経営発達支援計画の概要

実施者名	気仙沼商工会議所　（法人番号　５３７０５０５０００００２４） 宮城県気仙沼市（地方公共団体コード　０４２０５６　　）
実施期間	令和４年４月１日～令和９年３月３１日
目　　標	経営発達支援事業の目標 ①変化する経営環境に対応できる伴走型支援の強化を目指す ②失われた販路の回復・新規開拓への支援強化を目指す ③事業承継・新規創業への支援強化による小規模事業者の維持を目指す ④先を見据えたＤＸ（ＩＴ・デジタル技術の活用）への対応支援を目指す
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 ①景気動向調査の実施　　②ビックデータの活用 ４．需要動向調査に関すること ①個人消費者向けのニーズ調査の実施（産業まつりなどの展示販売イベント） ②バイヤー向けのニーズ調査の実施（三陸気仙沼の求評見本市など） ③観光客向けのニーズ調査（宿泊施設・気仙沼クルーカードを活用） ５．経営状況の分析に関すること ①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催、記帳指導事業者への働きかけ） ②地域経済の動向を踏まえた自社の経営分析を行う。 ６．事業計画策定支援に関すること 経営分析を行った事業者や創業希望者を対象に、地域経済動向や自社分析を踏まえた精度と実現性が高く機動性のある事業計画の策定支援を行う。 ７．事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員等が巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているかを定期的かつ継続的に確認していく。 ８．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 商談会や展示会の開催情報の広報強化と事前準備や事後のアプローチ方法等の技術支援、ＩＴ活用による広報力強化支援により新たな顧客開拓を実現する。
連絡先	気仙沼商工会議所　中小企業振興部 〒９８８－００８４　宮城県気仙沼市八日町２丁目１番１１号 ＴＥＬ　０２２６－２２－４６００　ＦＡＸ　０２２６－２４－３８１７ E-mail：kcci@kesennuma.or.jp 気仙沼市産業部産業戦略課 〒９８８－００８４　宮城県気仙沼市八日町１丁目１番１号 ＴＥＬ　０２２６－２２－６６００（内線５２１）　ＦＡＸ　０２２６－２４－１２２６ E-mail：senryaku@kesennuma.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

①立地と地勢

気仙沼市は、宮城県の北東端に位置し、北は 岩手県陸前高田市、西は岩手県一関市及び宮城県登米市、南は宮城県南三陸町、東は太平洋に面している。

面積は３３２．４４㎢で宮城県内では７番目の広さを有し、市域全体の２３９．９４㎢（７２．１７％）が森林、４７．７９㎢（１４．３７％）が可住地面積となっている。

北上山系の支脈に囲まれ、２級河川の大川、津谷川が西から東へ流れ太平洋へと注いでいる。奥行きの深い気仙沼湾をはじめ、北に広田湾、南に小泉湾を有し、海岸線延長は１２８．７㎞で宮城県全体の１５．５５％を占めている。また、気仙沼湾の湾口には面積８．５１㎢の大島があり、１年を通して波静かな天然の良港になっている。

気候は、海流の影響を受け、夏季は涼しく冬季は積雪がほとんど見られない温暖な地域である。

②沿　　革

気仙沼市の漁船漁業は、世界三大漁場と言われる三陸沖の好漁場を控え、古くは１６世紀後半から漁業が営まれ、江戸末期には小型漁船によって、カツオ、マグロ、イカ漁が漁業の中心であったと伝えられ、明治３０年から４０年代にかけて動力漁船が出現し、全国屈指の遠洋、沖合漁業の基地として栄えてきた。

天然の良港である気仙沼港は、船籍数、乗組員数ともに多くを有する全国有数の港であり、水産業は基幹産業として市経済の重要な位置を占めており、漁港機能に関連して水産加工業、製氷冷凍業、造船・舶用工業等の関連産業も発展してきた。

本市は、三陸復興国立公園・海域公園や県立自然公園の指定を受けるリアス海岸の魅力ある景勝地に加え、日本有数の水産都市として新鮮な魚介類が豊富であることと、特有の地形から海山両方の幸に恵まれ、国内初の「スローフード都市」を宣言し、「食」も重要な観光資源に位置付けるとともに、自然や産業を活かした体験学習等の誘客に取組んできた。

平成２３年３月１１日に発生した東日本大震災により、当市では死者・行方不明者１，３５５名、住宅被災棟数１５，８１５棟、被災世帯９，５００世帯に及ぶ未曽有の被害を受けた。

当所の当時の１，４８０会員事業所の１，３１９事業所（８９．１％）が被災した。ち事業用資産建物の全壊、半壊・一部損壊の被害を受けた事業者数は９０２事業所であった。

その後、国、県、市の指導のもとに各種施策を活用し、店舗や工場等を復旧し事業を再開したが、震災前の売上まで回復していない事業者が多く、ハード面では復旧を果たしたものの復興まで至っていないのが現状である。

さらに令和２年１月に国内で感染が確認された新型コロナウイルスの全国感染拡大により東日本大震災からの復興に水を差す形になっている。

気仙沼市の変遷

気仙沼市は、平成１８年３月３１日に気仙沼市と唐桑町の新設合併により誕生し、平成２１年９月１日に本吉町を編入し、現在に至っている。

気仙沼商工会議所と本吉唐桑商工会の管轄区域について

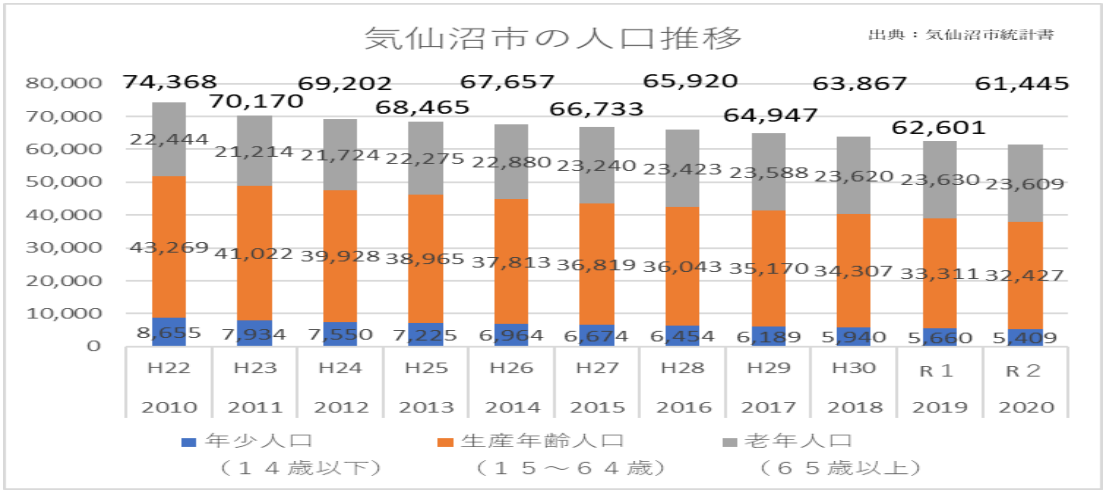
気仙沼商工会議所は平成１８年３月３１日の新設合併前の旧気仙沼市（気仙沼地域）を管轄区域とし、本吉唐桑商工会は唐桑地域及び本吉地域を管轄区域としている。

③人口推移

気仙沼市全体の人口は昭和５５年の９２，２４６人（国勢調査数値：旧気仙沼市、旧唐桑町、旧本吉町の合計）をピークに減少している。令和２年末時点では６１，４４５人とピーク時から３０，８０１人（減少率３２．６％）減少した。

気仙沼商工会議所管轄区域である旧気仙沼市の人口は、令和２年末時点の４６，１９１人と昭和５５年のピーク時の６８，５５１人から２２，３６０人（減少率３２．６％）減少した。

また、東日本大震災前の気仙沼市全体の人口を平成２２年末と令和２年末を比較すると１２，９２３人（減少率１７．３％）減少している。 旧気仙沼市の人口を、平成２２年末と令和２年末を比較すると９，４０９人（減少率１６．９％）減少した。



気仙沼市人口の推移

出典：気仙沼市統計書

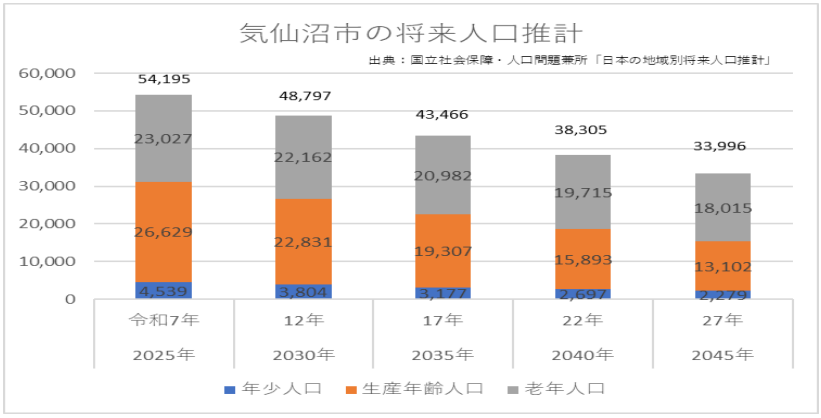
			住民基本台帳（各年１２月３１日）				総人口に占める割合		
			人　口	年少人口（１４歳以下）	生産年齢人口（１５～６４歳）	老年人口（６５歳以上）	年少人口割合	生産年齢人口割合	老年人口割合
2010	H22	気仙沼市全体	74,368	8,655	43,269	22,444	11.6%	58.2%	30.2%
		旧気仙沼市	55,600	6,602	32,434	16,564	11.9%	58.3%	29.8%
2011	H23	気仙沼市全体	70,170	7,934	41,022	21,214	11.3%	58.5%	30.2%
		旧気仙沼市	52,236	6,021	30,559	15,656	11.5%	58.5%	30.0%
2012	H24	気仙沼市全体	69,202	7,550	39,928	21,724	10.9%	57.7%	31.4%
		旧気仙沼市	51,519	5,721	29,745	16,053	11.1%	57.7%	31.2%
2013	H25	気仙沼市全体	68,465	7,225	38,965	22,275	10.6%	56.9%	32.5%
		旧気仙沼市	50,982	5,465	29,047	16,470	10.7%	57.0%	32.3%
2014	H26	気仙沼市全体	67,657	6,964	37,813	22,880	10.3%	55.9%	33.8%
		旧気仙沼市	50,472	5,263	28,256	16,953	10.4%	56.0%	33.6%
2015	H27	気仙沼市全体	66,733	6,674	36,819	23,240	10.0%	55.2%	34.8%
		旧気仙沼市	49,815	5,034	27,541	17,240	10.1%	55.3%	34.6%
2016	H28	気仙沼市全体	65,920	6,454	36,043	23,423	9.8%	54.7%	35.5%
		旧気仙沼市	49,284	4,837	27,029	17,418	9.8%	54.8%	35.3%
2017	H29	気仙沼市全体	64,947	6,189	35,170	23,588	9.5%	54.2%	36.3%
		旧気仙沼市	48,678	4,656	26,482	17,540	9.6%	54.4%	36.0%
2018	H30	気仙沼市全体	63,867	5,940	34,307	23,620	9.3%	53.7%	37.0%
		旧気仙沼市	47,962	4,484	25,936	17,542	9.3%	54.1%	36.6%
2019	R1	気仙沼市全体	62,601	5,660	33,311	23,630	9.0%	53.2%	37.7%
		旧気仙沼市	47,020	4,262	25,245	17,513	9.1%	53.7%	37.2%
2020	R2	気仙沼市全体	61,445	5,409	32,427	23,609	8.8%	52.8%	38.4%
		旧気仙沼市	46,191	4,103	24,621	17,467	8.9%	53.3%	37.8%

