

令和元年度会員事業所

補助金活用

支援事例集

伊達市商工会

令和元年度

# 補助金活用支援事例集の発行について

---

平成26年の小規模企業振興基本法成立以降、小規模事業者・中小企業への支援施策が数多く設けられています。

特に『持続化補助金』については平成26年以降、毎年公募があり、多くの事業所が制度を活用して経営力を強化しております。

伊達市商工会ではこれらの補助金申請支援を重点的に行うことにより、個社の活性化を通して、伊達市という地域全体の活性化の実現を目指しております。

このような経営計画策定の支援が実を結び、令和元年度に公募があった持続化補助金について、伊達市は県内88商工会のうちもっとも多い採択を受けるに至りました。

この事例集をご参考に、多くの事業所様が経営計画を策定され、事業の活性化を実現していただければ幸いです。

## 伊達市商工会

◆ 活用支援事例・補助金公募の情報は当商工会HPからもご覧ください。

URL <http://www.date-shokokai.jp/>

# 目次

(※本誌には掲載許可を頂いた事業所のみ記載しております。)

## 持続化補助金活用事例

- |              |          |     |
|--------------|----------|-----|
| ① ㈱ハチエー      | (不動産仲介業) | …6  |
| ② 昭栄堂菓子舗     | (菓子製造小売) | …7  |
| ③ テーラー山田     | (縫製小売業)  | …8  |
| ④ 石正         | (石材加工業)  | …9  |
| ⑤ 橘内畳店       | (畳製造業)   | …10 |
| ⑥ 森自動車       | (自動車整備業) | …11 |
| ⑦ 協和産業(株)    | (設備工事業)  | …12 |
| ⑧ シミズ砒油(株)   | (石油小売業)  | …13 |
| ⑨ ㈱阿部ニット     | (ニット製造業) | …14 |
| ⑩ カーサポートさぼてん | (自動車整備業) | …15 |
| ⑪ (有)佐藤自動車電機 | (自動車整備業) | …16 |
| ⑫ パーマはうすスイート | (美容業)    | …17 |
| ⑬ (有)富士加工    | (FRP製造業) | …18 |
| ⑭ 酒と味処かねと    | (飲食業)    | …19 |
| ⑮ (有)コスモ通信   | (製造業)    | …20 |
| ⑯ 食堂よしかわ     | (飲食業)    | …21 |
| ⑰ ㈱ヴィルタス     | (食品製造業)  | …22 |
| ⑱ 花季         | (生花小売業)  | …23 |
| ⑲ (有)八島食品    | (食品製造業)  | …24 |
| ⑳ クリスカ       | (菓子製造小売) | …25 |

## ものづくり補助金活用事例

- |           |         |     |
|-----------|---------|-----|
| ① 土屋工業(株) | (鉄骨工事業) | …28 |
| ② 橘内畳店    | (畳製造業)  | …29 |

## 伊達市の制度活用事例

- |             |       |     |
|-------------|-------|-----|
| ① (有)サイトウ商会 | (小売業) | …33 |
|-------------|-------|-----|

