

令和4年度
経営発達支援事業
実績報告書

自 令和4年4月 1日
至 令和5年3月31日

出 羽 商 工 会

目 次

I	経営発達支援事業の実績の概要	… 4
II	項目別事業実績	
1.	地域の経済動向調査に関する事	… 7
2.	需要動向調査に関する事	… 8
3.	経営状況の分析に関する事	… 9
4.	事業計画策定支援に関する事	…10
5.	事業計画策定後の実施支援に関する事	…11
6.	新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事	…12
III	個社支援の実績	…15
IV	評価者による事業評価	…18

令和４年度に取り組んだ経営発達支援事業の事業実績及び事業評価について報告いたします。
なお、事業評価の評価基準及び評価者については次のとおりです。

1. 評価基準

項目別事業実績に基づき、下記の基準により事業評価を実施する。

- A …計画どおり実施し、所期の目標どおりの成果をあげたもの
- B …概ね計画どおり実施し、目標に対して一定の成果をあげたもの
- C …計画どおり実施しなかった、実施したが成果が大幅に目標を下回ったもの

2. 評価者

事業評価については下記の事業評価検討委員が実施する。

区 分	役 職	氏 名	摘 要
有識者	合同会社エスキャット 業務執行社員	渡邊 明代	中小企業診断士
有識者	加藤税理士事務所 所長	加藤 千尋	税理士
金融機関	日本政策金融公庫酒田支店 支店長	根岸 毅	
金融機関	山形県信用保証協会鶴岡支店 支店長	齋藤 克朗	
行政機関	鶴岡市商工観光部 部長	阿部 知弘	
行政機関	三川町産業振興課 課長	須藤 輝一	
出羽商工会	出羽商工会 副会長	熊田 洋勝	委員長
出羽商工会	出羽商工会 代表理事	三浦 英喜	副委員長

※本報告書の各種数値については中小企業庁が実施する経営発達支援事業実施状況報告と同様の基準で算出しています

※本報告書の自己評価は本会事務局による自己評価を記載しています

I 経営発達支援事業の実績の概要

1. 地域の経済動向調査に関すること				
①ビッグデータの活用 ②景気動向調査分析 ③地域経済動向の調査分析				
項 目	前年度実績	目標値	実績値	自己評価
①公表回数	0 回	1 回	0 回	C
②公表回数	4 回	4 回	4 回	
③公表回数	0 回	1 回	0 回	



2. 需要動向調査に関すること				
①管内生鮮品需要動向調査 ②管内加工品需要動向調査				
項 目	前年度実績	目標値	実績値	自己評価
①対象事業者数	6 社	10 社	9 社	B
②対象事業者数	6 社	10 社	0 社	



3. 経営状況の分析に関すること					
①支援対象者の掘り起こし ②経営分析の実施	項 目	前年度実績	目標値	実績値	自己評価
	①支援対象者の掘り起こし	0 回	4 回	0 回	B
	②経営分析事業者数	93 件	140 件	108 件	



4. 事業計画策定支援に関すること						
①事業計画策定支援 （「Ⅲ 個社支援の実績」参照）	項 目		前年度実績	目標値	実績値	自己評価
	①事業計画策定件数		93 件	140 件	108 件	B



5. 事業計画策定後の実施支援に関すること					
①定期的なフォローアップ ②外部支援機関等と連携したフォローアップ (「Ⅲ 個社支援の実績」参照)	項 目	前年度実績	目標値	実績値	自己評価
	①フォローアップ対象事業者数	93 件	140 件	85 件	B
	②フォローアップ回数	450 回	840 回	790 回	
	③売上増加事業者数	未確認	10 社	38 社	

↑

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること					
①首都圏展示会等を通じた首都圏販路拡大 ②IT 活用による販路開拓支援 ③中国市場に向けた販路開拓 ④首都圏セールスレップ事業 ⑤キャンペーン・ふるさと応援便事業 ⑥ふるさと納税の活用による BtoC レベルの向上	項 目	前年度実績	目標値	実績値	自己評価
	①参加事業者数	6 社	10 社	4 社	C
	①売上高／社	150 千円	120 千円	220 千円	
	①成約件数／社	未確認	2 件	2 件	
	②参加事業者数	18 社	10 社	2 社	
	②売上高／社	未確認	80 千円	50 千円	
	②成約件数／社	1 件	3 件	未確認	
	③参加事業者数	0 社	5 社	0 社	
	③成約件数／社	0 件	1 件	0 社	
	④参加事業者数	3 社	5 社	0 社	
	④成約件数／社	未確認	1 件	0 社	
	⑤参加事業者数	66 社	200 社	173 社	
	⑤売上高／社	130 千円	500 千円	374 千円	
	⑥参加事業者数	0 社	40 社	0 社	
	⑥返礼件数／社	0 件	400 件	0 社	

