

地域の小規模事業者の成長を目指し ともに歩む草津商工会議所

経営発達支援計画(2015年度～2019年度)
支援事例集

草津商工会議所

発行：2020年2月

発行者：草津商工会議所

〒525-0032 滋賀県草津市大路二丁目11-51

TEL 077-564-5201 FAX 077-569-5692

<http://www.kstcci.or.jp/>

草津商工会議所は、地域の頑張る小規模事業者に寄り添った支援を行い、事業の持続的な発展をともに目指します！

支援事例集の作成にあたって

草津商工会議所は、2015年12月に経済産業大臣より「経営発達支援計画」の認定を受け、地域の小規模事業者に対する個者支援、展示会出展支援に取り組んで参りました。

同計画(2015年度～2019年度)にもとづき、これまでに個者支援を合計15事業者に、展示会等出展支援を累計73事業者に行っております。

本事例集は、地域の小規模事業者の皆様にご理解いただき、活用していただく目的で作成しました。

今回、支援を通じて高い成果が得られた個者支援7事例と展示会出展支援3事例を紹介いたします。

本事例集を参考いただき、今後の事業展開の一助としていただければ幸いです。

経営発達支援計画について

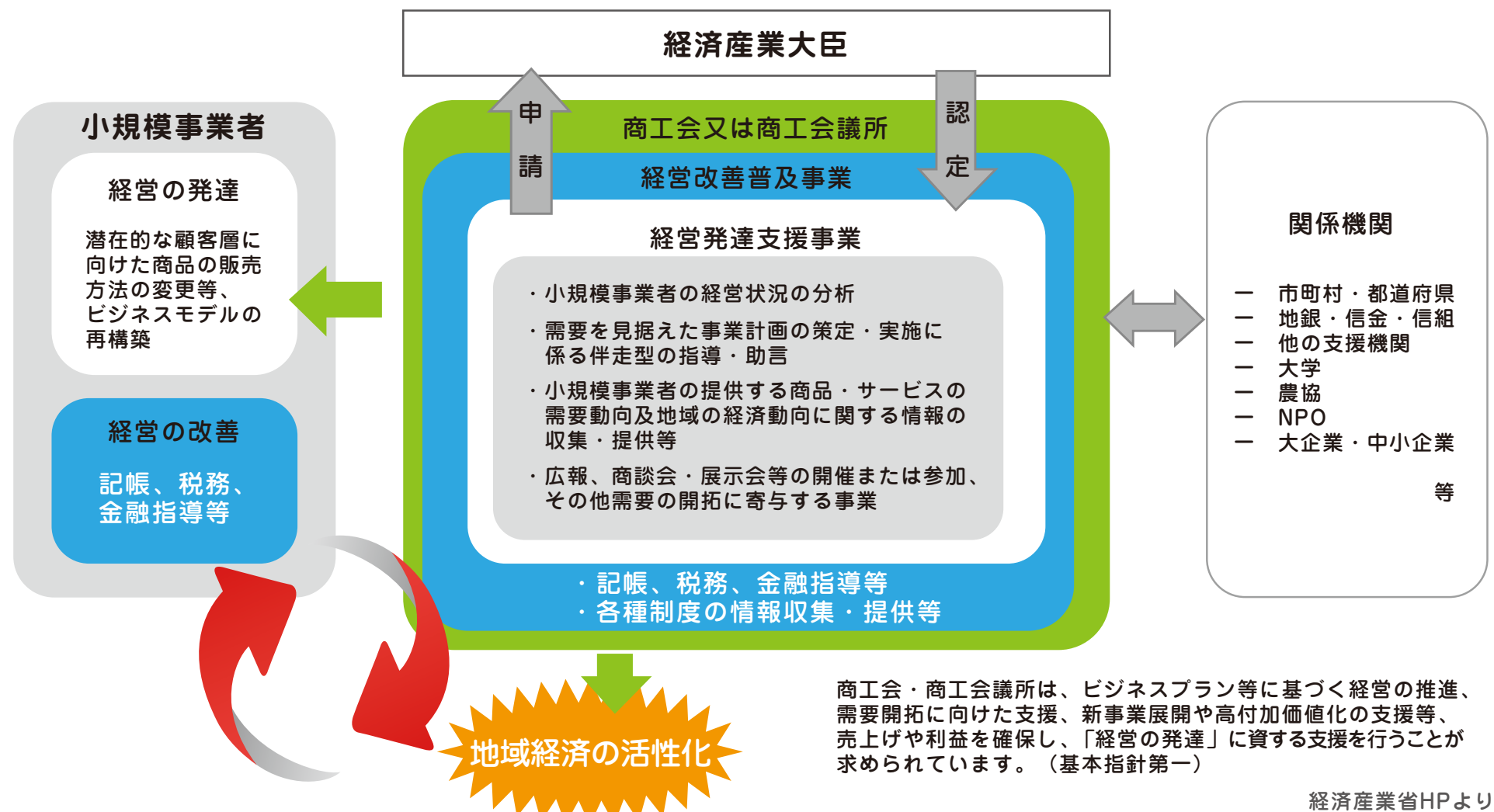
各地商工会議所・商工会が、地域の小規模事業者の事業の持続的な発展*に向けて、事業者による事業計画の作成およびその着実な実施、展示会開催や出展による新たな販路開拓を支援するための計画です。

