

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	加美商工会 (法人番号 3370205001357) 色 麻 町 (地方公共団体コード 044440) 加 美 町 (地方公共団体コード 044458)
実施期間	令和 7 年 4 月 1 日 ～ 令和 1 2 年 3 月 3 1 日
目 標	経営発達支援事業の目標 ① 経営課題と需要を見据えた事業計画の策定に基づく経営基盤の強化と企業価値向上支援 ② 創業・第二創業支援を通じた新たな産業の創出と人材育成支援 ③ 企業の強みや地域資源を活かした新たな商品・サービスの開発と販路開拓に向けた支援 ④ 他支援機関との連携強化および職員の資質向上を通じた伴走型支援体制の(再)構築
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 地域の業種毎の景況状況を把握するため、小規模事業者景況調査を実施し、経営分析および事業計画策定並びに販路開拓支援等の基礎資料として活用する。 4. 需要動向調査に関すること 地域資源等を活用した新商品を開発し、新たな販路開拓に取り組む食品製造業・飲食店等に関する調査、集計、分析を消費者及びバイヤーに実施し、経営分析及び事業計画策定の基礎資料として活用する。 5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の財務状況や経営状況、経営資源の現状を把握し、事業計画策定支援及び策定後の実施支援に活用する。なお、経営状況の分析対象者の掘り起しは、巡回訪問・窓口相談や各種経営講習会・セミナー等の開催を通して広く周知する。 6. 事業計画策定支援に関すること 経営状況の分析結果に基づき、経済動向を踏まえた経営課題の解決に向けた取組や需要を見据えた事業計画の策定、創業計画策定、事業承継計画策定を支援する。 また、小規模事業者等のDXに向けた取組み意識の醸成や基礎知識の習得を支援する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定事業者へ定期的に訪問し、策定した計画が着実に実行されているか継続的にフォローアップを行う。高度、専門的な課題については、専門家と連携し課題解決に向け対応する。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 商談・展示会への出展勧奨や出展前後の支援はもとよりDXに向けた取組みを通じてITを活用した販路開拓支援(BtoC及びBtoB)販路開拓等の手法・手段を積極的に採り入れ、小規模事業者の新たな需要開拓を支援する。 12. 地域経済活性化に資する取組みに関すること 地域外集客が期待できるイベントを活用した地域特産品等の認知度向上・定着化支援を通じ、外貨を稼ぎ、地域内で循環する仕組づくり等を通じて地域経済活性化に資する。
連絡先	加美商工会 〒981-4252 宮城県加美郡加美町字西田一番18番地の1 (TEL) 0229-63-2734 (FAX) 0229-63-3495 (E-mail) kami@plum.ocn.ne.jp 色麻町地域振興課 〒981-4122 宮城県加美郡色麻町四竈字北谷地41番地 (TEL) 0229-65-2123 (FAX) 0229-65-4400 (E-mail) syoko@town.shikama.miyagi.jp 加美町商工観光課 〒981-4292 宮城県加美郡加美町字西田三番5番地 (TEL) 0229-63-6000 (FAX) 0229-63-3398 (E-mail) shoukougankou@town.miyagi.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

加美商工会が管轄する区域は、加美郡を構成する色麻町と加美町の2町となっている。

【現状】

(イ) 色麻町の概要

色麻町は宮城県中央北西部、県都仙台から北西約30km(図1)に位置し、東西24km南北5km面積は109.28km²。夏は比較的涼しいものの、それ以外の季節は総じて強い北西の風が多量の降雨・降雪をもたらす内陸性気候に属し、船形山の北東麓、鳴瀬川支流の保野川や花川流域沿いに楔型に拓けた町域は、西部は奥羽山脈を形成する山岳地帯、そこを起点に広がる沖積平野の東部田園地帯で構成され、町の東部を岩手県一関市と白石市を結ぶ国道457号線が南北に縦断する。

明治22年(1889年)色麻村の立村を経て昭和53年(1978年)に町制施行したが、当地の黎明は、天平9年(737年)陸奥按察使・大野東人が当地に国府多賀城の前進基地として柵を築き、播磨国飾磨から移住した兵士達が故郷を偲んでこの地を色麻と呼んだことに由来すると伝えられ柵の屋根瓦を焼いた日の出山瓦窯跡(国指定)等の史跡が1300年に迫る歴史を刻んでいる。

また、2017年(平成29年)に世界農業遺産登録を受けた「大崎耕土」に属し、水稻や果樹栽培、乳牛・肉牛の飼育が盛んで特産の荳胡麻等は希少価値も高く、地域資源にも恵まれている。

2003年(平成15年)の“平成の大合併”では、同じ加美郡の中新田・小野田・宮崎の3町と合併して加美市を発足する予定であったが、結果として当町は合併せず単独で存続を図ることを選択。以降、様々な施策を通じて行・財政基盤の強化に努め、現在に至っている。

(ロ) 加美町の概要

加美町は宮城県中央北西部、県都仙台から北西約40km(図1)に位置し、“平成の大合併”が叫ばれる中、2003年(平成15年)4月1日に、加美郡4町のうち中新田町・小野田町・宮崎町の3町が合併して誕生した町であり、東西約32km南北28km町面積は460.67km²と県内有数の面積を誇り、山岳・丘陵地帯では、ブナなど豊かな森林を有する船形山や加美富士と呼ばれる町のシンボル“葉菜山”が聳え、国道347号線が北部・東部に隣接する大崎市、奥羽山脈を隔て隣接する山形県尾花沢市・大石田町を経由して寒河江市を繋いでおり、色麻町と同じく寒暖の差が大きい内陸型気候に属す。

当地も律令下において陸奥国府多賀城から出羽国府への街道上の要衝であったことから、奈良・平安朝の役所跡「城生柵跡」や「東山官衙遺跡」等の史跡が数多く遺されており、伊達藩政時代に至り加美郡内の物産が中新田・四日市場(旧鳴瀬村)の集積所から鳴瀬川水運により、石巻～江戸へと物資が運ばれた背景から、中新田地区には多くの商家・酒蔵が立ち並び花楽小路に代表される商店街が形成され、現在に至る商業・サービス業を中心とする中心市街地を構成している。

また、中新田・小野田・宮崎地区が長い歴史の中でそれぞれが育くみ、伝承してきた「中新田の虎舞(中新田 ※県無形文化財)」、「小野田の田植踊」、「柳沢の焼け八幡(宮崎)」「切込焼(宮崎)」などの伝統芸能・工芸品等の文化が息づく多様性あふれる地域として今に至っている。



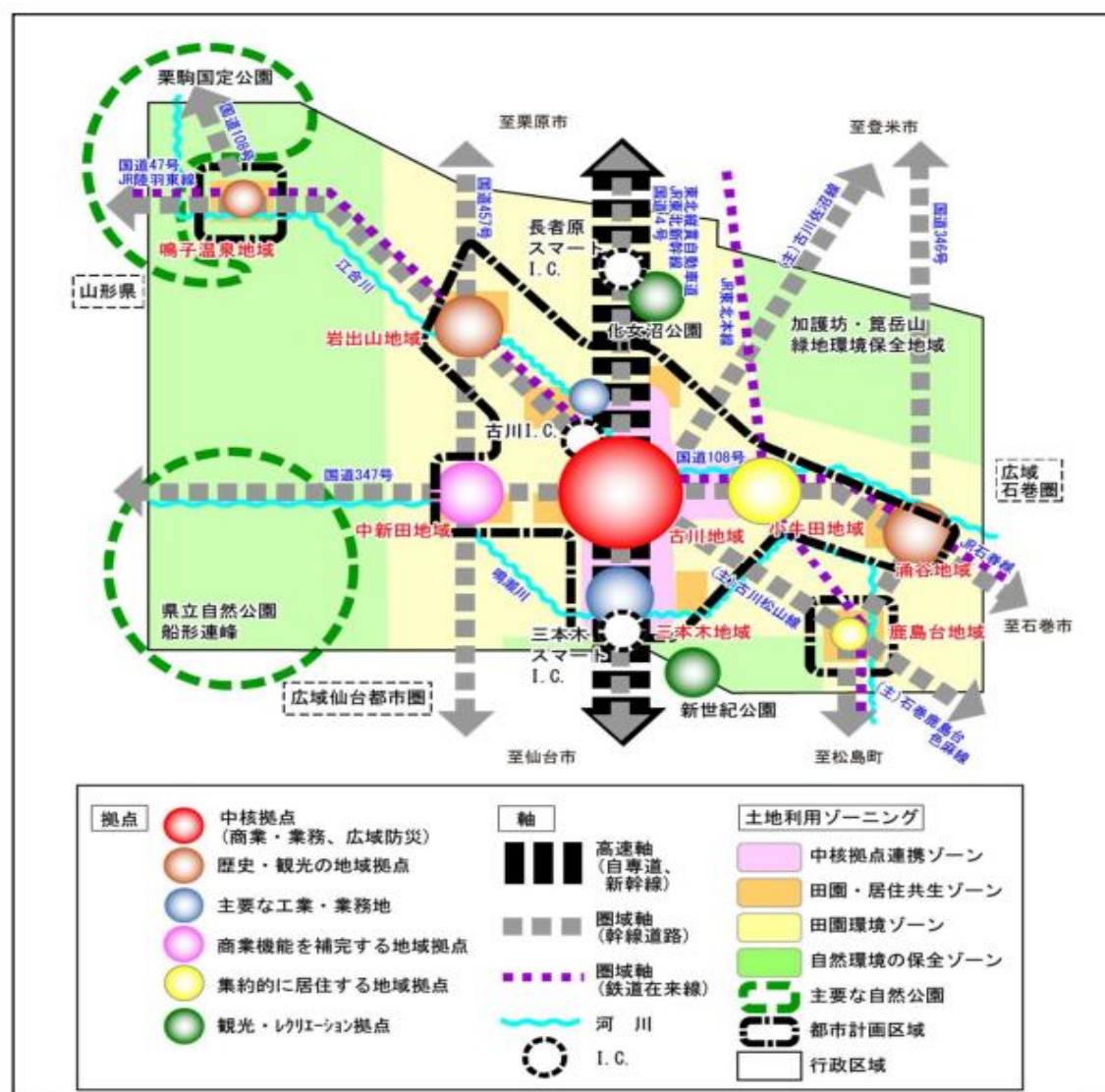
図1 色麻町と加美町の位置

(ハ) 大崎1市4町からなる大崎広域都市圏構想に向けた機運の高まり

2011年（平成23年）3月に発生した東日本大震災等の大規模災害への備え、人口減少・地球温暖化等への社会的懸念の高まりから、平成12年5月に国が都市計画法を改正したことに伴い、宮城県は県内を12エリアに分け、「災害に強い都市構造の形成」、「人口減少に伴うコンパクト社会の実現」、「地域経済活性化に向けた新たな産業拠点の構築と交通ネットワークの再整備」、「地球温暖化に対応する自然と調和する持続可能な社会の実現」の4つの基本方針を掲げ、今後、各市町村が仙台を取り巻く“中核都市”として成長・発展していくにあたり都市計画を定める際の基本的な指針である「整備、開発及び保全の方針」（都市計画区域マスタープラン^{図2}）を公表。

色麻町と加美町は、大崎市・涌谷町・美里町の1市4町からなる「大崎広域都市計画区域」として、大崎市・古川地域を中心核に地域拠点7ヶ所（加美町・中新田他6地域）からなる“広域交通網整備・産業振興等エリア”、“自然公園2ヶ所（色麻町・県立自然公園船形連峰、大崎市鳴子・栗駒国定公園）“からなる“ゆとりと安らぎある生活環境エリア”の整備が掲げられ、令和17年までの実現化を目指して域内連携を強化しているところである。

図2 大崎広域都市計画区域の整備、開発及び保全の方針（令和6年3月 宮城県）より抜粋



(二) 色麻町と加美町における人口の推移と将来予測

加美郡の人口は直近5年間は毎年1.6～1.8%減少で推移し、令和6年3月末現在27,455人となっている。国立社会保障・人口問題研究所が示す最新将来人口予測では、2040（令和22年）前後に色麻町は人口5千人割れし、高齢化率43%、加美町は人口15千人を割れし、高齢化率45%に達すると予測されており、地域経済・コミュニティの継続が危惧される状況となっている。

【直近5年間の人口の推移】

（単位：人）

地域名	2020.3末	2021.3末	2022.3末	2023.3末	2024.3末
色麻町	6,735	6,605	6,463	6,357	6,223
加美町	22,837	22,413	21,983	21,629	21,232
全体	29,572	29,018	28,446	27,986	27,455

※出典：宮城県「住民基本台帳」及び色麻町と加美町「人口統計（在住外国人含む）」

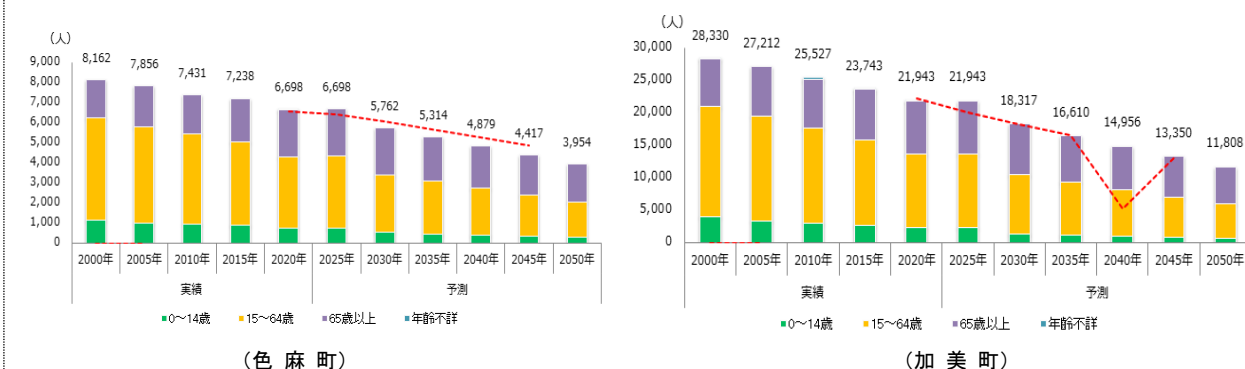
【当地域における2030～2050年】までの将来人口予測】

（単位：人）

地域名	2030.3末	2035.3末	2040.3末	2045.3末	2050.3末
色麻町	5,762	5,314	4,879	4,417	3,954
加美町	18,317	16,610	14,956	13,350	11,808
全体	24,079	21,924	19,835	17,767	15,762

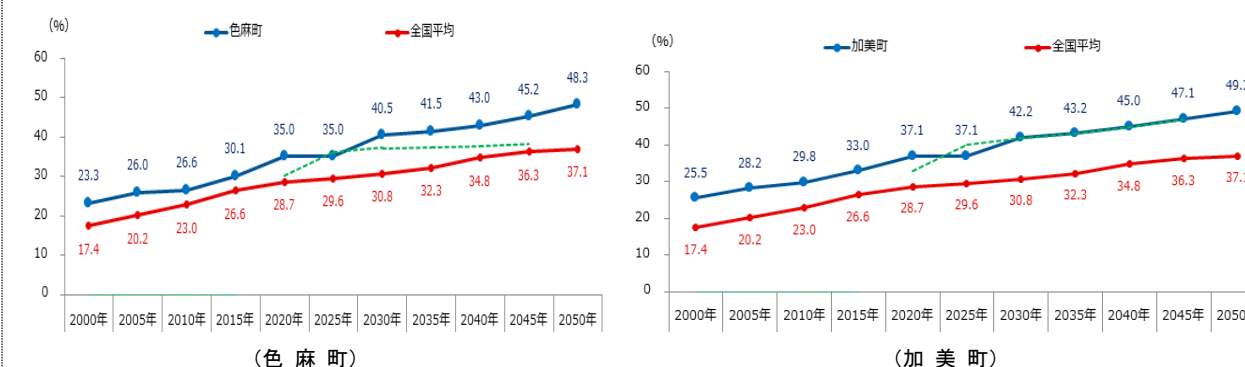
※出典：国立社会保障・人口問題研究所

図 3 色麻町と加美町の人口推移と将来予測（単位：人）



※グラフ上の“赤い点線・折れ線”は、2015年国勢調査までの趨勢に基づき、2018年に予測した将来人口の推移。2023年12月公表の最新予測値では、2045年人口は、色麻4,417（▲458）、加美町13,350（187）となっている。

