

事例編

Irisガラス工房	売上拡大 商品開発	P10
アロマサロン ターコイズ	売上拡大 SNS活用	P11
有限会社井筒製作所	売上拡大 商品開発	P12
有限会社ウエストフィールド	売上拡大 SNS活用	P13
株式会社片山商会	売上拡大 広報戦略	P14
サクラ株式会社	売上拡大 商品開発	P15
さぬき志度	売上拡大 店舗集客	P16
39 合同会社	創業 事業計画	P17
CSG株式会社	創業 事業計画	P18
ジュノリアウエディング	売上拡大 販路拡大	P19
信和金属工業株式会社	売上拡大 価格交渉	P20
seyogasi J+s	創業 販路拡大	P21

株式会社成山合板商会	売上拡大 販路拡大	P22
patisserie cafe Risa Risa	事業承継 M & A	P23
阪神リフレッシュ株式会社	売上拡大 広報戦略	P24
ピプス体操クラブ	売上拡大 販路拡大	P25
株式会社Family ABA Supports	売上拡大 労務雇用	P26
フューチャー・ラボ	売上拡大 販路拡大	P27
ボヘミアンカーrier	売上拡大 店舗集客	P28
有限会社みどり被服プレス	経営改善 経営戦略	P29
豊開発株式会社	経営改善 業務効率化	P30
合同会社ReeveSupport	創業 事業計画	P31
X社	売上拡大 海外展開	P32

売上拡大

商品開発

四季に合わせた新商品 ガラス玉の「お線香立て」

企業名

Irisガラス工房(堺市南区)

企業
プロフィール

代表者名:浦田 有里

創業年:2020年 従業員数:なし

事業内容:ガラス工房

URL:<https://iris-sakaiglass.amebaownd.com/>



事業の現状と 相談のきっかけ

- 2020年にIrisガラス工房(ガラス玉制作体験とアクセサリー等の小物販売の場)を開設。
- 祖父が始めたガラス玉製造卸の浦田工芸(株)も引き継いでいきたい。
- 堺に古くから伝わるガラス玉の良さを多くの人に知ってもらい社会に貢献したい。
- 新商品を開発し認知度を高めていきたい。

ヒアリングによる 課題の整理

- 「堺の伝統的なガラス工芸を後世に伝えていきたい」、「ガラスならではの質感や色味の良さを多くの人に知ってもらいたい」との思いの具体化。
- 具体化した思いを具体化するための商品を開発。
- 開発した商品のブランディングと認知度を向上させるための方策。
- 浦田工芸(株)の事業承継にあたっての課題の整理。

課題解決の 提案・アドバイス

- 思いを具体化するために、堺らしさ、堺の伝統をイメージする商品を開発。
- よろず支援拠点や大阪産業局の施策を活用した商品開発。
- 大阪府、堺市、商工会議所などの施策や地域イベントを活用した販売促進。
- 浦田工芸(株)の事業承継方法のアドバイス。

取組み内容と成果

- 堺の伝統工芸品である「お線香」を引き立てる「ガラス玉のお線香立て」を開発。四季に合わせて4種類のデザインで開発することとした。
- 「お線香立て」だけでなく、それを立てるお皿の大きさ・デザイン・パッケージやロゴ。同封する添え状の文言を決定。
- 堺市の「堺キッチンセレクション」に応募するが、パッケージデザインが間に合わず、来年再挑戦する。
- 大阪代表商品の地域代表商品に申請し、認定を受ける。
- 堺市主催の堺まつり、堺商工会議所主催のメイド・イン・さかいフェアに出展。
- オープンファクトリーイベントFactorISM2024に参加。



事業者の声

事業の方向性や新商品の開発、デザインや周知方法など具体的なアドバイスをいただいています。これからも色々と相談させていただきたいと思っています。



コーディネーターより

チーフコーディネーターやデザイナーの岩田コーディネーターのアドバイスもいただくことで、素晴らしい商品ができました。応援しています。



諦めないSNS発信とモチベーションUPでイベント集客大成功

売上拡大

SNS活用

企業名

アロマサロン ターコイズ(吹田市)

企業
プロフィール

代表者名:小林 浩子

創業年:2019年 従業員数:なし

事業内容:アロマサロン

URL:<https://aroma-turquoise.com/>事業の現状と
相談のきっかけ

- 50代の女性の気持ちと身体のバランスをアロマの力でケアしている。
- 仕事をしていく中で相談できる人や場所があったらいいなと思っていた。
- これまで高額な費用を払ってコンサルなど受けてみたが結果に繋がらなかった。しかし一人では生き詰まるし、頭の中を整理したり意見を聞いたりアドバイスをもらえたりする場所を求めている。

ヒーリングによる
課題の整理

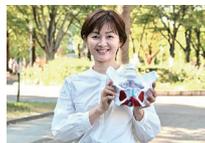
- 初めて自主開催のミニイベントセミナーを企画した。
- 集客に不安があり、SNSも上手く活用できていなかった。
- イベントを成功させる為には、まず何からどうすれば良いのか?どのような発信が必要か?発信頻度は?リール動画も必要?と迷いと不安が多かった。

課題解決の
提案・アドバイス

- まずはSNSのプロフィールの書き方からアドバイス。集客のできるアカウントにする為に必須の【必要とされる理由】をしっかりと記載すること。
- イベントが満席になるまでは、諦めずに投稿をし続けること。
- 投稿内容には、お役立ち情報なども盛り込み、信用信頼を築くこと。

取組み内容と成果

- これまでは1度告知したらそれ切りでほぼ諦めていたが、満席になるまでは投稿をし続けるというアドバイスで、しつこく思われないか?と不安だった。
- 自分のタイミングで募集の記事をUPしたところで、それを目にした人がどれだけいるのか?と考えたら、満席になるまで募集の発信をするのは、実は当たり前なことだと気がついた。
- 実際に、これまでにないほど、色んな記事の書き方やリール動画なども交えて発信を続けたら、結果的に満席となった。
- 全くの新規の方も半数以上だった。
- イベントには参加されなかったが、SNSを見て新規のお客様の施術も申し込みが入り出した。
- 一人でやっているのと直ぐ諦めたり、落ち込んでいたが、とにかくモチベーションを上げてもらえてやる気になった。



事業者の声

SNSの写真の撮り方や見せ方を分かりやすく教えてもらえるだけでなく、仕事の進め方など、やる気を起こさせてくれるアドバイスがとても良かった。悩んでいる方はまずは相談されることをお勧めします。



コーディネーターより

不安や迷いがある中、なかなか実行に移せない方が多い。小林さんはアドバイスをさせて頂いたこと全てを、とても素直に即実行された。その効果は歴然で、イベント成功のご報告は私もとても嬉しかったです。



売上拡大

商品開発

オーダー制作でクライアントのご要望をカタチに

企業名	有限会社 井筒製作所(大阪市西区)
企業プロフィール	代表者名:井筒 一良 創業年:1986年 従業員数:12人 事業内容:ニッケル合金・チタン・ステンレス製作・販売 URL: https://www.izutsu-ss.co.jp/



事業の現状と相談のきっかけ

- 1986年にステンレス製六角ホースをメインに製造、販売会社として誕生。創業以来、お客様第一主義に徹して、信頼される製品づくりを考え抜き、お客様に感動を与えることをミッションとしている。
- 相談者は数年後現社長より事業を継承する予定のため、今後の取り組み方について相談に来られる。

ヒアリングによる課題の整理

- 事業承継に向けてやっていくべきことを洗い出していく。
- 新規事業立ち上げに向けてエンドユーザーのニーズの収集をしていく。
- 粗利率向上により、利益を確保し財務基盤を安定させていく。
- 技術継承を促進できる職場環境を整備していく。

