

神奈川県よろず支援拠点

# 地域連携による小規模事業者支援

平成29年11月14日

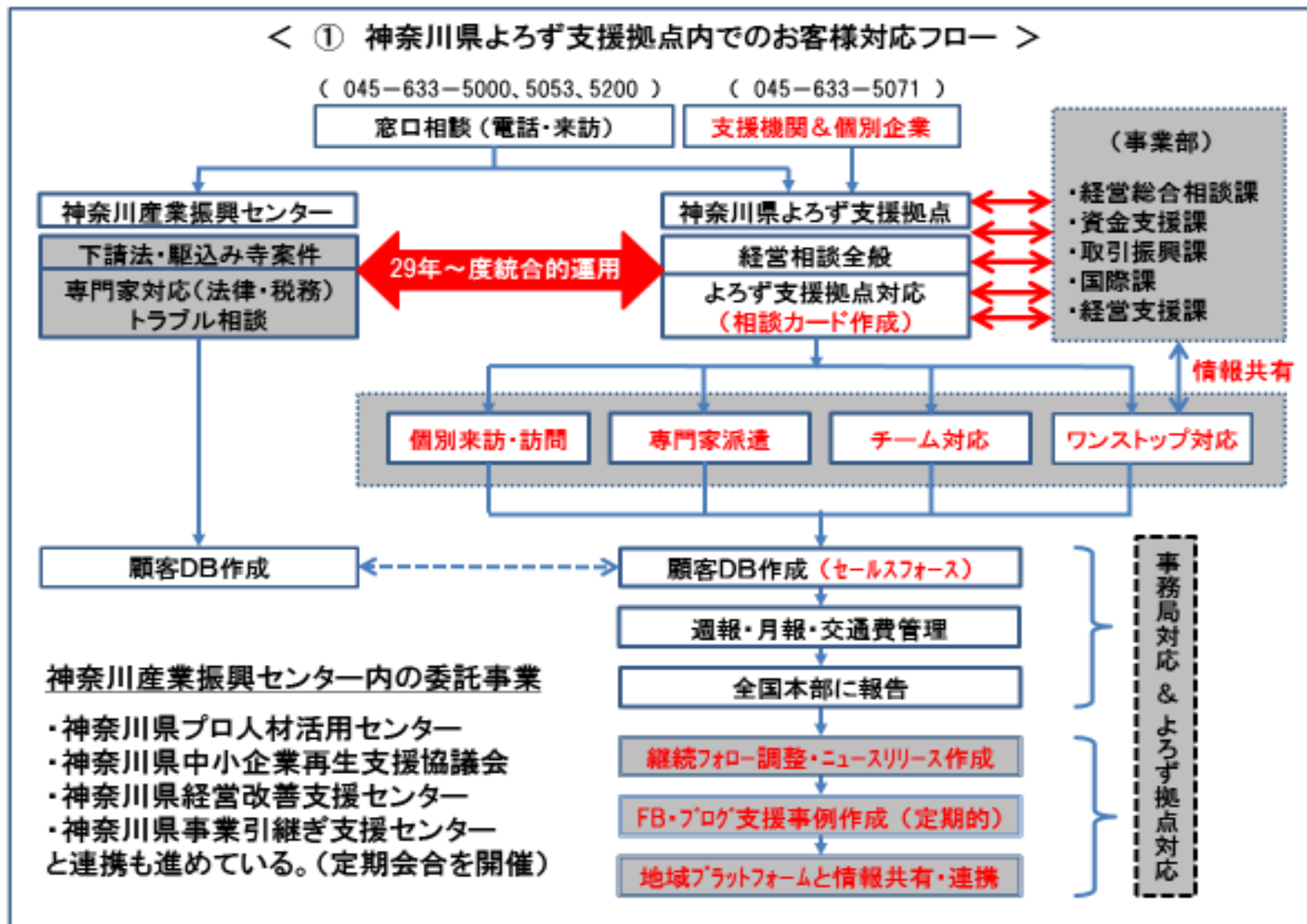
公益財団法人神奈川産業振興センター  
神奈川県よろず支援拠点

# 神奈川県よろず支援拠点の「**県内連携**」による小規模事業者の支援体制と集客体制 (KIP事業部に加えて、県産業技術総研、県内プラットフォーム、国委託事業4団体と連携)



# ① 実施機関：公益財団法人神奈川産業振興センターとの連携体制

(経営総合相談課、資金支援課、取引振興課、国際課、経営支援課などと連携している)



② かながわ中小企業支援プラットフォーム（県内49機関）と日常的な連携を推進している  
 （施策説明会を定期開催し、よろず支援拠点の活動報告及び支援事例紹介も行っている）



