

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	釜石商工会議所（法人番号 4400005004373） 釜石市（地方公共団体コード 032115）
実施期間	令和2年4月1日～令和7年3月31日
目 標	経営発達支援事業の目標 （1）震災からの復旧、復興需要が減少する中で、経営の持続的発展を目指す （2）地域に愛され、地域に貢献する事業者の新たな事業への挑戦を後押しする
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査 <ol style="list-style-type: none"> （1）地域経営動向調査 （2）地域経済構造分析 2. 経営状況の分析に関する事 経営状況分析の実施（セミナー開催、簡易分析、詳細分析の実施等） 3. 事業計画策定支援に関する事 事業計画策定支援の実施（セミナー開催、事業計画策定支援の実施等） 4. 事業計画策定後の実施支援に関する事 事業計画策定事業者に対するフォローアップの実施 5. 需要動向調査に関する事 （1）自店舗、アンテナショップを活用したニーズ調査 （2）展示商談会でのバイヤーニーズ調査 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事 （1）テスト販売・展示販売会事業（BtoC） （2）展示・商談会事業（BtoB） （3）プレスリリース、PR支援 <p>II. 地域経済の活性化に資する取組み</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. 地域経済の活性化に資する取り組みに関する事 （1）地域経済活性化懇談会 （2）商業サービス業情報交換会 （3）創業ネットワーク懇談会
連絡先	<p>釜石商工会議所中小企業相談所経営支援課</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〒026-0021 岩手県釜石市只越町 1-4-4 ・TEL：0193-22-2434 / FAX：0193-22-1600 ・E-mail：info@kamaishi-cci.or.jp <p>釜石市産業振興部商業観光課</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〒026-8686 岩手県釜石市只越町 3-9-13 ・TEL：0193-27-8421 / FAX：0193-22-2762 ・E-mail：sangyo@city.kamaishi.iwate.jp <p>釜石市産業振興部企業立地課</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〒026-8686 岩手県釜石市只越町 3-9-13 ・TEL：0193-27-8423 / FAX：0193-22-1255 ・E-mail：sangyo@city.kamaishi.iwate.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

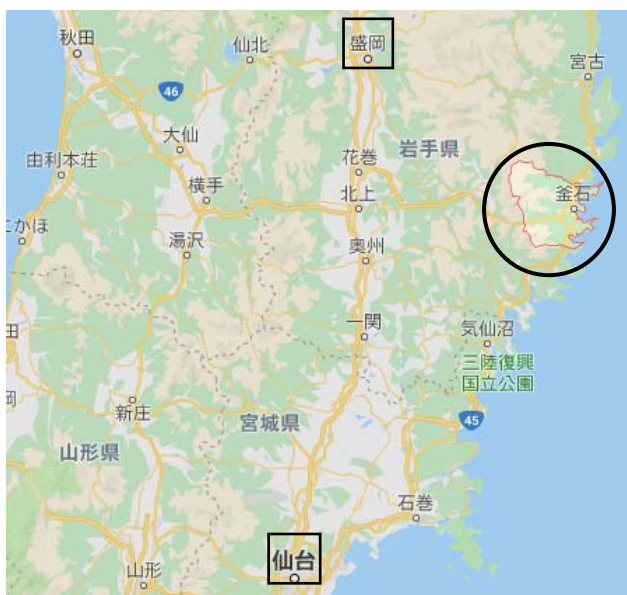
(1) 地域の現状及び課題

①現状

<立地>

釜石市は、岩手県の南東部、三陸復興国立公園のほぼ中央に位置し、東は太平洋に面しており、海洋の影響と地理的条件から、四季を通じて比較的温暖な気候に恵まれている。市域面積は440.34 km²であり、そのうち63.1%を山林が占めている。

平成23年3月11日の東日本大震災（以後、震災）から、8年半以上が経過し、平成30年度末には、全区画の宅地造成が完了、全ての復興公営住宅が完成し、令和2年3月末には仮設住宅、事業者向けの仮設施設の供用が終了となる見通しである。



	面積 (km ²)	構成比 (%)
田	1.91	0.4
畑	4.24	1.0
宅地	7.89	1.8
山林	277.79	63.1
牧場	16.07	3.6
原野	3.31	0.8
雑種地	5.22	1.2
その他	123.91	28.1
計	440.34	100.0

<交通>

県内内陸部と比べて整備が遅れていた道路交通網では、平成31年3月9日に岩手県の横軸となる東北横断自動車道釜石秋田線の釜石JCTなどが完成して全線開通、県内沿岸部を南北に走る三陸縦貫自動車道の釜石中央ICなどが完成して釜石以南の三陸縦貫自動車道は宮城県気仙沼市の一部を除いて開通した。鉄道交通網では、平成31年3月24日にJR山田線がJR東日本から三陸鉄道に移管され、震災から8年を迎えて全線が復旧した。しかし、令和元年10月の台風19号により、線路の路盤流出、土砂流入、のり面崩壊など路線の約7割に被害があった。



(出典：岩手県県土整備部手づくり広報誌)

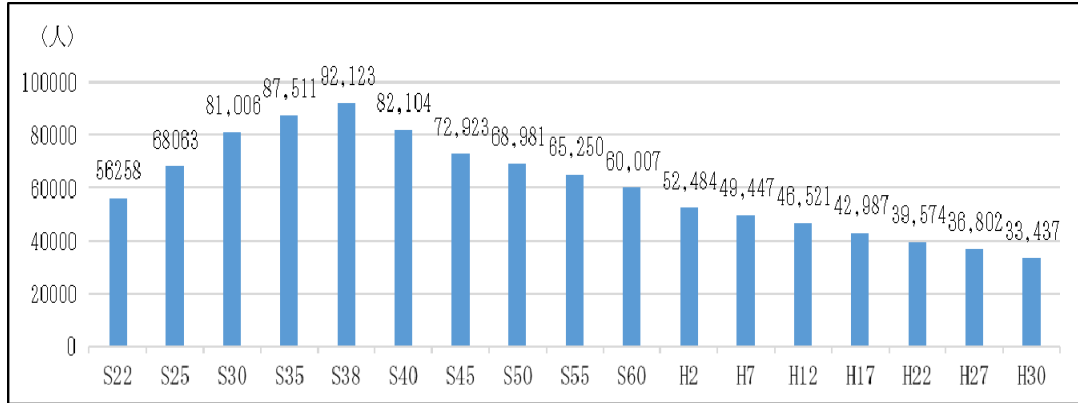
(出典：釜石市復旧・復興の歩み)

<人口>

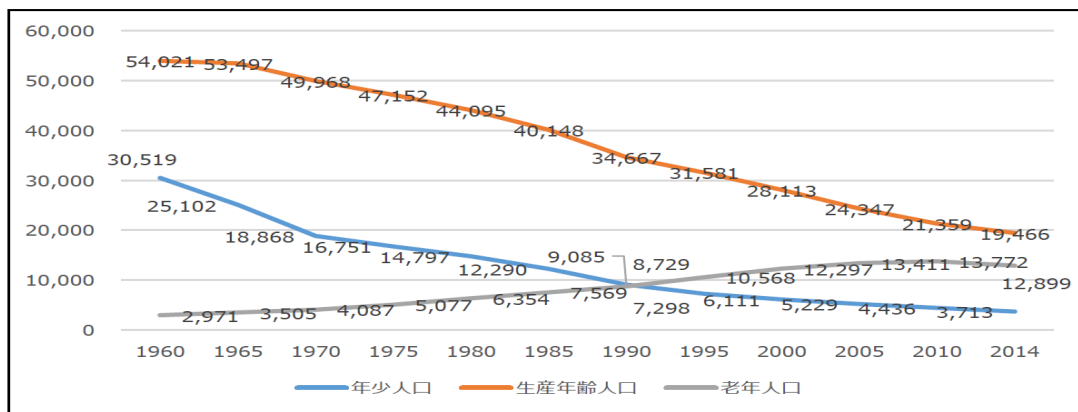
釜石市の人口の推移は、昭和38年の92,123人をピークとして、それ以降は大きく減少しており、平成30年度末時点では33,437人とピーク時の36.3%となっている。

