

京都信用保証協会による経営支援

# 京都バリューアツプサポート

専門家派遣

## 事例集



あなたの企業の一員に



京都信用保証協会

CREDIT GUARANTEE CORPORATION OF KYOTO

## はじめに

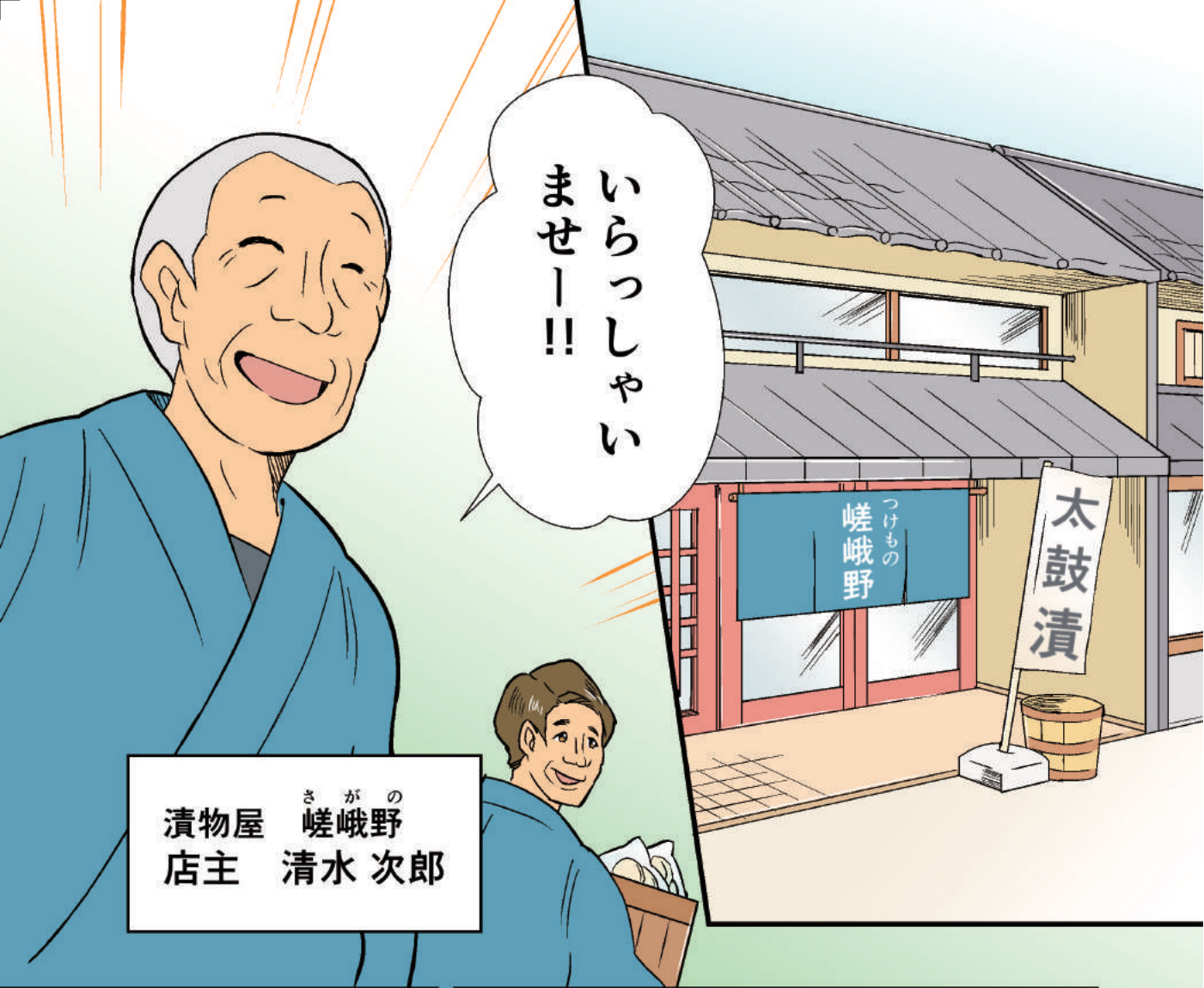
当協会では、企業に寄り添った「金融と経営の総合支援サービス」の推進を掲げています。その取組みの一つとして、経営の専門的知識やノウハウを必要とされる中小企業・小規模事業者様に対して、「京都バリューアツサポート」を実施しています。

この取組みは、当協会をご利用いただいている事業者様のもとへ、協会職員が直接訪問し、事業者様が抱えている経営の課題や悩みをお聞きして、その解決のため無料で専門家を派遣する事業です。

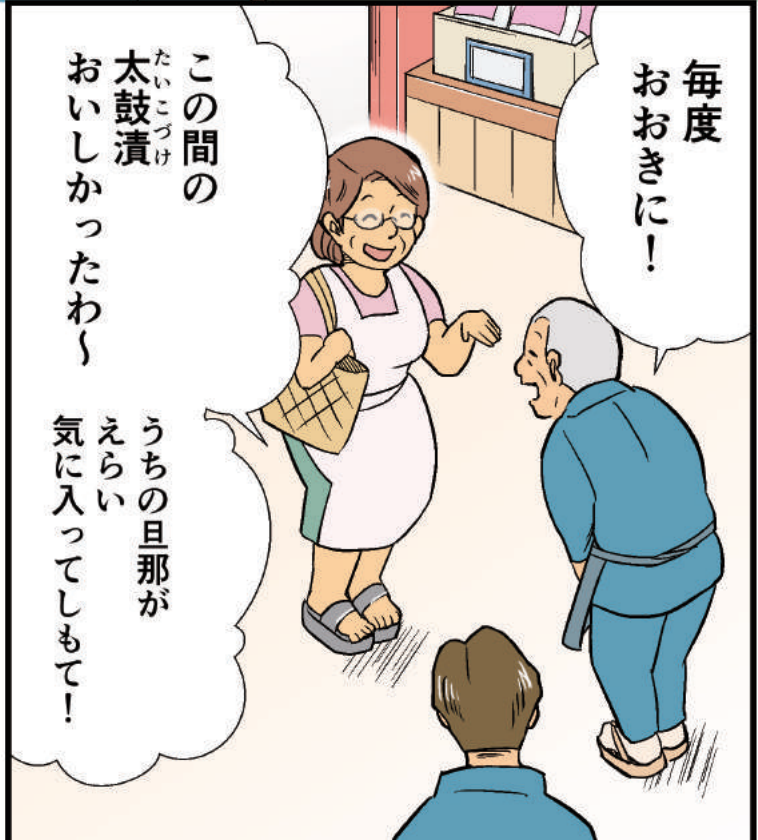
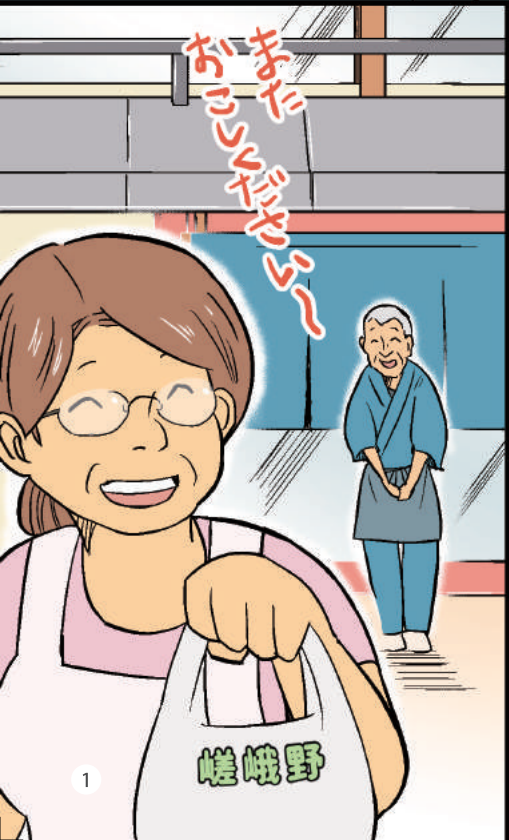
専門家のアドバイスにより、新たな「気づき」の機会や「経営意欲（やる気）」のさらなる向上の場を提供させていただくことを目的としています。

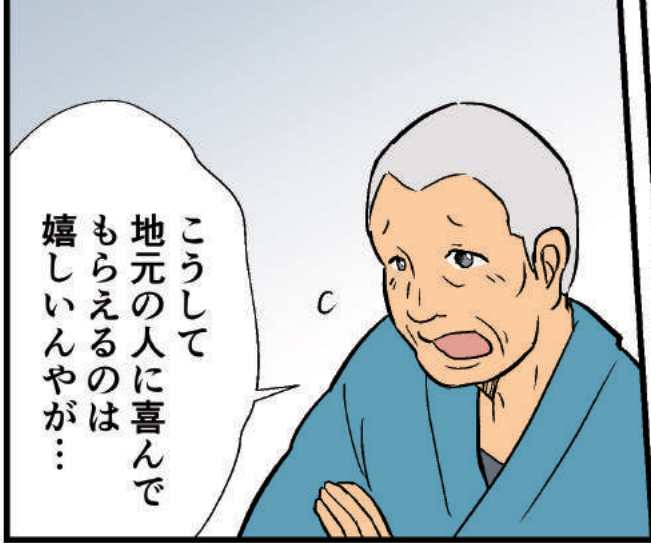
事業者様が抱えている経営課題は多岐にわたります。私たちは、その課題ひとつひとつに対して事業者様に寄り添い同じ目線で一緒に考え、悩み、汗を掻き、課題の解決へ向けて全力で取り組んでいます。

本誌で紹介する事例は、数多く取組みさせていただいた専門家派遣のほんの一部ですが、「京都バリューアツサポート」の取組みをご理解いただき、経営の課題や悩みに対し本取組みを活用して、企業価値の向上に役立てていただければ幸いです。