### ③ 県産業技術総研・会議所・支援財団と連携して、県内でサテライトオフィス6ヶ所を設置 (県央・横須賀・小田原では週5日常勤、藤沢・川崎・相模原では週3日勤務となっている)

#### 「より話を聴く！」

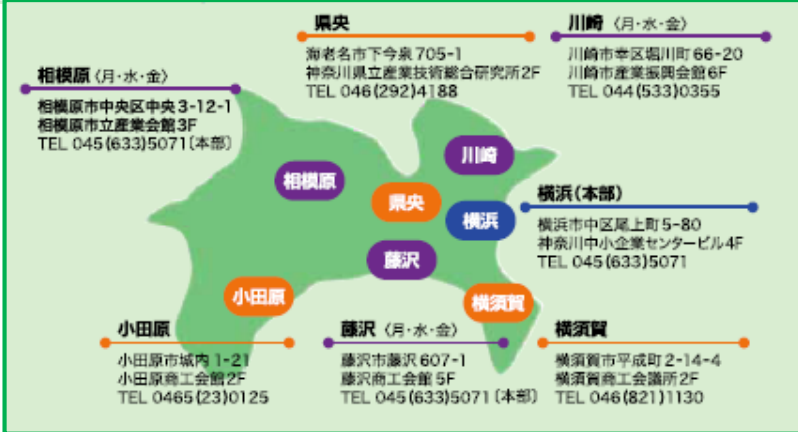
これまでの3年間で、我々はお話をじっくり聴かせていただくことが、課題解決に向けた一番の近道だと確信しています。皆さんのこれまでの取組み、お客様からの感謝の声、クレーム、また10年先、20年先へとつながる夢の話。そこには必ず皆さんにしかない、光る何かが眠っています。これからも今まで以上に皆さんの話を聴かせてください。

#### 「目からウロコを！」

みなさんのビジネスが、活力を持って動き出す具体的な解決策をこれまで以上に提案していきます。ターゲットを絞ることによって際立つ商品力、ビジョンを明確にする言葉を紡ぎだすことで生まれる強いブランド力、相談者さん同士をつなぐことで生まれる新たな価値等々、よらず支援拠点はチームで課題を共有しながら、共に知恵を出し合い、みなさんが「目からウロコを落とせるようなアドバイス」を目指します。

#### 「出会いの場をつくる！」

人は人と会うことで様々な刺激を受けたり、成長のヒントをもらったり、新たなチャレンジが生まれたりすると思っています。よらず支援拠点は今年度、少人数制のビジネスオープンスクール「よらずの学校」を年間を通して運営していきます。少人数だからこそ可能な双方向なコミュニケーション、異業種が共に学ぶ中で生まれるアイデア、よらず支援拠点は出会いの場をつくることで新たなイノベーションの種をどんどん生み出していきます。



神奈川県よらず  
総勢27名



# ⑤ 相談企業の強みを引き出す「ニュースリリース」作成支援 と対メディアの継続的フォロー

報道機関の皆様へ

神奈川産業振興センター  
『神奈川よろず支援拠点』発信

《NEWS RELEASE》 2016年10月25日

**野毛に『シン・オヤジ(独身・単身)！?』のサンクチュアリ誕生！**

**管理栄養士を中心に7人の主婦が小料理屋『月読』をオープン**

**～煮物・焼き物中心の昭和50年代家庭の味(スーパー和食)を世界に発信～**

横浜繁華街のなかでも人気の野毛地区に管理栄養士・成田安恵氏を中心とした主婦グループ7人が、家庭の味から遠ざかっている独身・単身男性等に煮物・焼き物中心の昭和50年代の和食(スーパー和食)を楽しんでもらおうと『横浜おぼんざい『月読』』を10月28日(金)にオープンする。

※スーパー和食・・・和食から欧米の食文化へ至る過渡期のバラエティに富んだ理想的なバランスを備えた和食のこと。東北大学大学院農学研究所 准教授の柳真由氏が提唱。

※『シン・オヤジ』・・・独居の『シン・ゴジラ』にちなみ、非婚率の増加等で増える独身、単身暮らしの中年男性を応援する意味でネーミング。



【プロジェクト詳細】

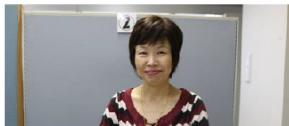
京都生まれの52才管理栄養士成田安恵が仲間的主婦と共に『横浜おぼんざい『月読』』をオープン！野毛3丁目伝説の3杯屋(武蔵屋)跡地に10月28日開店。提供される昭和50年代の『スーパー和食』は煮物、焼き物、酒の肴など、バラエティ豊かな総菜が中心。こだわりの日本酒も限定流通。地元 津久井の特別純米をはじめ、生野織、生詰めの『生生活』をこだわりの酒蔵から厳選入手。地元横浜市栄区田谷町の『矢島野菜』や、素材にこだわった地元産味噌・醤油・味噌・自家製梅干し・自家製漬物など、自家製ポテトサラダ

