

令和 1 年度 経営発達支援計画評価報告書

岩手県 洋野町商工会

【評価について】 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。(80%～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%～79%)
D: 目標をほとんど達成することができなかった。(30%未満) E: 未実施

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【指針③】

商工会の活動においては、会員事業所の事業展開に向けて、『中小企業白書』や『小規模企業白書』など各種統計書、行政・金融機関等との情報交換を通じて、当地区の経済動向を調査・分析し、日頃の経営指導等を通じて各企業に提供するとともに、当商工会ホームページを利用した情報発信を行う。

事業内容

(1) 岩手県や洋野町及び地元金融機関等との年4回の情報交換、地元税理士との年2回の税務に関する懇談会を通して、当地区の経済動向の把握を進める。

(2) 『中小企業白書』や『小規模企業白書』をはじめとした政府刊行物、経済産業省が行っている各種統計調査や岩手県信用保証協会が毎月刊行している『保証月報』及び岩手県中小企業団体中央会が毎月発行している『NEXUS』等を活用し、当地域の経済や金融動向等を調査・分析する。

(3) 上記による調査・分析結果については、巡回指導時や窓口相談での金融、税務など、各種相談機会を通じて各企業に提供する。

目標

内容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	1年度
金融機関・税理士との情報交換の開催回数	0	6	6	6	6	6

実施内容

(1) 地元の税理士及び金融機関を招集し、地域経済の動向を把握するとともに、商工業者の資金使途並びに返済回数の状況、事故口などについて情報共有を図った。実績として、年2回の金融機関情報交換、年4回の税務（地元税理士）に関する懇談会を行い、目標を達成した。

○目標と実績（令和1年度）

内容	目標	実績
金融機関・税理士との情報交換の開催回数	6	6

(2) 中小企業白書、小規模企業白書各種統計調査等の情報誌の中から重要事項を抜粋して、小規模事業者ごとの経営状況を提供し役立てている。

(3) 上記による地域経済調査については、その内容について収集し、日々の経営支援の基礎資料として分析や情報提供まで行っている。

評価

(1) 評価

A	B	C	D	E
---	---	---	---	---

(2) 評価

A	B	C	D	E
---	---	---	---	---

(3) 評価

A	B	C	D	E
---	---	---	---	---

【評価について】 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。(80%～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%～79%)
D: 目標をほとんど達成することができなかった。(30%未満) E: 未実施

経営発達支援事業の内容	実施内容	評価																														
2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 これまでは、窓口相談、巡回相談による記帳指導や金融指導、経営計画作成相談を通じて経営分析等を行ってきたが、相談事案があった都度の営業利益率や売上高の変化の把握などの定量的な経営分析が主体であった。さらに、経営状況に関する情報収集の際にも、ヒアリングする経営指導員等のヒアリングスキルによるところが大きく、経営状況の情報収集力にバラツキがあり、全職員体制で一定水準以上の分析を実施する支援体制ではなかった。 本計画においては、経営指導員等の巡回相談の強化、窓口相談、経営戦略策定セミナーの開催を通じて、小規模事業者の実態把握に努めるとともに、以下の「強みを生かし、弱みを克服するシート」を新たに活用することにより、課題と進むべき方向性を「見える化」させ、経営計画策定へとつなげていく。 シート作成に当たっては、過去の自社データの比較傾向分析と、小企業の経営指標調査(日本政策金融公庫)等の各種指標との比較分析を行うなど定量分析を充実させるとともに、小規模事業者の経営実態を、地域経済の動向や需要動向調査の結果を踏まえ、自社の強み・弱み・機会・脅威をとらえた定性分析を実施する。 事業内容 (1) 経営戦略策定セミナーの開催 経営課題を掘り起し、進むべき方向性を見出すことを目的とした経営戦略策定セミナーを開催し、広く計画的に小規模事業者の経営計画策定のためのきっかけづくりとする。 さらに、セミナー参加企業以外の企業の経営課題に対応するために、巡回訪問を強化し、経営計画策定の必要性や、各種支援施策の周知の徹底を図るとともに、経営実態の把握に努める。 (2) 「強みを生かし、弱みを克服するシート」の作成支援 ①経営状況の分析 「強みを生かし、弱みを克服するシート」を作成していく前段階として、自社の「強み・弱み・機会・脅威」に関するヒアリングを行いSWOT分析により強みを生かした積極策を検討する。 さらに、経営資源や財務内容等について定量分析も実施し、財務状況からの課題の洗い出しも行う。 ②「強みを生かし、弱みを克服するシート」の作成 ①の経営分析結果に基づき、小規模事業者に対して経営指導員等は「強みを生かし、弱みを克服するシート」の作成を促す。地域経済動向や需要動向調査結果を踏まえて、シートの記載すべき項目内容を掘り下げて事業所の経営実態を詳細に把握し、経営計画立案に	(1)経営計画策定セミナーを4回、経営革新個別相談会8回開催し、受講生計49名が参加した。 (2)経営革新、創業、各種補助金に係る事業計画策定の際に、現状把握に必要な財務分析や内部環境の整理を行った。 強みを生かし、弱みを克服する(会社概要)シートを作成し、相談や各種補助金申請に活用している。 小規模事業者の課題が把握され、支援する職員間での情報共有にもつながり伴走型支援の仕組み構築につながった。また、専門家や金融機関と連携する際にも有効活用する。 実績として、巡回訪問件数1,153回で目標を達成した。 (3)目標と実績(令和1年度) <table><tr><th>内容</th><th>目標</th><th>実績</th></tr><tr><td>セミナー開催回数(人数)</td><td>3 (60)</td><td>12 (49)</td></tr><tr><td>巡回訪問件数</td><td>1,000</td><td>1,153</td></tr><tr><td>経営分析数(強みを生かし、弱みを克服するシート作成数)</td><td>50</td><td>67</td></tr></table>	内容	目標	実績	セミナー開催回数(人数)	3 (60)	12 (49)	巡回訪問件数	1,000	1,153	経営分析数(強みを生かし、弱みを克服するシート作成数)	50	67	(1)評価 <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table> (2)評価 <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table> (3)評価 <table><tr><th>内容</th><th>評価</th></tr><tr><td>セミナー開催回数(人数)</td><td>A (B)</td></tr><tr><td>巡回訪問件数</td><td>A</td></tr><tr><td>経営分析数(強みを生かし、弱みを克服するシート作成数)</td><td>A</td></tr></table> 人数は B評価	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E	内容	評価	セミナー開催回数(人数)	A (B)	巡回訪問件数	A	経営分析数(強みを生かし、弱みを克服するシート作成数)	A
内容	目標	実績																														
セミナー開催回数(人数)	3 (60)	12 (49)																														
巡回訪問件数	1,000	1,153																														
経営分析数(強みを生かし、弱みを克服するシート作成数)	50	67																														
A	B	C	D	E																												
A	B	C	D	E																												
内容	評価																															
セミナー開催回数(人数)	A (B)																															
巡回訪問件数	A																															
経営分析数(強みを生かし、弱みを克服するシート作成数)	A																															

