

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	二本松商工会議所（法人番号 1380005003934）
実施期間	平成 30 年 4 月 1 日～平成 35 年 3 月 31 日
目 標	<p>当所は経営発達支援計画を通し、以下の目標達成を目指します。</p> <p>①管内小規模事業者へのきめ細やかな支援と更なる信頼関係の醸成 ②管内交流人口の拡大を図る ③創業・事業承継の支援 ④確固たる支援体制の確立 ⑤経営指導員等の資質向上</p>
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 ○独自の経済動向調査の実施と情報の提供 ○管内経済情勢の把握</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること ○セミナー等の開催を通し支援先を抽出 ○詳細な経営分析</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること ○事業計画策定の有効性の啓蒙 ○事業計画策定支援の推進 ○事業承継事業所への事業計画策定支援の推進 ○創業者への創業計画策定支援の推進</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること ○事業計画策定事業所のフォローアップ（既存、事業承継、創業事業所共通） ○事業承継事業所へのフォローアップ ○創業者へのフォローアップ</p> <p>5. 需要動向調査に関すること ○専門家（株）バイヤーズガイド）による個別相談会（個社の商品調査） ○「一店逸品フェア」での消費者向けヒアリング調査（個社の商品調査） ○外部情報を活用した商品等ニーズ調査（業界の商品調査）</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ○「伊達な商談会」と「ミデッテ」を活用した販路開拓支援（地域外への販路開拓） ○一店逸品運動の更なる推進（地域内での販路開拓） ○専門家（株）バイヤーズガイド）によるセミナーと個別相談会の開催 ○小規模事業者交流会の実施</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>1. 二本松市中心市街地活性化協議会（中活協）の運営と各地区協議会との連携 2. 二本松市共通商品券事業 3. 城下町魅力発信事業 ○城下町すたんぷラリー事業 ○さくらウォーキング事業 ○ファミリーサイクリング事業 4. 定住人口拡大事業 婚活イベント「Welcome 二本松 de 婚活」</p>
連絡先	<p>二本松商工会議所 中小企業相談所 住 所：福島県二本松市本町一丁目 60 番地 1 電話 番 号：0243-23-3211 F A X：0243-23-6677 ホームページ：http://nihonmatsu-cci.or.jp メールアドレス：ncci@nihonmatsu-cci.or.jp</p>

8 (別表 1)

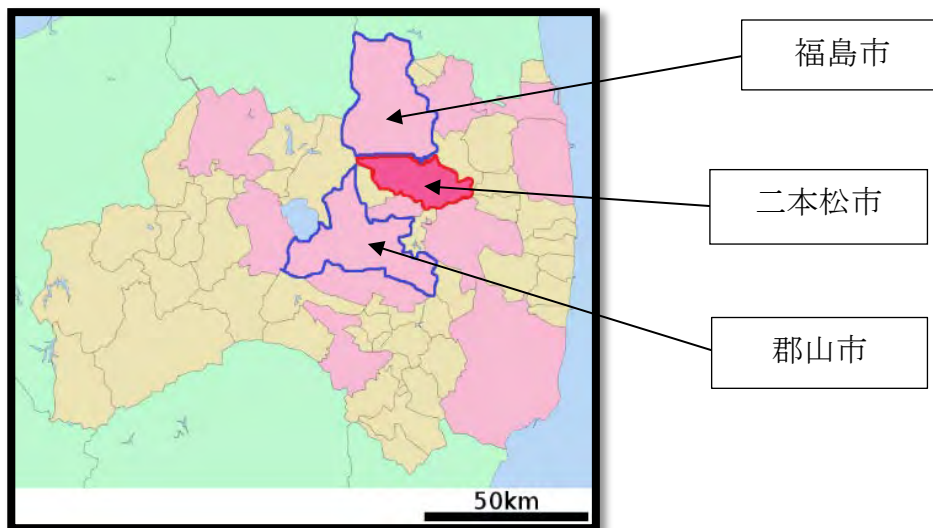
経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 福島県二本松市の概況について

二本松市は、福島県のほぼ中央部に位置する人口 55,677 人（平成 29 年 10 月 1 日現在）の城下町である。詩人・高村光太郎の「智恵子抄」に詠われ、日本百名山にも選定された安達太良山や阿武隈川等の自然資源、日本百名城の一つ二本松城（霞ヶ城）、「二本松提灯祭り」、「二本松の菊人形」、岳温泉等の豊富な観光資源を有し、酒造業や家具・和菓子製造業など藩政時代以来連綿と続く産業が主要産業を形成している。

交通アクセスにも比較的恵まれており、東北地方の大動脈である国道 4 号線や東北自動車道が市内を縦貫している他、J R 東北本線の三駅が設置されており、県都福島市や中核都市・郡山市への移動がスムーズである、という強みを持つ（図 1 参照）。



《図 1 二本松市と福島市・郡山市の位置図》

しかし、交通アクセスの良さは確かに当市の強みではあるが、その反面福島市と郡山市への人口・顧客流出が目立つことと、東京電力福島第一原子力発電所事故に代表される外的要因により経済的影響を非常に受けやすい環境となっている。隣接する福島市や本宮市、郡山市と比較をすると人口減少率は大きく増加しており、交通アクセスの良さといった地理的優位性を発揮できていない現状にある（図 2 参照）。経済活動の根幹は人口であり、この人口減少がもたらす現状は市内の小規模事業者の売上低下と連動し、次ページ以降に記す通り深刻な課題を抱えている。

図 2 の通り、平成 17 年 12 月には当時の二本松市・安達町・東和町・岩代町の 1 市 3 町が合併し、新二本松市が発足。合併当初は人口が 64,754 人であったが、約 10 年後の平成 28 年 10 月には 56,465 人にまで減少している。当市には旧二本松市を管轄する当所と、旧安達町・旧東和町・旧岩代町を管轄するあだたら商工会が設置されている。

なお、両団体が管轄する新市合併時（平成 17 年 12 月）と現在の人口・世帯・1 世帯あたりの人口の推移については図 3 の通りである。人口が減少している一方で世帯数は微増・1 世帯あたりの人口が減少といった傾向が明確になっているのが見て取れる。

□ □	2005 □	2010 □	2017 □	2005 ~ 2017 □ □ □ □ □	□ □	2005 □	2010 □	2017 □	2005 ~ 2017 □ □ □ □ □
□ □ □ □	63,178	60,215	55,677	11.87%	□ □ □	65,707	64,937	61,228	6.82%
□ □ □	297,357	294,171	281,757	5.24%	□ □ □ □ □	131,389	127,607	121,925	7.20%
□ □ □	69,289	66,343	61,613	11.08%	□ □ □ □	56,396	53,331	48,053	14.79%
□ □ □	31,367	31,760	30,760	1.94%	□ □ □	38,630	37,848	35,549	7.98%
□ □ □	338,834	338,992	334,753	1.20%	□ □ □ □	72,837	70,954	61,670	15.33%
□ □ □ □	80,364	79,714	76,626	4.65%	いわき□	354,492	344,933	345,531	2.53%
□ □ □	43,253	41,212	37,255	13.87%					

《図2 福島県内各市の人口推移》

	二本松商工会議所		あだたら商工会	
	□ □ 17 □ 12 □	□ □ 29 □ 10 □	□ □ 17 □ 12 □	□ □ 29 □ 10 □
□ □	35,339	31,244	29,415	24,433
□ □ □	11,225	11,727	7,719	8,117
□ □ / □ □	3.15	2.66	3.81	3.01

《図3 当所とあだたら商工会 各管轄区域内の人口・世帯数・1世帯あたりの人口》

なお、経済センサスによる当所管内の事業所総数、商工業者数、小規模事業者数の推移は右に示す図4の通りである。

特に、小規模事業者の減少率が大きいのが表から分かる。現在の当所会員数は851事業所であり、平成18年と比較すると実に17.9%の減少率である。

	2006 □	2017 □	□ □ □
	□ □ 18 □	□ □ 29 □	(%)
□ □ □ □ □	1,689	1,546	8.5
□ □ □ □ □	1,558	1,421	8.8
□ □ □ □ □ □ □	1,318	1,136	13.8
□ □ □	1,036	865	16.5

《図4 経済センサスによる小規模事業者数》

また、管内の業種別事業者数は図5の通りとなっている。

絶対数では卸小売業が最多となっているが、それらの大多数は次に多い宿泊・飲食サービス業との取引きといった密接な関係を持つ事業所である。

そのため、それらの業種を総合した観光・物産業が当市の主要産業であると共に地域経済を支える重要な役割を果たしている、ということが見て取れる。

ただし、会員数については当所調べによる。

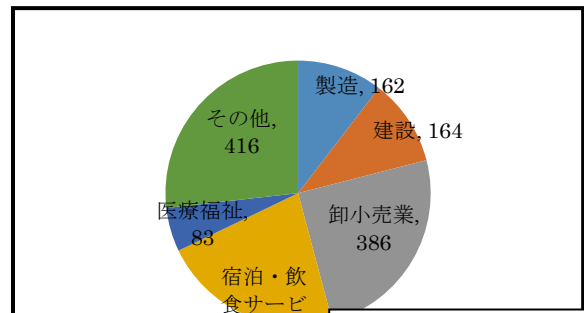


図5 業種別事業所数 (H24 経済センサスよ)

2. 小規模事業者（二本松市）の現状と課題について

平成 28 年 2 月、東日本大震災と東京電力(株)福島第一原発事故における当所会員事業所の現状調査と今後の対策を模索・検討するため、「二本松商工会議所会員実態調査」を平成 25 年度に引き続き実施したが、前回調査から約 3 年が経過したものの、状況は好転していないと言わざるを得ない。結果は以下に示した通りであるが、管内小規模事業者の深刻な売上減少と後継者不足などの実態が改めて浮き彫りとなった格好で、この対策が当所の直面する喫緊の課題であると捉え、本年度事業計画に掲げ小規模事業者支援法による本計画を策定し、重点事業として取り組むものである。

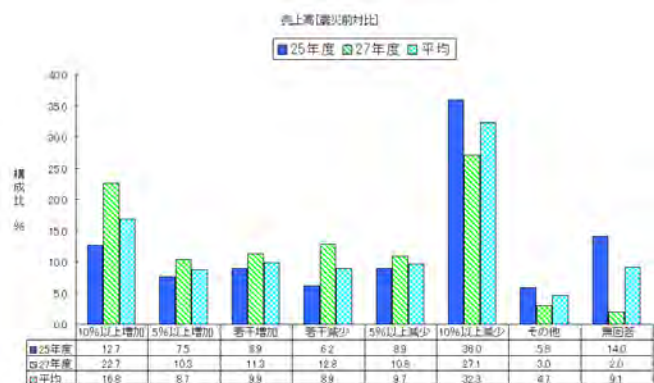
(1) 深刻な売上減少と後継者不足

「二本松商工会議所会員実態調査」（平成 28 年 2 月実施）によると、管内商工業者の近年の売上高の傾向に関しては『減少』との回答が多数であった。その割合は、『10%以上減少』が 27.1%と最多。観光・物産関連業をはじめ、東京電力福島第一原子力発電所事故に起因する除染事業に関する建設関連を除いて全業種に渡り深刻な状況が顕著となっている（図 5 参照）。

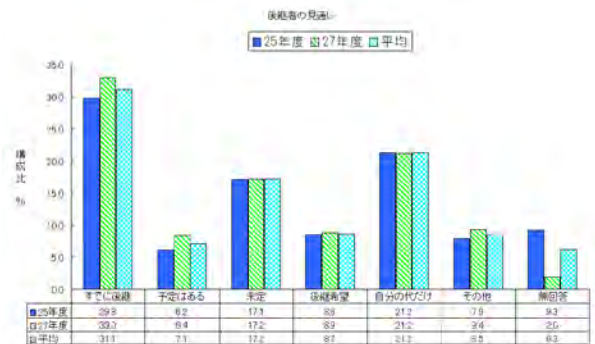
また、特に後継者の見通しに関し、『後継者がいる』と回答した事業所が約 3 割であり、無回答の事業所の実態推測すると、非常に深刻な実態であることが考えられ、将来的に最大の課題である（図 6 参照）。

(2) 消費税引き上げへの対応

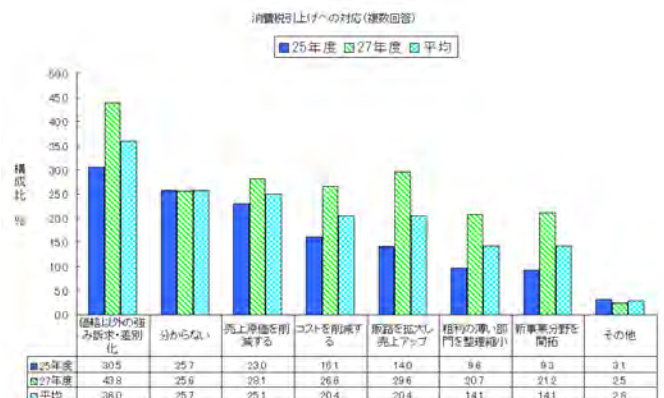
当所管内の小規模事業者においては、『消費税引き上げへの対応（複数回答）』について、価格競争激化への対応が強く意識されている。価格以外の面では、広報紙やインターネット動画などによる自社独自性の訴求・情報発信などの方策が極めて重要になると思われるが、小規模事業者個々の対応には限界があり、組織的な支援の必要性が明らかとなっている（図 7 参照）。



《図 5 売上高の傾向》



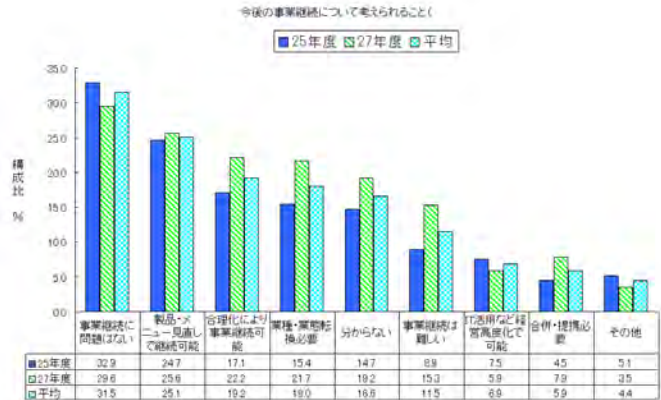
《図 6 後継者の見通し》



《図7 消費税引き上げへの対応》

(3) 販路開拓・新分野開拓の必要性

今後の事業継続の条件については、『事業継続に問題はない』と回答したのは僅か29.6%、次いで『製品・メニューの見直しによって継続が可能』と答えたのが25.6%であった。この結果から、業種・業態を問わず、管内小規模事業者にとっては販路や新分野の開拓が今後の事業継続における鍵となってくるのが分かる(図8参照)。