この計画は、小規模事業者支援法にもとづき、経済産業大臣より認定を受けるスキームとなっています。

*持続的発展・・・大規模な売上拡大や事業の成長ではなく、着実に継続性のある発展をいう。

改正小規模事業者支援法に基づく支援イメージ

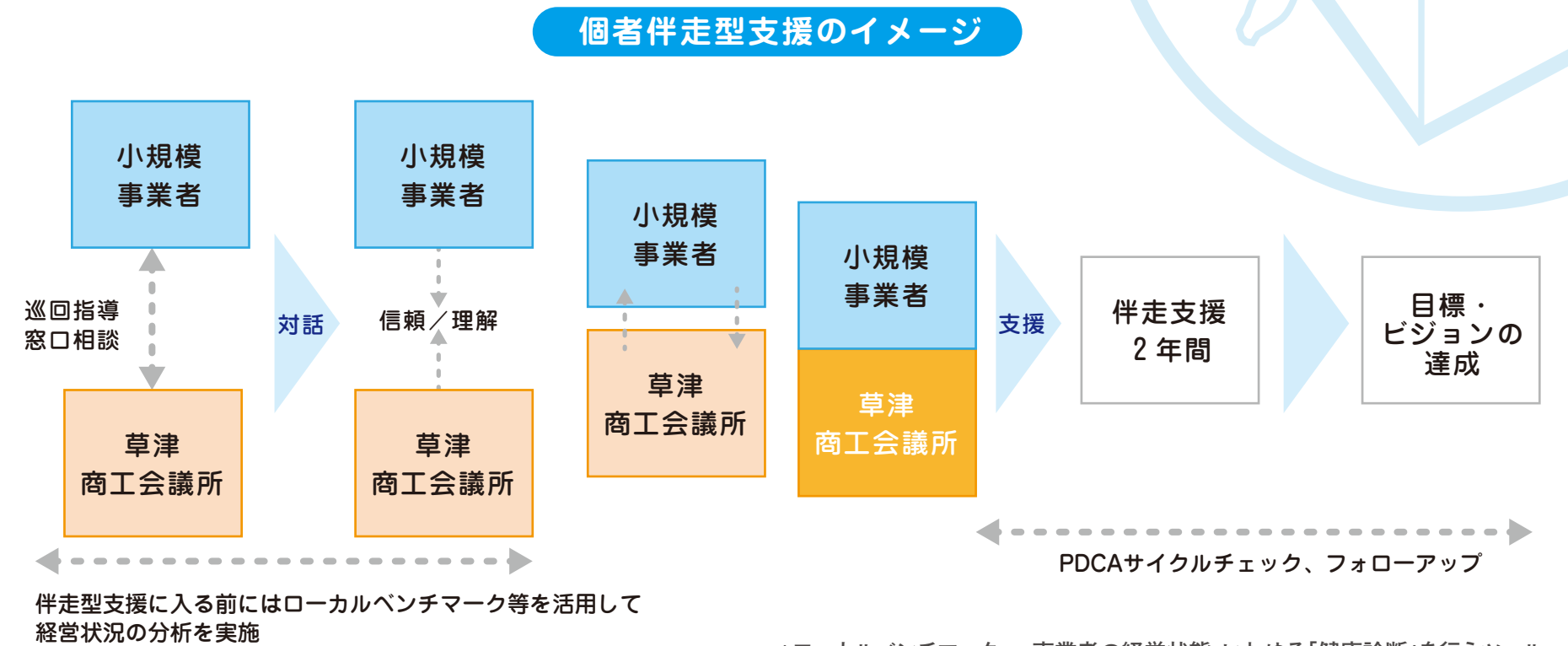
～地域ぐるみで小規模事業者を面的に支援する体制～



草津商工会議所の経営発達支援計画の2本柱

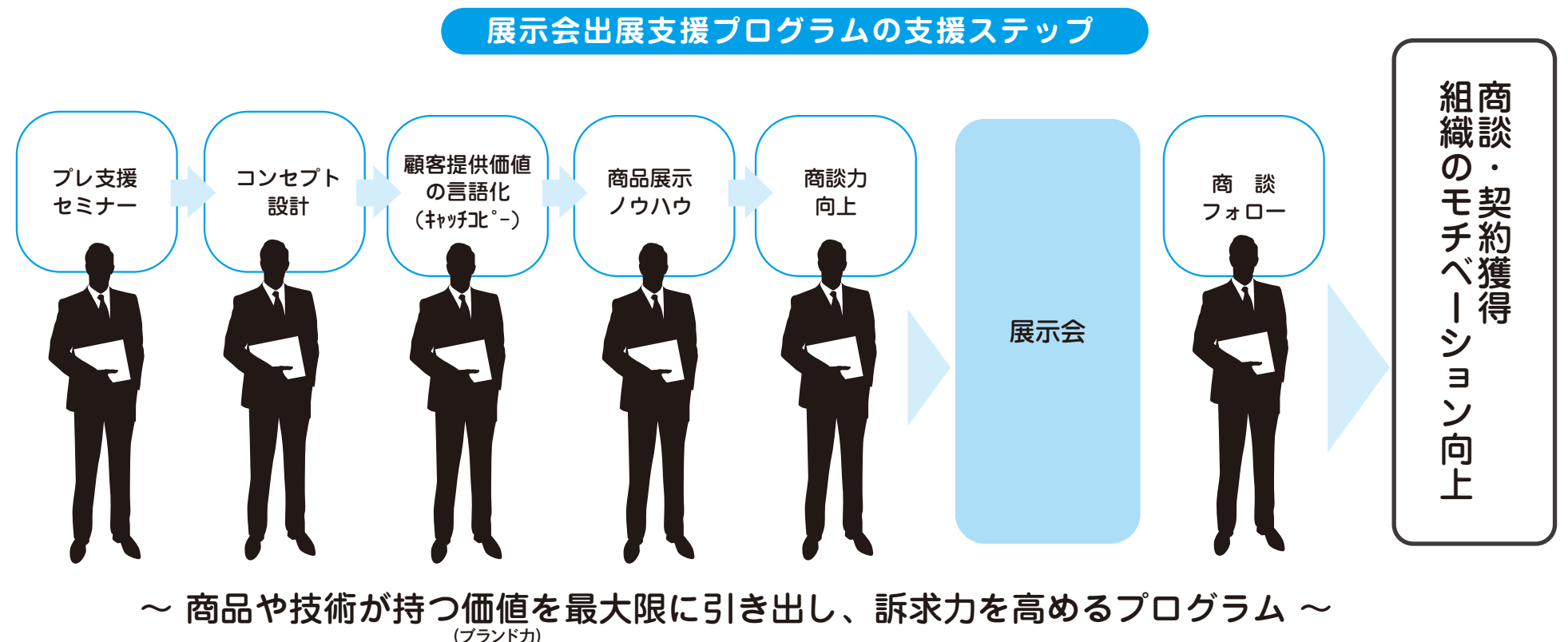
1. 目標やビジョンを共有し、伴走型で行う個者支援

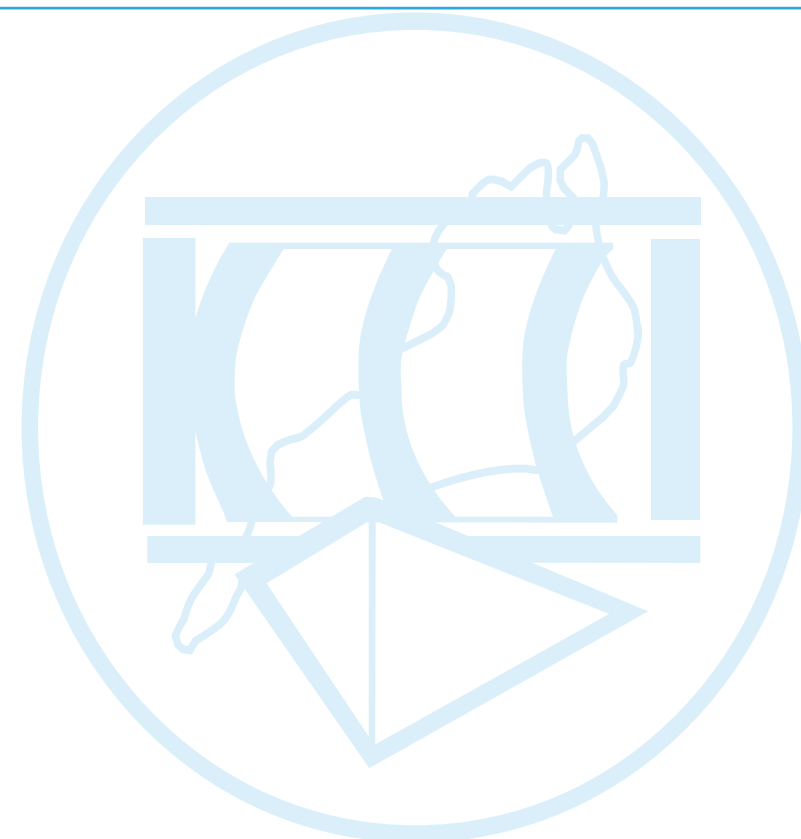
経営の革新や新事業の立ち上げ等に高い意欲を持って取り組む小規模事業者に対し、現状が端的に把握できるローカルベンチマーク*等を活用した経営分析から中長期ビジョンにもとづく事業計画策定および計画の実行を支援するプログラムです。1事業者に対し2年間の支援プログラムを実施しています。



2. 事前準備から事後フォローまでを一貫して行う販路開拓支援(展示会出展支援プログラム)

展示会出展に必要な基本的な知識や事前準備、会期中における商談スキル、出展後の商談フォローまでを専門家や他の支援機関とも連携し、トータルで支援を行いますので、小規模事業者の方でも安心して出展することができます。様々な知識・技能を事前に身につけ、出展効果を最大限に高めます。





もくじ

P02-03

事業の目的と説明

P05

ごあいさつ 草津商工会議所 会頭 北村嘉英
事例集発刊に寄せて 立命館大学大学院テクノロジー・マネジメント研究科 教授・研究科長 名取 隆

P06-07 個別支援事例

自店の良さを見つめなおすことで未来を描く / 洋菓子工房チーフル(小売業)

P08-09 個別支援事例

経営状況を「見える化」することで改善が進展する / 株式会社横江ファーム(農業)

P10-11 個別支援事例

社内PDCAサイクル体制の構築を目指して / 藤田工務店株式会社(建設業)

P12-13 個別支援事例

経験とカンからの脱却 / サルティンボッカ(飲食業)

P14-15 個別支援事例

知的財産を経営に活かす / 株式会社メディカルフロント(ベンチャー製造業)

P16-17 個別支援事例

ボトムアップで行う事業承継 / 株式会社田村製作所(製造業)

P18-19 個別支援事例

消費者と生産者をつなぐ架け橋 / 株式会社びわこパール(小売業)

