

令和5年度 経営発達支援事業評価シート

事業の実施状況、成果、目標の達成度合等を勘案し、経営発達支援事業検討委員会の委員7名がA~Dの4段階評価を行いました。
なお、評価の基準は以下の基準とします。

【評価基準】

A：目標を達成することができた。(100%以上)

B：目標を概ね達成することができた。(75%~99%)

C：目標を半分程度しか達成することができなかった。(30%~74%)

D：目標をほとんど達成することができなかった。(30%未満)

| 事業内容 | 4段階評価 | | | | 評価者A | 評価者B | 評価者C | 評価者D | 評価者E | 評価者F | 評価者G |
|----------------------|-------|----|----|----|------|------|------|------|------|------|------|
| | A | B | C | D | | | | | | | |
| 3-1. 地域の経済動向調査に関すること | | | | | | | | | | | |
| (1) 地域小規模事業者の経済動向調査 | 3名 | 4名 | 0名 | 0名 | B | B | B | A | A | A | B |
| (2) RESASを活用した経済動向調査 | | | | | | | | | | | |
| (3) 中小企業景況調査 | | | | | | | | | | | |
| (4) サービス業(飲食業)経営実態調査 | | | | | | | | | | | |

【コメント、改善提案等】

- 会員が広く閲覧できるようホームページでの公表を広く周知することが必要と思われる。
- コロナの影響に加え、原材料・燃料高騰など、景況が目まぐるしく変わる中で、景気・市場動向の把握や調査を行うことは極めて有効であると評価する。これまで積み上げてきた調査結果を支援に活かせるように取り組んでいただきたい。
- 調査結果は、役員だけではなく、会員へも適正に共有いただきたい。
- RESASを活用した経済動向調査については目標数字に対して実績を達成している。地域小規模事業者の経済動向については調査がなかったが、当初計画になかった景況調査等が計5回なされており、積極的な取り組みが伺える。
- 地域小規模事業者の経済動向調査に代わるものとして、中小企業景況調査・建設業経営実態調査を実施していただき、確実に地域の状況を把握しておられると感じました。

| 3-2. 需要動向調査に関すること | | A | B | C | D | 評価者A | 評価者B | 評価者C | 評価者D | 評価者E | 評価者F | 評価者G |
|-------------------|---------------------|----|----|----|----|------|------|------|------|------|------|------|
| (1) | 消費者ニーズを捉えるための需要動向調査 | 1名 | 4名 | 2名 | 0名 | C | C | B | B | B | A | B |
| (2) | 消費トレンドを捉えるための需要動向調査 | | | | | | | | | | | |

【コメント、改善提案等】

- コロナ禍の長期化や物価高騰のため、事業者にとって新商品開発や販路拡大は困難な状況かと思われるが、新分野進出や業態展開支援のベースとなるデータの収集は有効と思われる。調査により得た現況分析や課題は、事業者の取組、商工会からの支援に活かしていただきたい。
- 目標数字に対して支援者数、件数とも未達の状況ではあるが、2社を対象としたアンケート調査については非常に有意義であると考えられる。どこから来たのか？来店頻度、年齢構成等については今後の事業の方向性を検討するために必要不可欠なものとなる。今回は2社であるが、対象を広げて、継続的に行う事に期待したい。A社のアンケート調査については店の利用目的についても項目に加えた方が良いと思われる。
- 目標件数を下回ったものの、2社とも調査後の分析を丁寧に行っており、その後のフォローアップも経営指導員が主体となって伴走している様子が窺え、高く評価します。

| 4. 経営状況の分析に関すること | | A | B | C | D | 評価者A | 評価者B | 評価者C | 評価者D | 評価者E | 評価者F | 評価者G |
|------------------|--------------------------------|----|----|----|----|------|------|------|------|------|------|------|
| (1) | 経営分析の啓蒙、掘り起こし ホームページ・チラシでの募集回数 | 4名 | 3名 | 0名 | 0名 | A | B | B | A | A | A | B |
| (2) | 経営分析件数 | | | | | | | | | | | |

【コメント、改善提案等】

- 今後も必要性の周知・啓蒙を継続するとともに、今までと大きく変わる経営環境に対応するため、補助金活用、金融支援だけで終わらない適切な実施を継続していただきたい。
- 目標数字に対して、上回る実績が示されており、積極的な取り組みがなされていると評価できる。原価高騰やインボイス等の昨今の事業環境の変化に対し、事業計画を作成し、計画的な経営を行う事は今後ますます必要になってくるであろうと思われる。その拠り所となるのが商工会であるため、今後も積極的な取り組みに期待したい。
- コロナ5類移行後も、物価高・原材料高等で小規模事業者の経営は依然として厳しいものがありますが、今後も継続して小規模事業者の経営分析を行うことで、個社毎の景況感を把握していただくとともに、その分析に基づき伴走支援していただくことを期待しています。

| 事業内容 | | 4段階評価 | | | | 評価者A | 評価者B | 評価者C | 評価者D | 評価者E | 評価者F | 評価者G |
|-------------------|---|-------|----|----|----|------|------|------|------|------|------|------|
| | | A | B | C | D | | | | | | | |
| 5. 事業計画策定支援に関すること | | A | B | C | D | | | | | | | |
| (1) | 事業計画策定個別相談会 事業計画策定事業者数 | 3名 | 4名 | 0名 | 0名 | B | B | B | A | A | A | B |
| (2) | 事業承継計画策定セミナー 事業承継個別相談会 事業承継計画策定事業者数 | | | | | | | | | | | |
| (3) | 創業セミナー 創業計画個別相談会 創業計画策定件数 | | | | | | | | | | | |

