

## 大崎商工会経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	大崎商工会（法人番号 4370205001380）
実施期間	平成30年4月1日～平成35年3月31日
目 標	<p>大崎商工会では、次の項目を目標に設定し、行政及び各関係機関との連携により、地域小規模事業者の立場に立った伴走型の支援・助言を行い、地域小規模事業者の持続的発展はもとより成長的発展のための事業推進を図る。</p> <p>①小規模事業者の経営力強化に対する支援及び地域経済の活性化          ②地場産業の育成と地域資源を活用した地場製品の販路開拓及び販路拡大の推進          ③商店街活性化事業の推進と小規模事業者の企業体質の強化</p>
事業内容	<p><b>1. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>I. 地域の経済動向調査【指針③】</b>          地区内等の経済状況を商工会が把握するとともに、外部機関の調査等を分析し、業種別景況状況・雇用・原材料価格・資金繰りなどを活用し、的確な情報として配布する。          新たに「ヒアリングシート」等を活用し、小規模事業者の実態を把握するとともに、情報提供の迅速化を図り、合わせて小規模事業者の問題、課題解決や経営改善に向けて質の高い情報を提供する。</p> <p><b>II. 経営分析・需要動向調査【指針①・③】</b>          地区内等の小規模事業者の持続的な発展のため、経営指導員の巡回・窓口相談時、セミナー開催時などに必要な経営項目を調査分析する。          専門的な課題等については、宮城県商工会連合会のサポーターリーダーや日本政策金融公庫仙台支店・宮城県よろず支援拠点のコーディネーター及びミラサポ等と連携・活用し、小規模事業者の視点に立った丁寧なサポートを実施する。</p> <p><b>III. 事業計画の策定支援及び実施支援【指針②】</b>          小規模事業者の経営課題解決のために、上記 I、II の調査結果を踏まえ、正規な事業計画（経営計画）策定への支援、また、持続可能な経営のための計画等の策定支援を行い、大崎市、金融機関、商工会議所とも連携し、小規模事業者の立場にたった伴走型支援・助言を行い、小規模事業者の成長的発展または持続的発展を図る。</p> <p><b>IV. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】</b>          地域内における地場製品の販路拡大及び販路開拓を行うため、各商談会や運営サイトへの出展を支援し、商品の認知度の向上を図る。          また、地区内の他の特産品等認定ブランドとも連携し、消費者ニーズにマッチした商品の開発を目指し、売上の向上を図る。</p> <p><b>2. 地域経済の活性化に資する取組み</b>          地域の各商店街等の代表者を参集し、「商店街代表者との懇談会」を開催し、商店街の現況の分析や今後の商店街すなわち地域経済活性化の方向性を検討し、推進するとともに、小規模事業者の成長的、持続的発展に繋げる。</p>
連絡先	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 名 称：大崎商工会 経営指導員 伊 藤 敏 宏</li> <li>・ 住 所：〒989-6321 宮城県大崎市三本木字しらとり 3 番地 7</li> <li>・ 電 話：0229-52-2272 ・ F A X：0229-52-6847</li> <li>・ Eメール：oosakis03@feel.ocn.ne.jp</li> </ul>

(別表1)

【経営発達支援計画】

経営発達支援事業の目標

1. 大崎市の概況

大崎市は、宮城県の北西部に位置し、人口132,638人(平成28年9月1日現在)総面積796.76K㎡で、平成18年3月31日に古川市、松山町、三本木町、鹿島台町、岩出山町、鳴子町及び田尻町の1市6町の合併により誕生した。

北西に奥羽山脈を望み、荒雄岳を水源とする江合川と船形連邦を水源とする鳴瀬川は、広大な大崎耕土を潤し、肥沃な大地を形成している。

南北に東北新幹線と東北本線、東西に陸羽東線の鉄道網、南北に東北縦貫自動車道と国道4号線、東西に国道47号線と108号線の道路網を備え、内陸部と沿岸部、太平洋と日本海、東北と首都圏を結ぶ交通の要衝となっている。

大崎市では、自然や産業、歴史・文化、人、物などの全国に誇れる豊富な資源・財産を活用し、「宝の都(くに)・大崎」を目指したまちづくりを展開している。



2. 人口の動き

大崎地域の人口は、1市6町で平成26年時点では134,000人となっていたが、ピーク時には、合併前ではあるが、平成10年以降、14万人を超えていた時期がある。

ただ、世帯数をみると平成26年で5万世帯弱となっているが、特に都市部である古川地域では、人口の伸びと同時に、世帯数が1万世帯の伸びを示し、対して、岩出山地域や鳴子地域は、人口及び世帯数が大きく減少している。

時代の変遷により、農業からの離脱や労働力の都市部への流出が岩出山地域や鳴子地域に大きく影響し、過疎化が急激に進行しているとともに、都市部への流出が大きくなっている。

古川地域への一極集中化が進み、同時に過疎化が進む地域が大きく疲弊している。

これは産業面でも同じことが言われ、地域住民の高齢化と同時に、地域に存する事業者は益々疲弊し、売上自体も大きく低下し、企業の体力にも限界があり、後継者も不足し、過疎地域の小規模事業者の経営環境は一層厳しいものとなっている。

3. 大崎市の個性

(1) 日本有数の温泉地・大崎鳴子温泉及び名勝鳴子峡

大崎鳴子温泉は、日本国内にある11種類の泉質のうち9種類の泉質を有し、日本百名湯や温泉番付において東の横綱に選ばれている。ピーク時には、年間宿泊数が90万人を超える勢いであったが、東日本大震災以後、大幅に落ち込んでおり、徐々に回復してきたものの宿泊数の減少に歯止めがかからない状況が続いている。

また、西部鳴子温泉地域にある鳴子峡は、10月中旬～11月上旬にかけて、大谷川が刻んだ100mに及ぶ大峡谷が紅葉に覆われ、その眺めは絶景で、ピーク時は、交通渋滞が発生するくらい県内外からのお客様で混雑する。

(2) 城下町として栄えた大崎市

岩出山地域は、伊達政宗が仙台青葉城へ移る前の12年間、血気盛んな青年時代を過ごした城下町であり、岩出山伊達家3代敏親、4代村泰が京都冷泉家から婦人を迎えたこともあり、京都からさまざまな文化が伝わり、政宗が築いた伊達文化と京都文化の融合した城下町で、今でも、歴史的建造物が数多く残存し、江戸時代に岩出山伊達家の家臣子弟の学問所としての「旧

有備館及び庭園」、「岩出山城址」が存在するなど伊達政宗公ゆかりの地として親しまれており、また、観光施設として「感覚ミュージアム」「あ・ら・伊達な道の駅」「竹工芸館」等が点在している。

さらに、松山地域は、伊達家の重臣茂庭家の城下町として栄え、街並み、伝統、酒蔵文化が今にも残っている。

### (3) 自然や地域資源に恵まれた大崎市

まがみやオオハクチョウ、ヒシクイの越冬地である田尻地域の蕪栗沼、周辺の水田や古川地域の化女沼がラムサール条約湿地として登録を受けており、また、夏には、三本木地域に42万本のひまわりが咲く東北一のひまわりの丘、松山地域には、15種類以上のコスモスが咲くコスモス園、田尻地区には、加護坊山の桜、古川地域には藤の緒絶川や彼岸花の咲く羽黒山があり春、夏、秋、冬、一年を通しての色に溢れ、さまざまな景色が私達の暮らしを彩り飾っている。

## 4. 地域産業について

### (1) 農業の状況

大崎平野は、古くから稲作地帯として発展し、米の生産が盛んである。「ササニシキ」や「ひとめぼれ」「ササ結」などのブランド米の誕生地として広く知られた穀倉地帯であり、また、大豆の生産量及び作付面積は本州1位となっている。

農業生産額は、米に依存する構造から脱却できない状況にあり、さらに、農業を取り巻く情勢は、農業従事者の高齢化による生産構造の脆弱化、担い手不足、耕作放棄地の拡大による農地の減少、温暖化等の世界的な気候変動による農作物の品質及び収穫量への影響などにより、厳しい状況に直面しており、加えて、TPPへの参加については、農業に与える影響が大きいことから国際競争力の強化等が新たな課題となっている状況にある。

### (2) 観光業の状況

本市は、魅力的な観光資源「鳴子温泉郷」「鳴子峡」「鳴子こけし」等が豊富にあり、観光客入込数、宿泊客数ともに仙台圏に次ぐ県内第2位の観光圏となっている。

しかし、歴史や文化、自然環境や体験型の観光ルートなどの観光資源が十分に生かし切れていない状況にあり、東日本大震災以後には、風評被害等により宿泊客数も大きく減少していることから、平成25年4月～6月に開催された仙台・宮城destinationキャンペーンでは、地域の魅力を全国的に情報発信し、積極的な大崎市の認知度を高めるPRを行い、多くのリピーターを増やした。

ただ、大崎市の観光客の利用形態は、宿泊が9.2%、日帰りが90.8%と県全体と比較して、宿泊の割合が低くなっている。

### (3) 商業の状況

人口の減少や個人消費の低迷に加え、通信販売やネットショッピング、交通の利便性の向上により、都市部への買い物客の流出など消費者動向の多様化と広域化が進むなど、年間商品販売額や商店数が減少傾向にあること、また、個人事業者においては、経営不振や後継者不足などにより廃業するケースが増える一方で、郊外型の大規模商業施設が売り上げを伸ばしているという構図が見え、商店街の空き店舗の増加による衰退は、そこに暮らす住民生活に重大な影響を与えるものであり、大都市との地域間格差や経済格差が大きくなり、小規模事業者の小売に対する経営環境は危機的な状況にある。

### (4) 工業の状況

全体としては製造品出荷額や事業所数、従業者数ともに減少傾向にあるが、県全体と比較すると電子部品、金属製品、プラスチックの割合が高い。三本木地域を中心に集積するアルミサッシ関連製造業のみが増加傾向にあるが、下請け企業が多く、企業間連携が進んでいないこと

から十分な競争力が発揮できない状況にある。また、地区経済の重要な産業基盤となる建設業においては、震災関連の工事等により、一時上昇傾向にあったが、震災も7年目に入り、一段落を向かえ、さらに公共工事も減少傾向にあり、依然として厳しい経営環境に置かれている。

## 1. 大崎市大崎商工会地区の商工業者数の現況

大崎商工会は、平成17年4月1日に宮城県志田郡の三本木町商工会、鹿島台町商工会、松山町商工会、宮城県遠田郡の田尻町商工会の4商工会が合併、会員数783名（定款・特別会員を除く）平成29年3月31日現在）を有する。

