

5.14~7.23 課題とワークを通じて実践的なWEBマーケティング力を養う

購買意欲を掻き立てるWEBマーケティング講座

WEBを活用した集客力・販売力の習得を目標に、WEBマーケティング講座を全6回シリーズで開催した。本講座は、顧客導線や事業コンセプトの再確認を行うとともに、SNSやLP（ランディングページ）、LINEの運用法を学び、即実践できるカリキュラムとした。

講師の(株)エフェクトプロ代表取締役の渡辺風太氏は、「WEBマーケティングは労力がかかるが、商売を成功させるためにも、ぜひ勝ちパターンを掴んでほしい」と奮起を促し、支援事例を例示してSNS広告やLPなどの運用を解説。

顧客導線やInstagram運用についての講座では、(株)ママクリエイターラボ代表取締役の榎原杏奈氏が登壇し、「生の声をもとに、自社の強みを正しく認識してターゲット選定することが重要」と強調した。

参加者からは「SNS広告を行い、7日間でフォロワー数が12.5倍に増えた。商品へのメッセージもあり、今後の販売戦略の参考になった」「学習内容をInstagram投稿へ反映したところ、投稿を見て購入する人が出てきた」といった声が寄せられた。



東神戸支部



7.24、7.26 新たな販路を開拓するために必要なことを学ぶ

販路拡大プロジェクト マーケティング実践セミナー

中小・小規模事業者の新たな販路開拓を支援するため、four-plus.の黒田ユキ氏を講師に迎え、2日間のワーキングセミナーを開催した。

黒田氏は、商品・自社分析の方法から、広報活動に必要なキャッチコピー、PR文章の考案方法、提案書や規格書の作成方法まで、商品PRに必要なことを実際の事例を交えて解説した。

セミナーでは、グループワークや模擬商談など、参加者同士のコミュニケーションをはかる実践的な内容も組み込

まれた。グループワークでは、商品の提案書を他の参加者に披露するとともに、商品の新たな販路の可能性について意見を交わした。模擬商談では、黒田氏や経営指導員がバイヤー役となり、商談本番で想定されるやり取りを実演。実際の商談を体感してもらう機会を提供した。

参加者からは「自社商品のPRポイントが明確になった」「自分では考えつかなかった販売方法をグループワークで知ることができた」などの声が聞かれた。

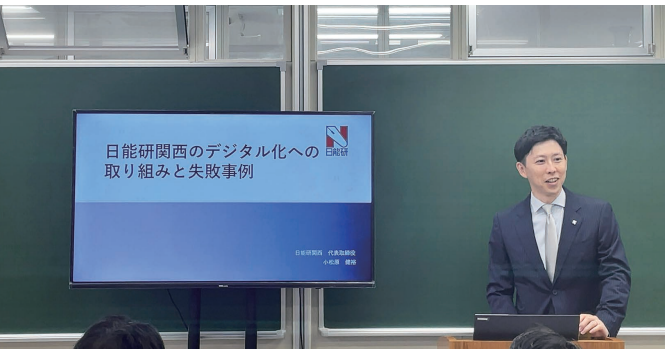


中央支部



7.17 企業におけるデジタル化のリアルに迫る

次世代産業委員会 DXセミナー



次世代産業委員会は、(株)日能研関西を会場に、同社のデジタル化の取り組みを聞く現場訪問型のDXセミナーを開催した。同社は、コロナ禍を機にサービスや業務のデジタル化を推進している。

ストロングポイント(株)の山田恵嗣氏がファシリテーターとなり、(株)日能研関西代表取締役社長の小松原健裕氏が自社の取り組みを紹介。小松原氏は、「デジタル化を円滑に進めるために、“振り返り”を重視している。デジタルツールを導入しても一部で非効率や負担が生じることもある。現場の声をよく聞いて改善する意識が重要」と強調した。

産業部産業振興チーム

7.31 新規事業担当者が活発に交流

第4回新規事業担当者交流会



会員企業のイノベーション創出を支援するため、新規事業に取り組む担当者が集う交流会を開催した。参加者らは、交流会を通じて協業や連携の可能性について意見交換した。

その後、noma代表の能崎まゆみ氏が「刺さるプレゼンテーションのコツ!」をテーマに講演。「ビジネス上のプレゼンは、話し手主体で“伝える”のではなく、聞き手主体の“伝える”ことが重要」と指摘し、「情報量を少なくして、声の強弱や“間”を入れるなど、聞き手を楽しませる演出を意識するとよい」とアドバイスした。

