

平成30年度相模原商工会議所経営発達支援計画の評価（委員会を経ての決定版）および今後の取り組み方針

平成30年度経営発達支援事業の報告および評価について

- ・事務局より資料に基づき事業報告及び評価（案）について説明し、質疑の後、評価（案）を審議し、各項目の評価を決定した。

評価基準：

- A：十分達成している（100%以上）
- B：概ね達成している（80%～100%未満）
- C：どちらかというとは達成できていない（30%～80%未満）
- D：全く達成できていない（30%未満）
- E：未実施

地域の経済動向調査

<評価案>

【目標・実績】 主要な調査の実施回数と対象

景気動向調査（郵送）	四半期ごと年4回実施／対象500社
LOBO調査 （日本商工会議所早期景気観測）調査	毎月1回実施／対象5社
業種団体・内部団体等意見交換	年各1回／対象50社

※補助対象外となった訪問型ヒアリング調査と付随する採用動向、雇用環境の調査に関する項目は掲載していない。

事務局評価案：景気観測調査（ヒアリング）と採用動向、雇用環境調査の実施事業については、国の伴走型補助金の対象から外れたため、実施していないことから、C評価としたい。

<評価>

委員にて協議の結果、Bにて決定。

<質疑>

- Q：一部の事業が伴走型補助金の対象から外れたのは、昨年度からか。
- A：昨年度から外れており、本年度も対象外となっている。

Q：調査の回答率27%とのことだが、毎年この水準なのか。もっと欲しいところだが。

A：業種によって濃淡はあるが、平均として例年この水準である。ただ、現在500件を対象としているが、以前300件だった時も同じ水準なので、率としてはこれくらいではないかと思われる。

Q：国の伴走型補助金の対象から外れた事業があり、実施していないため評価をCにしたとのことだが、元々が補助金前提の事業であり、行政の意向で外れた事業であるならば、評価項目から外してはどうか。アンケートや意見交換は実施されており、利用の状況等が昨年と同じであるならば、昨年と同じB評価でよいのではないか。

A：もっともな指摘であるので、評価項目から外すこととする。

<意見>

- ・調査の実施について、数を追うということより、調査の回答に対するフォローとして分析や解釈の部分を手厚くして、実態に沿った調査結果にする努力をした方がよいと思われる。

<今後の取組方針>

- ・経済動向のアンケート調査について、本年度は対象を広げて中小規模4000企業として、市域の企業全体の景況感をつかむようにしております。また、分析については件数が増大することから昨年と業者を変えて、より精度の高い分析ができるように努めてまいります。

経営状況の分析

<評価案>

【目標・実績】 経営分析を把握するための方策及び経営分析件数

支援内容	29実績	30目標	30実績	達成率
経営分析に関する巡回・窓口件数	304	360	292	81.1%
経営分析に関するセミナー等の開催回数	3	3	2	66.7%
経営分析セミナー・個別相談の参加者数	98	260	55	21.1%
経営分析事業者数	148	180	170	94.4%

事務局評価案：経営分析実施の延べ回数、事業者数は目標値の80%以上となったが、経営分析セミナー・個別相談の参加者数が目標値に対して相当程度少なかったことを考慮して、C評価としたい。

<評価>

事務局案どおりCにて決定。

<質疑>

Q：経営分析セミナー・個別相談の参加者数が昨年度に比べて減っているが、この理由は何か。

A：持続化補助金のセミナーが29年度は2テーマで昼の部と夜の部にて開催した（延べ回数は+2回）のに対し、30年度は1テーマでの開催となったためだと思われる。

Q：経営分析をした結果は事業者にフィードバックしているのか。

A：内容によって異なっており、例えば、小規模事業者持続化補助金は計画書の添削のやり取りの過程でフィードバックしている。また、マルケイは少なくとも口頭で行っているが、その他の内容は担当者ごとに異なる。

<今後の取組方針>

- ・経営分析は事業に付随して行っておりますが、手段手法、フレームワークが各担当任せとなっており、ムラが発生している状態です。本件については、経営支援ソフト「BIZミル」を用いた分析を行うことで統一的な手法による分析を行い、事業者にフィードバックしてまいります。