図 4 色麻町と加美町の人口に占める高齢化（65歳以上）率と将来予測（単位：%）



(ホ) 色麻町と加美町における産業の現状と課題

① 総括的概要

色麻町と加美町で構成される加美郡は「大崎耕土」に属し、両町ともに水稻・畜産・野菜等の生産が非常に盛んな地域となっている。特に、色麻町は農業を基幹産業に位置付けており、令和3年経済センサスによれば、加美郡における農産品の年間売上 10,031 百万円のうち7割(7,154 百万円)を色麻町が占めており、第5次長期総合計画の中でも「やりがいのある農業の確立」を掲げ、生産性の高い農業経営の確立を目指しているところであるが、農業における付加価値額は色麻町(448 百万円)、加美町(603 百万円)と平均 10.4 ポイントに留まり、少子高齢化も進展する中、豊かな農業資源を産業として維持し、更に発展させていくためには法人化による効率化や6次産業化による付加価値・収益性の向上等を通じて、農業の魅力向上と農家の可処分所得増を図り、後継者の維持・確保に努めていく必要がある。

また、雇用の受け皿として注目される二次産業のうち製造業に関しては、年間売上が 93,715 百万円(色麻町 21,879 百万円、加美町 71,836 百万円)であり、数値が明らかになっている産業の実に 60%の売上を占める。主な企業としては、積水ハウス(株)東日本プロダクトセンター東北工場(色麻町)やヤマセ電気(株)(色麻町)、(株)加美電子工業、(加美町)、(株)アキヤマ(加美町)、味噌・醤油蔵元である(有)今野醸造(加美町)他、酒蔵3件(加美町)があり、全産業における製造業従事者(従業員)は 30.3%(色麻町 19.2%、加美町 33.1%)に及ぶ。一方、卸・小売業については売上の 22.8%となる 35,581 百万円(色麻町 5,235 百万円、加美町 30,346 百万円)となっているものの平成 28 年調査に比べ、加美郡内の事業所数▲21、従業員数▲153 といずれも減少。少子高齢化問題・コロナ禍を経て、諸物価高騰等、経済情勢が悪化する中、加美郡において中心市街地たる花楽小路商店街等商業集積地を抱え、二次産業と三次産業が主要産業として重要な位置を占める加美町に特にこの傾向が顕著に見られることから、加美ブランド創出等の新商品・サービス開発支援や企業マッチング等の販路開拓支援に加え、目まぐるしく変化する社会・経済情勢の中、経営基盤強化と企業の将来を支える担い手を確保するため、反復・継続した業務・財務効率化支援と後継者育成支援が特に求められるところである。

更に売上金額の詳細は不明ながら、付加価値額 5,866 百万円(色麻町 954 百万円、加美町 4,912 百万円)、従事者数 1,399 人(色麻町 429 人、加美町 3,003 人)を占める建設業についても色麻町・加美町ともに主要産業に位置付けられるが、小規模・零細事業所が多数を占めることから、特に対処が難しいとされる“残業規制等の働き方の新基準(2024年問題)”や“インボイス制度”等への対処を通じ、経営基盤の強化と後継者を含めた事業継続化支援が求められるところである。

なお、高齢化の進展に伴い“医療・福祉”が年間売上 5,401 百万円(色麻町 867 百万円、加美町 4,534 百万円)、付加価値額 3,356 (色麻町 491 百万円、加美町 2,865 百万円)を占めており、人口減少社会の到来が不可避な我が国において、年々拡大傾向にある分野ではあるものの、経営発達支援計画の本分に鑑み、医療・福祉分野以外の小規模事業者の当地域における自律的、且つ、持続的発展に向けた支援に重点をおいて支援していく必要がある。



積水ハウス(株)東日本プロダクトセンター東北工場(色麻町)



花楽小路商店街(加美町)

なお、産業実態を示すものとして「H28年とR3年経済センサス」等のデータを次に掲載する。

図5 「産業別事業所数の推移」

※網掛箇所は上位5業種

業 種	平成 28 年（ ）＝小規模事業者数		令和 3 年（ ）＝小規模事業者数		対比増減
	事業所数	構 成 比	事業所数	構 成 比	
農林漁業 （個人除く）	全体 36（ 33） 色麻 13（ 11） 加美 23（ 20）	全体 2.7 % 色麻 0.9 % 加美 1.7 %	全体 61（ 46） 色麻 18（ 13） 加美 43（ 33）	全体 4.6 % 色麻 1.3 % 加美 3.2 %	全体 25 色麻 5 加美 20
鉱業、採石業 砂利採取業	全体 1（ 1） 色麻 0（ 0） 加美 1（ 1）	全体 0.07 % 色麻 0 % 加美 0.07 %	全体 1（ 1） 色麻 0（ 0） 加美 1（ 1）	全体 0.07 % 色麻 0 % 加美 0.07%	全体 0 色麻 0 加美 0
建 設 業	全体 214（ 202） 色麻 50（ 47） 加美 164（ 155）	全体 16.0 % 色麻 3.7 % 加美 12.3 %	全体 213（ 164） 色麻 43（ 33） 加美 170（ 131）	全体 16.0 % 色麻 3.2 % 加美 12.8 %	全体▲ 1 色麻▲ 7 加美 6
製 造 業	全体 130（ 92） 色麻 26（ 18） 加美 104（ 74）	全体 9.7 % 色麻 1.9 % 加美 7.8 %	全体 125（ 96） 色麻 27（ 21） 加美 98（ 75）	全体 9.4 % 色麻 2.0 % 加美 7.4 %	全体▲ 5 色麻 1 加美▲ 6
電気・ガス・熱供給・ 水道業	全体 0（ 0） 色麻 0（ 0） 加美 0（ 0）	全体 0 % 色麻 0 % 加美 0 %	全体 1（ 0） 色麻 0（ 0） 加美 1（ 0）	全体 0.07 % 色麻 0 % 加美 0.07 %	全体 1 色麻 0 加美 1
情報通信業	全体 2（ 2） 色麻 0（ 0） 加美 2（ 2）	全体 0.1 % 色麻 0 % 加美 0.1 %	全体 3（ 3） 色麻 0（ 0） 加美 3（ 3）	全体 0.2 % 色麻 0 % 加美 0.2 %	全体 1 色麻 0 加美 1
運 輸 業 郵 便 業	全体 54（ 42） 色麻 14（ 11） 加美 40（ 31）	全体 4.0 % 色麻 1.0 % 加美 3.0 %	全体 50（ 39） 色麻 14（ 11） 加美 36（ 28）	全体 3.7 % 色麻 1.0 % 加美 2.7 %	全体▲ 4 色麻 0 加美▲ 4
卸売、小売業	全体 359（ 280） 色麻 50（ 39） 加美 309（ 241）	全体 26.9 % 色麻 3.7 % 加美 23.2 %	全体 338（ 260） 色麻 52（ 40） 加美 286（ 220）	全体 25.5 % 色麻 3.9 % 加美 21.5 %	全体▲ 21 色麻 2 加美▲ 23
金 融 業 保 険 業	全体 10（ 6） 色麻 0（ 0） 加美 10（ 6）	全体 0.7 % 色麻 0 % 加美 0.7 %	全体 11（ 6） 色麻 0（ 0） 加美 11（ 6）	全体 0.8 % 色麻 0 % 加美 0.8 %	全体 1 色麻 0 加美 1
不動産業 物品賃貸業	全体 22（ 21） 色麻 0（ 0） 加美 22（ 21）	全体 1.6 % 色麻 0 % 加美 1.6 %	全体 23（ 22） 色麻 1（ 1） 加美 22（ 21）	全体 1.7 % 色麻 0.07 % 加美 1.6 %	全体 1 色麻 1 加美 0
学術研究 専門・技術 サービス業	全体 26（ 24） 色麻 3（ 3） 加美 23（ 21）	全体 1.9 % 色麻 0.2 % 加美 1.7 %	全体 28（ 25） 色麻 3（ 3） 加美 25（ 22）	全体 2.1 % 色麻 0.2 % 加美 1.9 %	全体 2 色麻 0 加美 2
宿泊業、飲食 サービス業	全体 122（ 95） 色麻 22（ 17） 加美 100（ 78）	全体 9.1 % 色麻 1.6 % 加美 7.5 %	全体 113（ 88） 色麻 20（ 16） 加美 93（ 72）	全体 8.5 % 色麻 1.5 % 加美 7.0 %	全体▲ 9 色麻▲ 2 加美▲ 7
生活関連サービス 業、娯楽業	全体 137（ 127） 色麻 15（ 13） 加美 122（ 114）	全体 10.2 % 色麻 1.1 % 加美 9.1 %	全体 129（ 101） 色麻 10（ 8） 加美 119（ 93）	全体 9.7 % 色麻 0.7 % 加美 9.0 %	全体▲ 8 色麻▲ 5 加美▲ 3
教 育 学習支援業	全体 31（ 29） 色麻 1（ 1） 加美 30（ 28）	全体 2.3 % 色麻 0.07 % 加美 2.2 %	全体 34（ 26） 色麻 1（ 1） 加美 33（ 25）	全体 2.5 % 色麻 0.07 % 加美 2.4 %	全体 3 色麻 0 加美 3
医療、福祉	全体 82（ 54） 色麻 12（ 8） 加美 70（ 46）	全体 6.1 % 色麻 0.9 % 加美 5.2 %	全体 86（ 66） 色麻 17（ 13） 加美 69（ 53）	全体 6.4 % 色麻 1.2 % 加美 5.2 %	全体 4 色麻 5 加美▲ 1
複合 サービス業	全体 15（ 10） 色麻 6（ 4） 加美 9（ 6）	全体 1.1 % 色麻 0.4 % 加美 0.7 %	全体 15（ 11） 色麻 6（ 4） 加美 9（ 6）	全体 1.1 % 色麻 0.4 % 加美 0.7 %	全体 0 色麻 0 加美 0
サービス業 （他に分類されないもの）	全体 91（ 50） 色麻 16（ 8） 加美 75（ 42）	全体 6.8 % 色麻 1.2 % 加美 5.6 %	全体 95（ 71） 色麻 17（ 13） 加美 78（ 58）	全体 7.1 % 色麻 1.2 % 加美 5.8 %	全体 4 色麻 1 加美 3
合 計	T0) 1,332(1,068)	色麻＋加美	T0) 1,326 (1,024)	色麻＋加美	全体▲ 6

※出典：総務省統計局「平成 28 年経済センサスー活動調査」および「令和 3 年経済センサスー活動調査」

※ (数字) = 小規模事業者数 及び 最右欄=商工会員数 (大型店テナント等除く) は、本会の独自調査等にて算出。

図6 「産業別従事者数と売上等の推移」

※網掛箇所は上位5業種

業 種	従事者数			稼ぐ力(令和3年)	
	平成28年(人)	令和3年(人)	対比増減	売上金額(百万円)	付加価値額(百万円)
農林漁業 (個人除く)	全体 662 色麻 407 加美 255	全体 760 色麻 407 加美 353	全体 98 色麻 0 加美 98	全体 10,031 色麻 7,154 加美 2,877	全体 1,051 色麻 448 加美 603
鉱業、採石業 砂利採取業	全体 16 色麻 0 加美 16	全体 7 色麻 0 加美 7	全体 ▲9 色麻 0 加美 ▲9	全体 — 色麻 (データなし) 加美 (データなし)	全体 — 色麻 (データなし) 加美 (データなし)
建設業	全体 1,528 色麻 285 加美 1,243	全体 1,399 色麻 276 加美 1,123	全体 ▲129 色麻 ▲9 加美 ▲120	全体 — 色麻 (データなし) 加美 (データなし)	全体 5,866 色麻 954 加美 4,912
製造業	全体 3,556 色麻 562 加美 2,994	全体 3,432 色麻 429 加美 3,003	全体 ▲124 色麻 ▲133 加美 9	全体 93,715 色麻 21,879 加美 71,836	全体 15,637 色麻 3,148 加美 12,489
電気・ガス・熱供給・水道業	全体 0 色麻 0 加美 0	全体 4 色麻 0 加美 4	全体 4 色麻 0 加美 4	全体 — 色麻 (データなし) 加美 (データなし)	全体 — 色麻 (データなし) 加美 (データなし)
情報通信業	全体 3 色麻 0 加美 3	全体 4 色麻 0 加美 4	全体 1 色麻 0 加美 1	全体 — 色麻 (データなし) 加美 (データなし)	全体 26 色麻 (データなし) 加美 26
運輸業 郵便業	全体 611 色麻 219 加美 392	全体 521 色麻 167 加美 354	全体 ▲90 色麻 ▲52 加美 ▲38	全体 — 色麻 (データなし) 加美 (データなし)	全体 1,928 色麻 597 加美 1,331
卸売、小売業	全体 1,965 色麻 192 加美 1,773	全体 1,812 色麻 202 加美 1,610	全体 ▲153 色麻 10 加美 ▲163	全体 35,581 色麻 5,235 加美 30,346	全体 4,699 色麻 634 加美 4,065
金融業 保険業	全体 148 色麻 0 加美 148	全体 140 色麻 0 加美 140	全体 ▲8 色麻 0 加美 ▲8	全体 — 色麻 (データなし) 加美 (データなし)	全体 982 色麻 (データなし) 加美 982
不動産業 物品賃貸業	全体 66 色麻 0 加美 66	全体 83 色麻 1 加美 82	全体 17 色麻 1 加美 16	全体 1,158 色麻 (データなし) 加美 1,158	全体 — 色麻 (データなし) 加美 (データなし)
学術研究 専門・技術 サービス業	全体 111 色麻 5 加美 106	全体 92 色麻 5 加美 87	全体 ▲19 色麻 0 加美 ▲19	全体 981 色麻 34 加美 947	全体 278 色麻 (データなし) 加美 278
宿泊業、飲食 サービス業	全体 692 色麻 92 加美 600	全体 509 色麻 89 加美 420	全体 ▲183 色麻 ▲3 加美 ▲180	全体 1,327 色麻 318 加美 1,009	全体 770 色麻 138 加美 632
生活関連サービス業、娯楽業	全体 437 色麻 29 加美 408	全体 546 色麻 17 加美 529	全体 109 色麻 ▲12 加美 121	全体 4,281 色麻 52 加美 4,229	全体 808 色麻 31 加美 777
教育 学習支援業	全体 114 色麻 4 加美 110	全体 119 色麻 3 加美 116	全体 5 色麻 ▲1 加美 6	全体 188 色麻 (データなし) 加美 188	全体 214 色麻 (データなし) 加美 214
医療・福祉	全体 848 色麻 153 加美 695	全体 905 色麻 167 加美 738	全体 57 色麻 14 加美 43	全体 5,401 色麻 867 加美 4,534	全体 3,356 色麻 491 加美 2,865
複合 サービス業	全体 197 色麻 79 加美 118	全体 419 色麻 336 加美 83	全体 222 色麻 257 加美 ▲35	全体 655 色麻 (データなし) 加美 655	全体 872 色麻 598 加美 274
サービス業 (他に分類されないもの)	全体 538 色麻 82 加美 456	全体 553 色麻 132 加美 421	全体 15 色麻 50 加美 ▲35	全体 2,608 色麻 (データなし) 加美 2,608	全体 1,916 色麻 437 加美 1,479
合 計	11,492	11,305	▲187	参考値 155,926	参考値 :

※出典：総務省統計局「平成28年経済センサス活動調査」および「令和3年経済センサス活動調査」

※注1) 必要な数値が得られた事業所を対象に集計。※注2) 売上金額が把握できないものは「データなし」と表記。

② 色麻・加美ブランドの源泉として期待される第一次産業の現状と課題

色麻町の農業従事者の割合は18.2%(407人/2,231人)ながら製造業21,879百万円に次ぐ年間7,154百万円の売上を生み出し、町の基幹産業に位置付けられている。

色麻町は色麻町第5次長期総合計画（令和3年度～令和12年度※以下「第5次色麻町長期総合計画」という）の中で、農業・商工業・観光分野の振興・発展の鍵は“特色ある農産品の活用”にあるとし、法人化支援や農地中間管理機構を活用した農地集積、高収益作物である野菜・施設園芸への支援等を通じて農業所得の向上を図るとともに、「えごま」や「高城ごぼう」等の特産品化に取り組んでいる。

