

# 令和7年度中小企業経営相談業務 経営状況分析

2026年2月  
経済環境部  
産業課商工担当

# 目次

- 1.経営状況分析について
2. 調査の詳細
  - (1)事業者属性
  - (2)補助金利用状況
  - (3-1)効果検証/決算分析
  - (3-2)決算分析のまとめ
  - (4-1)調査票分析
  - (4-2)効果検証/満足度
  - (4-3)効果検証/行動変容
  - (4-4)効果検証/行動変容の継続
  - (4-5)行動変容のまとめ
- 3.本支援事業のまとめ
- 4.活用事例

## 1.経営状況分析について

令和4年度に実施した犬山市事業継続支援事業の補助金交付先について、3年後(経営計画の計画期間経過後)の決算数値、及び、調査票をベースに本支援事業の効果検証を行った。

### <効果検証ポイント>

補助対象事業者、全25事業者に対し、以下の3点でまとめている。

#### ①予算実績評価

決算数値を基にした売上、営業利益に関して、令和4年の支援開始時と3年後の報告資料を基に予算実績評価を行った。

#### ②行動変容評価

調査票を基に計画/投資/外部リソース活用面で行動変容を分析した。(1)専門家などの外部リソースの活用度が高い、(2)継続的な事業投資、その前提として、(3)経営計画作成に積極的に取り組んでいる事業者は自社内のみで全てを回し、投資を積極的に行っておらず、経営計画書のない事業者より売上や利益が高い事業者比率が高いとの経済産業省の調査分析を基に、補助対象事業者の行動変容と実績を評価分析した。

#### ③事例分析

訪問ヒアリングによる活用事例収集と具体的な活用事例をまとめた。行動変容を行い新たな取り組みに積極的に取り組んでいる事業者の活用事例が、今後、補助金を活用して新たな取り組みのチャレンジする事業者の先行事例として参考になると考えた。

### <効果検証方法>

効果検証方法として、以下の対応を行った。

#### ①予算実績評価

支援開始時と3年後の決算書を基に、売上/営業利益の増減について、目標(予算)と実績値、日本全体の経済成長率を基準として比較を行った。

#### ②行動変容評価

全25事業者に7月に調査票を郵送、8月中に全調査票を回収することで支援事業の効果と継続性を確認して、行動変容による有効性を確認した。

#### ③事例分析

行動変容がみられ高い実績を上げているとみられる5事業者を選定し、事業者に訪問してヒアリングすることで、今後の補助金申請予定事業者に先行事例としてわかりやすくなるよう具体的に活用事例をまとめた。