課題解決の提案・アドバイス

- 現社長から会社の沿革を聞いてみる。
- 商社に同行しエンドユーザーの要望を吸い上げていく。
- 受注品で既製品に置き換えられるものを精査していく。
- 自社製品が世の中のどういったところで使われているか従業員に提示していく。

取り組み内容と成果

- 小規模の会社によるマーケティング方法やお客様によりわかりやすいチラシの作り方を習得し、実践。
- 受注生産品の中でも出荷数が多い製品をデータでまとめて、在庫化し、レギュラー品として販売。
- 今後の事業投資をしていくために、使用可能な補助金について情報提供を行い、申請のための事業計画の作成を支援。見事大阪府新事業展開テイクオフ支援補助金に採択され、補助金を活用することで投資費用を抑制。

事業者の声

的確なアドバイスを毎回頂き、その通りに行動するとお客様の反応がとても良く、売上に繋がることが多かったです。



コーディネーターより

定期的にご利用いただき、出てくる課題に対して、着実に克服して頂いています。



Mネジと配管ネジの接続継手をお探しですか?
 (R, Rc, Rp, G, Pt, Ps, Pp)
 当社では、特定の仕様に合わせたカスタムオーダーを承ります。

UNF 配管 UNCネジとネジの接続継手をお探しですか?
 (R, Rc, Rp, G, Pt, Ps, Pp)
 当社では、特定の仕様に合わせたカスタムオーダーを承ります。

6年申請スタート
 令和6年度 新事業展開 テイクオフ支援
 申請額 100万円
 補助率 300%
 補助金 100万円
 6.3 - 6.28 申請締切 27:00

夫婦で挑むLIVE配信!老舗珈琲店が育むファンとの絆

売上拡大

SNS活用

企業名	有限会社ウエストフィールド(高槻市)	
企業プロフィール	代表者名:西田 竜一 創業年:1999年 従業員数:なし 事業内容:自家焙煎コーヒー販売 URL:https://mountain1999.com	



事業の現状と相談のきっかけ

- ご夫婦で切り盛りされている高槻市最古の珈琲販売店。
- 高槻市駅前の芥川商店街で26年に渡り営業されており、地域では一定の認知度を得ているものの、実店舗を中心とした事業展開には成長の限界を感じていた。
- 将来を見据え、オンラインを軸としたビジネスモデルへの転換を模索する中、信用保証協会からの紹介を受け、当拠点に相談してみることにしたとのこと。

ヒアリングによる課題の整理

- EC戦略の再構築
ECには2016年から取り組まれており、一定の売上シェアはあったものの、大手ECモールでの売上が9割を占め、手数料等が利益を圧迫していた。
- 顧客のファン化
ECは、価格や利便性が重視される大手モールに依存しているため、自店の魅力を十分に伝えきれず、顧客との関係が短期的なものにとどまっていた。

課題解決の提案・アドバイス

- SNSの戦略的運用
これまで我流で運用されていたInstagramを、アルゴリズムに基づいて戦略的に運用するように助言。SNSから自社ECサイトへの動線を構築し、モールや広告に頼らない集客を目指す。
- LIVE配信の導入
フォロワーや顧客とリアルタイムで双方向のコミュニケーションを図ることで親近感を生み出し、コアなファンへと育成する。

取組み内容と成果

- ECサイトの新規注文が増加
投稿内容やプロフィールの改善、フォロワーとの交流促進、既存顧客による投稿促進を実施。その結果、これまで皆無だったInstagram経由の注文が発生し、SNSが新たな販売チャネルとして機能し始めた。
- 実店舗への新規来店が増加
ご夫婦で珈琲の専門知識や焙煎ノウハウをテーマにインスタLIVEを開始。継続的な配信で視聴者が徐々に増え、「インスタを見て来た」という商圏外からの来店客が増加。特に若年層を中心に「最高の一杯を探したい」とアドバイスを求められる機会が増えた。さらに「夫婦で珈琲店を開業したい」と年配夫婦が訪れるなど、店舗が単なる商品提供の場を超え、珈琲を通じた新たな交流の場としての役割も担いつつある。



事業者の声

どうすればこの膠着した状態から脱却できるのか。よろず支援拠点との出会いがなければ悩み続けていたことでしょう。無料でこんなに支援してくれる制度を使わない手はありません!皆さんの答えはここにあります。



コーディネーターより

ご夫婦ともにコーヒーマイスターで、珈琲とお客様に真摯に向き合う姿勢に敬意を感じました。引き続き、さらなるファンづくりをお手伝いさせていただきます!



売上拡大

広報戦略

インデックスクリップ(新文具企画品)の認知度向上支援

企業名

株式会社片山商会(東大阪市)

企業
プロフィール

代表者名:片山 富教

創業年:2013年 従業員数:17名

事業内容:樹脂加工・金型製造

URL:<https://Katayama-Shokai.net>



事業の現状と 相談のきっかけ

- 2023年に伴走支援へ応募頂き、自社開発の文具のマーケット展開を相談
- 昨年度までの取組では、新聞への投稿やビジネス用途にターゲットを絞りマーケティング展開を進めた
- 製品的には非常に面白いコンセプトで将来性は感じていたが、製品カテゴリーもなく、認知度拡大の壁に直面していた

ヒアリングによる 課題の整理

- 信用金庫へのアプローチをかけ、少量の購入に至り、使用感・便利な使い方などの意見収集にも努めたが、明確な回答が得られなかった
- アズワン等の研究・病院ルートへのアプローチも試みたが、即座に前向きな回答は得られなかった
- 生保へ紹介、東大阪支店でのサンプリング商談を行ったが、早い進展はなかった

課題解決の 提案・アドバイス

- ターゲットを絞り、使用方法を具体的に明示したマーケティング展開をここまで進めてきたが、認知度向上策へ方針を転換
- B2Bへの展開には公的認定等がプラスに働くので、可能な認定獲得を目指す
- 差別化が強い製品なので文具大賞などの入賞の可能性もあり、展示会での露出も増やすこととした

取組み内容と成果

- 東大阪ブランドに応募し、見事に認定を受ける。また、大阪ものづくり優良企業賞にも応募。こちらも認定の内定を受けている。この他、日本文具大賞に応募の結果、みごとに優秀賞(機能部門)を受賞。
- 認知度や信用が得られたことで、北陸の文房具のテーマパークでの採用が決まり、この他、これまでに進展のなかった生保・銀行での受注を獲得。また、アズワンからも引き合いが来ることで認知度の拡大を得る事が出来た。アマゾンからも追加発注が来始めた。
- 展示会でも反響を呼び、本業の受注が大幅に増加、結果として業績が大きく伸びることとなった。今後はユーザーからの声を拾い、ターゲットを絞った展開を再度行っていく。



事業者の声

当初は販路開拓方法が検討もつかなかったが、様々な助言で道すじが見え、現在の状況に驚いています。東大阪の社長のアイデア認知への助力をもっとよらず支援拠点にお願いしたい。



コーディネーターより

販路開拓はB2Bの展開であったが、この活動で日本文具大賞や東大阪ブランドなどの受賞は大きな影響があった。当社の積極的な活動が実を結んだ事例。



「ファッション性のある転倒時骨折リスク軽減パンツ」の開発

売上拡大

商品開発

企業名

サカクラ株式会社(大阪市西区)

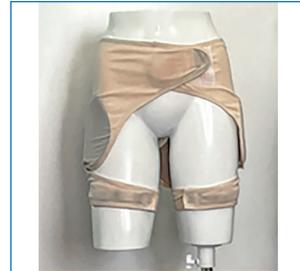
企業
プロフィール

代表者名:原 正之

創業年:1924年 従業員数:10名

事業内容:貿易業(アパレル)

