

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>「南三陸商工会 (法人番号4370505000297)」</p>
<p>実施期間</p>	<p>平成28年4月1日～平成31年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>1. 被災事業者の事業施設等復旧による地域経済基盤の整備 2. 水産加工業の体質改善による地域産業振興 3. 商業・観光業の振興による交流人口増と地域コミュニティ再生</p>
<p>事業内容</p>	<p><b>1. 地域の経済動向調査に関すること</b> 地域内の経済動向、企業経営状況、観光客の来街者数を毎年度、調査・分析することにより、当面の問題点等を迅速に把握し、小規模事業者の今後の見通しや対応策・事業計画など策定のための資料とする。</p> <p><b>2. 経営状況の分析に関すること</b> 町内小規模事業者の持続的経営のために、商工会の経営指導員の巡回・窓口相談、各種セミナーの開催などを通じて、小規模事業者の経営分析を行い、事業計画策定・実施支援等に活用する。</p> <p><b>3. 事業計画策定支援に関すること</b> 小規模事業者の経営課題を解決するため、経営分析、需要動向調査等の結果を踏まえ経営計画策定支援を行い、宮城県よろず支援拠点等と連携して、伴走型の支援・助言を実施し、小規模事業者の持続的経営を図る。</p> <p><b>4. 事業計画の策定後の実施支援に関すること</b> 策定した事業計画の目標到達度合いを確認するために、巡回支援を実施し着実に計画が達成できるよう、専門家等と連携しながら小規模事業者の持続的発展を図る。</p> <p><b>5. 需要動向調査に関すること</b> 小規模事業者の販売する商品やサービスの需要動向に関する情報を収集・分析・整理・提供する事で、小規模事業者等が地域内外の消費者ニーズなど外部環境の認識を深め、商品開発や事業計画策定に役立てる。併せて、伴走支援を行う経営指導員の支援方針決定にも活用する。</p> <p><b>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b> 水産加工業者に対し、各支援機関で開催される商談会等の年間スケジュールを把握し、計画的且つ効果のある商談会参加の支援や、ネット販路構築・テストマーケティング実施等を支援する。また、商業者の商品開発支援や情報発信支援により、地域内外からの誘客を強化する。</p> <p><b>・地域経済の活性化に資する取組</b> 震災にて壊滅した市街地を再構築するため、新市街地を活用したイベントを南三陸町及び南三陸町観光協会と連携して開催する。開催によって、来訪者を増加させる事で賑わいをもたらす、新商店街と連携することで地域活性化を図る。</p>
<p>連絡先</p>	<p>南三陸商工会 〒986-0725 住 所 宮城県本吉郡南三陸町志津川字沼田 56 番地 TEL 番号 0226-46-3366 FAX 番号 0226-46-5335 U R L <a href="http://japan.311tohoku.com/home/">http://japan.311tohoku.com/home/</a> メールアドレス sidugawa@poplar.ocn.ne.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

I. 南三陸町の概要

I.1 東日本震災以前の南三陸町概要

南三陸町は、宮城県の北東部、本吉郡の南端に位置し、平成17年10月に旧志津川町と旧歌津町が合併し誕生した。東は太平洋に面する一方、三方を標高300～500mの山に囲まれており、海山が一体となった豊かな自然環境を形成している。沿岸部はリアス式海岸特有の豊かな景観を有し、南三陸金華山国定公園の一角を形成している。

宮城県内5番目の水揚げ高の漁港を擁する南三陸町は、水産業を起点とした産業構造を形成しており、一次産業の水産業から派生し、水産加工業を中心とした二次産業、水産資源と地域観光資源を活用した観光業・商業といった三次産業が発達していた。

当地域の水産業の特徴として、リアス式海岸によるギンザケ・ホタテ・カキ等の養殖漁業の発達や、主要養殖品目であるホタテが養殖可能な最南端地域であることなどがある。そのため当地域の水産加工業は、首都圏に最も近い養殖地域であることを活かし、一次加工のみの生商品を大都市圏に大量に出荷する事業形態が主流となっている。平成20年度工業統計において南三陸町内の食品製造業は24社あり、全事業者が水産加工業で、南三陸町製造業における製造品出荷額の83%を占めていた。また、水産加工業者全体で613名の雇用があり、当地域の基幹産業であるとともに、消費者となる地域住人の雇用にも大きく貢献していた。

商業に関しては、震災前は観光と交流を主眼に置いたまちづくりを推進していた。商店街でも町の方針と同様に全国の商店街組織との交流を行い、宮城県初のエコステーション事業、おさかな通り大漁市、寒だらまつり、全国商店街サミット開催、防災朝市ネットワークへの参画など、商店街を構成する事業者が率先して活発な活動を実施していた。中小企業庁の「新がんばる商店街77選」におさかな通り商店街が選定され、おさかな通り大漁市が平成21年「富県宮城グランプリ」を受賞するなど功績が認められている。他にも志津川中学校とのコラボレーションによる体験学習なども行い、コミュニティビジネスとしての成果が出始め、地域内外のコミュニティ形成が進められていた状況にあった。

また、第1次産業を体験する体験型観光を実施し、南三陸町の基本理念「自然との共生」、「自治意識の高揚」、「ブランド化の推進」を掲げてまちづくりを行ってきた。実践例としては、観光と交流のまちづくりを展開するため、地域資源を活用した心の交流、食育、産業をテーマとした学びのプログラムを提供する事業を本格開始すべく準備していた。

I.2 東日本大震災後の南三陸町概要

南三陸町の4つの行政区(志津川・歌津・戸倉・入谷)のうち、3つの行政区が太平洋沿岸に接し、市街地も沿岸部に集中していたことから、東日本大震災に伴う津波にて多大な被害を被ることとなった。内陸の入谷地区を除く3地区は被災率がほぼ9割を超えており、南三陸町全体でも80%超の被災率と、南三陸町地域全体が壊滅的打撃を被るに至っている。また、基幹産業である水産業関連施設のほか、各産業の事業所も沿岸部に集中していたため、地域内の事業者は壊滅的な被害を被る結果となった。



### 【水産業・水産加工業への影響】

当地域で最も重要である水産業と水産加工業に関しては、平成 23 年度の水産業生産高が前年比 23.6%、水産加工業含む製造業が同 53.7%と甚大な被害を被った。水産加工業は施設産業であり、労働集約的産業であるため、震災被害および人口流出の影響が大きく根強い問題を含むに至っている。さらに、生産中断・減産となったことで、既存取引先の喪失が生じており、生産体制の整備のみでは復旧すら困難な状況に陥った。

### 【商業環境への影響】

東日本大震災以前の南三陸町では、南三陸町居住者の約 4 分の 3 が食料品や日用品などの最寄品を中心に南三陸町内で購入していた。震災後は、仮設住宅居住者(町内 1,465 世帯 4,757 人)を含む南三陸町居住者は、登米市佐沼・迫(約 25km)、石巻市(約 41km)、気仙沼市(約 40km)まで日常的な買い物のために通わなければならない状態となった。震災によって交通手段を失った多くの町民にとって日常生活を送る上での買物負担は多大な時間と労力を要するものとなる一方で、南三陸町の主産業である水産加工業などを含め、地域内の 98.3%の事業所が津波被害を被ったことから、地域住民は雇用の場も喪失した。雇用の場と生活環境を喪失した地域住民は、若い世代を中心に地域外への移住が進み、震災前後の人口は 15.0%減(2,559 人)の 14,505 人まで落ち込んでいる。

また、地域住民は、既存の集落を分散させる形で仮設住宅への転居が進められたこともあり、既存のコミュニティが崩壊した状態にある。地域の祭りや朝市の開催など、地域コミュニティ形成や外部への情報発信及び集客などに注力してきた既存商店街を含む商業者等が有する本来のコミュニティ機能も喪失した。

