

北海道よろず支援拠点 支援事例集

経済産業省北海道経済産業局委託事業
平成27年度中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業
(よろず支援拠点)



公益財団法人

北海道中小企業総合支援センター

目 次

発刊にあたって	01
事業概要の紹介	02
チーフコーディネーター・コーディネーターの紹介 ..	04
支援先企業の声	07
支援事例	11
当拠点の紹介	34

発刊にあたって

公益財団法人北海道中小企業総合支援センター(以下、「センター」)では、平成26年度より、北海道経済産業局から「中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業(よろず支援拠点)」を受託し、道内7カ所に設置した「北海道よろず支援拠点」において、中小企業・小規模事業者の皆様の経営に関するよろず相談を行っています。

「北海道よろず支援拠点」には、チーフコーディネーターの中野貴英氏をはじめ、中小企業診断士や税理士等の有資格者や豊富な企業支援実績を有するコーディネーターなど総勢12名の専門人材を配置し、創業から売上拡大、経営改善、事業承継等に至るまで、幅広い分野に関して、きめ細やかな支援を行ってきました。

本事業開始以来、当拠点には、道内の創業者や中小企業の皆様から数多くの相談をお寄せいただいておりますが、そうした相談に対する支援活動を通じて、相談者の方が、当拠点に期待しているのは、「事業者の方々の夢や目標を達成するために、今、いったい何をすればいいのかを具体的に示すことだ」と実感しています。

そのためには、我々も相談者の夢やお取組みに共感し、ともに「成功に向けた次の一手」を考えることが大切であると認識しています。

また、一つの相談案件に対して、当拠点だけではなく、道内にある他の支援機関等の皆様と連携し、互いの持つ強みや支援機能を活かした支援を行うことで、より実効性の高い支援成果の創出につながるものと考えています。

本書では、当拠点が、昨年度から2ヶ年にわたり、実践してきた様々な支援活動の成果を取りまとめご紹介することで、当拠点の利活用の促進を図るとともに、道内の支援機関等の皆様が、各地域において創業者や中小企業者等に対する支援活動を行う際のヒントになるよう、相談から支援に至るまでの具体的な着眼点やポイントを例示しています。

本書が、道内の支援機関等の皆様による創業者や中小企業者等への支援活動の一助になることを期待しています。

「よろず支援拠点」とは？



「よろず支援拠点」イメージ図

よろず支援拠点とは、

- 複雑・高度・専門的な経営課題を抱える「中小企業・小規模事業者」に対し、
- 起業・成長・安定の各段階の課題やニーズにきめ細かく対応する、
- ワンストップ型の経営支援窓口です。(平成26年度から全都道府県に設置)

※本事業においては、平成28年度より、役職名の呼称の変更が決まっていることを踏まえ、本書においては右記のとおり記載しています。

(平成27年度)	(平成28年度)
コーディネーター	→ チーフコーディネーター
サブコーディネーター	→ コーディネーター

よろず支援拠点・チーフコーディネーター等の役割

01. 総合的・先進的アドバイス

Point!

これまで支援機関が十分に解決できなかった経営相談に対し、**専任のコーディネーターが解決策の提示、フォローアップ**を行います。



02. 支援チーム等編成支援

Point!

地域の支援機関・専門家・公的機関等の司令塔となり、中小企業・小規模事業者が抱える課題に応じて、**チーム型の支援**を提供します。



03. ワンストップサービス

Point!

「どこに相談して良いか分からない」といった相談内容について、**適切な相談先をご紹介します**。

「よろず支援拠点」の支援サービス(一例)

よろず支援拠点では、中小企業・小規模事業者の皆様が抱える「様々な経営課題」に対応します。

新商品・新サービスを開発したい！

- ビジネスモデルを見直し、新たな顧客層をターゲットにした新商品を開発したい！
- 地域の顧客向けに、新しいサービスに取り組んでみたい！

Point!

よろず支援拠点が、事業計画の策定から実行支援までフォローアップを行います。



販売力を強化したい！新たな販路を開拓したい！

- 自社の販売力を強化し、売上を伸ばしたい！
- これまでの販路とは異なる、新たな取引先を開拓したい！

Point!

マーケティング・PR戦略の策定や、ビジネスマッチングを支援します。



資金を調達したい！財務状況を改善したい！

- 新たな展開に必要な資金を調達したい！
- 現在のコスト構造を見直し、財務状況を改善したい！

Point!

財務状況の分析、資金計画の策定を支援します。





新たな「気づき」が 貴社の事業を 成長させるきっかけに



北海道よろず支援拠点
チーフコーディネーター

なかの たかひで
中野 貴英

北海道よろず支援拠点は、平成26年6月にスタートした経営の総合相談窓口です。相談窓口の開設以来、とても多くの方にお越しいただきました。

様々な相談を通じて改めて感じたことは、「事業者の方々の夢や目標を達成するために、今、いったい何をすればいいのか」を示すことが我々に期待されている、ということです。そのためには、我々も相談者の夢に共感し、一緒になって「次の一手」を考えることが大切であると考えています。

また、ある支援機関の方から、「どの相談者もいつも元気になって帰っていく」と感想をお聞きしたことがあります。現状を客観的に把握して新たな「気づき」を得ることで、今後の道筋を見通すことができ、自然と気持ちが前向きになれるのだと思います。

みなさまに「よし頑張ろう！」と言っていただけるようスタッフ全員で知恵を振り絞って応援していきます。どうぞお気軽にご相談ください。お待ちしております。

Takahide Nakano

|P|r|o|f|i|l|e|

アステック経営代表。

銀行の事業調査部で業界調査や企業診断を担当し、その後、経営コンサル会社を経て、平成19年に独立開業した。様々な経営課題解決の実務経験を活かし、公職として中小企業支援にも携わり、平成26年度より北海道よろず支援拠点チーフコーディネーターに就任。これまで支援した企業数は1,000社を超える。

北海道よろず支援拠点 コーディネーター紹介(1) 札幌本部

●拠点担当

ものづくり・金融・経営改善・売上拡大



日胆(兼務)
小野寺 辰昭

地方銀行の支店、本部に勤務し、企業の経営指導に従事。行政機関と連携したものづくり関連企業の誘致、取引あわせん業務経験を有する。

創業・事業承継・税務



吉田 聡

税理士、中小企業診断士として各種公的アドバイザーを歴任し、税務相談の他、多くの創業計画、経営改善計画、さらには事業承継計画の策定支援に従事した。

創業・経営全般



市呂 純一

道総合支援センターOB。中小企業診断士として、総合相談窓口やインキュベーション施設に勤務。創業支援、経営計画づくり、公的制度の活用など、幅広い相談業務経験を有する。