当年度の総括	次年度の課題
経営状況の分析、事業計画策定支援、事業計画策定後の実施支援という一連の流れを強化することで、いずれも目標値にこそ届かなかったものの、前年度を上回る実績値に達し、支援対象者 85 社のうち 38 社の売上増加に結び付けることができた。 売上増加という目に見える成果に結び付けることで事業者の経営意欲を引き出すことができ、今後の継続的な支援に手応えを感じている。 一方で、地域の経済動向調査や需要動向調査、新たな需要の開拓に寄与する事業についてはコロナ禍も相俟って取り組んでいない事業もあるのが現状である。改善の余地はあるものの、取り組み項目が過大であり本会の経営資源では全ての事業に取り組むのは困難な状況にあると考えている。	当年度の事業計画策定支援件数は昨年度実績を上回る 108 件に達したものの、このうち 9 割弱は補助金申請を機会としたものであり、補助金に関係ない事業計画は 1 割程度なのが現状である。 補助金申請を機会とした事業計画策定は補助金受給が目的となることが多く、事務手続き中心の単発的な支援になりがちである。このため、補助金受給後も継続的な支援に結び付けるためには、フォローアップを強化することで売上高の増加と事業者の意識啓発を図る必要がある。 また、本会の経営資源では全ての事業に取り組むのは困難な状況にあるため、実施手法の見直しや事業の優先順位づけはもちろんのこと、経営指導員等の支援ノウハウを蓄積することで経営資源の充実を図る必要がある。

Ⅱ 項目別事業実績

項 目	1. 地域の経済動向調査に関すること		
趣 旨	・小規模事業者が事業計画を策定する際の、外部環境の分析の一助とすることを目的として実施 ・事業計画策定支援の基礎データとして組織で活用する体制の整備が課題		
事業計画	①ビッグデータの活用	事業実績	①ビッグデータの活用
	・RESAS を活用して地域の経済動向を分析 ・分析結果について年 1 回の公表を計画		・事業計画策定支援の際に RESAS を活用しているが、年 1 回の公表は実施していない。
	②景気動向調査分析		②景気動向調査分析
	・管内 100 事業者を対象に景況感を調査 ・年 4 回の調査分析と公表を計画		・管内 100 事業者を対象に四半期ごとの景況感を調査し、HP において調査結果を公表した
	③地域経済動向の調査分析		③地域経済動向の調査分析
	・各種公表資料を基に地域の経済動向を分析 ・分析結果について年 1 回の公表を計画		・事業計画策定支援の際に各種公表資料を活用しているが、年 1 回の公表は実施していない。

目標の達成状況

		R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①ビッグデータの活用 公表回数	目標値	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
	実績値	0 回	0 回			
②景気動向調査分析 公表回数	目標値	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
	実績値	4 回	4 回			
③地域経済動向の調査分析 公表回数	目標値	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
	実績値	0 回	0 回			

当年度の総括	次年度の課題	自己評価
景気動向調査については年 4 回公表しているものの、ビッグデータと地域経済動向調査については個々の経営指導員等の活用にとどまっており、管内小規模事業者への公表がなされていない。	小規模事業者の持続的発展を実現するためには、地域の経済動向を正しく把握する必要がある。 このため、個々の経営指導員等が活用するだけでなく、商工会組織、そして管内小規模事業者で情報共有を進めることが課題としてあげられる。	C

項 目	2. 需要動向調査に関すること		
趣 旨	・小規模事業者が事業計画を策定する際に、市場の需要を見据えた計画的な経営を図ることを目的として実施 ・これまで支援に力を入れてきた加工食品に加え、生鮮品の需要動向の把握が課題		
事業計画	①管内生鮮品需要動向調査 ・首都圏飲食店を対象にアンケート調査を実施 ・調査結果を分析し、対象事業者にフィードバック	事業実績	①管内生鮮品需要動向調査 ・首都圏飲食店 10 社を対象にアンケート調査を実施し、調査分析結果を対象事業者にフィードバックした
	②管内加工品需要動向調査 ・首都圏飲食店を対象にアンケート調査を実施 ・調査結果を分析し、対象事業者にフィードバック		②管内加工品需要動向調査 ・加工品に対するアンケート調査は実施していない

