

犬山商工会議所 経営発達支援事業
平成30年度 経営発達支援計画 事業評価書

犬山商工会議所

目標

本支援事業については、当地域の現状と課題、それに基づく小規模事業者の中長期的な振興の在り方を踏まえ、次の4つの目標を設定するとともに、実施する個々の支援ごとに数値目標を示し、合わせてPDCAサイクルによる進捗管理、検証を加えて実効性を高め、概ね3年を目途に当該目標を達成するものとする。

- ① 自立的経営ができる小規模事業者の育成
- ② 地域経済を支える小規模事業者の数の増加
- ③ 交流人口の増加を背景とした消費需要拡大
- ④ 小規模事業者に対するカスタムメイド支援体制の構築

I. 評価にあたっての考え方

犬山市の小規模事業者数は、現在 1,734 者あり（平成 28 年経済センサス活動調査数）当地域の活力を下支えする小規模事業者数の維持、創業・第二創業は、極めて重要な課題となっている。

本事業は、当所が策定し平成 28 年 4 月に国の認定を受けた「経営発達支援計画」に基づき、今後概ね 3 年間にわたって取り組んでいくこととしている。本事業について平成 28 年度は期中からのスタートで、本年度は事業実施期間最後となる 3 年目となり、事業を展開するにあたり、次期への基盤を固める重要な年度と位置づけて事業を実施した。今般、30 年度における本計画に掲げた諸事業の実施状況及び成果ついて、有識者による的確な評価を実施し、次年度以降における事業の円滑かつ実効ある実施に資するものとする。

II. 評価方法

評価については、以下の通り実施する。

- ・ 評価は、詳細な「評価書」を作成して、中小企業診断士、税理士、市内金融機関支店長、犬山市幹部職員等有識者及び、犬山商工会議所専務理事の評価委員に支援担当者を加えて、事業計画と実績についての客観的な評価を行う。
- ・ 評価は、定量及び定性面から行い、PDCAサイクルにおける「C」の位置付けとし、第三者の視点で厳正な評価を確保する。
- ・ 評価は、評価書に基づき、事業目標の達成度合いを以下の3段階でランクづけする。
 - 目標を達成した
 - △ 目標を概ね達成した
 - × 目標を達成できなかった

- ・評価者の評価・提言を次年度以降の支援計画の在り方を見直し、今後の事業計画に反映させていく。
 - ・事業の成果・評価・見直しの結果については、当所三役会に報告し承認を受ける。
- 以上の結果を当所HPに掲載して、域内小規模事業所へ周知・PRを実施する。

Ⅲ. 評価書の構成

「経営発達支援計画」の項目ごとに、事業目標に対する定量及び定性面からの実績を記載する。 定量的には、数値目標の達成実績を記載し、定性的には、実施した事業内容及び成果について、数値目標化していない、あるいはできない事項について目標達成に向けた方向性や意義の程度を記載するとともに、各事業の総括と今後の課題について記載する。

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること

- ①小規模事業者地域経済動向調査
 - ・小規模事業者地域経済動向調査
- ②地域経済動向に係る国等支援機関が実施する既存調査を活用する事業
 - ・ホームページでの公開頻度
- ③観光客の消費需要動向に関する調査
 - ・消費者リサーチ（産業振興祭・犬山市特産品館・その他イベント会場）
- ④商工会議所L O B O調査（早期景気観測）
 - ・日商L O B O調査

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
小規模事業者 地域経済動向調査	回収件数	276	620	331	221	予定なし	実績なし
	回収率	15	31.8	18	35.6	—	—
観光客の 消費動向調査	回収件数	300	実施できず	400	約100	予定なし	実績なし
	回収率					—	—
ホームページ での公開頻度	回数	15	0	15	0	15	9

実施内容

- ・地域経済動向に係る国等支援機関が実施する既存調査を活用する事業は、H29.10.6から当所のHPにリンク掲載して実施（1回）
- ・商工会議所L O B O調査は、毎月4事業所の景況・経営課題を調査し、日本商工会議所で取りまとめ後、都度当所所報で公開している。（8回）

評価、課題、改善方法等

① 小規模事業者地域経済動向調査

本調査については、伴走型支援活動にとっての有用性が確認されたものの、事業費の確保（28・29年は、「伴走型小規模事業者支援推進事業費補助金」を活用して調査事業費を確保）や調査票の回収作業労力に係る負担増（29年度の回収率低下の原因）といった制約を勘案し、不実施。今後においては、こうした制約を踏まえ、自前の分析力を磨きつつ、頻度を下げて継続実施する方向とする。

