

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	東松島市商工会（法人番号 7370305000783） 東松島市（地方公共団体コード 042145）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 （１）小規模事業者の経営力向上による経営基盤強化 （２）創業・第二創業及び事業承継支援の推進 （３）地域資源等を活用した商品開発及び販路開拓の推進 （４）小規模事業者の持続的発展に向けた伴走型支援のための支援力強化
事業内容	経営発達支援事業の内容 ３－１．地域の経済動向調査に関すること ①統計資料等を活用した県内外の経済動向調査・分析 ②地域小規模事業者アンケートによる地域経済動向調査・分析 ３－２．需要動向調査に関すること ①地域の食材を取り扱っている飲食店を対象とした店内でのＣＳ調査 ②地域の食材を活用する食品製造業を対象とした展示会等での試食・アンケート調査 ４．経営状況の分析に関すること ①経営状況の分析に関するセミナーの開催 ②「ＢＩＺミル」や「ローカルベンチマーク」を活用した経営状況の分析 ５．事業計画策定支援に関すること ①経営分析を行った事業者を対象とした事業計画策定セミナーの開催 ②経営分析を行った事業者を対象とした事業計画策定個別相談会の開催 ③創業セミナーの開催 ④創業セミナー受講者を対象とした創業計画策定個別相談会の開催 ６．事業計画策定後の実施支援に関すること ①事業計画や創業計画を策定した事業者に対するフォローアップ支援 ７．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①地域の食材を取り扱っている飲食店を対象としたインターネットを利用した販路開拓支援（ＢｔｏＣ） ②地域の食材を活用する食品製造業者を対象とした「ビジネスマッチ東北」への出展支援（ＢｔｏＢ）
連絡先	東松島市商工会 経営支援課 〒981-0503 宮城県東松島市矢本字河戸7番地 TEL:0225-82-2088 / FAX:0225-83-2293 E-mail:higashimatsushima_sci@office.miyagi-fsci.or.jp 東松島市 産業部商工観光課 〒981-0303 宮城県東松島市小野字新宮前5番地 TEL:0225-82-1111（内線2160） / FAX:0225-87-3804 E-mail:syoko@city.higashimatsushima.miyagi.jp

(別表 1)

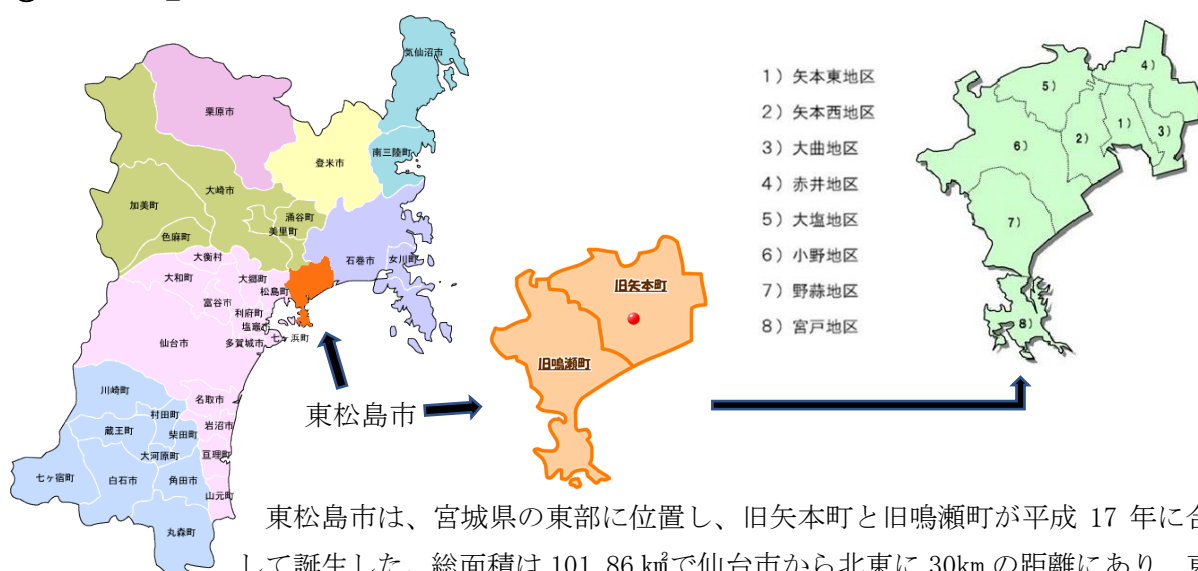
経営発達支援計画の目標

1. 目標

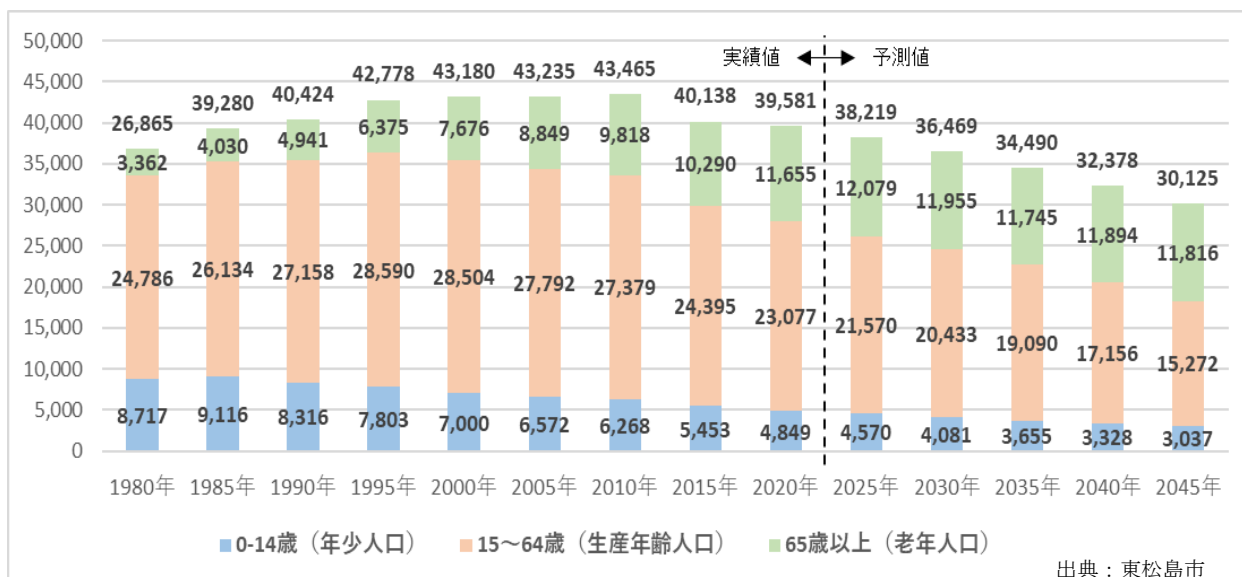
(1) 東松島市の現状及び課題

①現状

①－ 1 <立地>



①－ 2 <人口・世帯の推移>

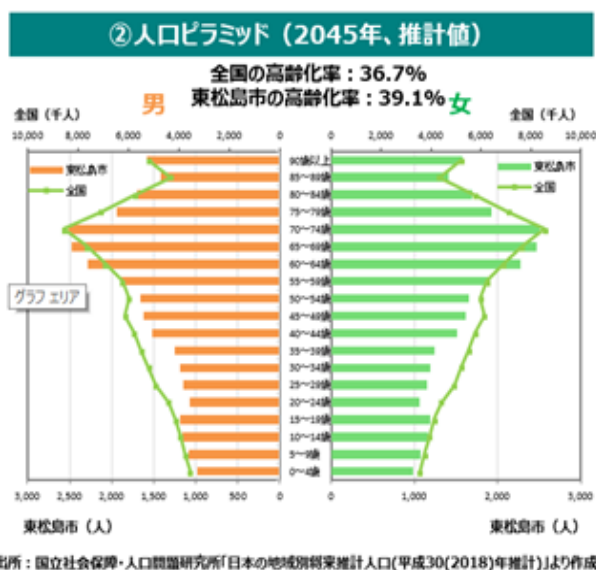
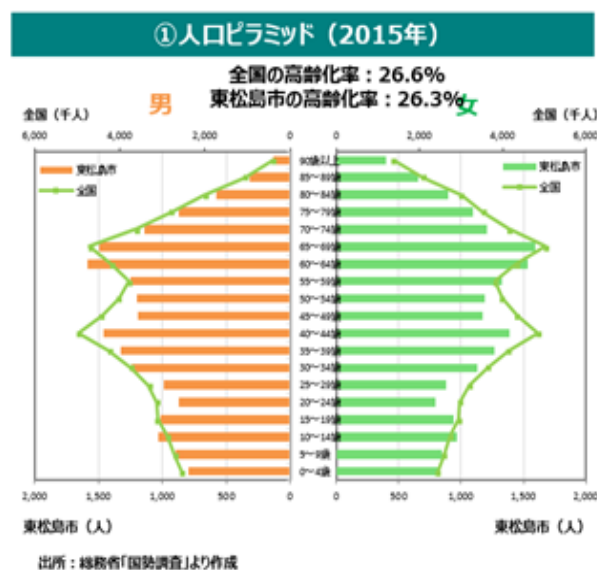


東松島市は、全国的な人口減少社会が到来する中、震災復興とともに、人口維持及び減少緩和に取り組んでいる。東松島市の人口は、長らく人口増で推移していたが、2010年から2015年にかけて人口減少に転じている。その後、東日本大震災の影響もあり、人口減少が続いているが、J R仙石東北ラインの開通、三陸自動車道の4車線化により仙台・石巻への更なる交通の利便性の向上、住宅の早期復旧等により、他の被災自治体の人口減少幅と比べ緩やかであり一定の歯止めがかかっている事がうかがえる。しかし、予測値では2045年に30,125人となり2020年と比較すると約24%減少する見込みとなっている。

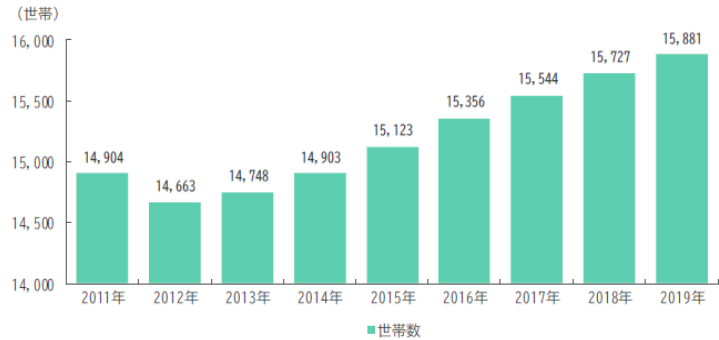
年少人口（0～14 歳）、生産年齢人口（15 歳～64 歳）、老年人口（65 歳以上）別に近年の人口推移を見てみると、年少人口は1985 年の9,116 人をピークに減少に転じている。総人口に対する年少人口の割合は、1980 年以降減少傾向にあることから、年少人口数を維持するため、18歳までの子ども医療費の無償化、民間保育所の誘致による待機児童の解消、放課後児童クラブ施設の整備、全寮制私立高等学校の誘致、小・中学校全校エアコン導入など子育て・教育環境施策の充実を図っている。

