

平成 29 年 度

# 「経営発達支援計画」事業実施報告書

(事業の実績・評価・見直し結果)

益子町商工会

## 概 要

本報告書は、経営発達支援計画に基づき、益子町商工会が平成29年度に実施した事業の実績、評価及び見直し結果等についてまとめたものである。

国に提出するほか、当商工会のホームページに掲載し、地域の小規模事業者が閲覧できるようにしている。

なお、評価及び見直しにあたっては、「益子町商工会経営発達支援計画検討委員会」を組織して、外部有識者等を活用し、公平かつ幅広い意見を取り入れて審議を行った。

## 益子町商工会経営発達支援計画検討委員会

### ■ 目 的

経営発達支援計画の年度目標(P)に対する実績(D)の報告を受け、目標達成事業の効果、未達成事業の理由や原因について評価・検証(C)し、推進方法等の見直し(A)を審議する。審議結果を商工会の理事会等へ報告し、次年度以降の事業に反映させていく。PDCAサイクルを有効に回すことで、計画の実効性を高める。

### ■ 組 織（委員名簿）

No.	役 名	氏 名	所 属 ・ 役 職 等
1	委 員 長	柴田 幸紀	株式会社ネオクラシック代表取締役 中小企業診断士
2	副委員長	高濱 文男	益子町観光商工課長
3	委 員	手塚 幸伸	栃木県商工会連合会 組織支援課主任
4			
5			

### （益子町商工会）

No.	役職名	氏 名	No.	職 名	氏 名
1	会 長	塚本 裕昭	4	課 長	細野 誠
2	事務局長	齋藤 哲雄	5	主 任	佐久間 房枝
3	課 長	三田 幸雄	6		

### ■ 会議開催状況

日時：平成30年3月9日（金）15:00～17:00

場所：益子町商工会 会議室

## 1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

経営発達支援事業の目標達成に向け、「地域の消費者及び小規模事業者の経済動向実態を把握すること」を目的に、各種調査を活用した地域の経済動向に関する情報の収集・整理・分析及び提供を行う。

「地域と事業者の現状と地域の課題の“見える化”」効果を図る。

### (1) 実施した事業内容

#### ① 「秋の陶器市における経済波及効果及び観光客の飲食店利用等実態調査」の実施・公表

調査方法	外部機関（株式会社ネオクラシック）による情報収集
調査対象	平成29年益子秋の陶器市の来場者
調査内容	陶器市における観光客の実態（消費行動特性、飲食店利用に関する意識）及び陶器市がもたらす経済波及効果
調査期間	平成29年11月2日（木）～5日（日）
調査公表	ホームページ(12/20)、巡回訪問時の手渡し

#### ② 「小規模企業景気動向調査」の提供

調査概要	全国商工会連合会にて全国約300商工会の経営指導員に調査を行い、毎月発表
提供方法	ホームページ(11/15、12/20、2/22)、巡回訪問時の手渡し

#### ③ 栃木県が公表した各種調査の提供

調 査 名	HPへの掲示	HP以外
平成28年 経済センサスー活動調査（製造業）結果確報（概要版）	10月	巡回手渡し

### (2) 今年度の目標及び実績等

項 目	（☆は、中小企業庁の調査指標に合致する項目）	目標	実績	達成率
① 会報送付回数		1	2	200.0%
② ホームページ更新回数		2	4	200.0%

### (3) 今年度実績に対する内部評価

「秋の陶器市経済動向調査」については情報の分析、調査項目の監修を外部専門家に依頼することによる指標の高度化・有効化を図り、調査結果について、巡回訪問時や窓口相談時に事業者へ提供、地域と事業者の現状及び地域の課題の“見える化”を図り、小規模事業者の経営状況の分析及び事業計画の策定の際における、指標（勘案すべき条件）として有効活用できるものが出来上がった。しかしながら本来の事業計画では「春の陶器市」で実施予定だったが、交付決定が遅れ「秋の陶器市」での調査となった結果、完成が12月となり、今年度は活用期間が短くなった。尚、会報へは昨年度の地域経済動向調査報告のダイジェスト版を掲載した。昨年度検討委員会で指摘された商工会ホームページへの掲載は、昨年度の調査と併せ掲載しておりアクセスカウンターの付加で成果を定量的に測れるようになった。

### ▶ (4) 今年度実績に対する検討委員会の評価

評価項目	評価のポイント	全く当てはまらない	一部に当てはまる	概ね当てはまる	全てに当てはまる
必要性	実施した(1)の事業は目的に適合しており、必要性が高い。				◎
妥当性	事業の実施方法は適切であり、内容は妥当である。				◎
有効性	成果（良い実績）とともに、事業者への効果が出ている。				◎
効率性	事業の進め方にムリ・ムダ・ムラが無く、効率的である。				◎

（委員からのコメント／評価理由・改善提案・助言・感想・今後の方向性に対する意見等）

**事業の必要性、妥当性、有効性、効率性いずれも問題ない。今後更に実績を上げるため、あしぎ**

ん景況調査、とちぎんビジネスリサーチ、とちぎ経済レポート等、外部機関の調査活用や県連会報への掲載も利用した方が良い。

▶ (5) PDCA評価

実績・評価等結果を踏まえつつ、目標の達成度合いの割合に応じてAからDを判定する。

判定
A

- A : 目標を達成することができた。(100%以上)
- B : 目標を概ね達成することができた。(80%~99%)
- C : 目標を半分程度しか達成することができなかった。(30%~79%)
- D : 目標を達成することができなかった。(30%未満)

