

# 第 8 回 ローカルベンチマーク活用戦略会議

---

## 今年度の事業についての説明

2018年7月26日

株式会社帝国データバンク

# I . 既存事例のリーフレット化

これまでモデル事業蓄積した事例を、報告書形式ではなくリーフレット化して周知しやすく

# I. 既存事例のリーフレット化

これまで報告書としてまとめられていた事例を、見やすく、読みやすい事例として10事例程度を再編集。

## 報告書の内容 (6頁/事例)

4.1 TAKUMI Collection

バックオフィス業務のIT化を進めフロント業務に注力を行った結果、新商品の開発に至った事例

(1) 企業概要

項目	内容
商号	TAKUMI Collection
URL	http://takumi-collection.net/
創業	2015年3月18日
代表者	渡本聡子
従業員数	1名
本社	T 813-0044 福岡県福岡市東区千早 6-21-1306

(2) 事業内容・状況

日本の伝統品を利用した小物商品の企画～販売をおこなっている。現在は、福岡の「久留米餅」を用いた商品を取り扱っている。代表者は事業を始めて3年目の女性起業家であり、1人で商品の企画から製造、地元福岡の雑貨屋さんやセレクトショップへ出向き営業を行っている。

当事業を始めたきっかけは、昔の中の人(日本人)の伝統品を全て取り入れることで、生活が豊かになってほしいという思いからである。暮らしの中に伝統品を取り入れる意味を込めた家の中に「匠」という文字があるマークを当社のロゴマークにしており、必ず全ての商品につけている。

STEP1 商品企画  
STEP2 デザイン  
STEP3 試作  
STEP4 型紙作成  
STEP5 生地調達  
STEP6 縫製  
STEP7 仕上げ  
STEP8 検品

(5) 導入効果・課題の解決状況

全3回の対話のうち、1回目、3回目を1ヶ月程度の間に実施し、3回目を2回目実施から2ヶ月半程度後に実施した。3回目は2回目までの対話で認識された課題への対応策がどの程度実行できているかについて検証を行った。これにより、3回目の対話時には、以下のことが明らかとなった。

自分自身を見直すいい機会が得られた。時間を取っていますか?という質問にはハッとさせた自分の行動や業務フローを誰かと対話する依頼している職人に業務フローを誰かと対話する時間を確保することでお互いの時間を有効に活用できることがわかった。(TAKUMI COLLECTION 屋敷)

## 事例集として再編 (2頁/事例)

■ロカベンを活用したクラウドサービスの導入事例  
【クラウドサービスの導入】

●ロカベンを活用し、バックオフィス業務を効率化するIT導入を行い、フロント業務に注力できるようになった事例

TAKUMI Collection

● 業種: TAKUMI Collection ● 従業員数: 1名(代表者)  
● 住所: 福岡県福岡市 ● 創業: 2015年3月18日  
● URL: http://takumi-collection.net/

● 主要業種: 株式会社ワフワフ  
● 住所: 福岡県福岡市  
● URL: https://wafuwafu.com/about/

対話前の状況 (2017年7月)

1. 創業3年目の個人事業主で、福岡の「久留米餅」を用いた小物商品の企画販売を行っている。現在は代表1人で、主に商品の企画・販売を行っており、地元福岡の雑貨店やセレクトショップへ商品を卸している。近年は政府主催の新たな女性起業家支援にできるなど、取り急ぎITが導入されている。商品の企画についてはほぼ全て職人任せであり、職人の作業に比べて、商品の特長に応じて職人を思い分けている。

2. お客様とのコミュニケーションは良好で、お客様も増えているが、既存顧客からの依頼への対応が一軒一軒になっており、なかなか自分自身が実行すべき業務に注力できていない状況である。

対話実施後

ようになったフロント業務

期に動くことができる時間が多くなった。これにより新たな企画や商品開発に取り組むことができた。業務効率化による業務の自動化も進んでいる。

対話結果(事業理解と課題の具体化、対応策の立案)

差し替え(後送)

事業化前  
クラウドサービス導入前  
クラウドサービス導入後

クラウドサービスの導入も並行して進めた結果、最初の対話からたった数ヶ月でフロント業務に割ける時間を従来の2倍に増やすことができた。また、これにより、新商品の開発を進めることもでき、新たな企画を開始することができた。(TAKUMI COLLECTION 屋敷)

# 公開事例 1 プレ405事業 清和工業株式会社

## 早期経営改善計画作成に活用した事例

### 【プレ405事業】

## ●早期経営改善計画の作成にロカベンを活用し、金融機関との対話につなげた事例

清和工業株式会社

- 商号：清和工業株式会社
- URL：http://www.seiwa0630.com/
- 設立：2016年9月6日
- 代表者：代表取締役 橋爪 豊秋
- 従業員数：5名
- 資本金：1,010万円
- 本社：東京都新宿区百人町2-8-2 金子ビル
- 建築業許可：東京都知事許可(般-28)第146097号

- 支援者：税理士法人柳藤事務所
- 住所：【御本館】茨城県古河市上辺見2120-2【東京本館】東京都新宿区高田馬場2-14-5 キクチビル2階
- URL：http://www.houtoku-tax.com/index

### 事業内容

平成28年9月に設立した企業。事業としては、①アスベスト除去、②解体、③メンテナンスの3つが柱となっている。設立から1年超と短い期間ではあるが、既に得意先からは品質面や現場での対応スピードなどにおいて評価されており、一度仕事をした先からは100%リピートの仕事を獲得している。また、協力会社との連携を進めており、「清和共同体」として協力会社と共に仕事のレベルを上げていくための取組みを行っている企業である。



## ロカベンを活用した対話

### 従業員と経営者で対話を行った

**社長**

人材育成が最も重要。そう思って作業だけでなく工事の計画書や実績報告書など、本来は依頼主が行う業務も当社で実施。でも利益に繋がっていないのではないかな…。

**A氏**

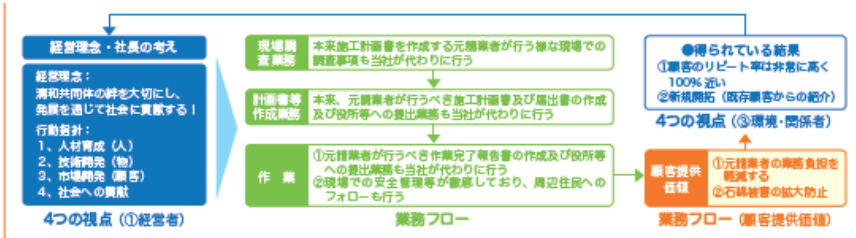
うちの強みは小さいながらも「研発力」があるから「設備的な対応」ができること。見積もりも「個々の状態に合わせた金額の提示」が可能。取引先から頼られる社員の存在も大きい。

**B氏**

強みは、新しい会社だから業務の改善点など、社員一人一人が意見を話し合っただけでなく、計画書や実績報告書を作成することで、工事の全体感を把握できる。また、作業だけではなく全体を把握しているため、お客様からの質問に迅速に対応できている。弱みは自社作業員が少ないため、人員費が抑えられない。

