

ミラサポ活用事例

～中小企業支援の現状と ミラサポ専門家としての ITコーディネータ～

ミラサポを付加価値を生み出す中小企業のためのプラットフォームへ

— 中小企業庁、ミラサポ事務局 —

汎用性があるミラサポの専門家派遣制度を使い、店舗情報を発信

— 扇屋製菓、南伊豆町商工会 —

女性の経営者と専門家をつなぐミラサポの支援制度

— ナチュラルフィーリング —

商工会議所会員の情報化促進にITコーディネータを活用

— トータルサロンAnge（アンジュ）、竹原商工会議所 —

広くユーザーに知ってもらえるように徹底的な告知を

— 美食工房 花、石狩商工会議所 —



「ミラサポ（未来の企業★応援サイト、以下「ミラサポ」）」活用されていますか？

「各種の中小企業支援施策」活用されていますか？

ミラサポが中小企業支援施策として平成25年度からスタートして約1年。各地のITコーディネータ、支援機関は、ミラサポを通じてどのようなユーザー支援をしているのでしょうか。

今号の特集では中小企業支援施策の中でもミラサポに注目し、中小企業庁担当者様と、運用を行っているミラサポ事務局様、活用する側からエリアモデレーターに、ミラサポや中小企業支援施策への思いを伺いました。

4つの特集記事では、北海道、東京、静岡、広島各地のユーザー・支援機関・ITコーディネータが実際にミラサポや中小企業支援施策をどのように活用しているのかのお話を伺いました。

現在すでに中小企業施策を通じたユーザー支援を行っているITコーディネータ、これから施策活用でユーザー支援を開始しようと思っているITコーディネータ、一緒に支援活動に携わっている支援機関の方々にぜひお読みいただき、明日からのより良いユーザー支援と中小企業支援施策活用の参考にしていただければ幸いです。

今年からITコーディネータ協会も地域プラットフォームの構成機関として活動を始めました。ITコーディネータの専門家登録推薦やユーザー企業からの依頼で専門家派遣も初めて行いました。そして活用してみてわかることが多くあることを知りました。

この経験をITコーディネータの方々と共有して、中小企業支援施策の活用と、施策をユーザーに届けることに活用してまいりたいと思います。

ITコーディネータ協会 事業促進部 山川 元博

ミラサポ活用事例 ～中小企業支援の現状とミラサポ専門家としてのITコーディネータ～

ミラサポを付加価値を生み出す中小企業のためのプラットフォームへ

－中小企業庁、ミラサポ事務局－

中小企業庁の委託事業として中小企業・小規模事業者の未来をサポートするサイトとして昨年10月にスタートした「ミラサポ」。このシステムの現状や今後の課題などを中小企業庁の平井淳生氏、ミラサポ事務局の林徹也氏、そしてITコーディネータの四ッ柳茂樹氏にうかがいました。ITコーディネータ協会の山川も加わり、座談会形式でお届けします(敬称略)。

政策メニューを広く届けるのにITは有効なツール

山川■まずは中小企業庁のミラサポへの取り組み方についてお聞かせください。

平井■先に中小企業政策全体の話をして、その機会ごとにとっても注目されます。特に今年は、4月の消費税率の変更に伴い、中小企業の経営を下支えしようという話が政策的に重要性を帯びています。

具体的には、4月以降の反動減を緩和するために2月に補正予算が編成され、多くの中小企業政策が盛り

込まれました。例えば「ものづくり・商業・サービス補助金」事業では、中小企業のものづくりへの新しい取り組みや、サービスの革新的なビジネスモデルの開拓といった前向きな取り組みを応援しています。

このような施策は、実際に中小企業に使っていただいてこそ意味があるのですが、その広報がなかなか困難です。中小企業の数は一時期よりは減っていますが、現在も約385万社あるのです。ですから、そこへ政策情報をお届けしようとパンフレットを製作したりしているのですが、すべての中小企業に届けるというのは実際問題として不可能なことです。

そうしたときに有効なツールがITです。政策メニューを広くお届けするためには、ITツールの利用が欠かせません。行政もITを活用しないと効率的な仕事が進みません。そこで、入札の結果、電通を幹事社としたコンソーシアムにやっていただけることになり、この「ミラサポ」というプロジェクトがスタートしたのです。

去年の10月から本格運用を開始しまして、登録していただいているユーザーは現在6万社にのぼっています。しかし、この数字には決して満足していません。潜在的なお客は385万社もいるわけですから。極端にいいですと全中小企業の方が、毎日一度はアクセスしていただき、新しい政策の情報はなく、新しいビジネスのヒントはないかをチェックしていただけるようなプラットフォームを目指しているのです。

もちろん、一足飛びに385万社に登録してもらうことは不可能なので、まずはITコーディネータをはじめ中小企業と向き合ってる専門家の方々に知っていただいて、中小企業に「新しい中小企業政策が発表されました」「ビジネス情報で最近こんな話題が沸騰しています」といった情報を流していただきたいのです。

今年度の目標は登録者数を30万社に

山川■次にミラサポ事務局の立場から、目標と1年やって見えてきた成果



中小企業庁 経営支援部 技術・経営革新課(イノベーション課) 課長 平井淳生氏



ミラサポ事務局 林 徹也氏



ITコーディネータ 四ッ柳茂樹氏

や課題をお聞かせいただけますか。
林■100万の中小企業と1万人の専門家が利用するというのが大きな目標になっています。今年度でいうと30万の利用というのが目標ですね。

会員ではなくても見られるコンテンツも多いので、今年の3月には月間30万人のユーザーが閲覧したという集計結果も出ています。そういう方々に極力登録してもらい、メールマガジンもきちんと閲覧してもらえようになればと思っています。

ミラサポの役割は施策情報の提供と、もう片方で電子申請など機能面の提供というのがあります。そこはいろいろと調整しながら新しく取り組んできた部分であり、特に補助金や専門家派遣の電子申請が実現したことが大きいと思います。あとデータベースみたいなものもあり、地域プラットホームとか専門家の検索や補助金の検索などを行うことができます。

