

(別紙2)

3. 助成対象事業の成果 (結果)

【事業名】 「DXによる成長企業の発掘と新たな伴走支援モデルの構築」 B事業

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

<課題：支援先の固定化、成長志向企業の発掘>

県内の中小企業経営者等から「財団のことをよく知らない」「支援メニュー情報が届かない」という声があった。

また、既に財団と接点はあるが支援メニューを単発的な利用で終わる企業も多い。より多くの中小企業、特に成長志向の高い中小企業（中堅候補企業）に支援情報を届けて利用していただき、成長まで繋げることが優先課題である。

<課題：デジタル化進展への組織的対応>

多くの企業に利用してもらうべく多種多様な支援メニューを用意し、従来の PR 方法であるホームページ (HP) やメールマガジン (メルマガ)、リーフレット等で PR しているが、果たしてその PR 方法はデジタル化が進展している現代にマッチしているのか、恐らくマッチしていなく、デジタル化に対応した支援体制が整っていない状況である。近年、企業においてはコロナ禍や国際情勢、取引先の海外移転、物価高騰、人手不足、生産性向上等の多様化・高度化する課題があるが、その中でも現状打破し成長を志向している企業は少なからずあると思われる。当財団では緊縮財政により職員数の増加は難しい中で県内中小企業支援に取り組んでいるが、利用申込が伸びていない、及びリピート企業が多く、新規企業は多くない状況である。

➡そこでデジタル化に対応した効率的で効果的な新たな支援体制の構築が急務と判断した。

静岡県内には約 10 万社の中小企業が存在すると言われていたが、各中小企業のステージに適した情報をタイムリーに届け、成長志向の高い中小企業（中堅候補企業）を発掘し、関係構築するとともにデジタルツールの活用による中小企業への新たな伴走支援モデルを構築していく。

<目標、事業実施計画>

そのために HP をマルチデバイス対応にアップデートしスマホやタブレット端末でも最適な表示ができるようにし、その他にはコンテンツマーケティング、web 受付、メルマガ登録への導線確立を図ることにより、情報発信力を高めてアクセス数を増やすとともにメールマガジンの登録者数を増大させる。

(先に自己資金で名刺管理システム sansan (メルマガ配信機能も含む) を導入し、名刺交換等で取得した企業等の名刺情報から属性を管理してセグメント別のメルマガ配信を行えるようにする。)

また、タブレット端末 25 台を導入し企業訪問時等にアドバイザーや職員に持たせ使用することにより、新 HP とタブレット端末をリンクさせてデジタル技術を活用した支援ができることを目指す。

財団が目指すワンストップ支援体制に立ち返り、企業訪問時に相談される様々な経営課題に対して「その場解決」を目標にデジタル化に対応した支援体制の構築を目指す。

タブレット端末により、財団の支援メニューを提供するだけでなく、場合によっては他支援機関（よろず支援拠点等）の支援メニューを紹介する。

HPをアップデートし、またタブレット端末とタイムリーなセグメント別メルマガ配信にて、成長志向の中小企業を発掘し、企業訪問時等のヒアリング内容や支援状況などをデジタルツールで管理することにより、その企業のステージに合った質の高いサービスを財団組織全体で提供していく体制を構築していくことを目的とした。

【成果（結果）〈実施事業の内容・実績、実施した結果生まれた新たな課題等〉】

【情報発信】

■HPをアップデート

■メルマガ配信業務 外部委託⇒sansan導入（自己資金）で財団職員配信に変更

旧HPは約15年前に構築したもので、

＜ユーザビリティ、アクセシビリティが低かった＞

1. トップページは画面内に財団支援メニュー等を規則性なく一覧で表示するデザイン。ユーザー（閲覧する立場の中小企業等）目線ではなく、財団が実施している支援メニューを一方的にユーザーに見せるものとなっていた。
2. 支援メニューについて目的別、事業別での検索機能がなかった
3. 新着情報について目的別での検索機能がなかった
4. 財団内関連サイト（企業脱炭素化支援センター等）への導線がなかった
5. よろず支援拠点等の外部支援機関のバナー一覧がなかった、導線がなかった
6. マルチデバイス（レスポンシブデザイン）非対応のため、スマホやタブレット端末での最適な画面表示ができなかった

