

広川町商工会 経営発達支援計画 令和4年度 事業評価報告書

自 令和4年4月 1日
至 令和5年3月31日

令和5年 4月

目次

I. 経営発達支援事業の内容	…P 3
1. 地域の経済動向調査に関する事	…P 3
2. 需要動向調査に関する事	…P 5
3. 経営状況の分析に関する事	…P 7
4. 事業計画策定支援に関する事	…P 8
5. 事業計画策定後の実施支援に関する事	…P 11
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事	…P 13
II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組	…P 18
1. 経営指導員等の資質向上等に関する事	…P 18

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること

(実施の概要)

第 1 期計画では、新鮮な情報をいち早く HP で掲載するために公表回数にこだわり、得られた情報について専門的な比較分析が十分にできていなかった。また、外部機関が行った調査結果を基に分析する手法を取っていたため、域内の経済状況の実情に沿った分析ができていたとは言い難い。

第 2 期計画では、ビッグデータや統計資料なども活用し、更に域内の景況を全国や県内と比較分析するよう改善し実施する。

(目標と実績)

	公表方法	R4 目標	R4 実績
①ビッグデータを活用した分析結果の公表回数	HP 掲載	1 回	1 回
②域内小規模事業者景況調査の公表回数	HP 掲載	4 回	4 回

(令和 4 年度の具体的な取り組み)

① 国が提供するビッグデータの活用

「RESAS」(地域経済分析システム)を活用して得られた地域の経済動向の情報について、経営指導員等が中小企業診断士と連携し分析を実施した。得られた結果については、本会 HP に掲載し、域内小規模事業者(会員問わず)に広く公表した。

・令和 4 年度地域経済動向調査 (2023 年 3 月公表)

【調査項目】

- ・地域経済循環マップ:地域経済の全体像の分析、お金の流入の状況分析
- ・生産分析:強い産業の分析
- ・人口マップ:将来人口予測や年齢構成の分析
- ・まちづくりマップ:流入人口、滞在人口等の人の動きの分析
- ・産業構造マップ:産業の現状と構造の分析

② 域内小規模事業者景況調査分析

地域の状況を的確に示した地域経済情報の提供を行うため、製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業全 50 社に対し、年 4 回の景況調査を実施した。

調査結果については、中小企業診断士と連携し分析を行い、4 半期毎に HP に掲載し、域内小規模事業者(会員問わず)に広く公表した。

【頻度】

- ・4-6 月景況調査分析
- ・7-9 月景況調査分析
- ・10-12 月景況調査分析
- ・1-3 月景況調査分析

【調査項目】

売上高、営業利益、設備投資、資金繰り、従業員数、借入負担

③ ①②の成果の活用

また、①②の結果について、経営相談時に個別に事業者へ情報提供し、自社が置かれた外部環境の状況について認識を高め、事業計画の掘り起こしにつなげた。

- ・分析結果を活用して策定した事業計画策定 68 計画

===事業評価===

(判定)

- ・A:実施され効果(活用)が見られたもの、もしくは期待できるもの
- ・B:実施されたが効果(活用)が見られないもの、もしくは不明のもの
- ・C:実施されなかった、もしくは実施されたが回数等が大幅に目標を下回っているもの

(評価)

ビッグデータや統計資料なども活用し、定期的に分析、公開を行い、目標を達成されている。一方で、大規模な統計データでは、コロナ禍の地域経済の反映が難しかったと考えられる。
今後も、地域経済動向の分析、公開の継続といった本取り組みを継続しつつ、状況に合わせた調査資料の活用をおこなう必要がある。

2. 需要動向調査に関すること

(実施の概要)

第1期計画では「ひろかわ藍彩市場」に出店している小規模事業者に対して POS データ分析は、季節ごとの売れ筋商品の入れ替えや商品開発などの参考資料として有益に機能してきた。しかし、新商品開発への一歩踏み込んだ支援に活かすまでには至っていない。また、商談会でのバイヤー需要調査も、支援事業者や商品に合わせた調査項目ではなく統一のシートを利用していたことから、形骸的な分析結果となってしまっており、売れる商品づくりに活用できているとは言い難い。さらに、観光客に実施した消費者需要動向調査では、広川町地域資源の認知度が低いことが課題として浮彫となったものの、具体的に消費者が求める需要の洗い出しにまで結びつかなかった。