IT・販売企画・創業・経営改善



中村 領

トライアウト代表。中小企業診断士、事業再生士補。ITを活用した事業企画、販促支援を得意とし、商店街・地域活性化支援にも関わる。

海外展開・経営改善・金融



深田 健司

メガバンクOB。銀行時代、コンサルタント会社において、数多くの企業再生に携わった。その後食品商社に転じ、海外での会社、工場立ち上げや販路拡大の業務に従事した。

ブランド構築・売上拡大・マーケティング



松原 亮子

大手小売業でバイヤー、商品開発などに携わり、独立後は商品・サービスの企画から販促、ブランディングなど各種支援実績を有する。

北海道よろず支援拠点 コーディネーター紹介(2) 地域拠点

●拠点担当

金融・経営全般



道南
中道 重幸

信用金庫に在職中、審査部門において、創業支援、中小企業・小規模事業者に対する経営改善支援業務に従事した。

金融・経営全般



釧根
中村 英夫

信用金庫に勤務し多数の支店での融資相談業務を通じて創業支援、資金繰り改善、財務分析指導、経営改善等の支援業務に従事した。

金融・経営全般・6次産業化



十勝
原口 勝全

中小企業診断士、農業経営上級アドバイザー。
信用金庫に31年間勤務、うち9年間コンサルティング部門で創業支援、経営改善、事業承継等に従事した。

経営全般・6次産業化



オホーツク
辻 亨

農協OB、中小企業診断士、農業経営アドバイザー。
経営計画立案や農業者の6次産業化に関する総合化事業計画の作成支援など幅広い分野で経営支援実績を有する。

金融・経営全般



道北
蔭山 陽一

信用金庫OB。中小企業診断士として、経営改善・資金繰り指導など多数の支援実績を有する。

(※) コーディネーターの配置については、平成27年度のメンバーを掲載しています。

支援先企業の声



飲食業 [伊達市]

有限会社小玉観光商事

昭和48年に先代社長が国道の利用者を対象としたドライブインとして創業。現在はレストランとして地元産の食材である豚や野菜を使った「地元伊達黄金(こがね)豚ハンバーグ」や「地元産野菜のドレッシング」などのメニューを提供している。



Q 相談のきっかけは？

A 当社の店舗は国道に面しており、立地環境は悪くなかったのですが、店舗の老朽化等により、売上は年々減少していました。こうした中で、北海道よらず支援拠点の新聞記事が目に入り、店舗改修費用と運転資金の調達について、相談することになりました。

Q 当拠点をご利用になられた感想をお聞かせください。

A いろいろな機関に相談行なって「経営改善は無理」と言われ廃業も考えていました。その矢先によろず支援拠点に相談へ行き、話を聞いてもらうことができました。それにより、経営改善にも前向きに取り組み、金融機関への融資の相談時には、取組内容などを自信を持って説明ができ、おかげさまで、念願の資金調達が実現しました。

支援先企業の声



食料品製造業 [札幌市中央区]

有限会社きなこ菓子工房

平成10年に創業し、和菓子の製造販売を行っている。

主力商品である「きなこねじり」は、100%北海道産大豆を使用するなど純国産の材料にこだわった無着色の手造りが特徴。ねじりの技術など、大量生産型の機械では実現できない、職人の技を生かした商品を提供している。



Q 相談のきっかけは？

A 自社商品販売のほか、業績の安定化を図るためOEM生産の受託にも取り組んできましたが、自社で売上のコントロールができないため、思うように売上が伸びずになりました。OEM生産のための設備投資負担を抱える中で、どのように売上拡大を図るか悩んでいたところ、北海道よる支援拠点のホームページを見て相談してみようと思い立ちました。

Q 当拠点をご利用になられた感想をお聞かせください。

A よる支援拠点の担当スタッフの方々は、自分以上に会社は回復できるという強い気持ちを持っておられたのが印象的でした。経営状況を詳細に分析していただいたうえで今後の方向性を示していただき、そのご指導に従って取り組んだところ、奇跡的に良い方向に進んでいます。あの時お会いできた幸運と、気持ちを立て直していただいたことに心から感謝しています。

支援先企業の声



食料品製造業 [函館市]

能戸フーズ株式会社

平成26年、地域資源である「がごめ昆布」を「もっと皆様に知ってもらいたい、食べてもらいたい」との気持ちから、昆布加工業の会社を設立。主力商品は「がごめ昆布醤油」「がごめ昆布ポン酢」「がごめとろろ昆布」など。



Q 相談のきっかけは？

A 能戸社長が創業準備をしていた当時、創業にかかる資金調達に関する相談先を探していたところ、創業補助金の申し込みの際に訪問した北海道中小企業総合支援センター道南支部を通じて、当拠点の開設を知り相談することになりました。

Q 当拠点をご利用になられた感想をお聞かせください。

A 会社を設立したものの、何をどのように進めたらいいのか分からず、ただ闇雲に行動していましたが、ご担当のコーディネーターやセンター職員のサポートのお蔭で、自分の進む方向性が分かった気がします。また、課題は残っていますが、今後の事業展開に自信をもって取り組むことができます。これからもご指導宜しくお願い申し上げます。

支援先企業の声



映像・音声・文字情報制作業、飲食業 [札幌市清田区]

株式会社ネル

平成22年創業。映像コンテンツの企画制作を行う。テレビ番組制作のノウハウ・知識を生かした映像コンテンツの企画制作、北海道のロケーションコーディネート等を主要サービスとする。



Q 相談のきっかけは？

A 新規事業としてオーストラリアのメルボルンで和食レストランの創業を計画し、複数の金融機関に開業資金の融資申し込みをしましたが、飲食店の経営や海外進出が初めてであることもあり、いずれも承認を得られずにいました。そんな折に、とある金融機関から、当拠点の紹介を受け、相談することになりました。

Q 当拠点をご利用になられた感想をお聞かせください。

A オーストラリアのメルボルンで創業を目指し、約1年かけて計画を立ててきましたが、資金調達が難航し、諦めかけていました。北海道よらず支援拠点のご担当の方に、事業計画の作成方法など、実践的で具体的な助言をいただいて資金調達が成功し、念願の海外出店を実現することができ感謝しています。



支援事例

〈事例紹介〉サービス業 A社

特技、経験を生かした 新業態モデルで創業開始

現状と課題

サービス業 A社 (総合工事業)

- ☑ 相談者は、それまで勤務していた建築会社を退社し保有する建築士と宅建士の資格を活かした事業により、創業することを検討していた。
- ☑ 課題は、創業するビジネスモデルを整理する事と当面する運転資金等の調達をする事であった。

支援成果

- ビジネスモデルを整備し、建築士と宅建士を生かした新業態での創業を実現。
- 創業時に必要な初期投資費用と運転資金を日本政策金融公庫からの融資により確保した。
- 会社カタログを作成し、地域での営業活動を展開し、顧客獲得に結びつけている。

コーディネーターの着眼点



辻コーディネーター

- 相談者が在住している町からよろず支援拠点を紹介され、来所し相談が始まった。
- 相談者の特技を生かした新業態での事業チャンスとリスクを把握した事業計画を策定した。
- 運転資金の調達と営業手法の具体化を相談者と共に検討した。

支援のポイント

1. ビジネスモデルをブラッシュアップ

- 相談者が構想している建築士と宅建士業務を一括して行う事業モデルの可能性とリスクを検討、分析した。
- 営業の主体となる地域状況を各種データにより分析し、それに対応できるビジネスモデルを検討した。

2. 初期投資、運転資金を確保できる事業計画策定

- 日本政策公庫の創業資金の融資を受けるべく、創業時からの事業計画策定を支援した。
- 売上計画の前提となる地域での需要見込みを精査し、計画の実現可能性を高めた。

3. 営業手法を具体化し、事業展開をめざす

- 会社カタログを作成し、訪問営業時の事業説明に活用し、顧客獲得に結びつけている。

〈事例紹介〉洋菓子製造販売業 B社

資金調達・物件探しから

半年で店舗開業！Uターン創業支援！

現状と課題

洋菓子製造販売業 B社 (ケーキ製造・直営店運営)

- ☑ 神戸で15年以上パティシエとして勤務。
- ☑ 出身地の北海道に戻り、洋菓子店の開業を検討していた。
- ☑ 開業にあたり、どのように進めていけばいいか悩んでいた。

