

平成 29 年度評価

経営発達支援計画事業報告書

I. 経営発達支援計画の内容

1. 地域の経済動向調査に関する事【指針③】

(1) 中小企業景況調査

全国商工会連合会の委託事業として域内 8 社（4 業種）を対象に、四半期毎に事業所の経営状況（売上、資金繰り、在庫、設備投資、雇用など）を調査する。調査結果は、全国商工会連合会が取りまとめ、全国ベースで集計分析しているが、兵庫県のデータについては兵庫県商工会連合会で取りまとめていることから、業種ごとにそのデータを分析する事で、兵庫県下の経済動向も把握する。

(2) 兵庫県内企業動向調査

尼崎信用金庫では、四半期ごとに県内の景気動向調査を実施している。

このデータから主要な統計指標（業況 D I ・人手過不足 D I）を選定し、小規模事業者に役立つ県内の経済動向を収集整理する。

(3) 兵庫県の経済動向調査

兵庫県産業労働部「兵庫県の経済・雇用情勢」等からも地域の経済動向に関する情報（消費者物価指数・個人消費指数・有効求人倍率）を収集整理する。

(設定数値と実績)

	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度
中小企業景況調査の実施回数	4	4	4	4	4
平成 29 年度実績	4	—	—	—	—
兵庫県内企業動向調査の収集整理回数	1 2	1 2	1 2	1 2	1 2
平成 29 年度実績	1 2	—	—	—	—
兵庫県の経済動向調査の収集整理回数	4	4	4	4	4
平成 29 年度実績	4	—	—	—	—
商工会取りまとめ公表回数	4	4	4	4	4

平成 29 年度実績	4	—	—	—	—
------------	---	---	---	---	---

評価

	評価	
自己評価	A・B・C・D	<p>兵庫県の景況調査をベースに地域の景況について事業者へ周知を行った。事前に統計協会より講師を招き、統計の見方について学習した。</p> <p>小規模事業を取り巻く環境をタイムリーにお届けするため、指導員の聞き取り調査の内容に重点を置いた事で有益なデータを公表できたと考えている。来年度についても引き続き巡回等での聞き取りを重視した経済動向調査を実施していきたい。</p>
評価委員による評価	A・B・C・D	<p>県下有数の会員規模を誇る当会においての調査はエネルギーを要するものであり、分析を通して問題点の発掘や課題の抽出等、職員の高い意識と使命感に繋がるものと考えられる。今年度以降、発展的な取組を期待する。</p>

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(1) 経営実態の把握、及びヒアリングシートを活用した巡回・窓口相談の実施
 個社の課題抽出・強み分析ヒアリングシートを作成し、事業計画策定及び
 実行への反映を図る。

(分析を行う項目)

①定量性分析

財務諸表を基に、希望する利益を得るために不足する売上高等を消費者動向
 調査等を活用し分析の上算定する。

②定性性分析

ヒアリングシートを活用し、数字だけでは分かりづらい経営課題や経営者の
 強み等を消費者動向調査を基に分析し文書化する。

《ヒアリングシートの調査項目》

(全業種共通項目)

【経営戦略・知財管理・危機管理・人材組織・財務管理・マーケティング・運
 営管理】

(業種別追加項目)

製造業【品質管理・環境経営】

上記調査を活用し、個社の強み弱みの分析と今後の支援の方向性を明確にす
 る。

経営分析件数の目標と実績

	単位	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
ヒアリングシート作成 件数（巡回時に作成）	社	60	80	90	100	100
平成29年度実績	社	5	—	—	—	—
経営分析事業者数	社	30	40	45	50	50
平成29年度実績	社	26	—	—	—	—

評価

	評価	
自己評価	A・B・C・D	ヒアリングシートについては、実際に取得して活用してみたが、事業計画策定にそぐわずベンチマークシート等の資料で代用す

		<p>る事となった。そのため当初の作成件数より大幅な減となっている。しかしながら分析件数は目標に近づけた事から、今年度の分析手法は変更せず、ヒアリングシートの改定を行う事で来年度の目標数値を達成するようにすることとする。</p>
<p>評価委員による評価</p>	<p>A・B・C・D</p>	<p>ヒアリングシートの目標と実数の乖離は甚だしいものがある。低評価の要因をみると、巡回は行っているがヒアリングシート作成に至らなかったことである。従ってヒアリングシートの設計そのものが問題であり、今年度はそのヒアリングシートの再設計と実行を行ってほしい。</p> <p>経営分析については、目標30に対し26で達成率は86.7%であることからランクはCと位置付ける。</p>

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(1) 事業計画策定

巡回・窓口相談で実施する「ヒアリングシート」での分析結果を基に、各小規模事業者の課題解決に有効な計画を策定する。

セミナー参加者に対しては、「ヒアリングシート」での経営分析によって整理した資料を基に経営指導員等が巡回の上、事業計画策定へ誘導する。

新たな取組み（新事業展開）を実施する小規模事業者については、事業計画策定支援とは別に、新規性・独自性にポイントを置いた事業計画づくりを支援する。

創業については、地元金融機関・ひょうご産業活性化センター等の関係支援機関との連携を密にし、創業者情報等も共有し開業に結び付く計画策定を支援する。

産業競争力強化法に基づく創業支援セミナーも川西市と連携の上、年に3回実施し、創業に必要なノウハウの伝達にも尽力する。

(2) 事業計画策定セミナー等のフォローアップ

補助金申請を目的とした支援については、事業計画策定の中で、投資等を必要とする計画を選定し、「ものづくり補助金」等の補助金申請の支援を実施する。「ヒアリングシート」を活用し事業所の課題を共有化することで効果的な専門家活用を実施する。

(3) 資金繰り支援

日本政策金融公庫が事業の持続的発展の為の取組に必要な設備資金及びそれに付随する運転資金を低利で融資する「小規模事業者経営発達支援融資制度（第二マル経制度）」の活用を積極的に推進すると共に、その計画策定について支援する。

計画策定支援の目標と実績

	単位	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
事業計画策定セミナー受講者数	人	30	30	30	40	<u>40</u>
平成29年度実績	人	32	—	—	—	<u>—</u>
創業計画策定セミナー	人	20	20	20	30	<u>30</u>

受講者数						
平成 29 年度実績	人	37	—	—	—	—
事業計画策定事業者数	件	30	40	45	50	<u>50</u>
平成 29 年度実績	件	42	—	—	—	—
創業計画策定者数	件	5	5	5	10	<u>10</u>
平成 29 年度実績	件	8	—	—	—	—

評価

	評価	
自己評価	A・B・C・D	事業計画策定については、巡回からセミナーへの誘導が上手く行えた事と、セミナー実施時期が良かったことで目標を達成できたと考えている。この部分については来年度も同様の手法で継続していく。創業計画策定については、市と連動した女性限定セミナーの開催等も実施し、受講者数・計画策定数ともに当初の目標数値を上回った。来年度はセミナー内容を事業計画策定を主眼に据えた内容に改定し実施する予定である。資金繰り支援については、マル経融資38件（他に第二マル経1件）と前年度の23件から大幅に増加した。
評価委員による評価	A・B・C・D	巡回よりの誘導は大いに評価できる。商工会の情報提供機能を存分に発揮し事業者の意識付けと共に行動を起こさせる動機付けとなった。 今後も引き続き巡回を強化し良好な関係性構築に努めていただきたい。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

策定した計画の実行を実現するために、3ヶ月毎（四半期毎）に巡回することによって定期的に把握する。その上で、今後のフォローアップについて、今後に必要なであろう支援をヒアリングし追加支援を検討する。

1) 定期的な進捗管理・フォローアップ

事業計画が行動計画通りに行われているか確認し、都度フォローアップ策を実施する。小規模事業者との連絡を密にし、伴走型支援で事業が円滑に進むよう支援する。

2) 確認する項目

数字で評価しやすい数量の評価（売上＝数量×単価）と数字で評価しづらい行動目標についての確認を行う。

3) 進捗状況の検証

進捗の遅れ、定性的・定量的目標の未達成要因を特定する。進捗の遅れ、及び未達成要因を除去するために行うべき次の具体的な行動を決める。実行に移すために、さらなる詳細の助言、及び専門家の活用を行う。

実行支援目標と実績

	単位	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
事業計画フォローアップ先	社	30	40	45	50	50
平成29年度実績	社	16	—	—	—	—
創業計画フォローアップ先	社	5	5	5	10	10
平成29年度実績	社	6	—	—	—	—

評価

	評価	
自己評価	A・B・C・D	<p>事業計画策定者へのフォローアップについては計画実行の中で見つかった課題について専門家を活用し解決を図ってきた。事業計画実行については実施の有無の確認までで支援が終わっている事業者も多く、この点が次年度に向けた課題である。</p> <p>創業計画策定者へのフォローアップについては創業セミナーの担当者が細かく管理し</p>

		支援したことで目標を上回ったと考えている。次年度も継続して行っていきたい。
評価委員による評価	A・B・C・D	フォローアップの実践をどこまでやるのかを具体的に決める事が大切である。 今回達成出来なかった要因を分析し職員間で共有する事が肝要である。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

川西市は、交通の便も良くベッドタウンとして発展してきたが、結果、特色ある産業が育たず、大型店の進出も重なり特に商業小売業の衰退が進んでいる。

地域の需要動向についても大まかな業種の動向調査に終わっており、個社に活かせる調査は出来ていないのが現状である。

今後は、個社による自社アンケート調査により顧客の声を収集し、顧客の視点を反映した商品づくり・商品販売につなげるための需要動向調査を実施する。

(事業内容)

①目的

今年度は、ベーカリーショップを対象とし、新商品開発を目的に需要動向調査を行う。

2年目以降については、同様の趣旨から「スイーツ販売店」「居酒屋」「麵提供店」「美容院」を選定の上、各業種に沿った需要動向調査を行う。

②調査方法（アンケート調査と業界誌による調査を併用する）

□アンケート調査

自店舗内で顧客へのアンケート調査（回収枚数100枚）により情報収集を行う。

□業界誌による調査（ベーカリーショップの場合）

業界誌より新商品開発の参考になる情報（一般トレンド）を収集する。

具体的には、【日経テレコム】【日本パン菓子新聞】【ベーカースタイムズ】等から、情報を収集する。収集した情報は3ヶ月毎に取りまとめ分析を行い、小規模事業者へフィードバックする。

支援した個社数

	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
支援対象事業者	新商品開発を目指している市内のベーカリーショップ	新商品開発を目指している市内のスイーツ販売店 ⇒ パスタ取扱西洋料理店へ変更	新MENU開発を目指している市内の居酒屋	新MENU開発を目指している市内の麵提供店	新サービスの開発を目指している市内の美容院

支援する個社の数	10社	10社	15社	10社	10社
支援した個社実績	10社	—	—	—	—

【実施内容】

6 月度に各店舗に沿ったアンケートを作成の上配布し回収を行った。

7 月にアンケート調査の結果を分析の上フィードバックした。

そのアンケート結果を基に全店舗共通のテーマ（フォトジェニックなパン）でプレスリリースを実施した。アンケート及びプレスリリースを実施した結果は以下の通り。

■売上向上があった事業者 2社

【内訳】 ■1日の売上高 5%Up

■1日の売上高及び販売個数 10%UP

顧客増加 1日 20名

■売上向上はまだないが、知名度が上がった事業者 6社

■読売新聞・朝日新聞に掲載。 サンTV【午後キュン】放映



評価

	評価	
自己評価	A・B・C・D	<p>個社だけでは出来ない消費者動向調査を実施したが、営業時間の変更や新メニューの提供等、動向調査の結果を踏まえ新たな取組を開始した事業者もあり、計画通りに実施出来た。売上に直結した事業所が2社のみとなった点が課題であり、今年度も引き続き支援を実施していき売上向上に繋がりたい。プレスリリースについてはTV等でも放映され、知名度アップという部分では成果が上がったと思われる。一時的に認知度が上がる機会を利用し、新規顧客を獲得する</p>

		<p>仕組み作りについて引き続き支援を行う。 支援対象業種については平成 30 年度は当初スイーツ販売店への支援を計画していたが、ベーカリーショップと重なる店舗がある事と、支援を希望する事業者があった事からパスタ取扱西洋料理店を対象に実施する予定である。</p>
<p>評価委員による評価</p>	<p>A・B・C・D</p>	<p>自己評価はBとしているが、初年度の成果としては充分とする。様々な要因を絡めて個社支援の効果を考えたい。売上UPは即効性は高いが経営者の意識改革（気づき）が次のより良く繋がる。 今年度も大いに期待する。</p>

川西市商工会 Bakery Project

5月 市内10店舗ミーティング

市内10店舗のベーカリーショップに集まってもらい、情報交換を行う。
 10月に行うプレスリリースの内容を相談する予定。



7月 アンケート実施(予定)

一斉にアンケート実施。
 1枚回収ごとに50円値引きを商工会から補助します。
 予定枚数に達しだい終了。
 (100枚程度を予定)



10月 プレスリリース

市内10店舗共同で商品開発のような企画をプレスリリースする予定。
 内容は6月のミーティングで決定。
 例えば、
 ハロウィンに因んだ商品
 いちじくを練り込んだ商品 etc



小規模事業者の事業の持続的発展を支援するために、小規模事業者支援法の改正に基づいて作成した経営発達支援計画が平成29年3月17日付けで経済産業大臣の認定を受けました。平成29年度に関しては、【ベーカリーショップ】を需要動向調査対象事業者として顧客獲得の視点を反映した商品づくり・商品販売に繋がるよう支援を行う。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事【指針④】

(1) 見本市、商談会への出展支援

■関係機関が実施する見本市、商談会等の開催情報について、電子メール等を活用し速やかに提供して、出店事業者の増加を図る。

- ・ T h e 商談・販路開拓市 (B t o B)
- ・ 食博 (B t o C)
- ・ ひょうごチャレンジマーケット (B t o B) 年2回
- ・ アグリフードE X P O大阪 (B t o B)

■経営分析内容、地域の経済動向調査結果等の情報を活用し、見本市、商談会を通じて多数の引き合いや商談が成立するよう指導・助言に努める。

■見本市、商談会出展を目指した商品・サービス等についてブラッシュアップを行うため、専門家と共に以下の指導・助言を行う。

- ・ 商品・サービスや、製品・技術の本質的な商品力向上に関する事。
- ・ ネーミング、パッケージの改良に関する事。
- ・ 広報手段、P R等に関する事。

■出展商品の販売促進策の立案・助言を行い、認知度向上と売上増加に役立てる。

出展目標と実績

	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
T h e 商談・販路開拓市での商談件数	5	6	8	10	10
平成 29 年度実績	9	—	—	—	—
T h e 商談・販路開拓市での商談成立件数	2	3	4	5	5
平成 29 年度実績	0	—	—	—	—
食博出展件数	2	2	3	3	3
平成 29 年度実績	0	—	—	—	—
ひょうごチャレンジマーケット応募数	2	3	4	5	5
平成 29 年度実績	1	—	—	—	—
アグリフード E X P O大阪での商談件数	3	3	4	4	5
平成 29 年度実績	5	—	—	—	—
アグリフード E X P O大阪での商談成立件数	1	1	2	2	3
平成 29 年度実績	0	—	—	—	—

販路開拓市等の出店に関しては、6月7日事前勉強会を開催し5社について支援を行った。

出展者数は、売れ筋商品発掘市（大阪）1社。合同商品展示会1社。アグリフーズ大阪1社の出展であった。



【アグリフーズ出展風景】



【合同商品展示会風景】

（2）域外商工会（阪神間ブロック商工会）とのマッチング支援

- 域外商工会と連携して、マッチング商談会を開催する。これにより、域外での新規顧客を開拓し、販路拡大を図る。
- 商品・サービスや製品・技術に関する資料作成、プレゼンテーション手法についての指導助言を行い、効果的なPRが出来るよう支援する。
- 参加する小規模事業者への事前情報提供、連携先商工会との綿密な協議を行い、幅広い商談機会を提供する。

	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
域外商工会とのマッチングでの商談件数	8	8	10	10	12
平成29年度実績	2	—	—	—	—
域外商工会とのマッチングでの商談成立件数	2	2	3	3	5
平成29年度実績	2	—	—	—	—

（内容）東近江商工会とのマッチングにおいて2件商談成立

（3）ビジネスモールの活用

- 小規模事業者のB to B取引の機会増加を図るため、商談支援サイト「ザ・ビジネスモール」の活用を勧める。企業情報登録では、自社の強み、ブランド名、事業内容に対する効果的なキーワード設定を指導助言し、取引機会の

拡大を図る。

- 商談サイトの運用実務をサポートし、成約の拡大を目指す。
- 検索機能（商談件数、商談成立、不成立件数）の活用により、自社商品、製品の市場での実績を確認し、必要に応じて改良を行う。

	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
ビジネスモール登録件数	20	30	40	50	50
平成 29 年度実績	13	—	—	—	—

評価

	評価	
自己評価	A・B・C・D	<p>新たな需要の開拓に寄与する事業については、今までほぼ支援が出来ていなかった分野であった。初めての取組も多く当惑する部分も多数あった。見本市・商談会においては、有意義な出展とするため専門家を交えた事前の勉強会も実施したが、事業者にとっては大変有効であり次年度も継続して実施していきたい。出展後のフォローについては課題が残った。出展後の対応等についても併せて支援項目に入れていきたい。また食博等、川西市には対象事業者が存在しない為、新年度は別の商談会での支援を考え、出展事業者を増やしていく。</p> <p>域外商工会とのマッチングについては青年部での支援結果である。次年度も積極的に他地域の商工会との関わりを持つことで成果を上げていきたい。</p> <p>ビジネスモールについては、会報や面談でPRしたが目標数値に届かなかった。次年度は周知回数を増加する等の工夫を加えていきたい。全体としてほぼ新たな取組であったこともあり改善すべき点の多い項目となった。</p>
評価委員による評価	A・B・C・D	<p>多くの見本市・展示会の企画がなされた。実績は意識して行ったか確認の必要があ</p>

		る。機会を設けた事は評価し引き続き改善努力を行っていただきたい。
--	--	----------------------------------

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

■ 地域資源の掘り起し事業

川西市内を南北に横断し沿線地域とともに成長していく能勢電鉄(株)、地域特産品の開発に苦慮しているJ A兵庫六甲、川西市と共に地域資源を整備し、新たな地域振興事業を開催し、域内交流や域外交流の活性化を通じて小規模事業者の事業の持続的発展に寄与する。

評価

	評価	
自己評価	A・ B ・C・D	今年度については、地域資源の見直し期間とし経済振興委員会においてその可能性を図る期間とし、多田神社等の地域資源を活かす方法を探った。次年度も継続して地域資源の見直しを行うとともに、その周知方法を検討し3年目以降に繋げる期間とする意向である。
評価委員による評価	A・ B ・C・D	地域活性化は一朝一夕にならず。長期的、継続的取り組みが必須である。その中で単年毎の振り返り、途中経過のチェックなど単年度目標としマネジメントサイクルを迅速確実に履行する事が肝要である。

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

■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

地元金融機関や他の関係機関等との連携を強化するために、互いの支援ノウハウを共有し、より良い関係を構築していく。

(1) 日本政策金融公庫との連携

情報交換の頻度・方法

年1回「金融機関担当者による職員研修会」を開催する。

(2) 地元金融機関との連携

情報交換の頻度・方法

金融機関担当者と経営指導員での「担当者支援会議」を年1回実施し、各機関の支援情報を交換し、連携出来る支援情報を共有化する。

(3) 専門家活用における連携

①連携先

兵庫県よろず支援拠点・公益財団法人ひょうご産業活性化センター

②情報交換の頻度・方法

兵庫県よろず支援拠点については、高度な専門知識を必要とする支援について専門家の派遣を依頼する。公益財団法人ひょうご産業活性化センターについては、商店街の空店舗助成金にて創業する際、連携し創業者の支援にあたる。

評価

	評価	
自己評価	A・B・C・D	公庫との研修会は今年度については日程が調整できず開催できなかった。次年度については開催を予定している。地元金融機関については担当者支援会議は実施出来ないが交流会への参加等において指導員レベルで各案件についての連携は出来ていた。専門家活用における連携については、県連合会のチーフアドバイザーや課題別専門家派遣制度を活用する事で専門分野の相談へ対応できたことで今年度については、よろず支援拠点・ひょうご産業活性化センターと

		<p>の直接的な連携は無かった。しかしながら今後も高度な案件等の対応も考えられることから、各機関との連携は密にとっていく。</p>
<p>評価委員による評価</p>	<p>A・B・C・D</p>	<p>各機関との連携強化は連携先との意識レベルが成否の鍵を握る。そのため職員の熱意が関係機関への伝導力となる。初年度の振り返りと共に今年度のさらなる取組改善強化に期待する。</p>

■経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) OJT

一つの案件にチームで取り組み、人脈やネットワーク、技術など職員同士が
お互いのノウハウ共有に努めることで組織力を高め、質の高い事業者支援に結
び付けていく。また、経営支援の成果や巡回等で知り得た一週間の経営課題を
まとめ全職員が共有、週に一回全職員で振り返ることにより支援能力の向上に
努める。

若手職員の支援ノウハウの習得には、経営計画策定等の支援力向上研修の受
講や全国商工会連合会から発刊された「月刊商工会」を活用、また巡回訪問や
個別相談業務において、ベテラン職員とペアで小規模事業者を支援すること
を通じて、指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなど、OJTを基本とした支援
能力の向上に努める。

(目標) 若手職員一人当たり (経営支援実績10年未満)

取組み	単位	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
専門家派遣の同席数	回	3	4	4	5	5
平成29年度実績	回	0	—	—	—	—

(2) 研修【OFF-JT】

OJTで不足している支援ノウハウをピックアップし、その課題解決のため
研修を受講する。県連合会や中小機構等の主催する研修に年間1回以上参加し、
経営分析の手法や事業計画作成における不足する支援スキルの向上を図る。ま
た、研修参加者に対して受講内容を全職員にアウトプットする場を設け、自ら
に対しての研修フォローを行なうと共に、全職員に対して支援スキルの共有化
を図る。

(目標) 若手職員一人当たり平均 (経営支援実績10年未満)

取組み	単位	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
県連・中小機構研修	回	3	3	3	3	3
平成29年度実績	回	3.5	—	—	—	—

(目標) 管理職 (課長補佐を含む)

研修名	単位	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
-----	----	------	------	------	------	------

県連・中小機構研修	回	2	2	2	2	2
平成29年度実績	回	2				
チーフコーディネーター会議の情報共有	回	3	3	3	3	3
平成29年度実績	回	3				

評価

	評価	
自己評価	A・B・C・D	<p>月1回の発達計画進捗度合いを確認するヒヤリハット報告会等で支援ノウハウや情報の共有化は図っていたが、徹底度合いが絶対的に不足していた。全職員の意識の持ち方も含め次年度は取り組んでいく。</p> <p>研修については各自決められた研修には参加しており、数自体には問題が無いがその後の支援にどう活かしたかの検証がなされていない。ノウハウの共有化同様、意識改革も含め検討する。</p>
評価委員による評価	A・B・C・D	<p>自己評価については異論はない。限られたマンパワー人員で限られた時間をどのように活用するか、詰め込むだけではなくスクラップも必要である。</p> <p>その中で自己研鑽として励む環境を当会全体の組織文化の醸成がより良くに向けた課題である。</p>

(3) 組織内支援ノウハウ共有化

ヒヤリ・ハット報告会の実施

従来は各担当者のみ情報を保有しがちとなっていたが、毎月1回のヒヤリ・ハット報告会で、会員の事前のトラブル回避につながりそうな情報や会員の支援に役立つような支援ノウハウを職員全員で共有し、資質の向上を図る。

(目標) 全員 (課長補佐を含む)

研修名	単位	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
ヒヤリ・ハット報告会	回	12	12	12	12	12
平成29年度実績	回	12	—	—	—	—

評価

	評価	
自己評価	A・B・C・D	ヒヤリハット報告会については毎月実施し、数値面の進捗度合いを確認したことで大きく目標値を下回ることが無かった。次年度も継続して実施していく。支援ノウハウや施策情報についても報告会で確認出来た事もプラス要素である。
評価委員による評価	A・B・C・D	ヒヤリハットという一面だけでなく報告会での情報共有は組織の一体化度を高める重要な要素で統計・体系化を図ることでノウハウとして次に活かせるものとなる。学習機能を高めノウハウ蓄積に期待する。

■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

管内小規模事業者の支援に対するアンケート調査

調査件数 34 件（当初目標 30 件）

【アンケート結果】

	総件数（件）	満足（件）	普通（件）	不満（件）
理解度	34	25	9	0
お役立ち度	34	16	17	1
満足度	34	20	13	1

支援方法や支援サービスについては、概ね「満足」という回答が多かったが、売上に直結する成果の評価である「お役立ち度」についての満足度がやや低かった。個々の支援について再度見直し、事業計画策定後の支援を充実させていく必要があると思われる。

希望する支援についての主な意見

- ・ 高い業績を上げている事業主の話を聞く機会を持ちたい
- ・ 支援事例を公表してほしい
- ・ 販路開拓・ビジネスマッチング事業の充実を希望する