事業計画策定支援

<評価案>

【目標・実績】 事業計画策定支援事業

支援内容	29実績	30目標	30実績	達成率
事業計画作成支援に関するセミナー・個別相談会参加者数	105	170	134	78.8%
事業計画作成支援に関するセミナー・個別相談回数	7回 3回	2回 6回	7回 4回	350.0% 66.7%
事業計画策定事業者数	82	110	128	116.3%

【目標・実績】創業支援

支援内容	29実績	30目標	30実績	達成率
創業ゼミ参加人数	23	15	46	306.7%
さがみはら女性起業家のたまご応援セミナー（日数）	4	7	7	100.0%
さがみはら女性起業家のたまご応援セミナー（のべ参加人数）	104	90	54	60.0%
上記2つのセミナーを通じての起業者数合計（目標）	4	7	7	100.0%
新規創業者事業計画策定者数	8	20	16	80.0%

※事業廃止となったチャレンジショップに関する項目は掲載していない。

【目標・実績】経営革新・事業承継支援

支援内容	29実績	30目標	30実績	達成率
経営革新セミナー回数	2	1	0	0%
経営革新セミナー（受講者数）	71	3 2	0	0%
経営革新支援件数（延べ）	19	75	18	24.0%
経営革新承認件数（件数）	5	7	(小規模) 5 (中規模) 3	71.4%
事業承継セミナー回数	1	1	0	0%
事業承継セミナー（受講者数）	7	25	0	0%
事業承継相談（紹介件数）	0	4	5	125.0%

【目標・実績】小規模事業者持続的発展を支援する取組

支援内容	29実績	30目標	30実績	達成率
小規模事業者持続的発展を支援するセミナー（回数）	5	9	3	33.3%
持続化補助金申請支援数（社）	18	105	44	41.9%
持続化補助金採択数	4	58	30	51.7%

事務局評価案：計画策定事業者数等100%を超える項目があったが、事業承継セミナー等実施しなかった項目があるため、総合的にC評価としたい。

<評価>

事務局案どおりCにて決定。

<質疑>

Q：各セミナーについて、時期を決めて計画していたのか、あるいは期的には意思を入れずに開催しようとしたのか。

A：基本的に定番のセミナーであるので、時期は決まっている。例えば持続化補助金セミナーであれば、公募を見据えた時期であるし、創業セミナーであれば、市内の別の機関と時期が重ならないように年度末になっている。

Q：経営革新制度について、申請数が伸びない理由について、経営指導員等の現場の意見を聞きたい。

A：小規模事業者にとっては負担が大きい計画でもあり、補助金獲得等に付随した案件でないと申請にまで至らないようである。

Q：創業ゼミの受講者が目標を大幅に上回っているが、目標の立て方が適切でなかったのではないか。

A：計画時の想定が当時実施していた国の委託事業である「創業スクール」の受講者数を基準にしているため、この目標数字になっている。ただ、30年度の46という数字が前年比でも2倍となっており、想定外であった。

Q：事業承継の相談はもっと多くてもよいのではないか。すそ野を広げる意味でもセミナー開催は必要だと思う。

A：周知に関して言えば、主に法人企業を中心に顧問の税理士がついてい
る中で、大々的に商工会議所で相談を受け付ける旨のPRはしばらく
状況である。ただ、必ずしも顧問の税理士が事業承継の相談に対応
できるわけではないので、セカンドオピニオンの活用も含めて周知を
していくほか、本年度はセミナーを開催する。

<意見>

- ・セミナーが年度末に集中する傾向にあるようだが、年度末だと仮に好評
だったとしても再度開催する等その後の展開ができないと思う。むしろ
早期に開催して反応を見るということも検討してよいと思う。
- ・経営発達支援計画のそもそもの趣旨は小規模事業者が自社の事業を客観
的に評価する事業計画づくりである。その観点から言えばもっとがんば
ってほしい。また、事業承継についても承継前に事業を磨き上げるとい
うことがスキームとなっている等があるため、単に計画を作るだけでな
く、いろいろな事業の入り口として計画策定をとらえてもらいたい。ま
た、経営革新計画は補助金の加点項目なので、認定まで時間がかかるこ
ともあり、補助金の公募から逆算して勧奨するなどしてもらいたい。な
お、今年の小規模事業者持続化補助金は採択率が80%を超えているので、
もっと採択率を上げるようがんばってもらいたい。