今まで利益に繋がっていないと感じていたことが、実は当社の強みであり、お客様から選ばれる理由になっていた。人材育成にかける思いをより強く持てた。

### ロカベンから見えてくる当社の強み



### ●ローカルベンチマークを従業員との対話にも活用して進める

ローカルベンチマークを活用した対話を、支援機関である柳藤事務所との間で行うだけでなく、橋爪社長が従業員と対話を行うことで、現在、従業員がどのようなことを考えているかを把握し、橋爪社長との認識の共有を図ることができている。

## ローカルベンチマークを活用した対話により、以下のような課題が明らかとなった。

- ### 課題
- ①人材育成 (清和共同体の強化)**  
経営理念の「清和共同体」という言葉に表れている通り、自社だけでなく、協力会社との関係も非常に大切にしている。今後もノウハウの共有などは積極的に行い、共同体としての質を高めていく。
  - ②人手不足**  
得意先から仕事の依頼があっても、人手不足で対応しきれない状態。社内で対応しきれない場合、協力会社の常雇工に頼らざるを得ないため、工事人員費が抑えられず、原価割増で十分な利益を確保できていない。仕事がない時であっても協力会社への応援人員として採用した者を活用することはできるため、とにかく人を増やしたい。
  - ③工事案件ごとの予算管理**  
当社は顧客の立場に立って考え行動することを強みとしており、現場において費用内で追加作業が発生する場合は、社長へ相談しながら適宜対応している。しかし、これらの対応もその場その場での対応となることもあり、ひいてはそういった対応が案件ごとの予算悪化にもつながっている。
  - ④安定受注に向けた取引先の開拓**  
時期によっては既存顧客からの依頼すら対応できない忙しい時期もあるが、年間で考えると、仕事の依頼がいらぬ時期もある。できるだけ安定した仕事と利益を確保するために新規開拓を行う必要がある。
  - ⑤新分野への事業拡大**  
古い建物の中には内装だけでなく、外壁にもアスベストを使用していることが明らかになっており、今後10年はニーズがあると考えている。しかし、新たな市場ができる分野ではないため、アスベストではない分野の仕事を開拓していく必要がある。
  - ⑥事業承継**  
現経営者である橋爪氏は65歳と高齢であるが、事業承継には10年を要すると認識しており、第一線で5年働き、後の5年でフォローを行ってきたいとの意向。ただし、当初、後継者を目指していた従業員が承継しないこととなり、現在後継者は未定である。



### 対応策

- 前述した①～⑥の課題に対し、以下の対応策を実施していく。なお、⑥の事業承継については、橋爪社長も10年ほど承継に時間を要すると認識しているものの、現時点では情報がおらず、まだ会社も2年目であることから、事業承継を目的とした対応策というよりは、人材育成を進めていくという方向で検討した。
- ①採用と育成 (課題①・②に対応)**  
採用については、ハローワーク、HPにて実施する。自社の仕事が無い時期でも、協力会社への応援人員として活用することはできるため、採用には力を入れる。また、社員及び外注作業員向けのアスベストの勉強会を定期的 (四半期に1回) に実施していく。
  - ④大手ゼネコンとの取引を開拓 (④に対応、⑥の足掛かり)**  
安定した仕事と収益確保のために、大手ゼネコンとの取引ができるように、紹介により関係者との接点を図りたい。また、新分野 (構築) のメンテナンス工事の開拓も併せて行う。
  - ⑥工事案件ごとの予算管理 (⑥・⑥に対応)**  
経費利益率を設定し、個別工事ごとに収益管理を行うことができるよう、予算管理を行う。

### 早期経営改善計画書を作って金融機関に報告

作成したローカルベンチマークの内容を基に、早期経営改善計画書としてとりまとめを行った。ローカルベンチマークでは課題と対応策から決めた、それを具体的な数字として早期経営改善計画書の「損益計画」、「資金実績・計画表」に反映させた。また、早期経営改善計画におけるアクションプランでは、そのアクションごとの程度の費用を要するか、あるいはどの程度の収益が見込めるかについて記載している。これらの内容を損益計画にも連動して意図し込んでおり、より現実的な計画となっている。

**取引銀行**

取引を開始した際は橋爪社長に仕事量が増えた印象がありましたが、今日、ローカルベンチマークと早期経営改善計画書でまとめられた数字を見て、たいぶ人材育成が進んでいることが理解できました。

**社長**

融資の資格を持っている女性社員が現場に出たりデスクワークをこなしたりと、どんな仕事も覚えてくれています。

一方、仕事はあるのに人手不足で対応できないことや資金繰りに悩まれているところもありました。これから当社も積極的に支援していきます。

ありがとうございます。引き続きよろしくお願いいたします。

### ロカベンの活用を振り返って

自社では当たり前に取り組んでいる役所向けの申請書類の作成は、同業者と異なる取組みであることは認識しつつも、そこが当社の強みであり、収益に繋がっているという感覚は持っていなかった。今回、業務フローや商流を見直し、お客様から選ばれている理由や差別化ポイントを挙げて考えていくことで、人材育成として取り組んできた申請書類の作成などの取り組みが、ひいては様々な当社の強みに繋がっており、お客様から選ばれている理由に繋がっていることを認識できたことが取り組みの成果。

さらに、従業員にもローカルベンチマークを検討してもらい、強みや課題をまとめてもらったことで、それぞれが考えていることが明らかとなり、共通の認識を持たせたことも非常にありがたかった。金融機関にも、ロカベンと早期経営改善計画書を通じて自社の事業性や経営課題を理解して頂けた。

清和工業 橋爪社長

# 公開済事例 2 IT導入 有限会社やす武

■事業承継を機に、IT化を進め生産性を向上させた事例

【IT導入】

## ●ロカベンを活用し、自社に適したIT導入を行った事例

有限会社やす武

- 商号：有限会社やす武
- 従業員数：17名
- 住所：福岡県太宰府市
- 資本金：300万円
- 業種：飲食業 食品製造・卸
- URL：http://www.umegaemochi.com/

- 支援者：株式会社ワクフリ
- 住所：福岡県福岡市
- URL：https://wakufuri.com/

### 対話前の状態

- ・太宰府天満宮の表参道うどんを中心とした食堂を、1971年にスタートした老舗企業。
- ・現在ではうどんの提供をやめ、蕎麦を中心とした食堂の運営や、太宰府の名産として愛され続ける梅ヶ枝餅の製造・卸・販売を行っている。
- ・現在事業承継中であり、資産と事業の双方を承継中。新世代は社長（職人）と専務（管理）の共同経営。



