

# 令和5年度 経営発達支援事業 事業評価検討委員会報告書

実施期間:令和5年4月1日から令和6年3月31日まで

評価基準	令和5年度		令和6年度		令和7年度		令和8年度		令和9年度	
	実施項目	割合	実施項目	割合	実施項目	割合	実施項目	割合	実施項目	割合
A (100%以上)	10	59%								
B (75~99%)	0	0%								
C (50~74%)	0	0%								
D (50%未満)	0	0%								
E (0%)	5	29%								
未実施(外部環境要因)	2	12%								
計	17	100%								

原村商工会

## I. 経営発達支援事業の内容

### 1. 地域の経済動向調査に関すること

#### (1) 地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

##### ① 事業内容

これまで村内の人口は増加傾向にあり、事業者は比較的安定した経営環境のなかで事業を行ってきた。一方、今後を見据えると、人口減少、少子高齢化の加速等、経営環境が大きく変化することが予測される。この変化を捉える際、地域の経済動向データの活用が有効であるため、地域経済分析システム（RESAS）を活用した地域の経済動向分析を通じて外部環境を整理し、広く小規模事業者に周知する。

##### ② 実施内容

- ・職員向けに RESAS, jSTAT MAP の習得と事業者にフィードバックすることを目的とした研修会を各 1 回実施した。
- ▶地域経済動向（エビデンス）に基づく RESAS 活用研修
  - ・「RESAS」とは何か？・「RESAS」で何ができるのか？
  - ・「RESAS」の基本的操作方法の習得
  - ・地区の産業構造分析 等
- ▶地図で見る統計『jSTAT MAP』による商圈分析研修
  - ・jSTAT MAP とは何か？・なぜ商圈分析が必要なのか？
  - ・データ活用型社会の到来と jSTAT MAP
  - ・商圈分析事例のご紹介・jSTAT MAP の基本操作方法
  - ・統計地図の作成・分析
  - ・セミナー実施後に RESAS 分析（地域経済循環分析・消費分布・観光分析など）を行い、結果を当会ホームページにアップした。また、当地域の情報を伝え自社の今後の経営や事業計画策定支援の際の基礎資料、エビデンスとして活用できた。

##### ③ 数値目標及び実績

地域の経済動向分析 HP 掲載	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
目 標	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
実 績	1 回				
達成率	A (100%)				

### ■外部評価・意見

- ・調査の前に研修をされていて、意気込みの高さを感じます。
- ・レポートは計画通り、分かりやすいコメントを付し、見やすい形になっています。長期的な趨勢が把握しやすいです。
- ・RESAS のデータの取得頻度は数年おきのものが多いので、来年は同じ内容をする事ができないかもしれません。別のデータ分析をご検討してみたいかがでしょうか。

## 2. 需要動向調査に関すること

### (1) 展示会・商談会等を活用した商品調査

#### ① 事業内容

小規模事業者の新たな商品開発（事業者の連携を通じた商品開発を含む）では、プロダクトアウトの視点だけでなく、マーケットインの視点も重要である。また、小規模事業者のなかには、商品開発等にチャレンジする事業者もいる。一方、小規模事業者は経営資源が少なく、市場調査などが不十分であることが多い。そこで、当会にて需要動向調査を支援することで、顧客・バイヤー等の声を取り入れた商品ブラッシュアップに繋げる。

#### ② 実施内容

商品のターゲット顧客ごとに、①製造業の製品・技術は「諏訪圏工業メッセ」、②一般消費者向け（観光客向け含む）に販路を拡大したい商品は「フレキシブルオフィス WeWork Hareza 池袋」にてアンケート調査を実施した。

##### 1. 「諏訪圏工業メッセ」専門家によるアンケートによる需要動向調査支援 2 社

A社15件（名刺入手30）、K社4件（名刺入手10）のアンケート調査票を回収、集計作業を行い、専門家分析への基礎資料を作成することができた。多くの来場者の中からアンケートの対象となる来場者か選別が難しく標本数が少なくなってしまった。反面、聞き取りによる調査方法はより深掘した情報を入手できた。来場者の分析から有望な販路開拓市場や求められる加工技術を把握できた。小規模事業者は高い技術力を保有しているものの営業活動が苦手な事業者が多い。今後も展示会を通じた新規取引獲得への支援を継続する必要がある。また、今年度から会場変更に伴い会場が分散化し、来場者が想定より減少したためアンケートの回収に苦慮した。

