

令和5年度
経営発達支援事業 事業評価検討委員会報告書

実施期間：令和5年4月1日から令和6年3月31日まで

飯島町商工会

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	飯島町商工会 (法人番号 6100005009178) 飯島町 (地方公共団体コード 203840)
実施期間	令和5年4月1日～令和10年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>【目標①】小規模事業者の持続的経営に向けた事業計画の策定、計画の実行等のPDCAサイクルを支援することにより、地域産業の振興を図る</p> <p>【目標②】小規模事業者のIoT、DX、ICT等のデジタルツール導入による販路拡大、生産性向上を支援することにより、地域としての競争力向上を図る</p> <p>【目標③】小規模事業者の農産物等の地場産品を活用した商品や料理などの開発・販売を支援することにより、魅力ある地域づくりを実現する</p> <p>【目標④】起業・創業の促進を支援することにより、地域特性を生かした新たな産業の創出を図る</p> <p>【目標⑤】上記を実現するために、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組を図る</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>1.地域の経済動向調査に関すること 小規模事業者が経営環境の変化に捉え、事業の修正・転換等の経営判断を行うことを目的に、「飯島町企業等実態調査の活用」により地域データを分析・公表する。また、「空き店舗・空き工場・土地の情報提供」を実施する。</p> <p>2.需要動向調査に関すること 小規模事業者の農産物等の地場産品を活用した商品や料理などの開発を支援するため「いいちゃん産業まつり等でのテストマーケティング」を実施する。また、結果を基に商品のブラッシュアップを支援する。</p> <p>3.経営状況の分析に関すること 小規模事業者が客観的に自社の現状を把握することを目的に経営分析（財務分析及び非財務分析の双方）を支援する。</p> <p>4.事業計画策定支援に関すること 「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえたうえで、小規模事業者の持続的経営に向けた事業計画の策定を支援する。また、創業計画・第2創業計画の策定支援を行う。</p> <p>5.事業計画策定後の実施支援に関すること 前項で策定したすべての事業計画（創業計画・第2創業計画含む）を四半期毎にフォローアップすることで、事業者の売上や利益の増加を実現する。</p> <p>6.新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の新たな需要開拓を目的に、展示会・商談会の出展支援や、IT活用による販路開拓の個社支援（SNS・ECを活用した販売促進の実行支援）を実施する。</p>
連絡先	<p>飯島町商工会 〒399-3702 長野県上伊那郡飯島町飯島 1431-4 TEL: 0265-86-2162 FAX: 0265-86-3064 E-mail: info@iijima-s.jp</p> <p>飯島町 産業振興課 〒399-3797 長野県上伊那郡飯島町飯島 2537 TEL: 0265-86-3111 FAX: 0265-86-6781 E-mail: sangyousinkou@town.iijima.lg.jp</p>

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

小規模事業者が経営環境の変化に捉え、事業の修正・転換等の経営判断を行うことを目的に、「飯島町企業等実態調査の活用」により地域データを分析・公表する。また、「空き店舗・空き工場・土地の情報提供」を実施する。

(1) 飯島町企業等実態調査の活用

①事業内容

事業名	飯島町企業等実態調査の活用
目的	町内の中小企業（小規模事業者）の景況感を把握することで、効果的な施策の立案に活用する。
調査の内容/調査の手段・手法	年1回、飯島町が実施している「飯島町企業等実態調査」の結果を活用する。当調査では、町内の企業 約50者（製造業、製造業以外）にアンケートを実施している。
調査項目	業況、売上高、収益率、販売価格、資金繰り、設備投資、雇用・労働、当面の課題等
分析の手段・手法	当会職員（経営指導員等）が経年分析などを行いレポートにまとめる。
調査結果の活用方法	分析結果は当会ホームページで公表・周知することに加え、巡回訪問・窓口相談時に小規模事業者へ情報提供する。また、当会でも、分析結果を支援施策の検討に活用する。

