

令和5年度
中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業
(専門家派遣関係調査及び
事務処理等実施機関の運営事業)調査報告書

満足度調査

令和6年3月31日

株式会社 パソナ

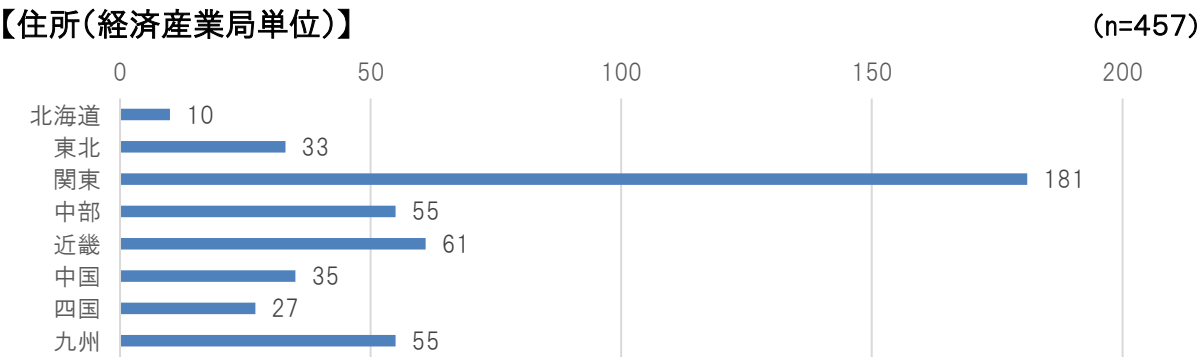
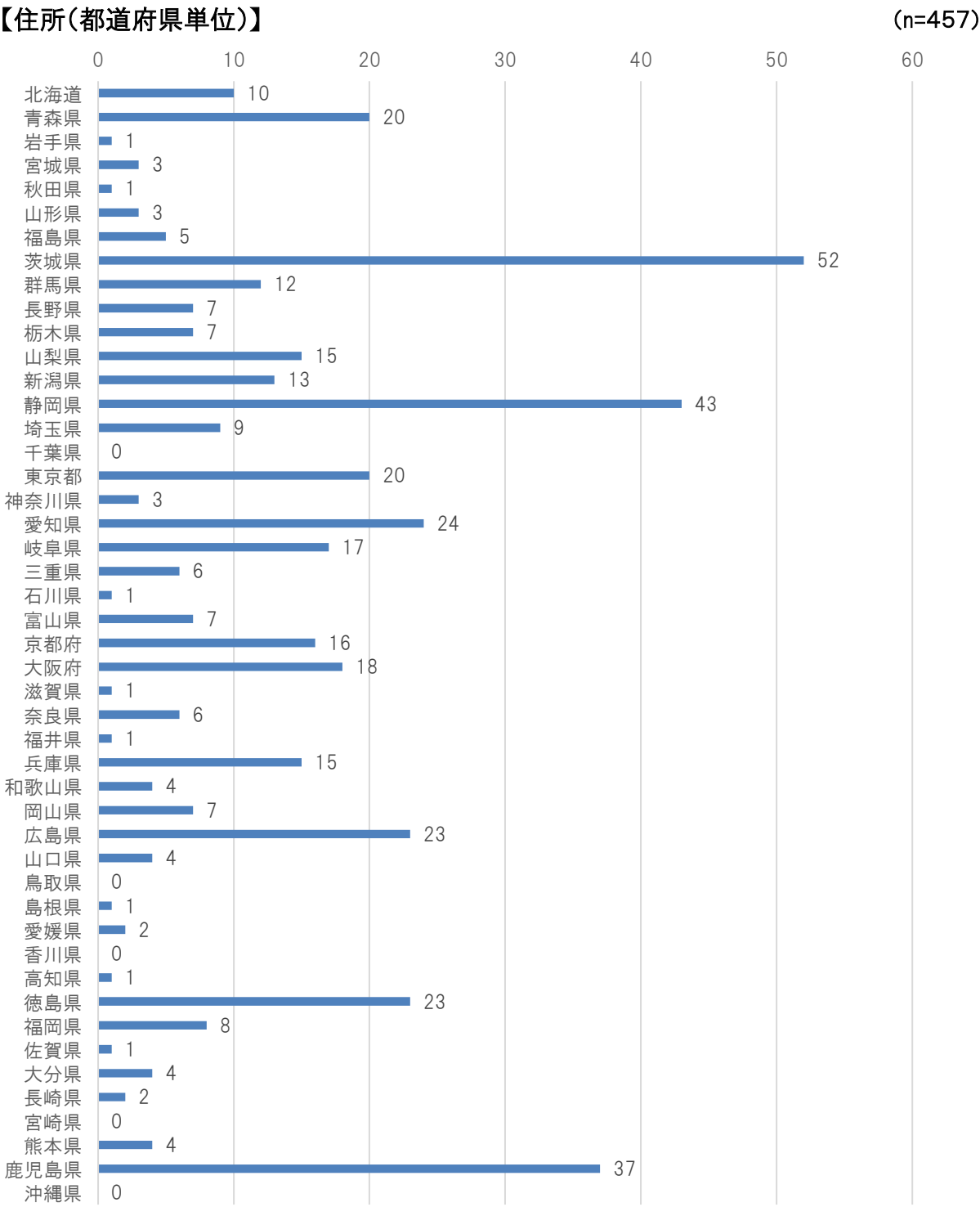
I. 調査概要

調査概要

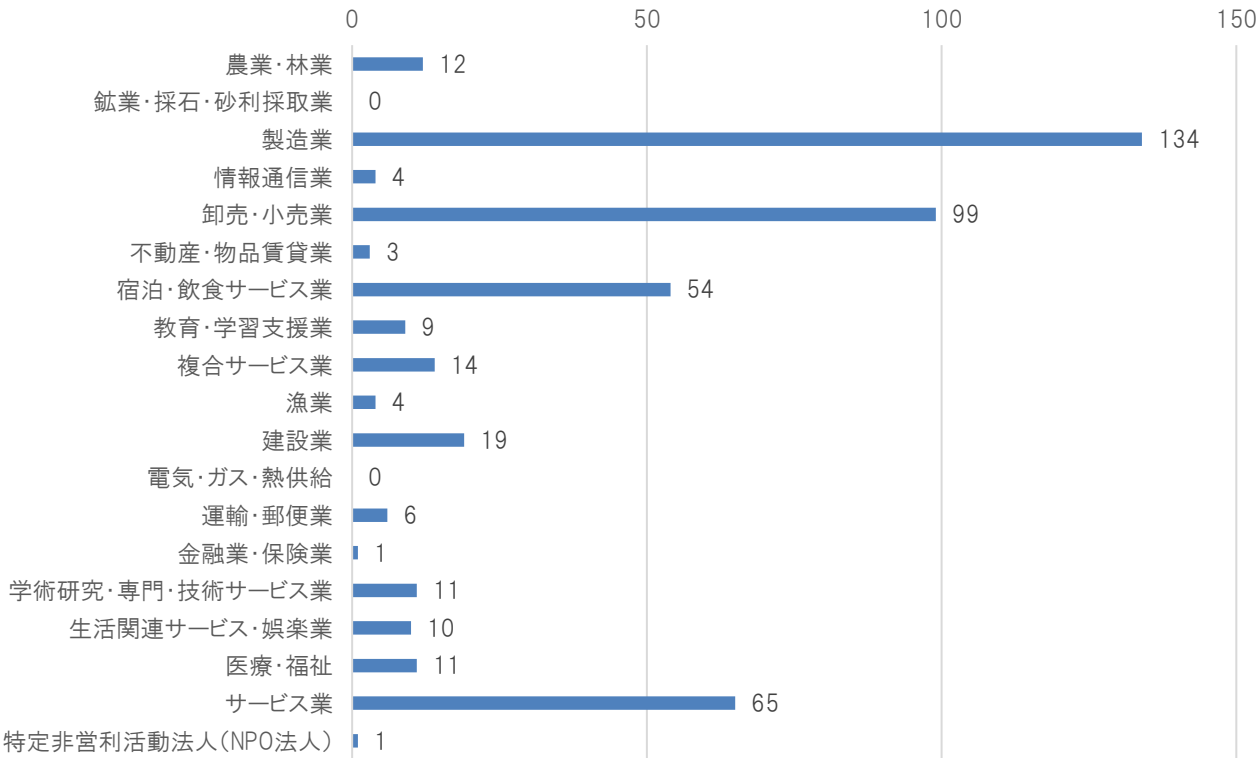
調査目的	令和 5 年度中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業（専門家派遣事業）において、専門家による支援を受けた事業者の満足度等を調査し、本制度の改善点等を把握する。
調査手法	インターネット調査
本調査対象者の条件	本事業において専門家による支援を受けた事業者でかつ満足度調査アンケートにご協力を了承いただいた事業者（1,181事業者）
有効回収サンプル数	457サンプル
調査期間	2024年1月26日（金）～2024年2月7日（水）

II. 回答者プロフィール

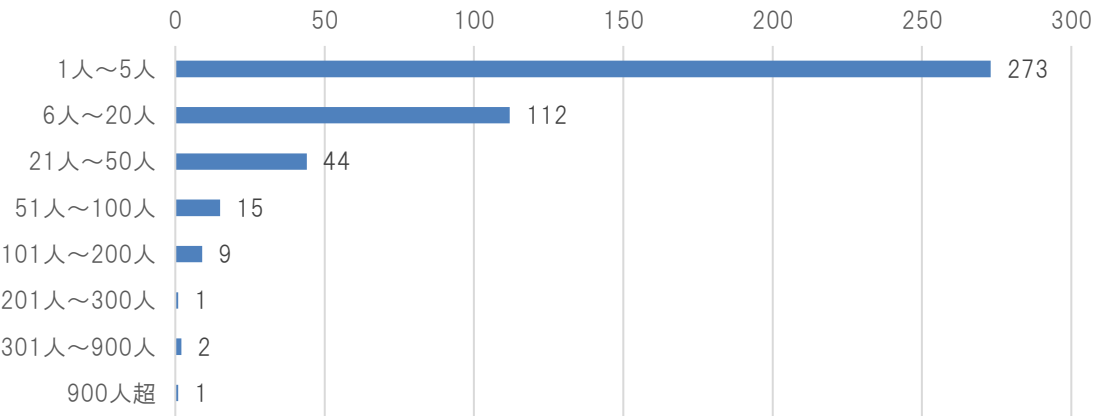
回答者プロフィール ①



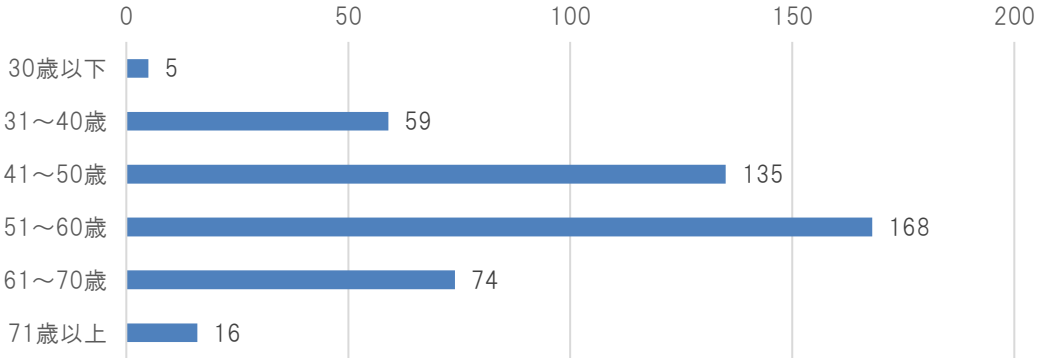
【業種】 (n=457)



【従業員数】 (n=457)



【年齢】 (n=457)



III. 詳細編

企業属性とクロス集計表のカラーマーキング

←薄い (構成比) 濃い→

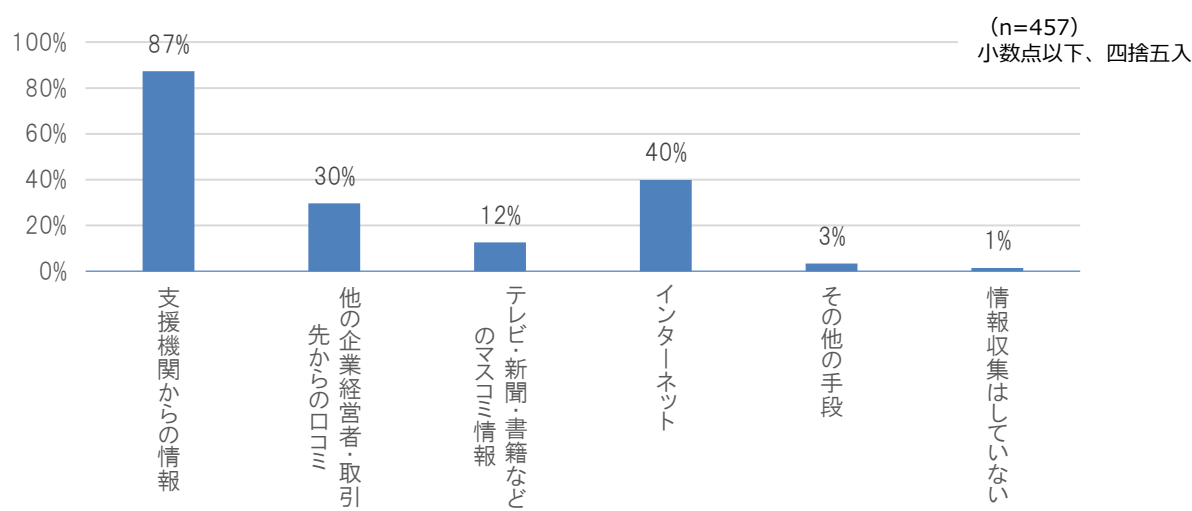
←低い 高い→

1. 支援情報収集手段と中小企業119を知ったきっかけ

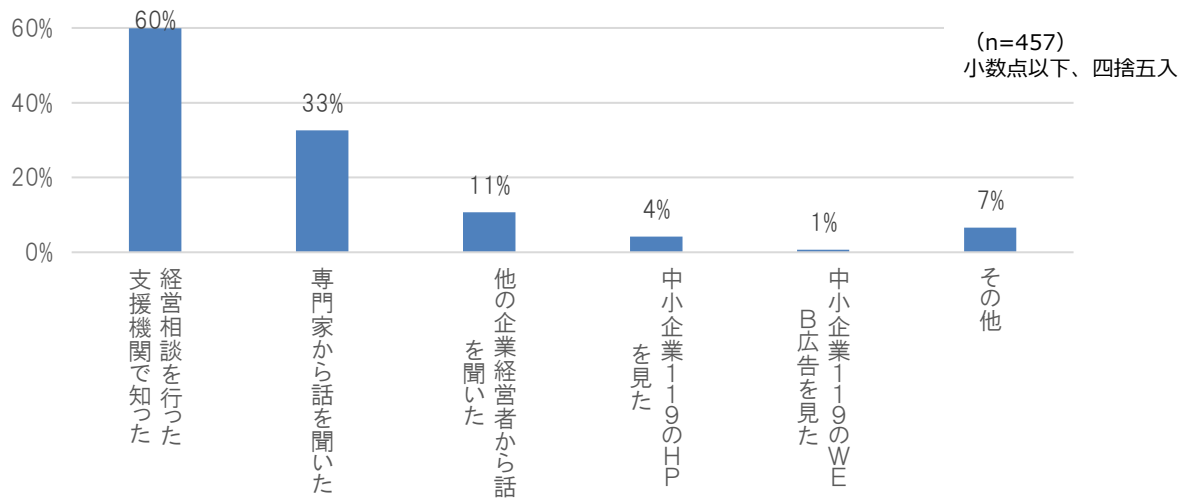
支援に関する情報は支援機関によるものが中心

- 普段の支援情報収集手段は、「支援機関からの情報」が87%といちばん多く、「他の企業経営者・取引先からの口コミ」の30%と合わせて人を媒介とした情報収集が多い。
 - 情報収集手段で「インターネット」が40%であるのに対して、中小企業119を知ったきっかけとしては「HP」4%「WEB広告」1%であり、中小企業119の認知は「支援機関」や「専門家」によるところが多い。
- エリア区分では北海道において、中小企業119を知ったきっかけを他企業と回答する比率が他地域より高い。
- 年齢区分では30歳以下において、情報収集手段はインターネット、中小企業119を知ったきっかけは口コミの比率がやや高い。
- 支援課題区分による情報収集手段の有意差は見られない。
また海外展開/BCPを課題としている事業者では中小企業119を知ったきっかけが支援機関より専門家と回答した比率が高いのは他の支援課題の事業者と異なる傾向である。

問5. 普段から支援施策等の情報収集に使う手段をお選びください。【複数回答可】



問6. 中小企業119を知ったきっかけをお選びください。【複数回答可】



1. 支援情報収集手段と中小企業 1 1 9 を知ったきっかけ
(企業属性とのクロス集計)

問5. 普段から支援施策等の情報収集に使う手段をお選びください。【複数回答可】

問6. 中小企業 1 1 9 を知ったきっかけをお選びください。【複数回答可】

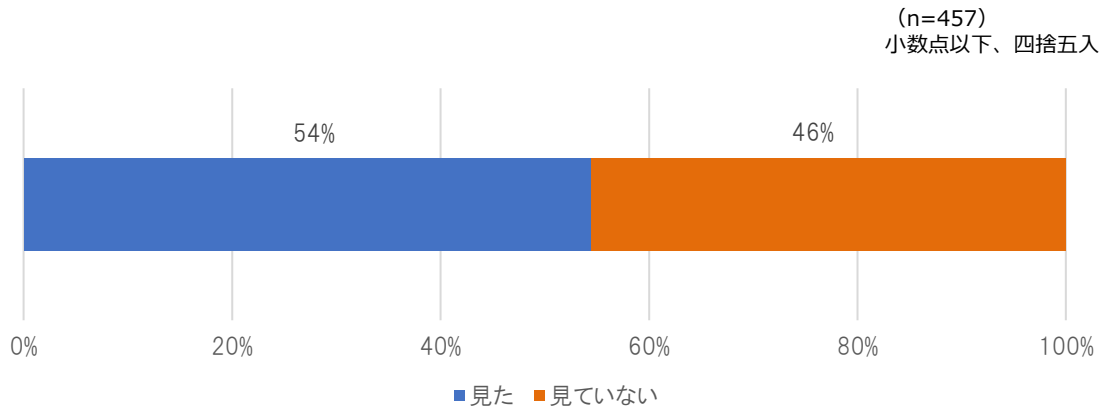
		支援施策等の情報収集手段							中小企業 1 1 9 を知ったきっかけ						
		回答数	支援機関	他企業	マスコミ	インターネット	その他	情報収集なし	回答数	支援機関	専門家	他企業	HP	WEB広告	その他
回答数		457	399	135	57	182	15	6	457	274	149	49	19	3	30
比率			87%	30%	12%	40%	3%	1%		60%	33%	11%	4%	1%	7%
エリア区分	北海道	19	37%	11%	11%	26%	5%	11%	10	40%	20%	40%	0%	0%	0%
	東北	56	54%	21%	9%	13%	4%	0%	37	43%	43%	11%	3%	0%	0%
	関東	319	48%	17%	7%	25%	3%	0%	203	53%	27%	6%	4%	1%	9%
	中部	89	56%	18%	7%	17%	1%	1%	63	54%	30%	10%	2%	0%	5%
	近畿	114	48%	14%	7%	26%	3%	2%	76	43%	38%	9%	8%	0%	1%
	中国	63	46%	22%	10%	22%	0%	0%	39	62%	21%	15%	0%	0%	3%
	四国	41	61%	24%	0%	15%	0%	0%	33	58%	27%	9%	0%	0%	6%
	九州	93	53%	13%	8%	26%	0%	1%	63	57%	19%	11%	5%	2%	6%
業種	農業・林業	19	63%	5%	5%	26%	0%	0%	12	33%	42%	0%	17%	0%	8%
	鉱業・採石・砂利採取業	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	製造業	225	56%	15%	7%	20%	1%	0%	157	57%	22%	10%	4%	2%	6%
	情報通信業	9	33%	22%	11%	33%	0%	0%	4	100%	0%	0%	0%	0%	0%
	卸売・小売業	168	51%	20%	7%	20%	2%	1%	113	57%	28%	9%	4%	0%	3%
	不動産・物品賃貸業	6	50%	17%	0%	33%	0%	0%	3	67%	0%	0%	0%	0%	33%
	宿泊・飲食サービス業	99	46%	18%	12%	22%	0%	1%	61	54%	26%	13%	0%	0%	7%
	教育・学習支援業	13	54%	15%	8%	15%	0%	8%	9	56%	33%	11%	0%	0%	0%
	複合サービス業	20	50%	10%	5%	30%	0%	5%	15	47%	40%	7%	0%	0%	7%
	漁業	8	25%	13%	13%	38%	13%	0%	4	75%	0%	25%	0%	0%	0%
	建設業	31	61%	16%	3%	16%	3%	0%	22	50%	18%	9%	0%	0%	23%
	電気・ガス・熱供給	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	運輸・郵便業	12	50%	8%	0%	25%	17%	0%	6	67%	17%	17%	0%	0%	0%
	金融業・保険業	1	0%	100%	0%	0%	0%	0%	1	0%	0%	100%	0%	0%	0%
	学術研究・専門・技術サービス業	19	53%	11%	0%	37%	0%	0%	14	43%	29%	14%	14%	0%	0%
	生活関連サービス・娯楽業	19	37%	26%	5%	32%	0%	0%	12	50%	50%	0%	0%	0%	0%
従業員数	医療・福祉	22	36%	27%	9%	27%	0%	0%	11	18%	55%	9%	0%	0%	18%
	サービス業	121	44%	17%	8%	26%	4%	1%	79	42%	41%	8%	5%	0%	5%
	特定非営利活動法人（NPO法人）	2	50%	0%	0%	50%	0%	0%	1	0%	0%	0%	100%	0%	0%
	1人～5人	437	52%	16%	6%	23%	2%	1%	308	51%	30%	10%	4%	0%	5%
	6人～20人	213	50%	17%	7%	22%	3%	1%	132	54%	27%	10%	2%	0%	7%
	21人～50人	89	46%	21%	11%	20%	1%	0%	48	54%	25%	6%	4%	2%	8%
	51人～100人	33	39%	21%	9%	27%	3%	0%	20	55%	20%	15%	5%	0%	5%
	101人～200人	17	53%	12%	6%	29%	0%	0%	11	64%	27%	0%	0%	9%	0%
年齢	201人～300人	1	0%	0%	0%	100%	0%	0%	1	100%	0%	0%	0%	0%	0%
	301人～900人	2	50%	0%	0%	0%	0%	50%	2	50%	50%	0%	0%	0%	0%
	900人超	2	50%	0%	0%	50%	0%	0%	2	0%	50%	0%	50%	0%	0%
	30歳以下	9	44%	0%	11%	44%	0%	0%	6	33%	33%	33%	0%	0%	0%
	31～40歳	117	42%	18%	9%	29%	2%	1%	66	53%	30%	9%	5%	0%	3%
	41～50歳	255	46%	21%	7%	23%	2%	1%	152	53%	28%	11%	2%	0%	7%
支援課題	51～60歳	274	54%	16%	5%	21%	3%	1%	199	53%	27%	9%	5%	1%	6%
	61～70歳	119	53%	13%	10%	23%	2%	0%	84	49%	30%	10%	4%	1%	7%
	71歳以上	20	80%	5%	10%	5%	0%	0%	17	53%	41%	0%	6%	0%	0%
	経営革新	241	49%	18%	9%	21%	2%	0%	159	53%	28%	11%	3%	1%	4%
	地域資源活用	58	59%	21%	5%	16%	0%	0%	41	56%	32%	7%	2%	0%	2%
	農工商等連携	19	58%	21%	5%	16%	0%	0%	15	40%	33%	20%	7%	0%	0%
	新連携	34	56%	18%	3%	24%	0%	0%	29	41%	38%	14%	3%	0%	3%
	海外展開	19	68%	11%	5%	16%	0%	0%	16	31%	50%	13%	0%	0%	6%
	創業	43	44%	16%	9%	30%	0%	0%	25	64%	28%	0%	8%	0%	0%
	事業再生及び再チャレンジ	79	53%	18%	5%	19%	4%	1%	60	50%	35%	8%	5%	0%	2%
	事業承継	53	53%	17%	11%	17%	2%	0%	38	55%	24%	11%	5%	3%	3%
	ものづくり	123	54%	17%	7%	19%	2%	2%	84	55%	29%	10%	4%	1%	2%
	I Tを活用した経営力強化	232	46%	20%	8%	22%	3%	0%	154	45%	29%	14%	5%	1%	6%
	知的資産経営	20	40%	15%	10%	35%	0%	0%	13	46%	38%	8%	0%	0%	8%
	雇用・労務関係	36	44%	19%	11%	22%	3%	0%	19	53%	26%	16%	0%	0%	5%
	資金繰り	36	58%	19%	8%	11%	3%	0%	29	48%	28%	14%	3%	0%	7%
	販路拡大・販促支援	318	53%	16%	6%	24%	1%	0%	216	59%	23%	8%	5%	0%	5%
	債権保全・債権回収	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	契約・取引	11	64%	9%	9%	18%	0%	0%	8	88%	13%	0%	0%	0%	0%
	B C P	8	38%	25%	13%	25%	0%	0%	7	29%	57%	0%	14%	0%	0%
	その他の経営課題	149	48%	20%	7%	21%	3%	1%	98	48%	34%	11%	1%	0%	6%

2. 中小企業119ホームページの利用

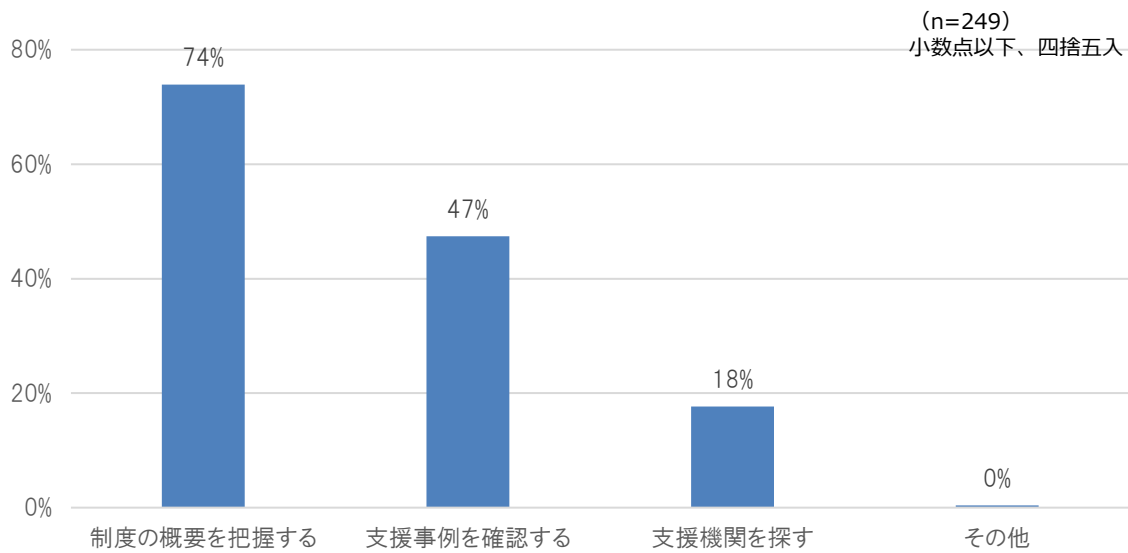
ホームページの閲覧は5割超

- 問6においてHPが中小企業119を知るきっかけとなった事業者は4%と少ないが、支援に際しては54%の事業者がHPを閲覧している。
 - HP閲覧内容としては、制度概要の把握が74%と多いが、47%の事業者が支援事例を見て、実際にどのような支援を受けられるのかを確認している。
- エリア区分では北海道/東北の事業者がやや高い比率でHPを見ており、制度の概要把握や支援事例確認の比率が他地域よりやや高くなっている。
- 業種区分では学術研究,専門・技術サービス業がHP閲覧比率が高く、制度概要把握を行っている。
- 従業員数区分では51人以上の大規模事業所でHP閲覧比率が高く、制度概要把握や支援事例確認を行っている。
- 支援課題区分では農商工連携でHP閲覧比率が高く、支援事例の確認を行っている。