生産年齢人口は、1995 年の28,590 人をピークに減少に転じている。総人口に対する生産年齢人口の割合は、1990 年の67.2%をピークに、減少傾向にあることから、生産年齢人口を維持するため、企業誘致による働く場所の創造、市の基幹産業である農業・漁業の振興・再生など雇用の創出を図っている。

老年人口及び老年人口の構成比は、ともに1980 年以降増加傾向にある。高齢化の進行も懸念され、2015年では住民の約3.8人に1人が高齢者（65歳以上）であり、高齢化率は26.3%と全国平均より低いものの、2045年には約2.6人に1人の39.1%まで上昇し、全国平均を上回る見込みとなっている。更なる高齢化の進行に備えるため、認知症の方や家族への早期支援体制の充実、高齢者の通いの場を創出し介護予防を進めるとともに、地域の高齢者の総合相談体制について、地域包括支援センター機能の拡充により医療や介護等の連携強化。さらには、健康保持増進について、パークゴルフ場の設置に伴い、スポーツを通じた高齢者同士の交流機会の創出を図っている。



一方で世帯数は東日本大震災後の2012年から増加傾向にあり、震災直前と比較すると約1000世帯増加しているが、世帯員数は減少を続けており平成27年時点で2.66人まで減少している。世帯構造が核家族へと変化しているだけでなく、少数世帯、単身世帯等の増加がうかがえる。



引用文献)住民基本台帳に基づく宮城県の人口移動調査年報より作成

①-3 <交通>

交通には恵まれており、東西にJR仙石線が走り、赤井地区から野蒜地区の間で計8つの駅がある。また、三陸自動車道(無料区間)も通っており、野蒜地区に鳴瀬奥松島IC、矢本西地区に矢本IC、赤井地区に石巻港ICがあるほか、鳴瀬奥松島IC―矢本IC間には無料区間唯一のパーキングエリアもあり、第三セクターの(株)奥松島公社が運営する無料休憩所「イートハウス」を設置し、東松島市の物産や観光情報を発信している。一般道としても国道45号線が東西に通っており、利便性の高い地域となっている。

①-4 <東日本大震災からの復興状況>

東松島市では平成19年から10ヶ年の総合計画を策定し、「市民協働」の考えのもと各分野の方針を示し、分野の垣根を超えて助け合いながらまちづくりを進めてきたが、人口減少・少子高齢化・市民ニーズの多様化など市政を取り巻く環境が大きく変化し、さらには平成23年3月11日の東日本大震災による津波では、市街地の65%が浸水し、1000人超の犠牲者を出すとともに、多くの住宅、都市及び産業基盤が破壊され壊滅的な被害を受けた。

このような中で、「東松島市復興まちづくり計画」を策定し、～あの日を忘れず ともに未来へ「東松島一心」～の言葉を掲げ、目指す将来の姿として「災害に強く安全なまち」「安心して笑顔で暮らせるまち」「産業を育て働く場をつくるまち」の3つを掲げて、「市民協働」のもと一日でも早い復旧・復興を目指し取り組んできた。

後に全国的に知られることとなった「東松島方式」によるがれき処理をはじめとして、官民一体となり復旧・復興に取り組み、道路や復興住宅、産業用地などインフラの整備はほぼ完了した。

(「東松島方式」は、プラチナ構想ネットワークの主催する2013年の第1回プラチナ大賞において、震災がれき処理の97%以上リサイクル等を評価され「プラチナイノベーション賞」を受賞)

また、平成30年6月15日に全国29自治体のひとつとして被災3県では唯一「SDGs未来都市」に選定され、持続可能な街づくりに取り組んでいる。さらに、東洋経済新報社の全国住みよさランキング「快適度」部門では3年連続で1位になるなど着実に前進している。

○東松島方式がれき処理による成果

- ①手作業により選別の精度を上げ、災害により発生したガレキの97%以上をリサイクルにより資源化。
- ②津波堆積物2,161千トン再生土として、全量リサイクル。

- ③分別作業により、平成25年末時点で金属類の売り払い金額として 約5億9千万円の歳入。
- ④災害廃棄物の処理後、必要なくなる施設等の建設をせず、経費を削減。平成23年～平成26年の4年間で645億円と見込んでいた事業費を588億円で完了、9%にあたる57億円を削減。
- ⑤全体で1500人、うち約900人の被災者の新規雇用を創出。
- ⑥極力、市内で処理が完結する仕組みをつくり、地域経済の復興に寄与

①－ 5 <産業>

i) 東松島市内産業構造の推移

業 種	H21【基礎調査】		H24【活動調査】		H26【基礎調査】		H28【活動調査】	
	事業所数	構成比	事業所数	構成比	事業所数	構成比	事業所数	構成比
全体(公務除く)	1,631		1,006		1,173		1,164	
一次産業	20	1.2%	12	1.2%	17	1.4%	16	1.4%
農林漁業	20	1.2%	12	1.2%	17	1.4%	16	1.4%
二次産業	354	21.7%	216	21.5%	248	21.1%	237	20.4%
鉱業, 採石業砂利採取業	1	0.1%	0	0.0%	1	0.1%	0	0.0%
建設業	248	15.2%	143	14.2%	163	13.9%	152	13.1%
製造業	105	6.4%	73	7.3%	84	7.2%	85	7.3%
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
三次産業	1,257	77.1%	778	77.3%	908	77.4%	911	78.3%
情報通信業	4	0.2%	5	0.5%	1	0.1%	0	0.0%
運輸業, 郵便業	47	2.9%	27	2.7%	27	2.3%	29	2.5%
卸売業, 小売業	367	22.5%	235	23.4%	276	23.5%	279	24.0%
金融業, 保険業	20	1.2%	14	1.4%	15	1.3%	15	1.3%
不動産業, 物品賃貸業	139	8.5%	94	9.3%	96	8.2%	88	7.6%
学術研究・専門・技術サービス業	33	2.0%	26	2.6%	30	2.6%	31	2.7%
宿泊業, 飲食サービス業	225	13.8%	99	9.8%	120	10.2%	132	11.3%
生活関連サービス業・娯楽業	180	11.0%	119	11.8%	136	11.6%	138	11.9%
教育, 学習支援業	59	3.6%	27	2.7%	38	3.2%	32	2.7%
医療, 福祉	77	4.7%	47	4.7%	74	6.3%	78	6.7%
複合サービス事業	15	0.9%	12	1.2%	13	1.1%	13	1.1%
サービス業(他に分類されないもの)	91	5.6%	73	7.3%	82	7.0%	76	6.5%

出典：総務省統計局「平成21・24・26・28年 経済センサス」より

東松島市の事業者数は、平成23年の東日本大震災の影響により、全体で約630事業所の減少となっているが、事業の再建や復興需要による独立開業から平成26年まではほとんどの業種で増加傾向にあった。業種別構成比は、卸売・小売業が最も高く（H28経済センサス24.0%）、ついで建設業（同13.1%）、生活関連サービス業・娯楽業（同11.9%）となっている。その中で、宿泊業・飲食サービス業（同11.3%）、医療・福祉の分野（同6.7%）などが事業所数、構成比とも平成24年度以降、増加傾向にある。

ii) 東松島市従業員規模別の事業所数と従業員数

従業員規模	H21				H28			
	事業所数	構成比	従業員数(人)(注)	構成比	事業所数	構成比	従業員数(人)(注)	構成比
1～4 人	1,057	64.8%	2,191	20.0%	677	58.2%	1,417	15.1%
5～9 人	291	17.8%	1,952	17.8%	216	18.6%	1,446	15.4%
10～19 人	166	10.2%	2,234	20.4%	156	13.4%	2,102	22.4%
20～29 人	51	3.1%	1,212	11.1%	53	4.6%	1,280	13.6%
30～49 人	38	2.3%	1,396	12.7%	34	2.9%	1,227	13.1%
50～99 人	21	1.3%	1,351	12.3%	19	1.6%	1,287	13.7%
100 人以上	4	0.2%	619	5.7%	4	0.3%	638	6.8%
出向・派遣従業員のみ	3	0.2%	0	0.0%	5	0.4%	0	0.0%
合 計	1,631		10,955		1,164		9,397	

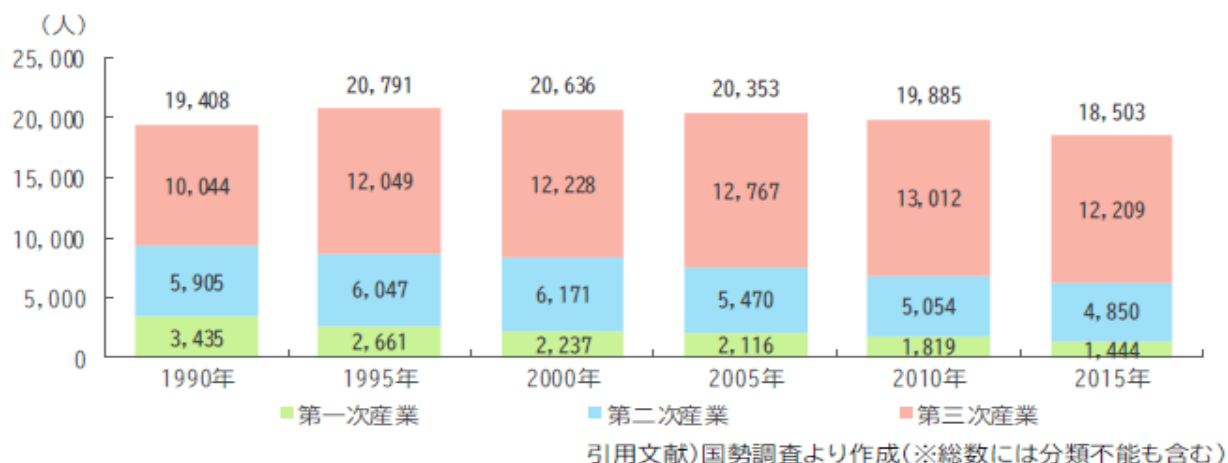
(注) 男女の不詳者数を含む

出典：総務省統計局「平成21、平成28年経済センサス確報集計（事業所に関する集計）より作成

東松島市における事業所の総数は、平成 28 年 6 月 1 日の国の経済センサス活動調査において、1,164 社（公務除く）となっており、そのうち従業員数 5 名未満の小規模な事業所数は 677 社で全体の約 60%を占めている。

平成 21 年 7 月 1 日の同調査（震災前）と比べると事業所数は 1,631 社（公務除く）で、467 社の減少となっている。そのうち、従業員規模別の事業所数を見ると、従業員数 1～4 人が 380 社、同 5～9 人が 75 社の減少となっており、従業員が少ない小規模企業者ほど減少している。しかしながら、市内の企業全体では、平成 24 年度の 1,006 社から平成 28 年度の 1,164 社へ 15.7%の増加となっている。

iii) 東松島市の産業別就業人口の推移



東松島市の就業人口を見ると、1995 年までは増加していたものの、2000 年より減少に転じた。2015 年の就業人口は、18,503 人となった。また、第一次産業の就業人口については、1990 年以降減少の一途をたどっている。2015 年の就業人口は、1,444 人となった。割合についても、1990 年以降減少しており、2015 年の就業人口の割合は、7.8%となった。