P20 展示会出展支援事例

自社の製品や技術を約90,000人の来場者に売り込み、ビジネスチャンスを掴む! / 機械要素技術展 M-Tech

P21 展示会出展支援事例

約3,000社の出展企業、20万人のバイヤーに出会える大チャンス / 東京インターナショナル・ギフト・ショー

P22 展示会出展支援事例

地域での認知度向上で更なる販路開拓のチャンスを掴む! / 展示即売会ふるさと企業いいもの発掘市

P23

おわりに

ごあいさつ

草津商工会議所
会頭 北村嘉英

草津商工会議所では、「無くてはならない商工会議所になる!」をスローガンとして、これまでから地域の中小企業・小規模事業者の経営の発展や改善に向けた支援を行ってまいりました。

特に、2014年6月の小規模事業者支援法改正による経営発達支援計画の仕組みの導入以降は、小規模事業者にスポットをあて、経営分析に基づく事業計画策定およびその実行や展示会出展など、販路開拓に向けた伴走型の支援に取り組んでおります。

この事例集には、経営発達支援計画に基づく支援を通じて際立った成果につながった事例を掲載しておりますので、地域の小規模事業者の皆様におかれましては、これらを参考に、当所の支援を積極的にご活用いただければ幸いです。

結びに、同計画の推進にご協力賜りました関係機関の皆様にご厚くお礼申し上げますとともに、今後ともよろしくご依頼申し上げます。

事例集発刊に寄せて

立命館大学大学院テクノロジー・マネジメント研究科
教授・研究科長 名取 隆

このたびは、草津商工会議所・経営発達支援計画・支援事例集のご発刊に対してお祝いを申し上げます。事例集は皆さまの真摯な活動とご努力の成果と拝察致します。

この事例集は課題設定、取り組み成果、今後の展開などが手際よく分りやすく整理されたもので、他の商工会議所にとってもよいお手本になり得るものと思います。

今回の経営発達支援計画による支援は、高い意欲と発展性が見込まれる地域企業を選んで、商工会議所が支援チームを組んで、ワンストップ方式で集中的かつ効率的に支援を行う方式です。この方式は現在、優れた支援の在り方のひとつとして認識されています。支援を受けた事業者が発展し地域の成功モデルとなるとともに、他の事業者にもよい刺激を与えることが期待できる点から、経営発達支援事業の意義は大きいといえます。

最後に、草津商工会議所の皆さまのご努力に改めて敬意を表わせて頂くとともに、今後のご発展をお祈り申し上げます。

01 自店の良さを見つめなおすことで未来を描く

～事業計画・資金計画表にもとづく販売戦略～

支援事業者名 **洋菓子工房チーフル**

〒525-0059 滋賀県草津市野路6丁目11-11スチューデント HIROSE A-1
【TEL】 077-566-4507 【HP】 <https://www.cheeful.net/>



代表者
古市保さん

支援事業者概要

平成20年10月に、パティシエとして40年の実績を持つ古市さんが、JR南草津駅より徒歩15分の草津市立草津クリアホール隣接地にて、洋菓子店を開業されました。
経営理念は、「地元のお客様から愛される、お客様の笑顔がもらえる店」。
他店にはない一押し商品「ふんわりたまご」をはじめ、生クリームなどの原材料の配分等にはこだわりを持って製造、販売されています。お客様からも味はもちろん、価格も良心的と評判が良く、食べログランキング1位獲得された実績もあります。

支援前の状況

開業3年目から売上が減少し、平成26年には過去最低の売上高になってしまいました。ポイントカードや商品ごとの売上高等のデータから、当所職員とともに要因を探ると、

1. 新規のお客様が増えていない
2. 客単価が低迷している

ことが見えてきました。

さらに、

3. 資金繰りへの悩み

日々資金繰りに頭を悩ませる日々
開業資金の返済負担も重い状況

売上拡大に向けた取組みの重要性は十分に理解しておりましたが、広報などに投資できる状態ではありませんでした。

支援時の課題

当所職員とともにやるべきことを模索。
時には専門家も交えながら、課題を抽出。

1. 新規のお客様を増やすために

認知度向上取組についてコストを抑えて実施する方法を検討。近未来の事業計画を策定し、小規模事業者持続化補助金に挑戦。

2. 客単価向上のために今すぐできること

商品陳列や棚割の見直し、手作りPOP掲示等により、関連購買促進。

3. 資金繰りの円滑化

毎日の記帳だけでは、必要売上高や資金需要予測には不十分であることを確認。
資金繰り表を作成し、資金の流れを目視することで、資金管理を徹底。

支援後の成果

1. 小規模事業者持続化補助金無事採択

自己負担は総費用の1/3でプロモーション活動を実施することができました。
主な内容：地域のミニコミ誌に3ヶ月連続広告掲載。店舗外壁にタペストリー設置。
⇒客数増加：支援1年目(昨対104%)支援2年目(昨対110%)
⇒売上増加：支援1年目(昨対105%)支援2年目(昨対115%)

2. お客様が買いやすい売場づくりによる関連購買(ついで買い)の促進

商品陳列や棚割りを見直し、売れ筋ランキング等POPを手作りして掲示しました。
⇒客単価は横ばいですが、POPや棚割りの重要性を理解でき、現在も継続中です。

3. 資金繰り表の作成と定期的な確認を当所職員とともに実施

⇒必要売上高・資金需要を常に確認する計画的な経営の習慣づけができました。
⇒これらが評価され、当所推薦による日本政策金融公庫の融資が実行されました。
借入れの1本化による返済負担軽減に加え、運転資金の確保もできました。

今後の展開

1. 自店の良さ(強み)をお客様へお伝えする

- ・デコレーションケーキを最短30分で提供することができる
- ・クリスマスなど注文が集中するケーキでも冷凍保存せず提供日に作ることができる
- ・アレルギー対応や糖質制限が必要なお客様でも食べられる洋菓子の提供ができる

など、まだまだお伝えできていない良いところがたくさんあるはず…。
SNSの活用やPOPを工夫するなど、チャレンジは続いています。

2. ネットショップへの取組みなど新たな販売チャネルへの挑戦

商工会議所が運営するネットショップ「おもてなしギフトショップ」や、当所主催の地元商業施設での合同展示即売会への出店など、商工会議所の販路開拓支援の取組みをフル活用し、新たな販売チャネルの開拓に挑戦されています。

支援事業者からのメッセージ

草津商工会議所の方々には、オープン当初からお世話になり、いろいろアドバイスをいただき、大変感謝しております。
小規模事業者持続化補助金へのチャレンジは、自店を見つめなおすよい機会となり、オリジナルの包装紙・紙袋等を刷新、新規一転がんばる意欲ができました。
また資金繰り表の作成は、損益状況が一目でわかるため役立っています。
資金需要の確認を含め、習慣づきました。
これからもとにかく売上が下がらないように試行錯誤しながら、日々努力していきます。

支援担当者からのメッセージ

お客様の笑顔を大切に、真摯に洋菓子製造に向き合っておられるからこそ、いつまでもあり続けてもらいたいお店です。食べログランキング1位実績もお客様からの評価の証です。これからも、資金繰り表に基づく資金管理、来店動機作りを継続的に実施することで、売上向上につなげていただきたいと思います。

自店の良さやお客様のニーズなど、あらためて見つめなおすことで、必要な取組みが見えてきます。
事業計画を策定することで小規模事業者持続化補助金やマル経資金など公的施策活用の可能性が広がります。当所職員とともに、販売促進しませんか？

中小企業相談所 馬場 美由紀



一押し商品 「ふんわりたまご」

ホワイトチョコレートをベースにした、自家製クリームをたっぷりサンド「思った以上にふわふわ」はお客様の声



店頭を彩る さまざまなケーキ

食べログランキング1位獲得実績がお客様からの評価の証



お店の入り口

季節ごとに窓や店内の装飾を変更しワクワク感を創出
お客様をお待ちしています

02 経営状況を「見える化」することで改善が進展する ～品目別原価計算を契機とした新たな気づき～

支援事業者名 **株式会社横江ファーム**

〒525-0061 滋賀県草津市北山田町2254-4

【TEL】 077-535-5510 【HP】 <http://www.yokoe-farm.co.jp/>



代表取締役
横江秀美さん

支援事業者概要

平成23年8月法人設立。葉物野菜や根菜の生産が多い草津市南部において、小松菜を中心とした葉物野菜を主に生産しておられます。

「消費者が求める野菜を作る～野菜の価値創造～」を経営理念として「計画栽培・計画出荷」に取り組み、品質の高い商材を取引先へ安定供給されており、取引先から高い評価を得ています。

