



## 事業申請から採択までの経緯

- 事業者は2019年度にも支援を受けたが、課題を残したままとなっていたことに加え、新型コロナウイルスの影響でテナントの退去も散発的に生じたことから、全体的な施設のリブランディングが必要であると考えた。
- そこで、事業者は、商業施設の運営に精通している専門家にリブランディングについてコンサルティング委託をしようと検討を始めたタイミングに、支援主体から本事業の紹介を受けた。
- 事業者は、支援主体に対して検討している内容を相談したところ、事業者が委託を考えていた専門家は、本事業において専門家登録をされていなかったが、新たに登録がなされ、事業者は希望する専門家による支援を受けることができた。
- 申請に当たって、事業者は商業施設のリブランディングが必要であると考えていたが、そのための具体的取組が分からなかったため、専門家の知見に期待した。



## 専門家マッチング

- 専門家にどのような支援をしてほしいのか、自分たちに不足しているスキルが何かを把握した上で、商業施設の運営・コンセプト設定・イベント設計・販売促進を専門家に支援してほしいという希望を支援主体に伝えた。

### 支援実施の際のポイント

#### 【事業者起因】

本質的な課題や必要な支援、それを実現するための専門家像について自社なりに分析し、イメージを持っていたことがポイント。

#### 【支援主体起因】

事業者が専門家像を明確に有している場合は、効果的な支援とするために支援主体において可能な限り柔軟に対応することが必要。



## 課題特定支援／支援計画策定

- 専門家が、商業施設運営の経験・知識を活かして事業者の話を引き出し、リブランディングのゴールとして、キャッチコピーの設定やロゴマークの変更、それらに伴うポスターの作成を行うことを決定した。
- 事業者が当初に想定していた支援課題は、課題特定支援を経ても変わることはなかった。
- 事業者の役員は、過去にもコンサルティングを受ける機会があったものの、事業者の日常業務の実施方法等について、専門家から否定的な意見を浴びせられるだけで、具体的な行動の検討には進まないという苦い経験があったが、今回の専門家は、事業者から丁寧に話を引き出しながら、事業者に見合った方向性を示してくれたため、支援の進め方に対する納得感を持ちながら支援を受けることができた。

### 支援実施の際のポイント

#### 【専門家起因】

専門家は、事業者が支援の内容や進め方に違和感や不安感を抱いていないかを確認しながら進めていくことが重要。

事業者から支援の方向性等について質問や意見があった場合は、専門家は自身の考えを改めて説明して事業者の理解を深めたり、事業者の意見を踏まえて支援の方向性等を変えたりするなど、事業者の納得感を得られる支援となるよう不断に留意して進めていくことが重要。

#### 【支援主体起因】

支援主体は専門家からの進捗報告を確認するだけでなく、事業者が支援の内容や進め方に違和感や不安感を抱いていないかを確認することが重要。



## 課題解決支援

- 事業者が管理する施設において、顧客がどの地域から来ているか、どのような年齢層か、日帰りか宿泊を伴っているかといった調査を専門家が行った。
- 調査に当たっては、施設の強みや弱みを分析できるような設問を設定して課題対応につなげるとともに、事業者も一定の情報を提供して調査に協力した。なお、実際の集計・分析等の調査作業は専門家に対応した。
- 調査の結果、事業者が管理する施設は、港にあるという立地的な特徴から、多少の距離があっても海に面していない地域（山形市、米沢市、天童市などの山形県内陸地域、福島県会津地域、栃木県及び埼玉県）の方が多く利用していることや日帰りの家族連れの利用が多いことが判明した。これらの結果を活かす方策を各テナントで考えた。
- 支援を受ける際は、検討の場に事業者の若手職員も入り、和気あいあいとした良い雰囲気アイデアを出し合うことができた。
- 支援中に「いわきをぎゅ〜っと」というキャッチコピーを作成した。このキャッチコピーについては、支援終了後に消費者を巻き込む取組としてPRポスターの一般募集を事業者独自で行ったところ、郡山市出身の学生が大賞を受賞し、受賞作のデザインによるポスターが現在も使われている。
- 各テナントはそれぞれ課題が異なるため、専門家は各テナントに意見を押し付けるのではなく、「このテナントがこういう風にやったら、お客さんが増えましたよ。」と周りのテナントに好事例を紹介する方法で進めてくれた。
- 支援を受けた2020年度はリブランディングに向けた準備、翌2021年度はリブランディングの実践・発信と考える取り組みだ。
- 2020年度の支援時に、専門家から次の1年間の行動計画に関する提案を受け、本事業の支援終了後もコンサルティング契約の継続を決断した。この専門家からは、現在も継続してコンサルティングを受けている。
- 本支援の中で作成したキャッチコピーとロゴマーク、その後に作成したポスターが施設の方向性を示す象徴となり、その下に地域に根ざしたテナントが増え、今では道の駅として登録申請するまでに発展したと感じている。

支援実施の際の  
ポイント

## 【事業者起因】

成果物が完成したことをスタートと認識し、申請時や課題特定支援において明確化した目的達成のために、支援で得た成果物をどのように活用するかを考え、次の行動に移すことが重要。



支援成果のキャッチコピーとロゴマーク