② 既存調査活用

経営指導員ごと、またデータごとの活用頻度にはバラつきがあり（市のデータの活用が多い）、この意味で十分な活用がなされていない。こうした評価を踏まえ、今後においては、小規模事業者支援に有用なデータを加えて「ワン・ストップ検索システム」としての機能強化を図るとともに、経営指導員及び事業者の活用力の向上を図りつつ、継続して実施する。

③ 観光客消費動向調査

アンケート票の翻訳（英語、中国語、台湾語及び韓国語）や外国人観光客からの回答の翻訳に手間取るなど、調査結果の集計段階のまま、現在に至っている。本事業については、今後、遅滞の原因を精査し、積み残した調査結果の分析を行うとともに、調査データ（観光客のニーズ等）の活用について観光関連事業者とすり合わせを行い早期に完遂する。

④ LOBO調査

本事業は、既存の日商LOBO調査のデータを一部加工して地域データ化する計画であったが、犬山市の調査件数は4件であり、市域データとしては有意性に欠けること、また中部地域データを収集するに当っては少なからぬ費用が発生することが判明した。

本事業については、既存のLOBO調査を「ワン・ストップ検索システム」に組み入れることにより有効活用を図ることができるように計画を変更する。

	H30 年度	H29 年度	H28 年度
評価	△	△	△

【評価委員の総合コメント】

既存調査実績及び本年度の取り組みに至っても調査内容の活用が不十分である。HP で公開するだけでなくフォロー検証に期待する。

2. 経営状況の分析に関すること

①各種資料の分析方法と提供

- ・小規模事業者への巡回窓口指導延企業数
- ・事業計画書等作成事業
- ・各種セミナーの実施
- ・専門家派遣事業（ミラサポ）

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
巡回窓口指導件数	件数	1,296	1,654	1,296	1,280	1,296	1,117
セミナー参加者数	人数	40	51	50	36	60	21
経営状況の 把握対象事業者数	件数	50	15	50	18	50	21
指導診断書作成数	件数	50	15	50	18	50	25

実施内容

・巡回 653 件、窓口 464（H30.12 月末現在、経営指導員 3 名補助員 2 名、記帳指導職員 2 名、経営支援専門員 1 名の合計 小規模事業者のみ）

・セミナー開催実績

会社事業者の経営健康診断応援セミナー 2 人

持続的に人材を確保するためのセミナー 3 人

ブラックボードを使ったPOP広告セミナー 12 人

起業して間もない人へ 販路開拓セミナー 4 人

サービス業・観光業向け（来訪外国人対応）販路開拓セミナー 2 月予定

評価、課題、改善方法等

①対象事業者の選定

事業計画策定に向けた経営状況分析の対象者は、「経営発達支援計画」に基づき、巡回指導等事業者や各種セミナー参加者の中から抽出、選定を行った。対象者の選定のほとんどは、巡回指導時等における経営状況の聞き取り、相談等が切っ掛けとなったものである。一方、セミナー参加者数は計画目標値に達せず、経営分析の段階に達した者は、極めて少数であった。今後、セミナーの受講者を対象に、補助金交付を前提としない事業計画を必要とする事業者を抽出する支援モデルづくりが課題である。対象事業者は、計画的な事業経営の意義を理解しこれを実践する意図がある者も少数ながらあるものの、そのほとんどは、「小規模事業者持続化補助金」を始めとした支援措置希望者が占めた。こうしたケースにおいて、事業計画策定の直接的動機は補助金の交付であるが、これを契機に経営状況の分析及び事業計画の策定・実施の重要性を認識するに至っている。また、補助申請が不採択に終わっても、多くの事業者が当該計画に沿って事業を展開していることが、その後のフォローアップ活動を通じ確認されている。今後においては、小規模事業経営における事業計画の重要性を啓発しつつ、各種の補助を希望する事業者をも積極的に募り、これを端緒に経営状況を分析し、計画的な事業経営につなげる支援を実施する。

