（別表１）

経営発達支援計画

| 経営発達支援事業の目標 |
| --- |

**１．目標**

**（１）地域の現状及び課題**

**①現状**

**１）立地、交通**

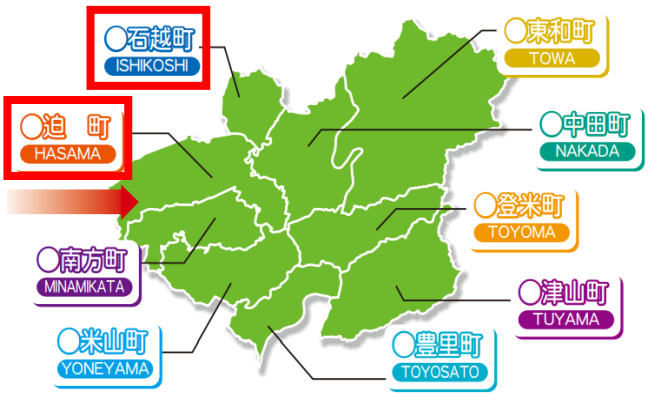
登米市は、宮城県の北東部に位置し、北部は岩手県、西部は栗原市及び大崎市、南部は石巻市及び遠田郡、東部は気仙沼市および本吉郡に接しており、平成１７年４月に登米地域９町が合併し誕生した。総面積は536.12㎢で県全体の7.36％を占め、県内第５位の規模であり、周辺主要都市までの直線距離は、仙台市まで70km、大崎市まで25km、石巻市まで30kmとなっている。また、県内有数の穀倉地帯として農業が基幹産業となっており、環境保全米発祥の地として宮城米「ひとめぼれ」等の主産地となっている他、ブランド牛肉となる「仙台牛」の４割が登米産牛となっていることから肉用牛生産地としても名高い地域である。

登米市誕生と同時期に商工会も合併しており、登米中央商工会（迫町・石越町）、みやぎ北上商工会（中田町、登米町、東和町、津山町）、登米みなみ商工会（米山町、豊里町、南方町）と３エリアに分かれ、それぞれの商工会が管轄区域の役割を担っている。

当地域となる迫町・石越町は登米市北西部に位置し、丘陵地帯と平坦な登米耕土が広がる地域であり、「ハクチョウ」や「ガン」等が飛来する県下最大の湖沼群伊豆沼をはじめ、国内唯一の常設８レーン国際Ａ級公認ボートコースを有する長沼もあり自然豊かな地域となっている。また、市では、商業が集積している迫町中心部を中心市街地「都市的エリア」、石越町を「田園・集落エリア」と位置付けており、都市活動や市民生活の中心として利便性の高い地域、付加価値の高い農業の確立とアグリビジネスの展開を目指す農業振興地域としている。

交通については国道や主要地方道が形成されており、沿岸部を南北に走る三陸縦貫自動車道の登米ＩＣが迫町に隣接していることから仙台方面とのアクセスが良好となっている。更には、東西に走るみやぎ県北高速幹線道路との連結が現在整備中であり、開通後は東北縦貫自動車道にも繋がる計画であることから交通網の更なる向上が図られる予定である。

また、公共交通機関も東北縦貫自動車道を走る仙台方面への高速バス発着場が迫町に１か所、ＪＲ東北本線が迫町に２駅、石越町に１駅があり、登米市内外への移動手段として重要な役割を果たしている。



２）人口

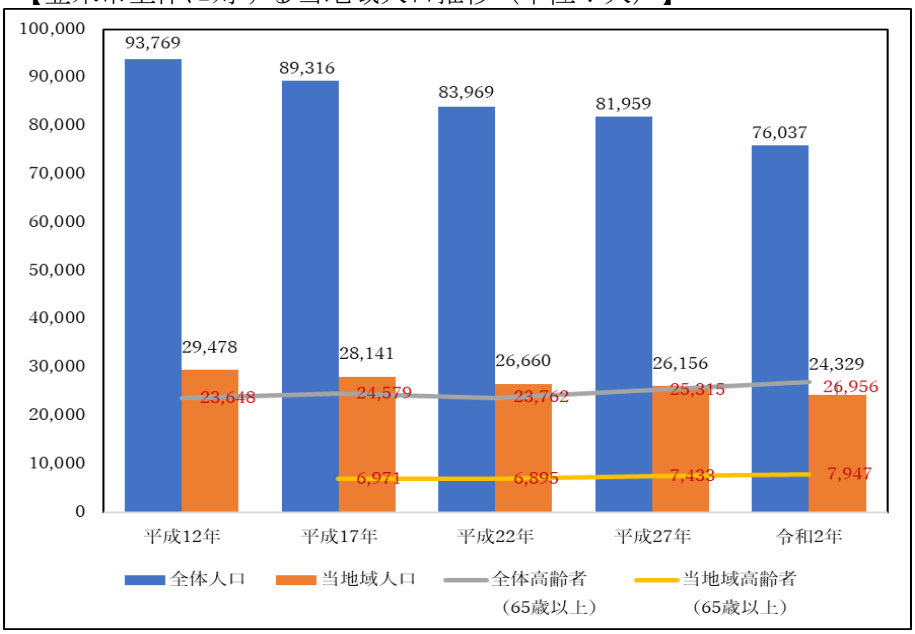
登米市の人口は、令和４年７月現在で75,325人（住民基本台帳）であり、当地域においては令和２年国勢調査によると24,329人で市全体の32%となっている。特に迫町地域は地元小売業等の他、大型店やフランチャイズ店が多く出店している中心商業地となっていることから定住者も多く、市全体の面積割合からみても高い人口密度となっている。

しかし、登米市全体の人口は減少傾向で、65歳以上の高齢人口も増加していることから少子高齢化が進行している状況で、令和３年宮城県高齢人口調査によると高齢化率は35.5%と県平均28.4%を大きく上回っており、当地域も平成17年4月の合併当時と比較すると人口が13%減少、高齢人口については14%増加している状況である。

一方、世帯数については東日本大震災の関係で一時期は転入転出に大きな動きがあったものの、核家族化の進行等もあり増加傾向となっている。

以上のことから登米市では住みたいと思うまちを目指しており、これまでの動向や長期的な見通しを踏まえた各種施策を実施しながら将来人口72,000人を目標に掲げている。

【登米市全体に対する当地域人口推移（単位：人）】




【面積・人口・人口密度】

| 項目 | 面積 | 人口 | 人口密度 |
|---|---|---|---|
| 市全体 | 536.38㎢ | 76,037人 | 141.8人 |
| **当地域** | **95.14㎢** | **24,329人** | **255.7人** |
| **割合** | **17.7%** | **31.9%** | **180.3%** |

【登米市全体に対する当地域世帯推移】（単位：戸）

| 項目 | 世　帯 | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 平成12年 | 平成17年 | 平成22年 | 平成27年 | 令和2年 |
| 市全体 | 24,929 | 25,048 | 25,002 | 26,196 | 25,697 |
| **当地域** | **8,664** | **8,703** | **8,710** | **9,154** | **8,990** |

※資料：総務省　国勢調査より（各年１０月１日現在）

３）産業

登米市全体の事業所数は 4,065 事業者（平成 28 年経済センサス活動調査）となっており、産業別では卸売･小売業が 1,013(24.9%)、建設業 597(14.6%)、生活関連サービス･娯楽業 427(10.5%)、宿泊・飲食業 404（9.9%）、製造業 304（7.4%）、その他サービス業の順となっている。

過去の事業所数は 4,729 事業者（平成 21 年経済センサス活動調査）であったことから、比較すると△14%となっており、卸売・小売業の減少幅が△18.7%で顕著となっている。これは地域人口の減少や高齢化の他、仙台市や石巻市への購買力流出等による市場規模縮小化が原因と考えられ、今後も減少傾向が続いていくと懸念される。

当地域においては、迫町地域が登米市の中心商業地となっていることから、商工業者数 1,277（令和４年商工会独自調査）と市全体に対する割合は高く、産業別では卸売・小売業の割合が 30.5%と最も多く、次いでサービス業が 25.5%、飲食・宿泊業が 17.7%となっている。しかし、平成 19 年度の商工業者数 1,384 と比較すると△7.7%で、卸売・小売業が△24.2%と最も大きい減少となっている。また、減少している業種を小規模事業者でみると建設業、製造業、サービス業を除く全てにおいて、その減少割合は更に高くなっている。逆にサービス業については 33.1%増加しており、主に理美容関連や介護関連の新規参入が目立っている。

更に石越町地域だけでみた場合の商工業者数は、当地域全体の 9%となっており、平成 19 年度の商工業者数と比較すると△23.1%と大幅に減少している。産業別事業所数では建設業が 39、卸売・小売業 35、サービス業 23、製造業 7、飲食業 4、その他 8 の順となっている。隣接する栗原市若柳の商圏にも入っており、購買力流出の影響が大きく、商店街としての機能が失われつつあることから、地域高齢者を中心とする買い物弱者への対応が懸念されている。

【当地域商工業者数（小規模事業者数）推移】

| 項目＼年度 | 平成 19 年 | 平成 24 年 | 平成 29 年 | 令和４年 | H19 年対比（増減） |
|---|---|---|---|---|---|
| 建　設　業 | 208<br>(187) | 210<br>(185) | 210<br>(189) | 189<br>(170) | △9.1%<br>(△9.0%) |
| 製　造　業 | 65<br>(49) | 64<br>(45) | 59<br>(44) | 61<br>(46) | △6.1%<br>(△6.1%) |
| 卸売・小売業 | 515<br>(415) | 507<br>(403) | 442<br>(348) | 390<br>(296) | △24.2%<br>(△28.6%) |
| 宿泊・飲食業 | 245<br>(225) | 256<br>(234) | 237<br>(212) | 227<br>(204) | △7.3%<br>(△9.3%) |
| サービス業 | 242<br>(193) | 256<br>(203) | 289<br>(244) | 326<br>(257) | 34.7%<br>(33.1%) |
| そ　の　他 | 109<br>(81) | 100<br>(73) | 89<br>(61) | 84<br>(58) | △22.9%<br>(△28.4%) |
| **商工業者数合計<br>（小規模事業者）** | **1,384<br>(1,150)** | **1,393<br>(1,143)** | **1,326<br>(1,098)** | **1,277<br>(1,031)** | **△7.7%<br>(△10.3%)** |

※資料：名簿方式による商工会独自調査（H19：10/1 時点　H24 以降：7/1 時点）

登米市全体の産業別就業人口としては、平成2年から平成22年までの20年間で△20.7%と大きく減少していたが、平成22年と平成27年の国勢調査「産業大分類別就業人口」を比較すると全体で6.4%増加している。登米市全体就業人口の31.8%を占めている当地域においては5.3%増加となっており、産業別では第２次産業の建設業が22.6%、第3次産業では医療・福祉業が12.7%と大きく増加している。要因としては建設関連需要の増加による事業規模拡大や高齢化社会を背景とした介護関連事業の拡大及び新規参入等が挙げられるが、地元新卒者の就業率が低迷していることもあり若者の定住

が基本課題となっている。
　また、現在は新型コロナウイルス感染症の影響により、社会経済活動が停滞し産業全体が悪化傾向にあることから、産業活性化に向けた企業誘致の他、地域の農産物等を活用した産業育成や新たなビジネスの創出を図っていく必要がある。

【産業大分類別就業人口】（単位：人）

| 項　目 | | 第1次産業 | 第2次産業 | 第3次産業 | 分類不能 | 合　計 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 市全体 | 平成22年 | 5,277 | 11,472 | 20,797 | 1,866 | 39,412 |
| | 平成27年 | 5,212 | 12,158 | 22,128 | 2,466 | 41,964 |
| **当地域** | **平成22年** | **1,218** | **3,204** | **7,722** | **522** | **12,666** |
| | **平成27年** | **1,286** | **3,437** | **7,919** | **705** | **13,347** |

