

No.	項目	実施内容	数値目標	実績	評価結果	講評(評価委員からのコメント)	次年度実施へ向けた改善方法
I-1	地域の経済動向調査に関すること	①国が提供するビッグデータの活用	1回	1回	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>数値目標に対して計画通りの実績。地区内小規模事業者の母母は716あるが、商工会員は約450者であるため、今後とも会員の増に期待します。</li> <li>調査結果の公表方法をわかりやすくしていただきたい。</li> <li>①②とも計画通り実施されている。ただし、①のデータは古いものとなるので、効果的なものは若干疑問がある。</li> <li>ビッグデータを地域の小規模事業者への支援に活用するのは難しいと感じる。管内景況調査分析は有効なもので継続していただきたい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①国が提供するビッグデータ「RESAS」はデータが古く現在の状況と異なり効果的でないため、他の手段での情報収集又は新たなデータが公表なるまでは保留とする。</li> <li>②継続調査を実施し、結果をわかりやすく公表。それを基に経済団体として行政へ要望等を実施していく。</li> </ul>
		②管内景況調査の実施・公表	2回	2回			
I-2	需要動向調査に関すること	①管内需要動向調査	15者	0者	C	<ul style="list-style-type: none"> <li>管内景況調査が実施できておらず、事業者が参加したくなる仕掛けが必要。</li> <li>商工会イベント時の出店者がアンケートを行うのは難しいと感じる。他の方法を検討してはどうか。</li> <li>持続可能な経営を行うためにしっかりとした調査と伴走支援の更なる強化。</li> <li>管内需要動向調査に関して、実績が0ということなので頑張っていたいただきたい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①小規模事業者の多くは、商品サービスを提供する際に「顧客ニーズ」を捉えていないことが多いため、需要動向調査の重要性を認識していただけるよう周知強化する。調査の機会についても、まるだしまつりだけでなく、検討したい。</li> <li>②人口減少や高齢化により消費が低迷するなか、首都や仙台圏のニーズを捉えた商品・サービスの提供や外貨獲得につなげる。</li> </ul>
		②首都・仙台圏需要動向調査	5者	3者			
I-3	経営状況の分析に関すること	①巡回相談窓口を介した掘り起こし(事業者数)	500回 (150者)	1043 (348者)	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>相談の実績が素晴らしい。ぜひ、経営分析までつながるよう取組んでほしい。</li> <li>感覚で経営しているという会員は多数いると感じる。</li> <li>計画通り実施できていると思われる。</li> <li>もっと計画書作成や経営分析の重要性を理解してもらおう取組みを行っていくべき。</li> <li>大変頑張っていると思う。今後は事業者の意識改革から経営計画の策定までつながっていく支援をお願いしたい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①引続き日々の巡回・窓口相談の際にも経営分析と事業計画作成の重要性を啓発する。</li> <li>②③計画書作成や経営分析の重要性を理解していただけるよう、巡回・窓口相談の件数だけでなく、内容を強化する。意欲的で特に経営分析の必要性が高いと判断した事業者に積極的に参加していただきたい意識改革まで繋げる。外部専門家派遣等により違った角度からの支援も実施する。</li> </ul>
		②分析セミナー開催	2回	2回			
		③経営分析	20者	10者			
I-4	事業計画策定支援に関すること	①事業計画策定(DX)セミナー(セミナー受講者数)(計画策定事業者数)	2回 (20名) (20者)	2回 (9名) (37者)	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業承継計画について、客体からのニーズは少ないと捉える。その中でも、商工会ではどのような小規模事業者が策定するべきと考えているのか？基準等あるのか知りたい。</li> <li>事業承継計画等に興味がある方は多数いるかと思う。</li> <li>回数としてはおおむね計画通りと思われるが、事業承継について今後の取組み方を考える必要がある。</li> <li>事業承継についての調査は確定申告時で良いのだろうか。通常の動向調査に事業承継項目を追加し対応してみたいか。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①経営計画は事業の内容や戦略・収益見込みなど、事業をどのように展開していくかを具体的にまとめた計画書。目まぐるしく変化する経営環境をチャンスと捉え、適応していくためには事業計画が必須である。DX(その会社にとって必要なIT)について考えていたが、事業者が成長するための足掛かりの一つとして活用しやすいものから盛り込んでいく。</li> <li>②③実現性のある計画作成による創業者支援、高齢・後継者不足による廃業を阻止するための事業承継支援を継続して実施していく。事業承継は、現経営者からの経営体制の変更だけでなく、さらなる成長や発展のために必要な計画である。計画的な事業承継によって事業承継税制の適用も受けることが可能。</li> <li>④困社支援として、専門家と同行し個店の魅力づくりと商店街・地域の活性化を図る。</li> </ul>