＜掲載漏れ＞

7. 実施している支援メニューでも掲載がないものがあった
- ＜訴求力が低かった＞
8. 助成金公募中やセミナー等開催予定イベントの周知のためのトップバナー表示がなかった
9. 活用例・コラム（コンテンツマーケティング）の掲載がなかった

＜メルマガ登録の導線不確立＞

10. メルマガ登録ボタンが画面の中で分かりにくかった

旧メルマガ配信は、

＜タイムリーに配信できなかった＞

11. メルマガ配信業務は外部に委託し、原稿を4日前に準備しなければならなかった

＜セグメント別に配信できなかった＞

12. メルマガ登録内容はメールアドレスのみでどのような企業が登録しているのか分からないためセグメント別の配信はできず、多量な財団支援メニュー情報を総花的に一斉配信していた

＜効果測定ができていなかった＞

13. 配信率が分からなかった
- ＜見せ方、掲載形式が統一されていなかった＞
14. 各掲載文の掲載量や掲載形式に明確なルールがなかったため、メルマガ掲載文にバラツキがあり、分かりにくかった

上記のようなHP及びメルマガ配信であったため、ユーザー（閲覧する立場の中小企業等）及び財団職員にとっても分かりにくいものとなっていた。

そこでITベンダーと協議し、上記の懸案事項をクリアーしていき、HPをアップデートしていった。

新HPは、

＜ユーザビリティ、アクセシビリティを高めた＞

1. トップページについてはユーザー目線を心掛けて分かりやすいデザインにした
2. 支援メニューについて目的別、事業別で検索できる機能を付けた
3. 新着情報について目的別で検索できる機能を付けた
4. 財団内関連サイト（企業脱炭素化支援センター等）への導線を設けた
5. よろず支援拠点等の外部支援機関のバナー一覧を設けた、導線を良くした（外部支援機関

との連携強化)

6. マルチデバイス（レスポンシブデザイン）対応とし、スマホやタブレット端末での最適な画面表示ができるようになった
 <支援メニューを掲載>
7. 実施している支援メニューを全て掲載した
 <訴求力を高めた>
8. 助成金公募中やセミナー等開催予定イベントの周知のためのトップバナー表示を設けた
9. 活用例・コラム（コンテンツマーケティング）を掲載した
 <メルマガ登録の導線確立>
10. メルマガ登録ボタンを常に画面の中で表示するようにした（強調）

新メルマガ配信は、

- <タイムリーに配信できるようになった>
11. 自己資金でsansan（名刺情報管理・メルマガ配信システム）を導入したことにより、メルマガ配信業務を財団職員ができるようになり、いつでもタイムリーに配信できるようになった
 <セグメント別に配信できるようになった>
 12. sansanにて名刺情報や属性（業種や企業規模、利用した支援メニュー等）が登録できるようになった。セグメント別の配信により、企業のステージに適した支援情報を提供できるようになった
 <効果測定ができるようになった>
 13. 配信率が分かるようになった。約97%
 <見せ方、掲載形式が統一された>
 14. 各掲載文の掲載量や掲載形式に明確なルール（1掲載は最大8行まで等）を設けたことにより、メルマガ掲載文に統一感が出て、分かりやすくなった

【企業訪問】

■タブレット端末を 25 台導入

タブレット端末導入前は、

- <紙媒体のパンフレット等。アナログ的な対応>
- A. 紙媒体のため、記載内容を最新にアップデートできなかった
 - B. デジタルツールを活用した支援ができていなかった