### 【観光環境への影響】

観光業においては、当町の観光資源が海に依存しており、民宿等の被災状況も著しかったため、既存の観光への影響は避けられず壊滅的な状況に陥った。一方で、ボランティア等復興需要が生じたが、それら復興需要は限定的なものであり、平成 23 年度の観光客入込数は前年比 33%まで激減している。震災前には観光と交流を主眼に置いたまちづくりを進めたことで、約 108 万人の交流人口があったが、震災後は仮設商店街の一部および地域内の大型温泉宿泊施設の被災地観光による集客が行われたものの、平成 25 年度時点で入込数 88 万人に留まっている。

※人口の推移(単位：人・各年とも 3 月末現在)

H 2 1	H 2 2	H 2 3	H 2 4	H 2 5
17,815	17,064	15,352	15,066	14,505

(出典：平成 26 年度南三陸町統計書)

※事業所数・従業員数の推移

	H 1 6	H 1 8	H 2 1	H 2 4
事業所数	868	945	886	251
(商 業)	301	312	284	75
(製 造 業)	76	75	86	39
(観光関連業)	104	98	97	17
(そ の 他)	387	460	419	120
小規模事業者数	672	673	686	125
従業員数	5,448	6,422	6,111	2,571
(商 業)	1,325	1,400	1,249	436
(製 造 業)	1,302	1,174	1,256	690
(観光関連業)	631	619	679	278
(そ の 他)	2,190	3,229	2,927	1,167

(出典：経済センサス)

※観光客入込数の推移（単位：千人）

	H 2 1	H 2 2	H 2 3	H 2 4	H 2 5
観光客入込数	1, 0 2 8	1, 0 8 3	3 5 9	8 9 6	8 8 1
宿泊観光客数	2 4 8	2 3 7	1 7 5	2 0 5	1 8 2

（出典：観光統計概要）

### I.3 震災後の復旧状況および課題

震災後、グループ補助金の認定や県単の復旧支援事業等を受けて各産業の復旧に取り組んでいるが、市街地の大半が壊滅しているため、事業再開のための土地確保が最大の課題となっている。この課題に対し、行政側では早急に用地造成を実施しているが、土地引渡が平成27年度以後を予定しており、その後の施設建設となるため課題解決にはまだ時間を要する状況にある。当地域では、新たな街づくりの形成など生活環境の整備によって、地域内の消費者であり労働力ともなる定住人口の減少に歯止めをかけ地域コミュニティ再生を図るとともに、交流人口の増加を図ることで喪失した消費者市場を回復させることが重要課題となっている。

#### 【水産加工事業者の復旧状況および課題】

南三陸町の水産業は、震災以降卸売場の水揚げ（漁船漁業水揚げ）が震災前より上回り、更には漁協取扱高（養殖漁業水揚げ）もほぼ回復している状況にあるものの、基幹産業である水産加工業の復旧状況はまだ完全にはなされていない状況にある。

波及効果・安定的雇用創出のためにも、早急の本格復旧を実施したいところであるが、多くの水産加工会社が用地の確保が遅れ、手元資金が乏しいことから、現時点では仮設工場での稼働が続いている。一方、復旧が完了した事業者でも、震災前の居住者が他地区へ転出したことにより、労働力が確保出来ず、生産体制に支障を来している事業者も少なくない。また、販路に関しても、製造中断・減産となることで喪失した販路回復にはまだ多大な時間と労力等を要する状況にある。

これらを解決するためには、継続した販路開拓への取り組みと新たな販売戦略の構築・強化が必要であるとともに、市場ニーズに合致した高付加価値な新商品の開発と市場投入によって事業の収益構造改善を図ることが課題となる。

#### 【商業事業者の復旧状況および課題】

震災直後、全国の商店街ネットワークの支援を受けつつ、被災した旧商店街を中心に「福興市実行委員会」を立ち上げ、「南三陸福興市」を開催することで商業者の事業活動再開のきっかけを作った。その後、平成23年12月に伊里前福幸商店街（歌津地区）、平成24年2月に南三陸さんさん商店街（志津川地区）の2か所の仮設商店街を開設することで、地域内外の需要をある程度満たすに至っている。

その他の地域内商業者を含む動向としては、被災後に高齢等を理由に約70者ほどが廃業したものの、仮設商店街や周辺の高台等で事業再開に至っている。

現在、国の津波・原子力災害被災地域雇用創出企業立地補助金を利用した新たな商店街の形成を目指し「まち中再生計画」の策定を行った。また、今年6月に「南三陸まちづくり未来」を設立し、平成29年3月に本設商店街の再開を果たすための計画を策定中である。

策定を行った「まち中再生計画」においては、地域内の人口減少による消費減少に対応するため観光客の取り込み強化を図る考えであり、商業の誘客目標として震災前に観光客の来客比率を30%だったものを、観光客の商店街利用が増加していることも鑑み、地域外からの来客比率を50%まで引き上げる方針を打ち出している。

仮設商店街以外の事業者を含め、地域内の商業者は、現在の仮設店舗から本設店舗への移行が直近の課題であり、急激な経営環境変化に対応できる経営戦略を構築することが求められる。支援機関には、本復旧を希望する事業者への施策活用支援並びに事業計画策定等による事業再建・事業継続に対する支援などが必要とされる。

### 【観光事業者の復旧状況および課題】

観光業については、家族連れや釣り客等の既存のレジャー需要回復が極めて鈍い。被災地観光需要の取り込みによって、震災前の観光客入込数に対し平成25年度81.3%まで回復できているものの、時間の経過とともに減少傾向にある。また、観光対策として、震災後に新たな体験プログラムの構築を進めたが、本格的なプログラム策定にまでは至っておらず、それを一因として交流人口は減少したままとなっている。今後、町の復興計画との関係で集客力のある仮設商店街の魅力も分散する可能性もあり、予測される被災地観光の落ち着きと、回復のめどが立たない従前目的の観光客動向を鑑みると非常に厳しい状況下にあるといえる。

観光客誘客による交流人口の回復・増加は、商業者含め当地域経済に欠かせない要素となる。未活用の地域資源の掘り起し・新たな観光体験プログラムの構築・地域観光情報の発信などが急務な課題となる。また、宿泊施設等の施設設備復旧を実施した個別事業者等を中心に、個別事業者の計画性を持った事業実施が求められる。

### 【その他事業者の復旧状況および課題】

その他、建設業においては、復興特需にて多忙である。しかし、生産効率が悪いためコスト高の状況となっている。また、復興特需終了後の事業展開方法が課題である。

※南三陸町地方卸売市場水揚げ（漁船漁業水揚）の推移（単位：t・百万円）

	H21	H22	H23	H24	H25
数量	7,069	5,016	3,042	5,921	8,566
金額	1,637	1,426	967	1,350	1,802

（出典：平成26年度南三陸町統計書）

※漁協販売取扱高（養殖漁業水揚）の推移（単位：t・百万円）

	H21	H22	H23	H24	H25
数量	10,121	7,670	1,435	7,358	7,378
金額	4,152	3,504	588	2,352	2,468

（出典：平成26年度南三陸町統計書）

## II. 地域内における小規模事業者の中長期的な振興のあり方

これらの課題や現状を踏まえ、今後10年程度を見据えた当地域の小規模事業者支援の中長期的な振興のあり方については以下のとおりとする。

### 1. 地域コミュニティの再生や観光交流人口の拡大を通じた地域内外からの収益確保の強化

震災後の当地域では統計資料の結果でも人口が大幅に減少していることが判明しており、中には住民票を伴わない異動もあることから、実際の人口は統計結果よりも顕著である。

減少した地域住民との地域コミュニティの再生を目指すとともに、新商業施設を中心とした市街地再生や被災地の特徴を活かした観光プログラムの開発などを通じて交流人口を増加させ、地域内外からの収益確保を目指す。

### 2. 事業者の状況に応じた経営強化と販路拡大のための支援

基幹産業である水産加工業の取引状況変化や、復興に伴い新たに実施されるまちづくりに合わせた中心商店街・観光拠点の変化等、経営環境変化などに対する対策や経営力強化、販路拡大については、水産加工業や商業、観光関連産業のそれぞれの事業者の課題に応じた対応を実施する。

