

盛岡商工会議所 第2期経営発達支援計画 平成30年度事業の評価・検証結果要約

【1. 盛岡商工会議所 第2期経営発達支援計画について】

平成30年3月16日 地域の小規模事業者に対する支援の方向性・実施事業を定めた「経営発達支援計画」の第5回認定結果の公表。
平成27年7月の第1回認定に継続して「第2期経営発達支援計画」が認定。

※第2期経営発達支援計画において行政等との「連携事業」を含む21事業活動を実施。
※商工会議所認定数：356か所（全国515商工会議所中）認定率69%
県内全ての商工会議所が認定済み

【2. 事業の評価・検証の目的】

・評価・検証の目的は、事業のマネジメントサイクルであるPDS（plan＝計画策定、do＝事業の実施、see＝計画の振り返り）システムを本認定事業で実践することにより、管内小規模事業者の持続的発展に向けた盛岡商工会議所の役割機能の一層の充実を図ることにある。従って、評価・検証は、今後のより有効な対策を講じることを目的としている。

【3. 事業の評価・検証の方法】

- (1) 事業計画に基づき担当部職員が実績をまとめ、内部評価を行う。
- (2) 評価・検証委員会にて、各事業の総合評価を行う。
- (3) 評価・検証委員会の審議結果（総合評価）は、中小企業振興委員会で決定の上、常議員会で承認を受け、議員総会において報告。

【4. 平成30年度 事業の評価・検証作業の経緯】

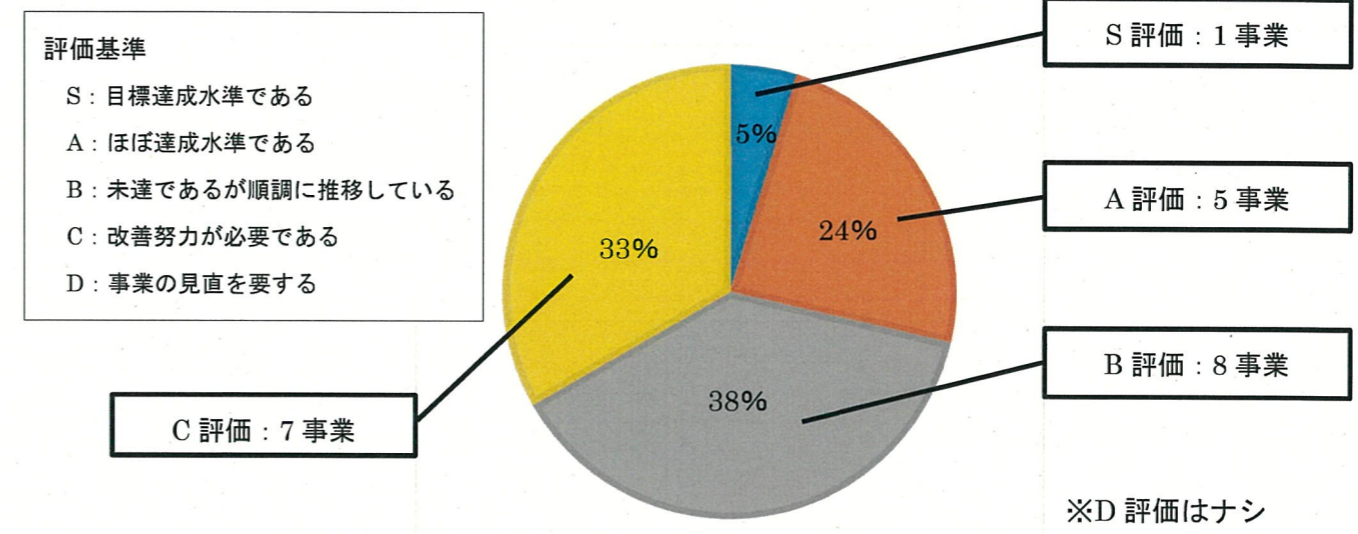
平成31年1月31日 各事業の担当部署にて内部評価を実施。
平成31年2月8日 第1回 第2期経営発達支援計画「評価・検証委員会」開催。
事業評価・検証の目的、実施事業について確認。
平成31年2月20日 第2回 第2期経営発達支援計画「評価・検証委員会」開催。
総合評価案の確定。
平成31年3月4日 中小企業振興委員会開催。
総合評価案の決定。

