

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>小高商工会 (法人番号 2380005007265 )</p>
<p>実施期間</p>	<p>平成 31 年 4 月 1 日～平成 36 年 3 月 31 日</p>
<p>目標</p>	<p>東日本大震災の被災地である小高区は、現在も将来を見通せない状況が続いている。支援にあたっては、地域の現状と小規模事業者の経営課題を踏まえ、小規模事業者が中長期的視点で自ら策定した事業計画を基本に伴走型支援を行う。また商工会は、P D C A を踏まえ伴走型支援が徹底できる体制整備や行政、他支援機関との支援連携を図り、小規模事業者の持続的経営発展に寄与する経営発達事業を効果的に実施する。</p>
<p>事業内容</p>	<p><b>I. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>1. 地域経済動向に関すること【指針③】</b>          小規模事業者へ事業計画策定に必要な地域経済動向情報を提供するため、区内に限定した景況調査、ビッグデータを活用した地域経済動向調査を実施する。</p> <p><b>2. 経営状況の分析に関すること【指針①】</b>          小規模事業者の事業計画策定を実施するため、事業再開を予定する事業者、事業再開後、持続的経営を希望する事業者などの経営状況の分析を支援する。</p> <p><b>3. 事業計画策定に関すること【指針②】</b>          小規模事業者へ事業計画策定の重要性の理解、浸透を促すため、セミナー開催や広報を行う。また、経営状況の分析を行った小規模事業者に対しては、経営課題を踏まえ事業計画策定を支援する。</p> <p><b>4. 経営計画策定後の実施支援に関すること【指針②】</b>          事業計画策定後、進捗状況の確認と検証を行い事業計画の実現性を高める。また、商工会内での情報共有、事業計画策定後の実施支援の質を向上させるため、経営支援会議を開催し効果的にフォローアップ支援を実施する。</p> <p><b>5. 需要動向調査に関すること【指針③】</b>          地域内商業施設、展示販売会、商談会での独自調査により、消費者及びバイヤーの意見や需要情報を収集分析すると共に、専門機関が公表している需要動向調査結果を小規模事業者に提供し、開発する商品・サービスのブラッシュアップにより新たな需要開拓を支援する。なお、職員も伴走型支援により需要動向調査のノウハウを習得する。</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【指針④】</b>          事業計画を策定した小規模事業者に対し、展示販売会・商談会への出展や複数の広告媒体の活用により、販路開拓を伴走支援する。また、伴走支援により情報発信から販路開拓に至るまでの解決策を体系的に提案できる支援体制づくりを行う。</p> <p><b>II. 地域経済の活性化に資する取組</b>          南相馬市や関係機関と連携し 1. 地域経済活性化会議、2. 新たな地場産業の育成支援により地域需要を喚起する取組を行い地域経済の活性化に努める。</p>
<p>連絡先</p>	<p>小高商工会 〒979-2124 福島県南相馬市小高区本町 1 丁目 44 番地          電話 0244-32-0300 FAX0244-66-1195 E-mail odaka@coral.ocn.ne.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

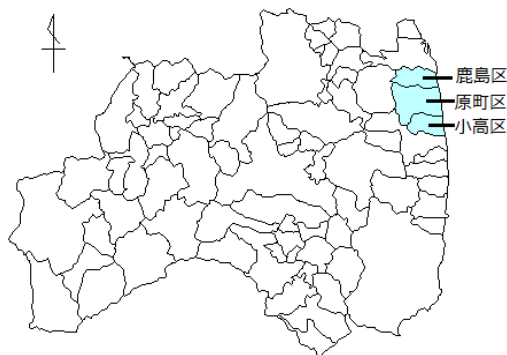
経営発達支援事業の目標

1. 南相馬市小高区の概要

南相馬市は、平成18年1月に原町市と相馬郡鹿島町、小高町が合併し誕生した市である。旧市町の区域ごとに地域自治区制となっており、旧小高町は南相馬市小高区(以後、小高区)となっている。

東部は太平洋に面し、西部の山沿いは阿武隈高地に接しており、福島県沿岸最大の都市いわき市と宮城県仙台市のほぼ中間に位置している。鎌倉時代より続く相馬野馬追、北泉海岸のサーフィンポイントは全国的に知名度が高く、震災以前は全国から来街者が多数訪れていた。

平成23年3月11日に発生した東日本大震災と東京電力福島第一原子力事故(以後、大震災)により、半径20キロ圏内の小高区は避難指示区域に指定され、区民12,842人は避難を余儀なくされた。平成28年7月12日、国県市の協議の結果、居住制限区域と避難指示解除準備区域の解除が正式決定され、南相馬市小高区での経済活動が再開されている。



南相馬市小高区

相馬野馬追

北泉海岸

2. 居住状況

南相馬市が公表する総合復興計画では、大震災当日の小高区の人口は12,842人であった。平成30年9月30日現在、住民登録者は8,200人、うち居住者は2,922人となっており、9,920人の実質減と言える。また、居住者に占める高齢者(65歳以上)割合は、49.8%である。0~14歳までの年少人口と労働力人口が極端に減少しており、20年後の日本の姿を先取りした形となっている。

小高区の居住状況

平成23年 3月11日現在	平成30年 9月30日現在				
人口 12,842人	住民票 人口 8,200人	居住者		居住率	
		全体	内高齢者	全体	内高齢者
		2,922人	1,456人	35.6%	49.8%

[南相馬市の旧避難指示区域別の住民登録人口と居住人口 平成30年9月30日現在より]

### 3. 商工業者の現状と課題

震災前の小高区は、JR小高駅を中心に小売、飲食宿泊、サービス業約250店からなる商店街を形成し、この3業種で事業所数全体の57.2%を占めていた。次いで公共工事を主体とした建設業が多く地域雇用の受け皿となっていた。また、厨房機器、電子部品製造、食品製造事業者以外に全国有数のサーフィンポイントが位置していたため運動用具製造事業者も複数立地していたことも特徴であった。

#### (1) 商工会員推移と経営課題

大震災後、経済センサス調査のみでは小高区の商工業者の実態を説明できないため、商工会員推移をもって区内の商工業者の現状を説明する。

平成30年9月30日現在の商工会員数は、285事業所、うち小規模事業者は70.5%となっている。小高区内で事業再開する会員は101事業所、会員に占める事業再開率は35.4%である。また、小高区外で事業再開する会員は82事業所、会員に占める事業再開率は28.8%となっている。残り35.8%の会員は、小高区で事業再開を希望する事業者が多いが、再開目途が立てられない状況が続いている。業種別では、復興特需に対応した建設、地域外需要を対象とする製造業の事業再開は進んでいるが、地域住民を対象に経営を行っていた小売、サービス業の事業再開率は、今もって低い現状にある。

小高区内で事業再開する会員の経営課題を見ると、地域の人口減少、働き手不足、事業承継の3つは、全業種共通した課題としてあげられる。さらに、業種別の経営課題を見ると、小売、飲食、サービス業は、地域外需要の取り込みによる持続的経営基盤の確立。製造業は、新技術、生産性向上など新たな取り組みによる需要開拓。建設業は、復興特需終了を想定した経営基盤強化が必要となっている。

#### 商工会員の状況

	平成23年3月31日現在							
	商工業者数		内小規模事業者		会員数		内小規模事業者	
	(者)	(%)	(者)	(%)	(者)	(%)	(者)	(%)
建設業	84	17.9	83	19.9	66	20.8	65	23.2
製造業	79	16.8	62	14.8	56	17.6	44	15.7
卸売業	22	4.7	18	4.3	8	2.5	4	1.4
小売業	148	31.6	123	29.4	98	31	81	29
飲食宿泊業	22	4.7	22	5.3	19	6	19	6.8
サービス業	98	20.9	95	22.7	56	17.7	54	19.3
その他	16	3.4	15	3.6	14	4.4	13	4.6
合計	469	100.0	418	100.0	317	100.0	280	100.0