##### 2. 「フレキシブルオフィス WeWork Hareza 池袋」商品需要動向調査 2 社

お客様の声（味やパッケージへの意見等）を把握するため、事業者の商品・サービスに特化した消費者向けのアンケート調査票を用意し、東京都池袋のフレキシブルオフィス「WeWork」の共用エリアにおいてアンケート調査を実施した。S社のジャム・ドリンク、調査票32枚回収。V社のドレッシング、調査票34枚回収と計3商品の調査を行った。フレキシブルオフィスの多企業の方を対象に行うことで、通常では収集が難しい都心で働く若年層の生の声や意見を聞くことが出来た。専門家の調査報告書により商品改良や売り方のヒントや得られ商品・サービスのブラッシュアップが可能となった。

#### ③ 数値目標及び実績

展示会・商談会等を活用した商品調査 調査対象事業者数	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
目 標	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
実 績	4 者				
達成率	A (200%)				

## ■外部評価・意見

- ・数値的には目標を大きく上回っています。
- ・実施内容についても、「諏訪圏工業メッセ」、「フレキシブルオフィス WeWork Hareza 池袋」ともに大きな効果を得ることができたと推察されます。

### 3. 経営状況の分析に関すること

#### (1) 小規模事業者の経営分析

##### ① 事業内容

小規模事業者の地域住民のニーズに応じる（近隣市町村の大型店と差別化を行う）ことによる地域に密着した事業展開の強化や、域外（観光客含む）のニーズに応じることによる外貨獲得のための事業展開といったビジネスモデルの転換を行うためには、まずは事業者自身が、現状を把握するための経営分析が重要である。経営分析支援を村内の小規模事業者に広く提供することを目標とし、5ヵ年計画において、村内小規模事業者（約350者）の10%にあたる35者の経営分析を目指す。これを実現するため、重複（1度経営分析を実施した後、数年後に改善されたかを確認するためにもう1度経営分析を実施等）を考慮し、5ヵ年で50者の経営分析を目標値と設定する。

##### ② 実施内容

経営分析は、経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施した。定量分析たる財務分析と、定性分析たる非財務分析の双方を事業者の状況や局面に合わせて実施した。経営分析の結果は事業者にフィードバックし事業計画策定の際に活用した。

##### ③ 数値目標及び実績

経営分析事業者数	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
目標	10者	10者	10者	10者	10者
実績	10者				
達成率	A (100%)				

## ■外部評価・意見

- ・数値目標を達成しています。目標数値は挑戦的な数値であると考えられます。限られた人員のなかで、意欲的に取組まれたことがうかがえます。
- ・計画では、事業者さんの強みを活用した冊子や動画制作等の新たな企画も検討されています。今回はそれに関する報告がありませんでした。次回以降に報告されることを期待しています。

### 4. 事業計画策定支援に関すること

#### (1) 事業計画策定支援

##### ① 事業内容

小規模事業者が課題解決に能動的に取り組めるよう、いわゆる「経営力構築型（課題設定型）」の事業計画策定支援を実施する必要がある。具体的には、事業者自身が自走化できるよう内発的動機付けを行いながら事業者自身が主体となった事業計画の策定支援を実施することが課題であることから、「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画の策定を支援する。事業計画の策定前には必ず経営分析を実施し、事業者との対話と傾聴を通じて、事業者自らが自社の強みや弱みなどの現状を正しく把握した上で当事者意識を持って課題に向き合い、能動的に事業計画策定に取り組むことを目指す。本支援では、経営分析件数の5割の事業計画の策定を目標とする。また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に、DXに向けたセミナーやIT専門家派遣を行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

## ② 実施内容

事業計画策定支援は、①小規模事業者が作成した事業計画に対し経営指導員がアドバイスする方法、②小規模事業者と経営指導員が協力して作成する方法の2つの方法で実施した。「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、小規模事業者の持続的発展や成長発展を目的とした事業計画の策定を支援するため事業計画策定セミナーを開催した。なお、事業計画策定事業者に対して、DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得させるため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、DX推進セミナーを開催した。

### ③ -1 数値目標及び実績

事業計画策定事業者数	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
目 標	5者	5者	5者	5者	5者
実 績	10者				
達成率	A (200%)				