支援成果

- 
 事業計画書のブラッシュアップにより、**タイムリーな資金調達**が実現！
- 
 タイムな日程の中、開業までの細かいスケジュール管理をサポートし、**稼ぎ時に間に合う店舗オープン**を実現
- 
 コンセプト作成をフォローし強みを明確化することで、**順調に来店客が増え、SNSでの拡散**が続いている。

コーディネーターの着眼点



松原コーディネーター

- 年末シーズンに間に合うようにオープンさせるためにはスケジュールに余裕がないので、同時並行的に、オープンまでの各段取りを進めつつ、資金調達を間に合わせる必要があります。
- 自社の独自性とターゲット客層の明確化によって立地や店舗コンセプトが決まるので、早急に固める必要がある。
- 前職での実績があるので商品力には問題がないが、当地の地域特性を生かした戦略も必要。

支援のポイント

1. 創業計画書の作成、スムーズな融資申請などを支援

- 当地ならではの冬場の光熱費や除雪費など、実態に即した経費計画作成を支援した。

2. 店舗のブランディング戦略についてアドバイス

- 客層の明確化と自社の強みの再確認を行い、差別化を強化した。
- 北海道食材の使用を特徴づけるために、生産者情報を提供。更に道産食材の専門家を紹介するなど、Uターン創業の現地情報不足を解消する支援をした。
- 店舗の物件選びについて、立地条件なども含めてアドバイス。
- パブリシティの活用などお金をかけない販促をアドバイス。

創業

売上拡大

経営強化

海外展開

経営改善

事業承継

〈事例紹介〉飲食業(カフェ) C社

女性の集まる こだわりカフェの開業(女性の独立創業)

現状と課題

飲食業(カフェ) C社 (喫茶店)

- ☑ 喫茶・洋菓子店の勤務経験でオリジナル・ティーへの評価を受け、焼き菓子創作への興味を持った。女性が集えるおしゃれなお店づくりの夢を抱くようになり、開業を決断。店舗づくり、資金の確保について悩んでいた。

支援成果

- ターゲットの設定、店舗コンセプトが明確になり、店内レイアウトが決定！
- 事業計画づくりのノウハウ提供につながり、資金調達が実現！
- 実績管理と集客効果策の意識が高まり、経営安定を目指す。

コーディネーターの着眼点



市呂コーディネーター

- 出店予定地の具体的な商圈分析により、立地適正を見極める。厨房設計、店内動線などに配慮した店舗改装・レイアウトの指導(専門家派遣事業の活用)
- ターゲット顧客に対するPR活動の促進
- 制度融資を活用した円滑な資金確保

支援のポイント

1. ターゲット戦略、店舗運営方法の重要性についてアドバイス

- ターゲットのイメージ化、集客手法、POP・看板・HPデザインの考え方をアドバイス
- 平日・週末の店舗運営、メニュー提供のあり方などをアドバイス

2. 資金調達に向けた創業計画の作成支援

- 創業計画書の構成要素(セールスポイント、収支計画、資金繰りなど)について作成方法を指導し、円滑な金融相談に繋がった。

3. プロモーション(情報発信)戦略のアドバイス

- HPデザイン、SNSの活用による経営展開と独自路線によるプロモーション

〈事例紹介〉食料品製造業 D社

破綻から半年で 再創業 道外や海外にも営業展開中

現状と課題

水産食料品製造業 D社 (たらこ等製造)

- ❑ 加盟していた食品加工組合の倒産の連鎖で破綻を余儀なくされた。
- ❑ 再創業へ向けてのハードルが資金面を含めてたくさんあった。

支援成果

- 

ミラサポの専門家を利用したプレスリリースと当拠点を介した専門家によるHPのリニューアルを実施!
- 

新商品「プチプチたらこ」シリーズを前面に押し出した消費者直結戦略と高付加価値「釣りたらこ」シリーズがうまく回転中!
- 

再創業後1年を経て「ふるさと納税商品」の好調さもあいまって、売上約60百万円経常利益約5百万円を達成!

コーディネーターの着眼点



深田コーディネーター

- 行政や自治体の積極的なサポートと当拠点とその他の機関との強い連携が必要と判断した。
- 従来型のビジネスモデルからの脱却
(大量仕入れ大量販売の卸売り型→消費者直結の小売型)
- 新たな販売戦略の利用
(道外、海外、ネット販売、ふるさと納税等)

支援のポイント

1. マスコミを使った積極的な広報戦略の利用とHPの充実
 - 再創業に際しての新聞を使ったプレスリリースの利用
 - 本州、海外の展示会でのマスコミ取材を介しての国内外メディアへのアピール
 - 当拠点の相談先との連携による補助金を利用したHPの全面リニューアル
2. 運転資金をあまり使わない消費者直結の高付加価値モデルへの脱皮
 - 新商品「プチプチたらこ」シリーズを前面に押し出したネット販売を含めた小売り戦略
 - 「ふるさと納税商品」への採用と「釣りたらこ」等の高付加価値商品の積極販売
3. 国内外の展示会への積極参加
 - 従来卸売りが大半であったため、ほとんど手付かずであった国内外への自社商品の積極的なアピール
 - タイにおける海外展示会への初出品
 - 東京での「Made In 北海道展」への初出品

創業

売上拡大

経営強化

海外展開

経営改善

事業承継

〈事例紹介〉食料品製造業 E社

倒産した義父の会社。

経営知識も経験もない女性が1人で再建！

現状と課題

食料品製造業 E社

(水産食料品製造業・海藻加工業)

- ❑ 地域資源を活用した加工業としての起業を検討したが、準備(事業計画、資金調達、販売手法の確立)ができていなかった。
- ❑ 商品開発・営業・販促についても具体的な取組方法で悩んでいた。

支援成果

- UP** 自社の強みとターゲット顧客の明確化で、**営業戦略が具体的になり、新規取引先の開拓で販売強化！**
- UP** 創業時の売上計画を**10%以上上回る実績を達成！**事業が軌道に乗ったことで**従業員の雇用も実現した。**
- UP** 経営者意識を常に喚起し自覚を促すことにより、**課題解決への前向きな姿勢と論理的な思考で自信獲得！**

コーディネーターの着眼点



松原コーディネーター

- 創業前の準備から創業後の軌道化まで継続して支援が必要と判断。
- 各段階に応じた支援を行うことでスムーズな事業の立ち上げにつなげることを意識。(創業計画、商品開発、市場調査等々)
- 創業後は特に販売データ管理・分析手法やマーケティングなど、「経営者」としての視点で事業を見る意識付けが必要と判断。「素人から経営者へ」の育成強化を重点とした。

支援のポイント

1. 創業の準備として、創業計画書の作成、補助金申請などを支援

- 事業計画書などを作成したことがないため、事業の状況を詳細にヒアリングしながら、実態に即した計画作成を支援した。

2. 創業後も商品開発中心に継続的・定期的に長期支援

- 実務経験豊富な専門家としての的確なアドバイスを心がけ、客層の明確化と自社の強みの再確認を行った。
- 販売データの分析手法を指導することにより、感覚や印象ではなく数値で概況を把握する意識付けを強化した。
- 定期的に継続支援することにより、経営知識の体系的な学びと経営者としての視点獲得、意識変革を行った。

3. ネット通販、国内外の展示会、SNS利用などの販売戦略指導

- 顧客増加につなげる通販サイト・SNSの発信方法や、展示会でのPR方法などをアドバイスし、売上拡大に結びつけた。

〈事例紹介〉農業 F社

白花豆を活用した 商品を地産地消で販売拡大

現状と課題

農業 F社 (耕種農業)

