

令和2年度

「経営発達支援計画」事業実施報告書
(事業の見直し・評価・見直し結果)

伊予商工会議所

概 要

本報告書は、経営発達支援計画に基づき、伊予商工会議所が令和2年度（2020年4月1日～2021年2月10日）に実施した実績、評価及び見直し結果等についてまとめたものである。

国に提出するほか、当商工会議所のホームページに掲載し、地域の小規模事業者が閲覧できるようにしている。

なお、評価及び見直しにあたっては、中小企業診断士等の外部有識者を活用し、公平かつ幅広い意見を取り入れて審議を行った。

1. 地域経済動向調査に関すること【指針③】

（1）地域の経済動向調査

内部環境の調査として地区内の企業を対象に、企業実態と動向を把握し、現在の経済環境が市内の各企業にどのような影響を及ぼしているのか、さらに、事業所の抱えている問題を把握し、今後この状況はどのようなになると予想されるのかを調査し、外部環境の経済動向と組み合わせて分析して、この調査結果を基に、会議所においてどのような支援策が可能かをみだし、小規模事業者の抱える経営上の悩みに対してサポートする。また、地区内の小規模事業者の基礎的なデータ（事業者数、業種、規模、従業員数など）も継続的に調査する。

（実施した事業内容）

①内部環境の経済動向調査「伊予市地域景気動向調査」の実施

管内の商工業者（約750件）へDMにて調査票（経営の現状、売上高、利益、雇用人員、設備投資、経営の課題等）を送付し、返信封筒又はFAXにて回収した。調査は年2回の上期（7月）、下期（1月）に実施。分析に関しては、専門家（中小企業診断士）と連携しデータを整理し、分析結果については、会議所会報（年4回発行）にて、小規模事業者等へ周知し、当会ホームページを通じて情報提供した。また、調査結果を基に、各企業が抱えている課題等を解決するための各種セミナーの開催や、小規模事業者の経営相談・事業計画策定に活用した。

②商工会議所LOBO調査（早期景気観測）

当地域では、建設業（建設業組合・電気工事組合）、製造業（削り節組合）、理容業（理容組合）、美容業（美容組合）の4業種の5組合を対象に実施。全国の商工会議所との連携により、調査対象事業者数は3,153社で実施。最終結果が全国、地域ブロック別に確認できるため、地域の景気動向・業界動向の把握、分析に活用した。

(今年度の目標及び実績等)

項目	目標	実績	達成率
「伊予市地域経済動向調査」件数	400	平均 285 件 回収率 41.7% (上期：293 件・回収率 42.9%) (下期：277 件・回収率 40.56%)	71.2%
上記調査結果提供数 (会報・ホームページ掲載)	2	会報 2 ホームページ 2	100%
LOBO調査結果提供数 (毎月) 「ホームページ掲載」	12	12	100%

(次年度目標の達成に向けた見直し・改善等) ※専門家による評価

地域経済動向調査は、A4 用紙 (両面) 1 枚、該当する項目に○をつける方式で、事業者には負担がかからないように留意している。回収目標 400 件に対し、回収実績は 285 件と未達となった。返信封筒・FAX で回収しているが、会員事業所の訪問時に記入してもらえば、回収率をアップすることができるのではないかと。調査結果を、会報・ホームページに掲載し、会員にフィードバックすることは継続してもらいたい。また、商工会議所のLOBO調査 (早期景気観測) 調査に参加することで、当商工会議所管内の景気動向と全国の景気動向の差異を把握・分析することができた。調査結果のホームページ掲載は目標の 12 回を達成した。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(1) 経営分析

小規模事業者の経営課題の解決、持続的発展のためには、個々の実態把握が前提となるため、巡回・窓口相談、各種セミナー等を通じて、また、青色申告会が推奨する会計ソフト「ブルーリターンA」を利用している企業に対しては、その資料 (貸借対照表、損益計算書等) を活用して、「業況」、「強み」、「弱み」など定性的な分析、「売上」、「資金繰り」、「収益性」などの定量的な分析を実施、把握し、事業計画策定に向けた経営分析・指導を行う。

(実施した事業内容)

①経営分析が必要な小規模事業者の掘り起こし

- ・経営指導員 2 名が、小規模事業者への巡回訪問のほか、補助金申請支援、金融相談、記帳指導等を通じて、経営分析が必要な小規模事業者の掘り起こしを行った。
- ・青色申告会が推奨する会計ソフト「ブルーリターンA」を活用して小規模事業者の持続的発展を図るために、複数年の財務データを比較して経営状況が悪化している事業所をピックアップし、経営分析支援を実施した。

