

稲敷市商工会経営発達支援計画

事業評価書

平成29年3月

評価にあたって

稲敷市内の事業者数は1,767事業者、うち小規模事業者が1,629事業者と市内事業者全体のおよそ9割を占めており、地域の需要に対応し、雇用を創出する極めて重要な存在である（平成24年経済センサス活動調査）。

当商工会が策定した経営発達支援計画については、平成27年11月に認定を受け、初年度である平成27年度は5か年計画のスタートアップの年と位置づけ、主に経営発達支援事業体制の整備をおこなった。本年度は2年目として1年を通じて経営発達支援を実施したことから、その事業実績について評価をおこなう。

<1> 評価の目的

経営発達支援計画に基づき実施した事業の客観的評価をおこない、次年度以降の各事業の見直しに活用する。

<2> 評価の手法

各実施項目における実績に基づき定量的、定性的に評価する。

<3> 評価の反映

評価委員会における評価、見直しに関する提言を検討し、次年度の事業計画に反映する。

<4> 評価の体制

事業検証委員	商工会長	1名	(青木 啓泰)
	商工会副会長	2名	(大津 勇、塚本 隆男)
	外部有識者	4名	(学識経験者 松本 修一)
			(稲敷市商工観光課長 川崎 洋一)
			(筑波銀行江戸崎支店長 黒田 健一)
			(中小企業診断士 遠藤 陽介)

<5> 事業評価の位置付け

経営発達支援計画【Plan】

↓

事業実施【Do】

↓

事業評価【Check】

↓

次年度事業への反映・実施【Action】

1. 経営発達支援事業の内容

〈1〉地域の経済動向調査に関すること

地域に必要とされている事業所の本質等を明確化するために、地区内の経済動向を調査・分析し、消費行動変化や関連産業動向予測を可能にする。

【現状と課題】

- ① 市内金融機関（4行6支店1出張所）、稲敷市商工観光課と商工会とで、年2回金融懇談会を開催。金融以外の情報取得・分析に課題がある。
- ② 景況感調査（全国連からの委託事業）で、市内15事業所（製造業、建設業、卸・小売業、飲食業、サービス業）を抽出し、四半期ごとに経営指導員が聞き取りアンケート調査を実施しているが、その分析、小規模事業所への提供等、その活用が不足していた。

【事業内容】

- ① 経営課題を抽出することで、小規模事業者に適した支援内容を提案することにより計画策定や事業化支援などといった支援に活用することができる。
- ② 分析したデータを活用して多数の事業者が経営課題とするものに対して、その解決策につながるようなテーマのセミナー等開催し持続的な経営に寄与することができる。
- ③ 分析結果から、商工会として重点支援企業を数社選び、基本戦略から商品・サービスの開発・販売といった入口から出口までの支援に活用する。

【目標と実績】

項目等	H28 目標	H28 実績
① 地域経済動向調査件数	1件	1件

【評価】

- ① 今年度実施した地域経済動向調査の結果から、地域の小規模事業者の経営実態が明らかとなった。全業種において景況感が悪化しており、地域経済が極めて厳しい状況にあることが伺われる。
- ② 調査項目にある「経営上の問題点」では、製造業・非製造業ともに「売上・受注の減少」への回答が最多となっており、「人材・人手不足」との回答が続いた。経営発達支援事業を着実に遂行することでこうした支援ニーズに対応していくことが必要である。
- ③ 一方で、「設備投資の状況」については、「能力増強」や「合理化・省力化」といった目的による投資が増えている状況も伺われる。景況感が悪化する中で、これらの成長及び生産性向上に向けた企業活動を支援してもらいたい。

＜2＞経営状況の分析に関すること

小規模事業者の持続的発展に向け、経営指導員の巡回・窓口相談、各種セミナーを通じて、小規模事業者の経営分析を行い、小規模事業者のビジネスモデルの再構築、そのための事業計画策定のための基礎資料としての活用を図る。