問7. 中小企業119のホームページをご覧になりましたか。



ご覧の場合はどのような情報をご覧になりましたか。【複数回答可】



2. 中小企業119ホームページの利用（企業属性とのクロス集計）

問7. 中小企業 1 1 9 のホームページをご覧になりましたか。
ご覧の場合はどのような情報をご覧になりましたか。【複数回答可】

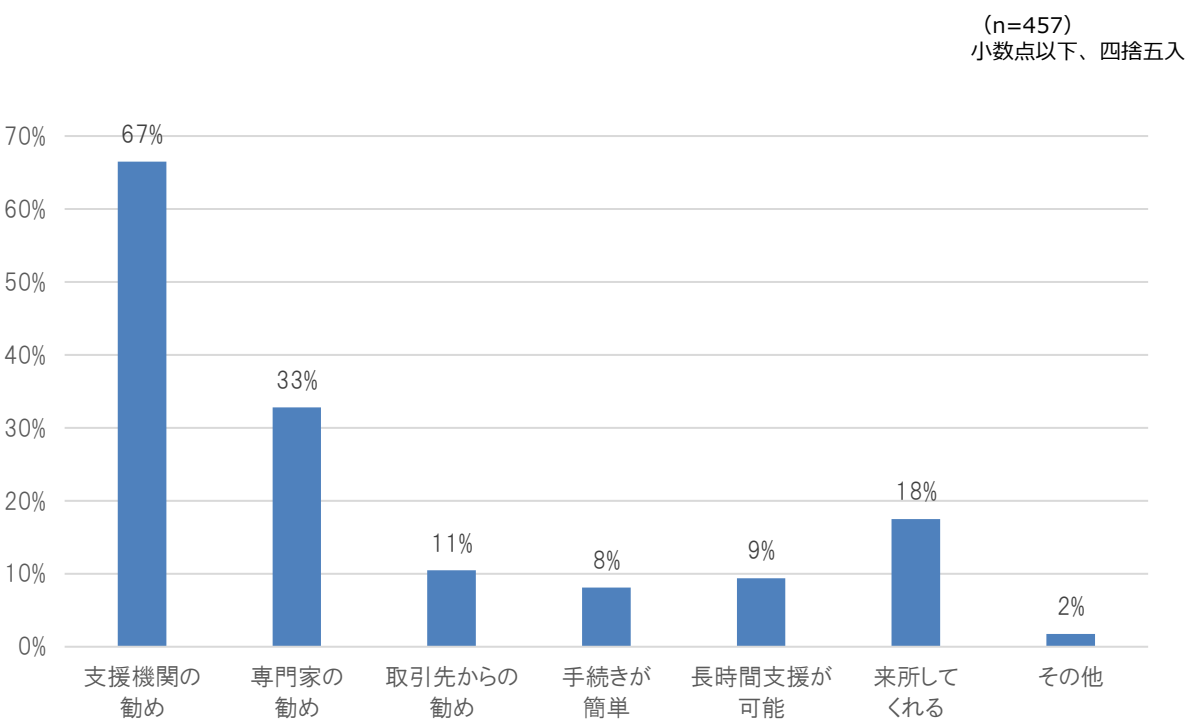
		HP閲覧			HP閲覧内容				
		回答数	見た	見ていない	回答数	制度の 概要把握	支援事例確認	支援機関を 探す	その他
回答数		457	249	208	249	184	118	44	1
比率			54%	46%		74%	47%	18%	0%
エリア区分	北海道	10	70%	30%	8	50%	50%	0%	0%
	東北	33	64%	36%	28	54%	36%	11%	0%
	関東	181	51%	49%	133	52%	36%	11%	1%
	中部	55	60%	40%	45	64%	29%	7%	0%
	近畿	61	57%	43%	53	49%	28%	23%	0%
	中国	35	49%	51%	23	43%	39%	17%	0%
	四国	27	48%	52%	19	58%	26%	16%	0%
	九州	55	55%	45%	38	53%	37%	11%	0%
業種	農業・林業	12	42%	58%	6	67%	33%	0%	0%
	鉱業・採石・砂利採取業	0	0%	0%	0	0%	0%	0%	0%
	製造業	134	54%	46%	102	55%	35%	10%	0%
	情報通信業	4	100%	0%	5	80%	20%	0%	0%
	卸売・小売業	99	48%	52%	62	60%	29%	11%	0%
	不動産・物品賃貸業	3	33%	67%	1	0%	100%	0%	0%
	宿泊・飲食サービス業	54	54%	46%	37	54%	38%	8%	0%
	教育・学習支援業	9	56%	44%	8	50%	25%	13%	13%
	複合サービス業	14	64%	36%	14	29%	50%	21%	0%
	漁業	4	75%	25%	5	40%	60%	0%	0%
	建設業	19	63%	37%	16	50%	38%	13%	0%
	電気・ガス・熱供給	0	0%	0%	0	0%	0%	0%	0%
	運輸・郵便業	6	17%	83%	1	100%	0%	0%	0%
	金融業・保険業	1	0%	100%	0	0%	0%	0%	0%
	学術研究・専門・技術サービス業	11	73%	27%	11	45%	18%	36%	0%
	生活関連サービス・娯楽業	10	30%	70%	4	50%	25%	25%	0%
	医療・福祉	11	36%	64%	6	50%	50%	0%	0%
	サービス業	65	66%	34%	68	50%	31%	19%	0%
	特定非営利活動法人（NPO法人）	1	100%	0%	1	0%	100%	0%	0%
従業員数	1人～5人	273	55%	45%	215	51%	33%	15%	0%
	6人～20人	112	53%	47%	79	53%	39%	8%	0%
	21人～50人	44	52%	48%	28	71%	18%	11%	0%
	51人～100人	15	67%	33%	14	57%	29%	14%	0%
	101人～200人	9	67%	33%	9	56%	44%	0%	0%
	201人～300人	1	100%	0%	1	0%	100%	0%	0%
	301人～900人	2	0%	100%	0	0%	0%	0%	0%
	900人超	1	100%	0%	1	0%	100%	0%	0%
年齢	30歳以下	5	80%	20%	7	57%	43%	0%	0%
	31～40歳	59	51%	49%	43	60%	33%	7%	0%
	41～50歳	135	50%	50%	91	55%	31%	14%	0%
	51～60歳	168	57%	43%	135	49%	37%	13%	1%
	61～70歳	74	61%	39%	60	55%	33%	12%	0%
	71歳以上	16	50%	50%	11	45%	27%	27%	0%
支援課題	経営革新	127	62%	38%	112	56%	30%	13%	0%
	地域資源活用	36	58%	42%	32	50%	41%	9%	0%
	農商工等連携	11	73%	27%	13	38%	46%	15%	0%
	新連携	22	55%	45%	17	59%	35%	6%	0%
	海外展開	14	64%	36%	14	50%	43%	7%	0%
	創業	23	57%	43%	23	48%	35%	17%	0%
	事業再生及び再チャレンジ	46	61%	39%	43	56%	30%	14%	0%
	事業承継	30	70%	30%	33	55%	30%	15%	0%
	ものづくり	74	53%	47%	59	54%	37%	8%	0%
	I Tを活用した経営力強化	128	59%	41%	112	46%	38%	15%	1%
	知的資産経営	12	25%	75%	5	40%	20%	40%	0%
	雇用・労務関係	16	63%	38%	16	56%	31%	13%	0%
	資金繰り	23	43%	57%	18	50%	33%	17%	0%
	販路拡大・販促支援	187	58%	42%	157	51%	34%	15%	0%
	債権保全・債権回収	0	0%	0%	0	0%	0%	0%	0%
	契約・取引	7	71%	29%	8	50%	38%	13%	0%
	B C P	4	50%	50%	4	50%	25%	25%	0%
	その他の経営課題	82	46%	54%	55	47%	38%	15%	0%

3. 専門家派遣の利用理由

支援機関などから勧められての利用が6割強となっている

- 多くの人が支援機関や専門家など人から勧められたことを中小企業119利用のきっかけとしている。
 - また2割弱の事業者が支援を特定の相談場所に赴くのではなく、自社に専門家が来てくれるという利便性を利用の理由としている。
- エリア区分ではほとんどの地域が支援機関の勧めで利用している。北海道においては来所してくれるとの回答は他エリアを上回っている。
- 年齢区分では 71歳以上の事業者が専門家の勧めの比率が高く、取引先の勧め/手続きが簡単/長時間支援が可能との回答が他の年齢層より低い。
- その他の回答では次のような回答が多くあった。金融機関から勧められた/知り合いから勧められた。

問8. 中小企業119を利用した理由をお選びください。【複数回答可】



3. 専門家派遣の利用理由（企業属性とのクロス集計）

問 8. 中小企業 1 1 9 を利用した理由をお選びください。【複数回答可】

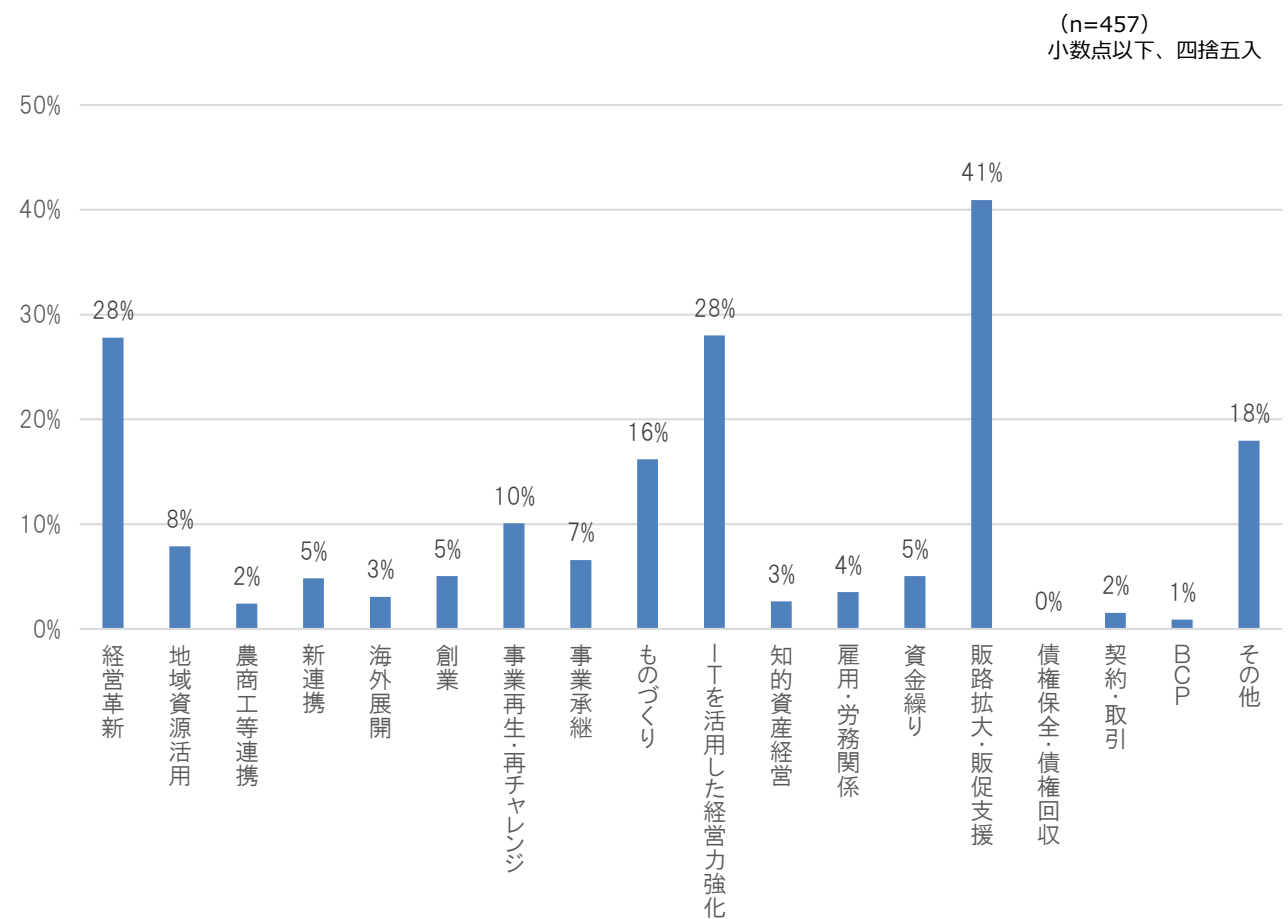
		回答数	支援機関の 勧め	専門家の 勧め	取引先の 勧め	手続きが 簡単	長時間支援 が可能	来所して くれる	その他
回答数		457	304	150	48	37	43	80	8
比率			67%	33%	11%	8%	9%	18%	2%
エリア区分	北海道	14	29%	14%	21%	0%	7%	29%	0%
	東北	48	31%	31%	10%	10%	8%	8%	0%
	関東	260	47%	20%	5%	7%	8%	12%	1%
	中部	87	44%	22%	6%	6%	3%	16%	3%
	近畿	96	39%	33%	7%	6%	5%	9%	0%
	中国	46	59%	17%	13%	2%	2%	7%	0%
	四国	41	54%	20%	7%	2%	5%	12%	0%
	九州	78	49%	19%	9%	0%	8%	13%	3%
業種	農業・林業	14	36%	43%	0%	0%	7%	7%	7%
	鉱業・採石・砂利採取業	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	製造業	213	46%	22%	6%	6%	6%	12%	1%
	情報通信業	9	44%	11%	0%	22%	11%	11%	0%
	卸売・小売業	144	46%	20%	8%	4%	9%	13%	1%
	不動産・物品賃貸業	3	67%	0%	0%	0%	33%	0%	0%
	宿泊・飲食サービス業	75	51%	21%	13%	1%	1%	12%	0%
	教育・学習支援業	12	42%	25%	8%	8%	0%	17%	0%
	複合サービス業	17	59%	18%	0%	6%	6%	6%	6%
	漁業	6	50%	17%	17%	0%	0%	17%	0%
	建設業	27	59%	11%	4%	7%	4%	15%	0%
	電気・ガス・熱供給	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	運輸・郵便業	7	57%	29%	0%	14%	0%	0%	0%
	金融業・保険業	1	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	学術研究・専門・技術サービス業	15	33%	20%	7%	13%	7%	20%	0%
	生活関連サービス・娯楽業	11	55%	36%	9%	0%	0%	0%	0%
	医療・福祉	20	30%	35%	5%	5%	10%	15%	0%
	サービス業	95	37%	26%	8%	7%	7%	12%	2%
従業員数	特定非営利活動法人（NPO法人）	1	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
	1人～5人	397	44%	23%	8%	6%	7%	12%	1%
	6人～20人	167	49%	23%	5%	5%	4%	12%	2%
	21人～50人	64	44%	20%	6%	6%	8%	14%	2%
	51人～100人	22	50%	18%	9%	14%	5%	5%	0%
	101人～200人	15	47%	20%	7%	0%	13%	13%	0%
	201人～300人	1	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	301人～900人	3	33%	0%	0%	0%	33%	33%	0%
年齢	900人超	1	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%
	30歳以下	12	33%	17%	17%	0%	17%	17%	0%
	31～40歳	85	51%	25%	6%	7%	5%	7%	0%
	41～50歳	197	46%	22%	9%	5%	7%	11%	1%
	51～60歳	248	46%	20%	8%	5%	7%	13%	2%
	61～70歳	107	41%	24%	5%	8%	6%	14%	2%
	71歳以上	21	48%	43%	0%	0%	0%	10%	0%
支援課題	経営革新	214	46%	21%	8%	6%	7%	11%	1%
	地域資源活用	63	43%	27%	0%	8%	6%	14%	2%
	農商工等連携	21	48%	19%	5%	10%	10%	10%	0%
	新連携	40	38%	23%	10%	8%	5%	18%	0%
	海外展開	23	43%	22%	13%	4%	9%	9%	0%
	創業	35	49%	17%	6%	6%	14%	9%	0%
	事業再生及び再チャレンジ	80	40%	25%	5%	5%	9%	16%	0%
	事業承継	61	46%	16%	5%	5%	10%	18%	0%
	ものづくり	120	46%	21%	8%	7%	7%	11%	1%
	I T を活用した経営力強化	212	36%	24%	10%	7%	10%	13%	0%
	知的資産経営	26	27%	15%	4%	19%	8%	23%	4%
	雇用・労務関係	28	50%	21%	4%	7%	4%	14%	0%
	資金繰り	34	47%	21%	12%	3%	6%	12%	0%
	販路拡大・販促支援	283	48%	19%	7%	4%	7%	14%	0%
	債権保全・債権回収	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	契約・取引	11	64%	0%	0%	9%	18%	9%	0%
	B C P	10	20%	30%	10%	10%	10%	20%	0%
	その他の経営課題	129	40%	22%	5%	8%	8%	16%	2%

4. 支援の課題

「販路拡大・販促支援」に関する相談が4割強と他に比べ多い

- 「販路拡大・販促支援」が非常に高い比率となった。
 - その他の課題では「ITを活用した経営力強化」「経営革新」「ものづくり」といった事業そのものを変革していこうという内容が多くなっている。
- エリア区分では各地とも販路拡大・販促支援の比率が高いが、地域資源活用は東北・四国がやや高い比率となっており、IT活用の地域差は小さい。
- 業種区分では製造業においてもものづくりより販路拡大・販促支援の方が高い比率になっていることが特徴的である。
学術研究・専門・技術サービス業と生活関連サービス・娯楽業では販路拡大・販促支援/IT活用が高い比率となっている。
- 支援回数区分では4回支援を受けた事業者において経営革新/販路拡大・販促支援を相談している比率が高くなっている。

問9. 専門家への相談内容をお選びください。【複数回答可】



4. 支援の課題（企業属性とのクロス集計）

問9. 専門家への相談内容をお選びください。【複数回答可】

		回答数	経営革新	地域資源活用	農商工等連携	新連携	海外展開	創業	事業再生・再チャレンジ	事業承継	ものづくり	ITを活用した経営力強化	知的資産経営	雇用・労務管理	資金繰り	販路拡大・販促支援	債権保全・債権回収	契約・取引	B C P	その他
回答数		457	127	36	11	22	14	23	46	30	74	128	12	16	23	187	0	7	4	82
比率			28%	8%	2%	5%	3%	5%	10%	7%	16%	28%	3%	4%	5%	41%	0%	2%	1%	18%
エリア区分	北海道	19	11%	5%	0%	0%	0%	0%	11%	0%	16%	16%	0%	0%	0%	26%	0%	0%	0%	16%
	東北	63	17%	11%	3%	2%	3%	0%	3%	5%	10%	5%	2%	0%	3%	17%	0%	0%	0%	19%
	関東	317	16%	2%	0%	3%	2%	3%	8%	4%	7%	19%	2%	3%	3%	20%	0%	1%	0%	9%
	中部	97	13%	5%	0%	3%	0%	2%	4%	4%	8%	16%	1%	3%	3%	25%	0%	1%	1%	9%
	近畿	114	15%	4%	2%	4%	1%	2%	4%	4%	12%	14%	0%	3%	2%	28%	0%	1%	1%	4%
	中国	58	21%	0%	0%	2%	0%	0%	3%	3%	2%	17%	2%	2%	3%	21%	0%	3%	0%	21%
	四国	70	11%	13%	7%	3%	3%	4%	4%	3%	9%	13%	1%	1%	4%	19%	0%	1%	1%	1%
	九州	104	13%	3%	1%	2%	3%	6%	5%	3%	13%	12%	2%	0%	3%	26%	0%	0%	0%	11%
業種	農業・林業	13	15%	8%	8%	0%	0%	0%	0%	0%	15%	15%	0%	8%	0%	23%	0%	0%	0%	8%
	鉱業・採石・砂利採取業	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	製造業	242	12%	4%	1%	2%	2%	1%	5%	4%	17%	10%	2%	3%	3%	22%	0%	1%	1%	10%
	情報通信業	10	20%	10%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	20%	0%	10%	10%	0%	0%	0%	0%	30%
	卸売・小売業	183	15%	4%	2%	3%	3%	3%	4%	3%	9%	17%	2%	1%	3%	23%	0%	1%	1%	5%
	不動産・物品賃貸業	6	33%	0%	0%	0%	0%	17%	0%	0%	0%	17%	0%	0%	0%	17%	0%	0%	0%	17%
	宿泊・飲食サービス業	126	17%	7%	1%	4%	2%	2%	10%	3%	5%	10%	1%	2%	4%	22%	0%	1%	0%	8%
	教育・学習支援業	18	11%	6%	6%	0%	0%	6%	6%	0%	0%	17%	0%	0%	0%	17%	0%	6%	0%	28%
	複合サービス業	31	16%	6%	3%	3%	0%	6%	0%	3%	0%	16%	3%	3%	0%	16%	0%	6%	0%	16%
	漁業	5	20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	20%	0%	0%	0%	40%	0%	0%	0%	20%
	建設業	34	18%	3%	0%	3%	0%	9%	6%	6%	0%	24%	0%	3%	3%	12%	0%	0%	0%	15%
	電気・ガス・熱供給	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	運輸・郵便業	10	30%	0%	0%	0%	0%	0%	10%	0%	0%	10%	0%	0%	20%	20%	0%	0%	0%	10%
	金融業・保険業	1	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	学術研究・専門・技術サービス業	20	5%	5%	0%	5%	5%	0%	0%	5%	5%	25%	0%	0%	0%	45%	0%	0%	0%	0%
	生活関連サービス・娯楽業	16	13%	0%	0%	6%	0%	0%	6%	0%	0%	31%	0%	0%	0%	38%	0%	0%	0%	6%
従業員数	医療・福祉	17	12%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	6%	6%	12%	0%	0%	6%	24%	0%	0%	6%	24%
	サービス業	109	18%	3%	1%	1%	0%	4%	8%	5%	5%	21%	2%	0%	1%	22%	0%	0%	0%	10%
	特定非営利活動法人（NPO法人）	1	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	1人～5人	513	15%	4%	1%	2%	2%	4%	5%	3%	8%	16%	2%	1%	2%	24%	0%	1%	0%	9%
	6人～20人	208	15%	5%	2%	3%	2%	1%	7%	5%	8%	14%	0%	3%	3%	17%	0%	0%	1%	12%
	21人～50人	83	17%	4%	0%	4%	0%	0%	5%	5%	13%	10%	0%	5%	6%	20%	0%	2%	2%	7%
	51人～100人	23	17%	4%	4%	4%	0%	0%	4%	0%	13%	13%	0%	0%	4%	22%	0%	0%	0%	13%
	101人～200人	10	20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	10%	20%	0%	0%	0%	20%	0%	0%	0%	30%
	201人～300人	1	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	301人～900人	2	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%
年齢	900人超	2	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	30歳以下	15	27%	7%	7%	0%	7%	0%	20%	7%	13%	0%	0%	0%	0%	7%	0%	0%	0%	7%
	31～40歳	94	12%	0%	2%	3%	2%	2%	14%	2%	5%	15%	0%	2%	1%	22%	0%	1%	1%	15%
	41～50歳	240	17%	5%	1%	1%	1%	4%	7%	1%	9%	14%	1%	2%	4%	22%	0%	0%	0%	11%
	51～60歳	313	16%	3%	1%	3%	1%	3%	4%	5%	7%	17%	1%	2%	3%	23%	0%	1%	1%	9%
支援回数	61～70歳	145	14%	8%	2%	4%	3%	1%	1%	4%	14%	15%	3%	1%	1%	21%	0%	1%	1%	6%
	71歳以上	35	6%	9%	0%	0%	0%	6%	0%	3%	9%	14%	6%	0%	9%	26%	0%	3%	0%	11%
	1回	301	16%	4%	1%	2%	1%	3%	3%	2%	8%	20%	0%	2%	2%	26%	0%	1%	0%	10%
	2回	145	14%	6%	1%	4%	4%	2%	9%	4%	9%	12%	3%	2%	2%	19%	0%	1%	0%	7%
	3回	210	13%	5%	2%	3%	1%	4%	6%	3%	10%	15%	1%	2%	3%	21%	0%	0%	0%	10%
	4回	52	15%	2%	0%	2%	2%	2%	6%	6%	12%	12%	0%	6%	4%	21%	0%	2%	2%	8%
	5回	134	17%	3%	2%	2%	1%	1%	6%	5%	8%	10%	3%	1%	4%	20%	0%	1%	1%	13%

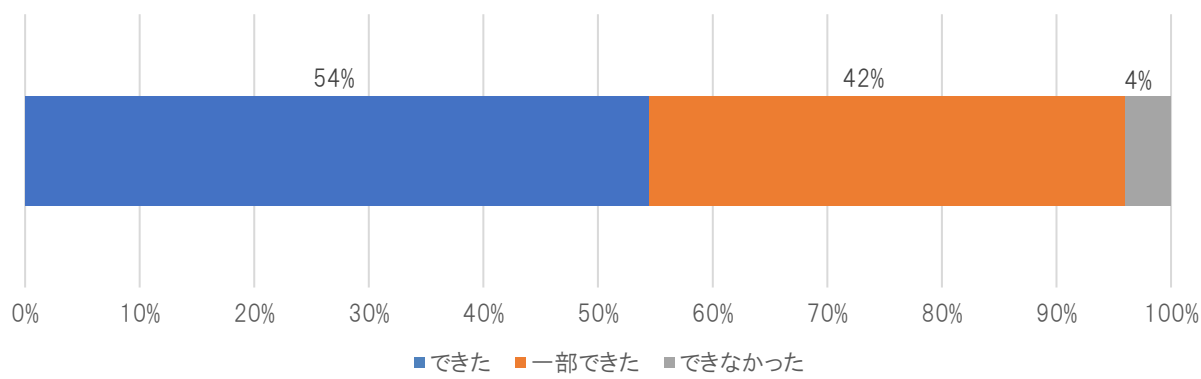
5. 解決策の立案有無

ほとんどの事業者が何らかの解決ができている。

- 課題解決が「できた」と「一部できた」を合計すると96%の事業者が何らかの解決ができたとしている。
- エリア区分、従業員数区分、年齢区分の各項目とのクロス分析の結果には大きな有意差はみられない。
- 業種区分では運輸,郵便業/生活関連サービス,娯楽業で一部できたとする比率がやや高くなっている。
- 支援課題区分では、経営革新/地域資源活用を課題とする事業者でできたとする比率がやや高いが、BCP/ものづくりは一部できたとする比率が高くなり支援継続の必要性を示唆している。海外展開はできなかったとする比率が高くなっている。