# 国の補助金活用で事業に活力を！

## 小規模事業者持続化補助金

小規模事業者が経営計画に基づいて行う販路開拓（新規顧客獲得）のための取り組みにかかる経費の一部を補助する制度です。

### 【 補助金額 】

- ・ 上限 50万円

### 【 補助率 】

- ・ 経費の3分の2

(例) 75万円の経費の場合、  
50万円が補助される。  
実質25万円で購入可能。

### <活用事例>

- ・ 機械装置
- ・ チラシ印刷、ホームページ制作
- ・ 店舗改装工事
- ・ 看板設置 など

伊達市での活用事例は5ページ  
以降をご覧ください。

## ものづくり補助金

中小企業・小規模事業者が取り組む生産性向上に資する革新的なサービス開発・生産プロセスの改善に必要な設備投資等を支援する制度です。

### 【 補助金額 】

- ・ 上限 500～1000万円  
※) 条件により異なります。

### 【 補助率 】

- ・ 経費の2分の1

※) 条件を満たす事業所は  
3分の2補助と  
補助率がアップします。

### <活用事例>

- ・ 超精密加工を実現する  
金属加工装置
- ・ 高精度かつオートメーション化  
を実現する機械装置 など

伊達市での活用事例は27ページ  
以降をご覧ください。

### <小規模事業者の定義>

卸売・小売・サービス業：常時使用従業員数 5名以下  
建設・製造・宿泊業：常時使用従業員数 20名以下  
の事業所

## 令和2年度から補助金申請の手続きには、 電子申請システムへの登録が必要になります！

令和2年度の経済産業省の補助金から、インターネットを利用して申請・届出をする方法が導入されます。この電子申請システムの利用には、

**各事業所ごとにID・パスワードの取得が必要となります。**

**ID・パスワードの取得には2～3週間要する**ため、申請をご予定・ご検討の方はお早めの取得手続きをおすすめいたします。

※持続化補助金についてはすべて電子申請となる見通しであり、書面申請ができなくなってしまうます。

**公募締切ギリギリにID・パスワードを取得しようとしても間に合わず、公募を諦めざるを得ない状態**になってしまいます。今後、自治体の補助金制度でもこのシステムの導入が予定されていますので、早期取得されることをお勧めいたします。

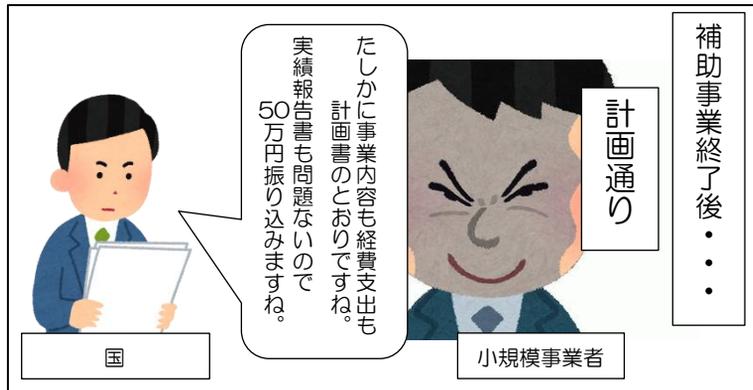
### GビズIDの登録方法

GビズIDのHP (<https://gbiz-id.go.jp/>) から『gBizIDプライム作成』をクリックし、申請書を作成。作成した申請書と印鑑証明を郵送します。承認後、メールでIDが送付されます。(約2週間かかります)

### 電子申請システム（Jグランツ）へのログイン

取得した「GビズID」を用いて「Jグランツ」のHP (<https://jgrants.go.jp/>)へログインすることで電子申請が可能となります。

# 図解！補助金申請のながれ



①持続化補助金は**販路開拓（新規顧客獲得）**のために必要な取り組みの費用を補助する制度です。

**補助率：3分の2**  
**上限：50万円**

申請にあたっては**経営計画書**の書類審査があります。

②審査の結果、「販路開拓が実現できる」と採択されると、採択通知が届きます。

採択通知が届いてから計画を実行しますが、**採択前に購入や支払いを行った経費は補助対象外**になってしまうのでご注意ください。

③提出した**経営計画書**のとおり**に事業を実施し、実績報告書を提出**します。

ここで計画通りに実施できていたことが確認できた時点ではじめて補助金の振込手続きとなりますのでご注意ください。

④事業の**目的はモノを買うことではなく、新規のお客様を獲得し売上をアップ**すること。

補助事業終了後も計画の見直しや振り返りを行い、さらなる事業の活性化を目指しましょう。

伊達市商工会会員事業所

令和元年度(平成30年度2次補正)

# 小規模事業者 持続化補助金 活用事例

【事業名】

女性でも安心して相談できる！  
住まいの安心コンシェルジュPR事業

【事業背景】

不動産屋と聞くと近寄りたくない印象を持つお客様は多い。しかし、当該企業は女性スタッフが多く、親しみやすい接客が強みである。また、社屋を新設、一新したものの「不動産を扱っている」という表示が一切無かったため分かりづらさがあった。

【取り組み内容】

① 店舗屋外に案内掲示板を設置

当該企業を知らない方にとってはぱっと見、不動産屋であるということが分かりづらい外観。そこで、遠目にも不動産屋であることが一目で分かり、目玉となる物件を紹介できる案内掲示板を設置した。

② 宣伝効果をアップさせるためのタペストリー制作

案内掲示板に季節ごとのキャンペーンや注目物件の紹介などを行うとしても、注目度を高める必要がある。そこで、全面貼り付けで簡単に付け替え可能なタペストリーを制作。案内板のPR効果を高めることができた。



(設置した案内掲示板)



(併せて店舗エントランスをカフェ風の飾りつけに。女性客へのPRを実施した。)

【事業名】

販売拡大に向けた商品の品質維持と  
在庫確保のための設備導入

【事業背景】

当該企業は道の駅やまちの駅などで観光客向け商品「ももどら」を販売していたが、繁忙期には売り切れてしまうなど生産・在庫管理体制に課題があった。そこで平常時に製造・ストックしておくことで在庫管理と生産の平準化が可能な冷凍設備導入を検討していた。

【取り組み内容】

① 大型冷凍ストッカーの導入

在庫商品の品質を維持しながら保存可能な大型冷凍ストッカーを導入。これによって生産量の平準化・在庫管理体制の構築が可能となり、観光シーズンなどの繁忙期であっても品切れによる機会ロスを発生させず、お客様のニーズに応えることが可能となった。



(導入した大型冷凍ストッカー)