※資料：総務省　国勢調査（平成22年、平成27年）

**４）観光**

　迫町地域の北西部にはハスの群生地である県内最大の湖沼「長沼」があり、国際Ａ級コースの漕艇競技場になっている他、周辺にはオランダ風車や長さ111mのローラーすべり台、キャンプ場等が設置された「長沼フートピア公園」がある。春にはチューリップが咲き誇り、夏にはハスまつりが開催される等、週末は多くの家族連れでにぎわっている。更にその北部、栗原市の境にはハクチョウやガン等が越冬地として多く飛来する「伊豆沼・内沼」があり、昭和60年にラムサール条約に登録されたことから国際的にも知られており、野鳥愛好家が多く訪れる。
　また、日帰り温泉施設「長沼温泉ヴィーナスの湯」もあり、浴室からは長沼の四季折々の花や自然を見ることができ、手軽に健康づくりを楽しめる施設として家族連れや友達同士の利用が多い。
　石越地域には行楽施設「チャチャワールドいしこし」があり、子供向けアトラクションが豊富となっている他、令和元年からはパークゴルフ場も併設されたことから、若い世代の家族連れから高齢者まで多くの方々が訪れている。

【観光地点別観光客入込数の推移】（単位：人）

| 地域 | 観光地点 | 平成28年 | 平成29年 | 平成30年 | 令和1年 | 令和2年 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 迫町 | 長沼フートピア公園 | 287,420 | 296,558 | 334,351 | 336,962 | 246,362 |
| | 長沼温泉ヴィーナスの湯 | 96,210 | 93,187 | 93,246 | 92,448 | 73,053 |
| | 伊豆沼・内沼 | 48,171 | 39,558 | 58,680 | 60,188 | 42,380 |
| 石越町 | チャチャワールドいしこし | 21,215 | 21,051 | 休業 | 57,225 | 19,941 |

※資料：宮城県観光統計（平成28年～令和2年）

長沼フートピア公園（迫町）

伊豆沼・内沼（迫町）

チャチャワールドいしこし（石越町）

**②課題（産業別）**

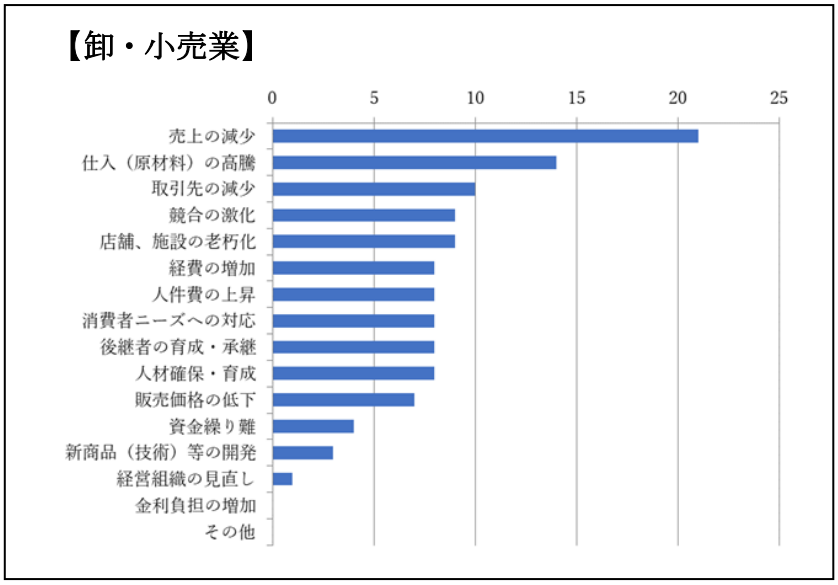
**１）卸売・小売業**

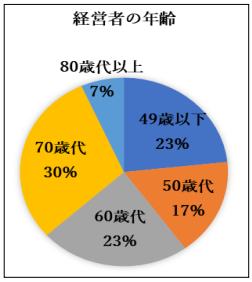
当地域の卸売・小売業は、令和4年で397事業者となっており全体に占める割合は30.9%で最も多くなっているが、平成19年対比での減少率は△22.9%と最も高く、その殆どが小規模事業者の減少となっている。地域人口の減少や少子高齢化の進展等を背景に、当地域は大型店や地元大手スーパーの他、コンビニエンスストアが数多く出店していることに加え、経営者の高齢化や後継者不足により廃業を余儀なくされる事業者が増加傾向となっている。

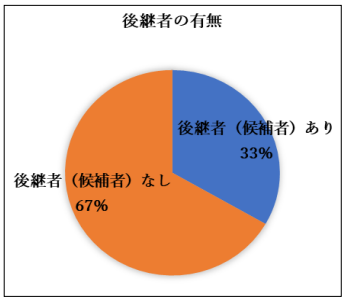
会員数においても令和３年度で205事業者であるが、平成29年度対比で△12.7%となっており、本会が実施している経済動向調査によると、「売上の減少」と「仕入れ価格の高騰」が直近の経営課題として上位となっている。また、経営者の年齢層も60歳以上の割合が60%を占めており、後継者がいない事業所については66.7%と高い割合となっていることから、事業承継に関しても大きな課題となっている。

当地域には９つの商店会が存在しているが、この状態が続けば商店街機能が失われるだけでなく、買い物弱者の増加や地域コミュニティ機能の低下も懸念されるため、今後は魅力ある個店づくりはもちろん、地域リーダーの育成や事業承継問題に対する支援強化を図りながら、地域住民のニーズに対応した商店街づくりに取り組んでいく必要がある。

**直面している経営課題**




資料：登米中央商工会　令和３年度地域経済動向調査（卸売・小売業）
［経営者及び後継者に関する資料は令和元年度調査によるもの］

## ２）製造・建設業

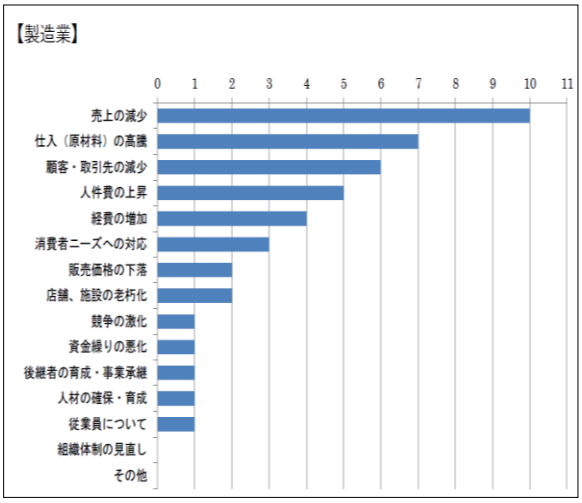
当地域の製造業における事業所数は東日本大震災の影響で減少したものの、平成29年以降は横這いで推移している。また、精密機械部品製造の地元企業の他、自動車関連部品製造や電子部品製造等の誘致企業が数社あり当地域産業に大きく貢献している。しかし、製造業の大半は食品製造や建築資材製造、印刷業等の小規模事業者であり、販路縮小に伴う「売上減少」や「仕入（原材料）の高騰」、「人件費の上昇」が経営課題となっているため、技術革新や新商品開発による取引先拡大の他、生産性向上に向けた取組強化が必要となっている。

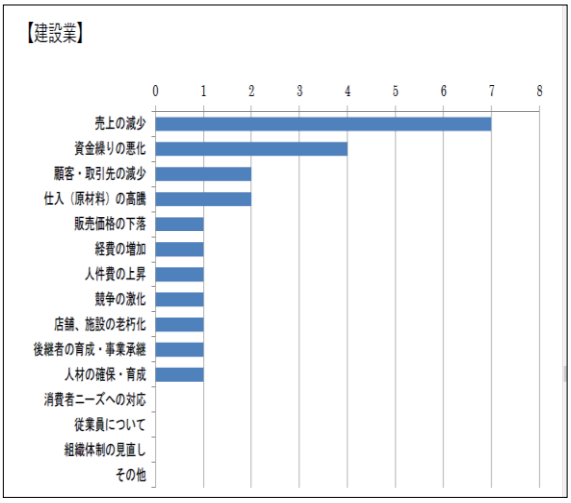
建設業においては、平成27年国勢調査による就業人口では増加傾向となっているが、現在は復興需要も収束しており、公共事業の受注は一定数あるものの民間関連事業の大幅な受注減により「売上の減少」が課題となっている。また、大手ハウスメーカーの進出に伴い、小規模な建設業ほど下請受注に頼らざる負えない状況となっており、収益性も悪化している傾向にある。

更には、新型コロナウイルス感染症拡大やロシアによるウクライナ侵略の影響もでてきており、建築資材の高騰や工期の遅れ等により「資金繰りの悪化」に陥っている。

今後、受注量並びに収益性の増加を目指していくためには、顧客ニーズの的確な把握とそれに対する提案力・営業力強化により、元請工事拡大に向け取組んでいくことが必要となっている。

**直面している経営課題**




※資料：登米中央商工会　令和３年度地域経済動向調査（製造・建設業）

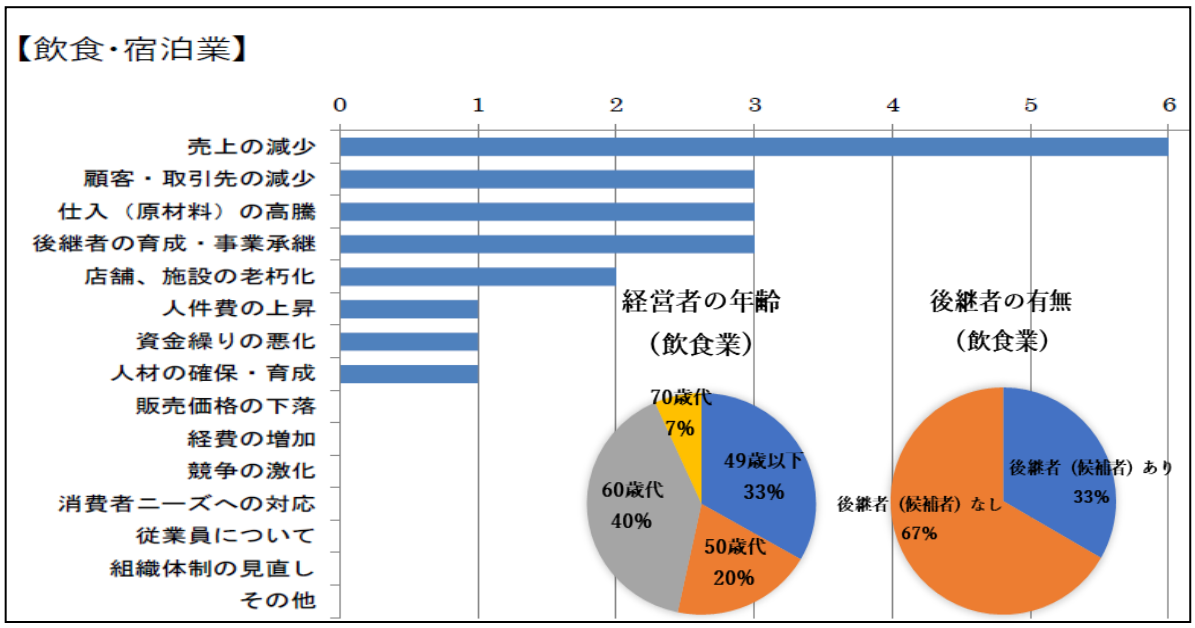
## ３）サービス業

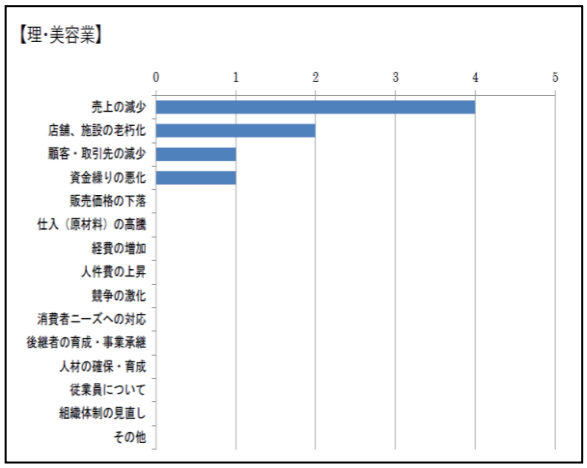
当地域は登米市の中でも人口密度が高く商業集積地となっていることから、事業所数においては全業種の 43%と最も多くを占めており、地域産業活性化の牽引役として重要な役割を果たしているとも言える。しかし、令和２年からの新型コロナウイルス感染症拡大により消費者の生活様式が変化した影響で「売上の減少」が大きな経営課題となっており、今後は消費者ニーズに対応した多種多様な販売・サービス提供に積極的に取り組んでいく必要がある。

