

経営発達支援事業評価シート【令和3年度】

評価基準 A：目標を達成することができた（100%以上） D：目標をほとんど達成することができなかった（30%未満）  
 B：目標を概ね達成することができた（80～99%） E：未実施  
 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%）

1. 経営発達支援事業の内容

認定計画の事業内容 <small>※認定計画の事業内容を全て記載すること</small>	本年度補助金活用	目標数値（過年度は実績値）					本年度実績		実施内容ともたらされた効果や今後の対応等	次年度補助金活用有無	委員の評価・意見	
		R3年	R4年	R5年	R6年	R7年	実績値	自己評価			評価	見直し等の意見
<b>1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】</b>												
地域経済分析システム「RESAS」による情報の収集・活用	無	1回	1回	1回	1回	1回	1回	A	実施内容（補助金活用含む） もたらされた効果や課題 今後の対応等（補助金活用含む） ビックデータ「RESAS」（地域経済分析システム）を活用して、当地域における経済動向や産業の特性を把握・分析し、商工会ホームページに掲載した。 ホームページの提示を行うことで、事業所には地域の現状やまた経営分析における外部環境の把握を周知することができた。 引き続き、最新の地域情報を提供する。	無	A	引き続き、事業計画策定に活用できるよう地域経済動向調査に求めること。
各種機関が実施する中小企業景況動向調査の活用	無	4回	4回	4回	4回	4回	2回	C	実施内容（補助金活用含む） もたらされた効果や課題 今後の対応等（補助金活用含む） 帯広信用金庫の「十勝地域内の企業景況動向調査」、北海道の「企業経営者意識調査」を活用して、地域内外の経済情報を商工会ホームページに2回公表した。 職員間で情報共有することで、窓口相談・巡回指導を通じて小規模事業者へ現状分析を適切に伝えることができた。 引き続き、最新の地域情報を定期的に提供する。	無	C	各種調査結果の商工会ホームページへの掲載頻度を高めることにより、会員事業者等によりタイムリーな地域経済の情報を提供することが必要である。
<b>2. 需要動向調査に関すること【指針③】</b>												
展示商談会・即売会の出展による需要動向調査	無	3件	3件	3件	3件	3件	2件	B	実施内容（補助金活用含む） もたらされた効果や課題 今後の対応等（補助金活用含む） 「北海道産品取引商談会東京・大阪会場」出展した際にバイヤー等からのアンケート調査や意見・要望の情報収集を調査・分析し、事業者へフィードバックする。 アンケート調査を分析し、出展事業者と他の出展事業者に対して巡回訪問や窓口相談において既存商品の改善や新商品開発に係る事業計画策定に活用する。 次年度以降も出展した際にバイヤー等に対してアンケート調査等を実施し、分析結果を事業者へフィードバックする。	無	B	新型コロナウイルスの感染拡大により商談会への出展機会の確保が困難なケースも想定され、対面商談会以外の方法で過去に関係構築に成功したバイヤーによる商品づくりへの助言獲得機会の創出も検討する。
<b>3. 経営状況の分析に関すること【指針①】</b>												
経営分析の実施	無	40件	40件	40件	40件	40件	49件	A	実施内容（補助金活用含む） もたらされた効果や課題 今後の対応等（補助金活用含む） 巡回訪問や窓口相談での金融・税務・労務・補助事業等の相談を通じて、経営分析の重要性について説明を行い、得られた経営情報をもとに財務分析・SWOT分析を行った。 経営状況に対する課題や発展的可能性を見出したが、事業計画策定支援まで繋がる新規の事業者はいなかった。 新規事業者の事業計画策定に繋げるような取組を実施する。	無	A	引き続き、職員全員による巡回や窓口での相談を通じて、事業計画策定に繋げるような支援に取り組む。
<b>4. 事業計画策定支援に関すること【指針②】</b>												
事業計画策定セミナー開催による事業計画策定支援	有	20件	20件	20件	20件	20件	6件	C	実施内容（補助金活用含む） もたらされた効果や課題 今後の対応等（補助金活用含む） 新型コロナウイルス感染拡大の影響によりセミナーを中止し、専門家派遣による事業計画策定支援の個別相談会を2回開催した。 新型コロナウイルス感染拡大の影響により個別相談会の申込みは3件と個別相談以外で3件の事業計画策定支援に繋がった。 引き続き、セミナー等を開催する際に職員が巡回訪問・窓口相談において受講勧奨の募集を行い、事業計画策定の意義や重要性等を説明し、目標達成に向けた取り組みを実施する。	有 セミナー 開催	C	新型コロナウイルスの影響が長期化することも想定されることから、オンライン形式など集合方式以外のセミナーの開催や個別の専門家派遣など複数手法での事業計画策定支援が必要である。
事業承継・創業に係る事業計画策定支援	無	3件	3件	3件	3件	3件	1件	C	実施内容（補助金活用含む） もたらされた効果や課題 今後の対応等（補助金活用含む） 事業承継に向けた個別相談はなく、創業の個別相談は1件あったが、事業計画策定の支援に繋がらなかった。 積極的に事業承継の計画策定や創業計画(事業計画)策定を商工会ホームページに掲載して取り組む。 支援する際には専門家派遣制度の活用や各支援機関と連携して、事業承継や創業に係る支援を実施する。	無	C	北海道事業承継・引継ぎ支援センター、北海道中小企業総合支援センター(北海道よろず支援拠点)等との連携強化、各機関が取り組む廃業予定者と創業希望者のマッチング機能も有効に活用する。