(道の駅などの観光施設ではPRのための自作リーフレットを配布した。)

【事業名】

思い出の洋服をもう一度！  
“タンスの肥やしリフォーム” PR事業

【事業背景】

当該企業は仕立てから洋服のリフォームまでを提供するテーラーである。しかし、ファストファッションなどの台頭により「仕立て屋」・「洋服リフォーム」の認知度は低い。そこで、認知度アップと集客力アップを実現するため、広域的な情報発信ツールの導入が必要となっていた。

【取り組み内容】

① ホームページの制作による広域的な情報発信

和服から洋服へのリフォームなど、お客様に喜ばれるリフォーム技術があったため、「タンスの肥やしリフォーム」と名付けてPRを実施。広いエリアのお客様に周知できるよう、ホームページを新たに制作した。



(今回制作したホームページ)  
<http://www.datenoyanagawa.com/onaoshi/>

(和服をワンピースに  
リフォームした事例)

【事業名】

石の汚れ、落とします！

お手頃クリーニングで先祖のお墓を美しく

【事業背景】

当該企業が行っている「墓石クリーニング」はお手頃価格でありながら効果が大きく評判のサービスである。しかし、このようなサービスを行っている石材店は少ないため、「どのようなサービスか」「どれくらい効果があるか」を多くの方に知って頂く必要があった。

【取り組み内容】

① ホームページ制作でビジュアルに訴えるPRを展開

新たなサービスをお客様にお伝えする際は、画像によって見て頂くことが一番分かりやすい。そこで、施工事例の画像をふんだんに使用したホームページを制作。施工技術・価格などを分かりやすくお伝えするためのツールとして導入した。



(今回制作したホームページ)  
<https://www.ishimasa.info/>



(お墓参りの花を購入する方をターゲットとするべく、町内花屋と連携しチラシ配布による閲覧誘導を行った)

【 事業名 】

トライアングル△PRで  
和室のトータルコーディネート事業

【 事業背景 】

近年は畳職人の減少により、お客様が畳店を探すことも困難になっている。そこで人が多く集まる道の駅などの集客拠点から店舗への誘導など、広域的なPR活動による商圈の拡大を行う必要に迫られている。特に近年のスマホの普及から、インターネット活用によるPRは注力して行いたいと考えていた。

【 取り組み内容 】

① 集客拠点でのPRツール（リーフレット）印刷

商圈の拡大を図るべく、近隣自治体から多くのお客様が集まる道の駅などの施設でPRを行うべくリーフレットを印刷、配布した。

② リーフレットデザインと連動したホームページリニューアル

前述の配布リーフレットと連動したホームページデザインにリニューアル。すぐに閲覧できるようにスマホ対応とし、QRコードによってPRした。

③ 店舗看板の新設

前述の2つの物品とデザインを連動した看板を新設。それら経由で初めてのご来店の方でもスムーズに分かるように工夫。

④ デジタルサイネージ導入

店舗での集客力・訴求力アップのためにデジタルサイネージを導入。



<https://kokusanomote.com/>



【事業名】

次の50年に向けて！

「サービスの見える化店舗」で安心施工宣言

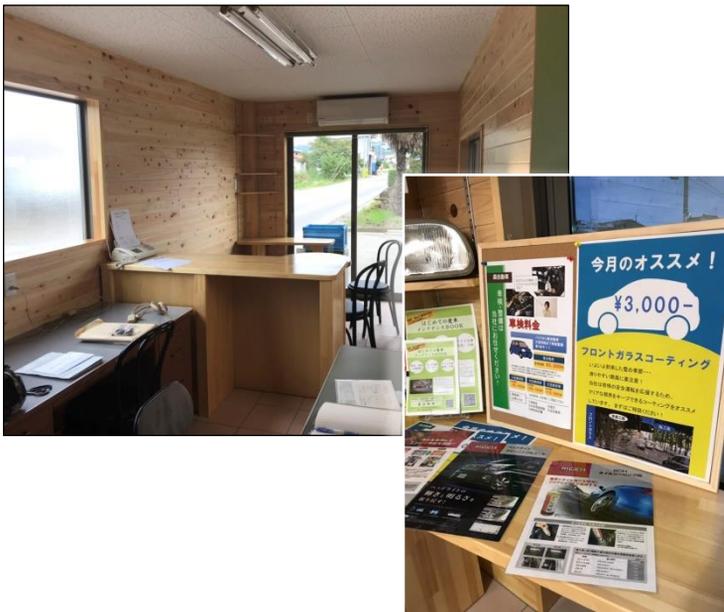
【事業背景】

当該企業は先代である父の創業から50周年を迎える。その一方で自動車産業は技術革新が進んだことから、ニーズの変動が大きい業種であると言える。お客様にご提案したい施工メニューが多いものの、創業時からの店舗は老朽化が進んでおり、「見せ方の工夫」ができない環境にあった。

