニーズは強いようです。県外へのギフト用としても可能性は大きい。婚礼用を突破口に幅広い展開が期待されます。

他店との差別化が図れました



夫婦で愛玩動物飼養管理士の資格を取得。ナノバブルオゾンシャワーなどで差別化を図り、地域に親しまれるペット美容室を目指す

ワンちゃん美容室 mozeca(モゼカ)

住所／日置市伊集院町郡1666-14
業種／技術サービス業
従業員数／1名



西村 真樹さん

アレルギーやアトピーのワンちゃんが増えており、飼い主の皆さんが気軽に相談できるショップを目指しています

新しいサービスを導入し新聞折り込みで顧客開拓

平成24年4月、日置市伊集院町の妙円寺団地近くでトリミング専門のペット美容室としてオープンした「ワンちゃん美容室モゼカ」。伊集院町内に4軒ある同業者のうち一番後発で、代表者の西村真樹さんは、妻の真子さんとともに自分たちでチラシを作成し、団地を中心にポスティングするなどして顧客獲得に取り組んだ。徐々に利用客が増え、リピート率も上がってきたが、目標の売り上げ達成にはまだまだの状況が続いた。

他店との差別化を図るためには新しいサービスで付加価値を付けることが重要と考え、商工会の助言を受けながら経営計画書を策定。補助金を申請し、ペットの皮膚や毛に優しく、アトピーやアレルギーにも効果があるとされるナノバブルオゾンシャワー装置を26年5月導入。オプションではなく基本料金内での新サービスとして提供を始めた。同時にサービス内容を紹介したチラシを印刷業者に頼んで制作し、伊集院町内約6千軒に新聞折り込みで入れたところ、新規の客が増え、口コミで鹿児島市など隣接市からの客も来店。売り上げは前年同期と比べて平均2割増しで推移している。「離れていたお客さまが久しぶりに戻ってきてくれたのは特にうれしかった。経営計画書に掲げた目標の実現を目指し着実に努力していきたい」と西村さんは語る。



寺師 真実さん

日置市商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

決算書や月々の記帳を見ていて、サポートが必要と感じていたが、売り上げを伸ばしたいという本人の希望で、経営計画書の作成と補助金申請をアドバイスしました。新サービス導入の効果は目に見えて出ているものの、今後は新規顧客の開拓とともに既存のお客を離れさせないことが大切。長い目で雇用のできる体制を目指し、ペットの飼い方についての講習会を開くなどすそ野を広げる取り組みも考えたいです。

「直売所」で地域密着



出来たてのあちこー豆腐が買える、新設した直売所。「地域密着」の拠点だ

川上食品

住所／沖縄市美里2-6-39
業種／食料品製造業
従業員数／4名



川上 勝敏さん

これまでに培った
信頼を武器に
「より地域密着を目指す」
と意気込む、次期代表の
川上勝敏さん

「漠然」としていた「夢」／計画書に盛り込み実現

1958年、沖縄市で創業した川上食品は、沖縄の食卓に欠かせない豆腐を造り続ける老舗だ。3代目で次期代表の川上勝敏さんは、地域密着を目指し、出来たて豆腐の「直売所」設置を経営計画の柱に据えた。

祖父や父の章登さんが造ってきた豆腐は、勝敏さんの自慢でもあった。「大勢の人に食べてもらいたい」と、ホテルなど大型施設への営業に力を入れた時期もあった。「おいしい」という言葉は、モチベーションにつながり、販路を拡大していった。

一方で、ジレンマもあった。沖縄では、出来たての「あちこー(温かい)豆腐」に根強いファンが多い。川上食品の工場にも直接買いに来る常連客がいる。勝敏さんは「あちこー」を愛してくれるファンのため「もっと地域に寄り添いたい」という思いを募らせていた。

沖縄商工会議所や行政書士、比屋根拓さんの力を借りながら経営計画を策定。漠然と考えていた「地域密着」は「直売所」という明確なビジョンとなった。長年、住宅地で操業してきた長所を意識することもできた。

直売所は2014年末にオープン。1日3回、湯気が立ちのぼる豆腐が並べられる。常連客からも「買いやすくなった」と好評だ。「伝統の味と沖縄の食文化を守る」と意気込む3代目は「直売所」が業界の新しいトレンドになる、と確信している。



又吉 盛次さん
沖縄商工会議所
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

川上食品の次期代表を担う川上勝敏さんは勉強熱心で一生懸命な人。疑問や悩みは何でも積極的に相談を寄せてくれるので、経営計画の作成も二人三脚でとんとん拍子に進めることができました。川上食品には、60年近い歴史で築いてきた地域住民との信頼関係があるが、3代目の「より地域に密着する姿勢」は頼もしく感じています。地場産業を担う企業として、今後の成長を楽しみにしています。

町全体の「活性化」へ



古民家のリフォームは従業員の手作業。「人口増加のきっかけになれば」と期待する

松商企画

住所／国頭郡本部町字渡久地141-1
業種／不動産業
従業員数／3名



宇根 良克さん

「通常の業務に付加価値をつけることができた」と町の活性化に向けて意気込む宇根良克さん

古民家を「リフォーム」／人口増加の拠点に再生

自然豊かな本部町で、20年以上不動産業を営む松商企画は「町の人口増加と活性化」に挑戦している。2012年、2代目として就任した宇根良克社長には「生まれ育った町を元気にしたい」という夢があった。実現には、人口を増やす必要がある。情熱は本部町商工会の目標とも重なり、二人三脚で経営計画を練り上げた。

松商企画には、誰も住んでいない古民家を「解体したい」という相談がたびたび寄せられていた。「どうにか活用できないか」と考えた宇根社長は「宿泊施設や移住者向けの賃貸住宅として再生させる」ことを経営計画の柱に据えた。

2015年1月までに4軒をリフォームし、1軒は宿泊施設としてオープン。残りは賃貸住宅とし、移住者が新しい生活を始めている。宿泊客や移住者へ町の魅力を体感してもらえるように、町内企業と連携し、農場での収穫・栽培体験やマリンレジャー、闘牛との散歩など「田舎」の魅力を満喫できるメニューを提供している。

取り壊されるはずだった古民家。生まれ変わることによって家主には収入が生まれ、人口も増える。宇根社長は「経営計画に盛り込んだことで構想が具体化し、業務に付加価値がついた。活性化に必要な根っこを広げていきたい」と意気込んだ。



玉城 美佐子さん
本部町商工会
経営指導員

商工会の支援担当者から

松商企画には最初から具体的な目標があったので、実現に向けた道筋を計画書に落とし込む作業をサポートしました。本部町には沖縄で最も人気のある「美ら海水族館」という観光地があるが、町は素通りされることも多く、滞在してもらうことが課題でした。松商企画の計画は、本部町に宿泊、移住する環境を整える取り組みで、一つの企業だけでなく、町全体に波及効果が生まれる、と期待しています。