

継続事業評価シート

評価確定日 令和元年 6月20日

平成30年度(2年目)

事業コード	4	事業名	消費者ニーズを踏まえた商品・サービスとの差別化支援			戦略コード	1	戦略名	育て・挑戦を支える商工会		
商工会名	湖東3町商工会	担当者名	鈴木康記	総轄者名	菊地功	施策コード	2	施策名	事業者の活路を見出す地域外販路拡大支援の充実		

【事業内容】

1. 事業実施当初の背景

特色ある地域商工業の永い歴史に培われた経済基盤が市場縮小や生活様式の変化によって揺らいでいる状況にあり、一般的に狭小な市場を相手にしてきた小規模事業者は収益減少傾向にある。

2. 事業のねらい

事業者の経営資源や技術を活用し、市場変化を十分に加味した計画的且つ実効性の高い販路拡大支援を行う。

3. これまでの評価結果

過年度	H29	A	H30		H31		H32
-----	-----	---	-----	--	-----	--	-----

調査結果を活用した市場・消費者ニーズ分析、専門家を活用した個社支援と商談会出展とその後フォローアップまでの一貫性を持った支援を実施した。商談後の引き合いもあり、個社の売上、利益創出に直結した取り組みであった。

4. 昨年度の評価(対応方針)に対する対応

引き続き、首都圏商談会出展支援や匠集団参画者の増員を図ること、地域ブランドを切り口とした個社の域外販路の開拓を目指す為の取り組みを実施した。

5. 事業内容と実績 達成度:a(事業を完遂した)、b(事業に着手したが未遂行)、c(事業に着手しなかった)

事業内容	実績	達成度
平成28年度に実施した都市圏バイヤー等を対象とした需要動向調査や継続的な情報収集等に基づく商品・役務の開発・ブラッシュアップ・事業所連携などによって差別化・付加価値化し、リスト管理によつて的確な支援を行い、個社個社の販路拡大を目指す。	湖東3町匠集団事業、伴走型小規模事業者支援推進事業を活用しながら、商品の開発・ブラッシュアップによる差別化を支援した。	a

6. 評価指標と実績 達成度: a(達成率が100%以上)、b(100%未満80%以上)、c(80%未満)

項目	ネット販売システム登録数					項目	商談会出展支援者数					項目	匠事業等を通じた個別支援数				
	年度	H29	H30	H31	H32		H33	年度	H29	H30	H31		H32	H33	年度	H29	H30
目標	55商品	60商品	62商品	62商品	62商品	目標	33社	33社	35社	35社	35社	目標	15社	15社	20社	20社	20社
実績	57商品	61商品				実績	21社	49社				実績	16社	20社			
達成率	104%	102%				達成率	64%	148%				達成率	107%	133%			
達成度	a	a				達成度	c	a				達成度	a	a			

【事業評価】

1. 3つの観点からの評価

【必要性の観点】 現状の課題に照らした妥当性	現状の課題に	a(対応している)	b(一部対応している)	c(対応していない)	a
------------------------	--------	-----------	-------------	------------	---

〈評価の理由〉

伴走型小規模事業者支援推進事業補助金を活用しながら、調査・分析をベースにした、個社の域外販路拡大支援として商談会等への出展(店)支援や、地域ブランド創出に向けた検討会議、販路拡大セミナーを開催し、個社の差別化、付加価値創出を支援した。

【有効性の観点】 事業目標の達成状況	事業内容・評価指標の実績の達成度が	a(すべてa判定の場合)	b(a,c以外の場合)	c(いずれかがc判定の場合)	a
--------------------	-------------------	--------------	-------------	----------------	---

〈事業の目標は達成されているかどうか〉

新需要開拓として、首都圏商談会への出展では自社商品の分析から商談後のフォローまで一貫した支援、商店街の小売事業者も対象とした販路拡大セミナーの開催による実効性の高いノウハウの習得、専門家を活用した匠事業所等への個社支援の実施、集客力のあるイベント出店支援、地域ブランドを基軸とした域外販路開拓の為の集団支援を展開し、個社の販路開拓による売上拡大を図った。

【効率性の観点】 コスト(金銭・時間・人材)縮減のための取組状況	コスト縮減の取組は	a(客観的で効果が高い)	b(取り組んでいる)	c(取り組んでいない)	a
----------------------------------	-----------	--------------	------------	-------------	---

経営発達計画に基づいた伴走型小規模事業者支援推進事業補助金を活用した事業であり、金銭の支出、人材、時間の有効活用の観点から効率的に実施された事業と判断します。

2. 総合評価・理由	A(順調)3つの観点の評価結果がすべてa判定の場合	B(概ね順調)A、C以外の場合	C(見直しが必要)3つの観点の評価結果がc判定2つ以上の場合	A
------------	---------------------------	-----------------	--------------------------------	---

商談会出展支援者数について、前年度から大幅に増加したことは一部事業者に限らず、広く事業者に対して支援が浸透してきたと思われる。また、当事業の商品や差別化支援は、経営発達計画【指針④】、伴走型小規模事業者支援推進事業においては「新たな需要の開拓に寄与する事業に関する」と繋がりを持つものであり、APの重要推進施策の成果を高める事業であり、個社の売上増加や利益創出に直結する支援であった。

3. 課題

湖東3町ブランド会議が最重要事業となることから、商談会出展支援、販路拡大セミナー等の各事業との紐付けを意識した展開と、地域ブランドを基軸とした個社の取り組みを支援することが求められる。

4. 今後の対応方針(改善点)

販路拡大セミナーについては、建設業、小売業などの販路拡大に組みづらいう業種への波及を目指す。首都圏大規模商談会出展支援ではテストマーケティングを支援する。ブランド会議では、ブランドイメージの確立を目指す為のものづくり支援、テストマーケティング支援等個社同士の多面性を活かした展開を支援する。