

平成 28 年度

# 経営発達支援計画評価報告書

本報告は、事業初年度のあたり下記のとおりⅠ．経営発達支援事業の内容について 6 項目、Ⅱ．地域経済の活性化に資する取組 3 項目、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 3 項目について報告いたします。

総合評価の基準は

A→ 実施され効果（活用）がみられたもの、若しくは期待できるもの

B→ 実施されたが効果（活用）がみられないもの

C→ 実施されなかった若しくは実施されたが回数等が大幅に目標を下回っているもの

野辺地町商工会

経営発達支援事業の内容及び実施期間	実施内容	評価						
<p><b>I. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>1. 地域経済の調査更新</b></p> <p><b>①中小企業景況調査を通じた地域経済動向調査</b></p> <p>四半期毎に実施している中小企業景況調査を通じて、域内の地域経済動向を把握する。これまで本調査では、業種毎の業界判断D Iについて都道府県別のデータを広報紙に掲載しているのみであったが、今後は、周辺市町村を含めた県内市町村別と当町との比較を行うとともに、需要動向や商圈動向といった項目についても当該調査から分析する。これらは年4回に分けて行うとともに、結果についても、広報紙やHPへの掲載を行うほか、後述する商店街毎の事業計画策定支援の取組の際の参考にする。また、行政など関係機関との意見交換の際の基礎資料としても活用する。</p> <p><b>対象：調査企業は15社（製造業3社、建設業2社、卸・小売業7社、サービス業3社）を対象に3ヶ月ごとに実施する。</b></p> <p>手段：アンケート方式</p> <p>調査項目：売上額、客単価、客数、資金繰り、採算、長期借入金、業況等の今期、前期、来期の見通しに対する比較や、直面している経営課題、需要動向、商圈動向を調査する。</p> <p><b>②巡回訪問を通じた個別の景気動向に関する定点観測（継続）</b></p> <p>これまでは巡回訪問を通じた景気動向に対する定性的な項目についてのヒアリングは行われておらずデータとしては適切なものではなかった。そこで今後は、5つの商店街毎に当町の業種構成の特徴である卸・小売業、サービス業に</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px auto; width: fit-content;"> <p>①調査企業 15 社 4 半期ごとにアンケート方式で実施。HP に掲載。</p> <p>需要動向や分析には至らず結果のみの周知にとどまっている。</p> </div>	<p>①</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th style="width: 33%;">A</th> <th style="width: 33%;">B</th> <th style="width: 33%;">C</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td style="height: 20px;"></td> <td style="height: 20px;"></td> </tr> </tbody> </table>	A	B	C			
A	B	C						

おける地区毎の細かな調査分析を経営指導員による巡回訪問を通じて行い、景気動向を把握する。特に下記項目について調査分析を行い、調査結果については、上記①の結果と照合整理し商店街毎、業種毎の分析から個別の事業計画策定や商店街毎の事業計画策定支援の取組の際の参考にする。また、行政など関係機関との意見交換の際の基礎資料としても活用する。

対象：調査企業は40社（製造業5社、卸売業5、小売業20社、サービス業10社予定）を対象

に業種毎の季節変動なども把握するため3ヶ月ごとに実施する。

手段：ヒアリング調査

調査項目：売上高の動向（単価、客数、販売量）利益の動向（原材料、人件費、諸経費）顧客（取引先、消費者の動向、取引、販売内容）

項目	現状 (H26実)	H28年度	H29年度
①中小企業景況調査 (定点観測)	4回 (60社)	4回 (60)	4回 (60社)
②景気動向に関する定点観測	なし	4回 160社	4回 160社

## 2. 経営状況の分析に関すること

### ①経営相談や巡回訪問を通じた経営分析を希望する事業者の掘り起こし（継続事業）

財務も含めた日常的な経営全般の相談として窓口相談や巡回訪問時においては景況感や悩みについてのヒアリングが中心で経営状況に関する情報収集は不十

②商店街区景況調査  
36社で実施。HPへ掲載。  
前述調査事業との比較はできていない。

項目	H28年度
①中小企業景況調査 (定点観測)	4回 (60)
②景気動向に関する定点観測	1回 74社

②巡回訪問を通じた個別の景気動向に関する定点観測

A	B	C

分であった。また、経営カルテの記載内容も情報不足から活用できるものではなかった。今後は、小規模事業者の販売する商品やサービス内容、技術やノウハウなど経営資源等のデータ整備を行い、職員間での情報共有を図るとともに掘り起こしに対する体制を強化し、各種セミナー参加への働きかけを行う。目標巡回件数は平成 26 年度巡回実企業数の 5% 増を目標に行う。

