

事業評価表（平成29年度（2年目）実績分）

事業名	経営発達支援計画	カテゴリ	販路開拓支援	担当者	中小企業診断士 西岡隆
事業期間	平成29年4月1日～平成30年3月31日	評価委員会実施日	開始	H29. 6. 8	最終 H30. 2. 20

(1) 事業計画（PLAN）及び実施（DO）

事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 展示商談会の斡旋だけでなく、効果的な具体的支援を行う。 ・ 昨年開設した通販サイト「いづかよかもん市場」への出店者数を増やし小規模事業者の有効な販路開拓ツールとする。 ・ 地域小規模事業者の活動内容をプレス各社に発信する。 	活動・手段	<ul style="list-style-type: none"> ・ 展示商談会出展者には商談シートの活用や事前専門家派遣によって効果を高める。 ・ フリーペーパーを活用し、飯塚よかもん市場出店者募集と消費者向けサイト周知を図る。 ・ 福岡プレスを活用しプレスリリースを行う。
------	---	-------	---

目的	地域外での新たな取引を目的に商談会、展示会出展事業者支援を実施する。また、飯塚よかもん市場への出店者増加を図ることで小規模事業者の有効な販路開拓の場とする。出店者に対する個別支援や集団講習会を実施することでECに関する知識・手法を身に着ける。
----	---

	指標の名称	単位・式		29年度	中間	最終	
成果指標	・ 展示商談会への効果的な出展事業所支援	件数	目標	8件			
			実績		9件	22件	
			達成率			275%	
	・ 通販サイト「いづかよかもん市場」出店事業者の募集、サイト周知	出店者数	目標	10件			
			実績		7件	8件	
			達成率		70%	80%	
	・ いづかよかもん市場出店者個別指導、集団講習会の実施	発行	目標	12件			
			実績		7件	9件	
			達成率		42%	75%	
	・ プレスリリースの活用による販路開拓支援	発行	目標	8件			1件
			実績		未実施	0	
			達成率			12.5%	

(2) 事業費等の推移・内訳

財源内訳	予算額	決算額	摘要	特記事項
国庫補助金	3,187,680	3,100,520	福岡よかもん市場出店募集広告、消費者向け広告、出店者個別指導	
一般財源	0		店舗プロライティング	
合計	3,187,680	3,100,520		

(3) 定性評価

事業分析 《担当者（チーム）評価》	
事業を取り巻く環境の変化	<p>(消費者ニーズ、国・県・市の動向など)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ BtoB、BtoCともに国、県、市の施策は充実している。さらに本年度は、地域金融機関との連携で新たな商談会出展等も見られた。 ・ 昨年度、新設した通販サイト「いづかよかもん市場」を広告媒体で周知したため、認知度が高まってきている。
事業の進捗状況	<p>判定 B A：計画通り進捗した B：概ね進捗した C：進捗しなかった</p> <p>(その理由、執行上発生した問題点など)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 展示商談会支援については、BtoB支援でスーパーマーケットトレードショー 2件、food Expo 九州 1件、九州食の商談会（北九州）5件、筑豊ビジネスフォーラム 3件、しんきん合同商談会 4件 BtoC支援で福岡よかもんフェア 2件、Docore 3件、ニッポン全国物産展 2件 合計 9社 述べ22件の実績であった。 ・ いづかよかもん市場の出店者は8件で達成率80%であった。12月～2月には、広告媒体を使い福岡都市圏、北九州都市圏の消費者に周知を図った。
事業の成果	<p>判定 B A：目的を達成した B：概ね達成した C：達成できなかった</p> <p>(その根拠、理由)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 商談会、物産展出展支援については、目標以上の成果を上げることが出来たが、1年目と同じ事業所が多い。 ・ 本年度は広告媒体を用い継続して出店募集と地域外への周知を図ったため、サイト自体の認知度が高まり、個店の受注も出てきた。

(4) 評価 (CHECK)

評価項目		評価の観点	評価	事業分析<<一次(中間)評価>>
①妥当性	商工会が事業として行う必要があるか	<input checked="" type="checkbox"/> ある <input type="checkbox"/> ない		地域外の新たな顧客拡大策として妥当である。
	特定の事業者に受益が偏っていないか	<input type="checkbox"/> 偏っている <input checked="" type="checkbox"/> 偏っていない		公募も行っており妥当である。
	地域商業の復興と持続化という目的に対する手段として適切か	<input checked="" type="checkbox"/> 適切である <input type="checkbox"/> 適切ではない		販路拡大に繋がり、復興・持続化に資するものである。
②有効性	目的とおお期待される成果が得られたか	<input checked="" type="checkbox"/> 得られた <input type="checkbox"/> 得られなかった		出展者も多く、受注もあることから有効と判断される。
	地域商業の復興と持続化という目的に対し貢献できたか	<input checked="" type="checkbox"/> 貢献できた <input type="checkbox"/> 貢献できなかった		地域外への販路拡大策として必要である。
	次年度以降もこの事業の継続は必要あるか	<input checked="" type="checkbox"/> ある <input type="checkbox"/> ない		
③効率性	利便性の向上や省力化を図る余地はないか	<input type="checkbox"/> ある <input checked="" type="checkbox"/> ない		
	事業のコストは適切か	<input checked="" type="checkbox"/> 適切である <input type="checkbox"/> 適切ではない		
	類似事業や関連事業等、他に代わる事業はないか	<input type="checkbox"/> ある <input checked="" type="checkbox"/> ない		福岡県が実施している「よかもん市場」を利活用することを検討し、広くPRを行うことも考えられる。

事業分析 <<二次(最終)評価>>

事業結果に対する総評	(進捗状況・事業成果等に対する総評) 販路開拓支援については、概ね良好であるが、プレスリリースの活用については、来年度の実施を期待する。
方向性の判断	(理由：事業の優先・重点化の必要性など) 事業者に対するEC等の知識ノウハウの提供を目的とする講習会等については機会を増やして啓蒙を図る必要があると思われる。

(5) 改善・改革 (ACTION)

事業の方向性	判定	B	A：継続	B：変更継続	C：休止	D：廃止	E：終了
事業の課題	(事業実施上の課題等) 販路開拓は事業者個々の問題であるとともに、地域ぐるみで取り組める側面があることも事実である。商工会の支援としては、商談会ははじめ具体的に実施できることが多々あると思われるので着実が実行が望まれる。						
今後の取組／見直し案(活動・手法等)	(上記の「事業の課題」に対する改善策又は事業の今後の方策等) WEBに関する知識、SNSの活用方法などは、小規模事業者と言えども、今後避けられ通れない分野なので、その前提となる知識、ノウハウの提供には力を入れたいところである。						
その他							