分類 **小規模事業者支援**

草津商工会議所
Kusatsu Chamber of Commerce & Industry

●ロカベンを使った伴走型支援で小規模事業者の経営改善を実現

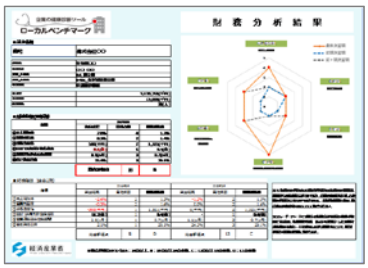
- 名称：草津商工会議所
- 代表者：会頭　北村 嘉英
- 所在地：草津市大路2丁目11－51
- 創立：昭和47年10月
- 従業員数：14名
（経営指導員5名、支援員3名、その他5名）

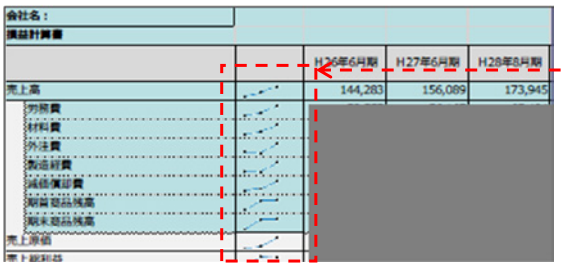
導入経緯

2015年12月に草津商工会議所は地域の小規模事業者を強力に支援していくために、経営発達支援計画の認定を受けた。
この経営発達支援計画を作成するにあたり、外部の専門家に参加していただきながら、草津商工会議所職員で検討を行った。検討にあたり、専門家から知的資産経営の考えを用いることを提案され、実際に取り組んでみた。この経験を通じて、知的資産経営支援を小規模事業者支援にも活用できるのではないかという考えが出始めた。そして知的資産経営のエッセンスを盛り込んだロカベンが経済産業省からリリースされたことで導入に踏み切った。

取り組み体制の構築

- ロカベンは地域事業者への訪問時や支援時に活用しており、これまで１００社程度作成している。作成したロカベンの内容が充実していない事業者は、弊所としてまだまだ事業者の経営・事業性・魅力を理解しきれていない状況であることが分かる。小規模事業者の伴走型支援に取り組む際に、どのように支援していけばよいかの判断材料にも活用している。
- また、小規模事業者とロカベンを活用した対話を行う際、レーダーチャートでは売上や利益の変動率が大きく出やすいため、別シートで折れ線グラフを作成し、対話している。





折れ線グラフで推移を掴む

支援事例

業種：工務店　　従業員数：1名

伴走型支援に入る前から、ロカベンを活用した対話に取り組んでおり、経営課題がある程度見えていた状態から、2年間の伴走型支援を実施。

支援前、支援中、支援後、どのような段階においてもロカベンを活用

一年目

現状

強み
- 経営者が真面目でアイデアがあり、勉強熱心な性格である。
- 固定客からのリピート率は高い。
- 創業80年超、2,000棟を手掛けた実績

弱み
- 実働人員は社長のみのため、経営者としての動きが制限される。
- 会社の認知度が低く、新規顧客の開拓ができていない。
- 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。

その他
- 新築需要は低調だが、リフォーム需要は堅調に推移。

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。

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。

②費用負担の少ない販売促進計画の策定。

③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。

結果

目標利益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）を策定し、PDCAサイクルを実施。

草津商工会議所の支援により事業計画を策定し、小規模事業者持続化補助金の採択を受ける。リフォーム受注11件を新規獲得。

SWOT分析の実施により、事業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り、HPのコンテンツが整理された。

二年目

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新規顧客開拓の取り組みができていない。

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。

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圏分析。

③「強み」分析に基づく問い合わせツールの制作。

結果

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、業況を安定化させることができた。

商圏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。問い合わせ数が増加し、需要の掘り起こしに成功。

草津商工会議所が会報誌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。

売上高３倍、粗利10%向上

支援機関の声

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）に気づくことが多く、このような対話を行う際にロカベンは非常に有効である。

また、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と、経営者自身にとっても新たな気づきとなり、弊所としては支援事業者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カベンを活用した支援の効果だと感じている。