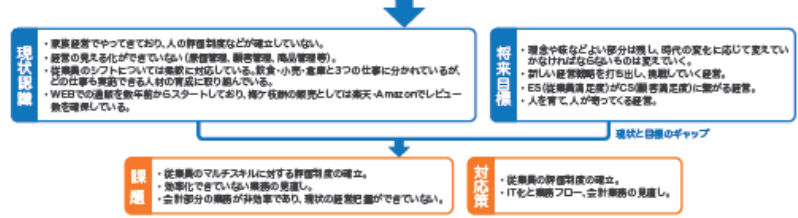
### 事業承継後のやす武を見据えて将来ビジョンを中心にロカベンを活用した対話を実施



### 対話結果(事業性理解と課題と対応策の把握)

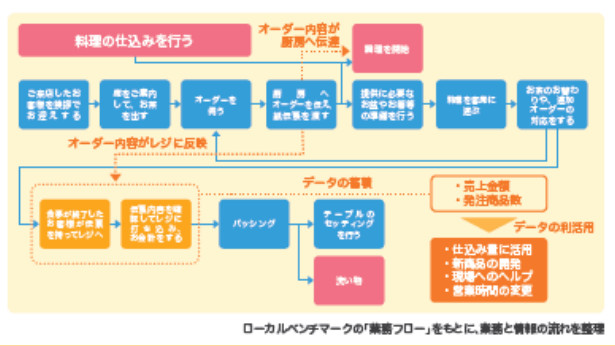


### 対話内容の総括



### 対応策の実施 (IT化部分の抜粋)

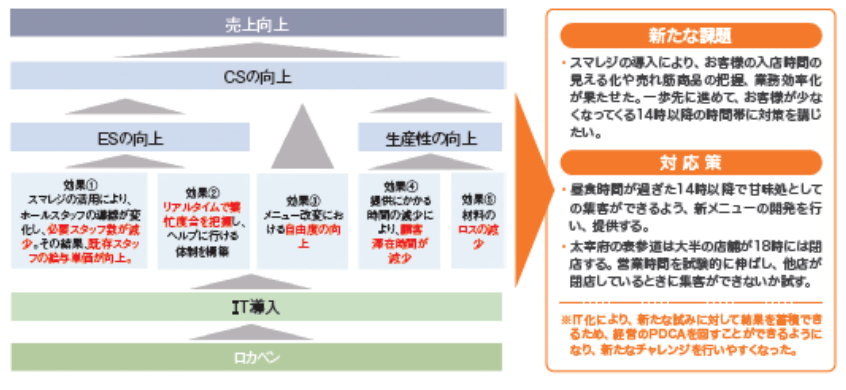
- クラウド会計の導入
- スマレジの導入
- 導入支援の実施
- 導入後の運用支援の実施



### 再度ロカベンを活用した対話

対応策を講じた結果、経営にどのような変化が現れたか、変化後にみられる新たな課題と対応策はどのようなものかを対話により明らかに。

### 効果の検証(再度ロカベンの活用)



### ロカベンの活用を振り返って

経営資源に余裕のない中小零細企業は経営層といえども日々の仕事に追われている。そのような中、ローカルベンチマークを活用した対話を行ったことで、日々走り続けては見えなかった経営の現状を、一度立ち止まって振り返ることができたことが、このような効果的なIT導入につながったと考えている。単にITツールを導入するのではなく、目指す方向性に合致したIT導入を行えたこと、それに伴い、目に見える成果が出てきていることに満足している。

有限会社やす武 専務取締役

# 公開済事例 3 事業承継 株式会社サナエ企画

## 事業承継の入り口となった事例

### 【事業承継】

### ●ロカベンを活用し、事業承継に向けた経営者と後継者の認識共有に至った事例

株式会社サナエ企画

- 商号：株式会社サナエ企画
- 従業員数：6名
- 住所：大阪府大阪狭山市
- 売上高：4,800万円
- 業種：介護業

- 支援者：大阪府商工会連合会
- 住所：大阪府大阪市

### 対話前の状態

**初代 母親 経営者 67歳**

- ・ 現場主義
- ・ 経営者としてはすぐにでも承継していいと思っているが、まだ仕事は続けたい。
- ・ 自分の承継後の立ち位置が不安。
- ・ 後継者の2者 MTG は経営理念とかはとっつきにくいので出来る限り避けたい。

**2代目 息子 後継者 39歳**

- ・ 設立時から現社長と共に働いている。
- ・ 承継のタイミングは、社長の意向次第でいつでもよい。
- ・ 経営理念や経営目標の構築は早急に進めるべき事案であると考えている。
- ・ ボトルネックは、両者間の思考の相違、意識の乖離があるので話し合いの機会を設けたい。

事業承継に向向きではあるが、各々経営に対する想いはあり、互いに伝えきれていない状態であった

予め互いにロカベンシートを記載してきたもった上で、ロカベンの項目に沿ってお互いの想いを共有・確認する形で対話を実施

初めみたわ。私は、一番重要なのは、「誠実」であること。真心を込めることで溢れるものがあり、それが当社に最終的には選んでくると思っているの。

知っているよ。でもそういう想いを理念に残し、引き継いでいきたいんだ。そして、いつかではなく、1・3・5年後と具体的なものを明確に示したい。

難しいことは任せるわ。

経営理念、経営目標や評価制度等、相談させてもらえないから独自で作ってみたいんだ。

せっかく今社長はまだ元気で一緒に働いているのだから、一緒に取り組みたいんだよ。

### ロカベンの活用を振り返って

**母親 経営者**

今まで逃げていましたが、今回でおしりに火がつかしました。逃げずに取り組もうと決めました。

**息子 後継者**

社長と2人で話をするとすぐ喧嘩になる。また、こういう話をしようすると社長が逃げてしまっていました。取り組まなかった3年後と取り組んだ3年後では絶対に違うと分かっているのだが、過程で心が折れてしまう。だから、こういう機会に第三者に入っていて話ができたと、また専門家の方が他社の取り組み事例を見せてくれたのは大変参考になりました。

後継者の想い・努力を知ったことで、向き合う決意をし、事業承継に取り組み始めた

## Ⅱ．ローカルベンチマーク独自活用事例の収集

金融機関や支援機関において、ローカルベンチマークを活用した地域企業の経営改善、生産性向上につなげた有効活用事例等の収集を行う。

### 委員の皆様へのお願い

今年度は、経済産業省が呼びかけるモデル事業ではなく、ローカルベンチマークを自ら実践している支援機関・金融機関・企業の活用事例を把握し、その取り組みの目的や手法を整理し有効な事例を広めていきたいと考えております。

委員の皆様におかれましては、お忙しいところ大変恐縮ですが、活用事例がございましたら、事務局までご連絡いただけますと幸いです。



# 草津商工会議所における活用事例 (日本商工会議所様のご紹介)

# 1. 草津商工会議所

## (1) 滋賀県草津市



草津市は、県庁所在地の大津市に次ぐ、県内第2位の人口を有する都市。人口密度は大津市より高い。

(企業数)