URL:http://www.ssakakura.co.jp

事業の現状と
相談のきっかけ

- 2022年に伴走支援へ応募頂き、アパレル業の売上が減少する中、成長への長期ビジョンが描きたいとの支援要望
- 欧州生地・アパレル輸出入が主要事業だが、需要の減少は止まらず新たな価値創造が不可欠
- 従業員の高齢化も進み、組織としての若返りも将来的に必要

ヒアリングによる
課題の整理

- ファストファッションが主流となる中、当社の扱う高級婦人服の需要・価格低下は今後も避けられない
- 古い商社の典型的なリスク回避思考の強さが目立ち、アパレル以外の領域への試みが出来ていない
- アパレル事業は狭いパイを奪い合う事業構造となっており、価格勝負を余儀なくされていた

課題解決の
提案・アドバイス

- 消費者の支出はファッションからスマホ、ゲーム、アプリ等へ移り、売上拡大や利益増加は厳しい
- 創業100年の当社のアパレルや貿易業を通じたノウハウを活かし、成長事業が創造できないか
- 成長市場のインドへも強いルートがあり、日本製品などの輸出展開ができないか

取組み内容と成果

- まず、積極的な新たな取組を実行する社内思考醸成のために、企業理念と行動指針の作成を行った。この作業を通じて、それを社内で検討するプロセスを取り入れ、共通目的とコミュニケーション機会が提供できたことで、社内に積極性という新たな共通価値が植え付けられた。
- 「ファッション性のある転倒時骨折リスク軽減パンツ」(以後・介護パンツ)の開発を決意し、その取組を通じて医学関連のドクターに接触、展示会、モニター会などを積極的に実行し、製品企画の具体化を進める事が出来た。
- 今秋の医療系展示会において、来場者からの意見収集の結果、「認知症患者」向け製品企画の具体化に道筋が見えてきた。今後、医療ルート・製造効率の取組を経て上市を試みていく。



事業者の声

これまではアパレル業界に100年に渡り事業展開してきたが、自社の強みを改めて見直し、新たな成長産業での可能性を見出したことは、今後の成長発展の挑戦意欲へ繋がっている。



コーディネーターより

かなり難易度の高い取組であったが、事業者の危機感や積極性により、企画商品が具体化してきた。このほか、インド向け輸出商材も具体的な案件が得られた。



売上拡大

店舗集客

メニュー見直しで売上拡大

企業名	さぬき志度(東大阪市)
企業プロフィール	代表者名:田村 元一 創業年:1988年 従業員数:5名(パートアルバイト) 事業内容:飲食店(うどん) URL: https://www.sanuki-shido.com/



事業の現状と相談のきっかけ

- 大阪シティ信用金庫・瓢箪山支店にて2ヶ月に1回行っている出張相談会に来訪。
- ランチの常連客は市役所、金融機関などが多く、エクセルでメニューを作成している。
- 平均10%の値上げをしたが値上げの是非や相場観について聞きたい。

ヒアリングによる課題の整理

- 値上げしても近隣に比べまだまだ安く、値上げできる余地がある。
- 売上も必要であるが、利益率の高い商品の訴求で利益率をアップ。
- 東支所にポケモンマンホールが設置され撮影に来たファンがランチに寄ってもらえるようになる。なかには外国人もいる。

課題解決の提案・アドバイス

- 鶏天が名物で利益率が高いためメニューの最初に鶏天定食を写真つきで出して訴求する。
- メニューのトップにABCのAを目指す商品を記載する。
- インスタをフル活用する。
- 大阪府の多言語メニュー作成支援等ウェブサイト「TASTEOSAKA」で外国語メニューを作成する。

取組み内容と成果

- メニュー変更したことから売れ筋が大幅に変わり、目論見通りの展開となりつつある。
- 日々厨房内でほとんどの時間を過ごしていると世の中の状況がわからなくなり、世間の状況と当店の状況のズレがでてきますが、それに対して的確なアドバイスをえられた。
- eo光テレビなど様々なメディアで取り上げられるようになりYouTube「うどんそば大阪奈良」(84万人登録)では地元だけども店を知らなかったお客さんや香港から旅行のついでに来店があるなど効果がでている。



事業者の声

価格や消費者の好みの変化等について知ることができました。具体的な戦術についてのアドバイスもいっただけ、成果がすぐに表れたのには感動しました。



コーディネーターより

自家製麺などにこだわった、うどん屋さんですがランチのチキンタルタル定食が絶品です。



大好きだったお店から暖簾分けでの創業が実現

創業

事業計画

企業名	39合同会社(箕面市)	
企業プロフィール	代表者名:馬場 隆子 創業年:2024年 従業員数:2人 事業内容:本格ドイツ製法 ハム・ソーセージ専門店「メツゲライ・イノウエ箕面店」	



事業の現状と相談のきっかけ

- 代表の馬場氏はホテル業界から転職し、名古屋に本店を構える本格ドイツ製法加工肉専門店「メツゲライ・イノウエあやめ池北店」(奈良市)の店長として勤務している。
- 大阪府内への初出店にあたり、自身が合同会社を設立して、本店より暖簾分けしてもらうことになった。
- 公的金融機関へ創業融資申請のための事業計画書について相談したい。

ヒアリングによる課題の整理

- すでに金融機関へは自作の計画書を持ち込み相談に行かれ、指摘された箇所を修正した段階で相談に来られた。次回面談では確実に融資決定となるよう計画書を仕上げる必要があった。
- 創業も融資申請も初めてで大きな不安を抱えていたため、それを払拭し、自信をもって融資審査に臨めるよう支援する必要があった。

課題解決の提案・アドバイス

- 修正箇所の確認に加え、改めて計画書全体を見直した。実現可能性の高いビジネスモデルであり、代表自身のキャリアが強みとして活かせることを説明するため、既存店の経営実績も示し、計画数値もそれを踏まえることなどをアドバイスし、ブラッシュアップを行った。
- 完成度の高い計画書なので自信を持って審査面談に臨むよう後押しした。

取組み内容と成果

- 計画書を完成させ、7月初めに融資審査に臨んだ結果、希望額の融資を調達することに成功した。
- 店舗のコンセプト、ターゲットを踏まえて選定したエリアである阪急桜井駅徒歩2分の好立地に「メツゲライ・イノウエ箕面店」を8月3日にプレオープン、11月2日にグランドオープンした。企業理念は「美味しいで繋がるご縁を大切に」
- 計画書で示したとおり、お客様との会話を大切にする丁寧な接客と食べ方提案力で、地域の住民や商店とも良好な関係を築き、愛される店として認知度向上中。食にこだわるターゲット層がリピーターとなり、順調にファンが増えつつある。
- 飲食店などへの業務用卸や箕面店として独自のオンラインショップ開設も検討中。



事業者の声

事業計画書は本店創業者の井上氏から指導を受けて作成しました。大山様のアドバイスでより精度を高め、自信を持って最初の関門の創業融資面談に臨むことができました。



コーディネーターより

顧客として通っていた店のオーナー店長井上氏との出会いからすべてが始まったという馬場さんの創業ストーリー。繋がるご縁の輪がますます大きくなるようこれからも応援します!