<今後の取組方針>

- ・発達支援計画に記載されているセミナーは、基本的に定番のセミナーと
なっておりますので、予算の建付けや、補助金公募を見据えた時期など
を考慮して、テーマごとに例年おおむね同じ時期に開催しております。
ただし、新しいテーマのセミナーにつきましては、早めに開催して受講
者の反応を見るなどの検討をしております。なお、創業セミナーなど
で他の機関と同じテーマのセミナーを同じ時期に開催しないよう、連携
会議などで情報共有を図っております。
- ・小規模事業者持続化補助金等補助金の採択率向上には、事業者のレベル
アップとともに、職員の資質向上が不可欠となっております。また、セ
ミナーを受講した事業者の採択率は受講しなかった事業者に比べて高い
傾向があるので、申請を検討している事業者には積極的にセミナー受講
を勧めるとともに、職員もセミナーを受講するなど対応しております。

事業計画策定後の実施支援

<評価案>

【目標・実績】 小規模事業者への事業計画策定後の実施支援フォローアップ件数

支援内容	29実績	30目標	30実績	達成率
フォローアップ事業者数（新規分）	69	80	60	75.0%
フォローアップ事業者数（継続分）	9	80	15	18.8%
フォローアップ件数（延べ回数）	143	640	128	20.0%

【目標・実績】 創業者への事業計画策定後の実施支援フォローアップ件数

支援内容	29実績	30目標	30実績	達成率
フォローアップ事業者数（新規分）	12	20	3	15.0%
フォローアップ事業者数（継続分）	7	20	3	15.0%
フォローアップ件数（延べ回数）	25	160	7	4.3%

【目標・実績】 小規模事業者経営発達支援融資制度の利用件数

支援内容	29実績	30目標	30実績	達成率
小規模事業者経営発達支援融資資金利用者数(社)	0	5	0	0%

事務局評価案：全体としてフォローアップの件数が目標を大幅に下回る結果となったので、D評価としたい。

<評価>

事務局案どおりDにて決定。

<意見>

- ・小規模事業者経営発達支援融資資金については、平成28年度に創設され、公庫として当時は積極的に推進していたが、平成29年度以降は本制度も多様な制度の1つという位置づけになっており、全国的に利用が進んでいない状況である。小規模事業者にとってはマルケイ融資で2000万円までという枠で金利も低く使いやすいことから、たいていの資金需要に対応できている現状がある。利用の想定としてはマルケイの枠を超える額の設備投資となっているが、相模原は他の金融機関の金利水準が低い現状があり、なかなか利用に至らないのではないかという事情もあるが、案件があれば継続して対応していきたい。
- ・創業者のフォローアップで、事業者側から定期的なフォローは不要である旨申し出があるそうだが、それであれば無理にフォローアップする必要はないと思われる。
- ・フォローアップについて、数字を追いかけていっても達成が難しいという現状があるので、最初から計画的にあるタイミングでフォローするというのを事業者を巻き込んで行っていくとより効果があると思われる。
- ・創業セミナー受講者のその後の実態把握が十分にできていないのは問題である。創業セミナーの受講者が増えているのは、働き方改革との関係で副業での創業や女性・若者の創業意欲が高まっているためと思われる。受講者のその後の実態把握はきちんとやるべきで、そこに次の創業支援のニーズがあると思われる。また、創業者のフォローとして商工会議所への入会案内や小規模企業共済への勧奨を行っているはずなので、それらもカウントしたほうが良い。

<今後の取組方針>

- ・計画策定後のフォローアップに関しては、中小企業庁からも決算書を確認するレベルでなくて、肌感覚でもいいから状況確認を行ってほしい旨説明を受けています。したがって、支援終了時に職員が後日様子を見に訪問する旨伝えておくなど、支援自体をフォローアップまで含めたスキームと捉えて推進してまいります。
- ・ご指摘がありました創業者セミナー受講者のその後の確認は、現在やり切れていない状況でありますので、确实に行ってまいります。