実はミラサポのサイトでは、コンテンツにもこだわって作っています。中小企業庁の公式ホームページは中小企業庁目線でこういう施策を出しましたという作り方をしていますが、ミラサポでは使う側の立場に立った表現にこだわっています。あまり気付かれないかもしれませんが、日々新しい試みに挑戦しています。

山川■そうすると現在の課題は、作ったものをいかにして中小企業の皆さんに届けるかということですね。

林■そうですね。もっと多くの方に使っていただきたいと思っています。
平井■結局メルマガにしてもサイトにしても、閲覧する人というのはシステムの出来不出来じゃなく、そこに書かれているコンテンツに魅力があるから、忙しい時間の中で5分でもアクセスするわけです。結局それに値する5分なら5分、30秒なら30秒の時間をもらえる価値のあるコンテンツを提供し続けることが一番重要

と思っています。多様な中小企業向けの政策情報を、要点が分かるような形をご提供していますので、ぜひご利用いただければと思っています。

林■情報を全部一気に出すのではなく、1日1つだけみたいなメルマガの作り方を現在は行っています。そして、皆さんがどんどん転送したり、コピペしたりして使えるようなかたちを意識してやっています。

直接交流できる点がミラサポのメリット

山川■今度は四ッ柳さんのお仕事の内容と、ミラサポでの立ち位置と活動内容を教えていただけますか。

四ッ柳■私はITに強い経営コンサルタントとしてお仕事をさせていただいています。もちろん中小企業の経営もみますし、システムもみます。あとは小さい企業のホームページの立ち上げなども支援しています。

ミラサポでは東京都の「エリアモデレーター」という役割をしています。ミラサポの中にSNSがあり、その世話役に近いような立ち位置で関わらせていただいています。もう1つは中小企業庁が認定した「地域プラットホーム」という支援機関の連携体があるので、そこへ情報を流したり、あるいはそこから情報を収集したりするようなつなぎ役もやっていました。

山川■中小企業のお客様のミラサポに対する反応はいかがでしょう。
四ッ柳■2つに分かれるのですが、昨年度多かったのが登録の仕方がよく分からないという声です。ミラサポは中小企業の方がご自分で登録をしないと使えませんので、その登録のハードルが少し高いという話を支援機関からよく聞きました。

一方、面白いという声もよく聞きます。いろいろな情報が載っているのと、専門家が検索できたり自分のほうから能動的に動けるので良いという声も聞こえました。専門家の人と

直接交流ができるところが楽しいと感じているようです。実際、私に依頼があった案件でも、埼玉のユーザーさんはここで私を見つけたらしく、まったく面識はなくても頼んでこられたというケースもあります。

県域を超えてのマッチングも実現

山川■少しずつ話が出ていますが、ここでミラサポの“売り”について教えていただけますか。

平井■政策情報をお届けするのはミラサポ以外にもあります。政府広報もありますし、中小企業庁の公式ホームページもあります。これらは当然正式なホームページですから公表情報が全部載ってるわけで、逆に言うところここには中小企業の方が書き込んだり特定のコンテンツだけを抜き出してPRすることはできないのです。

でも、ミラサポはそうではありません。今回はこんなテーマで政策を探るとか、こういうので困っているのだけど解決できる専門家はいないかなど、中小企業の側からこのサイトに対して問題意識や疑問を投げかけたり、あるいは検索など積極的なアクションが起こせることを売りの1つにしています。

ただ、この売りはシステムだけで実現するのは難しいのです。コンピューターの世界、バーチャルな世界の中とはいえ、誰かが応答したり対応しないとイケないのです。そこを担っていただける方というのがこのコミュニティを支える大きな存在で、エリアモデレーターや専門家などのいろいろな方がミラサポを使いながら支えてくれるという構図になってます。

山川■まったく知らない人が出会う場所というのは非常に面白いですね。ミラサポのシステムを使ってこんなことができましたというのがあればぜひ教えてください。

林■出会いのかたちが、中小企業同士というのであれば、中小企業と専門家の出会い、専門家と専門家の出会いっていうのもあって、いろんな形でマッチングを図ることができています。それも別に中小企業と専門家だからこうしなければならないという決まりは何もありません。例えば県域を越えてマッチングが起こるというの、ひとつのダイナミズムだと思います。

平井■本当はプラットフォームだけ用意すれば、自然発生的に動いてマッチングされていくというのが理想だと思うのです。でも、最初から理想が起こるだろうと思って何も手をかけずにほったらかしにしていると、だいたいこの手のシステムって枯れていきますよね。

やはり自然発生が出てくるまではある程度手をかけていかないとダメで、四ッ柳さんのように積極的にレスポンスしていただける方にスタンバイしておいていただく必要があると思います。ここに何か書き込めば、役に立つかどうか分からないけど何かレスポンスがあるっていう状態を皆さんに頑張って作っていただきたいのです。そういう裏方側のご苦労があってミラサポだと思います。

徐々に改善された 派遣制度の使いにくさ

山川■四ッ柳さんは前から中小企業の政策についてはいろいろな立場で関わられたと思うのですが、今回のミラサポはこういうところが良くなってる、こういうのは本当に使ってほしいみたいなものはありますか。四ッ柳■一番は中小企業の方が自分の発信によって、いろいろなところとつながりを持つことができることだと思います。単に探すことも能動的にできるのですが、中小企業同士とか、中小企業と専門家というつながりが、支援機関を交えた派遣制度によって実現できるのです。この派

遣の制度はもっと使ってほしいと思います。

林■ミラサポの専門家派遣システムは難しいと言う人が当初のユーザーさんの中では多くて、もう二度と触らないみたいな方もいらっしゃいました。それがご意見を踏まえて使いやすく変わってきたことを日々言っていくことが重要だと思います。あと、今は役所のサービスである補助金についての特集が前に出てきていて、お得な情報を得られるサイトというイメージも出ていると思います。平井さんの部下の方が登場する「補助金虎の巻」というやわらかいコンテンツもあります。

山川■あのコーナーは私のまわりでは非常に評判が良くて、政策を作った方の意図というか目的がすごくよく伝わります。

林■あれはヒットコンテンツですよ。とても人気があります。補助金に関連する動画も下のほうにぶらさげてあり、補助金を受けられて実際に使った方の実感やこんなことが良かったという感想をお話しいただいています。今後も事例を増やしていく予定です。

