



支援概要

企業情報と支援の経緯

城山ふとん店(以下「事業者」という。)は、昭和47年に創業した自社製綿工場を持つ地域密着型の寝具製造小売店であり、平成28年には新事業として「ふとんの消毒殺菌・クリーニング事業」を開始した。

後継者不足や顧客ニーズの変化により周りの寝具専門店が次々と閉店していく中、「眠りについて相談に行ける場所として、地域の中に寝具専門店を残さなくては



左から事業者・松田一美氏、陽子氏、経営指導員・佐々木氏。

いけない」という使命感を持ち、経営理念「快眠文化の創造」のもと、試行錯誤しながら奮闘している。

事業者と延岡商工会議所(以下「商工会議所」という。)との付き合いは13年になる。きっかけは、平成15年に行った店舗のリニューアルである。2階建て10坪の店舗から3階建て40坪の店舗兼住宅へと大幅な改装をした。その資金融資の相談で訪れたのが、商工会議所であった。

商工会議所を通して制度を使い、低金利での

4,000万円の融資が実行されることになり、無事店舗のリニューアルを果たした。しかし、同時に多額の借入金を背負うことになった。これを機にこれまでの経営の在り方を根本から見直し、一新するため、商工会議所主催の「創業塾」に参加した。ここから、事業者と商工会議所との現在に至るまでのパートナーシップが始まった。

経営課題へのアプローチ・支援手法

商工会議所は、「地域の中に寝具専門店を残さなくてはいけない」という事業者の思いに対して、創業塾や巡回を通じて、経営者としての在り方を指導し、ヒアリングから現状分析を行い、具体的に誰に、何を、どのようにしていくべきかなどを話し合った。そして行き着いたのが、新事業展開と販路開拓を行い、売上向上を図ることである。

セミナー開催や外部専門家との連携を通じて、新事業展開では、経営革新計画やものづくり補助金の書類作成などに関する支援を行い、販路開拓では、新規顧客獲得に効果的なチラシ、ホームページなどの販促ツール作成支援を行った。