## 2.調査の詳細

### (1)事業者属性

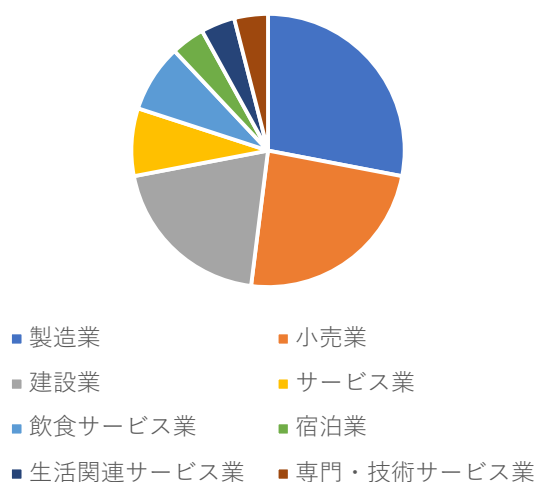
令和4年本事業の実施者は25事業者であった。

#### ①業種別

製造業7社・小売業6社・建設業5社と各々で1/4程度を占めているが、サービス・飲食・宿泊など幅広い業種からも利用があった。

業種	事業者数
製造業	7
小売業	6
建設業	5
サービス業	2
飲食サービス業	2
宿泊業	1
生活関連サービス業	1
専門・技術サービス業	1
合計	25

業種別事業者数



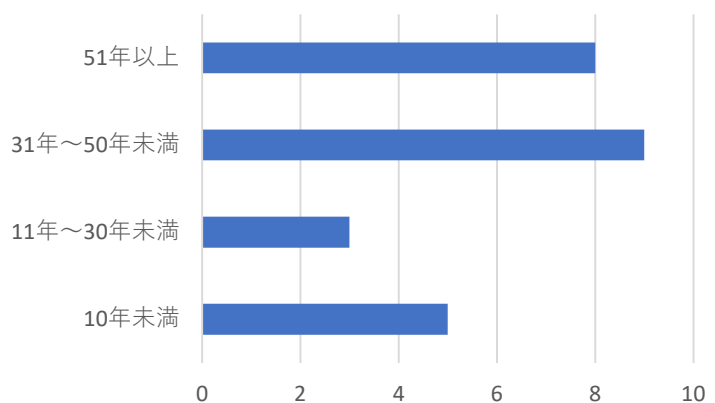
#### ②事業年数

社歴100年以上の事業者も含めて、平均継続年数は42年と地元で長く経営を続けている事業者の利用が多かった。

事業年数は30年以上が半数以上と2世代以上で社歴が長い事業者が多かった。また、10年未満の事業者も2割ほどと新しい事業者の利用も進んでいた。

事業年数別事業者数

事業年数	事業者数
10年未満	5
11年～30年未満	3
31年～50年未満	9
51年以上	8
合計	25

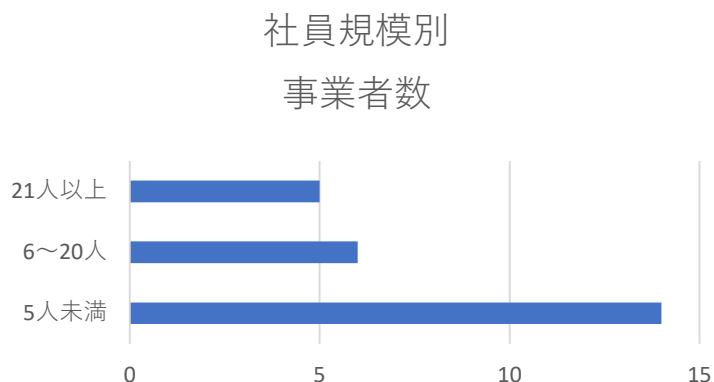


## (1)事業者属性

### ③社員規模別

5人未満の小規模事業者の利用が半数以上を占めている。  
21人以上の中規模事業者からも2割ほどの利用があった。

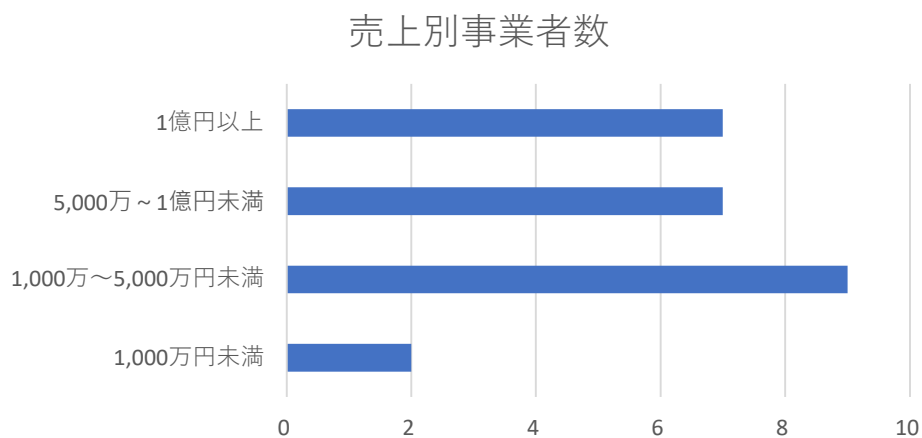
社員数	事業者数
5人未満	14
6～20人	6
21人以上	5
合計	25



### ④売上規模別

売上1,000万円未満の事業者による利用も見られたが、1,000万円以上、5,000万円以上、1億円以上と売上規模に関わらず利用がみられた。

売上（万円）	事業者数
1,000万円未満	2
1,000万～5,000万円未満	9
5,000万～1億円未満	7
1億円以上	7
合計	25



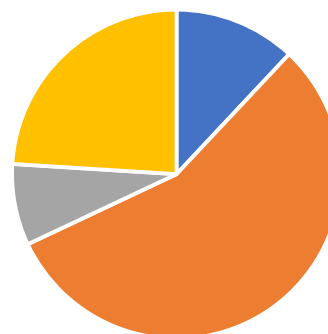
## (2) 補助金利用状況

### ① 補助金使用用途

8割ほどが設備投資資金、もしくは、設備投資と専門家活用の活用申請であった。単独の専門家活用と店舗等の建物改装の取り組みがそれぞれ1割ほどであった。

補助金用途別事業者数

補助金使用用途	事業者数
専門家活用	3
設備投資	14
店舗等改装	2
専門家+設備投資	6
合計	25



■ 専門家活用      ■ 設備投資  
■ 店舗等改装      ■ 専門家+設備投資

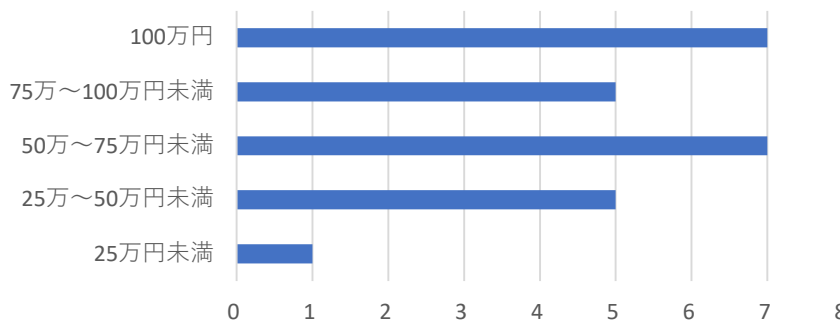
### ② 補助金利用金額

補助金利用金額の平均は71万円。

3割弱が上限の100万円まで利用しているが、7割が事業継続に必要な金額で利用され、必ずしも上限額を使い切ろうといった意図は見られず、過不足のない補助が行われたと考えられる。

補助額	事業者数
25万円未満	1
25万～50万円未満	5
50万～75万円未満	7
75万～100万円未満	5
100万円	7
合計	25

補助金利用金額



### (3-1)効果検証/決算分析

#### ①売上計画実績対比

売上計画は2年後に平均28%増加と高い目標であった。

・目標30%以上増加が9事業者と最大を占めた。

**売上実績は25%増加とほぼ計画通りに実現できている。**

・計画達成が12事業者と半数を占めた。

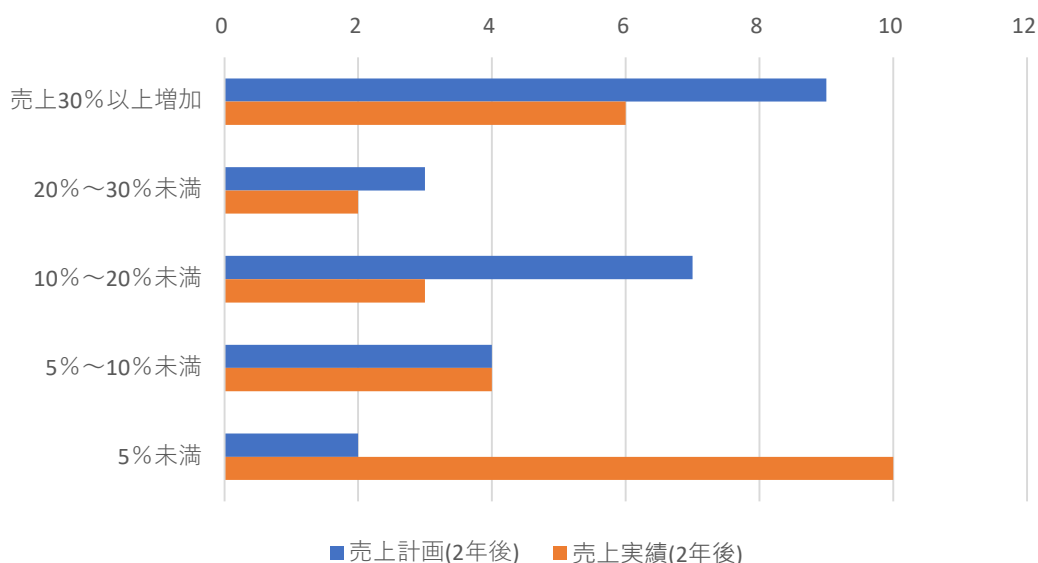
・売上増加実績5%未満が10事業者と最大を占めた。

・2倍、3倍と売上大幅増の事業者があるなどばらつきが大きかった。

財務省の法人企業統計調査では、2022年と2024年の全産業の売上増加率は7.2%であり、補助金活用事業者は全国平均に対して3倍以上の売上増加を実現できている。

売上計画実績対比	売上計画(2年後)	売上実績(2年後)
売上30%以上増加	9	6
20%~30%未満	3	2
10%~20%未満	7	3
5%~10%未満	4	4
5%未満	2	10
合計	25	25

売上計画実績対比



### (3-1)効果検証/決算分析

#### ②営業利益計画実績対比

営業利益計画は2年後に平均159%増加(2.6倍)と高い目標であった。

・目標100%以上(利益倍増)を目指す事業者は12と半数を占めた。

**利益増加実績は289%(3.9倍)と大幅な利益増加を達成できた。**

・計画達成が10事業者と半数近くを占めた。

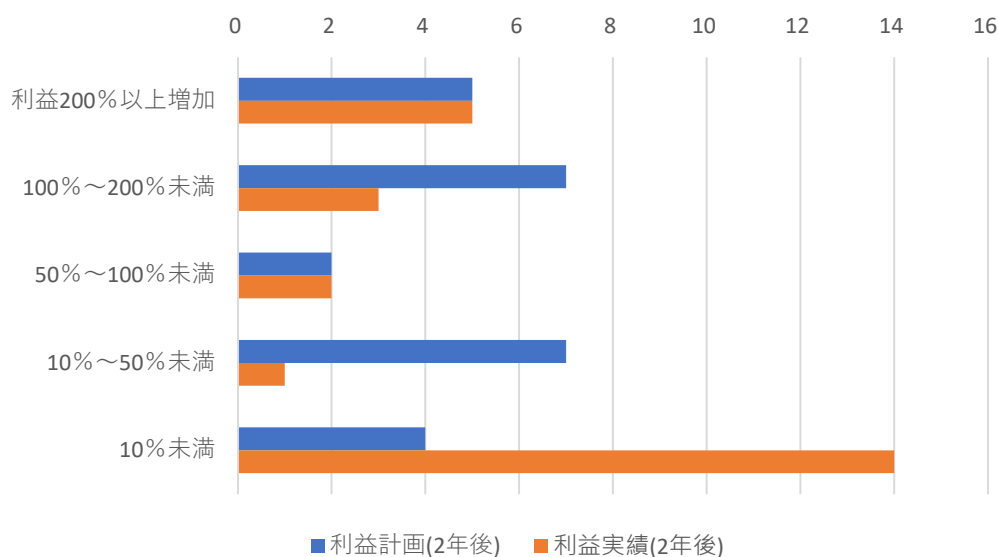
・利益増加実績10%未満が14事業者と最大を占めた。

・赤字が8事業者となるなど、業界全体が悪化している事業者では  
厳しい経営活況が垣間見えた。

財務省の法人企業統計調査では、2022年と2024年の全産業の利益増加率は20.4%であり、補助金活用事業者は全国平均に対して10倍以上の利益増加を実現できている。