第2期計画では、より消費者需要やバイヤーニーズの洗い出しに繋がるよう分析精度を上げるよう改善し実施する。

(目標と実績)

	R4 目標	R4 実績
①テストマーケティングによるお客様アンケート調査分析対象者数	2 者	0 者
②首都圏商談会等におけるバイヤーニーズ調査分析対象事業者数	4 者	4 者
③「ひろかわ藍彩市場」POS レジデータ分析対象事業者数	4 者	2 者

(令和4年度の具体的な取り組み)

① テストマーケティングによるお客様アンケート調査の実施

経営力向上委員会が担当となり、令和5年3月より開始し、現在継続中。藍彩市場やまち子のおやつを利用されるお客様に対して、アンケート調査を3月に実施。アンケート調査の分析を、令和5年度に着手予定。

② 首都圏商談会等におけるバイヤーニーズ調査

全国展開を目指すには、首都圏の需要動向に合わせた商品改良が必要であるため、商談会出展支援事業では、出展に係る事前指導から事後指導まで一気通貫で支援しており、この支援の一つとしてバイヤーニーズ調査を行った。商談会等で来場バイヤーへの聞き取りアンケート実施し、分析結果を出展者へフィードバックした。

【調査項目】

評価項目(ターゲット、商品特徴、商品表示、利用シーン、味、色、大きさ、価格、見た目、パッケージ、ネーミング、品質管理情報など)を事業者ごとにカスタムし実施。

【分析対象者数】

- ・Food Expo Kyushu 2022 2社
- ・Food Style Kyushu 2022 3社
- ・東京インターナショナルギフトショー2023 5社

【結果の活用】

商品改良や新商品開発の基礎資料として活用した。また、次回出展時の商談会選定や出展エリアの検討にも活用予定。

③ 当会運営の「ひろかわ藍彩市場」POS レジデータの分析

広川町産業展示会館の物産館「ひろかわ藍彩市場」及び福岡県商工会連合会のアンテナショップ「DOCORE」に出展している八女茶製造業者2社に対し、各POSデータを集計し、今後の消費者の需要動向の予測について分析した。結果について両出店者に対してフィードバックを行った。

【調査項目】

購買額集計、購入者数、売れ筋商品、季節変動状況、顧客分析、顧客の声

【分析対象者数】

八女茶製造販売業者 2社

【結果の活用】

商品アイテムの見直しや商品改良・新商品開発に繋げ、事業計画に反映した。

===事業評価===

(判定)

・A:実施され効果(活用)が見られたもの、もしくは期待できるもの

・B:実施されたが効果(活用)が見られないもの、もしくは不明のもの

・C:実施されなかった、もしくは実施されたが回数等が大幅に目標を下回っているもの

(評価)

目標値を大きく上回っている取組もあり、高く評価できるが、進行中で効果が不明な取組もあり、評価Bとしている。

これらの取組の成果を適切に事業者にフィードバックを行えている。これを、今後の事業活動につなげていくことが重要であり、3~6の取組と連携しながら進める必要がある。一方で、実施時期、業種の偏りなどの指摘もある。

今後は、指摘点の見直しを行いながら、本取り組みはさらに強化を図る必要がある。

3. 経営状況の分析に関すること

(実施の概要)

第 1 期計画における支援では、事業者の中には、未だ必要に駆られて経営分析を行う姿勢が見受けられ、事業者自身が経営課題の発見のために経営分析を行うまでには至っていない。また、新たな課題の発見に繋がるような分析精度を上げることが出来ていない。

第 2 期計画では分析精度を上げるために、定性と定量を総合的に分析でき、かつ事業者自身ができる分析ツールを活用する。分析精度を上げることから、分析を実施する事業者を事業計画策定の意欲が高い事業者を選定し実施する。また、専門的課題に対しては、専門家や関係支援機関と連携し、課題に対する対応までを総合的に支援する。

(目標と実績)

	R4目標	R4 実績
分析事業者数	40 者	78 者

(令和 4 年度の具体的な取り組み)

巡回時において、これまで以上に粘り強く経営分析の重要性について訴え、意識の掘り起こしを行った。また、融資相談においては、財務分析等の定量分析のみならず定性分析も併せて行い、経営改善に繋げるための糸口とした。また、補助金活用や経営革新計画などの事業計画策定支援時にも、SWOT 分析等の定性分析だけでなく定量分析も行い、強みの確認と課題の洗い出しを行った。

