

経営発達支援事業評価シート【令和5年度版】

I. 経営発達支援事業の内容

評価A：目標以上の実績、評価B：概ね目標に近い実績、評価C：概ね目標の半分程度の実績、評価D：ほぼ実績なし

認定計画の事業内容 ※認定計画の事業内容を全て記載すること	本年度補助金活用	目標数値（過年度は実績値）					本年度実績		実施内容ともたらされた効果や今後の対応等	次年度補助金活用有無
		R03	R04	R05	R06	R07	実績値	自己評価		
1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】										
地域の経済動向分析の公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回	1回	A	実施内容（補助金活用含む） 事業計画策定の際に地域経済分析システム（RESAS）を活用し、経済動向の分析を行い小規模事業者が求める情報を提供し支援を行いました。 もたらされた効果や課題 小規模事業者が必要とする情報を提供することにより、事業計画策定の際にブラッシュアップすることが出来ました。 今後の対応等（補助金活用含む） 国が提供するビッグデータを活用して、事業者へ情報を提供するとともに、景気動向調査を行うことで、小規模事業者へフィードバックし、事業計画策定へと繋げて参ります。	—
地域内の景気動向分析の公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回	1回	A	実施内容（補助金活用含む） 事業計画策定の際に地域経済分析システム（RESAS）を活用し、地域内の景気動向分析を行い小規模事業者が求める情報を提供し支援を行いました。 もたらされた効果や課題 小規模事業者が必要とする情報を提供することにより、事業計画策定の際にブラッシュアップすることが出来ました。 今後の対応等（補助金活用含む） 国が提供するビッグデータを活用して、事業者へ情報を提供するとともに、景気動向調査を行うことで、小規模事業者へフィードバックし、事業計画策定へと繋げて参ります。	—
2. 経営状況の分析に関すること【指針④】										
経営分析件数	—	22件	25件	30件	30件	30件	44件	A	実施内容（補助金活用含む） MA-1システムを利用している19事業者に対してはシステム内の分析グラフを活用して経営分析を実施し、他の25事業所に対しては法人企業は決算書を基に、個人企業に対しては決算指導時に決算書を基に実施しました。 もたらされた効果や課題 経営分析を行うことで、現状を把握することができ、うち6件は事業計画策定に繋がりました。 今後の対応等（補助金活用含む） 経営課題を明確にして事業計画策定に繋げるため、事業者と情報を共有し取組みを行います。	—
3. 事業計画策定支援に関すること【指針⑤】										
セミナー開催	有	1回	1回	1回	1回	1回	2回	A	実施内容（補助金活用含む） 10月・11月に2回の生成AIやITを活用したセミナーを開催いたしました。延べ10名（参加事業所数7社）の参加がありました。 もたらされた効果や課題 セミナー参加者の内、4社は商工会の支援を受け、事業計画策定支援に繋がりました。また他の3社は専門家による事業計画策定支援に繋がりました。 今後の対応等（補助金活用含む） セミナーの内容がIT等に詳しい若者向けの予定が、高齢者の参加者が7割を占めました。令和6年度も引き続き周知方法を工夫するなどをし、参加者の増加に努めます。	有
