

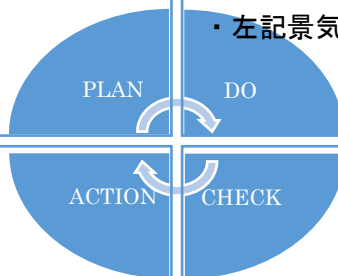
事業評価委員会提出 令和6年度 経営発達支援計画 PDCA 事業評価シート

■地域の経済動向調査

(評価委員名 _____ : 評価 A ・ B ・ C ・ D ・ E)

※いずれかに○をつけてください。Aが高評価の5段階

【計画内容及び目標】 ・ 目標：詳細な景気動向の分析を行い個者支援に繋げる ■地域の経済動向調査分析（情報提供随時） ・ 福岡県の経済動向調査（統計情報）（情報提供随時） ・ Mie-Na（市場情報評価ナビ）（情報提供随時） ・ ふくおかデータウェブ（情報提供随時） ■景気動向分析（情報提供随時） ・ 全国連・日本政策金融公庫・（遠賀郡含む県内指導員）景気動向調査 ■調査結果提供 ・ 地域の経済動向調査分析（商工会サイトにて随時公表） ・ 景気動向分析（商工会サイトにて随時公表）	【実施内容・結果】 ■地域の経済動向分析及び公表 ・ 令和7年3月実施予定：RESASによる分析・HP公表（1回） ■調査結果提供 ・ 事業計画策定時、経営分析の際に個者へ提供 ・ 経営相談時、必要に応じて全国・福岡県の経済動向について説明 ■地域の景気動向分析の公表 ・ 左記景気動向について、水巻町商工会公式サイトにて公表（随時）
【課題・改善内容】 ■小規模事業者の事業計画や事業展開にとって、必ずしも役に立つかわからない内容の経済動向分析・景気動向分析となっているため、支援する側がアドバイスを躊躇するケースが多い。調査自体が支援する個者の事業規模に対して広域かつ具体的に反映できる内容の調査・分析にする必要がある。	【成果】 ■地域の経済動向分析及び公表は年度末実施予定 ■全国及び福岡県の景気動向分析を商工会サイトに掲載 ■景気動向調査分析を商工会サイトに掲載 ・ 1年間調査を継続し公表行った ■令和6年度の個者支援については、小規模事業者持続化補助金等、小規模向けの補助金の公募が少なく、事業計画策定も少なかったため支援は限定的。

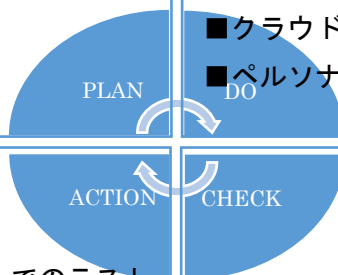


■需要動向調査

(評価委員名 _____ : 評価 A ・ B ・ C ・ D ・ E)

※いづれかに○をつけてください。Aが高評価の5段階

【計画内容及び目標】 ・ 目標：マーケットインの売れる商品サービスの開発支援 ■新商品・新サービス開発の調査 (水巻町周遊拠点施設アンテナショップ等での試食・アンケート実施) ・ 調査対象事業者数：2者(サンプル数、来店者50人) ■テストマーケティングの実施支援(クラウドファンディング活用) ・ 調査対象事業者数：2者 ■ペルソナ対象アンケート調査(ペーパー・SNS活用) ・ 調査対象事業者数：2者(サンプル数、来店者各10人)	【実施内容・結果】 ■水巻町周遊拠点施設 ICOTTO!MIZUMAKI セレクトショップでの テストマーケティングは、令和6年2月末で店舗閉鎖のため 実施ができなくなった ■DOCORE ふくおかショップ専門家による市場分析調査・アドバイス ・ 1者(令和6年5月：3日間テストマーケティング実施) ■クラウドファンディングを活用した調査 0件(現状なし) ■ペルソナ対象調査 0件
【改善内容】 ■いこっとみずまきセレクトショップがなくなり、ローカルでのテスト マーケティングができなくなった。DOCORE などまで出品できる商品が 少なく、今後の需要動向調査の実施について再検討する必要がある。 ■クラウドファンディングを活用した調査・及び公式 LINE アカウント 等を活用したペルソナ対象調査は対象者がいなかったため実施でき なかった。	【成果】 ■DOCORE ふくおかショップ専門家による市場分析調査・アドバイス ・ 支援事業者数：1者 ・ 内容：①商品評価：DOCORE テストマーケティング時の 消費者アンケートのフィードバック ②専門家支援：販促・販路拡大にかかるアドバイス 商品・パッケージに関するアドバイス 実施