②実施内容

町が実施した経済動向調査については、内容を確認し商工会のホームページ上で情報発信を行うとともに職員間において情報の共有を図った。

③数値目標と実績

飯島町企業等実態調査の活用 公表回数	公表方法	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
目標	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
実績	HP掲載	未実施	1回				
達成率	-		100%				

■評価（事務局）

次年度も引き続き、地域の経済動向情報等の収集ならびに確認を行い、情報発信を行うと共に、職員の巡回指導等においても活用する。

(2) 空き店舗・空き工場・土地の情報提供

①事業内容

事業名	空き店舗・空き工場・土地の情報提供
目的	空き店舗等の情報提供を行うことで、創業者・創業希望者・ワーケーション・移住者の開業を支援する。
調査の内容/調査の手段・手法	毎月、飯島町がとりまとめている空き店舗・空き工場・土地等の情報を活用する。
調査項目	売買住宅、事業用建物、分譲地 等
分析の手段・手法	当該情報のなかで、事業用に活用できる物件について抽出する。
調査結果の活用方法	分析結果は当会ホームページで公表・周知する。また、巡回訪問・窓口相談時に事業者に個別に情報提供する。

②実施内容

商工会のホームページへ、IJIMANOTE の住宅・土地に関する情報へリンクし、空き店舗・空き工場・土地等の情報を、常に提供できる状況にした。

③数値目標と実績

空き店舗・空き工場・土地の情報提供 公表回数	公表方法	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
目標	HP 掲載	-	12 回				
実績	HP 掲載	未実施	12 回				
達成率	-		100%				

■評価（事務局）

創業等で空き店舗などの情報を要望された方に、当サイトを紹介し活用いただいた。ただ、サービス業など事業に使用する店舗が少なく、住所や広さがマッチしないケースが多かった。

2. 需要動向調査に関すること

小規模事業者の農産物等の地場産品を活用した商品や料理などの開発を支援するため「いいちゃん産業まつり等でのテストマーケティング」を実施する。また、結果を基に商品のブラッシュアップを支援する。

①事業内容

事業名	いいちゃん産業まつり等でのテストマーケティング
目的	小規模事業者のなかには、新商品の開発にチャレンジする事業者もいる。一方、小規模事業者は経営資源が少なく、テストマーケティング（市場調査）などが不十分であることが多い。そこで、当会にてテストマーケティングを支援することで、顧客の声を取り入れた

	商品ブラッシュアップを行い、“売れる商品”づくりに繋げる。
対象	小規模事業者の商品等（農産物等の地場産品を活用した商品や料理、雑貨等を想定）、2商品/年（1者あたり1商品）を対象とする。
調査の手段・手法	いいちゃん産業まつり [※] 等のイベントにて当会職員と事業者が協力して来場者に対するアンケート調査を実施する。調査結果に有意性を持たせるため、1商品あたり30名以上の来場者からアンケート票を回収する。
調査を行う項目	≪食品の場合≫ <input type="checkbox"/> 商品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 独自性（飯島らしさ） <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 購入意向 <input type="checkbox"/> その他改善点 等 ≪雑貨の場合≫ <input type="checkbox"/> 商品の総合評価（直感的な評価） <input type="checkbox"/> 独自性 <input type="checkbox"/> 安全性 <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 購入意向 <input type="checkbox"/> どのような用途に使用したいか <input type="checkbox"/> その他改善点
分析の手段・手法	アンケート収集後は経営指導員が専門家と連携しながら分析を行う。分析では、各項目について男女別、年齢別にクロス集計を実施。結果から商品のターゲット顧客や改良点などを抽出する。
調査・分析結果の活用	分析結果は、経営指導員が簡易なレポートにまとめ事業者にフィードバックする。その後、事業者とともに改善点を抽出し、商品のブラッシュアップに活用する。ブラッシュアップにあたっては、経営分析や事業計画策定を実施し、経営指導員が伴走型で支援する。

