

令和4年度 経営発達支援計画評価会議報告書

かほく市商工会

かほく市商工会において策定した「経営発達支援計画に基づき、令和4年度に実施した事業の実施内容及びその評価について、以下のとおり報告します。

評価基準は

- A：目標を達成することができた。(100%以上)
- B：目標を概ね達成することができた。(80%～99%)
- 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%)
- D：目標をほとんど達成することができなかった。(30%未満)
- E：目標を全く達成できなかった。(0% 未実施)

I. 経営発達支援事業の内容

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(現状)

小規模事業者への窓口支援業務、巡回指導による景況感の聴き取りを行っております。特に県連合会が主導する「巡回指導・訪問強調月間」においては未巡回に事業所及び非会員を訪問した際に聞き取り調査を実施しています。また、景気動向調査、金融動向調査、開廃業調査など各機関が実施する調査は管内の経済動向を把握するため定期的に実施しています。

(課題)

景気動向調査、金融動向調査、開廃業調査など各機関が実施する調査は、管内の小規模事業者が求める内容と乖離している場合があり、情報を提供する際は巡回等で得た情報と景気動向調査等のマクロ的な情報を最適化する必要があります。

(事業内容)

経営発達支援計画の内容及び実施期間	実施内容	評価内容
<p>①国が提供するビッグデータ RESAS（地域経済分析システム）の活用 当地域において稼げる産業や事業者の把握や、効率的な経営支援と地域経済活性化をめざし分析結果を職員間で共有して年一回公表します。地域経済の循環、生産性の分析、産業構造の変化を機微に感じ小規模事業者にとって有益でタイムリーな情報提供をします。</p> <p>【分析手法】</p> <ul style="list-style-type: none">・「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析・「まちづくりマップ・From to 分析」→人の動き等を分析・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析 <p>上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。</p>	<p>①国が提供するビッグデータ RESAS（地域経済分析システム）の活用 目標：提供回数 1 回/年 実績：提供回数 1 回/年 地域経済動向として、かほく市内の主要産業（産業別売上高上位 5 産業）の労働生産性の状況を「産業構造マップ」より抽出し通りまとめました。作成した地域経済動向調査報告を当会ホームページにて公表した。 ○令和 4 年 10 月 26 日公表</p>	①A
<p>②管内小規模事業者の景気動向等について調査・分析 全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、年 1 回調査・分析を行う。</p> <p>【調査対象】管内小規模事業者 100 社（製造業〔繊維業以外〕、建設業、繊維業、小売業、サービス業から 20 社ずつ）</p>	<p>②管内小規模事業者の景気動向等について調査・分析 目標：提供回数 1 回/年 実績：提供回数 1 回/年 経営指導員が地域内事業者から収集した「地域内の経済動向に関する情報」を外部専門家による分析を踏まえ取りまとめ調査報告書を作成した。作成した地域経済動向調査報告を当会ホームページにて公表した。</p>	②A

<p>【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等</p> <p>【調査手法】調査票を郵送し返信用封筒で回収する</p> <p>【分析手法】経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う</p> <p>【成果の活用①②】</p> <p>○情報収集・調査、分析結果はかほく市商工会のHPに掲載し広く管内事業者 に周知。</p> <p>○職員間で情報を共有して事業計画策定や巡回支援等広く活用する。</p>	<p>○令和4年10月26日公表</p>	
--	----------------------	--

3-2. 需要動向調査に関すること

(現状)

各種機関の各種調査情報（家計調査、消費実態調査、物価統計、日経POS情報など）で情報を収集し、経営指導員が分析・整理した情報を事業計画策定事業所等に提供し活用いただいている。

(課題)

調査結果については公けに公表された調査結果を再分析・整理した情報の提供にとどまっており、事業者の売れる商品づくりのための情報収集・整理・分析が十分になされていない状況にあります。事業者の商品開発や販路開拓等の事業計画策定には、業界動向・統計データの提供だけではなく、事業者が消費者やバイヤーの生の声を収集し、マーケットインの視点を持ってもらうことが課題と考えられます。

(事業内容)

