

令和5年度 経営発達支援事業の事業報告

経済産業省より小規模事業者の事業計画策定および実施支援や技術の向上、新たな事業の分野の開拓などを行い、小規模事業者の持続的発展を支援するための経営発達支援計画が認定され、この計画に基づき小規模事業者への支援を行った。その事業実績についての評価は以下のとおり。

【評価の目的】

経営発達支援計画の実施状況および成果について客観的な評価を行い、次年度以降の事業の見直し方針を決定することを目的とする。

総合評価における基準は、各項目の目標に対する達成度合いで評価している。

- A：目標を達成することができた。（100%以上）
- B：目標を概ね達成することができた。（80%～99%）
- C：目標を半分程度しか達成することができなかった。（30%～79%）
- D：目標を全く達成することができなかった。（30%未満）

1. 地域の経済動向調査

【計画内容】

（1）地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

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、経営指導員等がRESAS（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向調査を行い、年1回公表する。

- ◎調査手法：経営指導員等がRESAS（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う
- ◎調査項目：
 - ・「地域経済循環マップ・生産分析」 →何で稼いでいるか等を分析
 - ・「まちづくりマップ・From to 分析」 →人の動き等を分析
 - ・「産業構造マップ」 →産業の現状等を分析⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

（2）光市中小企業景況調査

市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、年2回（6月・12月）、光市中小企業景況調査を行う。

- ◎調査手法：調査票を郵送し返信用封筒で回収する
経営指導員等が、回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う
- ◎調査対象：市内中小企業者 275 者（うち管内 235 者）
（製造業 58 者・建設業 64 者・卸売業 20 者・小売業 88 者・サービス業 45 者）
- ◎調査項目：業況、売上額、客単価、資金繰り、仕入れ価格、利益、在庫、従業員数、所定外労働時間、資金調達難度、設備投資 等

(3) 成果の活用

- ・情報収集、調査分析した結果は、会報、ホームページに掲載し、管内事業者等に広く周知するとともに、光市とも市全域の動向として共有していく。
- ・経営指導員は、巡回や小規模事業者の経営状況分析、事業計画策定支援を行う際の基礎資料として活用する。

【目標と実績】

事業実績及び目標	R5 年度 目標	実績
①地域の経済動向分析の公表回数	1 回	1 回
②光市中小企業景況調査の公表回数	2 回	2 回

【結果】 ※項目合計の達成率 100.0%

【自己評価】・・・A

【外部有識者評価】・・・A

- ・目標を達成しており、評価Aとしました。

2. 需要動向調査に関すること

【計画内容】

(1)「光まちゼミ」での需要動向調査

消費者の購買意識を直接聴取できる「まちゼミ」※1にて、参加した一般消費者を対象に、事業主がアンケート調査を実施し、消費者の購買意識、消費トレンド、消費者動向などの消費者ニーズを把握する。

※1 まちゼミとは、個店のスタッフが講師となり、プロならではの専門的な知識と情報、コツを受講者（お客様）に伝える少人数制のゼミで、地域の方々にお店の存在や特徴を知ってもらうとともに、お店のファンづくりを促進し、個店と地域の活性化を図る事業。

◎調査手法：

（情報収集）まちゼミ（年1回実施）への参加者に、店の印象や商品・サービスの評価についてアンケート調査を実施する。

（情報分析）調査結果は、よろず支援拠点等の販路開拓の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

◎サンプル数：まちゼミ参加店のうち10店舗、各店10人程度。

◎調査項目：店への来店頻度、提供商品・サービスの感想（ニーズ、価格、品揃え等）、店舗・店員の印象、その他気に入った点、気になる点 等

◎調査結果の活用：調査分析結果を事業者にフィードバックし、経営課題の解決や事業計画策定支援に活用する。

【目標と実績】

支援内容	R5年度 目標	実績
調査対象事業者数	10者	16者

【結果】 ※項目の達成率 160.0%

【自己評価】・・・A

【外部有識者評価】・・・A

- ・目標を大きく上回っており評価できると考えます。
- ・消費者の購買意識を直接ヒアリングでき、更に専門家による分析結果を事業に活かすことができる貴重な機会。マンパワー等制限もあるだろうが、事業の継続や伸長を支援する取組みであり、項番3の経営状況の分析とともに、引き続き実施されたい。

