

令和元年度 経営発達支援事業 主要事業に関する事業評価

(令和元年度伴走型小規模事業者支援推進事業にかかる評価)

1. 日 時 令和2年2月26日(金) 14:00 事業実施検討委員会(兼理事会)
2. 場 所 北茨城市商工会館 役員室
3. 出席委員 理事18名および外部有識者として委嘱した専門家
4. 内 容 資料に基づいて事務局から経営発達支援事業のうち主要事業について事務局より結果報告があり、事業結果、意見、評価について下記のようにまとめた。

(1)事業計画策定支援

北茨城市創業・第二創業スクール<北茨城市・日本政策金融公庫連携

<u>受講申込者数</u>		<u>プレゼン審査参加者</u>	
目標値 15名	実績値 6名	目標値 8名	実績値 2名
<u>年度内創業者数</u>		<u>市補助金交付決定数</u>	
目標値 5名	実績値 0名	目標値 3名	実績値 0名
<u>受講者に対するフォローアップ回数</u>			
目標値 35件	実績値 35件		

第1回から第5回までの講義で、受講者は創業に必要な知識(経営・財務・人材育成・販路開拓)を習得した。受講者6名全員が最後のプレゼンテーション審査に臨んでもらえるよう個別相談にも対応したが、結果的には2名の参加に終わった。

審査を経て優秀なビジネスプラン1名については、創業予定者1名あたり創業にかかる経費のうち1/2を限度に最大200万円を補助する「北茨城市起業支援事業費補助金」の対象となるため、補助が受けられるよう引き続きプレゼンテーション後にフォローアップを行った。

受講者にとっては創業に必要な知識を学んだ以上に、創業にあたっての楽しさや難しさを受講者同士で分かち合うことができた。

また、プレゼンテーションの機会により、経営を始めるにあたり、相手に伝え表現することの重要性も学べる良いきっかけとなった。

創業については、より開業へと結びつけられるようきめの細かい丁寧なアプローチが必要である。

創業・第二創業・事業継承・経営革新等については支援体制を別々に捉えるのではなく、総合的なサポート体制をいかに確立させていくのが大切であり、また確実に創業へと結びつけていくためにはセミナー及びフォローアップのクオリティを向上させていくことも必要である。

(2)事業計画策定後の実施支援

(ア)事業承継・創業・事業再生等個別相談

<u>個別相談支援件数</u>	
目標値 14件	実績値 13件

経営計画策定を、事業所と経営指導員が一緒になって行い、補助金申請の各書類を作成する中で、事業者は自分の事業の見直しを図り、今後の経営戦略を見出し実施することがほぼできている。

日本政策金融公庫の定例相談が現在定着しているが、融資の相談で来会したとしても、1社1社丁寧に経営分析を行い、融資の案件に終わらせるのではなくその事業者の経営力全体の向上へといかに繋げるのかがカギとなる。

(イ)事業計画策定等個別相談(計画書・申請書作成支援)

<u>経営革新セミナー 受講者数</u>		<u>申請事業所数</u>	
目標値 10名	実績値 7名	目標値 5事業所	実績値 2事業所

経営革新計画作成・認定支援については毎年セミナー及び個別相談支援を行い実際の認定へと結びつけている。しかしながら毎年申請者が少ない要因のひとつとして経営革新計画・認定によるメリットが小規模事業者によく伝わっていないことが考えられるため、情報の周知徹底が望まれる。

ものづくり補助金等の申請では経営革新計画の認定が加点のひとつとなり、それはそれでメリットではあるが、それ以上に経営革新計画作成を通じて事業者自身が事業の棚卸しができ、今後の不安定な経済状況の中、どのような方向に進めばよいのかを改めて見出す良い機会であることを事業者によく理解してもらおうとよい。

(3)新たな需要の開拓に寄与する事業

(ア)新商品販路開拓支援事業(国内)〈北茨城市・(株)JTB連携〉

<u>商品エントリー数</u>			
目標値	5事業所	10アイテム	実績値 5事業所 5アイテム
<u>商談成約数</u>			
目標値	5事業所	5アイテム	実績値 0事業所
<u>市販路開拓支援補助金申請支援</u>			
目標値	3事業所		実績値 2事業所
<u>商談会・イベント開催数</u>			
目標値	1回		実績値 1回(首都圏・東京)

大きく、専門家招聘による3事業者へのコンサルテーション、そして都内一等地での事業者プレゼンテーションとバイヤー等との交流により都心一般顧客の商品ニーズが把握できた。

北茨城市販路開拓支援では、専門家の招聘により、風月堂「新商品 ニッ島DA像(菓子)」、(株)メイズムランド「からし焼きのタレ」、(株)まえけん「あん肝の瓶詰 にえい」の3事業所の商品ブラッシュアップを行った。