②経営状況の分析

・経営支援基幹システム「BIZミル」を活用して、上記①で掘り起しを行った小規模事業者の決算書からデータを入力して、財務分析、SWOT分析、財務状況分析表、経営状況分析表、事業計画書等を作成し、定量面・定性面の分析を実施した。

③経営安定特別相談事業の実施（専門家との連携）

・専門家（弁護士、中小企業診断士、社会保険労務士、税理士）により、経営状況の分析や経営改善計画策定支援を実施。また経営指導員が同席、帯同を行い、その経営状況等を把握し、進捗状況の確認、フォローアップなど伴走型支援を実施した。

④分析結果の活用・情報の共有

・財務分析等の結果を元に、小規模事業者の課題抽出を行い、財務指標の推移と小規模事業者の財務の「収益性・生産性・安全性」などの強み、弱みを把握し、小規模事業者（経営者）が今後の経営方針を決定し、事業計画策定、実行する際の基礎資料として活用した。

・情報の共有については、経営支援基幹システム「BIZミル」を活用して、事業者の決算データ、補助金申請、支援内容等を入力することで、財務状況分析表、支援活動履歴、経営状況分析表等が作成され、担当職員以外の者が企業情報を閲覧することで、担当者不在でも継続支援が可能となる体制づくりを構築した。

(今年度の目標及び実績等)

項目	目標	実績	達成率
経営分析件数 (経営安定特別相談での経営分析件数)	35 (5)	36 (1)	102.8% (20%)
経営分析対象者掘り起しに係る公庫との帯同巡回件数	20	0	0%
経営分析対象者掘り起しに係る会計ソフトデータ活用件数	13	10	76.9%
分析結果の情報交換 (経営指導員間で毎月)	12	11	91.6%

(次年度目標の達成に向けた見直し・改善等) ※専門家による評価

経営支援基幹システム「BIZミル」を活用して、決算書のデータを入力し、定量面・定性面から経営分析を行うことは経営改善効果を得るために有用であった。経営分析件数は、目標の35件に対し実績36件と目標を達成した。但し、経営分析対象者の掘り起しに係る日本公庫との帯同巡回件数は目標件数20件に対し実績0件で、来年度の課題としたい。また、経営指導員間で毎月、分析結果の情報交換を行うことは、目標12件に対し、実績11件とほぼ目標を達成できた。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(1) 事業計画策定支援

地域の小規模事業者は、売上減少等の経営上の問題等を抱え、事業計画策定の重要性を認識していながらも、その計画策定が出来ていない状態にあることから個々の経営課題等を解決するために、事業計画策定支援を専門家と連携し、企業の抱える経営課題を短期的・中期的・長期的課題として分類し、企業の経営体力に応じた課題解決の優先順位、重要度を把握した上で伴走型の指導助言を行い、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。また、当地域では後継者不足による廃業件数も多いことから、事業承継を契機とした第二創業を促進するため、「事業承継・創業・第二創業事業計画策定に伴う個別相談会」を開催し、企業の持続的発展に向けた新陳代謝を促していく。

(実施した事業内容)

①経営計画策定セミナー・個別相談会の開催

・小規模事業者を対象に、事業計画の重要性、計画策定のノウハウ等について理解を深めてもらい、今後の方向性を定め、経営計画を策定することを目的として、11月8日(日)、15日(日)「事業計画作成」のセミナーを開催した。講師として、中小企業診断士(森田正雄)を招聘し、その後、のフォローアップに繋げた。また、事業承継・創業・第二創業事業計画策定に伴う「個別相談会」を10月22日(木)、1月28日(木)の2回開催した。講師として、中小企業診断士(阿部芳正)を招聘し、個別相談を実施した。

②副業・小さな起業セミナーの開催

・働き方改革の推進により、長時間労働・残業の削減等により自由になる時間が増加したものの、残業代の減少等により副業で収入補填を望む人も増加していることから、副業(起業)を支援することを目的として、11月28日(土)、12月5日(土)「副業・小さな起業セミナー」を13名の参加を得て開催した。講師として、中小企業診断士(濱田悠介)を招聘し、その後、フォローアップにつなげた。

(今年度の目標及び実績等)

