

丸亀商工会議所

令和元年度 経営発達支援事業 事業報告書

評価 並びに 次年度方針案

(平成31年4月～令和2年3月)

令和2年6月

はじめに

丸亀市が平成 26 年にまとめた企業ニーズ調査における小規模事業者アンケートの結果、小規模事業者の経営課題として「業者間における競争の激化」「新規販路開拓の停滞」「従業員不足や高齢化及びスキルアップ」が主に挙げられている。よって当支援事業では、アンケート調査で浮き彫りとなった「競争力強化」「販路開拓」「能力開発」という地域の小規模事業者が抱える課題に向け、認定を受けた経営発達支援計画に沿って、本年度も以下の各種事業を実施した。

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

①公開されている 2 次データの活用促進

公開されている各種調査データをテーマごとに分類し、商工会議所のホームページに掲載し活用を促すとともに、経営相談時において、小規模事業者各々の課題等に応じたデータを抽出し活用することで、ターゲット顧客の動向や業界内の競合分析など、外部環境の整理に活用した。

【地域経済等の動向に関するデータ】

調査名	調査主体
中小企業景況調査	中小企業庁・中小企業基盤整備機構
四国地域の経済動向調査	四国経済産業局
日商早期景気観測調査	日本商工会議所
全国小企業月次動向調査	日本政策金融公庫

