

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	川崎町商工会 (法人番号 6370105001025) 川崎町 (地方公共団体コード 043249)
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 (1) 観光消費促進のための販路開拓支援を通じて川崎町の交流人口の増加を目指す (2) 創業・事業承継の推進による地域産業基盤の維持 (3) 小規模事業者の生産性の向上に向けたDX推進
事業内容	経営発達支援事業の内容 3. 地域の経済動向調査に関すること 小規模事業者を対象とした経済動向調査の実施及び地域経済分析システム (RESAS) を活用した地域経済動向分析の実施とそれら各種統計データの収集と提供。 4. 需要動向調査に関すること 川崎町町内の温泉旅館にて提供するサービスに対するアンケートの実施により顧客ニーズを把握し、個々の事業者の売上等に繋がる需要動向調査を行う。 5. 経営状況の分析に関すること 巡回訪問等やセミナー開催による経営分析の必要性や重要性の周知・啓蒙活動及び小規模事業者に対する経営分析を実施し新たな需要開拓に向けた事業計画の策定支援を行う。 6. 事業計画策定支援に関すること DX推進セミナーやマーケティングセミナー、事業計画策定セミナーを開催し、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こし、小規模事業者が抱える経営課題解決に向けた支援を実施。ITツールの導入やWEBサイト構築等の支援も行う。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 創業者を含め、事業計画を策定した既存事業者へフォローアップ支援を行い、関係機関と連携し伴走型の支援・助言を行うことで、経営の持続的発展を支援する。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ITを活用した販路開拓支援を行い、商品の認知度向上を図る。
連絡先	川崎町商工会 経営支援課 〒989-1501 宮城県柴田郡川崎町大字前川字裏尻 29-6 TEL:0224-84-2174 FAX: 0224-84-5926 E-mail: kawasaki_sci@office.miyagi-fsci.or.jp 川崎町 地域振興課 〒989-1592 宮城県柴田郡川崎町大字前川字裏丁 175-1 TEL: 0224-84-2117 FAX: 0224-84-6789 E-mail: kawa-san@town.kawasaki.miyagi.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

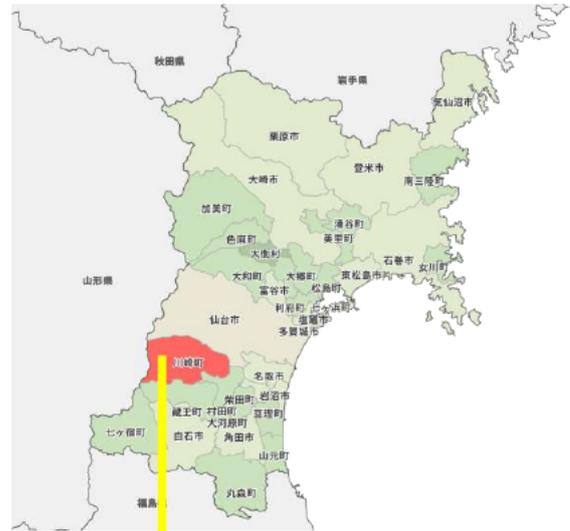
I. 目標

1. 川崎町の現状及び課題

(1) 川崎町の概要

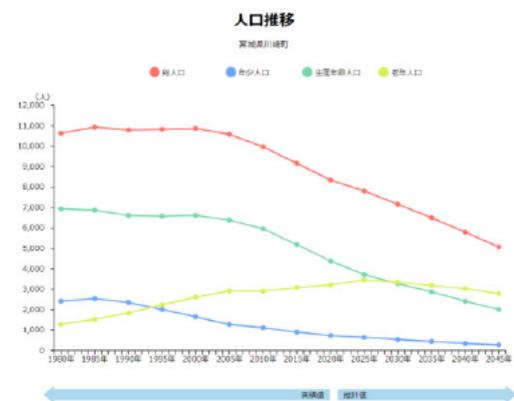
川崎町は宮城県南西部、蔵王連峰の麓に位置し、その面積は270.77K㎡である。町の面積の85%を蔵王連峰に属する山々が連なる山岳・丘陵地帯が占めており、残る盆地部分には基石に集まる三本の支川（太郎川、北川、前川）により形成された河岸段丘が発達した。河川は名取川水系に属し、仙台市の水源である釜房湖に流入しており自然環境に恵まれた風光明媚な環境下にある。

隣接市町は、北部は仙台市、東部は村田町、南部は蔵王町、西部は山形県上市市で町中を国道286号線・457号線が走り、仙台市から上市市、仙台市から蔵王町への交通の要所となっている他、山形自動車道川崎IC、笹谷ICの2つを有し、仙台市中心部から車で約40分と比較的好立地にある。また、町中心部から東へ1.5km向かうと「国営みちのく杜の湖畔公園」があり、令和4年度の観光入込数は年間約80万人、町南部は「青根温泉」、「峩々温泉」の温泉郷は年間12万人、南西部に立地する競艇場「ボートピア川崎」には年間13万人と、それぞれに町来訪者の集客施設が点在する。川崎町は農業就労者が多く、特に宮城県内では有数の蕎麦生産地域で、古くから各家庭で「蕎麦打ち」する風習があり、現在でも多くの家庭で親しまれている食文化があり、「川崎そば」として町内には8店の蕎麦屋があり、町の特産品の一つとなっている。



(2) 人口推移（地域経済分析システム RESAS より）

川崎町の人口は8,189人（男性：4,064人、女性：4,125人）、世帯数3,419戸（令和5年7月末時点）人口推移をみると、総人口は昭和60(1985)年以降、減少傾向を続けており、今後も減少傾向が続くことが見込まれている。年齢別人口を見ると、年少人口及び生産年齢人口は減少傾向、老年人口は増加傾向から横ばいとなっている。なお、令和12年(2030)には、生産年齢人口と老年人口が逆転することが予測されている。高齢化率は、令和2年(2020)の38.47%から令和27年(2045)には54.96%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は、令和2年(2020)の52.50%から令和27年(2045)には39.63%に低下する見込みである。



(3) 地域産業の現状と課題

①川崎町の産業構造と町民所得

宮城県市町村民経済計算によると、令和2年度の川崎町の産業構造は第2次産業が26.7%、第3次産業が66.7%となっており、宮城県と比較すると第2次産業の比率は同程度であり、第3次産業の比率は低い状況にある。1人あたりの町民所得は2,187千円と宮城県よりも低い水準である。

	第1次産業 (%)	第2次産業 (%)		第3次産業 (%)	総生産額 (百万円)	1人当たり所得 (千円)
		全体	うち製造業			
川崎町	6.9	26.7	17.0	66.7	22,302	2,187
宮城県	1.4	24.7	16.3	74.2	9,485,225	2,801