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	その他	計
総事業所数	286	120	18	390	110	247	71	1,242
小規模事業者数	278	103	15	293	95	212	60	1,056
会員数	284	95	5	185	48	163	3	783
小規模事業者数	273	71	2	156	48	130		680

## 2. 大崎商工会地区の現状と課題

大崎商工会地区（三本木地区、松山地区、鹿島台地区、田尻地区）における経営環境は、少子化による人口減少や高齢化社会の到来により、事業を引き継ぐ後継者がいなく、さらに、低迷する長期的な不況により、事業では生活が成り立たない等の原因により、事業廃止が多く、商工業者の廃業が起業を上回るという逆転現象が続き、小規模事業者が減少し、依然として厳しい地域の経営環境に輪をかけた状態になっている。

### 【商業の現状と課題】

人口減少や個人消費の低迷、ネットショッピングなどの消費者動向の多様化に加え、交通の利便性の向上により、商店街を往来する人が急激に減少し、シャッター通りといわれ、空き店舗が多い。全国どこでも見られる商店街と同じ状況にあり、後継者もない現状にある。

商店街の衰退は、そこに暮らす住民の生活に重大な影響を与えるものであり、特に車社会とは無縁の高齢者を含む住民の住みやすさ、暮らしやすさの維持向上のためにも、中心商店街の活性化をはじめ、地域商店の振興策及び抜本的な商店街の在り方を講じる構想が必要であり、合わせて小規模事業者も地域住民も商店街の今後の在り方について共同で検討、取組む必要がある。

商工会としては、地域消費者の購買力向上や購買力の流出防止のため、「中元大売出し事業」や「年末・年始大売り出し事業」さらに、行政からの支援を受け、大崎市内の3経済団体が連携し、「プレミアム商品券発行事業」を実施し、地域経済の活性化と消費者購買力流出防止に、ある程度の足止めをかけたと思われる。

しかし、プレミアム商品券の購入者や一般消費者に対して行った「プレミアム商品券アンケート調査」においては、大型店への購買力の依存や地区外流出を止めることはできず、消費者の期待するニーズやサービスに対して地元小規模事業者が対応できているかという点、まだまだ十分な状況にあるとは言えず今後の課題となっている。

多様化する消費者ニーズの的確な把握と売上収益の高い消費者ニーズに合った商品の販売やサービスの提供を行い、消費者から必要とされる「がんばる（儲かる）企業・小規模事業者」となるよう今後、商工会としての支援を継続的に行っていく必要がある。

### 【工業の現状と課題】

製造業の現状と課題については、金型成型、電子部品、建築資材の製造メーカーなどの下請けの小規模事業者が中心であるが、企業間同士の連携も進んでおらず、十分な競争力を発揮できない現状にある。

大崎市のNPO法人「未来産業創造おおさき」（※1）や大崎ものづくりネットワーク協議会（※2）等、他の支援機関と連携を図りながら、企業間連携のマッチングや製品開発などの支援体制の構築が今後の課題となっている。

建設業の現状と課題については、震災後の急激な需要も一段落し、住宅関連業種の低迷や後継者不足、大型建設業者の進出により大幅な受注減少に見舞われ、減少に歯止めがかからない現状にある。

これらに対する支援の取組みとしては、行政の支援を受けながら「住みいるサポート事業」による住宅に対する耐震構造の補強工事への一部助成による支援や「商店街店舗リニューアル支援事業」による地元工事事業者の工事が必須となるような支援を行ってきたが、製造業と同様に大崎市のNPO法人「未来産業創造おおさき」や大崎ものづくりネットワーク協議会等、他の支援機関と連携を図りながら、企業間連携や製品・技術開発などの支援体制の構築が課題となっている。

- ※1 NPO法人「未来産業創造おおさき」→P26別表4連携者及びその役割欄の(5)参照
- ※2 大崎ものづくりネットワーク協議会→P26別表4連携者及びその役割欄の(6)参照

上記の通り、商工業者の廃業が起業を上回るという逆転現象を見直すためにも既存事業者はもちろんのこと、地域資源や地域の特性を生かした新規創業者や起業を目指す事業者に対して、事業計画書の作成の仕方や許認可手続きの仕方等一定の支援を行い、事業の進捗段階に応じた相談業務や人材育成等の支援を強化し、併せて空き店舗対策にも取り組む必要がある。

さらに、地域特産品の開発については、広域的なPRを行い、地域の特産品を全国的なブランドにすべく支援し、販路開拓やターゲット市場の見つけ方、売れる商品・サービスのつくり方等支援を行い、専門的な分野については、専門家や支援機関等と連携を図りながら支援して行く必要がある。

### 3. 大崎市産業振興計画（商工業振興関連を項目毎に抜粋した。）

平成19年3月に策定された大崎市産業振興計画は、東日本大震災からの復興を図ることを目的により、平成25年2月に改訂され、次の項目が掲げられている。

「にぎわいと雇用を生み出す商工業の振興」

- ①商工業の経営安定化支援の促進
- ②中心市街地・地域商店街活性化の促進
- ③企業誘致等による雇用確保の推進
- ④コミュニティビジネスによる商店街活性化の支援
- ⑤地域資源を活かした特産品開発の推進
- ⑥NPO法人「未来産業創造おおさき」との連携の推進
- ⑦大崎ブランドの確立

### 4. 小規模事業者への中・長期的な振興の在り方

今後の商業に対する振興策としては、地域住民の高齢化、人口の一極集中が進む中、また、中心市街地にある大型店やロードサイトへの購買流出により商店街をはじめとする既存商業は疲弊している。

特に小規模事業者は店舗設備等が小規模で従業員も少ない。更に近年益々消費傾向が細分化され、消費者ニーズも多様化し、消費者動向も把握しきれていない。

他方、地域の過疎化や高齢化が進み、商店街が衰退し、最寄品の購入にも不便な状況となり、特に車社会とは無縁の高齢者を含む住民の住みやすさ、暮らしやすさの維持向上のためにも地域の商店の振興策及び抜本的な商店街の在り方を講じる構想が必要である。

今後の課題としては、経済動向や需要動向などの情報提供を行いながら顧客獲得や販路拡大を支援していくと共に後継者の育成や事業承継に対するサポート推進が必要であり、空き店舗対策としても空き店舗情報の把握、情報の提供、新規創業者支援を充実させていかねばならない。

また、工業に対する振興策としては、大崎市が先導し、工業団地の造成や企業誘致に力をいれている。

今後は進出企業と下請け企業の企業間連携を強化し、地場企業や小規模事業者との技術連携も視野に入れながらアイデアや技術の共有による新商品・新事業の展開をするための支援を行っていかねばならない。

建設関連では、東日本震災後、需要が停滞しつつあるので、公共事業の地元発注等の対策を図り、持続的な経営を目指す経営計画の策定や経営基盤の強化策について支援を行っていかねばならない。

## 5. 経営発達支事業の目標と方針

大崎市の概況、地域産業（特に商工業）の状況、将来像、大崎市が策定した産業振興計画を踏まえ、大崎市内の支援機関や地域金融機関と更なる連携を強化し、中小企業とりわけ小規模事業者の持続的な発展を第一の目的とし、小規模事業者が抱える問題、課題を深く掘り下げるとともに、経営環境や経営資源を整理し、経営力の向上を図るため、また、セミナーや経営実態調査を通じ、消費者ニーズを踏まえた経営計画の策定を支援し、販路拡大や売上拡大を目指すことを目的に支援を行う。

### ① 小規模事業者の経営力強化に対する支援及び地域経済の活性化

巡回訪問を強化し、小規模事業者のニーズや経営課題の把握と提案型支援の実践を通して、企業力向上に向けた経営計画策定の支援をするとともに、起業・創業支援による地域経済の活性化を図る。

また、大崎市やNPO法人「未来産業創造おおさき」及び市内商工団体と連携を図り、創業者及び創業希望者に対して、創業支援セミナーを開講し、創業計画書策定支援と策定後のフォローアップ支援を行う。

### ② 地場産業の育成と地域資源を活用した地場製品の販路開拓及び販路拡大の推進

新たな需要開拓を目指す地場製品の食品製造・販売事業者の販路開拓支援の強化を図るため、商談会や物産展等の支援を通して、商品開発や新たな販路開拓の取組みを支援するとともに、大崎市の豊富な資源を活用した物産振興策を展開する。

商工会で審査・認定している「おおさきブランド」認定商品については、売れる商品としてブラッシュアップし、販路開拓に向けた支援を行っていく。

また、宮城県や大崎市と連携しながら全国的な販路拡大を目指し、首都圏のアンテナショップへの出店を促し、個別取引では困難な販路開拓に向けて事業を展開する。

### ③ 商店街活性化事業の推進と小規模事業者の企業体質の強化

商店街の空き地・空き店舗の現状を調査し、新規開業希望者等に店舗利用情報の提供や地域住民の憩いの場としてのコミュニティ施設等の提供など、商店街を往来する消費者が潤い楽しめる商店街環境をつくる。

また、事業主の高齢等による事業廃業等についての情報をいち早く把握し、後継者の存在の把握や確保及び後継者マッチング事業等も実施し、商店街の空き店舗の減少に歯止めをかける。

既存の事業者の持続的な発展を目指した事業計画策定による企業の経営力強化と空き店舗対策となる創業者支援を合わせた商店街の空き店舗を活用したコミュニティ施設型事業展開による相乗効果で商店街全体の活性化を図る。

大崎市の創業・開業支援空き店舗対策事業補助金や商店街リニューアル補助金等を活用し、商店街活性化事業を実施する。

## 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30年4月1日～平成35年3月31日)

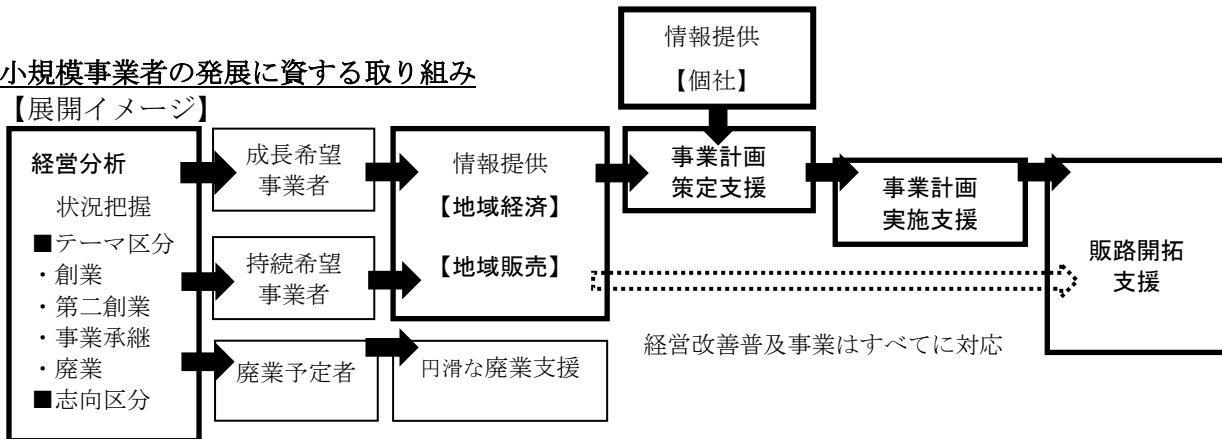
### (2) 経営発達支援事業の内容

対象地区 大崎商工会の管轄地区

大崎市三本木地区、大崎市鹿島台地区、大崎市松山地区、大崎市田尻地区

#### 小規模事業者の発展に資する取り組み

【展開イメージ】



(説明)