### 3. 被災事業者の継続的支援

被災事業者の多くが、施設設備復旧に関する補助金等を活用して再建しつつあるものの、震災前の売上・利益には未だ至っていない事業者が多い現状を踏まえ、地域内の商工業者について、行政や各支援機関と連携して事業再建を継続的に支援する。

## III. 経営発達支援事業の目標と支援方針

IIで記載した中長期的な振興のあり方を踏まえ、本計画の最優先事業として被災事業者への事業再建を継続的に支援するとともに、小規模事業者の持続的発展に向け、個別事業者の経営力向上並びに販路開拓支援等の強化を図るため、次の3項目を目標として本事業を実施する。

### 1. 被災事業者の事業施設等復旧支援による地域経済基盤の整備

旧市街地等の造成完了に伴い順次本設復旧する事業者の支援に関して、設備投資・資金調達等に係る支援を復旧完了見込の今後3年間重点的に実施する。

具体的には、巡回訪問や相談窓口等の場を活用し、個別事業者の経営分析、地域経済動向を踏まえた経営計画の策定、適正な設備投資の提案などを行い、事業基盤の再生を図る。また、復旧後の定期的な巡回訪問によるPDCAサイクルを用いた伴走型支援によって事業継続性の向上を図る。

### 2. 水産加工業の体質改善による地域産業振興

重点業種である水産加工業の高付加価値化による収益力向上を支援することで、地域の中心的産業振興と雇用の場の確保を図る。

具体的には、需要動向調査等による市場ニーズ等の情報提供を行い、外部専門家との連携を含めた新商品開発支援等を実施する。また、販路縮小した事業者等を含め、展示会出展支援等による需要開拓支援を併せて実施し、各事業者の高収益体質への改善を継続的に支援する。

### 3. 商業・観光業の振興による交流人口増と地域コミュニティ再生

地域商業の中心となる新商業施設建設支援と併せ、観光客誘客等を継続支援することで、小規模事業者が多くを占める商業・観光業の振興を図る。

具体的には、まちづくり会社等との連携を強化し、新商業施設入居予定の個別事業者および個別復旧事業者に対して、巡回訪問・相談窓口等を通じた経営分析・経営計画策定支援を実施。本設復旧後も、実施支援を行うとともに、観光協会等との連携を含めた需要動向調査等の情報提供を行い、地域資源を活用した商品サービス開発、情報発信による需要開拓等の伴走型支援を実施する。また、商業分野に関しては新規創業が見込めるため、相談窓口・セミナー開催等を通じた創業支援を実施する。

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成28年 4月 1日～平成31年 3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

### 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【指針③】

##### <現状と課題>

現在把握している各種データは、金融機関レポート等限定的であり、支援における基礎資料として十分に活用されていなかった事が課題であり、身近な資料をメインに活用し、それ以外の資料を十分活用していないことが課題である。

##### <今後の取り組み>

以下により地域内の経済動向、企業経営状況、観光客の来街者数を毎年度、調査・分析するとともに、地域の小売業者や水産加工製造業者など地域の主要な事業者の経営状況や当面の問題点等を迅速に把握し、個別の事業計画の資料としても活用するとともに、小規模事業者の今後の見通しや対応策など策定のための資料とする。また、南三陸地域の経済動向としての主要な調査の結果については、会報やホームページ等を通じて広く地域に提供する。

#### (事業内容)

- i 会員アンケート調査を全会員へ毎年9月に郵送し、10月上旬から12月中旬まで、経営指導員が中心となり、巡回訪問、窓口支援により聞き取り調査を行う。調査項目は、商工会支援事業に対する必要性や満足度、経営上の課題、復興状況、経営革新計画承認制度の説明及び取り組み希望の有無、商工会ホームページ「商工会会員一覧」への詳細情報登録希望の有無、経営状況等である。
- ii iのアンケート調査により、売上・利益・雇用・労働時間・賃金等の実態を把握し、当地域の経済動向を調査・分析する。また、宮城県の商圈（消費動向調査報告書）やみやぎ経済月報等の統計書を分析し、各業種における今期の業況や来期の見通しなど、経営上の問題点や改善策などの現況を瞬時に判断し、各業種における景況感の把握、雇用人員の状況、各業種の仕入れ単価の動きなど、会員企業に対して有益な経営に必要な情報を提供する。
- iii 観光客が訪れる頻度の高い（一社）南三陸観光協会のグッズショップ「みなみな屋」の年間および月別来客数と売上を把握し、観光客の購買動向について分析を実施する。結果については、商工会員宛の定期的なニュースレターに提供する。また、個別相談時にも提供する。
- iv 商業者が震災にて本格再建を行うために、(株)南三陸まちづくりが新設する商業施設はまちづくりの最重要拠点であり、地域商業者（志津川・歌津）が40事業所入居する予定であることから、これら事業所の出店前後の継続的支援等を通じて経営に関する相談、個々の景気動向や顧客のニーズの把握を行う。
- v 経営指導員等の巡回・窓口相談、事業計画策定セミナー等各種セミナーの開催を通じて、地域内小規模事業者等の景気動向や顧客のニーズについて収集し、事業計画策定支援の基礎資料として活用する。
- vi 上記調査結果を踏まえて、職員間の情報共有を行い、今後の事業者相談内容に応じて支援に役立てる。また、概要については商工会ニュースレターで全会員へ周知する。（平成28年度より）

(目標)

被災事業者の復興状況、地域内事業者の収益、雇用状況の実態把握（全会員に聞き取り調査）を毎年度行い、また宮城県の各種調査結果の推移などを分析し個別事業者に提供することによって、個別事業者の事業計画策定に活用する。また、（一社）南三陸町観光協会の年間・月別購買客数から、需要の把握と個別事業者の事業計画に活用させる。また、全会員へ集計結果を周知することで事業者の意欲を出させることにつながる。

種別	対象情報例	調達・発信元	回数／年間
会員アンケート	商工会への要望・復興状況	南三陸商工会会員	1
観光客調査	観光客消費購買動向	(一社)南三陸町観光協会	6
各種調査	中小企業景況調査	宮城県商工会連合会	4
	全国景気動向調査	全国商工会連合会	4
	消費購買動向調査報告書	宮城県	1
	みやぎ経済月報	宮城県	6

## 2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

### <現状と課題>

現状、経営分析については金融指導等を通じた形など限定的に実施しているに留まっており、その他の税務等の指導では経営分析に至っていない。小資本の小規模事業者が、経営再建および持続的発展していくためには、大企業にはない小回りの利く経営が必要となる。小規模事業者のうち自社の利点を理解している事業者は少数である。経営の再建・持続的発展には各事業者の強み、弱みを把握することで、特に強みを更に伸ばすことが重要である。

### <今後の取り組み>

被災事業者を含む小規模事業者の再建および持続的発展に向け、経営指導員等の巡回・窓口相談、各種セミナーの開催を通じて、小規模事業者を中心とした地域事業者の経営分析を行う。特に、グループ補助金等復旧事業・県単復旧支援事業・小規模事業者持続化補助金等の施策を活用した事業者へのフォローアップを中心とした支援に重点を置く。小規模事業者の利便性向上と現場の状況を把握するため、極力、巡回を中心とした支援に努める。

小規模事業者等の現状把握および経営分析を実施し、被災の有無・財務状況・収支状況等から、経営状態や課題等を踏まえ、事業計画作成支援・実践支援を実施する際の支援方針（テーマ）を決定する。経営分析等においては、業種特性・被災事業者特性等を考慮した分析・支援方針決定を行う。

経営状況の分析後に把握した専門的な課題等については、宮城県商工会連合会（サポーティングリーダー）、宮城県よろず支援拠点、地域金融機関、中小企業支援ポータルサイト「ミラサポ」、中小企業基盤整備機構のコーディネーター等を活用し、小規模事業者が抱える経営課題解決に向けた伴走型支援の実践を通してサポートする。