(出典：令和2年度宮城県市町村民経済計算を抜粋加工)

②管内商工業者数の推移

川崎町管内の商工業者数の推移では、平成27年（川崎町商工会の独自調査）と令和3年（経済センサス統計値）を比較すると、100社以上の事業者が減少している。平成27年度は川崎町商工会の独自調査による数値であり、令和3年度は経済センサスの数値のため、100社と大きく差が生じているが、地域の高齢化に伴い減少基調であり、今後も地域内の商工業者の減少は否めない状況である。

なお、商工業者数に関しては、令和3年度経済センサス基礎調査数値を宮城県商工会連合会が独自集計した数値であり、後述する同調査数値との差異が生じている。

	商工業者	小規模事業者数	小規模比率	商工会員数	会員比率
平成27年	514	468	91.0%	355	69.0%
令和3年	402	359	89.3%	311	77.3%
R3/H27減少率	21.8%	23.2%	-	12.4%	-

(出典：川崎町商工会の独自調査・令和3年度経済センサス基礎調査)

産業分類別にみても、事業所数や従事者数が増加する業種こそあるものの、ほとんどの産業が事業所数や従事者数が減少傾向にある。推察となるが、事業主の高齢化に伴う廃業や地域の稼ぐ力の減少による従業員雇用維持や新規採用が出来ない事業所が顕著に増加していると窺える。

③産業（大分類）別事業所数及び従業者数

	平成24年		平成27年		令和3年度	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
総数	401	2,542	439	3,328	397	3,105
第1次産業	11	113	14	139	14	176
農林漁業	11	113	14	139	14	176
第2次産業	120	1,116	122	1,277	112	1,248
鉱業、採石業	2	11	1	4	1	5
建設業	80	456	79	451	71	444
製造業	38	649	42	822	40	799
第3次産業	270	1,313	303	1,912	271	1,681
卸売小売業	107	397	116	444	95	386
生活関連サービス業、娯楽業	41	167	44	278	38	246
宿泊業、飲食サービス業	31	136	44	311	36	208

医療、福祉	16	280	21	466	22	483
不動産業、物品貸付業	10	24	13	41	11	35
教育、学習支援業	3	3	4	4	6	10
学術研究専門技術サービス業	8	17	11	21	8	9
運輸業、郵便業	8	107	9	200	8	94
金融業、保険業	5	28	5	26	5	25
総合サービス業	10	70	6	34	6	45
情報通信業	-	-	-	-	-	-
電気、ガス、熱供給、水道業	-	-	1	4	1	3
サービス業(他に分類されないもの)	28	84	29	83	35	137

(出所：経済センサス基礎調査)

川崎町の地域資源については、豊かな水と緑に囲まれた東北唯一の国営公園である「国営みちのく杜の湖畔公園」や1970年に完成し宮城県内に住む多くの人々の暮らしを支える「釜房ダム」、川崎町の南西部、山間にある開湯500年近くの歴史ある温泉郷である「青根温泉・峩々温泉」、歴史的偉人である支倉常長が幼少期に過ごしたと言われる「上楯城址」、夏・冬で利用できるセントメリースキー場、オートキャンプ場のるぼぼの森、安全でおいしい米・そば・蒟蒻芋・仙人シイタケなど、多様な地域資源を数多く有しており、交流人口や定住人口の拡大に大きな可能性を秘めている。

なお、川崎町が策定した第6次総合計画の基本構想の中の1つに「様々な幸せを呼び込む風土「作」り」があり、「豊かな自然や景観、温泉、国営みちのく杜の湖畔公園などの大規模なリゾート・クリエーション施設、歴史的・文化的資源のほか、人材や組織なども含めた有形・無形の地域資源が豊富に存在します。これらの資源を活用し、新たな付加価値を生み出す施策を推進します。」と掲げている。

《川崎町の地域資源（一部）》



(国営みちのく森野湖畔公園)



(釜房ダム)



(そば畑)



(青根温泉峡)



(峩々温泉峡)



(上楯城址)



(川崎米)



(仙人しいたけ)

④地域の課題

こうした状況から地域の課題を以下の通り集約する

- 生産年齢人口を中心とした人口の減少傾向が続くこと等による、域内を商圈とする小規模零細な商工業者の売上減少が続くことが想定される。

- 経済環境の悪化や後継者不足により、「自分の代で廃業」を選択する経営者割合が増加し、小規模事業者を中心とした商工業者の減少拡大が想定される。

⑤商工業者の課題

●商業の現状と課題

川崎町の商業は、中心地に1つの商店会組織（名称：なかなか商店会会員数：15名）が存在しているほか、商店会組織に属さない従来からの場所で営業している店舗が点在している。川崎町の近隣市町には仙台市、大河原町、白石市があり、町内から車で30分～60分程度で買い物が出来る環境であり、同市町に出店している中規模、大規模店への消費購買力の流出が売上減少の要因に挙げられる。地域内の店舗を見渡すと、既存店舗の老朽化、経営者の高齢化、加えて事業所の厳しい経営状況により、自分の代で廃業というところが多く見られ、会員事業所の約70%は後継者がいない状況にある。今後は空き店舗が増加することが懸念される。空き店舗は、自宅と続いているところが多く居住している方も高齢になっているため、理解を得て活用できるかが課題である。

●建設業の現状と課題

度重なる地震により一時的な受注があるもののウッドショックやウクライナ情勢による原材料の高騰や資材調達が困難になり、納品LTが伸長し、資金ギャップが発生している。また、慢性的な人材不足が深刻化と相まって、大手メーカーに受注が流れており、地元事業者の受注規模が小さくなっている。更には町内人口減少による、町内受注減もあり、経営環境は厳しい状況にある。今後も従業員の高齢化や若手担い手不足が課題である。

●製造業の現状と課題

製造業では、経済センサスによる従事者数の割合によると食料品製造業が42.3%と最も多く、次いで電子部品・デバイス・電子回路製造業が16.7%、プラスチック製品製造業が6.3%となっている。

また令和2年度の宮城県工業統計調査によると、令和元年度同調査と比較すると、事業所数こそ1事業所の減少ではあるが、従事者数は110名の減少、付加価値額は111,160万円減少しており、コロナ禍による第3次産業の経済活動の停止に伴う生産出荷量が著しく落ち込んだことが原因と挙げられる。また、建設業同様に従業員の高齢化や若手担い手不足や、新規取引先の開拓が課題である。