令和２年１２月末の年齢三区分を見ると、年少人口５，４０９人、生産年齢人口３２，４２７人、老年人口２３，６０９人であり、総人口に占める割合は、それぞれ８．８%、５２．８%、３８．４%となっている。これを平成２２年末と比較すると、年少人口は３，２４６人（▲３７．５%）の減少、生産年齢人口は１０，８４２人（▲２５．０%）の減少、老齢人口は１，１６５人（５．１９%）増加している。

同じように旧気仙沼市の令和２年１２月末の年齢三区分を見ると、年少人口４，１０３人、生産年齢人口２４，６２１人、老年人口１７，４６７人であり、総人口に占める割合は、それぞれ８．９%、５３．３%、３７．８%となっている。これを平成２２年末と比較すると、年少人口は２，４９９人（▲３７．５%）の減少、生産年齢人口は７，８１３人（▲２４．０%）の減少、老齢人口は９０３人（５．４%）増加している。

気仙沼市全体の将来人口推計は、国立社会保障・人口問題研究所の推計２０１８（平成３０）年推計）によると、人口は２０３０（令和１２）年には４８，７９７人、２０４０（令和２２）年 には３８，０３５人に減少するとされている。

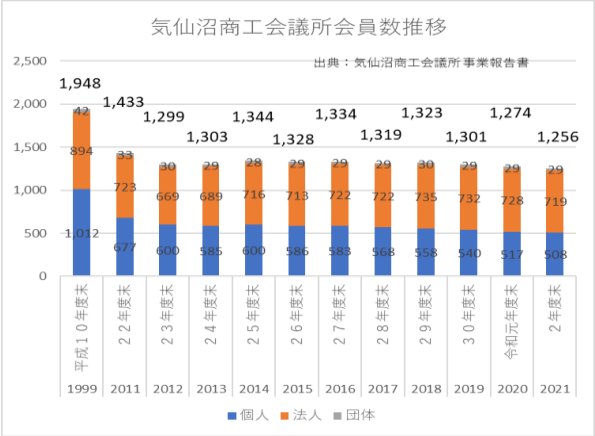
また、２０３５（令和１７）年には、老年人口（２０，９８２人）が生産者年齢人口（１９，３０７人）を上回るとされている。



④会員推移

気仙沼商工会議所の会員数は、平成１０年度末の１，９４８事業所がピーク、東日本大震災の平成２２年度末は１，４３３事業所（※1）、平成２３年度末は１，２９９事業所と大きく減少した。

令和２年度末の会員数は、１，２５６事業所で、平成１０年度末のピークと比べ６９２事業所減少、東日本大震災前と比べ１７７事業所減少、令和元年末と比べ１８事業所減少している。



※1　東日本大震災（発災日：平成２３年３月１１日）による被害等を理由に廃業した事業所の退会は含まれていない。

気 仙 沼 商 工 会 議 所 会 員 推 移

出典：気仙沼商工会議所　事業報告書

	個人	法人	団体	合計	ピーク比	大震災前比	前年比
平成１０年度末	1,012	894	42	1,948	―	―	―
平成２２年度末	677	723	33	1,433	▲ 515	―	―
平成２３年度末	600	669	30	1,299	▲ 649	▲ 134	▲ 134
平成２４年度末	585	689	29	1,303	▲ 645	▲ 130	4
平成２５年度末	600	716	28	1,344	▲ 604	▲ 89	41
平成２６年度末	586	713	29	1,328	▲ 620	▲ 105	▲ 16
平成２７年度末	583	722	29	1,334	▲ 614	▲ 99	6
平成２８年度末	568	722	29	1,319	▲ 629	▲ 114	▲ 15
平成２９年度末	558	735	30	1,323	▲ 625	▲ 110	4
平成３０年度末	540	732	29	1,301	▲ 647	▲ 132	▲ 22
令和元年度末	517	728	29	1,274	▲ 674	▲ 159	▲ 27
令和２年度末	508	719	29	1,256	▲ 692	▲ 177	▲ 18

⑤産業の推移

商工業者数と小規模事業者数

気仙沼商工会議所管轄区域内の商工業者数と小規模事業者数は、平成２３年３月１１日に発生した東日本大震災の前後で比較すると、平成２１年の商工業者数は３，５８１社、小規模事業者２，９０５社であったのに対し、平成２６年の商工業者数は１，５７２者、小規模事業者数１，２４６社と大幅な減少となった。

気仙沼商工会議所　商工業者数・小規模事業者数の推移

出典：宮城県経済商工観光部商工金融課資料

	2009	2012	2014	2016
	平成21年	平成24年	平成26年	平成28年
商工業者数 （気仙沼商工会議所管轄地区）	3,581	3,508	1,572	1,572
小規模事業者数 （気仙沼商工会議所管轄地区）	2,905	2,983	1,246	1,246

気仙沼市の産業別事業者数

気仙沼市の産業別事業所数（気仙沼市全体）の推移は、東日本大震災の前後を比較すると、平成２１年では３，９４９社であったのに対し、平成２４年では２，１３１社（５３．９６％）まで減少し、平成２６年では２，９４４社（７４．５５％）、直近の平成２８年では２，８６９社（７２．６５％）まで回復した。

産業別で見ると、平成２１年で最も多かった「卸売・小売業」（１，２２２社：産業構成比３０．９４％）は、平成２４年には６３８社（同２９．９４％）、平成２６年には８３０社（同２８．１９％）、平成２８年には８００社（同２７．８８％）と、東日本大震災以降、事業者数は増加してはいるものの、産業構成比は低下傾向にある。

次いで多い「宿泊・飲食サービス業」も、平成２１年で５１４社（１３．０２％）だったが、平成２４年で１８４社（８．６３％）、平成２６年で３３４社（同１１．３５％）、平成２８年で３５３社（同１２．３０％）と、同様に事業者数は増加を示すものの、産業構成比は震災前と比べ低い水準で推移している。

平成２１年度比率で見ると、平成２８年で増加した業種は「電気・ガス・熱供給・水道業」「学術研究、専門・技術サービス業」「医療・福祉」で増加が見られたが、その他の業種では増加は見られなかった。

気仙沼市産業（大分類）別事業所数推移

	2009		2012		2014		2016		平成24年	平成28年
	平成21年		平成24年		平成26年		平成28年			
	事業所数	産業構成比	事業所数	産業構成比	事業所数	産業構成比	事業所数	産業構成比	対H21年比	
産業別事業所数（気仙沼市全体）	3,949	100.00%	2,131	100.00%	2,944	100.00%	2,869	100.00%	53.96%	72.65%
農林漁業	42	1.06%	17	0.80%	32	1.09%	30	1.05%	40.48%	71.43%
鉱業・採石業・砂利採取業	1	0.03%	1	0.05%	1	0.03%	1	0.03%	100.00%	100.00%
建設業	356	9.01%	234	10.98%	313	10.63%	305	10.63%	65.73%	85.67%
製造業	326	8.26%	174	8.17%	246	8.36%	252	8.78%	53.37%	77.30%
電気・ガス・熱供給・水道業	2	0.05%	1	0.05%	2	0.07%	4	0.14%	50.00%	200.00%
情報通信業	17	0.43%	12	0.56%	14	0.48%	12	0.42%	70.59%	70.59%
運輸業・郵便業	90	2.28%	53	2.49%	69	2.34%	63	2.20%	58.89%	70.00%
卸売・小売業	1,222	30.94%	638	29.94%	830	28.19%	800	27.88%	52.21%	65.47%
金融・保険業	65	1.65%	53	2.49%	57	1.94%	51	1.78%	81.54%	78.46%
不動産業・物品賃貸業	371	9.39%	132	6.19%	213	7.24%	184	6.41%	35.58%	49.60%
学術研究、専門・技術サービス業	73	1.85%	45	2.11%	74	2.51%	77	2.68%	61.64%	105.48%
宿泊業・飲食サービス業	514	13.02%	184	8.63%	334	11.35%	353	12.30%	35.80%	68.68%
生活関連サービス業・娯楽業	403	10.21%	243	11.40%	282	9.58%	280	9.76%	60.30%	69.48%
教育、学習支援業	92	2.33%	49	2.30%	63	2.14%	60	2.09%	53.26%	65.22%
医療、福祉	146	3.70%	118	5.54%	185	6.28%	186	6.48%	80.82%	127.40%
複合サービス事業	30	0.76%	28	1.31%	30	1.02%	28	0.98%	93.33%	93.33%
サービス業（他に分類されないもの）	199	5.04%	149	6.99%	199	6.76%	183	6.38%	74.87%	91.96%

資料：総務省統計局　「経済センサス基礎調査結果」　「事業所・企業統計調査結果」　「経済センサス活動調査」

ア）全産業の現状

東日本大震災により沿岸部をはじめとした当地域の商工業者は壊滅的な打撃を受けた。被災した商工業者は、中小企業等グループ補助金、県の単独補助金等を活用しながら懸命に復興を目指し努力を重ねている。しかし、復旧までの間に失われた販路、人口の減少、購買意欲の低下、深刻な労働力不足、後継者難など様々な問題がある。

こうした課題の解決に向けて、マーケティング思考に基づいた商品の開発、プロモーション能力やノウハウの構築、当地域ならではの価値を効果的に打ち出していくための複合的な戦略とそれを担う人材への投資、機能的な商店街の形成や事業者それぞれの商品・サービスのレベルアップが求められている。