3. 経営状況の分析に関すること

【計画内容】

(1) 経営状況の分析

巡回や窓口相談の際に、経営課題解決の足掛かりとして経営分析を行い、計数上の自社の状況、強み・弱みなどの気づきを与える。

◎分析項目：

定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う。

《財務分析》直近2期分の収益性、生産性、安全性および成長率の分析。

《非財務分析》下記項目について、対話を通じて、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

(内部環境)	(外部環境)
<ul style="list-style-type: none">・商品、製品、サービス・仕入、取引先・人材、組織・技術、ノウハウ等の知的財産・デジタル化、IT活用の状況・事業計画の策定、運用状況	<ul style="list-style-type: none">・商圏内の人口、人流・競合・業界動向

◎分析手法：

事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」や「経営デザインシート」、中小機構の「経営自己診断システム」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を

行う。非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

(2) 分析結果の活用

- ・分析した結果を支援先の小規模事業者へフィードバックすることで、自社の状況（強み、弱み、脅威、機会などを認識させ、事業計画策定の基礎資料として活用する。また、分析結果をデータベース化して当所内で情報共有することで、当所全職員が小規模事業者の実情を把握するとともに支援スキルの向上に活用する。
- ・高度で専門的な課題が抽出された場合には、専門家や金融機関等と連携を図りながらより詳細な分析を行い、事業者へフィードバックする。

【目標と実績】

支援内容	R5 年度 目標	実績
経営分析事業者数	40 人	57 人

【結果】 ※項目合計の達成率 142.5%

【自己評価】・・・A

- ・目標を上回った実績であり評価できるものと考えます。

4. 事業計画策定支援に関すること

【計画内容】

(1) 事業計画策定支援

巡回・窓口相談時において、小規模事業者に事業計画策定の意義や必要性について、成功事例の紹介等を交えて指導し、支援先の掘り起こしを行う。加えて、これまでに経営分析や融資、補助金相談を行った事業者や各種セミナーに参加した事業者の中から重点支援先を選定し、事業計画策定支援を行う。計画策定にあたっては、経営者との対話と傾聴を重視し、経営者が取り組むべきことに腹落ちした計画内容とすることを目指す。なお、専門的な知識が必要な場合は、専門家派遣を実施し、事業計画策定を支援する。

(2) DXセミナーの実施

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、セミナーを開催する。IT導入等へ関心があり、事業計画策定を考えている事業者を対象として、デジタル技術を活用しての業務改善や効率化、販路拡大を促す。また、IT導入やWEBサイト構築等の取組を推進していくために、必要に応じてIT専門家を派遣し、DXへ向けた取組を支援する。

【目標と実績】

支援内容	R5 年度 目標	実績
------	-------------	----

事業計画策定事業者数	30回	31回
DX推進セミナー	1回	1回
IT・DX導入支援数	3者	7者

【結果】 ※項目合計の達成率 145.6%

【自己評価】・・・A

【外部有識者評価】・・・A

・事業計画策定の段になると、業績が厳しい等の事業所が多く、大変なことも多かったのではと想像されますが、目標を達成されており評価できると考えます。

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

【計画内容】

(1) 事業計画実施支援

- ・事業計画を策定した小規模事業者に対し、4半期に1回電話や巡回・来所等の方法で進捗状況の確認等フォローアップ支援を行う。
- ・事業計画の進捗に遅れがある事業者や計画修正あるいは課題等への対応が必要な場合は、経営指導員が主体となり、専門家等と協力して原因及び対応方策の検討や計画の見直し等適切な指導を行う。
- ・円滑な計画実施のため、必要に応じて、行政や各支援機関が行う支援策等を掲載したパンフレットなどで情報の提供を行うと同時に、課題解決に活用できる支援策については積極的に利用を促す。