第4表 市区町村別、事業所数・従業者数・製造品出荷額等・付加価値額

市区町村	事業所数					付加価値額(万円) (29人以下は粗付加価値額)				
	令和元年 (2019)	令和2年 (2020)	増減		構成比 2年 (2020)	令和元年 (2019)	令和2年 (2020)	増減		構成比 2年 (2020)
			数	率 (%)				額	率 (%)	
324 川崎町	18	17	△1	△5.6	0.7	530,932	419,772	△111,160	△20.9	0.3

(出典：令和2年度宮城県工業統計調査川崎町を抜粋加工)

●観光業の現状と課題

下表は宮城県観光統計の主要観光地点別観光客入込数、宿泊者数を年別に表示したものである。令和2年度の宿泊者数は笹谷（スキー場含む）を除き大幅に減少している。新型コロナウイルス感染症拡大の影響によるものであり、旅館やペンションの宿泊業は、かなりの影響を受け厳しい経営状況にあった。また、増加した笹谷（スキー場含む）については、コロナ禍により伸長したキャンプやアウトドア需要によるものであり、ブームによる一過性の性質が強い。現在はポ

ストコロナ期に入ったものの、新型コロナウイルス感染症の影響は今後も継続すると考えられるため、新型コロナウイルスと共存した宿泊環境の整備や交流人口の増加に寄与する川崎町の魅力の情報発信が必要であると考えます。

【主要観光地点別観光客入込数】

施設	平成 30 年度	令和 1 年度	令和 2 年度	令和 3 年度
笹谷（スキー場含む）	99,970	89,205	59,858	91,183
青根温泉	108,507	100,369	106,055	122,190
国営みちのく杜の湖畔公園	782,058	708,683	427,009	518,008

【宿泊者数】

施設	平成 30 年度	令和 1 年度	令和 2 年度	令和 3 年度
笹谷（スキー場含む）	10,545	10,850	11,046	12,337
青根温泉	11,461	9,295	9,211	10,036
国営みちのく杜の湖畔公園	135,168	136,657	57,133	80,737

（出典：宮城県観光統計）

2. 商工会のこれまでの取り組み

地域総合経済団体及び小規模事業者支援機関として、巡回訪問や窓口相談等を通して、経営・金融・労務・税務・取引・情報化などの「個社」の経営改善支援や、地元購買促進のため、商店会等と連携した「なかなか商店会大売出し」や、「割り増し商品券」の発行、スタンプラリー事業、地域資源調査事業、特産品等販路開拓事業など「面的」な事業者支援を行ってきた。しかしながら、人口減少、少子高齢化、近隣市町への大型店の出店などの社会構造、外部環境の変化により市場が縮小していき、それに伴って小規模事業者の売上や利益が減少しており、さらに経営者の高齢化や後継者不足などの要因も絡み、やむなく廃業に至ってしまうケースがある。当会員も毎年 10 件程度、殆ど廃業を理由に脱会している。

この厳しい現実を打破していくためには、従来の支援策だけでは解決できないため、今後は事業者の売上や利益を伸ばすための個社支援の強化と地域経済活性化のための面的支援をさらに推進していくことが求められている。

- (1) 「中心市街地等の地域商業の活性化」という大きな目的を持って、商店会活性化事業を行い、売り出しやポイントカード発行等の事業を実施してきたが、「まちなか滞留客の増加」にはまだまだ結びついていない。
- (2) 地元商店への集客性や回遊性を高めるためスタンプラリー事業を実施しているが、事業実施期間こそ売上増加に繋がっているが、事業実施後の顧客との関係性の維持が出来ていない。
- (3) コロナ前は 2 割増しの商品券、コロナ禍では町民に対しての商品券の配布事業を行っているが、商品券利用促進を目的とした、新規顧客開拓に繋がっておらず、また、商品券による経済効果も一過性の色彩が強い。

3. 小規模事業者に対する中長期的な振興の在り方

(1) 10 年程度の期間を見据えて

川崎町の今後の 10 年を見据えると、主要な産業の変化に加え人口減少と高齢化が進み、当然ながら生産年齢人口も減少していく。また、経営者の高齢化や後継者不足による廃業が増加することが予測される。

小規模事業者においては、労働力の減少や大手企業との競争の激化等による経営環境の中、生産性向上による業務効率化や競争力の強化を行い、新たな販路開拓等の向上が求められている。

川崎町商工会においては、地域資源を活用した起業の支援や起業意欲を喚起する多様な取り組

みやDXやポストコロナ時代のサービス開発など、地域を支える小規模事業者が人口減少時代に対応した新しいビジネスモデルの構築等の課題解決に向けた継続的な支援を行う。

(2) 川崎町第6次長期総合計画との連動性・整合性

現在川崎町では、第6次長期総合計画において、【子供も大人も誰もが健やかに暮らせるまちづくり】(かわさき)、【身の丈にあったまちづくり】(か輪さき)、【安心してくらししていけるまちづくり】(かわ作き)【協働のまちづくり】(かわさ希)をまちづくりの基本理念として提示されている。

商業の振興では、主要施策として、「産学官金の連携による魅力づくり」「安定した経営基盤の形成」「販路の拡大と需要喚起」を示しており、観光の振興では主要施策として、「〇観光宣伝活動の推進」「〇SNS等を活用した観光情報発信の強化」「〇観光コンテンツの連携」「〇農産物を活用した観光産業の掘り起こし、商品開発」「〇インバウンド対策」を掲げている

川崎町商工会では、川崎町のまちづくりの基本理念と連動し、従来の支援策を拡充強化し、事業者の売上や利益を伸ばすための個社支援を強化し、事業所の減少に歯止めをかけるとともに、地域経済活性化のための面的支援を更に推進する。

(3) 商工会としての役割

地域総合経済団体であり支援機関でもある川崎町商工会は、小規模事業者の経営の伴走者として機能することが求められる。特に経営資源の乏しい小規模事業者は少子高齢化・人口減少等による市場縮小や需要低下による売上減少、後継者不在による事業承継問題等の厳しい経営環境に直面している。

川崎町商工会は事業者の持続的発展を支援するため、行政の施策の広報・周知、関係機関との連携による支援のワンストップ化を図り、実効性のある小規模事業者支援を行い、事業者に気づきを与え自己変革を促すとともに事業者のあるべき姿の実現に向けてフォローアップを行う。

このような支援・フォローアップの積み上げにより、地域経済の活性化と発展を実現していく。

4. 地域の課題を踏まえた経営発達支援事業の目標と方針

「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえて、当地区の小規模事業者に共通する課題「売上増加」「利益確保」「創業者を増やす」を目指すために、当商工会が、事業計画の策定やその着実な実施を小規模事業者に寄り添って支援し、経営力を向上させることで、「当地区の多くの小規模事業者の経営を持続させること」を目標とする。

