

No.	項目	実施内容	R4目標	R5目標	R6目標	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
			実績	実績	実績			
I-3	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	1回	C	①ビッグデータに関すること ・更新されたら小規模事業者でもわかりやすく公表いただきたい。 ・地元小規模事業者の経営にどれほど役に立つのか疑問はある。 ・データの何を利用するのみか。 ・データ活用した場合の効果検証をモデル店舗等で実証するなど、目に見えるエビデンスが有効と考える。データに基づいて、何をどうすればよいのかわからないままになっているのではないだろうか。 ②景況調査に関すること ・調査後の改善や成功事例等も公表いただけたとわかりやすい。 ・市内の事業者にとって国内や地域の景気動向は事業運営に大きくかわる部分であるため、調査やデータの活用により情報提供をお願いしたい。	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。 地域の外部環境分析(地域のお金の流れ、強みのある産業(何で稼いでいるか)、宿泊者がどの地域から多く来ているか、どの地域から来る人が多く滞在しているかなど)を把握し、小規模事業者等が適切な事業計画を作成・実行していけるようわかりやすく幅広い情報提供していく。また、単なる発信のみでなく有効活用していただけるような活用事例等も踏まえた情報としていく。 ②市内の景気動向をより適切に把握するため、会員全事業者(年1回)への継続調査を実施し、結果をわかりやすく公表する。それを基に商工会へのニーズ把握と行政へ要望等を実施していく。
		②管内景況調査の実施・公表	2回	2回	2回			
			2回	2回	1回			
I-4	需要動向調査に関すること	①管内需要動向調査	10者	15者	20者	C	①管内需要動向調査に関すること ・「まるだしまつり」での調査を想定しているが、出店者はイベント当日忙しいので別の調査方法を検討した方がよい。 ・調査は1-3回と同時に実施できないか。 ・実態ハードルが高いのでないか。商店街のLINEのように、イベント会場や個店へ出向かなくとも回答が可能なアンケート等、調査方法を変えても事業内容はそのままできるのでは。 ②首都・仙台圏需要動向調査に関すること ・調査により尾花沢独自の資源を活用した商品を首都・仙台圏等へPRできると良い。 ・管内及び都市部での顧客ニーズや市場動向を把握するうえで積極的に実施したい。 ・商品開発に取り組んでいる方への支援状況はどうか。ターゲットの明確化は必要。	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は、イベント当日でなく、他の案も検討していく。 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・サービスの提供でで外貨獲得を図る。R7は百貨店バイヤーを招聘し、「選ばれた商品・ブランド」とは～百貨店バイヤーが見ているもの～」をテーマにセミナーと個別相談会を実施し、地産発商品の可能性と都市圏での価値のつくり方を学び、販路拡大に繋げる。
		②首都・仙台圏需要動向調査	5者	5者	5者			
			3者	3者	4者			
I-5	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) 1042回 (366者)	500回 (150者) 1,043回 (348者)	500回 (150者) 1,067回 (340者)	A	①分析事業者の掘り起こしに関すること ・件数が多く大変かと思うが、引き続きお願いしたい。 ・小規模事業者で自ら事業計画を策定できる方は少ないと感じる。中期的な支援を含め指導員による伴走支援を引き続きお願いしたい。 ・実態ハードルが高いのではないか。商店街のLINEのように、イベント会場や個店へ出向かなくとも回答が可能なアンケート等、調査方法を変えても事業内容はそのままできるのでは。 ②分析セミナー開催 ③経営分析	①引き続き日々の巡回・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。件数だけでなく、事業者の「意識改革」が重要。 ②③外部専門家(中小企業診断士)と連携しながら、意欲的に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セミナーへ参加していただき意識改革まで繋げる。必要であれば専門家派遣等による個別指導による伴走支援も実施する。
		②分析セミナー開催	2回	2回	2回			
		③経営分析	2回	2回	2回			
I-6	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) (32者)	2回 (20名) (20者) 2回 (9名) (37者)	2回 (20名) (20者) 2回 (13名) (17者)	B	①事業計画策定について ・件数だけでなく、希望者の状況に寄り添った支援をお願いしたい。 ・小規模事業者で自ら事業計画を策定できる方は少ないと感じる。中期的な支援を含め指導員による伴走支援を引き続きお願いしたい。 ・会員のニーズが高いことは見えている。今後DXの必要性はますます重要になってくるかと思う。 ・人口減少し地元で5年10年先を見据えた経営を行っていくの大きな課題ではあるが、熱意をもって取り組んでいただきたい。 ②③創業・事業継続計画策定について ・創業、事業継続計画策定にも注力いただきたい。 ・セミナー参加者を増やし、意識改革を図っていただきたい。 ・押したに開業される方や事業継続を考えている方にとって大変重要な取組である。創業や事業継続される事業者を後押しするためにも、関係機関と連携し積極的に取組んでいただきたい。 ・成果報告会など実績の「見える化」に取り組んだ方がよい。	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だき、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。経営計画を作成し「経営の進めるべ」を明確にすることで、持続可能な事業を行っていく。 ②実現性のある計画作成による支援を行うとともに、行政独自の補助金創設の要望も行い創業支援を強化していく。 ③高齢・後継者不足による廃業を阻止するための事業継続支援を継続して実施していく。R6にアンケート調査した結果から巡回を強化や県事業継続支援センター等との連携により、計画的な事業継続を促し廃業件数減に繋げる。 ④引き続き、個社支援として関係機関や専門家派遣等と連携し商店街・地域の活性化を図る。
		②創業計画策定	3者	3者	3者			