経営発達支援計画の内容及び実施期間	実施内容	評価内容
<p>①「道の駅高松」での来場者アンケート調査の実施</p> <p>「道の駅高松」において、来場者アンケートを実施し、調査結果を分析した上で出展者にフィードバックする。かほく市の特産品である繊維（資材）製品を活用した新商品開発を資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。</p> <p>【サンプル数】 展示販売出店事業者数×来場者（消費者）5人</p> <p>【調査手段・手法】「道の駅高松」の来場客が増加する5月、8月（計2回）に、来場客に開発中の繊維製品サンプルを店頭で提供してもらい、経営指導</p>	<p>①個社の商品・サービスに関する消費者動向調査の実施</p> <p>目標：道の駅高松での来場者アンケート調査1回</p> <p>実績：個社の需要動向調査 5社</p> <p>事業者が新商品の開発や既存商品のブラッシュアップをする際、買い手の視点・反応を把握したうえで商品開発・改良をしていくことにより、売上増加による賃金引上げ等につなげていくために、テストマーケティングや効果測定を実施した。</p> <p>さらに、その調査結果をまとめた需要動向調査報告書を事業者に提供し、</p>	<p>①A</p>

<p>員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。</p> <p>【分析手段・手法】調査結果は、ISICO（石川県産業創出支援機構）等の販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行います。</p> <p>【調査項目】①使用感、②触感、③パッケージ、④価格、⑤デザイン等</p> <p>【調査・分析結果の活用】分析結果は、経営指導員等が当該繊維製造業者に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行います。</p>	<p>経営指導員及び外部専門家が内容についてフィードバックすることで、効果的なフォローアップ指導へと繋げた。</p> <p>A 事業所 「新規顧客とのコミュニケーション強化に係る調査」 調査方法：1次調査 展示会来場者へのアンケート 2次調査 グループインタビュー 調査内容：現在訴求しきれていない顧客層に対し価値提示をするための示唆を得るための調査</p> <p>B 事業所 「高単価販路開拓に向けたブランドロゴ検討に係る調査」 調査方法：インターネットの調査票によるアンケート調査 調査内容：既存ロゴへのユーザーの受け止めと、今後のロゴの改善の方向性に関する示唆を得るための調査</p> <p>C 事業所 「新製品の価値訴求軸の検証とチャンネル開発に係る調査」 調査方法：試作品に対するインタビュー 調査内容：インテリア雑貨・食器の分野でのオーダーメイド超少量生産品に関するニーズの吸い上げを図るための調査</p> <p>D 事業所 「既存販路での販売力強化に係る調査」 調査方法：覆面調査員による買い物時の聞き取り調査 調査内容：自社ブランド製品の拡販可能性と新規販路の開拓のための示唆を得るための調査</p> <p>E 事業所 「コミュニティとしての価値提供の強化可能性に係る調査」 調査方法：試食会でのインタビュー 調査内容：リピート動機を刺激するための商品開発への顧客要望のフィードバックを通じて、店舗と顧客の一体感を醸成するための示唆を得るための調査</p>	
--	---	--

<p>②見本市等でのバイヤーに対するアンケート調査の実施</p> <p>東京ギフト・ショー等の見本市出展の際に、来場するバイヤーに対し、サンプルを提供しアンケート調査を実施する。</p> <p>【サンプル数】見本市出展事業者数×来場者（主にバイヤー）10人</p> <p>【調査手段・手法】東京ギフト・ショーに出展した際（2月）に、来場客に開発中及び新規販売する繊維製品サンプルを提供し、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。</p> <p>【分析手段・手法】調査結果は、ISICO（石川県産業創出支援機構）等の販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行います。</p> <p>【調査項目】①使用感、②触感、③パッケージ、④価格、⑤デザイン、⑥取引条件等</p> <p>【調査・分析結果の活用】分析結果は、経営指導員等が当該繊維製造業者に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行います。</p>	<p>②見本市等でのバイヤーに対するアンケート調査の実施</p> <table border="1" data-bbox="1048 140 1720 252"> <tr> <td>目標：調査対象事業者数</td> <td>13社</td> <td>サンプル数</td> <td>130社</td> </tr> <tr> <td>実績：調査対象事業者数</td> <td>0社</td> <td>サンプル数</td> <td>0社</td> </tr> </table> <p>※サンプル数⇒見本市出展事業者数×来場者（主にバイヤー）10人</p> <p>ジャパン・クリエーション、東京インターナショナル・ギフト・ショー出展時にバイヤーに対するアンケート調査は実施なし。</p> <p>出展後に、出展事業者に対するアンケート調査を実施した。</p>	目標：調査対象事業者数	13社	サンプル数	130社	実績：調査対象事業者数	0社	サンプル数	0社	<p>②E</p>
目標：調査対象事業者数	13社	サンプル数	130社							
実績：調査対象事業者数	0社	サンプル数	0社							

