

盛岡商工会議所 経営発達支援計画事業 「評価・検証委員会」 評価・検証総括表(H29年度)

番号	事業名	内部評価		委員評価						総合評価	評価・検証結果 S:達成水準と認められる/A:ほぼ達成水準と認められる/B:順調に推移している C:改善が必要である/D:事業の見直し・廃止等を要する	改善提言など	備考
		H29		委員	委員	委員	委員	委員	委員				
		定性 目標	定量 目標	IM	H	K	IT	T	O				
1- (1)	盛岡 Value City 株式会社と連携した情報発信・販売促進事業	C	-	C	-	B	C	B	C	C	<ul style="list-style-type: none"> ●事業所数の減少トレンドから加盟数減は構造的な原因。新たな付加価値を追求する取組については継続されており評価できる。 ●加盟店は減少ですが、新規加盟店と解約店の内訳はどうなんでしょうか？解約店が閉店等によるやむを得ないものであれば新規加盟店の増加と利用数などを指標にしてもいいかと思えます。 ●会員増加の失速感が否めない。WAONとの提携からの発展型で、他の電子マネー機能とのタイアップ強化などで伸ばすのはどうか。 ●健康経営支援プログラム、MORIO-Jでんきの取り組みを進める取り組みは素晴らしいが、ポイントの使用できる店舗が減少しては魅力が半減するため、加入店舗の一層の拡大に努力して欲しい。 ●事業としての魅力、認知度を向上させる必要があり、新たな視点での取り組みが必要と思料。健康経営支援プログラム、MORIO-Jでんき等の新たな取り組みを更に広げるべき。 	第2期では、年間発行ポイント数、ポータルサイト登録者数を目標にしている。(加盟店だけ増えても、ポイント発行数が増えなければ、経営が成り立たない側面がある)	
1- (2)	盛岡商工会議所会報誌「SANSU」・ホームページによる情報発信・提供事業	A	-	A	-	A	B	A	A	A	<ul style="list-style-type: none"> ●会員数から見て、情報発信力は県内有数のもの。これからもタイムリーな情報発信を継続してほしい。 ●実質的な成果が出たのであれば評価していいと思います。 ●会員外の域内小規模事業者への発信ツール、方法に工夫が要。 ●FBページについては、こまめに更新されているが、いいねの数がまだ多くないことから、シェアを活用して、情報発信力を高めた方がよい。 ●FBはタイムリーな情報発信ツールとして機能しているものと思料。 		
1- (3)	「中小企業景況調査」	B	-	B	-	B	B	B	B	B	<ul style="list-style-type: none"> ●まずは継続実施というところでしょうか。 	第2期からは除外。	
1- (4)	LOBO早期景気観測調査	B	-	B	-	B	B	B	B	B	<ul style="list-style-type: none"> ●まずは継続実施というところでしょうか。 	第2期からは除外。	
1- (5)	「小規模企業振興委員」による地域経済の情報提供事業	D	-	D	-	D	D	D	D	D	<ul style="list-style-type: none"> ●定期開催は再検討を要する。随時必要なタイミングで個別ヒアリングする方法もあるのではないかな。 ●見直しをする良い機会かと思えます。 ●やはり、一定の役目を終えたものと想定される。設立当初の目的・効果と、現在のそのギャップが大きい。 ●振興委員の選定が不適切であったと考えられる。また、口コミによる情報提供が今後も必要か検討が必要。 ●今までの効果検証を行い、制度存続是非を議論して頂きたい。 	会議所としてどうするのかスタンスが固まっていないが、第2期からは除外。	
1- (6)	経営指導員による「小売業向け需要動向情報」提供事業	D	D	D	-	D	D	D	D	D	<ul style="list-style-type: none"> ●他セミナーでの代替可能ではないか。 ●未実施につき低評価。 ●目標は達成できなかったが、事業主旨と異なることから除外されたためであり、実施出来なかったことはやむを得ない。 		
1- (7)	もりおかで縁を結ぶ交流会事業	A	-	A	-	A	A	A	A	A	<ul style="list-style-type: none"> ●人脈形成は岩手県民が不得手とする分野であり、即効性がなくても継続して取り組むべき項目と考える。 ●実質的な成果が出たのであれば評価していいと思います。 ●魅力的な講師を選定し、コワーキングを中心にネットワーク形成も進んだと思う。 ●ビジネス上のマッチング事例等有れば周知して欲しい。 	第2期からは除外。	
