

「キツク君で気づいちゃったこと」 ～収益力改善計画の実行支援サポートについて～

儲かる経営 キツク君 とは

商品・取引先ごとの収支状況やコスト構造の変化を可視化し、将来、目標とする利益を確保するために目指す売上高や改善すべきコストの優先順位を明確にすることで、価格転嫁の目安や商品戦略、事業戦略等を検討することができるシミュレーションツールです。

ここではキツク君の使い方応用編として収益力改善計画のモニタリング管理に活用した事例をご紹介します。

昨今の物価高騰により、ある日本料理店から「借入金の返済をするため、利益の確保ができる値上げを検討しているが値上げの目安が分からない」と相談を受け、収益力改善計画の実行支援サポートするうえでの適正な客単価を検討した事例です。

(1)収益力改善計画とは

①収益力改善計画支援の狙い

環境変化等に十分対応できておらず、多くの中小企業が、売上の減少や借入の増大に直面しています。こうした中小企業の皆様は、今後収益力改善に向けた取組をどのように進めていくか悩みを抱えているかと思います。同支援では、中小企業活性化協議会が、収益力低下、借入増加のおそれのある中小企業者を対象に、収益力改善計画(収益力改善アクションプラン+簡易な収支・資金繰り計画)の作成を支援します。必要に応じて持続的・安定的な事業継続や思い切った前向き投資の実施に向けて必要となる内部管理体制や経営の透明性確保に向けたガバナンス体制の整備に取り組む中小企業等を支援します。

②収益力改善支援の概要

- ・収益力低下、借入増加のおそれのある中小企業を対象に収益力改善支援を実施。
- ・1年間から3年間の収益力改善計画(収益力改善アクションプラン+簡易な収支・資金繰り計画)を作成。
- ・収益力改善計画成立後、定期的なモニタリング実施。必要に応じ、他の支援策に円滑に移行。

③支援の対象となる中小企業

1年間から3年間の収益力改善計画(収益力改善計画遂行中の行動計画(収益力改善アクションプラン)+簡易な収支・資金繰り計画)を作成します。なお、リスケジュール等の金融支援が伴う場合には、1年間の収益力改善計画を作成します。

収益力改善計画の書式、記載例、留意事項は以下の参考資料等で公表しています。本支援を受ける予定のない中小企業者の皆様もご活用いただき、収益力の改善に向けた取組についてご検討ください。

参考資料等(収益力改善計画書式)として

収益力改善計画書式(金融支援なし)_20230401 改訂エクセルファイル (63.7KB)

収益力改善計画書式(金融支援あり)_20230401 改訂エクセルファイル (63.0KB)

収益力改善計画書式(金融支援あり)の場合 下記の項目が示されています。

- ビジネスモデル俯瞰図
- 損益実績
- 現状の課題と問題点
- アクションプラン
- モニタリング計画
- 損益計画
- 簡易キャッシュフロー計画
- 貸借対照表関連計画
- 月次損益計画
- 資金繰り予定表
- 金融支援依頼事項

(出典: 中小企業庁 HP)

(2) 月別アクションプラン・モニタリング計画の明確化

収益力改善計画を策定した段階で、同改善計画を確実に実行するアクションプラン・モニタリング計画を作成します。アクションプラン・モニタリング計画は会社ベース、年単位での大きな施策であるため、今回はそれをブレイクダウンし、各部門で月単位や週単位で取組むアクション・モニタリング計画を明確にして進捗を確認します。次のアクションに取り組むことが重要で、実行を継続する体制を整え、永続的な経営や事業の強化につながりました。

<月単位でアクションプラン・モニタリングを管理する新しいシート>

- ビジネスモデル俯瞰図
- 損益実績
- 現状の課題と問題点
- アクションプラン
- モニタリング計画
- 損益計画
- 簡易キャッシュフロー計画
- 貸借対照表関連計画
- 月次損益計画
- 資金繰り予定表
- 金融支援依頼事項

