

プッシュ型による **事例集** 新事業展開等支援事業



プッシュ型コンサルティング支援の目的

広島県では、今後の県経済を牽引できる企業を創出するため、新型コロナウイルス感染症の流行や原油・原材料価格の高騰など中小企業を取り巻く経営環境が激変する中でも企業成長に向けた新事業展開等に取り組む中小企業を支援しております。

令和4年度は、アフターコロナを見据えた新たなビジネスモデルや業態転換など、新事業展開等に取り組む県内中小企業50社に経営環境の変化に適応した経営戦略の構築を支援し、そのうち10社を「モデル事例」として取りまとめました。

プッシュ型コンサルティング支援の概要

支援企業自らが経営課題を明確化し、戦略策定等、課題解決に向けた取組ができるよう、企業に寄り添ったコンサルティングを実施しました。

【支援の流れ】



支援カテゴリー	課題	支援企業数
新規事業戦略策定	新市場や新成長分野に進出・参入したい	15社
DX戦略策定	DXのビジョンや経営戦略を明確にしたい	11社
成長戦略(全社戦略)策定	中長期的な成長ビジョンを明確にしたい	10社
人材・組織戦略策定	経営幹部の経営力や現場の実行力を高めたい	7社
事業承継・M&A戦略策定	事業承継・M&Aを通じて企業を成長させたい	4社
財務戦略策定	資金の調達や運用を戦略的にやりたい	2社
営業戦略策定	顧客ニーズに応える営業をしたい	1社

支援コンサルタント

PwCあらた有限責任監査法人、株式会社タナベコンサルティング、株式会社広島銀行、合同会社MHDF、デロイトトーマツファイナンシャルアドバイザー合同会社

プッシュ型コンサルティング支援の効果

プッシュ型コンサルティング支援を受けられた50社の直接的な効果、ならびに県内経済への波及効果を推計値として算出しました。

■直接的な効果 50社

売上高増加 

71.2億円

利益増加 

13.0億円

従業員数増加 

147人

支援した50社に、コンサルティングを受けた場合と受けなかった場合の3年後の売上高、利益、従業員数予想をヒアリングしたところ、コンサルティング支援を行ったことにより50社全体で3年後には売上高は71.2億円、利益は13.0億円、従業員は147人増加の効果があるという結果になりました。

■県内経済への波及効果(推計)

経過年数	波及額	波及企業数
1年	0.3億円	36社
2年	6.7億円	333社
3年	14.9億円	381社
合計(累計)	21.9億円	381社

■商流圏の概念を利用した売上高増加による波及効果のシミュレーションを実施

各企業のコンサルティング支援を受けた場合と受けなかった場合の推定売上高の増加率や取引依存度を用いて、頂点企業から商流圏内企業に波及させるシミュレーションを行い、その結果を波及効果として算出しました。3年間の合計(累計)で21.9億円(波及企業数 381社)の影響を及ぼすと推計しました。

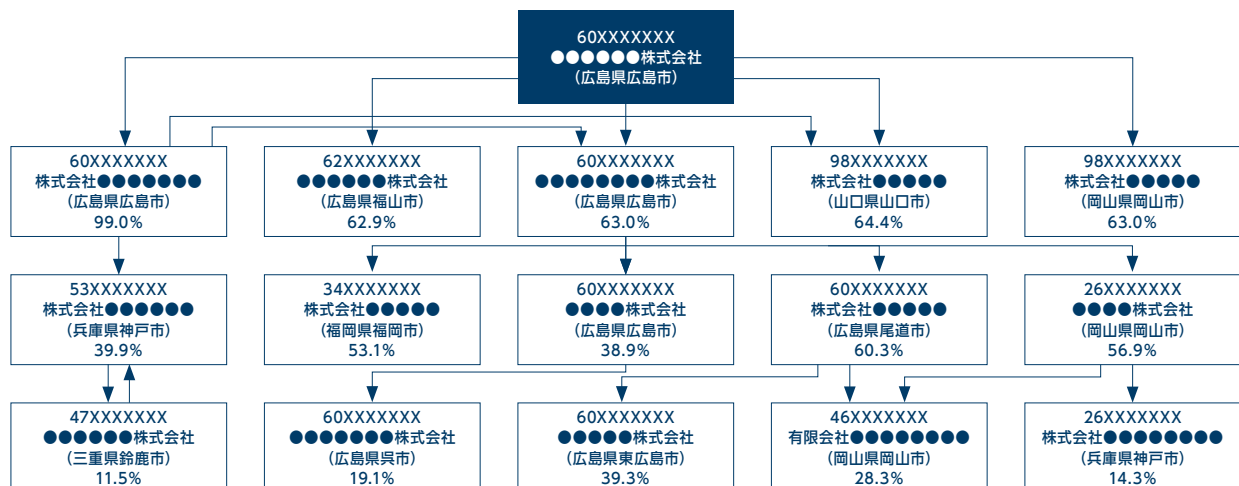
※ 商流圏上の波及は1年間で全体に広がるわけではなく、一定期間ずれながら広がっていきます。そのため、間接効果は3年後以降にも現れます。

商流圏とは…商流上の頂点企業及びその下請取引先群によって形成されている取引ネットワーク

【商流圏～売上高依存度推計データ～とは】

取引シェア推計データをもとにサプライチェーンを分析し、商流上の頂点企業に対する売上高依存度1%以上の傘下各企業を算出したデータ。

商流圏ネットワーク図 (一部抜粋)



プッシュ型コンサルティング支援の先に目指す 地域未来牽引企業

「地域未来牽引企業」とは経済産業省より選定された、「地域経済の中心となる担い手となりうる事業者」のことを指します。プッシュ型コンサルティング支援を受けられた企業様には、広島の「地域未来牽引企業」を目指していただきたいと思います。

今回事例としてご紹介する10社について、現在、3年後（予測）の売上高、営業利益、従業員数についてもヒアリングを行い、全国企業の平均を50として偏差値化したレーダーチャートを作成しました。地域未来牽引企業に選出された全国企業の偏差値も参考として掲載しています。

<レーダーチャートの指標について>

売上高：2022年決算における売上高の実数値を用いたスコア

売上高成長率：2022年決算時点、2025年決算予測の売上高と各5年前の決算時点売上高の年平均成長率を用いたスコア

営業利益：2022年決算における営業利益の実数値を用いたスコア

営業利益成長率：2022年決算時点、2025年決算予測の営業利益と各5年前の決算時点営業利益の年平均成長率を用いたスコア

従業員数：2022年決算の調査時点の実数値を用いたスコア

従業員数成長率：2022年決算の調査時点、2025年決算予測時点の従業員数と各5年前の決算時点の従業員数年成長率を用いたスコア

参考 地域未来牽引企業について

地域未来牽引企業に選出されると下記のようなメリットがあります。

■選定のメリット

1 企業のブランド価値向上が期待できます

知名度の向上により、学生採用や取引につながった事例もあり。

2 地域未来牽引企業向けの重点支援策が受けられます

経済産業省の補助金等を中心に、審査時の地域未来牽引企業優遇措置を実施。

3 課題解決のための相談や情報を受けることができます

地域未来コンシェルジュによる企業相談や各種情報提供を実施。

■選定の方法

「データ」と「推薦」の2方式により選定。これまで、2017～2020年度で、4,743社を選定。

データ部門：民間調査会社が保有するデータベースを基に選定

推薦部門：地方公共団体等の関係機関からの推薦を基に選定

■選定の基準

データ部門

民間調査会社が保有する、企業の経営情報等に関するデータベースを活用して企業の順位付けを行い、各都道府県で上位に位置する企業を選定。

【評価項目】



営業利益



従業員数



当該事業者が所在する
都道府県外での販売額



当該事業者が所在する
都道府県内からの仕入額

■地域未来牽引企業を選定する6つの指標

評価軸	指標名	定義	評価ウェイト
高い付加価値の創出	利益貢献度	過去3か年の営業利益の平均値	15%
	雇用貢献度	過去3か年の従業員数の平均値	15%
成長性	利益成長性	過去3か年の営業利益の幾何平均増加率	20%
	雇用成長性	過去3か年の従業員数の幾何平均増加率	20%
地域経済の取引の結節点	コネクタース度	各都道府県の域外販売額に占めるシェア（推計）	15%
	ハブ度	各都道府県の域内仕入額に占めるシェア（推計）	15%

推薦部門

地方公共団体等の関係機関から推薦された企業を、有識者による評価に基づき選定。

【評価項目】



事業の特徴



経営の特徴



地域貢献への期待

地域未来牽引企業は①高い付加価値を創出していること等について企業情報のビッグデータから定量的な指標を用いて算出、(データ部門) ②自治体や商工団体、金融機関等の地域の関係者からの推薦(推薦部門)の2つの方法で選ばれています。

その中でも①のデータ部門においては、上記の6つの指標群を用いて地域経済の中心的な担い手候補となる企業を地域のバランスを考慮しながら選定しています。

目次

県内企業の「新事業展開取組モデル事例集」

モデル事例 01	株式会社Water Air	06
モデル事例 02	株式会社山陽テクノサービス	08
モデル事例 03	住野工業株式会社	10
モデル事例 04	株式会社メディカルサービス明和	12
モデル事例 05	株式会社豊國	14
モデル事例 06	株式会社ヒロスイ	16
モデル事例 07	株式会社森本製材所	18
モデル事例 08	大和ツキ板産業株式会社	20
モデル事例 09	大和重工株式会社	22
モデル事例 10	株式会社ナカタ・マックコーポレーション	24