【人口構成・事業所数・観光客数】

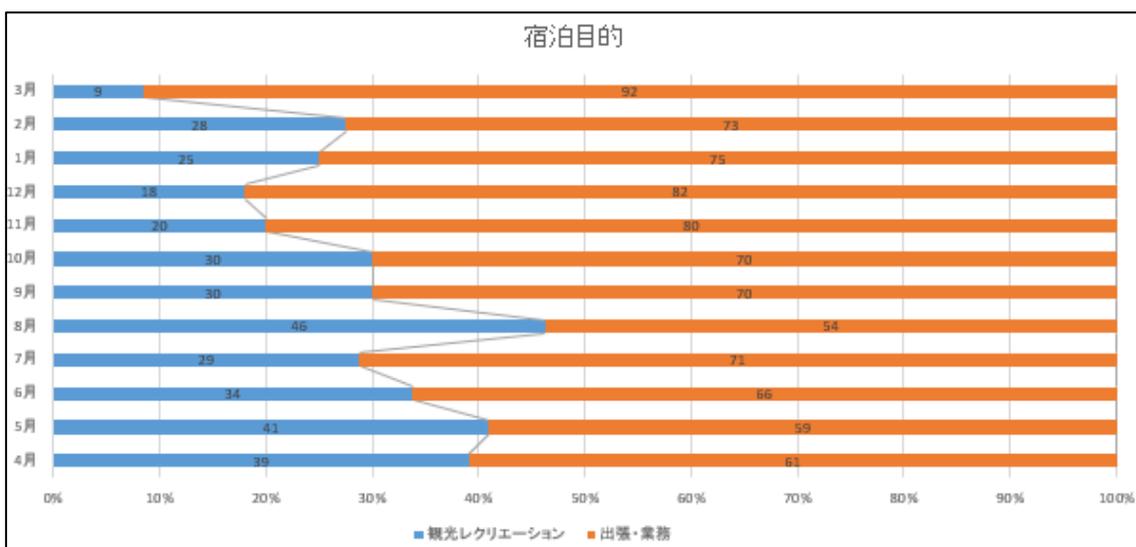
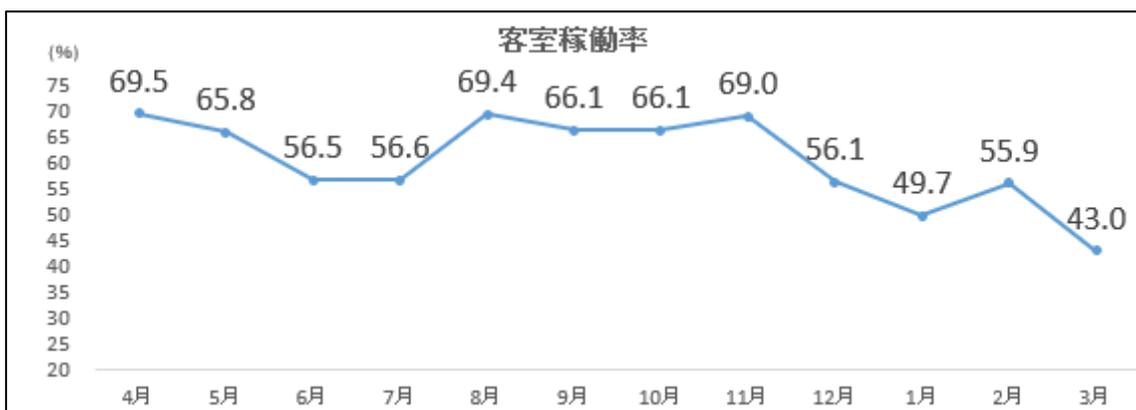
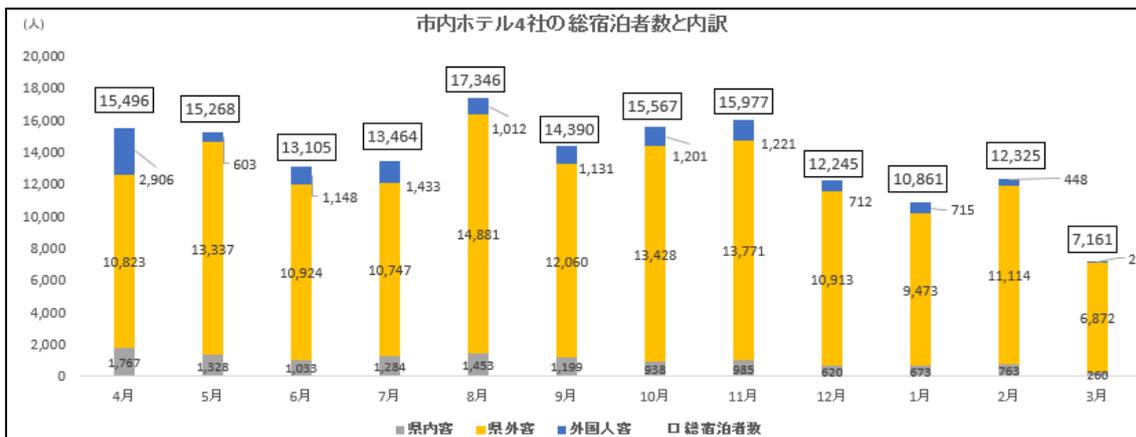
調査名	調査主体
香川県統計情報データベース	香川県
丸亀市統計書	丸亀市
丸亀市中央商店街通行量調査	丸亀商工会議所
丸亀市中央商店街空店舗調査	
丸亀市内宿泊者調査(新)	

【消費者等に関するデータ】

調査名	調査主体
消費者物価指数	総務省統計局
家計消費状況調査	
家計ミニトピックス	
統計トピックス	
家計簿からみたファミリーライフ	
消費品目別都道府県ランキング	

②丸亀市宿泊者調査の実施

市内の主要ホテルを対象に宿泊客数や来訪目的等を調査する「丸亀市宿泊者調査」を引き続き実施し、市内を訪れる観光客等の増減を把握することで小規模事業者がビジネスチャンスを探るための基礎資料として活用できるよう努めた。



③「業種別審査辞典」の活用

1,472業種それぞれの業界の特徴、市場規模、需給動向、課題と展望などが収録された「業種別審査事典」を平成30年度より導入。経営相談時に活用することで、指導員の分析力アップと支援スピードの向上を図るとともに、若手職員のみでも効率的に事業所の状況及び経営課題などをヒアリングできる体制の構築を図った。また、巡回指導や個別指導時に事前に業界情報等をインプットすることでヒアリングや業界分析等の時間の短縮に繋がった。