	平成30年3月31日現在							
	商工業者数		内小規模事業者		会員数		内小規模事業者	
	(者)	(%)	(者)	(%)	(者)	(%)	(者)	(%)
建設業	96	22.9	94	24.3	72	24.6	70	27
製造業	61	14.5	51	13.2	52	17.7	42	16.1
卸売業	13	3.1	8	2.1	10	3.4	5	1.9
小売業	105	25	89	23.1	76	26	61	23.5
飲食宿泊業	31	7.4	30	7.8	19	6.5	18	7
サービス業	87	20.7	87	22.5	49	16.7	49	18.8
その他	27	6.4	27	7	15	5.1	15	5.7
合計	420	100.0	386	100.0	293	100.0	260	100.0

	平成30年9月30日現在							
	会員数		内区内事業再開		内区外事業再開		内事業再開未定	
	(者)	(%)	(者)	(%)	(者)	(%)	(者)	(%)
建設業	72	25.3	23	22.8	30	36.6	19	18.6
製造業	51	17.9	24	23.8	13	15.9	14	13.7
卸売業	10	3.5	4	4	4	4.9	2	2
小売業	76	26.7	19	18.8	14	17.1	43	42.1
飲食宿泊業	16	5.6	6	5.9	3	3.6	7	6.9
サービス業	46	16.1	21	20.8	15	18.3	10	9.8
その他	14	4.9	4	3.9	3	3.6	7	6.9
合計	285	100.0	101	100.0	82	100.0	102	100.0
内小規模事業者	201	70.5	91	90.0	72	87.8	38	37.2
事業再開率	64.2%		35.4%		28.8%		0.0%	

[平成23年商工会実態調査、平成30年9月30日現在商工会独自調査より]

## (2)避難指示解除町村内での事業再開状況

小高区の他に、避難解除指示が解除された町村内での事業再開状況を見ると、川内村は83.6%、檜葉町は54.0%、富岡町は17.4%となっている。

解除日が早く、高速道路や鉄道などの社会資本整備が復旧し、福島第一原子力発電所より遠い町村ほど事業再開率が高い状況となっている。

### 避難指示解除町村内事業再開状況

町村名	避難指示解除日	会員数	町村内事業再開数	町村内事業再開率
川内村	平成26年10月1日	110	92	83.6%
檜葉町	平成27年9月5日	252	136	54.0%
富岡町	平成29年4月1日	472	82	17.4%

[平成30年9月30日現在川内村、檜葉町、富岡町商工会独自調査より]

### (3)被災地で創業する事業者

平成27年1月～3月に南相馬市が実施した住民意向調査では、小高区への居住を決めていた住民は全体の約14%、その内65歳以上の高齢世帯が約50%となっていた。「近所が誰も戻らない。」「利便性が著しく落ちる地域に高齢者だけで暮らせない。」といった状況や考え方が、小高区での居住をさらに下げるといった悪循環に陥っていた。このような状況を打開し、住民の暮らしを支えるサービス創出ため、1人の若者が平成26年5月に「㈱小高ワーカーズベース」を立ち上げた。現在も全国からの復興支援の受け皿として、コワーキングスペース、食堂、仮設スーパーを展開している。

また、避難解除後、居住者に占める65歳以上の高齢者割合を反映し、訪問介護、デイサービスなど介護事業者の創業、新規立地が目立つ傾向にある。

#### 小高ワーカーズベースの概要



## 4. 商工会の経営支援状況

小高商工会の事務局体制は、事務局長 1 名、経営指導員 1 名、経営支援員 2 名に加え、復興特別職員として常勤職員 1 名、非常勤のアドバイザー 1 名の合計 6 名で運営している。

大震災直後より、小規模事業者へ矢継ぎ早に施行された国県市の復旧復興補助事業を活用した事業再開支援、資金の斡旋、日々発生する労働や税務などの事務的経営支援、営業損害賠償相談へ少ない職員で対応して来た。

#### 小高商工会の事務局体制

職種	事務局長	経営指導員	経営支援員	復興特別職員	アドバイザー	合計
人数	1	1	2	1	1	6

平成 29 年度の相談実績を振り返ると、小規模事業者に対する相談内容は、「税務指導」が全体の約 40% を占めている。次いで、補助金申請、損害賠償への対応など「その他」が全体の約 30%。次に、「経営一般」が約 20% となっている。

ただし、「情報」「取引」など小規模事業者の売上、販路拡大を目的とした支援は全体の 1% にも達していない。また、小規模事業者への復旧、復興支援が最優先となり、地域経済の新たな担い手として可能性がある創業支援まで手が回らない状況にあった。

「地域経済動向の把握」「経営状況の分析、需要動向の把握」「新たな取組、地域外販路開拓、事業の早期再生、事業承継など経営課題解決を必要とする小規模事業者の把握」「経営分析から事業計画策定、その後の継続した伴走支援」など、経営発達支援事業の考え方による支援や、伴走支援の

P D C Aを実施する体制整備は、不十分な状況にある。

震災後7年目を経過した現在、各業種の経営課題は顕在化しており、小規模事業者の持続的成長支援のために、事業計画に基づいた経営支援が必要となっている。

#### 平成29年度の経営改善普及事業の相談実績

	事業所	経営革新	経営一般	情報	金融	税務	労働	取引	環境	その他	合計
巡回相談	118	1	164	0	30	158	18	1	0	204	576
窓口相談	73	0	13	0	1	124	5	0	0	28	171
創業相談	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	191	1	177	0	31	282	23	1	0	232	747

[平成30年度小高商工会第58通常総会資料]

## 5. 小規模事業者への中長期的な振興のあり方

小高区では、商業、医療、教育など住民サービスが充実していないと言った理由から、平成30年9月30日現在も住民居住率は、35.6%と低い状況にある。このようなコミュニティ再生が進まないと言った理由から、商工会員の区内事業再開率も35.4%と頭打ちの状況となっている。

この循環を断ち切るため、商工会では、区内での商業・サービス業の事業再開支援、住民ニーズに対応する創業支援・企業立地の促進、新需要開拓する商品開発・経営革新など小規模事業者への個社支援を行うと同時に、地域内の売買促進による地域内循環、地域外販路開拓による外貨獲得などの地域経済振興事業を並行して実施することで、地域商工業とコミュニティの復興をより効果的に展開する。

以上から地域内における小規模事業者への今後10年間の中・長期的な振興のあり方は、次の通りとする。

- ①地域内外の環境変化へ対応し新たな需要開拓できる小規模事業者の成長育成支援
- ②「地域内循環」「外貨獲得」支援による地域経済の活性化
- ③小規模事業者に対する経営支援体制の強化

## 6. 経営発達支援事業の目標と方針

被災地である小高区は、現在も将来を見通せない状況が続いている。支援にあたっては、上記の小規模事業者への中長期的な振興のあり方を踏まえ、小規模事業者が自ら策定した事業計画を基本に伴走支援を行う。

また、商工会は、P D C Aを踏まえ伴走型支援が徹底できる体制整備や行政、他支援機関との支援連携を図ることにより、小規模事業者の持続的経営発展に寄与する経営発達事業を効果的に行うため、以下の目標と方針を掲げ実施する。