昭和35年以降、老年人口（65歳以上人口）が増加し、生産年齢人口（15～64歳人口）、年少人口（0～14歳人口）が減少する傾向が続いている。

平成23年3月11日の震災では、釜石市の約4,000世帯が被災し、1,000人を超える市民が犠牲となった。これにより平成26年は老年人口についても減少に転じた。



(出典：釜石市まちなか再生計画一部修正)



(出典：釜石市人口ビジョン)

<これまでの産業>

釜石市は、鉄と魚とラグビーの街として、我が国の高度成長期を支えてきた。

鉄鋼では、我が国で初めて、鉄鉱石を原料とした洋式高炉での出銑に成功して以来、東北地方有数の重工業都市として発展し、平成27年7月5日には橋野鉄鉱山・高炉後が明治日本の産業革命製鉄・鉄鋼、造船、石炭産業の構成資産の1つとして世界遺産に認定された。

魚では、世界3大漁場の一つ三陸漁場の重要な漁業基地として栄えてきたが、近年はサケ、サンマ、イカなどの漁獲の不良が続き、水揚げ高が大きく減少している。

ラグビーでは、新日本製鉄釜石ラグビー部が日本選手権最多のV7を達成し、鉄鋼の街の象徴となってきた。令和元年9月には、ラグビーワールドカップの会場の1つとして試合が開催された。

＜現在の産業構造＞

小規模事業者数は、平成 21 年集計（震災前、1,756 事業者）に対して平成 28 年集計（直近、1,288 事業者）では 73.3%とマイナスになっている。

特に、卸売業・小売業、不動産業・物品貸与業、宿泊業・飲食業などの商業・サービス業が減少している。

また、学術研究・専門技術サービス業、建設業は増加しており、震災の影響による復旧工事などが推測される。

	平成 21 年集計			平成 28 年集計			小規模事業者数 前対比
	事業所数	小規模事業者数	構成比率	事業所数	小規模事業者数	構成比率	
①卸売業、小売業	673	512	29.2%	476	336	26.1%	65.6%
②宿泊業、飲食サービス業	327	275	15.7%	242	186	14.4%	67.6%
③建設業	202	183	10.4%	206	185	14.3%	101.1%
④生活関連サービス業、娯楽業	260	255	14.5%	181	179	13.9%	70.2%
⑤不動産業、物品賃貸業	145	144	8.2%	95	95	7.4%	66.0%
⑥製造業	137	102	5.8%	107	76	5.9%	74.5%
⑦学術研究、専門・技術サービス業	55	53	3.0%	70	67	5.2%	126.4%
⑧その他の業種	507	232	13.2%	413	164	12.8%	70.7%
合計	2,306	1,756	100.0%	1,790	1,288	100.0%	73.3%

（出典：経済センサスの集計に基づく商工業者数及び小規模事業者数算出表）

②課題

●地域の課題は以下のとおりである。

・震災からの復旧、再生の課題

震災から 8 年 8 か月が経過し、売り上げ状況や業種別の景況感では、建設業は復旧特需によって震災直前の水準以上に回復したが現在では需要は減少している。宿泊業は、復旧・復興工事での宿泊需要が落ち、稼働率の低下によって売上が減少している。この影響により、飲食サービス業での地元客以外の工事従事者や営業マンの来店客数が減少している。卸売業、小売業では、震災での既存顧客の喪失、大型店への集中などにより売上が伸びていない。製造業においては、食品製造では原材料仕入れ等価格の高騰など厳しい状況にある。中でも水産加工業は、三陸の他地域と比較して事業者数は少ない現状である。

震災復旧は一段落したものの、復興需要が減少、終了していく中で、昨今の激変する環境への対応も含めて、経営持続、経営改善などが課題となっている。

・震災前、震災後も続く人口減少、高齢化に関連する課題

震災で 1,000 人以上が死亡・行方不明となり、震災以降も人口減少傾向にあり、高齢化率では全国平均を上回り、経営者年齢も高齢化している。平成 30 年度に実施した「小規模事業者の事業承継に関するアンケート」では、回答のあった経営者年齢は、多い順に、①70 歳～74 歳、②65 歳～69 歳、③60 歳～64 歳であった。ご自身が経営者になった年齢では、多い順に、①40 代、②30 代、③50 代であった。業歴では多い順に、①31 年以上、②21～30 年であった。以上のことから、ご自身が経営者となった年齢、現在の経営者年齢を考慮すると、業種横断的に業歴の長い事業者が、経営者年齢は高齢化していることが分かる。

今後の事業者数、従業者数、事業引継ぎ、地域内需要の減少が推測され、震災の影響によ

る廃業、「小規模事業者の事業承継に関するアンケート」では今後 38.1%がご自身の代で廃業を予定していると回答しており、戦略的に目標を持って事業持続の在り方を考えることが課題となってくる。

・道路交通網の整備による人口流動化への課題

釜石市が震災後に実施している釜石市民買物行動調査によると、平成 30 年釜石市の地元購買率は 82.1%と、震災前の岩手県広域消費購買動向調査の平成 20 年釜石市の地元購買率 78.7%から高くなっているものの、震災後は中心市街地への大型店の出店により、需要は大型店に集中しており、小売業、飲食サービス業、生活関連サービス業などの地元商店街等、個店は厳しい状況である。

一方で、道路交通網の整備により、近隣市町との移動時間が短縮化され、商圏は広がりつつあり、地域間競争も推測される。東北横断自動車道釜石秋田線、三陸縦貫自動車道の開通により、縦と横の自動車専用道路によって、飛躍的にヒトとモノの移動が流動化することから、商品・サービスの競争力、地域間競争が課題となってくる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10 年程度の期間を見据えて

釜石市の人口は、平成 30 年度末には 33,437 人、現状の環境下においては、令和 12 年度には 26,548 人と 20.6%減少する見通しとされている。今後、多くの小規模事業者が廃業予定であると回答していることから、震災からの復旧が一段落する現段階においては、人口、事業者数ともに今後、減少傾向となることが推測される。

今後 10 年間ににおいては、地域事業者の 72.0%を占める小規模事業者に対して、これまでの目標であった震災からの復旧が進み、ラグビーW杯の誘致・開催が終了したことを踏まえ、復旧した事業者が、経営を持続していくために、より一層、計画的な経営を推進し、目標をもって取組む事業、事業者を全力で支援する必要がある。

そのことにより取組んだ結果として、一定の小規模事業者数が維持され、廃業を最小限とし、事業が引き継がれ、併せて、創業者が継続して事業に取組むことを目指す。

②釜石市復興計画との連動制・整合性

釜石市は、震災による被災地の早期復興と新しいまちづくりに向けて、平成 23 年度から平成 32 年度までの 10 年間を計画期間とし、復興まちづくり基本計画を策定した。12 のスクラムプランに基づき復興を目指すこととしている。

小規模事業者に関係するプランは以下のとおりである。

- ・新産業と雇用の創出・・・被災企業の復旧支援の推進、特性を活かした新産業の創出
- ・商業と交流空間の機能的展開・・・新たな商業拠点空間の整備など

本計画を踏まえ、①において目指す姿の実現に向けて、小規模事業者に対して、特性を活かした新たな取組みによる道路網整備を活かした食品製造業等の販路開拓、小売・飲食・サービス業のプロモーション支援などを通じて集約された商業拠点を核として、点から線、面へと発展するように、釜石市と調和的に連携して支援する。