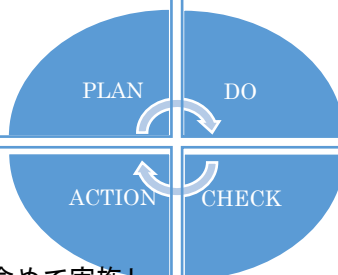


■経営状況の分析支援

(評価委員名 _____ : 評価 A ・ B ・ C ・ D ・ E)

※いづれかに○をつけてください。Aが高評価の5段階

【計画内容及び目標】 ・ 目標：分析結果を事業所にフィードバックし、課題解決に向けた事業計画の策定に繋げること ■経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催、年1回） ・ 参加者数：10 者 ■意欲的で販路拡大の可能性の高い事業者を選択し経営分析（財務分析・非財務分析の双方を行う） ・ 事業者数：40 者	【実施内容・結果】 ■経営分析セミナー開催（1 回） ・ AI 活用事業計画策定セミナー（第1 回） ・ 開催日：令和6 年 11 月 6 日（水）19 時～21 時 ・ 参加数：4 者 ■経営分析実施事業者数 ・ 経営革新計画・持続化補助金等の事業計画作成の際に、 専門家・経営指導員による分析等実施 18 者
【課題・改善内容】 ■経営分析セミナーは事業計画策定セミナーのコンテンツに含めて実施しているが、参加者目標 10 名に対して実績 4 名と目標に達さなかった。ただ、AI による経営分析が可能であることから、今後事業計画策定支援に併せて AI 活用による SWOT 分析や財務分析を ■令和6 年度の経営分析実施は、補助金等申請のための事業計画策定が少なかったため、目標 40 者に対し実施 18 者と少なかった。今後補助金等申請のための事業計画策定というより、新たな取り組み・経営改善・事業承継等の事業計画に軸足を移す必要があると考えており、その情報収集と掘り起こしが必要。	【成果】 ■経営分析実施事業者数 18 者 ・ 事業計画作成時の分析等実施 7 者 ・ マル経等融資斡旋時の分析等実施 11 者



■事業計画策定支援

(評価委員名 : 評価 A・B・C・D・E)

※いづれかに○をつけてください。Aが高評価の5段階

【計画内容及び目標】

- ・ 目標：20 事業者の支援（創業・事業承継計画等含む）
売上増加 3 者、 3%以上利益増加 3 者
- ・ 対象：DX 活用に課題がある又は興味のある事業者
- DX 推進セミナーの実施：年 2 回
- ・ 参加者数：10～20 者以内（実務型のセミナーのため 20 者までの募集）
- 事業計画作成セミナー：年 1 回
- ・ 参加者数：10 者（伴走支援型のセミナーとするため）
- ・ 支援内容：DX 推進にかかるセミナーを事業計画セミナーの前に開催し、DX 技術活用を含め実現性の高い事業計画策定を支援
- ・ おんが創業支援協議会、事業承継引継ぎ支援センターとの連携

PLAN

【実施内容・結果】

- (1) DX 推進等の取り組み（セミナー・講習会の開催）
- テーマ「写真を撮るだけ AI を使った楽ちんインスタグラム投稿セミナー」
- (1) 日程 令和 6 年 9 月 26 日（木）（昼：14 時～、夜：19 時～ 計 2 回開催）
- (2) 出席 ①昼の部：11 名、②夜の部：9 名
- (3) 内容 話題の生成 AI を活用し、写真を撮るだけで簡単にインスタグラムへの投稿等を行えるための手法について、講義を実施。経営資源に限られる小規模事業者だからこそ必要となる効率的な情報発信のあり方についてアナウンスを行った。
- (2) 事業計画策定セミナー
- テーマ「AI を使ったかんたん「事業計画策定セミナー」
- (1) 日程 令和 6 年 11 月 6 日（水）
- (2) 出席 4 名
- (3) 内容 今話題の生成 AI の概要について説明を行った後、自社の経営戦略と連動した事業計画の策定を実現するための具体的なアクションプランの立て方や、考慮すべき事項等について、解説を行うとともに、策定した事業計画のさらなる活用法についてもアナウンスを行った。

