

人口減少社会における
「地域密着・顧客密着経営の進め方」

平成28年1月14日
福島県よろず支援拠点
サブコーディネーター
小堀 健太

【福島県よろず支援拠点】メンバー紹介

【コーディネーター】
【渡辺 正彦】



【専門分野】
経営課題全般
地域活性化
事業再生
【メッセージ】
地域の活性化を主眼に、チーム一丸となって、事業者様の経営課題全般に真摯に取り組んでまいります。

【サブコーディネーター】
【野尻 豊】



【専門分野】
経営改善計画
資金繰り
クラウドファンディング
【メッセージ】
新しい資金調達とプロモーションのツールであるクラウドファンディングの手法は、事業計画の再考にも役立ちます。

【受付】
【吉田 遥】



【サブコーディネーター】
【小堀 健太】



【専門分野】
売上拡大
販路拡大
地域活性化
【メッセージ】
事業計画書を作成することにより、事業の現状と将来の見通しを一緒に「見える化」しましょう！

【サブコーディネーター】
【移川 康輔】



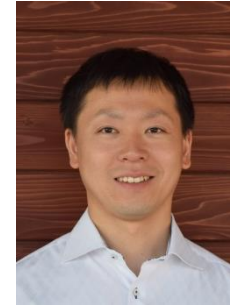
【専門分野】
経営改善計画
資金繰り
事業継承
【メッセージ】
事業承継は企業の方向性や仕組みを変える絶好の機会です。企業の次ステージへの円滑な移行を支援します。

【サブコーディネーター】
【鷲山 英喜】



【専門分野】
ICT経営
広告戦略
【メッセージ】
企業戦略にマッチするICT技術を無理なく導入し企業成果に結びつける支援を行います。

【サブコーディネーター】
【高堀 洋幸】



【専門分野】
医療・介護ビジネス
労務管理
海外ビジネス
【メッセージ】
医療業界での経験を活かし高齢化社会に挑む企業を応援します。

【サブコーディネーター】
【佐藤 巨人】



【専門分野】
人的資源管理
創業支援
公的資金活用
【メッセージ】
もっとも重要な経営資源の一つである「ヒト」の活用について、企業の悩みを解消します！

【サブコーディネーター】
【水野谷 梯子】



【専門分野】
ものづくり
店舗デザイン
パッケージデザイン
【メッセージ】
デザイン全般に関する広い実務と研究経験から、客観的な現状分析により、課題解決を助言します。

「見える化」

- 部門別、商品別、取引先別の収支が見えていますか？
- 商品（製品、サービス）別の原価が見えていますか？
- 損益分岐点売上高（採算ライン）が見えていますか？
- 工場・設備の稼働率が見えていますか？
- お客様のニーズやその変化が見えていますか？
- お客様の満足度が見えていますか？
- 従業員の満足度が見えていますか？
- 自社の売り、他社との違いが見えていますか？
- 今後の資金繰りが見えていますか？
- 事業の先行きが見えていますか？

「見える化」の実践

- 現状の分析
 - 「複雑な事柄を一つ一つの要素や成分に分け、その構成などを明らかにすること」
- 事業計画書の作成
 - 「目標」と「その実現へ向けた進め方」の見える化
- 資金繰り表の作成
 - 資金繰りの見える化

本日の内容

- 私たちの経営を取り巻く環境変化の確認
- 人口減少下で想定される課題とその解決の方向性の確認
- 地域密着・顧客密着経営の実践事例の紹介
- 地域密着・顧客密着経営を進める際に有効な手法や施策とその活用方法の紹介

シンプルな計算式の確認

- 売上高

= 客単価 (1人(社)の購入(利用)金額) × 客数

- 売上高 × 粗利益率(%) (1つの商品(サービス)の
販売(利用)でいくら儲かるか) = 粗利益額

- 粗利益額 - 固定費 = 営業利益 (本業の儲け)

- 営業利益 - 支払利息 + 減価償却費
= 借入元金の返済原資

人口増加(↗)時代の事業方針

増収増益

設備投資や人員増により固定費を増やしてでも「客数」を増やす。

$$\left(\begin{array}{ccccccc} \text{客数} \nearrow & \times & \text{客単価} \rightarrow & = & \text{売上} \nearrow & \cdots > & \text{利益} \nearrow \\ & & & & \uparrow & & \text{営業} \\ & & & & \text{固定費} \nearrow & & \end{array} \right)$$