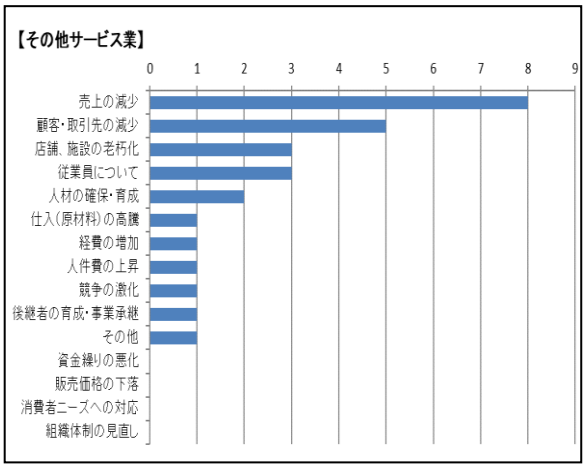
特にサービス業の中でも事業所数が 40%以上と最も多い飲食業については平成 19 年対比で増加傾向となっており競合店も多いため、事業者独自の強みを最大限に活かした事業計画策定が強く求められており、併せて経営者の高齢化に伴う事業承継問題にも早急に取り組んでいくことが課題となっている。

また、次いで事業所数の多い理美容業も 20%を占めており、若い世代での新規開業が増加傾向となっていることから、事業発展に向けた創業者支援の更なる充実を図っていくことも重要である。

直面している経営課題




※資料：登米中央商工会　令和３年度地域経済動向調査（サービス業）
［経営者及び後継者に関する資料は令和元年度調査によるもの］

【会員数の推移】

| 項目 | | 平成29年度 | 平成30年度 | 令和1年度 | 令和2年度 | **令和3年度** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 商工業者数 | | 1, 338 | 1, 326 | 1, 311 | 1, 298 | **1, 298** |
| 会員数 | | 720 | 707 | 687 | 675 | **680** |
| 業種別内訳 | 製造業 | 31 | 32 | 32 | 34 | **34** |
| | 建設業 | 144 | 142 | 138 | 139 | **132** |
| | 卸売・小売業 | 235 | 227 | 217 | 204 | **205** |
| | サービス業等 | 310 | 306 | 300 | 298 | **309** |
| 組織率 | | 53. 81% | 53. 31% | 52. 40% | 52. 0% | **52. 38%** |

③これまでの商工会の取組み

第１次経営発達支援事業（平成３０年４月１日～令和５年３月３１日）

【地域の経済動向調査に関すること】

地域小規模事業者を取り巻く経営環境の変化や地域経済の動向並びに事業者が抱える様々な課題を的確に把握するため、巡回訪問や窓口相談時の聞き取りとは別に地域経済動向調査として独自調査を行っている。収集した情報は業種毎に整理・分析を行い、地域の経営状況として課題を明確化させ商工会ホームページで広く地域事業者へ発信していると共に、事業計画策定支援やフォローアップ支援の際の基礎資料として活用している。また、登米市による産業振興支援策の立案等に対して商工会からの提言に向けた基礎データとしても活用している。

【経営状況の分析・事業計画策定支援に関すること】

事業の持続的発展を目指した事業計画策定に向け、「経営分析・事業計画策定セミナー」の開催を通し、巡回や窓口相談時の他、確定申告時等を支援機会と捉え対象事業者の掘り起こしを行っている。

経営分析に関しては、経営戦略を立案する上での必要性を理解いただき、財務状況の他、売上・利益構成等の分析により現状課題を明確化させると共に、ＳＷＯＴ分析による戦略の導き出しに努めている。

また、事業計画策定に関しては事業承継問題等も含め、小規模事業者が直面する様々な経営課題の解決に向け、「地域の経済動向調査」及び「経営状況分析」の結果を踏まえた事業計画策定の支援を行っている。尚、専門的な課題解決に向けては専門家と連携した「個別相談会」も実施し、より有効性が高い事業計画策定に繋げている。

更に創業予定者へは、登米市内商工会と連携した「創業チャレンジセミナー」も開催して事業計画の策定支援を行っている。

【事業計画策定後の実施支援に関すること】

事業計画策定後は、定期的な巡回により、当該事業計画の進捗状況の確認と共に、事業計画策定前と実施後の経営状況について検証し、ＰＤＣＡサイクルを繰り返しながら事業計画策定後の適正な事業活動を継続的に支援している。また、事業承継に関しては、事業計画に沿って事業が円滑に進むよう事業承継の具現化に向けたフォローアップを実施すると共に、新たな課題が発生した場合は解決に向けた伴走型支援を行っている。

また、小規模事業者の持続的発展と経営基盤の強化を側面から支援するため、必要に応じて専門家や金融機関等と連携を図りながら支援体制強化に努めている。

【需要動向調査に関すること】

地域内外へ需要拡大を目指す管内小規模事業者を選定し、当該事業者の商品やサービス等に対する需要動向について調査・分析を行っている。具体的な調査方法としては、事業所毎に沿ったアンケートを作成し、消費者から忌憚のない意見を聴取するため商工会職員が直接ヒアリングを行い調査している。尚、調査・分析した内容は報告書として個別に情報提供を行い、個社毎に需要動向を明確化させ、需要開拓に繋げていくための新たな商品開発又は既存商品の改善等に向けた基礎資料として活用している。

【新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事】

地域内外へ販路開拓を目指す小売業者や食品製造業者を中心に、全国商工会連合会運営のＥＣサイト「ニッポンセレクト．com」への出展斡旋等を通じて需要開拓と当該事業者の認知度向上に向けた企業の情報発信に努めている。また、宮城県商工会連合会が運営する「食の商談会」Ｗｅｂサイトへの登録勧奨を行うと共に、地域内外の需要動向を踏まえた販売機会の拡大を目指していくため、出展・商談会への参加に向けた「事前対策セミナー」も実施している。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①１０年程度の期間を見据えて

当商工会では、小規模事業者の持続的発展と起業・創業による経済活性化を目指し、地域の現状・課題を常に把握しながら１０年程度を見据えた長期的な振興に努めていく。

【経済環境変化に対応した経営力強化】

少子高齢化や人口減少の他、新型コロナウイルス感染症拡大による消費者行動の変化といった産業全体が抱える構造的課題に加え、当地域においては大手企業やフランチャイズ店の進出等による売上減少が顕著となっている。小規模事業者の維持・発展にはこれら環境変化へ柔軟に対応できる経営力が必要であるため、消費者ニーズの的確な把握により、個社毎の経営資源を最大限に活かし事業計画策定並びに実施に対する継続的なフォローアップ支援を強化していくことで需要拡大による売上げ向上を図っていく。

また、事業計画実施後には定期的な検証支援も行い、計画の改善や見直しを常態化させていくことで様々な環境変化に対応できる強い経営体質への移行を目指していく。

【事業承継と創業支援の促進】

地域に根ざした事業活動を行いながら住民と密接な関係がある小規模事業者は、地域経済の担い手として重要な役割を果たしている。地域の少子高齢化が進展している中で、小規模事業者の減少は地域経済全体の衰退を招きかねないものであることから、事業承継問題への早期着手を図ると共に経営基盤強化のための事業戦略立案を支援していく。

また、地域経済活性化には新たな取組みを行う起業・創業者を増やすことが不可欠であることから、創業予定者の掘り起こしを行う取り組みを行いながら継続支援に繋げ、地域内の小規模事業者の増加や雇用拡大を図る他、空き店舗の活用推進も行っていく。

【魅力ある個店づくりと商業活性化】

当地域は商業集積地となっているが、経営者の高齢化や後継者不足等により将来的には廃業を考えている個店もあることから、商店街機能の更なる低下が懸念される。そのため、各個店ならではの魅力発掘と消費者ニーズに対応した新商品・新サービスの提供を目指し、後継予定者や第三者が承継したいと思う店づくりを支援していく。

また、個店や商店街の魅力を発信しながら商店街に人が集まる各種事業への取組みを支援し、商業活性化に繋げていく。

【需要を見据えた商品開発と販路開拓支援】

小規模事業者においては、経営基盤が脆弱であることから、地域資源を活用した新商品開発等に向け独自で需要を調査し販路開拓に取り組むことが困難であるため、専門家と連携した需要動向調査・商品開発支援を行うと共に、宮城県商工会連合会等が主催する商談会への積極的な参加を促していくことで販路開拓に繋げ、認知度の高い商品やサービスを増やしていく。

②第２次登米市総合計画との連動性・整合性

登米市では、第２次登米市総合計画（計画期間：平成２８年度～令和７年度）として「協働による登米市の持続的な発展」を基本理念に掲げ、主要施策等の基本計画においては、社会経済情勢の変化に的確に対応するため、令和２年に改定を行っている。産業振興に関しては『地域資源を活かし魅力ある元気な産業を「つくる」まちづくり』を目標に、商工観光計画の政策を下記の通りとしている。（登米市基本計画より抜粋）

［政策１］地域資源を活かした起業・創業支援

（現状と課題）

本市固有の地域資源を活かした起業・創業活動や地域の課題解決に取り組む事業等、新しいビ

ジネスを支援し、地域に根ざした産業を育成していく必要がある。このため、商工会や金融機関等の関係機関が一体となって、起業家の育成や事業者の支援に取り組んでいく。

（今後の方向性）

登米市ならではの起業・創業の活動や市内企業の新しい取組みを支援すると共に、農業を基軸とした６次産業化の推進や農商工連携を推進する。また、商工会や金融機関等と連携し、セミナー等の各種支援事業の実施により、新たなビジネスに取り組む事業者の支援に努める。

［政策２］商業の振興

（現状と課題）

車社会の進展による郊外・沿道型の店舗の進出や大型商業店舗・インターネットショッピングへの消費者の購買行動の変化、商業者の兼業化や後継者不足等により、地域商店街を取り巻く環境は厳しい状況である。このため、商店街の空洞化や市外への消費流出等への対策が必要である。

（今後の方向性）

商工会や商店街組織が実施する各種事業を支援し、まちづくりや観光と連携した取組により集客力の向上を図っていく。また、新規事業者等を支援し、商店街の空洞化を解消して商業振興の活性化を図ると共に、後継者不足等の課題解決にも取り組んでいく。

［政策３］観光の振興

（現状と課題）

東日本大震災の発生後は減少の一途を辿っていた後、新たな道の駅のオープン等により平成３０年には当初目標を上回る状況となっている一方で、複数日滞在する誘客は難しいことから通過型の観光客が多い。「見る」観光に加え、「体験する」「食べる」等の観光形態の充実を図る必要がある。

（今後の方向性）

登米市には、自然、歴史文化、食、イベント等の強みを活かした多くの観光資源があることから、「体験する」「食べる」等の体験型観光や、新たな資源の掘り起こしや磨き上げを行い、登米市ならではの観光周遊プランを作成する他、観光、産業、文化、自然等を効果的に情報発信することでまちの魅力向上に取り組んでいく。