20

ダのベーコンも手作りするという徹底した店内調理。季節のフルーツで作った手作りデザートのカクテルは「若返り」効果抜群。化学調味料、白い砂糖、アルミ鍋は使っていない。

【日本の主婦力！世界に発信！】

「小さい頃食べていた日本の家庭料理の素晴らしさを世界に発信したいです。粗食から多少欧米化した昭和50年代の和食こそ発信されています。(参照『昭和50年の食事で、その腹は引込む』都築 毅(東北大学大学院農学研究所准教授)。煮物、焼き物中心の品数の多い食卓文化や雑煮の味など、昭和50年代の味をお伝えします。家族の健康をねがい、毎日食事を作り続けてきたお母さんのおいしさを活かして、人の心と心の触れ合いの場、人と人との出会いの大切さが感じられる店にしたいです。生涯現役を目指す主婦(夫)たちが集まっています。皆様是非当店にお越しください。」



報道関係者各位  
プレスリリース

2016年11月17日

詳しいお問い合わせは 0467-33-5813  
西宮路(にしどうじ)まで

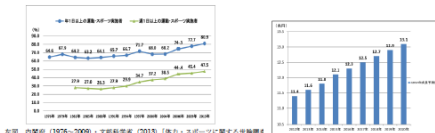
**地域の魅力的な店舗を探せ！！**

【12/18開催】第6回鎌倉観光ロギング大会

鎌倉でジョギング教室やランニングイベントを開催している「かまくRUN」(株式会社スポーツライフパートナー 代表:西宮路 淳、本社:神奈川鎌倉市開成町)が12月18日(日)に第6回鎌倉観光ロギング大会を開催します。地域活性化のツールとしてロギングが話題です。ぜひご注目ください。

【第6回鎌倉観光ロギング大会】  
開催日時:2016年12月18日(日) 10時00分～16時00分  
受付:10時00分～ 開催場所:鎌倉商工会議所  
募集人数:250名(前約250名) お申し込み先:www.kamakurun.jp/

◆スポーツ産業は、可能性を秘めた市場！地域活性化にいかさない手はない！！



出典 内閣府(1975～2009)、文部科学省(2013)「地方」スポーツに関する情報集  
出典 内閣府(2015)「中長期経済財政計画に関する資料」をもとに株式会社日本経済政策調査実行委員会「国内実質GDP成長率(10年平均)」の推定

24

【6回目の今回は、鎌倉周辺の約50店舗をスポットに！！店舗をPR！！】



【甘味処 こまめ】  
元タカラジェンヌの美人オーナー、おすずめは、こまめ黒かん！冷たいものも！

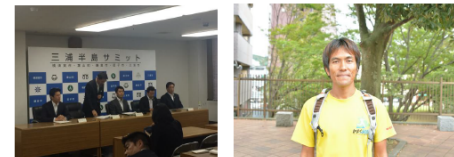


過去のイベントの様子(動画)  
<https://youtu.be/gj09S-nlc>

【行政との連携も開始！！既存資源をいかしたスポーツ×地域活性化】

- ◆海老名市 2016年11月20日(日)海老名～十二籠めぐり～観光ロギング
- ◆横浜買市 2016年12月04日(日)ドル街横浜買観光ロギング

スポーツ×地域活性化として、今後もロギングの人気はさらに高まって行くと思われまます。かまくRUNではマスコミの方の取材申し込みも随時受け付けておりますので、ロギングについてさらに詳しいお話しをご希望でしたら是非お問い合わせください。12月18日開催のロギング大会への体験取材なども可能です。



【2016/5/28 第6回三浦半島マラソンでプレゼンしました！！】

【お問い合わせ先】  
名称: かまくRUN(かまくらん) 担当: 西宮路 淳(にしどうじ あつし)  
電話: 0467-33-5813、080-9549-4812 メール: [staff@kamakurun.jp](mailto:staff@kamakurun.jp)  
住所: 〒242-0012 神奈川県鎌倉市開成町13-23-102 URL: <http://www.kamakurun.jp>

【かまくRUNとは】  
歴史と文化、山と海に囲まれた古都鎌倉を「ランニング」を通じてたくさんの方に知っていただきたいという思いから、神奈川県鎌倉市内を走る鎌倉トレイルランや、マラソンランナー向けのジョギング教室などのランニングイベントやツアー、セミナーなどを開催している。鎌倉トレイルツアーは、テレビ・ラジオ・新聞・雑誌・WEBなど、さまざまなメディアでも数多く取り上げられています。