②実施内容

需要動向に関するアンケート調査に関しては、調査支援希望があった個別事業者3社に対し、事業者ごとにカスタマイズした調査項目をまとめたアンケートを作成し、来店客に対し行い、回答についてまとめ、事業者に対しフィードバックを実施した。

③数値目標と実績

いいちゃん産業まつり等でのテストマーケティング 調査対象事業者数	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
目標	-	2者	2者	2者	2者	2者
実績	未実施	3者				
達成率	-	150%				

■評価（事務局）

需要動向に関する個別のアンケート調査では、来店者からの直接意見をいただくことで、現状の商品やサービスに対する評価と今後のニーズを把握することができました。今後の経営力向上に活かすことのできるデータ資料となりました。参加事業者も3社と目標を上回ることができました。若葉の会については、データを商工会連合会の山中上席専門支援員が分析し、今後の販売に活用していただく。

3. 経営状況の分析に関すること

小規模事業者が客観的に自社の現状を把握することを目的に経営分析（財務分析及び非財務分析の双方）を支援する。

①事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者が客観的に自社の現状を把握することを目的に、財務分析および非財務分析の多面的な経営分析を実施し、結果を当該事業者にフィードバックする。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
対象事業者の掘り起こし	チラシの配布や当会ホームページにより広く周知するだけでなく、巡回訪問・窓口相談、各種セミナー開催時に訴求する。また、記帳代行支援や金融支援、補助金支援の際などの個社支援の際に経営分析を提案する。
分析の手段・手法・項目	<p>経営分析は、経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。また、経営指導員のみでは十分な分析を行うことができない場合は専門家派遣を行う。具体的な分析内容は以下のとおり、定量分析たる財務分析と、定性分析たる非財務分析の双方を実施する。分析にあたっては、事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくる君」等のソフトを活用する。</p> <p>■経営分析を実施する項目</p> <p>財務分析：直近3期分の収益性・生産性・安全性および成長性の分析</p> <p>非財務分析：強み・弱み（商品・製品・サービス、仕入先・取引先、人材・組織、技術・ノウハウ等の知的財産 など）</p> <p>機会・脅威（商圏内の人口・人流、競合、業界動向 など）</p> <p>その他（デジタル化・IT活用の状況、事業計画の策定・運用状況 など）</p> <p>※非財務分析は事業者との対話を通じて実施する</p>
分析結果の活用方法	経営分析の結果は事業者にフィードバックする。また、事業計画策定の際に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、経営指導員が解決策を提案する。専門的な経営課題の場合は専門家派遣により解決を図る。

②実施内容

補助金や金融関連の相談者等に対し、経営診断システム等を活用した同業他社との比較分析による定量分析（財務分析）ならびに、商品開発などの事業を発展させたい経営者の意欲や事業環境の分析による定性分析（非財務分析）を実施した。

③数値目標と実績

経営分析事業者数	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
目標	-	20者	20者	22者	22者	24者
実績 (小規模事業者以外含む)	10者	5者 (8者)				
達成率 (小規模事業者以外含む)	-	25% (40%)				

■評価（事務局）

事業者と支援者が対話する中で、まずは現状の把握をし課題の発見や今後の取り組みに関して、内容を掘り下げるとともに情報共有することができ、今後の事業計画策定等に活かせる取り組みとなった。ただ、今年度は補助金申請等が少なく、経営分析をおこなった事業所数は目標を下回る結果となった。次年度は、個別訪問やセミナー開催を通じて積極的に会員事業者に声をかけ、目標数の事業者において経営分析を行っていく。経営分析をすることで、経営課題の早期発見・解決に繋げ、多くの事業者とローカルベンチマークなどを活用した個別相談を実施することで、個々の現状に合わせた経営改善計画策定支援や資金調達支援等の経営支援に繋げていく。

