

# 平成29年度 経営発達支援事業評価検討委員会 報告書



広野町「ひろぼー」



檜葉町「ゆず太郎」



富岡町「とみっぴー」



川内村「モリタロウ」

商工会南双葉広域連携協議会  
(広野町商工会、檜葉町商工会、富岡町商工会、川内村商工会)

## 事業評価について

### 1. 評価の目的

経営発達支援計画に基づき実施した事業に対し、客観的な事業の評価・検証を行い、次年度以降の各事業の見直し等につなげることを目的とする。

### 2. 評価する事業項目

経営発達支援計画の【Ⅰ. 経営発達支援事業の内容】、【Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組】、【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み】のうち、次の項目ごとに評価する。

#### 【Ⅰ. 経営発達支援事業の内容】（6項目）

1. 地域の経済動向調査に関する事
2. 経営状況の分析に関する事
3. 事業計画策定支援に関する事
4. 事業計画策定後の実施支援に関する事
5. 需要動向調査に関する事
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事

#### 【Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組】（1項目）

1. 地域経済の活性化に資する取組

#### 【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み】（1項目）

1. 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み

### 3. 評価の方法

(1) 【Ⅰ. 経営発達支援事業の内容】は次の方法で評価する。

目標数値に対する事業の実績を以下の評価項目（A・B・C・D）で達成度合いを示し、経営発達支援事業検討委員会がその達成度と実施方法等から検証し、評価・見直しする方法で評価する。

評価項目（A・B・C・D）

- A. 目標を達成することができた。（目標達成率：100%以上）
- B. 目標を概ね達成することができた。（目標達成率：80%～99%）
- C. 目標を半分程度しか達成できなかった。（目標達成率：30%～79%）
- D. 目標を殆ど達成することが出来なかった、または未実施。（目標達成率：30%未満）

(2) 【Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組】、【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み】は次の方法で評価する。  
評価項目（4・3・2・1）で達成度や達成感を示し、経営発達支援事業検討委員会がその実施内容を検証し、評価・見直しする方法で評価する。

評価項目（4・3・2・1）

- 4. 良くできた。（達成度・達成感：100%）
- 3. 概ねできた。（達成度・達成感：60%～99%）
- 2. 余りできなかった。（達成度・達成感：20%～59%）
- 1. できなかった。（達成度・達成感：20%未満）

#### 4. 評価・見直し等の反映

経営発達支援事業検討委員会からの答申を基に、各商工会理事会へ報告し、答申を基に事業の見直しと方向性を決定し、4商工会の通常総会にて承認を受ける。事業成果及び評価、見直し結果は各商工会のホームページ等で公表し広く周知する。

経営発達支援計画の内容	実施内容	評価																
<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること</p> <p><b>【現状と課題】</b></p> <p>四半期ごとに福島県商工会連合会が実施する「景況調査」と巡回等による情報収集は行っているが、集計と分析が不十分であるため地域の経済動向を把握するには至らなかった。調査結果を集計しても情報提供のみに留まり、経営計画策定に活用できていなかった。</p> <p><b>【事業内容】</b></p> <p>「情報収集・調査」→「情報分析」→「情報の活用」の順に事業を実施する。</p> <p>「情報収集・調査」は、①商工会の独自調査、②福島県金融経済概況、③福島県内景気動向調査から小規模事業者に必要なデータを収集する。</p> <p>「情報分析」は、主任広域経営指導員1名と経営指導員2名の合計3名が年2回実施する。「①商工会の独自調査」の調査項目を基準に分析することとし、「②福島県金融経済概況」及び「③福島県内景気動向調査」による福島県内のデータと南双葉4町村の現状を比較する。売上・利益を確保するための課題を業種別に抽出する等、分析した情報を期間別に保存して時系列で経済動向を比較できるように管理する。比較分析後の情報をID、パスワードで整備し、4商工会の職員が閲覧して共有できるデータベースを構築する。</p> <p>「情報の活用」は、比較分析の結果を「2. 経営状況の分析」における外部環境分析や「3. 事業計画策定支援」における目標設定において活用する。さらに、会報に比較分析の結果を掲載して年2回、4町村の小規模事業者に発送、商工会南双葉広域連携協議会のFacebookページに掲示する等、地域経済動向の情報を多面的に発信することで、地域内での創業や企業誘致を希望する事業者にも情報が届くようにする。</p>	<p><b>■「情報収集・調査」</b></p> <p>商工会の独自調査として、4商工会で調査件数を配分し7月1日～8月31日の期間で巡回訪問により地域経済動向アンケートを実施した。計画上、年2回実施を予定していたが、補助事業の採択が6月中旬になったため調査は1回となった。なお、調査項目は専門家のアドバイスを受け設定、集計および分析を専門家に委託して別冊のとおりまとめた。</p> <p><b>【実績】</b></p> <table border="1" data-bbox="1144 727 1796 807"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>目標</th> <th>実績</th> <th>達成率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>地域経済動向調査</td> <td>120</td> <td>128</td> <td>106.6</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>■「情報分析」</b></p> <p>独自調査結果のまとめが遅れたため、2月以降に他の調査結果との比較分析を予定している。</p> <p><b>■「情報の活用」</b></p> <p>今後、事業計画策定支援時に活用するほか、Facebookページに掲示等によって、多面的な情報提供を予定している。</p>	項目	目標	実績	達成率	地域経済動向調査	120	128	106.6	<table border="1" data-bbox="1823 727 2083 807"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>15</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	A	B	C	D	15	1	0	0
項目	目標	実績	達成率															
地域経済動向調査	120	128	106.6															
A	B	C	D															
15	1	0	0															
<p><b>【課題や問題点】</b></p> <p>1) 継続的な調査の必要性</p> <p>来年度以降も継続して調査対象事業者に地域経済動向調査を実施することで、前年との比較分析をしてより正確なデータ整備ができる。さらに、商工会が地域経済動向調査等の情報を収集して分析する機関であることが認知され、情報収集に協力的な小規模事業者が増えて実施体制が強固になる。</p> <p>2) 調査の円滑な実施</p> <p>初年度の取組であり調査項目の設定から調査結果の分析までに時間を要してしまったため、調査結果の公開が遅れてしまった。これに加えて、建設業1件とサービス業1件の合計</p>																		

