

経営発達支援計画の概要

| | |
|------|--|
| 実施者名 | 栗原南部商工会 (法人番号 5370205001529) |
| 実施期間 | 平成30年4月1日～平成35年3月31日 |
| 目 標 | 小規模事業者に有効な情報を収集し、その集めた情報を有効に活用しながら、経営力向上・販路開拓に向けて、他の支援機関と連携した小規模事業者の支援を行い、地域の持続的な発展を目指す。併せて創業支援による起業者育成や事業承継への支援を実施していくため、小規模事業者との良好なコミュニケーションづくりを行っていく。 |
| 事業内容 | <p>I 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 地域内の経済動向について管内の事業者へのアンケート調査や外部データから広域的な経済動向を収集・整理・比較分析し、地域内の小規模事業者の実態や傾向等の把握を行い、情報提供するとともに事業計画策定等の支援に活用する。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 経営指導員等の巡回・窓口支援やセミナー開催を通じて、財務・マーケティング分析等の経営環境分析を行い、専門的な課題等については専門家と連携を図り小規模事業者が抱えている経営課題の解決に向けて経営分析を実施する。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】 事業計画策定の必要性について啓蒙・周知し、地域動向や経営分析等を踏まえた事業計画策定について支援する。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 定期的な巡回訪問により進捗状況の確認を行い、問題・課題がある場合は関係機関や専門家と連携しながら解決するための継続的なフォローアップを実施する。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること【指針③】 地域内で消費者へのアンケート調査を実施するとともに、首都圏のバイヤーや消費者が求めるニーズを把握するため商品を送付し需要動向を調査する。不足する需要動向については日経テレコンPOS情報や業界紙により収集し情報提供する。</p> <p>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】 地域内外に広く周知し、販路開拓支援に結び付く新たな需要開拓を狙いとし、展示会・商談会等への参加を勧奨すると共にフォローアップ支援を徹底し新たな需要の開拓に繋がる支援を実施する。</p> <p>II 地域経済の活性化に資する取り組み 地域の問題・課題についての認識や施策等について栗原市や関係機関・団体・消費者との共有を図り、栗原ブランドの形成や商店街の活性化、後継者不足の解消に繋がる事業を実施する。</p> |
| 連絡先 | 栗原南部商工会 〒987-2252 宮城県栗原市築館薬師四丁目2番27号 TEL 0228-22-3611 FAX 0228-22-3612 |

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 栗原市の現状について

栗原市は、仙台市から約60km離れた宮城県の内陸北部に位置し、面積の8割近くが森林や原野、田畑で占められた岩手・秋田両県に接する自然豊かな田園都市で、面積は800平方キロメートルを超え、県内最大を誇っている。

平成17年4月1日、築館町、若柳町、栗駒町、高清水町、一迫町、瀬峰町、鶯沢町、金成町、志波姫町、花山村の栗原郡10町村が合併し「栗原市」が誕生、そのうち、築館町、高清水町、瀬峰町、志波姫町の旧4町が本会管轄地域である。

栗原市内には、合併前の町村を単位とする市街地が数か所点在し、そのうち、栗原市役所や栗原中央病院が置かれ、東北自動車道の築館インターチェンジ経由で仙台市と結ばれる高速バスが栗原市役所以遠で市内各方面に分かれるなど、本会本所がある築館地区が最大市街地である。

栗原市の人口について、平成7年と平成27年を比較すると、約20年間で16,958名の減少(△19.1%)、特に高齢化率が35.2%で、県内でも上位の高齢化地域であり、一段と拍車がかかっている。

○人口・世帯数の推移

| 項目 | 人口 | うち65歳以上 | 左記比率 | 世帯数 |
|----------|--------|---------|-------|--------|
| 平成7年10月 | 88,852 | 20,234 | 22.8% | 23,563 |
| 平成17年10月 | 80,248 | 24,804 | 30.9% | 23,738 |
| 平成26年10月 | 72,881 | 24,905 | 34.1% | 24,829 |
| 平成27年10月 | 71,894 | 25,294 | 35.2% | 24,884 |

【栗原市住民基本台帳より】

2. 栗原南部商工会の現状

(1) 組織

栗原南部商工会は、平成17年2月1日に築館町商工会、高清水町商工会、瀬峰町商工会、志波姫町商工会の4商工会が合併し、会員数761名(定款・特別会員除く。平成28年3月31日現在)を有する。

【()内は、小規模事業所数】

| 項目 | 平成18年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成27年度 | |
|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 商工業者数 | 1,578 | 1,476 | 1,328 | 1,328 | |
| 小規模事業者数 | 1,241 | 1,156 | 1,073 | 1,073 | |
| 会員数 | 870 (679) | 761 (658) | 760 (656) | 761 (646) | |
| 業種別内訳 | 建設業 | 187 (157) | 171 (157) | 174 (156) | 171 (155) |
| | 製造業 | 98 (63) | 73 (51) | 73 (50) | 72 (50) |
| | 卸売業 | 14 (14) | 19 (15) | 17 (13) | 17 (13) |
| | 小・飲食業 | 343 (280) | 298 (262) | 292 (260) | 293 (256) |
| | サービス業 | 182 (136) | 156 (139) | 161 (142) | 166 (139) |
| その他 | 46 (29) | 44 (34) | 43 (35) | 42 (33) | |
| 組織率 | 55.1 | 51.5 | 57.2 | 57.3 | |

(2) 地域商工業の状況・課題

①商業の状況・課題

栗原市の周辺地域には、郊外のロードサイド型大型店が急増し、平成21年の「宮城県の商圏」によると、栗原市の商圏は大崎市（旧古川市）の1次商圏の範疇にもなっており、その吸引力は近隣旧町村も含めても小さくない。

特に、本会高清水地区ではその吸引力が87.0%と大きく、地元の商業者にとっても厳しい現実となっている。他の地域では、瀬峰地区が40.7%、築館地区の36.5%となっており、唯一志波姫地区だけが吸引力30%未満となっており、地域全体の盛り上がりには欠ける面が見られるが、平成27年の「宮城県の商圏」によると、地元及び近隣地域からの購買支持率が高くなり旧築館商圏が新たに形成された。商圏の形成の大きな要因となったのは、栗原市で行った商品券事業の影響の為と考えられるが、築館地区における大型店舗の進出の影響も大きいと思われる。この為、大型店中心の商環境による小規模事業者、特に商店街への影響も大きく、空き店舗の増加や売上減少、そしてこれらの状況が続いている事が一因での後継者不足といった問題が生じている。これらの問題に対するフォローアップや商業、とりわけ小売商店への支援対策が急務となっている。

②工業の状況・課題

当地域の工業者は、栗原市を代表する企業も数社あるが、殆どは小規模企業が多くを占めている。当地区には、東北新幹線くりこま高原駅、東北縦貫自動車道築館インターチェンジがあり、交通アクセスの利便性・好立地条件や東北職業能力開発大学の教育施設もあり産学官連携の素地があるものの、事業所数及び従業員数は減少傾向にある。製造業関係については、自動車関連企業を中心に堅調な業績を挙げているものの、建設業関係においては、震災特需もひと段落した事から従来の公共工事主体の受注環境に戻りつつあり、人材不足による人件費の高騰及び資材等経費増大による経営状況の悪化が懸念されている。

3. 栗原市総合計画（栗原市総合計画より一部抜粋）

栗原市総合計画の基本方針の施策の中に、「地域の特性を活かした、産業や交流が盛んなまちを創るために」、栗原ブランドの形成や産業育成と企業誘致による産業拠点の形成・地域資源を活かした交流人口の増加を図ることを掲げている。

【各種産業の新たな挑戦と連携を推進し、生産から加工、流通・販売まで対応できる体制への展開を支援】

(目標)

地場産品を原材料とする加工製品を製造できる施設を拠点として「第6次産業化」を推進し、消費者ニーズをダイレクトに受けられる環境をつくる。

(具体的な取組み)

- 環境に配慮した、高付加価値の高い食料づくり
- 安心・安全な食材の提供
- 消費者ニーズへの対応

【既存企業の経営安定化を支援し、地元雇用機会の創出に取り組む】

(目標)