4. 経営状況の分析に関すること

（現状）

小規模事業者の多くは、一般に経営分析と呼ばれる「財務管理」や「利益計画」（採算性）等に対する意識が乏しく、自社の事業の動向を感覚的に感じ取り、経営判断を失ってしまうケースが多く見受けられます。さらに、社会環境や市場の動向に関する環境の変化や顧客の変化に対応できず、商品やサービスの提供に苦慮している様子も伺えます。小規模事業者が持続的に発展していくためには、事業者自ら自社の強みと弱みを把握し、計画的に事業について考える必要があります。当商工会では、金融支援のための資金繰りの検討や、決算申告時の税務対策相談などで経営分析や財務分析を助言を行うにすぎませんでした。経営分析をすることの重要性を説き、個社の具体的な事情を踏まえたうえでの経営分析が不十分なため、効果的な経営指導まで至らない、というのが現状であります。また、商工会と接点の少ない事業所もあり、相互の意思疎通が足りず認識のずれが生じているという現状もあります。

（課題）

小規模事業者が持続的な発展を遂げるためには、「事業者自ら自社の強み弱み、さらに財務分析をおこない現状を把握することが必須である」ということを認識させ分析に係る知識を身に付けていただくことが当面の課題であります。そのために商工会でも、巡回やセミナーを通して十分な説明と分析手法等を指導するとともに、事業を持続するための経営指導など、小規模事業者に寄り添った伴走型支援が求められます。

(事業内容)

経営発達支援計画の内容及び実施期間	実施内容	評価内容
<p>○巡回・窓口相談等での経営分析</p> <p>経営指導員等の巡回訪問、窓口相談、税務相談、各種セミナー、個別相談会などを通して経営分析の重要性を説き、経営分析をおこなう事業所を抽出。具体的には、売上や粗利益などの財務分析の他、強み弱みなどのSWOT分析、企業の持つ技術や従業員などの経営資源の洗い出しなどの生産分析までおこない書面化することを目標とします。また書面化により個々の課題を客観的に捉えることで、次の事業計画策定に繋げていきます。</p> <p>【分析手法】</p> <p>経営指導員1名あたり25事業所、4名計100事業所に対し、経済産業省提供ソフト ローカルベンチマークを活用して以下の経営分析を実施します。</p> <p>【経営分析項目】</p> <p>[定量面]</p> <ul style="list-style-type: none">・収益性（売上高総利益率、総資本営業利益率、債務償還年数など）・効率性（総資本回転率、売上債権回転日数、棚卸資産回転日数など）・生産性（一人当たり売上高、一人当たり有形固定資産額、一人あたり経常利益など）・安全性（自己資本比率、流動比率、固定長期適合比率など）・成長性（前年比増収率、総資本回転率、自己資本比率増減など） <p>[定性面]</p> <ul style="list-style-type: none">・顧客、自社、競合の分析を実施・小規模事業者のS:強み、W:弱み、O:機会、T:脅威に対する現状分析を行い、市場におけるビジネス機会を把握 <p>【分析結果の活用】</p> <ul style="list-style-type: none">・分析結果については事業者へフィードバックし、経営課題の発見、販路拡大	<p>○巡回・窓口相談等での経営分析</p> <p>目標：経営分析件数 100件/年 実績：経営分析件数 71件/年</p> <p>巡回及び窓口相談での経営に関する相談者、各種支援施策を利用する事業者に対して経営分析を行った。</p> <p>特に、マル経融資等の課題の緊急性が高い事業者への支援や、持続化補助金等の前向きな打ち手に関しての支援を重点的に実施した。</p> <ul style="list-style-type: none">・小規模事業者経営改善資金貸付（マル経）斡旋先 12件・事業計画作成先 40件・景況調査実施先 18件・その他経営支援先 1件	<p>B</p>