人口増加時代の集客アプローチ

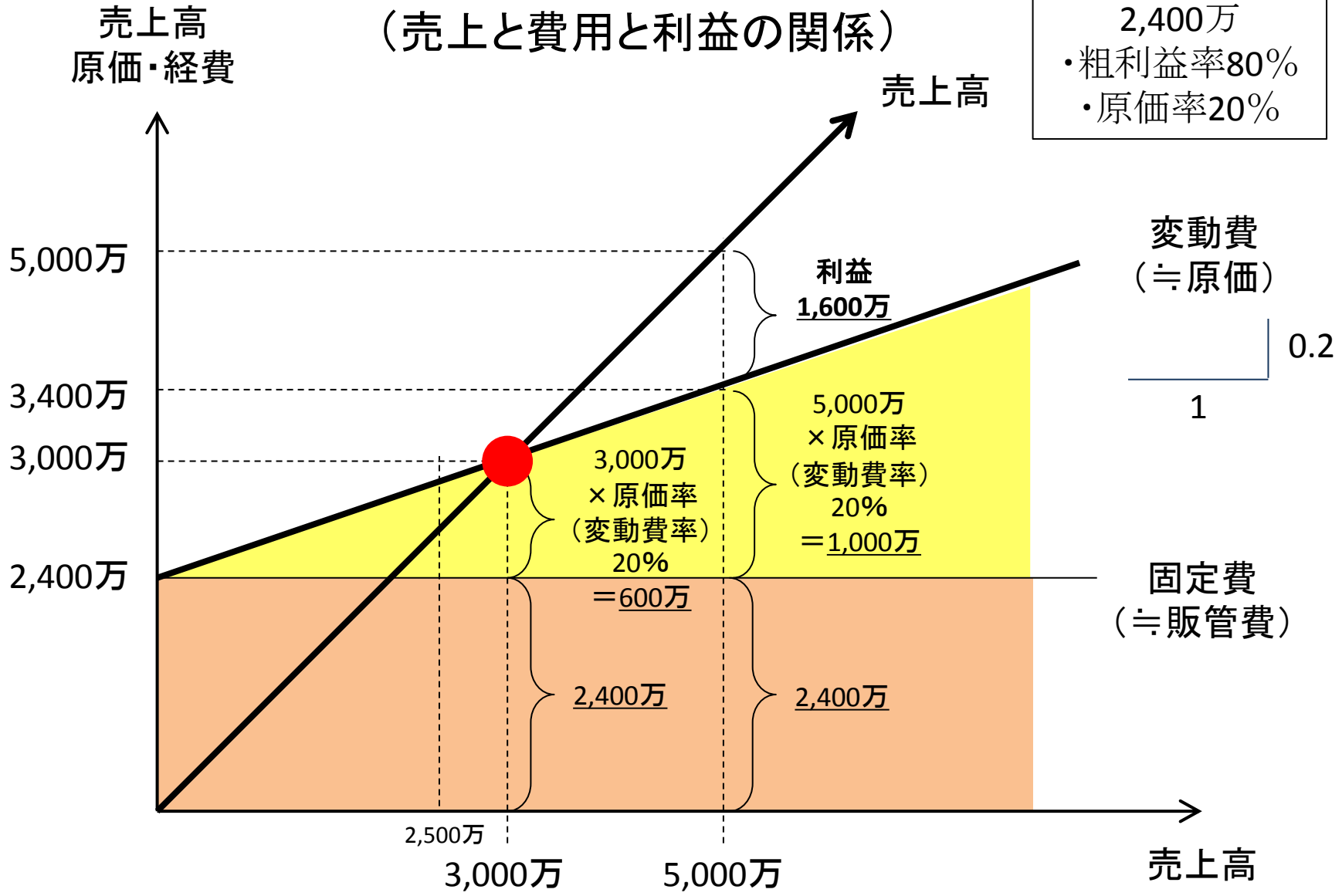
大衆(マス)へ呼びかける