(6) 次年度目標

項目 (☆は、中小企業庁の調査指標に合致する項目)	30年度	今年度比
① 会報送付回数	1	±0
② ホームページ更新回数	4	+2

(7) 次年度目標の達成に向けた見直し(改善等)

※評価を受けての商工会コメント

今後、商工会ホームページにアップした情報の周知を図り、巡回の際には会員個々に適した情報の提供を心掛け持続化補助金等の活用に繋げていく。

## 2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

経営発達支援事業の目標達成に向け、上記1. 地域の経済動向調査を踏まえ、「個々の事業者の経営課題を抽出し、事業計画策定の方向性、必要となる需要動向情報の種類・開拓方法を見極めること」を目的に、巡回、窓口相談、各種セミナーの開催、専門家派遣事業等の活用により、販売する商品・サービス(技術)の内容、保有する技術・ノウハウ、従業員等の経営資源、財務、その他の経営状況の分析を行う。分析結果により抽出された課題については、その解決に向けた事業計画の策定支援へと繋げる。

小規模事業者に寄り添い、目線を合わせることで、「課題の深化と本質を見極める」効果を図る。

(1) 実施した事業内容

① 経営分析対象者の掘り起こし

- ・経営分析セミナーの受講案内
- ・巡回訪問、窓口相談、セミナー等開催時の声かけ
- ・金融、税務、経理等相談からの誘導
- ・需要開拓(ギフト・ショー2017秋への益子焼出展) 事業参加者等への声かけ

② 経営状況分析セミナーの開催

開催日時	平成29年6月15日 14:00-16:00	受講者数	21 (19事業者)
セミナー名	経営状況分析セミナー	講師	中小企業診断士 柴田幸紀氏
講義内容	PEST、3C、SWOT、5F分析を用いて自社の現状把握をする		
特色等	これまで実施した財務分析に加え「売り上げの向上」「利益の確保」に資する分析効目を活用することで真の課題や強み・弱みを顕在化させることでより具体的な経営状況分析に繋がる。		

③ 個別対応による経営分析

- ・経営分析セミナー参加者のフォローアップ 21事業者(巡回16回、窓口8回)
- ・掘り起こし等により分析を開始した事業者 12事業者(巡回21回、窓口3回)

(2) 今年度の目標及び実績等

項目 (☆は、中小企業庁の調査指標に合致する項目)	目標	実績	達成率
① 経営分析対象者掘り起こしに係る巡回訪問延べ回数	210	215	102.4%

② 経営分析に係る巡回訪問延べ回数	42	56	133.3%
③ 経営分析に係る講習会・セミナー受講者数	3	21	700.0%
④ 経営分析事業者数 ☆	21	24	114.3%

(3) 今年度実績に対する内部評価

今回のセミナー参加者21者が経営分析に関する知識を身に付け12者が経営分析に取り組んだ。需要開拓事業（ギフト・ショー出展）の参加事業者を中心に21者が参加したが事業計画作成につながったのが6者で、更なるフォローアップ体制の強化を図り作成率の向上を目指したい。

▶ (4) 今年度実績に対する検討委員会の評価

評価項目	評価のポイント	全く当てはまらない	一部に当てはまる	概ね当てはまる	全てに当てはまる
必要性	実施した(1)の事業は目的に適合しており、必要性が高い。				◎
妥当性	事業の実施方法は適切であり、内容は妥当である。				◎
有効性	成果（良い実績）とともに、事業者への効果が出ている。				◎
効率性	事業の進め方にムリ・ムダ・ムラが無く、効率的である。				◎

（委員からのコメント／評価理由・改善提案・助言・感想・今後の方向性に対する意見等）

ギフト・ショー出展に繋がる成果が出ており、事業実績に対する各評価も良好だった。経営分析セミナーだけでなく、他の経営支援セミナーの参加者も積極的に分析対象者として掘り起こしていくと良い。

▶ (5) PDCA評価

実績・評価等結果を踏まえつつ、目標の達成度合いの割合に応じてAからDを判定する。

判定
A

- A：目標を達成することができた。（100%以上）
- B：目標を概ね達成することができた。（80%～99%）
- C：目標を半分程度しか達成することができなかった。（30%～79%）
- D：目標を達成することができなかった。（30%未満）

(6) 次年度目標

項目	（☆は、中小企業庁の調査指標に合致する項目）	30年度	今年度比
① 経営分析対象者掘り起こしに係る巡回訪問延べ回数		240	+ 30
② 経営分析に係る巡回訪問延べ回数		48	+ 6
③ 経営分析に係る講習会・セミナー受講者数		3	±0
④ 経営分析事業者数 ☆		24	+ 3

(7) 次年度目標の達成に向けた見直し（改善等）

※評価を受けての商工会コメント

経営分析セミナーだけでなく、他のセミナーや持続化補助金、ランクアップ等の利用者に対し、幅広いアプローチで対象者の掘り起こしを試みる。

### 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

経営発達支援事業の目標達成に向け、上記2. 経営状況の分析結果、及び下記5. 需要動向調査に基づき、「個々の事業者が経営課題を解決し、需要を見据えた事業計画を策定すること」を目的に、巡回や講習会等を通じて、計画策定の指導・助言を、栃木県、近隣の商工会等

こも理携し1」フ。

また、創業・第二創業（経営革新）者には、目指す方向性を確認し、計画策定の指導・助言を行う。

小規模事業者に寄り添い、事業者に“気づき”を与えることで、「計画の実効性を高める」効果を図る。

(1) 実施した事業内容

① 事業計画策定セミナーの開催

開催日時	平成29年7月13日 14:00-16:00	受講者数	19 (17事業者)
セミナー名	事業計画策定セミナー	講師	中小企業診断士 柴田幸紀氏
講義内容	目標設定、戦略の立て方、クロスSWOT分析等		
特色等	小規模事業者の「課題の進化と本質を見極める」効果が期待でき、これまで実施した財務分析に加え「売り上げの向上」「利益の確保」に資する分析効目を活用することで真の課題や強み・弱みを顕在化させることでより具体的な経営状況分析に繋がる。		