目標の達成状況

		R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①管内生鮮品需要動向調査 調査対象事業者数	目標値	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社
	実績値	6 社	9 社			
②管内加工品需要動向調査 調査対象事業者数	目標値	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社
	実績値	6 社	0 社			

当年度の総括	次年度の課題	自己評価
当年度は生鮮品に重点を置いて実施したところ、目標値に近い小規模事業者 9 社の商品の需要動向について調査し、事業計画策定支援と新たな需要開拓に結び付けることができた。 一方で、加工品については実施しておらず、本会には生鮮品と加工品の需要動向調査を同年度に実施するには経営資源が不足していると考えている。	次年度の需要動向調査は加工品に重点を置いた調査を計画している。 同年度に生鮮品と加工品の需要動向調査を実施するためには経営指導員等がノウハウを蓄積する必要があり、これを課題としながら取り組みたいと考えている。	B

項 目	3. 経営状況の分析に関すること			
趣 旨	・財務分析と非財務分析により自社の経営状況を把握することで、経営課題を明確にすることを目的に実施 ・経営分析の必要性和重要性に対する小規模事業者の意識向上が課題			
事業計画	①支援対象者の掘り起こし ・経営実態調査とヒアリングを基に掘り起こしを実施 ・経営分析に係るセミナーの開催	事業実績	①支援対象者の掘り起こし ・コロナ対策を優先したため、経営実態調査・セミナーとも実施することができなかった	
	②経営分析の実施 ・掘り起こした支援対象者に対する財務分析と非財務分析の実施		②経営分析の実施 ・補助金申請等の相談を機会に 108 件の経営分析を実施した。	

目標の達成状況

		R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①経営分析セミナー開催回数	目標値	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
	実績値	0 回	0 回			
②経営分析件数	目標値	120 件	140 件	160 件	160 件	160 件
	実績値	93 件	108 件			

当年度の総括	次年度の課題	自己評価
支援対象者の掘り起こしについてはコロナ対策の支援を優先したため、経営実態調査やセミナーを実施することはできなかった。 一方で、補助金申請やコロナ禍の売上減少の相談を機会に経営分析に取り組んだところ、昨年度を上回る 108 件の経営分析に結び付けることができた。	過年度の取り組みから支援対象者を掘り起こすには小規模事業者との個別相談が最も有効と思われる。 コロナ禍も収束に向かっていているため、小規模事業者に対する巡回訪問と個別相談を強化することで支援対象者の掘り起こしに結び付けたい。	B

項 目	4. 事業計画策定支援に関すること		
趣 旨	・経営課題に対する具体的な解決策と行動計画を明確にすることを目的として実施 ・小規模事業者の理解と支援段階に応じた事業計画策定支援が課題		
事業計画	①事業計画策定支援 ・経営分析した事業者の経営課題を解決するために事業計画策定を支援	事業実績	①事業計画策定支援 ・経営分析した事業者から 80 社 108 件の事業計画策定を支援した。

目標の達成状況

		R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①事業計画策定件数	目標値	120 件	140 件	160 件	160 件	160 件
	実績値	93 件	108 件			

当年度の総括	次年度の課題	自己評価
補助金申請や売上減少に対する相談を機会に事業計画策定に取り組む事業者が多く、目標値には届かなかったものの、前年度を上回る 108 件の事業計画策定に結び付けることができた。 一方で、事業計画策定件数 108 件のうち 9 割弱の 93 件が補助金申請を機会としたものであり、補助金受給を目的とした事業計画策定が圧倒的に多いのが現状である。	補助金申請を機会とした事業計画策定は補助金受給が目的となることが多く、事務手続き中心の単発的な支援になりがちである。 補助金受給後も事業者の意識啓発を図ることで継続的な支援に結び付ける必要がある。	B

項 目	5. 事業計画策定後の実施支援に関すること		
趣 旨	・策定した事業計画の実施と PDCA サイクルによる業務改善を目的に実施 ・事業計画の実行におけるフォローアップと、個々の事業者に応じた支援のあり方が課題		
事業計画	①定期的なフォローアップ ・年間 6 回の訪問によるフォローアップ ・必要に応じた計画の見直し	事業実績	①定期的なフォローアップ ・過年度を含む事業計画策定支援した事業者 85 社に対して年間 790 回のフォローアップを実施した
	②他の支援機関等と連携したフォローアップ ・事業計画にズレが生じている事業者に対し、外部支援機関等と連携したフォローアップを実施		②他の支援機関等と連携したフォローアップ ・支援対象者 5 社に対して専門家派遣指導 9 件を実施

