



目標 (5 年)	地域内小規模事業者の内、120 社以上が事業計画に基づく経営を実践。(うち、売上・利益増加事業者数 40 者(120 者×30%)) (1)経営分析と強み弱みの見える化による事業計画策定支援とPDCAによるフォロー支援 (2)地域内生産販売状況の向上支援 (3)創業・第二創業及び人材の育成								
事業	1.地域経済動向調査	2.需要動向調査	3.経営状況分析	4.事業計画策定支援	5.事業計画策定後の実施支援	6.新たな需要の開拓に寄与する事業	7.経営指導員等の資質向上等	8.他支援機関等との連携、情報交換	9. 地域経済の活性化に資する取組
目的	情報収集・整理・分析	消費者ニーズの的確把握	自社の経営課題把握	事業計画作成への主体的取組	策定済計画の進捗・管理・実施状況のフォロー強化	計画策定先の売上・営業利益の拡大	DX推進支援を意識した資質向上	支援ノウハウ等の活用	地域経済の活性化
事業費	(974,160円)※	—	—	420,370円	66,000円	2,556,945円	—	—	—
内容	<p>(1)三原市経済動向調査 当会が四半期ごとに実施する景況調査に、三原商工会議所が実施している景気観測調査を加え、三原市経済動向調査にまとめる。</p> <p>【調査・分析対象】 当会管内事業所 15 者 三原会所管内事業所 150 社 合計 165 社</p> <p>①公開方法 当会HP等 ②公開回数 年 4 回</p> <p>(2)地域内消費動向調査 当地域の消費動向について、3 年毎に把握する調査事業(前令和 2 年)を実施。</p>	<p>(1)各種データ・業界誌を活用した調査・分析 各種データ・業界紙を活用し、外部環境情報として調査を実施。 ①対象者 24 者 (実施 13 者)</p> <p>(2)アンケートによる調査・分析 販路開拓を目指す事業者の商品や製品のアンケートの実施。 ①バイヤーを対象としたアンケート調査(5 商品 計 10 サンプル)</p> <p>②一般消費者へのアンケート調査 (5 商品 計 10 サンプル)</p>	<p>(1)経営状況分析を行う事業者の発掘 個社の P/L と B/S を活用して、専門家と連携した経営分析セミナーの開催。さらに、ローカルベンチマークなどを活用して個社の経営状況を把握し、経営分析の必要性を認識し事業計画策定に結びつける。</p> <p>①発掘方法 巡回、窓口相談、セミナー参加者等への啓発</p> <p>②対象者目標 30 者 (経営状況分析実施者数 54 者)</p> <p>③分析内容 財務(定量)分析と非財務(定性)分析</p>	<p>(1) DX・事業計画策定セミナー開催 ①告知 チラン折込/②開催 7/27(木)14:00~③回数 1 回 ④講師(ICTコンサルタント) 工藤洋輔 氏 ⑤出席者 5 者(6 名) ⑥内容 DX 活用に関する基礎知識を習得し、事業計画を作成するためのセミナー。</p> <p>(2)事業計画策定のための専門家派遣による支援 ①支援内容 環境分析、自社の経営分析を行い、事業計画の策定を個別に指導。 ②支援者数 3 者 ③支援日 4 回(6/28~2/28)</p>	<p>(1)専門家派遣を活用したフォローアップ ①支援内容 策定済みの計画を着実に実行する支援、加えて計画の推進・達成状況の確認の実施。高度な案件は、各支援機関や専門家と連携により持続的発展を図る。 ②専門家による支援 既事業計画策定事業者の計画見直しを行った。新たな経営課題に必要な対応策を提案し、事業計画の再検討等を実施。 ③支援者数 2 者 ④支援日 2 回(6/28~2/28)</p>	<p>(1)販売力向上セミナー開催 ①告知 チラン折込/②開催 8/2(水)14:00~/ ③回数 1 回/④講師(社会保険労務士) 橋岡 雅典 氏/⑤出席者 4 者(5 名) ⑥内容 ユニークな発想力と行動力で、新たな市場や需要の掘起し。</p> <p>(2)インターネット販売出展者会議開催 ①告知 会報等/②開催 10/5(木)14:00~ ③回数 2 回/④講師 株式会社Rebirth 船方 翔馬 氏/⑤出席者 37 名(内リアル 17 名) ⑥内容 地方の事業者が地域外の顧客獲得と売上確保のためのEC活用。ECサイトでの商品紹介、販売ノウハウ等指導。