

## 平成 30 年度二宮町商工会 経営発達支援計画事業評価書

地域商工業者の持続的な発展を目指し、伴走型で商工業者を支援していくために、当会では小規模企業基本法に基づき、「経営発達支援計画」を策定し、平成 29 年 3 月 17 日に経済産業省の認定を受けました。この計画の認定を受けたことにより、今後は二宮町商工会が認定商工会として、従来の小規模事業者の経営相談に加え、行政や他の公的支援機関・地域金融機関・各分野の専門家と連携して、小規模事業者の意欲ある取り組みを支援する「伴走型小規模事業者支援」に取り組んでまいります。なお、平成 30 年度の事業実施状況と成果の検証を以下のとおり報告いたします。

- 日時 令和元年 10 月 31 日(木)15 時～17 時
- 会場 二宮町商工会館
- 出席 委員 4 名（有識者 2 名、行政 2 名）、事務局 1 名
- 内容 二宮町商工会平成 30 年度経営発達支援計画事業評価について

### I. 経営発達支援計画の内容

- ◆ 地域の経済動向調査に関すること

実 施	中南信用金庫経営情報センターと連携し、地域経済動向の収集・分析を行った。地域経済動向を商工会ホームページ上に公開し、地域事業者がいつでも活用できるように掲載した。 調査実施目標件数 60 件 実施件数 131 件 達成率 218.3%
評 価	町内の地域の経済動向を分かり易く表現し、当商工会会員のみならず幅広く地域小規模事業者並びに消費者等にも管内の経済動向を情報開示することにより、地域の景気動向判断ができるようになったため「A」評価とする。

A B  
C D

◆ 経営状況の分析に関すること

実 施	<p>伴走支援対象者 7 社について経営分析を行い SWOT 分析による経営状況の把握、3 期分の決算書から見る経営指標の提示及びレーダーチャートによる可視化を行い、個別課題の抽出を行った。</p> <p>経営分析目標件数 5 社 実施件数 7 社 達成率 140%</p>	
評 価	<p>SWOT 分析、経営指標の分析を踏まえて事業計画策定への取り組みの連携ができ、「経営の見える化」を行うことにより、経営改善の効果に結び付けることできたと評価できるため「A」評価とする。</p>	<p>A B</p> <p>C D</p>

◆ 事業計画策定支援に関すること

実 施	<p>二宮経営発達支援チームの連携による体制を推進し、伴走支援に取り組んだ。7 社の伴走対象者を選定し伴走支援に取り組み、事業計画策定支援に取り組んだ。</p> <p>事業計画セミナー目標参加者数 20 名 参加者数 30 名 達成率 150%</p> <p>事業計画支援目標件数 5 社 実施件数 7 社 達成率 140%</p>	
評 価	<p>二宮経営発達支援チームを発足させ、事業所に寄り添う面的な伴走支援する体制の構築し、伴走対象者についての事業計画書の策定支援など、熱心な取り組みが認められるため「A」評価とする。</p>	<p>A B</p> <p>C D</p>

D 事業計画策定後の支援に関すること

実 施	<p>PDCA セミナーを開催し、PDCA 実施にかかる留意点やポイントの解説を行った。</p> <p>平成 29 年度伴走支援に取り組んだ 6 社の伴走個者を対象としフォローアップ指導会を開催し事業計画策定後の実施状況を確認し、必要な助言指導を行った。</p> <p>PDCA セミナー目標参加者数 8 名 参加者数 6 名 達成率 75%</p> <p>フォローアップ指導会目標参加者数 5 名 参加者数 4 名 達成率 80%</p>	
-----	--	--

効果	4社のフォローアップ指導を実施、内1社は、支援項目であった売上単価の改善や取引の増加策を励行した結果、売上は微減（前年比4.7%減）ながらも利益が約4倍（370%増）まで上がる改善が図られた。建設の事業者については新築工事、公共工事とも増加し前年比120%売上増加に結び付いた。他の個社についても新たな取り組みを行う等、伴走支援をきっかけに前向きな取り組みを実施できる契機となった。	
評価	問題点の解決に向けて、事業主が本来最も力を入れるべき事項と思われるが、自覚があまりない様に見受けられる。自主性を促すことを試みてほしい。	A <input type="checkbox"/> B C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/>

◆ 需要動向調査に関すること

実施	<p>各種統計データを基に自社に有効な需要動向を分析把握する手法を学ぶため需要動向セミナーを実施した。</p> <p>二宮ブランド認定商品2品及びオリーブパウダーを使用した開発商品2品、計4品について商品アンケートを実施。味やパッケージ、価格等について502件の意見を聴取した。</p> <p>需要動向セミナー目標参加者数10名 参加者数8名 達成率80.0%</p> <p>商品アンケート目標件数500件 実施件数502件 達成率100.4%</p>	
評価	需要動向セミナーではリーサスやJstatMapの活用により、需要トレンドを分析する手法を学ぶことができた。商品アンケートも目標を上回るアンケートを回収することができ、具体的な効果も確認できたため「A」評価とする。	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/>

◆ 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること

実施	<p>効果的な自社PR手法、FCP商談シート作成手法等を学ぶため販路開拓・メディア戦略セミナーを開催した。</p> <p>ITスキルの向上のためIT講習会を開催した。</p> <p>首都圏バイヤー商談会を開催し取引拡大に寄与する事業を実施した。</p> <p>5社の大手バイヤーを招聘し、9社の事業所の出展による商談会を開催した。</p> <p>販路開拓セミナー目標参加者数10名 実施件数11件 達成率110%</p> <p>IT講習会目標参加者数10名 実施件数24件 達成率240%</p> <p>ネットショップセミナー目標参加者数10名 実施件数9件 達成率90%</p> <p>個社PR取材目標数6件 実施件数13件 達成率216%</p>	
----	---	--

評 価	初の試みであるバイヤー商談会の下地としてセミナーを開催し、小規模ながらも商談会・マッチング事業を試みたことは評価できるため「A」評価とした。	<input checked="" type="checkbox"/> A   B <input type="checkbox"/> C   D
-----	--	---

## Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

### ◆二宮ブランド推進事業・個社支援

実 施	<p>二宮ブランド認定事業者及び関係する事業者より、個社支援に取り組んだ。ブランド認定商品の現状分析、新商品開発へ向けた取り組み、事業計画の策定、販売方針に沿った販路開拓手法の提案、認知度アップへの取り組みを行った。</p> <p>二宮ブランド参加事業者目標数 28 実績 31 達成率 110%  認定商品目標数 38 実績 41 達成率 107%</p>	
評 価	ブランド事業・オリーブ事業とも熱心に取り組まれ、オリーブ事業者の事例を中心に、二宮ブランド参加事業者数及び認定商品の裾野を着実に拡大してみたものと評価できるため「A」評価とする。	<input checked="" type="checkbox"/> A   B <input type="checkbox"/> C   D

### 【評価区分】

評価	達成割合	評価	達成割合
A	80%以上～100%	C	30%以上～ 60%未満
B	60%以上～ 80%未満	D	0%以上～ 30%未満