目標の達成状況

		R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①フォローアップ対象事業者数	目標値	120 件	140 件	160 件	160 件	160 件
	実績値	93 件	85 件			
②フォローアップ頻度 (延べ回数)	目標値	720 回	840 回	960 回	960 回	960 回
	実績値	450 回	790 回			
③売上増加事業者数	目標値	10 社	10 社	15 社	15 社	20 社
	実績値	未確認	38 社			

当年度の総括	次年度の課題	自己評価
過年度を含む事業計画策定支援した事業者 85 社に対して年間 790 回のフォローアップを実施したところ、目標値を上回る 38 社の売上増加に結び付けることができた。 85 社の中には創業等で売上高前年比を算出できない事業者もあり、実際に売上高前年比を算出できた 62 社のうち 6 割強を占める 38 社が売上前年比 105%超に増加。事業計画に基づく計画的な経営に手応えを感じている。	売上増加に結び付けるためには事業計画を策定するだけでなく、その後も試行錯誤を繰り返すことによって PDCA サイクルを回していく必要がある。 そのためには、経営指導員等が定期的にフォローアップすることにより、事業者の意識づけと経営指標の定点観測が取り組むべき課題としてあげられる。	B

項 目	6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること		
趣 旨	・需要を見据えた計画的な経営を実現するにあたり、新たな需要の開拓を目的に実施 ・固定化しつつある参加事業者の新規開拓と地域のマスメディアの活用が課題		
事業計画	①首都圏展示会等を通じた首都圏販路拡大 ・食品コンサルタントと連携した首都圏販路開拓 ・出展にあたり経営指導員等が伴走型支援を実施	事業実績	①首都圏展示会等を通じた首都圏販路拡大 ・首都圏にて販路開拓イベントを実施したところ、小規模事業者 4 社が出展。年度末時点で 10 件の取引が成約し、合計 880 千円の売上に結び付いた。
	②IT 活用による販路開拓支援 ・HP や SNS 等の IT を活用した販路開拓 ・商工会でも情報発信やプレスリリースを支援		②IT 活用による販路開拓支援 ・山形県商工会連合会主催のモール型 EC サイト活用販路開拓支援事業に 2 社が出品したところ、期間中に 50 千円の売上に結び付いた。
	③中国市場に向けた販路開拓 ・中国の中小企業団体と連携した商談会を通じ、中国富裕層に向けた販路開拓を実施		③中国市場に向けた販路開拓 ・新型コロナウイルス感染症の状況から事業実施は見送った。
	④首都圏セールスレップ事業 ・山形県商工会連合会と連携したセールスレップ事業（商談代行事業）を実施		④首都圏セールスレップ事業 ・山形県商工会連合会主催のセールスレップ事業終了により事業実施は見送った
	⑤キャンペーン・ふるさと応援便事業 ・地域内消費を促すキャンペーンの実施 ・地域外消費を促すふるさと応援便事業の実施		⑤キャンペーン・ふるさと応援便事業 ・出羽元気回復キャンペーンには 101 社が参加し、期間中に 1 社あたり 580 千円の売上があった ・ふるさと応援便にはのべ 72 社が参加し、期間中に 2,055 件の成約があり、6,165 千円の売上があった
	⑥ふるさと納税の活用による BtoC レベルの向上 ・ふるさと納税返礼品登録を推進 ・事業者の広告宣伝、商品のブラッシュアップを支援		⑥ふるさと納税の活用による BtoC レベルの向上 ・ふるさと応援便と関連づけることで返礼品登録の推進を図ったが、そこまでの支援ができていない。

