

第3期(2023年度)経営発達支援計画実績(項目別)

評価ABCDE

事業目標	実績	達成度	実績の詳細	今年度の実績を踏まえた2024年度の方向性	内部評価	委員評価
<b>1. 地域の経済動向調査</b> (1)景況調査の結果公表 (40事業所×4回) ・HP公開回数4回	1-(1)景況調査4回×40件 HPへの公表回数2回 (経営指導員、記帳指導職員) ※HP改修のため前半2回掲載できず	90点	5月、8月、11月、2月の計4回実施。 製造業10社(食品製造業10社)、建設業10社(一般住宅建築4、左官4・鉄金2)、卸・小売業10社(食品小売6、菓子小売4)、サービス業10社(飲食6、宿泊4)の計40件を企業巡回してヒアリング調査を実施した。  調査結果を雲南市版の景況動向としてとりまとめ、業種別の経営状況と傾向を把握し、市内商工会員に広くフィードバックした(当会HP、会員へのDM)。	<b>1. 地域の経済動向調査</b> ○景況調査(継続) 地域限定の事業者の景況感を時系列で把握し、広く情報提供するとともに、経営判断や事業計画策定の基礎資料としていく。  ○国が提供するビッグデータの活用(継続) 地域経済分析システム(RESAS)を活用して、地域の経済動向分析を行い、調査結果について広く情報発信をすることで、経営判断や事業計画策定の基礎資料としていく。  ○県経済動向調査他(継続) 各種調査データの収集を行い、景気動向や消費トレンド等を的確に把握し、経営判断や事業計画策定の基礎資料としていく。	A	A
(2)ビッグデータ調査の結果公表 ・HP公開回数1回  (3)島根県経済動向調査・日銀短観調査の結果公表 ・HP公開回数12回(県経済動向) ・HP公開回数4回(日銀短観)	1-(2)日経新聞、日経MJ、山陰経済ウィークリーから毎回記事を抜粋し、個別に情報提供。 (著作権の関係上HPでは非公表) (全職員により情報収集と情報提供) (経営指導員、記帳指導職員で情報提供)  1-(3) 島根県経済動向調査を毎月HPにて公表(12回) (経営指導員)	40点  90点	島根県から公表されているものについて掲載済。  (3) 島根県内の経済動向や日経新聞、情報誌から、市場動向、新商品・新サービス、制度改正等経営に関する情報を収集し、事業者に対して適宜個別に情報提供して事業計画策定の基礎資料とした。  (3)提供回数35回 対象職員14名×6か月=84回 $35/84 \times 100 = 41.6\%$ 全員の毎月の提供目標は達成できなかったが有益な情報提供に努めた。	○国が提供するビッグデータの活用(継続) 地域経済分析システム(RESAS)を活用して、地域の経済動向分析を行い、調査結果について広く情報発信をすることで、経営判断や事業計画策定の基礎資料としていく。  ○県経済動向調査他(継続) 各種調査データの収集を行い、景気動向や消費トレンド等を的確に把握し、経営判断や事業計画策定の基礎資料としていく。	C	C
<b>2. 需要動向調査</b> (1)消費者ニーズ調査の支援 ①市内モニター調査 ・個社支援事業数5者 ②市外モニター調査 ・個社支援事業数5者 ③軽トラック市来場者への調査 ・個社支援事業数2者	2-(1)-①市内でのモニター調査 情報提供・個社支援数 5者(延) 2-(1)-②市外でのモニター調査 情報提供・個社支援数 5者(延) 2-(1)-③軽トラック市でのモニター調査 情報提供・個社支援数 2者(延)	90点	11月2日～12月5日の期間で、個社が開発・改良した主に食品のモニター調査を実施して対象事業者へフィードバックし、商品の改良や新たな商品開発に繋がった。 本事業を進めるにあたっては、新日本スーパーマーケット協会の泉川信一氏を専門家、コーディネーター役としてモニターへの調査項目や事業の進め方などをレクチャーいただきながら事業を先導していただいた。 また、市外でのモニター調査は、同じく泉川氏の協力を得て東京在住の一般の方に対してモニター調査を実施した。 ・市内(雲南)モニター調査 支援事業者5社(延)、5商品、モニター15名 ・市外(東京)モニター調査 支援事業者5社(延)、5商品、モニター5名	<b>2. 需要動向調査</b> ○消費者ニーズ調査(継続) 商品の開発や改良について、一般消費者(市内、市外)に調査を行い、商品に対する問題点や改善点等を取り纏めて小規模事業者へフィードバックし、個社ごとに消費者ニーズや市場の動向を把握した商品の開発、改良に活かす。	A	A
<b>3. 経営状況の分析支援</b> (1)経営分析支援 ・支援事業者数50者 (内、事業承継先5者)	3-(1) ・経営分析事業者数53者 (内、事業承継先14者)	100点	企業診断ツール「ローカルベンチマーク」を活用して小規模事業者の財務面及び非財務面の両面から業況を把握して分析を行った。丁寧かつ時間を掛けた対話と傾聴で量より質を重視した。 事業者によりフィードバックして事業計画の策定と実行に繋がった。	<b>3. 経営状況の分析支援</b> ○経営分析を行う事業者の掘り起し活動(継続) 巡回、窓口を通じて経営分析の重要性や必要性を周知することで、対象事業者の掘り起こしを行う。物価高や賃上げなどで外部・内部環境が変化しており、過去に分析を実施した事業者の再分析を実施する。  ○経営分析の実施と活用(継続実施) 企業診断ツール「ローカルベンチマーク」を活用して小規模事業者の財務面及び非財務面の両面から業況を把握して分析を行う。分析能力が低い事業者には、財務・会計に関する研修会や指導を通じてスキル向上を図る。	A	A
(2)財務会計等に関する研修会実施 ・開催回数2回、参加人数30人	3-(2)-① ・開催回数 1回 ・参加人数 38名  3-(2)-② ・開催回数 2回 ・参加人数 17名(延)  計 開催回数 3回・参加人数 55名	100点	①インボイス制度研修会 日時 令和5年8月7日(月)14:00～16:00 講師 みらいサポート税理士法人 松前光朋 氏 テーマ: インボイス制度の概要・制度導入までの事前準備と留意点 ②記帳レベルアップ研修会 日時 1回目…令和5年9月4日(月) 15:00～16:30(8名) 2回目…令和5年9月11日(月)15:00～16:30(9名) 講師 みらいサポート税理士法人 松前光朋 氏 テーマ:1回目…日々の記帳と決算 2回目…決算書作成と消費税	○財務会計等セミナーの開催(継続) 財務面の分析に対して理解が浅い小規模事業者を中心に知識やノウハウの向上を図るため、また、直近の税務に関する重要な周知を図るため、財務・会計・税務に関するセミナーを開催する。	A	A