【目標件数】

項目	現状 (H26実績)	H28年度	H29年度
巡回相談 (巡回)	317社	333社	350社

②経営戦略セミナー（新規事業）

事業者の経営課題を掘り起こし、外部環境の変化や財務状況を把握し経営の方向性を見出すことを目的とした経営戦略セミナーを開催し事業者の経営計画策定のきっかけづくりとする。実施に当たっては商店街区とそれ以外の区域で開催し、経営計画策定の意義と重要性について認識してもらう。

【目標件数】

項目	現状 (H26実績)	H28年度	H29年度
経営戦略 セミナー	なし	2回 (40社)	2回 (40社)

③経営分析（新規事業）

経営分析についてはこれまで記帳指導や決算指導の機会にネット de 記帳システムから出力されたデータを標準値比較程度の説明にとどまっていた。今

2-① 経営分析希望者の掘り起こし 約300社  
状況的には関心が薄い。

開催日：11月1日 20社  
個別相談：11月2日 4社

項目	H28年度
経営戦略 セミナー	1回 (20社)

①経営分析を希望する事業者の掘り起こし

A	B	C

②経営戦略セミナー

A	B	C

後は、県内業種規模別比較や変動要因について詳細な分析を行う。分析対象者は経営戦略セミナー等において希望される事業者を中心に、巡回訪問等での経営分析の必要性を勘案して選定する。分析についてはSWOT分析等の手法を活用し、強み、弱み、機会、脅威を抽出し、経営課題の明確化を図り、財務分析については、安全性、収益性、効率性に視点を置いた分析を行う。特に商業者にあっては、売上総利益率や経常利益率、流動比率、固定比率、総資本回転率、総資本経常利益率について分析を行ない、製造業・建設業においては、総資本売上総利益率、自己資本対固定資産比率、負債回転期間、営業キャッシュフローなどについて分析を行なう。分析結果については事業者と情報共有し事業計画策定などに活用するほか、専門的な課題については、税理士やよろず支援拠点の専門家と連携して詳細な要因分析や解決に努める。

【目標件数】

項目	現状 (H26実績)	H28年度	H29年度
経営分析	なし	20社	25社

3. 事業計画策定支援に関すること

経営戦略セミナー受講者や経営分析実施者及び事業計画策定を要望する事業者を対象とし、商店街区（駅前商店会、下町商店会、(本町・新町・金沢商店会)）の3区分としてそれぞれ20社を目標として前期、後期の事業計画策定支援セミナーを2回開催する。本セミナーにおいては事業計画策定の意義や必要性、伴走型支援等経営の持続的発展に向けた取組みの啓蒙普及を図り、自社の現状を把握し、自社の強みとその強みを踏まえた目標を設定し、それを達成するプラン作りの策定支援を中心とした内容とする。また、これらの個別のプラン作りなどの中で、新商品や新サービスの開発など具体的な売上拡大

③経営分析

経営分析については、持続化補助金申請者や資金計画に対する事業計画策定対象者を対象に実施した。

持続化補助金申請者 19社  
資金計画策定者 20社

基幹系システムとして経営分析機能が稼動したことにより省力化と短縮化が図れる。

3. 経営戦略セミナー受講者を対象に持続化補助金、経営革新申請の取組みについて啓蒙普及を図った。

③経営分析

A	B	C

3. 事業計画策定支援に関すること

A	B	C

の取組が検討される事業者については、小規模事業者持続化補助金や経営革新など受講事業者の事業内容に則した事業計画の策定支援についても併行して行う。

【目標件数】

項目	現状 (H26実績)	H28年度	H29年度
事業計画策定支援 セミナー（前期）	なし	3回 (60社)	3回 (60社)
事業計画策定支援 セミナー（後期）	なし	3回 (60社)	3回 (60社)
事業計画策定件数	なし	14件	19件
うち小規模事業者 持続化補助金	3社	10件	10件
うち経営革新	なし	2件	2件