《図8 今後の事業継続について考えられること》

二本松商工会議所会員実態調査

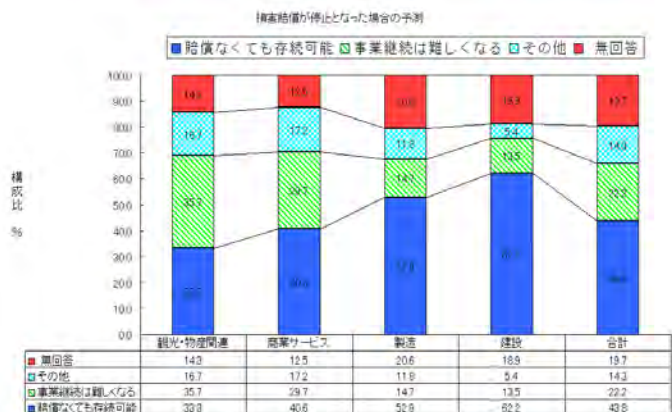
(4) 東京電力福島第一原子力発電所事故の影響

「二本松商工会議所会員実態調査」(平成28年2月実施)では、東京電力福島第一原子力発電所事故の影響についても前回に引き続き調査した(図9参照)。この中で、観光物産関連事業所は『未だに被害あり』と回答した事業所が50%と突出し、根強い風評被害に苦しむ実態が浮き彫りとなった。



《図9 業種別・原発災害の事業への影響》

風評被害に対する東京電力の損害賠償は、農業及び農業関連を除く全業種が実質的な打ち切りとなっている。その場合の事業の存続についての調査結果が図10である。この中でも観光物産関連事業所が唯一、『存続可能』より『継続困難』の回答が上回っており、その苦境ぶりが際立っている。



3. 二本松商工会議所の役割

当所は、昭和 44 年 10 月に設立。以降、旧二本松市内における経営相談や情報提供、調査研究はもとより地元商工業者の世論を代表し、行政に対する意見活動を行うなど地域の総合的な経済団体としての取組みを行ってきた。

現在、当所では地域の小規模事業者に対して経営指導員 3 名・補助員 3 名を中心に、各種情報提供や記帳指導、金融（融資・資金調達）指導を通し、改善普及事業を実施している。しかし、管内人口の減少や小規模事業者を取り巻く経営環境の厳しさを踏まえると、当所がこれまで行ってきた経営支援だけでは決して十分とは言えない状況である。そのため、今後は地域の総合経済団体として今まで以上に小規模事業者に寄り添った伴走型支援や他機関と連携を図りながら地域の活性化を図っていく必要がある。

4. 管内における小規模事業者の中長期的な振興のあり方

上記のような地域の現状と課題、そして当所の役割を踏まえ、10 年後以降も地域の小規模事業者が持続的発展を遂げていくために、以下の通り管内における中長期的な振興のあり方を策定する。

（1）管内小規模事業者へのきめ細やかな支援と更なる信頼関係の醸成

巡回やそれに伴う小規模事業者に必要な情報提供をといったコミュニケーションを通し、きめ細やかな支援と信頼関係の醸成を図ることで、“頼られる商工会議所、なくてはならない商工会議所”を目指す。

（2）管内交流人口の拡大を図る

二本松市の持つ強み（交通アクセスや豊富な観光資源）を活かし、管内の交流人口拡大を図ることで街中に賑わいを創出させる。

（3）創業・事業承継の支援

管内小規模事業者の高齢化と後継者不足は年々加速している状況であることから創業と事業承継の支援を行い、地域経済の新陳代謝の活性化促進と知的資産の保護を図る。

（4）確固たる支援体制の確立

専門性が高い課題解決やあらゆる経営相談にワンストップ対応できる仕組みを構築するため、確固たる支援体制を確立させる。

（5）経営指導員等職員の資質向上

商工会議所の職員には、全員に事業計画策定・税務・金融・創業・事業承継といった各支援における幅広い知識が求められる。職員一人一人の資質向上を図り、地域の支援機関としての全体的な底上げを図る。また、取得した情報や支援ノウハウは組織内で共有する体制を整備する。

5. 経営発達支援計画の目標とその達成のための方針

「管内における小規模事業者の中長期的な振興のあり方」を受け、以下の通り当所では平成30年度から5年間の目標を設定し、経営発達支援事業を通じて実現していく。

(1) 管内小規模事業者へのきめ細やかな支援と更なる信頼関係の醸成 を図るため…

- 管内小規模事業者の経営状況や地域経済の情報を収集・把握し、広く提供を図る。
- 事業計画の策定と作成後の実施支援を通して、持続的発展を遂げる小規模事業者を育成する。
- 需要の動向調査を通し、新たな商品やサービスの開発、物産振興といった販路開拓など経営の抜本的な見直しを支援する。
これらの取り組みにより、小規模事業者との更なる信頼関係の醸成を図り、持続的発展に寄与する。

(2) 管内交流人口の拡大 を図るため…

- 他機関や市内各団体と、課題やまちづくりにおける情報の共有及び各種事業の実施を通して管内の交流人口を拡大させ、二本松という地域のブランド化に取り組む。

(3) 創業・事業承継の支援 を図るため…

- 高齢化が進んでいる事業者に対する事業承継や後継者の育成、創業者に対するセミナーや個別相談会の実施といった、計画から創業後までの一連のフォローを通し、地域経済の新陳代謝の活性化と知的資産の保護、雇用の増進を図る。

(4) 確固たる支援体制の確立 を図るため…

- 外部支援機関、関係機関、行政、地元金融機関、専門家との連携を密にし、各種施策や指導ノウハウ、補助事業活用の事例といった情報交換を行う。

(5) 経営指導員等職員の資質向上 を図るため…

- 今回の経営発達支援事業に携わる中小企業相談所の職員間で、小規模事業者の抱える課題やこれまでの支援履歴、指導ノウハウといった情報を共有し、地域の支援機関としての全体的な底上げを図り、あらゆる経営相談にワンストップ対応できる仕組みを整備する。

当所は、これらの方針で、管内の支援機関として二本松市の中長期的な振興促進に貢献する。

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

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】

そもそも当所が支援を実施していく上で、小規模事業者の商品やサービス、強み、弱みを正確に把握していなければ適切な支援を行うことが出来ない。また、管内の特に小規模事業者の多くは国や行政による経済動向等の情報を経営に有効に活用できていないケースがほとんどである。さらに、所内においても他の機関から送付される各調査結果について、内部での回覧に留まるなどその情報が支援に最大限に活用されていなかった。

そのため、小規模事業者にとってより有益な情報を調査し、その経済動向の結果を有効に活用できるよう、広く提供を図っていく。

《事業内容》

①独自の経済動向調査の実施と情報の提供

【現状】：一部の資料やデータを基に、会員事業所を中心に情報の提供を実施していたが、ホームページや巡回訪問等における提供が不十分で、情報が有効に活用されていなかった。

【今後】：当所独自の「二本松商工会議所会員実態調査」や、「二本松市消費購買動向調査」を下記の通り実施することで、情報の収集と整理・分析・把握を経て広く提供を図ると共に、事業計画の策定支援を始めとする個社の経営相談や、今後の適切な支援策を講じるために有効活用する。

目 的

○二本松商工会議所会員実態調査（年 1 回実施）

管内小規模事業者を取り巻く経営環境や抱える経営課題を抽出し、今後の支援策を講ずるため、年 1 回実施する。

○二本松市消費購買動向調査（隔年実施）

購買動向（買い物先や商業集積のシェアなど）については福島県が調査を行っているが、当所ではそれに加え消費者の直接的なニーズも隔年で調査・実施する。

調査項目

○二本松商工会議所会員実態調査

・小規模事業者の概況（経営者の年齢、後継者の見通し、近年の売上動向）

- ・経営面で改善したい問題点
- ・東日本大震災前と比較した今後の見通し
- ・福島第一原発事災害の影響（損害賠償金の問題も含む）

- ・消費税増税による経営への影響とその対応
- ・中小企業支援施策活用の意向
- ・上記質問事項を業種別にまとめたもの

○二本松市消費購買動向調査

- ・回答者属性（地区別、世帯人員、年齢）
- ・購買動向（職業、交通手段、買物頻度、買物先、店舗選択理由、二本松市共通商品券の利用）
- ・消費者の直接的なニーズ（どういった商品やサービスを求めているのか）
- ・今後の地方創生について（地域の抱える問題、生活改善のための施策ニーズ）

調査手段と調査件数

○二本松商工会議所会員実態調査

対象事業者（商工会議所会員事業所+セミナー及び窓口相談にて対応した管内小規模事業者）約 1,000 件に調査票を送付。郵送により回収する。

○二本松市消費購買動向調査

二本松市内の小・中学校各 2 学年保護者約 1,000 世帯を対象に実施。なお、市の教育委員会の協力を得て、配布・回収共に各学校を経由する。

整理分析の手法

○二本松商工会議所会員実態調査

回収した結果については、小規模事業者にとって手に取りやすく分かりやすいよう業種別や企業規模別、課題別といった視点から整理・分析を行う。

○二本松市消費購買動向調査

回収結果は管内消費者全体のニーズ傾向を質問毎（例えば、管内でどういった商品やサービスを扱ってほしいか、どういった業種の店舗が出店してほしいか）に定性及び定量的に整理・分析する。

結果の活用

両調査の結果については、当所ホームページや毎月 10 日に市内全戸へ朝刊折込みとなる会報紙で会員・非会員問わず広く事業者へ周知すると共に巡回訪問を通して情報を提供し、事業計画の策定支援を始めとする個社の経営相談や、今後の適切な支援策を講じるために有効活用する。

②管内経済情勢の把握

【現状】：従来の地域金融機関との交流等により管内の経済情勢把握に努めていた。

しかし、これまで取得していた情報は会議等における金融機関からのコメントなどが主であり、例えば県が公表する各種調査のような客観的データに欠けており、十分な裏付けがないまま把握に至っていた。

【今後】：これまで自治体や地域金融機関により公表されていた景況レポート等に加え、地域経済分析システムRESASの可視化された情報を有効に活用する。RESASによって得られる産業や観光等の、“見える化”されたビッグデータを活用することで、より実態に即した管内の経済情勢の把握が可能となり、我々が支援すべき小規模事業者の販路開拓支援の下地となる情報の提供へと繋げていく。

また、今後の小規模事業者の持続的発展を支えていく上では、近隣の市町村の経済情報についてもきめ細やかにその収集に努めなければならない（その地域ならではのニーズやトレンドなど）。これらについては、他の商工会議所や商工会と連携を密にすると共に、日本政策金融公庫が主催する「小規模事業者経営改善貸付連絡協議会」にて情報収集と交換を図る。なお、本事業において収集したデータについては、当所広報紙やホームページ、各種会議を通して管内の小規模事業者を中心に広く提供するなど、フィードバックを実施していく。

目 的

特に、自治体や金融機関、RESASによる経済動向・情報は小規模事業者にとって馴染みの薄いものであることから当所が経営環境の変化について分析し、広く提供すると共に巡回指導等に活用する。

調査項目

- 自治体、地元金融機関により公表されている景況レポートを活用し、
 - ・管内の業種毎の業況と雇用情勢
 - ・管内の業種毎の震災からの復興状況と、今後の見通しを調査する。

- RESASによるビッグデータを活用し、
 - ・各種産業の地域経済への貢献度や地域内外との取引状況などの傾向（産業マップ）
 - ・観光戦略立案に必要な季節や時間帯毎の観光客の周遊傾向（観光マップ）
 - ・地域人口の推移や見込み、転入及び転出の傾向（人口マップ）を調査する。

- 他支援機関や地元金融機関、税理士を始めとする専門家との情報交換により、
 - ・地域の経済や支援の状況、金融動向、補助事業活用の情報を調査する。

調査手段

自治体や金融機関が発表している各景況レポート・RESASの活用と、近隣のあだ

たら商工会や福島県よろず支援拠点、地元金融機関（日本政策金融公庫、東邦銀行、二本松信用金庫）、税理士を始めとする専門家との情報交換を手段とする。

整理分析の手法

自治体や地元金融機関の景況レポート、RESASにより取得した情報をただ記載するのではなく、例えば今後拡大が見込まれる市場や縮小が予想される市場のデータにより、小規模事業者へ経営環境の変化をいち早く提供すると共に、実際に競合他社がその変化にどのように対応しているかといった事例を中小企業白書を活用しながら示し、積極的にフィードバックを図る。

結果の活用

分析した情報は、当所のホームページや市内全戸に朝刊折込みとなる会報紙で会員・非会員問わず広く事業者へ提供する。

また、月1回行う中小企業相談所内の打ち合わせで情報を共有し、巡回訪問や窓口相談においてどの職員が対応しても活用できる体制を整える。

なお、分析結果報告書の作成及び公表は年に二回（7月と1月を予定）行う。

<目 標>

項 目	現 状	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度
①独自の経済動向調査の実施と情報の提供			1			
○会員実態調査の実施・結果公表（毎年）	1	1	1	1	1	1
会員実態調査対象事業所数	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○消費購買動向調査の実施・結果公表（隔年）	0	1	0	1	0	1
消費購買動向調査対象世帯数	0	1,000	0	1,000	0	1,000
②管内経済情勢の把握						
○分析結果報告書の作成	—	2	2	2	2	2
○分析結果報告書の公表（7・1月）	—	2	2	2	2	2

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

地域内の小規模事業者の経営環境は依然厳しい状態が続いている。二本松市中心市街地活性化協議会との合同で実施した「二本松商工会議所会員実態調査」においてもその傾向は色濃く出ており、地域小規模事業者の持続的発展に向けた経営体質の強化及び改善が喫緊の課題である（先述の《図5 売上高の傾向》参照）。

そこで当所では、業種毎に特化したセミナーの開催や職員の巡回等におけるヒアリングなどを積極的に実施し支援先を抽出する。また当所が毎月発行する会報紙「にほんまつ会議所ニュース」は市民版として新聞折り込みにより配布されており、会員・非会員を問わず広く情報を提供可能である強みを最大限に活かし、本事業による支援対象事業所の発掘・抽出に繋げ、個社の経営体質の改善強化を目的とした経営状況分析事業を推進する。

また、東京電力福島第一原子力発電所事故による風評被害への損害賠償の実質的打ち切りも発表され、賠償対象事業所のほとんどが実質赤字経営であることから、今後の事業継続に際して大きな課題となっている。そこで、本分析において、小規模事業

者が受け取っている東京電力からの賠償金の有無や本来の売上額などを把握し、今後の事業計画策定の見直しへと繋げていく。

〈事業内容〉

① セミナー等の開催を通し支援先を抽出

【現状】：業種毎に特化したセミナーを年一回実施していたものの、詳細な経営分析にまでは至っておらず、個々の経営環境を把握しきれいでなかった。

【今後】：業種毎各部会や非会員の小規模事業者（商業、観光サービス業、製造・建設業）に特化したセミナーの開催を通し職員が事業者の経営状況等を把握すると共に、セミナー終了後には個別相談会の機会を設け、支援先の掘り起こしに繋げる。

セミナーでは、業種毎の特徴を捉えた SWOT 分析や簡易な財務分析の手法を紹介するだけでなく、ワークの時間を設け、参加者が自身で経営分析を実施する。これにより、参加者自身が簡易な経営分析を身につけられるようにする。

② 詳細な経営分析

【現状】：融資斡旋等の際の財務諸表による分析のみに終始していたため、その事業所が持つ強みや弱み、本当に必要な支援は何なのか…といった点が分析しきれいでなかった。

【今後】：職員巡回等を積極的に実施し、経営状況を分析する事業者を掘り起こす。

【今後】：また、当所が毎月発行する会報紙「にほんまつ会議所ニュース」により本

【今後】：経営分析サービスを広く周知し、掘り起こしに活用する。なお、「にほんまつ会議所ニュース」は市民版として新聞折込により配布されており、会員・非会員を問わず広く情報を届けられる媒体である。