平成30年6月には、食の安全・環境保全・労働安全を目的とした国際認証「グローバルGAP」を野菜部門では滋賀県下で初めて取得されています。

支援前の状況

法人成り以降、順調に増収増益傾向で推移していました。しかしながら、社長は以下の問題認識を持っておられました。

1. 数値管理における問題

商品ごとの利益への貢献状況等について十分に把握できていない状況であり、課題が見出せない状態となっていました。

2. 自社商品の認知度が低い現状

品質の高い野菜や加工品を製造しているにもかかわらず、対外的なPRが不足しており、認知度が低い状況でした。

3. 生産物の付加価値向上の必要性

自社商品の販路開拓のためには、客観的な生産物の価値向上に取り組む必要があり、その方向性を模索する必要性を感じておられました。

支援時の課題

上記の問題解決のため、当所職員とともに以下の課題を設定し、専門家のサポートも得ながら取り組みを行いました。

1. 品目別原価管理の実施

今後生産を注力すべき品目や改善が必要な品目を見極めるため、現状の取扱い品目ごとに利益貢献度を把握し直す。

2. 販売促進のためのプロモーション

展示会出展等を契機として、自社商品のプロモーションを行うとともに事後に自主的に実施するために必要なノウハウを習得する。

3. 国際基準に準拠した生産工程管理体制の構築

生産物の品質（付加価値）の向上と他社との差別化を図るため、ITシステムを導入し、生産管理の高度化に取り組む。



小松菜のハウス栽培

約100棟の圃場にて国際基準に準拠した生産管理を実施。高品質な商品の源泉です！



オリジナル商品

自社製品「かける小松菜」。かけるだけで料理の味を引き立てる万能ソースです。

支援後の成果

1. 収益性の「見える化」とデータの有効活用

品目別原価管理の実施により、取扱い品目それぞれの利益貢献度を確認でき、そのみならず、今後の改善の方向性を見出すことができました。さらに、分析データにもとづき取引先と価格交渉を行い、取引価格の引上げといった成果を得るなど、効果的なデータ活用につながりました。

2. 自社製品販路開拓のノウハウ習得と新規取引先の開拓

これまでも展示会出展の経験はありましたが、自社商品の提供価値を見直すことで、新たな顧客層へのアプローチにつながることを確認。事後の自主出展時にも活かすことができている。

3. 農産物の国際基準・グローバルGAPの認証取得

ITシステムを有効活用した生産管理体制構築に取り組んだ結果、野菜部門で県下初のグローバルGAP認証を取得。会社や生産物に対する社会的信頼性が向上し、新事業の企画や取引先からの事業提案獲得につながりました。

今後の展開

1. 更なる販路開拓、売上拡大に向けて

グローバルGAP認証取得を契機として、海外展開や新商品開発など自社商品の販路開拓に向け、大手商社との連携や展示会出展などに取り組んでいく計画です。

2. 新事業の立案

若年層や高齢者を中心とした野菜の消費スタイルの変化、野菜に対するニーズの多様化を鑑み、BtoC商材の生産のみならず、BtoB（加工品）向け商材の開発・生産体制の構築など新たな事業部門として確立できるよう、取り組みを始めておられます。

3. 若い担い手が働きやすい、やってみたいと思える農業に向けて

農業における3K（キツイ、汚い、危険）を払拭させ、新3K（稼ぐ、効率化、簡略化）の実現に向けて、従業員が働きやすい職場環境の整備、若い担い手育成にも積極的に取り組んでおられます。

支援事業者からのメッセージ

主要な取扱い品目の簡易な原価管理はこれまでも実施していましたが、全品目の詳細な管理を行ったのは今回が初の取組みでした。

結果、これまで分からなかった改善ポイントに気づきを得たのみならず、取引先に対し信頼性の高い資料提示を行うことにつながりました。

今後は取扱い品目の精査を行うと同時に新事業立案を模索し、売上・利益の拡大を図り、若い担い手が“やってみたい”と思える農業、農業のイメージアップに努めたいと考えています。

支援担当者からのメッセージ

品目別原価管理に取り組むことが支援の入口ではありましたが、支援を通じて様々な気づきを得られ、次の行動へ自主的に展開される姿が大変印象的だった横江ファームさん。今後も地域農業のリーディングカンパニーとしてますます発展されることと確信しています。

今回の事例のように、商品毎や部門毎の売上や利益といった数字を細分化して分析してみることで、改善すべきポイントや新たな気づきが生まれます。取り組み手法でお困りの場合は、是非、当所の支援をご活用下さい！

中小企業相談所 戌亥 史一

03 社内PDCAサイクル体制の構築を目指して

～計画、実行管理の徹底で安定した売上獲得へ～

支援事業者名 **藤田工務店株式会社**

〒525-0061 滋賀県草津市北山田町22-1

【TEL】 077-563-8946 【HP】 <http://kinoie-fujikou.jp/>



代表取締役
藤田雅樹さん

支援事業者概要

昭和10年創業。木造住宅の新築、リフォームを手掛ける地元密着の工務店です。昭和49年に法人成りし、平成26年に現代表が就任。「草津のかかりつけ工務店」として、地域の方々に親しまれ、住宅に関するあらゆる困りごとに対応しておられます。また、丁寧な仕事ぶりから、顧客の信頼は高く、リピート率の高さが同社の強みとなっています。

支援前の状況

経営状況の安定化のため、危機感を持って改善に取り組まれていた藤田社長。現状についてヒアリングしたところ、以下の状況が分かりました。

- 1. 安定しない受注量、利益率**
業種の特徴でもありますが、年度毎の受注数が安定せず、利益率にも大きな波があることが大きな問題認識としてありました。
- 2. 堅調なリフォーム需要(外部環境)**
昨今、新築需要は低調推移であるものの、リフォームの需要は底堅く推移している現状があり、これを機会と捉えていました。
- 3. 会社の認知度の低さ**
リピート率の高さで受注確保できているものの、対外的な周知不足により、新規顧客が獲得できておらず、機会損失(取りこぼし)している可能性があると思定していました。

支援時の課題

ヒアリングで得られた状況から、経営安定化を目指すため、以下の課題設定を行い当所職員と専門家と連携しつつ、課題解決へ取り組みました。

- 1. 受注獲得の目標値設定**
目標利益獲得のために必要な規模別工事受注計画を策定し実行する。また、事後の改善のため、月次で実績管理し、次月以降の取り組みのためにPDCAサイクルを回していく。
- 2. リフォーム需要獲得のための販売促進**
費用負担の少ない販売促進を実施するため、公的支援策の活用も視野に入れ、需要の獲得を目指す。
- 3. 対外的周知のための自社の強みの棚卸**
会社の強みを再認識するため、自社内部環境を再分析し、強みを活用した訴求ツールを作成していく。



リフォームのための断熱診断

住宅の熱は意外な場所から出入りしているそう。特定した原因からの確な提案を実施。



自社の強み棚卸のためのワークショップ

違う角度から自社を見ることで新たな気づきを得られます。

支援後の成果

- 1. 計画にもとづく事業遂行により受注量、利益率が安定化**
設定目標と実績を定期的に検証することにより、目標達成に必要な次のアクションを自ら設定することができました。結果、売上高・利益率が安定化。また、自社内にてPDCAサイクルを実施できる体制が整いました。
- 2. リフォーム受注の新規獲得**
小規模事業所持続化補助金事業を有効活用することで、費用負担を抑えつつ、看板設置や地域住民への認知度向上のためのかわら版の配布など、リフォーム受注獲得のための販売促進事業に着手することができました。結果、新規に11件のリフォーム受注を獲得することに成功しました。
- 3. 顧客の問い合わせ導線ツールの制作と新規需要の掘り起こし**
専門家を交え、自社の強み、顧客への提供価値を再確認したことで、訴求ツールのコンセプトが明確化しました。併せて、商圈分析を行いターゲット顧客層、ターゲットエリアを絞り込み、集中的な広報活動を展開したところ問合せ数が増加。新規需要の掘り起こしにつながりました。