既存企業が安定的に経営できる環境づくりと、地元での就職を望む人々が働くことができる環境づくりを目指す。

(具体的な取組み)

- 中小企業者の資金確保の支援
- 事務と雇用機会の創出
- 雇用拡大の支援

【多種多様な地域資源を掘り起し、周辺観光地と連携して交流の拡大を目指す】

(目標)

観光産業の育成と交流人口の拡大を図るため、観光振興プランを策定し、総合的な地域活性化を目指す。

(具体的な取組み)

- 広域連携による観光振興
- 観光情報の発信
- 観光振興プランの推進

4. 本会地域の商工業の現状と中長期的な振興のあり方

(1) 商業振興のあり方

栗原市には、地域密着型として古くから地元の人に親しまれてきた商店街が各地区にあるが、大型小売店やCVSの進出におされ厳しい経営環境下にある。個店の抱える課題として、近年の多様化する消費者ニーズを把握しきれていない事と資金力の面から対応が遅れている事もあり、今後は、高齢化や過疎化により最寄品の購入にも不便な地域の状況から、買い物弱者支援を含む地域の消費者ニーズに応える事業の展開が必要である。同時に事業実施主体である商業者の抱える、後継者不足や地域内の空き店舗活用（新規創業含む）といった問題の解決に向けた取り組みが必要である。

(2) 工業振興の在り方

栗原市は、自動車関連産業が集積している仙台北部中核工業団地と岩手県中部（金ヶ崎）工業団地の中間に位置し、東北縦貫自動車道築館インターチェンジ、東北新幹線くりこま高原駅があり、優れた高速交通体系が整えられている。産業を活性化する為には、こうした交通アクセスの利便性・好立地条件を積極的にアピールする必要がある、これらを新規事業者進出に結び付けたい。

製造業については、中国をはじめとする新興国の価格競争激化等による経営環境の悪化を避ける為、今後は製品の高付加価値化を目指し、中小・小規模事業者の持つ経営資源を最大限に活用し、独自の技術を活かした新商品や新事業開発を行うべく、事業資金斡旋や補助金・助成金の有効利用、企業間取引等を円滑に行うよう企業間連携の強化等を推進していく必要がある。建設業については基本的な経営計画の策定や経営基盤の強化を図り、近い将来の仕事受注量の減少が及ぼす影響を最小限に留める事のできる、持続可能な経営体制の整備が必要である。

5. 経営発達支援事業の目標

本事業については、上記中長期的視点を踏まえた上で、栗原市の現状、商業・工業の現状及び栗原市が策定した総合計画に基づき、関係機関と連携し、中小・小規模事業者の持続的発展を第一に事業者の経営力向上・販路開拓支援等の強化を図る為、経営指導員等による地域密着型のきめ細やかな伴走型支援により、これを実施していく。なお、計画の実施にあたっては、様々な事業を同時並行的に実施する事から、これらの計画が目標の実現に向けて効果的に寄与しているかを検証しながら進行していく。

(1) 巡回訪問を強化し小規模事業者の持続可能な経営確立に向けた支援を実施

きめ細やかな伴走型支援を実施するべく、巡回訪問を強化し、小規模事業者とのより密接な関係を構築し、一步踏み込んだ内部環境を把握する事を目指す。商工会としては、それらの実情に基づき、必要な情報、例えば市場動向や消費者のニーズの変化、経費削減、効果的な補助金・助成金の活用方法に係るアドバイス等「内部を把握した外部」からの意見を通じて今まで意識する事のなかった自店の経営的課題を理解・意識させる事で、今後の自立した持続的な経営に向けた行動に結び付けるよう、支援体制の確立を目指す。

(2) 小規模事業者支援を通じた地域の活性化

小規模事業者及び新規創業者を地域経済活性化の重要な存在と位置づけ、小規模事業者及び新規創業者を中心とした事業者を積極的に支援する事で地域活性化に貢献していく。具体的には、栗原市の振興資金やマル経等融資制度を活用した資金面での経営基盤強化、後継者問題解決に向けた支援事業、空き店舗を活用した事業（新規創業や街ゼミ）の展開、買い物弱者支援等地域のニーズを捉えた新たな事業展開に向けた情報提供など、これらの支援を通じて実施していく。

(3) 高付加価値製品・商品の開発、販路開拓の支援

栗原市が掲げている栗原ブランドの形成や、産業育成と企業誘致による産業拠点の形成・地域資源を活かした交流人口の増加について、それに関連し価格競争による疲弊を避ける事を目的とした製品・商品の高付加価値化や企業間取引の円滑化を通じた商品開発の推進、それらをマーケットインのマインドに基づき実施し、直接的に売り上げアップに貢献する販路開拓支援を一体となって実施する事で、業績改善などを通じた商工人だけの利益享受ではなく、新規企業進出や従業員増員など新たな雇用創出による地域生活者にとっても魅力ある地域づくりに寄与していく。

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

I. 経営発達支援事業の概要

1. 地域の経済動向調査【指針③】

(現状と今後の対応)

小規模事業者にとって日々の経營業務に追われ、地域経済動向等の外部環境を把握することや分析することは難しい状況であるため、商工会において小規模事業者景気動向調査結果により地域内の景況について情報提供してきたが、一部の会員のみであり詳しく分析した内容ではないため十分活用されていなかった。これからは新たに地域の経済動向について実態や傾向・特徴を掴んでいくため、地域内の小売業・建設業・製造業・飲食業・サービス業の小規模事業者へアンケート調査を実施する。また、地域外の経済動向の把握と地域内のアンケート調査を補完するためみやぎ経済月報や中小企業景況調査等の各種統計資料からデータを収集する。アンケート結果についてはデータの整理・分析を行いわかりやすく加工し、外部データとともに今後の経営方針や経営計画の策定につながる有意義な情報として、小規模事業者の持続的発展を支援する基礎資料に活用していく。

(具体的事業内容)

(1) 地域内経済動向調査の実施（新規）

地区内の経済動向についての的確に捉えることで、地域の現状を明らかにし課題を知ることで今後の対策に活かすとともに、商工会が需要予測や設備投資の判断等の経営方針のアドバイスや伴走型支援の資料として活用していくため小売業・建設業・製造業・飲食業・サービス業を対象にアンケート調査を実施する。

- ・対象者数 4地区(築館・高清水・瀬峰・志波姫)合計で各業種毎に50社を選定する。
- ・調査項目 売上高・仕入価格・採算・客数・従業員数・資金繰り・在庫状況等
- ・調査方法 郵送によるアンケート形式で調査を行い、返信用封筒を同封し回収する。期限までに未回答の事業者には電話による提出依頼や訪問による回収に努める。
- ・調査回数 年2回

(2) 外部統計データの活用による情報提供（新規）

(1)にて把握できない広域的な経済動向と比較することで得られる地域内の経済動向の特徴や要因を探るため、みやぎ経済月報、宮城県の消費者購買動向調査、日本政策金融公庫の中小企業景況調査から統計データを収集し小規模事業者に経営支援するための資料として活用する。

①みやぎ経済月報

- ・調査目的 宮城県内の製造業・建設業等の景況を把握し、地域内の景況と比較・分析することで管内の経済動向の特徴や課題を把握・分析するため
- ・調査項目 鉱工業生産指数、新設住宅着工戸数、公共工事請負金額、消費者物価指数等
- ・調査方法 宮城県のホームページで公表されるレポートにより収集する

- ・調査回数 年4回

②宮城県の消費者購買動向調査

- ・調査目的 宮城県内の商圈の変化や消費者の購買動向と地域内の小売業等の売上や採算状況等と比較することで、地域外の競合店の商品・価格や集客範囲の設定等の分析に活用するため
- ・調査項目 商圈の変化、買い物先店舗形態、立地場所別支持率、買い物先への交通手段
- ・調査方法 宮城県の刊行物（宮城の商圈）を購入する
- ・調査回数 3年に1回