このような新しい試みはいろいろやっているのですが、そこがもうちょっと広く知っていただけるとありがたいと思います。ITコーディネータの方にもぜひ勧めていただければと思いますね。

山川■専門家派遣のことですが、1案件について専門家の派遣が3回というのが以前の政策だったと思うのですが、ミラサポでは1社3回ということになっています。これはちょっと後退してるように思えるのですが、そのあたりはいかがですか。

平井■そうですね。その385万社の方にもっとも効率をよく政策を届けるためにはどういう設計が必要なのか、ミラサポというツールで最適配分を考えたときにどういうシステムがいいのかということは、今模索し

ているところです。

ミラサポは来年度も 発展的な形で続く

山川■ミラサポの仕組みは来年度も続くと思っていいのでしょうか。

平井■システムは閉鎖するつもりはありません。改良すべき点はあると思いますが、発展的な形で続くと思います。

一方でこのシステムのうち、どの部分を国が委託運用する形で関与するのかというのは今後考えなくてはいけません。先ほど補助金情報の話が出ましたが、中小企業が補助金を申請するときには、いわゆる電子申請的なシステムが必要になり、こういったところはやはり国の仕事になります。

でも、先ほどお話しがあったコミュニティみたいなところ、民間が困りごとがあって民間がソリューションを提供される部分というのは、これは国の関与はむしろないほうがうまくいくかもしれません。日々、発展していくシステムの中で、国はどのあたりに関与していくのかという議論はもっとしないといけないと思っています。

山川■ミラサポの中にもいろんな補助金や助成金といったいろいろな情報があります。このミラサポをきっかけに、他の政策をつなげていくことはあるのでしょうか。

平井■理想形としてはあり得ると思います。あり得るだけじゃなくて、ミラサポ発の政策を実現できるようにやれることからやっていくことが大切だと思います。

もちろん政府としての政策、国全体での政策を考えたら、中小企業庁の政策はその中の1つのパートです。他の省庁も大変重要な政策をやっていますし、あるいは都道府県や市町村でも地元に着したさまざまな政策やイベント、さらには中小企業に有益な情報提供などいろいろとやっ

ています。そこをきちんとつないでいく必要があると思います。

とっかかりとして、そういったいろいろな政策を縦に横に縦覧して比較して、あるいは検索できるようにしたいと考えています。プロジェクト名は「施策マップ」と呼んでのですが、中小企業庁に限らず公的機関がやっている施策情報を一覧できるようなシステムを開発し、ミラサポ上に実装しています。

山川■使う側は非常に便利ですね。ミラサポに来ればすべてが分かるのですから。

林■ミラサポで意識しているのは、中小企業者が直接使えるようなレベル感に持っていくのと、もう1つは専門家の方々が中小企業へそのまま持っていったってのも大丈夫なものを作ることです。専門家の方は「J-Net21」などから引いた情報を加工して紙にして渡すケースが多いと聞いたので、それをしなくてもいいようなレベルまで持っていくような努力をしています。

ITコーディネータにも力を発揮してほしい場

山川■最後にミラサポについて一言ずつお願いします。

四ッ柳■こんな言い方をするのもなんですが、ミラサポは最初はガラタだと思っていたこともありましたが、その後、コンテンツが充実してきて、宝物がたくさん埋まっている場所になってきました。ただ、閲覧が複雑な部分もあったり、ITが弱い方には探し方が分かりにくい部分もあるので、そのつなぎ役の存在が



必要です。それが我々ITコーディネータの役割だと思います。

林■ミラサポは、分かりやすさを使いやすさを心がけてやってきました。しかし、時間がない中でやってきたこともあり、ご不便をおかけした部分が多々あったのも確かです。

他方でITコーディネータの皆さんには、本当にいろいろな面でご協力していただきました。できればITコーディネータの方々にも、もう少しメリットのある形にしていればと考えています。今後もITコーディネータの方が使ってみて、良かったと感じるようなミラサポにしていきたいと思います。

平井■あまのじゃく的なことを言いますと、本当にやらなければいけないことは、ミラサポの会員数を増やすことでもなければ、コンピューターを中小企業に導入させることでもないのです。中小企業が日本を支え発展し、経済全体が向上していくということが我々の目的です。ITコーディネータの皆さんも、コンピューターを売ることが目的ではな

くて、その先にある中小企業の方々がより効率的で付加価値の高い経営を実現していくことが目的だと思います。

それを実現するための手段がいろいろある中で、ミラサポはまさにITを活用した有用なシステムであり、ITコーディネータの皆さんが中小企業に対する経営を向上させるために使おうとしている手段もITです。

ITは、みんなでプラットフォームに集って、そこで情報を受け取り情報を出すことで大きな付加価値を生むものだと思います。

そのようなITが持つ効果を我々としても狙いたいところですし、中小企業の方々にも享受していただきたいのです。そして、ITコーディネータの方々も、それぞれの力や役割をミラサポという場で発揮していただければと思います。

ITコーディネータ

株式会社 OCL 代表取締役 四ッ柳茂樹
<http://www.ocl.co.jp/>

ミラサポ活用事例 ～中小企業支援の現状とミラサポ専門家としてのITコーディネータ～

汎用性があるミラサポの専門家派遣制度を使い、店舗情報を発信

－扇屋製菓、南伊豆町商工会－

「メロン最中」で知られる 老舗菓子店が代替わり

南伊豆町は伊豆半島の最南端に位置する、人口約9,000人という小さな町。「日本の渚100選」にも選ばれた弓ヶ浜や、石廊崎などの景勝地を有している観光の町でもある。

「扇屋製菓」はそんな南伊豆町で昭和初期に創業した和菓子の製造・販売店。店舗のある南伊豆町下賀茂地域は、温暖な気候や温泉熱を利用して、昔から「温泉メロン」の栽培が盛んに行われていた。昭和30年より2代目の店主が、メロン風味のあんを最中の皮で包んだ「メロン最中」の製造を開始。このメロン最中はヒット商品となり、現在でも扇屋製菓の看板商品の1つとなっている。