今後の展開

- 1. 計画と実績の把握、PDCAサイクルの継続的な実施**
目標とする売上、利益を安定的に獲得していくため、より短い単位(週次)でのPDCAサイクルに取り組み、課題がある際に早期に対応できる体制構築を目指しておられます。
- 2. HPの改修とコンテンツの充実**
潜在的顧客に効果的にアプローチするため、再分析した自社の強み、顧客への提供価値にもとづき、HPコンテンツの改修と拡充を図り、問合せの導線として整備に取り組まれています。
- 3. 新商品・サービスの開発**
商圈分析によって得られたターゲットおよび地域のニーズを鑑み、新たな商品やサービスの開発に取り組み、更なる需要の喚起を目指しておられます。

支援事業者からのメッセージ

一連の取り組みを通じて、作成した事業計画にもとづき、実績を緻密に管理する社内体制が整ったことが一番の成果であったと感じています。
管理体制が整ったことで、数字のみならず、顧客の問合せやニーズといった情報も適切に管理できるようになり、タイムリーな見積提案、受注につながり、機会ロスも大幅に削減されました。
また、計画を策定する過程で自社の強みを再認識することができ、今後の情報発信に活かしたいと思います。

支援担当者からのメッセージ

事業計画は策定後の検証が重要となりますが、藤田工務店さんでは自社内にて検証を行い、PDCAサイクルを円滑に運用されるようになったことが、売上拡大と利益の安定につながったと考えます。現在も継続的に取り組まれ、業績の発展を目指しておられます。

このように、実績を評価するためには、「モノサシ」が必ず必要となります。事業計画の策定はその第一歩。事業計画があることで、実績管理ができ、次の一手を打つことができます。
業種や業態によって、取り組みやすい計画は様々。まずはお気軽にご相談下さい！

中小企業相談所 戌亥 史一

04 経験とカンからの脱却

～2号店オープンに伴うヒト・モノ・カネの見直しへ～

支援事業者名 サルティンボッカ

〒525-0059 滋賀県草津市野路1丁目12-28

【TEL】077-561-7574 <https://saltimbocca-1997.amebaownd.com/>



代表者
木村昭仁さん

支援事業者概要

平成9年、JR南草津駅前にイタリアンレストラン「サルティンボッカ」をオープンされました。その後20年間、地域密着のレストランとして駅前の発展とともに安定した経営を続けて来られ、平成29年4月、草津川跡地公園（草津ココリバ）の開発に伴い、2号店（ココリバ店）をオープン。顧客からの料理の評判は大変よく、そのウワサからTV取材を受けられたこともあります。

支援前の状況

20年の経験をもとに新たに2号店が立ち上がりましたが、1号店と同じような経営では中々思うように売上が伸びませんでした。それはなぜか。ともに洗い出してみると、以下の状況が浮かび上がりました。

- 1. ヒト…ひとりではできることの限界**
オーナーの体はひとつ。
2つの店舗を同じようにみることはできません。
- 2. モノ…経験だけでは売れるモノは産まれない**
1号店と同じメニューを並べても、それを食べる顧客は異なります。1号店で好評だったものが2号店でもそうとは限りません。
- 3. カネ…お金の流れはカンでは追いきれない**
店舗数の増加に伴い、原価管理等の経営に関するお金の動きをしっかり追わなければなりません。

支援時の課題

左の経営状況を打破するために以下のような課題を設定しました。そして、当所職員および専門家とともに、その解決へ取り組みました。

- 1. ヒト…組織力で経営を支える**
2号店を任せられることのできる人材を育成すること！
- 2. モノ…客観的な事実から店舗の方向性を見出す**
2号店ならではの店舗コンセプトを設定し、それに合わせたメニュー・サービスを提供すること！
- 3. カネ…データとして、カネを扱う**
数値管理を徹底し、数字で経営を見ること！



人気 No.1 季節の前菜盛り合わせ

サルティンボッカの「強み」のひとつ。なんと30種以上の季節の前菜が顧客の心を捉えます！



近江牛赤身肉のビステッカ

持続化補助金を有効活用し、導入した低温調理器によって生み出されるお肉のビステッカ。こちらも美味しそう！

支援後の成果

1. ヒトについて

従業員全体会議を定期的開催することにより、店舗全体としての一体感と、従業員のもつポテンシャルを吸い上げ、経営に反映させることに成功しました。特に、この会議を通じオーナーの右腕であったチーフが2号店を任せられるまでに成長したことは大きな成果です。

2. モノについて

2号店に求められる店舗コンセプトは何か…周囲の顧客層、立地、競合店等から分析を行い、「少し贅沢なカジュアルレストラン」を柱にメニューや価格を見直し。特に主婦層には絶大な信頼を受け、ランチはいつも満席です。

3. カネについて

ITを利用した原価管理から始まり、日々提供する料理がどのくらい出ているのかを具体的な数字で把握することを習慣化し、「見える経営」を行うことができました。

今後の展開

「課題に対して少しでもいいから自ら行動する」クセがついたと語る木村さん。2号店の経営が安定し、そこから得た経験を1号店の経営へ取り入れることもできています。さらには令和元年10月からの消費税増税もチャンスととらえ、専門家を活用しつつメニュー構成や表現の方法も一新されました。

草津のイタリアンと言えばサルティンボッカと認識される日もすぐそばではないかと、今後の飛躍が楽しみです。

他方、社内の環境整備にも取り組んでいく計画です。人手不足は常に経営の足を引っ張りますが、だからこそ従業員の福利厚生に力を入れ、この店で働きたいと従業員のモチベーションを高めることから始めようとしています。同時に若手の可能性育成にも注力されており、料理人として、ソムリエとして、店全体が上のステージへ上がることが期待されます。

支援事業者からのメッセージ

2号店開店当初の経営は、いわゆるどんぶり勘定でした。

しかし、その後商工会議所の担当者の方と相談を重ね、時には専門家の方からアドバイスを受けることにより、経営者としてあるべき姿や、利益を上げてお店を繁盛させるために何が必要なのかを学び、自分のものとして行うことができました。

これからも、イタリア料理を通じてお客様に喜んでもらえる店づくりと、従業員が物心共に幸せになる職場づくりを目指し頑張りたいです。

支援担当者からのメッセージ

ヒト・モノ・カネの課題を乗り越え、経営者として一回りも二回りも成長された木村さんは、今でも順調にファンを増やし続けておられます。

さらには「情報」という第4の課題にも着手、SNSでの情報発信やメニュー表の見た目などにもこだわり、進化を続けておられるその姿は大変頼もしく映ります。

新店舗展開など、新しいことへのチャレンジは素晴らしいことです。しかしその反面、今まで顕在化していなかった経営課題も浮かび上がります。その課題を克服し、更に一段上の経営を目指す、そんな事業者の皆様を我々は全力でバックアップします。是非ご利用ください。

中小企業相談所 高橋 貴至

05

知的財産を経営に活かす

～自社の強みを特定し、効果的な営業活動へ～

支援事業者名 株式会社メディカルフロント

〒525-0058 滋賀県草津市野路東1丁目1-1 立命館大学BKCインキュベータ201号
 【TEL】 077-599-1702 【HP】 <http://www.medical-front.com/>



代表取締役社長
山本敏幸さん

支援事業者概要

経営理念：『常にお客様の役に立つ製品を生み出すために ～ニッチのニッチへ～ 』
 平成25年7月設立。山本氏は細胞遺伝学を研究後、医療関係の粘着製品開発に携わってこられました。
 法人設立後2年間は創業補助金、ものづくり補助金、小規模事業者持続化補助金等、各種補助金を活用しながら新製品開発を進められ、平成27年3月よりキズの上からでも化粧のできる「はるコスメ®」の発売を開始。
 当所支援により、東京インターナショナル・ギフト・ショー春2017・2020に出展し、現在も新製品開発や販売に精力的に取り組まれています。