### (事業内容)

- i 経営分析を実施する事業者の掘り起し手法は、巡回訪問、窓口相談（被災事業者特別窓口相談含む）、震災復興に伴う支援業務、各種補助金申請支援業務、金融相談業務、記帳申告業務等にて、事業者支援過程での実施および希望する事業者を対象として実施する。また、管内非会員（約 80 事業所）についても、中小企業施策の説明会や、毎年 2 月に実施する商工会事業案内の際などに経営状況等の聞き取り調査を行うとともに経営状況の分析を実施する。
- ii 経営分析の実施に関して、導入部では（独）中小企業基盤整備機構が提供する「経営自己診断システム」を活用するなど、事業者が一目で理解しやすい資料としてフィードバックを行うなど工夫する。詳細な分析を要するもしくは希望する事業者に対しては、専門知識を有する宮

城県商工会連合会広域支援グループ（サポーターリーダー）、宮城県よろず支援拠点等の各支援機関、専門知識を有する中小企業診断士等専門家などと連携し、実支援を交えながら経営状況把握を行うとともに経営分析を実施する。

iii 小規模事業者等の分析手法として、財務分析等の定量的分析やヒアリング等による定性的分析を実施し、経営課題の抽出、整理、テーマの設定、テーマ別の詳細分析を行うことで、事業計画策定支援・伴走型支援等の各支援に対する基礎資料として活用する。具体的には、分析結果から被災事業者再建・企業再建・財務改善・収益改善・成長戦略構築等の経営状況に応じた支援カテゴリを確認し、個別事業者の実情を鑑みて支援方針を決定し、具体的支援策の導入、策定する事業計画の目的などに反映する。主要分析項目と主な支援項目例は以下の通り。

■ 主要な分析項目等

項目	主な分析手法・項目等
財務分析 (定量的視点)	<b>【売上高分析】</b> 売上高推移・商品別売上高推移・取引先別売上高推移・客数推移 等 <b>【収益性分析】</b> 売上高総利益率・売上高営業利益率・売上高経常利益率 客単価推移 等 <b>【安全性分析】</b> 短期安全性・長期安全性・自己資本比率 等 <b>【効率性分析】</b> 資本回転率・資本利益率・設備稼働率 等 <b>【その他】</b> CF倍率・生産性分析 等
財務以外 (定性的視点)	<b>【市場状況】</b> 既存取引先の取引状況、顧客市場の動向、競合の動向 等 <b>【商品状況】</b> 企業が提供する製品やサービス、販路・販促・販売手法 等 <b>【事業者情報】</b> 企業が保有する設備や技術や従業員、競合他社との差別的要素(強み) 自社において不足している要素(弱み)、復旧状況・震災影響 等

■ 分析結果から想定される主な支援方針 (例)

経営状況	支援方針
収益性は確保しているが財務状況に問題がみられる状況 (物的被災事業者に多い傾向)	金融支援等を通じた財務改善支援 等
財務面に問題は見られないが収益性に問題がみられ、収益改善傾向がみられない状況 (直接間接被災事業者に多い傾向)	事業 (マーケティング) 改善支援 ※販路開拓の他、高付加価値化、業務改善等も含まれる
収益性・財務状況ともに問題がみられない状況	成長戦略構築支援 経営管理 (モニタリング) 手法導入支援
収益性・財務状況ともに問題がみられる状況	事業改善・財務改善の双方を含む経営再建支援
直接・間接の震災影響が未解決の状況	上記各方針に加え、本設復旧 (設備投資)・マーケティング改善に関する支援

iv 経営分析を通じた支援方針の決定に基づき、個別事業者の業種・状況・課題等に応じた支援策の導入と計画的事業実施のための事業計画策定を支援する。具体的には、収支改善方針に対

する市場分析情報提供・販路開拓・新商品サービス開発等のマーケティング改善支援、財務改善方針に対する再生計画策定支援・金融支援、新規投資（施設復旧等含む）に対する投資計画策定・資金調達等の各支援を検討・実施するとともに、各課題解決に活用可能な経営革新・復旧補助事業等の施策情報提供と申請支援も検討・実施する。個別事業者の経営状況等により、事業者個別の複合的な支援を実施することもあると考えられる。

- v 支援実施および実施後には、事業計画をもとにした経営状況のモニタリングを実施し、計画達成のための必要に応じた支援を行うとともに、事業計画の見直しも支援する。

(目標)

項目	現状	H28	H29	H30
巡回訪問件数	(延) 1,450	(延) 1,450	(延) 1,450	(延) 1,450
経営自己診断システム 利用件数	15	18	21	24
経営分析件数	6	12	15	18

- ※ 経営分析件数については、当初経営指導員1名につき2件を目標として、実施する。  
平成28年以降1年毎に1名につき1件増加させる。  
伴走型支援の実施において実現可能な件数として設定。

### 3. 事業計画策定支援に関すること。【指針②】

<現状と課題>

現在は金融、税務、労務など対処療法的な支援が中心となっていることが現状であり、各種補助金申請支援の個別支援は実施しているが、経営に一步踏み込んだ提案型の支援に切り替えていくことが課題であった。

<今後の取り組み>

小規模事業者が東日本大震災からの復興、経営課題を解決するため経営分析、市場調査等の結果を踏まえて、事業経営計画策定支援を行う。個別事業者が商品及び技術の強みを再確認し、本会が伴走型支援を通じて、商品のブラッシュアップ等による収益改善を図り、積極的に情報発信することにより商品の独自性及び技術の認知度向上を図る。併せて重点三業種についても同様の支援を実施する。更に被災からの復旧状況に応じた事業計画策定支援を実施する。

「計画作成意義の啓蒙→各種セミナー、個別相談会の受講→販路拡大、収益改善への取組み→販売戦略、戦術の検証」といった支援スキーム（PDCA支援サイクル）を組み、支援小規模事業者の変化する経営実態、ニーズをふまえ、全面的なバックアップ支援を実施する。また、宮城県よろず支援拠点等と連携し、伴走型の支援・助言を行い、中小企業・小規模事業者の経営の持続的発展を図る。

(事業内容)

- i 東日本大震災被災事業者を対象にした、経済復興を目的とした特別相談会を開催により、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを広く行う。震災から復旧再建を目的とする事業者へ啓蒙活動を行う。
- ii 事業計画策定等に関するセミナー、個別相談会の開催により、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。より成長性を志向する事業者へ啓蒙活動を行う。
- iii 2. 経営状況の分析での窓口相談、巡回指導時に、小規模事業者からの相談等を受けると共に、適時専門家とも連携しながら事業計画の策定に当たる。
- iv 事業計画策定を目指す小規模事業者等の他、金融相談、小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金等の申請時に事業計画の策定支援を行う。さらに小規模事業者持続化補助金の申請時に、作成した事業計画による効果的な販路開拓を図る手段として、各種展示会への参加、ホ

ームページやECサイトへの掲載等、ITを活用し計画に即した効果的な広報を実施し、販路開拓に向けての支援を行う。

- v 南三陸町と連携して、創業を目指している方々を対象にした創業計画相談会を開催する。特に、当地域においては、地域課題を地域住民で解決を実施するコミュニティビジネスの手法を活用した計画策定の支援を中心に実施する。
- vi 東日本大震災からの事業再建、事業再興を目指す事業者に対して、事業計画の策定支援を行う。さらに、有効と思われる施策についても活用を促し、申請に取り組む場合には積極的に支援する。
- vii 上記事業計画策定支援者において、持続的発展に取り組む事業者に対しては、経営発達支援融資制度の支援を実施する。

(目標)

項目	現状	H28	H29	H30
セミナー・個別相談会開催回数	30	30	30	30
事業計画策定支援事業所数	73	76	76	76
内補助事業計画策定支援事業所数	23	26	26	26
持続化補助金事業計画	22	25	25	25
ものづくり補助金事業計画	1	1	1	1
創業計画	2	2	2	2

#### 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

<現状と課題>

震災後、グループ補助金等の施策を活用しながら事業計画策定を行ってきたが、定期的なフォローアップの体制構築に至っていない。現状は相談がある場合に対応を行っている。

<今後の取り組み>

策定した事業計画の目標到達度合いを確認するために、巡回支援を実施する。具体的には、3ヶ月に一度程度計画達成しているか確認を行うために巡回を行う。着実に計画が達成できるよう、専門家等と連携しながら小規模事業者の持続的発展を図る。

