

令和5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5年度（2023年4月1日～2024年1月31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

(1) 地域の経済動向調査

経営発達支援計画で、地域景気動向調査・L O B O調査（早期景気観測）により地域の経済動向を把握し、分析結果を会議所所報及びホームページにて公表するだけに留まっており、個々の指導・支援に活用ができていない状態である。「地域景気動向調査・L O B O調査」を実施しているものの、個々の指導・支援に活用できていないため、本事業を通じて、国が提供するビックデータを活用し連動することで、各業種の景気動向・企業実態等を把握し、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か、さらに事業所の抱えている問題を把握し、今後の事業所の経営上の課題、問題点を収集し整理することで、経営発達支援事業がより効果的に推進できるように活用する。

(実施した事業内容)

①国が提供しているビックデータの活用

効率的な情報収集を図るため、RESAS（地域経済分析システム）を活用して、地域の経済動向分析を実施した。

②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

管内の商工業者に対して実態を把握するために、上半期・下半期の年2回のアンケート調査を実施した。

[調査時期] 年2回（上半期：1月～6月・下半期：7月～12月）

[調査対象] 管内小規模事業者750件（当会議所会員の小規模事業者）の40%にあたる300件を目標に回収した。

[調査項目] コロナ影響、業界・自社の景気状況、売上・仕入・収益、資金調達、雇用、設備投資、経営課題、必要な経営サポート、コロナ対策サポート、今後の見通しなどを調査。

[調査方法] 郵送（返信封筒同封）、窓口・巡回指導時にヒアリング調査を実施。

[分析方法] 専門家（中小企業診断士）と連携して分析を実施。

③商工会議所L O B O調査（景気早期観測調査）

日本商工会議所が、各地商工会議所のネットワークを活用して、中小企業が「肌で感じる足元の景況感」を全国ベースで毎月調査するとともに、月毎にテーマを

設定して付帯調査を実施・公表することにより、企業を取り巻く経営環境や直面する課題等の現状を示すデータとして、経済対策に関する政策提言・要望活動などに活用している。当地域においても、小規模事業者を対象に調査を実施、これにより、全国の景気の現状把握を行い、当地域における小規模事業者の景気動向等の詳細について分析を実施。

〔調査対象〕 対象事業者 6 社

(建設業 2 社・製造業 2 社・小売業 1 社・美容業 1 社)

〔調査時期〕 毎月、年 12 回

〔調査項目〕 当月の業況・売上・採算・資金繰り・仕入単価・販売単価・従業員の状況自社が直面している経営上の問題など

〔調査方法〕 経営指導員等が調査票を持って事業所を訪問し、ヒアリングにて調査を実施。

〔分析方法〕 業種別に整理した当地域のデータを日本商工会議所に送付し、その後フィードバックされた日本全国のデータを経営指導員等が分析を実施。

(調査結果の活用)

調査により得た情報・分析した結果は、会議所所報やホームページで公表、管内事業者のみならず行政にも周知し、当地域の事業者の現状を認識してもらい課題の共有を図る。

また、経営指導員等が巡回・窓口相談指導を行う際の参考資料とするとともに、小規模事業者の経営分析や事業計画策定のデータとして活用した。

(今年度の目標及び実績等)

項目	公表方法	目標	実績	達成率
①ビックデータ活用分析の公表回数	HP 掲載	1 回	1 回	100%
②地域景気動向調査分析の公表回数	HP 掲載	2 回	2 回	100%
③ L O B O 調査分析の公表回数	HP 掲載	12 回	12 回	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

- ① ビックデータの活用：効率的な情報収集を図るため、RESAS（地域経済分析システム）を活用して、地域の経済動向分析を実施し、分析結果を HP に 1 回掲載することができた。引き続き実施してもらいたい。
 - ② 地域景気動向調査分析：計画通り、上期・下期にアンケートを実施し、分析結果を HP に 2 回掲載することができた。引き続き実施してもらいたい。
- L O B O 調査分析：計画通り、毎月、年 12 回 HP に掲載することができた。

2. 経営状況の分析に関すること

(1) 経営分析

小規模事業者が持続的な発展をするために、通常業務で実施している経営指導員等の巡回・窓口相談指導時や専門家による経営個別相談会、記帳確認個別指導時等により、事業者への接触機会を利用して広く経営課題等をヒアリング調査し、対象事業者の掘り起こしを実施するとともに、分析内容については、財務分析のみならず、SWOT分析等も実施して経営課題の発見・解決につながるような定性的な分析も実施する。