② 個別対応による事業計画策定支援

- ・事業計画策定セミナー参加者のフォローアップ 19事業者（巡回17回、窓口31回）
- ・掘り起こし等により分析を実施した事業者 18事業者（巡回11回、窓口24回）

(2) 今年度の目標及び実績等

項目	(☆は、中小企業庁の調査指標に合致する項目)	目標	実績	達成率
① 計画策定支援に係る巡回訪問延べ回数		42	46	109.5%
② 計画策定支援に係る講習会・セミナーの受講者数		3	17	566.7%
③ 計画策定支援に係る窓口利用延べ回数		6	19	316.7%
④ 事業計画策定事業者数（見直しを行った者も含む）☆		27	32	118.5%
⑤ 創業支援者数		3	6	200.0%

(3) 今年度実績に対する内部評価

事業計画を策定する上での戦略設定の手法を習得することでセミナー参加者の内6者が現実的で実効性の高い事業計画策定を行い、持続化補助金申請やマル経融資申込に活用した。需要開拓事業ギフトショーの参加事業者を中心に事業計画策定セミナーに19者が参加したが、その後の具体的な活用手段（持続化補助金、マル経、ランクアップ事業等）が無い事業者が計画策定に至らず、実際に事業計画作成につながったのが6者のみだった。今後フォローアップ体制の強化を図る。

▶ (4) 今年度実績に対する検討委員会の評価

評価項目	評価のポイント	全く当てはまらない	一部に当てはまる	概ね当てはまる	全てに当てはまる
必要性	実施した(1)の事業は目的に適合しており、必要性が高い。				◎
妥当性	事業の実施方法は適切であり、内容は妥当である。				◎
有効性	成果（良い実績）とともに、事業者への効果が出ている。				◎
効率性	事業の進め方にムリ・ムダ・ムラが無く、効率的である。				◎

（委員からのコメント／評価理由・改善提案・助言・感想・今後の方向性に対する意見等）

事業実績に対する各評価は良好。支援に係わる巡回については経営分析同様、窓口指導も含めて実施していくべきとのこと。創業支援者について町の起業支援補助金利用者は今年度7名だったので更に実績を伸ばせるはず。

▶ (5) PDCA評価

実績・評価等結果を踏まえつつ、目標の達成度合いの割合に応じてAからDを判定する。

判定
A

- A：目標を達成することができた。（100%以上）
- B：目標を概ね達成することができた。（80%～99%）
- C：目標を半分程度しか達成することができなかった。（30%～79%）
- D：目標を達成することができなかった。（30%未満）

## (6) 次年度目標

項目 (☆は、中小企業庁の調査指標に合致する項目)	30年度	今年度比
① 計画策定支援に係る巡回訪問延べ回数	48	+ 6
② 計画策定支援に係る講習会・セミナーの受講者数	3	±0
③ 計画策定支援に係る窓口利用延べ回数	6	±0
④ 事業計画策定事業者数 (見直しを行った者も含む) ☆	30	+ 3
⑤ 創業支援者数	3	±0

## (7) 次年度目標の達成に向けた見直し (改善等)

※評価を受けての商工会コメント

経営分析同様、事業計画策定セミナーだけでなく、他のセミナーや持続化補助金、ランクアップ等の利用者に対し、幅広いアプローチで対象者の掘り起こしを試みる。創業者支援に関して町の空き家バンク等との連携も考えていく。

## 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

経営発達支援事業の目標達成に向け、上記3. 事業計画策定支援を行った事業者に対し、「事業計画に従って行われる事業が、確実に実施され、課題が解決されること」を目的に、「伴走型」の指導・助言を関係機関とも連携して行う。  
小規模事業者に寄り添い、継続して支援することで、「計画の (修正・見直し対応も含めて) 実効性を高める」効果を図る。

## (1) 実施した事業内容

## ① 職員による定期的な巡回訪問

- ・ 事業計画策定 (今年度) 27事業者 巡回訪問38回 (窓口16回)
- ・ 事業計画策定済み 32事業者 巡回訪問46回 (窓口18回)

## ② 外部専門家派遣による指導・助言

実施日	派遣先事業者 (業種)	指導等の内容
平成29年9月13日	家具製造業	取引先との売買契約について
平成29年10月13日	小売業	5 S の基本指導
平成29年11月28日	小売業	5 S の実践指導
平成30年1月18日	小売業	5 S の実践指導 (応用)

## (2) 今年度の目標及び実績等

項目 (☆は、中小企業庁の調査指標に合致する項目)	目標	実績	達成率
① 実施支援に係る巡回訪問延べ回数	108	127	117.6%
② 実施支援に係る支援策の周知・提案件数	27	46	170.4%
③ 実施支援事業者数 ☆	27	32	118.5%

## (3) 今年度実績に対する内部評価

経営分析・事業計画策定セミナーを開催し実践企業には、経営指導員が分担して国の補助金申請作成、一連作業を相談しながら申請、アフターフォローしながら完遂できたと思われる。事業計画の基、需要開拓支援事業としての実施を支援。8月30日～9月2日まで開催されたギフト・ショーに事業計画策定セミナー参加者19者のうち16者が出展した。