創業 事業計画	新会社設立への挑戦	
	企業名	CSG株式会社(大阪市北区)
	企業プロフィール	代表者名:荒久田 敏 創業年:2023年 従業員数:3名 事業内容:マーケティングと市場調査 URL: https://csg23.co.jp/



事業の現状と 相談のきっかけ	ヒアリングによる 課題の整理	課題解決の 提案・アドバイス
<ul style="list-style-type: none"> ● 市場調査/コンサルティング会社に役員として10年ほど勤務。 ● 2023年8月に現在の会社を設立。 ● 通常の市場調査だけでなく、取引先の開拓など具体的な情報の提供を目指す。 ● 大阪府商工労働部から大阪府よろず支援拠点を紹介される。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 世界150ヵ国日本人リサーチャーのネットワークを有しており、低コストでの調査が可能。 ● 新規顧客開拓のためホームページの作成やPR用動画制作などの広報活動が必要。 ● 高額の特設設備などは必要ないが、補償金やオフィス設備などの初期費用が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業段階に応じた補助金の活用を提案。HP作成や展示会出展のために小規模事業者持続化補助金や大阪府の新事業展開テイクオフ補助金などの活用をアドバイス。 ● 補助金申請時の事業計画書作成について、単にやりたいことを羅列するのではなく、自社の強みや市場の現状分析を盛り込むように助言。

取組み内容と成果	事業者の声
<ul style="list-style-type: none"> ● テイクオフ補助金に応募し採択された。補助金を活用し海外事業向けのホームページとPR動画を作成。設立当初から日本の主要酒類メーカーなどの既存クライアントからの受注はあったが、さらに認知度を上げることができた。 ● 情報会社から自社のターゲット顧客のリストを入手し、DM発送に活用したり、展示会へ出展した。これらの取り組みにより、繊維メーカーやタイヤメーカー、及び医療関連メーカーなど、これまでリーチしたことのない引き合いが増え、問合せ・引き合い数は3倍以上に増加した。 	<p>創業間もない弊社では資金面に限りがありましたが、よろず支援では、親身になって情報提供、及びご指導をして頂き補助金の支給を受けることが出来ました。</p> 
 	コーディネーターより
	<p>豊富な経験と海外ネットワークという強みを活かしつつ、独自の市場調査サービスを展開されています。今後のさらなる事業拡大が期待されます。</p> 

「地域に幸せを届けるために」地道に販路開拓に取り組む!

売上拡大

販路拡大

企業名	ジュノリアウェディング(堺市南区)	
企業プロフィール	代表者名:勇 美羽 創業年:2024年 従業員数:なし 事業内容:結婚相談所 URL: https://junoria.com/	



事業の現状と相談のきっかけ

- 創業したばかりで認知度が低く、会員獲得が順調ではなかった
- 認知度向上のためプロモーションを実施したいが資金的な余裕はなかった
- 補助金を活用してプロモーションの資金確保を検討していた

ヒアリングによる課題の整理

- プロモーションを行う上でアピールすべき強みや差別化ポイントを明確にすること
- 自社の強みを活かせるターゲット設定
- 効果的なプロモーションの実施とそのための資金確保

課題解決の提案・アドバイス

- 地域に根差した結婚相談所という差別化ポイントから価値を提供できるターゲット設定をする
- 今後の方向性を明確にするための事業計画の作成
- プロモーションの資金を確保するために小規模事業者持続化補助金の活用

取組み内容と成果

- 小規模事業者持続化補助金の申請をきっかけとした事業計画の作成を行い、事業の方向性が明確になる
- 小規模事業者持続化補助金に採択され、複数のプロモーションを実施する資金を確保
- インスタグラムでの広告、ホームページの改修、チラシのポスティングを行った結果、問い合わせや入会者が増加

事業者の声

中辻先生の親身なご指導と的確なアドバイスのおかげで補助金を採択いただきました。新たな一歩を踏み出すこの機会をいただき、感謝の気持ちでいっぱいです。今後とも事業に励んでまいります。



コーディネーターより

事業計画作成、補助金申請など地道に販路開拓に取り組まれたことが成果につながりました。これからも、ともに頑張っていきましょう!



売上拡大

価格交渉

販売先担当者が上司に説明しやすい資料を作って値上げに成功

企業名

信和金属工業株式会社(大阪市中央区)

企業
プロフィール

代表者名:森長 郁子

創業年:1974年

従業員数:2人

事業内容:鋳物製の非鉄金属を取り扱う商社



事業の現状と 相談のきっかけ

- 当社の取扱製品は立体駐車場に使う鋳物製歯車である。
- 販売先は立体駐車場メーカーのA社で、売上の約8割を占める。
- 仕入は鋳物製造会社のB社からのものが多い。
- 今般、仕入先B社から原材料費の上昇による値上げ要請を受けた。
- そこで、商社である当社は販売先A社に値上げ要請をしたところ、全く応じてくれないので相談に来られた。

ヒアリングによる 課題の整理

- 当社の値上げ交渉のやり方は電話のみの対応であった。
- このため、A社担当者からは「値上げに応じられない」旨の回答しかなかった。
- そこで、相談者は文書で値上げ要請を行おうと考え、自社で作成した依頼文を持参された。
- 当方で内容を拝見したところ、大半が文章ばかりで、一読では理解しづらいものであった。

課題解決の 提案・アドバイス

- A社担当者が上司に説明(社内稟議)しやすい資料を提出するようアドバイスした。
- 具体的には、原材料の市場データはグラフ化し、文章は端的な表現に改め、誰でもすぐに理解しやすい内容にするようアドバイスした。

取組み内容と成果

- 参考例として埼玉県の「価格交渉に役立つ各種支援ツール」を紹介した。これをもとに、会社側で検討してもらった。
- 当初、会社側で作成した資料は、自社の視点に立ったものであった。そのため、分かりづらいものであった。
- そこで、初めて見る人でもすぐに理解できるように、細かい点まで指導していった。
- 修正は3回に及んだが、最後は大変分かり易いものになった。
- この資料を販売先A社に提出したところ、今まで難航した交渉が嘘のように解消し、値上げがすぐに通った。



事業者の声

アドバイスのおかげで、苦戦していた値上げが、ようやく叶いました。ありがとうございました。



コーディネーターより

今回のアドバイスを通じて、今後は自分たちでやっていける自信をもってもらいました。



60余年続いた先代のとんかつ店を二代目がパティシエとして引継ぎ

創業

販路拡大

企業名

seiyogasi J+s(西洋菓子ジェイズ)(大阪市福島区)

企業
プロフィール

代表者名:小林 弘

創業年:2023年 従業員数:2名

事業内容:洋菓子製造小売

URL:https://www.instagram.com/seiyogasi_js/事業の現状と
相談のきっかけ

- パティシエとして40年以上の経験があり、独立開業を考えていたところ、コロナ禍で閉店した実家の「とんかつジミー」の店舗物件が空いているので福島区での起業を決意した。
- 屋号の一部を受け継いで、創業を準備。日本政策金融公庫十三支店、大阪ビジネスサポートプラザの支援を受け資金準備を実施。
- 融資決定後に経営支援としてよろず支援拠点を紹介された。

ヒアリングによる
課題の整理

- 先代の屋号を受け継ぐストーリー性と、パティシエとしての技術、好立地の店舗を生かした情報発信が課題であり、広報により早期の集客が期待できる。
- 店頭での集客だけでなく、SNSやネット検索対策、様々な媒体に露出することで知名度向上が図れる。
- 費用を抑えて効果的にSNSで情報発信していくことの方法を実践して習得していくことが課題。

課題解決の
提案・アドバイス

- 小規模な菓子製造小売りで開店時のPRの良好事例を参考に、Instagram、Googleビジネスプロフィール登録、プレスリリースの進め方についてアドバイスした。
- 開店後の経営の進め方について随時訪問して伴走支援を行う。
- 補助金など公的な支援施策についても活用可能なものを随時申請する。

取組み内容と成果

- よろず支援拠点による伴走支援、公庫による融資前後のフォローアップ、同席面談など支援を継続。店舗のオープン前から、Instagramや知人の情報発信を実施した結果、オープン直後から多数の集客を実現。お店のウリであるレモンクッキーを柱に、焼き菓子、生菓子の売上目標を達成。若いパティシエの雇用も出来た。
- 商品写真だけでなく、店頭イートインでお客様がアイスを食べる様子など、親近感のある情報発信を継続、口コミの評判も良好で、高い評価の声が寄せられている。
- 地域情報誌への掲載などメディアも紹介され、2024年12月には関西テレビの情報番組「よ〜いドン!」の取材をうけて、店主が考案した「ジャガイモンブラン」が紹介され、さらなる集客が期待される。



事業者の声

お店の魅力を客観的に示して頂いたことでサービスの方向性が見出されたり、Instagramのより良い活用法や、困難と思っていた補助金申請も的確なアドバイスにより書類作成とブラッシュアップが出来ました。



コーディネーターより

パティシエとしての想いを実現するご主人と、明るく切り盛りする奥様の人柄で福島の人気洋菓子店となりました。ますますの商売繁盛をサポートしていきます。



売上拡大

販路拡大

新たなチャレンジの第1歩を踏み出す!