#### ○事業者の区分

事業計画書策定を希望される小規模事業者を別途、成長希望事業者として位置づけ、求めに応じて需要開拓に直接つながる情報の提供、及び事業計画の策定を行う。

希望されなかった小規模事業者は、持続希望事業者として位置づけ、地域における販売機会に資する情報提供を中心に行なう。また、希望されればいつでも、成長希望事業者に位置づける。

いずれも従来の経営改善普及事業に基づく支援においては、識別されることなく、公平、平等に支援する。公平性に最大限配慮しつつ、支援の成果を輩出する目論見である。

#### 成長意向、持続意向の違い

区分	要件	支援内容	支援テーマ他
持続希望事業者	下記を除く管内のすべての小規模事業者  ※いつでも成長希望への変更可能	経営改善普及事業 巡回指導、窓口相談による経営状況の把握、分析 セミナー、研修会 情報提供（経済動向、販売機会） 販路開拓の支援など	事業承継を想定
成長希望事業者	高い成長意欲を持ち位置づけられた小規模事業者	上記に加え 事業計画書策定、実行の支援 情報提供（個人） フォローアップファイルを作成	創業、経営革新、経営改善を想定

## 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】

#### (課題と概要)

これまで商工会が行ってきた地域の経済動向調査は、簡便で具体的な分析がおこなわれず、その調査結果についても具体的な説明がなく、商工会の事業活動において有効な活用が行われてこなかったのが現状である。

今後、消費者の動向やニーズを適切に把握するためにも、経済動向調査を本格的に実施し、地域内小規模事業者に対して的確な情報の提供が行われ、活用されることが必要である。

だが、どこで、いつ、なにを、どのような方法で、いくらもの価格で必要としているのかを把握するためにも、地域の景気動向や業界動向などの小規模事業者の経営環境に関する情報を各種統計調査等外部データから収集し、更に本会において独自に地域小規模事業者等を対象とした景況調査を実施する。更に巡回・窓口相談におけるヒアリング等により管内地域経済動向を調査し、小規模事業者の今後の事業計画を作成するうえで、最も重要な資料として、その資料を分析し、活用することにより、売上の増加に繋げる一因となるため、その情報を整理分析し、提供することが必要である。

また、実施した地域の経済動向調査や外部データは整理分析を行い、その結果を資料としてHPや商工会報等で公表しつつ、さらに、巡回訪問・窓口相談時の際に活用し、事業計画策定などに、個別の小規模事業者支援の基礎資料として活用する。

#### (具体的内容)

##### (1) 地域経済動向調査の実施（新規）

地域小規模事業者を製造業・建設業・小売業・サービス業の4業種に分け、宮城県商工会連合会が年4回実施している「中小企業景況調査」の売上、客単価、客数、仕入単価、採算性等の調査結果について専門家を交えながら独自に分析、整理し、業種別、地域別に整理するなど地域内の景況感を正確に把握し、情報提供し、経営計画策定の基礎資料とする。また、本会が独自に「小規模事業者景気動向調査」を実施し、経営指導員が巡回訪問を行う際に売上、採算、資金繰り、業界の業況等を個別的にヒアリング、調査し、専門家や「宮城県よろず支援拠点」のコーディネーターを交えながら、調査結果を独自分析し、業種別の地域内景気動向として整理、分類し、情報を提供し、経営計画を策定する際の基礎資料として活用する。

##### (2) 各種調査結果の分析、提供、利活用

全国商工会連合会の小規模企業景気動向調査、日本政策金融公庫の中小企業景況調査、地域経済分析システム（RESAS）、宮城県の商圈（消費購買動向調査）大崎市統計（大崎市統計速報も含む）を基に、地域の経済動向を調査、分析する。

分析結果は、商工会HPより閲覧、活用でき、会報等でも適時提供する。更に、窓口や巡回訪問の際、金融、経営、経営計画作成等に係る相談時にも提供し、活用する。

##### (3) 「金融及び景気動向に係る懇談会」の開催

大崎市、地域内金融機関、宮城県信用保証協会を交えた「金融及び景気動向に係る懇談会」を開催し、地元の金融機関でしか把握できない景気の動向や信用保証協会による景気動向調査内容等について情報交換を行い、巡回訪問や商工会HP等により管内事業者に発信し、経営計画を策定する際の基礎資料として活用する。

##### (4) 消費者のニーズを把握するための「消費者購買動向調査」の実施

宮城県の商圈（消費購買動向調査）に基づき調査内容を分析するとともに、各地区にある消費者団体等と連携し、地域の生の声を生かした地域に必要な消費者ニーズの「消費者購買動向調査」を実施し、その結果については、専門家等や「宮城県よろず支援拠点」のコーディネーターを交え、分析し、商工会HP



で情報発信するとともに、管内事業者に対して開示し、経営計画策定する際の基礎資料として活用する。

(5) 金融動向の把握、分析、提供、活用

日本政策金融公庫のマル普、マル経の貸付状況や大崎市中心小企業振興資金制度融資の貸付状況を調査分析し、地域内の金融動向、地域の経済、景気動向を把握し、管内事業者に対して情報提供し、経営計画策定する際の基礎資料として活用する。

(目標)

項目	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
中小企業景況調査結果の分析、提供及び活用（回数）	0	年3回	年3回	年3回	年3回	年3回
小規模事業者景気動向調査の実施、分析、提供、活用	0	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
小規模事業者景気動向調査の実施（件数）	—	100件	100件	100件	100件	100件
各種調査結果の分析、提供、利用、活用（回数）	—	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
懇談会開催回数（回数）	1	1回	1回	1回	1回	1回
消費者購買動向調査（回数）	0	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
消費者購買動向調査（件数）	—	100件	100件	100件	100件	100件
金融動向の把握、分析、提供、活用（回数）	—	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回
HP情報提供（回数）	—	年3回	年3回	年3回	年3回	年3回

**2. 経営状況の分析に関すること【指針①】**

(現状と課題)

小規模事業者に対して、いままで経営状況の分析結果を提供し、活用するまでに至らなかった。

主に、金融支援の一環として支援企業の簡単な財務分析を行い、具体的な経営計画や経営戦略について反映しておらず、小規模事業者の売上拡大や利益率向上までの提案は行われてこなかった。

今後、小規模事業者の現状の財務状況を正しく把握し、経済動向調査等で得た外部情報も踏まえ、経営状況の分析を行い、自社の強み、弱みや現状の財務状況を正しく把握し、売上の向上や利益率の向上のための事業計画を策定する上での基礎資料となる経営分析を実施するための支援を強化する。

(実施内容)

経営状況の把握や経営分析の重要性については、経営指導員等による巡回訪問や窓口相談の際に勧奨するとともに、経営分析に関する研修会等を開催し、経営状況の分析に取り組む小規模事業者を発掘する。

自社の財務内容や販売する商品や提供するサービスの売れ筋、経営資源や技術ノウハウ、強み、弱み等について経営状況を分析し、正しく把握し、経営に対しての問題、課題を抽出し、明確化し、改善策等の材料として整理し、事業計画の策定に繋げていく。

**1. 経営分析の実施及び実施勧奨のための巡回指導【指針①】**

小規模事業者に対して経営分析の重要性を認識してもらうため、「小規模事業者景気動向調査」を実施した小規模事業者や常日頃支援を継続している小規模事業者に対して経営指導員が巡回、窓口相談の際に、顧客や市場への理解度や経営戦略への取組みに関する現状を把握できる「企業の健康診断チェックシート」による経営状況の簡易診断・分析方法を勧め、経営に対する経営分析の必要性、重要性を認識してもらい、経営分析の実施勧奨を行っていく。

**2. 経営分析に関する研修会等の開催による事業者の掘り起し**

小規模事業者を対象とした経営分析に関する研修会を開催し、「企業の健康診断チェックシート」を活用

した初歩的な経営分析を行い、自社の現在の経営状況を把握するとともに、経営分析の目的、方法、活用方法について理解を深め、段階的な研修により経営分析の必要性、重要性を認識してもらう。

また、広く経営分析を実施する対象者を募るために、本会のホームページに掲載し、普及啓蒙し、さらに、折込みチラシ等での周知を視野に入れ、研修会等の開催案内だけではなく、経営分析による経営状況の把握の重要性、必要性等についても掲載し、掘り起しを行う。

### 3. 経営分析の実施

1. 2. の取組みによる経営分析の実施を希望する小規模事業者に加え、商工会経理ソフト「記帳機械化事業システム」・「ネットd e 記帳システム」に加入している小規模事業者については、貸借対照表や損益計算書及び損益分岐点図表などが自動的に経営分析システムより抽出されることから、経営分析の必要性を十分に説明するとともに、経営分析の実施を希望する小規模事業者とともに勧奨、実施を行うため以下の3つの手法を用いた経営状況の分析を実施する。

#### ①財務分析（定量的分析）

損益分岐点売上高、自己資本比率、流動比率、売上高経常利益率、売上総利益率等进行分析し、現在の財務状況を把握し、今後の目指すべき財務状況についての検討材料とする。

商工会システムを利用している小規模事業者については、システムにより自動的に出された分析結果を活用し、それ以外の小規模事業者については、(独) 中小企業基盤整備機構の経営自己診断システムを活用し、定量的な分析としての財務分析を行っていく。

#### ②SWOT分析及びクロス分析（定性分析）

財務分析を行った事業者については、その事業者を取り巻く環境の洗い出しするために、内部環境としての「強み、弱み」外部環境として「機会、脅威」を洗い出すSWOT分析を実施し、さらに、SWOT分析の結果に基づき、環境から導き出す戦略を洗い出すためのクロス分析を行い、事業者の経営の課題、問題を抽出し、今後の改善策や戦略のための検討材料として活用する。