第二次産業の就業人口については、2000 年まで増加傾向にあったものの、2005 年以降は減少に

転じている。2015 年の就業人口は、4,850 人となった。割合を見ると、2000 年まで増加傾向にあったものの、2005 年以降減少に転じた。その後、2015 年には微増している。2015 年の就業人口の割合は、26.2%となった。

第三次産業の就業人口については、2010 年まで増加していたものの、2015 年は減少に転じた。2015 年の就業人口は、12,209 人となった。割合を見ると、1990 年以降増加の一途をたどっている。2015 年の就業人口の割合は、66.0%となった。

iv) 東松島市産業別売上の推移

(単位：百万円)

業 種	2012 年	2016 年	増減数 (2016－2012)
一次産業			
農林漁業	400	895	495
二次産業			
鉱業、採石業砂利採取業	0	0	0
建設業	12,288	30,609	18,321
製造業	7,409	9,473	2,064
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0	0
三次産業			
情報通信業	－	0	－
運輸業、郵便業	5,660	6,737	1,077
卸売業、小売業	14,064	29,400	15,336
金融業、保険業	131	－	－
不動産業、物品賃貸業	791	1,344	553
学術研究・専門・技術サービス業	298	625	327
宿泊業、飲食サービス業	1,679	1,377	▲302
生活関連サービス業・娯楽業	3,753	8,657	4,904
教育、学習支援業	385	378	▲7
医療、福祉	10,161	13,255	3,094
複合サービス事業	－	－	－
サービス業(他に分類されないもの)	1,676	2,232	556
合 計	58,695	104,982	46,287

引用文献) 総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」より作成

産業別売上の推移を見ると、宿泊業、飲食サービス業、教育、学習支援業以外の業種で増加しており、2012 年に58,695 百万円であった東松島市の売上は、2016 年には、104,982 百万円となり、46,287 百万円の増加となっている。

しかしながら、近年では復興需要の終息により特に東松島市の経済をけん引している建設業では、売上が減少傾向あり、伴って、飲食業や小売業を中心に減少に転じており、今後も更なる地域経済への影響が懸念される。

①－ 6 ＜東松島市の小規模事業者と東松島市商工会＞

i) 商工業者に対する小規模事業者の割合

H22年は10月1日現在で経済センサスより、以降は7月1日現在で東松島市商工会調査

	H22	H24	H28	R1
商工業者数	1, 561	1, 181	1, 172	1, 176
小規模事業者数	1, 305	1, 074	1, 049	1, 048
小規模事業者割合	83. 60%	90. 93%	89. 50%	89. 11%

ii) 東松島市の業種別小規模事業者数・東松島市商工会員数の推移

各年7月1日現在（東松島市商工会調査）

業 種	小規模事業者数			東松島市商工会員数		
	H24	H28	R1	H24	H28	R1
農林漁業	1	1	10	1	2	5
鉱業，採石業・砂利採取業	0	0	0	0	0	0
建設業	285	282	281	233	226	220
製造業	98	91	91	78	77	75
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0	0	0	0	0
情報通信業	3	3	3	0	0	0
運輸業，郵便業	25	24	27	18	18	18
卸売業・小売業	214	198	193	159	149	141
金融業，保険業	8	8	8	6	6	5
不動産業，物品賃貸業	16	17	18	5	7	9
学術研究 専門技術サービス業	35	36	41	20	25	28
宿泊業，飲食サービス業	165	167	157	80	78	71
生活関連サービス業・娯楽業	126	118	112	59	51	48
教育，学習支援業	16	19	22	2	3	5
医療，福祉	9	8	12	4	3	8
複合サービス業	2	1	3	1	1	2
サービス業（他に分類されないもの）	71	76	70	58	64	59
計	1074	1, 049	1, 048	724	710	694

iii) 東松島市商工会員における東日本大震災からの復旧状況

2011年3月10日時点会員数 850事業所

2020年6月30日現在（事業所数）

業 種	被災	全壊		半壊・損壊等		建物被災なし		合計	廃業
		復旧済	仮復旧	復旧済	仮復旧	復旧済	仮復旧		
商 業	178	36	2	65	0	11	0	114	64
製造業	93	26	0	23	0	6	0	55	38
建 設	199	75	2	61	0	19	0	157	42
飲食・宿泊	118	13	0	37	0	8	0	58	60
その他サービス	171	44	0	73	0	18	0	135	36
合 計	759	194	4	259	0	62	0	519	240

※廃業は被災事業者のうち、震災当初から2020年6月30日までに廃業となった事業所数

震災直前会員850事業所のうち759事業所が被災し、2020年6月30日時点で515事業所が復旧済、4事業所が仮復旧となっている。また、廃業のうち復旧しなかった事業所が144件で、ほかの96件（建設業35件、小売業23件、宿泊・飲食業12件、サービス業12件、製造業7件、卸売業2件、その他5件）は復旧後に廃業した事業所となっている。

iv) 東松島市商工会員事業所の廃業等数推移

年度	廃業	転出	合計
H28	12	1	13
H29	18	5	23
H30	19	4	23
R1	18	2	20
合 計	67	12	79

平成28年経済センサスによれば、東松島市内において新規開業が152事業所、廃業が179事業所と廃業が開業を上回っている状況となっている。

東松島市商工会員事業所の廃業状況は、平成28年度12事業所、平成29年度18事業所、平成30年度19事業所、令和元年度18事業所と平成28年度と比較すると平成29年度から廃業者が増加しており、20弱の事業所が廃業となっている。廃業の理由としては、経営者の老齢・病気、復興需要の収束による一層の売上減少が多い。また、より良い経済圏を求めての転出も平成28年度と比較すると増加傾向にある。

ⅴ) 東松島市商工会員 中小・小規模事業者の業種別経営者年齢分布及び後継者有無

下記、「業種別経営者年齢分布」「年齢別後継者有無未定」データについては、東松島市商工会員694事業所に対して実施した経済動向調査（有効回答518事業所）による。

	飲食業	宿泊業	卸売業	建設業	小売業	サービス業 (娯楽業)	サービス業 (娯楽業以外)	製造業	その他	全体
20歳～	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
30歳～	3	0	1	10	3	0	4	3	0	24
40歳～	6	1	1	44	16	3	18	8	2	99
50歳～	11	1	1	29	22	1	30	5	1	101
60歳～	16	3	3	59	29	2	37	17	2	168
70歳～	10	2	2	20	24	0	24	18	2	102
80歳～	2	1	1	3	8	0	4	1	2	22
90歳～	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
合計	48	8	9	166	103	6	117	52	9	518

東松島市商工会員事業所の経営者の年齢は、60歳代が168名と全体の32.4%で最も多い。また、70歳以上が24.1%を占め、概ね4人に1人が70歳以上となっており、市内中小・小規模事業所経営者の高齢化がうかがえる。

中小企業庁のデータを参照すると、10年後の2030年には市内中小・小規模事業者の半数以上である57%が70歳以上になるとされている。

（年齢別後継者有無未定・一般）

	後継者 有	後継者 無	未定・無回答	合計
20歳～	0	0	1	1
30歳～	1	3	20	24
40歳～	5	6	88	99
50歳～	12	10	79	101
60歳～	30	11	127	168
70歳～	14	9	79	102
80歳～	2	2	18	22
90歳～	0	0	1	1
50歳以上計	58	32	304	394
	14.72%	8.12%	77.16%	100.00%
総計	64	41	413	518
	12.36%	7.92%	79.73%	100.00%

東松島市内中小・小規模事業者の後継者有無では、「後継者有」が64事業所で12.36%、「後継者無」が41事業所で7.92%、「未定・無回答」が413事業所の79.73%であった。

50歳以上で見ても、「後継者無」が8.12%、「未定・無回答」が77.16%と高い値となっており、今後の地域経済への影響が懸念される。

「未定・無回答」と回答した事業所では、「東日本大震災から復旧したばかりで次世代のことまで考えられない」「継がせようと思っている人はいるが景況次第」「家族・従業員と事業承継の話をしたことがないからわからない」という回答が多くあった。

①－ 7 <地域資源>

宮城県知事が指定する東松島市の地域産業資源としては、農林水産物でウニ、カキ、のり、いちご、牛肉、ハタケシメジなど14種、その中でも海苔と牡蠣は評判がよく、海苔については品評会でも数多く優勝しているほど、海苔のレベルが高く 何度も皇室に献上されている。その味は、しっかりとした肉厚の海苔で香りも風味も申し分ないと大評判である。観光資源としては県立自然公園松島だけと乏しいが、指定資源以外でも、オリンピックや様々な国等の行事において華麗なアクロバット飛行（展示飛行）を披露する専門のチーム第4航空団第11飛行隊「ブルーインパルス」の本拠地である「航空自衛隊松島基地」や日本三大溪の一つ「嵯峨溪」、日本三景松島を一望できる「壮観・大高森」やトレッキングコース「宮城オルレ奥松島コース」などがある。

ブルーインパルスの展示飛行が行わる8月の「東松島夏まつり」には10万人弱、翌日の「松島基地航空祭」には6万人弱が県内外から来場し、東松島市をPRする機会となっている。また、松島を一望できる「壮観・大高森」を活用したトレッキングコース「宮城オルレ奥松島コース」が2018年に開設されて以降、インバウンド需要もあり交流人口の増加に繋がっている。



「ブルーインパルス」は航空自衛隊の存在を多くの人々に知ってもらうために、航空自衛隊の航空祭や国民的な大きな行事などで、華麗なアクロバット飛行

（これを展示飛行と呼びます）を披露する専門のチームで、正式名称は、宮城県松島基地の第4航空団に所属する「第11飛行隊」。2020年3月にギリシャから運ばれたオリンピックの聖火が最初に到着したのが航空自衛隊松島基地でその際にも5色のスモークで大空に五輪を描き、観客を魅了した。

「嵯峨溪」は、大分県の「耶馬溪」、岩手県の「猊鼻溪」と並ぶ日本三大溪の一つ。宮戸島の最南端に突き出た半島で、室浜から茅野崎まで約2kmのエリアを指す。長い時間をかけて、荒波と暴風雨によって浸食された海食崖（かいしょくがい）はまさに自然の神秘。遊覧船に乗れば、岩肌を間近に見ることができる。



「壮観・大高森」は、宮戸島の中心にそびえ立つ105.8mの山。登山口から約20分で頂上に達することができ、展望台からは、湾内に浮かぶ260余りの島々を眺めることができる。松島町の「麗観・富山」「幽観・扇谷」、七ヶ浜町の「偉観・多聞山」とともに、“四大観（しだいかん）”と総称される。

「オルレ」とは、韓国、済州島発祥のトレッキングコースのこと。オルレの魅力は、海岸線や山などの自然、民家の路地などを身近に感じながら、自分なりにゆっくり楽しみながら歩くところにある。東松島市では、2018年10月8日に「宮城オルレ奥松島コース」がオープンした。



①－ 8 <東松島市商工会のこれまでの取り組み>

(現状)

