



新たなビジネスモデル構築支援
事例報告書

新たなビジネスモデルの構築支援事例

目的：長引く原材料価格の高騰や人手不足など、厳しい経営環境の中、新たなビジネスモデルの構築や事業再構築に向けた取り組み事例を収集し、支援情報として発信することで、ビジネスプランの作成や磨き上げに向けた支援に活用する。

報告件数：38商工会（48事例収集）

募集期間：令和6年11月～令和6年12月

事例分類・補助金活用状況

事例分類	件数	補助金等活用状況					
		再構築	持続化	ものづくり	道	市町村	その他
自販機	0	0	0	0	0	0	0
店舗新設	0	0	0	0	0	0	0
店舗改装	9	2	5	0	0	2	0
機械装置導入	14	0	13	0	0	1	0
業務システム・アプリ導入	1	0	0	1	0	0	0
キッチンカー・移動販売車	1	0	1	0	0	0	0
新商品開発	10	1	9	0	0	0	0
ECサイト	0	0	0	0	0	0	0
HP・SNS等	7	0	7	0	0	0	0
新分野進出	6	2	1	0	0	2	1
合計	48	5	36	1	0	5	1

小規模事業者持続化補助金を活用した事例①

NO	管内	商工会名	業種	タイトル
1	渡島	北斗市商工会	卸売・小売業	青果店の強みを活かしたスイーツメニューへの挑戦
2	渡島	北斗市商工会	製造業	荷揚げ用ウインチ導入による作業効率及び生産性向上と収益改善
3	渡島	八雲商工会	その他サービス業	エステサロンが提案する女性に寄り添ったハーブ販売事業
4	後志	寿都商工会	飲食サービス業	高齢の顧客が気兼ねなく食事することができる環境の整備
5	後志	蘭越町商工会	建設業	打上花火の演出向上で売上増加を目指す点火モジュール導入
6	後志	蘭越町商工会	建設業	顧客ニーズの多様化への対応と下請け業参入のための機材導入
7	後志	蘭越町商工会	卸売・小売業	エアーコンプレッサー導入による作業効率向上と売上向上事業
8	後志	ニセコ町商工会	飲食サービス業	北海道ワインを気軽に楽しめるワインサーバーの導入
9	後志	真狩村商工会	宿泊業	増加するインバウンドを見据えた施設改善および海外でのPR
10	後志	共和町商工会	宿泊業	収益多様化に向けたフットケアサロンの新規開設に係るPR事業
11	空知	南幌町商工会	卸売・小売業	業界誌誌面広告掲載による新規客の獲得と利益増加
12	空知	南幌町商工会	卸売・小売業	灯油タンク洗浄機導入で相乗効果を発揮させ効果的な販路拡大
13	空知	新十津川町商工会	農業	もみ殻を有効活用した製品のPR
14	宗谷	猿払村商工会	食品製造業	広域商圏から集客するためのキッチンカーによる新規顧客獲得
15	オホーツク	津別町商工会	農業	地域のブランド牛の知名度向上による地域外への販路拡大

小規模事業者持続化補助金を活用した事例②

NO	管内	商工会名	業種	タイトル
16	オホーツク	津別町商工会	その他サービス業	新しい森林浴プログラム（森林浴サウナ）の開発
17	オホーツク	訓子府町商工会	生活関連サービス業	葬儀業における香典情報管理システム開発による、生産性向上と販路拡大
18	オホーツク	湧別町商工会	製造業	ログハウスでの展示販売による木工芸品のPRと新規顧客獲得
19	オホーツク	湧別町商工会	製造業	新たな地域への販路拡大に向けた企業ブランディング
20	オホーツク	興部町商工会	食品製造業	酪農家の特徴を生かしたクラフト・発酵バター製造
21	胆振	豊浦町商工会	製造業	商品の安定供給のための輸入原塩を納める塩蔵の新設
22	胆振	壮瞥町商工会	その他サービス業	閑散期におけるウインターSUPツアー開始による売上向上
23	胆振	白老町商工会	卸売・小売業	「エゾシカ革の有効活用」と「アイヌ文様の伝承」新商品開発
24	胆振	安平町商工会	その他サービス業	店舗でのアロマ講座の開講及びブランディングページ導入事業
25	日高	日高町商工会	生活関連サービス業	観光牧場の出張ミニチュアホースのPR
26	日高	様似町商工会	飲食サービス業	テイクアウト専門店脱却のための店舗改修
27	日高	新ひだか町商工会	卸売・小売業	新たな顧客層獲得を目指した新デザイン、新商品開発
28	日高	新ひだか町商工会	卸売・小売業	真空包装機の新規導入による供給能力向上で販路開拓を実現
29	十勝	清水町商工会	卸売・小売業	地域コミュニティ要素を取り入れた店内リニューアル
30	十勝	幕別町商工会	宿泊業	設備導入による販路拡大と持続的経営事業

小規模事業者持続化補助金を活用した事例③

NO	管内	商工会名	業種	タイトル
3 1	十勝	豊頃町商工会	その他サービス業	革新的コーティング塗料を活用した販路開拓事業
3 2	釧路	浜中町商工会	製造業	高付加価値の新製品開発及びパッケージ作成と既存パッケージ変更
3 3	釧路	白糠町商工会	卸売・小売業	包装技術革新による新商品開発と、販売チャネル強化事業
3 4	根室	別海町商工会	製造業	乳製品加工に向けた付加価値向上とブランディング
3 5	根室	中標津町商工会	その他サービス業	「超音波診断装置」導入による販路開拓及び顧客単価の向上
3 6	根室	中標津町商工会	農業	特別体験付き宿泊施設のパンフレット作りで新規・リピーター獲得

事業再構築補助金を活用した事例

NO	管内	商工会名	業種	タイトル
3 7	上川	美瑛町商工会	宿泊業	レストランからコテージへ 事業主の悩みと解決へ向けた支援
3 8	オホーツク	訓子府町商工会	飲食サービス業	今こそ挑戦！地域食材を活かしたご当地食堂への事業転換
3 9	十勝	音更町商工会	建設業	経営資源を活用した、地域でオンリーワンのパーソナルジムによる新市場進出
4 0	釧路	厚岸町商工会	飲食サービス業	地域で唯一のフレンチ・イタリアン専門店への業態転換とペット事業への進出
4 1	釧路	鶴居村商工会	建設業	土木工事業者による、新たなスタイルのバケーションキャンプ事業