②創業支援セミナー（新規事業）

平成26年度から現在まで12社の創業実績がある。業種的には建設業が5社、サービス業7社となっている。支援内容としては資金計画を中心とした事業計画策定が主であり、基礎知識等の支援が不足していた。今回はこれら創業者（創業後5年以内）及び創業予定者を対象とし創業にかかる基礎知識と事業計画遂行の状況を踏まえた助言等、野辺地町創業支援事業との連携を図り実施する。創業計画策定に当たっては参加事業所個々のレベルに合わせた支援を行い、事業目標や経営理念、事業領域等を明確にし、事業計画策定に向けた支援を行

項目	H28年度
事業計画策定支援 セミナー（前期）	0回 (0社)
事業計画策定支援 セミナー（後期）	0回 (0社)
事業計画策定件数	19件
うち小規模事業者 持続化補助金	19件
うち経営革新	0件

②創業支援セミナー

創業・起業に関心のある者を対象としたセミナーを野辺地町と共催した。  
全4回に開催。  
延べ出席者は22名

②創業支援セミナー

A	B	C

う。セミナーの開催に当たっては、チラシ折込や町広報、商工会 HP、SNS を通じ周知を図る。

【目標件数】

項目	現状 (H26実績)	H28年度	H29年度
創業支援セミナー	なし	1回 (15社)	1回 (20社)
創業計画策定件数	1件	3件	3件

③事業承継勉強会（新規事業）

平成27年度実施の商工会員ニーズ調査から約60%の事業所が後継者無し、と回答し、このうち経営者が60歳以上の事業所が58%であることから高齢化が進む中での人材育成や後継者不足、事業承継難が顕著となっている。このような中で事業承継を円滑にし、事業活動が停滞しないためにも若手の人材育成を長期的にわたり取り組んでいく。事業承継勉強会開催にあたっては知恵、工夫、経験等知的資産を学び計画書という紙に書く行動を促し事業承継計画書策定を実施する。また策定後の進捗状況に応じて個社支援対応を進めていく。事業承継勉強会の対象者としては商店街外周区を始め青年部員や青年部OBを中心に募集しチラシ折込や町広報、商工会HP、SNSを通じ広く周知を図る。

【目標件数】

項目	H26年度	H28年度	H29年度
事業承継勉強会	なし	1回 (30社)	1回 (30社)
事業承継計画策	なし	3件	3件

項目	H28年度
創業支援セミナー	4回 (6社)
創業計画策定件数	3件

開催日：11月14日 25社  
個別相談：11月15日 5社

25社中、親子3組が出席。事業承継への真剣さが感じられた。事業承継のタイミングと経営革新の取り組みについて理解が得られた。事業承継計画策定は無し。

③事業承継勉強会

A	B	C

定件数			
-----	--	--	--

#### 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること

これまでの取り組みとしては照会や問い合わせに対する程度で深く関与せず、事業計画策定後のフォローが不足していた。今後は、計画策定後の実行状況の確認や利益を構成する売上高、変動費、固定費ごとに分けた予実差異分析や資金繰り等についてフォローアップを行う。支援体制としては経営革新、創業計画及び事業承継計画のフォローアップについては巡回訪問を通じて経営指導員2人で年6回程度を目標に行い、特に創業者については、日本政策金融公庫との共同巡回も活用するなど月次決算やキャッシュフローなど資金繰りや売上の達成状況等に重点をおいたフォローを行う。また、より複雑化した課題等については専門家と連携し的確な支援を行い、支援内容は経営指導カルテに記録し職員及び事業者間で共有する。また、持続化補助金事業のフォローアップについては職員全員で対応し1事業者年4回程度を目標に巡回訪問にて事業計画の遂行状況を中心に支援する。

何れの場合においても、青森県よろず支援拠点や中小機構の専門家派遣制度なども有効に活用した支援を通じて、事業計画の達成を支援する。

##### 【目標件数】

項目	現状 (H26実績)	H28年度	H29年度
事業計画策定後支援件数	なし	60件	66件
うち小規模事業者持続化補助金	3社	40件	40件
うち経営革新	なし	12件	12件

#### 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること

A	B	C

項目	H28年度
事業計画策定後支援件数	60件
うち小規模事業者持続化補助金	57件
うち経営革新	0件
創業計画策定後支援件数	9件
事業承継計画策定後支援件数	0件