(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

経営指導員等の巡回・窓口相談時や個別相談会、記帳確認個別指導時等に、小規模事業者に対する支援策や経営分析の必要性について説明することで対象者の掘り起こしを行った。

また、経営に課題のある小規模事業者には、積極的に経営分析の必要性を説明するとともに、日本政策金融公庫の融資申込者には、経営分析（簡易分析）を実施した。更に、経営分析セミナーを開催し、変化する外部環境と自社の経営資源を踏まえた経営実態把握の重要性を認識してもらい経営者の意識改革を図った。

[募集方法] 経営分析セミナーの募集については、当ホームページで広く周知するとともに、巡回・窓口相談時や個別相談会、記帳確認個別指導時等で案内した。

②小規模事業者に対する経営分析の内容

[対象者] 「伊予市地域景気動向調査」で経営課題のある事業者・個別相談会・セミナー参加者等の中から意欲的で販路拡大に取り組みたい小規模事業者を選定した。

[分析方法] 「ローカルベンチマーク」、「経営計画つくるくん」を活用した分析
※主に事業承継・IT導入・事業計画を作成したい方は「ローカルベンチマーク」を、各種補助金申請等に必要となる事業計画をメインに作成したい方は「経営計画つくるくん」を活用するなど、小規模事業者の実情に合わせて使い分けを行った。

(1) 「ローカルベンチマーク」を活用した経営分析

・小規模事業者の経営状態の把握（企業の健康診断）をしてもらうためにローカルベンチマークを活用し、「財務情報」と「非財務情報」に関する各データを入力することにより、企業の経営者等との対話を深めながら、定量分析と定性分析を実施することにより、お互いに事業課題を認識し行動につなげた。

(2) 「経営計画つくるくん」を活用した経営分析

・小規模事業者の事業内容や経営状況を振り返り、自社の強みや弱み、課題点を認識して経営改善を図り、新たな取り組み、将来の事業目標の達成のために活用した。

[活用方法] 分析結果は、経営指導員等が巡回指導時に小規模事業者にフィードバックして経営課題を認識してもらい、経営課題については、助成金・補助金・融資等の施策活用を提案して、個々の事業者にあった課題解決に向けて支援するとともに、事業計画の策定等に活用した。

また、企業情報、分析内容、支援情報等については、データベース化して職員間で共有することで情報の共有化を図った。さらに経営指導員は経営分析等を実施した場合は定期的（月1回）なミーティングにより情報を共有した。

(今年度の目標及び実績等)

内 容	目 標	実 績	達 成 率
①セミナー開催件数	1	1	100%
①セミナー参加者数	10	8	80%
②経営分析事業者数	40社	21社	52.5%

(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

- ① 経営計画・経営分析セミナーの開催は、計画通り実施することができた。
- ② セミナーの参加者数は、目標 10 人に対し 8 人と若干の未達となった。HP・チラシ等でセミナーの告知をするとともに、経営指導員等が巡回指導時にセミナーの勧誘を行う等を実施し、参加者を増やす取り組みをしてもらいたい。
- ③ 経営分析事業者数は、目標 40 社に対し 21 社と未達となったが、次年度の課題としたい。経営分析は、経営状況を把握するために必要な「健康診断」の役割がある。巡回指導時に、年に 1 回程度定期的に経営分析を行うよう、指導・啓蒙を行うとともに、職員間で情報の共有化は継続して実施してもらいたい。

3. 事業計画策定支援に関すること

(1) 事業計画策定支援

小規模事業者に対する事業計画策定支援は、小規模事業者持続化補助金等の申請時がメインで、融資（創業融資）支援において対応するだけの支援にとどまり、事業計画策定の目的及び効果が表れていなかった。

今後は、小規模事業者に対して補助金申請・融資支援だけに対応するのではなく、中長期的な視点で実効性のある経営計画書策定の必要性を理解してもらえるように周知するとともに、伊予市地域景気動向調査、需要動向調査の結果を踏まえ、小規模事業者が持続可能な事業計画の策定を支援する。