目標①観光消費促進のための販路開拓支援を通じて川崎町の交流人口の増加を目指す

目標②創業・事業承継の推進による地域産業基盤の維持

目標③小規模事業者の生産性の向上に向けたDX推進

経営発達支援事業の内容及び実施期間

II. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

1. 経営発達支援事業の実施期間（令和6年4月1日～令和11年3月31日）

2. 目標達成に向けた方針

本会では、小規模事業者に対し、定期的な巡回訪問を実施し、経営・金融・税務・経理・情報化等の基礎的な支援を実施してきた。そうした中で新たな課題抽出・問題解決に努め、宮城県商工会連合会をはじめとした各種機関と連携を強め、経営改善普及事業を推進してきた。

経営発達支援計画を推進するにあたっては、事務局体制、各種関係機関との連携を強化し、本会の巡回訪問の機動力、信用力を活かした周知徹底を行い会員事業所は勿論のこと、会員以外からも対象となる小規模事業者へ周知を徹底する為、本会公式ホームページにて情報の提供を行う。

小規模事業者と数多く接点を持つことで川崎地区の小規模事業者全体に持続的発展に向けた事業計画づくりを浸透させる。

目標①観光消費促進のための販路開拓支援を通じて川崎町の交流人口の増加を目指す

川崎町は青根温泉や寝々温泉、セントメリースキー場がある県内有数の観光地であるが、令和2年度の青根温泉の宿泊者数は前年対比で大幅に減少している。そのため経済動向調査として観光動向の分析を行い、また需要動向調査では宿泊客からアンケートをとり、これらの情報を活用しながら、事業計画策定支援を通じ観光消費促進のための取組を支援する。またプ スリリースやITを活用し販路開拓支援も併せて実施する。

目標②創業・事業承継の推進による地域産業基盤の維持

川崎町の現状でも記載の通り川崎町は多種多量な地域資源を有している。また、仙台の秋保温泉や蔵王町の遠刈田温泉からの交通アクセスはよい立地環境にある。併せて、川崎町では地域おこし協力隊を通じて移住定住に力を入れており、川崎町の魅力に惹かれて移住者が増加傾向にある。そのような移住者の中には、創業希望者も多く、希望者のために創業セミナーを開催し、宮城県よろず支援拠点と連携し創業者を増やす。また、後継者がいないといった、既存事業者に対しては宮城県事業承継・引継ぎ支援センター及び日本政策金融公庫と連携し、事業者が納得し親族や第三者に事業承継出来るよう支援する。これらの推進を図り小規模事業者の維持を図る。

目標③小規模事業者の生産性の向上に向けたDX推進

小規模事業者にとって、ITには関心があるものの手間や不慣れ等の理由により今まで十分に取り入れられなかった。今後は、DXに関する意識や知識を一層理解してもらうため、経営指導員等による説明や指導を行い、ECサイト活用による域外の販路開拓や会計ソフトの活用により生産性向上によるコスト削減などを取組み、内容によっては宮城県よろず支援拠点の専門家等と連携し、売上増加や利益確保につながるようDXの推進を図る。

III. 経営発達支援事業の内容

3. 地域経済動向調査に関すること

景況調査を実施することで町内業種別の経済動向を把握し、小規模事業者の今後を見据えた事業計画策定等の材料として活用することを目的に、地域の経済動向について、四半期毎に調査・分析を行い、各業種の経営状況を把握し、景況動向を情報提供する。調査に当たっては、経営指導員等が巡回により調査を行い小規模事業者の抱える経営上の問題点の把握に努め、企業の立場に立った

伴走型支援を行う。

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者への経済動向に関する情報は、宮城県商工会連合会が発行している中小企業景況調査報告書や日本政策金融公庫及び地域金融機関が提供している景況レポート等を巡回時等に提供しているが、小規模事業者への具体的分析と補足説明を伴わない資料としての提供に留まっており、小規模事業者への経営支援には十分活かされていない状況にある。特に宮城県商工会連合会が発行する中小企業景況調査報告書は川崎町が調査対象地域とされておらず、地域の現状と乖離する部分も多く、実情としては実施していないと等しい状況であった。

【課題】

現状を踏まえ、域内の小規模事業者への経営支援に活かせるよう、ビッグデータ等を活用した専門的でより川崎町にマッチした分析を独自に行う。情報はデータベース化し、商工会ホームページにて事業者に適時提供する。

(2) 目標

事業内容	公表方法	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
1. 地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
2. 景気動向分析の公表回数	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回
3. 景気動向調査数 (28事業所×年4回)	HP掲載	96件	112件	112件	112件	112件	112件
4. 3のための巡回訪問件数	HP掲載	100件	200件	250件	250件	250件	250件
5. 観光動向の整理・情報提供の回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビックデータの活用）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【調査手法】

経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う

【調査項目】

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析
- ・「まちづくりマップ・From-to分析」→人の動き等を分析
- ・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析

上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②景気動向分析

宮城県商工会連合会が毎年四半期ごとに実施している中小企業景況調査、全国連が毎月提供している景気動向調査等の結果を活用し、県内及び国内の中小・小規模事業者の業種毎の景気動向を把握し、他地域と川崎町との比較などを行う基礎資料とする。

また、現在の中小企業景況調査は宮城県全体を対象とした調査結果の提供となっており、川崎町内の状況がつかみきれていないため、独自調査として、宮城県商工会連合会が実施している中

小企業景況調査項目と同内容の調査を年4回町内でも実施し、他地域と川崎町との比較を行う。製造業であれば、「食品加工」「プラスチック製品製造」、建設業では、「大工工事業」「一般土木建築工事業」、サービス業では、「食料品小売業」「衣料品小売業」、サービス業では、「飲食業」「宿泊業」等、調査企業を独自に追加し、分析を行うとともに、業種別状況の把握を行う。

【調査手法】

- ・経営指導員や事務職員により3ヶ月に一度の調査を実施。
- ・調査用紙に企業が直接記入、または経営指導員や事務職員がヒアリングにより記入を行う。
- ・地域内小規模事業者の経営内容を把握し、課題を解決することを目的に、地区内の小規模事業者を巡回訪問し、企業概要、顧客ニーズ、業界動向、経営課題、支援に対する意向等をヒアリングするとともに景況感を把握し、小規模事業者からの要望も吸い上げる。

