

コロナ・物価高・ウクライナ情勢等
の困難を乗り越える

ビジネス アイディア集



令和4年11月
茨城県よろず支援拠点

目次

- P 3 ・老舗人形店による新しい時代に対応した葬儀事業への進出
 - ・観光型牧場が取り組む地域資源を活かした新規需要開拓
- P 4 ・取引先の人手不足を支援する物流拠点の整備事業
 - ・工務店社長が挑むインドアゴルフ事業への新規参入
- P 5 ・空中ドローンと水中ドローンによる動画撮影サービスの導入
 - ・円安を追い風に日本商品を海外に輸出する事業への転換
- P 6 ・ビジネスホテルの女性客をターゲットにした小料理店の取り組み
 - ・強みを生かした商品で危機を乗り越える豆乳メーカーの取り組み
- P 7 ・国内初となるコンテナの内陸港（保税地区）の開業
 - ・土産品製造会社による家庭用ポップコーン市場への参入
- P 8 ・塗装工程の見直しによる低コスト化・作業効率化の実現
 - ・海外との物流が停滞する中で国内市場の開拓で勝負
- P 9 ・商品の細かなマイナーチェンジで原材料費の上昇に対応
 - ・これまでの繁盛店づくりのノウハウを活かしたコンサルティング事業の展開
- P 10 ・フレンチレストランが自慢の肉料理のネット販売で売上拡大
 - ・プレゼントキャンペーンによるケーキの適正価格販売の実現
- P 11 ・新商品の投入で価格転嫁を実現した老舗製麺所兼飲食店
 - ・顧客一人一人に合わせた対応で来店頻度の向上に取り組む整体サロン
- P 12 ・医療用特殊技術を活用した未来型ベーゴマで米国市場に挑戦
 - ・鳥類専門ペットショップによる猛禽類用の餌の販売強化
- P 13 ・ハーブを使ったメニューを提供しているカフェがハーブに関するオンライン講座を開始
 - ・従来より光熱費が抑えられる品種の栽培に取り組むキノコ業者
- P 14 ・住宅用建築部材の半内製化によるコストダウンの実現
 - ・他業界とのコラボレーション事業により顧客層の若返りに取り組む老舗茶店
- P 15 ・新価格戦術による品質向上化策
 - ・建築業界の横連携と客層移行で商機を掴む
- P 16 ・待ち営業の旅館業が挑む！移動販売で商機を掴む
 - ・建築金物（金属加工事業）から新市場進出策
- P 17 ・管理栄養士と後継者による日配小売店の大手スーパー対策
 - ・地の利とキャンプ需要による顧客開拓策
- P 18 ・製麺業の技術を活用！特徴ある赤飯・製餅で新事業化
 - ・ドローンの活用で新事業展開収益化
- P 19 ・こだわり新商品開発+DXで売上げ向上
 - ・オンライン料理教室化で複数メリット！商品販売も

- P 20 ・ 新企画・観光と市場特化 プレスリリースで手応え
 - ・ サブスクリプションサービスで受注増！
- P 21 ・ 材料変更＋販売チャンネル多様化策
 - ・ 地域資源を生かした複数の新商品開発策
- P 22 ・ 海外生産から国内へ ニーズに対応した少量多品種策
 - ・ 新規器導入で生産性向上＋経費削減策
- P 23 ・ 新カテゴリー進出で新規顧客＋売上拡大策
 - ・ 自社ブランド強化＋電子カタログ作成で直接販売策
- P 24 ・ トマト農家が挑む！広報＋販促人材募集策
 - ・ 日本茶農園の動画配信による販促策
- P 25 ・ 従業員の生の声を集約・離職防止対策
 - ・ 待遇面から人物像への注力で採用効率向上
- P 26 ・ 健康経営導入で「優しい企業化」＋高利益化
 - ・ 運送業からの撤退と生活支援サービス事業への特化
- P 27 ・ 洋菓子店の自動化装置導入による生産性向上の取組み
 - ・ 干し芋製造の際に出る残渣を家畜飼料に転用するプロジェクト
- P 28 ・ 地域産業活性化を意識した砂利や砂の新たな販路提案
 - ・ 重機オペレーションに必要な CAD データ作成事業の新展開
- P 29 ・ イベントプロデュース業の人脈を活かした結婚相談事業への参入
 - ・ 消費電力の低減を意識しエネルギー効率化に向けた生産体制への転換
- P 30 ・ コロナ禍における自社製品の強みを活かした感染症対策分野への進出
 - ・ 自社の人材育成能力を活かした社会インフラ整備事業への進出
- P 31 ・ 地場品と連携した手作りヨーグルトの高付加価値化
 - ・ タイヤ小売店による採算を意識した販売先の再検討と店舗集約化
- P 32 ・ 知財相談窓口と連携したペットに優しい庭の無害除草剤の開発
 - ・ 補助金活用における設備導入による生産効率の向上と増産体制の増強
- P 33 ・ 非対面など社会的背景を加味した設備導入による接骨院来店強化
 - ・ 設備導入による有機日本酒の高品質化と材料効率活用化の実現
- P 34 ・ 従来技術を活用した新製品開発による新分野展開
 - ・ 材料価格高騰に対する加工方法の変更・工夫による価格低減の実現
- P 35 ・ 材料費高騰に対する加工方法と材質の変更による収益構造の改善
 - ・ 材料調達先の変更による納期の安定化とコスト削減の実現
- P 36 ・ 材料価格の変動を踏まえた客先との販売価格決定ルールの確立
 - ・ 客先への原油価格変動資料提示や適正価格提供に向けた値上げ交渉の実現

老舗人形店による新しい時代に対応した葬儀事業への進出

宮田チーフコーディネーター



宮田チーフコーディネーター

● 課題

当店は、節句人形と仏事関連の事業を長年営んできた。近年、葬儀事業に参入して、葬儀社の下請けとして葬儀用の花の仕入・納品を開始し、本年からは地域住民から葬儀を受注して公営斎場などを活用して葬儀をあげる活動も開始した。しかし、葬儀の規模が年々縮小し、家族葬やそれと同規模の葬儀が多くなったことと、近年の物価高でさまざまな花や葬儀用品が高騰して採算面で厳しい状況となった。

● ビジネスアイデア

葬儀のダウンサイジングは今後も進むと思われるため、参列者が1人でも採算がとれる「マイクロ葬」を以下の工夫により提供することで、年内の開始を目標に準備を進めている。主な工夫点として、①軽自動車を活用した霊柩車の導入による遺体搬送の内製化②生花と見間違がうシルクフラワーなどを活用した低価格祭壇の導入③共通引出物の導入による提供価格の低減などを導入して、小規模でも採算のとれる葬儀を提供する。

観光型牧場が取り組む地域資源を活かした新規需要開拓

宮田チーフコーディネーター

● 課題

経営者は、大学院でアニマルサイエンスを専攻し、卒業後大学関連企業で馬の調教と学生の指導を担当していたが、2020年に古民家を活用して小規模の牧場を開業した。コロナ禍で乗馬イベント依頼がなくなったものの、乗馬を希望する顧客への「乗馬サービス」を開始してどうにか売上を計上していた。今年に入り乗馬イベント依頼も入り始めてきたが、ウクライナ問題などに起因する物価高で、飼料価格が急騰し利益率がさらに圧迫された。

● ビジネスアイデア

当社が位置する地域は、海が近いことから海岸をホースライディング(海外乗)するサービスを企画し、顧客の強い需要を開拓することとした。まず、馬に負担をかけない「馬運車」を導入し、海岸まで馬を搬送し、乗馬の上級者には自分で海外乗を楽しんでもらい、初心者には引馬で浜辺をライディングするサービスを提供する。また、「馬」と「海」というSNS映えする材料があるため、コスプレしてホースライディングする「コスプレ外乗」サービスも提供することとしている。

取引先の人手不足を支援する 物流拠点の整備事業

宮田チーフコーディネーター

● 課題

2019年より、製造業の顧客を主要顧客として運送業を営んでいる。ドライバーを徐々に増やし、経営を安定化させてきたが(従業員9人)、ウクライナ問題などに起因する燃料代の高騰により経営の利益率が圧迫されている。荷主の開拓も積極的に進めているが、製造業等の荷主はコロナ禍の受注減少などで人を減らしており、その後に需要が回復しても人手不足で生産量を拡大できず、当社への発注も増加していない。

● ビジネスアイデア

製造業の人手不足を支援すべく、「物流加工専門倉庫」を物流の拠点地域に設置し、製造業から材料加工や製品製造を請け負い、その後の配送も受注する「物流加工」を開始したところ、中堅の鉄骨製品製造業から受注予約が入った。まず簡単な材料切断業務と配送業務を請け負い、今後は鉄骨製品の組み立てと配送までを事業化する。顧客は人手不足の改善と運送コスト抑制(納品先が物流倉庫の近くとなる案件)の2つのメリットを享受できる。