+

新しいシート

月別アクションプラン

・モニタリング計画

(3)キツク君を活用した支援事例

①事業者の概要

■ビジネスモデル俯瞰図

(会社基本情報)
支援先 : 年間売上3,000万弱の老舗の日本料理店です。
代表者及び年齢 : 代表取締役(55歳)
設立年月日 : 1977/1/6

■業務フロー



■SWOT分析

		内部環境	
		強み	弱み
外部環境	機会	【強み】魚屋・スーパーとして現在の飲食店を20年前にオープン。鮮度の高い魚素材の目利き力と仕入力で料理の提供できる。こだわりの蕎麦に定評がある 【機会】町内に20名を超える宴会(団体・個人)ができる同業他社がなく、同規模の宴会を予約ができる。	【弱み】ワンオペのため急な来客への対応が難しい。ワンオペ＝社長一人で仕込み・調理をすべて実施。 【機会】町内に20名を超える宴会(団体・個人)ができる同業他社がなく、同規模の宴会を予約ができる。
	脅威	【強み】魚屋・スーパーとして現在の飲食店を20年前にオープン。鮮度の高い魚素材の目利き力と仕入力で商品を提供できる。 【脅威】物価・エネルギー価格高騰により原材料及び水道光熱費の経費が増大している。	【弱み】ワンオペのため手の込んだ料理の提供が難しい。ワンオペ＝社長一人で仕込み・調理をすべて実施。 【脅威】物価・エネルギー価格高騰により原材料及び水道光熱費の経費が増大している。

誰に

特別・記念日を祝う団体客に
(■結婚記念日 ■誕生日 ■還暦(かんれき) ■社長等就任祝い など)