## ▶ (4) 今年度実績に対する検討委員会の評価

評価項目	評価のポイント	全く当てはまらない	一部に当てはまる	概ね当てはまる	全てに当てはまる
必要性	実施した(1)の事業は目的に適合しており、必要性が高い。				◎
妥当性	事業の実施方法は適切であり、内容は妥当である。				◎

有効性	成果（良い実績）とともに、事業者への効果が出ている。				◎
効率性	事業の進め方にムリ・ムダ・ムラが無く、効率的である。				◎

（委員からのコメント／評価理由・改善提案・助言・感想・今後の方向性に対する意見等）

持続化補助金、マル経、ランクアップ等の利用者及びギフト・ショー参加者への適切なフォロー体制が認められた。専門家派遣についてミラサボ等の制度を更に活用すると良い。

▶ (5) PDCA評価

実績・評価等結果を踏まえつつ、目標の達成度合いの割合に応じてAからDを判定する。

判定
A

- A：目標を達成することができた。（100%以上）  
 B：目標を概ね達成することができた。（80%～99%）  
 C：目標を半分程度しか達成することができなかった。（30%～79%）  
 D：目標を達成することができなかった。（30%未満）

(6) 次年度目標

項目	（☆は、中小企業庁の調査指標に合致する項目）	30年度	今年度比
① 実施支援に係る巡回訪問延べ回数		120	+ 12
② 実施支援に係る支援策の周知・提案件数		30	+ 3
③ 実施支援事業者数	☆	30	+ 3

(7) 次年度目標の達成に向けた見直し（改善等）

※評価を受けての商工会コメント

1 事業所に対し少なくとも分析、計画策定、売上増加の仕組み作りと3回以上のフォローを実施していく。

## 5. 需要動向調査に関すること【指針③】

経営発達支援事業の目標達成に向け、上記2. 経営状況の分析を行った事業者に対して、経営分析で把握した事業者の販売する商品・サービス（技術）の需要動向に関する情報について、「将来性判断に有効かつ最新の情報として提供すること」を目的に調査・収集、整理及び分析し、上記3. 事業計画策定支援時、又は、上記4. 事業計画策定後の実施支援に係る巡回訪問時や窓口相談時に提供する。

小規模事業者に寄り添い、情報を噛み砕いて分かりやすく提供することで、「的確な経営判断を行う」効果を図る。

(1) 実施した事業内容

① 「益子町の観光客における飲食店需要動向調査」の実施

調査方法	聞き取りによるアンケート調査
調査対象	平成29年益子春の陶器市の来場者
調査内容	陶器市における観光客の飲食店利用に関する意識
調査期間	平成29年5月3日（水）～7日（日）
提供方法	ホームページ(12/20)、巡回訪問時の手渡し

② 「ギフト・ショー2017秋」における来場者アンケートの実施

調査方法	聞き取りによるアンケート調査
調査対象	「ギフト・ショー2017秋（LIFE×DESIGN日本ブランドフェア）」の来場者
調査内容	益子焼のイメージ、購入動機、その他
調査期間	平成29年8月30日（水）～9月2日（土）
提供方法	関係団体への配布、巡回訪問時の手渡し



③	システム概要	金融財政事情研究会が作成した業種別動向を提供
	提供方法	巡回訪問時の口頭説明及び資料の手渡し

(2) 今年度の目標及び実績等

項目 (☆は、中小企業庁の調査指標に合致する項目)	目標	実績	達成率
① 巡回訪問による調査分析実施回数a	12	17	141.7%
② アンケートによる調査分析実施回数b	8	9	112.5%
③ テストマーケティングによる調査分析実施回数c	4	4	100.0%
④ 当商工会以外の機関が実施する調査による調査分析実施回数d	6	8	133.3%
⑤ 実施支援に係る情報提供回数e	27	31	114.8%

(3) 今年度実績に対する内部評価

陶器市での需要動向調査は当初、伴走型小規模事業者支援推進事業費での実施を予定したが、採択発表が遅れたため商工会単独で調査を行った。ギフト・ショーでの来場者アンケートでは益子焼に対する購入者目線の意見が聞けたので事業報告会でも参考になったとの声があり、同時にテストマーケティング調査も行うことが出来た。

▶ (4) 今年度実績に対する検討委員会の評価

評価項目	評価のポイント	全く当てはまらない	一部に当てはまる	概ね当てはまる	全てに当てはまる
必要性	実施した(1)の事業は目的に適切であり、必要性が高い。				◎
妥当性	事業の実施方法は適切であり、内容は妥当である。				◎
有効性	成果(良い実績)とともに、事業者への効果が出ている。				◎
効率性	事業の進め方にムリ・ムダ・ムラが無く、効率的である。				◎

(委員からのコメント/評価理由・改善提案・助言・感想・今後の方向性に対する意見等)

テストマーケティングについてはギフト・ショーでの来場者アンケートを通じて新商品開発に繋がられる。又、外部機関の実施する調査については過年度の調査についても適宜活用していくべき。

▶ (5) PDCA評価

実績・評価等結果を踏まえつつ、目標の達成度合いの割合に応じてAからDを判定する。

判定
A

A : 目標を達成することができた。(100%以上)

B : 目標を概ね達成することができた。(80%~99%)

C : 目標を半分程度しか達成することができなかった。(30%~79%)

D : 目標を達成することができなかった。(30%未満)

(6) 次年度目標

項目 (☆は、中小企業庁の調査指標に合致する項目)	30年度	今年度比
① 巡回訪問による調査分析実施回数a	12	±0
② アンケートによる調査分析実施回数b	9	+1
③ テストマーケティングによる調査分析実施回数c	4	±0
④ 当商工会以外の機関が実施する調査による調査分析実施回数d	12	+6
⑤ 実施支援に係る情報提供回数e	30	+3