(1)	目標	被災事業者 145 社の区内事業再開を達成する
	方針	既に避難指示解除されている町村の状況から区内事業再開 145 社、再開率 50.0% を目標とする。地域の経済動向と需要動向を定期的に調査分析する仕組みを整備しながら、区内で事業再開を目指す小売、サービス事業者の事業計画策定を伴走支援し、区内事業再開の向上を図る。 また、計画実現性を高めるため地域内での販路開拓支援、IT を活用した集客、地域外販路開拓を併せて実施し、小規模事業者の持続的経営発展を支援する。
(2)	目標	地域課題、ニーズに対応した創業者、立地事業者を 10 事業者輩出する
	方針	被災地では小売、サービス、介護業など住民を対象とした業種の他、IT サービス、設備保守など企業向けサービス業も不足している。これから地域の課題解決やニーズへ対応した創業、地域外からの立地を支援する。支援にあたっては、地域の経済動向と需要動向調査を踏まえ、実現性の高い事業計画策定を伴走支援、併せて地域内での販路開拓支援を継続して行い、小規模事業者の持続的経営発展を支援する。
(3)	目標	経営革新により「地域集客」「雇用創出」「外貨獲得」できる事業所を 5 事業者輩出する
	方針	被災地に人材が戻らない本質的な理由は、魅力的な仕事・職場・働く環境が少ないと言うことが大きな理由であると考える。 新商品・サービス開発、新たな事業モデルの展開など経営革新により、「地域集客」「雇用創出」「外貨獲得」する小規模事業者の事業計画策定から販路拡大支援を一気通貫して支援し、経営基盤を強化する。また、計画の実現にあたっては、「廃炉」「ロボット」「農業」の産業集積により地域復興を支援する福島イノベーション・コースト構想等も活用し、小規模事業者の持続的経営発展を支援する。
(4)	目標	行政、関係機関と連携し「地域内循環」「外貨獲得」支援により地域経済活性化する
	方針	南相馬市は、大震災により同一市内において緊急時避難準備区域、避難指示解除準備区域、居住制限区域の 3 つに分断されたため、自治区の連携が十分にとれていないのが現状にある。 南相馬市内には、住民、復興復旧従事者を合計すると平成 30 年 9 月 30 日現在、約 5 万 4 千人居住している。オール南相馬で、消費を地域内で循環させる仕組みづくり。また、道の駅南相馬や、常磐自動車道路鹿島サービスエリアを活用した地域外外貨を獲得する地域経済振興活動により、小規模事業者の事業計画に基づいた販路開拓支援を行い、持続的経営発達を支援する。
(5)	目標	個社支援体制を強化し伴走支援を徹底する
	方針	小規模事業者の現状分析、情報収集、事業計画策定等に関する経営指導ノウハウを向上するため、福島県商工会連合会や独立行政法人中小企業基盤整備機構などが開催する研修に経営指導員を派遣し、資質の向上・研鑽に努める。経営発達支援事業推進にあたっては OJT を最大限活用し経営指導員・経営支援員の経営支援能力向上を図る。なお、経営支援の経過は、経営カルテに保存、成果物はイントラネットに蓄積することで指導ノウハウと指導実績の共有化を図る。 また、他支援機関との連携や情報交換による質の高い支援メニュー提供により、小規模事業者が抱える様々な経営課題の解決を図る。

## 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 31 年 4 月 1 日～平成 36 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. 地域経済動向に関すること【指針③】

(1)現状

・震災後、地域経済は日々変化しており、小規模事業者の事業再開に大きな影響を与えている。  
 ・これまで景況観は、巡回において売上動向などを独自把握しているが、聞き方や内容も統一的ではない。また、結果のとりまとめや整理もしていないため、経営判断資料として提供できなかった。

(2)目標

小規模事業者へ事業計画策定に必要な地域経済動向を提供するため、区内に限定した景況調査、ビックデータを活用した地域経済動向調査を実施する。

(3)事業内容

##### ①景況調査

ア調査対象	・区内で事業を再開している小規模事業者へ調査を行う。小規模事業者比率から建設業 3 業者、製造 3 事業者、卸売 2 事業者、小売業 4 事業者、宿泊飲食業 3 業者、サービス業 4 事業者の合計 19 業者とする。
イ調査項目	・売上高、収益、業況、見通し、資金繰り、直面している経営課題について調査する。
ウ調査手法	・7 月と 12 月に経営指導員、経営支援員が、区内小規模事業を巡回訪問し聴き取り調査する。
エ分析手法	・経営指導員は、日銀短観、(株) 東邦銀行経済指標と独自調査内容を比較し、業況判断、業種別景況概要、設備投資状況に分け、速報資料として 9 月と 2 月に簡易分析を纏める。 ・なお、専門分析については、中小企業診断士などの専門家や大学、研究機関等へ比較分析を依頼する。
オ整理	・収集、分析した資料はイントラネットにデータベースとして整理し、経営指導員、経営支援員間で情報の共有を図る。

##### ②ビックデータ調査

ア調査対象	・南相馬市の地域経済動向
イ調査項目	・流動人口 ・消費傾向 ・産業構造 ・地域経済循環構造



ウ調査手法	・地域経済分析システム (RESAS : リーサス)
エ分析手法	・経営指導員は毎年5月に地域経済分析システムを活用し分析する。
オ整理	・収集、分析した資料はイントラネットにデータベースとして整理し、経営指導員、経営支援員間で情報の共有を図る。

#### (4)活用

- ・①景況調査、②ビックデータ調査は、経営状況分析における外部環境分析の基礎資料として活用する。
- ・また、事業計画策定セミナーや個社支援など事業計画策支援における外部環境分析、経営目標設定の基礎資料として活用する。
- ・さらに、地域の小規模事業者や創業予定者が地域経済動向を把握出来るように、5月、9月、2月に巡回や小高商工会会報、ホームページを通じて情報提供する。

#### 分析資料の年間公開予定

5月	地域経済分析システム (RESAS : リーサス) を活用したビックデータ調査
9月	景況調査 (簡易)
2月	景況調査 (簡易)

#### (5)目標値

##### ①景況調査

	現状	平成31年度	平成32年度	平成33年度	平成34年度	平成35年度
調査事業所数	未実施	19社	19社	19社	19社	19社
-内)建設業	-	3社	3社	3社	3社	3社
-内)製造業	-	3社	3社	3社	3社	3社
-内)卸売業	-	2社	2社	2社	2社	2社
-内)小売業	-	4社	4社	4社	4社	4社
-内)飲食宿泊業	-	3社	3社	3社	3社	3社
-内)サービス業	-	4社	4社	4社	4社	4社
公開回数	未実施	2回	2回	2回	2回	2回

##### ②ビックデータ調査

	現状	平成31年度	平成32年度	平成33年度	平成34年度	平成35年度
公開回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回

## 2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

### (1)現状

- ・震災後の経営支援は、労働や記帳、税務、事務処理への支援、営業損害賠償の手続きに加え、復旧復興施策の書類作成支援が大半を占めており、経営状況の分析や事業計画策定支援にまでは至っていないのが現状である。

## (2)目標

・小規模事業者の事業計画策定を実施するため、事業再開を予定する事業者、事業再開後、持続的経営を希望する事業者などの経営状況の分析を支援する。

## (3)事業内容

### ①事業者の選定

・会員・非会員問わず労働や記帳、税務、事務処理への支援、営業損害賠償の手続きに加え復旧復興施策の書類作成を支援する事業者のうち、次の事業者を優先して支援する。

ア事業再開を予定する小規模事業者  
イ新たな事業（経営の革新）に取り組む小規模事業者  
ウ業種転換を予定する小規模事業者  
エ事業承継を予定する小規模事業者  
オ地域で創業を希望する者