目標の達成状況

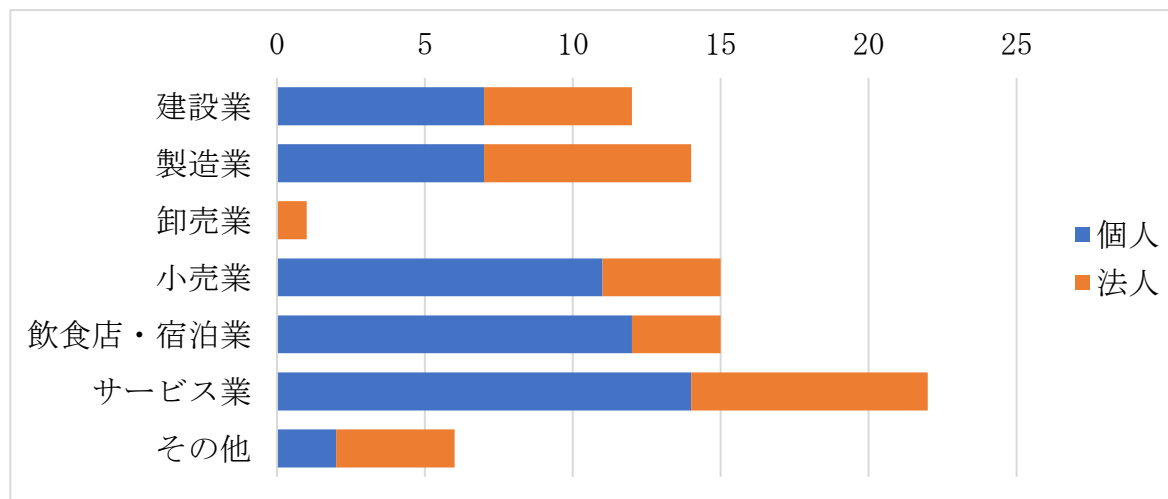
		R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①首都圏販路拡大事業 参加事業者数	目標値	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社
	実績値	6 社	4 社			
①首都圏販路拡大事業 売上高／社	目標値	120 千円	120 千円	135 千円	135 千円	150 千円
	実績値	150 千円	220 千円			
①首都圏販路拡大事業 成約件数／社	目標値	1 件	2 件	3 件	3 件	3 件
	実績値	未確認	2 件			
②IT 活用による販路開拓支援 参加事業者数	目標値	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社
	実績値	18 社	2 社			
②IT 活用による販路開拓支援 売上高／社	目標値	80 千円	80 千円	100 千円	100 千円	120 千円
	実績値	未確認	50 千円			
②IT 活用による販路開拓支援 成約件数／社	目標値	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件
	実績値	1 件	未確認			
③中国市場販路開拓 参加事業者数	目標値	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
	実績値	0 社	0 社			
③中国市場販路開拓 成約件数／社	目標値	1 件	1 件	2 件	2 件	2 件
	実績値	0 社	0 社			
④首都圏セールスレップ事業 参加事業者数	目標値	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
	実績値	3 社	0 社			
④首都圏セールスレップ事業 成約件数／社	目標値	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
	実績値	未確認	0 件			
⑤キャンペーン・ふるさと応援便 参加事業者数	目標値	200 社	200 社	200 社	200 社	200 社
	実績値	66 社	173 社			
⑤キャンペーン・ふるさと応援便 売上高／社	目標値	500 千円	500 千円	500 千円	500 千円	500 千円
	実績値	130 千円	374 千円			
⑥ふるさと納税返礼品 参加事業者数	目標値	30 社	40 社	50 社	70 社	100 社
	実績値	0 社	0 社			
⑥地域経済動向調査 返礼件数／社	目標値	300 件	400 件	500 件	700 件	1,000 件
	実績値	0 件	0 社			

当年度の総括	次年度の課題	自己評価
取り組み項目が過大であり、コロナ禍も相俟って本会の経営資源では全ての事業に取り組むのは困難な状況にある。 このような中で、伴走型小規模事業者支援推進事業を活用して①首都圏販路開拓事業と⑤キャンペーン・ふるさと応援便に取り組んだところ、事業者の参加だけでなく事業者の売上に結び付けることができた。	全ての事業に取り組むのは困難な状況にあるため、事業者への効果が期待されるものから優先順位をつけて取り組む必要がある。 また、本会の経営資源の不足については伴走型小規模事業者支援推進事業を活用し、専門家講師の指導を仰ぎながら、事業者支援とあわせて支援ノウハウを蓄積することで経営資源の充実を図る必要がある。	C