	2009年	2012年	2014年
草津市	3,309	3,270	3,074
大津市	8,801	8,292	7,438

出典: 経済センサス調査より

## (2) 草津商工会議所



職員数13人（経営指導員4人、支援員3人、その他6人）

2015年12月 経営発達支援計画の認定

2017年12月 経営革新等支援機関として認定

※企業訪問時にはローカルベンチマークの視点を持ちながら、対話を行っており、これまで100社弱作成している。

## 2. ローカルベンチマークの活用

---

### ● 活用方法

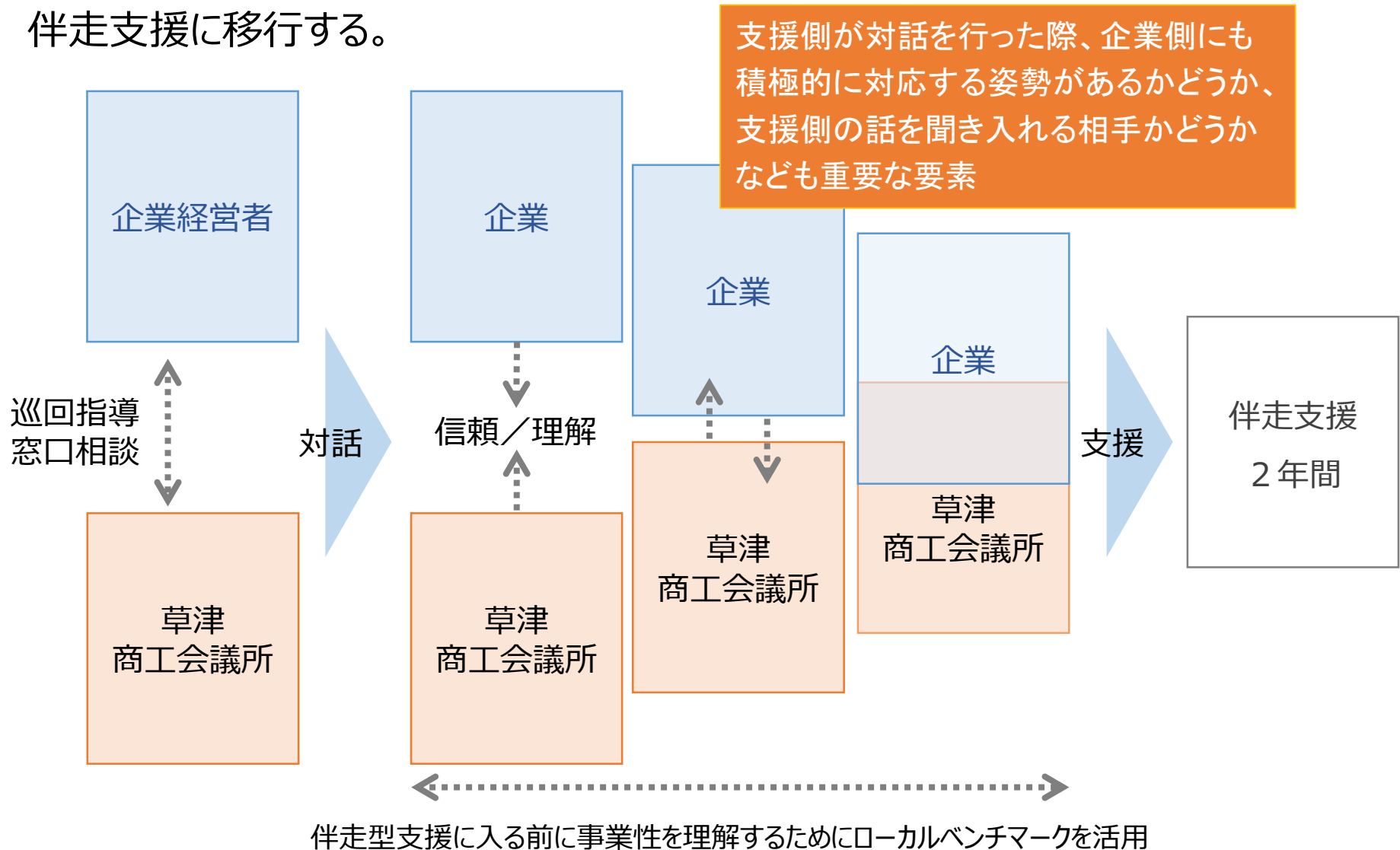
- ・ローカルベンチマークを対話のツール、経営を捉えるための一つの考え方として活用している。
- ・ローカルベンチマークがきちんと作成できていない企業はまだまだ弊所としても企業の事業性や魅力を理解できていないと認識できる。深く支援を行っていくべきかどうかを、作成したローカルベンチマークの内容の深度で判断している。

### ● 対話の効果

- ・小規模事業者の経営者は大半が経営について見える化、言語化できていないため、「経営理念は？」と聞いても「そんなものない」と返ってくる。「どんな時に喜びを感じるか？」「お客様にどうなってほしいか？」といった質問を行うことで、経営者が大切にしているもの（≡理念）に気づく。
- ・業務フローを洗い出すことで、自社が当然のこととしていた業務が「実は差別化ポイントであった」ということに気づいたり、経営者自身にとっても新たな気づきとなり、弊所としては支援企業の事業性を理解することにつながっている。
- ・経営者自身が自社の魅力（顧客提供価値）に気づくこと、それにより次に何をやらなければいけないかを決めること、前向きに経営に取り組めることがローカルベンチマークを活用した支援の効果だと感じている。