### ③ -2 数値目標及び実績

事業計画策定セミナーの開催回数	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
目 標	1回	1回	1回	1回	1回
実 績	2回				
達成率	A (200%)				

### ③ -3 数値目標及び実績

DX推進セミナーの開催回数	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
目 標	1回	1回	1回	1回	1回
実 績	3回				
達成率	A (100%)				

## ■外部評価・意見

・すべての取組において、目標数値を達成しています。特に事業計画策定については、経営分析同様に、目

標数値が挑戦的な数値であると考えられます。限られた人員のなかで、意欲的に取組まれたことがうかがえます。

## 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 事業計画のフォローアップ（計画策定の全事業者を対象）

### ① 事業内容

計画策定を支援したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。フォローアップにあたっては、自走化を意識し、小規模事業者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、事業者と従業員と一緒に作業を行うことで当事者意識を持って取り組むことなどなどに重点をおいた支援を行い、計画の進捗フォローアップを通じて事業者への内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げる。

### ② 実施内容

四半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らした。一方、事業計画と進捗状況とがズレている場合（計画実施が何らかの理由により遅れている、停滞している等）は、訪問回数を増やししながら軌道に乗せるための支援を継続したが、具体的な売上増加・経常利益増加などの数値面の確認は今後実施する予定。

### ③ -1 数値目標及び実績

フォローアップ事業者数	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
目 標	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
実 績	6 者				
達成率	A (120%)				

### ③ -2 数値目標及び実績

フォローアップ頻度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
目 標	20 回	20 回	20 回	20 回	20 回
実 績	28 回				
達成率	A (140%)				

### ③ -3 数値目標及び実績

売上増加事業者数	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
目 標	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
実 績	0 者				
達成率	E (0%)				

### ③ -4 数値目標及び実績

経常利益増加事業者数	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
目 標	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

実績	0者				
達成率	E (0%)				

## ■外部評価・意見

- ・フォローアップ事業者数、フォローアップ頻度ともに目標数値を達成しています。意欲的に取組まれたことがうかがえます。内容も状況に応じて個別訪問回数を調整されるなど、現実的な対応をされています。
- ・売上増加事業者数、経常利益増加事業者数の把握については今後の報告を期待しています。

## 6. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること

- (1) 1. 展示会・商談会の出展支援
2. 「DX 推進セミナー」後の実施支援
3. 八ヶ岳まるごと収穫祭でのテストマーケティング支援

### ① 事業内容

小規模事業者が持続的に経営を行うためには、新たな需要の開拓が必要である。一方、小規模事業者の多くは経営資源が少なく、独自での取組には限界がある。また、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「知識不足」「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。今後は、その成果目標を明確にし、成果がでるまで継続的な支援を実施する必要がある。また、これまでDXに関する支援が十分でなかったことから支援を強化する。

#### 1. 展示会・商談会の出展支援 (BtoB)

特に、対企業取引の事業者にとって、展示会や商談会は新たな取引先の獲得にとって有効である。一方、小規模事業者は独自に展示会・商談会に出展できていないことも多い。そこで、新たな取引先の獲得を支援することを目的に展示会・商談会の参加支援を実施する。

#### 2. 「DX 推進セミナー」後の実行支援 (BtoB, BtoC)

現代において、ITを使った販路開拓は有効な手段であるが、小規模事業者の多くは取組が遅れている。ITを活用した販路開拓といっても、実施したい内容は各事業者で異なる。そこで、各事業者の実施したい内容を基にオーダーメイド型の支援を実施する。具体的には、『6. 事業計画策定支援に関すること』で実施する「DX 推進セミナー」において紹介したITによる販売促進の方法（ホームページの作成、ECサイト構築、SNSの活用、動画制作等）から事業者が選択した内容について、経営指導員やIT専門家によるハンズオン支援を実施する。

#### 3. 八ヶ岳まるごと収穫祭でのテストマーケティング支援

小規模事業者は広告宣伝に多額の費用をかけることができない。そこで商品の認知度向上、売上拡大を目的にテストマーケティング支援を実施する。主に特産品を活用した商品を販売する事業者（原ブランド登録商品等）