<p>につなげる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・分析結果や個社データは、職員間で共有を図り、経営指導員が経営計画策定支援の際に活用する。 		
---	--	--

5. 事業計画策定支援に関すること

(現状)

補助金採択を目的とした積極的な小規模事業者を対象とした事業計画策定セミナー、事業継続等に課題のある事業承継個別相談、創業意欲のある創業予定者や創業1年未満の方を対象とした創業セミナーを開催しております。また、売上向上や利益確保が実現可能なものとなるよう、伴走型の指導・助言による事業計画策定支援を行っています。

(課題)

小規模事業者が経営課題を解決するためには、事業計画の策定が重要であります。目標が当該事業所にとって実現可能なものか、経営資源等を十分吟味し策定する必要があります。また、当地域では、後継者不在による廃業案件も多いことから、今後の事業承継支援の中心は、家族内承継のみならず、従業員への承継、また県外居住者で地方での生活を希望する創業希望者、事業の補完を計画する事業者へのM&Aとなってきます。これらの企業の円滑な事業承継を促し、企業持続化のためにも事業計画策定支援を行う必要があります。新規創業希望者の創業計画の策定においては、商工会など支援機関の活用などについて理解を深めていただくことが重要と考えます。

(事業内容)

経営発達支援計画の内容及び実施期間	実施内容	評価内容		
<p>①「事業計画策定セミナー」を契機とした事業計画作成支援</p> <p>[セミナー]</p> <p>【支援対象】経営分析を行った事業者と補助金申請等を目標とする既存事業者等</p> <p>【募集方法】当会のホームページや会報、経営指導員の巡回による告知</p> <p>【参加者数】年2回のセミナー開催、各回20名の受講者を目標にする。</p> <p>【手段手法】経営指導員だけでなく職員全員に担当を割り当て、外部専門家も交えて事業計画策定に繋げる。また基本的には講習会形式で会場に会場に来て受講いただくが、感染症拡大などに対する手段としてZOOM（またはスカイプなど）のクラウド型のビデオチャットサービスを活用し円滑に事業を推進</p>	<p>①「事業計画策定セミナー」を契機とした事業計画作成支援</p> <table border="1" data-bbox="1048 927 1883 1018"> <tr> <td>目標：セミナー開催2回/年・事業計画策定事業者数44社/年</td> </tr> <tr> <td>実績：セミナー開催2回/年・事業計画策定事業者数40社/年</td> </tr> </table> <p>令和4年8月4日に「事業計画策定セミナー」を開催し、6社6人が参加した。意欲のある小規模事業者等に対して、専門家から事業計画策定方法を具体的に学ぶ研修機会を提供した。セミナー実施後、経営指導員がフォローし、事業計画策定支援を行った。</p> <p>令和5年1月23日、2月6日に東京インターナショナル・ギフト・ショー出展者を対象として「販売促進・経営計画作成講習会」を開催し、10社10人が参加した。参加者に対して専門家よりBtoB営業の基礎と確率</p>	目標：セミナー開催2回/年・事業計画策定事業者数44社/年	実績：セミナー開催2回/年・事業計画策定事業者数40社/年	<p>①B</p>
目標：セミナー開催2回/年・事業計画策定事業者数44社/年				
実績：セミナー開催2回/年・事業計画策定事業者数40社/年				