問10.専門家の支援（助言）により、経営課題の解決に向けた対策を立てることができましたか。

(n=457)
小数点以下、四捨五入



5. 解決策の立案有無（企業属性とのクロス集計）

問10.専門家の支援（助言）により、経営課題の解決に向けた対策を立てることができましたか。

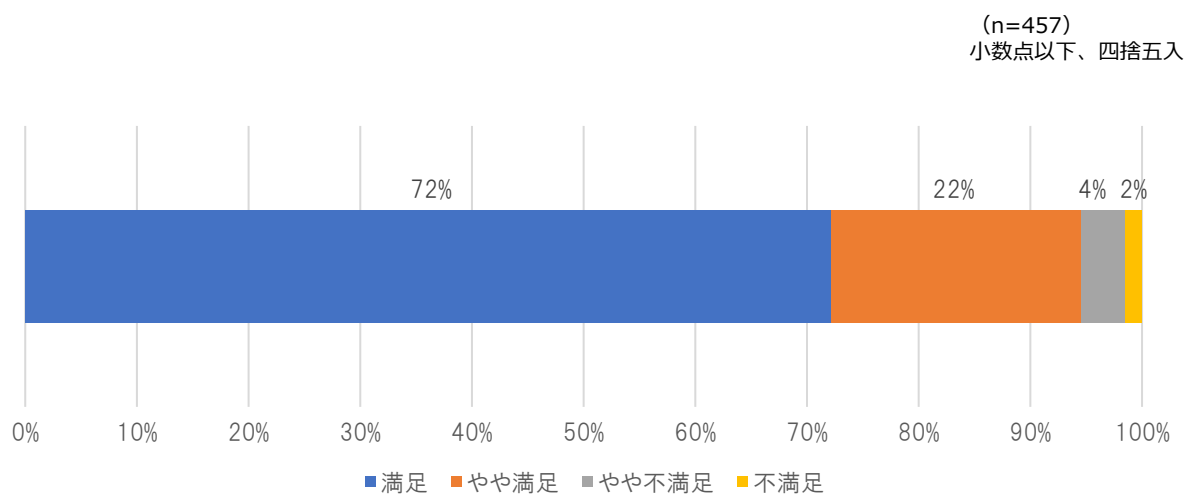
		回答数	できた	一部できた	できなかった
回答数		457	249	190	18
比率			54%	42%	4%
エリア区分	北海道	10	60%	40%	0%
	東北	33	70%	24%	6%
	関東	181	50%	46%	4%
	中部	55	60%	40%	0%
	近畿	61	59%	39%	2%
	中国	35	60%	31%	9%
	四国	27	41%	48%	11%
	九州	55	53%	44%	4%
業種	農業・林業	12	67%	25%	8%
	鉱業・採石・砂利採取業	0	0%	0%	0%
	製造業	134	46%	51%	3%
	情報通信業	4	100%	0%	0%
	卸売・小売業	99	55%	37%	8%
	不動産・物品賃貸業	3	0%	100%	0%
	宿泊・飲食サービス業	54	61%	31%	7%
	教育・学習支援業	9	56%	44%	0%
	複合サービス業	14	64%	36%	0%
	漁業	4	75%	25%	0%
	建設業	19	42%	58%	0%
	電気・ガス・熱供給	0	0%	0%	0%
	運輸・郵便業	6	17%	83%	0%
	金融業・保険業	1	100%	0%	0%
	学術研究・専門・技術サービス業	11	64%	36%	0%
	生活関連サービス・娯楽業	10	40%	60%	0%
	医療・福祉	11	82%	18%	0%
	サービス業	65	65%	34%	2%
	特定非営利活動法人（NPO法人）	1	0%	100%	0%
従業員数	1人～5人	273	59%	36%	4%
	6人～20人	112	47%	50%	3%
	21人～50人	44	41%	57%	2%
	51人～100人	15	53%	40%	7%
	101人～200人	9	67%	22%	11%
	201人～300人	1	0%	100%	0%
	301人～900人	2	50%	50%	0%
	900人超	1	100%	0%	0%
年齢	30歳以下	5	60%	40%	0%
	31～40歳	59	59%	39%	2%
	41～50歳	135	55%	41%	4%
	51～60歳	168	57%	40%	3%
	61～70歳	74	43%	51%	5%
	71歳以上	16	56%	31%	13%
支援課題	経営革新	127	61%	34%	6%
	地域資源活用	36	61%	33%	6%
	農商工等連携	11	45%	55%	0%
	新連携	22	55%	41%	5%
	海外展開	14	36%	36%	29%
	創業	23	57%	43%	0%
	事業再生及び再チャレンジ	46	57%	37%	7%
	事業承継	30	57%	40%	3%
	ものづくり	74	47%	50%	3%
	I Tを活用した経営力強化	128	57%	42%	1%
	知的資産経営	12	58%	42%	0%
	雇用・労務関係	16	56%	44%	0%
	資金繰り	23	39%	52%	9%
	販路拡大・販促支援	187	54%	44%	2%
	債権保全・債権回収	0	0%	0%	0%
	契約・取引	7	71%	29%	0%
	B C P	4	25%	75%	0%
	その他の経営課題	82	57%	39%	4%

8. 支援全体の満足度

9割強が、支援を受け満足しているという評価

- 支援全体の満足度は「満足」が約72%、「やや満足」が約22%で、合計約94%となりほとんどの事業者が支援に満足している。
- エリア区分、業種区分、従業員数区分、年齢区分での大きな有意差は見られない。
- 支援課題区分では海外展開において満足度が得られない傾向が見られる。

問11 専門家から受けた支援全体の満足度をお選びください。



8. 支援全体の満足度（企業属性とのクロス集計）

問11 専門家から受けた支援全体の満足度をお選びください。

		支援の満足度				
		回答数	満足	やや満足	やや不満足	不満足
回答数		457	330	102	18	7
比率			72%	22%	4%	2%
エリア区分	北海道	10	80%	20%	0%	0%
	東北	33	82%	12%	0%	6%
	関東	181	73%	20%	5%	1%
	中部	55	82%	18%	0%	0%
	近畿	61	74%	23%	2%	2%
	中国	35	57%	29%	14%	0%
	四国	27	59%	30%	4%	7%
	九州	55	65%	31%	4%	0%
業種	農業・林業	12	58%	33%	0%	8%
	鉱業・採石・砂利採取業	0	0%	0%	0%	0%
	製造業	134	64%	31%	4%	1%
	情報通信業	4	100%	0%	0%	0%
	卸売・小売業	99	73%	19%	4%	4%
	不動産・物品賃貸業	3	33%	67%	0%	0%
	宿泊・飲食サービス業	54	76%	20%	2%	2%
	教育・学習支援業	9	67%	33%	0%	0%
	複合サービス業	14	86%	7%	7%	0%
	漁業	4	75%	0%	25%	0%
	建設業	19	58%	37%	5%	0%
	電気・ガス・熱供給	0	0%	0%	0%	0%
	運輸・郵便業	6	50%	33%	17%	0%
	金融業・保険業	1	100%	0%	0%	0%
	学術研究・専門・技術サービス業	11	82%	18%	0%	0%
	生活関連サービス・娯楽業	10	80%	20%	0%	0%
	医療・福祉	11	91%	9%	0%	0%
	サービス業	65	85%	11%	5%	0%
	特定非営利活動法人（NPO法人）	1	100%	0%	0%	0%
従業員数	1人～5人	273	75%	20%	3%	3%
	6人～20人	112	72%	21%	7%	0%
	21人～50人	44	70%	27%	2%	0%
	51人～100人	15	53%	40%	7%	0%
	101人～200人	9	44%	44%	11%	0%
	201人～300人	1	0%	100%	0%	0%
	301人～900人	2	50%	50%	0%	0%
	900人超	1	100%	0%	0%	0%
年齢	30歳以下	5	80%	20%	0%	0%
	31～40歳	59	68%	24%	8%	0%
	41～50歳	135	74%	23%	3%	0%
	51～60歳	168	78%	18%	2%	2%
	61～70歳	74	59%	31%	7%	3%
	71歳以上	16	69%	19%	0%	13%
支援課題	経営革新	127	76%	19%	4%	2%
	地域資源活用	36	69%	22%	3%	6%
	農商工等連携	11	73%	18%	9%	0%
	新連携	22	77%	14%	5%	5%
	海外展開	14	57%	7%	7%	29%
	創業	23	74%	26%	0%	0%
	事業再生及び再チャレンジ	46	87%	4%	7%	2%
	事業承継	30	83%	13%	3%	0%
	ものづくり	74	69%	30%	1%	0%
	I Tを活用した経営力強化	128	78%	18%	4%	0%
	知的資産経営	12	92%	8%	0%	0%
	雇用・労務関係	16	88%	13%	0%	0%
	資金繰り	23	70%	26%	0%	4%
	販路拡大・販促支援	187	77%	19%	3%	2%
	債権保全・債権回収	0	0%	0%	0%	0%
	契約・取引	7	86%	14%	0%	0%
	B C P	4	100%	0%	0%	0%
	その他の経営課題	82	71%	24%	5%	0%

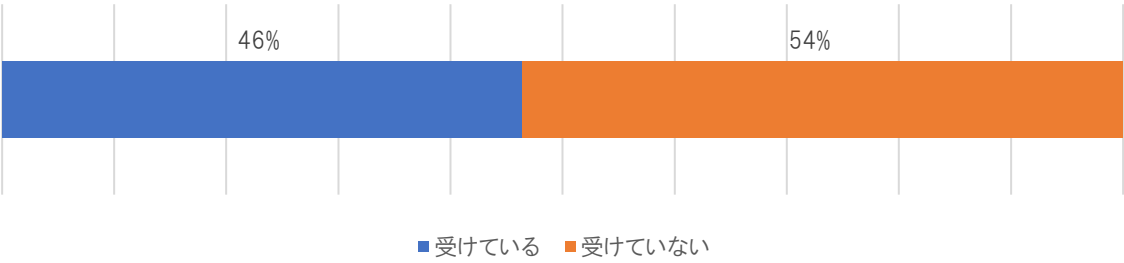
9. 支援の継続性

継続的な支援を受けていない事業者が6割弱

- 派遣終了後の継続的な支援は、「受けている」が46% 「受けていない」が54%と回答。
- エリア区分では、北海道/中国/四国で「受けていない」比率が高くなっている。
- 業種区分では漁業/運輸・郵便業で「受けている」の比率が高く、建設業/学術研究・専門・技術サービス業/生活関連サービス・娯楽業/医療・福祉で「受けていない」の比率が高くなっている。
- 従業員数区分/年齢区分では顕著な差異は見られないが、支援課題区分では知的資産経営/契約・取引での受けているの比率が高い。

問12. 派遣終了後も当該専門家から支援を受けていますか。

(n=457)
小数点以下、四捨五入



9. 支援の継続性（企業属性とのクロス集計）

問12. 派遣終了後も当該専門家から支援を受けていますか。

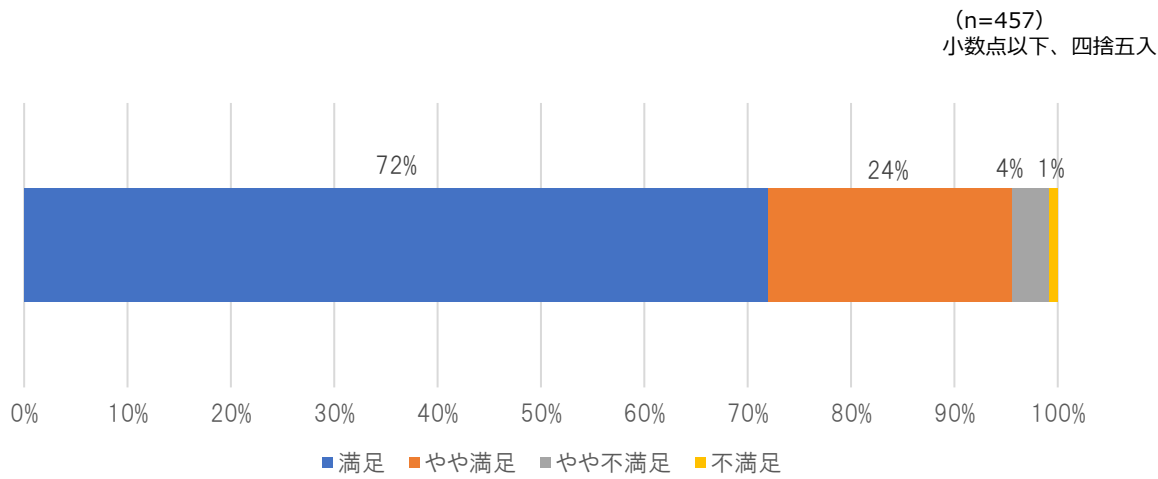
		当該専門家支援の継続		
		回答数	受けている	受けていない
回答数 比率		457	212 46%	245 54%
エリア区分	北海道	10	30%	70%
	東北	33	70%	30%
	関東	181	46%	54%
	中部	55	44%	56%
	近畿	61	52%	48%
	中国	35	29%	71%
	四国	27	33%	67%
	九州	55	49%	51%
業種	農業・林業	12	58%	42%
	鉱業・採石・砂利採取業	0	0%	0%
	製造業	134	46%	54%
	情報通信業	4	50%	50%
	卸売・小売業	99	52%	48%
	不動産・物品賃貸業	3	33%	67%
	宿泊・飲食サービス業	54	54%	46%
	教育・学習支援業	9	44%	56%
	複合サービス業	14	50%	50%
	漁業	4	100%	0%
	建設業	19	32%	68%
	電気・ガス・熱供給	0	0%	0%
	運輸・郵便業	6	83%	17%
	金融業・保険業	1	0%	100%
	学術研究・専門・技術サービス業	11	36%	64%
	生活関連サービス・娯楽業	10	30%	70%
	医療・福祉	11	18%	82%
	サービス業	65	38%	62%
	特定非営利活動法人（NPO法人）	1	0%	100%
従業員数	1人～5人	273	46%	54%
	6人～20人	112	45%	55%
	21人～50人	44	59%	41%
	51人～100人	15	47%	53%
	101人～200人	9	22%	78%
	201人～300人	1	100%	0%
	301人～900人	2	50%	50%
	900人超	1	0%	100%
年齢	30歳以下	5	80%	20%
	31～40歳	59	49%	51%
	41～50歳	135	38%	62%
	51～60歳	168	43%	57%
	61～70歳	74	64%	36%
	71歳以上	16	50%	50%
支援回数	1回	191	35%	65%
	2回	79	42%	58%
	3回	97	59%	41%
	4回	27	70%	30%
	5回	63	59%	41%
支援課題	経営革新	127	57%	43%
	地域資源活用	36	67%	33%
	農商工等連携	11	73%	27%
	新連携	22	55%	45%
	海外展開	14	57%	43%
	創業	23	48%	52%
	事業再生及び再チャレンジ	46	63%	37%
	事業承継	30	57%	43%
	ものづくり	74	50%	50%
	I Tを活用した経営力強化	128	48%	52%
	知的資産経営	12	83%	17%
	雇用・労務関係	16	56%	44%
	資金繰り	23	43%	57%
	販路拡大・販促支援	187	48%	52%
	債権保全・債権回収	0	0%	0%
	契約・取引	7	86%	14%
	B C P	4	75%	25%
	その他の経営課題	82	43%	57%

10. 支援機関のフォロー

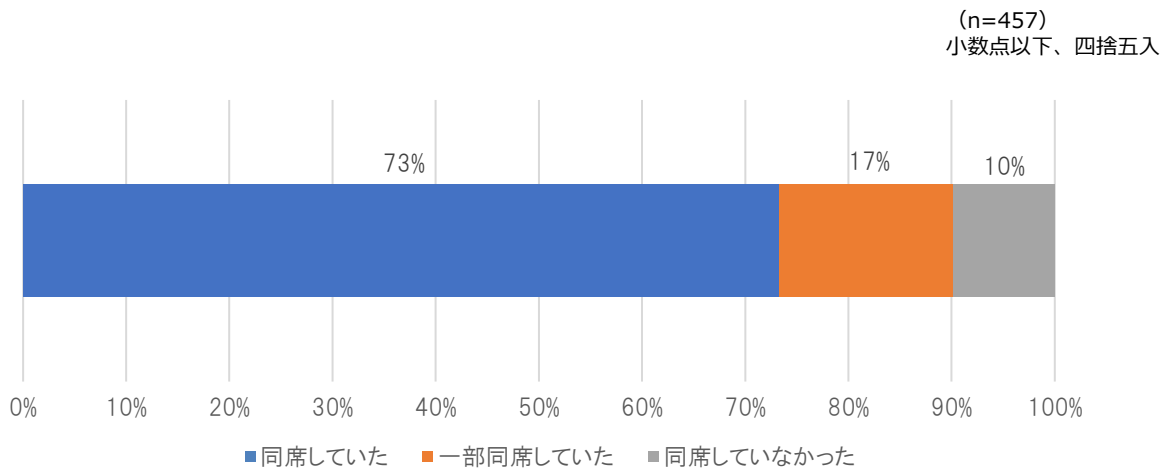
支援機関への満足度は高い

- 支援機関のサポートに対する満足度は「満足」が72%、「やや満足」が24%と96%の事業者が満足としている。
 - 支援機関が支援に「同席していた」が73%、「一部同席していた」が17%と、90%の企業から、派遣時に支援機関の同席があったとの回答があった。
- エリア区分で近畿で同席していなかった比率が高い。
- 支援課題区分で事業承継/販路拡大・販促支援/知的資産経営で満足の比率がやや高い。

問13. 今回専門家派遣における経営相談を行った支援機関からのサポート・フォローアップの満足度をお選びください。



問14. 専門家の支援時に経営相談を行った支援機関は同席していましたか。



10. 支援機関のフォロー（企業属性とのクロス集計）

問13. 今回専門家派遣における経営相談を行った支援機関からのサポート・フォローアップの満足度をお選びください。

問14. 専門家の支援時に経営相談を行った支援機関は同席していましたか。

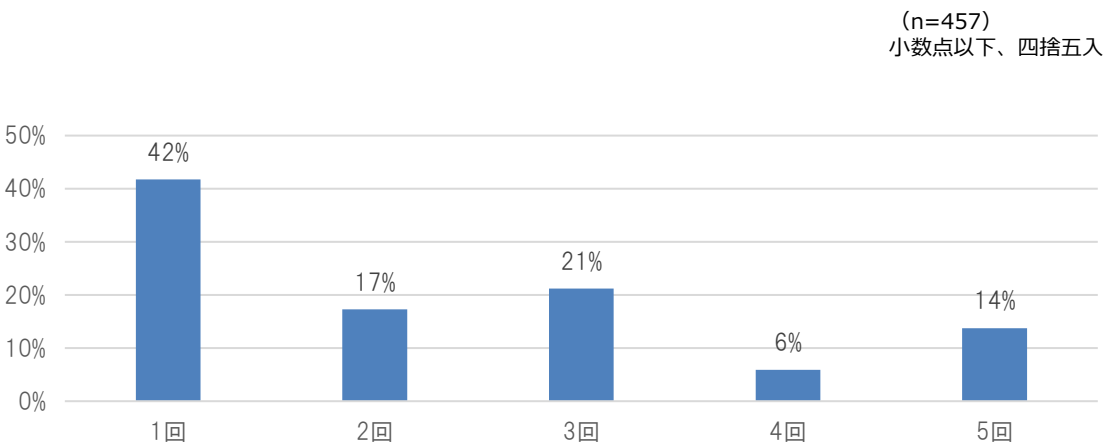
		支援機関フォロー					支援同席			
		回答数	満足	やや満足	やや不満足	不満足	回答数	同席していた	一部同席していた	同席していなかった
回答数 比率		457	329	108	16	4	457	335	77	45
			72%	24%	4%	1%		73%	17%	10%
エリア区分	北海道	10	80%	20%	0%	0%	10	100%	0%	0%
	東北	33	85%	12%	3%	0%	33	79%	12%	9%
	関東	181	73%	22%	4%	1%	181	71%	22%	7%
	中部	55	76%	22%	2%	0%	55	82%	16%	2%
	近畿	61	70%	26%	3%	0%	61	64%	10%	26%
	中国	35	60%	37%	0%	3%	35	74%	20%	6%
	四国	27	67%	22%	4%	7%	27	85%	0%	15%
	九州	55	65%	27%	7%	0%	55	67%	22%	11%
業種	農業・林業	12	58%	33%	8%	0%	12	75%	8%	17%
	鉱業・採石・砂利採取業	0	0%	0%	0%	0%	0	0%	0%	0%
	製造業	134	63%	34%	4%	0%	134	75%	15%	10%
	情報通信業	4	75%	25%	0%	0%	4	50%	50%	0%
	卸売・小売業	99	77%	18%	3%	2%	99	78%	17%	5%
	不動産・物品賃貸業	3	67%	33%	0%	0%	3	67%	0%	33%
	宿泊・飲食サービス業	54	74%	19%	6%	2%	54	76%	15%	9%
	教育・学習支援業	9	67%	33%	0%	0%	9	89%	11%	0%
	複合サービス業	14	79%	14%	7%	0%	14	71%	21%	7%
	漁業	4	100%	0%	0%	0%	4	50%	0%	50%
	建設業	19	63%	37%	0%	0%	19	74%	26%	0%
	電気・ガス・熱供給	0	0%	0%	0%	0%	0	0%	0%	0%
	運輸・郵便業	6	83%	0%	17%	0%	6	83%	0%	17%
	金融業・保険業	1	100%	0%	0%	0%	1	0%	0%	100%
	学術研究・専門・技術サービス業	11	82%	18%	0%	0%	11	64%	18%	18%
	生活関連サービス・娯楽業	10	70%	30%	0%	0%	10	50%	20%	30%
	医療・福祉	11	82%	18%	0%	0%	11	55%	27%	18%
	サービス業	65	82%	14%	3%	2%	65	71%	20%	9%
	特定非営利活動法人（NPO法人）	1	0%	100%	0%	0%	1	100%	0%	0%
従業員数	1人～5人	273	72%	23%	3%	1%	273	73%	15%	12%
	6人～20人	112	70%	26%	4%	0%	112	73%	21%	6%
	21人～50人	44	77%	20%	2%	0%	44	80%	14%	7%
	51人～100人	15	67%	33%	0%	0%	15	87%	7%	7%
	101人～200人	9	78%	22%	0%	0%	9	56%	44%	0%
	201人～300人	1	0%	0%	100%	0%	1	100%	0%	0%
	301人～900人	2	100%	0%	0%	0%	2	50%	50%	0%
	900人超	1	100%	0%	0%	0%	1	0%	0%	100%
年齢	30歳以下	5	80%	0%	20%	0%	5	80%	20%	0%
	31～40歳	59	80%	20%	0%	0%	59	64%	17%	19%
	41～50歳	135	71%	24%	4%	1%	135	73%	21%	7%
	51～60歳	168	77%	20%	2%	1%	168	77%	14%	9%
	61～70歳	74	54%	38%	7%	1%	74	78%	14%	8%
	71歳以上	16	81%	13%	6%	0%	16	50%	25%	25%
支援回数	1回	191	67%	29%	4%	1%	191	70%	18%	12%
	2回	79	65%	25%	6%	4%	79	72%	15%	13%
	3回	97	79%	18%	3%	0%	97	72%	18%	10%
	4回	27	74%	22%	4%	0%	27	93%	7%	0%
	5回	63	84%	16%	0%	0%	63	78%	17%	5%
支援課題	経営革新	127	76%	19%	4%	1%	127	80%	15%	6%
	地域資源活用	36	75%	19%	3%	3%	36	78%	11%	11%
	農商工等連携	11	82%	9%	9%	0%	11	91%	9%	0%
	新連携	22	77%	14%	5%	5%	22	82%	5%	14%
	海外展開	14	57%	21%	0%	21%	14	64%	21%	14%
	創業	23	65%	35%	0%	0%	23	74%	13%	13%
	事業再生及び再チャレンジ	46	80%	15%	2%	2%	46	67%	22%	11%
	事業承継	30	90%	10%	0%	0%	30	90%	7%	3%
	ものづくり	74	65%	30%	5%	0%	74	74%	14%	12%
	I Tを活用した経営力強化	128	75%	23%	2%	1%	128	68%	23%	9%
	知的資産経営	12	83%	17%	0%	0%	12	75%	17%	8%
	雇用・労務関係	16	75%	19%	6%	0%	16	81%	13%	6%
	資金繰り	23	74%	17%	4%	4%	23	87%	13%	0%
	販路拡大・販促支援	187	82%	17%	2%	0%	187	72%	18%	10%
	債権保全・債権回収	0	0%	0%	0%	0%	0	0%	0%	0%
	契約・取引	7	71%	29%	0%	0%	7	71%	29%	0%
	B C P	4	100%	0%	0%	0%	4	75%	25%	0%
	その他の経営課題	82	72%	26%	2%	0%	82	74%	20%	6%

11. 利用回数

1回だけ利用の事業者が4割強

- 「1回」 だけの利用者が42%と多い。
- エリア区分では北海道は5回、四国は3回利用の比率が高い。
- 支援課題区分ではBCPが4回/5回の長期支援を受ける傾向がある。

問16. 今年度の中小企業 1 1 9 利用回数をお選びください。（予定も含みます）



11. 利用回数（企業属性とのクロス集計）

問16. 今年度の中小企業 1 1 9 利用回数をお選びください。（予定も含みます）

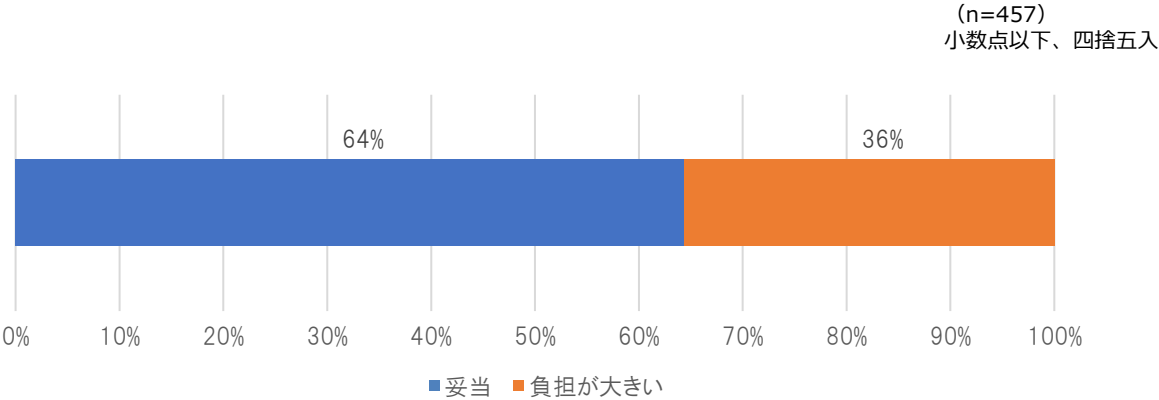
		利用回数					
		回答数	1回	2回	3回	4回	5回
回答数 比率		457	191 42%	79 17%	97 21%	27 6%	63 14%
エリア区分	北海道	10	50%	0%	10%	0%	40%
	東北	33	33%	18%	24%	9%	15%
	関東	181	37%	18%	19%	9%	18%
	中部	55	53%	16%	22%	2%	7%
	近畿	61	46%	11%	25%	3%	15%
	中国	35	51%	17%	20%	9%	3%
	四国	27	22%	26%	41%	4%	7%
	九州	55	49%	22%	16%	2%	11%
業種	農業・林業	12	67%	8%	8%	8%	8%
	鉱業・採石・砂利採取業	0	0%	0%	0%	0%	0%
	製造業	134	39%	15%	26%	6%	14%
	情報通信業	4	75%	0%	0%	0%	25%
	卸売・小売業	99	34%	24%	17%	4%	20%
	不動産・物品賃貸業	3	67%	0%	33%	0%	0%
	宿泊・飲食サービス業	54	39%	17%	22%	7%	15%
	教育・学習支援業	9	56%	11%	22%	0%	11%
	複合サービス業	14	36%	21%	29%	0%	14%
	漁業	4	50%	0%	25%	0%	25%
	建設業	19	26%	16%	37%	21%	0%
	電気・ガス・熱供給	0	0%	0%	0%	0%	0%
	運輸・郵便業	6	33%	0%	17%	17%	33%
	金融業・保険業	1	100%	0%	0%	0%	0%
	学術研究・専門・技術サービス業	11	82%	9%	9%	0%	0%
	生活関連サービス・娯楽業	10	80%	0%	10%	0%	10%
	医療・福祉	11	36%	18%	18%	9%	18%
	サービス業	65	45%	23%	18%	6%	8%
	特定非営利活動法人（NPO法人）	1	100%	0%	0%	0%	0%
従業員数	1人～5人	273	50%	16%	19%	3%	12%
	6人～20人	112	37%	21%	21%	5%	15%
	21人～50人	44	23%	14%	20%	25%	18%
	51人～100人	15	13%	0%	53%	13%	20%
	101人～200人	9	22%	22%	22%	0%	33%
	201人～300人	1	0%	0%	100%	0%	0%
	301人～900人	2	0%	50%	50%	0%	0%
	900人超	1	0%	100%	0%	0%	0%
年齢	30歳以下	5	60%	0%	20%	0%	20%
	31～40歳	59	46%	12%	24%	5%	14%
	41～50歳	135	39%	15%	23%	7%	16%
	51～60歳	168	45%	20%	18%	7%	11%
	61～70歳	74	32%	24%	20%	5%	18%
	71歳以上	16	50%	6%	38%	0%	6%
支援課題	経営革新	127	38%	17%	21%	6%	18%
	地域資源活用	36	33%	25%	28%	3%	11%
	農商工等連携	11	18%	18%	36%	0%	27%
	新連携	22	23%	27%	32%	5%	14%
	海外展開	14	29%	43%	14%	7%	7%
	創業	23	43%	13%	35%	4%	4%
	事業再生及び再チャレンジ	46	20%	28%	28%	7%	17%
	事業承継	30	23%	20%	23%	10%	23%
	ものづくり	74	32%	18%	27%	8%	15%
	ITを活用した経営力強化	128	46%	14%	24%	5%	11%
	知的資産経営	12	8%	33%	25%	0%	33%
	雇用・労務関係	16	31%	19%	25%	19%	6%
	資金繰り	23	22%	13%	30%	9%	26%
	販路拡大・販促支援	187	41%	14%	24%	6%	14%
	債権保全・債権回収	0	0%	0%	0%	0%	0%
	契約・取引	7	29%	14%	14%	14%	29%
	B C P	4	25%	0%	0%	25%	50%
	その他の経営課題	82	37%	12%	26%	5%	21%

