

経営発達支援事業評価シート【令和7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	評価委員のコメント （評価・見直し等の意見）	
		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	2回	A	実施内容 （補助金活用含む）	事業計画策定支援において、地域経済分析システム（RESAS）を活用し、人口動態や産業構造、消費動向などの地域経済分析を実施した。また、当麻町商工会電子地域通貨「でんすけペイ」の決済データを商工会内部で分析し、地域内の消費動向や購買傾向を把握すると共に、分析結果を経営相談や事業計画策定支援に活用し、小規模事業者へ個別にフィードバックを行った。	—	
									もたらされた効果や課題	RESASによる地域経済分析と、でんすけペイの決済データによる地域内消費の実態把握を組み合わせる事で、小規模事業者へ地域の実情に即した情報提供が可能となり、事業計画策定時の現状分析や事業内容のブラッシュアップに繋がった。また、小規模事業者に対して個別に分析結果をフィードバックする事で、販売促進や経営改善に向けた支援を行う事ができた。課題は、より効果的な分析・支援を行うためには、決済データの蓄積や分析手法の充実が課題である。		
									今後の対応等 （補助金活用含む）	引き続き、RESAS等のビッグデータを活用した地域経済分析を実施すると共に、でんすけペイの決済データを活用した地域内消費動向の分析を継続する。分析結果については、経営相談や事業計画策定支援の基礎資料として活用し、小規模事業者への個別フィードバックを通じて、経営改善や販路開拓に繋げる。		
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	2回	A	実施内容 （補助金活用含む）	地域経済分析システム（RESAS）や景気動向調査の結果を活用し、地域内の景気動向を分析・公表すると共に、小規模事業者へ情報提供を行った。また、「でんすけペイ」の決済データについては、商工会内部で地域内消費の動向や購買傾向を分析し、経営相談や事業計画策定支援に活用すると共に、加盟店へ個別に分析結果をフィードバックした。	—	
									もたらされた効果や課題	公表した景気動向分析を活用することで、小規模事業者が地域経済や市場環境を客観的に把握でき、事業計画策定時の現状分析や経営判断に役立てることができた。また、でんすけペイの決済データによる分析結果を加盟店へ個別にフィードバックすることで、販売動向の把握や販売促進策の検討など、実態に即した経営支援に繋がった。一方で、景気動向分析の精度向上や、事業者ニーズに応じた情報提供の充実が課題である。		
									今後の対応等 （補助金活用含む）	今後も、RESAS等のビッグデータや景気動向調査を活用した地域内の景気動向分析を継続し、その結果を小規模事業者へ公表・提供する。また、でんすけペイの決済データについては、公表は行わず、商工会内部で分析した結果を加盟店へ個別にフィードバックすることで、経営改善や販路開拓、事業計画策定支援に活用する。		
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	44件	21件	30件	28件	B	実施内容 （補助金活用含む）	MA-1システムを利用している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、他の事業所に対しては決算書を基に実施した。	有	
									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13件は事業計画策定に繋がった。		
									今後の対応等 （補助金活用含む）	引き続き、経営課題を明確にして事業計画策定に繋げる為、事業者と情報を共有し取組みを行う。		
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	2回	2回	1回	2回	A	実施内容 （補助金活用含む）	9月と12月に、生成AⅠを活用した事業計画策定セミナーを開催し、延べ10名（支援事業者数8者）が参加した。セミナーでは、生成AⅠを活用した事業計画の作成方法や経営分析、販路開拓への活用方法など、実務に直結する内容を実施した。	有	
									もたらされた効果や課題	参加者のうち7者が商工会による事業計画策定支援に繋がり、1者は創業間もない事業者であったため、専門家による個別支援に繋がった。一方、参加者数は目標15者を下回り、周知方法や開催時期の見直し、受講後のフォローアップ体制の強化が課題となった。		
									今後の対応等 （補助金活用含む）	参加対象を明確にした周知や開催方法の見直しにより参加者の確保を図ると共に受講者の習熟度に応じた内容へ改善する。また、個別相談やフォローアップを充実させ、生成AⅠの実務活用と事業計画策定を継続的に支援する。		