### ②経営分析に向けたヒアリング方法

・事業者の本音を聞き出すためヒアリングは巡回にて実施する。ヒアリングは経営指導員が主となり経営支援員を帯同しOJTを兼ねて行う。

### ③分析項目

ア現況ヒアリング	・巡回により経営実態や施設・設備状況、従業員、労務管理状況等进行分析する。
イ財務分析	・貸借対照表や損益計算書のデータ分析、売上等の経営データの予測推移等进行分析する。 ・分析ツールとして「ローカルベンチマーク」を活用する。
ウ内部環境分析 (SWOT・非財務分析)	事業者へのヒアリングを行い商品・役務の内容や特徴、市場環境や競合状況、保有する技術・ノウハウ等の経営資源进行分析する。 ・分析ツールとして「経営計画つくるくん」を活用する。
エ外部環境分析	地域経済動向調査及び需要動向調査から経営環境进行分析する。 ・分析ツールとして「経営計画つくるくん」を活用する。

### ④分析方法

・ヒアリング内容は、経営指導員を中心に経営支援員と一緒に分析を行う。専門的な分析を必要とする場合は、中小機基盤整備機構（震災復興アドバイザー）、福島県よろず支援拠点（専門家派遣）福島県（専門家派遣）、福島相双復興推進機構等の制度を活用する。

なお、専門家派遣は、経営指導員、福島県商工会連合会の専門経営指導員との連携判断により専門家を選定し派遣する。

## (4)活用について

・経営状況の分析結果は、事業計画策定の基礎資料として活用できるよう、経営状況分析資料として纏め、経営課題など分析結果を説明し小規模事業者へフィードバックする。

(5) 目標値

	現状	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度	平成 34 年度	平成 35 年度
経営状況分析件数	未実施	15 件	15 件	15 件	15 件	15 件

### 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(1) 現状

・これまでの事業計画策定支援は、震災復旧復興施策に係る補助金申請のための事業計画書策定に留まっており、中長期視点に立った事業計画策定支援は行ってこなかった。

(2) 目標

・被災地の経済復興のためには、地域の生活基盤を支える小規模事業者の持続的発展が必要であるが、環境変化が激しい現状においても「勘」「経験」「度胸」など資料に基づかない経営を続ける小規模事業者が依然として多い。

小規模事業者へ事業計画策定の重要性の理解、浸透を促すため、セミナー開催や広報を行う。また、経営状況の分析を行った小規模事業者に対しては、経営課題を踏まえ事業計画策定を支援する。

(3) 事業内容

① 事業計画策定支援

・経営分析事業者を対象とし、事業計画に基づいた経営の重要性の周知を図るとともに、事業再開、経営の革新、業種転換、事業承継に取り組む小規模事業者の事業計画策定を支援する。計画策定支援は、経営指導員を中心に経営支援員が連携し巡回や窓口相談にて実施する。なお、専門性を必要とする場合は、必要に応じて中小企業基盤整備機構（震災復興アドバイザー）、福島県よろず支援拠点（専門家派遣）、福島県（専門家派遣）等の専門家派遣制度を活用し、策定する計画のブラッシュアップを支援する。

② 事業計画策定セミナーの開催

・小規模事業者の持続的な事業発展を支援するため、年に1回、事業計画策定セミナーを開催し、事業計画策定の重要性を理解、浸透を促すとともに、事業再開、経営の革新、業種転換、事業承継に取り組む小規模事業者の事業計画策定を支援する。

③ 創業相談窓口の設置

・創業者へ事業計画策定の重要性を理知、浸透を促すため、小高商工会の会報やホームページを活用し事業計画策定事例の情報提供するとともに、商工会内に相談窓口を設置し、経営指導員を中心に経営支援員が連携し創業計画策定の支援にあたる。また、専門性を必要とする場合は、必要に応じて中小企業基盤整備機構（震災復興アドバイザー）、福島県よろず支援拠点（専門家派遣）、福島県（専門家派遣）、福島相双復興推進機構等の専門家派遣制度を活用し、計画のブラッシュアップを支援する。

#### (4)目標値

	現状	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度	平成 34 年度	平成 35 年度
事業計画策定セミナー出席者数	未実施	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社
事業計画策定件数	未実施	8 件	8 件	8 件	8 件	8 件
創業窓口相談件数	未実施	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
創業計画策定件数	未実施	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件

#### 4. 計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

##### (1)現状

事業計画策定自体の数も少なく、また、策定後の伴走支援についても補助金等の実施段階等にとどまっているのが現状である。

##### (2)目標

・事業計画策定後、進捗状況の確認と検証を行い事業計画の実現性を高める。また、商工会内での情報共有、事業策定後の実施支援の質を向上させる目的に、経営指導員と経営支援員による経営支援会議を月に1回開催し、効果的にフォローアップ支援を実施する。

##### (3)事業内容

###### ①事業計画策定後の実施支援

・経営指導員は、事業計画を策定した事業者に対し、3ヶ月に1回の巡回訪問により進捗状況の確認し、必要な支援を行う。特にPDCAサイクルを意識し段階的に事業計画目標の実現が図れるように支援を行う。

###### ②創業計画策定後の実施支援

・経営指導員は、創業計画を策定した事業者に対し、3ヶ月に1回、巡回訪問を行い創業準備段階を調査しながら事業課題を把握する。併せて税務、記帳、金融支援など実務支援を行い、創業が軌道に乗ることが出来るように継続支援を行う。

###### ③専門的な課題への対応

・事業計画策定後の実施支援に際し専門性を必要とする場合は、必要に応じて中小企業基盤整備機構（震災復興アドバイザー）、福島県よろず支援拠点（専門家派遣）、福島県（専門家派遣）等の専門家派遣制度を活用し、経営課題の解決にあたる。

###### ④補助金、販路支援施策の活用支援

・事業計画策定後の実施支援に際し補助金・助成金の活用や融資制度、展示会や商談会への支援策などの情報の提供及び支援を行う。

⑤事業資金の斡旋

・事業計画の実施に際し、資金手当てが必要な場合は「小規模事業者経営発達支援融資制度」等を活用し斡旋する。

(4)目標値

	現状	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度	平成 34 年度	平成 35 年度
事業計画フォローアップ回数	未実施	8社×4回 =32回	8社×4回 =32回	8社×4回 =32回	8社×4回 =32回	8社×4回 =32回
創業計画フォローアップ回数	未実施	2社×4回 =8回	2社×4回 =8回	2社×4回 =8回	2社×4回 =8回	2社×4回 =8回
専門家派遣回数	未実施	3社	3社	3社	3社	3社

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(1)現状

小規模事業者は、マーケットインの考え方にに基づき事業計画、販売計画立案を行っていない事が多く、開発する新商品・サービスが想定する市場や消費者需要と合わず、売上高、集客増加など事業成果に思うように結び付いていない。

(2)目標

地域内商業施設、展示販売会、商談会での独自調査により、消費者及びバイヤーの意見や需要情報を収集分析すると共に、専門機関が公表している需要動向調査結果を小規模事業者に提供し、開発する商品・サービスのブラッシュアップにより新たな需要開拓を支援する。

なお、職員も需要動向調査に対するノウハウが不足しているため、伴走支援により調査手法の習得へも取り組む。

(3)事業内容

①地域内商業施設、福島県内の展示販売会を活用した需要動向調査

地域消費者だけでなく、観光客など地域外消費者を集客する地域商業施設や、県内の展示販売会へ出展支援し、小規模事業者が開発に取り組む商品・サービスの需要動向調査を実施する。

実施に当たっては、消費者の生の声を事業計画、販売計画に反映させるため、小規模事業者、経営指導員等商工会職員が協力して実施する。

ア支援対象者	・消費者向け商品・サービスを販売する卸・小売・サービス・製造事業者		
イ調査場所	・地域内商業施設		
	商業施設名	来場者	年間来場者数
	常磐高速道路サービスエリア「セデッテかしま」	・地域消費者 ・観光客	121万2千人
	道の駅南相馬	・地域消費者	16万3千人
	・福島県内の展示販売会		