事業計画策定件数	有	7件	12件	15件	15件	15件	68件	A	実施内容（補助金活用含む） 必要に応じて専門家と連携し、各種補助金を申請の際に事業計画書作成の必要性を伝えることができました。 もたらされた効果や課題 小規模事業者が前向きな事業計画策定に取組み、経営の持続的発展への意識向上が図られました。 今後の対応等（補助金活用含む） 巡回訪問等を通じて事業計画策定が必要な事業者の掘り起こしを行うと共に経営環境の変化に対応し、事業者自らが実行できる計画書の策定ができるよう専門家と連携して取組みいたします。	有
4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針⑥】										
フォローアップ対象事業者数	有	1件	15件	20件	20件	25件	41件	A	実施内容（補助金活用含む） 事業計画を策定した事業者5社に対して、専門家と連携しながらフォローアップを行いました。またフリーペーパー活用やYouTube活用による販路開拓事業者や展示会・商談会出展事業者に対してフォローアップを行いました。 もたらされた効果や課題 ニーズに対応した事業計画の見直しを行い、事業者の目標が明確になりました。 今後の対応等（補助金活用含む） 事業計画を策定した事業者が目標を達成するための支援を専門家と共に臨機応変に行います。	有
フォローアップ支援頻度（延べ回数）	有	1回	75回	100回	100回	125回	135回	A	実施内容（補助金活用含む） 事業計画を策定した事業者に対し毎月1回以上、職員が巡回訪問等を通じ、進捗状況を把握し、事業計画の見直しを行いました。 もたらされた効果や課題 事業計画策定後の進捗状況の把握時に、途中で計画にズレが生じた事業所に対して、原因を究明しフォローアップを行いました。 今後の対応等（補助金活用含む） 事業計画を策定した事業者が目標を達成するための支援を専門家と共に参ります。	有
5. 需要動向調査に関すること【指針③】										
地域内需要動向調査対象事業者数	—	0	3	3	4	4	15	A	実施内容（補助金活用含む） 「ライナー旭川」（地域フリーペーパー）に掲載した15事業所に対して、9月の期間中の需要動向調査をヒアリングにより実施した。 もたらされた効果や課題 前年度より1か月早く広告を打ったため、効果は大きく町外からの顧客が約8割を占める結果となりました。 今後の対応等（補助金活用含む） 今後も調査内容を事業者と精査しながら、地域内需要動向調査を継続して参ります。	—
物産展・展示会・商談会等需要動向調査対象事業者数	—	0	8	8	10	10	6	B	実施内容（補助金活用含む） 首都圏アンテナショップと東京ギフトショー2024において需要動向調査を行いました。 もたらされた効果や課題 首都圏における調査結果を事業者にフィードバックしたことにより、商品のブラッシュアップに繋げることができました。 今後の対応等（補助金活用含む） 引き続き地域内・展示会等の需要動向調査を行い、分析結果を事業者にフィードバックする。	—

