

令和6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。また物流2024年問題に関する会員アンケートを実施し事業者の影響具合や対応状況を整理把握し公表しました。 【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86.2%) 昨年(実績:85%) 【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7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:35者】 昨年(実績:27者)						
<table border="1"><tr><td>巡回・窓口件数</td><td>目標700件</td><td>実績1,839件</td></tr></table>				巡回・窓口件数	目標700件	実績1,839件
巡回・窓口件数	目標700件	実績1,839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。国の補助金に関しては年度内の公募が少なかったこともあり支援案件は少ない結果となりました。 【目標:52者/年】⇒【実績:32者】 昨年(実績:31者) 【個別相談会数/2回】⇒【実績:2回】						
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:43者】 昨年(実績:45者) 【目標:220回/年】⇒【実績:144回】 昨年(実績:165回) 【売上増加事業者 目標:25者】⇒【実績:11者】 昨年(実績:21者) 【営業利益率5%以上の増加事業者数 目標:25者】⇒【実績:7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】 昨年(実績:11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:0者)</p> <p>【業界データ提供 目標:30回/年】⇒【実績:28回】 昨年(実績:24回)</p>		
4. 新たな需要に寄与する事業	総合評価	B
<p>4-① セミナー参加者</p> <p>SNSの利用が活発化する中で事業者のマーケティング活動においてもその重要性は高まっており、最新のSNSマーケティングの動向、実践的なノウハウを提供する内容のセミナーを開催しました。</p> <p>【目標:15者/年】⇒【実績:10者】 昨年(実績:3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、(株)フレスタ島根県商談会に1社が参加、公庫農林事業と高津川流域活性化推進地域協議会主催「清流・高津川の食」を伝えるビジネスマッチングの情報交換会」に4者が参加し事業者のサポートに努めました。</p> <p>【目標:2者】⇒【実績:4者】 昨年(実績:1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、アグリフードEXPO2024には酒造2社が出展、フードストアソリューションズフェア2024には1社が出展、首都圏への出展に際し益田市の補助施策を活用についての支援を行いました</p> <p>【目標:1者/年】⇒【実績:2者】 昨年(実績:3者)</p> <p>4-④ 商談成約件数</p> <p>参加した事業者からは展示会や商談会時点で成約するケースは非常に少ないと聞きます。終了後の来場者への営業まで把握しきれていない面もありますが、中には卸会社の選定後、成約となったところも見られました。</p> <p>【目標:1件/年】⇒【実績:2件】 昨年(実績:0件)</p>		