4. 事業計画策定支援に関すること

地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえたうえで、小規模事業者の持続的経営に向けた事業計画の策定を支援する。また、創業計画・第2創業計画の策定支援を行う。

(1) 事業計画策定支援

①事業内容

事業名	事業計画策定支援
目的	「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、小規模事業者の持続的発展や成長発展を目的とした事業計画の策定を支援する。なお、事業計画策定事業者に対して、DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得させるため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、IT関連セミナーの開催やIT専門家派遣を実施する。
支援対象	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析において事業計画策定の必要性を感じた事業者 ・金融相談において事業計画策定の必要性が顕在化した事業者 ・補助金やDX支援において、事業計画策定支援を必要とする事業者等
対象事業者の掘り起こし	<ul style="list-style-type: none"> ・経営分析のフィードバック時に事業計画策定を提案する。 ・補助金・助成金を契機とした事業計画策定を提案する。

支援の手段・手法	<p>事業計画策定支援は、①小規模事業者が作成した事業計画に対し経営指導員がアドバイスする方法、②小規模事業者と経営指導員が協力して作成する方法の2つの方法で実施する。策定にあたっては、必要に応じて専門家派遣を実施する。</p> <p>なお、事業計画において、DXやITツールの活用を促進するため、主に事業計画策定に意欲的な事業者を対象にIT関連セミナーの開催やIT専門家派遣を実施する。</p> <p>■IT関連セミナー</p>	
	対象事業者	すべての事業者を対象とするが、事業計画策定に意欲的な事業者に対しては個別に周知を行う。
	募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知
	回数	年1回
	講師	長野県商工会連合会の上席専門経営支援員※、地元IT事業者、IT専門家等を想定
	カリキュラム	年度ごとにテーマを決めセミナーを開催する。また、カリキュラムのなかで、DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例といった総論的な内容も取り上げる。なお、令和4年度は「HP・SNS活用セミナー」を開催した。
	想定参加者数	10人/回
	<p>※長野県商工会連合会では、11の専門分野に、11人の上席専門経営支援員（内部雇用専門家）を商工会連合会各支所に配置している。長野県内の商工会における高度で専門的な相談案件に派遣され対応にあたる。</p>	

②実施内容

9月に事業環境変化対応型支援事業講習会としてDXセミナー「小規模企業のデジタル化入門 DXへのはじめの一步」を開催した。またセミナー参加者にPOSレジの導入支援や各種補助金・助成金申請者に対して事業計画策定支援を行った。

③数値目標と実績

事業計画策定支援		令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
目標	事業計画策定事業者数	-	10者	10者	11者	11者	12者
	IT関連セミナーの開催回数	-	1回	1回	1回	1回	1回
実績	事業計画策定事業者数 (小規模事業者以外含む)	7者	4者 (7者)				
	IT関連セミナーの開催回数	未実施	1回				
達成率	事業計画策定事業者数 (小規模事業者以外含む)	-	40% (70%)				
	IT関連セミナーの開催回数	-	100%				

■評価（事務局）

DXセミナーに関しては参加者数が少なく、DX に対する関心が低いことがわかった。また、個別の事業計画策定に関しては、補助金など支援を含めても目標を下回る実績となった。次年度は、まずは支援のきっかけとなるセミナー参加者の増加に力をいれ、徐々に支援をステップアップさせたい。また、事業計画策定に関しても支援を強化し、より具体的な計画策定の個別相談を増やしていく。

