

事例3



会社概要

社名	有限会社つけしん【鴻巣市】		
代表者	野本 恵司	業種	その他の飲食店
従業員数	28人 (令和6年3月現在)	URL	https://www.elumikonosu.com/floorguide/shop.html?sp_id=202
事業内容	・おにぎり、総菜の製造・販売 ・地元食材を扱ったアンテナショップの営業		
沿革	明治23年 つけもの専門店として創業 平成元年 法人化し、有限会社つけしんを設立 平成23年 エルミこうのすショッピングモール内にこうのすコロッケの飲食店「こうのすや」を出店	 事業所の外観	

「経営革新計画」に取り組んだきっかけ

<当時の課題>

○年に数回、飲食店を出店しているショッピングモール内で物産市のイベントを企画・実施しており、地域の消費者に好評を得ていた。地元鴻巣で採れたお米や野菜などの生鮮食品をもっと多くの人に知ってもらいたいという思いがあった。

<解決への道筋>

○ショッピングモール内に常設店としてアンテナショップを開店し、鴻巣の食材の魅力発信を行う。

○アンテナショップという新たな事業展開に取り組み、経営の長期的な安定を生む体制を構築する。

「経営革新計画」のテーマと概要

テ ー マ	地元の生鮮食品や物産を紹介するアンテナショップのオープン
計画期間	令和元年9月～令和4年8月(3年計画)【令和2年9月承認】

～地域の事業者が将来にわたり繁栄し、地域に存在し続けることこそ地域貢献につながる～

【代表の強い思い】

地元で採れたお米や野菜、
地元商店の物産品を多くの人
に買っていただきたい！

【アンテナショップ出店】

「地元鴻巣の食材の魅力発信」
「生産・製造者～消費者を繋ぐ」
がコンセプト。

鴻巣市の主要農産物でありながらおいしさの認知が充分でない地元米で、手作りの「おにぎり」を全従業員で商品開発。米の認知度を高めた。

コロナ禍において
売上高**56.1%**・付加価値額**64.5%**
・経常利益**468.9%**増

※計画前と計画後の比較



鴻巣駅東口 エルミこうのすショッピングモール1階

【ショップはただ単に商品を並べる場ではない】

- * 売れなければ次に繋がらない → 売れるためのあらゆる工夫と努力
- * 売れる商品を集めるのではなく、ウリタイ気持ちを集める
- 作り手と売場スタッフとの信頼関係により、他人事ではなく自分の商品を売る意識となり、お客様に伝わる

コロナ禍における新店舗出店には非常に強い不安があったが、策定した経営革新計画を信頼し、思い切って舵をきった。経営革新計画に勝算があったからこそ、新店舗出店に踏み出すことができた。こんな店がどのまちにもあったらよいと思う。

「経営革新計画」の実践

1 新商品の開発

- 鴻巣市が持つ課題である「鴻巣産の米をいかに売るか」に取り組むべく、鴻巣産の米と素材を活かしたおにぎりを提供した。
- おにぎりの製造にあたり、スタッフを交え話し合いを重ねた。女性従業員の意見や技術を中心に取り入れた結果、おにぎりの販売コーナーが、アンテナショップ「こうのすマルシェ」の目玉となった。

2 埼玉の物産販売

- 地元の特産品コーナーを設け、地元農家の野菜や和菓子、パンなどを販売した。
- 販売する商品は、所属している鴻巣市商工会の仲間からも仕入れ、地域貢献に取り組んだ。
- 既存の飲食店と並行して営業するため、抜本的な人員配置を行うとともに、2名の新規雇用を行った。
- アンテナショップが主催となり年間6回の物産展を行い、毎回告知チラシを新聞折込などで近隣に配布し、PRを行った。

3 目標達成に向けての施策

- 売上目標達成に向けて事業を見直し、夕方の作り立ての惣菜コーナーをつくるなど、売上向上のための施策を実施した。



アンテナショップの様子①



アンテナショップの様子②

「経営革新計画」の成果

- 計画期間において経常利益約468.9%増、付加価値額約64.5%増と、大幅に実績を伸ばすことができた。

成功の秘訣

- 自社の利益だけを追求しないという矜持を持ち、仲間との連携で経営をしたこと。
- 出店にあたり、ショッピングモール運営者の理解と協力が得られたこと。
- パート従業員を含むすべての従業員が経営革新計画の目標を理解し、チームワークで取り組んだこと。
- 人口減少や商業環境の激変の中にあって、自分の能力だけで成功でき得る時代ではないと考え、商工団体やよろず支援拠点に相談し、専門家のノウハウを積極的に取り入れ、支援を有効に活用したこと。
- 店の目指す役割を明確に定め、その目的達成に向けて具体的な事業が行えたこと。

「経営革新計画」に取り組んでよかったこと

- この計画は4回目の経営革新計画だった。
- 企業にとって以前と同じ経営を続けていくだけでは成長は望めず、新たな取り組みを行っていくことが必要である。専門家の助言のもと、計画を立てられることにより暗中模索から脱却でき、計画があるからこそ、新たな取り組みがスタートできる。
- 計画は立てて完了ではない。毎年、県への報告が必要だったこともあるが、計画と進捗状況を照らし合わせ、見直しを図ったことが、計画の実現に向けて原動力となった。
- 経営革新計画を立てることは経営者になくてはならないものであり、現在は5回目の承認を受け、新たな事業展開に取り組んでいる。

これから「経営革新計画」に取り組む皆様へメッセージ

- 経営革新にあたっては、既存の事業にこだわらず、自由な発想で事業展開を考えることが面白いところだと思います。もちろんアクションを起こすことはリスクを伴うけれど、そのリスクを最小限にとどめさせるために専門的な見地に立ったアドバイスにもとづく計画が必要だと思います。
- 思い立ったらあまり深く考える前に、商工会などの支援機関に相談すると、考えが整理できるし、場合によっては、補助金事業として行うこともできるので、よりハードルを下げることができます。
- 様々な競争の中で生き抜いていくためには、イメージやデザインに力を入れることは重要だと思います。そこにお金をかけることを惜しんではならないと自分に言い聞かせています。



前回3回目の経営革新計画



現在取り組んでいる5回目の経営革新計画
テーマ名：川幅うどんをメインとする「うどん・そば店」のオープン