(7) 次年度目標の達成に向けた見直し(改善等)

※評価を受けての商工会コメント

今回のギフト・ショー出展で得たデータを次回に生かすべく、早い段階での出展見込み事業者への情報提供等を行っていく。

## 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】

経営発達支援事業の目標達成に向け、上記3. 事業計画策定支援を行った事業者（ピンポイントで販路開拓を目指す事業者を含む）に対し、上記5. 需要動向調査で得られた情報に基づき、上記4. 事業計画策定後の実施支援の一環として「課題の解決」を目的に実施する。

小規模事業者が苦手とし、手が回らない広報活動や、展示会等の開催等、ITの活用等、需要の開拓に寄与する事業を行う。

小規模事業者に寄り添い、売上げに直結する“具体的な支援”を行うことで、「計画の実効性を高める」効果を図る。

### (1) 実施した事業内容

#### ① 「ギフトショー2017秋（LIFE×DESIGN日本ブランドフェア）」への出展事業

日本最大の見本市「ギフト・ショー」に益子町の地場産品であり観光資源の中核となる「益子焼」を出展した。

開催日程：平成29年8月30日（水）～9月2日（土）

開催場所：東京ビッグサイト

目的：小規模事業者が苦手とし、手が回らない広報活動や販路開拓を支援することで、重点支援対象事業者である益子焼販売業及び飲食等サービス業の新規顧客獲得および売上拡大を図ること。

参加者：益子焼製造業者16者

#### ② 益子焼需要開拓事業

実施主体：益子町商工会

実施時期：春の陶〜く得キャンペーン（平成29年4月8日～5月7日開催）

〃：秋の陶〜く得キャンペーン（平成29年9月23日～11月6日開催）

〃：益子陶器市（平成29年4月29日～5月7日・11月3日～7日開催）

目的：益子焼の販路開拓とPR。益子焼関連業者の販売促進と店舗への誘導

支援対象：参加者を対象に陶〜く得キャンペーン事業のチラシによる広報を実施。

#### ③ わくわく系の店づくり事業・スローライフ事業

わくわく系の店づくり：以前は、提唱者のセミナーに参加するのみとなっていたが、職員が実践店を巡回しPOPの効果的な書き方等を指導。また、当店の商品を「なぜこの店で購入しなければいけないのか」といったお客様の問いかけに応えられるアピールポイントの掘り起し等、売上に直結する具体的支援を行う。

スローライフ事業：地元の安心安全な食材を使った「ここでしか食べられない味」を提供。食育を実施しながら地元の良さを知ってもらい、地元飲食店の売上に結び付けてゆく。

### (2) 今年度の目標及び実績等

項目	（☆は、中小企業庁の調査指標に合致する項目）	目標	実績	達成率
① 「陶〜く得キャンペーン」出店事業者数		54	50	92.6%
② 「ワクワク系の店づくり」掲載事業者数		7	9	128.6%
③ 「スローライフ推進事業」ガイドブック掲載事業者数		7	7	100.0%

### (3) 今年度実績に対する内部評価

出展用パンフレット（カタログ）を2,000部用意、ギフト・ショー会場にて来場したバイヤーに1,200部を配布、残り800部は益子焼販売店協同組合の各店舗にて配布した。ギフト・ショー期間中の商談成立件数6件（売上高40万円）が有り、今後の取引を検討したいバイヤーとの名刺交換50件の成果があった。ギフト・ショー終了後も配布したパンフレットを参考に、バイヤーが益子焼販売店組合への問い合わせや益子秋の陶器市への来訪等のリアクションが見られた。ギフト・ショーへの出展は今回が初めてであり、参加者の募集手法、会場装飾、バイヤーへのアピール手法等について改善点があると認められ、12月13日に行った事業報告会にて改善策について検討を行った。

### ▶ (4) 今年度実績に対する検討委員会の評価

評価項目	評価のポイント	全く当てはまらない	一部に当てはまる	概ね当てはまる	全てに当てはまる

必要性	実施した(1)の事業は目的に適合しており、必要性が高い。				◎
妥当性	事業の実施方法は適切であり、内容は妥当である。				◎
有効性	成果（良い実績）とともに、事業者への効果が出ている。				◎
効率性	事業の進め方にムリ・ムダ・ムラが無く、効率的である。				◎

(委員からのコメント／評価理由・改善提案・助言・感想・今後の方向性に対する意見等)

ギフト・ショーへの出展事業が計画通り実施できたことは評価できる。「ワクワク系の店づくり」や「スローライフ推進事業」については過年度の参加事業者への継続支援も行っていくべき。

▶ (5) P D C A 評価

実績・評価等結果を踏まえつつ、目標の達成度合いの割合に応じてAからDを判定する。

判 定
A

- A : 目標を達成することができた。(100%以上)  
 B : 目標を概ね達成することができた。(80%~99%)  
 C : 目標を半分程度しか達成することができなかった。(30%~79%)  
 D : 目標を達成することができなかった。(30%未満)

(6) 次年度目標

項 目 (☆は、中小企業庁の調査指標に合致する項目)	30年度	今年度比
① 「陶へく得キャンペーン」出店事業者数	54	±0
② 「ワクワク系の店づくり」掲載事業者数	7	±0
③ 「スローライフ推進事業」ガイドブック掲載事業者数	8	+1