営業利益計画実績対比	利益計画(2年後)	利益実績(2年後)
利益200%以上増加	5	5
100%~200%未満	7	3
50%~100%未満	2	2
10%~50%未満	7	1
10%未満	4	14
合計	25	25

営業利益計画実績対比



## (3-2)決算分析のまとめ

補助金交付先の決算書を基に、効果検証を数値分析により行った。

支援開始時と3年後の決算書を基に、売上/営業利益の増減について目標(予算)と実績値、日本全体の経済成長率を基準に比較した。

### <売上>

- ・目標28%増に対して実績25%増とほぼ計画通りに実現できている。
- ・全国平均の売上増加率は7.2%のため、補助金活用事業者は全国平均の3倍以上の売上増加を実現できており、本補助事業の実施効果は大きい。

### <営業利益>

- ・目標159%増(2.6倍)に対して実績289%(3.9倍)と大幅な利益増加となった。
- ・全国平均の利益増加率は20.4%のため、補助金活用事業者は全国平均の10倍以上の利益増加を実現できており、本補助事業の実施効果は大きい。

## (4-1)調査票分析

調査票を基に本支援事業の実行効果および行動変容に関する検証を行った。

### ①行動原則

経済成長が低下する複雑な事業環境下で以下の3点が事業拡大に必要となる。

#### (1)経営計画

経営計画作成事業者は、未作成事業者より売上、利益とも増加する。

#### (2)継続的な投資

継続的な投資を行う事業者は、投資していない事業者より売上、利益とも増加する。

#### (3)外部リソース活用

複雑な事業環境において、外部リソース活用は事業拡大に役立つ。

⇒ 本補助事業は、上記3点を事業者に実行いただく機会としている。

### ②行動変容評価

本補助事業で行動原則による事業拡大を実感した事業者が、本行動原則を継続することで事業拡大に結び付くことを、3年後の売上および利益を基に検証を行った。

#### (1)経営計画

経営計画を3年後も作成し続け、かつ、売上、利益とも増加できているか。

#### (2)継続的な投資

継続的な投資を行うことで、売上、利益とも増加できているか。

#### (3)外部リソース活用

複雑な事業環境において外部リソース活用を高度化することで、売上、利益とも増加できているか。

## (4-1)調査票分析

利用した調査票は以下の内容である

### 犬山市事業継続支援事業調査票

事業者名		社員数	人
------	--	-----	---

※以下の質問は10点満点で、該当する数字に○印をお付け下さい

1-1. 支援事業に満足できましたか

(不満)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 (満足)
------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---------

1-2. 本支援事業を知人等に薦めたいですか

(薦めない)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 (薦めたい)
--------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------

2-1. 支援事業において中小企業診断士の経営相談は役立ちましたか

(役立たなかった)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 (役立った)
-----------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----------

2-2. 現在、経営相談などで外部の専門家等を活用していますか

(活用していない)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 (活用している)
-----------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-------------

3-1. 支援事業は、事業拡大に結び付きましたか

(結び付かなかった)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 (結び付いた)
------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	------------

3-2. 現在、積極的な投資等で事業拡大に取り組んでいますか

(取り組めていない)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 (取り組んでいる)
------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--------------

4-1. 作成した経営計画書は活用できましたか

(活用できていない)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 (活用できた)
------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	------------

4-2. 現在、経営計画を作成していますか

(作成していない)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 (作成している)
-----------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-------------

5. 現在の経営課題は

--

6. その他 ※活用して良かった点、悪かった点をご記入下さい

--

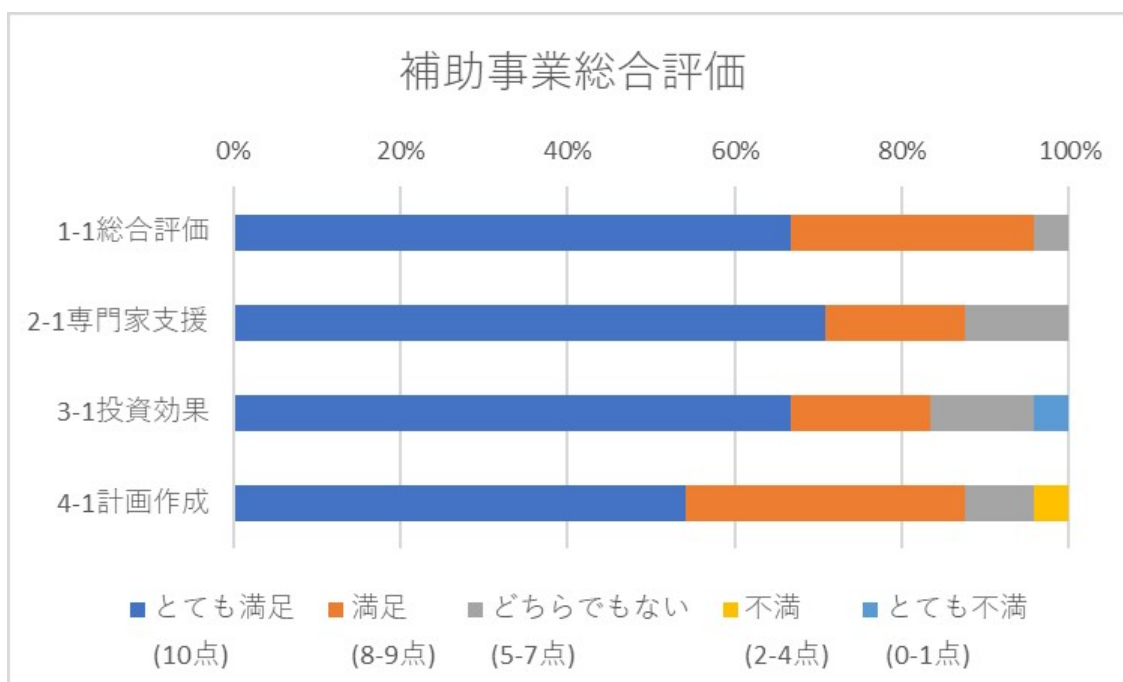
## (4-2)効果検証/満足度

### ①補助事業総合評価

- ・本補助事業の1-1総合評価として、満足度は90%ととても高い。
- ・2-1専門家支援は、中小企業診断にによる経営計画作成オンサイト支援やマーケッターやデザイナーなど外部リソースを活用することも、初めての取り組みとなる事業者も含め90%弱と高い評価を受けた。
- ・3-1投資効果は、経営計画に基づく高い効果で80%超の満足に繋がった。効果が出せなかった事業者もあり、経営計画の精度向上が望まれる。
- ・4-1計画作成は、初めて慣れない経営計画作成に取り組んだ事業者が多く90%ほどの満足ではあったが、まだまだ改善の余地もありとても満足との回答が、専門家支援や投資に比べ低くなった。

⇒ 継続的な経営計画作成が事業発展の第一歩になるので活用できる支援策を引き続き考えていきたい。

	とても満足 (10点)	満足 (8-9点)	どちら でもない (5-7点)	不満 (2-4点)	とても不満 (0-1点)	合計
1-1総合評価	16	7	1	0	0	24
2-1専門家支援	17	4	3	0	0	24
3-1投資効果	16	4	3	0	1	24
4-1計画作成	13	8	2	1	0	24