③釜石商工会議所としての役割

●震災での大津波を教訓として忘れず、あの時どのように行動すべきだったのか、普段出来ていないことは不測事態が生じてもできないことを肝に銘じ、緊張感を持って取り組む。そのためには、個人に頼るのではなく、経営発達支援事業に携わる全員がチームとして支援力を高める必要がある。1つ目は個人の能力を向上させること、2つ目は支援力強化に努める仕組みを構築することである。結果として、釜石商工会議所にしかできない地域に根差した支援者として、事業者のことを自分のこととして捉え、事業者の側に立って、事業者と外部との中間的役割も担いながら、成果を目指して支援する役割を担う。

●経営発達支援事業は重点的に取組む事業であり、事業者が継続した売上と利益を確保し、取引先を増やすなど、販路開拓の取組みを支援する。そのためには、事業者の自主的な努力を助長し、百者百様の経営課題、事業者のライフサイクル毎の経営課題に適した選択肢を見出

させ、事業者が自身で選択できるような意思決定能力の向上を目指す。
 結果として、事業者が自ら経営の方針・歩む道を決めていくことをサポートし、多様な需要に応じた商品・サービスの提供、新たな事業展開、経営資源の有効な活用、人材の育成・確保を促す役割を担う。

(3) 経営発達支援事業の目標 及び (4) 目標の達成に向けた方針

地域産業の現状と課題及び小規模事業者に対する長期的振興のあり方①②③を踏まえ、以下のとおり本計画における目標及び方針とする。

①目標：震災からの復旧、復興需要が減少する中で、経営の持続的発展を目指す

震災から8年を経過する中で、全国の皆様から多大な支援を受けてここまで頑張ってきた。この経験も踏まえ、大きく価値観も変化する中で、現在では、時間的経過も含め、新たなフェーズに差し掛かり、2019年のラグビーワールドカップ終了を契機に、復興事業も一段落し、本来のあるべき力が試される時期になる。

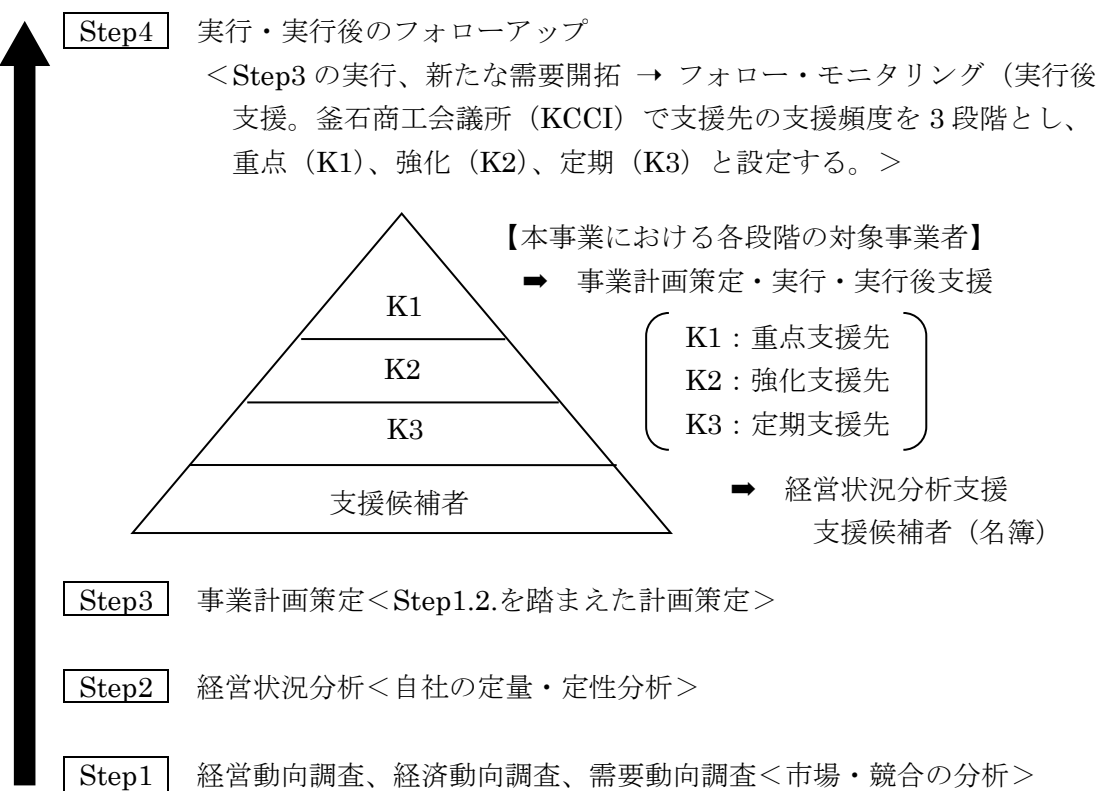
震災からの復旧、復興の需要が減少して行く中で、国や県、市の復旧制度を活用して復旧した事業者が、地道に取組み、持続的に発展することを支援する。

②目標：地域に愛され、地域に貢献する事業者の、新たな事業への挑戦を後押しする

後継者候補等への事業計画策定を通じて、販路開拓から円滑な事業承継へつなげるなど、事業承継を意識して重点的に支援することを方針とする。また、個人事業者の廃業増大が推測されることから、地域における業種バランスが保たれるよう努める。

また、IT技術の進歩、従来の想定を超える気候変動、価値感やライフスタイルの変化など取り巻く環境は激変しており、これらを敏感に捉えて、事業者自らが強みを磨き、丁寧に、新たな事業に取り組むことを支援することを方針とする。さらには、地域性を踏まえ、消極的にならず、失敗を恐れずに挑戦する意欲を後押しし、ミス(=M)を恐れずに、PDMCAサイクルに挑む風土醸成に努める。

経営発達支援事業 (概要・体系)



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（令和2年4月1日～令和7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

2. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状は、景気動向調査、商店街通行量調査、景気動向調査（L O B O調査）などを調査、情報提供してきた。また、釜石市民買物行動調査、岩手県商店街実態調査について情報提供してきた。

課題は、これまでの情報提供では、事業者が事業計画策定に活用できる情報を提供できていたとは言えず、説明も十分ではなかった。今後は事業計画策定につながる情報を提供するために、有効な調査、分析を実施し、分かりやすく情報提供することが必要である。

(2) 事業内容

①地域経営動向調査

地域事業者の経営実態を把握することを目的とし、年1回定期的にアンケート調査を実施する。経営状況、経営課題、経営の見通しなどを把握することをねらいとして実施する。

●調査対象： 業種的バランスを考慮し、100事業者を対象とする。

●調査項目： 従業員数（常時使用する従業員、パート等）、売上高、粗利益、経常利益、仕入価格、設備投資、経営課題などを項目とする。

●調査手段： 郵送調査により回収する。また、経営指導員等を担当者として配置し、電話や巡回などでヒアリングを実施することで調査のフォローを行い、回収率を高める。

●分析手法： 経営指導員等が、項目ごと、業種ごとに整理・集計し、経営指導員等会議において共有・協議のうえ、業界、全国との状況を比較するなど、工夫して分析する。

②地域経済構造分析

地域の経済構造を客観的に把握することを目的とし、年1回定期的に地域経済分析システム（RESAS）などを活用して分析する。地域の人口減少、過疎化が構造的に進展する中で、地域ニーズへの対応、地域の現状、実態を正確に把握することをねらいとして実施する。