経営分析を行った小規模事業者等に対し、事業計画策定セミナーや個別相談会を開催し、地域経済動向調査結果や経営分析結果、需要動向調査を踏まえ、積極的な提案による伴走型支援を行い、経営分析を行った小規模事業者の 25% の事業計画策定を目指す。併せて、持続化補助金等の申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画

の策定に繋げていく。

事業計画の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維持・強化を目指す。

(実施した事業内容)

①DX推進セミナー（個別相談会）の開催

・小規模事業者にとっては、DXは知っているけれども、「業務の効率化など、どう進めるのかわからない」などと思っている事業者が多いことから、DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得することを目的として、10月26日（木）「中小企業の業務効率化のためのDX活用セミナー：12名」、11月21日（火）「SNS等活用でDX推進セミナー“あなたのビジネスに生きる写真活用術”：受講者17名」の参加を得て開催し、DX化を支援した。

②事業計画策定セミナー（個別相談会）の開催

・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、10月22日（日）、29日（日）の2日間「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、7名の参加を得て開催しセミナー終了後、希望者は個別相談を実施し、4者の事業計画書を作成した。

③「創業（第二創業）・事業承継計画策定に伴う個別相談会」の開催

・小規模事業者（人口）の減少や高齢化の進展、廃業が増加傾向にあり、地域における事業者等の減少を食い止めるために、創業者や創業後、さらには事業承継（第二創業）で必要となる事業計画策定を支援することを目的として、12月7日（木）に5名の参加を得て開催した。講師として、中小企業診断士（阿部芳正）を招聘し、5企業の個別相談を実施した。

④小規模事業者持続化補助金・物価高騰対策設備支援補助金・省エネルギー対応設備更新等緊急支援補助金申請に伴う事業計画書作成支援

・小規模事業者を対象に、販路拡大及びエネルギー、原材料価格の高騰などによる経済環境変化に対応するため、経営安定化・収益力向上に向けて取り組む事業者の申請に必要な事業計画書（28者）の作成について、中小企業診断士と連携して支援を実施した。

(今年度の目標及び実績等)

内 容	目 標	実 績	達 成 率
①DX推進セミナー開催数	1回	2回	200%
②事業計画策定セミナー開催数	1回 (2日)	1回 (2日)	100%
③創業（第二創業）・事業承継 事業計画個別相談会開催数	1回	1回	100%

④事業計画策定事業者数	10 者	28 者	280%
-------------	------	------	------

(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

① DX推進セミナー開催数は、目標 1 回に対し 2 回実施し目標達成、②事業計画策定セミナー開催数、③創業（第二創業）・事業承継個別相談会開催数は、目標を達成した。また、④事業計画策定事業者数は、目標 10 者に対し実績 28 者と達成率 280%と目標を達成した。

最近、マスコミなどで広く取り上げられているDX推進に関するセミナーは、2 回の開催で受講者が合計 29 名と盛況で、事業者の関心の高さがうかがえる。次年度は、DXの実行・活用に向けたセミナーや事業計画策定・創業（第二創業）・事業承継に関するセミナー・事業計画書の作成支援の個別相談会を開催するなどして、引き続き目標を達成してもらいたい。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 事業計画策定後の実施支援

小規模事業者の事業計画については、融資、補助金申請等のためのものがほとんどであり、継続した事業計画の実行支援には取り組めていない。

当所におけるフォローアップの支援体制や支援方法は明確に定まっていないこともあり、計画の進捗状況や経営課題の把握が充分とは言えなかった。今後の事業計画策定後の実施支援については、個々の事業者に応じてPDCAサイクルを回しながら、策定した事業計画が円滑に進められるよう改善した上で実施する。

(実施した事業内容)

①事業計画を策定した既存の小規模事業者に対するフォローアップ

事業計画を策定した全ての小規模事業者を対象として、定期的かつ継続的な巡回指導及び窓口指導等により、事業計画の進捗状況等を確認して、巡回指導を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し巡回指導を減らしても支障のない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定して行う。

具体的には、事業計画策定 28 者のうち、5 者は毎月 1 回、23 者は四半期に一度とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応援に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、経営指導員や外部専門家など第三者の視点を投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討のうえフォローアップ頻度の変更等を行った。

(今年度の目標及び実績等)