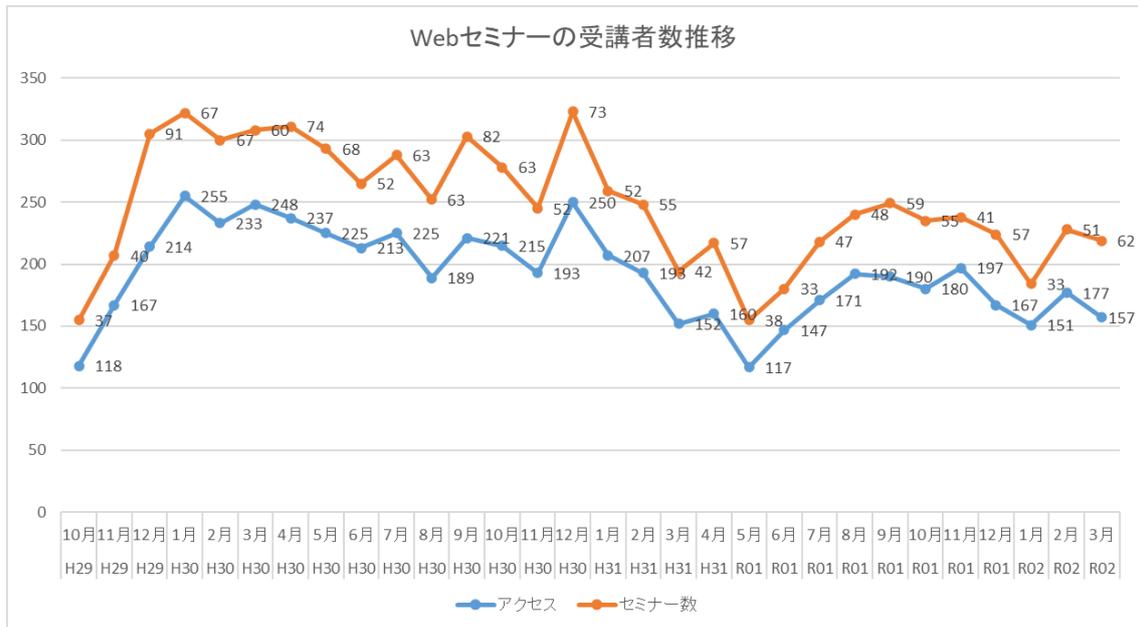
	年度	目標件数	実績件数
①、②、③ 経営相談時の活用件数	平成28年度	10	8
	平成29年度	10	13
	平成30年度	15	16
	令和元年度	15	18

2. 経営状況の分析に関すること

① 小規模事業者のニーズに沿ったWebセミナーの開催

丸亀市が行った企業ニーズ調査で浮かび上がった地域の小規模事業者が抱える課題について、相談時に事業者のニーズを聞き取り調査したところ、セミナー内容についての要望は千差万別である。また、主催者側でテーマや日程を決定し開催しても、「あまり興味がない」「予定が合わない」などのミスマッチが起こるなどの課題を抱えていた。

そこで、平成29年10月から、小規模事業者にとって「学びたいとき」に「興味がある内容」を「いつでも」「どこでも」「何度でも」受講できることを目的に、㈱イーブレインと連携し「丸亀商工会議所Webセミナー」を開設した。



引き続き実施している同Webセミナーにおいては、令和元年度ではアクセス総数 2,006 回（月平均 167 回）、受講セミナー種類数 581(月平均 48)という結果を得ており、セミナー開催回数 6 回という目標値は達成できていると考える。ただし、年度末にアクセス数の低下がみられるため、再度周知を行うなど継続的な利用促進に努めていきたい。

② 小規模事業者の経営分析（目標 15 件→実績 18 件）

- ・小規模事業者持続化補助金の申請にあたり、小規模事業者 7 事業所の経営分析を実施。財務分析(収益性、安全性、資金繰り)や、SWOT分析などを行うことにより、経営計画策定のサポートを実施した。
- ・令和元年度中に推薦を行ったマル経融資の申込事業所において、経営分析の必要性があると判断した事業所については、経済産業省が企業の経営状態の把握、いわゆる「健康診断」を行うツールとして推奨している「ローカルベンチマーク」を用い、財務分析等を実施した。