③中小企業景況調査

- ・調査目的 全国の小企業・中小企業の経営状況と地域内の事業者との経営状況を比較し、売上や採算の動向等が一致しているか、違う場合の特徴や要因を分析するため
- ・調査項目 業況判断DI、売上DI、採算DI、資金繰り・借入DI・設備投資実施割合等
- ・調査方法 日本政策金融公庫のホームページで公表されるレポートにより収集する
- ・調査回数 年4回

(成果の活用方法)

収集した情報については、業種・地区毎に時系列で対比できるようにデータを整理し、クロス集計等を行い傾向や特徴等を図やグラフ・補足説明を入れることでわかりやすく加工し、管内事業者に対して年4回、窓口や巡回訪問を通じて情報提供する。また、調査内容はまとめて年2回本会ホームページで公表しいつでも閲覧できるようにすることで、景況を判断し設備投資等の経営方針を決定するうえでの参考としていただくとともに、データを活用した事業計画策定支援に繋げていく。

(目標)

| 項目 | 現状 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 | 34年度 |
|----------------------|----|------|------|------|------|------|
| 地域内経済動向調査回数 | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 調査企業数(5業種×50×2回) | 0 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| 外部統計データによる分析回数 ①③ | 0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 外部統計データによる分析回数 ②① | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| ホームページによる提供回数 | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状と課題)

これまででは、税務指導や金融相談等経営分析を必要とする小規模事業者を中心に、売上高の推移や財務状況の状況などについて基本的な分析を行い、経営的課題に対する指導を行っていた。しかし、地域内の他の小規模事業者については、それらの情報を十分に把握する事は少なく、巡回訪問においても踏み込んだ経営的課題に対する具体的な情報を得る機会が少ない事もあり、本来的に必要な経営状況を把握した上での経営的課題の抽出、課題解決に向けた戦略の

策定といった具体性のある支援には至っていない事が課題となっていた。

(新たな取組)

経営状況の分析において重要な点は、経営的課題の抽出とそれらを解決する戦略策定に必要な情報の提供である。今後は、既存商品の品揃えや主なサービス提供内容等について宮城県商工会連合会、宮城県よろず支援拠点・中小企業基盤整備機構東北支部の専門家と連携を図りながら、従来よりも詳細な経営状況分析を行い、今後の需要を見据えた戦略策定が行えるよう分析結果の活用を図っていくと共に、小規模事業者へのより踏み込んだ経営指導に向けた巡回ツールの一つとしても活用していく。

また、経営課題として売上減少・販路開拓の支援を必要とする小規模事業者よりの相談については優先的に支援を行う。

(具体的手段)

経営指導員等の巡回・窓口相談で得た情報をもとに分析を行う小規模事業者をリストアップし、経営状況を分析する。分析する項目については、財務分析・マーケティング分析・SWOTによる経営環境分析で、これらで得た情報をもとに事業計画を策定し、対象事業者への提案型経営支援に結び付ける。汎用性のある情報については経営分析セミナー等での情報提供として活用する。それに関連して、経営分析を希望する小規模事業者はもちろん、経営分析が必要と判断をした小規模事業者に対しては、事業計画セミナーへの参画を促し経営改善を図る。

分析により抽出された経営的課題の中で、専門的な分野については、宮城県商工会連合会、宮城県よろず支援拠点・中小企業基盤整備機構東北支部の専門家の支援を受け小規模事業者の抱える経営上の悩みや問題等について丁寧にサポートしていく。

(分析項目)

| 区 分 | 分析項目 | 手段等 | 活 用 |
|------------------|--|---|---------------------------------|
| 財務分析 | ①収益性分析 ②安全性分析 ③生産性分析 ④成長性分析 | 全国商工会連合会「経営改善計画作成システム」・中小企業基盤整備機構「経営自己診断システム」等の活用 | 改善すべき数値目標等への資料として提供する。 |
| マーケティング分析・SWOT分析 | ①商品・製品等内容 ②価格設定 ③販売チャネル ④広告宣伝 ⑤内部環境 ⑥外部環境 | 宮城県商工会連合会、宮城県よろず支援拠点・中小企業基盤整備機構東北支部の専門家を活用 | 新たな需要の開拓及び今後の事業計画作成時の資料として提供する。 |

(目標)

| 項 目 | 現状 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 | 34年度 |
|-----|----|------|------|------|------|------|
|-----|----|------|------|------|------|------|

| | | | | | | |
|------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 巡回・窓口指導件数 | 250 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| 経営分析件数 | 34 | 75 | 75 | 77 | 77 | 83 |
| 経営分析セミナー 開催件数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |

※巡回・窓口指導件数は、地区内小規模事業者1,073名のうち約半数の500名を目標に毎年度実施し、経営分析対象事業者の掘り起こしを行う。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(現状と課題)

これまでは経営計画策定セミナーや個別相談会に参加した事業者にのみ経営計画策定支援を行ってきた。創業者については、相談者があった場合に宮城県商工会連合会が企画する創業塾へ受講勧奨する受動的な対応であった。また、事業承継については、税務申告や労働保険等の公的な変更手続きの支援に留まっていた。

(今後の対応と具体的手段)

こうした状況を踏まえ、経営指導員等の日々の巡回・窓口相談等を通じて、小規模事業者へ事業計画策定の必要性を啓蒙し、まずは支援対象事業者の掘り起こしを行うとともに、直面している経営課題を解決するため、経営計画策定セミナー及び個別相談会を開催し、地域経済動向・需要動向等の調査内容と経営分析の結果を踏まえながら事業計画策定の支援を行う。

創業者への支援については、栗原市が産業競争力強化法による創業支援事業計画が認定され、より積極的に創業者の支援を行っていく必要があることから、潜在的な創業予定者に対する支援窓口や支援体制について広報し関係機関との連携を図りながら創業者に寄り添った創業計画策定の支援を実施する。

事業承継については、事業承継ネットワークと連携し、潜在的な事業承継ニーズの把握を行い、スムーズな事業承継ができるよう事業計画の策定支援に繋げていく。

なお、全ての支援において専門的な課題等については、宮城県商工会連合会サポーターや宮城県よろず支援拠点等の専門家等と連携し事業計画書の策定支援を行う。

【既存の事業者に対する事業計画策定支援】

①巡回・窓口相談等を通じた小規模事業者の事業計画策定の啓蒙（拡充）

日々の巡回訪問や窓口相談の際に事業計画策定の必要性等について啓蒙することで、事業計画を策定する小規模事業者の掘り起こしを行う。特に、地域経済動向調査や経営分析の結果により経営環境が厳しい小規模事業者について、計画に沿った事業の実施の必要性を十二分に説明しながら啓蒙を図る。また、補助金の活用や融資を受けるに際し事業計画の見直しを行う事業者に対して策定支援を実施する。より専門的な課題等については、宮城県商工会連合会サポーターや宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携した支援を実施する。

②事業計画書作成セミナー、個別相談会の開催（継続）

①で啓蒙した小規模事業者に対して、「地域経済動向調査」・「経営分析」の結果により、需要動向等や自社の経営内容を踏まえた事業計画が策定できるセミナーを開催する。セミナーでは事業計画を策定する目的や経営課題の把握、顧客や市場・競合、ニーズ、自社の強み等の捉え方や分析手法、これらを踏まえた経営方針や目標、資金計画等について学んでいただく。なお、セミナーの受講者で事業計画を策定していく中でアドバイスが必要な受講者等を対象に個別相談会を開催し、事業計画が最後まで策定できるようフォローアップを実施する。

【創業者に対する事業計画等策定支援】

①創業予定者への支援体制の周知（拡充）

創業を計画している人やまだ何をしたいか悩んでいる人に対して支援体制が確立されていることを知ってもらうため、ホームページや広報誌、栗原市と連携した広報活動を行い創業予定者への周知を図る。

②創業相談窓口の設置（拡充）

創業するに際して必要なこと、分からないこと等の相談や、空き店舗、助成金等の施策について情報提供を行い創業者に寄り添った支援を実施するため相談窓口を設置する。

窓口相談では、創業を具体的に計画している予定者に対して、宮城県商工会連合会や栗原市等が計画・実施する創業塾や創業セミナーへの受講を勧奨し、創業計画の作成方法やポイント、資金計画等について学んでいただく。