産業部産業振興チーム

7.19 デジタル化・DXに役立つ国と神戸市の施策を一挙に紹介

次世代産業委員会 DXセミナー

補助率及び補助上限額		
補助対象	補助上限額	補助率
補助対象としてカタログに掲載された製品等	従業員数5名以下	200万円（300万円）
	従業員数6～20名	500万円（750万円）
	従業員数21名以上	1,000万円（1,500万円）
		1/2以下

補助対象経費

省力化製品の本体価格
専ら補助事業のために使用される機械装置、工具・器具（測定工具・検査工具等）及び前述の機械設備又は工具・器具と一体として用いられる専用ソフトウェア・情報システム等の購入に要する経費

+

左記に係る導入設置費用
省力化製品の設置作業や運搬費、動作確認の費用、マスク設定等の導入設定費用

次世代産業委員会は、企業がデジタル化やDXを進める上で活用可能な支援施策を紹介する説明会を開催した。企業のデジタル化を阻害する要因として、“予算の制約”は上位の課題である一方、デジタル化において活用可能な補助金は多数公募されている。

近畿経済産業局からは、今年度新設された「中小企業省力化投資補助金」や既存の「IT導入補助金」「ものづくり補助金」について、神戸市からは「神戸市DXお助け隊事業」などデジタル化に役立つ施策を紹介し、それぞれの特色を踏まえた活用を呼びかけた。

産業部産業振興チーム

8.2 eスポーツの体験・交流イベントを実施

企業交流リレー運動会



神戸スポーツ産業懇話会は、スポーツを通じた企業間交流や健康経営の推進を目的としたイベントを開催している。今回はNTT西日本の協力のもと、eスポーツ施設「eSPARK Le KOBE」で体験・交流イベントを開催した。

冒頭、同施設店長で元プロeスポーツプレイヤーの田中雄紀氏より、eスポーツの可能性や企業での活用事例などを紹介。その後、総務人事担当を中心とした参加者が実際にeスポーツで対戦を行った。参加者同士は企業の垣根を越えて盛り上がり、eスポーツが社内外のコミュニケーション活性化に活用できることを体感した。

産業部産業振興チーム

8.5

採用活動の第一歩 人材の募集方法を学ぶ

中小企業のための失敗しない採用方法(第1回)



人手不足に悩む中小企業の採用活動を支援するため、社会保険労務士法人キラリスの土肥めぐみ氏を講師に迎え、セミナーを開催した。

全3回シリーズの初回として、“人材の募集方法”にフォーカスし、中小企業でも活用しやすい求人媒体や求人票作成時の注意点、使えるフレーズなどについて解説した。

参加者からは「求人媒体の活用方法について学べた」「会社の魅力を発信するヒントが得られた」との声が聞かれた。

中央支部

8.7

世界がワクワクする 神戸ウォーターフロントをつくる

海運港湾部会主催講演会



海運港湾部会は、神戸の魅力あるエリアとして変貌を遂げつつあるウォーターフロントの動向を把握するため、(株)神戸ウォーターフロント開発機構代表取締役社長の岡口憲義氏を招き、講演会を開催した。

岡口氏は、神戸の港湾開発の歴史とともに、港都神戸グランドデザインなど港づくりのビジョンや再開発の状況について解説。「新港突堤などで計画されている新施設をはじめ、“光と音の演出”や新たなアクセスによる“回遊性の向上”に取り組み、魅力的で持続性のあるウォーターフロントづくりを目指す」と展望を語った。

地域政策部

8.21、
8.23

プレスリリースを活用した 広報宣伝手法を学ぶ

販路拡大プロジェクト プレスリリース作成セミナー



プレスリリースを活用し、自社や商品のプロモーション力を向上させる方法を学ぶため、four-plus.の黒田ユキ氏を迎え、ワーキングセミナーと個別相談会を開催した。

黒田氏はプレスリリースの基本知識をはじめ、送付する媒体の選び方、効果的に魅せるための書き方や、取材を受けやすい題材など、過去の成功事例を交えながら解説した。

参加者からは「具体的なプレスリリースの書き方のコツを知ることができた」「自社でできていないことを整理する良い機会となった」との声が聞かれた。

中央支部

8.21

部下の強みを引き出す リーダーになる

コーチ型リーダー養成講座



職場を活性化し、チームの自発的な行動を促すコーチングスキルを学ぶため、モット！コミュニケーションラボ代表の宮本敦子氏を講師に迎えてセミナーを開催した。

宮本氏は気づきを与える傾聴力の重要性を説き、「相手の人格を尊重することが信頼関係の第一歩。部下の視点を広げ、成長を促してほしい」と強調した。

参加者からは「理論の学びと実践ワークを通し、部下の能力を発揮させるためのコミュニケーションスキルが習得できた」との声が聞かれた。

会員事業部事業推進チーム