1- (8)	経営指導員による経営支援巡回・窓口	A	A	A	-	A	A	A	B	A	<ul style="list-style-type: none"> ●1-(9)マル経実績から考えて、量的側面は達成水準だが、内容の充実が必要と考える。 ●日々の活動には頭が下がりますが、反省点にあるように実効性を求めた改善があってもいいかと思えます。 ●活発に実施しているが、件数も多く多忙なので、継続できる十分な体制を整えてください。 ●支援件数が非常に素晴らしいと思います。あえて注文を付けるとすると、顧客満足度や企業の業績改善状況を定量的に分析して、振り返りを行う必要が有ると思います。 	第2期では巡回・窓口支援件数は数値目標化せず、経営分析支援件数、経営計画の作成支援件数等で実効性を判断。	

1- (9)	経営指導員による金融支援事業 マル経資金の利用促進	B	C	B	-	B	B	B	C	B	<ul style="list-style-type: none"> ●マンパワーに応じた集客戦略が必要。会員数から見て個別の勧誘には限界あり、相談会イベントの開催や会報での周知など人手をかけずに集客できる方策を検討すべき。 ●件数だけでなく、実効性のある計画書の作成指導と必要な資金供給ができていればある程度は評価できると思います。 ●件数としては昨年と同数を維持しているが、今後目標の達成は今まで以上の制度紹介の取り組みが必要である。 ●経営分析、アフターフォローの割合が高く素晴らしいと思います。大まかでも良いので、事後の改善状況まで調査・分析されていれば尚良いと思います。 	<ul style="list-style-type: none"> ・創業後5年以内の事業者へのDMや相談会の開催など、従来とは異なるターゲットや周知方法を図る。
1- (10)	定期個別経営相談会開催事業	B	A	A	-	A	B	A	B	A	<ul style="list-style-type: none"> ●需要から考えて、法律部門は定期開催をやめ、希望者ありの場合のみの開催など柔軟に対応すべきでは。 ●定量Aに対し定性がBの理由は何でしょうか？今年度の反省を生かしてより良い相談会にできればいいと思います。 ●創業者の相談が増えているととてもいい状況である。 ●できれば経営分析→専門家派遣等に繋がっている案件数を示して欲しい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・予約がない場合の流会については、従来から検討をしているが相手先(弁護士会等)の都合もあり実現せず。 ・定性がBの理由は、電話での相談を安易に相談会に回してしまうことがあるため。
1- (11)	経営セミナー開催事業	B	B	B	-	B	B	B	B	B	<ul style="list-style-type: none"> ●回数はこなしているようですが、前年の反省点などは活かされていますか？ ●受講者の要望を入れてテーマを設定してください。 ●顧客の意見、満足度を分析して振り返りを行う仕組みが有れば尚良いと思います。 	<ul style="list-style-type: none"> ・当該事業については、税務署主催によるもので大幅な改善は望みにくい状況。販路開拓や消費税に係るセミナーは、アンケートなどを踏まえてテーマの設定や見直しを
1- (12)	経営・技術基盤強化支援事業 エキスパートバンク事業	A	A	A	-	A	A	A	A	A	<ul style="list-style-type: none"> ●金融機関から見て潜在利用者は多数存在する。周知を拡大してもよいのでは。 ●顧客の意見、満足度を分析して振り返りを行う仕組みが有れば尚良いと思います。 	
1- (13)	消費税転嫁対策窓口相談等事業	A	A	A	-	A	A	A	A	A	<ul style="list-style-type: none"> ●小規模事業者のニーズは多い。会議所以外の受け皿も少なく必要性が高い。 ●来年の税率改正等に向けて、今期及び来期にどれだけ事業者へ啓蒙できるかが評価のポイントだと思います。 ●顧客の意見、満足度を分析して振り返りを行う仕組みが有れば尚良いと思います。 	<ul style="list-style-type: none"> ・経理事務の準備・対応に重点を置いたセミナーを複数回開催予定(H29は1回開催)。