掘り起こした事業者に対しては、職員が伴走型で経営分析を支援する。経営分析は、職員ごとのスキルの差により分析内容が変わらないよう、ローカルベンチマーク等の共通フォーマットを使用する。前述した「セミナー等を通じた経営分析」ではセミナーという特性上、事業者ごとに分析内容を変えることができないが、「詳細な経営分析」では、職員が個別に対応することができる。そこで、事業者毎に、より詳細な分析を行う。

具体的な分析内容は以下の通りである。

①財務分析

売上持続性（売上増加率等）、収益性（営業利益率等）、安全性（自己資本比率等）、効率性（営業運転資本回転期間等）、生産性（労働生産性等）、健全性（EBITDA 有利子負債倍率等）

②非財務分析

経営者（経営方針、経営意欲、後継者の有無等）、事業（強み、弱み、IT の活用状況等）、企業を取り巻く環境・関係者（市場動向、競合他社、主な取引先企業、東京電力からの賠償金の有無、本来の売上額等）、内部管理体制（組織体制、事業計画の有無、商品開発の体制、

人材育成の取組等)

経営分析により事業者の課題が出た場合は、職員が伴走型で課題解決を支援する。また、経営分析の結果は事業計画策定に活用する。

経営分析の結果、経営や税務、金融、労務、取引等の専門的な課題が出た場合は、中小企業基盤整備機構、福島県よろず支援拠点、福島県産業振興センター及びミラサポ等の専門家派遣制度を活用し、中小企業診断士や税理士などの専門家を派遣することで、課題解決を図る。また、専門家派遣を実施した際は、当初の経営指導員も帯同し、そのノウハウを吸収する。

<目 標>

項 目	現 状	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度
①セミナーを通じた経営分析						
・業種毎に特化したセミナー	3	3	3	3	6	6
・簡易な経営分析支援数	15	45	54	108	108	126
②詳細な経営分析支援数	0	20	20	30	35	40

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

過疎化と高齢化が同時進行する当地にあって、地域小規模事業者は重要な社会インフラの一部であるとの視点から、今後も事業継続が可能となるよう、売上増加、利益増加を目標とし「2. 経営状況の分析に関すること」で実施した事業者を主な対象とし、より専門的分析も加えるとともに需要動向や販路開拓も含めた事業計画策定を推進する。

また、事業承継を検討している事業者に対しては、事業計画策定を通じて、事業承継までのロードマップを明確にする。事業承継が迫っている事業者に対しては、第二創業者が事業を引き継いだ後、どのように事業を展開していきたいかを事業計画により明確化するなど、事業承継に対する支援を強化する。

更に、市産業の新陳代謝活性化を考える上では創業者支援も必要項目として当所では考えている。隣接するあだたら商工会や二本松市と連携し、創業希望者に対する支援を実施することで当市への新規事業者の参入と定着の後押しを図る。

<事業内容>

①事業計画策定の有効性の啓蒙

- 【現状】：小規模事業者持続化補助金の申請書作成説明会を開催しただけであった。
- 【今後】：事業計画策定は個社の持続的発展を目指すために有効であることを、会員
- 【今後】：を対象とした部会等の会議や、会員・非会員を問わず新聞折込により毎月
- 【今後】：発行している「にほんまつ会議所ニュース」で毎回周知することにより啓
- 【今後】：蒙する。また、巡回や窓口相談時にも、事業計画の有効性を啓蒙し、事業
- 【今後】：計画策定事業者の掘り起こしを実施する。

②事業計画策定支援の推進

- 【現状】：予算や人員などの観点から積極的に動けていなかった。
- 【今後】：前述した方法により発掘・抽出した経営状況分析を実施した事業所を主な対象とし、効率性・成長性分析を加え課題や強み、弱みなどを明確にする。

その後、税理士、中小企業診断士等の専門家や支援機関、必要に応じてメインバンクの金融機関を交え、その小規模事業者にとって最も効果的な事業計画を策定することにより、個社の持続的発展のために増収増益を目指す。特に、福島県では、東京電力福島第一原子力発電所事故による損害賠償対象事業者のほとんどが実質赤字経営であることから、今後も事業継続が可能となるよう黒字化転換を図るための事業計画策定等の支援が急務である。これらの事業者に対しては重点的に支援を実施する。

③事業承継事業所への事業計画策定支援の推進

【現状】：過去に二度、事業承継についてのセミナーを実施したのみであり、特に個別対応が不足していた。いわゆる“面”で支援する事業承継支援も必要で

【現状】：あるが、管内小規模事業者の後継者問題は先述の《図6 後継者の見通し》

【現状】：の通り、緊急を要する状態に迫ってきており、“点”（個別・個社）での支

【現状】：援不足が課題として浮き彫りになっている。

【今後】：先に挙げた《図6 二本松商工会議所会員実態調査 後継者の見通し》が示す通り、管内の小規模事業者において後継者がいない又は決まっていない事業所は約7割となっており、事業承継が円滑に進んでいないことを物語っている。

そこで、事業承継を検討している事業者に対しては、事業承継計画の作成を支援する。また、第二創業者に対しては、第二創業者が事業を引き継いだ後、どのように事業を展開していきたいかを事業計画で明確化する。

事業承継事業所の掘り起こしは、「2. 経営状況の分析に関すること」の経営状況を分析する際に、事業承継の実施予定の有無をヒアリングして行う。事業承継の予定がある事業者に対しては、後継者の有無を確認する。後継者がいる場合は、事業承継計画により、事業承継までのロードマップを明確化する。後継者がいない場合は、後継者探しや事業譲渡先の調査などを実施する。第二創業者への引継ぎが決まっている場合は、引継ぎ後の取組みについて、事業計画策定を通じて明確化する。

事業承継の支援においては福島県事業引継ぎ支援センターと連携する。具体的には、作成した事業承継計画に対するアドバイスや、後継者探し・事業譲渡先の調査を依頼する。

④創業者への創業計画策定支援の推進

【現状】：平成28年度より、二本松市の創業支援事業計画（産業競争力強化法）に基づき当所とあだたら商工会で創業支援のワンストップ窓口を設置。徐々に成果が出始めているものの、連携先がまだ少ない状態。

【今後】：創業者支援については、当所とあだたら商工会、二本松市商工課が連携す

【今後】：ることで支援体制の整備・充実を図る。具体的には、二本松市が経済産業省より認定を受けた、産業競争力強化法の規定に基づく創業支援事業計画のもと、当所及びあだたら商工会が創業支援のワンストップ窓口を設置し、資金の調達方法から創業計画書の作成、実際に創業した後のフォローアップまで総合的な支援を実施する。資金の調達方法については二本松信用金庫や東邦銀行、日本政策金融公庫等の金融機関と連携することで融資

の斡旋を図り、創業計画書の作成は、当所が主体となりながら、福島県中小企業診断協会の協力を仰ぐことで有効かつ確実性のある計画とする。

<目 標>

項 目	現 状	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度
①事業計画策定の有効性の啓蒙						
・部会等会議時の周知	—	24	24	24	24	24
・会議所ニュースでの周知	—	9	10	10	10	10
②事業計画策定者数（合計）		14	16	18	20	23
・事業計画策定事業者数	—	8	9	10	11	13
内（黒字化転換小規模事業者数）	—	(3)	(5)	(6)	(6)	(7)
・事業承継計画策定事業者数	—	3	3	4	4	4
・創業計画策定事業者数	—	3	4	4	5	6

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

現状は、事業計画策定事業所に対し、要望があった際はヒアリング等のフォローを実施していたが、能動的なフォローアップを実施できていたとはいえなかった。

そこで今後は、小規模事業者ごとの事業計画が策定終了後も、全ての計画策定事業者に対し、定期的（四半期に一度以上）に巡回訪問を実施し、進捗状況の確認や指導及びアドバイスをを行う。

過疎化と高齢化が同時進行する当地にあつて、地域小規模事業者は重要な社会インフラの一部である。つまり、事業所が事業承継の失敗により失われれば、それは重要な社会インフラの喪失ともいえる。そこで、当所は事業承継事業者に対するフォローについても重点的に支援を行っていく。

また、いわゆるシャッター商店街の解消と商業地域における新陳代謝の活性化を目的とした創業者に対するフォローにおいては、二本松市商工課や同じ支援機関のあだたら商工会とも連携しながら積極的に推進していく。

<事業内容>

①事業計画策定事業所のフォローアップ（既存、事業承継、創業事業所共通）

【現状】：事業計画策定支援の実績自体が少なかったため、効果的なフォローアップも実施出来ていなかった。

【今後】：事業計画策定終了後は、その計画内容の進捗状況の確認や指導、アドバイス等のフォローアップを四半期に一度実施していく。また、このフォローアップの状況を所内で共有し、組織的なフォローアップを図る。フォローアップの状況共有に関しては、訪問日、計画の進捗度、計画上の課題等を進捗管理シートにまとめ、相互の支援状況の見える化を図る。また、計画を遂行する上で、新たに出た課題に対しては、担当の経営指導員が解決策をアドバイスするが、経営指導員個人で対応が難しい問題に対しては、他の経営指導員からアドバイスを受ける。加えて、専門的な課題に対しては、福島県産業振興センター及びミラサボ等の専門家派遣制度を活用し、計画の実行を徹底的にバックアップする。

②事業承継事業所へのフォローアップ

【現状】：事業承継計画に基づいたフォローアップは実施してこなかった。

【今後】：事業承継計画を策定した事業承継事業所に対する巡回訪問では、訪問結果を福島県事業引継ぎ支援センターと共有し、アドバイスを受けるだけでなく、必要に応じて、同センターの専門家を派遣する。

また、“ヒト・モノ・カネ”の事業資産の中で、“ヒト”はその事業所にとっての後継者の確保であると同時に、他に類のない貴重な資産でもある。策定された事業計画の実行に伴う小規模事業者の持続的発展は、一代限りの事業所にはまず不可能であり、後継者問題を解決することが策定された事業計画を遂行させる上で最も重要な要素である。当所は、中小企業基盤整備機構東北本部が主催する事業承継支援会議名簿に登録しており、(平成26年度に事業承継セミナーを一度実施済み)有効な情報を他機関に先んじて入手し、今後も定期的に“ヒト”の確保を通じて事業計画の実施を支援する。また、“面”だけではなく、“点”での支援も行うため、例えば日頃の巡回訪問の強化や事業承継セミナー後に、専門家や中小企業基盤整備機構の事業承継アドバイザーによる個別相談会を実施する。

③創業者へのフォローアップ

【現状】：創業希望者への融資や手続き等の相談対応は随時実施していたが、創業後のフォローアップが不足していたことが今後に向けた課題である。

【今後】：創業者においては、創業後は計画通りに事業が実施できないことが想定される。この中で四半期ごとの巡回訪問では不十分なこともある。そこで、創業者に対しては、毎月電話による連絡を取り、課題が発生していた場合は、巡回訪問により具体的な課題をヒアリングし課題解決を図る。

また、県の空店舗支援事業である「中心市街地賑わい集積促進事業」や「活力ある商店街支援事業」の補助金の活用も創業者の負担軽減上有効であることから、地元団体との調整にあたって積極的に対応を図る。

昨年度は二本松市中心市街地活性化協議会と連携し、中心市街地区域内の空地・空店舗実態調査を実施した結果、220件のデータを収集した。今年度以降は、それらをデータベース化することで広く情報提供を行い、創業希望者を手厚く支援する。

<目 標>

項 目	現 状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
①事業計画策定事業所へのフォローアップ	—	56	64	72	80	92
内 (既存事業所の計画フォローアップ)	—	(32)	(36)	(40)	(44)	(52)
内 (承継事業計画フォローアップ)	—	(12)	(12)	(16)	(16)	(16)
内 (創業者へのフォローアップ)	—	(12)	(16)	(16)	(20)	(24)
②事業承継事業所へのフォローアップ						
・事業承継セミナー実施回数	—	1	1	1	1	1
・事業承継セミナー参加人数	—	15	18	21	25	30
・承継事業計画フォローアップ	上記①事業計画策定事業所へのフォローアップ内訳にて明記					
③創業者へのフォローアップ	上記①事業計画策定事業所へのフォローアップ内訳にて明記					

※①各フォローアップ件数は、各事業者を四半期に一度以上進捗状況確認の上、アドバイス・指導を実施するため、支援者数×4の目標値を設定しています。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

事業者が新たな商品や製品、サービスを市場に打ち出すためには、事前に入念な需要動向調査が求められるが、これまで多くの小規模事業者はその調査の必要性を認識しておらず、独自の経験や勘に頼っていた部分が多かったのが現状である。

そこで、今までの事業者自身の意識を変革させると共に、以下の取組みにより新たな商品や製品、サービスの需要を調査する。

〈事業内容〉

①専門家（㈱バイヤーズガイド）による個別相談会（個社の商品調査）

小規模事業者は、大手企業とのネットワークが少なく、これらの企業のバイヤーの生の声を聞く機会が少ない。

当所では、現状、セミナーを通じて、売れる商品作りの支援を行ってきた。今後は、セミナーだけでなく、個社の商品についてバイヤーからの意見を収集することで、商品のブラッシュアップに繋げる。

調 査	専門家（㈱バイヤーズガイド）による個別相談会
目 的	専門家（㈱バイヤーズガイド）のバイヤーに小規模事業者の商品を評価してもらうことにより、商品のブラッシュアップに繋げ、売れる商品作りを目指す。
支 援 対 象	①地域内で販売する商品の商品力を上げたいと考える事業者（和菓子店等） ②地域外（東京等）で商品を販売したいと考える事業者（お土産品製造業、木工家具製造業等）
頻 度	年1回
調 査 内 容	㈱バイヤーズガイドのバイヤーを当所に招聘し、事業者にも商品や製品を持ち寄った商品について、バイヤーが評価を行う品評会を実施。 なお、招聘するバイヤーにも得意分野があるため、年度毎にテーマを決め、テーマに合ったバイヤーを招聘する。具体的には、1年目は観光物産関連商品、2年目はお土産品（食料品）、3年目は木工家具を想定している。 商品・製品について以下の観点で評価を依頼する。 ・商品の見た目の良さ ・商品1個あたりの大きさ ・商品やパッケージの形/デザイン ・商品の味 ・商品の新しさ/斬新さ ・商品の価格 ・商品の取扱意向 ・その他改善点
活 用 方 法	評価を依頼する事業者及び経営指導員が品評会に同席する。品評会で得たアドバイスを受け、事業者が商品をブラッシュアップ。経営指導員が支援する。また、商品のブラッシュアップを支援することで事業計画の策定支援に繋げていく。

②「一店逸品フェア」での消費者向けヒアリング調査（個社の商品調査）

小規模事業者は、経営資源が限られているため、独自にマーケティング調査を行っている事業者の数は少ない。そこで、消費者の声を収集するため、「一店逸品フェア※」にてニーズ調査を実施する。

※一店逸品フェア

当所が開催する展示会。各参加店が一年間かけて作り上げた商品やサービスを展示するだけでなく、商品の発表会（『おひろめ会』）を実施する。地域内外から多くの消費者が来場するため、事業者と消費者の橋渡しとなるイベントでもある。