(事業内容)

- i 事業計画策定後に、必要に応じたフォローアップ支援を行うため、3ヶ月に1度巡回訪問し、進捗状況の確認を行う。計画の進捗状況・達成度を確認する。具体的な指標としては、売上、粗利益、原価、費用、収益、借入金等を確認する。(モニタリングシート別途作成)。支援内容は、計画計数のチェックのほか、特に、指針に基づく販路開拓、拡大に資するフォローアップ支援を実施する。とともに、必要に応じて専門家による適切な指導・助言を行う。
- ii 国、県、市、全国連等の支援施策等の広報周知及び中小企業支援ポータルサイト「ミラサポ」への登録支援を行い、事業所自らが課題に応じた情報収集を行えるよう支援する。
- iii 創業希望者については、特別相談窓口を定期的に設置して、創業希望者の基礎知識向上を図り、計画策定等の個別具体的な支援を実施する。
- iv 創業後は、本会経営指導員と専門家による個別フォローアップ、課題解決を図り、伴走型支援を実施する。
- v 東日本大震災からの事業再建、事業再興を行う計画策定を行った事業者については、本会経営指導員と専門家による個別フォローアップ、課題解決を図り、伴走型支援を実施する。

(目標)

項目	現状	H28	H29	H30
フォローアップ事業者支援数	23	26	26	26
フォローアップ回数(述ベ)	292	304	304	304

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

<現状と課題>

現在の需要動向調査については、各種補助金申請事業者の一部の事業者に対する現状把握に留まっているほか、小規模事業者に対する需要動向調査の情報提供も、上述の地域の経済動向調査と同様に、支援機関や金融機関等が発行している身近な資料の提供に留まっており地域内外の具体的な需要動向の把握、分析、提供までは至っていない。

<今後の取り組み>

今後は、具体的な地域内外の需要動向を把握するために、地域消費者並びに観光客を対象としたアンケート調査による購買動向調査などを実施するとともに、加えて宮城県消費購買動向調査や内閣府の消費動向調査、観光庁の旅行・観光消費動向調査等の各種統計調査、(株)日本経済新聞デジタルメディアが提供する日経テレコンの情報等の外部データ分析などを通じて地域内外の需要動向について調査する。

また、把握した地域消費者ニーズの分析等は、宮城県商工会連合会(サポーティングリーダー)、宮城県よろず支援拠点、中小企業基盤整備機構等の専門家と連携し、新たな需要開拓のための事業計画策定の基礎資料として活用するなど地域小規模事業者に個別に提供していく。

(事業内容)

i 域内の小売・サービス事業者等の域内の需要の拡大に資するために、地域消費者を対象とした消費動向調査を実施する。具体的には年1回、南三陸町協力のもと、町内小学校の保護者を対象に、地域内消費者の最寄品(食料品・日用品)、買回品(衣料など)、理美容、飲食別の消費状況について、普段買物している店舗(個店・スーパーなど)や購入先選択の理由、満足度等を調査する。調査は、下記項目などを記載したアンケート形式で実施し、地域消費者の具体的な需要、消費に関する動向を把握する。

これらの調査結果については、性別や年齢別など属性別に整理分析するとともに、地域内の小売・サービス業者に提供して新たな商品の品揃え、商品やサービスの開発などの需要調査としての活用を支援する。

【調査項目】

- ◆属性(年齢・性別・居住地域)
- ◆最寄品・買回品・理美容・飲食別に調査(商品・事業ごとに適切な質問に変更)
  - ①普段購入(利用)している店舗 ②購入(利用)頻度 ③店舗選択の理由
  - ④一ヶ月(一回)あたりの消費額 ⑤購入商品・サービスに関する満足度 ⑥商品・サービスに対する要望 等

また、上記アンケート調査を補完する調査として、宮城県消費購買動向調査報告書を活用し、提供する商品・サービスに伴う地域内及び県内の商圈の変化、東日本大震災による消費者買物動向の変化、地元購買率等の消費動向等についても分析・整理し提供する。

ii 地域外の観光客の需要動向を調査するために、(一社)南三陸町観光協会と連携し、域外から年間4万人訪れる同協会グッズショップ「みなみな屋」などで、観光客の目的・利用サービス・購入商品・ニーズ等についてアンケート調査を実施する。アンケート調査では以下の調査事項を記載し、同ショップ内に設置して毎月回収・集計するとともに、調査項目毎に月別、年別に整理分析する。これらの回収は月100件を目標とする。

平成29年度からは、新たに形成される商店街に開設を予定している産直販売施設において

同様の調査を実施し毎月アンケートを回収するとともに、顧客属性や調査先業種別に整理分析を実施する。

これらの結果については、地域の観光客向けの小売業・飲食等サービス業・宿泊業・商品製造販売等を行っている小規模事業者等に個別に提供し、観光客の具体的な需要の把握を通じた新たな商品やサービスの開発など需要の開拓を支援していく。

**【調査項目】**

①来店（来町）者属性（年齢・性別・居住市町村） ②来町目的手段および滞在日数  
 ③来町頻度 ④購入した商品・理由 ⑤購入価格 ⑥商品・サービスに対する満足度  
 ⑦商品サービスに対する要望 ⑧町・施設の魅力 ⑨店舗選択の理由 等  
 ※調査対象の観光客に対し、観光関連商品サービス（宿泊・飲食等サービス・小売等）に対するアンケート調査項目を取り纏めて同時に実施する。

また、上記アンケート調査を補完する調査として、観光庁「旅行・観光消費動向調査」報告書等を活用し、宮城県への国内旅行動向、旅行・観光に関する消費動向、消費者嗜好の変化等についても分析・整理し、観光客ニーズに対応した商品開発及び販路開拓の基礎資料として活用する。

- iii 更に、首都圏等への全国展開及び新商品・サービス等を開発する水産加工業者等に対しては、日経テレコンPOS情報を活用し、類似する商品やサービス等の消費トレンドや売れ筋商品等の情報についても個別に整理分析して提供する。
- iv 収集、分析した需要動向データについては、巡回訪問、窓口相談を通じて、小規模事業者の事業内容に応じた情報の提供を図り、新たな需要開拓等を目的とした事業計画策定等の基礎資料として活用を図る。
- v 上記（i ii iii）にて調査して得られた結果については、地域小規模事業者に対し、新たな需要開拓等を目的とした事業計画策定等に活用する。また、個別事業者へ経営体力、経営資源、将来性を考慮した指導・支援を実現する。

**（目 標）**

項目	現状	28年度	29年度	30年度
消費者を対象とした需要動向調査総数・実施回数	0	100人 ／1回	100人 ／1回	100人 ／1回
上記調査結果提供件数	0	60件	60件	60件
観光客を対象とした需要動向調査数・集計期間	0	100人 ／月	100人 ／月	100人 ／月
上記調査結果提供件数	0	60件	60件	60件
外部データ分析・整理情報提供件数	0	15件	15件	15件

**6. 新たなる需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】**

**<現状と課題>**

震災により一度失った水産加工業の販路の回復は依然厳しい状況にある。これまでの需要開拓支援は、他の支援機関で実施する展示会・商談会や地域内のイベント等の情報提供と出展勧奨を主な支援としてきた。課題としては、展示会・商談会に慣れていない事業者に対し、より効果的な商談機会となるよう出展前の事前支援と商品のブラッシュアップ等出展後のフォローアップ支援が必要とされる。

**<今後の取り組み>**

水産加工業者を中心とした小規模事業者の新たな販路開拓として、現時点での単独開催は困難な状況にあることから、他の支援機関が開催する展示会・商談会の機会を最大限に活用し、地域小規模事業者に対して年間スケジュール等の情報提供を迅速に行い、計画的且つ効果のある展示

会・商談会参加を支援する。具体的には商談会に慣れていない事業者へのFCP商談シート作成や商品訴求力を高めるための陳列方法等、商談成立率の向上のための事前支援を行うとともに、商談後には、名刺交換を行ったバイヤーへのアプローチ方法、商品の評価を踏まえた商品力・販売力アップのための商品改良等の事後支援を宮城県よろず支援拠点等の専門家を活用し実施していく。