本編のダウンロードはこちら

広島県 イノベーション推進チーム 中小・ベンチャー企業支援担当サイト

検索

<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/soshiki/70/push2021.html>

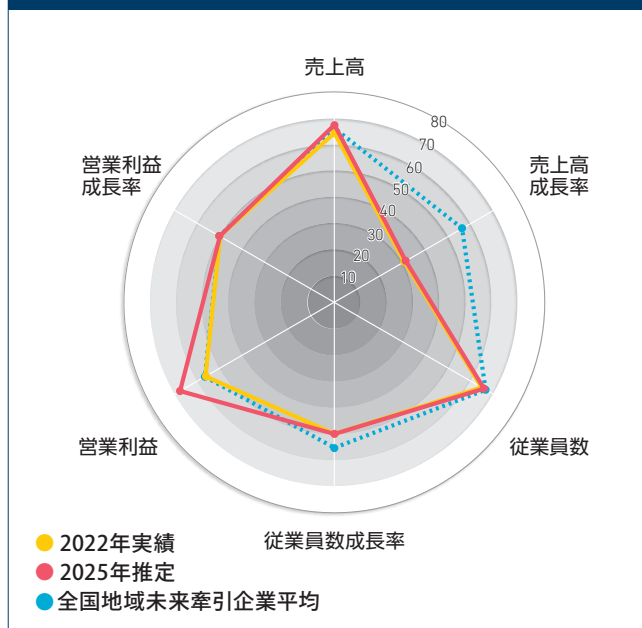
株式会社Water Air

レディースアパレル製品の小売を手掛けているWater Air。3年後の売上高50億円達成の目標に向け、新規事業の開発スピードを高めるためのノウハウ醸成に取り組みました。ターゲット層へのアンケート調査などをもとに顧客が抱える真因課題を追求し、顧客動向をロジック化することで組織としてマーケティング手法をノウハウ化できました。

■会社概要

所在地	広島県広島市西区三篠町3-24-19
事業内容	レディースインナーを主体に、レディースアパレル製品のインターネット通信販売を手掛けている。
設立	平成22年4月
資本金	10,000千円
従業員数	38名
URL	https://waterair.jp/company

売上高・営業利益・従業員数スコア



代表取締役社長 國安秀之輔氏

■取り組んだ背景

目標売上高の達成のため、新規企画の立上げのリソースの確保やマーケティングノウハウ等の社内共有で組織としての底上げを図りたい

中期計画の目標として、令和7年3月期で年売上高50億円の突破を掲げている中で、既存商品のブラッシュアップだけではなく、新規事業(今回のコンサルティング支援では新規企画)の開発スピードを高める必要性がありました。平成22年に当社を設立して以降、順調に売上を拡大してきた一方で、社内体制としては歴史の浅い社員が中心で、成長に伴い社員数も急激に増加してきたことから、組織としての未熟さを感じていました。

今回、広島県からコンサルティング支援を得られるとの話を聞き、外部の専門家からのアドバイスを交え、新規企画の立上げに必要なリソースを確保するとともに、マーケティング手法やノウハウを社内共有することで組織としての底上げが図れると思い、今回のコンサルティング支援を受けるに至りました。

■主な取り組み

新規企画の投入に向けたマーケティング調査に絞り込み、ターゲット層へのアンケート調査やヒアリングを実施

コンサルティング支援を受けるまでは、新規事業の立上げを目標としていましたが、限られた支援期間の中では難しいと判断し、目標設定を新規企画(商品化)の投入に向けたマーケティング調査に絞り込んで取り組みました。具体的には、当社が商品化を検討している女性用インナーについて、ターゲット層を被験者としてサンプルを試着してもらい、その後使用感や価格感度のアンケート調査を行いました。

また、商品名やキャッチコピーなどのヒアリングも行いました。時間的な制約もあり、今回の支援期間内で新企画商品の本生産までには至っていないものの、テスト生産までは実施でき、顧客ニーズに対する真因課題を追求



商品

するためのプロセスやマーケティング手法を学ぶことができました。

【取り組みのなかで苦労したこと

顧客ニーズの真因課題抽出や他部署との連携、意見の食い違いに苦労。支援により自走できる状態まで底上げできた

アンケートの組み立てや考え方についてのノウハウが不足していたこともあり、顧客が求めるニーズの真因課題を抽出するのに難航しました。また、このようなプロジェクトチームを組成したことがなく、他部署との連携に苦労したほか、これまでの商品企画は社員の感覚を頼りに進めることが多かったため、前半は意見の食い違いや一部社員からの反発などもありました。しかしながら、コンサルティング会社からマーケティングや商品化の知見だけでなく、社員育成についても支援を頂けたことから、後半は他部署との連携も密になりました。マーケティング検証などで具体的な成果が見え始めると社員のモチベーションも向上し、ある程度自走できる状態まで底上げできました。

今回のプロジェクトチームを任せた責任者は、入社間もない若手社員でしたが、モチベーションが高く積極的に動いてくれたため、結果として全体的にスムーズにプロジェクトを進めることができました。その過程において、責任者の人選が非常に重要であると痛感しました。

【取り組みの成果

新規企画を立ち上げる際に必要なマーケティング手法を学び、今後さらなる市場拡大に向けて確かな手ごたえを掴む

今回は限られた支援期間ということもあり、支援内容が業績など数値面の成果として表れるまでには数年くら

いの時間を要することが予想されます。しかしながら、今回のコンサルティング支援を通じて、新規企画を立ち上げる際に必要なマーケティング手法を学べたことで、今後さらなる市場拡大に向けて確かな手ごたえを掴めたことが一番の成果であると感じています。

また、これまでは「阿吽の呼吸」でやっていた側面が強く、感覚重視で動いていましたが、今回の支援を通してアンケート調査などをもとに顧客が抱える真因課題を追求し、顧客動向をロジック化することで組織としてマーケティング手法をノウハウ化することができた点は非常に良かったです。マーケティング手法については、コンサルティング会社の担当からは随所で当社が持っていない知見を得ることができました。

特に新商品の価格設定については、これまでベンチマークしている同業他社の価格帯を強く意識してきましたが、マーケティングを通じて商品価値に対して価格設定を行うという手法は非常に参考になりました。マーケティングの重要性を再認識できたことで、社員全体のマーケティングリテラシーが上昇したと感じています。さらに部署間のコミュニケーションがこれまで以上に密になったことで新たな発見も生まれたことから、社員教育という観点においても今回の支援は非常に満足のいくものとなりました。



【課題や今後の目標

年売上高50億円の突破に向けて、部署間のさらなる連携強化と組織改革についても検討

今後の課題として、これまではアイテム数を絞って効率性を高めるなど、当社が一番強みを発揮できる分野に社内リソースを集中させることで業容拡大を図ってきましたが、令和7年3月期で年売上高50億円の突破を掲げているなかで、今後は従来の倍近く新商品を投入することを検討しており、新規企画のスピード感を高める必要性があります。

そのためには、部署間のさらなる連携強化に加え、マーケティング専門の部署を立ち上げるなど、組織改革についても検討していきたいと考えています。

株式会社山陽テクノサービス

人材派遣業務を主体に業務請負、人材紹介やクロスメディア事業等を手掛ける山陽テクノサービス。当社事業のさらなる拡大戦略を策定するため、既存事業および新規事業の戦略や数値目標の設定、経営中枢人材と現場キーマンとの考え・志向のすり合わせ、数値目標達成に向けた具体的な活動内容可視化に取り組みました。



■会社概要

所在地	広島県福山市南蔵王町4-17-43
事業内容	人材派遣業務を主体に業務請負、人材紹介やクロスメディア事業等を手掛けている。
設立	平成5年11月
資本金	20,000千円
従業員数	49名
URL	https://www.e-santech.jp/outline/

■取り組んだ背景

社会の人口減少に伴う労働者確保に課題、新規事業の必要性を感じる

創業以来、人材サービス業界（労働者派遣事業及び職業紹介事業がメイン）で事業を行ってきました。社会全体が人口減少に伴う労働力確保の大きな課題を抱えるなかで、当社も派遣労働者確保の難しさなどの課題を抱えながら売上を伸ばすことに限界を感じ、新規事業の必要性を感じていました。

ただ新規事業に開発・注力しようにも個人の能力に依存した属人的組織風土だったため、DX化なども滞り、全てが旧態から脱却できない状態となっていました。

そういった状況を打破するため、社内改革を押し進めているタイミングでコンサルティング支援のお話をいただき応募させていただきました。

■主な取り組み

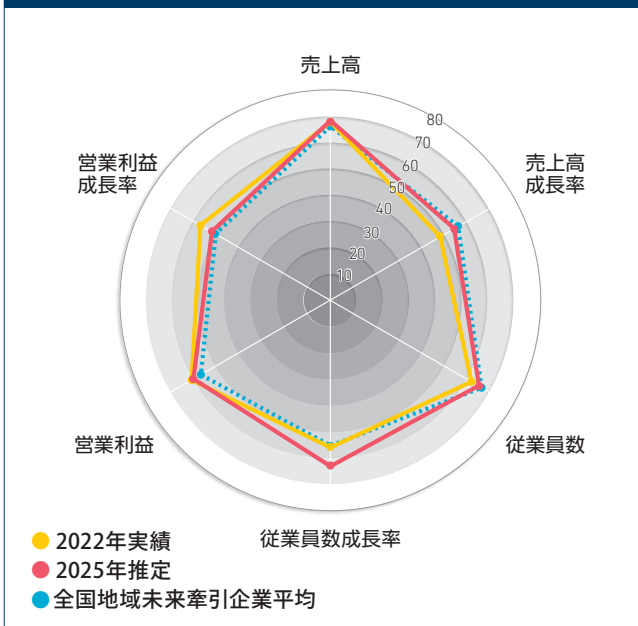
既存事業を踏まえた新規事業のロードマップを策定。社員にビジョンを共有し、能動的に活動できる計画に