事業内容	目標	実績	達成率
フォローアップ対象事業者数	10 者	28 者	280%

頻度（延回数）	80 回	119 回	148%
売上増加事業者数	3 者	13 者	433%
利益率 3%以上増加の事業者数	3 者	5 者	166%

（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

事業計画策定後の実施支援（フォローアップ対象事業者数）については、目標 10 車に対し実績 28 者、フォローアップ頻度（延回数）は、目標 80 回に対し実績 119 回、売上増加事業者数は、目標 3 者に対し、実績 13 者、利益率 3%以上増加の事業者数は、目標 3 者に対し実績 5 者といずれも目標を大幅に上回った。昨年も目標を達成したが、実績数字がいずれも昨年を上回っていることから、フォローアップが目標以上に実施できたこと、売上増加・利益率 3%以上増加という具体的な成果に結びついた事業所が目標 3 者に対し 13 者になったことは評価したい。次年度も、引き続き事業計画を策定した事業者のフォローアップを積極的に行い、売上増加・利益率増加という成果を出してもらいたい。

5. 需要動向調査に関すること

小規模事業者は、需要動向、地域の市場環境等を知ることは、持続的発展を続けていく上で重要であるが、経営資源の乏しい小規模事業者が独自に商品・サービス等について、顧客や取引先の需要動向を調査・分析することは難しく実施できていない状態である。

当会議所も需要動向についての調査については、各種調査資料にもとづいた情報収集に留まり、具体的な情報提供は十分にできていないことから、本事業を通じて、消費者等が求める商品・サービス等を的確に把握するために、需要動向調査を実施する。得られた情報は、データ化して、会議所内で共有及び公開するとともに、個社支援のツールとして小規模事業者の支援に活用する。

（実施した事業内容）

①「郡中まちゼミ」受講者へのアンケート調査（一般消費者を対象とした調査）

・商店街振興、中心商店街地域等の賑わいを取り戻すために当会議所が中心となり、年 1 回実施している「郡中まちゼミ」事業では、今年度参加店舗が 14 店舗あり、開催期間 1 ヶ月の間に 1 店舗 1～2 回程度まちゼミを開催して、受講者 70 名を対象に、以下のアンケート調査を実施した。

【調査対象事業所数】 事業計画に基づき販路開拓に取り組む小規模事業者を中心とした小売・サービス業者（参加事業所 14 者）

【アンケート調査数】 受講者 70 名の一般消費者

【調査方法】 年 1 回の「郡中まちゼミ」受講者に、まちゼミ終了後にアンケートに記入してもらい回収した。

【調査項目】 顧客の属性、利用店舗名、購入商品等、購入金額、商品・サービスの満足度（味・価格・デザイン・容量等）、店舗の満足度（接客、雰囲気、品揃え、陳列等）、利用頻度、自由意見など。

※各設問を5段階で評価してもらい、意見を自由に記述してもらった。

【分析方法】 アンケート結果は、店舗ごとに集計し、経営指導員が分析を行った。

【活用方法】 分析した結果は、当該事業者へ直接説明する形でフィードバックし、地域需要を捉えた商品内容や品揃え及び今後の商品開発や販売促進の判断材料として活用した。

②データを活用した小規模事業者の商圈調査

・小規模事業者が販売する商品・サービスの販売促進及び販路開拓（商品開発）を行うためには、地域の特性・ターゲットとなる商圈を見極める必要がある。

今回、商圈分析ソフト「市場情報評価ナビ MieNa（ミーナ）」を運用している（株）日本統計センターと連携して、個々の支援先の立地状況等に応じた商圈分析レポートを無料で提供し、経営支援に活用した。

※市場情報評価ナビ MieNa（ミーナ）とは・・・人口、世帯データや消費支出・購買力データなどを基に作成された地域特性を検証した商圈レポートを提供するデータベースで、戦略的に自社の事業計画（行動プラン）策定を手助けする商圈分析ツールになります。

【調査対象事業所数】 事業計画に基づき販路開拓・店舗開発・既存店分析・競合店分析に取り組む小規模事業者（24者）

【調査方法】 小規模事業者の要望に応じて経営指導員等が商圈分析レポートを作成する。

【調査項目】 地域内商圈の規模（人口・世帯データ）、消費支出・購買力データ、富裕層データ等

【活用方法】 現在の自社周辺の顧客層、消費・購買力、競合店等、商圈分析システムを活用することで、商圈・分析レポートが容易に作成できるため、強化すべき商圈、顧客層の設定、更に、地域の属性にあった商品構成・開発、サービスの導入などの参考とするなど、小規模事業者の商品開発及び販売促進に活用した。