【調査対象】

- ・管内小規模事業者28社（製造業7件/建設業7件/商業7件/サービス業7件）

【調査項目】

- ・3ヶ月間の月別売上額・前年同期間と比較し売上額、単価、数量・仕入単価、採算、従業員数等について「増加」・「不変」・「減少」の状況
- ・今期及び来期の設備投資計画・直面している経営上の問題点
- ・自社が感じる業界内の状況

③観光動向の整理・情報提供

川崎町は青根温泉や峯々温泉を有する観光地であることから、地域内消費者のみならず交流人口等の現状を把握することで、事業計画策定の基礎資料となることから、宮城県観光統計より、「入込客数」「圏域別観光客入込数」「宿泊観光客数」から調査結果を整理し、年1回、ホームページ上で公開し情報提供を行う。

【調査手法】

- ・宮城県観光統計

【調査対象】

- ・入込客数、圏域別観光客入込数、宿泊観光客数

【調査項目】

- ・経営指導員が観光客数や旅行スタイルの変化、商圈（どこから来ているか）など動向変化について整理し提供する。

④調査結果の活用

- ・調査した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- ・小規模事業者への巡回を行う際の説明資料として活用。
- ・巡回指導、セミナー、研修に際して、参加者に配布するとともに、事業計画策定を行う際の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

個々の情報の収集と経営指導員の経験での情報提供となっており、需要動向調査が実施出来ていない状況である。

【課題】

青根温泉や峯々温泉など、交流人口を増加させることが出来る要素である温泉郷を有しているにもかかわらず、需要動向調査の対象とはしてこなかった。

また、当該宿泊施設は新型コロナウイルス感染症拡大後、宿泊部屋の稼働率制限等で売上減少や利益確保がかなり厳しい。宿泊客のニーズも大きく変化している。そのため多様化する宿

泊客のニーズを的確に把握し、小規模事業者の商品の見直しやサービス内容の改善など、経営の改善及び需要を見据えた事業展開するために、需要動調査の適切な実施・分析を行うことが必要である。

分析結果は、小規模事業者の事業計画策定や販路開拓に活用する。

(2) 目標

事業内容	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
1. 調査回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
2. 調査対象事業者数	未実施	2者	2者	2者	2者	2者

管内の宿泊業者の販路拡大や新規顧客の獲得を目的として、事業所毎の宿泊客を対象にアンケート調査を実施する。内容については、サービスの品質、顧客満足度を中心に調査を行い、商工会職員が集計を行い、分析結果を中小企業診断士と連携しながら、サービスの向上や販路開拓に向けた基礎的資料として活用する。

(3) 事業内容

【調査対象】

販路拡大や新規顧客の獲得を希望する地域内の宿泊業者の2事業者を選定し、選定された宿泊施設を利用した宿泊者に対してアンケート実施する。

【調査項目】

調査項目については、下記項目を基本とし、事前に調査対象事業者の意向を確認するとともに、中小企業診断士の指導を頂きながら設定する。

- 基本項目→性別、年齢、居住地域、予約の取り方、宿泊目的、回数、同行者
- 個別項目→宿泊単価、食事の感想、施設の雰囲気、接客対応、設備の満足度、清潔感、付帯サービスの要望、再来訪の意向
- その他→個社に対する意見等

【調査手法】

宿泊者にチェックイン時に調査票を手渡し、チェックアウト時に返答をいただくことを基本とする。

【調査回数】

1事業者当たり、20人の回答を目標とする。

【調査結果の活用方法】

調査結果は、経営指導員等が収集、整理して宿泊施設運営などに詳しい専門家の意見を踏まえた分析結果を、巡回訪問時等に対象事業者へ調査結果のフィードバックを行うことで、消費者視点でのメニュー開発やサービスの改善をし、更に、事業計画策定ならびに販路開拓に繋げていく。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

今まで、記帳代行や所得税等の確定申告時や各種補助金、助成金の申請や融資斡旋の相談があった都度、営業利益や売上高等の変化を把握することが多く、事業者は自社の本当の強み、弱み、機会、脅威や財務状況などの分析を行っておらず、必要性を十分理解していない。

【課題】

小規模事業者の多くは長年の経験や勘に頼りにし、経営分析を重要視してこなかった。分析や目標設定による事業計画を策定することが、事業の維持発展につながることを理解してもら

う必要がある。

(2) 目標

事業内容	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
経営分析件数	20件	30件	30件	30件	30件	30件

(3) 事業内容

金融相談など経営に係る各種相談に来られた窓口対応時や、経営指導員等が町内小規模事業者へ巡回訪問を行う際に、経営分析の必要性を周知し、掘り起こしを行う。また、小規模事業者に対して経営分析の知識の習得やその必要性を説明し、小規模事業者の意識改革を図る必要がある。

経済産業省のローカルベンチマークや中小機構の「経営自己診断システム」、経営支援基幹システム（BIZミル）等の分析ソフトを活用して、「財務分析」と「非財務分析」の双方を行う。

○小規模事業者の経営分析

【対象者】

持続化補助金、ものづくり等補助金申請支援、需要動向調査の対象者や巡回訪問・窓口相談者のうち経営分析を希望する事業者。

【分析項目】

- ・財務分析→売上増加率、営業利益率、損益分岐点、労働生産性、EBITDA、有利子負債倍率、自己資本比率等
- ・非財務分析→強み、弱み、機会、脅威等の「SWOT分析」、市場規模、シェア等

【分析方法】

経済産業省のローカルベンチマーク、中小機構の「経営自己診断システム」、経営支援基幹システム（BIZミル）等を利用し、経営指導員が分析する。

(4) 経営分析の活用方法

分析結果については、当該事業所に対してフィードバックし、小規模事業者の経営課題を見出すことで、事業計画の策定等今後の経営の方向性の指標として活用する。

また、明らかになった課題を解決するため、経営指導員を中心に商工会職員で伴走型支援を行う。さらに、専門性が求められる事項については、県連合会のエキスパート事業による専門家派遣や宮城県よろず支援拠点等からの専門家派遣制度等を通じた指導を活用することで、事業者に気づきを与え自己変革を促す。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現在の事業計画策定支援は、融資斡旋時や小規模事業者持続化補助金等各種補助金申請時に必要に応じて事業計画を作成しており、事業計画策定の意義や重要性について認識が低く、自主的に計画を作成する事業者は殆どいないのが現状である。そのため、現在実施しているマーケティングセミナー（シリーズで計6回開催）の受講者は各回3名程度と低い受講者水準となっている。