	展示販売会名	来場者	来場者数
	郡山市：食の祭典「おいしい ふくしま いただきます！」フェスティバル	・地域消費者	5万人
	いわき市：福島的美味しいもの食のフェア	・地域消費者 ・観光客	3万人
ウ調査項目	[食品] ・購入者属性（年齢、性別、居住地、家族構成） ・買い物に対する調査（頻度、場所、価格帯、通信販売利用の有無） ・競合商品調査（意識調査、購入頻度、価格、要望） ・対象商品調査（官能、価格、パッケージ、品質、原材料、要望）		
	[非食品] ・購入者属性（年齢、性別、居住地、家族構成） ・利用調査（頻度、場所、価格帯、通信販売利用の有無） ・競合調査（意識調査、利用頻度、要望） ・対象商品・サービス調査（認知度、価格、満足度、意見、要望）		
エ調査方法	・来場者へのアンケート（1商品・サービス当り100名目標） [食品] ・商品の対象消費者へ試食を提供しアンケート調査を行う。 [非食品] ・使用実演しながら、対象消費者へ試供品並びに景品付きアンケート葉書を手渡す。アンケート葉書回収をもって分析を行う。		
オ活用方法	・商品・サービスの改善改良 ・事業計画、販売計画の立案基礎資料		

## ②展示商談会を活用した需要調査

企業向け商品・サービスを開発する小規模事業者や、商品・サービスの全国展開を目指す小規模事業者の需要調査を支援するため、県内外で開催されるバイヤー向け商談会に出展し調査を行う。実施に当たっては、小規模事業者、経営指導員等商工会職員が協力して実施する。

ア支援対象者	・電子部品製造業など企業向け製品を製造販売する小規模事業者 ・サーフボード製造業など新たな商品の全国展開を目指す小規模事業者 ・加工食品業など商品の全国展開を目指す小規模事業者			
イ調査場所	・県内外の展示商談会			
	展示商談会名	出展者数	来場者	来場者数
	新価値創造展	620社	・卸・小売・製造・建設・サービス事業者	3.5万人
	食の商談会 ふくしまフードフェア	200社	・卸・小売・食品製造事業者	5千人
	地方銀行フードセレクション	970社	・卸・小売・食製造事業者	1万人
ウ調査項目	[食品]			

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バイヤー属性（年齢、性別、業種、企業名）</li> <li>・対象商品調査（官能、価格、パッケージ、品質、原材料、取引重視点）</li> </ul>
	[非食品] <ul style="list-style-type: none"> <li>・バイヤー属性（年齢、性別、業種、企業名）</li> <li>・対象商品・サービス調査（価格、品質、機能、競合、取引重視点）</li> </ul>
エ調査方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バイヤーへの聞き取り調査（1商品・サービス当り100名目標）</li> </ul>
	[食品] <ul style="list-style-type: none"> <li>・対象事業者へ試食を提供し聞き取り調査を行う。</li> </ul>
	[非食品] <ul style="list-style-type: none"> <li>・対象事業者へ実演や試供品提供しながら聞き取り調査を行う。</li> </ul>
オ活用方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品・サービスの改善改良</li> <li>・事業計画、販売計画の立案基礎資料</li> </ul>

### ③専門機関が実施する需要動向調査を利用した情報収集・分析

専門機関が実施する市場動向、消費者需要、トレンド、同業他社との比較など、需要動向情報を把握し、小規模事業者の新たな需要開拓の方向性の決定や、商品・サービスの開発への活用に繋げる。なお、上記①、②の需要動向調査で得られたアンケート結果の補完資料としても活用する。

提供者	媒体	収集情報
ア経済産業省	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域経済分析システム (RESAS：リーサス)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域経済循環マップ</li> <li>・産業構造マップ</li> <li>・企業活動マップ</li> </ul>
イ(株)ゼンリン	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Market Platform (通称マケプラ)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・需要調査</li> <li>・商圈分析</li> <li>・競合分析</li> </ul>
ウ日本経済新聞	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日経テレコン</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・POS情報</li> <li>・売れ筋商品ランキング</li> <li>・販売実績データ</li> </ul>
エ Google	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Googleトレンド</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品・サービスの検索トレンド情報</li> </ul>

### (4)活用

調査結果は専門家や調査分析会社を活用しながら分析を行う。また、調査結果は、開発する商品・サービスの改善改良に役立てるため、調査資料として纏め対象の小規模事業者へフィードバックする。

(5)目標値

	単位	現状	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度	平成 34 年度	平成 35 年度
地域内商業施設、 福島県内の展示販 売会を活用した需 要動向調査	回数	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
	事業者	未実施	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社
展示商談会を活用 した需要調査	回数	未実施	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
	事業者	未実施	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
専門機関が実施す る需要動向調査を 利用した情報収 集・分析	回数	未実施	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回
	情報提 供社数	未実施	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社

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】

(1)現状

現状では、福島県商工会連合会が主催する「食の販路開拓支援事業」を活用した需要開拓支援を行っているのみで、事業計画に基づき体系的な需要開拓支援は行っていない。

(2)目標

事業計画を策定した小規模事業者に対し、展示会販売・商談会への出展、ホームページ・SNS の活用やプレスリリース等複数の広告媒体を活用し、開発した商品・サービスの販路開拓を伴走し支援する。

また、伴走支援を実施することで、各業種業態の需要開拓支援ノウハウを蓄積し、情報発信から販路開拓に至るまでの解決策を体系的に提案できる支援体制づくりを行う。

(3)事業内容

①地域イベント、商業施設等を活用した需要開拓支援

地域消費者や観光客向け商品・サービスを開発する小規模事業者の需要開拓を支援するため、商工会・行政が主催する地域経済活性化のイベントや地域祭事への販売ブース設置、地域商業施設を活用し実行支援を行う。

出展前には、商品パッケージ改善、商品パンフレット、販売場設営（商品陳列、演出）、商品ホームページ作成を伴走支援する。また、出展後は、販売状況を事業者と共有しながら、売り方や商品パンフレットの訴求点改善などをフォローし、次回出展成果を高める。

なお、専門的な経営課題については、中小企業基盤整備機構（震災復興アドバイザー）、福島県よろず支援拠点（専門家派遣）、福島県（専門家派遣）等の専門家を活用し対応にあたる。

活用する地域イベント

地域イベント名	来場者	来場者数
小高区文化祭並びに秋まつり	・地域消費者	5 千人



活用する地域商業施設

アンテナショップ名	来場者	年間来場者数
常磐高速道路サービスエリア セデッテかしま	・地域消費者 ・観光客	121万2千人
道の駅南相馬	・地域消費者	16万3千人

②展示販売・商談会を活用した需要開拓支援

企業向け商品・サービスを開発する小規模事業者や、商品・サービスの全国展開を目指す小規模事業者の需要開拓支援を行うため、県外のアンテナショップや展示販売・商談会を活用し実行支援を行う。

出展前には、商品パッケージ改善、企業パンフレット、商品パンフレット、商談シート、展示場設営（商品陳列、演出）、商品ホームページ作成を伴走支援する。また、出展後は、商談記録を事業者と共有しながら、商談先をメール等でフォローし出展成果を高める。

なお、専門的な経営課題については、中小企業基盤整備機構（震災復興アドバイザー）、福島県よろず支援拠点（専門家派遣）、福島県（専門家派遣）等の専門家を活用し対応にあたる。

活用する商業施設

アンテナショップ名	来店者	年間来場者数
アンテナショップ 日本橋ふくしま館	・首都圏消費者	50万人

活用する展示商談会

展示商談会名	出展者数	来場者	来場者数		
			合計	内消費者	内バイヤー
ニッポン全国物産展	360社	・首都圏消費者 ・卸・小売・食品製造事業者	15万人	14万人	1万人
新価値創造展	620社	・卸・小売・製造・建設・サービス事業者	3.5万人	—	3万人
食の商談会 福島フードフェア	200社	・卸・小売・食品製造事業者	5千人	—	3千人
地方銀行フードセレクション	970社	・卸・小売・食品製造事業者	1万人	—	7千人

