

福岡商工会議所 経営発達支援計画 令和5年度実績と評価について

1. 福岡商工会議所 経営発達支援計画の概要

実施期間：令和4年4月1日～令和7年3月31日

○地域の経済動向調査に関すること

定期的な地場企業の経営動向調査や特別調査による地域経済動向の把握、国が提供するビックデータに基づく地域の経済動向分析をおこない支援に活用する。

○需要動向調査に関すること

バイヤーのニーズ調査を実施し、結果をオンラインを活用して商談会参加事業者等に提供することで、マーケットインの商品・サービス開発に役立てる。

○経営状況の分析に関すること

意欲的な事業者に対し、伴走支援の起点として財務分析及び強み・弱みなど非財務分析を行うことで、小規模事業者の競争力の維持・強化に向けた事業計画策定につなげる。

○事業計画策定支援に関すること

経営状況分析に基づき、経営革新や事業承継など事業計画策定支援を行う。あわせて事務効率化や生産性向上を図り、実現性の高い計画となるようDXに向けた啓発、支援をおこない、実装につなげる。

○事業計画策定後の実施支援に関すること

定期的にフォローアップおこない、PDCAを意識した経営の実現に向け、策定した事業計画の実施・改善を伴走支援する。

○新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

「食」や「観光」関連産業の販路開拓を図るため、オンラインも活用した商談会や新商品開発支援、海外展開支援をおこなう。また、ベンチャー企業と地場企業とのマッチング支援に取り組む。

2. 令和5年度の実施状況および評価について

(1) 自己評価

当所で計画した具体的な24の支援項目について、定量目標を設定して支援に取組み、支援実績に対し定量評価を実施した。

○評価結果

A評価	19項目（目標達成 達成率：100%以上）
B評価	1項目（目標を概ね達成 達成率：80%～99%）
C評価	3項目（目標を半分程度しか達成できなかった 達成率：30%～79%）
D評価	1項目（目標をほとんど達成することができなかった 達成率：30%未満）
E評価	0項目（未実施）

(2) 外部有識者による評価・アドバイス

当所で取りまとめた令和5年度の実施状況等に対し、外部有識者による評価会議を開催した。概要は次のとおり。

○日時 令和6年5月29日(水) 15時～17時

○有識者 別府美千代氏(株BUSINESS SUPPORT WORLD 代表取締役会長)

糸山朋輝氏(中小企業基盤整備機構 中小企業アドバイザー)

砂子隆志氏(中小企業診断士・日本旅行総合研究所 所長)

○外部有識者の評価

〈総括〉

- ・成約率や売上高などの成果を確認しながら支援を行うPDCAサイクルがうまくできている。
- ・事業者のスキルや経営課題が多様化している中で、より支援成果を上げるためには、業種・業態を理解するとともに事業者ごとの経営レベルを見抜き、それらに合わせて細分化した支援を提供することが求められる。
- ・成果の上がる支援の提供には、支援者側がデジタル活用による業務効率化を図ることも必要。

〈事業分野別〉

(個別事業者支援)

- ・現状の経営動向調査は、デジタルツールの活用など時代に合わせた手法への見直しが必要。
- ・現状の調査結果のように地域で細かく結果をまとめたものは他で見たことがなく、価値が高い。これを地域独自の経営課題に関する要望・提言に活用していくことをお勧めする。また、調査数が少なくても、現状よりも深く掘り下げた内容をヒアリングにより収集・分析することで、これまでにないような地域性の高い調査結果を得ることができる。
- ・「先読みができる経営者」の育成を目指し、適切な支援施策の選択と提供が求められる。
- ・DXは間接部門の活用が中心となっている。業種、業態ごとに支援を細分化して提案すると密度の濃いDXサポートが可能となる。

(販路開拓・マッチング支援)

- ・商談時の仕入れ基準など、中核的な情報は、バイヤー自ら話さないのが一般的。商談会での成約案件や不成立案件について、その理由を第三者がインタビューするなど、情報収集の方法を工夫することで、バイヤーの本音や事業者にとって有益な情報が得られやすい。
- ・オンライン商談会をさらに良くするためには、事業者がバイヤーへのプレゼン方法について個別にアドバイスを受けたのちに商談に臨み成約率を上げるなど、「プラスの循環の仕組み」を作ると良い。
- ・うまかもん市を、業界として好調なドラッグストアなどの百貨店以外にうまく展開することで様々な年代にリーチでき、認知度も上がる可能性がある。ただし、百貨店と違い、取引条件が厳しくなる。

(地域活性化支援)

- ・人手不足が深刻なのが観光業界。宿泊施設のキャパシティがあっても、名物料理などの食事提供店の人手不足により客の受け入れができなければ、観光地としての顧客満足度が低下してしまう。地域全体での観光客の受け入れを意識した対策が必要である。
- ・「多様化する経営課題」を理解することが重要。人手不足か、商品の魅力か、など経営課題がどこにあるかを細分化して見極めていくとよい。
- ・インバウンドは今後も好調が続く見込みだが、「日本」に来ていても「福岡」に来ているわけではない。福岡は元々欧米向けコンテンツを持っている地域であり、インバウンドの推進にはターゲットを定め、国別に誘致に向けた取組をする方が良いと考える。

3. 今後の対応について

評価会議での評価・アドバイスを踏まえ、以下に取り組む。

- ①引き続き、支援のP D C Aサイクルを意識し、支援成果を確認できる仕組みの維持・向上を目指す。
- ②質の高い支援に必要な課題把握力等の資質向上研修の実施を検討する。
- ③多様化する事業者の状況に合わせたきめ細やかな支援に注力できるよう、経営指導員等のデジタル・DXの活用を推進し業務効率化を図る。

以上