創業計画策定後支援 件数	なし	18件	18件
事業承継計画策定後 支援件数	なし	18件	18件

### 5. 需要動向調査に関すること【指針③】（新規事業）

小規模事業者の中には、商品構成の見直しや商品需要の情報源をもたない小規模事業者も多く

需要や市場動向をかえりみることなく、従来どおりの品揃えに終始している現状がある。商工会も需要動向に関する情報の必要性を理解しておらず、収集や分析を実施していなかった。今後は事業計画策定支援をした個社の販売する商品や提供するサービスについての評価を収集整理し分析、提供していく。具体的には、事業者の7割を占める卸・小売・サービス業などの商業者については、地元住民や観光客を主な対象として経営を行っている実態を踏まえ、これらの購入層が多数参加する各種イベント（のへじ常夜燈みなとまつり、のへじ常夜燈朝市、のへじ常夜灯フェスタ、のへじずっぱどわかど産業まつり）の来場者に対しアンケート及びヒアリング調査を行う。調査項目については、購入品目、顧客属性や満足度、価格、選択基準、リピートの可能性、改善点、特に気に入った点などについて整理するとともに業種別や商店街のエリア別などに分析する。更に、ECサイト活ユーザーについてはページビューや売れ筋商品情報を収集分析するなど消費者ニーズや市場動向を捕捉し、製造業者については、業界動向や、新商品開発の動きなど日経テレコン POP 情報等から収集し、これらの需要調査の結果を個別の事業者の事業計画や新商品開発並びに新たな販路拡大に活用する。

5. 需要動向調査  
持続化補助金等によるサービスや商品開発が年末に集中したことによりイベント等による評価収集の機会が減少し1社の実施となった。

### 5. 需要動向調査

A	B	C

【目標件数】

項目	現状 H26年度	H28年度	H29年度
需要動向アンケート・ヒアリング調査	なし	4回	4回
ECサイト情報並びに日経テレコン情報	なし	4回	4回

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、商談会などを活用した食品製造業者の販路拡大

青森県、全国商工会連合会、青森県商工会連合会等の支援機関等が、販路開拓を支援する目的で開催する展示会、商談会（全国商工会連合会グルメ&ダイニングショー、あおもり食品展）など大手百貨店やスーパーなどのバイヤーによるBtoBの商談が行なわれている。したがって当地域のホタテや野辺地葉つきこかぶなどの地域資源を活用した食品加工業者の出展を支援し、販路の拡大を目指す機会として活用する。また、これまでは各機関が開催する展示会や商談会の通知を案内し募集を募るのみで具体的な支援は行なってこなかった。今後は出展希望する事業者に対し、出展に向けた具体的準備手続きや県、商工会連合会などを通じた、出展に向けたセミナーへの参加やバイヤーの企業訪問事業の積極的活用を促す。また商品説明や特徴などの確な成約に向けたロールプレイングの支援や商談の成約をサポートするための商談シートの作成支援を行なう。

項目	H28年度
需要動向アンケート・ヒアリング調査	1回
ECサイト情報並びに日経テレコン情報	0回

6. (1) 展示会、商談会などを活用した食品製造業者の販路拡大  
数々の展示会や商談会の案内を食品製造業者へ周知したが、出展事業者はなかった。出展経費や人員の手配が困難であると考えられる。

6. (1) 展示会、商談会などを活用した食品製造業者の販路拡大

A	B	C

## (2) ECサイトを活用した販路拡大

これまではBtoCサイトの活用については様々な機関による出展募集を域内に案内するだけの対応のみで具体的なサポートは行なってこなかった。今後は、事業計画策定内容に適合する事業者や意欲ある事業者を対象とし、ホタテや野辺地葉つきこかぶ、カワラケツメイ等地域資源を活用した商品を中心に全国商工会連合会の公式サイトであるニッポンセレクトや青森県商工会連合会が運営するおりあおもり三味のECサイトを活用し販路拡大を目指す機会として活用し、商品紹介コメントなどのサポートを行なう。

### 【目標件数】

項目	現状	H28	H29
展示会・商談会情報の提供	不定期	随時	随時
商談成立件数	なし	1	1
ECサイト活用件数	なし	3	3

## Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組み

### ①地域資源を活用した新商品開発等の取組み

当町には三大地域特産品として「ホタテ、野辺地葉つきこかぶ、カワラケツメイ」が存在する。中でも野辺地葉つきこかぶは地域団体商標として登録され主に高級料亭など首都圏に出荷されている。又ホタテについても輸送技術の発達により九州地方まで出荷されている。こうした収穫出荷が大半を占める中、地域資源を活用した商品開発や観光資源開発など地域活性化に向け、ゆうき青森農業