#### ③商品（サービス）別売り上げ（ABC分析）

顧客やサービス等の種別ごとに総売上高、総粗利益、販売商品数の多い順に並べて整理し、顧客が自社に求めている商品やサービス等のABC分析を行い、今後、提供する商品やサービスの見直し、選定、在庫管理の検討材料として活用する。

### 4. 専門家等との連携による支援

経営分析を行った結果、抽出された経営における問題、課題については、宮城県よろず支援拠点やエキスパート派遣事業による専門家、宮城県商工会連合会サポーター等派遣申請を行い、専門家等との連携を強め、問題、課題解決に向け支援を行っていく。

#### (活用方法)

経営分析の結果については、実施した小規模事業者に即座にフィードバックし、結果内容について詳細に説明し、今後の支援に備える。また、今後の事業計画の策定の基礎資料として活用するとともに、策定後の支援についても活用する。

経営分析結果については、業種毎、地区毎に分類し、ファイルとして保存、管理し、職員間での情報共有を図り、誰がみても理解可能な、支援経過についても明確に取りまとめられたファイルとして管理し、支援をスムーズに継続的に支援できるような体制を構築する。

小規模事業者が誰でも経営分析が可能な分析目的、方法、活用方法を理解し、より明確に、自社の経営状況を適格に把握し、自社に有効な分析を行い、事業計画を策定する上での実効性、有効性が向上する支援を行っていく。

## (目標)

支援内容	単位	実績	初年度	2年度	3年度	4年度	5年度
			30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
経営分析	件	0	60	60	60	60	60
巡回指導件数（毎年度5%増）	件	0	400	420	441	463	486
窓口相談件数（毎年度5%増）	件	0	200	210	220	231	242
経営分析に関する研修会（年）	回	0	2	2	2	2	2
経営分析に関する研修会（参加者）	人数	0	30	30	30	30	30

## 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

### (現状と課題)

小規模事業者に対する事業計画策定支援については、融資相談や補助金申請といった限定的で簡易な事業計画の策定支援しか行ってこなかった。

経営状況の分析についても簡易的で、経営に対する本格的な分析や将来に向けた支援についてはほぼ触れられて来なかった。

今後、小規模事業者についても社会、経済環境が変化する毎に即座に対応することが重要であり、顧客ニーズや自社の強み、弱みを認識し、内部環境や外部環境を踏まえた上での事業計画を策定することの意義、重要性を認識し、自らの経営課題を抽出し、解決することにより売り上げの増進に繋がり、小規模事業者が自ら商工会の支援を受けながら事業計画を策定していくことが今後の重要な課題となっている。

### (実施内容)

小規模事業者が急激に変動する社会、経済環境に対応するため、顧客ニーズや自社の内部・外部環境を踏まえた「強み、弱み、脅威、機会」等に基づき、自社の事業計画を策定し、経営に反映させることの必要性や重要性を啓蒙、勧奨し、事業計画の策定を目指す小規模事業者に対しては「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」に基づき、「需要動向調査」の情報を活用し、「事業計画策定セミナー」や専門家を交えた「個別相談会」を通じて需要を見据えた売上・収益の向上に繋がる事業計画の策定支援を行っていく。

また、創業・起業の認定機関として大崎市及びNPO法人「未来産業創造おおさき」と連携しながら創業者に対する事業計画の策定支援を行っていく。

なお、専門的な問題、課題解決のため宮城県よろず支援拠点やエキスパート（専門家）宮城県商工会連合会サポーターリーダー、地域の金融機関等と連携し、小規模事業者の持続的な発展に向けた事業計画策定支援を伴走型支援・助言により行う。

#### (1) 事業計画書策定の支援

経営状況を行った小規模事業者や商工会システムを利用している小規模事業者については、経営分析を行った現状の把握や経営課題が具体的に抽出されていることから、各種調査関係結果を踏まえ、今後の具体的な目標や目標達成のためのスキーム、利益計画等が明確に示された、需要を見据えた事業計画の策定を目指す。

これらの小規模事業者については、巡回、窓口相談時に個別的に支援を行うとともに、「事業計画策定セミナー」への受講や「個別相談会」へ参加を強く勧奨していく。

また、事業計画を簡易に策定できる（独）中小企業基盤整備機構による経営計画作成アプリ「経営計画つくるくん」の活用についても勧奨する。

#### (2) 事業計画策定等に関するセミナーの開催及び個別相談会の開催

事業計画策定の意義や必要性及び策定の仕方、策定プロセス等が学べる実践的なセミナーを開催するとともに、計画策定過程での問題、課題を解決するために、専門家や宮城県よろず支援拠点とも連携し、事業計画を策定する上での助言・立案が行える「個別相談会」を開催し、支援を行っていく。

### (3) 創業に関するセミナーの開催及び創業計画の策定支援

創業支援にあたっては、当商工会も大崎市の創業支援計画における支援機関となっていることから、大崎市の創業支援機関である「未来産業創造おおさき」等と連携して行う。

また、地域における創業者の増加を図るために、当会を中心とした創業支援機関並びに地域の金融機関等と連携し、「創業に関するセミナー」を開催する。参加者の多くは、事業を初めて起業する方が多く事業を開始する前に行うべきこととして、事業目的の明確性や事業する分野の決定や経営の在り方、創業に係る資金の調達方法等経営に必要な基礎知識を学び、本格的な事業計画の策定を行えるようなセミナーの内容とする。専門的な内容等については、専門家や宮城県よろず支援拠点と連携しながら、事業計画策定に対する支援を行うとともに、開催チラシ等を作成し、大崎市との連携により、市広報誌等の活用を行いながら、創業者の掘り起しや創業計画の策定支援を行っていく。

#### (目標)

項目	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
事業計画書策定事業者数	23	25	27	30	32	35
個別相談会開催回数	3	3	4	4	5	5
創業計画書策定研修(年間)	0	2	2	3	4	5
創業計画書策定事業者数	0	2	3	3	3	4

※現状の事業計画策定事業者数は、小規模事業者持続化補助金での支援事業者を記載した。

## 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)

これまでの事業計画策定後の実施支援はほとんどなく、計画は策定するが、実行には移されない状況にあり、商工会としても支援をあまりしてこなかった。進捗状況の把握やPDC Aサイクルによる実行支援もほとんどなく、あるとすれば補助金等申請による計画策定による支援がほとんどであった。

事業計画を策定し、PDC Aサイクルに基づいた進捗状況の把握、計画の見直し、改善というPDC Aサイクルによる事業計画の策定後の実施支援が今後の課題となっている。

### (実施内容)

事業計画を策定後は、巡回計画に基づいた定期的な巡回等を行い、策定された事業計画が計画どおり実行されているか進捗状況を確認し、事業計画策定で抽出された問題、課題が解決されているか、売り上げや利益の向上に結びついているか、あるいは、新たな問題、課題はなにかなどをPDC Aサイクルの実行により伴走型な支援を行っていく。

なお、専門的な問題や課題解決のため宮城県よろず支援拠点、専門家、宮城県商工会連合会サポーターリーダー、地域金融機関と連携し支援を行っていく。

#### (1) 事業計画策定後のフォローアップの実施

事業計画策定後に、国、県、大崎市が行う経営支援策等の広報、案内をより周知し、活用方法についてフォローアップを実施し、日本政策金融公庫が取り扱う「小規模事業者経営発達支援融資」の活用、斡旋など、きめ細かなフォローアップ支援を行う。また、事業計画策定後に、経営指導員が中心となり、3ヶ月に1度巡回訪問し、進捗状況の確認を行うとともに、事業計画策定後の新たな問題、課題をヒアリングし、目的達成に解決すべき専門的な問題、課題については、宮城県よろず支援拠点、専門家、宮城県商工会連合会サポーターリーダー等と連携し、課題解決のための支援を行うとともに事業計画推進に必要な支援・助言を行う。【指針②】

#### (2) 創業予定者の事業計画策定後のフォローアップ

創業予定者は開業までの間、様々な事柄について初めての経験が伴うため、開業する前に約1ヶ月に1度巡回訪問を行い、各種手続きや計画における資金の調達、販路の開拓、人材の育成といった様々な面からの支援を伴走型で行っていく。また、開業後については、3ヶ月に1度巡回訪問を行い、開業後の事業の進捗状況の把握を行い、創業後の問題、課題については、宮城県よろず支援拠点、専門家、宮城県商工会連合会サポーターリーダー等と連携し、課題解決のための支援を行うとともに事業の推進に必要な支援・助言を行う。【指針②】

(3) 企業フォーラム【指針②】の開催

フォローアップは、原則出向いて行なうものであるが、年に1回程度、事業計画を策定し、開業した成果を上げた企業を中心に集まる会（フォーラム）にて、自らの計画内容や進捗状況について発表する機会を提供する。

自らの考えを公表する機会を得ることで、取組む内容において、新たな気づきを得られ、相互に補完できるつながりが生じることを期待し、開催を行うとともに、開業の準備している者にとっても重要な相互理解の場として活用する。

(4) 小規模事業者経営発達支援融資制度の活用提案【指針②】

経営発達支援計画の認定を受けた商工会から、売り上げの増加や収益の改善、持続的な経営のための事業計画策定の助言とフォローアップを受ける等、一定の要件を満たした小規模事業者に対し、日本政策金融公庫が、事業の持続的な発展のための取組に必要な設備資金及びそれに付随する運転資金を低利で融資する「小規模事業者経営発達支援融資制度」が平成29年度に創設されたが、事業計画策定の過程で資金調達等を検討しなければならないケースが発生した場合等については、小規模事業者が持続的な発展に取組む支援制度として、低利で商工会が推薦団体となる本融資制度を積極的に活用するような支援を行っていく。

(目標)

支援内容	単位	実績	初年度	2年度	3年度	4年度	5年度
			30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
フォローアップ対象先	件	23	25	27	30	32	35
1社当たり実施回数	回	—	4	4	4	4	4
創業フォローアップ対象先	件	—	2	3	3	3	4
創業計画策定事業者へのフォローアップ	回	—	5	5	5	5	5
企業フォーラム開催数	回	—	1	1	1	1	1

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

【現状と課題】

商工会がこれまで行ってきた需要動向調査は、消費者モニターからの簡単な聞き取り調査やプレミアム商品券発行事業等、特定の事業や補助事業を導入した際に行ってきた調査が主であり、情報量が不足し、個社の需要の拡大や利益の確保に資するような調査は行われず、小規模事業者への有益な需要動向調査とは言えず、内容等を詳細に分析した調査結果を有効に提供できたものではなかったという課題がある。

