

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カ年計画）

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 ③事業計画策定支援 ⑤新需要開拓支援 ⑦地域経済活性化
②経営状況分析 ④事業計画策定後の実施支援 ⑥需要動向調査 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4年度の重点取り組み（実績）

プロジェクト名	実施(実績/目標)		実績概要
②経営状況分析	R3	108/80件	昨年に引き続き巡回指導、窓口相談、セミナー等の機会を捉え、小規模事業者に対し、経営計画の策定に必要なデータを整えることができた。
	R4	159/80件	
③事業計画策定支援 ④事業計画策定後の実施支援	R3	24/24件	事業者が策定した事業計画書にもとづき、定期的な面談により円滑な遂行を支援した。支援事業者は、日々の業務に追われることも多々ある中、職員による面談はペースメイクの意味において重要であると再認識した。
	R4	24/24件	
⑤新需要開拓支援 新商品・商品リニューアル 企画塾 	R3	8/8件	お客様を魅了する商品コンセプトを定義し、ブランドを確立、実際に販売するまでの一連のコンサルティングを全6回実施。商品に対し、ターゲット、効用、場面、競合の4要素を深掘り、魅力的な商品に仕立てるための支援を行い、パッケージリニューアル等に取り組み、売上向上につなげた事業者もあった。
	R4	8/8件	
⑤新需要開拓支援 ふるさと企業 いいもの 発掘市 	R3	15/14件	近鉄百貨店草津店での展示即売会。商品企画塾等での学びを実践、VMDプランナーにより、購買意欲につながる陳列について具体的な支援を実施。使用場面を想起させる商品陳列を行うことで、セット購買につながった。またリピーターの獲得にもつながった。
	R4	13/14件	
⑤新需要開拓支援 展示会出展支援プログラム（東京ギフトショー） 	R3	6/3件	オリジナル商品の良さを効果的に訴求し、販路拡大へ繋げるため、出展支援プログラムを実施。専門家とともに出展前後を一貫して支援。また、今回ジャンルに合わせた出展（飲食ブース・雑貨ブース各1小間）を行ったことで、バイヤーの目にとまりやすくなり、多くの商談に繋がった。
	R4	4/3件	
⑤新需要開拓支援 キラリエマルシェ 	R3	58/15件	売上拡大や販路開拓を目指す事業者を支援するため、マルシェを計7回実施。イオンモール草津での出張開催等、各回にテーマ設定を行い、アプローチする顧客を事前に焦点をあて、出店者募集を行う工夫をした。また、自店のチラシ配布やメルマガ・SNSでのPR推奨したことにより、各社自店への再来店を促す行動を取られ、リピーターの獲得や売上増加等出店者の約半数以上が出店への効果を感じる結果となった。
	R4	55/15件	

4. 令和5年6月実施の外部有識者会議による総評、コメント

- ・草津商工会議所は様々な支援メニューを持っているため、例えばマルシェの出店をきっかけに商品企画塾への参加に繋げるなど支援者を増やしていただきたい。
- ・展示会出展の動機付けとして、専門家同行のもと、展示会見学ツアーなど企画があれば、実際に見て学ぶことができ、そこから展示会出展へのチャレンジにつながれば尚良い。
- ・支援というものは評価測定が難しいが、何を何回やったではなく、何をどのようにやったことでどうなったかを蓄積することで、成果が見えるようになっていく。支援する側とされる側の成果に対するギャップをどう埋めていくかを考えることもひとつの手段。
アンケートについては、悪い意見に対し、深堀できるような項目にしていくことで解決策に繋がる。
- ・草津商工会議所の支援数は多く、高い評価ができる。今後伴走型について、何を課題として認識・把握するかという課題「設定」型支援が重要となってくる。対話力も含め、経営者との信頼の醸成が大切であり、経営者にとっての本質的な課題の掘り下げに取組んでほしい。

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	桶土井雅章	(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5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	R4	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。
	R5	80件	
③事業計画策定支援 ④事業計画策定後の実施支援	R4	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。
	R5	24件	
⑤新需要開拓支援 商品企画塾	R4	8件	自社商品の売れ行きを伸ばすための「切り口」、市場に魅力的に発信できる「見せ方」を発見し、今の売り方を変えずに、ムリなく効率的に売上を増やしていくアイデアが創案できるためのコンサルティングを実施。
	R5	8件	
⑤新需要開拓支援 キラリエマルシェ、いいもの発掘市	R4	29件	小規模事業者の自社商品や売上拡大、販路開拓を目指す事業者を支援、地元住民にPRするため、展示即売会やマルシェを実施。リピーター獲得や、汎用的な営業スキルの習得に向けた支援も実施。
	R5	30件	
⑤新需要開拓支援 各種展示会出展支援	R4	3件	商業・サービス系事業者を対象とした展示会出展支援を実施。昨年の課題であった、バイヤーとの商談スキル、クロージング手法などプログラムを検討し、成約につなげるスキル習得を目指していく。
	R5	3件	