【現状と課題】

- ① 多くの小規模事業者は、財務分析にしても売上高や最終損益の把握、納税額への関心に対象がとどまっており、商工会としても踏み込んだ分析は行っていない。
- ② 小規模事業者の成長に寄与するような経営資源分析支援に不足があった。

【事業内容】

情報の収集・整理・分析（既存事業改善）

巡回指導、窓口指導時における金融・税務・労務相談あるいは記帳指導などにおいて、財務を中心としたデータ収集を行うほか、景況調査時や経営革新申請、補助金申請時にヒアリングによる経営データの収集を行う。

【目標と実績】

項目等	H28 目標	H28 実績
小規模事業者の基礎データを把握している事業所数	66 者	67 者
経営状況分析事業所数	6 者	20 者

【評価】

- ① 各項目で実施状況が目標値を上回っており、評価できる。引き続き積極的に取り組んでもらいたい。
- ② 経営状況分析で抽出したデータを活用して、地域の多くの小規模事業者が経営課題とするものに対して、その解決策につながるようなテーマのセミナー等提供していくことも必要である。

＜3＞事業計画策定支援に関すること

市場調査や経営分析結果の提供を踏まえ、専門家と連携し、商工会からの巡回指導を中心とした積極的な提案による伴走型の指導・助言を行い、効果的な事業計画策定により、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

【現状と課題】

- ① 経営計画を作成することが目的となってしまう、計画の実行や効果の確認、継続的な支援計画が不足している。

②事業計画策定について、需要動向分析、経営分析、資金調達等を取り入れたより充実した計画書支援としては不足している。

【事業内容】

- ① 小規模企業者に対して、経営革新セミナー（集団1・個別7）、経営計画セミナー、事業承継セミナー、創業・第二創業セミナーを実施する。（既存事業改善）
- ② 各セミナー参加者からの対象事業者掘り起こしを行い、事業計画策定を支援する。また、若手経営者及び後継者の事業計画策定は特に推進する。（既存事業改善）
- ③ セミナー終了後には、アンケートを実施して次回セミナーへの改善につなげる。（既存事業改善）
- ④ 景況調査対象者から数社を重点支援事業者として選定し計画策定を支援する。
- ⑤ 事業計画の策定に向けて、資金相談・持続化助成金・第二マル経を含めた金融支援を行う。（既存事業改善）
- ⑥ 経済動向や需要動向のデータ提供や経営分析などについて経営指導員と外部専門家と連携を視野に入れて支援する。（既存事業改善）

【目標と実績】

項目等	H28 目標	H28 実績
事業計画策定事業者数	36 者	32 者

【評価】

- ・事業計画策定事業者数は、概ね目標を達成することができた。内訳をみると、生産性向上に向けた経営力向上計画や付加価値向上に向けた経営革新計画、成長資金の獲得に向けた持続化補助金やモノづくり補助金の申請に向けた事業計画など、事業者の目的に応じた支援が行われている。
- ・経済動向調査から得られた支援ニーズである売上や収益の増加に対応するためにも、その手段である事業計画策定支援を引き続き取り組んでもらいたい。
- ・また、地域の小規模事業者数が減少するなか、事業承継に対する支援ニーズも潜在的に増加していることが考えられる。新規創業や事業承継を促進するため、市との連携を密に図って、創業セミナーをはじめとする創業支援・承継支援も取り組みを強化してもらいたい。

<4>事業計画策定後の実施支援に関すること

専門家等と連携し、計画の進捗状況に応じて計画的なフォローアップを実施し、計画の実現性を高めていく。

【現状と課題】

経営革新認定事業者でも計画策定段階で留まっているケースが多く、計画策定までは進捗状況の確認をこまめに実施するが、計画策定後は次第に間隔が開いてしまい、実行へのフォローアップが不足している。