一方、二次・三次産業が主体となる加美町にあっても、年間売上2,877百万円を生み出す農業を主要産業に位置付け、色麻町と同様に農業経営の確立に向けた商品開発や後継者育成支援を行ってきており、第二次加美町総合計画“加美笑顔幸福プラン（2015年度～2024年度）※以下「第二次加美町総合計画」という”に加え、加美町過疎地域持続的発展計画の中で町域の71%を占める林野面積に眠る豊富な森林資源の活用も産業の振興・発展に資するものと位置づけ、その活用を模索してきた。

また、両町ともこれらの活動を踏まえて農商工連携による6次産業化に取り組み、“えごま”（色麻ブランド）等の特産品を開発して地域農産品直売所や土産センター等における販売にも着手し、一時注目を集めたところであるが、現地における直売に留まっていることから、生産・販売数はその後伸び悩んでおり、より魅力ある商品へのブラッシュアップと新たな販売チャネルの開拓が求められているところである。

また、販路開拓を進めるにあたっては、市場価値が高い“売れる商品づくり”を意識する必要があり、これまで以上に消費者目線の商品開発（マーケットイン）の視点が重要となってくることから、商品開発に関わる農業、工業（製造）、卸・小売業（販売）のいわゆる農商工連携によりお互い立場の異なる事業者同士が“外貨を稼ぎ、稼いだ外貨が地域で循環する仕組みづくり”の理念を掲げ、より高い次元の合意形成に基づく連携体制の構築が求められるところである。



えごまを活用した“魔法の油”



加美町の地酒



味・形・香りの三拍子が揃った「はやせ鮎」



地元での原料栽培からこだわった味噌・醤油

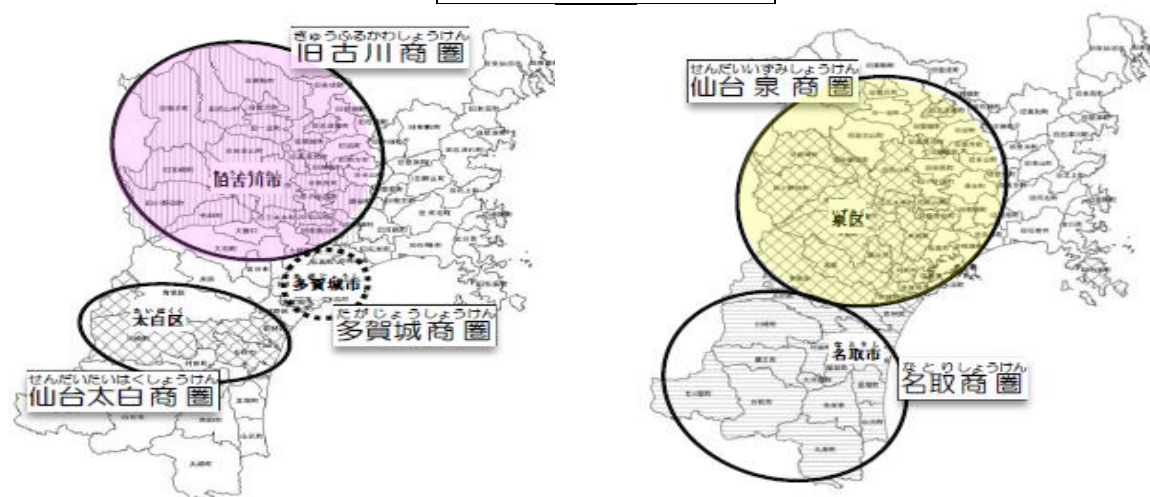
③ 地域商業・サービス業における現状と課題

少子高齢化や交通インフラの整備・拡充に伴うモータリゼーションの進展等、社会・経済環境の大きな変化に伴い、人・モノ・金・情報等の経営資源の地域拠点への集約化が進む流れは最早全国的な流れになっており、このことは花楽小路商店街等の商店街が発達し、かつて加美商圈を形成した加美町においても例外ではなく、加美郡は商圈という大きな枠組みの中では大別して旧古川商圈と仙台泉商圈の2つに吸収され、管内は“最寄品”中心の品揃えとなり、利益率は相対的に低い傾向が見られる。

また、広域商圈化の進展に加え、昨今相次ぐ大型店の出店やネット通販の普及により購買人口の流出が進展し、社会構造的となっている少子高齢化に伴う人口減少と生産・労働人口の減少が重なり、事業主の高齢化や後継者・担い手不足による廃業が増加していることから、商業機能が集積する商店街の魅力は年々失われつつあり、重点支援施策としては、事業承継および創業・第二創業への対応が求められるところである。

色麻町も加美町も地域外からの消費を取り込むため、各種イベント開催等を通じて“交流人口の増加”を図りつつ、第二次加美総合計画“加美ブランドづくり”、色麻町第5次長期総合計画“6次産業化の推進”の取組により、来訪者が外貨を落とすきっかけとなる特産品（高付加価値商品）の開発等をもって、中小・小規模事業者等の売上・利益を確保し、経営の安定を図ろうと努めているが、消費者目線の商品開発への取組みの強化と販路開拓に向けたより強固な連携体制を構築する必要がある。

図7「宮城県の商圈分布」



商 圏	商圈類型	構成市区町村数※	商圈人口	吸引人口
①仙台青葉	広域型	5 区 2 市 7 町	1,260,970	282,010
②仙台宮城野	広域型	2 区 2 市 4 町	521,967	130,264
③仙台太白	広域型	2 区 1 市 1 町	463,296	180,054
④仙台泉	広域型	3 区 2 市 13 町 1 村	993,233	262,901
⑤旧石巻	広域型	2 市 2 町	403,666	196,230
⑥旧気仙沼	地域型	1 市 3 町	65,240	45,031
⑦名取	広域型	2 区 4 市 9 町	710,681	193,137
⑧多賀城	地域型	2 市 2 町	146,485	36,908
⑨旧迫	地域型	16 町	127,041	45,827
⑩旧古川	広域型	1 市 20 町 1 村	242,272	129,120
⑪大河原	地域型	2 市 7 町	166,529	49,971
⑫利府	地域型	1 区 2 市 5 町	397,453	77,687
⑬富谷	地域型	1 市 5 町 1 村	110,726	40,910
⑭旧築館	地区型	7 町 1 村	49,058	11,642

※出典：宮城県震災復興企画部「宮城県の商業」及び宮城県商工金融課「消費税購買動向調査報告書」

④ 観光業における現状と課題

当地の観光資源は、かっぱのゆ（色麻町）薬師の湯（加美町）といった温泉や船形山（色麻町）薬菜山（加美町）を中心とする自然環境、陶芸の里（切込焼体験）・ウォーターパーク、薬菜コテージ等の体験型施設の他、シャクヤクまつり（色麻町）、初午まつり・火伏の虎舞（加美町）、うめえがすと鍋まつり（加美町）等、季節折々に開催する各種イベントがあるものの、令和元年時点で125,457名あった来訪が、コロナ期間中はイベントの中止・縮小等の影響により激減し、令和4年のイベント集客は20,635名に留まった。また、宮城県観光統計概要では過去5年間で当地域を訪れた観光客は6,354,661名（年平均127万人）に上るが、宿泊者については、令和4年ベースで全体の1.7%（20,923名）に留まっており、当地を訪れる観光客は近隣市町村からの日帰り客がメインとなっている。色麻町と加美町は“交流人口の増加”を図り地域振興に繋げようとしているが、当地来訪者（消費者）の特性に鑑み、当地ならではの“特産品”や“体験型サービス”の開発・提供を以て地域経済活性化に繋げる工夫に活路を見出したいところである。

図8 「加美郡（薬菜地域）への観光客入込数と来訪者の傾向」

【観光入込数直近5年間の推移】

地域名	区分	H30年	R元年	R2年	R3年	R4年
薬菜地域 (加美郡)	年間入込数	1,460,123	1,373,635	1,094,745	1,210,283	1,215,875
	うち色麻町	231,600	233,386	149,368	151,717	175,830
	うち加美町	1,228,523	1,140,249	945,377	1,058,566	1,040,045
	年間宿泊数	21,663	21,092	13,244	18,092	20,923

【直近（R4）薬菜地域の宿泊者数】

宿泊数	県内	県外	不明
20,923	16,837	3,840	246

【直近（R4）薬菜地域宿泊施設の利用状況】

民宿	ホテル・旅館	キャンプ場等	その他
10,285	5,424	4,859	355

⇒

【直近（R4）観光客の来訪目的】

自然	文化歴史	産業観光	スポーツ施設	温泉	買物	イベント	合計
266,329	48,893	131,359	152,590	253,356	342,713	20,635	1,215,875

【薬菜地域の観光地点別別入込数（観光入込上位5地点）】

地域名	区分	H30年	R元年	R2年	R3年	R4年
加美町	薬菜山	263,572	252,770	235,316	261,413	256,308
加美町	土産センター	222,366	207,689	206,297	202,562	190,467
色麻町	かっぱのゆ	126,941	130,454	103,973	104,333	110,209
加美町	陶芸の里	43,942	42,307	37,546	41,367	39,491
加美町	ウォーターパーク	64,826	61,323	35,150	29,338	36,251

※出典：宮城県経済商工観光部観光政策課「観光統計概要（令和4年1月～12月）」



色麻平沢温泉「かっぱのゆ」



薬菜山（左）と土産センター（右）

⑤ 当地域の小規模事業者等が抱える全体的な課題

i) 経営環境の悪化に対応した企業収益の確保

新型コロナウイルス感染症による社会・経済情勢の変化に加え、円安に伴う物価高騰の影響により、小規模事業者は売上および利益確保が難しい状況に陥っている。

中規模以上の製造業等においては、ある程度対応策を講じている企業もあるものの、先行き不透明感を拭えない状況が続いていることから、新商品・新サービスの開発によるブランド化やそれに伴う新たな販路開拓等により収益構造を再構築する必要がある。

ii) 経営環境の変化に対応するデジタル化への取組等による生産性向上

前掲の収益確保の問題に加え、人口減少と働き方改革等への対処から地域小規模事業者にとって働き手の確保は非常に大きな課題となっている。

小規模事業者は限りある経営資源の中で対応を迫られることから、国が推奨するDXへの取組を通じて業務の見直しを進めて業務効率化と生産性の向上を図る必要がある。

しかしながら、新たなシステムの導入等費用的問題や高齢化による適応難等、小規模事業者が個々に抱える問題への対応が課題となっている。

iii) 後継者不足による地域経済の低迷

当地域も人口減少が続き、後継者不足による事業承継問題が近年著しく顕在化している。

年々後継者対策への需要は高まりつつあるが、事業収益の悪化や経営環境の先行き不透明感等のマイナス要因が、事業主が後継者への承継に二の足を踏ませている状況が垣間見える。

一般的に事業承継は実現に至るまで相当の時間を要することから、宮城県事業承継・引継ぎ支援センターおよび㈱日本政策金融公庫と連携を図りながら、小規模事業者が発する事業承継へのニーズを早期にキャッチし、段階的な支援を進めつつ、併せて地域産業の保全と雇用の維持・確保の観点から、M&A等による他者への承継も選択肢としてあり得ることを啓発していく必要がある。

(へ) これまでの商工会の取り組み

平成15年4月に合併した加美町（中新田町・小野田町・宮崎町）と色麻町の2町を管轄する加美商工会は平成15年10月に中新田・小野田・宮崎・色麻町商工会の4つの商工会が合併して誕生した商工会であり、小規模事業者等の持続的発展を支援する認定支援機関として、第一期経営発達支援計画（平成29年4月～令和2年3月 ※以下「第一期発達支援計画」）、第二期経営発達支援計画（令和2年4月～令和7年3月 ※以下「第二期発達支援計画」という）を策定し、国の認定を受けて今日に至っている。

これまで地域が本会に求めてきた重要な使命として、少子高齢化および購買人口の流出に伴う交流人口の確保（増加）があり、色麻町および加美町は、合併前の旧町以来受け継いできた、歴史と伝統に根差した各地域の祭り・イベント事業（地域振興事業）等への注力があり、交流人口の増加を図る有効な手段として位置づけ追求してきた。

この地域の厚い要望に応えるため、ヒト・モノ・カネ・情報といった本会が有する経営資源の相当数をそれに充てつつ、並行して国の認定支援機関としての責任を果たすべく、第一期発達支援計画とそれに続く第二期発達支援計画に基づき、個者（小規模事業者等）の経営力および企業価値の向上を図るため、目まぐるしい社会・経営環境の変化に対処するための経営分析による“強み”の把握や、“強み”を活かした“事業計画の策定”、更には“策定した事業計画の実施支援”等、小規模事業者に寄り添った伴走型支援を実践してきたところであるが、支援機能が分散し、交流人口増加の取組に比べ些か個者支援に注力しきれなかった面が否めない状況であった。

次項に個々の小規模事業者等経営力および企業価値の向上を図る支援について定め・実践してきた第二期発達支援計画の施策成果概要および計画実施期間中の会員数の推移を示し、その成果について検証する。

【第二期発達支援計画の主な実績】

No	主な支援項目	R2～R3	R4 年度(目標)/(実績)	R5 年度(目標)/(実績)
1	経済動向調査の公表	割 愛	1 回 / 1 回	1 回 / 1 回
2	経営分析件数		39 件 / 60 件	40 件 / 60 件
3	事業計画策定セミナー開催回数		2 回 / 2 回	2 回 / 2 回
4	創業セミナー開催回数		0 回 / 1 回	0 回 / 1 回
5	事業計画策定数		18 件 / 48 件	9 件 / 48 件
6	事業計画策定後のフォローアップ件数		48 回 / 192 回	77 回 / 192 回
7	需要動向調査実施事業所数		0 回 / 10 社	0 回 / 10 社

【第二期発達支援計画実施期間の本会会員数の推移】

年 月 日	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	宿泊業	その他	合 計
R 2. 3. 31	216	86	3	198	41	145	4	15	708
R 3. 3. 31	217	82	3	193	40	144	4	18	701
R 4. 3. 31	212	82	4	189	38	143	4	17	689
R 5. 3. 31	208	82	3	187	42	138	4	19	683
R 6. 3. 31	206	79	3	180	43	136	4	20	671
期間増減	▲10	▲ 7	0	▲18	2	▲ 9	0	5	▲37

加美商工会総代会議案書より抜粋

【これまでの取組についての成果検証】

第二期発達支援計画の成果については、調査の公表やセミナーの開催自体が目的化し、第二期発達支援計画を実施した時点(R2. 4. 1) 708 会員が、年を追う毎に減少。直近令和 5 年度末(R6. 3. 31) で 671 会員と▲37 会員の減となってしまう。新型コロナウイルス感染症の拡大やロシア・ウクライナ戦争勃発等に伴う諸物価高騰など経営環境の激変するマイナス要因はあったものの、第二期発達支援計画で定めた方策では、この間の経営環境の激変に対応するには内容が薄く、支援の現場で改善しきれていないことから、今回の第三期発達支援計画の策定を機に個者支援のあり方を根本的に見直し、個者の持続的発展に直結する伴走型支援体制の再構築が必要となっている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 今後 10 年程度の期間を見据えた長期的な振興のあり方

色麻町および加美町の今後の 10 年を見据えた時、少子高齢化による人口・生産人口が減少し、更なる商圈の広域化、大手企業との競争に晒され、競争力の確保、後継者不足等の経営課題を克服できない小規模事業者の廃業が増加するものと予測される。

これに対処し、人・モノ・金・情報といった経営資源に限られる小規模事業者が、当地において持続的発展を遂げるためには、小規模事業者個々の顕在化したまたは隠れた特徴(強み)を活かし、生産性の向上、業務効率化を図ることにより競争力を高め、新たな販路開拓等の取組を通じて経営を安定させ、また、それを継続・維持(持続)していく必要がある。

本会は国の認定支援機関として小規模事業者の持続的発展に向け、限りある経営資源を適時的確に投入するため、ロードマップ足り得る事業計画の作成支援を通じて、本質的な経営課題を踏まえ、“特徴(強み)”を活かした新たな事業価値を見出し、それを活かすための戦略・戦術を構築し、不足する経営資源等については、DXやデジタル化を促しつつ、本会が有する支援ノウハウを投入して、事業計画を起点とする生産性向上・業務効率化・販路開拓・需要喚起を自発的なPDCAサイクルの循環を通じて課題を克服・発展していく小規模事業者の育成を通じ、長期的な地域経済の振興に寄与していくため、以下の支援方針を掲げて小規模事業者を支援していく。