の 嵯峨野 漬物屋  
店主 清水 次郎





こうして  
地元の人に喜んで  
もらえるのは  
嬉しいんやが…

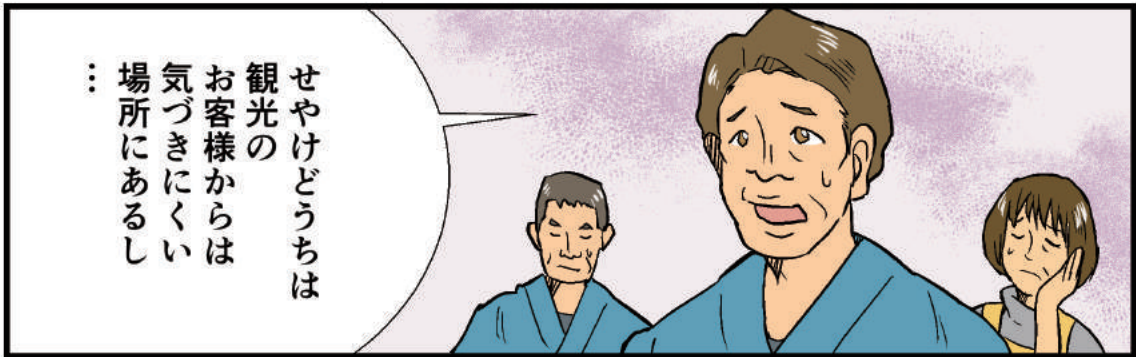


どない  
したんや  
親父

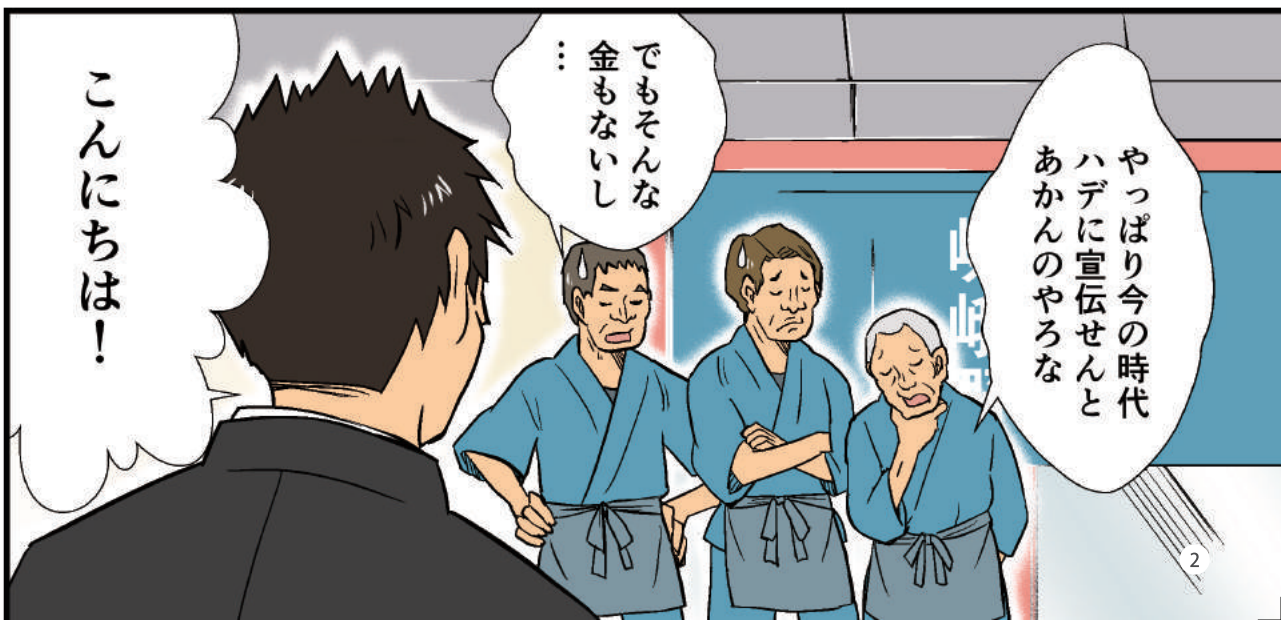
うしん



うちの自慢の  
漬物をもっと  
ぎょうさんの  
お客様に  
食べてもらい  
たいんや



せやけどうちは  
観光の  
お客様からは  
気づきにくい  
場所にあるし



こんにちは！

でもそんな  
金もないし

やっぱり今の時代  
ハデに宣伝せんと  
あかのやろな



これはこれは！  
いつもお世話に  
なっております！

皆さん何か  
お悩みですか？



京都信用  
保証協会です！

京都信用保証協会  
だいまんじ りゅういち  
大文字 龍一



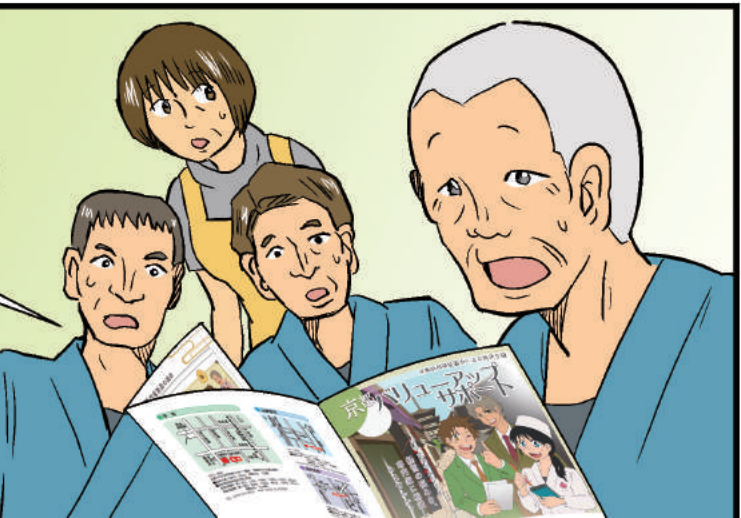
と

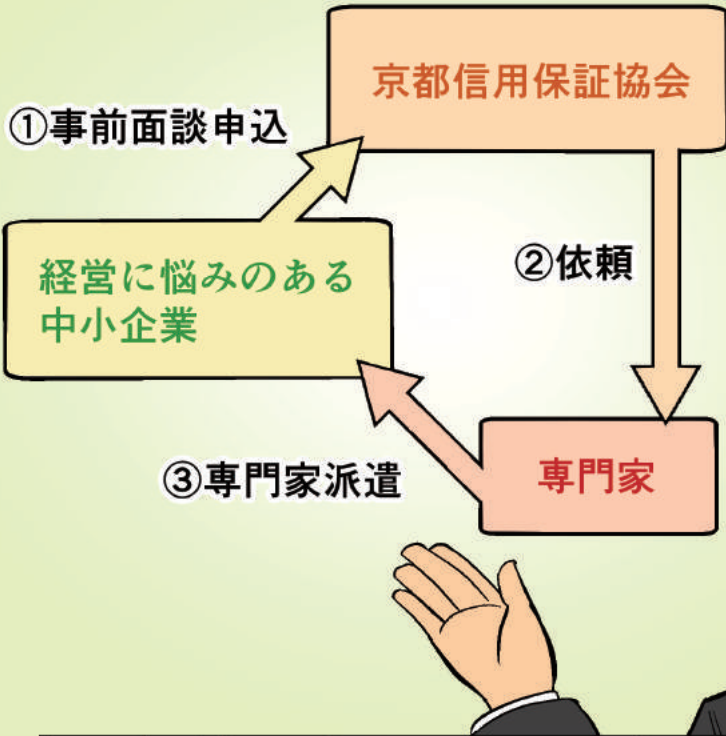
ん！！

でしたら  
こちらが  
オススメですよ！



京都  
バリユースアップ  
サポート？





当協会が  
お悩みをお持ちの  
企業に無料で  
専門家を  
派遣する  
サポートです

京都バリューアップ・サポート  
事例集

京都信用保証協会  
CREDS GUARANTEE CORPORATION OF KYOTO

ご安心ください！  
今までに多くの  
実績があります

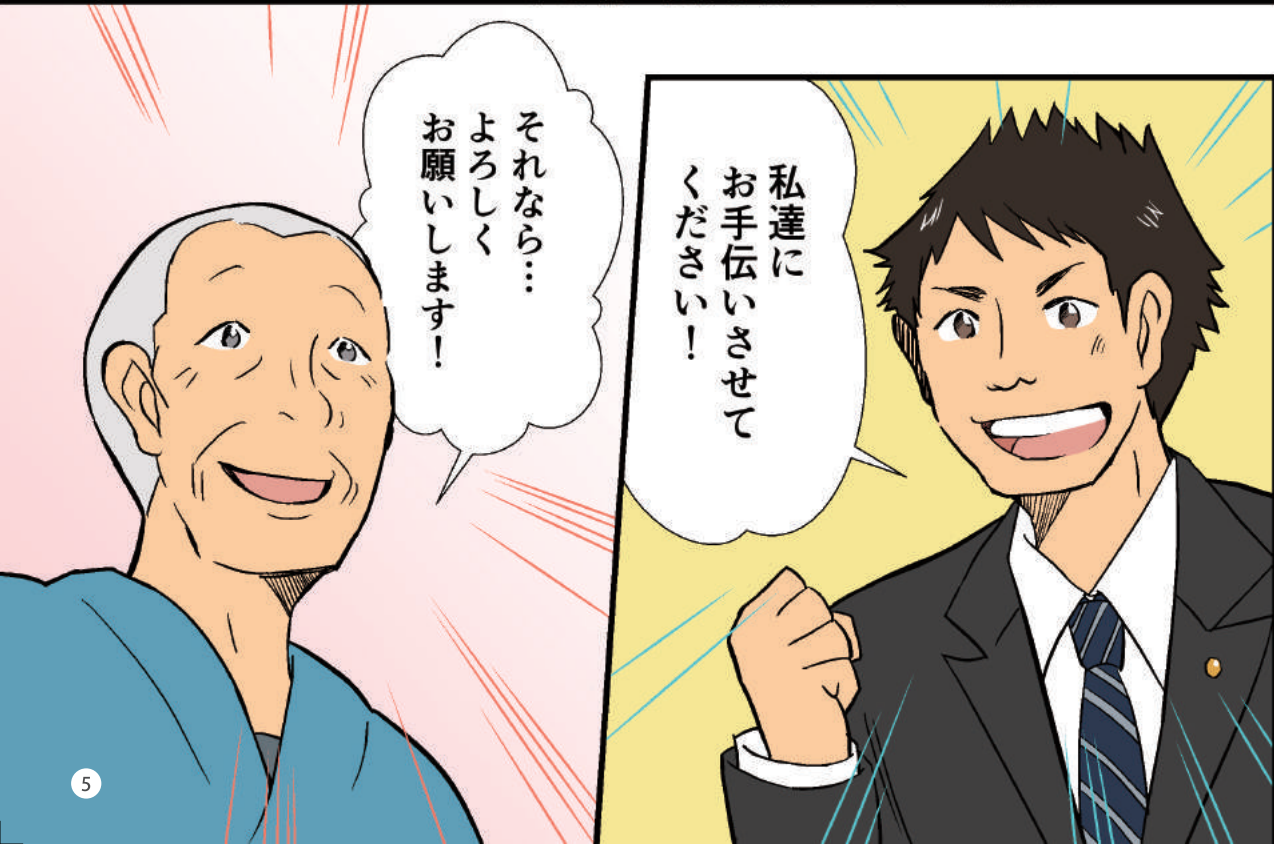
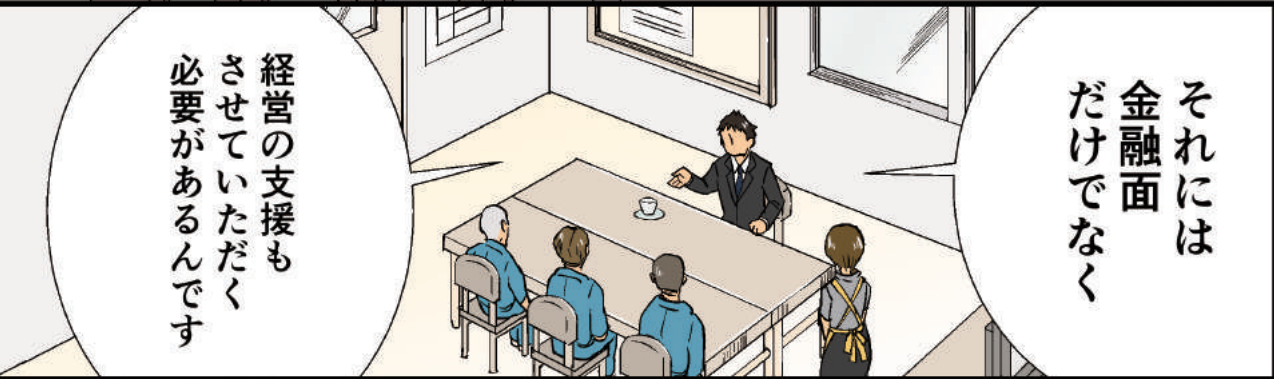
こちらの  
事例集を  
ご覧ください

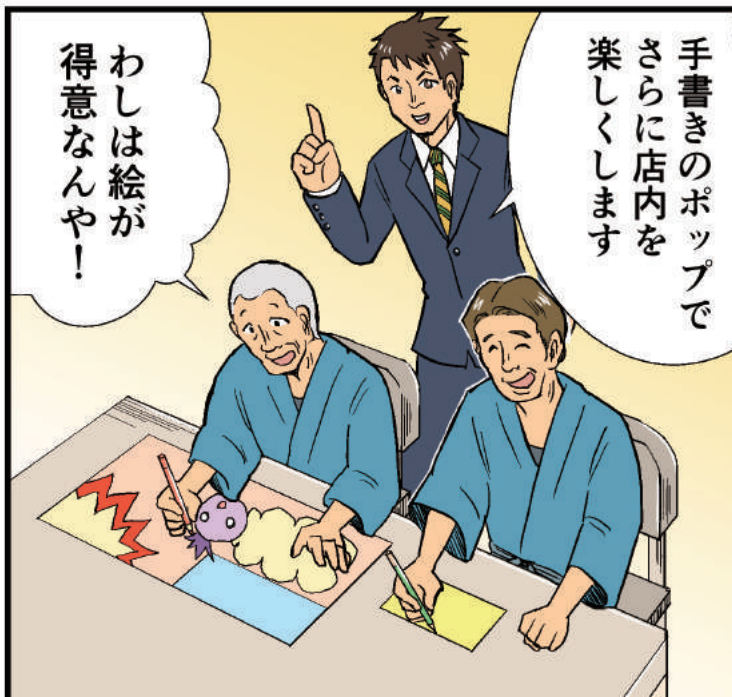
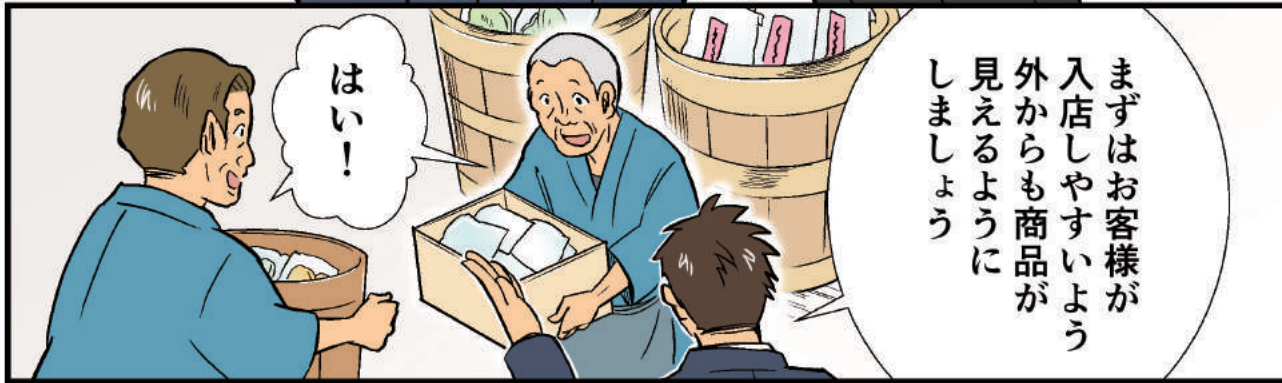
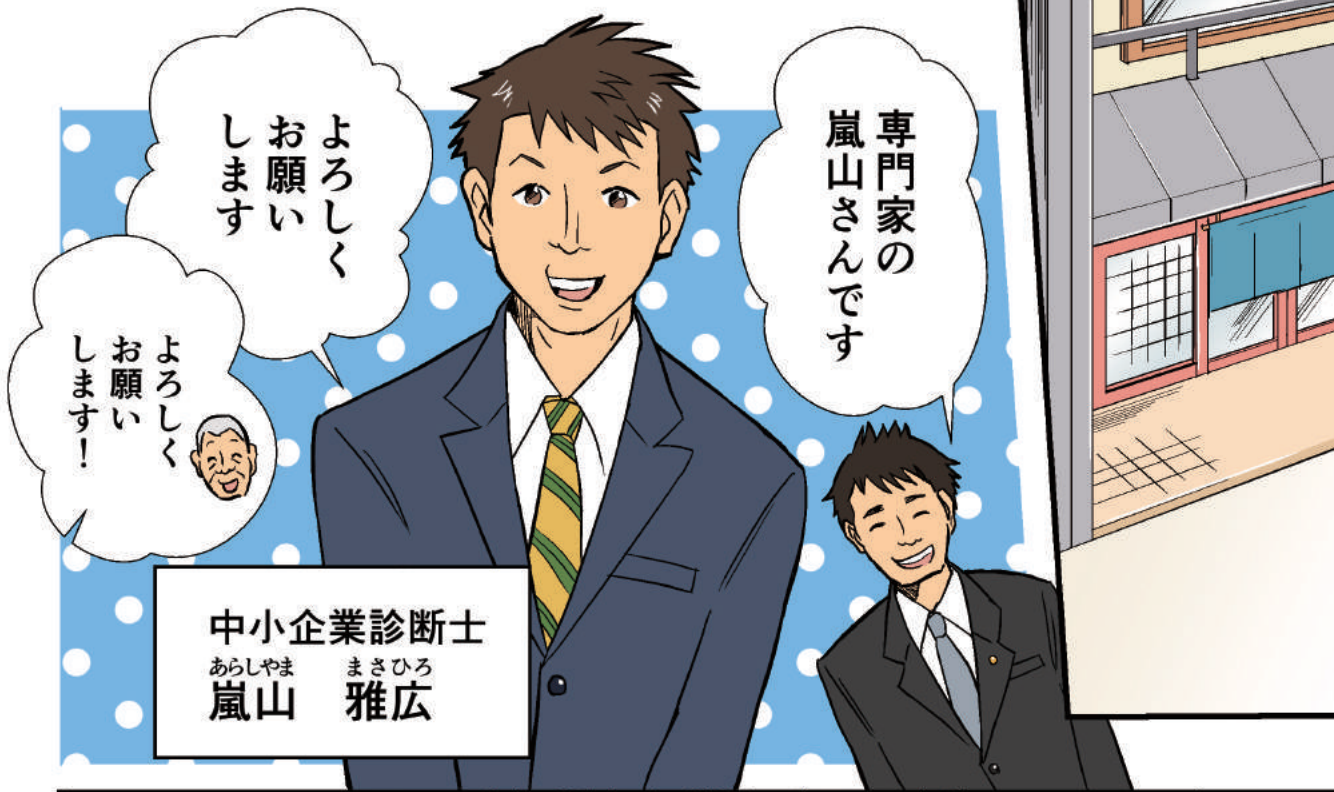
それでほんまに  
経営が改善  
されるんですか？

確かに...