事業計画策定件数	有	7件	12件	68件	71件	15件	43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、各種補助金申請時に事業計画策定支援を実施した。実績43件のうち事業承継計画1件、創業計画3件の策定支援を行うと共に、事業者の課題整理や販路開拓に向けた助言を実施した。	有	
									もたらされた効果や課題	専門家の支援により、事業者の課題整理や事業の方向性の明確化が図られ、経営の持続的発展に向けた意識の向上に繋がった。一方で、計画策定後の実行支援や進捗管理、デジタル活用に対する継続的な支援が課題となった。		
									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を掘り起こすとともに、専門家と連携し、計画策定から実行支援、進捗管理まで一貫した伴走支援を実施する。また、デジタル活用についても継続的なフォローを行い、実効性の高い事業計画の実現を支援する。		

経営発達支援事業評価シート【令和7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	評価委員のコメント （評価・見直し等の意見）
		R03	R04	R05	R06	R07	実績値	自己評価			
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 者	15者	41者	26者	25者	36者	A	実施内容 (補助金活用含む) 事業計画策定後のフォローアップ対象事業者36事業者の内、より専門的な支援が必要な5事業者を選定し、専門家と連携した実施支援を行った。設備投資後の効果検証や収益構造の改善、展示会出展後の販路開拓支援等、それぞれの事業計画の進捗状況に応じた助言・検証を実施し、計画の着実な実行と目標達成に向けた伴走支援を行った。 もたらされた効果や課題 設備投資の効果や販路開拓の成果を検証したことで、事業者ごとの課題や重点的に取り組むべき方向性が明確となり、利益率向上に向けた具体的な改善策を共有することができた。一方で、収益構造の改善や販路開拓の成果は短期間では利益率に反映されにくく、継続的なフォローアップの必要性が課題となった。 今後の対応等 (補助金活用含む) 引き続き、高度な課題には専門家と連携した伴走支援を継続し、事業計画の進捗確認と見直しを定期的に実施する。利益率だけでなく、見積件数や商談件数などの中間指標も活用しながらPDCAサイクルを実践し、事業者の目標達成に向けた継続支援を行う。	有	
フォローアップ支援頻度（延べ回数）	有	1 回	7 5 回	135回	47回	1 2 5 回	66回	C	実施内容 (補助金活用含む) フォローアップ対象事業者36者に対し、職員による巡回訪問や専門家との個別相談を実施し、事業計画の進捗状況や設備投資・販路開拓の実施状況を確認した。また、課題が生じた5事業者については、専門家と連携し、事業計画の見直しや改善策の提案を行った。 もたらされた効果や課題 事業計画の進捗状況を把握し、課題に応じた改善提案を行うことで、計画の実行性向上に繋げることができた。一方で、各事業者への支援が延べ1回～2回となったことから、計画実行後の進捗管理や成果検証まで十分なフォローアップを行うことが難しく、継続的な伴走支援体制の強化が課題となった。 今後の対応等 (補助金活用含む) 事業計画策定後の支援回数を増やし、定期的な進捗確認とPDCAサイクルに基づくフォローアップを実施する。また、専門家との連携を強化し、利益率向上だけでなく、商談件数や受注状況などの中間成果も確認しながら、継続的な経営改善支援を行う。	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 者	3 者	15者	16者	4 者	17者	A	実施内容 (補助金活用含む) フリーペーパー「ライナー」に掲載した17事業者を対象に、掲載後の売上状況や新規顧客の来店状況についてヒアリング調査を実施すると共に、QRコードを活用したデジタルアンケート（回答232件）の結果を分析し、地域内需要動向を把握した。また、調査結果を掲載事業者へフィードバックし、今後の販路開拓や販売促進に活用した。 もたらされた効果や課題 ヒアリング調査では、17事業者のうち10事業者で前年同月比の売上増加が確認され、新規顧客の来店や認知度向上に繋がった。また、デジタルアンケートにより来店動機や顧客ニーズを把握できたほか、「でんすけペイ」が来店促進や購買意欲向上に寄与していることも確認できた。一方で、掲載事業者数は目標の20事業者に達せず、広報媒体の費用対効果への理解不足や人手不足を理由に参加を見送る事業者があったことが課題となった。 今後の対応等 (補助金活用含む) 今後も掲載事業者への需要動向調査を継続すると共に、デジタルアンケートやでんすけペイの決済データを活用し、地域内需要動向を多角的に分析を行う。また、成功事例や調査結果を事業者へフィードバックすると共に、未掲載事業者への個別巡回を強化し、事業への参加促進と販路開拓支援を図る。	—	