【支援方針】

- 需要を見据え小規模事業者「固有の強み」「新たな事業価値の創出」による経営力向上支援
- 持続的発展に向け自発的に取組む小規模事業者の育成と自立化に向けた支援

② 色麻町と加美町が経済振興の指針として位置付ける各種計画等との連動性及び整合性

本会が定める経営発達支援計画は色麻町と加美町の“総合計画”の考え方に沿って設計しており、その理念及び基本計画との整合性・連動性は以下記載の通りであり、更には本計画の実施を通じて前掲で示した宮城県が定める“大崎広域都市圏構想”における“中核都市・ゆとりある生活環境エリア”の構築に寄与するものである。

(イ) 色麻町『第5次長期総合計画（令和3年度～令和12年度）』

【基本理念】“自然を愛し、人が輝き、夢のある持続可能なまちづくり”

～色麻の自然、生活、文化を大切にし、共に考え、共に創る

「色麻に生きる喜び」を実感できるまちづくり～

【基本計画と関連する細目】

iii) 生き生きと働くチカラ（農業・商工業・観光分野）

イ) やりがいのある農業の確立

- ① 集落営農組合等の法人化への促進 ・ ・ ・ ・ ・ (p24)6. 事業計画策定支援～(p27)7. 策定後の実施支援
・ 法人化に向けての相談・講習会・研修会を開催し、法人化への支援を行ないます。
- ⑤ 特産品の開発と農産品の販路拡大 ・ ・ ・ ・ ・ (p19)4. 需要動向調査～(p29)8. 新たな需要の開拓
・ 「えごま」や「高城ごぼう」などの特産品化を推進するため、広報活動を強化するとともに、新商品開発、作付面積拡大を促進します。
・ 農業者間や他地域・他業種間のネットワーク化を推進し、6次産業化を推進します。
- ⑥ 人材の確保・育成 ・ ・ ・ ・ ・ (p24)6. 事業計画策定支援～(p29)8. 新たな需要の開拓
・ 経営感覚を持ち、地域農業のリーダーとなる人材を育成します。

ロ) 生きがいを支える農業の確立

- ② 情報発信、都市住民等との交流の促進 (p34)12. 地域経済活性化
・ 都市住民や消費者との交流会、物産展など各種イベントへの参加を通じて、農業とふれあい、そして興味を持つ機会の創出を図り、地域農業の振興を図ります。

ハ) 工業等の導入と育成

- ③ 既立地企業のニーズ把握 ・ ・ ・ ・ ・ (p18)3. 地域経済動向調査
・ 既存立地企業との意見交換を行い、安定的に操業を継続していくための課題、新たな設備投資に向けた問題点等についての企業ニーズの把握に努めます。

二) 観光と地域商業の振興

- ① 既存観光資源の充実と活用 ・ ・ ・ ・ ・ (p34)12. 地域経済活性化
・ 自然の景観、史跡等の文化資源、人的資源、かつぱのゆ、愛宕山公園等既存の観光資源等の機能充実を図るとともに相互に連携させ、交流人口の増加に努めます。
- ② 広域的観光資源の有区活用と情報の発信 (p34)12. 地域経済活性化
・ 周辺市町村と連携し、観光ルートの開発や観光イベントの開催、観光資源の有効活用に努めます。
- ③ 地域特産品の開発 ・ ・ ・ ・ ・ (p19)4. 需要動向調査～(p29)8. 新たな需要の開拓
・ 農業生産者、商工事業者、教育機関等と連携して、地域特産品の開発を推進します。

ホ) 地域商業の振興

- ① 経営安定化の支援 ・ ・ ・ ・ ・ (p18)3. 地域経済動向調査～(p29)8. 新たな需要の開拓
・ 商工会を通じた各種支援の充実に努め、経営基盤の強化を支援します。
・ 町中小企業振興資金融資の保証料の町負担により商工業者の負担軽減を図ります。
- ② 販売機会の確保・販路拡大の支援 ・ ・ ・ (p26)DX, (P30)HP等の取組, (p34)12. 地域経済活性化
・ 商店等の情報を消費者向けに発信する取組を促進します。

- ・町内での消費を喚起するための商品券発行等の取組を支援します。
- ・町内の「賑わいづくり」の取組を支援します。

vi) つながるチカラ、つなげるチカラ（持続可能なまちづくり分野）

イ) 住民参加と協働のまちづくりの推進

② まちづくりへの町民参画の拡大 ・ ・ ・ ・ ・ (p34) 12. 地域経済活性化

- ・町民意向・ニーズ把握のため、懇談会やアンケート調査等、広報活動を強化するとともに意見交換会など町政に参加しやすい機会・環境をつくりします。
- ・行政区や町民が主体の各種団体の活動を支援するとともに、まちづくりの核となる団体の設立やリーダーの育成に努めます。
- ・地域特性の活用や地域課題の解決に向けて活動する団体・NPO等の創出や育成に努めます。

ロ) 多様な主体との交流と連携の推進

② 多様な主体との連携の推進 ・ ・ ・ ・ ・ (P18) 3. 地域経済動向調査、(p34) 12. 地域経済活性化

- ・地域教育機関、企業、金融機関等、いわゆる「産官学金労言士」それぞれが持つ知的・物的・人的資源を相互活用し、まちづくりや産業振興を図ります。また、そのための連携協定の締結等を検討、推進します。



(ロ) 加美町『第二次加美町総合計画“加美町笑顔幸福プラン”(2015年度～2024年度)

【基本理念】(共生) 船形山、薬菜山、鳴瀬川をはじめとする本町の豊かな自然環境を保全するとともに、これらが有する資源を再生可能エネルギーや美しい環境づくり、雇用の創出、食の地産地消などに最大限生かし、人と自然が共生するまちづくりを推進します。

(協働) 住民と行政は情報を共有し、対等なパートナーとして共に知恵や労力を出し合い、支え合い、外部人材の有効活用を図りながら、地域の課題解決に取り組む協働のまちづくりを推進します。

(自治) 3つの地域における行政機能を維持するとともに、それぞれの地域に住む人々が、自ら考え行動し、地域の歴史や、風土、文化などを生かしながら、魅力ある持続可能な地域を創り、次世代に引き継いでいく、住民自治に根差したまちづくりを推進します。

【基本計画と関連する細目】

iv) 魅力あふれ、豊かにでにぎわいのあるまち

イ) 地場産業の振興

- ① 加美ブランドづくりの推進 (p19) 需要動向調査～(p29) 8. 新たな需要の開拓
 - ・商品の高付加価値化や新商品開発の取組による新産業の創出や起業家への支援。
 - ・産業全体の横断的研究組織の設立による地域集約型の産業の振興。
 - ・地元企業、地場産業を活用した加美ブランドづくりの推進。
 - ・農商工連携と6次産業化の推進。
- ③ 地場産業振興ネットワークの構築 . . . (p19) 4. 需要動向調査～(p29) 8. 新たな需要の開拓
 - ・ITを活用した、地域特産品の販路拡大(宅配含む)の体制づくりへの支援。
 - ・地域特産品の生産、開発、実践組織の育成支援。
- ⑤ 地産地消の促進 (p19) 4. 需要動向調査～(p29) 8. 新たな需要の開拓
 - ・地域特産品の計画的な生産、普及、販売、消費の地域内システムの構築。
 - ・町内飲食店での地場産食材を活用した「食」の提供。

ロ) 商工業の振興

- ① 商業活性化構想の作成 (p18) 3. 地域経済動向調査～(p23) 5. 経営状況の分析
 - ・商業活性化マスタープランの作成。
- ② 商店街賑わいづくりの支援 (p34) 12. 地域経済活性化
 - ・圏域消費者を対象としたサービスの強化。
 - ・観光などによる周遊客等へのサービス内容の充実。
- ③ 商工業活性化組織の育成と支援 . . . (p34) 12. 地域経済活性化
 - ・商工団体が行う広域的取組に対する支援。
- ④ 中心市街地活性化整備事業の推進 (p34) 12. 地域経済活性化
 - ・商店街の環境整備と各種振興施策の実施。
 - ・空き店舗対策の充実。
- ⑤ 商業サービスシステムの構築 (p26) DX, (P30) HP 等の取組、(p34) 12. 地域経済活性化
 - ・インターネットを活用したイベントや商品情報公開と商品受発注システム化の構築
 - ・高齢者世帯や共働き世帯を対象とした共同宅配事業への支援。
 - ・パッケージの工夫による加美町独自の個性づくり。
- ⑥ 地域企業産廃リサイクルシステムの支援 (p34) 12. 地域経済活性化
 - ・地域内の企業の産業廃棄物のリサイクルシステムの支援、減量化に向けた連携支援。
- ⑦ 工業の振興 (p19) 4. 需要動向調査～(p29) 8. 新たな需要の開拓
 - ・他産業と連携した物産展。見本市等のイベント参画による販路拡大の推進。
 - ・産学共同研究における新商品開発の体制支援。

- ・産業間・異業種間の交流を支援し、地域内産業の地産地消、経済循環を促進。
- ・地場産業と県内外企業とのビジネスマッチングを支援。

ハ) 観光産業の振興

- ① 観光ネットワークの構築、整備 (p34) 12. 地域経済活性化
 - ・温泉施設や農家民宿・レストラン等と連携した観光ネットワークの整備、推進。
- ② 観光イベントの創設 (p34) 12. 地域経済活性化
 - ・観光周遊ルートの設定。
 - ・新たな観光イベントの企画立案。
- ③ 観光産業のPRの強化 (p34) 12. 地域経済活性化
 - ・地域資源の再認識、発見活動の支援。

二) 雇用の創出

- ③ 起業の支援 (p19) 需要動向調査～(p27) 7. 策定後の実施支援
 - ・ベンチャー企業の支援。
 - ・起業家への理解と支援体制の確立。
- ⑤ 就労支援の推進 (p19) 需要動向調査～(p27) 7. 策定後の実施支援
 - ・技能技術の習得支援。
 - ・若者等就労者の就業支援。
 - ・地域産業を担う人材育成と雇用環境の整備・促進。
- ⑥ 障がい者雇用・職場環境の充実 (p19) 需要動向調査～(p27) 7. 策定後の実施支援
 - ・企業等における障がい者の積極的な雇用促進に関する支援、誘導。

ホ) 農村体験を通じた交流の促進

- ③ グリーン・ツーリズムの推進 (p34) 12. 地域経済活性化
 - ・多様な観光資源と連携した受け入れ組織体制の支援。
- ⑤ 交流イベントの創設 (p34) 12. 地域経済活性化
 - ・地域特性を活かした町全体の一体感を高める交流イベントの創設。



※第三次総合計画は令和6年度一杯を費やし策定予定（現時点で第二次総合計画が最新となります）

③ 加美商工会が果たすべき役割

本会は地域に密着した“総合経済団体”また、国が定めた“認定支援機関”として、経営環境の目まぐるしい変化に小規模事業者が自らの経営資源等を持って迅速、且つ、柔軟に対処し、将来に亘って持続的発展を遂げられるよう“自己変革力”を育成し、経営者がそれを以って自ら考え・行動する“自走する力”を高めていただくための個者支援を行う支援者たることを使命とする。

また、長期総合計画に基づき行政が実施する地域経済・産業施策がより効果的なものとなるよう常に小規模事業者個々の実情を把握し、実態分析や要望等の集約を以って、色麻町および加美町と連携を図り、施策の立案～実施・検証まで互いの役割を果たし、小規模事業者が活力ある事業活動を行うための環境整備に努め、地域経済の発展に寄与する役割を担うものである。

中でも本会が担う重要な役割は、小規模事業者の経営実態とニーズを把握し、将来の持続的発展に向け、変化し続ける経営環境に自らの経営資源を以って対応でき得るよう自走化する能力と自己変革力を育成することにある。

そのために、表面的な経営課題に囚われず、本質的な課題を洗い出し、小規模事業者自らがその本質的な課題解決に向け自発的な取組に着手していくことが求められることから、小規模事業者への支援にあたっては、“対話”と“傾聴”を基本とする“伴走型支援”を通じて、支援先企業と我々支援者が相互に信頼関係を構築することに重点を置き、本質的経営課題とその解決に向けた取組に支援先企業が自ら“気づき”、自発的取組に着手するよう啓発し、支援体制を整え支援していく。

(3) 経営発達支援事業の目標

今後10年を見据えた支援方針に定める「需要を見据え小規模事業者“固有の強み”“新たな事業価値の創出”による経営力向上」と「持続的発展に向け自発的に取組む小規模事業者の育成と自立化」に向け、本第三期計画では以下の4つの目標に掲げて経営発達支援事業を実施する。

目標1 経営課題と需要を見据えた事業計画の策定に基づく経営基盤強化と企業価値向上支援

経営者の“経験や勘”、地域等の“イベント頼り”の経営から脱却し、本質的な経営課題を踏まえ、消費者等の需要を見据えて持続的な発展に向けて作成する業計画を起点とするPDCAサイクルの構築と限りある経営資源を有効活用するためのDX推進を通じて小規模事業者の経営基盤の強化と企業価値向上への取組を支援する。

目標2 創業・第二創業支援を通じた新たな産業の創出と人材育成支援

少子高齢化による人口・生産人口の減少に加え、更なる商圏の広域化と大手企業との競争に晒され、減少する小規模事業者数に歯止めをかけ、中核都市として産業を集積し、適正な経営環境を維持するため、創業セミナーの開催や巡回訪問等による第二創業支援を強化し、新たな産業や企業・人材の育成を図り、地場産業の振興発展に資する。

目標3 企業の強みや地域資源を活かした新たな商品・サービスの開発と販路開拓に向けた支援

“最寄品による利ざや中心（薄利）”、“地域等イベント頼り（楽観・偶発的）”となってしまう小規模事業者の売上・収益率向上を図るため、事業計画策定支援の中で明らかにする“企業の強み”や色麻町と加美町の豊富な地域資源を活かした商品・サービスの付加価値向上に向けた取組とそれに基づいた新たな販路開拓に向けた取組を支援し、小規模事業者の売上・収益拡大を図り、経営の持続的発展に資する。

目標4 他支援機関との連携強化および職員の資質向上を通じた伴走型支援体制の（再）構築

第二期計画では、支援機能が分散し、伴走型支援体制が充分機能しなかった点が大きな課題であったことから、色麻町および加美町の他、宮城県よろず支援拠点等の他支援機関との連携強化に加え、経営支援システムplusの活用により、支援ノウハウの向上・共有化をより一層推進し、伴走型支援体制の（再）構築を図っていく。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 実施期間： 令和 7 年 4 月 1 日 ～ 令和 12 年 3 月 31 日)

(2) 目標の達成に向けた方針

① 経営課題と需要を見据えた事業計画の策定に基づく経営基盤の強化と企業価値向上支援

経営資源の乏しい小規模事業者にとっては、強みをいかした経営ビジョンを明確にし、事業計画に基づいた経営を推進することが極めて重要である。

経営指導員等による巡回訪問を強化しつつ、経営課題等の把握と事業計画策定に取り組む小規模事業者の掘り起しを行い、国等のビックデータや経営動向調査により把握した地域経営動向を指標に、財務・非財務の二元分析（経営分析）から小規模事業者等の“強み”や“克服すべき経営課題”を明確にした上で、将来の持続的発展に向けてロードマップとなり得る事業計画策定と計画に基づく実施支援および成果の検証によるブラッシュアップ支援を通じて企業価値向上を図っていく。

また、新型コロナウイルス感染症の拡大以降、生活様式や事業環境が大きく変化した中で、人手不足や働き方改革等へ対処しつつ、業務効率化と生産性の向上が求められることから、ITツール等の導入やDX推進を通じた経営基盤の強化を図っていく。

これにより事業計画を起点とするPDCAサイクルを構築し、小規模事業者の“自走する力”と“自己変革力”の必要性を一貫した伴走型支援を通じて啓発・養成することで企業価値向上を図り、小規模事業者の経営の安定と事業の持続的発展に寄与していく。