なにを、どのように

前身の魚屋で培った「目利き」と「仕入力」での厳選された魚料理とこだわりの手打「そば」。
自家製の出汁で整えたお料理を、見た目のインパクトを重視して提供していく。

②アクションプラン

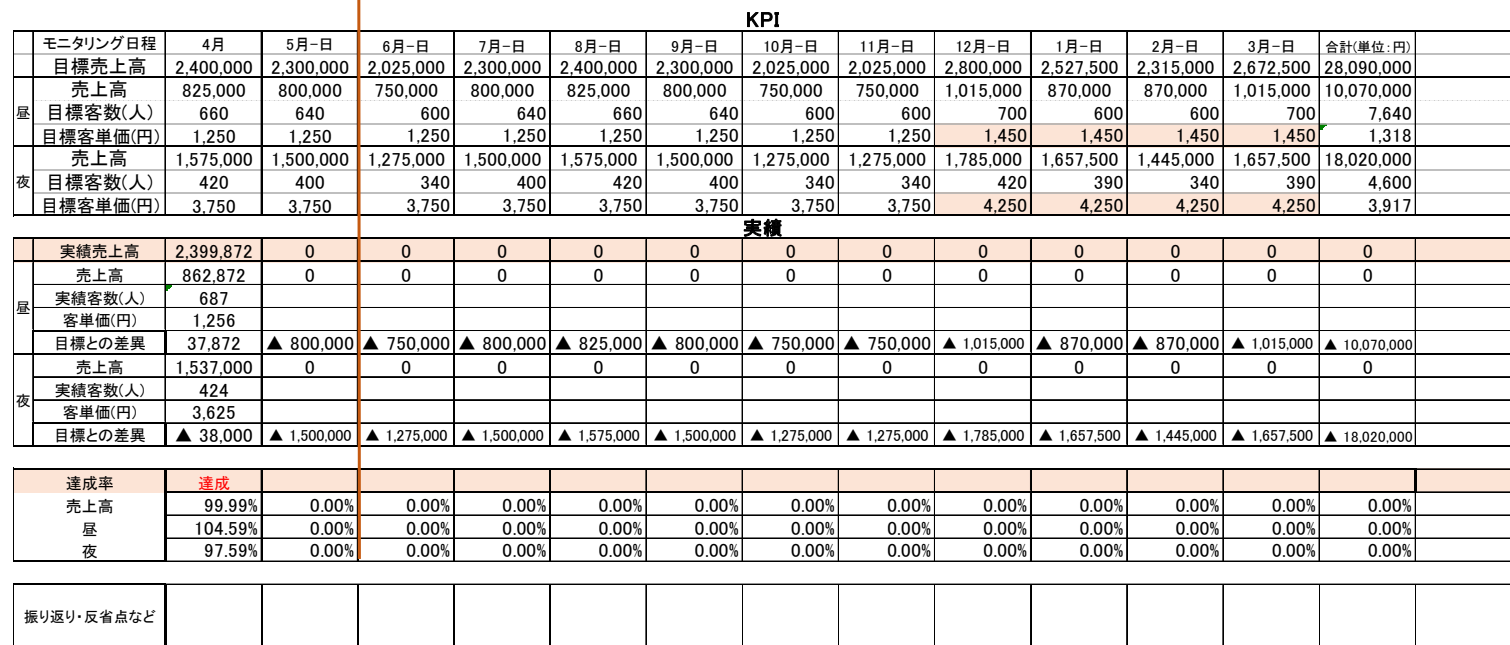
大項目	No.	目標	施策内容	優先度	実行責任者	実行担当者	実行時期		改善目標(計画0期からの増減)	
							開始	完了	PL勘定科目 /経営管理指標等	計画1期 2027/3
経営全般	1-①	●経営計画書の策定	リスケジュール中であることから活性化協議会による収益力改善計画を活用し下記計画を策定する	A	社長	社長	2025/5/1	2025/5/31		
	1-②	・定性的	・専門家派遣により「魚」「そば」を軸としてコンセプトを打ち出しターゲット層を設定する。	A	社長	社長	2025/4/29	2025/5/31		
	1-③	・アクションプラン	・コンセプトに沿った「記念日プラン」開発による客単UPと情報発信方法を決定する。	A	社長	社長	2025/5/1	2025/5/31		
売上・ 収益	2-①	●収支計画書の作成	役員報酬の確保と返済財源確保に向けた収支計画書の作成	A	社長	社長	2025/5/1	2025/5/31		
	2-②	・目標月売上高の設定	・「記念日プラン」のメニュー決定&価格設定、月別、年別売上目標(客数×客単価の設定)	A	社長	社長	2025/5/1	2026/3/31	売上高	
	2-③	・必達利益高の設定	・返済財源確保に向けて必達利益高の確認	B	社長	社長	2025/5/1	2025/5/31	営業利益	
原価・ 販管費	3-①	●価格転嫁	「記念日プラン」のメニュー決定による価格設定	A	社長	社長				
	3-②	・松竹梅メニュー開発	・松竹梅 9000円、7000円、5000円プランに向けたメニュー決定	A	社長	社長	2025/5/1	2025/5/31		
	3-③	・コンセプトメニュー	・「魚」「そば」を軸としてコンセプト【船盛】【カツオ】【鴨なべ&そば】	A	社長	社長	2025/5/1	2025/5/31		
財務	4-①	●返済財源の確保	収益力改善計画の策定を根拠にした返済方法の見直し	B	社長	社長				
	4-②	・バンクミーティング	・計画書の説明とバンクミーティングの開催による返済方法の検討	B	社長	社長	2025/6/1	2025/6/30		
その他	5-①	●プロモーション強化	コンセプトに沿った「記念日プラン」の情報発信	A	社長	社長				
	5-②	・SNSによるPR	・商工会による専門家派遣によるSNSでの記念プランの情報発信&チラシ作成	B	社長	社長	2025/6/1	2025/9/30		
	5-③	・店内サインの充実	・店内POP(テーブルPOP,ポスター)での記念日プランの周知&トップセールスの実施	A	社長	全社体制	2025/6/1	2025/9/30		

③モニタリング計画

モニタリング頻度	商工会の経営指導員によるモニタリング毎月1回
モニタリング報告時期	令和7年度3月期決算報告ができ次第速やかに
モニタリング報告内容	同収益力改善計画のアクションプラン及び収益状況の報告



①月単位でアクションプラン・モニタリング計画を管理するシートを新たに設定してみました。



②シートの補足

- ①月別のアクションプランを可視化
- ②KPI として月別売上高(客数×客単価)を設定
- ③実績の月別売上高(客数×客単価)を検証
- ④達成率を可視化
- ⑤振り返り・反省点(現状とズレをフィードバック)