（2）創業計画・第2創業計画策定支援

①事業内容

事業名	創業計画・第2創業計画策定支援									
目的	創業者・第2創業者のビジネスが成功するよう、創業計画の策定を支援する。									
支援対象	創業者・創業希望者・第2創業者									
対象事業者の掘り起こし	<p>長野県商工会連合会、経営支援センター伊北諏訪グループ、上伊那南部グループが主催する「いな創業塾」、飯島町の起業支援事業補助金※1 や商業の未来応援事業補助金※2、第三者事業承継支援補助金※3、国等の補助金、窓口相談を導入部に、支援対象者を掘り起こす。</p> <p>■いな創業塾</p> <table border="1"> <tr> <td>募集方法</td> <td>チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知</td> </tr> <tr> <td>回数</td> <td>年1回（全7日間）</td> </tr> <tr> <td>カリキュラム</td> <td> <p>▶講義</p> <p>創業の心構え/利益計画の立て方/事業資金調達の仕事/マーケティングの基礎/情報発信について/経理実務の基礎/雇入れの心構え・ルール/各種創業関連施策説明/創業者の経験談</p> <p>▶ワークショップ</p> <p>経営計画立案（ビジネスモデルシートの作成）/グループ研修/事業計画プレゼン演習/ビジネスプランの発表</p> <p>令和4年度カリキュラムより</p> </td> </tr> <tr> <td>想定参加者数</td> <td>15人/回</td> </tr> </table> <p>※1 起業支援事業補助金 飯島町が実施する補助事業である。法人設立に要する直接的経費（定款認証手数料、定款認証収入印紙、登録免許税）に対して補助する。</p> <p>※2 商業の未来応援事業補助金 飯島町が実施する補助事業である。空き店舗等の施設整備費、資材費、事業の立ち上げに必要な経費などに対して補助する。</p> <p>※3 第三者事業承継支援補助金 飯島町が実施する補助事業である。第三者への事業承継を円滑に進めるため、支援機関への委託費を補助し、かつ事業承継後には事務所改修費などの経費に対して補助する。</p>		募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知	回数	年1回（全7日間）	カリキュラム	<p>▶講義</p> <p>創業の心構え/利益計画の立て方/事業資金調達の仕事/マーケティングの基礎/情報発信について/経理実務の基礎/雇入れの心構え・ルール/各種創業関連施策説明/創業者の経験談</p> <p>▶ワークショップ</p> <p>経営計画立案（ビジネスモデルシートの作成）/グループ研修/事業計画プレゼン演習/ビジネスプランの発表</p> <p>令和4年度カリキュラムより</p>	想定参加者数	15人/回
募集方法	チラシ・ホームページ・巡回等による周知、関連機関による周知									
回数	年1回（全7日間）									
カリキュラム	<p>▶講義</p> <p>創業の心構え/利益計画の立て方/事業資金調達の仕事/マーケティングの基礎/情報発信について/経理実務の基礎/雇入れの心構え・ルール/各種創業関連施策説明/創業者の経験談</p> <p>▶ワークショップ</p> <p>経営計画立案（ビジネスモデルシートの作成）/グループ研修/事業計画プレゼン演習/ビジネスプランの発表</p> <p>令和4年度カリキュラムより</p>									
想定参加者数	15人/回									
支援の手段・手法	創業者・第2創業者が作成した創業計画を基に、経営指導員・専門家が一緒になってブラッシュアップを行う方法で実施する。									

②実施内容

創業については、上伊那の商工会や金融機関と連携しながら個別支援やセミナー開催などの支援を行った。特に創業に関しては10月から開催した「伊那創業塾」等の際に、創業支援の一環として創業セミナーを受けた方に事業計画を作成・発表する機会を設け、創業者の進めるサービス等の認知向上等に努めた。事業承継など第2創業については、個別相談はなかった。

③数値目標と実績

創業計画・第2創業計画策定支援		令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
目標	創業計画・第2創業計画策定事業者数	-	2者	2者	2者	3者	3者
	いな創業塾の開催回数	-	1回	1回	1回	1回	1回
実績	創業計画・第2創業計画策定事業者数	1者	2者				
	いな創業塾の開催回数	1回	1回				
達成率	創業計画・第2創業計画策定事業者数	-	100%				
	いな創業塾の開催回数	-	100%				