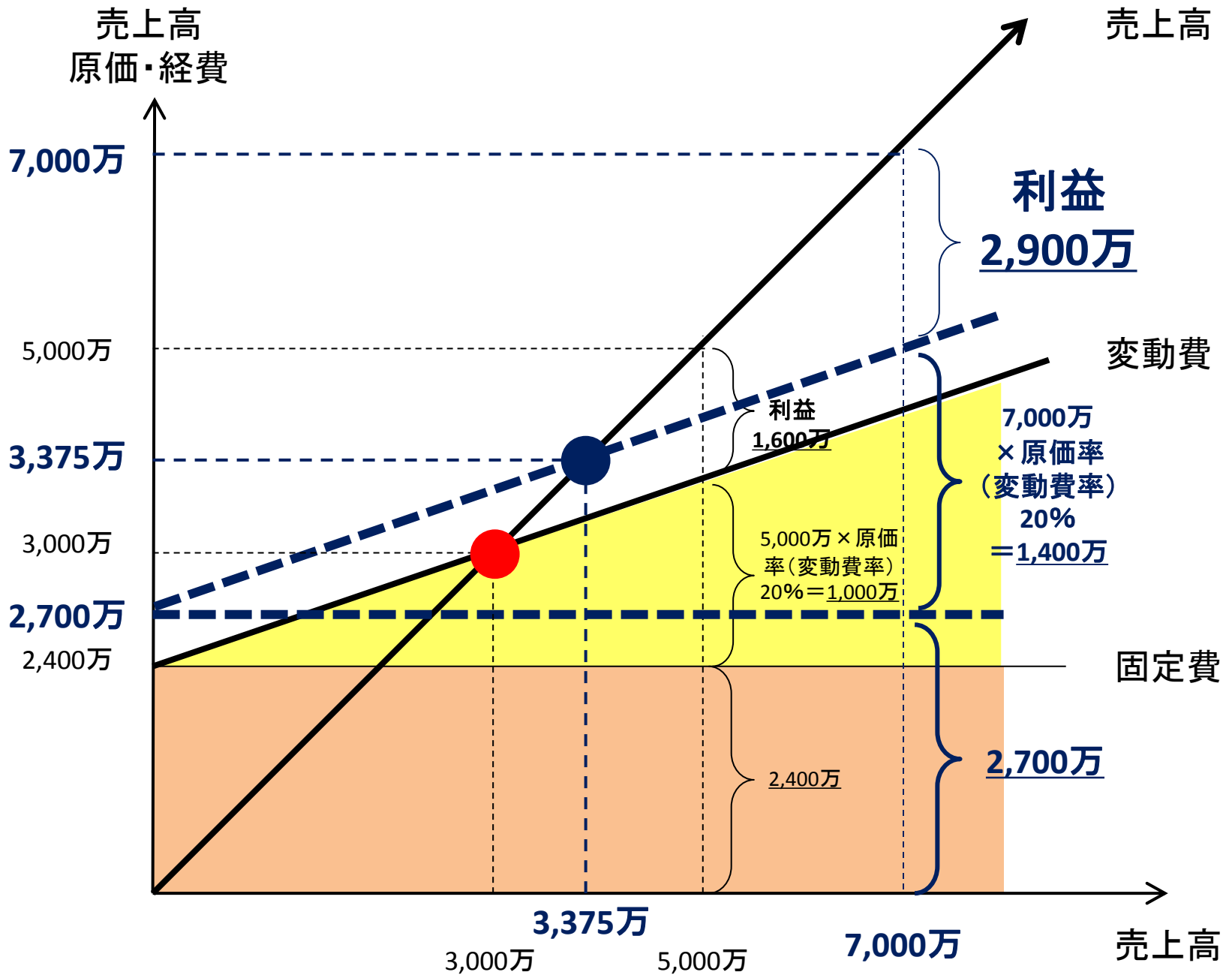


損益分岐点売上高

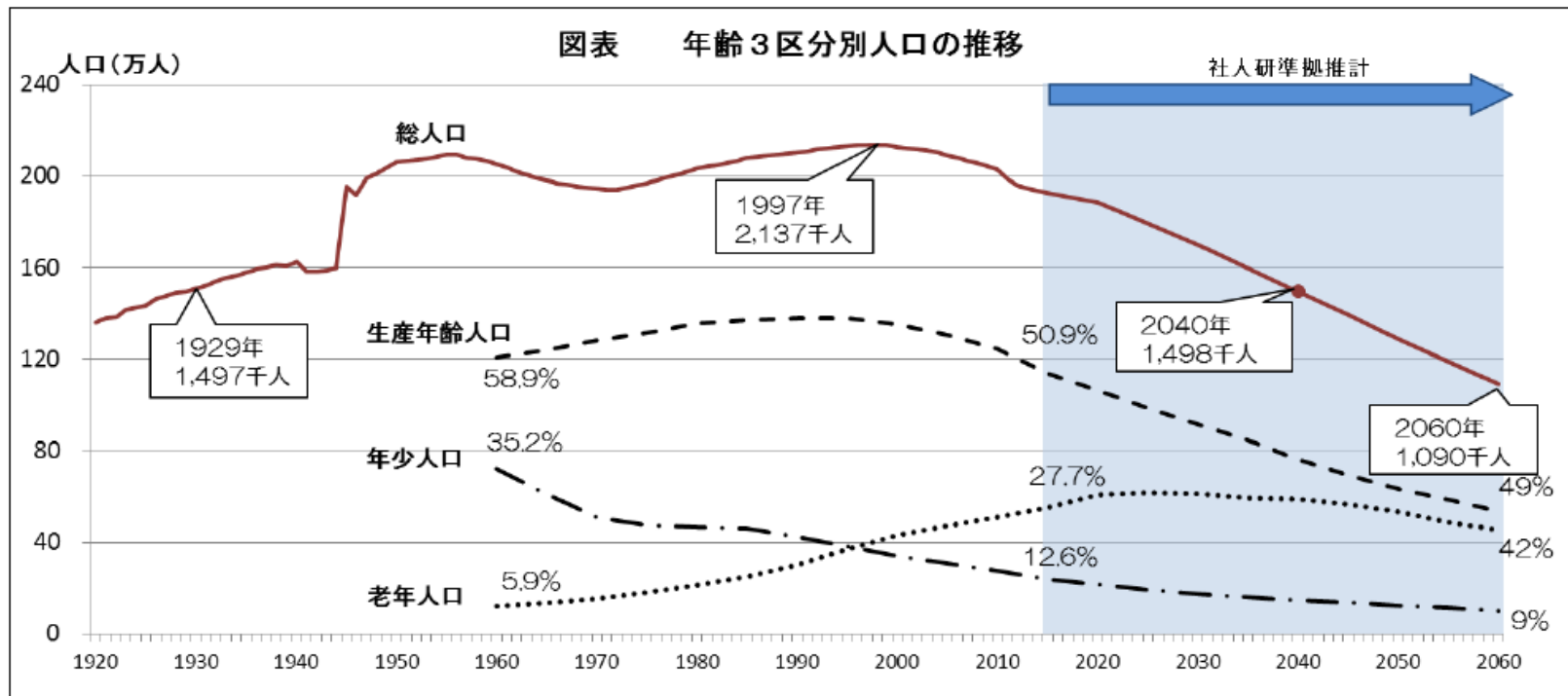
(売上と費用と利益の関係)