●本題

キヅク君を使い収益力改善計画における「損益分岐点」「返済財源」を確保するための価格転嫁(客単価 UP)の目安を検討することができます。

③キヅク君で気づいちゃったこと(ステップ① 将来目標売上高・物価の影響)

キヅク君で気づいちゃったこと

ステップ①
「過去」からの変化を知る

ステップ②
「現状」を知る

ステップ③
「将来」を考える

●ステップ① コスト高騰の影響を確認 → 将来目標売上高・物価の影響

必須入力		単位: ? 円	
	過去	現状	
年度 ?	2025 年度	2026 年度	
売上高 ?	25,000,000	28,090,000	
売上原価 ?	11,750,000	13,202,000	
販管費 ?	14,000,000	15,730,400	
役員報酬 ?	4,100,000	4,100,000	
給与・賃金 ?	2,100,000	2,205,000	
賞与 ?			
法定福利費 ?			
交通費 ?			
追加したい人件費項目 ?			
追加したい人件費項目 ?			
水道光熱費 水道光熱費を直接入力。または下記から明細を入力 ☐ 明細から入力 ?	2,050,000	2,255,000	
外注費 ?			
減価償却費 ?	650,000	650,000	
物流費 ?			
備品消耗品費 ?	1,100,000	1,100,000	
追加したい費用項目 ?			
その他 ?	4,000,000	5,420,400	
営業利益	-750,000	-842,400	
営業利益率	-3%	-3%	

将来目標売上高

水道光熱費 10%増

④ステップ①補足

本来	今回
ステップ①では、2 期分の決算書の情報を入力します。 その後、2 期の比較表やグラフを確認することで、2 期の変化を把握することができます。 なお、ステップ②で現状のコストを、商品等ごとに割り当てますが、その際に確認・検討したい項目のみをステップ②で入力していただければ、結構です。 例えば、以下のような項目です。 • 製造業・建設業:材料費、労務費 • サービス業:人件費 • 物流業:労務費、仕入れ(燃料費等) ステップ②に進んだ際に、もっと細かくコストを確認・検討したい場合は、ステップ①に戻って、その他の項目を入力してください。 ※必須項目でも、決算書にない項目や確認・検討が不要な項目は未入力のみで結構です。	「過去」に直近の決算書の情報を入力します。 その後「現状」に「将来目標売上高」及び「売上原価及び販売費」を入力します。 売上原価及び販売費は ・従来の原価率や販管費比率に応じた数値を入力または、物価高騰・人材不足高騰を見込んだ数値を入力します。

⑤キヅク君で気づいちゃったこと(ステップ② 月別・客数に置き換えてみた)

キヅク君で気づいちゃったこと

ステップ①
「過去」からの変化を知る

ステップ②
「現状」を知る

ステップ③
「将来」を考える

●ステップ② 商品・取引先ごとの収益を確認 → 月別・客数に置き換えてみた

必須入力		単位：円											
2026年度		個別商品・取引先			個別商品・取引先			個別商品・取引先			個別商品・取引先		
商品名または取引先名		4月			5月			6月			7月		
販売数量		1,080			1,040			940			1,040		
		全体に占める割合↓	金額を直接入力する↓	個別売上占める割合↓	全体に占める割合↓	金額を直接入力する↓	個別売上占める割合↓	全体に占める割合↓	金額を直接入力する↓	個別売上占める割合↓	全体に占める割合↓	金額を直接入力する↓	個別売上占める割合↓
売上高	28,090,000	×8.5%	2,400,000	100%	×8.2%	2,300,000	100%	×7.2%	2,025,000	100%	×8.2%	2,300,000	100%
		↓「全体の割合」を取込			↓「全体の割合」を取込								
原材料費	13,202,000	× 8.5 %	1,122,170	46.7 %	× 8.2 %	1,044,000	45.4 %	× 7.2 %	661,800	32.7 %	× 8.2 %	1,044,000	45.4 %
人件費	6,305,000	× 8.5 %	535,925	22.3 %	× 8.2 %	516,600	22.5 %	× 7.2 %	427,500	21.1 %	× 8.2 %	516,600	22.5 %
水道光熱費	2,255,000	× 8.5 %	191,675	7.98 %	× 8.2 %	184,600	8.04 %	× 7.2 %	145,800	7.2 %	× 8.2 %	184,600	8.04 %
減価償却費	650,000	× 8.5 %	55,250	2.30 %	× 8.2 %	53,060	2.31 %	× 7.2 %	43,740	2.16 %	× 8.2 %	53,060	2.31 %
備品消耗品費	1,100,000	× 8.5 %	93,500	3.89 %	× 8.2 %	90,200	3.92 %	× 7.2 %	79,200	3.91 %	× 8.2 %	90,200	3.92 %
その他	5,420,400	× 8.5 %	460,734	19.1 %	× 8.2 %	444,473	19.3 %	× 7.2 %	390,269	19.2 %	× 8.2 %	444,473	19.3 %
営業利益	-842,400		-59,254			-72,457			-58,133			-72,457	
営業利益率	-3%		-2.5%			-3.2%			-2.9%			-3.2%	
		商品・取引先を削除			商品・取引先を削除			商品・取引先を削除			商品・取引先を削除		