- なお、事業者にもたらされた成果については、複合的な支援の結果と考えられるため、別紙「令和 6 年度伴走型小規模事業者支援推進事業支援事業者の定量的効果（一部抜粋）」にまとめて掲載する。

ACTION

【課題・改善内容】

- 生成 AI が進歩し小規模事業者でも活用できるようになってきたため DX 推進セミナーとして生成 AI 活用による販促マーケティング実務及び事業計画策定セミナーを開催した。生成 AI 活用が少しずつ浸透していることもあり前年を大きく上回る 20 名が参加し好評だった。生成 AI 活用事業計画策定についても集団セミナーでは目標の参加人数にはいかなかったが、参加者の好奇心が強くその活用方法について勉強になった。
- なお、事業計画策定では、商工会の嘱託専門家と経営指導員とで事業計画策定を行ったため、本事業での専門家派遣回数は本年度もかった。

CHECK

【成果】

■次のとおり施策実施に繋がった。（事業計画策定 24 者）

- ・ 持続化事業計画策定支援 6 者、（うち計画策定 6 者、採択 4 件、申請中 0 件）
- ・ 経営革新計画策定支援 1 者、うち計画策定 1 者（うち承認 1 件）
- ・ 経営力向上計画策定支援 0 者、うち計画策定 0 者（うち承認 0 件）
- ・ 先端設備等導入計画策定支援 0 者、うち計画策定 0 者（うち承認 0 件）
- ・ 事業再構築計画策定支援 0 者、うち計画策定 0 者（うち採択 0 件）
- ・ ものづくり補助金計画策定支援 0 者、うち計画策定 0 者（うち採択 0 件）
- ・ 事業承継計画策定支援 0 者、うち計画策定 0 者（補助金採択 0 件）
- ・ 創業計画策定支援 16 者、うち計画策定 6 者（うち創業 4 件）
- ・ 経営改善計画策定支援 11 者、うちマル経実施 11 者

上記事業計画に係る支援は専門家が指導員同伴若しくは経営指導員により行い、計画策定支援時に SWOT 分析・市場分析ツール（Mie-na）による需要動向分析等を用い 24 社へ情報提供を行った。

■事業計画策定後の実施支援（フォローアップ支援）

（評価委員名 _____：評価 A・B・C・D・E）

※いづれかに○をつけてください。Aが高評価の5段階

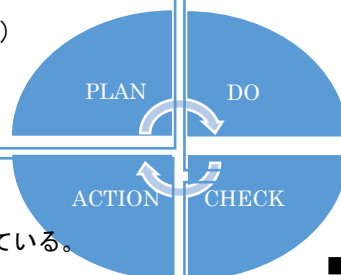
【計画内容及び目標】

■フォローアップ個別相談の実施

- ・対象：経営計画策定後のフォローアップ希望者、及び販路開拓・集客等について支援を希望する事業者等。
- ・目標：20者の支援、延べ70回、売上増加事業者数4者、利益率3%以上増加事業者数4者

■事業実施

- ・策定した計画が着実に実行されている定期的かつ継続的にフォローアップを行う。進捗状況等に応じて頻度は分ける。
2ヵ月に1回（5者）、四半期に1回（5者）、年2回（10者）
- ・事業計画との間にズレが生じていると判断した場合には
専門家の派遣やフォローアップ頻度の変更を行う。



【課題・改善内容】

■フォローアップ対象事業者 43者、延べ182回と目標はクリアしている。

事業計画進捗に応じた回数で支援を実施し、概ね事業計画策定者への事後フォローアップは実行できていると思う。

■今年度も事業計画策定後の実行支援の柱として DX 推進支援に重点を置き、昨年から新規集客のための Google ビジネスプロフィール活用、SNS ツール活用支援に加え、SNS ツールに生成 AI を組み合わせた集客・販促強化支援を実施した。また、SNS ツールのコンテンツ強化のためインスタ動画や YouTube 動画の作成支援を行った。

■次年度に向けた課題としては、今年度商工会が商品や店舗紹介の動画コンテンツの作成支援を行ったが、成果が出た事例、成果がでなかった事例があったため、その分析を行い成果につながる支援を再検討する。

【実施内容・結果】

(1) 日程 令和6年8月19日（月）～11月25日（月）の間の延べ12日間

(8/19、8/20、9/9、9/10、9/17、10/7、10/8、11/7、11/8、11/25)

