

(別紙2)

3. 助成対象事業の成果（結果）

【事業名】 事業名のほか、A事業①②、B事業の別も記入してください。

A事業② 晴れの国おかやま地域活性化事業

<情報発信事業>

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

当財団が実施する様々な支援事業や国・県・市の施策、中小企業者等の商品・製品等の企業情報、企業・大学等の研究成果情報等、中小企業者にとって価値のある情報をよりわかりやすく提供ことを目的として、機関紙及びホームページを活用する。活用事例等を紹介することで各支援事業の理解度が深まり、広く周知することができる。

またメールマガジンを定期的に配信することでタイムリーな情報を提供する。中小企業者等はより多くの情報を取得することができ、様々な課題解決に繋げることができる支援を受けることが可能となり、企業活動の幅を広げることができる。

現状の利用者は県内事業所の1割にも満たない状況であることから、情報誌の読者数やメールマガジンの受信者数を延べ5,000者を目標とし利用者の増加に繋げる。

【成果（結果）〈実施事業の内容・実績、実施した結果生まれた新たな課題等〉】

- ・ 情報誌の発行（年6回） 別添冊子のとおり
- ・ 財団ホームページへの掲載
- ・ メールマガジンの配信（毎週火曜日）

（課題等）

本事業において、重点掲載検討分野を新たに設定したことで紙面の企画・構成がスムーズに行うことが可能となった。しかし、コロナ禍で年6回の発行を行っている機関紙では、タイムリーな話題を掲載することができないため、ホームページ及びメールマガジンとの連携、活用の再構築が必要である。また、行政及び他の支援機関ともさらに強固な連携をとる体制整備も喫緊の課題である。

【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

1. 重点掲載検討分野掲載実績

- ①事業承継（全国的な問題であり、県内においても大きな課題）
2 回
- ②県産品（企業の「稼ぐ力」を強化するためには広くPRし、販路開拓が重要）
3 回
- ③働き方改革（長時間労働解消や正規・非正規の格差是正等クリアすべき課題が山積）
5 回
- ④人手不足（企業の労働力不足は深刻で外国人労働者に依存）
1 回
- ⑤SDGs（中小企業の取り組みが課題）
1 回

それぞれの内容については、当財団の実施実績と連携しながら、課題に対して支援事業を活用し、課題解決を行ったうえで、円滑に事業活動を行っている企業を取材。制度と現場の声をより現実的につたえることで、支援内容についても問い合わせもあった。重点分野を設定することで読者のニーズと一致し、事業活用企業の増加が期待される。

2. HP及びメールマガジンの利用者

- ・ メールマガジン登録件数：4,193名（3月末時点）
- ・ HPアクセス数：約50万ページビュー

コロナ禍で各種補助金関係の情報収集を目的として、毎週火曜日に配信しているメール

帯等）・パッケージ（一括表示含む）・トレーサビリティ・商談カルテ等のポイントから個別指導・改善提案をいただいた。また、商品に対するアドバイスだけでなく、体制・商品の販売方法など経営指導に近い部分からも個別指導を行った。

（３）県内商談会

- ・商談会名 フードマッチングフェア・オンライン2021 WINTER in おかやま
- ・日 時 特設サイト公開期間：令和3年1月18日（月）～ 3月31日（水）
商談会期：令和3年2月15日（月）～19日（金）
（予備日：2月24日（水）、2月26日（金））
- ・実施方法 参加セラーの商材・企業情報を掲載した特設サイトの公開
ZOOMを使用し、指定面談でのオンライン商談を実施
- ・参加者者 セラー：44社
バイヤー：21社
- ・商談件数 133件
商談成立：14件
見積依頼：47件
継続交渉：46件

（４）専門家派遣

- ・実施件数 7者（11回）

【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、商談会およびバイヤーズミーティングの開催方法等を変更せざるを得なかったが、下記のとおり、概ね目標を達成することができた。

目標値	結果	検証等
成約率10%	19%	関西圏見本市出展支援、商談会の成約率は、全商談数232件に対して46件の商談成立に至った。
商談会参加 バイヤー：45社 セラー：75社	バイヤー：21社 セラー：44社	オンライン展示・商談会方式に変更したため、目標者数は達成できなかったが、商談率は向上しており、有益な取り組みとなった。
新規事業者参加 10%	47%	R元年度B事業にて実施した商談会に比べて、参加事業者数は減少したが、新規事業者参加率は増加した。
岡山県アンテナ ショップへの新規 提案商品の増加	8社商品提案に繋がった	商談会を通じ、岡山県アンテナショップへ8社商品提案した。

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

商談会、バイヤーズミーティング、展示会、専門家派遣等で売れ筋商品を生み出す環境を整備し、岡山県の知名度向上、インバウンドを含めた観光客の増加に繋げる仕組み作りを計画していた。

しかし、新型コロナウイルス感染症拡大の影響から状況は一変し、展示会・商談会の中止や開催手法の変更が相次ぎ、食品製造中小企業事業者においても、卸・小売の仕入担当者（バイヤー）などとの商談の機会が失われており、中小企業事業者は大きな打撃を受けることとなった。

一方で外出自粛などによりECや通信販売による販売が増加しているなど、販売チャネルの多様化とともに新たな市場が拡大してきているが、多くの中小企業事業者においては、新た

な市場への対応ができていない等の課題も見えてきている。

今後は、今年度実施した支援を継続しつつ、コロナ禍においても継続した販路開拓の機会の創出を目指し、オンライン・対面のハイブリット商談会、大型見本市出展、専門家による支援の実施。また、これらのデータ収集・活用した支援から市場ニーズへの対応を目指す。

注1) 上記項目について詳細に記載してください。

注2) 成果（結果）の内容について、別途、お伺いすることがあります。

注3) 成果物（報告書・アンケート集計物・DVD等）、記録用写真等があれば提出してください。