支援内容	目標	実績	達成率
事業計画策定事業者数	25	7	28%
事業計画策定セミナー受講者数 (相談会参加者数)	20 (8)	7 (4)	35% (50%)
創業支援者数	8	3	12.5%
第二創業(経営革新)支援者数	3	1	50%

副業・小さな起業セミナー受講者数	-	13	-
------------------	---	----	---

(次年度目標の達成に向けた見直し・改善等) ※専門家による評価

事業者の経営課題把握と課題解決の出発点である事業計画の策定方法を学んでもらうため、事業計画策定セミナーを開催した。また、事業承継・創業・第二創業の事業計画策定に伴う「個別相談会」を実施した。

今年度は、コロナウイルスの影響で、対面セミナーは参加を控えるという雰囲気があり、受講者が少なく目標未達となったのはやむを得ない。

一方、残業が減少し収入が減少しているため副業を認める企業が増えてきたことから、今年度初めての試みとして「副業・小さな起業セミナー」を開催したところ、参加者13名と多く、関心が高いことがうかがえる。

次年度は、事業承継支援・創業支援・第二創業の支援を行うために、セミナーや個別相談会を開催するなどして、目標の達成を図ってみたい。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(1) 事業計画策定後の実施支援

小規模事業者が策定した事業計画の目標を実現するために、巡回・窓口相談等において計画内容の進捗状況を確認するなど伴走型の指導、助言を実施する。

(実施した事業内容)

①施策周知及び定期的なフォローアップ支援

事業計画策定後に、定期的かつ継続的な巡回（3ヵ月に1度）により進捗状況の確認を行った。また、国、愛媛県、伊予市、中小企業基盤整備機構、愛媛県よろず支援拠点などや、当商工会議所が行う支援策等を定期的な巡回や会報等により周知し、施策の活用を図った。

※会報配布（3ヵ月に1回会報発行）を行い、支援施策の周知を行った。また、非会員の事業所については、会員加入勧奨を行いながら、施策の周知に努めた。

②専門家、支援機関との連携によるフォローアップ支援

定期的な巡回において進捗状況の確認を行い、悪化・停滞などが見られた事業所については、専門家派遣等を活用して、事業計画の見直し等を実施して持続的な発展に繋げるよう支援した。

(今年度の目標及び実績等)

項目	目標	実績	達成率
事業計画策定事業者 フォローアップ (フォローアップ延べ回数 ※1)	25 (100)	7 (14)	28% (14%)

創業支援者フォローアップ (フォローアップ延べ回数 ※1)	8 (32)	3 (6)	37.5% (18.7%)
第二創業(経営革新)支援者 フォローアップ (フォローアップ延べ回数 ※1)	3 (12)	1 (5)	33.3% (41.6%)
施策情報の提供・活用 (3ヵ月に1度)	4	4	100%

※1. フォローアップ延べ回数は、令和2年度から対象者1企業につき年4回(3ヶ月1度)

(次年度目標の達成に向けた見直し・改善等) ※専門家による評価

3ヵ月に1回、年間4回実施するという施策情報の提供・活用は目標を達成した。但し、今年度は新型コロナウイルスの影響で、飲食・サービス・観光業を中心に時短・休業をした事業所があったことも影響したのか、事業計画策定事業者フォローアップは達成率28%、創業支援者フォローアップは達成率37.5%、第二創業支援者フォローアップは33.3%といずれも目標未達であった。次年度は、セミナー・個別相談の開催と平行して施策情報を定期的に提供し、活用方法の周知徹底を図ることでフォローアップ回数の目標達成につなげてもらいたい。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

小規模事業者の販売商品や提供役務の実態把握などの企業情報の収集と消費者ニーズを把握するため専門家との連携により、自社の商品、品揃え、サービス面における分析、価格分析などの個別の企業に応じた需要動向調査を行い、経営計画策定における基礎資料とするとともに、小規模事業者のニーズ、課題などを把握し、それぞれの事業者の抱える経営上の悩みに対して支援策を行う。

(実施した事業内容)

①日経テレコン(POS)情報の提供(インターネット等の活用)

・インターネットによる「日経テレコン(POS売れ筋ランキング等)」、のデータを、事業者の取扱い商品に合わせて情報収集し、市場動向、業界動向、上位ランクイン商品(シェア・平均価格)、現在消費者に支持されている商品等の情報提供を行い、販路開拓、売上向上に活用し支援した。