コンサルティング支援の内容は、「新規事業の探索および収益化ロードマップの策定」となりました。

新規事業の内容は直接雇用や派遣先企業への採用支援です。新規事業と言いましても、既存事業を踏まえた上で戦略を考える必要もありましたので、現状認識・課題整理などを行い、既存事業及び新規事業を含めたロードマップとして事業計画を策定しました。

元々新規事業の候補はあり、いくつかの事業に取り組んでいました。ただ事業開始前のターゲット、リスク、収益性、優位性などの具体的検討や、実施後の結果検証が出来ておらず、商品・サービスが増えた一方で、今後の進め方に対する方針も曖昧な状態でした。本支援で事業計画を策定するなかで、それらの事業の検証も行いながら、新規事業を行う上での考え方、進め方などをレク

売上高・営業利益・従業員数スコア



チャーいただきながら具体的な戦略や数値目標の設定を行っていききました。

また旧態組織から脱却するために、社員に明確なビジョンを伝え、社員がビジョンを理解した上で能動的に活動できる事業計画とすることも意識して策定しました。

社内の評価制度及び教育プログラム、社員採用計画まで多岐にわたり議論し、具体的な活動内容を可視化していったことで社員が能動的に活動でき、組織としても属人的から脱却できる計画が出来上がったと感じています。

取り組みのなかで苦労したこと

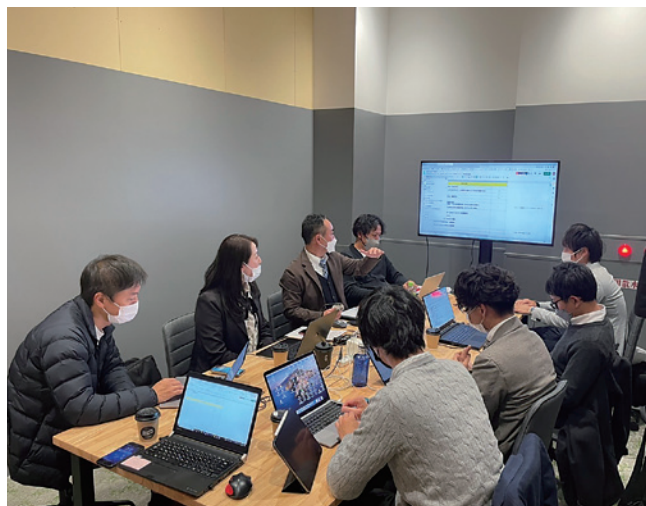
社員間でマインドや知識等に隔たりがあり、事業計画の基準に思案

これまでが属人的な組織だったため、同一組織の社員であってもマインド、知識、スキル、情報などの全てにおいて大きな隔たりがあり、課題となっていたため、どこを基準として事業計画を立案するか思案しました。

社員は経営者との接点も少なかったこともあり、本支援が開始した当初は、参加メンバーに対して経営者の想いを伝えることから始めました。ただ想いを伝えるだけでなく、同じ議題についてコンサルタントも含めて議論を重ねることで、経営者と参加メンバーの考え、志向をすり合わせていきました。

また、本支援と並行して会社ビジョンを明確に定め、参加メンバー以外の社員にも経営者の想いを伝えることで、事業計画を実施するための土台作りにも注力しました。

事業計画が完成するまでの間に社内の課題を全て解決することは出来ませんでした。形だけの事業計画ではなく、それを実施するための組織と社員にマッチした事業計画が出来上がったと思います。



取り組みの成果

様々な課題に解決のための対策を立案。経営者と社員の認識の共有が大きな成果に

事業計画のなかで「短期・中期・長期」の計画を策定する際に、ビジョンとの整合性、KPI設定、社内リソースの最適化、不足人材の採用計画など様々な課題に対する対策を策定しました。

具体的な活動内容まで計画したことで、課題などに対する社内での認識共有も深まりました。特に経営者と社員との認識が共有できたことは大きな成果だと思います。

本支援に参加したメンバーについては、普段の業務では経験できない知識、視点、考え方、議論などに触れることで大きく成長できたと思います。開始当初は自信なげに発言していた部分も多く見受けられましたが、経験を積み重ねたことで自信を持って、自身の言葉で発言できるようになりました。さらに根拠に乏しい発言が減り、しっかりとした根拠を持って、発言できるようになってきたのも、本支援を経験したことが大きく影響していると思います。

課題や今後の目標

不透明な事業環境を注視し、見直しを図りながら達成に取り組む

本支援を通して策定した事業計画を実施していくことが重要ではありますが、景気や社会情勢などの不透明な事業環境を注視しながら随時全社戦略の見直しや軌道修正を図り、目標達成に取り組んでいくことが大きな課題だと思っています。そのためには、本支援に参加したメンバーが、自身の経験などを周りの社員に伝え、社員同士で事業計画について議論できる組織としていくことも目指したいと思っています。

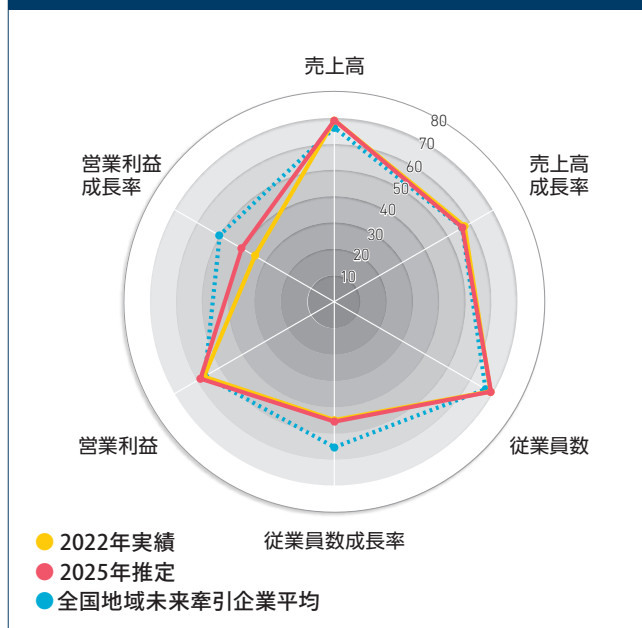
住野工業株式会社

マツダの Tier1 メーカーとして自動車部品の製造などを手掛ける住野工業。製造業ではあるものの、中小企業のDX化の課題解決のためのシステムを複数製作しており、そのなかでもカーボンニュートルの取り組みである二酸化炭素排出量の自動集計が可能な「SK-kankyo」の拡販に向け、販売計画案の策定に取り組みました。

■会社概要

所在地	広島県広島市西区商工センター8-1-62
事業内容	自動車部品の製造を主体に、金型製造も手掛けている。
創業	明治39年2月
資本金	45,000千円
従業員数	265名
URL	https://www.sumino.co.jp/company/outline.html

売上高・営業利益・従業員数スコア



代表取締役社長 水田 昇氏

■取り組んだ背景

kintoneをベースにして製作したSKシリーズの事業化が課題

当社は自動車部品製造を主体としているものの、経理業務等の効率化に向けたDXに課題を感じており、2021年3月からサイボウズ(株)が提供しているクラウド基盤サービスの「kintone(キントーン)」を積極的に導入することで、課題の解決に取り組んでいます。具体的には、kintoneをベースとした一般会計ソフトウェアの財務情報を転記するだけで必要な会計情報が得られる「SK-kaikei」や、二酸化炭素排出量の自動集計などが可能である「SK-kankyo」(2022年5月実用新案権登録、実登3237670)といったSKシリーズを製作しており、SKシリーズを事業化する意向がありました。しかし、販促に関するノウハウがなく、顧客ニーズ等も判明していない等、営業面や販促面に課題がありました。このような課題を抱えている時期に、今回の広島県からのプッシュ型コンサルティング支援の提案を受けたため、支援を受けることを決意しました。

■主な取り組み

SKシリーズのうち「SK-kankyo」に絞り、販売計画案を策定

主な取り組みとしては、「SK-kankyo」の販売計画案の策定です。

今回のコンサルティング支援が半年間と短い期間であったため、まず初めに事業化を検討するうえで、製作したSKシリーズの商品の中から1つに絞ることからスタートしました。経理部を中心とした3名体制で会議を進め、昨今のSDGsやカーボンニュートルなどの環境配慮が注目されていることなどを背景として、「SK-kankyo」に絞り、支援を受けることとなりました。

具体的には、市場におけるニーズを把握すべく、当社と



二酸化炭素集計システムSK-kankyoの機能説明

同じ立場であるマツダのTier1やTierNメーカーに直接アンケートを実施するという案が出ましたが、効率面やコンセンサス面で却下となりました。

今まで経理部内だけで営業施策を検討していた際は、ニーズの把握が大切だという認識が無かったため、そのような考え方に気づきを得たことは良い経験となりました。この経験が中小機構や広島市産業支援センターの各担当者に相談する動きに繋がり、結果的に市場ニーズの把握にも繋がりました。

また、ユーザーインタビューの質問内容や対象の選定、「SK-kankyo」の強み・弱み・リスクなどの洗い出し方法、資料のまとめ方・伝え方なども学べ、支援期間内に販売計画案の策定ができました。

取り組みのなかで苦労したこと

新規事業化の取り組み方法などについて、新しい挑戦、ゼロベースからスタート

当社は非IT事業者であり、ゼロからスタートしたコンサルティング支援でした。しかし、コンサルティング会社の担当者から、分かりやすく伝えていただいたため、支援に関する説明やアドバイスについて不明な点は全くありませんでした。その甲斐もあり、毎月2回の会議によって完成度の高い販売計画案を策定できました。