<p>する（以下の事業承継者向け及び創業予定者向けセミナーも同様）。</p> <p>〔計画策定〕</p> <p>【策定数】令和3年度は経営指導員1名あたり10件を目標とする。セミナー受講者及び各補助金申請者及び経営安定支援相談者等を対象に販路開拓やICT活用等を踏まえた実効性の高い事業計画策定を支援する。また計画目標の指標として経営革新計画で定められている「経営の相当程度の向上を達成できる計画であること」に基づき、原則、計画期間は3年間とし「付加価値額」又は「1人当たりの付加価値額」の伸び率9%以上かつ経常利益の伸び率3%以上します。なお計画5年目にあたる令和7年度には経営指導員1名あたり13件、計52件策定する。</p> <p>②「事業承継セミナー」を契機とした事業承継計画作成支援</p> <p>〔セミナー〕</p> <p>【支援対象】経営分析を行った事業者のうち近い将来に事業承継を予定する事業者及び事業承継相談窓口で相談を受けた事業者。</p> <p>【募集方法】当会のホームページや会報にて告知。経営指導員等による指導の一環として参加を促す。</p> <p>【参加者数】年1回のセミナー開催、5名の受講者を目標にする。</p> <p>【手段手法】主に経営指導員及び外部専門家による事業承継の重要性の説明。事業承継事例、事業承継税制や補助金など公的支援等施策の紹介により事業承継計画につなげる。</p> <p>〔計画策定〕</p> <p>【策定数】令和3年度は経営指導員1名あたり1件を目標とする。セミナー受講者等に対し、「事業承継相談窓口」の統一様式である事業承継診断書、</p>	<p>志向の営業戦術について説明し、展示会を効果的に活用し、新しい引き合いを獲得するノウハウについて学ぶ研修機会を提供した。受講者はギフト・ショー出展時の営業プロセス設計書（事業計画書）を作成した。事業計画を策定した事業者が下記の補助金・助成金及び法認定を申請した。</p> <p>経営革新計画（1件）</p> <p>経営力向上計画（1件）</p> <p>小規模事業者持続化補助金（15件）</p> <p>事業再構築補助金（1件）</p> <p>石川県新分野・事業転換補助金（2件）</p> <p>かほく市特産品開発支援事業（1件）</p> <p>かほく市企業PR活動支援事業補助金（1件）</p> <p>②「事業承継セミナー」を契機とした事業承継計画作成支援</p> <div data-bbox="1048 774 1886 869" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>目標：セミナー開催1回/年・事業承継計画策定事業者数4社/年 実績：セミナー開催1回/年・事業承継計画策定事業者数3社/年</p> </div> <p>令和4年12月4日に「事業承継セミナー」を開催し、9社9人が参加した。事業承継を予定している方、事業承継に関心のある方等に対して専門家から中小事業者のための事業引継ぎのポイントについて学ぶ研修機会を提供した。（石川中央都市圏ビジョン懇談会共催）</p>	<p>②C</p>
---	---	-----------

<p>事業承継計画書、事業承継計画概要書を作成いただく。作成にあたって事業者当人はもとより当該地域及び関係筋への影響等を踏まえ最善の計画内容とするよう心掛ける。計画4年目にあたる令和6年度以降には経営指導員1名あたり2件、計8件策定する。但し事業承継関係相談は今後増加することが十分考えられ、実施件数に関しては柔軟に対応する。</p> <p>③「創業セミナー」を契機とした創業計画作成支援</p> <p>[セミナー]</p> <p>【支援対象】創業予定者、創業間もない小規模事業者、第2創業予定者</p> <p>【募集方法】当会のホームページや会報にて告知。相談窓口に訪問した相談者等を勧誘。</p> <p>【参加者数】年1回のセミナー開催、10名の受講者を目標にする。</p> <p>【手段手法】主に経営指導員及び外部専門家（中小企業診断士、税理士、市担当課など）による創業における心構え、各種届け出、創業関連支援制度などの説明。事業継続の為の創業計画書策定の重要性をレクチャーする。</p> <p>[計画策定]</p> <p>【策定数】令和3年度は経営指導員1名あたり1件を目標とする。令和6年度以降は経営指導員1名あたり2件、計8件策定する。セミナー受講者等に対し、中小企業基盤整備機構が提供する「経営計画つくるくん」等で作成いただく。</p>	<p>③「創業セミナー」を契機とした創業計画作成支援</p> <table border="1" data-bbox="1048 435 1888 533"> <tr> <td>目標：セミナー開催2回/年・創業計画策定者数4社/年</td> </tr> <tr> <td>実績：セミナー開催5回/年・創業計画策定者数3社/年</td> </tr> </table> <p>令和4年11月4日～12月2日に5回（創業計画作成・販路開拓・人材育成・財務・資金調達）の講座を開催し、延べ76人（平均15.2人）が参加した。創業予定者に対して創業計画書策定、販路開拓等について支援を行った。</p> <p>創業セミナー受講後、受講者のうち複数の方が実際に開業や法人設立をされた。</p>	目標：セミナー開催2回/年・創業計画策定者数4社/年	実績：セミナー開催5回/年・創業計画策定者数3社/年	<p>③B</p>
目標：セミナー開催2回/年・創業計画策定者数4社/年				
実績：セミナー開催5回/年・創業計画策定者数3社/年				

