

令和7年度 経営発達支援事業 事業評価報告書に関する事業評価委員からの質問等への回答

(敬称略)

頁	項目	委員名	内容	回答
2	2. 需要動向調査に関する事	筒井	対象事業者数が少ない印象がある。地域のニーズ把握、データ分析がより有効なものとなるよう対象事業者数の増加に努めてもらいたい。	<b>BtoB アンケート</b> ：今年度は、展示会出展（FOOD STYLE JAPAN 2026 <関西>）時のBtoB アンケートにおいて3者を想定していたが調整が合わず2者となりました。補助事業の予算上、展示会出展と合わせると今後も2者～3者程度となります。 <b>BtoC アンケート</b> ：今後、巡回も含めてアンケート実施事業者の掘り起こしも含めて対象事業者については、増加も含めて地域のニーズ把握、データ分析がより有効なものとなるように努めていきます。
		大上	ネットでの消費者アンケートについて、20～40代男女を対象にした意図があればご説明をお願いします。	新製品開発に向けたニーズ調査として、アンケートを実施し、コンセプト設計の段階では、ボリュームゾーンである20～40代の男女に高いニーズがあるとの仮説を立てました。
3	3. 経営状況の分析に関する事	荒木	「経営分析事業者数が大幅に未達の理由」「セミナー参加者に福崎町内事業者が少ない理由」の2点を教えていただきたい。	経営分析事業者数が未達の理由については同一事業者の複数計画の策定支援に注力しており、新規支援先の事業者の開拓が不十分だったことが挙げられます。また、セミナーについては但陽信用金庫と各近隣市町商工会、商工会議所の共催事業で、神河町・市川町・福崎町・姫路市・加西市の事業者が参加対象であり、1/5以上の出席があったことから少ないとは考えておりませんが、令和8年度は参加者が1/4を超えるよう巡回時の案内を強化し、参加者数の増加を図ります。また、令和8年度には福崎町商工会でも経営分析セミナーを開催し、町内金融機関と連携することで参加者数の確保を図り、支援事業者の裾野を広げる取組を計画しています。
		筒井	次年度については町内事業者の参加者数増加に努めてもらいたい。	
		成田	②経営分析事業者数が目標値に達していない。セミナーの内容・回数を検討されるか、または参加の呼びかけを強められたらどうか。	
		大上	支援事業者の裾野を広げるための工夫が必要な時期がきているように思われます。	
5	4. 事業計画策定支援に関する事	荒木	事業計画策定者数（合計）が未達の理由を教えてください。	未達理由については下記2つに起因します。 1. 創業セミナーにおける事業計画策定数 →参加者全員に事業計画を策定していただいておりますが、今年度は参加者自体が目標数より少なかったため未達となりました。 2. 個別相談会における事業計画策定数 →個別相談会が事業拡大・省力化を後押しする2大補助金（新事業進出補助金・省力化投資補助金）を対象としており、補助率1/2と自己負担割合が高いことに加えて申請難易度も高かったため、個別相談者自体が5名と少なくなりました。 ※省力化投資補助金（カタログ型）は当時掲載製品が少ないため、需要自体があまりありませんでした。
		大上	窓口相談での事業計画数が多く、セミナーや個別相談での事業計画策定数が伸び悩んでいるようなので、原因を分析して達成率100%を目指していただければと思います。（大上）	
		筒井	創業塾は平日夜に開催することで参加者が増える可能性がある。	
6	5. 事業計画策定後の実施支援に関する事	荒木	「フォローアップ頻度（延回数）が大幅に未達の理由」を教えてください。	フォローアップについては、不十分だったと反省していません。要因としては1者当たりのフォローアップ自体が不足していたことに加え、令和6年度に事業計画策定件数が低迷していたことと令和7年度に同一事業者が複数計画を策定されたことが重なり、対象者数が少なかったことが挙げられます。今後の重要課題として、今後の支援会議等で議論いたします。
7	6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事	荒木	「即売会出展事業者数、売上増加額／者がゼロの理由」を教えてください。	支援対象事業者が、「企業間取引（卸売・継続取引）」を要望されており、即売形式へのニーズがありませんでした。事業者の意向等、ヒアリングを重ねた結果、単発の販売会よりも中長期的な取引に繋がる展示会へのシフトが妥当と判断し、支援の重点を移行しました。
		成田	②商談会、③マーケティングセミナーは目標を達成できているが、①即売会出展・売上増加・販路拡大に繋がるような工夫が必要です。	

		筒井	近年はSNSを通じた物販が増加傾向にあり、即売会・商談会の出展者確保については前寄りに取り組むことが望まれる。	SNSを通じた物販が増加傾向にありますが、SNSでは得られない対面ならではのメリット（直接のフィードバックなど）を明確にし、前倒しで動けるよう準備を進めます。
		大上	売上増加率の伸びが素晴らしいと思いますが、11者中4者しか売上確認ができていない点の改善が必要だと思います。	前年度までの支援におけるヒアリングやフォローアップ体制を見直し、今年度より「伴走型経営支援にかかる宣言・同意書」を導入いたします。 本書面に基づき、支援開始前に決算書等の共有についてあらかじめご同意いただくことで、より正確な経営状況の把握に努めます。
21	3. 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	大上	③専門家及び兵庫県よろず支援拠点との連携 よろず支援拠点と定期的に連携されている商工会は珍しいと思いますので、この中から何か良い成果に繋がった事例があればお聞きしたいです。	昨年度は「よろず支援拠点」と連携し、中小企業診断士の肱岡（ひじおか）氏を講師に迎えてマーケティングセミナーを開催いたしました。その一環として、デザインツール「Canva」を活用したチラシ作成ワークショップを実施し、実践的なスキルの習得を図り、大変好評をいただきました。
		筒井	⑤株式会社日本政策金融公庫姫路支店との連携 引き続き緊密な連携をお願いしたい。 マル経の推進をお願いしたい。（リストの提供、帯同訪問のサポートは可能）	マル経の重要性を深く認識しており、昨年度に引き続き今年度も帯同訪問等貴支店と緊密に連携を図って参りたいと考えております。 ぜひ、積極的な情報交換等をさせていただきますと幸いです。