- <仮定>
- ・年間の固定費 2,400万
 - ・粗利益率80%
 - ・原価率20%





時代は・・・ 人口増加 → 「人口減少」



出典：福島県統計課「福島県の推計人口（福島県現住人口調査）」

2015～2060年は国立社会保障・人口問題研究所推計手法等に準拠し行った推計

福島県の人口動向

- 総人口：約192万人（平成27年12月1日現在）
 - ピーク：約214万人（平成9年）
- 自然動態
 - 平成15年以降「死亡数 > 出生数」→ 自然減少
- 社会動態
 - 平成8年以降「転出数 > 転入数」→ 社会減少
 - 平成27年3月期の卒業生
 - 高校卒業者の4割が進学、うち8割が県外へ
 - 大学卒業者の4割が県内就職、6割が県外へ

人口減少による影響（マクロ）

- 生産年齢人口の減少
→人手不足
- 就業者の高齢化
→生産性の低下
- 所得の減少（就業者数↓）
→消費市場の縮小（生活者数↓）
- 税収の減少
→地域自治、社会保障、行財政運営→持続困難

人口減少による影響(ミクロ)

売上の減少

人口減少→客数の減少→売上高の減少
→粗利益額の減少、削減できない固定費
→営業利益(本業の儲け)の減少・赤字化
→借入金返済原資の不足→資金繰りの悪化

「事業戦略」の3つの視点

- ターゲット

- 誰にお客様になってもらうか、どのような顧客ニーズを満たすか

- ポジショニング

- 他社・他の商品との違い、差別化、独自性、売り、特徴

- ケイパビリティ

- 他社から真似されにくさ、独自能力、強み、組織能力

人口減少(↓)時代の事業方針

減収増益

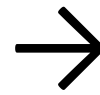
固定費を減らし、あるいは粗利益率を高めることにより、
売上が減少しても利益が出るビジネスモデルを構築する。

$$\left(\begin{array}{l} \text{客数} \downarrow \times \text{客単価} \rightarrow = \text{売上} \downarrow \cdots > \text{利益} \nearrow \\ \uparrow \\ \text{営業} \end{array} \right)$$

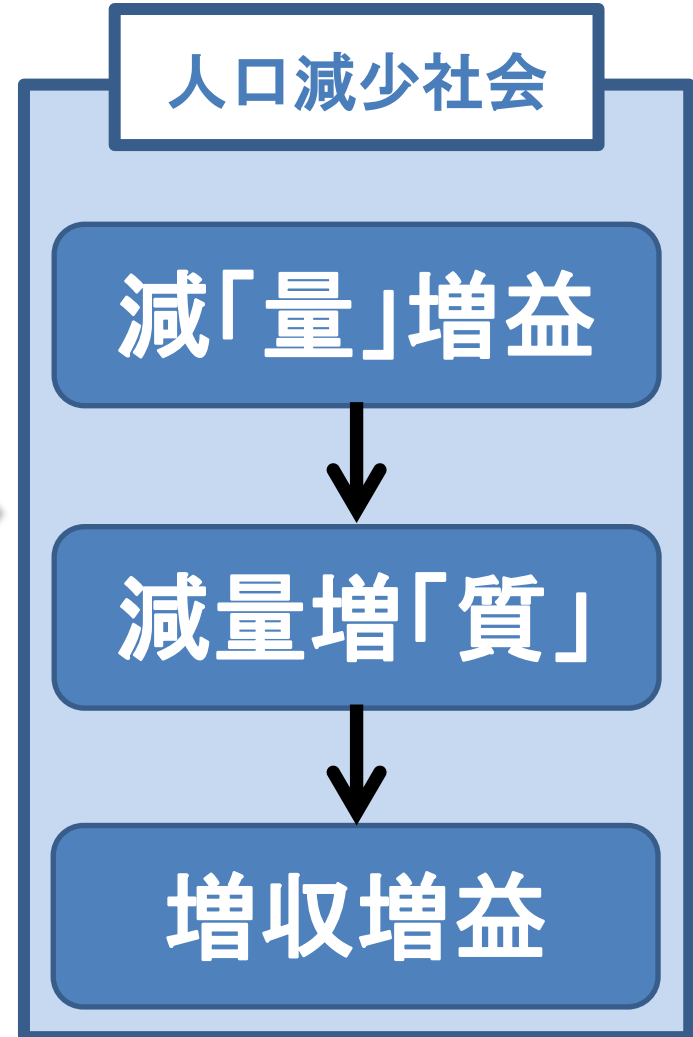
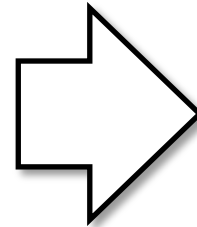
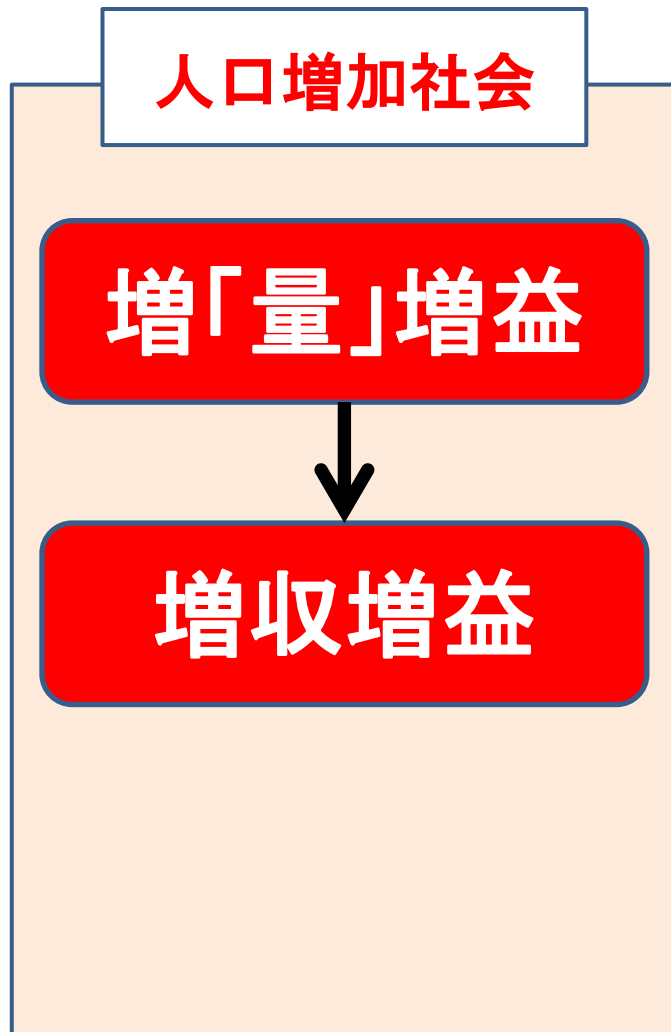
固定費 ↓

