



事業申請から採択までの経緯

- 運営している割烹料亭である正月荘の利用者は企業が大部分を占めていたが、時流とともに企業が大きな宴会を開かなくなり、個人客の集客を目的とした周知の必要性を感じていた。
- 正月荘は大人数でないと利用できないというイメージがあり、少人数でも利用が可能である旨を周知したいと考えていたところ、商工会議所から本事業の紹介を受けた。その時点において、具体的な取組を想定していた訳ではなかったが、これをきっかけに新しい取組ができれば良いと思い申請に至った。
- 申請をすることは女将が決定したが、社内には自社単独で解決すべきという考え方もあり、社内が一枚岩で支援に臨むという体制ではなかった。
- 申請に当たっては、商工会議所への事前相談により十分な情報とサポートを受けることができたと感じている。

支援実施の際の
ポイント

【支援主体起因】

地域の経営支援機関が本事業のサポートを行い、事業者に対して的確なアドバイスや情報提供を行う体制が構築されていたことがポイント。

支援を受ける体制に懸念がある場合には、関係者への理解を促すことが重要。支援主体や経営支援機関の直接アプローチが難しい場合には、事業者に対して支援の必要性や成果イメージの見せ方等を助言し、社内調整の支援を行うことが重要。



専門家マッチング

- 事業申請に当たり、希望する専門家は特になかったこともあり、事業者がマッチングのフェーズに主体的に関わったという意識はなく、支援主体から専門家候補を数名紹介され、最終決定も支援主体によるものであった。
- 支援主体から専門家の選定理由等の情報提供はなかったが、現状を変えたいという事業者の思いを汲んだ上で、専門家を選んでくれたと認識している。
- 事業の推進のためには、専門家に全てを任せるのではなく、自社としても一定の対応が必要であると認識していた。

支援実施の際の
ポイント

【支援主体起因】

事業者において支援ゴールや専門家が明確になっていない場合には、事業者や専門家の特徴等を見極めて専門家の選定を行うことが重要。



課題特定支援／支援計画策定

- 新しい集客の仕組み作りを専門家と検討する中で、ターゲットを若年層とするイメージを伝えたことから、パンフレットデザインの刷新に取り組むこととなった。この方向性はスムーズに決まり、納得感があった。
- 寄り添ってくれるタイプの専門家であったため、特に意見のすれ違いが起こることはなく、良い関係性で支援を進めることができた。
- 専門家が2か月に1回のペースで来社し、コミュニケーションを取っていた。一方で、支援期間中に支援主体とコミュニケーションを取った記憶はなく、事業の相談については商工会議所に問い合わせていた。このコミュニケーションの在り方について不満を感じることはなかった。
- 課題分析よりもパンフレット作成や内容の検討に時間を割いていた印象があり、申請当初の新たな集客の施策が必要という課題感の深掘りまでには至らなかった。
- 限られた支援期間の中でパンフレットの刷新に集中することが必要だったことは理解する一方で、集客数を伸ばすという本質的な課題の検討には至らなかったため、支援の中でより課題分析ができる機会と専門家による多角的な提案があれば良かったと思う。
- 支援開始までの間に自己分析を行う機会はなく、そうした助言や支援も受けていない。支援を受けた結果として本質的な課題が解決できていないと感じており、支援期間内に課題の深掘りや自己分析を行う機会があったら良かったと振り返る。

支援実施の際のポイント

【事業者起因】

支援の内容を決定していくに当たり、ターゲット設定等経営に係る戦略は、事業者において主体的に検討し、方向性を提示していくことが重要。

【専門家起因】

支援内容を決定していくに当たっては、事業者の状況分析を行った上で、短期的な取組と中長期的な取組について事業者と共有して、十分に話し合いを行い、事業者の納得感を持って進めることが重要。

取組の方向性が、事業者の持つ課題感に適切にアプローチできているかどうかを都度確認することが重要。事業者が支援内容や支援効果に対して疑念を持つ場合には、専門家による丁寧なフォローアップが必要。



課題解決支援

- 課題解決支援のフェーズに入り、専門家の来訪の度に課題が出されたが、自社でも主体性を持って取り組む認識でいたため負担に思うことはなかった。
- 支援成果はパンフレットのデザインが刷新できたことであるが、集客に対する効果が測りにくく、課題解決につながったかどうかは正直なところ分からない。当初から支援に疑問を感じていた関係者は現在でも従来のパンフレットを活用しており、社内に数種類のパンフレットが乱立している状況であるため、パンフレットの刷新という支援成果に対する評価は難しい。
- 単年の支援では効果が測りにくいこともあり、次年度以降の支援について検討をしたかったが、情報が全く入ってこなかったため、非常に残念に思う。参加経験がある企業に次年度以降の参加枠があるならば周知してもらえると助かる。
- また、本事業のような支援の情報を知りたい事業者は自社以外にもいるが、どこで適切な情報をもらえるのかが分からないという声をよく聞く。商工会議所との連携含め、情報発信の在り方を検討していただきたい。

支援実施の際のポイント

【支援主体起因】

事業の周知方法等について、過年度の状況等を踏まえ、必要に応じた見直しを行うことが重要。

地域の経営支援機関と継続的な関係性の構築を行い、新たな支援の案内を行う等の連携が重要。