（今年度の目標及び実績等）

内 容	目 標	実 績	達成率
①調査対象事業者数	18 者	24 者	133%
②個店の商圈調査数	5 者	15 者	300%

（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

当会議所が中心となり、年1回実施している「郡中まちゼミ」事業の参加店舗14店舗・受講者70名を対象に、アンケート調査を実施した。アンケート結果は、経営指導員が分析し、分析結果を当該事業者にフィードバックすることで、今後の商品・サービスの品揃えや新商品開発・販売促進の判断材料として活用できた。また、今回、商圈分析ソフト「市場情報評価ナビ MieNa（ミーナ）」を運用している㈱日本統計センターと連携して、個々の事業者の商圈分析レポートを無料で提供し、経営支援に活用した。

① 調査対象事業者数は、目標18者に対し実績24者と目標を達成できた。

② 個店の商圈調査数は、目標5者に対し実績15者と目標を達成できた。

今後は、アンケート分析、商圈分析レポートを活用することで、個々の事業者の業績向上につなげてもらいたい。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) IT活用・販路開拓・広報支援

IT活用及びDXに向けた取り組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS等による情報発信、ECサイト構築・出店など、IT活用、販路開拓等に関するセミナーの開催や個別相談会を行い、必要性・効果等を理解した上で、導入実施にあたっては、必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど個々の事業者にあった支援を行う。また、小規模事業者において、販路拡大のために自社製品やサービス等を単独で、まったく取引のない事業者や消費者に対して積極的にPRすることが重要であるが、専門的なノウハウ・ネットワークのない小規模事業者にとっては極めて困難であり、当所が自前で展示会等を開催するのも難しいため、バイヤーで県外・首都圏等多くの取引先を持つ県外講師を当地域に招聘するなど事業者にあった支援を行うとともに、商談会等への出展にあたっては、出展前・後の出展支援・セミナー等を開催して、商談会等のポイントなど販路拡大及び売上増加につながる取り組みを実施する。

(実施した事業内容)

① IT活用セミナーの開催

小規模事業者にとってIT活用は販路拡大の大きなチャンスと言える。しかし、専門知識等が不足し積極的に取り組めない事業者を対象として、ホームページ作成・Facebookページ作成、SNS活用、ECサイトなどを活用した新たな販路拡大を目指すことを目的に、「9月26日(火)上手な写真の撮り方・活かし方セミナー：受講者15名」、「スマートフォンで簡単にできる！動画撮影編集・発信実践セミナー：受講者16名」、「12月3日(日)Googleアプリ活用セミナー・kintone実践・活用セミナー：受講者15名」の参加を得て開催し、フリーのソフトウェア、有料のkintoneアプリを活用した業務効率化と自社の販促PRを支援した。

(ア) SNS活用支援

・現状の固定客等は近隣市町の商圈に限られていることから、市外・県外の顧

客に対して、企業商品情報を「Facebook」や「Instagram」等のSNSを活用することで、情報発信の有効性、宣伝効果等について理解してもらうために、小規模事業者に対して、経営指導員等が巡回相談時に支援を行った。

(イ) ECサイト開設支援 (BtoC)

・自社のホームページに新たにECサイトを立ち上げるため、商品構成、ページ構成、PR方法等、IT専門家等と連携して、ホームページ立上げ、立上げ後の支援を継続して伴走支援を行い、ネット販売による販路開拓を支援した。

(ウ) ECサイト利用支援 (BtoC)

・楽天市場等が運営するショッピングサイト等への出品・出店の提案を行うとともに、愛媛県よろず支援拠点等が主催した「インターネット販売 (ECサイト：楽天・Yahoo) 出店勉強会」への参加周知を行い、ECサイトにおける商品の訴求に関するノウハウの提供や対策、事例紹介などを通じて出品・出店効果を高めるための支援を行い、ネット販売による販路開拓を支援した。

②商談会への出展 (BtoB)

(ア)「松山圏域中小企業“販路開拓市”」への出展支援

・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が、売り手と事業者として直接売り込みをかける「逆」商談会：販路開拓市 (1月17日) へ2企業が参加した。

(イ)「首都圏飲食バイヤーとの販路開拓商談会 (伊予市)」への出展支援

・市内事業者等の販路開拓を支援するために「首都圏の飲食バイヤー6社」を招聘し、10月19日 (木) に開催、12企業が参加した。

(今年度の目標及び実績等)