小規模事業者持続化補助金に係る経営分析等支援	件数	ローカルベンチマークによる財務分析等支援	件数
	7		11

3. 事業計画の策定支援

① 個別相談会の開催（目標 3 件→実績 3 件）

過去において小規模事業者持続化補助金申請時に経営計画を策定した事業所などを対象に、スーパーバイザー事業を活用し、個別相談を実施した。

スーパーバイザー事業での個別相談	件数
	3

② 事業計画の策定支援（目標7件→実績9件）

- ・小規模事業者持続化補助金の申請にあたり、7事業所の事業計画策定を支援した。

小規模事業者 持続化補助金	申請件数	うち計画策定支援	うち採択件数
	9	7	7

- ・新規創業希望者の相談にあたり、5事業所の事業計画策定を支援した。

創業相談	相談件数	うち計画策定支援
	13	2

4. 事業計画策定後の実施支援

① 事業計画策定事業者のフォロー

（目標：売上高等向上事業所 4件→実績：売上等向上 5件）

計画策定後におけるフォロー回数としては、1事業所につき平均約3回のフォローを実施し、事業計画の実施におけるアドバイス等を行っている。

また、事業実施後の売上高と客数、客単価を調査した結果は下記の通りとなり、客数や客単価の向上により売上アップにつながった事業所数は目標値に届いた。

	増加	横ばい	減少	計
売上	5	3	1	9
客数	5	3	1	9
客単価	3	6	0	9

② 日本政策金融公庫「小規模事業者経営発達支援融資制度」事業計画策定

→昨年度は申込者なし。

5. 需要動向調査

① 事業者個々の需要動向調査（目標15件→実績15件）

うち販路拡大等事業所（目標7件→実績7件）

小規模事業者持続化補助金における経営計画作成支援や新規創業希望者などの小規模事業者を中心に、2次データや業種別審査事典等を活用して下記の需要予測等を行った。

- ・美容業のニーズ分析とそれに伴うターゲット顧客の選定と需要予測
- ・キャンプブームに伴うアウトドア関連商品のニーズ及び需要予測
- ・食の安全に対するニーズと商圏内需要数予想
- ・女性の美容支出額の増加から考察する理容業への新たなニーズと潜在顧客数分析
- ・住宅関連サービスのニーズ分析による商圏内需要予測
- ・美容室開業に伴うターゲット見込客数分析とCVP分析

- ・訪問介護事業の開業に伴うターゲット見込客数分析とCVP分析
- ・愛犬家の希望サービスから考察する顧客ニーズと需要動向
- ・相談支援介護の顧客ニーズ分析と需要分析
- ・小規模事業者の特性を活かした、地域密着型事業のニーズと潜在顧客数分析
- ・飲食業におけるニーズの把握と商圏内需要予測
- ・地元企業ならではの印刷新サービス展開に伴う、商圏内の潜在顧客数分析
- ・インバウンドに着目したゲストハウス出店に伴う需要予測
- ・デザイン業における、ニーズの変化と競合分析による自社売上予測
- ・生花店開業に伴う出店予定地域の競合分析と対象顧客数並びに自社売上予測

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業

① WEB展示会場「丸亀えーもん市場」の運営と小規模事業者の動画制作



小規模事業者が展示会等に出店するには、資金や人材不足が障壁となり、なかなか実行できないのが現状と言える。よってWEB上に仮想展示会場を開設し、魅力ある小規模事業者の商品やサービスを動画で楽しくわかりやすく紹介する「丸亀えーもん市場」を平成28年度より開設し、地区内小規模事業者のPRに努めている。

本年度は小規模事業者の商品やサービスを根本から見つめ直し、強みを明確化させることで他社との差別化を図りつつ効果的にPRできるよう、専門家(中小企業診断士)と連携して対象事業者を3社に絞り込み、PR動画(約5分)に加え、新たに商業映像(約15秒)も併せて制作。HPやSNS等に掲載してもらうことで、商品やサービスの概要が短時間で訴求でき、PR動画や該当ページへの誘導がスムーズに行えるように支援を行った。出展後に聞き取り調査を実施した結果、出展事業者のすべてが問合せ件数、HPへのアクセス数等が増加し、結果として売上が上昇した事業所は2件という結果になった。