- ☑ 地域での人口減少がすすむ中で、置かれた条件を生かした地域活性化活動を模索していた。
- ☑ 同地域は、農業地帯の中で古くから温泉施設があり、観光地としての知名度もあるが、今後に向けた取り組みを地域の各層が思考錯誤しながら、会を組織し歩み始めていた。

支援成果

- 👍 UP はまなす財団事業に採択され会としての今後の活動方向が明確になった。
- 👍 UP 白花豆を原料とした「ムース」が商品化され、地産地消が開始された。
- 👍 UP 会の活動が、新聞紙上にも取り上げられ、認知度が高まり、地域活性化の刺激剤となっている。

コーディネーターの着眼点



辻コーディネーター

- 地域の信用金庫(認定支援機関)がよろず支援拠点を紹介し、相談に至った。
- 同会の役員からヒヤリングを行い、現状の課題を確認した。活動の方向性を共有し、持続的に活動できる体制を整備していく事を提案した。
- 地域内での販路開拓の可能性を検討した。

支援のポイント

1. 中期の事業計画策定

- 会員の思いや夢を具体化し、実現していくための事業計画の作成を支援した。
- その事業計画の実践をサポートしていくため、公益財団法人はまなす財団が実施する「地域づくり活動発掘・支援事業」への応募を提案し、事業が採択された。

2. 生産される白花豆を原料とした「白花豆ムース」を地消する事を提案

- 当地域は、白花豆栽培面積は全国有数である事を活かし、それを活用した商品の地産地消の拡大を提案
- 地域内の菓子店と連携して、「白花豆ムース」の生産・販売を展開した。
- 温泉施設での活用・販売の検討を始めた。

3. 学校給食への提供を提案

- 白花豆ムースを普及拡大していく手法の一つとして、学校給食に商品の提供を提案した。

創業

売上拡大

経営強化

海外展開

経営改善

事業承継

〈事例紹介〉電気工事業 G社

地熱を活用した 乾燥技術による新事業展開

創業

売上拡大

経営強化

海外展開

経営改善

事業承継

現状と課題

電気工事業 G社 (一般電気工事業)

- ❑ S社は営業基盤の疲弊と共に受注工事も減少、業績も著しく悪化し、早急な経営改善が求められていた。
- ❑ 改善策として地熱を活用した乾燥技術による新事業展開を検討、技術的には確立できたが事業展開・用途開発等で悩んでいた。

支援成果



事業目標が**明確**になった。
～具体的な用途開発案が
提案された事で事業目標
も**明確**になった～



今回の活動を通じて、PR
に繋がった事から引き合
いも増え、乾燥試験**受注が
増加**。～特に**農林漁業者か
らの受注が増え、道外から
の受注も拡大**。

コーディネーターの着眼点



中道コーディネーター

- 税理士事務所(認定支援機関)のセミナーに参加した際、よろず支援拠点を紹介され相談に至った。
- 地熱発電担当責任者と面談し新事業の課題と対応策を協議した結果、プロダクトアウトからマーケットインへの発想転換の必要性和可能性が幅広く期待できることが逆に用途開発の支障になっているため、具体的なアイデアの整理と可能性の検証が必要と判断し、支援を開始した。

支援のポイント

1. 各種事業展開、用途開発等の専門研究機関の紹介

- 小樽商科大学もっとビジネス研究会(用途開発)を紹介。
- 大学との連携で、多くの人数が係る中で(社会人、学生他20人以上)、アイデアの掘り起こしとその案を基にした事業計画等の作成を行った。

2. 資金調達の検討

- 今後の資金計画を検討していく上で、取組成果が上がってきている事から、前向きな検討が可能となった。

〈事例紹介〉食料品製造業 H社

テストマーケティング

「Made in Hokkaido」出品により販路開拓

現状と課題

食料品製造業 H社 (健康食品製造販売業)

- ☑ 当社の特殊原料を原材料としてメーカーに供給。
- ☑ 売上拡大のためには、用途開発を行って、需要を増やす必要があった。
- ☑ その一環で化粧品の開発を行ったが、どのように事業展開すべきか悩んでいた。

支援成果

- UP テストマーケティングへの出品を通じて消費者ニーズを商品開発の参考にできた。
- UP 通販事業者からの引き合いにつながり、商談が成立した。
- UP 受注量を徐々に拡大する話も出ており、用途開発による原料供給の新たな販路が構築できた。

コーディネーターの着眼点



中野チーフコーディネーター

- 特徴ある素材の販路開拓は、ターゲットの絞込みが重要。
- 想定外の需要や販路が見つかる可能性があり、まずはやってみることも大事。
- 手探りの状況のため、積極的に情報収集を行い、判断材料を多く持つことが有効。

支援のポイント

1. 物産展ではなく、委託販売形式のテストマーケティングで気軽に挑戦
 - 商品の発送のみで、人件費、旅費等がかからないため、出品コストが低く、出品しやすいため、自社商品がどのように消費者に評価されるかを、比較的容易に調査・検証できる。
2. 商品の販売可能性を広げる
 - 開発した商品をどのように販売していけばいいか、迷っていたため、自社商品に対する消費者の声を参考にしてよりマーケットニーズに即した用途開発に活かす。
3. 広報戦略としてPRのチャンスを活かす
 - テストマーケティングの企画を通じて新聞紙面で取り上げられることにより、広告費をかけずに商品PRにつなげる。

創業

売上拡大

経営強化

海外展開

経営改善

事業承継

〈事例紹介〉製造業 I社

強みを武器に 新規事業の展開

創業

売上拡大

経営強化

海外展開

経営改善

事業承継

現状と課題

製造業 I社

(豊製造業・豊等生活雑貨製品製造業)

- ☑ 相談者は、創業60年以上に亘り、豊の製造・販売業を営んでいる。地域での人口減少等の影響もあり、売上額の低迷が続いていた。
- ☑ 今後の経営展開を考え、新規事業の展開を模索していた。自ら取得した「整理収納アドバイザー」資格を活かす事業の稼働を検討していた。

支援成果



既存事業とのバランスをとりながら新規事業のウエイトを高めて事業展開を開始している。



新たな事業運営に必要な初期投資費用を日本政策金融公庫からの融資により確保した。



新規事業の潜在顧客を掘り起こすため企業や家庭での「整理収納」に関する講師活動にも取り組み始めた。

コーディネーターの着眼点



辻コーディネーター

- 相談者が所属している商工会議所からよろず支援拠点を紹介され、商工会議所の経営指導員と共に相談対応した。
- 相談者の既存事業での改善をすすめることにより特技を生かした新事業での業績回復を図る事業計画を策定した。
- 事業展開に必要な具体的な手法と必要資金の調達方法についてアドバイスを行った。

支援のポイント

1. 強みを生かした新事業の提案と事業計画策定

- 相談者の「整理収納アドバイザー」資格と内装施工技能士資格を強みにできる新規事業の展開を検討した。
- 今後3カ年の事業計画を策定し、当初必要な運転資金等は、政策公庫から融資を受ける事とした。

2. 売上向上をめざし、顧客ターゲットを絞り込む

- 家庭及び事業所等で整理収納・施設内のミニリフォームが必要なターゲットを既存事業の顧客名簿で絞り込んだ。

3. 販売促進活動の具体化を支援

- 相談者が少し手掛けていた「整理収納セミナー」を計画的に開催し、マスコミ等への露出度を高める事を提案した。
- 同時に、セミナー参加者へのダイレクトメールによる需要掘り起こし活動を提案した。

〈事例紹介〉卸売業 J社

後継者を中心に営業マネジメント改革、 売上1,000万アップを達成！

現状と課題

卸売業 J社 (創業40年 専門商材卸)

