

鎌倉商工会議所 令和2年度経営発達支援事業
成果・評価・見直しの結果について

去る令和3年8月24日、「経営発達支援計画評価・検証委員会」を開催し、令和2年3月に経済産業省から認定された経営発達支援計画に基づき当所で実施した令和2年度経営発達支援事業について実績報告を行い、事業の成果に対する評価・アドバイスをいただいた。

上記委員会の評価・アドバイスを受けて、次年度の事業実施における改善点を検討、下記の通りそのポイントを確認した。

【委員会の評価】

第2期の初年度となる本年度においても、経営発達支援事業に真摯に取り組んでこられた成果が出ている。毎年度のことながら、数値目標を概ね達成できているのは素晴らしい。特に、持続化補助金や Web マーケティング支援などを通じてコロナ禍の厳しい状況を乗り越える支援をしてこられたことは、素晴らしいことだと思う。

【今後の方針】

これまで、個社支援のアウトカム（成果）である売上・粗利に関する成果が一定程度出ているため、基本的には今年度もこれまでと同じスタンスで事業を実施していく考えである。ただし、今後も継続的なアウトカムを出し続けていくため、主に以下に挙げる3点について更なる改善をしていく方針である。

① 支援対象事業者の掘り起こし

コワーキングスペース・シェアオフィス・不動産業者・青色申告会・金融機関・保険代理店等との連携強化に加えて、新規事業として異業種交流会を実施（年3～4回程度）する予定。

これにより、（リアルの店舗などを持たない）フリーランス・個人事業主の方の取り込みを含めて、これまで当所と縁のなかった小規模事業者との接点を増やしていきたい。新型コロナウイルス感染症収束前の開催は難しいが、開催可能な環境になり次第、必ず実施していきたい。

また、LINE 公式アカウントの開設や、当所ホームページのリニューアルにより、当所への問い合わせも増えている状況である。これを踏まえ、今後も継続的に更に接点を増やすために、新設法人への DM 発送の再開、Twitter の導入・活用も検討している。

②顧客ニーズの把握

どのような商売であっても「釣りをする池（マーケット）に魚はいるのか？そして好みのエサ（ニーズ）は何なのか？」を明確にすることが業績アップの起点となる。その意味で、「顧客ニーズの把握」は事業計画策定時の最上流工程のポイントになると見ている。ここでしっかりと顧客ニーズ（お客様が商品・サービスのどこに価値を感じているかを含む）を把

握できれば、成果の出やすい事業計画策定につながるので、ここの支援を組織的に強化していく。

具体的には、「A4・1枚アンケート」という調査手法を活用して、アンケート結果を基に、お客様の声から新規顧客を集めるストーリーの事業計画策定、販売促進の広告クリエイティブ（表現）につなげていく。これは、これまでも取り組んできたが、今後は定期的な進捗確認ミーティングで個々の経営指導員等に活用を促し、これまで以上に強化していく考えである。

また、テストマーケティングの実施を事業者に促していく。これにより、生の顧客ニーズを早期のうちに把握し、商品・サービスをマーケットにフィットさせて事業の成功の確度を高め、事業失敗のリスクを軽減することにつなげていく。ここには、クラウドファンディングの活用もオプションに入れて支援にあたっていきたい。

③特定・重点分野の支援力強化（「事業承継」「Webマーケティング」「根拠ある事業計画の策定」）

近年の小規模事業者を取り巻く環境上、そして新型コロナウイルス感染症の影響によりビジネスのオンライン化が急速に進んでいる中、事業者の持続的発展に必要な Web マーケティング分野の支援を強化していく。まず先行して若手職員 3 人を中心に、セミナー・研修・書籍を活用してインプットを進めながら、現場での Web マーケティング支援に積極的に関与していく方針。更に、経営指導員等を対象に「コラーニング（デジタルマーケティングの人材育成サービス）」を受講させることにより、組織的なマーケティングスキルの底上げを図っていく。

また、新型コロナウイルスの影響長期化により、今後事業継続を断念する事業者が増えてくる恐れもあるため、第三者への承継を含めて事業承継の支援レベルを引き上げていく。Web マーケティングとは逆に、支援キャリアの長い職員 4 名を中心に、セミナー・研修・書籍や書籍を活用してインプットを進めながら、現場での「事業承継」の支援に積極的に関与していく。支援見込先のリストアップからそれらへのコンタクト（声掛け）・フォローアップについて、定期的な進捗確認ミーティングで支援状況を共有しながら支援を行っていく方針である。

Web マーケティングと事業承継は、相談案件の内容によって専門家も積極的に活用していくが、上記のとおり、2 組（事業承継・Web マーケティング）に分けて特定業務の支援力を強化し、中長期的に組織内部に支援ノウハウを蓄積していくことで、よりスピーディーで効果的な相談対応を目指す。

さらに、将来的に持続化補助金がなくなった場合においても、継続して小規模事業者の成果につなげていけるように、事業計画策定支援のレベルアップに努め、経営分析から導き出された“根拠のある”事業計画を策定できるようにしていく。具体的には、支援にあたる 7 名の職員を対象に、セミナー・研修・書籍を活用しながら、ただ数値を羅列しただけの計画ではなく、具体策やアクションプランまで落とし込んだ計画づくりを強化していく。

アクションプランまで落とし込んだ計画があると、その後のフォローアップを通じて進

捗状況を確認していけるため、本来あるべき PDCA のサイクルを回しながら、時には軌道修正をしていくことで、業績アップの可能性が高まると考えている。

令和2年度は、若手の職員を中心に書籍のインプットは行ったものの、支援課全体でのレベルアップの取組までには至らなかった。そのため、今年度は支援課全体でこの分野のインプットを行い、スキルアップ研修（月2回）での共有から組織的なレベルアップを進めていきたいと考えている。

これらの取り組みにより、これまで以上に自信を持って Web マーケティング、事業承継、事業計画策定&フォローアップの支援にあたっていくことで、より多くの小規模事業者の業績向上や事業承継につなげていきたい。

以上