③創業に伴う事業計画策定支援（拡充）

②の相談者や創業計画を作成した創業者に対しては、地域経済動向、経営分析、地域ニーズや需要動向の結果を取り入れた事業の継続・発展可能な創業計画書となるようブラッシュアップについて支援する。専門的な支援が必要な創業者に対しては、宮城県商工会連合会や宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携を取りながら支援を行う。

【事業承継が必要な事業者に対する事業計画等策定支援】

①事業承継診断の実施（新規）

事業承継を積極的に支援していくため、早期の対策の必要性について啓蒙するとともに、事業承継診断をヒアリングにて実施し、対象者に該当した場合は宮城県事業引継センター等への相談を勧奨する。

②事業承継相談窓口の設置（新規）

事業承継を検討している事業者に対して相談窓口を設置し、事業承継する場合の施策等について情報提供を行うとともに、問題・課題の把握と解決するための手段や方法について専門家と連携しながら支援を実施する。また、事業承継ネットワーク等が開催しているセミナーへの受講を勧奨し、事業承継対策の必要性や対策のポイント、事業承継計画の立て方等について学んでいただく。

③事業承継に伴う事業計画策定支援(新規)

②の相談者等に対して、経営体制や事業・財務分析による経営課題の把握及び対応策の検討、経営目標の明確化や後継者・事業承継方法等の経営方針の検討・決定、経営体制の整備、後継者の育成、事業計画表の作成等、スムーズな事業承継をしていただくための事業計画策定について支援を実施する。

(目標)

| 項目 | 現状 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 | 34年度 |
|-----------------|----|------|------|------|------|------|
| 事業計画セミナー開催回数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 事業計画個別相談回数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 創業相談窓口による支援件数 | 0 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 事業承継相談窓口による支援件数 | 0 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 事業承継診断件数 | 0 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| 事業計画策定支援件数 | 16 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| うち既存事業者による策定件数 | 16 | 21 | 21 | 21 | 21 | 21 |
| うち創業に伴う策定件数 | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| うち事業承継に伴う策定件数 | 0 | 2 | 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)

これまでも、事業計画策定を支援した小規模事業者については、定期的な巡回訪問によるフォローアップや専門家派遣事業を活用した指導・助言、資金調達に向けた金融機関との連携支援を行ってきたが、計画的なフォローアップは実施していなかった。また、創業者や事業承継者に対する事業計画の策定については受動的な取組みとなっていた。

(今後の対応と具体的手段)

これからは、事業計画策定支援に関する取り組みを踏まえ、事業計画を策定した小規模事業者に対して定期的な巡回訪問による進捗状況の確認や問題・課題をヒアリングし計画実現に向けたフォローアップを行い、小規模事業者支援システムにて、担当者が変更となった場合でもスムーズに継続的なフォローアップが出来るよう支援内容を管理する。また、専門的な問題・課題に対しては宮城県商工会連合会や宮城県よろず支援拠点、事業承継ネットワーク等の専門家と連携した指導・助言を行い、事業の持続的発展に向けた伴走型の支援を行う。

【既存事業者へのフォローアップ支援】

①巡回訪問によるフォローアップの強化（拡充）

事業計画を策定した小規模事業者に対して、四半期に1回巡回訪問し進捗状況の確認を行うとともに、当初の計画通りに進んでいない場合や事業者からの要望があった際は訪問頻度を上げる等継続的なフォローアップを実施する。

②関係支援機関との連携による支援（継続）

課題解決が困難な場合については、関係支援機関と連携を図り専門家派遣制度を活用しながら、計画書のブラッシュアップや見直しを図るなど課題解決に向けた適切な支援を行う。

③資金調達支援による金融個別相談会の開催（継続）

金融個別相談会を年2回（7月・11月）開催し、事業拡大に意欲のある小規模事業者に対し、日本政策金融公庫との連携による事業実行のための資金確保に向けた支援を行う。

【創業者に対するフォローアップ支援】

①巡回訪問の強化によるフォローアップ（新規）

創業者に対しては、開業後6か月間は1か月に1回、以降は3ヶ月に1回巡回訪問により経営状況の確認と新たな問題・課題を把握し解決に向けた支援を行い事業の継続発展に向けたフォローアップを実施する。

②創業相談窓口によるフォローアップ（新規）

創業計画が策定されているが創業を悩んでいる創業予定者に対して、問題や不安に感じている課題（資金繰りや許認可申請の手続き、営業方法や経理・税務等）等を解決するための支援を実施する。資金調達については、地域金融機関・日本政策金融公庫と連携した支援を実施する。

【事業承継者に対するフォローアップ支援】

①巡回訪問によるフォローアップ（新規）

事業承継計画策定後、計画表通りに進捗しているか、新たな問題・課題が発生していないか等について、四半期に1回巡回訪問し継続的なフォローアップを実施する。

②専門家等によるフォローアップ支援（新規）

事業承継をしていくうえで必要となる、相続税や贈与税の事業承継税制の適用や遺留分に係る民法の特例等の専門的な支援に関しては、事業承継ネットワークや宮城県商工会連合会等の専門家派遣によるフォローアップを実施する。

(目標)

| 項目 | 現状 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 | 34年度 |
|----------------------------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 事業計画策定事業者 フォローアップ回数 | 34 (16) | 108 (25) | 108 (25) | 108 (25) | 108 (25) | 108 (25) |
| 既存事業者フォローアップ回数 21件×年4回 | 34 (16) | 84 (21) | 84 (21) | 84 (21) | 84 (21) | 84 (21) |
| 創業者フォローアップ回数 2件×(上半期6回+下半期2回) | 0 | 16 (2) | 16 (2) | 16 (2) | 16 (2) | 16 (2) |
| 事業承継者フォローアップ回数 2件×年4回 | 0 | 8 (2) | 8 (2) | 8 (2) | 8 (2) | 8 (2) |

※下段の()は件数

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(現状と課題)

これまで小規模事業者が販売する商品について県連が主催する商談会においてバイヤーニーズの把握を行ってきたが参加対象者に限られ積極的な情報提供は行っていなかった。また、栗原市では栗原ブランドの形成を総合計画で掲げているが、商工会として栗原ブランドの形成にどのように関わり小規模事業者を支援していくのかも課題となっている。

※栗原ブランドとは、『山水明媚・味わいの四彩』をコンセプトに、栗原市が独自に定めた認定基準(1.栗原らしさ、2.市場性、3.独自性、4.生産者の取組み、5.消費者評価、6.安全・安心)をクリアした商品。

(改善・活用方法)

今後は地域内外に販路の拡大や栗原ブランドの形成に貢献する小規模事業者に対して的確な支援を実施していくため、個社が取り扱う商品についてバイヤーや消費者からアンケートやヒアリングを通じて買い手のニーズを把握することで、これまでのプロダクトアウトからマーケットインへの意識改革を図り、買い手のニーズを踏まえた売れる商品づくりのための支援を実施する。また、業界紙や日経テレコンPOS情報から売れ筋商品や価格、トレンド等を調査し個社に提供していくことで、今後の需要動向を掴み事業計画の策定に反映していただくとともに、新たな需要に対応する商品開発やサービスの向上に活用していただく。なお、調査した内容については、職員会議等で共有化し整理・蓄積を図り巡回訪問や窓口相談での情報提供、経営計画の策定及び伴走型支援の基礎資料として活用を図る。

(具体的内容)

①地域内消費者モニタリング調査及び活用方法(新規)

栗原ブランドの形成に貢献する食料品製造小売業者(5事業者を想定)の商品について、地域から支持される商品とするため、栗原市内で4万人の来場者が訪れる最大のイベント(栗原市民まつり)へ来場した消費者に試食をしていただきヒアリング形式によるアンケート調査を実施する。アンケートは個社に事前面談し調査内容等の確認を行い消費者に対して1事業者1商品当たり50件を目標とし、消費者が感じた商品へのニーズを的確に把握し、得ら