そして、4代目である現在の店主・渡邊淳也氏は東京の洋菓子屋で修行を積み、2010年に帰郷して店で働き始めた。

渡邊氏は“地産地消”の観点から、地元農家から直接取り寄せたメロンやイチゴなどを使用して新たな商品を数多く開発した。特にメロン最中をリニューアルし、皮のバリバリ感を出した「バリバリメロン最中」、温泉メロンをたっぷりと使用した「メロンタルト」や「メロンゼリー」は現在の主力製品となっている。

「新しく開発したバリバリメロン



お店の前でオーナー夫婦揃って

最中は、皮とあんを分けてパリパリ感を出すことにこだわりました。そして、できたてのおいしさを長く楽しんでいただけるようにしました。結果、幅広い年齢層に好まれるようになりました。」(渡邊氏)

最近では首都圏を中心としたデパートの物産展・催事への出展依頼も増加し、地元客以外のリピーターが増加。2012年11月には東京・池袋で行われた「第3回ニッポン全国ご当地おやつランキング」に静岡県代表で出展するなど、徐々に県内外での知名度も上昇している。

そして、2011年には旧店舗の近くに新しい店がオープン。イートインスペースも設けられた“スウィーツカフェ”として、地元の人たちだけでなく、多くの観光客が訪れる人気スポットになっている。

経営革新支援のために 商工会が専門家を派遣

このように現在はとても順調にみえる扇屋製菓だが、新製品を開発する際には新たな資金の調達が必要になったときもあった。

店主の渡邊氏は加盟している地元の商工会や信用金庫に融資の相談をした。

南伊豆町商工会の肥田久幸氏は、静岡県に「経営革新計画」を申請することを渡邊氏に勧めた。この制度は、新商品の開発または生産、新しいサービスの開発または提供を目指す企業が策定した経営革新計画を、静岡県が承認するというもの。申請には経営革新計画を盛り込んだ事業計画書の提出が必要になるが、肥田氏はそのアドバイザーとしてITコーディネータの玉置久倫氏を

起用することにした。

そして、肥田氏は「中小企業支援ネットワーク強化事業」の専門家派遣の制度を使い、無料で玉置氏を扇屋製菓へ派遣した。これが渡邊氏とITコーディネータの玉置氏の出会いとなった。

そして、玉置氏の適切なアドバイスもあり、2012年3月に経営革新の認定を受け、新商品の製造が開始された。

ミラサポは何にでも 使える良さがある

しかし、扇屋製菓では新商品を開発しても、それを宣伝する媒体を持っていなかった。せっかくいい商品を作っても、それが広く知れわたらないのでは新商品の開発が無駄になる。ホームページやSNSなど、商品を宣伝するツールを持つ必要があった。

そこで渡邊氏は2013年秋に再度、商工会の肥田氏に相談した。

肥田氏がその相談に対応するために選択したのが、「ミラサポ」の専門家派遣制度だった。

「ミラサポの専門家派遣制度には汎用性がある。何にでも使える良さがある。今回のこの相談にはミラサポが最適だと思いました」(肥田氏)

そして、専門家には今回も玉置氏が指名された。

玉置氏は以前から扇屋製菓のスタッフは、ITのスキルが不足していると感じていた。渡邊氏はパソコンは持っていない、Wordを使う程度でネットはほとんど使っていない。他の従業員も同じようなレベルだった。

「ネットショップの開設を希望されていましたが、今のスキルでは



「扇屋製菓」渡邊淳也氏



南伊豆町商工会 事務局長 肥田久幸氏



ITコーディネータ 玉置久倫氏

だったが、「やっているうちに課題も見えてきたので、これからも玉置さんには継続的にお願いしたい。今の方向性で間違っているかどうかのアドバイスをしてもらいたい」と渡邊氏は玉置氏に全幅の信頼を寄せている。

実は渡邊氏は以前、信用金庫の紹介によって別の専門家にも相談したことがあったのだが、しつくりとこなかったという。

ネットショップを運営していくのは難しいと思いました」(玉置氏)

そして、玉置氏はミラサポの訪問相談の際は、ブログを始めることを勧めた。まずは気軽にスタートできて、費用もかからないブログからネットに慣れていくのが最適だと判断したからだ。

そして、伊豆・箱根・富士山エリアの「みんなで作る地域情報満載のクチコミサイト」である「イーラ・パーク」にブログを開設することを勧めた。ここでは、商品の紹介だけでなく、地元の生きた情報をユーザーに提供することも大切だと玉置氏はアドバイス。このブログによって扇屋製菓のファンを数多く作ることが先決だと、玉置氏は考えていたからだ。そのためには、商品の宣伝だけでなく、観光客が喜びそうな地元の情報を掲載することが重要になるのだ。

さらに、静岡県商業まちづくり室が運営し、“消費者にとって魅力あるお店を目指して、目標に向かってがんばる個店”を紹介する「ふじのくに魅力ある個店に行こう」でも店の紹介ページを開設するように勧めた。こちらも無料で開設することができるが、このサイトに掲載したことにより、約400店ある掲載店の中でもトップクラスのアクセス数を誇るようになった。知名度は県内だ

けでなく県外でも飛躍的に上がっていった。

「このサイトを見てくれて来店する人がすごく多くなりました。あと、電話で問い合わせがあったときも、詳しくはこちらのサイトを見てほしいと言えるようになりました」(渡邊氏)

中小企業の支援は長いスパンが必要

このように玉置氏からネットを効率的に使うことをアドバイスされ、新商品の売り上げも順調に伸びていった。デパートなどの催事担当者からの問い合わせも多くなった。

ミラサポの専門家派遣制度の利用は、このネット活用に関するアドバイスの1回のみで終了した。

「今は軌道に乗っているもので、細かなアドバイスは特にしていません。ただ、次のステップとして、スタッフの育成を課題に挙げたいですね」と玉置氏は指摘する。

この考えは渡邊氏も同じで、事業を拡大するには新しい店舗を任せられるくらいの信頼できるスタッフを育てることが先決だと考えている。

「ネットで商品を販売するよりも、まずは店を大事にすることが重要。ここに来てくれる人を大切にしたい」と玉置氏はアドバイスする。

今回のミラサポの支援は1回のみ

専門家には少し不信感を持った。

このような専門家の派遣は、やはり相性が合うかどうかが大きなポイントになる。

「玉置さんは企業の応援団になる。中へ入り込んで、企業を愛してくれる。そしてネットでも発信してくれる。僕は8割の案件を玉置さんをお願いしている」と商工会の肥田氏も絶大な信頼を寄せている。