工務店社長が挑むインドアゴルフ 事業への新規参入

宮田チーフコーディネーター

● 課題

当社は、小規模工務店を経営している。ウッドショックから始まった建設資材の高騰や住宅設備の入手困難などで、新築やリフォームの受注が大幅にダウンした。見積もりの変更などの必要も発生し、顧客とのトラブルも懸念されている。また、現場作業員がコロナに罹患するなど、コロナ禍による建設現場での混乱もあり、業績面では苦しい状況である。

● ビジネスアイデア

当社経営者が、高校時代に全国的に有名な高校のゴルフ部の選手であったため、ゴルファーとして高い技術を有している。この強みを生かして、打球が着弾した後の転がりまで分かる最新のAIゴルフシミュレーターを導入し、インドアゴルフ練習場を開設した。AIシミュレーターが顧客の癖や弱点まで分析し、それを経営者が活用して指導をするため、顧客からの信頼も高まり、口コミによる集客につながっている。

空中ドローンと水中ドローンによる 動画撮影サービスの導入

宮田チーフコーディネーター

● 課題

当社は、マリナー業を営んでいる。マリナー業界は、船舶オーナーの経営する企業がコロナ禍や物価高などの問題で経営難に陥り、船舶の係留費の未回収や船舶処分費などの立て替えなどが発生しており、事業の減益につながっている。今後も物価高の影響などで船舶の保有が経済的に負担となるオーナーも出てきており、船舶を処分し退会する会員が増加する可能性も高まるなど、今後の経営面の不安材料が増加している。

● ビジネスアイデア

従来にない魅力的なサービスを開発し、新たな船舶オーナーを開拓すべく、空中ドローンと水中ドローンを導入した。プログラミングで空中ドローンを飛ばし、船舶オーナーが出航するタイミングに合わせて、出航の様子を動画撮影する。水中ドローンはオーナーに貸し出し、出向いた先で水中ドローンのソナーで魚群を見つけたり、カメラで水中の様子を撮影できるようにする。これにより顧客満足度の向上や口コミの増加を図る。

円安を追い風に日本商品を海外に 輸出する事業への転換

宮田チーフコーディネーター

● 課題

東南アジアで駐在をしていた経営者が、日本に帰国後独立開業して、アジアを始めとする海外商品を日本に輸入してネット販売する事業を開始した。アジアに駐在していた強みを活かして、現地に直接出向き商品開発に関わることで魅力的な商品を開発してきたが、今年に入って急激な円安が進み、輸入販売のビジネスが難しくなった。

● ビジネスアイデア

経営者は急激な円安で「越境EC」市場が急拡大していることに気づき、自分のアジアの人脈を活用して営業ネットワークを構築し、日本商品を現地の小売業者などへ卸販売するビジネスを開始した。また、円安を活かして自社商品を輸出したいと考えている国内事業者に向けて、海外でのテストマーケティングを「越境EC」と「フルフィルメント by Amazon」という海外での配送システムを活用して支援する事業も開始した。

ビジネスホテルの女性客をターゲットにした小料理店の取り組み

宮田チーフコーディネーター

● 課題

日本料理を中心として提供している小料理店は、海産物を始めとするさまざまな食材の値上がりにより、利益率が大きく圧迫される事態となっている。コロナ禍で顧客が急減し、その後の回復も弱々しいなかでの物価高であるため、単純な価格転嫁などを実施すると顧客の戻りに大きな影響が出てしまうため、多少の高単価でも来店してくれる客層の開拓が課題となっていた。

● ビジネスアイデア

周辺にはビジネスホテルが4~5軒存在しており、ビジネス客がかなり戻ってきている。ただし、来店するのは男性客のみであるため、値段よりも内容を重視する女性ビジネス客の取り込みを開始した。まず、店内の客室やレストルームを改装して清潔感のある雰囲気とし、さらに女性客向けにエディブルフラワー（食用できる花）を使用したメニューを開発した。また来店できない女性向けには「花弁当」のテイクアウト提供も開始した。

強みを生かした商品で危機を乗り切る豆乳メーカーの取り組み

桑原サブチーフコーディネーター



桑原サブチーフコーディネーター

● 課題

当社は、豆乳および豆腐をはじめとする総菜の製造・販売している事業者である。豆乳の原料である大豆の価格が、コロナ前の水準から比べると50%以上高騰した。豆腐業界は中小企業が多く、プライスリーダーが存在しないため、日頃からスーパーなどで安く売られる傾向があり、価格の引き上げが難しい商品である。また、実際に値上げを行うと顧客からの買い控えを受けてしまうことが危惧されるため、原料等のコスト上昇を転嫁できていない状況であった。

● ビジネスアイデア

当社が使用する豆乳は、一般的な豆腐の原料に使われる豆乳と異なり、100%国産大豆を使用していることに加え、豆乳成分が一般的な豆乳より1.5倍程度濃いものを使用している。これを強みとし、当社の各商品に「特濃豆乳使用」のシールを貼り、POPで製品の特徴のPRを行うことによって、商品の規格を変えずに販売価格の値上げを実現できた。

国内初となるコンテナの内陸港 (保税地区)の開業

桑原サブチーフコーディネーター

● 課題

運送業界では、原油相場の高騰による燃料価格の上昇により原価が圧迫されてきているほか、感染症を機に、海外からのコンテナ物流が停滞し、業務全体が停滞するなどの影響も出始めている。さらには、働き方改革による時間外労働の抑制などの制度改正も相まって、さまざまなコストダウン・効率化を強いられている。大手事業者以外は運賃の引上げには至っていない状況である。

● ビジネスアイデア

業務の効率化を図るために、国内で初となるコンテナの内陸港(保税地区)を開業した。コンテナの管理にはGoogleWorkspaceなどのITをフル活用し、コンテナの効率的な運用を始めたほか、その内陸港をハブとして運送距離の短距離化を実現し、労働時間の削減に努めることとした。結果として、運賃の引き上げを実施しなくとも、燃料費の削減、人件費の削減といった効果につながっている。

土産品製造会社による家庭用 ポップコーン市場への参入

桑原サブチーフコーディネーター

● 課題

感染症の流行により、主力事業であるお土産品製造の受注が減少したが、家庭用ポップコーンの事業にシフトしたことで影響を回避できた。その後、ウクライナ問題により、原料であるとうもろこしの市場価格がコロナ前の2倍に高騰し、さらには包材に使うアルミホイルや針金の価格も上昇したため、ポップコーンの採算までも大幅に悪化してしまった。受注量は維持できているので採算性の改善が最大の課題であった。

● ビジネスアイデア

インスタントポップコーンの製造に使用する針金の価格を抑えるために、針金の加工機材を導入し内製化を図ることで、包材全体の原価の圧縮に努めた。また、インスタントポップコーンを製造できる事業者は国内に数社しかなく、需要増加に後押しされて、大手商社との値上げ交渉を行ううえでも優位に進めることができたことから、今年に入り二度の納入価格の引き上げに成功した。

塗装工程の見直しによる低コスト化・作業効率化の実現

清瀬コーディネーター



清瀬コーディネーター

● 課題

当社は、金属製品製造業である。この業界では、さまざまな塗料を使い塗装がなされているが、塗料メーカーから、原材料高騰による度重なる塗料費の値上がり通達があった。その結果、コストアップとなり利益を圧迫していた。一方客先からは、これまでに塗装品質について厳しい要求があったわけではなく、当社でも塗装品質・効率に対する意識は高くなかった。このため、当社では塗料費削減で利益を確保したいと考えていた。

● ビジネスアイデア

塗装工程の調査により、必要以上の塗料を塗布している可能性があることがわかった。工程管理担当者や塗料業者・塗装設備業者とも、コストダウン・効率化の検討を行った。品質に影響がなく低コストの塗料があるかどうか、塗装ロボットの動作(ティーチング)を変えて塗着効率を改善できるか、塗料ノズルの吐出量・吐出圧や、塗装ブースの吸排気の状態を最適化できるかなど、さまざまな観点からの改善を行い、塗料費を削減した。

海外との物流が停滞する中で国内市場の開拓で勝負

清瀬コーディネーター

● 課題

中古自動車・重機・特殊車両を主とした車両販売業を営み、海外への輸出が、当社売上の多くの割合を占めている。コロナに加えてウクライナ情勢の影響により、海外との物流網に大きな支障をきたしている状況である。サプライチェーンの回復の見通しが立たず、販売数・売上高が激減している。このため、仕入れ見直しによる支出の削減はしたもの限界があり、別の収益源を確保する必要があった。

● ビジネスアイデア

当社では、国内市場において、中古自動車をはじめとして車両への需要が堅調であったことに着目した。国内顧客向けに車両を販売できる場所を保有していたため、顧客ターゲットを国内に再設定し、中古車両販売に注力した。国内では、仕入れた車両を、比較的早く売れるようになり、減少していた輸出売上の一部を補填することができる目途が立った。在庫の負担も少なくなり、資金繰りの面でも輸出向けより有利になった。