物産展・展示会・商談会等需要動向調査対象事業者数	—	0 者	8 者	6 者	5 者	10者	8 者	B	実施内容 (補助金活用含む) にぎわい市場さっぽろ1者、SCビジネスフェア3者、北海道産品取引商談会（東京・大阪会場）1者、旭川駅マルシェ3者において需要動向調査を行った。 もたらされた効果や課題 域外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た。 今後の対応等 (補助金活用含む) 引き続き域外での展示会・商談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。	—	
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】											
展示会出展支援事業者数	有	0 者	3 者	2 者	1 者	4 者	4 者	A	実施内容 (補助金活用含む) 「SCビジネスフェア2026」及び「北海道産品取引商談会（東京・大阪会場）」への出展支援を実施した。SCビジネスフェアでは鉄工業者、銘木業者、農産物小売業者の3者、北海道産品取引商談会では清涼飲料製造業者1者を支援対象とし、計4事業者の展示会出展を支援した。出展前には事業計画策定支援や専門家による商品ブラッシュアップ、ブースレイアウト、商談手法等の助言を実施すると共に、パンフレット・バナー・動画等の販促ツールの作成を支援した。出展当日は専門家が現地で商談支援を行い、バイヤーへの商品提案や商談機会の創出、新規販路開拓を支援した。 もたらされた効果や課題 4事業者とも首都圏及び関西圏のバイヤーとの商談機会を確保し、多数の商品説明や名刺交換、見積依頼を獲得するなど、新たな販路開拓に向けた成果が得られた。特に銘木業者及び農産物小売業者では商談成立に結び付き、鉄工業者及び清涼飲料製造業者についても継続商談や見積依頼を獲得するなど、今後の取引に繋がる関係構築を図ることができた。また、専門家による事前準備や現地支援、販促ツールの活用により、ブース訴求力や商談対応力の向上にも繋がった。一方で、事業者によって成果に差が生じ、商品コンセプトや価格設定、ターゲット市場との適合性、商品表示・販促物の訴求力などに課題が見られたほか、主力商品の欠品による提案力の低下など、展示会前の準備や商品戦略の重要性が改めて確認された。 今後の対応等 (補助金活用含む) 令和8年度は伴走型小規模事業者支援推進事業を活用し、展示会出展前の支援を一層強化する。専門家と連携し、商品ブラッシュアップ、ターゲット市場の分析、価格設定や商品コンセプトの見直し、販促ツール・パッケージデザインの改善、商談スキル向上等を重点的に支援すると共に、展示会後の商談フォローアップを継続し、成約率及び売上向上を目指す。また、事業者間連携による「オール当麻」商品の開発や地域ブランド力の向上を進め、令和9年度以降の展示会出展において、より高い販路開拓効果が得られるよう伴走支援を実施していく。	有	

経営発達支援事業評価シート【令和7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	評価委員のコメント （評価・見直し等の意見）	
			R03	R04	R05	R06	R07	実績値	自己評価					
	商談会出展支援事業者数	有	0者	5者	6者	5者	6者	4者	B	実施内容 （補助金活用含む）	「にぎわい市場さっぽろ」へ飲食業者1者、「道北地域連携『駅マルシェ2026』」へパン・菓子製造小売業者3者の計4者に対し、商談会出展支援を実施した。出展前には事業計画策定支援や販売戦略の検討、商品構成や価格設定、PR方法等について助言を行うと共に、パンフレットやPOPなど販促ツールの作成支援を実施した。また、会場では実演販売や試食・試飲、対面販売を通じて消費者ニーズや購買動向を把握し、アンケートや来場者との対話により市場調査を行うなど、新規顧客の獲得や販路開拓に向けた支援を実施した。	有		
										もたらされた効果や課題	4事業者とも、消費者へ商品を直接PRする機会を得たことで、新規顧客の獲得や商品の認知度向上、市場ニーズの把握に繋がった。特に「にぎわい市場さっぽろ」では、実演販売により商品の魅力を効果的に訴求し、高い評価と一定の売上実績を得ると共に、リピーター創出の可能性を確認することができた。また、「駅マルシェ2026」においても、旭川駅利用者や観光客への販売を通じて各事業者の商品認知度向上や販路拡大に寄与した。一方で、新規顧客数や売上増加については目標を下回る事業者も見られ、イベント当日の販売に留まらず、継続購入へ結び付ける仕組みづくりが課題となった。また、価格帯や商品サイズ、商品の見せ方などについて消費者から改善意見も寄せられ、商品構成や販促方法の見直しの必要性が明らかとなった。			
										今後の対応等 （補助金活用含む）	令和8年度も伴走型小規模事業者支援推進事業を活用し、商談会出展支援を継続すると共に、出展前後の伴走支援を強化する。出展前には専門家等と連携し、商品ブラッシュアップや価格設定、販促ツールの改善、ターゲットに応じた販売戦略の構築を支援するほか、出展後はSNSやECサイトへの誘導、顧客情報の活用など、継続的な販売に繋がるフォローアップを実施する。また、新規出展事業者の参加を促進し、既存事業者との情報共有や販売ノウハウの横展開を図ることで、地域産品全体の販路拡大と売上向上に繋げていく。			