【取り組み内容】

① **メンテナンス施工を提案可能にする店舗改装**

店舗内装の改装工事を実施し、お客様の応接スペースの近くに、「自動車をきれいに安全に乗るためのメンテナンス施工」PRを行う陳列エリアを新設。内装リニューアルに併せてキャンペーンを実施し、メンテナンス施工を割引でご体験いただく取り組みを行った。



(改装後の店舗スペースおよびメンテナンス施工提案の陳列スペース)



(チラシによるPRを併せて実施しお客様への周知を図った。)

【 事業名 】

ペットの健康守ります！

清潔トータルケアで飼い主の安心獲得事業

【 事業背景 】

当該企業は「天然水を使用したペットの保湿ジェル」を販売している。しかし、長年設備工事業を行ってきたことによる企業イメージから新商品が浸透せずにいる状況である。また、ペット関連市場は規模が増大してきているため、既存商圏外への販売活動の基盤を作ることを検討していた。

【 取り組み内容 】

① 「ペットの清潔ケア」事業PRのためのホームページ制作

ペットシャワー・ペットトイレ・保湿ジェルなど、ペットの清潔ケアのための事業展開にあたり、ホームページを制作して広いエリアに対しPRを実施した。

② 事業PRのための店舗屋外看板設置

保湿ジェルなどの小売販売も行っていたが、設備工事店という印象から来店者数を増やすための取り組みが必要であった。そこで、商品販売を行っていることが一目で分かる看板を新たに設置した。



(今回制作したホームページ)

<https://www.kyowa-sangyou.co.jp/>



(新設した店舗屋外看板)

【事業名】

タイヤの保健指導で女性・高齢者の  
愛車タイヤ健康寿命増進計画

【事業背景】

近年、ハイブリッド車など高燃費車の増加によってガソリン消費は減少傾向にある。そのような状況から、ガソリン以外の製品販売・サービス提供にニーズがシフトしてきている。このような需要動向の変化に対応した、新たなサービス展開を行う必要に迫られていた。

【取り組み内容】

① 扁平タイヤにも対応したタイヤチェンジャーの導入

近年増加が進んでいるロープロタイヤ（扁平タイヤ）にも対応したタイヤチェンジャーを導入。これに併せ、女性・高齢者をターゲットに『タイヤの健康診断』サービスを展開。お客様のタイヤの状態を把握することでアドバイスを行い、顧客満足度を高めた。また、データベース管理することで適切な買い替え時期のご提案を行うことで売上アップのための取り組みを行った。



(新たに導入したタイヤチェンジャー。  
22インチまでの交換が可能。)



(自社作成の『愛タイヤ健康診断カード』。お客様の満足度を高めるとともに、情報収集のためのツールとして活用した。)

【事業名】

万葉の時を超えた「美濃和紙」とのコラボ展開

【事業背景】

ニットはその性質から「冬物衣料」という印象が強い。しかし近年はサマーニットなど春夏物の需要がある。しかし、販売拡大のためにはサマーニットの生産体制強化・販路開拓が必要であった。そのような中、丈夫で吸湿性にも優れた「和紙」がニットの新たな素材として注目を集めていた。

【取り組み内容】

① 新商品に対応したカット製法ミシンの導入

ニットの製法である「カット製法」によってコストダウンを実現し、より多くの方に商品を提供することが可能となる。そのため、この製法に対応したミシンを導入。

これによって製作した「美濃和紙ニット」を岐阜県美濃市の地域商品としてコラボレートブランディングし販売を実施した。



(新たに導入したカット製法ミシン2台)



美濃和紙ニットはネクソコ 中日本のサイトでも販売。

【事業名】

～販売から整備 車じまい～まで  
車のトータルサポート

【事業背景】

近年、高齢ドライバーの事故が頻発しており、免許返納が話題となっている。しかし、地域的に公共交通機関が少なく現実的には難しい状況である。そこで足回りを中心に自動車の安全メンテナンスを提供するとともに、「車じまい」などのトータルサポートを行う顧客満足度アップのための事業を計画していた。

【取り組み内容】

① 安全性アップのための施工に対応した  
ブレーキディスク研磨機の導入

安全運転はブレーキ性能が重要である。しかし、ブレーキの状態についてはドライバーの興味関心はそこまで高くない。また自社対応可能な整備工場は少なく、多くの工場で外注している。そこで、ブレーキディスク研磨機を導入。自社対応可能とすることでスピーディな対応と利益率のアップを実現した。

それと併せて高齢ドライバーを中心に相談会を実施。ブレーキメンテナンスの重要性についてPRを行った。



（新たに導入したディスクローター研磨機）

縦45ミリ×横87ミリ



（本事業のPRにあたっては伊達市の市政だよりに広告を掲載。伊達市全戸に対し、当社のサービス周知を行った。）

【事業名】

ディーラーとのパートナーシップ強化で  
ブランド信用力アップ

【事業背景】

当該企業は自動車電装関係の修理・メンテナンスを行っていたが、人員不足や技術革新による整備内容の複雑化に対応していくための環境整備が不十分であった。特にカーエアコンについてはフロンガスを扱うことから繊細な処置が求められるため、売上アップのためには効率化を図ることが課題だった。