［政策４］工業の振興及び雇用創出

（現状と課題）

人口減少や少子高齢化が進み、労働力不足が続いている状況であることから、学校や企業と連携し地元企業への就職を促進し人材確保に向けた取組みが必要である。また、働く場の確保も必要であることから、工業団地への早期立地に向けた企業誘致活動への取り組みも必要になっている。

（今後の方向性）

産業活性化と地域経済発展のため、既存企業の新商品開発や販路拡大に向けた取組みへの支援、異業種交流・人材確保等について産学官の連携を図る。また、学校への情報発信で就職促進を図り、地元企業への若者の定着化や誘致企業の推進による雇用機会の創出に取り組んでいく。

上記の通り、産業振興に関する計画は当商工会の「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」と概ね一致しているため、地域経済や産業の発展に向けて、登米市並びに関係者が一体となった経営改善普及事業の実施体制を構築する。尚、「第３次登米市総合計画」が制定された際は、当商工会計画と整合性を図りながら事業を実施する。

③商工会としての役割

商工会は、地域小規模事業者の最も身近な相談相手となっていることから、登米市総合計画にある施策を踏まえた上で市及び各関係機関等と連携しながら事業者に寄り添った伴走型支援に取り組んでいかなければならない。

そのためには、小規模事業者を取り巻く経営環境・経営状況を正確に把握するとともに、経営者に対する気付きや意識改革を促しながら課題解決に向けた事業計画策定・実行等、一連の取り組みを支援していくことが重要である。

また、創業や事業承継支援による次世代の地域担い手育成を目的とした取組みを行っていき、地域産業全体の活性化を図っていくことも重要な役割である。

（３）経営発達支援事業の目標

「地域の現状課題」や「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえ、本計画における期間の実施目標を以下の通り設定し、小規模事業者の持続的発展を支援する。尚、事業実施に当たっては、登米市や各関係機関の他、専門的な課題に対しては専門家と連携を強化した伴走型支援に努める。

① 小規模事業者の自律的な経営力強化に向けた事業計画策定支援

事業計画策定の重要性を理解し、様々な経営課題の解決へ向けた計画策定や見直しに積極的に取組む事業者を増やしていき、計画の着実な実行を支援していくことで地域産業全体の活性化を図る。

② 小規模事業者との対話・傾聴を重視した「潜在力」の引出し強化

小規模事業者との対話と傾聴を重視し、潜在力を引き出しながら相手へ気付きを与え、事業者それぞれに対し特徴ある独自性の高い事業実施へ導いていくことで経営力向上に繋げる。

③ 事業承継と創業支援強化による地域経済活性化

事業承継に対する課題を解決し経営の持続化を図ると共に、創業希望者へは実現に向けた支援を行うことで地区内事業者数の増加に繋げ地域経済活性化を図る。

④ 個店の魅力創出による商業活性化の推進

小規模事業者の経営力強化でそれぞれの魅力創出を図り、消費者等への積極的な情報発信により認知度を高めていくことで各個店の活性化、ひいては商店街全体としてのにぎわい回復へと繋げる。

⑤ 需要を見据えた地域内外への販路開拓

消費者ニーズに沿った新商品開発や既存商品の改良に取り組む事業者を増やし購買意欲を向上させると共に、バイヤーとの商談会等へ積極的に参加し地域内外へ販路を拡大していくことで更なる売上増加と認知度向上を図る。

⑥ 職員の支援能力向上と支援体制強化

職員間で支援ノウハウを情報共有し、小規模事業者が求める支援ニーズの適格な把握と持続的発展への導き出しに向けた支援能力を均一化する。また、高度で専門的な課題解決に対しては専門家や関係機関との連携を密にすることで強力なワンストップ支援体制を確立する。

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 |
| --- |
| ２．経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針<br><br>（１）経営発達支援事業の実施期間（令和５年４月１日～令和１０年３月３１日）<br><br>（２）目標の達成に向けた方針<br>①小規模事業者の自律的な経営力強化に向けた事業計画策定支援<br>巡回訪問や窓口相談を通じ、事業の持続的発展には将来を見据えた事業計画策定が必要であることを認識して頂くと同時に、セミナーや個別相談会を実施しながら経営力強化に取り組む事業者の掘り起こしに努め支援に繋げていく。事業計画策定に向けた個社の経営課題の抽出にあたっては、事業者との対話と傾聴を通じて目に見えない本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、経営改善のみならず新分野への展開等も視野に入れた事業計画策定支援を行う。<br>また、事業計画策定後は、進捗状況を定期的に確認すると共に、実施結果の検証を行いながら着実に目標達成まで進められようフォローアップ支援の充実を図る。<br>尚、経営環境が日々変化していく中で事業計画の定期的な見直しや改善が必要となるため、目標達成後においても継続した伴走型支援を実行していくことで、様々な環境下でも柔軟に対応できる経営基盤の強い自走化が可能な小規模事業者を増やしていく。<br><br>②小規模事業者との対話・傾聴を重視した「潜在力」の引出し強化<br>人口減少や少子高齢化等の構造的変化や新型コロナウイルス等の不可逆的変化に陥っている中、地域経済を支える小規模事業者が持続的発展を目指していくには、個社毎の強みや特徴を最大限に活かした独自性の強い取組が重要である。このことから、経営者との対話・傾聴を通じた信頼関係の醸成により、個社の本質的な課題を引き出していくと共に、個社が持っている潜在力の引出しにも努めることで自己変革意識の向上を図る。<br><br>③事業承継と創業支援強化による地域経済活性化<br>事業承継支援については、巡回訪問等により宮城県事業承継引継ぎセンターの「事業承継診断ヒアリングシート」等を活用しながら実態の把握と支援ニーズの掘り起こしを進め、事業承継準備の早期着手を後押しする。また、円滑な事業承継を図っていくため、様々な課題について専門的な支援が必要な場合は関係機関や専門家と連携した支援を行う。<br>創業支援については、登米市内の商工会共催による「創業チャレンジセミナー」を実施し、創業希望者や６次産業化を目指す農業者などを対象に創業の心構えや利益計画の立て方等、経営に必要となる基礎知識の習得と事業計画策定に向けた支援を実施する。また、創業後においてもきめ細かい伴走型支援を継続し、地域内の小規模事業者数の増加と雇用の創出、更には空き店舗の有効活用に向けた推進も行い、上述の事業承継支援と併せて取り組むことで地域経済活性化に繋げていく。<br><br>④個店の魅力創出による商業活性化の推進<br>経営環境や顧客ニーズの変化に対応し、地域住民の生活に必要とされる個店づくりを目指していくため、商店街にある小規模事業者を中心に経営力強化を柱とした支援を行うと共に、店舗の外観や商品陳列等のレイアウト、ＳＮＳ等を活用した有効な情報発信等の支援を行い個店の魅力を強化していく。<br>また、各個店が持っている魅力を発信し、認知度向上と新規顧客の拡大、更には地域商店街のにぎわい回復を目的とした「まちゼミ」の取り組みを支援していき、小規模事業者それぞれの意識改革を図っていくことで地域全体の商業活性化に繋げていく。<br><br>⑤需要を見据えた地域内外への販路開拓<br>新たな需要の開拓を目指す小規模事業者の販路開拓支援の強化を図るため、個社毎に需要動向調 |

査を実施し消費者が求めるニーズの把握を行い、事業計画に基づいた新商品開発や既存商品の改良等に向けた支援に繋げる。更にＩＴを活用したＥＣサイトや商工会連合会等が主催する商談会への参加勧奨を行うと共に、バイヤーに対する商談力向上に向けたセミナーを開催する。

**⑥職員の支援能力向上と支援体制強化**

商工会に求められる支援ニーズが多様化している中、小規模事業者の持続的発展に向けた支援を行っていくには、これまで以上の幅広い支援能力とスピーディーな対応が商工会職員に必要とされる。そのため、個々による自己啓発はもちろんであるが、宮城県商工会連合会や関係機関が実施する各種研修会への参加や職場内ＯＪＴ等を通じ、経営指導員を中心とした全職員の支援能力向上を図ると共に支援ノウハウの情報共有体制の整備を行う。

また、高度で専門的な案件については、効果的且つ適切な支援に繋げるため、専門家や他の支援機関と連携することにより支援体制を強化する。

**Ｉ．経営発達支援事業の内容**

**３．地域の経済動向調査に関すること**

**（１）現状と課題**

**［現状］**

地域小規模事業者の経営環境や地域経済の動きを把握するため、会員事業所を対象にした独自調査を実施している。収集した情報は業種毎（製造、建設、卸・小売業、飲食・宿泊、サービス）に整理し、また広域的な中小企業景況調査等の外部データとの比較等分析を行って、地域内事業者の経営課題の明確化を図り、事業計画策定等の基礎資料として活用している。

また、調査報告書として当会ＨＰへの掲載により広く管内事業者等へ周知している。尚、調査回数については年３回を目標としていたが、回収できる業種毎のデータ量を考慮し、より精度の高い調査結果としていくため、年１回の調査に変更して実施している。

**［課題］**

調査対象件数は全体平均で年１０６件となっているが、回答数が減少傾向であることや業種によっても偏りがあることから、より確実性の高い景況把握までには至ってなかった。

また、広域的な中小企業景況調査等の外部データについても個社支援の際に活用しているものの、効果的な情報提供が不十分であったため、独自調査については業種毎の地域小規模事業者数に応じた十分なデータ量の回収を行うと共に、比較する外部データも更に有効的な資料として活用していく必要がある。

**（２）目標**

地域内業種別景気動向調査件数は業種別構成比率による合計件数とする。

| 項　目 | 公表方法 | 現行 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 | 令和8年度 | 令和9年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 地域業種別景気動向調査回数 | | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 地域業種別景気動向調査件数 | HP掲載 | 75件 | 100件 | 100件 | 100件 | 100件 | 100件 |
| HP情報提供回数 | | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 外部データ収集・公表 | HP掲載 | － | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |

**（３）事業内容**

**①地域経済動向に関する独自調査**

当地域小規模事業者の現状と課題及び本会への要望等を業種毎に把握し、伴走型支援の基礎資料として活用していくため、引き続き製造業、建設業、卸・小売業、飲食・宿泊業、サービス業を対

象として、それぞれ業種別構成比率に応じた件数を回収目標とした独自調査を行う。
尚、調査回数は年１回とし、整理・分析を行った内容を当会ホームページで公表し周知する。

［調査項目］
定量調査：売上高、客単価、客数、仕入単価、採算、資金繰り、雇用数、営業利益　等
定性調査：業歴、後継者の有無、業界の業況、直面している課題・支援ニーズ　等
［調査対象数］
上記業種の業種別構成比率に応じた件数で合計１００社
［調査方法］
調査票にて経営指導員等が巡回･窓口指導を通じてヒアリングにより経営動向等の情報収集を行う。
［分析手法］
経営指導員が集計・分析を行う。

**②各種統計外部データの情報収集**
小規模事業者の潜在的な需要開拓を図るため､広域的な景気動向となる中小企業景況調査や景気動向調査（全国商工会連合会)、みやぎ経済月報（宮城県）等の各種統計調査等の外部データを収集・整理し、全国・東北・県内エリアの広域的な経済動向として、本会の独自調査と共に活用していく。
また、収集・整理した内容は四半期毎に当会ホームページで公表する。
［収集資料］
１．中小企業景況調査　小規模企業景気動向調査（中小企業庁、全国商工会連合会）
２．みやぎ経済月報（宮城県）
３．地域経済産業調査・管内経済動向（東北経済産業局）
［調査項目］
売上高、採算、資金繰り、業況、公共工事請負額、消費物価指数等の統計資料による経済動向に関する情報を収集する。
［分析手法］
それぞれの資料を公表毎に収集し、経営指導員が専門家と連携し整理分析する。

