

地域総合経済団体としてのプレゼンス向上をめざし、組織基盤の強化を図る

目標件数	議員	450件	支部	120件	女性会	20件	青年部	50件	会員	60件	職員	900件	合計	1,600件
------	----	------	----	------	-----	-----	-----	-----	----	-----	----	------	----	--------

### 議員・支部・会員・事務局 一丸となった取り組み

**1. 「商工会議所事業の活用事例集」を活用した**  
**議員による紹介運動の実施(新規)**  
 会員増強に役立てることを目的に、当所において満足度の高い事業について、利用者の声を集めた「活用事例集」を作成したことを受け、議員企業による非会員事業所の紹介運動を展開。本事例集を議員企業にも活用いただきながら、「まずワン(まずは1社ご紹介をお願いします)キャンペーン」と銘打ち、事務局の事業説明を聞いていただける非会員事業所を、まずは1社ご紹介いただき、加入促進を図る。併せて、議員のご紹介で入会いただいた既存会員に対しても非会員事業所の紹介を促していただき、議員企業関連からの紹介の向上を図る。

**2. 事務局によるオール増強体制による取り組み(継続)**  
**・全職員を挙げた会員増強運動の多角的展開**  
 各部長をリーダーとして部署毎に会員増強運動目標を設定。議員や会員からの紹介情報に対し部会・支部担当者と連携して対応していくほか、全職員が「会員増強プロジェクトチーム」の自覚を持ち、常に会員増強を意識した活動を積極的に展開する。

**・「横商魅力UP! ワーキング」の設置**  
 若手・中堅職員を中心としたワーキンググループを継続設置。新規会員獲得に繋がる魅力ある事業や既存会員に向けた役立つサービス等について、過年度の活動を通じて得た貴重な情報をはじめ、他会議所の事例研究のほか、会員の声や外部委託からの意見を参考に、若い視点で検討し充実化を図る。

**3. 外部委託による会員増強の展開(継続)**  
 テレフォンアポイントや営業代行を行う外部委託業者による活動を継続。ホームページ等を通じた加入の問合せや、議員や会員からの紹介案件に対する事務局と連携を密にした対応のほか、新設法人をはじめとする市内非会員企業情報の効率的な収集・活用を図り、会員増強を積極的に展開する。

### 当所プレゼンスの向上に向けた魅力ある事業・サービスの提供

**4. よこはまワークショップ型ビジネス交流会「ハマコミ！」の実施(新規)**  
 当所への入会理由として例年上位項目に挙がる「会員交流」について、現行の交流会事業で補えないニーズに対応するため、新たに「ビジネスに繋がる出会い」を、「少人数」「高頻度」「ビジネスや地域活性化に繋がるテーマとゲスト」の「よこはまワークショップ型ビジネス交流会『ハマコミ!』」を立ち上げる。なお、参加形態はオンラインを通じた参加も組み合わせ、広く事業の定着を図る。

**5. 加入50・60・70年目を迎える会員事業所に対する記念プレートの配付(継続)**  
 会員加入歴50年目・60年目・70年目を迎える会員事業所に対し、それぞれに対応した記念プレートをお届けし、当所の、帰属意識を一層高めてもらいご関係の方々への会員増強に支援頂くことを依頼する。

**6. 会員事業所のPR支援の継続・強化(継続)**  
 当所会員における飲食店の加入割合が少ない現状を踏まえ、まずは飲食店を営む既存会員に向けた当所「会員優待サービス専用サイトCHAMBER PASS」への登録強化を図りつつ、非会員の飲食店にも同事業の活用を通じたPR支援を加入メリットと訴え会員獲得へと繋げる。また、「ハマの社長ねっと」及び「横商サムライねっと」など当所会員事業所を紹介する媒体を有効活用し、会員企業紹介やPR支援を展開していく。

**7. 各種オンライン交流会の併存(継続)**  
 感染症の拡大状況を踏まえ、従来通りの形式で交流会を実施すると共に、コロナ禍での会員交流の場を確保するために実施した各種交流会事業のオンライン開催も柔軟に織り交ぜ継続。オンライン化による省力化により複数開催が可能となり会員交流の場を増やして加入メリットを拡大させる。