③ブランディング支援による需要開拓支援

需要動向調査から得られた資料を踏まえ、課題解決のため商品・サービスの魅力向上支援を行う。具体的には、中小企業基盤整備機構（震災復興アドバイザー）、福島県よろず支援拠点（専門家派遣）、福島県（専門家派遣）等の専門家を活用し、コンセプト、キャッチコピー、デザインの改善改良などブランディング支援により、需要開拓を支援する。

④広報支援による需要開拓支援

小規模事業者が開発する商品・サービスの説明情報作成、新聞、テレビ・ラジオ、情報拡散効果があるライターへ情報提供を行うことで情報を広め、市場や消費者認知を高める。

具体的な広報支援は、中小企業基盤整備機構（震災復興アドバイザー）、福島県よろず支援拠点（専門家派遣）、福島県（専門家派遣）等の専門家を活用し、説明情報作成を支援する。

⑤ホームページ・SNSを活用した需要開拓支援

インターネットやスマートフォンの普及により、消費者は、興味、関心を持った商品・サービスはインターネット検索し、その後、購買、気に入れば自ら情報発信する消費行動をとることが多い。

展示販売・商談会出展後の連絡先や、継続的な購買窓口対策として、展示販売・商談会出展前にホームページやSNSを活用した需要開拓を支援する。

具体的には、全国商工会連合会が提供する「100万会員ネットワーク」「GOOGLE ビジネス」を活用し、簡易ホームページ作成を支援する。また、本格的なインターネット通販を希望する事業者に対しては、中小企業基盤整備機構（震災復興アドバイザー）、福島県よろず支援拠点（専門家派遣）、福島県（専門家派遣）等の専門家を活用し、インターネットを活用した需要開拓を支援する。

(4)目標値

	単位	現状	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度	平成 34 年度	平成 35 年度
地域イベント、商業施設等を活用した需要開拓	事業者	未実施	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社
	売上額	未実施	20 万円	20 万円	20 万円	20 万円	20 万円
展示販売会を活用した需要開拓 (BtoC)	事業者	未実施	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社
	売上額	未実施	40 万円	40 万円	40 万円	40 万円	40 万円
展示商談会を活用した需要開拓 (BtoB)	事業者	未実施	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社
	成約数	未実施	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
ブランディング支援による需要開拓	事業者	未実施	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社
広報支援による需要開拓	事業者	未実施	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
ホームページ・SNSを活用した需要開拓	事業者	未実施	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
	売上額	未実施	3 社 × 50 万円 =150 万円	3 社 × 50 万円 =150 万円	3 社 × 50 万円 =150 万円	3 社 × 50 万円 =150 万円	3 社 × 50 万円 =150 万円

## II. 地域経済の活性化に資する取組

平成 28 年 7 月 12 日に避難指示が解除されたが、1 年経過した現在も帰還住民数、事業再開事業者数ともに低い現状にある。南相馬市とともに商工会も住民、事業者帰還の促進が共有する地域課題であるため、南相馬市と連携しコミュニティへの帰属意識を高める行事の開催や、地域需要を喚起する取組を行い地域経済の活性化に努める。

### 1. 地域経済活性化会議の開催

地域における他の機関と住民、事業者の帰還促進や地域経済活性化に向けた方向性を共有するため、経営指導員は、南相馬市、原町商工会議所、小高観光協会、鹿島商工会、一般社団法人南相馬市かしま観光協会の実務担当者を招聘し、小規模事業者を交えた情報交換会を年に 1 回開催する。

### 2. 新たな地場産業の育成支援

#### (1) ロボット産業の育成支援

- ・平成 26 年 6 月、国家戦略（イノベーションコースト構想）に基づき、福島県浜通りの自治体は浜通りロボット実証区域を設置し、南相馬市、浪江町にロボットテストフィールドの整備が決定した。これを受け南相馬市は新たな経済成長と雇用創出の施策を推進中である。これを捉え、南相馬市、南相馬市ロボット産業協議会、小高観光協会との連携協力し小高商工会が主催する産業祭において、この取り組みを幅広く来場者に P R する機会を設け、地域経済活性化に資する。

#### (2) 風評被害払拭への取組支援

- ・食肉加工製造業者、菌床栽培業・食品製造事業所など地場の加工食品業者の県内外での P R 活動の支援により、地場産業の振興並びに風評被害の払拭を引き続き図る。

#### (3) プレミアム商品券事業による地域活性化

- ・帰還し事業再開する小規模事業者の持続的な経営と発展のため、事業再開・帰還促進プレミアム商品券事業を南相馬市との連携協力により実施し、地域経済の活性化を図る。

## 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

経済地域の総合的経済団体として自治体、支援機関との連携を密にし情報交換会を行うことで、支援ノウハウ等を収集し小規模事業者の課題解決や地域経済活性化に取り組む。

情報交換の理由と効果の狙い

	南相馬市	中小機構	オールふくしま中小企業小規模事業者経営支援会議	(公財) 福島相双復興推進機構	日本政策金融公庫いわき支店
情報交換の「理由と年間回数」	・地域経済の動向に係る情報収集。(月1回)	・震災復興経営支援アドバイザー制度専門家の活用。(月2回)	・支援事例、支援方法の情報収集。(年2回)	・推進機構アドバイザー制度専門家の活用。(月1回)	・浜通りの地域経済動向に係る情報収集。 ・制度資金、支援事例情報収集。(年2回)
狙い	地域経済動向情報を把握することで事業計画策定支援に活用する。	震災復旧復興に関連する情報を収集する。	別な角度から支援の考え方を知り、事業計画策定支援に活用する。	震災復旧復興に関連する情報を収集する。	・別な角度から支援の考え方を知り、事業計画策定支援に活用する。 ・必要資金の斡旋

(捕捉説明) 震災復興経営支援アドバイザー制度について  
東日本大震災で被災した中小企業、中小企業支援機関(商工会等)の復興支援のために、各種専門家を派遣し小規模事業者の復旧復興を支援する制度。

## 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

小規模事業者の経営支援ニーズが多様化に加え、当地域は原発事故により個々の小規模事業者が抱えている経営課題は複雑となり相談案件も多様化し、支援ニーズに対応するため、職員の支援能力向上の取組が必要となっている。

今後、小規模事業者支援のためには、商工会組織としての支援能力を向上させる視点を重視し、経営指導員、経営支援員、一般職員の支援能力を底上げすることが必要である。

### (1) 専門家、各種研修会の活用

#### ① 専門家への帯同巡回

・経営指導員、経営支援員は、専門家派遣への帯同により高度な支援案件への対応能力を習得する。

#### ② 各種研修会への参加

・中小基盤整備機構、全国商工会連合会、福島県商工会連合会主催の研修会受講により小規模事業者への事業計画策定や販路開拓の支援能力向上を図る。

#### ③ 商工会内勉強会の開催

・研修会などで得た知識を経営指導員と経営支援員で共有するため勉強会を開催する。

(2) 支援能力向上について

- ・ 今後、小規模事業者の利益確保に資する支援能力の向上に於いて経営指導員は多角的な見解と精度の高い分析を求められ経営支援員のサポートを必要とする。  
このため経営指導員、経営支援員は以下の能力を研修会やOJTにより能力向上に努める。  
加えて経営指導員、経営支援員を補助する一般職員も能力の向上が求められる。