【取り組み内容】

① **カーエアコン整備強化のための  
フロンガス全自動回収・充填装置の導入**

ハイブリッド車や電気自動車にも対応した新型のフロンガス全自動回収・充填装置を導入。これにより不足するマンパワーの補うことができ、今までは手が足りずにお断りしてきた施工の「機会ロス」削減に繋がった。

取引先となりディーラーや自動車整備工場に積極的なPRを実施し、受け入れ台数の増加を図った。



(新たに導入したフロンガス全自動回収・充填装置)



【事業名】

お気軽お風呂リフォーム提案により  
高齢者の入浴環境改善

【事業背景】

当該企業はFRP（繊維強化プラスチック）の製品を製造している。FRPはその性質から浴槽などの材料にも使われており、近年は高齢者など介護世帯向けのオーダーメイド浴槽などにニーズがある。しかし、複雑な形状・成型となることから木型作成の面で課題を抱えていた。

【取り組み内容】

① FRPオーダーメイド浴槽の木型づくりに必要な  
自動カンナ装置の購入

オーダーメイドという受注のため、一つひとつ形状が異なることから木型の成型が重要な工程となる。この木型の精度アップのため最新の自動カンナ装置を導入。オリジナルオーダーメイド浴槽についてはチラシやインターネットを用いてPRを展開し、新規顧客獲得につなげた。



(新たに導入した自動カンナ装置)



(PRのために作成したチラシ)

## 【事業名】

あなたへのご褒美“わがままプラン”の展開事業

## 【事業背景】

近年、高齢者・女性のお客様の「個室でゆったり食事がしたい」「座敷に長時間座っていると足が痛くなるのでくつろげる空間が欲しい」というニーズが高まっている。また、料理に関しても出来立てのものをアツアツのうちに召し上がりたいというニーズがあり、対応に迫られていた。

## 【取り組み内容】

## ① くつろぎ空間のためのテーブル・イスセット導入

お客様の「長時間でもくつろぎながら食事がしたい」というニーズに応えるため、個室に設置できるテーブル・イスセットを導入した。これに併せ、お客様をお迎えする個室の整備を行った。

## ② 提供できる料理の幅を広げる赤外線グリラーの導入

立地する梁川町は伊達鶏の産地であるということも、伊達鶏の焼き鳥など「焼き料理」にこだわっている。このような強みである料理提供の可能性の幅を広げるため、新たに赤外線グリラーを導入した。また、これらの導入に併せて『わがままプラン』という新宴会プランを導入しPRを実施した。



(導入したテーブル・イスセット)

(新たに導入した赤外線グリラー。  
これによって提供できる料理の  
幅が広がった。)

【事業名】

静電施工でしっかり地固め、  
営業プラン実行で業績アップ！

【事業背景】

当該企業は「弱電」と言われる産業機器の製造を行っているが、東日本大震災での被災により新工場に移転。その関係から静電マットを使用して製造を行っているが、取引先に求められる製造環境は年々厳密さを増しており、現在の環境ではなかなか新たな受注先を増やせないという課題があった。

【取り組み内容】

① 静電防止塗装の実施による生産環境の整備

当該企業の製品はわずかな静電気でも破損してしまう。そのような性質から、生産環境が整っていなければ新たな受注獲得は難しい。そこで、工場に静電防止塗装を実施。併せて生産環境が万全であることをアピールしたパンフレットを作成し、新規取引先獲得のための営業活動を展開した。



(実施した静電防止塗装)



(新規取引先獲得の  
営業活動に活用した  
パンフレット)

【事業名】

女性でも入りやすく！  
イメージ刷新でくつろぎのランチ空間をご提供

【事業背景】

当該企業はデカ盛りが有名でSNSでも話題となっている。しかしその反面、女性のお客様は来店のハードルが高いのか男性客中心である。今後進む人口減少を考えると、様々なお客様層を獲得することが必要。そこで、様々な利用シーンをご提案できる店となることを目指したいと考えていた。

【取り組み内容】

① 女性客獲得のための店舗環境整備

今は男性客が多いものの、将来的にはファミリー層やデートでのご利用など、活用シーンの開拓を図りたい。そこで女性でも入りやすい「ランチ空間」をご提供するべく内装のクロス貼り替え工事を実施。店舗環境の整備をおこなった。