ミラサポについて玉置氏は、「コミュニティは自分の専門知識を営業する場ではなくて、みんなに役に立つことを発信することが重要」と苦言を呈している。

一方で「中小企業の支援は長いスパンで行う必要がある。けれど、近年の支援制度はころころと変わる。ミラサポはぜひ継続してほしい」と期待も寄せている。

〈ユーザー概要〉

扇屋製菓
静岡県賀茂郡南伊豆町下賀茂168-1
<http://www.f-koten.jp/shop/48>

〈支援機関概要〉

南伊豆町商工会
静岡県賀茂郡南伊豆町下賀茂208-3
<http://www.minamiizu.or.jp/>

ITコーディネータ

玉置久倫
<http://shindanshi.eshizuoka.jp/>

ミラサポ活用事例 ～中小企業支援の現状とミラサポ専門家としてのITコーディネータ～

女性の経営者と専門家をつなぐミラサポの支援制度

ーナチュラルフィーリングー

「心と身体と食」の サロンを原宿で開設

東京のJR原宿駅竹下口から徒歩3分。瀟洒なマンションの一室にあるのがインナービューティラボ「ナチュラルフィーリング」だ。室内には洗練された家具と小物、そして施術用のベッドが置かれ、とても落ち着いた雰囲気を醸し出している。

ここは2005年の開業以来、一貫して「心と身体への同時アプローチ法」にこだわり続けている女性向けのサロンだ。さらに2010年からは「食」に着目し、「心と身体と食」の3つにフォーカスしているという。

このサロンを経営するのは石河里絵子氏。自身の会社員時代、管理職という立場もあり仕事に関するストレスを常に抱えていた。しかも、父の介護をすることになり、心身共にパンク状態になり、パニック障害を起こすこともあった。

「結局会社を辞めることにし、それまで以上に父親の傍にいられるよ

うにしました。とても大変な時期ではありましたが、そのときに父の介護のための勉強もいっぱいしました。体のこと、そして心のことを」(石河氏)

そして、父親の死後はこのときに学んだことを生かす仕事をしようと思ひ、2005年にサロンを開設した。

「当時は心と体がリンクしているサービスはありませんでした。ストレスで悩んでいるときに私が受けたと思っているサービスは、きっと多くの女性も望んでいると思いました」と石河氏は設立の動機を語る。

開業後もさらなるサービスの向上を目指し、食や栄養療法についての見識も深めていく。心と体の問題には食も深く関わってくる。ネットで調べて栄養療法について学べる団体や医師などを探した。

「心療内科では食や睡眠に関することはあまり聞かれません。薬を処方してもらう程度なのです。けど、薬を飲むと眠たくなり、思考能力が落ちる。そうすると仕事がたまる。

なので、当時の私はあまり薬を飲まないようにしていました」(石河氏)

現在、サロンではアメリカ発の新感覚ボディワーク「トレガーアプローチ」やエドガー・ケイシー療法「ひまし油温湿布」を使ったセラピー、ヘッドマッサージなどのメニューを提供する身体のケア、ダイエットに最適な食事や身体に良いヘルシーな食生活をアドバイスする食のケア、そして「ライフスケジュール」メソッドを取り入れたカウンセリングを行う心のケアを柱に、働き盛りの女性の悩みに取り組んでいる。

ユニークなこれらのサービスは、女性誌などでも紹介され、30代、40代の女性を中心に顧客は増え続けているという。

女性の起業のための支援 相談は2,000件以上

一方、ITコーディネータの吉枝ゆき子氏は、女性の起業アドバイザーとして起業セミナーやネット集客についてのセミナー、HPの改善アドバイスなどを行っている。

もともとは大手ベンダーのシステム担当として、教育関連の業務を携わっていた。システム会社やコンサルタント会社を経て、2007年に横浜市で独立。そして、独立と同時期に「女性起業UPルーム」の専属ナビゲーターの職にも就いた。

女性起業UPルームとは、2007年6月に公益財団法人横浜市男女共同参画推進協会が、マイクロソフト、横浜市と協働で男女共同参画センター横浜内に設立した女性の起業に特化した支援施設のこと。吉枝氏は現在も週2日くらいはこの場所で女性の起業相談にのっているほか、起業したばかりの女性のための経営ノウハ



「ナチュラルフィーリング」石河里絵子氏(写真右)とITコーディネータの吉枝ゆき子氏

ウセミナーの企画や講師なども務めている。起業準備相談やHP診断などの相談はすでに2,000件を超えているという。

そして、吉枝氏は2014年5月、ITコーディネータの資格も取得した。

「ITとビジネスプランの両方をアドバイスできる専門家として、ITコーディネータの資格を取ろうと思いました」（吉枝氏）

ITコーディネータの資格は、自分をよく知らない人にも持っているスキルとノウハウを分かってもらい信頼してもらうための肩書きになっている。また、セミナーの講師をする際も、やはり資格があったほうがいいと感じているという。

さらに「ミラサポなどの派遣制度の専門家に登録する際にも、ITコーディネータの資格は役に立ちました」と吉枝氏は言う。

無料で訪問相談が可能な ミラサポを利用

そんな石河氏と吉枝氏の出会いは、2012年に東京の武蔵小山創業支援センターで開催された「HP集客セミナー」だった。

サロンをさらに魅力あるものになりたいと考えていた石河氏は、さまざまなセミナーに積極的に参加していたが、このHP集客セミナーで初心者にも分かりやすく、理解しにくいテクニカルな話を柔らかな口調で分かりやすく説明する講師にとても信頼性を感じたという。その講師が吉枝氏だった。