## (2) ECサイトを活用した販路拡大

新たな活用者については開拓できなかった。高齢化やサイト管理・運営に対する人材が不足している現状がある。

項目	H28
展示会・商談会情報の提供	随時
商談成立件数	0
ECサイト活用件数	0

## (2) ECサイトを活用した販路拡大

A	B	C

協同組合野辺地支所、野辺地町漁業協同組合、野辺地町、(一財)野辺地町観光協会、商工会等で構成された地域資源活用特産品開発検討委員会を設置し、農漁業者との交流や情報交換など地域資源を活用した活性化策について検討を行っており、今後も継続して実施する。また、これまでは野辺地葉つきこかぶを活用した「野辺地葉つきこかぶのカルパッチョソース」を開発し、商店街や観光PRセンター、JA ゆうき青森の売店で販売しているが、今後は開発商品の製造販売を地域小規模事業者へ移管しブランド化を含めた支援体制を本委員会での検討を通じて構築するとともに、ホタテを活用した中華製品の開発やカワラケツメイを活用した茶粥の普及拡大など新たな地域資源を活用した活性化具体策についても検討を進める。地域資源活用特産品開発検討委員会の開催は年6回程度を目標とする。

**②復元弁財船みちのく丸や歴史的観光資源を活用した取組み**

北前船が野辺地湊へ夜間入港するさいの目印としての「浜町の常夜燈」や明治天皇行幸時の行在所など歴史的文化遺産等多数の観光資源を有している。こうした中、2014年3月みちのく北方漁船財団から復元弁財船みちのく丸が寄贈されこれまで「のへじ常夜燈フェスタ実行委員会」が主体となり、常夜燈を資源とし「海」をテーマとした観点から地域活性化と振興を図り、港町野辺地としてのイメージアップを図ってきた。また今回の寄贈により北前船と常夜燈(灯台)が一体となり観光資源としての付加価値の向上において今後の取組みが重要であるとの認識から、上述①の地域資源活用特産品開発検討委員会においては、これまでのイメージ不足の解消とみちのく丸の多様な活用(映画撮影への需要)など、(一財)野辺地町観光協会、野辺地町商工会、ゆうき青森農業協同組合野辺地支所、野辺地町漁業協同組合、野辺地町商業協同組合、野辺地町等で組織する「のへじ常夜燈フェスタ実行委員会」との連携を図り、野辺地町の立地を活かした広域観光ルートの開発と観光グッズなどの商品開発を目標とし地域活性化に

**①地域資源を活用した新商品開発等の取組み**

野辺地葉つきこかぶドレッシング(しょうゆ味)を本格的販売展開した。検討委員会の開催は1回にとどまっているが商談会において2社との商談が成立した。

**②復元弁財船みちのく丸や歴史的観光資源を活用した取組み**

観光資源を活用した取り組みについては、町が主宰する「みちのく丸」商品づくり事業交流会や検討会へ参画した。みちのく丸の商標活用等のへじ北前ブランド活用委員会設立へ向けた活動を行った。

**①地域資源を活用した新商品開発等の取組み**

A	B	C

**②復元弁財船みちのく丸や歴史的観光資源を活用した取組み**

A	B	C

向けた取組みを行う。なお地域資源活用特産品開発検討委員会の開催は年 6 回程度を目標とする。

### ③商店街活性化に資する取組み

これまでの野辺地町漁協が行なってきた海産物中心の朝市をさらに発展させ、野辺地町の特産品を中心とした販売活動の促進、PR 活動の展開さらには新商品の開発を図り、野辺地ならではの生業作りの場として成長させ野辺地町の活性化と地域経済の振興を図ることを目的とし、野辺地町、野辺地町商工会、野辺地町漁業協同組合、ゆうき青森農業協同組合野辺地支所、(一財)野辺地町観光協会で組織する、「のへじ常夜燈朝市活性化協議会」を活用する。具体的には海産物中心の品揃えから小規模事業者の出展による特産品や農産物まで広げる販売を行ない、さらには無料巡回バスの運行による観光宿泊客の朝市への誘客などを行い商店街全体への賑わいを波及させる取組みを行う。なお、のへじ常夜燈朝市活性化協議会の幹事会を年 4 回程度開催することとしている。