創業支援については、川崎町との連携により、地域おこし協力隊に受講勧奨し毎年3名程度の受講者がいるが、それ以外の町内の創業希望者の掘り起こしが弱い状況である。

【課題】

事業者が高齢化していく中、事業者自身が事業計画策定の重要性についての理解と認識を示し、事業承継、創業(第2創業を含む)等を支援するため、事業者自身で事業計画策定する重要

性を啓蒙し、事業計画策定事業者の掘り起こしを積極的に行い、各種の事業計画策定に結び付けていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したことがない小規模事業者にとって、事業計画の必要性を理解していないため、スムーズに事業計画を策定することが出来る事業者は少なく思える。地域の経済動向調査や経営状況の分析、需要動向調査の結果を踏まえ、積極的な提案による伴走型の指導・助言を行う。結果として、経営分析を行った事業者が効果的な事業計画を策定すること等を通じて小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指すと共に、並行して、売れる仕組みを構築するためにマーケティングに関するセミナーを開催し、小規模事業者にとって特に必要である販売促進について理解を深める。

事業計画の策定支援では、経営分析事業者数の半数の事業計画策定を目標とする。

また、創業予定者に対しては、川崎町と連携し、特定創業セミナーの開催や個別相談によりビジネスプランの策定を支援する。

(3) 目標

事業内容	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
1. DX推進セミナーの開催	—	1回	1回	1回	1回	1回
2. マーケティングシリーズセミナーの開催	1回	1回	1回	1回	1回	1回
3. 事業計画策定セミナーの開催	1回	1回	1回	1回	1回	1回
4. 事業計画策定事業者数	10者	15者	15者	15者	15者	15者
5. 事業承継計画策定事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
6. 特定創業セミナーの開催	1回	1回	1回	1回	1回	1回
7. 創業・第二創業計画策定事業者	2者	3者	3者	3者	3者	3者

(4) 事業内容

①DX推進セミナーの開催

域内の小規模事業者の多くは既存販路が縮小していることが課題であるためSNSによる広報やホームページの拡充を図る。

観光業では、観光客入込数の減少が課題であり、SNSによる情報発信やECサイト活用による域外への販路開拓を図る。

川崎町の事業者は1名のみか従業員1名から2名という事業者が多いため、会計ソフトを活用するなど生産性向上によるコスト削減等を図る。

このようなDXに向けた取り組みを推進するためにDXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するセミナーを開催する。

【対象者】

主に経営分析を行った事業者等（管内小規模事業者を含む）

【実施回数】

年1回

【内容】

セミナーのテーマ

- ・DX総論、DX関連技術(クラウドサービス、AI等)や具体的な活用事例について
- ・クラウド型顧客管理ツールについて
- ・SNSを活用した情報発信方法について
- ・ECサイトの利用方法について

【募集方法】

経営指導員等の巡回による経営分析を実施事業者への直接案内及びチラシ配布による案内

【参加予定】

10名

なお、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じて、IT専門家派遣を実施する。

②マーケティングシリーズセミナー

域内の小規模事業者の多くは、場当たりの経営を行っており、ターゲティングやブランディングに対しての意識が低い。売れる仕組みを構築するためには、まずはペルソナを意識し具体的な顧客像を想像し営業を行う必要がある。特に、自社の商品やサービスをどのように顧客に認知させ、来店に促していくかが肝要であるためマーケティングのプロモーション軸をフィーチャーしたセミナーを開催する。

なお、マーケティングについては学ぶ領域が広いため、複数回に分けたシリーズのセミナーとして実施することで、幅広く学ぶ機会を提供することが可能となる。さらには各界のセミナー終了後には次回の学びにつながる課題を出して取り組んでもらうなど、自分事としてセミナーに臨んでもらう仕様である。

【対象者】

主に経営分析を行った事業者等（管内小規模事業者を含む）

【実施回数】

年1回

【内容】

セミナーのテーマ

- ・マーケティングやブランディングについて
- ・キャッチコピーについて
- ・売れる写真の撮り方について
- ・動画編集や販促の活用方法について
- ・売上につながる SNS の活用方法

【募集方法】

経営指導員等の巡回による経営分析を実施事業者への直接案内及びチラシ配布による案内

【参加予定】

10名

セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じて、専門家派遣を実施する。

③事業計画策定の支援

事業計画策定セミナーや個別相談会に参加した小規模事業者並びに巡回訪問、窓口相談で抽出した経営分析を行った小規模事業者に、事業計画を策定し実行することの重要性を認識していただき、事業計画策定を行うことで経営課題の解決につなげる。個別相談会においては、宮城県商工会連合会のサポーターリーダーや県の補助事業である「伴走型経営支援体制強化事業」の専門家派遣、宮城県よろず支援拠点等を活用して専門的な支援を行う。

※サポーターリーダーとは

宮城県商工会連合会に配置されており、県下商工会の経営指導員等と連携して、その地域の商工業者の高度かつ専門的な相談案件に対して、広域的な支援を行う組織。

i 事業計画策定セミナーの開催

【対象者】

主に経営分析を行った事業者等(管内小規模事業者を含む)

【実施回数】

年1回

【内容】

地域の経済動向、自社の経営分析、商品・サービスの需要動向の分析結果を踏まえた事業計画立案の進め方や戦略策定のノウハウについて講習し、自社の事業計画を策定する。

- ・事業テーマ、事業構想を明確にする。
- ・方法、手段を決める(具体的取り組み内容を決める)
- ・スケジュールを決める(具体的な行動予定を明らかにする)
- ・予算を決める(目標予算、経費予算を計画する)
- ・収支計画書、資金計画書を作成する。
- ・自社の事業計画書を作成する。

【募集方法】

経営指導員等の巡回による経営分析を実施事業者への直接案内及びチラシ配布による案内

【参加予定】

10名

ii 事業計画策定セミナーに参加した事業者を対象とした「個別相談会」の開催

【募集方法】

事業計画策定セミナー参加者へ直接案内

【回数】

年5回

【内容】

専門家等による具体的な事業計画策定を支援

【参加予定】

1回あたり3名

【支援対象者】

経営分析を行った事業者及び事業計画策定セミナーを受講し経営分析を行った者

【手段・手法】

経営分析を行った事業者及び事業計画策定セミナー受講者に対して、事業計画策定セミナー担当講師等による個別相談会を開催すると共に、宮城県商工会連合会サポーターリーダー及び宮城県よろず支援拠点等の外部専門家も交えて事業計画の策定につなげていく。

④事業承継計画策定の支援

事業者の半数は後継者不足が課題である。後継者がいないので事業継続をしないと決め経営している高齢経営者が多い。事業承継というと親族の承継と思いがちだが、他人に継承するという選択もあるが、まだ認識が薄い。事業者が他人に譲りたくない難題がある。事業者が親族や第三者に納得して事業承継出来るように宮城県事業承継・引継ぎ支援センター及び日本政策金融公庫と連携し支援する。

i 事業承継希望者の掘り起こし方法

経営指導員等による事業者への巡回訪問等や川崎町広報誌やチラシの配布により事業承継希望者の掘り起こしを行う。

ii 事業承継希望者を対象とした「個別相談会」の開催

【募集方法】

事業承継希望者へ直接案内

【回数】

必要に応じて

【内容】

専門家等による具体的なビジネスプラン(事業承継計画書)策定支援

【参加予定】

1名

iii 事業承継計画の策定

【支援対象者】

事業承継希望者

【手段・手法】

事業承継希望者に対して、個別相談会を開催すると共に、宮城県事業承継・引継ぎ支援センターの外部専門家も交えて事業承継計画の策定につなげていく。

⑤創業計画策定の支援

創業・第二創業予定者に対する創業セミナーを開催する共に、宮城県商工会連合会サポーターングリーダー及び宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携しながら、個別指導によるビジネスプラン(創業計画書)の策定を支援する。

i 創業希望者等に対する「創業セミナー」の開催

【支援対象】

創業・第二創業希望者(管内小規模事業者を含む)

【開催回数】

年1回

【内容】

「経営」、「財務」、「人材育成」、「販路開拓」の4分野を1日2時間30分の講義で5日間に分けて開催。

「経営」→・起業成功ポイント・創業の心構え・キャリアの棚卸

「財務」→・財務の基礎・財務3表を理解する・資金調達の方法

「人材育成」→・人を育てるポイント・人材育成の仕組みづくり

「販路開拓」→・マーケティングの基本

【募集方法】

川崎町広報誌及び新聞折込チラシ、本会ホームページによる広報

【参加予定】

10名

ii 創業セミナーに参加した創業希望者を対象とした「個別相談会」の開催

【募集方法】

創業セミナー参加者へ直接案内

【回数】

年1回

【内容】

専門家等による具体的なビジネスプラン(創業計画書)の策定支援

【参加者予定数】

3名

【支援対象】

創業セミナーの受講者

【手段・手法】

創業セミナー受講者に対して、個別相談会を開催すると共に、宮城県商工会連合会サポーターイングリダー及び宮城県よろず支援拠点等の外部専門家も交えて創業計画の策定につなげていく。

7. 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】

これまで事業計画策定後の巡回訪問等を強化し、進捗状況の確認を行うことにより、事業者の計画策定のみならず、実行に対する意識の向上が図られ、経営意欲を引き出す良い機会となった事業者もあったが、売上増加や利益確保の結果に着目したフォローアップを実施してこなかった。

【課題】

事業者への計画策定後の実施支援においては、定期的なフォローアップは行うことができたが、何らかの問題が発生している事業者については、その発見と対処が遅れてしまうことがあった。そのようなことがないようにどのように支援していくかが課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業者が策定した計画の進捗状況を巡回支援等により定期的に確認し、計画実行が滞っている事業者に対しては、早急に原因を追究し専門家と連携して課題への対処法を速やかに提案することで、PDCAサイクルが正常に機能するように支援する。

(3) 目標

事業内容	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
1. 事業計画策定 フォローアップ事業者数	15者	15者	15者	15者	15者	15者
フォローアップ回数	60回	60回	60回	60回	60回	60回
利益率2%以上増加の事業者数	—	7者	7者	7者	7者	7者
2. 事業承継計画策定 フォローアップ事業者	1者	1者	1者	1者	1者	1者
フォローアップ回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回
3. 特定創業セミナーの開催	1回	1回	1回	1回	1回	1回
売上目標達成の事業者	0者	1者	1者	1者	1者	1者
4. 創業・第二創業計画策定 フォローアップ事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
フォローアップ回数	16回	36回	36回	36回	36回	36回
売上目標達成の事業者	0者	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

①事業計画策定者のフォローアップ支援

事業計画策定者等に対しては策定後、四半期に1回巡回訪問を行い計画の進捗状況（事業計画：事業実施スケジュール）の確認や、売上計画の状況、経営上の課題などについてヒアリングを行い売上計画における差異等がみられた場合には、分析を行い計画の修正を行うとともに、宮城県商工会連合会サポーターイングリダーや宮城県よろず支援拠点等の専門家派遣制度を活用

し改善を図る。また、計画通りに進捗している場合にも、他の事例や専門家を活用しながら支援企業の事業計画内容に沿った情報提供を行う。

②事業承継計画策定者のフォローアップ支援

事業承継については、四半期に1回巡回訪問を実施し行う。事業承継に係わるフォローについては、相続・贈与等の税法に係わる面と事業実施に係わる面があることから、状況に応じて宮城県事業引継ぎ支援センター及び日本政策金融公庫等の関係機関からの協力を得ながら、課題別に税理士・弁護士等を活用し課題解決を図る。進捗状況により差異等がみられた場合も、分析を行い計画の修正を行うとともに状況に応じて外部専門家等を活用する。

③創業・第二創業希望者のフォローアップ支援

創業者について事業が軌道に乗るまでは、特に進捗確認を要することから重点的に1カ月に1回として巡回訪問し、事業計画の内容に沿って進捗状況、資金繰りや販路開拓の状況など確認し、計画との差異や課題等がみられた場合は、計画の修正のための分析を実施するが、策定した計画通りに順調な場合には、四半期に1回巡回訪問を実施する。

状況に応じて、宮城県商工会連合会サポーターリーダーや宮城県よろず支援拠点等の専門家派遣制度を利用し改善を図る。また、記帳の状況や労務に係わる書類整備など経営全般を幅広くフォローする。

8. 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】

外国人観光客を対象にした販路開拓支援は、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から実施は控え、新たな需要の開拓に寄与出来ていなかった。地域内の小規模事業者の多くは、ITには関心があるものの手間や不慣れ等の理由により今まで十分に取り入れられなかった。そのため商圏が限定された範囲に留まっている。

【課題】

事業者が、マスメディアの活用や自らITを活用することによって、より広い商圏やターゲットにアプローチできる。このことがより効果が高いことを理解・認識してもらい、提供する商品・サービスについて宮城県商工会連合会サポーターリーダーや宮城県よろず支援拠点等の専門家等を活用し新たな需要開拓の取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

観光客動向調査や需要動向調査の結果を基に、新たな事業展開へ繋がる商品・サービスなどより広い商圏やターゲットにアプローチできるように新聞社等へのプレスリリースやSNSを活用する等情報発信の強化を支援し、小規模事業者の事業の持続的な発展を目指す。