Ⅲ 個社支援の実績

1. 支援対象者の業種と事業形態

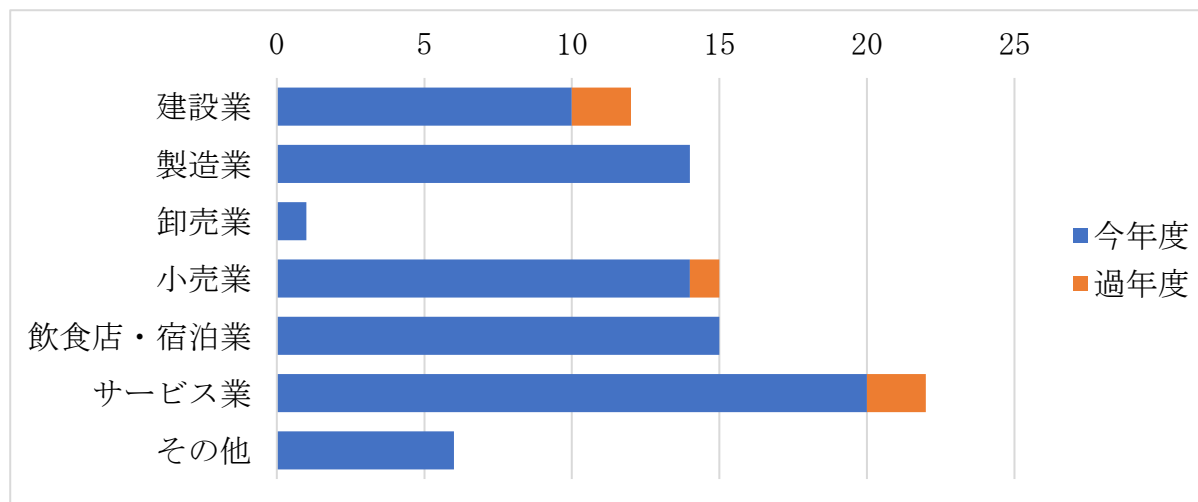
	個人	法人	合計
建設業	7	5	12
製造業	7	7	14
卸売業	0	1	1
小売業	11	4	15
飲食店・宿泊業	12	3	15
サービス業	14	8	22
その他	2	4	6
合 計	53 社	32 社	85 社



- ・最も多いのがサービス業で全体の 25% を占める。
- ・次いで小売業と飲食店・宿泊業、製造業、建設業がほぼ横並びで続く。

2. 支援対象者の事業計画策定状況

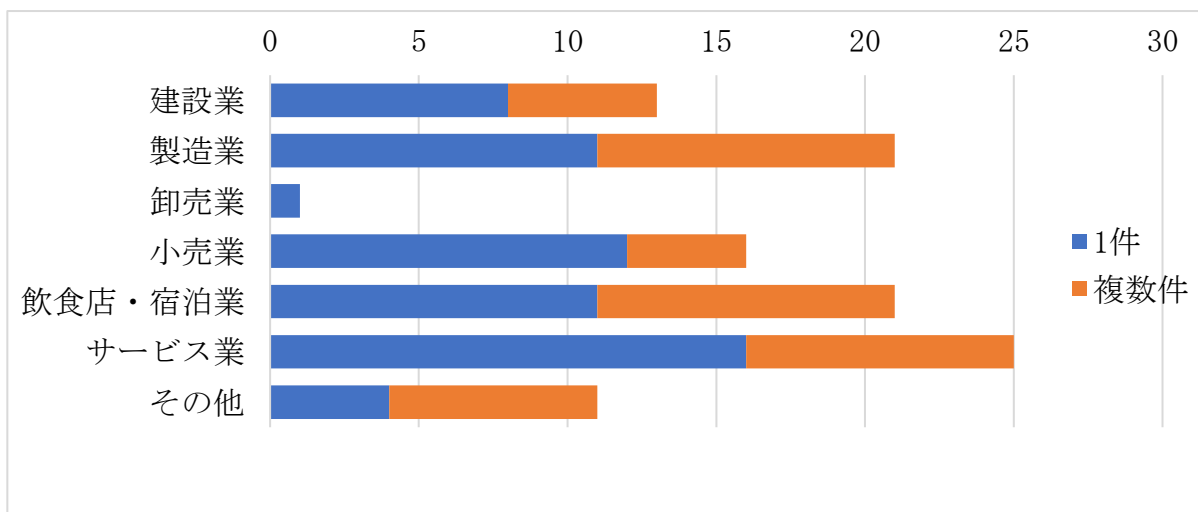
	当年度	過年度	合計
建設業	10	2	12
製造業	14	0	14
卸売業	1	0	1
小売業	14	1	15
飲食店・宿泊業	15	0	15
サービス業	20	2	22
その他	6	0	6
合 計	80 社	5 社	85 社