②各種調査(統計調査)情報の提供

・国や県が行う各種統計調査(総務省統計局、愛媛県統計年鑑など)の結果を収集分析した結果を取りまとめた内容や、各種業界団体(日本フードサービス協会など)が行う需要動向調査やトレンドに関するレポート結果などを事業者の業種に合わせて収集し、販路開拓や新商品開発・サービス向上支援に活用した。

③分析・調査情報の活用

※上記①、②の取組み

- 提供：・販路開拓や新商品開発の支援時に個別に提供した。
 - ・事業計画策定（補助金申請等）の支援時に個別に提供した。
 - ・巡回・窓口相談指導時に個別に提供した。
- 活用：・経営指導員等が、小規模事業者の経営計画策定や経営改善指導・支援の際に活用した。
 - ・個々の小規模事業者の課題や業種にあったデータを提供し、販路開拓や需要開拓に活用した。

(今年度の目標及び実績等)

項目	目標	実績	達成率
需要動向調査の実施事業者数	10	0	0%
日経テレコン（POS）の情報データの提供事業者数	25	6	24%
各種調査（統計調査）情報の提供事業者数	25	12	48%

(次年度目標の達成に向けた見直し・改善等) ※専門家による評価

需要動向調査に関する目標については、3項目とも目標未達となった。各種データ、統計資料については、個別の事業者のニーズをヒアリングした後にニーズに合致した情報・データを提供する必要があるため、個別対応をせざるを得ず、手間がかかる割に効果が表れにくいという一面もあったのではと思慮する。次年度は、事業者からどのようなデータ・統計資料が必要かを事前にヒアリングして、事業者の希望にあったデータ・統計資料等を幅広くタイムリーに収集・提供するため、新聞・雑誌・テレビ、インターネット等からの情報収集を行うことも検討してもらいたい。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

(1) IT活用・販路開拓・広報支援 ※新規事業・既存事業の改善

eコマース（電子商取引）市場の急拡大の中、小規模事業者等にとってIT活用は販路拡大の大きなチャンスと言える。しかし、当地区内の小規模事業者等においては、ITを活用した販路開拓方法が十分に普及された状況とは言えず、デジタルデバイドによる格差拡大が課題となっている。現在では、インターネット利用が当たり前になりお客様の購買動向は変化し、上手くITを活用すれば、大きな費用をかけずに集客や顧客・販路開拓につなげられるチャンスとなることから、手軽に情報発信、交流ができるソーシャルメディア等のIT活用講座等を実施して、企業、

商品等のPRを行い、各企業の認知度の向上と販売促進を図る。また、IT、メディア等を活用し、小規模事業者の商品、サービス等を広く周知することで、需要の開拓、販路開拓支援を行う。

(実施した事業内容)

①「販路開拓」支援サイト活用による支援

ホームページを持たないような小規模事業者に対しては、全国の商工会議所・商工会が共同運営する取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」(245,000社が参加)への登録を勧めた。また、登録者を増やすための広報・情報発信に努め、全国からのより多くの取引成立を支援した。

②IT活用セミナー等の開催による支援

小規模事業者を対象に、「2月2日(火) 商売に活かすSNS活用術:受講者9名」、の参加を得て開催し、お店・商品・サービスの情報発信力を高め、販路拡大を支援した。

③スマートフォンでお得なWebクーポン発行と参加店のPRによる支援

小規模な店舗はホームページを作成していない店舗も多いことから、今回のWebクーポン発行と店舗PR用スマートフォン対応ホームページを作成し、販売促進を支援した。また、高齢者の方にもクーポン券を使用してもらうために、Webクーポン周知用チラシにもクーポン券を印刷したことで幅広く利用していただくことができ、新規顧客獲得と販売促進を支援した。

(今年度の目標及び実績等)

支援内容	目標	実績	達成率
ザ・ビジネスモール登録企業数	20	0	0%
新商品開発「広報支援」企業数	8	0	0%
IT活用セミナー開催回数 (参加企業数)	3 (40)	1 (9)	33.3% (22.5%)
販促チラシ作成セミナー開催回数 (参加企業数)	1 (20)	0 (0)	0% (0%)
スマホでお得なWebクーポン (参加企業数)	-	1 (20)	-

(次年度目標の達成に向けた見直し・改善等) ※専門家による評価

インターネットの活用・新商品開発・広報支援については、積極的に実施している事業者と未実施の事業者で企業の競争力や業績に格差が出ている。会員事業者は小規模事業者が多く、多額の費用を掛けることが難しいことから、手軽に安価に実施できる手法・事例を引き続き紹介してもらいたい。今年度は、コロナウイルスの影響でセミナーの開催を自粛したことから目標未達となった。次年度は、これらのセミナーを継続開催するとともに、小規模事業者が具体的な販路開拓に結びつけるよう支援をしてもらいたい。