商品名 → 月別
販売数量 → 目標客数

個別商品・取引先			個別商品・取引先			個別商品・取引先			個別商品・取引先		
8月			9月			10月			11月		
1,080			1,040			940			940		
全体に 占める割合↓	金額を 直接入力する↓	個別売上 に占める割合↓	全体に 占める割合↓	金額を 直接入力する↓	個別売上 に占める割合↓	全体に 占める割合↓	金額を 直接入力する↓	個別売上 に占める割合↓	全体に 占める割合↓	金額を 直接入力する↓	個別売上 に占める割合↓
×8.5%	2,400,000	100%	×8.2%	2,300,000	100%	×7.2%	2,025,000	100%	×7.2%	2,025,000	100%
↓「全体の割合」を取込			↓「全体の割合」を取込			↓「全体の割合」を取込			↓「全体の割合」を取込		
× 9.7 %	1,280,594	53.3 %	× 9.3 %	1,227,786	53.3 %	× 7.2 %	950,544	46.9 %	× 7.2 %	950,544	46.9 %
× 9.7 %	611,585	25.4 %	× 9.3 %	586,365	25.4 %	× 7.2 %	453,960	22.4 %	× 7.2 %	453,960	22.4 %
× 9.7 %	218,735	9.11 %	× 9.3 %	209,715	9.11 %	× 7.2 %	162,360	8.01 %	× 7.2 %	162,360	8.01 %
× 9.7 %	63,050	2.62 %	× 9.3 %	60,450	2.62 %	× 7.2 %	46,800	2.31 %	× 7.2 %	46,800	2.31 %
× 9.7 %	106,700	4.44 %	× 9.3 %	102,300	4.44 %	× 7.2 %	79,200	3.91 %	× 7.2 %	79,200	3.91 %
× 9.7 %	525,779	21.9 %	× 9.3 %	504,097	21.9 %	× 7.2 %	390,269	19.2 %	× 7.2 %	390,269	19.2 %
-406,443			-390,713			-58,133			-58,133		
-16.9%			-17%			-2.9%			-2.9%		
商品・取引先を削除			商品・取引先を削除			商品・取引先を削除			商品・取引先を削除		

