

令和5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 | | | |
|--|--------|----------|---|---------|--------|----------|
| 1-① ビッグデータ情報発表 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「RESAS」（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。 【目標:年1回実施】⇒【実績:年1回実施】 【調査結果の提供実績】 ・ホームページでの提供(1回) | | | | | | |
| 1-② 管内の景気動向調査 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。また日々の業務でコロナ以降の燃料・原材料高騰による影響等毎月集計し島根県へ報告しています。 【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85.0%) 昨年(実績:91.25%) 【調査結果の提供実績】 ・所報での提供(5月号、8月号、11月号、令和6年3月号の4回) ・ホームページでの提供(4回) ・小規模事業者へ提供(60者) 昨年(実績:60者) | | | | | | |
| 2. 小規模事業者の経営分析と計画策定及び実施支援 | | 総合評価 | C | | | |
| 2-① 経営分析 巡回・窓口相談を介した掘り起こしにて経営分析を行う事業者の発掘に努めました。分析を行った事業者は補助金申請時における事業計画策定や融資に必要な経営改善計画の策定時に分析を行ったものであり、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策定・実施支援に繋がりました。 【目標:65者/年】⇒【実績:27者】 昨年(実績:67者) | | | | | | |
| <table border="1"><tr><td>巡回・窓口件数</td><td>目標700件</td><td>実績1,891件</td></tr></table> | | | | 巡回・窓口件数 | 目標700件 | 実績1,891件 |
| 巡回・窓口件数 | 目標700件 | 実績1,891件 | | | | |
| 2-② 事業計画策定 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、専門家派遣制度や計画策定個別相談会を実施しながら精度の高い事業計画策定が可能となるよう支援体制も強化しました。開業資金調達の相談や特定創業支援事業を通して創業計画策定支援も行いました。 【目標:52者/年】⇒【実績:31者】 昨年(実績:31者) | | | | | | |
| 2-③ 計画フォローアップ 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・遂行状況・効果状況報告といった手続きに必要な時期には実施するなど事業者に応じたフォローアップに努めました。 【目標:60者/年】⇒【実績:45者】 昨年(実績:53者) 【目標:220回/年】⇒【実績:165回】 昨年(実績:192回) 【売上増加事業者 目標:25者】⇒【実績:21者】 昨年(実績:18者) 【営業利益率5%以上の増加事業者数 目標:25者】⇒【実績:10者】 昨年(実績:10者) | | | | | | |

| | | |
|--|------|---|
| 3. 小規模事業者の提供する商品の需要動向調査 | 総合評価 | B |
| <p>3-① 地元産品モニタリング</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:11者】 昨年(実績:9者)</p> <p>3-② 消費者意識調査及び業界データの提供</p> <p>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を3年に1度実施し、当年度はありませんでしたがその結果を市場分析や顧客ニーズの資料として提供しています。また全国的な需要動向に関する調査結果や、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】 昨年(実績:9者)</p> <p>【業界データ提供 目標:30回/年】⇒【実績:24回】 昨年(実績:29回)</p> | | |
| 4. 新たな需要に寄与する事業 | 総合評価 | C |
| <p>4-① セミナー参加者</p> <p>コロナ禍により営業手法も変化し新規顧客獲得へのハードルも上がる状況下で売り上げアップを図るために、顧客データの活用したマーケティング、販促活動によって新しいビジネス展開を指南するセミナーを開催しました。</p> <p>【目標:15者/年】⇒【実績:3者】 昨年(実績:0者)</p> <p>4-② 商談会事業参加者</p> <p>東京商工会議所主催の「ビジネスチャンスエキスポ」の島根県連ブースに出店要請があり1社が参加、出店ブース企画から出展終了まで事業者のサポートに努めました。</p> <p>【目標:2者】⇒【実績:1者】 昨年(実績:2者)</p> <p>4-③ 展示会出展支援</p> <p>島根県が出展支援する展示会の情報の周知を行っていますが、比較的大規模な展示会出展する事業者は多くありません。今年度は首都圏への出展に際し益田市の補助施策を活用され費用の削減を図る事業者の支援を行いました。</p> <p>【目標:1者/年】⇒【実績:3者】 昨年(実績:1者)</p> <p>4-④ 商談成約件数</p> <p>参加した事業者からは商談会の中では引き合いがあるものの、条件面的に折り合いがつかず継続取引に至っていないといった状況にあるようです。比較的域外取引を行っていない事業者は成約までのハードルが高くまだ課題があるように伺えます。</p> <p>【目標:1者/年】⇒【実績:0者】 昨年(実績:0者)</p> | | |