- ❑ 業者向け専門商材の老舗問屋。取引先の高齢化による廃業や世代交代による取引減少など減収傾向にあった。常態化した減収傾向に社内モチベーションが低下しており、マネジメントが機能しない状態となっていた。

支援成果

-  営業会議の変革と目標設定方法の見直しで営業活動に変化をもたらし、**減収に歯止めをかけるきっかけに！**
-  データ分析により、利益貢献の高い商品が明確になり、販売戦略が明確化！1年半で、対前年比**売上1,000万円を達成！**
-  **経常利益も600万円の大幅アップを達成！**後継者を中心とした次世代の経営体制作りを進めるきっかけとなった。

コーディネーターの着眼点



中村領コーディネーター

- 現社長の強いリーダーシップのもと、カリスマ経営を行ってきたが、世代交代に際しては新たなマネジメントスタイルが必要であった。
- 同社の営業会議に参加。後継者を中心とした組織経営を目指し、マネジメントルールを明確にすることで、自主的な行動を促し、組織活性化を図った。
- 納得性の高い営業目標により、効率的な営業活動への変革を図る。

支援のポイント

- 1. 現社長と後継者、両者の調整役として議論を進める**
 - 客観的な立場から、現社長と後継者双方の意見に耳をかたむけ、将来的な会社の方向性を示し、両者の調整役として議論を進めていった。
- 2. 組織内の状況を詳細に把握しながら、当社にあった改革の進め方を提案した**
 - 本社・支店間、部門間や役職など立場の違いを詳細に把握し、当社ならではの組織のあり方を検討。自立型の「考える組織」として改革をすすめ、活性化が図られていった。
- 3. 支援機関(金融機関)と連携し、取り組みの進捗フォローを密に行った**
 - 取り組みの定期的なモニタリングを支援機関(金融機関)と連携。取り組みに対する安心感が生まれ、問題解決までの流れがスピーディーになり、伴走型支援が実現された。

創業

売上拡大

経営強化

海外展開

経営改善

事業承継

〈事例紹介〉食料品製造業 K社

中長期的な視点による 新商品開発

創業

売上拡大

経営強化

海外展開

経営改善

事業承継



現状と課題

食料品製造業 K社 (乳製品製造販売)

- ✔ これまで開発した商品の統一ブランド化と、首都圏・アジアへの販売戦略の策定並びに新商品(生乳のみで作るチーズ・ヨーグルト)のコンセプト作りが必要であった。また、売上減少期の冬場対策という課題も生じていた。

支援成果



新商品開発後の取組みに対し、販売戦略、販路拡大策について、冬場対策を見据えた支援策を提案。



新商品開発を進める中で、新たな技術課題が生じてきたため当面の支援主体を、技術課題とし、食品関連の専門家を派遣するなどの対策を練った結果、**方向性が定まり**、現在試作を行うまでに至った。

コーディネーターの着眼点



中村英夫コーディネーター

- 新商品開発、ブランディング構築について統一的な取組が必要であった。
- 社長とのヒアリングの結果、入手困難な原材料を使用しない新たな商品開発が必要であり、技術的課題の解決が必要と判断した。
- 技術的課題解決のため専門家のアドバイスが不可欠と判断し、派遣による支援をスタートさせた。

支援のポイント

1. 食品製造の技術課題が生じたことで、専門家の派遣支援が重要

- 原材料の一部の価格が高騰し、かつ近時、必要量の入手が困難な状況となっていた。
- そのため、その原材料を使用しない新たな商品開発の必要性に迫られていた。

2. 新商品の販路拡大

- 冬場の売上増加対策として、一般消費者向けの他、業務用のスイーツ原料供給を目指した通年販売先の開拓が必要となっており、量産体制を図るためにも技術課題を克服した新商品開発は不可欠となっていた。

3. 商品力を武器にする

- 商品力には定評があり地元ブランドとして位置づけられている。観光客、リピーター、地元顧客から高い評価を得ており、手薄であったネット販売の強化を検討。

〈事例紹介〉レストラン L社(SD企画)

顧客分析により売上増加策を！ 「事業者」「金融機関」「よろず」それぞれ目線を集結！

創業
売上拡大
経営強化
海外展開
経営改善
事業承継



現状と課題

レストラン L社

(めん羊牧場が直営するレストラン)

✔ 当社代表者は、地域でも数少ないめん羊牧場の経営者。食材として町外のレストランに出荷するうちに、「地元の人にもヒツジ料理を提供したい！」との想いからレストランを開業。以来、売上増加策を模索していた。

支援成果

 開業以来未着手であった顧客情報の収集を開始したことで、**自店の姿が見えてきた。**

 これまで漠然と抱いていた「当店は女性客が多い」という**先入観が間違っていたことに気づいた。**

 顧客の傾向を分析することで、**アプローチすべきターゲットが明らかになり、具体的な対策に取り組みやすくなった。**

コーディネーターの着眼点



原口コーディネーター

- 地元信用金庫とよろず支援拠点の合同出前相談会を企画。予てより同社への支援を検討していた取引店支店長が相談会参加を提案。
- 地元信金コンサルティング部門と担当コーディネーターが、現地訪問・ヒアリングを複数回実施し、現状と課題を把握。
- 顧客属性の把握ができておらず、改善の方向性が定められなかったことから「来店客記録簿」の作成を支援。性別、年代、地元客・観光客の構成比など、売上拡大に向けた具体策検討に必要な情報の収集が可能になった。

支援のポイント

- ### 1. 顧客の属性分析により自店の姿を知る

 - オーナーは併営するめん羊牧場業務のウェイトが高く、レストランの実態把握が十分にできていなかった。売上拡大の方策を検討するためには、まず自店の現状把握が必要であることを説明した。
- ### 2. 店内レイアウトの改善提案

 - 本来、来店客には見せたくないバックヤード、原材料在庫などがホールから見える状態になっていた。その他にミスマッチなポスター、照明の工夫等を助言。次回訪問時には直ちに改善されているなど、スピーディーな取組姿勢が当社の強み。
- ### 3. 潜在的な「強み」を見出し伸ばす

 - メニュー別の原価を把握していなかったことから、自店の収益管理のシステム構築の必要性を説明した。また、一部メニューの不採算が懸念されるとのことから、顧客の抵抗感軽減を考慮した「リニューアルを契機とする適正価格設定」を提案した。

〈事例紹介〉居酒屋 M社

居酒屋の人気メニューをブラッシュアップし、 スイーツとしての商品化 にチャレンジ!

