

経営発達支援計画

令和2年度 事業評価検討委員会

— 事業報告書 —

(抜粋版)



広島東商工会
府中町商工会
広島安芸商工会

評価の方法【評価基準は、達成率による】

- A・・・事業計画の100%到達
- B・・・ 〃 80%～99%
- C・・・ 〃 30%～79%
- D・・・ 〃 30%未満
- E・・・事業計画に着手していない

1. 地域経済の動向調査に関すること【指針③】 【担当；檜山】

項目	2年度		自己評価	達成率(%)
	目標	実施		
申告財務データ等から情報を取得する事業者数①	1,100	962	B	88%
景況感に関する情報を収集する事業者数②	0	0	—	—
調査数合計(①+②)	1,100	962	B	88%
商工会管内の小規模事業者数に占める調査割合(※1)	30%	23%	C	79%
景気D I 調査実施回数(公表回数)	4	4	A	100%
経済動向調査公表回数	1	1	A	100%
ホームページ、会報による情報提供回数	4	4	A	100%
経済動向情報の巡回窓口相談時の提供件数	0	0	—	—
マーケット水準・特性評価情報の巡回窓口相談時の提供件数	500	56	D	11%

【商工会セクションリーダー記入欄】

(総合評価) 自己評価	コメント
C	<p><良かった点・成果></p> <ul style="list-style-type: none"> ・広島県商工会連合会の景況調査結果の活用により、商工会地域の景況状況を公開することができた。地域特性の分析・調査・情報収集については、昨年を引き続き、業種別の前年対比の業績を分析することで、当地域の小規模事業者の業績推移かわかるようにした。 <p><悪かった点・反省></p> <ul style="list-style-type: none"> ・マーケット水準・特性評価情報の提供については、今年度は日経POS、過去にはミーナやジェイスタッドマップの活用セミナーを実施して推進をはかったが件数の増加に至っていない。 <p><今後の課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・減少傾向にある地域特性の分析・調査・情報収集の件数について増加が必要である。 ・小売り、サービスなど、事業計画策定時の活用やマーケティング用資料として活用できる業種が限られており、分析へのニーズも少ないことも一因にあるが、対象の掘り起こしが不十分だったことも要因にあげられる。今後は、潜在ニーズをとらえて積極的に分析・提供を行うことで、事業の持続的発展に役立てていただくようにしたい。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 【担当；大形】

内 容	2年度		自己 評価	達成率 (%)
	目標	実施		
経営相談等での 啓発事業者数①	300	303	A	101%
広島東商工会	125	159	A	127%
府中町商工会	75	73	B	97%
広島安芸商工会	100	71	C	71%
啓発セミナー	3	1	C	33%
啓発セミナー受講事業者数②	192	10	D	5%
広島東商工会	80	5	D	6%
府中町商工会	48	0	D	0%
広島安芸商工会	64	5	D	7%
啓発事業者数 合計①+②	492	313	C	63%
経営状況分析事業者数	204	213	A	104%
広島東商工会	85	123	A	144%
府中町商工会	51	31	C	60%
広島安芸商工会	68	59	B	86%

【商工会セクションリーダー記入欄】

(総合評価) 自己評価	コメント
B	<p><良かった点・成果></p> <ul style="list-style-type: none"> ・巡回、窓口相談等での啓発数は、ほぼ目標を達成することができた。 ・経営状況分析事業者数は目標を達成することができた。 <p><悪かった点・反省></p> <ul style="list-style-type: none"> ・セミナー出席者数が目標に対し大幅な未達となった。 ・コロナウイルス感染防止のため、広い会場で席間を広く設定しセミナーを開催したが、感染対策にも限界があるため、出席を強く勧めることができなかった。 ・感染防止策の検討等に時間を要し、セミナー開催に関する情報発信が遅くなった。策定セミナーへの誘導割合は52%と低調な結果となった。 <p><今後の課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・補助金申請経験者に占める事業計画策定者割合の向上。 ・ウイルス感染を危惧される事業者にも安心して受講して頂けるセミナー開催方法の構築。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】 【担当；大元】