【5. 事業評価・検証にかかる今後の機関決定スケジュール】

- (1) 3月15日「第11回常議員会」/（総合評価案）承認予定（議案第2号）。
- (2) 3月25日「第2回通常議員総会」/（総合評価）報告。

【6. 事業評価について】

(1) 第2期経営発達支援計画実施の21事業の評価について



(2) 事業評価の平成31年度対応方針等

改善努力が必要であると評価された、以下の総合評価C事業（7事業）について、改善をおこない、次年度の事業活動の充実を図る。

I-2 経営状況の分析

→ 経営分析ツールをローカルベンチマークに限らず、広く他のツールも活用し、経営支援をおこなう。

I-4- (1) ① 定期的なフォローアップの実施 ①既存事業者

→ 事業所データベース（TOAS）を活用し、経営指導員間での情報共有を図り、計画策定支援へのフォローアップに努める。

I-4- (2) ② 定期的なフォローアップの実施 ②創業予定者

→ 他支援機関と連携した創業支援をおこなうとともに創業に至らない場合についても定期的に状況確認をおこない課題解決に向けた支援に努める。

I-4- (3) ③ 定期的なフォローアップの実施 ③事業承継予定者

→ 相談内容により、的確に事業承継支援機関に取り次ぎをおこなうとともに事業承継支援機関と連携し、フォローアップに努める。

I-5- (1) 「もりおか広域・逸品フェア」来場者への需要動向調査

→ アンケートの実施方法・場所を再検討し、改善をおこなう。

II- (1) MORIO-Jポイントサービスの普及と推進

→ ポイント事業の根幹である加盟店の拡大に注力する。

III-2 経営指導員の資質向上等

→ 経営相談に積極的に対応し、個社支援をおこなうとともに勉強会、他支援機関との情報交換をおこない資質向上に努める。

以上

盛岡商工会議所 第2期経営発達支援計画事業「評価・検証委員会」評価・検証総括表(H30年度)

