

これは見本です —— 無料の初回相談のあとに、こういう資料をお送りしています

60分お話を伺ったうえで、現状の整理・強み・打つべき手の順番・使えそうな補助金までを2枚にまとめてお返ししています。その形をご覧くださいのための見本です。登場する「有限会社 山ノ下味噌店」は**実在しない架空の企業**で、数字・販路・お悩みもすべて説明のために設定したものです。

初回相談（60分）と、事前に拝見した
ウェブサイトをもとに作成
2026年8月 作成：富田 浩章
経済産業大臣登録 中小企業診断士

経営方針メモ

有限会社 山ノ下味噌店 様 （架空の企業です）

1 会社概要

創業	1928年（現社長で4代目）
事業・規模	味噌の製造・販売／従業員4名（社長・専務・製造2名）／年商 約4,800万円
主力商品	木桶天然醸造 米味噌 600g／540円（税込）
主な販路	地元スーパー・道の駅／直売所／業務用卸／自社EC

2 初回相談でお伺いしたこと

- 地元スーパーでの動きが、数年前と比べて鈍くなってきた。
- 直売所とECのお客様は、繰り返し買ってください方が多い。
- 業務用の卸は数量は出るが、手応えとして利益が薄いと感じている。
- 主力の味噌は、15年ほど価格を据え置いている。
- 製造は4名でほぼ手一杯。繁忙期は社長も仕込みに入っている。

3 御社の強み

内容		なぜ強みなのか
木桶・天然醸造	木桶で1年かけて醸す製法を、創業から続けている。	木桶を使う蔵は全国でごくわずか。資金でも設備でも真似のできない資産です。
地元契約農家の大豆	原料大豆を地元の農家から直接仕入れている。	産地・つくり手・製法が一本の物語としてつながります。ふるさと納税と百貨店で最も求められる要素です。
4名という規模	社長が原料調達から仕込み・出荷まで全工程を把握している。	仕様の変更も価格の判断も、その日のうちに決めて動けます。

4 取り組みたいテーマ

- 地元スーパーへの依存を薄め、全国のお客様に届く販路をつくる
- 同じ味噌が「贈りもの」として選ばれる商品の形を整える
- 販路が育ったところで、主力商品の価格と卸の条件を見直す

5 方針：まず「売る場所」を増やします

いま必要なのは、売上そのものを増やすことです。ただし地元スーパーの棚を取り合うのではなく、ふるさと納税と百貨店という「まだ立っていない売場」に出ていきます。

- 地元スーパーの落ち込みは、御社の商品の問題ではなく、その売場に来るお客様の数が減っているためです。
- 一方で、同じ味噌が「日用品」ではなく「ご当地の贈りもの」として扱われる売場があります。そこでは、同じ1本に払われる金額が変わります。
- 仕込む手間は、どの売場に出しても変わりません。ならば、1本あたりに残る額が大きい売場を増やすのが先です。

売る場所	お客様が払う額	御社に残る額（600g相当・仮試算）
地元スーパー（卸）	540円	約320円
直売所・自社EC	540円	約540円
百貨店の催事（ギフト箱）	2,000円	約1,400円
ふるさと納税（返礼品）	寄付 10,000円	約3,000円

仮試算です。卸掛率6割、百貨店の歩率3割、ふるさと納税の返礼品調達費は寄付額の3割上限と仮置きしています。

6 ご提案する打ち手（優先順）		
内容		時期
① ふるさと納税への 返礼品登録	まず自治体の窓口に、返礼品の募集時期と要件（地場産品基準、賞味期限、配送方法）を確認します。自治体が寄付を集めて送客までしてくれるため、御社の販促費はほぼかかりません。全国のお客様と接点を持つ、最も費用対効果の高い一歩です。まずは1万円・3万円の2セットから。	1～3ヶ月
② 贈答用の仕様を 1つ整える	①と同時に進めます。300g×2本の化粧箱入り、のし対応、賞味期限の表示を整えるだけで、ふるさと納税にも百貨店にもそのまま出せる形になります。木桶・天然醸造・地元大豆を、箱の面で一目で伝わるようにします。	1～3ヶ月
③ 百貨店の物産展・ 催事に出る	②ができれば、地元百貨店や全国の物産展に応募します。催事は数日単位で、試食で違いが伝わる商品と相性が良い売場です。ここで「2,000円で買っていただけた」という事実が、そのまま次の交渉材料になります。	3～6ヶ月
④ 価格と卸条件の 見直し	新しい売場が育ったあとで、主力商品の価格と、利益の薄い卸の条件を見直します。順番が逆になると、根拠のない値上げになってしまいます。	6ヶ月～

7 活用できそうな補助金			
補助金	対象になる打ち手	規模の目安	優先
小規模事業者 持続化補助金	②の化粧箱・ラベルの製作、③の催事出展費と什器、自社ECの改修	補助上限50万円 補助率 2/3	高
IT導入補助金	ふるさと納税と催事で増える受注・在庫管理のクラウド化	補助率 1/2～3/4	中
ものづくり補助金	販路が育った先の、充填機・包装機の導入	750～1,250万円程度	低

まず狙うのは持続化補助金です。従業員5名以下は小規模事業者に該当します。販路開拓そのものが対象の補助金なので、打ち手①～③を「木桶天然醸造の味噌を、贈答市場と全国に広げる」という一本の計画にまとめれば、そのまま申請書になります。

8 まず、この1ヶ月ですること	
—自治体のふるさと納税担当窓口に、返礼品の募集時期と登録要件を問い合わせる —贈答用の仕様（内容量・箱・のし・賞味期限）の案を決める —持続化補助金の次回公募スケジュールを確認し、逆算で準備に入る	

9 このあと、一緒にできること	
内容	
スポット相談	単発で論点を整理したいとき。返礼品の組み方、催事の応募書類、商談資料への意見出しなど、その都度ご相談いただけます。
継続的な伴走	月に数回のやりとりで、打ち手①～④を計画から実行まで一緒に進めます。決めたことが動くところまでお付き合いします。
補助金申請支援	持続化補助金の選定から事業計画の設計、申請書類の作成までを一貫して担当します。採択されて終わりではなく、そのまま実行に移せる計画として書きます。

費用は支援の範囲と期間によって変わるため、個別にお見積りします。

まずは、話を聞かせてください。

何に困っているのが整理されていなくても構いません。オンラインで60分ほど現状を伺い、このメモの形でお返しします。初回のご相談に費用はかかりません。

tomita-shindanshi.netlify.app

富田 浩章 | 経済産業大臣登録 中小企業診断士 大手食品メーカーでスーパーマーケット向けの営業を5年
菓子・調味料・惣菜・加工品・飲料など、こだわりの商品をつくる中小のメーカーの方からご相談をいただいています。

※ 本資料は見本であり、登場する企業・数字・お悩みはすべて架空のものです。実際の支援では、初回相談で お伺いした内容と事前に拝見した公開情報をもとに、同じ形式でお作りします。数字は一般的な水準を仮置きするため、実際の決算書や販売データを拝見すると優先順位が変わることがあります。補助金は採択を保証するものではありません。