(7) 次年度目標の達成に向けた見直し（改善等）

※評価を受けての商工会コメント

ギフト・ショーでの成果をより高めるため名刺交換したバイヤーに、事後もっと積極的なアプローチが必要であり、かつその中で見込みがありそうな所を見極めていく。

## 7. 地域経済の活性化に資する取組み

商工会を始め益子町・観光協会・栃木県工業振興課・益子焼協同組合・益子焼販売店協同組合・益子焼伝統工芸士会の7団体の連携により、「益子焼関係団体振興協議会」を平成23年設立。益子焼等に関する地域経済活性化の方向性等を検討し観光と合わせて活性化に必要な事業を実施する。また、地域商店街へのにぎわい創出を目指した「商工会街づくり推進委員会」主導による「景観整備、花いっぱい運動、益子雛めぐり事業、土祭への参加、各商店街の地域経済活性化を図る。また、益子町の支援のもと販売促進・地元購買率の向上を図るためにプレミアム商品券の発行や地域通貨の取り扱いを行っている。また、デマンド交通運行による高齢者支援を実施し地元商店街の商業・サービス業者等への誘客を図る事業も実施している。

(1) 実施した事業内容

① 「益子焼関係団体振興協議会」の開催

毎月1回年12回開催、益子焼関係7団体の代表者・担当者により各団体が開催する事業の状況について情報交換を行い、観光客の誘客事業を始め、益子焼の販路開拓事業を実施。具体例：「活力ある伝統工芸品産業づくり支援事業」「新原土を活用した新商品開発事業」「販路開拓・PR事業」「人材確保・後継者育成事業」

② 街づくり推進委員会事業及び地域経済活性化事業の実施

推進委員会は、商店街のにぎわい創出を図る事業の実施として、花いっぱい運動6月・12月の年2回、益子の雛めぐり事業共催（2月）販売促進等を図る各種セミナーの開催（9月3回、11月1回）、ビルマ汁コンテスト7月及びましこTOYBOX12月（いずれも商工会青年部主催）開催協力、商工会では、益子町の支援を受けプレミアム商品券の発行（7月）1億1千万円、地域通貨取り扱い等は、地元商店でしか使えない商品券であるために、地元購買率向上に貢献、またデマンド交通の運営を行い高齢者支援に地元商店への足となる事業を実施している。

(2) 今年度の目標及び実績等

項目 (☆は、中小企業庁の調査指標に合致する項目)	目標	実績	達成率
① 出店者数 (益子の雛めぐり)	85 人	76	89.4%
② 来場者数 (益子の雛めぐり)	10000 人	12,900	129.0%
③ 利用者数 (デマンド交通事業)	14000 人	13,312	95.1%
④ 出店者数 (益子陶器市)	550 人	500	90.9%
⑤ 来場者数 (益子陶器市)	600000 人	639,516	106.6%
⑥ 出店者数 (ましこTOYBOX)	22 人	20	90.9%
⑦ 来場者数 (ましこTOYBOX)	2300 人	1,500	65.2%
⑧ 出店者数 (ビルマ汁コンテスト)	10 人	14	140.0%
⑨ 来場者数 (ビルマ汁コンテスト)	1000 人	1,400	140.0%

(3) 今年度実績に対する内部評価

益子焼関係団体振興協議会は、月に1回開催され益子焼販路開拓事業の実施や観光客の誘客事業等に関係団体が協力し実施している。昨年度まで通算22回開催した「ましこの炎まつり」は一旦終了とし今後はギフト・ショー出展等の販路開拓事業に注力していく。益子の陶器市は、観光協会、町、商工会等で実行委員会を組織し開催。今年度、秋の陶器市は第100回の記念すべき陶器市として様々なイベント、サービスが行われ、来場者は春秋合わせ約64万人の来場者となった。TOYBOXは、商工会青年部主催にて農商工連携・B級グルメ販売促進や普及を目的に開催、強風等の悪天候にもかかわらず約1,500人の来場者があった。

▶ (4) 今年度実績に対する検討委員会の評価

評価項目	評価のポイント	全く当てはまらない	一部に当てはまる	概ね当てはまる	全てに当てはまる
必要性	実施した(1)の事業は目的に適合しており、必要性が高い。				◎
妥当性	事業の実施方法は適切であり、内容は妥当である。				◎
有効性	成果(良い実績)とともに、事業者への効果が出ている。				◎
効率性	事業の進め方にムリ・ムダ・ムラが無く、効率的である。				◎

(委員からのコメント/評価理由・改善提案・助言・感想・今後の方向性に対する意見等)

実績が目標値に達していない項目もあるが昨年度実績を上回ったものが多く、関係団体等と協力して取り組んでいくべき。

▶ (5) PDCA評価

実績・評価等結果を踏まえつつ、目標の達成度合いの割合に応じてAからDを判定する。

判定
A

- A : 目標を達成することができた。(100%以上)
- B : 目標を概ね達成することができた。(80%~99%)
- C : 目標を半分程度しか達成することができなかった。(30%~79%)
- D : 目標を達成することができなかった。(30%未満)

(6) 次年度目標

項目 (☆は、中小企業庁の調査指標に合致する項目)	30年度	今年度比
① 出店者数 (益子の雛めぐり)	90	+ 5
② 来場者数 (益子の雛めぐり)	11,000	+ 1000
③ 利用者数 (デマンド交通事業)	14,500	+ 500
④ 出店者数 (益子陶器市)	550	±0
⑤ 来場者数 (益子陶器市)	600,000	±0
⑥ 出店者数 (ましこTOYBOX)	25	+ 3
⑦ 来場者数 (ましこTOYBOX)	2,300	±0
⑧ 出店者数 (ビルマ汁コンテスト)	10 人	±0
⑨ 来場者数 (ビルマ汁コンテスト)	1000 人	±0