1- (14)	経営計画作成支援事業	S	A	A	-	A	A	A	A	A	<ul style="list-style-type: none"> ●セミナーの回数は減少可能では(出席者が少ない時期)。 ●ブラッシュアップを重ねながらの継続が大事ですね。 ●経営計画作成支援件数としては、目標を達成しているが、持続化補助金制度への応募を積極的に進める必要がある。 ●顧客の意見、満足度を分析して振り返りを行う仕組みが有れば尚良いと思います。 	
1- (15)	もりおか街なかゼミナール もりゼミ開催事業	A	B	A	-	B	B	B	B	B	<ul style="list-style-type: none"> ●参加店のアンケートが好評なのであれば、あとはどれだけ受講者数を増やせるかどうかの工夫次第だと思います。 ●仕組みは面白いと思うので、講座テーマ設定のブラッシュアップとパブリシティの有効活用をすれば更に良くなるものと思います。 	<ul style="list-style-type: none"> ・伴走型予算で広報費を申請することを検討したい(予算次第)。
1- (16)	(仮称) 販路開拓・拡大塾開催事業	A	A	A	-	A	A	A	A	A	<ul style="list-style-type: none"> ●集客は講師の知名度に依存するところが多いように思う。近隣市町村との共同開催など盛岡市外への広がりがあってもよいのでは。 ●定性・定量共に評価できると思います。成功事例などがあれば共有できればなお良いと思います。 ●取組自体は非常に素晴らしいものなので、周知方法を十分工夫するようにお願いしたい。 	
2- (1)	地域創業促進支援事業創業スクール	S	S	B	-	B	A	A	S	A	<ul style="list-style-type: none"> ●支援機関の知識が少ない創業者にとっては、知名度のある商工会議所が相談窓口でいてくれるのはありがたいと思います。 ●数字を見る限りだとこの評価でしょうか。評価の基準を変えてもいいかと思います。 ●参加者が一定数いる割に、創業につながらない原因を知りたい。参加者のモチベーションの問題か、ビジネスプランの完成度の問題か？ ●スクール後の関与を厚くすることで、創業件数増加を図って欲しい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・創業予定時期が未定の受講者が多い(将来に備えた勉強目的が多い)。 ・第2期では、創業スクール受講者数や創業実現数ではなく、年間の創業計画策定支援件数を目標に設定。
2- (2)	経営指導員および専門家による 資金調達支援	B	B	B	-	B	B	B	B	B	<ul style="list-style-type: none"> ●経営指導員の場合の増加が資質向上につながると思います。他商工会議所でも危機感を持って取組を始めている先があります。 ●ここは継続は力なりでしょうか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・資金調達に限らず、対応しなければならない支援施策の多様化に対して、組織的な体制が追い付いていない状況。
2- (3)	経営革新支援事業	C	C	C	-	C	C	C	C	C	<ul style="list-style-type: none"> ●県の説明のとおり、商工会地区との差があるのは否めないと思います。広く浅く周知するのではなく事業承継診断等で踏み込んで対応した会員に対して、個別に経営革新を勧めていくべきでは。 ●経営革新にこだわらず、状況に応じて他の優先順位の高い事業に注力することもありかなと思います。 ●革新支援のアウトカム目標を『革新計画の認定』から、『革新等の取り組み』(新たな取り組みによる付加価値向上の取り組み)に変更してはどうか。 ●経営革新、持続化補助金など、事業イメージやメリットがわかりやすく説明出来る資料の作成を望みます。 ●メリットをわかりやすく伝える努力が必要では。 	<ul style="list-style-type: none"> ・持続化補助金の次のステップアップとしての提案等、これまでと違ったアプローチを検討する。 ・第2期では認定件数を目標化していない。(経営革新や補助金申請者だけを支援の対象にしているわけではないという国のスタンスから。持続化補助金やマル経についても同様)
3- (1)	経営安定特別相談事業	B	B	B	-	B	B	B	B	B	<ul style="list-style-type: none"> ●事業の性格上、目標を達成することが必須では無く、順調に推移していると思われる。 	

3-(2)	事業引継ぎ支援事業	B	B
3-(3)	(仮称)後継者塾開催事業	B	B
4-(1)	地元学事業盛岡もの識り検定	A	-
4-(2)	里芋焼酎「津志田」プロジェクト	A	B
4-(3)	玉山産業ネットワーク事業	A	-