企業名	株式会社成山合板商会(和泉市)
企業プロフィール	代表者名:成山 雄宏 創業年:1964年 従業員数:6名 事業内容:木材加工業(建材の材料加工) URL: https://www.nariyamagohan.com/



事業の現状と相談のきっかけ	ヒアリングによる課題の整理	課題解決の提案・アドバイス
<ul style="list-style-type: none"> ● 住宅着工の減少などにより既存の取引先に対する売上が減少 ● これまでは取引先を商社が紹介してくれたが、今後は自社で開拓していく必要性を実感 ● 会社の持続・成長に向けて新たな取り組みが必要と危機感を持ち、和泉市と連携した出張相談に来訪 	<ul style="list-style-type: none"> ● 商社の紹介でなく、自社で顧客を開拓できる体制の整備 ● プロモーションをすべき自社の強みや差別化ポイントの明確化 ● 販路開拓を実施していく上での具体的な目標の設定 	<ul style="list-style-type: none"> ● 強みは小ロット対応や納期の速さ、丁寧な仕事で品質はいいことであると整理 ● 商談時に自社を的確に伝えることができる営業資料の作成など自社のプロモーション体制を整える ● 販路開拓の第1歩として、ニーズ把握も含めて展示会への出展及び商工会議所の支援を受けることを提案

取り組み内容と成果	事業者の声
<ul style="list-style-type: none"> ● 商工会議所の支援も受け、新たな販路開拓の第1歩として大阪勧業展に出展してプロモーションすることを目標に設定 ● 強みの明確化とともに、アピールすべきこと、顧客にお伝えしたいことを相談の中で整理 ● 従業員と一丸でノベルティの企画や製作など出展の準備を進める ● 大阪勧業展当日はブースを訪れた顧客と商談や情報交換を行うのみならず、他の出展者とも連携の話が進むなど想定以上の成果 ● 和泉商工会議所、和泉市、当拠点が連携しそれぞれの役割を果たして事業者が取組を円滑に実施 	<p>現在お取引している企業様からの受注が減少傾向にある中、新規顧客を獲得するための戦略をご提案いただきました。背中を押していただき実行した結果、非常に良い成果を得ることができました。</p> 
	<h3>コーディネーターより</h3> <p>初めての展示会出展、従業員と一丸となって取り組まれ貴重な経験を得られました。これが最初の第1歩です。これからも、ともに頑張っていきましょう!</p> 

M&Aで人気洋菓子店を事業譲渡し、夢の実現に向けてスタート!

事業承継

M
&
A

企業名	patisserie cafe Risa Risa(堺市北区)
企業プロフィール	代表者名:柴田 規夫 創業年:2000年 従業員数:5名 事業内容:カフェ併設洋菓子店 URL:現在新アカウント移行中

事業の現状と
相談のきっかけ

- フレンチのシェフがオーナーの人気洋菓子店として、地域で愛される繁盛店。しかし原材料の高騰、人手不足、店舗の賃料や各種コスト変動による利益率の不安定さ、スタッフ雇用における固定費など不安要素は多かった。
- 思い切った事業の縮小や、以前からの希望であるレストラン業への進出などについて、当拠点へ相談に訪れた。

ヒアリングによる
課題の整理

- 希望のあった事業再構築補助金について説明し、その上で、今後の事業方針についてヒアリングし、課題を整理。
- 現在の店舗の一部をレストランにして洋菓子店は継続する案では、さらなる繁忙が予想され、人手不足や生産性の低下につながると判断。また現店舗を閉店した場合、地域の顧客が残念に思うことや、スタッフを解雇することも憂慮された。

課題解決の
提案・アドバイス

- 違う角度から、広くオーナー夫妻の将来像について話す中で、フランス料理を提供することが本来の長年の希望であること、年齢を考え事業の縮小を視野に入れていることがわかった。
- オーナー夫妻の生活や事業の将来性を考慮すると、コンパクトなレストランへの転換が適当と思われ、補助金を活用するよりも、現在の店舗を残しつつ次につながる事業承継を提案した。

取組み内容と成果

- 社内スタッフへの承継を検討したが職人気質のスタッフが多く、経営に興味がある人材はいなかった。そこで小規模M&Aを新たに提案。民間仲介事業者が増加していることや、事業規模が小さい事業所の売買も徐々に活発になってきている状況などを相談者に伝え、可能性を探ることにした。
- とはいえ、事業譲渡の予備知識がないまま民間仲介事業者へ相談するのはハードルが高いため、大阪府事業承継・引継ぎ支援センターを紹介し、そこから民間仲介事業者の紹介を受け、M&Aの方向で検討を行うこととなった。
- 地域での高いブランド力が評価され、民間仲介事業者を通して事業買取先がすぐに見つかった。契約や支払いなどで課題が出た際には、会計士でもある同センターのサブマネジャーが継続的なアドバイスを行った。
- 新オーナーは店名を変えてリニューアルオープンし、スタッフは継続雇用となった(右写真)。オーナー夫妻が新店舗のサポートにも入り、円滑な立ち上げに尽力。顧客にも喜ばれる事業譲渡が実現した。
- 現在、次のレストラン開店に向けあらたに準備を行っている。



事業者の声

地域に愛されてきた店をそのまま引き継いでもらえるのは本当にありがたかったです。今回様々な方のサポートを受け次の店の資金も用意できて、感謝しかありません。



コーディネーターより

当初ご希望の補助金への対応だけでなく、今後の将来像をお聞きできたこと、また他の専門機関との連携がスムーズに進む仕組みがあり大変良かった事例でした。



売上拡大

広報戦略

60年の実績で「ビルメンテナンスからリフォーム」まで

企業名

阪神リフレッシュ株式会社(大阪市北区)

企業
プロフィール

代表者名:岩崎 秀紀
創業年:1964年 従業員数:10人
事業内容:清掃ビルメンテナンス
URL:<http://www.h-refresh.co.jp>



Hanshin

事業の現状と 相談のきっかけ

- これまでビル清掃等を下請けとして主に行ってきた。コロナ禍もあり、徐々に契約終了が相次ぎ事業の立て直しが余儀なくされた。
- これまであまり行う必要のなかった自社での集客を行い、直接契約を増やして売り上げを増加させる必要がある。
- そのため営業時に必要な集客のためのツール作りが必要で、相談先を探していた。

ヒアリングによる 課題の整理

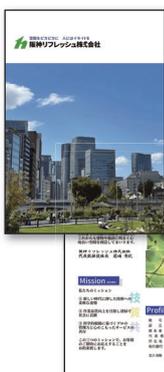
- 自社のコンセプトや特長、他社より秀出しているものなど明確化が必要。
- 事業にカラーの要素が役立つと、カラーコーディネーターの資格を取得してセミナー等開催したが本業と接点が薄くどう繋げていくか。
- 自社を説明する会社案内やWEBサイトは下請け当時の古いものを使っていて、これから自社で営業するためのアップデートや新事業を含めた最適化が必要。