ものづくり補助金を活用した事例

NO	管内	商工会名	業種	タイトル
4 2	十勝	大樹町商工会	生活関連サービス業	人手不足下での生き残りをかけた洗濯業の自動化への取り組み

市町村補助金を活用した事例

NO	管内	商工会名	業種	タイトル
4 3	空知	浦臼町商工会	その他サービス業	更衣室の新設と施設改修による集客力の向上
4 4	上川	上富良野町商工会	食品製造業	快適なランチタイムを過ごしていただくための環境整備事業
4 5	宗谷	浜頓別町商工会	食品製造業	利益率向上に向けた設備・機器導入による内製化
4 6	オホーツク	滝上町商工会	飲食サービス業	板金業からの事業転換、こだわりの一杯を提供する自家焙煎コーヒースタンド
4 7	十勝	新得町商工会	卸売・小売業	新分野進出によるコロナ禍の克服

その他（経営力向上計画、先端設備等導入計画等の活用）

NO	管内	商工会名	業種	タイトル
4 8	オホーツク	清里町商工会	建設業	本業で培った技術力とサービス体制を活かした新規事業への参入

1989年開業の青果店であり、果物を中心に野菜、盛籠を販売しているほか、次男夫婦が経営する洋菓子店で製造するスイーツも販売していた。

現店舗からの移転を好機と捉え、飲食を中心とするスイーツのイートイン・テイクアウト店に転換を図り、新店舗の造作費用の他、新商品製造のための冷蔵庫とかき氷機の導入費用に小規模事業者持続化補助金を活用。

新しい店舗では、SNSで情報発信するとともに学生やファミリー層をターゲットに話題性のある商品を提供し、新規顧客の開拓やコスト削減により収支改善が図られた。

ピンチをチャンスに。店舗移転を機にスイーツの飲食分野に進出

商工会では、事業者が把握している経営の現状や思い描く将来像を、断片的な情報から事業者が納得・共感できる面的情報に整理し、また、新事業展開のアイデア・手法を練る段階においても同様に、お互いに意見を出し合いながら支援を実施した。

戸建て住宅、マンション等への足場の設置、解体を行っており、大手ハウスメーカーや工務店からの下請受注のほか、個人客からの直接受注も行っている。

マンション等の大型物件は年々増加しているが、戸建て住宅に比べると足場の設置期間が長く部材も多く使用するため、自社の部材だけでは足りず、リース代が発生するため、売上増加の反面、1件当たりの利益減少や作業員の負担増加等の課題があった。

自動ウインチを導入により、部材の運搬・撤去を自動化し、作業効率向上と作業員の負担軽減、収益改善を図った。

自動ウインチ導入による作業員の負担軽減と作業効率化で増加する大型物件に対応

商工会では長期的な経営計画の実施、検証、見直し等の支援を行っている。

足場を設置・撤去する作業はすべて手作業で行っていたが、ウインチを導入することで、需要が増加している大型物件現場での部材運搬の自動化が図られ、利益率の大幅な改善が期待できる。

自宅サロンとハーブティー販売を行う店舗を運営している。ハーブティー販売に関しては、店舗での販売の他、函館でのイベント販売、委託販売も行っており好評を得ている。

コロナ禍や原材料高騰などの影響は大きく、仕入高騰や顧客の減少など厳しい状況となり、ネットショップの利便性や販路拡大、付加価値高い商品開発など新たな事業展開が必要となっていた。

デザイン性の高いパッケージ開発とオンラインショップでの販売拡大を図るとともに、チラシやWEBページの作成、商品ラインナップの強化を行いブランド力向上と売上増加を図った。

パッケージデザインの開発とオンラインショップでの展開等による販売強化

商工会では商品開発サポート、販路開拓支援、事業計画作成の支援を行った。

小売部門の充実により、原材料高騰やコロナ禍の影響を受けづらい事業展開が実現し、業者卸やOEM受注などの新たな内容含め収益の安定化が期待できる。



飲食業（食堂、宴会、出前、テイクアウト）と宿泊業を経営しており、メインである飲食業では地域住民や観光客から景観の良さと新鮮な食材にこだわったメニューで好評を得ている。

急激な物価高騰の影響を受け値上げをしたため売上は増加傾向だが、客数はコロナ禍以前よりも減少しており、利益の確保に課題があった。

地域の高齢化を見据え、座敷で使用する座椅子と座卓を導入することで、高齢者や外国人観光客が気兼ねなく利用し地元食材を使用した食事を味わってもらえる環境を整備した。

座敷でも高齢者や外国人観光客が食事を楽しめる環境を整備

商工会では顧客ニーズに対応し売上、利益の回復を目標として、実施する設備投資の成果が補助事業期間中に得られるように支援

物価高騰の影響や市場の動向をふまえた課題の抽出・解決について専門家派遣事業等を活用しながら経営の持続的安定ができるよう支援している。



土木建築業を中心に業務を行っており、2021年に発足させた煙火部では近隣町村で開催される小規模花火大会の元受けや全道各地で行われている花火大会に下請けとして参加している。

コロナ禍後、各地域イベントの復活とともに花火を打ち揚げる機会が増えたが、花火の点火数や演出にも限りがあり、中規模花火大会の元請業者にはなれず、下請けに回らざるを得なかった。

中規模花火大会への参入による受注数と売上の増加を目指し、音楽花火に必須となる一端子一筒による打ち揚げが可能となる点火モジュールを導入した。

中規模花火大会に対応できる点火モジュールの導入で販路を拡大



商工会では継続的、長期的な安定販路の確保を目指すための継続的支援と経営分析と資金繰り等の支援を行っている。新たな点火モジュールの導入により、音楽花火の精度や打ち揚げの安全性の向上し継続的な契約や新規顧客獲得につながることを期待できる。

建設業の個人事業主として活動し、住宅リフォーム、店舗改装を主軸に、事業を展開している。

インターネットの普及により、顧客の要望は急速に多種多様化しており、職人としてあらゆる面のアップデートが常に求められる時代になっているが、機械や技術の導入が追い付いていなかった。また、安定的な売り上げの確保に課題があり、ハウスメーカーの下請け業への算入を目指していた。

多種多様化する顧客ニーズや、より効率化を求められるハウスメーカーなどの企業ニーズに応えるために、新たな建築用工具・機械を導入した。

新たな技術の導入や効率化を図り、顧客やハウスメーカーのニーズに対応



補助事業の実施により顧客への提案力や多種多様化し続けるニーズへの対応力の向上につながり、受注率の向上、同業他社との差別化、付加価値の高いサービス提供につながることを期待できる。また、下請け業への参入により、個人の活動だけではカバーできなかった消費者と繋がる機会が増え、年間の稼働日数、売上の増加が期待できる。