## ② 実施内容

### 1. 展示会・商談会の出展支援 (BtoB)

諏訪圏工業メッセ 2023 への出展支援

出展企業：5 社（A 社、K 社、S 社、T 社、I 社）

地方で開催される最大規模の工業専門展示会。諏訪圏内を中心に 335 ブース、341 社が出展。来場者数 20, 230 人。来場者出口調査では、受注に直結する業種の担当者が多く来場した。また、業界大手企業や県内中堅企業の発注担当者も多く来場した。共同出展することにより小規模事業者単独では出展することが難しい展示会への出展が実現した。会期中での具体的受注はなかったが、商工会による展示レイアウト支援、各社の保有技術を冊子化した PR ツール「わが社のひとつぎシート」の作成支援を行ったことで会期終了後も継続した商談や技術提案、訴求効果が期待できる。また、アンケートによる需要動向調査支援として、会期中の 3 日間、A 社、K 社のアンケート調査を実施した。出展社の他、アルバイト 3 名を雇用し調査票の回収に努めた。また、調査票作成、集計分析、報告書の作成を NPO 諏訪圏ものづくり推進機構へ依頼し工業専門アドバイザーと商工会指導員によるフィードバックを行った。

### 2. 「DX 推進セミナー」後の実施支援

「DX 推進セミナー」において、IT を活用した販路開拓を行いたい事業者を掘り起こし、その後、経営指導員や IT 専門家による支援を行う計画であった。支援にあたっては、IT を活用した販路開拓に関する事業計画を策定し、事業計画に沿った IT 導入～運用支援を行い、これらの支援により新規顧客の獲得を目指した。セミナーは、Google ビジネスプロフィール活用、インスタグラム活用、ChatGPT 入門講座の計 3 回、SNS を活用した販路開拓や見込客を取り込む手法や、人材確保が困難な状況下でも業務効率化による収益確保について実施した。まずは商工会会員であれば誰でも無料でホームページが作成できる「グーペ」の商工会フリープランを活用し 1 社が作成、他に 1 社作成中。その他の IT 活用や専門家支援は実施できなかったため、来年度は希望する事業者の掘り起こしからしっかり実行し実際の成約に繋げたい。

### 3. 八ヶ岳まるごと収穫祭でのテストマーケティング支援

イベント内での販売を行うことに加え、商品の認知度向上、イベント後のリピート購入などがあげられる。小規模事業者の経営安定化のためには、認知度向上やリピート購入は重要な位置づけを占めるため、希望する事業者に対しては、ブランディング支援、EC 等による販売支援等の、一時の売上拡大に終わらせない、継続的な売上拡大に向けた支援を実施する予定であったが、イベント自体が中止となり実行が出来なかった。

## ③ -1 数値目標及び実績

展示会・商談会の出展支援 出展事業者数	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
目 標	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
実 績	5 者				
達成率	A (100%)				

成約件数/者	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
目 標	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
実 績	0 件				
達成率	E (0%)				

③ -2 数値目標及び実績

「DX 推進セミナー」後の実行支援事業者数	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
目 標	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
実 績	2 者				
達成率	A (100%)				
(BtoB の場合) 成約件数/者	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
目 標	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
実 績	0 件				
達成率	E (0%)				
(BtoC の場合) 売上増加率/者	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
目 標	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
実 績	0 件				
達成率	E (0%)				

③ -3 数値目標及び実績

八ヶ岳まるごと収穫祭でのテストマーケティング支援 支援事業者数	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
目 標	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
実 績	未実施				
達成率	—				
売上額/者	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
目 標	3 万円				
実 績	未実施				
達成率	—				

■外部評価・意見

- ・諏訪圏工業メッセ 2023 への出展支援については、目標数値を達成しているうえに、大きく尽力されたことがうかがえます。成約件数等の成果は、次回以降の報告を期待しています。
- ・「DX 推進セミナー」後の実行支援事業者数は目標数値を達成しています。成約件数と売上増加率は、次回以降の報告を期待しています。

- ・「DX」と「IT活用」は、どのように違うのでしょうか。次回以降の委員会で教えてください。
- ・ハヶ岳まるごと収穫祭でのテストマーケティング支援の未実施はやむを得ないと考えられます。

(全体)

- ・多いとは言えない人員のなかで、事業計画策定支援を中心に挑戦的な目標に高い意識で取り組まれていると受け取りました。
- ・「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」と「経営指導員等の資質向上等に関すること」についても、問題なく取り組まれていることと推察されます。