事業番号	事業名	事業実施に係る補足事項	内部評価	委員評価						総合評価	評価・検証結果 S:目標達成水準/A:ほぼ達成水準/B:未達であるが順調に推移している C:改善努力が必要である/D:事業の見直しを要する 改善提言など
				委員	委員	委員	委員	委員	委員		
				①	②	③	④	⑤	⑥		
I-1	地域経済動向調査	創業や新規事業の展開を目指す事業主向けに市場調査に基づく需要分析を提供する。	B	B	B	B	B	B	B	B	<ul style="list-style-type: none"> ●実績項、本年度末実施予定であれば、『1回(見込み)』などの記載に改めてはどうか。 ●本調査資料を使用し計画策定した企業数調査、企業からの意見フィードバックがあればよい。 ●外部からインプットされた情報を少量でよいのでアウトプットして欲しい。会員に知らせることで会議所への理解が深まる。
I-2	経営状況の分析	経営分析のツールである「ローカルベンチマーク」の活用実に向け、勉強会を開始し、知識習得に努める。	C	C	C	C	C	C	C	C	<ul style="list-style-type: none"> ●ローカルベンチマークは、経営分析ツールの一つであるので、それを使わないと分析が出来ないものではない。まずは、経営分析の重要性をよく理解してもらいセミナーの開催から着実に実施して欲しい。 ●定量目標は大事だが、実際に目標件数を達成できたと仮定した場合、今の人員で対応可能なか？達成率100%を目指すような目標にした方がよい。 ●カウントの仕方、『分析』の定義を来年度より明確にする必要がある。ロカベンがすべてではなく、例えば、確定申告を請け負っている方については、会議所が全国統一様式として使っている帳票ソフトを用いているはず。そっちの方がロカベンにひけを取らないくらい優れているはず。経営指標、同業比較、レーダーチャートまで出るものなので、本年度の確定申告後でも良いので、その分析結果にて『ワンポイント助言』はできるものとする。 ●もう既に行っていると思うが、経営分析後、アフターフォロー→業績推移確認→必要に応じて本計画策定支援などのルールを明確化し、PDCAを回すようにして欲しい。 ●「経営分析」については、過去のマル経融資先への定期訪問による状況確認等、分母を増やさないことには構造的に達成が困難であるとする。 ●経営分析の月16.6件、週に4件をこなさなければ達成100%をクリアできない目標件数は多いのではないかと。 ●小規模事業者にとって本事業目的に沿った経営分析がなされれば有用で有効な支援になるので、実績件数の増加を期待したい。
I-3-(1)	既存事業者向け事業計画策定支援	セミナー受講後、指導員による巡回支援等の継続支援により、販路開拓に繋がる支援を行う。	B	C	C	B	B	B	B	B	<ul style="list-style-type: none"> ●シートを見ただけの定量評価だとCだと思いますが、参加者の反応が良かったのでしょうか。今回の参加者の声をフィードバックして次回に反映できるようになればよい。 ●前項と同様である。カウントの仕方、『分析』の定義を来年度より明確にする必要がある。補助金の申請であっても『計画』であり、公庫様向けの融資依頼のペーパーであっても利益見込み額を算出する箇所が存在する。 ●計画策定後の関与のルール作り(後の項目に関連) ●内容が重複するセミナーは他団体との共催など参加者を増やす方法を検討すべき。
I-3-(2)	創業予定者向け事業計画策定支援	創業スクールは、受講者を増やすことより、起業をしたい意志の強い者の獲得に注力する。	B	C	B	C	B	B	B	B	<ul style="list-style-type: none"> ●定量目標だけだとCな気がしますが、定期相談は実績に反映されないのか。創業支援については必要に応じて専門家や外部機関の活用を検討してもよい。 ●他の地区の発達支援計画の進捗を知る者として、『創業』のカテゴリは、単独達成は、かなり難しいものとする。理由として、市町村が『認定市町村』を取るべく、インキュベーション施設等に力を入れたり、県庁所在地としてその他支援機関と重複・競合するからである。創業者の数は、一定であり、それをどこが支援したかを争う構図。数字だけみると評価は厳しいことから、『相乗り、協賛、分担』で考え方を換え、カウント方法を見直すことが肝要と思われる。 ●創業5年後の所謂「死の谷」を超えるまで関与するルール作りがあれば良い。 ●スクール参加者は金融機関での周知依頼も含め間口を広くすべきである。
I-3-(3)	事業承継向け事業計画策定支援	事業者の掘り起しや事業承継の観点から、次世代塾を実施するとともに事業承継診断先への個別支援を行う。	B	D	B	B	B	B	B	B	<ul style="list-style-type: none"> ●待ちの姿勢ではなく、積極的な姿勢で取り組んで欲しい。 ●事業承継は全国的にも近年の課題ですが、集客の方法として、「後継者向け」、「創業者向け」などターゲットを絞ったテーマを考えてもよい。 ●せっかく、会議所別部門で『承継ネットワーク』、『引継ぎ支援センター』をやっているのだから、その部署との連携(セミナーや派遣)も今後考えたい。 ●診断先への個社対応を継続いただきたい。