12. 事業者負担額への考え

三分の一の事業者が現在の事業者負担額は負担が大きいと回答

- 36%の事業者が「負担が大きい」と回答。
- 従業員数が1～5人の小規模な事業者が負担が大きいとの回答比率が高いが、101～200人の規模では妥当であるとの回答比率が高くなっている。
- 年齢区分では有意差は見られない。
- 支援回数区分では、4回の事業者が妥当の比率が高いが、概ね3割～4割の比率となっている。

問17. 令和4年度から中小事業119は1事業者あたり年間5回まで利用可能とし、利用料金の一部負担をお願いしています。負担額についてご意見をください。
【複数回答可】



12. 事業者負担額への考え（企業属性とのクロス集計）

問17. 令和4年度から中小事業119は1事業者あたり年間5回まで利用可能とし、
利用料金の一部負担をお願いしています。負担額についてご意見をください。
【複数回答可】

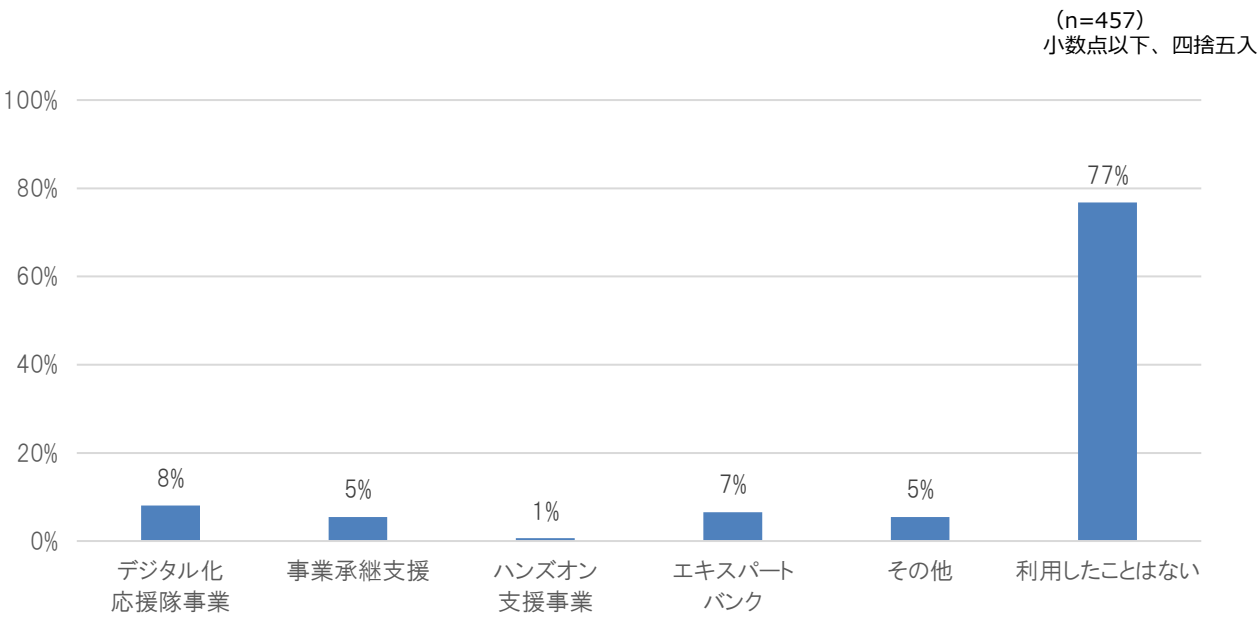
		事業者負担額の妥当性		
		回答数	妥当	負担が大きい
回答数		457	294	163
比率			64%	36%
エリア区分	北海道	10	60%	40%
	東北	33	64%	36%
	関東	181	68%	32%
	中部	55	64%	36%
	近畿	61	48%	52%
	中国	35	71%	29%
	四国	27	67%	33%
	九州	55	67%	33%
業種	農業・林業	12	58%	42%
	鉱業・採石・砂利採取業	0	0%	0%
	製造業	134	63%	37%
	情報通信業	4	75%	25%
	卸売・小売業	99	54%	46%
	不動産・物品賃貸業	3	67%	33%
	宿泊・飲食サービス業	54	78%	22%
	教育・学習支援業	9	44%	56%
	複合サービス業	14	79%	21%
	漁業	4	75%	25%
	建設業	19	84%	16%
	電気・ガス・熱供給	0	0%	0%
	運輸・郵便業	6	67%	33%
	金融業・保険業	1	100%	0%
	学術研究・専門・技術サービス業	11	45%	55%
	生活関連サービス・娯楽業	10	30%	70%
	医療・福祉	11	91%	9%
	サービス業	65	68%	32%
	特定非営利活動法人（NPO法人）	1	100%	0%
従業員数	1人～5人	273	56%	44%
	6人～20人	112	75%	25%
	21人～50人	44	82%	18%
	51人～100人	15	80%	20%
	101人～200人	9	89%	11%
	201人～300人	1	100%	0%
	301人～900人	2	50%	50%
	900人超	1	0%	100%
年齢	30歳以下	5	80%	20%
	31～40歳	59	71%	29%
	41～50歳	135	68%	32%
	51～60歳	168	60%	40%
	61～70歳	74	64%	36%
	71歳以上	16	50%	50%
支援回数	1回	191	56%	44%
	2回	79	76%	24%
	3回	97	66%	34%
	4回	27	93%	7%
	5回	63	60%	40%
支援課題	経営革新	127	70%	30%
	地域資源活用	36	75%	25%
	農商工等連携	11	73%	27%
	新連携	22	64%	36%
	海外展開	14	79%	21%
	創業	23	61%	39%
	事業再生及び再チャレンジ	46	78%	22%
	事業承継	30	70%	30%
	ものづくり	74	61%	39%
	I Tを活用した経営力強化	128	52%	48%
	知的資産経営	12	75%	25%
	雇用・労務関係	16	94%	6%
	資金繰り	23	83%	17%
	販路拡大・販促支援	187	57%	43%
	債権保全・債権回収	0	0%	0%
	契約・取引	7	43%	57%
	B C P	4	50%	50%
	その他の経営課題	82	78%	22%

14. 他事業での専門家派遣の利用

8割近くの事業者は他事業による専門家派遣を利用していない

- 他事業による専門家派遣は「利用したことはない」が77%と非常に多い。

問18. 中小企業119以外の専門家派遣事業を利用したことがありますか。【複数回答可】



14. 他事業での専門家派遣の利用（企業属性とのクロス集計）

問18. 中小企業 1 1 9 以外の専門家派遣事業を利用したことがありますか。【複数回答可】

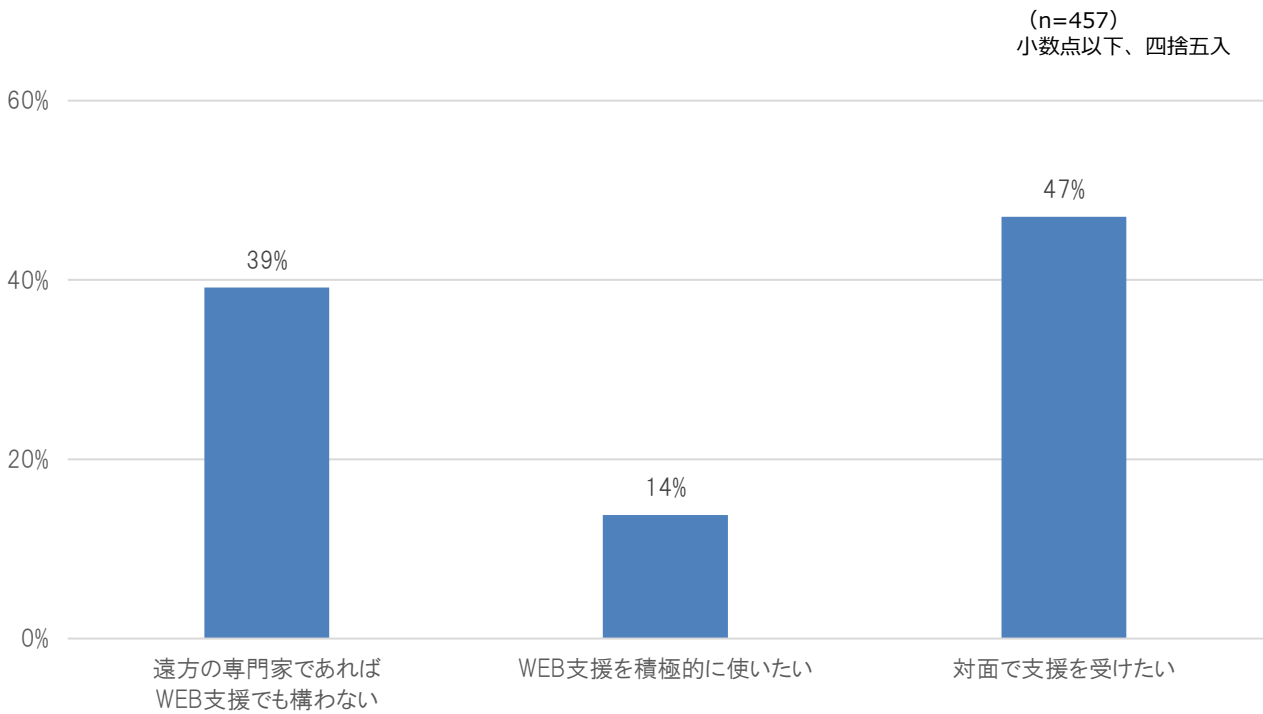
		他事業利用						
		回答数	デジタル化 応援隊事業	事業承継 支援	ハンズオン 支援事業	エキスパート バンク	利用したことは ない	その他
回答数		457	37	25	3	30	351	25
比率			8%	5%	1%	7%	77%	5%
エリア区分	北海道	10	0%	0%	0%	0%	90%	10%
	東北	33	9%	6%	0%	18%	61%	6%
	関東	184	8%	5%	1%	4%	76%	7%
	中部	59	5%	5%	2%	20%	56%	12%
	近畿	64	17%	9%	2%	2%	70%	0%
	中国	35	3%	0%	0%	3%	94%	0%
	四国	29	10%	3%	0%	3%	79%	3%
	九州	57	2%	7%	0%	4%	86%	2%
業種	農業・林業	12	8%	17%	0%	0%	75%	0%
	鉱業・採石・砂利採取業	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	製造業	136	5%	7%	1%	10%	71%	6%
	情報通信業	4	25%	0%	0%	0%	75%	0%
	卸売・小売業	107	8%	6%	2%	7%	71%	6%
	不動産・物品賃貸業	3	0%	0%	0%	0%	100%	0%
	宿泊・飲食サービス業	54	9%	2%	0%	4%	83%	2%
	教育・学習支援業	9	0%	0%	0%	0%	100%	0%
	複合サービス業	14	7%	0%	0%	7%	71%	14%
	漁業	4	0%	0%	0%	0%	100%	0%
	建設業	19	5%	0%	0%	0%	89%	5%
	電気・ガス・熱供給	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	運輸・郵便業	6	33%	17%	0%	0%	50%	0%
	金融業・保険業	1	0%	0%	0%	0%	100%	0%
	学術研究・専門・技術サービス業	11	18%	0%	0%	9%	73%	0%
	生活関連サービス・娯楽業	10	0%	0%	0%	10%	90%	0%
	医療・福祉	12	8%	0%	0%	8%	83%	0%
	サービス業	68	10%	7%	0%	4%	69%	9%
	特定非営利活動法人（NPO法人）	1	0%	0%	0%	0%	0%	100%
従業員数	1人～5人	279	9%	5%	0%	7%	75%	5%
	6人～20人	118	7%	5%	1%	8%	75%	5%
	21人～50人	45	4%	9%	2%	2%	71%	11%
	51人～100人	15	7%	7%	0%	7%	73%	7%
	101人～200人	9	0%	0%	0%	0%	100%	0%
	201人～300人	1	100%	0%	0%	0%	0%	0%
	301人～900人	2	0%	0%	0%	0%	100%	0%
	900人超	2	50%	50%	0%	0%	0%	0%
年齢	30歳以下	5	0%	20%	0%	0%	80%	0%
	31～40歳	63	13%	3%	2%	5%	78%	0%
	41～50歳	135	6%	3%	0%	3%	85%	3%
	51～60歳	175	9%	5%	0%	8%	73%	6%
	61～70歳	76	7%	7%	3%	11%	64%	9%
	71歳以上	17	6%	29%	0%	6%	35%	24%
支援課題	経営革新	132	9%	9%	1%	7%	68%	6%
	地域資源活用	36	17%	8%	0%	3%	69%	3%
	農商工等連携	13	31%	8%	8%	0%	54%	0%
	新連携	23	9%	4%	4%	9%	70%	4%
	海外展開	14	0%	7%	0%	7%	86%	0%
	創業	24	8%	8%	0%	0%	79%	4%
	事業再生及び再チャレンジ	50	8%	16%	0%	10%	58%	8%
	事業承継	31	3%	23%	0%	0%	68%	6%
	ものづくり	76	8%	5%	0%	7%	74%	7%
	I T を活用した経営力強化	134	10%	6%	1%	4%	74%	6%
	知的資産経営	12	17%	0%	0%	0%	83%	0%
	雇用・労務関係	17	6%	12%	0%	6%	71%	6%
	資金繰り	25	12%	12%	0%	8%	60%	8%
	販路拡大・販促支援	190	7%	3%	1%	9%	74%	6%
	債権保全・債権回収	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	契約・取引	8	13%	25%	0%	13%	25%	25%
	B C P	5	0%	0%	20%	0%	60%	20%
	その他の経営課題	84	5%	2%	0%	10%	79%	5%

15. WEB支援への考え

5割の事業者は対面支援を希望

- 47%の事業者は対面による支援を希望している。
- しかしながら、「遠方の専門家の場合WEB支援でも構わない」とする事業者も39%であり、全国の専門家が派遣対象となる中小企業119の特長に合致している。
- 年齢区分による構成比率に大きな差はなく、若年層ほどWEB支援肯定が多くなるという結果にはなっていない。
- 支援課題区分では海外展開/創業が遠方の専門家の場合でのWEB支援受入れが対面支援と同等または上回る比率となっている。地域資源活用/事業承継/ものづくり/知的資産経営は対面支援を望む比率が高くなっている。

問19.WEB支援についてお聞かせください。



15. WEB支援への考え（企業属性とのクロス集計）

問19.WEB支援についてお聞かせください。

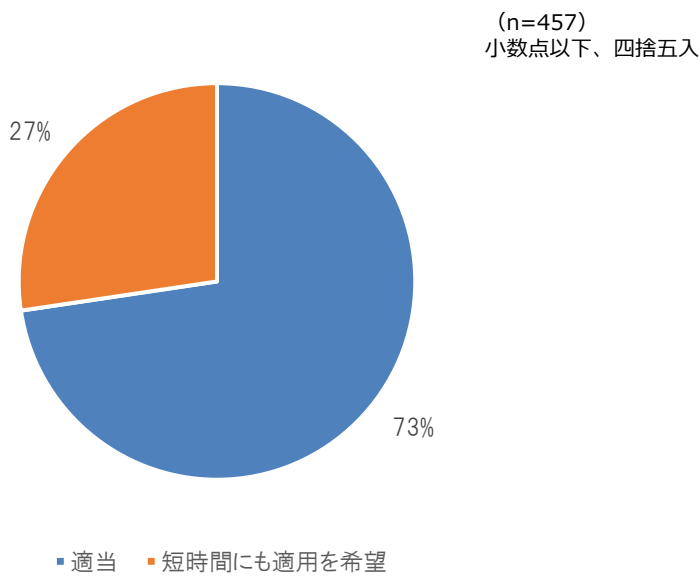
		回答数	遠方の専門家であれば WEB支援でも構わない	WEB支援を積極的に 使いたい	対面で支援を受けたい
回答数 比率		457	179	63	215
			39%	14%	47%
エリア別	北海道	10	30%	10%	60%
	東北	33	21%	12%	67%
	関東	181	40%	17%	44%
	中部	55	38%	7%	55%
	近畿	61	34%	18%	48%
	中国	35	49%	11%	40%
	四国	27	33%	19%	48%
	九州	55	53%	7%	40%
業種	農業・林業	12	33%	8%	58%
	鉱業・採石・砂利採取業	0	0%	0%	0%
	製造業	134	37%	13%	51%
	情報通信業	4	25%	50%	25%
	卸売・小売業	99	30%	11%	59%
	不動産・物品賃貸業	3	33%	33%	33%
	宿泊・飲食サービス業	54	52%	19%	30%
	教育・学習支援業	9	67%	11%	22%
	複合サービス業	14	57%	7%	36%
	漁業	4	75%	25%	0%
	建設業	19	47%	5%	47%
	電気・ガス・熱供給	0	0%	0%	0%
	運輸・郵便業	6	17%	0%	83%
	金融業・保険業	1	100%	0%	0%
	学術研究・専門・技術サービス業	11	45%	27%	27%
	生活関連サービス・娯楽業	10	40%	40%	20%
	医療・福祉	11	36%	9%	55%
	サービス業	65	38%	14%	48%
	特定非営利活動法人（NPO法人）	1	0%	0%	100%
従業員数	1人～5人	273	40%	16%	45%
	6人～20人	112	37%	13%	50%
	21人～50人	44	34%	5%	61%
	51人～100人	15	47%	13%	40%
	101人～200人	9	78%	11%	11%
	201人～300人	1	100%	0%	0%
	301人～900人	2	0%	0%	100%
	900人超	1	0%	0%	100%
年齢	30歳以下	5	60%	0%	40%
	31～40歳	59	47%	14%	39%
	41～50歳	135	39%	16%	45%
	51～60歳	168	42%	14%	44%
	61～70歳	74	32%	12%	55%
	71歳以上	16	6%	6%	88%
支援課題	経営革新	127	35%	17%	47%
	地域資源活用	36	25%	17%	58%
	農商工等連携	11	36%	18%	45%
	新連携	22	41%	9%	50%
	海外展開	14	50%	21%	29%
	創業	23	48%	17%	35%
	事業再生及び再チャレンジ	46	43%	9%	48%
	事業承継	30	37%	10%	53%
	ものづくり	74	31%	9%	59%
	I Tを活用した経営力強化	128	38%	15%	47%
	知的資産経営	12	25%	8%	67%
	雇用・労務関係	16	44%	6%	50%
	資金繰り	23	39%	13%	48%
	販路拡大・販促支援	187	39%	9%	52%
	債権保全・債権回収	0	0%	0%	0%
	契約・取引	7	43%	0%	57%
	B C P	4	0%	0%	100%
	その他の経営課題	82	41%	13%	45%

16. 支援時間の妥当性

3 時間以上の支援時間は 7 割強の事業者が適当としている

- 73%の事業者が3時間以上の支援が「適当」としているが、もっと「短時間にも適用を希望」している事業者も27%存在している。
- エリア区分では近畿/関東ではもっと短時間での利用も望む事業者比率がやや高くなっている。
- 年齢区分では30歳以下/71歳以上の事業者で短時間での利用も望む比率が高くなっている。
- 支援課題区分別では創業/雇用・労働関係の事業者がやや短時間利用を望む比率が高い。

問20.支援時間は3時間以上としています、長さはいかがでしょう。



16. 支援時間の妥当性（企業属性とのクロス集計）

問20.支援時間は3時間以上としています、長さはいかがでしょう。

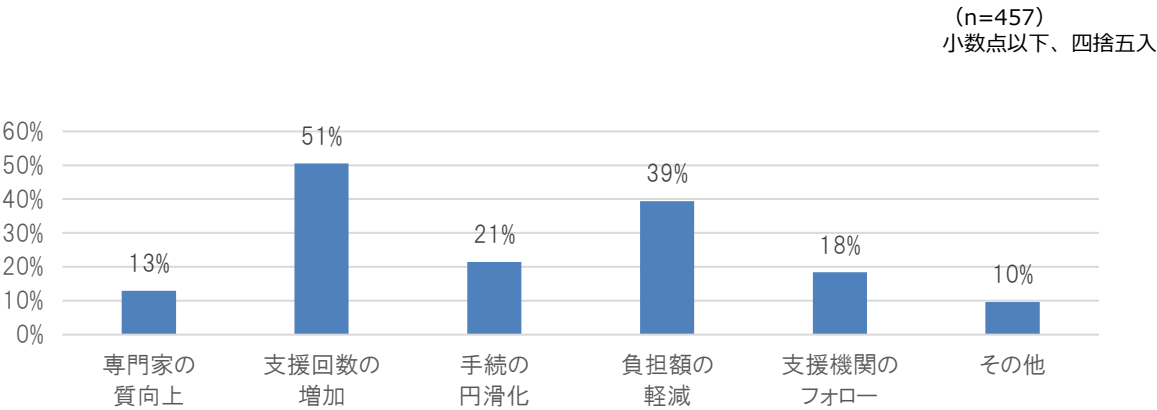
		回答数	妥当	短時間にも適用を希望
回答数		457	332	125
比率			73%	27%
エリア区分	北海道	10	90%	10%
	東北	33	73%	27%
	関東	181	67%	33%
	中部	55	78%	22%
	近畿	61	77%	23%
	中国	35	83%	17%
	四国	27	78%	22%
	九州	55	69%	31%
業種	農業・林業	12	75%	25%
	鉱業・採石・砂利採取業	0	0%	0%
	製造業	134	66%	34%
	情報通信業	4	75%	25%
	卸売・小売業	99	76%	24%
	不動産・物品賃貸業	3	67%	33%
	宿泊・飲食サービス業	54	61%	39%
	教育・学習支援業	9	100%	0%
	複合サービス業	14	86%	14%
	漁業	4	75%	25%
	建設業	19	84%	16%
	電気・ガス・熱供給	0	0%	0%
	運輸・郵便業	6	50%	50%
	金融業・保険業	1	0%	100%
	学術研究・専門・技術サービス業	11	91%	9%
	生活関連サービス・娯楽業	10	80%	20%
	医療・福祉	11	73%	27%
	サービス業	65	80%	20%
	特定非営利活動法人（NPO法人）	1	100%	0%
従業員数	1人～5人	273	79%	21%
	6人～20人	112	61%	39%
	21人～50人	44	66%	34%
	51人～100人	15	53%	47%
	101人～200人	9	67%	33%
	201人～300人	1	100%	0%
	301人～900人	2	100%	0%
	900人超	1	100%	0%
年齢	30歳以下	5	40%	60%
	31～40歳	59	64%	36%
	41～50歳	135	70%	30%
	51～60歳	168	80%	20%
	61～70歳	74	72%	28%
	71歳以上	16	56%	44%
支援課題	経営革新	127	76%	24%
	地域資源活用	36	81%	19%
	農商工等連携	11	73%	27%
	新連携	22	82%	18%
	海外展開	14	86%	14%
	創業	23	61%	39%
	事業再生及び再チャレンジ	46	76%	24%
	事業承継	30	67%	33%
	ものづくり	74	73%	27%
	I Tを活用した経営力強化	128	84%	16%
	知的資産経営	12	92%	8%
	雇用・労務関係	16	56%	44%
	資金繰り	23	65%	35%
	販路拡大・販促支援	187	73%	27%
	債権保全・債権回収	0	0%	0%
	契約・取引	7	86%	14%
	B C P	4	75%	25%
	その他の経営課題	82	72%	28%

17. 改善を望む点

支援回数の増加を求める意見が多い

- 改善を望む点は、「支援回数の増加」が51%と「負担額の軽減」を望む39%上回った。
 - 「手続きの円滑化」を望む事業者も21%とあり、対応を進める必要がある。
- エリア区分別でみると、北海道が手続きの簡略化を望む比率が他地域より高い。
- 従業員数区分では51人～100人の企業で50%が支援回数の増加を望んでいる。
- 支援課題区分では海外展開で専門家の質向上が26%と高くなっており、BCPで負担額の軽減を望む比率がやや高くなっている。

問21. 中小企業 1 1 9 に改善した方が良いと思う点をお選びください。【複数回答可】



改善要望の具体的内容をお答えください。

茨城県	学術研究・専門・技術サービス業	1人～5人	51～60歳	オンライン支援の積極的活用 継続的な支援が必要な場合の手続きを1度の手続きでできるようにしてほしい。
鹿児島県	卸売・小売業	6人～20人	51～60歳	会社の厳しい状況の中での派遣要請ですから、やはり負担は少ない方がいいと考えます。 たしかにその金額以上のものは返って来ていると思いますが。
東京都	卸売・小売業	1人～5人	41～50歳	時間を短縮して年間の回数を増やしてほしい。
広島県	卸売・小売業	1人～5人	61～70歳	経営課題ごとに派遣専門家を選択したいと思うが、人選に必要な情報をもっと欲しい。
静岡県	サービス業	1人～5人	61～70歳	パソコンが得意ではないので、戸惑う事がある。
鹿児島県	サービス業	6人～20人	51～60歳	支援後のバックアップをしてほしい。支援内容が計画通りに進んでいるかなど外部の目で見て評価助言が欲しい。
山形県	卸売・小売業	51人～100人	31～40歳	手続きをもう少し簡素化していただけると助かります。
静岡県	宿泊・飲食サービス業	1人～5人	41～50歳	アフターフォローがあった方がいいと思います。当社としても信頼関係が築かれている人との話は参考になります。そして、具体的にどこがどう変わったのかがそちらに伝わる事で他の事業者さんにもフィードバックできるかと思います。
青森県	製造業	6人～20人	51～60歳	1回が長時間に及ぶことが多く、製造ラインを止めて時間を割くのが難しいので、1時間半ないし2時間程度を1コマとしていただけるとありがたいです。
岡山県	サービス業	1人～5人	41～50歳	回数は内容に応じて増やして欲しいですが、段々金額が上がって行くと難しくなります。 回数が増える場合、最初から均等な値段にして頂く方が支払いやすいです。