【事業内容】

- ① 事業計画策定後、その実施にあたって初年度は2ヶ月毎に巡回訪問し進捗状況の確認を行うとともに必要な指導・助言を行う。その後は必要に応じ、4半期ごとのフォローアップを行う。(既存事業改善)
- ② 創業者に対しては特に手厚いフォローを行う為、2ヶ月毎の巡回訪問に留まらず、随時必要に応じ巡回及び窓口にて指導・助言を行う。(既存事業改善)
- ③ 進捗状況に問題が発生した場合、ミラサポ、よろず支援拠点、エキスパートバンクなどの専門家派遣制度を活用し、小規模事業者と一緒に原因の把握と問題点の検証を行い、事業計画の実施を確実に、計画の見直しができるよう継続的に支援を実施する。(既存事業改善)
- ④ その上で、事業者と経営指導員が一緒になり経営計画のブラッシュアップを実施して行く。必要に応じ、専門家の活用も視野に入れる。

【目標と実績】

項目等	H28 目標	H28 実績
フォローアップ実施事業者数	20 者	15 者
フォローアップ延べ回数	80 回	69 回

【評価】

- ・フォローアップを行った15社のうち、4社が売上増加、5社が横ばいであるとの結果が出ている。何もしなければ売上が減少していくなかで評価できることと考えられる。このような事業者1社、2社と地道に増やしていくことが重要である。
- ・フォローアップ回数が目標値に達していない。回数が全てではないが、策定した事業計画も実行段階において課題が生じることも多々あると思われる。せっかく策定した計画が絵に描いた餅にならぬようしっかりとフォローアップをしてもらいたい。

<5>需要動向調査に関すること

小規模事業者の販売する商品やサービスに対する需要動向調査を計画的・体系的に実施し、販路開拓を見据えた基礎的資料としての活用を図る。

【現状と課題】

小規模事業者の経営計画の策定支援を実施するにあたり、経営計画の策定に留まっており、事業者の販売する商品又は提供する役務の需要動向調査・分析に不足があった。

【事業内容】

小規模事業者への経営計画の策定並びに実行に資するため、次のような需要動向調査を行い、情報の収集・整理・分析・提供を実施する。

(1) 需要動向取得方法

① 需要動向商品・サービスの探索（拡充実施）

以下の探索により、需要動向商品・サービスの地区内小規模事業者の商品、役務の需要動向について、探索を実施する。

a) 経営計画の策定支援の企業

b) 本会の4つの部会（商業・工業・建設業・サービス業）の役員より

c) 経営指導員独自のピックアップ

② 二次データの取得（マクロ情報）（拡充実施）

総務省家計調査、茨城県観光動態調査、経済センサス等を用いて近年の状況を確認するとともに、業種別業界調査なども活用し、今後の需要について調査・分析する。

③ 一次データの取得（ミクロ情報）（拡充実施）

a) 地域金融機関の情報、支援小規模事業者、同業他社や取引先のヒアリング、専門家の意見も参考に、需要情報を調査・分析・提供する。

b) 地域資源と位置づけられる特産品については、個別店舗の販売統計により、消費者の購買動向を調査・分析し、商品開発、ブランド力の強化等の相談内容に応じた情報を提供する。

c) イベント販売時に顧客アンケートをとることにより動向調査・分析と情報提供支援を行う。

d) 巡回指導・窓口指導時に、当該企業の商品・サービス状況のヒアリングを行い、需要動向情報の収集・分析を行う。

【目標と実績】

項目等	H28 目標	H28 実績
需要動向調査件数	—	4 事業所

【評価】

① 需要動向調査については、個々の企業や個々の商品・サービスについて、具体的な需要開拓に繋がるような情報の把握が必要である。地域の消費者の買い物動向のような一般的な内容にとどまることなく、個々の事業者に価値のある情報を収集・提供してもらいたい。

- ② 次年度以降は、商圈ソフトの導入等により、個々の商品・サービスがターゲットとする商圈の需要動向など販路開拓に必要な具体的データを取得し、事業計画策定支援等に効果的な活用が出来るよう改善が必要である。