内 容	2年度		自己 評価	達成率 (%)
	目標	実施		
啓発事業者数 (前ページ記載分再掲)	492	307	C	62%
広島東商工会	205	158	C	77%
府中町商工会	123	73	C	59%
広島安芸商工会	164	76	C	46%
創 業 塾	2	2	A	100%
創業塾受講者数	120	65	C	54%
広島東商工会	50	5	D	10%
府中町商工会	30	14	C	47%
広島安芸商工会	40	46	A	115%
事業計画策定セミナー	9	3	C	33%
セミナー受講者数	156	17	D	11%
広島東商工会	65	6	D	9%
府中町商工会	39	0	D	0%
広島安芸商工会	52	11	D	21%
個別相談会 (第二創業期等向け)	6	6	A	100%
相談会参加事業者数	24	10	C	41%
広島東商工会	10	2	D	20%
府中町商工会	6	4	C	67%
広島安芸商工会	8	4	C	50%
事業計画策定事業者数(※)	156	141	B	90%
広島東商工会	65	54	B	83%
府中町商工会	39	29	C	74%
広島安芸商工会	52	58	A	111%
売上高増加事業者割合(※3) (分母は事業計画策定事業者)	40%	14% (21件)	C	37%
広島東商工会	40%	11% (6件)	D	27%
府中町商工会	40%	31% (9件)	C	77%
広島安芸商工会	40%	10% (6件)	D	25%

【商工会セクションリーダー記入欄】

(総合評価) 自己評価	コメント
C	<p><良かった点・成果></p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策セミナーを計画通り3回開催する目標を達成。 ・コロナ感染症拡大防止策を徹底し、会場へ集合し、セミナーを開催する事が出来た。 ・計画策定のための専門家派遣を24回中、91回実施し、142者(目標156者 達成率90%)の事業計画の策定を支援できた。 ・計画策定者からは、コロナ感染症によって売上が減少する中で、補助金申請にこぎつけることができ、喜びの声を聞いている。

・第2創業相談、創業塾もコロナ感染防止策を徹底し、計画通りに集合セミナーを開催した。

<悪かった点・反省>

- ・セミナー受講者数および（策定事業数）目標の未達成。
- ・コロナ感染症の予防から、積極的な参加にはつながらなかった。
- ・事業計画策定支援のかたわら、持続化給付金・家賃支援給付金・飲食店支援金等のお問合せ、申請支援に対応することが多かった。

<今後の課題>

- ・受講者ニーズに対応したセミナーの開催（例：オンラインセミナー等）
- ・経営発達支援事業も開始から4年が経過し、相対的にセミナー受講者数が減少傾向のため、セミナー開催の情報発信方法を再検討する必要がある。
- ・コロナ感染症予防の観点から各受講希望者が、手軽に受講できるセミナー、かつ伝わるセミナー等の検討を行う必要がある。



4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 【担当；池田】

内 容	2 年 度		自己評価	達成率 (%)
	目標	実施		
事業計画策定後の事業者へのフォローアップ延べ回数	648	504	C	77%
広島東商工会	270	167	C	61%
府中町商工会	162	58	C	35%
広島安芸商工会	216	279	A	129%
創業計画策定後の事業者へのフォローアップ延べ回数	576	96	D	16%
広島東商工会	240	13	D	5%
府中町商工会	144	3	D	2%
広島安芸商工会	192	80	C	41%
承継計画策定後の事業者へのフォローアップ延べ回数	288	31	D	10%
広島東商工会	120	26	D	21%
府中町商工会	72	5	D	6%
広島安芸商工会	96	0	D	0%
資金調達相談事業者へのフォローアップ延べ回数 (経営計画策定支援事業者の内)	300	80	D	26%
広島東商工会	125	40	C	32%
府中町商工会	75	20	D	26%
広島安芸商工会	100	20	D	20%

【商工会セクションリーダー記入欄】

(総合評価) 自己評価	コメント
D	<p><良かった点・成果></p> <ul style="list-style-type: none"> ・全体的に実施回数は少ない結果となったが、事業計画策定事業者数は今年度も141件あり、新型コロナウイルスが終息に向かえば、今後フォロー件数も増加するものと思われる。 <p><悪かった点・反省></p> <ul style="list-style-type: none"> ・創業、事業承継、資金調達による事業計画策定後のフォローは昨年同様の数値となった。 <p><今後の課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定後のフォローアップ件数以外は、昨年同様低調である。創業者や事業承継に関する事業計画策定件数も低調なことから、ニーズの掘り起こしから、事業計画策定に繋げ、さらにフォローを行っていく仕組みづくりを各セクションと連携しながら実施していく必要があると思われる。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】 【担当；檜山】