(7) 次年度目標の達成に向けた見直し(改善等)

※評価を受けての商工会コメント

「ましこの新そば祭り」や「ましこの炎まつり」の様にイベントが変更あるいは中止となったものがあるので評価項目を見直す必要もある。

上記 1～6 に対する検討委員会の評価【判定の確認】

これ以降（11を除く）は、上記 1～6 の事業を効果的かつ円滑に実施するために行われる間接的な内容です。これまでの評価結果（判定）を確認し、何をすることで実績が上がるのか、何が足りないから実績が上がらないのかを明らかにします。

事業項目	判定	事業項目	判定
1. 地域の経済動向調査に関する事	A	4. 事業計画策定後の実施支援に関する事	A
2. 経営状況の分析に関する事	A	5. 需要動向調査に関する事	A
3. 事業計画策定支援に関する事	A	6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事	A

8. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関する事

経営発達支援事業の目標達成に向け、上記 I. 経営発達支援事業の内容で掲げる 6 つの事業（＝経営発達支援事業）が「効果的かつ円滑に実施されること」を目的に取り組む。  
事業を推進する職員が、他商工会の職員や支援機関と、支援事例や支援ノウハウ、事業者の現状、課題等について情報交換を行う。  
また、役員は、他商工会の役員と、支援体制や商工会の現状と課題等について情報交換を行う。

(1) 実施した内容

実施項目	実施日	参加者数
① 県連主催の経営発達支援計画事業推進連絡会議への参加	平成29年6月9日	2名
② 足利銀行益子支店、栃木銀行益子支店との情報交換	平成29年7～8月	4名
③ 県連主催の職員向けセミナーでの情報交換	平成29年8～9月	7名
④ 第4ブロック商工連絡会議での情報交換	平成29年11月7日	2名
⑤ 職員協議会第4支部（益子町商工会）研修会での情報交換	平成29年12月26日	7名
⑥ 県連主催の経営発達支援計画事業推進連絡会議への参加	平成30年1月25日	2名
⑦ 益子焼関係団体振興協議会の開催参加	毎月1回	毎月1名

(2) 今年度実績（(1)を実施することで上記 1～6 の実績等はどう影響したか）に対する内部評価  
経営発達支援計画について他の商工会の取り組みや工夫すべき点に気づきを得たり、職員同士の繋がりの強化、情報交換の機会に支援事例などについて積極的な意見交換がなされた。

▶ (3) 今年度実績（(1)を実施することで上記 1～6 の評価はどう影響したか）に対する検討委員会の評価

評価項目	評価のポイント	全く当てはまらない	一部に当てはまる	概ね当てはまる	全てに当てはまる
必要性	実施した(1)の事業は目的に適合しており、必要性が高い。				◎
妥当性	事業の実施方法は適切であり、内容は妥当である。				◎
有効性	成果（良い実績）とともに、事業者への効果が出ている。				◎
効率性	事業の進め方にムリ・ムダ・ムラが無く、効率的である。				◎

（委員からのコメント／評価理由・改善提案・助言・感想・今後の方向性に対する意見等）

実施された内容は概ね適切で上記1～6の高評価に繋がったものとみられる。

▶ (4) P D C A 評価

実績・評価等結果を踏まえつつ、目標の達成度合いの割合に応じてAからDを判定する。

判 定
A

- A : 目標を達成することができた。(100%以上)
- B : 目標を概ね達成することができた。(80%～99%)
- C : 目標を半分程度しか達成することができなかった。(30%～79%)
- D : 目標を達成することができなかった。(30%未満)

- (5) 次年度目標の達成に向けた見直し（改善等） ※評価を受けての商工会コメント  
**関係団体、機関との情報共有化をより密にし効率的な支援体制を構築していく。**

## 9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

経営発達支援事業の目標達成に向け、上記I. 経営発達支援事業の内容で掲げる6つの事業（＝経営発達支援事業）が「効果的かつ円滑に実施されること」を目的に取り組む。事業を推進する職員の研修派遣、OJT、勉強会開催により資質向上を図る。

(1) 実施した内容

① 県連が開催する職員向けセミナーへの参加

開催日	テーマ	講師等	参加者数
平成29年8月28日	経営計画作成支援について	亀田泰志氏	1名
平成29年9月11日	フレームワークから見る経営診断について	柴田幸紀氏	3名
平成29年9月25日	商工会認証システムについて	井上一久氏	1名
平成29年9月28日	事例から見る経営診断について	水沼啓幸氏	2名

② 中小企業大学校への職員派遣

研修期間	研修コース名	参加者数
平成29年6月5日 ～ 平成29年6月30日	経営診断基礎（商業コース）	1名

③ 経営支援マネージャー資質向上セミナーへの参加

開催日	テーマ	講師等	参加者数
平成29年6月29日	小規模事業者の経営力を向上させるために	井上一久氏	1名

④ 中小企業基盤整備機構主催の小規模事業者支援研修への参加

開催日	テーマ	講師等	参加者数
平成29年12月14日	I T スキル向上研修	阿部裕樹氏	2名

⑤ 内部勉強会の開催

開催日	テーマ	講師等	参加者数
平成29年12月26日	経営発達支援計画の実績を上げるために	県連職員	7名

⑥ OJTの実施（先輩職員や専門家に同行し支援を行う）

- (2) 今年度実績（(1)を実施することで上記1～6の実績等はどう影響したか）に対する内部評価  
 経営指導員等の資質向上を目的に商工連が開催する経営指導員、経営支援員セミナーや中小企業大学校への派遣を行った。経営指導員は、経営発達支援計画を実施する上で会員企業に支援できる必要な知識を得るために経営計画や経営分析等内部職員研修を実施した。また、県連が開催する事業推進連絡会議にも積極的に参加した。