東松島市商工会では、経営改善普及事業の取組みとして金融（国民生活金融公庫の経営改善貸付を中心に）、税務、労働、経営一般等の相談指導を実施してきた。また、経営発達支援事業においては、創業を含め、事業計画策定の重要性・有効性についてセミナーや個別相談会等により啓発・普及に取り組みながら個別の経営課題の掘り起しを図り、地域小規模事業者の経営力向上、販路開拓等、計画的な事業展開を伴走型で支援してきた。さらに、経営基盤の脆弱な小規模事業者の負担軽減のため、事業実施に係る資金調達について、各種補助金等の活用を促進し、円滑かつ確実な事業実施を支援してきた。

また、地域商工業者を支援する総合経済団体として、支援ニーズや地域課題を把握し、行政と情報を共有しながら、「中小企業・小規模企業振興条例及び基本計画の策定」「地域割増商品券の発行」「創業補助金の創設」「市融資制度及び利子補給制度の創設」等、各種施策等に反映してきた。

(課題)

事業計画策定支援では、事業計画策定の重要性・有効性について啓発・普及に取り組んできたが、持続化補助金等を入り口として支援先が広がってきてはいるものの未だ偏りがあり、地域小規模事業者全体に普及できていないのが課題である。また、策定した計画の実行には伴走型で支援できたものの、実施後のフォローアップについては売上増減等の確認のみで十分な検証・見直しまで支援できた事業所が少なかったことも同様の課題である。

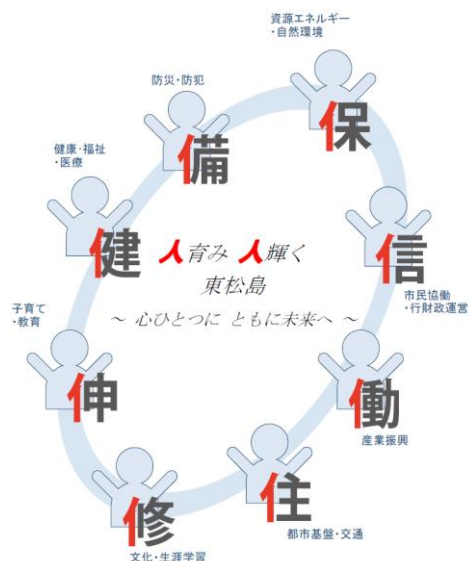
創業についても、計画策定・補助金申請等の支援が主で、受動的な支援となり創業後のフォローアップや状況把握、また、創業できなかった希望者への積極的なアプローチなどはできていなかった。

こうした課題を解消しつつ、さらに多様かつ高度化する地域小規模事業者の支援ニーズに対応するために経営指導員等の「個人としての支援スキル向上」を図るとともに、「組織としての支援力向上」が必要である。

①－ 9 <東松島市総合計画の基本的な考え方について（商工・観光部分）>

東松島市は、平成17年4月1日に旧矢本町と旧鳴瀬町が合併して誕生した。平成19年3月に、新市としてはじめての総合計画「東松島市総合計画（計画期間：平成19年度～平成28年度）」を策定した。東日本大震災が発生した平成23年の12月には「東松島市復興まちづくり計画」を策定

し、一日でも早い復旧・復興を目指し取り組んできた。
 そして東日本大震災から5年が経過した平成28年に東松島市復興まちづくり計画」による取り組みを活かしながら、これからの10年間を見据え、市民と行政がそれぞれの役割と責任を担う「市民協働」による、新しいまちづくりの指針として「東松島市第2次総合計画」（平成28年～令和7年）を策定した。新たな総合計画においては、「保」「備」「健」「伸」「修」「住」「働」「信」とそれぞれ【人】を表現する8つの漢字によって、ともに進むべき道筋を表現した。これからは、本計画に掲げる「まちづくりは人づくり」を基本とし、産・学・官・民をはじめあらゆる主体との連携をとりつつ、将来の市勢発展につなげていく。



東松島市は、将来像を「人育み人輝く東松島～心ひとつにともに未来へ～」とし、商工・観光に該当する方針は、「地域に根ざした産業が育ち、生き活きと働くことができるまちづくり」となっている。

商工・観光：「働」（産業振興）～働きがいのある魅力的な産業があるまち～

政策	施策	基本事業
絆を育む観光が盛んなまち	みんなで進める観光まちづくりの促進	地域資源の再発見と魅力向上
		観光客受入れのための環境及び体制づくりと人材の強化
	“絆交流”を活かした観光交流の促進	絆を大切にした観光交流の促進
		市内観光資源や周辺観光地との連携強化と情報発信
	“東松島ブランド”を生み出す観光産業の振興	“東松島ブランド”の確立
		民間活力を活かす官民連携の推進
多様な産業・働く場のあるまち	にぎわいのある商業拠点の形成	魅力とにぎわいのある商業空間の整備
		地域の商業・サービス業を支える担い手の育成
	多様な地域産業の創出	地域特性を活かした企業誘致・創出の推進
		新たな産業拠点整備等による新産業の誘致・創出
	働く場の確保と就業環境の整備	市内企業の振興と創業支援
		多様なニーズに対応した就労支援

②東松島市における産業別の状況、強み・弱い等を踏まえた課題

②－１＜ＲＥＳＡＳ（地域経済循環分析）から＞

東松島市の産業生産額は2,316億円で最も大きい産業は建設業の962億円である。次いで公務、保険衛生・社会事業、住宅賃貸業が「稼ぐ力」の大きなウエイトを占めている。全国と比較して得意としている産業は水産業、建設業、公務、電子部品・デバイス、運輸・郵便業、保健衛生・社会事業等である。域外から所得を獲得している産業は水産業、電子部品・デバイス、農業、住宅賃貸業、パルプ・紙・紙加工品、鉱業等である。これらは、域内での生産額が大きい産業であり、地域で強みのある産業といえる。

全体の付加価値額は1,300億円で最も大きい産業は建設業の453億円で、次いで公務、住宅賃貸業、保健衛生・社会事業が大きい。

全産業の労働生産性は全国、県、人口同規模地域のいずれと比較しても高い。産業別には、人口同規模地域と比較すると第2次産業と第3次産業では高い水準であるが、第1次産業では低い水準となっている。

②－２＜産業別状況＞

（建設業）

〔現状〕

東松島市において建設業は地域経済のけん引役となっている。

2015年版ＲＥＳＡＳから市全体の生産額は、2,316億円で内建設業が962億円と41.5%を占めている。また、全国平均を1とした場合、東松島市建設業は6.41であり、全国と比較しても得意産業といえる。

市内建設業は、建設業協会を中止に一致団結しており、東日本大震災時には宮城県北部地震の教訓とそのノウハウを活かした「東松島方式」によるガレキ処理等で処理コストを約208億円的大幅縮小、1,500人の被災者雇用を実現し、復興に大きく貢献した。こうした取り組みは市内建設業者だけで完結したため、ガレキ処理を含め復興特需により、ほとんどの建設業者で売上高は大幅に増加するとともに、独立開業する事業者も増加した。

（経済センサスでの建設関連事業者数は、東日本大震災前の平成21年に248事業者であったのが、平成24年は143事業者となっていたが、東松島市商工会調べでは同年の小規模事業者で285事業者と震災前の事業者数を上回った。）

復興需要も終息間近となり、市内建設業者の売上高は減少傾向にある。事業者数についても減少傾向にあり震災前に近づきつつある。東松島市では土木工事と舗装工事の入札に価格以外に技術力と防災活動などの地域貢献を加味した総合評価落札方式による一般競争入札を令和2年7月1日から試行開始した。しかしコロナ禍にある現在、工期の遅れや中止など様々な影響を受けており、今後益々厳しい経営が強いられるものと考ええる。一方で、復興需要の終息で一定の蓄えができたことから黒字廃業を考える事業者も増えており地域経済社会への悪循環も懸念される現状である。

〔課題〕

建設業は地域住民の所得や地方税収の源泉となる付加価値の大きい産業であり、東松島市の中心的な産業として地域の強みとなっている産業であるが公共工事のウエイトが高いことが弱みである。今後、東松島市として復興需要の終息を見据えた公共事業等の地元受注対策が第一の課題と捉えるとともに、地域経済社会への悪循環が懸念される黒字廃業を考える事業者に対しては、今まで築き上げてきた経営基盤を活用しながら新規事業を行うことができる第二創業などでの事業展開も必要不可欠な課題と言える。

（製造業）

〔現状〕

東松島市の製造業者は他の業種に比べると事業所数は少ない。市内には大きく分けて、矢本工業団地（大塩）、石巻工業団地（大曲）、ひびき工業団地（小野）の3箇所に集中している。それぞれの工業団地には、食料品加工系、金属加工系、電子・通信系などの製造業者が多い。そのなかでも食料品加工系の小規模事業者が大半を占めており、金属加工系、電子・通信系はほとんどが中小企業となっている。食品加工系が多い理由として、東松島市では「海苔」と「牡蠣」の養殖が盛んであり、「海苔」については、皇室献上品として何度も選ばれ、「牡蠣」については、身入りが良くて味が濃いなどそれぞれ高い評価を得ていることにある。

コロナ禍においては、外出自粛や在宅勤務の浸透により、自炊の頻度が上がっており、生活の楽しみの中での食に対する比率が大きくなっていることや食の多様化などへの対応などによっては販路拡大へと繋がり得る機会もありつつ、もともと体力の脆弱な中小企業製造業者が市内製造業者の大分部を占める現状である。

東松島市に企業会のような東松島市と商工会、企業間の情報交換の場はない。これをカバーするため、市内雇用の問題、工業団地ならではの問題等について情報交換を行うため、工業団地進出企業等に対し東松島市長と東松島市商工会長及び市商工観光課職員、経営指導員が一体となった企業訪問を平成29年度より実施していたが、令和2年度はコロナ禍により実施していない。

〔課題〕

東松島市の水産業、食料品加工、電子部品等の製造業は市外から所得を獲得している産業であり、地域で強みのある産業と言える。しかし、これら企業間の情報交換、東松島市や商工会との情報交換といった場が設置されていないことの弱みもある。こうした企業の地域での強みを拡大していくためにも東松島市としてさらなる企業誘致と、企業会のような情報交換の場の設置が課題である。

特に水産業、食料品加工業においては豊富な水産資源がありながらも、全国的には広く世間に知り渡らせることができていない。地域の個性や強みを活かした生産を行い、販路開拓を行っていくことで売上拡大につなげていくことが課題である。