商品の細かなマイナーチェンジで 原材料費の上昇に対応

清瀬コーディネーター

● 課題

食品(日配品)の製造を行い、主として地域の小売店(スーパーマーケットなど)に卸販売している。食品の原材料値上がりで製造コストが高くなり、販売価格に転嫁したいと考え交渉も続けていたが、客先からは一部しか受け入れてもらうことができず、利益を圧迫していた。中には、価格アップするのであれば、安価なライバルメーカーに切り替えるというところもあった。

● ビジネスアイデア

既存商品の販売価格値上げは難しいと判断し、新商品により販売価格を一から設定することとした。投資がなく、手間がかからないように、商品の細かな変更やパッケージの見直しといったマイナーチェンジを行った。高騰した原材料費でも、何とか利益を確保できるように販売価格を設定し、客先に提案・販売することとした。

これまでの繁盛店づくりのノウハウを 活かしたコンサルティング事業の展開

林 綾子コーディネーター



林 綾子コーディネーター

● 課題

当社は、シャンパンバーとサンドイッチ専門店を運営している総合飲食店である。特にシャンパンバーは、夜のみ運営ということもあり、コロナの影響を受け、時短営業要請や宴会自粛により売上が激減している。一方、サンドイッチ専門店は、テイクアウトをメインとしていたため売上はそれ程減少しなかったものの、昨今の原材料高騰により利益率が低下しており、全社として新たな事業の構築が急務となっている。

● ビジネスアイデア

当社の代表取締役の強みは、昼と夜で別業態の飲食店経営を行っていることと、経営経験が長いため、立地や競合他店舗を意識した商品、サービス、店舗の雰囲気づくり、コンセプトの設定など、繁盛店を作るためのノウハウを有することである。これらのノウハウ経営知識を活かして、店舗コンセプトの設定からウリとなる商品の開発まで、多方面に渡る飲食店コンサルティング事業を展開させることにより、新たな収益源を確保することができた。

フレンチレストランが自慢の肉料理の ネット販売で売上拡大

林 綾子コーディネーター

● 課題

当店は、地域食材を使用することにこだわるフレンチレストランである。手軽な料金で食事を楽しめるとあって地域の人気店であった。しかしコロナの影響によって来店者数が激減し、さらに昨今の物価高も加わって利益が出ていない状況である。長引くコロナ禍を凌ぐため借り入れた借入金額も膨らみ、新規借入ができず資金がひっ迫している。何とか毎月数十万円の返済を行うも運転資金を確保することが難しくなっている。

● ビジネスアイデア

店舗への顧客来店を待つという守りの経営では、今後も厳しい状況が続くことが予想される。当店の特徴として、日頃から低温真空調理を取入れていた。その技術を応用し当店自慢の肉料理をネット販売することとした。まずは市と連携を図りながらふるさと納税の返礼品としてPRを行い、売上の拡大を図る。またこれらの商品は、遊休時間を有効活用して製造できるため時間の効率化が可能となり、物価高の影響を緩和できる。

プレゼントキャンペーンによる ケーキの適正価格販売の実現

林 綾子コーディネーター

● 課題

当店は、おととしの11月に創業した洋菓子店である。クリスマスケーキの販売は、洋菓子店にとって大きな収入源の一つであるが、おととしは創業したばかりであったため販売を見送り、今年度は経営が軌道に乗っているであろうという予測のもと、クリスマスケーキの予約販売を検討していた。しかし現在、円安や物価高による材料費高騰を受け、間もなく始まるクリスマスケーキの予約販売における価格設定について悩みを抱えていた。

● ビジネスアイデア

クリスマスケーキは、砂糖、バター、卵、生クリーム、苺などを主材料とするが、いずれも価格が高騰している。経営安定化のためには、原価を考慮した適正価格によるケーキ販売が必須となるが、オーナーは原価度外視の価格での販売が必要ではないかと、迷っていた。このため、11月から販売開始予定の焼菓子の宣伝広告も兼ね、クリスマスケーキを予約頂いた方に、焼菓子のプレゼントキャンペーンを行うこととした。これにより、新商品となる焼菓子の宣伝広告と適正価格でのクリスマスケーキの販売を実現させる。

新商品の投入で価格転嫁を実現した 老舗製麺所兼飲食店

山内コーディネーター



山内コーディネーター

● 課題

当店は、老舗製麺所兼飲食店である。店舗での飲食店運営と製麺の卸・小売、さらに物販商品の卸・小売を行っている。コロナ禍の影響で店舗内集客が大幅に減少し、製麺の卸先もコロナ禍の影響を受けているため、受注が減少し売上も減少した。また、食材の原価が大幅に増加したがこれ以上の集客減少を招きたくないため、店舗内のメニューの価格転嫁ができない状況である。顧客や受注が減少した分の穴埋めをすることが課題となっている。

● ビジネスアイデア

店舗既存メニューの価格転嫁はすぐにせず、様子を見て新商品を投入して対応した。新商品は既存メニューを活用し、物販で取り扱っている商品を取り込み、何度も味変を可能とする付加価値のある商品とした。この新商品は、価格転嫁をして高単価で販売開始した。新商品に取り込んだ物販商品の購入を促し客単価向上にも繋げた。一方製麺の卸は、卸価格に価格転嫁をして販売している同業他社も多く、当社も今までの販売価格より大幅値上げをして販売することとした。

顧客一人一人に合わせた対応で来店頻度の 向上に取り組む整体サロン

山内コーディネーター

● 課題

当店は、整体サロンを運営している。整体師としての経験を活かし、顧客一人一人の生活スタイルに合わせた施術が特徴である。コロナ禍の外出自粛やウクライナ情勢などの影響による電気代の価格高騰で顧客の需要が減少しており、来店客が思ったよりも伸びていない状況である。新規顧客の獲得と1回の施術で終わりではなく、リピート顧客の獲得をいかに高めていくかが課題となっている。

● ビジネスアイデア

来店頻度を高めるため、顧客に体の状況を理解してもらうために具体的に説明している。そのうえで、治療にどのくらいの時間とどのくらい通ったほうが良いかを提案した。回数などを明確にしたうえで次来店の予約を積極的に促すこととし、できるだけその月に何度も通ってもらえるようにして月売上向上につなげる。また1回の施術のみで半年来ていない顧客に対してDMにて告知するようにした。さらに顧客に合わせた症状改善プランを提案し、再来店につなげるとともに、常連顧客に対しても紹介をお願いして、新規顧客獲得を図っている。

医療用特殊技術を活用した未来型ベーゴマで 米国市場に挑戦

山内コーディネーター

● 課題

当社は、医療用特殊技術を活用した最強の未来型ベーゴマを製造、卸、販売する企業である。医療用技術を活用しているため精度が高く、数十分はぶれずに回り続ける特徴もあり一度遊ぶと中毒性があることから、主に大型イベントを通して販売をしてきた。しかしコロナ禍において、大型イベントが中止になることが多くなり、販売機会を逃すことが増えた。このため、大型イベントの販売ルートだけではなく別販路への開拓が課題であった。

● ビジネスアイデア

当社は、インフレで賃金水準も日本の3倍になっている米国市場に着目した。賃金が高いということは購入金額も高くなると予測し、(公財)いばらき中小企業グローバル推進機構と連携して米国市場へ商品投入を実施した。市場が異なることからターゲットを調査し、遊びというジャンルではなくオブジェのジャンルとして展開した。一方国内では、玩具小売店に卸している企業と小規模イベントと一緒に実施して、販売できる企業に対して営業をすることにした。

鳥類専門ペットショップによる 猛禽類用の餌の販売強化

堀田コーディネーター



堀田コーディネーター

● 課題

当社は、猛禽類を中心とする鳥類のペットショップとカフェを経営している。鳥類に触れあえるカフェをコンセプトにすることで猛禽類に関心を持ってもらうとともに、猛禽類をペットとして飼育してもらうことで経営を成り立たせていた。

● ビジネスアイデア

販売した猛禽類のアフターフォローとして、エサの販売事業の強化に取り組んでいる。従来購入者はエサを独自に購入していたが、新たに当店で専用エサを販売し、エサの提供方法を動画で紹介するなどきめ細かいフォローを行った。猛禽類の購入者がコアなファンとなる機会づくりにもなり、当店の固定の収入源として、事業の柱になりつつある。

ハーブを使ったメニューを提供しているカフェがハーブに関するオンライン講座を開始

堀田コーディネーター

● 課題

従来は、ハーブの製造・販売のほかにカフェを運営していた。カフェ部門では、ハーブティーのみならずハーブを使ったカレーやハンバーグ、サンドイッチなどのランチメニューも提供し、顧客から高評価を得ていたが、原材料や人件費の高騰により売上原価が高騰し、ランチの採算性が悪化し続けていた。思い切って価格転嫁を図ったものの、顧客離れが生じてしまっていた。

● ビジネスアイデア

オーナーは、ハーブについての知見があるだけでなく薬剤師の有資格者であり、現役で活躍もしていた。この強みを活かし、オーナーによるハーブについて学べるオンライン学習講座を開始した。コロナ禍もあってオンライン講座の反響は大きく、最も利益率の高い事業分野に成長するとともに、受講者向けの上級者向け講座を用意することで、リピーター獲得にもつながっている。