2件に無回答の項目が発生した。経営指導員の調査員としてのノウハウが修練されていることから、来年度以降は地域経済動向調査を円滑に実施し、より多くの事業計画策定支援ができる。

### 3) 幅広い業種への調査

原子力発電所事故による避難指示区域の被災地特有の事情として、建設業の割合が高い等、帰還して事業再開している小規模事業者の業種に偏りがあり、卸売業や不動産業の調査件数が少なく、業種全体の傾向を的確に把握することができなかった。

#### 【改善点】

次年度については、上記の課題や問題点を踏まえ専門家のアドバイスや商工会役員等の協力を得ながら、刻々と変化する地域経済動向を的確に把握し情報提供を行いたい。

経営発達支援計画の内容	実施内容	評価																
<p>2. 経営状況の分析に関すること</p> <p><b>【現状と課題】</b></p> <p>経営状況の分析については、経営改善貸付（マル経）融資等の金融制度や小規模事業者持続化補助金等の補助金制度の申請書類作成時において、資金繰りや固定資産保有状況等の決算関係書類を転記するだけの簡単な経営計画策定をするのみであった。特に震災後は事業再開を最優先として、提出期限が短期である補助金や資金繰りの支援制度が大半であったことから、申請書作成時において経営状況の分析に十分な時間をかけられなかった。</p> <p><b>【事業内容】</b></p> <p>巡回訪問により掘り起こしを行ない、次の i) から ii) の流れで分析したうえで、事業計画策定を支援する事業者を上述の内容で選定する。（掘り起こし件数＝分析件数）巡回訪問の対象事業者は、「1. 地域の経済動向調査」にて独自調査を実施した帰還して事業再開している小規模事業者に加え、避難先に移転して事業再開している小規模事業者（以下、移転再開事業者）とする。移転再開事業者については、地元への帰還の意向を確認し、地域の経済動向と比較して帰還の時期、事業内容及び立地場所等が最適かを分析する。</p> <p>i) ヒアリングによる情報収集（定性情報）</p> <p>小規模事業者の現状を把握するために必ず事業所まで巡回し、あらかじめ設定した項目に基づいて4商工会で統一して作成した「経営状況ヒアリングシート」を活用して効率的に情報収集する。また、事業所は整理整頓がなされているか等のチェック項目も設定して現場の状況を把握する。</p> <p>a) ヒアリング項目 経営理念、企業概要、顧客ニーズ、商品・サービスの特色、経営方針、今後の目標・事業計画、後継者の有無、地元への帰還の意向（移転再開事業者のみ）</p> <p>b) チェック項目</p> <p>ii) 分析に必要な情報と項目</p> <p>a) 上記①のヒアリング項目による聴取した個別データ</p> <p>b) 「1. 地域の経済動向調査」による分析データ</p> <p>c) 「5. 需要動向調査」による分析データ</p> <p>d) 直近2期分の決算関係書類（貸借対照表・損益計算書・CF計算書等）</p> <p>e) 金融機関からの借入状況の分かる資料（返済予定表等）</p> <p>上記 a) ～e) の情報を分析して次の2つの項目による分析を実施する。</p> <p>ア) 定性的分析 3C分析により事業ドメインを明確にする。</p>	<p><b>■経営状況の分析</b></p> <p>4商工会で調査件数を配分し7月1日～8月31日の期間で巡回訪問により経営状況のヒアリングを実施した。計画上、地域動向調査を実施した帰還して事業再開している小規模事業者に加え、避難先で移転再開している事業者を対象にしていたが、帰還再開している小規模事業者のみヒアリングを行った。</p> <p>なお、ヒアリング項目は専門家のアドバイスを受け設定、集計および分析を専門家に委託して別冊のとおりまとめた。</p> <p><b>【実績】</b></p> <table border="1" data-bbox="1144 842 1796 922"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>目標</th> <th>実績</th> <th>達成率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>経営状況の分析</td> <td>110</td> <td>128</td> <td>116.3</td> </tr> </tbody> </table>	項目	目標	実績	達成率	経営状況の分析	110	128	116.3	<table border="1" data-bbox="1823 842 2078 922"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>15</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	A	B	C	D	15	1	0	0
項目	目標	実績	達成率															
経営状況の分析	110	128	116.3															
A	B	C	D															
15	1	0	0															

<p>SWOT分析により事業の“強み”“弱み”“機会”“脅威”を整理して課題を抽出する。</p> <p>i) 定量的分析 収益性、安全性、生産性、成長性を算出する財務分析を行なう。 資金繰り等、将来の見通しを分析する。</p> <p>iii) 分析結果の活用 ヒアリングにより聴取した個別データに、地域の経済動向及び需要動向の客観的な分析データを加味することで、事業計画策定支援対象事業者選定の精度を高める。移転再開事業者については、地域の経済動向及び需要動向を的確に把握して帰還意向と地元での事業再開の成否を比較分析する。</p> <p>そして、経営分析の結果を小規模事業者の説明し、課題を明確にして今後の経営方針を立案し直す動機づけを行なう。将来的には事業再開はもちろん事業継続や承継等の経営体制を強化するために必要な事業計画策定に活用する。</p>		
<p><b>【課題や問題点】</b></p> <p>1) 継続的な分析の必要性 同じ小規模事業者に対して、来年度以降も経営状況の分析を実施して各年度と比較することで、課題を明確にして今後の経営方針を立案して、事業を継続していくための経営体制を強化する必要がある。</p> <p>2) 財務分析の可否 個人事業主は青色申告であっても貸借対照表を作成していない場合があり、流動比率や固定比率といった安全性分析ができなかった。事業計画策定において財政状態を把握しておくことは前提条件であるため、貸借対照表を策定できる税務面での支援が必要である。</p> <p>3) 正確な情報収集の実施 初年度の取組でありヒアリング項目の設定から経営状況の分析までに時間を要してしまったため、経営分析レポートの作成が遅れてしまった。これに加えて、建設業1件、小売業1件、飲食業・宿泊業3件、サービス業2件の合計7件に無回答の項目が発生した。来年度以降は正確な情報収集を徹底して経営状況の分析を実施する。</p> <p>4) 幅広い業種の分析 原子力発電所事故による避難指示区域の被災地特有の事情として、建設業の割合が高い等、帰還して事業再開している小規模事業者の業種に偏りがあり、卸売業や不動産業の分析件数が少なく、業種全体の傾向を的確に把握することができなかった。</p> <p>5) 調査範囲 避難先で移転再開している小規模事業者の調査が未実施であった。</p> <p><b>【改善点】</b> 次年度については、①調査を実施した小規模事業者に対する継続調査による精度向上、②業種毎の調査件数の平準化を図り経営状況を的確に把握、③避難先での移転再開している小規模事業者への調査を実施し、事業再開や経営基盤強化に向けた経営計画策定に活用する。</p>		