タブレット端末導入後は、

- <画面で詳細な支援メニューを紹介説明。デジタルツールでの対応可>
- A. 面談時において HP 内の最新で詳細な支援メニュー情報を画面表示し、企業に分かりやすく説明できるようになった
 - B. タブレット端末を導入したことにより、セールスフォース（支援先企業データベース：クラウド型）を活用した効果的な伴走支援ができるようになった。
 具体的には企業訪問時の支援コンテンツの深掘り（その場で支援メニュー詳細情報の閲覧、メルマガ登録、セミナー参加の即時 web 受付、経営課題に応じた専門家派遣などの支援メニューを提案）とセールスフォースに蓄積した最新の個社支援状況の確認により、支援先企業の成長段階（ステージ）に適した支援メニューを提供できるなどのデジタル技術を活用した効率的で効果的な新しい支援モデルを構築することができた。

【評価（計画と比較した目標の達成度）、分析（実施した結果新たに生じた課題、数値の検証等）】※計画より進捗が遅れている場合は、その理由も記載してください。

計画（成果目標）は、

- ・メルマガ登録件数 2,300件⇒10,000件
- ・新規支援先 100件
- ・HPアクセス数 75,000PV/年⇒100,000PV/年
- ・デジタル対応の支援モデルの検証

- ・ペーパーレス化 30%削減

計画（成果目標）を達成するために、下記を実施したところ、

<情報発信>

- HPをアップデート
- メルマガ配信業務 外部委託⇒sansan導入（自己資金）で財団職員配信に変更

<企業訪問>

- タブレット端末を25台導入

実績は、

- ・メルマガ登録件数 2,300件⇒9,446件（配信率 約97%）
 sansan導入前のメルマガ登録方法は、企業が自発的に旧HP内のメルマガ登録ボタンからの申込のみのため、企業任せの面があり登録件数は微増の状況だった。
 sansan導入後は企業訪問等で名刺交換した企業の名刺情報やセミナー等参加企業の申込情報を財団職員側でsansanスキャナーに読み込ませることが可能となり、大幅増を達成できた。
 HPアップデートについては初期作業のトップページデザインや要件設定等で時間がかかり、スケジュールが遅れたことで完了は1/下旬となった。企業が実際に新HPを閲覧した期間は短いため、新HPからのメルマガ登録は100件程だった。
 新HPではアクセスビリティ、ユーザビリティが向上し、メルマガ登録への導線も良くなり、また活用例・コラム（コンテンツマーケティング）を充実させていくことにより、今後はさらに増加する見込みである。
- ・新規支援先 348件
 新HPの公開開始は1月末だが、メルマガ配信は7月よりsansanを導入し大幅に増加したことにより県内の多くの企業に支援メニュー情報を届けることができるようになり、またタブレット端末を企業訪問時に活用したことが影響し、新規支援先は増加した。
 各チームの新規支援先件数は下記のとおり
 - ・企画・創業支援チーム
 創業者向けセミナー 新規受講者 12件
 - ・研究開発支援チーム
 ロボット産業参入促進セミナー 新規申込 12件
 ロボット産業参入促進工場見学会 新規申込 9件
 航空機産業参入促進セミナー 新規申込 15件
 空飛ぶクルマビジネスマッチング交流会 新規申込 42件
 - ・DX・生産性向上チーム（旧革新企業支援チーム）
 専門家派遣事業 新規申込 30件
 ISO内部監査員養成講座 新規受講者 6件
 - ・企業脱炭素化支援センター
 企業脱炭素化推進フォーラム 新規参加者 10件