【評価について】 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。(80%～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%～79%) D: 目標をほとんど達成することができなかった。(30%未満) E: 未実施

経営発達支援事業の内容							実施内容	評価																																						
つなげていく。 なお、「強みを生かし、弱みを克服するシート」を作成することにより、課題や進むべき方向性の「見える化」が図られるとともに、支援する職員間での情報共有にもつながり支援体制の強化が図られ、外部の支援者（専門家・金融機関）等が支援する際にも有効に活用できるものである。 目標 <table><tr><th>内容</th><th>現状</th><th>27 年度</th><th>28 年度</th><th>29 年度</th><th>30 年度</th><th>1 年度</th></tr><tr><td>セミナー開催回数(人数)</td><td>0 (0)</td><td>1 (20)</td><td>1 (20)</td><td>2 (40)</td><td>3 (60)</td><td>3 (60)</td></tr><tr><td>巡回訪問件数</td><td>760</td><td>1,000</td><td>1,000</td><td>1,000</td><td>1,000</td><td>1,000</td></tr><tr><td>経営分析数（強みを生かし、弱みを克服するシート作成数）</td><td>14</td><td>50</td><td>50</td><td>50</td><td>50</td><td>50</td></tr></table> 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】 当地域における地場産業の育成・振興、雇用の機会創出を進めるため、岩手県商工会連合会（以下、連合会）と連携した講習会の開催及び個別指導の実施など持続的な事業の発展に向けた伴走型支援を行う。 事業内容 (1) 全会員に対して文書による情報提供を継続すると共に、当会ホームページの内容見直しとリニューアルに取り組み、会員向けに各種助成金の案内を行い申請書の様式がダウンロード可能な状態に改善し、会員に利用を促す。 (2) インターネットを活用したコミュニケーション（Facebook、LINE の活用など）、情報収集、原材料の仕入れ、販路開拓や販促活動など、各企業の個別のニーズに対応したスキルアップのための講習会や個別支援を行う。 (3) 2. における各事業所の「強み・弱み」等の分析及び意向把握の結果より、講習会及び基礎支援を行う事業者を特定し、会員企業の持続的な事業の発展に向けて、各種補助金や融資など必要とされる制度や事業の導入のための事業計画作成などの個別支援を行う。 (4) 2か月に1回、合同の「経営革新講習会」を開催する。経営指導員が選抜した数事業所							内容	現状	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	1 年度	セミナー開催回数(人数)	0 (0)	1 (20)	1 (20)	2 (40)	3 (60)	3 (60)	巡回訪問件数	760	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	経営分析数（強みを生かし、弱みを克服するシート作成数）	14	50	50	50	50	50	(1) 支援実績は、以下の通り。 ・小規模事業者持続化補助金 採択 19 件 ・ものづくり補助金 採択 2 件 ・岩手県事業復興型雇用確保助成金 採択 6 件 ・洋野町起業化支援補助金 採択 1 件 ・経営革新計画 承認 7 件 ・経営力向上計画 認定 1 件 ・事業継続力強化計画 認定 1 件 ・創業者数 1 者 (2) セミナーや各種補助金の情報提供を、巡回時のチラシ配布やFAX等による提供を行った。	(1) 評価 <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table> (2) 評価 <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table>	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
内容	現状	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	1 年度																																								
セミナー開催回数(人数)	0 (0)	1 (20)	1 (20)	2 (40)	3 (60)	3 (60)																																								
巡回訪問件数	760	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000																																								
経営分析数（強みを生かし、弱みを克服するシート作成数）	14	50	50	50	50	50																																								
A	B	C	D	E																																										
A	B	C	D	E																																										

【評価について】 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。(80%～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%～79%)
D: 目標をほとんど達成することができなかった。(30%未満) E: 未実施