(2) 商談会・展示会・物産展への出展に伴う販路開拓支援

これまでは、展示会、商談会、物産展の開催情報を小規模事業者（会員企業等）へ周知するだけにとどまっており、積極的な需要の開拓に資する取り組みを実施していなかった面が課題としてある。また、中小企業白書によると小規模事業者の最大の経営課題は、「新規顧客へのアプローチ方法」であることから、各機関主催の展示会・商談会等への出展を呼びかけ、小規模事業者等が有する技術や製品（商品）等を提案する機会を設けて支援を行うとともに、観光物産フェア等で、各企業の商品の販売・PR等を実施することで、小規模事業者の認知度の向上と販売促進を図る。さらに、当会議所ホームページの内容を改善して、商品やサービスに関する情報発信等を行うとともに、各種商談会や展示会、物産展の開催情報の提供を行う。

(実施した事業内容)

①「逆」商談会（オンライン）への参加支援

・百貨店・スーパー等の大手流通業から県内の食品販売店までが買い手事業者としてブースを構え、そこに、商圈拡大、販路拡大を目指す小規模事業者等が売り手事業者として直接売り込みをかける「逆」商談会（オンライン）：販路開拓市（1月15日）へ2企業が参加した。

②地域内外（県内外）でのイベント・展示会・商談会等への出展支援

・「地方銀行フードセレクション2020 データベース商談会（9月1日～11月30日）」に6企業が参加し、79企業へ商品のPRを実施した。
上記の展示会・商談会等に参加出店し、販路拡大・販売促進を図った。

③地域イベント出店支援

・伊予彩まつり、ひっこし市など地元イベントが新型コロナウイルス感染拡大により全て中止となった。

(今年度の目標及び実績等)

支援内容	目標	実績	達成率
「逆」商談会（販路開拓市）出展事業者数	10	2	20%
上記の商談件数 （成約件数）	15 (8)	20 (2)	133.3% (25%)
展示会・商談会出展事前支援 事業者数	10	6	60%
商談会・展示会出展事業者数	10	6	60%

上記の商談件数 (成約件数)	15 (8)	1 (0)	6.6% (0%)
観光物産フェア出展事業者数 (売上増加額「万円」) ※1	18 (90)	0	0% (0%)
地域イベント出展事業者数 (売上増加額「万円」) ※2	10 (50)	0 (0)	0% (0%)
展示会・商談会出展後支援	10	6	40%

※1.2の売上増加額については、1企業の売上単価を5万円で設定。

(次年度目標の達成に向けた見直し・改善等) ※専門家による評価

当年度は、コロナウイルスの影響で地元のイベントが中止、展示会、商談会、観光物産フェア等がオンライン開催になったことも影響し、「逆商談会」の商談件(達成率133.3%)を除くと目標未達となった。次年度は、コロナウイルス影響が予測しにくい、展示会・商談会・物産展に積極的に参加するよう告知を強化するとともに、成約件数・売上増加額など具体的な成果を創出することを期待したい。

II. 地域経済の活性化に資する取り組み

今後の人口減少、高齢化社会の到来を見据え、地域密着型の総合経済団体であるという特色を生かして、小規模事業者の経営力向上のため、巡回指導を中心とした支援強化に努めるとともに、地元の求人企業、高校・伊予市商業協同組合・郡中まち元気推進協議会・㈱まちづくり郡中・行政等と連携して、市内の小規模事業者の人材確保に取り組むための「求職者マッチング支援事業」、起業者・交流人口・移住者の増加策に取り組める「人口拡大(移住促進支援・独身者交流支援・異業種交流会)・創業支援事業(創業・起業支援)」の推進や、来街者の増加を図り、まちの賑わいと、各個店のファンづくりを進める「賑わい創出(まちゼミ)事業」を継続的に実施して地域経済の活性化を図ることを目的とした以下の取り組みを行う。

1. 求職者マッチング支援事業

高齢化が進む小規模事業者にとって、大きな経営資源である若手人材の確保・育成と高度技術の伝承は、経営の持続化にも大きく影響するほか、求人企業にとっては募集を掛けても求職者が現れず、人手不足が深刻化してきている。今後も景気の回復を受け人材確保が難しい状況が予想されることから、求職者と求人企業とのマッチングに取り組み、市内の小規模事業者の人材確保と地域経済活性化を目指す。