●調査対象： 国が提供するビッグデータから、地域経済循環マップ、産業構造マップ、まちづくりマップなどを対象とする。

●調査項目： 地域経済循環、生産・分配・支出分析、稼ぐ力分析、構造分析、滞在人口分析などを項目とする。

●分析手法： 経営指導員等が、地域の実情、特性に応じて、ビッグデータを可視化、政府計上のトレンドと地域トレンドを比較分析して編集する。（外部の研修機会を活用して分析力、編集力を高める。）

(3) 成果の活用

情報収集・調査、分析した結果は、小規模事業者に対して、ホームページへ掲載して広く周知する他、窓口・巡回指導で活用し、勘と経験に頼らない客観的なデータの把握につなげる。

また、分析した調査結果は、ヒアリング結果と統計データを併せた実数値を経営指導員等が情報共有して支援の方向性を確認するとともに、支援事業推進の基礎資料とする他、事業者に対して直接説明するなど、事業計画策定につながるように広く情報提供を行う。

(4) 目標

公表回数	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
地域経営動向調査分析	1	1	1	1	1	1
地域経済動向分析	未実施	1	1	1	1	1

3. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現状は、集団支援における各種セミナー、個別支援における経営指導員等の巡回・窓口相談や専門家による個別相談会の他、小規模事業者持続化補助金などをきっかけ、契機として経営状況の分析につなげている。

課題は、経営状況分析を実施する新規事業者の発掘である。また、定期的な経営状況分析を行って健康チェックを実施して、継続支援につなげるとともに、より専門的に密度の高い的確な分析を実施していく必要がある。

(2) 事業内容

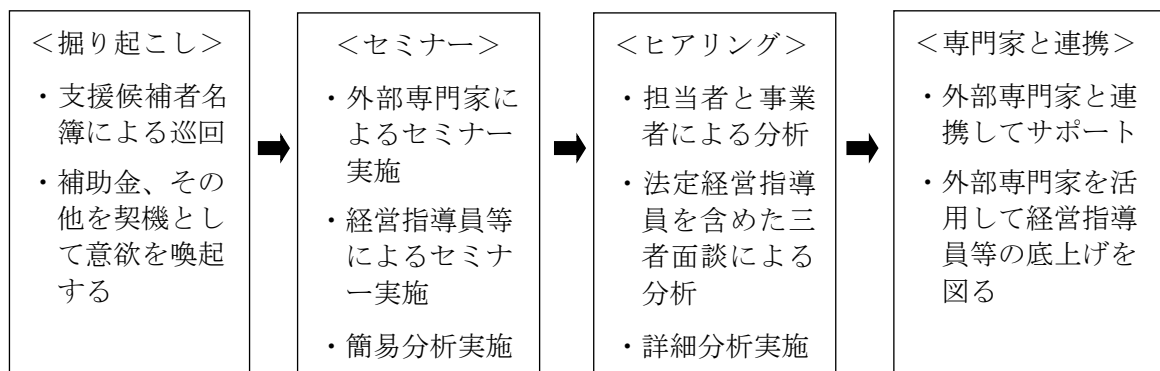
①経営状況分析のプロセス

経営状況分析を行う事業者の掘り起こしのため、経営指導員等会議で後継者候補、若手経営者、セミナー受講者、商工会議所非会員事業者などを中心とした支援候補者名簿を作成して経営指導員等全員で巡回する。

また、経営状況分析セミナーを開催（ホームページ、会報で案内する。1回の参加者は13人から14人程度）して事業計画策定への意識付け、啓蒙を行い、簡易分析（定量・財務分析と定性・非財務分析の双方）を実施する。

さらに、意欲の高い事業者や重い経営課題を抱える事業者には詳細分析を行うこととし、担当者を配置してヒアリングを実施、問題、課題、事業機会や活かすべき強みを把握して、経営状況の分析を実施する。また、高度な課題については専門家派遣制度を活用して分析を深める。

併せて、小規模事業者経営改善資金、小規模事業者持続化補助金の活用を契機にして、経営状況分析を推進する。



②経営状況分析の内容

●対象者： 経営指導員等が、継続して支援を行う事業者、新たに支援候補とする事業者を発掘し、経営状況分析セミナーを開催して参加者の中から経営状況分析につなげる。

●分析項目： 定量・財務分析、定性・非財務分析の双方を行う。
《定量・財務分析》 売上高、粗利益率、経常利益、損益分岐点など分析
《定性・非財務分析》 3C分析（自社、市場、競合などを分析）
SWOT分析（強み、弱み、脅威、機会などを分析）
財務諸表から、定量分析をすることで収益性、安全性を認識させ、定性分析

を踏まえて多面的な可能性を検討する。

- 分析手段： セミナーに参加した事業者を対象として、財務分析状況表等のツールを活用して簡易分析を実施する。また、新たな取組みを行う事業者などは、担当者を決めてヒアリングを行い、経営計画概要版（経営状況分析部分）、ローカルベンチマークなど事業者に合う分析ツールを活用して経営指導員等と詳細分析を行う。
- ただし、SWOT分析や3C分析などのフレームワークは、あくまでもツールの1つであり、事業者に適した方法、事業者が進めやすい方法で実施する。また、外部専門家と連携することでより高度な分析につなげる。

（3）成果の活用

分析結果は、当該事業者に対してフィードバックし、事業者が時代による変化を受け入れ、常に新しい情報、知識を取得し、内部環境・外部環境を把握し、機会に強みを活かした経営を実行するために、事業計画策定に活用する。

経営指導員等は、経営支援基幹システムの活用などにより、クラウドでデータベース化することで内部共有し、事例研究に活用して支援力向上につなげる。

（4）目標

件数	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
セミナー開催	7回	6回	6回	6回	6回	6回
簡易分析件数	73件	50件	50件	50件	50件	50件
詳細分析件数		30件	30件	30件	30件	30件
合計		80件	80件	80件	80件	80件

4. 事業計画策定支援に関すること

（1）現状と課題

現状は、経済動向、経営状況、需要動向などの外部・内部環境の把握・分析、顧客別、商品・サービス別の売上、利益の状況などを踏まえて、事業計画策定を行い、販路開拓の他、事業承継や経営改善につなげてきた。また、小規模事業者持続化補助金の取組みにおいては、補助金という機会を活用したことで、計画策定の意義を見出した事業者も多数おり、手ごたえをつかむ成果があった。

課題は、より実効性、実現可能性の高い計画とするため、事業者が自身で納得して実行していただくため、事業者が自ら意思決定した上で、計画策定する必要がある。それらの支援を行うために、事業者との十分な時間確保、高い関係性構築を図る必要がある。

（2）支援に対する考え方

経済動向調査、経営状況の分析、需要動向調査を踏まえた、実効性、実現可能性の高い事業計画策定を支援するため、経営指導員等会議において支援先を3段階（重点支援先、強化支援先、定期支援先）に設定して、集中的に実施支援する重点支援先については、売上向上、利益確保の目標を達成するため、質の高い事業計画策定を目指す。

経営状況分析、事業計画策定を通じて、経営者自身に自らの経営上の重要な要素を認識、意識させ、事業者としての今後の方向性について検討していただく。

支援を実効的にするために、「この人に相談したい、この人に聞いてほしい」と思われる経営指導員等であるために、経営支援スキルを向上するとともに、カウンセリングやコーチングの要素も取り入れ、「関係性構築に始まり、経営の悩みを事業者自らが整理して、これならやってみようと思わせ・決めさせ、実行していただく。」事業者が主体的に行動でき、第一歩を踏み出させる十分なコミュニケーションに努める。

(3) 事業内容

事業計画策定支援のプロセスは以下のとおり、経営状況分析を行った事業者を対象とし、事業計画策定セミナーを開催する。セミナーは、経営状況分析による内部環境、外部環境を踏まえて、ターゲットを明確化し、行動するための事業計画策定に向けた意識付け、啓蒙を行うカリキュラムとする。