経営発達支援事業の内容							実施内容			評価									
を対象に、連合会と連携して専門家と個別指導を開催し、経営革新に向けた具体的な検討を支援する。また、各事業所に対してテーマの選定、販路開拓及び拡大に向けた支援や運転資金の調達など伴走型の支援を開始し、評価委員会へ事業計画書を提出するまで指導、支援を行う。							(3) ネット de 記帳を活用した財務分析、販路拡大に関する情報提供について、経営指導員が個別に支援を行い、販路拡大につなげている。			(3) 評価 <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table> 件数 B 評価 B 評価					A	B	C	D	E
															A	B	C	D	E
目標							(4) 目標と実績（令和 1 年度）			(4) 評価									
内容		現状	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	1 年度	内容	目標	実績	内容		評価						
情報発信の回数		12	12	12	12	12	12	情報発信の回数	12	37	情報発信の回数		A						
IT スキル up 講習会		3	3	3	3	3	3	IT スキル up 講習会	3	3	IT スキル up 講習会		A						
事業計画作成などの個別支援件数		50	50	50	50	50	50	事業計画作成などの個別支援件数	50	67	事業計画作成などの個別支援件数		A						
小規模事業者持続化補助金		17	20	20	20	20	20	小規模事業者持続化補助金	20	19	小規模事業者持続化補助金		A B						
日本政策金融公庫マル経（千円）		33 件 134,200	30 件 100,000	30 件 100,000	30 件 100,000	30 件 100,000	30 件 100,000	日本政策金融公庫マル経（円）	30 1 億	28 1.59 億	日本政策金融公庫マル経		B A						
経営革新講習会開催回数		6	6	6	6	6	6	経営革新講習会開催回数	6	8	経営革新講習会開催回数		A						
経営革新個別指導件数		5	5	5	5	5	5	経営革新個別指導件数	5	48	経営革新個別指導件数		A						
経営革新提出件数		5	5	5	5	5	5	経営革新提出件数	5	7	経営革新提出件数		A						
4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 当商工会では、平成 24 年度から経営革新計画認定支援を強化しており平成 25 年度には 4 事業、平成 26 年度承認事業に取組 3 事業の承認を受け、その後、経営革新計画に基づいた事業進捗状況の確認と支援のフォローアップを図っていくことが求められている。 経営計画を策定しても、経営者は日常の業務に追われて、少ない人員体制の中で計画遂行しなければならず、日常業務を優先させてしまいがちである。本計画では、計画の実行支援として、伴走型支援により、各種支援策の活用や、専門家派遣事業を通じたフォローアップを行うとともに、計画に無理がないか定期的に再確認をとる体制を構築する。また、当商工会は、10 年以上マル経資金の年間融資額が 1 億円を超えており、支援対象企業は円滑な運転資金・設備資金を導入している。今後は新たに創設された「小規模事業者経営発達支援融資制度」も活用しながら積極的に金融支援も実行していく。							(1) フォローアップ支援 成果に向けた伴走型支援を実施した。 ○令和 1 年度実績			(1) 評価 <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table>					A	B	C	D	E
															A	B	C	D	E
項目		目標	実績																
巡回訪問件数		1,000	1,153																
製造業		170	194																
建設業		250	316																
小売業		320	309																
卸売業		10	20																
サービス業		200	259																
その他		50	56																
内経営革新件数			(48)																

【評価について】 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。(80%～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%～79%)
D: 目標をほとんど達成することができなかった。(30%未満) E: 未実施

