

令和4年度 三次商工会議所 経営発達支援計画 事業評価書

令和4年度の三次商工会議所経営発達支援計画の各事業について、次年度以降の事業の見直し等につなげるための評価を行った。

「令和4年度 三次商工会議所 経営発達支援計画 事業評価委員会」

- 日時 令和5年7月24日(月) 13:30～15:00
- 場所 三次商工会議所2階第3会議室
- 出席委員

県立広島大学	名誉教授	藤田 泉
(有) 開成マネジメントサービス	代表取締役・中小企業診断士	塩田 典照
三次市	産業振興部長	中廣 晋
三次商工会議所	専務理事	八谷 尚幸

- 事業評価基準について
事業評価にあたっては下記の基準で評価を行った。

評価値	評価基準
A	十分達成している
B	概ね達成している
C	どちらかというとは達成していない
D	未達成

- 評価結果
評価者は3名で各事業の評価結果は下記の通り。
表中の数字は該当する評価を行った評価者の人数。

評価事項/評価値	A	B	C	D
1 地域の経済動向調査に関する事【指針③】	3			
2 経営状況の分析に関する事【指針①】	3			
3 事業計画策定支援に関する事【指針②】	2	1		
4 事業計画策定後の実施支援に関する事【指針②】	3			
5 需要動向調査に関する事【指針③】	3			
6 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事【指針④】	2		1	
7 地域経済の活性化に資する取組	2	1		
8 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事	3			
9 経営指導員等の資質向上等に関する事	3			

(委員からの意見、コメント等)

- 委員 非常に良く取り組まれているというのが第一印象。
今年「経営発達支援計画」の5年目ということなので、令和4年度だけではなく5年間でこの事業を実施したことによってどんな成果が出たのか、どこが上手く前に進まなかったのか説明があっても良かった。
- 三次商工会議所は「新たな需要の開拓に寄与する事業」の部分が弱い。
不得意な部分を解決するための手法を議論する必要がある。
中小企業庁の指針でも「新たな需要の開拓」が重要な位置づけになっているので、不得意な部分をそのままにしないで対応策を考えていただきたい。
- 委員 今までは定量評価がメインで定性評価が少なかった。
今回は定性評価の説明もあったので良かった。
- 委員 定性評価の中にSWOT分析があるが、事業者へフィードバックしているのか？
- 事務局 事業計画策定に際しては先に事業分析を行います。中小企業支援センターを活用しながら事業者と一緒に分析のお手伝いをし、分析書として可視化し事業者へフィードバックを行っている。
- 委員 事業者の反応はどうか？
- 事務局 事業計画を支援した事業所の中には実際に補助金が採択された事業所もあり、非常に前向きで良い反応をいただいている。また、現在進行形で中小企業支援センターと連携し支援を継続している事業所も多い。
- 委員 計画当初はコロナの影響で計画が実施出来ないことが多かったが、少しずつ改善されて、趣旨を変えずに違う事業へ変化させて実行できるようになってきている。

「新たな需要の開拓」については漠然とした対象の開拓ではなく、ある程度対象を絞り込んだ項目を数多く作る方がよいのではないかと。対象を絞込むことである程度の効果が出てくると思う。
漠然とした対象の中では実施はしたが果たして新たな需要の開拓につながる効果があったのか判断するのが難しい。
- 委員 三次商工会議所では市外から新規事業者や出店計画を持っている人達を新たに呼び込むことやIUターンを対象とした新規事業の呼びかけを行っているのか？
- 事務局 経営発達支援計画における対象者とは少し異なってくる。現状では受身の状態であり、市外からIUターンし創業をしたいという相談があれば支援しているが、積極的な情報発信までは実施していない。

委員 IU ターンの人は地域を引っ張っていく良いアイデアを持っているので、事業新規参入の可能性もあると思う。新しい需要開拓についてもある程度関連がでてくるのではないかな。

委員 今回、事業承継の中で新しい需要の開拓が何件かあったと思う。今後は事業承継のなかで事業の継続性が維持され、新しい事業が生まれる等の新しい芽が出てくる可能性がある。

事務局 事業承継は創業と一体のところもあるので、上手く事業承継すれば次世代の経営者の視点での新たな活動が生まれる可能性もある。今年度は「新たな需要の開拓」については対面型と非対面型で考えている。対面型は商談会出店、非対面型はビジネスモールで実施予定。商談会出店については補助金もいただいて個社支援を行っていく予定。

委員 ネットでの情報発信を上手に利用している地域もある。今後は情報発信の手法について整理する必要がある。会議所 HP の閲覧者はどんな項目に興味を持っているのか分かるのか？

事務局 直近3カ月で検索数は37,200回、クリック数は1,482回。閲覧上位4位までは「三次藩札」、5位は時期的に「きんさい祭り」となっている。

委員 会議所が興味を持ってもらう HP の項目を考えて、見てもらえる工夫が必要。

委員 商業活動の事業だけでなく、三次の風土・新規居住と組み合わせて外に発信することは検討していないのか？

事務局 三次市の定住促進として空き家バンク等の紹介や創業希望の方には空き店舗情報の提供を行っている。

委員 事業が単独だと魅力は薄れるので、いくつかの事業とタイアップしながら新規事業を誘発させていくことが必要である。

事務局 全国の商工会議所では地域の魅力に合わせた企業誘致をする情報発信の仕方で映像を使うところが多くなってきている。YouTube が若者世代や企業の情報収集にも使われていることが多くなってきているということで様々な要素を詰め込んで映像を発信する商工会議所が増加傾向にある。映像による情報発信を行い、定住増加や企業にも目を向けてもらう目的である。また、映像作成に対して補助金をつけてある自治体もあることから、映像による情報発信については考えていく必要がある。

委員 人口減少は避けられないことではあるが、地域の資源を上手に活用しながら安定化をはかることが大切。また、核になる項目を組み合わせながら情報発信していくことも重要である。

事務局 三次市における創業に関する補助金は充実している。しかし、移住・定住促進は関係機関とうまく連携できていない。今後は様々な方面と連携して知恵を出していく必要がある。