また、事業計画策定は、事業者の主体的な計画策定とするため、画一化した進め方にせず、セミナー後に事業者の目指す方向性や希望に合わせて実行する。

①セミナーの開催

セミナーは、3回開催し、1回あたり参加者は10名程度とする。募集方法はホームページ他、会報、巡回で案内する。

②事業計画の策定

●支援対象： 経営状況分析を行った事業者の中から、経営指導員等会議において、支援先事業者として選定した事業者を対象とし、事業計画策定を支援する。

●手段、手法： 事業者に対して、経営指導員等を担当者として配置して事業計画策定に取り組む。担当者と事業者で策定した事業計画は、法定経営指導員を交えた三者面談でブラッシュアップする。また、必要に応じて、外部専門家も交えて特定課題などへの対応を図る。

(4) 目標

件数	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
セミナーの開催	4回	3回	3回	3回	3回	3回
事業計画策定件数(※1)	73件	24件	24件	24件	24件	24件

※1 現行は、補助金申請のための経営計画・販路開拓計画、事業承継計画なども含めた件数を計上していたが、本事業の趣旨に鑑み、目標件数の基準を改め、今後、補助金、経営革新などは件数に含めない。

本計画の件数には含めないが、経営革新計画、創業計画、事業承継計画、小規模事業者持続化補助金（経営計画、販路開拓計画）などは、事業計画策定の契機として有効と思われることから、上記は積極的に取組み、販路開拓に留まらず、事業承継や経営改善にもつなげ、目標をもって取組むことで、売上、利益の確保につなげる。

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

現状は、事業計画の内容に応じてフォローアップしている。事業計画策定後から、①販路開拓に取組み、その後、事業承継計画策定につながるケース、②販路開拓に取組み、バイヤーから新たな取引先や販売先を紹介していただく販路開拓の展開につながるケース、③その他、経営改善、プロモーション支援につながるケースもあり、一定の成果が見られる。

課題は、担当者の属人的なフォローによって、頻度や内容にバラツキがあり、全体の管理や基準があいまいである。仕組みとしてシステム化が必要である。また、事業計画の進捗や実現可能性により、訪問回数を増やして集中的に支援するなど、より効果につながり、目に見えるメリハリある支援が必要である。

(2) 事業内容

事業計画を策定した全ての事業者を対象として、進捗状況を定期的な巡回訪問等によりフォローアップし、モニタリングする。

手段・手法は、モニタリングは、計画が着実に実行されているか、支援先がつまづいている

部分はないか、計画の見直しの必要性はないかを確認する。経営指導員等会議で定めた3段階の支援頻度に応じて、支援期間を定めて経営指導員等が定期的にモニタリングすることで、経営者の常に思考することをアシストし、計画を起点とした行動の定着を目指す。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画どおり推進されない場合や特定の課題、より専門的な場面での対応においては、外部専門家による第三者の視点を得て、策定した計画が実行できるように、見直しを行うなど別途支援する。また、実行の進捗状況や目標の実現可能性なども含めて、事業者からの申出や意向、進捗の状況を踏まえて、求めに応じて柔軟に対応する。

(3) 目標

	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
フォローアップ対象者数 (※1)	—	24者	24者	24者	24者	24者
フォローアップ頻度 (延べ回数) (※2)	488回	104回	104回	104回	104回	104回
売上増加事業者数	—	4事業者	4事業者	4事業者	4事業者	4事業者
利益率増加事業者数	—	2事業者	2事業者	2事業者	2事業者	2事業者

※1 フォローアップ対象者（事業計画策定24事業者）は、支援頻度を事業計画の実現可能性などを判断して、※2のとおり3段階に分類して、以下のとおり頻度を増やして支援する。

※2 フォローアップ頻度の算出

定期支援事業者(K3) 24回 (12件×2回 ※半期に1回)

強化支援事業者(K2) 32回 (8件×4回 ※四半期に1回)

重点支援事業者(K1) 48回 (4件×12回 ※毎月1回)

合計 104回

フォローアップ頻度については、現行は担当者ごとに回数をカウントしていたため、基準があいまいであった。今後は経営支援基幹システムを導入して、上記の頻度に見直して管理する。

6. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状は、出展した展示商談会でバイヤーのニーズ収集、実施した展示販売などでの消費者のニーズ調査を実施、岩手県のアンテナショップでの消費者ニーズを収集して、事業者の事業計画の策定、新たな需要の開拓に役立てている。

課題は、消費者ターゲットを意識せずに、商品のサイズを設定するなど、需要動向を収集する準備が不十分なケースが見られる。また、展示商談会においても、ターゲット設定を見据えずに、バイヤーとの商談を行うなど、目指すべきターゲットの需要動向の収集とならないケースが見られる。事前にターゲット設定につながる仮説により、需要動向を把握することで、明確なターゲット設定につながるように心がける必要がある。

(2) 事業内容

①自店舗、アンテナショップを活用したニーズ調査 (B t o C)

飲食店、食品製造分野を中心とした新商品、改良商品の販路開拓につなげるため、自店舗、岩手県のアンテナショップ「いわて銀河プラザ」、イオンタウン釜石の地域産直コーナー「結いのはま」を活用して調査、分析する。調査結果は事業者へフィードバックし、事業計画策定に反映させ、明確なターゲット設定の検証につなげ、ニーズに基づくマーケットインの事業展開を目指す。

- 手段・手法： 飲食店での来店者アンケートにより、顧客からの情報収集を実施する。アンケートは事業者が自ら行い、アンケート調査票の作成や実施手法について経営指導員等が支援する。また、アンテナショップを活用して、事業者及び経営指導員等がサンプル試食調査及び来店者アンケート・ヒアリングなどを実施する。
〔・いわて銀河プラザ（東京都中央区銀座）〕
〔・イオンタウン釜石（岩手県釜石市）など〕
- 調査項目： 商品について、パッケージ、価格、提供サイズ、味、提供の仕方などを、対象商品毎に必要な項目を設定して調査する。
- 分析結果の活用： 調査結果は、経営指導員等が整理・分析し、当該事業者へ直接説明して事業計画策定や実行支援に役立てる。
- サンプル数： 対象商品1商品あたり、来場者20～30名程度とする。

②展示商談会でのバイヤーニーズ調査（B to B）

製造業を中心とした商品の提供方法、素材や加工法などの工夫により、販路開拓につながるため、展示商談会などを活用して調査、分析することで、事業者へフィードバックし、事業計画に反映させ、明確なターゲット設定につなげ、マーケットインの事業展開を目指す。

- 手段・手法： 東北復興水産加工品展示商談会、伊達な商談会などにおいて、百貨店、通信販売、商社、卸、問屋、GMS、外食、専門店などのバイヤーの要望、感想などニーズにつながる情報を、経営指導員等が収集する。また、展示商談会のバイヤー招聘、マッチング、サプライヤーへの助言、指導を行う仙台商工会議所の販路開拓コーディネーターより、経営指導員等が事業者のターゲット市場のニーズ情報をアドバイスしていただき、事業者へ情報提供する。
- 調査項目： 商品について、パッケージ、価格、提供サイズ、取引における決済方法、納品方法などを、対象商品毎に必要な項目を設定して調査する。
- 分析結果の活用： 調査結果は、経営指導員等が整理・分析し、当該事業者へ直接説明して事業計画策定や実行支援に役立てる。
- サンプル数： サプライヤー1事業者1商品あたり、バイヤー3事業者程度とする。

(3) 目標

事業者数	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
①調査対象事業者数	-	4事業者	4事業者	4事業者	4事業者	4事業者
②調査対象事業者数	-	4事業者	4事業者	4事業者	4事業者	4事業者