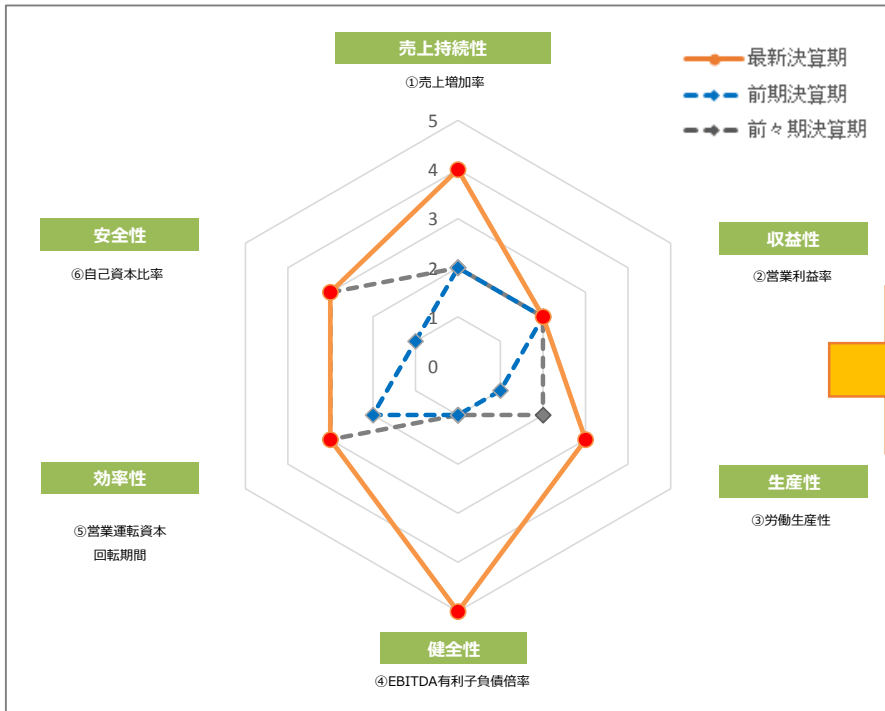
### 3. 伴走支援までの流れ

ローカルベンチマークを活用し、支援対象企業の事業性を理解できた企業に対し、伴走支援に移行する。



# 4. ローカルベンチマークの活用（小規模向け財務分析）

レーダーチャートだけでなく、各財務指標の推移を把握しやすいように実数の隣に折れ線グラフで表示し、傾向を認識しやすくしている。



会社名:				
損益計算書		H26年6月期	H27年6月期	H28年8月期
売上高		144,283	156,089	173,945
売原費				
材料費				
外注費				
製造経費				
減価償却費				
前期商品残高				
期末商品残高				
売上原価				
売上総利益				
役員報酬				
人件費・福利厚生費				
減価償却費				
その他経費				
販売費・一般管理費				
営業利益				
受取利息配当金				
雑収入				
営業外収益				
支払利息				
その他				
営業外費用				
経常利益				
特別利益				
繰卸資産評価減・売却損				
会員権評価損				
投資有価証券の売却損				
在庫の評価損				
その他				
特別損失				
税引前利益				
法人税等				
当期利益				

商号	A工務店
従業員数	会長、代表、職人1人

## 4. ローカルベンチマークの活用（4つの視点）

### 経営者

- ・温厚・真面目な人柄
- ・販路開拓に向けて常々アイデアを考えており勉強熱心
- ・実働人員は代表のみで現場にも入るため、経営者としての動きは制限される
- ・経営理念：  
住まいづくりを通じ、強固なチームワークをもって、①お客様の暮らしに夢と感動と安らぎを、②関わる人々に元気とやりがい、③地球に持続可能な社会を、創造します  
2年前に事業承継済み（現代表42歳）

### 関係・環境

- ・新築工事は縮小傾向
- ・改修工事は横ばいもしくは拡大傾向
- ・重点エリア（半径2 km）内における顧客シェアは約2%
- ・顧客数180件、リピート率90%

### 事業

- ・S10創業、S46 A 工務店に商号変更、S49法人化
- ・創業80余年
- ・約2,000棟を手掛けた実績
- ・一級建築士、一級施工管理技士
- ・営業エリアを本社から半径2 kmに絞ることにより、小規模な修繕にも即時対応可
- ・固定客からのリピート率は高い
- ・新規顧客の開拓が必要
- ・開拓のための具体的なアイデアが必要

### 内部管理体制

- ・役員は親族のみ
- ・従業員は大工職人1名
- ・経営理念、ビジョンは明確にあるが社長のみで留まる
- ・人員が少なく、大半が家族ということもあり、定期的な会議は無い

## 5. 伴走支援 1年目の取り組み（ロカベンの対話結果）

### 現 状

- ①毎年度の受注数が安定せず、利益率（粗利）にも大きな波がある。
- ②新築需要は低調だが、リフォーム需要は堅調に推移している。
- ③会社の認知度が低い。新規顧客が取れていない。

### 経営課題

- ①工事毎（新築、リフォーム、規模）の利益状況の把握と目標粗利益の設定
- ②リフォーム需要取り込みの為の販売促進の実施
- ③潜在顧客へのアプローチ策の検討

### 解決のための取組

- ①現状の利益状況に基づいた受注獲得のための目標値設定（受注計画、アクションプラン）
- ②費用負担の少ない販売促進計画の策定
- ③掲載情報が古く、更新のできていないHP改修に向けた掲載コンテンツの選定

# 1年目の支援内容

※ローカルベンチマークの業務フロー部分を深掘り

The wall is covered with approximately 50 yellow sticky notes. The notes are organized into a process flow from left to right, corresponding to the stages mentioned in the title: 紹介 (Introduction), 向い合わせ (Meeting), 現地調査 (On-site Survey), プランニング (Planning), 設計 (Design), 施工 (Construction), 完成 (Completion), and アフターサポート (After-sales Support). Key notes include '3D 1P-2', '施工体験 体験 体験', '完成', and 'アフターサポート'. There are also various smaller notes with specific details and dates.