- ・支援対象者 85 社のうち 80 社が当年度に事業計画を策定。残る 5 社は過年度のフォローアップ。

3. 業種ごとの事業計画策定件数

	1 件	複数件	合計
建設業	8	5	13
製造業	11	10	21
卸売業	1	0	1
小売業	12	4	16
飲食店・宿泊業	11	10	21
サービス業	16	9	25
その他	4	7	11
合 計	63 件	45 件	108 件



- ・事業計画策定者数 80 社に対して事業計画策定件数は 108 件。17 社が複数の事業計画を策定。
- ・事業計画策定件数が最も多いのがサービス業。次いで製造業と飲食店・宿泊業、小売業、建設業と続く。
- ・中でも製造業と飲食・宿泊業、その他においては複数件の事業計画策定に取り組んだ事業者が多い。

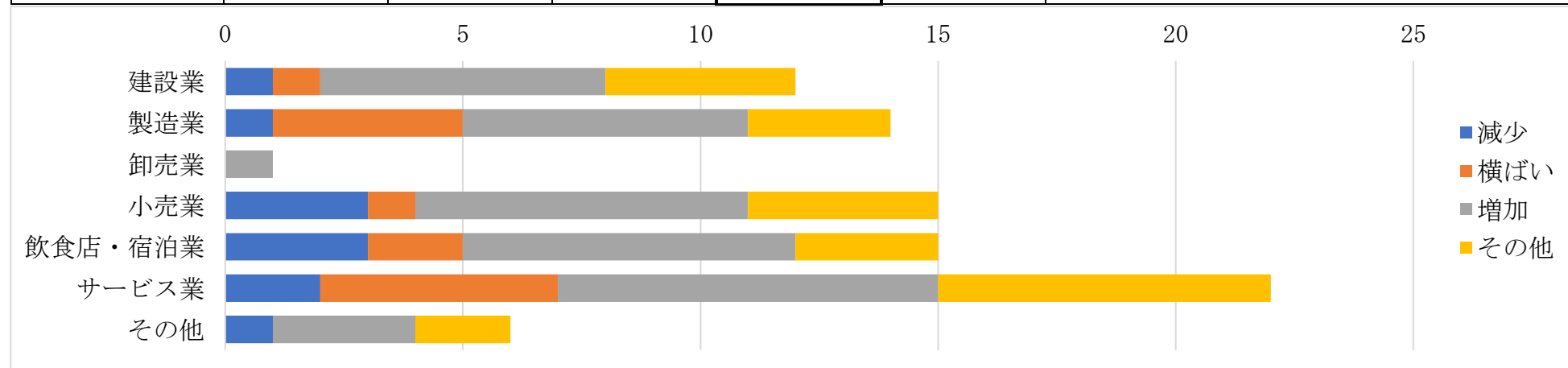
4. 業種ごとの事業計画策定の内訳

	経営計画	経営革新計画	事業承継計画	創業計画	持続化補助金	もの補助	事業再構築	事業継承補助金	県補助金	市補助金	合 計
建設業	0	0	1	1	8	0	0	1	1	1	13
製造業	3	1	0	1	5	2	2	1	3	3	21
卸売業	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
小売業	0	0	0	1	7	0	1	0	2	5	16
飲食店・宿泊業	1	0	0	0	8	0	2	0	3	7	21
サービス業	3	0	0	3	11	0	1	0	3	4	25
その他	0	0	0	0	6	0	0	0	1	4	11
合 計	7 件	1 件	1 件	6 件	46 件	2 件	6 件	2 件	13 件	24 件	108 件

- ・最も多いのが小規模事業者持続化補助金の 46 件で、全体の 42% を占めている。
- ・次いで市補助金 24 件、県補助金 13 件と続き、この 3 つの補助金制度で全体の 76% を占めている。

5. 業種ごとの売上高前年比

	支 援 対象者数	売上高前年比				摘 要
		減少 (95%未満)	横ばい (95～105%)	増加 (105%超)	その他	
建設業	12	1	1	6	4	その他は創業1社、未計算3社
製造業	14	1	4	6	3	その他は創業1社、未計算2社
卸売業	1	0	0	1	0	
小売業	15	3	1	7	4	その他は創業1社、未計算3社
飲食店・宿泊業	15	3	2	7	3	その他は創業1社、休業1社、未計算1社
サービス業	22	2	5	8	7	その他は創業4社、未計算3社
その他	6	1	0	3	2	その他は創業1社、未計算1社
合 計	85 社	11 社	13 社	38 社	23 社	