経営発達支援計画の内容	実施内容	評価																																																
<p>3. 事業計画策定支援に関すること</p> <p><b>【現状と課題】</b></p> <p>これまでの事業計画策定支援は補助金申請書や融資申込書を作成し審査を通過するためのものであり、中長期的な視点をもった計画ではなかった。支援先についても商工会員もしくは入会見込者に限られており、会員・非会員を問わない地域全体の小規模事業者を対象にしていなかった。さらに、商工会員の中でも一部の業種や事業者への支援に留まっていた。</p> <p><b>【事業内容】</b></p> <p>地域経済動向調査と経営状況の分析に基づいて次の3つの内容で事業計画策定支援を実施する。</p> <p>i) 経営状況の分析を実施した小規模事業者への事業計画策定支援</p> <p>地域経済動向調査による外部環境を経営状況分析による各小規模事業者の強みに結び付けて、強みをいかした事業展開が可能になる事業計画策定支援を実施する。策定した事業計画に基づいて、新商品・サービスの開発や販路拡大といった新事業展開と移転再開事業者の地元での事業再開の支援へとつなげる。復興需要の終了や後継者不足等により事業継続が懸念される小規模事業者については、短期的な取組方針と行動計画を事業計画に追加して課題解決を図る。</p> <p>また、補助金申請や融資申し込みに活用するとともに有用な施策情報を提供して被災小規模事業者の地元での事業再開及び経営安定を図り、支援の幅を広げる。専門的な支援が必要な場合は、福島県商工会連合会、公益社団法人福島県産業振興センター及び福島県よろず支援拠点と連携して事業計画策定を支援する。</p> <p>ii) 事業計画策定セミナー開催による事業計画策定支援</p> <p>これまでは経営計画が無い状態でも事業継続が可能であったが、外部環境の変化と事業の強みを結び付けて地域で持続的発展をしていくためには、事業計画に基づく経営が不可欠である。このことを小規模事業者に認識させ事業計画策定の意欲を高めるために、事業計画策定セミナー（集団講習会及び個別相談会）を開催する。</p> <p>初めに集団での講習会で事業計画の策定方法や必要性について説明する。次に、集団講習会の受講者の中から希望者に個別相談会で必要な手続きや策定の流れについて具体的に説明し、事業計画策定を支援する。より多くの集団講習会受講者を個別相談会に参加させることで、実効性の高い事業計画策定を図る。</p> <p>これにより、小規模事業者が抱える日常の悩みを具現化して経営課題としてとらえ、それを解決するためにどのような経営をすればよいかといった考える機会を提供する。また、経</p>	<p>■経営状況の分析を実施した小規模事業者への事業計画策定支援</p> <p>経営状況の分析を行った小規模事業者の他、補助金申請や融資申込みを希望する小規模事業者に対し、事業計画策定の支援を実施した。</p> <p><b>【実績】</b></p> <table border="1" data-bbox="1144 767 1794 847"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>目標</th> <th>実績</th> <th>達成率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>事業計画策定支援</td> <td>45</td> <td>54</td> <td>120.0</td> </tr> </tbody> </table> <p>■事業計画策定セミナー開催による事業計画策定支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・集団講習会 12/4・12/7 計2回開催</li> <li>・個別相談会 12/11、1/9（川内） 12/14、1/11（富岡） 12/18、1/12（檜葉）、12/21、1/15（広野）計8回開催</li> </ul> <p><b>【実績】</b></p> <table border="1" data-bbox="1144 1114 1794 1353"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>目標</th> <th>実績</th> <th>達成率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>事業計画策定セミナー（集団講習会）</td> <td>28</td> <td>20</td> <td>74.4</td> </tr> <tr> <td>事業計画策定セミナー（個別相談会）</td> <td>10</td> <td>23</td> <td>230.0</td> </tr> <tr> <td>計画策定件数</td> <td>10</td> <td>14</td> <td>140.0</td> </tr> </tbody> </table> <p>※集団講習会、個別相談会の実績は延べ件数。</p>	項目	目標	実績	達成率	事業計画策定支援	45	54	120.0	項目	目標	実績	達成率	事業計画策定セミナー（集団講習会）	28	20	74.4	事業計画策定セミナー（個別相談会）	10	23	230.0	計画策定件数	10	14	140.0	<table border="1" data-bbox="1823 767 2078 847"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>14</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" data-bbox="1823 1114 2078 1353"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>4</td> <td>7</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>5</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	A	B	C	D	14	2	0	0	A	B	C	D	5	4	7	0	10	5	1	0	14	2	0	0
項目	目標	実績	達成率																																															
事業計画策定支援	45	54	120.0																																															
項目	目標	実績	達成率																																															
事業計画策定セミナー（集団講習会）	28	20	74.4																																															
事業計画策定セミナー（個別相談会）	10	23	230.0																																															
計画策定件数	10	14	140.0																																															
A	B	C	D																																															
14	2	0	0																																															
A	B	C	D																																															
5	4	7	0																																															
10	5	1	0																																															
14	2	0	0																																															