支援前の状況

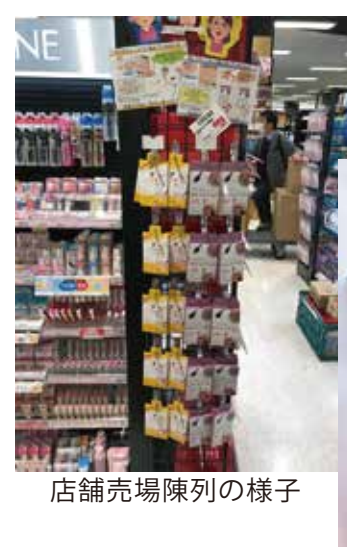
1. 自社の本来の強みである、知的財産としての技術力を掘みきれていませんでした。
2. ターゲットが明確ではなく、実際に販売してもらう店舗も、声をかけてくれた店舗にのみ卸していました。
3. 主力商品「はるコスメ」の売上高の確認不足や、原価計算はできているものの、原料となる薬品の在庫管理の意識が少ないので、感覚で把握していました。
4. 自社商品の認知度の低さに悩んでいました。

支援時の課題

1. 保有しているだけであった特許を経営に活用するべく、職員とともに専門家のアドバイスを受ける。
2. ターゲットを明確にし、店舗を限定して営業を行うことにする。
3. 月単位での売上管理、原材料の在庫管理を実施し、数字で明確に把握する。
4. 自社商品の認知度、知名度を向上させる手段として、継続的な販路の拡大およびOEM先の確保のため、補助金等を活用し毎年展示会に出展する。



ギフトショーブース



店舗売場陳列の様子



はるコスメ® シリーズ



“ケア”のための最新作
目の下に潤いを与える「うるるフェイス」

支援後の成果

1. 自社の強みであるテープ技術を商品化した際の差別化ポイントとして、これまでキズ等を“隠す”ことに重きを置いてきましたが、“ケアをする”商品へとシフトしてきています。
2. 期中では税理士にお任せする場面も見受けられましたが、意識改革で売上高にも目を配るようになり、生産量についても検討を促すことで、余剰在庫を減らし適正化を図り、収益性の改善にもつながりました。
3. 当所での展示会出展支援プログラムに取り組み、東京インターナショナル・ギフトショーへ出展し、全国展開をしているドラッグストアでの販売につながりました。その後も経験を活かし、補助金等を活用しながら自社独自で展示会へ継続出展されています。その継続出展が信頼へとつながり、過去見込み客だった事業所が再来場し、取引へとつながっています。売上高は平成29年度は前年度から40%アップし、平成30年度も好調のまま維持しています。

今後の展開

今まであたり前だと思っていた技術力が、知的財産として考えると競争力強化につながり、経営に活かしていけることに気づいていただきました。自社の強み、差別化要素を具体化する目的でも知的財産は有効に活用できます。

自社の強みが生み出す価値をどのように発信していくかを再考し、営業活動に活用することで、新販路としてターゲットをしぼる事ができるようになります。BtoBでの今後のターゲットとしては、OEMができる企業にしぼること。そこで商品開発に特化できる環境をつくっていければと考えておられます。

また、効果的にウェブサイトを活用することで、中小企業の技術マーケティングを実践し、そのしくみにより、ビジネスパートナーを獲得し分業をすすめることで、より開発に専念できる環境整備を目指しておられます。

BtoCでも新たなターゲットを開拓しつつあるので、イベント出店、さらなるメディアへの露出も検討し、知名度アップを図ろうとされておられます。今後目にする機会が増えてくるのがとても楽しみです。

支援事業者からのメッセージ

草津商工会議所の支援は、展示会出展や販促活動における協力体制がありがたかったです。知財に関しては設立当初から意識しており、新規性の部分があれば特許出願・PCT出願を行ってきました。2、3人という少人数のメンバーでこの6年に8件の特許出願し、1件は日本・中国・韓国で特許登録されました。1件は日本で特許化出来ています。

ベンチャーは知財がよりどころとなるので、アイデアを知財に変え、事業を立ててゆく必要があると思います。現在のところは自社製品の保護と、大手とのコラボの製品開発の範囲に留まっている状況ですが、今後はさらに知財を経営戦略的に有効に活かしていきたいと考えています。

支援担当者からのメッセージ

保有する特許は知財、技術、経営全てにおいて関連があります。商品を開発する技術と、知的財産の関係性や重要性に気づくことで、販売先を明確化できたことは大きな成果でした。今後はOEM先を確保することで、社長は開発に力を注ぐことができ、またその知財があることで、従業員への事業承継もスムーズに行えると考えます。

知財活動というと大企業だけが行うもののように思えますが、小規模事業者でも、また製造業ではないかなる業種でも導入することができます。

まずは、当たり前のように感じる自社の強みをよく見極めることから始めてみませんか。

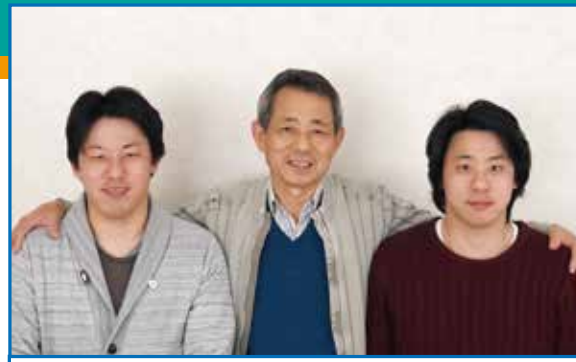
中小企業相談所 佐々木 千織

06 ボトムアップで行う事業承継

～知的資産を継ぐことなしに事業承継なし～

支援事業者名 **株式会社田村製作所**

〒525-0005 滋賀県草津市志那町112-3
【TEL】 077-568-0134



代表取締役の
田村友和さんと双子のご子息

支援事業者概要

精密機械部品メーカーとして、1968年の創業から50年以上にわたり営業されておられる田村製作所。機械加工全般、特に設計から組立までの一貫生産が可能なのが強みであり、それを可能とする設計チームの存在は大きな特徴となっています。しかし現社長もそろそろ70代。事業承継を考える時期となりました。

支援前の状況

**『事業承継が必要なのは分かるけど
どうすれば…』**

業況や財務に特に問題のない健全な経営を行っておられる田村製作所ですが、気になっているのは事業承継。現社長には双子のご子息がおられ、承継者として決められていましたが、承継すべきもの、継いでいって欲しいものをなかなかうまく伝えることができずにいました。他方、承継者であるご子息たちも、なぜ自社の売上が成り立っているのか、これまでの経緯を踏まえ具体的に説明することがなかなか難しく、自社の本当の姿をどうすれば把握できるのか悩んでおられました。

支援時の課題

『ボトムアップで事業承継に取り組む!』

そこで課題として設定したのが「ボトムアップ型事業承継」です。社長から「これを継げ」とトップダウンするのではなく、承継者が自ら考え、自社の素晴らしい強み・承継する事項を洗いだすことで、会社を継ぐことの重みと責任を理解し、自分たちから「継ぐ覚悟」を表明するボトムアップ形式の承継スタイルです。

またボトムアップ型事業承継では、承継者が鍛えられ自信を持つことにより、今後自社を支えてくれる社員・協力会社・取引先などにしっかりと後継者として接することができ、信頼を得ることができるメリットもあります。

田村製作所の強みである「一貫生産」



設計チーム



NC旋盤作業



マシニングセンタ作業



人の手による検査

設計から備えることで顧客の要望を具体化。最終検査で極限まで不良品を排除!