② 創業・第二創業支援を通じた新たな産業の創出と人材育成支援

本事業の実施にあたっては、産業競争力強化法に基づく色麻町および加美町の「特定創業支援等事業」との整合性を図りながら、創業者や6次産業化に取り組む農業者、新たな事業への転換を検討している事業後継者等を対象に創業および現事業の転換（第二創業）を促し、創業・第二創業計画の策定と実施支援等を通じて、将来を担う新たな産業・企業・人材の育成に資し、地域経済の振興発展に寄与していく。

また、従業員等の資格取得を支援するなど小規模事業者を支え、将来の地域産業を支える人材の育成についても併せて取組んでいく。

③ 企業の強みや地域資源を活かした新たな商品・サービスの開発と販路開拓に向けた支援

事業計画策定支援の中で明らかとなった“企業の強み”や色麻町と加美町の豊富な地域資源を活かした商品・サービスの付加価値向上に向けた取組とそれに基づいた新たな販路開拓に向けた取組を支援し、小規模事業者の売上・収益拡大を図ることにより、経営の持続的発展に資していく。

新たな商品・サービス等の開発支援にあたっては、需要動向調査による買い手の立場に立ったマーケットインの思考に基づく取組を支援し、地域資源を活用した取組については、起業・法人化をを通じ事業化を目指す農業者や食品製造業者を中心に推進していくものとする。

なお、新たな販路開拓・販路拡大の手法については、展示・商談会等への出店勧奨に留まらず、商品・サービスのブラッシュアップと連動した出展助成制度を設けて支援を強化していく。

④ 他支援機関との連携強化および職員の資質向上を通じた伴走型支援体制の（再）構築

小規模事業者の経営支援ニーズが多様化する中、これら多様な要望に対応するため本第三期発達支援計画の共同作成者である色麻町・加美町他、宮城県よろず支援拠点や(株)日本政策金融公庫等の他支援機関との連携を更に強化するとともに、組織内「OJT」および「Off-JT」に加え、これまで職場内で支援ノウハウの共有が図られていなかった課題については、「経営支援システムPlus」を活用して支援情報・支援ノウハウ等のあらゆる情報の共有・一元管理（職場内DX）を徹底することによりチーム支援を確立し、経営指導員等職員の資質向上を図り、以って、組織的伴走型支援体制の強化・高度化を図っていく。

I. 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

(1) 現状と課題

第二期発達支援計画では、中小機構が提供する景気動向調査結果をホームページ上で公表するに留まり、国が提供するビックデータや県が提供する様々な指標の活用、更には地域データの収集・分析までには至らず、指標として活用するには物足りないものであった。

第三期発達支援計画では、国が提供するRESAS（地域経済分析システム）に加え、関係機関の統計データを分析して得られるマクロ経済動向と、本会が独自に実施する「経営動向調査」結果から得られる地域経済動向（ミクロ経済動向）の二つを相対的に分析することにより、当地域の経営環境・地域特性を踏まえた信憑性の高い経済動向指標を地域小規模事業者等に提供し、伴走型支援の現場で活用する。

なお、調査の実施・公表は年間を通じ切目なく行い、リアルタイムな情報の把握・提供に努める。

(2) 目標

項 目		現 行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
① RESASによる調査分析	調査・公表回数	—	第2四半期 1回	第2四半期 1回	第2四半期 1回	第2四半期 1回	第2四半期 1回
② 全国連・景気動向調査 (四半期に1回実施・公表)	調査企業数	15件	15件	15件	15件	15件	15件
	公表回数	—	四半期毎 4回	四半期毎 4回	四半期毎 4回	四半期毎 4回	四半期毎 4回
③ 本会・経営動向調査 (半期に1回実施・公表)	調査企業数	—	定量75件	定量75件	定量75件	定量75件	定量75件
	公表回数	—	第1、3四半期 各1回	第1、3四半期 各1回	第1、3四半期 各1回	第1、3四半期 各1回	第1、3四半期 各1回
④ 統計資料分析・公表回数	調査・公表回数	年1回	下期→上期 1回	下期→上期 1回	下期→上期 1回	下期→上期 1回	下期→上期 1回

※第三期計画での経営動向調査は調査対象事業所を選定し、定点調査方式（1業種あたり15事業所×5業種＝75サンプル）とする。

※本調査を通じ、景気動向調査＋経営動向調査＝90事業者／701事業者（本会R5未法定会員）≧10%の定量・定性的な定点分析。

(3) 事業内容

① 国が提供するビックデータを活用した地域経済動向調査（実施および公表の時期：第2四半期）

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に資するため、「RESAS」を活用した地域経済動向調査結果分析を行い、把握した内容は、本会ホームページに公表する。

分析項目	分析内容
地域経済循環マップ	地域内企業の経済活動を通じて生産された付加価値がどの程度労働者や企業の所得として分配されたかを分析する。
産業構造マップ	当地域の主要産業等を分析するとともに、他地域と比較・分析を通じ、業種別の強み・弱み・課題等を把握し、その要因を分析する。
まちづくりマップ	From-to（滞在人口）、流動人口メッシュ分析を通じ、当地域への来訪者の性別や年代、平日・休日別来訪状況や当地域のどこに滞在したか等を把握し、人を呼び込むためのまちづくり施策に活用する。

② 全国商工会連合会「小規模事業者景気動向調査」（実施および公表の時期：四半期毎/年4回）

業種と事業規模から選定した15事業所を対象に四半期毎の経営状況・景況感等の調査分析し、当地域における経営環境を測る指標とするもの。選定（特定）した事業所の回答を分析することから、業種等における定点調査と位置づけることができ、信憑性の高い指標として活用できる。

③ 加美商工会「経営動向調査」（実施および公表の時期：第1四半期および第3四半期）

前掲②「小規模企業者景気動向調査」を補完するもので、より多様、且つ、多くの小規模事業者の経営実態を業種（業界）毎に把握するために実施し、支援ニーズ等についても調査する。

また、個々の本調査結果は「5. 経営分析」における個々の非財務分析にも活用し、経営分析～事業計画策定～実施支援へと繋げ、支援スキームを構築する。

なお、本調査で把握した当地域の業種（業界）動向は、本会ホームページに年2回公表する。

- i) 調査対象：管内小規模事業者 75 社（製造業、建設業、卸・小売業、宿泊・飲食・サービス業、生活関連・娯楽業等から、それぞれ 15 社を選定して実施）
- ii) 調査頻度：年 2 回【実施目安：6 月（前年通期の景況等）、10 月（当年半期の景況等）】
- iii) 調査項目：（共通）景況感と見通し、売上高、仕入価格、資金繰り、雇用状況、経営上の課題（6 月） 上記に加え、前期決算と収益状況、後継者の有無、事業承継に対する要望
- iv) 調査手法：調査票を郵送し、返信用封筒で回収する。
- v) 分析手法：経営支援システム Plus を活用して経営指導員が分析。
 なお、専門性を必要とするものは、中小企業診断士等の外部専門家を招聘して分析の確度を高める。

- ④ 統計資料等を活用した県内景気動向等の分析調査（実施時期：下半期、公表時期：翌年上半期）
 宮城県が提供する最新の統計資料を活用し、県内景気動向、商圏内消費購買動向及び観光動向等について調査・分析することにより、県全体および本会が所管する加美郡管内並びに大崎市の動向を捉えるとともに、その結果を本会ホームページに年 1 回公表する。

項 目	内 容
調 査 方 法 （調査項目）	i) 県内の景気動向 中小企業景況調査報告書（宮城県商工会連合会編）、みやぎ経済月報（宮城県統計課編）等を活用し、業種別の売上高、採算、業況等の景気動向を調査する。 ii) 商圏内の消費購買動向 宮城県の商圏及び消費購買動向調査報告書（宮城県統計課編）より、県内の商圏の変化や最寄品・買回品の地元購買率等の消費者購買動向を調査する。 iii) 地域内の観光動向 宮城県観光統計（宮城県観光企画課）より、当地域への観光客入込数・宿泊者数等の推移や嗜好変化等の観光動向を調査する。
調 査 頻 度	下半期 1 回（経営指導の指標として活用するため、可能な限り早期に実施・公表する）
分 析 手 法	経営指導員が外部専門家と連携し、県全体の景気動向との差異や消費購買動向、観光動向について他地域との比較分析を行う。

(4) 成果の活用

- 情報収集、調査、分析した結果は、本会ホームページに掲載し、小規模事業者等に広く周知する。
- 経営指導員等が巡回、個別相談等の際に活用すべき指標として小規模事業者等に提供する。
- 経営分析や事業計画等策定に際し、景気動向指標として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

第二期発達支援計画では需要動向調査を実施する旨定めているものの、地域イベントに設置する販売ブースでのアンケート調査を想定していたため、計画期間中に発生した新型コロナウイルス感染症拡大の影響で各種イベントは自粛・縮小等を余儀なくされ、調査自体実施できなかった。

しかしながら、そもそも非日常である地域イベントに設置する販売ブースを需要動向調査の場とするには“ターゲットとする客層の需要を正確に収集できるのか”等の懸念があり、現計画の設定では当初の目的を達成することは難しく、相応しいものではなかった。

また、バイヤーとの商談を通して需要動向を探る取組については、単に展示・商談会情報を提供するだけに留まり、“参加を促し、積極的にバイヤーから意見・要望を聴取する仕組み（概念）”自体想定しておらず、“出展実績があれば儲けもの”的な成り行き任せなものであった。

そもそも本事業の目標に掲げた“企業の強みや地域資源を活かした新たな商品・サービス（以下「新商品等」という）の開発と販路開拓に向けた支援”では一般的に経営資源に限られる小規模事業者にとって、今までのような需要が不透明な中でプロダクトアウト的に商品・サービスを開発・

投入しても、消費者から支持を得られるかは不透明で、小規模事業者にとってリスクが高く、求める成果に達するまでの時間と労力を費やすにしても企業体力が持続するか非常に厳しい選択を迫られることになることから、より早く、且つ、低リスクで着実な成果に繋げていくために、需要動向調査により消費者ニーズを捉えた上で、自らの“強み”や色麻町と加美町の地域資源を活用し、需要にマッチする新商品等を投入するマーケットインの考え方を小規模事業者に浸透させていく。

また、機会を喪失していた展示・商談会等におけるバイヤー等から意見・要望の聴取については、後述する「8. 新たな需要の開拓に寄与する事業」に示した「販路開拓助成金制度」等を創設し、小規模事業者の展示・商談会等への出展を促し、実効性の高い需要動向調査を実施していく。

(2) 目標

事業内容	現 行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
① 一般消費者に対する需要動向調査（頻度）	随 時	随 時	随 時	随 時	随 時	随 時
調査事業者数	0 者	3 者	3 者	4 者	4 者	6 者
調査商品数（調査事業所×2 商品）	0 者	6 品	6 品	8 品	8 品	12 品
調査サンプル数（1 商品×50 サンプル）	0	300	300	400	400	600
② バイヤーに対する需要動向調査（頻度）	—	随 時	随 時	随 時	随 時	随 時
調査事業者数	—	6 者	6 者	8 者	8 者	10 者
調査商品数（調査事業所×2 商品）	—	12 品	12 品	16 品	16 品	20 品
調査サンプル数（1 商品×3 バイヤー）	—	36	36	48	48	60

※バイヤーに対する需要動向調査は「8. 新たな需要開拓」における展示・商談会等への出展支援施策に連動する。

(3) 事業内容

① 一般消費者を対象とする需要動向調査（BtoC調査）

地域資源を活用した商品開発に取り組む菓子製造小売（15 事業者）、総菜製造小売（14 事業者）、小物・アクセサリ製造小売（7 事業者）を重点事業所として位置づけ、事業計画策定支援の中で明らかとなった“自社の強み”を活かして新たな販路開拓に取り組む小規模事業者の新商品・サービス（以下「新商品等」という）の開発にあたり、新商品等に対する消費者アンケートにより需要動向を調査する。

実施にあたり、当地への観光客・湯治客をターゲットに開発する新商品等（土産物）については、色麻町・平沢穀菜センター、加美町・やくらい土産センターといった地場産品を取扱う観光施設において実施することでご当地土産としてローカルブランド化を図り、外貨が地域を還流する仕組みづくりに資していく。

また、更に付加価値の高い自社ブランドとして、専門店やバイヤー（以下「バイヤー等」という）との取引を目指す新商品等の開発については、自店舗におけるテスト調査を経て、次の②で述べる展示・商談会においてバイヤー等を対象とした需要動向調査を行う。

項 目	内 容
支援対象者	自社の強み or 地域資源を活かした“土産品等”を開発する小規模事業者
調査商品数	支援対象事業者等が開発・改良した商品等のうち毎年度 2 商品を選定し調査する。
調 査 方 法	平沢穀菜センター（色麻町）、やくらい土産センター（加美町）
調 査 項 目	【基本属性】居住地域、性別、年代、交通手段 等 【商品評価】味・見た目・値段・食べやすさ(大きさや形状)・ボリューム感・パッケージデザイン・満足度等について 5 段階評価等とし、調査対象事業者の意向を常に確認しながら専門家の指導を得て設定する。
実 施 頻 度	随時
サンプル数	1 商品につき 50 サンプル
成果の活用	調査結果は支援対象事業者へ直接フィードバックし、売れる（消費者に支持される）商品等づくりに向けた改良・改善の基礎資料として活用する。

【参考】一般消費者を対象とする需要動向調査（ＢｔｏＣ調査）を実施予定の観光施設

	平沢穀菜センター（色麻町）	やくらい土産センター（加美町）
施設概要	色麻町内最大の集客施設“かっぱのゆ”に併設された産直施設。町内で栽培された新鮮な野菜・果物・花卉等が主体の品揃え。一部加工食品も取扱う。	薬菜観光エリアの一角を占める加美郡最大の直販施設。取扱商品は、産直野菜・果物～酒・総菜・加工食品といった食品、工芸品の類まで多岐に亘る。
年間来場者数	24,634 名	197,582 名
年間売上高	20,056,102 円	197,583,195 円
主な来場者 主な購買層	併設する“かっぱのゆ”利用客主体。 “かっぱのゆ”は泉質が良く、加美郡はもとより、隣接する大崎市や黒川郡4町村を中心とする集客がある。 湯治ついでに立ち寄る方が多く、新鮮な産直野菜・果物が販売の中心。	薬菜観光エリアの来訪者は多岐に亘り、町内はもとより隣接する大崎市を中心に仙台市、宮城県北全域また、山形県・尾花沢市などから幅広く来場。 年齢層も老若男女幅広いが、主たる購買層は中高年者。
備考	施設特性から総菜系商品を中心に調査	土産品となる加工食品・工芸品を中心に調査。

※来場者および年間売上高は令和5年度実績（データ提供元：色麻町および加美町）



平沢穀菜センター（外観）



売り場の様子



やくらい土産センター（外観）



やくらい土産センター商品構成（イメージ）

② バイヤー等を対象とする需要動向調査（BtoB調査）

前掲①の小規模事業者の中で、展示・商談会等におけるバイヤーとの取引を通じて“BtoC取引”および“BtoB取引”の開始・拡大を目指す小規模事業者等に対して「8. 新たな需要の開拓に寄与する事業」に示す「販路開拓助成金制度」を活用し、出展の機会を創出。

“伊達な商談会”や“ビジネスマッチ東北”等の各種展示商談会等への出展を促すとともに商談の場に経営指導員等も同席して次の方法によりバイヤーに対するヒアリング調査を実施する。

項 目	内 容
支援対象者	自社の強み or 地域資源を活かした“高付加価値商品等”を開発する小規模事業者
調査商品数	1 事業者につき 2 商品を選定し調査する。
調 査 方 法	出展事業者のサポート役として経営指導員等が商談会に参加し、バイヤーとの商談に同席し、商品に対する需要動向など直接ヒアリング調査を行う。
調 査 項 目	「バイヤーコンセプト・味・容量・パッケージデザイン・価格・取引条件」等とし、調査対象事業者の意向を常に確認しながら専門家の指導を得て設定する。
実 施 時 期	出展する商談会の都度（年 1 回以上）
サンプル数	1 事業所（2 商品）につき 3 バイヤーからの意見聴取・分析を目標とする。
成果の活用	調査結果は支援対象事業者へ直接フィードバックし、バイヤーとの二次商談～契約に向けた商品の改善・改良の基礎資料として活用する。

