

# 令和3年度 経営発達支援計画 実績報告

益田商工会議所

A:目標を達成することができた。 B:目標を概ね達成することができた。 C:目標を半分程度しか達成することができなかった。 D:目標のほとんどを達成することができなかった。 E:未実施

| 1. 地域経済動向調査の実施   | 総合評価    | A        |          |  |  |
|--|---------|----------|----------|--|--|
| <p><b>1-① ビッグデータ情報発表</b></p> <p>当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すために「REASAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回、当所ホームページに掲載し発表しました。</p> <p>【目標:年1回実施】⇒【実績:年1回実施】</p> <p>【調査結果の提供実績】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ホームページでの提供(1回)</li></ul> <p><b>1-② 管内の景気動向調査</b></p> <p>管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、日本商工会議所が行う「中小企業景況調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について年4回調査・分析を行いました。調査対象企業を調査・集計し、施策に関する要望を行う際の基礎資料として役立てるとともに、調査結果については、所報やホームページにも掲載するなどし広く公表を行ないました。当年度は特に新型コロナウイルス感染症による事業者への影響の聴き取りを行いました。</p> <p>【目標:四半期ごと年4回実施/対象60者】⇒【実績:四半期ごと年4回実施/対象60者】(回収率95%)</p> <p>【調査結果の提供実績】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・所報での提供(5月号、8月号、11月号、令和4年3月号の4回)</li><li>・ホームページでの提供(4回)</li><li>・小規模事業者へ提供(60者)</li></ul>  |         |          |          |  |  |
| <b>2. 小規模事業者の経営分析と経営策定及び実施支援</b>   | 総合評価    | B        |          |  |  |
| <p><b>2-① 経営分析</b></p> <p>巡回・窓口相談を介した経営分析を行う事業者の発掘に努めました。補助金申請時における事業計画策定や記帳代行先については決算時に分析を行いました。結果は事業者へフィードバックすることで事業計画に活用するなど支援に繋がりました。</p> <p>【目標:65者/年】⇒【実績:71者】</p> <p>昨年(実績:67者)</p> <table border="1" data-bbox="191 1754 884 1798"><tr><td>巡回・窓口件数</td><td>目標700件</td><td>実績2,484件</td></tr></table> <p><b>2-② 事業計画策定</b></p> <p>小規模事業者持続化補助金をはじめとした施策活用時の事業計画策定では、専門家の助言を希望される方に専門家派遣制度や計画策定個別相談会を利用いただき精度の高い事業計画に仕上げる支援を行いました。</p> <p>【目標:52者/年】⇒【実績:30者】</p> <p>昨年(実績:32者)</p> <p><b>2-③ 計画フォローアップ</b></p> <p>事業計画を策定した事業者を対象に計画の進捗状況を窓口や巡回を通して確認を行いました。補助事業に係るフォローアップにおいては、実績報告といった手続きが必要な時期には集中的に頻度を増やすなど事業者に応じたフォローアップに努めました。</p> <p>【目標:52社/年】⇒【実績:44者】</p> <p>昨年(実績:50者)</p> <p>【目標:204回/年】⇒【実績:230回】</p> <p>昨年(実績:188回)</p> <p>【売上増加事業者 目標:20者】⇒【実績:15者】</p> <p>【営業利益率5%以上の増加事業者数 目標:20者】⇒【実績:7者】</p> | 巡回・窓口件数 | 目標700件   | 実績2,484件 |  |  |
| 巡回・窓口件数  | 目標700件  | 実績2,484件 |          |  |  |

|   |      |   |
|---|------|---|
| <b>3. 小規模事業者の提供する商品の需要動向調査</b>  | 総合評価 | B |
| <p><b>3-① 地元産品モニタリング</b></p> <p>域外への販路開拓を目指す小規模事業者を支援するため、域外消費者を対象とした商品を現地に持参しモニター調査（味・価格・デザイン・ネーミング・量など）を行い、地元では気づきにくい域外視点を取り入れた新商品開発・商品改良・価格決定の参考にするとともに、商談時の客観的資料として活用できるよう情報の提供を引き続き行いました。</p> <p>【目標:10者/年】⇒【実績:9者】 <span style="float:right">昨年(実績:延220調査件数)</span></p> <p><b>3-② 消費者意識調査及び業界データの提供</b></p> <p>消費者意識動向に則した経営の実現をに向けて、3年に1度実施する生活用品等の購入目的や手段などを集計する消費者意識調査の結果を提供しました。また全国的な需要動向に関する調査として、当所が収集した統計資料やトレンド情報を小規模事業者が販売戦略の立案をする上での品揃えの再検討・新商品（新技術）開発・商品改良・価格決定の判断材料として情報提供を行いました。</p> <p>【消費者意識調査 目標:5者/年】⇒【実績:0者】</p> <p>【業界データ提供 目標:30回/年】⇒【実績:25回】 <span style="float:right">昨年(実績:22回)</span></p>  |      |   |
| <b>4. 新たな需要に寄与する事業</b>  | 総合評価 | D |
| <p><b>4-① セミナー参加者</b></p> <p>商談ノウハウの向上やSNSを活用した情報発信、ECサイト構築による域外への販路開拓を目指す小規模事業者に対する支援のため、セミナーを開催する予定でしたが、新型コロナウイルス感染拡大もあり感染防止の観点から今年度は開催を見送りました。</p> <p>【目標:15者/年】⇒【実績:0者】</p> <p><b>4-② 商談会事業参加者</b></p> <p>島根県西部の食品関連事業者を売り手として募り、中国管内を中心としたバイヤーを招聘したマッチング事業島根特産品商談会はコロナ禍での開催となり当年度もリモートで実施されました。このことが参加事業者が少なかった要因と思われます。</p> <p>【目標:2者】⇒【実績:1者】</p> <p><b>4-③ 展示会出展支援</b></p> <p>展示会情報の周知は随時行っていますが、事業者の積極的な取り組みは少ない状況でした。首都圏等の大規模展示会の中でも開催されたものもありましたが、第5波、6波の時期には県境をまたぐ移動の自粛もあってか参加を取りやめる事業者がありました。</p> <p>【目標:15者/年】⇒【実績:0者】</p> <p><b>4-④ 商談成約件数</b></p> <p>参加した事業者は成約に至っていないものの、商談の感触としては良い反応であった。現状要求される製造量に対応できないことから商談が進まないといった要因もありますがバイヤーからは好印象であり今後の販売展開にも期待が持てました。</p> <p>【目標:15者/年】⇒【実績:0者】</p> |      |   |