支援後の成果

『知的資産経営を用いて自社の本当の姿を掴まえる!』

ボトムアップ型事業承継のポイントは、承継者自らが自社の本当の姿・価値を知ろうと真剣に取り組むこと。ですがいきなり何の手法も持たずに行うには困難を伴います。

そこで取り入れた手法が「知的資産経営」。これは、自社の本当の姿を見える化するため、

I・社の沿革 II・人的資産 III・組織資産 IV・関係資産 V・物的資産

の5つの視点で今日までの自社を分解・整理し、これらから産み出される『自社が顧客に与える価値のストーリー』を見出していく手法です。

当所職員と専門家を交えたこの取組みの結果、ご子息たちは父である社長と自社について議論する機会が増え、今まで知らなかった自社の姿を積極的に捉えるようになりました。また今まで社を支えてくれた社員及び関係取引先へのヒアリングなどにより、自社を客観的な視点から見つめなおすことができました。

➔ **事業承継に対する覚悟、そして自分たちが社を担っていくんだという意識の土台が完成!**

今後の展開

『将来の田村製作所の姿を表明するぞ!』

知的資産経営でこれまでの自社の歩みと強みを掴んだご子息たちは、これをベースに現在、将来の田村製作所のあるべき姿について検討を重ねておられ、さらに近い将来、それを具体的な姿に落とし込んだ上で、決意表明の形で発表できるよう計画中です。

本当の自社の姿を把握したご子息たちは、既に事業承継へ向けて自ら進んでおられます。

『新しいことにもチャレンジしていくぞ!』

実は創業者である先々代から伝わる夢に、「いつか自社製品をもつこと」があります。先々代が夢を作られ、それに対し現社長は当時の先端技術を集めた設備群の導入、設計チームを組織するなど、土台を整えられました。

次はいよいよご子息たちの番。若手従業員を中心としたチームを結成し、自社製品の開発やIT化に向け、準備を進めておられます。

支援事業者からのメッセージ

当初は事業承継について、何をやるべきかわからない状態でしたが、草津商工会議所の職員の方をはじめ、専門家のご支援の元、社長の想いや創業者が後世に伝えたかったことを、見つめ直し学ばせていただくことができました。

事業承継では目に見える形あるものを継承していくことも大切ですが、目には見えない無形の資産を後世に伝えていくことも重要であることを今回の支援を通じ知ることができ、今後の自分たちが行う経営における大きなヒントとなりました。

支援担当者からのメッセージ

事業承継はどんな企業にも必ず訪れる経営課題ですが、どうしても先送りしてしまいがちなこともまた事実。

しかし田村製作所さまはそれをしっかりと「課題」と認識し、解決に向けて取り組まれたことはとても素晴らしいことです。

何の準備もなしに突然事業承継を行うことに比べ、大きなアドバンテージになることは間違いありません。

創業50年から100年へ、今後ますますの飛躍が期待されます。

この記事を読み、少しでも事業承継、知的資産経営に興味を持たれた方は、お気軽にご相談ください!

中小企業相談所 高橋 貴至

07 消費者と生産者をつなぐ架け橋

～女性経営者が目指すブランディング～

支援事業者名 **株式会社びわこパール**

〒525-0033 滋賀県草津市東草津2-9-39

【TEL】 077-535-8223 【HP】 <https://biwakopearl.com/>



代表取締役
西田裕胡さん

支援事業者概要

平成26年7月法人設立。オリジナルジュエリーのデザインおよびオーダー販売が主な業務です。滋賀県固有の淡水真珠・琵琶湖産真珠（以下、びわこパール）に出会い、歴史背景や素材が持つ色艶などの特長を知るにつれ、その魅力に惹かれ、現在はびわこパールを主軸とした営業活動を展開されています。また、安価な海外産淡水真珠への需要の移り変わりなどの影響により、大幅に減少したびわこパールの生産量回復に役立ちたいとの思いから、生産者と消費者をつなぐ取り組みに積極的で、オリジナル商品（真珠母貝のオーナー制度）を2年前に開発し、販売を開始。口コミを中心として広がりを見せています。

支援前の状況

社長が描く会社の将来ビジョンに向けて、経営状況や周辺環境について分析した結果、以下のような状況が分かりました。

- 1. 地域での認知が低い「びわこパール」**
古くから地場産業として根付いていたびわこパールですが、多くが海外へ輸出されていたこともあり、地域においても知る人ぞ知る存在でした。
- 2. 国内市場縮小の懸念**
国内では人口減少の影響からジュエリー市場の大幅な拡大は難しい状況です。事業継続のために対策が必要な状況でした。
- 3. 自社ブランド力の弱さ**
ジュエリーデザイナーとしての経歴は長くとも、びわこパールの取扱い開始からは5年余り。他の老舗企業には認知度、ブランド力で劣ってしまう状況がありました。

支援時の課題

現状分析から、「国内市場において新たな顧客層を開拓しつつ、海外へも販路の視野を広げる」ことを目標とし、その中で以下の課題を設定し、当所職員とともに取り組みを行いました。

- 1. 展示会、即売会出展によるプロモーション**
当所の展示会出展支援プログラムを活用して、プロモーションノウハウを習得するとともに、国内の販路開拓と販売連携者の発掘を目指す。
- 2. 新たな攻め手の立案**
市場縮小が予想される国内市場を鑑み、今後の事業継続のために海外市場への販路を見出すため、テストマーケティングに取り組む。
- 3. 競合との差別化**
自社や開発したオリジナル商品の提供価値を再分析し、ブランディングに取り組む。



7色の輝きを放つびわこパール

1つとして同じ色、同じ形のない唯一無二の存在です。お客様の要望を伺い、デザイナーの西田社長がオリジナルジュエリーに仕上げます。



びわこパールを育む池蝶貝

池蝶貝はびわこの水質改善にも貢献しているそうです。池蝶貝が増えることが琵琶湖の環境改善に。あなたも母貝のオーナーになってみませんか。

支援後の成果

1. 展示会への出展を契機とした地元百貨店との業務提携と事業協力者の発掘

当所主催の展示即売会への出展を契機として、地元百貨店のバイヤーとのマッチングに成功。事後の催事出展や新規事業のプロデュースを依頼されるなど、販売において連携できることとなりました。また、首都圏での展示会出展においても販売協力事業者を発掘するなど成果を得ました。

2. 海外展開に向けた足掛かりを掴む

小規模事業者持続化補助金を活用することで、費用負担を抑え、真珠人気の高い東南アジア圏にてテストマーケティングを展開。結果として、素材やデザインに対する評価やニーズを捉えることができ、今後の本格展開に向けた素地作りにつながりました。

3. ブランディングの方向性、顧客への提供価値が明確化

後発者が先行者と同じ戦略を取っても勝ち目はありません。専門家を交え、後発者が取るべき戦略を検討する中で、自社やオリジナル商品のコンセプト、提供価値を明らかにすることができ、今後取り組むべきブランディングの方向性を見出す結果となりました。

今後の展開

1. 業務提携先との更なる連携強化

びわこパールの認知拡大には業務提携先との連携深耕が不可欠です。商品の共同開発や新事業の立案などについて積極的な提案を行い、商品販売チャネルの強化・拡大に取り組まれる計画です。

2. 海外への本格展開に向けた体制の構築

テストマーケティングの成果をもって、今後の本格展開に必要な商品改良や新商品開発などについて、当所や事業協力者とも連携しつつ体制を整え、2020年中の海外進出を目指しておられます。

3. 継続したブランディングによる新市場の開拓

自社や自身にしか作れない商品・サービスがあり、その価値を顧客に伝えていくことがブランド化の第一歩となります。女性ならではの発想で開発したオリジナル商品等の販売を通じて消費者と生産者をつなぐ架け橋となり、顧客に新たな価値を提供していくことで、他者との競争に巻き込まれない新たな市場の開拓を目指しておられます。

支援事業者からのメッセージ

一般にあまり知られていない「びわこパール」をどのように世に広め、販路開拓を行えば良いのか。びわこパールの取扱いを始めてから約5年間、試行錯誤しながら取り組んできました。

思うように進まず悩んだこともありました。そのような折、草津商工会議所さんが行う展示会出展支援と出会い、出展のみならず、マーケティングやブランディングなど多くの学びを得ました。これらの経験は今後の当社にとって大きな転機になると思います。

困ったときに相談できる相手があることは大きな強みです。職員の皆様のサポートをとっても心強く感じています。

支援担当者からのメッセージ

「素晴らしい真珠を作ってくれる漁場の皆さんに私は貢献がしたい！」と西田社長は常々お話しされます。地元を常に大切に思いながら、地域産業の活性化のために国内のみならず海外へも販路開拓の視野を広げ、プロモーションに精力的に取り組んでおられます。

販路や市場の開拓、海外展開などに取り組む際にはコンセプトの明確化し、ターゲットに伝える提供価値を設定するステップが必要となります。当所職員とともにブランディングに取り組み、売上拡大や販路開拓を目指しませんか。

中小企業相談所 戌亥 史一

01 自社の製品や技術を約90,000人の来場者に売り込み、 ビジネスチャンスを掴む!