創業製品、足袋のこはぜ自動機と自動車部品展示場

取り組みの成果

「SK-kankyo」の販売計画案として11点の項目を策定

今回の成果としては、「SK-kankyo」の販売計画案を具体的な内容にまで落とし込めた点です。

具体的な内容としては、①販売先・ターゲット・必要性、②目標ベンチマーク・競合、③当社の強み・可能性、④体制・投資、⑤リスク・弱み・準備、⑥社内体制・人材育成、⑦社外・取引先手続き、⑧ソフトウェア項目、⑨契約項目、⑩外部宣伝・販売、⑪専門性の観点で取りまとめができました。

例えば、③当社の強み・可能性は、kintoneで構築したシステムや、カーボンニュートラルの機能強化を図るため、当社の推進グループや省エネ環境診断士、環境系コンサルなどとの連携が図れる点などが挙げられました。

反面、⑤リスク・弱み・準備は、販売価格やブランド力の強化などが挙げられました。

そのほか、⑩外部宣伝・販売は、インターネット利用による広告や、外部販売サイトの構築などが挙げられ、上記の通り販売計画案として11点の項目が策定できました。

課題や今後の目標

中期経営計画の6つの強化軸に則り、販売計画案の事業化の検討を加速化

今後の目標や方向性としては、中期経営計画「SUMINO 2025」の6つの強化軸「モノづくり力」「コスト競争力」「人財育成」「営業技術力」「財務基盤」「カーボンニュートラル」に則って、今回策定した「SK-kankyo」の販売計画案をもとに事業化の検討を加速化させます。



日々進化するSKシリーズの打合せ風景

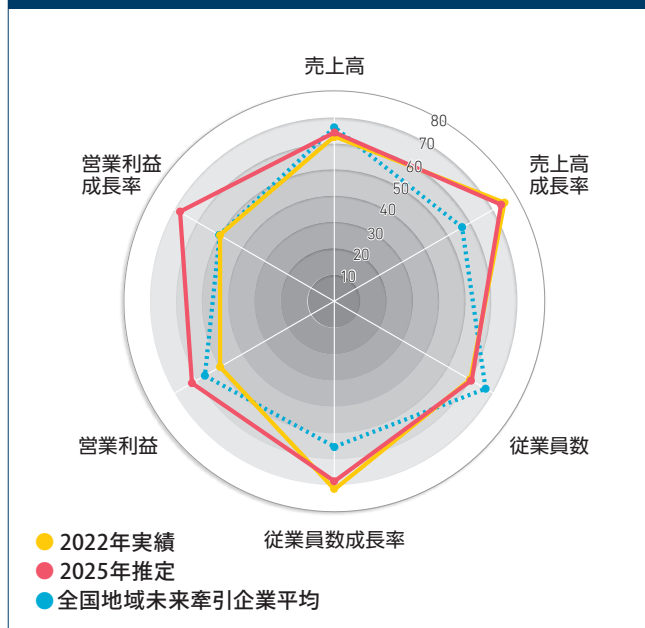
株式会社メディカルサービス明和

病院の入院セット販売および介護用品の販売・レンタル事業などを手掛けるメディカルサービス明和。言語障害を持つ子供（主に未就学児）に対するオンライン支援事業の新規立ち上げに伴い、事業化や軌道化に関するコンサルティング支援を受けました。事業の進め方、判断軸や考え方の知見を備え、行政を通じた保育園への販促活動などの手法習得に取り組みました。

■会社概要

所在地	広島県廿日市市阿品3-1-1-121号
事業内容	病院の入院セット販売および介護用品の販売・レンタル、不動産管理や住宅改修を手掛けている。
設立	昭和63年6月
資本金	30,000千円
従業員数	25名
URL	https://www.ms-meiwa.com

売上高・営業利益・従業員数スコア



■取り組んだ背景

急激に成長するなかで経営体制に漠然とした不安があり、コンサルティング支援が不安を解消するいい機会だと感じた

当社は、これまで外部のコンサルティング支援を受けたことがありませんでした。しかし、会社が急激に成長するなかで、経営体制についてはおざなりになっていた点が多々あったため、漠然とした不安を持っていました。そのようなタイミングで、広島県から声をかけていただき、不安を解消する良い機会であると感じました。

また、膨大な知識を持ち、アイデアも豊かな専門家からどのような支援を受けられるかに興味が湧き、今回の支援を受けることにしました。

■主な取り組み

さまざまな支援の可能性のなかから、最も熱意を持って取り組もうとしている新規事業の支援を受けることに

まず、当社が感じている不安をすべて吐き出したうえで、新規事業をはじめ、M&AやDX、営業強化などさまざまな支援の可能性を探りました。コンサルティング会社



主力商品である入院セットの見本



代表取締役社長 久保隆政氏

と話し合うなかで、期間的な制約もあることから、当社代表が最も熱意を持って取り組もうとしている新規事業について支援を受けることに決定しました。

事業が立ち上がったばかりでほとんど実績のない新しいサービスについて、どのように進めればよいのか、そもそもどのように考えていけばよいのかなど、着眼点や考え方についての支援を受けました。

取り組みのなかで苦勞したこと

月1回の支援で当社の求める緻密さに追いつけるのが課題、ディスカッションを重ね当社の思いとコンサルタントの思いが合致

コンサルティング支援は月1回の頻度で実施されましたが、当社が求めるスピードや緻密さに追いつけるのかという点が課題でした。当初は物足りなさを感じたこともありましたが、当社の新規事業の活動内容を毎回共有しながら、どのようなアクションを取っていったらよいかディスカッションを重ねたことで、回を追うごとに当社のニーズに追いついてきました。

コンサルティングの最後に、「あなたが社長だったらこの新規事業はどうするか?」という当社からの問いかけに対して、3名のコンサルタントが三者三様に自分の言葉で返してくれました。そこで当社の思いと合致した感じがあり、最終的にはゴールに辿り着いたと実感できました。

取り組みの成果

事業の進め方、「Go」と「NO Go」の判断軸や考え方などを教わり、知見が備わった

新規事業である言語障害を持つ子供(主に未就学児)に対するオンライン支援の事業化や軌道にのせるためのコンサルティング支援を受けたことで、該当事業はもとより新規事業をどのように進めればよいのか、そもそもどのように考えていけばよいのか、「Go」と「NO Go」の判断軸や考え方を教えてもらうことで知見が備わりました。

現時点での目に見える成果としては、市役所を通じた保育園への販促資料について、作成内容に関するアドバイスから働きかけに関する具体的な指針を示してもらえたことで、チラシの掲載内容やデザインをブラッシュアップすることができました。また、販促活動に関する結果検証についての手法も教わりました。

課題や今後の目標

ニーズを顕在化させて利用者を増やし、各種システムに追加投資ができるレベルまで事業を成長させたい

新規事業が立ち上がったばかりであり、売上や利益の貢献にはしばらく時間がかかることが見込まれます。潜在的なニーズがあるサービスと考えていますが、「有償でもサービスを受けたい」と思う保護者がどれくらいいるのかは継続的なりサーチが必要であり、今後も手探りのなかで事業を進めていくことになると思います。最終的には、ニーズを顕在化させて利用者を増やし、各種システム(オンラインシステム、決済システム、顧客管理システムなど)に追加投資ができるレベルまで事業を成長させたいと考えています。

なお、コンサルティングを受けて得られた考え方やノウハウについては、言語障害を持つ子供(主に未就学児)に対するオンライン支援事業だけではなく、既存事業にも応用することで今後の社業発展に繋げていく意向です。

言語聴覚士による
ことばの教室

- 「お子様のことば」の発達をサポート
- 講師は経験豊富な言語聴覚士
- オンライン受講で保護者の負担を軽減

すまいる オンライン言語教室

コミュニケーション

「お子様のことば」の発達やコミュニケーション力についてお悩みやご不安はありませんか?

当教室では、「お子様のことば」の発達やコミュニケーション力の

お悩みに対して、言語聴覚士によることばの発達をオンライン上で支援します。
ご自宅で行えるためお申し込みする必要がなく、お取組を始めるお子様や、お時間を確保しづらい保護者の方にもご負担になりにくいことが特徴です。

対象 就学前または低学年のお子様で、ことばの発達でお悩みの方(上記対象以外でも遠慮なくご相談ください)

費用 3,300円(税込) / 1回(30分)
初回無料(15分)

時間 ご希望の良い時間をご相談ください(土日対応可)

株式会社メディカルサービス明和
広島県広島市南区山手町1-1-1 (084)954-6312 (担当: 藤島)
MAIL: y.fujitaka@ms-melwa.com

無料体験授業受付中!!詳しくは裏面をご覧ください

ぜひ、お子様と一緒に声に出してみてください

い え る か な ?

