

経営改善事例

『販路開拓支援および経営改善計画の策定を通じた改善事例』

経営支援前の企業の状況

C社は繊維産業が集積する地域にあり、インナー製品（女性用下着等）のレース素材などの製造において高い技術力を有していましたが、中国を始めとする海外の安価な製品に押され販売単価が下落し、売上高の減少や営業赤字の発生が続いていました。また、C社の製品は繊維商社を通して大手下着メーカー等へ納品していましたが、新規の営業活動が不足していたため従来の取引先への依存度が高まり、不利な販売条件についても受け入れざるを得ない状況にありました。

経営支援概要

C社は製品の差別化として、自社技術を活かした新製品を開発しましたが、その販路開拓が課題でした。そこで、新製品をPRする場として当金庫が主催するビジネスフェアへの参加を斡旋し、参加していた（独）中小企業基盤整備機構へ橋渡しをして、「販路開拓コーディネート事業」の利用への道筋をつけました。その上で、経営改善支援先として企業の問題点や今後の課題等を調査して経営改善計画書を策定しました。また、新製品生産等のための設備資金を新規に融資しました。

経営支援後の企業の状況

販路開拓コーディネート事業による専門家の援助を受けながら、代表者自らが精力的に取引先の開拓を行った結果、百貨店や中堅ドラッグストア等の新規取引に結びつき、新製品の開発によるアイテム数の増加を通して更に取引に厚みを持たせる取組みを行っています。

販路開拓コーディネート事業等を通して代表者が身につけた営業ノウハウは同行訪問等を通して営業人材の育成に役立てています。

一方で、取引条件が不利であるなど、問題を認識しながら実行できなかった取引先の見直しを行い、収益力が向上しました。また、こうした改善によって既存の従業員の雇用を維持できています。

経営支援前と比較して売上高が24%増加、営業利益が31%増加しました。受注高は現在も順調に増加しています。C社とは、経営改善計画の進捗状況のモニタリングや売上増加に係る追加融資などを通し、良好な取引関係を続けています。