(実施した事業内容)

①若年者の雇用機会確保(7月)

・人口減少対策と優秀な労働力の確保を目的とした「伊予農業高等学校学生(地

元の高校) に対する地元企業説明会」を、7月16日に伊予農業高等学校と連携して、12企業と約100名の生徒の参加を得て開催した。地元企業とのマッチングにより、小規模事業者においては、人材確保に繋がり、新たな事業展開の可能性へ向けて支援した。

※新型コロナウイルス感染拡大により4月開催を延期して7月に開催した。

②求人・求職の受付紹介

・伊予市内に本店、又は支店機能を有する事業所の雇用関係の成立を斡旋した。

③ホームページ（マッチングサイト）の運用管理

・求人企業のPRをホームページに掲載し、求職者に対しての周知を図った。

④評価方法

・求人登録企業、伊予農高生に対する地元企業説明会の参加企業に対してアンケート調査を実施して、改善点、要望等を把握し、マッチング率向上とミスマッチ解消を図った。

(目標)

項目	目標	実績	達成率
求人企業登録数	50	17	34%
求職者登録数	25	0	0%
伊予農高生に対する地元企業説明会開催数(参加企業数)	1 (13)	1 (12)	100% (92.3%)
紹介件数	15	0	0%
マッチング数	10	0	0%

(次年度目標の達成に向けた見直し・改善等) ※専門家による評価

会員事業所では、経営者・従業員の高齢化が進み、事業承継と人材確保が最大の課題となっている。このような中、地元の伊予農業高校の学生に対する地元企業の説明会を実施したところ、参加企業数が目標13社に対し実績12社とほぼ目標に近い企業が参加したことは、企業側・求職者である学生双方にとって意義のある取り組みであると評価できる。

但し、求人企業登録数・求職者登録数が目標未達となったのは、広報が不足していることが影響しているのではないかと考えられる。次年度は、人手不足に悩んでいる事業所と求職者のマッチングを充実することで、雇用者の増加につなげてもらいたい。

2. 人口拡大・賑わい創出・創業支援事業

当市は近年統計から見ても事業所数減少、人口減少、高齢化率の上昇などにより、地域の魅力向上と賑わいのあるまちづくりが大きな問題となっている。当地区には、(株)まちづくり郡中、伊予市商業協同組合、行政、当所が連携して、まちづくり等に関する情報交換や集約した意見を行政の施策に反映させる等の活動をしている「郡中まち元気推進協議会」がある。この組織に、まちづくりの専門家、地元大学、金融機関等を加え各事業の検討、検証、改善を行う機関として活用し、起業者・交流人口・移住者の増加策といった地域活性化事業に取り組む。

また、中心市街地の賑わいを取り戻すために、「まちゼミ」の継続実施へ向け、当所と伊予市商業協同組合が連携して、地域の活性化を図る。

(実施した事業内容)

①創業支援

・伊予市が認定を受けた「創業支援事業」に対して、双海中山商工会、日本政策金融公庫松山支店、金融機関等が連携し、創業者に対して、「窓口相談・創業セミナー・利子補給」等の事業に取り組んだ。

○当所が主体に取り組んだ事業

・「事業承継・創業・第二創業事業計画策定に伴う個別相談会」を中小企業診断士と連携して、10月22日(木)と1月28日(木)の2回開催し、事業承継に関する事業計画相談3企業、創業(創業後)に伴う事業計画相談2企業の計5企業の事業計画策定相談があった。今後、事業承継後、創業後の問題等に対して伴走型の支援を実施していく予定である。

②起業創出支援

・郡中まち元気推進協議会が中心となって進めている地域経済の発展と暮らしやすいまちづくりを行政や(株)まちづくり郡中、伊予市商業協同組合、地元金融機関等と密に連携をとりながら支援を行い、地域経済の活性化に取り組んだ。

③移住促進支援

・(株)まちづくり郡中が主体となって進めている「移住促進事業」に参画し、田舎暮らしを希望される方々へ周知を実施し、移住・定住人口の増加と経済の活性化に取り組んだものの、昨今の新型コロナウイルス感染拡大により、移住体験ツアー一等が中止となり、今年の移住者は確保できなかった。