経営発達支援事業の内容							実施内容			評価																																											
事業内容 (1) 経営計画の進捗管理及びフォローアップ ①小規模事業者が、少ない人数の中で新たな取り組みに係る経営計画を遂行していくことは、課題も多いことから、経営指導員等が定期的に訪問し、計画の進捗状況や、売上・利益の状況、大きく変化した内容、経営上の課題等についてヒアリングし、各種支援施策等を活用しながら伴走型支援を実施する。 ②フォローアップセミナーを開催し、各種支援施策の情報提供や、伴奏型支援のきっかけ作りの場としても活用する。 ③経営革新計画や小規模事業者持続化補助金の事後指導として、事業計画に基づいたフォローアップ支援を行う (2) 金融支援 ①小規模事業者では、金融調達後の計画的な資金執行や資金用途の管理能力を養う事が非常に重要であり、このためマル経融資制度の利用事業者に対して経営指導員を個別に貼り付け日本政策金融公庫と連携し、資金の使用・返済状況などの資金計画に関するフォローアップを行い経営の健全化をサポートする。 ②日本政策金融公庫のマル経支援の積極的活用を促すと共に、新たに創設された「小規模事業者経営発達支援融資制度」の利用に向けて事業計画の策定後の支援を行う。 (3) 創業支援 ①創業においては、希望者に対して税務・経営・金融等の伴走型支援を行う。							(2) 金融支援実績 金融斡旋の支援実績は 152 件で、金額は 2 年連続で 3 億円を超える実績となった。 ○令和 1 年度実績<table><tr><th>区分</th><th>斡旋件数</th><th>斡旋総額</th></tr><tr><td>マル経</td><td>28 件</td><td>15,928 万円</td></tr><tr><td>経営発達資金</td><td>0 件</td><td>0 万円</td></tr><tr><td>計</td><td>28 件</td><td>15,928 万円</td></tr></table> (3) 創業支援については、特に小規模事業者における後継者を対象に、個別指導を行った。 (株)はまなす亭、(同)荒沢土建、(同)清水興業			区分	斡旋件数	斡旋総額	マル経	28 件	15,928 万円	経営発達資金	0 件	0 万円	計	28 件	15,928 万円	(2) 評価<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table>					A	B	C	D	E																						
										区分	斡旋件数	斡旋総額																																									
										マル経	28 件	15,928 万円																																									
										経営発達資金	0 件	0 万円																																									
										計	28 件	15,928 万円																																									
										A	B	C	D	E																																							
										(3) 評価<table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table>					A	B	C	D	E																																		
										A	B	C	D	E																																							
目標							(4) 目標と実績（令和 1 年度）<table><tr><th>内容</th><th>目標</th><th>実績</th></tr><tr><td>フォローアップセミナーの開催</td><td>3</td><td>8</td></tr><tr><td>経営革新・持続化補助金フォローアップ支援</td><td>33</td><td>105</td></tr><tr><td>金融支援</td><td>50</td><td>112</td></tr><tr><td>小規模事業者経営発達支援融資制度</td><td>3</td><td>0</td></tr><tr><td>創業支援件数</td><td>20</td><td>30</td></tr></table>			内容	目標	実績	フォローアップセミナーの開催	3	8	経営革新・持続化補助金フォローアップ支援	33	105	金融支援	50	112	小規模事業者経営発達支援融資制度	3	0	創業支援件数	20	30	(4) 評価<table><tr><th>内容</th><th>評価</th></tr><tr><td>フォローアップセミナーの開催</td><td>A</td></tr><tr><td>経営革新・持続化補助金フォローアップ支援</td><td>A</td></tr><tr><td>金融支援</td><td>A</td></tr><tr><td>小規模事業者経営発達支援融資制度</td><td>E</td></tr><tr><td>創業支援件数</td><td>A</td></tr></table>					内容	評価	フォローアップセミナーの開催	A	経営革新・持続化補助金フォローアップ支援	A	金融支援	A	小規模事業者経営発達支援融資制度	E	創業支援件数	A									
内容	目標	実績																																																			
フォローアップセミナーの開催	3	8																																																			
経営革新・持続化補助金フォローアップ支援	33	105																																																			
金融支援	50	112																																																			
小規模事業者経営発達支援融資制度	3	0																																																			
創業支援件数	20	30																																																			
内容	評価																																																				
フォローアップセミナーの開催	A																																																				
経営革新・持続化補助金フォローアップ支援	A																																																				
金融支援	A																																																				
小規模事業者経営発達支援融資制度	E																																																				
創業支援件数	A																																																				
<table><tr><th>内容</th><th>現状</th><th>27 年度</th><th>28 年度</th><th>29 年度</th><th>30 年度</th><th>1 年度</th></tr><tr><td>フォローアップセミナーの開催</td><td>0 件</td><td>1 件</td><td>2 件</td><td>3 件</td><td>3 件</td><td>3 件</td></tr><tr><td>経営革新・持続化補助金フォローアップ支援</td><td>22 件</td><td>27 件</td><td>29 件</td><td>31 件</td><td>33 件</td><td>33 件</td></tr><tr><td>金融支援</td><td>40 件</td><td>45 件</td><td>45 件</td><td>47 件</td><td>50 件</td><td>50 件</td></tr><tr><td>小規模事業者経営発達支援融資制度</td><td>0 件</td><td>0 件</td><td>1 件</td><td>2 件</td><td>2 件</td><td>3 件</td></tr><tr><td>創業支援件数</td><td>17 件</td><td>20 件</td><td>20 件</td><td>20 件</td><td>20 件</td><td>20 件</td></tr></table>							内容	現状	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	1 年度	フォローアップセミナーの開催	0 件	1 件	2 件	3 件	3 件	3 件	経営革新・持続化補助金フォローアップ支援	22 件	27 件	29 件	31 件	33 件	33 件	金融支援	40 件	45 件	45 件	47 件	50 件	50 件	小規模事業者経営発達支援融資制度	0 件	0 件	1 件	2 件	2 件	3 件	創業支援件数	17 件	20 件	20 件	20 件	20 件	20 件					
内容	現状	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	1 年度																																															
フォローアップセミナーの開催	0 件	1 件	2 件	3 件	3 件	3 件																																															
経営革新・持続化補助金フォローアップ支援	22 件	27 件	29 件	31 件	33 件	33 件																																															
金融支援	40 件	45 件	45 件	47 件	50 件	50 件																																															
小規模事業者経営発達支援融資制度	0 件	0 件	1 件	2 件	2 件	3 件																																															
創業支援件数	17 件	20 件	20 件	20 件	20 件	20 件																																															

【評価について】 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。(80%～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%～79%)
 D: 目標をほとんど達成することができなかった。(30%未満) E: 未実施