課題解決の 提案・アドバイス

- 事業のこれまでとこれからをビジョン化して、顧客への言語化を伴走で洗い出し。
- 清掃でどうにもならないものの先にはリフォームがある。手軽なリフォーム事業を行い、カラーの重要性を売りにするご提案を行った。
- リアル営業のため会社案内作成が急務。自前の作成を望まれたので無料ツールをご案内。環境やクリーンなイメージ提供の感覚価値を中心に文言や画像等を助言。

取組み内容と成果

● 会社案内



● ロゴセット

空間をピカピカに 人にはイキキを
阪神リフレッシュ株式会社
事業コンセプトをブラッシュアップ、言語化と視覚化をロゴセットでリニューアル。



事業の変化、社会の変化も加わり、「環境」「リフレッシュ」をテーマにリニューアル。

取組み中

- ホームページリニューアル

● 名刺



2種あった名刺を1枚に集約、リニューアル。

● 宿泊施設向けチラシ



直営業のツールとして害虫駆除会社と連携してチラシを作成。

事業者の声

自社の想いを顧客に広める事は、自分で作ると思い込みだけで相手に伝わらないですが、先生のプロの視点のおかげで、とても良い印刷物になり感謝しています。



コーディネーターより

ご相談者の岩崎恵子様は前向きでとても勉強家です。各種デザインツールのスキルの無い所から実際の計画、デザイン的な見せ方まで上達、印刷媒体を完成されました。

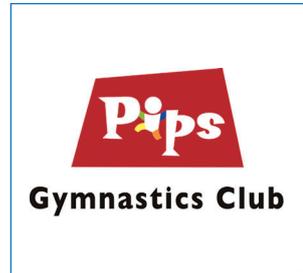


「Pips」とは小さい種の意味。可能性の種をまき、やがて芽吹いた種が大樹に!

売上拡大

販路拡大

企業名	ピプス体操クラブ(東大阪市)	
企業プロフィール	業種:体操クラブ 創業年:2022年 代表者名:覺野 翔太 従業員数:1名 事業内容:頑張る力を育て輝く未来のお手伝い、運動をする環境づくりを整備した体操クラブ URL:https://pips-gym.com/	



事業の現状と相談のきっかけ
<ul style="list-style-type: none"> ● 体操のオリンピックメダリストも排出した大手体操クラブでインストラクターをしていた。 ● 自身の考えるサービスを提供したいと考え独立を決意。 ● 当初集客に苦戦していたため、商工会議所に相談したところ大阪府よろず支援拠点を紹介される。

ヒアリングによる課題の整理
<ul style="list-style-type: none"> ● 集客はオープン時に実施したチラシとSNS中心であった。 ● データ分析により無料体験者が会員になる確率が非常に高いことを確認した。 ● チラシやホームページには代表の覺野氏のキャリアを掲載していなかった。

課題解決の提案・アドバイス
<ul style="list-style-type: none"> ● 無料体験をキャッチコピーとしたチラシを継続して蒔くこと。具体的には9月以降少なくとも7ヶ月連続。 ● 覺野代表の学生時代の体操競技の輝かしい実績並びにオリンピックメダリストを輩出した教室でインストラクターをしていたことを記載した。

取組み内容と成果	
<ul style="list-style-type: none"> ● 定期的にイベントや入会キャンペーン情報の発信をチラシのポスティングによっておこない、継続的な新規顧客を獲得することができ今期も目標会員数を達成中! ● チラシの他にInstagramに既存の会員様の練習風景などの投稿をして教室の雰囲気を知ってもらうことや会員様の保護者に向けて練習の成果を見ってもらうことにより顧客満足度アップに繋がった。 Instagram投稿により商圏外の遠方のお客様にも教室を知って頂くきっかけとなり他府県からの来店にも繋がった。 	  



事業者の声
<p>創業直後から経営相談をさせて頂いておりますが、定期的にコーディネーターと様々な角度から現状や今後の目標、課題などを一緒に考えて頂けて大変心強く助かっております。今後も更なる飛躍を目標に努力していきたいと思っております。</p> 

コーディネーターより
<p>体操のキャリアは19年。非常に精緻な事業計画書を作成した上での起業。当初は集客に苦戦しましたが、持ち前の明るさ、素直さ、積極性で生徒数は拡大。今年は更なる飛躍の年となるはずです。</p> 

売上拡大

労務雇用

家族が安心して歩める未来を創る

企業名

株式会社Family ABA Supports(大阪市北区)

企業
プロフィール

代表者名:宮崎 静穂

創業年:2015年 従業員数:7名

事業内容:広範性発達障がい等児童の支援

URL:<https://family-aba-supports.com/>



事業の現状と 相談のきっかけ

- ABA(行動分析学)に基づく療法により、広範性発達障害と診断されたお子様などへの支援を行っている。
- 各家庭への訪問療育により支援を行っていることから、スタッフは一般的な勤務体系とは異なることが多い。
- 法令違反にならないよう、専門家の確認をしたいと思い相談に至った。
- 法人成り

ヒアリングによる 課題の整理

- 利用者様と従業員の距離が近いことから、従業員満足が顧客満足に繋がる。モラルダウンしないよう基本的な雇用契約、管理には留意が必要。
- 労務管理を中心にその他法令等の確認を行った。
法人設立の手順
退職金、有給休暇の運用
移動の多い勤務への対応
現状の給与計算
コロナ禍での訪問支援など

課題解決の 提案・アドバイス

- 法人設立の際の法務局、税務署、都道府県税事務所への手続きを案内した。
- 退職金制度、有給休暇等の基本的な運用方法を案内した。
- その他雇用管理の自社に即した具体的な運用を助言した。

取組み内容と成果

- 不安を感じる家族を支えるチームの一員として、従業員が安心して働ける安定した職場環境づくりを目標としている。
- まだまだ世間一般的に発達障がい児への支援が十分でないと思われるが、経営体制の強化がスタッフの活躍に繋がり、発達障がい児への支援強化に繋がると期待できる。
- コロナ禍での訪問支援は難しい側面もあったが、スタッフの安全配慮と利用者のニーズの調整において、何を優先するべきかを意見をもらい、判断材料とできた。



事業者の声

最初はこのようなサービスがあるとは知らなかったのですが、非常に親身に相談にのっていただきました。専門のプロにすぐに聞けるといいうサービスがありとても助かりました。



コーディネーターより

お子様の発達に不安を感じるご家族にとって、行動分析学に基づき、かつチームとなって支援するサービスほど心強いものはありません。今後の活躍に注目です。



市場ニーズを捉え、競合との差別化を図り、売上増加

売上拡大

販路拡大

企業名	フューチャー・ラボ(吹田市)
企業プロフィール	代表者名:黒田 洋一 創業年:2016年 従業員数:なし 事業内容:自ら学び・自ら行動できる人間を育てる学習塾 URL: https://futurelabo.net/



事業の現状と相談のきっかけ

- 売上げの伸び悩み
大阪北摂地域における学習塾の競合地域である。その中で、2016年に創業され継続していた。最寄り中学校の生徒数は増加しているにもかかわらず、コロナ禍の後も生徒数の減少が続いていた。
- 売上げ拡大の方法
競合が激しい現状で、現在地のみで継続するよりも、もう一校設立し、収益力を確保したいとの相談であった。

ヒアリングによる課題の整理

- 現状の把握
売上げが伸び悩んでいるとの要因などをヒアリングした。競合他社との差別化ができない状況に大きな課題があり、他社の知名度により集客効果が薄れていた。
- リスク分析
市場拡大を目指して、もう一校設立に関するリスク分析を行う必要があった。
- 目指す目標
どんな学習塾を目指すのかを明確化する。