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

（現状）

経営指導員による巡回指導、必要に応じ専門家派遣等により事業計画策定後の実施支援を行っている。

（課題）

事業者の要望・要請に応じた場当たりの支援に止まっているケースが多く、計画的かつ継続的に行われているとは言い難い。小規模事業者においても事業計画に基づく

事業の実施が重要となっている中で、今後、伴走型支援を行うために体系的かつ積極的に関わり、事業計画実行の支援を継続する必要があります。また事業計画の実施について経営指導員が中心となり事業計画の内容、進捗状況、問題点、事業の成果、改善点等を明確に理解し、全職員が共通の認識を持って支援する事が必要であり、その仕組み作りが課題であります。

(事業内容)

経営発達支援計画の内容及び実施期間	実施内容	評価内容
<p>①事業計画策定後のフォローアップ</p> <p>令和3年度より目標数値を定めた事業計画を策定した全ての事業者を対象とし目標数値を目指した指導を行う。フォローアップ頻度については、一律年2回とするが、事業者からの申出等がある場合は臨機応変に対応します。</p> <p>また、フォローアップの際に進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、企業ドック制度など外部専門家の視点を投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ内容及び指導頻度等の変更等を行います。目標数値達成数はフォローアップ対象事業者の約30%と致します。</p>	<p>①事業計画策定後のフォローアップ</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> <p>目標：フォローアップ実施事業者数 44社/年・回数 88回/年 実績：フォローアップ実施事業者数 40社/年・回数 80回/年</p> </div> <p>令和4年度に当会において事業計画策定支援を行った全事業者（40社）に対し、計画の進捗状況確認等のフォローアップを行った。</p> <p>事業計画策定事業者 40社（フォローアップ延数 80回）</p> <p>その際、経過が芳しくない場合や達成が困難な場合には外部専門家と連携して計画遂行や課題解決を支援した。</p> <p>経営力強化総合支援アドバイザー派遣実施 69回 制度改正専門家派遣 8回 事業環境変化対応専門家派遣 11回 経営安定特別相談 1回</p>	<p>①B</p>
<p>②事業承継計画策定後のフォローアップ</p> <p>基本的に事業計画策定事業者に対し年2回のフォローアップを行う。但し、事業者により課題の内容や解決すべき事案の時期が異なることが想定されることから、経営指導員による経営支援連絡会議報告会などにおいて各自受け持ちの事案について報告・相談することで情報共有を図り、フォローアップの内容や頻度等の修正等を行います。</p>	<p>②事業承継計画策定後のフォローアップ</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> <p>目標：フォローアップ実施事業者数 4社/年・回数 8回/年 実績：フォローアップ実施事業者数 3社/年・回数 6回/年</p> </div> <p>令和4年度に当会において事業承継計画策定支援を行った全事業者（3社）に対し、計画の進捗状況確認等のフォローアップを行った。</p> <p>事業承継計画策定事業者 3社（フォローアップ延数 6回）</p>	<p>②C</p>

<p>③創業計画策定後のフォローアップ</p> <p>基本的に事業計画策定事業者に対し年2回のフォローアップを行う。但し、事業者により課題の内容や解決すべき事案の時期が異なることが想定されることから、経営指導員による経営支援連絡会議報告会などにおいて各自受け持ちの事案について報告・相談することで情報共有を図り、フォローアップの内容や頻度等の修正等を行います。</p>	<p>③創業計画策定後のフォローアップ</p> <table border="1" data-bbox="1048 145 1890 240"> <tr> <td>目標：フォローアップ実施事業者数4社/年・回数8回/年</td> </tr> <tr> <td>実績：フォローアップ実施事業者数3社/年・回数6回/年</td> </tr> </table> <p>令和4年度に当会において創業計画策定支援を行った全事業者(3社)に対し、計画の進捗状況確認等のフォローアップを行った。その他、創業セミナー受講者に対しても開業に向けてフォローアップを行った。</p> <p>創業計画策定事業者3社(フォローアップ延数6回)</p>	目標：フォローアップ実施事業者数4社/年・回数8回/年	実績：フォローアップ実施事業者数3社/年・回数6回/年	<p>③B</p>
目標：フォローアップ実施事業者数4社/年・回数8回/年				
実績：フォローアップ実施事業者数3社/年・回数6回/年				