地域密着・顧客密着(販売コスト↓)
ダウンサイジング(設備費↓、運営費↓)

量的成長



質的成長



4つの成長の方向性

		製品・商品・サービス	
		現在	新規
市場	現在	市場浸透戦略 (今の市場・商品でシェアを伸ばす)	新商品開発戦略 (技術力を活かして商品開発)
	新規	新市場開拓戦略 (販売力を活かして市場開拓)	多角化戦略

人口減少時代の集客アプローチ

お客様になって欲しい人に
ターゲットを絞って効果的・
効率的に呼びかける

+

「ICT」の時代

(インフォメーション・アンド・コミュニケーション・テクノロジー)

ポイント

誰に

どのようなアクションを起こしてもらうために

どのようなメッセージ(価値)を

どのような手段で伝えるのか？

つながりの経済

24時間365日ネットにつながっている

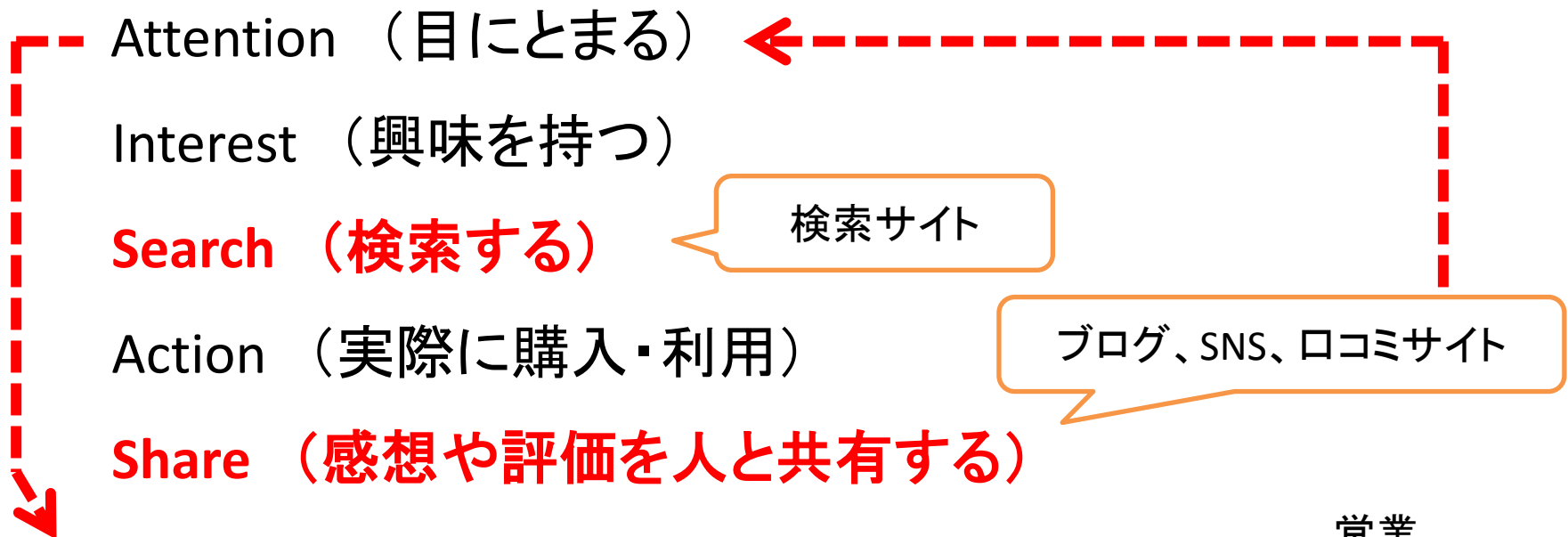
ネット上で消費者と直接つながっている

ネット上で人と人とがつながりあっている

つながりのなかで消費行動がおきている

既存顧客とのコミュニケーションを深める。
つながりへ働きかける。共感・口コミを促す。

• AISAS



$$\text{客数} \nearrow \times \text{客単価} \nearrow = \text{売上} \nearrow \cdots > \text{営業利益} \nearrow$$

