

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 | 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6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	R5	188/80 件	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。
	R6	106/80 件	
③事業計画策定支援 ④事業計画策定後の実施支援	R5	24/24 件	日常の支援活動や各種セミナー・創業相談・各種補助金の相談を通じて、事業計画策定に取り組む小規模事業者の掘り起しができ、事業計画策定支援が行えた。
	R6	24/24 件	
⑤新需要開拓支援 キラリエ マルシェ 	R5	39/15 件	売上拡大や販路開拓を目指す小規模事業者の商品・サービスの販売機会創出事業として行い、販路・売上拡大を図った。本年は計5回実施。専門家によるPOP・陳列の指導によるマルシェ全体の雰囲気づくりに取り組み、賑わい創出を図ったことにより、実店舗への来店に繋がった。
	R6	51/15 件	
⑤新需要開拓支援 お客様が「買いたい！」 と言い出す商品の見せ方と売り方実践塾 	R5	6/6 件	商品は「見せ方」や「切り口」を変えるだけで急激に売上が伸びることから、お客様の「欲しい・買いたい」から逆算した「商品の見せ方」を学ぶ、全6回のグループコンサルティングを開催。講義で学んだ内容を自社に落とし込んで考えるワークの発表を通して、第三者視点での意見を得ることができ、価格転嫁への意識や既存商品のアップデートを行うことができた。
	R6	7/6 件	
⑤新需要開拓支援 ふるさと企業 いいもの 発掘市 	R5	17/15 件	近鉄百貨店草津店での展示即売会。上記販売戦略実践塾等での学びを実践するとともに、今回もVMDプランナーに売場監修を依頼。「～バレンタイン(わたしとあなた)に、ご褒美を贈ろう。～」をサブテーマとして設定し、バレンタイン商戦に合わせた商品陳列を行ったことで商品購買に繋げることができた。
	R6	17/15 件	
⑤新需要開拓支援 くさつおみや 	R5	7/7 件	第2期くさつおみやや認定商品を工芸品まで対象とし、8商品を認定。近鉄百貨店草津店と東京日本橋ここ滋賀において販売会実施など販売促進支援を行った。「くさつおみや」認定をきっかけに近鉄百貨店草津店や琵琶湖博物館での常設販売に繋がった。
	R6	8/7 件	
⑤新需要開拓支援 展示会出展支援プログラム 東京&京都ギフトショー 	R5	9/3 件	東京ギフトショーにおいては、自社商品の良さを効果的に訴求し、販路拡大へ繋げるため、専門家とともに出展前後を一貫して支援。商談支援をプログラムに加え、商談の中にアドバイザーとともに入り込んだことで、商談相手からの取引条件等の具体的なニーズを知ることができた。 京都ギフトショーにおいては、VMD手法によるブース設営を行い、商品の訴求力を高める支援を行った結果、商談に繋がった。
	R6	10/3 件	

4. 令和7年6月実施の外部有識者会議による総評、コメント

- ・キラリエマルシェを含む全ての事業において、小規模事業者に寄り添った支援を行っており、一定の成果も得られ、職員の支援能力の向上も見られるため、素晴らしい取り組みである。
- ・事業者が広告作成に時間を割くことができない場合は、生成AIを活用すれば良い。販売戦略実践塾等の支援プログラムに生成AIの活用を組み込むことも有効な手段である。
- ・販売戦略実践塾において、事業者のコンセプトを言語化できたことは大変評価できる。次回以降もコンセプトの言語化は支援プログラムに組み込んでほしい。
- ・くさつおみやについては、何年か続けた先に苦戦が強いられることが予想されるため、しっかり注力する必要がある。
- ・展示会の成約率は非常に高い。職員が支援に関わっていることで支援ノウハウの蓄積に繋がっていることも評価できる。

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	大石孝太郎	(一社)滋賀県中小企業診断士協会	会長
2	委員	川瀬政典	(株)日本政策金融公庫大津支店	支店長
3	委員	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
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. 第三期草津商工会議所経営発達支援計画および令和7年度の重点取り組み（計画）

計画期間：令和7年4月1日～令和12年3月31日（5カ年計画、令和7年3月21日認定）

（※）第三期における伴走型支援のあり方

事業者の「IT、DX化」と「SNS等のITツール活用」、支援者としての資質向上を図る為、「IT等に関する研修」の受講、経営者との対話と傾聴を通じて、事業者の本質的課題に対する経営者の気づき・腹落ちを促す「経営力再構築伴走支援モデル」を用いて、支援にあたる。

プロジェクト名	実施目標		計画概要
③経営状況分析	R6	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、各種セミナー・個別相談会等を実施する。
	R7	80件	
④事業計画策定支援 ⑤事業計画策定後の実施支援	R6	24件	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繋げる。
	R7	30件	
⑥新需要開拓支援 いいものの発掘市、キラリエマルシェ	R6	30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。
	R7	30件	
⑥新需要開拓支援 お客様が「買いたい！」 と言い出す商品の見せ方と売り方実践塾	R6	6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、効率的に売上を増やしていくアイデアを創案するための全6回のコンサルティングを実施。
	R7	6件	
⑥新需要開拓支援 くさつおみや	R6	7件	継続実施することによる「くさつおみや」そのものの認知度向上および新規販路開拓のひとつの手段として、引き続き第3回認定事業を実施する。販路拡大に向けて取引条件交渉や契約交渉を事業者が取引先と対等にできるように支援策を講じる。
	R7	7件	
⑥新需要開拓支援 展示会出展支援プログラム 東京&京都ギフトショー	R6	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。東京ギフトショーについては、引き続き、バイヤーとの商談スキル、コーズング手法の習得、商談状況に合わせたフォローアップを強化し、成約に繋げるプログラムを強化する。 京都ギフトショーについては、引き続き、VMDプランナー監修により、思わず立ち寄りたくなるブース設営により、多くの商談に繋げる。
	R7	6件	