		②創業計画策定	3者	2者			
		③事業承継計画策定	2者	0者			
		④繁盛店づくり実践塾指導	3者	3者			
I-5	事業計画策定後の実施支援に関すること	①事業計画策定後フォローアップ(延回数)	20者 (80回)	27者 (81回)	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業承継計画フォローアップは、既に過去に策定していた場合、今計画期間におけるフォローを受けられるのか</li> <li>継続して実施いただきたい。</li> <li>計画通り実施できていると思われる。</li> <li>計画策定後の進捗状況の確認には手間暇がかかり、毛行け区通り進んでいない場合の対応には多大な労力がかかると思われる。一案件でも多く頑張った結果に繋がっていたいただきたい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①②③事業計画策定後に向け、進捗状況を事業者自身だけでなく商工会も定期的に巡回指導し客観的に確認。PDCAサイクルを回して課題解決を図るとともに意識改革を図ることで事業者の自立に繋げる。</li> </ul>
		②創業計画策定後フォローアップ(延回数)	3者 (18回)	2者 (8回)			
		事業承継計画策定後フォローアップ(延回数)	2者 (12回)	0者 (0回)			
		④繁盛店づくり実践塾指導フォローアップ(延回数)	15者 (60回)	14者 (56回)			
I-6	新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること	①出展事業者(売上額/者)	3者 (20万/者)	0者 (0万)	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネスマッチは参加できる方に、積極的に参加いただきたい。</li> <li>事業主体の覚悟がどれほどであるかが一番のポイントでないだろうか。</li> <li>物産展等に出品できるような品物を扱っていない場合、たとえば靴・お茶・魚屋さんなど工夫の余地はあるのだろうか。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①②域内での取引が主となっている小規模事業者にとっては新たな市場開拓に抵抗を持っていたり、ハードルが高いこともある為、専門家派遣等も活用しながら商工会で支援していく。需要動向調査等によるニーズ把握や、事前・事後フォローアップにより参加者の販路拡大と売上増加に繋げる。差別化できない品物については卸売の提案や、商品・サービスのブラッシュアップにより差別化を図る支援を行う。</li> <li>③DXに向けた取組(オンライン取引、キャッシュレス導入、SNS活用、HP作成等)を含めた、小規模事業者でも気軽に取組むことができるツールについて活用支援を引き続き実施する。</li> </ul>
		②商談会参加(成約/者)	3者 (1件/者)	3者 (2件)			
		③SNSセミナー	1回	3回 (8者)			
		IT活用事業者	5者	1者			
II-1	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	事業評価委員会による事業実施状況の評価	1回 (4月)	1回 (7月)	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業評価が4月に計画されているが、現実的に可能か？評価は次期も考慮したものを記入した。</li> <li>計画通り実施できていると思われる。</li> <li>評価・検証をしっかりとした事業の達成に繋げていく新しい取り組みに期待したい。</li> </ul>	次年度実施事業へ反映には計画の4月が好ましいが、現実的には7月となる。 Plan(発達支援計画)⇒Do(実施)⇒Check(事業評価会)⇒Action(5位会・理事会での改善策の提示)により事業改善を図る。
II-2	経営指導員等の資質向上等に関すること		○	○	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報の取得が一番の肝であると思う。</li> <li>他の支援機関との連携・情報交換はとても大切なので今後も引き続き積極的に行っていたきたい。</li> </ul>	外部研修参加による支援能力の向上はもちろん、クラウド型経営支援システムの活用により日々の定性データや定量データを複合的に管理・共有することで担当者個人の支援から商工会のチーム支援へと支援レベルを向上させる。