加えて、新型コロナウイルス感染症の影響により当地域においても消費低迷・売上減少が顕著となり、経済活動の縮小が見られるなど、状況は厳しさを増している。

★人口および商工業者数の減少について

人口減少による労働力不足は、人手不足の影響による事業者数をさらに減少させ、加えて新産業・新事業が生まれにくい状況をつくり、就職先が減少するため、更なる人材の流出が加速化するとされている。

さらに、農林水産業の担い手不足によって、地場産業が衰退するだけでなく、過疎化の進展や集落機能の更なる低下につながるとされている。人口減少を食い止めることは喫緊の課題である。

イ）水産業の現状と課題

【現状】

・ 本市は、遠洋・沖合漁業の拠点地として全国屈指の水揚高を誇るとともに、沿岸域では養殖漁業や定置網漁業、小型漁船漁業が営まれており、水産漁業を基幹産業として発展し、環境の変化などによる魚種の変化、外国人労働者への依存が多くなってきている。

・ 気仙沼市魚市場の水揚げ量は、１９７８（昭和５３）年の１５万９千トン、水揚げ金額は１９８２（昭和５７）年の３６９億をピークに相次ぐ減船や国際規制の強化、資源の減少、魚離れなどにより、２０２０（令和２）年には７万１千トン、１７３億円といずれもピーク時の半分以下となっている。

・ 水産加工品生産額は、１９９３（平成５）年の６７９億円をピークに減少し、２０１９（令和元）年には３８３億円とピーク時の約半分になっており、未だ震災前の水準には回復していない状況である。

【課題】

・ 漁船漁業の現場では、気仙沼港を基地とする遠洋・沖合漁船数が魚市場の水揚げ以上に減少しており、加えて、漁船の高船齢化、就業者の減少と高齢化が進行しており、代船の建造や新たな就業者の確保が課題になっている。

ウ）観光業の現状と課題

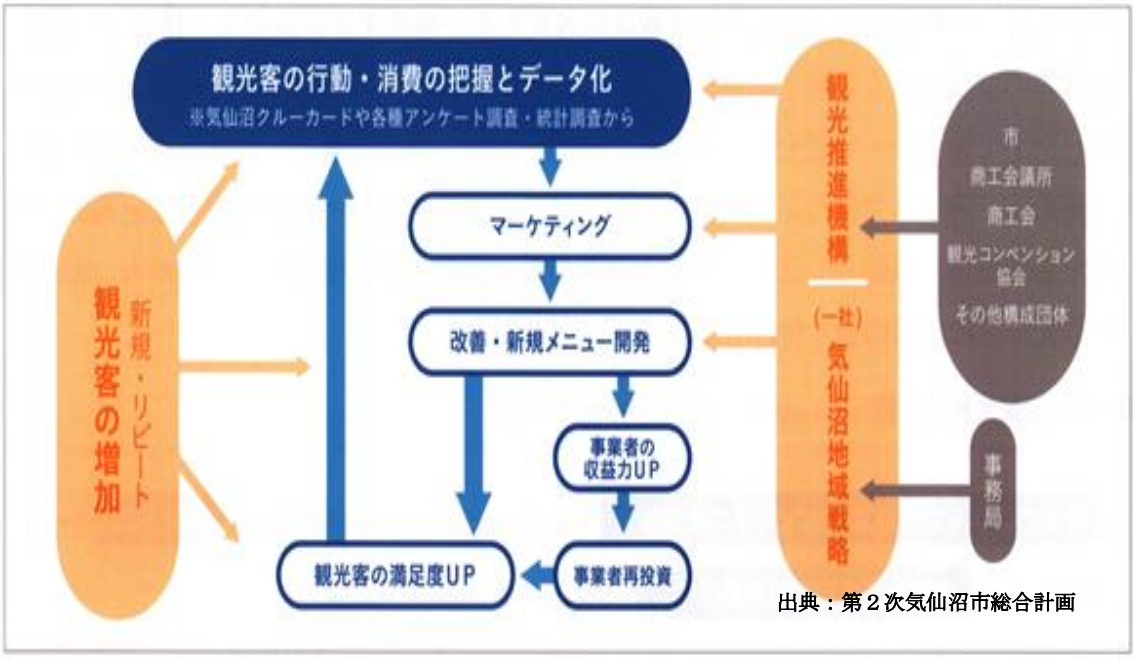
【現状】

・ ２０１５（平成２７）年度に、国の地方創生において「DMO」（観光地域づくり法人）の考え方が提起され、同年１２月より本市も検討を開始し、２０１６（平成２８）年３月にスイス・ツェルマットを視察し、情報の一元管理とマーケティングの徹底、これに基づく顧客の囲い込み、関係者が一堂に会しての観光戦略の意思決定の仕組み等を学び、この重要性を深く意識したことで、「気仙沼版DMO構想」について関係団体と協議を重ね、２０１７（平成２９）年４月に「気仙沼観光推進機構」を設立した。

・　「気仙沼観光推進機構」は、気仙沼市、（一社）気仙沼観光コンベンション協会、（一社）気仙沼地域戦略、本吉唐桑商工会、当所の各代表者構成する幹事会を主体とし、農協、漁協等の関係団体も参画する団体で、この枠組みの下、各関係団体の役割分担を明確にした上で重要テーマ部会と主管団体を定め、市民、関係事業者、各種団体等の多様な参画の下、各テーマについて検討し実行している。

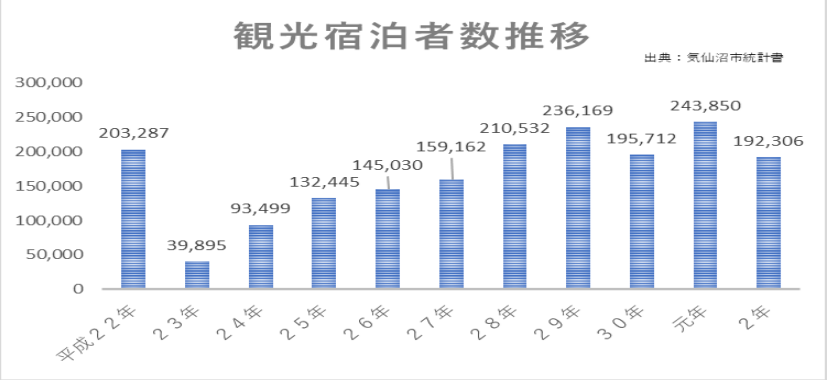
・　観光誘客の土台となるマーケティングについては、観光客アンケートや宿泊動向、物販施設利用者数等の各種統計表と気仙沼クルーカード導入実証を組合わせたデータの収集・分析・編集を行い、これに基づき、気仙沼観光推進機構としての「観光施策の意思決定」につなげている。

出典：第２次気仙沼市総合計画



出典：第２次気仙沼市総合計画

・　復興の進展に加え、三陸沿岸道路の延伸や東日本大震災遺構・伝承館のオープン、気仙沼大島大橋の開通効果等もあり２０１９（令和元）年の観光客入込数は２，４９８，７００人で２０１０（平成２２）年は２，５４０，５８９人と９８．２％まで、宿泊者数は復興特需が終わりを迎えているが、これを除いた観光・ビジネス宿泊数は２０２０（令和２）年は１９２，３０６人で２０１０（平成２２）年は２０３，２８７人と９４．６％まで回復を見せているが、昨今の新型コロナウイルス感染症の影響により、入込数・宿泊者数とも減少を見せている。



【課題】

・　ポストコロナを念頭に置いた新たなコンテンツ開発やインフラ整備、インバウンド推進に向けた仕組み等に取組む必要がある。

・　道の駅「大谷海岸」のグランドオープン、気仙沼湾横断橋を含む三陸沿岸道路の全線開通、２０２１（令和３）年度前期のＮＨＫ連続テレビ小説「おかえりモネ」のメインロケ地の一つとして本市が舞台となったことは千載一遇の好機でありその効果を最大限に活かすための取組が必要である。

・　２０１９（平成３１）年４月７日に気仙沼大島大橋が開通し、その年の大島の来訪者は前年比７２１％の６７５，６００人（前年９３，７００人）と劇的に増加したが、一方で亀山山頂来訪者は大島来訪者の１割にも満たず、山頂へのアクセス手段の確立が必要である。国立公園屈指の観光資源を有していながら、来訪者への満足度の高いサービス提供ができていない現状が極めて重要な課題である。

参考

大島について　　【第２次気仙沼市総合計画 基本構想（改定）・後期基本計画より】

大島は「気仙沼湾に浮かぶ緑の真珠」と称えられ、標高２３５ｍの亀山山頂からの３６０度の大パノラマは、 三陸復興国立公園を形成するリアス海岸の地形、世界三大漁場の三陸沖、北上山系の豊かな森と気仙沼湾の海産物を育む養分を注ぐ大川、山に囲まれた湖面のような大島唐桑瀬戸、大島大橋・気仙沼湾横断橋の壮観な姿、満天の星空等の多彩な趣きを堪能できる国立公園屈指の絶景である。震災前は「市営亀山リフト」で山頂手前まで行くことができていたが、震災津波と関連火災に見舞われ同リフトは撤去を余儀なくされ、復興交付金等の対象外とされたことで再建ができず、現状のアクセス手段は主には市が中腹に新たに整備した駐車場から徒歩で向かうか、土日祝日に市が運行する シャトルバスに限られている。亀山山頂へのアクセス手段としては、バス・自動車等では限界があり、 大量輸送に優れるリフト等の索道整備が望ましい。

エ）商業の現状と課題

【現状】

・　人口減少や少子高齢化の進行、消費者ニーズやライフスタイルの変化などにより、各地域に形成された既存の商店街や地域に密着して立地する中小の商店を取り巻く環境は厳しい状況にある。

【課題】

・　被災地区における土地の嵩上げ等の基盤整備の進捗により、商店街を再生するなどの事業者の自助努力が続いており、震災により変化した商圏や消費者ニーズの多様化に対応した商店街の形成が求められてきている。

　また、小売の販路自体の多様化ニーズもあり、ＥＣサイトの構築や、クレジットや電子マネーへの対応といった、ＤＸへの取組が必要となってきている。

オ）製造業の現状と課題

【現状】

・　本市は、水産業が基幹産業であり、製造業に占める食料品製造業の割合が高く、また食料品製造業に占める水産加工業の割合が高い特徴がある。震災前と比べ、事業所数・従業者数・製造品出荷額のいずれも回復傾向にあるものの、未だ震災前の水準には及んでいない状況にある。