内 容	2 年度		自己 評価	達成率 (%)
	目標	実施		
需要動向調査① (Miena 等) の情報提供事業者数	156	54	C	35%
広島東商工会	65	13	D	20%
府中町商工会	39	15	C	39%
広島安芸商工会	52	26	C	50%
需要動向調査② (日経 POS) の情報提供事業者数	156	0	D	0%
広島東商工会	65	0	D	0%
府中町商工会	39	0	D	0%
広島安芸商工会	52	0	D	0%
消費者モニタリング調査③ の情報提供事業者数	156	2	D	1%
広島東商工会	65	2	D	3%
府中町商工会	39	0	D	0%
広島安芸商工会	52	0	D	0%

【商工会セクションリーダー記入欄】

(総合評価) 自己評価	コメント
D	<p><良かった点・成果></p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定セミナー参加事業者のうち、小売業・サービス業の事業者に対して、ミーナやジェイスタッドマップのデータを提供することで、商圈分析等に役立てていただくことができた。

	<p><悪かった点・反省></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ミーナやジェイスタッドマップ等の情報提供については達成率が35%と低く、また、昨年の88件から54件と件数も減少している。 ・日経POS情報の活用、消費者モニタリング調査については、必要とする事業者がほとんどいないのが現状である。 <p><今後の課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ミーナ、ジェイスタッドマップについては、小売り、サービスなど、事業計画策定時の活用やマーケティング用資料として活用できる業種が限られており、分析へのニーズも少ないことも一因にある。コロナ禍のいま、新たな業種業態への転換を図る必要性に迫られている事業者もいることから、活用の幅を広げていただく意味を踏まえて、積極的な分析・提供を行っていきたい。 ・日経POS、消費者モニタリング調査の活用については、こちらから積極的に対象者を探す努力を行い、各商工会1件でも実績に繋げるようにしたい。
--	--

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】 【担当；實谷】

内 容	2年度		自己 評価	達成率 (%)
	目標	実施		
商品・サービスのPR支援件数	36	15	C	41%
広島東商工会	15	8	C	53%
府中町商工会	9	5	C	55%
広島安芸商工会	12	2	D	16%
WEBサイト・SNS活用支援件数（同活用事業 所数）	48 (24)	23 (9)	C (C)	47% (37%)
広島東商工会	20 (10)	6 (6)	C (C)	30% (60%)
府中町商工会	12 (6)	0 (0)	D (D)	0% (0%)
広島安芸商工会	16 (8)	17 (3)	A (C)	106% (37%)
即売会等出展事業者数（商談件数）	14 (11)	4 (12)	D (A)	28% (109%)
広島東商工会	7 (5)	2 (1)	D (D)	28% (20%)
府中町商工会	2 (2)	0 (0)	D (D)	0% (0%)
広島安芸商工会	5 (4)	2 (11)	C (A)	40% (275%)
専門家派遣件数	30	62	A	206%
広島東商工会	12	46	A	383%
府中町商工会	8	3	C	37%
広島安芸商工会	10	13	A	130%
いい店ひろしま顕彰事業 自薦事業者数	12	0	D	0%
広島東商工会	10	0	D	0%
府中町商工会（※1）	0	0	—	—
広島安芸商工会（※2）	2	0	D	0%