個別商品・取引先			個別商品・取引先			個別商品・取引先			個別商品・取引先		
12月			1月			2月			3月		
1,120			990			940			1,090		
全体に占める割合↓	金額を直接入力する↓	個別売上占める割合↓	全体に占める割合↓	金額を直接入力する↓	個別売上占める割合↓	全体に占める割合↓	金額を直接入力する↓	個別売上占める割合↓	全体に占める割合↓	金額を直接入力する↓	個別売上占める割合↓
×10%	2,800,000	100%	×9%	2,527,500	100%	×8.2%	2,315,000	100%	×9.5%	2,672,500	100%
↓「全体の割合」を取込			↓「全体の割合」を取込			↓「全体の割合」を取込			↓「全体の割合」を取込		
× 11.3 %	1,491,826	53.2 %	× 9 %	1,188,180	47.0 %	× 8.2 %	1,082,564	46.7 %	× 9.5 %	1,254,190	46.9 %
× 11.3 %	712,465	25.4 %	× 9 %	567,450	22.4 %	× 8.2 %	517,010	22.3 %	× 9.5 %	598,975	22.4 %
× 11.3 %	254,815	9.10 %	× 9 %	202,950	8.03 %	× 8.2 %	184,910	7.98 %	× 9.5 %	214,225	8.01 %
× 11.3 %	73,450	2.62 %	× 9 %	58,500	2.31 %	× 8.2 %	53,300	2.30 %	× 9.5 %	61,750	2.31 %
× 11.3 %	124,300	4.43 %	× 9 %	99,000	3.91 %	× 8.2 %	90,200	3.89 %	× 9.5 %	104,500	3.91 %
× 11.3 %	612,505	21.8 %	× 9 %	487,836	19.3 %	× 8.2 %	444,473	19.2 %	× 9.5 %	514,938	19.2 %
-469,361			-76,416			-57,457			-76,078		
-16.8%			-3%			-2.5%			-2.8%		
商品・取引先を削除 ☐			商品・取引先を削除 ☐			商品・取引先を削除 ☐			商品・取引先を削除 ☐		

⑥ステップ②補足

本来	今回
1.個別商品・取引先のデータ入力 「個別商品・取引先」欄の「商品名または取引先名」「販売数量」(不明の場合は1のままで結構です)「売上高」を入力してください。 ※必要に応じて「個別商品・取引先を追加」ボタンを押して、「個別商品・取引先」欄を追加し、上記下線部の入力操作を行ってください。	1.個別商品・取引先のデータ入力 → 月数・客数・目標売上高 「個別商品・取引先」欄の 「商品名または取引先名」 → 「期首月から12か月分」を入力 「販売数量」 → 「月別・目標客数」を入力 「売上高」を入力してください。 → 「月別・目標売上高」を入力

⑦キヅク君で気づいちゃったこと(ステップ③ 客単価増減額の算定)

キヅク君で気づいちゃったこと

ステップ①
「過去」からの変化を知る

ステップ②
「現状」を知る

ステップ③
「将来」を考える

●ステップ③ 目標価格・売上高を確認 → 客単価増減額の算定

	2026年度	将来	個別商品・取引先	
商品名または取引先名			4月	
目標価格			2,223円	
販売数量 ?			1,080	
	円	円	円	
売上高	28,090,000	28,090,000	2,400,000	$\times 100\% = 2,400,000$
営業利益	-842,400	-842,400	-59,254	$\times 100\% = -406,443$
営業利益率	-3%	-3%	-16.9%	
(総コストの内訳)	円	円	円	
原材料費	13,202,000	13,202,000	1,122,170	$\times 100\% = 1,280,594$
人件費	6,305,000	6,305,000	535,925	$\times 100\% = 611,585$
水道光熱費	2,255,000	2,255,000	191,675	$\times 100\% = 218,735$
減価償却費	650,000	650,000	55,250	$\times 100\% = 63,050$
備品消耗品費	1,100,000	1,100,000	93,500	$\times 100\% = 106,700$
その他	5,420,400	5,420,400	460,734	$\times 100\% = 525,779$

< 現 状 >

個別商品・取引先	個別商品・取引先
4月	4月
2,278円	2,611円
現状の価格 2,223円	現状の価格 2,223円
増減額 +55円	増減額 +388円
増減率 102.5%	増減率 117.5%
1,080	1,080
円	円
2,400,000 $\times 102.5\% = 2,459,254$	2,400,000 $\times 117.5\% = 2,819,254$
-59,254 $\times$ % =	-59,254 $\times$ -607 % = 360,000
0%	12.8%
<収益ゼロ設定>	<返済財源設定>
円	円
1,122,170 $\times 100\% = 1,122,170$	1,122,170 $\times 100\% = 1,122,170$
535,925 $\times 100\% = 535,925$	535,925 $\times 100\% = 535,925$
191,675 $\times 100\% = 191,675$	191,675 $\times 100\% = 191,675$
55,250 $\times 100\% = 55,250$	55,250 $\times 100\% = 55,250$
$\times 100\% = 93,500$	$\times 100\% = 93,500$
$\times 100\% = 460,734$	$\times 100\% = 460,734$