(3) 目標

事業内容	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
① プレスリリース等による 広報支援者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
売上増加率(前年比/者)	—	105%	105%	105%	105%	105%
②-1 ニッポンセレクト.com 登録事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率(前年比/者)	—	105%	105%	105%	105%	105%
②-2 IT等による広報支援者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率(前年比/者)	—	105%	105%	105%	105%	105%

(4) 事業内容

① マスメディアを活用した情報発信

【目的】

自社の取扱商品・サービスのPR、情報発信による需要開拓

【支援対象】

自社の取扱商品、サービスの情報発信を望む小規模事業者

【訴求対象】

川崎町の地域資源に興味、魅力を感じている潜在顧客

【販路開拓の概要】

情報発信等を通じて、商品、サービス等のPR及び認知度アップ

【商工会の取組】

小規模事業者への関心と知名度が向上する手法の指導プログラム等による情報発信

【他機関との連携による効果的な取組】

宮城県商工会連合会、川崎町、宮城県、宮城県よろず支援拠点等と連携して、広域的に周知をしていく。

② ITを活用した販路開拓

【目的】

インターネット、SNS等を活用した自社・取扱商品・サービスのPR、情報発信、販売

【支援対象】

IT活用による情報発信・販売を望む小規模事業者

【訴求対象】

川崎町の地域資源に興味、魅力を感じている潜在顧客

【販路開拓の概要】

中小企業・小規模事業者の商品展開力・販売力の向上等を図ることを目的に全国商工会連合会が運営するサイト「ニッポンセレクト.com」への出展勧奨、SNS等ITを活用した情報発信の支援を行い、商品、サービス等のPR及び認知度アップを図り、販路開拓を行う。

【商工会の取組】

効果が表れるプロモーション手法の指導を行い、積極的な情報発信による新たな需要の創出を支援する。

【他機関との連携による効果的な取組】

宮城県商工会連合会、川崎町、宮城県、宮城県よろず支援拠点、全国商工会連合会等と連携して、ホームページやSNS等の活用により広域的に周知をしていく。

II. 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り組み

9. 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】

理事会を経て総会において行っているものの、実施内容は主に報告のみであり、評価検証、見直し等は行ってこなかった。

【課題】

細かな評価・検証を行うと共に、次年度に向けた改善点の洗い出しや取組の見直しを行う上でも事業評価会議を実施し、事業内容を検証する。

(2) 事業内容

① 事務局会議の開催

事務局内において、年間12回経営発達支援計画の進捗状況について会議し事業計画の確認、

事業内容の検証、事業の進捗状況、事業の改善について協議する。

②事業評価会議による評価

事業評価会議を設置し、年に1回、中小企業診断士等の外部有識者、宮城県商工会連合会担当者、川崎町地域振興課課長、川崎町商工会正副会長、本会法定経営指導員の構成員により経営発達支援事業における進捗状況等の評価・検証を行い、次年度の経営発達支援事業に対する取組に反映させる。

③理事会での報告

事業評価会議による評価結果は、理事会に報告し承認を受ける。

④評価・検証の公表

事業の成果・評価・見直し等の評価結果については、本会ホームページに年1回公表し、地域の小規模事業者等へその内容を開示する。

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】

経営指導員資質向上については、宮城県商工会連合会等が主催する各種研修会等を受講し、事業者支援のために資質向上に努めたが、各職員の知識の底上げに留まり、職員間でのノウハウの共有が徹底されていなかった。そのため経営指導員等の経験年数により指導能力に差異が生じている状況である。

【課題】

これまでの組織としての支援能力の底上げと教育体制を構築するが、経営指導員等の指導能力に差異があるため、経営指導員同士の支援ノウハウ等の共有、チーム支援によるOJTの実践等による経営指導員の資質向上を図るとともに組織全体の支援能力を図る。支援格差を解消する。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、宮城県商工会連合会主催の「経営支援能力向上研修会」や中小企業基盤整備機構が主催する研修に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

【DX推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進取組に係る・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

○事業者にとって内向け(業務効率化等)の取組

クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

○事業者にとって外向け(需要開拓等)の取組

ChatGPT等の生成AIツールの活用に向けた理解の醸成、ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

○その他取組

オンライン経営指導の方法等

②OJTの実施

支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とがチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、I T等の活用方法や具体的なツール等について紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング(月1回、年間12回)を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

④データベース化

事業者支援において、経営状況の分析などを担当経営指導員等が基幹システムやB I Zミルのシステム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

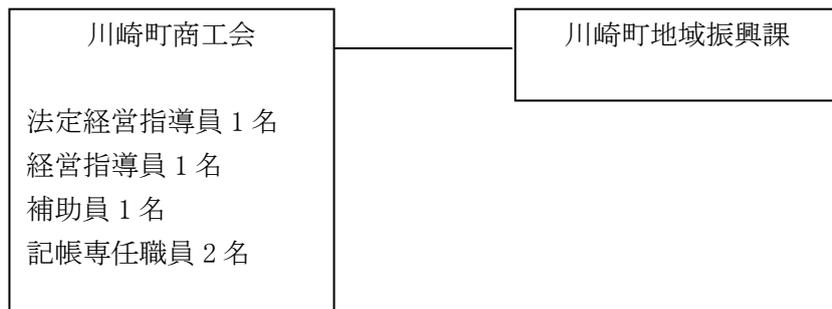
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和5年10月現在)

(1) 実施体制(商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制等)



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①当該経営指導員の氏名、連絡先

氏名：庄子卓志

連絡先：川崎町商工会 TEL:0224-84-2174

②当該経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

【手段】

経営発達支援計画の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

【頻度】

随時

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会/商工会議所

〒989-1501 宮城県柴田郡川崎町大字前川字裏尻 29-6

川崎町商工会

TEL: 0224-84-2174/FAX: 0224-84-5926

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

②関係市町村

〒989-1592 宮城県柴田郡川崎町大字前川字裏丁 175-1

川崎町地域振興課商工振興係

TEL: 0224-84-2117/FAX: 0224-84-6789

E-mail: kawa-san@town.kawasaki.miyagi.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
必要な資金の額	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800
1.地域の経済動向調査	300	300	300	300	300
2.需要動向調査	300	300	300	300	300
3.経営状況の分析	100	100	100	100	100
4.事業計画策定支援	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
5.事業計画策定後の実施支援	300	300	300	300	300
6.新たな需要の開拓に寄与する事業	300	300	300	300	300

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入、手数料、国補助金、県補助金、町補助金

(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。

