# 藤枝商工会議所 経営発達支援計画評価検討委員会 会議録

会議名 第10回 経営発達支援計画評価検討委員会 日 時 令和7年10月20日(月) 13時30分~14時30分 場 所 藤枝商工会議所 第2研修室 出席者 (敬称略)
場 所 藤枝商工会議所 第2研修室 出席者 (敬称略)
出席者 (敬称略) 要 員 藤枝商工会議所副会頭 江﨑晴城、静岡産業大学情報学部教授 田口敏行、藤枝市産業振興部長 石井規雄、オオタキ経営 大滝綾乃常務理事 山内一彦事務局 小野和紀、曽根健一、八木明日香、木村好一 (1)令和6年度 経営発達支援事業の報告について(2)令和7年度 経営発達支援事業について(3)令和6年度 経営発達支援事業の講評
<ul> <li>(敬称略) 要 員 藤枝商工会議所副会頭 江﨑晴城、静岡産業大学情報学部教授 田口敏行、藤枝市産業振興部長 石井規雄、オオタキ経営 大滝綾乃常務理事 山内一彦事務局 小野和紀、曽根健一、八木明日香、木村好ー</li> <li>(1) 令和6年度 経営発達支援事業の報告について(2) 令和7年度 経営発達支援事業について(3) 令和6年度 経営発達支援事業の講評</li> </ul>
議 題 (2) 令和7年度 経営発達支援事業について (3) 令和6年度 経営発達支援事業の講評
司会。関会:薛林内小企举相談所 所是 小野和紀
挨拶:江﨑晴城委員長
(1) 令和6年度 経営発達支援事業の報告について 曽根職員が経営発達支援計画について説明した後、令和6年度行った事業を以下」 に基づき説明。 I. 経営発達支援事業の内容 1. 地域経済動向調査に関すること ①藤枝市管内景況調査 ②地域の経済動向分析 景況調査、企業活動に関する調査、LOBO 調査を実施している旨説明。
2. 需要動向調査に関すること ①販路コーディネーターによる百貨店・EC 等向けの商品需要調査 ②首都圏における BtoC 商品調査
3. 経営状況の分析に関すること ①小規模事業者の経営分析 経営指導員による巡回・窓口相談を実施(1,295 件)。
4. 事業計画の策定支援 ①事業計画策定支援 ・経営分析・事業計画策定に繋げるDX支援 3社実施
内 容 5. 事業計画策定後の実施支援 ①事業計画のフォローアップ
<ul> <li>6. 新たな需要の開拓支援         <ul> <li>①展示会・商談会の出展支援</li> <li>② SNS 等による WEB マーケティング支援</li> <li>③ EC サイトの開設・運用支援</li> <li>④藤枝おみや商品のテストマーケティング             <ul> <li>・ポップアップストア出店・テストマーケティング事業</li> <li>4社実施</li> </ul> </li> </ul></li></ul>
7. 地域系坐剤の活性化に資する取組 ・藤枝おみやフェアの開催
8. 経営指導員等の支援能力向上等
(2) 令和7年度 経営発達支援事業について 曽根職員が令和7年度事業について説明。 1. 生成系AIと一緒に考える!事業計画づくり実践セミナー 2. 伝わる発信でファンをつくる!SNS活用・情報発信力アップ 3. 経営発達支援計画遂行のための職員勉強会 4. サイバーセキュリティセミナー 5. 事業継続力強化計画策定支援事業 上記事業説明に加えて、普段巡回に活用している資料の説明や、現在考えている紀支援についても説明。

# 【質問】

#### ■江﨑副会頭

ポップアップストア出店事業者の業種、商品は?

### ⇒曽根回答

- 家具のアップリサイクル
- 乾物、薬膳料理等
- お茶、衣類
- プロテイン入りマフィン
- (3) 令和6年度 経営発達支援事業の講評 委員等からの質問や評価を求めた。

#### ■田□先生

事業計画策定支援において、成功事例は?成功事例の総括、みんなに役立つよう共有できるようなまとめがあるといい。会議所がAIツールを使っている情報、具体的な良い点を共有しあう機会を。

# ■石井部長

事業計画策定支援において、成功事例が他の小規模事業者に伝わると良い。 テストマーケティングで良かった事業者さんは、現在も伸びているのか?イベント後にも コンセプトを日々の販売に活かせているか。追って聞いてみたい。次回の事業に繋げても らうといい。

藤枝おみやと市のセレクションの兼ね合い、バランスが気になる。お互い・セレクション・おみやの把握をしていない。情報共有が足りないように思う。市民にとってわかりにくい。

#### ■大滝先生

テストマーケティング事業について、販売した商品がマークイズの顧客と合っているのか。薬膳ならマークイズより郵便局の方があっている。参加した事業所さんについてはSNSのフォローが増やすという裏のストーリーがあったと思うが、こうやったからこういった成果が出たといった分析ができるとより分かりやすいと思う。今回は売上が指標だからわかりやすいが、今年度の事業は成果が数字として出にくいかもしれない。

# ■山内常務

目標数値への進捗管理が大事。

経営者が今の現状に気づき自走していかなければならない。気付きがスタートラインとなるが、成功事例を展開してあげないと響かないように思う。大企業と違って小規模事業者は社長が判断すればすぐに事業取り組める。響くやり方を。

販路拡大という意味では、ふるさと納税のマーケットが大きい。小ロットでもうまく行政 と連携すればメリットが大きい。うまく活用してほしい。

#### ■江﨑副会頭

景況調査の実施について、サンプル数を増やさなければならない。QRで答えるようにする等、答えやすい手法も必要になってくる。分析の部分については、田口先生に職員向け勉強会などをやってもらうのもいい。

これまでは、支援先を絞り込んで成長過程を見ていたように思うが、今回は1つずつの項目で支援先が違っている。成長過程が見えない。失敗も踏まえて、同じ事業所を追った方が次のステップアップにつながる。

成長支援では数値は売上だけではない何かも必要で成長の過程を見せることが大事。 数値の設定も大事。

# 【その他意見】

#### ■田口先生

テストマーティング事業において、マークイズには商品を持ち込んで販売したのか? 小野所長回答⇒店舗ではなく、マークイズの通路の貸し出しスペースにて。

間に入ってあげる、機会を与えるというのはいいこと。場所を検討すべきだった。 売上以外は?

曽根職員回答⇒顧客にアンケートをとり、アンケート結果についてフィードバックした。