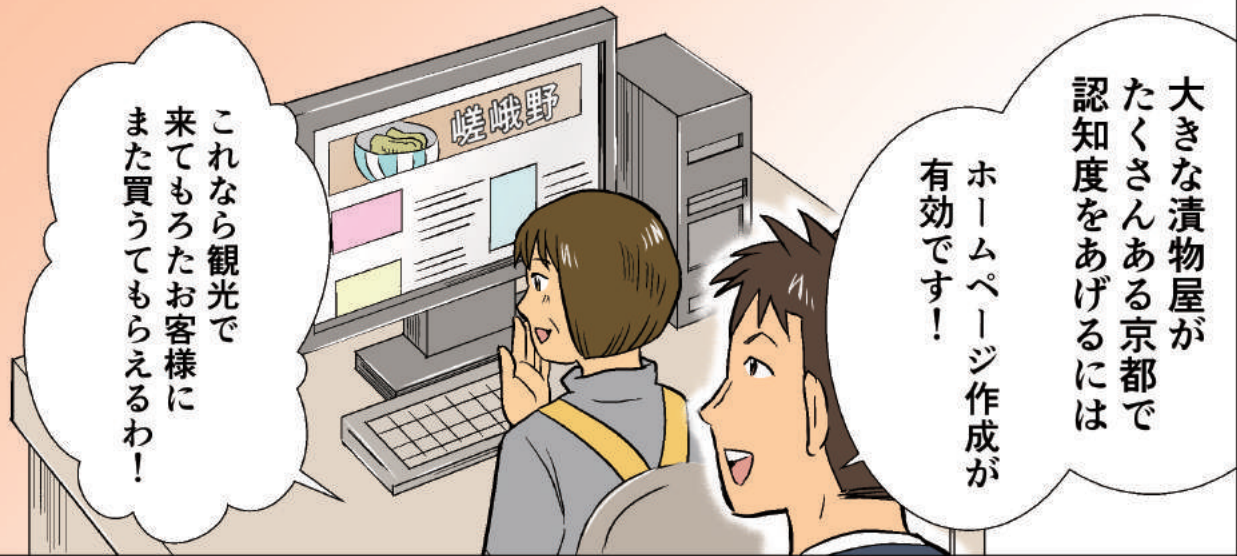
自動車整備業

助言  
具休





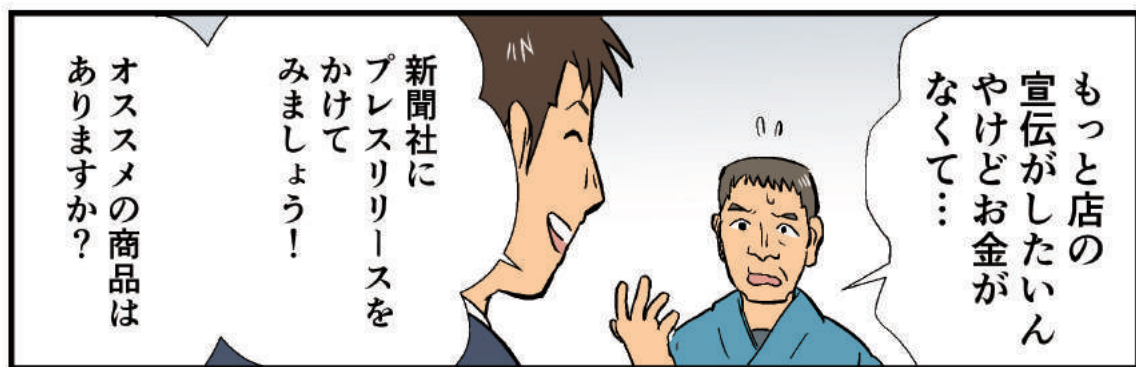




大きな漬物屋が  
たくさんある京都で  
認知度をあげるには

ホームページ作成が  
有効です！

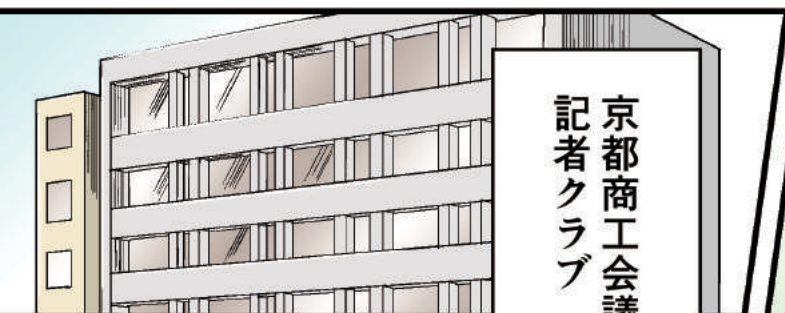
これなら観光で  
来てもらったお客様に  
また買うてもらえるわ！



もっと店の  
宣伝がしたいん  
やけどお金が  
なくて…

新聞社に  
プレスリリースを  
かけて  
みましょう！

オススメの商品は  
ありますか？



京都商工会議所  
記者クラブ



それなら是非この  
新商品を！  
自信作なんです！



えらい  
緊張  
したわあ

ほんまに  
載つとる  
やんか!

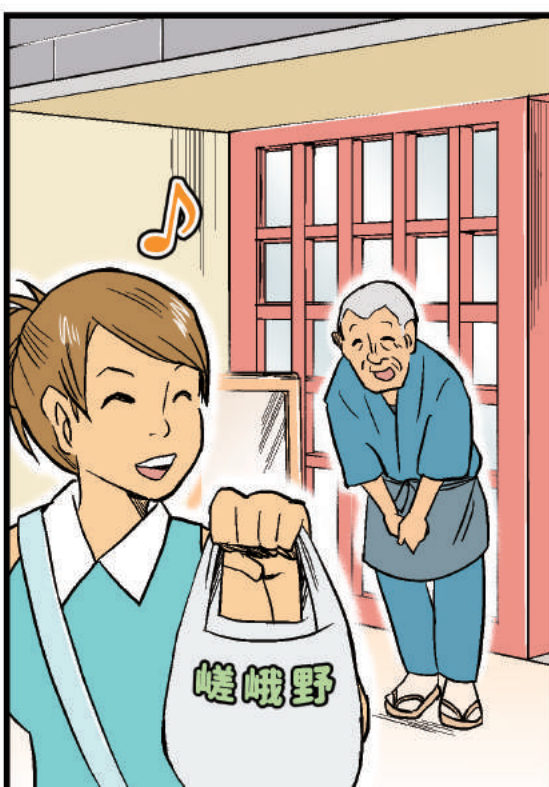


すごいなあ



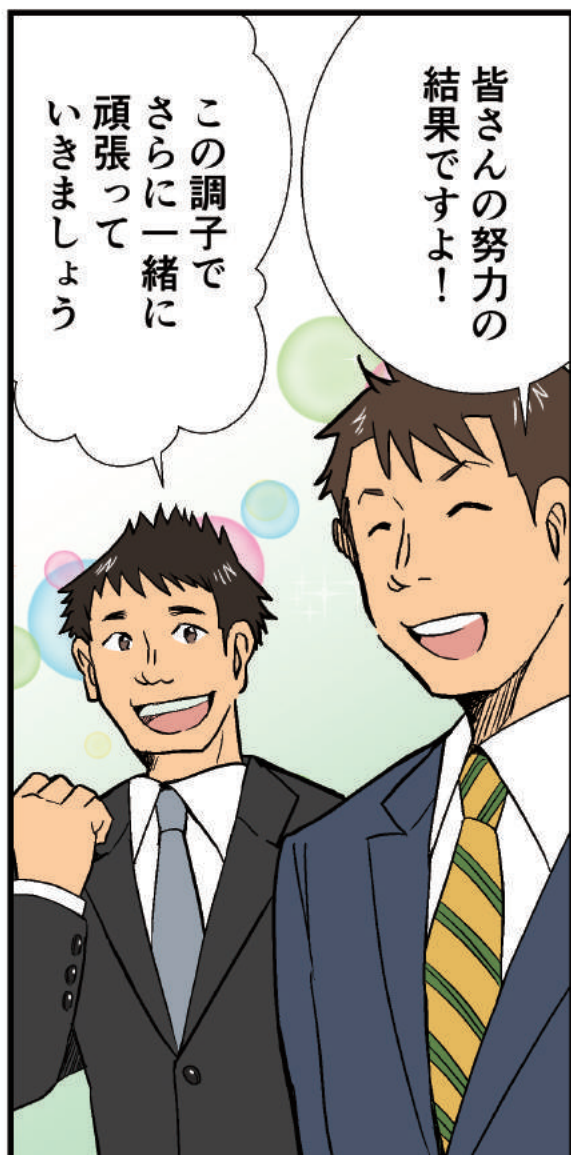
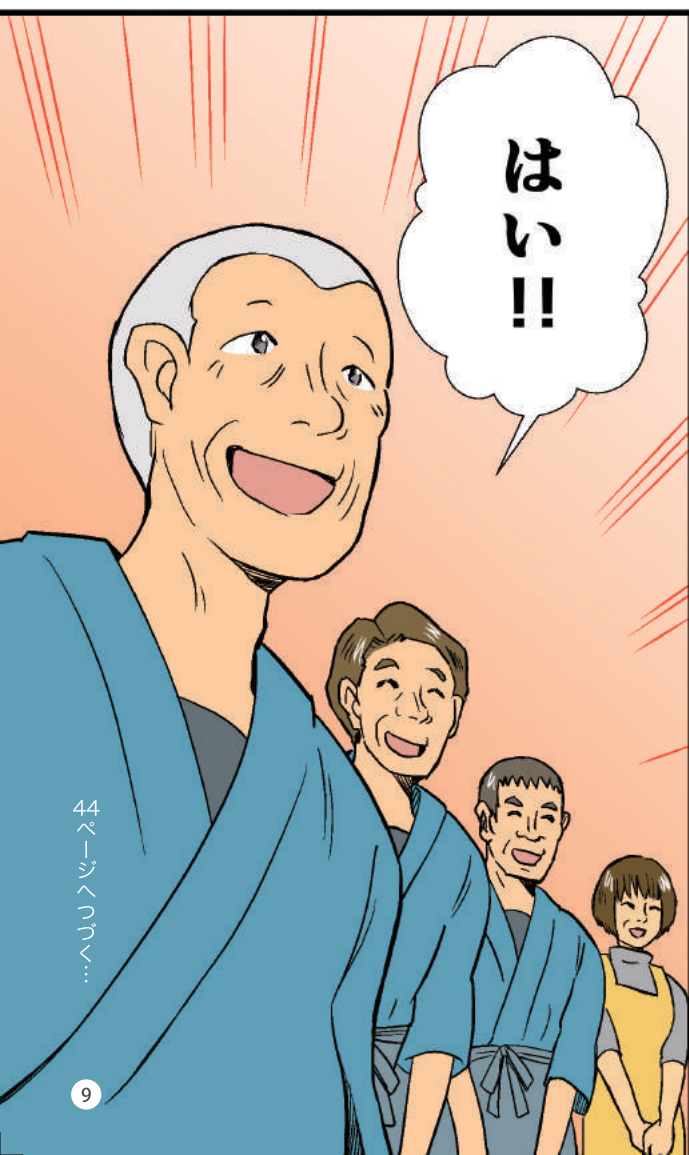
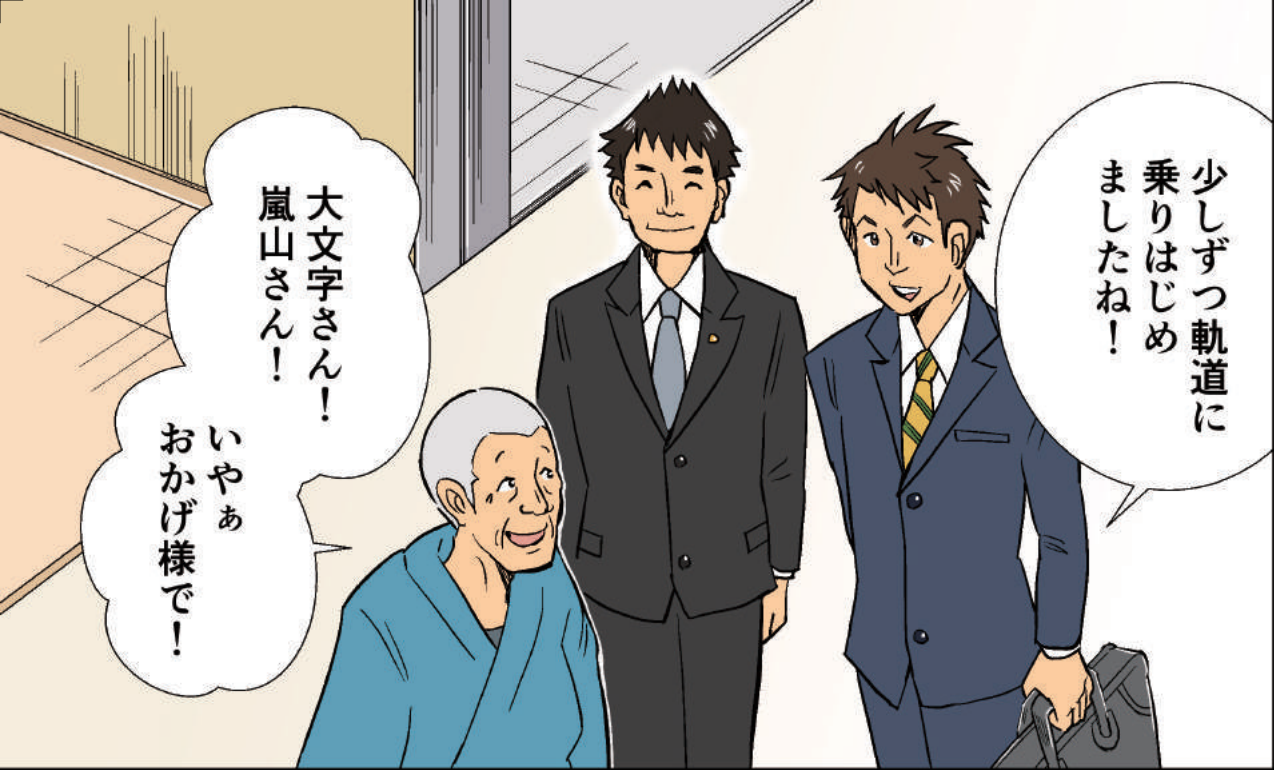
ほんまか?

親父!この間の  
新聞を見たテレビ局が  
うちの取材がしたいて  
言うてはるみたいや!




