

ライフステージに応じた支援について (事業承継・販路拡大)

「再チャレンジ支援・事業承継支援に関する地域ワークショップ」
2017年7月26日 於:日本銀行 福島支店

TOKYO  SHINKIN
東京ベイ信用金庫



今日のテーマについて

- 弊金庫における事業承継事例について
- 弊金庫取引先の販路拡大の支援について

東京ベイ信用金庫の概要



- 本店所在地 : 千葉県市川市
- 店舗数 : 27店舗
 - 千葉県内 : 21店舗
 - 東京都内 : 6店舗
- 営業区域
 - 千葉県
市川市、浦安市、船橋市、松戸市、
柏市、流山市、野田市、我孫子市他
 - 東京都
江東区、江戸川区他
- 平成29年3月期
 - 預金残高 : 5,014億円
 - 貸出残高 : 3,074億円
 - 自己資本比率 : 9.88%
 - 当期純利益 : 20億円

私たちの住んでいる街


- 同規模の地方都市
 - 千葉県市川市(人口約48万人)
 - 神奈川県横須賀市(人口約42万人)
 - 埼玉県川口市(人口約50万人)
 - 東京都町田市(人口約42万人)
- 東京23区
 - 世田谷区(人口約83万人)
 - 江東区(人口45万人)
 - 新宿区(人口28万人)
- 東京のベッドタウンとして開発
 - 昭和後期の住居が多く、耐震構造の住居が少ない
 - 核家族が増え、独居老人世帯が多く居住している





弊金庫における事業承継事例について



「信金中央金庫」「千葉県事業引き継ぎ支援センター」との 連携による事業承継事例

- 
- 平成28年6月:原材料が足りない
 - 金庫内情報マッチング→信金中金情報マッチング
 - 山形信金・長野信金の農家を紹介→平成29年の収穫物から買取確約

- 
- 工場の機械故障→修理に多額費用・本人65才→事業の売却を検討
 - 千葉県事業引き継ぎ支援センター訪問相談

- 
- 事業性評価→1番商品利益率大→あと3年継続
 - 2番商品→この商品のみ事業売却→取引先買取条件→売上の半分
 - 平成29年3月決断・契約→一括金＋指導料2年間

社長に直接伺いました①

今だから言える「気持ちの動き」を聞かせてください

- 平成28年6月:原材料が足りない
- まだまだやる気満々→東京ベイ信金よくやった→ようし、これで来年もいい商品つくって儲けちゃうぞ→すぐ行って話しつけてくるからな→紹介してすぐ訪問

- 工場の機械故障→修理に多額費用600万円
- そういえば最近→アイデアを進ませる考え方ができたけど面倒くさいな→前向きな気持ちになれないなあ→パソコンとか覚えるのがおっくうだなあ
- おれも65才→もしかして引き時なのかな→今まで店を閉めたり承継した先が気になる

- 自分を取り巻く環境を見回してみたら→すもも担当の従業員60才・介護したい申し出→長女は会社勤務・安定→次女は結婚・安定
- 費用と事業とのバランス→売却を意識・検討

社長に直接伺いました②

今だから言える「どんな難関が、、、」を聞かせてください

• 自らの気持ちを整理すること→本当にこの決断でいいのか

• 家族会議→妻の意見→妻の説得→自分の気持ちの力

• 事業引き継ぎ支援センターへ→すっきりした気持ち

社長に直接伺いました③

今だから言える「信用金庫の役割は？」を聞かせてください

- 自分の気持ちを決めるまでは、家族にも相談できない
- ひとりぼっちで迷い、気持ちが揺れる
- 決まらない、決められない、決断しなくちゃならない

- 迷っているときに話を聞いてもらいたい
- ちょっと遊びに来て、かまってくれるだけでも、支えになる
- 気持ちを整理するとき相談に乗ってくれるところでいてほしい

- 「事業の引き継ぎ」については、以前から考えていたんだ
- 一番大変だったのは「家族会議」だったな
- 今までのいろんな気持ちが入るからね、「家族会議3回もしたよ」
- それでようやくなんとかかって感じだけど、女房も理解してくれたよ

「スモモちゃん」(みやま食品工業)の事業譲り受け

遠藤食品



左から遠藤社長、深山社長

品工業担当者の退職による後継者問題等の理由もあった。遠藤社長は「スモモちゃんというブランドを残していきたいという深山社長の思いを引き継ぐことはありがたい。事業譲渡の話があったとき、あの『スモモ

遠藤食品(株)栃木県佐野市、遠藤栄一社長)は6月5日、記者会見を開き、(株)みやま食品工業(千葉県我孫子市、深山喜一社長)から「スモモちゃん」の事業を譲り受けたことを発表した。