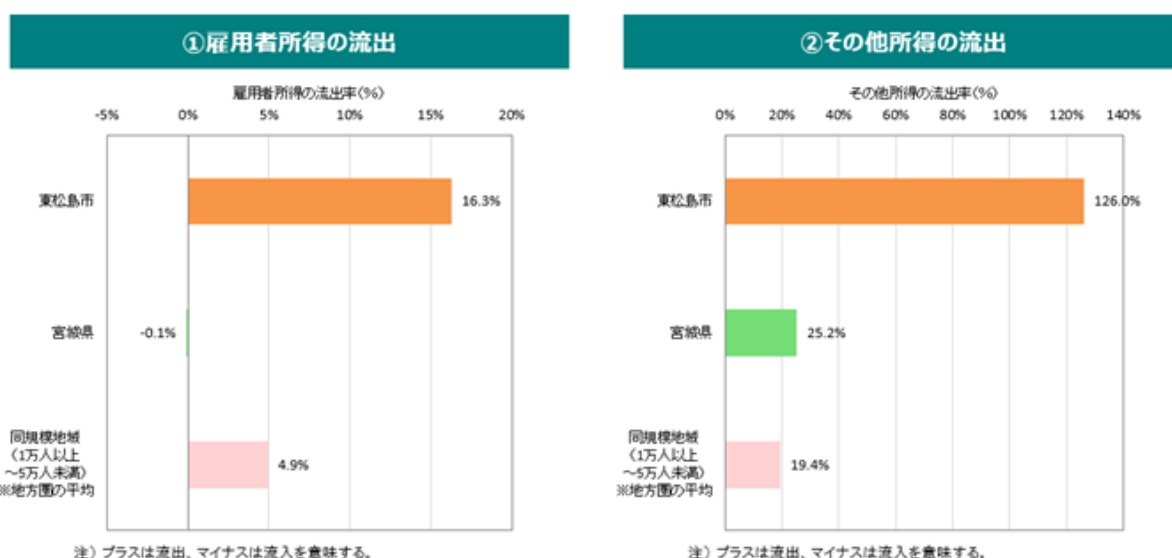
(卸・小売業)

[現状]

東松島市の商業者で震災の影響を受け、本格復旧ができていない事業者（仮復旧）は2件あり、移転に係る土地の問題や資金面の問題が未だに続いている。

また、震災復旧に係る集団移転等による客層の変化により、震災前の売上に戻っていない事業所が多数あるほか、大型店等が多く進出している石巻市のニュータウン「恵み野地区」が東松島市に隣接しているほか、商圈が超広域型である仙台青葉商圈に取り込まれており、買い物客の市外流出が増加して商店街をはじめとする既存商業は停滞している。

東松島市の雇用者所得は流出しており、流出率は人口同規模地域よりも大きい。また、その他所得も流出しており、流出率は人口同規模地域よりも大きい。



それに加え、コロナ禍で外出を控える傾向が強まっている。

東松島市では、高齢者の買い物や通院の利便性を確保するためデマンドタクシーの運行を行っている。デマンドタクシーについては令和2年度より運転免許証返納者について100円で利用できるようにした。

[課題]

商業者は地域イベント等をととして地域の活性化に貢献してきたという強みがあるものの、東松島市を旧矢本町地区と旧鳴瀬町地区に区分してみると、鳴瀬地区には商店数が極端に少ないという地域的弱みがある。止まらない消費流出の拡大をデマンドタクシーでカバーしようとの施策をとっているものの、将来人口の減少という課題も加わってくる。商業者には、震災後の客層の変化や買い物客の市外流出等による小規模事業者の売上減少、経営者の高齢化・後継者不足、コロナ禍での対応、アフターコロナのニューノーマル時代にどう対応していくかが課題である。

これらの問題について、補助金等を活用しながらも、それに依存することなく、自立し持続的な経営を行うため、消費者ニーズを捉え現状に即した事業計画を策定し、実行していくことが課題であると考えられる。

(サービス・観光業)

[現状]

東松島市のスナック・バー・居酒屋等の飲食店は矢本駅周辺に集中しており、週末には近隣市町村から訪れる客もあり賑わっている。特にブルーインパルスによる展示飛行が行われる松島基地航空祭開催時には県外からも多くの来客があり市内飲食店にとっては年一番の書き入れ時となっていた。しかし令和2年は、イベントの中止や外出自粛によりコロナ禍において一番に影響を受けた業種でもあり、営業は再開しているものの、未だに客足が遠く、中にはテイクアウトを始める事業者もあるが売上の回復には至っていない。

宿泊業や観光関連業は野蒜・宮戸を中心に鳴瀬地区に集中しており、新鮮な魚貝類・体験型ツーリズム・宮城奥レ奥松島コース・海水浴等の観光資源も多くあり、東松島市における観光の中心となっている。東日本大震災の影響により宿泊業は減少し、様々な観光資源を掘り起こしながら観光産業の復興に向け取り組んできた。こちらも松島基地航空祭開催時が年一番の書き入れ時であり飲食店同様、コロナ禍において影響を大きく受け、観光施設の閉鎖や外出規制、イベントの中止等により売上は激減し、GoToトラベルが開始された今なお宿泊・観光客の回復には至っていない。

その他理美容業においては、隣接する石巻市に格安店が多い。また、事業主の高齢化が特に進んでいる業種でもある。

[課題]

飲食業は、一年をとおしてブルーインパルスの練習日には県外からの来客も一定程度見込めるという強みがあるものの、主にランチであり飲酒を伴う夜客はなかなか増えないという課題がある。特に小規模事業者においては、アフターコロナ、ニューノーマル社会への対応が課題で、急務であり、こうした新しい生活様式の中で持続・発展するための事業計画策定が不可欠である。

宿泊業、特に民宿については、常に旬で新鮮な魚介料理を提供できるという強みがあるものの、東日本大震災後海開きができる海水浴場は宮戸の月浜海水浴場の一か所のみ（令和2年度はコロナ感染拡大防止の観点から海開きは見送られた）となっていたことから集客に苦慮しているという弱みがある。コロナ禍における近隣への旅行需要増加等を踏まえ、アフターコロナ、ニューノーマル社会への対応をしていくためにも、観光施設の少ない地域であることから観光業と連携し、地域資源を活かした体験型ツーリズムとのパック商品の開発や観光ルート開発等地域の魅力向上による集客及び弱点である情報の発信を強化すること等が課題となる。

その他のサービス業では、理美容業を中心に経営者の高齢化が顕著であることから後継者の育成や事業承継への取組み、また、アフターコロナ、ニューノーマル社会への対応と変化する顧客ニーズへの対応、格安店に負けない顧客サービスの充実等が課題となる。

(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

東松島市の人口は、2010年の43,465人から2020年39,581人と東日本大震災の影響もあるが、10年間で約9%の減少となった。年齢層別では、生産年齢人口が－4,302人で16.7%と大幅に減少しているのに対して、老年人口が1,837の18.7%増加となった。今後も人口は減少傾向で推移し、高齢化が進み、10年後の2030年には人口36,469人、高齢人口11,955人（32.78%）になるものと予測されている中、今後10年を見据えた小規模事業者の振興のあり方は、以下のとおりとする。

地域経済社会と密接な関わりを持つ小規模事業者は、復興需要の終息による売上の減少や経営者の高齢化・後継者の不在などにより、年々減少傾向にあり、地域住民の利便性維持と雇用の場の喪失を最小限とするためにも新たな事業の展開、創業の促進、円滑な事業承継が求められている。また、小規模事業者自身においては、ほとんどの事業者が課題を踏まえた将来的な事業計画が策定されていないことから、各種調査や個別の経営実態を踏まえた変化の速いニューノーマル社会へ対応していくための事業計画の策定が必要となっている。

さらに、小規模事業者は経営基盤の脆弱性等もあり、独自に商品開発や、新規販路の開拓等に取り組むことには限界があり、異業種との連携や新分野への進出や生産性向上等の支援強化が必要とされている。特に食品等を製造する地域小規模事業者については、今後の成長性が期待できることから地域資源等を活用した新商品開発や販路拡大を伴走型で支援し、企業発展による経営基盤の底上げを図るとともに、雇用の創出にも繋げることが必要となっている。

これらの課題を踏まえ、目指す将来の姿は、目まぐるしく変化する経営環境の中で、ニーズを的確に捉え、積極的にチャレンジし続ける事業者であり、その実現のための方針として「経営の持続的発展のため積極的にチャレンジする事業者を伴走型で支援し、経営力の向上と新規創業をサポートする」ことが必要である。

②東松島市総合計画との連動性・整合性

東松島市の人口ビジョン・第2期総合戦略（令和2年～令和7年）は、東松島市第2次総合計画・復興まちづくり計画に包含されるものと位置付けられ、加えて、SDGs未来都市計画における取組情報を組み込むことで、各計画のSDGsの反映が促進されるものである。

東松島市総合計画では、将来像を「人育み人輝く東松島～心ひとつにともに未来へ～」とし、商工・観光に該当する方針は、「地域に根ざした産業が育ち、生き活きと働くことができるまちづくり」としており、第2期総合戦略では、人口減少に伴う産業構造の縮小、復旧・復興工事の完了に伴う建設業等の需要の縮小が懸念されており、持続可能な経営及び復興に頼らない本市の新たな産業構造の確立により、市内に安定した雇用を創出していく必要がある。そのためには、新たな雇用や販路の拡大に向けて地域資源を活かし、市内産業を活性化していく必要がある。新商品開発や加工・製造体制整備に向けた多職種連携を見据えた事業者どうしの交流機会の創出、産業分類別特化係数の高い農業をはじめとした、農林漁業者自らが取り組む食品加工や販売等の新たな事業創出の支援及び商工業者との連携による販路開拓を促進し、市内企業の経営基盤を底上げしていく。

また、起業・創業に係る準備段階から事業化、空き屋・空き店舗の有効活用までの各段階にお

ける一体的支援を行うほか、後継者対策に向けては、円滑な事業承継や第二創業を促すため産業支援機関等と連携した多様な経営支援体制を充実していくとしている。

東松島市第2期総合戦略（産業振興部分）

戦略2 安定した雇用を創出する	
基本的方向性	該当するSDGs
地域資源を活かした産業について、 <u>既存産業との連携強化や6次産業化を促進</u> する。また、産学官金連携支援により、 <u>市内企業等の経営基盤を底上げ</u> する。	  
市内企業等における人材確保に向け、若者・女性・高齢者等の多様な人材の確保・育成による新たな雇用の創出をはじめ、 <u>起業・創業、事業承継について、段階に応じた支援</u> を行い、意欲的な人材の活躍を支援する。	   
企業立地や事業拡張等を促進していくことや、産学官が連携して市内企業等と学生との間における就業マッチングの仕組みを構築することにより、更なる雇用の創出と市内企業等の人材確保のための多面的支援を充実する	  
地域経済の活性化や雇用に結び付くよう、東松島市の観光資源を活かして、 <u>農林水産事業者や商店街、飲食店、観光事業者、地域と連携</u> しながら更なる観光振興に取り組む。	  
基幹産業である農業の振興に向けて、体験農業や他分野との連携など、多様な入口からの新規就農者の確保や農業振興を進め、東松島市の農業を後世に引き継いでいく。	   
これまでの市民協働の取組を活かしながら、「生きがい」「やりがい」づくりを踏まえつつ、引き続き、地域課題の解決に向けた「コミュニティ・ビジネス」の推進に取り組む。	  

※下線部分 については、策定する計画と連動性がある。

<東松島市における中小企業・小規模企業振興条例等>

東松島市では、中小企業・小規模企業の経営基盤の強化及び健全な発展を促進し、地域経済の発展及び雇用の場の創出を図るため「東松島市中小企業・小規模企業振興基本条例」を平成29年12月市議会において制定、翌平成30年1月1日より施行した。

また、地域経済の活性化や雇用創出等の大きな役割を果たす中小企業・小規模企業の持続可能な経営基盤を構築し、中小企業等の成長段階に応じたきめ細やかな施策を展開していく為、令和元年5月、東松島市商工会長を委員長とした東松島市中小企業・小規模企業進行基本計画策定委員会において「東松島市中小企業・小規模企業振興基本計画」（平成31年～令和7年）を策定した。