れた情報を年代や性別等で整理し個社に対してフィードバックすることで、買い手が求める商品への改良や新商品開発に活用する。

【主な調査内容】

- 対象者 市民まつりに来場した消費者
- 調査項目 年代・性別・居住地域・味・量・パッケージデザイン・ネーミング・価格・改善すべき点等

②首都圏のバイヤーの需要動向調査及び販路開拓支援（新規）

首都圏に販路開拓を目指す食料品製造小売業者に対して、宮城県商工会連合会等が展示会や商談会を通じて繋がっている食品流通の販路がある首都圏のバイヤーを紹介により選定し、1事業者1商品当たり2社のバイヤーからサンプル品の送付による調査を実施する。これにより首都圏のバイヤーや消費者が求めている味・容量・価格等の需要を収集し個社に提供することで、買い手が求める商品改良や新商品開発に活用していただく。商品の改良について直接アドバイスが必要な場合はバイヤーや専門家を招聘し改善点を指導することで取引に直結する販売支援を行う。

また、バイヤーとの商談をスムーズに進めるための取引条件や原材料等の商品仕様を明記したFCPシートの作成について、巡回訪問・窓口指導を通じて支援する。

【主な調査内容】

- 対象者 ヒアリングによるニーズや商品に見合った販路を有する首都圏のバイヤー
- 調査項目 味・容量・価格・規格・取引条件・消費期限・改善すべき点等

③統計資料による情報提供及び活用方法（新規）

栗原ブランドの形成や地域内外へ販路拡大を目指す小規模事業者に対して、上記①②で把握することが難しい過去のデータやトレンド・売れ筋商品・類似商品・競合商品の販売状況とシェア等について、業界紙や日経テレコンPOS情報から四半期に1回各種情報を収集し情報提供を行い、流行している商品特性を把握することで個社の商品構成や取り扱い商品の変更、販売価格の見直し、新商品開発への取組等、消費者の需要を捉えた事業計画の策定に活用していただく。

【主な調査内容】

- 日経テレコンPOS情報
 - 調査項目 トrend、類似商品・競合商品の販売動向、売れ筋商品ランキング等
- 業界紙（食品産業新聞等）
 - 調査項目 ヒット商品、流行商品、新商品、価格帯、生産量、最新の業界動向等

（目標）

| 項目 | 現状 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 | 34年度 |
|-----------------|----|------|------|------|------|------|
| モニタリング調査回数 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 本調査による支援事業者数 | 0 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| バイヤーによる需要動向調査回数 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 本調査による支援事業者数 | 0 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |

| | | | | | | |
|----------|---|---|---|---|---|---|
| 統計資料調査回数 | 0 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 情報提供企業数 | 0 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |

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】

(現状と課題)

これまでは、宮城県商工会連合会との連携によるイベントへの参加・出展や全国商工会連合会が運営するサイトを活用した商品の情報発信等を通じて、小規模事業者の販路開拓支援を行い商品PRと新たな需要開拓に繋げてきた。

しかし、現状において域内の消費人口減少に伴い購買力が低下している事から、外部への情報発信による新規顧客獲得に向けた事業展開が求められており、今後は販売拡大に向けた機会の創出と能動的な小規模事業者の育成が求められる。

新たな需要の開拓を図る為には、販売先を「地域内」と「地域外」とに分ける事が考えられる。その為には需要特性に応じた販路開拓が求められるが、現状においてそのような活動を行える経営支援体制は構築されていないのが課題となっている。

(事業内容)

①イベント等を通じた事業所・商品認知度の向上

域内の食料品製造小売業者の地域内での販路拡大を目的に、栗原市内最大規模のイベントである「栗原市民まつり」をはじめとする様々なイベント等への出展支援を行い、事業所・商品認知度の向上と需要の開拓を図る。これに加えて栗原市による栗原ブランド化戦略にのっとり、消費者から支持される高い付加価値を持った地域内製品の製造・販売等を行う事業所をピックアップ、あるいはそれらを始める事業所を積極的に支援し、公的な発信力を最大限活用した商品のPR及び販路開拓に向けた取り組みを支援していく（継続・拡充事業）

②商談会・展示会への参加支援（新規事業）

経済動向・需要動向等を踏まえた事業計画を策定支援した小規模事業者については、販路及び需要拡大を目的とした商談会・展示会等事業に積極的に支援を行うと共に出店後には、バイヤーとの連絡方法やサンプル品の提供方法・知的財産権制度の保護内容の確認等新たな成約に繋げるために専門家と連携した指導・助言を行い新たなビジネスマッチング成立に向けた事後を含めたフォローアップ支援を行う。

③販売促進のノウハウ等の提供・支援（新規事業）

新たな需要開拓の為の広告・PR・販売等のプロモーションスキルを持ったマーケティング専門家をイベント前に招聘し、販売促進のノウハウ等を提供する。イベント後は、そのPR方法について来場者の反応等を含めて分析を行う等、一過性に終わらせないようにフォローアップを行い、恒常的な売り上げの向上に結び付ける。

④街ゼミの開催による商店発信力の向上支援（継続・拡充事業）

地域の消費者を対象とした事業者が多い実情から、自店のファンづくりを目的にした街ゼミを開催する。街ゼミは開催自体が目的ではなく、開催に係る準備の段階から支援を行い（事前セミナー等の開催）、開催中、そして開催後も含めた総合的な商店の発信力強化を目的に行う。支援の内容としては、①自店の強み・魅力についての第三者（専門家講師）を交えたブレインストーミングによる洗い出しとブラッシュアップ、②対象とするターゲットの適切な絞り込みと同時に対象に対しての効果的な広告宣伝手法について指導、③実際に対応した際に感じた課題や対象者の反応に対する情報の集積及びフィードバック、といった内容について指導を行

い、既存顧客に留まらない新たな顧客獲得に向けた商店の自律的発信力の向上を支援する。

⑤地域の優れた商品の紹介・普及を行っている全国商工会連合会のECサイト「ニッポンセレクト.com」への出品支援を行うことで、小規模事業者の商品等のPRを行い地域内外への認知度向上と需要の開拓を支援する。(継続事業)

(目標)

| 項目 | 現状 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 | 34年度 |
|---------------------------|----|------|------|------|------|------|
| イベントへの出展事業所数 | 2 | 5 | 7 | 7 | 10 | 10 |
| イベント出展による売上増加事業所数 | 0 | 3 | 5 | 5 | 7 | 10 |
| 商談会・展示会への事業所数 | 0 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 |
| 商談成約事業所数 | 0 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 |
| 専門家による販売促進のノウハウ等の提供 | 0 | 5 | 7 | 7 | 10 | 10 |
| 街ゼミ参加事業所数 | 5 | 14 | 17 | 20 | 23 | 26 |
| ニッポンセレクト.com登録事業所数 | 0 | 5 | 5 | 7 | 7 | 10 |
| ニッポンセレクト.com登録による売上増加事業所数 | 0 | 3 | 3 | 5 | 5 | 7 |

II. 地域経済の活性化に資する取り組み

(現状と課題)

これまで各地域において春祭りや夏祭り等のイベントを開催してきましたが、イベント開催日の地域内の来場客による集客はあるものの、その後の商店街等への継続的な経済的な波及効果はあまり感じられない状況でした。地域外への知名度や観光客の取り込みという点では、和牛等の農産品やくりこま高原駅があるものの、全国的にはまだ認知度が低いことから本地域への観光客の集客や栗原ブランドの形成に向けた取り組みが必要である。また、本地域へ来訪した観光客をどのように商店街へ誘客するかや、商店街の空き店舗対策、後継者対策についても考えていく必要がある。

(改善策)

これからは、地域経済の活性化に向けて地域一体となった事業を実施していくため、栗原市や関係機関・地域住民等をメンバーとした懇談会を開催し、地域の問題・課題についての認識や今後の施策等について共有を図る。また、地域経済の活性化に繋がる施策について栗原市が策定する観光戦略や誘客プロモーションとの連携を始め、栗原市の魅力を本会ホームページ等で積極的に発信することで、栗原ブランドの形成や管内地域・商店街へ観光客を集客し商店街の活性化による後継者不足の解消と定住人口の増加に繋げるため以下の事業を実施する。