【参考】バイヤー等を対象とする需要動向調査（BtoB調査）の実施を想定する展示・商談会等

	ビジネスマッチ東北	伊達な商談会	そ の 他
開催回数	年 1 回	14 回	小規模事業者の実情に合わせ選定参加。
総来場者（バイヤー等）数	6,072 名	テーマ毎に 1～数社	
総商談件数	4,015 件		
出展企業数	498 企業	主に 20 社程度	

※上表のビジネスマッチ東北および伊達な商談会は令和 5 年度実績 or 概要（下記に一例を表示）



開催日 2023.11.08

ビジネスマッチ東北2023

■ 会場 | 本館展示場ABC

🕒 時間 | 10:00～17:00

📄 内容 | 情報・IT、電気・機械、環境・暮らし、ニュービジネス、健康・福祉・スポーツ、ソリューションビジネス、食と農、観光、企画・グループ出展、学術機関、以上10ジャンルによる展示商談。

🎟 入場料・対象 | 入場無料

※イベントホームページから、事前に来場登録を行ってください。
(2023年10月2日來場登録受付開始)

情報・IT NEW BUSINESS
INFORMATION/IT ニュービジネス

食と農 FOOD & AGRICULTURE
CONNECT PEOPLE
観光 SIGHTSEEING

BUSINESS MATCH TOHOKU 2023

11.8 水
10:00～17:00

第18回 東北最大級のビジネス展示・商談会
ビジネスマッチ東北2023



売ります! 買います! “伊達な商談会”

伊達な商談会は、より高い成果を得るため、バイヤー・サプライヤー双方の希望を考慮した事前予約型のマッチング商談会として、より密度の高い商談が可能です。

百貨店OBの専属コーディネーターが、商談成立へ向けて、さまざまなご相談を承ります！
バックアップ体制は万全です！まずは一歩踏み出してみることが重要です。

メリット1：商談を事前調整するので、ミスマッチが少なく、効率的！

メリット2：商談時間は25分！具体的に密度の高い商談が可能！

メリット3：全国の商工会議所ネットワークを生かし、全国からバイヤーが参加！

開催日	内容	商談品目
2024/01/26 (金)	仙台国際空港との『個別商談会』	＜国内線 売店＞ 土産品（菓子、水産加工品、畜産加工品、農産加工品、雑貨品）、弁当、調理可能な食材（冷凍、レトルト）、スナック、フーズ、飲料水 等 ＜国際線 売店＞ 単なる東北、仙台的銘品ではない「日本」を代表する商品、made in Japanの技術が発揮できるもの、日本酒・焼酎

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

第二期発達支援計画の取組みとしては、小規模事業者持続化補助金等の申請支援先や経営改善貸付（マル経）斡旋事業者、記帳指導先等の財務分析を中心に行い、令和5年の実績は81件であった。

しかしながらこの実績は、決算状況を把握している小規模事業者の財務分析を集計したものでしかなく、小規模事業者の真の経営力を分析する上で必要となるもう一つの要素“非財務分析”更に進んで、これら財務・非財務分析を踏まえた“事業計画の策定”までに至った件数は1割にも満たない5件に留まり、本来の分析からはほど遠い単なる数合わせに終わってしまっている。

本第三期発達支援計画では、財務・非財務情報の二元分析（SWOT分析）から、小規模事業者の“強み”また“秘めたる可能性”を導き出すための“経営状況の分析”本来の意義に立ち返り、それに続く事業計画策定支援に繋げていく。

なお、これまで本分析は経営支援基幹システム「Bizミル」を導入していながら、経営分析への活用は経営指導員等の個々の判断に委ねられていたが、分析精度にバラツキ、判別根拠の不透明性、一元管理できず情報共有ができない（チーム支援・組織フォロー不可能）等の弊害が生じていることから、令和6年度に新たに導入する「経営支援システムPlus」の導入を契機に、改めて伴走型支援と経営分析が占める位置付け、意義・目的を経営指導員等に意識徹底した上で実施する。

(2) 目標

項 目	現 行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
経 営 分 析 事 業 者 数	40 者	60 者	60 者	75 者	75 者	100 者

※現状の分析は単なる財務情報の収集止まり。非財務情報の把握、財務・非財務分析（SWOT分析）～事業計画反映の概念がなく、非財務情報を把握した上でSWOT分析～京事業計画策定まで至っているケースは9件しかないのが現状。

※目標：第三期発達支援計画では本来の経営分析を実施。（R7, R8）10件/1指導員。※指導員1減。（R9～）（R9, R10）15件/1指導員。（R11～）20件/1指導員。
※経営分析≧事業計画策定とする。

(3) 事業内容

第三期発達支援計画では、持続化補助金等の国、県、町及び関係機関が実施する補助及び助成事業（以下「各種補助事業等」という。）の活用を希望する小規模事業者を重点支援対象事業者として位置づけ、経営指導員等が巡回・窓口相談等のあらゆる機会を捉えて、経営状況を財務・非財務2つの観点で分析し把握することの重要性を啓発し、事業計画策定に繋げていく。

また、策定した事業計画の実施支援を通じ、事業の進捗状況や成果を検証する「PDCAサイクル」を構築し、分析にあたり専門的な知識が必要となる案件については、宮城県商工会連合会のサポーティングリーダーや宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携して課題解決を図り、経営指導員等の間で情報共有を通じ、職員個々のスキルアップに繋げていく。

① 経営分析の手法

宮城県商工会連合会及び県下33商工会が共通したシステムを活用することで、スケールメリットを活かす観点から、全国商工会連合会が推奨する「経営支援システムPlus」を導入・活用して経営分析を行うものとする。

② 経営分析の内容

i) 分析対象者（重点支援対象事業者）

各種補助事業等の活用を希望する（活用した）小規模事業者、また、本経営分析の趣旨を理解し、取組みに意欲的な小規模事業者の中から選定する。

ii) 分析内容

次に掲げる財務的要因と非財務的要因の視点から分析を行い、小規模事業者の経営状況の実態を把握する。

○ 財務分析（定量分析）

項 目	内 容
分 析 目 的	小規模事業者等の現状を分析することにより、経営状況を把握し、今後の支援策に繋げることを目的とする。
分 析 項 目	売上高(工事高)増加率(売上持続性)、営業利益率(収益性)、労働生産性(生産性)、EBITDA有利子負債倍率(健全性)、営業運転資本回転 期間(効率性)、自己資本比率(安全性)、付加価値額(営業利益+人件 費+減価償却費) 売上高総利益率、流動比率、損益分岐点、キャッシュフロー 等

○ 非財務分析（定性分析）

項 目	内 容
分 析 目 的	小規模事業者等に対する支援を実施するために、競争力の源となる人材、技術、技能、知的財産、組織力、ネットワーク等、非財務資産を発掘する。また、本経営分析結果に基づくSWOT分析を通じて事業計画策定・実施を支援し、業績向上を図っていく。
分 析 項 目	i) 経営者への着目 経営者自身について、ビジョン、経営理念、後継者の有無 等 ii) 事業への着目 事業沿革、技術力・販売力の強み、技術力、販売力の弱み、IT の能力 等 iii) 企業を取り巻く環境 関係者への着目 市場規模・シェア、競合他社比較、顧客リピート率、主力取引先企業の推移 従業員定着率、勤続日数、平均給与、取引金融機関とその推移 等 iv) 内部管理体制への着目 組織体制、経営目標、情報共有状況、社内会議の状況、人材育成の仕組み 等

(4) 分析結果の活用

経営状況の分析を通じ、明らかとなった経営実態から導き出される経営課題を明確化し、当該事業所に対してフィードバックすることにより、事業計画を起点とする伴走型支援に活かしていく。

また、経営分析の結果は、必要な時にスムーズな提供が図れるよう「経営支援システムPlus」を活用して業種別・分析項目別に整理し経営指導員等間で共有の上、日々の巡回指導等で活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

第二期発達支援計画では、事業計画策定セミナーや巡回訪問・窓口指導において、事業計画の重要性を啓発してきたが持続化補助金等や融資を目的とした単発的な事業計画策定に留まっている。

また、創業については当初予定していた創業セミナーは実施せず、事業計画策定セミナーに創業希望者がいた場合の個別対応とし、事業承継については宮城県事業承継・引き継ぎ支援センターと事業承継診断等を実施する中で、事業承継計画の策定希望者が上がってきた場合の受け身の対応となっていたため、思うような支援実績に繋がっていないのが現状である。

いずれのケースにせよ、事業計画策定については経営指導員等の巡回訪問・窓口指導における支援が策定の根幹を成しているが、事業計画前掲「5. 経営状況の分析」で述べた通り、非財務情報を把握し、SWOT分析による企業本来の“強み”や“強みを活かした進むべき方向性”を事業計画に落とし込み、形上の事業計画としているケースが散見され、その後のブラッシュアップ支援およびPDCAサイクル構築に至らず、小規模事業者に有用性を訴求できていない状況にある。

(2) 支援に対する考え方

第三期発達支援計画では、各計画「策定セミナー」のカリキュラムを工夫する他、経営発達支援事業の原点に立ち返り、受講者を“重点支援先”と位置づけ、担当者を決め、個々の計画を深掘りするための「個別相談会」および「日々の巡回・窓口指導」を通じて“事業者自らが本質的な課題を認識・納得し、当事者意識を醸成”した上で、経営状況の分析～小規模事業者等の“強み”や“秘めたる可能性”を反映した事業計画の策定を目指す。

また、持続化補助金等の各種補助金申請を契機に事業計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いもの、持続的発展に向けてブラッシュアップに意欲的な小規模事業者を選定した上で事業計画の策定～継続した伴走型支援に繋げていくものとし、小規模事業者の限られた経営資源を有効に活かすため、“DX推進セミナー”の受講も促すことでDXへの取組による小規模事業者の競争力の維持・強化を図っていく。

なお、事業計画策定状況等については、経営動向調査と同様に「経営支援システムPlus」で組織内における情報共有を図り、担当以外であっても個々事業計画等の進捗状況を把握し、職員の資質向上を図るとともに、組織として伴走型支援体制の強化に努めるものとする。

(3) 目標

項	目	現 行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①	事業計画策定セミナー(参加者)	1 回(8)	1 回(10)	1 回(10)	1 回(20)	1 回(20)	1 回(20)
	事業計画策定個別相談会	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
	事業計画策定事業者数	2 者	5 者	5 者	8 者	8 者	10 者
②	創業計画策定セミナー(参加者)	—	1 回(5)	1 回(5)	1 回(10)	1 回(10)	1 回(10)
	創業計画個別相談会	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
	創業計画策定事業者数	1 者	3 者	3 者	5 者	5 者	5 者
③	DX活用セミナー(参加者)	—	1 回(10)	1 回(15)	1 回(15)	1 回(15)	1 回(15)
	DX活用個別相談会	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
④	巡回・窓口指導による策定支援 (経営支援システムPlusの活用)	随 時	随 時	随 時	随 時	随 時	随 時
	事業計画策定事業者数	6 者	40 者	40 者	50 者	50 者	55 者
⑤	事業承継計画相談会(任意設定)	—	10 回	10 回	10 回	10 回	10 回
	事業承継計画・事業承継実績	0(0)	2 者	2 者	2 者	2 者	5 者
T O		9 者	50 者	50 者	65 者	65 者	75 者

※事業計画及び事業承継計画の策定支援にあたっては、経営分析を行うことを必須要件とする。

なお、創業計画策定支援については需要動向調査を活用し、創業後2年目以降に経営分析を行ものとする。

※令和9年度～指導員5名体制(1減)R7～段階的に成果を積上げ、最終的に策定目標を15件(1指導員あたり)とする。

(4) 事業内容

① 事業計画策定セミナー等の開催

専門家を招聘し、経営分析を実施した小規模事業者を対象に経営課題の解決、需要開拓を図るため、事業計画策定セミナーを開催する。

また、セミナー受講後、専門家による個別相談会を通じて受講生個々の事業計画策定を支援し、本会指導員等による策定した事業計画書の実施支援を行い、受講生の持続的発展に向けて事業計画のブラッシュアップおよびPDCAサイクル構築を支援する。

なお、本セミナーおよび個別相談会における専門家については、宮城県よろず支援拠点等の他支援機関や宮城県商工会連合会エキスパートバンク制度の活用など、連携を図りながら実施する。

項 目	概 要
支 援 対 象 者	経営分析を実施した（実施する）小規模事業者等
開 催 回 数	i) セミナー（年1回 ※複数回に分けた継続シリーズものとして実施） ii) 個別相談会（1受講者基本2回） iii) 経営指導員によるフォローアップ（随時）
募 集 方 法	本会ホームページ及び会報等広報物、巡回訪問等における参加勧奨にて募集
カリキュラム	i) 事業計画の意義（必要性） ii) 経営環境の分析～マーケティング戦略「顧客ニーズとは何か？」 iii) 自身の強みを活かした事業戦略の検討（経営分析に基づく事業計画策定）等
目標計画策定数	5～15 事業者（年次により個別設定）

※具体的なカリキュラムについては、事前に招聘する専門家と内容を詰めた上で実施するものとする。

※受講者個々の事業計画の策定については、個別相談会と経営指導員等の巡回訪問・窓口指導により支援する。

② 創業セミナー等の開催

産業競争力強化法に基づく色麻町および加美町の「特定創業支援等事業」に基づき、創業予定者および創業間もない小規模事業者を対象に実施し、マーケティングの基礎知識、事業計画・利益計画・資金繰りの立て方等について習得することを目的に開催し、個々の具体的な創業計画の策定～創業に至る支援については、個別相談会および本会指導員等による伴走型支援で対処する。

なお、前掲①と同様に本セミナーおよび個別相談会における専門家については、宮城県よろず支援拠点等の支援機関の協力を得て選定・実施する。

項 目	概 要
支 援 対 象 者	創業予定者および創業5年以内の小規模事業者等
開 催 回 数	i) セミナー（年1回 ※複数回に分けた継続シリーズものとして実施） ii) 個別相談会（1受講者基本2回） iii) 経営指導員によるフォローアップ（随時）
募 集 方 法	本会ホームページ及び会報等広報物、巡回訪問等における参加勧奨にて募集
カリキュラム	i) 創業の意義（自己実現） ii) 創業して何をを目指すのか（自身の“夢”と“強み”の洗い出し） iii) マーケティング戦略「何を提供するのか」 iv) 事業化に向けた計画のブラッシュアップ、活用できる支援施策 等
目標創業数	5 名

※具体的なカリキュラムについては、事前に招聘する専門家と内容を詰めた上で実施するものとする。

※受講者個々の創業計画の策定については、個別相談会と経営指導員等の巡回訪問・窓口指導により支援する。

③ DXセミナーおよびIT専門家派遣の開催

小規模事業者等に対し、DXに関する意識の醸成や基礎知識の習得、また、実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイトの構築等の取組を推進するためのセミナーを開催するとともに、セミナー受講者の中から取組意欲の高い小規模事業者に対しては、IT専門家を招聘した個別相談会および本会指導員等による伴走型支援でフォローアップを実施する。

項 目	内 容
支 援 対 象 者	経営分析を実施した（実施する）またはDXに関心のある小規模事業者等
開 催 回 数	i) セミナー（年1回 ※複数回に分けた継続シリーズものとして実施） ii) 個別相談会（1受講者基本2回） iii) 経営指導員によるフォローアップ（随時）
募 集 方 法	本会ホームページ及び会報等広報物、巡回訪問等における参加勧奨にて募集

※本DX化に係る目標値については「8. 新たな需要開拓」の項目において設定・明示する。

④ 巡回・窓口指導による事業計画等の策定支援

持続化補助金等申請支援や金融支援、日々の巡回・窓口指導を通じて事業計画策定の意義・意識の醸成に努め、取組に前向きな小規模事業者を抽出した上で、「経営支援システムPlus」を活用した事業計画の策定を推進し、本会指導員等による策定した事業計画書の実施支援を行い、受講生の持続的発展に向けて事業計画のブラッシュアップおよびPDCAサイクル構築を支援する。

なお、本セミナーおよび個別相談会における専門家については、宮城県よろず支援拠点等の他支援機関や宮城県商工会連合会エキスパートバンク制度の活用など、連携を図って実施する。

⑤ 事業承継個別相談会の開催（長期総合計画にない本会の任意項目）

少子高齢化が進展し、競争が激化する中、頻発する自然災害や世界的紛争による資源不足・物価高騰を招き、また、働き方改革等の制度改正への対応などの厳しい経営環境から、後継者不足は年々深刻化している現状を踏まえ、宮城県事業承継・引き継ぎ支援センターと連携した事業承継診断および事業承継個別相談会を開催し、事業承継にあたって個々の事業者が抱えている問題・課題の把握に努める。