## 企業健康診断ツール ローカルベンチマーク

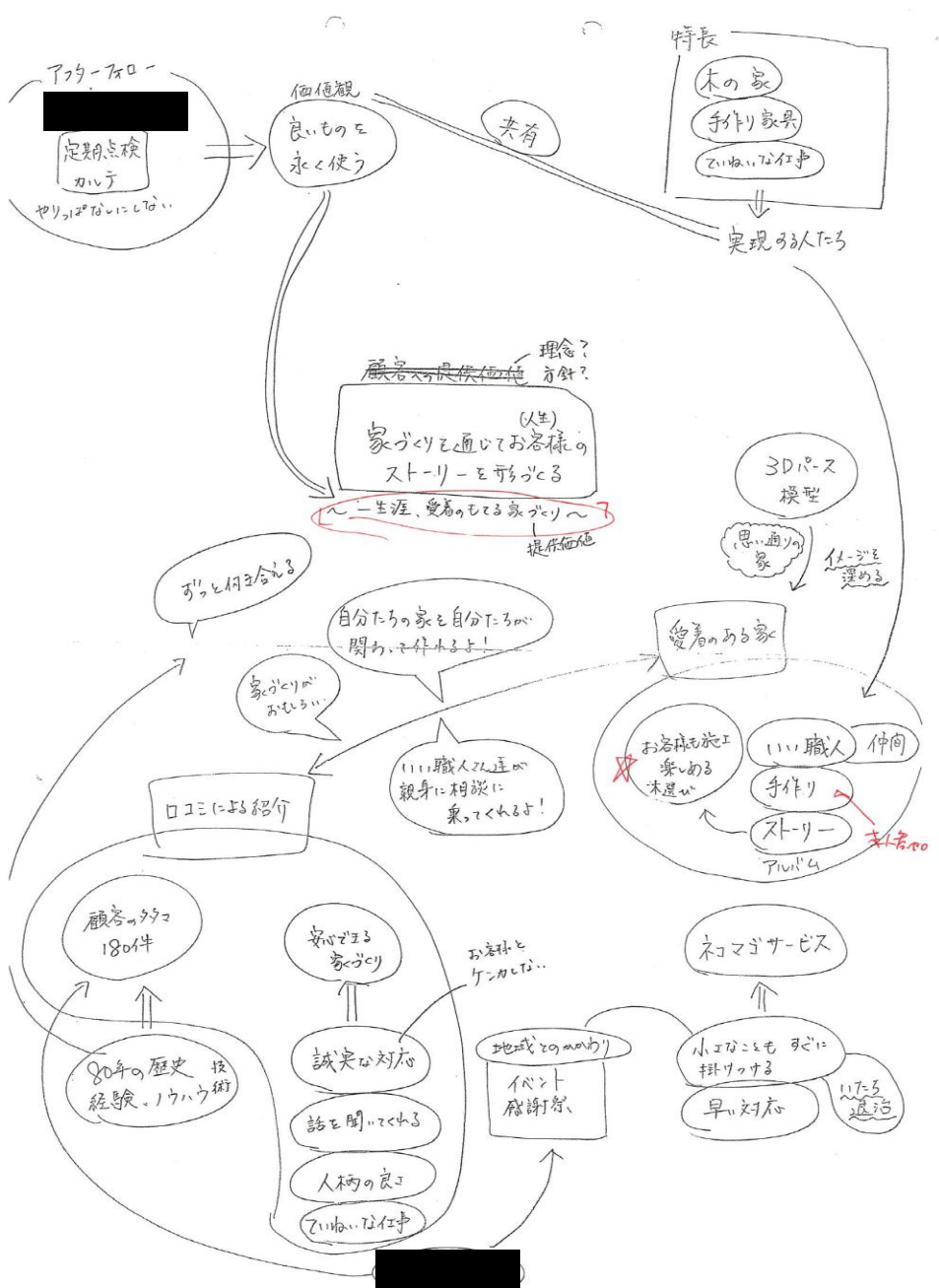
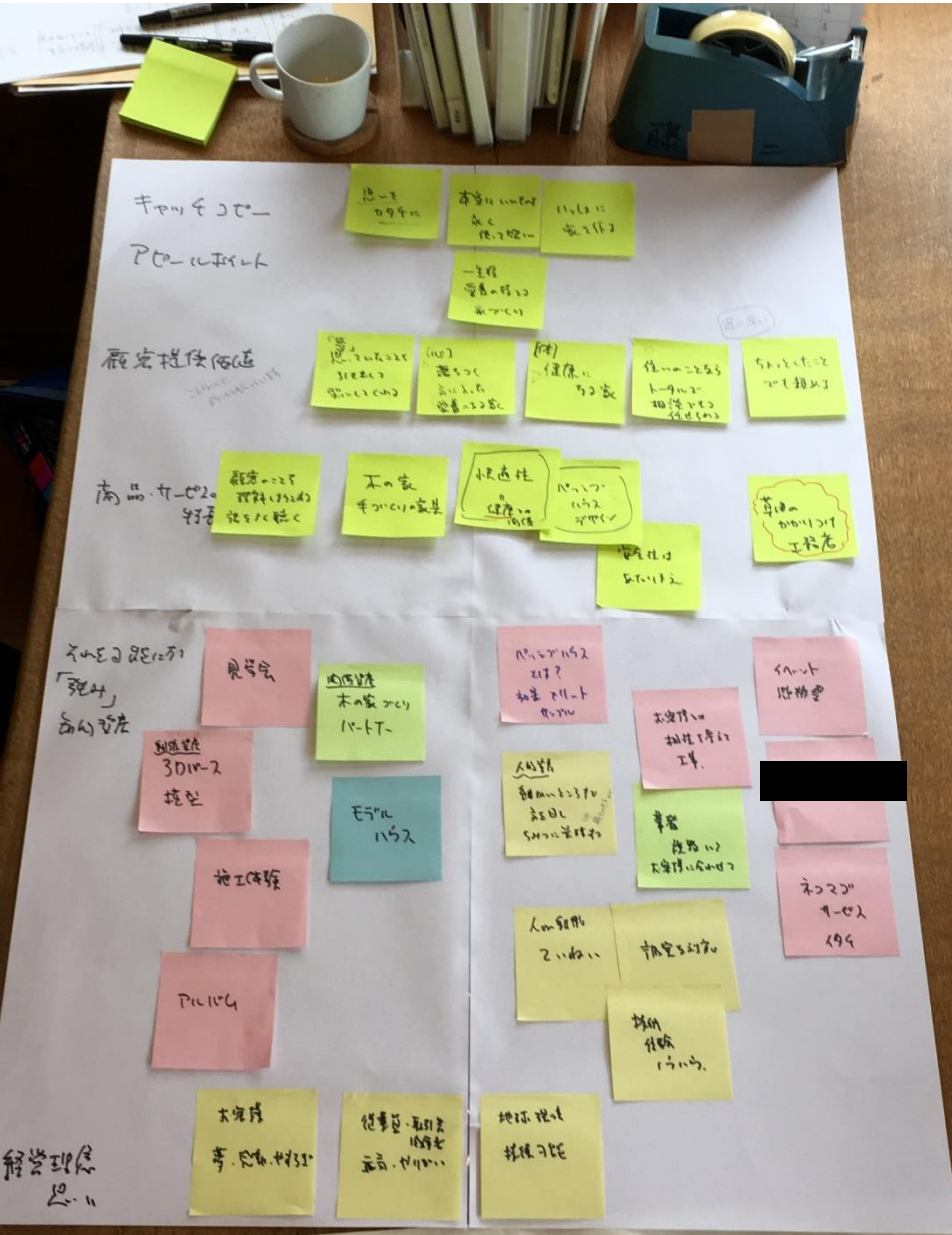
商号 \_\_\_\_\_  
 売上高 \_\_\_\_\_  
 営業利益 \_\_\_\_\_  
 従業員数 \_\_\_\_\_

<製品製造、サービス提供における業務フローと差別化ポイント>

業務①	業務②	業務③	業務④	業務⑤	提供内容/顧客提供価値
■実施内容	■実施内容	■実施内容	■実施内容	■実施内容	■製品・商品・サービスの内容 ■どのような価値を提供しているか
■差別化ポイント	■差別化ポイント	■差別化ポイント	■差別化ポイント	■差別化ポイント	



# 1年目の支援内容



# 1年目の支援内容

## ①売上目標管理

第 0 週までの粗利累計		
累計達成目標	0	↓ 過不足
累計実績	0	0

	1ヶ月あたり	1週あたり
売上目標		
粗利目標		
粗利率目標		%

### 工務店株式会社

(金額単位はすべて千円単位)

	自	至	昨年売上	売上目標	売上実績	週達成率	累計達成率	昨年粗利	粗利目標	予定粗利	週達成率	累計達成率	粗利率	変動費削減	変動費削減	週削減	累計削減	固定費削減	固定費削減	週削減	累計削減	
														減目標	減実績	達成率	達成率	減目標	減実績	達成率	達成率	
1	1月1日(月)	1月7日(日)											#DIV/0!									
2	1月8日(月)	1月14日(日)											#DIV/0!									
3	1月15日(月)	1月21日(日)											#DIV/0!									
4	1月22日(月)	1月28日(日)											#DIV/0!									
5	1月29日(月)	2月4日(日)											#DIV/0!									
6	2月5日(月)	2月11日(日)											#DIV/0!									
7	2月12日(月)	2月18日(日)											#DIV/0!									
8	2月19日(月)	2月25日(日)											#DIV/0!									
9	2月26日(月)	3月4日(日)											#DIV/0!									
10	3月5日(月)	3月11日(日)											#DIV/0!									
11	3月12日(月)	3月18日(日)											#DIV/0!									
12	3月19日(月)	3月25日(日)											#DIV/0!									
13	3月26日(月)	4月1日(日)											#DIV/0!									