求められる能力並びに向上策

職 制	求められる能力	向上策
経営指導員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域動向調査</li> <li>・ 経営状況分析</li> <li>・ 事業計画策定</li> <li>・ 需要調査、販路開拓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中小機構、全国商工会連合会、福島県商工会連合会が開催する研修会へ年2回以上の参加と専門家派遣への帯同</li> </ul>
経営支援員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経営状況分析</li> <li>・ 事業計画策定</li> <li>・ 需要調査、販路開拓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 福島県商工会連合会が開催する研修会へ年1回以上の参加と専門家派遣への帯同。経営指導員との月例支援会議の実施</li> </ul>
一般職員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域動向調査</li> <li>・ 需要調査、販路開拓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経営指導員、経営支援員（補助員）からの研修会後に内容のレクチャーを受ける</li> <li>・ 月例支援会議への参加しOJTを実施する</li> </ul>

(3) 支援ノウハウ等を組織内で共有する体制（有効性）

- ・ 小規模事業者への支援ノウハウ、経営状況の分析結果、支援に有効なデータを個人に帰属せず、組織的支援のために経営指導員や経営支援員が小規模事業者からの案件を課題解決フォルダに整理・管理する。  
案件解決の際に経営指導員と経営支援員との話し合いを行い、多方面からの考察を基に最良の解決を図る。その際に提案された支援内容を備忘録化し課題解決フォルダに保管し今後の支援へ役立てる。これは今の職員が人事異動等でいなくなっても組織的支援に支障を来さないためである。

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

これまでの経営改善普及事業では、支援者からの評価、第三者からの評価など事業改善活動がこれまで行われていなかった。第三者による事業評価、事業のPDCAサイクルにより経営支援の継続的な質の向上に努める。

(1) 経営支援事業の報告

- ・ これまでの経営支援回数など量的報告に加え、経営支援事例集を作成しながら質的報告を行い、経営支援内容の可視化に努める。

(単位：事業者数)

	現状	平成31年度	平成32年度	平成33年度	平成34年度	平成35年度
経営支援事例	未実施	2件	2件	2件	2件	2件

(2) 経営発達計画事業評価委員会による検証

- ・ 構成員は福島県、南相馬市、専門家、商業・サービス部会長、建設工業部会長、一般評価者（小規模事業者から2名選出）し事業の実施 状況、成果評価、見直し案の提示を行う。  
なお、事業評価委員会は8月と年度末に1回実施する。

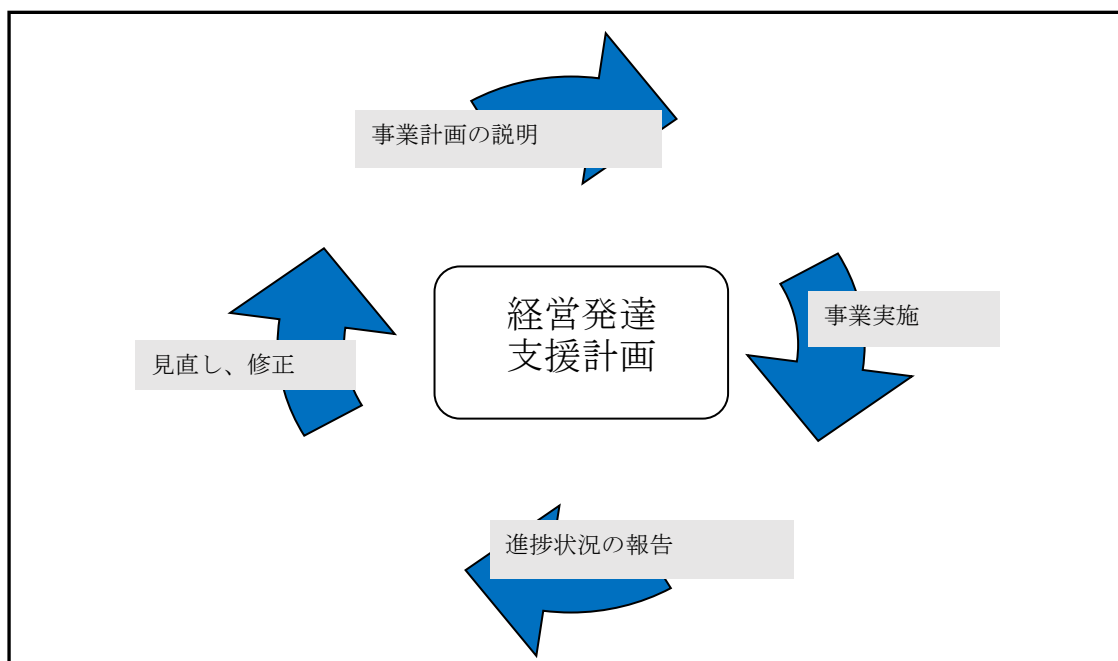
(3) 事業の見直し、改善

- ・ 事業評価委員会の事業評価を受けて、PDCA サイクル（事業計画を受け実施→進捗状況報告→見直しや修正→計画立案）を取り入れ、見直しの方針を決定し小高商工会通常総会で報告する。

(4) 事業成果・評価・見直しの公表

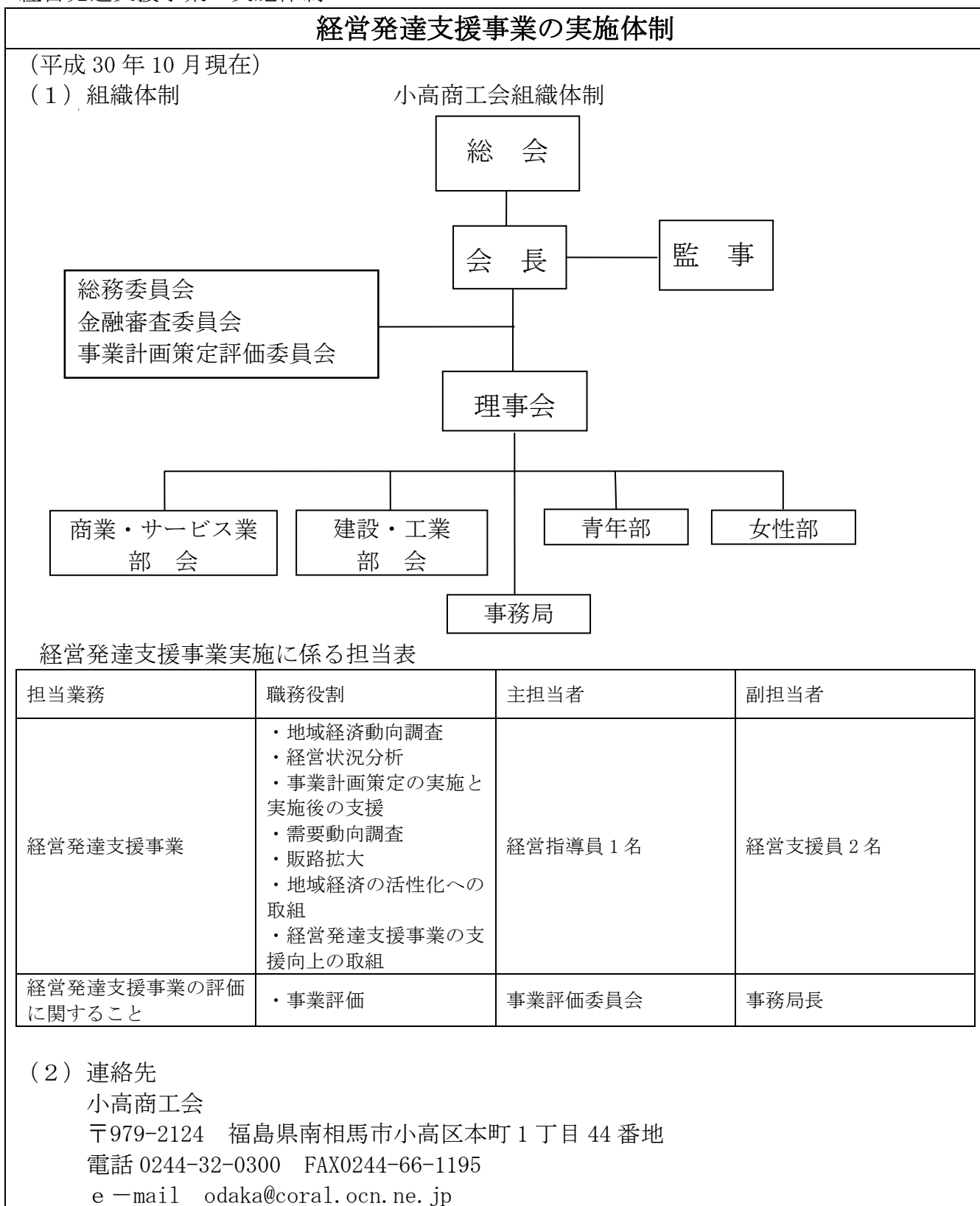
- ・ 事業の成果・評価・見直しの結果を取りまとめ、小高商工会ホームページ [www.uyou.gr.jp/odaka-shokokai/](http://www.uyou.gr.jp/odaka-shokokai/)と総会資料へも掲載し公表する。