② レディースメニューの新設と冷凍冷蔵庫導入

「男性向けの料理のボリュームが多い店」というイメージを刷新し、女性客でもお料理を楽しんでいただけるよう、後継者である事業主の娘さんを中心にレディースメニューを開発。少量・多品目を扱うため素材ストック体制が重要となる。そこで、業務用冷凍冷蔵庫を導入。新メニュー開発の可能性の幅を広げるとともに、チラシ等によって女性のお客様獲得のためのPR展開を実施した。



（女性のお客様でも入りやすく、くつろげる空間とするべく、内装クロス貼り替え工事を実施。）



（レディースメニューの新設により素材ストックのために必要な冷凍冷蔵庫を導入。）

## 【事業名】

歯ごたえ最高 安全安心な新商品  
「和風パリパリザーサイ」の開発

## 【事業背景】

当該企業は野菜を中心とした洋風・中華風の「漬け物」を製造しており、県外の百貨店や首都圏のスーパーに供給している。そんな中、バイヤーから求められる声が増えてきているのが「常温保存が可能な商品」である。今後の販路開拓にあたって、常温対応可能な新商品の開発が課題であった。

## 【取り組み内容】

## ① HACCPに対応した製造環境改善のための圧搾機導入

新たな食品衛生管理の基準としてHACCPの導入が決まった。これに対応する製造環境整備を進めるとともに、多くのバイヤーから求められている「常温保存が可能な商品」の開発を行いたい。そこで、角型圧搾機を導入。これによって漬け物の水分を絞り出すことでパリパリとした食感を生み出しつつ、細菌の繁殖を抑えることができ、常温保存可能な新商品の開発ができた。

新商品である「パリパリザーサイ」については首都圏での商談会等でバイヤーにPRを行うことで販路開拓に繋がった。



(導入した漬物用圧搾機)



(新商品「和風パリパリザーサイ」)

## 【事業名】

日常に花を！町の花屋がご提案

「花のある生活」事業計画

## 【事業背景】

地域の高齢化が進む中、日常で花を購入される方は仏壇へのお供え花がほとんどである。お盆・お彼岸の売上は安定しているものの、以前に比べてギフトとしての花の贈り物は減少傾向にある。日常的な生花購入の動機付けや、生活の中にいかに花を取り入れるかのご提案が必要だと考えていた。

## 【取り組み内容】

## ① 女性客への訴求力を高める陳列棚購入

女性のお客様が入りやすいお店とするべく、店内のレイアウトや陳列などの環境整備を実施。商品が見やすく、お客様に「選ぶ楽しさ」を提供できるものとなるよう導入した。

## ② 高齢者やお子様連れでもゆったりお買い物できる

## テーブル・イス・荷物置き台の導入

花束やアレンジメントをお作りする間、お客様をお待たせすることとなるが、高齢者やお子様連れの方でもゆったり過ごして頂けるようテーブル・イスセットを導入。これはお買い物中の荷物置き台となるほか、このスペースで定期的にフラワーアレンジメント教室を開催。お客様の利便性向上と、来店動機提供の両面において活用した。



(導入した陳列棚)



(アレンジメント教室を開催)

## 【事業名】

若者の野菜不足解消のために！

楽しくオシャレなトマトジュレ拡販

## 【事業背景】

当該企業は野菜を原料とした漬け物の製造を行っている。店舗を持たず、百貨店やスーパーなどに納入しているが、若者の「野菜離れ」や「漬け物＝年寄りの食べ物というイメージ」から受注減少が懸念される。そこで、若者の食生活にマッチした提供方法の工夫が必要であると考えていた。

## 【取り組み内容】

## ① ヒューマンエラー解消と効率化のための金属検出装置導入

新たな食品衛生管理の基準としてHACCPの導入が決まった。これに対応することでバイヤーや消費者の信頼獲得が実現できる。また、若者の食生活にマッチする販売方法として、「少量ずつ多くの種類を食べたい」というニーズに対応し、小袋の販売・生産を強化する。

しかし、小袋となった場合に対応が求められるのが異物混入防止などの厳格な生産管理体制である。消費者ニーズにマッチした小袋販売を強化するために、金属検出装置を導入した。ここで生産した商品については首都圏での商談会においてPRを実施し、販路開拓を実現した。



(導入した金属検出装置)

(販路開拓を行ったトマトジュレ)

【事業名】

他店には無いミニデコケーキの提供で  
「わざわざ来店」促進計画

【事業背景】

菓子業界はコンビニスイーツの台頭など、気軽に・簡単に買えるお菓子などにシェアを奪われかねないという驚異と戦っている。特に菓子店は1個だけでは買いづらいなど、敷居の高さを感じる方も多い。そのような中、どのように他社との差別化を図り、来店促進を図るべきか検討していた。

【取り組み内容】

① 若年層に向けたイメージ刷新のための  
店舗テント・看板リニューアル

固定客の高齢化が進んでいることから、新たに若年層を獲得するべく店舗環境のリニューアルによるイメージ刷新を実施。併せて、「店舗内併設のカフェスペースでしか食べられない商品」「店舗でしか買えない特別な商品」をラインナップに加えることで他店との差別化を図り、新規顧客獲得のためのPRを実施した。