「増収」増益

地域密着・顧客密着経営 事例の紹介

おさかなとおそうざい「マルソー」

喜多方もっちり餃子

ポイント

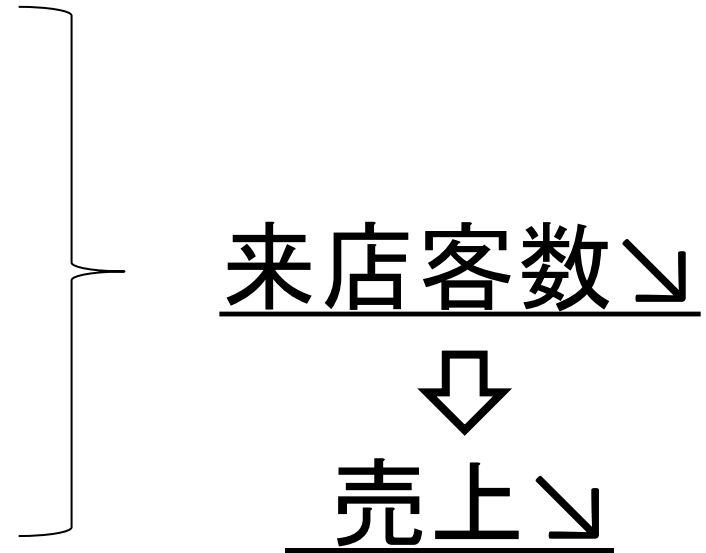
- 見える化(現状分析、事業計画作成)
- モノの販売⇒コトの提供
- BtoB⇒BtoC(BtoBtoC)
- ICTの活用

おさかなとおそうざい「マルソー」

- (有)丸宗商店
- 二本松市本町(JR二本松駅前)
- 創業114年
- 鮮魚、食品、惣菜販売を主とした
スーパー

直面している経営環境の変化

- 商圈人口の減少
- 常連客の高齢化
- 競合状況の変化
- 中食需要の増加



課題解決の方向性

- 本業強化の方向性
 - 今後を見据えた、売上高が減少しても利益が出る「利益体質の経営」へのシフト
 - 既存客の利用頻度アップ、若い新規客の取り込み
- 重要視した経営データ
 - 粗利益額
 - 来店客数(売上の源泉) × 粗利益率

実行した改善策と活用した施策

- お客様の「見える化」
 - 小規模事業者持続化補助金
- 自店の売り、他店との違いの「見える化」
 - ミラサポ(専門家派遣)
- ICTの活用
 - facebookによる情報発信

情報



須賀川二本松線

二本松

福島県 二本松市
本町2-25

保存する

0243-23-0084

二本松駅前・上口商店会 おさかなとおそうざいマルソ-のウェブサイト情報をリクエスト

写真



動画



二本松駅前・上口商店会 おさかなとおそうざいマルソ-

2015年11月18日

おはようございます。
 毎週水曜日は、水産デー
 マルソ-は、お買い得商品満載で
 皆様のお越しをお待ち致しております。
 本日のおすすめ品
 マルソ-惣菜の1番人気の『メンチカツ』と2番目の『とろとろ煮たまご』
 がひとつになった
 爆弾こと『スコッチエッグ』
 溢れる肉汁と、たまごの甘い味わい、さらにボリュームもたっぷり
 お酒のアテにも、お弁当にも
 ぴったりです。
 1個160円(税別)です。





小規模事業者持続化補助金

経営計画に基づいて実施する販路開拓等の取り組みに50万円を

対象は小規模事業者に限られます。小規模事業者が経営計画に基づいて実施する販路開拓等の取り組みに対し、原則50万円を上限に補助金（補助率2/3）が出ます。

申請のポイントは「経営計画書」を作成することです。一人で作成するのではなく、所属する商工会・商工会議所の経営指導員に指導・助言を受けて、一緒に計画を練ることが出来ます。補助金申請に必要な「経営計画書」作成は、自社のこれまでの事業を見直すきっかけともなります。補助金をきっかけに決算や棚卸などを見直し、「経営計画書」にまとめることで、多くの気付きがあると思います。

小規模事業者支援パッケージ事業(持続化補助金等) 100.0億円 <平成27年度補正>
中小企業庁 小規模企業振興課 03-3501-2036

- 小規模事業者※が、商工会・商工会議所と一体となって実施する販路開拓の取組を支援します（持続化補助金）。1件あたり50万円上限（補助率:2/3）
※従業員数が20名以下（商業・サービス業は5名以下）
- 具体的には、販路開拓用のチラシ作成、商品パッケージ制作、集客力を高めるための設備導入などの費用を補助します。
- 雇用者の増加や買物弱者対策、海外展開に取り組む場合、1件あたりの上限額が100万円となります。