さらに、少子高齢化による急激な人口減少や郊外型大型店の出店等による商圈等の拡大により、地域における経営環境が大きく変化し、需要が減退している。そのため商工会は、各産業別事業者に関係する需要を的確に把握するため、新たに地域内の各分野、産業別にアンケート調査を実施し、地域経済動向調査や経営状況分析の結果と併せて小規模事業者へ、その結果を提供し、小規模事業者の事業計画の策定や計画実施支援及び商品開発・販路開拓などの需要開発に活用し、小規模事業者の持続的な発展に寄与することが必要である。

需要動向調査の目標、情報の収集、整理、分析及び提供を行う項目及びその手段及び活用方法等につい

ては以下のとおりである。

### 【実施目的】

商工会がこれまで実施してきた調査は、簡易な目的別調査が多く、その調査結果を集計し、専門家等の意見を入れ、分析された情報の提供ではなかった。また、その調査結果に基づいた活用はほとんど実施されてはこなかった。今後は、小規模事業者の商品開発や販売活動に必要な需要動向調査や事業計画策定のための資料として活用できる情報提供を行い、新たなる販路開拓や商品開発等に結びつく調査を実施し、小規模事業者が活用できる調査の分析、結果を提供していくことが目的である。

### 【実施内容】

#### 1. 小売・飲食・サービス業に対する消費者ニーズ調査の実施（新規）

大崎市や他支援機関と連携し、地域の小規模事業者の約5割を占める地域内（松山・鹿島台・三本木・田尻地区）の商店街に点在する小売・飲食・サービス業の個店に関する地域内需要拡大に資するための需要動向調査を行うため、地域内（松山・鹿島台・三本木・田尻地区）1地区180サンプルを目標とし、具体的には、巡回訪問時に自社に対する消費者からの客観的評価による要望をヒアリングし、個社毎に店の雰囲気や印象、商品の品揃え、商品、サービスの内容、その他お店を利用するに当たっての具体的な要望、意見等について、経営指導員等が消費者から自店の販売主力商品について評価を受けたいと思っている小規模事業者や販路拡大を目指している小規模事業者について、個社への需要動向調査に資するアンケート項目を整理し、年2回アンケート・ヒアリング調査を実施する。

#### ○調査の実施方法及び個社支援業種別対象事業者

①地域内（松山・鹿島台・三本木・田尻地区）の商店街に点在する小売・飲食・サービス業を営む業種別小規模事業者（各業種2事業者）を対象とする。

松山・鹿島台・三本木・田尻各地区

小売2事業者 飲食業2事業者 サービス業2事業者 合計6事業者

業種別事業者6事業者 × 4地区 合計24事業所

#### ○調査の方法

経営指導員等が調査を行いたいと希望する小規模事業者と事前に調査内容等について協議し、その小規模事業者に代わり、調査項目の内容についてヒアリング調査を実施する。

#### ○調査項目（事業者に対して経営指導員が事前にヒアリングしておく項目）

企業概要・営業年数・従業員数・売上高・客層・来店手段・顧客の利用頻度  
後継者の有無等

②消費者からの調査件数（1事業者あたり消費者30人にアンケート調査を実施する。）

1小売業者 30人 1飲食業者 30人 1サービス業者 30人 合計90人  
30人分 × 6事業者 × 4地区 合計720サンプル

#### ○調査の項目（小売業）

いつも買物をしている店舗はどこか（個店・コンビニ・スーパー・大型店舗）

この店舗を選んだ理由

購入する商品の順位（第3位まで）

主力商品に対する味、価格、鮮度、量、

1ヶ月当たりの消費額（食品・衣料・雑貨・その他の割合）

商品の品揃え、店舗内の雰囲気・陳列方法、外観等に対する印象、清潔感、接客等

配達の有無、営業日時等について

#### ○調査の項目（飲食業）

性別・年齢・居住地域・食べた物・味・1人当たりの予算・来店に当たっての媒介・店舗の選択理由等

○調査の項目（サービス業）

性別・年齢・居住地域・利用したサービスの内容・1人当たりの予算・サービス利用に当たっての媒介・サービスを受けた後の評価・今後の利用の有無等

○活用方法

アンケート結果を整理・分析し、対象となる小売業、飲食・サービス業の小規模事業者に対して地域内消費者の具体的な要望として巡回指導等を通じて個別に調査対象小規模事業者に提供するとともに、商品やサービス、品揃え等の改善に繋げていくものとして提供する。

また、下記3. 外部データの収集・分析・提供の結果も併せて業種別・商品別に整理し、データベース化し、全職員での情報共有化を図り、巡回・窓口相談時にその対象小規模事業者に情報提供を行うとともに、その調査対象事業者が事業計画を策定する際の基礎資料として活用し、需要開拓の基礎資料としても利・活用していただく。

2. 展示会や販売会への出展を目指す事業者に資する需要動向調査（新規）

展示会や販売会を通じて積極的に地区内外に販路開拓を目指す地場産品を製造・販売する小規模事業者については、展示会等に出展する新商品や既存商品について地区内外から訪れる観光客や消費者に対して、幅広い消費者の声を取り入れたモニタリング調査を実施する。

○調査の方法及び内容

調査場所 大崎市観光物産センターや「道の駅やまなみ・三本木」「道の駅池月・岩出山」等の各観光施設

調査対象事業者 40事業者

1地区 10事業者 × 4地区

消費者アンケート 2,000サンプル

50サンプル × 40事業者

○調査の項目

○共通調査項目（食料品及び工芸品）

来訪目的（観光者と地元消費者の区分）

地場産品について（食料品及び工芸品）

調査場所に来た理由・目的

調査場所において地場産品を買う基準（価格・商品や包装デザイン・知人からの紹介等）

調査場所で地場産品を買った場合の使用目的（自家用・贈答用）

調査対象小規模事業者が製造、販売する地場産品について

○工芸品については

デザイン、価格、パッケージ、土産品としての価値等

この商品を知った事由・

この商品の満足度・改善点

買うか・買わないか。

この他にほしい地場産品は何か

○食料品については

味、価格、ボリューム、包装デザイン、土産品としての価値等

この商品を知った事由・

この商品の満足度・改善点

この他にほしい地場産品は何か

試食・試飲をした理由・感想等

試食・試飲をした結果（味・満足度・改善点等についての感想）

試食・試飲した結果で買うか・買わないか。

○調査の方法

上記調査場所において地場産品の製造販売をしている工芸・食品加工事業者の商品について上記項目について経営指導員等がヒアリングを行い、調査を行う。さらには、例えば、地場産品の食品等については、展示ブース等で試食・試飲などを行い、試食・試飲後の味やおいしさ、食べた感想と併せて、経営指導員等がヒアリングを行い調査する。

○活用方法

収集したデータを整理・分析し、観光客や消費者の具体的なニーズの把握やP D C Aサイクルに基づいた商品開発づくり等を支援する。

日経テレコンのPOS最新データ（業界・市場需要動向・競合比較・海外進出売れ筋ランキング等）やJ-NETデータを参考にしながら本調査では得られない類似品や競合品の売上高やこのような全国的なデータに基づいて本調査を補完していく。

最終的に整理・分析されたデータについては、調査を行った当該小規模事業者に個別的に提供・フィードバックし、今後の販路拡大や商品の品揃え、新商品の開発等について活用するための支援を行う。

3. 外部データの収集・分析・活用・提供（1. 2. の調査に対する補完）

上記1. 及び2. のアンケート調査を補完する取組みとして小規模事業者が販売高を伸ばすためには、商品やサービスの研究を行い、商品・サービスの在り方を改善・改良し、売れる商品、売れるサービスを提供し、それに基づいた仕入を行い、販路拡大を図る。

これらのことを勘案し、今売れている商品や人気のある商品・サービス等これからの消費者の求めるトレンドを調査し、その情報を調査該当小規模事業者に提供し、活用していただく。

（活用方法）

具体的には、(株)日本経済新聞デジタルメディアの提供する「日経テレコム21」のビジネスデータ等を活用し、1. 2. 3. で収集した調査結果を分析、集約し、商品開発や販路開拓を目指す調査対象小規模事業者に提供する。また、小規模事業者が商圈やターゲットを想定して商品開発や販路開拓を行う場合には、1. で得たデータと3. で収集したデータを比較・分析し、その対象小規模事業者に提供する。

また、個社が必要とする情報は、即座に提供できるよう収集したデータを集約、分析し、個社にとって有益な情報として調査該当小規模事業者に直接に即座に提供できる体制を構築する。職員間での情報を共有することはもちろんのこと、切れ目のない情報の提供を行い、当該小規模事業者が経営状況の分析や事業計画の策定、販路開拓支援の際にすぐに活用できる基礎資料として構築し、提供していく。

【目標】

項目	現 状	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度
1. 小売・飲食・サービス業 に対する消費者ニーズ調 査の実施（年間）	0回	2回	2回	2回	2回	2回
1. 調査対象企業数（企業）	0	24	24	24	24	24
2. 展示会・販売会へ出店を 目指す事業者への需要動向調 査回数（年間）	0回	1～2回	1～2回	1～2回	1～2回	1～2回
2. 調査対象企業数（企業）	0	40	40	40	40	40
3. 外部データの収集・分析・	0	4回	4回	4回	4回	4回



活用・提供（年間）						
3. 調査対象企業数（企業）	0	15	17	19	21	23

## 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

これまでの新たな需要の開拓や新商品・新技術開発などの小規模事業者に対する本会としての取組みは、各種商談会等への出展を参加勧奨し、新商品の開発に携わったものの商品の販路開拓や具体的な商品のPR方法や商談の進め方やその後のアフターフォローまでの支援は不十分と言わざるを得ない状況にあった。

今後は需要動向調査の分析結果等を踏まえ、宮城県よろず支援拠点との連携により、バイヤーを交えた販路開拓支援個別相談会を開催し、自社の地場産品を、どのような「思い」で開発し、「誰に地場産品を提供したいのか」又、「どこまで地場産品の普及拡大を図りたいのか」や「購入者の年齢層、購入頻度等」について調査を行い、商品力・販売力、商談力向上のためのブラッシュアップ支援を行う。

また、安定した取引先の確保と売上向上のため、経営指導員等の巡回訪問により、事業者が取扱う地場産品の特性や使徒に合った商談会・展示会及び一般消費者への販路開拓も含めECサイト「ニッポンセレクト.com」等への出展・商談成立・知名度向上に向けた支援を行う。尚、地区内で開催される各種イベントに地場産品の試食・販売ブースを設置し、地場産品の消費者アンケート調査も実施する。