すみませーん!  
新聞に載つてた  
二条漬が  
食べたくて  
来たんですけど…

はい!おおきに  
ありがとうございます  
ございます



# 取組事例 目次

事例 8	染色整理業	26
事例 7	電気機械器具製造業	24
事例 6	菓子製造卸売・小売業	22
事例 5	建設業(木造建築工事業)	20
事例 4	菓子・パン製造小売業	18
事例 3	医薬品・化粧品小売業	16
事例 2	金属加工業	14
事例 1	自動車整備業	12



事例 16	事例 15	事例 14	事例 13	事例 12	事例 11	事例 10	事例 9
飲食業	飲食業	飲食業(創業支援)	療術業(創業支援)	飲食料品小売業	旅館業	食料品製造業	非鉄金属製造業
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
42	40	38	36	34	32	30	28



# 事例1

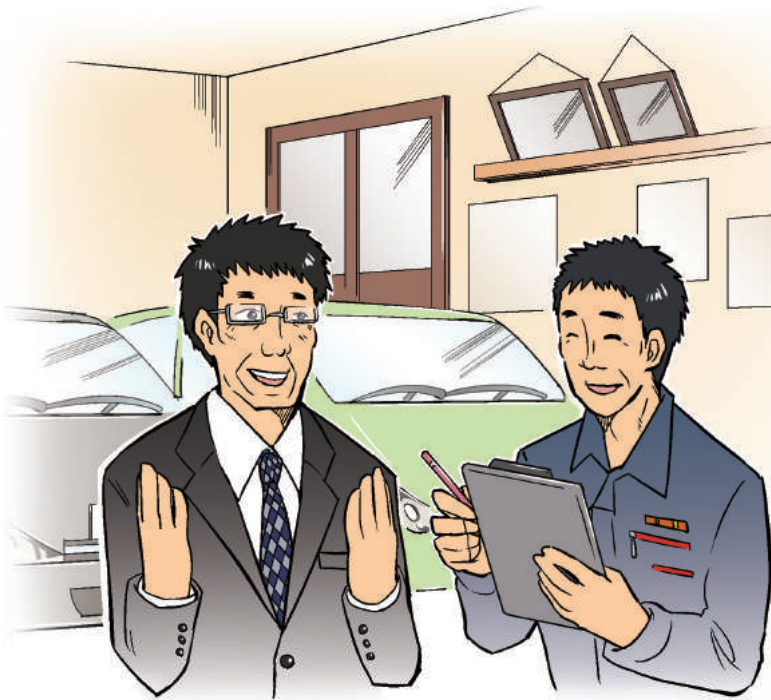
## 自動車整備業

### ご相談内容

当社は業歴も長くお客様より事業を承継しています。日頃からお客様の顔が見え、安心してご利用いただける整備工場を目指し、顧客カルの作成やファミリーイベントなどを実施しています。今後、更なる売上増加につなげるため、**販路開拓**や**販売促進**についての具体的なアドバイスが欲しいとの要望がありました。

### 企業概要

- 業種  
自動車整備業
- 年商  
1,000万円以上～5,000万円未満
- 従業員数  
5名未満
- 派遣専門家  
中小企業診断士



### 助言内容と 具体的な取組み

#### 助言内容

- ①現状の財務内容等をもとに今後伸ばすべき部門を提示し、収益向上が期待できる**マーケティング戦略**を助言。
- ②お客様に満足いただくための、きめの細かな独自のカーケアメニューや顧客囲い込みのための具体策について助言。
- ③フェイスブックなどのSNS<sup>※注</sup>の活用、ホームページ制作の必要性について助言。

#### 助言トピック

##### 売上増加について

車検・点検案内の見直し、事故への素早い対応（ワンコールシール）、適正な保険提案、車両買替え、独自のメンテナンスパック、リースなど可能なものから着手していくことを助言しました。

##### 販路開拓、販売促進について

フェイスブックなどのSNSを活用したホームページ制作、お客様からの問い合わせへの素早い返信メールなど、安心感につながる仕組みづくりを助言しました。

## 専門家からの ワンポイント アドバイス



自動車整備業界は新車ディーラーや中古車センター、同業他社との競争がますます厳しくなっています。お客様の選択肢が多様化しているなかで、顧客困り込みのための独自のサービスメニュー作りに加えて、**整備収益に還元できる新車・中古車販売、保険契約をいかに確保していくかということが収益向上のカギとなります。**

そのためには、日ごろからお客様とのコミュニケーションが不可欠であり、顧客視点に立った独自の安心・安全への取組みを知ってもらうための広報ツールも重要となってきます。

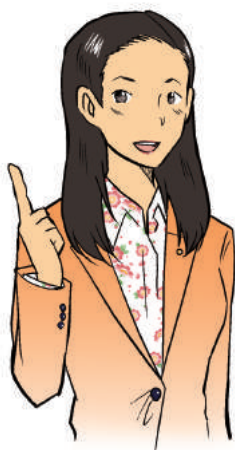
今回のバリューアップサポートで**事業内容を客観的に診断していただいたことで、将来について考える良い機会となりました。**もっと教えていただきたいことがあるので、引き続きアドバイスをお願いしたいと思います。

専門家による客観的な視点からの「企業診断」と、今後の「事業目標」の設定についてお手伝いさせていただきました。今後も、事業目標の達成へ向けて継続的なサポートをさせていただきます。

## ご利用 企業様の 感想



## 協会 担当者から ヒトコト



## 支援の成果・ 今後の見通し

バリューアップサポートによる助言を实  
行されたことにより、直近決算比で売上↑  
15%、経常利益↑33%、簡易キャッシュ  
フロー↑80%の達成が可能となりました。  
また、借入金返済後の生計支出可能額  
も149%と大きく改善しました。

※注 SNS (Social Networking Service)  
インターネットを通じて社会的なつながり(個人間の情報交換や会話など)を  
持つことができるサービス。フェイスブックやツイッターなどが有名です。

## 事例2

# 金属加工業

### ご相談内容

当社は金属部品の下請加工を行っています。最近は取引先からの発注を待っているだけでなく、新規取引先開拓のために営業活動を行っています。技術面においては良い評価をいただくものの、受注獲得までは至らないことが多く、**営業方法や販路開拓**、**当社の強みを活かした商品開発**についてアドバイスして欲しいとの要望がありました。

### 企業概要

- 業種  
金属加工業
- 年商  
1,000万円未満
- 従業員数  
5名未満
- 派遣専門家  
中小企業診断士



### 助言内容と

## 具体的な取組み

#### 助言内容

①営業でPRする際のポイントとして、自社の技術の強みをお客様目線から具体的に説明すること、加工の際に活用している独自の技術を説明すること、サンプル部品の実物や写真等を持参して営業することを助言。

②展示会へ出展することになり、展示ブースのレイアウトや表現方法、PRツール（チラシ）の記載内容を具体的に助言。また、出展の結果を踏まえて、今後のアクションプランの作成についても助言。

#### 助言トピック

### 顧客ニーズについて

お客様は技術そのものを求めているのではなく、技術で実現される機能を求めています。技術は顧客が求める価値を実現する手段であることを理解したうえで、どのような機能やメリットを求められているのかをニーズとして捉えるよう助言しました。

お客様との打合せの中で直ぐに具体的な話がなくても、継続的に提案をしていくことで信頼が得られることを助言しました。



## 専門家からの ワンポイント アドバイス

～展示会出展時の工夫について～

- ①ポスターは出来るだけ大きくして、数秒見ただけでわかるキャッチフレーズや表現内容にする。通路からでも一目で良く見えるようにする。
- ②ブース前を素通りしそうな人の目に付くよう、パソコン等で作業風景の動画を見せて興味を抱いてもらう。
- ③通路で簡単に話を済ませるのではなく、ブース内に入ってもらえるように相手を引き入れる。また、そのことがしやすいレイアウトにする。
- ④展示品をじっくり見なくても特徴が一目で簡単わかるよう、説明用のパネルを展示品の後ろに配置する。
- ⑤最初に名刺交換して、先方の名刺をもらい損ねないこと。そして、後日、速やかに連絡してフォローする。



専門家の先生には大変親切にご指導いただき感謝しています。**営業ツールとしてのパンフレット制作や展示会出展についてアドバイスいただき、とても参考になりました。**これから受注獲得のため有効に活用させていただきます。

高い技術力を有していながら、営業において自社のアピールがうまくできていないと感じておられる事業者様でした。そこで、新規取引先獲得のための「営業アプローチ」についてサポートさせていただくことを提案しました。

## ご利用 企業様の 感想



## 協会 担当者から ヒトコト



### 自社の強みの表現について

単に「〇〇の加工が得意」とか「〇〇に強い」などの技術だけの説明ではなく、①特に知ってもらいたいコア技術（技術の強み）、②それによって提供できる価値やメリット、③他社との違い、④当社の技術やノウハウが生まれた背景や経緯、などをセットにして説明することで、お客様に理解していただき易くなることを助言しました。

### 支援の成果・

### 今後の見通し

バリエーションアップサポートによる助言を実行されたことで、初めての展示会でしたが、多くのお客様が当社のブースに立ち寄りられるという成果が得られました。取引先候補となる方々の名刺も50枚ほど集まり、速やかにメールなどで御礼の連絡を行なったことで、具体的な商談も入っています。

また、今後のアクシオンプランについても策定し、①名刺交換先について毎月数社ずつ営業訪問すること、②引き続き展示会に積極的に出展すること、③さらに独自の技術力を高めることにチャレンジしていくこと、といった方針を定めました。

## 事例3

# 医薬品・化粧品小売業

### ご相談内容

当社は化粧品、サプリメントの販売とヘアケアサロンを運営しています。これまで新聞・雑誌広告を活用して店舗への集客を図ってきましたが、年々効果が減少してきています。お客様による情報収集の方法がインターネットに移り変わってきたこともあり、**ホームページの制作やブログ**をしています。思うような成果があがっていないのでアドバイスして欲しいとの要望がありました。

### 企業概要

- 業種  
医薬品・化粧品小売業
- 年商  
1,000万円以上～5,000万円未満
- 従業員数  
5名未満
- 派遣専門家  
中小企業診断士



### 助言内容と

### 具体的な取組み

#### 助言内容

ネット集客の強化に向けて、**お金をかけずにできる情報発信(ブログ強化)**と、**お金をかけた情報発信(フェイスブック広告)**の両方を活用することで自社のサービスの**認知度アップ**を図るよう助言。

ブログについては、お客様目線を意識した投稿内容にするように見直し、2週間に一度は定期的な発信をする。フェイスブック広告については、お得な新規利用者特典を大々的にPR(広告費用1万円)して、メインターゲットへ告知するよう助言。

### 支援の成果・

### 今後の見通し

バリューアップサポート実施前は、当社ホームページの月間アクセス数が1000件程度でしたが、実施後は月間アクセスが700件程度に増加しました。

フェイスブック広告についても、メインターゲットを中心に情報が広がり、**約8000人のお客様にリーチ(認知)して**いただくことに成功しました。お客様からの電話や問合せメールが増加しており、

## 専門家からの ワンポイント アドバイス

インターネット技術の進歩により、お金をかけずに情報発信することが容易になってきました。例えば、ブログやSNS（フェイスブック・ツイッター）がその代表格です。

しかし、ただ使えば成果につながるわけではありません。これらのツールを有効に活用するために重要なポイントは「ターゲット」を絞り込むことです。

ネットを活用した情報発信は全国を商圏にすることが可能な一方、競争が増えることを意味します。どこにでもある情報を発信していても埋もれてしまい、検索されることもありません。そのため、**ターゲットを絞り込み、そのターゲットが必要としている情報、困っていることは何か？をしっかりと分析したうえで投稿内容を検討する必要があります。**例えば、インターネット通販でお菓子を販売されている場合、「今日は朝から大忙し」といった日々の情報を発信するのではなく、「内祝いのお返しに購入していただきました！」「明日に迫った母の日のプレゼント。まだ間に合います！」といったお客様目線での情報発信が集客につながります。すでに取り組みされている方は自分目線の情報発信になってしまっていないか、一度見直されてみてはいかがでしょうか？



## 協会 担当者から ヒトコト



インターネットを活用した集客・販売促進について悩まれているとのことでしたので、IT関係に強い専門家をご案内しました。**バリューアップサポートでは派遣専門家によるホームページ制作や書類作成等の事務補助作業はお受けできません**ので、専門家の指導を受けながらご自身でできるように取り組んでいただいております。

専門家の先生がとても優しい方で、**インターネットやホームページの改良・更新について懇切丁寧に教えていただき感謝しています。**おかげさまで売上もアップしています。こういった取り組みはどんどん広がって、色々な企業さんに利用して欲しいと思います。

## ご利用 企業様の 感想



今後も安定した集客が期待できるようになりました。

## 事例4

# 菓子・パン製造小売業

### ご相談内容

当社は業歴20年ほどになるパン製造小売業者です。地元密着型のお店として自家製パンの販売をしています。常連のお客様も多数おられました。が、世帯当りの人数減や高齢化、コンビニエンスストアなどの出店により客数および客単価が下落しています。そこで、**新規顧客獲得および売上増加**についてアドバイスを欲しいとの要望がありました。

### 企業概要

- 業種  
菓子・パン製造小売業
- 年商  
1,000万円未満
- 従業員数  
5名未満
- 派遣専門家  
中小企業診断士



### 助言内容と

## 具体的な取組み

### 助言内容

当店は住宅街地域内で表通りに面していないこともあり、わかりづらい立地にありましたが、店主が生地から作るオリジナルパンの技術は非常に高く、価格や品質面でもスーパーマーケットやコンビニエンスストアに負けないものでした。

そこで、①店舗認知を向上させるために、店頭および店内掲示物の改善、②「当店のウリ」となる既存商品のリニューアル、新メニューの開発およびプロモーションを助言。

### 助言トピック

#### 店頭および店内の改善について

店頭については「のぼり」と「いちおし商品」をアピールするための黒板を設置。店内掲示物についても手書きで「ウリとなるコメント」を加えることを助言しました。

#### 既存商品のリニューアルおよび新商品開発について

「食べやすさ」「購入しやすさ」を考慮したサイズ・価格にリニューアルし、店頭の

### ①「店頭」について

「何のお店で、何を販売しているのか？」がわかるような店頭演出が必要となります。また、店頭顧客の通行速度（徒歩・自転車・自動車）に応じて「どこでお店を認知してもらう必要があるのか？」をお客様目線で確認し、「看板」や「のぼり」などの大きさ・配置・配色を決めることが大切です。

### ②店内掲示物について

POPは第二の従業員です。お客様に商品のことを説明してくれる重要な役割を担っています。「商品名と価格」だけでなく「**それは何か**」「**何がウリなのか**」「**それは何故か**」という視点の説明をつけ加えること**でお客様の興味を引くことにつながります。**