<窓口> 各地の商工会、商工会議所

誰に(ターゲット)⇒何を⇒どのように販売・販促
何を⇒誰に(ターゲット)⇒どのように販売・販促

お客様
(顧客)
(商圈)
(市場)

(現在のお客様、新規のお客様)

ニーズ
要望
変化
動向

新しい
・取り組み
・仕掛け
(販路開拓)
(商品・サービス)
(販売方法)
(販売促進活動)

商品・サービス、
自社そのものの
強み

手段

方針・目標
売上
・維持
・向上

客数
×
客単価

目的
経営の持続

喜多方もっちり餃子

- 自然食品ばんだい
- 喜多方市熱塩加納町
- 有機肥料栽培、農薬不使用栽培
の水稻農家
- 米の生産から米粉の皮の餃子の
加工・販売までを一貫して行う

合津産コシヒカリの米粉を使った
「喜多方もちり餃子の皮と餃子」
の開発による食料自給率向上の書
きによりフード・アクション・ニッ
ポンアワード 2013 入賞を受賞！



喜多方

もちり餃子



こだわり食材

喜多方産黄金もち米粉
喜多方産こしひかり米粉
福島県特産うつくしまエゴマ豚

要冷蔵

直面した経営環境の変化

- 原発事故の風評
- 米消費量の減少
- 観光客数の減少

米価 ↓ 販売量 ↓



売上 ↓

- 6次化や復興に絡む施策の充実

課題解決の方向性

- 本業強化の方向性

- 米(食材)の生産・販売のみのビジネスからの脱却。食品を加工・販売するビジネスモデルの構築。
- 喜多方最大の地域資源である「喜多方ラーメン」というブランドを活用しつつ、会津最大の地域資源の一つである「会津コシヒカリ」ブランドとのコラボ商品を開発し、相乗効果を産み出しながら喜多方・会津を盛り上げる。喜多方の観光復興と会津コシヒカリブランドの回復につなげるための新商品・新事業。

実行した改善策と活用した施策・手法

- 今後の自社・事業の方向性の「見える化」
 - 六次産業化・地産地消費に基づく事業計画の認定
- 新たな顧客接点の構築
 - BtoC + BtoBtoC
- ICTの活用
 - クラウドファンディングによる情報発信 & 資金集め

平成24年度第1回認定事業者事例

瓜生 和徳氏
(自然食品ばんだい 代表)

福島県喜多方市熱塩加納町
加納字古屋敷甲2889-4
電話 0241-36-2675

http://www.n-bandai.com/



米粉で作った餃子の皮



喜多方もっちり餃子



自然食品ばんだいHP



加工施設



瓜生氏は、自ら生産するコシヒカリを使った新商品として、平成25年1月に「米粉で作った餃子の皮」を開発し、4月には、米粉で作った餃子の皮と餃子の餡に地域の農産物を使用した「喜多方もっちり餃子」を開発、市内の飲食店やホテルへの卸販売、ネットでの販売を開始しました。

商品開発に際しては、積極的に地域の農産物を利用するとともに、安全性や品質の均一性を重点に取り組んでいるとのこと。

今後、平成26年度中に新商品として、中華まん、米粉ラーメンの製造・販売と、自社の餃子と喜多方ラーメン（他社製品）を使ったタイアップによる商品開発にも取り組む予定とのこと。

生産したお米や、餃子の皮、餃子は自然食品ばんだいのウェブページで購入することが出来ます。

認定事業計画の概要

- 瓜生氏は、平成16年より稲農業・無化学肥料栽培により米（コシヒカリ）を生産し、卸販売のほか「自然食品ばんだい」の屋号でインターネット販売も行っています。
- 事業計画では、自ら栽培しているコシヒカリを原材料に米粉ラーメン、餃子の皮を開発・製造し、地元での販路開拓のほかインターネット販売を行うこととしています。

国内最大のクラウドファンディングREADYFORに、誰もがやりたいことを実現できる場の中を創ります。

READYFOR?

プロジェクトを探す プロジェクトをフォロー 出品者のページ ログイン 新規登録

風評をはじめとばす新名物「喜多方もっちりスープ餃子」の開発

成立!!



瓜生和徳

支援総額

875,000円

目標金額

870,000円

支援者数

43人

残り日数

終了しました

プロジェクトが成立しました!

このプロジェクトは
2015年5月31日(日)23:00に成立しました。

いいね! 44人 (いいね!)とコメント(いいね!)をリツイートして、支援に協力しよう。

プロジェクト概要

新着情報 40

店舗コメント 43

喜多方のまごころ食材をふんだんに使った「喜多方もっちりスープ餃子」を1000個開発し、たくさん子ども達に笑顔になって欲しい

初めまして、福島県喜多方市熱塩加納の瓜生和徳と申します。東日本大震災後、私が有機肥料で栽培したコシヒカリ米粉を使用して「喜多方もっちり餃子」を開発しました。喜多方ラーメン店・道の駅・ホテル・学校給食等で地元・観光客・子供達に食べていただき、今年のミラノ万博への出品も決まりました。

更にたくさんの人に喜多方のまごころ食材を味わって欲しい、そんな思いからコシヒカリ米粉、こがねもち米粉・野菜・うつくしまエゴマ粉・会津地産等を使用した「喜多方もっちりスープ餃子」をタンク代表堀田先生や中小企業6次化支援員増井さんと企画して、会津地産みしまやさんらの協力を得て10月までに開発をします。

