

認定経営革新等支援機関による

中小企業・小規模事業者支援

優良取組事例集



経済産業省 中小企業庁
経営支援部経営支援課

事業承継と営業効率化で安定経営を支援。 冷めても美味しいごはんの開発や冷凍食品分野への進出も



認定支援機関の概要

税理士法人京都経営

【機関種別】 税理士法人
【所在地】 京都府京都市伏見区
西大手町307エイトビル5階
【設立】 平成19年7月
【従業員数】 38名
【認定日】 平成24年11月5日



中小企業・小規模事業者の概要

三彩食品有限会社

【業種区分】 卸売業・小売業
【所在地】 京都府京都市南区鳥羽
羽塔ノ森東向町25-3
【設立】 昭和63年5月
【従業員数】 17名
【資本金】 300万円



支援に至った経緯

事業承継問題と
主軸事業の売上減



経営状況の把握・課題設定

営業の非効率と
広報の弱さが露呈



解決策の提案・実施

広報ツール改訂や新商品
開発により月間売上増



今後の取組・フォローアップ

冷凍商品の技術確立
により黒字化を目指す



事業承継問題と主軸事業の売上激減を受けて支援を開始

1

相談者は老舗がひしめく京都で平成10年に炊飯事業を開始し、百貨店やホテル、飲食店向けに炊き立てのご飯を提供している。顧客の細かな要望にも丁寧に対応し、信頼関係を築いてきた。当機関は同社の税務顧問を務める傍ら経営改善も提案してきたところ、平成29年、代表者交代を機に、先代社長の知識や構想を新社長に引き継ぎたいと事業承継の相談を受けた。また、事業の主軸の1つである百貨店向けの注文がコロナ禍で激減。加えて営業強化についても支援することになった。



2

営業の負荷を軽減し、安定的な運営をもたらす営業力や広報が課題

新社長は製造現場出身であり、営業は先代社長が1人で行ってきた。そこで、まずは新社長が先代社長の営業に同行し、顧客の関係性や発注状況の把握を行った。当然ながら1回の訪問だけでは注文には至らないことが多く、営業効率が悪いことをあらためて認識。また、顧客の都合によって売上の増減の幅も大きかったことから、これを平準化し、安定的な運営を図ることが課題であるという認識のもと、①売上の安定を図る対応策、②顧客との関係を深める営業力や広報宣伝力の強化を主な課題として設定した。



3

パンフレット改訂や顧客と一体の商品開発で月間売上20%増

当機関は早期経営改善計画を策定し、製造工程をわかりやすく説明するパンフレットを制作。客先には検食用見本を持参し、商品開発を進めた。ここでは新社長の製造現場経験が活かされ、顧客の提供時間に応じて冷めても美味しいごはんを開発。営業に通わなくても顧客の問い合わせや口コミが増えたほか、顧客の要望に合わせた容器にご飯を詰めるなど販売に付随する作業と加工賃による売上も増加。これらの結果、令和4年の月間売上はコロナ禍前と比べると20%増加した。



4

冷凍ブームとフードロス対応で新商品開発、3年後の黒字化目指す

近年のフードロス減少に対応すべく、同社は冷凍向け商品の開発にも着手。他社にない独自技術を確立することで、3年後の黒字化と5年以内の投資額回収を計画。また、設備投資とECサイトの立ち上げには、事業再構築補助金を活用して、京都市内だけでなく滋賀県内のホテルも網羅することを目指している。また、一般消費者も含めた販売先の拡大を視野に入れて、オリジナル商品の開発も計画するなど、挑戦する企業体質へと変わり、支援する側としてもやりがいを感じている。

支援を受けた
中小企業・
小規模事業者の声

現場中心で働いてきたので、社員時代は経営的な数字をまったく理解していませんでした。そうした状態で事業承継をして従業員やその家族の生活を守るか、またその責任について自問自答していましたが、数字の厳しさを求める姿勢などを同機関のお陰で気付くことができました。今後ご支援を頼りにしています。