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

現状は、東北六県商工会議所連合会で開催する展示商談会の構成員として開催・出展、テスト販売を開催してきた。テスト販売では、アンテナショップ、バイヤーとの関係性構築により、その後の新たな取引への進展、新たな百貨店への出展を紹介いただくなど効果が見られる。また、飲食店や土産品などのプロモーション支援により、お客様からの問合せにつながるなどの効果が見られる。

課題は、展示商談会における対象事業者が比較的少なく、出展事業者が減少してきている。また、これまでの実績から、あらかじめ決めた展示商談会に出展することを目的として、小手先のテクニックで臨んでも成約には結びつかないと実感している。事業計画策定時に、「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要の動向調査」結果を踏まえ、需要を見据えた事業計画の策定を目標に、明確なターゲットへの新たな需要開拓に取り組む必要がある。そのため、事業者毎に必要な展示商談会、出店場所、バイヤーを見極めることが重要である。販路

開拓先のニーズは多様であり、個別にきめ細やかな対応が必要になる。

(2) 事業内容

策定した事業計画に基づき、設定したターゲットに向けて、新たな流通、販路の開拓を目指し、必要な新たな需要開拓の機会を支援する。

支援内容は、事業計画を策定した事業者のうち、釜石商工会議所が重点支援先に設定した事業者や意欲ある事業者を対象として、事前の準備、当日のサポート、事後の振り返り、今後の改善事項について、個別相談などを通じてハンズオンにより、テスト販売・展示販売会、展示・商談会を支援する。

① テスト販売・展示販売会事業 (B to C)

具体的には、岩手県産株式会社が運営する岩手県のアンテナショップでのテスト販売の実施支援、公益財団法人いわて産業振興センターが百貨店で開催する展示販売への出展を支援する。

また、百貨店（高島屋、三越、川徳、藤崎など）での各種販売催事、日本商工会議所が提供するテスト販売が可能な機関、地域で開催される食の催事など、適切な事業を選定して支援する。

なお、需要を見据えて策定した事業計画に基づき、事業者毎のターゲットに見合う機会を活用、消費者との対面による販売で、事業計画の検証、知名度の向上などを支援し、商品企画やプロモーションなどマーケティングのブラッシュアップが図られ、売上向上につながることを目指す。

(具体的な例)

・いわて銀河プラザ

主催は釜石商工会議所で、岩手県のアンテナショップを活用する。首都圏への販路開拓を図るためのアンテナショップであり、釜石商工会議所はイベントスペースを2日間借用し、選定した事業者の商材をテスト販売する。主な顧客は40～60代の女性、1日平均売上は1,447千円、購買客単価は2,038円、出展メーカーは441社、3172品目を取り扱っている売り場である。

・大いわて展

主催は公益財団法人いわて産業振興センターで、日本橋高島屋で3月に6日間開催される。主な顧客は高級志向の60代の女性、6日間で売上は6,150万円、来場者数は公表していないが客単価が高い。出展者数67事業者、県内で生産される優良特産品の展示販売を通じて広く理解を深める場である。

② 展示・商談会事業 (B to B)

具体的には、東北六県商工会議所連合会／仙台商工会議所が開催する「伊達な商談会」、「東北復興水産加工品展示商談会」、岩手県産株式会社などが開催する「いわて食の商談会」などへの出展を支援する。

また、事業者が目指す市場の参入に必要な展示・商談会など、需要を見据えて策定した事業計画に基づき、事業者毎のターゲットに見合う業界や業種、目指す市場に向けて開催される新商品・新市場に向けた展示商談会への出展を支援する。

なお、バイヤーとの商談フォロー、継続商談での事後フォローなどを含めて売上向上につながることを目指す。

(具体的な例)

・伊達な商談会

主催は東北六県商工会議所連合会／仙台商工会議所で、事前マッチングによる商談会である。食品製造分野を中心に、例えば集団型では高速道路の商業施設等、明確なターゲットに向けて行う商談会である。年間を通じて1日間で様々な業種、業態との商談会が実施されている。東北の約50事業者がサプライヤーとして出展、約20社のバイヤーと事前マ

- マッチングによる商談を行う。
- 東北復興水産加工品展示商談会
主催は東北六県商工会議所連合会／仙台商工会議所で、事前マッチングによる商談会である。仙台市で水産加工業が首都圏、仙台圏等を中心に販路開拓を目的に、6月に2日間、東日本大震災の被災地の約130事業者がサプライヤーとして出展、約5,500社のバイヤーが来場、商談を行う。
- いわて食の商談会
主催は岩手県産株式会社などで、盛岡市、仙台市、千葉市、名古屋市、大阪市で開催される。大阪会場では、食品製造分野の事業者が関西圏への販路開拓を目的に、11月に1日間、県内約40事業者がサプライヤーとして出展、約80社のバイヤーが来場、商談を行う。

③プレスリリース、PR支援

新商品の情報や季節商品、限定商品、地域の特徴ある商品など、事業者の商品・サービスの情報について、紙媒体、SNSでの情報発信方法の助言、発信を支援し、プロモーションのノウハウなどを事業者に展開する。

(3) 目標

	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
① テスト販売・展示販売会 出展事業者	2事業者	4事業者	4事業者	4事業者	4事業者	4事業者
① テスト販売・展示販売会 売上額（/者）	—	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
② 展示・商談会出展事業者	6事業者	4事業者	4事業者	4事業者	4事業者	4事業者
② 展示・商談会成約件数 （/者）	—	4件	4件	4件	4件	4件
③ プレスリリース・PR支 援事業者数		4件	4件	4件	4件	4件

II. 地域経済の活性化に資する取組

8. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

現状は、岩手県沿岸広域振興局、釜石市と連携し、地域資源を活用した食品製造事業者の販路開拓における展示商談会の開催や出展支援などに取組んできた。また、地域のソウルフードであり食文化である釜石ラーメンのれん会のプロモーション支援に取組んできた。併せて地域の飲食店のプロモーション、集客支援の実施などに取組んできた。

課題は、地域活性化に結びつけるための連携が不十分で、運営資源が分散し、十分な効果が得られたとは言えない取組みもあった。定期化した情報交換、情報共有により、効果的かつ成果につながるような活性化を生み出す仕組みに見直す必要がある。

(2) 事業内容

①地域経済活性化懇談会

地域経済の活性化に関する全般的な意見交換、情報共有、支援協力・連携につなげることで、事業を推進するための機会として、年2回定期的に懇談会を開催する。

参画者は、釜石商工会議所、釜石市産業振興部商業観光課・企業立地課、岩手県沿岸広域振興局産業振興室に加え、関係機関をオブザーバーとして招聘して、連携により効果的な地

域活性化に取り組む機会とする。

国、県、市、商工会議所の施策や考え方を共有しながら、個々の事業者の経営戦略に加えて、地域の魅力を掘り起こし、魅力を広く内外に浸透させる。

そのため、今後の地域経済活性化の目標や役割を共有、目指すべき方向性の意思統一を図り、地域及び事業者の強みを活かした事業展開を目指す。

②商業サービス業情報交換会

東日本大震災の復旧・復興後、ラグビーワールドカップ後の経営環境を把握し、消費動向や消費者の多様なニーズに対応し、売上確保、利益確保の一助となるように、意欲醸成を図るため、年1回定期的に情報交換会を開催する。

参画者は、釜石商工会議所、釜石市産業振興部商業観光課、岩手県沿岸広域振興局産業振興室、釜石市内の商店街振興組合、商店会、共同店舗とし、需要に基づく商品・サービスを提供していくための情報交換の機会とする。

国・県・市・商工会議所の施策や考え方を情報提供し、今後の地域商業・サービス業の目指す方向性を意見交換して共有する機会としての仕組みを構築する。

また、商業・サービス業の事業者が、地域の経営環境を確認し、情報交換することで個々や共同での新たな取り組みを考える契機となり、また、支援施策の情報を得る機会とする。