- ・事業分析事業者数 78 者
- ・支援カルテ数 523 件

(成果の活用)

定量分析結果と定性分析結果を基に課題を洗い出し、対応すべき課題の整理をおこなった。課題解決のために補助金の活用や、融資の条件変更時に必要な経営改善計画などの事業計画策定支援を行った。また、分析結果は、電子カルテとして共有サーバーに整理保管し、職員間の情報共有を図り、今後の支援の基礎資料として活用している。

=== 事業評価 ===

(判定)

- ・A:実施され効果(活用)が見られたもの、もしくは期待できるもの
- ・B:実施されたが効果(活用)が見られないもの、もしくは不明のもの
- ・C:実施されなかった、もしくは実施されたが回数等が大幅に目標を下回っているもの

(評価)

目標値を大きく上回っており、評価できる。
今後は、これらのデータを支援の基礎資料として活用を行う必要がある。また、実施済の事業者にも定期的に行うことで、早期の課題発見等に取り組む必要がある。
本取り組みは、今後も継続、強化を図る必要がある。

4. 事業計画策定支援に関すること

(実施の概要)

第1期計画を経て、計画に基づいた事業展開により海外や全国展開に繋がっている事業者や、改善計画の策定により経営の立て直しに繋がった事業者もあり、成果を上げている。創業についても、単なる創業計画策定にとどまらず、必要に応じて、資金繰り計画や短期事業計画の策定を支援し金融機関に提供するなど、金融機関と連携した創業支援に繋がっている。さらに、支援対象者の多くは、事業計画の見直しや新たな事業ごとに策定するなど、事業計画策定の必要性の浸透と定着化に繋がっている。

第2次計画でも引き続き、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしにより、新たな需要開拓に繋がる効果的な事業計画策定支援が必要である。また今後は、デジタル技術を利用して事業展開することが主流となることが想定され、デジタルによる変革を迅速に経営とICT戦略に織り込むことが、経営資源が限られた小規模事業者の競争力維持・強化には必須である。

(支援に対する考え方)

補助金申請等を目的とした事業計画策定ではなく、事業者自身が自社の経営課題を意識し、今後の方向性について検討するための事業計画に重点を置く。そのため、対象事業者は、事業計画を策定し経営力向上に意欲の高い小規模事業者を選定し、3.～5.で行った各種分析(地域経済動向分析、需要動向分析、経営分析)で明らかとなった課題に対し解決へ向けた事業計画を支援する。また、事業計画策定前段階において、DXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の強化を目指す。

(目標と実績)

	R4 目標	R4 実績
①DX 推進セミナー	1回	1回
②創業セミナー	1回	1回

③事業計画策定事業者数	20 者	78 者
(うち創業計画策定数)	(5 者)	(14 者)
(うち事業承継計画策定数)	(1 者)	(0 者)

(令和 4 年度の具体的な取り組み)

(1)DX 推進セミナーの開催

時代が求める事業者の DX 推進についての基礎的な知識習得を図り自社の課題解決の具体的な手法について学ぶため、専門家を招集しセミナーを開催した。

【テーマ】DX って何？初めての DX セミナー

【日時】令和4年 8 月 23 日(火)15:00~17:00

【講師】三浦 純宗先生(中小企業診断士)

【参加者数】6 事業者

【カリキュラム】

- ① DX って何？
- ② 小規模事業者・中小企業の DX(IT 化)の課題
- ③ 小規模・中小企業における DX のメリット
- ④ DX の始め方
- ⑤ DX を取り入れるためには…
- ⑥ 小規模・中小企業が活用できる身近なツール

(2)創業セミナーの開催

創業者(予定者)については、創業において必要な「事業計画」「資金調達」「労務」「税務」「経営法務」「販路開拓」など創業に必要な基本知識の習得を目指ため、広川町と連携し創業塾を開催した。また、カリキュラムでは「ICT の活用」についても学び、DX 推進による新ビジネスの創出を支援した。

【日時】令和4年 8 月 20 日(土)・21 日(日)

【講師】中小企業診断士、日本政策金融公庫、筑後信用金庫、福岡銀行、広川町

【参加者数】17 人

【カリキュラム】

- ① 創業の心構えと創業計画書について
- ② ビジネスモデルを考えよう
- ③ 創業支援・融資制度の紹介
- ④ 税金や経理のポイントを学ぼう
- ⑤ 雇用や人材育成のための知識を知ろう
- ⑥ マーケティングの基礎と IT を活用した販売促進
- ⑦ 創業体験・商工会の活用法
- ⑧ 知っておきたい、利益を上げるための収支計画の作り方