おさかなの らくだい でんわも てれび機

よくある言い間違いの例 よくある言い間違いの例 よくある言い間違いの例 よくある言い間違いの例

オタタナの ダクダク デンタも テペリ機

どんな子どもが対象になりますか? 就学前や低学年のお子様でコミュニケーション力や機能性構音障害、吃音症でお悩みの方が対象です。

機能性構音障害 「さしせせ」など特定の音が言えないことや、流石の音で、話していることが不明瞭な状況

吃音症 ことばの発音の音が詰まる、繰り返す、伸びる症状

以下のような場合はお気軽にご連絡ください

- お子様が上記のタイプや「さけ」をうまく言えない
- もうすぐで小学生になるのに発音の予よりおしゃべりが遅く聞こえる
- お子様の口癖が気になる(口癖も持っている)ことが多い
- 「ワケの字、発音はわかる?」
- 発音のお子様ほどよく聞かれない
- 発音のお子様ほどよく聞かれない
- 発音のお子様ほどよく聞かれない

どんな方がどうやって教えてくれますか? 経験豊富な言語聴覚士が担当します。オンラインで行うためご自宅で行えます。

五橋水 敦 (言語聴覚士) 小児の言語訓練を開始して15年以上が経ちます。当院では、お母さんだけでなく遠方からも言語訓練を受けたいというお母さんが、発音訓練の成果が認められたお子様のなかで多いです。このオンラインでことばの発達を支援しました。お子様のことばの発達に役立つことがあなただけ、お母さんにも伝わります。

田原 剛 (言語聴覚士) 小児の言語訓練を開始して15年以上が経ちます。当院では、お母さんだけでなく遠方からも言語訓練を受けたいというお母さんが、発音訓練の成果が認められたお子様のなかで多いです。このオンラインでことばの発達を支援しました。お子様のことばの発達に役立つことがあなただけ、お母さんにも伝わります。

ご相談やお申し込みの方法を教えてください ホームページのご相談・お申し込みフォームからお申し込みください。

株式会社メディカルサービス明和 広島県広島市南区山手町1-1-1 当社は医療法人社団明和会 大野浦病院の関連企業です



神戸支店 所在ビル

新規事業すまいるコミュニケーションのチラシ

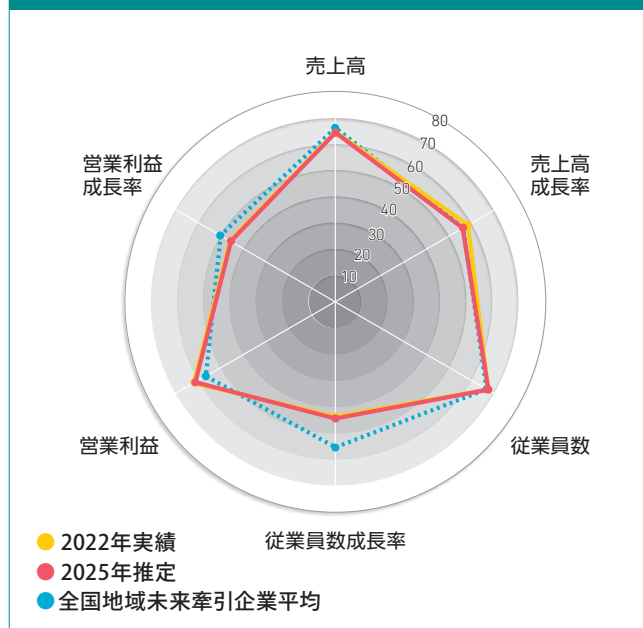
株式会社豊國

船舶用計器・機器の販売や修理事業、海上自衛隊艦艇に搭載されている航海・航法支援装置等の整備事業を手掛けている豊國。営業などのフロント業務のDXとして「①当社製品への顧客満足度の向上」、「②新規事業展開」の2点に取り組み、検討だけでなく目標の設定までを完了することができました。

■会社概要

所在地	広島県呉市築地町5-14
事業内容	各種計器類の卸売と修理・メンテナンスを主体に、計器類の設置工事も手掛けている。
設立	昭和30年6月
資本金	30,000千円
従業員数	74名
URL	https://www.toyo-kuni.co.jp

売上高・営業利益・従業員数スコア



代表取締役社長 山路恵司氏

■取り組んだ背景

「やった方がいい」ものの思うように進まない社内事情を打破

長年バックオフィス業務のDX化には積極的に取り組んでいました。営業などフロント業務においてもDX化の検討の必要性があると認識していました。今までも社内の事業部ごとに意見を取りまとめてもらい、話し合う機会を設けていましたが、日常業務を優先したい部署があるなど意識の統一が図れなかったことで前に進んでいませんでした。DX化を進めたとしても、「売上と利益に大きなインパクトはないのではないか」と思っていたこともあり、優先度が低くなっていました。

そうしたなかで今回、広島県から話をいただいたことをきっかけに、検討が止まっていたフロント業務のDX化について取り組むことができました。

■主な取り組み

顧客満足度を向上させるシステム構築で、既存顧客を大切にしつつ新規事業を模索

フロント業務のDX化では「①当社製品への顧客満足度の向上」、「②新規事業展開」の2点に取り組みました。

「①当社製品への顧客満足度の向上」としては、アフターフォロー強化を目的としたシステム構築を行いました。

当社製品が使用される場所の特性上、故障が起きた際は製品が使用されている現場からの問い合わせとなるため、当社の担当者が誰か分からない状態で当社に問い合わせをいただくことが多く、当社内に在籍する担当者への連絡取次に手間がかかっていました。また、特に休日や夜間に問い合わせを受けた際に対応が即時にできないことが多くありました。

これらの課題に対して、QRコードなどインターネットを活用したシステム構築の検討を進めました。QRコードを読み込むだけで、製品の取扱説明書へ簡単なアクセスができるだけでなく、問い合わせ先の表示や問い合わせ履歴のデータベース化、「よくある質問」を通じた故障への対応方法の閲覧、修理手配が可能になります。更に、AIを



呉 本社



尾道営業所

活用することで、よりお客様の満足度が高まるよう設計を進めています。

この取り組みを進めているシステム構築が実現すれば、万が一当社製品が故障したとしても、お客様は、今までお問い合わせをいただいた際の待ち時間などを削減することができます。当社としても連絡取次の手間を削減でき、業務効率化に繋がります。

「②新規事業展開」としては、上記で構築したシステムを同業者、もしくは似たような課題を抱える機器製造会社やメンテナンス会社に販売していくことによる、新たな売上、利益を確立するモデルの模索です。

取り組みのなかで苦勞したこと

通常業務に加えて本プロジェクトに取り組むことによる業務負荷の高まりや、部署を横断した調整の難航

広島県からお話をいただいた時点で、一大プロジェクトになるのではないかと認識しておりましたが、通常業務に加え、コンサルティング支援を受けるための資料作成や社内会議を行う必要性があったため、業務の負荷が高まり正にその通りになりました。

また、普段考えないことを総務部や営業部、特機部、工事部など各部署で考える必要があったので、部署間の調整などに時間と労力がかかりましたが、各部署の協力によって乗り切る事ができました。



取り組みの成果

DX化による新規事業の推進や全社一丸となった取り組みを経験したことによる社内における風通しの改善

フロント業務のDX化については以前から「やりたい」という意識はあったものの、実行までは至っていませんでした。それが今回のコンサルティング支援を通じて全社的に「やらなければならない」という意識に変わっただけでなく部署間のコミュニケーションが活発化したことにより、社内全体の雰囲気は良くなりました。

「既存ユーザーへのアフターフォロー」という社内のフロント業務のDX化だけでなく、他の会社にも同じシステムを使って頂き新規事業に育てる事で、当社のもう一つの柱になり得るという大きな可能性に気づくことができました。特にAIを事業に活用するという発想はこれまではまだ先のことと捉えていましたが、今でも取組みが可能であると新たな気づきとなったことも見逃せません。

課題や今後の目標

新規事業をもう一つの事業の柱に成長させていく意向

今回のシステム構築は、今後2026年までの3年がかりとなる一大プロジェクトと認識しています。そのため、フェーズ1~フェーズ5までに分け、フェーズごとに計画を立案し進めていく予定で、最初のフェーズ1を2023年3月から開始したところですが、今後の進め方としては短期間でシステムベンダーなどと協議を繰り返し、少しずつ方向性を調整していきながら進めていきたいと考えています。

システム構築を完了するまでの向こう3年間は費用負担が先行することになります。しかし、開発完了から5年後となる2031年には、新規事業単体で年間売上1億5,000万円、売上総利益8,000万円を目標に、当社のもう一つの事業の柱に成長させていきたいと思っています。進め方としてはアジャイル方式というシステム開発手法を採用することで、短期間での協議を繰り返し、少しずつ方向性を変えながら進めていく計画です。

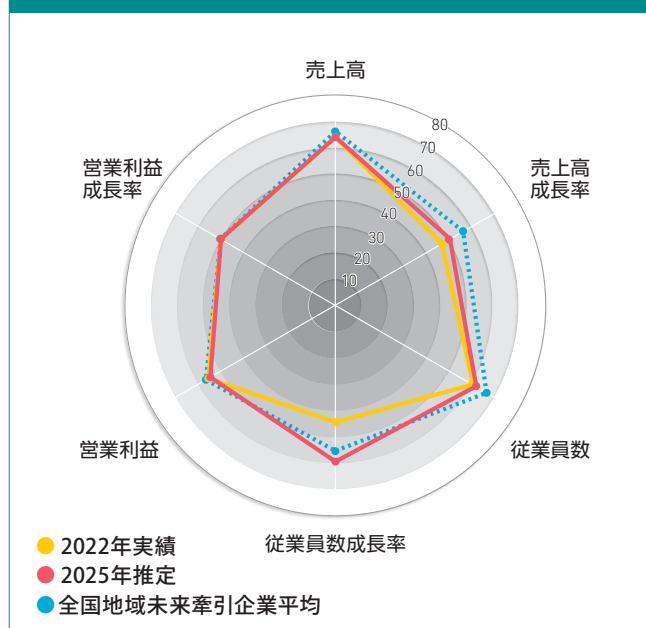
株式会社ヒロスイ

広島市中央卸売市場内にある、量販店との取引が主体の水産仲卸業者であるヒロスイ。古くからの商習慣を重視する業界に一石を投じ、自らが牽引役となるべく、業界・自社のあるべき姿を明確化し、今後自社で取り組むべき方向性や改善の具体的施策、スケジュールについての可視化を進めました。DX化の推進に加え、具体的な人材育成・採用方針までを決定することができました。

■会社概要

所在地	広島県広島市西区草津港1-8-1
事業内容	広島市中央卸売市場内の水産仲卸業者である。
設立	昭和59年9月
資本金	30,000千円
従業員数	18名
URL	https://3t8xnrfm.jbplt.jp/