(事業内容)

①地域経済活性化懇談会の開催

観光客の誘客やインバンド対策、栗原ブランドの形成、商店街活性化等に向けて地域の問題・課題や原因、解決するための方策等について協議し内容を共有していくため、栗原市や観光物産協会・JA等の関係機関及び地域住民をメンバーとした地域活性化懇談会を開催する。

②空き店舗対策による商店街活性化（拡充）

域内の商店街では、経営者の高齢化等による廃業から空き店舗が増えているため、本会が実施している商店街活性化事業の“地元で買うベプロジェクト”参加事業所による、個店の経営者が講師となり消費者等に対してセミナー等を行う「街ゼミ」を開催し、個社の強みを生かした来店機会の創出や空き店舗を有効活用したイベントを開催し管内消費者のみならず観光客の取り込み等により商店街の活性化を図る。

③街コン開催による地域経済の活性化（新規）

後継者がいない若しくは後継者はいるものの未婚の経営者も多く、今後の経営や事業承継への不安の解消を図るとともに少子化対策の一助とするため、未婚の後継者と地域内外の未婚者との街コンを開催する。

街コン開催に際しては、観光プロモーションやSNS・ホームページ等により関係機関と連携しながら栗原市の魅力が十二分に伝わるような発信を心がけ、街コンを通じて経営者と事業経営への理解を深めていただくことで、街コンの成果に繋げ定住人口の増加による地域経済の活性化に資する。

(目標)

| 項目 | 現状 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 | 34年度 |
|------------|----|------|------|------|------|------|
| 活性化懇談会の開催数 | 0 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 街ゼミ参加事業数 | 32 | 35 | 35 | 40 | 40 | 40 |
| 空き店舗イベント数 | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 街コン開催数 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

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

(現状と課題)

他の支援機関等との情報交換会を行い、小規模事業者の経営動向や他地域における小規模事業者に対する支援内容や支援課題についての情報交換を図り、支援内容のノウハウの相互共有により、当地域の実情に応じた経営支援につなげている。また、資金動向については日本政策金融公

庫仙台支店・一関支店との情報交換を行い支援ノウハウの共有を図っている。

しかし、限られた人員体制の中では、要請案件が優先され単発的な案件対応に留まり、小規模事業者の総合的な業績向上に繋がる支援に結びついてない。

今後は、他の支援機関との積極的な意見交換を行い、これまで以上に小規模事業者への迅速かつ適切な指導・助言を行い地域内小規模事業者の高度な経営課題等への対応の充実を図る。

(具体的手段及び活用方法)

①毎年開催される、日本政策金融公庫仙台支店エリア内（20商工会・2商工会議所）・一関支店エリア内（宮城県内3商工会・1商工会議所、岩手県内3商工会議所・5商工会）との推薦団体連絡協議会において、地域内の資金需要等の情報の共有化を図るとともに、小規模事業者に対する具体的な経営支援プロセス毎の実践体験や支援手法について情報交換を行い金融支援の円滑化を図る。

| | | | |
|------|-----------|-----------------|-----|
| 開催回数 | 推薦団体連絡協議会 | 日本政策金融公庫仙台支店エリア | 年1回 |
| | 推薦団体連絡協議会 | 日本政策金融公庫一関支店エリア | 年2回 |

②管内商工会との支援会議を通じて地域内小規模事業者の経営状況の他、融資斡旋件数や経営支援事例の紹介等について情報交換をすることで小規模事業者に対する支援手法と知識を習得し、今後の小規模事業者に対する支援ノウハウについて共有化を図る。

| | | |
|------|------|-----|
| 開催回数 | 支援会議 | 年2回 |
|------|------|-----|

③宮城県商工会連合会主催で開催される経営支援推進会議（県内33商工会）に経営指導員等が出席し、県内の経営力向上支援における成功事例企業の情報提供を通じ、経営支援に係る支援スキーム等の手法について習得し今後の小規模事業者に対する経営力向上支援体制の構築を図る。

| | | |
|------|----------|-----|
| 開催回数 | 経営支援推進会議 | 年2回 |
|------|----------|-----|

2. 経営指導員の資質向上等に関すること

(現状と課題)

宮城県商工会連合会が主催するテーマ別職員研修や職種別に実施される研修に参加し職員のスキルアップを図っているが、職員個々の情報と知識の蓄積となっており、各職員間での共有が図られず、職員全体の能力向上と小規模事業者への支援能力向上に繋がっていなかった。

また、経験年数の違いから指導能力に対して差異が生じ、指導ノウハウの共有化も図られていないことが課題となっている。

(改善方法)

当商工会事務局職員は計13名（平成28年10月現在）であり、当該事業を遂行するためには、経営指導員の資質向上に留まらず、事務職員を事業推進のサポート戦力としていくための取り組みも重要であることを認識した方針で取り組む。

記帳指導・税務指導といった従来の経営指導に加え、経済動向調査、経営分析、需要動向調

査、販路開拓が求められている経営発達支援計画においては、経営指導員をはじめとする職員全員にこれまで以上に高度な専門知識が問われることとなる。

このような経営指導員等の資質向上を図るため、OJTだけでなく外部研修であるOFF-JTへの参加も行い、小規模事業者が事業計画に基づいた経営を進めることができるノウハウを習得すると共に、職員間のスキルのバラつきを極力解消し、対応の差が生じないようにする。

経営指導員は、本事業の中核的牽引者として、組織内において支援ノウハウや成功事例を共有できる仕組みを組織の財産として保有して行く体制に変革する。そのことにより、小規模事業者に対する情報提供を円滑に行うと共に、職員間による支援のバラつき、異動による滞りを解消し本事業による支援で得られた小規模事業者に関する個人情報・企業情報等を厳重に管理する事で、小規模事業者の本会に対する満足度・信頼度を高める事が可能となる。

(内容)

- ・宮城県商工会連合会主催による研修への参加

経営指導員等に求められる専門スキルの向上として、経営発達支援計画の取組事例や経済動向調査・経営分析・需要動向調査・販路開拓、小規模事業者からのヒアリングスキルの向上及び小規模事業者に求められるプレゼンテーションスキル等の向上。

- ・中小企業基盤整備機構で開催される研修会への参加

特定の専門分野に特化した実践で高度なスキルの向上として、新商品開発・営業販路拡大・事業承継・IT活用支援。

- ・本会で実施する経営講習会企画・開催による支援スキル習得

本会では、地域事業所の経営的課題等の実情に合わせて毎年経営講習会を企画・開催している。企画に際しては、日頃巡回訪問や窓口相談等で収集した事業所等の課題について情報共有を図り行っており、これにより実施した講習会の内容は専門家講師を招いた、より実務的な内容である。これらは即ち他の事業所への支援にも活用可能な汎用的支援スキルとなっており、これらの支援スキルを講習会未参加事業所に対する支援ノウハウとして蓄積する事で、経営指導員等の経営課題解決力の向上に結び付ける。

(組織への定着方法)

- ・終了後都度復命書の作成・回覧及び職員会議開催時での発表。

(組織、小規模事業者に対する効果)

- ・経営発達支援計画を踏まえた商工会職員の在り方を学び、職員間による支援のバラつき、異動による滞りを解消、小規模事業者の売上・利益の向上に直結する支援能力の向上を図り、小規模事業者の本会に対する満足度・信頼度を高める。