17. 改善を望む点（企業属性とのクロス集計）

問21.中小企業 1 1 9 に改善した方が良いと思う点をお選びください。【複数回答可】

		回答数	専門家の 質向上	支援回数 の増加	手続の 簡略化	負担額の 軽減	支援機関 フォロー	その他
回答数		457	59	231	98	180	84	44
比率			13%	51%	21%	39%	18%	10%
エリア区分	北海道	17	0%	29%	24%	29%	18%	0%
	東北	44	5%	36%	16%	27%	9%	7%
	関東	269	9%	31%	12%	26%	14%	8%
	中部	86	7%	34%	14%	27%	10%	8%
	近畿	98	10%	36%	20%	21%	10%	2%
	中国	52	8%	35%	10%	31%	10%	8%
	四国	46	11%	30%	15%	26%	11%	7%
	九州	84	8%	37%	12%	26%	12%	5%
業種	農業・林業	14	0%	43%	7%	36%	0%	14%
	鉱業・採石・砂利採取業	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	製造業	204	9%	32%	15%	27%	10%	6%
	情報通信業	5	0%	20%	0%	20%	40%	20%
	卸売・小売業	155	10%	35%	10%	30%	9%	5%
	不動産・物品賃貸業	4	25%	0%	50%	0%	25%	0%
	宿泊・飲食サービス業	84	11%	32%	17%	23%	15%	2%
	教育・学習支援業	11	0%	45%	18%	36%	0%	0%
	複合サービス業	18	6%	39%	11%	28%	6%	11%
	漁業	6	17%	50%	17%	17%	0%	0%
	建設業	28	11%	32%	7%	21%	18%	11%
	電気・ガス・熱供給	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	運輸・郵便業	13	8%	46%	8%	23%	15%	0%
	金融業・保険業	1	0%	0%	0%	0%	0%	100%
	学術研究・専門・技術サービス業	17	0%	41%	12%	29%	6%	12%
	生活関連サービス・娯楽業	15	7%	53%	7%	13%	13%	7%
	医療・福祉	15	7%	20%	33%	27%	7%	7%
	サービス業	104	7%	27%	16%	22%	20%	8%
	特定非営利活動法人（NPO法人）	2	0%	50%	50%	0%	0%	0%
従業員数	1人～5人	428	8%	32%	16%	27%	12%	6%
	6人～20人	159	10%	31%	11%	25%	13%	10%
	21人～50人	71	8%	37%	11%	27%	14%	3%
	51人～100人	20	10%	50%	15%	25%	0%	0%
	101人～200人	12	17%	33%	17%	8%	17%	8%
	201人～300人	1	0%	0%	0%	100%	0%	0%
	301人～900人	3	0%	67%	0%	0%	0%	33%
	900人超	2	0%	50%	0%	0%	50%	0%
年齢	30歳以下	9	0%	33%	11%	22%	11%	22%
	31～40歳	93	12%	33%	19%	25%	5%	5%
	41～50歳	197	9%	36%	13%	23%	13%	7%
	51～60歳	256	7%	34%	13%	25%	13%	8%
	61～70歳	115	10%	27%	14%	30%	15%	3%
	71歳以上	26	4%	27%	19%	38%	12%	0%
支援課題	経営革新	207	10%	31%	14%	25%	15%	6%
	地域資源活用	60	10%	37%	17%	22%	8%	7%
	農工商等連携	18	17%	33%	11%	22%	11%	6%
	新連携	34	6%	38%	21%	21%	9%	6%
	海外展開	23	26%	26%	17%	13%	4%	13%
	創業	42	7%	29%	21%	21%	19%	2%
	事業再生及び再チャレンジ	82	5%	34%	17%	21%	18%	5%
	事業承継	54	6%	26%	13%	28%	17%	11%
	ものづくり	127	9%	33%	15%	26%	14%	3%
	I Tを活用した経営力強化	202	6%	34%	12%	30%	13%	5%
	知的資産経営	20	10%	30%	20%	30%	10%	0%
	雇用・労務関係	29	7%	28%	17%	17%	24%	7%
	資金繰り	43	12%	30%	16%	16%	19%	7%
	販路拡大・販促支援	307	7%	32%	15%	31%	10%	5%
	債権保全・債権回収	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	契約・取引	16	0%	38%	13%	31%	19%	0%
	B C P	10	0%	30%	10%	40%	10%	10%
	その他の経営課題	114	7%	36%	13%	23%	10%	11%

18. 専門家派遣事業に関する意見・要望

問22. 中小企業119全般に関するご意見、ご要望があれば、お教え下さい。

※原文のまま転記しております。

この事業は県外の専門家からもアドバイスもらえるので継続してほしい。
専門家の方が出張ベースですと、その後の契約時に交通費の問題ができてしまうので、もしかしたら、地元の専門家の方とマッチングしても良いな、と思いました。
素晴らしい制度だったので、今期も継続していただきたかったです。
中小企業119支援がなくなるということで、とても残念です。
支援に伴う事業者負担金を一律になると有り難く思います。中小企業には、厳しい資金繰りの中、必要な支援ではあります。何とか支援にて好転の機に繋げていきたいと必死です。この支援は非常に助かります。感謝申し上げます。
タイムリーにちょうど予約ができてよかったです。
所属の商工会議所に登録されている専門家の方以外からも支援を受けられるようであれば良いと思います。支援機関担当者の方の同席は無い方が、長時間時間を割いて頂くという感覚で集中しづらい事もあります。
専門家派遣が業務改善だけでなく、従業員の意識向上に繋がっており、専門家の方や支援機関の方には大変感謝しております。今後も引き続き支援をお願いしたいですが、費用負担を考えるとなかなか相談が難しい状況です。中小企業支援として、制度の継続を強く希望します。
今後も引き続きご支援を継続して頂きたい。
客先への価格改定の申し入れについて相談させていただきました。企業で調達を長年ご経験されている方だったので、調達側の意見や思いを聞かせていただき、大変役立ちました。自信を持って価格改定の交渉に臨めました。
今後もスモールビジネス向けの支援を継続してほしい。
今回は初めて新現役を利用させて頂きましたが、他にもいろいろな制度があるのを初めて知りましたので、今後活用させて頂きたいと思いました。ありがとうございました。
専門家を見ていると、事業者よりも専門家の手続きが煩雑なように感じます。
ありがたい制度だと思った。ホームページを見ていないので、利用出来るものがあればまた利用させていただきたいと思いました。3時間の括りがありましたが、私には丁度良かったです。
ITスキルアップの定期講習
自社の人脈では、相談できない専門家の方を紹介してもらえてよかったです。
専門家派遣が終了すると聞いたが続けて欲しい。
今年の2月で制度は終了するとお聞きしております。 3月以降もぜひ違う形で支援をお願いしたいと考えております。
119の制度がなくなれば、それに代わる制度が何かしらあってもよいのではないかと
私達は小売のスタートアップですが、その点に特化した専門家がいなくて、小規模事業者というくくりでアドバイスされても、実際の小売の部分とマッチしない所があった、もっと県内事業者同士を繋いでくれたり、経営の補助を最初だけでもしていただけると助かると思いました。

18. 専門家派遣事業に関する意見・要望

問22. 中小企業119全般に関するご意見、ご要望があれば、お教え下さい。

※原文のまま転記しております。

金額の負担がないのは理想ですが、居住地域では無い方でも継続して支援が受けられればいいと考えます。地域の事情にしばられず広い視野のアドバイスが魅力的に感じます。

継続的にフォローをしてほしい。金の切れ目が縁の切れ目みたいな！

各県の産業振興センターの職員さんとしての採用でもいいのではないのでしょうか。

来年からなくなってしまうと聞いて残念に思っている。組織改革をしたいが、無料または一般企業より安価で支援を受けられることを知らない企業も多いと思うので、もっと積極的に宣伝してほしいと思う。

ありがとうございます 貴重な機会を頂き心より感謝しております。 ご助言、フォローを頂き前進して参ります。

3時間は必要ですが、専門家が3時間能力を発揮するのがもたないかもしれません。途中休憩は必要です。それから、自分の収益のためにわざとダラダラと講習を行い、次回に持ち越そうとしていたことにあとで気がつきました。2回目、3回目を受講させられ、ようやく気がつきましたが、その方はかなり悪質であったと思われます。人格の審査は難しいと思いますが、税金の搾取を考えるような方には119専門家の資格はないと思います。

素晴らしい支援で、感謝しています。

ありがとうございました。

良かったことも、あまりうまくいかなかったこともありましたが、全てにおいて勉強になりました。

素晴らしいサービスなので是非継続してほしい。

まだまだ知られていないので新聞広告やCMなどで宣伝してほしい。

継続が無いと連絡を頂きましたが、ぜひ今後も続けて欲しい。

困ったことや知りたいことなどを専門家に相談できるのでとても心強く、素早く次のアクションに繋がりととても助かりました。ありがとうございました。

専門家の先生と経営者の相性さえ合えば、この119支援は非常に有効であると実感しました。

来年度もぜひ使用したいです。よろしくお願いします。

利用者にとってもメリットある、コンサルティングでした。

今後とも宜しくお願いします。

いつも大変お世話になります。今後とも宜しくお願い致します。

販売先への商談支援（移動ができる）をバックアップして欲しいです。

サロンで活かせる資格を取らせて頂けるご支援があり本当に助かりました。ありがとうございます。また機会があれば活用させて頂きたいです。

18. 専門家派遣事業に関する意見・要望

問22. 中小企業119全般に関するご意見、ご要望があれば、お教え下さい。

※原文のまま転記しております。

専門家の先生には色々貴重なご意見を聞かせていただき、前進することができました。今後是非利用したいと思えます。
令和5年度でこの制度が終了すると聞いていますが、延長していただきたい。
弊社からの要望を専門としての支援いただける専門家をWebでもよいので派遣していただきたい
今後も続けてほしい。
有能な専門家にご支援、指導、アドバイスいただけることとても感謝しています。 有料になってもご指導いただけるようこれからも頑張ります。
これからもよろしく御教授の程お願いいたします。
回数や時間は課題によって足りないことがあるので、支援団体が必要と認めれば上限を引き上げてほしい。 支援団体や専門家の申請が煩雑で大変と聞くので、手続きを簡便にしてほしい。
そのまま続けてもらいたいです
年間回数を増やして欲しいです。
海外への同行、Webでの対応等専門家の資質が問われる。 面談が少なく、希望する専門家の対応が判断しづらい。
いつもありがとうございます。
担当頂いた方々は忙しい中時間を割いて下さった。ありがとうございました。
専門家派遣事業を継続して頂きたい。
中小企業119は終わりとの突然のご案内をいただき、正直困っているところですが、改善に関わる今回のアンケートがあるという事は今後再開される見込みがあるという事でしょうか。中小企業119終了のご案内と今回のアンケートの関係性がよく分かっておりません。
弊社はおかげ様で良い先生に巡り合えて満足しております。価格につきましても満足です。
これまで制度を知る機会がなかったのが残念に思えるくらいありがたい制度です。今後ともよろしくお願いいたします。
小規模企業については、ありがたい制度であるので、今後も継続出来るよう頑張って頂きたい。
とても役に立ちました。知らない人が多いと思います。そこが残念です。
支援頂いて何なのですが、相談時の内容を数値化し、専門家がそちらへ報告すれば、この様なアンケート不要=その分の経費を支援費用へお願い致します。
各事業所の経営課題は千差万別にて多岐にわたる。 世界情勢の動向にて、日々変化する経済状況（為替・物価・賃金等）に煩勞されながら経営努力を続けております。 もっと経営課題を気軽に相談できるシステムを望んでいます。今後も国・専門家・支援機関からの支援に期待したい。

18. 専門家派遣事業に関する意見・要望

問22. 中小企業119全般に関するご意見、ご要望があれば、お教え下さい。

※原文のまま転記しております。

定期的に安価で専門家の支援を受けたおかげで、売り上げも伸びた。何かあったときに継続して相談できるところがあるのは精神の安定にもつながった。事業が終了するのは、残念である。
無くなるのが残念です。
満足しております。
この支援があることを教えてもらいそしてお願いをしてとてもよかったです。
ありがとうございました。
国の政策により、今後多岐にわたる変革に対する対応が急務となると思います。IT, DX等は、零細企業にとってはかなりハードルが高いと言わざるを得ません。内容を理解する上でも、時間がかかり費用がかかります。また、このような支援策も知らないことが多いように思います。予算等難しい問題だとは思いますが、できれば、同じような内容であってもう一度派遣してくださると理解しやすくなると思います。
有難い事に7名の専門家が弊社を希望して下さいました。一名を選ぶのは難しかったですが、結果とても良い専門家にお問い合わせ出来ました。一次の面談の際、個々の時間も限られて居て難しかったですが、其々のプレゼンも素晴らしかったです。支援機関の方を含め、最後まで丁寧なサポート有難う御座いました。支援を受けて良かったと思っています。有難う御座いました。
ありがたく思っています。
この制度の継続もしくは後継制度をお願いします。
昨年に何度か支援して頂き、大変有効に活用させていただきました。この支援のお陰で今まで敬遠しがちだった専門家派遣を活用できました。今後もこのような支援が存続することを強く希望します。
特にはございませんが、何年もパソナさんとタイアップ？しているのかが分かりません。
離島在住です。大変嬉しいです。がもう少し安価で利用する事が出来ましたら良いかと思えます。
例年開催を希望
今年度をもって、派遣事業が終了との事、現在進行中の起業等の相談が途中で終了してしまう。 大変困惑しているし、これからの相談をどうするか、思案している。 大変、不安である。
素晴らしい制度だが、専門家、支援機関及び利用者の三者が高度かつ積極的でなければ成果は上がらないものと感じた。
継続してほしいです。
弊社では計5回を9、10、11、12、2月に行ったが、スタート（開始月）をもう少し早めをしたい。 例えば6、8、10、12、2月など。
来年も中小企業119のような相談する所があれば助かります。
この様な支援機関があることをもっと早く知りたかったです。

18. 専門家派遣事業に関する意見・要望

問22. 中小企業 119 全般に関するご意見、ご要望があれば、お教え下さい。

※原文のまま転記しております。

大変助かりました。ありがとうございます。
大変良い支援だと思っております。専門家の知識、経験、考え等を学べて良かったです。 専門外のことも同じテーマを複数回しても良いのではと思いました。
制約が多すぎて使い難い。 支援機関の担当者様の理解度、温度差大きく、更に積極的ではないと、支援をしたその時だけで終わりになり事業継続に繋がらない為使い難い。
営業先に同行してもらえると助かります。
今後も経験、スキルともに専門家の質を向上させていただきたいです。 本当に支援したいと思う熱量のある人を選んで欲しいです。
廃止せずに支援してほしいです。
パソナさんが、入っていることにやや？手続きがマニュアル化されすぎの感じがした。 年度末年度頭は対応してもらえなかったが、この期間が長すぎた
少し大きな金額が必要な事業計画が採択されがちです。 しかし資金が少ない会社もある。 低コストでより確実に少しずつでも成功に近づくようにコツコツと努力する経営者もいるのです。 小さな金額でコツコツ事業計画でも採択されて実行できるように商工会議所の審査する人に働きかけてもらいたい。 判断するのは審査員で専門家の先生には感謝しています。 119には感謝しています。専門家の先生の能力は素晴らしいです。 今回は途中で辞めていますがまた、機会があればお願いしたいです。 いつもありがとうございます。
特になし
素晴らしい制度だと思います。利用できて本当に良かったです。ありがとうございました。
早急に要望、解決策を求めている場合、オンライン、電話で良いので、早急化を求めます。
気軽に支援申請できるようにしてほしい。
無料でのご支援は大変助かりました。ありがとうございました。
的確なご指導を頂き、本当にありがとうございます。
これからも支援を受けたいと思います。
・選定専門家の制約 ・3時間という時間の制約 ・対面しなくてはならない制約 これらによりかなり使いにくいものになってる。
また再開してほしい
支援後のバックアップをしてほしい。支援内容が計画通りに進んでいるかなど外部の目で見えて評価助言が欲しい。

18. 専門家派遣事業に関する意見・要望

問22. 中小企業 1 1 9 全般に関するご意見、ご要望があれば、お教え下さい。

※原文のまま転記しております。

めったにない機会に専門家による見方で新しい発見ができた。意外と強みってあるんだと感じた。
このような事業をしていただき、本当にありがとうございます。この度、2回目もお願いしました。担当してくださった専門家の方が、聡明で細やかでスピーディーで穏やかですばらしい先生でした。できることなら、毎月お願いしたく思いました。特にIT関連は、ご指導の回数が少ないと、なかなか身につかないかなと思いますので（特に私のような50代は・・・）、度々お願いできる環境があるとありがたいと思います。このような事業で、救っていただきました。本当にありがとうございました。
貴重な機会をありがとうございました。
ぜひ回数を増やしていただきたいです。
よろしくお願いします。
素晴らしい支援だと思っています。今後ともどうぞよろしくお願いいたします。
よろず相談にない、作業代行や作業指導などは、助かりました。言葉だけだとさきに進むのが困難な事があるの…、！
月1回は、必要である。

令和 5 年度専門家派遣事例

令和 6 年 3 月

目次

都道府県	支援機関名		支援課題	ページ
	企業名	支援テーマ		
静岡県	島田掛川信用金庫		販路拡大・販促支援	3
	つばさ助産院	私があなたのママ友に！安心と癒しの助産院を開院！		
愛知県	名古屋商工会議所		その他の経営課題	4
	株式会社樹	時間との勝負の末、美味しい居酒屋いよいよオープン！		
石川県	興能信用金庫1		販路拡大・販促支援	5
	有限会社エスエイエス	50周年まであと3年！途切れのない成長を生み出せ！		
石川県	興能信用金庫2		販路拡大・販促支援	6
	多村建具製作所	地震に負けてたまるか！伝統技術に新しい風を！		
鹿児島県	鹿児島県よろず支援拠点		ITを活用した経営力強化	7
	株式会社バンブー	どうする？72才のクラウドファンディング！		
長崎県	たちばな信用金庫		その他の経営課題	8
	株式会社数島カンパニー	とことん飲んで食べて泊って、元気に目覚めよう		
福島県	相馬商工会議所		販路拡大・販促支援	9
	トモ工屋旅館	何度でも立ち上げられ！絶景の旅館再開を全力支援!!		
新潟県	新潟信用金庫		その他の経営課題	10
	有限会社穂苅製作所	「計画的なOJT」「業務の見える化」の実践		
愛知県	蒲郡信用金庫		販路拡大・販促支援	11
	カルーナ	『健康と美容を同時に叶える！酵素浴』		
京都府	京都府よろず支援拠点		販路拡大・販促支援	12
	株式会社タナベ	強みを生かした新規事業への取組み！		
栃木県	鹿沼相互信用金庫		ITを活用した経営力強化	13
	株式会社カルックス	良い品質の製品を追求し続けます。		
東京都	東京東信用金庫		ITを活用した経営力強化	14
	株式会社縁の木	ますます広がる縁と増える商品 専門家支援 第2弾		
徳島県	徳島県よろず支援拠点		販路拡大・販促支援	15
	有限会社三和	手描きパワーは強し！気持ちが見える店内に変貌！		
埼玉県	青木信用金庫		ITを活用した経営力強化	16
	株式会社MIRA I	WEB活用で更にパワーアップ！		
埼玉県	株式会社東和銀行		販路拡大・販促支援	17
	株式会社立花ドレス	介護スラックス「簡・楽ズボン」の販売展開		
岡山県	おかやま信用金庫		その他の経営課題	18
	有限会社桃商	飲んで！焼いて！魅せる！焼肉店を目指して		
愛知県	豊橋商工会議所		BCP	19
	株式会社あじわい亭	食の安全と従業員の安全を守ります！		
福岡県	大牟田柳川信用金庫		販路拡大・販促支援	20
	株式会社新みなと	老舗料亭の個人客獲得に向けての取組み		
栃木県	足利商工会議所		販路拡大・販促支援	21
	株式会社八豊	念願のネットショップ立ち上げに向けて！		
群馬県	高崎信用金庫		販路拡大・販促支援	22
	有限会社萬年家	老舗和食店が行う収益改善のための施策！		

支援体制

専門家

小林 千春 氏

地域PF

ふじのくに中小企業支援センター

構成機関

島田掛川信用金庫

事業者

つばさ助産院

- 業種 : 医療・福祉
- 従業員 : 1人
- 資本金 : 一
- 創業 : 令和5年
- 住所 : 静岡県島田市
- 企業概要 : 助産院運営/訪問産後ケアサービス 等
- HP : <https://tsubasajyosanin.com/>

支援概要

■支援の経緯

同事業者は、2023年5月に静岡県島田市に助産院を開院したばかりである。総合周産期母子医療センターでの13年の勤務経験と自らの3人の子育て経験を生かして、出産に不安を抱えた、或いは産後のケアに悩む多くのママに安心して頼ることの出来るスペースを提供すべく開院に至った。出産を取り扱わない助産院として「心地よさと安らぎ広がる」をモットーとするが、開院間もない助産院の集客は容易ではない。Webサイトの活用により認知度をアップして助産院について広く知ってもらい、実際の活動から信頼を得てケアや支援を頼みやすい助産院として、そして地域のママと赤ちゃんのオアシスとして発展させたいとの希望から、相談の為に当機関に訪れた。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

事業者にヒアリングをしたところ、集客に繋がる具体的なホームページのイメージを持っていないことが判り、専門家の手を借りて考え方やイメージの具体化などを導く必要があると判断した。今回の支援で起用した専門家は、女性目線によるWebコンサルティングを数多くこなしており、自身の起業経験も生かしたホームページの活用/集客戦略の検討・実践の支援において適任であると考えた。世の中のママがどこに目を向けて、何に興味を持ち、どう行動を起こすのか。事業者との共同作業により目的をかなえる支援を開始した。

■専門家による具体的な支援内容

助産院にとって重要なことは、妊娠中から出産後まで妊婦と赤ちゃんの健康をサポートすることにある。そのことを伝えるツールにするべく、Web集客におけるホームページの役割を事例に基づいて知ってもらい、情報を更新することの重要性の理解を図り、ホームページ作成ツールのアドバイスを実施した。気持ちを込めて作成したホームページであっても印象は大事な要素であり、写真の選び方や色やサイズなどのアドバイスをした。一方で、ホームページの文章も印象に大きく影響するものであり、産後ケアへの認識を広める戦略的なものとするよう理解を図った。また、一人でこなす業務が多く手いっぱいになる場面も多いため、メール対応などを一部自動化できるアプリケーションを導入するなど、全体的なサービス向上に繋がる支援も実施した。自院と他院との違いや強みを支援の中で意識していくことを心掛けて、5回の支援毎にブラッシュアップを図った。



産後ケアの様子

成果

頑張っているお母さんを応援したい！癒したい！これが事業者の信条であり、世のお母さんの「ママ友」として寄添うことを理想とする。代表者の越智様は磨きをかけたホームページに、自身の出産後について次のように記している。「助産師ですが、産後は想像以上に大変でした。全て100点を取ろうとした故に、出来ないことばかりが目につき疲労困憊の日々。」自身と同じ大変な経験を他の方にさせたくないとの思いから助産院開院に至った。産後の疲労困憊の状況に手を差し伸べる存在がいることを広く知ってもらいたいと考えている。また、Instagramで自治体の「産後ケア事業」についても情報発信するなど、ホームページ以外にも積極的な情報発信を心掛けるようになった。世のお母さんの頼もしいパートナーとして幅広く活躍する姿を期待したい。



つばさ助産院の代表 越智様

専門家の声

- 氏名 : 小林 千春
- 保有資格 : 建築士
- 専門分野 : 創業/ITを活用した経営力強化/販路拡大・販促支援

支援を通してホームページ集客の基盤が出来ました。今後も、集客にホームページを活用し、想いを伝え、コミュニケーションしていきながら、ファン作りを続け、ビジネスを構築していただけたらと思います。



事業者の声

開業当時、助産院のメニューを考案しても自信がなく、表現方法も周知する方法も分からず、なかなか形になりませんでした。その時に紹介されたのが中小企業119です。ホームページを専門家のアドバイスの下作成し、もう1人の自分を育てる感覚で楽しく作ることができました。漠然としていた【女性】という対象からさらに細分化し、より明確なサービスを作ることができたのは中小企業119の支援があったからです。初心者であっても開業資金を抑えながらWebサイト作成のスキルを手に入れることができました。集客ライティングや見せ方など、専門的な学びができた事に感謝しています。

支 援 体 制

専門家

門 浩司 氏

地域PF

あいち中小企業支援プラットフォーム

構成機関

名古屋商工会議所

事業者

株式会社樹
(旬菜旬魚 樹酒場)

- 業種 : サービス業
- 従業員 : 16人
- 資本金 : ー
- 創業 : 平成25年
- 住所 : 愛知県名古屋市中区錦1-6-17
- 企業概要 : 飲食店経営
- HP : ー

支 援 概 要

■支援の経緯

同事業者は、2024年1月に愛知県名古屋市中区錦1丁目に居酒屋を開業の予定であった。1年前より検討を行っていたが、新規事業を成功させるために重要となる出店先近隣のリサーチやマーケティングの手法・店内の厨房や客席のレイアウト、また従業員教育を含めた内部管理など店舗運営全般についても広範囲な知識が必要であるとして、当機関に支援を求めて来訪された。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

同事業者の代表者は飲食店とは全く異なる業種の法人も運営しており、居酒屋経営に関しては身に付けるべき知識もまだ不足している状態であった。1年後に控える新規開店までに行うべき事と開店後に続けていくべき店舗運営施策など、具体的な検討はしていない状況でもあった。店舗開店には、他にも店舗什器や厨房機器の設置、大事なメニューの検討、スタッフの採用・教育など、必要な検討/決定項目は枚挙に暇がない。これらを本格的に決定していくためには、エキスパートの力が必要であると判断して、専門家の派遣を決めた。選定にあたっては、これまでも飲食店や商業施設で多くの実務経験を持ち、また実際に飲食店の開業支援の実績を持つ専門家を抜擢した。

■専門家による具体的な支援内容

対処すべき点は極めて多く、まずは開業までにこなすべき作業として、競合店や仕入れ業者についての調査状況やメニュー案の確認など、原価やレシピを管理するシートなどについて使い方の指導を重ね、メニューブックの準備、スタッフ求人、集客の工夫はLINE/InstagramなどのSNS投稿やチラシ配布による広報面に対応をした。また、店内でのお客様への食材やメニューの効果的な見せ方や飽きさせない工夫なども幅広く指導/支援を実施した。一方、店舗運営で重要なスタッフの管理については、ハウスルールを制定したうえで挨拶や言葉遣い・電話の取り方・ユニフォームの扱い・接客マニュアルなど教育面全般を、そして近年社会問題化しており一度起きれば経営上致命的な事態になりかねないバイトテロについても、発生抑制の為に必要書類の準備など具体的な理解を図った。店内工事や備品什器納品の進捗に合わせて、まずはスタッフ研修を開始して、続いてランチタイムとディナータイムのテスト営業を実施した。そして、1日の営業の流れや業務内容を確認、メニュー構成と価格の決定・スタッフ人数の過不足判断など山積みの課題を一つずつ潰して行く支援となった。