家具・タイヤ販売、タイヤ交換を行っており、タイヤは普通車だけでなく、トラックなどの大型車のタイヤも取り扱っている。

タイヤ販売は増加しておりタイヤ交換はほとんど固定客のため安定しているが、顧客が年々高齢化しており、車を手放す人も増えているので今後減少していくと見込んでいる。新たにコンプレッサーを導入することで、タイヤ交換作業を効率化して大型車のタイヤ交換が入った場合でも普通車を受け入れることのできる環境を整備した。また、効率化により確保した時間でタイヤ交換出張サービス開始し他社との差別化を図った。



タイヤ交換作業の効率化による受入数増加と新規事業で他社と差別化

商工会では巡回訪問により経営全般を支援

コンプレッサーの導入により大型車のタイヤ交換があっても普通車の受け入れ台数を増やすことができ、タイヤ販売・交換ともに既存顧客満足度向上と顧客のリピーター化、出張サービス実施による新規顧客獲得により売上増加が期待できる。

ニセコ特有の国内外の地元在住の移住者をメインターゲットとし、地元コミュニティの交流、活性化の場として日本人、外国人問わず気軽に立ち寄れるスタンド的なカフェを営業している。

インバウンド需要が戻りニセコエリアは多大な恩恵を受けた一方、材料費や人件費等のコスト増と労働力不足が深刻であり、収益改善とオペレーションの改善が必要となっていた。国内外のワインに興味がある層の一杯飲んでみたいといったニーズを満たすためボトルをディスプレイしながらグラスワインを提供できるワインサーバーを導入し、地産のワインの宣伝と客単価の向上を図った。

国内外の顧客のニーズを捉えたワイン提供方法の構築

商工会ではグラスワインの提供におけるオペレーション改善と地産ワインのアピールの取組により目標売上高が早期に達成するよう支援

ワインサーバーの導入によりワインのロスが大幅に減り、グラスワインを積極的にアピールすることで、ここに行けば地産のワインを楽しめるというイメージ作りができる。



アウトドアキャンプ場を運営し、キャンプ道具等全てレンタルするグランピングを提供しており、プライベートサウナやシャワー施設、カフェバー等も併設し他のキャンプ場と差別化を図っている。

物価高騰により、キャンプ場の光熱費や燃料費、テント等のキャンプ用品の調達コストの上昇も懸念されていた。

インバウンドのリピートおよび新規開拓のため、要望の多い加熱及び冷蔵・冷凍を可能とする調理機器の宿泊者共有スペースへの設置により顧客満足度の向上を図った。

インバウンドのニーズを捉えた宿泊者共有スペースの設備拡充

商工会では設備導入後の営業方針や経営計画書等の策定支援を行い、円滑な推進が図られるよう支援補助事業計画のうち海外展示会出店については中止となったが、顧客満足度の向上により客単価と利用者の増加が期待できる。



宿泊と飲食サービス（仕出・焼肉・宴会）を提供しており、飲食サービスでは旬な食材をふんだんに使った料理や本格的な焼肉を堪能することができ、宿泊者以外も楽しむことができる。

近年は工事関係の宿泊が減少しているうえ、燃料や食材の価格も高騰し利益が減少していた。

既存事業に加えて新規事業として巻き爪矯正やフットケアを行うサロン部門を開設し看板、ホームページ、チラシでPRし、新規顧客を開拓することで収益の多様化を図った。

新規事業のフットケアサロン開設により新規顧客を開拓

商工会では巡回訪問により、事業計画の進捗状況の確認を定期的に行い、事業が円滑に遂行できるよう支援

既存事業の大幅な売り上げ増加が難しい中、新たにフットケアサロンを開設することで、利益率の高い新たな収入源の確保が期待できる。



林業、農業、災害現場などでチェーンソーを使用する場合に着用が義務付けられている防護服とヘルメットを販売している。
 林業での着用義務化が始まったことや、コロナ禍でのアウトドアブームにより、焚き火用の薪をチェーンソーで作る機会が増えたことから、チェーンソー防護服の需要は高まっている。
 業界でのブランド認知力を高め、エンドユーザーへの直接販売を増やして利益率を高めるため、山に携わる人やその後継者が読者の業界誌にカラー裏表紙で広告掲載を行った。



コロナ禍のアウトドアブームを捉え、業界誌での広告掲載によりPR

商工会では効果等を含めた継続的な経営支援や専門家派遣等による支援を実施
 広告を見たエンドユーザーからのオンライン注文やファンの増加、森林組合やアウトドア用品店への卸売りの取扱増加が期待できる。

灯油、ガソリン、軽油の販売を創業し、町内外の工事現場への燃料配達と町内各家庭への灯油配達を行うタンクローリー2台とフルサービス方式ガソリンスタンドで営業展開している。
 暖房の灯油の需要は高いため、定期的な灯油配達は堅調に推移しているが、灯油タンクの洗浄相談を受けても洗浄専用の機械がなく外注に回していた。
 新たな取組として灯油タンク洗浄機の導入により灯油タンク洗浄事業を開始し、定期灯油配達事業との相乗効果による新規顧客獲得と売上の確保に取り組んでいる。



既存事業との相乗効果を狙った灯油タンク洗浄事業の内製化

商工会では効果等を含めた継続的な経営支援や専門家派遣等による支援を実施。
 外注していた灯油タンク洗浄の内製化により、収益の確保と新規顧客増加による売上と利益の向上が期待できる。また相乗効果とし見込まれる灯油定期配送では、利益は少ないが新規顧客が増えることで、口コミやタイヤの販売などサイドメニュー的な売上効果が期待できる。

水稻を中心に小麦と野菜を生産する農業者で、新事業として、「脱炭素社会の実現に向けたもみ殻の有効活用」を掲げ、未活用資源の製品化等の有効活用にも力を入れている。

コロナ禍や昨今の異常高温により農産物の収量や価格低下していた状況を改善するため、農場で発生する「もみ殻」を有効活用した製品の製造販売を始めた。

アウトドア市場の拡大、薪ストーブ人気の高まりを捉え、ECサイト開設とリーフレット作成によりもみ殻を活用した燃料の認知度向上と販路拡大を図った。

ECサイトとリーフレットにより未活用資源を活用した自社製品の認知度向上



商工会では販促活動における助言や営分析による経営状況の把握と改善を支援
これまで販路の無かったインターネット経由の販路が開拓でき、幅広いターゲット層へのアプローチが可能となった。