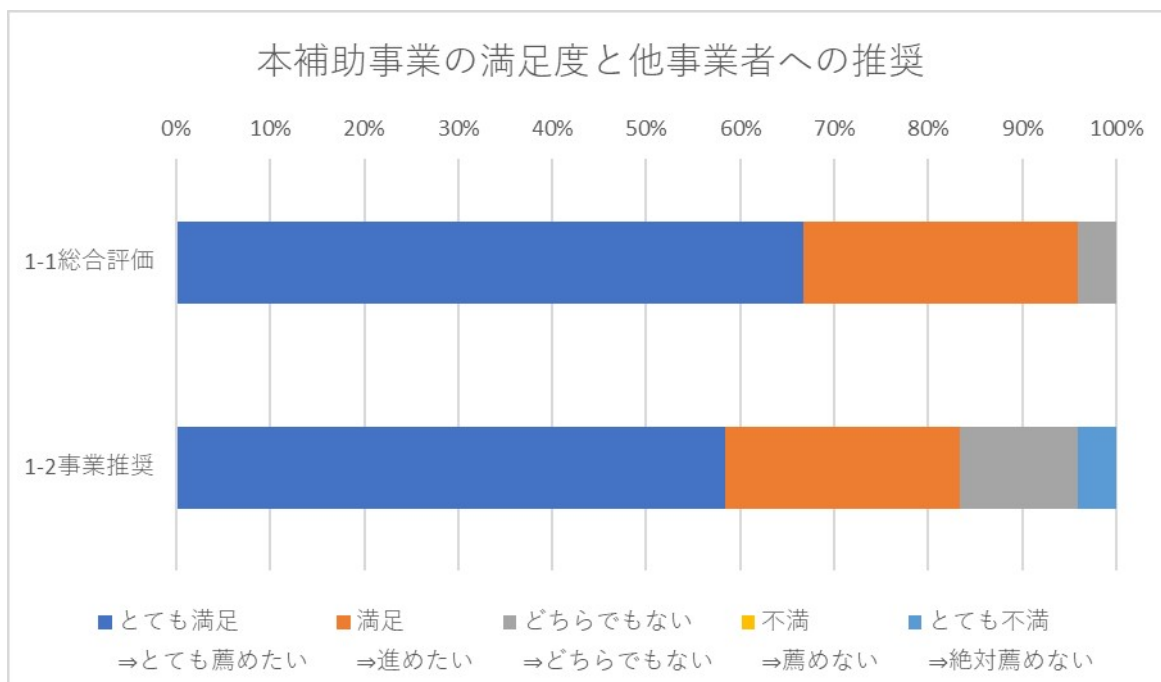
## (4-2)効果検証/満足度

### ②総合評価と事業推奨

- ・1-1総合評価としての満足度は90%と高く本補助事業を評価頂いており  
1-2事業推奨における、他事業者にも本補助事業を推奨したいとの回答も80%以上と高い。

⇒ 総合評価である本補助事業満足度より、事業推奨度が10%以上低い点は一部ライバルである同業他社には教えたくない思いがあったかもしれない。何れにしても、他事業者にも推奨したい比率が高いことから、本支援事業は満足度の高い施策であったといえる。

	とても満足 ⇒とても 薦めたい	満足 ⇒進めたい	どちら でもない ⇒どちら でもない	不満 ⇒薦めない	とても不満 ⇒絶対 薦めない	合計
1-1総合評価	16	7	1	0	0	24
1-2事業推奨	14	6	3	0	1	24



### (4-3)効果検証/行動変容

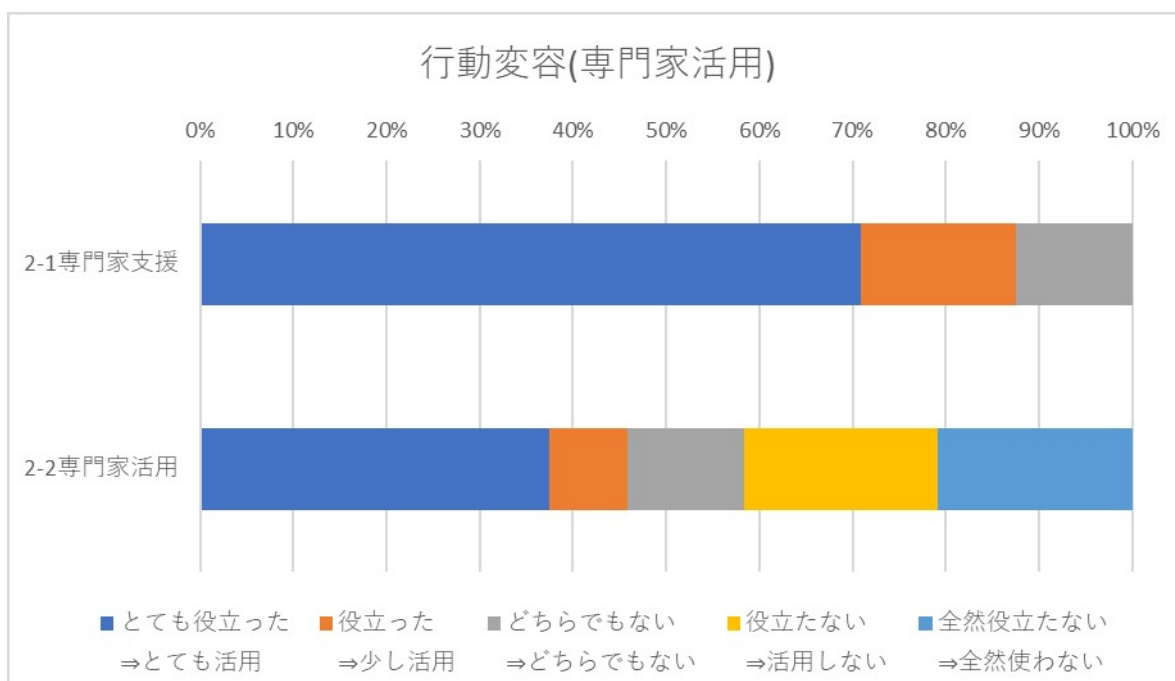
#### ③行動変容(専門家活用)

・2-1専門家支援は、中小企業診断による経営計画作成オンサイト支援やマーケッターやデザイナーなどの外部リソースを活用できる特徴があり、初めて専門家活用に取り組む事業者も多く、90%弱が役立つとの高い評価を行った。

・2-2専門家活用は、専門家支援を評価した50%近くの事業者が継続的に活用するなど、全てを社内に頼るのではなく必要に応じて外部リソースを機動的に活用する体制に変化がみられたことは評価できる。

⇒ 多様な意見やスキルを継続的に取り込むための外部リソースを効果的に活用することは事業変革にプラスとなるが多いため、今後も引き続き活用が進む施策を考えていきたい。

	とても役立つ ⇒とても活用	役立った ⇒少し活用	どちらでもない ⇒どちらでもない	役立たない ⇒活用しない	全然役立たない ⇒全然使わない	合計
2-1専門家支援	17	4	3	0	0	24
2-2専門家活用	9	2	3	5	5	24