■評価（事務局）

令和5年度は9名ほどの創業相談を行ったが、創業済みや長期的な創業を見込む相談者が多く、計画策定は2名となった。持続化補助金の創業枠を含めた相談も増えており、積極的に支援に組みたい。

事業承継について長野県の承継状況調査による情報収集や新たな飯島町ネットワークと協力し、前向きに取り組むことで計画の策定に繋げたい。

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

前項で策定したすべての事業計画（創業計画・第2創業計画含む）を四半期毎にフォローアップすることで、事業者の売上や利益の増加を実現する。

①事業内容

事業名	事業計画・創業計画のフォローアップ（計画策定の全事業者を対象）
目的	計画を伴走型支援することで、計画どおりの成果を上げる。
支援対象	事業計画及び創業計画の策定を支援したすべての事業者
支援内容/ 支援の手段・ 手法	四半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らす。一方、事業計画と進捗状況とがズレている場合（計画実施が何らかの理由により遅れている、停滞している等）は、訪問回数を増やししながら軌道に乗せるための支援を実施する。

②実施内容

事業計画を策定した事業者に対して、事業のフォロー的な支援を行った。四半期に1回の訪問相談や、月に1回程度の連絡など、タイミングの良いフォローアップを行い、策定した事業計画が着実に実行されているかを確認した。また、状況を見て事業へのアドバイスをを行い、無事終了できるよう支援した。

③数値目標と実績

事業計画のフォローアップ		令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
目標	フォローアップ 対象事業者数	7者	10者	10者	11者	11者	12者
	頻度 (延回数)	四半期毎 (28回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (44回)	四半期毎 (44回)	四半期毎 (48回)
	売上増加事業者数	未実施	3者	3者	3者	3者	4者
	経常利益増加事業者数	未実施	2者	2者	2者	2者	2者
実績	フォローアップ 対象事業者数	-	10者				
	頻度 (延回数)	-	(25回)				
	売上増加事業者数	-	2者				
	経常利益増加事業者数	-	2者				
達成率	フォローアップ 対象事業者数	-	100%				
	頻度 (延回数)	-	(63%)				
	売上増加事業者数	-	67%				
	経常利益増加事業者数	-	100%				

創業計画・第2創業計画の フォローアップ		令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
目標	フォローアップ 対象事業者数	1者	2者	2者	2者	3者	3者
	頻度 (延回数)	四半期毎 (4回)	四半期毎 (8回)	四半期毎 (8回)	四半期毎 (8回)	四半期毎 (12回)	四半期毎 (12回)

実績	フォローアップ 対象事業者数	-	2 者				
	頻度 (延回数)	-	17 回				
達成率	フォローアップ 対象事業者数	-	100%				
	頻度 (延回数)	-	212%				

■評価（事務局）

フォローアップの頻度を増やすことで進捗状況の把握を行うことができ、実施時期のずれや内容の変更について対応することができた。ただ訪問回数の頻度については、当初計画の目標としていた四半期に延べ 40 回の訪問には届かなかった。創業者のフォローアップには積極的に取組み巡回支援等を 17 回ほど実施することができた。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

小規模事業者の新たな需要開拓を目的に、展示会・商談会の出展支援や、IT 活用による販路開拓の個社支援（SNS・EC を活用した販売促進の実行支援）を実施する。

(1) 展示会・商談会の出展支援（BtoB）

①事業内容

事業名	展示会・商談会の出展支援
目的	特に、対企業取引の事業者にとって、展示会や商談会は新たな取引先の獲得にとって有効である。一方、小規模事業者は独自に展示会・商談会に出展できていないことも多い。そこで、新たな取引先の獲得を支援することを目的に展示会・商談会の参加支援を実施する。
展示会等の概要/支援対象	年度によって、支援テーマを定め、以下のいずれか（もしくは複数）の展示会・商談会の出展支援を行う。 ア 諏訪圏工業メッセ 支援対象：製造業 訴求相手：主に諏訪圏の取引先 長野県諏訪市で開催される、「長野・諏訪から「ものづくり」の情報発信」「魅力ある SUWA ブランドの創造」を具現化することを目標とした工業専門展示商談会である。地方では国内最大級の工業専門展示会となっている。令和 4 年 10 月の開催では、出展企業数 419 社・団体、来場者数 25,000 名を目標としている（令和 2 年、令和 3 年ウェブ展示会のみ実施）。