また、平成19年度から3ヶ年計画で実施した小規模事業者新事業全国展開支援事業や平成22年度に実施した特産品等販路開拓支援事業において大崎商工会の独自ブランド「おおさきブランド」を立ち上げ、現在も「おおさきブランド審査委員会」で年1回「おおさきブランド」の申請、認定を行っている。現在まで15事業者22品目を認定しているが、これら15事業者22品目についても上記と同様にヒアリング調査や消費者アンケート調査を実施し、認定事業者が取扱う地場産品の特性や使徒に合った商談会等の情報を収集し、出展、商談成立、知名度向上に向けた強力な支援を行う。

尚、商談会・展示会等へ参加する地場産品事業者に対しては、県商工会連合会や市内の経済団体等と連携し事前研修会（FCPシート作成、自社商品PR、バイヤー折衝・商談の進め方、商品陳列・ブース装飾等の各種手法）を通じて支援を行い、商品力・販売力、商談力向上のためのブラッシュアップを図る。また、商談会終了後も事後フォローとしてバイヤーからの意見（商品に対する評価・改善点、消費者ニーズの傾向等）を収集し、消費者に受け入れられる地場産品、売れる地場産品として事業者へフィードバックし継続的な販路開拓支援を展開する。

### （事業内容）

#### 1. 販路開拓支援事業（個別相談会）【指針④】

(1) 宮城県商工会連合会主催の「地域内商談会」、古川商工会議所主催の「伊達な商談会」を活用し、地場産品の魅力を効果的に発信できるよう大崎商工会の独自ブランド「おおさきブランド」認定事業者はもちろんのこと地区内の地場産品製造事業者（認定外事業者）への出展支援を行い、販路開拓を行うとともに商品の認知度の向上を図る。【指針④】

(2) 地元開催による商談会等への出展支援（新規）

古川商工会議所主催の「伊達な商談会」への参加勧奨はもとより、近隣市町村を交えた地場産品事業者や農産品等の製造販売者、地域の小売、サービス事業者を含めた販路拡大のための販売会を新たに開催し、販路開拓の機会を増やす。

(3) 展示会・商談会出展を通じ、「おおさきブランド」を出展する認定事業者や認定外事業者に対し効果的な商品の展示・周知・アピール手法について専門家やバイヤー、宮城県よろず支援拠点、各連携機関と協力し、展示内容や商品の納品におけるノウハウなど販路開拓に必要な事前事後の支援・助言を行う。また、事前事後のフォローには本会経営指導員等も同行し、支援力向上に繋げる。

【指針④】

(4) 首都圏開催の商談会等への出展支援

首都圏で開催される国際見本市等への出展を勧奨し、首都圏や全国展開を計画する小規模事業者の販路開拓支援を行うとともに、宮城県のアンテナショップ等への出展や、みやぎ大崎観光公社との連携を強化する。

【上記(1)～(4)に係る事前フォロー】

県商工会連合会や市内の経済団体等と連携し、商談会開催に関する事前研修会において、FCPシート作成、自社商品PR、バイヤー折衝・商談の進め方、商品陳列・ブース装飾等の各種手法を学んでブラッシュアップを図る。

【上記(1)～(4)に係る事後フォロー】

バイヤーからの意見やアドバイス(商品に対する評価・改善点、消費者ニーズの傾向等)を収集し、消費者に受け入れられる地場産品、売れる地場産品として事業者へフィードバックし継続的な販路開拓支援を展開する。

(5) 地区内(市内)で開催される各種イベントでのPR

地区内(市内)で開催される各種イベント等に「おおさきブランド」認定品及び、認定外地場産品の試食・販売ブースを設置し、市内・市外からの来場者に対しPR活動を行い販路の拡大を図る。尚、試食・購入した来場者に対し、消費者購買動向アンケート調査も併せて実施する。

## 2. IT等の活用を通じた販路開拓支援

(1) 全国商工会連合会運営のECサイト「ニッポンセレクト.com」への出品勧奨及びインターネットでの販路開拓支援を行い、一般消費者も含めた販路の開拓と認知度の向上を図る。また、出品事業者に対し定期的にサイト内の商品掲載内容についての見直し・改良などの支援を行う。

【指針④】

(2) 会員事業所に対し100万会員ネットワーク(※)への登録勧奨を積極的に行うとともに登録シート作成等の掲載支援を行い、本会HPに掲載することで商品の認知度向上を図り、販路の開拓に繋げる。【指針④】

※全国商工会連合会がweb上で運営するコンパスクラブ(小規模事業者支援サイト)内にあり、ID・パスワードを取得し、所定のフォーマットに従い入力すると、企業情報や店舗・商品等の情報が発信できる自社のホームページ(ネットショップが運営できるシステム有り)が無料で作成、開設できるサイトである。

(3) 全国の商工会議所・商工会が共同運営している「ザ・ビジネスモール」はすでに約24万社が登録しており、商取引支援サイトを活用し、自社をPRしていくとともに、自社の内容や技術・強みを知ってもらい、新規の販路先獲得等の問題解決に繋げる。さらに、巡回や窓口での相談時に登録を勧奨し、販路拡大を支援する。

(4) 工業や製造業に関連する小規模事業者への販路開拓支援として、加美商工会が運営する「みやぎ仮想工業団地」サイトに登録勧奨するとともに、企業間取引の拡大支援を行い、地域内工業団地に集積する大企業とその関連企業及び地元中小企業や小規模事業者とのマッチングに向けた経営力や技術力の向上、販路拡大への支援を行う。

項目	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
地域内商談会参加事業所数（「伊達な商談会」を含む）	3	6	10	14	14	14
地域内商談会バイヤー参加事業所数（「伊達な商談会」を含む）	0	4	8	10	10	10
商談件数（「伊達な商談会」を含む）	0	6	10	14	14	14
成約件数（「伊達な商談会」を含む）	0	2	6	8	8	8
個別相談会開催回数	0	2	3	3	3	3
首都圏等商談会出展数	0	7	8	9	10	10
首都圏等商談会商談件数	0	5	7	7	7	7
「ニッポンセレクト.com」出品登録件数	0	2	3	5	7	10
商談件数	0	10	15	25	35	50
100万会員ネットワーク新規登録事業所数	16	20	25	32	40	50
商談件数	0	10	15	25	35	50
「ザ・ビジネスモール」登録企業数	0	5	10	15	20	25
「ザ・ビジネスモール」取引件数	0	3	5	8	10	17
「みやぎ仮想工業団地」登録企業数	0	3	5	7	10	15
「みやぎ仮想工業団地」取引件数	0	2	4	4	5	7

## Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取り組み

### 1. 地域活性化事業

本会における三本木地区、松山地区、鹿島台地区、田尻地区にある各商店等の代表者と、商工会役員及び大崎市による懇談会を新たに開催するものとし、「商店街代表者との懇談会」と題し、年計2回開催し、商店街の現況の分析および今後の商店街活性化の方向性を検討する。

また、検討した地域活性化の方向性を踏まえ、商工会が継続的に開催してきたイベントや伝統的な行事とタイアップしたイベント等を開催し、商店街を巻き込んだ地域の活性化を図る。

(1) 商店街代表者による懇談会を新たに開催し、大崎市と連携しながら、「商店街代表者との懇談会」を年計2回開催し、今後の地域活性化の方向性を検討するとともに、現在実施している活性化事業についても、見直し、検討を行う。

(2) 年2回の春・秋に開催される鹿島台互市については、長年継続してきた伝統ある互市に、新たな要素を加えて、魅力あるイベントとして開催し、集客を図る。

(3) 大崎市、地域内商工団体（古川商工会議所・玉造商工会）と連携し、消費マインドの向上を図り、低迷する消費動向の向上や地域経済の活性化を目的とした割増商品券発行事業を継続的に実施する。

(4) 大崎市及び地域住民との連携強化を図り、本会女性部や青年部を中心に花いっぱい運動、清掃活動、こども見守り運動を実施することにより、安心安全な地域環境を作ることにより、地域活性化の根底にある安心で安全な住みよい、活力ある地域づくりを図る。

(目標)

項目	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
空き店舗活用店舗数	1	1	2	2	3	3
イベント開催	2	2	3	3	3	3
春・秋互市来場者数	76,000	78,000	80,000	81,000	82,000	83,000

### 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

(1) 経営支援に関すること。

以下に掲げる支援機関においては、支援ノウハウ等に関する情報の共有を図るとともに、地域における小規模事業者の経営改善普及事業の円滑な推進と経営計画の策定に係る経営の発達に向けた支援力向上に努める。

支援機関名	支援ノウハウ・情報交換の内容等	連携手段	頻度
宮城県商工会連合会	専門家派遣・補助金及び助成金情報 商談会情報等・全国連情報等 (支援状況・支援ノウハウの共有) (個別的・専門的支援の構築)	会議	年3回
宮城県商工会連合会 サポーターリーダー	個別企業支援における連携体制の構築 「産業支援プラットフォーム」の構築 (支援状況・支援ノウハウの共有) (個別的・専門的支援の構築)	都度	都度
宮城県商工会連合会 宮城県よろず支援拠点	各種支援施策・専門家派遣 セミナーの開催 (別企業支援における連携体制の構築) (個別的・専門的支援の構築)	都度	都度
大崎市	(市の産業振興施策・市の施策情報の共有) (支援ノウハウの構築)	会議	年3回
NPO 法人未来産業創造おおさき	各種セミナーの開催、専門家派遣 (創業支援体制の構築)	会議	年6回
おおさきコワーキング スペース alata	創業支援、各種セミナーの開催 (創業支援体制の構築)	都度	都度
大崎ものづくりネットワ ーク協議会	企業相互間の情報交換・連携 人材育成、産学連携の推進、販路開拓 (ものづくりに関するネットワークの構築)	会議	年2回
古川商工会議所	事業の連携、商談会の開催、創業支援、各 種セミナーの開催 (支援状況・支援ノウハウの共有)	会議	年4回
玉造商工会	事業の連携、商談会の開催、創業支援、各	会議	年4回

	種セミナーの開催 (支援状況・支援ノウハウの共有)		
日本政策金融公庫仙台支店	県内景況と金融情報 (金融支援体制の構築)	会議	年2回
市内金融機関	(県内景況と金融情報の共有化) 大崎市融資制度の活用・支援	都度	都度