店内カウンター席とテーブル席

成 果

2024年1月に、総席数52席と居酒屋の中では席数が多い「旬菜旬魚 樹酒場」はオープンした。オープン以降、全てが順調に進んでいる訳ではなく色々な課題も抱えながらの運営が続いている。しかし、既に利用客からは、雰囲気や料理（刺身）のおいしさなど満点の評価も得ており「良心的な価格と人柄の良い接客で絶対再訪しようと思います。」といった感想も届き、お客様から見た店舗の運営はうまく行っている。専門家派遣による支援は、経費節減や効率アップなど改善点の指摘やアドバイスの為に、オープン1か月後を目途に最終回の実施を予定している。これにより、さらにブラッシュアップされた運営に期待が高まる。事業者にとって本業とは異なる分野での挑戦になった居酒屋開業は、開業が1か月後に迫った時点でも飲食店にとって極めて重要な「メニュー」も決定していない状況であったが、専門家が事業者をリードしながら協議するなど、無事開店できたことへの貢献度はとても高い。



店舗エントランス

専門家の声

- 氏名 : 門 浩司
- 専門分野 : 経営革新/海外展開/事業再生及び再チャレンジ/ものづくり/資金繰り/創業/事業承継/ITを活用した経営力強化/販路拡大・販促支援

店舗のハード面からメニューを含めた運営方法に至るまで支援を行いました。しっかりとした準備期間を設けたことで、良いスタートが切れました。繁盛店に向け邁進してください。



事業者の声

別事業にて海外との取引があり、世界に日本のお酒、魚介、珍味等を広めたいと考えており、コロナを体験し更に強く思うようになりました。しかし、飲食業は全く無知だったため悩んでいた時に中小企業119制度を知りました。早速、商工会議所様にご連絡をさせて頂き門先生とマッチングして頂きました。支援内容は私が想像していた以上に、無知な私に寄り添い理解しやすく指導して頂き、時には激励を頂きました。まだまだ課題はありますが無事オープンが出来ましたこと、嬉しく思っております。関わって頂いた方々には感謝しております。

支援体制

専門家

中山 正和 氏

地域PF

中小企業応援センター いしかわ

構成機関

興能信用金庫

事業者

有限会社エスエイエス
(しめの自動車)

- 業種 : サービス業
- 従業員 : 5人
- 資本金 : 300万円
- 創業 : 昭和51年
- 住所 : 石川県金沢市示野町322
- 企業概要 : 自動車板金塗装/整備/販売
- HP : <https://sas-kanazawa.com/>

支援概要

■支援の経緯

同事業者は、石川県金沢市にて50年近く自動車整備販売業を営み、ワンストップで自動車関連の相談に応じる事の出来る頼もしい存在である。近年まで安定した経営を続けてきたが、最近ではコロナ禍を発端とした半導体不足による自動車の製造遅れや物価高騰など社会的不安定さの影響を大きく受けている。新規事業を立ち上げて全国展開を狙う計画を持っているが、そのための戦略立案などの考え方を始め個性を生かしたブランディングなど思い描いていることを具現化していくガイド役が必要である。専門性が高く、かつ幅の広いサポートが必要であるとして、当機関に相談の為に訪れた。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

同事業者にヒアリングをしたところ、既に実績のあるキッチンカーの販売をはじめキャンピングカーや移動販売車の企画販売やキャンプ事業への参入も目標としており、専門家による丁寧かつ広範囲な支援が必要であると判断した。専門家とのやり取りの中で、同事業者が独自の価値や強みに気づき生かすことで、これまでの経験値から新規事業を生み出す流れを作り出すことが望ましいと考えられた。実際の支援にあたって今回起用する専門家は、システムエンジニア/システムインテグレーターとして様々な業種の顧客のヒアリングを通してサービスを提供してきた多様なノウハウを持っており、同事業者に対しても効果的な支援の実施が可能である。

■専門家による具体的な支援内容

同事業者の現状の課題は何であるのか、なりたいたい姿やなるべき姿など新規事業に向けて思い描いていることは何なのか。専門家から支援前に予め宿題を提示したり、ブレインストーミングを利用して事業者が自らを見つめ直して新規事業に繋がるイメージ作りが出来るようにするなど、事業者自身の考え方・意思が常に大事にされた。支援の中では、どのようなお客様に対してどのような事を・なぜ・何を感じてもらいたい楽しんでもらうのかを認識することが重要である点について確認してもらった。ブランド感やコンセプトを統一して、検討中の各施策についてアイデアが提示された。イメージ図や自動車メーカーのショールームコンセプトの紹介、ノベルティの活用、来場者参加スタイルの紹介など、お客様を繋ぎとめられる力を持ったビジネスモデル構築に向けて可能な限りの提案がされて、意識合わせも行われた。

キャンピングカー（イメージ）
と既存商品のキッチンカー

成果

同事業者については、小規模事業者持続化補助金や事業再構築補助金などを効果的に利用出来ている。また今回の支援のおかげで同事業者特有のバックグラウンドに基づいた新規事業への取り組み方針が明確になって、既に着工されて2024年下期に開店予定のキャンピングカーを中心としたショールームについて、お客様に何をどのように提案する場になるのか、支援の効果が問われることになる。中小企業119による支援が終了した後も同専門家によるサポートを継続するとの事であり、当機関も共に3年後の創業50周年を迎えられるように見守りたい。支援の中で法人と個人を切り分けた商品のスタイルも提案されており、またその訴求ポイントも専門家から提案されているので、同事業者自身が目指す方向性を固めて進んで頂きたい。2024年1月の能登半島地震では被害を免れており、地域の元気のトップランナーとしてキャンピングカーの普及に貢献するであろう。



同事業者のスタッフ

専門家の声

- 氏名 : 中山 正和
- 専門分野 : 経営革新/事業再生及び再チャレンジ/その他の経営課題/地域資源活用/新連携/創業/ITを活用した経営力強化

企業で培ったノウハウと趣味のアウトドアを融合させた支援をさせていただいた。50周年に向け社長の人柄を活かしたワクワクする事業に育てていただきたい。継続支援も楽しみだ！



事業者の声

社長就任タイミングで新規事業へのチャレンジを決意、メインバンク興能信金の紹介もあり、移動販売車の企画立案に専門家派遣を活用しました。支援では先生が作成したプレゼン資料を基に最新情報を踏まえたアドバイス、斬新なアイデアが大変参考になりました。先生の宿題提出に大変苦労しましたが、自社を見つめ直す良い機会にもなりました。また過去の支援内容を「振り返り」として分かり易くまとめてくれた事から、頭の中を整理する事もできました。先生の熱意とアドバイスが大変頼もしく、専門家派遣終了後も継続した支援をお願いしております。新規事業の進展のため益々のご協力を期待しております。

支援体制

専門家

冠木 昭子 氏

地域PF

中小企業応援センター いしかわ

構成機関

興能信用金庫

事業者

多村建具製作所

- 業種 : 製造業
- 従業員 : 1人
- 資本金 : 一
- 創業 : 昭和33年
- 住所 : 石川県七尾市田鶴浜町八部117-1
- 企業概要 : 建具製造/販売
- HP : <https://r.goope.jp/tamuratategu/>

支援概要

■支援の経緯

同事業者が所在する石川県七尾市田鶴浜町には、約350年の伝統を誇る「田鶴浜建具」の技術が受け継がれている。しかし、近年の住宅様式の変化に伴い和室が減少して、和の建具を作ってきた田鶴浜建具の職人たちは大きく影響を受けている。そんな中で同事業者の2代目は、伝統の技術にアート感覚を取り入れて新規事業を立ち上げて全国展開を狙う計画を持っているが、そのための戦略立案などの考え方を始め個性を生かしたブランディングなど思い描いていることを具現化して行くガイド役が必要である。専門性が高く幅の広いサポートを求めて、当機関に相談の為に訪れた。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

同事業者は建具生産の大切な伝統技術を正しく守り、一方で時代に合わせた建具以外の木工製品を大胆なアイデアで製作している。製品または作品を製作する傍ら、販売に向けた活動も自身で行うワンオペレーションの状況が続いており、製作活動に偏っていて営業活動がなかなか出来ないのが実情である。既存の顧客に販売するだけでは充分とは言えず、新しい客層にも技術の素晴らしさを認知してもらい集客そして販売拡大を狙いたいとの相談であった為、業務改善・セールス・SNSマーケティングに実績を持つ同専門家を抜擢した。全国への「田鶴浜建具」と新しい潮流となる同事業者発案の「ガラスアート建具」などについても強力に情報発信がされるようになる展開を狙って支援を実施する。

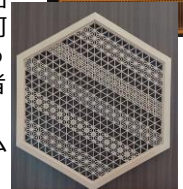
観光列車「里山里海号」向け仕切り



■専門家による具体的な支援内容

高度な技術を持つ同事業者に対する期待は大きく、様々な媒体で記事になる事やふるさと納税の返礼品に採用されている事にそれが表れている。そんな高いポテンシャルを持つ同事業者と、企業理念は何か・受注状況・これまでの作品・強みは何か・法人/個人の客層傾向・今後やりたい事などを話し合っ、前に進むための現状把握に努めた。新規顧客開発の為にInstagramを採用して、提携したい業者のフォローや作業の様子を撮影した短い動画の投稿、YouTubeへのリンク設定などの指導を実施した。公式LINEも設定して問い合わせの受け皿として利用したいが工数を鑑みると実現は難しいので、ホームページの改修で対応する事にした。受注した商品の製作作業も重なって限られた時間ではあるものの、イベントの情報発信やこれまでに掲載された記事の効果的利用など自らも頑張る姿が見られた。

ミュージアム向け仕切り



成果

この中小企業119の専門家による支援では、情報発信を始めるスタートラインに立つまでは行きついたものの、その先効果を得られるまでにはまだ距離がある。実施した支援の中で、同業者の情報閲覧するなどの調査もして自身の強みを認識してもらった。それはより高い技術に裏付けされた同事業者の作品の価格設定の見直しにも繋げることが可能になった。同事業者の作品には芸術性の高いオリジナリティーがあり、今後オンラインショップやクラウドファンディングに挑む希望も持たれている。2024年1月の地震により被災されて、作業場に倒壊の危険があるなど逆風に晒されているが、新しく「田鶴浜組子建具」として被災地から全国へ高品位な製品を上げていくであろう。今後、同専門家とは独自に契約を結んでサポートを受けるとの事であり、当機関としても七尾市の復旧/活性化の一環として応援を続けたい。



曲線に拘りを持つ多村様
曲線障子戸の前にて

専門家の声

- 氏名 : 冠木 昭子
- 専門分野 : 事業再生及び再チャレンジ/ものづくり/創業/ITを活用した経営力強化

多村様と一丸となり高品位である「能登・田鶴浜組子建具」の認知拡大活動の矢先、大きな試練となりました。しかし伝統と熱意は屈することなく「今何が出来るか」共に案を出し合い復旧そして更なる飛躍へとつなげてまいります。



事業者の声

専門家支援により、Instagramを始め途絶えていたYouTubeも新たに更新、ホームページも直してこれからという時に、今回の震災に遭いました。自宅は雨漏りや内壁のひび割れなどの軽い修理が必要ですが、倉庫と工場の地震保険の効かない所の損傷は甚大です。現在、工場の倒れた機械を何とか起こして機械が正常に動くか確認中です。工場と倉庫自体の修理はかなり必要ですが、作業は何とか出来そうです。今までで最も困難な出来事に遭遇しましたが、震災経験を活かした商品開発など、震災前に行っていた新たなネットでの情報発信ツールを使って震災後の復活の旗印となれるように尽力します。

支援体制

専門家

馬場 誠 氏

支援依頼

構成機関

鹿児島県よろず支援拠点

支援

相談

事業者

株式会社バンブー
(フランス厨房 旬彩)

- 業種 : 宿泊・飲食サービス業
- 従業員 : 5人
- 資本金 : ー
- 創業 : 昭和63年
- 住所 : 鹿児島県鹿児島市武1-6-26
- 企業概要 : フランス料理店
- HP : <https://francechubo-syunsai.com/>

支援概要

■支援の経緯

同事業者は、鹿児島市内で老舗フレンチレストランを営んでいる。新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に移行された以降も客足が芳しくなく、何か新しい仕組みを使って来客数の回復を図りたいと相談の為に当機関に訪れた。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

同事業者の支援にあたっては、SNSの積極利用とクラウドファンディングの導入を提案した。日頃から使い慣れているスマートフォンを事業に生かすことで、メッセージ発信を手段とした、即効性のある集客策の実施を考えた。ところが、70代の代表者にとってハードルが高い部分もあり、その継続性も疑問視される。そこで頼りになる味方が、同事業者のレストランで働く大学生のアルバイトスタッフの面々である。代表者とスタッフ達は極めて良い関係を保っており、若い感性を生かしてレストランの強みを発信出来るのではないかと期待が出来る。専門家の選定にあたっては、クラウドファンディングに多くの経験を持つ専門家を起用することで確実に結果が出せる体制とした。

■専門家による具体的な支援内容

SNSの発信については、従来から利用中のInstagramを対象として支援を実施した。これまでの投稿写真を分析して、光の当て方や構図など人を惹きつける写真の撮り方、高級感を伝えられる分かり易い発信が出来るよう指導をした。クラウドファンディングは、本来レストランで人気のカレーをレトルト食品として販売する事を素案としていたが、専門家との打ち合わせの結果、レストランへの集客を強く意識をした「食事チケットの販売」に方向転換をした（ステーキのディナーコース）。クラウドファンディングについては、最初の一步からゴールまでの支援が綿密に実施された。実際の取り組みに向けては、その目的・販売ターゲット設定・販売商品・特典などの戦略的意思決定と販売ページの用意など多岐に渡り、ここでPCスキルを有したアルバイトスタッフが力を発揮する事になった。同事業者の強みには、2022年和牛オリンピック優勝の希少黒毛和牛（中山牛）が取り扱える点にもあり、効果的に利用した。



クラウドファンディングの成果



レストラン外観

成果

オーナーシェフの思いを受け止めた大学生アルバイトスタッフ達の活躍により、初めてのクラウドファンディングの結果は目標に対して376%となり、大成功であった。料理人歴50年を超えたオーナーシェフにとっては、72才での挑戦第一歩である。50才も年の離れた“仲間”との総意で実施された挑戦の結果として、購入者に応援されている事も実感しながらの着地である。しかしこれは第一歩に過ぎず、今後もクラウドファンディングの継続を計画している中で、大学生のアルバイトスタッフがマニュアルを整備して今後のアルバイトスタッフに今回の経験を引き継いでいくそうであり、この体制での更なる発展が大変楽しみである。専門家によれば、初期段階での支援ではネット販売などの経験がない事業者には不安を感じていたそうであるが、支援毎に順調にスキルアップをしてこの結果に至った。オーナーシェフと大学生アルバイトスタッフとの「絆」もまた、成功への大きな力となった。



フランス厨房 旬彩のオーナーシェフ浦川様と大学生スタッフの天野様

専門家の声

- 氏名 : 馬場 誠
- 専門分野 : ものづくり/ITを活用した経営力強化/販路拡大・販促支援

他社の成功事例を参考にしながら、ターゲット選定、ページ制作、広告宣伝など、運営方法について、アドバイスさせて頂きました。当事業を通じて事業者（旬彩様）の頭の中にあった想い（お店のポリシーや拘り）を消費者に伝えることが出来たと思います。



事業者の声

当店はJR九州の豪華観光列車36から3への料理提供店に選出され、鹿児島の食材を探している中であらゆる支援拠点の方からのご紹介で中山牛に出会いました。初めて食べさせて頂いた時、その旨さに衝撃を受けました。鹿児島県よろず支援拠点の森友チーフにマクアケのご指導を頂き、中山牛と当店のコラボ企画を考え、大学生スタッフの天野さん、119専門家の馬場さんのお力でこのプロジェクトは実現しました。マクアケで来店して頂いたお客様にも、中山牛の美味しさをご堪能頂く事ができました。フランス厨房旬彩を知って頂き、当店としても色々な意味で成長があったと思います。森友チーフ、天野さん、馬場さんに感謝しています。

支援体制

専門家

中北 泰志 氏

地域PF

ながさき経営支援プラットフォーム

構成機関

たちばな信用金庫

事業者

株式会社敷島カンパニー

- 業種 : 宿泊・飲食サービス業
- 従業員 : 10人
- 資本金 : 2,000万円
- 創業 : 昭和58年
- 住所 : 長崎県長崎市目覚町11-2
- 企業概要 : 飲食業/宿泊業/クラフトビール醸造 他
- HP : <https://www.mzm-awa.jp>

支援

相談

支援概要

■支援の経緯

同事業者は、長崎市で宿泊施設「MEZAME HOSTEL」・クラフトビールの醸造所「O/A NAGASAKI CRAFT BEER」・クラフトビール専門のレストラン「BEER PUB&CAFE AWAKE」・酒販店「目覚麦酒店」の4つの業態を1棟の自社ビルにおいて運営している。コロナ禍の影響を大きく受けており宿泊や飲食の利用低迷の一方で、食材や運送費・人件費の高騰によるコスト高/働き手不足の状況にも見舞われており、運営全般の見直しを図りたいとして当機関に相談の為に訪れた。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

同事業者は、4つの業態のうちレストランについては売り上げの低下に加えて従業員の確保が難しい事もあり、休業をしている状況にあった。宿泊施設についても、ベッド数を半減させた状態での営業を続けている。また、クラフトビールの醸造部門も人的な不安定要素があるなど、一部の業態を除いて苦戦している事が分かった。苦戦の原因が一つではなく、ターゲットのお客様の絞り方や各業態の連携をどのように売り上げアップに繋げていくのか、また業務の効率化などを含めて幅広い分野での支援が必要であると判断して、専門家派遣を実施する事を決定した。専門家の選定にあたっては、長年に渡る広告会社でのマーケティングと広告の営業経験や経営企画部門での経営管理業務の実績や、中小企業診断士の資格に裏付けされた確かな知見を持つ同専門家を起用する事とした。

■専門家による具体的な支援内容

多くの課題の中から優先事項を整理する為にまずは経営者インタビューを行い、その結果人員不足が各部門で影を落としていることや、4業態の連携による相乗効果が生まれていない事が分かった。ホテルとレストランをお客様が行き来する導線づくりや、現在の定額宿泊料を繁閑に合わせて変動させるイールドマネジメントの導入を提案した。提案項目は他にも多くあり、ビール醸造事業の早期収益化の取り組み（販路毎のマーケティングや他社商品に対する自社商品の優位性確立）とレストランの休業をカバーする為のビール外販の強化など、またリクルート条件の見直しといったアドバイスもした。今後は成長の核となるクラフトビール事業のブランド形成に向けて、更に多くの地元ファン作りへの努力と共にPR活動への投資も重要であると理解を図った。



目覚麦酒店のマークと運営するビルの外観

成果

コロナ禍の影響で4年振りに開催された「長崎くんち」の時期に初めて宿泊料のイールドマネジメントを導入したが、お祭り期間は宿泊施設が満室となり収益向上に繋がった。自社サイトでの予約は外部のホテル予約サイト経由よりも収益性が高く、イールドマネジメントが結果的に自社サイトへの予約誘導に少なからず効果を発揮した。従業員の採用については、ビール醸造部門で1名採用の予定となった。同事業者は全4業態のフル稼働はまだ実現しないが、他レストラン（フード類を担当）とのコラボレーションで「クラフトビアパーティー」を開催するなど前向きな活動を続けている。同事業者の独自性の高い4業態の展開は、競合他社に対して強みとなり差別化戦略のプランが可能で、利用の仕方やアイデア次第で強力な広告効果も発揮するであろう。今後は、次々と具体的なアクションを起こす事が必要であり、コストの掛け方のメリハリも重要になってくる。



クラフトビール醸造所とレストラン/自社ビール

専門家の声

- 氏名 : 中北 泰志
- 保有資格 : 中小企業診断士
- 専門分野 : 事業再生及び再チャレンジ/創業/販路拡大・販促支援

観光都市である長崎で、宿泊、飲食とクラフトビールという複数の事業を展開する独自性と相乗効果は、極めて高いと考えます。それぞれの価値が結びつきの確に消費者に伝われば、大きな成長に繋がるものと確信しています。



事業者の声

これまで見ていなかった様々な問題個所を指摘、教授頂きました。酒販店や醸造所のインテリア、外観の「見える演出」、ホテル事業においてはイールドマネジメントの導入、リクルート条件に関しては、的確に分かりやすくまとめて頂きましたが、魅力を発信出来ていない事を指摘されるなど、様々な部分をお客様（受け手側）目線で見、修正する必要があることを教えて頂きました。今後、マンパワーを充足させて、今般の支援で学んだことを経営を心掛けていくこととします。

支援体制

専門家

藤沢 優香 氏

地域PF

ふくしま中小企業支援プラットフォーム

構成機関

相馬商工会議所

事業者

トモ工屋旅館

- 業種 : 宿泊・飲食サービス業
- 従業員 : 2人
- 資本金 : 一
- 創業 : 昭和30年
- 住所 : 福島県相馬市尾浜字牛鼻毛75
- 企業概要 : 宿泊業
- HP : <https://www.tomoeiya-ryokan.com/>

支援概要

■支援の経緯

同事業者の旅館は、2022年3月に発生した福島県沖地震以来休業をしていたがついに2023年10月に営業を再開した。同旅館は、福島県相馬市の日本百景松川浦や「常磐もの」とも呼ばれる相馬原釜漁港水揚げの海の幸を欲しいままにする贅沢な環境にある。ところが、前述の福島県沖地震はもとより2011年東日本大震災の津波による甚大な被害や福島第一原子力発電所事故に伴う風評被害、新型コロナウイルスの蔓延など、宿泊客が減少する原因が尽きない状況が続いていた。地震直後はもうダメだと心が折れかけたが、立ち上がる時は今しかないという半壊した建物の改修工事を開始し2023年10月に再開予定の見通しが立った時点で当機関を訪問された。新規顧客をターゲットとした宿泊プランの創出や計画的な料金設定、SNSの活用で販路を開拓するなどの専門的支援を実施する事となった。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

度重なる被災の後、何とか立ち上がろうとする同事業者に対して主に必要と判断されたのは、主要なネット予約システムへの掲載や年間販売計画の策定、シーズン毎の適正な料金設定、自社公式Webサイトでの予約受付等であった。専門性の高い支援に、従来から旅館やホテルなどの宿泊施設支援にも力を発揮してきた同専門家を起用する事とした。

■専門家による具体的な支援内容

主にネット予約の仕組み構築を目指して、プラン内容や料金の見直し、検索や公式Webサイトからの予約導線整備、主要な予約システムへの掲載設定、そしてサイトコントローラーと呼ばれる各予約システムのプラン料金・掲載部屋数を一元管理・同期させるシステムの導入により、正確で効率的な情報反映とスムーズな予約獲得のための支援に尽力した。おもてなしの精神が豊かな事業者であるが故、宿泊プランの価格設定が控えめになっており、気持ちと収益確保の折り合いを付ける点についても考え方などを固めるための提案、支援を進めていった。予約受付開始から状況をウォッチしていると、動きが好調であった為、更なる掲載サイト増強（露出強化）を進めて予約獲得を安定させる支援を継続した。



料理の一例と旅館全景、松川浦の景色

成果

一時的な休業を余儀なくされてエネルギーを蓄積してきた同旅館は、2023年10月をもってそのエネルギーを一気に解放した。予約状況は好調であり、旅館情報掲載サイトの増強なども効果的に機能している。支援の中で課題となったのが、同事業者のお客様へのおもてなしの気持ちが強過ぎて宿泊料金の設定が適正価格を下回っていた事である。専門家の指導によりメリハリを付けた調整を行い、好調な予約に伴って10月末までの売上もしっかりと結果を出し、度重なる災害から立ち上がることが出来た。同事業者が持つおもてなしの気持ちを専門家も十分に理解したうえでの支援であり、ホームページの文章もその気持ちが生きたまものとなっている。女将と息子の二人だけで切り盛りするトモ工屋旅館、おもてなしの気持ちと二人の業務量のバランス取りも大事であり、地域の全体的な復興に期待すると共に、今後も同事業者の状況を見守っていききたい。

絶景松川浦の自然の恵みの宿



旅館のトレードマーク

専門家の声

- 氏名 : 藤沢 優香
- 専門分野 : IT活用・各種デジタル化サポート

最も重要な宿泊プランの内容と料金設定、年間販売計画の策定に加え、ネット予約システムを同時稼働させるためのサイトコントローラーとの導入連携により、安定した予約獲得が期待できます。元々ネットを介さない直接予約が多く、沢山のお客様から愛されている旅館さんですので、今回のネット予約施策により増収増益に繋がることを願っております。



事業者の声

地震被害などで売り上げ低迷が続く中、これまではネット予約やSNSなどの取り扱いが苦手で導入を先送りしてきました。しかし、今回相馬商工会議所支援の下、藤沢先生にホームページの整備をサポートして頂いたところ、広範囲のエリアから集客が出来るようになり、売り上げを改善することが出来ました。自分たちでは、どのようにしたら良いか分からなかったのですが、中小企業119のお陰で良い方に進むことが出来て、大変感謝しております。

支援体制

専門家

浦辺 修一 氏

支援依頼

地域PF

にいがた中小企業支援センター

構成機関

新潟信用金庫

支援

相談

事業者

有限会社穂苅製作所

- 業種 : 製造業
- 従業員 : 15人
- 資本金 : 300万円
- 創業 : 昭和42年
- 住所 : 新潟県新潟市西蒲区五之上2534-1
- 企業概要 : ファンヒーター用コイルをはじめ、各種コイル、トランスを製造
- HP : —

支援概要

■支援の経緯

同事業者は、昭和42年に現代表者の父が創業して以来、ファンヒーター用コイルをはじめ、各種コイルを製造している。主力は暖房用のコイルだが、近年は半導体需要の高まりからガス検知用コイル及び磁気センサー用コイルの需要が高まっている。現在は、代表者のご子息である専務が、代表者が担っていた業務を一通り行っている。当面の課題として、代表者、専務の右腕となる幹部人材の育成や製造部門の人材確保など、人事・労務について改善しなければならないことが多々ある事から当機関に相談があった。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

同事業者に経営上の課題についてのヒアリングを行った結果、幹部人材の育成と製造部門の人材の確保等、人事・労務について実務経験が豊かな方、ノウハウ、知識をお持ちの方の専門的見地からのアドバイスが必要なことが分かった。当機関が関東経済産業局と共催で開催している「新現役交流会」を活用し、数名の専門家とマッチング面談を実施した。人事・労務に精通している同専門家による支援を希望されたため、継続的な支援が可能な本制度を利用することとなった。

■専門家による具体的な支援内容

同専門家から今回の課題についての背景や具体的状況など詳細確認を行うことで相互理解を深めることから支援をスタートさせた。業務全般の課題を「見える化」し、今後のOJTを進めるうえで幹部候補者にも参加してもらい共有していくことにした。まずは業務の棚卸を行い、幹部候補者育成についてのOJT計画書を作成するところから始めた。計画書については①社会人基礎力、②目標管理と業務への取り組み、③OJTの再確認、④管理者の心得なども盛り込み、様々な意見を出し合いながら作成を行った。製造に関する手順書の整備を並行して進め、品種ごとに異なる治具や線材の設定などを一覧表にして「見える化」することを提案し実践していくことにした。その他、製造作業や設備メンテナンスのマニュアル作成や多能工化を目指したスキルマップの作成の支援を行った。