また、長期間営業していると「日常風景」となってしまうがちな劣化した店内掲示物についても、新しくしていくなどの工夫が必要となります。

### ③商品・メニュー改良開発について

改良については他社商品と自社商品を色々な側面から比較検討して、自社の強みを活かすことができる改良からはじめましょう。いま売れ行きが悪い商品であっても、工夫を加えることで人気商品になることもあります。市場や顧客ニーズは常に変化しています。お客様目線で市場を観察し、ヒントになるニーズやアイデアと自社の技術を活かして新商品やメニューを開発しましょう。十分な試作とお客様の反応調査を行ってから量産化することをおすすめします。

専門家からの  
ワンポイント  
アドバイス



協会  
担当者から  
ヒトコト



ここ数年、お客様が減ってきていて「売上回復のために何かしなければいけない」と考えていたところに、ちょうど保証協会さんからバリューアップサポートの案内をいただきました。**専門家の先生に色々アイデアを出していただき、お金をかけなくても集客することが可能だということを実感しました。**

店舗プロモーションや商品の見せ方は、客観的な目線からのアドバイスがとても参考になります。バリューアップサポートを受けられて、採用できそうなことがあれば積極的に取り入れていきたいと思えます。

ご利用  
企業様の  
感想



支援の成果・  
今後の見通し

黒板で写真入りの「いちおし商品」として掲示するよう助言しました。また、店主の製パン技術を活かして、健康に配慮した原材料を用いた新商品や、若い女性客を意識した新商品を開発して販売することを助言しました。

バリューアップサポートによる助言を実行されたことにより、客数・客単価ともに増加して売上アップとなりました。店前道路からの店舗認知度が改善されたことにより、新規のお客様が増えました。また、商品サイズ・価格の見直しにより、まとめ買いされる顧客も増え、結果として売れ残り商品の減少にもつながりました。

# 事例5

## 建設業（木造建築工事業）

### ご相談内容

当社は業歴40年ほどになる地域密着型の工務店です。生涯で最も大きな買物である「家」を建てるのに、全く知らない業者に発注する人は皆無です。まずは、当社ならではの「こだわりの家づくり」やリフォームをアピールすることで、ゆくゆくは受注につなげたいと考えています。そこで、**新規顧客獲得**のため効果的な内容のチラシを制作したいのでアドバイスを欲しいとの要望がありました。

### 企業概要

- 業種  
建設業（木造建築工事業）
- 年商  
1,000万円以上～5,000万円未満
- 従業員数  
5名未満
- 派遣専門家  
中小企業診断士



### 助言内容と 具体的な取組み

#### 助言内容

建築・リフォームという商品の性質上、チラシだけでの成約は不可能でしょう。実際の受注に結び付けるためには、お客様に安心感と信頼感を持っていただく必要があります。そのためには、お客様との間で複数回におよぶコンタクトが求められることから、『チラシ↓HP閲覧↓匿名でのやり取り↓正式見積』という流れでやり取りを行う仕組みを構築することを提案し、第一ステップとなるチラシの具体的な内容について助言。

#### 助言テクニック

#### チラシのポイント

「地元で40年の実績！」「当社だからできるワンランク上の家に住んでみませんか？」など、**当社の強みをアピールできるキャッチフレーズ**にすることを提案しました。

また、社長のキャラクターや施工イメージを効果的に表現できるように漫画（イラスト）を活用したチラシに仕上げることを助言しました。

## 専門家からの ワンポイント アドバイス



住宅のような「一生に一度」の高額な買い物の場合、お客様が事業者へ求めるハードルは高くなります。信頼感や安心感を持ってもらうためには、いかに「なじみ」になるかがポイントとなります。そのための方策として、まずは同じイメージのチラシを頻繁に配布するなどして、お客様の記憶にとどめてもらうことが契機となります。

しかし、チラシなどが気になっても、いきなり知らない相手に自らの素性を明かすことに抵抗のある人が大多数でしょう。そこで、匿名でも可能なやり取りを2～3回繰り返すことで、**十分「知っている会社」という認識を持っていただいたうえで、お客様側から名乗ってもらう仕組みを作ることが有効となります。**そうすることで、その後の成約に向けた営業に心を開いて傾聴してもらえるようになるでしょう。

建設業関係における広告宣伝・販売促進についてお悩みの事業者様も多いと思います。本件事例のように、自社の強みとターゲットとするお客様を明確にして、情報発信していくことが大切です。

長年商売を続けていますが、専門家を派遣を受けてみて、今まで気づいていなかったことや知らなかったことを多く教えていただきました。色々な知識が増えて良かったと思います。

## 協会 担当者から ヒトコト



## ご利用 企業様の 感想



### お客様との接触頻度向上について

ホームページからお役立ち情報のダウンロードや簡易見積りを匿名で行えるようにして、まずは当社の信頼を得てから、お客様の方から名乗られる仕組みとされることを助言しました。

### 支援の成果・ 今後の見通し

バリエーションアップサポートによる助言をもとに制作したチラシを近隣地域に配布したところ、**当社ホームページの閲覧件数が増加しました。**今後、リフォームに関して同じイメージでのチラシを新作することにし、社長のキャラクターとともに周知を目指す方針です。業界の住宅フェアなどでも配布することで、具体的な需要を持つ層にアピールすることも計画しており、ホームページ閲覧からお役立ち情報のダウンロードや簡易見積りの請求などのやり取りに結び付くものと期待しています。

# 事例6

## 菓子製造卸売・小売業

### ご相談内容

当社は和菓子製造業者として、卸会社を通じて全国の小売店やスーパーなどへ商品を提供しているとともに、店頭でも商品を販売しています。年末などはフル稼働に近い受注がありますが、オフの時期は受注が少なく、結果的に通年でみると売上高が少ない状況となっています。**売上増加ならびに卸売から小売への販路開拓についてのアドバイスを欲しいとの要望がありました。**

### 企業概要

●業種

菓子製造卸売・小売業

●年商

1,000万円以上～5,000万円未満

●従業員数

5名未満

●派遣専門家

中小企業診断士



### 助言内容と 具体的な取組み

#### 助言内容

①京都の由緒ある和菓子という強みを活かし、旅館などと連携して観光客へ販売する仕組みづくりを提案。

②小ロット、オリジナルデザイン、OEM【※注】対応力といった強みを活かして、お客様のオリジナル商品やノベルティ商品として新たな需要を開拓することを提案。

③PRに関して、ホームページやSNSなどのITツール、パンフレットやチラシなどの紙媒体がないので、新たに活用することを提案。

④損益面では、月次で損益を確認するよう助言。

#### 助言トピック

#### 販路開拓について

手作りやこだわりのある特徴的な商品が売られている「手作り市」などの催事に参加し、こだわり商品が好きな市民や観光客が多い場所で販売することを提案しました。売上は少ないかもしれませんが、口コミで広がるなどPRにつながる機会になります。また、自社のホームページがなくて



## 専門家からの ワンポイント アドバイス



### ①「由緒ある商品」の展開について

「由緒ある商品」の用途開拓では、従来用途と異なる新しい用途を提案すると、時々受け入れていただけないことがあります。例えば、食品ならば、お客様に美味しいと喜んでいただくのが本質であると思います。従来用途はもちろん大切にしたいうえで、新しい用途の市場に思い切ってチャレンジすることも大切です。

### ②新規顧客開拓について

従来取引のない先に対して、数回営業を行ったけれども良い話が得られなければ、営業活動をあきらめてしまう方もおられるでしょう。**顧客の求めるニーズは、タイミングによって変化しますので、傾合いを見ながらもあきらめずに何度も営業することが重要です。**

バリューアップサポートを受けて、とても勉強になりました。ありがとうございました。今後、新たな販路開拓のために異業種との連携が図れるような支援があればお願いしたいです。

当協会もノベルティとして当社の商品を採用させていただきます。お配りしたお客様にも好評です。ビジネスマッチングについても、関係機関などと連携して事業者様のサポートをしていきたいと考えています。

## ご利用 企業様の 感想



## 協会 担当者から ヒトコト



※注 OEM(Original Equipment Manufacturing)  
委託を受けた相手先のブランドの製品や部品を作ること。

バリューアップサポートによる助言をもとに新たな販路開拓策として、お客様の事業所などのロゴマークを焼印したノベルティ向け商品の営業提案を始められ、新規受注を獲得されました。また、フェイスブックを活用した商品PRも開始されました。また、損益管理面では会計管理システムを用いてコストも含めて入力することで、月次の損益状況が確認できるようになり、社長様自身がより一層積極的に動かれるようになりました。

## 支援の成果・ 今後の見通し

売上（納品）と仕入（支払）については、会計管理システムに入力されていましたが、販売費および一般管理費（販管費）については、年末の確定申告時まで管理されていませんでした。そこで、同管理システムの支払データに販管費科目を割り当て、毎月の費用を入力してもらい、**月次で損益を見ることを助言しました。**

## 損益面の意識向上について

も、フェイスブックなどでPRすることは十分に可能ですので、有効活用されることを助言しました。

# 事例7

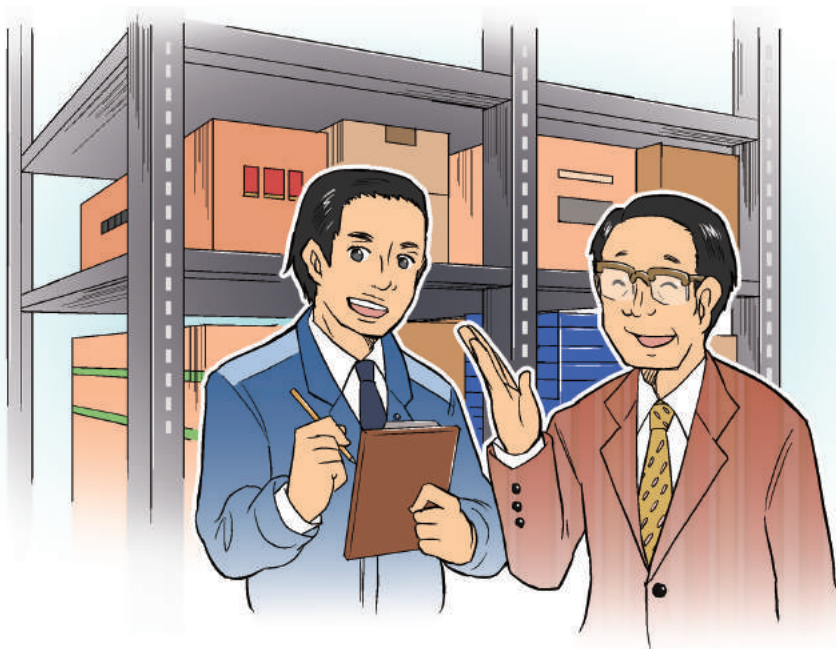
## 電気機械器具製造業

### ご相談内容

当社は業歴50年ほどになる電気機械器具製造業者です。当社で開発を手掛けた製品の販売動向が順調に推移しており、主力製品に成長しつつあることから、更に原価を低減し、利益の拡大を図りたいと考えています。製造原価には、社内組立作業費もありますが、同製品の構成部品の大半が外注依存となっております。まずは外注品の原価低減に取り組みたいのでアドバイスしてほしいとの要望がありました。

### 企業概要

- 業種  
電気機械器具製造業
- 年商  
10,000万円以上
- 従業員数  
5名以上～30名未満
- 派遣専門家  
中小企業診断士



### 助言内容と 具体的な取組み

#### 助言内容

外注部品の原価低減の手法として当社に適用できるのは、①価格比較、②発注方法の改善、③市販品活用、④発注ロット数量の増加、⑤価値分析VAの実施などがあります。そのうち①～④については実施済みでした。当社は自社で部品の機能を決めて発注していますので、各種方法のうち、⑤「価値分析VA」〔※注〕が有効であり、VA手法の実施を具体的に助言。

#### 助言トピック

##### 外注部品リスト、設計図面の準備

設計図面は整備されていましたが、外注部品については個別データがあるもの、まとまったリストが無かったため、外注部品リストを作成するよう助言しました。

##### 実際のVA支援について

対象部品を実際に見て、その部品に求められている機能に相応しい加工方法になっているかの検討をしました。ポイントは、現製品の機能を維持することを前提に、無

## 専門家からの ワンポイント アドバイス



外注部品の原価低減の方策には、種々の方法があります。しかし、価格交渉などで成果を得ることが難しく、少量多種生産では量の低減効果も見込めません。有効な手法として、VA(価値分析)がありますので、事例で紹介した検討のポイントを活用して進められると良いでしょう。

外注部品の原価管理のなかで、最も重要なのが価格決定です。手順として、まずは、見積書を依頼して取得します。次いで、見積書を査定・分析することになりますが、事前に自社の見積査定値を決めておく必要があります。

この査定値の算出基準として、①**査定基準方式(社内にて技術的に加工時間を見積る)**、②**実績主義(過去の発注実績価格等の把握)**、③**簡便法(財務指標を使用して平均的な目標値を算出)**があります。

管理人員が少ない中小企業では、データが不足している場合が多いため、③の方式が迅速に目標査定値を算出できるでしょう。方法の概略を示すと、売価が決まっているので、売価から必要固定費・利益を控除し、外注品の目標査定値を決めます。平均的な目標査定値ですが、見積価格についての見積査定ができ、交渉力にもよりますが比較的的確な価格設定が可能となります。

## 協会 担当者から ヒトコト



バリューアップサポートについては以前より継続して受けています。当社にとって、とても有益なアドバイスをいただいています。これからもよろしくをお願いします。

製造業における生産管理に特化した専門家派遣も実施しています。専門的な知識をフルに活用して、きめ細やかな指導をしていただいておりますので、お悩みの事業者様はぜひご相談ください。

## ご利用 企業様の 感想



## 支援の成果・ 今後の見通し

バリューアップサポートにより助言させていただいた事項について、従業員1名を専任担当として検討を進めました。今回、原価低減の効果が高い板金・機械加工部品に限定して検討したところ、原価低減に関する案件抽出点数は、外注部品総点数の約5割となりました。今後、設計担当者との詰めの検討会を行っていただき、原価低減につなげていかれることを期待しています。

