



二人三脚の経営支援で

知恵ビジネスを さらなるステージへ!

世の中の価値観やニーズが多様化する今、京都の地域特性や企業独自の強みを活かした技術やサービス、ビジネスモデルを発信し、新たな顧客創造につなげていくことが求められています。「知恵産業のまち・京都の推進」を基本方針に掲げる本所では、こうした取り組みを“知恵ビジネス”と位置づけ、京都の中小企業が成長し、さらなるステージへと飛躍していくために、「知恵ビジネスプランコンテスト」などさまざまな支援メニューを用意しています。今回は、知恵ビジネスに取り組む4社を取り上げ、事業成長に向けた本所の伴走型の支援事例を紹介いたします。



“知恵に目覚める” まずは京商とつながりましょう

自社の経営を見つめ直すことで、“強み”や“知恵の使いどころ”が見えてくるはずですよ。

知恵ビジネスに取り組むにあたって、「知恵のチャレンジャーネットワーク」の登録や「知恵産業・経営大会」「知恵ビジネス交流会」などを開催し、中小企業の皆さんが「知恵に目覚める」機会となる交流・学びの場を提供しています。また、本所の経営支援員が、各社の「知恵の経営」報告書（知的資産経営報告書）づくりをサポートし、貴社の「強み」の発掘・分析・整理をお手伝いしています。



ハンズオン支援事例① (株)キャビック

担当経営支援員：牧田 篤男



同社は、早くから「移動」と「介護」を融合させ、全国に先駆けて「介護タクシーサービス」や「夜間対応型訪問介護サービス」などを展開してこられました。昨年度からは、タクシー事業と介護事業で培った経営資源を生かし、「旅行に行きたい!」「映画や歌舞伎を楽しみたい!」など、高齢者の趣味や生きがいを後押しする「お出かけケアタクシー」の事業化を進めておられます。

同社の事業が多岐に広がる中、会社としての進むべき方向をもう一度見直し、部署の垣根を越えて全社員で共有したいという要望をお聞きし、京都府「知恵の経営」報告書の作成を提案しました。本所が開催している「知恵の経営」実践セミナーに参加していただき、なぜこのようなビジネスが実現できたのか、当たり前のサービスに埋もれている強みの一つずつ掘り起こしていきました。また、セミナー終了後も、外部専門家と共に報告書作成をサポートし、今年2月、京都府から「知恵の経営」実践モデル企業の認証を受けることができました。

〈兼元社長のコメント〉

日々の業務に追われていると、自社の事業と経営資源について考える機会は意外と少ないものです。今回、「知恵の経営」報告書の作成を通じて、弊社ならではの強みと付加価値を見える化。全社員で共有することができ、新規事業「お出かけケアタクシー」に全社一丸となって取り組んでいます。





知恵ビジネスの登竜門 “知恵ビジネスプランコンテスト”

新たな顧客を創造する商品・サービスの開発に向けて、事業計画・ビジネスプランを作成しましょう。

「知恵ビジネス創出塾」や経営支援員によるブラッシュアップ相談などを通じて、ビジネスプランの作成を二人三脚でお手伝いするとともに、新たな顧客創造を実現するビジネスプランを発掘・認定する「知恵ビジネスプランコンテスト」を実施しています。



ハンズオン支援事例② (株)FUKUDA

担当経営支援員：谷口 真



同社は、従来のドラム缶やペール缶単位でのエンジンオイルの販売を、移動用コンテナ(IBCタンク)を使った量り売りへ転換していくことを計画。これにより、重いオイル缶を持ち運ぶ手間をなくし、顧客である自動車整備工場やカーディーラー等の作業負担や在庫負担の軽減を目指しています。

この計画を具体的なビジネスモデルとして構築し、新たな顧客創造に結びつけていくために、「知恵ビジネス創出塾」への参加を勧めました。4回にわたる講義を通して、外部専門家と共に、ワークシートを使って、ビジネスプランのブラッシュアップをサポート。これまで取り組んできた地域密着型ビジネスの強みを生かして、構想しているビジネスプランを顧客目線で見つめ直すことで、さらに付加価値の高い事業へと高めていきました。できあがったビジネスプランは「第4回知恵ビジネスプランコンテスト」への応募にもつながり、知恵ビジネスプランの認定を得ることができました。

〈福田社長のコメント〉

私たちが素晴らしいと思っているプランでも、利用者目線で見直してみれば、さらに工夫が必要だったり、改善を加えなければならない部分が出てきます。創出塾とその後のブラッシュアップ相談で、経営支援員をはじめ他の参加者や外部専門家から貴重な指摘や助言をいただき、ビジネスプランを客観的に見直すことができました。



経営支援員×外部専門家による ハンズオン支援で、きめ細かくサポート

ビジネスプランの実現に向けて、的確なサポートが欲しい。

経営支援員と外部専門家からなる「知恵ビジネス支援チーム」が、知恵ビジネス認定プランをはじめとする各ビジネスプランの実現に向けて、国・京都府・京都市等の支援施策も活用しながら、きめ細やかに支援します。



〈知恵ビジネスの実現に向けたハンズオン支援例〉

○経営戦略・マーケティング

経営戦略づくりから、商品開発、販路開拓、広報・宣伝、財務・法務などの具体的な課題解決まで、幅広く事業推進を助言・サポートします。

- ・ビジネスプランのブラッシュアップ相談
- ・専門相談(中小企業診断士、弁護士など)