有限会社穂苅製作所

成果

業務を振り返り十分な討議・意見交換を行なうことで具体的な方向性を確認することができ、達成目標やスケジュールを明確にした。人材育成や業務の改善に「業務の見える化」は重要であり、業務の棚卸し結果に基づいてOJT計画書を形作ることが出来た。作成したOJT計画書は幹部候補者の育成を進めることに十分活かされている。製造工程については巻線作業手順書、QC工程図の作成を進めた。巻線機調整は、作業自体が複雑であるため、注意事項については混乱の解消を目的として簡潔に整理し、各手順書の作成とは別に個々の製品に対応した電線台、ノズルバー、巻線治具などの組み合わせ一覧表が完成した。QC工程図については主要製品を対象に整備したことで、実際に完成度が高く、コイル製造全般の管理に活用し今後に役立てる素地が出来上がった。スキルマップの整備により従業員の保有スキルが一目で確認できるようになり、今後の教育計画や多能工化の指針として活用できる環境が整った。



支援を終えて

専門家の声

- 氏名 : 浦辺 修一
- 保有資格: 技術士(金属・総合技術監理部門)
- 専門分野: 経営革新/ものづくり/知的資産経営

現状の課題や成長目標を関係者間で共有し、人材育成や業務改善を継続的に推進する下地が整いました。また埋もれていた製造ノウハウを成文化して従業員全員の財産にしていくことで、更なる現場力の向上が期待できます。



事業者の声

社長から専務へ事業承継を進めるにあたり、幹部人材育成などについて困っていた折に、中小企業119を紹介いただきました。専門家からスキルマップ、QC工程表、作業手順書の作成方法について、一緒にレビューしながら改善点をご教示いただき、標準化書類作成のコツを習得することができました。また、OJTシートを活用した人材育成も非常に有用で、課題・目標・評価を文字に書き出して定期的に行う事が重要であることが実際に運用してみて分かりました。今回の支援で、社長、専務のみならず、幹部候補人材も、たいへん勉強になりました。

支援体制

専門家

加藤 朱実 氏

支援依頼

地域PF

しんきん愛知プラットフォーム

構成機関

蒲郡信用金庫

支援

相談

事業者

カルーナ

- 業種 : サービス業
- 従業員 : 0人
- 資本金 : ー
- 創業 : 令和3年
- 住所 : 愛知県豊川市諏訪2-138-2
- 企業概要 : 酵素浴施設の運営
- HP : <https://calluna-kouso.com/>

支援概要

■支援の経緯

同事業者は愛知県豊川市に酵素浴施設「酵素浴カルーナ」を運営している。兵庫県にある『ぬか天国』の良質な善玉菌酵素を使用していることがポイントである。有機遠赤外線波の波長熱は浸透力と持続性に優れ、甘く香ばしい優しさのある香りも相まって、体質改善の効果は抜群であると評判である。当初は集客を口コミに頼ってきたが、開業から1年が過ぎた2022年に新規顧客獲得を目的にSNS（Instagram等）を開始した。しかし、満足のいく効果が得られないため当機関に相談にいられた。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

同事業者は集客のために様々な施策を考え取り組んでいるが、SNSやWebを活用して事業者が満足する集客効果を得るためには、バージョンアップが必要であることが分かった。そこで、LINE公式アカウントなどSNSを利用した集客の支援実績がある同専門家に依頼することとなった。また、同専門家は、以前にも同事業者を支援しており、事情を熟知していることも選定理由の一つであった。

■専門家による具体的な支援内容

専門家が現状を確認し、新規顧客獲得の課題解決に大変有用であるSNS運用改善を今回の支援の中心にすることとなった。A.公式LINEの構成の見直しを図り、リッチメニューを追加した。リッチメニュー（LINEトーク画面下部に固定で表示されるメニュー）は商品紹介の効果期待される重要な要素である。お客様の都合のよいときに商品ページや問合せにアクセスできるようにしたことで、今後の集客が期待できるようにした。リッチメニューは①フルボ酸②ホームページ③ペット用酵素風呂の3項目とした。B.Instagramに載せるURLをホームページにも掲載し、ホームページにはペット用酵素風呂紹介のページを追加することで相乗効果を得られるようにした。



酵素浴施設「カルーナ」

成果

ヒノキのおがくずや米ぬかを利用した酵素風呂は、全身を優しく温め毒素排出の効果が期待される温浴法として、じわじわと注目を集めている。全身がふわふわの米ぬかやヒノキのおがくずなどに覆われるためリラックス効果が高く、天然の熱の力で体の芯までポカポカと温まると話題になっている。同事業者の酵素風呂は同業他社との差別化を図る為、兵庫県の『ぬか天国』の良質な善玉菌酵素を使用したこだわりの酵素浴である。公式LINEのリッチメニュー追加によりお客様にとっての可用性を高めたことは、メイン商品の認知度アップだけでなく、ペット愛好家向けペット用酵素風呂への興味を促すとともに、友達紹介クーポン、2回目割引クーポンの掲載で顧客リピート率向上にも繋がる大きな成果であった。ホームページと連携し相乗効果を図ることで、更なる集客や売上増加に期待が持てる。



酵素浴場

専門家の声

- 氏名 : 加藤 朱実
- 専門分野 : ITを活用した経営力強化/販路拡大・販促支援

Canva、Instagram、公式LINE、Webを活用した販路拡大は地域密着型の事業でも全国展開型の事業でも必要不可欠なものです。カルーナ様は、どちらも展開できる商品をお持ちですので、認知と集客のためにオンラインを構築できて良かったです。



事業者の声

酵素浴はまだ認知度が低く、広く知ってもらうにはSNS等Webの活用が必要だと思いながら、自分で出来る事には限界があり、知識も乏しい為、今回のサポートをお願いしました。講師の方が当店まで出向いてくれ、店のパソコンを使用するのマンツーマン指導なので、わからない事も親切丁寧に教えてもらえ、しっかり教わる事が出来ました。そして、当店に合った公式LINE、Instagramの活用術、クーポン、チラシの製作まで出来て、大変満足する結果になりました。今後の集客のために活用したいと思います。ありがとうございました。

支援体制

専門家

三輪 高弘 氏

支援依頼

支援

構成機関

京都府よろず支援拠点

相談

事業者

株式会社タナベ

- 業種 : 製造業
- 従業員 : 16人
- 資本金 : 3,000万円
- 創業 : 大正13年
- 住所 : 京都府京都市南区上鳥羽高島町105-1
- 企業概要 : タクシー関連機器販売・取付および自動車電装品の販売・取付
- HP : <https://kk-tanabe.jp>

支援概要

■支援の経緯

大正13年に創業した歴史のある事業者である。主力事業はタクシー会社へタクシーメーターを中心に車載機器の販売・取付である。「より快適で質の高い社会を実現させるため自社製品を通じて社会に貢献し、叡智・勇気・情熱をもって新しい時代を創造する」の理念のもと新規事業に対しても積極的に取り組んでいる。今回、新規事業として通販事業を行うこととし、販売の拡大を図っているが従業員の理解不足など運営面でさまざまな課題があることから当機関へ相談があった。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

同事業者に経営上の課題についてのヒアリングを行った結果、新規事業として行う通販事業において、従業員の知識やスキル不足によるさまざまな課題を抱えている事がわかった。その解決のために通販事業の専門性の高い支援が必要であると判断し、同専門家がWebページやECの企画、制作などの支援に長けており、今回の同事業者の課題に対して的確な支援・指導を行うことができると判断し同専門家を選定した。

■専門家による具体的な支援内容

新規事業である通販事業の取組みでは、従業員のオペレーションの理解不足の解消から始め、「BASE」を活用したECサイトで丁寧にレクチャーを行うこととした。「BASE」は誰でも簡単にネットショップが作成できるサービスのため、ID付与・商品登録・送料設定・注文など一連の流れなど実演を交えながら支援した。新規取り扱い商品についても、①インバウンド需要に伴う「ハンディ翻訳機」Startalk Direct（スタートーク ダイレクト）②アルコール検知器の義務化に伴う「アルコールチェッカー」③自転車事故が増えて、努力義務となった「自転車用のヘルメット」を選定するサポートを行った。ECサイトに載せる説明書きや対面販売で使うチラシの作成についても実施し、盛り込む商品情報はすでに整理されてきたのでレイアウト、デザインの作成を中心に支援を行った。



商品説明の検討風景
「アルコールチェッカー」

成果

通販事業の取組みについては、従業員のオペレーションの理解も進み、通販事業の運営がスムーズになり、「自転車用のヘルメット」のカラーバリエーションのオプション設定なども習得できた。ホームページでオンラインショップの案内をすることで、周知できるようにした。「バス置き去り防止装置」「アルコールチェッカー」の商品告知も行い、オンラインショップでも「ハンディ翻訳機」「アルコールチェッカー」の商品告知をすることで効果が期待できるように仕向けた。また「アルコールチェッカー」は動画（YouTube）サイトにアップすることで、わかりやすい商品案内ができた。ECサイトのデザイン・レイアウトについても出来上がり、注目を集められるようになった。実店舗向けに商品を整理したチラシも完成した。自社サイト・ECサイト・SNS・実店舗の併用で更なる相乗効果が期待できるようになった。



ECサイトに載せている
「自転車用ヘルメット」

専門家の声

- 氏名 : 三輪 高弘
- 専門分野 : 事業再生及び再チャレンジ/ITを活用した経営力強化/販路拡大・販促支援

新しい事業を打ち出し、取組みを実現することは、多くのエネルギーやリソースが必要になる一方、様々な利点があります。競争力の向上やリスクの分散だけでなく、従業員のモチベーション向上にも繋がります。



事業者の声

コロナ禍において、タクシー業界が主要顧客である当社も危機的な状況に置かれました。この事態に対処するため、抗菌サービスの提供を開始しましたが、時流の変化は早く需要は下火になり、新たな事業展開を模索しました。その中で、専門家に相談したところ、自動車関連商品の仕入れが可能であることを活かし、ECサービスの開始を決定しました。当社は、BtoC事業の中でもECサイトの経験が不足しており、不安がありましたが、専門家による指導を受けることでECサイトの運営を内製化できたことは大きな成果となりました。

支援体制

専門家

小笠原 正幸 氏

支援依頼

地域PF

とちぎ未来創造カンパニー

構成機関

鹿沼相互信用金庫

支援

相談

事業者

株式会社カルックス

- 業種 : 製造業
- 従業員 : 29人
- 資本金 : 1,000万円
- 創業 : 昭和53年
- 住所 : 栃木県鹿沼市大和田町1
- 企業概要 : 発泡スチロール製品の設計～製造
各種包装資材及び保冷関連資材の販売
- HP : <https://www.karux.com>

支援概要

■支援の経緯

「世の中で必要とされるものを、私達の創意と工夫で創り出し、社会のために役立てる会社として活動します」を基本理念として、栃木県鹿沼市で発泡スチロール製品を設計から製造まで手掛け、各種包装資材及び保冷関連資材の販売を行っている。同事業者が考える良い品質の製品とは価格・納期・迅速に対応できる体制であり、発泡スチロールの密閉性・保冷性能を追求し続けている。さらに販路拡大を進めるために当機関に相談に来られた。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

同社の販路拡大にかかる課題としてインターネット等を活用した情報発信およびPRへの取り組み強化が必要であることが分かった。自社製品の強み「＝高品質」を外へへの発信することのみならず、販売戦略および社内体制の5S活動、生産管理体制、労働環境、後継者に対する取り組み方などの課題も対応する必要があった。同専門家は製造業を得意とし、生産管理から経営革新、ITなどに長けており今回の事業者の課題に対して的確に対処できると判断して同専門家を選定した。

■専門家による具体的な支援内容

自他ともに認める、業界トップクラスの技術力と品質を誇る同事業者は、地域貢献や環境問題にも積極的に取り組んでいる。しかし、認知度は今一つであることから、同事業者の弱点はアピール力であると考えた。情報発信についてはホームページやSNSの活用は欠かせなく、ホームページの内容について検討し、SDGsへの取組みと人材採用に意識を向けていくことを協議した。更に同社が経済性、社会性、SDGsなどに適した製品を提供する会社であることを強くPRできるようアドバイスをしていった。続いて5S管理についての支援を行った。5S活動の概要説明をし、実践と効果が生産管理体制の改善へとつながることを強調して支援した。また、5Sチェックシートに基づいて工場内チェックも行い改善提案を行った。労働安全衛生法については概要を説明し、工場管理者として注意すべき点など5S活動が労働安全衛生法と密接に関係し労働環境を整備し労災0を継続するためには、必要不可欠なツールであることを強調していった。従業員の安全を確保することは、会社の信頼性、さらには作業の効率化に繋がることを説明した。若い工場長に必要な能力について也十分時間を割いて支援を行っていった。



株式会社カルックスが考える良い品質の製品

成果

昨年の支援を経て、早速ホームページ、SNSのX（旧：Twitter）の専任担当者を配置し積極的に改革に着手した。その結果、この1年でXのフォロワー数が5,000を超えてきたことは同事業者の大きな財産となった。SNSやホームページを通して新規受注が伸びてきており、SNSなどを効果的に活用し販売戦略に活かすことができるようになってきた。5S活動も順調に進み、5Sチェックシートを活用することで目に見える管理も行うことで、生産管理体制の改善にもつながってきた。5S活動は労働安全衛生法とも深い関わり合いがあり、労働環境の整備も浸透してきた。工場長がSWOT分析を行った結果、若くて新しい感性でどのように同事業者の知名度を上げ、新たなブランド戦略に発展させていくか、大きな期待が持てるように感じられた。この支援を通じて一企業のみならず発泡スチロール業界全体の未来を見据えた（環境問題に主軸をおいた）戦略立案の基礎的な案も明確化されたのではないかと感じる。今回の支援において、同社社長、工場長と幅広い視点と自由な発想で協議できたことが成功の一因であると考えている。



密閉性・保冷性能を追求した発泡スチロール

専門家の声

- 氏名 : 小笠原 正幸
- 専門分野 : 経営革新/生産管理/製造業の業務改善/作業効率化/衛生管理

支援の成否は、双方が広い視野で忌憚なく意見交換ができるかです。改善・改革のヒントはどこにあるか予測できません。経営者と社員の固定観念にとらわれない自由な発想力が、企業の大きな推進力となることを、今回の支援で再認識しました。



事業者の声

当社は自社商品として高品質の発泡スチロール容器を製造販売し、医薬品業界では実績がありましたが零細企業なので認知度や販路拡大に苦労しておりました。今回の支援で利用者の立場から分かりやすいホームページやSNSの改定と利用により販路拡大戦略を学び、徐々に結果が出てきました。購買側の目線という視点を変えることの大切さも学べました。また、小笠原様の経験から工場運営に必要な管理手法の習得と、後継者育成の為に勉強会で経営者として必要なスキル習得の指導を受けるように発展し、今後も継続して御指導を頂く予定です。

支援体制

専門家

清瀬 由香 氏

地域PF

首都圏東部地区中小企業応援センター

構成機関

東京東信用金庫

事業者

株式会社^{えん}緑の木

- 業種 : 製造業・小売業
- 従業員 : 5人
- 資本金 : 500万円
- 創業 : 平成26年
- 住所 : 東京都台東区三筋2-15-20
- 企業概要 : 珈琲豆と関連商品の焙煎、卸売、小売
- HP : <https://en-no-ki.com/>

支援概要

■支援の経緯

同事業者は東京都台東区を本拠地に、珈琲豆の焙煎/卸売/小売りや福祉作業所/障害者雇用企業とのコラボ商品立案/販売の他多岐に渡る事業を展開している。2021年度には、古い人事・労務管理を刷新する事を課題とした専門家支援を実施した。今回の課題は、創業以来増え続けた商品のラインナップはECサイト上多彩ではあるものの、一方でパターンが多過ぎて購入者が本当に欲しいものを購入出来ない可能性もあるとして、改善のために支援を求めて来訪された。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

同事業者は自社サイト以外のショッピングサイトを7つも利用している。また、自社サイトではそのサイトの特性から商品数が実に1,200種類にも及んでおり、サイト管理上の各種操作も属人化しているなど商品パターンが多いだけの問題に留まらなかった。ECサイトの運営を含めて、社内でデータを極力一元管理に近い形で共有可能なシステムの整備を進めていく必要性もあった。それらの課題を解決する手法には、システムの整備だけに頼るものではなく、併せて商品の限定や入れ替え等、適切に課題解決を進める為には専門家の支援が必要と判断して、同専門家の起用を決定した。

■専門家による具体的な支援内容

同事業者は「いらないものを誰かの欲しいに」をコンセプトに、それまで捨てられていた珈琲廃棄物等をアップサイクルのうえ商品化（KURAMAEモデル）したり、福祉事業所で作られるクッキーも珈琲と組み合わせ販売するなど、多彩な活動がEC販売にも盛り込まれており商品数を押し上げている。今回の5回の支援では、まず聴き取りにより具体的なソフトウェア利用に繋がるアドバイスを実施して、そのソフトウェアの無料試用期間も考慮のうえ次回支援までにスタッフが実際に利用する事で実態へのマッチングを確認した。従来問題になっていた業務の属人化について、無理・無駄・ムラのないよう業務フローの見直しを行った。EC販売サイトを訪れたお客様が、ギフトシーズンに向けて手を出し易い商品パターンを作って、手薄になっていたEC販売での商品入れ替えを簡素化した。またEC販売については、自社サイトの利用料値上げ/仕様変更が見込まれており、利用サイトの変更を前提に従来のサイトに残す商品と新規サイトに移行する商品を区分したうえで、見易さを向上させた新販売サイトに仕上げるなどの道筋をつけた。



コーヒー豆/麻袋を再利用したトートバック

成果

起業から10年の節目で、積み重ねてきた努力が全て思いどおりに成長している訳でもなく、むしろ状況見直しが必要な時期を迎えていた。今回の支援は、組織が育っていく段階で、こんがらがってしまったり分かり難くなってしまった業務を解きほぐす良い機会となった。属人化していた業務を、各スタッフのITスキルを問わず利用できるグループウェアやクラウドサービスの導入を提案のうえ実際にスタッフが試用して、今後のEC販売の拡大戦略の足かせにならないように感覚を掴んでもらう支援が実施された。また、これまで利用していたソフトウェアの仕様では、意図しないデータの削除や上書きといった事態も考えられた為、新しいシステム導入により個人情報保護にも関わるセキュリティ面の向上や業務の標準化に繋がり、安全で整然としたデータ取り扱いの基礎を築くことが出来た。EC販売や業務の仕組み改善に留まらず、スタッフの「苦手」意識を和らげる効果もあり、同事業者の今後の運営に貢献する支援となった。



同事業者のトレードマーク

専門家の声

- 氏名 : 清瀬 由香
- 保有資格 : IT戦略アドバイザー
- 専門分野 : ITを活用した経営力強化
情報通信業/教育・学習支援業

サステナブルと社会貢献を核とする取り組みは、時代のニーズに応え、10年間のデータを活かしながら安全なデータ管理と柔軟な働き方の改善を実現しました。情報の整理を通じて、更なる成長とスタッフの活躍が期待できます。



事業者の声

開店して10年の節目を迎えるにあたり、当時大きくなったら変更しようと、まずはエクセルで作り始めた大福帳にお客様の登録が2,000名以上、購買履歴は3万件を超えていました。開店当初は珈琲豆18種のみだった棚卸も、商品数が130種に成長し、煩雑になっていました。成長した分、本来であればバックヤードの仕事をストレスなく進められる仕組みの導入を行うなど、成長を阻害しない工夫が必要な中、忙しさとハードルの高さから回避してきた課題に向き合え、良かったです。課題の抽出の中で自社の今後の方向性を考える時間も取ることができました。

支援体制

専門家

持田 裕子 氏

支援依頼

構成機関

徳島県よろず支援拠点

事業者

有限会社三和

- 業種 : 卸売・小売業
- 従業員 : 24人
- 資本金 : 1,000万円
- 創業 : 平成4年
- 住所 : 徳島県小松島市和田島町字松田新田171
- 企業概要 : スーパーマーケット/自社農園運営
- HP : <https://www.sanwa-bento.com/>

支援

相談

支援概要

■支援の経緯

同事業者は、徳島県小松島市で地域密着型のスーパーマーケットを長年経営している。しかし、地域の過疎化や高齢化、大手スーパーマーケットやドラッグストアなど競合店の進出に加えて、コロナ禍に起因するイベントの中止により主力商品である弁当や惣菜の販売が伸び悩んでいる状況である。情報発信力を高めて、店内に活気を取り戻すと同時に主力商品の販売増加を狙いたいとして、相談の為に当機関を来訪された。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

主力販売商品は弁当や惣菜/無添加食品である。それらに使われる米や野菜は代表者自ら化学肥料を使わない有機農法で作付けしており、アピール性抜群である。これらのアピールポイントは是非とも利用すべきで、その手法の支援にあたってはPOPの企画・制作・指導が可能で、経験を生かして「売れる仕掛け作り」の出来る同専門家を起用する事にした。

■専門家による具体的な支援内容

お客様の「必要なものだけを買う」という購買パターンを、スーパーマーケット側からの提案や紹介によって予定外の商品も手に取るように仕掛ける流れの支援を実施した。具体的にはパソコンで価格訴求型に作られていたPOPを手書きで提案型・視認し易さを備えたPOPに置き換え、商品の陳列方法や改廃などと共に売り場改変を行う指導をした。「買いを仕掛ける」のがPOPの大きな役割であり、商品や売り場・季節毎のチューニングが重要である。土用の丑の日・新米・父の日・鍋特集など季節のイベントの際のPOP作りを、関連商品の陳列手法の指導と一緒に実践した。手描きのPOPには、手造り感やこだわりが感じられてお客様が商品を手にとる事が多くなると言われており、特に勧めたい商品への利用が効果的である。パソコンを一部利用する/全て手描きするなどの使い分けやパターン決めによる作業の簡素化・100円ショップで購入できる低コストな資材による制作などが、POP作りを継続する重要な鍵である事なども助言して、身に付けてもらった。

ホームページの一部と
店内のPOP

成果

売り場の担当者が、自身で作った鍋のPOPを取り付けた直後にお客様から鍋の材料の入荷について聞かれたと、そのスピーディーなお客様の反応について報告があった。また、お客様とコミュニケーションが生まれる事を実感して、仕事にも張り合いが出たと言う嬉しい感想を聞くことも出来た。POP作りに携わる各売り場の担当者がPOPは単なる商品の目印ではなく、自分たちの提案や思いも込めて伝える手段でありお客様のニーズを引き出すもの、そして担当者として業務に対する積極的な意欲を掻き立てるツールとして意識され機能していることを窺い知ることが出来て、支援の効果が確認できた。何より、代表者をはじめ各自が楽しみながらPOP作りに励んでいる様子が頼もしく、今後も色々な工夫を続けてPOP作りは元より、売り場とのコンビネーションも工夫しながら、店内に活気を呼び込むPOP作りと売り場作りが続いていくであろう。曖昧だった顧客ターゲットも明確になり、向かうべき方向へ皆が一緒に向いている事を実感できる支援となった。

代表者の宮城様
店舗と自社農場にて

専門家の声

- 氏名 : 持田 裕子
- 専門分野 : 経営革新/農工商等連携/ものづくり/販路拡大・販促支援

魅力溢れる商品力と、顧客想いのサービスや店づくりを自店の強みとして、周辺の競合店の中から「選ばれて来店されるお店」として広く認知され、店舗や商品の魅力をPOPやSNSを通じて情報発信を継続する事で、遠方から潜在顧客の来店数が増幅することも期待します。



事業者の声

自社農園の無農薬栽培のお米を使ったお弁当やオーガニック商品の販売等、他社にない特色を持っていながらお客様に対する発信力が弱いのが悩みでした。今回持田先生の事例を踏まえたPOP作成の熱心なご指導をもとにして、同じカテゴリーの商品はまとめて陳列し自ずと生まれるキャッチコピーを選び下すようにPOPを作成してみました。するとお客様が立ち止まって良く見てくれる様になり、手応えを感じる事ができました。徳島県信用保証協会様からご提案を受け徳島県よろず支援拠点にて中小企業119の専門家を派遣して頂いたご恩に感謝申し上げます。

支援体制

専門家

稲村 浩二 氏

支援依頼

地域PF

彩の国中小企業応援ネットワーク会議

構成機関

青木信用金庫

支援

相談

事業者

株式会社MIRAI

- 業種 : 建設業
- 従業員 : 6人
- 資本金 : 1,000万円
- 創業 : 令和元年
- 住所 : 埼玉県さいたま市南区別所3-38-29
- 企業概要 : 家庭用の太陽光発電・蓄電池販売・施工及び環境リフォーム事業
- HP : <https://mirai-tofuture.com>

支援概要

■支援の経緯

同事業者は令和元年に埼玉県さいたま市南区を本拠に、家庭用の太陽光発電・蓄電池販売・施工及び環境リフォーム事業を行っている。埼玉県を中心に北関東・福島方面にも展開しており、近年は電気代などエネルギーコストの高騰も家庭用では太陽光発電の顧客から蓄電池の需要があるなど追い風となっている。家庭向けのエネルギー・マネジメント会社として更なる事業拡大を図っている。Web活用を強化することで相乗効果もあると思っているがうまく使いこなせていないのが現状であり課題となっていることで当機関へ相談にいられた。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

今の追い風の状況の中でホームページなどWeb活用することで機会損失がないようにしていきたい要望、課題があることがわかった。そこで当機関が関東経済産業局と共催で開催している「新現役交流会」を活用し、数名の専門家とマッチング面談を実施することにした。マーケティング支援に定評のある同専門家の継続的な支援希望により、本制度を利用することとなった。

■専門家による具体的な支援内容

Web活用による新規顧客獲得の支援本題に入る前に同専門家は事業内容、ターゲット、強みについてヒアリングすることから始めた。家庭用ソーラーパネルと蓄電池を販売する新規顧客を獲得するためのWeb活用ではホームページとランディングページの相乗効果を高めるため、SEO対策から行うことにした。併せて販売促進策・会社の魅力・商品の魅力・施工事例などの中味を充実させ発信効果を高める事にした。しかしながら現在のホームページとランディングページを見るとドメインが異なって作成されていることがわかり、しかもSEO対策がされておらず検索すら引っかけられないことが判明した。このことから現在のホームページ、ランディングページを大幅に刷新し、内製化も視野に入れたフォーム設計を行うことにした。1.ホームページ構成、グローバルメニューの変更、2.ランディングページからの流入強化、3.施工事例・お知らせの掲載強化、4.テキストライティングフォーム改善、5.ドメインの統合と順序だてて構築の支援を行うこととした。



農業と太陽光発電の共存

成果

Web活用するうえで、一番の問題点はホームページ、ランディングページの検索が引っかけられないということでSEO対策がなされていないことにあった。そこから支援を着手したが、異なるドメインの統一化などホームページおよびランディングページを大幅に見直し、委託先も一本に絞ることにした。新規のお客獲得に向け特にこだわった点は自社の魅力・商品の魅力・事例紹介・お知らせなどの掲載強化であり、施主の収支シミュレーションについてのコンテンツも重要なので追加項目とした。結果として一層目を引き、安心感を醸し出すホームページになり、新規お客様へ訴求することがより鮮明にできた。定型業務として回せるように事務担当者への連携を行い、代表者の仕事量の軽減と内製化の実現にもつながった。従来からの販売活動に加え、Web活用による新規顧客を獲得することで一層の売上拡大に拍車をかけてもらいたい。最近では、地元の工務店・建設・ガス事業者との提携も図っており、新たな販路の開拓にも着手した。