経営発達支援事業の内容							実施内容			評価																																																																																														
5. 需要動向調査に関すること【指針③】 当商工会の小規模事業者は、建設業や小売業、サービス業、製造業、農林業と幅広い業種で構成されており、それぞれからのニーズに対して、商品やサービスの需要動向に関する情報提供が弱く、会員各事業所から情報提供の強化が求められていた。このため、より多様化するニーズへの対応を目的に、各種情報誌や官公庁による統計調査結果等を通じて、販売する商品や提供する役務の需要に関する動向把握を行うとともに、物産展やイベント等を通じた試験販売による需要動向の把握も行う。 さらに、得られた情報については、個別企業に巡回指導及び窓口指導、個別相談、集団指導において情報を提供し、需要を見据えた事業計画書を策定する上での根拠として活用する。 事業内容 (1) 各事業所の事業戦略構築支援等を目的に、『業界誌』や『週刊ダイヤモンド』、『日経マネー』、『プレジデント』などの情報誌で業界別の動向を把握する。 (2) 「内閣府 消費動向調査」等官公庁による統計調査結果や、日経テレコン21のPOS情報から個別商品の需要動向を把握する。 (3) 洋野町の特産品等については、岩手県産株式会社主催の物産展や見本市等への出展、近隣の道の駅及び各種団体のイベントにおける試験販売を行い需要の把握を図る。 (4) 小規模事業者の販路支援策としては、上記調査結果を生かし個別の事業計画の支援・指導を行い、売上の向上に努める。 (5) 上記による商品や役務の需給動向調査結果に関しては、巡回指導や窓口指導を通じて個別企業に提供するとともに、当商工会ホームページに掲載して公表するとともに、個別の事業計画の策定などに活用する。 目標 <table><thead><tr><th>内容</th><th>現状</th><th>27年度</th><th>28年度</th><th>29年度</th><th>30年度</th><th>1年度</th></tr></thead><tbody><tr><td>業界誌・情報誌による業界別の需要動向の把握</td><td>0</td><td>2</td><td>4</td><td>4</td><td>4</td><td>4</td></tr><tr><td>消費動向調査等による個別商品の需要動向把握</td><td>0</td><td>2</td><td>4</td><td>4</td><td>4</td><td>4</td></tr><tr><td>道の駅やイベントにおける新商品の試験販売回数</td><td>2</td><td>4</td><td>4</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td></tr><tr><td>需要動向調査結果のホームページ公表回数(アクセス回数)</td><td>0 (0)</td><td>2 (500)</td><td>4 (1,000)</td><td>4 (1,000)</td><td>4 (1,000)</td><td>4 (1,000)</td></tr></tbody></table>							内容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	1年度	業界誌・情報誌による業界別の需要動向の把握	0	2	4	4	4	4	消費動向調査等による個別商品の需要動向把握	0	2	4	4	4	4	道の駅やイベントにおける新商品の試験販売回数	2	4	4	6	6	6	需要動向調査結果のホームページ公表回数(アクセス回数)	0 (0)	2 (500)	4 (1,000)	4 (1,000)	4 (1,000)	4 (1,000)	(1) 週刊ダイヤモンド、日経マネー、プレジデントを購入し、各業界の動向を把握し、事業計画策定支援を行った小規模事業者に対する伴走型支援の際に活用した。 (2) 業種別審査辞典を活用し、個別商品の需要動向などについて、把握し、事業計画策定支援事業所に対する伴走型支援の際に活用した。 (3) 道の駅等で、支援企業6社の新商品の試験販売を行い、消費者ニーズの把握を行い、商品の改善や品質向上等にフィードバックした。 (4) 目標と実績（令和1年度） <table><thead><tr><th>区分</th><th>目標</th><th>実績</th></tr></thead><tbody><tr><td>業界誌・情報誌による業界別の需要動向の把握</td><td>4</td><td>4</td></tr><tr><td>消費動向調査等による個別商品の需要動向把握</td><td>4</td><td>4</td></tr><tr><td>道の駅やイベントにおける新商品の試験販売回数</td><td>6</td><td>6</td></tr><tr><td>需要動向調査結果のホームページ公表回数(アクセス回数)</td><td>4 (1,000)</td><td>0 (1,145)</td></tr></tbody></table>			区分	目標	実績	業界誌・情報誌による業界別の需要動向の把握	4	4	消費動向調査等による個別商品の需要動向把握	4	4	道の駅やイベントにおける新商品の試験販売回数	6	6	需要動向調査結果のホームページ公表回数(アクセス回数)	4 (1,000)	0 (1,145)	(1) 評価 <table><thead><tr><th>A</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th></tr></thead><tbody><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></tbody></table> (2) 評価 <table><thead><tr><th>A</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th></tr></thead><tbody><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></tbody></table> (3) 評価 <table><thead><tr><th>A</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th><th>E</th></tr></thead><tbody><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></tbody></table> (4) 評価 <table><thead><tr><th>区分</th><th>評価</th></tr></thead><tbody><tr><td>業界誌・情報誌による業界別の需要動向の把握</td><td>A</td></tr><tr><td>消費動向調査等による個別商品の需要動向把握</td><td>A</td></tr><tr><td>道の駅やイベントにおける新商品の試験販売回数</td><td>A</td></tr><tr><td>需要動向調査結果のホームページ公表回数(アクセス回数)</td><td>E</td></tr></tbody></table> この項目について、現在のガイドラインでは、公表を求めていることから、評価は除外されています。					A	B	C	D	E						A	B	C	D	E						A	B	C	D	E						区分	評価	業界誌・情報誌による業界別の需要動向の把握	A	消費動向調査等による個別商品の需要動向把握	A	道の駅やイベントにおける新商品の試験販売回数	A	需要動向調査結果のホームページ公表回数(アクセス回数)	E
内容	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	1年度																																																																																																		
業界誌・情報誌による業界別の需要動向の把握	0	2	4	4	4	4																																																																																																		
消費動向調査等による個別商品の需要動向把握	0	2	4	4	4	4																																																																																																		
道の駅やイベントにおける新商品の試験販売回数	2	4	4	6	6	6																																																																																																		
需要動向調査結果のホームページ公表回数(アクセス回数)	0 (0)	2 (500)	4 (1,000)	4 (1,000)	4 (1,000)	4 (1,000)																																																																																																		
区分	目標	実績																																																																																																						
業界誌・情報誌による業界別の需要動向の把握	4	4																																																																																																						
消費動向調査等による個別商品の需要動向把握	4	4																																																																																																						
道の駅やイベントにおける新商品の試験販売回数	6	6																																																																																																						
需要動向調査結果のホームページ公表回数(アクセス回数)	4 (1,000)	0 (1,145)																																																																																																						
A	B	C	D	E																																																																																																				
A	B	C	D	E																																																																																																				
A	B	C	D	E																																																																																																				
区分	評価																																																																																																							
業界誌・情報誌による業界別の需要動向の把握	A																																																																																																							
消費動向調査等による個別商品の需要動向把握	A																																																																																																							
道の駅やイベントにおける新商品の試験販売回数	A																																																																																																							
需要動向調査結果のホームページ公表回数(アクセス回数)	E																																																																																																							

