

草津商工会議所経営発達支援計画について (認定日：平成27年12月25日)

1. 計画期間

平成27年4月1日～令和2年3月31日（5カ年計画）

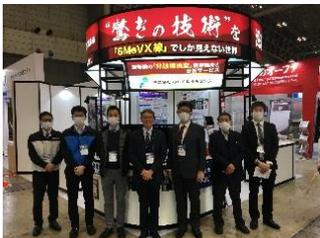
2. 計画に規定している8プロジェクト

- | | |
|---------------|-------------|
| ①事業計画策定支援 | ⑤新需要開拓支援 |
| ②事業計画策定後の実施支援 | ⑥需要動向調査 |
| ③経営状況分析 | ⑦地域経済活性化 |
| ④地域経済動向調査 | ⑧支援力向上の取り組み |

※①事業計画策定支援、②事業計画策定後の実施支援においては、小規模事業者の現状や取り組み意欲等を勘察し、経営改善型支援、経営発達型支援（伴走型）の2つのプログラムにより支援を実施。
 経営改善型支援…従来取り組んでいる税務や金融といった事業の基本的基盤を整えるための支援に加え、事業計画策定の重要性の意識を高める。(年2回程度のフォローアップ)
 経営発達型支援…上記の支援からステップアップし、経営革新や販路開拓等に取り組む高い意欲を持った小規模事業者に対して、事業計画策定から実施支援までを伴走型で行う支援。(1事業者あたり2年間のプログラム、月1回のフォローアップ)

3. 平成31年度（令和元年）の重点取り組み（実績）

プロジェクト名	実施実績 (実績/目標)		実績概要
	H30	R1	
経営改善型支援 ①事業計画策定支援 ②策定後の実施支援	H30 60/70件	R1 66/70件	事業計画書作成セミナーや経営革新等公的施策活用支援を通じて、事業計画策定の機会を提供。事業計画策定に至った事業者に対するフォローアップを実施した。
経営発達型支援 ①事業計画策定支援 ②策定後の実施支援	H30 9/8件	R1 9/8件	
⑤新需要開拓支援 機械要素技術展 出展支援	H30 4/4件	R1 4/4件	工業事業者の自社製品等の販路開拓を支援するため、出展準備から事後フォローまでの一貫した支援プログラムを実施した。展示会そのものは新型コロナウイルスの影響により非常に閑散としたものとなり、残念である。
⑤新需要開拓支援 ふるさと企業いいもの 発掘市	H30 14/10件	R1 15/10件	
⑤新需要開拓支援 東京インターナショナル ギフトショー出展支援	H30 3/3件	R1 4/3件	小規模事業者の自社商品の販路開拓を支援するための支援プログラムを実施。商談獲得のみならず、事前周知や商談力といった営業スキル習得につながった。



機械要素技術展



インターナショナルギフトショー（右：研修風景）



ふるさと企業いいもの発掘市

4. 第一期の5ヶ年の成果について

① 計画的な支援プログラムの実施による個社の売上向上や販路拡大への寄与

個社への伴走型支援として「量より質」を重視し、2年間寄り添いながら計画的な支援に取り組むことにより、目の前の課題を解決するだけでなく、その先を見据えた経営計画を策定することができ、売上の向上や内部組織の充実等の成果が出た。

他方、販路拡大支援として、展示会や即売会への計画的な出展プログラムを実施した。これにより個社別成果としては新規受注の獲得、プログラム出展企業全体としてはコラボレーション商品の開発や相互意見交換によるアイデアのブラッシュアップなどの成果を得られた。

② 会議所職員の支援スキル向上

上記①の取組を通じ、今まで商工会議所が本格的に取り組めていなかった『事業計画の策定』に対し、支援知識とノウハウ、実践による経験が得られ、支援スキルの向上へつながった。

③ 支援成果の見える化の実施

これらの取組事例の成果を見える化した「支援事例集」を作成、会議所活動を周知するとともに、これら支援を活用しようとする企業の掘り起しへとつなげることができた。また、2020年小規模企業白書に当所支援事例が取り上げられた。

5. 令和2年7月25日実施の外部有識者会議（※）による総評、コメント

（※本年の外部有識者会議は、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から書面開催となりました）

- ・ 本年を含め、第一期5年間の取組において着実な成果を挙げられたことはすばらしい。特に、支援を専門家に丸投げするのではなく、支援者が事業者とともに歩むことで両者ともに成長できるスキームができていくことは大変重要である。
- ・ 第二期も引き続き事業者寄り添いながらも、メンター制や支援の見える化を通じた取組みを続けて欲しい。特に、個々の支援者が得たノウハウを体系化し、たとえ支援者が変わっても会議所として変わらぬ支援力を発揮できるよう、支援の生産性向上に努めて欲しい。
- ・ コロナ禍により支援のスタイルも変化を余儀なくされることと思う。事業者の非対面型ビジネスの取組（IT導入やHP作成など）への支援にも是非注力して欲しい。

6. 第二期計画（令和2年4月1日～令和7年3月31日）へ向けて

第二期の目標は第一期と同様、『自ら考えて事業計画策定に取り組み、また販路開拓に積極的に取り組む小規模事業者を育成すること』であり、主な重点項目は以下のとおりである。

① 支援対象の拡大と事業者相互の研鑽の促進。

第一期にて獲得した支援知識・ノウハウを活かし、第二期においてはあらゆる企業との接触機会を通じ、支援対象を増やしていく。また、支援事例集等に記載の伴走型支援経験者をメンターとして活用するなど視野に、事業者間での相互研鑽を促す。

② 販路拡大への取組として、引き続き展示会出展支援プログラムの実施。

今後はプログラムへの追加項目として、「展示会現場での顧客との商談力向上の更なる強化」と、「地域内企業をつながり醸成、経験者からのフィードバック（上記①メンターなど）」を追加することで、自ら各種展示会へ出展できる事業者の育成に努める。

③ コロナ禍を乗り越えるための各種支援。

資金繰りの急速な悪化や売上の減少等に対し、日々の経営相談や事業者との接触機会を活かし、適切な資金繰り相談や補助金の活用等を促す。相談体制も飛沫感染防止に努めつつ、オンライン相談等も視野に体制を整える。