## ②規模別案件の受注管理

受付・受注 案件数(契約金額階層別)									
受注	今週	累計	構成率	契約金額(今週)	契約金額(累計)	粗利額(今週)	粗利額(累計)	平均粗利率(累計)	
0~3万円未満			#DIV/0!	0		0		#DIV/0!	
3万円以上~10万円未満			#DIV/0!	0		0		#DIV/0!	
10万円以上~400万円未満			#DIV/0!	0		0		#DIV/0!	
400万円以上			#DIV/0!	0		0		#DIV/0!	
合計	0	0	#DIV/0!	0	0	0	0	#DIV/0!	

## 5. 伴走支援 1年目の成果

### ①受注計画の策定と計画にもとづく事業遂行

目標利益（粗利）を達成するための工事規模別の受注計画書（アクションプラン、KPIを含む）を策定。現状の工事における利益状況の再確認と経営の改善に向け目標値設定と検証による事業遂行の必要性を認識するとともに、**事業所自らが進捗管理を行い、PDCAサイクルを実施できる体制を整えた。**

### ②リフォーム受注の新規獲得

草津商工会議所主催のセミナーや個別相談会を活用して事業計画を策定。「住まいの断熱診断、カルテづくり事業」が小規模事業者持続化補助金の採択を受ける（2年連続採択）。**小規模が中心であるがリフォーム受注11件を新規獲得した。**

### ③自社の再分析と強みの棚卸

SWOT分析の実施により、自社内部環境の再分析と強みを棚卸。**経営理念、今後の方針が明確になるとともに、HP改修に向けたコンテンツの整理ができた。**

## 5. 伴走支援 2年目の取り組み

### 現 状

- ①過去に比べ利益率は安定してきたものの、まだまだ不安感は拭えない。
- ②リフォーム、小規模修繕需要は依然堅調である。
- ③新規顧客開拓の取組ができていない。

### 経営課題

- ①安定した受注確保に向けた進捗管理
- ②リフォーム受注に特化した販路開拓の実施
- ③新規顧客の問い合わせ導線ツールの作成

### 解決のための取組

- ①受注計画に基づく着実な事業の展開
- ②広報ターゲットエリア設定のための競合分析と商圈分析
- ③「強み」分析に基づく問い合わせツールの制作

## 5. 伴走支援 2年目の成果

### ①受注管理と週次決算実施によるPDCA体制の構築

目標を設定することで、達成に向けて必要なアクションを自ら考え、取り組めるようになり、結果、業況を安定化させることができた。

### ②リフォーム需要の掘り起こしとリフォーム受注の獲得

昨年度のSWOT分析支援によって、自社の強みが明確になった。今年度は商圈分析支援を通じて受注開拓ターゲットマップを策定し、広報活動を展開したところ、問い合わせ数が増加。需要の掘り起こしに成功した。

### ③新規顧客問い合わせ導線ツールの制作

草津商工会議所が所報に掲載した会社紹介を見た顧客から1,000万円規模の大口リフォーム受注を獲得。自社の情報開示の重要性に気付き、昨年度支援したSWOT分析結果に基づいて会社パンフレットを制作した。

# 2年目の支援内容

かわら版(平成26年12月)

## 【わがやのお気に入りレシピ】

☆土しょうがの佃煮

- 〈材料〉 ●土しょうが 150gくらい  
●漬口しょうゆ 大さじ3  
●みりん 大さじ3  
●お酒 大さじ2  
●お好みで かつおぶし 適量



- ①土しょうがは洗って皮ごと3〜5mmの千切りにします。  
②お鍋に漬口しょうゆ、みりん、お酒を煮立たせます。  
③千切りにした土しょうがを②に入れて、汁気がなくなるくらいまで煮ます。  
④かつおぶしをいれる場合は、汁気がなくなる少し前に入れます。

お客様には少し辛いですが、ご飯のお供や頭痛が  
来い日が続くので、しょうがを食べて体の芯から

## 【暮らしの知恵袋】

今回のテーマは「かたづけ」です。



今年も大掃除の時期がやってきました。普段から整理整頓、掃除ができていれば、この年末にやる必要もないのですが、それが難しいんですよ〜

以前、「3772-6171」という【アメリカ発の思考、空間の整理をするプロ】の講座を受けたことがあります。その時に学んだことです。

人には利き側があります。右利きの方、左利きの方。それぞれに、得意な収納方法がありますが、ここでは利き側のチェックはできませんので、どちらにも共通する「整理する」をご紹介します。

まず片づけ始める時に、そこにあるものを全部出します。そして「いる、いらない」

便利でよく使用するもの ③処分するもの  
でずにいるもの(処分するか迷うもの)

## 従来のパンフレット

## 【イベントのご案内】

◀しめ縄づくり▶

お正月まで残すところ1ヶ月を切りました。しめ飾りを見るとお正月だな〜と実感しますね。ももとは、神社がしめ縄を張りめぐらせるのと同じ理由で、自分の家が年神様をお迎えするにふさわしい神聖な場所であることを示すために始まったといわれています。しめ縄がしめ飾りを施すことで、その内側が清らかな場所となり、年神様が安心して降りてきてくださるわけです。そんなしめ縄を今年は自分で作ってみませんか？大人の方も子どももお孫さんも、いっしょになって作れば楽しいし、日本の良い伝統文化を残していけるのではないかと思います。

日時：12月14日(日) 13:00〜16:00終了予定  
場所：モデルハウス「もりいえ」(大津市存立) ※お申し込みの方に詳細地図を連絡します。  
内容：ワラを使ってしめ縄をつくります。草津でしめ縄などを作られている方を講師にお招きして、教えていただきながらつくります。  
費用：500円(材料代)

準備がございますので、12月12日までに申込みをお願いいたします。  
申し込み方法は 工務店まで。電話・FAX・メールいずれでも結構です。



- ①と②は収納場所を決めたら、そこに収納します。住所を作ってあげる作業です。  
③はもちろんゴミの日に出します。④に少し未練のある方は、ゴミの日の前に決行するといいかもしれませんね。

④はといて付さずと必ずとどと思

【現場から①】  
ねこまごレポート

ねこまごサービスでこんなご依頼をいただき解決しました。(\*・\*)

【植木の枝切り】  
11年前に建てさせていただいたお客様からのご依頼。『庭の「シマトネリコ」の水が、ちょっと気を抜いたらすぐぐぐぐと伸びて、もう手が届かなくなって、カーポートにもいっぱい葉が落ちて困ってます!!』とのこと。切り方を勉強してから、バツリ枝打ちさせていただきました。ついでに植木のようじも。これではばらばらは安心(\*・\*)