④賑わい創出支援

・中心市街地等のにぎわいを取り戻すために、当所と伊予市商業協同組合が連携して、「まちゼミ」事業を、9月1日～10月15日と1月15日～2月28日の2回開催し、中心市街地等の賑わいと地域経済の活性化に取り組んだ。

⑤独身者交流支援

・人口減少、高齢化対策の一環として、独身者交流会（婚活イベント）を、えひめ結婚支援センターと連携して、5月・10月に2回開催する予定で準備をしたが、新型コロナウイルス感染拡大により本年度は中止となった。

⑥異業種交流会

・市内の企業・事業所・官公庁・金融機関・商業施設等で働く若者を対象に、異業種交流会（男女交流の場）9月開催予定を2月に延期して準備をしたが、新型コロナウイルス感染拡大により、本年度は中止となった。

(今年度の目標及び実績等)

項目	目標	実績	達成率
創業予定者向け融資相談会実施回数	3	2	66.6%
創業相談件数	10	1	10%
創業者利子補給件数	5	0	0%
各種機関・団体との連携による創業件数	7	0	0%
各種機関・団体との連携による移住者件数	5	0	0%
「まちゼミ」開催数 (まちゼミ参加店数)	2 (25)	2 (18)	100% (72%)
独身者交流会開催数 (カップル成立数)	2 (18)	0 (0)	0% (0%)
異業種交流会開催数 (参加者数)	1 (80)	0 (0)	0% (0%)

(次年度目標の達成に向けた見直し・改善等) ※専門家による評価

創業支援事業について、創業予定者向け融資相談会実施回数は目標3回に対し、実績は2回であった。創業相談件数、創業者利子補給件数および各種機関・団体との連携による創業件数は目標未達であった。
一方、各種機関・団体と連携した移住促進支援は新型コロナウイルスの感染拡大により移住体験ツアー等が中止となり今年度の移住者は確保できなかった。
「まちゼミ」は目標通り2回開催したが、参加企業が18社と目標未達となった。独身者交流支援および異業種交流会を企画していたが、いずれも新型コロナウイルス感染拡大によりイベントが中止となったため、目標未達となった。
次年度も、創業支援・移住支援・賑わい創出を継続実施することで、本年以上の成果を創出してもらいたい。

Ⅲ. 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み

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること。

他の支援機関との情報交換は、経営支援等で関係事案が生じた場合に、経営指導員が外部人材のネットワーク等から、連携先を選択して課題解決に向けて支援を実施していたが、今後は、小規模事業者の販路拡大と業績向上に結び付く事業計画策定支援などへの取り組みを強化し、経営発達支援事業の円滑な実施に向けた、他の支援機関との連携を通じた情報交換を実施する。

(実施した事業内容)

①県内のえひめビジネスサポートネットワーク「チームえびす」による情報交換

「チームえびす」支援機関（下記の構成機関）を対象とする「チームえびす支援機関連絡会議」事業承継ネットワーク会議に参加し、効果的な支援、支援成果の共有、活動内容等について情報交換を図った。

※チームえびす支援拠点（構成機関）

- | | |
|------------------|---------------------|
| ○（公財）えひめ産業振興財団 | ○愛媛県中小企業団体中央会 |
| ○愛媛県商工会連合会 | ○（公財）えひめ東予産業創造センター |
| ○(株)西条産業情報支援センター | ○（一財）今治地域地場産業振興センター |
| ○(株)伊予銀行 | ○(株)愛媛銀行 |
| ○愛媛信用金庫 | ○愛媛県内商工会議所（9会議所） |

②各関係機関との情報交換

日本政策金融公庫松山支店が毎年実施する、管内商工会議所を対象とした「経営改善資金連絡協議会」は、新型コロナウイルス感染拡大により中止となった。

③市行政との情報交換

市長、副市長、担当部長と商工会議所正副会頭との懇談会等を12月15日に開催し、商工会議所、地域小規模事業者の現状を説明し、市との連携の中で必要な施策及び事業の経済的な支援について情報交換を実施した。

(次年度目標の達成に向けた見直し・改善等) ※専門家による評価

当会議所は、愛媛県独自の中小企業支援機関「チームえびす」に参画しており、定期的に会議・セミナー等に参加することで活動内容について情報交換や支援成果の共有を図った。一方、日本政策金融公庫が毎年実施していた「経営改善資金連絡協議会」は、新型コロナウイルス感染拡大により中止となった。伊予市長・副市長・担当部長と当商工会議所の正副会頭との懇談会を12月に開催し、地域小規模事業者の現状説明・情報交換を実施するとともに伊予市との連携を強化した。次年度は、伊予市との連携をさらに強化していくとともに、関係機関との連携・情報交換を充実してもらいたい。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること。