〈6〉新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

外部機関・専門家と連携を図り、消費者の需要動向や市場環境をふまえ、当地域における新商品（特産品等）や新サービスの販路開拓をするため、展示会、商談会等の出店参加支援等を行う。

【現状と課題】

各連携機関と連携し、市内SCでの物産展開催、東京葛飾区内で開かれる物産展への参加支援、新商品開発を行う事業者に対し、販路開拓のため「よろず相談」と連携した支援を実施している。

現在の需要開拓支援においては、以下の課題がある。

- ① 販売支援や販路開拓のノウハウを十分に活用できていない。
- ② 商談会やビジネスマッチングへの参加、アンテナショップへの出店などの情報提供や積極的参加の働きかけが不足している。
- ③ 販路開拓ノウハウのない事業者に対して、商工会が伴走の支援をしていたが、専門的な内容においての他の機関との連携が不足している。

【事業内容】

小規模事業者の新たな需要の開拓に寄与するため、他の機関との連携を強化して下記の事業を推進する。

- ① 物産展の開催を通して事業者の参加を促し需要開拓を行う。（既存事業改善）
稲敷市、稲敷市観光協会、JA稲敷と連携し、市内SC（3か所）、東京葛飾区内（*友好都市）SCで物産展を開催し、需要開拓を行う。
- ② イベント会場での相談コーナーを開設、提案型需要開拓を行う。（新規事業）
建築関連業種やサービス業などでは産業祭などイベント会場で相談コーナーを開設、新商品やサービスを提案しながら新たな需要の取り込みにつなげる。
- ③ 市内ゴルフ場との連携（新規事業）
市内9か所のゴルフ場と連携し、インショップでの地元製品の展示販売、観光ガイドブックの配布を実施、来場者へのPR及び需要開拓を支援する。
- ④ ふるさと応援寄附事業の活用支援（新規事業）
稲敷市、観光協会との連携により、同事業の「お礼の品（特典品）」に地元物産品やサービス事業を登録、利用・PRを推進し、需要の拡大につなげる支援を行う。
- ⑤ HPでの需要の開拓（新規事業）
当会HPの他観光協会HPへの掲載、全国連ECサイト「ニッポンセレクト」

への登録を支援する。また、ソーシャルメディアを活用した最新情報の発信（ガイドマップの更新、消費者の意見の収集等）により需要の開拓をする。

⑥ マッチング事業参加への支援（新規事業）

地元金融機関である常陽銀行、筑波銀行、水戸信用金庫等が開催するマッチング事業（商談会、展示会等）への参加を、金融機関と連携して支援する。

⑦ 顧客の新たな需要を取り込むため、アフターフォローの働きかけを支援する。（特に建築関係や自動車関係）（新規事業）

【目標と実績】

項目等	H28 目標	H28 実績
展示会・商談会出展支援事業者数	32 者	7 者
販路開拓支援事業者数	20 者	4 者
新たな需要を開拓した小規模事業者数	52 者	2 者

【評価】

- ① 需要開拓については、実績があまり芳しくないが、当該地域においては、地域内の需要に対応している事業者が多く、地域外の需要獲得に向けた展示会・商談会への出店希望者を発掘するのが難しい。まずは、地域外の需要に目を向けるよう事業者の意識への働きかけも重要である。
- ② 地域の事業者が元気になっていくためには、地域外の需要に目を向けていく必要があることから、引き続き当該事業者の発掘に努めるとともに、必要な事業者に必要な情報と支援が届くよう市との連携を強化していく必要がある。
- ③ 銀行及び信用金庫が毎年行っているマッチング事業についても、当該地域からの参加者が少ないのが現状である。事業計画策定事業者等で地域外の需要開拓に向けて意欲のある事業者に対し、金融機関と連携を図り販路開拓を支援していくことが必要である。
- ④ 展示会・商談会への出展については、それに要するコスト面のハードルから二の足を踏んでいる事業者も多いと思われる。そのような事業者に向けて有益な施策情報があれば提供していくことも重要と思われる。