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(現状)

当会地区内は、繊維・鉄工業を中心とした製造業が地場産業であります。元来より下請け企業が多く、独自製品を持つ企業が少ない傾向がありましたが、消費者の嗜好の変化などニーズの多様化により、従来のノウハウを活用し独自製品を開発する事業者がここ数年増加しております。かほく市行政においても「中小企業新製品開発等奨励制度」、「見本市等出展事業補助金制度」、「特産品等開発支援事業補助金制度」、「企業PR活動支援事業補助金制度」、「かほく市特産品ブランド認証制度」など事業者を後押しする制度を充実させ、製品開発や新規需要開拓に注力しております。商工会においても伴走型小規模事業者支援推進事業を活用し販売促進用HPの作成、国際見本市(東京ギフト・ショー)への出店事業など積極的に事業者を支援しております。

(課題)

小規模事業者は人的資源や資金面の経営資源が乏しいことから、個社で新規需要開拓を行う経営力を備える事業者は少なく、商工会などが伴走型支援を施し、ノウハウを備える必要性があります。

(事業内容)

経営発達支援計画の内容及び実施期間	実施内容	評価内容		
<p>①かほく市特産品ブランド認証の取得及び活用支援 (BtoC)</p> <p>平成30年度より開始され、ブランド認証の対象となる製品は市内で生産された農林畜水産物またはそれらを原材料とした加工品、市内で製造または加工された工業製品とあり、現在までに一次産品11品、加工品41品、工業製品26品、工芸品7品が認証されております。</p> <p>条件を満たすものの制度への理解不足から認証申請に至っていない製品や、</p>	<p>①かほく市特産品ブランド認証の取得及び活用支援 (BtoC)</p> <table border="1" data-bbox="1048 1118 1845 1155"> <tr> <td>目標：認定アイテム数 110品目</td> <td>実績：認定アイテム数 111品目</td> </tr> </table> <p>令和4年度現在、41事業者の111品目がブランド認定を受けている。</p> <p>当会では、かほく市特産品ブランド認証の新規取得について1社に対して支援を実施し1社が新たに認証を取得した。</p> <p>また、認証制度についての周知、活用策について事業者へ周知を行った。</p>	目標：認定アイテム数 110品目	実績：認定アイテム数 111品目	<p>①A</p>
目標：認定アイテム数 110品目	実績：認定アイテム数 111品目			

<p>今後開発製造される製品が一定数見込まれることから、制度の周知、活用策などについて提案いたします。【支援対象：管内製造業者 400 事業者】</p> <p>②かほく市アンテナショップを活用した需要開拓支援（BtoC） 道の駅高松（のと里山海道高松 SA）は特産品販売や情報発信の拠点として活用されており、現在、売場内には当会地域の小規模事業者として、地場産業の繊維企業 23 社が出店する「繊維直売コーナー」と、お菓子屋さん 9 店舗が出店する「かほく市のお菓子特産コーナー」を設置し、販路拡大に取り組んでおります。のと里山海道の無料化以降、売上を大きく伸ばしており、令和 2 年にはいり増床するなど市内外の消費者等からかほく市のアンテナショップとして認知度を高めております。</p> <p>かほく市ブランド認証製品については優先的に販売することができ、先に述べたブランド認証支援とともにアンテナショップでの販売支援を行うことで相乗効果を狙います。実際に製造業者などが販売を実施することにより販売価格の設定、パッケージング、一般消費者への訴求、などのノウハウを得ることができ、商工会としても目先の課題について提案・指導・解決することから、事業計画策定、経営改善支援への移行が可能となります。</p> <p>【支援対象：繊維製品製造業者、菓子・食品製造業者】</p> <p>③見本市及び商談会等を活用した需要開拓支援（BtoB） 県内および全国への販路開拓・拡大に寄与することを目的に商工会をはじめとした各支援機関や金融機関等のマッチングイベント・物産展を活用いたします。これにより、小規模事業者を営業面で支援することが可能となります。各支援機関等が開催する物産展や商談会を小規模事業者へ周知・紹介し活用を促します。</p> <p>現時点では「ジャパНКリエーション繊維総合見本市」、「ギフト・ショー」へ</p>	<p>②かほく市アンテナショップを活用した需要開拓支援（BtoC）</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>目標：出展事業者数 38 社・1 社当たり売上 5 万円／月 実績：出展事業者数 31 社・1 社当たり売上 6.1 万円／月</p> </div> <p>（注）1 社当たりの月売上は出展事業者の平均値 道の駅高松への出展について 31 社の支援を実施した。</p> <p>③見本市及び商談会等を活用した需要開拓支援（BtoB）</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>目標：出展事業者数 25 社/年・商談件数 500 件/年 成約件数 25 件/年・売上額 10 万円／社 実績：出展事業者数 16 社/年・商談件数 487 件/年 成約件数 0 件/年・売上額 0 万円／社</p> </div> <p>令和 4 年 11 月 1 日～2 日に東京国際フォーラムで開催された繊維総合見本市「ジャパン・クリエーション 2023」へ 6 社の出展を支援した。出</p>	<p>②B</p> <p>③C</p>
---	---	---------------------