営状況の分析を実施した事業者以外にも事業計画策定支援ができるようになり、動機づけと掘り起こしによる事業計画策定件数の増加が期待できる。

なお、事業計画作成セミナーは、集団講習会 1 回、個別相談会 3 回で 1 セットとして、年間 2 セットの開催とする。

iii) 創業予定者への事業計画策定支援

商業機能回復や雇用創出等の地域活性化のためには創業予定者の事業実現が必要不可欠である。創業及び経営に関するノウハウを習得した事業者を生み出すことを目的とし創業セミナーを開催し、創業予定者の掘り起こしと創業のための経営計画策定を支援する。日本政策金融公庫いわき支店と連携して「創業計画書」「資金繰り表」「受注予定表（顧客の見込み）」の策定についての資料を受講者に提供し、支店長もしくは融資課長を講師として内容を講習する。講習後、窓口相談もしくは巡回訪問で受講者にフォローアップして創業のための事業計画策定を支援する。創業の初期段階から支援を開始することで、地域内の取引先や創業予定地の紹介、選定が可能になり、創業計画の実現性を高めることができる。また、創業セミナーを通して創業予定者と日本政策金融公庫いわき支店とが顔合わせすることで、創業に係る資金繰り支援の際に、融資手続きの連絡調整が円滑にできることが期待できる。

なお、創業セミナーは年 1 回の開催とし、創業セミナー以外にも窓口受付や事業者からの照会等をきっかけにした創業予定者の掘り起こしと事業計画策定支援を実施する。

■創業予定者への事業計画策定支援

未実施

【実績】

項目	目標	実績	達成率
創業セミナー参加者	7	—	—
計画策定件数	7	—	—

A	B	C	D
1	2	2	11
1	4	2	9

【課題や問題点】

1) セミナー開催の案内

事業計画策定セミナー開催のチラシでの案内において郵送は 1 回のみで案内から開催までの期間が短く巡回による周知には限界があった。来年度は案内を開催から 2 ヶ月以上前に実施して周知の時間を十分に確保して参加者数の増加を図る必要がある。

2) 地域経済動向調査と経営状況の分析の活用

地域経済動向調査と経営状況の分析を事前に実施していない参加者がいたため、すべての参加者の事業計画に調査と分析の結果を反映できなかった。来年度以降は事前の調査を完全実施して自社の現状分析（内部環境及び外部環境）と組み合わせより実用性の高い事業計画の策定を目指す。

3) 創業予定者への計画策定支援

創業を希望する案件がほとんど無かったため、創業セミナー開催および計画策定支援について未実施であった。

【改善点】

小規模事業者のニーズを的確に把握し、年度当初にセミナーの実施計画や内容を立案することで計画的に実施する。また、今後、事業再開を果たせずに廃業を選択する小規模事業者が増加することが予想されるため、創業予定者の掘り起こしを行いながら計画策定支援を実施する。

経営発達支援計画の内容	実施内容	評価																																																
<p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p><b>【現状と課題】</b></p> <p>これまでは、補助金申請や融資申し込みのための事業計画策定が多く、計画策定後の支援は、補助金交付のための実績報告や融資返済予定の条件変更（リスケジュール）に偏重していた。このことから事業計画の進捗状況確認、実現可能性の調査、計画修正の検討、新たな課題の抽出等の事業計画策定後の支援が十分ではなく、事業計画を作成した時点から支援が継続できていない状況であった。</p> <p>創業者に対しても同様であり巡回訪問が定期的にできておらず、創業計画のフォローアップが不十分で早期廃業を防ぐ支援ができていなかった。</p> <p><b>【事業内容】</b></p> <p>事業計画策定支援を実施した事業者に対するその後の支援として、次の3つの方法でフォローアップ支援を実行する。</p> <p>i) 進捗状況の確認</p> <p>事業計画策定支援を実施した事業者すべてを対象にして、定期的な巡回訪問の中で年4回（3ヶ月に1回）、事業計画の進捗状況を確認する。計画と現状に乖離がある場合は、事業計画の見直しを提案して計画実現を図る。</p> <p>創業予定者については、創業の準備段階事業が軌道に乗るまでは毎月1回巡回訪問し進捗状況を把握して創業者向けの支援制度を提案し申請することで事業計画の実現可能性を高める。</p> <p>ii) 実現可能性の調査と計画修正の検討</p> <p>事業計画と進捗状況を比較して、実現可能性と修正の必要性を4商工会の事務局長及び経営指導員が対象の経営支援会議で検討する。4商工会の小規模事業者の事業計画を共有し課題解決のための支援に複数の視点から取り組むことで精度の高い事業計画実施支援を図る。</p> <p>iii) 新たな課題への対応</p> <p>事業計画作成当初では想定できなかった課題や新事業展開で発生する課題を新たに事業計画へ盛り込むことで、販路開拓や新商品・サービス開発の実現を目指し、地域の経済動向と需要動向を見据え、売上・利益を確保できる事業実施を支援する。</p> <p><b>【課題や問題点】</b></p> <p>1) 事業計画策定後のフォローアップ</p> <p>事業計画策定セミナー受講者に対する計画策定支援は、ある程度実施できたが継続的なフォローアップは達成率37.5%に止まった。セミナーの開催時期が遅かったことも要因と</p>	<p>■事業計画策定後の巡回支援</p> <p><b>【実績】</b></p> <table border="1" data-bbox="1144 612 1794 730"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>目標</th> <th>実績</th> <th>達成率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>事業計画策定後の巡回支援</td> <td>180</td> <td>175</td> <td>97.2</td> </tr> </tbody> </table> <p>■事業計画策定セミナー開催による事業計画策定後巡回支援</p> <p><b>【実績】</b></p> <table border="1" data-bbox="1144 842 1794 960"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>目標</th> <th>実績</th> <th>達成率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>事業計画策定後の巡回支援</td> <td>40</td> <td>15</td> <td>37.5</td> </tr> </tbody> </table> <p>■創業セミナー開催による事業計画策定後巡回支援</p> <p>未実施</p> <p><b>【実績】</b></p> <table border="1" data-bbox="1144 1114 1794 1232"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>目標</th> <th>実績</th> <th>達成率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>事業計画策定後の巡回支援</td> <td>84</td> <td>—</td> <td>—</td> </tr> </tbody> </table>	項目	目標	実績	達成率	事業計画策定後の巡回支援	180	175	97.2	項目	目標	実績	達成率	事業計画策定後の巡回支援	40	15	37.5	項目	目標	実績	達成率	事業計画策定後の巡回支援	84	—	—	<table border="1" data-bbox="1823 612 2076 730"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>5</td> <td>3</td> <td>7</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" data-bbox="1823 847 2076 965"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2</td> <td>1</td> <td>11</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" data-bbox="1823 1118 2076 1236"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>3</td> <td>0</td> <td>12</td> </tr> </tbody> </table>	A	B	C	D	1	5	3	7	A	B	C	D	2	1	11	2	A	B	C	D	1	3	0	12
項目	目標	実績	達成率																																															
事業計画策定後の巡回支援	180	175	97.2																																															
項目	目標	実績	達成率																																															
事業計画策定後の巡回支援	40	15	37.5																																															
項目	目標	実績	達成率																																															
事業計画策定後の巡回支援	84	—	—																																															
A	B	C	D																																															
1	5	3	7																																															
A	B	C	D																																															
2	1	11	2																																															
A	B	C	D																																															
1	3	0	12																																															