<7>地域経済活性化に資する取組

市や農協等の地域の関係機関との連携を密にとりながら、市内産業のPRを図り、地域活性化を図る。

【現状と課題】

イベントに関しては一過性の賑わい喚起に留まり、若干の交流人口の増加は感じられたものの、小規模事業者の新たな需要開拓までには至っていない。また、中心

商店街活性化事業に関しても、恒常的な集客力の向上には繋がらず、商店街は依然として停滞したままである。

【事業内容】

新たな需要の開拓に繋がる地域ブランドの創出や恒常的な地域活性化に繋がる賑わいづくりを目指し、以下の事業を実施する。

①地域経済活性化事業

イ. 稲敷市ブランド化事業（新規事業）

「稲敷市ブランド化会議」において、稲敷ならではの“いいもの”“ほんもの”を売り込み、“地域ブランド”の創出を図り、現在の「祭り」「イベント」「遊ぶ」「食べる」「見る」を相互に関連付けた相乗効果によるにぎわいの創出と観光客の誘致を支援する。農商工連携による「特産品」開発をおこない「稲敷市ブランド化」を推進する。（特産品例：銘柄指定の江戸崎かぼちゃ、浮島レンコン。

その他に低アミロース米ミルキークイーン、霞ヶ浦の佃煮 等々）

ロ. 人口減少対策支援事業（新規事業）

若年層の雇用の場がないことが人口流出の一因であるという調査結果から、稲敷市、（仮称）人口減少問題対策室と「雇用問題対策会議」を開催し、稲敷市がおこなう事業所訪問と当会の経営分析等による雇用関係情報の意見交換を中心におこない、市内雇用の現状把握をおこない雇用情報を発信する。

ハ. カップリングパーティ事業（既存事業改善）

稲敷市人口減少対策プロジェクトと新たに連携し、商工会青年部が実施している「カップリングパーティ」を継続的に実施する。

ニ. 地域商品券発行事業（既存事業改善）

稲敷市との連携により、「稲敷プレミアム商品券発行事業」を拡大継続実施し、地域小規模事業者の売上向上に繋げる。

② 中心商店街活性化事業

イ. 新庁舎の移転と並行して、中心商店街である「江戸崎商店街」のハード面での再構築について、稲敷市、「えどさき街創り協同組合」、「江戸崎町商業協同組合」との間で検討を行うため「江戸崎商店街再構築会議」を設置し、5年後を目標とした計画策定をおこなう。（新規事業）

ロ. 街なか交流施設である「えどさき笑遊館」の事業を、「えどさき街創り協同組合」主導で見直し、強化する。従来から実施している「江戸崎のひな祭り」「豆まき巡り」「えどさき大参集（商店街での売り出しと笑遊館でのほろ酔い横町の開催）」を市内外に積極的にPRし、知名度の一層の向上をはかり、商店街来街者の増加を図る。（既存事業改善）

ハ. えどさき笑遊館を利用して、チャレンジショップや実験店舗での営業を支援し、軌道に乗れば商店街の空き店舗での開業を支援する。（新規事業）

【目標と実績】

項目等	H28 目標	H28 実績
地域経済活性化に関する関係機関との協議実施件数	9 件	12 件
地域経済活性化に資するイベント開催件数	20 件	24 件

【評価】

- ① 稲敷市ブランド化事業については、現在までのところ方向性のとりまとめに苦心している。なかなかこれといったものが見いだせていないのが現状である。
- ② 地域のブランド化は一朝一夕でできるものではないのは理解できる。しかしながら、地域の実情を踏まえると地域の経済団体が足並みを揃えて一つの方向性に向かっていくことが重要と考えられる。地域の団体との打ち合わせを頻繁に行い、積極的な意見交換をおこなってもらいたい。

<8>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

小規模事業者の業績向上に直結する課題解決や販路開拓、これによる新しいビジネスモデルの構築の支援を図るため、他の支援機関との情報交換を図っていく。

【現状と課題】

現状まで、種々の取り組みを実施する中で、計画的な各組織とのコミュニケーションに不足があり、小規模企業への支援は、若干一過性のものとなっており、計画的、継続的な支援さらに支援ノウハウの取得が課題となっていた。