この項目について、現在のガイドラインでは、公表を求めていることから、評価から除外しても良いと思われる

経営発達支援事業の内容	実施内容	評価																				
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】 これまでは、展示会、商談会の開催情報の周知にとどまっており、積極的な需要の開拓に資する取組ではなかった。本計画では、事業計画策定支援者、経営革新計画策定事業者及び創業者に対して、販路拡大に資するために、大消費地を対象とした商談会を開催するとともに、物産展や展示会等への出展支援を行う。さらに、出展前個別指導や出展後のアフターフォローを強化した取り組みを行うことで、成約率の拡大を狙う。さらに、当会ホームページの内容を改善して、商品やサービスに関する情報発信等を行うとともに、各種商談会や物産展の開催情報の提供を行う。 事業内容 (1) 商談会の開催と展示会・物産展への出展支援 地域産品などを販売する小売事業者や被災した水産加工事業者等の震災によって途絶えた販路の回復・拡大を目的に仙台市や関東等の大型消費地を対象とした商談会を行う。バイヤーの確保については、岩手県商工会連合会や岩手県産株式会社等と連携し、百貨店等のバイヤーの確保に努めるとともに、事前のヒアリングなどを通じて需要側のニーズを的確に把握する。また、商社や百貨店などのバイヤー以外の一般消費者への拡大を図るため、全国商工会連合会や岩手県商工会連合会及び岩手県産株式会社等が主催する物産展や展示会等催事への出展を支援する。 (2) 出展前セミナーや個別指導の実施 展示会の展示方法のアドバイスやPRパンフレットの作成支援、バイヤーへの紹介状の送付。 (3) 出展後のアフターフォロー支援 定期的なアプローチのためにバイヤー向けの挨拶状作成支援、バイヤーへのアンケートを行い次回の個別商談会等でのマッチング率向上を目指す。 (4) ホームページを通じた商品サービスの情報発信 当会ホームページの内容を改善して、企業の業績向上のため、商品やサービスに関する情報発信を行うと共に、企業向けには、各種展示会や商談会等の開催情報、各種制度や事業の申請手続きなどについての情報提供も行う。	(1) 商談会出展にあたり、必要な知識、情報、ノウハウ等について、日々の巡回訪問や専門家派遣によりの確な指導を行った。 (2) 実際に出展している小規模事業者より、出展方法、PRパンフレットの作成技術等について、ヒアリング及び調査を行い、職員間で学習・共有し、それを日常の巡回指導で、出展を希望する小規模事業者への指導や情報提供に活用した。 (3) (株)岩手県産のバイヤーに事業内容を説明するとともに、挨拶状作成のアドバイスを受けた。 (4) 当会ホームページを改修し、迅速な情報提供を行った。	(1) 評価 <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table> (2) 評価 <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table> (3) 評価 <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table> (4) 評価 <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table>	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
A	B	C	D	E																		
A	B	C	D	E																		
A	B	C	D	E																		
A	B	C	D	E																		

【評価について】 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。(80%～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%～79%)
D: 目標をほとんど達成することができなかった。(30%未満) E: 未実施

経営発達支援事業の内容							実施内容			評価				
目標							(5) 目標と実績（令和１年度）			(5) 評価				
内容	現状	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	1 年度	内容	目標	実績	内容	評価			
商談会の開催数 （商談成約企業数）	0	1 (1)	1 (2)	1 (3)	1 (4)	1 (5)	商談会の開催数 （商談成約企業数）	1 (5)	1 (6)	商談会の開催数 （商談成約企業数）	A			
物産展・展示会への 出展支援	3	3	3	4	5	6	物産展・展示会への 出展支援	6	12	物産展・展示会への 出展支援	A			
出展前指導件数	3	3	3	4	5	6	出展前指導件数	6	18	出展前指導件数	A			
出展後フォローア ップ数	3	3	3	4	5	6	出展後フォローアッ プ数	6	12	出展後フォローアッ プ数	A			
ホームページ情報 更新数	1	1	2	3	4	4	ホームページ情報更 新数	4	0	ホームページ情報更 新数	E			
Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組							(1) ブランド化に向けた支援要望のあ った6企業に対して、ブランド構築 に向けた戦略の明確化や実施上の ポイント等について支援を行った。			(1) 評価				
事業内容										A B C D E				
(1) 特産品等のブランド化事業														
これまで開発してきた商品も含めて、特に、洋野町（旧種市町（海）、旧大野村（山））のイメージを具体化していくために上記委員会で検討を重ねる。ブランディングしていくに当たっては、①洋野町ブランドの定義、②ロゴマーク、③個別商品のパッケージデザイン等をトータルでコーディネートし、イメージ向上を図っていく。														
さらに、町内の特産品や、工芸品、特産品を活用した料理等に対し、ブランド認証していく。														

【評価について】 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。(80%～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%～79%)
D: 目標をほとんど達成することができなかった。(30%未満) E: 未実施