調 査	「一店逸品フェア」での消費者向けヒアリング調査
目 的	小規模事業者の商品（食料品や商品）を消費者に評価してもらうことにより、消費者ニーズに合った商品へとブラッシュアップする。
頻 度	年1回
調 査 対 象	各参加事業所が50名の消費者からのニーズ回収（ヒアリングにより調査）を目標とする。
調 査 内 容	参加事業者は、経営指導員と共同でヒアリング用のアンケート用紙を準備する。その後、「一店逸品フェア」において、来場客にヒアリングを実施する。 具体的なヒアリング内容は以下の通り <雑貨の場合> ※実際の商品を展示し、手に取ってもらいながら ・回答者の年齢／性別 ・商品の購買意欲 ・商品の新しさ／斬新さ ・商品の価格 ・商品の形、デザイン ・その他改善点 等 <食品（試食）の場合> ※各ブースでの試食を通して ・回答者の年齢／性別 ・商品の見た目の良さ ・商品1個あたりの大きさ（量） ・商品やパッケージの形／デザイン ・商品の味 ・商品の新しさ／斬新さ ・商品の価格 ・商品の取扱意向 ・その他改善点 等
活 用 方 法	調査結果は、当所が事業者毎にレポートにまとめ、事業者に提供する。レポートは、ヒアリング結果を回答者の基本属性毎に分析し、結果が一目で分かるよう工夫を行う。その後、商品のブラッシュアップを伴走型で支援する。また、これらの支援をすることで、事業計画の策定支援に繋げていく。

③外部情報を活用した商品等ニーズ調査（業界の商品調査）

当所ではバイヤーや専門家との接触の機会も多く、様々な情報収集が可能である。そこで、福島県首都圏情報発信拠点「日本橋ふくしま館（ミデッテ）」や仙台商工会議所主催「伊達な商談会」に参加しているコーディネーター（バイヤー経験者）から情報収集を行い、事業者に提供する。

調 査	外部情報を活用した商品等ニーズ調査
目 的	事業者が新たな商品・製品等を開発する際、プロダクトアウトの視点でのみ開発を行えば、売れる商品とはなりづらい。そこで、マーケットインの視点を提供するために、当所で売れる商品づくりに役立つ情報を収集・分析し事業者に提供する。
支 援 対 象	新たに商品開発を実施しようとする調査①②の事業者
頻 度	調査①②の実施に合わせて随時実施
調 査 内 容	以下の情報を収集・分析することで、売れ筋商品の傾向を掴む。 ①福島県首都圏情報発信拠点「日本橋ふくしま館（ミデッテ）」の物産販売担当者から、「福島県の地場産品、食料加工品の売上傾向（毎月のミデッテにおける地場産品・食料加工品売上ベスト10）」や「首都圏のトレンドやヒット商品の傾向」等の情報を収集する。 ②仙台商工会議所主催「伊達な商談会」に参加しているコーディネーター（バイヤー経験者）から、「直近過去5年間の、首都圏や伊達な商談会における出店商品のパッケージデザイン、量目、表示方法、価格、ターゲットにしている消費者層」といった傾向をヒアリングにより収集する。
活 用 方 法	調査結果は商品分類毎にレポートにまとめ、本項目①②の事業者に提供する。事業者が商品開発を行う際は、事業計画の策定を通じて伴走型で支援を行う。

<目 標>

項 目	現 状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
①専門家（㈱バイヤーズガイド）による個別相談会（品評会による調査支援事業者数	—	5	6	7	9	10
②「一店逸品フェア」での消費者向けヒアリング調査による調査支援事業者数	—	10	10	11	11	12
③外部情報を活用した商品等ニーズ調査の支援事業者数	—	15	16	18	20	22

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事【指針④】

小規模事業者は、人口の減少や消費者の生活スタイルの変化などにより需要減少という事態に直面している。加えて、資金・人材・商品開発力などの経営資源の制約から、価格競争力や販売力が大企業に比べると見劣りしてしまう。

しかし、その一方で顔の見える消費者との信頼関係に基づいた取引こそが大企業等には無い強みでもある。小規模事業者だからこそ対応可能な消費者ニーズを的確に捉え、価格競争に巻き込まれることのない商品やサービスの開発・提供を支援するため、下記に挙げる事業を通し、新たな需要を見据えた計画的な経営を支援する。

〈事業内容〉

①「伊達な商談会」と「ミデッテ」を活用した販路開拓支援（地域外への販路開拓）

【現状】：「伊達な商談会」については事業を通知するのみであり、出展者数も過去5年間で延べ10者という状況で、商談会を有効活用出来ていなかった。また、ミデッテへの出品については個店の対応に留まっていた。

【今後】：「伊達な商談会」は、仙台商工会議所主催による東北地方の事業者を対象とした事前予約型個別商談会である。本商談会は、バイヤー企業とサプライヤー企業が対一の商談を行う逆見本市型の形式であり、加工食品の他、工芸品や日用雑貨の事業者も対象となることから、県外や首都圏への販路開拓が期待できる。

「ミデッテ」へ出品することは、単に売上を確保するだけでなく、首都圏での他の店舗での販売へ波及することが期待できることから、前項『5. 需要動向調査に関する事』において取得した情報を基に、商品のブラッシュアップから出品手続き、表示方法、価格設定までの一連の支援を行う。今後は事業の情報をただ通知するのではなく、事前に仙台商工会議所を通じて本商談会に常駐するコーディネーター（百貨店や商社のバイヤー経験者）から現在求められている商品やニーズ、過去5年の商談会の傾向についてアドバイスをもらい、管内の観光物産関連事業者や①(株)バイヤーズガイドのセミナー・個別相談会の参加者、二本松物産協会へその情報を提供し、参加事業者の拡大を図る。

また、展示会に参加する事業者に対しては同様に本商談会に常駐するコーディネーターからアドバイスをもらい、展示方法や手続き相談の支援を行うなど商談成約率の向上を図る。

②一店逸品運動の更なる推進（地域内での販路開拓）

【現状】：平成17年の新市合併と二本松市共通商品券事業の開始を契機に魅力ある個店づくりを目的にスタートした一店逸品運動であるが、過去11年間実施することで、参加店の増強や地域への定着など一定の成果を収めることができた。しかし、ここに来て事業内容のマンネリ化や参加店数の伸び悩みが見え始めているのが現状である。

【今後】：当所は、平成17年よりNPO法人一店逸品運動協会の指導を受け、一店逸品運動を推進してきた。一店逸品運動とは、商店街活性化の一環として業種を問わず集まった各参加店が独自のサービスや商品を提供することで差別化戦略を進め、意識改革や個店と消費者との新しい信頼関係の形成を図ることで地域内の新たな販路開拓を目指す事業である。今後は以下の既存・新規の取組みを実施しマンネリ化からの脱却や参加店数の増強を進め、大型店に負けない魅力ある地域店づくりを目指していく。
また、P21にて後述する二本松市共通商品券事業と連携することで、商品券利用者にオリジナルサービスを実施するなど、新たな付加価値を与えることで地域経済の活性化に波及効果を生ませる。

一店逸品運動の取組み

- 専門講師による研究会（勉強会）の開催 ⇒ 毎月1回
NPO法人一店逸品運動協会より派遣される専門講師より、各店のおすすめ商品『逸品』が消費者ニーズに合致しているか、設定価格は妥当であるか、有効なPR手法の検討等の項目について指導を受ける。
- 専門講師による店舗レイアウトなどの個別指導 ⇒ 全参加店対象
実際に消費者が訪れる各参加店の実店舗を同じく専門講師が訪問し、外観を含めたレイアウトを診断し、来店や買い物をしやすい環境作りを整えることを目的とする。
- 消費者が全参加店を巡る、『お店巡りツアー』の実施 ⇒ 年2回
市内の一般消費者は地元の店がどこにあるのかわからないケースが多々ある。そこで、商工会議所女性会や地域婦人会を含めた一般消費者を対象に参加店を順に巡り、店舗とその事業内容をPRする試み。
- 一店逸品運動先進地視察研修の実施 ⇒ 年1回
全国各地の一店逸品運動先進地の視察を行い、今後の事業活動の参考とする。
- 一店逸品フェアの開催 ⇒ 年1回
一年間の集大成として一店逸品フェアを開催。各店が一年間かけて作りあげた商品やサービスを折込チラシやカタログの発行で打ち出し、商工会議所会館又は公共機関の一室を借り、商品の発表会（『おひろめ会』）を実施。新規顧客の開拓を図る。
なお、全店の逸品や情報が掲載されてあるカタログは3,000部発行し、各店舗や公共施設、地元の金融機関等で配布、フェイスブックの専用ページを活用するなど広く周知を図る。
- 二本松市共通商品券事業との連携 ⇒ 通年
現在16店の一店逸品運動参加店において、二本松市共通商品券を利用して買い物をした消費者に対し、オリジナルのサービスを実施する。
具体的には、商品券利用者に対し各店で実施しているポイントサービスの付与率増加や景品のプレゼント、割引といったオリジナルサービスを実施し、管内での経済の循環と商品券の利活用を図る。

③専門家（㈱バイヤーズガイド）によるセミナーと個別相談会の開催

【現状】：平成 28 年度は、『売れる商品開発と販路開拓の秘訣』と題し、セミナーを実施。業種を問わず多くの事業者が参加し、販路開拓におけるヒントを与えること出来たが、未だ目に見える結果は出ていない。

【今後】：地域性や市場のニーズ、傾向を正確に把握することが『売れるモノづくり（サービス）』へとつながる。そのため、地域内外の販路開拓事業に取り組む上記①②の事業者の商品やサービスのニーズ、開発、選定、提供方法について小規模事業者がこれまで意識する機会が少なかった、消費者心理中心にヒントや気づきを与えることを目的に、㈱バイヤーズガイドを講師に招き『売れるモノづくり（サービス）と販路開拓』をテーマにセミナーを開催する。㈱バイヤーズガイドはその名の通り、食品・商品や設備機器等の情報を伝えたい生産者と、その情報を知りたいバイヤーや仕入担当者を結びつけ、全国にそのネットワークを持つ商談の専門家である。

実際に平成 28 年度は、㈱バイヤーズ・ガイドから講師を招き、『売れる商品開発と販路開拓の秘訣』と題しセミナーを実施したところ、業種を問わず多くの小規模事業者が参加し、販路開拓の相手先を意識した商品やサービスの開発の重要性といったヒントを与えることが出来た。この取組みは次年度以降も継続していく予定であるが、今後は業種を限定（初年度は観光物産関連業を予定）し、かつ物産及び観光土産品の育成と販路開拓を目指す二本松市物産協会と合同でセミナー後に個別相談会の場を設け、同社が持つ百貨店やバイヤーとのネットワークを活用し、ダイレクトに商談の場へ導くなどスピード性のある販路開拓を実現させる。

④小規模事業者交流会の実施

【現状】：『会員交流会』という形で過去に二度実施したのみであった。

【今後】：本事業は、高度な技術やサービス・魅力的な商品を保持しつつもそれを外部にアピールできる機会やネットワークが限られている、製造・建設業の事業者を主な対象として行うものである。

製造・建設業の事業者に対しては、これまで過去に実施実績がある会員交流会を、会員・非会員を問わない『小規模事業者交流会』という形に変更し、出展事業者の製品やサービスを展示するコーナーや、商談スペースを設けるなど、情報交換や取引拡大などのビジネスチャンスの場として実施する。

なお、当所のホームページや会報誌（管内新聞折込）において広く広報することで非会員事業所へも周知を図る。

<目 標>

項 目	現 状	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度
①「伊達な商談会」への出店支援						
○「伊達な商談会」出店支援件数	3	6	7	8	9	10
○「伊達な商談会」商談成約件数	1	3	4	5	6	7
②一店逸品運動の更なる推進						
○専門講師による全参加店店舗指導	1	1	1	1	1	1
○一般消費者参加者数（延人数）	未実施	40	40	50	50	60
○おひろめ会来場者数	120	150	170	200	220	250
○新規顧客獲得小規模事業者数	2	4	5	6	7	8
③バイヤーズガイドによる販路 開拓（商談成約件数）	—	3	4	4	5	5
④小規模事業者交流会の実施						
○小規模事業者交流会実施回数	0	1	1	1	1	1
○ビジネスマッチング件数	0	2	2	3	3	3

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

1. 二本松市中心市街地活性化協議会（中活協）の運営と各地区協議会との連携

二本松市中心市街地活性化協議会（中活協）は、平成19年に二本松商工会議所とNPO法人まちづくり二本松を必須構成員として設立された。他の構成員には子育て支援、身障者支援、東京電力福島第一原子力発電所事故を契機に当地にて避難生活を余儀なくされている浪江町のNPO法人も加わっており、これら多様な団体と綿密な連携を図りつつ管内の活性化を目指している。

また、中心市街地区域内には、若宮・松岡まちづくり協議会（市内 若宮・松岡地区）、本町まちづくり協議会（市内 本町地区）、亀谷まちづくり協議会・NPO法人法人亀谷まちづくり処露伴塾（市内 亀谷地区）、竹田根崎まちづくり協議会・NPO法人たけねっと（市内 竹田・根崎地区）といった各ローカル協議会が町内会組織を母体に地域住民主導で設立され、それぞれが自立した活動を継続させると共に地域課題の共有や「イルミネーション事業」、後述する城間町魅力発信事業での「おもてなし事業」といった各種事業と年間10回を超す協議を行っている。

これら各ローカル協議会と当所（二本松商工会議所）、NPO法人まちづくり二本松、二本松市、あだたら商工会、医療福祉・公共交通・観光・教育、治安防災の各機関（P29参照）によって構成される二本松市中心市街地活性化協議会の機能と協議の機会を活用し、今後も商店街をはじめとする地域小規模事業者の活性化や城下町としての魅力の発信、定住人口の拡大など二本松地域の活性化と地域における関係者間での意識の共有を図るため、以下の2～4の事業の通り実施していく。

2. 二本松市共通商品券事業

平成17年の新二本松市誕生を契機として当所で始まった二本松市共通商品券発行事業は今年度で10年目を迎え、平成28年9月時点で発行総額は3億9,800万円となるなど交換需要が順調に推移し、市内加盟店における購買意欲の促進と消費拡大を図ることが出来ている。昨年度5月に国土交通省の管轄のもとスタートした省エネ住宅エコポイント交換事業の交換商品として二本松市共通商品券を登録し、更なる需要拡大を図っているところである。

また、昨年度はこれまで実施してきた10%のプレミアム分を付与した商品券販売事と併せて、他自治体と同様に、国の地方創生関連の交付金事業を受けて20%のプレミアム分を付与した「二本松市緊急生活大応援プレミアム付商品券発行事業」を、隣接するあだたら商工会と連携・実施し、市全域における経済の活性化を図った。

なお、二本松市共通商品券の流通状況については、市内の金融機関によって組織されている二本松市金融団との情報交換を図りながら今後も市内の消費動向に資するよう事業を進めていく。

3. 城下町魅力発信事業

当所は平成22年度からおもてなしの観光まちづくり、街中回遊性の促進を目的に城下町すたんぷラリーを継続的に実施してきた。参加店数は年々増加し、地域経済の活性化策として一定の効果を果たしてきている。

昨年度は、福島県においてJR東日本が主催する大型観光イベント「ふくしまデザインレーションキャンペーン」が実施され、市内全域において観光に対する気運が高まり、観光・サービス業を中心に“おもてなし”を前面に出した事業・試みなどが広がりつつある。これを契機に、これまで情報発信面で遅れを取っていた小規模事業者のPRへと繋げることを目的に、下記の事業を実施していく。