- ・経営革新支援チーム
経営革新 新規申込 25件
- ・取引支援チーム
展示会（マッチングフェアinなごや）新規申込 19件
下請取引適正化講習会 新規申込 67件
価格交渉支援セミナー 新規申込 47件
- ・ウェルネス・フーズ産業支援センター（旧フーズヘルスケアオープンイノベーションセンター）
静岡ウェルネスフォーラム（イベント） 新規申込 8件
プラントベースフード研究部会 新規申込 41件
未来型食品等開発助成金 新規申込 5件
- ・HPアクセス数 75,000PV/年⇒110,822PV/年
sansan導入による大幅なメルマガ登録件数増により、多くの企業にメルマガ配信を行うことができるようになり、掲載文のトップに財団HPのURLを掲載したことにより、HPへの導線を良くした。新HPではSEO対策を改善し検索からのヒット、アクセスも良くなり、HPアクセス数を増やすことができた。
- ・デジタル対応の支援モデルの検証
新 HP とタブレット端末を導入したことにより、クラウド型サービスであるセールスフォース（支援先企業データベース、報告書作成機能あり）やサイボウズ（グループウェア。スケジュール管理やメール送受信、ファイルデータ保存閲覧等）を活用した効率的で効果的な伴走支援ができるようになった。
例えば、企業訪問時においてタブレット端末で支援コンテンツの深掘り（その場で支援メニュー詳細情報の閲覧、メルマガ登録、セミナー参加の即時web受付、経営課題に応じた専門家派遣などの支援メニューを提案）とセールスフォースに蓄積した最新の個社支援状況をその場で確認することにより、支援先企業の成長段階（ステージ）に適した支援メニューの提供、多様化・高度化する課題に対して当財団の支援メニューだけでは対応が難しい場合はよろず支援拠点や事業承継・引継ぎ支援センターなどの外部支援機関への紹介が有効な場合があるので外部支援機関の一覧バナーの閲覧、会話録音による文章化機能による業務効率化などデジタル技術を活用した新しい支援モデルを検証することができた。
ただし、外部支援機関へ紹介するにあたり、財団職員もある程度は支援メニューについて理解しておく必要があるので外部支援機関職員（よろず支援拠点、事業承継・引継ぎ支援センター等）を招いて職員向け勉強会を開催した。次年度も継続して開催予定。
セールスフォースは受発注情報管理ができるように当財団用にカスタマイズしたシステムとなっており、バージョンを更新できないなど最新機能を使うことができないことが判明したため、今後はシステム入れ替えも検討する。
デジタル技術を積極的に活用していくことは必須だが、それ以外に職員のITリテラシー教育や業務プロセスの見直し改善等のアナログ的な取り組みも並行して行っていくことが重要であることが判明した。
- ・ペーパーレス化 15%削減
紙媒体のパンフレットや説明資料をタブレット端末導入により画面で説明できるようになり、15%程度削減できた。ただし、中小企業等においては全てを画面で説明ではなく、画面と紙媒体の併用で説明した方が良い場合もあり、今後も一定数の紙媒体は必要であると思料する。

<生じた課題>

- 新HP：活用例・コラム（コンテンツマーケティング）の掲載数を順次増やし、コンテンツを充実させていく
- タブレット端末：アドバイザーや職員において利用状況（利用頻度、利用方法）にバラツキがあるので、タブレット端末の効果的な活用方法の標準化を図る必要がある。

- 情報セキュリティ：タブレット端末を外部に持ち出すことによる情報漏洩等のリスク管理。情報セキュリティポリシー策定、継続的なITリテラシー教育実施。

【今後の進め方（波及効果を含めて）をどうするのか】

中期的には、成長志向企業を発掘し、ステージに適した支援メニューを活用いただくことで県内中小企業のイノベーションや成長を後押しして中堅企業を増やし、県内経済の発展に貢献していく。また、デジタルツールを活用することによる効果をPRし、中小企業に対してデジタル化の先のDXへの取り組みを啓蒙していく。

長期的にはよろず支援拠点等の外部支援機関との協力体制により、オール静岡で成長志向の中小企業（中堅候補企業）を重点的に支援し、100億円企業創出の取り組みを行っていく。

注1）上記項目について詳細に記載してください。

注2）成果（結果）の内容について、別途、お伺いすることがあります。

注3）成果物（報告書・アンケート集計物・DVD等）、記録用写真等があれば提出してください。