現状と課題

居酒屋 M社

(複数業態を展開する地域居酒屋チェーン)

- ✓ 店内のメニューとして提供しているスイーツを商品化し、将来的には専門店を出展する方針。スイーツの商品化には、居酒屋とは異なるノウハウが必要だが、社内の人材では対応が困難であった。

支援成果

- 行政の支援施策と当拠点を窓口とするミラサポにより適切なアドバイスができる専門家をマッチング。
- こだわりの原料により徹底した差別化を志向。その具体的な手法を助言することで、商品化に大きく前進。
- 当初より商品化を予定していたアイテムに加え、派生的に試作した別アイテムにも商品化の可能性。

コーディネーターの着眼点



原口コーディネーター

- 本件支援の経緯は、行政によるものづくり支援施策での出前相談会。若年ながら圧倒的な意欲と行動力を持つ経営者に大きな可能性を感じた。
- 商品の単価設定が競合商品よりも高いことから、付加価値の提案が重要と判断した。そのため、当該分野に強い専門家の選定が必要と感じた。
- ミラサポ及び行政のハンズオン支援で協力を得た専門家も若くて意欲的。また、地元市役所の積極的な支援姿勢もあり、各支援機関の有機的な連携支援が可能と判断。

支援のポイント

1. 豊富な知識を持つ専門家とのマッチング

- 食分野に強い専門家とのマッチングにより、原価計算の実施、材料の調達交渉、原材料へのこだわりを伝える店内POP案の作成など、きわめて具体的な助言・指導を実践できた。

2. 原材料へのこだわりの更なる拡充

- 本件への取組は当該商品の原点ともいべき卵へのこだわりからスタートしたが、支援を進めるうちにそのこだわりは牛乳にも及んだ。商品コンセプトにマッチする生産者とのマッチングにも成功し、より強い独自性を持つ商品作りにつながった。

3. 徹底した差別化による“際立つ商品”作り

- 前項の通り、当該商品は徹底したこだわりの原材料が最大の差別化要素。「そのこだわりをいかにして消費者に伝えるか」が今後の課題。引き続き専門家、行政と連携した“チームでの支援”が成否の鍵となる。

〈事例紹介〉飲食業 N社

飲食店のギャラリースペース活用方法を見直し、 利益改善！

現状と課題

飲食業 N社

(創業30年 喫茶軽食)

- ✔ 常連客の多い飲食店として、長年にわたり地域に愛されて営業している。客数は充分、しかし一方で収益性に伸び悩んでおり、改善の方法について模索していた。

支援成果



長年お店がお客様に愛され続けてきた要因を、相談者と一緒に分析し、強みを見出す。



改革の第一歩として、店舗併設のギャラリースペースについて、利用料金の見直し(値上げ)を実施。



キャンセルも発生せず、予約状況に変わりなく、**利益改善**に大きく貢献した。

コーディネーターの着眼点



中村領コーディネーター

- 常連客が多いことなどから、当社の強みが存在することを前提に分析。その要因を徹底的に探っていった。
- 顧客から高い評価が得られている点に対して、適正な価格を提示していない要素を指摘し、具体的な改善項目を抽出していった。

支援のポイント

1. 固定観念の打破、あらゆる可能性を検討する

- 長年お客様に愛されつづける一方、固定観念によって改善の打開策が見出せずにいた状況。あらゆる可能性を見出しながら、改善策を検討していった。

2. 取組に対する既存客の影響を検討し、相談者が納得する提案を行う

- これまでは既存のお客様の離反を恐れるあまり、改善の取組が進まない状態であった。新たな取組によるお客様への影響を慎重に考慮しながら、相談者が納得いく具体的な提案を行った。

3. 小さな成功体験から、より大きな取り組みに発展

- 改善の小さな成功から、相談者が自信を取り戻す。小さな成功の積み重ねにより、抜本的な改善に取り組むための姿勢が醸成された。

創業

売上拡大

経営強化

海外展開

経営改善

事業承継

〈事例紹介〉食料品製造業 ○社

経営戦略の見直しとチーム編成支援により 短期間で売上大幅増加

現状と課題

食料品製造業 ○社 (和菓子製造販売業)

- ✓ 売上の安定を図るためにOEM生産の受注を拡大。
- ✓ OEM売上比率が徐々に高まったことで、逆に発注量の増減により業績が不安定になった。
- ✓ 安定した収益体質への改善が急務となっていた。

支援成果



自社の強みが評価され、**新たな販路開拓に成功**。主力商品の月間受注高が1ヵ月後に数倍に急増。



当初新たな借り入れが困難であったが、受注増加による業績改善見通しにより、増加運転資金の調達。



OEM生産比率を下げることで、収益力が改善し、**増収増益傾向**に。

コーディネーターの着眼点



中野チーフコーディネーター

- 「材料」「技術」「開発力」における強みが、OEM生産では生かされていない点。
- 安定化を図るための経営戦略(OEM生産ヘシフト)が、不安定化を招いている。
- 強みを活かし、自社商品の売上増加が優先課題。

支援のポイント

1. 経営改善に向けた具体的な目標をその場ですぐに設定

- 決算書・試算表を持参していただき、事業存続に必要な売上高をその場でシミュレーションし目標設定。具体的な目標を認識したところ、まだ、十分可能性があるという現状を認識し、相談者の意欲を向上させた。

2. 具体的なアクションプランを即実行

- 再認識した自社の強み
①材料のこだわり②製造技術(手作りのこだわり)③商品開発力を評価してくれる顧客を検討。
- 目標達成のために営業先をリストアップ。1ヶ月間のトップセールスを実施。

3. チーム編成支援により総合的にサポート

- 運搬のムダ、作業性の向上に繋がり、大幅な在庫圧縮も実現できた。(1/3を削減)
- 札幌商工会議所と連携し、販路開拓・資金調達のチーム支援を行い、短期間で成果につなげた。

〈事例紹介〉情報通信業 P社

受注拡大により悪化した 作業効率の改善・収益強化！

現状と課題

情報通信業 P社
(Webサービス・企画・制作・運営)

- ☑ ニッチ需要サービスの受注拡大によって、仕掛り在庫が増大し、納期の長期化を招いている。生産性を高める改善を進めるにあたって、どこから手をつけるべきか悩んでいる。

支援成果

-  工程の見直し、作業環境の改善によって納品リードタイムが短縮！
-  作業効率の改善によって仕掛り在庫が大幅に圧縮！
-  生産性が向上し、顧客満足度の向上に期待！

コーディネーターの着眼点



市呂コーディネーター

- 受注量の増加によって随時機器を増設してきたため、非効率な工程編成となっている。
- 在庫によって足の踏み場のない現場状況を早急に改善する速攻性のある工程設計を重視する。
- 費用を極力抑え、足元からの現場改善の方法が必要となる。

支援のポイント

- ミラサポの専門家派遣制度を活用し、製造現場の指導を実施**
 - 専門家派遣計画(3回)の効果的なスケジュール化と現場改善へのスタッフへの動機付け
 - ヒト・モノ・生産情報毎に改善着眼点の抽出、削減目標在庫量の設定(1/3)
- 専門家の的確なアドバイスによって改善への取組み手順を明確にする。**
 - 現場、前処理工程のスペース確保による受入作業の効率化を最優先
 - レイアウト変更によるラインの直線化、目で見える管理方法の導入(工程区分、作業指示の色分け)
 - 押し出し式管理から後工程引っ張り方式への意識転換
- 一定期間経過後に、改善状況を確認し、継続的な支援に繋げる。**
 - 運搬のムダ、作業性の向上に繋がりが、大幅な在庫圧縮も実現できた。(1/3を削減)
 - 次のステップは、補完方法の改善と押し出しのムダの削減、生産情報処理の効率化を目指し、処理速度の20%アップを目指す。

創業

売上拡大

経営強化

海外展開

経営改善

事業承継

〈事例紹介〉酪農業 Q社

経営改善計画の策定を支援。

金融機関による支援実現により資金繰りが安定。

現状と課題

酪農業 Q社 (生乳を出荷する牧場)

- ❑ 業績悪化による借入金の返済条件変更を行っていた。今後も金融機関の支援協力を得るためには、全債権者の同意を得られる経営改善計画の提示が求められていたが、作成方法がわからず苦慮していた。