従来より光熱費が抑えられる品種の栽培に取り組むキノコ業者

堀田コーディネーター

● 課題

当社は、菌床栽培のキノコを製造、卸、販売を手掛ける事業者である。従来は原木シイタケを栽培していたが、原発事故に伴う風評被害を受け続け、価格下落を招いたことから菌床シイタケの栽培に転換した。しかし、菌床シイタケの栽培には、冬場は重油を使用するボイラー、一方夏場には電力を使用するエアコンが必須であり、水道光熱費の高騰に見舞われていた。

● ビジネスアイデア

今夏より、菌床シイタケとは別にキクラゲの栽培に乗り出した。もともと経営者が持っていたキノコ栽培のノウハウと、原木栽培から菌床栽培に転換したことで生じた遊休スペースや架台を活用し、設備投資することなく栽培に着手できた。また、高温に強く空調を必要としないキクラゲを栽培することで、水道光熱費を抑えるとともに夏場の新たな収益源を創出することができた。

住宅用建築部材の半内製化によるコストダウンの実現

荷口コーディネーター



荷口コーディネーター

● 課題

当社は、30代～40代のサラリーマン層をメイン顧客とした、新築住宅の建築を主力事業としている。しかし、ウッドショックの影響により、材木の調達ができない状況である。仮に調達できたとしても、坪当たり3～5万円程度コストアップしている。しかし、顧客への価格転嫁できず利益率が減少している。このため、新たな資材調達手段の構築が急務となっている。

● ビジネスアイデア

当社は、代表取締役をはじめ、各社員が比較的長く建築業界でキャリアを積んできた。また、自社と連携する加工会社の全面バックアップとあわせて、これまで培ってきたノウハウをもとに、新築住宅用のセミオーダー型建築部材を独自に製作することとなった。顧客は、複数ある家の商品パーツから新築住宅をデザインを選び建築できる。それとともに、半内製化により資材高騰へのコストアップ削減に成功し、利益率の向上を図ることができた。

他業界とのコラボレーション事業により顧客層の若返りに取り組む老舗茶店

荷口コーディネーター

● 課題

当社は、静岡産の当社オリジナルの深蒸し茶をはじめ、茨城産茶葉、京都産抹茶などの日本茶のほか急須や湯呑などの関連商品も販売している。しかし、コロナや物価高の影響、さらには日本人のお茶離れ、茶葉消費人口の高齢化による需要減少が続いている。その結果、売上高も低迷し、新たなビジネスモデルの構築が急務となっている。

● ビジネスアイデア

当社は、代表取締役が前職でイベントの企画、運営をしていた経験がある。この経験を活かし、茶葉販売顧客の若返りをゴール設定としフロントエンド事業として、アート業界、ダンス業界などとのコラボレーションを考案した。自身の経験を活かしプラットフォーム事業として、Art×Eat×Meatイベント事業を立ち上げ、未就学児やその保護者を顧客ターゲットとするビジネスモデルを構築することに成功した。これによって今までにない新たな収益源を確保できている。

新価格戦術による品質向上化策

大内コーディネーター



大内コーディネーター

● 課題

当社は、弁当の製造販売、企業給食の請負を行っている事業者である。小麦粉・食用油をはじめとする多くの食材や、燃料・光熱費の高騰により、大きな影響を受けている。取引先の意向や、世間の不景気感から、大幅な値上げを行えていない。値上がりによる需要の低下や、スーパーマーケット・コンビニエンスストアへの需要流出を防ぎたいとの思いから、これまでの顧客や企業取引先に対する値上げを最小限にとどめ、食材を慎重に選び原価調整を行う必要があった。

● ビジネスアイデア

当社は、長年企業給食・仕出し弁当の製造販売を行っており、一定数の取引先・需要を持っている。ベテランの調理担当者の存在や、調理経験のノウハウがある。このノウハウを活用し、弁当のランクの間を縫う新価格を設定することとした。例えば、現在の500円と750円の弁当の価格設定の間に、新たに650円の価格帯を設定をする。値段と品質をグレードアップすることで、値上げ感を抑えた事実上の値上げを実現することができた。

建築業界の横連携と客層移行で商機を掴む

大内コーディネーター

● 課題

建築業全体が、物価高・ウクライナ情勢だけでなく、建築資材不足・ウッドショックなどで不景気となっている。見積を提示するものの、これらの状況で、時価相場的に値上がりするのが常識となってきている。また、大手建築業者からのBtoBでの仕事依頼がほとんどで、広範囲の同業者と比較され、薄利による受注を強いられている現状がある。

● ビジネスアイデア

建築業界にて長年にわたって仕事を続けていることで、地元や近隣市町村に、多くの建築関連事業者と強力な繋がりを持っている。このなかで、自社の強みを活かし、独自に仕事を得られる手段を模索した結果、BtoBを維持しながらBtoCにも目を向けることとなった。地元の一般家庭のお客様をターゲットとして、簡単な修繕から大掛かりなりフォームを受けられる建築グループを立ち上げ、モデルルームを兼ねた商談スペースを設ける計画を進行中である。

待ち営業の旅館業が挑む！ 移動販売で商機を掴む

大内コーディネーター

● 課題

コロナの影響で、多くの民宿旅館や宴会事業が大きな打撃を受けた。当店は、高齢の祖母が個人事業で営業していたが、孫息子が事業を引き継ぐ方針を定め、キッチンカーによる集客キャンペーンを開始しようとした矢先、食料品・燃料・光熱費等の高騰が始まった。本業だけでなくキッチンカー事業にも大きな影響を被る形となった。

● ビジネスアイデア

長年民宿旅館業を営んできたことで、食品の素材を活かす調理方法などのノウハウがある。また、地元の農業・水産業に従事する親戚・友人・知人が多い。その人脈を活かし、出荷に適さない規格外品や未利用魚などを安価で入手し、適切な方法で調理することで、通常価格で販売するキッチンカー事業を行い、キャンペーンを促進する。キッチンカーの改造費も補助金の支援を受けることができた。

建築金物(金属加工事業)から 新市場進出策

大内コーディネーター

● 課題

建築業全体が、物価高・ウクライナ情勢だけでなく、建築資材不足・ウッドショックなどで不景気となっている。家屋などの建築自体が見送られたり、すべての材料がそろわず、建築の進行が遅れるなど、今までのような進め方で仕事ができなくなっている。また、大手建築業者からのB to Bでの仕事依頼がほとんどであり、広範囲の同業者と比較され、薄利による受注を強いられている現状があった。

● ビジネスアイデア

当社は、長くアルミサッシやエクステリアの加工製作を行ってきた。そのほとんどが戸建て住宅のオーダー品であった。そのため、種々の金属やプラスチック加工用機材などを保有している。これらを活かし、アルミやプラスチックを加工することで、オフィス用の卓上小物や、自動車内に取り付けるドリンクホルダーなどの試作を開始した。デザイナーのアドバイスを受け、完成度を高めていく予定となっている。

管理栄養士と後継者による 日配小売店の大手スーパー対策

大内コーディネーター

● 課題

物価高の影響を受ける以前から、近隣のスーパーマーケットの精肉・惣菜やコンビニエンスストアのホットスナックなどと比較され、需要が落ちていた。後継者が事業を承継することとなったが、幸い後継者の作る総菜は地元で評判が良く、管理栄養士の家族が協力する方向で、事業の立て直しの検討を開始した。

● ビジネスアイデア

有名店で精肉と総菜調理の修業をした後継者に、管理栄養士資格を持つ家族が協力する形で、現在の精肉店事業を維持したまま、新事業へ進むアイデアを模索する。ターゲットを地元から水戸市へ移し、管理栄養士監修の高級お弁当の予約製造販売事業を計画している。既存事業に上乘せることで、地道な事業拡大を考えている。

地の利とキャンプ需要による 顧客開拓策

松本コーディネーター



松本コーディネーター

● 課題

当店は、飲食業、和菓子製造小売業、お土産物販売業を営んでいる。特に飲食業は、コロナの影響を受け、観光客の減少、時短営業要請、宴会自粛により売上が激減した。和菓子製造小売業、お土産物販売業についても、昨今の原材料高騰により、利益率が低下しており、全社として新たな事業の構築が急務となっている。

● ビジネスアイデア

当店では、地域食材を活かしたうどん、そば、団子、甘味などを提供するだけでなく、国の重要文化財である観光名所前に立地する強みがある。加えて野生フクロウと出会える場所として有名であり、集客力が高いことも強みである。この立地を活かして当社が所有する広い駐車場で「RVパーク」サービスを提供することにより、キャンプ・ワーケーションに関心のある人々を呼び込んで新規顧客開拓や来店頻度向上、客単価向上につながった。

製麺業の技術を活用！ 特徴ある赤飯・製餅で新事業化

松本コーディネーター

● 課題

当店は、うどんやそばの乾麺や生麺など麺製造業を営んでいる。販売としては、他店舗に製品を卸売することなく、自店のみでの販売形態をとっている。製麺業の原材料は小麦が大部分を占めるが、昨今の小麦価格高騰により、商品への価格転嫁が追いつかず、利益率が低下しており、新たな事業の構築が急務となっている。