⑨ 創業計画書を作ってみよう！

(3)事業計画策定支援

◆経営指導員による事業計画策定支援 523回(経営指導日誌より)

◆事業計画策定支援事業所数事業所

・経営改善計画書	策定事業所 3 事業所(指導回数 28 回)
・経営力向上計画	策定事業所 2 事業所(指導回数 10 回)
・経営革新計画	策定事業所 5 事業所(指導回数 21 回)
・先端設備等導入計画	策定事業所 2 事業所(指導回数 10 回)
・事業継続力強化計画	策定事業所 1 事業所(指導回数 3 回)
・創業計画	策定事業所 14 事業所(指導回数 81 回)
・持続化補助金	策定事業所 17 事業所(指導回数 130 回)
・ものづくり補助金	策定事業所 1 事業所(指導回数 14 回)
・事業再構築補助金	策定事業所 1 事業所(指導回数 12 回)
・経営革新実行支援補助金	策定事業所 17 事業所(指導回数 157 回)
・広川町小規模事業者支援補助金	策定事業所 15 事業所(指導回数 57 回)

===事業評価===

(判定)

・A:実施され効果(活用)が見られたもの、もしくは期待できるもの

・B:実施されたが効果(活用)が見られないもの、もしくは不明のもの

・C:実施されなかった、もしくは実施されたが回数等が大幅に目標を下回っているもの

(評価)

目標数値を大きく上回っており、評価できる。

セミナーの評価も高く、有効な取り組みとなっている。また、計画策定後の実行支援の仕組み(5に記載)もできており、実効性の高い取組になっている。

今後も本取り組みを継続するとともに、DX 化などの環境変化に対応した取組を随時、実施していく必要がある。

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(実施の概要)

第1期計画では、伴走型補助金等を活用して定期的に経営個別相談会を開催しており、更なる支援が必要と判断される事業者には、専門家を交えて課題への対応策を検討してきた。フォローアップでは新たな事業計画策定や補助金活用など、次の支援に繋がるケースが多い。しかしながら、支援の過程の中で自走に繋げることができておらず、また事業者においても、伴走型の支援を求める傾向があり、結果、経営指導員一人当たりの支援先数が膨らんでいる状況にある。

第2期計画では、商工会の限りあるマンパワーの中で、より効率的かつ効果的に行う体制を付くために、経営指導員と経営支援員が職種の壁を越え一丸となり、定期的なヒアリングによるフォローアップを実施し、事業者に寄り添った伴走型支援に取り組む。

(支援に対する考え方)

定期的な巡回を中心としたフォローアップを実施し、事業計画に基づく進捗確認と予実管理を行う。その中で、事業者が自ら実施し事業計画に基づく行動の定着を目指す。

フォローアップ支援は全ての事業計画策定事業者が対象であるが、事業計画の進捗状況や支援の緊急性に応じて、訪問回数を増やし、集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても差し支えない事業者を見極めたうえで、フォローアップ頻度を設定する。

(目標と実績)

	R4年目標	R4年実績
フォローアップ対象事業者数 (うち創業フォローアップ支援事業者数) (うち事業承継フォローアップ対象事業者数)	20者 (5者) (1者)	58者 (9者) (1者)
頻度(延回数)	152回	227回
売上増加事業者数	9者	30者

(令和4年度の具体的な取り組み)

- ①事業計画を策定した事業所に対し、専門家及び経営指導員等で策定した事業計画の実現性を図るためフォローアップ支援を行った。計画実施後に直面した課題に対しては、適切な助言を行い課題解決に導くよう支援した。

◆事業計画策定後のフォローアップ支援

- ・専門家による経営個別相談会 54 回開催 54 事業所
- ・経営指導員等による支援 227 回(経営指導日誌より)
- ・経営指導員によるフォローアップ支援事業所数 58 事業所