吉枝氏がホームページについてかなり詳しい見識を持っていると感じた石河氏は、横浜市の女性起業UPルームを訪ねた。

「横浜まではちょっと遠かったのですが、ぜひ吉枝さんにお目にかかり、お話しをしたかったです」（石河氏）

石河氏はサロンのホームページをWordPressというブログシステムを

使い自身で作成・更新していたが、リニューアルをしてさらにアクセス数をあげたいと考えていた。

女性起業UPルームが実施している「ホームページ診断」のプログラムを2回受け、その後は有料のメール相談に切り替えた。

そんなときに、吉枝氏から「ミラサポ」を紹介された。

「ミラサポのサービスを使えば、無料で訪問相談を受けることができると吉枝さんに紹介していただいたのです。メールの相談でもささいな問題は解決しますが、やはり実際にお会いしてふだん疑問に思っていることや、改善すべきポイントなどをうかがいたかったのです。ですから、すぐにミラサポに登録しました」と語る石河氏。登録の仕方が分からなくて最初は少しつまづいてしまったそうだが、何とか登録もでき2014年2月に訪問相談が実現した。

登録が少ない 女性の専門家

吉枝氏はホームページのリニューアルにあたり、「検索エンジンからのアクセスを増やすこと」と「HPにアクセスしてきたお客様によりサロンの魅力がわかりやすく伝わること」の両面から改善アドバイスをを行った。具体的にはサロンメニューの見せ方や検索エンジン対策、顧客視点に立った写真や説明文の充実などである。このようなサロンの場合、利用を検討されている人は具体的なサービスメニューをネットで検索をするので、ホームページにもそれをきちんと打ち出す必要があると考えたのだ。それまでは「心と体と食」というコンセプトは出していたが、具体的なメニューの語句が少なかったため、検索に引っかかりにくかった。なので「ひまし油温湿布」「トレガーアプローチ」「ヘッドマッサージ」というキーワードを全面に打ち出したリニューアルを提案した。

「検索される具体的なキーワードについての知識がなかったので、目からウロコでした。実際に会って話を聞くのは、メールのやり取りとは全然違います。画面を見ながら説明を受けることもでき、とても分かりやすかったです。一気にいろいろなことを聞けました」と石河氏は訪問相談のメリットを語る。

アドバイスをもとにホームページの改善の取り組みをしたところ、HPを見て石河氏のサービスを求めて予約をしてくる新規の顧客が確実に増えたという。HPをより集客できるツールとして発展、活用していくために、ぜひ今年度も訪問相談を受けたいという。

一方、吉枝氏はミラサポのサービスをどう捉えているのだろうか。

「女性の起業家や経営者の方には専門家のアドバイスを受けてくても予算が少ない方もいらっしゃるの、無料で専門家派遣のサービスを使えるミラサポはとてもいいシステムだと思います。あと、ミラサポはIT関連以外にも税務や知的財産などあらゆる専門家の派遣を受けられるので、どんな相談をどこにしたらいいか迷っている人にも最適だと思います」（吉枝氏）

ミラサポに登録している専門家には女性が少ないので、吉枝氏のもとには遠方からも依頼が来るという。特に地方では女性の専門家の数が少ないので、ミラサポのサイトを見て連絡してくるケースも多いという。「私が行ける範囲であれば、喜んでうかがいます」（吉枝氏）

〈ユーザー概要〉

インナービューティラボ 自然療法サロン
「ナチュラルフィーリング」
東京都渋谷区千駄ヶ谷
<http://naturalfeeling.jp/>

ITコーディネータ

ソフィットウェブプランニング 吉枝ゆき子
<http://www.sophit.biz/>

ミラサポ活用事例 ～中小企業支援の現状とミラサポ専門家としてのITコーディネータ～

商工会議所会員の情報化促進にITコーディネータを活用

ートータルサロンAnge (アンジュ)、竹原商工会議所ー

タブレットを導入した 巡回指導で全国的に知られる

瀬戸内海に面する広島県竹原市は、人口3万人弱の小都市。古くから瀬戸内の交通の要所として栄えてきた。また、“安芸の小京都”と呼ばれ、2000年には国土交通省によって町並地区が「都市景観100選」に選定されている。

創立60年以上を誇る竹原商工会議所は、地元の会員企業の振興を図るとともに、地域の繁栄と社会一般福祉の増進に貢献を続けている会議所である。この竹原商工会議所は、タブレットを使った巡回指導をいち早く取り入れたところとしても知られ、全国の商工会議所へ“竹原モデル”として紹介されているほどだ。

このタブレット導入を積極的に推し進めたのが、中小企業振興課で経営指導員を務める田中雅一氏。田中氏は日中はほとんど会員への訪問のために外出しているので、外にいても所内と同じような環境にしたかったというのがタブレットを導入したきっかけだ。タブレットにはいろいろな資料を入れられるので、すぐに

調べて会員へ見せたり さらに会員のニーズを拾うアンケートを取ることでもある。タブレットの導入後は訪問件数も増え、年間1200～1300件を数えるようになった。この数字は全国でもトップクラスだという。

さらにタブレットを持参した巡回指導は会員の興味も引くことになり「会員の中にはキーボードが苦手なためパソコンを持っていない人もいるのですが、タブレットを持参し操作デモを行うだけで多くの人が興味を示してくれた」と田中氏は語る。興味を持ってくれた会員には、タブレットの導入提案から操作指導まで支援を行い、これまで約80台の導入実績がある。

田中氏はさらに2012年ころからWi-Fiの設置やタブレット支給など、商店街の情報化事業を推し進めた。

ITコーディネータの紹介を 協会に要請

この商店街の情報化事業は、より専門的な立場の方からの助言が求められるため、田中氏は上部団体である日本商工会議所からITコーディネータの活躍のことを聞き、ITコー

ディネータ協会を通じて専門家を派遣を依頼した。

そのときに協会から紹介されたのが、広島市のITコーディネータ、福田哲史氏だった。

福田氏はITコーディネータの資格を取ったのが2012年の9月で、この商工会議所が最初の仕事となった。SNSのセミナーの講師や、無料経営相談会の相談員といった業務だった。

「田中さんがITに詳しくて、どんどん話を進めていくのです。最初はそのフォローや、具体策の提案などでした」（福田氏）

福田氏は最初は勉強のつもりで商工会議所の仕事に関わっていたが、その後いろいろな案件に携わり実績を積み重ねていった。今では多くの商工会議所から派遣の要請が来るまでになった。