事業内容	目標	実績	達成率
① SNS活用事業者数	10 者	19 者	190%
売上増加率/者	5% (平均)	5% (平均)	100%
① ECサイト開設者数	5 者	6 者	120%
売上増加率/者	10% (平均)	6% (平均)	60%
① ECサイト利用者数	3 者	4 者	133%
売上増加率/者	10% (平均)	4% (平均)	40%
②「販路開拓市」商談会 出展事業者数	5 者	2 者	40%
成約件数/者	2 者	2 者	100%

「伊予市マッチング商談会」 出展事業者数	10 者	12 者	120%
成約件数/者	2 者	2 者	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

- ・IT活用セミナーは、延べ3回実施、合計46名が受講した。小規模事業者にとってIT活用はハードルの高いテーマであるが、引き続き支援を行ってほしい。
- ① SNS活用支援：SNSの活用について経営指導員が巡回相談時に支援を行った事業者数は、目標10者に対し実績19者と目標を達成した。平均売上増加率は、目標5%に対し、実績5%と目標を達成した。
 - ② ECサイト開発支援：自社のHPに新たにECサイトを立ち上げる支援をIT専門家等と連携して伴走型支援を行った。目標5者に対し実績6者と目標を達成した。売上増加率は、目標10%に対し実績6%と目標を下回った。
 - ③ ECサイト利用支援：ショッピングサイト等への出品・出店の提案、伊予市主催の「インターネット販売・出店勉強会」への参加周知を行い、ネット販売による販路開拓を支援した。ECサイト利用者数は、目標3者に対し実績4者と目標を達成した。売上増加率は、目標10%に対し実績4%と目標を下回った。
 - ④ 販路開拓市商談会の出展支援：販路開拓市の出展事業者数は、目標5者に対し実績2者と目標未達だったが、成約件数は、目標2者に対し実績2者と目標を達成した。
 - ⑤ 伊予市マッチング商談会の出展支援：出展事業者数は、目標10者に対し実績12者と目標を達成。成約件数は、目標2者に対し実績2者と目標を達成した。小規模事業者が、自力で販路開拓をすることは困難なので、当商工会議所が開催・支援するセミナー・商談会等に参加を働きかけることで、事業者の業績向上につなげてほしい。

7. 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。

経営発達支援計画の各事業の実施状況及び成果については、一定の評価検証は実施してきたものの、見直しや変更についてまでの踏み込んだ検証は不十分であった。当所の管内企業の経営環境等を行政にも理解してもらうために、伊予市の担当職員を追加することで、環境変化に対応した効果的な事業へと改善・見直しができるよう強化を図る。

(実施した事業内容)

①「経営発達支援事業評価検討会」設置による評価・検証・見直し案の検討

当所の専務理事、事務局長、法定経営指導員、伊予市商工観光課、その他外部有識者として中小企業診断士等で組織する標記委員会を、年に1回開催し、事業の実施状況等を説明して、必要に応じて評価・検証・見直しを行った。

②正副会頭会・常議員会への報告

上記委員会で提示された事業評価・見直し等の結果については正副会頭会・常議員会に報告し承認を受ける。

③計画の評価及び見直し結果の公表

上記の正副会頭会・常議員会で決定した事業の成果・評価・見直し等の結果について、広く公表するために、年に1回、当所のホームページに掲載する。

(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

経営発達支援計画を実施し、成果を出すためには、当商工会議所が取り組むだけでなく、関係機関・専門家等に事業の成果・評価・見直し等の結果について、報告し、改善・見直しに取り組むことが重要である。

計画の評価及び見直し結果については、広く公表するため、年に1回、当商工会議所のホームページに掲載することは継続して取り組んでもらいたい。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること。

平成26年度から小規模事業者数の減少により経営指導員が1名減少し、現在は2名体制となっており、今後も経営指導員の増員は不可能である。また、経営指導員等が小規模事業者を支援するノウハウ等の習得は、日本商工会議所や愛媛県商工会議所連合会の主催による研修に参加することにより行っていた。

地域小規模事業者が抱える経営上の問題は、複雑化・高度化していることから、経営指導員の資質向上はもちろん、職員全員の能力を一定レベルにアップするため、独立行政法人「中小企業基盤整備機構」が主催する研修に参加させることで、組織全体の支援能力向上を図る。