くせないか、減らせないか、変えられないか、統合できないか、他の工法はないのかなどを中心に検討されることを助言しました。

※注 VA(Value Analysis)  
購買品を機能と価格の面から調査分析し、コストダウンや新製品開発に役立てようというもの。

# 事例 8

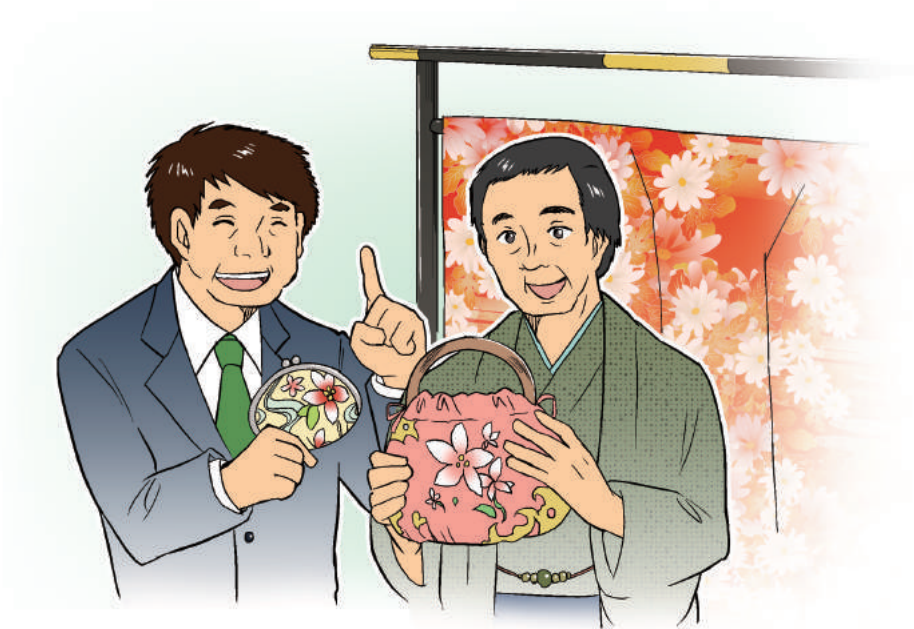
## 染色整理業

### ご相談内容

当社は手加工染色整理業を営んでおり、伝統工芸士「※注」として高い技術を有しています。以前は着物、掛軸、ふくさなどを卸問屋や小売店を通して販売していましたが、現在は個展を開き、お客様から「こんなものが欲しい」といった直接注文を受けており、既存顧客のなかには高名な方もおられます。業界内だけでは販路が限られていることから、収益を上げるために「異業種連携の可能性や、新たな一般消費者への販路開拓方法について」アドバイスを欲しいとの要望がありました。

### 企業概要

- 業種  
染色整理業
- 年商  
1,000万円未満
- 従業員数  
5名未満
- 派遣専門家  
中小企業診断士



### 助言内容と

### 具体的な取組み

#### 助言内容

異業種連携の可能性については、創業300年、伝統技術を生かした現代感覚の雑貨の製造・小売業者（A社）の情報を提供。一般消費者の開拓方法については、既存顧客と共通点を有する人を探すのがセオリーであることから『主要顧客分析シート』を活用して、当社を支持してくれているお客様の属性を分析・整理されることを助言。

### 支援の成果・

### 今後の見通し

バリエーションアップサポート実施後、A社へ連絡されてデザイナーと連携して創作活動に取り組んでいます。また、『主要顧客分析シート』を活用して、新たな見込客や既存のお客様が当社を支持してくれている理由の発見などがありました。今後の課題は技能の承継です。

## 専門家からの ワンポイント アドバイス



連携先を見つける方法として最も多いのは、既存顧客や知人からの紹介です。中小企業支援機関などが行っている異業種交流会への参加も効果があるでしょう。大切なことは「こんな客層の、こんなニーズに応えたい」、「当社はこんなことができる」、「当社と連携先双方にとって、こんなメリットがある」といったことを、日ごろから発信し続けることです。

新規開拓のセオリーは、事業者であれ一般消費者であれ、まずは自社を高く評価してくれている主要顧客を足掛かりに**同業種、同じ製造プロセスを有している企業、同じ趣味を有している人、同じサービスを利用している企業や人などにアプローチすることです**。主要顧客の属性の分析、整理から始めると良いでしょう。

また、既存顧客のなかに高名な方などがおられれば、自社の信用や商品の品質の高さを裏付ける広告塔になっていただくと良いでしょう。そのためには、手書きの四季折々の便りを届けるなどして、絆を深めておくことが肝要です。

## 協会 担当者から ヒトコト

京都の伝統産業においては、販路開拓が大きな課題になっています。異業種交流やビジネスマッチングの場は、インターネットや展示会・商談会など多岐にわたります。当協会も色々なアイデアをもとに、事業者様と共にチャレンジしていきたいと考えております。



## ご利用 企業様の 感想



同業他社の取組事例や新聞記事などの情報提供をしていただき、とても参考になりました。ありがとうございました。

※注 伝統工芸士

経済産業大臣指定の伝統的工芸品の製造に従事されている技術者のなかから、高度の技術・技法を保持する方について、一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会が「伝統工芸士」として認定している。

# 事例9

## 非鉄金属製造業

### ご相談内容

当社は非鉄金属製錬業を営んでいます。主な製造工程においては、技能水準が高く経験が必要となります。そのため、人員の入替えが生じた場合の教育に課題を抱えています。現場は職人気質が強く、「見て覚える」という感覚があるため養成に時間がかかります。そこで、**従業員教育**についてアドバイスを欲しいとの要望がありました。

### 企業概要

- 業種  
非鉄金属製造業
- 年商  
100,000万円以上
- 従業員数  
30名以上～50名未満
- 派遣専門家  
中小企業診断士



### 助言内容と

### 具体的な取組み

#### 助言内容

教育の基本となる現状のマニュアルについては、安全が中心となっています。教育の体系化には、安全に加えて、作業のコツ、品質を確保するためのポイントとなるべき「仕事のやり方・しかた」の面を強化したマニュアルの作成が必要となることを助言。

#### 助言トピック

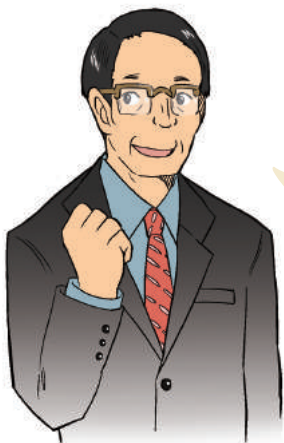
#### マニュアルの作成について

作業の立会いとヒアリングを行い、「カン・コツ」、「仕事の良否判断基準」を具体的に抽出し、マニュアル化する作業について助言しました。

#### マニュアルの作成担当者について

当初は経営者・幹部主導が良いと思いますが、実際に製造の仕事を担当し、「カン・コツ」を熟知している実務者（リーダー層）が作成および改訂に携わることが望ましいでしょう。

## 専門家からの ワンポイント アドバイス



### ～人材育成と作業マニュアルについて～

企業においては、新たな目標（製造業での新業務の取込みなど）に果敢に取り組み、達成できる人材こそが最大の経営資源となります。しかし、これに対応できる人材は、一部に集中する傾向にあり、かつ現状の業務をこなすことも求められています。

タイムリーに新事業を検討する人材が不足しているため、迅速に教育・育成することが必要となりますが、そのためには体系的な取組みが必要となります。

まずは、「仕事のやり方・しかた」を中心としたマニュアルの整備により、**ノウハウの見える化を行うことで、教育が体系的かつ迅速に行え、新人の早期一人前化、ローテーションの円滑な実施につながります。**このことにより、新事業にタイムリーにベテラン人材を充てることが可能となるでしょう。

加えて、このマニュアルに、該当業務を行うにあたり、必要な知識要件（何を知っておくべきなのか）、必要な業務能力要件（何ができることが必要なのか）を記載することで、より体系的なものとなります。この状況になると、計画的な人材育成計画（例えば、目指す人材の姿を決め、マニュアルを活用して育成計画を作成する）を立案でき、企業の長期的な発展に寄与できるものとなるでしょう。

地元優良企業であり経営基盤は安定している事業者様ですが、現状に慢心することなく、経営改善に取り組まれている姿勢は素晴らしいと感じています。

## 協会 担当者から ヒトコト



創業から約 50 年になりますが、これまで生産性向上へ向けての具体的な取組みができていませんでした。専門家の先生には製造手順書の作成に協力していただきました。大変わかりやすく、早速使用させていただいております。バリューアップサポートを受けてみて、**改めて第三者の意見を聞く大切さに気付き、今後の経営について考える契機となりました。**

## ご利用 企業様の 感想



## 支援の成果・ 今後の見通し

バリューアップサポートによる助言をもとに、作業の「カン」や「コツ」を反映した主要工程の作業マニュアル『仕事のやり方・しかた』を作成しました。このマニュアルを活用することで、従業員のローテーションおよび新規採用時に、迅速に、体系的に教育することが可能となりました。

# 事例10

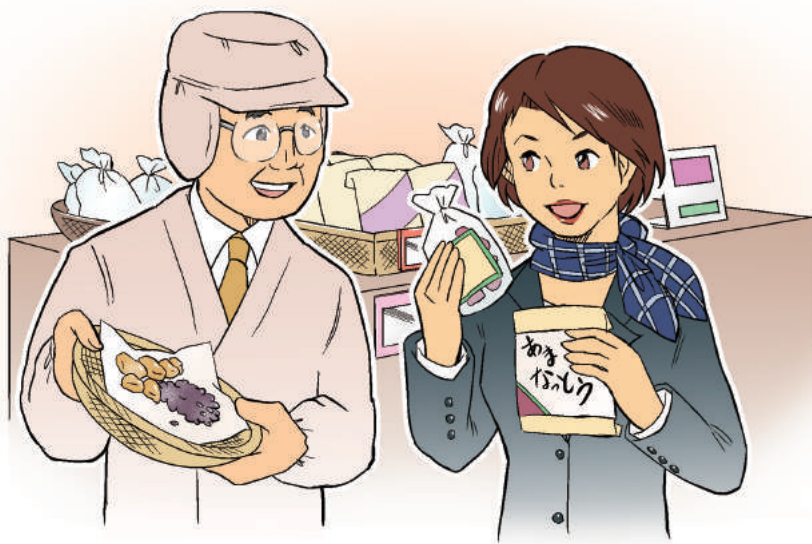
## 食料品製造業

### ご相談内容

当社は特産の農産品を使った商品などを製造しています。商品の品質や味には自信がありますが、バイヤーや一般消費者に対して商品の魅力を十分に伝えられていないと感じています。数多くの競合品が存在しているなかで、売上に苦戦していることから、**商品をPRする時、何をどのようにすれば商品の良さが伝わり、売上ににつながるのか**アドバイスして欲しいとの要望がありました。

### 企業概要

- 業種  
食料品製造業
- 年商  
5,000万円以上～10,000万円未満
- 従業員数  
5名以上～30名未満
- 派遣専門家  
中小企業診断士



### 助言内容と

### 具体的な取組み

#### 助言内容

商品の魅力を伝えるには、直観で良さを感じさせるとともに、理性で納得してもらうことが必要となります。そのためには、視覚効果を使って魅力を目に見える形で伝えるとともに、良さをわかりやすく伝えるキヤッチコピーを作成して、効果的にお客様に見せることが大切です。

そこで、基本となるPRシナリオを作成すること、当社や商品を端的に表現するキヤッチコピーの策定、販促物の作成、売り場での掲示プランの立案などについて具体的に助言。

#### 助言トピック

#### キヤッチコピーについて

主力商品については、当社の独自製法により他社の類似品にはない「やわらかさ」を実現しています。そこで、「世界一やわらかい○○○」といった、情報を整理して端的に表現したキヤッチコピーを付けることを助言しました。



## 専門家からの ワンポイント アドバイス

「品質の高い商品」なのに売上が伸び悩んでいるという場合、原因の一つとして商品の良さがお客様に十分に伝えられていないということが考えられます。「POPに特徴を書く」、「他商品との違いを明確にする」、「自社商品の中で一番人気であることを明示する」といった工夫が売上アップにつながります。また、漫画のような一目で内容が伝えられるツールを活用することで、多くのお客様の関心を引くことができるでしょう。



品質の高い商品を製造されていましたが、販売アプローチ（販路開拓・販売促進）に悩んでおられる事業者様でした。事業者・専門家・協会職員が共にアイデアを出し合って課題解決に取り組みました。

専門家の先生のアドバイスを参考にさせていただいたことで、当社の認知度向上につながりました。おかげさまで、道の駅では食品部門において、売上トップとなりました。売り場もレジ前に移動し、棚割りの面積が広がったので、今後のさらなる売上アップが期待できます。

## 協会 担当者から ヒトコト



## ご利用 企業様の 感想



### 主力商品の誕生秘話漫画について

商品の誕生秘話を一目でわかるように漫画を作成して、売り場などに掲示することを助言しました。

### 売り場POPについて

それぞれの商品の特徴を端的に表現したキャッチコピーを、イラストとともに記したPOPを売り場に設置することを助言しました。

### 支援の成果・ 今後の見通し

バリエーションアップサポートによる助言をもとに制作したキャッチコピーやPOPを売り場等に設置したことで、売上が2割程度増える結果になりました。商品ラインナップに似たような商品が多いことから、売り場で立ち止まっても、どれを選んでいいか迷ってしまい買わずに立ち去っていたお客様が、自分好みの商品を見つけやすくなったことが理由の一つとして挙げられます。また、誕生秘話漫画についても人目を引き、立ち止まって読まれるお客様も増えました。

# 事例11

## 旅館業

### ご相談内容

当社は歴史ある老舗旅館です。建物・設備の老朽化も目立ちはじめ、売上が減少しています。経費節減にも取り組んでいますが、**売上回復のための有効な手立てについてアドバイスして欲しいとの要望がありました。**

### 企業概要

●業種  
旅館業

●年商  
5,000万円以上～10,000万円未満

●従業員数  
5名以上～30名未満

●派遣専門家  
中小企業診断士



### 助言内容と 具体的な取組み

#### 助言内容

当社は地域で代表的な老舗旅館です。マスコミから取り上げられることもあり、建物の古さを弱みとしてとらえるのではなく、旅館の歴史として強みにすることを提案。

ビジネスマンを対象とする地域の安く泊まれて便利なビジネスホテルを競合とするのではなく、伝統的・日本旅館に滞在し日本の歴史に触れることを楽しみとする日本人や、外国人の観光客を意識した日本旅館を目指すことを提案。

#### 助言ピックアップ

#### お客様アンケートの実施について

お客様アンケートを実施して、サービス面での不満や改善にコストのからない不満事項についてはすぐに対応し、設備投資等が必要なものは事前に説明するといった対応を助言しました。

## 専門家からの ワンポイント アドバイス



### ①自社の「強み」を意識して、「強み」を活かす経営改革を実施することが大切です。

宿泊業の場合は立地と利用目的により大きく性格が異なります。都会のビジネスホテルは安くて便利できれいであることが強みですが、観光地の旅館は日本文化に親しみ旅館での滞在を楽しむことが目的であり、フレンドリーな接客に加えて、旅館の歴史なども強みとして宣伝することが可能でしょう。

### ②お客様目線でのサービス向上を継続的に実施することが大切です。

旅館は「部屋」・「料理」・「風呂」・「接客」の品質向上が、リピーターやSNSなどの口コミによる新規顧客増加につながります。そのためには、実際に宿泊されているお客様の満足度向上がポイントとなります。お客様アンケートを分析して社内全体で情報共有し、継続的にサービスレベルの向上を図ることが必要でしょう。