東松島市中小企業・小規模企業振興基本計画

	東松島市の取組みの方向性
1	市内中小企業等の人材不足への対応
2	市内における経営者の高齢化への対応
3	地域活性化に向けた意欲的な人材の受入れ
4	中小企業等の事業の継続性を支える人材の育成
5	成長分野の創出
6	国・県・商工会等との一層の連携と施策の周知及び活用支援
7	東松島ブランドの確立、販路拡大と情報発信力の強化
8	地域資源を有効活用した観光産業活性化による経済振興

③東松島市商工会としての役割

商工会は、総合経済団体として地域商工業者との直接接点が多く、特に小規模事業者に寄り添った「かかりつけ医」としての役割を果たすとともに、国・県・市の行政と小規模事業者が多く占める地域商工業者との「つなぎ役」としての役割も果たさなければならない。

地域小規模事業者の多くは、「明確な目標がない」「日々の業務に追われて余裕がない」「自社の経営環境が把握できていない」「他社との比較ができていない」「事業計画を策定したことがない」「事業計画策定の重要性・有効性を認識していない」等という現状である。

また、地域社会において人口減少や高齢化が続くことから、地域経済を支える小規模事業者は需要の低下、売上の減少、経営者の高齢化による事業承継等の問題に直面し、経営の持続的発展のための支援が必要となっている。

このような状況の中で、地域に密着した総合経済団体として、地域小規模事業者の経営状況を正確に把握するとともに、個別の経営問題を特定し、各種専門家及び他支援機関等と連携しながら事業計画策定・事業実施・フォローアップを一貫して伴走型で支援していくことが重要な役割である。さらに、行政との「つなぎ役」として行政が実施する小規模事業者のための各種支援策の普及を図りながら、支援ニーズや課題解決に必要な支援の把握を図り、行政と連携を密にし、施策に反映させる役割も担っている。

(3) 経営発達支援事業の目標

- ①小規模事業者の経営力向上による経営基盤強化
- ②創業・第二創業及び事業承継支援の推進
- ③地域資源等を活用した商品開発及び販路開拓の推進
- ④小規模事業者の持続的発展に向けた伴走型支援のための支援力強化

2. 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3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①】小規模事業者の経営力向上による経営基盤強化

[方針]

地域内小規模事業者における事業計画策定の重要性・有効性の認識拡大を図り、外部的な地域の経済動向や需要動向と内部的な強み弱み等を確実に把握して行う計画的な事業の実施を推進し、経営力の向上と販路拡大により持続的発展するための経営基盤強化を伴走型で支援する。

【目標②】創業・第二創業及び事業承継支援の推進

[方針]

地域小規模事業者の廃業や高齢化等により活気を失っていく地域経済社会に刺激を与え、地域経済の活性化を図るため、積極的にチャレンジしようとする創業・第二創業希望者を支援する。

創業・第二創業においても、経営計画策定の重要性・有効性について啓発・普及に取り組み、創業補助金や創業資金融資等の活用を促しながら、無理のない計画的な創業による確実な実行を支援する。また、計画的な事業承継の推進にも取り組み、次世代への円滑な承継を伴走型で支援する。

【目標③】地域資源等を活用した商品開発及び販路開拓の推進

[方針]

特に今後の成長性が期待され、小規模事業者が多い食品製造事業者や飲食関連事業者に対し、地域資源等を活用した商品開発や販路の開拓を推進するため、CS調査や商談会・展示会等への積極的な出展及びHPやSNSの活用を促進し、確実な販路の開拓による経営の持続的発展を支援する。

【目標④】小規模事業者の持続的発展に向けた伴走型支援のための支援力強化

[方針]

多様化する支援ニーズや支援先事業者個別の経営環境からなる課題に対して、的確に支援するためには、相当な支援力が必要であることから、経営指導員等の支援スキル向上を図るとともに、支援事業者の情報や支援ノウハウを蓄積し、組織としての支援力強化を図る。また、高度で専門的な案件については、他の支援機関等と連携を密にし、総合的な支援体制の構築による地域小規模事業者の持続的発展を全力で支援する。

I. 経営発達支援事業の内容

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

会員を対象とした経済動向アンケート調査を実施し、地域の経済動向として業種別に整理し、国内・県内のマクロデータと合せて比較しながら事業計画作成等の基礎資料として活用してきたが、回収率が少なく、また、会員のみ調査を行っており、地域全体の経済動向データの質としては不足している現状である。

[課題]

アンケート調査の回答率が減少傾向にあることから回収方法等の改善と非会員名簿を活用し地域全体の小規模事業者の経済動向を調査する必要がある。回収率を上げるため、新たに巡回等による回収を追加し、より正確な地域経済の動向を把握する。また、地域外の経済動向についても国や公的機関が収集・分析・提供するデータと地域内外の経済動向を比較・分析し、その結果を商工会HPへ公表、地域小規模事業者へ広く情報発信するとともに、個別の事業計画策定等の基礎資料として改善した上で活用する。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①県内外の経済動向調査分析及び公表回数	4	4	4	4	4	4
②アンケートによる地域経済動向調査分析及び公表	1	1	1	1	1	1
③アンケート調査事業所数	300	300	300	300	300	300

(3) 事業内容

①統計資料等を活用した県内外の経済動向調査・分析

業種別に比較・分析するため、県内外の経済動向について、(株)日本政策金融公庫の「全国中小企業動向調査（小規模事業者編）」や宮城県商工会連合会の「宮城県中小企業景気動向調査」等を活用して、業種別の売上・採算・資金繰り・経営上の問題点等の推移について調査・分析し・整理し、四半期ごとに商工会HPなどで公表する。

【調査データ】(株)日本政策金融公庫「全国中小企業動向調査（小規模事業者編）」

宮城県商工会連合会「宮城県中小企業景気動向調査」など

【項目】売上高・採算・資金繰り・経営上の問題点・業況など

【分析】「BIZミル」を活用し、業種別に県内データと全国データを比較・分析する

- 【調 査】 四半期ごと
【公 表】 商工会HPなどで公表

②地域小規模事業者アンケートによる地域経済動向調査・分析

的確な地域経済の動向を把握するため、地域小規模事業者を対象にアンケート調査を実施し、東松島市内の経済動向を調査・分析する。また、人口の推移や地域経済循環図等のデータについて「RESAS」を活用した調査・分析で補完し、地域経済動向としての質を高める。これら調査・分析した結果を年1回商工会HPなどで公表する。

- 【対 象】 地域小規模事業者 1,048 社（東松島市商工会調査）
回収率を各業種約 30%想定 計 300 者程度

- 【項 目】 提供する商品・サービス、売上高推移、仕入高推移、その他景況など

- 【調 査 方 法】 郵送にてアンケート調査票を送付。

回収については、郵送及び窓口さらに巡回訪問により回収率の向上を図る。

- 【分 析 方 法】 経営指導員等が外部専門家と連携し、業種別・項目別に整理・分析、さらに RESAS による分析と併せて整理する。

- 【調 査】 年 1 回

- 【公 表】 商工会HPなどで公表

（４）成果の活用

情報収集・調査、分析した結果は商工会HPなどで公表し、地域小規模事業者等に広く提供する。また、データベース化した情報について内部でも共有できるよう整理し、地域小規模事業者個別の事業計画策定等における基礎資料として活用する。

3－2．需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕

「業界レポート」「市場データ」から「業界動向」「市場動向」を調査し、新商品開発や販路開拓を目指す地域小規模事業者等の事業計画策定における基礎資料として商工会HPに公表しているが、個社支援については、持続化補助金等各種補助金申請を希望する事業所のみの活用に留まっている。

また、展示会等では出展の斡旋は行っているものの展示のみで、販路拡大に向けた商談成立には至っていないのが現状である。

〔課題〕

地域資源を活用した新商品開発、ブランド化を見据え、消費動向や売れ筋情報としての的確な消費者ニーズを把握するために、今まで行っている「業界動向」「市場動向」に国が実施する「家計調査」や日経テレコンの「ビジネスデータ」とCS調査を合わせて分析するなどの事業

計画策定の基礎資料とするデータが不足している。

また、商談会等では、来場するバイヤーに対し、試食・アンケート調査を実施するなど、ターゲットの分析や新商品開発に反映させるデータの収集が必要である。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①店内でのCS調査 対象事業所数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
②展示会等での試食・ アンケート調査対象 事業者数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社

(3) 事業内容

①店内でのCS調査

地域の旬な食材を活用した新商品を開発する基礎データとするため、地域の食材を取り扱っている飲食店3社を選定し来店客にアンケート調査を実施する。調査会社が実施している業界動向や市場動向、国が実施する「家計調査」等と合せて調査・分析した上で、当該3社にフィードバックすることで、的確な消費者ニーズを把握し新商品開発に資する。

【サンプル数】各社の来店客 30 人×3 社=90 人

【調査手段・手法】アンケート票を来店利用時に配布し記入してもらい個店が回収する。

【調査項目】飲食頻度、来店頻度、味、量、価格など

【調査・分析結果の活用】分析結果は、経営指導員等が当該飲食店に直接説明する形でフィードバックし、さらなる改良等を行う。

②「ビジネスマッチ東北」等での試食・アンケート調査

販路拡大、知名度向上のため地域の食材を活用する食品製造業3社を選定し、東北最大級のビジネス展示・商談会「ビジネスマッチ東北」等に来場するバイヤーに対し、試食・アンケート調査を実施し、ターゲットの分析や新商品の開発に資する。

【サンプル数】10 バイヤー×3 社=30 バイヤー

【調査手段・手法】試食を提供する時にアンケート票を配布し、当該3社より商品説明を行いながら、アンケート票に記入してもらい経営指導員等が回収する。

【調査項目】味、見た目、パッケージ、価格、市場性など

【調査・分析結果の活用】分析結果は、経営指導員等が当該食品製造業者に直接説明する形でフィードバックし、さらなる改良等を行う。

※「ビジネスマッチ東北」の概要はP30に記載

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまでは、融資相談時や小規模事業者持続化補助金等の各種補助金申請時のほか、前期発達支援計画による「財務諸表の見方を学ぶ」セミナー等にて経営分析を行う事業者の掘り起しを図った。

しかしながら、受け身的な部分が多く、分析内容としては、財務分析か非財務分析の一方のみの実施が多かったことから、小規模事業者個々の課題抽出や具体的な支援内容の掘り起しまで繋がっていなかった。また、分析した結果が共通のシステム等で蓄積されていないことから職員間での情報共有が図れていなかった。

[課題]

地域小規模事業者は自社の経営状況を的確に把握できていないことが多いことから、事前の対策で経営の持続が図られるよう気づきを与えるセミナー等を開催し、経営状況分析に取り組む事業者の掘り起しが必要である。

また、経営状況分析の内容については、財務分析・非財務分析双方を行い、小規模事業者個々の課題を抽出する必要があるほか、分析結果を職員間で共有するために新たな経営支援ツールを導入し分析を行う必要がある。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①経営状況の分析に関するセミナーの開催	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
セミナー参加人数	10 名	10 名	10 名	10 名	10 名	10 名
②経営状況の分析件数	32 件	33 件	33 件	33 件	33 件	33 件