経費の増減

⑧ステップ③補足

本来	今回
1.ステップ②のデータの取り込み 「ステップ②の商品・取引先データを取り込む」ボタンを押してください。 2.「個別商品・取引先」ごとの目標売上高の確認 「個別商品・取引先」ごとの「営業利益」を変更してください。その利益を獲得するのに必要な「売上高」や「目標価格」が変更されます。 ※例えば、「個別商品・取引先」の「営業利益」を0にすると、その商品等が収支トントンになる売上高や目標価格が確認できます。 3.個別商品・取引先が会社全体に与える影響をシミュレーション 「個別商品・取引先」ごとの「売上高」や「営業利益」の変化が、会社全体にどのような影響があるのか、「将来」の「売上高」や「営業利益」をご確認ください。 ※例えば、全社として目標とする営業利益の金額が決まっている場合は、「将来」欄の「営業利益」がその額になるように「個別商品・取引先」ごとの営業利益の値を入力することで、目標とする営業利益額の獲得に必要な「個別商品・取引先」ごとの目標価格や会社全体の売上高が分かります。 4.コスト増減に伴う影響をシミュレーション 「個別商品・取引先」の「コスト」を変更すると、「個別商品・取引先」ごとの「営業利益」が変更されるので、コストの増減に伴う営業利益の増減をシミュレーションしてください。	1.ステップ②のデータの取り込み 「ステップ②の商品・取引先データを取り込む」ボタンを押してください。 2.「月数・客数」ごとの目標売上高の確認 「月数・客数」ごとの「営業利益」を変更してください。その利益を獲得するのに必要な「客単価」が変更されます。 ※例えば、「月数・客数」の「営業利益」を「0」にすると、その客単価等が収支トントンになる客単価が確認できます。また、「借入の返済財源額」を入力すると、財源が確保できる客単価等が確認できます。 3.個別商品・取引先が会社全体に与える影響をシミュレーション 「月」ごとの「売上高」や「営業利益」の変化が、会社全体にどのような影響があるのか、「将来」の「売上高」や「営業利益」をご確認ください。 ※例えば、全社として返済財源額の金額が決まっている場合は、「将来」欄の「営業利益」がその額になるように「月数・客数」ごとの営業利益の値を入力することで、目標とする営業利益額の獲得に必要な「個別商品・取引先」ごとの目標価格や会社全体の売上高が分かります。 4.コスト増減に伴う影響をシミュレーション 「月数・客数」の「コスト」を変更すると、「月数・客数」ごとの「営業利益」が変更されるので、コストの増減に伴う営業利益の増減をシミュレーションしてください。

※例えば、目標営業利益に近づけるためにコストをどれだけ削減すれば良いかがシミュレーションできます。

※例えば、将来的に仕入れ・材料費の高騰や給料アップなどの人件費上昇があった際に、利益にどのように影響が出て、目標価格をどのように変化させなければならないのかが分かります。

※例えば、目標営業利益に近づけるためにコストをどれだけ削減すれば良いかがシミュレーションできます。

※例えば、将来的に仕入れ・材料費の高騰や給料アップなどの人件費上昇があった際に、利益にどのように影響が出て、目標価格をどのように変化させなければならないのかが分かります。

<参考>

中小企業庁 > 中小企業活性化協議会 > 収益力改善支援

<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/saisei/01.html>

中小機構「儲かる経営 キツク君」

<https://kagakutenka.smrj.go.jp/moukaru/>

【記事執筆者】青柳孝（福島県石川町商工会 主任広域経営指導員 中小企業大学校講師）

福島県内商工会の富永駿佑経営指導員、菊池貴大経営指導員など支援機関の若手職員の OJT ツールとしてキツク君や IT 経営サポートセンターを使い倒し経営スキルの向上を図っている。

令和 6 年度に「IT 経営サポートセンターを使い倒す研究会」を立上げ、定期的に中小機構の IT ツールを使った事例をメンバーで共有し、多くの事業者に IT ツールの活用を積極的に推進している。

※IT 経営サポートセンターを使い倒す研究会とは（福島よろず支援拠点、中小機構東北本部、商工会の有志が集う IT 集団）