2023年に高齢化と人手不足で閉店したパン屋を引き継ぎ、地域活性化と持続可能なパン屋を目指して開業。「さるふつバター」を使ったミニ食パンの製造販売を目指している。

今回、商圏拡大のため、補助事業を活用してキッチンカーを制作し、キャンプや釣りなどのアウトドアシーンを中心に販路開拓を図る。また、高付加価値の地域素材を積極的に使用することでブランド力を高めるとともに、地域を盛り上げるイベントへの出店や買い物難民が多い過疎地域への移動販売などにより、地域に根付き愛される店舗づくりを行う。

移動販売による商圏拡大並びに地域の賑わい創出



商工会では、巡回による伴走支援を中心に、補助事業の申請にあたっては事業者の構想を事業計画に落とし込むなどの支援を実施した。

寒冷で寒暖差の大きい津別町で和牛「流氷牛」を肥育、出荷している。流氷牛は肉の甘味、旨味にこだわっており「流氷牛肉まん」を開発し、販売も行っている。道内において和牛の価格は下落傾向が強まっており、原油価格等高騰による輸送費上昇の影響で飼料価格が大幅に上昇し経営を圧迫している。今回、流氷牛の認知度を向上させるためリーフレット及び動画を活用したネットショップを開設した。また、地元精肉店と連携し、和牛カレーや和牛中華まんじゅう等の開発を行い、商品ラインナップに厚みを持たせて魅力を発信していく。



高価格帯でも価格に見合った価値があることを積極的にPRし、地域外への販路拡大を行う

商工会では事業計画実行のため情報提供を行い、専門性の高い高度な支援が必要な場合は専門家派遣等により、事業効果が最大限引き出せるよう支援した。また、効率的に事業を実施できるように定期的にフォローアップを行い、計画の進捗状況の確認や見直しについて支援を行った。

自然資源を活用した自然体験や農業学習等のガイドを中心とした観光地域づくりの事業を行っているが、体験学習事業はオンシーズンとオフシーズンの売上差が4倍程度ある。

今回、課題解決に向けて冬期間にも集客が見込める屋外サウナを導入した。さらに新たな顧客を獲得するためWeb用写真、動画撮影、のぼりの作成も行った。



体験事業売上の年間平準化を図るため「森林浴・サウナ体験」の販売を計画

事業計画実行のため情報提供を行い、専門性の高い高度な支援が必要な場合は専門家派遣等により、事業効果が最大限引き出せるよう支援した。効率的に事業を実施できるよう定期的にフォローアップを行い、計画の進捗状況の確認や見直しについて支援を行った。

地域に密着した葬儀社として、地域の葬儀事情や地理、近隣住民の特性などに詳しく、大手には真似できない「一日一組限定」の葬儀のほか、遺品整理や各種手続などの代行事業も強みとなっている。

葬儀市場は全体の売上規模は拡大しているが、少人数の家族葬などの普及に伴い葬儀の単価は減少しており、収益を確保するため新たな業務管理を実施していく必要があった。

領収書発行システム及び顧客情報管理システムを導入することで、香典返しにおける領収書発行の迅速化と生産性向上、香典帳データベースの提供による新たなサービスによって売上向上を図った。



手書き対応の香典返し業務のシステム化で生産性向上と新サービスの提供を目指す

商工会では従来から行っている巡回訪問による相談支援を重点的に行い、顧客拡大・売上確保のための経営相談、PDCAサイクルなどの支援を実施。システム導入により業務の生産性向上と経営の安定化、従業員の負担軽減、より質の高いサービスの提供が期待できる。

オホーツク産の原木から継ぎ目なく木材を削り出し、オリジナル工芸品を手作りで制作・販売を行っている。

店舗を持たずに、全国各地で実施される北海道フェアなど百貨店の催事や町内で開催されるイベントで販売を行っていたが、コロナの影響で催事やイベントの多くが中止となり新たな販路が課題となっていた。

今回、作業場の前に商品の展示販売を行うための店舗としてログハウスを設置した。



商品の展示販売ができるようログハウスを設置

商工会では補助事業の申請を支援、コロナ禍でイベント等への出展ができなくなったため販路を開拓したいという相談から、事業者の強みを認識させて店舗販売という新たな補助事業の実施まで伴走支援を行った。

貝の養殖に使用する採苗連用資材や貝殻を加工した暗渠用資材、石灰カルなど貝殻の加工に特化した事業を行っている。既存顧客の9割は先代から取引のあるカキ養殖業者だが、商工会が設置した簡易ホームページからの新規問い合わせもある。今回、会社のトータルブランディングのため、統一されたデザインのロゴマークを活用したホームページ、名刺、封筒、パンフレットの制作を行った。ホタテやカキをモチーフにした洗練された都会的なデザインにすることにより魅力的な会社、魅力的な製品として認知されることで販路開拓につなげていく。



小さな町の小さな貝がら工場からイメージを一新、魅力的な会社・魅力的な製品へ

商工会では、事業期間中には、ブランディング成功のためのデザインや全体の統一感等について他事業所の事例を踏まえた助言、相談指導を行った。

ブランディング実施後は、ホームページやパンフレット、封筒、名刺などの作成支援や周知方法について相談指導を行った。

家族経営のチーズ工房で、ヨーロッパの農家がつくるチーズを手本に独自製法のチーズ、ヨーグルト、バター等の乳製品の製造販売を行っている。オーガニック食材への関心の高まり等から売上は増加しているが、資材高騰や生産体制の不足などから営業利益が減少していた。チーズの増産に合わせて、チーズの製造過程で発生する生クリームを利用した発酵バターの生産能力不足を解消するため、大型のバターチャーンを導入し、生産効率向上と労働環境の改善を図った。



発酵バターの生産能力向上で生産性の向上と販路拡大を図る

商工会では補助金申請支援を実施、設備導入により1回あたりの製造量が増えたため、供給不足となっていた顧客への対応や個人客向けに魅力ある製品の提供が可能となった。また、発酵バター生産効率化により他の乳製品製造でも余裕を持った生産体制運営が期待できる。

塩を中心に製造、販売しており、天日結晶化海塩、非加熱、非再処理、長期塩蔵静置にこだわった塩とその塩を活用した梅醤味噌ペーストなど製造販売がメインとなっている。健康に良い塩を求めるニーズが高まっているため市場の拡大が見込まれる一方、ウクライナ情勢や物価高、為替に影響を受け、原塩価格が高騰している。また、塩の輸入後に5年以上保管しておくための塩蔵が足りず輸入する事ができないための供給減等の課題があった。