②経営状況の把握・分析方法等

経営状況の把握・分析は、多くは特定の支援（補助金）の獲得を念頭に置きつつ、対象事業者が目指す事業目的を達成する計画の策定に向けて、「財務内容」、「商品サービス等の内容」、「売上動向」、「販売方法」等の項目について面談等を通じて把握した情報、データ等をベースに、ABC分析、SWOT分析等の手法を使って実施した。この際、経営指導員ごと、また個別事業者ごとに、経営分析・診断ツール及び使い方に差が表れ、分析の精度、客観性など品質の面での懸念から、当該ツールの標準化が課題となっている。時間的制約、経営指導員等の経験、資質等の違いから、経営情報・データの収集による経営状況の把握度合にバラツキが避けられず、また、分析ツールの活用状況も経営指導員によるバラツキがあることから、結果的に策定する事業計画の精度（「経営診断書」、経営計画書の作成の有無）に差が生じた。分析結果を踏まえた診断の客観性等を高める観点から、分析手法面において一定の標準化が必要であると認識している。こうした点を踏まえ、今後においては、一部の経営指導員が利用して有効性が認められた「ローカルベンチマーク」（本計画において「ロカベン」として引用）などを経営分析・診断ツールの一つに位置付けるなど（30年度においては、所定の「経営診断書」を統一的な診断ツールに位置付け）、経営状況の把握及び分析面での品質の平準化を図る。

③分析結果の活用

事業計画の策定に際し、事業者に対し分析結果を「経営診断書」の形に取りまとめ、経営計画策定のベースとするとともに、当該事業計画の内容の的確性や実現可能性を高める根拠資料として活用した。こうした中、事業計画策定の時間的制約（多くは補助金交付申請の時間的制約）や経営指導員等の経験等による分析ツールの相違に起因し、「経営診断書」を作成しないケースもあり、今後は、診断ツールを1つ（「経営診断書」）に統一する計画を、当面は、ロカベン等の主なツールも標準的ツールに位置付け、活用面での柔軟性を図る。

	H30年度	H29年度	H28年度
評価	△	△	△

【評価委員の総合コメント】

実績数が年々伸びてはいるが、元々の目標設定が高いのではないか。周知方法の改善及びニーズの吸い上げ等行い更なる改善が必要。

3. 事業計画の策定支援に関すること

①事業計画書の策定支援

- ・事業計画書の策定
- ・事業計画書作成セミナー

②事業承継に関すること

- ・事業承継支援事業の周知
- ・事業承継セミナー
- ・専門家による相談会

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
事業計画作成セミナー・ 事業承継セミナー	人数	20	15	25	31	30	4
個別指導	人数	10	42	15	45	15	156
事業計画書作成件数 (事業承継を含む)	件数	42	36	42	26	42	35

③創業・第2創業支援に関すること

- ・創業セミナー・創業塾
- ・経営革新セミナー「経営力を向上し、売上を増やすためのセミナー」

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
創業セミナー及び 創業塾の参加者数	人数	15	15	20	5	15	2
創業計画作成者数	人数	5	10	5	1	5	3
経営革新計画作成 者数	件数	3	1	3	1	3	1

実施内容

- ①事業計画作成セミナー（2月）
- ②事業承継セミナー（4人）、
- ③経営革新セミナー（3月）、経営者育成犬山塾（1人）、西尾張創業塾（1人）

評価、課題、改善方法等

①事業計画の策定支援

当地域においては、基本的な経営方針として事業計画を策定する小規模事業者は少なく、補助金（設備投資等）の申請、融資の斡旋といった当面の課題があつて初めて事業計画策定に着手する事業者がほとんどを占めているのが現状である。この背景には、小規模事業者において、事業計画策定のメリットや策定の方法についての理解が不十分であることが考えられる。

こうした中、「経営状況の分析」事業において選定した事業者（補助金交付希望者等）に対し、事業者自身に「経営計画つくるくん」などを活用して事業計画を作成させるとともに、経営指導員は、当該事業者の経

営状況の把握、分析、診断を行い、これを基に当該計画のブラッシュアップを実施した。このブラッシュアップの最終工程において、外部専門家を徹底的に活用した。事業計画の的確性向上面における専門家活用の効果は極めて大きく、このことは、補助事業としての採択率の高さにより裏付けられている。