(3) 事業内容

①経営状況の分析に関するセミナーの開催

事業者が自社の経営状況等を随時把握することで、問題・課題の早期発見に繋がり、事前の対策が可能となる。このため、経営状況の分析に関するセミナーを開催し、事業者に気づきを与え、経営状況分析に取り組む事業者の掘り起こしを行う。

【募集方法】 チラシの新聞折込により地域小規模事業者等に広く周知する。

【開催回数】 年 1 回

【参加者数】 10 名程度

②経営状況の分析

クラウド型経営支援ツール「B I Z ミル(注)」を導入し、併せて経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用することで、財務分析に加えSWOT分析等の非財務分析を実施し、定量面・定性面から詳細な問題・課題を抽出する。また、分析したデータを蓄積し、経営指導員等職員間で情報を共有する。

【対 象 者】セミナー参加者及び需要動向調査をした事業者を含め、巡回・窓口相談により掘り起こした小規模事業者等

【分析項目】財務分析（定量）と非財務分析（SWOT等の定性）の双方

〈財務分析〉売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率、自己資本比率など

〈非財務分析〉内部要因的な強み・弱み、外部要因的な機会・脅威など

【分析方法】「B I Z ミル」を導入し、「ローカルベンチマーク」等を活用しながら、経営指導員等が分析を行う。

(注)「B I Z ミル」は、㈱エイチ・エーエルが持つコンサルティングで培ったノウハウと、㈱セールスフォース・ドットコムが保有する世界最大のクラウドCRM（顧客管理）システムを活用し、融合させることにより実現できたシステムである。「経営発達支援計画」に基づく伴走型小規模事業者支援推進事業を進めるにあたり、基本指針4項目6事業の実施支援をすることを目指したソフトウェアである。

(4) 分析結果の活用

経営状況の分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、個別の事業計画策定等に活用するとともに、データベース化し内部共有することで、経営指導員等の支援能力向上に活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまで巡回やセミナーの開催等により計画的な経営戦略の有効性や重要性について周知してきたが、一部の事業者には浸透しているものの、未だ広く浸透していない。

また、事業計画を策定する事業者及び創業者は、補助金活用や融資を目的とした策定が多いのが現状である。

[課題]

小規模事業者及び創業者に事業計画の重要性・有効性を浸透させ、経営力向上に向けた計画書を作る必要があることから、今後は、セミナーの開催方法や専門家の活用方法を改善した上で、補助金や融資目的だけでなく、将来的なビジョンを見据えて計画を策定する事業者を増やすことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者や創業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、事業計画策定セミナーや創業セミナー、個別相談会において、計画策定方法だけでなく、計画策定の意義を重点的に指導する等の工夫を加え、経営分析を行った事業者 9 割程度の事業計画策定を目指す。

計画策定時には地域経済動向や需要動向等を基礎資料として提供し、積極的な経営力向上・販路開拓を伴走型で支援する。

(3) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①事業計画策定セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②事業計画策定個別相談会	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
事業計画策定件数	30 件	30 件	30 件	30 件	30 件	30 件
③創業セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
④創業計画策定個別相談会	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
創業・第二創業計画策定件数	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件

(4) 事業内容

1. 小規模事業者への支援

①経営分析を行った事業者を対象とした「事業計画策定セミナー」の開催

【募集方法】市内全域に開催チラシを新聞折込

【回 数】1 回／年

【参加人数】10 名程度

②経営分析を行った事業者を対象とした「事業計画策定個別相談会」の開催

【募集方法】セミナー開催チラシに記載、セミナー参加者に案内

【回 数】4 回／年

【参加人数】3 名／回

【支援対象】経営分析を行った事業者を対象とする

【手段手法】事業計画策定セミナー受講者及び個別相談会参加者に対し、経営指導員等が担当となり、外部専門家を交えて経済動向や需要動向等の資料を提供しながら伴走型で支援し確実に事業計画策定に繋げる。

2. 創業者への支援

①「創業セミナー」の開催

【募集方法】市内全域に開催チラシを新聞折込

【回数】1回／年

【参加人数】8名程度／回

【カリキュラム】 ・「創業の心構え」「創業の基礎知識」
・「売れるための仕組みづくり（基礎編）」
・「売れるための仕組みづくり（応用編）」「利益計画を立ててみる」
・「事業計画の作成」「資金調達と公的支援制度の活用」

②創業セミナー受講者を対象とした「創業計画策定個別相談会」開催

【募集方法】セミナー開催チラシに掲載するとともにセミナー参加者に案内

【回数】2回／年

【参加人数】2～3名／回

【支援対象】セミナーや個別相談会に参加する、創業・第二創業予定者を対象とする。

【手段手法】積極的に創業・第二創業を目指すセミナー受講者や個別相談会参加者に対し、経営指導員等が担当となるとともに、外部専門家を交えて経済動向や需要動向等を踏まえた計画策定による着実な創業・第二創業を伴走型で支援する。

6. 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]

事業計画策定事業者に対し、進捗状況の確認や事業実施におけるアドバイス等を行い、着実な実施を支援してきた。しかしながら、事業計画を策定する事業者も補助金活用や融資を目的とした策定が多く、将来的なビジョンを見据えた積極的な計画ではない。事業計画策定後のPDCAサイクルなど、継続的に事業を展開していくための支援が少ないことが現状である。

[課題]

事業成果の確認や新たな問題・課題の把握、解決支援については、受動的な対応であったため事業計画が策定当初のままとなり、定期的な支援が行われていないのが課題であるため、今後の取り組みとしては必要に応じて支援するスタイルから小規模事業者の事業計画に基づいて経営改善を目指した支援に転換する必要がある。

また、創業者においては事業が軌道に乗るまでの間は不安定であり、目の前の仕事に集中してしまうことが多く、コミュニケーションが不足しがちになると考えられることが課題である。継続的かつ細やかな支援が必要であるため定期的なフォローアップを実施していく必要がある。

事業承継を検討している方については事業の承継、譲渡、売却、統合など様々な考え方があるため、長期的な支援を実施していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画や創業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。また、創業者においては、創業直後より集中的に支援を行う。事業承継については、事業の承継、譲渡、売却、統合など様々な考え方があるため、専門家と連携した支援を行うとともに、次代の事業計画策定へと移行するなど長期的な支援を行う。

(3) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
フォローアップ対象事業者数 (事業計画策定事業者)	20 社 —	32 社 (30 社)	32 社 (30 社)	32 社 (30 社)	32 社 (30 社)	32 社 (30 社)
(創業計画策定事業者)	—	(2 社)	(2 社)	(2 社)	(2 社)	(2 社)
頻度 (延回数)	—	184 回	184 回	184 回	184 回	184 回
売上増加事業者数	—	10 社	10 社	12 社	12 社	12 社
利益率 3%以上増加の 事業者数	—	10 社	10 社	12 社	12 社	12 社

(4) 事業内容

事業計画を策定した全ての事業者を対象とする。訪問回数については基本的な考え方としては、10 社（創業・第二創業関連の創業計画策定者を含む）は毎月 1 回、10 社（事業承継関連の事業計画策定者を含む）は四半期に 1 回、他の 12 社については年 2 回とする。ただし、事業者からの相談や申出等により臨機応変に対応する。

また、事業計画の進捗状況（売上・利益の状況）等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業所と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障のない事業所を見極め、フォローアップ頻度を設定する。

進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、宮城県よろず支援拠点や外部専門家、宮城県商工会連合会所属のサポーターリーダーなど第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

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]

地域内小規模事業者にとって商談会や展示会は敷居が高いイメージがあり、県外バイヤーとの取引に消極的なため、地域内には農産物や水産物などの環境に恵まれた産物が多くあるものの、地域資源を活かした商品・サービスを地域外へ発信できていない。そのため、地域資源を活かした商品やサービスを開発する事業者の掘り起しができず、6次産業化や農業・漁業との連携も積極的に行われていない現状である。また、小規模事業者にとっては効果の見えないモノへの投資に消極的であることから、商工会としてブースを確保し、バイヤーとの商談機会を創出し、まずは経験値の向上を図ることを目的として支援してきた。

SNS活用セミナーを開催してきたが、本格的に活用するレベルの支援を行えていない

[課題]

初めて出展した事業者からは「取引には至らなかったが出展してよかった」「また機会があれば出展したい」等前向きな感想が多かった。しかし、商談に向けた取組が欠けていたため全体的に商談スキルが低く、バイヤーに上手くPRできない事業者が多かったことが課題である。また、出展事業者へのフォローアップも商談・取引の確認のみでその後の状況確認等はできていないため、出展の事前・事後のフォローアップを実施する。また、地域資源を活用した商品・サービスを開発する事業者の掘り起しを行い、地域内外での需要拡大を図ることが必要である。

インターネットSNSについてはセミナーの開催による支援を行うにとどまっており、本格的に活用できるレベルではなかったことが課題であったため、自社ホームページ等をより魅力的なものにブラッシュアップするための助言や、インターネットを本格的に活用するための支援を行っていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難であるが、地域小規模事業者が積極的に商談会等に出展できるよう、商工会として出展ブースを確保し、東北最大級の展示・商談会である「ビジネスマッチ東北」への出展を行う。出展にあたっては、事前のセミナーや模擬商談会等を開催するとともに、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行う。

新商品・サービスを開発する小規模事業者等の掘り起しを積極的に行い、特に地域資源を活用する事業者については、商談会等においてバイヤーに対し試食・アンケート調査を実施し、収集した情報を整理した後、フィードバックして商品・サービスの改良やターゲットの分析に反映する。

インターネットを活用することで、IT力の向上を図り多様な消費者行動に対応し、新たな需要開拓につなげるよう支援を行う。

(3) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①インターネットを利用した販路開拓支援対象事業者数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
売上増加率/社	—	2%	2%	2%	2%	2%
②「ビジネスマッチ東北」出展事業者数	5 社	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
成約件数/社	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件

※②「ビジネスマッチ東北」出展事業者数については現行では業種を問わず出展事業者を選定し、5 社の出展支援を行っていたが、今回の計画においては食品製造業者を対象として 3 社選定するため、現行を下回る数値を目標値となっている。

(4) 事業内容

①インターネットを利用した販路開拓支援（B to C）

対象とする業種を地域の食材を取り扱っている飲食店として毎年 3 社について、自社ホームページや大手インターネット通販サイトを積極的に活用する（又は活用したいと思っている）飲食店に対して、「訴求力あるコメント作成（キャッチコピーや文章表現）」や「魅力的な商品の見せ方（商品撮影技術）」を磨き、自社ホームページをより魅力的なものにブラッシュアップするための助言や、効果的な情報発信と販路開拓の支援を、巡回指導や窓口相談を通じて行う。また、自社ホームページを持たない事業者に対しては、各種 SNS の開設や全国商工会連合会が提携している GMO ペパボ社のホームページ作成サービス「グーペ」等を活用して情報発信や電子商取引の支援を行う。さらに本格的に活用するための支援も行い、より高度な分野については外部専門家と連携して支援を行う。