経営発達支援事業評価シート【令和3年度】

評価基準 A：目標を達成することができた（100%以上） D：目標をほとんど達成することができなかった（30%未満）  
 B：目標を概ね達成することができた（80～99%） E：未実施  
 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%）

1. 経営発達支援事業の内容

認定計画の事業内容 ※認定計画の事業内容を全て記載すること	本年度補助金活用	目標数値（過年度は実績値）					本年度実績		実施内容ともたらされた効果や今後の対応等	次年度補助金活用有無	委員の評価・意見	
		R3年	R4年	R5年	R6年	R7年	実績値	自己評価			評価	見直し等の意見
<b>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】</b>												
フォローアップ事業者数	-	20件	20件	20件	20件	20件	35件	A	実施内容（補助金活用含む） もたらされた効果や課題 今後の対応等（補助金活用含む） 今まで事業計画を策定支援した事業者に対して、職員が巡回訪問や窓口相談で事業計画の進捗状況など、フォローアップにより事業者数の目標に繋がった。 事業の進捗状況に応じて補助金などの支援策を行い、販路開拓により着実な事業化の支援に繋がった。 引き続き、事業計画を策定支援した事業者に対して職員が巡回訪問や窓口相談で定期的にフォローアップを図り目標の事業者数に繋げる。	-	A	引き続き、職員全員で定期的にフォローアップの支援に努め、事業者数に繋げる。
承継・創業のフォローアップ事業者数	-	3件	3件	3件	3件	3件	1件	C	実施内容（補助金活用含む） もたらされた効果や課題 今後の対応等（補助金活用含む） 創業に向けて事業計画策定まで繋がるようなフォローアップした。 事業計画策定の支援まで繋がらなかった。 フォローアップに繋がるよう事業承継及び創業者の支援を積極的に実施する。	-	C	創業希望者への継続的かつ定期的なヒアリングの実施など、対既存事業者以上にきめ細かな助言機会の確保が必要になるため、他機関との連携や専門家の活用も有効である。
フォローアップ頻度（延べ回数）	-	92回	92回	92回	92回	92回	82回	B	実施内容（補助金活用含む） もたらされた効果や課題 今後の対応等（補助金活用含む） 定期的に職員が巡回訪問や窓口相談で進捗状況の確認、現状把握、課題や問題点を洗い出し、改善点などのフォローアップの支援を実施した。 新型コロナウイルス感染拡大の影響で定期的に巡回訪問が出来なかったが、フォローアップした事業者との関わりが深くなり、事業者からの相談事も増えてきたと実感した。 定期的（原則3ヶ月1回（年間4回））に巡回訪問等を通じてフォローアップの支援を継続し、必要に応じて専門家と連携しながら総合的・先進的な経営支援を実施する。	-	B	新型コロナウイルス感染の影響により訪問機会の確保が困難な場面が生じる背景は理解できる。単なる回数消化に固執することなく個々の対象事業者の状況に応じた支援度合いの濃淡を設ける必要がある。
<b>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】</b>												
展示商談会及び即売会への出展支援（B to B）	有	6件	6件	6件	6件	6件	2件	C	実施内容（補助金活用含む） もたらされた効果や課題 今後の対応等（補助金活用含む） 商談会等の情報を適時提供し、地域外に販促するための足掛かりとなる展示商談会への出展店奨励を行い「北海道産品取引商談会東京・大阪会場」に2件出展する。 専門家と連携しながら出展にあたっての「ブース作り」と「PR手法」を支援し、出展者2件が商談成立するに向けた支援を実施することができた。 引き続き、需要を見据えた事業計画を策定した事業者から商談会等の出展を呼びかけ、新たな出展事業者の掘り起こしを図る。	有出展	C	新型コロナウイルス感染症の影響により商談会等の開催機会の確保には不透明な状況も想定される。オンライン形式等の非対面での商談会開催の検討も必要な段階に入っていると考える。
共同チラシを活用した商品・サービスのPR支援（B to C）	有	20件	20件	20件	20件	20件	23件	A	実施内容（補助金活用含む） もたらされた効果や課題 今後の対応等（補助金活用含む） 個店の魅力や商品の情報を発信する共同チラシを1回作成し、PRするために新聞折込等で町内及び近隣市町村に配布し、来店客数及び売上高の増加に繋がる支援を行った。 支援した全ての事業者が新規客数を5名～20名位獲得することができ、売上増加が見込まれたのは16件で前年対比2%～15%のアップとなり、売上や集客の増加が図られた。 引き続き、売上や集客の増加に結び付くよう町内外への販路開拓や新規顧客の開拓に繋がるよう支援を行う。	有	A	引き続き、需要を見据え事業計画を策定した小規模事業者の販路開拓・新規顧客の開拓に努めること。
ホームページ等WEBを活用した商品・サービスのPR支援（B to C）	無	2件	2件	2件	2件	2件	2件	A	実施内容（補助金活用含む） もたらされた効果や課題 今後の対応等（補助金活用含む） 事業計画を策定し、新たな販路開拓を目指す事業者に対して補助金を活用して自社のホームページ作成を支援した。 自社のホームページを作成・掲載により事業者の認知度が向上され、販路開拓に繋がった。 巡回訪問や窓口相談での相談を通じて、新たに販路開拓を目指す事業者に無料でホームページが作成できる全国商工会連合会のGoope（グーペ）を積極的に推奨する。	-	A	引き続き、事業計画を策定した地域外に新たな販路開拓を目指す小規模事業者の支援に努めること。