第3期(2023年度)経営発達支援計画実績(項目別)

評価ABCDE

事業目標	実績	達成度	実績の詳細	今年度の実績を踏まえた2024年度の方向性	内部評価	委員評価
<b>4. 事業計画の策定支援</b> (1)DX推進セミナーの開催 ・開催回数1回	4- (1) ・開催回数 1回 ・参加事業者数 4名	60点	日時:令和5年12月20日(水)16:00~18:00 講師:ワークスモバイルジャパン(株) 廣瀬信行 氏 (株)必ず楽しい 高橋朋恵 氏 テーマ:DX基礎及び活用事例について ※サービス業部会の役員・代議員を対象に開催	<b>4. 事業計画の策定支援</b> ○DX推進に関するセミナー開催(継続) DXに関する意識の醸成や基礎知識を取得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくためのセミナーを開催する。	C	C
(2)事業計画策定セミナーの開催 ・開催回数1回	4- (2) ・開催回数 1回 ・参加事業者数 8名	80点	日時:令和5年10月19日(木)14:00~17:00<<集団2H・個別1H>> 講師:Team 経営参謀 代表 村上弘基 氏 テーマ:資金繰り管理「会社のお金はどこへ消えた?なぜ売上が増えてもお金は足りないのか…」 ※集団形式のセミナーと個別相談会を開催	○事業計画策定セミナー開催(継続) 事業者自らが課題を認識し納得していただき、事業計画を策定することを促すため、事業計画策定の意義や重要性の啓発及び事業計画策定ポイントなどを盛り込んだセミナーを開催する。	B	B
(3)事業承継セミナーの開催 ・開催回数1回 事業承継個別相談会の開催 ・開催回数3回	4- (3) 事業承継セミナー ・開催回数 1回 ・参加事業者数 28名  個別相談対応 ・随時対応 19事業者	90点	・雲南市と開催方法、テーマ、講師等について協議 ・事業承継支援者連絡協議会の開催、関係支援機関との情報共有等 事業承継セミナーの開催(雲南市と連携、共催) ①12月12日(火) 14:00~16:00 テーマ「事業承継に向けたインボイス制度への対応について」 講 師 みらいサポート税理士法人 税理士 松前光朋 氏 参加者 28名 ・支援機関(県事業承継・引継ぎ支援センター等)との連携、専門相談員通じた迅速な承継事案に対する相談対応を行った	○事業承継セミナー及び個別相談会開催(継続) 継ぐ者、継がせる者の意識を高め、円滑な事業承継に繋げていくため、雲南市をはじめ関係支援機関と連携して事業承継セミナー及び個別の相談会を開催する。個別相談については、法人と個人事業、第三者承継、M&A等、それぞれの事案により支援も違ってくることから、個別の対応を随時行っていく。	A	A
(4)小規模事業者の事業計画策定支援 ・支援事業者数40者 (内、事業承継先3者)	4- (4) ・事業計画策定事業者数42者 (内、事業承継先11者)	100点	上記研修の受講者や個別相談先の事業者を中心に、それぞれ小規模事業者にあった事業計画の策定を支援した。より専門的な支援が必要な場合は専門家派遣制度を活用した支援を行った。	○事業計画の策定支援(継続) 事業計画策定の必要性や重要性を伝え、経営分析支援を行った小規模事業者を対象に実現可能性の高い事業計画の策定を支援する。	A	A
<b>5. 事業計画策定後の実施支援</b> (1)フォローアップ支援 ①対象事業者数40者 ②延べ回数160回以上 (内、事業承継先12回以上) ③売上高増加事業者数(3%以上)10者 ④営業利益増加事業者数(1%以上)6者	5- (1) ①対象事業者数42者 ②延べ回数417回 (内、事業承継先98回) ③売上高増加事業者数30者 ④営業利益増加事業者数22者	100点	策定した事業計画に基づき、事業者が抱える問題、課題への取り組みを伴走支援した。(進捗状況の確認、計画を効果的に進めるための補助金の取得支援、金融支援など) 事業計画との差異が生じた場合には、直ちに発生要因の洗い出しと今後の対応策を検討するなど支援の強化に務めた。	<b>5. 事業計画策定後の実施支援</b> ○フォローアップ支援 事業者が事業計画に沿って、自ら問題解決できる伴走支援を行う。巡回訪問等を実施し、事業計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。(3ヶ月に1度は必ず状況把握に努める) 専門的な支援が必要な場合は専門家派遣制度を活用した支援を行う。	A	A
<b>6. 需要開拓に寄与する事業</b> (1)商談会等への出展支援 島根県産品マッチング商談会他 支援事業者数6者、成約件数3件  (2)雲南プレミアムカタログ 活用での販路開拓支援	6- (1) ・支援事業者数2者/成約件数0件  6- (2) ・支援事業者19者 ・売上増加事業者数11者(5%以上) ・新規地域からの注文実績8者	30点  90点	「島根県産品展示・商談会」……出展自体は7者 内、商工会が支援した事業者数2者  市内の地場産品を集めたお得な「プレミアムカタログ」を作成、販売することで、多くの方に市内事業者や市内産品の良さを知ってもらうとともに、消費喚起や販路開拓に繋がった。	<b>6. 需要開拓に寄与する事業</b> ○商談会等への出展による販路拡大支援(継続) ・消費者ニーズ調査で収集した商品の評価結果を踏まえて、「売れる商品づくり個別相談会」を開催し、商品改良や買い手側に立った商品開発を支援する。 ・近隣(山陰地区)及び都市圏で開催される商談会に出展支援を行い、新たな需要の開拓に向けた取組を実施する。(商談会等への出展支援等の検討、見直し) ○雲南プレミアムカタログ活用による販路開拓支援 市内の地場産品を集めたお得な「プレミアムカタログ」を作成、販売することで、多くの方に市内事業者や市内産品の良さを知ってもらう。そして、事業者及び商品のPRへ繋げ、新たな販路開拓、拡大の支援をします。	C	C