考えられるが、事業計画の進捗管理を検討する体制を構築する必要がある。

2) 創業予定者に対するフォローアップ

創業セミナーや計画策定支援が未実施であったためフォローアップも実施できなかった。

**【改善点】**

年度当初にセミナーの実施計画や内容を立案することで計画的に実施しながら、計画策定後のフォローアップも継続して実施して行く。また、計画の妥当性や進捗管理を経営支援会議の中で検討できる体制を構築する。

経営発達支援計画の内容	実施内容	評価																
<p>5. 需要動向調査に関すること</p> <p><b>【現状と課題】</b></p> <p>これまでの需要動向調査は巡回訪問等の経営指導時に主力商品や消費者ニーズの動向をヒアリングするのみで、小規模事業者が持続的発展を目的としてターゲットとすべき市場の需要動向調査は実施していなかった。小規模事業者の提供する商品・サービスが需要動向をとらえているかを把握するための調査を実施して事業計画に反映することが課題である。</p> <p><b>【事業内容】</b></p> <p>i) 住民意向調査及び帰還住民の分布調査</p> <p>避難指示区域が再編または解除されることで、少しずつであるが住民帰還が進んでいる。町村行政が実施した住民意向調査によると帰還の要件として「商業機能の回復」を挙げる割合が高い。また、帰還住民の大半が高齢者であり自動車の運転ができず自宅から商店まで1.0km以上離れている場合は買い物難民に陥っている。</p> <p>そこで、町村行政の広報に移動販売受付の広告を掲載してもらい、買い物が不便である帰還住民がどこに点在しているかといった分布を把握し、必要としている商品・サービスを提供することで、販路を拡大し売上・利益の確保を目指す。</p> <p>ii) 商品・サービスの需要動向調査</p> <p>事業計画を策定した小規模事業者が提供する商品・サービスについて、消費者ニーズを把握して改善や開発するために、「需要動向調査票」を4商工会共同で作成して商工会のホームページに掲載して年4回(3ヶ月に1回)情報を収集する。インターネットが接続されている環境であれば調査票を出力できるようにする。</p> <p>a) 調査項目 価格の適正、量の適正、品質(味・使い心地・満足度)、デザイン</p> <p>b) 調査方法 事業者が「需要動向調査票」を出力して消費者から直接評価をヒアリングする。各町村行政のホームページにも「需要動向調査票」を掲載してもらい、商工会のホームページとともに情報収集する。</p> <p>iii) 各種調査資料による需要動向調査</p> <p>小規模事業者が取り扱う商品・サービスごとに需要動向を収集してターゲットとする市場を把握するために次の統計資料を活用する。</p> <p>a) 「業界・市場動向」及び「日経POS情報」(日経テレコン)</p> <p>「業界・市場動向」に掲載されているマーケティング情報並びに毎月更新される550業種の業界レポート、「日経POS情報」による売れ筋把握等の情報を収集する。</p> <p>b) 「全国消費実態調査」(総務省統計局)</p>	<p>■需要動向調査 未実施</p> <p><b>【実績】</b></p> <table border="1" data-bbox="1144 534 1796 616"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>目標</th> <th>実績</th> <th>達成率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>需要動向調査</td> <td>25</td> <td>—</td> <td>—</td> </tr> </tbody> </table>	項目	目標	実績	達成率	需要動向調査	25	—	—	<table border="1" data-bbox="1823 539 2078 616"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>3</td> <td>0</td> <td>12</td> </tr> </tbody> </table>	A	B	C	D	1	3	0	12
項目	目標	実績	達成率															
需要動向調査	25	—	—															
A	B	C	D															
1	3	0	12															