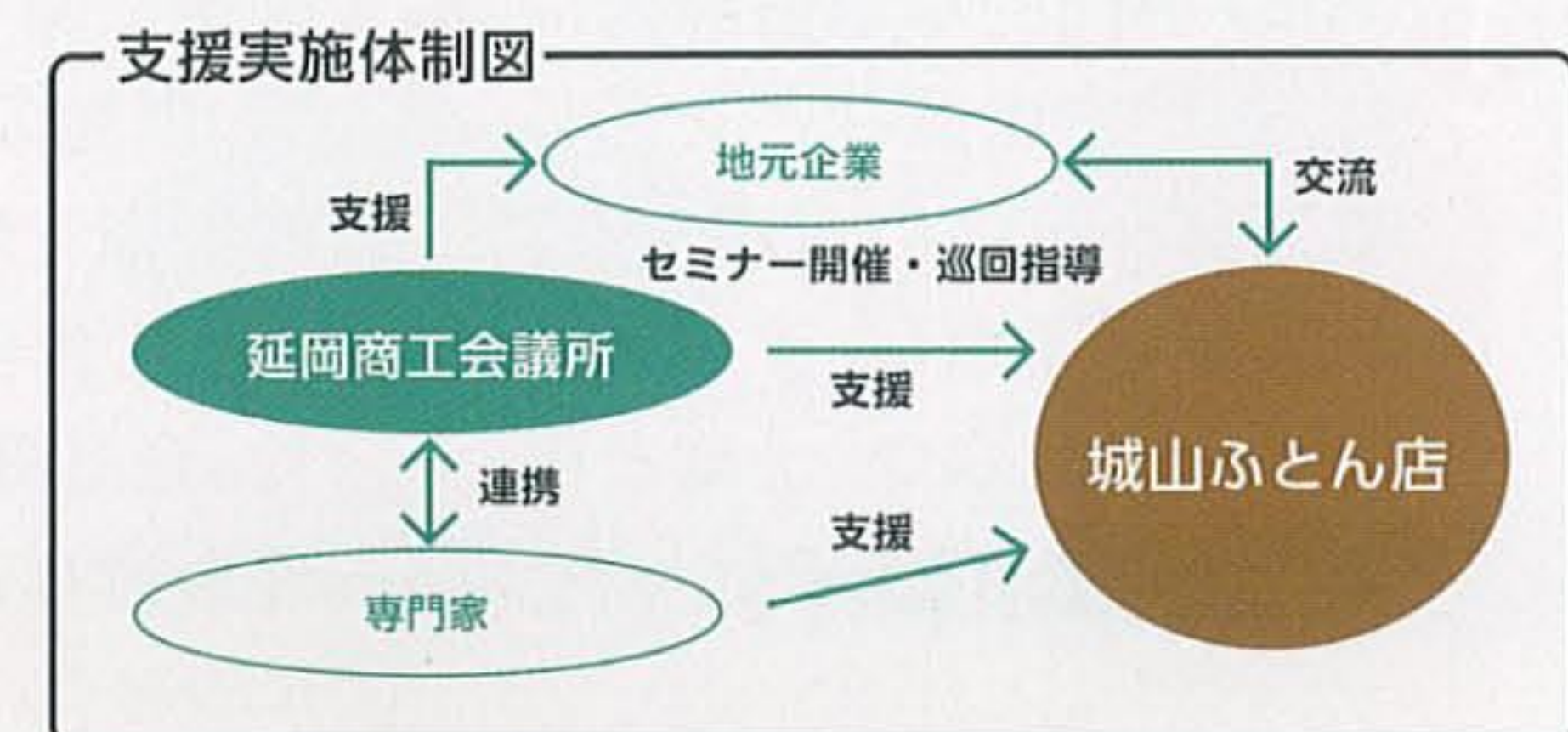
支援プロセス

商工会議所は、外部講師を招き、2ヶ月間(全30時間)の「経営革新塾」を開催した。新事業展開を行うにあたり、このセミナーへの参加を促し、平成22年に事業者が経営革新計画承認に向けて、参加することとなった。セミナー終了後、個別相談を受けられる体制を設け、アドバイスと共に、作成した計画書の添削を何度も繰り返し行い、ストーリーやテーマについてブラッシュアップを図っていった。

また、ものづくり補助金においても、商工会議所は、地元の信用金庫や外部専門家とともに書類作成などの指導をし、積極的な支援を行った。

販路開拓では、まずは、身近な人を顧客として取り込むべきであるとアドバイスし、セミナー時

の名刺交換やその後のお礼状の送付を促した。また、商工会議所は、POPデザインなどの外部講師を招いたセミナーを開催し、効果的なチラシやDMなど販促物の作成ノウハウを提供した。セミナー時には、積極的に質問するようにとアドバイスをし、事業者にとって本質的に役立つセミナーになるよう配慮している。



支援成果

平成23年「プライダル寝具から始まるライフサイクルにあわせた寝具提案」をテーマに経営革新計画の承認を得た。そしてプライダルの通販サイトを立ち上げ、「毛布のへり修理」という需要を発掘し、県外からも注文が入り始め、年間100万円以上売上が向上した。また、平成26年度のものづくり補助金が採択され、寝具専門店以南九州初の「消毒・殺菌加熱蒸気システムとクリーニング設備の導入」を果たした。これは、「おもてなし貸しふとん分野」でのクリーニング及び消毒を内製化し、顧客満足度と売上の向上に加え、外注費削減と短期期化の実現が目的である。これまでこの分野の顧客は一般消費者のみであったが、口コミが広がり、新たに

葬儀場との取引が開始となった。売上は、前年比で150~200%向上した。

販路開拓について、事業者は様々な方と交流する場で、必ず名刺交換を行うようになった。このことで、異業種の経営者仲間が増え、各々の業種を活かしたコラボイベントを開催し、互いの顧客の共有を図った。また、チラシについては、ポスティングで効果を発揮し、新規顧客獲得と既存顧客の来店頻度向上に繋がっている。



加熱蒸気システムと事業者・松田氏

支援機関としての取組み

商工会議所の経営指導員は、現在、約500の地域の事業者に対応している。そのため、現状は月1回程度の巡回指導を行うことが、精一杯である。しかし、事業者より直接、相談の連絡があった時は、時間を問わず親身になって対応する。厳しい言葉であっても事業者の役に立つことであれば遠慮なく話をする。これは、支援してあげているという姿勢ではなく、あくまで「パートナー」という上下関係のない姿勢で臨んでいるからである。結果、良い関係性が構築され、事業者からは「厳しい言葉がありつつも適格なアドバイスをいただけ

るので、ありがたい」「しっかりと結果を出すと認めてくださり、また事業をがんばろう！という気にさせてくれる」といった声もある。

商工会議所主催で行うセミナーについては、事業者の課題やニーズをヒアリングしたうえで、本質的に事業者にとって役に立つ話をしてもらえるかを基準に講師を厳選し、企画している。また、連携する外部専門家についても、セミナー同様、事業者にとって本質的に役に立つ人を上手くマッチングするようにしている。

フォローアップ

商工会議所は、事業者がセミナーなどで習得した知識やノウハウを、どのようにして、より数字に結び付けていくかを話し合いながら、継続的にフォローしていく。

事業者としては、人材の雇用を検討しているが、人材育成のステップアップと自社の成長度合いとのバランスが崩れないように、雇用形態や雇用する時期などを見極めるよう指導している。

注目ポイント

- 1 事業者の思いに対し、丁寧にヒアリングや話し合いを行い、それを基に、経営革新計画やものづくり補助金を活用した新事業展開と販促ツール作成などによる販路開拓を支援したこと。
- 2 事業者の課題に応じたセミナーでのノウハウ提供やセミナー終了後に行った個別相談での計画書のブラッシュアップを通じて、着実に成果へと繋げていったこと。
- 3 支援成果を高めるため、事業者と良好な関係を築くべく、上下関係のない「パートナー」という姿勢で接していること。