（リニューアルした店舗看板）

（店舗限定の新商品）

## 持続化補助金

# Q & A



Q 1. この補助金は**申請できる回数に制限**はあるの？

A 1. **何度でも申請可能**です。

ただし、公平性を期すために複数回採択を受けた事業者は審査にあたって減点などの措置があるので、事業計画書の精度アップが重要になります。

Q 2. **申請にあたってのポイント**は？

A 2. **地道な販路開拓の取り組みであることが重要**です。

その取り組みは「市場のニーズ」を反映しているか？

「自社の強み」を活かしたものとなっているか？

そういった部分に気を付けながら計画を作成すると良いでしょう。

また、近年の公募では審査基準として「ITを活用した取り組み」に対して加点が設けられています。

Q 3. **販路開拓って、具体的にはどういうこと？**

A 3. **新たなお客様を獲得するための取り組み**のことです。

今までと異なる「年齢層」「性別」「地域」のお客様を獲得するために、「商品」「提供の仕方」「見せ方」などを変える取り組みを行うことだとお考えください。

この補助金制度はあくまでも売上アップを目的とする取り組みが対象となりますので、ご注意ください。

Q 4. 審査を受けて**採択されたらお金はいつももらえるの？**

その時点でお金がもらえるのは確定なの？

A 4. 採択後、**提出した計画書どおりに事業を行い**、実績報告を行ったあとに補助金が入金となります。そのため、**実質的に後払い**であると言えます。逆に言えば、計画書どおりの事業が実施できなかった場合には補助金がもらえなくなってしまうので注意が必要です。



# 伊達市商工会会員事業所

令和元年度(平成30年度補正)

## ものづくり

## 補助金

## 活用事例

## 【事業名】

新型溶接ロボット導入による  
多彩なニーズ受け入れ体制強化計画

## 【事業背景】

当該企業は建築用鉄骨柱等の製造から、現場施工までの鋼構造物工事業行っている。主力商品としてサイコロコラムを活用したコラム式鉄骨柱を扱っているが、これを大量生産できる企業は東北にはない状況である。そこで、大量生産のニーズに対応するべく、いかに生産性を向上させるかが課題であった。

## 【取り組み内容】

## ① 新型鉄骨溶接システム導入による生産性向上の実現

耐震基準の厳格化により、求められる鉄骨柱の構造が大型化・複雑化している。これによって鉄骨の連結に要する大口径コラムの需要は増大しているものの、大口径コラムは非常に重く、取り扱いも大変なことから工期を守るための人的・生産コストについて、いずれも増大している状況であった。

この新たな鉄骨溶接システムの導入によって、手作業で行っていた複雑な溶接工程を機械化することで大幅な時間短縮・コスト削減を実現することができた。



(導入した新型鉄骨溶接システム)

## 【事業名】

生活スタイルの変化に合わせた  
薄畳の生産性向上のための設備導入

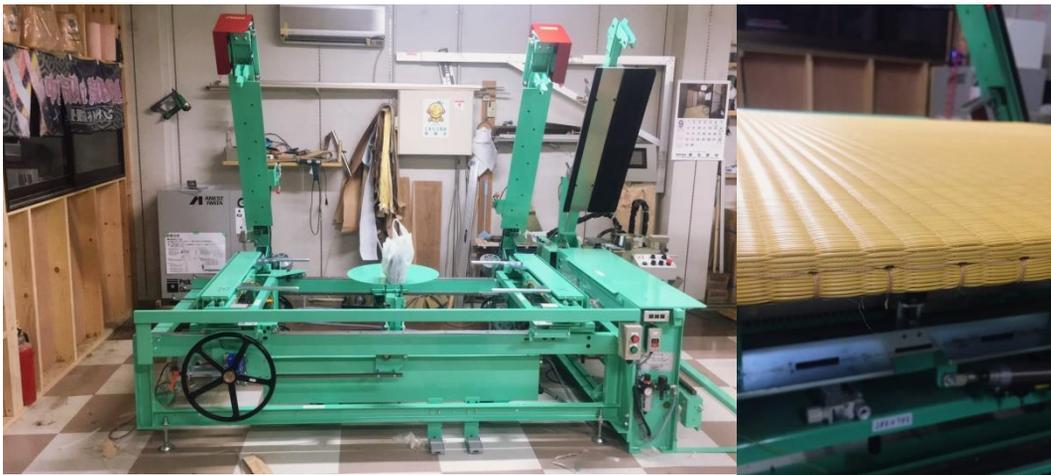
## 【事業背景】

当該企業は近年流行の薄畳の製造を行っていたが、その性質から既存の古い機械ではほとんどの部分が手作業となるほか、畳床に畳表を縫い付けることができず、ステープルという針で止めている状況であった。そこで、安全性・精度・生産性の向上のために薄畳に対応した縫い付け機械導入を検討していた。