事業番号	事業名	事業実施に係る補足事項	内部評価
I-4-(1) ①	定期的なフォローアップの実施 既存事業者	① 専門家を活用し、計画作成の支援をしたが、その後のフォローアップはできていないことから、計画の進捗状況を確認する。	C
I-4-(1) ②	定期的なフォローアップの実施 創業予定者	② 創業計画との乖離等フォローアップに努める。	C
I-4-(1) ③	定期的なフォローアップの実施 事業承継予定者	③ 事業引継ぎ支援センターと連携を密にし、丁寧に対応する。	C
I-5-(1)	「もりおか広域・逸品フェア」来場者への需要動向調査	事前説明会において、本調査を行う意義を丁寧に説明するとともに、アンケート内容を精査する。	B
I-5-(2)	「もりおか街なかゼミナール」参加者への需要動向調査	受講者に対しアンケートを行い、結果を参加店で共有し、もりゼミ反省会において、参加店同士で自店の取り組みを共有できる機会を提供する。	B
I-6-(1)	「もりおか広域・逸品フェア」事業	当日の売上増加対策や商品・サービスをフェア終了後の来店・来客につなげる対策を検討する。	B

委員評価					
委員 ①	委員 ②	委員 ③	委員 ④	委員 ⑤	委員 ⑥
D	C	C	C	C	C
D	C	C	C	C	C
D	C	C	C	C	C
C	B	B	C	B	C
C	B	B	B	B	B
A	A	A	B	B	A

総合評価	評価・検証結果 S:目標達成水準/A:ほぼ達成水準/B:未達であるが順調に推移している C:改善努力が必要である/D:事業の見直しを要する
	改善提言など
C	<ul style="list-style-type: none"> ● 全く実施出来ていないということから、目標自体が共有されていないか、体制に根本的な原因があることが推察される。 ● 新規事業等を伴わない既存事業者の計画策定について、どのくらいの需要があるでしょうか？計画策定も重要ですが、例えば働き方改革や消費税軽減税率などの重要事項を、適切にフォローアップする等の取り組みも重要だと思います。 ● これも前述のとおり、『フォローアップ』の定義づけが必要と思われる。事業者にとって、電話やメールでの『どうですか？』もフォローとなりうる。 ● フォローアップ期間は3年程度必要ではないか。 ● 目安は四半期とされているが実現は難しいと思われるので半期に1度のフォローアップとしてもよいのではないかと。 ● TOASカルテの内容を対象事業者に見せてほしい。整理されたカルテを見ることで事業者も把握できていない事案も整理できると思う。
C	<ul style="list-style-type: none"> ● 全く実施出来ていないということから、目標自体が共有されていないか、体制に根本的な原因があることが推察される。 ● 創業予定先のフォローアップとマル経融資は関連性が低いと思われる。 ● これも前述のとおり、『フォローアップ』の定義づけが必要と思われる。事業者にとって、電話やメールでの『どうですか？』もフォローとなりうる。 ● 複数年のフォローアップが必要ではないかと。 (死の谷を越えるまで) ● 「事業計画を策定したものの創業に至らない者」については創業スクール候補者として継続接触することで、スクール参加者増につながる。 ● 目安は四半期とされているが実現は難しいと思われるので半期に1度のフォローアップとしてもよいのではないかと。 ● TOASカルテの内容を対象事業者に見せてほしい。整理されたカルテを見ることで事業者も把握できていない事案も整理できると思われる。
C	<ul style="list-style-type: none"> ● 全く実施出来ていないということから、目標自体が共有されていないか、体制に根本的な原因があることが推察される。 ● 「事業承継」というテーマだと敷居が高くなるので、まずは既存会員先のフォローアップから事業承継に繋げていく方が現実的かと思えます。 ● これも前述のとおり、『フォローアップ』の定義づけが必要と思われる。事業者にとって、電話やメールでの『どうですか？』もフォローとなりうる。 ● 会議所職員による計画策定に固執する必要はないと感じる。外部専門家活用の方が利用者にとっては有用であるケースが多い。 ● 目安は四半期とされているが半期に1度のフォローアップとしてもよいのではないかと。 ● TOASカルテの内容を対象事業者に見せてほしい。整理されたカルテを見ることで事業者も把握できていない事案も整理できると思われる。
C	<ul style="list-style-type: none"> ● 今期の反省を次回に生かすことが大切。評価がBなのであれば個社支援の定量目標も適量に見直ししてもいいのではないかと。 ● 意見を反映するのならば、アンケート記載者には景品を与え、出口調査とするなども検討の余地がある。 ● 2社、11件は少ないので、係る課題と改善策を深掘りするべき。 ● アンケートの回収方法の工夫により改善は可能。 ● 需要動向調査としては回収件数が少ないのでアンケートの回収方法を検討。 ● フェアは商談会・販売会ではあるが、消費者の声を拾いたいのであれば、「モニタリング」をメインとした会にしてアンケートを回収すれば生の声がきけるのではないかと。出展社はモニタリング料としてそれぞれのサービス価格で商品・サービスを提供する等。
B	<ul style="list-style-type: none"> ● アンケートは、数が集まらないと意味がないため、受講者に対して何らかのインセンティブがある仕組みを検討頂きたい。 ● 今期の反省を次回に生かすことが大切である。評価がBなのであれば個社支援の定量目標も適量に見直ししてもいいのではないかと。 ● 商工会議所以外の受け皿が見当たらない事業であり、事業者の広報につながる活動で評価できる。
A	<ul style="list-style-type: none"> ● 来場者が増加しているのであれば効果は出ている。 ● 実店舗への誘導や、その後の取引が目的であることから、『当日の1社あたりの売上』はあくまでも参考値として捉え評価した。 ● 出展者の固定化を避けるため、盛岡近隣の参加者を積極的に募集するべき。 ● ホテルでの開催だったのでフェアへの目的がある来場者が多かったと思うが、ついでに寄れる場所(他の目的があっても来場できる商業施設とか)での開催だと来場者数をもっと期待できるのではないかと。