<p>の出展を検討しておりジャパンクリエーション繊維総合見本市では4小間、出展事業所数12事業所、「ギフト・ショー」では5小間、出展事業所数15事業所を予定しております。いずれも、事業計画を策定した事業者を優先的に出展し新たな需要の開拓を支援します。</p> <p>【支援対象：消費者向け製品を開発する繊維製品等事業者及び菓子・食品等製造事業者】</p>	<p>展にあたり、当会経営指導員が同行し、陳列、接客、リーフレット配布等について伴走型支援を実施した。</p> <p>出展成果：成約0件、交渉継続中18件</p> <p>令和5年2月15日～17日に東京ビッグサイトで開催された国際見本市「第95回東京インターナショナル・ギフト・ショー春2023」へ10社の出展を支援した。出展にあたり、当会経営指導員が同行し、陳列、接客、リーフレット配布等について伴走型支援を実施した。</p> <p>出展成果：成約0件、交渉継続中25件</p> <p>令和5年2月24日現在、成約件数はないが、見積依頼数30件、交渉継続中25件という見込先を開拓できたため、今後の成果につながる可能性があると考えます。</p> <p>また、「東京ギフト・ショー」出展予定者を対象として販売促進・経営計画作成講習会を開催し、「プロセス志向の営業戦略」について支援した。</p> <p>令和5年1月23日開催：参加者10人</p> <p>令和5年2月6日開催：参加者10人</p>	
---	--	--

8. 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

(現状)

経営発達支援計画に基づいた計画的な支援の実施評価を行うために、当会役員及びかほく市担当者、県連合会担当者、中小企業診断士で組織された「経営発達支援事業評価委員会」を年1回開催し、PDCAを確認することにより、次年度の計画実施に繋げている。

(課題)

事業内容等の形骸化が懸念されるため、事業評価委員会における事業の課題抽出及び見直しについて、PDCAサイクルによる対応強化を図り、次年度計画への反省点を活かした改善につなげたい。

(事業内容)

経営発達支援計画の内容及び実施期間	実施内容	評価内容
①毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果等について、評価・検証	①②③④⑤ 事業の評価・見直しを実施（事業評価委員会の開催）	A

<p>を行う。</p> <p>②かほく市商工会の総務企画委員（正副会長、各部会長等で構成される）、かほく市産業建設部産業振興課長、石川県商工会連合会担当者、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士をメンバーとする事業評価委員会において評価し見直しのうえ方針を決定、改善した計画案をもとに実行する。</p> <p>③事業の実施にあたっては、PDCA サイクルを意識した行動を行う。</p> <p>④事業の成果・評価・見直しについては理事会へ報告し、承認を受ける。</p> <p>⑤事業の成果・評価・見直しの結果について商工会の会報誌「商工かほく」（市内全戸配布）に掲載するとともに、かほく商工会のホームページ（https://kahoku.shoko.or.jp/）で公表する。</p>	<p>目標：1回／年 実績：1回／年</p> <p>令和5年4月17日、当会の総務企画委員会にて実施事業の成果に対する評価を行った。また、経営発達支援計画評価会議報告書を当会ホームページにて公表した。</p>	
---	--	--