## 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

小規模支援法に係る経営発達支援計画に関する認定支援機関としてのスキルや支援ノウハウを高めるため、中小企業基盤整備機構や宮城県商工会連合会が主催する中小企業支援担当者等研修会の参加、古川商工会議所等が主催する「経営支援セミナー」に経営指導員が受講することで、中小企業や小規模事業者の経営課題の解決や持続可能な収益源を確保することを重視した経営支援能力の向上を図る。

### ① 経営支援リーダーの育成

経験豊富な経営指導員は、若手経営指導員に対して、自らの経験に基づいて、具体的な支援方法について具体的に、具体的事例に基づき指導し、早期に経営支援能力の向上を図る。

また、経営支援課長は、経営指導員ひとりひとりが、創業支援計画書や経営計画書、経営革新計画承認計画書が作成できる環境づくりをするとともに、持続化補助金やものづくり補助金申請書、大崎市商工関係補助金申請書が作成できるようOJTを通じ、助言、指導する。

また、専門家派遣事業や「宮城県よろず支援拠点」のコーディネーターに積極的に同席することで、早期に専門的な経営支援の内容や問題、課題解決に向けた手順、方法を早期に取得し、経営支援能力の向上を図る。

さらに、経営革新に関する研修会や創業者を対象とした創業塾等に対して、経営指導員が積極的に参加し、経営支援能力の向上を図る。

全国商工会連合会が開講するWeb研修を積極的に受講することにより、中小企業診断士資格取得に向け、毎年1回実施される中小企業診断士資格試験を受験し、資格取得を目指す。

宮城県商工会連合会で実施する小規模企業支援能力向上研修については、資質向上の観点から積極的に受講していく。

また、月1回の経営支援会議を開催し、経営計画作成研修会を開催するとともに、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、支援事業者の支援情報を共有し、複数の経営指導員による支援案を作成する等伴走型の支援能力の向上を図る。更に、2ヶ月に1回全職員による全体会議を開催し、経営指導員以外の職員が分野毎に連携し、支援を行う体制を整える。

経営指導員が参加した経営支援に関する研修会参加後、経営支援会議の中で、その研修内容を発表し、組織内で経営指導員のノウハウを共有する。

若手経営指導員については、経営計画作成等に関する相談や事業実施支援時のフォローアップにおいて経営指導員をチーム分けし、チームで小規模事業者を支援することにより、指導・助言内容、情報収集手段を学ぶなど、OJTにより伴走型の支援能力の向上を図る。

なお、以上の支援能力向上システムについては、支援内容ごとに整理、様式化、データ化し、経営指導員だれもが利活用できるようマニュアル化し、構築する。

## 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

経営発達支援事業を進めるにあたり、事業の妥当性、公平性、適正性を確保するため商工会内に（仮称）経営発達支援事業評価委員会を組織し、支援者側、支援を受ける側、学識経験者、専門家を一同に介し、毎年度、経営発達支援事業について評価し、経営計画発達事業の充実、強化を図る。

### (1) 委員会

（仮称）経営発達支援事業評価委員会は、前期と後期年2回開催し、事業の評価及び見直し策について検

討、評価するとともに、その結果については、即時公表し、より効果的な経営発達支援事業が構築されるよう推進する。

委員会の構成は、下記の表①のような区分を行い、商工会長の諮問機関と位置づけ、事業の評価及び見直し策について提言する委員会とする。

この委員会は支援する側、支援される側に行政や外部有識者を加えた三者により評価し、公平、公正な事業評価を目指すこととする。【表①】

区分	委員としての対象者及びその役割（任期3年）
外部有識者	原則として大崎市内に在住し、中小企業施策や中小企業支援に高度な知識を有し、商工会事業にも携わった経験を持ち、事業を的確に評価し、見直し策への提言等も行なえる者
行政	大崎市経済産業部商工振興課及び各総合支所担当者とし、行政の商工会への意向やその地域特性に通じ、商工会事業へのご助言をいただく。
商工会	商工会役員の中から理事会において適任者を決定する。 評価のための情報を収集し、委員会へ提出し、委員会に諮問する。
小規模事業者	小規模事業者のうち実際に経営発達支援を受け、支援の内容、その支援が事業発達のために役立ったかその満足度について評価いただく。
その他	理事会の承認を得、必要に応じて人選する。

## （2）委員会の役割

商工会が取りまとめた管内小規模事業者（支援を受けた者も含む）へのアンケートやヒアリングの結果を委員会に提示し、評価のための情報を集約し、その情報について分析、評価取りまとめを行う。前期、後期と年2回開催される委員会で事業の評価、見直しを行い、効果的な経営発達支援を行う。

①アンケート対象者は原則、管内小規模事業者（支援を受けた者も含む）とし、経営指導員が巡回訪問し、アンケートの回収及びヒアリングを実施する。

アンケート及びヒアリングの内容は、簡易な内容とし、端的に集計、分析、評価できるものとする。

小規模事業者の代表として委員となる者は、経営発達支援を受けた者とする。

アンケート実施期間は、6月末と12月末までとし、委員会開催まで取りまとめる。

②委員会開催日時は9月と翌年3月とし、前期開催される委員会では、年度計画の進捗状況について評価いただくとともに、評価の低い事業等が事業計画で見直しされているかを確認する。また、翌年3月に開催される委員会においては、事業の成果を総括し、次年度計画に反映する改善策及び見直し案を提示する。

委員会から諮問された評価、見直し策については、早急に取りまとめ、次年度事業計画に反映させる。

また、委員会で検討された内容については、その結果を分析し、報告書にとりまとめ、即時公表する。事業計画に反映させるものとして、事業の内容、実施方法、実施時期、実施回数等について行う。

## （3）評価方法

アンケート対象者は原則管内小規模事業者（支援を受けた者も含む）とするが、サンプル数としては、全会員数の約10%とし、経営指導員ひとりにつき約10名（ヒアリングを含む）とする。

評価及び見直しには、公正及び公平なものにするため、必要に応じて行政や連携先にもヒアリング及びアンケート調査を実施する。

## （4）評価の基準

経営発達支援事業を適正に行うためには、事業に対する評価は、極めて重要であり、支援を受ける小規模事業者にとっても重要なことであり、委員会の諮問による公正、公平な評価はもちろんのこと、見直し策についても次年度事業計画に適正に反映されねばならない。

アンケート回収率の向上はもちろんのこと、回収、取りまとめを早急を実施する。

調査の項目は以下の3点とする。

①適正度

事業の内容を理解し、支援の方法が適切であったか、親切、丁寧で、事業者に対して寄り添い伴走型支援であったかを評価する。

②貢献度

支援を受けた結果、その支援に効果があつたか。事業に対してどのように役立ち、その結果、どのように業績に反映されたか。

③満足度

経営指導員の支援に対する対応や商工会が提供する支援サービスについての満足度

(5) 事業の評価、是正、見直し策

評価委員会に提出される資料は常に商工会事業に携わっていない者でも容易に理解ができ、誰がみても客観的に評価可能な評価シートを作成、提出する。

実施した経営発達支援事業は、その項目、内容について支援を受ける小規模事業者の意見を一覧表にとりまとめ、取り組んだ事業に対して、どのように感じ、どのように評価したかが、一目でわかる資料とすること。

また、経営発達支援事業の内容は、委員に理解される説明とし、事業が計画され、実施された結果について評価し、以下の項目については是正されることとし、評価結果を取りまとめることとする。

①実施項目

取り組んだ結果、効果が乏しい事業はないか。廃止すべき事業はないか。追加すべき事業はないか。

②実施方法

実施した結果、この方法で良かったのか。成果が得られたのか。推進、取組み方法を改善するべきものなのか。

③実施回数

実施回数は適当か。多くないか。少なくないか。

④実施時期

実施する時期に問題はないか。

(6) 諮問結果の公表

委員会からの諮問内容については、速やかに公表する。

とりまとめられた報告書は、常に商工会に常備し、いつでも誰でも閲覧できるものとする。

行政及び連携機関に対して報告するとともに、支援を受ける小規模事業者に対しても報告し、行政や連携機関及び小規模事業者等より求められた場合には、持参し、概要を説明し、より一層の経営発達支援事業に対し、理解及び協力を求める。

①公表の具体的な方法

i. 商工会としては、報告書を常備し、会員事業者及び住民でもいつでも閲覧可能なものとする。

ii. 年6回定期的に発行している会報「おおさき新風」と同時に報告書を送付するとともに、報告書の概要を掲載することで、経営支援発達事業内容の理解を深め、その認知度の向上を図る。

iii. 経営指導の主体的事業である巡回企業訪問の際、地域経済動向や地域需要動向情報をお知らせすると同時に、経営発達支援事業の内容やその取り組み方について詳細に説明する。

iv. 行政や連携機関に対しては、報告書を送付するだけでなく、訪問してその内容についても説明する。

v. 商工会ホームページには、報告書の全てを掲載し、誰でもが閲覧できる状態とする。

以下の項目に従い、事業を円滑に、かつ効率的に遂行する。

(今後の取組内容)

① 小企業に対する対応

今後は、会員、非会員に限らず、小企業と呼ばれる事業者や創業希望者を含め、商工会の事業利用状況や巡回指導の実績を確認できる体制を整備する。

特に、小企業者は事業主が多忙で、経営に関する問題、課題があっても相談機会が少なく、商工会へ来る機会もない。そのためにも巡回指導については、小企業を中心に実施し、経営状況を把握するとともに、分析を行い、経営課題に対して早急に経営の改善及び経営の発達について支援するものとする。

なお、巡回指導については、計画に基づいた巡回指導状況を把握するとともに、特に、小企業に対する巡回指導が徹底されているかを管理者が月次ごとに確認し、徹底を図る。

## ② 秘密の保持

個別の相談、指導、支援の実施に伴い知り得た事業者情報については、その秘密を保持するとともに、厳守すること。

## ③ 全国商工会連合会及び宮城県商工会連合会との関係

全国及び県連合会は、高度な及び多様な支援ノウハウを持ち、需要の動向やビジネス展開に関する情報を有していることから、積極的に活用するとともに、支援を求める。

また、事業報告を毎年度行うことから、事業遂行に関する指導、支援を受けることができる。

## ④ 事業説明会及び事業報告会の実施

経営発達支援事業は、商工会として新規に取り組む事業となるため、経営発達支援事業の理解度を高めるため、総代会、支部総会、各種会議においてその内容を詳細に説明する。

事業内容の周知徹底を図るために、支援の内容や結果、評価などを開示し、事業に関する関心を高めるとともに、事業の利用促進を図る。

## ⑤ 経営改善普及事業との関係

小規模事業者に対しては、いままでどおり経営改善普及事業としての税務、記帳、労務、金融等の経営の改善を図る目的で実施されてきた事業については、今後も変わることなくいままでどおり実施、継続される。