	フリーペーパー作成による販路開拓支援事業者数	有	0者	23者	15者	16者	5者	17者	A	実施内容 （補助金活用含む）	フリーペーパー「ライナー」（発行部数約17万部）を活用した需要開拓支援を実施した。小売業9者、飲食業3者、サービス業5者の計17事業者を掲載し、各事業者の商品・サービスの魅力を紹介するとともに、旭川市及び近隣市町の住民や旭山動物園を訪れる観光客を対象に認知度向上と販路開拓を図った。また、掲載店舗にQRコードを設置しデジタルアンケートを実施するとともに、「とうま蠟龍まつり」や電子地域通貨「でんすけペイ」の情報も掲載することで、地域全体の誘客促進と消費喚起に繋がる情報発信を行った。	有		
										もたらされた効果や課題	フリーペーパーへの掲載により、17事業者の商品・サービスを地域外へ広くPRすることができ、新規顧客の来店や認知度向上に繋がった。掲載後のヒアリングでは、売上が前年同月比10%以上増加した事業者が3者、1～9%増加した事業者が7者確認されるなど、一定の販路開拓効果が得られた。また、デジタルアンケート（回答232件）では、「ライナーを見て来店した」「初めて当麻町の店舗を利用した」といった回答が多数寄せられ、広告掲載が来店動機となったことが確認されたほか、「でんすけペイ」が利用できることを契機とした来店も見られ、広報媒体と電子地域通貨を組み合わせた需要喚起の効果も確認された。一方で、掲載事業者間で広告効果に差が見られ、売上増加目標を達成した事業者は限定的であった。また、広報媒体の費用対効果への理解不足や人手不足による受入体制への不安から、掲載を見送る事業者も見られ、事業参加への理解促進が課題となった。			
										今後の対応等 （補助金活用含む）	令和8年度も伴走型小規模事業者支援推進事業を活用し、フリーペーパーを活用した販路開拓支援を継続する。未掲載事業者や創業間もない事業者への個別巡回を強化し、過去の売上増加事例やアンケート結果などを活用して事業効果を見える化し、参加事業者の掘り起こしを進める。また、掲載内容や写真、キャッチコピーなど広告表現のブラッシュアップを支援するとともに、デジタルアンケートによる消費者ニーズの分析結果を事業者へフィードバックし、商品・サービスの改善や販売戦略の見直しに繋げる。さらに、「でんすけペイ」や地域イベントとの連携を継続し、地域全体の誘客促進と継続的な販路拡大を支援を行う。			
	PR動画作成による販路開拓支援事業者数	有	0者	5者	5者	5者	5者	5者	5者	A	実施内容 （補助金活用含む）	販路拡大に意欲的な酒小売業、農産物小売業、鉄工業、エステサロン業、軽喫茶店の計5事業者を対象に、PR動画制作による需要開拓支援を実施した。令和5年度に開設した当麻町商工会公式YouTubeチャンネルを活用し、各事業者の商品・サービスや店舗の魅力を紹介するPR動画を制作・公開するとともに、動画を自社SNSでも活用するなど、オンラインによる情報発信と新規顧客獲得に向けた支援を行った。	有	
										もたらされた効果や課題	PR動画の公開により、各事業者の認知度向上や販路開拓に向けた情報発信を行うことができた。公開後のヒアリングでは、5事業者のうち2事業者で前年比10%以上の売上増加が確認され、1事業者についても売上増加が見られるなど、動画を活用した販売促進の効果が認められた。また、新規創業事業者では動画を縦型に編集し、自社SNSと連携した情報発信を行うことで、新規顧客の獲得や店舗認知度向上に繋がるなど、デジタルを活用した販路開拓への意識向上にも寄与した。一方で、動画の視聴回数は事業者によって差があり、YouTube単独では情報拡散に限界が見られたことから、動画への誘導方法やSNSとの連携強化、効果検証手法の充実が課題となった。			
										今後の対応等 （補助金活用含む）	令和8年度も伴走型小規模事業者支援推進事業を活用し、PR動画を活用した販路開拓支援を継続する。YouTubeへの掲載に加え、InstagramやFacebook等のSNSとの連携や縦型動画の活用を推進し、視聴機会の拡大と来店・購買へ繋がる導線づくりを強化する。また、動画制作時にはターゲット層を意識した内容や構成を支援するとともに、視聴回数だけでなく来店者数や売上、問い合わせ件数などの効果検証を行い、その結果を事業者へフィードバックすることで、継続的な販路拡大と売上向上に向けた伴走支援を実施する。			
	パンフレット作成による販路開拓支援事業者数	有	0者	8者	6者	5者	8者	8者	8者	A	実施内容 （補助金活用含む）	展示会・商談会出展の8者に対して、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。	有	
											もたらされた効果や課題	展示会・商談会出展の8者が来場者へ商品説明が記載されたおパンフレットを配付した。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、来場者への商品宣伝に効果をもたらした。		
											今後の対応等 （補助金活用含む）	引き続き商談会等に出席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う。		