- ・ 支援対象者 85 社のうち売上高前年比を算出できたのは 62 社で、このうち 61% を占める 38 社が売上前年比 105% 超に増加。
- ・ 建設業と製造業は売上高前年比を算出できた 19 社のうち 63% を占める 12 社が売上前年比 105% 超に増加。
- ・ 小売業と飲食店・宿泊業、サービス業は売上高前年比を算出できた 38 社のうち 57% を占める 22 社が売上前年比 105% 超に増加。一方で、21% を占める 8 社が売上前年比 95% 未満に減少している。

※本項目における売上前年比は法人については売上高、個人事業主については事業収入から雑収入から差し引いた数字を売上高とし、令和 4 年 4 月 1 日～令和 5 年 3 月 31 日に終期を迎えた決算書を基に算出しています。

Ⅳ 評価者による事業評価

事業評価検討委員による事業評価は下表のとおり。

1. 項目別事業評価について

評価者	項目 1			項目 2			項目 3			項目 4			項目 5			項目 6		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C
渡邊 明代			○		○			○			○			○				○
加藤 千尋			○		○			○			○			○				○
根岸 毅		○			○			○		○				○			○	
齋藤 克朗		○			○			○			○			○			○	
阿部 知弘		○			○			○			○		○				○	
須藤 輝一			○		○			○			○			○			○	
熊田 洋勝			○		○			○			○			○			○	
三浦 英喜			○		○		○			○				○				○
合 計	0	3	5	0	8	0	1	7	0	2	6	0	1	7	0	0	5	3
自己評価			○		○			○			○			○				○

※項目 1～6 の内容は次のとおり。

項目 1…地域の経済動向調査に関すること

項目 2…需要動向調査に関すること

項目 3…経営状況の分析に関すること

項目 4…事業計画策定支援に関すること

項目 5…事業計画策定後の実施支援に関すること

項目 6…新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

2. 全体の総括について

評価者	コ メ ン ト
渡邊 明代	売上増加事業者数が目標値を上回っており、支援成果として評価できる。原油高や材料高騰の影響が続くため、利益にも着目していただきたい。 目標値未達の項目が多く、令和3年度・4年度とも実施されていない項目もある。次年度は支援ノウハウや支援ツールの共有などで効率化を図り、目標値に近づけていただきたい。
加藤 千尋	アフターコロナにおける実質的な支援内容を見直す必要があるのだと感じます。故、事業計画も自ずとこの辺りを含めた内容、さらに具体的に言えば「既存の事業の延長線上」での検討ではなく「社会環境の変化に対応」した内容を検討、支援していくことが求められているかと考えます。関連して「新たな需要の開拓に寄与する事業」に関しては商工会会員事業所個々の需要開拓では限界もあるかもしれませんので地域・事業連携での需要の開拓（＝地域課題の解決策）を見出していくこともこれからの環境変化の対応策としては有効かと思われます。
根岸 毅	特に注力された主要な事項については前年実績を上回る活動実績となっており、一定の成果をあげたとして評価しました。限られた経営資源のなかで全ての取組みを行うことは難しいかと思いますが、社会情勢や地域経済動向を踏まえて優先度の高い事項から順次効果的かつ効率的な手法により取り組まれることを期待します。
齋藤 克朗	業務多忙の中、ここまで実績を積み上げられたことは評価できます。 今後なお一層、フォローアップ強化に努め、地域内小規模事業者の持続的発展に寄与されますよう期待しております。
阿部 知弘	コロナの影響もあり支援活動にも制限がある中で、会員の経営分析や事業計画の策定支援、計画後のフォローアップ件数は、目標値には届かなかったものの、前年度と比較し実績値が伸びていることから評価されるべきものと考えます。 地域経済動向の調査や需要動向調査を行っておりますが、対象事業者のみならず、多くの会員事業者が活用できるような公表方法を検討されることを期待します。また、相談の際に見えてくる小規模事業者の経営現状の分析結果や課題などについても、可能な範囲で関係機関とも共有いただき、連携した支援体制を強化できればと考えておりますので、引き続きよろしくお願いいたします。
須藤 輝一	各種の調査、分析、公表回数について、新型コロナウイルス感染症拡大のため、未実施項目が複数項目存在することについては了解する。 全体的に厳しめの自己評価と思われる。次年度の課題について、実施事項の充実と未実施事項の実施に向けた取り組みについて精査されたい。