課題解決の提案・アドバイス

- 差別化を検討
テレビCMなどをされている学習塾も多くある中で、知名度では太刀打ちできない。保護者などの口コミも重要であるが、それ以外に他校にない特徴を付けることをアドバイスした。
- 現状で採算性を合わせる
新校の開設であるが、競合に勝てていない状況で展開しても同じ状況になる。本校の立て直しを行い、採算性を合わせるようアドバイスした。

取組み内容と成果

- 地域のニーズを汲み取る
自校にお越しになられている生徒さんや問い合わせのあった方の状況などを、再度分析し、大手学習塾などのやり方に馴染めない、学習や行動に独自のサポートが必要な子供の親御さんからの問い合わせがあった。
マニュアル運営の多い学習塾では、子供さんへの対応ができておらず、需要があると考えに至った。
- 多様な学び方をする子供への対応
多様な学び方をする子供は増加傾向にある。そういった子供を支援することは、当社の目的にも一致しており、今までの子供たちと同じように選択できるコースを新設するに至った。
- コース料金
独自のサポートを有することもあり、どうしてもサポート時間が増加してしまう。単価についても通常料金より少し値上げした単価設定にし、採算性の確保を行った。



事業者の声

ご相談により漠然とした課題が細分化され具体的になりました。机上の空論ではなく地に足ついた思考ができたのも志水様のおかげです。



コーディネーターより

ご相談を受けた当初に比べて、大きく売上を伸ばしており、経営も安定化されてきたと実感しています。



売上拡大

店舗集客

店主のこだわりをお客様にわかりやすく伝えて売上アップ!

企業名

ボヘミアンカレー(松原市)

企業
プロフィール

代表者名:白根 康明
創業年:2023年 従業員数:3名
事業内容:スパイス系のカレー専門店



事業の現状と 相談のきっかけ

- 大のカレー好きと将来カレーのデパートを創る事を夢見て、2019年4月に河内天美駅近くの串カツ屋さんの間借り営業から週1回営業でカレー専門道をスタートしました。
- イベント出店等を通して次第にファンが増えていき間借り営業に限界を感じる。
- 2023年1月ご縁があり、松原市にて実店舗をオープンする運びとなった。

ヒアリングによる 課題の整理

- 初めての相談の際はディナーの集客が困っているという相談でしたが、集客の為の取り組みとしてはインスタのみであった。
- 店頭の写真とメニューを拝見したが店主のこだわりがまだ見知らぬお客様に伝わっていない事が確認できた。
- 実店舗ができてまだ1年という事もあり、そもそも店舗自体の認知が課題だと整理できた。

課題解決の 提案・アドバイス

- ディナーの集客も大切ですが、まずは外食を利用する頻度が高いランチでの集客で一点突破する事。
- ランチ客を集客する為に店頭でカレー専門店である事、店主のこだわりが伝わる事。かつ「毎日食べれる」「誰でも食べれる」をキーワードに商品名や価格を変更する事。
- コミで提供スピードについて声があるので改善する事。

取組み内容と成果

- 商品名を店主のこだわりが伝わるような名称に変更した。牛すじカレー→丸二日仕込みとろとろ牛すじカレー、キーマカレー→(挽きたて)自家製ガラムマサラ芳醇キーマカレー。また価格についてもセット内容を工夫して、利益を落とす事なく、お客様が求めやすい価格1,000円ポッキリに変更した。
- ランチの浮遊客を獲得する為に、道路標識を参考に誰が見てもカレー専門店だとわかるようにし、名物商品であるキーマカレーを集中して訴求する店頭・ファサードにした。
- 提供スピードに課題があったので、現場オペレーションの組み換えや道具の配置変更を行い、平均提供時間10分→6分に改善する事ができた。



事業者の声

カレーへのこだわりは自信があるが、お客様に伝わっているかどうかには意識がなかったと再確認できました。松原一のカレー専門店を目指してこれからも頑張ります。



コーディネーターより

わかりやすさと行きやすさ、入りやすさと買いやすさ、白根さんの親しみやすさ“やすさ”の追求が売上につながる事を実感していただきました。



収益体質への転換と新たな事業創造への挑戦

経営改善

経営戦略

企業名

有限会社みどり被服プレス(東大阪市)

企業
プロフィール

代表者名:木下 忠久

創業年:1979年 従業員数:7人

事業内容:プレス・縫製、加工・製造

URL:<https://www.midorip.com/>事業の現状と
相談のきっかけ

- 被服のプレス事業で創業し45年の歴史を誇る東大阪の老舗 製造・加工業。
- 企画～製造・プレス仕上・検品まで一気通貫で高品質で受託できることを強みとし国内アパレルメーカーからも信頼されている。
- 昨今のアパレル業界の低迷や業績不振もあり、経営体質の強化と将来の継続的な需要拡大のための新規事業創造にむけた伴走支援を求められる。

ヒアリングによる
課題の整理

- 海外ファストファッションメーカーや国内大手アパレルSPAの進展により業界の低価格化が進行。収益性が低下している。
- 売り上げ低迷と合わせ、原材料や人件費の高騰の影響もあり、この数年は営業赤字の状態が続いている。
- 計数管理が進んでおらず経営課題が見えにくくなっている。
- 将来に向けた新たな事業の柱を模索している。

課題解決の
提案・アドバイス

- MVVの作成と合わせ、会社の中期ビジョンを見える化(文書化)する。
- 事業計画を策定し、毎月、予実管理を行うことで課題への打ち手を早める。
- 管理会計の導入
 - ・主力3事業の確立
 - ・事業別収支の見える化(賦課費の配賦基準作成)
- 新規アイデアについては、「事業化」を前提に事業目論見を単独で作成することを提案する。

取組み内容と成果

- MVVと中期計画の策定
 - ・社長の思いをカタチにしビジョンに基づく中期戦略を構築
 - ・中期ビジョンに基づく月別の事業計画を策定
- 経営体質の強化
 - ・固定費(人件費のフロー化、輸出管理業務費の引き下げ等)削減による損益分岐点の引き下げ
- 事業部門別の収支(営業利益)の見える化
 - ・プレス事業/国内事業/海外事業の3事業部門別収支の導入
 - ・事業部門別のKPI策定と高粗利業務へのシフト
- 新規事業への取組
 - ・BMC(ビジネスモデルキャンバス)への落とし込み、事業化へ向けた中期ロードマップを作成
 - ・自社の強みを活かした独自性の高いビジネスモデルを構築、具体的なアクションプランに基づき社長が推進中



事業者の声

経営改善を進める中で計数管理が十分に出来ていませんでしたが、伴走支援を通じて予実の計画の重要性や結果の確認など学びました。また、新規事業についての進め方等、多くの気づきがありました。



コーディネーターより

厳しい市場環境が続くアパレル業界にあって、確かな品質と取引先との強固な信頼関係で長年事業を継続。正絹を利用した新たなビジネスで今後の成長が期待されます。



経営改善

業務効率化

事業承継をきっかけに現場中心の会社の改革に取り組む!