8月下旬から9月上旬に同品をリニューアル発売する。7月6日には「ころころ小梅」を新発売し、漬物と駄菓子関連の新規事業展開により、さらなる販売強化とシェア拡大を図っていく。

「スモモちゃん」の製造・販売に関わる事業譲渡が正式に決まったのは3月31日で、酢漬事業における共通点、みやま食

「スモモちゃん」を私どもで作れることは、大変嬉しいこととすぐに返事をした。ブランドを継承することは、今までの「スモモちゃん」の歴史にこれからの歴史を積み上げていくということであり、その責任の重みを感じている。スモモの収穫期間は限られており難しいところはあるが、私だけでなく遠藤食品がスモモのブランドとして、前向きに取り組んでいこうと決め3月から準備をしてきた」と

語った。深山社長は「遠藤食品さんはチラーを持っていて、一番理解しやすい。ただけると思い譲渡した。業界にとっても円満な事業譲渡ができる事例として参考にしていた。きたい」と語った。

「スモモちゃん」のデザインに大きな変更はなく、仕入先も深山社長の紹介を受け、6月下旬には原料を入荷し漬け込みを開始する。昔ながらの伝統を守るため、同商品のイメージを極力残して製造していく方針だ。

また、7月に新発売の「ころころ小梅」は、「スモモちゃん」が発売されるまでの期間に新製品ができたという深山社長

の助言や指導もあった。1袋40gの規格で販売していく。

従来品の紅小梅LL100gをベースに塩分を抑えて甘味を強くし、お菓子感覚で食べられる味付けにした。

漬物のイメージから駄菓子・スナック・珍味感を強くし遊び心のあるデザインに、種があるため種を出してもらおうイラストを加え、可愛らしさを強調する。

チャック式の袋を使用しているため、開封後も食べきれなければ封をして持ち歩け、食べたい気分のときに味わえる。

(竹本直司)

平成29年6月12日付 食料新聞記事



遠藤社長と深山社長

「スモモちゃん」営業権を継承

遠藤食品 新製品「ころころ小梅」も発売

遠藤食品株式会社（遠藤栄一社長、栃木県佐野市）は5日、東京都中央区の東京営業所で会見を開き、株式会社みやま食品工業（深山喜一社長、千葉県我孫子市）から駄菓子・酢漬「スモモちゃん」の営業権を譲り受けたことを発表。駄菓子屋、菓子売場での販売を予定しており、菓子業界への本格的進出、販路拡大を視野に入れている。

会見には遠藤社長と深山社長が出席。営業権譲渡の経緯や今後のスケジュール、遠藤食品の新製品「ころころ小梅」発売についての説明も行われた。営業権譲渡は3月に両社間で合意し、5月に契約を結んだ。「スモモちゃん」の製品開発に関しては、4月にスモモ産地の確認、5月にデザイン及び設計の確認、6月下旬から原料入荷・漬け込みを開始し、8月下旬から9月上旬を目前に遠藤食品でスモモ商品を発売する予定だ。

深山社長は「機械設備の老朽化、後継者の問題、スモモ事業の担当者が定年で退職することなど複合的なことが起きました。『スモモちゃん』というのは一つのブランドであり、今回の譲渡を決めました。このような事例対象（事業継承）が同業の企業で今後出ると思う、今回の発表に至りました」と言葉を説明した。

みやま食品工業は昭和30年頃、東北から梅を仕入れていたが、スモモも一緒に買ってほしいという要望を受けて製品を開発。駄菓子屋に売り始めた。昭和47年には大手漬物問屋を取り引きを開始。スモモちゃん」のネーミングはこの時から始まっている。遠藤食品への譲渡には、深山社長と遠藤食品の遠藤栄会長との間に業界団体を通じて長年培った信頼関係があること、同じ酢漬メーカーである点、チャーシュー設備があることを考慮した。


遠藤社長は「ブランドをいただくということは、歴史をいただくということ。遠藤食品としては、スモモの営業権をいただきたいなら、スモモのブランドになる、前向きにやってみようと考え、3月から取り組みをスタートしています。『スモモちゃん』のブランドを残していきたいという深山社長の想いを引き継いだことはうれしく、ありがたく思っています」と話した。


譲渡した後も、「スモモちゃん」の製造・販売が滞らなないように引継内容は多岐にわたる。原料仕入れに関しては、みやま食品工業の仕入先が遠藤食品に引き継がれる。また、販路・得意先情報も継承される。パッケージデザインなど昔ながらの伝統を守るために、イメージは極力残していく方針で、深山社長は指導・助言を行っている。


弊金庫取引先の販路拡大支援について



「商工会議所」「ヤフー(株)」との連携による 販路拡大支援事例

- 
- 売り上げが上げられない→景気が悪い
 - 来店客が少ない
 - 単価が落ちてる

- 
- ビジネスマッチングよくわからない→説明できない→1日お店を休まなくちゃならない
 - 売り上げ落ちたらやっていけない
 - 簡単な方法があれば、やってみたい