～展示会出展支援(機械要素技術展 M-Tech)～

支援の狙い

展示会出展成功の秘訣は、事前の計画・準備が9割といっても過言ではありません。自社の強みをどのターゲットにどう伝えるのかを整理し直しておくことが大切です。当所の展示会出展支援は、出展経験の有無を問わず、計画・準備段階から自社の姿を見直し、新たな気づきを得ていただくことを狙いとしています。

支援効果

新たな気づき

専門家による個別相談等を通じ、これまでの展示会出展にはできていなかった新たなノウハウを学ぶことができました。キャッチコピーのブラッシュアップや誘引の仕掛けづくり、訪問者のランク分け等を学んでいく中で、より効果的な展示会出展になりました。

社員一人ひとりのモチベーションアップ

若手社員からベテラン社員まで、社員一人ひとりが展示会成功に向けて、自ら考え、取組めたことにより、組織体制を充実させる良い機会となり、社員のモチベーションアップにも繋がりました。

自社技術の可能性

大手企業をはじめ、多くの来場者にブースを訪れていただくことができただけでなく、会期終了後もこれまでに無いくらい問い合わせが殺到しており、自社製品や技術の可能性を再確認できました。



商談の様子

個別相談会

出展後の事業展開

展示会を通じて得た気づき

展示会の魅力を肌で感じ、他の展示会に逆営業をかけに行くようになっていただけました。また、支援プログラムにて学んだノウハウを他の展示会をはじめ、日常の営業活動でも発揮できています。

出展社間の事業協力

会期終了後、共同出展社同士で、お互いの技術を活かしたビジネスマッチングが成立しました。



草津商工会議所ブース前

出展事業者からのメッセージ

声 大手企業をはじめ、多くの企業と密度の濃い商談が行え、会期終了後には、すぐに試作品を納入できるなど、大規模展示会ならではの手応えを感じています。

声 キャッチコピー等の設定にあたり専門家のアドバイスがあったお蔭で、多くの企業と商談ができていくことに感謝しています。

声 全国に通用する技術をもっている企業は草津市内にたくさんありますので、是非とも出展にチャレンジしていただきたいと思います。

商工会議所からのメッセージ

当所の出展支援プログラムでは、訴求力の高いキャッチコピーの作り方や来場者が立ち留まるブースづくりを学ぶなど、事前準備から会期当日まで出展社の製品・技術の魅力を最大限に引き出すお手伝いをしております。

本プログラムおよび展示会出展は、草津市の補助を受けて実施しているため、安価でご活用いただけます。

お気軽にお問い合わせください。

中小企業相談所 鈎 優介

02 約3,000社の出展企業、20万人のバイヤーに出会える大チャンス

～展示会出展支援(東京インターナショナル・ギフト・ショー)～

支援の狙い

商品の強みを、徹底的に顧客からの視点で再認識することで、展示会出展をより効果的なものにでき、最終的に販路拡大、売上増加につながります。当所の支援プログラムでは、潜在的な顧客メリットを明らかにすることで、魅力ある商品、パネル、ブース、パンフレット等、トータルで統一されたブランドを確立し、的確にバイヤーに伝えることを狙いとしています。

支援効果

顧客目線で明確化した自社商品の強み

顧客は商品ではなく、コンセプトを購入しています。競合他社に負けない商品とは? ターゲット、使用場面、効用の3要素の的確で魅力的な組み合わせを明らかにしていきます。

強み、価値をバイヤーに伝えるブース作り

顧客目線で作り上げた自社商品のキャッチコピーや、共同出展ブースとして規模の大きさを活かしながらも、統一感のある装飾およびレイアウトでバイヤーに視覚的に訴えます。ブース来場者数100名以上、商談件数平均30件程度を達成しました。

バイヤーの記憶に留める

強みや、顧客メリットに基づき作成したパンフレットで、当日だけでなく、自社に戻ってもバイヤーの記憶に留めてもらいます。当日のなげない会話の中で記憶に残してもらう方法もお伝えします。



商談の様子

個別相談会

出展後の事業展開

顧客メリットを前面に打ち出す営業

自社商品の強みや、顧客提供価値の再分析、効果的な訴求方法の検討の重要性を再認識できた結果、顧客に響くアプローチを実践する中で、近隣のみだった販路は日本各地へと拡がりを見せています。

新たな販売チャネルの獲得

自ら販路を求め、積極的な販売への姿勢も身につけられます。さらにはOEMでの取引が開始したことも大きな成果です。



草津商工会議所ブース

事業者からのメッセージ

声 日本全国のバイヤーと名刺交換ができ、今後も多くの地域のバイヤーと深く話ができると思います。

声 顧客メリットを打ち出した自社商品の魅せ方、パンフレットやブースのイメージ、当日の販促物までトータルのサポートは今回のみならず、今後にも生きてくると感じています。

声 実際に体験してこそ理解ができます。今回の経験を次の出展希望者へ伝え、ぜひチャレンジしてもらえよう協力していきたいと思っています。

支援担当者からのメッセージ

プログラムを通じて得られるものは、顧客からの視点に基づいた訴え方の方向性を決定することにより、改めて自社商品やサービスの強みを再認識することです。

展示会はBtoB取引ではありませんが、バイヤーの先にはお客さまがいるので、今後の地元でのBtoC取引にも応用できるものになります。

また、バイヤーのみならず、出展者同士の出会いが今後の販路にもつながるチャンスを持つのが大規模展示会の魅力です。販路を広げたい皆さん、難しく考えずチャレンジしてみませんか。

中小企業相談所 佐々木 千織

03

地域での認知度向上で更なる販路開拓のチャンスをつかむ！

～展示即売会(ふるさと企業いいもの発掘市)～

支援の狙い

小規模事業者の地域での販路開拓を支援するため、自社商品を地域住民へPRするとともに、消費者へマーケティングを行う機会を提供します。また、全国規模への販路開拓を目指すためには、“地元での商品認知度、愛着度”がアドバンテージとなるケースが多く、本事業を通じて地元での営業基盤を強化するのみならず、広域への販路開拓に向けた足掛かりを掴む狙いもあります。



出展事業者からのメッセージ

声 事前のプログラムで学んだ商品価値の伝え方や商品陳列、商談の方法が非常に役立ち、想定以上の売上につながりました。

声 地元の方に知っていただく良い機会となり、リピーターも獲得することができました。

声 新商品が実際に売れ、手応えを感じました。また、お客様から商品に対し貴重な意見をいただくことができ、今後の改良に活かします。

声 普段あまり関わることのできない異業種の方と交流ができ、刺激をもらうことができました。

支援担当者からのメッセージ

本事業のメリットは、自店とは違う場所で従前とは違った顧客層へPRができる点、商品に対する顧客の声を直接聞けることで商品改良、新商品開発など今後のヒントを得られる点にあります。

また、出店者間の交流により、事業協力につながるといった成果も出ています。

地域での販路開拓、マーケティング、ビジネスパートナー獲得など、様々なチャンスが得られる展示即売会を是非ともご活用ください。

中小企業相談所 戌亥 史一

おわりに

全国約359万社の85%を占める小規模事業者。小規模事業者は地域の雇用を守り、サプライチェーンを随所で支えるなど、地域経済の要を担う存在です。

しかしながら、経営者の高齢化や深刻さを増す人手不足、デジタル化の進展やインバウンドへの対応など様々な課題を抱え、業況は二極化が進んでいると言われています。(2019年度版、小規模企業白書より)

このような状況下において、草津商工会議所では経営発達支援計画にもとづき、事業計画策定や販路開拓、創業や円滑な事業承継、IT化への対応支援等に継続的に取り組んでおります。

本事例集ではそれらの取り組みの一部をご紹介させていただきました。本事例集を新たな事業展開など持続的な発展に向け、お役立ていただければ幸いです。

掲載事例をご覧いただき、同様の課題で悩んでいる、解決したい課題がある、達成したい目標がある草津地域の小規模事業者の皆様におかれましては、是非とも当所の支援メニューをご活用ください。

最後に、本事例集の発刊にあたり、ご協力いただきました関係機関ならびに事業者の皆様には厚くお礼申し上げます。

支援メニューや支援内容等に関するお問合せ

滋賀県草津市大路二丁目11-51
草津商工会議所 中小企業相談所
TEL:077-564-5201
FAX:077-569-5692

地域の小規模事業者の成長を目指し、ともに歩む草津商工会議所
— 経営発達支援計画(2015年度～2019年度) 支援事例集 —
(伴走型小規模事業者支援推進事業)