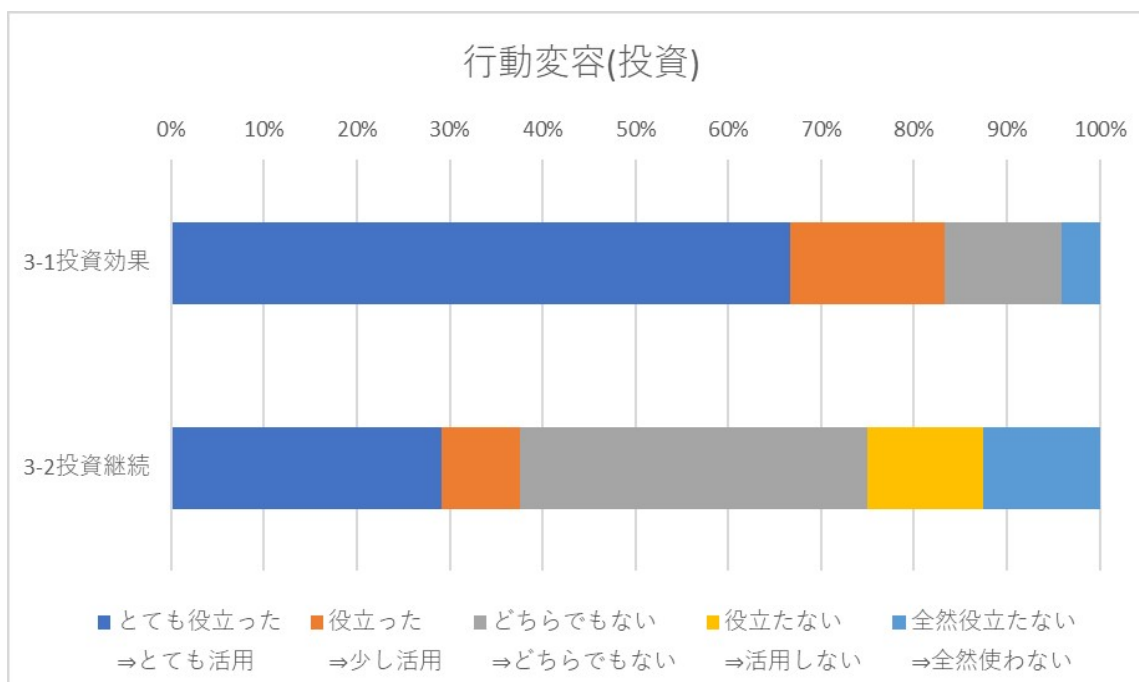
## (4-3)効果検証/行動変容

### ④行動変容(投資)

- ・3-1投資効果は、経営計画に基づく高い効果で80%超の満足に繋がった。投資を活かせなかった事業者もあるため、経営計画の精度向上が望まれる。
- ・3-2投資継続は必要な取り組みも、投資継続は40%以下のとどまった。但し、中堅規模以上の事業者であれば毎年様々な投資事案が発生するが今回の補助事業対象事業者は小規模事業者が多いため、毎年ではなく数年に1回の投資で十分な事業者も多いとも考えられるため、投資継続に結び付いていないとも考えられる。

⇒ 継続的な投資は事業発展に重要ではあるため、5年程度の中期経営計画で数年先まで見通した投資を見込んだ精度の高い経営計画が作成できるよう長期の視点を活かした支援を引き続き考えていきたい。

	とても 役立った ⇒とても 活用	役立った ⇒少し活用	どちら でもない ⇒どちら でもない	役立たない ⇒活用しない	全然 役立たない ⇒全然 使わない	合計
3-1投資効果	16	4	3	0	1	24
3-2投資継続	7	2	9	3	3	24



### (4-3)効果検証/行動変容

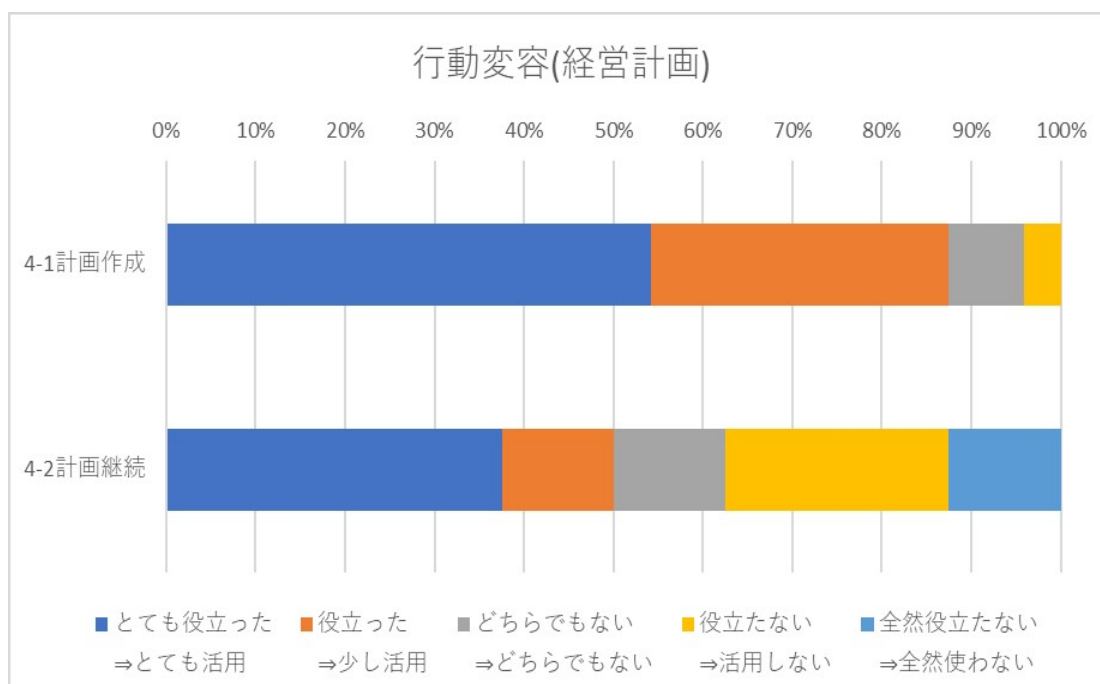
#### ⑤行動変容(経営計画)

- ・4-1計画作成は、初めて慣れない経営計画作成に取り組んだ事業者が多く役立ったとの回答が80%以上と高い支援効果がみられた。
- ・4-2計画継続は、経営計画を継続して作成している事業者が50%と高く経営計画作成が事業に有効となると考える事業者が多かった。しかし、残り50%が補助金申請のみで継続できず定着化に課題が残る。

⇒ 継続的な経営計画作成は事業発展の第一歩になるため、経営計画作成を継続できる支援策を引き続き考えていきたい。

現在、本事業継続支援補助金は同一事業者は再度の活用はできないが3年毎に再チャレンジできる仕組みとすることも検討できる。

	とても役立った ⇒とても活用	役立った ⇒少し活用	どちらでもない ⇒どちらでもない	役立たない ⇒活用しない	全然役立たない ⇒全然使わない	合計
4-1計画作成	13	8	2	1	0	24
4-2計画継続	9	3	3	6	3	24



## (4-4)効果検証/行動変容の継続

### ①行動変容継続(専門家活用)

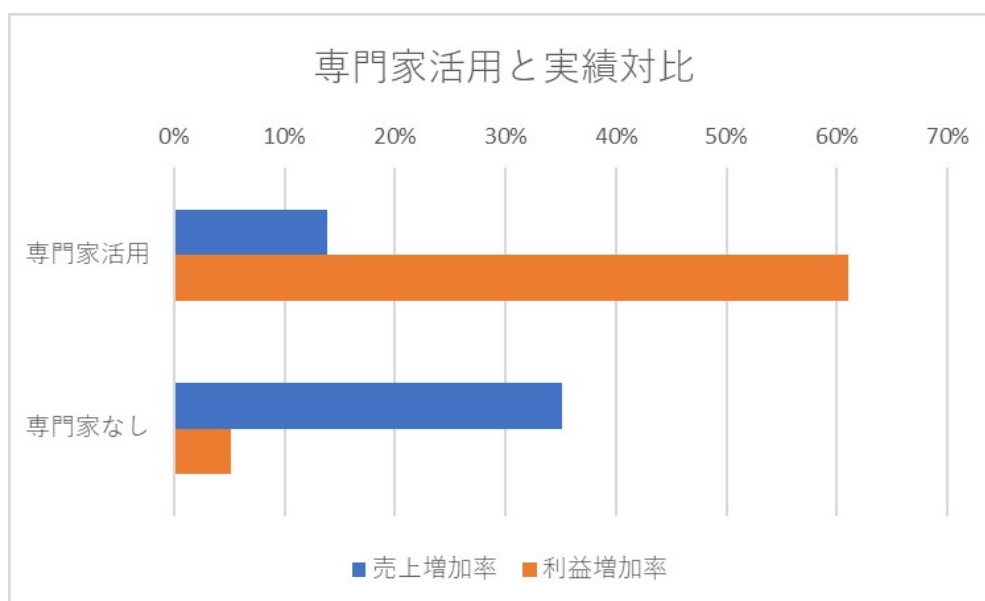
・2-2専門家活用を継続している事業者と専門家活用を補助事業終了後に行っていない事業者の比較を行った。