また、全国商工会連合会運営のECサイトを活用したネット販売、100万会員ネットワークや南三陸商工会ホームページ等ITを活用した地域製品のPR支援、首都圏にあるアンテナショップへの出展支援も行いながら、地域小規模事業者の販路開拓と認知度の向上を図る。

更に、平成29年3月にオープン予定の新商業施設は、住民の高台移転により住宅地と離れた場所に立地することから、地域消費者の誘客に加え、観光客も視野に入れた新商業施設への誘客対策の支援が必要であり、需要動向を踏まえた地域資源を活用した新商品及びご当地グルメの開発等の入居事業者各店の魅力向上に向けた支援、SNSを使ったPR活動、定期的な共同販促事業の実施など小規模事業者の新たな需要開拓を支援する。

#### (事業内容)

##### ■水産加工業者を中心とした新たな需要開拓支援

##### 【展示会・商談会出展支援（BtoB支援）】

- i 首都圏の百貨店や大手通販業者等との販路拡大を目指した全国商工会連合会「いいものニッポン再発見商談会」や、東日本大震災以後の平成24年度より仙台商工会議所が事務局となり東北各県の会議所や商工会と連携して東北域内から地域産品や食品加工を中心にこれまで延べ691者が出展し域内外のバイヤー等と商談を行う機会となる「伊達な商談会」、青森・岩手・宮城・福島・茨城県内沿岸部水産加工事業者約100業者が出展する復興水産加工業販路回復促進センター主催の「東北復興水産加工品展示商談会」等、他の支援機関にて開催される商談会においても開催情報の収集を行い、効果のある商談機会となるよう地域内事業者と連携して出展支援を行う。
- ii 地域内(県内)での取引拡大に向け、県内スーパーや卸業者等のバイヤーと県内製造業者等が一堂に会する宮城県商工会連合会主催の「地域内商談会」へサプライヤー側として参加する水産加工業者等に対し、商品の魅力を効果的に発信できるよう独自の広報資料を準備して出展支援を行うとともに、バイヤー側として取引先拡大を狙う地域内卸・小売業者の参加も促し、双方における宮城県内での新たな販路開拓を支援する。
- iii 展示会・商談会出展に対する事前支援として、出展する小規模事業者に対し、商談技術や商品アピール手法の向上、FCPシート作成など宮城県よろず支援拠点並びに中小機構震災復興販路開拓アドバイザー等の専門家と連携し、バイヤー等が求めているニーズを踏まえた商談手法等の習得を支援する。
- iv 展示会・商談会終了後には、名刺交換したバイヤーや来場者などに対し、礼状やサンプル等を送付するなど、手応えのあったバイヤーとの早期商談を可能とするためにアプローチ方法について適切な助言とフォローアップ支援を行う。
- v 展示会・商談会時におけるバイヤー等の意見、又は後日アンケートを記載してもらい、その情報をもとにより支援拠点等の専門家と連携し、商品力・販売力向上に向けた商品のブラッシュアップ支援を行うとともに、販路開拓活動を踏まえた事業計画の見直し等を支援する。
- vi 商談会等に招聘しなくとも、取引成立の可能性のある企業等を紹介・斡旋し、継続的なサポートを行う。

##### 【インターネット販路構築支援（BtoC支援）】

- vii 全国商工会連合会運営のECサイト「ニッポンセレクト.com」等の出品支援を行い、ITを活用した販路開拓を支援し販売促進と商品の認知度向上を図る。毎年、新商品開発事業者や新たな販路開拓を計画している小規模事業者に対し、出品勧奨を行いながら出展者数や商品アイテム数の増加に繋げる。
- viii 全国商工会連合会が運営している、100万会員ネットワーク及び南三陸商工会HPへ小規

模事業者の提供している商品・サービスの情報及び企業情報の掲載支援を行い、販路開拓と認知度の向上を図る。

【アンテナショップ出展支援（B to C支援）】

- ix 首都圏への販路拡大を狙っている水産加工業等に対しては、東京池袋にあるアンテナショップ「みやぎふるさとプラザ」や有楽町にある「まちからむらから館」等への出展を支援し、全国展開を視野に入れたテストマーケティングの場として出展者数や商品アイテム数の増加を図るとともに、三陸ならではの豊富な資源を活かした地場産品の認知度向上に向けた場として有効活用し、地域小規模事業者の販路拡大を支援する。

■新商業施設入居事業者に対する需要開拓支援

- i 平成 29 年 3 月にオープン予定の新たな新商業施設入居事業者に対して、(株)南三陸まちづくり未来と連携し、施設整備に向けた支援を行うとともに、誘客対策や共同店舗としての機能向上に向けた具体的な方策を入居事業者と研究検討し、共同店舗としての実施計画策定と効果的な事業の展開を支援する。
- ii 各入居事業者（36事業者）に対しては、それぞれの強みを活かした店づくり、地域資源を活用した新商品及びご当地グルメの開発等の支援を宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携し、個店の魅力向上に向けた支援を実施するとともに、SNSを使ったPR活動、定期的な共同販促事業の開催等による誘客を促進し、小規模事業者の新たな需要開拓を支援する。

（年度別支援内容）

年度	支援内容
【新商業施設オープン前】 平成 28 年度	①仮設店舗「さんさん商店街」に対する誘客支援 ②新商業施設整備への支援 ③新商業施設の誘客対策・魅力向上方策の研究及び実施計画策定支援
【同 オープン後】 平成 29 年度～30 年度	①個店の強みを活かした店づくりの支援 ②地域資源を商品開発・ご当地グルメ等の開発支援 ③SNSを活用した共同店舗・個店のPR活動支援 ④定期的共同販促事業開催支援

（目 標）

項目	現状(見込)	H 2 8	H 2 9	H 3 0
地域内商談会サプライヤー 参加事業所数(商談成約件数)	1 (2)	7 (14)	7 (14)	7 (14)
独自広報資料掲載件数	0	7	7	7
地域内商談会バイヤー 参加事業所数	0	3	3	3
展示会・商談会参加事業所数 (商談成約件数)	2 (8)	3 (9)	5 (15)	7 (21)
F C Pシート作成等事前指導 事業者数	0	7	7	7
E Cサイト出品支援事業者数 (出品商品アイテム数) (1事業者当たりの販売件数)	0 (0) (0)	3 (12) (60)	5 (20) (84)	7 (28) (120)
100会員ネットワーク 新規登録事業所数	0	3	5	7
アンテナショップ出展支援数 (1事業者当たりの販売件数)	0 (0)	3 (180)	5 (240)	7 (300)
新商業施設入居事業者への需 要開拓支援事業者数	0	36	36	36

## II. 地域経済の活性化に関する取り組み

南三陸町では、「なりわい」を観光資源とし、観光まちづくりを進めて来た経緯がある。しかしながら、東日本大震災にて地域が壊滅してしまい状況は一変した。観光産業は壊滅的な打撃を受け復活できないと思われたが、平成24年には、震災以前に開発された「キラキラ丼」のブランドが復活するに至った。今後は、一次産業の再開により、震災以前に取り組んでいた、漁業体験等を通じたブルーツーリズムや農山村部における繭細工体験、民泊等を活用したグリーンツーリズムなどの再生・強化を推進し、新しい観光として震災を風化させないための、震災語り部などの学びのツーリズムを創出し、平成26年に国より採択を受けた「南三陸町バイオマス産業都市構造」に基づく、新たな観光資源の発掘。地域資源を活用したものづくりのインダストリアル観光の創出を行政、事業者、町民とともに進める。

また、中心を担っていた市街地が東日本大震災にて壊滅してしまった。震災から4年の歳月が経過したが、未だに本格的な産業を再開出来る土地が確保出来ていない。このため、新市街地を形成することを目的に、本会において商業地域復興計画策定委員会を組織して検討を行っている。検討結果を行政側へ意見具申を行い、行政にてまちなか再生計画に盛り込んでいる。