「喜多方もっちりスープ餃子」1000個の開発費等の経費を含めて87万円が不足しております。

喜多方のまごころ食材を国内外に伝え、食べた子ども達に笑顔になってもらうためにも、みなさまのご支援・ご協力を何卒よろしく願いいたします。

¥ 3,000 のリターン

- ・サンクスメール
- ・当店のHPに支援者様の名前を掲載いたします。(希望者の方のみ・イニシャルでもOK・H27年11月予定)

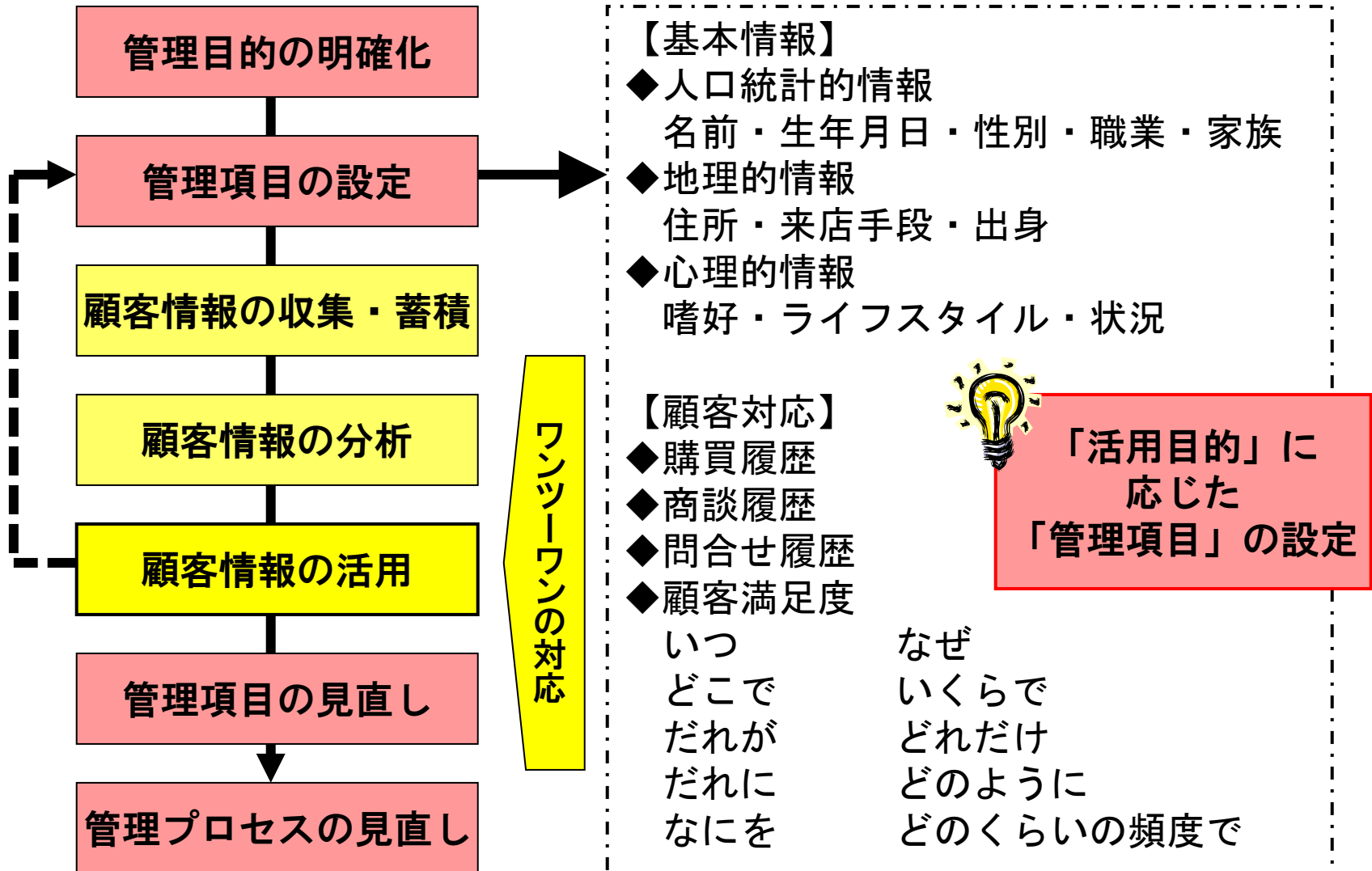
15人が支援中 / 在庫残りわずか

¥ 5,000 のリターン

- ・餃子を体験したいあなたへ
- ・サンクスメール
- ・喜多方もっちり餃子おたのめしセット
- ～内容～
- ・喜多方もっちりスープ餃子(スープ付・冷凍・1.0個入り) × 1

(目標金額870千円、支援総額875千円、支援者数43人)

顧客(情報)管理・活用の基本



まとめ

- 経営環境の変化への対応
 - 人口減少、ICTの普及、先行きの不透明感・・・
 - 新たな儲けの仕組みを構築することが必要不可欠



- 「顧客密着・地域密着経営」(商売の原点回帰)
- ICTの活用(SNS、クラウドファンディング、他)
- 事業計画の作成
 - 「目標」と「その実現へ向けた進め方」の見える化