需要動向調査

<評価案>

【目標・実績】

支援内容	29実績	30目標	30実績	達成率
※右の数値は、情報収集件数 情報収集方法- インターネット・日経テレコン、展示会、官公庁発行資料、バイヤーへのヒアリング等	30	125	55	44.0%
需要動向調査データ提供件数 提供する企業数	69	145	92	63.4%

事務局評価案：情報収集数は計画に対して約44%、情報提供企業数は計画に対して約63%となったため、総合的にC評価としたい。

<質疑・意見>

特になし。

<評価>

事務局案どおりCにて決定。

<今後の取組方針>

- ・この事業はフードビジネスマッチング商談会と小規模事業者持続化補助金に関連して行うものでありますので、これら事業の参加者増に取り組むとともに、事業者にとって有益な情報提供となるよう努めてまいります。

新たな需要開拓

<評価案>

【目標・実績】 事業名称：フードビジネスマッチング事業

支援内容	29実績	30目標	30実績	達成率	参考 31計画
バイヤー参加数	12	12	11	91.6%	12
サプライヤー参加数	51	53	48	90.6%	53
商談数	89	90	86	95.6%	90
成約数	9	10	6	60.0%	10
成約率	10.1%	10.0%	7.0%	70.0%	10.0%

【目標・実績】 事業名称：相模原お店大賞事業

支援内容	29実績	30目標	30実績	達成率
投票数	6,234	6,200	7,990	128.9%
PR効果により売上げが向上した受賞店	75.0%	65.0%	66.7%	102.6%
受賞店のフォローアップ	4件	12件	6件	50.0%

【目標・実績】 事業名称：受発注商談会の開催

	29実績	30目標	30実績	達成率
参加企業総数	123社	233社	139社	52.8%
発注企業	34社	45社	39社	75.6%
(相模原市内)	7社	8社	7社	87.5%
受注企業	89社	188社	100社	47.3%
(相模原市内)	15社	33社	15社	45.5%
商談件数	238件	385件	334社	62.1%

【目標・実績】 事業名称：首都圏6商工会議所主催のビジネス商談会・交流会の開催

支援内容	29実績	30目標	30実績	達成率
首都圏6商工会議所主催のビジネス商談会・交流会 (首都圏政令指定都市ビジネス交流会)	13	35	9	43.3%

【目標・実績】 事業名称：ビジネスマッチングをさらに進めるための広域事業者照会システム事業

支援内容	29実績	30目標	30実績	達成率
ものづくりネット（製造業取引支援サイト）	464	490	464	94.7%
ザ・ビジネスモール（商取引支援サイト）	2,833	2,860	2,838	99.2%

【目標・実績】海外展開支援による販路拡大

支援内容	29実績	30目標	30実績	達成率
セミナー開催回数	2	3	1	33.3%
セミナー等参加人数	36	90	40	44.4%
海外展開支援相談件数	17	28	0	0%
展示会出展事業者数	15	14	8	57.1%

事務局評価案：フードビジネスマッチング商談会、相模原お店大賞では100%超の成果となる項目があったが、受発注商談会、ビジネス商談会、海外展開事業が目標未達となったため、総合的にB評価としたい。

<評価>

事務局案どおりBにて決定。

<質疑>

Q：首都圏6商工会議所主催のビジネス商談会・交流会というのは面白い企画だと思うが、参加者数が減少しているのは何か理由はあるのか。

A：商圈が広がってしまうので、物流会社などニーズがある事業所が元々多くはないという状況であるのでたまたまであると思われる。

<意見>

- ・相模原市として商工会議所と連携して事業を行っている中で、イベント等の機会を設けても、それだけで数字的に伸びない部分があるのは承知している。ただ、参加者数のみでなく商談数が伸びればよいのではないかと、という考え方も含めて検討が必要であると考えている。
- ・公庫として、フードビジネスマッチング商談会にサプライヤーを紹介しているが、リピーターの方がいるなど、お客さんからも好評である。厚木支店だけでなく、他の支店にも声をかけながらしながら、参加者を紹介していきたい。
- ・フードビジネスマッチング商談会について、他の商談会ではバイヤーが大きいところに偏っており、サプライヤーが量的に対応できずにマッチングしないケースがある。したがって、大きいところだけでなく、中堅規模以下のバイヤーも呼べるように努力してもらいたい。

