

## 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     | 需要動向調査・経営分析 | 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 | 需要動向調査については、1年目に実施した高齢者購買意識アンケート調査の分析結果と、本年度から実施している地域経済活性化連絡協議会で入手した情報を元に、地域の需要動向を把握する。<br>また、小規模事業者の経営分析に関しては、財務諸表だけではなく、事業主を始めとした十分なヒアリング調査を行うことで、小規模事業者の抱える課題を明確にする。 | 活動・手段 | ・飯塚市や外部機関による調査データに加え、新たに独自の調査（購買意識アンケート調査等）や、飯塚市、金融機関との定期的な情報交換を実施することで、地域経済動向、需要動向分析のための基礎データの充実を図る。<br>・昨年に引き続き「事業計画シート」を作成し、小規模事業者から収集した基礎データを専門家と共に分析することで経営課題を明確にする。 |     |      |      |
| 目的   | 今までの小規模事業者支援の仕方として担当経営指導員による対処療法的（金融、労働、税務等）なものから、小規模事業者を取り巻く外部環境と内部資源を見直すことにより経営課題を明確にすることで効果のある事業計画策定に結び付けることを目的とする。   |       |   |     |      |      |
| 成果指標 | 指標の名称  | 単位・式  | 29年度  | 中間  | 最終   |      |
|      | ・当該地域の経済環境立地条件に関する調査分析   | 回数    | 目標  | 年1回 |      |      |
|      |  |       | 実績  |     | 未実施  | 1回   |
|      |  |       | 達成率   |     |      | 100% |
|      | ・地域事業者別現状調査、経営分析の実施  | 件数    | 目標  | 30件 |      |      |
|      |  |       | 実績  |     | 8件   | 21件  |
|      |  |       | 達成率   |     |      | 70%  |
|      | ・モデル企業に対する実地調査分析の実施  | 件数    | 目標  | 4件  |      |      |
|      |  |       | 実績  |     | 1件予定 | 3件   |
|      |  |       | 達成率   |     |      | 75%  |

### (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 | 385,200 | 192,600 | 専門家謝金、旅費 |      |
| 一般財源  |         |         |          |      |
| 合計    | 385,200 | 192,600 |          |      |

### (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      | (消費者ニーズ、国・県・市の動向など)<br>・小規模事業者持続化補助金をきっかけに事業計画策定の必要性を認識した事業者が増えてきた。<br>一方でそうでない事業所の方がまだまだ多いようで、今後どのようにわかりやすく周知していくかが課題である。<br>・モデル企業事業に関しては、筑豊地域支援協議会の施策と重複している感がある。  |
| 事業の進捗状況           | 判定 <b>B</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<br>(その理由、執行上発生した問題点など)<br>・1年目に実施した高齢者購買意識アンケート調査の結果のフィードバックを行うとともに、事業計画フォーマットを使用し、主にヒアリング、財務諸表による経営分析を実施した。1年目に35件実施したが、2年目になり経営分析に取り組む事業所の選定が困難になってきており、目標30件に対し本年度は21件と70%の達成率であった。<br>・モデル企業事業は11月に1件、2月に2件（実施中）であり、最終的に3件（達成率75%）であった。           |
| 事業の成果             | 判定 <b>B</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<br>(その根拠、理由)<br>・1年目に小規模事業者でも事業計画策定に取り組む意欲がある事業所から着手したこともあり、2年目になると対象となる事業者の選定に困難を伴ったことが原因だと考えられる。<br>・モデル企業事業は、前年の反省を踏まえ、年度初めからチラシによる事業内容の周知に努めた。年度途中から巡回時での周知活動に重点を置いた結果、1月に続けて2事業所の申込みを得ることができた。取り組んだ事業者からは、中長期的な視点での経営計画が見込まれるようになったとの意見をいただいている。 |

(4) 評価 (CHECK)

| 事業分析《一次(中間)評価》 |                              |  |   |
|----------------|------------------------------|--|---|
| 評価項目           | 評価の観点                        | 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<br><input type="checkbox"/> ない          | 小規模事業者が多い地域なので、事業者独自のマーケティングは難しく、商工会事業として妥当である。 |
|                | 特定の事業者に受益が偏っていないか            | <input checked="" type="checkbox"/> 偏っている<br><input type="checkbox"/> 偏っていない   |   |
|                | 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<br><input type="checkbox"/> 適切ではない   | 現状分析により、適切な対策が実施されるため妥当である。                     |
| ② 有効性          | 目的とおり期待される成果が得られたか           | <input checked="" type="checkbox"/> 得られた<br><input type="checkbox"/> 得られなかった   | 70%以上の達成率があり、概ね目的通りの成果が得られている。                  |
|                | 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<br><input type="checkbox"/> 貢献できなかった | 現状分析により、適切な対策が実施されれば有効である。                      |
|                | 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<br><input type="checkbox"/> ない          | 活用できる分析結果が得られるのであれば継続すべきである。                    |
| ③ 効率性          | 利便性の向上や省力化を図る余地はないか          | <input checked="" type="checkbox"/> ある<br><input type="checkbox"/> ない          |   |
|                | 事業のコストは適切か                   | <input checked="" type="checkbox"/> 適切である<br><input type="checkbox"/> 適切ではない   | 最小限度の経費で実施されている。                                |
|                | 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<br><input checked="" type="checkbox"/> ない          |   |

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)<br>経営分析については、達成率70%と前年より下がっている。成果を他の会員事業者にも周知する方法を工夫し、来年度の達成率アップにつなげたいところである。            |
| 方向性の判断     | (理由：事業の優先・重点化の必要性など)<br>分析は、小規模事業者に対する伴走型支援の出発点である。この母数を増やすことがその後の支援の充実に繋がると思われるため、来年度以降、重点的に取り組まれることを期待する。 |

(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)<br>外部環境の調査分析は、継続的に実施することでトレンドが掴める。<br>経営分析については、小規模事業者が自社の経営を見直すきっかけとなるものなので、是非利用事業者数を増やしたい。 |   |        |          |        |        |        |
| 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)<br>実施事業者の成果の周知方法として、事例集の作成や発表会の開催等が考えられる。                                 |   |        |          |        |        |        |
| その他                |  |   |        |          |        |        |        |