	<p>イ 機械要素技術展 支援対象：製造業 訴求相手：全国の取引先 機械要素技術展（M-Tech）は、RX Japan が主催する「ものづくりワールド（日本ものづくりワールド、関西ものづくりワールド、名古屋ものづくりワールド、九州ものづくりワールド等）」のなかで開催されるひとつの展示会である。モータ、ベアリング、ねじ、ばねなどの機械部品や、切削、プレスなどの加工技術、表面処理などが出展する展示会となっている。毎年、設計、開発、試作、製造、生産技術、購買部門をはじめとしたユーザーが多数来場し、出展企業と商談を行っている。令和4年6月に幕張メッセで開催された日本ものづくりワールドでは、出展者数が1,210社、来場者が49,261人を数えた。</p> <p>ウ テクニカルショウヨコハマ 支援対象：製造業 訴求相手：首都圏の製造業 ※オンライン開催の場合は全国の製造業 首都圏最大級の工業技術・製品に関する総合見本市である。毎年2月に開催されている。「ロボットゾーン」「AI・IoT ゾーン」「機器・装置・製品ゾーン」「研究開発ゾーン」「ニューWorking・Life スタイルゾーン」など関連する技術・製品ごとに商品が展示される。令和4年2月は新型コロナウイルス感染症の影響でリアル・オンラインのハイブリッド開催となり、出展者数554社・団体、リアル展示入場者8,407人、オンライン展示ページビュー数193,734、アクセス数（訪問者数）27,803を数えた。</p> <p>エ フードメッセ in にいがた 支援対象：食料品製造業（加工食品、日配品、土産用食品等） 訴求相手：主に北陸地方のバイヤー 「食」に関連するあらゆる分野の先端情報が集まる総合見本市である。新潟市は日本海側の情報・物流のハブとして隣接エリアへの営業拠点の役割を果たしており、地方の商品に関心を持つ多くの食品バイヤーが首都圏や隣接エリアからも来場するため、販路を全国に拡大できるチャンスとなる場所といえる。令和3年11月の開催では、327事業者が出展し、来場者数は7,716名を数えた。</p>
<p>支援の手段・手法</p>	<p>本支援は、自社独自に展示会・商談会に出展が難しい小規模事業者を支援する目的で実施する。そのため、これまで展示会・商談会への出展経験がない（少ない）事業者を重点支援先とし、これらの事業者が、展示会等に出展し、新たな取引先を獲得するまで伴走型で支援を行う。具体的には、出展者の募集だけでなく、出展前に効果的な展示方法、短時間での商品等アピール方法、商談シート（FCPシート）の作成、パンフレット等の整備、商談相手の事前アポイント等、出展後の商談相手に対するフォロー方法等をワンストップで指導する。これらの支援により成約数の拡大を目指す。</p>
<p>期待効果</p>	<p>新たな取引先の獲得を狙う。</p>

②実施内容

展示会は高い PR 効果があり、新たな顧客を開拓する絶好の機会となる。また、製造業者が共同出展の形で参加することで、より多くの企業との接点を持つことが期待できる。当会は町からの補助金もあり、令和 5 年度も積極的に取り組んでいただくよう情報提供をメール等で行い参加を促した。諏訪圏工業メッセでは 3 社が共同で出展して、個社の製品や技術の PR と飯島町の製造業者のパンフレットを配布し、町の産業振興を図った。