II-3	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		○	○	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>「尾花沢そば」の知名度UPのため引き続き行政やソバ組合と協力していただきたい。</li> <li>「尾花沢そば」PRを地元だけでなく、首都圏等でも実施し全国に向け発信していただきたい。</li> <li>R6.4月に団体商標の認定を受けた。商工会の努力の賜物であり成果であり、令和5年度取り組みの成果だと思われる。</li> <li>イベントについて現場環境(人口減少・少子高齢化等)に合わせた見直しが必要だと感じる。</li> <li>日常業務が忙しい中、よくできていると思う。これらの業務が本来業務を圧迫することがないようにはしなければならない。</li> <li>イベントは手前が来る割には一過性で終わってしまうので、そこに参加者の少なさが現れているので、地域の強みを考え、他との差別化、新たな地域ブランド化を図るため、市内企業情報交換会も実施していただきたい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①地域イベントについては事業者と地域の未来へ繋がるものとなるよう継続して魅力向上を図る。商工会だけでなく、地域の特産等についてもPR尾花沢をまるだすする。</li> <li>②企業と行政間の情報交換による地域の現状や課題を共有する場を設け、企業ニーズや行政ニーズなどを情報交換し、行政の施策構築の参考にしていただけるようにする。商工会としても行政との意見交換会を実施し、経済団体としての要望も行っていく。</li> <li>③地域団体商標「尾花沢そば」の認定。地域ブランド化のため、関係団体と連携しPRしていく。</li> <li>④市内の消費喚起、販売促進と小規模事業者の持続的発展を支援。商品券事業やポイント事業、行政ポイントのDX化について、商店街・スタンプ会・行政等も検討していく。</li> <li>⑤商店街が実施する「宅配・配達サービス事業」へ引き続き協力し、地域の課題解決を図っていく。</li> </ul>
III	地域経済の活性化に資する取組み	①地域イベントの開催(まるだしまつり)	1回	1回	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>「尾花沢そば」の知名度UPのため引き続き行政やソバ組合と協力していただきたい。</li> <li>「尾花沢そば」PRを地元だけでなく、首都圏等でも実施し全国に向け発信していただきたい。</li> <li>R6.4月に団体商標の認定を受けた。商工会の努力の賜物であり成果であり、令和5年度取り組みの成果だと思われる。</li> <li>イベントについて現場環境(人口減少・少子高齢化等)に合わせた見直しが必要だと感じる。</li> <li>日常業務が忙しい中、よくできていると思う。これらの業務が本来業務を圧迫することがないようにはしなければならない。</li> <li>イベントは手前が来る割には一過性で終わってしまうので、そこに参加者の少なさが現れているので、地域の強みを考え、他との差別化、新たな地域ブランド化を図るため、市内企業情報交換会も実施していただきたい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①地域イベントについては事業者と地域の未来へ繋がるものとなるよう継続して魅力向上を図る。商工会だけでなく、地域の特産等についてもPR尾花沢をまるだすする。</li> <li>②企業と行政間の情報交換による地域の現状や課題を共有する場を設け、企業ニーズや行政ニーズなどを情報交換し、行政の施策構築の参考にしていただけるようにする。商工会としても行政との意見交換会を実施し、経済団体としての要望も行っていく。</li> <li>③地域団体商標「尾花沢そば」の認定。地域ブランド化のため、関係団体と連携しPRしていく。</li> <li>④市内の消費喚起、販売促進と小規模事業者の持続的発展を支援。商品券事業やポイント事業、行政ポイントのDX化について、商店街・スタンプ会・行政等も検討していく。</li> <li>⑤商店街が実施する「宅配・配達サービス事業」へ引き続き協力し、地域の課題解決を図っていく。</li> </ul>
		②市内企業情報交換会の実施	2回	0回			
		③地域団体商標取得による「地域ブランド化」	○	○			
		④プレミアム商品券事業による小規模事業者の持続的発展	○	○			
		⑤買物困難者対策による販売促進	○	○			

- A 達成水準と認められる
- B 概ね達成水準にある
- C 半分程度しか達成できていない
- D ほとんど達成できていない
- E 実施内容に改善が必要