・専門家活用の事業者は、売上が14%増加、利益は61%増加しており、  
専門家の活用がない事業者では売上35%増加、利益5%増加となった。

⇒ 専門家活用の継続事業者は専門家活用なしの事業者より3年後の売上は少なく、利益は多くなっている。比較する母数が少ない、比較期間が短い、業種や事業規模により専門家を使いやすいかそうでないかなど様々な要因もあることから、有意な結果はみられなかった。

⇒ 多様な分野の専門家活用は、事業者プラスであると考えられるため、  
商工会議所や地元金融機関などと連携を図り、様々な支援を検討したい。

	売上増加率	利益増加率
専門家活用	14%	61%
専門家なし	35%	5%



## (4-4)効果検証/行動変容の継続

### ②行動変容継続(投資)

- ・3-2投資を継続している事業者と補助事業終了後に投資を行っていない事業者の比較を行った。

(1)投資を継続している事業者は、売上1%減少、利益は16%増加。

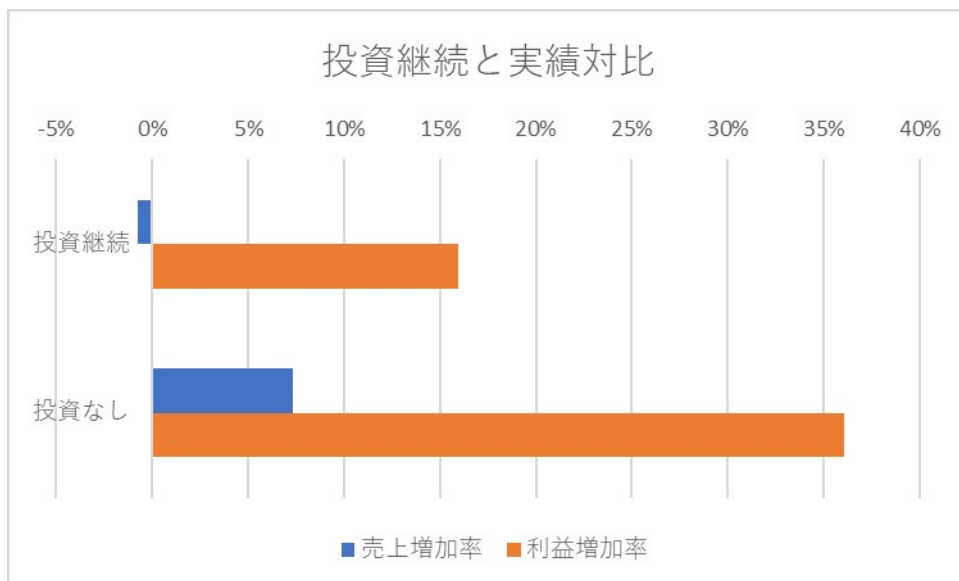
(2)投資を行っていない事業者は、売上7%増加、利益36%増加。

⇒ 投資を継続している事業者は投資を行っていない事業者より3年後の売上も利益も少なくなっている。

- ・比較する母数が少ない、比較期間が短い、業種や事業規模により投資が毎年必要か、数年で1回程度で良いかなど、様々な要因も考えられるが、「投資継続による事業成長」という仮説は、確認できなかった。

⇒ 投資自体は、中期的な事業改革に役立つものであるから、効果的な投資継続が行えるよう、商工会議所や地元金融機関などと連携を図りながら、様々な支援策を行っていきたい。

	売上増加率	利益増加率
投資継続	-1%	16%
投資なし	7%	36%



## (4-4)効果検証/行動変容の継続

### ③行動変容継続(経営計画)

- ・4-2経営計画の作成を継続している事業者と補助事業終了後に経営計画作成を行っていない事業者の比較を行った。

(1)経営計画作成を継続している事業者は、売上18%増加、利益28%増加。

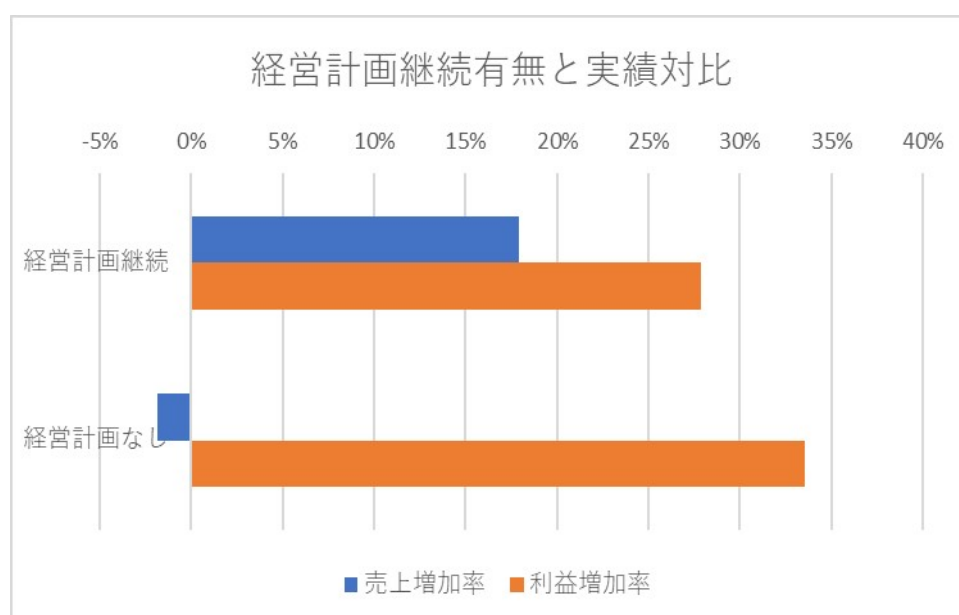
(2)経営計画作成を行っていない事業者は、売上2%減少、利益34%増加。

⇒ 経営計画作成を継続している事業者は計画を作成していない事業者より3年後の売上増加率は大きく、利益増加率は少ない。

- ・比較する母数が少ない、比較期間が短いなど様々な要因も考えられるが、「経営計画作成による事業成長」という仮説は、明確に確認できなかった。

⇒ 経営計画作成自体は、中期的な事業改革に役立つため、経営計画作成が継続的に行えるよう、商工会議所や地元金融機関などと連携を図りながら、様々な支援策を行っていきたい。

	売上増加率	利益増加率
経営計画継続	18%	28%
経営計画なし	-2%	34%



## (4-5)行動変容のまとめ

補助金交付先の3年後に調査票を郵送することで、本支援事業の効果検証を行った。

調査票を基に計画/投資/外部リソース活用面での満足度及びその後の行動変容を分析した。(1)専門家活用(2)事業投資(3)経営計画作成と3項目とも満足度が90%ほどと高かった。

しかし、(1)専門家活用(2)事業投資(3)経営計画を継続に取り組んでいる事業者は50%ほどと、本補助事業の効果を独自に継続実施できる事業者は半数ほどに減っており、定着化へ課題がみられた。

また、実施母数が少ないことも制約ではあるが、上記3本柱を継続的に取り組んでいる事業者が3年後の売上、利益で高い実績を上げられるとの仮説も確認できなかった。

### 3.本支援事業のまとめ

本支援事業を活用した事業者の満足度は非常に高く、本事業が経営者にとっても有効で効果があったことが伺える。売上や利益の伸長率も国内平均を大きく上回り、市内事業者の成長に貢献できている。

新たな挑戦はリスクも伴うことから、中小企業診断士の伴奏支援や専門家活用に関わる費用支援、チャレンジングな設備投資に対する投資資金支援など、経営者を多方面でサポートできる仕組みが大いに評価されている。

活用した事業者の実績をフォローする点も評価できる。当該事業者がさらなる成長に向け、次年度以降も相談にいらっしやることから、本事業への期待の大きさも確認できる。活用した事業者の事業拡大に伴い、市内就労人口増加にも寄与できている。

市の経済施策として、より多くの事業者の成長を支援するとともに、成長を加速させている事業者のさらなる挑戦も支えていきたいなか、予算面での制約が悩ましい課題となっている。