(2) 創業計画実施支援

創業計画を策定した小規模事業者に対し、経営状況の把握、労務、金融、税務指導まで事業者の状況に応じた巡回訪問（フォローアップ）を4半期に1回のペースで行い、長期的な伴走型支援を行っていく。なお、計画修正が必要であれば、経営指導員が主体となり、地域の診断士などと協力して適切な指導を行う。また月次試算表のチェックや資金繰り表の作成支援も行い、資金不足が生じる前に金融機関とも連携支援をしていく。

(3) 各種セミナーの開催

創業セミナー、事業承継セミナー、税務相談会やその他経営課題に即したセミナーを開催し、事業計画を策定したことの意識づけを継続させていく。また、セミナーの実施都度、アンケート調査を行い、理解が十分でない受講者に対しては、今後の課題・目標を明確にさせるとともに、指導員または高度な知識が必要な場合は専門家を交えつつ指導する。

【目標と実績】

支援内容	R5年度 目標	実績
フォローアップ対象事業者数	30者	32者
頻度（回数）	120回	115回
売上増加事業者数	15者	17者
経常利益率1%以上増加事業者数	10者	12者

【結果】 ※項目合計の達成率 109.0%

【自己評価】・・・A

【外部有識者評価】・・・A

・一部に計画地未達の項目もありますが、概ね計画通り実施されており評価できると考えます。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること**【計画内容】****(1) 新商品・サービスの開発及び既存商品のブラッシュアップ支援（BtoB、BtoC）**

小規模事業者の行う新商品・サービスの開発および既存商品のブラッシュアップを支援する。支援にあたっては、小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金等の補助制度を活用し、新商品・サービスの販路開拓支援を行う。その際、専門的知識が必要な場合には、専門家派遣を活用する。

(2) IT（HP・SNS・EC等）を活用した販路開拓支援（BtoB、BtoC）

小規模事業者にはいまだにホームページやECサイト、SNSを保有していない事業者も多くあり、保有していたとしても更新の頻度が低く、実際に稼働しているか不明なページもある。こうした状況は事業者にとってマイナス効果を生じさせることがあり、ホームページおよびECサイト、SNSの充実を図る必要がある。現在は、DXの一環としてホームページやECサイトを安価で手軽に作成できるITツールもあり、小規模で予算の限られる事業者に対しては、そうしたツールの活用支援を行っていき、情報発信力を高めることにより販路開拓を強化していく。

【目標と実績】

支援内容	R5年度 目標	実績
新商品・新サービスの開発及び、既存商品のブラッシュアップ支援	5者	5者

新商品・新サービスの開発及び、既存商品のブラッシュアップ支援による売上増加率/者	10%	4%
I T（HP・SNS・EC等）を活用した販路開拓支援事業者数	5 者	6 者
I T（HP・SNS・EC等）を活用した販路開拓支援による売上増加率/者	10%	7%

【結果】 ※項目合計の達成率 82.5%

【自己評価】・・・B

【外部有識者評価】・・・B

- ・評価はBとしたが、売上増加の効果が見られるまでには一定期間を要するため、単年度評価で終わることなく、長期スパンでモニタリングしていく必要があると考える。
- ・評価基準に基づき、評価Bとしました。目標達成できなかった新商品・サービスの開発や商品改善による売上増加などについては、課題を整理すべきと思います。
- ・未達は残念ですが、効果も表れており、まずまずの結果になっていると考えます。

<事業全体に関して>

- ・コロナ禍により落ち込んだ業績の回復が遅れている事業所も多いことから、項目3～6の事業は益々重要度が増すものと思われます。当該事業の一層の取組強化を期待します。
- ・事業全体としては、概ね目標を達成できたと評価します。