売上高・営業利益・従業員数スコア



代表取締役社長 望月 亮氏

■取り組んだ背景

旧態依然とした業界内の商習慣に危機感。自社が業界内の牽引役となっていくという強い意志で取り組む

当社が所属する業界では、従来の商習慣を重視する傾向が強くありました。さらに、当社がメインで活動している広島市中央卸売市場では、市場経由率が低下していることに危機感を抱いていました。そうした状況を変革していくためには、業界全体で人材育成や組織風土・業界風土のDX化を推進していく必要があると考えていました。

そのために、自社において、業務効率化や若手従業員などを巻き込むことによる企業風土の改革、DX化を進めべく模索していましたが、社内における意識の醸成やビジョンの言語化が思うように進んでいませんでした。

そうしたなか、広島県よりコンサルティング支援のご提案を受けたため、今まで進められていなかったビジョン・戦略・業務効率化などを可視化していきたいと思い、支援を受けるに至りました。

■主な取り組み

定期ミーティングを開催し、構想の具体化を進行

今回のコンサルティング支援における主な取り組みとしては、当社が果たしていくべき使命や組織としての理想像や中長期的な目標を達成するための具体的な行動指標となるミッション・ビジョン・バリューの定義を行いました。

具体的な内容としては、業界全体の課題や自社内の課題の情報収集を実施しました。また、Web中心でのミーティングを毎月2回程度の頻度で実施し、自社で取り組んでいる改善事項や業務のルールをコンサルタントに共有することで言語化しました。言語化することで、今後自社



営業社員一同

で取り組むべき方向性や改善の具体的施策、スケジュールについての可視化を進めることができました。

取り組みのなかで苦労したこと

通常業務とミーティング準備・実施の時間確保に難航

これまで、業界の問題点や自社の立ち位置、取り組んでいる方向性や改善への取り組みは実施していましたが、取り組みそのものが漠然としているだけでなく、ビジョンを言語化していないまま取り組みを進めていました。そのため、従業員の意思統一が十分でないまま進んでいたことが取り組むうえでの課題でした。また、月2回のミーティング時間を確保することや、次回ミーティングまでに自社内の取り組みを言語化すること、タスクの整理、市場の仕組み等の説明資料の作成などの時間を確保することに苦労しました。

取り組みの成果

ビジョンや戦略の可視化により、人材育成の方針にも成果

今回のコンサルティング支援による成果としては2つあります。

1つ目は、業界の課題と当社のビジョンおよび今後の取るべき戦略と方向性が可視化できたことです。2つ目は、1つ目の成果を得られたことで、人材育成のロードマップが作成できたことです。

方向性が見えたことで、当社に今後求められるものは「あるもの」をさばくだけではなく、「いいもの・欲されるもの・売れるもの」をエンドユーザーやステークホルダーにタイムリーに提供することで、目利きの代行を担い情報収集・情報提供のハブとなるという具体的な目標も見えてきました。

目標の実現のため、情報発信の仕組みまでを含んだ情報収集の必要性や、市場のパラダイムシフトをけん引・対応していく人材の育成、マーケティング人材の採用、業界の意識改革が必要です。業界内での優位性を確保していくために必要な施策・投資の道筋が明確になったことが、今回の支援で得た大きな意義だったと感じています。

課題や今後の目標

足元の状況を整理し、牽引役となるために必要な事項の円滑な推進を目指す

業界としては、今まで以上にDX化の重要性が高まってくると感じています。旧態依然とした仕組みから脱却するため、生産者・消費者のニーズを直接かつ迅速に吸い上げる仕組みの構築など、DX化による市場内取引の変革が必要と考えています。DX化が進めば、市場内取引が変革し今までは人的資源を投入して対応していた物流・受発注・勤怠など「ムリ・ムダ・ムラ」からの脱却を行うことができるのではないのでしょうか。また、効率化が図れることも期待できるので、利益の最大化や業務効率化にも繋がっていくと感じています。

今後、当社が市場の新たなハブとなる立ち位置を確保するためには、「atohama(アトハマ)」等のDX化ツールの導入、SNSによる広告・情報発信の活用、勤怠管理・会議等のWeb対応化にかかるシステム投資等についても随時導入することで改善・改革を継続し、着実に進めていきます。

主業である仲卸としての役割を確保しつつ、業界の牽引役となり、情報発信力や営業力を磨くことで自社優位性を確保することを目指していきたいと思えます。



売り場

株式会社森本製材所

建築用住宅資材販売や住宅建材の販売などを行っている森本製材所。時代に即した働き方・流通システムの構築等が課題となっていたため、出退勤・経理業務の管理システムの見直しを行いました。支援の成果として、使いやすく、連動性のあるシステムやソフトへの見直しが図れました。コンサルティング会社を間に挟むことで課題が明確になり、DX推進に繋がりました。

■会社概要

所在地	広島県福山市新浜町1-3-44
事業内容	住宅建築用の木材を中心に床材、窓枠材などの新建材、バス、トイレなどの住宅設備機器の販売を手掛けている。
創業	昭和29年6月
資本金	10,000千円
従業員数	21名
URL	http://morimoto-seizai.com

■取り組んだ背景

第三者の視点や意見を含んだ方が当社に合った改善ができる判断

社内で時代に即した働き方・流通システムの構築等が課題だと議論を行っていたタイミングでコンサルティング支援のお話を頂きました。第三者の視点や意見を含んだ方が新たな発見ができ、より当社に合った改善を行っていけると判断し、今回コンサルティング会社からの支援を希望しました。

また、企業の取り組み事例や成果等を伺うことでより取り組み後の成果をイメージしやすくなると思えました。

■主な取り組み

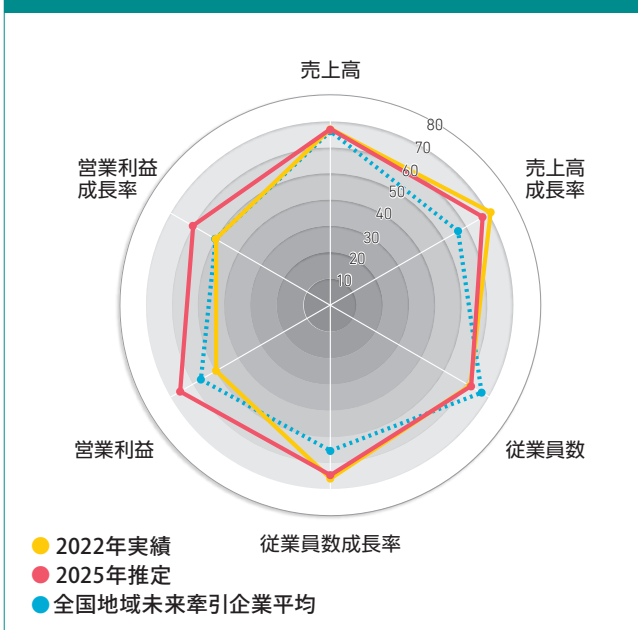
社内だけでなく社外にも働きかけ、管理システムの見直しを実施

出退勤・経理業務の管理システムの見直しを行いました。

当社では20年近く同じ経理システムを使用しており、役員間では業務の効率低下には繋がっていないと思っていました。しかし、経理部の社員へのヒアリングを実施し、コンサルティング会社とともに当社の業務プロセス上の特徴・課題の整理を行ったことで、システム変更が負担軽減に繋がることが分かりました。加えて、システムに必要な機能の整理を行ったことで、現状のシステムよりも当社の業務にマッチするシステムが見えてきました。

また、今回のシステムを採用した背景には、当社の顧問税理士からの推薦という決め手の理由です。社内だけでなく顧問税理士に相談する等、社外への働きかけも必要だと理解できました。

売上高・営業利益・従業員数スコア



社屋風景



倉庫内



商材写真

取り組みのなかで苦勞したこと

情報の取捨選択や専門用語等の理解、社員一人一人の考えを1つの方向性にまとめることが大変だった

インターネットやシステムについて詳しい社員ばかりではなかったため、情報の取捨選択や専門用語等の理解、システムの流れについての理解に苦勞しました。システムを選定するスキルやIT全般に関する知識不足を感じました。しかし、コンサルティング会社が丁寧に説明して頂いたおかげで助かりました。

他には、話を進めていくなかで、社員一人一人の考えを1つの方向性にまとめることが非常に大変でした。

取り組みの成果

コンサルティング会社を間に挟むことで、課題がより明確に

社内で議論を行い、出していた答えでもコンサルティング会社を間に挟むことにより、異なる答えが見つかりました。また、当社の課題がより明確に理解できるようになりました。特に印象に残っている点が下記2点です。

1点目が経理システムについてです。当社では経理部の社員が1人2台のパソコンを持ち、業務ごとにパソコンを変えていました。それぞれのシステムが連動できなかったため、こういった形になっておりましたが、それが当たり前だと思っていました。しかし、コンサルティング支援を行って頂くなかで、現在であればより使いやすく、連動性のあるシステムやソフトがあることが分かりました。これまでシステム単体でそれぞれ選定を行っていましたが、当該システム単体で検討するのではなく、他システムを含め総合的に判断する必要性に気付きました。

2点目が今回のコンサルティング支援に参加した社員の「情報リテラシー能力」が不足していたことについてです。

これは参加させて頂いた社員だけでなく、社員全員の「情報リテラシー能力」の向上を図るための取り組みが必要だと感じました。

課題や今後の目標

「情報リテラシー能力」の向上と、時代に即した働き方・流通システムの構築を図る

今後の目標は2点あります。

1点目は、前述しましたが社員全員の「情報リテラシー能力」の向上です。社員全員でこの課題に対し、意識を持つことがスタートだと感じています。社員全員の「情報リテラシー能力」の向上が進むと、会社としての耐力が上がる感じています。