● ビジネスアイデア

当店伝統の二度蒸し製法を活かし、新商品開発と長期保存化に取り組み経営の安定化を目指す。また、新たに鉄製蒸機を導入し、二度蒸し製法を活かすことのできる赤飯を製造する。この二度蒸し製法と練り出し式餅つき機を合わせることで、他店には出せないもち米本来の性質を活かした餅を製造する。そして製造するだけでなく、でき立てを瞬時に冷凍できるアルコール冷凍技術を導入し、新商品の賞味期限を延ばし長期保存化に取り組み。

ドローンの活用で新事業展開収益化

松本コーディネーター

● 課題

当店は2005年に縫製業として法人設立し、大手企業の下請けとしてコンテナバッグの製造を行っている。コロナに伴う緊急事態宣言や、外出自粛の影響をきっかけに、売上が落ち込んだ。さらに最近では資材高騰の影響などあり、利益を出しにくい経営体質に陥ったことから、新たな事業の構築が急務となった。

● ビジネスアイデア

当社が保有する高精度ドローンは、ワイド観察やズーム40倍撮影などに対応できることから、虫・腐食・キズなど、非常に細かい状態の様子まではっきり区別することができる。更にドローンから得たデータを3Dモデル化することで、高低差を出すことができる。こうした高精度ドローン機能を活かせる点検サービス（ソーラーパネル点検、外壁点検、インフラ点検）と、3D測量サービスを、新たに開発提供し、収益源を確保した。

こだわり 新商品開発+DXで売上げ向上

東ヶ崎コーディネーター



東ヶ崎コーディネーター

● 課題

当事業所は、シフォンケーキ教室の運営とシフォンケーキの販売を行っている。コロナの影響を受けて教室の休業を余儀なくされ、教室の売上は低下した。また昨今の原料費の高騰により、特にメインの小麦の高騰が商品価格に大きなダメージを与え、利益率も低下している。そのため、新たな商品開発や販売方法など改善案が必要となった。

● ビジネスアイデア

長年にわたってシフォンケーキの製作・販売を行っており、そのノウハウを活かして、新たな商品開発を手掛けた。単に販売価格を上げるのではなく、小麦粉は国産にこだわり、卵も奥久慈産を使用するなど、材料の品質を上げることによって、ブランド力の向上を図り、利益率や販売力のアップを試みた。また小麦粉よりも栄養価の高い、全粒粉を使い香ばしい香りと風味を活かした珍しい全粒粉のシフォンケーキなども開発した。販売方法もGoogleフォームを使った予約販売を行うことで、売上の向上とロス削減につながった。

オンライン料理教室化で 複数メリット！商品販売も

塚本コーディネーター



塚本コーディネーター

● 課題

料理教室を自宅で開いていたが、コロナ禍で自宅での料理教室の開催をできなくなった。さらに使用する材料を講師自身で準備していたが、授業料に材料費を含めていたため、教材である食材が物価高で高騰したことにより、利益率が大幅に下がっていた。

● ビジネスアイデア

この状況を踏まえ、自宅での料理教室開催を辞めて、インターネットを活用して自宅開催からオンライン料理教室のみの運営に切り替えた。オンライン教室の資料とともに使用する材料を伝え、生徒自身に材料をそろえてもらう方法に変更した。これにより、講師の材料費の負担を減らすことができ、送料も資料をデータで送ることで0円にすることができた。またオンライン教室の実施により、密になる心配も防ぐことができた。今後は、料理教室で好評であった商品をインターネットで販売することも検討している。

新企画・観光と市場特化 プレスリリースで手応え

佐藤コーディネーター



佐藤コーディネーター

● 課題

当社は、洋菓子の製造・販売を行う企業である。昨今の原材料の高騰により、小麦・卵を中心に、洋菓子の季節性を表現する果物などは2倍から4倍にも高騰している。また物価の高騰だけではなく原材料不足にも直面し、常連客が楽しみにしてくれているものの、値段と原材料不足に頭を悩まされている。店頭のカリ、季節感の演出の意味でも店頭の商品揃えの再検討も必要となっている。

● ビジネスアイデア

当社は、地産地消などの企画ものに長けていることが強みであった。地元さつまいもを使ったクッキーや焼き菓子、地元鉄道の名物の駅票をあしらった焼き菓子、鉄道カードの作成などアイデア商品づくりも得意である。そこで、鉄道ファンへのお土産対策を検討することとした。このお土産は高騰している果物の使用も不要であり、鉄道ファンにいかに喜んでもらえるかだけに焦点を当てた商品づくりを行った。販売時にはNHKの取材も入り、用意した企画新商品は瞬く間に完売した。

サブスクリプションサービスで 受注増！

吉村コーディネーター



吉村コーディネーター

● 課題

当社は、個人事業の出張カメラマンであり、ロケーションを中心に出張撮影を行う撮影事務所として営業している。そのかたわらで、HP制作も行っていった。物価高の影響で結婚式場での結婚式を挙げる人が少なくなり、ウェディングフォトの出張撮影の需要が減ったため、売上が下がり新サービスの開発が必要となっていた。

● ビジネスアイデア

今まで本業のかたわらで行っていた、HP制作における売上を上げるため、ターゲットをHPサイトを作りたいが、物価高で費用が捻出できない、まとまったHP制作費用を支払えない小規模事業者に向け、HP制作のサブスクリプションサービスをスタートした。写真や動画の撮影ができるため、商品やサービスの写真や動画撮影ができない方に向けたオプションのサービスを提供でき、写真撮影を含めHPが必要な事業者から、少しずつHP制作の依頼を受注することができている。

材料変更＋販売チャンネル多様化策

吉村コーディネーター

● 課題

当店は鞆の製造・販売を行っている事業者である。ウクライナ情勢や物価高の影響で、海外からの鞆の原料である革の輸入価格が高騰している。この状況のなか、製品に価格転嫁をしなければ経営が難しい状況となっている。今までの販売経路は、百貨店やメーカーへのBtoBが中心となっていたため、物価高に対応した新商品の開発や、売り先の再検討などを行う必要があった。

● ビジネスアイデア

新製品開発として、原料の仕入価格を抑えるため、革以外の原料を多く使ったバックの製造を計画している。具体的には、革の部分を少なくし、布やナイロンを使って、当社の技術を活かしたバックを製造していく。このように革の部分を少なくすることによって、軽くて使いやすい機能性のあるバックとして、既存の百貨店やメーカー以外にも自社ECサイトや、今まで行っていなかった自社店舗販売、マルシェなどで購入しやすい価格帯にして販売することができる。

地域資源を生かした複数の新商品開発策

吉村コーディネーター

● 課題

物価高の影響で、インバウンドや観光での顧客が減少し、お土産屋の利用者販売価格が減少している。また、お土産そのものの仕入れ価格も高騰している。既存のお土産物中心の販売方法ではなく、新しい商品やサービスが必要な状況となっている。

● ビジネスアイデア

既存のお土産物販売だけでなく、観光地の利用者が手軽に飲める飲料として、飲み物のテイクアウト事業を行う予定である。店舗では登山客も多く訪れるため、登山客が気軽に購入できる、地域資源を利用した福来みかんサイダーを商品開発し、新商品のテイクアウト事業を行う。福来みかんは、以前から製造していた七味の原料として、自宅での栽培を行っており、収穫が可能であること、また収穫して使う際は七味の材料として使うので皮以外の部分は現在ほとんど利用せず、廃棄していたために、今回の新商品はSDGsを意識したエコな商品となる。

海外生産から国内へ ニーズに対応した少量多品種策

會澤コーディネーター



會澤コーディネーター

● 課題

当社は、自社で企画・設計したバイクのカスタマイズに使用する部品を、台湾など海外で委託生産している。昨今の急激な円高の影響で、以前のような海外で生産することによる安価な製造コストというメリットが少なくなっている。一方、海外生産は、納期の長さや、多品種少量生産への対応が難しいことなどのデメリットの方がメリットより大きくなっている。

● ビジネスアイデア

製造コストが上昇している小型バイクのカイタマイズ部品の海外での委託生産を縮小し、カスタム部品の生産の内製化を進めている。内製化により、カスタム部品の短納期化や、多様な顧客ニーズに対応したオリジナル部品の多品種少量生産が可能となった。現在、カスタム部品の一部を内製化するために、NC工作機器の導入を進めている。

新規器導入で生産性向上＋経費削減策

會澤コーディネーター

● 課題

製餡業界は、全国的な和菓子店の減少により、厳しい経営環境にある。このような状況の中、昨今の餡の原料である小豆の高騰により、値上げを余儀なくされている。取引先には、小豆などの原材料高騰に伴う商品の値上げを説明したが、取引先のなかには、より安価な餡を購入するために当社との取引を止め、他社からの購入に切り替えたところもある。

● ビジネスアイデア

餡の販売先は、近隣地域の和菓子店で、各店舗の要望に合わせて商品を製造している。餡の原料である小豆が高騰するなか、生産コストを下げるため、餡製造機器の入れ替えを進めている。新機器を導入することにより、今まで廃棄していた部分も一部は原料として使用でき、原料のロスも削減できる。また、1回の製造量が今までより増加することにより生産性が向上し、経費削減の効果も期待できる。