経営発達支援事業評価シート【令和5年度版】

I. 経営発達支援事業の内容

評価A：目標以上の実績、評価B：概ね目標に近い実績、評価C：概ね目標の半分程度の実績、評価D：ほぼ実績なし

認定計画の事業内容 ※認定計画の事業内容を全て記載すること	本年度補助金活用	目標数値（過年度は実績値）					本年度実績		実施内容ともたらされた効果や今後の対応等	次年度補助金活用有無
		R03	R04	R05	R06	R07	実績値	自己評価		
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事【指針④】										
展示会出展支援事業者数	—	0件	3件	3件	4件	4件	2件	B	実施内容（補助金活用含む） 9月に旭川駅内で行われた「駅マルシェ2023」に出展した、農産物小売事業所・コーヒー豆卸売事業所2社に対し、出展前→出展中→出展後までの支援をおこないました。 もたらされた効果や課題 地域外に出展することにより、新たな需要の開拓に繋げることができました。1件は事業者自身が販売をおこなったため、商品の説明や思いをお客様に宣伝できていたため、販売促進に繋げることができました。 今後の対応等（補助金活用含む） 対象事業者を掘り起こし、今後も出展に関する案内を随時行い、販路開拓支援を継続して実施します。	—
商談会出展支援事業者数	有	0社	5社	5社	6社	6社	6社	A	実施内容（補助金活用含む） 首都圏アンテナショップでは農産物製造業者・飲食業者・農産物卸売業者、東京ギフトショーでは鉄鋼業者・銘木業者・農産物卸売業者に対して出展支援を行いました。 もたらされた効果や課題 ①首都圏アンテナショップでは近隣の2町（比布・愛別）と共同で出展しました。開催日は8月25日～27日（3日間）、開催場所は東京都LaLaテラス南千住（屋外）で行いました。猛暑のため人通りは少なかったものの、主催者側で事前にタワーマンション（3,500戸）へポスティングを行っていたため、ある一定の効果はありました。 ②東京ギフトショー2024の「グランピングゾーン」で出展支援を行い、鉄鋼業者・銘木業者は2年続けての出展、農産物卸売業者は初めての出展となりました。3社はある一定の効果はありましたが、商談成立目標数には届かない結果となりました。 今後の対応等（補助金活用含む） ①首都圏アンテナショップに出展した飲食業者・農産物卸売業者の2社は初めての出展が首都圏だったため、出展場所のハードルが高かったため、次年度以降は少しハードルを下げて道内での出展支援を計画します。農産物製造業者は引き続き首都圏をターゲットとした出展支援を計画します。 ②東京ギフトショーは3社を引き続き支援し、商談成立目標数に届くよう努めます。	有
フリーペーパー作成による販路開拓支援事業者数	有	0社	5社	5社	5社	5社	15社	A	実施内容（補助金活用含む） コロナ禍により、売上が落ち込んでいる飲食業等のサービス業を選定し、「ライナー旭川」（地域フリーペーパー）を活用し、販路開拓支援事業を行いました。 もたらされた効果や課題 1か月後にヒアリングした結果、前年同月（9月）と比較し、売上が6%上がったが1社、5%上がったが2社、3%上がったが3社、2%上がったが3社、他の6社は前年同月と売上が変わりませんでした。 今後の対応等（補助金活用含む） 今後もヤル気のある事業所の選定をし、事業計画策定を行った上で販路開拓支援を行ってまいります。	有
パンフレット作成による販路開拓支援事業者数	有	0社	8社	8社	8社	8社	6社	B	実施内容（補助金活用含む） 首都圏アンテナショップ出展の3社、東京ギフトショー2024出店の3社に対して、それぞれ共同パンフレット作成し、展示場で配付し販路開拓支援を行った。 もたらされた効果や課題 首都圏アンテナショップでは3社共同パンフレット3,000枚、東京ギフトショーでは3社共同パンフレット500枚を来場者へ配付しました。歩行者やブース前が混み合った場合はパンフレットで対応し、首都圏での商品宣伝に効果をもたらしました。 今後の対応等（補助金活用含む） 今後も商談会等に出展する事業者に対して、事前準備としてパンフレット作成による販路開拓支援を行って参ります。	有
ホームページ活用による販路開拓支援事業者数	—	0社	3社	5社	5社	8社	0社	D	実施内容（補助金活用含む） 今回は実施に至らず、事業者自らが確立してホームページ活用をしているため、支援までは至っておりません。 もたらされた効果や課題 事業者がホームページを必要と判断または相談があった場合には「グーペ」等を活用し、支援を行って参ります。 今後の対応等（補助金活用含む）	—
PR動画作成による販路開拓支援事業者数	—	0社	5社	5社	5社	5社	5社	A	実施内容（補助金活用含む） チラシ等の紙媒体の広告より効果的な販路拡大に意欲的な5社に対し、当麻町商工会YouTubeチャンネルを立上げ、それぞれのお店の個性を活かしたPR動画を制作し、販路開拓支援を行いました。 もたらされた効果や課題 動画閲覧数は5社の合計で753回となりましたが、成果目標の売上10%に届いた事業所は1件もありませんでした。しかし農産物卸売業者は今回制作したPR動画を展示会で活用するなど、インターネット上だけでなく、幅広い分野でPR動画を活用し、販路拡大に意欲的な取り組みをしています。 今後の対応等（補助金活用含む） 令和6年度以降も事業者がPR動画作成を必要と判断または相談があった場合には「Youtube」等を活用し、支援を行って参ります。	有