長期塩蔵を行いつつ販売を行うことができるよう輸入した原塩を収める塩蔵を新たに設置し、在庫切れの心配をせずにリピーター維持、新規顧客を開拓することができる体制を構築した。

塩蔵の新設により長期塩蔵にこだわった塩の安定供給を実現

商工会では専門家等の活用により事業者の課題解決のための支援を行った。また、事業実施による効果の検証とさらなる改善に向けた支援を行っている。塩蔵の整備によりリピーターへの安定供給の維持と新規顧客開拓による売上の拡大が期待できる。



SUPツアーをメイン事業とするアウトドアガイド業として創業し、雪板やスノーシューといったウインターアクティビティも実施している。コロナ禍以降も感染リスクの低い屋外アクティビティであることから売上が増加している一方、スタッフ増員による人件費増加をはじめ、物価高騰による経費の増大が収益を圧迫していた。

閑散期の予約数を増加させ収益の改善を図るため、ドライスーツを導入してウインターSUPツアーをスタートすることで、自社の多様なフィールドを選べるツアーを冬期間も開催できる体制を整えた。

閑散期の冬季間もSUPツアーを開催できる体制を整え収益を改善

商工会では、補助金採択後の新規事業実施についての支援や、新規事業にあたっての資金繰り相談や各種情報提供などの経営相談を行った。

ウインターSUPツアー事業により閑散期の売上向上、新規顧客の確保に繋がるだけでなく、北海道のアドベンチャーツーリズム魅力向上にも貢献することが期待できる。



地域資源に着目した商品開発やコーヒーの販売などの商社事業、アイヌ文化関連事業、まちづくりに係るコンサルタント事業を行っている。

活動が多岐にわたるが、雇用を増やすためにも人件費を賄う経営全体の売上額、粗利率の向上、事業の中心的な柱の模索が急務となっていた。

有効活用されていない駆除されたシカの革に着目し、顧客ニーズの高いアイヌ文化関連商品についてエゾシカ革を活用した製品の試作を行うことでアイヌ文化関連事業の強化と自社のブランド力の向上を図った。



地域資源に着目したオリジナル商品の試作により自社ブランド力を強化

商工会では経営計画実現のための売上額を向上させる政策検討を支援
事業資金の調達が必要な場合は、マル経資金の活用を最優先とし道、町制度融資も活用の検討を行った。

店舗や顧客の自宅、施設等においてアロマトリートメントサービスとして、アロマ講座、アロマトリートメント、アロマ商品の販売となっている。

使用するアロマオイルは、フランスやイギリスなど輸入された物を仕入れているが、仕入価格が高騰しているため、より収益性の高いアロマ講座や新たな商品開発などにも力を入れて行く必要があった。

アロマ講座について、町中での開催を求める顧客ニーズがあったため、店舗にて講座を開講できるよう蒸留器とカウンターチェアを導入した。また新規顧客の獲得に向けランディングページを開設した。

顧客ニーズに応じた場所でのアロマ講座を開講とランディングページで新規顧客を獲得

商工会では個別の課題について対応が必要な場合に専門家派遣事業などを活用した支援を実施
売上向上のため、より効率的な業務を行うための経営体制や、導入予定のオンライン予約システム制作についての助言・フォローアップを行っている。

競走馬産地の日高で、競走馬の育成場の賃貸及びポニー等の小格馬の牧場を経営、観光牧場としてのふれあいサービスを提供している。

観光体験サービスの強化のため2023年から開始した「出張ミニチュアホース」サービスを強化し、広告宣伝を通じてブランドの浸透と来場者数の増加を目指すため、補助事業を活用し、新千歳空港でのデジタルサイネージ広告、移動用簡易馬舎の製作、道内施設向けパンフレットを制作した。

これにより、2028年1月の売上は2025年比で約3.3倍、牧場全体の売上は約30%増加を見込む。

既存事業の強化による事業者のブランド浸透

商工会では、実績報告における証憑書類の整備や支払時の注意点、計画達成に向けたアドバイス等、補助事業が円滑かつ効果的に遂行できるよう伴走支援を実施した。

倉庫を活用してテイクアウト専門のたこ焼き店を開業。たこ焼きの他にも揚げ物を中心に、ソフトクリームやかき氷なども販売し、メニューを豊富に取り揃えている。開業当初「物珍しさ」とコロナ禍での外出自粛が落ち着いた後は売上が半減するとともに、焼きたてを提供することにこだわっているために「待たずに買いたい」観光客にニーズに応えられず、販売機会を喪失することもあった。

テイクアウト専門店から脱却し、入店して飲食ができるようにイートインスペースを整備した。またラーメンや軽食の提供を開始して売上増加を図った。

イートインスペースの整備と新メニューの提供でテイクアウト専門店を脱却

商工会では事業の方向性や、経営安定の道しるべとしての事業計画策定に関する助言や補助金申請から実行支援まで適切な経理処理等について支援

飲食スペースの設置と新メニュー提供により冬期間の売上高の確保が可能となり客単価アップによる売上向上が期待できる。



明治期から続く老舗和菓子店であり、伝統の味は、全国菓子大博覧会にて、農林水産大臣栄誉賞や名誉金賞など数々の受賞歴がある。

近隣地域一帯の人口減少が予測されているが、コロナ禍以降競走馬産業全体が盛り上がっていることに加え、ゲーム「ウマ娘」の流行から増加傾向にあり、観光客を新たなターゲットとした需要獲得のための差別化した商品が求められていた。

地域の特性を活かし、引退した有名馬とコラボした商品開発を行い、新規顧客の獲得・新商品による市場拡大を図った。



引退した有名馬とコラボした観光客や若年層に響くデザイン・商品の開発

商工会では補助金の申請に際し、定量・定性分析を行い課題や方向性が可視化できたため、計画が実現できるよう定期的に進捗状況を確認する支援を行った。

地域資源を活用した商品開発により、口コミやSNS等による拡散効果を狙ったPRを行うことで売上の増加が期待できる。

札幌市で鮮魚小売業を創業し、新型コロナウイルス感染症拡大を機に、事業主の故郷である新ひだか町に令和2年に移転オープンした。地場の魚介類を地元市場から仕入れ、店内の展示や品質の管理にこだわっている。

地元客に加え道内外からの直接注文も増えているが、鮮魚類の仕入れ価格の高騰、ラップや運送費の高止まりが収益を圧迫していた。

人口減少等による地域商圈の縮小で店頭販売は減少が見込まれる中、道内外への冷凍出荷品が増加している現状を踏まえ、全国への販路拡大を目標とし、多様な形状である魚介類の包装を可能とする真空包装機を導入した。