経営発達支援事業の内容	実施内容	評価										
(2) 観光資源の掘り起しと観光ルートの設定 町内の観光スポットの洗い出しを行い、「リスト」化を図る。観光資源のリストを反映させた観光コースの造成を行う。 (3) テストマーケティングの実施 「おおのキャンパス一人一芸交流祭」(5月)、「たねいちウニまつり」(7月)、「北奥羽ナニャドヤラ大会」(8月)、「洋野町農業祭」(10月)等のイベントは、多数の来訪があることから、当商工会としても重点イベントとして、運営に協力・連携しており、これらのイベントの際に販売スペースを活用した新商品の試験販売を行う。	(2)平成29年度に作成した洋野町種市の観光マップを、来町者に配布した。 (3)「おおのキャンパス一人一芸交流祭」(5月)、「たねいちウニまつり」(7月)、「北奥羽ナニャドヤラ大会」(8月)、「洋野町農業祭」(10月)等のイベントで、新商品の試験販売を行い、来場した顧客に対して、感想・評価についてヒアリングを行い、商品の改善や品質向上等にフィードバックした。	(2)評価 <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table> (3)評価 <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table>	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
A	B	C	D	E								
A	B	C	D	E								
Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組 1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること これまでは、他の支援機関等との連携については、経営改善普及事業等で関係事案が生じた際に担当者同士で情報を入手するだけにとどまっており、組織的に支援ノウハウ等を入手する仕組みとなっていなかった。 本計画では、これまで商工会単独ではなかなか得られなかった情報を他の支援機関との連携を強化することで、経営計画策定に資する情報や支援ノウハウを効果的に入手していく。具体的には、「地域の経済動向・資金需要に関する情報収集」、「事業計画策定支援に関する情報収集」のための連携を強化するとともに、「洋野町活性化会議の設置」による情報交換の場を設定する。 (1) 地域の経済動向・資金需要に関する情報収集 これまでは、金融機関や保証協会との情報交換は、経営改善普及事業等で関係事案が生じた際に担当者同士で情報を入手するだけであったが、小規模事業者への支援に役立つ情報やノウハウを組織的に取り入れるための仕組みにはなっていないことから、本計画では、地域内金融機関（岩手銀行、東北銀行）との年2回金融懇談会を開催し、景気動向、管内貸付状況や資金需要、商品・サービスに関する市場動向等について情報交換を行う。さらに年2回開催される日本政策金融公庫八戸支店管内の商工会、商工会議所の経営指導員が集まる「経営改善貸付連絡会議」において、近隣他地域の景況、資金需要等の情報交換も行う。得られた情報は、小規模事業者が経営戦略を策定する際の重要な情報となることから、業種別に情報を整理分類し、個別相談の際に活用していく。												
	(1)金融機関等の懇談会で交換した情報については、職員間で共有し、小規模事業者の伴走型支援の際に活用している。また、専門家派遣において、専門家と共同で、新たな指導用様式を開発し、小規模事業者に対するさらにきめ細かい支援を行った。	(1)評価 <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table>	A	B	C	D	E					
A	B	C	D	E								

【評価について】 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。(80%～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%～79%)
D: 目標をほとんど達成することができなかった。(30%未満) E: 未実施

経営発達支援事業の内容	実施内容	評価															
(2) 事業計画策定支援に関する情報収集 これまでは、経営計画策定や実施支援に関しては、経営改善普及事業を通じて事業者の求めによる関係事案が生じた際にエキスパートバンク登録の専門家からの情報入手程度にとどまっているとともに、経営戦略に基づいた内容となっていなかった。 本計画では、経営戦略に基づく経営計画策定支援を行っていくための支援体制が求められるため、岩手県商工会連合会のエキスパートバンクや、岩手県よろず支援拠点、中小企業基盤整備機構などと連携して、新市場への進出及び販路開拓に資する情報や、支援事例に関する情報交換を進め、小規模事業者の伴走型支援に活用していく。 (3) 洋野町活性化会議の設置 当商工会は、平成 20 年に旧大野村と旧種市町商工会が合併して洋野町商工会として活動している。合併により各商工会の指導方法が異なり、また、地区内の業種も水産加工、農産加工があり、それぞれ異なった業種が活性化してきた状況である。このため幅の広い業種への対応を目指し、事務局体制及び商工業者への指導の在り方についての意志統一を図ってきた。 本計画においては、多様な支援者等が一堂に会して、地域の活性化や業種別の動向等を協議し、小規模事業者等の支援の方向性について共通認識を図る。構成員を①行政、②金融機関、③経営革新承認事業者、④外部有識者とした「洋野町活性化会議」を設置する。 ■構成員の役割 ① 行政 → 町の取組と連携、補助事業等の情報提供を頂く。 ② 金融機関 → 町内外の経済動向及び金融支援のノウハウについて交流を図る。 ③ 経営革新承認事業者 → 経営革新事業の普及及び会員の意識啓発、資質の向上を図る。 ④ 外部有識者 → 支援情報の交換と新商品の開発や需要開拓を目指す。 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること 岩手県北圏域の支援機関を対象とする実務者対象の研修会において、支援ノウハウ、支援の現状、事例検討など、実践的なスキルアップを図る。また、前述したとおり、地元金融機関等との情報交換の実施により、支援力向上を図る。また、小規模事業者の強みを分析し、その強みに応じた対策対案を実施できるように、国、県で主催する研修会に職員 6 名の参加を図るほか、外部専門家を招聘し、支援の専門性を高めるための「経営指導員の心得」、「気づき」、「支援に関する知識やスキル」などの習得を図ると共に、創業や小規模事業者の成長発展のみならず、持続発展、事業承継、廃業(事業再生)など事業者のライフサイクル全般に対応できるスキルを習得する。	(2)岩手県商工会連合会のエキスパートバンクを小規模事業者毎の支援ニーズに合わせて、効果的に活用にし、経営革新計画の承認、小規模事業者持続化補助金の採択、マル経融資、経営発達融資等の実績に結び付けた。 (3)洋野町活性化会議を設置し、計 2 回の会議を開催し、地域の活性化や業種別の動向等を協議し、小規模事業者等の支援の方向性について共通認識を図った。 ○職員を対象に、商工会連合会のセミナー、中小企業基盤整備機構の各種セミナー等への参加や、専門家派遣の同行・連携指導を通じて資質向上を図り、小規模事業者への支援効果を高めた。また、組織内で支援内容を共有するとともに、OJT により資質向上と実績に結びついた。	(2)評価 <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table> (3)評価 <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table> ○評価 <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table>	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
A	B	C	D	E													
A	B	C	D	E													
A	B	C	D	E													