## 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. 他の支援機関との支援ノウハウ等の情報交換に関すること

#### ①金融機関との情報交換の実施（新規）

野辺地町金融団（青森銀行野辺地支店、みちのく銀行野辺地支店、青い森信用金庫野辺地支店）や県保証協会、町金融担当部署などにより、小規模事業者の個別の資金計画の策定などに資することを目的に、資金調達や経営保証などの状況等についての情報交換を目的とした連絡会議を年に3回程度開催する。

### ③商店街活性化に資する取組み

のへじ常夜燈朝市活性化協議会が運営するのへじ生き生き常夜燈市場が開設された。商工業者 8 社が出展しているが商店街への波及対応は行っていない。幹事会は 6 回開催された。

①金融機関との情報交換の実施  
野辺地町金融団及び国民生活金融公庫との情報交換会を実施した。

### ③商店街活性化に資する取組み

A	B	C

①金融機関との情報交換の実施

## ②域内支援機関による情報交換の実施（新規）

青森県よろず支援拠点、近隣の横浜町商工会、東北町商工会、六ヶ所村商工会、青森商工会議所、青森県中小企業団体中央会等による情報交換会を年2回開催する。本情報交換会では、小規模事業者の事業計画策定や経営計画の策定、販路の拡大策など具体的な支援事例に基づく支援ノウハウの情報交換を行なうと共に、このネットワークを地域の小規模事業者の個別的・専門的な課題解決の場としても活用する。

## 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

これまでは能力や資質向上に向けた外部研修を受講してきたものの、受講目的や習得スキルの目標を持つことなく受講してきた。したがって経営状況の分析や事業計画を策定するスキルが十分でなく今後は、職員の職歴やスキルに合わせた研修機会を設定し、資質向上を図ることで支援に必要なスキルを習得していく。

### ①経営指導員研修会等の活用

具体的支援スキルとしては、ヒアリングすること、分析すること、方向付けをすること、及び書面にまとめることである。そこでまずこのスキルを習得するため、各種研修会や経営指導員向けWEB研修の受講さらにはOJTを通じスキルアップを図る。

### ②研修、専門家相談、交流会の活用

自分で体験しないと技能はなかなか身につかないことから、上述の交流会や専門家の窓口相談に同席することで自分なりに考え、どのような支援方法があるのかを知ることができ研修や窓口相談に支援対象者と同席して共に考えるという経験を積むことで、肌で感覚が身につけることでスキルの向上を図る。

## ②域内支援機関による情報交換の実施

経営発達支援計画の未採択もあり商工会等の情報交換は行われていない。本事業に対する商工会間の温度差も感じられる。

①経営指導員研修会等の活用  
研修機会を着実に活用している。事業団研修の受講も行っている。

②研修、専門家相談、交流会の活用  
職域研修のほか、高度な研修にも積極的に参加した。

## ②域内支援機関による情報交換の実施

①経営指導員研修会等の活用

②研修、専門家相談、交流会の活用

### ③組織内情報共有

これまでは一般的な経営相談情報として経営指導カルテに記録してきた。環境的には職員間で閲覧できるものの特に情報共有とまでは至らなかった。そこで今後は、月1回の支援会議を開催し情報共有を図る。情報内容については、経営状況の分析や事業計画策定支援希望や支援内容など詳細について確実に経営指導カルテに記録し、支援ノウハウの蓄積を図り、組織としての支援能力の保持と向上を目指す。また経営状況の分析については別途専用シートに記入しいつでも閲覧できるよう整理保管する。

### 3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

事業の内部評価については、事務局会議を年6回開催し事業評価・見直しを行い、進捗状況の検証などPDCAサイクルを構築し改善を図る。

外部評価については、野辺地町役場、県外の中小企業診断士などの外部有識者に評価を依頼する。評価内容は「事業実施過程・進捗状況の評価」「事業の直接的な成果の評価」「事業結果から生じた効果の評価」を行う。事業の評価については、年2回（半期毎：9月および3月）に実施する。評価の結果、内部／外部それぞれにおいて見直す必要があると判断された（上方／下方修正の必要の

あるもの）事業・内容については、次の半期中に見直す。評価・見直しの内容・結果は野辺地町商工会ホームページ、ならびに情報誌に掲載し、公表する。

### ③組織内情報共有

経営状況等の情報に関しては専用シートに記載保管している。

着き1回の経営支援会議は毎週月曜日の朝礼時に情報交換している。今後は中心商店街以外の事業者について計画的に

### 3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

事務局会議としては1回の開催であるが、日常から連携をとっている。

外部評価は2回開催。

### ③組織内情報共有

3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること