

I. 地域の経済動向調査に関すること

評価判定 (平均)	4.2 / 5
--------------	---------

【次年度事業実施に向けてのご意見】

- ・調査をすることが目的では改善していくことが大事。
- ・4については分母をしっかりと増やすか回答率を上げるよう努力していくこと。
- ・経営動向調査の回収率を向上させる方策を経営支援会議等で検討し、実施することが必要であると思います。
- ・ほぼほぼ目標(予定)通りに実施されている。
- ・独自の経営動向調査については、より効果的にデータを活用できるようにサンプル数を増やすべく努力されたい。ただし、今後の結果によっては県、全国のデータとの相違があまりない場合には調査自体の必要性も検討が望まれる。
- ・経営動向調査の実施内訳の中で、もう少し宿泊・サービス業を取り入れてほしい。
- ・本会が独自に実施する「経営動向調査」については全国連の調査を補完するために必要な件数をあらためて検討してみてもいかがでしょうか。(実施目標が必要以上に高いのではないのでしょうか)
- ・昨年度は実績0の項目がありましたが、本報告では達成されており今後も継続していただければと思います。
- ・独自に実施する経営動向調査で、実施目標と実施件数の差がありますので、目標設定を精査してもよいのではと思います。
- ・RESASや県統計資料を活用した多面的な調査を計画通り実施し、結果をホームページで公表するなど、地域の事業者が活用しやすい形で提供されていると感じました。調査の精度や頻度も十分であり、今後もこの取組を継続していただけることを期待します。
- ・独自に実施する「経営動向調査」のサンプル数を増やせると、今後に向けてさらに有益かと思います。
- ・全国商工会連合会実施の「小規模事業者景気動向調査」と貴会が独自に実施する「経営動向調査」の結果については、乖離は出ているのか。乖離が出ていないのであれば、貴会独自の調査は不要の余地があると考えます。
- ・貴会の会員数は現在どのくらいか、また会員事業所全体に対して、貴会独自の調査は実施しているのか。そうであれば、回答数は極端に少ないものとする。

II. 需要動向調査に関すること

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

【次年度事業実施に向けてのご意見】

- ・目標が高すぎるので、もう少し下げていると思います。
- ・特に、商談会や展示会等への出展者を確保することが必要かと思います。
- ・せっかく良い支援・サービスのメニューをもっているが会員が知らずに活用されていないようではもったいない。会員への周知をもう少し目立つよう工夫願いたい。
- ・やはり松島ブランド認定商品など利府も含め両町民からのアンケートで、どんなものがその町民が誇れる商品なのか、どんな商品を開発してほしいのかを調査して欲しい。
- ・各種展示、商談会の情報について公庫もその周知に協力いたしますのでお声がけください。
- ・一般消費者・バイヤーが求める重要な調査だと思いますので、サンプル数を増やしていただきより多くの皆さんに活用していただければと思います。
- ・BtoC調査では目標に満たない部分もありましたが、一定の成果があり、結果のフィードバックも適切に行われております。BtoB調査においては対象事業者が少なかつた点が今後の課題と思います。会員事業所等への周知方法等、工夫を加えていただければと思います。
- ・事業者様にとって、とても貴重な機会であると思いますので、継続していただければと思います。今後、より多くの事業者様に活用いただきたいです。
- ・BtoB調査では、申込件数がゼロとなっているが、周知方法の改善が必要であると考えます。メールマガジンだと、忙しい時に見ると飛ばすので、思うように訴求できていないのではないかと。
- ・BtoC調査では、他の商工会の取り組み事例として、3事業所が9品目を出品し、抽選で当選した方に対して商品をお配りし、アンケートを実施していた。抽選のため、アンケート回収率はほぼ100%に近かった。取り組み方を参考にしたい。
- ・松島ブランド認定商品については、今後は町民が望むものを調査し、認定する仕組みにしていく必要があると考える。「この店のこの商品は、利府・松島で誇れる」と言えるものを町の広報などを活用して聞いていったほうがよい。

Ⅲ. 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】

- ・事業承継計画について後継者育成についてが重要になっていくので第二創業を含めて実施にしてよいと思う。
- ・事業承継診断について継続して取り組まれると良いと思います。
- ・目標数には至っているものの必ずしも課題とは感じない。大切なのは支援を必要としている会員に寄り添い必要なサポートを行うことであり、その成果・目的は達成されていると感じる。引き続き会員の声を拾いお支えを続けて頂きたい。
- ・事業承継診断数目標40に対して27者になっているが会員の脱退数からしてみれば少ないと思いますので脱退を希望する事業者に対してのサポート、そして次年度にはよりよい支援を実施してほしい。
- ・事業承継診断については実施する対象者の年齢を下げると実績が伸びる可能性があると思います。
- ・公庫の事業承継マッチング支援もご活用ください。
- ・公庫では事業承継診断について、当庫では啓発の意味合いが強く、高齢の経営者だけでなく、50代の経営者でも将来に備えるため事業承継診断を実施しています。
- ・社会情勢の変化により、事業承継診断の意義は今後高まると思いますので継続的に支援をお願いします。
- ・経営分析・事業承継診断数とも実施件数は目標にあと一歩でしたが、経営支援システムPlusへのデータ入力やフィードバック体制の整備が進められており、今後の支援の質の向上につながる取組であると感じます。引き続き分析対象の拡大と活用を促進をお願いいたします。
- ・事業承継診断について、当庫では啓発の意味合いが強く、高齢の経営者だけでなく、50代の経営者でも将来に備えるため事業承継診断を実施している。取り組み方を参考にしてほしい。
- ・事業承継については、現経営者の支援もちろん必要だが、その後継者の支援も重要である。後継者の育成に係る実績も、事業承継診断数にカウントしてもよいものとする。

IV. 事業計画の策定支援に関すること

評価判定 (平均)	4.5 / 5
--------------	---------

【次年度事業実施に向けてのご意見】

- ・第二創業などに参加者が多く創業者も多く次年度を同様努力して行ってほしい。
- ・事業計画策定については、従来どおり継続して取り組まれるとともに、事業承継計画、BCP策定支援にも注力することが必要と思われます。なお、計画策定支援を充実されたい。
- ・事業承継については、現経営者の支援もちろん必要だが、その後継者の支援も重要である。後継者の育成に係る実績も、事業承継診断数にカウントしてもよいものとする。
- ・創業・第二創業塾について、カリキュラムごとに様式(フォーマット)を用意して参加者にそれを作成いただき、最終日にその計画書を提出いただき、その件数を創業計画策定数にカウントしてもよいものとする。
- ・今後も会員事業所に求められる内容のサービス支援をお願いします。なお、どんなセミナーをして欲しいか?などのアンケートも機会をみて多くとっても良いかも知れませんね。
- ・次年度も継続してほしい。
- ・実践的な内容であり参加者からも好評でした。
- ・引続き講師をさせていただければと思いますのでよろしくお願ひします。
- ・創業・第二創業塾により毎年、新たな創業につながっております。今後も継続的な支援をお願いします。
- ・事業計画策定支援件数は目標を上回っており、創業塾や各種セミナーも体系的に実施されていることは大変評価できます。巡回や窓口での伴走支援も丁寧に行われており、小規模事業者の成長をしっかりと支えている点が印象的です。
- ・創業・第二創業塾について、カリキュラムごとに様式(フォーマット)を用意して参加者にそれを作成いただき、最終日にその計画書を提出いただき、その件数を創業計画策定数にカウントしてもよいものとする。

V. 事業計画策定後の実施支援に関すること

評価判定 (平均)	3.9 / 5
--------------	---------

【次年度事業実施に向けてのご意見】

- ・フォローアップは大事なので必ず全件行ってほしい。
- ・事業計画策定後のフォロー支援の回数が2回未満/1事業者となっており、経営計画策定事業者のPDCAサイクルを機能させる観点からも計画的にフォロー支援を実施されると良いと思います。
- ・フォローアップ～検証という段階について、もう少し細やかな取組が求められているのでは？と感じた。成果を正確により近い形で積み上げ次に活かして頂きたい。
- ・おおむね良し。
- ・巡回指導においては公庫職員との同行訪問をご検討ください。
- ・外部専門家と連携した支援も多く実施されておりますので、今後も広く支援をお願いします。
- ・事業計画実施後の支援について、巡回や専門家との連携を通じて着実に取組が進められている点は評価できます。その一方で、フォローアップの回数(1者あたりの頻度)をはじめ、各成果指標の達成状況にはやや課題が見受けられましたので、今後は以上の点の強化・拡充に期待しております。
- ・SNS等の利用支援、ECサイト構築支援において、まずはEC取引の有無やSNSの利用の有無を確認してから支援を行う必要がある。また、FCPシート作成支援が支援回数ゼロとなっているが、工業系の事業者であっても商談シートに近いものは必ず作っているはずなので、その支援をカウントに含めても良いものとする。

VI. 新たな需要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】

- ・(新たな需要)がどのようにして生まれてくるのかを教えていくべきかもしれない。
- ・SNSの活用、ECサイト、ネットショッピング構築に関する調査を実施するなどして会員のニーズを把握することも必要ではないかと思えます。その結果を通じてニーズのある会員に対してフォロー支援を行うことも良いのではないのでしょうか。
- SNS等の利用支援、ECサイト構築支援において、まずはEC取引の有無やSNSの利用の有無を確認してから支援を行う必要がある。また、FCPシート作成支援が支援回数ゼロとなっているが、工業系の事業者であっても商談シートに近いものは必ず作っているはずなので、その支援をカウントに含めても良いものとする。
- ・IIと同様に、より広く深く周知し、参画したいという事をさらに多く引き出しをして、さらなる成果につなげることを願う。
- ・セミナー、各種支援策について公庫もその周知に協力いたしますのでお声がけください。
- ・今後、小規模事業者の新たな販路拡大には、商品の魅力発信が、ますます重要になると思えます。今後とも継続的にDXに向けた取り組み支援をお願いします。
- ・商工会独自の「販路開拓助成金」の活用により商談成立の成果はあったことは評価できます。その一方で、商談会出展事業者数、DX関連支援の実績(SNS、ECサイト)は目標に届かなかったように見受けられます。支援メニューの周知等、販路開拓を目指す事業者の意欲を引き出す工夫を通じて、より多くの成果につながることを期待しております。
- ・SNS等の利用支援、ECサイト構築支援において、まずはEC取引の有無やSNSの利用の有無を確認してから支援を行う必要がある。また、FCPシート作成支援が支援回数ゼロとなっているが、工業系の事業者であっても商談シートに近いものは必ず作っているはずなので、その支援をカウントに含めても良いものとする。