また、本会指導員等は日々の巡回訪問・窓口指導における事業承継診断等を通じて、事業承継に対するニーズ把握に努め、個別相談を通じて明らかとなった問題・課題の解決に向けたフォローアップを行い、小規模事業者の円滑な事業承継を支援する。

項 目	内 容
開 催 回 数	年 10 回（5 月～2 月 毎月 1 回）
募 集 方 法	本会ホームページ及び会報等広報物、巡回訪問等における参加勧奨にて募集
実 施 内 容	宮城県事業承継・引き継ぎ支援センターの支援員等を招聘して実施。

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

第二期発達支援計画における取組では、事業計画を策定した小規模事業者に対し、定期的な巡回訪問・窓口指導を通じて計画の進捗状況を確認しながらフォローアップを行ってきたが、持続化等の各種補助金・助成金を前提とした事業計画が主体で、更に担当者任せの対応に終始していたため、実績報告が終点となりがちで、実績を踏まえた“計画のブラッシュアップ”や“PDCAサイクルの構築”、それに続く“フォローアップ”にまで至るケースは少なく、組織として事業計画を起点とする伴走型支援体制の再構築と機能強化を図る必要がある。

(2) 支援に対する考え方

本第三期発達支援計画においては、前掲 6（3）に区分した事業計画を策定した全ての事業者を対象にフォローアップを行うことを明確に定め、小規模事業者の進捗状況に応じてフォローアップの頻度を考慮しながら、組織として伴走型支援体制の再構築をとともに機能強化を図る。

伴走型支援体制の再構築と機能強化を行うにあたっては、「経営支援システムPlus」の活用を徹底し、これまでの経営指導員等の経験と感覚に任せていた対応を改め、組織による一元管理と案件毎に逐次最適な支援ノウハウを投入できる体制を整え、持続的発展に向かって取組む小規模事業者等の意欲を高めていく。

また、策定した事業計画と進捗状況にズレが生じている場合や、計画外の新たな問題・課題が発生している場合は、宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携しながら、原因究明や対処方法等を検討してフォローアップの頻度変更や計画の見直しを図る等、支援対象事業者の状況に応じた柔軟な支援を実施する。

(3) 目標

	項 目	現 行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
事業計画	支援対象事業者数	8 者	45 者	45 者	58 者	58 者	65 者
	フォローアップ延べ回数	77 回	180 回	180 回	232 回	232 回	260 回
	収益 5%以上増加事業者数	—	27 者	27 者	35 者	35 者	40 者
	販路拡大達成事業者数 (1 件以上)	—	23 者	23 者	30 者	30 者	33 者
創業計画	支援対象者数	1 者	3 者	3 者	5 者	5 者	5 者
	フォローアップ延回数	—	18 回	18 回	30 回	30 回	30 回
	創業件数	—	2 件	2 件	3 件	3 件	3 件
事業承継	支援対象者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	5 者
	フォローアップ延べ回数	—	8 回	8 回	8 回	8 回	20 回

※創業計画のフォロー件数は事業計画策定セミナーと経営指導員等による巡回訪問・窓口指導による作成支援の合計数値。

※事業計画と事業承継、フォローは四半期 1 回、売上向上関連 60%以上、販路開拓関連は 50%以上の達成を目標とする。

※創業計画のフォローは 2 ヶ月に 1 回。策定した事業者の最終成果は実際の創業とし、創業計画策定数の 50%以上を目標とする。

(4) 事業内容**① 事業計画を策定した既存事業者へのフォローアップ支援**

事業計画を策定した全ての事業者を対象に、原則四半期に 1 回、経営指導員が定期的に巡回し、進捗状況の確認と成果の検証を行うものとし、集中して支援すべき事業者と事業計画どおり順調に事業を遂行し成果を挙げている事業所を見極め、フォローアップ支援の回数を設定する。

なお、進捗状況が順調なものと判断され、訪問回数を減らしても支障がない事業者については、接触頻度を減らし半期に 1 回の定期巡回に切り替え、事業所の希望・状況に応じて柔軟に対応する。

② 創業、第二創業予定者に対するフォローアップ支援

創業、第二創業予定者に対しては、2 ヶ月に 1 回以上の頻度で巡回等を行い、補助金、融資制度等の活用による資金繰り支援や税務、労務等、諸手続きの支援を行い、策定したビジネスプランに基づき開業準備に向けた支援を行う。

また、開業後も経営が軌道に乗るまでの間、2 ヶ月に 1 回以上、経営指導員等による定期的な巡回訪問を実施し、金融・税務・労務等に関する基本的経営支援に加え、計画の進捗状況や経営の状況、新たな問題・課題を確認するとともに宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携しながら、課題解決に向け必要な支援を実施する。

③ 事業承継計画策定事業者に対するフォローアップ支援（長期総合計画にない本会の任意項目）

事業承継計画を策定した小規模事業者に対しても、四半期に 1 回以上、経営指導員等が巡回訪問を行い、計画の進捗状況を確認するとともに、事業承継が計画どおりに進んでいない場合には、事業者に対するヒアリングを通じて、その原因と問題・課題の分析・抽出を行う。

また、事業承継の具体的支援については、後継者の選定や継承方法、相続、贈与、譲渡等の税金問題、譲渡条件等、多岐にわたる問題・課題が発生することから、宮城県事業引継ぎ支援センターと連携して弁護士や税理士等の専門家の支援を受け、円滑な事業承継計画実施の支援を行う。

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

第二期発達支援計画における取組は、「4. 需要動向調査」に記載の通り、地域イベントに設置する販売ブースにおける販売（日銭を稼ぐ）を目的とするものであり、一過性の売上に寄与することはあっても、需要を踏まえた新たな商品等の開発や新たな販路開拓に繋がり、小規模事業所等の恒常的な売上および利益向上に寄与するものではなかった。

(2) 支援に対する考え方

先の「4. 需要動向調査」で示した地域資源を活用した商品開発に取組む菓子製造小売（15事業者）、総菜製造小売（14事業者）、小物・アクセサリ製造小売（7事業者）を重点事業所として位置づけ、事業計画策定支援の中で明らかとなった“自社の強み”を活かし、の需要を見据えて開発した新商品等の販路開拓の取組を支援する。

(3) 目標

商談会等	項目	現 行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
① ビジネスマッチ東北 【BtoB】	出展事業者数	—	2 者	2 者	3 者	3 者	4 者
	出 品 数	—	4 品	4 品	6 品	6 品	8 品
	成 約 数	—	2 品	2 品	3 品	3 品	4 品
② 伊達な商談会等の 展 示 ・ 商 談 会 【BtB】	出展事業者数	—	4 者	4 者	5 者	5 者	6 者
	出 品 数	—	8 品	8 品	10 品	10 品	12 品
	成 約 数	—	4 品	4 品	5 品	5 品	6 品
③ Google ビジネスプロフィール Googe 活用の販路開拓 【BtoC、BtoB】	活用事業者数	—	5 者	5 者	8 者	8 者	10 者
	月売上目標額 (1事業所あたり)	—	前年対比 10%向上	前年対比 10%向上	前年対比 10%向上	前年対比 10%向上	前年対比 10%向上

※表中①②の商談会の規模・解散頻度等については、前掲「4. 需要動向調査－(3)－②BtoB調査」に記載。

(4) 事業内容

① 県内支援機関等が実施する展示・商談会への出展支援と成約率向上に向けた支援（BtoB支援）

本項目の趣旨に沿った小規模事業者の新たな販路開拓の取組に対し、本会独自の「販路開拓支援事業助成金」を活用して「ビジネスマッチ東北」や「伊達な商談会」等の様々な展示・商談会への出展を支援するとともに、出展する小規模事業者に対しては、商談技術や商品アピール手法の向上支援やFCPシート作成支援を通じ、バイヤーとの商談における成約率または商談継続率の向上を図り、必要に応じて専門家を招聘した指導を行うなど必要な支援施策を集中的に実施する。

なお、リアル開催の商談会については、商談の場に経営指導員も同席して、出展者とバイヤーの間を取り持つマッチング支援を通じて、商談成約に向けて継続したフォローを実施する。

② 展示・商談会等への出展を通じた自社商品・サービスのブラッシュアップ（付加価値向上）と新たな販路開拓等に取組む小規模事業者に対する支援（BtoB支援）

前掲①に示した様々な展示・商談会等に参加し、自社商品・サービスのブラッシュアップを図り、新たな販路開拓に意欲的な小規模事業者の取組みを支援するため、「販路開拓支援事業助成金制度」を創設・運用することにより、地域産業および小規模事業者の付加価値向上に向けた積極的な挑戦を促す。

販路開拓支援事業助成金

展示・商談会等への参加にあたり是非ご活用ください！！

会員事業所が行う販路拡大・新たな販路開拓の取り組みを支援するため、
展示・商談会等の出展に係る経費の一部を助成します。

出展料

ブース料
(コマ料)

設備・機材の
リース料

出展会場までの
旅費交通費

など



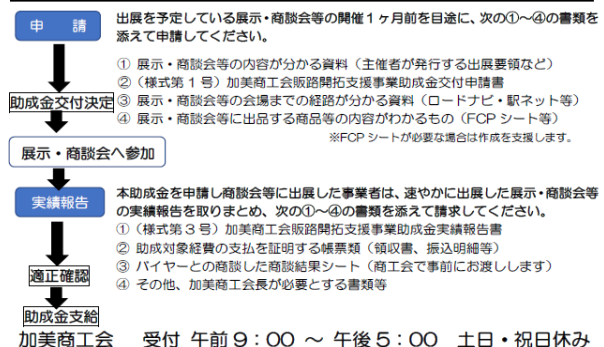
加 美 商 工 会

(参考) 令和6年度より運用を開始した(加美商工会)「販路開拓支援事業助成金」制度

販路開拓支援事業助成金の概要

対象事業者	加美商工会の会員、且つ、展示・商談会に出展する商品情報(FPCシート等)を提供し、展示・商談会で商談を行ったバイヤー等との商談内容・結果を加美商工会が指定する様式を以て報告(提出)することができる事業者。
対象催事	バイヤーとの商談が主たる目的の「展示・商談会」等を助成対象とする。 (一般消費者への物品販売が主となる「販売会・即売会」は対象外です)
対象経費助成金額	助成対象となる経費は下記①～⑤に該当する経費とし、その経費の1/2(千円未満切り捨て)且つ、50,000円を上限とします。 ① 出展料……展示・商談会等の主催者が定めているもの。 ② ブース料……展示・商談会等の主催者が定めているもの。 ③ リース料……展示・商談会等の主催者が指定している機材・設備。 ④ 旅 費……本会旅費規定に基づき1名分の旅費・交通費 ※前泊・後泊が必要な場合、宿泊費も対象となります(但し、食事代除く) ⑤ その他、会長が必要と認める経費(①～④以外に必要となる経費は事前にお問合せ下さい) ※複数回の展示・商談会等に於いて助成を受けることも可能ですが、予算の限上、1事業所累計50,000円を助成の上限とします。詳しくは商工会へお問合せ下さい。

申請の流れ



本 所：〒981-4252 加美郡加美町字西田一番18番地の1 TEL(0229)63-2734 FAX(0229)63-3495
小野田支所：〒981-4334 加美郡加美町字西田二番2-5-1 TEL(0229)67-2427 FAX(0229)67-6977
宮崎支所：〒981-4401 加美郡加美町宮崎字38-1 TEL(0229)69-5120 FAX(0229)69-5224
色麻支所：〒981-4122 加美郡色麻町四重字北谷地41 TEL(0229)65-4384 FAX(0229)65-3077

③ HPやSNS等を活用した販路開拓支援(BtoC 及び BtoB支援)

前掲の展示・商談会等は、その場で、商談の成立や課題が判明し、商談成立に向けた対応が明らかになる等の成果が期待できるものの、出展には人・日程並びに経費等の負担や機会が限られることから、恒常的な支援として以下の取組を行う。

i) Googleビジネスプロフィール や goope 等 を活用した販路開拓支援

自社HPを開設していない小規模事業者に対して、Googleビジネスプロフィールや、全国商工会連合会の goope(商工会会員は無料で活用できるHP作成ツール)等の小規模事業者が容易に取組むことがシステムの活用支援を通じ、新商品等はもとより事業所の認知度向上支援を図る。

また、本取組(支援)により、ECサイトやネットショップの立ち上げ等、電商取引の開始に意欲的な小規模事業者については、必要に応じて宮城県よろず支援拠点や県連・専門家派遣制度等を活用し、IT専門家等を招聘した支援を通じて小規模事業者の販路開拓を支援する。

ii) SNS(LINE・Instagram・facebook)等を活用した販路開拓支援

消費者の主たるアクセスツールがタブレットやスマートフォンといったSNSへの対応は、販路拡大を図る上で重要なファクターとなることから、小規模事業者のLINE・Instagram・Facebook等SNSツールの活用した需要を喚起する情報発信・顧客の囲い込み等の支援を行っていく。

取組(支援)にあたっては宮城県よろず支援拠点や県連・専門家派遣制度等を活用し、IT専門家等を招聘するとともに、宮城県商工会連合会が主催するSNS販路開拓支援事業などの施策を活用して企業ノウハウの構築を図っていく。

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組み

9. 事業の評価およ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

第二期発達支援計画における事業評価および見直しをするための仕組みについては、地元会員 3 事業者に、色麻町地域振興課長および加美町商工観光課長、外部有識者として中小企業診断士を加えた構成員 6 名で組織する「経営発達支援事業評価委員会（以下「評価委員会」という）」を事業が終了した年度末に 1 回開催し、評価、見直しした結果については、本会ホームページに掲載するとともに、評価委員会からの改善事項については次年度の事業計画に反映することで“発達支援計画の評価および見直しをするしくみ”としてきた。

しかしながら、評価委員会の委員の中には本事業における実質的支援を受けた小規模事業者が含まれておらず、実際に支援を受ける小規模事業者等の意見・ニーズを反映できているのかという点において改善すべき点が見られることから、今回の第三期発達支援計画では中立的な立場で意見具申しただける外部有識者を増やす必要がある。

(2) 事業内容

① 評価委員会における事業評価および公表（年 1 回）

外部有識者にこれまでの中小企業診断士に加え、(株)日本政策金融公庫仙台支店長を迎え、小規模事業者代表としてこれまでの地元会員事業 3 名に新たに若手後継者や女性代表者等 3 名を加え、本計画の共同作成者である色麻町地域振興課長および加美町商工観光課長、加美商工会の経営指導員で評価委員会を構成し、事業終了時に“適正実施・目標達成の度合い”等を評価し、改善すべき事項等について提案をいただく場としての機能性を担保する。

また、本委員会の評価については、本会ホームページに掲載し、会員・非会員を問わず地域小規模事業者が常に閲覧可能な状態にするとともに、改善提案については内容を検討した上で、次年度の実施計画に反映し、本事業における P D C A サイクルを構築する。

② 定期的な事業進捗・管理の徹底

第三期経営発達支援計画に定めた各事業を適正に実施・運営するため、法定経営指導員および経営指導員を中心に定期的に開催する「経営支援会議」において、事業実施方法等について順次確認・検討を行い、事業実施毎にその効果の検証を行うものとする。

10. 経営指導員等職員の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

第二期発達支援計画における経営指導員等の資質向上については、宮城県商工会連合会等が実施する研修等を専門知識・支援ノウハウ習得の場として位置づけ、支援技術・知識の習得、また、経営指導員については、中小企業大学校等の「専門研修」や全国商工会連合会「W e b 研修(e ラーニング研修)」等で、支援能力の向上に努めたが、経験年数・業務経験の有無で理解度に差が見られ、組織全体の支援能力の向上を図るまでには至らなかった。

第三期発達支援計画ではこれまでの取組みに加え、“D X”化の観点を踏まえ、本計画で運用を強化する「経営支援システム P l u s」を活用して、経営指導員のみならず全職員で支援情報等の共有することで、支援スキルの向上とノウハウの獲得に努めていく。

(2) 事業内容

第三期発達支援計画では、宮城県商工会連合会が開催する研修会への参加に加え、中小企業庁や中小企業基盤整備機構、中小企業大学校等が開催する小規模事業者支援研修等へ経営指導員を派遣し、必要となる知識・能力の習得、支援ノウハウの共有等、支援スキルの向上を図る。

