

1. 地域の経済動向調査に関すること

評価判定 (平均)	4.3 / 5
--------------	---------

【次年度事業実施に向けてのご意見】

- 厳しい経済環境が続いていることから、調査結果を踏まえた経営指導に努めていただきたい。
- “宮城の商圈”と“宮城県観光統計”などの分析は、年度初めに実施し、指標として活用いただきたい。
- 商圈の特性上、当エリアのみならず商圈をカバーできる広域の調査は今後必須になってくる。
会員事業所にとって、更に経営戦略の参考となるデータとなるようご尽力願いたい。
- 概ね計画通り実施されており評価できる。
- 景気動向調査は全会員に実施とあるが、6月・12月自店の全会員数の記載があると良い。6月と12月の回答数に2倍近い差があるので理由(原因)を把握して欲しい。
- 景気動向調査をはじめ地域経済動向調査については、継続することが重要であることから今後も定期的に実施されたい。
- 商圈の拡大している利府地区、観光地松島など地域特性にもう一步踏み込んだ調査分析が必要と思われる。
- 実績は目標を大きく上回っているものの不特定多数の意見となっており、定点観測の要素が薄いように思われる。本調査によるデータは、事業所の事業計画作成、あるいは指導する側の指標としての活用を目的とすることから、単に数が多いよりも、業種・事業所規模を定め(定点)、定期的に経過観測したデータを積み上げた方が、より信憑性が高まるものと思われる。

2. 経営状況の分析に関すること

評価判定 (平均)	4.1 / 5
--------------	---------

【次年度事業実施に向けてのご意見】

- 分析結果については、日々の経営指導において活用するとともに、SWOT分析についても積極的に実施していただきたい。
- Bizミルを活用した経営分析を更に進めていただきたい。
- 今年度は定量分析を中心に行っているが、率直に言ってこの定量分析は中小企業でも様々なツールを活用すれば自身で容易にできるもの。真に必要とされているものは、SWOT等の定性分析で導き出される数値では表しきれない企業力(ポテンシャル)であり、その重要性和実情を踏まえたアドバイス等が求められる。その点を更に踏み込んだ分析を行い、この分析の意義を理解いただきながら、情報提供に努めていただきたい。
- 定量的分析に留まっていることを課題として認識できている。
次年度はその課題解消を図り、定性的分析を行い、事業所が自社の強み・弱み等をきちんと認識できるよう努めていただきたい。
- 定性的分析は事業所の協力も必要であるが、自社状況の把握、市場状況を捉えて分析し、経営を飛躍させていくといった思いが低いように感じる。町内産業の発展のためにも定性的分析を推進して欲しい。
- 経営戦略、経営計画策定において、SWOT分析は必要不可欠なものであることから、今後も事業者への浸透を図るとともに注力されたい。
- コロナ禍ということもあり、事業所も本来の状況にない為、ポストコロナに期待したい。
- SWOT分析は、個々の事業者等の現状を把握するとともに、マーケティング戦略には必要となることから、新しい取り組みを行う事業者や、成長意識の高い事業者等には、経営分析と併せて積極的に実施支援していただきたい。

3. 事業計画策定支援に関すること

評価判定 (平均)	4.6 / 5
--------------	---------

【次年度事業実施に向けてのご意見】

- コロナ禍で制約がある中、可能な限りセミナーを開催したことを評価する。
更に出席者を増やすよう周知方法等に工夫を凝らしていただきたい。
- 計画したほぼ全てのセミナーで目標数値を達成したことを評価する。
“短期的な事業計画”に留まらず、今後は更に“長期的な事業計画”まで踏み込んだ支援をすること。
- 事業計画の立案に係る支援は、会員事業所にとって最も身近、且つ、現実的な「会員として享受できるメリット」であることから本年度の成果を評価する。
指導団体は数あれど、「商工会は最も近くにある相談窓口」としての意義が、地域中小企業にとって心強いものと思われ、今後の会員増強を図る上でキーとなってくるものと思う。
- 実施した「創業・第二創業塾」参加者を創業まで導いており評価できる。更に成果を拡大できるよう尽力いただきたい。
- 新規事業として開催された創業セミナーについては目標の倍にあたる参加者数であった。参加者の創業への強い思いなど感じられたのはセミナーが充実していたものであるため、引き続き、新規創業者の掘り起こしと支援体制、町創業者支援事業補助金との連携をお願いしたい。
- SWOT分析等の結果を踏まえて、事業計画策定段階から伴走支援を強化されたい。
- 各セミナーの参加人数を増やすことが課題。
- コロナ禍において支援方法等についても柔軟に対応していただいたと思う。
今後も、インボイス対策など時勢に即したセミナーを開催するとともに、景気動向調査や経営状況調査結果を分析し、事業者等の要望に即した支援を期待したい。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること

評価判定 (平均)	3.6 / 5
--------------	---------

【次年度事業実施に向けてのご意見】

- 事業計画策定後のフォローアップは何より重要。
積極的にフォローを実施し、進捗が計画と乖離する場合には改善に向けた経営指導を願いたい。
- 1事業所に対するフォローアップに努めていただきたい。
- 本来の企業支援は、一時的な「言葉(アドバイス)」や「技術」ではなく、計画等の立案および実施に伴った具体的なフォローアップ(継続的支援)が欠かせない。
引き続き会員事業所に寄り添った伴走型支援に尽力いただきたい。
- フォローアップでは、策定した事業計画を実践支援した上で、その成果である売上・利益の向上にまで繋がっているかきちんと把握し、当初計画の検証・継続、或いは計画の達成に至らない場合は、ブラッシュアップ支援に努めていただきたい。
- 経営分析を行った事業者に対する積極的なアプローチ不足ということで、アクションを起こして経営分析の結果を事業者自身がどう捉えて、何かしたい、起こしたいと考えているのか把握していただきたい。
- 事業計画の実行にあたって、遂行状況について定期的に把握するとともに、遂行状況に応じたフォローアップを強化されたい。
- 補助金等への申請支援など、意欲のある事業者等には積極的に支援いただいている。
個別にあつては、専門的なスキルや知識が必要な支援も必要であることから、積極的に外部専門家やネットワークを駆使した支援を行ってほしい。