「丸亀えーもん市場」での新規成約(受注増加)件数 (目標7件→実績2件)

問合せ数		アクセス数		受注率	
目標 (増加件数)	成果 (増加件数)	目標 (増加件数)	成果 (増加件数)	目標 (増加件数)	成果 (増加件数)
3件	3件	3件	3件	3件	2件

また、プロモーションスキル習得のための相談会(目標2件)については、令和元年度については希望者がなく、実施には至っていないが、相談時には前述のWebセミナー内の販路開拓やプロモーションスキル向上に係る講座を紹介して受講を促している。また、実際の展示会・商談会への出店については、紹介・勧誘を引き続き実施してはいるが、人材や資金面、時間の都合により希望者はいなかった。今後は実際の展示会や商談会への出展(目標3件)が有効であると判断できる場合、丸亀市の補助金制度の活用も視野に入れつつ実現できるよう支援していきたい。

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

① まるがめ婆娑羅まつりの開催(目標:観客数160,000人→実績:170,000人)

広く丸亀市全体の観光宣伝と経済振興に寄与することを目的に、丸亀市や関係団体と連携し、まるがめ婆娑羅まつり実行委員会を組織して令和元年8月24日(土)、25日(日)の2日間開催した。20周年を迎えた本年は、延べ125連約6,600名の踊り子が参加。また24日(土)には丸亀港にて花火大会も開催し、両日合計で昨年を上回る170,000人の観客で賑わった。



▲まるがめ婆娑羅まつり花火大会

② 事業所のロゴマーク等作成支援(産学官連携事業)

(目標:15件 → 実績7件)



▲生徒が制作したロゴマーク

ロゴマークは、社名等が単なる文字でなく「かたち」として認識され、顧客や取引先の印象に残り、企業のイメージ定着が図れる。また、商品パッケージなども、「どの会社の何という商品」といった情報がわかりやすくなり、他商品との差別化が図れ、販促効果も期待できる。よって独自のロゴマークや商品パッケージ、ポスターなどを作成したいが、時間や費用等の関係により、躊躇する小規模事業者のために、丸亀市及び穴吹デザインカレッジと連携し、学生のキャリアアップと市内商工業の振興を目的として、ロゴマーク等のデザイン制作をサポートした。

③ 商店街の「ウィンターイルミネーション」の実施(産学官連携事業)

平成 30 年度に引き続き、穴吹デザインカレッジと丸亀市、中央商店街振興組合と連携し、商店街のにぎわい創出と景観の整備を目的に行った。照明不足による、夜間の暗さが懸案事項となっていた商店街の通りを、淡い明かりや未来への思いを表現したオブジェとイルミネーションのディスプレイを制作・展示することで商店街のイメージアップに寄与した。



▲「ほたる」と「未来への思い」を表現したイルミネーション

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

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

① 他経営指導員や支援員との支援の現状やノウハウ等についての情報交換。

「商工会議所経営支援事業担当職員研修会」(年 4 回)

「丸亀税務署管内青色申告会連合会諸会議」(年 4 回)

② 行政との情報交換や意識の共有

丸亀市産業観光課、香川県経営支援課等との情報交換(随時)

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

① 中小企業大学校が主催する支援担当者研修への参加

- ・ 中小企業支援担当者等研修(専門研修)

「相談の効果を高める傾聴と質問(1)」(令和元年 5 月 21 日～23 日)

- ・ 中小企業支援担当者等研修(上級研修)

「観光ビジネス活性化支援の進め方」(令和元年 12 月 11 日～12 月 13 日)

② 支援スキルを組織内で共有するための取組み

- ・ 経営指導員や支援員同士の勉強会(月 2 時間)

- ・ 若手職員の支援スキル向上(窓口や巡回指導時における OJT によるノウハウの伝達)

(総括)

平成 28 年 4 月に認定を受けた経営発達支援計画に沿った各種事業の推進も、令和元年度で 4 年目となった。当所としては、地区内小規模事業者の持続的発展に向け、事業者のニーズや実情に合った支援方法を引き続き模索しつつ事業に取り組んだ年であった。