②「ビジネスマッチ東北」出展事業（B to B）

商工会が「ビジネスマッチ東北」において、地域の食材を活用する食品製造業者を中心に 3 社程度を選定し参加させることで、新たな需要の開拓を支援する。

商談件数の獲得のため、出展前には商談スキル向上のための事前セミナーや模擬商談会を開催し、商談時のプレゼンテーションが効果的になるよう支援を行う。また、出展後においても、フォローアップすることで商談成立に向けた実効性のある支援を行う。経営指導員等が外部専門家等と連携しながら事前・事後の支援にあたり、着実な販路開拓及び自立による地域事業者の活性化を図る。

また、特に地域資源を活用した新商品・サービスの開発をする事業者については、商談会においてバイヤーに対して試食及びアンケート調査を行い、調査結果を整理・分析した上でフィードバックし、商品・サービスの改良やターゲット分析に反映する。

なお、試食及びアンケート調査目標については、上記「3-2 需要動向調査に関すること」に記載している。

【参考】

「ビジネスマッチ東北」は、これまで東北地域におけるビジネスマッチングの創出を目的に2006年より開催されている東北最大規模の展示・商談会である。毎年、7,000名を超える来場があり、東北の様々な分野の産品・サービスが一堂に会して新たなビジネスチャンスを生み出す場として500程度のブースが出展されている。

8. 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・課題

[現状]

経営指導員等による経営支援会議において事業の進捗状況を確認しながら計画を進め、年1回外部有識者や東松島市産業部商工観光課等を含めた「事業評価会議」を開催し、事業の実施状況報告、成果の評価、見直しを行い、理事会に報告して承認を受けた。

[課題]

これまで同様に進捗状況の確認や評価・検証等の方法を継続していくが、評価会議への事業実施状況報告では、事業計画の策定件数やセミナー等の開催回数等目標に定められた数値だけの報告であったため、今後は支援後の売上増減や販路の開拓状況等、詳細な支援結果について報告し、より具体的な評価・見直しに繋げる必要がある。

(2) 事業内容

①経営指導員等による「経営支援会議」の開催

毎月開催する「経営支援会議」に事業の進捗状況を確認し、事業内容の検証を行う。

また、「事業評価会議」後には、その評価に基づいて事業内容や支援方法に見直しを行う。

②「事業評価会議」の開催

東松島市産業部商工観光課長（又は担当職員）、外部有識者（㈱日本政策金融公庫石巻支店長、宮城県よろず支援拠点コーディネーター等の専門知識を有する者）、商工会員、法定経営指導員等で構成する「事業評価会議」を年1回開催し、経営発達支援事業の実施状況や成果の評価を行う。

③東松島市商工会「理事会」への報告・承認

毎年3月に開催する「理事会」に事業の成果・評価・見直しの結果について報告し、承認を受ける。

④事業成果・評価・見直し結果の地域小規模事業者等への公表

「理事会」において承認を受けた評価や見直し事業の成果・評価・見直しの結果について東松島市商工会のHP上で公開し、地域小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状・課題

[現状]

経営指導員等の資質向上のため、宮城県商工会連合会主催の職種研修・能力向上研修、関係機関が主催する業務担当者研修へ派遣している。加えて各外部機関が主催する専門的研修にも派遣はしているものの、経営指導員が中心となっており、専門的知識の習得に職員間での偏りがあった。

経営支援の状況も経営指導員については、毎週始めの「経営支援打合せ」及び毎月の「経営支援会議」において支援先事業者の情報や支援ノウハウの共有を図ってきたが、他の職員との情報共有はされていなかった。

また、巡回等で事業者から相談があった場合、支援施策や金融、その他の専門知識を有する相談については、その後経営指導員が対応していた。

[課題]

今後は、各個人が不足する能力を補うため、各外部機関が主催する専門的な研修へ経営指導員以外の職員も積極的に派遣し、専門的知識の習得による支援スキルの向上を図ることが必要である。また、経営指導員が支援した内容や経過等について全職員が情報を共有できるようにする必要がある。情報等の共有だけでは習得できない支援ノウハウについても、共有できる仕組みを構築することが必要である。

(2) 事業内容

①外部機関が主催する研修会・講習会等への積極的な派遣

職員各個人の不足している能力を特定した上で、その不足する能力を補うため、経営指導員が中心に参加していた外部機関主催の研修会、特に小規模事業者の持続発展に必要な「事業計画策定研修」や地域の課題である経営者高齢化に対応するための「事業承継セミナー」等へ一般職員も積極的に派遣し、専門的知識の習得による支援スキルの向上を図る。

②データベース化による情報の共有

経営指導員等が支援した事業者の経営状況や支援経過等について今期導入する「B I Z ミル」を活用して情報を蓄積し、全職員が相互に共有できるようにすることで、対応した職員が不在又は多忙であっても他の職員が一定の対応をできるようにし、組織としての支援力向上を図る。

③O J Tによる支援スキルの向上

経営指導員と一般職員が地区担当毎にペアとなり、定期的に巡回や窓口相談指導を実施することで個別のヒアリング力や提案力等の支援ノウハウを共有し、個人の支援能力及び組織の支援力向上を図る。

10. 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・課題

[現状]

金融支援においては、(株)日本政策金融公庫が主催する「マル経協議会」に出席し、管轄地域内の商工会を含め、定期的な情報交換は行われているが、地域内金融機関との情報交換はそのための機会は設けておらず、少ない状況である。

他にも地域小規模事業者等の支援内容により、必要な都度、宮城県商工会連合会の専門家派遣事業「エキスパートバンク」やサポーティングリーダー派遣事業、宮城県よろず支援拠点事業の専門家派遣事業等を活用し、連携しながら支援に取り組み、支援ノウハウの共有や地域内外の経済状況や需要動向等の情報共有を図ってきた。

[課題]

(株)日本政策金融公庫を含め、宮城県信用保証協会や地域内金融機関との情報交換の場を設け、地域小規模事業者等への支援状況や地域内外の経済動向・金融情勢等について共有し、支援ノウハウの共有を図るとともに、個別では解決できない事業者の課題に対して協調支援を行い地域小規模事業者等の支援体制強化を図ることが必要である。

また、エキスパートバンクやサポーティングリーダー、宮城県よろず支援拠点等の専門家とは引き続き連携をし、支援ノウハウの共有や情報共有を図るとともに、地域小規模事業者の多様な支援ニーズに対応していく必要がある。

(2) 事業内容

①(株)日本政策金融公庫石巻支店が主催する「マル経協議会」への出席（年2回）

「マル経協議会」へ出席し、(株)日本政策金融公庫石巻支店・石巻支店管轄地域の商工会・宮城県商工会連合会と情報交換を行い、支援ノウハウを共有するとともに、共通課題に対しての取組み及び解決方法を共有し、相互の支援能力向上を図る。

②地域内金融機関との金融懇談会（年1回）

(株)日本政策金融公庫石巻支店・宮城県信用保証協会石巻支店を含め、(株)七十七銀行矢本支店・石巻信用金庫矢本支店・石巻商工信用組合矢本支店、松島支店の地域内金融機関と地域小規模事業者等支援状況や地域内外の経済動向・金融情勢等について情報交換を行い支援ノウハウの共有を図るとともに、個別では解決できない地域小規模事業者等の課題に対して協調支援を行い地域内の支援体制を強化するため、金融懇談会を開催する。

③専門家等との連携による支援ノウハウの共有と支援能力の向上（年4回）

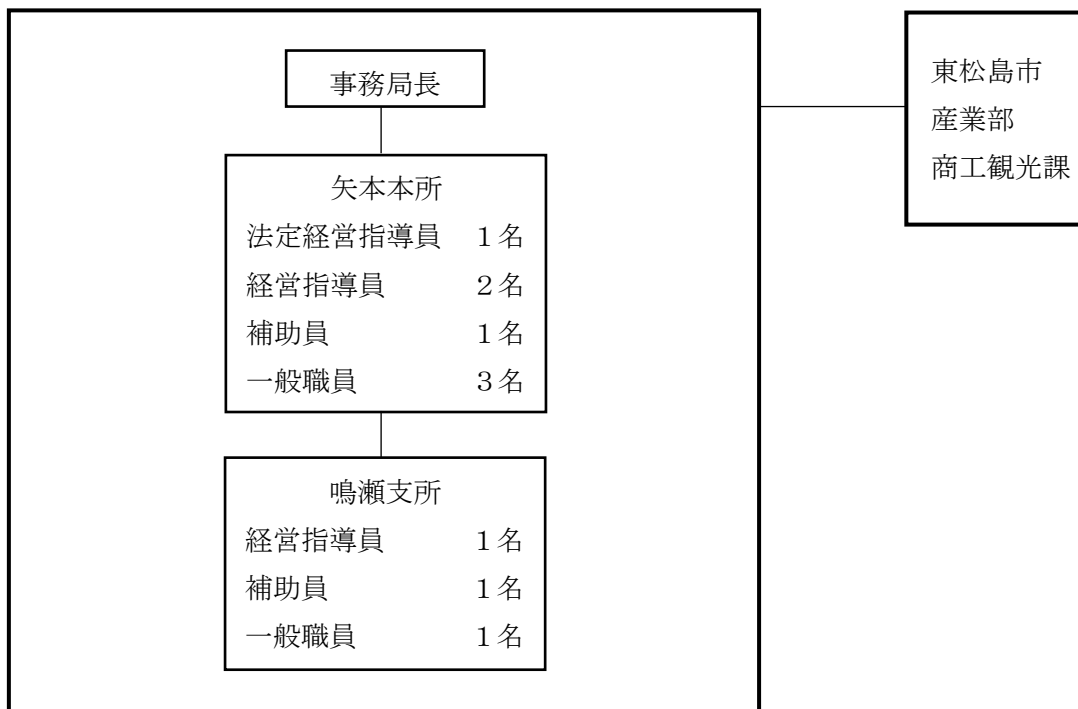
地域小規模事業者が抱える特に専門的な課題に対して、宮城県商工会連合会の専門家派遣事業「エキスパートバンク」やサポーティングリーダー、宮城県よろず支援拠点事業を活用・連携して課題解決に取り組み、支援ノウハウや情報の共有と支援能力の向上を図る。

(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5月現在)

(1) 実施体制(商工会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法定経営指導員の氏名、連絡先

- ・氏 名：高橋 広史
- ・連絡先：東松島市商工会矢本本所 TEL 0225-82-2088

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・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会／関係市町村連絡先

①商工会

〒980-0503

宮城県東松島市矢本字河戸 7 番地

東松島市商工会 矢本本所 経営支援課

TEL:0225-82-2088 / FAX:0225-83-2293

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

②関係市町村

〒981-0303

宮城県東松島市小野字新宮前 5 番地

東松島市 産業部 商工観光課

TEL:0225-82-1111 (内線 2160) / FAX:0225-87-3804

E-mail : syoko@city.higashimatsushima.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 3 年度	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度
必要な資金の額	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
・事業計画作成セミナー	100	100	100	100	100
・事業計画作成個別相談会	100	100	100	100	100
・経営状況分析セミナー	100	100	100	100	100
・創業セミナー	200	200	200	200	200
・創業個別相談会	100	100	100	100	100
・商談会事前セミナー	200	200	200	200	200
・商談会出展補助	400	400	400	400	400
・需要動向調査	200	200	200	200	200
・チラシ作成・折込	400	400	400	400	400

(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、各種手数料収入 国補助金（伴走型補助金）、宮城県補助金、東松島市商工会育成事業補助金、等

(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

[illegible]