経営発達計画事業評価の内容



(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



(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 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度	平成 34 年度	平成 35 年度
必要な資金の額					
地域経済動向調査	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
経営状況の分析	500	500	500	500	500
事業計画策定支援	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
事業計画実施後支援					
需要動向調査	500	500	500	500	500
販路開拓支援	500	500	500	500	500
地域経済の活性化					

(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
国県補助金、市補助金

(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 地域の経済動向に関すること【指針③】 2 経営状況の分析に関すること【指針①】 3 事業計画策定支援に関すること【指針②】 4 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 5 需要動向調査に関すること【指針③】 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】	
連携者及びその役割	
連携者	( )は連携する内容 役割
中小基盤整備機構 東北本部 本部長 守屋 高弘 〒980-0811 宮城県仙台市青葉区1番町4丁目6番 1号仙台第一生命タワービル6F 電話 022-393-4138	(1 地域経済動向調査、5 需要動向調査)  消費者動向調査等へ支援サイト J-Net21 の活用
日本政策金融公庫いわき支店 支店長 奥田 智則 〒970-8026 福島県いわき市平菱川町1丁目5番 電話 0246-25-7251	(1 地域経済動向調査、3 事業計画策定、4 事業計画策定後の実施支援)  第2マルケイ、創業融資で支援
福島県よろず支援拠点 チーフコーディネーター 小堀 健太 〒960-8053 福島県福島市三河南町1丁目20 コラッセふくしま6階 電話 024-525-4064	(1 地域の経済動向に関すること、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 事業計画策定後の実施支援に関すること、5 需要動向調査に関すること)  専門家派遣による指導、助言
福島県相双地方振興局 局長 佐々木 秀三 〒975-0031 福島県南相馬市原町区錦町1丁目30 電話 0244-26-1230	(1 地域の経済動向に関すること、3 事業計画策定支援に関すること、4 事業計画策定後の実施支援に関すること、5 需要動向調査に関すること、6 新たな需要の開拓に寄与すること)  統計調査情報提供、販路拡大機会の情報交換
公益財団法人 福島県産業振興センター 理事長 鈴木 清昭 〒960-8053 福島県福島市三河南町1丁目20 コラッセふくしま6階 電話： 024-525-4070	(3 事業計画策定支援に関すること、4 事業計画策定後の実施支援に関すること)  支援制度の情報提供、助言
オールふくしま経営支援連絡協議会相双地域ネットワーク会議 代表 県知事 内堀 雅雄 〒975-0031 福島県南相馬市原町区錦町1丁目30 電話 0244-26-1230	(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 事業計画策定後の実施支援に関すること、5 需要動向調査に関すること)  多様化する課題解決に対応する外部支援相談機関の紹介窓口

<p>公益社団法人 福島相双復興推進機構  (福島相双復興官民合同チーム)  理事長 福井 邦顕  〒960-8031 福島県福島市栄町 6-6 NBFユニッ  クスビル 4階  電話 024-502-1117</p>	<p>(1 地域経済動向調査、5 需要動向調査)</p> <p>動向調査に係る指導助言、専門家派遣</p>
<p>南相馬市 (小高区役所産業建設課)  市長 門馬 和夫  〒979-2195 福島県南相馬市小高区本町 2 丁目 78  電話 0244-44-6718</p>	<p>(1 地域経済動向に関すること、3 事業計画策定  支援に関すること、4 事業計画策定後の実施支援  に関すること、5 需要動向調査に関すること、6 新  たな販路の開拓に寄与する事業に関すること)</p> <p>情報交換、助言、販路開拓に関する支援</p>
<p>地元金融機関</p> <p>(株)東邦銀行小高支店  支店長 桑折 直樹  〒979-2121 福島県南相馬市小高区東町 1 丁目 51  電話 0244-44-2141</p> <p>あぶくま信用金庫小高支店  支店長 越田 正幸  〒979-2111 福島県南相馬市小高区仲町 1 丁目 35  電話 0244-44-2151</p>	<p>(1 地域経済動向に関すること、3 事業計画策定  支援に関すること、4 事業計画策定後の実施支援  に関すること、5 需要動向調査に関すること、6 新  たな販路の開拓に寄与する事業に関すること)</p> <p>経済動向調査、需要動向調査に係る情報交換  販路開拓に係る情報交換</p>
<p>(株)ゆめサポート南相馬  代表取締役 高橋 隆助  〒975-0008 福島県南相馬市原町区本町 1 丁目 111  電話 0244-25-3310</p>	<p>(4 事業計画策定後の実施支援に関すること)</p> <p>ものづくり支援、産学官連携、新製品開発、  販路開拓</p>
<p>南相馬市ロボット産業協議会  会長 五十嵐 伸一  〒975-0008 福島県南相馬市原町区本町 1 丁目 111  電話 0244-25-3310</p>	<p>(4 事業計画策定後の実施支援に関すること)</p> <p>ものづくり支援、産学官連携、新製品開発、  販路開拓</p>
<p>原町商工会議所  会頭 高橋 隆助  〒975-0006 福島県南相馬市原町区橋本町 1 丁目  35  電話 0244-22-1141</p>	<p>(1 地域の経済動向に関すること、5 需要動向調査  に関すること)</p> <p>地域経済団体として情報の共有を図る</p>
<p>一般社団法人南相馬市観光協会  会長 鈴木 清重  〒975-0008 福島県南相馬市本町 2 丁目 52  電話 0244-22-2114</p>	<p>(地域経済の活性化に関すること)</p> <p>新たな需要の開拓に関する連携</p>

小高観光協会 会長 平田 廣昭 〒979-2195 福島県南相馬市小高区本町2丁目78 電話 0244-44-6718	(地域経済の活性化に関すること)
	新たな需要の開拓に関する連携
鹿島商工会 会長 澤田 一夫 〒979-2335 福島県南相馬市鹿島区鹿島町39 電話 0244-46-2250	(1 地域の経済動向に関すること、5 需要動向調査に関すること)
	地域経済団体として情報の共有を図る
一般社団法人南相馬市かしま観光協会 会長 澤田 一夫 〒979-2335 福島県南相馬市鹿島区鹿島町39 電話 0244-26-3700	(地域経済の活性化に関すること)
	新たな需要の開拓に関する連携
福島県商工会連合会 会長 轡田 倉治 〒〒960-8053 福島県福島市三河南町1丁目20 コ ラッセふくしま9階 電話 024-525-3411	(1 地域の経済動向に関すること、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 事業計画策定後の実施支援に関すること、5 需要動向調査に関すること、6 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること)
	経営発達支援計画全般に係る指導並びに助言 専門家派遣

### 連携体制図等