【課題】

・　被災事業者の中には、早期に再建を果たし、展示商談会や物産展等への参加による販路回復・拡大、新分野への展開、新商品開発等に積極的に取組む事業者がいる一方で、まだ、本格再建に至らず、震災により失われた販路・売上の確保が課題となっている事業者もいることから、各事業者の状況やニーズに対応した支援を継続していく必要がある。

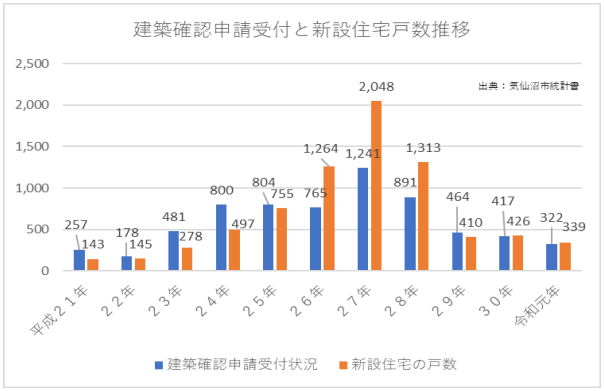
・　展示商談会や物産展などでのニーズ把握のため、ビックデータの活用やマーケティングを行い、経営の高度化を目指す必要がある。

・　造船関連産業においては、震災により施設設備に被害を受けた造船業者が、造船業の高度・集約化を図り、新会社を立ち上げたことから、漁船はもとより実習船建造など、幅広い事業展開を目標に、関連産業とともに水産クラスターとしての深化を目指す必要性がある。

カ）建設業の現状と課題

【現状】

・　震災復興関連工事も平成２７年度頃をピークに年々受注の減少が始まり、現在では、大手企業や他地区との入札案件の競争の激化、人口減少による人手不足問題、請負単価の低下・上昇難、下請け業者の確保難、資材・材料価格の上昇などの経営上の問題が上がってきている。



【課題】

・　震災復興関連工事も一段落した状況、民間需要、官公需用の停滞が大きな経営上の問題点で、これについての解決策は見いだせない状況である。

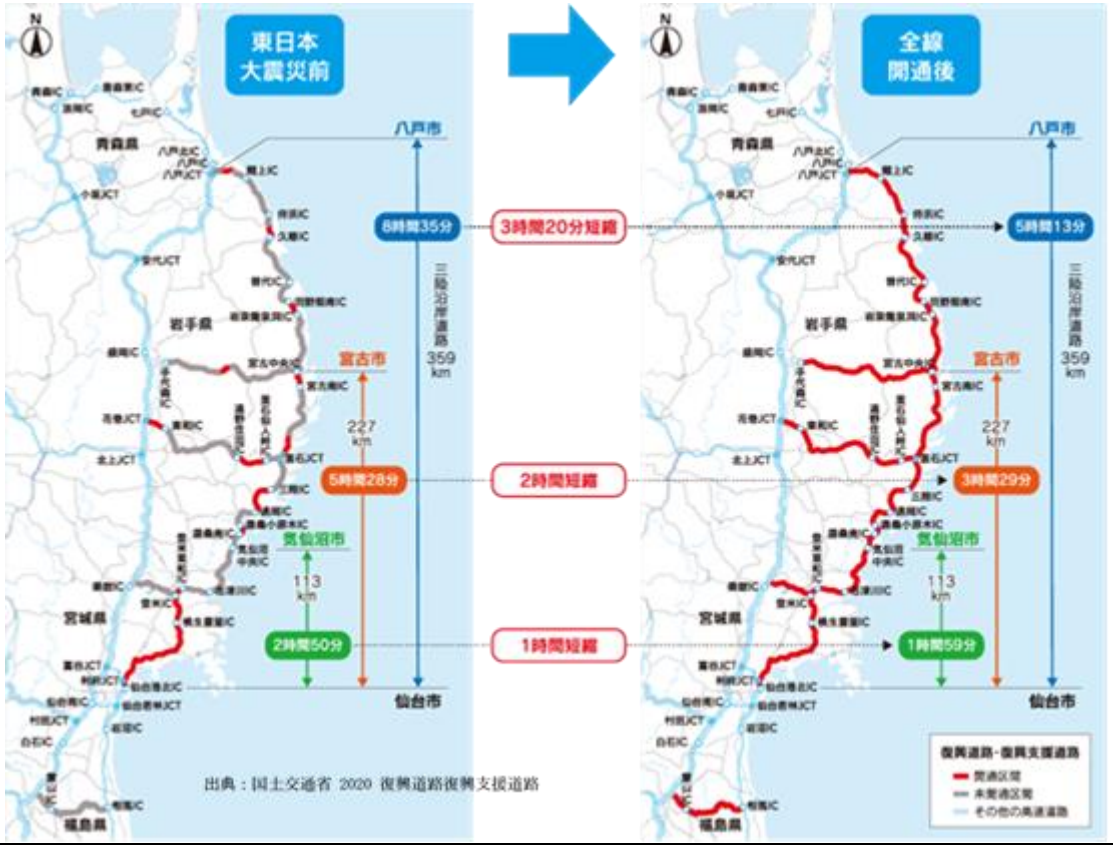
　また、高齢化による技術伝承が問題となっており、溶接や加工技術といった、現場で伝承される技術が途絶えようとしているため、早急な人材不足への対応が求められる。

⑥交　　通

気仙沼地域の交通体系は、東日本大震災により大きく変貌した。

震災の大津波の被害により、ＪＲ気仙沼線は気仙沼駅から柳津駅間が鉄路での復旧ではなく、ＢＲＴ（バス高速輸送システム）での運行、ＪＲ大船渡線は、気仙沼駅から盛駅までの区間も気仙沼線同様にＢＲＴ運行に代わった。

道路網については、復興道路として位置づけられる「三陸沿岸道路（仙台から八戸：３５９ｋｍ）」の一部を残し開通し、気仙沼地域から南は石巻・仙台、北は大船渡、釜石、宮古、久慈、八戸への道路アクセスが飛躍的に向上した。また三陸沿岸道路を経由して釜石ＪＣＴから「東北横断自動車道釜石秋田線（釜石から花巻：８０ｋｍ）」の開通で岩手県内陸部の花巻・北上・盛岡へのアクセスも向上した



⑦特　産　品

サメ・フカヒレ

気仙沼はヨシキリザメやネズミザメ（モウカザメ）を中心としたサメの水揚げが日本一、中華料理の高級食材として珍重されるフカヒレの生産量も日本屈指を誇る。サメは利用価値が非常に高く、ふわふわとした食感のあるサメ肉は主に練り製品に、ヒレは気仙沼を代表する全国ブランド「フカヒレ」に、肉から剥いだ革はサメ革製品に、余すところなく利用される。

フカヒレの天日干し

カツオ

気仙沼は生鮮カツオの水揚げ連続日本一を誇り、カツオは市の魚として市民に愛されている。春に北上した群れが秋に南下し、脂がのったカツオは「戻りカツオ」と呼ばれ、マグロに優るとも劣らない美味しさと評判。

カツオの水揚げ風景

サンマ

秋の味覚を象徴する「サンマ」は、カツオと並び気仙沼を代表する魚となっている。サンマといえば塩焼きのイメージが強いが、気仙沼港に水揚げされるサンマは鮮度が良く、地元では刺身やたたきにして食べられている。その他にも、すり身や開き、煮付けなど、様々な料理方法がある。

サンマの水揚げ風景

メカジキ

長く突き出した吻（ふん）が印象的なメカジキは、気仙沼が水揚げ量日本一を誇り、古くから地元に愛される気仙沼の味覚。冬に旬を迎え、上品な脂を含んだ肉質を特徴とするほか、身・ハーモニカ・カマなど部位ごとに違ったおいしさがある。刺身のほか、ステーキ、香草焼き、煮つけ、しゃぶしゃぶ、カレー、揚げ物などレシピも豊富。

メカジキの水揚げ風景

マグロ

マグロは世界の温・熱帯の海域に分布し、その種類も多く、気仙沼港にはクロマグロ、メバチ、ビンナガ、キハダ等が水揚げされる。鮮度が命の生マグロの刺身は赤身、中トロ、大トロと違った味わいが堪能できる。

マグロの入札前風景

ホ ヤ

ホヤはごつごつとした凸凹のある形状から「海のパイナップル」と呼ばれている。柔らかい食感と独特の風味が特徴で、栄養豊富な珍味。地元にとってなじみ深い海産物であり、市公式観光キャラクター「ホヤぼーや」としても愛されている。

ホ　ヤ

カキ（牡蠣）

「森は海の恋人」で有名な気仙沼産のカキは、緑豊かな森の養分が川からリアス海岸に注ぎ込み、新鮮でミネラルが豊富。10 月から 5 月にかけて収穫されるカキは、味が濃厚で生はもちろん、鍋にして良し、フライにして良しと様々な料理方法がある。

殻付きカキ

マンボウ

気仙沼の近海で突きん棒や定置網で春から夏にかけて漁獲されるマンボウ。肉は白くて柔らかく、シャキシャキとした食感が楽しめ酢味噌で食べるのが気仙沼流。

マンボウの刺身

ワカメ

気仙沼湾の浅海で養殖されているワカメは、味・色とも良く、近年、ミネラルが豊富な健康食として人気。

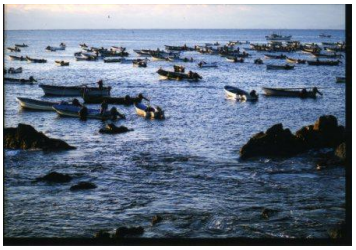
ワカメには、いったん煮あげたものに塩を加えた「塩蔵ワカメ」と、天日乾しにした「乾燥ワカメ」の２種類がある。

ワカメの作業風景

アワビ・ウニ

三陸の磯の恵みを代表する食材として「アワビ」と「ウニ」があり、「開口」と呼ばれる特定日に朝早くから漁師達が小船で漁を行う。

鮮度と風味が良く、生で食べるのが一般的だが、当地域ではアワビ御飯、ウニ御飯として食べることもある。



アワビ漁の風景

気仙沼ホルモン（豚肉）

気仙沼ホルモンは部位ごとに焼くのではなく、白モツや赤モツを混ぜ合わせ、味噌ニンニクで味付けしたものを七輪で焼き上げ、ウスターソースをかけた千切りキャベツを一緒に食べるのが気仙沼スタイル。