中部経済新聞尾張版で各自治体の積極的な施策を取り上げていた。犬山市は観光振興に加えて、「創業、設備投資などで事業者支援」と多くの紙面を割かれ、特徴のある本支援事業が脚光を浴びており、他自治体にも類似の支援事業が拡大することが期待されている。

## 4.活用事例

補助金効果分析<定性>を基に、行動変容を行い事業発展に結び付けられている事業者の活用事例を利用者25者より5者を選定してヒアリングを行った。

幅広い分野での専門家活用が進められ、設備投資も一歩進んだ取り組みが実現でき、事業変革に結び付いている。

### ①専門家活用による事業変革事例

#### 活用事例① ブランド強化

ホームページ再構築で営業方針が統一できブランド構築、SNS強化でブランド認知、商品がストレートに伝わり、ネット販売や遠方からの来店に繋がり、「安心」と「安全」にこだわった無添加食品を製造する方針を軸に、時代の変化に柔軟に対応した商品開発、品質管理、販売促進策と発展できている。

#### 活用事例② 外国人技能実習生の早期スキルアップの実現

専門家活用による動画作業マニュアル作成は外国人技能実習生の早期スキルアップに大きく貢献でき、社内の教育支援制度の充実により帰属意識の醸成や離職防止に繋がっている。

#### 活用事例③ 海外市場の開拓

海外市場の開拓に向けデザイン強化を図ったが、そのデザインそのものを商品力として、自社や外部デザイナーの活用による自社オリジナル商品の開発に結び付け、BtoC事業という新たな市場を開拓できた。

### ②設備投資による事業変革事例

#### 活用事例④ IT導入による社内業務の効率化

販売管理システム導入で煩雑な業務効率化、受注時間が50%に抑えられ、勤怠システムで月末締め集計は手作業から各段にスピードアップ、高齢者も顔認証で記録でき、タイムカードのように打刻忘れやミスを減らせ、外回りの営業もスマホで出勤状況を記録でき管理が正確になった。

#### 活用事例⑤ 生産ライン改善設備投資と専門家による実践教育・指導

治具試作、モニタリング、専門家実践指導で不具合解消、改善計画策定とライン改善など定期的な会合を通じた従業員意識改善は自信を深め、今後、生産ライン半自動化による省力化の取組を工場全体へ展開し、更なる省力化と生産性向上に繋げている。

今後、補助金を活用して新たな取り組みのチャレンジする事業者にとって先行事例は大いに参考になると考える。

## (5)活用事例① ブランド強化

事業者名	株式会社サイトウ	業種	製造業
工場・直営店舗と従業員 		ホームページ 	
<b>① 当社の事業概要</b>			
<p>サイトウでは、「安心」と「安全」にこだわった無添加食品を製造し、犬山市内に工場と直売店を持っており、「ポリポリくん」等の人気商品を揃えている。創業当時から体にやさしい食品を作り、そのこだわりは「美味しさ」へとつながっており、サイトウはこれからも「こだわり」を大切にしたいと考えている。</p>			
<b>② 3年前の事業課題</b>			
<p>コロナ禍のこれからを考慮し、弊社の強みである、原料にこだわった無添加のハム・ソーセージを中心に、より多くの方に認知し、購入してもらえるよう、工場に併設した直営店による販売依存度を分散させ、ネット販売を充実させることが課題としてあげられる。</p>			
<b>③ 支援事業で取り組んだ内容</b>			
<p>ブランド構築、ターゲット層にあったホームページのリニューアルのため、以下の専門家と取り組んだ。具体的には、            ライター活用：サイトウハムのブランドストーリーをわかりやすく、ドラマチックに表現、            イラストレーター：ロゴ・イラストによりサイトウハムのブランドイメージを構築、            カメラマン：新鮮で見映えのする画像をホームページ等に活用。</p>			
<b>④ 現時点の成果と活用状況</b>			
<p>ホームページの再構築により<u>営業方針が統一できブランド構築ができた</u>。更に、SNS への取り組みも強化できたことで、ブランド認知が広がるとともに、当社商品に関心がある顧客にストレートに伝わり、<u>ネット販売による売上向上につながった</u>。また、ホームページや SNS を見た遠方(北海道、四国、九州など)からの直営店へ来店していただけるようになった。</p>			
<b>⑤ 将来に向けた取り組み</b>			
<p>2026年3月に50周年をむかえる。            工場や店舗といった施設の有効活用等による生産性向上を図り、「安心」と「安全」にこだわった無添加食品を製造する方針を軸に、時代の変化に柔軟に対応した商品開発、品質管理、販売促進策を策定し、時代の荒波を乗り越えていきたい。</p>			

## (5)活用事例② 外国人技能実習生の早期スキルアップの実現

事業者名	株式会社タイシン重機サービス	業種	自動車整備業
整備工場と従業員	看板の新設		
			
<b>① 当社の事業概要</b>			
<p>当社は、中部運輸局指定民間車検工場並びにクレーンメーカー“タダノ”の指定サービス工場である。グループ会社の大型車両をはじめ大手レンタル会社車両の車検整備をメインに小型クレーンの整備を含め、尾張地区で数少ない中・大型車の民間車検工場である。</p> <p>高齢者や障がい者のための車用補助機器である“smart ステップ”の取扱いを新たに実施している。</p>			
<b>② 3年前の事業課題</b>			
<p>地域のオンリーワン企業を目指して成長していくために、次の課題がある。</p> <p>(1)整備工場としての自社認知度向上。</p> <p>(2)外国人技能実習生の早期スキルアップの実現。</p> <p>(3)新事業である smart ステップの販売促進のための市場調査および販売促進策の立案。</p>			
<b>③ 支援事業で取り組んだ内容</b>			
<p>(1)自社認知度の向上を図るために、ホームページの新設および看板の設置。</p> <p>(2)外国人技能実習生の早期スキルアップのために、専門家の支援を受けて、動画作業マニュアルの制作。</p> <p>(3)smart ステップの販売促進を図るために、専門家の支援を受けて、ウエルフェア 2022 のアンケート調査結果(約 200 件分)の分析と販売促進策の立案の実施。</p>			
<b>④ 現時点の成果と活用状況</b>			
<p>(1)ホームページの新設および看板の設置 地域への事業周知を図ることができており、新規顧客を獲得することができている。</p> <p>(2)動画作業マニュアルの制作 作業マニュアルを動画にすることで言葉の壁を映像で解消することができ、生産性を向上させることができている。また、ミス防止による品質向上にもつながっている。</p> <p>(3)smart ステップの販売促進 営業展開を試みたが、商品の価格面等の課題により予定していた売上には至っていない。</p>			
<b>⑤ 将来に向けた取り組み</b>			
<p>本事業で実施した動画作業マニュアルは、外国人技能実習生の早期スキルアップに大きく貢献している。また、現在においても外国人技能実習生が主体となり、動画作業マニュアルの修正や作業内容の新規追加等により継続してバージョンアップを実施しており、当時よりも充実したものに行なうことができている。</p> <p>補助金申請時と比較し売上を大きく伸ばすことができている。令和 7 年は優秀な自動車整備事業として中部運輸局長表彰を受けることもできた。</p> <p>今後においても、外国人技能実習生の積極的な採用により国内の慢性的な人手不足に対処し、生産キャパシティを増加させていくとともに、社内の教育支援制度(例えば、各種資格取得補助や外部機関の講習受講等)を充実させて帰属意識の醸成や離職防止を図っていきたい。</p>			

