

【企業概要】

事業所名：C社 資本金：10,000千円 業種：食料品製造業 従業員数：11名
 支援テーマ・内容：[経営革新・販路拡大] 従来の人気商品を斬新な切り口でアレンジし、新商品を開発。コンテストで優秀賞を獲得したことを機に販路開拓に取り組むこととなった。商標権侵害に関するリスク、専門家によるパッケージデザインや販促ツールのアドバイス、販路開拓などを支援した。

【支援に至った背景～経緯】

7月に従来の人気商品と全く異なる食材を混ぜ合わせることで、新たな商品を生み出すことに成功した。取り急ぎパッケージを作成し、商品名を付け、コンテストに出品したところ、優秀賞を獲得した。これをきっかけに専門家派遣による経営支援や販路開拓支援を行うこととなった。

【支援の経過】

- 平成25年12月 商品名の商標登録に関する支援
- 平成26年 1月 商品パッケージに関する支援
- 平成26年 2月 販促ツールに関する支援
- 平成26年 3月 販路開拓に関する支援

【支援のポイント】

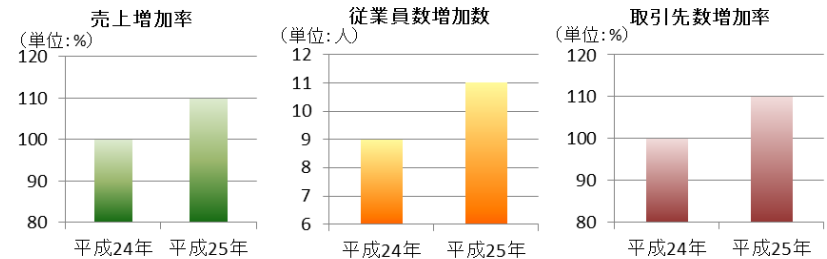
- ①商品名の商標登録に関する支援
 コンテストに出品した商品名は既に大手企業が商標登録しており、損害賠償請求のリスクについて説明。商標登録の方法等について支援。
- ②商品パッケージに関する支援
 パッケージから新商品の味覚がイメージしにくく、消費者に分かりづらいデザインであったため、パッケージデザインの再考を支援。
- ③販促ツールに関する支援
 伊勢をイメージした販促ツールを提案し、販路開拓を支援。
- ④販路開拓に関する支援
 当所会員の土産物取扱店を紹介するなど販路開拓を支援。

【支援の効果・成果】

従来からあるC社の人気商品は地元のスーパーマーケットを中心に販売されていたが、新商品を開発したことで地元土産物店、道の駅、近隣宿泊施設、大手百貨店、三重県アンテナショップ等取引企業が支援前に比べ10社以上増加した。

また、商品パッケージに商品説明を大きく付け加えたことで、消費者にとってより味覚がイメージしやすくなった。

当初、商品ラインナップは1種類しかなかったが、試作を重ね4種類の味を揃えた。これにより贈答用としてのセット販売が提案できるようになった。新たな売上が生まれたことで従業員も2名増加し、雇用創出にも寄与することができた。



【支援策企業の声】

- 新商品を土産物として展開していくに当たり、伊勢は全国から多くの参拝客が訪れており、多くの人の目に触れることになるため、商標に関するリスク対策などのアドバイスはとても参考になった。
- パッケージデザインについて、味覚がイメージできるような商品説明文の追加やデザインについてのアドバイスはとても参考になった。
- 年末から販促ツールのアドバイスや販促支援を頂き、年度内で2千個以上売ることができた。今まで取引のなかった土産物店や大手百貨店等と取引できるようになり、とても満足している。

【企業概要】

事業所名: B社 資本金: 37,000千円 業種: 飼料製造業 従業員数: 2名
 支援テーマ・内容: [経営革新・資金調達・販路拡大] 畜産飼料に少量混ぜるだけで糞尿の抑臭効果と免疫増進効果のある「商品E」の技術を活用して、新たにペット用サプリメント「商品P」の開発に取り組むこととなった。事業計画の策定、経営革新計画の作成、新商品開発に伴う資金調達及び「商品P」の販路開拓の支援を実施

【支援に至った背景～経緯】

畜産飼料としてB社が製造・販売を計画している「商品E」については、設備投資費用が莫大になり、採算が取れないことが判明した。畜産用の商品では、利益率が低いため、新たにペット用のサプリメント「商品P」を開発し、販売することとなった。しかし、事業計画作成途中で、経営改善の必要性が判明し、急遽経営改善全体への取り組みに変更した。

【支援の経過】

- 平成24年11月 新商品開発に伴う融資斡旋に関する支援
- 平成24年12月 事業計画の策定に関する支援
- 平成25年 1 月 経営革新計画作成に関する支援
- 平成25年 3 月 ものづくり補助金応募に関する支援

【支援のポイント】

- ①経営課題の抽出及び解決策の提案
 - 現状確認・・・財務内容の概略確認、商品の確認と販売状況の確認
 - 課題整理・・・餌原料商品の課題と対応策、商品戦略と商品設計詳細
 - 販売目標・・・競合分析、販売計画の策定、販売目標の設定
- ②経営革新計画及び資金計画の作成
 - 事業計画・・・具体的な販売先と販売戦術を検討し、販売計画を作成
- ③資金調達
- ④販路開拓支援
 - 販路拡大・・・販路の紹介が可能な専門家の派遣を実施