2点目が、コンサルティング支援範囲外の課題を実行することです。支援範囲のバックオフィスのみならず、販売管理システム等を含めたシステム全体の見直しを検討していきます。社内で議論を行い、時代に即した働き方・流通システムの構築を図りたいと考えています。

今回のコンサルティング支援の内容や経験を、今後の課題解決や会社運営に活かしていきます。



商材写真

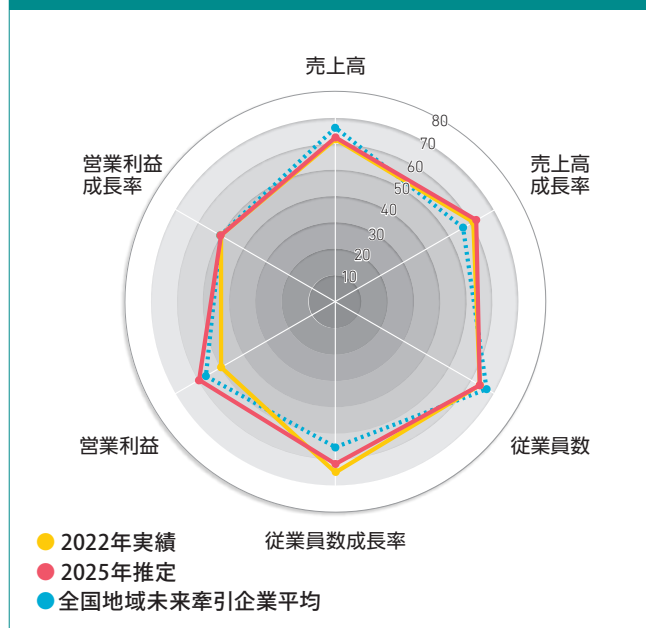
大和ツキ板産業株式会社

天然の木を薄くスライスしたツキ板を合板に貼り付けた高級感のある化粧板を製造販売している大和ツキ板産業。新ブランドの展開にあたり、Webマーケティングの仕組み策定のため、デジタル戦略の設計に取り組みました。Web広告やメルマガを自社Webサイトに掲載し、資料のダウンロードへ繋げる全体の流れを設計。成果として、メルマガやWeb広告等で目標数値を達成、自走可能な状態にまで構築できました。

■会社概要

所在地	広島県福山市御幸町中津原1790-1
事業内容	天然の木を薄くスライスしたツキ板を合板に貼り付けた高級感のある化粧板を製造販売している。
創業	昭和42年2月
資本金	10,000千円
従業員数	74名
URL	https://daiwa-tsukiita.co.jp

売上高・営業利益・従業員数スコア



代表取締役社長 三好美寛氏

■取り組んだ背景

新ブランドを立ち上げたものの、発信方法やブランディングの具体的な施策に悩みがあった

新ブランドを新たに立ち上げたものの、ブランディングの仕組みを熟知している社員(社長を含め)は皆無で、停滞感を感じていました。今後、新ブランドを世の中にどのように発信すればよいのか、ブランディングサイト製作を依頼する業者をどこにするのか検討中ではありましたが、何をどのようにすればよいのか具体的な考えがまとまっていませんでした。このまま何も施策を講じない状態のままではよいのか悩んでいたところ、コンサルティング支援の話を紹介いただきました。

■主な取り組み

Webマーケティングの仕組み策定を主要テーマとし、デジタル戦略を設計

新ブランドを展開するにあたり、新ブランドにおけるWebマーケティングの仕組みを策定することを主要テーマとして掲げました。まず、Webサイト分析とマーケティングモデルを確認し、改善点の洗い出し及び顧客ニーズを分析しました。

デジタル戦略の全体設計では、Web広告やメルマガを自社Webサイトに掲載し、資料のダウンロードへ繋げる全体の流れを設計しました。Web上のキーワード設計・コンテンツ案検討では、Web広告での検索キーワードを設計しました。Web広告シュミレーション・コンテンツ制作では、Web広告実施準備及びダウンロード資料やコラム等のコンテンツを制作しました。そして、最終段階では1ヶ月程度の試験運用を行いました。



ツキ板倉庫



工場外観

取り組みのなかで苦勞したこと

メルマガ等は未知の領域で不安も、SNSに抵抗を感じない若い世代の社員が中心となり日常業務と並行して取り組んだ

新ブランドにおけるWebマーケティングの仕組みを策定することを主要テーマとして掲げましたが、Web関連の知識が浅く、メルマガ等は未知の領域であったことが不安材料でした。SNSに抵抗を感じない若い世代の社員を中心に取り組み、専属人員がいないなかで日常業務をこなしつつ、時間を創出して取り組んだ点が苦勞しました。

取り組みの成果

定量的にはメルマガ等のクリック数及びDL数の目標達成、定性的には自社で実施可能な施策は自走可能な状態にまで構築した

新ブランドにおけるWebマーケティングの仕組み策定及びそれに伴うコンテンツ作成とテストマーケティングを実施し、効果検証を行いました。これにより最初に取り組むべきマーケティング施策の一連の流れをつくり、実行することができました。

スケジュール的には、8月から9月に現状認識（Webサイト分析・顧客価値・顧客ニーズ検討）、10月から12月にデジタル戦略骨子の策定とダウンロード資料等のコンテンツ作成をしました。12月から1月にはテストマーケティングを実施、2月に効果検証として顧客フォローを実施しました。

なお、定量的な成果として、メルマガのクリック数及びダウンロード数とも目標達成、Web広告も数値目標を達成しました。定性的な成果として、Webを活用した主体的な取り組みをはじめ実施することができ、メルマガ等の自社で実施可能な施策については今後も自走可能な状態まで構築できました。

そのほか、新ブランドのターゲットを明確化したことなども成果として挙げられます。作成したダウンロード資料

については、今後、営業ツールとして活用予定です。

課題や今後の目標

Webコンテンツの拡充を図りながら、不十分な顧客情報管理のシステム導入等を検討したい

メルマガ等の施策を今後も継続する必要があると考えています。今回のコンサルでダウンロード資料の充実が図れたので、今後は自社ホームページ上のコラムやブログなどのコンテンツを増やしていきたいです。一方で、顧客情報管理については不十分であることを認識したので、名刺の一元管理や顧客管理システムの導入を検討していきます。

また、Web上で新規案件を獲得していくことが重要ですが、組織体制として内製化する点と外注する点を区別する必要がありますと感じています。



展示会展風景



経営方針発表会の風景

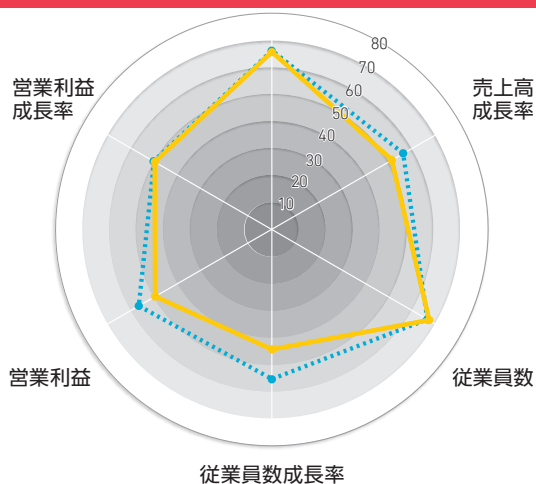
大和重工株式会社

住宅関連機器および産業機械関連機器の鋳物製造を手掛ける大和重工。主に若手の人材採用に力を入れるべく採用活動に取り組んでいたものの、ノウハウの不足から活動に苦戦していたため、Webを活用した採用活動のコンサルティング支援を受けることとなりました。自社の強みや特色をどのようにアウトプットすればよいかの棚卸しを行ったのちに、PR手法から実際の募集に関する実務を学んだことで、自社で直接求職者に求人届ける「自立型採用活動」を目指しています。

■会社概要

所在地	広島県広島市安佐北区可部1-21-23
事業内容	住宅関連機器および産業機械関連機器の鋳物製造を手掛ける。
設立	大正9年3月
資本金	651,000千円
従業員数	170名
URL	https://www.daiwajuko.co.jp/

売上高・営業利益・従業員数スコア



- 2022年実績
- 全国地域未来牽引企業平均



代表取締役社長 田中宏典氏

■取り組んだ背景

今後の組織体制拡充のため採用活動に力を入れたいものの、採用のノウハウに乏しく支援を希望

当社は40代の社員は多いが、20代は少ないため、5～10年後の組織体制に不安がありました。社内に採用ノウハウが蓄積されていない状態でもありました。一般的に3Kと言われる業種であるため、採用に苦戦していました。そのような環境下で、採用を戦略的に進める必要性を感じており、タイミング良く広島県から案内を頂けたため、支援を受けることに決めました。

■主な取り組み

ターゲットを中途採用に絞り、自社の強み弱みを棚卸したうえでWebの採用ツールを活用

当コンサルティング期間での取り組み内容としては、中途採用に絞りこむこととし、今まで取り組んだことのない採用ツール「Air Work」を活用して採用を進めていくこととしました。その中で、自社の強みや特色をどのようにアウトプットすればよいか、棚卸し(①採用コンセプトの検討、②仕事の特徴分析(誰と・誰に・何をの分析)、③仕事の特徴を踏まえた採用ターゲット検討、④採用課題の分析)をすところから支援を頂きました。参加メンバーは社長・常務ほか4名の計6名とし、PR手法から実際の募集に関する実務、自走化に向けた支援を頂きました。コンサルティング支援内での採用対象は、住宅機器部門の営業マンかつ年齢上限は40代までに絞り込み、採用計画の策定からHPのブラッシュアップまでアドバイスを頂きました。今後の採用スケジューリングや責任者の設置、これまでやっていた大学訪問のプロジェクト化などを進めました。