新カテゴリー進出で新規顧客＋売上拡大策

會澤コーディネーター

● 課題

当社は、障害者就労継続支援事業所で、クッキーの製造・販売をしている。製造したクッキーは、ショッピングセンター内の地元商品の直売所で販売している。クッキーの原料である小麦の高騰により、商品の原価は上昇したものの、なかなか商品の価格に転嫁できない状況にあった。そのため、十分な利益が確保できず、クッキー製造に携わっている障害者の工賃も上げられない状況にある。

● ビジネスアイデア

クッキーの製造は、以前レストランであった場所を使用しており、客席の部分は使用していない。クッキーが原料高騰で苦しい状況に置かれているなか、売上を拡大するために、当該店舗でのパンの製造販売を進めている。当該店舗では、元客席をカフェとしてテーブル席を設置し、お客様にくつろいでいただくとともに、障害者と地域住民の交流の場として役割も担っていこうと考えている。

自社ブランド強化＋電子カタログ作成で直接販売策

宮田 祐太コーディネーター



宮田 祐太コーディネーター

● 課題

当社は、家具製造卸売を行う事業者である。家具の製造は本社にて企画・設計を行い、海外にある取引先企業での試作を経て商品として製造し、国内の家具店やホームセンターなどへの卸売を行っている。コロナ禍におけるインテリア需要やDIYブームにより、ホームセンターなどへの販売は堅調な時期もあったが、昨今の木材不足や海外からの輸送費の高騰、急激な円安の影響を受け、商品原価が著しく高くなっている。

● ビジネスアイデア

当社では、大手のショッピングモールへ出店や直営のネットショップにより、個人客への直接販売も行っている。卸売での取引先の中には、商品原価や輸送費の高騰に因る価格交渉に応じてもらえない企業もあり、売上の減少も懸念されることから、自社商品のブランド力を高め、卸売以外にも個人への直接販売を強化することとした。その試みとしてDIY用材料の商品化や製品の特徴、物作りへのこだわり、実際の使用イメージなどが伝わる電子カタログ作成を進めている。

トマト農家が挑む！ 広報＋販促人材募集策

宮田 祐太コーディネーター

● 課題

当社は、こだわりのトマトを生産する農園を経営している。品質向上のため、土作りやハウス内の温度、湿度管理には特に気を使っている。現在は特定の販売先に対して自身で商品の納入を行っているが、商品の認知度を高め、さまざまな販売ルートを駆使して売上を拡大したいと考えている。昨今、肥料や燃料費の高騰により生産に要する費用が増大しつつあることや、繁忙期の人手の確保、商品PRのための方法など課題が多い。

● ビジネスアイデア

生産費用の増加による商品価格への反映は、避けがたい部分があるため、その価格でも納得して購入して頂けるように商品の品質向上に注力する。そのためには農園での生産業務に時間を費やす必要があるため、商品のPRや直接販売の仕組み作りを担当してもらえる人材の確保を提案している。そうした分野に詳しい人材確保の方法として、業務委託マッチングサイトでの募集を進めている。

日本茶農園の動画配信による販促策

宮田 祐太コーディネーター

● 課題

当社は、日本茶の栽培と商品製造を行う農園を経営している。これまで地道に製品作りに取り組んできた結果、商品に対する高い評価も得ているが、販売ルートの確保や商品のPR活動があまり進んでいないことが課題であった。商品生産のためのさまざまな機械の整備や、農園の環境整備などに係る費用も増加しているため、新たな販路の確保や個人客への直接販売などを強化する必要がある。

● ビジネスアイデア

商品の広告活動として、商品そのものの味や香りについての説明とともに、それらの商品がどのような場所でどのように生産されているのか、またどんな人が生産に関わっているかなど、商品が作られるまでの背景を含めた紹介が最も消費者に訴えかけるものが大きいと考え、それらを伝える方法として、生産過程の動画作成と専用チャンネルによる配信を行うこととした。現在、1本目の動画が完成しており、この視聴者を増やすための取組みを進めている。

従業員の生の声を集約・離職防止対策

坂本コーディネーター



坂本コーディネーター

● 課題

当社代表は、社内の課題として人との接触機会が減り、従業員同士のコミュニケーションが希薄になったことで、組織への帰属意識が低下しているように感じていた。また採用が困難である一方で、離職率も高止まりしていることにも危機感を覚えていた。このため、組織活性化のための方策を検討するために、従業員が普段から感じていることを的確に捉えるためのアンケートを検討していた。

● ビジネスアイデア

従業員アンケートを実施することで、組織活性化に対する課題を抽出した。顕在化している課題だけではなく、今後想定される潜在的な課題について、一つのテーマに対して複数の質問項目を設定した。またアンケートを実施するにあたってはWeb上のアンケートフォームを活用することで、集計・分析を容易にすることで担当者の事務負担も軽減した。

待遇面から人物像への注力で採用効率向上

坂本コーディネーター

● 課題

人手不足が深刻である一方で、応募もなく、受注へ対応できない状況となっている。また有料の求人媒体も利用しているが、相応の費用負担も発生するため、ハローワークでの求人にも力を入れたいと考えていた。しかしこれまで、ハローワークの求人については、応募が少ないうえに、求める人材が集まらず、今後の対応策に悩んでいた。

● ビジネスアイデア

求人は、買い手市場から売り手市場に転換していることを意識し、求人活動を自社PRの機会であると捉え直した。また求める人材に応募をしてもらうために、その人物像(ペルソナ)を明確に設定することから取り組みを始めた。当初は、賃金額などの待遇面を重要視していたが、就職企業を選んでもらうために必要なことは何かを考え、募集したことで、求める人材の採用につながった。

健康経営導入で「優しい企業化」+ 高利益化

坂本コーディネーター

● 課題

当社では、従業員の高齢化が進んでおり、病気により同時に職員が休むような事態も発生していた。60歳を超えても働く意欲を強く持っている従業員も多い一方で、年代にかかわらず病気により思い通り働けないケースも見受けられる。そのようななか従業員に優しい会社であることをPRしたいと考えていたところ、健康経営というキーワードに行きついた。

● ビジネスアイデア

健康経営と聞くと、何か特別なことをしなければならないと考えていたが、すでに取り組んでいることが健康経営への取組みであることに気付いた。ライフワークバランスを実現するために、時間外勤務を減らそうと残業を事前申請としたことで従業員の退社時間が早まった。また就業時間を短くするために生産性を向上させようとする意識が高まり、結果的に利益率も改善した。

運送業からの撤退と 生活支援サービス事業への特化

林 雄一コーディネーター



林 雄一コーディネーター

● 課題

当社は、2016年に運送業と遺品整理業、家事代行業を行う会社として設立した。運送業については、一般貨物自動車運送業として大手家電量販店の家電配送業務を行ってきたが、ウクライナ情勢による燃料費の高騰や人手不足による人件費の増加などにより経費負担は増大する一方で、家電量販店からの委託手数料など取引条件は改善されないままであり赤字状態が続いていた。

● ビジネスアイデア

そこで運送業から撤退し、遺品整理業などに経営資源を集中することにした。しかしながら、最近では異業種から同事業への参入が増えて顧客の奪い合いや低価格競争が加速している。当社では、准看護師の資格のある代表取締役の強みを生かし、水戸市の高齢者支援センターや居宅介護支援事業所などと連携しながら、高齢者宅の片付けや清掃業務に力を入れている。

洋菓子店の自動化装置導入による生産性向上の取組み

林 雄一コーディネーター

● 課題

当社は、洋菓子の製造・販売業の会社である。昨今の原材料価格の高騰は、卵や砂糖、小麦粉、生クリームなど主原材料のほぼすべてに影響し、季節の洋菓子に欠かせない栗やイチゴなどの果物類も2倍から4倍に価格が上昇している。また、洋菓子の製造には多くの人手が必要だが、慢性的な人材不足が続いており時間外勤務の多さも課題となっている。

● ビジネスアイデア

製造コストの上昇を吸収するため、客単価および来店客数のアップを目指しているが、それには製造・包装・販売に時間を取られ、さらに人件費が増加するという悪循環になってしまう。そこで、製造ラインに超音波マルチスライサーやテンパリングマシンなどの自動化装置を新たに導入することで生産性を向上させた。同設備投資にはものづくり補助金を活用した。

干し芋製造の際に出る残渣を家畜飼料に転用するプロジェクト

林 雄一コーディネーター

● 課題

当社は、主に消臭素材の販売を行っている会社である。今回、さつまいも農家から干し芋製造の際に大量に出る残渣の処理について相談されたことをきっかけに、当社技術を活かして干し芋残渣を家畜の飼料にできないかと考えた。特に、原材料を輸入に頼る配合飼料は、2020年10月に1トン当たり66,000円であった価格が2022年4月には同87,000円まで上昇しており、この秋には同100,000円/を超えられている。