◆各事業計画後のフォローアップ実績

- ・経営改善計画書 フォローアップ事業所 2 事業所(指導回数 2 回)
- ・経営力向上計画 フォローアップ事業所 1 事業所(指導回数 1 回)
- ・経営革新計画 フォローアップ事業所 5 事業所(指導回数 10 回)
- ・事業承継計画 フォローアップ事業所 1 事業所(指導回数 2 回)
- ・先端設備等導入計画 フォローアップ事業所 1 事業所(指導回数 5 回)
- ・創業計画 フォローアップ事業所 9 事業所(指導回数 43 回)
- ・持続化補助金 フォローアップ事業所 12 事業所(指導回数 50 回)
- ・ものづくり補助金 フォローアップ事業所 1 事業所(指導回数 8 回)
- ・事業再構築補助金 フォローアップ事業所 1 事業所(指導回数 11 回)
- ・経営革新実行支援補助金 フォローアップ事業所 17 事業所(指導回数 72 回)
- ・広川町小規模事業者支援補助金 フォローアップ事業所 9 事業所(指導回数 23 回)

=== 事業評価 ===

(判定)

・A:実施され効果(活用)が見られたもの、もしくは期待できるもの

・B:実施されたが効果(活用)が見られないもの、もしくは不明のもの

・C:実施されなかった、もしくは実施されたが回数等が大幅に目標を下回っているもの

(評価)

目標数値を大きく上回っており、評価できる。

実施支援で売上増加につながる事業者も多く、実効性も高い取組となっている。そのため、本取り組みは今後とも継続を図るべき取組である。

現在は、事業計画策定の取組(4)に合わせて、支援先数が増加し続けている。今後の取組の継続のためにも、支援先の状況に合わせた訪問頻度の設定する仕組みを浸透させる必要がある。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(実施の概要)

第1期計画では、八女茶、久留米餅、八女杉などの地域資源を活用し需要に合わせた新商品開発に取り組み、目標を大きく上回る成約数に繋がった事業者もあった。一方、支援企業が固定化されつつあり、新たな支援ニーズの掘り起こしのためにも、商談会展支援制度の見直しが必要である。

また、コロナによる需要の変化は域内においても、WEB販促に取り組んだ事業者と、そうでない事業者の差が顕著に現れてきており、第2期計画は、新たな販路開拓には、DX推進が不可欠であることを理解・認識してもらい地道に支援に取り組む。

(支援に対する考え方)

第2期でも事業計画を策定した事業者の出口支援として、事業者の成長ステージに合わせた出展支援を実施する。

DXに向けた取組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNSを活用した情報発信、ECサイトの構築等、WEB活用による販路開拓については、IT専門家と連携し、事業者の理解深度やITスキルに応じて段階的及び伴走的な支援を行う。

	支援対象	支援の目標	商談会等
ホップ期	特産品の開発に意欲的な事業者	・商品開発のきっかけづくり ・商品開発のセオリーを学ぶ	町内 ①ひろかわ藍彩市場等
ステップ期	地域資源を活用した既存商品を改良し更なる販路開拓を図る事業者	・商品のブラッシュアップ ・顧客ニーズを商品に活かすノウハウを身に付ける	県内 ①DOCORE ふくおか商工会ショッブ ② Food Style Kyushu
ジャンプ期	地域資源を活用した商品で、品質や生産体制に問題がなく、全国や海外への販路拡大を目指す事業者	・全国展開や海外展開に必要な生産体制の構築や、品質基準、知的財産の構築 ・成約数の増加	大都市圏 ①ニッポン全国物産展 ②東京インターナショナルギフトショー

(令和4年度の具体的な取り組み)

(1)商談会等出展支援事業

◎ホップ期事業者支援

令和4年度は地域資源である八女茶を活用し商品開発した事業者2者に対して、商品のブラッシュアップ支援を行った。そのブラッシュアップ後の商品の販路開拓の場として、広川町産業展示会館の特産品売場「ひろかわ藍彩市場」の活用を支援した。さらに「DOCORE ふくおか商工会ショップ」への出品支援を行った。

《成果》

A社:売上高 832,636円獲得

B社:売上高 485,584円獲得

◎ステップ期事業者支援

地域資源を活用した既存商品を改良し、更なる販路開拓を図る食品製造業、食品関連製造業者の小規模事業者に対して、当初の支援計画ではFood Style Kyushuのみとして、県連からの要請もあり、FoodExpoへの出展も実施。Food Expo Kyushuへ2社・FoodStyleKyushuへ3者の出展支援、更にBtoCの場である全国商工会連合会が主催する「ニッポン全国物産展」に1社の出展支援も行い、県内から首都圏まで販路開拓を支援した。支援の中で販促物の見直しを行い、新たな販促ツールの提案を行った。また、広川町小規模事業者支援補助金の活用支援も行った。