【商工会セクションリーダー記入欄】

(総合評価) 自己評価	コメント
C	<p><良かった点・成果></p> <ul style="list-style-type: none"> 商品・サービスのPR支援としてプレスリリース講座の開催及び実施支援について支援件数は少なかったが独自の新品発表会の実施によりテレビ・ラジオ・新聞・経済紙に掲載され、11社との新規取扱いが開始された。 SNS活用支援についてはInstagram講習会を初開催し17名の参加・3件の導入があった。 販路開拓による専門家派遣においては以下の成果があった。 A社 一般顧客1000人増加 年間売上1400万円増加 B社 一般顧客200人増加 年間売上500万円増加 <p><悪かった点・反省></p> <ul style="list-style-type: none"> 商談の機会となるビジネスフェア中四国、東京広島県人会、ビジネスマッチングフェア、いい店ひろしま顕彰事業や新たな販路開拓となるSNS支援のYouTube講習会など軒並み事業が中止となり大幅に支援並びに成果へ繋げる事業が減少し実績数が目標に至らなかった。 <p><今後の課題></p> <ul style="list-style-type: none"> 販路開拓については、オンライン商談会の有効活用が必要である。また、InstagramやYouTubeなどのSNS等の活用について積極支援を行うほか、プレスリリースを強化することで非対面でも対応できる商談や情報提供を行う必要がある。

新商品「海田さつまの素」



商品



パッケージ



説明会・プレスリリース

II. 地域経済の活性化に資する取組 【担当；西内】

1. 地域活性化事業

内 容	2年度		自己 評価	達成率 (%)
	目標	実施		
関係団体との連携による創業相談件数	12	17	A	141%
当事業に関する経営発達支援会議の開催	4	8	A	200%
創業者からの意見聴取	1	1	A	100%
広報活動回数	4	6	A	150%
支援制度利用者数	12	6	C	50%
創業者数	24	28	A	116%

【商工会セクションリーダー記入欄】

(総合評価) 自己評価	コメント
B A	<p><良かった点・成果></p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和2年度は、目標達成のためセクション会議を開催し、昨年度に続き、概ね目標を達成することができた。 ・支援制度のPRについては昨年度同様、創業塾開催チラシの裏面に各商工会の支援制度を掲載し、チラシを商工会ホームページにアップし周知した。 ・創業塾参加者にアンケートを実施し、創業者が抱える課題や創業支援制度等について意見を聴取した。また、昨年同様アンケートに支援制度を知った媒体（チラシやホームページ等）は何かを問う項目を追加し、広報活動（チラシ等）の効果を図った。 <p><悪かった点・反省></p> <ul style="list-style-type: none"> ・昨年同様、各自治体等による各種創業支援策をPRしたが、制度利用による創業や創業間もない事業者の支援に繋がらず、利用件数は目標値の50%に留まった。制度の周知を一層強化する必要性も感じている。 <p><今後の課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・創業支援策の利用件数の低迷について、創業者ニーズに合った効果的な支援策の検討及び政策提言のために、より多くの情報を収集する必要がある。このことについて、従来、創業塾参加者を対象としたアンケートに加え、創業に関する窓口相談時などもアンケート等を実施し、より多くの創業者ニーズを把握するよう務める必要がある。

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

【担当；岩田】

内 容	2年度		自己 評価	達成率 (%)
	目標	実施		
近隣商工会組織 との連携・情報交換	1	0	D	0%
日本政策金融公庫 との情報交換会	2	0	D	0%
経営支援情報交換会議	2	1	C	50%

【商工会セクションリーダー記入欄】

(総合評価) 自己評価	コメント
D	<p><良かった点・成果></p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症拡大により、開催が困難な中、一般社団法人 広島県発明協会と経営支援情報交換会議を開催することが出来た。この取組みにより、効果的な支援ノウハウの共有と職員の支援能力向上を図ることが出来た。 <p><悪かった点・反省></p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症拡大により、当初予定していました、「近隣商工会組織との連携・情報交換会」、「日本政策金融公庫との情報交換会」「経営支援情報交換会議（2回の内1回）」が中止となった。 そのため、目標数値を達成することが出来なかった。 <p><今後の課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症拡大により、支援事業者からのニーズが多岐に渡っている。今後は、支援事業者からのニーズに対応するためには、どの支援機関と情報交換会議を行うかが課題である。 また、開催方法に関して、既存の集合会議だけでなく、ZOOM等のWEB会議ツールを活用し、適格に情報交換会議を開催するかが課題である。

2. 経営指導員等の資質向上に関すること 【担当；富田】

内 容	2 年度		自己 評価	達成率 (%)
	目標	実施		
OJTの実施	1	1	A	100%
3商工会の独自 研修会の実施	3	3	A	100%
改善手法モデル作成	1	1	A	100%