今後においては、小規模事業経営にとっての事業計画の意義、効用について事業者を啓発しつつ、各種補助金獲得も視野に置いた事業計画の策定支援を拡大する。

② 事業承継に関すること

平成 27 年に実施したアンケート調査では、後継者がいない企業の 70%は、将来、廃業するという結果がでている。この事実を踏まえ 30 年度においては、後継者の育成や事業承継のためのセミナーを中心に支援を行ってきたが、参加者数は少なかった。支援を実施した案件は、3 件であり、うち 1 件は、事業承継を完了しており、2 件が承継向けての手続きを実施中である。なお、本事業承継案件については、経営診断は実施したものの、事業計画を策定するには至らなかった。事業承継は、事業者にとってはデリケートな情報を多く含むものであり、事業承継問題を抱える事業者を如何に多く掘り起こすかが取り組み上の大きな課題となっている。こうした中、先のアンケート調査に対する回答、また巡回指導時のヒアリングや「事業承継セミナー」及びそれに付随させた「相談会」の開催を通じて、事業承継に係る支援対象事業者の発掘（顕在化）に取り組んだが、十分な成果にはつながらなかった。

事業承継は、事業者が経営上抱える問題の中でも極めてデリケートな要素を含むことが多く、前広、かつ、大っぴらに相談しづらい面があることから、当該情報の入手が進まなかった。今後においては、引き続き 1 期同様の取り組みを実施するとともに、新たに、事業承継に係る事業者情報を得るための仕組みを工夫する方針である。

③ 創業・第 2 創業支援に関すること

犬山市内で「創業塾」を開催し、創業者の掘り起しを実施したが、参加者は少ない状態である。また、いちい信金等金融機関が主催する「創業セミナー」についても犬山市事業者の参加は少ないなど、創業関係セミナー事業の成果は低調であった。この一因として、開催日程（創業塾の場合、毎週土曜日 6 時間×5 日間）や開催地（犬山市外）が受講を敬遠させていることが挙げられる。こうした中、創業関連セミナーに参加せずに市内で開業する事業者が、把握できる限りで 20 件ほどあり、セミナーのカリキュラムを参加しやすいものに設計変更して、参加者を拡大することが課題となっている。また、セミナー受講後または開業後のフォローが不十分である点も認識されており、開業者がいわゆる「死の谷」に落ちないように、その事業運営をサポートする体制の構築が課題となっている。今後は、参加者の拡大に向け創業セミナーの開催日、開催時間及びコマ数を改善するとともに、セミナーを担当する講師の選定に注力する。また、フォローを充実させる一環として、新たに、創業の立ち上がり段階を支援する措置（補助制度及び専門家の活用措置）を講ずるとともに、経営指導員等がマン・ツー・マンで支援する方針である。

第 2 創業については、一義的には、「経営革新計画」の策定支援を軸に実施してきたが、策定件数は 1 件と低調であった。今後、当該計画策定のメリット等を喧伝して、事業者の新事業への進出を増やすことが課題である。第 2 創業に係る支援として、新事業を具現化するツールである「経営革新計画」の策定に向けた取り組みを実施したが、実績は、低調であった。この背景には、経営を革新する計画についての事業者の認識が希薄（「事業計画」の重要性の認識不足と同根）であることに加え、「中小企業等経営強化法」に基づく「経

「経営革新計画」の作成・承認に伴う公的支援策の魅力不足があると考え。こうした中、近時、「経営革新計画」の承認が「ものづくり補助金」採択上の加点要素となっていることから、当該補助金を期待する事業者について「経営革新計画」の策定支援を行うケースが少数ながら出ている。今後は、引き続き新規事業への進出意欲を持つ事業者の開拓を実施するとともに、「ものづくり補助金」の活用等をテコにして、経営革新に向けた計画の策定支援を強化する。

	H30 年度	H29 年度	H28 年度
評価	△	△	△

【評価委員の総合コメント】

事業計画の策定支援については良好だが、事業承継及び葬儀用支援については検討を要する。特に創業者に対しては交流サロンのような指導方法等一方的なセミナーではなくサロンのような横の交流も取り入れるとよい。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること

①事業計画実施支援

- ・計画の実施進捗状況の把握
- ・支援の継続的实施

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
事業計画フォローアップ事業者数 (事業承継、創業、経営革新を含む)	件数	50	32	50	31	50	35

実施内容

- ・巡回窓口相談指導事業における課題解決提案の取組状況の取りまとめ
(愛知県尾張県民事務所産業労働課)の4月～12月の実数値
- ・切り口はいくつかあるがいずれも事業所が抱える課題に対する指導を行った。