太陽光発電から蓄電池への流れ

専門家の声

- 氏名 : 稲村 浩二
- 専門分野 : 事業再生及び再チャレンジ/ものづくり/販路拡大・販促支援 ほか

メーカー3社勤務後、コンサルティングを4年経験し、様々な領域で多くの方から学びました。中小企業社長の広い業務範囲に合わせ、自称“助っ人”としてWeb活用のマーケティングをはじめ、幅広くご支援しています。



事業者の声

青木信用金庫の宮崎支店長に、Webを使った事業強化について相談したところ新現役交流会を紹介いただき、稲村さんと引き合わせていただきました。現在の集客課題を話したところ、ホームページの活用ができておらず、SEO対策ができてなく集客ができていないことがわかり、集客し事業にプラス効果をもたらすには、ホームページを抜本的に改善することが必要なのわかりました。今回の青木信用金庫さん、稲村さんとの取組みで、ホームページをお客様に魅力的で信頼性が高まるものに作り変えができました。Webの活用強化により、集客の見込み、売上拡大、地域貢献拡大の見込みが見えてきました。

支援体制

専門家

齋藤 広則 氏

支援依頼

地域PF

群馬県中小企業支援プラットフォーム

構成機関

株式会社東和銀行

支援

相談

事業者

株式会社立花ドレス

- 業種 : 製造業
- 従業員 : 2人
- 資本金 : 1,000万円
- 創業 : 昭和44年
- 住所 : 埼玉県久喜市久喜北2-2-43
- 企業概要 : アパレル・ファッショングッズの製造・販売
- HP : <https://tachibana-dress.co.jp>

支援概要

■支援の経緯

同事業者は埼玉県久喜市に本拠を置く、1969年に創業したデザイン、生地収集、パターン作成、製造まで一貫したアパレルメーカーである。介護ニーズが高まる中、「寝たまま脱ぎ着が可能」な介護スラックス「簡・楽ズボン」を開発した。誕生のきっかけは介護現場からの「介護の現場に適した脱がせやすく着させやすいパンツをイチから作れないか」との要望でした。「簡・楽ズボン」は実用新案取得済みではあるが販売に関しては、どのような販売戦略を立て、どのように販路開拓を行っていくのか、ノウハウのない同事業者には大きな課題であった。販路拡大のためには、専門的な知見を得る必要があると感じたことから、当機関に相談があった。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

ヒアリングを行った結果、新商品の販売については販売戦略および販売手法について専門のアドバイスが必要なことが分かった。当機関が関東経済産業局と共催で開催している「新現役交流会」を活用し、数名の専門家とマッチング面談を実施した。顧客創出支援や事業の企画立案経験を持つ同専門家による支援を希望されたため、継続的な支援が可能な本制度を利用することとなった。

■専門家による具体的な支援内容

①介護商品の5ヶ年売上計画、会社の5ヶ年計画、商品別売上計画についての目標の見える化を、十分な時間を費やして支援を行った。②介護商品販売について考えるにあたり、商品の認知度を上げることにベクトルを合わせて販路開拓の具体的な討議を行うことにした。③介護スラックス「簡・楽ズボン」の実用新案の申請について支援・助言を行った。④広告宣伝では、タウン誌クッキーズへ計4回の広告掲載と、HPの改善支援を実施した。⑤DMは主なターゲットを介護老人保健施設にした構成に決定し、送付先は関東の都県別の施設数・定員数のデータを参考にして、埼玉県内の施設に絞り込み発送することを提案した。



2022APEC 出展作品
タイ王室寄贈作品

成果

十分に時間を掛けて討議・支援を行った結果、「株式会社立花ドレス販売計画書」が出来上がり、販売計画書に基づいた具体的な活動を実施した。広告掲載したタウン誌クッキーズが久喜市内中心に52,000部配布され、DMを埼玉県内の介護老人保健施設に絞って送付したのちにHP閲覧数が増加したことから、直接の問合せは少ないものの一定の成果を得たと見られる。また、試供品提供を行うと同時に顧客アンケートを実施しており、意見を集約して今後の商品改良に役立てることを目指している。本支援を通して商品の認知度が上がることにベクトルが向くようになり、販路拡大の成果に向け良い傾向が見られるようになった。また、商品の仕様についてもほぼ出来上がり、生地調達体制も確保することができた。



「簡・楽ズボン」

専門家の声

- 氏名 : 齋藤 広則
- 専門分野 : 業務改善/販路開拓 (ほか)

今回は、自らの経験値の無いアパレル業界領域における支援を担当させていただきました。自分自身においても初めてのチャレンジでしたが、事業者様の支援内容と支援する商品も明確であったため経験値の応用で臨むことが出来ました。



事業者の声

下請け工場として3代目の縫製工場です。服作りには長年携わってきましたが、弊社考案の「簡・楽ズボン」の販売には素人同然で困っていたところ、東和銀行からの紹介による専門家派遣をしていただきました。プレスリリースやDMを活用した商品の認知拡大の方法や販売時にアンケートを添付するアドバイスをいただきました。民民契約移行後は、商品の量産体制確立のための協力工場との顔合わせにも同行していただき助かりました。未永いお付き合いを望んでおります。

支援体制

専門家

灰原 抄織 氏

支援依頼

地域PF

岡山県中小企業支援プラットフォーム

構成機関

おかやま信用金庫

支援

相談

事業者

有限会社桃商
(焼肉 桃苑)

- 業種 : 宿泊・飲食サービス業
- 従業員 : 18人
- 資本金 : 300万円
- 創業 : 昭和49年
- 住所 : 岡山県岡山市北区富田町2-11-16
- 企業概要 : 焼肉店
- HP : <https://yakinikutouenokayama.owst.jp/>

支援概要

■支援の経緯

同事業者は、岡山県岡山市で創業50年の老舗焼肉店・桃苑を営む。店舗は、総席数150席と比較的大型である。営業成績には波があり、こここのところは満足できる状況ではない為全体的に経営の変革を図りたいとして、当機関へ相談に来訪された。集客力のアップや、焼肉店としてのブランド付加価値を高めて顧客満足度を向上させるためには、数多くの工夫が必要になる。新メニュー開発やブランド付加価値向上のために必要なアクションのサポートなど、幅広い支援を希望されていた。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

店舗の集客力を向上させるには、新規顧客はもちろんリピーターも獲得しなければならない。集客力向上の手段としては、メニューや価格の見直し、提供方法や器の変更による満足感の創出、看板や広告、SNSなどを活用することが有効であるが、これらの全てを一気に実現する事は難しい。手を付けられるところから順に実施して、競合先との差別化を図ってお客様のニーズに柔軟に対応したい。一方でブランド付加価値は、お客様の満足度や優越感から生まれるものであり、同事業者の提供商品である肉だけではなく、サービス全体からお客様が感じる「価値」を創り出すプロフェッショナルな支援が必要であると判断して、飲食関係に幅広い支援実績を持つ同専門家の起用を決めた。

■専門家による具体的な支援内容

支援の方向性は多岐に渡る。メニュー改定（新コース開発/新サブメニュー開発）・単価の見直し・個室スペースの新しい活用方法・食器のセレクト・新しい客層への訴求など、それぞれが機能してこそ総合的な顧客満足度のアップに繋がるものとして支援を実施した。売り上げの中心である焼肉の食事とは異なる「アフター焼肉メニュー」や「旬の野菜を取り入れた四季の演出」、ロゴマークを入れた紙を上蓋に利用した斬新な盛り付けスタイルの演出なども併用する事で、これまでとは違った印象を既存客にも感じてもらい、加えてブランド付加価値の向上を狙う方向性で支援を実施した。商品力に自信を持って価値創造に向き合えるように、同事業者の実力+ブランド付加価値によりお客様を惹きつけられるように方向性をリードした。



ロゴマーク入り紙類の演出等

成果

焼肉店は、他業態とは異なり「お客様自身が肉を焼く」事に特徴がある。人件費比率を抑え易いといった収支面に貢献する一方で、自ら焼く際の「配膳された際の見栄え/高揚感の演出」などは付加価値を生み出す重要な要素に位置付けられる。今回の支援では、新コースメニューはもちろん従来どおりの肉や野菜であっても、盛り方や新しい器の利用によってお客様の感じ方が変わる事を理解しながら、段階積するもの・木製の重箱を外枠としてステンレス小皿の組み合わせ・海鮮を焼けるアルミ容器など、あらゆるスタイルの器を試し続けた。食材を盛る「皿や器」に過ぎない食器も、価値を生み出す商品の一つである事を再認識する支援となった。最終的な成果は今後への期待の段階であるが、当初の課題であった「ブランド付加価値」向上については、お客様に飽きられることなく「価値を生み続ける」努力の継続により、極めて近い将来に効果が実感できることを確信している。



焼肉 桃苑

専門家の声

- 氏名 : 灰原 抄織
- 専門分野 : ものづくり/地域資源活用/創業/販路拡大・販促支援

今回の依頼のメインはメニュー改定と、食材の見せ方のアドバイスである。焼肉店の食器は一般的に大皿とたれ皿程度であるが、肉を部位別に盛った小皿全種を事前にセットし重箱に入れて見せるスタイルで作業効率アップ、商品に高級感を持たせて差別化を図った。



事業者の声

コロナ禍が過ぎ、お客様のライフスタイルや嗜好が変わったのを実感しており、その為にも新しい商品開発やアプローチの改善が必要だと感じながら、日々の業務に忙殺されて取り組めていませんでした。この制度を利用したことで、漠然としたアイデアを言語化していただき、器や提供方法など、時間がかかる内容を外注化できたことで、大変助かりました。様々な顧客ニーズや人手不足の現代では、自社だけで行う事の限界があります。小規模の事業者こそこの制度の必要性を感じました。

支援体制

専門家

彦坂 高司 氏

支援依頼

地域PF

あいち中小企業支援プラットフォーム

構成機関

豊橋商工会議所

支援

相談

事業者

株式会社あじわい亭

- 業種 : 製造業
- 従業員 : 150人
- 資本金 : 2,000万円
- 創業 : 平成31年
- 住所 : 愛知県豊橋市神野新田町字ヲノ割27-3
- 企業概要 : 企業向け日配給食弁当の製造販売/
社員食堂の運営管理
- HP : <https://www.ajiwaitei.co.jp>

支援概要

■支援の経緯

同事業者は「食を通じて健康と笑顔の輪を広げる」「お客様の笑顔＝会社の発展＝従業員の幸せ」をモットーに、東三河・湖西市の約1,000社の企業から選ばれ、1日約8,000食の日替わり弁当の製造販売を行っている。近年、台風や線状降水帯がもたらす集中豪雨、愛知県の被害はトップ3と予測されている南海トラフ地震・津波などの脅威が大規模災害の不安になってきている。そのような経緯から事業継続計画（BCP）について当機関に相談にいられた。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

同事業者は人一倍食の安全に気を配っており、①お米のこだわり、②食材のこだわり、③安全・安心の「こだわり豊橋市ええじゃないか」HACCP導入などこだわりを持ってお客様へ弁当を提供している。しかしながら「災害が発生した時の対応を、事前に整理・準備しておく」事業継続計画（BCP）は具体的に進んでいないことを当機関はヒアリングを行い確認した。対策には専門性の高い支援が必要と判断し、BCPに精通している同専門家を選定した。

■専門家による具体的な支援内容

初回の支援で6月の甚大な被害を及ぼした台風2号について意見を出し合うことからスタートし課題シートに基づいて事業継続力強化計画を練ることにした。①BCP基本方針を「従業員および家族の安全」「顧客からの信用を守る」「従業員の雇用の維持」の観点から策定し、②「重要業務が受ける被害の想定」「重要な経営資源の洗い出しと現状把握」に対するBCP対応策の計画を練り、③「BCP対応と体制」「人命の安全確保」に必要な対応をし、④「防災訓練などの教育・訓練計画」を行い、⑤「点検・見直しする」の順に支援していくこととなった。従業員の安全確保のためのタイムライン（避難行動計画）について考え、安否確認システム、常夜灯の設置なども検討していくことにした。また、1.従業員連絡先リストの整備、2.主要連絡先リスト、3.避難経路図・避難計画図、4.備蓄品リストなどの整備を行うことを提言した。重要6要素と言われる、1.社長不在時の明確な代行順位、2.本社2階（本部）が使えなくなった場合の代替、3.電気・水・食料等の確保、4.多様な通信手段の確保、5.重要なデータのバックアップ、6.非常時優先業務の整理などの検討を行った。



食の安全・こだわりの弁当

成果

今回の支援には3名の幹部が出席し、①6月の台風2号の被害、②令和6年能登半島地震についての意見も出し合うことで、事業継続計画（BCP）の必要性・重要性を再認識した。事業継続力強化計画は課題シートに基づいて作成したもので、定期的に点検・見直しすることが必要であり重要であると感じていた。初めて防災訓練も行うことで、従業員の災害に対する恐怖を再認識し、定期的に行うことで事業継続計画（BCP）が進んでいくことを実感した。①BCP準備品、②タイムライン（避難行動計画）、③携帯カード、持ち出し品チェックシート、④緊急時対応連絡網などの準備も整い、重要6要素の策定も出来上がった。同事業者は「第19回防災フェア」（2024年2月26日）に出席し、BCP取組みについて発表を行った。皆さまにBCPに対する取組みを広く知ってもらいたい機会となった。今回の支援を通じて事業継続計画（BCP）は出来上がったが、今後も従業員への周知を含め、定期的・継続的な取組が必要であると共通認識できた。



店舗および従業員光景

専門家の声

- 氏名 : 彦坂 高司
- 専門分野 : BCP

当地は、南海トラフ地震発災時には被災想定地域内にあり、その対策は必要不可欠と考えます。株式会社あじわい亭様の活動が他企業へ広がることを期待します。



事業者の声

昨年台風2号があり自然災害の猛威を目の当たりにしました。リスクは理解しつつも何から手をつけていけば良いのか戸惑う部分がありましたが、専門家の先生等からの確なご指導をいただくことができ、一歩ずつ課題を解決しながら進めることができました。今回、パートスタッフも交えて初めて防災訓練や安否確認の訓練も実施することができ、やってみてわかる課題もあったので今後も災害は必ず起きると考え、現状を見直ししながら取り組みを継続し、事前準備を進めてまいります。この度はわかりやすくご支援いただき誠にありがとうございました。

支援体制

専門家

小泉 恵一 氏

支援依頼

地域PF

福岡県南地域中小企業支援
プラットフォーム

構成機関

大牟田柳川信用金庫

支援

相談

事業者

株式会社新みなと

- 業種 : 宿泊・飲食サービス業
- 従業員 : 10人
- 資本金 : 1,000万円
- 創業 : 昭和33年
- 住所 : 福岡県大牟田市本町3-2-9
- 企業概要 : 老舗料亭と日本蕎麦店の飲食店経営
- HP : <https://www.s-minato.co.jp>

支援概要

■支援の経緯

同事業者は福岡県大牟田市に老舗料亭「新みなと」、日本蕎麦「そば切り杜鶴」の2店舗を構えており地元では知る人ぞ知る名店である。コロナ禍により売上が大きく低迷するなど影響を受けていたが、5類感染症への移行に伴い業況は徐々に回復傾向に向かいつつあった。コロナ禍前と比較すると7~8割程度の売上に留まっており、しかも昨今の物価高騰に加え、人件費の高騰など業況は予断を許さない状況にあった。そのような状況下で売上・利益の改善が必要であると当機関へ相談にいられた。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

コロナ禍以降の売上減、昨今の物価高騰や人件費高騰が利益に大きく響いている状況にあった。売上・利益の改善のために「個人客の集客」「メニューの見直し」「新イベント制作」「価格設定」などさまざまな課題を抱えており、専門家の支援が必要であることがわかった。同専門家は業務改善を基本に立直しを得意としており、業績をあげる為の商品開発やEC展開・SNSでの集客なども得意としていることから今回の課題に的確な支援・指導を行うことができると判断し同専門家を選定した。

■専門家による具体的な支援内容

まずは直近の売上データ分析を進めることから支援を始めた。分析した結果、法人客の売上よりも個人客の売上を改善させること、物価高騰・人件費高騰が利益を圧迫していることへの対策を講じる必要があることがわかった。まずは、インバウンド客を含めた個人客をターゲットにした新メニュー作り、新イベントの制作に取り掛かることにした。美しい日本庭園や落ち着いた和室の個室を活かして、季節に合わせたイベントやメニューを考えていくことにした。個人客の集客を増やすうえでホームページは欠かすことできないツールであり、改修・強化の検討を始めた。変更する具体的な箇所と最新の見せ方の導入方法のアドバイス、ECサイトの作成について幅広く指導を行った。物価高騰・人件費高騰により原価率も高くなってきたことから価格の見直し・設定についても協議していった。



老舗料亭「新みなと」
季節の会席料理

成果

個人客を誘致するために祝い事（お宮参り・お食い初め・七五三・顔合わせ・結納・結婚式など）や仏事（法要など）のほか、季節に合わせたイベントを企画・制作した。それに合わせたメニュー作りに加えて、仕出し・行楽弁当も充実させた。美しい日本庭園や落ち着いた個室タイプの和室を生かし、インバウンド需要を含めた個人客を掘り起こすための企画・メニューを充実させ、訴求し易いホームページの仕上がりにした。お取り寄せ品も自家製ドレッシング・自家製ダレ・オリジナル商品で人気のある「辛みなと漬け」に加えてスイーツもInstagramで発信し、お届けし易く見た目も美しい商品の開発を行った。新たに「ブライダル向けサービス」にも具体的に着手することにした。高騰している原価に対し、価格にも課題があるため幾度も話し合いを行い、近隣競合店の価格も参考にしながら価格の見直しを進めることとした。団体客から個人客へシフトしていくことはなかなか容易なことではないが、今回の支援が新たな需要を呼び込むきっかけになればと思います。



「お食い初め」
「行楽弁当」の一品

専門家の声

- 氏名 : 小泉 恵一
- 専門分野 : 事業再生及び再チャレンジ/ものづくり/ITを活用した経営力強化/販路拡大・販促支援 ほか

割烹や料亭は江戸期からある特別な日や接待で使われる社会に必要なインフラです。「新みなと」さんが持っている商品やサービス、インフラで地元の方々の「晴れの日」を彩ってもらいたいものです。



事業者の声

小泉先生にご支援頂いて3年目になります。コロナによる急激な売り上げ減少も5類移行後一時的に回復傾向にありましたが、コロナ前の売り上げには到底及ばず、それに追い打ちをかけて物価高騰や人手不足などの新たな課題ができました。小泉先生は豊富な知識とご経験に基づき都心部での飲食業の現状と傾向を地方の弊社に合わせた的確にアドバイスして下さいます。販促から資金繰りに至るまで親身になってご支援して下さいます。方向性を見失わず目標に向かって取り組むことが出来ております。非常に心強い存在です。

支援体制

専門家

小泉 真二 氏

支援依頼

地域PF

安足地域事業者支援ネットワーク

構成機関

足利商工会議所

支援

相談

事業者

株式会社八豊

- 業種 : 卸売・小売業
- 従業員 : 2人
- 資本金 : 100万円
- 創業 : 平成29年
- 住所 : 栃木県足利市借宿町328-1
- 企業概要 : 酒類販売店舗および発酵食品を扱う店舗運営
- HP : <https://yahhou.base.shop>

支援概要

■支援の経緯

同事業者は栃木県足利市を地盤に、酒類販売を主とした本店と2年前に開業した味噌、醤油などの発酵食品を扱うアピタ店の2店舗を展開している。本店開設時より酒類をネットショップで全国へ販売していきたい意向を持っていた。最近、ネットショップを担当できる人材が見つかったためネットショップの開設、運営することを決め、ネットショップ管理の実務を含めたノウハウの支援を求めて当機関に相談に来られた。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

本店では酒類の販売を行い、アピタ店では発酵食品を扱う2店舗を運営しているが、かねてよりネットショップにも強い関心を持っていた。人材がいなかったことから開設までには至っていなかったが、この度、人材が見つかり、念願のネットショップを開設することにした。しかしながら管理面・運営面での知識を持ち合わせていなかったために、専門的な知見がある専門家の支援が必要ながわかった。同専門家は今回の課題に的確な支援・指導を行うことができると判断し同専門家を選定した。

■専門家による具体的な支援内容

元々は酒類をネットショップで全国展開していきたくかったが、酒類のネット販売の許可を得るためには、ネットショップでの販売実績が必要であることがわかり、別店舗で扱っている発酵食品をまずは販売していくことにした。『八豊商店ネットショップ』の名で開設することにし、①ショップを開設するソフトは、使いやすさと売り上げが発生しないとランニングコストがかからない点から「BASE」を使用することとし、「BASE」で店舗登録するまでの基本的な流れの支援をした。②次に担当者が商品登録を行うことができるように具体的な支援を行い、③店舗に在庫している商品を確認し、在庫数の登録の方法や、実店舗で在庫分が販売された時のネットショップ側の処理等について具体的に支援した。④同業他社の送料を参考にしながら送料の設定も行うこととした。以上の流れでネットショップの全ての登録を完了するところまで支援した。⑤オープン告知のためにQRコードからのポスター掲示・QRコードの付いたショップカード・Instagramでのネットショップ開設の告知を行う助言をした。



成果

支援を終えて、ネットショップの店舗登録をするための一通りのことが出来るようになった。全国各地の醤油を、統一した100mlのボトルで約100種類取り揃えて販売しているので、まずはこの特色ある商品をネットショップで販売することにした。他の商品もできるだけ早い段階で増やしていきたい魅力ある店舗にしていけるようにしたい。『八豊商店ネットショップ』の告知活動は、店舗に掲示したQRコードや新たに製作したQRコード付きのショップカードでポスター掲示して周知していった。従来より、Instagramで店舗情報を発信しているのでネットショップ開設の告知も併せて行った。ネットショップの場合、開設以降も日々の商品の在庫管理等のチェックと管理が必要になってくるので、専属の担当者がいないとなかなか管理ができない。今回新たな担当者ができたことで、ネットショップの準備から日々の管理ができるようになった。今後販売実績を作り、当初の念願である酒類のネット販売の許可を取得して全国に広めていきたいと考えている。



「八豊商店」店舗風景

専門家の声

- 氏名 : 小泉 真二
- 専門分野 : 創業/販路拡大・販促支援/ブランディング

ネットショップの開設サイトを選定し、見栄えの良い商品撮影の方法から商品登録まで、ネットショップの開設までに必要な一連の支援を行いました。ネットショップで全国への事業の展開を期待しています。



事業者の声

日本全国の酒蔵とのパイプを使って全国の発酵食品を仕入れるルートを確立できた。個店での取り扱いでは限定されると思う、大型店の出店を決断した。しかしながら、売上はあるものの、利益が上がるまでには至っていない現状だった。近年の“ネット販売”には、興味があったが、そのノウハウなどの知識も乏しく見合わせていたが、ネットを管理できる人材も増えた環境となった。そこで、商工会議所に相談したところ専門家に指導いただくこととなった。指導を具体的にいただいたためすぐに取り組むこととなり、売上向上を目指そうと思う。

支援体制

専門家

木島 隆 氏

支援依頼

地域PF

群馬県中小企業支援プラットフォーム

構成機関

高崎信用金庫

支援

相談

事業者

有限会社萬年家

- 業種 : 宿泊・飲食サービス業
- 従業員 : 5人
- 資本金 : 300万円
- 創業 : 昭和35年
- 住所 : 群馬県高崎市下室田町1103
- 企業概要 : 寿司をはじめとする和食店運営
- HP : <https://mannenya.gorp.jp/>

支援概要

■支援の経緯

同事業者は群馬県高崎市の上州榛名路に店を構え、その日その時のおすすめの新鮮な魚介を提供するくつろげる和食店の運営を行っている。コロナ禍により売上が大きく低迷するなど影響を受けていたが、コロナ5類への移行に伴い業況は徐々に回復傾向に向かいつつあったが、コロナ前の売上・利益と比較すると依然厳しい状況が続いていた。安定した売上・利益の確保のため、新規・既存を含めた顧客の増加、新たな施策などに関する相談が当機関にあった。

■派遣元機関による実施内容と専門家選定理由

経営課題について当機関がヒアリングを行ったところ、コロナ禍以前に比べて売上減がまだ大きく、昨今の物価高騰により収益に響いている状況にあった。安定した売上・利益の確保のために新規顧客獲得・既存顧客定着化や新たな施策が必要であり、ITを駆使して改善していく専門性の高い支援が必要なのことがわかった。経営改善にITなど駆使することで今回の事業者の課題に対して的確に対応できると判断して同専門家を選定した。

■専門家による具体的な支援内容

収益が思うように確保できていない現状を理解するために、コロナ禍前とコロナ禍における売上減と利益減について詳細にわたり確認を行い、支援の方向性を決めていくことにした。今回、採算を考慮したメニューの改善を第一に考え、来店者が目にするメニューの改編を適宜行える支援から始めることにした。現在、メニューは紙ベースで、容易にメニューを変えることができずに採算の合わないメニューも残ってしまうことがあった。そこでタブレットとターミナルを用いた電子メニュー＆オーダーリングシステムの導入検討することで解決を図っていくことにした。さらに新規顧客獲得、既存顧客の定着のためにチラシだけではなくInstagram等のSNS利用、LINE公式アカウント（旧LINE for Business）を活用することを提案し、支援を行うことにした。LINE公式アカウントの機能のメリットを理解した上で導入していくことにした。LINEを活用した集客に必要となるお友だち登録促進をするためのメッセージ配信や、クーポン発行などをタイムリーに行っていくために重要となる事前のコンテンツ作り着手することにした。後々コンテンツを見つけやすくするため＜料理＞＜イベント＞＜用途＞ごとのカテゴリー分けも実施した。



「萬年家」店舗風景

成果

従来、メニューが紙ベースであったため、追加・変更・削除が容易には行えなかった。そのために料理メニューは増える一方で、採算を取りにくいメニューは残り、また準備する食材も増えることで収益を圧迫する要因にもなった。今回、導入した電子メニューにより料理の追加・変更・削除が容易にできることで効果は非常に大きかった。またメニューの検討だけでなく、サイドメニューの掲載位置も同一画面にシンプルにしてオーダーしやすくなったことや、ランチ時の「ライス大盛り」や「蕎麦大盛り」の注文が増えて収益の改善の一助にもなった。LINE公式アカウントやLINEを活用してメッセージ配信やクーポンを発行することで、着実に顧客の囲い込みを実現する方向に進むようになった。コンテンツ作りもカテゴリーごとに作成したことで、素早くタイムリーに発信することができたことは大きな第一歩となった。まだ広報段階であり友だち登録数は少ないが、常にLINEで発信することで集客に結びつくことになることを期待している。



新鮮なネタを使った料理の一品

専門家の声

- 氏名 : 木島 隆
- 専門分野 : ITを活用した経営力強化/販路拡大・販促支援

メニュー数も多く味も確かなことから、新規顧客獲得の下地はある。新メニューの提案などの販売促進は行ってきたが、「しくみ」としての取組みができていなかった。今回の支援により「しくみ」として継続した取組を期待したい。



事業者の声

コロナウィルスの影響により常連客や予約客が激減し、売上が低迷しました。現状を打破するためにどうすべきか悩んでしまい、高崎信用金庫を通じ木島先生の指導を仰ぐことになりました。具体的には、Instagramの開通、LINE活用によるクーポン発行など今迄にない新規顧客取込みに向けた取組みを行いました。また、メニューを紙ベースからタブレット端末へ移行したことで採算を考慮したメニュー変更が容易にできるようになったり、従業員も注文を間違えなく受け、効率も上がりました。今回の専門家活用支援は、大変有意義でした。