## 【取り組み内容】

① 薄畳に対応した裁断・縫い付け機械の導入による  
生産効率アップと精度の向上実現

近年、洋間への置き畳など「薄畳」のニーズが増加してきている。その一方でその製品の特徴である「畳床が堅い」「厚さが薄い」ことから既存機械では畳表の縫い付けが困難である。これに対応した機械を導入することで、何枚切断しても同じ寸法で裁断が可能であり、縫い付けも行うことができるようになった。現在、新たな素材を用いた撥水性のある「ペット畳」の事業化に向けて取り組みを行っている。



（導入した両框裁断機付き框縫機）

（薄畳の縫い付け加工が実現）

## ものづくり補助金

# Q & A

Q 1. 機械が老朽化して新しいのに入れ替えたいんだけど、何でも使えるの？

A 1. この補助金は中小企業の技術革新や新サービス開発、**革新的ものづくりを目的**としています。**設備導入による『革新性』が重要**となりますので、単なる老朽化による入れ替えだけでは採択は難しいと言えます。

Q 2. この補助金の**採択率**ってどれくらいの割合なの？

A 2. 今までの公募では、**約10%~40%程度の採択率**です。国の予算・申請件数に応じて採択率が変動しますが、比較的ハードルは高くなる傾向があります。

Q 3. 申請書には**具体的に何を**書くようになるの？

A 3. 審査の中で最も重視されるのは**『革新性』**です。今まで対応していなかった製品の製造や工程の改善、精度のアップによって**他社に比べて『新規性』や『優位性』がある事業が行えるかどうか**が大きなポイントです。そのため、**高度な技術を分かりやすく一般の人にも伝わるように記述できるかが重要**になります。

Q 4. **採択率を上げるために何か**できることってあるの？

A 4. 審査にあたって、**加点要素**があります。

- ・自治体の「先端設備導入計画」の認定
- ・福島県の「中小企業経営革新計画」の認定
- ・経済産業省の「事業継続力強化計画」の認定

などがその対象です。いずれの認定制度も国・県・市などへの申請を行い、認定を受けることが必要なため、ものづくり補助金への申請をお考えの方はお早目の準備をお願いいたします。

伊達市商工会会員事業所

令和元年度

伊達市の  
事業者支援制度  
活用事例

# 伊達市の事業者支援制度

## 既存店舗等施設整備費補助金

店舗の改装または改修工事、店舗と一体となって機能する備品の購入を補助する制度です。

### <対象者>

- ・伊達市内に住所登録がある者。
- ・市内に主たる事業所を有する法人。

(※業種：小売業、宿泊業、  
飲食サービス業、  
生活関連サービス業)

### 【 補助額 】

- ・補助率 **2分の1**
- ・上 限 **50万円**

※本制度の利用は1企業につき1回のみとなります。

## 商品開発等支援事業

新たな商品開発や既存商品のリニューアルのための費用を補助する制度です。

### <対象者>

- ・伊達市内に住所登録がある者。
- ・市内に主たる事業所を有する法人。
- ・上記の個人または法人を主たる構成員とする団体。

### 【 補助額 】

- ・補助率 **2分の1**
- ・上 限 **30万円**

### 【 注意点 】

公募開始については伊達市ホームページまたは市政だよりにおいて広報されますのでご確認ください。また、申請にあたっては商工会の所見の添付が必要となりますのでご相談ください。

## 【事業目的】

展示型の商品販売から、お客様のニーズに応える  
カタログ型販売店舗への転換による利便性向上

## 【事業背景】

かつてはガス台などの展示販売を行っていたが、商品サイクルが早まったことや製品の多様性が進んだことで従来型の展示手法ではお客様のニーズにお応えすることが難しくなっている。そこで、カタログ販売に主力を移すことで多様化するニーズに応えるための取り組みを計画していた。

## 【取り組み内容】

## ① ゆったりと商品を選んでいただくための接客スペース改善

店舗改装を行ったことにより、接客スペースの改善を実施。従来の店舗カウンターとは異なるテーブルセットを導入することで、カタログを広げて複数見比べることができる空間を創設。お茶を飲みながら「理想のキッチン」をお選びいただくための取り組みを行った。

## ② 効果的なPRを実現するためのタペストリー制作

今までの展示販売とは異なる展開であるため、扱い商品を魅力的にPRするためのタペストリーを制作。視覚に訴える取り組みを実施した。



(改善された  
接客スペース)

補助金申請、経営計画作成の  
ご相談は・・・

伊達市商工会

梁川本所	024-577-0057
伊達支所	024-583-2302
霊山支所	024-586-1366
月舘支所	024-572-2341

までご来会またはお電話ください。