## (5)活用事例 海外市場の開拓

事業者名	株式会社松浦紙器製作所	業種	製造業
オリジナルパッケージ[Poppy Box] 	オリジナル商材 		
<b>① 当社の事業概要</b>			
<p>1963年創業、地元犬山で50年以上にわたりダンボールをはじめギフトケース、化粧箱などのパッケージや包装資材全般を製造し、周辺の工場などに納品している紙加工品製造会社である。</p> <p>我々は「パッケージのプロ」たる自覚と誇りを持ち、お客様に最高のパッケージを提供、社是は『全従業員の物心両面の幸福を追求するとともに人類社会の発展に貢献する』</p>			
<b>② 3年前の事業課題</b>			
<p>段ボールケース及び紙器ケースは下請形態で将来的に厳しく、2013年に飛び出す絵本とギフトBOX一体化のオリジナルBOX[Poppy Box]開発、展示会で売上を順調に伸ばした。</p> <p>しかし、コロナパンデミックで大きな岐路に立たされ、国内人口減少と度重なる緊急事態宣言等の自粛で売上・利益が著しく低下するなか、海外市場進出を目指すこととした。</p>			
<b>③ 支援事業で取り組んだ内容</b>			
<p>(1)米国向けデザイン社内構築 Poppy boxのデザインが米国向きでなく、デザイン事務所の協力を仰ぎ、米国デザイン訴求の新商品開発やマスコットキャラクターを作る指導を受けた。</p> <p>(2)輸出梱包 Poppy boxのクラフト包装/段ボール出荷は、米国税関等でクラフト紙は破られクレームの恐れがあり、新たに帯留め梱包機械を導入した。</p>			
<b>④ 現時点の成果と活用状況</b>			
<p>デザインの基礎からデザイン構築・キャラクター作成を学んだことで自社キャラクター製品の制作および販売に結びついた。併せて、社外クリエイターとのコラボレーションにも積極的に取り組んだことで<b>新デザインの商品開発が数倍に拡大した。</b></p> <p>また、補助事業で導入した「帯留め梱包機械」は輸出用の最適な梱包だけでなく、新たに紙の帯留めという形で商品の一部として活用したことにより、<b>米国への輸出も拡大できている。</b></p>			
<b>⑤ 将来に向けた取り組み</b>			
<p>現在はノベルティ事業から発展させた、オリジナルキャラクターや社外クリエイターを活用したオリジナル商材(文具など)の開発にも取り組んでいる。オリジナル商材は「文具女子博」など様々な展示会出展を通してデパートの催事や大手書店のポップアップブースでの引合いも多く頂き、新たな事業の柱に育ちつつある。</p> <p>今後は、オンデマンド印刷など制作環境を強化することで、BtoC事業としてインターネット通販も含め強化していきたい。</p>			

## (5)活用事例④ IT導入による社内業務の効率化

事業者名	中部魚錠株式会社	業種	総合食品卸売業
会社全景		導入システム	
<p>① 当社の事業概要</p> <p>生鮮魚介類を中心とした総合食品卸売業を明治時代から行っている。卸売業の他に外食部門もあり、回転寿司、居酒屋、フードコートなどの経営も行っています。多彩な仕入と販売チャネルを持っており、スケールメリットを活かした経営に取り組んでいる。</p>			
<p>② 3年前の事業課題</p> <p>【販売管理システム】受注作業、伝票管理、社内処理等の業務が煩雑となっており、事務処理の効率化、精度を高めるためのDX化によるシステム導入を計画していたが、社内にIT専門家がいなかったため、外部の知見とノウハウが必要でした。</p> <p>【勤怠システム】タイムカードを手作業による集計を行っており時間がかかっていました。また打刻忘れや、外出先での出勤など、確認や修正にも労力がかかっていた。</p>			
<p>③ 支援事業で取り組んだ内容</p> <p>【販売管理システム】システムの専門家と社内で7名体制のプロジェクトチームを組んで、現業の洗い出し、システム要件、システム選定、業者選定等を行い、実情に即したシステムの導入を目指した。</p> <p>【勤怠システム】従業員の高齢化や外出者にも対応できるように簡単かつ正確に勤怠記録ができる顔認証システムの導入を行った。</p>			
<p>④ 現時点の成果と活用状況</p> <p>【販売管理システム】犬山市の補助金により自社にあった販売管理システムを導入することができた。システム導入のための要件定義、基本設計、詳細設計、カスタイズ設計、システムトライアルが終了し、導入から約半年経過し、煩雑であった業務の効率化が図れた。<b>特に受注に要していた時間が50%にまで抑えることができ新システムの導入効果に満足できた。</b></p> <p>【勤怠システム】今まで月末の締め集計は手作業でタイムカードの集計等を行っており、残業が多かったが、勤怠システムを導入したことにより各段にスピードアップが図れた。高齢者でも顔認証によって記録することができるため、タイムカードのように<b>打刻忘れやミスを減らすことができた。</b>外回りの営業もスマホで出勤状況を記録できるようになり、管理が正確にできるようになった。</p>			
<p>⑤ 将来に向けた取り組み</p> <p>【販売管理システム】受注から販売・出荷まで社内業務をシステム化できが、請求書をオンラインで発行・受取る段階まで進んでいない。理由は、相手先企業がまだオンライン化に対応できていないところもあり、状況を見ながら導入の検討をしている。画面構成が以前のシステムと変わったため、従業員の中には、まだ操作に慣れない面があるが、徐々に慣れてくると思っている。</p> <p>【勤怠システム】給与計算ソフトとのデータ連動に変換作業が必要なので、自動化を検討している。</p>			

## (5)活用事例⑤ 生産ライン改善設備投資と専門家による実践教育・指導

事業者名	株式会社島由樹脂	業種	製造業
<b>会社全景</b> 	<b>工場内設備</b> 		
<b>① 当社の事業概要</b>			
<p>1969年創業。プラスチック射出成形品の製造販売、金属プレス品の製造販売を行う。主たる顧客は一部上場衛生機器企業、オフィス家具・物置製造会社である。</p> <p>品質にはこだわり妥協しないことで信頼を得ており、ISO9001シリーズの取得は設計から納品まで品質を管理する証でもある。環境にも早くから力を入れておりISO14000シリーズを取得している。</p>			
<b>② 3年前の事業課題</b>			
<p>下記改善により生産性向上を図ることが課題である。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 組立ラインの挿入工程では、作業室内環境によりばらつきが生じやすく、作業に一定の力やコツが必要であり、作業員の専任化に陥り高負荷に繋がっている。</li> <li>2) 組立ラインと成型機の設備総合効率が悪い。</li> <li>3) 人員が限られており、また従業員に改善の経験が少なく、生産性向上に充分に取り組めていない。</li> </ol>			
<b>③ 支援事業で取り組んだ内容</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 試作治具を製造して組立ラインに導入し、不具合点の解決、ライン全体の改善を実施した。</li> <li>2) モニタリングキットを試験的に組立ラインおよび成型機に設置し、稼働管理を実施した。</li> <li>3) 専門家を活用し、生産性向上・作業負荷低減のための具体的な改善計画の策定、定期的な会合を通じて従業員の実践教育を行った。</li> </ol>			
<b>④ 現時点の成果と活用状況</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 組立ラインのネック工程の改善が見られ、<b>大幅な工数低減に繋がった</b>。他の組立ラインにも治具を展開し自動化を進め、併せて作業の標準化によるばらつき解消、作業負荷低減を図ることが出来た。</li> <li>2) 組立ライン、成型機の稼働率等の基礎情報が収集できたため、生産実績と稼働時間との差分析を行った。モニタリング結果に従い改善策を導入したことで<b>設備総合効率の向上に繋がった</b>。</li> <li>3) 専門家の指導により組立ラインの作業時間が削減でき生産性向上に繋がった。また従業員へ具体的な改善事例を通じた実践的な教育を行い、<b>改善力・管理能力が身についた</b>。</li> </ol>			
<b>⑤ 将来に向けた取り組み</b>			
<p>本補助事業で得た知見を活かし、工場自動化支援者の指導の下、産業用ロボットを中心とした専用機を導入し、生産ラインの半自動化による省力化の取組を進めている。本補助事業で実践教育を受けた従業員は改善への自信を深め、現在は半自動化の立上げメンバーとして活躍している。今後は半自動化の取組を工場全体へ展開し、更なる省力化と生産性向上を推進し、その成果を賃上げへつなげていく考えである。</p>			

經濟環境部産業課