評価、課題、改善方法等

事業の実施中、経営指導員は、原則3か月ごとに計画策定事業者を巡回して、進捗状況を把握するとともに、事業目的達成に向けて必要な措置等を講じ、フォローアップ活動を行った。一部に、事業所内全員が事業計画を共有していないことに起因する進捗上の障害が見られたほかは、概ね良好と評価する。なお、フォローの一環として、販促面での取り組み等に専門家を活用したが、現行制度上の制約から派遣回数十分ではないケースもあり、今後は、専門家活用について新たな仕組みを構築する。また、「小規模事業者持続化補助事業」等において、事業効果としての売上・付加価値向上の動向を的確に把握する必要性が痛感され、計画事業終了後における追跡調査を実施し、フォローアップ指導の強化を図る。

	H30年度	H29年度	H28年度
評価	△	○	△

【評価委員の総合コメント】

定量的な実施支援数は概ね良好だが、定性的なフォローアップ活動が不十分。

5. 需要動向調査に関すること

①市場・消費・需要動向調査

- ・地域経済動向に係る国等支援機関が実施する既存調査を活用
- ・(市場情報収集商圈レポート活用)

②消費者リサーチによるニーズ情報等の収集、提供

犬山市産業振興祭での情報収集

- ・販路開拓支援PRコーナーの実施

近隣商工会議所等のイベント会場での情報収集

犬山特産品館での情報収集

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
犬山産業振興祭	人数	20	106	20	4	20	3
犬山特産品館	人数	15		15	0	15	0
その他イベント会場(にまき信長まつり等)	件数	15	41	15	雨で中止	15	0
アンケート&ヒアリング回収数	件数	300		300	0	300	0

実施内容

- ①市場・消費・需要動向調査については、インターネットで業種と需要動向を検索すると、国等支援機関や民間の業界団体等で調査した内容が表示され、それを活用する方法で行った。
- ②消費者リサーチによるニーズ情報の収集提供については、産業振興祭会場において、これまで伴走型支援してきた事業所の取り扱う商品やサービス内容について、来場者にPRする場を提供して実施した。
出展社数 3社

評価、課題、改善方法等

① 市場、消費、需要動向調査

事業者の事業計画の策定及び実施の段階で、経営指導員等が商品の消費動向や人口構成等を把握するため、事業者に係る業界団体が公表している調査データの活用を中心としつつ、国、県、市等の調査データを利用した。しかし、国等のデータについては、補足的な利用にとどまり、その効果も限られたものであった。今後、支援活動におけるデータ分析力の高度化が課題となる中、外部の専門家等のアドバイス等を得つつ、各種データの活用方法を改善し、引き続き実施する。また、日経POSなどのデータについては、一部に小規模事業への適用面での限界(適用できる適切なデータの不足)や、費用対効果の面での問題(利用料が高額)があり、実施を見合わせるとともに、「RESAS」等については、経営指導員等の活用ノウハウへの習熟を図りつつ、より有効な活用を目指す。

② 消費者リサーチによるニーズ情報の収集、提供

支援対象事業者の取扱い商品等について、当会議所のメイン催事に位置付けられる「犬山市産業振興祭」において、消費者ニーズのアンケート調査を実施するとともに、ブースを設け当該商品のPRや販売促進活動

を実施した。しかし、当該産業振興祭は、年1回、期間2日間であり、また、ブース面積上の制約もあり、効果は限定的であった。こうした結果を踏まえ、今後は、産業振興祭と同時開催される名古屋経済大学と協働し、同大学のキャンパスの活用をするなど、取り組みの枠を拡大する。

	H30年度	H29年度	H28年度
評価	△	×	×

【評価委員の総合コメント】

目標数と実績のカウントの仕方に例年ばらつきがあり、定量定性的な年次判断に苦慮する。今後は目標設定の見直しや支援成功事例を増やし横展開することを検討する必要がある。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

①展示会参加事業

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
メッセナゴヤ	件数	10	10	10	10	10	8
ビジネスフェア	件数	12	12	12	10	12	9
多治見き業展	件数	1	2	1	1	1	1

②ビジネスマッチング

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
地域商談会(尾張会場)	件数	10	6	10	4	10	2
アライアンスパートナー発掘市	件数	12	12	12	12	12	5
多治見ビジネスマッチング 企業お見合い	件数	1	1	1	1	1	1