古くは漁船漁業者の船上でのビタミン不足を補うため、価格の安いホルモンが食べられたという歴史がある。

上記、特産品を活用し卓越した技術で加工された水産加工品等は、気仙沼が誇る名産品。

（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

気仙沼市の全体人口は昭和５５年の９２，２４６人（国勢調査数値：旧気仙沼市、旧唐桑町、旧本吉町の合計）をピークに減少をしている。震災直後の平成２３年に７０，１７０人だった人口が１０年後の令和２年においては６１，４４５人と１２．４％が減少している。また、これから約１０年後の令和１２年にはさらに２０．５％減少し４８，７９７人と予測されている。（国立社会保障・人口問題研究所の推計）

その上、人口に占める高齢者の割合もますます高くなり、年少人口の割合、生産年齢人口の割合が減少すると予測されている。

このような状況下、震災から１０年が経過し、中心街区の整備や道路等のインフラ整備がほぼ完了した今後は、前述した少子高齢化・生産年齢人口の減少により地域経済が縮小していく問題、新型コロナウイルス感染症がもたらした新しい生活様式による消費者の買物意識変化や購買行動の変化への対応など、小規模事業者の経営が持続できるよう、これらの課題解決の支援をしていくことが重要である。

そのためには、小規模事業者個々の経営分析、事業計画策定支援等による事業の発展を基本とし、当市の基幹産業である水産業、それに付随した水産加工品をはじめとした地元物産のブランド化、観光業では、観光客等の交流人口を増加させることが必要である。

また、小規模事業者にとっては大きな課題である後継者問題及び事業承継については関係機関と連携を密にし、事業承継問題のほか、Ｕ・Ｉ・Ｊターンの方々の就職、創業についても積極的に支援を行う必要がある。

②気仙沼市総合計画との連動性・整合性

気仙沼市は、２０１７（平成２９）年度に策定した第２次気仙沼市総合計画の基本構想（２０１７（平成２９）年度から２０２６（令和８）年度までの１０年間）を、人口減少や人口構造など、社会環境の変化に的確に対応するため改定した。

また改定に併せて、２０２１（令和３）年度からの６年間で取り組むべき方向性を示す後期基本計画が策定された。

後期基本計画における重点施策は下記の４施策となっている。

○復興・創生の推進
○持続可能な社会の構築
○ローカルＤＸ（デジタルトランスフォーメーション）の推進
○市民が主役のまちづくり

産業分野での基本目標は「地域の魅力を磨き，全国・全世界とつながり，挑戦し続ける産業のまち」とされ基本施策は以下の３分類１１施策となっている。

●地場産業や地元企業の競争力を強化し，市場を海外にも求め，持続可能な地域経済を構築します。
○基幹産業として水産業の振興
○農業の振興
○林業の振興
○商工業・サービス業の振興
○地域経済循環の強化（ローカルファースト）

●市内外の力を結集し，新たな産業と挑戦する人材を創出します。
○産業の多様化，起業・創業支援と企業誘致の推進
○雇用の安定と労働環境の充実
○産業振興に向けた外国人材の積極的活用
○国際リニアコライダー等を契機とした産業振興

●世界に開かれた観光・交流都市を実現します。
○観光振興に向けたＤＭＯの推進
○地域間交流・国際交流の推進

少子高齢化、生産性人口の減少、人口流出など経営環境が厳しい状況下、平成３１年３月に経済状況変化に対応する企業の発展を支援し、経済活動の活性化と雇用情勢の安定化により疲弊の進む地域に活力を取り戻すことを目的に「気仙沼市中小企業・小規模企業振興基本条例」が施行され、当所は気仙沼市と連携しながら各種施策を実施してきた。

地域経済を支えている小規模事業者が持続的に発展するためには、自社をよく把握し、その強みを活かした高付加価値を生み出せることが重要であり、当所としても、地域が持続的に発展する支援を計画している。

小規模事業者の事業計画策定とその実行による売上の増加・利益の確保に向けた支援や販路開拓支援、事業承継支援、金融支援、生産性向上等、伴走型の経営支援を行うことで、地元企業の競争力強化と持続的な地域経済構築を促進すると共に、産業連関表を活用した地域内経済循環を図り経営強化を図る取組みである。

具体的には、個々の事業者支援として、事業者と共に課題解決につながる伴走型支援の強化、経営計画の策定など事業者ニーズの高いセミナーの開催、高度な相談内容に向けて専門家・金融機関及び公的機関と連携し、小規模事業者の経営力強化を図る取組である。
また、新型コロナウイルス感染症による外出自粛等、経営環境が時勢により変化しても目指すべき方向性をしっかりと把握し、事業を継続させることが出来る強靭な経営基盤をつくれるよう支援を行う取組である。

③商工会議所としての役割

当所では地域に密着した地域総合経済団体として、中小企業者・小規模事業者の意見や要望を集約し関係機関に働きかける一方、小規模事業者の経営改善普及事業（経営・金融・税務・記帳・労働など）を中心にした巡回・窓口指導を中心に支援を行ってきた。具体的には記帳指導を通じた決算相談等の税務支援、労働保険等の手続、マル経資金を通じた金融支援等、経営指導員が個別に行ってきた。
これらの事業を通じて、経営課題改善の意欲が高い事業者や、事業進展性の高い事業者を見極め、経営分析支援、事業計画策定支援やフォローアップを行い、地域の核となる企業や牽引する人材の発掘育成を行う役割を担い、もって地域経済の持続的な発展を目指していた。
気仙沼市経済は、復興・創生期間の終了や人口減少に伴う地域経済の縮小が懸念されることから、これまで以上にローカルファーストを基軸とした地域経済循環の施策を推し進める必要がある。
今後は、産業連関表の分析・活用や消費動向調査など、さらなる地域経済の実態調査に努めながら、中小企業・小規模事業者が本市産業のあるべき姿や市全体の経済構造に係る重要な役目があることを認識することで、持続可能な地域経済の実現を目指す。さらに、中小企業・小規模事業者の生き残りをかけた自己変革の有効な手段であるデジタル化を促進し、デジタル活用による業態転換、ＥＣを通じた売上拡大、クラウド会計による業務効率化など、経営のデジタル化を強力に進めていかなければならず、ローカルＤＸ（デジタルトランスフォーメーション）を達成するためにも、官民一体となって取組まなければならない。
併せて、企業の稼ぐ力を掘り起こすことが重要であることから、事業者の自助努力を促しながら、商品開発・販路開拓など、新しい産業支援の体制を構築するため、「気仙沼ビジネスサポートセンター（気仙沼ビズ）」と連携しながら伴走支援を実施していく。
加えて、コロナ禍における資金繰りの需要への対応と今後の経営体質の強化に資する金融対策を国・県・市等への要望をしていかなければならない。

（３）経営発達支援事業の目標

上記（１）及び（２）を踏まえ、持続可能な地域経済の構築を目指し、本計画における目標は下記にに掲げる項目とする。

①変化する経営環境に対応できる伴走型支援の強化を目指す

②失われた販路の回復・新規開拓への支援強化を目指す

③事業承継・新規創業への支援強化による小規模事業者の維持を目指す

④先を見据えたＤＸ（ＩＴ・デジタル技術の活用）への対応支援を目指す

２．経営発達支援計画の実施期間、目標の達成方針

（１）経営発達支援事業の実施期間（令和４年４月１日～令和９年３月３１日）

（２）目標の達成に向けた方針

①変化する経営環境に対応できる伴走型支援の強化を目指す

コロナ終息に備えた対応・Ｗｉｔｈコロナへの対応として、自社の強みの強化や地域資源活用など、目指すべき方向性をしっかりと把握し、事業を継続させることが出来る強靭な経営基盤をつくれるよう支援する。

また、経営分析によって自社の経営課題等を把握してもらい、事業計画の策定等へ理解を深めてもらうとともに、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指すため伴走型支援を行っていく。

②失われた販路の回復・新規開拓への支援強化を目指す

失われた販路の回復・新たな需要を開拓するため、物産展、商談会、展示会への出展支援を行う。適宜専門家等のアドバイスを得ながら、消費者ニーズを踏まえた出展方法について、事前準備、出展など一貫した支援を行う。

また新型コロナウイルス感染症の影響でわかるように、突発的な社会環境変化の中ではＷＥＢでの商品販売は重要な販路となり、今後の有効な生産性向上や販路の開拓手段の一つとしてＤＸ推進を促す支援をしていく。

③事業承継・新規創業への支援強化による小規模事業者の維持を目指す

会員事業所の約５０％が後継者問題を抱えている現状を踏まえ、事業承継を考えた経営環境・Ｕ・Ｉ・Ｊターンを受け入れられる体制の構築、それによる事業承継づくりを構築する。

④先を見据えたＤＸ（ＩＴ・デジタル技術の活用）への対応支援を目指す

ＩＴ化の取り組みが加速する中で、小規模事業者にとっても様々な局面でのＤＸに向けた取組みが必要だと理解・認識させるための支援を行う。

また、将来を見据えて、業態転換、ＥＣを通じた売上拡大、クラウド会計による業務効率化など、経営のデジタル化を進められる支援を行う。

Ⅰ．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

（１） 現状と課題

［現状］ 東日本大震災以降実施できていなかった「景気動向調査」を、令和２年１０月より、６業種（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業、水産加工業）各２０事業所の合計１２０事業所を対象に四半期ごとの調査を再開、調査結果は年四回、会報およびホームページにて公開している。

また、日本商工会議所が全国規模で行っている「早期景気観測調査（ＬＯＢＯ調査）」に対しては、毎月市内事業所を調査し会報にて情報提供している。

［課題］ これまでにも「景気動向調査」などを実施しているものの、情報を十分に活用するには至っていない。域内情報をより正確に活用するため、「地域経済分析システム（ＲＥＳＡＳ）」などのビッグデータを活用し複合的に分析することで、事業者がより利用しやすい形での情報を提供することが必要である。

（２）目標

	公表方法	現行	令和４年度	令和５年度	令和６年度	令和７年度	令和８年度
① 景気動向調査の公表回数	会報・ＨＰ掲載	４回	４回	４回	４回	４回	４回
②ビックデータの活用の公表回数	会報・ＨＰ掲載	－	１回	１回	１回	１回	１回

（3）事業内容

①景気動向調査

管内地域を中心とした景気動向、地域事業者の経営実態を把握するため、「景気動向調査」を定期的に実施する。中小企業庁が行っている「中小企業景況調査」を参考に、管内小規模事業者の景気動向等について、年４回調査・分析を行う。

【調査対象】　業種のバランスを考慮し、会員事業所から６業種（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業、水産加工業）各２０事業所の合計１２０事業所を対象に調査。