支援成果



作成した経営改善計画に対する全債権者の同意を得ることができた。これにより資金繰りの安定を図ることができた。



定期的なモニタリングにより、計画と実績の差異を早期に把握することができ、タイムリーな対策を講じることができた。



支援中に浮上した生乳の販売先の変更により、単価上昇・手数料削減が実現し、収益環境は大幅に改善した。

コーディネーターの着眼点



原口コーディネーター

- 再生支援協議会や各債権者を納得させることができる経営改善計画書の作成が必須。
- 経営改善計画のモニタリング実施により計画と実績を対比し、差異がある場合には助言を行う。このサイクルを継続的に実施することが必要。
- 支援中に浮上した生乳の販売先の変更により、単価上昇・手数料削減が実現し、収益環境は大幅に改善した。

支援のポイント

1. 経営改善計画書の作成支援

- 中小企業、小規模事業者にとって金融機関及び再生支援協議会向けの経営改善計画書の作成は困難を伴う作業。金融機関出身の当拠点コーディネーターの作成支援により、計画書完成に至った。

2. バンクミーティングへの出席

- 経営改善計画書の作成に前後して開催されたバンクミーティングに当拠点コーディネーターも出席。支援内容の協議、条件変更の手法検討など、相談者だけでは困難を伴う交渉を支援した。

3. モニタリングの実施

- 経営改善支援で重要なのは、モニタリングによる計画と実績のチェック。乖離がある場合は、その要因を把握し、必要な推進策、場合によっては軌道修正を実施する。今後も継続的に関与することが必要。

〈事例紹介〉飲食業 R社

事業計画の改善により、 設備資金を調達しレストランの店舗改装を実現!!

現状と課題

飲食業 R社 (創業40年超のドライブイン)

- 同社は、店舗の老朽化と国道通過車両の減少に伴い、近年経常赤字・債務超過の状態です。金融機関からは条件変更の支援を受けていた。売上拡大により「経営改善」を図る必要があった。

支援成果

- UP** 飲食店として重要な店舗内の3Sをお金をかけずに徹底して行った。その取組みなどが認められ金融機関からの設備資金が実行となった。
- UP** 専門家派遣を活用して、「メニューの見直し」と店舗改修により来店客の増加に繋がり、売上増加となった。
- UP** 自社製造販売の食品の「パッケージのデザイン変更」と「販売価格の見直し」を行い、増収増益となった。

コーディネーターの着眼点



小野寺コーディネーター

- 当拠点開設の新聞記事を目にして、「店舗改修費用等の資金調達」として来訪相談。
- まずは、現地現物の発想で店舗内を実際に確認し、経営者へヒアリングを実施。改善事項を抽出し、優先順位を付けて支援を実施した。
- 専門家派遣制度を活用して、連携を図りながら更なる深絞り支援を実施した。

支援のポイント

1. 企業の強みを生かした伴走型支援

- 小規模事業者の特徴である経営者が一人で「悩み」「行動するも結果がでない」「方向性を見失う」パターンに陥っていた。「真の悩みを聞き」、「良き理解者となり」、一緒になって考えて支援を実施した。

2. 経営改善計画の策定と実行により資金調達を実現

- 既に金融機関からは、条件変更の支援を受けていたものの、経営改善計画の策定支援を行い、金融機関に対して説明ができる様にサポート。それらの取組が評価されて、政府系金融機関から設備・運転資金調達を実現した。

3. 企業の強み[人的ネットワークと新鮮な食材]を活かした商品販売

- 地元の農家との長い付き合いによる信頼があり、直接仕入れていた新鮮野菜を使用した「オリジナルレッシング」を製造。美味しいと言う評価はあるがそこそこの実績であった。ラベルの変更と価格の見直しにより、月数個の販売が週平均50本の販売実績となった。

創業

売上拡大

経営強化

海外展開

経営改善

事業承継

〈事例紹介〉情報通信業 S社

強みを事業計画で伝え 創業資金を調達 海外への飲食店の新規開業を実現！

現状と課題

情報通信業 S社 (映像コンテンツの企画制作)

- ❑ 業界の将来性に不安を抱き、留学経験国の人脈を活かして、新規事業として和食レストランの開業を計画。しかし、飲食店経営と海外初進出で金融機関からの資金調達に苦慮していた。

支援成果



強みを活かした事業計画書により、2金融機関の協調融資で**資金調達が実現**した。



新規事業として、海外に飲食店1号店の**開店が実現**した。



国内事業に加えて、海外事業の展開により、**売上高が大幅増の見込み**。

コーディネーターの着眼点



小野寺コーディネーター

- 現地情報の収集と他店動向の調査がされており、事業の実現性が高いと判断した。
- 一方、売上計画は既存事業の数倍という想定であり、事業計画書の見直しが必要であった。
- 資金調達は、複数の金融機関と相談をしながら、資金調達の可能性を見極める必要があった。

支援のポイント

1. 事業計画書に説得力を持たせた

- 事業者の強み[留学先での人的ネットワーク]と「海外での飲食店取材経験に伴う知見」を事業計画書に盛り込んだことにより、金融機関も理解を示した。

2. 事業計画書に説得力を持たせた

- 新規事業として海外での展開であったので、更に現地の情報収集(立地先環境・他店動向など)を行い、詳細なデータを事業計画書に画像と一緒に盛り込んだ。

3. 金融機関・支援機関との連携体制を整えた

- 開業後も継続的に相談対応することを金融機関・JETRと連携してサポートすることになった。

〈事例紹介〉食品廃棄物処理業 T社

当社技術に対して 中国吉林省等から提携の打診あり!

現状と課題

食品廃棄物処理業 T社 (廃棄物処理、堆肥製造)

- ✓ 生ごみの処理システムを開発しその機械と堆肥を国内で販売してきた。
- ✓ 中国吉林省と現地企業から当社技術との提携打診があった。

支援成果

- UP 何回もの交渉を経て**当社の望む技術支援型**の交渉に変化していった!
- UP 2015年7月に中国側との交渉において**基本合意**に至った!
- UP 本契約締結へ向けて交渉は**継続中!**

コーディネーターの着眼点



深田コーディネーター

- 当社海外案件が初めての経験のため他の機関を交えての支援が有効と判断。
- 中国側が合併を希望、一方当社は技術指導型を希望している点の整理。
- 正確な事実確認と正しい判断に基づく交渉の実施。

支援のポイント

1. 色々な場面での専門家の利用をおすすめ

- JETRO北海道のアドバイザーの紹介。
- 中国事情に詳しい弁護士の紹介。
- 当拠点の相談先を通訳、翻訳担当として紹介。

2. 単なるワンストップアドバイスにとどまらず、ハンズオンも含めた支援体制

- 当社と当拠点、JETRO北海道で何度も摺りあわせ等事前相談を実施。
- 弁護士のリーガルチェック済みの資料をベースに当社の望む技術指導型への道付け。
- 中国側との交渉の場面にアドバイザーがハンズオンで同席実施。

創業

売上拡大

経営強化

海外展開

経営改善

事業承継

〈事例紹介〉温泉旅館 U社

返済条件見直しによる
キャッシュフロー改善と売上拡大・収益改善を図る

創業

売上拡大

経営強化

海外展開

経営改善

事業承継

現状と課題

温泉旅館 U社

- ☑ U社は町営の温泉旅館を引継営業開始。
- ☑ 高額な初期投資から利益水準に対する借入金の返済負担が大きく、キャッシュフローがマイナス、借入金返済だけでなく、給与他各種支払いも滞り、対応に悩んでいた。売上拡大が必要であった。
- ☑ 金融機関に相談するにも、どのように説明すればいいのか分かっていなかった。また売上減少に歯止めを掛ける対応策の検討も必要であった。