</p> <p>(3)専門家派遣による支援 ①支援内容 首都圏への販路開拓支援。バイヤー等へ訴求方法の指導。展示会出展時の取組みと目標設定。 ②専門家による/③支援者数 3 者 ④支援日 4 回(6/28~2/28)</p> <p>(4)展示会・商談会等の出展支援 ①開催日 9/6(水)~8(金)/東京ビッグサイト 第 95 回東京国際食料品見本市 グルメ&ダイニングスタイルショー秋 ②規模 来場者数 3 日間での来場者数 211,048 名、出展社数 2,982 社・団体 ③出展参加支援 5 者 ④商談件数 名刺交換 250 者以上、契約 3 者、商談 9 者</p>	<p>(1)外部講習会等の積極的受講による支援能力向上 県連DX研修等 (2)専門家派遣制度等による OJT の実施 (3)職員勉強会の実施 ①経営支援会議による経営指導員等での情報共有</p>	<p>(1)経営支援情報交換会議の開催 ①日本政策金融公庫主催の経営改善貸付推薦団体連絡会議との連携支援(年 2 回 6 月 11 月)</p> <p>(2)広島三原プリンプロジェクトへの参画(随時) ①新たな観光資源と観光客の創出 (3)Jーデスクみはらとの連携(年 3 回) ①UIターン就職向け求職者支援機関</p>	
支援結果	<p>【成果】 ・客観的データにより、地域内における小規模事業者の分析・支援に役立てた。 ・コロナショックで構造的に変化した経済動向を分析することに利用できた。</p> <p>【課題】 ・コロナ後の調査サンプル数の充実。 ・個々の指導員に依存した調査のデータベース化と提供方法。</p>	<p>【成果】 ・全国規模イベント(会場:東京ビッグサイト)でのアンケートを実施。</p> <p>【課題】 ・各社アンケート項目、アンケート方法の検討。 ・出展するブースの選定または出展イベントの選定。</p>	<p>【成果】 ・事業計画の作成行った事業者から、計画作成基礎である経営状況分析の重要性が理解できたとの意見あり。</p> <p>【課題】 ・対話と傾聴により、経営者の自走化のための内発的動機づけを行い、潜在力を引き出す支援。 ・支援ツールの共有</p>	<p>【成果】 ・R5 年度 合計 26 社の事業計画の(再)作成につながった。 ・策定した計画は、目的が明確な補助金申請、マル経融資等を希望するものが多かった。</p> <p>【課題】 ・セミナー参加者が少ない。 ・補助金申請に捕られすぎない中長期計画の策定についても伴走支援を行いたい。 ・Web 申請方法の指導。</p>	<p>【成果】 ・フォロー者数 10 社 売上・営業利益 3% 増加事業者数 2 社。(目標支援者 72 社の内 12 社増加は未達。) ・計画に融資や補助金の活用を組合せ、実効性を高めたことが功を奏した。</p> <p>【課題】 ・1 支援事業者に伴走型支援で対応する時間の確保。</p>	<p>【成果】 ・潜在的に消費者が多い都市圏への出展支援を目指した効果的支援となった。出展事業者の商品・サービスについて、来場者から多くの意見をダイレクトに聞け、手応えを感じた。</p> <p>【課題】 ・より高みを目指すには、バイヤーおよび消費者の目に留まり、手に取ってもらえる仕組みづくりが必要。 ・サイトの更新、事業者商品・サービスの(変更)登録等、事務局の負担が増加している。 ・(2)出展者数は 40 者 213 品目以上での取扱いとなったが、目標の売上に結びついていない。</p>	<p>【成果】 ・DXの目的(生産性向上、経営のリアルタイム可視化、データ経営への活用)、有効性等を学んだことで伴走型支援に大いに資する。 ・専門家OJTで、スキルアップになった。 【課題】 ・各支援先に対し有効なDXの提案支援。</p>	<p>【成果】 ・支援先の経営課題や支援事例、支援制度の効果的な活用方法等を共有。</p> <p>【課題】 ・各支援機関との定形共有フォーマットの設定等。</p>	<p>【成果】 ・継続した連携が図れ、定期会合によりの確な支援につながっている。</p> <p>【課題】 ・最新情報の共有方法。</p>
次年改正など					※事業者フォローの強化。 ※商工会の全体事業を見直し。	※都内TAU試食等イベント参加 (アンケート収集) ※東京出展者の固定化を回避する。			