○資金・助成金

公的認定制度、助成金、融資制度などの活用検討、各種申請書の作成支援を行います。

- ・国・京都府・京都市などの制度認定や助成金の申請書作成支援
- ・融資制度利用相談

○広報・プロモーション

プレス広報支援サービス、京都商工会議所会報誌や新聞広告、ホームページ・メルマガなどによる情報発信を通じ、認知度やブランド力の向上を図ります。

- ・マスコミ各社へのプレスリリース支援
- ・会報誌、ホームページ、新聞などでの紹介

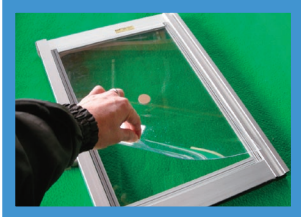
○マッチング・販路開拓

企業間の交流、取引先の紹介や展示会出展サポートなど、京都商工会議所のネットワークをフル活用して事業提携・販路開拓を支援します。

- ・各種展示会の情報提供・出展サポート
- ・仕入先、販路などの紹介

ハンズオン支援事例③ サン・ウインド(株)

担当経営支援員：佐々木 暁一



「窓」に関する豊富な知識と施工実績、ノウハウを有する同社は、ユーザーが自ら簡単に設置できるオリジナル商品「エコ窓」と、大手サッシメーカー製品とを組み合わせ、顧客ニーズに応じてワンストップで最適な窓を提案する「窓コンサルジュ・サービス」で知恵ビジネスプランの認定を受けました。

このビジネスプランを実現するために、本所の経営支援員と外部専門家からなる「知恵ビジネス支援チーム」が二人三脚で、事業推進をサポートしました。マーケティングの検討や財務分析などを通じて経営戦略の再構築を行うとともに、エコ窓の商品改良のための製造委託先の紹介、公的試験機関での性能評価の提案、営業ツールとなるパンフレットの制作支援などを実施しました。更に、各種補助金の情報提供・申請書作成もお手伝いし、必要資金の調達を図りました。商工会議所のネットワークを通じた情報発信も積極的に実施し、主要顧客となるハウスメーカーや一般ユーザーの認知度を高めることができたと思っています。

〈高橋社長のコメント〉

紙に書いたビジネスプランを具体的に実践するのは容易ではありません。京都商工会議所のハンズオン支援では、事業化までのロードマップを分かりやすく示してもらい、経営、財務、販路開拓、広報など、その時々
の課題に応じてきめ細かなフォローしてもらいました。



知恵を
展開

知恵ビジネスの輪を広げ、さらなる“誘発”のステージへ

企業間連携、ビジネスマッチングなどで、ビジネスを大きく広げたい。

経営資源や取引先等が限られている中小企業の活動の幅を広げるため、自社商品を大手小売店などのバイヤーに直接売り込む「京のイチ押し商品売り込み商談会」や、ものづくり企業同志の連携・協働・取引につなげる企業間**ビジネスマッチング事業**を実施しています。

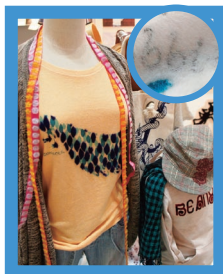
また、成長分野である「クリエイティブ」「環境」「インバウンド観光」をテーマに下記の事業を展開し、挑戦する企業をサポートしています。



- 「創造的文化産業（クリエイティブ産業）モデル企業選定事業」 創造性を最大限に生かして、新たな文化的価値を生み出すことで、付加価値の高い商品・サービスを提供している企業を、創造的文化産業モデル企業として選定し、次代を担う新京都ブランド企業として発信します。
- 「京商ECOサロン」 環境への取り組みに役立つ行政の施策や節電・省エネ対策、CSRとしての環境事例の紹介のほか、新しいビジネス展開のヒントとなる環境ビジネスの事例発表など、環境に関するあらゆる情報や担当者同士の交流の場を設置します。
- 「外国人観光客おもてなし向上交流会」 東アジアの交流人口が増加する中、外国人観光客の受け入れ体制の整備を目的に、多様なニーズに対応できる体制、サービス、人材育成、情報発信を先進事例から学ぶセミナーや見学会などを行い、企業のインバウンド展開を支援します。

ハンズオン支援事例④ (株)ティーヘッド

担当経営支援員：佐々木 暁一



レーヨンなどの短繊維を高圧静電気で素材に植え込む「フロッキー」加工に取り組む同社は、長毛・極細の繊維をふんわり柔らかかに仕上げる独自技術を開発し、ユニークで斬新なデザインが特徴のオリジナルブランド「beanxious(ビーアンキヤス)」を展開するとともに、衣料品はもちろん、靴や鞆、帽子などさまざまな分野での活用を目指されていました。

そのような中、本所が主催する「京のイチ押し商品売り込み商談会」に参加していただいたところ、バイヤーから高い注目を集め、百貨店の全国催事出展などに結びつきました。また、オリジナルフロッキーのPRと加工受託を目的に、アパレル・ファッション展示会「rooms」出展の仲介や「東京インターナショナル・ギフトショー」共同出展も支援したところ、その高いデザイン性と技術力が評価され、大手アパレルメーカーや雑貨メーカー等とのコラボレーションも実現しました。

〈吉田社長のコメント〉

自社商品に自信があっても、私たちのような小さな会社
が大手バイヤーに直接売り込む
機会はあまりありません。商工会議所に仲介やサポートしてもらったことで、その後の商談はスムーズに進み、効果的な商談が
できました。