そして2事業所が北茨城市の補助金(新商品・販路開拓支援事業費補助金:80万を限度にかかる経費の2/3を補助)を活用した。

最終的なリーチとして東京都千代田区での販路開拓イベントを開催したことにより、様々な分野の関係者と交流を持つことができ、11社のバイヤー等との商談や交流を継続的に図ることができるきっかけとなった。

また本イベントで34名から各商品について詳細な項目からなるアンケートの回答を得ることが出来、今後商品の味やパッケージのブラッシュアップを図るためのツールとなり今後よりスムーズに市場ニーズに合った商品化・販路開拓が今後進められるものと思われる。

コンサルタントの招聘による商品ブラッシュアップ及び販路開拓イベントをどの程度成約までの支援とすべきなのか、その成約の妥当な質(成約金額)と量(成約数)を事業所の規模等に応じて割り出し、いわゆる費用対効果を年度ごとにどの程度にすべきかを明確にして、目標値に盛り込んでいくが必要と思われる。

(イ)海外向け販路開拓支援事業(国外)

(海外型小規模事業者向け販路開拓支援事業)

新商品販路開拓件数

目標値 5事業所 5商品 実績値 5事業所 5商品

商談成約数

目標値 1事業所 1商品 実績値 0事業所 0商品

本支援事業に使用している輸出プラットフォームには、小規模事業者等が輸出に必要な様々な仕組みが整備されているため、多くの事業者が新たな販路開拓に向けてチャレンジする機会を提供することが可能となっている。また、展示商談会を開催したことと輸入プラットフォームが成約に繋がる現実的な仕組みを構築できた。

具体的には茨城県商工会連合会を中心としたネットワーク全体ではアメリカ(MGM等)は、10月末全体で8品目300万円程度の取引が成立されているとともに、見積依頼などの問い合わせも13件きている状況。

多品種少ロット対応の輸送システムを有効活用することで当商工会地域の事業所にとっても新たな販路開拓に期待ができる。なお、今後については商材リストやPR動画を活用して、継続して商社との連携を図り、成約に繋げるための営業努力を展開していくことが必要となる。

今回エントリーした企業の商材が今回成約にまで結びつかなかったとしても、ターゲット地域ごとのニーズや傾向を把握できたことで今後地域商材の掘り起こしが可能となったことは本事業の大きな成果のひとつと思われる。

今回北茨城から出展した5事業所のうち2アイテムに1バイヤーが関心を示したものの、最終的に残念ながら成約までには結びつかなかった。しかしながら、海外バイヤーや海外コンサルタントから得た、商品ひとつひとつに対する海外ニーズに合わせたアドバイスは、各事業所にとって今後の方向性を決める大きなヒントになったと思われる。海外のバイヤーは品質がよく、多品種少量の商材を好む傾向があり、地域単独ではこのニーズに応えられないが、商工会ネットワークを活用することで海外現地の要望に対応が可能となり従前と比較すると成約の可能性が期待できるため、このネットワークをいかに効果的に活用していけるかが今後の課題である。

(4)職員の資質向上のための取組

<u>中小企業大学校研修受講</u>			
目標値	職員5名年1回受講	実績値	職員5名年1回受講
<u>OJTによる補助金等申請書作成支援</u>			
①持続化補助金申請支援	目標値 16件	実績値	15件
②経営革新計画作成支援	目標値 2件	実績値	2件

中小企業大学校の研修の受講は意義があるものであり、その資質向上の他、全国各地の様々な機関から受講されるため貴重な情報収集の場でもある。

全国に生じている小規模事業者の現状を認識把握し、それを北茨城市内の事業者支援に少しでも生かしていくことが大切なことである。

OJTについては、教育プログラムとして年間計画に組み込んでいき、PDCAを回すことが重要である。

目標値はほぼ達成されているが、その目標値にかかわらず丁寧かつ数多く対応していき、支援内容を分析・蓄積しながらひとつの経営支援ツールとして今後活用することが望まれる。

(5)地域経済の活性化に資する取組

若年労働者雇用安定化事業<北茨城市・高萩市・高萩市商工会・ハローワーク連携>

<u>就職面接会の開催</u>		<u>職場見学バスツアー</u>	
目標値:2回	実績値:3回	目標値:1か所1回	実績値:1か所1回
<u>高校2年生対象企業説明会</u>			
目標値:1回	実績値:1回		

北茨城市商工会にとっても慢性化した人材不足問題をかかえる地域中小企業・小規模事業者等には意義のある事業であり、今年度で5年度にあたり地元で定着した感がある。

就職面接会では北茨城市単独ではなく雇用対策協定に基づく連携体としての広域事業であるが、広域の事業であることにより学生の選択の幅が大きく広がることはメリットのひとつであろう。

職場見学バスツアーでは学校ごとでの事業実施というよりも、今後複数の異なる地域の高等学校の生徒が定期的に会社見学できるようなシステムや体制づくりをしていくことは、学生が地元に残り就職してもらうための一助になると思われる。