売上管理、顧客管理を タブレットの画面上で

竹原市で「トータルサロンAnge」という女性の顔剃りやエステなどの専門店で勤務する藤川幸子氏。藤川氏の会社はこの他にも、理髪店や男女問わず利用できるユニセックスヘアサロンを営んでいる。竹原商工会議所とは古い付き合いがある。

藤川氏は高校時代に情報処理を学んでいたということもあり、SNSビジネス活用セミナーに積極的に参加するなど早くからITを活用した経営戦略を行っていた。自社Webサイトの一部更新を自らが行うだけでなく、ブログやFacebookなどでの情報発信も意欲的に行っている。また、オリジナル美容保湿クリームや、洗顔石けんなどの自社ブランド製品もサイトで紹介し、通信販売も行っ



(写真左から) 竹原商工会議所 中小企業振興課 田中雅一氏、「トータルサロンAnge」 藤川幸子氏、ITコーディネータ 福田哲史氏



楽天市場の「田中百貨店」
http://www.rakuten.co.jp/tanaka-dept/

ている。

藤川氏の店舗では理美容サロン専門のPOSレジを使っていたが、消費税改正による税率変更のシステム対応がうまくいかず、急に使えなくなってしまった。新しいレジを買うには100万円くらいかかる。パッケージソフトのような多くの機能は必要ないが、手書き等のアナログ顧客管理では到底管理しきれないので、なんとかITを活用した別の形での顧客管理を行いたいと考えていた。

そこで藤川氏は、今年の3月に竹原商工会議所の田中氏に相談。田中氏は無料で専門家に相談できる「ミラサポ」の利用を勧めた。

専門家にはITコーディネータの福田氏を選ばれた。藤川氏の相談内容は、市販のデータベースソフトをカスタマイズし、タブレットをPOSレジ代わりに活用できないかということだった。そして、タブレットの画面上で売上管理だけでなく、来店記録や誕生月の確認などの顧客管理を行いたいと希望もあった。

どの客が最近来店していないのか、また誕生月はいつなのかがすぐに分かれば、DMを送付するなどのアクションをタイミングよく起こすことができる。見たい情報をすぐに確認できるようにする“見える化”は、より良い経営のための重要なポイントになる。

ITコーディネータになって間もない福田氏は、それまでこのデータベースソフトを使ったことなく、書

籍などで必死に勉強したという。そして、相談から1カ月もかからぬうちにこのカスタマイズに応えられるようスキルを習得し、操作指導やデータベース構造の作成を支援した。

「顧客の情報をきちんと管理することができ、とても満足しています。最初は誰に相談してよいのかも分かりませんでした。ミラサポの制度を活用することで、気軽に専門家に相談できるようになったことは大きなメリットです」(藤川氏)

商品の販路拡大のために 独自のネットショップを開設

竹原商工会議所では、これまでミラサポの専門家派遣のシステムを使って30件ほどの案件を処理している。このようにデータベースソフトのカスタマイズという案件は特殊で、Webサイトの活用や構築相談についての派遣が多いという。

地域での商売には限りがあり、新たな販路として外部販路を開拓する必要がある。販路の開拓には外部への自社PRが欠かせない。そのためにはまず、Webサイトの構築やSNSを使った情報発信が不可欠となる。

竹原商工会議所では1月1回、情報化(IT)に関する無料相談会を開催しており、福田氏も情報化の専門家として相談に応じている。そして、この相談会で解決できないような案件については、3回まで専門家を派遣できるミラサポのサービスを会員に勧めるというモデルケースができあがっているという。

ミラサポについて竹原商工会議所の田中氏は「福田さんとはミラサポの専門家登録によって、きちんとしたビジネス的なお付き合いを始めることができるようになりました」と、ユーザーだけでなく、専門家や支援機関にもメリットがあると語る。

現在、ミラサポを使った福田氏への相談には、ものづくりに関するものが多いという。Webサイトの開

設など情報発信に関してはITコーディネータが相談に応じるが、例えば2回目はデザイナー、3回目はカラーコーディネーターなど、複数の専門家でのサポートするという「チーム型支援」も有効だと福田氏は考えている。

さらに、小規模事業者にとっては販路の開拓が一番の課題になっているという。

「商品を作ってはみたものの、ネットで検索しても引っかからない。それでは首都圏バイヤーの目を止め、興味を持ってもらうことができません」(福田氏)

ミラサポでものづくりの職人たちを支援をしていくうちに、その課題に対応したいという思いが強くなった。そして、福田氏は職人たちの商品を送料無料で販売するショップ「田中百貨店」を9月に楽天市場に開設した。

竹原商工会議所の田中氏は、今後のミラサポについては「職員では対応できないご相談については、この専門家派遣のシステムはとても有用です。これからもぜひ続いてほしい」と期待をしていると言う。

さらに「情報化の案件については今後もITコーディネータにお願いしたい。ITコーディネータは、商工会議所会員の情報化活性に向け共に活動するパートナーです」と福田氏にも全幅の信頼を寄せている。

〈ユーザー概要〉

有限会社 藤川 トータルサロンAnge (アンジュ)
広島県竹原市下野町3255-1
http://es-ange.com

〈支援機関概要〉

竹原商工会議所
広島県竹原市中央5-6-28
http://takecci.net/

ITコーディネータ

IT Compass 代表 福田哲史
http://it-compass.jp/

ミラサポ活用事例 ～中小企業支援の現状とミラサポ専門家としてのITコーディネータ～

広くユーザーに知ってもらえるように徹底的な告知を

— 美食工房 花、石狩商工会議所 —

「望来豚」が看板メニュー 石狩市の食事処

北海道は例年になく雨の多い夏だった。

9月には石狩地方に「数十年に一度」の災害に警戒を呼び掛ける大雨特別警報が出された。札幌市には一時、市内の約35万世帯、約70万人に避難勧告も出された。

取材班が石狩市を訪れた9月上旬も10日ぶりの雨となり、肌寒い一日となった。

訪問したのは、石狩市役所にほど近い場所に2000年8月にオープンした「美食工房 花」という食事処。地産地消をモットーに、できる限り地場産の旬の食材を使うように努めた料理の数々が自慢の店だ。特に石狩産小麦100%使用の麺を使った「石狩鮭醤油らーめん」や、石狩市厚田区で育った「望来豚」(もうらいとん)のスペアリブ丼やハンバーグなどが好評だ。望来豚は脂肪に甘味があり、深いうまみと柔らかな肉質を持つと評判の高級豚肉。一般にはあまり出回っていないため、望来豚の料理は