Web セミナーについては、ある程度安定したアクセス数を保持できており、Web の強みである「いつでも、どこでも、繰り返し受講できる」という特徴が、多忙な小規模事業者を受け入れられている結果だと推測できる。

また小規模事業者 PR 動画制作については、昨年度までは制作数に焦点を当て事業を実施していたが、もっと積極的に商品やサービスの内容に踏み込んだ支援が必要であると判断し、対象事業所を 3 件に絞った。専門家(中小企業診断士)と連携して、商品の根本的な強みやそれに伴うアピールポイント、他との違いを明確化し、動画制作のコンセプトを固めることで、それらを的確に表現する動画が制作できた。また、HP や SNS の対応策として、本年度は新たにコマーシャル映像(約 15 秒)も併せて制作。これにより、商品やサービスの概要が短時間で訴求でき、結果としてアクセス数や問合せ数の増加、そして売上アップにつながることができ、目標値との乖離はあるが、内容的には目標を十分に達成できたと考える。その他の指標については、ほとんどが目標値を達成できているが、事業所のロゴマークについては当初の目標値と学校側のキャパシティとの乖離もあり 10 件以内が限界となる。

令和 2 年度は 5 年計画の最終年度に該当すると同時に、新型コロナウイルスの影響もあり、従来の事業をどこまで推進できるか不透明な部分もあるが、厳しい経済情勢のなかでも小規模事業者が持続的発展を遂げられるよう引き続き支援を続けていきたい。

(事業に対する有識者の評価)

(会議名) 令和元年度 経営発達支援事業 評価委員会(書面評価)

(議題) (1)平成 30 年度経営発達支援事業に係る評価について

(評価方法) 新型コロナウイルス感染防止の観点から書面による評価を実施

(評価期間) 令和 2 年 5 月 25 日(月)~28 日(木)

(評価者)

丸亀市中央商店街振興組合連合会 代表理事 杉尾 英美 氏

香川県うちわ協同組合連合会 代表理事 山田 時達 氏

丸亀市産業観光課 課長 林 裕司 氏

四国税理士会丸亀支部 事務局長 松井 政行 氏

国立大学法人 香川大学 経済学部 准教授 渡邊孝一郎 氏

中小企業診断士 山崎 純一 氏

以上 6 名

(評価の概要)

・丸亀市中央商店街振興組合連合会 杉尾代表理事より

宿泊者調査での稼働率が、年明け以降下落しているのは新型コロナウイルスの影響でやむを得ないと思うが、今後がより心配される。また業種別審査辞典の経営相談時の活用件数は評価できる件数であり、丸亀えもん市場における事業所のPR動画の掲載は良い取り組みだと思うので今後も継続いただきたい。事業所のロゴマークの申し込みが少なくなっているのは若干気になるが、同事業は長期間実施しているため、相当数のニーズに対応してきた結果であると思われる。人気のある事業であり、産学官連携事業として学生のフィールドワークにも寄与しているため、引き続き継続していただきたい。

・香川県うちわ協同組合連合会 山田代表理事より

当連合会の会員もほとんどが小規模事業者であり、地元の商工会議所がこのような取り組みを通じて支援を実施していることは、連合会としても心強い限りである。ただ、今回の新型コロナウイルスの影響は、丸亀市の観光振興にも大きな影を落とし、お土産品としての丸亀うちわの販売数にも影響があるのは必至である。今期は様々な面で困難を伴う1年になると予想されるが、引き続き連携を行い、うちわ業界を含めた市内商工業の持続的な発展に努めていきたいと考える。

・丸亀市産業観光課 林課長より

丸亀市においても、産業振興支援事業として、自己PRツールの作成などに対する補助金や商店街の空き店舗対策、新規創業者の支援、利子補給や保証料補給など、各種事業を準備することで、商工会議所とともに中小企業者支援に努めている。新型コロナウイルスの影響で市内の経営環境が厳しくなっている今、小規模事業者の持続的発展というベクトルを共有し、引き続き様々な方面で連携を深めつつ、事業者支援を共に推進していきたい。