<今後の取組方針>

- ・フードビジネスマッチング商談会はバイヤー側、サプライヤー側のみならず、ご協力をいただいている金融機関からも好評でありますので、引き続き開催してまいります。ご意見をいただきました中堅以下規模のバイヤー開拓につきましても、金融機関にも協力をいただきながら進めてまいります。
- ・商談会事業につきましては、参加者数は景気の動向等に左右される部分がありますので、成約率を重視するという考えも入れながら、単に参加者増を企図するだけでなく、成約率向上についても関係機関と協議してまいります。

地域経済活性化

<評価案>

【目標・実績】地域経済の活性化に資する中心商業地のイベント等の実施

項目	29実績	30目標	30実績	達成率
開催回数（回）	9	17	9	52.9%
来場者数（人）	672,000	600,000	662,700	110.5%

事務局評価案：イベントの来場者数は100%超となったが、開催件数が目標未達、また、未実施の項目もあったため、総合的にB評価としたい。

<評価>

事務局案どおりBにて決定。

<質疑>

Q：イベントを多く開催されているが、情報発信の仕方はどのようになっているのか。

A：イベントの運営主体が商工会議所単独というよりも、商店会であったり実行委員会である状況なので、そちらの方でホームページ等の周知を行っている。特に相模大野のイベントは市外からの来街者、出展者も多くなっている。また、イベント運営を通じて、商店会の担い手育成にもつながっており、出店による売上増といった直接的なメリット以外の効果もある状況である。

<意見>

- ・市としてもシティーセールスや地域活性化を進めていきたいので、これからも協力して取り組んでいきたい。

<今後の取組方針>

- ・イベントの周知については、主催する団体等が主体となっておりますが、当所もホームページ掲載、SNS発信等、積極的に協力してまいります。

他の支援機関との連携による支援ノウハウの情報共有

<評価案>

- (1) 相模原市内の支援機関と情報交換を実施した（年12回）
- (2) 支援機関合同会議による連携を図った（年2回）
- (3) 小規模企業支援会議を開催した（年12回）

事務局評価案：計画通り市内支援機関との情報交換の機会を設けたので、A評価としたい。

<評価>

事務局案どおりAにて決定。

<意見>

- ・この種の連携会議としては、県央地区では相模原市は群を抜いて多く開催している。それだけ連携が取れていると思われるので、A評価でよろしいと思われる。
- ・県内でも農業や林業を地域資源の活用という観点で取り入れる地域がある。国の施策的にも経済産業省の事業と農林水産省の事業に差がなくなってきた感じもあるので、相模原市も町おこしの一環としてそのような視点ももってもらいたい。

<今後の取組方針>

- ・今後も継続して関係機関と連携してまいります。

経営指導員等の資質向上等

<評価案>

- (1) 経営指導員等による勉強会の実施（一部未実施）
- (2) 専門家と経営指導員等との勉強会の開催（目標通り実施）
- (3) 支援機関との会議結果のフィードバック、外部の研修への参加（一部未実施）

事務局評価案：一部未実施事項があるが、おおむね8割以上は実施したと思われるので、B評価としたい。

<評価>

事務局案どおりBにて決定。

<意見>

- ・大事なものは、勉強会の内容のレベルアップである。中小企業基盤整備機構にて経営指導員が経営改善計画書を策定する研修が企画されるなど、行政の期待値が上がってきている状況でもあるのでがんばってもらいたい。

<今後の取組方針>

- ・資質向上の方針として、単に研修会参加、講師を招いての勉強会の開催というだけでなく、職員同士の意見交換の機会を設ける、OJTで先輩の経験を後輩に伝えていく等、職員間の知識、経験の共有にも取り組んでまいります。

以上