①城下町すたんぷラリー事業

二本松市の象徴的観光スポットである県立霞ヶ城公園（春の花見や秋の「菊人形展」の会場）と、JR二本松駅前に立地する大山忠作美術館。これらの観光スポット2ヶ所にチェックポイントを設け、消費者や観光客が買い物や観光等で市内の事業所を巡る「城下町すたんぷラリー」は、昨年度で5回目の実施となった。これにより、今まで単なる通過型であった当市の観光を街中回遊型へ転換させることに成功しつつあり、参加事業所・消費者（観光客含む）の双方へ喜ばれるイベントとして定着してきている。

なお、規模は毎年拡大し続けており、参加事業者数は92店、参加者は延べ2,200名を超えている。

②桜ウォーキング事業

城下町の特性的の一つとして寺院が多いことが挙げられるが、当市にあっても同様に市内の寺院には樹齢300年を超える桜の名木が数多く存在している。当所はこの名木達が彩る春の風景を「さくらウォーキング」と題し、回遊性を持たせた観光イベントとして実施をしてきた。また、二本松市には当事業で連携する青年海外協力隊（JICA）二本松訓練所が設置されており、全国から集まる訓練生達が参加し、若い青年層の力で大いにイベントを盛り上げ、訓練終了後は各地で二本松をPRすることで観光振興の一翼を担っている。参加者数は市内外から数百名と毎年好評を博している。

③ファミリーサイクリング事業

近年の健康志向の高まりを受け、当所では二本松サイクリング協会と共催で「ファミリーサイクリング大会」を実施している。これは、社会一般の福祉増進と親子の触れ合い、加えて当市の隠れた観光資源のPRを目的としている。また市内各所では、地域まちづくり団体による参加者へのおもてなし事業を実施し、市内外百名超の参加者から高い評価を受けている。一般道を使用するため規模の拡大は望めないが、更なる質の向上を図り継続実施を目指していく。

4. 定住人口拡大事業 婚活イベント「Welcome 二本松 de 結活」

本申請の冒頭に記したように、二本松市は著しい人口減少と小規模事業者の後継者不足が深刻かつ危機的な状況に陥っている。そのため、昨年度から異性との出会いの機会に乏しい結婚を希望する男女にその機会を提供し、加速化する人口減少のスピードに一定の歯止めをかけ、“まち”としての社会基盤を維持することを目的に、婚活イベント「Welcome 二本松 de 結活」の開催をスタートさせた。二本松市、あだたら商工会との連携を図りながら、今年度も標記定住人口拡大事業を年2回実施していく。

昨年度は初めての試みということで、イベント色がやや強かった等反省事項も無いではなかったが、地元報道機関やラジオ等でPRを行ったこともあり比較的早い段階で男女共に定員に達した他、実際にイベント参加者から成婚したペアが生まれるなど

上々の事業スタートとなった。今後も参加者アンケート等を十分考慮・分析し、より多くの効果を生むイベントとなるよう事業を推進していく予定である。

<目 標>

項 目	現 状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
3. 城下町魅力発信事業						
①城下町すたんぷラリー事業 (参加店数)	92	95	98	100	102	105
②桜ウォーキング事業 (参加者数)	500	500	500	500	500	500
③ファミリーサイクリング事業 (参加者数)	150	150	150	150	150	150
4. 婚活イベント「Welcome 二本松 de 婚活」 年2回実施による参加者数	—	80	80	80	80	80

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

当所が実施する様々な指導・支援においては、何と云っても経営に関する情報の収集を行い、その機会に乏しい小規模事業者の支援にあたることが重要である。そのため、当所は下記の内容において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を図る。

また、そこで得られた情報については当所のホームページや会報紙、各種会議における添付資料で随時フィードバックする。

目 的

本計画を達成するため他の支援機関との連携を進め、小規模事業者への支援ノウハウや販路開拓事例、必要とされる金融・各種需要の動向、補助事業活用の事例、創業支援に関する動向について情報を交換する。情報交換した内容については、巡回訪問や個別相談時に随時事業者へ提供し、新たな需要の開拓や円滑な資金調達に繋げる。

情報を交換する他支援機関とその頻度

- 管内のあだたら商工会・本宮市商工会・大玉村商工会、東北税理士会二本松支部と年に2回、小規模事業者支援のノウハウや補助事業の事例、税務情報等について情報を交換し、支援能力の向上や共同事業の実施、共通する課題の解決に活用する。
- 地元金融機関（東邦銀行、二本松信用金庫、福島県商工信用組合、大東銀行、福島銀行、JAふくしま未来）との協議を年2回実施し、支援機関に必要な金融情報や地域経済・需要の見込みについて情報交換し、金融指導や今後の融資における事故率低下へと繋げる。
- 創業支援については二本松市商工担当課や地元金融機関、あだたら商工会、日本政策金融公庫福島支店と、創業融資制度や成功事例といった情報交換を目的に二本松市創業支援連絡協議会を年2回開催し、創業者向けの新たな融資メニューや補助制度を検討する。
- 小規模事業者支援、事業計画作成及び各補助事業事例については県内の9の他の

商工会議所と年2回情報を交換することでその共有を図る。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

これまで、小規模事業者に対する経営支援については、特定の職員に依存する形が続いており、相談に訪れた事業者の経営状況やこれまでの支援履歴を共有する仕組みも構築されていなかった。そのため、以下の取組みにより、経営指導員等職員の資質向上と支援体制を確立させる。

①外部研修会への積極的参加（Off-JT）と学習報告書による情報共有

経営指導員に限らず、日本商工会議所や福島県商工会議所連合会が主催する各種研修会へ積極的に参加し、経営支援力の向上に努める。また、研修内容は「学習報告書」という形でアウトプットし、定期的（月1回）に行う課内打合せ会議で報告することで研修会に参加できなかった職員に対してもその情報を共有させる。

②職員間の支援能力の向上（OJTによる資質向上）

先述の通り、これまで小規模事業者の経営支援にあたっては特定の職員に依存する形が続いていたことから、普段の支援業務を通じて特に若手職員や相談業務経験の浅い職員のスキルアップを図る。具体的には、事業者に対する巡回や窓口相談の際に、指導経験のある職員と経験の浅い職員が二人一組となって対応し、その指導やアドバイスの内容、情報収集方法を学ぶなど、OJTを通し支援能力の向上を図る。また、専門的課題の解決にあたっては外部の専門家を依頼することとなるが、専門家の指導時には必ず職員が同行・同席し、支援ノウハウやスキルを習得する機会とし、今後の支援能力向上へと繋げる。

③組織内で情報やノウハウを共有する体制の構築

①～②で得られた支援ノウハウや、これまでの経営発達支援事業において記載した小規模事業者の経営状況、策定した事業計画、創業支援、事業承継支援、販路開拓支援、各種（地域経済、需要動向）調査といった情報の共有については、その内容毎に電子カルテ（商工会議所標準業務処理システム「TOAS」）への記録及びファイリングを行うことで、組織の財産として保有・共有する体制を構築する。

3. 事業の評価及び見直しをするための取組みに関すること

本事業の計画に記載されている事業実施状況や成果については、1年単位で下記の通り評価・検証を行っていく。

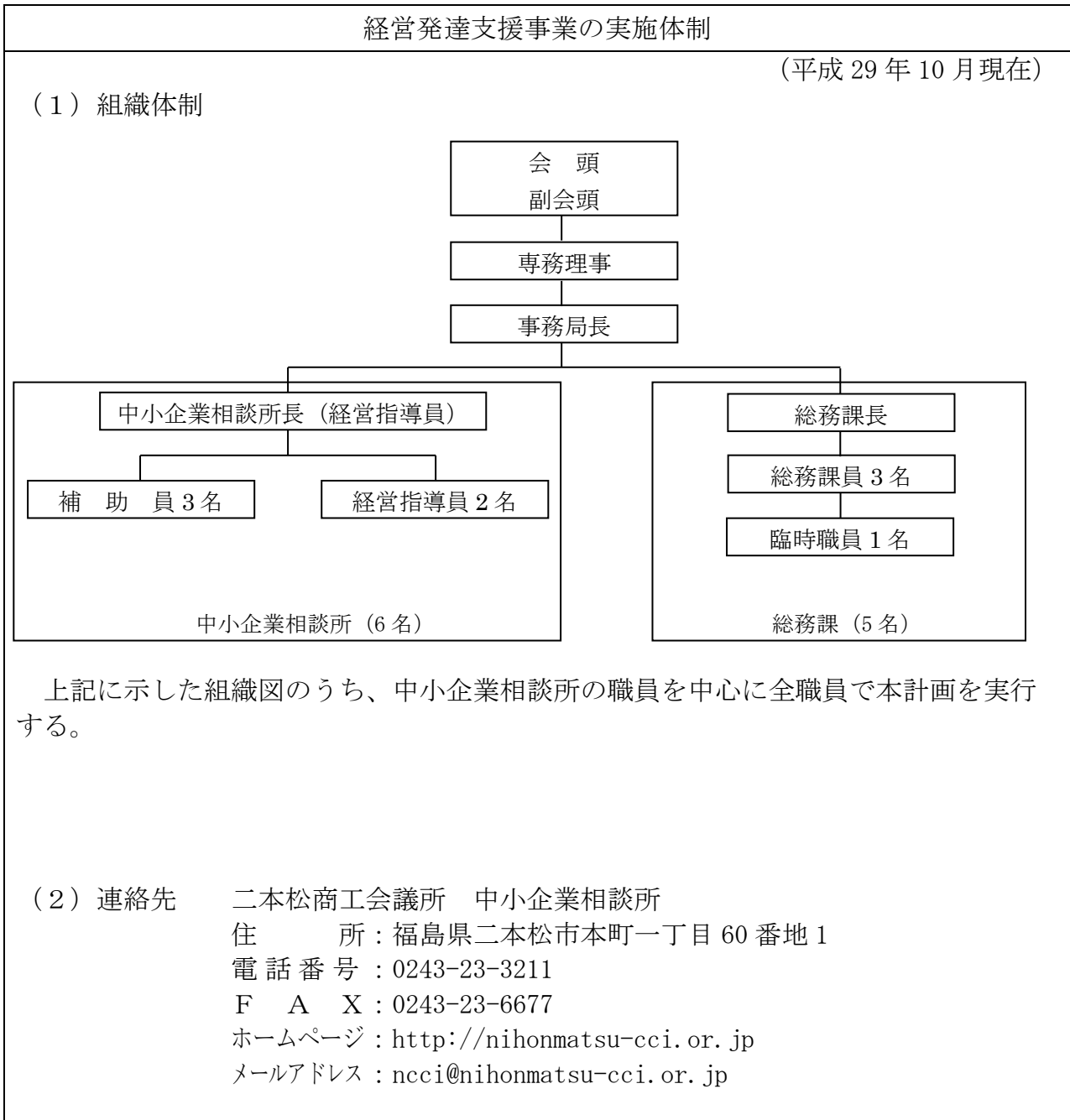
①中小企業診断士、税理士といった専門家や市商工担当課の外部有識者により、事業計画の進捗状況や評価、又は見直しを行う。

②事業計画の成果、評価、見直し等の検証結果については、当所の正副会頭会議及び常議員会へ報告し、承認を受けるものとする。事業見直しの必要がある場合は正副会頭の判断のもと、その見直しと修正案を協議する。

③1年単位での事業報告及びその成果については当所の総会資料に記載し、総会にて報告する他、ホームページ（<http://www.nihonmatsu-cci.or.jp/>）にて公表する。

(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30年度 (30年4月以降)	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	11,992	11,922	12,442	12,552	13,092
I. 経営発達支援事業の内容					
1. 地域の動向調査に関すること					
①独自の経済動向調査の実施と情報の提供	800	400	800	400	800
②管内経済情勢の把握	50	50	50	50	50
2. 経営状況の分析に関すること					
①セミナー等の開催を通し支援先を抽出	550	700	700	850	850
②詳細な経営分析	100	100	100	150	150
3. 事業計画策定支援に関すること					
①事業計画策定の有効性の啓蒙	180	200	200	350	350
②事業計画策定支援の推進	50	70	70	100	100
③事業承継事業所への事業計画策定支援の推進	50	70	70	100	100
④創業者への創業計画策定支援の推進	100	100	120	120	150
4. 事業計画策定後の実施支援に関すること					
①事業計画策定事業所のフォローアップ	50	50	70	70	100
②事業承継事業所へのフォローアップ	150	150	150	150	150
③創業者へのフォローアップ	100	100	120	120	150
5. 需要動向調査に関すること					
①専門家による個別相談会	150	150	200	250	300
②『一店逸品フェア』での消費者向けヒアリング調査	50	50	50	50	50
③外部情報活用商品ニーズ調査	50	70	80	80	80
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること					
①「伊達な商談会」「ミデッテ」販路開拓	150	200	200	200	200
②一店逸品運動の更なる推進	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
③㈱バイヤーズガイド活用販路開拓	200	250	250	300	300
④小規模事業者交流会の実施	500	500	500	500	500
II. 地域経済の活性化に資する取組					
1. 二本松市中心市街地活性化協議会の運営と地区協議会との連携	300	300	300	300	300
2. 二本松市共通商品券事業	1,680	1,680	1,680	1,680	1,680
3. 城下町魅力発信事業	2,450	2,450	2,450	2,450	2,450
4. 婚活イベント「Welcome 二本松 de 婚活」	2,600	2,600	2,600	2,600	2,600
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	32	32	32	32	32
2. 経営指導員等の資質向上等に関すること	50	50	50	50	50
3. 事業の評価及び見直しをするための取組みに関すること	100	100	100	100	100

(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
<ul style="list-style-type: none"> ・会費収入 ・福島県補助金 ・二本松市補助金 ・各種事業収入 ・伴走型補助金

(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	
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】	
連携者	事業内容
福島県	「消費購買動向調査」や「景気動向指数」の利活用
福島県よろず支援拠点	管内経済及び小規模事業者の状況の情報共有
あだたら商工会	二本松市内経済団体としての連携強化及び情報交換
(株)東邦銀行二本松支店	管内経済状況の情報共有、景況レポートの利活用
二本松信用金庫	管内経済状況の情報共有、景況レポートの利活用
(株)日本政策金融公庫福島支店	管内経済状況の情報共有、景況レポートの利活用
東北税理士会二本松支部	管内経済及び小規模事業者の状況の情報共有
2. 経営状況の分析に関すること【指針①】	
連携者	事業内容
福島県	「消費購買動向調査」や「景気動向指数」の利活用
二本松市中心市街地活性化協議会	二本松市中心市街地活性化協議会が所持している「消費購買動向アンケート調査」等データの利活用
福島県中小企業診断協会	アンケート等によって得られた情報を活用した経営分析
東北税理士会二本松支部	決算業務に携わる専門的視点からの経営分析
福島県よろず支援拠点	生産、販売、経営資源等総合的な視点からの経営分析
あだたら商工会	二本松市内経済団体としての連携強化及び情報交換
(株)東邦銀行二本松支店	専門的知見からの経営分析サポート、管内の金融・融資状況について情報交換
二本松信用金庫	専門的知見からの経営分析サポート、管内の金融・融資状況について情報交換
3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】	
連携者	事業内容
福島県	福島県の実施する補助事業等の有効活用及び情報提供
二本松市	二本松市の実施する補助事業等の有効活用及び情報提供
福島県中小企業診断協会	事業計画の策定に特化した専門的視点からのサポート