【評価について】 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。(80%～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%～79%)
D: 目標をほとんど達成することができなかった。(30%未満) E: 未実施

経営発達支援事業の内容	実施内容	評価					
また、組織内支援担当者による週 1 回のミーティングを実施し、目標と支援状況の確認を行うと共に、各種研修会への参加により職員が習得した支援ノウハウ及び小規模事業者の経営状況の分析結果等の共有化を図る。 主な内容 ・事業者とのコミュニケーション取り方、事業計画の作成・実施方法 ・創業、成長発展に必要な経営コンサルティング能力 ・経営診断、経営分析、財務分析、マーケティング分析 ・事業承継、廃業(事業再生) ・IT 活用(分析等) 3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること 会員企業の支援のための多種多様な事務、事業を展開した結果については、「洋野町活性化会議」に事業の進捗状況や成果を報告し、同会議の委員として委嘱した外部有識者も活用して、評価・見直しを行う。さらに、「洋野町商工会理事会」においても報告し、評価・見直しを再度行うなど、PDCAサイクルによる事業のマネジメントを実施する。また、商工会監事には会計監査を実施していただき、事業の遂行についての意見を聴取し会長に報告する。なお、各年度の事業実績に関しては、その結果をホームページにおいて公表する。 主な内容 ・各種講習会における受講者アンケートの実施 ・ホームページの改善内容に関する青年部会員などによるモニタリングの実施 ・個別支援内容と成果に関する進捗状況の確認、本所・支所の相談担当者週 1 回のミーティング	○商工会本所及び支所の経営発達計画担当者により令和 1 年度の達成状況の確認を行うとともに、外部有識者として合同会社地域計画の熊谷智義氏並びに商工会の経営革新承認企業代表者により、経営発達支援計画の実施内容について評価を行った。	○評価 <table><tr><td>A</td><td>B</td><td>C</td><td>D</td><td>E</td></tr></table>	A	B	C	D	E
A	B	C	D	E			

【評価について】 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。(80%～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%～79%)
D: 目標をほとんど達成することができなかった。(30%未満) E: 未実施

* 総合評価

項	目	評 価			コメント	総合評価
Ⅰ. 経営発達支援事業の内容					○伴走型支援のプロセスの精度をさらに高め、窓口相談や巡回指導の回数を増やし小規模事業者に対して、平成 30 年度より質の高い効果的な支援を行うことができた。	B
1.	地域の経済動向調査に関すること	A	B	C		
2.	経営状況の分析に関すること	A	B	C		
3.	事業計画の策定支援に関すること	A	B	C		
4.	事業計画策定後の実施支援に関すること	A	B	C		
5.	需要動向調査に関すること	A	B	C		
6.	新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること	A	B	C		
Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組					○ブランド化に向けた支援を行った 6 企業について、新たな取引先の開拓や売上向上等の成果に結びついた。	
Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組					○令和 2 年度は、PDCA サイクルによる伴走型支援の管理レベルや事業の評価及び見直しの質を高め、職員のさらなる資質向上を図り、経営発達支援事業及び伴走型支援のレベルアップを目指す。	
1.	他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること	A	B	C		
2.	経営指導員等の資質向上等に関すること	A	B	C		

※A評価が7-6項目で77.8% 66.6%、B評価が2項目で22.2%、C評価がなし 1項目で11.1%。総合評価はB。

■熊谷コメント

- ・各項目について、それぞれの目標に対して、高い水準で取り組まれている。県内の商工会で最も高い水準にあり、他の模範になるものと思われる。
- ・一部、目標値>実績値 となっている項目がA評価とされていた部分について、B評価とする修正案を朱書き見え消しとしたので、ご確認頂きたい。ただし、それらの項目についても、目標値の80%以上の水準にあり、十分取り組まれているものと判断される。
- ・E評価となった「小規模事業者経営発達支援融資制度」に関しては、実績○はやむを得ないものと考えられ、マル経28件の実績は特筆すべき結果となっている。
- ・需要動向調査結果の公表については、現在のガイドラインでは公表の必要が無いと記されていることから、今回の評価指標から除外すべきと判断される。
- ・ホームページの改善により、企業向けに、各種展示会や商談会立の開催情報、各種制度や事業の申請手続き情報の発信を行う事については、今後も継続して取り組む必要があると思われるので、目標値の有無に関わらず、実施して頂きたい。

【評価について】 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。(80%~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%~79%)
D: 目標をほとんど達成することができなかった。(30%未満) E: 未実施