・四国税理士会丸亀支部 松井事務局長より

令和元年度の経営発達支援事業については、効果的に施策を講じていると判断でき、特に大きな指摘事項はない。令和2年度は5年計画の最終年度となり、新型コロナウイルス感染症の状況を見据えて臨機応変に実施する必要があると思われる。その際、テレワーク(PCを用いた打合せ等)の具体的な実施方法や対面販売の事業者に対する支援方法も求められると思うので、小規模事業者に対する効果的な支援に努めていただきたい。

・国立大学法人 香川大学 経済学部 渡邊准教授より

まずは多くの点で実績が目標に達している点を評価する。これはひとえに支援事業の内容がより現実に沿った内容となり、また事業者と事業者の協力体制が構築されている結果であると判断される。

ただ、もう少し Web セミナーなどは広報の工夫などでアクセスを増やして、より多くの事業者を活用してもらえればと思う。そこではやはり地道な広報活動が有効になってくるとは思う。地域の事業者の声をより一層的確に掴めるように情報収集能力も高めていってもらいたい。また今期は瀬戸芸 2019 などもあり、外国人客も含め県外からの観光客が多かったが、来期はコロナ感染の影響もあり、かなり厳しい状況が予想される。それぞれの状況に応じて、適切な対応策が必要になってくると思われる。香川大学経済学部渡邊研究室としても、必要であれば学生とともに産学官連携事業に協力したいと考えているので、今後も適時情報交換等を行っていききたい。

・山崎中小企業診断士より

計画目標達成に向け円滑に事業が進められたと思料する。目標に至らなかった事業もあったが、ほぼ KPI は達成できていて事業としての成果は十分認められる。Web セミナーや小規模事業者の PR 動画制作は継続的に実施され当事業の主要事業として定着化してきた感がある。小規模事業者の PR 動画については、本年度、マーケティングスキル（マーケティング戦略目標、コンセプトメイキング等）を導入し、より実践的でインパクトのある動画制作を行った。短期間で売上増につながった企業も 2 社あり成果につながった。これらの事業をさらに伸ばすための課題も整理されている。コロナウイルスの感染拡大により、社会そのものの性質が変わり小規模事業者を取り巻く環境も大きく変化することが予想されている。今後は、これらに対応するためのヒントが盛り込まれた支援事業として広く地域に浸透していくことを期待したい。

(評価に基づいた次年度方針案)

事業 4 年目となる令和元年度については、従来の事業をベースに小規模事業者のニーズにより応えられる方法を新たに模索した年度であった。よって、当初の目標値とは乖離する部分もあったが、これまでの事業の P D C A サイクルを考慮した結果であり、評価委員会においても高評価をいただいた。令和 2 年度は 5 年計画の最終年度に該当すると同時に、新型コロナウイルスの影響もあり、従来の事業をどこまで推進できるか不透明な部分もあるが、厳しい経済情勢のなかでも小規模事業者が持続的発展を遂げられるよう引き続き地道な支援を続けていきたい。

(事業の評価を報告し、次年度見直し案の承認を受けた正副会頭会)

(会 議 名) 令和 2 年度第 1 回正副会頭会

(開催日時) 令和 2 年 6 月 3 日(水) 午後 16 時～17 時 20 分

(開催場所) 丸亀商工会議所 会頭室

(議 題) (1) 常議員会提出議案について

(2) その他

- ・令和元年度経営発達支援事業の評価並びに次年度方針案について

(出席者)

丸亀商工会議所	副会頭	近澤 亨
丸亀商工会議所	副会頭	渡部 健司
丸亀商工会議所	副会頭	真鍋 宣訓
丸亀商工会議所	顧問	橘 節哉
丸亀商工会議所	顧問	森 茂
丸亀商工会議所	専務理事	藤井 公雄
丸亀商工会議所	事務局次長	合田 浩治

(議事の概要)

評価委員会における評価を報告し次年度方針案を諮ったところ、異議なく承認を受けた。

※会頭 高濱和則氏については、事前に承認済。