(2) 事業者数 延べ26者（実数16者）

(3) 内容 販路開拓 DX 活用支援 16者

上記経営計画に係る支援を各種専門家（ICT 活用実務コンサルタント、経営コンサルタント）が経営指導員及び経営支援員同伴のもと行った。

■事業計画策定後のフォローアップ対象事業者 43者 182回（平均4.2回/者）

（経営指導員の巡回・窓口フォローアップ数）

・事業計画策定フォローアップ対象事業者：35者：回数175回

・マル経実施フォローアップ事業者数：8者：回数7回

【成果】

■事業計画策定後のフォローアップ支援成果

■専門家相談及び経営指導員の相談支援と併せ、次のコンテンツで年間延べ49者のフォローアップ支援を行った。

- ・HP作成・更新実施 20者、・EC構築実施 2者、・GBP登録・強化実施 4者、
- ・SNSマーケティング強化 5者、・その他IT支援 18者、・販促支援 0者
- ・事業計画の見直し及びビジネスマッチング相談支援 0社

■なお、事業者にもたらされた成果については、複合的な支援の結果と考えられるため、「事業計画策定支援」同様に別紙「令和6年度伴走型小規模事業者支援推進事業 支援事業者の定量的効果（一部抜粋）」にまとめて掲載する。

■新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(評価委員名) : 評価 A・B・C・D・E)

※いずれかに○をつけてください。Aが高評価の5段階

【計画内容及び目標】

■EC サイト・ネットショップ構築支援による通販開始・通販強化

- ・ 目標：新規作成支援、販売促進強化支援 5 者
全国の消費者に情報発信をすることで販売強化を図る

■DX 技術活用支援（消費者向け）

- ・ 目標：新規サイト制作、グーグルマイビジネス等活用支援 35 者
売上 3%アップ達成 3 者

■DX 技術活用支援（ビジネスマッチング支援事業実施、事業者向け）

- ・ 目標：新規エントリー2 者、商談マッチング成約 2 者

■アンテナショップ等出店支援

- ・ 目標：新規出店支援 3 者、1 者の売上額 8 万円（月額）

【課題・改善内容】

■今年度は昨年度の課題を踏まえて、事業計画策定事業者・計画実行中の事業者の売上にダイレクトに結びつく事業として、商品等紹介動画作成及びプッシュ型広告支援の事業を行った。内容としては大きく成果がでたところと、あまり成果を感じなかったところや効果が事業実施によるものか検証ができずわからなかった事業所もあった。そのため、今回の結果を検証し、動画制作にかかるバズるコンセプトの作り方や効果的な広告を行うためのマーケティング分析を行い、支援事業者の売上アップにつなげていきたいと考えている。一方、商工会が支援したものの事業者自ら積極的に活用しなかった案件や活用の仕方がうまくいかなかったものあり、今後支援事業者の選定や実施における伴走支援の行い方など、再度検討する必要がある。

【実施内容・結果】

(1) 販売力強化に向けた小規模事業者の PR 動画作成及び SNS

(Instagram)、YouTube 媒体での広告配信事業

(1) 広告配信期間：Instagram：令和 6 年 10 月 18 日（金）～12 月 30 日（月）

YouTube：令和 6 年 10 月 1 日（火）～12 月 31 日（火）

(2) 委託者：(株)エフスタイルドットコム、CIENS(株) <※詳細別途資料参照>

(3) 成果物：SNS（Instagram 用）広告用ショート動画作成事業者数：15 者

YouTube 広告用ショート動画作成事業所数：10 者

今年度は、町内の小規模事業者の中で最も多くの消費者にとって身近であり商圈を問わず新規の顧客獲得が期待される飲食事業者を中心に 1 分以内のショート動画を作成し、SNS（Instagram）や YouTube 上での広告配信による販売力