また、事務職員については、経験年数や能力に応じた研修計画を設定し、計画に基づいた支援能力のレベルアップを図るとともに、毎月開催している職員会議において、支援ノウハウの共有と小規模事業者支援システムを活用した情報集約により、組織全体の能力向上に努める。

① 外部研修会等への参加による資質向上

外部団体である、中小企業庁「経営指導員等向け小規模事業者支援研修」、中小企業基盤整備機構や中小企業大学校が開催する「中小企業支援担当者研修会」等については、経営指導員を参加させ、求められる専門知識・支援能力・知見の向上に努める。

また、上部団体である宮城県商工会連合会が実施する「小規模企業支援能力向上研修(事業計画策定・創業支援・事業継承支援)」等の研修については、経営指導員と事務職員個々の経験年数・能力等を勘案し、不足しているスキル、身に付けて欲しいスキル等の習得に向けた研修計画を策定し、支援機関として必要な人材の育成・確保に努める。

② D X 推進に向けた各種セミナーの積極的参加・活用（新たな取り組み）

喫緊の課題である地域の事業者のD X 推進への対応については、経営指導員及び事務職員のI T スキルの向上と、ニーズに合わせた相談・指導に資するため、宮城県商工会連合会や他団体が主催する各種D X 推進セミナーに積極的に参加させ、相談指導ノウハウの向上を図っていく。

< D X に向けたI T ・デジタル化の取組 >

i) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組み

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

ii) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組み

ホームページ等を活用した自社P R ・情報発信方法、E C サイト構築・運用、オンライン展示会、S N S を活用した広報、モバイルオーダーシステム等

iii) その他の取組み

オンライン経営指導の方法

③ 「O J T」及び「O F F ーJ T」による支援ノウハウ等の獲得・向上

経営指導員及び事務職員の効率的な支援スキルの向上を図るため、小規模事業者の支援を行うにあたり、必要に応じて若手職員とベテラン職員等のチーム支援を推進し、相談案件の状況に応じた聞き取り方法（情報収集）や、指導、助言に至る一連の支援ノウハウ等について互いに向上を図り、伴走型支援能力の底上げを図る。

④ 支援ツールを活用した資質向上（伴走型支援体制の構築に向け強化する取組）

経営支援基幹システム「経営支援システムP l u s」を活用し、数値で判断する「定量分析」、人物評価等のマスクデータで判断する「定性分析」に基づく、支援判断・ノウハウ・スキルを全職員が共有し、担当職員が不在の場合や人事異動等により前任者が居なくなった場合でも、小規模事業者に対する一貫した支援、指導を維持することを掲げて全職員の相対的な資質向上を図り、以って組織全体の伴走型支援体制を強化する。

11. 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

第二期発達支援計画では、加美郡内の景況状況を把握するために、地元金融機関との懇談会等の開催等を予定していたが、新型コロナウイルス感染症の拡大による自粛傾向が強まり、開催することとはなく、(株)日本政策金融公庫や宮城県事業承継・引き継ぎ支援センターが主催する会議への出席を通じて提供される情報を収集し、現場における小規模事業者等の支援に活かしてきた。

第三期発達支援計画では、年々経済環境が厳しさを増す中、多岐・多様化する小規模事業者の支援ニーズに対応するため、他支援機関との連携・協力が求められることから、これまで“受け身”傾向であった他支援機関との連携を強化し、互いの支援ノウハウ等を共有し、迅速、かつ、円滑な小規模事業者への支援に資するため、本会が主体となった情報交換会を開催し、加美郡内の景況状況・需要動向を踏まえた小規模事業者に対する支援施策について、支援ノウハウ等の情報共有に努めていく。

(2) 事業内容

① (株)日本政策金融公庫との情報交換会（年１回）

(株)日本政策金融公庫仙台支店の担当者を招き、県内および大崎・加美管内の景気・需要動向を踏まえ、商工会金融支援の柱である「小規模事業者経営改善資金貸付（マル経融資）」の効果的運用方法等について検討を行うとともにその他の小規模事業者等支援施策について情報交換を通じて、両組織の連携強化と本会経営指導員等の支援ノウハウの向上を図るために本会が主催して開催する会議。

② 管内金融機関との情報交換会の開催（年１回）

加美郡内の金融機関、七十七銀行、仙台銀行、古川信用組合の担当者、宮城県信用保証協会と(株)日本政策金融公庫、色麻町地域振興課および加美町商工観光課が一堂に会する金融懇談会を開催し、大崎・加美管内の景気・需要動向を踏まえ、色麻町中小企業振興資金及び加美町中小企業振興資金の効果的運用について協議するとともに、各機関の支援施策について情報共有を図り、組織間の連携強化を図るために本会が主催して開催する会議。

③ 宮城県事業承継・引継ぎ支援センターとの情報交換会の開催（年１回）

事業承継については、親族間の相続等デリケートな問題が絡み表面化し難い課題である。

少子高齢化に伴う人口減少が進み、潜在的需要が高まっていることから、宮城県事業引継ぎセンターとの情報交換会の開催を通じて支援ノウハウの向上を図り、管内の潜在的需要の掘り起しを図るために本会が主催して開催する会議。

④ 事業継続力強化計画推進に係る情報交換会の開催（年１回）

高まる自然災害等への懸念に対し、経営リスクへの備えとして小規模事業者の事業継続力強化計画等の策定が高まっていることから認定保険会社と連携し、施策や対処ノウハウの構築を図るために本会が主催して開催する会議。

⑤ (株)日本政策金融公庫仙台支店が主催する経営改善貸付推薦団体連絡協議会への参加(年１回)

(株)日本政策金融公庫仙台支店管内における広域的な地域経済情勢等について把握し、管内各商工会の景況・需要動向、支援施策等について情報交換を行い、支援施策・支援ノウハウの向上を図るため、本会から経営指導員等を参加させる会議。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組みに関すること

12. 地域経済の活性化に資する取組みに関すること

(1) 現状と課題

色麻町と加美町では、“少子高齢化”および広域商圏化に伴う“購買人口の域外流出”等による“地域経済の縮小”に対処するため、“交流人口の増加”を“旗印”に地域イベントへの注力を通じて、“交流人口の増加・賑わいの創出（以下「交流人口の増加等」）という”に努め、本会も相応の協力を行ってきた。

成果としては、各イベントはそれなりの集客を確保し、期間中、各個店に幾許かの売上に寄与してはいるものの、その後の継続的な売上に繋がっているとは曰く言い難く、イベント頼りの販売からの脱却が潜在的な課題となっていた。

また、第二発達支援計画では、新型コロナウイルス感染症拡大による“イベント停滞期”があり、令和5年5月の“5類移行”により、昨今この“地域イベントへの注力による交流人口の増加等”に大きな期待が集まってはいるものの、前掲の課題を克服し、イベントが小規模事業者の日々の売上にも恒常的に寄与するものとなるよう位置付ける必要がある。

(2) 交流人口増加を踏まえたイベント等の考え方

地域小規模事業者等の持続的発展に向けて伴走型支援を行う認定支援機関として、単に交流人口を増やして是とする考え方ではなく、既存店舗に対し、①概算売上、②新規獲得の有無（寄与度）の基本的調査に加え、“マーケットイン”の考え方に則り、持続的発展に向けて小規模事業者等が開発した“自らの強み、地元農産品等を活用した新商品・サービス（以下「地域特産品等」という）”のお披露目、PRの場として捉え、地域に根差し、且つ、日々の売上に繋がるよう色麻町と加美町をはじめとする関係諸機関と連携し、当地域に、集まった交流人口（集客）が地域に資本を落とす仕組づくり（外貨を稼ぎ、稼いだ外貨が地域で循環する仕組づくり）に寄与する。

(3) 事業内容

① 地域外集客が期待できるイベントを活用した地域特産品等の認知度向上・定着化支援

前掲の考え方を踏まえ、特に地域外から集客が見込める次のイベントを地域経済活性化イベントと位置づけ、地域外入込客と地域住民等に小規模事業者等が開発した“地域特産品等”を披露・PRし、“地域特産品等”の認知度向上と地域への定着化を図るとともに、観光資源化・関係機関との観光ネットワーク化を促進し、更に“地域特産品等”を起点とした“交流人口増加”に繋げていくことで、小規模事業者等の持続的発展を支援する。

i) 加美町“鍋まつり”

（開催時期）毎年2月11日

（来場者）22,000人 ※令和元年参考値（コロナ前時点）

ii) 加美町“初午まつり（火伏せの虎舞）”

（開催時期）毎年4月29日

（来場者）46,000人 ※令和元年参考値（コロナ前時点）

ギフティングで応援よろしくお願いします!!

宮城県加美町 県指定重要無形文化財

初午まつり 火伏せの虎舞

令和6年4月29日（月・祝）開催

＜特典＞
ギフティングポイント
に応じて
オリジナル虎舞グッズや
出張虎舞披露など
様々な特典をご用意!!
皆様のギフティングは
山車修繕に活用させていただきます。



iii) 色麻町“シャクヤクまつり”

（開催時期）毎年5月下旬

（開催期間）一週間

（期間来場者）26,817人 ※令和元年参考値（コロナ前時点）

色麻町

シャクヤクまつり 2024 開催

5/21（火）～5/28（火）



シャクヤク切り花・株の販売
（数に限りがあります）

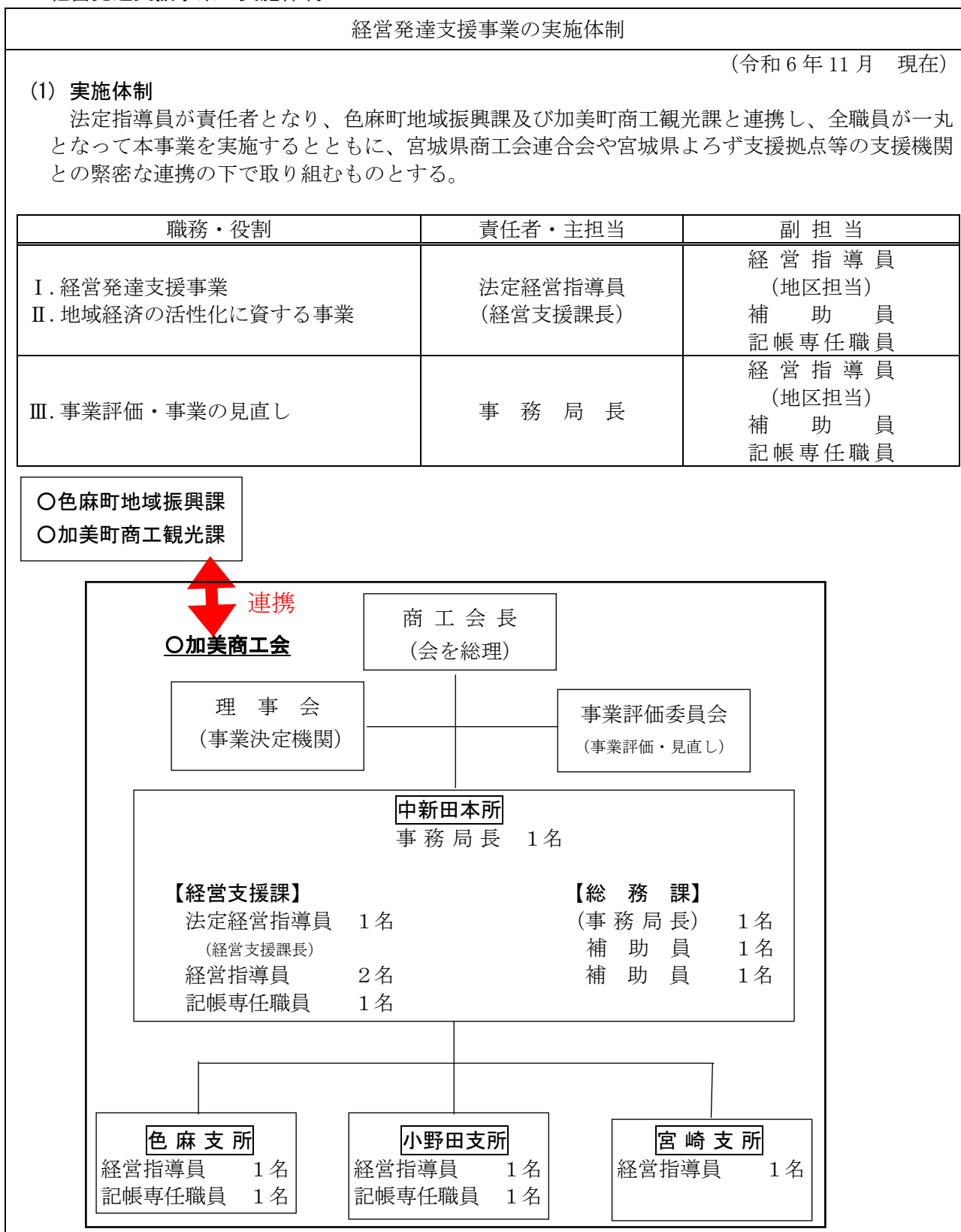
SHIKAMA Town MYA GI

② 地域住民・関係機関等の“まちづくり”“にぎわいづくり”に向けた会議・活動への協力

地域経済の振興・発展、雇用維持・確保等の観点から地域振興発展の一翼を担うため、地域住民等が参画する“まちづくり”や“にぎわいづくり”に向けた会議・活動へ積極的に協力し、小規模事業者等の事業参画の機会創出に資し、地域産業の振興発展に努める。

(別表2)

13. 経営発達支援事業の実施体制



(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 法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏 名：児 玉 徹

■連 絡 先：加美商工会 中新田本所 (TEL) 0229-63-2734

② 法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施、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、見直しをする際に必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

① 加美商工会

i) 中新田本所

住 所：〒981-4252 宮城県加美郡加美町字西田一番 18 番地の 1

連 絡 先：(TEL) 0229-63-2734 (FAX) 0229-63-3495

E - m a i l：kami@plum.ocn.ne.jp

ホームページ：<https://www.kami.miyagi-fsci.or.jp/>

ii) 色麻支所

住 所：〒981-4122 宮城県加美郡色麻町四竈字北谷地 41

連 絡 先：(TEL) 0229-65-4384 (FAX) 0229-65-3077

E - m a i l：sikama@ruby.ocn.ne.jp

iii) 小野田支所

住 所：〒981-4334 宮城県加美郡加美町字町屋敷 2-5-1

連 絡 先：(TEL) 0229-67-2427 (FAX) 0229-67-6977

E - m a i l：onoda251@ruby.ocn.ne.jp

iv) 宮崎支所

住 所：〒981-4401 宮城県加美郡加美町宮崎字町 38-1

連 絡 先：(TEL) 0229-69-5120 (FAX) 0229-69-5224

E - m a i l：myzk@ruby.ocn.ne.jp

② 色麻町地域振興課

住 所：〒981-4122 宮城県加美郡色麻町四竈字北谷地 41 番地

連 絡 先：(TEL) 0229-65-2123 (FAX) 0229-65-4400

E - m a i l：syoko@town.shikama.miyagi.jp

ホームページ：<https://www.town.shikama.miyagi.jp/index.html>

③ 加美町商工観光課

住 所：〒981-4292 宮城県加美郡加美町字西田三番 5 番地

連 絡 先：(TEL) 0229-63-6000 (FAX) 0229-63-3398

E - m a i l：shoukoukankou@town.kami.miyagi.jp

ホームページ：<https://www.town.kami.miyagi.jp/index.html>

(別表 3)

14. 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 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
必要な資金の額	10,725	10,725	10,725	10,725	10,725
I. 経営発達支援事業の概要					
3. 地域経済動向調査	50	50	50	50	50
4. 需要動向調査	100	100	100	100	100
5. 経営状況の分析 (経営支援システム Plus 導入費)	50	50	50	50	50
6. 事業計画策定支援	600	600	600	600	600
7. 事業計画策定後の実施支援	100	100	100	100	100
8. 新たな需要の開拓に寄与する事業	300	300	400	400	500
12. 地域経済活性化に資する取り組み	9,525	9,525	9,525	9,525	9,525

(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
(補 助 金) 国補助金、県補助金、町補助金
(自己財源) 会費、特別賦課金、各種手数料、雑収入

(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