【Food Expo Kyushu 2022】

日程:令和4年10月4日(火)・5日(水)

会場:福岡国際センター

支援事業者数:2者

支援内容:店舗ブース装飾指導、販促物のデザイン指導、出展ブース出展料の補助、人的サポート等

販促ツール:商品パネル、スタンドバーナー

《成果》

C社:商談数8件、成約数1件(見込み額500千円)、商談継続中2件

D社:商談数50件、成約数0件、商談継続中3件

【Food Style Kyushu 2022】

日程:令和4年11月9日(水)・10日(木)

会場:マリンメッセ福岡

支援事業者数:3者

支援内容:店舗ブース装飾指導、出展ブース出展料の補助、人的サポート等

《成果》

E社:商談数 85 件、成約数 0 件、商談継続中 22 件

F社:商談数 4 件、成約数 0 件、商談継続中 0 件

G社:商談数 30 件、成約数 5 件(成約 5,000,000 円)、商談継続中:5 件

【ニッポン全国物産展】

日程:令和4年 11 月 18(金)－20 日(日)

会場:池袋サンシャイン

支援事業者数:1 者

支援内容:店舗ブース装飾指導、販促物のデザイン指導、人的サポート等

販促ツール:タペストリー

《成果》

H社:売上高 600 千円獲得

◎ジャンプ期事業者支援

地域資源を活用した既存商品を改良し、市場の求める品質管理や生産体制構築にも取り組み、自ら課題解決する姿勢がある事業者については、東京インターナショナルギフトショーへの出展支援を実施した。5 者が出展し、県内商工会においても最も多い出展支援数となった。

【東京インターナショナル・ギフトショー2023】

日程:令和5年 2 月 15 日(水)-17 日(金)

会場:東京ビッグサイト

支援対象者:5 者

支援内容:店舗ブース装飾指導、販促物のデザイン指導、出展ブース出展料の補助、人的サポート等

販促ツール:パンフレット、リーフレット、横断幕、スタンドバーナー、タペストリー

《成果》

I社:商談数 35 件、成約数 1 件(見込み額 300 千円)、商談継続中:2 件

J社:商談数 40 件、成約数 10 件(見込み額 1,200 千円)、商談継続中:15 件

K社:商談数 41 件、成約数 28 件(見込み額 2,500 千円)、商談継続中:28 件

L社:商談数 20 件、成約数 3 件(見込み額 800 千円)、商談継続中:0 件

M社:商談数 20 件、成約数 2 件(見込み額 3,000 千円)、商談継続中:2 件

(2)DXに向けた販路開拓支援

DXを経営に取り入れるため、本年度は身近なITの活用として以下の3つに取り組んだ。

①商工会HP内会員事業者紹介ページの構築

地域の小規模事業者の中にはHPを持たない事業者も多いことから、商工会HP内に会員紹介WEBページを作成し、事業内容や商品・写真などを掲載したWEB販促に繋がった。

・掲載企業数:51者

②WEB販促個別相談会の開催(専門家の活用)

WEB活用による販路開拓については、事業者毎の理解深度やITスキルが異なるため、地道な支援から専門的な課題解決まで振れ幅が大きい。そこで、IT専門家と連携し、事業者の状況に応じて段階的な支援を長期で実施した。

・WEB販促個別相談会 82回開催 延156事業所

③HP構築支援事業

今やHPは名刺代わりとも言われるほど普及しており、BtoCの事業を営む者にとっては必要不可欠な販促ツールである。商工会では、以前より、低価格でHPを構築するHP構築支援事業に取り組んでいる。会員である2社のHP作成業者と提携しており、1HP当たり5万円でのHP製作を委託するものである。

・HP作成支援 2事業者

===事業評価===

(判定)

- ・A:実施され効果(活用)が見られたもの、もしくは期待できるもの
- ・B:実施されたが効果(活用)が見られないもの、もしくは不明のもの
- ・C:実施されなかった、もしくは実施されたが回数等が大幅に目標を下回っているもの

(評価)