5. 需要動向調査に関すること

評価判定 (平均)	2.9 / 5
--------------	---------

【次年度事業実施に向けてのご意見】

- 調査時期も含めて改善を図り、事業者支援に活かせるよう努めていただきたい。
- 松島地区しか実施していないが、利府においても年度初頭から実施できるよう努めていただきたい。
- 消費者等のニーズ(需要動向)を掴むのは、企業の経営戦略を立てる上で重要。調査を行うのは結構だが、企業にとってそれぞれ狙うべきターゲット(どこの、誰を・・・等)を明確にしないと調査結果はぼやけたものにしかない。
現況はその点が不明確になっていると感じているので、そこを明確にして実施していただきたい。
- 松島ブランド推進事業については認定がゴールになってしまっているように感じる。今後の方向性について協議の必要があると考えている。
- 需要動向調査の結果を事業者と共有し、今後のフォローアップに活かすとともに、改良・改善に向けて奔走支援を強化、継続されたい。
- 未実施をなくし地域をしっかりとらえる必要がある。
- 効果的なマーケティングに繋げるためにも、適切な事業者選定と経営分析を連動した調査を実施して欲しい。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

評価判定 (平均)	3.4 / 5
--------------	---------

【次年度事業実施に向けてのご意見】

- コロナ禍で商談会のあり方が大きく変化する中、独自の「販路開拓助成金」を創設・活用し、一定の成果を上げたことを評価します。
- コロナ禍で困難な面もあったと思うが、小規模事業者の販路開拓に向け出展支援に努めて欲しい。
- コロナ禍前に比べ、販路開拓における展示・商談会等の手法は大きく変貌し、これまでのやり方では中々マッチしなくなっている現状を先ず企業にお伝えし、理解を促すことが先決と考えている。
その上で、販路開拓を目指す企業は、何が優れているのか、提供する商品・サービス等が消費者等の何のニーズにマッチするのかを明確にするとともに、商工会はその指導・サポートにあたって欲しい。
BtoBを目指すにしろBtoCにしろ、販路開拓や商品・サービス開発等のセミナーの開催を通じ、啓発を図る取組みがあっても良いと感じている。
- コロナ禍により、これまでの販路開拓支援のあり方が見直される中、独自に「販路開拓支援助成金」を創設したことを評価する。支援実績に繋がるよう活用促進・啓発に更に努めて欲しい。
- コロナ感染症も収束傾向にあることから、販路開拓支援策について検討するとともに、商談会・展示会等への出展等販路開拓支援を強化されたい。
- 事業者とバイヤーのコミュニケーション不足。事業者は求められる商品づくりを目標としてパーフェクトを目指す努力が求められる。
- 利府町ではチャレンジ補助金などの助成を行っているが、新規需要開拓のための販路や商品の磨き上げは、事業者と消費者の需要と供給が合致できる支援や制度づくりが必要であるため、町と事業者に近い商工会が一体となって考えていく必要がある。

7. 地域経済の活性化に資する取組み

評価判定 (平均)	3.8 / 5
--------------	---------

【次年度事業実施に向けてのご意見】

- 利府の地域資源3品目商品化に向け、具体的な開発スケジュール等の策定をお願いしたい。
- コロナ禍により、各種懇談会の実施は難しかったと思料する。
令和5年度はコロナ規制も緩和されることから、地域経済活性化に向け、関係機関と活発な意見交換に努めて欲しい。
- 期待を寄せるところ大であるが、まだまだ道半ばの取組みとなっている。
地域ブランドや特産品の開発は、前掲「6. 新たな需要の開拓」における新商品・サービスの開発同様、いずれも開発者・製造者の「独りよがりなモノ」となってはならず、ターゲットとする階層とそのニーズを踏まえたものでなければ、市場の支持は得られない。
その点を改めて認識し、当地域の「本物」を「提供できる仕組み」の構築に尽力いただきたい。
- 地域全体の活性化を図る上で、様々な人々（組織・団体）を巻き込み、連携・協力をえることが重要となることから、引き続き情報共有・連携強化を図っていただきたい。
- 松島ブランドは認定に留まることなく地域イベント等に出店してもらい事業者自身でPRするような取り組みを検討いただきたい。利府特産品については、酢の試作品が完成にこぎつけたとのことで、商業まつり等のイベントでPR、また、利府の酢を使った料理を開発し、イベントで販売するような取り組みまでしていただきたい。お酢単体ではPR不足に感じる。
- 『RIFU NO SU+』の試作品が完成していることから、製造・販売について実現されたい。
- 特産品の開発については、事業者同士の交流や情報交換、地域資源を知るためにもいい機会となったが、製造・販売なども視野（メンバー）に入れたワーキンググループでの検討を行ってほしい。

8. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組み

評価判定 (平均)	4.3 / 5
--------------	---------

【次年度事業実施に向けてのご意見】

- 引き続き各支援機関との連携を密にし、経営指導員の能力向上に努めていただきたい。
- 支援力向上のための知識のインプットに終わらず、習得した知識を経営支援業務に活かすなどアウトプットも強化されたい。
- 地域内事業者に対する更なる支援メニュー強化・充実を目指して欲しい。
- 今後も、関係機関との連携を密にしながら、事業者等に必要な最新の情報提供と、経営改善や意欲向上に資する取り組みを期待します。