【事業内容】

以下の各種取り組みの中で、他の支援機関との情報の共有化をすることで、小規模事業者への、計画的、継続的な支援、新しい支援方法、ノウハウを取得し、小規模事業者への課題解決に向けた支援体制の構築を図る。

- ① 商工会で実施する経営コンサルタントなどの専門家による指導事業（経営革新セミナーや経営計画作成セミナー、創業セミナー等）の開催時に、商工会職員が同席して事業推進の手順や方法を研修し、小規模事業者への支援力向上を図る。また、事業計画の遂行にあたっての問題点の抽出や解決法についてOJTによりノウハウの取得を支援する。（既存事業改善）
- ② 税理士、社会保険労務士等士業、金融機関との連携を通し、小規模事業者の事業計画の実行支援のノウハウを共有する。（既存事業改善）
- ③ 茨城県内商工会を6ブロックに分けて組織をしている「BM、PM会議【注1】」、「県南ブロック会議（年6回開催）」において、県連並びに所属9商工会の各地域の

経済状況等の情報交換や支援方法での意見交換、他ブロックの優れた支援状況についての検討を実施する。(既存事業改善)

【注1】茨城県商工会連合会並びに各商工会が、小規模事業者を支援するために新たに構築した支援体制。県内を6つのブロックに分け、各商工会には各地域の課題を抽出し、その解決方法に取り組むプロジェクトマネージャー（PM）を置く。又、それぞれのブロック内の商工会を総括し、課題解決のためのマネジメントを行うブロックマネージャー（BM：県連）を配置する。

【実績】

- ・県内の他商工会との支援ノウハウ等の情報交換については、年6回のBM会議等により積極的な情報交換を図っている。
- ・また外部機関との支援ノウハウ等の情報交換については、市内金融機関（4行6支店1出張所）、稲敷市商工観光課と当会を構成機関とする金融懇談会を実施し、情報交換を各1回実施した。

【評価】

- ① BM会議など、県内の各商工会との連携は随分進んできたように感じられる。引き続き、他の商工会での支援事例等を収集し、支援ノウハウの蓄積に取り組んでもらいたい。
- ② また、創業塾では、中小企業診断士をはじめ、税理士、社会保険労務士などの専門家との連携を図るなど、外部から支援ノウハウを取得・活用する場も少しずつ増えてきている。次年度以降、外部機関も引き続き強化してもらいたい。

〈9〉経営指導員等の支援能力の向上の仕組み

小規模事業者のビジネスモデルの再構築に必要となる一連の高度な支援能力について、体系的・計画的に経営指導員等の資質向上を図っていく。

【現状と課題】

従来より、経営指導員は、以下の研修会で、支援能力の向上を図っている。

- ① 中小企業大学の主催する研修会に、本会の経営指導員が参加することにより、売上や利益を確保することを重視した支援能力の向上を図る。
- ② 県商工会連合会の主催する研修会に、毎年本会の全職員が参加することにより、売上や利益を確保することを重視した支援能力の向上を図る。