25

# ⑥モリ・ワールド（信金→POS導入・活用支援）、鎌倉青果（中央会→強みでブランド化支援）

【資料提供】  
**有限会社モリ・ワールド**  
 代表者：代表取締役  
 森 勇人（もり はやと）  
 住 所：〒238-0012  
 神奈川県横浜市中区安積町2-29-1  
 電話番号：(046)874-5552  
 事業内容：大正13年、横浜質に「法着ベーカリー」を創業。現在は直営店2店舗、委託販売店3店舗、学校販売3校、移動販売2台、通信販売を手掛ける。創業90年を超える老舗ベーカリーとして新たなブランドを創造し、さらなる発展を目指している。



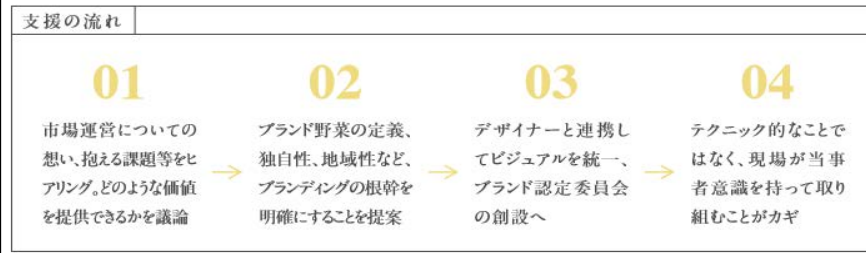
## 創業90年の老舗ベーカリー 収益改善と新ブランド創造に悩み

大正13年の創業以来、パン卸業を積極的に展開し、大きく成長してきた有限会社モリ・ワールド。平成に入ってからは小売業メインへと大きく経営の舵を切り、現在、4代目の森証人専務が先代から事業を引き継いで会社を切り盛りしている。しかし直営店の運営や学校への商品供給、パン製造工場の生産量と店舗配送とのバランスなど、日々のオペレーションに忙殺され、収益改善に着手できない状況に悩んでいた。また創業90年を超える老舗ベーカリーとして新たな成長機会も構築するため、相談者はまずメインバンクに相談。伴走型支援をスタートさせるとともに当拠点にも相談に訪れ、さらなる協力を要請した。

## 対応ロードマップを作成 長短の視野で課題克服を提案

当拠点は、日々の売上データの集計や利益管理が、少なくともまずは月単位で状況確認できるよう、管理会計の仕組みを再構築することを提案。ゆくゆくは商品別・店舗別に日々ベースで管理できるようになることの大切さを伝えた。また、工場での一括生産方式から店舗生産へシフトして「焼きたて感」をアピールし、同時に新店舗のブランド構築についても提案。あわせて商標化・店舗のイメージ刷新をアドバイスした。さらに、店舗運営担当者やパート、アルバイトに店舗運営に関する基本事項（POP作成、商品陳列、売上管理等）について勉強会を実施し、従業員のスキルアップや意識変革を図ることを提案した。

## 強みを明確化したブランド戦略で、売上200%アップに貢献



A. 打合せの様子 B. 「鎌倉いちばブランド」の野菜 C. 相談者と須田販売部長 D. 朝の市場の様子

## 八百屋を支える 市場をまず元気にしたい

鎌倉青果株式会社は豊かな自然に恵まれた相模川流域を源流として、栽培方法にこだわりを持つ生産者とともに鎌倉青果市場を運営し、旨みたっぷりの農産物を地域に供給している。主に小規模の八百屋の仕入れを支えてきたが、近年は大型スーパーやモール、コンビニ等の出店により、小規模の八百屋は減る一方である。昭和58年には県内に34軒だった地方卸売市場の数は、平成27年には17軒と半減している。鎌倉青果市場の経営も苦しく、年々取

扱量も減る一方で経営も赤字となっていた。相談者はもともと、地域に密接した八百屋を営んでいたが、「八百屋を支える市場がまず元気でなくては」と、自身の店を廃業し、鎌倉青果市場の運営に乗り出したのだ。

## ブランド野菜の本質を定義する必要があった

相談者には「鎌倉青果市場が取り扱う野菜の美味しさ、野菜を供給してくれる生産者のこだわりで自信を持っている。しかし、それが価値として世間に認知されていない」との思い

があった。これを打開するため、「鎌倉いちばブランド」を平成25年3月に立ち上げ、神奈川県中小企業団体中央会にブランドの今後の事業展開、効果的なPR方法等を相談したところ、当拠点を紹介された。コーディネーター（以下CO）はまず、「鎌倉いちばブランド」について相談者へのヒアリングを実施。そこで課題としてあがったのが「ブランド野菜の本質とは？」という認識をつくり、統一することであった。誰もが納得しうるブランド野菜の定義、他の野菜との違い等を客観的な視点で言語化することが必要であった。