③創業ネットワーク懇談会

釜石商工会議所が自治体とともに、釜石市内のメディアの協力を得て、年1回定期的に懇談会を開催する。

参画者は、岩手県沿岸広域振興局産業振興室、釜石市商業観光課、釜石市企業立地課、三陸釜石ブロードネット株式会社、合同会社釜石復興新聞とし、創業促進の情報交換の機会とする。

釜石商工会議所のみでは難しい、創業希望者の発掘の仕組みを構築するとともに、創業支援策（創業計画策定、資金調達など）の情報提供等について情報交換を行う。

これにより、地域を挙げて創業創出をバックアップして、創業者が継続した経営により既存事業者となるように、本事業により支援につなげていく。

（創業支援は、経営発達支援事業と連携し、産業競争力強化法に基づく「創業支援等事業計画」の認定を受けた釜石市を中心に、地域を挙げて取り組む必要がある。）

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

9. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

現状は、日本政策金融公庫盛岡支店、仙台商工会議所／東北六県商工会議所連合会、県内商工会議所などとの情報交換により、東日本大震災からの復旧、事業計画策定支援、資金調達などにおいて、支援ノウハウの収集や情報交換を行っている。

課題は、定例の会議については出席して、積極的に質問するなど、情報交換を行っているが、支援ニーズが高度化、多様化する中で、他の支援機関の好支援事例・ノウハウなどを定期的に継続して収集、情報交換を行う必要がある。

(2) 事業内容

<他の商工会議所との定期的な情報交換>

①県内商工会議所経営支援情報交換会（県内）

盛岡商工会議所（県庁所在地商工会議所）が県内商工会議所と年2回定期的に開催する情報交換会に出席して情報交換を行う。

構成メンバーは、県内9商工会議所中小企業相談所であり、昨今の支援ニーズが多様化、経営課題は高度化・専門化する中で、経営課題の解決に向けた好事例を共有し、支援力強化に向けた情報交換を行う。

②東北六県商工会議所中小企業相談所長会議（東北）

仙台商工会議所が東北六県の商工会議所と年1回定期的に開催する情報交換会に出席して情報交換を行う。

日本商工会議所からの最新の国の政策・施策の情報を得て、経営発達支援事業を体系的に整理して、実行していくための機会である。また、普段は会うことのない面積の広い東北全県からの出席に対して、質問事項を対面で顔を見ながら聞くことのできる情報交換の機会である。

<金融機関との定期的な情報交換>

③小規模事業者経営改善資金貸付け推薦団体連絡協議会

日本政策金融公庫盛岡支店が管轄地域内の商工会、商工会議所と年2回定期的に開催する協議会に出席して情報交換を行う。

構成メンバーは、同支店の管轄地域内の商工会議所、商工会であり、円滑な資金調達をサポートするために、融資制度及び手続きに関する知識習得、資金需要に関する情報交換、他商工会議所、商工会の支援事例について情報交換を行う。

④金融懇談会

釜石商工会議所が釜石市内の金融機関、自治体と年1回定期的に開催する懇談会において情報交換を行う。

構成メンバーは、釜石市産業振興部の商業観光課、企業立地課の他、株式会社岩手銀行（釜石支店、中妻支店）、株式会社北日本銀行（釜石支店、小佐野支店）、株式会社東北銀行（釜石支店）、宮古信用金庫（大渡支店）、岩手県信用保証協会（釜石支所）、岩手県（沿岸広域振興局）であり、地域情勢や設備投資など現状及び今後の資金需要の見通しなどについて、円滑な資金調達に向けた情報交換を行う。

<他の支援機関、士業などとの定期的な情報交換>

⑤岩手県事業承継ネットワーク会議

盛岡商工会議所が事業承継に関連する機関と年2回定期的に開催する情報交換会に出席して情報交換を行う。

構成メンバーは、岩手県商工観光部経営支援課、東北経済産業局経営支援課、県内の商工会議所・商工会、金融機関、各士業協会、事業承継引継ぎ支援センター、独立行政法人中小企業基盤整備機構などであり、事業承継に関する法律・税制・制度、親族内承継、親族外承継などの対応に向けた情報交換会を行う。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

現状は、震災後に経営指導員等が総入れ替えする中で、復旧支援に取り組みながら、経営発達支援事業を実施してきた。経験の浅い経営指導員等が多いなか、年間計画によるOFF-JTの実施により、外部の研修参加、外部研修を有効とするための内部研修などを実施してきた。集中的に資質向上に取り組む、実務経験を積み、一定の成長はできた。

また、OJTによる実践力向上の取り組みでは、一人で不安を抱え込まずに相談できるサポート体制を作って取り組んできた。これらにより、経営状況分析から、事業計画策定の一連のプロセスにおいて、一定の成果を生み出すことが出来た。

課題は、全体的な底上げを意識して取り組んできたものの、知識やスキルにバラツキがあり、震災後に担当となった職員がほとんどであるため、支援経験が不足している。そのため、事業者に対する支援内容やアウトプットに経営指導員等で個人差が生じている。また、経験の無い職員は自信の無さから支援に消極的な面も見られる。

経営発達支援業務が増加していることから、更なる底上げによる個人の支援能力向上に取り組む必要がある。また、幅広い業務が求められる中で、経営発達支援事業に携わる職員全体で支援ノウハウの共有が必要である。

(2) 事業内容

<経営発達支援事業に携わる経営指導員等、全員の支援能力向上の取組み>

① 個人の支援能力向上 O F F - J T の仕組み

● 内部研修の実施

経営発達支援事業に携わる経営指導員等全職員が参加して、必要な経営戦略やマーケティングについて不足する支援能力向上を図るため、基本的な知識の習得や業種特性への対応、事例研究など、内部研修を月1回開催する。また、経営に関する新聞やニュースでの時事的事項は、その都度、話題にして理解の促進を図る。さらに、外部講師招聘により、事業承継など重要施策の研修を実施する。

● 外部研修の活用

年間計画により、能力、階層段階に合わせて、経営指導員等全員が外部研修を受講できる機会を提供する。(中小企業大学校の基礎研修・専門研修、日本商工会議所の全国研修・テーマ別研修、県内商工会議所の全体・専門研修などを活用する。)

研修受講は目的意識を持って準備・受講し、研修終了以後は振り返りを行って、研修の重要事項については、他の経営指導員等と情報共有を行う。

② 全体での支援能力向上 O J T の仕組み

● 中堅経営指導員等の育成

中堅経営指導員等を育成するため、外部専門家をはじめ、法定経営指導員との同行訪問による支援プロセスの体験や事業者・担当者・法定経営指導員の三者面談を通じて、経営状況分析や事業計画策定などの能力を補い、不足している支援力の能力向上に取り組む。

● 個人の個性を活かした役割

経営指導員等は個々に性格、タイプが違い、百者百様の考え方など、お互いを分かり合うように努める必要がある。そして、一定の知識やスキルを満たした上で、個々の個性を認め、性格、タイプの強みを活かした役割を与え、全員で共有理解のもと、能力を発揮できるようなチームビルディングに努め、経営発達支援事業の強固な体制構築を目指す。

③ O J T 実施者育成の仕組み

O J T を有効なものとするため、必要な知識や能力の向上に努め、実施能力(やってみせる、説明する、やらせてみる、確認して指導する)を磨き、中小企業庁、経済産業省、独立行政法人中小企業基盤整備機構、日本商工会議所などが公表する先進的取組みや好支援事例について情報収集して、日々の環境変化に対応できる人材を育成し、支援力を高める仕組みを構築する。