本社社屋



電気炉

取り組みのなかで苦労したこと

自社の強み弱みの棚卸に苦労するものの、作業が成果として結びついたときに社員の意識変革が起こる

これまで自社の強みを棚卸しする機会などがなかったため、一つ一つ棚卸ししていく中で、最初はそれがどうゴールに結びついていくのかイメージが出来ず苦労しましたが、最後は点と点が線になっていくことを実感でき、成果に繋がったと感じています。相手の立場(仕事を求めて募集してくれた人)に立ったPRの打ち出し方や、どのような言葉が心に響くかという観点が取り入れられ、コンサルティング支援参加メンバーについては意識の変革が出来ました。個々人で日々の業務がある中で、時間を捻出していくことは容易ではありませんでしたが、工夫しながら進めることができました。

取り組みの成果

リスティング広告で早速1名の応募があり、今後も自立型の採用活動を行うためのノウハウを得た

リスティング広告による採用活動開始後、早速1名の応募がありました。また、Web上でデータ管理が出来るようになり、採用活動の成果を見える化することが出来ました。募集開始後の進捗を追えるようになったことは、成果として実感できています。Webを活用した採用活動によって、今まで応募してこなかった層の人たちが反応してきました。そのことによって社員の採用に対する意識が高まり、採用担当以外のメンバーも採用から育成まで一貫性が必要だと感じるようになりました。今回のプロジェクトを通じて、自社でメディアを立上げ、直接求職者に求人を届ける「自立型採用活動」の進め方について学んだことで、今後はPDCAサイクルを回しながら、よりたくさんの応募を獲得していくことが期待できます。

課題や今後の目標

継続的な採用活動のため、定期的な大学訪問やHPのブラッシュアップ、産学連携やDX化を推進

これまで採用実績のある大学を訪問してきましたが、今後も訪問を続けていきます。訪問先を増やすというよりは、訪問頻度を増やすほか、教授との接触を図るなどして接触の濃度を高めていきたいです。また、HPのブラッシュアップや産学連携も進めていきます。自社のコア技術である鋳物とホーローを通してモノづくり体験をしていただくことも検討しており、学生を囲い込んでいくような取り組みで早い段階から興味をもってもらえるようにします。每期10名程度の採用を目標値とし、採用から育成の流れをきちんと進めるためにも、DX化を推進・活用していきます。具体的には、人事データや性格テストでチームの相性やバランスを考えた配置を行い、従業員満足度の向上に取り組んでいきます。



ホーロー焼成

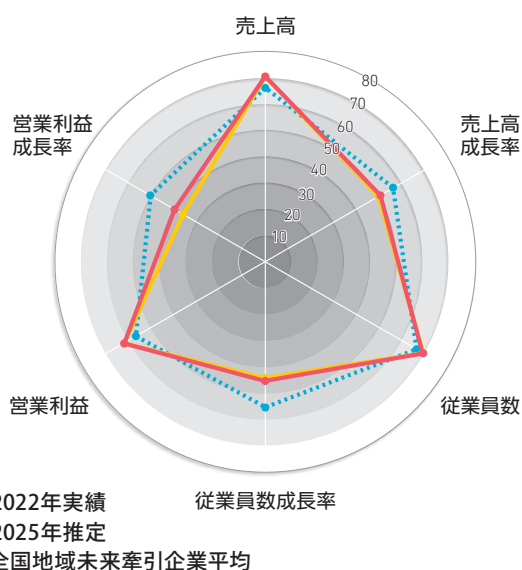
株式会社ナカタ・マックコーポレーション

船舶塗装を中心に、構造物の防食塗装等に携わる塗装事業のほか、外航海運、ハッチカバーやRO/RO装置の設計製作を行うナカタ・マックコーポレーション。今後の事業成長に必要な業務・人員体制の構築に繋げるため、塗装事業部の事業・組織・業務面における現状理解と課題の共有、人材育成の仕組み化における戦略策定等に取り組みました。

■会社概要

所在地	広島県尾道市潮見町6-11
事業内容	船舶及び陸上構造物などの塗装のほか、外航海運、ハッチカバーやRO/RO装置製造等を手掛けている。
創業	昭和7年4月
資本金	450,000千円
従業員数	245名
URL	http://www.nakata-mac.co.jp

売上高・営業利益・従業員数スコア



■取り組んだ背景

造船業界の厳しい事業環境のなかで、客観的な視点での助言を期待し取り組むことに

当社塗装事業部における足元の事業環境は、長く続いた海運市況の低迷や、中国、韓国の海外勢との受注競争により、大手の撤退、再編成、各造船所のスローダウン、船種の偏りによって、ここ数年極めて厳しい閑散期となります。

しかしながら、日本が海洋国家であり、依然として国内には新造船の供給力があることから、当社は、顧客ニーズに応えるべく、造船工程における船舶塗装の生産性向上や防食塗装技術者の育成を目的とした技術革新に努めています。

造船業界で受注が低迷していた厳しい事業環境のなかで、当社では生産性の向上に向け、一部事業所にスマホとタブレットを導入し、現場のDX推進、近代化を試していた時期に、今回のお話を頂きました。客観的な視点での、事業運営について助言を期待し、取り組むこととしました。

■主な取り組み

今後の企業成長を見据えた人材育成の仕組み化で主体性の向上を図る

コンサルタントとのキックオフミーティングの際、先の環境下にある停滞気味の事業部内の雰囲気を変容させ、現事業の改善、新規事業を開拓するためには、将来を見据えた人材育成が最も重要かつ必須条件ということで「今後の企業成長を見据えた人材育成の仕組み化」というプロジェクトを実施することとなりました。

本プロジェクトは社長、事業部担当常務をはじめ、事務局として総務、メンバーとして事業所の将来を担うであろう中間管理者5名でスタートしました。各事業場のレイアウトや人事関連資料等の提出、当社工場の現場調査やヒアリングを通じて、各事業所の技能技術面・管理職面からの現状分析を行いました。その結果、多能工化がなされており、技能・技術面では作業に多少の相違点はあるが異動しても即時適応は可能な状態であること、管理職



面では必要な能力(折衝力・適応力・自律性・想像力・創造力)のウェイトが異なり、即時適応は困難で、もっと情報共有し、異動前にはシミュレーションが必要であること、技能・技術面では「主体性」を持たないと新技術の取得は困難であることなどがわかりました。管理職面でも現状変革、改善や新規事業へのフォースは「主体性」が必要ということがわかり、これからいかに各々の「主体性」を向上させて行くのかを検討していきました。

取り組みのなかで苦勞したこと

外部による現状分析・調査は未経験でプロジェクトメンバーに戸惑い

このような外部による現状分析・調査は未経験なので、調査を受ける当社のプロジェクトメンバー達は戸惑ったと思われます。当社の携わる塗装は製造業ではありますが、変わり種の業種で、対象も多岐にわたり、各所の業務内容や問題点が伝わるか危惧しました。

可能な限り、生の分析が欲しかったので、上部からのプレッシャーの無い様、また対面のミーティングに拘ることなく、各所の実態を率直にさらけ出せるように配慮しましたが、中間報告の内容にネガティブな内容があまりなく、皆の「本音」の部分が現れていないのではとの疑義を持ちました。その反面で本質的に「的を射た」と安堵もしました。当社の人材育成に関する制度としては、OJT、各種資格取得、技能検定制度、改善活動制度などが既存しているため、コンサル側からは、新制度導入等の具体的な提言は困難ではないかと拝察し、逆に異相変換的な提言を期待しました。

取り組みの成果

現状を整理・再認識し、課題や検討事項が浮き彫りに

真に外部の質問に応答することで、プロジェクトメンバーの置かれている状況を整理、再認識する機会が与えられました。厳しい事業環境のなかで、さらなる会社成

長を実現するには、管理職のみならず全従事者の主体性の発揮が不可欠であり、加えて、拠点の枠を超えた全社的な取り組みを行うことも重要です。人事制度や仕組みについては、人財育成面の割合が乏しい人事考課の内容の見直しや表彰制度の変革等、課題や検討事項がみえてきました。拠点の枠を超えた全社的な取り組みとしては、デジタル技術の活用した情報共有が挙げられます。例えば、各事業所間の情報共有システムの保全・周知の必要性や各事業所間の技能、技術、管理全てのレベルの交流の場所と機会、特に地理的、時間的な制約の少ないバーチャル空間での方法を整え、現場間を活性化していく等を検討しています。

課題や今後の目標

閑散期の今こそ課題解決し、将来に備え『主体性』を持った人財育成を進める

事業を成長させていくためには、ただ現状を嘆くのではなく、新規の事業展開も視野に入れ、技能、技術、管理面のハードとソフト両方の改善・改革が必要であり、それを成し遂げていく「主体性」を持った人財を育成する必要があると考えています。

これまで、そのための制度整備や取り組みを行ってきましたが、運用上で、個人個人の理解不足や主体性欠如による活動高揚力に向けた取り組み不足があったことは否めないと感じました。また、制度の欠陥、時代錯誤、劣化の可能性等、多く課題があるものと再認識することができました。工事が低迷している閑散期の今だからこそ、繁忙を理由にした保守的な意識からの改革・改善の好機と捉え、こうした課題を解決することで、塗装事業の将来に結びつけていきたいと思えます。

方向性については、本プロジェクトの最終報告資料を参考にしながら、「主体性」を発揮していくための施策を推進していきます。



プッシュ型による新事業展開等支援事業 事例集

令和5年3月発行

広島県 商工労働局 イノベーション推進チーム 中小・ベンチャー企業支援担当

〒730-8511 広島市中区基町10番52号 電話 082-513-3355

無断複写転載は固く禁じます。

本事例集の内容を利用する際には、必ず広島県商工労働局イノベーション推進チーム中小・ベンチャー企業支援担当へご連絡下さい。



広島県