【支援の効果・成果】

まずは事業の可能性を確認し、資金調達の可能性を確認することとした。市場性が認められれば、その先の資金調達まで進められる可能性が出る。

- ①訴求ポイントを整理し、商品カルテを作成する。
- ②市場調査の手法を整理する。
- ③対象顧客と販売想定先を整理する。
- ④事業計画と資金計画を作成する。
- ⑤市場性を検討する。
↓(現在、ここまでの支援を実施)
- ⑥資金調達、⑦販路開拓



【支援策企業の声】

- 家畜用飼料に混ぜる従来商品である「商品E」については、設備投資費用が莫大になり、採算が取れないことが判明、事業を継続することについてかなり悩んでいた。そこで、比較的利益率が高いペット用サプリメントの開発を進め、商品化にも目処が立った。商品が完成すればすぐに売上に結びつくと考えていたが、販売チャネルやルートなどノウハウを持たない当社にとっては、非常に厳しいスタートとなった。
- 製造プラント建設のために多額の借入を行い、販売促進のための資金調達に困り果てて相談したところ、経営指導員から遠回りに見えるかもしれないが、中長期の事業計画と資金計画をきちんと立ててから新事業を進めることを提案された。県から経営革新計画の認定をいただき、販売促進の専門家を派遣していただくこととなり感謝している。

経営改善普及事業取組事例集

伊勢商工会議所

【企業概要】

事業所名: A社 資本金: 1,000千円 業種: 旅館業 従業員数: 4名
支援テーマ・内容: [経営革新・地域資源活用] 1泊2食付から和風B&B(朝食のみを提供する宿泊施設)への宿泊形態変更と地域資源を活用した商品Aの販売促進支援

【支援に至った背景～経緯】

A社が製造・販売している商品Aが地域資源活用支援事業の候補に挙がり、補助金申請に向け支援することとなった。しかし、申請のための事業計画作成途中で、経営改善の必要性が判明し、急遽経営改善全体への取り組みに変更した。

【支援の経過】

- 平成21年5月 中小企業地域資源活用支援事業申請に関する支援
- 平成22年7月 経営革新計画作成の専門家派遣
- 同年12月 和風B&Bへの宿泊形態変更支援、ホームページ作成支援
- 平成23年10月 外宮奉納プロジェクトでの商品Aのブランド化支援

【支援のポイント】

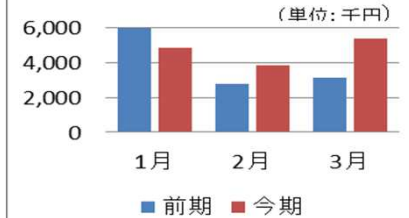
- ①経営課題の抽出及び解決策の提案
 - 和風B&Bへの経営形態変更に伴う人件費削減
 - 後継者の経営参画と育成を兼ねた会計の内製化
 - 女性をターゲットとしたHPのリニューアル等インターネット販売の強化
 - 顧客情報の整備とDMなどの情報発信
 - 商品づくり体験と商品Aを使った昼食を合わせた企画の立案
- ②経営計画及び資金計画の作成
- ③和風B&Bに取り組むに当たっての経営ノウハウの提供
- ④会議所の正直なものづくりへの取組(外宮奉納プロジェクト)への参加
勧誘及び奉納ブランドによる商品AのPR支援

【支援の効果・成果】

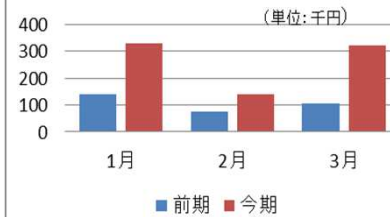
宿泊形態を和風B&Bに変更したことで、宿泊料金を下げ、売上高は約34.1%減少したが、変更月の1年後の月別売上対比は約7.4%と着実に伸びている。これは、①ホームページのリニューアルやインターネット販売の拡大で宿泊のオンライン予約が大幅に増加したこと、②商品Aの販売が確実に伸びていることなどが挙げられる。

1年間を通じ、奉納ブランドによる商品AのPR支援やインターネット販売強化の支援による和風B&Bの認知度が向上が徐々に効果を表している。

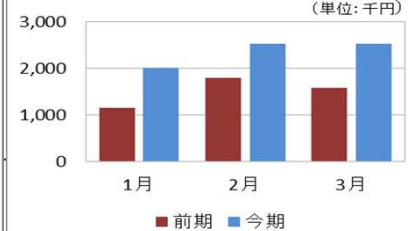
総売上高推移



インターネット売上高推移



商品Aの売上推移



【支援策企業の声】

- 旅館業自体を継続することについてかなり悩んでいた。当初、商品の販売一本にしたいと考えていたが、旅館業での売上が全体の売上の7割近くを占めており、借入金も多くあったことから、経営指導員から急に旅館業をやめるのではなく、段階的に縮小していくことを提案された。
- 商品Aの販売は徐々に売上を伸ばしているが、まだ旅館による売上をカバーするところまで来ていない。方向展開直後は売上が落ち込み、とても不安であったが徐々に売上も上がってきている。
- 和風B&Bへの転換は大きな決断であり相当迷いもあったが、商工会議所の専門家支援や金融支援、奉納ブランドによる支援もあり、非常に有難く思っている。