③数値目標と実績

展示会・商談会の出展支援		令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
目標	出展事業者数	-	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
	成約件数/者	-	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
実績	出展事業者数 (小規模事業者以外含む)	3 者 (6 者)	4 者 (7 者)				
	成約件数/者	0 件	0 件				
達成率	出展事業者数 (小規模事業者以外含む)	-	100% (175%)				
	成約件数/者	-	0%				

■評価（事務局）

コロナ禍で展示会の出展が難しい時期が続いたが、今年度も(株)ティアイシーなど積極的に取り組んだ事業所があり、目標を達成した。成約については 0 件となったが、諏訪圏工業メッセで量産部品加工の案件をいただいた企業もあり、今後の営業で成約に結び付くことも考えられる。実際に出展することで、新たな関係構築や見積や契約への結びつきなど、工業振興展の必要性を実感しました。今後も、参加事業所の発展と飯島町の産業振興のため寄与できる事業として、積極的に取組みたい。また、新たな製品や技術を生み出した小規模事業者等が、展示会等へスムーズに出展できる体制づくりを検討したい。

(2) SNS・EC を活用した販売促進の実行支援 (BtoC)

①事業内容

事業名	SNS・EC を活用した販売促進の実行支援
目的	町内では SNS や EC を活用した販路拡大に意欲的な事業者もみられるが、独自に取組を行っても十分な成果が上がっている事業者が少ないのが現状である。そこで、当会にてハンズオンで支援を行い、成果をあげることを目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず） ※事業計画を策定した事業者を重点的に支援
訴求相手	各事業者の訴求相手

支援内容	SNS や EC へ取り組む事業者に対してハンズオンで支援を行う。
支援の手段・手法	掘り起こしとして、チラシの配布や当会ホームページにより広く周知するだけでなく、巡回訪問・窓口相談、各種セミナー開催時に訴求する。また、個社支援の際に、個別に周知する。SNS や EC に意欲的な事業者に対しては、SNS・EC の立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR 方法等を支援する。また、構築にあたっては、必要に応じて、IT 専門家や地元 IT 事業者の紹介等を実施する。構築後は、アクセス数や購入数を定期的にフォローし、PDCA サイクルを回すことで売上拡大を目指す。
期待効果	売上拡大を狙う。

②実施内容

SNS を活用した販路開拓について、商工会連合会の百瀬上席専門支援員に指導を依頼し 2 回支援を行った。主に LINE 公式アカウントを活用し、インスタグラムや Google ビジネスと連動させ、集客に繋がるように支援した。その他にも、セミナー「スマホ 5 G 時代の YouTube、SNS を使った集客、販路拡大」を開催し、SNS や EC が販売促進に活用されるよう支援した。

③数値目標と実績

SNS・EC を活用した販売促進の実行支援		令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
目標	支援事業者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
	売上増加率/者	-	3%	3%	3%	3%	3%
実績	支援事業者数	未実施	1 者				
	売上増加率/者	未実施	13%				
達成率	支援事業者数	-	50%				

■評価（事務局）

個別で専門的な支援を行うことで、実際に事業所の LINE 公式アカウントなどの SNS を作成し、実際にそのシステムを使用しながら指導するため、支援後にはそのまま SNS を使用できるなど、すぐ実行に移せることができた。今後は、結果を基に分析を行うなど、PDCA サイクルを回していきたい。セミナーにおいては、18 名と多くの方が参加されており、関心の高いことは確認できた。レベルアップしたセミナー等の開催を行いながら、個社支援に繋げる方法も検討していきたい。

評価基準	令和5年度		令和6年度		令和7年度	
	実施項目	割合	実施項目	割合	実施項目	割合
A (100%以上)	10	62.5%				
B (75~99%)	0	0%				
C (50~74%)	3	18.75%				
D (50%未満)	2	12.5%				
E (0%)	1	6.25%				
未実施	0	0%				
計	16	100%				