【コメント、改善提案等】

- 商工会が事業計画策定を支援していることを会員事業所への更にPRを行って欲しい。
- 単独で事業承継の相談会開催に、継続して取組まれたことは高く評価できる。資金調達など構想段階からの支援は極めて重要であり、計画策定の支援は不可欠である。補助金の申請・獲得だけではなく、事業者当事者意識を持たせる等、中長期的な経営の基礎となる計画の策定支援に継続して取り組んでいただきたい。
- 概ね計画達成している。事業環境の変化を乗り切っていくためには、事業計画の策定を行う事が重要となるため、そのための支援について積極的な取り組みを期待したい。
- ”目標>実績”という結果にはなっているものの、その課題について十分分析がなされていることから（未申請となった事業者へのフォローアップと継続支援の在り方）、そうした課題を念頭に置きながら次年度活動していくことによって、支援対象事業者数はおのずとついてくるものと思います。経営指導員も苦勞されている中での事業計画策定支援ではあるかと思われるが、今後も小規模事業者への伴走支援を期待しています。

| 事業内容 | | 4段階評価 | | | | 評価者A | 評価者B | 評価者C | 評価者D | 評価者E | 評価者F | 評価者G |
|-----------------------|-------------------|-------|----|----|----|------|------|------|------|------|------|------|
| | | A | B | C | D | | | | | | | |
| 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること | | A | B | C | D | | | | | | | |
| (1) | 事業計画策定後のフォローアップ | 2名 | 5名 | 0名 | 0名 | B | B | B | A | B | A | B |
| (2) | 事業承継計画策定後のフォローアップ | | | | | | | | | | | |
| (3) | 創業計画策定後のフォローアップ | | | | | | | | | | | |
| (4) | その他支援のフォローアップ | | | | | | | | | | | |

【コメント、改善提案等】

- 悩みを抱えている事業者は多いと思われる。専門性が必要となる際は専門家と連携したフォローアップを期待する。
- 経営の安定化・継続には、計画策定後のフォローアップ、アフターケアは不可欠であり、事業者との伴走に積極的に取り組んでいると評価する。
- フォローアップは非常に重要な事であり、事業計画を作っただけでは、絵に書いた餅になりがちになるため、経営指導員がしっかり事業者のフォローを行う事が重要になるかと思われる。特にアフターコロナで需要が伸びている市場をいかに捉えるか等、手助けが必要になるかと思われる部分が今後増えてくると予想するので、小規模事業者の支えとなってほしい。
- 小規模事業者のために寄り添うことが、商工会の強みであると思います。そうした中で、売上増加事業者数が13社とフォローアップ対象事業者数の約7割を占めていることが、商工会が常に伴走支援に励んでいる証拠ではないかと感じます。高く評価いたします。

| 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること | | A | B | C | D | 評価者A | 評価者B | 評価者C | 評価者D | 評価者E | 評価者F | 評価者G |
|--------------------------|---------------------------------|----|----|----|----|------|------|------|------|------|------|------|
| (1) | ビジネスマッチ東北出展事業者数 成約件数 | 3名 | 3名 | 1名 | 0名 | C | B | B | A | A | A | B |
| (2) | スーパーマーケット・トレードショー出展事業者数 成約件数 | | | | | | | | | | | |
| (3) | ニッポンセレクト.com出品者数 売上額/社 | | | | | | | | | | | |
| (4) | イベントによる出品支援 売上額/社 | | | | | | | | | | | |
| (5) | 県内バイヤー等との個別商談会出展支援 成約件数 | | | | | | | | | | | |

【コメント、改善提案等】

- コロナの影響が未だ残っているようであり、次年度以降の支援に期待したい。
- 事業者にとって新商品開発や販路拡大は困難な状況かと思われるが、伴走型の支援は効果的であると評価できる。新たな需要を獲得する機会の提供について、的確に事業者へ周知の上、可能な限り支援いただきたい。
- 小規模事業者にとって、商談会、イベントへの出店というのは、貴重な販路開拓のチャンスになると思われるが、コロナ禍や、マンパワー不足等により未達になっている部分についてはある程度やむを得ないと思われる。計画自体を縮小した上で、出店可能な事業者へ対象を絞って支援を行う事を前提に計画の練り直しも考えらる。