<経営発達支援事業に携わる経営指導員等、支援ノウハウを全員で共有する体制の構築>

④ 全体での支援ノウハウを共有する仕組み

● 支援情報のデータベース化

新たに導入する経営支援基幹システムを活用し、経営発達支援事業に携わる経営指導員等全職員が支援情報にアクセス出来るように基盤整備する。地域の小規模事業者の状況が電子データ化で可視化され、相互共有できるようにすることで、蓄積された仕組みを構築する。

● ノウハウ共有の体制構築

支援情報が電子データとしてデータベース化され、支援事例について事例研究の資料とすることにより、経営発達支援事業に携わる経営指導員等、全員が見ることが可能となり、事業者の課題解決や新たな取組みについて、ノウハウ共有化が図られ、支援能力向上につながる。

11. 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

(1) 現状と課題

現状は、行政機関、外部有識者、釜石商工会議所において、年1回定期的に経営発達支援事業評価委員会を開催し、事業の実施状況(定量目標、定性目標)について評価を受け、釜石

商工会議所ホームページで評価、見直しについて公表している。

課題は、評価委員会から、効果的かつ成果につなげるためには、計画で定めた目標値（量）の達成のみを重視することなく、支援先を絞って質を高める努力をすることも必要であるとの指摘を受けた。支援先への支援度合いは基準が明確化されておらず、経営指導員等が裁量により実施していることが課題である。

また、実績の件数についても同様に、基準があいまいであるため、実質的に厳しいカウントを採用しており、実際には支援を行っていても実績には計上せずに漏れがあることが課題である。

（２）事業内容

経営発達支援事業の実施進捗状況などについて、評価・見直しなどを行う評価会議を毎年２回定期的に開催する。

①会議メンバー

メンバー構成は、①外部有識者として、専門的知識を有する第三者である中小企業診断士、金融機関、②本計画を釜石商工会議所と共同して策定した釜石市の産業振興部商業観光課長、産業振興部企業立地課長、③本計画を策定して実行する釜石商工会議所の法定経営指導員で構成する。また、独立行政法人中小企業基盤整備機構東北本部をオブザーバーとする。

事務局は、釜石商工会議所事務局長、中小企業相談所経営支援課において担当する。

②実施方針

評価会議の実施については、経営発達支援事業の計画（P）、その実施進捗状況（D）を確認、評価（C）していただき、実施方法の見直し（A）について助言をいただく。

評価会議での結果・見直しについての助言は、経営指導員等会議で共有して見直し案を作成するとともに、今後の本事業の実施に反映させる。

③実施方法

これまでの評価委員会での課題について、以下のとおり方法を改めて実施する。

新たに導入する経営支援基幹システムを活用することで、経営状況分析、事業計画策定、計画策定後の支援、新たな需要の開拓などについて、データとして実績件数をカウントする。

また、経営発達支援事業に携わる全員が、支援情報をデータベース化し、支援ノウハウを共有する体制を構築することで、支援事業を管理して報告を行う。

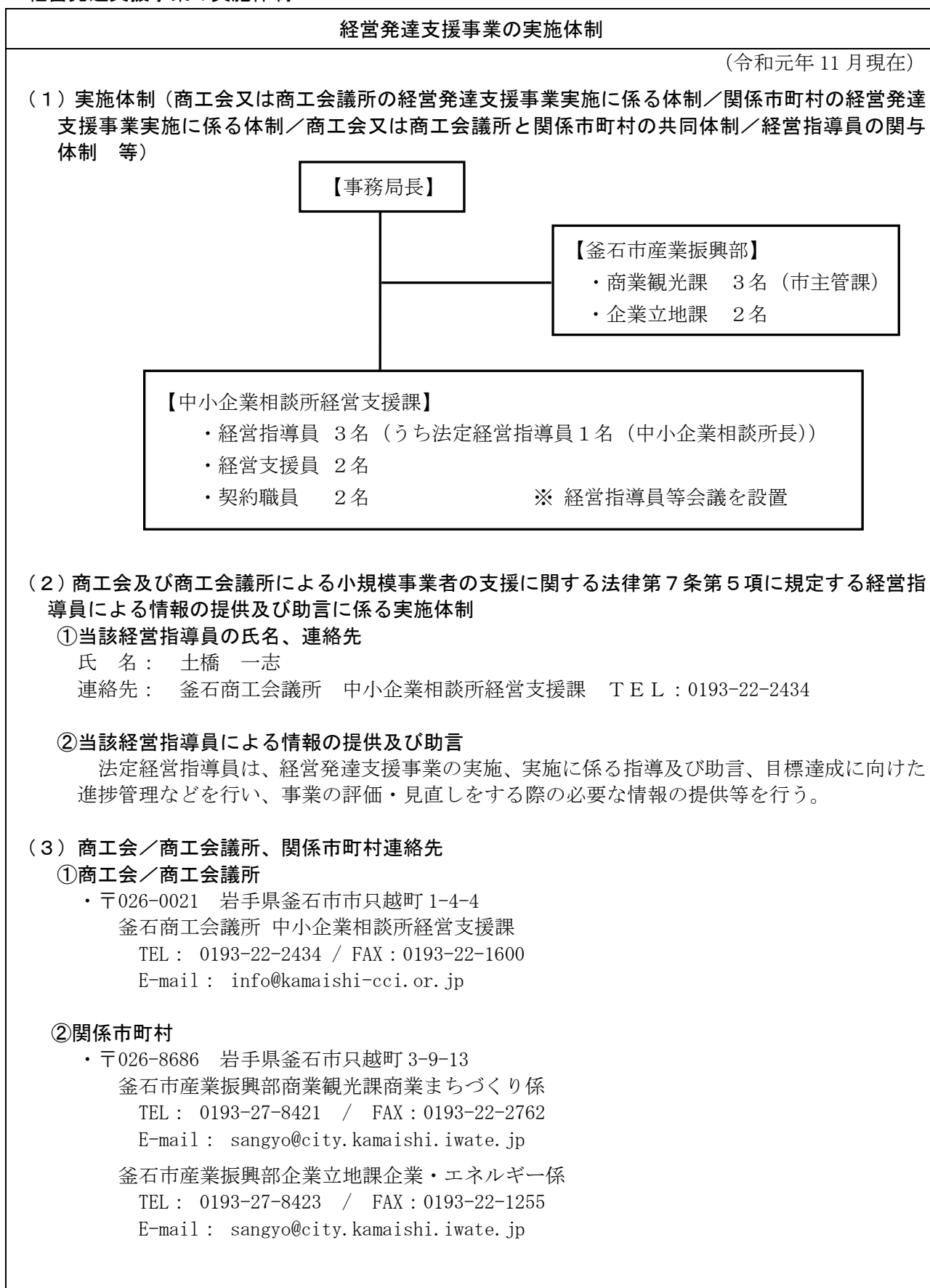
経営指導員等会議を設置して、量的な支援のみを重視せず、質的な支援についても考慮して、質的・量的双方のバランスよい支援度合いを見極め、決定することで、重点支援先、強化支援先、定期支援先を定めて効果的に支援する。

④結果の公表

評価の結果・見直しなどは、釜石商工会議所三役会（会頭、副会頭、専務理事）に報告した上で、釜石商工会議所事務所で常に閲覧できるようにするとともに、ホームページで広く公表し、地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。併せて会報に折り込みをして周知する。

(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)

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
必要な資金の額	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320
・ 経営状況の分析支援	316	316	316	316	316
・ 事業計画策定支援	207	207	207	207	207
・ 新たな需要開拓支援	2,262	2,262	2,262	2,262	2,262
・ 支援ノウハウ等の情報交換	120	120	120	120	120
・ 経営指導員等の支援能力向上等	965	965	965	965	965
・ 経営支援情報の管理	450	450	450	450	450

(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
事業等収入、市補助金、県補助金、国補助金など

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等