▶ (3) 今年度実績（(1)を実施することで上記1～6の評価はどう影響したか）に対する検討委員会の評価

評価	全く当てはまらない	一部に当てはまる	概ね当てはまる	全てに当てはまる
評価				

項目	計画の進捗	達成していない	達成はまる	達成はまる	達成はまる
必要性	実施した(1)の事業は目的に適切であり、必要性が高い。				◎
妥当性	事業の実施方法は適切であり、内容は妥当である。				◎
有効性	成果（良い実績）とともに、事業者への効果が出ている。				◎
効率性	事業の進め方にムリ・ムダ・ムラが無く、効率的である。				◎

(委員からのコメント/評価理由・改善提案・助言・感想・今後の方向性に対する意見等)

必要な研修、セミナー等には参加しており問題無いと思われる。内部勉強会等を更に充実させると良いのではないかと。

▶ (4) PDCA評価

実績・評価等結果を踏まえつつ、目標の達成度合いの割合に応じてAからDを判定する。

判定
A

- A : 目標を達成することができた。(100%以上)
- B : 目標を概ね達成することができた。(80%~99%)
- C : 目標を半分程度しか達成することができなかった。(30%~79%)
- D : 目標を達成することができなかった。(30%未満)

(5) 次年度目標の達成に向けた見直し(改善等)

※評価を受けての商工会コメント

持続化補助金、マル経等、各種制度施策について全職員が一定レベルの対応が出来る仕組みづくりに取り組む。

## 10. 支援ノウハウ等を組織内で共有する体制

経営発達支援事業の目標達成に向け、上記Ⅰ. 経営発達支援事業の内容で掲げる6つの事業(=経営発達支援事業)が「効果的かつ円滑に実施されること」を目的に取り組む。当商工会組織としての支援ノウハウの共有及び蓄積を行う。

(1) 実施した内容

- ① 事業所毎のカルテ作成(商工会基幹システム利用)による指導・支援内容等の共有・蓄積
- ② 随時又は朝礼時の口頭による指導・支援内容等の共有
- ③ 勉強会(職員が交代でテーマを決め講師を務める)の開催
- ④ 研修会・会議等参加者による内容復命・資料回覧
- ⑤ 職員協議会による「事業者支援マニュアル」作成協力(アンケート調査回答ほか)

(2) 今年度実績((1)を実施することで上記1~6の実績等にどう影響したか)に対する内部評価  
朝礼、打合せ、内部勉強会等の際に伴走型事業等に関する情報を共有化することにより事業者の掘り起こしやフォローアップに指導員だけでなく支援員も係る形で実施できた。

▶ (3) 今年度実績((1)を実施することで上記1~6の評価にどう影響したか)に対する検討委員会の評価

評価項目	評価のポイント	全く当てはまらない	一部に当てはまる	概ね当てはまる	全てに当てはまる
必要性	実施した(1)の事業は目的に適切であり、必要性が高い。				◎
妥当性	事業の実施方法は適切であり、内容は妥当である。				◎
有効性	成果(良い実績)とともに、事業者への効果が出ている。				◎
効率性	事業の進め方にムリ・ムダ・ムラが無く、効率的である。				◎

(委員からのコメント/評価理由・改善提案・助言・感想・今後の方向性に対する意見等)

必要な成果は出せており十分評価出来る。今後経営発達支援システムの活用も検討して欲しい。

▶ (4) P D C A 評価

実績・評価等結果を踏まえつつ、目標の達成度合いの割合に応じてAからDを判定する。

判 定
A

- A : 目標を達成することができた。(100%以上)
- B : 目標を概ね達成することができた。(80%~99%)
- C : 目標を半分程度しか達成することができなかった。(30%~79%)
- D : 目標を達成することができなかった。(30%未満)

- (5) 次年度目標の達成に向けた見直し（改善等） ※評価を受けての商工会コメント  
**項目 9 同様、内部勉強会の充実と支援ノウハウ蓄積の仕組みづくりに取り組む。**

## 1 1 . 施策利用状況等（その他取組み状況）

(1) 今年度の実績

項 目 (☆は、中小企業庁の調査指標に合致する項目)	実績	前年度
①持続化補助金申請件数 ☆ (うち、採択件数)	9 3	15 9
②経営改善資金（マル経）利用件数 ☆	3	5
③経営発達支援資金利用件数 ☆	0	0
④経営力強化法に基づく経営力向上計画策定支援実施件数 ☆	0	0
⑤ものづくり補助金申請支援・確認書発行件数 ☆	0	0
⑥小規模事業者に対する巡回訪問件数（総数） ☆	2,147	2,068
⑦小規模事業者数 ☆ (うち、会員小規模事業者数)	891 568	891 583

(2) 今年度実績に対する内部評価

持続化補助金については、今年度は28年度補正追加公募が一度だけで予算枠も少なかったことから採択件数は少なかった。マル経資金の利用件数は今年度も少なく、制度の有利な点をより周知する必要がある。巡回については業務効率の見直しを進めながら時間の確保をしていきたい。

▶ (3) 今年度の実績に対する検討委員会の評価（意見等）

(委員からのコメント／評価理由・改善提案・助言・感想・今後の方向性に対する意見等)

**持続化補助金、マル経等の実績を上げるためにもより効果的な巡回を推進すべき。**

- (4) 次年度目標の達成に向けた見直し（改善等） ※評価を受けての商工会コメント



今年度は2人体制で担当分けし巡回を行ったが、今年度は職員各個人で担当会員を持つ体制を検討。