- ・職位別による支援による得られた情報の取り扱い（既存拡充）

事務局長——職員の計画的人材育成と支援ノウハウの共有及び職員間において支援を受けた案件に係る個人情報・企業情報の守秘義務・社外秘を徹底する。

経営指導員——小規模事業者の売上増加支援に役立つ専門知識を体得すると共にOJTによる資質向上を図ることを基本に、OFF-JTとして宮城県商工会連合会や

中小企業基盤整備機構が実施する研修に年間1回以上参加し支援能力の向上を図る。

事務職員——本事業推進のサポート戦力、また次世代の経営指導員として、OJTを中心に経営指導員から指導・助言内容・情報収集方法を学び伴走型支援能力の向上を図る。

・職員全体での会議を3ヶ月に1回開催し、経営指導員が研修会等で得られた支援事例とその効果・留意事項、支援内容の傾向、新しい支援策の利用方法といった支援ノウハウや小規模事業者の現状や課題、需要動向調査等について情報交換を行い、経営指導員等による効果的な小規模事業者への支援を図る。併せて小規模事業者へ支援した内容や効果、今後の対応等については、「小規模事業者支援システム」により一元的に情報を管理し情報の機密保持にも注意しながら、経営指導員が不在の場合や人事異動等があった場合でも、小規模事業者への支援の質を落とすことがないよう組織全体で支援ノウハウや小規模事業者の情報の共有を図る。

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、本事業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。その見直し・結果については栗原南部商工会ホームページで公表するなど、PDCAサイクルによる仕組みを構築し効果的事業推進を図る。

- ①宮城県商工会連合会をはじめ、外部専門家（中小企業診断士）を招聘し、事業検証のための会議を開催する。
- ②①での外部評価を経て、評価・見直しの方針の素案を策定する。
- ③評価・見直しの内容については、本会理事会へ報告し承認を受ける。
- ④事業の成果・評価・見直しの結果を栗原南部商工会のホームページで計画期間中公表する。

（ HPAddress <http://www.kurihara.miyagi-fsci.or.jp/> ）

(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

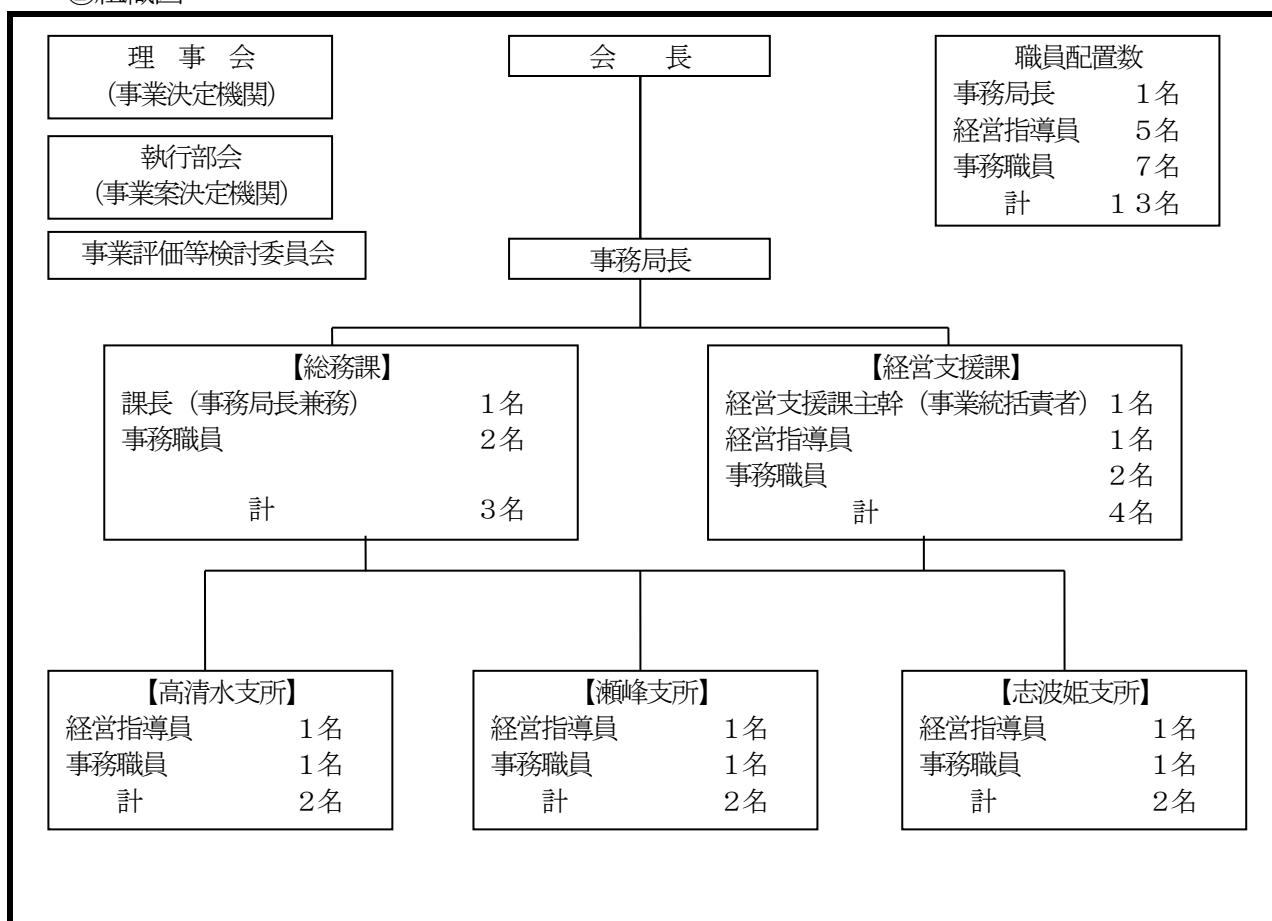
(平成29年10月現在)

(1) 組織体制

①実施体制

| 職務・役割 | 統括責任者 | 主担当者 | 副担当者 |
|---|---------|---------------------|--------------------|
| I. 個別事業者支援事業 | 経営支援課主幹 | 経営指導員 本所1 支所3 | 事務職員 本所4 支所3 |
| 1. 地域の経済動向調査 2. 経営状況の分析 3. 事業計画策定支援 4. 事業計画策定後の実施支援 5. 需要動向調査 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業 | | | |
| II. 地域経済の活性化に資する取組事業 | | | |
| III. 事業評価・見直し | 事務局長 | 経営支援課主幹 | |

②組織図



(2) 連絡先

〒987-2252

宮城県栗原市築館薬師四丁目 2-27

栗原南部商工会 本所 経営支援課

電話番号 0228-22-3611

FAX 番号 0228-22-3612

E-mail:

kuriharananbu_sci@office.miyagi-fsci.or.jp

<http://www.kurihara.miyagi-fsci.or.jp/>

〒987-2186

宮城県栗原市高清水上桂葉 25-1

栗原南部商工会 高清水支所 経営支援課

電話番号 0228-58-2264

FAX 番号 0228-58-2744

E-mail:

takasimizu_scis@office.miyagi-fsci.or.jp

〒989-4521

宮城県栗原市瀬峰下田 32

栗原南部商工会 瀬峰支所 経営支援課

電話番号 0228-38-3258

FAX 番号 0228-38-3724

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

〒989-5615

宮城県栗原市志波姫沼崎南沖 452

栗原南部商工会 志波姫支所 経営支援課

電話番号 0228-25-3868

FAX 番号 0228-22-6554

E-mail: siwahime_scis@office.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)

| | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 | 34年度 |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 必要な資金の額 | 7,000 | 7,000 | 7,000 | 7,000 | 7,000 |
| 1. 地域の経済動向調査 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| 2. 経営状況の分析 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| 3. 事業計画策定支援 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| 4. 事業計画策定後の実施支援 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| 5. 需要動向調査 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業 | 2,000 | 2,000 | 2,000 | 2,000 | 2,000 |