<p>全国及び地域別の世帯の消費・所得・資産に係る水準、構造、分布等を明らかにすることを目的とした調査であり、マクロ的な視点で需要動向をとらえることができる。</p> <p>c) 「家計消費状況調査」(総務省統計局)</p> <p>家計消費状況調査は、世帯を対象として購入頻度が少ない高額商品・サービスの消費やICT(情報通信技術)関連消費の実態を毎月調査して、個人消費動向分析の基礎資料として利用する。</p>		
<p><b>【課題や問題点】</b></p> <p>1) 需要動向調査(全般)について</p> <p>経営発達計画で実施予定であったが、伴走型小規模事業者支援事業に係る事業で手一杯となり全て未実施となってしまった。</p> <p>2) 帰還住民の現状把握</p> <p>4町村の避難指示解除時期の違いで帰還率が大きく異なるとともに、完全帰還、日中のみの帰還など現状把握が出来ない状況にある。各行政と連携しながら、帰還住民の分布を把握し、買い物難民支援策を講じる必要がある。</p> <p>3) 商品・サービスの需要動向調査</p> <p>事業計画を策定した小規模事業者が提供する商品・サービスについて、消費者ニーズを把握する仕組み①調査シート、②ホームページ掲載、③事業者のヒアリング方法が構築されていない。</p> <p><b>【改善点】</b></p> <p>消費者の状況や要望を直接確認し、小規模事業者の今後の経営に結び付ける重要な調査と認識しているため、次年度は帰還住民の現状把握を行い需要動向調査へ拡大して行きたい。</p>		

経営発達支援計画の内容	実施内容	評価																																																								
<p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p><b>【現状と課題】</b></p> <p>これまでは商談会や物産展の情報提供は郵送によるもので、巡回訪問により直接説明しなかったため、小規模事業者が取り扱っている商品・サービスの出展ができず、地域内外で新たな需要を拡大する機会を逸していた。出展した事業者についても事前準備が不十分であったため販路開拓につながらず、成果の分析も行なっていなかった。</p> <p>インターネットの活用による販路拡大についても Facebook 等の SNS 関連の集団講習を実施したものの、講習会開催後のフォローアップが不足していたことから事業拡大につながらなかった。スマートフォンの普及等から拡がり続ける EC 市場に参入することは、中長期的な経営をするためには避けて通れない課題である。</p> <p><b>【事業内容】</b></p> <p>i) 商談会及び物産展の情報提供と参加支援</p> <p>小売業及びサービス業の小規模事業者に巡回指導や会報による商談会及び物産展の周知を徹底するとともに、地域資源を活用して食品加工をしている事業者については個別に出展を依頼する。商談会及び物産展等は次の2つ以外にも開催されているが、参加費が安く抑えられる等出展コストの低いものから出展して第一に参加させることを目的とする。そして、ブースづくりや商品展示等のプロモーション方法を支援して商談件数の増加を図る。</p> <p>出展後は、商談内容（バイヤーからの要望、指摘事項等）及び来場者のアンケート調査等を参考にして、事業計画を推進または見直す支援を実施する。</p> <p>a) ふくしまからはじめよう食の商談会「ふくしまフードフェア」への参加</p> <p>福島県、東邦銀行、JA全農福島及び農林中央金庫福島支店が主催する出店者とバイヤーとのビジネスマッチング商談会である。福島県の魅力ある食品・食材を取り扱う生産加工事業者と地域色豊かな食品を求めるバイヤーとの商談機会を目的とし、商品及び情報を発信する地域活性化に貢献する事業である。</p> <p>4品目まで出店可能で、出展料が無料で福島県内の開催であることから交通費も抑えられ、福島県内外での販路開拓を目指す小規模事業者が初めて出展することに適した商談会であると考えている。</p> <p>b) アンテナショップ「日本橋ふくしま館MIDETTE（ミデッテ）」への出品</p> <p>福島県の物産が揃うアンテナショップ「日本橋ふくしま館MIDETTE」への出品について、地域資源を活用して加工品（食品以外も含む）を製造販売している小規模事業者に</p>	<p>■商談会出展支援及び商談・商談成約目標件数</p> <p>次の商談会出展支援を行った</p> <table border="1" data-bbox="1144 459 1796 657"> <thead> <tr> <th>開催日</th> <th>場所</th> <th>名称</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10/3</td> <td>日本橋ふくしま館 MIDETTE</td> <td>福島美味商談会</td> </tr> <tr> <td>10/26 ～27</td> <td>日本橋ふくしま館 MIDETTE</td> <td>福島県美味商談会</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>【実績】</b></p> <table border="1" data-bbox="1144 730 1796 890"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>目標</th> <th>実績</th> <th>達成率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>出展支援</td> <td>4</td> <td>2</td> <td>50.0</td> </tr> <tr> <td>商談数</td> <td>20</td> <td>11</td> <td>55.0</td> </tr> <tr> <td>商談成約</td> <td>8</td> <td>0</td> <td>0.0</td> </tr> </tbody> </table> <p>■物産展出展支援目標件数及び目標売上高</p> <p>次の物産展出展支援を行った。</p> <table border="1" data-bbox="1144 1007 1796 1361"> <thead> <tr> <th>開催日</th> <th>場所</th> <th>名称</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>8/6</td> <td>日本橋ふくしま館 MIDETTE</td> <td>福島美味セレクト フェア</td> </tr> <tr> <td>8/26 ～28</td> <td>北海道士別市</td> <td>士別市産業フェア</td> </tr> <tr> <td>9/9 ～10</td> <td>小名浜潮目交流館</td> <td>福島の美味しいもの の食のフェア 2017</td> </tr> <tr> <td>6～12 月</td> <td>日本橋ふくしま館 MIDETTE</td> <td>イベントゾーン出 展（飲食ブース）</td> </tr> </tbody> </table>	開催日	場所	名称	10/3	日本橋ふくしま館 MIDETTE	福島美味商談会	10/26 ～27	日本橋ふくしま館 MIDETTE	福島県美味商談会	項目	目標	実績	達成率	出展支援	4	2	50.0	商談数	20	11	55.0	商談成約	8	0	0.0	開催日	場所	名称	8/6	日本橋ふくしま館 MIDETTE	福島美味セレクト フェア	8/26 ～28	北海道士別市	士別市産業フェア	9/9 ～10	小名浜潮目交流館	福島の美味しいもの の食のフェア 2017	6～12 月	日本橋ふくしま館 MIDETTE	イベントゾーン出 展（飲食ブース）	<table border="1" data-bbox="1823 730 2078 890"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>6</td> <td>9</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>0</td> <td>2</td> <td>12</td> </tr> </tbody> </table>	A	B	C	D	1	7	8	0	1	6	9	0	2	0	2	12
開催日	場所	名称																																																								
10/3	日本橋ふくしま館 MIDETTE	福島美味商談会																																																								
10/26 ～27	日本橋ふくしま館 MIDETTE	福島県美味商談会																																																								
項目	目標	実績	達成率																																																							
出展支援	4	2	50.0																																																							
商談数	20	11	55.0																																																							
商談成約	8	0	0.0																																																							
開催日	場所	名称																																																								
8/6	日本橋ふくしま館 MIDETTE	福島美味セレクト フェア																																																								
8/26 ～28	北海道士別市	士別市産業フェア																																																								
9/9 ～10	小名浜潮目交流館	福島の美味しいもの の食のフェア 2017																																																								
6～12 月	日本橋ふくしま館 MIDETTE	イベントゾーン出 展（飲食ブース）																																																								
A	B	C	D																																																							
1	7	8	0																																																							
1	6	9	0																																																							
2	0	2	12																																																							