①各種研修への参加（外部研修）

・愛媛県商工会議所連合会・商工会連合会が主催する「経営指導員等研修会（一般コース2日間・特別コース2日間）」のZoom開催に、経営指導員が受講し、支援能力の向上を図った。

②指導体制の強化

・小規模事業者を支援する上で必要な専門的知識ならびに実践力・分析力を習得するため、中小企業大学校主催の専門コース「小規模企業に対する伴走型支援の進め方」、を受講する予定であったが、新型コロナウイルス感染拡大により中止となった。

③ノウハウの共有

・毎月1回程度実施している「マル経審査会」の前に、マル経資金融資の具体的案件を通して、資金調達の妥当性、財務分析、考え方等のディスカッションを指導員間で実施し、情報の共有を図った。

・情報の共有については、経営支援基幹システム「BIZミル」を活用して、事業者の決算データ、補助金申請、支援内容等を入力することで、財務状況分析表、支援活動履歴、経営状況分析表等が作成され、担当職員以外の者が企業情報を閲覧することで、担当者不在でも継続支援が可能となる体制づくりを構築した。

(次年度目標の達成に向けた見直し・改善等) ※専門家による評価

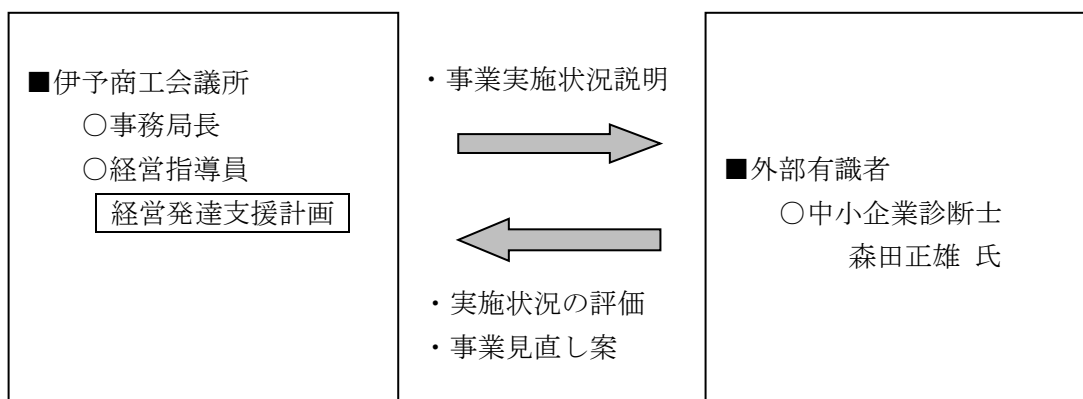
愛媛県商工会議所連合会・商工会連合会が主催する「経営指導員等研修会（一般コース2日間・特別コース2日間）」は、新型コロナウイルス感染防止の観点から、Zoomによるオンライン開催となったが、経営指導員が受講し、支援能力の向上を図った。中小企業大学校主催の「小規模企業に対する伴走型支援の進め方」を受講する予定だったが、新型コロナウイルス感染拡大により中止となった。また、ノウハウの共有については、毎月1回程度実施している「マル経審査会」の前に、マル経資金融資の具体的案件を通して、資金調達の妥当性、財務分析、考え方等を経営指導員同士がディスカッションし、情報の共有化を図っている。なお、情報の共有については、経営支援基幹システム「BIZミル」を活用し、事業者の決算データ、補助金申請、支援内容等を入力することで、財務状況分析表、支援活動履歴、経営状況分析表等が作成されることから、担当職員不在でも担当職員以外の者が企業情報を閲覧することで継続支援が可能な体制となった。次年度は、OJT・Off-JT・自己啓発を組み合わせることで、経営指導員のさらなる資質向上を図ってみたい。

3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること。

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- ① 中小企業診断士等の有識者により、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を行う。

・ 令和3年2月10日（水）午前10時～正午



- ② 事業の成果・見直しの結果については、正副会頭会議へ報告し、承認を受ける。

- ③ 事業の成果・評価・見直しの結果を「伊予商工会議所ホームページ」(<http://www.iyocci.jp/>) で計画期間中公表する。