縮小する地域の市場をカバーするため、道内外への出荷量の増加を実現



商工会ではSNSや商店街HPを利用した情報発信手法についての支援、経営発達支援計画に沿った事業計画の実施支援について巡回等を通じて行った。

売上構成比をもとにした売上分析や財務分析支援、売上規模に応じて更なる設備投資や販路拡大についての助言等の支援を行っている。

パナソニック商品を主とし、家電、石油機器、キッチン・風呂・トイレなどの住宅設備商品を扱っており、配達等で顧客の家に訪問する強みを活かし、令和4年に高齢者をメインにハウスクリーニング事業へ参入。

商品や光熱費の値上げにより、主な顧客である高齢者の購買意欲が減少しているため、新たな年齢層の開拓が課題となっていた。

町のプロジェクトで学生から店舗リニューアルのプレゼンを受けたことをきっかけに、コミュニティスペースや調理家電体験コーナー設置などの店舗リニューアルを行い、子育て世代（主婦層）の取り込みを図った。

事業の持続的発展に向け若者の感性を生かして店舗リニューアル

商工会では事業者が小規模事業者持続化補助金を活用し事業計画を立てることを通して、取組内容や将来目標を明確にする支援を行った。計画策定の際には店内リニューアルによって「提案を受けてやりたいこと」と「実現可能なこと」を明確化してもらうことに支援の重点を置いた。



昭和50年に開業した温泉ホテルであり、全浴槽100%源泉かけ流しで、施設・サービスをブラッシュアップし観光客も含む町内外の多くの顧客に利用されている。コロナ禍後、宿泊予約だけでなく、日帰り入浴の客足も回復してきたが、電気料金やウクライナ情勢の悪化に伴う灯油の価格高騰により、施設維持費が利益を圧迫していた。

熱交換器を導入して源泉の高い温度を利用し、大浴場のシャワーに利用する上水道の水を温めることでボイラー使用を削減し、大幅なコスト削減と入浴時間調整の解消による販路拡大を図った。

熱交換器による源泉の熱利用でコスト削減と販路拡大を実現

商工会では、事業実施においてはコスト削減状況の1～2年の推移を詳細に把握、利用客の増加も定期的な状況確認を支援。SNS運用については既存利用客に対しては全年齢層で利用率が最も高い公式LINEの活用、新規顧客取り込みにはInstagramの活用と、ターゲットにあわせてより多くの新鮮な情報を発信するよう支援を行っている。



平成19年に自動車板金業を開業し、令和2年から国内初のRAPTOR JAPANの支店として営業、耐久性の高いRAPTOR製品の卸売・小売が可能となり、塗装依頼や卸売事業も順調に増加している。

少子高齢化によるマイカー保有率の減少や、自動運転などのテクノロジーの進歩による車両事故率低下により、板金塗装の需要が低下することが予想されている。

塗装剥がしのための超音波剥離装置を導入し、塗装剥離の時間短縮、騒音の抑制、作業員の身体的負担の軽減によりRAPTOR塗料での車両等の施工及び卸売を更に増加させ、販路開拓を図った。

超音波剥離装置の導入で作業の効率化・作業環境改善を図りは販路を拡大

商工会では資金計画の策定や補助金の事業計画策定支援を行った。

RAPTOR塗料は車両のみならず、建物や船舶にも使用可能であるため、車両板金塗装業者の枠を超えたトータル的な塗装業者として売上増加が期待できる。



近隣酪農家の生乳を使用し、チーズやピザのほか、ドリンクヨーグルトやソフトクリームなど提供、従業員12名体制で年間100件ほどの物産展を中心に販売している。物産展中心の販売から卸売・小売へシフトすることによる利益率改善と働く環境改善を目指すため、高付加価値商品の開発とパッケージの見直しを行う。

補助事業では、大手のライン工場では難しい長期熟成チーズなど新商品の開発と高級感あるパッケージを作成、既存商品の統廃合とパッケージ変更によりギフトや卸売での採用を目指し、売上を2022年度比で約30%増加させる。

高付加価値商品の開発による物産展中心の販路からの脱却

補助事業期間中の支援 ローカルベンチマーク等を活用しての経営分析や、事業計画書の作成といった、経営の安定化・事業の持続化につながる経営支援を行う。また、補助事業期間終了後5年間の支援更なる販路拡大や顧客満足度・売上の向上のために、事業者へこまめに巡回訪問するなどの伴走型経営支援を行う。

白糠町において町内唯一の地元スーパーマーケットとして、釧路市寄りの人口集積地に本店、中心市街地の駅前商店街に支店の2店舗を運営している。

今回、補助事業の活用による真空包装機の導入により、ネットショップやふるさと納税返礼品への参加で販売チャネルを強化・拡大するとともに、高齢化した地域顧客に長期保存可能な食材を提供することで買い物課題を解決する。

これにより、人口減少による業績低下を克服するとともに、生活インフラとしての役割を果たすことが可能となる。



新たなビジネスモデルによる【地域密着型・地域発展型】の経営方針の実現

商工会では、巡回支援によりコロナ感染症の影響の相談を受け、売上並びに利益の回復を図るための新たなビジネスモデル構築のため、中小企業診断士と連携し事業計画策定を支援した。

肉製品、乳製品の製造から販売と生乳の販売を行っており、OEM商品が売上のメインで薄利商品が多いため、商品力の向上とブランディングによる一般消費者への販路開拓が必要である。

今般、補助事業を活用し、販売ターゲットである一般消費者に向けたバターと脱脂練乳の商品・パッケージ開発とブランディングを実施。

地域の魅力的な生産物を最大限に活かした商品開発により、生乳の付加価値を向上させ、生産者団体や地域のブランディングに繋げる。

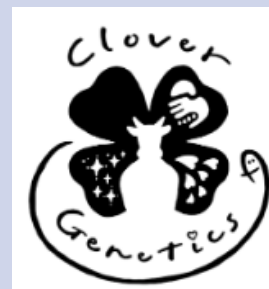
地域特産の生乳を活かした商品開発による地域のブランド確立



商工会では、補助事業実施にあたり、特に定量目標の状況をヒアリングや月次試算表等を以て確認する。また、伴走型小規模事業者支援による商談会や販売会への実施勧奨を行う事で、補助事業の効果を最大限に波及させる。