当社の希望で2度目のバリューアップサポートを受けさせていただきました。専門家の先生からは、わかりやすい言葉で具体的にアドバイスをしていただき、大変感謝しております。**できることから改善を進めてきた結果、お客様も増えてきており、明るい兆しがみえてきました。**

専門家派遣を契機として経営改善に前向きな気持ちになっていただいたことが一番良かったと思います。引き続き、改善に取り組んでいきたいとの言葉をいただいております。業績がさらに向上となるよう期待しています。

## ご利用 企業様の 感想



## 協会 担当者から ヒトコト



## 旅館の歴史を文人や 調度品を通じて宣伝する

歴史に根付いた旅館であることを知ってもらうために、多くの有名文人の宿泊歴や調度品をホームページで紹介するほか、旅館内でもわかりやすく案内することで老舗旅館としての特長を宣伝することを助言しました。

## 支援の成果・ 今後の見通し

バリューアップサポートによる助言を実行されたことにより、顧客満足度の向上が図れました。平日は外国人観光客、休日は日本人観光客の利用が増えて稼働率がアップし、売上が約1.5倍に増加しました。お客様アンケートについては、継続的なサービス向上ツールとして活用されています。今後もサービス向上に取り組まれることで、リピーターや外国人のSNSを通じた口コミによる利用者の増加が期待されます。

# 事例12

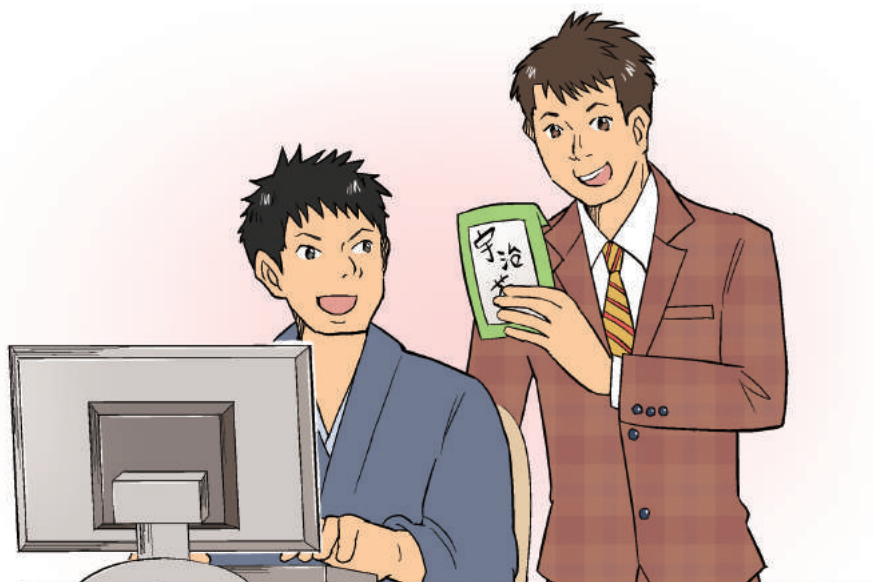
## 飲食料品小売業

### ご相談内容

当社は特産品である宇治茶を取り扱っています。これまで、地域の既存顧客や口コミを中心に販売してきましたが、お店で買うのではなく必要な時に気軽にネットで買うといった世の中の変化を受けて、店頭での売上が減少しています。新規顧客開拓のため、ネットショップを立ち上げましたが、思うような成果につながっていません。ネットショップでの売上アップ方法についてアドバイスして欲しいとの要望がありました。

### 企業概要

- 業種  
飲食料品小売業
- 年商  
10,000万円以上
- 従業員数  
5名未満
- 派遣専門家  
中小企業診断士



### 助言内容と

### 具体的な取組み

#### 助言内容

現在のネットショップは専門知識がないとアクセスアップ対策やデザインの変更が難しいものとなっています。そのため、当社のホームページ経由でネットショップに誘導することで**集客を強化**するよう提案。

当社ホームページは10年以上前に制作したまま放置されていたことから、リニューアルするためCMSサービス「※注」を活用したホームページの制作について助言。

### 支援の成果・

### 今後の見通し

バリューアップサポートの実施により、当社の「ウリ」を伝える掲載コンテンツの作り込み、CMSサービスの操作方法について指導した結果、ホームページを無事リニューアルされました。ホームページとネットショップが連携したことで、アクセス数もアップしてネットショップの売上増加につながりました。また、ホームページ上で店舗案内（チラシやキャンペーン）を行うことが可能となりましたので、販売促進費用の削減や新規顧客の来店などの店舗運営との相乗効果につながりました。

お客様にとってインターネットを活用して情報収集することが一般的になっており、事業者にとってもホームページを整備することは新規顧客の開拓、信頼性の向上などの面で欠かせない要素となっています。

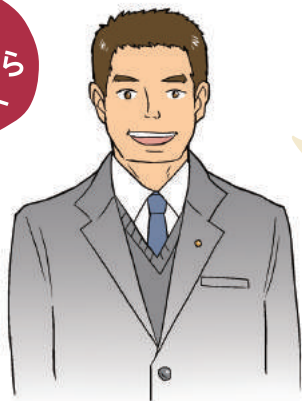
しかしながら、費用面や制作後のトラブルが心配されるといった理由から見送っておられる方も多いのではないのでしょうか？ ホームページを制作していない、ホームページはあるが自社で更新管理ができていない、といったことで悩まれている方は、専門知識がなくても無料でホームページを制作できるサービスが数多く登場していますので活用してみてください。

一方、日ごろからパソコンをよく使っていて、ある程度ウェブの知識がある方は、CMSサービスを活用して本格的なホームページを制作することが可能です。デザイン性の高いテンプレートが準備されており、そこへ写真や文章をはめ込むことで、プロが制作したような見栄えの良いホームページになります。タイムリーな情報発信が必要となっている今、自社で管理更新できるホームページが重要なツールとなってきています。

専門家からの  
ワンポイント  
アドバイス



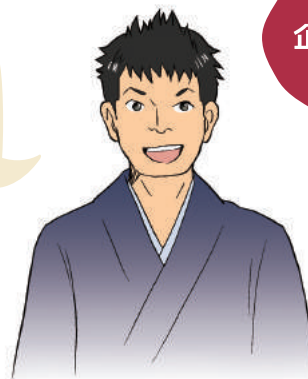
協会  
担当者から  
ヒトコト



当社は高い技術と品質をお持ちであり、品評会では大臣賞を受賞されています。インターネットを活用した販売にも力を入れておられ、今回のバリューアップサポートにより、インターネットをより有効に活用できる仕組みづくりのお手伝いができたと思います。

専門家の先生は高い専門知識を持っておられ、とても親身になって相談に乗っていただきました。**課題の一つであったホームページのリニューアルと今後も活用できるスキルを習得することができましたので、かなりの収穫がありました。**ありがとうございました。

ご利用  
企業様の  
感想



※注 CMS (Contents Management System)

ウェブコンテンツを構成するテキスト・画像・レイアウト情報などを一元的に保存・管理し、ホームページなどを作成、編集するソフトウェアのこと。

# 事例13

## 療術業（創業支援）

### ご相談内容

当社は鍼灸接骨院を営んでいます。いまの事業を創業するにあたり、開業支援資金融資制度の利用を考えていましたが、そのためには「創業計画書」の作成が必要となります。「開業後の行動計画」について頭の中では色々と考えていましたが、それを具体的に表現することに苦労していました。ぜひとも事業を成功させたいので、「創業計画書」の作成についてアドバイスして欲しいとの要望がありました。

### 企業概要

- 業種  
療術業
- 従業員数  
5名未満
- 派遣専門家  
中小企業診断士



### 助言内容と

### 具体的な取組み

#### 助言内容

ご本人様の創業に対する「想い」は非常に強いものでしたので、それが事業として成り立つように頭の中を一緒に整理しました。すでに開業場所が決まっていたので、商圏を設定して、どのように集客して売上を伸ばしていくのか、そのためにどのような投資が必要で、毎月どれくらい経費がかかるのか、返済資金はきちんと確保できるのかなど、具体的に想定しながら計画書にまとめていくことを助言。

#### 助言トピック

#### 商圏調査と広報・集客について

ターゲットとするお客様の明確化と、集客できる商圏範囲の絞り込みを実施し、一般的な施術メニューだけでなく、若い女性向けの新しい施術メニューを加えることを助言しました。また、集客のための広告ツールの選定も行い、計画書に落とし込むことを助言しました。

## 専門家からの ワンポイント アドバイス



創業の際は得てして「想い」が先走ってしまい、売上がどんどん順調に伸びていくという計画を立ててしまいがちです。しかし、その根拠に乏しく自分勝手な予測にとどまってしまっていることも多いのではないのでしょうか？そこで、第三者の目で、冷静に情報を整理してみることが大切です。

自社の商圏はどこまでなのか、どんな人をターゲットとするのか、お客様のニーズは何か、といったことをできるだけ細かく設定して、それに対してどのような行動を取ればいいのかを計画することで、うまくいかなかった場合でもすぐに反省ができて、次の対策が打ちやすくなります。

**「創業計画書」は開業後も有効に活用できます。事業を常に確認しながら進めるために、また、定期的にふり返り次の対策を練るための経営者自身のよりどころとなります。**

数値計画を立てるときには、売上はやや控えめに、経費はやや多めに見積もることが重要です。必要な設備でも例えば中古で入手できないか、本当に必要なリフォームかどうか、経費面ではアルバイトをうまく使えないか、もう少し家賃の減額交渉ができないかなど、細かく詰めていくことも必要になります。

## ご利用 企業様の 感想

専門家のサポートを受ながら「創業計画書」を作成することができて良かったと思います。頭の中では色々と考えていたのですが、それを整理して書面にして見つめ直すことで、より良い計画書になったと思います。**何よりも経験豊富な専門家の先生と出会えたことが一番良かったです。**



## 協会 担当者から ヒトコト



専門家のアドバイスを受けながら、ご自身の創業動機や事業に対する思いを計画書に落とし込まれたことで、誰にも真似することのできない「創業計画書」を作られたと思います。当協会も引き続きサポートさせていただきます。

## 売上・利益計画と 返済計画について

店舗の広さとベッド数、スタッフの人数など、当社のキャパシティと他社の売上事例も参考にしながら、創業から数年間の売上計画について助言しました。

また、店舗・設備などの初期投資と毎月の必要経費の洗い出しを行ない、利益を算出し、借入金の返済計画について助言しました。

## 支援の成果・

## 今後の見通し

バリエーションアップサポートによる助言をもとに「創業計画書」を作成されたことで、開業時の広報・集客活動についてもスムーズに取り組むことが可能となりました。また、売上目標が明確になっていきますので、計画と実績との比較ができます。見込んでいたような集客ができていないか、できていない場合はなぜなのか、取った行動とできなかったこととの反省を常に実行することで、安定した事業継続が実現できるでしょう。

# 事例 14

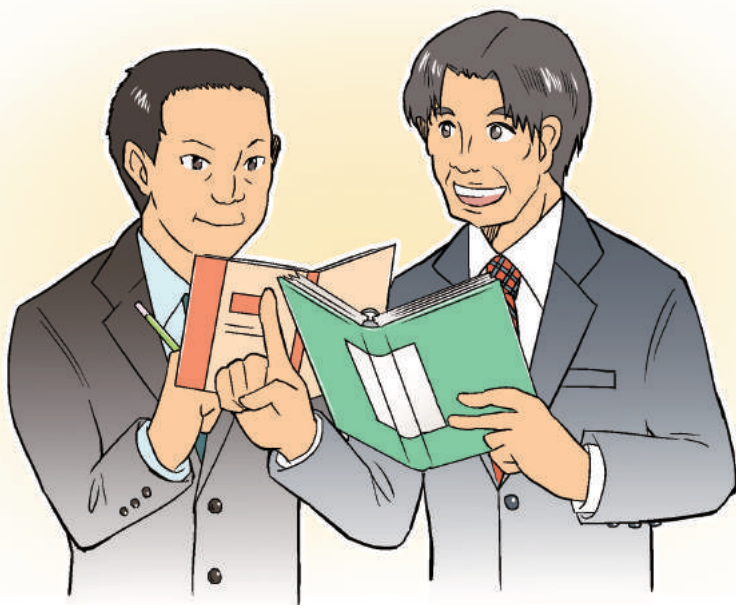
## 飲食業（創業支援）

### ご相談内容

当社は飲食店を営んでいます。出店を希望していた地域に良い物件が見つかったことから、長年勤務した有名日本料理店を退職して独立開業することを決意しました。創業資金については金融機関より融資を受ける必要がありますが、「創業計画書」の作成についてアドバイスして欲しいとの要望がありました。

### 企業概要

- 業種  
飲食業
- 従業員数  
5名未満
- 派遣専門家  
中小企業診断士



### 助言内容と

### 具体的な取組み

#### 助言内容

ご本人様は料理の経験と技術、奥様は接客の経験とノウハウをお持ちであり、経歴・実績ともに申し分のないものでした。事業計画を検討するにあたって、単なる数値計画だけではなく、自店のウリや競合店との違いを明確にするため、「創業計画書」のフォーマットや創業時に必要な届け出などについての一覧表を提示し、具体的内容について助言。

#### 助言トピック

#### 利益計画について

初期集客コストを含めたコストの積み上げとともに、**損益分岐点**や**席回転率**などについて検討しながら、**事業計画のブラッシュアップ**について助言しました。

#### 自店のウリについて

ご本人様の創業にかける想いや、これまでの経験などをヒアリングして、自店の「ウリ」を明確にしました。そして「創業計画書」へ落とし込みすること、開業後の販売促進へ活用することを助言しました。



## 専門家からの ワンポイント アドバイス

### ①「創業計画書」の作成について

「創業計画書」の作成目的は、創業資金の融資を受けるためという場合が多いと考えられます。計画書の作成にあたっては、必ず、存在するお店の競合について調査し、ターゲットとするお客様からみたときの違いや、「お客様が他店ではなく、ご自身のお店にわざわざ来店していただける価値（メリット）」についても検討しましょう。特別な強みがなくても、強み（業務経験、実績、人脈、店づくり、特徴ある商品など）の複数の掛け合わせが、競合店との違いやお客様への提供価値に結びつくことがよくあります。外部へのPRやご自身の考えを整理するためにも、ぜひ取り組んでください。

### ②数値計画の作成について

数値計画のポイントは、売上計画です。売上計画を作成するためには、売上高を分解するとどのようになるのかを検討することが第一歩となります。一般的に売上高は、客数 × 客単価 × 来店頻度で表されます。飲食店の場合は、席数 × 客単価 × 席回転率が用いられる場合もあります。売上高の積算根拠をより具体的にすることで、創業計画の信頼性が高まります。



専門家のアドバイスを受けられたことで、創業に関する知識の全くない私でも無事に開業することができました。開業までの道のりは不安でいっぱいでしたが、バリューアップサポートを受けていなければ開業は難しかったと思います。こういった創業支援の取組みについて、これから創業される方々にもっと知ってもらえるようになれば良いと思います。