市街地再生後の活性化策についても、南三陸町、(一社)南三陸町観光協会、(株)南三陸まちづくり未来等と早急に方向性の検討を行い、町外からの来街者を増やす施策を創出する。具体的には、従前顧客を増やすために行ってきた、各種催事を定期的に開催する。更に、新地域ブランド策定のため、未活用資源の活用方法について検討を行う。

### (事業内容)

- i 本会震災地域商業復興計画策定委員会を月2回開催し、新市街地形成に向けて今後のまちづくりの方向性を検討し、情報の共有化を行う。
- ii 南三陸町、(一社)南三陸観光協会、(株)南三陸まちづくり未来等と情報連絡会議を設置して、市街地形成後の活性化策の方向性について検討する。
- iii (一社)南三陸観光協会、(株)南三陸まちづくり未来と連携して、地域資源を活用した着地型観光および新地域ブランド策定の実施により地域経済の活性化を図る。  
具体的な内容としては、ものづくり事業所の見学等を行うインダストリートツアーの策定。南三陸にて獲れるタナゴ、アイナメなどの小魚、評価の高い肉牛を活用した新商品化を図る。
- iv 南三陸町、(一社)南三陸観光協会と連携して、「なりわい」を観光資源とした観光の再生。強化、資源循環型社会の地域化を前面に出す新ブランドの創出を図り、観光の振興を推進する。
- v 町外者の来場を目的とした定期的なイベント(歌津わかめまつり、歌津しろうおまつり、志津川湾夏祭り、産業フェア、おすばて祭り)を開催することで集客を図る。イベントの形態は、にぎわい創出と販売促進の二つの役割を持つ。

### 販売促進のためのイベント一覧

イベント名	内 容
産業フェア	地場産品を一堂に集め、展示即売する一大産業祭で、町内の新鮮な地場産品を展示即売します。
おすばてまつり	「おすばて」とは三陸地方の方言で酒の肴のこと。南三陸町志津川魚市場では暮れの魚介類特売を目的に毎年おすばてまつりを開催しています。遠方からの観光客を含め数千人が来場する。

(目標)

項目	現状	H28	H29	H30
震災地域商業復興計画 策定委員会	24	24	24	24
情報連絡会議回数	6	12	12	12
イベント開催回数	5	5	5	5
イベント来場者数	18,000	18,000	18,000	18,000

### 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み

#### 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

支援ノウハウ、支援の現状、支援策の情報交換については、専門家派遣によるものなど限られている。南三陸町、地区内金融機関との地域企業の経営状況について情報交換する場として「金融懇談会」を不定期で開催しているが、実際の検討内容は町の振興資金の融資動向が中心であった。

今後は、日本政策金融公庫や地区内金融機関、石巻管内商工会・商工会議所などの支援機関との情報交換の機会を設け、互いの支援を通じた小規模事業者の震災復旧・復興の状況や問題・課題解決のための効果的な支援の方法、また小規模事業者に対する売上・利益確保のための支援事例等の情報交換を行い、支援ノウハウの向上に努める。

また、定期的で開催している個別相談会の中小企業基盤整備機構震災復興支援アドバイザーや宮城県よろず支援拠点のアドバイザー等と経営指導員との支援連絡会議も随時行い、地区内小規模事業者へ提案した問題解決手法等について共有するとともに、今後の支援の方向性について検討するなど、今後の小規模事業者の持続的発展に向けた経営支援力の強化を図る。

今後の取組内容

- i 本会、南三陸町、七十七銀行志津川支店や仙台銀行志津川歌津支店など地区内金融機関との間で年1回行われている金融懇談会を通じて、地区内景気動向、金融支援の現状やノウハウ、需要動向等について情報交換を行い支援能力の向上を図る。更に、日本政策金融公庫石巻支店と管内商工会・商工会議所の経営指導員との間での年2回開催される「小規模事業者等経営改善資金貸付連絡会議」を通じて、地域企業の設備投資動向、業種別動向などの地域金融状況と、各商工会・商工会議所地域の復興状況や商工業の現状・課題を踏まえた支援ノウハウ等について情報交換を行い、小規模事業者の需要を見据えた経営戦略策定支援の基礎資料として活用する。
- ii 宮城県商工会連合会主催の「経営力向上支援事例発表会」を通して、各商工会経営指導員によるチーム支援で経営力向上に導いた支援事例について共有し、各商工会での成功指導事例の共有を通じて、小規模事業者支援の具体的なノウハウ等について情報を交換する。
- iii 中小企業基盤整備機構東北本部の協力のもと、専門家の無料相談会を毎月3回以上「震災復興支援アドバイザー制度」を活用して開催している。

この様な、震災復興支援アドバイザー、よろず支援拠点等の専門家活用による小規模事業者の相談案件に対して、これらのアドバイザーや各専門家との間で、提案された個別の課題解決策や今後の支援方向性等について本会職員と共有・検討するための「支援連絡会議」を随時開催して、支援ノウハウ向上に向けた具体的な情報交換を行う。

#### 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

経営指導員等の資質向上等については、宮城県商工会連合会等が主催するテーマ別研修会への参加を中心としており、各職員の知識の向上にとどまっている。職員間での指導ノウハウの共有化を図る仕組みは構築されておらず、経営指導員等の経験年数により指導能力に差異が生じている状況にある。組織としての支援能力の向上が課題である。

＜今後の取組み＞

- i 従来の金融・税務・記帳指導の基本的な能力に加え、職員別に次に掲げる能力を身につけるための資質の向上を図る。

経営指導員	<p>新たな需要開拓による売上・利益の確保を図るための支援能力</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小規模事業者の経営環境、経営状況を分析し、経営課題の抽出、課題解決の方策を提案する能力</li> <li>・計画の検証と軌道修正できる能力</li> <li>・支援内容にあった専門家を有効に活用できる能力 等</li> </ul>
補助員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・上記全般に対する経営指導員をサポートする能力</li> <li>・軽微な経営課題に対しある程度解決策の方向性を提案する能力 等</li> </ul>
記帳専任職員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経営指導員並びに補助員をサポートする能力</li> <li>・小規模事業者の相談内容を捉え、経営指導員に明確に繋ぐ能力 等</li> </ul>

- ii 研修会参加による資質向上として、認定経営革新等支援機関としての意識を高め、宮城県商工会連合会が主催するテーマ別研修を職員に年1回以上受講させることで不足する経営支援スキルを向上させる。また、中小企業大学校が主催する中小企業支援担当者研修を経営指導員に年1回以上受講させることで、新たな需要開拓による売上・利益を確保することを重視した支援能力の向上に努める。
- iii 経営指導員相互の指導能力の向上を図るため、月1回の経営向上研究会を開催し、宮城県商工会連合会サポーターリーダー等の支援のもと、経営指導員全体で小規模事業者の支援状況及び支援ノウハウを共有するとともに、チームによる支援を実践することにより売上・利益の確保に資する幅広い提案内容などお互いのスキルを学ぶなど、OJTにより伴走型の支援能力の向上を図る。
- iv 全国商工会連合会が実施するWEB研修を経営指導員全員受講するとともに、資格取得を目指し中小企業診断士資格試験を積極的に挑戦し、自己啓発による資質向上に努める。
- v 3ヶ月に1回全職員による全体会議を開催し、経営指導員等が研修会で得た支援ノウハウ等や地域内の小規模事業者の景況や経営状況等の情報を共有することで組織全体における支援能力の向上を図る。また、人事異動により担当職員が異動した場合にも小規模事業者への支援に支障をきたさないようにWebポータルサイト「小規模事業者支援システム」の経営カルテに事業所別に支援内容等を蓄積し情報共有を図る。

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

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、下記の方法により評価・検証を行う。

- i 中小企業診断士、宮城県よろず支援拠点のコーディネーター等の有識者による、評価委員会を新たに設置し、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。
- ii 経営力向上研究会において、評価・見直し方針を決定する。
- iii 事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会に報告し、承認を受ける。
- iv 事業の成果・評価・見直しの結果を南三陸商工会のホームページ  
(<http://japan.311tohoku.com/home/>) で計画期間中公表する。