企業名

豊開発株式会社 (大阪市)

企業
プロフィール

代表者名:清水 勇輝

創業年:1990年 従業員数:21人

事業内容:土木・建築・基礎工事一式

URL:<https://www.yutaka-kaihatsu.co.jp/>



事業の現状と 相談のきっかけ

- 1990年建築・土木工事の重仮設工事会社として創業。
- 施工管理業務に特化し、現場の状況に合わせた工法をゼネコンに提案できることが特徴。
- 2021年になにわあきんど塾に参加、中期経営計画を策定。2022年に代表取締役就任。
- 策定した中期計画を、より具体的にし、実行していくため伴走支援に申し込まれた。

ヒアリングによる 課題の整理

- 50年、100年続く企業としての基礎作り・組織作り・体制作りをしたい。
- そのため、従来取り組んでこなかった「デザイン経営」や「業務効率化」に取り組む。
- デザイン経営については別事業で取り組むことになっており業務効率化を行いたい。
- 社員が個人個人として自発的に業務改善はなかなか図れないのではないかという心配があり、社内でのプロジェクトとして取り組む必要がある。

課題解決の 提案・アドバイス

- 現状では個人個人のノウハウで仕事が動いており、情報の共有化ができていない。
- その一方で、ISOを取得されており、そこでは業務体系図が規定されている。
- ISOの「プロセス思考」で業務の分析をしてはどうかという提案を行なった。
- 品質管理室・品質管理責任者(営業・工務)、管理部の3人とコーディネーターでプロジェクトチームを作り社長に提案できる資料を作成する。

取組み内容と成果

- 業務体系図に基づき、現状の業務のヒアリングを実施するとともに、プロジェクトチームとして業務フローチャートを作成した。
- 現在、現場ではANDPADで情報共有を行っているが、全社的には紙ベースの資料や個人的な業務なども残っている。
- 業務効率化の実現のためには、社内で利用できるようにノーコードツールなどもあり、自社で取り組むことができることを社長に提案した。
- 現在、ノーコードツールであるkintoneを用いて、情報共有化のために、社内データの蓄積を開始した。
- デザイン経営についてはロゴや新デザインの作業服の導入、「あそ部」の立ち上げなどが進み、従来にない取り組みとなっている。



事業者の声

アドバイスをいただきながら従前から仕組みとして存在したISOのプロセスを活用して、業務の分析を行なった結果、改めて業務の流れやプロセスを可視化することができた。デジタルツールを活用した業務効率化にさらに取り組みたい。



コーディネーターより

伴走支援は、①課題「設定」支援を強化、②「腹落ち」することで潜在力を引き出します。2人のCOが業務効率化のアドバイスをを行いました。



介護業界への若き挑戦!DXで現場を変えたい!

創業

事業計画

企業名

合同会社ReeveSupport(堺市)

企業
プロフィール

代表者名:三澤 由佳

創業年:2023年 従業員数:なし

事業内容:介護タクシー配車アプリ

URL:https://www.reeve.jp/

介護タクシー配車アプリ
のれふんです

その場ですぐご利用いただけます!

事業の現状と
相談のきっかけ

- 看護師・保健師として地域医療や介護に携わる中、要介護者やその家族が3日に1回移動に困っていることを知った相談者は、彼らの移動を簡便にし、より快適な生活を送ってほしいとの思いで創業した。
- 事業アイデアを具体的に事業化し、創業融資を受けたいとのことで、よろず支援拠点に来訪。伴走支援によりスムーズな立上げをサポートすることとなった。

ヒアリングによる
課題の整理

- まずはビジネスモデルを明確化するため、「やりたいこと×できること×求められていること」の切り口で、方向性を整理。
- 次に「誰の×何を×どのように解決するか×独自性」の切り口で事業アイデアを整理し、事業仮説を設定。
- 事業仮説に基づき「一番助けてあげたい相手(ターゲット)」を具体化し、そのニーズを深掘りしていった。

課題解決の
提案・アドバイス

- ターゲットや関係者のニーズを、実際のインタビューにより調査・分析し、仮説の検証と改善を行っていくことを提案。
- 相談者の思いを実現するには、より多くの関係者を巻き込み面として展開することが望ましいと考え、認知度向上策やプレゼンの仕方をアドバイスした。
- あわせて創業計画書の作成手順やポイント、創業融資の受け方をアドバイスした。

取組み内容と成果

- 要介護者、その家族、施設、病院、介護タクシー事業者等数十人へのインタビューを丁寧に行い、ニーズを検証しながらビジネスモデルをピボットしていった。最終的に、ドメインを「介護タクシー配車アプリの提供」と定め、ビジネスモデルを明確化。創業融資を受けてアプリ開発に着手した。
- 精緻な事業計画を作成し、大阪産業局が主催する「大阪起業家グローイングアップ・ビジネスプランコンテスト」に応募。見事中西金属工業賞を受賞し、認知度が向上するとともに、多くの協力者を獲得することができた。その後、スタートアップ・イニシャルプログラムOSAKAや堺市のベンチャー調達認定制度にも採択され、さらなる認知度向上や行政での実証実験の機会を得た。
- 8月1日アプリを無事リリースし、早々に売上を上げることができた。その後も利用者からのフィードバックを受け、検証・改善を行っている。



事業者の声

早い段階から関わることで、事業だけでなく、自分の想いや性格を考慮したアドバイスを頂けます。とても親身に相談に乗って下さり、初めてのビジネスコンテストで賞を頂きました。1人社長の強い味方です。



コーディネーターより

介護にまつわるお困りごとを解決したいという熱い思いと人懐っこいお人柄、スピーディかつ粘り強い行動力は脱帽ものです。夢の実現に向け一緒に頑張っていきましょう!



売上拡大

海外展開

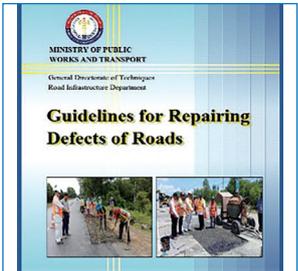
東南アジアA国における不織布関連製品を用いた道路保全技術

企業名

X社(大阪府)

企業
プロフィール

代表者名:—
創業年:— 従業員数:—
事業内容:産業資材
URL:—



事業の現状と 相談のきっかけ

- 当社は国内で土木繊維資材を製造販売している。
- A国では雨期(6~11月)のスコールにより幹線道路が著しく損傷し、物流にも大きく影響。
- JICA中小企業・SDGsビジネス支援事業の一環としてA国において不織布関連製品を適用した道路盛土の保全技術の普及に取り組んでいる。

ヒアリングによる 課題の整理

- 雨季を迎え、現時点では良好な状況にあるが、A国公共事業運輸省補修マニュアル掲載に向け、下記についてそれぞれ技術面でのアドバイスがほしい。
- 課題①;技術の完成度を高めるための助言。
- 課題②;今後の現地における長期安定性の評価手法に関する助言。

課題解決の 提案・アドバイス

- 課題①に間しては、適用した不織布系排水材に加え、法肩斜面のエロージョン防止(斜面水みち対策)として不織布系アスファルト乳剤複合材料の組み合わせを提案。
- 課題②については、排水材敷設箇所と未敷設箇所の簡易動的コーン貫入試験、含水比試験を提案。

取組み内容と成果

- 当社は'22年の国道1号における試験施工成果に基づき、損傷の主原因は道路表面のクラックからの雨水流入と考え、技術改良を図りつつ現在、国道1号、11号、61号において不織布系排水材を適用した工法を実施。すなわち、盛土法肩部分の深さ30~50cmの位置に道路延長方向に材料(幅2m、厚4mm)を敷設し、その排水機能によって浸透水を速やかに排水して盛土を健全に保つもの。
- A国公共事業運輸省(MPWT)補修マニュアル申請を終えた。
- ①に関し、現地における協力会社とアスファルト乳剤加工ラインの検討を進めている。②に関連してはA国工科大学との共同研究を計画。また、25州出先機関講習会、MPWT傘下のTSI専門学校(4年制)定期的講習会を実施。
- 本件を足掛かりに河川修復の耐候性大型土のうの受注や、洪水対策の製品提案等に繋がった。また、この道路保全技術は隣国B国における展開へと進みつつある。



22年工法(手前)と現工法(奥側)の比較試験状況



河川修復(耐候性大型土のう)

事業者の声

当社は、この取り組みを契機に海外事業展開へと繋げたい。東南アジアを中心に現地法人の立ち上げや産業資材、工業資材に関する多様な事業展開を考えています。また相談にのってください。



コーディネーターより

製品の効果が認められ、A国の補修工法に認定されることを願っています。今後も幅広い分野の海外展開に関し、技術面を中心に引き続き支援を続けます。