**（４）調査結果の活用**
○調査した結果は業種別・項目別にデータとして整理、蓄積し、経営指導員等で共有化を図り巡回訪問や窓口相談時に事業者へ情報提供する他、当会ホームページへの掲載で広く周知する。
○地域経済の動向を踏まえた事業計画策定や販路開拓支援に繋げるための基礎資料とする。
○登米市の小規模事業者に対する支援施策考案に向けた基礎資料として提供する。

**４．需要動向調査に関すること**
**（１）現状と課題**
**［現状］**
地域内外へ需要拡大を目指す管内小規模事業者を選定し､主に食品製造や飲食業を中心とした商品やサービス等に対する需要動向について調査・分析を実施している。
また、調査・分析した内容は報告書として巡回訪問を通じ個別に情報提供を行い、個社毎の需要動向の明確化と需要開拓に繋げるための新商品開発や既存商品の改善等に向けた基礎資料として活用している。尚、建設業に対する調査は地域イベントへの来場者を対象に行う計画であったが、イベント中止等の理由で実施していない。

**［課題］**
対面による調査のため新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を図りながら実施しているが､生

活スタイルの変化等で来店数が減少しており、十分な調査回収量まで時間を要している。
　また、地域内と地域外の需要動向調査に対する区別が不明確であった。今後は、小規模事業者に求められるニーズのより的確な把握に向け、調査方法や調査日（客入りの多い週末等）の見直しを図り、効率的な回収により調査量の増加を目指していく必要がある。

（2）目標

| 項　目 | | 現行 | 令和<br>5年度 | 令和<br>6年度 | 令和<br>7年度 | 令和<br>8年度 | 令和<br>9年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 地域内需要動向調査回数 | | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| | 食品製造・飲食業を中心とした事業者数（調査サンプル数） | 4者<br>(328) | 5者<br>(5者×100人) | 5者<br>(5者×100人) | 5者<br>(5者×100人) | 5者<br>(5者×100人) | 5者<br>(5者×100人) |
| | 建設業を中心とした事業者数（調査サンプル数） | 未実施 | 3者<br>(3者×20人) | 3者<br>(3者×20人) | 3者<br>(3者×20人) | 3者<br>(3者×20人) | 3者<br>(3者×20人) |
| 地域外需要動向調査回数 | | R3年度は未実施 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| | 食品製造・飲食業を中心とした事業者数（調査サンプル数） | ― | 3者<br>(3者×100人) | 3者<br>(3者×100人) | 3者<br>(3者×100人) | 3者<br>(3者×100人) | 3者<br>(3者×100人) |

（3）事業内容
　地域小規模事業者が経営環境の変化に対応しながら持続的発展していくには、小規模事業者ならではの創意工夫と特徴を活かした新商品開発や経営再構築等に積極的に取組むことが必須である。このことから、個社それぞれが必要とする商品や役務に対する明確な消費者ニーズを把握するため、需要動向調査を実施する。
　また、調査対象事業者については、会員の構成割合が高い業種（小売・飲食、建設業）を中心に地域内外への需要拡大を目指す事業者を選定して調査・分析を行う。
　尚、把握した調査分析結果は経営指導員を中心に全職員で共有化し、巡回訪問を通じて個別に提供すると共に、需要開拓支援に向けた事業計画策定の基礎資料として活用する。

①食品製造小売、飲食、建設業を対象とした地域内需要動向調査
　当地域は登米市の中でも商業中心地として小売・飲食店が集積しており、大型店や大手外食チェーン店も多く出店しているが、殆どが地域に根ざしている小規模事業者であり、地域産業活性化には欠かせない存在となっている。そのため、食品製造小売業、飲食業を選定し個社毎の需要動向調査を行う。調査項目は、品揃えや、メニュー、価格等に関する内容の他、個店に対する要望等を取り入れた内容とし、支援事業者と検討しながら設定する。
　また、次いで会員数が多い建設業に関しては、登米市建設職協同組合や当会工業部会等と連携し、地域内イベント「登米市産業フェスティバル」への出展時に、一般来場者を対象とした需要動向調査を実施する。調査項目については、住まい状況や世帯構成、新築・リフォームに対する要望等の調査を行う。
　尚、調査方法はヒアリングを基本とし、忌憚ない回答をいただくことで効果的な調査に繋げていくため、引き続き商工会職員が行うものとする。

| 区　　分 | 内　　容 |
|---|---|
| 支援対象 | ・需要開拓へ積極的に取組む食品製造小売店（３者）、飲食店（２者）、<br>・「登米市産業フェスティバル」へ出展する建設業者（３者） |
| 調査対象 | ・調査対象店舗を利用する消費者（食品製造小売・飲食店）<br>・地域で開催される「登米市産業フェスティバル」への来場者（建設業） |
| 調査項目 | （共通項目）<br>・属性（年齢、性別、居住地域）<br>（食品製造小売店に関する項目）<br>・店舗選択判断、満足度（味、価格、容量、パッケージデザイン　等）<br>・商品や品揃え等に対する要望、不満　等<br>（飲食店に関する事項）<br>・店舗選択判断、満足度（味、価格、メニュー数、等）<br>・メニュー、サービス等に対する要望・不満　等<br>（建設業者に関する項目）<br>・世帯構成　・住まい状況　・居住年数　・新築、リフォームに対する意向<br>・購入したい住宅形態（注文・建売・中古）・地元建設業者に対する要望　等 |
| 調査方法 | ①食品製造小売店・飲食店を利用する消費者<br>試食やメニュー提供を通じて直接ヒアリング（調査数　５者×１００人）<br>②地域内で開催されるイベント（登米市産業フェスティバル）への来場者<br>会場内にアンケートコーナーを設置して調査（調査数　３者×　２０人）<br>※回収率を高めるため調査後に粗品進呈 |
| 活用方法 | 調査結果を分析整理し、事業者毎の地域内需要動向を明確化させ、個別に情報提供を行うことで事業計画策定に反映させると共に、需要開拓に向けた新たな商品開発等に繋げる基礎資料として活用する。 |

**②小売業（食品製造小売を含む）を対象とした地域外需要動向調査**

地域外への販路拡大を目指し、地域小規模事業者が扱う自社ならではの商品や土産品等の開発・改良に取り組む小売業（食品製造小売を含む）を対象に、地域外消費者の嗜好や購買動向、販路拡大の可能性等を把握するための調査を実施する。調査にあたっては、地域外の消費者が多く利用する「道の駅みなみかた」(R1.入込 337 千人）を活用し、観光客を対象に商品価格の設定や購入意思、改善要望等について調査を行い、地域外への販路拡大支援に繋げていく。

また、調査方法は上記①と同様、ヒアリングを基本として商工会職員が行う。

| 区　　分 | 内　　容 |
|---|---|
| 支援対象 | 新商品開発等へ積極的に取組み、地域外への販路拡大を目指す小売業者（食品製造小売を含む）（３者） |
| 調査対象 | 地域内観光施設「道の駅みなみかた」を利用する地域外消費者 |

| | |
|---|---|
| 調査項目 | ・属性（年齢、性別、居住地域）<br>・見た目（デザイン）や味、容量に対する感想や改善点　等<br>・商品のネーミングや価格設定、<br>・ネット通販等による購入意思 |
| 調査方法 | 地域内観光施設を利用する地域外消費者に対し、サンプルコーナーで試用や試食してもらいアンケートにて調査する。<br>※調査は地域外来場者が多い休日とする（調査数　３者×１００人） |
| 活用方法 | 調査結果を分析・整理し、地域外の消費者嗜好や売れ筋商品などについての動向を明確化させ、域外への販路開拓を目指している食品製造販売業者に情報提供を行うことで、新たな商品開発や改良等に向けた基礎資料として活用し、需要の拡大に繋げる。 |

**５．経営状況の分析に関すること**

**（１）現状と課題**

**［現状］**

経営分析セミナーの開催周知や金融相談時を支援機会と捉え、事業の持続的発展には経営状況の把握とそれを踏まえた事業計画策定が必要となることを呼びかけながら対象事業者の掘り起こしを行っている。しかし、経営状況の分析に取り組む小規模事業者は国や県等の補助金活用を目的とした事業者が大部分となっていることから、本来の目的は補助金の活用では無く、自社の現状把握により、分析根拠に基づいた経営改善や新分野展開等への明確な方向性を見出す手段であることを訴求し支援事業者を増やしていく必要がある。

**［課題］**

経営分析にあたっては、定量的分析（財務分析）と定性的分析（ＳＷＯＴ分析・３Ｃ分析）を基本に実施しているが、分析においては活用するシステムツールが経営指導員により違いがあったため、内容が不十分な部分もあった。今後は県下商工会が導入した経営支援基幹システム「ＢＩＺミル」を統一して活用していくこととし、当システムで共有化を図り効果的な事業計画策定支援に繋げる。定性的分析においては、内部環境と外部環境の洗い出しが不足しており本質的な課題把握に至っていない場合もあったことから、個社ならではの戦略策定に導けるよう、経営者との対話と傾聴をこれまで以上に重視していく必要がある。

**（２）目標**

| 支　援　内　容 | 現行 | 令和<br>5 年度 | 令和<br>6 年度 | 令和<br>7 年度 | 令和<br>8 年度 | 令和<br>9 年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 対象事業者掘起しに向けたチラシ作成・周知 | 未実施 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 |
| 対象事業者掘起し件数 | 45 者 | 80 者 | 80 者 | 80 者 | 80 者 | 80 者 |
| 経営分析セミナー | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 |
| 経営分析・フィードバック件数 | 27 者 | 80 者 | 80 者 | 80 者 | 80 者 | 80 者 |

**（３）事業内容**

移り変わる経営環境の変化に対応しながら事業の持続的発展を目指すには、先ず自社の経営状況を正確に把握し、状況を踏まえた今後の経営戦略や行動計画を立てることが重要である。このこと

から、巡回訪問でチラシによる呼びかを行うと共に、経営分析セミナーの開催等を通じて対象事業者の掘り起こしを行う。分析にあたっては、収益性、安全性、損益分岐点等の財務面の分析、内部環境や外部環境の切り口から分析する経営環境分析を行い現状課題について明確化させる。

**①経営分析対象者の掘り起こし**

需要動向調査の対象事業者や経営指導員等が巡回訪問する事業者に対し、経営分析の重要性を理解してもらうための案内チラシを作成して周知を図る。また、同チラシは本会ホームページへの掲載やＬＩＮＥ（現登録者131人）による情報発信も行うことで小規模事業者へ広く取組みの必要性を啓蒙しながら支援対象事業者の掘り起こしを行う。

**②経営分析セミナーの開催**

上記①による掘り起こしに加え、事業計画策定に向けた経営分析の目的・手法・活用法に対しより理解を深めてもらうため、経営分析セミナーを開催する。

また、地域内小規模事業者の多くは自らの経験と勘を経営のよりどころとして経営分析の経験が少ないため、開催周知は新聞折込でも行い、セミナー内容は経営分析の基礎をしっかり学べるものとする。

尚、セミナー終了後は事業者自身が定期的に経営分析に取り組んでいけるようフォローアップ支援を行う。

【支援対象】　上記①で掘り起こしを行った事業者

【経営分析セミナー内容】

１．経営分析の目的と手法、決算書の仕組み、財務分析指標

２．自社を取り巻く経営環境分析

**③経営分析内容**

経営分析対象者の掘り起こしやセミナー開催により、経営状況の分析に取り組む小規模事業者に対し、以下の経営分析を行う。

| 分野 | 項目 | 項目詳細 |
|---|---|---|
| 定量的 | 財務分析 | （収益性、生産性）<br>売上高総利益率、売上高営業利益率、売上高経常利益率、売上高人件費率、売上高諸経費率、労務比率<br>（効率性、安全性）<br>棚卸資産回転期間、受取勘定回転期間、支払勘定回転期間、流動比率、当座比率、自己資本比率 |
| 定性的 | ＳＷＯＴ分析 | 自社を取り巻く内部環境（強み・弱み）と外部環境（機会・脅威）を分析。 |
| | ３Ｃ分析 | 顧客・競合・自社の三項目より経営環境における現状の経営課題等の分析 |