第3期(2023年度)経営発達支援計画実績(項目別)

評価ABCDE

事業目標	実績	達成度	実績の詳細	今年度の実績を踏まえた2024年度の方向性	内部評価	委員評価
(2)雲南市商工業ポータルサイト 活用した需要開拓支援 ・支援事業者数30者 ・売上増加事業者数6者	6-(2) <新着情報の掲載支援> 支援事業者数→実績29社 掲載回数50回 売上増加14者  <サイトのブラッシュアップ> 既存サイトの課題抽出 新規サイトの構想・打合せ (維持コストが捻出できず断念)	90点	<新着情報の掲載支援> 雲南市商工業ポータルサイト「あ〜がね雲南」の新着情報を活用し、新商品の紹介やセール案内を広くPRすることで、販売機会の増加(売上増加)を図った。IT活用が苦手な事業者を中心に「重点支援先を30社」定め、消費者にとってお得な情報の掲載支援を全職員で行った。実績として掲載支援は29社であったが、毎月定期更新を行った事業者もあり、掲載回数は50回・売上増加は14社であった。  <サイトのブラッシュアップ> 既存サイト(あ〜がね雲南)の利用促進・利便性向上を図るため、専門業者を交えて課題の抽出及び新規サイトの構想について協議を行った。しかし、ランニングコストの観点から、維持・継続に課題が残り、断念する結果となった。	○新着情報の掲載支援(継続) ①今年度は、職員が掲載代行を行うケースが多かったが、事業者自身で取組みができるよう、事業者のスキルアップを支援していく。 ②消費者にとって「購買に繋がる有益な情報」に絞って情報発信を行っていく。	A	A
(3)ITを活用した販路開拓支援 ・支援事業者数10者 ・売上増加事業者数2者	6-(3) ・支援事業者数16者 ・売上増加 〃 12者	90点	ウェブサイトにてサービス内容PRや人気商品及びメニューのPR支援を図った。また、SNSにて情報発信支援、WEBストアでの販売支援も手掛けた。  全てがIT活用による影響ではないと思われるが、売上増加事業者数は目標以上を達成した。	○ITを活用した販路開拓支援(継続) 自社HPの作成や改良支援を通じて全国へ向けた販路開拓を図る。ITに苦手意識がある事業者でも比較的取組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を引き続き行う。	A	A