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

連 携 者	事 業 内 容
二本松市	当所及びあだたら商工会と連携した創業支援体制の整備
あだたら商工会	当所及び二本松市と連携した創業支援体制の整備
独立行政法人中小企業基盤整備機構東北本部	事業承継支援会議を通じたセミナーやそれに付随する個別相談会のサポート
二本松信用金庫	事業承継及び創業に係る資金調達面のサポート
(株)東邦銀行二本松支店	事業承継及び創業に係る資金調達面のサポート
(株)日本政策金融公庫福島支店	事業承継及び創業に係る資金調達面のサポート
二本松市中心市街地活性化協議会	中心市街地区域内の空地・空店舗のデータベース化等
福島県事業引継ぎ支援センター	事業承継におけるアドバイスや、後継者・事業譲渡先探しのサポート

5. 需要動向調査に関すること【指針②】

連 携 者	事 業 内 容
福島県	首都圏情報発信拠点「ミデッテ」からの需要動向情報取得
(株)バイヤーズガイド	セミナーによる販路開拓・需要動向についての意識改革

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針②】

連 携 者	事 業 内 容
仙台商工会議所	「伊達な商談会」を通じた会員事業所への販路開拓支援
二本松市	「二本松産業活性化セミナー」を通じた販路開拓支援
NPO法人一店逸品運動協会	「一店逸品運動」を通じた会員事業所への販路開拓支援
(株)バイヤーズガイド	個別相談会によるビジネスチャンスの提供
二本松観光協会	(株)バイヤーズガイドのセミナー・個別相談会の合同開催

II. 地域経済の活性化に資する取組

1. 二本松市中心市街地活性化協議会（中活協）の運営と各地区協議会との連携

連 携 者	事 業 内 容
二本松市中心市街地活性化協議会（中活協）	当所及び二本松市と連携した中心市街地活性化推進
二本松市	当所及び中活協と連携した中心市街地活性化推進
NPO法人まちづくり二本松	当所及び中活協との問題共有や中心市街地の活性化推進
若宮・松岡まちづくり協議会	当所及び中活協との問題共有や中心市街地の活性化推進
本町まちづくり協議会	当所及び中活協との問題共有や中心市街地の活性化推進
亀谷まちづくり協議会	当所及び中活協との問題共有や中心市街地の活性化推進
NPO法人亀谷まちづくり処露伴塾	当所及び中活協との問題共有や中心市街地の活性化推進
竹田根崎まちづくり協議会	当所及び中活協との問題共有や中心市街地の活性化推進
NPO法人たけねっと	当所及び中活協との問題共有や中心市街地の活性化推進
まちづくりNPO新町なみえ	当所及び中活協との問題共有や中心市街地の活性化推進
社会福祉法人二本松市社会福祉協議会	当所及び中活協との問題共有や中心市街地の活性化推進
あだたら商工会	当所及び中活協との問題共有や中心市街地の活性化推進
二本松観光協会	当所及び中活協との問題共有や中心市街地の活性化推進
二本松市立第一中学校PTA	当所及び中活協との問題共有や中心市街地の活性化推進

2. 二本松市共通商品券事業

連 携 者	事 業 内 容
二本松市金融団	二本松市共通商品券の流通に係るアドバイス、情報提供
二本松サービス会 (二本松市共通商品券発行事業委員会構成員)	二本松市共通商品券の発行を通じた管内消費拡大の推進
二本松市商店街連合会 (二本松市共通商品券発行事業委員会構成員)	二本松市共通商品券の発行を通じた管内消費拡大の推進
岳温泉観光協会 (二本松市共通商品券発行事業委員会構成員)	二本松市共通商品券の発行を通じた管内消費拡大の推進

福島県理容生活衛生同業組合二本松支部 (二本松市共通商品券発行事業委員会構成員)	二本松市共通商品券の発行を通じた管内消費拡大の推進
二本松三業組合 (二本松市共通商品券発行事業委員会構成員)	二本松市共通商品券の発行を通じた管内消費拡大の推進
二本松美容師会 (二本松市共通商品券発行事業委員会構成員)	二本松市共通商品券の発行を通じた管内消費拡大の推進
二本松市 (二本松市共通商品券発行事業委員会構成員)	二本松市共通商品券の発行を通じた管内消費拡大の推進

3. 城下町魅力発信事業

連携者	事業内容
東日本旅客鉄道(株)二本松駅	観光イベント「ふくしまディスティネーション」を通じた各種事業の連携
二本松市	城下町魅力発信事業の各種イベントを通じた連携
独立行政法人国際協力機構二本松青年海外協力隊訓練所	城下町魅力発信事業「さくらウォーキング」における連携
二本松サイクリング協会	城下町魅力発信事業「ファミリーサイクリング」における連携

4. 定住人口拡大事業 婚活イベント「Welcome 二本松 de 婚活」

連携者	事業内容
二本松市	定住人口拡大のための「婚活事業」に関する協賛及び財政支援
あだたら商工会	婚活事業の共催、後継者育成事業に関する情報交換

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

連携者	事業内容
二本松市金融団	地域小規模事業者への貸付・資金の需要動向情報交換
(株)日本政策金融公庫福島支店	「小規模事業者経営改善貸付連絡協議会」による意見交換や管内情勢・企業動向の情報共有
二本松税務署	「小企業者記帳指導協議会」による税制度及び改正点の確認と意見具申
東北税理士会二本松支部	「小企業者記帳指導協議会」による税制度及び改正点の

	確認と税務支援・記帳指導にかかる意見交換
あだたら商工会	「小企業者記帳指導協議会」による税制度及び改正点の確認と税務支援・記帳指導にかかる意見交換
本宮市商工会	「小企業者記帳指導協議会」による税制度及び改正点の確認と税務支援・記帳指導にかかる意見交換
大玉村商工会	「小企業者記帳指導協議会」による税制度及び改正点の確認と税務支援・記帳指導にかかる意見交換

連携者及びその役割

連 携 者	事 業 区 分	役 割	連携すること による効果
<p align="center">福島県</p> <p>県 知 事：内堀 雅雄 〒960-8670 福島県福島市杉妻町2番16号 TEL：024-521-1111（代表）</p>	<p>I. 経営発達支援事業</p> <ol style="list-style-type: none"> 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 経営状況の分析に関すること【指針①】 事業計画策定支援に関すること【指針②】 需要動向調査に関すること【指針②】 	<ul style="list-style-type: none"> ○県公表の「消費購買動向調査」や「景気動向指数」などの有効活用 ○事業計画策定に繋がる補助事業の周知・活用 	<ul style="list-style-type: none"> ○「消費購買動向調査」等のデータ活用により、実態に即した管内経済情勢の把握が可能となる。 ○事業計画策定に繋がる有効な補助事業精度の周知や活用により、きめ細やかな支援が可能となる。 ○首都圏情報発信拠点ミデッテからの需要動向情報取得
<p align="center">二本松市</p> <p>市 長：新野 洋 〒964-8601 福島県二本松市金色403番地1 TEL：0243-23-1111（代表）</p>	<p>I. 経営発達支援事業</p> <ol style="list-style-type: none"> 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針②】 <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <ol style="list-style-type: none"> 中活協の運営路各地区協議会との連携 二本松市共通商品券事業 城下町魅力発信事業 婚活イベント「Welcome 二本松 de 婚活」 	<ul style="list-style-type: none"> ○事業計画策定に繋がる補助事業の周知・活用 ○産業競争力強化法に基づく当所及びあだたら商工会への創業支援ワンストップ窓口開設 ○「二本松市産業祭」を通じた販路開拓支援 ○当所及び中活協と連携した中心市街地活性化推進 ○共通商品券を通じた管内消費拡大の推進 ○各城下町魅力発信事業による連携 ○定住人口拡大に係る婚活事業の協賛・財政支援 	<ul style="list-style-type: none"> ○事業計画策定に繋がる有効な補助事業精度の周知や活用により、きめ細やかな支援が可能となる ○産業競争力強化法に基づく創業支援体制の確立により、資金の調達や事業計画書の作成など手厚いフォローアップが可能。 ○各種事業を通して、小規模事業者の販路開拓や消費の拡大、城下町の魅力発信、定住人口拡大などを官民一体となって図ることが可能となる。
<p align="center">二本松市中心市街地活性化協議会</p> <p>会 長：石澤 孝 〒964-8577 福島県二本松市本町一丁目60番地1 TEL：0243-23-3211（代表）</p>	<p>I. 経営発達支援事業</p> <ol style="list-style-type: none"> 経営状況の分析に関すること【指針①】 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <ol style="list-style-type: none"> 中活協の運営路各地区協議会との連携 	<ul style="list-style-type: none"> ○「会員実態調査」等データの利活用 ○中心市街地区域内の空地・空店舗のデータベース化と情報提供 ○当所及び二本松市と連携した中心市街地活性化推進 	<ul style="list-style-type: none"> ○中心市街地区域内の空地・空店舗のデータベース化は創業希望者にリアルタイムで有効な物件情報を提供できる。 ○各中活協構成団体と連携した官民一体のまちづくりが可能となる。
<p align="center">あだたら商工会</p> <p>会 長：三浦 勝眞 〒969-1404 福島県二本松市油井字背戸谷地11番地2 TEL：0243-23-5854</p>	<p>I. 経営発達支援事業</p> <ol style="list-style-type: none"> 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 経営状況の分析に関すること【指針①】 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <ol style="list-style-type: none"> 中活協の運営路各地区協議会との連携 婚活イベント「Welcome 二本松 de 婚活」 <p>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</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> ○二本松内経済団体としての連携強化及び情報交換 ○産業競争力強化法に基づく当所及びあだたら商工会への創業支援ワンストップ窓口開設 ○婚活事業の共催、後継者育成事業に関する情報交換 ○同行政区内の経済団体として事業全般に渡って連携を強化すると共に情報ネットワークを構築する。 	<ul style="list-style-type: none"> ○二本松市内の経済団体として連携をより密にしていこうとすることで、地域の実態に即した経営支援が可能となる。特に創業支援や定住人口の拡大については同じ問題や情報を共有することで、商工会議所や商工会といった枠組みを超えて地域の発展に取り組むことが可能となる。
<p align="center">㈱東邦銀行二本松支店</p> <p>支 店 長：弓田 孝吉 〒964-0917 福島県二本松市本町一丁目205 TEL：0243-23-1133</p>	<p>I. 経営発達支援事業</p> <ol style="list-style-type: none"> 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 経営状況の分析に関すること【指針①】 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 	<ul style="list-style-type: none"> ○管内経済状況の情報共有、景況レポートの利活用 ○専門的知見からの経営分析サポート、管内の金融・融資状況について情報交換 ○事業承継及び創業に係る資金調達面のサポート ○その他、二本松市金融団体を通じた金融情報の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ○地域に根差した金融機関と連携を図ることは、管内の経済状況を正確に把握することへと繋がる。 ○事業承継や創業など、必要に応じた金融支援の面でのサポートが得られる。 ○金融機関という専門的知見からのアドバイスを小規模事業者の経営分析に活かすことができる。
<p align="center">二本松信用金庫</p> <p>理 事 長：石川 憲幸 〒964-0807</p>	<p>I. 経営発達支援事業</p> <ol style="list-style-type: none"> 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 経営状況の分析に関すること【指針①】 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 	<ul style="list-style-type: none"> ○管内経済状況の情報共有、景況レポートの利活用 ○専門的知見からの経営分析サポート、管内の金融・融資状況について情報交換 	<ul style="list-style-type: none"> ○地域に根差した金融機関と連携を図ることは、管内の経済状況を正確に把握することへと繋がる。

<p>福島県二本松市金色久保 227-9 TEL : 0243-23-3660</p>		<p>○事業承継及び創業に係る資金調達面のサポート ○その他、二本松市金融団を通じた金融情報の提供</p>	<p>○事業承継や創業など、必要に応じた金融支援の面でのサポートが得られる。 ○金融機関という専門的知見からのアドバイスを小規模事業者の経営分析に活かすことができる。</p>
<p>㈱日本政策金融公庫福島支店 事業統括：井上 健 〒960-8031 福島県福島市栄町 6-6 TEL : 024-523-2341</p>	<p>I. 経営発達支援事業 1. 地域の経済動向調査に関する【指針③】 4. 事業計画策定後の実施支援に関する【指針②】 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【指針②】</p>	<p>○小規模事業者経営改善貸付連絡協議会における情報交換及び収集 ○事業承継及び創業に係る資金調達面のサポート ○その他、専門的知見からのアドバイス等</p>	<p>○事業承継や創業など、必要に応じた金融支援の面でのサポートが得られる。 ○金融機関という専門的知見からのアドバイスを小規模事業者の経営分析に活かすことができる。</p>
<p>福島県中小企業診断協会 協会長：渡辺 正彦 〒960-8031 福島県福島市栄町 7-33 TEL : 024-573-6370</p>	<p>I. 経営発達支援事業 3. 事業計画策定支援に関する【指針②】</p>	<p>○事業計画の策定に特化した専門的視点からのサポート</p>	<p>○事業計画の策定に必要な各種補助事業制度の採択率を高めるため専門的な視点からのサポートが得られ、それらを小規模事業者の支援に活かすことができる。</p>
<p>東北税理士会二本松支部 支部長：渡辺 弘一 〒969-1169 福島県本宮市本宮字小原田 200-2 TEL : 0243-33-5535</p>	<p>I. 経営発達支援事業 1. 地域の経済動向調査に関する【指針③】 2. 経営状況の分析に関する【指針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 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【指針②】</p>	<p>○決算業務に携わる専門的視点からの経営分析 ○「小企業者記帳指導協議会」による税制度及び改正点の確認と税務支援・記帳指導にかかる意見交換</p>	<p>○税理士という専門的知見からのアドバイスを小規模事業者の経営分析に活かすことができる。 ○税制度や改正点など、税務面での確実なサポートが得られ、それらを小規模事業者の支援に活かすことができる。</p>
<p>福島県よろず支援拠点 (福島県産業振興センター) 理事長：長門 昭夫 〒960-8053 福島県福島市三河南町 1-20 TEL : 024-525-4070</p>	<p>I. 経営発達支援事業 1. 地域の経済動向調査に関する【指針③】 2. 経営状況の分析に関する【指針①】</p>	<p>○生産、販売、経営資源等総合的な視点からの経営分析</p>	<p>○総合的な支援能力を有するコーディネーターが在籍しており、連携することで小規模事業者へ質の高い経営支援が可能となる。また、経営指導員等の支援能力の向上といった効果も期待できる。</p>
<p>独立行政法人中小企業基盤整備機構 東北本部 本部長：高村成人 〒980-0811 宮城県仙台市青葉区一番町 4-6-1 TEL : 022-399-6111</p>	<p>I. 経営発達支援事業 4. 事業計画策定後の実施支援に関する【指針②】</p>	<p>○事業承継支援会議を通じたセミナー等のサポート</p>	<p>○特に、事業承継に関するタイムリーな情報提供やセミナーを実施することが可能となる。 また、随時開催される「事業承継支援会議」に経営指導員等が出席することで、各地の先進事例などを掴むことができる。</p>
<p>福島県事業引継ぎ支援センター 統括責任者：小倉 昇 〒963-8005 福島県郡山市清水台 2-3-8 TEL : 024-954-4163</p>	<p>I. 経営発達支援事業 4. 事業計画策定後の実施支援に関する【指針②】</p>	<p>○事業承継におけるアドバイスや、後継者・事業譲渡先探しのサポート</p>	<p>○個社に対するアドバイスと、後継者・事業譲渡先探しは事業承継の解決に向けた更なる伴走型支援が可能となる。</p>
<p>仙台商工会議所 会長：鎌田 宏 〒980-8414 宮城県仙台市青葉区本町 2-16-12 TEL : 022-265-8181</p>	<p>I. 経営発達支援事業 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する【指針②】</p>	<p>○「伊達な商談会」を通じた会員事業所への販路開拓支援</p>	<p>○従来と異なる逆見本市型の「伊達な商談会」は、商談成約率を大幅に高める。 また、出展した東北各地の商工会議所会員事業所間のネットワークが構築され、新たなビジネスマッチングも生み出す可能性を秘めている。</p>
<p>若宮・松岡まちづくり協議会</p>	<p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p>	<p>○当所及び中活協との問題・情報共有や中心市街地活性化</p>	<p>○同じ中活協構成団体の行政（二本松市）と連携</p>

