

経営発達支援計画評価報告書（平成30年度実施分）

■評価内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 事業計画の策定支援に関する事
2. 事業計画策定後の実施支援に関する事
3. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事

■評価基準

次の評価基準で評価する。

ランク	判 断 基 準
Aランク	目標を達成することができた(100%以上)
Bランク	目標を概ね達成することができた(80%～99%)
Cランク	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ランク	目標をほとんど達成することができなかった(30%未満)
Eランク	未実施

■評価内容及び評価方法

1. 自己評価

経営支援センターの経営指導員12名の中から、主として経営発達支援計画を実行する5名（各商工会1名）による自己評価を行う

2. 評価委員会による評価

今回の事業を共同実施した5商工会の会長と外部の有識者2名によって開催される評価委員会による各委員の評価を行う(評価ごとに人数表示)

経営発達支援事業の実施内容と評価

1. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

事業者の現状分析と経営ビジョンや今後の事業の方向性についてのヒアリングを行い、地域や事業所個々の事情も加味して事業者のやる気を削ぐことなく、より現実的な事業計画の策定を支援した。策定後には結果(売上動向)もしっかりと意識させ、その進捗状況を確認しながらの伴走型支援とした。

創業については、創業体験者のリアルストーリーや参加者によるグループディスカッションも取り入れるなどして、創業意欲の高揚を意識した内容としたほか、事業承継についても、社長と後継者を同席させて相互の立場を認識させるなどの工夫したセミナーとして実施し、創業や事業承継計画策定につなげていくようにした。

また、これらがより精度の高いものとなるよう商圈人口分析やマーケット分析ができる「MieNa(商圈評価レポート)」を活用したり、専門家による支援を積極的に組み込んだりしながら、より客観的な視点で製品やサービスの優位性をアピールして、ブランド力を高める支援につなげた。

< 事業計画策定実績 >

※伴走型補助金終了時点(2月末日)実績

成果目標 事業者区分	事業計画策定 事業者数	左記の内 売上増加・維持 事業者数
新規に事業計画を策定する事業者	35 件	29 件
創業・事業承継支援事業者	7 件	5 件
上記の支援での専門家活用回数		27 回

< セミナー開催と参加者数 >

事業者区分	開催日	参加者数
創業セミナー	平成 30 年 9 月 16 日	6 人
事業承継支援セミナー	平成 30 年 11 月 14 日	13 人

＜経営支援センター経営発達支援員による自己評価＞

自己評価	評価理由
B	事業計画策定については、目標達成できているが、創業・事業承継における部分が弱い結果となっているため

＜評価委員会による評価＞

A評価	B評価	C評価	D評価	E評価
2	6			

2. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

現場で起こる机上で考えられない様々な事情、その度に起こる事業者のモチベーション低下について、最も身近で接する所属商工会の経営指導員によるアドバイスや情報提供を中心とした巡回支援によりフォローアップを行った。また、進捗状況の思わしくない事業所については、センターで情報や問題意識を共有し、複数の経営指導員によるチーム支援や専門家支援をうまく活用して、前向きに進めていくことができた。

特に、昨年に引き続き行った需要動向調査のフィードバックでは、専門家による違った視点も加えたアドバイスにより、事業者にとって多くの新しい気づきを得ることができた。また今後のニーズに対応するために実施したWEB検索からみる需要動向調査及びホームページ診断では、課題がより明確になった事業所もあり、商圈評価レポートの結果なども合わせて情報提供ができたことで、課題解決にもつなげることができた。

< 事業計画策定実績 >

※伴走型補助金終了時点(2月末日)実績

成果目標 事業者区分	事業計画策定 事業者数	左記の内 売上増加・維持 事業者数
前年度まで事業計画策定事業者	37 件	31 件
新規に事業計画を策定する事業者	35 件	29 件
創業・事業承継支援事業者	7 件	5 件
上記の支援での専門家活用回数		20 回

経営支援センター経営発達支援員による自己評価

自己評価	評価理由
B	約 8 割強の事業者で売上の増加及び維持が見られたが、目標とする 9 割には及ばなかった。

評価委員会による評価

A 評価	B 評価	C 評価	D 評価	E 評価
3	5			

3. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

昨年度から「日高ぶらんど」となる商品が、域外からの資金獲得を目指し、ブランドや個々の商品の認知度・魅力度をアップさせる様々な事業に取り組んできた。今年度もこうした事業を継続し、商品のブラッシュアップや販路拡大を図ると共に、その結果を検証するため商談会や物産市などにも取り組んだ。

(1) アンケート調査とグループインタビュー

10月に阪神地方を中心に「日高ぶらんど」商品の本質的な需要動向を探るため19事業所の21商品を対象に、商品訴求力の把握を目的にアンケート調査を行った。また、試食や試用後の商品の満足度調査をフリートーク形式のグループインタビューとして行い、モニター個々の使用感についてのコメントも付した報告書を作成し、専門家支援を活用して、商品のブラッシュアップに向けた提案も加えて、事業者にはフィードバックした。

	調査内容	対象商品数	調査対象 モニター数
アンケート調査	①ネーミング ②パッケージ ③PR文	21商品	64名
グループインタビュー	①商品価値感 ②商品満足度 ③商品アイデア	21商品	16名

(2) ホームページのWEB検索から見る動向調査

昨年以降に商品の需要動向調査を行った11事業所を対象に、ホームページのファーストビュー、検索ボリューム傾向、キーワード、端末別及び地域別検索傾向について、分析サイトと複数の専門家による調査を行い、総合評価を出すと共に既存ページの改善点の提案等が出された報告書を作成し、事業者にはフィードバックした。

(3) 商談会への参加支援

和歌山県や産業振興財団などが開催する2回の商談会（わかやま産品商談会：9月26日和歌山市、2月4日大阪市開催）への参加を促し、当日は出展者と共に商品PRなどを支援し30回の商談機会を持ち、以下の実績をあげることができた。

参加商談会・実績	参加 事業者数	商談回数	商談 成立数
わかやま産品商談会(和歌山)	3	8	0
わかやま産品商談会(大阪)	3	22	4

(4) 日高ぶらんど市

昨年引き続き、県内紀北地域、京阪神や奈良方面のお客様に「日高ぶらんど」をアピールするため、京奈和自動車道路かつらぎ西パーキングエリア(道の駅かつらぎ西)において12月1日に「日高ぶらんど市」を開催し、商品の認知度アップを目標として試食やPR積極的に行い、7店舗の参加で目標の1.5倍に当たる25.2万円の日高ぶらんど産品を販売した。

経営支援センター経営発達支援員による自己評価

自己評価	評価理由
B	アンケートやWEB調査結果は好評で、商品開発や販路拡大に有効な資料となった。商談会については参加希望が少なく、再考する必要があると感じた。

評価委員会による評価

A評価	B評価	C評価	D評価	E評価
2	6			