

# 第二期草津商工会議所経営発達支援計画について (認定日：令和2年3月16日)

## 1. 計画期間

令和2年4月1日～令和7年3月31日（5ヵ年計画）

## 2. 計画に規定している8プロジェクト

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

### (※)第二期における伴走型支援のあり方

第一期においては、支援者数を限定した集中型の伴走型支援を実施することで、職員のスキル、ノウハウの蓄積を図った。

第二期では、5年間で習得したスキル、ノウハウを活かし、支援者数を絞り込まず、あらゆる機会を活用して支援することで、対象者を増やしていく。

## 3. 令和2年度の重点取り組み（実績）

| プロジェクト名                           | 実施実績<br>(実績/目標) |         | 実績概要   |
|-----------------------------------|-----------------|---------|--|
| ②経営状況分析                           | R1              | 66/70 件 | 新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から対面セミナーが開催できず、分析数の目標達成には至らないが、補助金の制度説明導入部分はオンラインセミナーを配信し、次に記載の事業計画策定支援につながった。 |
|                                   | R2              | 43/80 件 |  |
| ③事業計画策定支援<br>④事業計画策定後の実施支援        | R1              | 9/8 件   | オンラインセミナー活用により、前年度の5倍の244件の持続化補助金申請に個別対応し、30件の策定後の支援を実施した。売上確保につながるよう、長期的にフォローを継続している。           |
|                                   | R2              | 30/24 件 |  |
| ⑤新需要開拓支援<br>商品企画塾                 | R1              | 4/4 件   | 一から商品を見つめなおし、作れる商品から売れる商品の開発をテーマに全6回のグループコンサルティングを実施した。終了後も複数の事業者は交流を続け、学んだ内容を基に新商品開発に取り組んでいる。   |
|                                   | R2              | 15/8 件  |  |
| ⑤新需要開拓支援<br>ふるさと企業いいもの発掘市         | R1              | 15/10 件 | 小規模事業者の自社商品を地元住民にPRするための展示即売会を実施。当日の売上獲得のみならず、事前プログラムを通じ、汎用的な営業ノウハウを習得した。                        |
|                                   | R2              | 15/14 件 |  |
| ⑤新需要開拓支援<br>京都インターナショナルギフトショー出展支援 | R1              | 4/3 件   | 会期中は関西のバイヤーを中心に、全社新たな取引につながった。会期翌日のオープンファクトリーでは主催者の訪問、取材を受け月刊誌に掲載された。                            |
|                                   | R2              | 4/3 件   |  |



商品企画塾



ふるさと企業いいもの発掘市



京都インターナショナルギフトショー

#### 4. 令和3年6月実施の外部有識者会議（※）による総評、コメント

（※新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から書面にて開催。）

- ・地域産品の新事業立ち上げにおける伴走型支援はとても素晴らしく感じた。これまでのコンセプトから観点を換え、新たな商品開発につなげたクリエイティブな支援は高く評価できる。
- ・まだ新型コロナウイルス感染症による経営への影響は続くと思われるので、特にダメージが大きかった、飲食店やサービス業への伴走型支援の実施を希望する。
- ・メンターの役割を取り入れたセミナー、Facebookの活用等支援の内容・方法に工夫が見られるのは素晴らしい。参加者の人的ネットワークや、高い経営意識を持つ他の団体へのアプローチが次の参加者を増やす方法として考えられる。
- ・コロナ禍の販路開拓として、展示会や訪問営業だけに頼らないマーケティング、提案方法を紹介して欲しい。
- ・補助金活用セミナーのオンライン化は大きな成果であろう。コロナ禍の中、急激な売上減少への、資金繰り対策としての補助金活用支援は極めて大事で、省力化、効率化したうえで個別相談へ注力できたことが評価できる。
- ・第一期からのさらなる支援する側のレベルアップのため、必要とされる新しい支援力を見える化し、研修などで能力向上に取り組んでもらいたい。また、データベース（事業所の沿革や知識、ノウハウ）を蓄積し、支援事例の機械化、システム化を図り、組織的に共有して欲しい。

#### 外部有識者会議構成委員

| No. | 会議役職   | 氏名    | 所属組織                  | 所属組織役職 |
|-----|--------|-------|-----------------------|--------|
| 1   | 会長     | 名取 隆  | 立命館大学テクノロジー・マネジメント研究科 | 教授     |
| 2   | 委員     | 橋本元気  | (株)日本政策金融公庫大津支店       | 支店長    |
| 3   | 委員     | 田畑一佳  | (一社)滋賀県中小企業診断士協会      | 会長     |
| 4   | オブザーバー | 川北日出夫 | 川北ビジネスコンサルティング        | 代表     |

#### 5. 令和3年度の重点取り組み（計画）

| プロジェクト名  | 実施目標 |     | 計画概要  |
|--|------|-----|---|
| ②経営状況分析  | R2   | 80件 | 事業計画策定と計画にもとづく事業遂行の重要性を伝えるとともに、策定の機会を提供するため、事業計画策定セミナー・個別相談会等を実施する。                               |
|  | R3   | 80件 |   |
| ③事業計画策定支援<br>④事業計画策定後の実施支援                                   | R2   | 24件 | 月1回の面談による事業計画の進捗確認、課題抽出、必要に応じた専門家派遣実施など伴走型で支援することで、事業者の売上拡大につなげる。また、職員の支援力向上を図る。                  |
|  | R3   | 24件 |   |
| ⑤新需要開拓支援<br>実践！販売促進スキルアップ応援塾                                 | New  |     | 昨年度ノウハウ不足を実感した、ディスプレイや商談力、発信力スキル等を獲得し、事業として更なる成長を遂げ、売上拡大を目指す。                                     |
|  | R3   | 20件 |   |
| ⑤新需要開拓支援<br>商品企画塾  | R2   | 8件  | 小規模事業者を対象に、お客様を魅了する商品コンセプトの定義、商品ブランドの確立、販売までの一連のコンサルティングを通じ、作れる商品から売れる商品を企画する。                    |
|  | R3   | 8件  |   |
| ⑤新需要開拓支援<br>各種展示会出展支援<br>(キラエマルシェ、いいもの発掘市、京都インターナショナルギフトショー) | R2   | 18件 | 商業・サービス系事業者を対象とした販路開拓支援を実施。上記2種類の塾によるトータル支援により、展示会出展ノウハウのみならず、汎用的な営業スキルの習得を目的とし、売上拡大、販路拡大につなげていく。 |
|  | R3   | 32件 |   |