【成果】

(1) 販売力強化に向けた小規模事業者の PR 動画作成及び SNS

(Instagram)、YouTube 媒体での広告配信事業

①SNS（Instagram）広告の実施事業者の成果

- ・ 新規顧客獲得事業者：10 者（66.7%）
- ・ 売上アップにつながった事業者：7 者（46.7%）

②YouTube 広告の実施事業者の成果

- ・ 新規顧客獲得事業者：7 者（70%）
- ・ 売上アップにつながった事業者：7 者（70%）

■事業者にもたらされた成果については、別紙「令和 6 年度伴走型小規模事業者支援推進事業 支援事業者の定量的効果（一部抜粋）」に記載。

【改善事項・評価等（とりまとめ・順不同）】

■地域経済の動向調査

【評価 B・C・B・B・A】

- ・ 今ままでは、確かに小規模事業者の事業計画や事業展開にとって、必ずしも役に立つかわからない内容の経済動向分析・景気動向分析となっているものと思われるが、その内容を生成AIに読み込ませた上で、個者の現状に照らしたアドバイスの方方向性を引き出すベースを作ることは可能ではないか。
- ・ 小規模事業者にとって調査内容等が少し難しく、消極的となっているのではないのでしょうか。
- ・ 本調査の結果が、個別企業の経営改善に必ずしも反映されていない恐れがあるため、調査方法や内容等を見直しては如何か？例えば近隣商工会と共同で、広域経済圏の調査に拡大する等。
- ・ 景気動向調査四半期ごと調査しその結果を商工会サイトでの公表は良いと思うが 個店や対象事業者にアドバイスや説明することも寛容。
- ・ 個社の支援状況に対応した動向調査の情報提供は、事業者にとっても情報過多とならないため、良いと思います。

■需要動向調査

【評価 B・B・B・B・B】

- ・ いこっとみずまきセレクトショップの閉鎖は、不可抗力のため致し方ないが、令和7年度に向けてローカルでのテストマーケティングができる代替案の模索が急がれる。クラウドファンディングを活用した調査・及び公式LINE アカウント等を活用したペルソナ対象調査については、支援側の商工会と事業者の間でその効果等に関する認識の共有がなされていない可能性があるため伝え方を工夫する余地がある。
- ・ テストマーケティングについて、ICOTTOの代替となる場、手法の検討が必要だと思います。
- ・ 「いこっとみずまきセレクトショップ」に代わるテストマーケティングの方策を早急に確立する必要がある。クラウドファンディング等は他の商工会でも実績が上がっており有用な方法と思われる。
- ・ いこっとみずまき閉店は調査事業への影響は大きい。テストマーケティングの方法の再検討や事業者の発掘 DOCORE ふうおかショップの活用など 新商品・新サービス開発の調査事業の継続実施をお願いする。
- ・ 消費者ニーズの把握や必要な情報収集のため、需要動向調査の機会創出をお願いいたします。

・ ■ 経営状況の分析支援

【評価 B・C・B・B・B】

- ・ 経営分析を行う事業者の発掘し、生成 AI を活用して SWOT 分析等を実施すれば、従前に比べより多くの事業者 서비스에提供できることになり、効果は大きい。ただ、財務分析の方は B/S のない事業者や白色申告事業者等であれば、確かに B/S が絡む分析はできない。それら事業者に対しては、管理会計的な観点で損益分岐点分析を活用し、そこからマーケティング施策につなげることも可能ではないか。
- ・ 課題にあるように、今後は新たな取り組みや経営改善にかかる支援に重点を置くことを進めていただきたいと思います。
- ・ 今後、AI 技術の活用による経営分析は大きな効果が期待できるので、早急な展開を期待する。
- ・ 様々な経営課題が発生しているため、経営状況分析実施による経営改善や新たな取り組みの推進をお願いいたします。

■ 事業計画策定支援

【評価 B・B・A・A・A】

- ・ DX 推進セミナーや生成 AI を活用した販促マーケティング実務は、事業者も生産性や利益に対する効果をイメージしやすいため加者を募りやすいと思われる。一方、生成 AI に関心がある事業者も事業計画策定といわれるとハードルが上がる恐れは否めない。結果として、参加事業者を事業計画策定に導くとしても、もう少し事業者の心理的ハードルが下がるテーマを考えてみる余地はないか。
- ・ なかなか馴染みにくい方もおられると思いますが、今後も AI を有効活用した支援を続けてください。
- ・ 生成 AI 活用による販促マーケティングと事業計画策定は大きな成果を達成した。視覚を通じた販促は大きな成果を得ることができ、特に生成 AI 技術は今後とも大きな武器となることを実証できた。
- ・ 生成 AI が浸透しつつある中 AI 活用による販売マーケティングや事業計画セミナーの開催など 効果のある支援につながるよう集団・個別の指導をお願いする
- ・ AI 活用セミナーは、受講者を増加させるためにテーマや内容も工夫されていると思います。計画策定推進のため、引き続き活用方法等の支援をお願いいたします。