(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

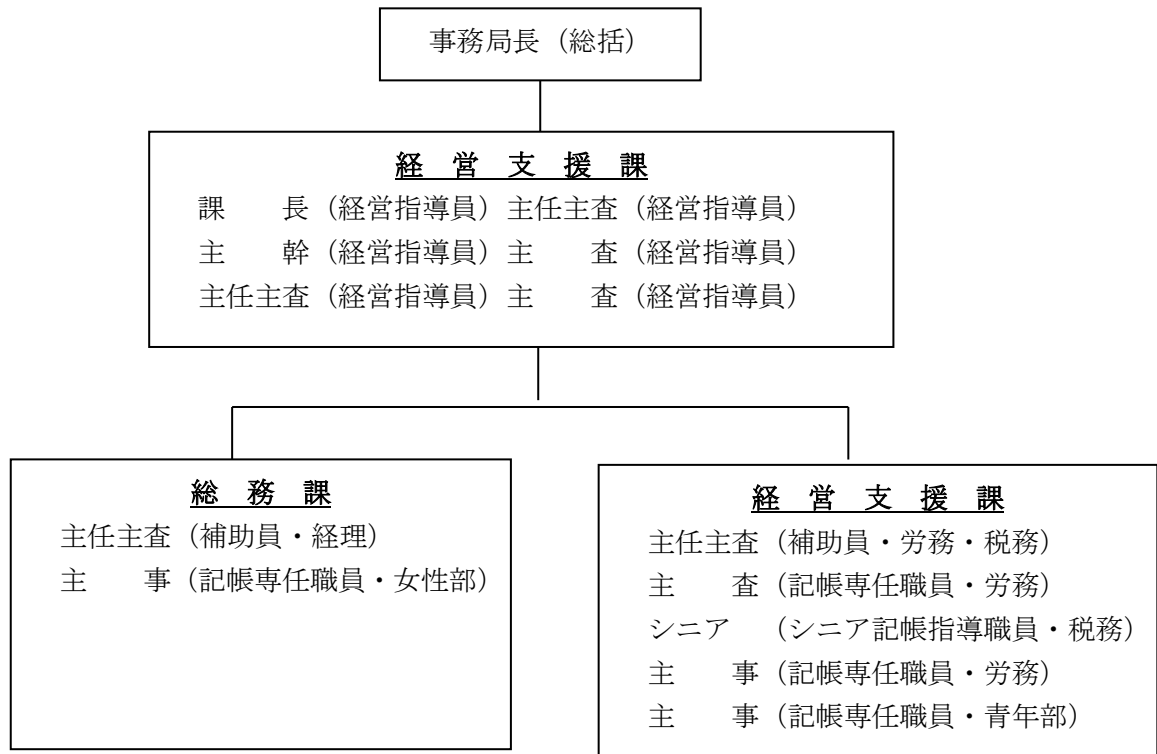
(平成 29 年 3 月末日現在)

(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
個社支援	経営分析のための巡回指導 セミナー及び研修会の開催 情報の提供 経営計画書の策定支援 経営計画書の実施支援 販路開拓支援	経営支援課長	経営支援課主幹	経営支援課 経営指導員 4名 補助員 1名 記帳専任職員 3名
地域支援	地域産品PR支援事業	経営支援課長	経営支援課主幹	経営支援課 経営指導員 2名 補助員 1名 記帳専任職員 1名
評価・見直し		総務課長	総務課係長	

②組織図



## (2) 連絡先

宮城県大崎市三本木しらとり3-7  
大崎商工会本所・三本木本所 経営支援課  
電話番号 0229-52-2272  
FAX 番号 0229-52-6847  
メールアドレス oosakis1@feel.ocn.ne.jp  
<http://www.oosaki.miyagi-fsci.or.jp/>

宮城県大崎市鹿島台平渡字東銭神1  
大崎商工会鹿島台支所 経営支援課  
電話番号 0229-56-2453  
FAX 番号 0229-56-3053  
メールアドレス oosakik01@gamma.ocn.ne.jp  
<http://www.oosaki.miyagi-fsci.or.jp/>

宮城県大崎市松山千石字松山306-1  
大崎商工会松山支所 経営支援課  
電話番号 0229-55-3442  
FAX 番号 0229-55-4512  
メールアドレス oosakim01@gamma.ocn.ne.jp  
<http://www.oosaki.miyagi-fsci.or.jp/>

宮城県大崎市田尻太子堂107-1  
大崎商工会田尻支所 経営支援課  
電話番号 0229-39-0405  
FAX 番号 0229-38-1230  
メールアドレス oosakit01@axel.ocn.ne.jp  
<http://www.oosaki.miyagi-fsci.or.jp/>

(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30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度	平成34年度
必要な資金の額	1,800	1,650	1,650	1,650	1,650
経営改善普及事業費・地域総合振興事業費					
①調査研究事業費【1-I-(3), 1-II-(1)】	200	50	50	50	50
②情報対策事業費【1-I-(4), 3-III-④】	200	200	200	200	200
③講習会等開催事業費【1-III-(1), 1-III-(1)】	150	150	150	150	150
④HP更新事業費【1-IV-(1)】	500	500	500	500	500
⑤空き店舗対策事業費【1-IV-(3), 2-I-(1)(2)】	200	200	200	200	200
⑥販路開拓支援事業費【1-V-(2)】	150	150	150	150	150
⑦地域活性化事業費【2-I-(4)(6)(7)】	400	400	400	400	400

(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、県補助金、市補助金、全国連補助金、手数料、事業等受託料

(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
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 2. 経営指導員の資質向上に関すること
連携者及びその役割
(1) 宮城県商工会連合会 住所：宮城県仙台市青葉区上杉 1-14-2      ☎022-225-8751 代表：会長 佐藤 浩 役割：宮城県商工会連合会では、商工会アンテナショップ「グルっとMIYAGI」を開設し、また、県内全体や地域内商談会を開催していることから、出店による販路拡大や売上向上等が期待できるとともに、効果的な商品の展示、周知、アピール手法について研鑽できる。
(2) 宮城県商工会連合会サポーターリーダー（5名在籍） 住所：宮城県仙台市青葉区上杉 1-14-2      ☎022-225-8751 代表：広域企業支援グループ 室長 遠藤 長 役割：サポーターリーダーと経営指導員については、常に個別企業支援における連携体制を構築するとともに、宮城県商工会連合会が「みやぎ地域産業支援プラットフォーム」の実施機関となっていることから、地域内支援機関の連携ハブ機能の役割をも担う。また、宮城県商工会連合会が「宮城県よろず支援拠点」の実施機関となっていることから、「宮城県よろず支援拠点」との連携についてもサポーターリーダーが連携ハブ機能の役割を担うことができる。
(3) 宮城県よろず支援拠点 住所：宮城県仙台市青葉区上杉 1-14-2（宮城県商工会連合会内）      ☎022-225-8751 代表：コーディネーター 田中 宏司 役割：個別の企業支援のみならず、経営セミナー等でも連携が可能になり、多種多様なセミナーの企画が可能になり、経費面での負担軽減と受講者数のアップ等による経営力の向上と経営指導員のスキルアップが期待できる。
(4) 大崎市（市創業者融資制度、創業支援推進事業等） 住所：宮城県大崎市古川七日町1番1号      ☎0229-23-7091 代表：大崎市産業経済部 商工振興課長 寺田 洋一 窓口：産業経済部商工振興課 役割：地域内の産業振興を図る上で行政機関との連携は当然のことであり、大崎市内の経済動向を即座に把握することができ、行政独自の産業政策や補助事業についても迅速に情報交換ができ、事業者の立場に立った事業展開が図れる。
(5) NPO法人 未来産業創造おおさき（各種セミナーの開催、専門家派遣等、創業支援機関） 住所：宮城県大崎市古川七日町1番1号（大崎市産業経済部産業政策課内） ☎0229-29-9725 代表：理事長 石ヶ森 信幸 役割：創業支援の認定機関である「NPO法人 未来産業創造おおさき」と連携し、創業セミナー中小企業診断士であるコーディネーターによる専門的、個別的な支援を受けるとともに、創業者や創業希望者の情報交換等、連携した支援が図れる。
(6) 大崎ものづくりネットワーク協議会 住所：宮城県大崎市古川旭 4-1-1（宮城県北部振興事務所地方振興部内） ☎0229-91-0744 代表：会長 藤田 武人 役割：大崎地域のものづくり企業の経営基盤強化のため、企業相互間の情報交換と連携を図り、市と町の枠をこえたネットワークをつくる。（技術高度化への取組み、人材育成、

産学連携の推進、取引拡大への取組み)

(7) 古川商工会議所 (創業スクールの開催、相談窓口等)

住所：宮城県大崎市古川東町5番46号 ☎0229-24-0055

代表：会頭 松本信輔

役割：大崎市内で最大の事業者数や商店街を抱える古川商工会議所と連携を図ることにより、企業支援や創業支援に対する実効性を図っていく。さらに、支援機関相互の連携体を構築することにより、支援情報の共有化を行い、フォローアップ事業等にも連携して取り組むことができる。

(8) 玉造商工会

住所：宮城県大崎市岩出山字浦小路40の5 ☎0229-72-0027

代表：会長 舘股秀隆

役割：大崎市内に併存する商工会として、連携を図ることは当然であり、大崎市内の経済動向を即座に把握することができ、企業支援や創業支援に対する実効性を図っていく。さらに、支援機関相互の連携体を構築することにより、支援情報の共有化を行い、フォローアップ事業等にも連携して取り組むことができ、事業者の立場に立った事業展開が図れる。

(9) 日本政策金融公庫仙台支店

住所：宮城県仙台市青葉区中央1-6-35 ☎022-222-5173

代表：支店長兼国民生活事業統括 松園高弘

役割：創業希望者及び創業者に対する創業資金、小規模事業者に対する金融制度及び融資に関する情報交換や提供等、事業補助金申請に関する認定機関と金融機関との確認書の取り交わしの円滑化が図れる。

(10) その他、地域の金融機関 (七十七銀行、仙台銀行、石巻信用金庫)

七十七銀行鹿島台支店

住所：宮城県大崎市鹿島台木間塚字小谷地383 ☎0229-56-2077

代表：支店長 伊藤勝則

役割：創業希望者及び創業者に対する創業資金、小規模事業者に対する金融制度及び融資に関する情報交換や提供等、事業補助金申請に関する認定機関と金融機関との確認書の取り交わしの円滑化が図れる。

連携体制図等