### 入会キャンペーンの展開

**8. 加入金2,000円の免除(継続)**  
 加入金2,000円を無料とし、加入希望者がより加入しやすい環境を創出する。

**9. 会員企業紹介報奨制度の充実(継続)**  
 会員による取引先や関連団体等の企業情報の積極的な提供を促すため、紹介された事業者が入会した際に、紹介者に対し1件につき3,000円分のクオカードを進呈。報奨制度の充実を図り、オール会議所で増強運動を展開する。

**10. 資料請求キャンペーンの継続(継続)**  
 入会案内資料の請求を頂き、当所職員と面会した方に500円分のクオカードを進呈することで、面談成立数の向上を目指す。

**11. 会員増強月間の実施(継続)**  
 年度会費が半額になる10月～12月を会員増強月間として制定。議員・支部委員をはじめ市内金融機関等へのポスター・チラシの掲出や、マスコミや広報媒体等を活用するとともに、クオカードの進呈をPRした入会キャンペーンの積極的周知を通じて会員増強運動を推進する。

**12. 広報媒体(ポスター・チラシ等)の刷新の検討(新規)**  
 主に入会キャンペーン時を中心に使用している広報媒体(ポスター・チラシ)の刷新について検討する。検討にあたっては、新規加入者となり得るターゲット層はもとより、様々なステークホルダーに対しても認知度が上がるように、商工会議所の強みが顕在化され、ブランドイメージが主張されていることに考慮し、キャッチフレーズの再考も併せて実施する。

### デジタル化の推進

**13. WEB加入申込の導入(新規)**  
 所内デジタル対応の拡充・強化の一環として、WEBによる会員加入手続きに係る検討を行い、実際にWEB上で加入申込ができる体制を導入する。

これにより、申込書の郵送や登録内容の入力に係るコストが削減されることはもとより、加入意思が固まった時点で加入手続きを即時に行うことが可能となり、取りこぼしを防ぐシームレスな加入を促進する。

なお、WEBのみで加入申込が完結した新規会員に対しては、オンライン又は訪問による詳細な事業案内等のフォローアップをきめ細かく実施し、早期での退会を未然に防止する。

### 年間退会件数を600件に抑える取り組み

**14. 退会率の高い加入歴の会員にターゲットを絞った当所事業サービスへの利用促進(継続)**  
 退会率が最も高い加入2～3年目の会員に対し、外部委託業者が実際に訪問の上、当所事業の活用提案を実施。[※実施方法下欄]個々の会員の特性にあった事業案内を展開し退会を未然に防止するとともに、訪問を通じて得た要望等についても、貴重な声として蓄積し、事業運営に役立てる。但し、令和5年度のスタートダッシュに向けて年度始めとなる4月から7月の期間については、別の外部委託スタッフ同様、当該訪問員はまず増強要員として位置づけるなど、メリハリある外部委託業者の活用を図る。

**※実施方法**

・対象事業所: 令和2年度及び令和3年度入会の会員事業所、約1,500社 【参考】 総退会件数における2～3年目退会率(過去3年間平均) 加入2年目: 8.9% 加入3年目: 8.9% ※加入1年目～10年目の平均退会率: 5.4%	・実施期間: 令和5年8月～令和6年2月の7か月間 ・動員人数: 外部委託業者より1名 ・実施内容: 当所事業利用履歴のない会員事業所等を優先しテレコールのうえ訪問。当所事業の活用提案と併せ加入メリットである生命共済事業のPRを行う。
--	---

**15. 日常業務における退会抑止・慰留の徹底(継続)**  
 全職員による会員訪問運動を通じた当所事業・サービス等の積極的なPRの推進と、会員の声・意見の反映、及び加入歴の浅い会員に対する事業利用促進をするべく、きめ細かい面談とテレコールを実施すると共に、代表者変更があった場合には、新しい代表者への当所事業概要説明を実施、活用を促す。  
 また、退会希望の連絡を一元管理し、退会希望者に対するテレコール及び職員や外部委託による早期訪問対応により退会慰留の実施と徹底を図る。