■事業計画策定後の実施支援（フォローアップ支援）

【評価 A・A・A・A・A】

- ・ 事業計画策定後の実行支援の柱として DX 推進支援に重点を置き、昨年からの新規集客のための Google ビジネスプロフィール活用、SNS ツール活用支援に加え、SNS ツールに生成 AI を組み合わせた集客・販促強化支援を実施され、SNS ツールのコンテンツ強化のためインスタ動画や YouTube 動画の作成支援を行っておられ、申し分ない。
- ・ 動画コンテンツ作成により、成果の出なかった事例の原因を分析して、次につなげてください。
- ・ SNS ツールと生成 AI の組み合わせによる販促強化は今後も大きな成果を期待できる。これに加えて、YouTube 動画等による視覚効果は更に成果を拡大する効果がある。
- ・ Google ビジネスプロフィール SNS ツール活用支援 生成 AI による集客・販売促進強化支援 インスタ動画 youtube 動画の作成支援など成果は十分上がっているものと思われる。今後も継続支援をお願いする。
- ・ フォローアップ事業者数、延回数については目標を大幅に上回っており、内容も DX 推進、販促強化支援とフォローアップの成果がつながっていくと思います。

■新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

【評価 A・A・A・A・A】

- ・ 今年度実施された商品等紹介動画作成及びプッシュ型広告支援が功を奏し、目に見える成果を上げられている。商工会も業務の多様化により益々繁忙の度合いがましていると思われるが、強いて言えば、せつかくの支援を無駄にしないためにもこまめなフォローアップが求められるところである。
- ・ SNS の活用は概ね、成果を上げていると感じました。効果が測定できなかった事業者には事前に、例示等により、測定の方法を教える必要があったのでは。
- ・ Youtube やインスタグラム等の媒体を駆使したマーケティングは大きな成果を挙げた、今後とも継続的な成果拡大を期待する。
- ・ sns や YouTube による広告配信事業は販売促進の効果も上がっており継続支援をお願いする。
- ・ 販売力強化のための PR 動画作成・SNS による広報支援の効果はとても高いと思います。さらに成果を上げていくため、事業者自身で情報発信ができるよう支援をお願いいたします。

■総合評価及びコメント

【評価 A・B・A・A・A】

- ・ 水巻町商工会は、総じて福岡県内の商工会の中でも、DXの推進や生成AIの活用といった、今後、中小規模事業者といえども放置して置くと益々デジタルデバイドにより2極化が進むであろうことを考慮した伴走型支援を実施されている。
- ・ 複雑化、多様化する商工会業務にあって、マンパワー不足は否めないところと思われるが、ここは、商工会自身がDX化、生成AIの活用を通じて業務を効率化し、生産性向上を実現していくことが肝要である。
- ・ 販促マーケティングの領域においては、水巻町商工会は県内の商工会の中で一歩先んじた支援を実施されているので、今後は、事業者支援と併せて商工会自身のDX化に取り組まれると、全国規模で商工会のモデルケースになりうる素地は既にお持ちであると思われる。
- ・ 時代の流れを的確に把握したうえでの経営発達支援事業は、徐々に成果を上げていると思います。事業者の中にもデジタルが苦手な会員さんもいらっしゃると思いますが、成功事例を持って、今の方向性で進めて、良い結果につなげていってください。
- ・ 水巻町商工会の経営発達支援計画は経済環境の変化に柔軟に対応しつつ、生成AI技術の活用等新たなツールを有効に活用するアプローチによって、大きな成果を期待できる展開がなされている。
- ・ 今後、会員事業所を含め商工会自体も人材不足の事態が予測されるため、生成AI等の先進テクノロジーの導入拡大をはじめ、商工会OB（OG）の活用、青年部・女性部への協力依頼、さらには近隣商工会と業務連携・広域化など、あらゆる方策を講ずる必要があると推察する。日本経済の大宗を担う中小事業者の更なる発展のため、水巻町商工会の更なる活躍・発展を願う。
- ・ DXの進展や生成AIの活用など中小企業を取り巻く環境は非常に厳しいものがある。商工会がこの経営発達支援事業に取り組むことで会員企業の情報化に係わる問題点を解決し生産性の向上・販売力強化など事業拡大に成果があると考ええる。
- ・ 経営課題が多様化している中で、より支援成果を上げるためには、事業者の経営状況を把握し、それらに合わせた細かな支援を提供することが求められていると思います。成果の上がる支援の提供には、支援者側もデジタル活用等の業務効率化推進も必要だと思っています。