事業番号	事業名	事業実施に係る補足事項	内部評価
I-6-(2)	「もりおか街なかゼミナール」事業	参加店から受講者に対し、アフターフォロー（お礼状等）の実施を徹底し、売上増加に繋げる。	B
I-6-(3)	「販路開拓・拡大塾」事業	アンケート結果も鑑み、販路開拓・拡大に関し小規模事業者が抱える課題に沿った内容で実施する。	B
II-(1)	MORIO-J ポイントサービスの普及と推進	ポイント事業の根幹である加盟店拡大、並びに流通ポイント増加のための販売促進活動に注力する。	C
II-(2)	盛岡さんさ踊り	ホームページ等情報ツールの多言語化の推進や地域事業者への波及効果をより一層高めていく。	S
II-(3)	もりおか広域まるごとフェア	コンセプトを再検討するとともに市やJ Aなどと連携し、飲食屋台の出店に留まらないイベントを目指す。	B
II-(4)	地元（岩手県産）食材活用推進事業	集客支援ツールのリニューアルや地域飲食業の更なる活性化を図る。	A
II-(5)	中心商店街と連携したイベント等の実施	市内商店街へ実態調査を実施し、HP等にてイベント情報を発信する。	A
III-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	各種会議や研修会へ参加し、人脈形成や経営支援の現場に役立つ知識習得に努める。	B
III-2	経営指導員等の資質向上等	支援現場で活用する共有マニュアルの作成や資質向上に向けた勉強会を開催する。	C
III-3	事業の評価及び見直しをするための仕組み	各評価・検証を行い、得られた評価結果に基づき次年度の改善を進める。	A

委員評価					
委員	委員	委員	委員	委員	委員
①	②	③	④	⑤	⑥
B	B	B	B	B	A
B	A	A	A	B	A
B	C	C	C	B	C
S	S	B	S	S	S
B	B	B	B	B	B
A	A	B	A	A	A
A	A	A	A	A	A
B	B	B	B	B	B
C	B	B	C	C	B
A	A	B	A	A	A