目標数値を大きく上回っており、評価できる。
環境変化に対応したDXへの取組、コロナ禍・アフターコロナに対応したWEB販促の取組など、時流にあった取組をおこない成果を上げている。
商談会等出展支援事業も高い売上成果を出しているが、実施時期や業種の偏り、専門家を中心とした売り場作りなど、課題も出てきている。このため、参加商談会の見直しや商工会指導員による売り場作り支援の強化などに取り組みながら、本取り組みの継続を行う必要がある。

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上の取組

1. 経営指導員等の資質向上等に関すること

当会は職員の平均年齢が 40 才と比較的若い商工会であるため、経験不足により事業者の経営課題によっては支援の質にばらつきが生じる。また、課題解決への取組みと方針の立て方が一辺倒となりがちであり、様々な視点から課題を検証する力が不足している。これを補うため、職員全体の支援能力の底上げと補い合う仕組みが必要である。

また、策定支援した事業計画データは、事業計画の種類ごとに年度管理しており、担当外の職員には事業者が過去どのような事業計画を作成したかが分かりにくい状況である。事業者ごとに支援実績がわかるデータ整理と共有の仕組みが必要である。

(令和 4 年度の具体的な取組み)

① 外部講習会等の積極的活用(OFF-JT)

福岡県商工会連合会が主催する義務研修に加え、以下のセミナーに参加し知識習得に努めた。

◆職員向けセミナー

・令和 4 年 6 月 10 日(金)

テーマ 事業再構築伴走型支援の概要と具体的な支援の手法について

講師 中小企業診断士 阪本 和幸 氏

◆外部セミナーへの参加

・令和 4 年 6 月 9 日(木)

テーマ インボイス制度解説セミナー

講師 税理士 塩塚 修 氏

参加者 経営指導員 2 名 経営支援員 3 名

・令和 4 年 6 月 27 日(月)

テーマ 労働保険事務組合研修

講師 福岡県労働保険事務組合

参加者 経営指導員 1 名 経営支援員 1 名

・令和 4 年 7 月 7 日(木)

テーマ 労働契約等解説セミナー 2022

講師 厚生労働省

参加者 経営支援員 1 名

・令和4年7月25日(月)
テーマ IT支援力向上委員会
講師 中小機構
参加者 経営支援員1名

・令和4年8月12日(金)
テーマ 労働者協同組合法・共同労働セミナー
講師 福岡県福祉労働部労働局
参加者 参与1名

・令和4年8月23日(火)
テーマ DXって何?初めてのDXセミナー
講師 中小企業診断士 三浦純宗氏
参加者 経営指導員2名 経営支援員3名

・令和4年10月～11月(約30日)
テーマ 支援者向け研修 税務・財務診断
講師 中小企業基盤整備機構
参加者 経営指導員1名

・令和4年12月9日(金)
テーマ 福岡県弁護士との合同勉強会
講師 筑後弁護士会
参加者 経営指導員1名

② 職員間の支援ノウハウ共有(OJT)

税務、労務、ICT活用、経営指導など知識や経験のある職員がその能力を十分に発揮できるよう、職員間の風通しが良い職場環境に努めた。また、そのノウハウを共有するために、日頃より職員間のコミュニケーションを密に務めた。

特に商談会展支援では、経営指導員と指導員でペアとなり出展の事前支援から事後支援まで一連の支援の流れについて共有した。また、各自が習得したノウハウや事業者の支援事例、個別事業者支援の進捗状況については、毎朝行う職員ミーティングにおいて共有し、各職員が相互にノウハウの蓄積を図っている。

③ データベース化

指導に当たった職員等が、イントラシステム上に経営カルテ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにし、当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにしている。

10月に共有データサーバーがダウンするトラブルもあったが、新たに、クラウドサーバーを立ち上げ、以前よりもセキュリティを強化したデータ管理体制を構築した。事業者別のフォルダーを共有サーバー上に設置し、財務諸表や事業計画についても事業者ごとに暦年管理ができるように管理しており、資金繰り支援などの急を要する相談においてもすぐに財務状況が把握できるようデータ管理に努めている。

===事業評価===

本事業については数値目標設定のない項目なので、評価のみ実施。

(評価)

OJT,OFF-JTとも、適切な支援力向上の取組が実施されている。

従来の内容にこだわらず、時代の変化に合った内容を適切に取り組みされており、その点は高く評価できる。

今後は、他の取組の指摘であがっていた点(売り場作り等の支援力向上)なども参考に、取組内容をブラッシュアップしながら、取組を継続していく必要がある。