## 協会 担当者から ヒトコト



創業バリューアップサポートは専門家の支援により、創業計画をより実現性の高いものへブラッシュアップすることが可能となります。また、創業されてから3年間アフターフォローを実施することにより、創業後のサポートもしております。

## ご利用 企業様の 感想



## 支援の成果・ 今後の見通し

バリューアップサポートによる助言をもとに、当初は手書きで作成していた「創業計画書」について、お渡ししたフォーマットを使って計画を練り直し、パソコンで作成しました。「創業計画書」を作成したことで、開業後の数値面（売上・収支のイメージ）についてもしっかりと持つことができました。結果、創業資金の調達についても順調に進み、開業に至ることができました。

# 事例15 飲食業

## ご相談内容

当社は飲食店を営んでいます。近年、メディアにも取り上げられ、知名度が大幅にアップしています。売上増加が見込まれるため、**決算書の見方や税金・経費面について**教えて欲しいという要望がありました。また、ご本人様自身70歳を超えており、借入金の返済や今後どのように事業を引き継いでいくか、**事業承継の進め方について**もアドバイスをしたいという要望がありました。

## 企業概要

●業種  
飲食業

●年商  
1,000万円以上～5,000万円未満

●従業員数  
5名未満

●派遣専門家  
公認会計士



## 助言内容と 具体的な取組み

### 助言内容

元帳、残高試算表、月次推移表の見方について助言。また、パソコン用会計ソフトの使い方と気をつけておくべき点について助言。

事業承継について、事業承継計画の立案から具体的対策の実行にいたるまでの一連の流れを説明。また、商工会議所や行政機関などの相談窓口を活用されることを助言。

### 助言トピック

経理業務は顧問税理士に依頼されており、毎月必要資料を渡しているものの、決算時しか報告を受けていないため、新たに月次報告をお願いするか、会計ソフトなどを利用してご自身で月次の損益管理ができる体制を整えていくことを助言しました。事業承継について、ご親族様以外の方への承継を希望されている場合、よほど魅力的な事業でなければハードルは高くなります。まず、売上増加、経費削減による収益力アップと、借入金の返済を順調に進めていける体質づくりが必要であることを助言しました。

## 専門家からの ワンポイント アドバイス



売上の減少や借入金の返済について悩みを抱えている事業者様は多数おられると思います。しっかりと売上をあげ、経費を差し引き、利益を積み上げて手元に資金を残すのと、金融機関から資金を借りるのとは、どちらも手元に資金が残るという点で同じです。しかし、後者の金融機関からの借入は、将来数年間にわたって、元金に金利分を乗せて返済する必要があり、元金は税金を払ったあとの儲けのなかから返済することになります。そして、借入のある事業者様は返済資金を確保するために、より稼ぐ力が必要になります。お客様がなぜ来てくれないのか、どうしたら来ていただけるのかを掘り下げることで、自社の魅力もみえてきます。**魅力度アップのための経営努力が、結果として月次の決算に反映されます。**経営努力と月次の決算とを結びつけ、業績アップにつなげていって欲しいと思います。

事業承継をされる場合、計画立案から実行にいたるまで様々な検討課題があります。事業承継についてお悩みの事業者様は、ぜひ、バリューアップサポートによる専門家のアドバイスを受けられてはいかがでしょうか？

## 協会 担当者から ヒトコト



専門家の先生には、会計や事業承継について色々教えていただき、たいへん勉強になりました。引き続き、中小企業診断士の先生に新規顧客開拓などの増収増益に向けたバリューアップサポートを受けさせていただいています。**今では業績も見違えるほど良くなってきています。**ありがとうございました。

## ご利用 企業様の 感想



**支援の成果・  
今後の見通し**  
バリューアップサポートにより助言させていただいたことで、月次試算表による業績把握の重要性や借入金返済の道筋について理解していただけたと思います。また、事業承継についてもアドバイスを参考にされて順調に手続きを進められています。

# 事例16

## 飲食業

### ご相談内容

当社は飲食店を営んでいます。動物性食料を使用しない食事を提供していることが特徴です。将来的には多店舗展開を視野に入れた事業拡大を目標としています。これまで、税理士をはじめ専門家に相談したことがなく、**経理関係や労務管理に不安がある**のでアドバイスをお願いしたいとの要望がありました。

### 企業概要

●業種  
飲食業

●年商  
1,000万円以上～5,000万円未満

●従業員数  
5名未満

●派遣専門家  
税理士



### 助言内容と

### 具体的な取組み

#### 助言内容

現金出納帳や売上・仕入帳などの記帳と整理を行ない、原価・利益率を含めた問題点の洗い出しを実施。また、計数管理を行ない、オンタイムで現状把握をすることの重要性を助言。

現状は白色申告であったため、青色申告を行うことを目標に会計ソフトの導入を助言。

#### 助言ポイント

税務申告のために帳簿を作成するという位置づけとなっていたので、現状把握を行い、今後の経営戦略のなかで活かしていくことも計数管理の意義であり、予算・実績把握も課題であることを助言しました。

会計ソフトを導入していただき、記帳指導を行いました。

## 専門家からの ワンポイント アドバイス



同業他社やコンビニエンスストア、中食屋などとの競争がし烈さを増すなかで、お客様のニーズは、味やメニューの豊富さ、新鮮さなど多方面に広がっています。また、健康志向や食の安全についての意識もより高くなってきています。

**お客様のニーズに応じた商品・サービスを提供すると同時に、計数管理による現状把握、店舗目標の数値化、予算化ができているかを、もう一度見直すことが大切です。**さらに、その結果を検証して次の目標を立てていくことで、より安定的・発展的な事業継続が可能になると考えます。

経理や労務管理は思っている以上に手間がかかります。ご自身で確定申告をされている事業者様は、一度、バリューアップサポートによる専門家のアドバイスを受けられてはいかがでしょうか？

専門家の先生には何度もお時間を作っていただき、とても親切にご指導いただきました。私は営業で手いっぱいなのなか、事業の現状把握について漠然とした理解にとどまっていた。今回、バリューアップサポートを受けたことで、**計数管理や予算実績管理の大切さを理解することができました。**また、事業の現状を数値化して目に見える形にしたことで、家族や従業員の事業に対する理解も得られ、協力体制を構築することができました。ありがとうございました。

## 協会 担当者から ヒトコト



## ご利用 企業様の 感想



**支援の成果・  
今後の見通し**

今年度より青色申告「※注」をされる予定です。計数管理の重要性を理解していただき、業務多忙中でも帳簿を作成されることの大切さを実感していただけたと思います。足元をしっかりと見据えた経営と今後の事業拡大を期待しています。

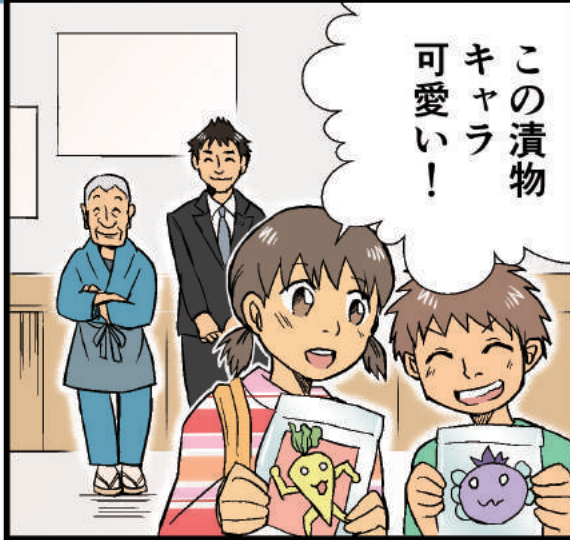
※注 青色申告制度

一定水準の記帳をし、その記帳に基づいて申告を行なうことで、所得金額の計算などについて有利な取扱いが受けられる制度。



はい！  
よろしければ  
試食しはり  
ますか？

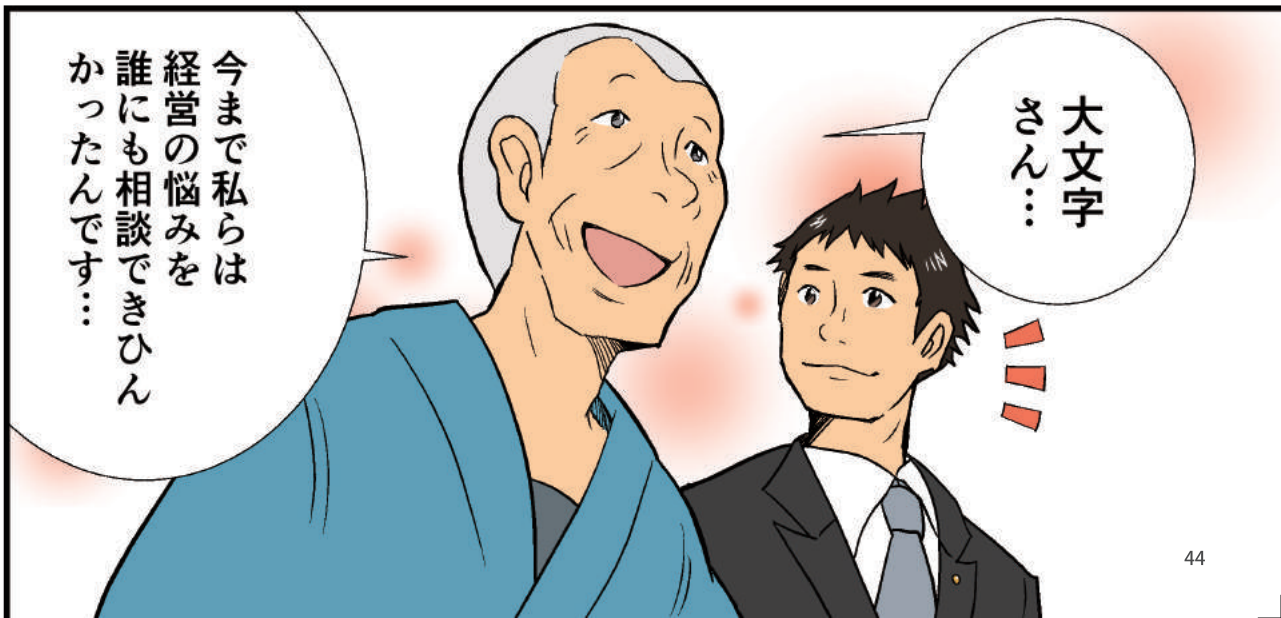
わー  
美味しそう！  
テレビに  
出た商品  
これですよね？



この漬物  
キャラ  
可愛い！



新商品  
美味しかったって  
ホームページに  
メッセーヅが  
ぎょうさん  
来てるわ！



今まで私らは  
経営の悩みを  
誰にも相談できひん  
かったんです…

大文字  
さん…



## 京都バリューアップサポート

「京都バリューアップサポート」は京都信用保証協会が実施している専門家派遣です。当協会が貴社の事務所を訪問し、経営の悩みを直接お伺いし、経営の悩みに応じて専門家を選定し派遣させていただきます。専門家への報酬は当協会が全額負担しますので無料です。派遣回数は1回～最大12回まで受けていただけます。また、派遣終了後も当協会がしっかりと貴社をサポートしていきます。

## 「チャレンジ」創業バリューアップサポート

経営の専門的知識やノウハウを必要とする創業予定者を対象としています。中小企業診断士等の外部専門家を派遣し、創業計画の策定支援から創業後のアフターフォローまで創業者に併走しながら、事業が軌道に乗るようサポートいたします。

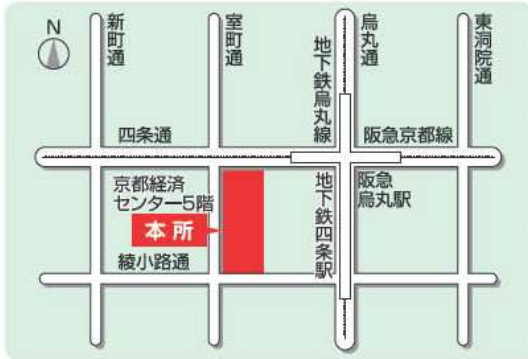
詳しくはホームページをご覧ください。 <http://www.kyosinpo.or.jp/>

京都信用保証協会

検索



## 本所



〒600-8009

京都市下京区四条通室町東入函谷鉾町78番地  
京都経済センター5階

■業務区域 / 京都市、向日市、長岡京市、乙訓郡  
TEL(075)354-1011  
FAX(075)354-1061

## 山城支所



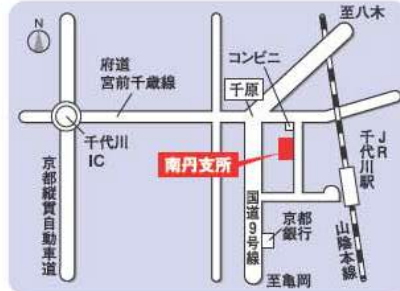
〒611-0033

宇治市大久保町上ノ山37番地の3

■業務区域 / 宇治市、城陽市、八幡市、  
京田辺市、木津川市、相楽郡、  
綾喜郡、久世郡

TEL(0774)43-8822 FAX(0774)43-8899

## 南丹支所

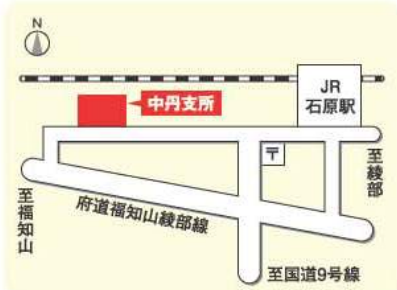


〒621-0052

亀岡市千代川町千原2丁目6番11号

■業務区域 / 亀岡市、南丹市、船井郡  
TEL(0771)22-1041 FAX(0771)22-6737

## 中丹支所



〒620-0804

福知山市石原2丁目24番地

■業務区域 / 福知山市、綾部市、舞鶴市

TEL(0773)27-6156 FAX(0773)27-6158

## 丹後支所



〒629-2503

京丹後市大宮町周积2226番地3

■業務区域 / 宮津市、京丹後市、与謝郡

TEL(0772)68-0601 FAX(0772)68-0613

京都バリューアップサポート専門家派遣事例集

- 企画/編集/発行：京都信用保証協会
- マンガ/イラスト：吉田一行
- デザイン：エッフェデザイン
- 制作協力：嵯峨美術大学・嵯峨美術短期大学
- 発行年度：初 版2016年12月  
第2版2018年 5月  
第3版2019年 7月

本事例集に掲載されている漫画、イラストレーション、および記事の無断複製、転載を禁止します。



あなたの企業の一員に

京都信用保証協会

CREDIT GUARANTEE CORPORATION OF KYOTO