酪農家、畜産農家を対象に、牛家畜人工授精、牛受精卵移植、牛家畜登録、牛精液受精卵販売を行っている。現在、資材高騰等の影響により販売管理費が増加し、顧客単価の向上や販路開拓は不可欠となっている。

そこで今回、超音波診断装置を導入することで、今までは触診で確認していた妊娠兆候を可視化することができるため、大幅な業務効率化につなげることが可能になった。また、機械導入を周知するため新たにホームページを制作し、新規顧客開拓を行った。



誤診や機会損失のリスクを軽減するとともに的確な診断を実施

商工会において、補助事業実施期間中は事業計画策定後の継続的なフォローアップを行い、進捗状況の確認及び顧客満足度向上に向けた支援を行った。なお、事業期間終了後も継続的なフォローアップを行い、顧客のニーズの変化への対応や新規顧客に向けた支援等を行っていく。また、事業計画策定後についても、進捗状況の確認やP D C Aサイクルによる支援を行う。

酪農業を主たる事業として、乳製品製造業、宿泊業を営んでいる。外的要因により影響を受けた事業の安定性確保のため、宿泊事業を通じて自社のファンを増やし、乳製品のリピート利用を促進することによる新規顧客獲得とロイヤルカスタマー化に挑戦する。今回、補助事業を活用し、グッドデザイン賞受賞デザイナーと協力してデザイン性の高いパンフレットを制作し、新規顧客獲得とリピート利用を目指す。これにより、宿泊事業と乳製品の売上が増加し、5年後に売上高を2023年比で約6%増加を達成させる。



宿泊業を起点としたロイヤルカスタマー化による会社全体として売上向上

商工会では、事業に対する継続的なフォローアップを行い、進捗状況の確認及び認知度向上に向けた効果的なパンフレットの活用方法について支援する。また、事業期間終了後も継続的なフォローアップを行い、顧客の変化への対応や効果的な宣伝方法について支援することで新規顧客の獲得等の支援を行っていく。

道外から美瑛町に移住し、空き物件である別荘を改築し飲食店を開業。風光明媚なロケーションを強みに、地元産野菜の天ぷらを目玉とする【一軒家レストラン】として売り込み、観光客や地元住民から好評を得ている。

コロナ禍により海外をはじめ、国内・道内からの観光客が激減し、観光を強みとする当美瑛町についても影響を強く受け、大きく売上が落ちた。

広大な土地と最高の景色を活かし、レストランを一組限定（家族等）の一棟貸しの宿泊施設へ転換、ウェディングフォトの撮影場所としてのニーズも踏まえ、顧客誘致と売上増加を図った。コロナ禍後にトレンドとなっている「マイクロツーリズム」により宿泊予約が増加し、売上の回復につながっている。

レストランから風光明媚な立地環境を活かしコテージへ転換し顧客獲得



商工会により事業主の現状・課題の把握、想いをヒアリングしたうえで、商工会・事業者・コンサル会社で面談の実施や、申請書類の一部確認等を行い、採択に結びつけた。実績報告では、資料作成や入力等全て経営指導員が支援した。

昭和50年代から続いた焼肉店の先代代表が高齢による廃業を検討していたが、現代表が秘伝のたれとともに引継ぎ営業していた。

コロナ禍における売上の減少に加え、食材である外国産肉の仕入価格やコロナ対策で始めたテイクアウト用の包装材なども高騰し、事業を見直すことが必要となっていた。

時代にあった営業スタイルに変えながら強みである地域食材を活かした持続可能な事業とするために、焼肉店から昼・夜営業する食堂に事業転換し、新店舗で展開することで新規顧客増加による売上の確保を図った。

時代に合った営業スタイルの飲食店に転換することで新規顧客を獲得

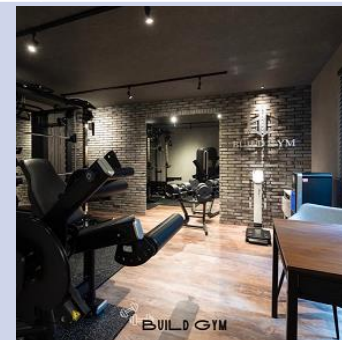


商工会では不動産取得に係る情報収集、事業計画の策定、改修工事、店舗ブランディング、金融機関との調整などの支援を行った。支援にあたり補助金を活用する場合は、必ず補助金がなくても事業を実施するかどうかの確認を行うようにし、開業後は、周知マーケティングとしてインスタ・グーグルビジネスなどの活用方法を支援の行っている。

新築住宅・リフォーム・エクステリアの設計・施工、建築資材の販売を行っており、2021年に事業承継し、小さなことを大切にしていって地道に営業活動を続け、下請け業者から徐々に元請けの地位を築いている。

建築資材等の高騰による値上げと顧客の購買力低下から安価な分譲住宅等に顧客が流れ、町内シェアの低下や紹介からの受注減少などの課題があった。

そこで、自社建物の1階を活用して町内にはないパーソナルジムを新規にオープンすることで新たな事業の柱に育て、売上の回復を図った。



町内でニッチトップになれる分野への進出で新たな事業の柱を築く

商工会ではターゲット顧客に訴求する販促活動の支援として、ホームページでの情報発信、フリーペーパーへの掲載、町の補助金を活用したデジタルサイネージでのPR、SNSによる発信を支援した。

7年前、町内で長年愛されていた食堂を事業承継、定食や麺類などの当時のメニューも承継して営業していた。

今回、事業主のフレンチやイタリアンの経験を活かし、競争が多い現在の業態から地域で唯一のフレンチ・イタリアン専門店に完全シフトするとともに、店舗に隣接する空きスペースを活用し、ドックラン施設を新設した。店舗については専門料理店の雰囲気をもっと強調するため座敷席を椅子席にし、カウンターを造作するなど、店内レイアウトも大幅に変更した。また、猟師の知識を活かし鹿肉を使った料理や鹿肉ジャーキーといった商品開発も行っている。



ラーメンや定食を提供する業態からフレンチ・イタリアン専門店へ完全シフト

商工会では、事業を滞りなく遂行するための事業計画書の作成支援や、今回の補助事業の交付申請・実績報告に係る申請書の作成指導を行った。また、補助事業実施後のフォローアップについては、厚岸町商工会と連携し、専門家派遣事業を通じて支援も行った。