③「技術シーズ案内書」発行事業

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
技術シーズ案内書 掲載事業者数	件数	0	0	30	24	0	0
技術シーズ案内書 各社PR	件数	0	0	60	50	0	0
技術シーズ案内書 活用商談件数	件数	0	0	5	未追跡	0	0

④「グルメ&ナイトマップ」作成事業

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
グルメマップ 掲載者数	件数	0	0	30	28	0	0
マップ持参による 新規売上拡大件数	件数	0	0	60	未追跡	0	0

⑤ホームページ作成支援

・売れるホームページセミナー ①SNS編

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
セミナー参加者数	件数	10	40	10	23	10	20
ホームページ開設者数	件数	5	未追跡	5	未追跡	5	未追跡
新規顧客獲得数	件数	3	未追跡	3	未追跡	3	未追跡

⑥観光事業者向け研修

- ・販路開拓セミナー（インバウンド需要拡大）

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
セミナー参加者数	件数	10	3月開催	15	13	20	6

⑦「Linkers」（マッチングサービス）の活用

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
仲介回数	回数	1	1	1	0	2	0

実施内容

- ・展示会、マッチング事業、ホームページセミナーについては概ね順調に実施。
- ・技術シーズ案内書、グルメ&ナイトマップ作成事業は隔年事業のため本年度実績なし。

評価、課題、改善方法等

①展示会・商談会参加事業について

小規模事業者の認知度の低さに加え、参加費用や開催期間など資金的・人的コスト面での負担から、出展者数が伸び悩んだ。今後は、展示会・商談会等への視察ツアーを企画する等、本事業の周知やメリットを徹底し、継続して実施する。

②ビジネスマッチング事業について

割合は低いものの、小規事業者の参加者数、商談数とも低調であり、今後は、新たな参加者を募ってその絶対数の拡大を目指す。これら事業については、参加者における需要開拓面での効果の確認などその後の検証が不足している点が認められ、今後は、マン・ツー・マン方式によるフォロー活動を実施する。

③「技術シーズ案内書」の発行事業について

掲載事業者の8割強を小規模が占める中、新たな取引先を探していた事業者に対して本案内書を活用した情報提供を行った結果、取引に成功した事例もあり、印刷物を媒体としたマッチング手法として有効性が確認されており、今後においても、掲載情報の充実、掲載事業者数の拡大を図りつつ、継続実施する。

④「グルメ&ナイトマップ」作成事業について

近時、犬山への観光来訪者が増加する中、観光関連事業者からの新規参加希望が増え、また、犬山市、名古屋鉄道を始め多くの関係機関・団体からの賛同も得られる中、効果についてのフォロー不足が認められる。こうした点を踏まえ、今後においては、紹介企業の拡大、発行部数の増加を図るとともに事業者へのヒアリング等を行って効果を確認する形で実施する。

⑤「ホームページ作成支援」（セミナー）事業について

ICTの活用の糸口として参加事業者から好評を得たが、効果検証フォローが不足しており、内容の充実、

参加の者の拡大、効果の検証の3点を基軸にして今後も実施する。

⑥「観光事業者向け研修」事業について

とりわけ観光客が多い城下町地区の事業者に偏り、参加者数がやや少なかつたものの、国宝等を活用する商品開発に関心は深く、これを踏まえ継続実施するとともに、今後においては、参加者の拡大を図る視点から、他の地区からの参加を積極的に募り実施する。

⑦「Linkers」活用事業について

当会議所担当職員（Linkers 登録者）に、入手した Linkers 情報の内容を理解しマッチングに適切な事業者を選定するのに必要な目利き能力が不足しており、事業者へ情報提供等の面においてほとんど機能しなかつた。こうした点を踏まえ、今後においては、Linkers 事業者との調整を行い、当該情報を必要とすると想定される事業者に直接提供されるような仕組みを作る形で実施する。

	H30 年度	H29 年度	H28 年度
評価	○	○	○

【評価委員の総合コメント】

事業としては定量的に良好だがすべてにおいてフォローアップが弱い。ここを強化することを考えてほしい。

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取り組み

①「犬山市産業振興祭」事業

- ・参加事業者からのチラシ・特典等配布
- ・新規参加事業者数
- ・アドバイス件数

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
チラシ・特典等配布事業者数	件数	10		12	不明	15	不明
新規参加事業者数	件数	3		3	不明	5	不明
アドバイス件数	件数	6		6	なし	6	なし