支援成果



借入金等の返済条件を変更することが出来、キャッシュフローが**プラス**に転じた。



資金繰りに余裕ができたことで、営業に専念し、月別目標売上高を確実に達成、**前年比売上高10%増**を実現。

コーディネーターの着眼点



中道コーディネーター

- 同社代表が町役場に相談した際、よろず支援拠点を紹介され相談に至った。
- 収益力が十分にあることから、キャッシュフローを改善することで当面の課題は解決できると判断した。
- 借入金の条件変更等を金融機関に相談するために、今後の事業計画他必要書類の作成を優先事項として捉え支援をスタート。

支援のポイント

1. 借入金等返済条件等見直しによるキャッシュフロー改善

- 事業計画等を作成したことがないため、事業の状況を詳細にヒアリングしながら、実態に即した事業計画他必要書類の作成をサポートした。
- 債権者に対する現状説明・今後の返済方法の説明ポイントをアドバイスしたことで、協議が可能となり、協力も得られた。

2. 営業活動の見直し

- 売上分析を行い、売上回復のための各部門別の精査を行った結果、HPの見直し、各種サークルへのDM発送の強化を図る必要性が顕在化した。
- 従業員教育の必要性も判明し、継続的に支援を行うこととなった。

〈事例紹介〉水産加工業 V社

総合的なアドバイスにより 円滑な事業承継の実現！

現状と課題

水産加工業 V社 (新製品開発等に熱心)

- ✓ 円滑な事業承継に向けて、承継体制、税務対応、資金繰り等についてどのように対応すべきか悩んでいた。

支援成果



事前の課題整理により、後継者への事業承継がスムーズに実現！



それにより、**新体制のもと**事業拡大に向けた取り組みが進展した。

コーディネーターの着眼点



吉田コーディネーター

- 事業承継における総合的な課題整理が必要であり、かつ、早急な対応が求められていた。
- 副社長と事業承継を予定している総務部長にヒアリングを実施し、会社の意向を確認。
- 事業承継と合わせて資金繰りなど総合的な会社の方向性を明確にすることが必要と判断し、現状での資金繰りの見込みなど資料をもとにアドバイスを行った。

支援のポイント

1. 自社株の評価

- V社の財務内容をもとに簡便な自社株の評価資料を作成し、今後に必要な事業承継対策の資料とした。
- 結果としてそれほど多くの費用負担は生じないこと、社長の親族サポート対策に重点を置くことなどのアドバイスにつながった。

2. 資金繰り対策の実施

- V社の財務諸表をもとに今後の資金繰りについて、シミュレーションを行い、今後の売上見込みと資金繰りの見込みについて説明した。
- これにより金融機関への対応の強化や将来リスクに備えることが可能となった。

3. 後継者サポート

- 後継者への経営知識の習得をサポートした。

創業

売上拡大

経営強化

海外展開

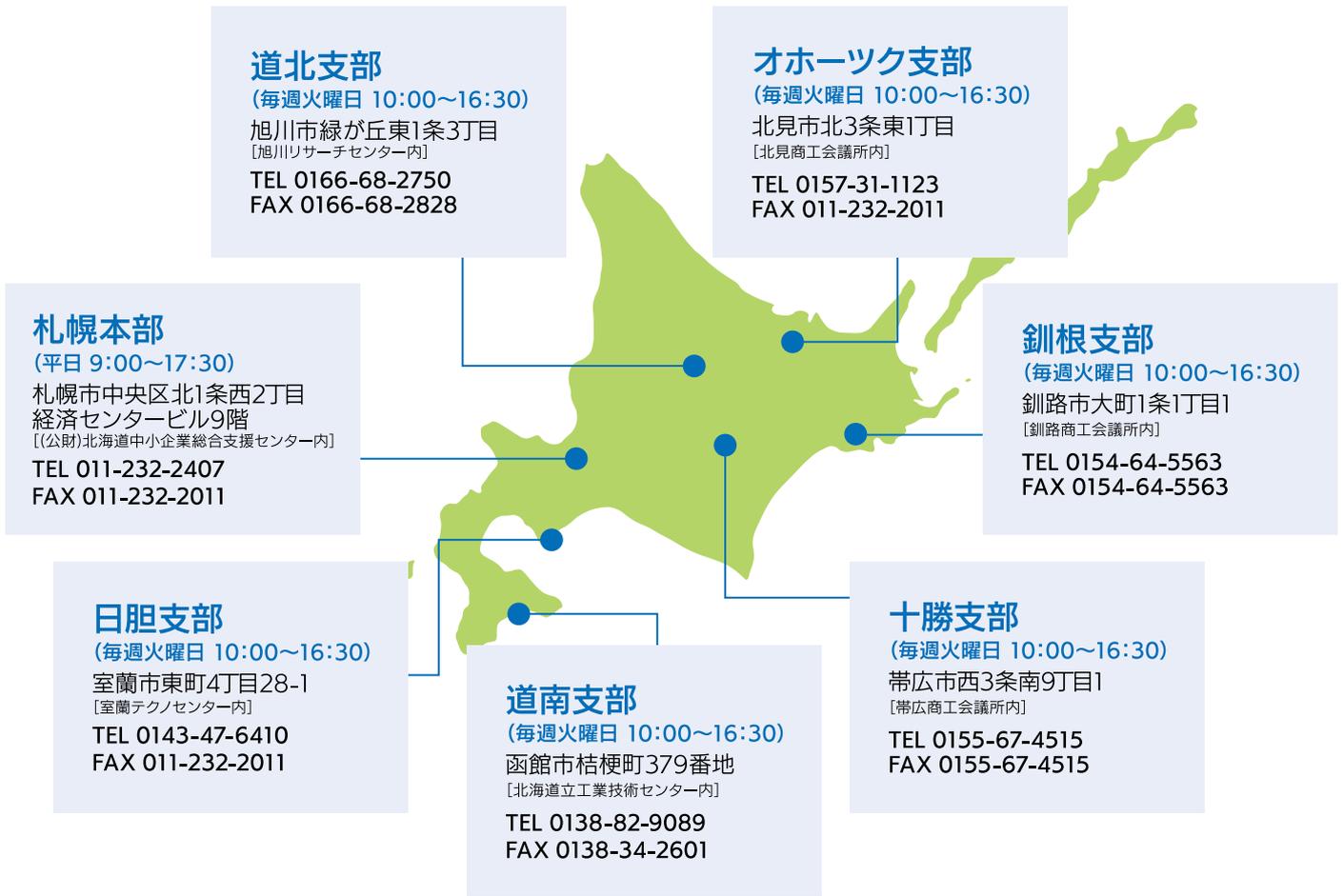
経営改善

事業承継



北海道よろず支援拠点 窓口一覧(道内7カ所)

札幌以外の6地域拠点においては、火曜日10:00~16:30以外も、必要に応じてご相談を承ります。



北海道よろず支援拠点に関する「お問い合わせ」「相談お申し込み」



公益財団法人
北海道中小企業総合支援センター

所在地 札幌市中央区北1条西2丁目 経済センタービル9階

URL <http://www.hsc.or.jp>

担当 経営支援部 経営支援G

TEL 011-232-2407

E-mail soudan@hsc.or.jp(全拠点共通)

「よろず」WEBサイト <http://yorozu.hokkaido.jp/>



相談費用

無料でご利用いただけます。

利用対象者

北海道内の中小企業・小規模事業者

リサイクル適正の表示: 印刷用の紙にリサイクルできます。

この印刷物は、グリーン購入法に基づく基本方針における「印刷」に係る判断の基準にしたがい印刷用の紙へのリサイクルに適した材料[Aランク]のみを用いて作製しています。