【調査項目】　業況、売上、採算、資金繰り、従業員数、設備投資、経営上の問題 等を項目とする。

【調査手法】　調査票を郵送およびＦＡＸ、電子メールにて調査し、ＦＡＸおよび電子メール、返信用フォームで回収する。

【分析手法】　経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う。

②ビッグデータの活用

経営指導員が事業計画の策定支援や個別指導にあたり、個社および地域の状況の情報、流動人口、消費の傾向などを収集・提供するため、国が提供するビックデータ（地域経済分析システム　ＲＥＳＡＳや e-Stat）や地元金融機関、各種機関の情報を活用し、支援内容や個社の状況に合わせ分析・整理していく。

【調査手法】　「ＲＥＳＡＳ」（地域経済分析システム）を活用し、経営指導員等が外部専門家と連携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」	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。

（4）調査結果の活用

・情報収集・調査・分析した結果は、会報やホームページで公表し、広く管内事業者等に周知するほか、経営指導員等が窓口、巡回指導を行う際の参考資料とする。
・ビックデータの活用にて収集・分析・整理した結果は、事業計画策定支援の段階や事業戦略を検討する段階で活用していく。また、頻繁に活用できるデータは、年に一度ホームページ上で公表する。

４．需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

［現状］　需要動向の調査については、これまで実施してこなかった。需要動向に関する資料の入手方法としては、「三陸気仙沼の求評見本市」で市の主管部署が行っているアンケート調査の結果を利用する程度である。

観光関連では、気仙沼観光推進機構（当所も構成団体）が実施している「気仙沼観光マーケティングレポート」にて対象としている市内の観光施設５施設の利用人数と物販施設６施設のレジ通過人数調査及び気仙沼クルーカード会員へDMによる気仙沼市への来訪の際の目的などの需要調査を行っている。

［課題］　これまで実施してこなかった、需要動向調査に該当するアンケートを実施していく。
アンケート実施にあたってのノウハウや設問事項、分析内容を１から組立てなければならない。「マーケットインの考え方を浸透させるため」の需要動向の把握ではあるが、「マーケットインの考え方」を受入れてくれるよう、事業者に対しての基盤作りも大切になってくる。
また、小規模事業者が需要動向について知っておくべきことを伝える機会も必要になってくる。
観光関連では、気仙沼観光マーケティング調査・気仙沼クルーカードで集めたデータを有効活用していく環境ができていない。

（２）目標

	現　行	令和 ４年度	令和 ５年度	令和 ６年度	令和 ７年度	令和 ８年度
①個人消費者向けのニーズ調査 対象事業者数	－	３者	３者	４者	５者	６者
②展示商談会でのバイヤー向けのニーズ調査 対象事業者数	－	６者	６者	７者	８者	９者
③観光客向けのニーズ調査 対象事業者数	－	１４者	１４者	１４者	１４者	１４者
④気仙沼クルーカードによる買い物意向調査 対象事業者数	１１８者	１１８者	１１８者	１１８者	１１８者	１１８者

（３）事業内容

①個人消費者向けのニーズ調査

気仙沼の水産加工品、海産物、農産物、菓子などを扱う事業者が一堂に会し、特別価格での販売を行なう「気仙沼市産業まつり」や菓子製造業者が展示販売を行なう「けせんぬまお菓子フェア」に来場する個人消費者を対象としたニーズ調査を実施する。

「気仙沼市産業まつり」や「けせんぬまお菓子フェア」に出展販売する事業者が取扱う、新商品もしくは売込みを図りたい商品について、試食および来場者アンケートを実施し、調査結果を分析したうえで、フィードバックすることで、商品の改良、販売戦略に役立ててもらう。また、事業計画策定支援の対象事業者の場合、当該調査の分析結果を事業計画にも反映する。

【調査手法】

（情報収集）　例年１０月に開催される「気仙沼市産業まつり」と１２月に開催される「けせんぬまお菓子フェア」の来場客に新商品、売込みを図りたい商品の試食をしてもらい、合わせてアンケート票に記入、提出してもらう。

（情報分析）　調査結果は、当所の事業にご協力をいただいている中小企業診断士に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】来場者５０人

【調 査 項 目】①味（おいしいかそうでないか)、②味覚（甘さ、しょっぱさ、酸っぱさ、苦さ)、③食感、④色合い、⑤大きさ、⑥価格、⑦パッケージデザインなどの見た目等。

【調査結果の活用】　調査結果は、経営指導員等が当該事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促す。

②展示商談会でのバイヤー向けのニーズ調査

バイヤーと接する機会として、「三陸気仙沼の求評見本市」があるので、これを利用してバイヤー向けの試食、ニーズ調査を実施する。

【調 査 手 法】

（情報収集） 例年２月に開催される「三陸気仙沼の求評見本市」に来場されるバイヤーに新商品、売込みを図りたい商品の試食をしてもらい、合わせてアンケート票に記入、提出してもらう。

（情報分析） 調査結果は、当所事業にご協力をいただいている中小企業診断士に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】来場者５０人

【調 査 項 目】①味（おいしいかそうでないか)、②味覚（甘さ、しょっぱさ、酸っぱさ、苦さ)、③食感、④色合い、⑤大きさ、⑥価格、⑦パッケージデザインなどの見た目⑧取引条件等を加える。等。

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が当該事業者に直接説明する形でフィードバックし更なる改良等を促す。

③観光客向けのニーズ調査

気仙沼観光推進機構と連携し、来訪者及び宿泊者に対しニーズ調査を行う。

【調査手法】

（情報収集） 市内の宿泊施設に協力を要請し、アンケート用紙及びインターネット上のアンケートフォームにてアンケート調査を実施。（５・８・１１・２月）

また、観光主要施設（海の市）にて来訪者に対しても同等の調査を５月頃に実施。

（情報分析） 調査結果は、気仙沼観光推進機構事務局の（一社）気仙沼地域戦略の意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】宿泊者１，２００人、来訪者２００人

【調査項目】①居住地、②年代、③来訪回数、④同行者、⑤交通手段、⑥来訪目的（景観・食・アクティビティ・費用等）等

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が当該事業所に直接説明する形でフィードバックし、ニーズに沿った商品開発・役務提供に活用する。

④気仙沼クルーカードによる買い物意向調査

気仙沼観光推進機構と連携し、顧客の買い物動向調査を行う。

【調 査 手 法】

（情報収集） 気仙沼クルーカード会員のレジ通過のデータ及び定期的に実施するDMにより実施。

（情報分析） 調査結果は、気仙沼観光推進機構事務局の（一社）気仙沼地域戦略の意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】 参加加盟店１１８者のレジ通過数をサンプルにする。

【調 査 項 目】 ①居住地、②年代、③利用金額、④周遊経路等

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が当該事業所に直接説明する形でフィードバックし、ニーズに沿った商品開発・役務提供に活用する。

５．経営状況の分析に関すること

（１）現状と課題

［現状］　これまでは実施していない。

近いものとして、ブルーリターンシステムに記帳入力をした際に中間の数値、最終数値を出力し、その数値をもとに「流動比率」、「自己資本比率」、各「利益率」にあたる数値を示しながら、前年までとの比較を行っている。

［課題］　経済産業省の「ローカルベンチマーク」の活用など、高度・専門的な知識が不足している。外部専門家との連携、経営指導員他担当職員の資質の向上。

比率に関しては、業種ごとの平均値も提示しながら強み、弱みを提示できるようにする。

（２）目標

	現行	令和４年度	令和５年度	令和６年度	令和７年度	令和８年度
①セミナー 開催件数	０回	２回	３回	３回	３回	３回
参加者数	－	１５者	２０者	２０者	２０者	２０者
②経営分析 事業者数	－	１０者	１５者	１５者	１５者	１５者

（３）事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催、記帳指導事業者への働きかけ）

経営分析セミナーの開催や記帳指導を通じて、経営分析によって自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等への活用について理解を深めてもらうとともに、対象事業者になってもらうよう働きかけを行う。

【募 集 方 法】　チラシを作成し、ホームページで広く周知するほか、メール登録会員にも合わせて周知を図る。また、巡回・窓口相談時にも案内する。

【開 催 回 数】　年２～３回。

【参 加 者 数】　年１５～２０者。

②経営分析の内容

【支援対象者】　セミナー参加者および記帳指導対象事業者の中から、事業進展の可能性が高い１０者程度。

【分 析 項 目】　定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う。

（財務分析）　直近３期分の収益性、生産性、安全性及び成長性の分析

（さらに３か月ごとに収益性の中間分析を行う。）

（非財務分析）下記項目について、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

（内部環境）		（外部環境）
・商品、製品、サービス	・技術、ノウハウ等の知的財産	・商圏内の人口、人流
・仕入先、取引先	・デジタル化、ＩＴ活用の状況	・競合
・人材、組織	・事業計画の策定・運用状況	・業界動向

【分 析 手 法】　経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。

非財務分析はＳＷＯＴ分析のフレームで整理する。

（４）分析結果の活用

○分析結果は、当該事業者にフィードバックし、新しい情報として蓄積してもらうほか、変化への対応として、事業計画の策定、修正等に活用してもらう。

○分析結果は、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力の向上、スキルアップに活用する。

６．事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

［現状］　年間１～２回程度「経営計画作成支援セミナー」の名称で実施してきたが、「事業計画作成」自体はそのセミナーの中で取上げられてはいても個別に「事業計画作成支援セミナー」という名称では行ってきていない。

小規模事業者持続化補助金の申請事業者に対しては、個別に相談及び指導を実施し、専門家も交えて実施する場合もあった。

　また、経営者の高齢化により、会員事業所の約５０％が後継者問題を抱えているのが現状である。

［課題］　小規模事業者にとっては、通常の業務を続け、安定的な収入・収益が確保できているのであれば、事業計画を作成する必要はないのではと思われている。事業計画策定の意義や重要性を理解してもらうことを重点に置きながら、セミナーの開催、策定の啓発などについて取組んで行く。

　また、Ｕ・Ｉ・Ｊターンを受入れられる体制の構築、事業承継や新産業や新事業が生まれやすい環境づくりが必要である。

（２）支援に対する考え方

　変化への対応、事業の継続力強化を見据えて、事業計画が策定できるよう、セミナーの開催や広報を用いて、専門家の紙上セミナーを掲載するなど啓発活動を進めていく。

　経営分析を行った事業所のうち年間で５割程度の事業者が事業計画を策定できるよう促していく。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。