3772-6171  
自分と  
なで肩  
によって  
当たり前  
とでもし

【現場から②】  
匠の手レポート

【ビルの屋根の防水改修】  
企業様の3階建てのビルで高層階がするとのこと。足場を設置して調査と防水の修理をさせていただきました。屋根も植木一般住宅とは違って、かなり複雑な組合せになっていました。コーキング(すき間を埋めるゴム状の接着剤のようなもの)もかなり劣化していたため取り替えました。その後の大雨でも漏れていないようなので一安心。快適なオフィスでますますご事業が発展されることをお祈りいたします。

【バスルームの入れ替え】  
「お風呂が寒くて、お湯もすぐに冷めるし。絶対この冬までにあったかいお風呂にしたい!!」とのご要望をいただきました。調査すると、前のお風呂はタイル貼で広くスペースでしたが、どうしても隙が透けてしまっていたのでした。スペースは十分あるので施工性に優れたシステムバスをご提案。手な中庭を眺めながら入浴していただけるには残念ながら設置させていただきました。これで寒さにご苦みすることなくゆっくりお風呂タイムを楽しんでいただけることと思っています。(\*・\*)

かわら版(平成29年10月)

## 【感謝祭2017のご案内】

みなさまにはいつもご愛顧いただき誠にありがとうございます。  
今年も日ごろのご愛顧・ご支援に感謝して、「感謝祭2017」を開催させていただきます。  
今年はいよいよ秋の開催(\*・\*) 思いっきり楽しんでいただければと思います!!

日時：11月3日(金・祝日) 10:00〜16:00

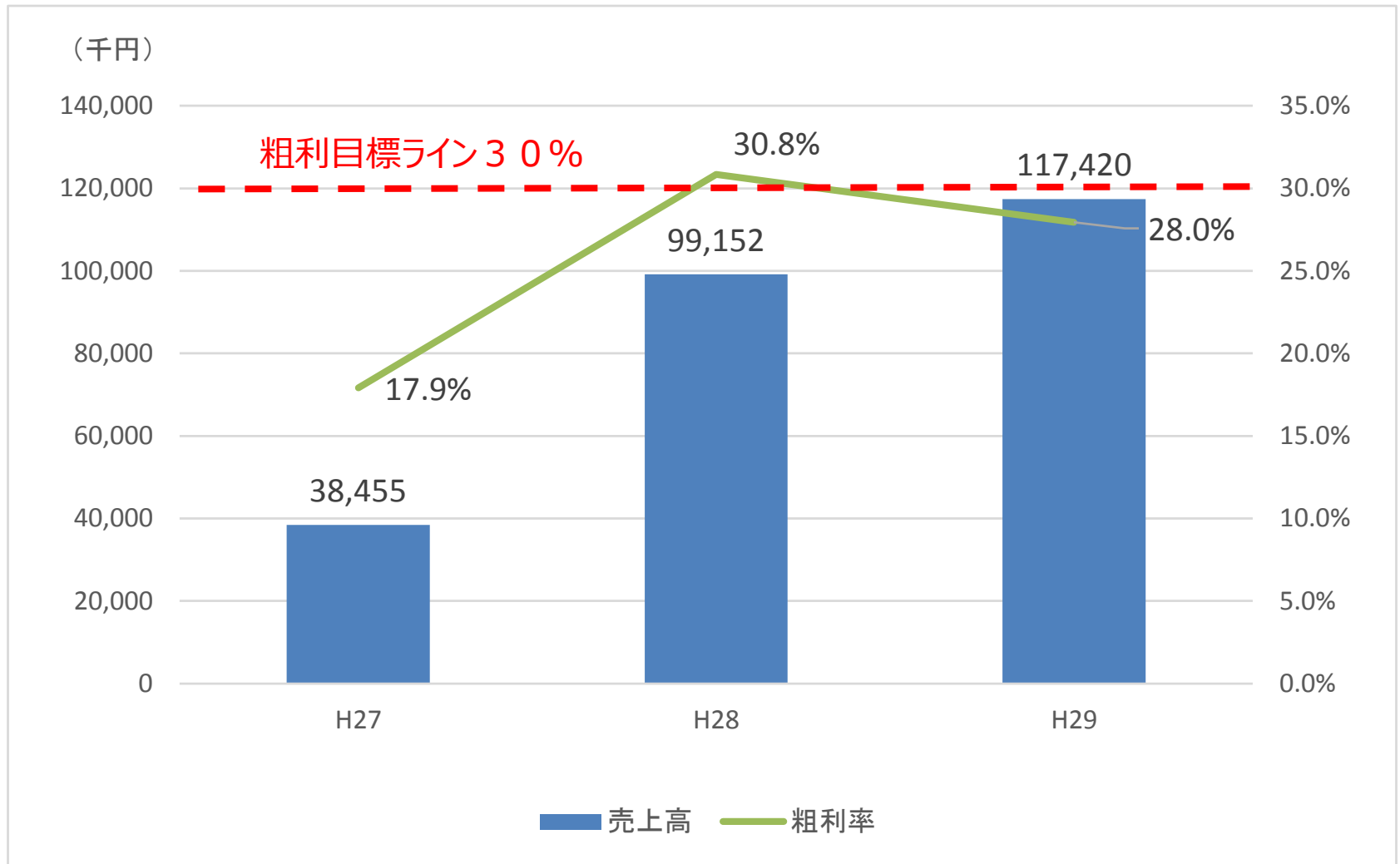
場所：工務店 加工場及び真御殿地区内  
※駐車場は お隣の「JA」支店 様をお借りしています。

- 内容：飲んで・食べて・つucking 楽しむ体験型イベント
- ※内容は変更になる場合があります
- 〈食べ物〉  
・おでん  
・カレー  
・焼き鳥  
・たこ焼き
- 〈飲み物〉  
・お茶  
・ジュース  
・ビール  
・チューハイ  
・ノンアルコール
- 〈お楽しみ〉  
・スーパーボールすくい  
・プラ板づくり  
・与作ゲーム(受付13:00〜13:30 別紙の3771-券をお持ち下さい)  
・お掃除のプロが教える「窓ふきようじ」のコツ(体験型)  
・左官力体験(午後)

支援内容に基づき  
内容を改善

改善後のパンフレット

## 5. 伴走支援 財務の推移



## Ⅲ． ローカルベンチマークの認知度調査

金融機関向け、企業向けにローカルベンチマークの認知度調査を実施



# 1. アンケート調査の実施

---

## ①金融機関向けアンケート調査

都市銀行、地方銀行、信用金庫、信用組合、その他の金融機関を含む約600件程度を対象にアンケートを実施。

## ②企業向けアンケート調査

全国10,000社の企業に対して、ローカルベンチマークの認知度、活用実績、効果、課題などを把握するアンケート調査を実施。

上記①、②について年内を目途にアンケート調査を実施。次回活用戦略会議にて結果報告。

### 3. スケジュール