4-(4)	玉山・都南支所会員交流事業	B	-
4-(5)	地元岩手産食材活用推進事業	B	-
4-(6)	盛岡さんさ踊り前夜祭	B	-
4-(7)	盛岡城跡公園ライトアップ事業	B	-
4-(8)	新たな需要開拓と盛岡ブランド育成事業	A	A
IV-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事	A	-
IV-2	経営指導員等の資質向上等に関する事	S	-
IV-3	事業の評価見直しをするための仕組みに関する事	A	A
別4-①	情報発信・販売促進事業	B	C
別4-②	盛岡さんさ踊り	-	A
別4-③	盛岡花火の祭典	A	A
別4-④	盛岡広域商工団体復興応援観光・物産フェア	B	-
別4-⑤	物産展開催事業盛岡市産業まつり	B	-

B	-	B	B	B	B	B	●まずは他機関との連携をとること、および事業者に対しての周知を進めることでしょうか。 ●ニーズは多いと思うので、関係機関と連携を密にして支援数増加を図って欲しい。	
B	-	B	B	B	B	B	●後継者限定のセミナーは集客が難しいので、事業の存在とその必要性を周知させることが課題なのかなと思います。 ●参加者からの要望も出ているので、内容の見直しを勧める。	
A	-	A	A	A	A	A	●浸透したのであれば評価できると思います。 ●タクシードライバー版など優れた取り組みを行っている。	・第2期からは除外。
B	-	B	B	B	B	B	●報告書を読む限りで一定の成果があるのであれば評価できると思います。	・H30から当面製造休止。
A	-	A	B	A	B	A	●盛岡市では数少ない「工業系の製造業」が存在する地区です。手厚い経営支援をお願いします。 ●継続が大事というところでしょうか。 ●本事業は、旧商工会地区と従来の会議所地区の融合を図る取組であり、当該の発達支援計画に載せる取組としては、評価がしづらいものである。	・第2期からは除外。
B	-	B	B	B	B	B	●継続が大事というところでしょうか。 ●本事業は、旧商工会地区と従来の会議所地区の融合を図る取組であり、当該の発達支援計画に載せる取組としては、評価がしづらいものである。	・第2期からは除外。
B	-	B	B	B	B	B	●Bの理由は何でしょうか。参加店舗数はわかりませんが継続が大事かと思います。 ●WEBでも紹介しているが、どんな地元食材を使用しているか記載が無いお店も多く、更なる普及には工夫が必要である。	・Bの理由は、新規の登録店の開拓が進んでいないことから。
B	-	B	B	B	B	B	●祭りの盛り上げにとっても重要なイベントであるので、個別のイベントとしての費用対効果を考えるのでは無く、企画を見直してでも継続して欲しい。	・第2期からは除外
B	-	B	B	B	B	B	●戊辰戦争150年と関連した企画を付加できないか。(会津からポスターによる周知依頼がありました。福島はかなり力を入れているようです) ●イメージアップに繋がっていると思われるが、何らかの効果測定が有れば良いと思います。	・第2期からは除外。
B	-	A	A	A	A	A	●他市町村も視察に来ているようです。出展者が固定すると来場者は飽きが来ますから、盛岡広域に対象者を拡大するなど目新しさを維持していく必要があると思います。 ●報告書を読む限りでは評価はしづらいですが、出展者の声をフィードバックして次につなげるのが大事かと思います。 ●イベントや出展者は非常に盛り上がり、評価できるが、「盛岡ブランド」を考えた場合、なにももって盛岡ブランドとするか、コントロールは必要である。次年度盛岡市がブランドの見直しも検討するそうなので、連携を取って進めていただきたい。	
A	-	A	A	A	A	A	●一次対応窓口として商工会議所があることは金融機関にとってもありがたいです。	
S	-	S	A	S	S	S	●セミナー・研修による新しい情報の吸収も必要ですが、実務経験が重要かと。 ●参加したセミナーについては貴所内で情報共有できればなお良いですね。	
A	-	A	A	A	A	A	●形式的な報告会でなく、反省を生かした実効的な委員会になっていけば良いのですが。 ●予算的に可能であれば、年次だけではなく、半期ごとのスパンでの進捗状況の簡易モニタリングもあった方が良いでしょう。	・予算的、スケジュール的に半期モニタリングは難しい。
B	-	B	B	B	C	C	●減少がやむを得ないのであれば、新規獲得に向けた施策と評価基準が必要かと思いま	
A	-	A	A	A	A	A		
A	-	A	A	A	A	A		・第2期からは除外。
B	-	B	B	B	B	B		
B	-	B	B	B	B	B		・第2期からは除外。