（３）目標

	現行	令和 ４年度	令和 ５年度	令和 ６年度	令和 ７年度	令和 ８年度
①ＤＸ推進セミナー	―	２回	２回	２回	２回	２回
セミナー参加者数	―	２０者	２０者	２０者	２０者	２０者
②事業計画策定セミナー	２回	２回	２回	２回	２回	２回
セミナー参加者数	―	２０者	２０者	２０者	２０者	２０者
事業計画策定事業者数	―	５者	８者	８者	８者	８者
③事業承継セミナー	１回	１回	１回	１回	１回	１回
セミナー参加者数	―	１０者	１０者	１０者	１０者	１０者
事業承継事業者数	―	１者	１者	１者	１者	１者

④創業セミナー	―	１回	１回	１回	１回	１回
セミナー参加者数	―	１０者	１０者	１０者	１０者	１０者
創業事業者数	―	１者	１者	２者	２者	２者

（４）事業内容

①「ＤＸ推進セミナー開催」の開催

ＤＸに関する意識の醸成や基礎知識の取得から、実際にＤＸに向けたＩＴツールの導入やＷｅｂサイト構築等の取組を推進するため、事業者の段階に応じたセミナーを開催する。

【支援対象者】　会報、ホームページへの掲載及びメール登録会員への連絡によりセミナーの周知を図り、呼びかけに応じた事業者を対象。

【募集方法】　会報、ホームページへの情報掲載とメール登録会員への連絡を主体に、経営分析を行った事業者に対しても呼び掛けていく。

【講　　師】　主に市内でＤＸ支援及びＩＴ化支援を取組んでいる事業者や外部専門家等に依頼。

【回　　数】　年２回実施。

【カリキュラム】　初級・入門編として・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の紹介。
活用編として・ＳＮＳを活用した情報発信方法、ＥＣサイトの利用方法等のＩＴツールの実演

【参加者数】　１回の開催につき１０者。

ＩＴ専門家派遣の実施

ＤＸおよびＩＴ化に関して取組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。

このほかに外部で開催する同様のセミナー等についても、取組み意欲の高い事業者に対して情報提供を進めていく。

②「事業計画策定セミナー」の開催

経営分析を行った事業者を対象として、事業計画策定セミナーを開催する。経営状況分析を踏まえて、売上の増加、利益率の向上に資する事業計画が策定できる内容のものとする。

【支援対象者】　経営分析を行った１０者。ＤＸ推進セミナー受講者１０者。

【募集方法】　対象者に直接呼びかける。

【講　　師】　当所で経営支援相談を担当している中小企業診断士のほか、外部の専門家に依頼する。

【回　　数】　年２回実施。

【カリキュラム】　経営状況分析を踏まえて、売上の増加、利益率の向上に資する事業計画が策定できる内容のものとする。

【参加者数】　１回の開催につき１０者。

【支 援 手 法】　経営指導員等を担当者として配置して事業計画策定に取組む。難しい課題等がある場合には、外部専門家の助言も仰ぎながら取組んで行く。

※上記①及び②のセミナー開催と経営指導員等の配置で、事業計画を策定する者の目標を５～８者とする。

③「事業承継セミナー」の開催

当地域において経営者の高齢化が進んでいることから、事業の継続は喫緊の課題で迅速な対応が重要であることから事業承継セミナーを開催し、事業承継が円滑に行われることを目指す。

【支援対象者】　事業承継を検討している事業者。

【募 集 方 法】　当所ＨＰ・会報に掲載。巡回訪問・窓口相談時にチラシの配布。

【講　　師】　当所で経営支援相談を担当している中小企業診断士のほか、外部の専門家に依頼。

【回　　数】　年１回実施。

【カリキュラム】事業承継に向けた準備、相続・贈与の基礎知識、事業承継計画の作成方法　等

【参 加 者 数】　１０者。

【支 援 手 法】　巡回訪問・窓口相談において小規模事業者向けに承継意思を確認するためのアンケート調査（事業承継の考え、後継者の有無、取組内容、事業承継の関心事）を行い、事業承継を考えている事業者に対して、ステージ毎の事業承継の進め方や承継方法の選定（親族・従業員・M&A）、事業承継計画の作成等の支援を宮城県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携し支援を行う。

※上記事業承継セミナー開催、経営指導員等と宮城県事業承継引継ぎ支援センター等との連携で、事業承継に関する事業計画を策定する者の目標を１者とする。

④「創業セミナー」の開催

創業による新しい雇用の場をつくり地域経済が活性化することを目指す。また、新型コロナウイルス感染拡大に対応した創業や地方回帰の創業も積極的に支援するためセミナーを開催する。

【支援対象者】　創業希望者、創業して１年未満の事業者。

【募 集 方 法】　当所ＨＰ・会報に掲載。巡回訪問・窓口相談時にチラシの配布。

【講　　師】　当所で経営支援相談を担当している中小企業診断士のほか、外部の専門家に依頼。

【回　　数】　年１回実施。

【カリキュラム】　ビジネスモデル作成、マーケティング、財務基礎、資金調達、事業計画策定についての演習を中心としたセミナーを開催する。

【参 加 者 数】　１０者。

【支 援 手 法】　宮城県信用保証協会気仙沼支店、気仙沼信用金庫、日本政策金融公庫一関支店、当所で経営支援相談を担当している中小企業診断士等と連携して支援する。

※上記創業セミナー開催、経営指導員等と連携機関等で、創業に関する事業計画を策定する者の目標を１者とする。

7．事業計画策定後の支援実施に関すること

（1）現状と課題

［現状］　小規模事業者持続化補助金を申請し採択された事業者に対して、中間のフォローや事業実施後の報告書類作成といった形式で支援を行ってきた。

［課題］　事業計画に対し、系統立てたフォローやサポートを行ってきていなかった。補助事業の遂行に重点を置いていた結果、売上げや収益についてのフォローや指導を積極的かつ十分に進めていなかった。フォローアップの回数自体も十分ではなかったと思われる。

（2）支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とし進捗状況を確認していく。計画の実行状況、新たな課題を確認していく。事業計画の進捗状況等により、担当課内で相談して、確認の頻度に幅を持たせるようにする。

（3）目標

	現行	令和４年度	令和５年度	令和６年度	令和７年度	令和８年度
フォローアップ対象事業者数	－	５者	８者	８者	８者	８者
頻度（延回数）	－	２２回	３４回	３４回	３４回	３４回
売上増加事業者数	－	１者	２者	３者	４者	５者
利益率１％以上増加の事業者数	－	１者	２者	３者	４者	５者

＜利益率１％以上増加の事業者数について＞
利益率は法人であれば、売上高に対する営業利益の比率、
個人事業者であれば、売上高に対する「売上高から売上原価と経費を差し引いた金額」の比率、
利益率１０％であれば、１１％を目指す。（１ポイント増加）
＜フォローアップに係る頻度（延回数）について＞
R4　（２者×６回）＋（２者×４回）＋（１者×２回）＝２２回　２者は隔月、２者は四半期に１回、１者は半期に１回
R5～　（３者×６回）＋（３者×４回）＋（２者×２回）＝３４回　３者は隔月、３者は四半期に１回、２者は半期に１回

（4）事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員等が巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているかを定期的かつ継続的に確認していく。

確認の頻度については、計画の実行状況に応じて、隔月１回の巡回訪問が２～３者、四半期に１回の巡回訪問が２～３者、半期に１回の巡回訪問が１～２者とする。ただし、事業者からの申し出などにより、状況に合わせて対応していく。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じたり、新たな課題が生じた場合等には、他の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点も借りながら、ズレの発生要因及び今後の対応策を検討の上、フォローアップの頻度も変更していく。

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］ 当市の基幹産業である水産業は、東日本大震災により大きな打撃を受け、各種補助事業を活用することで復興しつつある。しかしながら一度失われた販路の回復は容易ではない。

「東北水産加工品展示商談会」「三陸気仙沼の求評見本市」などの出展支援を行っていたが、漁獲高の減少やコロナ禍による消費の低迷など、震災以降も経営は圧迫され続けている。また「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ＩＴを活用した販路開拓等が進んでいない。ＩＴ技術を活用し、業務のスマート化や取引の高速化、生産性向上、販路拡大・強化を進めるためには、各事業者のＤＸの推進が急務である。

また、観光関連については、気仙沼マーケティングリポートや気仙沼クルーカードで得たデータが上手く活用できていない状況である。

［課題］ これまでの実施してきた出展支援等の取組により一定の成果は得られているが、コロナ禍による売上低下も拍車をかけ、震災以前に比べ、販路拡大には至れずにいる。

特に小規模事業者では、ＷＥＢへの出品や展示会などへの出店の際にかかる、販路開拓に必要な資源（出展費用や人員等）に制約が多く、需要の創造・掘り起こしや、販路獲得に至れない事業者が多い。またＩＴに関するスキルが乏しい等の制約から、ＩＴを活用した販売体制の構築ができず、売上に直結する需要の開拓に至れずにいるので、今後、新たな販路の開拓や生産性向上にはＩＴ活用が必要であるということを理解・認識をしてもらい、ＤＸを推進する支援が必要となる。

（２）支援に対する考え方

新たな需要を開拓するため、物産展、商談会、展示会への出展支援を行う。適宜専門家等のアドバイスを得ながら、消費者ニーズを踏まえた出展方法について、事前準備、出展など一貫した支援を行う。

また新型コロナウイルス感染症の影響を受ける環境の中ではＷＥＢでの商品販売は重要な販路となり、今後の有効な生産性向上や販路の開拓手段の一つとしてＤＸ推進を促す支援をしていく。

観光面では、知り得たデータの有効活用方法について、理解を得られるよう支援していく。

（３）支援目標

	現行	令和４年度	令和５年度	令和６年度	令和７年度	令和８年度
①マーケティング セミナー開催回数	－	１回	１回	１回	１回	１回
セミナー受講者数	－	１５者	１５者	１５者	１５者	１５者
出展支援事業者数	－	５者	５者	５者	５者	５者
成約件数	－	１者	１者	２者	２者	３者
②ＩＴ活用セミナー 開催回数	－	１回	１回	１回	１回	１回
セミナー受講者数	－	１０者	１０者	１５者	１５者	１５者
新規ＤＸ取組事業者	－	２者	２者	３者	３者	３者
売上増加率／者	－	５％ＵＰ	５％ＵＰ	１０％ＵＰ	１０％ＵＰ	１０％ＵＰ
③データ活用勉強会 開催回数	－	１回	２回	２回	２回	２回
勉強会受講者数	－	１０者	１５者	１５者	１５者	１５者
売上増加・利用率／者	－	５％ＵＰ	５％ＵＰ	５％ＵＰ	５％ＵＰ	５％ＵＰ