②犬山祭を活用した地域経済の活性化に資する事業

- ・キャンペーンマップの作成 10万部
- ・名鉄との連携を図るための会議 2回

③地域振興活性化事業

- ・栗栖・継鹿尾地区
- ・羽黒地区
- ・池野地区

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
桃太郎の節分祭	来客数	380		400	400	450	400
ぜんきゅう教室	来客数	40	0	40	35	40	26
入鹿池ウォーキング	来客数	150		150	150	150	76

④地域産業資源の活用

- ・犬山ドッグ

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
参加店舗数	件数	22	22	25	28	25	16
中学校給食採用回数	回数	1	1	1	1	1	1
小学校給食採用回数	回数	1	1	1	1	1	1

- ・桃太郎神社

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
土産品開発数	件数	1	0	1	1	1	2

⑤観光振興

- ・グルメマップの作成
- ・外国語看板対策事業

・外国語メニュー標記セミナー

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
マップ参加数	件数	50		50	0	50	0
看板標記検討会数	回数	2		2	0	2	0
セミナー参加者数	人数	10		10	11	10	0

⑥まちづくり関連団体連携事業

- ・犬山市まちづくり関係団体連絡会議の開催

実施内容

各種地域活性化事業の参加協力

評価、課題、改善方法等

① 「犬山市産業振興祭」活用事業

当会議所を主体に市を挙げて実施する事業として定着しており、主に市民向けに物販や娯楽的イベントといった内容で開催されてきた。近時、当振興祭へ来場者が増大しており、とりわけ市外からの来場が激増（本会場は、自転車愛好者によるサイクリング・ツアー（参加者 800 人）や、名鉄のハイキングイベント（参加者 1,800 人）のチェックポイントに登録）、その賑わい度は高まりをみせている。これに伴い、参加商工業者における経済的効果も少なくない状況となっている。また、「経営発達支援計画」では、本振興祭を地域小規模事業者の経営発達を図る場として活用する観点から、会場内に支援対象事業者の商品、サービスのPRなどを行うコーナー等を設置し、これを支援してきた。この取り組み自体はまだ緒についているところであるが、参加事業者からは好評を得ており、地域経済の活性化への寄与度は向上している。については、支援対象者を増やしつつ今後も継続して実施する。

② 「犬山祭」活用事業

これまで、犬山祭保存会、犬山市、当会議所等で組織した「犬山お城まつり実行委員会」を実施主体として、神事としての性格に地域活性化のための催事としての側面を合わせ持たせた形で開催、運営されてきた。平成 28 年、この方式が廃され、以後、犬山祭保存会が主催する神事として開催されるに至った。こうした背景変化の下、犬山祭の実施方針等への当会議所の関与の機会が断たれるなど、「経営発達支援計画」に沿った活動に大きな制約がかかり、事業が未着手となった。こうした事業環境は当面変わらず、本事業は、今後の計画から削除する。

③地域振興活性化事業

地区の認知度の向上、商業の活性化を目指す地区ごとの取り組みについては、熱意、方向性等にバラツキが生じてきている。こうした中、商業の活性化から地区住民の親睦・交流へと活動方針を変更する地区については、本事業の対象から外すなどの見直しを行い、継続する地区については、効果検証のための基準等を定めて実施する。

④地域産業資源の活用事業

「犬山ドッグ」については、当会議所に犬山ドッグ推進委員会を新たに設け、「犬山ドッグ」取扱い事業者の新規開拓、試食会等市民への周知普及活動、展示会等への出店に取り組み、一定の効果を上げてきた。参加店舗が減少しているが今後においては、商標登録の実現、小・中学校との連携強化を通じ、児童、生徒をテコとした市内認知度の向上等、取り組みを広げて実施する。

また、桃太郎神社については、御朱印帳を始め、土産物の制作、販売に着手しており、今後もこの方向で、引き続き実施する。

⑤観光振興事業

グルメ・マップの作成及び外国人向け看板設置が、未実施に終わった。グルメ・マップの作成は、同種のマップ作成を計画している複数の市内他団体との事業調整が進まなかったのが原因であった。今後については、当該調整を行った上で実施する。なお、看板の設置は、市役所内の関係する部課が多く、調整が進まない点を踏まえて、計画から削除する。また、飲食店の外国語表記メニューの整備に向けたセミナーは、インバウンド観光客の増加を反映して参加者が多く、今後においても、市内の国宝等文化財に係るテーマにセミナーを実施する。