● ビジネスアイデア

通常、干し芋製造の際に出る残渣については、農家が自分の畑に埋めて処分している場合が多い。本ビジネスモデルは、運搬業者が干し芋農家を回って干し芋残渣を引き取り、集めた残渣にバクテリアを添加し発酵加工を施したあと、畜産農家に運びエコフィードとして活用するというものである。このビジネスモデルは、金融機関が主催するめびきビジネスアワードにも採択され、高い評価を得た。

地域産業活性化を意識した砂利や砂の新たな販路提案

小林コーディネーター



小林コーディネーター

● 課題

当社は主に砂利・砂の卸業を行っている。当社は、湖に隣接した土地に採掘場を設けていることから、丸みのある良質な砂・砂利の採掘が可能となっている。卸先としては、道路補修などの公共工事を行う建設会社が多かったが、建設会社の公共工事減少の影響を受け当社の売上も大きく下がってしまった。このことから、販路開拓が課題となっている。

● ビジネスアイデア

当社がある地域周辺には、比較的価格帯の高いゴルフ場が多い。このため、コースの維持管理にもある程度の経費を投じられている。そこで、当社が扱っている丸みのある良質な砂をバンカーの砂として使用することで、ほかのゴルフ場との差別化を図ることを提案したところ、購入を希望するゴルフ場があり、取引開始に至った。これにより新たな収益源を確保することができた。

重機オペレーションに必要なCADデータ作成事業の新展開

小林コーディネーター

● 課題

当社は、土木工事・民間企業および公共施設における外構工事、道路の舗装工事等を中心に約50年間事業を行ってきた。しかし、コロナの影響による公共工事の減少や近年の燃料費の高騰の影響を受け、売上が減少していた。また、各工事で必要とされる重機のオペレーターの採用も困難を極めていた。このような状況を受け、これらの影響に左右されない新事業へ取組が必要となっていた。

● ビジネスアイデア

当社は、以前から茨城県内でも稀有となる3DMCに対応した重機を保有し、自社でその重機のオペレーションに必要なCADデータの作成も行っていった。このCADデータを自社で作成可能であるという強みを活かし、お客様が保有する3DMC重機に必要なCADデータの作成請負事業を開始した。この取組みが評判を呼び、新たな収益源を確保することができた。

イベントプロデュース業の人脈を活かした結婚相談事業への参入

小林コーディネーター

● 課題

当社は、各種イベントの企画プロデュース事業を営んでいる。コロナの影響で、さまざまなイベントの開催が不可能となり売上が激減した。また、原材料の高騰などの影響からイベントに出店していた飲食店の廃業が続き、コロナが収束しつつあるにも関わらず、イベントの再開が難しい状況となっている。この状況を打破するためにも、新たな事業の構築が急務となっていた。

● ビジネスアイデア

当社の代表は、これまで数多くのイベントの企画プロデュースを行ってきたことで、幅広い人脈を構築してきた。この人脈こそが当社の強みであり、この強みを活かせる新事業として結婚相談所を開設することとなった。開設後これまでイベントに出店していた方から、結婚を望んでいる方々を紹介してもらっている。これにより会員が増加し新たな収益源となっている。

消費電力の低減を意識しエネルギー効率化に向けた生産体制への転換

米永コーディネーター



米永コーディネーター

● 課題

当社は、金属材料製造会社であり付加価値の高い金属合金を製造している。合金を製造する工程では電気炉を使用しているが、最近の金属材料購入費用の高騰に加え、電気代高騰による製造コスト増大に悩んでいる。顧客に対する売価への転嫁も一部実現しているが、原材料、エネルギーの高騰分を吸収することはできていないのが実態であり、それをどう乗り越え主力事業として成立させるかが課題となっていた。

● ビジネスアイデア

電気代の高騰に対する解決策として、従来は金属合金の生産は、納期や作業性において複数の電気炉の生産性、効率性を優先に生産計画を組んできた。エネルギー高騰の対応策として、電気炉の立ち上げでは消費電力が特に大きくなるため、その立ち上げ頻度を少なくすることや、できるだけ大型の炉を使いエネルギー利用効率を高めることなど、エネルギー効率に重きを置いた装置稼働計画・生産計画を立て生産を進めるよう方針を変更した。

コロナ禍における自社製品の強みを活かした感染症対策分野への進出

米永コーディネーター

● 課題

当社は、プラスチック製品製造販売会社である。革新的な精密成形技術によるプラスチック製品の提供により、エンターテインメント業界の発展を支えてきた。その結果、各種イベントで販売されるプラスチック製品が売上げの一定割合を占めてきた。しかし、コロナ禍によるイベント中止などにより売上が減少し、この逆境に打ち勝つために新たな製品や販路を拡大することが課題となっていた。

● ビジネスアイデア

当社は、コロナ禍における主力製品が販売減となるなか、長年積み上げてきたプラスチック成型技術を強みとして、プラスチック成形メーカーだからできることはないかとの視点から、感染症(コロナなど)対策関連商品を考え出した。これら感染症対策関連商品は、当社にとって新分野への進出となるため、新たな顧客ニーズの掘り起こしおよび販路開拓やプロモーションについて試行錯誤を重ねているが、徐々に認知度も上がり売上が伸びてきている。

自社の人材育成能力を活かした社会インフラ整備事業への進出

米永コーディネーター

● 課題

当社は各種イベントなどへのアウトソーシング事業、人材派遣・紹介を営む企業である。コロナによる人材派遣・紹介先の企業の経営悪化やイベント中止に伴うアウトソーシング請負の減少により、売上の低下傾向が続いていた。当社はこの逆境に打ち勝つため、新たな事業・製品を開拓し、多角的な経営を行い業績改善することが課題となっていた。

● ビジネスアイデア

当社の強みである人を教育するノウハウや、それらを短期間に教えることのできる指導力のある社員を活かして、これまでの事業と全く異なる設備メンテナンス事業に参入することとした。フランチャイズ方式であるが、設備を自社導入し、当社の強みである指導力を活かして作業者の教育・育成を図り、今後も継続し景気の影響を受けにくい社会インフラ整備事業の一翼を担い、安定した当社事業として今後立ち上げていく計画を策定できた。

地場品と連携した 手作りヨーグルトの高付加価値化

福永コーディネーター



福永コーディネーター

● 課題

当社は、素材にこだわった手造りハムと、手造りヨーグルトの製造販売をしている事業者である。もともと経営が苦しいことに加え、原材料高となり簡単に値上げすることは難しく、なかでもヨーグルトの収益は厳しさが増し、対策に苦慮していた。

● ビジネスアイデア

現行製品の値上げはできるだけ押さえるなか、収益が厳しいヨーグルト製品について、地産品と連携したヨーグルトの開発を検討した。この新商品は、(株)JR東日本茨城の土産品開発支援事務局が主催する「2022年度茨城の新たなお土産品開発」に応募し、採択された。今後は各種専門家のアドバイスを得ながら全社一丸でチャレンジし、完成度を高めて来年3月に商品販売を目指す。

タイヤ小売店による採算を意識した 販売先の再検討と店舗集約化

福永コーディネーター

● 課題

当社は、タイヤの小売販売店である。コロナ前から経営は厳しい状態にあり、経営改善中であった。その状況下、コロナ禍による不外出の増加、燃料価格高騰の影響で、売り上げは大幅にダウンし、緊急対策を迫られていた。

● ビジネスアイデア

当社は、一般ユーザ向け店舗と貨物用車両店舗の2店舗を有していた。一般ユーザ向け店舗はフランチャイズ店で売上は大きいものの、家賃の負担が大きく不採算部門であった。この機会に不採算店舗を閉じ、業務用に集中させる収益シミュレーションを幾度も検討し、1店舗に集約した。その結果、従業員の結束度も高まり、貨物車両用店舗の売上も拡大・黒字化することができた。

知財相談窓口と連携したペットに優しい庭の無害除草剤の開発

福永コーディネーター

● 課題

当社は就労支援事業所である。建築資材が入荷しなくなり、一番の大口顧客の仕事が落ち込み、それに対する対策、新規の仕事の開拓や作業の取り込みが急務となった。

● ビジネスアイデア

特殊マスク用断裁作業、無農薬農家から草抜き作業などを紹介され、黒字拡大となった。さらに、今後のリスクヘッジを考慮し、今まで取組んだことのない新製品開発に注力することとした。コロナ禍、ペット需要増加に応え、ペットが安心して庭を走り回れる無害の除草剤を開発するというものである。開発に当たっては、(公財)いばらき中小企業グローバル推進機構の茨城県知財総合支援窓口にも相談しながら製品化のめどを立て、現在具体的な商品化を進めている。

補助金活用における設備導入による生産効率の向上と増産体制の増強

鷲尾コーディネーター



鷲尾コーディネーター

● 課題

当社は、カキ、エビ、カニをメインとした水産加工製造業である。特にカキの仕入れは、全国各地のカキを取扱っており築地にあるM社との関係強化も行った。これを足がかりとして問屋の役員を招き、安定した仕入れと加工受注、技術研修生を中心に人材確保も容易に図ることができる関係性を確立できた。しかし、カキ、エビ、カニなど原材料の高騰による仕入高により、加工製造の収益減と人材不定着もあり、新たな事業展開が急務となっていた。