<p>会 長：半沢 重利 〒964-0906 福島県二本松市若宮 1-132 TEL：0243-22-3111</p>	<p>1. 中活協の運営路各地区協議会との連携</p>	<p>化の推進 ○地域住民からのまちづくりに対する意見のとりまとめと問題提起</p>	<p>した官民一体のまちづくりが可能となる。</p>
<p>本町まちづくり協議会 会 長：津田 浩 〒964-0917 福島県二本松市本町 1-214 TEL：0243-22-1684</p>	<p>II. 地域経済の活性化に資する取組 1. 中活協の運営路各地区協議会との連携</p>	<p>○当所及び中活協との問題・情報共有や中心市街地活性化の推進 ○地域住民からのまちづくりに対する意見のとりまとめと問題提起</p>	<p>○同じ中活協構成団体の行政（二本松市）と連携した官民一体のまちづくりが可能となる。</p>
<p>亀谷まちづくり協議会 会 長：大河内 守夫 〒964-0911 福島県二本松市亀谷 1-352 TEL：0243-223-2020</p>	<p>II. 地域経済の活性化に資する取組 1. 中活協の運営路各地区協議会との連携</p>	<p>○当所及び中活協との問題・情報共有や中心市街地活性化の推進 ○地域住民からのまちづくりに対する意見のとりまとめと問題提起</p>	<p>○同じ中活協構成団体の行政（二本松市）と連携した官民一体のまちづくりが可能となる。</p>
<p>NPO 法人亀谷まちづくり処露伴塾 理 事 長：鈴木 潤一 〒964-0911 福島県二本松市亀谷 2-186 TEL：0243-22-0438</p>	<p>II. 地域経済の活性化に資する取組 1. 中活協の運営路各地区協議会との連携</p>	<p>○当所及び中活協との問題・情報共有や中心市街地活性化の推進 ○地域住民からのまちづくりに対する意見のとりまとめと問題提起</p>	<p>○同じ中活協構成団体の行政（二本松市）と連携した官民一体のまちづくりが可能となる。</p>
<p>竹田根崎まちづくり協議会 会 長：熊耳 宏吉 〒964-0902 福島県二本松市竹田 1-70 TEL：0243-23-0052</p>	<p>II. 地域経済の活性化に資する取組 1. 中活協の運営路各地区協議会との連携</p>	<p>○当所及び中活協との問題・情報共有や中心市街地活性化の推進 ○地域住民からのまちづくりに対する意見のとりまとめと問題提起</p>	<p>○同じ中活協構成団体の行政（二本松市）と連携した官民一体のまちづくりが可能となる。</p>
<p>NPO 法人たけねっと 理事長：高橋 淳記 〒964-0903 福島県二本松市根崎 1-45 TEL：0243-22-0376</p>	<p>II. 地域経済の活性化に資する取組 1. 中活協の運営路各地区協議会との連携</p>	<p>○当所及び中活協との問題・情報共有や中心市街地活性化の推進 ○地域住民からのまちづくりに対する意見のとりまとめと問題提起</p>	<p>○同じ中活協構成団体の行政（二本松市）と連携した官民一体のまちづくりが可能となる。</p>
<p>社会福祉法人 二本松市社会福祉協議会 会長：佐久間 一 〒969-1404 福島県二本松市油井字濡石 1-2 TEL：0243-23-7867</p>	<p>II. 地域経済の活性化に資する取組 1. 中活協の運営路各地区協議会との連携</p>	<p>○当所及び中活協との問題・情報共有や中心市街地活性化の推進 ○地域住民からのまちづくりに対する意見のとりまとめと問題提起</p>	<p>○同じ中活協構成団体の行政（二本松市）と連携した官民一体のまちづくりが可能となる。</p>
<p>二本松観光協会 会長：安斎 文彦 〒964-8601 福島県二本松市金色 403-1 TEL：0243-23-1111（代表）</p>	<p>II. 地域経済の活性化に資する取組 1. 中活協の運営路各地区協議会との連携</p>	<p>○当所及び中活協との問題・情報共有や中心市街地活性化の推進 ○地域住民からのまちづくりに対する意見のとりまとめと問題提起</p>	<p>○同じ中活協構成団体の行政（二本松市）と連携した官民一体のまちづくりが可能となる。</p>
<p>二本松市立第一中学校PTA 会長：丹野 秀一 〒964-0904 福島県二本松市郭内 2-56-1 TEL：0243-23-0870</p>	<p>II. 地域経済の活性化に資する取組 1. 中活協の運営路各地区協議会との連携</p>	<p>○当所及び中活協との問題・情報共有や中心市街地活性化の推進 ○地域住民からのまちづくりに対する意見のとりまとめと問題提起</p>	<p>○同じ中活協構成団体の行政（二本松市）と連携した官民一体のまちづくりが可能となる。</p>
<p>東日本旅客鉄道(株)二本松駅 駅 長：高野 正幸 〒964-0917 福島県二本松市本町 2-262 TEL：0243-23-1274</p>	<p>II. 地域経済の活性化に資する取組 1. 中活協の運営路各地区協議会との連携 3. 城下町魅力発信事業</p>	<p>○観光イベント「ふくしまディスプレイーション」を通じた各種事業の連携 ○市の玄関口として観光情報発信の最先端的役割</p>	<p>○市の玄関口である二本松駅と連携することで必要な観光やイベント情報を速やかに来街者へ周知することができる。</p>
<p>NPO 法人まちづくり二本松 理 事 長：大河内 宏明 〒964-0917 福島県二本松市本町 2-3-1 TEL：0243-24-1215</p>	<p>II. 地域経済の活性化に資する取組 1. 中活協の運営路各地区協議会との連携</p>	<p>○当所及び中活協との問題・情報共有や中心市街地活性化の推進 ○地域住民からのまちづくりに対する意見のとりまとめと問題提起</p>	<p>○同じ中活協構成団体の行政（二本松市）と連携した官民一体のまちづくりが可能となる。</p>

<p>まちづくりNPO新町なみえ 理事長：神長倉 豊隆 〒964-0904 福島県二本松市郭内 1-81 TEL：0243-24-7708</p>	<p>Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組 1. 中活協の運営路各地区協議会との連携</p>	<p>○当所及び中活協との問題・情報共有や中心市街地活性化の推進 ○当市へ避難を余儀なくされている浪江町からの復興やまちづくりに対する意見のとりまとめ</p>	<p>○同じ中活協構成団体の行政（二本松市）と連携した官民一体のまちづくりが可能となる。</p>
<p>二本松市金融団 (市内金融機関 6 行により構成) 代 表：弓田 孝吉 〒964-0917 福島県二本松市本町 1-205 TEL：0243-23-1133</p>	<p>Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組 2. 二本松市共通商品券事業 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關すること</p>	<p>○専門的知見からの金融部門でのアドバイス ○二本松市共通商品券の流通に係るアドバイス、情報提供</p>	<p>○地域に根差した金融機関と連携を図ることは、管内の経済状況を正確に把握することへと繋がる。 ○金融機関という専門的知見からのアドバイスを小規模事業者の経営分析に活かすことができる。</p>
<p>二本松サービス会 (共通商品券発行事業運営委員会構成員) 会 長：安達 健寿 〒964-8577 福島県二本松市本町 1-60-1 TEL：0243-23-3211</p>	<p>Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組 2. 二本松市共通商品券事業</p>	<p>○二本松市共通商品券の発行を通した管内消費拡大の推進</p>	<p>○各構成員との意見交換は二本松市共通商品券の流通を更に深め、市内の消費拡大への貢献が可能となる。</p>
<p>二本松市商店街連合会 (共通商品券発行事業運営委員会構成員) 会 長：渡辺 豊 〒964-8577 福島県二本松市本町 1-60-1 TEL：0243-23-3211</p>	<p>Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組 2. 二本松市共通商品券事業</p>	<p>○二本松市共通商品券の発行を通した管内消費拡大の推進</p>	<p>○各構成員との意見交換は二本松市共通商品券の流通を更に深め、市内の消費拡大への貢献が可能となる。</p>
<p>岳温泉観光協会 (共通商品券発行事業運営委員会構成員) 協 会 長：鈴木 安一 〒964-0074 福島県二本松市岳温泉 1-16 TEL：0243-24-2310</p>	<p>Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組 2. 二本松市共通商品券事業</p>	<p>○二本松市共通商品券の発行を通した管内消費拡大の推進</p>	<p>○各構成員との意見交換は二本松市共通商品券の流通を更に深め、市内の消費拡大への貢献が可能となる。</p>
<p>福島県理容生活衛生同業組合 二本松支部 (共通商品券発行事業運営委員会構成員) 支 部 長：熊谷 健一 〒969-1404 福島県二本松市油井八軒町 75 TEL：0243-23-6743</p>	<p>Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組 2. 二本松市共通商品券事業</p>	<p>○二本松市共通商品券の発行を通した管内消費拡大の推進</p>	<p>○各構成員との意見交換は二本松市共通商品券の流通を更に深め、市内の消費拡大への貢献が可能となる。</p>
<p>二本松三業組合 (共通商品券発行事業運営委員会構成員) 組 合 長：佐藤 伸一 〒964-0917 福島県二本松市本町 2-100 TEL：0243-23-6170</p>	<p>Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組 2. 二本松市共通商品券事業</p>	<p>○二本松市共通商品券の発行を通した管内消費拡大の推進</p>	<p>○各構成員との意見交換は二本松市共通商品券の流通を更に深め、市内の消費拡大への貢献が可能となる。</p>
<p>二本松美容師会 (共通商品券発行事業運営委員会構成員) 会 長：加藤 建也 〒964-0915 福島県二本松市金色 406-3 TEL：0243-23-9244</p>	<p>Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組 2. 二本松市共通商品券事業</p>	<p>○二本松市共通商品券の発行を通した管内消費拡大の推進</p>	<p>○各構成員との意見交換は二本松市共通商品券の流通を更に深め、市内の消費拡大への貢献が可能となる。</p>
<p>NPO 法人一店逸品運動協会 理 事 長：太田 巳津彦 〒103-0004 東京都中央区東日本橋 3-9-2 TEL：03-3249-0523</p>	<p>Ⅰ. 経営発達支援事業 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に關すること【指針②】</p>	<p>○「一店逸品運動」全般に渡る推進と、それに伴う会員事業所の販路開拓支援</p>	<p>○一店逸品運動の更なる推進は、オリジナル商品や独自のサービスについての研究を通し、参加店の意識改革や共同意識の醸成、個店と消費者との新しい信頼関係やコミュニケーションの</p>

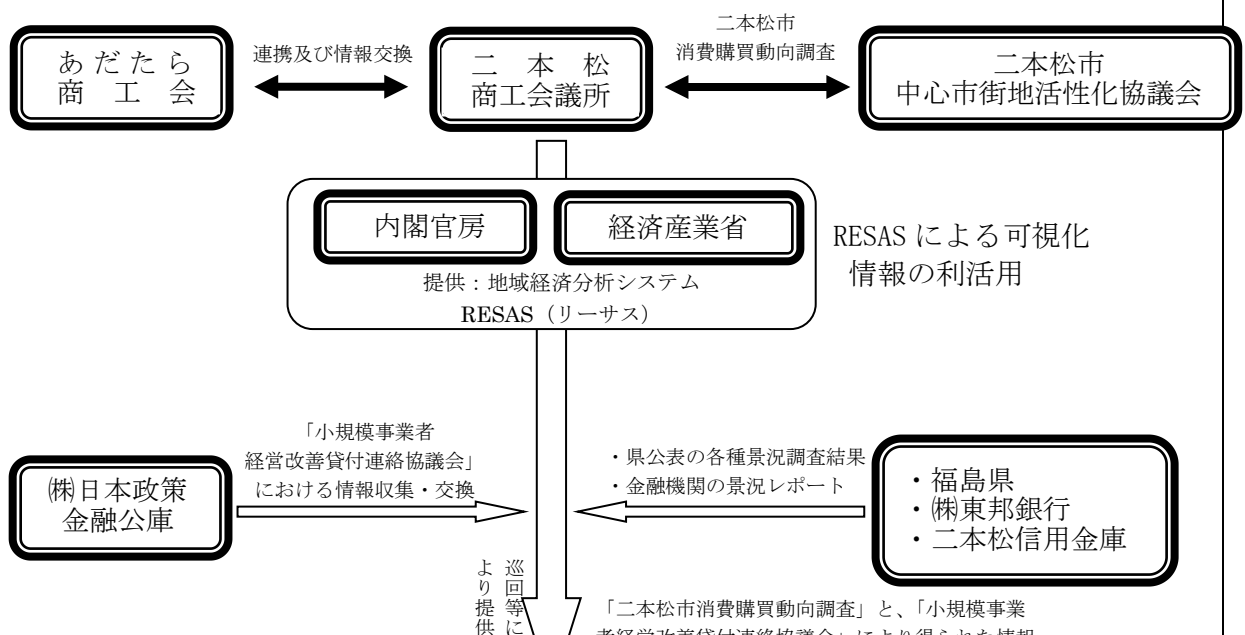
			形成などへと繋がる。一店逸品運動により活力ある個店が増えていくことにより、大型店やチェーン店に負けない魅力ある地域店づくりを進めることが可能となる。
独立行政法人国際協力機構 二本松青年海外協力隊訓練所 所 長：洲崎 毅浩 〒964-8558 福島県二本松市永田字長坂 4-2 TEL：0243-24-3200	II. 地域経済の活性化に資する取組 3. 城下町魅力発信事業	○「桜ウォーキング事業」を通じた城下町の魅力発信	○隠れた観光スポットの発見など、観光客の市内回遊性を高める。 ○青年層である訓練生達が事業に参画することにより、地域振興へと繋がる。
二本松サイクリング協会 会 長：井上 善夫 〒964-0003 福島県二本松市二伊滝 1-456 TEL：0243-23-2195	II. 地域経済の活性化に資する取組 3. 城下町魅力発信事業	○「ファミリーサイクリング事業」を通じた城下町の魅力発信	○隠れた観光スポットの発見など、観光客の市内回遊性を高める。 ○社会一般の福祉の増進と地域まちづくり団体同士の連携により「おもてなし」の精神を通じた二本松のPRへと繋がる。
二本松税務署 署 長：久本 成昭 〒964-0911 福島県二本松市亀谷 1-29 TEL：0243-22-1192	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事	○税制改正点などの速やかな税務情報取得	○税制改正点などの情報を速やかに小規模事業者へ提供することができる。
本宮市商工会 会 長：小沼 貞彦 〒969-1151 福島県本宮市本宮千代田 87-1 TEL：0243-33-2541	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事	○近隣地区の経済団体として事業全般に渡って連携を強化すると共に情報ネットワークを構築する。	○近隣の経済団体として連携をより密にすることで、地域の実態に即した経営支援が可能となる。特に創業支援や定住人口の拡大については同じ問題や情報を共有することで、商工会議所や商工会といった枠組みを超えて地域の発展に取り組むことが可能となる。
大玉村商工会 会 長：斎藤 泉 〒969-1302 福島県安達郡大玉村玉井星内 70 TEL：0243-48-3931	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事	○近隣地区の経済団体として事業全般に渡って連携を強化すると共に情報ネットワークを構築する。	○近隣の経済団体として連携をより密にすることで、地域の実態に即した経営支援が可能となる。特に創業支援や定住人口の拡大については同じ問題や情報を共有することで、商工会議所や商工会といった枠組みを超えて地域の発展に取り組むことが可能となる。
㈱バイヤーズガイド 代表取締役社長：永瀬 正彦 〒102-0082 東京都千代田区一番町 22-3 5F TEL：03-6256-9494	I. 経営発達支援事業 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事 【指針②】	○販路開拓セミナーや個別相談会及びバイヤーズガイドの持つ全国的販路ネットワークを活用した、販路開拓支援を図る。	○全国各地の百貨店やバイヤーとの強力なネットワークを持つバイヤーズガイドによる密度の濃い販路開拓セミナーや個別相談会の実施が可能となり、商談成約率の向上が図られる。また、新商品や新製品開発のヒントなども取得することができ、今後の新たな需要の開拓も可能となる。