⑥まちづくり関連団体連携事業

経済活性化効果が見られず、本事業は、今後の計画から削除する。

	H30 年度	H29 年度	H28 年度
評価	△	△	△

【評価委員の総合コメント】

関係団体との連携強化だけではなく、商工会議所がリーダーとして牽引するような場面も必要。外国人観光客の対応には個店の努力だけではなく商工会議所のリーダーシップに期待する。

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

1. 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こと

- ① 犬山商業経営発達連絡会（仮称）の開催
- ②（仮称）経営革新等支援機関情報交換会の開催

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
犬山商業経営発達連絡会	開催数	1	0	1	0	1	0
経営革新等支援機関情報交換会	開催数	1	2	1	2	1	2

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

- ① 愛知県が実施する経営指導員等の義務研修、
- ① 日本商工会議所・中小企業大学校のセミナー
- ② 尾張地区の商工会議所と連携した合同勉強会
- ③ 愛知県商工会議所連合会の中小企業相談所長会議での情報収集
- ③ 尾張地区の商工会議所の経営改善普及事業運営研究会からの情報収集
- ④ 経営指導員等による内部検証評価報告会

目標		平成28年度	実績	平成29年度	実績	平成30年度	実績
合同勉強会	開催数	3	2	3	4	3	2
内部検証評価報告会	開催数	6	4	6	3	6	2

実施内容

- ・ 金融機関・税理士・中小企業診断士・商工会議所等認定支援機関による情報交換会を開催
- ・ 全職員内部研修3回 尾張商工会議所各種研修会1回 その他支援団体等が実施する研修会等へ積極的に参加。

評価、課題、改善方法等

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等情報交換に関すること

- ① 犬山商業経営発達連絡会（仮称）の開催

当会議所、市、犬山市観光協会及び犬山TMOとの間で、まちづくり、観光振興の面での支援に係る情報交換会を開催する計画であったが、当該機関・団体とは個別に情報交換する機会があり、実施しなかった。こうした状況から、必要性が疑問視されており、今後の計画から削除する。

- ② 市内経営革新等支援機関と情報交換会

経営革新等支援機関に認定されている者で「支援機関等情報交換会」を組織し、情報交換を行った。事業計画の策定についてのノウハウ、「小規模事業者持続化補助金」等に係る各種補助交付申請ノウハウなどについて関係専門家の実務知見等の発表会などを行い、経営指導員を始め全職員の支援力の向上を図った。取り組みについては一定評価できるが、多くは、一部の専門家及び当会議所からの支援状況の紹介となり、具体的、現場レベルでの支援ノウハウ等の情報交換には至らなかった。

以上を踏まえ、今後は、具体的な個社支援において必要とされるノウハウ、支援のポイント等情報の共

有化に視点を置いた情報交換を行う。

③市内金融機関と経営基盤強化を目的とした連携協定の締結

当会議所と市内金融機関との間で、小規模事業者の経営基盤の強化を目的とする2者協定、同時に、別途、当会議所と犬山市及び金融機関との間で目的とする3者協定を締結しており、これら協定に沿って、創業塾や販路開拓セミナーを連携して実施するなど、小規模事業者の支援を強化した。今後は、支援実務面での連携を更に強化し、小規模事業者に対する支援実行力を向上する。(特に、事業承継支援面)

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

①経営指導員等の資質向上に関すること

経営指導員等は、愛知県が実施する経営指導員研修を始め、金融・税務機関が主催する融資研修会決算説明会等に参加し、資質の向上に努めた。

②支援ノウハウ等の組織内共有体制の構築

職員間の支援能力のバラツキを改善し当会議所の総合支援力を向上させるため、経営指導員・補助員打ち合わせ会等の会議を活用し、また新たに全職員勉強会を実施し、職員間における支援情報、ノウハウ等の共有化を推進した。

こうした取り組みについては、義務的な研修以外のものにも積極的に参加している点、また全職員勉強会を年3回実施している点など、評価できると考える。

今後においても、職員ごとにレベルに差がある支援能力をそれぞれ底上げするとともに、能力の高い職員からの横展開を活発化して、その共有化を促進する方向で本取り組みを実施する。

	H30 年度	H29 年度	H28 年度
評価	○	△	○

【評価委員の総合コメント】

全体的に指導員等の資質向上には繋がっていると思われるが、第三者的な目線での向上度の判断基準が必要ではないか。