【商工会セクションリーダー記入欄】

(総合評価) 自己評価	コメント
A	<p><良かった点・成果></p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営支援事例発表会を実施し、事業承継での成功事例を共有することで事業承継支援の推進を後押しした。 ・マーケティングをいかに事業者支援に役立てるかをテーマに、「日経 POS」「MieNa」「jStatMap」の活用手法を学ぶ勉強会を計2回開催した。小規模事業者支援で実績のある中小企業診断士から、事例に基づいた活用手法を学ぶことで、実際の支援の場での活用を後押しした。 <p><悪かった点・反省></p> <ul style="list-style-type: none"> ・当事業の経過年数を考えると、早い年度に企画・開催すると、より効果が期待できたのではないかと。

<今後の課題>

・コロナ禍で世の中が大きく変わっていく中で、今後のトレンドや市場動向を予測し、時流にのったテーマの研修会を開催していく必要がある。

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 【担当；成瀬】

【商工会セクションリーダー記入欄】

(総合評価) 自己評価	(総合評価) 自己評価コメント
B	<p>アンケートー事業計画作成先 141 社 (140 社 回答率 99%)</p> <p>【内訳】</p> <p>1. 作成事業者の業種 ①製造業 13%、②建設業 18%、③卸・小売業 11%、④サービス業 46%、⑤その他 12%</p> <p>2. 計画作成の目的 ①経営改善 3%、②創業 7%、③事業承継 3%、④資金(融資) 17%、⑤補助金活用 49%、⑥販路開拓 19%、⑦その他 2%</p> <p>3. 経営計画作成満足度 ①とても満足できた 35%、②満足できた 61%、③あまり満足できなかった 4%</p> <p>4. 商工会が行う当支援事業について</p> <p>①参加したセミナーが有効であった 4%</p> <p>②現状を分析する良い機会だった 14%</p> <p>③事業計画が作成できて良かった 25%</p> <p>④将来の展望を考える機会を得られて良かった 16%</p> <p>⑤派遣された専門家の指導や助言が役に立った 10%</p> <p>⑥無料でできたので良かった 14%</p> <p>⑦販路開拓に役立った 7%</p> <p>⑧商工会から提供される資料が有効だった 9%</p> <p>⑨特に良いものがなかった 0.5%</p> <p>⑩その他 0.5%</p> <p>5. 職員の対応</p> <p>①とても熱心に取り組んでくれた 47%</p> <p>②こちらの意見を汲み取り良い計画ができた 52%</p> <p>③あまり良くなかった 1%</p> <p>6. 今後の支援希望</p> <p>①継続したい 82%、②必要な時だけ支援をお願いしたい 18%</p> <p>7. 支援後の売上高 ①増加 16%、②横ばい 46%、③減少 38%</p> <p>8. 支援後の利益率 ①増加 15%、②横ばい 47%、③減少 38%</p>

		<p><良かった点・成果></p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画を策定した事業者は、計画が作成できたことについて満足できたと回答した方が 96%を占めており、事業として非常に高い評価を得ている。また、補助金を獲得するために策定する事業者も多く、今後も計画策定支援事業の必要性があると判断する。 <p><悪かった点・反省></p> <ul style="list-style-type: none"> ・今年度は、コロナウイルスの影響により、予定通りに事業者への支援が出来なかった、また、事業計画を策定した事業所の売上高や利益率も減少している。 <p><今後の課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナウイルスの影響を受けた事業所を重点的にフォローするための支援策や、事業計画の見直し、計画目標の達成に向けた支援を行うため、各商工会で支援体制の構築を高めていく。
--	--	---

【まとめ】

・コロナウイルスの影響により、予定通りに事業者への支援が出来なかった。セミナーの開催では、広い会場で席の間隔を広く取るなどの対策を講じたが、受講者数が目標より大幅な未達となり、安心して受講して頂ける、オンラインセミナーの開催も検討していく必要がある。また、事業計画を策定した事業所の売上高や利益率も減少していることから、事業者に寄り添い積極的にフォローを行うなど、コロナ対策支援の強化を図る必要がある。