総合評価	評価・検証結果 S:目標達成水準/A:ほぼ達成水準/B:未達であるが順調に推移している C:改善努力が必要である/D:事業の見直しを要する
	改善提言など
B	<ul style="list-style-type: none"> ●参加者は増加している中で、事業者数・売上が増加していない理由について分析・改善が進むとよりよい事業になる。 ●商工会議所以外の受け皿が見当たらない事業であり、事業者の広報につながる活動で評価できる。 ●参加事業者が固定化してきているので、新規事業者の参加を促す方法を考える。 ●セミナーの内容は個々の事業者任せられているが、他事業者から見た自店セミナーの評価やアドバイスも聞いてみたい（希望者だけでよいので）
A	<ul style="list-style-type: none"> ●定量評価ではAで良いと思います。每期継続することが大事。 ●やることが大事。小さな成功体験がその後につながることを評価。 ●具体的な内容のセミナーでしたのですぐに活用できてよい。
C	<ul style="list-style-type: none"> ●未達ではあるが、その他の経済状況を見ると、順調であると考えられる。 ●まずは加盟店の拡大に注力して頂ければと思われる。 ●電子マネー化、相互乗り合いできればおもしろいものとする。 ●実施期間を考慮すれば、右肩上がりの加盟店増加はむしろ不自然。
S	<ul style="list-style-type: none"> ●様々な賑わいを作り出す、他機関と連携した取り組みが望まれる。 ●個人的な意見として、まつり イコール 夏 をやめることができれば、小規模でも通年開催（さんさ 秋の陣、春の陣、冬の陣）などで通年もっと人は呼べるのではないかと。 ●外国人観光客取り込みのより踏み込んだ切り口が欲しい。 ●外国人の方にもっとアピールしても良い。
B	<ul style="list-style-type: none"> ●天候による影響はやむを得ない。
A	<ul style="list-style-type: none"> ●SNS向けの対策も是非取り組んで欲しい。ミスさんさを活用するなど。 ●会員店と非会員店の差を違う形で表し、登録数を重視すればもっと良いのではと考える。 ●ブランドの陳腐化を防ぐため、マスコミでの露出を増やす取組は継続してください。 ●店舗にステッカーがあると店のイメージアップと親しみが持てるので、もっとアピールをして登録店数の増加を望みます。 ●訪日・訪盛岡外国人向けにも安心・おいしいを印象づけるPRを強化すればよいのでは。 ●盛岡商工会議所のおすすめと言っても商工会議所が何かを知らない方がいると思うので、違う表現方法を考えるのはどうか。
A	<ul style="list-style-type: none"> ●外国人も来なくなるイベントの開催が望まれる。
B	<ul style="list-style-type: none"> ●支援との両立は大変だと思うが、研鑽に努めて欲しい。 ●より突っ込んだ交友（例えばよろず支援拠点への出向等）もスキル向上には役立つものとする。 ●経営指導員の資質向上のためには、金融機関の担当者とはじっくり意見交換する場が必要である。
C	<ul style="list-style-type: none"> ●研修等によりスキルを磨くことは必要であるが、まずは企業に寄り添い、信頼関係を構築することが重要である。どんどん企業に出向いて相談に対応出来る体制を取って欲しい。 ●今年前半は、消費税の対策が特に重要になるので、研鑽に努めて欲しい。 ●より突っ込んだ他機関との交友（例えばよろず支援拠点への出向等）もスキル向上には役立つものとする。 ●経営指導員の資質向上のためには、金融機関の担当者とはじっくり意見交換する場が必要である。 ●事業が多岐にわたっているため、大変そうである。
A	<ul style="list-style-type: none"> ●可能であれば、軌道修正、目標達成が可能なように『半期スパン』での検証委員会の開催を願いたい。 ●外部委員（小規模事業者）は複数人だと良い。