しかしながら、より深い、または業界等の知識吸収に関しては、計画的な教育・訓練が不足している。

【事業内容】

以下に示す取り組みによって、知識、ノウハウの吸収を行い、支援、助言に活用する。

- ① 茨城県や茨城県商工会連合会の実施する研修会へは、経営指導員の他経営支援にあたる全職員が必ず参加し受講することで、支援スキルを共有するだけでなく他の地域の支援方法等を吸収して支援能力の向上を図る。また、中小企業基盤整備機構（中小企業大学校）が実施する研修（例「小規模企業支援能力向上研修」「経営革新計画の策定支援研修」等）には経営指導員が支援計画期間内に1回は参加することで、専門的なスキルを獲得する。（既存事業改善）
- ② 職員全員での「支援事例研究会」を月に1度実施し組織内で経営指導員のノウハウを共有、職員の資質の向上を図る。（新規事業）
- ③ 若手経営指導員については、従前の経営改善普及事業の業務（金融や税務、労働保険など）についてはマニュアル化した基本的な支援方法の知識を習得する。次に、ベテラン経営指導員とチームで小規模事業者を支援すること等を通じて、助言方法を学ぶなど、OJTにより伴走型の支援能力の向上を図る。（既存事業改善）
- ④ 専門家の指導時には必ず経営指導員又は経営支援員が同席し、事業者からの問題点の聞き取り方法や問題解決のための指導方法を習得し、支援能力の向上を図る。得られたノウハウについては、「事例研究会」において発表し職員全体で共有する。（既存事業改善）

【実績】

- ・職員の資質向上については、経営革新セミナー等の各種セミナーへの同席や専門家による会員事業者の個別支援への随行などを通じて、その専門的知識の習得に取り組んだ。

【評価】

- ① 地域の小規模事業者の支援ニーズは複雑化・高度化が進んでおり、商工会の指導員が求められている支援ニーズも多岐にわたっている。中小企業大学校や事例研究会、OJT等の機会を活用して積極的に資質向上に取り組んでもらいたい。
- ② なお、平成29年度は1名が中小企業大学校に1か月間研修する予定とのことであるが、習得したものを地域の小規模事業者支援の場に活かせるよう取り組んでもらいたい。

<10>支援ノウハウ等を組織内で共有する体制

小規模事業者の相談ニーズに対応するため、強固な連絡体制づくりや非常時の職員体制の構築を図っていく。

【現状と課題】

当商工会の職員の資質向上については、県連の行う職員研修が主で専門的知識研修は指導員のみ行ってきた。職員は、各担当があり専門的知識を共有する機会が少なかった。少人数の事務所だけに、巡回指導で指導員が事務所にいない状況が予想される。窓口相談時に、的確な相談内容の把握と報告など職員間の連携体制の明確化を図る必要がある。

【事業内容】

- ① 事務局担当者は年度当初において、「事業計画書」を商工会理事会に提出、承認を得た後、事業に着手する。(既存事業改善)
- ② 上半期終了時において、「事業進捗状況」を商工会監事宛提出、内部での中間監査を実施する。進捗状況に問題がある場合、見直しを含めた計画変更を実施する。変更内容については、直近の理事会に報告、承認を得る。(新規事業)
- ③ 事業終了後、事務局担当者は「事業報告書」を作成、「事業評価委員会」に必要な書類ともども提出し、評価を受ける。(新規事業)
- ④ 「事業評価委員会」においては、提出された「報告書」を精査、事業の評価を行い未達成の事項や効果に疑問のある項目については、次年度での計画変更等事業の見直し等を提言する。(新規事業)
- ⑤ 「事業評価委員会」から提出された「事業評価書」を、商工会監事宛提出、監査を受けた後、理事会へ報告、承認を受ける。(新規事業)
- ⑥ 「事業評価書」については、商工会総代会並びに商工会HP上で公開する。(新規事業)
- ⑦ 次年度以降の事業についても同様のスキームで実施する。(新規事業)
- ⑧ 本会の経営発達支援事業を以上のように運営し、常に本計画から良好な成果が得られるよう、様々なインプット（例えば市の計画変更等）に柔軟に計画変更等を行い、事業計画の継続的な改善を実施する。

【実績】

- ・ 支援ノウハウの組織内での共有については、経営指導員による指導員会議（随時）、全職員による職員会議（年4回）を実施し、支援ノウハウの共有に取り組んだ。

【評価】

- ① 県内の商工会間での異動が増えており、指導員個々の資質向上のみならず、組織としての支援能力の維持・向上が必要となっている。
- ② 経営発達支援事業を通じて、実施した支援事業を評価し、次年度以降の事業に活かしていくPDCAサイクルが定着しつつあるため、今後も引き続き取り組みを進めてもらいたい。