<p>二本松物産協会 会長：日夏 幸男 〒964-8601 福島県二本松市金色 403 番地 1 産業部商工課 内 TEL：0243-23-1111（代表）</p>	<p>I. 経営発達支援事業 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事 【指針②】</p>	<p>○販路開拓セミナーや個別相談会の開催により、二本松市の物産や観光土産品の商取引の斡旋に寄与する。</p>	<p>○全国各地の百貨店やバイヤーとの強力なネットワークを持つバイヤーズガイドによる密度の濃い販路開拓セミナーや個別相談会を二本松物産協会と合同で開催することで商取引の斡旋やPRが可能となる。</p>
--	---	---	--

連携体制図

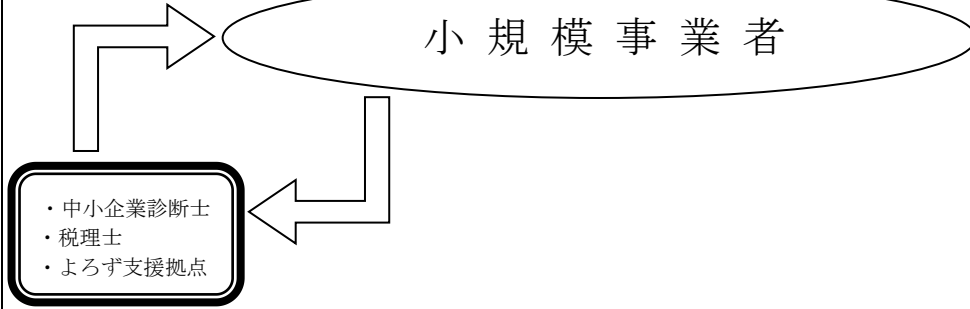
I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関する事
2. 経営状況の分析に関する事



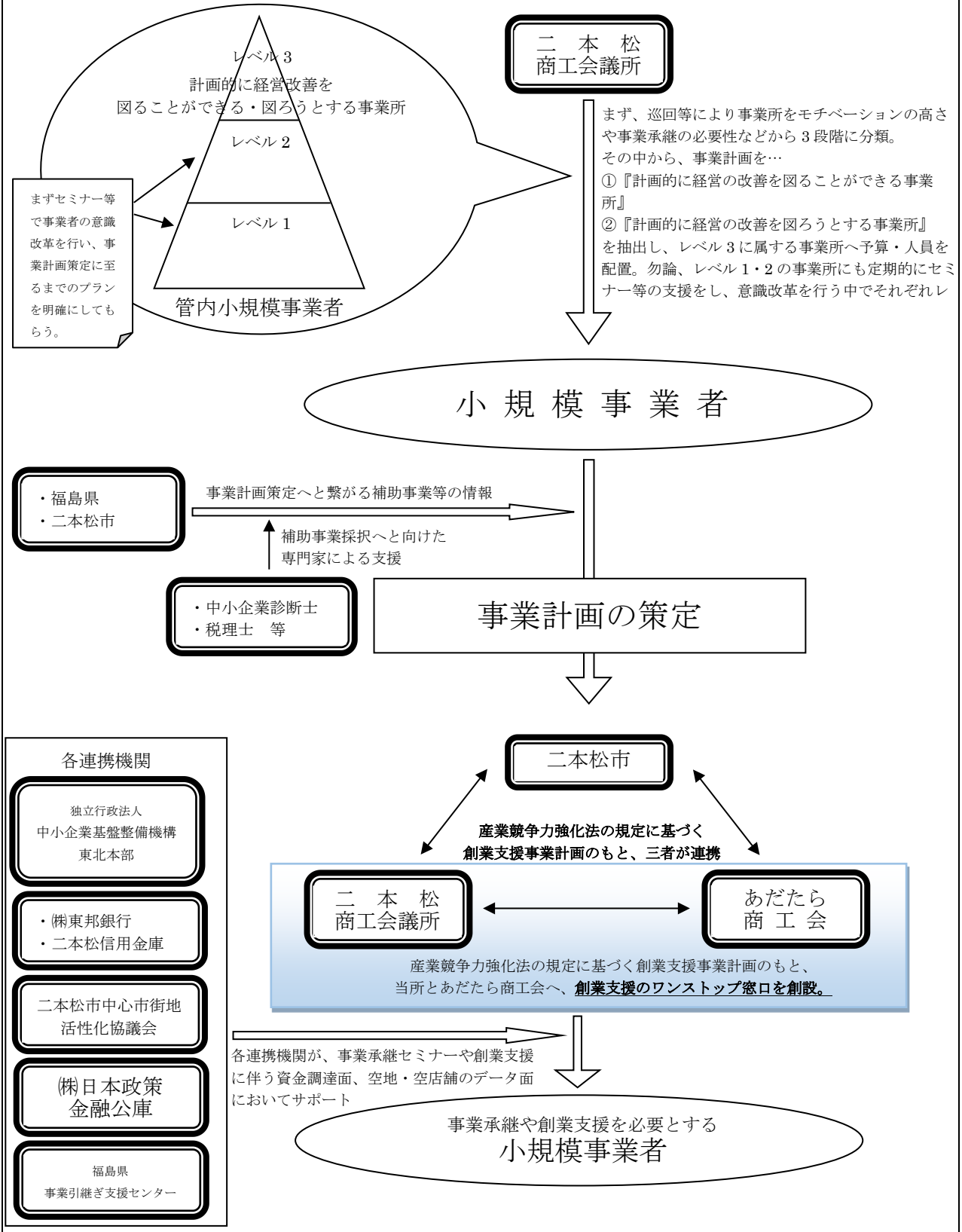
「二本松市消費購買動向調査」と、「小規模事業者経営改善貸付連絡協議会」により得られた情報や県の各種景況調査結果、金融機関の景況レポート等の情報を整理・分析し、小規模事業者へ提供

巡回等によって得られた現場の声
などを専門家と検討し、その事業
所に合致した支援策を個別に展開



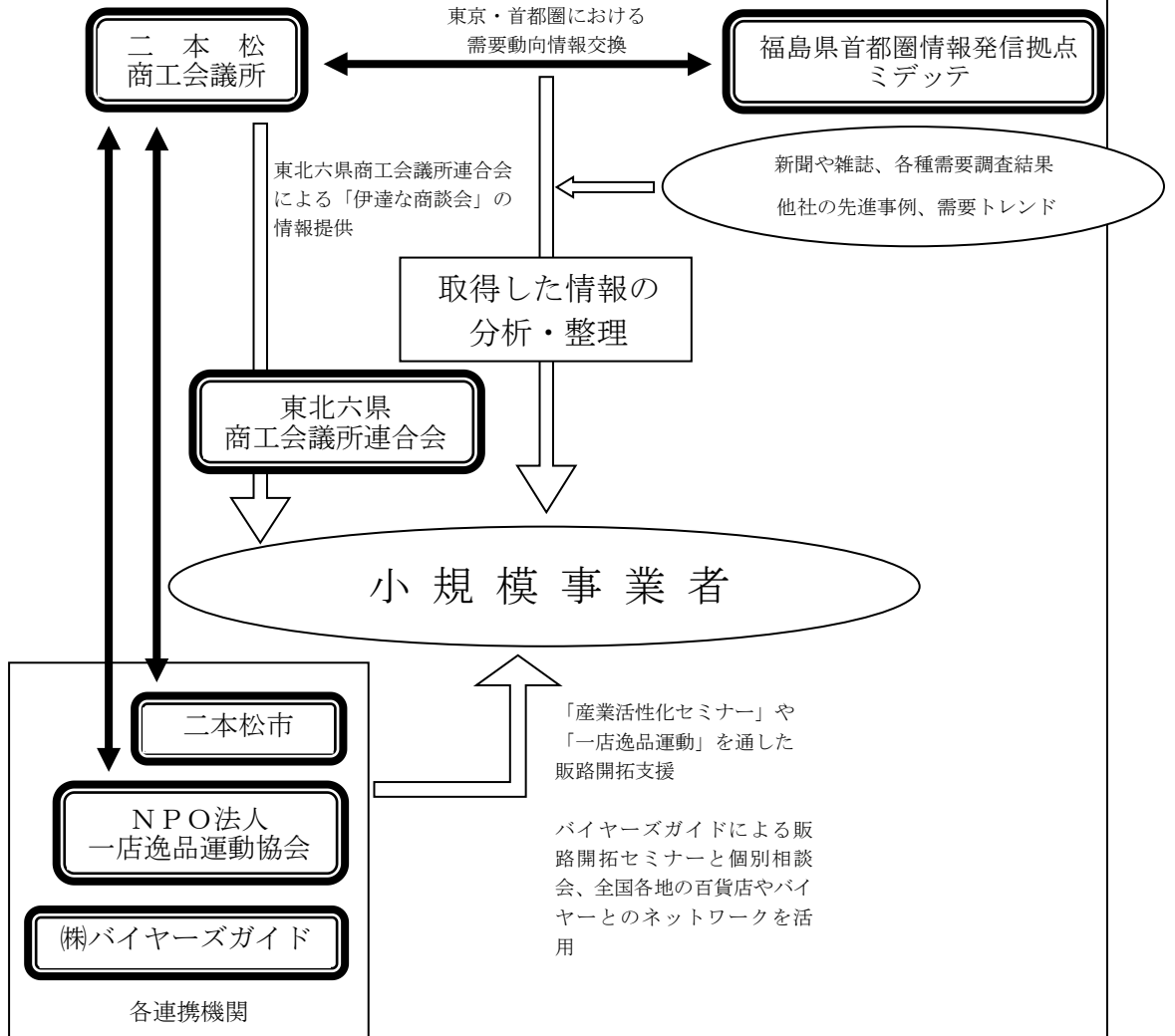
I. 経営発達支援事業の内容

- 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

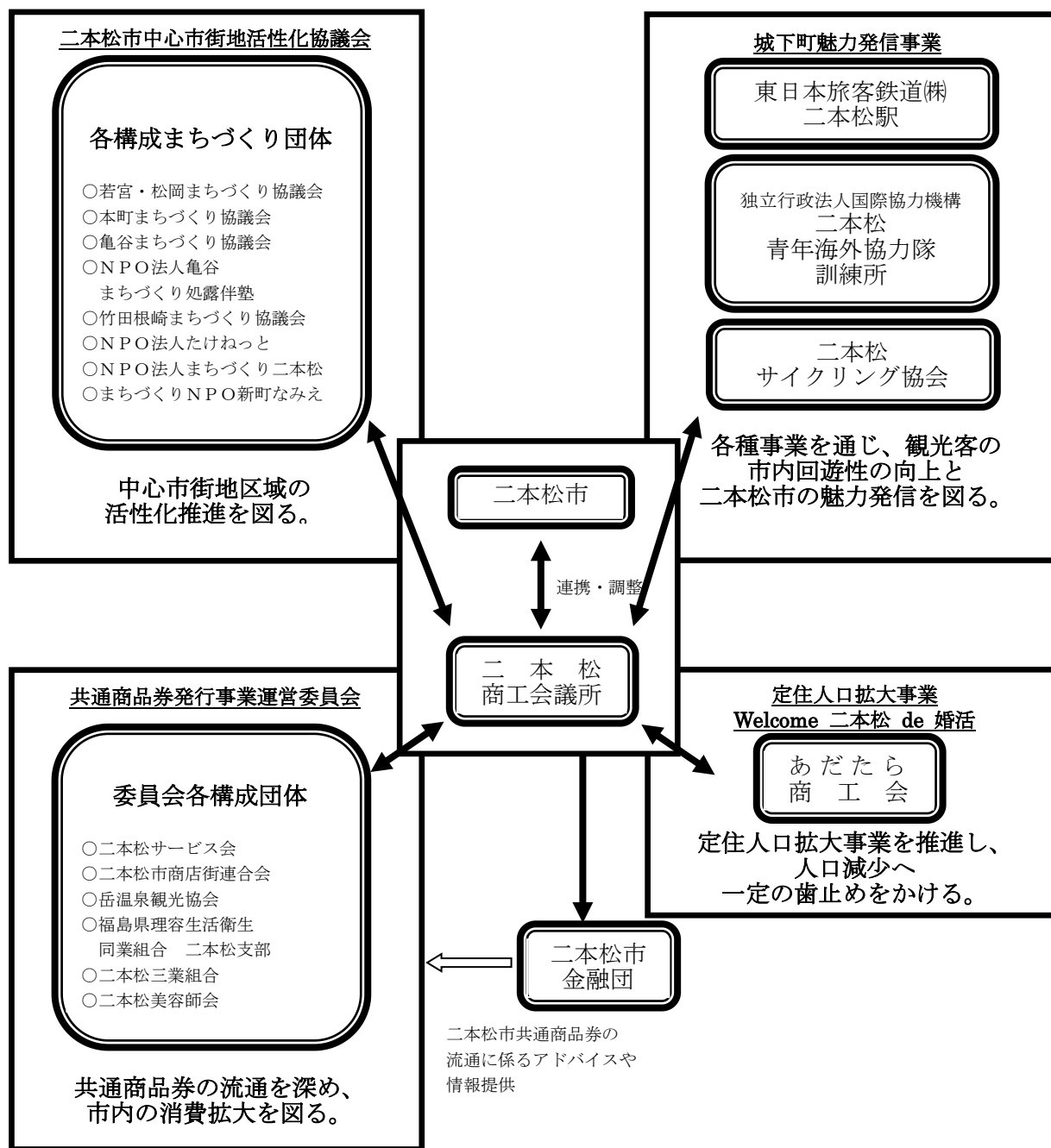


I. 経営発達支援事業の内容

- 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



II. 地域経済の活性化に資する取組



当所及び二本松市が各種事業を通しながら各機関と連携することで、以下の通り地域経済の活性化を図る。

- ① 中心市街地区域の活性化推進を図る。
- ② 観光客の市内回遊性の向上と二本松市の魅力発信を図る。
- ③ 二本松市共通商品券の流通を深め、市内の消費拡大を図る。
- ④ 定住人口拡大事業（婚活イベント等）を推進し、人口減少へ一定の歯止めをかける。

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