<p>紹介して首都圏での販路開拓を目指す。物産展のイベントスペースに毎年各町村で単独で別々の日程で出展しているが、今後は4商工会が連携して「南双葉物産展」と称して4日連続で広野町、檜葉町、富岡町、川内村（順不同）が出展して宣伝効果を高める。</p> <p>ii) インターネットを活用した販路開拓支援</p> <p>自社のホームページが未作成または、ECサイトを未活用である等、インターネット等に関するノウハウが不足している小規模事業者を対象に、専門家派遣による個別指導を実施してインターネットを利用した販路開拓を支援する。1つの自治体から全国が市場になるため、これまで光が当たらなかった商品・サービスや技術ノウハウが注目され新規顧客獲得と情報発信力の強化が期待できる。</p>	<p><b>【実績】</b></p> <table border="1" data-bbox="1144 228 1794 347"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>目標</th> <th>実績</th> <th>達成率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>出展支援</td> <td>4</td> <td>12</td> <td>300.0</td> </tr> <tr> <td>目標売上（千円）</td> <td>1,200</td> <td>2,194.7</td> <td>182.8</td> </tr> </tbody> </table> <p>■インターネットを活用した販路開拓支援 未実施</p> <p><b>【実績】</b></p> <table border="1" data-bbox="1144 499 1794 576"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>目標</th> <th>実績</th> <th>達成率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>活用支援</td> <td>23</td> <td>—</td> <td>—</td> </tr> </tbody> </table>	項目	目標	実績	達成率	出展支援	4	12	300.0	目標売上（千円）	1,200	2,194.7	182.8	項目	目標	実績	達成率	活用支援	23	—	—	<table border="1" data-bbox="1827 228 2069 347"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>16</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" data-bbox="1827 499 2069 576"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>13</td> </tr> </tbody> </table>	A	B	C	D	16	0	0	0	15	1	0	0	A	B	C	D	1	1	1	13
項目	目標	実績	達成率																																							
出展支援	4	12	300.0																																							
目標売上（千円）	1,200	2,194.7	182.8																																							
項目	目標	実績	達成率																																							
活用支援	23	—	—																																							
A	B	C	D																																							
16	0	0	0																																							
15	1	0	0																																							
A	B	C	D																																							
1	1	1	13																																							
<p><b>【課題や問題点】</b></p> <p>1) 企業間取引のある商談会への出展</p> <p>今回出展した商談会の来場者は一般（個人）の消費者であり、業界の需要動向に精通したバイヤーとの商談ができなかった。商談成約の可否に関わらず、バイヤーと商談することは需要動向を把握し出展事業者（または商品）の立ち位置を理解する重要な機会になる。したがって、来年度以降はバイヤーとの接点がある商談会への出展も計画する必要がある。</p> <p>2) 顧客からの意見集約</p> <p>来場者から多くの意見や感想を得たが、それを記録して次に活用するための書類の作成をしなかった。商談にあたって質問事項をまとめた「確認シート」や意見や感想をまとめる「記録シート」等、円滑に商談を進めるための事前準備が必要である。</p> <p>3) 利益を確保するための支援</p> <p>商談会で「何を売るか」ということだけが目的となってしまう、売上高や利益を意識した出展を支援することができなかった。来年度以降は、収支を組み込んだ販売計画を策定して利益を確保できる出展支援を行い、商品開発においても適正な原価計算が必要である。</p> <p><b>【改善点】</b></p> <p>今年度出展した事業者および新たに出展を希望する事業者のニーズを把握しながら、バイヤーと効果的に商談を進める商談シートや提供や消費者の声をまとめる記録シートを提供しながら小規模事業者の販路開拓を支援する。また、首都圏等での商談会に参加するための支援施策の情報提供を行う。</p>																																										