この店の看板メニューとなっている。

「30年以上両親がやっている「厚田亭」という店は、冬は雪が深くて商売できない時期があるんです。一年中営業できる店がほしかったのが、この店を始めるきっかけでした」(女将の山本由美子氏)

開店して14年以上になるが、今では石狩市ではかなり有名な店になり、市内だけでなく札幌市の客も多いという。

山本氏が会員になっているのが石狩商工会議所。石狩市は札幌市の北に隣接している自治体で、人口は約6万人。かつてはサケなどの漁業が盛んだったが、戦後は札幌市のベッドタウンとして発達してきた。また、日本海に面した石狩湾新港や工業団地を有しているため、製造業、運送業、食品加工業なども盛んだ。本社が道外にあり工場が石狩市にあるケースも多い。商工会議所の会員数は860を数える(平成26年9月現在)。

山本氏は3、4年前に店のホームページのリニューアルを検討していた。飲食店なのでメニューが変更になることは多いが、それを自分では

変えることはできない。大幅な変更だと何十万円もかかると言われたという。何とか自分で更新ができるようにしたかった。

山本氏は北海道石狩振興局主催の「農商工連携セミナー in 石狩」に出席し、その会場に設けられていた無料相談コーナーでその悩みを打ち明けた。そのときに相談に乗ったのが、ITコーディネータの阿部裕樹氏だった。

「みんビズ」「ミラサポ」で サイトをリニューアル

阿部氏は「みんビズ」(みんなのビジネスオンライン)のサービスを利用したりリニューアルを提案した。そして、「中小企業支援ネットワーク強化事業」を使った専門家派遣を商工会議所がアレンジ。阿部氏の訪問は3回行われ、ホームページのリニューアルが完成した。

ただ、このホームページには「美食工房 花」と「厚田亭」の両方が掲載されており、客層が違うため独立したページのほうがいいのではないかと徐々に思い始めていった。厚田



「美食工房 花」女将 山本由美子氏



石狩商工会議所 主事 菊池孝一氏



ITコーディネータ 阿部裕樹氏



亭のほうは、墓地公園の中にあるため比較的年齢層は高く、また雪の深い冬期は休業することも多い。2つの店はターゲットはまったく異なっていた。

無料で専門家に支援を受けられる「ミラサポ」のことは、山本氏は石狩商工会議所からの案内で知っていた。そこで、今年の1月にミラサポの支援を依頼した。そして、専門家としてITコーディネータの阿部氏を再び指名した。

Web関連の支援が多い阿部氏には「いい加減なホームページは、その会社・店の信頼を失う」という持論がある。ホームページがいい加減だと、サービス、商品にも悪いイメージが持たれる。おしゃれで格好良くなくてもいい、ユーザーの求める情報をきちんと発信できるような、手抜きをしないホームページにこだわりたいというのだ。

そして、そのポリシーのもと、今回も3回の訪問を行い、「美食工房花」と「厚田亭」を切り離したホームページのリニューアルが完成した。

「とても満足しています。リニューアル後にホームページを見てくれるお客様が多くなりました」(山本氏)

さらに阿部氏はSNSの活用方法も指導。山本氏はFacebook開設後は、その週のランチメニューを掲載する

など、常に新しい情報を発信することに務めた。

昨年度の利用は31件 今年はそれを上回る勢い

石狩商工会議所では、ミラサポのシステムを使った専門家派遣を昨年からスタートさせている。昨年度の利用件数は31件で、今年度はすでにその件数を上回っている。

ミラサポの窓口になっているのは、今年4月から指導課へ配属になった菊池孝一氏。日ごろは会員への巡回指導を行っているほか、主に建設関連会社などの会員のための労働保険の担当者にもなっている。

ミラサポを会員に勧める理由について菊池氏は、「どのように改善したらよいのかわかっていなかったり、問題を整理できない企業が、課題に向き合うことを後押しする支援制度だと思います」と語る。

ミラサポの専門家派遣を利用するのは飲食店や小売店が多いというが、石狩商工会議所ではITコーディネータのほか、中小企業診断士、社会保険労務士、カラーコーディネーターなどをミラサポの専門家として推薦しており、さまざまな案件に対応している。また、菊池氏はミラサポのメリットとして、他の派遣制度が1回しか行えないのに対して、3回

まで実施できる点を挙げている。

同時に菊池氏は「会員登録がもっと簡単にできるといいですね。面倒だといって登録を諦めてしまう方もいます。そのような方には我々が個別で、登録の方法を指導しています…」と、会員登録方法の改善も希望している。

ITコーディネータの阿部氏もミラサポについて、「知名度をもっと上げてほしい。支援してほしい人は多いが、この制度はあまり知られていない。それには支援機関の役割も大切。まずは支援機関が理解し、それを会員に広めるというプロセスが重要」と語る。さらに、解決した事例がもっと多く掲載されていると、さらに使ってみたくなるユーザーが増えるだろうと言う。

ユーザーの山本氏も「ミラサポでは1回6時間まで相談を受けることができますが、6時間費やせる経営者はなかなかいないと思います」と語る。短くてもいいが、回数が多いほうがいいと言う。

石狩商工会議所の菊池氏は「重要な対策支援事業なので、来年度以降も続けてほしい」と語り、ミラサポの説明会や研修会などを開き、この制度を周知させるように努力したいという。

そして、ITの環境が整っていない会員に対してもファクスで告知するなど、今後もミラサポを積極的に推し進めていきたいという。

〈ユーザー概要〉

美食工房 花
北海道石狩市花畔3-1-12-1
<http://www.ishikari-hana.jp/>

〈支援機関概要〉

石狩商工会議所
北海道石狩市花川北6条1-5
<http://www.ishikari-cci.or.jp/>

ITコーディネータ

有限会社ブレインズ・ワン 代表取締役 阿部裕樹
<http://www.brainsone.com/>