鶴居村において主に芝の生産、販売、施工を行う土木事業者であり、敷地の一部を活用したパークゴルフ場の運営も行っている。

コロナの影響により芝の施工、管理需要が大幅に減少し、パークゴルフ場も利用者が減少したことから、広大な敷地を活用したオートキャンプ場を開設した。

今回、補助金を活用して常設型テントを設置し、手ぶらで楽しめる宿泊パッケージを提供。電源設備やネット環境の整備によるワーケーション機能も充実させた。地域食材の提供など、サービス面での優位性を確保するとともに、キャンプ場の芝生管理などで既存事業とのシナジー効果を見込む。

本業における強みを活かした新規事業の立ち上げ

商工会では、補助事業実施にあたり専門家派遣事業を活用した補助事業申請並びに計画のブラッシュアップを支援した。

タオル、シーツ、テーブルクロスなどを注文に応じて縫製加工し、必要な時に必要な数だけクリーニング付で貸出しするリネンサプライとクリーニング事業を展開しており、売上の大部分は帯広エリアのホテル向けが占めている。

コロナ禍後、宿泊客が回復し工場が高稼働しているが、エネルギー価格の高騰と技能実習生を受け入れても十分に補完できない深刻な人手不足が課題となっていた。

従業員が手で行っていたタオル折りたたみの自動化による効率化で、人手不足の克服と労働環境の改善を図った。

手作業の自動化で生産性の大幅向上と労働環境の改善を実現

商工会による専門家と連携した事業計画策定支援において、経営課題の具体的方策や今後の取り組みの検討を重ねるなかで、設備導入を決めた。

計画策定により事業の方向性が明確化され、事業計画の重要性の理解を深めることができた。



クレー射撃ができる道内有数の射撃場。札幌市を含む道央圏から多くの来客がある。散弾やクレーは輸入品であることからウクライナ情勢や円安ドル高の影響を大きく受け、仕入原価が高騰していた。顧客の多くは男性客であったが、近年女性客が増加しているため、利便性向上やイメージアップによる利用者の固定化や集客力向上に向け、更衣室の新設や施設の改装を行った。



増加する女性客取り込みのため、女性が利用しやすい施設に改修

女性客の固定化、増加により売上・利益が向上することにより資金が確保でき、新規女性客の獲得や固定客の高齢化にも対応した施設づくりを続けていくことが期待できるため、助成金の申請を支援

パン店として開業し、小麦は美瑛産香麦、上富良野産はるゆたかを北海道産のバターやフラノ牛乳などの店主厳選の食材を使用したパンを主に、焼き菓子や犬用ラスクを販売している。

北海道産の小麦やバターといった主要な原材料が高騰するなか、やむを得ず商品の値上げを行うとともに、店内でイートインコーナーを設け、ランチ営業を開始したが、夏場に店内が高温になり快適な空間でランチを提供できる環境ではなかった。顧客に快適な環境でランチを楽しんでもらえるよう、上富良野町独自補助金制度を活用し、エアコンの導入を行って売上増加を図った。

イートインスペースのエアコンの設置による夏場の店舗環境の改善

商工会では町内顧客・観光客への宣伝周知PRとしてGoogleビジネスプロフィールの登録（オーナー）とInstagram開設を支援。さらに、Google・Instagram広告支援も併せて実施したことで、訪日外国人の来店、町内外の新規顧客獲得に繋げることができ、本年5月よりスタートしたランチ営業もInstagramに投稿して集客を集めることができ、売上増加に繋げることができた。



蕎麦農家として、令和元年5月に新規就農し、そばの栽培・製造・加工・販売まで一貫して事業を展開している。

自社商品の蕎麦は、地元住民を中心に道の駅で人気商品となっており、製造した商品は完売が続いているが、製造数が限られていることから付加価値の向上に加え、内製化に向けた取り組みが必要となっていた。

業務効率化のための製粉設備・機器の導入によりBtoBに向けた新たな商品開発と取引先拡大による自社のブランド力の向上、利益率の向上を図った。

業務用新商品開発とブランド力向上による利益率向上を目指し蕎麦粉の製粉設備、機器の導入



商工会では浜頓別町独自の補助金活用のための支援を行った。

製造工程の一部内製化と業務用新商品の開発による販路拡大により利益率の向上が期待できる。

建築板金業として親族内承継を行ったが飲食店を開業したいという思いから一念発起して自家焙煎コーヒーの専門店を開業した。

本来であれば外注しなければならない改装工事を建築業者としての経験・ノウハウを活かし、自ら古民家をリフォーム、建築資材等の購入費用は町の補助制度を活用することで負担を軽減した。



近隣市町村では珍しい「自家焙煎コーヒー」専門店を全く畑違いの建設業から転身

商工会では、開業まで何度も面談を繰り返し、どのような店にしたいか、どんな経営者になりたいかビジョンを描くため、対話と傾聴を重ね創業計画の策定を支援した。

今後はBtoBやECサイトの充実も検討しているため継続して支援を行っていく。

市街地中心部に店舗を構え、長年、飲料・青果・野菜など食料品中心に商店として営業しており、地元の社会福祉施設や保育所などへ食品を納入しているほか、訪問販売も行っている。

コロナ禍では売上減少をから揚げのテイクアウト事業の開始などで乗り越えたが、コロナ後の経済活動の回復により本格的な飲食店の営業を検討していた。

ラーメン屋に対するニーズを踏まえて中華食堂を始めるにあたり、小売部門と飲食部門を限られた人員で運営することできるよう、町の補助金を活用して小売店舗の改装を行った。



顧客のニーズに対応した飲食店の開業で既存事業との相乗効果により売上増加

商工会では、コロナ禍中から飲食部門立ち上げの相談を受けており、来店客へのヒアリング調査、事業計画策定、町補助金申請、実施、実施後の財務状況把握を支援。

飲食部門並びに小売部門への顧客の相乗効果もあって、売上だけでなく利益額が大幅に増加している。

地域のインフラ整備を支える土木工事業者として一般住宅から公共施設等の上下水道工事を手がけている。水道工事業界は原材料価格の高騰や半導体不足の影響で厳しい状況が続いているが、老朽化した水道管の更新や脱炭素社会に向けた省エネ設備への更新需要が業界を下支えしている。今回、様々な環境変化にも対応できるよう水道工事業で培った24時間対応の体制と重機オペレーターの技術を活かすため、ホイールローダーを導入し、除雪事業に参入した。



冬期間の売上確保による経営安定と通年雇用実現により技術者の維持・確保を目指す

商工会では、補助金申請支援にとどまらず、事業者の現状把握を行うためSWOT分析やローカルベンチマークを活用した内部環境・外部環境の分析を実施。分析の結果を踏まえ、経営力向上計画策定による税額控除の活用、固定資産税の特例等提案を行った。