(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 |
|-----------------------|
| 国補助金、県補助金、市補助金、会費、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 |
|--|
| 1. 地域経済の経済動向調査に関する情報収集・分析提供 《連携内容》統計資料等に基づく分析 《連携者》栗原市、日本政策金融公庫仙台支店・一関支店、地域金融機関、宮城県商工会連 合会、宮城県よろず支援拠点 |
| 2. 経営状況分析 《連携内容》財務分析・定性的分析等各種分析ツールを用いた専門的支援 《連携者》宮城県商工会連合会、宮城県よろず支援拠点 |
| 3. 事業計画の策定支援 《連携内容》事業策定と策定後のフォローアップ、行政機関施策等の情報提供 《連携者》宮城県商工会連合会、宮城県よろず支援拠点、日本政策金融公庫仙台支店・一関 支店、地域金融機関、宮城県、栗原市 |
| 4. 需要動向調査に関する情報提供・分析提供 《連携内容》消費者意識調査による分析 《連携者》宮城県商工会連合会、宮城県よろず支援拠点 |
| 5. 新たな需要の開拓に寄与する事業 《連携内容》販売促進や新商品・新サービス等の支援 《連携者》宮城県商工会連合会、宮城県よろず支援拠点、日本政策金融公庫仙台支店・一関 支店、地域金融機関 |
| 6. 地域経済の活性化に資する事業 《連携内容》各地域イベントの活性化、商店街活性化支援 《連携者》宮城県、栗原市、宮城県商工会連合会 |
| 7. 経営指導員の資質向上等に関すること 《連携内容》経営支援向上等テーマ別研修機会の提供 《連携者》中小企業基盤整備機構、宮城県商工会連合会 |

連携者及びその役割

【連携者】

《行政関係》

宮城県

知事 村井 嘉浩 宮城県仙台市青葉区本町三丁目 8-1 022-211-2746

栗原市

市長 千葉 健司 宮城県栗原市築館薬師一丁目 7-1 0228-22-1127

《商工会》

宮城県商工会連合会（サポーターズリーダー）

会長 佐藤 浩 宮城県仙台市青葉区上杉 1-14-2 022-225-8751

《専門家》

中小企業基盤整備機構東北支部

本部長 高村 誠人 宮城県仙台市青葉区一番町 4-6-1 022-399-6111

宮城県よろず支援拠点

統括 菅野 史郎 宮城県仙台市青葉区上杉 1-14-2 022-225-8751

《金融機関》

日本政策金融公庫仙台支店

事業統括 吉池 雅志 宮城県仙台市青葉区中央 1-6-35 022-222-5173

日本政策金融公庫一関支店

支店長 兵藤 匡俊 岩手県一関市城内 1-9 0191-23-4157

七十七銀行築館支店

支店長 山本 晃 宮城県栗原市築館伊豆一丁目 8-12 0228-22-2171

仙台銀行築館支店

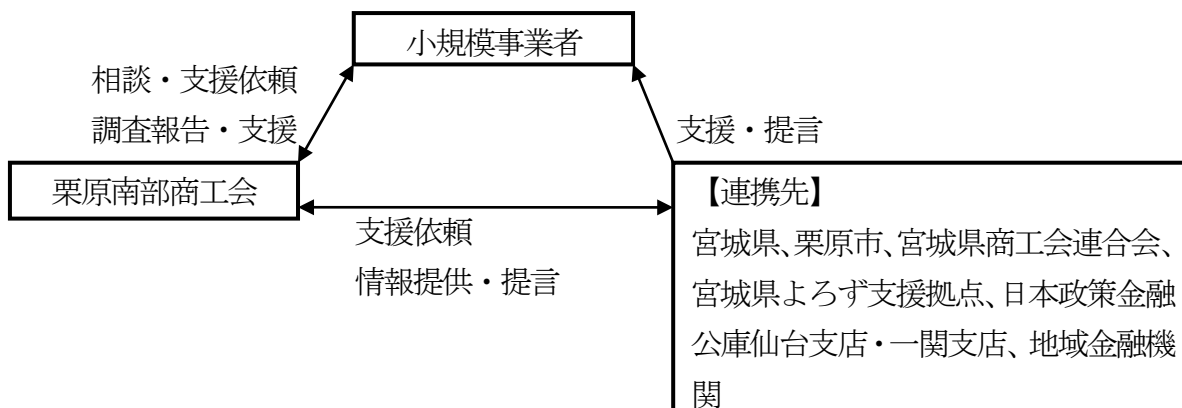
支店長 佐藤 信宏 宮城県栗原市築館伊豆一丁目 12-38 0228-22-2206

仙北信用組合築館支店

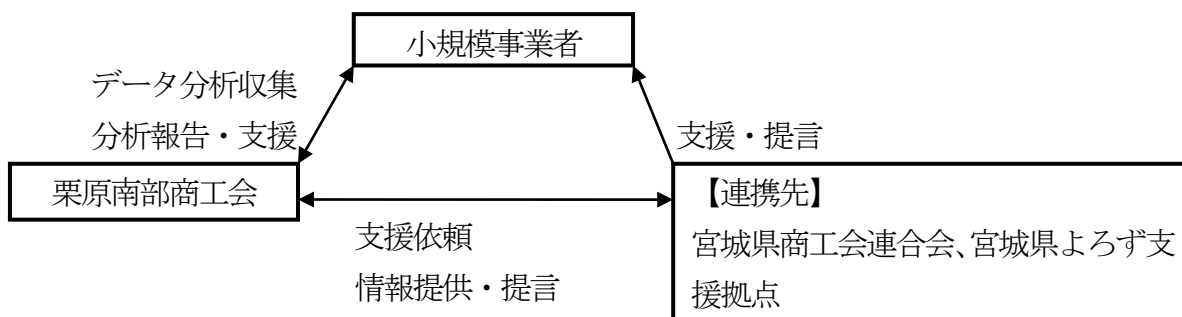
支店長 後藤 和人 宮城県栗原市築館薬師四丁目 6-35 0228-22-2376

連携体制図等

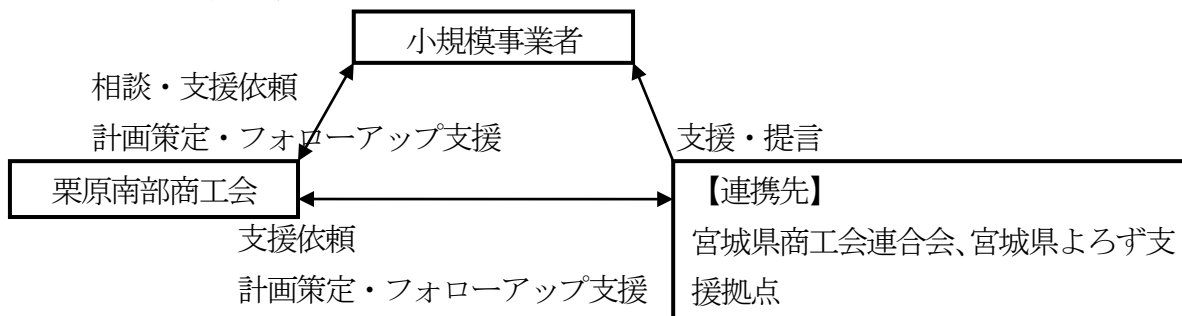
1. 地域の経済動向調査に関すること



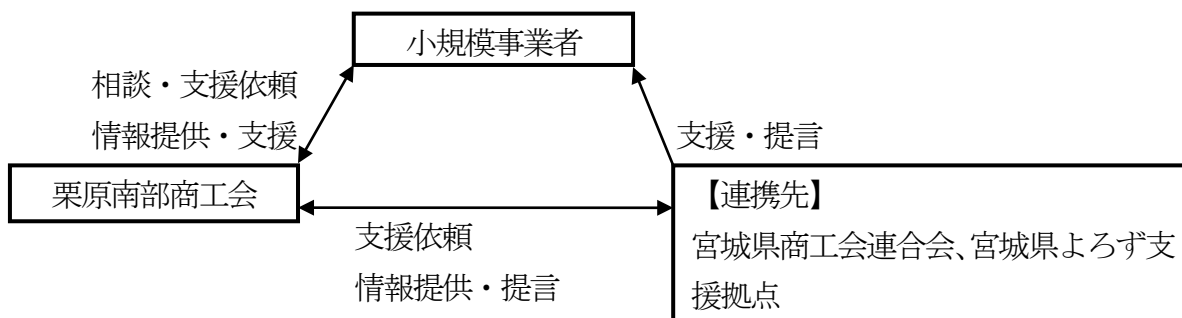
2. 経営状況の分析に関すること



3. 事業計画策定支援に関すること



4. 需要動向調査に支援に関すること



5. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