● ビジネスアイデア

当社は仕入れには強くなったが「X線異物検査機」を保持しておらず、冷凍したカキが一定量溜まると、同じ工業団地内のM社の子会社内の設備を借りて、異物検査を実施していた。当社社員が運搬、検査作業を先方で実施した後、持ち帰りパック包装後に冷凍庫に保管し出荷するなど、非常に非効率な状況であった。この課題改善と昨今の原材料・仕入れの高騰、電気代対策として、補助金を活用し異物検査装置を導入した。これにより運搬と移動時間短縮が実現できたうえ、計画生産と増産が可能となり、売上収益アップが実現できた。

非対面など社会的背景を加味した 設備導入による接骨院来店強化

鷲尾コーディネーター

● 課題

当接骨院は柔道整復師の国家資格を持ち、打撲、捻挫などの各種損傷を保険請求可能な「施術」でその回復を図っている。内容は、干渉波、マッサージ器、柔道整復師の対面で、時間は1人当たり約50分となっている。しかし高齢者からの施術時間短縮の要望に加え、40代前後の来院率が50%も減少。これについては、「コロナ禍のため対面施術を敬遠している」という声が少なくない。さらに、電気や燃料費の高騰で固定費が回収できないという新たな課題も加わり、事業スタイルの見直しが急務となっていた。

● ビジネスアイデア

高齢者による施術時間短縮要望と、若者の対面施術敬遠の背景といった現在の社会背景を加味した課題解決のため、干渉波やマッサージ器、対面施術と同等の施術を可能とする高圧酸素ボックスを導入することとした。これにより、施術時間は約20分短縮となり、また希望により非対面での施術も可能となった。施術増加による固定費回収と酸素消費の多いスポーツ選手のリピート来店に向けて当ボックスを活用することで、若者の来院増を狙う新ビジネスになった。今はコロナ禍減から徐々に回復し、売上増を図ることができている。

設備導入による有機日本酒の高品質化と 材料効率活用化の実現

鷲尾コーディネーター

● 課題

当社は、有機米を使った生酏造りによって全国に先駆けていち早く有機日本酒を市場に投入した酒造蔵である。コロナで個人の巣ごもり需要は増えているが、需要の大きい飲食店、旅館、ホテルでの営業時間短縮や宴会自粛などの影響で売上が減少している。しかし特定名称酒の生酏造り有機日本酒は完売し、その他大吟醸、吟醸、純米酒の売上はそれほど減少しなかった。ただし原材料が高騰しているうえ、酒造中に発生する非効率な作業などで利益の低下がみられ、新たな生産対応が急務となっていた。

● ビジネスアイデア

当社の強みは有機JAS米を使っており、自然にこだわった有機日本酒を、健康趣向の愛飲家達に提供できることである。しかし、有機JAS米の良さを活かすためには、絞り工程ではできるだけ圧力を掛けない、空気に触れさせないなどの工夫が必要となる。このため、樹脂製枠の濾過板、圧搾板仕様に自社仕様を加えた自動圧搾機を新規に導入することとした。これらの設備導入により、酒造工程の効率化による高品質を保った有機日本酒の増産が可能となり、原材料などの高騰への対応と収益の向上を見込める新たな生産体制を展開している。

従来技術を活用した 新製品開発による新分野展開

樋口コーディネーター



樋口コーディネーター

● 課題

当社は医療用FRPの生産を行っているが、コロナ禍もあって受注が減少してきた。一方諸物価高騰のため、ガラス機械および成形樹脂が高くなり収益を圧迫していた。さらに人手不足のため、人材の確保と生産合理化が急務となってきた。

● ビジネスアイデア

①従来のFRP(ガラス繊維など、各種繊維と組み合わせ、強度を高くした繊維強化プラスチック)の分野から発電用FRPを新製品開発し、取引先認定に合格し新分野の受注に成功した。②生産合理化については、「経営改善会議1回/2カ月」を開催し、全員の力で取組んだ。経営会議のテーマは①売上高拡大(販路拡大)、②生産性向上(不良低減、工程管理、パープロ管理)、③新製品新技術開発(発電補修開発、ロボット用部品開発、真空成形)、④材料費の低減(ガラス機械のネスティング化 ※加工を行う際に1枚の材料から型の配置を検討しながら複数の部品を切り出せるよう工夫し、材料の無駄を減らすこと)を行った。③これらの成果として①売上高(6.2億円/年7.3億円/年)②月当たりのパープロ(生産性の指標であり、1人当たりの売上高を指す)は138万円/人、④利益率13%を達成することができた。

材料価格高騰に対する加工方法の 変更・工夫による価格低減の実現

樋口コーディネーター

● 課題

当社は、丸アルミ材および丸棒材からの機械切削加工を手がけているが、昨今の円安傾向により、材料(丸アルミ、丸棒)の価格が高騰し収益を圧迫していた。販売価格への反映は厳しい状況となっている。

● ビジネスアイデア

アルミ材について、冷間鍛造(2,000トンプレス)化を図ることで、従来の素材重量が2.1kg/個であったのに対し、0.9kg/個に低減させることに成功し(1.2kg/個×1,000個/月となり、月当たり1,200kg/月に低減)、結果的に60万円/月の低減効果を得た。

材料費高騰に対する加工方法と材質の変更による収益構造の改善

樋口コーディネーター

● 課題

当社は、厚板材の製缶・機械加工を行っているが、最近の鋼材価格高騰が原因となり、収益を圧迫していた。

● ビジネスアイデア

①製法の変更：従来の製缶について、機械加工方法を鋳造品に変更（5部材から1部材に変更、材質も同一強度のFCD415に変更して強度は維持）、重量（6.1kg/個から5.1kg/個）に低減することができた。②加工費の低減：製缶費用については、機械加工が5,740円/個かかっていたものが4,260円/個に低減できた。③効果：従来開発が12,000円/個かかっていたものが、鋳造化することにより、6,000円/個×2500個に換算すると、1,500万円の低減効果を得ることができた。

材料調達先の変更による納期の安定化とコスト削減の実現

小野瀬コーディネーター



小野瀬コーディネーター

● 課題

当社は、多くの電子部品を使用し電子装置を製作しているメーカーであるが、使用する電子部品の品種が多い半面、使用総量は少なく、一度の発注量も少量なことから、コスト高や納期の面でも苦労していた。

● ビジネスアイデア

使用量が少なく品種の多い電子部品は調達力が最も弱いので、自社で購入するよりも取り扱い規模の大きい専門商社に依頼して入手する方法に方針変更した。その結果、調達が安定したばかりでなく、コストの低減にも繋がった。

材料価格の変動を踏まえた客先との販売価格決定ルールの確立

乾コーディネーター



乾コーディネーター

● 課題

当社は、ステンレスで細い特殊サイズの磨き棒鋼をNC旋盤で加工している事業者である。昨今、客先は各種部品を通販で販売しており価格について厳しい状況である。客先は国内のみならず中国からも仕入れをしており競争も激しい。昨年来のニッケル上昇により値上げをしたが、今後値決めをどうするかという課題があった。

● ビジネスアイデア

多くの企業で散見される事象であるが、製造原価分析ができておらず、結果的に売上価格と連動していなかった。このため、価格決定ルールの確立と原価計算を行うこととした。ニッケルが上がっていることは世界同一であり、中国の競合先も上がっているという現状もある。しかし2022年8月時点ですでにLMEは下げを見せており、今後世界的に下がる展開も予想されるため、材料費変動を5%以上振れたら見直すルールを客先と決めることとした。さらにその場合、営業利益が下がらないよう販売管理費も同時に変動させることも合わせて実施することを提案した。

客先への原油価格変動資料提示や適正価格提供に向けた値上げ交渉の実現

乾コーディネーター

● 課題

当社は大手運送会社の下請けの構造であるが、軽油が値上がりして経営が苦しくなっている。債務超過で金融機関から経営改善を迫られているうえ、金融機関から会計監査会社の調査を受け、再建に向けて経営改善計画を出した。しかしロシアによるウクライナ侵攻でロシア原油の輸入禁止で原油価格が高騰し、2022年3月時点で再び軽油がかなり上がり経営がひっ迫している。

● ビジネスアイデア

燃料高騰とコンテナ輸送価格の値上げ要請をする。また3月時点で前年比15%軽油が高騰しているため、価格変動に関する資料を客先に提出し、今後値下げが起こり5%以上振れたら見直すルールとすることとした。また客先とのコンテナ輸送価格は、標準価格の半額で請け負っていたこともあって値上げを検討するとともに、同業以外の新規発注元開拓も行う予定である。

茨城県よろず支援拠点

公益財団法人 いばらき中小企業グローバル推進機構内

〒310-0801 茨城県水戸市桜川2-2-35

(茨城県産業会館9階)

TEL 029-224-5339 **FAX** 029-221-8840

茨城県よろず支援拠点

検索



よろず支援拠点
ホームページ