①情報の共有（データベース化）

小規模事業者の経営状況、分析結果、事業計画書、事業計画策定後のフォローアップ等の情報を「経営基幹システム（BIZミル）」にてデータベース化し、所内ネットワークにて全職員が閲覧可能とすることで、支援担当者が不在の場合でも、迅速・的確な対応、情報提供・共有ができる支援体制の確立を図った。

②職員間の定期ミーティングの開催

国・県等の新たな支援策・補助金等の情報については、適時、説明会を開催して全職員に共有を図った。また、研修会等で得られた支援ノウハウ（IT活用方法や業務効率化につながる具体的なツール、経営支援に有効な経営分析手法など）、更には、地域内小規模事業者の経営状況や課題、支援状況等の情報を職員全員で共有することで、組織全体における支援能力向上を図った。

③DX推進に向けたセミナー

喫緊の課題である地域の小規模事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び補助員、記帳専任職員、一般職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能とするため、下記のセミナーに参加させてDX推進の取組に係る相談・指導能力の向上を図った。

○職員が参加したセミナー

- ・SNS等活用でDX推進セミナー
- ・Googleアプリ活用セミナー
- ・AI&ChatGPT活用のポイントセミナー
- ・kintone実践、活用セミナー
- ・ビジネスのデジタル化動向セミナー
- ・中小企業の業務効率化のためのDX活用セミナー
- ・チャットGPTの活用について

(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

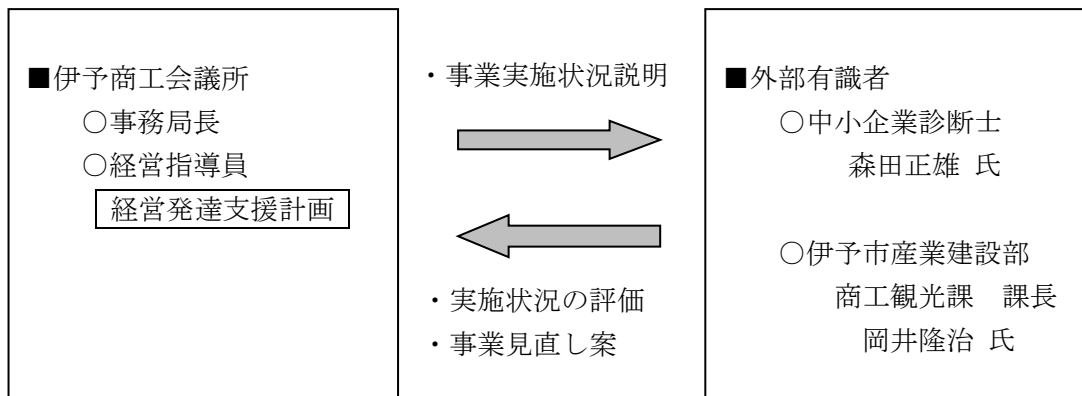
- ① 情報の共有化：経営基幹システム「BIZミル」を活用し、事業者の経営状況、分析結果、事業計画書、事業計画策定後のフォローアップ等の情報を、データベース化し、全職員が閲覧可能とすることで、支援担当者が不在時でも、迅速・的確な対応、情報提供ができる支援体制を確立したことは評価したい。
- ② 職員間の定期ミーティングの開催：新たな支援策・補助金の情報については、適時、説明会を開催して情報共有を図った。また、研修会等で得られた支援ノウハウ、地域内の小規模事業者の経営状況・課題、支援状況等の情報を職員全員で共有することで、組織全体の支援能力の向上を図った。
来期も継続して実施してもらいたい。
- ③ DX推進に向けたセミナー：喫緊の課題である地域の小規模事業者のDX推進への対応にあたっては、職員全員のITスキルを向上させ、事業者のニーズに合わせた相談・指導を可能とするため、各種セミナーに参加させ、DX推進の取組に係る相談・指導能力の向上を図った。
次年度も引き続き、情報の共有化、定期ミーティングの開催、DX推進に向けたセミナーの開催・参加することで、職員の相談・指導能力の向上に努めてもらいたい。
特にチャットGPTの活用について、事業者の関心が高くタイムリーなテーマなので来年度も引き続き実施してもらいたい。

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った。

・令和6年2月7日（水）午前10時～午前12時



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。