経営発達支援計画の内容	実施内容	評価																								
<p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <p><b>【現状と課題】</b></p> <p>これまで当地域内の4商工会では、それぞれが町村行政と連携して町村政懇談会や盆踊り等のイベントを実施し、地域経済の活性化に資する取組を行ってきた。しかし、イベントの開催を通じて町村行政と一部の関係機関と連携していただけであり、地域経済活性化を多様な関係機関と共有する仕組みが構築されていなかった。</p> <p>そのため、商工会にとって専門外の分野である農林水産業や教育機関との関係性は希薄であり、農商工連携による地域ブランド推進や若者が参画するまちづくりができていなかった。地域に根差した小規模事業者にとっては、避難先からの帰還を推進し商圏が回復することで売上・利益が確保できる体制に戻すために、地域経済の活性化に寄与する必要がある。</p> <p><b>【事業内容】</b></p> <p>i) 観光資源の推進によるにぎわいの創出</p> <p>広野町は“みかん”の生産地、檜葉町は“鮭”が遡上、川内村は“そば”の生産地等、自然豊かな南双葉4町村には観光資源が数多く存在する。これらの観光資源を活用し、町村行政、観光協会、地元住民との連携を図り、南双葉4町村のにぎわいを創出する。観光案内人に小規模事業者を抜擢して事業所のPRをすることで商品・サービスについて販売促進する。</p> <p>ii) 農商工連携による地域資源のブランド化</p> <p>原発事故の影響で制限されていた営農が解禁になり、試験栽培米として「天のつぶ」という品種の米が栽培されている。檜葉町にある木戸川においては鮭の放流が再開され、平成30年10月には従来の遡上が見込まれている。川内村ではそばを加工した“蕎麦ビール”が開発され好評を博している。こういった地域資源を有効活用した新商品・サービスの開発に取り組み地域経済の活性化を図る。</p> <p>iii) 被災地見学ツアーによる交流人口の回復</p> <p>震災による津波被害が大きい地域やいまだに避難指示が継続している地域を見学する「被災地見学ツアー」が実行されている。震災と原発事故の被災をした“語り部”として被災地の現状を風化させないために、地域の復興を支援する。</p>	<p>■観光資源の推進によるにぎわいの創出 未実施</p> <p>■農商工連携による地域資源のブランド化</p> <p>広野町 実績なし</p> <p>檜葉町 檜葉産米の「夢のかおり」を使用して日本酒「檜葉の風」を姉妹都市の会津美里町と共同開発し、大吟醸・純米吟醸・純米にごりの3種類を販売する予定</p> <p>富岡町 富岡産米の「天のつぶ」を活用し、純米吟醸「天の希」を新商品として開発し販売開始。</p> <p>川内村 醸造用葡萄を栽培しており、2020年には川内産のワインを醸造する予定。</p> <p>■被災地見学ツアーによる交流人口の回復</p> <p>ふたば商工(株)と連携し被災地見学ツアーを実施した。 ツアー実施回数：3回 ツアー参加者数：延べ70名</p>	<table border="1" data-bbox="1825 539 2078 619"> <tr><td>4</td><td>3</td><td>2</td><td>1</td></tr> <tr><td>2</td><td>2</td><td>0</td><td>12</td></tr> </table> <table border="1" data-bbox="1825 699 2078 778"> <tr><td>4</td><td>3</td><td>2</td><td>1</td></tr> <tr><td>6</td><td>4</td><td>2</td><td>4</td></tr> </table> <table border="1" data-bbox="1825 1082 2078 1161"> <tr><td>4</td><td>3</td><td>2</td><td>1</td></tr> <tr><td>4</td><td>5</td><td>4</td><td>7</td></tr> </table>	4	3	2	1	2	2	0	12	4	3	2	1	6	4	2	4	4	3	2	1	4	5	4	7
4	3	2	1																							
2	2	0	12																							
4	3	2	1																							
6	4	2	4																							
4	3	2	1																							
4	5	4	7																							
<p><b>【課題や問題点】</b></p> <p>1) 観光資源推進によるにぎわいの創出</p> <p>避難指示解除から間もないため、観光資源についても風評被害を受けている状況にある。観光案内人に小規模事業者を抜擢する予定としているが、適任者も含めて手付かずの状態である。</p>																										

2) 地域資源のブランド化

3 町村で酒類（清酒、ワイン）の醸造に向けて取り組んでいるが、販売方法やブランド化に向けての取組みが未着手である。

3) 被災地見学ツアー

商工会単独での事業実施は難しいため他団体と連携してツアーを実施している状況である。震災および原発事故から7年が経過することもあり年々ツアー客が減少傾向のため、広域的な観光資源を結んだ新たなツアーを企画する必要がある。

**【改善点】**

農商工連携により誕生した特産品について、単年度で終了することなく継続して製造販売を行い地域を代表するブランド商品として定着するよう販売方法やPR方法を支援する。



3. 事業評価及び見直しをするための仕組みに関すること

【実施内容】

①年度毎の事業実施状況及び成果について、経営発達支援事業検討委員会を組織し6ヶ月毎に事業進捗状況、事業成果、事業の見直しについて意見を求める。委員会の構成員については、各商工会長、各商工会役員（2名程度）、各商工会青年部長、各商工会女性部長、福島県商工会連合会職員、外部有識者2名で構成する。

②経営発達支援事業検討委員会より答申のされた内容は、各商工会理事会へ報告し、答申に基づき事業の見直しと今後の方向性を決定し、4商工会の通常総会にて承認を受ける。

③事業成果及び評価や見直しの結果は、各商工会のホームページやフェイスブックページで公表し、小規模事業者等へ広く周知する。

④公表した結果に意見があった場合は、毎月開催している経営支援会議に報告し、協議を行ったうえで事業内容の見直しに反映させる。

■事業評価及び見直しをするための仕組みに関すること

事業評価・見直しについては、経営発達支援事業検討委員会を開催し、一定の基準により評価・検証を行った。計画上は6ヶ月毎の委員会開催を計画していたが、取組み初年度であり補助事業の採択が6月中旬であったことから、年1回の開催となった。

経営発達支援事業検討委員会からの答申を基に、各商工会理事会へ報告し、答申を基に事業の見直しと方向性を決定し、4商工会の通常総会にて承認を受ける。

また、事業成果及び評価、見直し結果は各商工会のホームページ等で公表し広く周知する。

4	3	2	1
10	6	0	0

【課題や問題点】

当初は年2回の開催を予定していたが、伴走型小規模事業者支援推進事業の採択が6月中旬であったことから、年1回の開催となった。

【改善点】

年度の途中で事業内容を評価検討することで、小規模事業者への伴走支援に円滑に取り組み、個社の事業計画策定支援の精度向上が期待できる。