**④経営支援基幹システム「ＢＩＺミル」の活用**

経営計画策定支援に繋げていくため、小規模事業者の経営分析支援にあたっては県下商工会統一システム「ＢＩＺミル」を活用し、巡回訪問等で収集した経営状況の入力を通して得られたデータをローカルベンチマークと連携させ総合的な分析を行う。

また、分析した情報については支援事業者へフィードバックしていく共に、経営指導員等で共有化を図ることで効果的な経営戦略立案に向けた支援を行っていく。

| 項　　目 | 内　　容 |
|---|---|
| 分析項目 | ・決算データを基にした売上・利益推移、財務分析<br>・ＳＷＯＴ分析<br>・財務分析を基にした経営課題抽出<br>・将来ビジョン |
| 分析対象 | 経営計画策定に向けて経営状況分析に取組む事業者 |
| 分析手法 | ・㈱エイチ・エーエルが提供するＢＩＺミルシステムを活用<br>・ローカルベンチマークの他、小企業の経営指標等との比較分析に活用<br>・専門知識を有する分析は専門家と連携を図る。 |

（４）分析結果の活用

経営状況の分析結果を基に経営実態と経営課題を明確化させ、個社毎にフィードバックすることで経営戦略立案と経営計画策定支援に繋げる基礎資料として活用する。

また、ＢＩＺミルシステムにより各経営指導員の分析手法を統一化させ、個社毎の分析データを蓄積して情報共有化を図っていくことで、分析支援に対する各々のスキルアップに向けた参考資料としても活用する。

６．事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

［現状］

地域小規模事業者が直面している様々な経営課題の解決に向け、「地域の経済動向調査」及び「経営状況分析」等の結果を踏まえた事業計画策定支援に繋げるため、専門家と連携した事業計画策定セミナーや個別相談会を開催しながら事業計画策定支援にあたっている。

また、創業予定者に対しては、登米市内商工会と連携した創業チャレンジセミナーと個別相談会を開催し、創業に向けた後押しを行っている。しかし、事業計画策定に対する地域小規模事業者の多くは、各種補助金の活用をきっかけとした短期的な事業計画策定に留まっており、計画実行後も積極的に評価改善に取組む事業者は少ないのが現状である。

［課題］

事業計画策定は、補助金の活用等を目的視している傾向になっているのが課題である。小規模企業白書（2020年版）による調査では、事業計画を策定していない小規模事業者割合は52.5%となっており、その理由は「必要性を感じない」が33.2%、「ノウハウが無い」が32.2%となっている。当地域においても、小規模事業者の大半は事業計画を策定していない状況となっているが、その理由もほぼ同様である。成長している事業者の殆どが、将来を見据えた事業計画を策定している事実を知っていただき、事業計画策定がなぜ必要なのかという本来の意義や重要性を更に啓蒙していく必要がある。

また、創業支援については４年間で１０件となっており、その内、創業チャレンジセミナーを通じ支援に繋がったのが３件である。過去のセミナー参加者も含め、創業予定者に対する継続的な関りを維持しながら、創業件数を更に増やしていく必要がある。

事業承継支援については、経営指導員による事業承継診断の聴き取り件数が少ないため、支援まで繋がっていない状況であるため、相談事業者の掘り起こし強化が必要となっている。

（２）支援に対する考え方

事業計画策定は小規模事業者の今後の方向性を決定する重要な部分であるため、「地域の経済動向調査」、「需要動向調査」、「経営状況の分析」の結果を踏まえ、事業者自身が自社の本質的課題を認識し、有効性のある事業計画策定に繋げられるよう、経営者等との対話と傾聴に重点を置いた支援を行う。支援にあたっては、経営分析を行った事業者に対して事業計画策定セミナーへの参

加を促し、全事業者の事業計画策定を目指すこととする。
　また、補助金等の活用をきっかけとした支援においても、経済動向や経営状況の把握を基にした事業計画策定が重要となる事を認識していただき、補助事業とは別に中長期的な事業計画策定支援に繋げるための継続支援を行う。
　更に、あらゆる環境変化に対応していくためのＤＸに向けたセミナーを開催し、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指していく。
　一方、創業・事業承継支援については、地域経済の維持、活性化には必須であることから、創業に関してはセミナー、個別相談会の開催により各調査結果を踏まえた創業計画策定を支援していき、事業承継に関しては、宮城県事業承継引継ぎセンターと連携して課題解決に取組むと共に事業承継計画策定を支援する。

（３）目標

| 支　援　内　容 | | 現行 | 令和<br>５年度 | 令和<br>６年度 | 令和<br>７年度 | 令和<br>８年度 | 令和<br>９年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 事業計画策定セミナー | | １回 | １回 | １回 | １回 | １回 | １回 |
| | 個別相談会 | ４回 | ４回 | ４回 | ４回 | ４回 | ４回 |
| | 事業計画策定事業者 | 32 者 | 30 者 | 30 者 | 30 者 | 30 者 | 30 者 |
| 創業チャレンジセミナー | | １回 | １回 | １回 | １回 | １回 | １回 |
| | 個別相談会 | １回 | １回 | １回 | １回 | １回 | １回 |
| | 創業計画策定事業者 | １者 | ３者 | ３者 | ３者 | ３者 | ３者 |
| 事業承継計画策定事業者 | | － | ３者 | ３者 | ３者 | ３者 | ３者 |
| ＤＸ推進セミナー | | － | １回 | １回 | １回 | １回 | １回 |

（４）事業内容
①事業計画策定支援（事業計画策定セミナーの開催）
　経営状況の分析を行った小規模事業者を中心に、事業計画策定の重要性を理解していただき、経営課題の解決に向けた戦略立案及び需要開拓を図っていくための事業計画策定セミナーを開催する。開催案内については経営分析セミナーと併せて周知することで関連性を示し、参加者はこれまで経営計画策定に取り組んだことが無い事業者を想定していることから、戦略立案に向けた考え方や目標設定、達成手法等を分かりやすく説明することで、取り組み意欲を喚起できる内容とする。
　また、セミナー終了後は、個社それぞれが持っている強みや機会を最大限に活かした経営計画策定に向け伴走型支援を行うと共に、高度且つ専門的知識を必要とする場合は専門家と連携した個別相談会を開催し、より効果が期待できる事業計画策定を目指す。
　【支援対象】　経営分析を行った事業者
　【事業計画策定セミナー内容】
　　１．事業計画策定の意義について
　　２．経営環境分析、事業構造分析による独自戦略立案のポイント
　　３．戦略実現に向けた事業計画の作成

②創業計画策定支援

創業予定者及び創業間もない事業者の創業計画策定支援に繋げるため、登米市と登米市内商工会が連携した創業チャレンジセミナーを引き続き実施する。開催周知は商工会ホームページへのチラシ掲載や市内官公庁等の関係機関、金融機関へのチラシ設置により、登米市内住民に幅広くお知らせすることで参加者の掘り起こしを行う。

また、セミナー終了後は個別相談会も実施し、個別案件毎の課題に対応した実現可能な事業計画立案も支援すると共に、地域の経済動向、需要動向の調査結果も踏まえながら計画策定を支援する。

更には、創業計画の実施に向けた県・市の創業補助金や㈱日本政策金融公庫の創業融資制度等の情報提供も行い、必要に応じて空き店舗の活用推進も図りながらより具体的な計画立案に繋げていく。

【支援対象】　創業予定者及び創業間もない事業者

【創業チャレンジセミナー内容（３日間)】

１．創業の心構えと売れる
２．売れるための仕組みづくり
３．利益計画の立て方
４．事業計画書の作成について
５．創業を支援する各種補助金について

【支援体制】

セミナー参加者を創業予定地域ごとの商工会で割り振り、セミナー終了後は創業計画策定支援から創業後まで計画に沿った円滑な支援を行うと共に、創業後においても伴走型支援を継続していく。

③事業承継計画策定支援

事業承継に関しては、後継者がいたとしても具体的な準備をしていない場合、また、後継者はいないが承継を望む第三者がいれば譲渡したい等の課題を抱えながらも具体的な取組みを後回しにしているケースが多々ある。このことから、宮城県事業承継・引継ぎセンターのヒアリングシートを活用した対象事業者の掘り起こし強化に努め、承継計画策定に向けた早期着手を支援する。

また、税務や法務等の承継に関わる専門的課題に対しては、引継ぎセンターとの連携を図り、専門家からの支援を受けながら解決に向けて支援する。

【支援対象】　事業承継診断ヒアリングシートで掘り起こしを行った事業者

【支援手法】　事業承継に関するヒアリングにより、支援が必要と思われる事業者へは課題解決に向けた早期着手を促し、引継ぎセンターと連携し支援する。

④ＤＸに関する支援

経営環境の変化に対応しながら事業を持続的発展させていくには、デジタル化を含めた様々な角度からの事業変革が小規模事業者にも必要とされている。このことから、ＤＸに関する基礎知識の習得や取組み意識の醸成を図るため、ＤＸ推進セミナーを開催する。開催周知はチラシを会員へ郵送する他、本会ホームページへの掲載やＬＩＮＥで情報発信し、セミナー内容は「なぜ必要なのか」を理解してもらうため、中小企業の活用事例を交えて解説するものとする。

また、セミナー受講者の中で取組み意欲の高い事業者に対しては、ＩＴ専門家と連携しながら効果のある取り組みを支援する。

【支援対象】　経営分析を行った事業者及びＤＸに関心のある事業者

【ＤＸセミナー内容】

１．ＤＸ総論、ＤＸ関連技術や具体的な活用事例
２．クラウド型顧客管理ツールの紹介
３．ＳＮＳを活用した情報発信方法
４．ＥＣサイトの利用方法

## ７．事業計画策定後の実施支援に関すること

### （１）現状と課題

［現状］

事業計画策定後は、定期的な巡回等により、策定した事業計画の進捗状況を確認すると共に事業計画実施前と経営状況を比較しながらフォローアップを行っている。しかし、これまで支援してきた事業計画は、各種補助金の活用をきっかけとした短期的な計画が多かったため、中長期的な事業計画へ更新した上でのフォローアップ支援にシフトしていく必要がある。

また、創業者に対しては税務や労務等の基本的な支援も多く必要であるため、特に小まめな巡回訪問を行い支援にあたっている。

［課題］

対象事業者に対するフォローアップは行っているものの、経営状況の数値確認は売上高・粗利益額の増減に留まっており具体的な把握が不十分であった。今後は各経営指標を基にした把握を行い、経営状況に応じた計画の修正や見直しを図った上で計画実行の成果を上げていく。

また、フォローアップ回数も支援事業者毎に差があることから、事業計画を円滑に遂行できるよう統一した目標を定めてフォローアップを行う。

### （２）支援に対する考え方

事業計画を策定した小規模事業者すべてを対象に定期的なフォローアップを継続で行い、進捗状況や実施成果等に応じた計画の修正等を行っていくこととし、対話を通じて経営者の内発的動機付けを行いながら計画目標に向けて進めていけるよう自走化意識を高めていく。

また、計画を実行していく中で新たな課題等が発生した場合は、専門家の助言をいただきながら随時対応していき、きめ細かい伴走型支援を行うことで実現可能性を高めていく。

### （３）目標

| 項　目 | | 現行 | 令和<br>5 年度 | 令和<br>6 年度 | 令和<br>7 年度 | 令和<br>8 年度 | 令和<br>9 年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 事業計画策定後の<br>フォローアップ対象者数 | | 22 者 | 30 者 | 30 者 | 30 者 | 30 者 | 30 者 |
| | フォローアップ回数 | 102 回 | 120 回 | 120 回 | 120 回 | 120 回 | 120 回 |
| | 売上増加事業者数 | 8 者 | 15 者 | 15 者 | 15 者 | 15 者 | 15 者 |
| | 利益率（3%）増加<br>事業者数 | － | 10 者 | 10 者 | 10 者 | 10 者 | 10 者 |
| 創業計画策定後の<br>フォローアップ対象者数 | | 1 者 | 3 者 | 3 者 | 3 者 | 3 者 | 3 者 |
| | フォローアップ回数 | 5 回 | 18 回 | 18 回 | 18 回 | 18 回 | 18 回 |
| 事業承継計画策定後の<br>フォローアップ対象者数 | | － | 3 者 | 3 者 | 3 者 | 3 者 | 3 者 |
| | フォローアップ回数 | － | 12 回 | 12 回 | 12 回 | 12 回 | 12 回 |

