

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5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	R4	159/80 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。
	R5	188/80 件	
③事業計画策定支援 ④事業計画策定後の実施支援	R4	24/24 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。
	R5	24/24 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 	R4	8/8 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。参加者同士のディスカッションを支援プログラムに組み込んだことにより、SNSを活用した顧客名簿の作成や顧客目線での新商品開発に繋がった。
	R5	6/6 件	
⑤新需要開拓支援 ふるさと企業 いいもの 発掘市 	R4	13/14 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、VMDプランナーによる売場監修により、購買意欲に繋がる陳列について支援を実施したことにより、売上確保とリピーターの獲得に繋がった。更に1週間程度のスポット催事出店に繋がった事業者があった。
	R5	17/15 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 	R4	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。また、ジャンルに合わせた出展（飲食ブース・雑貨ブース）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。 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。
	R5	9/3 件	
⑤新需要開拓支援 キラリエマルシェ 	R4	55/15 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。本年は新たに2カ所、実施場所を追加し、計5回実施。開催チラシの全戸配布により、各店舗の認知度向上を図るとともに、当日のショッピングカード配布などを推奨したことにより、実店舗への来店に繋がった。
	R5	39/15 件	
⑤新需要開拓支援 くさつおみや 	R4	-	新規事業として実施。草津市内に本社等のある小規模事業者が自社で製造した商品を「くさつおみや」として認定。デザイン・ネーミング等の専門家支援とともに、パンフレットを作成、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。現在、近鉄百貨店の常設販売に向けて協議中。
	R5	7/7 件	

4. 令和6年6月実施の外部有識者会議による総評、コメント

- ・様々な工夫を入れながら新しい試みや意味のある支援プログラムに取り組んでいることは素晴らしいことであり、今後も継続的に実施してほしい。
- ・展示即売会では販売員がいなくても、商品毎にPOPやQRコード等を用いて商品説明を行うことで、来場者に訴求できる仕組みづくりができればなお良い。
- ・マルシェをきっかけとして、入会に繋がっている実績もあると思うので、Facebookなどに出店者情報や次回以降の開催告知を行い続けることにより、新規希望者の掘り起こしに繋がると考える。
- ・経営発達支援計画の3期目の計画策定にあたっては、全国でも稀な人口増加エリアである草津市の地域特性を生かすことや小規模事業者に特化したDX支援など、1・2期との違いを明らかにすると良い計画になると考える。また、事業者から支援者へ焦点を変えた計画にするのも面白いと思う。1・2期で取得したノウハウを開花させ、専門家として頼られる存在になってほしい。

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	大石孝太郎	(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6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	R5	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。
	R6	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。また、中長期で作成した計画にもとづく事業遂行で成果が得られた事例を提供するなど、取り組み意欲醸成に努める。
	R6	24件	
⑤新需要開拓支援 顧客の購買心理に寄り添う商品の見せ方、売り方実践塾	R5	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。
	R6	6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	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、バイヤーとの商談スキル、クロージング手法の習得に加え、各出展者の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実施する。 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。
	R6	3件	
⑤新需要開拓支援 いいもの発掘市、キラリエマルシェ	R5	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。
	R6	30件	
⑤新需要開拓支援 くさつおみや	R5	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2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。
	R6	7件	