(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				
				(27年5月末日現在)
(1) 組織体制				
①実施体制				
担当事業	職務・役割	統括責任者	主担当者	担当者
経営発達支援事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の経済動向調査</li> <li>・経営状況の分析</li> <li>・事業計画書策定支援</li> <li>・事業計画書策定後の実施支援</li> <li>・需要動向調査</li> <li>・新たな需要の開拓に寄与する事業</li> </ul>	経営支援課長	経営支援課長	経営支援課 経営指導員 3名 補助員 1名 記帳専任職員 3名
地域経済の活性化に資する取組		経営支援課長	経営支援課主査	経営支援課 経営指導員 3名 補助員 1名 記帳専任職員 3名
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・経営指導員等の資質向上等</li> <li>・事業の評価及び見直しをするための仕組み</li> </ul>	事務局長	事務局長	経営支援課 経営指導員 3名 補助員 1名 記帳専任職員 3名

②組織図

```

graph TD
    A[会長  
(非常勤)] --- B[事務局長  
1名]
    B --- C[経営支援課  
経営指導員 3名  
補助員 1名  
記帳専任職員 1名]
    B --- D[総務課  
事務局長 1名  
記帳専任職員 2名]
    E[理事会・監事] --- A
    F[経営支援発達委員会] --- A
                    
```

職員配置数

事務局長	1名
経営指導員	3名
補助員	1名
記帳専任職員	3名
計	8名

(2) 連絡先

【南三陸商工会】

所在地 : 宮城県本吉郡南三陸町志津川字沼田 56

担当課 : 経営支援課

電話番号 : 0226-46-3366

FAX 番号 : 0226-46-5335

ホームページ : <http://japan.311tohoku.com/home/>

メールアドレス : [sidugawa@poplar.ocn.ne.jp](mailto:sidugawa@poplar.ocn.ne.jp)

【南三陸商工会 歌津支所】

※ 東日本大震災以降閉所中

(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)

	平成28年度 (28年4月以降)	平成29年度	平成30年度
必要な資金の額	610	610	610
1. 地域の経済動向調査	80	80	80
2. 経営状況の分析	100	100	100
3. 事業計画策定支援	100	100	100
4. 事業計画策定後の実施支援	100	100	100
5. 需要動向調査	80	80	80
6. 小規模事業者販路開拓支援事業	150	150	150

(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、経営発達補助金、県補助金、町補助金、手数料

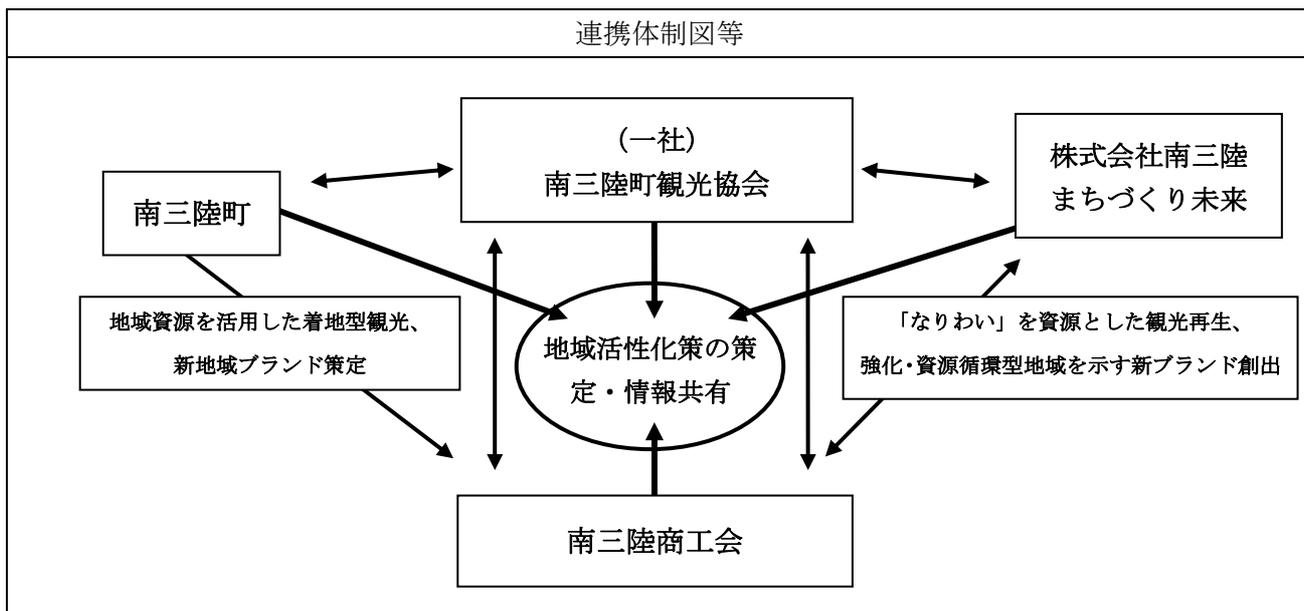
(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
<p>事業名 Ⅱ. 地域経済の活性化に関する取り組み</p> <p>内容</p> <ul style="list-style-type: none"><li>i 本会震災地域商業復興計画策定委員会を月2回開催し、新市街地形成に向けて今後のまちづくりの方向性を検討し、情報の共有化を行う。</li><li>ii 南三陸町、(一社)南三陸観光協会、(株)南三陸まちづくり未来等と情報連絡会議を設置して、市街地形成後の活性化策の方向性について検討する。</li><li>iii (一社)南三陸観光協会、(株)南三陸まちづくり未来と連携して、地域資源を活用した着地型観光および新地域ブランド策定の実施により地域経済の活性化を図る。 具体的な内容としては、ものづくり事業所の見学等を行うインダストリーツアーの策定。南三陸にて獲れるタナゴ、アイナメなどの小魚、評価の高い肉牛を活用した新商品化を図る。</li><li>iv 南三陸町、(一社)南三陸観光協会と連携して、「なりわい」を観光資源とした観光の再生。強化、資源循環型社会の地域化を前面に出す新ブランドの創出を図り、観光の振興を推進する。</li><li>v 町外者の来場を目的とした定期的なイベント(歌津わかめまつり、歌津しろうおまつり、志津川湾夏祭り、産業フェア、おすばて祭り)を開催することで集客を図る。イベントの形態は、にぎわい創出と販売促進の二つの役割を持つ。</li></ul>
連携者及びその役割
<p>連携者</p> <p>団体名 (一社)南三陸町観光協会 会 長 及川吉則 住 所 宮城県本吉郡南三陸町志津川字御前下 51-1 電 話 0226-47-2550</p> <p>団体名 南三陸町 町 長 佐藤 仁 住 所 宮城県本吉郡南三陸町志津川字沼田 56-2 電 話 0226-46-2600</p> <p>団体名 (株)南三陸まちづくり未来 代表者 三浦洋昭 住 所 宮城県本吉郡南三陸町志津川字沼田 56 電 話 0226-28-9880</p>

連携体制図等



(別表4)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
<p>事業名 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み</p> <p>内容 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事</p>
連携者及びその役割
<p>連携者</p> <p>団体名 南三陸町 町 長 佐藤 仁 住 所 宮城県本吉郡南三陸町志津川字沼田 56-2 電 話 0226-46-2600</p> <p>団体名 (株)日本政策金融公庫石巻支店 代表者 吉池 雅志 住 所 宮城県石巻市穀町 16-1 明治中央ビル 電 話 0225-94-1201</p> <p>団体名 (株)七十七銀行志津川支店 代表者 相楽 英敏 住 所 宮城県本吉郡南三陸町志津川字沼田 150-34 電 話 0226-46-2633</p> <p>団体名 (株)仙台銀行志津川支店 代表者 富士原 秀 住 所 宮城県本吉郡南三陸町志津川字沼田 160-1 電 話 0226-46-3670</p> <p>団体名 気仙沼信用金庫志津川支店 代表者 森谷 峰夫 住 所 宮城県本吉郡南三陸町志津川字磯の沢 117-49 電 話 0226-46-2619</p>

連携体制図等