### （４）事業内容

**①事業計画策定後のフォローアップ**

事業計画を策定した事業者すべてを対象に、経営指導員が四半期に１回の頻度で定期的かつ継続的に巡回訪問し、進捗状況の確認と経営指標の推移を把握することで効果を測定する。

また、個社毎の進捗状況や効果に応じてフォローアップの頻度を変更し、計画通りに進まない場合はその要因を経営者と共に検証し今後の対応方法を検討する。場合によっては、事業計画の見直しや修正等が必要となることも考えられるため、目標達成に向けて着実に実行していけるよう、困

難な課題に対しては専門家からの助言も求めて支援する。

②創業計画策定後のフォローアップ

創業計画を策定したすべての創業予定者には、計画通り事業を進められるよう創業に至るまでの支援として、経営に関する基本的知識の習得や販路開拓の他、資金調達や人材確保等の支援を行うと共に、創業後においても目標とする売上や収益確保に向けた経営状況を把握し、必要に応じながら計画の修正等を支援する。

また、スタートアップ期は様々な課題の発生が想定されるので、創業者との対話を通じて課題抽出を図りながら、ひとつひとつスムーズに解決していけるよう、経営指導員が２ケ月に１回の頻度で創業準備段階からきめ細かなフォローアップを行っていく。

③事業承継計画策定後のフォローアップ

事業承継計画を策定したすべての事業者を対象に、計画に沿って事業が円滑に進むよう、四半期に１回、経営指導員が定期的に巡回訪問し早期具現化に向けたフォローアップを行う。また、新たな課題が発生した場合は、その都度宮城県事業承継引継センターと連携し、課題解決に向けた支援を行っていく。尚、事業承継後においても継続的に巡回訪問を実施し、持続的発展に向けた伴走型支援を行う。

８．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

（１）現状と課題

［現状］

小規模事業者の多くは、販路開拓を目指しながらも自社ホームページやチラシによるＰＲのみで、取引先拡大（ＢｔｏＢ）を目指した商談会への出展に対しては、ＰＲ手法や商談力の不足等が要因となり積極的な参加に至っていない。そのため、販路開拓を目指す小売業や食品製造業者等を対象に、宮城県商工会連合会が主催する商談会や全国商工会連合会運営のＥＣサイトへの出展勧奨を行うと共に商談力向上に向けたセミナーを実施している。しかし、知識やノウハウの習得だけに留まっており、商談会参加までには繋がっていない。

また、ＩＴを活用した販路開拓等のＤＸに向けた取組みも、経営者の高齢化や必要性の認識不足等により取組みが進んでいないのが現状である。

［課題］

これまでの小規模事業者へ対する販路開拓に向けた支援は、ＢｔｏＣを中心としたものに偏っていた。そのため、ＢｔｏＢに向けた支援については、商談会への出展勧奨やセミナーは行っていたものの、商品アピール手法や商談技術向上等に対するフォローが不十分であったことから、新たな需要開拓支援としては十分な成果に繋がっていない。

また、今後はＤＸ推進に向けた取組みも必要であることを理解してもらいながら、新たな需要開拓を目指す必要がある。

（２）支援に対する考え方

事業計画を策定した事業者を中心に、地域内外に広く販路拡大を目指す小規模事業者の新商品・新技術開発等の支援を行い、ＢｔｏＣのみならず、安定した取引先の確保を目指したＢｔｏＢの取り組みを支援する。支援にあたり、本会が商談会等を主催することは困難なため、引き続き宮城県商工会連合会等が企画する商談会への出展勧奨を行うと共に、出展に向けた事前対策セミナーを実施しながら、商品のＰＲ手法や商談方法に対する個社毎の支援を強化していく。

更には、出展期間中においても同行し、陳列、接客等、きめ細かな伴走支援を行い、商談の成約率を高めるための支援を行う。

また、ＳＮＳやＥＣ等の普及により消費者の購買動向も大きく変化していることから、ＩＴ技術を活用した販路拡大を目指し、事業者の成長段階に沿ったＤＸへの取り組みを支援する。

（３）目標

| 項目 | | 現行 | 令和<br>５年度 | 令和<br>６年度 | 令和<br>７年度 | 令和<br>８年度 | 令和<br>９年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 関係機関等主催商談会<br>出展事業者数 | | ０社 | ３者 | ３者 | ３者 | ３者 | ３者 |
| | 成約件数／者 | ０件 | ２件 | ２件 | ２件 | ２件 | ２件 |
| | 事前対策セミナー | １回 | １回 | １回 | １回 | １回 | １回 |
| ニッポンセレクト．ｃｏｍ<br>出展者数 | | ０者 | ２者 | ２者 | ２者 | ２者 | ２者 |
| | 売上増加率／者 | － | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% |
| ＳＮＳ活用事業者数 | | － | ３者 | ３者 | ３者 | ３者 | ３者 |
| | 売上増加率／者 | － | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% |
| 登米市産業フェスティバル<br>出展件数（建設業等） | | － | ２者 | ２者 | ２者 | ２者 | ２者 |
| | 受注件数／者 | － | １件 | １件 | １件 | １件 | １件 |

（４）事業内容

①「“ちょっとイイもの”食の商談会」等への出展勧奨・支援（ＢｔｏＢ）

事業計画を策定し、新たな販路開拓に向けて積極的に取り組んでいく小売業者や食品製造業者等を支援するため、宮城県商工会連合会や他団体が主催する商談会への出展勧奨を行うと共に、商談力や商品ＰＲ手法の向上により出展意欲を高めるための「商談会事前対策セミナー」を実施する。

また、成約率の向上を目指した出展商品のブラッシュアップ等も専門家と連携して行い、出展準備段階からの支援を強化し、出展後においてもフォローアップを行いながら継続的な伴走型支援を行う。

［“ちょっとイイもの”食の商談会］

**概要**：宮城県商工会連合会が主催となり、現在はＷｅｂ版により毎年開催する商談会。水産加工業者や新たな販路拡大を目指す県内食品製造業者等を対象に出展者３０社、県内スーパーマーケット等のバイヤー２０社程が参加している。

【支援対象】　新たな販路開拓に取り組む事業者

【商談会事前対策セミナー内容】

１．商談のコツ（売れるコツ）
２．商品のＰＲ手法
３．ＦＣＰシートの活用
４．アフターコロナでの販路と商談

②ＩＴを活用した販路開拓支援（ＢｔｏＣ）

市場環境のデジタル化へ対応した販路開拓に向け積極的に取り組む事業者を中心に、全国商工会連合会のＥＣサイト「ニッポンセレクト．ｃｏｍ」を活用した販売促進支援並びに無料簡易ホームページ「グーペ」の利用勧奨を行い、新たな需要開拓と小規模事業者の認知度向上に向けた支援を行う。

また、宮城県商工会連合会が実施しているＳＮＳ活用推進事業を活用し、事業所や取扱商品情報の効果的な発信手法等について、ＩＴ専門家と連携しながら支援する。

尚、これら取り組みに対する販売実績は巡回訪問を通じて定期的に確認し、効果に対する検証や改善提案に繋げていく。

③地域イベントでの販路開拓支援（ＢｔｏＣ）

建設業において特に小規模事業者は、人材不足等の理由により、技術力や信用度、価格帯等を消費者へ直接ＰＲする機会が少ない。そのため、事業計画を策定した事業者へ対し、上記②による情報発信に加え、市が主催する「登米市産業フェスティバル」への出展勧奨を行い、需要動向調査を踏まえた新築やリフォーム等の相談コーナーを設置する他、簡易的な模擬建築風景をお披露目して地元住民に対するＰＲ強化を図り、元請け受注の拡大に向けた取組みを支援する。

［登米市産業フェスティバル］

**概要：**登米市の産業活性化を目的に毎年１０月初旬に開催され、市内企業が自社の製品や技術を紹介しながら様々な実演や体験コーナーを設置している。また、地元食材を使った飲食コーナーも設けており毎年多くの来場者で賑わう。（2019年実績：参加企業８４社、来場者１１，０００人）

## ９．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

### （１）現状と課題

［現状］

経営発達支援計画に基づいた事業を円滑に遂行するため、経営支援会議で事業の進捗状況を確認しながら実行し、外部有識者、登米市地域ビジネス支援課を含めた評価委員会を年１回開催して事業に対する評価、見直しを行っている。

［課題］

実施事業に対する個社毎の取り組み状況の効果測定は、売上額・粗利益の増減といった一部分だけを中心に取り上げて行っていたので、定量的な部分においては経営指標に基づいて、更に広い視点で評価しながら支援計画の見直しを図り、小規模事業者にとってより効果のある支援事業に繋げていく必要がある。

### （２）事業内容

①評価方法の改善に向けた支援事業者の管理徹底

支援計画に沿って効果的且つ円滑な支援を行うため、経営支援会議において経営指導員それぞれが担当する支援事業者の取り組み状況を確認すると共に、実施効果の判断基準とするための経営指標の状況把握を徹底し、情報共有化並びに改善等に向けた検討を重ねていく体制を強化する。

②評価委員会の開催

事業の評価及び見直しを行うため、当会の正副会長、法定経営指導員、登米市産業経済部ビジネス支援課担当職員、外部有識者として経営支援連携協定を締結している石巻信用金庫融資課長等をメンバーとした「評価委員会」を設置し、実施した各事業について年１回評価していただく。

尚、評価にあたっては、支援計画の取り組み内容や手法の他、支援事業者それぞれの業績効果を踏まえた効果・検証を行い、次年度以降の見直し案として改善に繋げていく。

③理事会での事業成果報告・見直し案の承認

「評価委員会」での結果内容は本会理事会へ報告するものとし、見直し案の承認を受けた上でその都度改善を図りながら継続した支援を進めていく。

④事業計画の評価・見直し結果の公表

理事会で報告した評価・検証内容及び承認を受けた見直し案は、会員・非会員問わず多くの地域小規模事業者が常に閲覧できるよう、年１回本会ホームページに掲載すると共に、本所・支所窓口へも閲覧用として設置する。

## １０．経営指導員等の資質向上に関すること

### （１）現状と課題

［現状］

経営指導員等の資質向上の取り組みは、宮城県商工会連合会が主催する研修会に毎年全職員が参加し、研修テーマも経営指導員から一般職員向けまで多岐にわたっていることから、担当業務に関わるものに限定せず、経験年数や能力に応じてテーマを選択し新たな支援能力・知識の習得を図っている。また、他の関係機関が主催する支援業務に関わる研修にも担当者毎に参加し支援ノウハウの向上に努めている。

しかし、小規模事業者の売上向上や販路拡大に向けた支援知識でみた場合、経営指導員間で情報共有・能力向上は図られているものの、一般職員への情報共有は殆どされていないため、研修を受講したとしても知識の習得に留まっているのが現状である。

［課題］

小規模事業者を取り巻く経営環境が様々な形で変化し、商工会に求められるニーズも複雑化・高度化している中において、事業者の経営改善に向けた商工会支援は、売上や利益の向上、販路開拓等を目指した提案力向上だけではなく、ＤＸの取り組みも視野に入れた支援能力向上が必須となっている。

また、本計画の目標達成に向けては経営指導員のみならず、一般職員も含めた職員全体の支援能力向上を図っていくことが課題であり、そのためにも、経営指導員が中心となり各事業を進めていくことはもちろんであるが、経営支援ノウハウの共有を図りながら一般職員も各種支援に参画し提案力を高めていける体制づくりが必要である。

### （２）事業内容

複雑化・高度化している小規模事業者の支援ニーズに対応していくため、宮城県商工会連合会が主催する研修会への参加に加え、外部関係機関が行う経営発達支援内容に関連した研修会へも積極的に参加する。

また、習得した支援ノウハウは全職員で共有化し、ＯＪＴの実践等により経営指導員を中心に一般職員も参画しながらチームとしての支援意識を高め、組織全体の支援能力向上に努める。

尚、職員一人ひとりは、小規模事業者の最も身近な相談相手として、経営の課題解決と持続的発展に向け全力で支援しなければならないという強い使命感を持って業務にあたっていく。

#### ①研修会・講習会等の積極的な活用

経営指導員をはじめ全職員の支援能力を高めるため、宮城県商工会連合会が主催する研修へは職員毎に必要とされる研修テーマの受講を基本とし、経営指導員においては経営戦略の策定など経営の持続的発展に向けた研修の受講を必須とすると共に、中小企業庁や宮城県、中小企業大学校等の外部機関が主催する支援担当者向け研修会へも積極的に参加し更なる支援能力の向上に努める。

また、一般職員についても、外部機関が主催する研修会を必要に応じ受講する他、本計画で実施する事業計画策定や販路開拓に向けたセミナーへは毎年１人以上参加するものとする。特にＤＸセミナーに関しては、デジタル化・ＩＴ化に向けた指導能力の向上が急務となっていることから、毎年２人以上参加し、全職員の資質向上に努める。

#### ②自己啓発の推進

上記①による研修を受講すると共に、経営指導員等の更なる支援能力向上を目指し、中小企業診断士や社会保険労務士等の資格取得に向けた自己啓発を奨励し、高度な知識の習得を図っていく。

#### ③支援ノウハウの共有化

経営指導員等が研修等で習得した支援ノウハウや支援事例は、職員会議を四半期ごとに開催し情報共有すると共に、地域経済動向調査、需要動向調査、経営分析結果もデータとして共有化し、支

援する際の基礎資料として活用を重ねることで支援能力向上に繋げていく。
　また、経営支援状況を蓄積した経営支援基幹システム「ＢＩＺミル」データも全職員で共有し、小規模事業者に対する新たな支援策の提案や効果的な支援に向けたツールとして活用する。

**④ＯＪＴによる支援能力向上**
　経営指導員及び一般職員の支援能力向上を図るため、小規模事業者への支援に対しては相談案件毎にチーム支援を基本とし、経験年数が豊富な経営指導員の支援現場へ同席することで事業者との対話と傾聴手法及び支援方法等を他の職員が習得できる体制を整える。また、経営指導員で開催する経営力向上支援研究会へも一般職員を交えることで支援ノウハウの共有化を図り、職員それぞれが幅広い提案能力を身に着けられるよう取り組んでいく。

**１１．地域経済の活性化に資する取組に関すること**
**（１）現状と課題**
**［現状］**
　これまで本会では、佐沼商店会連合会との連携により、商店街の活性化や消費喚起の向上を目的とした「まちゼミ」の開催の他、登米市振興協同組合の事務局として地域経済循環を高めるための「共通商品券事業」へ支援を行っている。
　また、地域のにぎわいの創出や交流人口を増やすための取り組みとして「祭り」の開催や当地域商店会等が実施する各種イベントへの協力を行っているが、これに関しては、一時的なにぎわいで留まっており、小規模事業者への直接的な波及効果は感じられないのが現状である。

**［課題］**
　地域の「祭り」に関しては、にぎわいの創出の他、地域貢献や文化継承等の役割も担っているが、それ以上に小規模事業者の販路拡大や地域商店街のＰＲに向けたチャンスと捉え開催していくことが重要であり、個店それぞれの魅力度アップによって来場者を自店へ引き込む取組みが必要である。
　また、「共通商品券事業」等についても同じであり、大手地元スーパーでの利用率が高いのが課題となっていることから、本計画を着実に進めることで小規模事業者の集客力向上を図り、産業振興と地域振興の相乗効果により、地域経済全体の更なる活性化に資する必要がある。

**（２）事業内容**
　本計画を着実に実施しながら、小規模事業者の売上向上や販路開拓、ひいては商店街活性化に繋げていくことを目的として、登米市や商工関係団体等と連携を図り、引き続き迫町地域・石越町地域において下記のイベント等を開催し、自店への集客向上を目指す。

**①地域にぎわい創出事業**

| 事業名 | 開催 | 主催（事務局） | 内　　容 |
|---|---|---|---|
| 桜まつり | 4月 | 商工会えきなか支部 | 鹿ヶ城公園内でステージショーや地元商店会による出店を実施。（来場者数1,000人） |
| 登米市佐沼夏祭り | 7月 | 夏祭り実行委員会（商工会） | 一市･八日町通りをメイン会場に神輿や手踊り等の他、花火打上げを実施。（来場者数72,000人） |
| 佐沼高校ジョイントにぎわい市 | 8月 | 佐沼東中央商店会 | 佐沼高校文化祭とのタイアップで商品特価販売やイベントを実施。（来場者数1,000人） |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 秋のフリーマーケット | 10月 | 佐沼中央商店会 | 佐沼中江中央公園、登米市迫総合支所を会場に、市内外から400以上の出店者が集まる。（来場者数20,000人） |
| ハロウィンまつり | 10月 | 神社通り商店会 | 一市・八日町通りをメイン会場に各種イベント、商店会による出店を実施。（来場者数5,000人） |
| 石越冬の祭り | 1月 | 冬の祭り実行委員会（商工会） | 石越運動公園で抽選会や屋台出店等の他、花火打上げを実施。（来場者数10,000人） |

**②商工業活性化事業**

| 事業名 | 開催 | 主催（事務局） | 内　　容 |
|---|---|---|---|
| 「お宝ラッキーカード」抽選会事業 | 2月<br>9月 | 登米中央商工会 | 販促事業として顧客カードへスタンプを押印し、全部押印されたカードで抽選。現金500円が当選商品となる。（加盟店38店） |
| 共通商品券発行事業「とめっこマネー」 | 年中 | 登米市振興協同組合（商工会） | 買物用、贈答用として常時販売。年1回プレミアム商品券を販売し、年2回商品券が当たる抽選会を実施。（加盟店104店） |
| 「とめまちゼミ」事業 | 11月 | 佐沼商店会連合会（商工会） | 個店の魅力を発信して集客を図り、商店街の活性化を目的とした、消費者向けのミニゼミナールを実施。（参加店20店） |

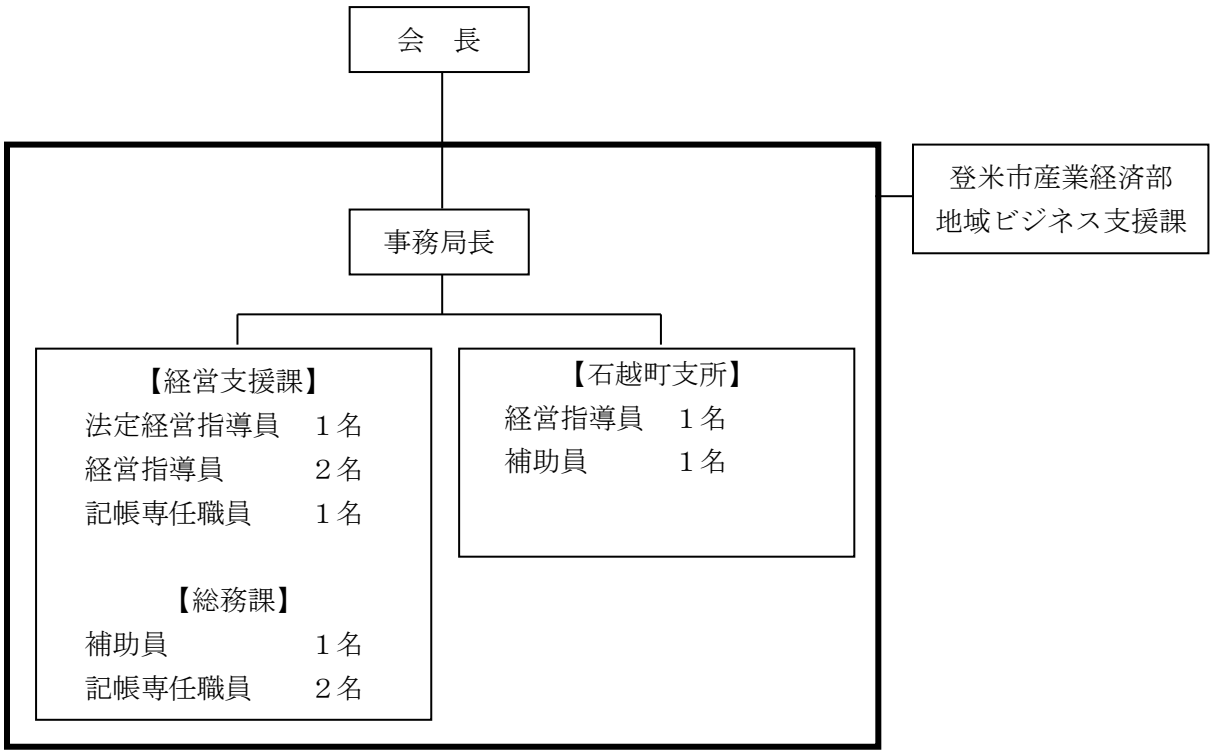
（別表２）

経営発達支援事業の実施体制

| 経営発達支援事業の実施体制 |
|---|

（令和４年１１月現在）

（１）実施体制（商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制等）




（２）商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第７条第５項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏　名　野田　哲也

■連絡先　登米中央商工会　TEL　0220-22-3681

②当該経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度　等）

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

（３）商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会

登米中央商工会　本所　経営支援課

住　所：〒987-0511　宮城県登米市迫町佐沼字上舟丁１２番地６

ＴＥＬ：0220-22-3681　　ＦＡＸ：0220-22-8553

E-mail：tomecyuuou_sci@office.miyagi-fsci.or.jp

ＵＲＬ：http：//www.tome.or.jp

登米中央商工会石越町支所
住　所：〒989-4703　宮城県登米市石越町南郷字愛宕８１番地
ＴＥＬ：0228-34-2064　　ＦＡＸ：0228-34-2561

②関係市町村
登米市産業経済部　地域ビジネス支援課
住　所：〒987-0602　宮城県登米市中田町上沼字西桜場１８番地
ＴＥＬ：0220-34-2706　　ＦＡＸ：0220-34-2802

（別表３）
経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

（単位　千円）

| | 令和５年度 | 令和６年度 | 令和７年度 | 令和８年度 | 令和９年度 |
|---|---|---|---|---|---|
| 必要な資金の額 | 780 | 780 | 780 | 780 | 780 |
| ・調査分析費 | 290 | 290 | 290 | 290 | 290 |
| ・専門家派遣費 | 250 | 250 | 250 | 250 | 250 |
| ・チラシ作成費 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| ・新聞折込費 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| ・システム利用費 | 170 | 170 | 170 | 170 | 170 |

（備考）必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

| 調達方法 |
|---|
| 会費収入、手数料収入、登米市補助金、宮城県補助金　等 |

（備考）調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

（別表４）

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

| 連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所<br>並びに法人にあっては、その代表者の氏名 |
|---|
| |
| 連携して実施する事業の内容 |
| ①<br>②<br>③<br>・<br>・<br>・ |
| 連携して事業を実施する者の役割 |
| ①<br>②<br>③<br>・<br>・<br>・ |
| 連携体制図等 |
| ①<br><br><br><br><br>②<br><br><br><br><br>③ |