		③事業継続計画策定	1者	2者	10者			
I-7	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) 32者 (90回)	20者 (80回) 27者 (81回)	20者 (80回) 33者 (90回)	B	・参加される事業者に対し、引き続き支援お願いしたい。 ・やりっぱなしでなく、支援後のフォローが重要かと感じる。 ・概ね目標達成していると認められる。計画倒れにならないよう、今後も定期的な進捗状況確認とフォローアップに努めていただきたい。 ・参加者の数字がいかに変化したか。実施だけでなく数字など実績の追跡も必要と思う。 ・事業者を後押しするうえで大変重要である。 ・手厚い支援も良いが、自立化(事業者自身の行動を促す支援)のための意識改革も図っていただきたい。	①②③事業計画実現に向け、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。支援後の成果についても「見える化」することで、事業者の意識改革を図り自立に繋げている。
		②創業計画策定フォローアップ(延回数)	3者 (18回)	3者 (18回)	3者 (18回)			
		事業継続計画策定フォローアップ(延回数)	3者 (20回)	2者 (8回)	2者 (29回)			
I-8	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)	3者 (30万/者)	3者 (30万/者)	C	①②物産展・商談会への参加について ・実績0となっているため、今後検討いただきたい。 ・出展事業者について、オンライン上での出店やモニター調査などチャレンジレベルでの取組みが望まれているのではない。出展のハードルや方法を時代に含わせてもよいのでは。 ・物産展や商談会に参加する事業所は常連の数社のみとなるのはある程度仕方ないかと思う。 ・域外との取引という点では、商業以外(スイカ、牛肉、製造など)では拡大しているため、小売業を対象に支援いただきたい。 ③SNSセミナー・IT活用について ・事業者が新たな販路開拓するうえで、商品等を積極的に発信していくことは重要である。そのためのSNSやIT活用について促進を図っていただきたい。 ・SNSの利用を促進するため、セミナーやアイデア提供など強化していただきたい。 ・事務所内でのDX推進が必要。	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。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。商談会についてはR6に引き続き地方銀行フードセクションへ出展し、銀行との連携も図りながら新たな販路開拓を図っていく。 ③SNS活用については継続した支援を行う。R7はAIツールについて学ぶセミナーを企画し、ITツール活用により事業者全体の課題である人手不足や業務効率化等へ対応していく。
		②商談会参加(成約/者)	3者 (1件/者)	3者 (1件/者)	3者 (2件/者)			
		③SNSセミナー	1回 (5者)	1回 (5者)	1回 (4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	①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 (4月)	1回 (4月)	B	・検証で終わらず、結果を活用していただきたい。	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役会・理事会で改善策の提示)により事業改善を図る。
			1回 (7月)	1回 (7月)	1回 (7月)			
II-2	経営指導員等の資質向上等に関すること		○	○	○	B	・継続的に努めていただきたい。	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加え、R7からAI支援ツールも導入することで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		○	○	○	B		各専門機関との連携を強化し、それぞれの専門性を活かした支援と小規模事業者の実情に合わせた情報提供を継続して行う。

No.	項目	実施内容	R4目標	R5目標	R6目標	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
			実績	実績	実績			
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	1回	C	①地域イベントの開催について ・イベントを通して市内企業や事業所のPRを行っていただきたい。まるだしまつりの「職業体験」は非常に良い取組み。 ・イベントの参加企業が全会員の1割に満たない状況。ここ数年マンネリ打破に向けて努力しているのは素晴らしいが、結果に結びついていないのであれば改善が必要。 ②市内企業情報交換会について ・市へ商工会の要望を伝える場があっても良いのでは。(会長が代表して伝えるなど) ・尾花沢市の10年後のビジョンも市に聞いてみたい。 ④プレミアム商品券事業について ・プレミアム商品券は好評で地域内消費活性化に繋がっているため継続いただきたい。 ・本市の商工業及び商店街活性化を図る取組みであるため、引き続き市と連携し取組んでいただきたい。 ・地域活性でR6～オーカード事業も実施しているが、行政との連携(税金のポイント支払いなど)利用する方のメリットがないと広まらないは必須。	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イベントの魅力向上を図ること で多くの会員に参加していただく。商工業だけでなく、地域の特産等についてもPRし尾花沢をまるだしする。 ②商工会と行政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、企業や行政ニーズなどを共有し、事業所と地域の発展に繋げる。経済団体としての商工会からの要望も行っていく。 ③R5地域団体商標「尾花沢そば」の認定済み。地域ブランド化のため、関係団体と連携し継続してPRを行う。 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。商品券事業やオーカード事業において行政との連携を深め地域活性化を図る。 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。
			1回	1回	1回			
		②市内企業情報交換会の実施	2回	2回	2回			
			0回	0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