- 
- インターネットで販売したい
 - ホームページも持ってない
 - だいたい、やり方がわからない

ECの市場規模およびEC化率

図表 1-2 : BtoC-EC の市場規模および EC 化率の経年推移



出所: 経済産業省 平成27年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)

国内EC市場は引き続き成長傾向

おもてなしギフトの概要

「おもてなしギフトショップ」は横須賀商工会議所がYahoo!ショッピング上に開店したギフト専門店です。

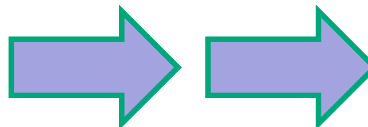


【他のネットショップとの違い】

- ・日本商工会議所、全国の商工会議所と連携
- ・ギフト専門店のため、安売りはしない
- ・店舗構築・運営に手間がかからない
- ・支援コーディネーターが出店を支援



- 店舗構築不要
- 店舗運営不要
- 入金管理不要
- 配送伝票作成不要
- 配送料管理不要



新しいネットショップの出店のカタチ

おもてなしギフトの課題解決

3つの課題の解決が重要！

時間がない

お金がない

スキルがない



おもてなしギフト

- 店舗構築不要
- 店舗運営不要
- 入金管理不要
- 配送伝票作成不要
- 配送料管理不要

- 会員年会費1万円(税別)
- 売れたら販売手数料負担
(7掛けで仕入れます)

(30%の販売手数料には、店舗構築費用、商品情報構築費用、クレジットカード決済手数料、ポイント付与原資、口コミ報酬、配送伝票印刷手数料、全国一律送料差額、販売促進費用、店舗運用費用を含みます)

- メールの送受信だけでOK

構築・運営に手間が不要！



■店舗構築不要

- 支援コーディネーターがヒアリングして、店舗ページを事務局が作成

■店舗運営不要

- 注文はギフトショップからメールで送信 (Webアプリ化を検討中)
- 販売促進、お客様対応は事務局実施

■入金管理不要

- 出荷分を月末締め翌月末入金

■伝票作成不要・配送料管理不要

- 注文翌日、ヤマト運輸が記入済配送伝票をお持ちします
- 配送料は事務局が一括で支払い

条件

商工会議所の会員または非会員であって事務局の審査に通った事業者であること

費用

会員 : 1万円/年 (税別)

※所属している商工会議所にお支払いください

- ・売上に応じた手数料(売れたら70%で仕入れさせていただきます)
- ・商品数は5商品まで(お試しセット(2,980円)もご検討ください)

販売価格

販売価格(税込、送料込) = 商品価格(税込) + 送料(税込)

振込価格(税込) = 商品価格(税込) × 0.7(70%)

※送料は、常温便(756円)、冷蔵、冷凍便(972円)で計算してください

※販売価格が3,000円以上になるようにしてください

※配達完了分の月末締め、翌月末銀行振込となります

※振込手数料は、おもてなしギフトショップが支払います

※販売手数料(30%)には、店舗構築費用、商品情報構築費用、クレジットカード決済手数料、ポイント付与原資、口コミ報酬、配送伝票印刷手数料、全国一律送料差額、販売促進費用、店舗運用費用を含みます

信用金庫<Face To Face> 「つなぐ力」を進化させる



- 「この街と生きていく。」
 - 身の丈・地域ニーズにあった取組み
- 「事業性評価」への取組み
- 「地域が主役」
 - 「まち」・「ひと」・「しごと」を「地域の総合力」でつなぐ
 - 「連携」して「力」にする

TOKYO BAY SHINKIN

地域が主役

「この街と生きていく。」

「まち」をつなぐ

「ひと」をつなぐ

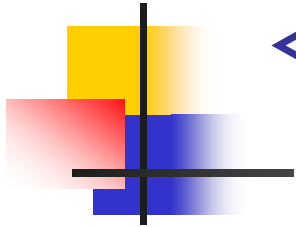
「しごと」をつなぐ

「地域の総合力」でつなぐ

東京ベイ信用金庫

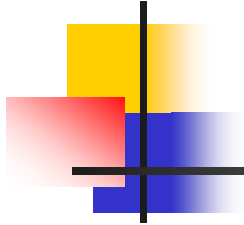
<http://www.bayshin.co.jp/>

地域社会を「つなぐ」 ＜産官学金労言＞の結集



地域住民と一体感を持った地域社会の構築





ご清聴ありがとうございました

<連絡先>

東京ベイ信用金庫 地域サポート部 市原

TEL 047-703-2119

e-mail chiikisupport@bayshin.co.jp

TOKYO BAY SHINKIN
東京ベイ信用金庫