（４）事業内容

①商談会等の出展支援（ＢｔｏＢ）

【支 援 内 容】

水産業が基幹産業である当市では、人材、後継者不足により、商談会へ出展する人的余裕や、その展示ノウハウ等を蓄積する余裕の無い事業者が多いため、水産業を中心とした食品の販路を重点支援する。

販路拡大・需要開拓の支援として、気仙沼市内で全国のバイヤーを招き、約４０社の水産加工を中心とする製造業者が出展し行われる「三陸気仙沼の求評見本市」や、仙台市内で開催の、百貨店などの企業と個別・集団商談会を年１０回以上開催している「伊達な商談会」（東北六県商工会議所連合会他主催）等への出展支援を行う。

商談会等に参加する事業者には、事前に「マーケティングセミナー」にて、出展商品の選定、陳列やＰＯＰ、商談の展示販促物、交渉術等についての内容、また企業のＤＸ化支援として、ビックデータの活用、取引の高速化による生産性の向上等についての内容を受講いただき、商談における需要開拓と効率化、成約率向上を図る。

【展示会名称①】　三陸気仙沼の求評見本市

【概　　要】　気仙沼市内に全国のバイヤーを招き、水産加工品を中心に展示・商談会の開催。

【規　　模】　全国のバイヤー６００者、地元サプライヤー４者が参加。

【支援対象者】　・セミナー・・・卸、製造、水産加工業、その他マーケティングセミナーを希望する事業所。
・商談会　・・・地域資源を活用した商品の販路拡大を目指す製造・水産加工業者等。

【展示会名称②】　伊達な商談会

【概　　要】　百貨店などの企業と個別・集団商談会の開催。

【規　　模】　年１０回以上仙台市内で開催。

【支援対象者】　・セミナー・・・卸、製造、水産加工業、その他マーケティングセミナーを希望する事業所。
・商談会　・・・地域資源を活用した商品の販路拡大を目指す製造・水産加工業者。

②ＩＴ支援による販路拡大支援（ＢｔｏＣ）

【支 援 内 容】

水産業に次いで観光を基幹産業としている当市だが、高齢化、人材不足等の要因により、ＤＸに取り掛かれない事業者が多いため、主に事業計画支援などを行った事業者のほか、販路開拓に意欲のある、観光産業（宿泊、飲食、小売業など）を中心に支援を推進する。

ＤＸに向けた取組みとして、ＩＴによる販路開拓を希望する小規模事業者向けにセミナーを開催し、ＢｔｏＣの需要開拓や生産性向上に対する支援を行う。

このＩＴ活用セミナーでは、具体的には動画やＳＮＳを活用した個店や商品の効果的な情報発信により、ＥＣサイトの利用促進や新規顧客開拓、個店のファンづくり等についてのセミナーを行う。

また、同セミナーにて、アンケートフォームの活用、進捗管理、スケジュール共有など、ＩＴツールの活用を学ぶことでＤＸを進め、自社ＨＰの作成やＳＮＳ、ＥＣサイト運営を安心して有効に活用できるよう支援していく。

より専門的な課題については、エキスパートバンク等を活用し、問題解決を図る。

【支援対象者】

小売業、飲食業、サービス業を中心に、IT による販路開拓を希望する小規模事業者。

③気仙沼クルーカード等で得られたデータの活用方法についての周知・勉強会の開催

【支 援 内 容】

定期的に気仙沼クルーカード加盟店では、知り得た情報を基に勉強会を開催している。

当市の実情を反映した販売データがあるが活用しきれない課題をふまえ、ＤＸセミナー等の参加者等、データ活用に意欲のある小売店を中心に勉強会への参加を促し、支援を行う。

気仙沼クルーカード加盟店以外ではデータの有効性・活用意義等を理解していない事業者がおり、また加盟店でも充分に有効活用できていない事業者も多いので、データに基づいた（居住地、年代、利用金額・回数、周遊経路等）新たな需要の開拓、売上増加、購買・利用頻度増加などヘビーユーザー獲得するための支援を行う。

【支援対象者】

小売業、宿泊業、飲食業、サービス業を中心に、新規需要の開拓を目指す小規模事業者。

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

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】　これまで当所が実施する事業は、事業計画を立案し、承認を得て実施した後に、報告するという過程を経ているため、事業の見直しのための事業成果評価基準があいまいとなり、事業評価結果に基づく明確な計画の見直しや改善が行われていない。

【課題】　事業計画の計画（Ｐ）、実施（Ｄ）、評価（Ｃ）、見直し（Ａ）と改善をするための仕組みづくりができていないので構築する必要がある。

（２）事業内容

経営発達支援事業の実施進捗状況などについて、評価・見直しなどを行う評価会議を年１回開催する。

①会議メンバー

メンバー構成は、１．外部有識者として、専門的知識を有する中小企業診断士、２．地元金融機関、３．気仙沼市産業部産業戦略課長、４．法定経営指導員で構成する。

②会議内容

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

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

③結果の公表

評価の結果・見直しなどは、役員会に報告した上で、当所ホームページで広く公表するとともに、事務所でも常に閲覧できるようにする。

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】　経営指導員の資質向上については、日本商工会議所や宮城県商工会議所連合会、中小企業大学校等が主催する研修会への参加や、他地域商工会議所や地元金融機関などの連携機関との情報交換等を通じて小規模事業者の各種相談に対応するための知識習得を図っている。

【課題】　経営指導員の経験年数の違いや担当業務の固定化により個々の能力に差異が生じている他、小規模事業者の多様化する経営課題の相談に対応しきれていない。また、職員間での情報共有や支援ノウハウの共有も不十分であり、業務遂行上の課題となりつつある。

【今後の取組】

上記の課題解消のため以下の取組を行い、経営発達支援事業を一貫して実行できるため、個々の支援能力向上ならびに経営指導員間の支援能力の水準（均等）化、更には一般職員も含めた支援ノウハウの共有により組織全体の経営支援体制の強化を図る。

（２）事業内容

①経営指導員等の研修会の参加による資質向上

日本商工会議所、宮城県商工会議所連合会が主催する研修会への参加に加え、中小企業大学校の専門研修等への参加ならびに国・県の関係当局が主催する施策説明会、勉強会等にも積極的に参加することで、事業計画策定件数の増加に対応できる個々の支援能力向上を図るために、組織全体での底上げを目指す。

②小規模事業者のＤＸ推進に向けた取組への支援能力向上

地域の事業者のＤＸ推進に向け、支援に対応する経営指導員等の知識習得およびＩＴスキル向上のため以下の取組を行う。

ア）地域経済分析システム（ＲＥＳＡＳ）や e-Stat 等、ビッグデータ利活用のためのセミナーの開催および外部研修への参加
イ）電子決済やクラウド会計等のＩＴ導入支援に関するセミナーへの参加
ウ）ＩＴを活用した販路開拓のためのプロモーション手法に関するセミナーへの参加
エ）インボイス制度の円滑な移行に関する情報収集
オ）国内における業種別 DX 推進事例の情報収集および事業者への提案力向上

③専門家派遣制度を活用した資質向上

当所では、中小企業診断士の派遣による経営相談窓口事業である経営支援相談会を毎月２回・年間２４回実施している。

相談に訪れる事業者に可能な限り同席し、経営課題の把握と専門知識を得ることで、中小企業診断士の専門的な助言・経営支援ノウハウを習得する機会とし、経営指導員の資質向上に努める。

④支援ノウハウを共有する仕組み

経営指導員等が受講した①および②で行うセミナー等の研修内容について、職員間で共有し知識習得と支援能力を相互に高めるため、セミナー終了後に意見交換を兼ねたミーティングを行う。

巡回指導や窓口相談で支援をおこなった事業者の相談内容と対応の経過等について、日本商工会議所の「ＴＯＡＳ（商工会議所トータルＯＡシステム）」へ記録し、職員間で閲覧することで支援ノウハウを共有し組織全体での底上げを図る。

従前の相談対応では、基本的に一人の職員で対応にあたることが多いが、計画策定支援については複数の職員で対応し、多角的な視点で事業者の課題検証や方策検討を行うこと等を通じて支援ノウハウの共有と、職員個々の支援能力向上を図る。

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

【現状】　気仙沼市、宮城県商工会議所連合会、東北六県商工会議所連合会、日本商工会議所、日本政策金融公庫一関支店などが開催する情報交換会や金融懇談会、各緒会議等に経営指導員等が出席をし、それぞれの支援機関が持っている支援ノウハウの交換を行なうことにより、支援ノウハウの向上に努めている。

【課題】　定例の会議については出席して、積極的に質問するなど、情報交換を行なっているが、支援ニーズが高度化、多様化する中で、他の支援機関の好支援事例・ノウハウなどについて収集・情報交換をしていく必要がある。

（２） 事業内容

①「小規模事業者経営改善貸付連絡協議会」への参加（年２回）

日本政策金融公庫一関支店が主催し、管轄区域内の商工会議所、商工会が出席して行われる会議であり、最新の金融情勢、融資制度の情報提供を受けるとともに、各地商工会議所、商工会とそれぞれの地域の経済、金融情勢や金融支援事例などの情報交換を行なうことで情報収集を行い、伴走型経営支援の基礎資料として活用する他、所内で情報共有し伴走型支援につなげていく。

②宮城県商工会議所連合会「小規模事業者指導研修会」への参加（年１回）

宮城県内の商工会議所の主席・主任経営指導員による小規模事業者への支援力向上のための研修会に参加し、支援事例などについて情報交換することでノウハウを蓄積し、支援向上につなげる。

③東北六県商工会議所中小企業相談所長会議への参加（年１回）

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

日本商工会議所からの最新の国の政策・施策の情報を得て、経営発達支援事業を体系的に整理して、実行していくための機会である。また、普段は会うことのできない東北全県からの出席者に対して、積極的に意見交換・情報交換を行なう。

④宮城県事業承継・引継ぎ支援センターへの参加（年３回）

宮城県内の自治体、商工団体、金融機関、士業団体などにより構成されており、事業承継に関する啓発活動を行い、各種相談にも対応している。年間２回の全体的な連絡会議が開催され、構成団体に対して情報提供が行われている。また、年間１回県内の地域ごとのブロック会議にも参加し、情報交換や意見交換を行なう。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

１２．地域経済の活性化に資する取組に関すること

（１）現状と課題

【現状】　気仙沼市との連携が中心となっている。観光事業であれば、気仙沼観光コンベンション協会などの観光関連団体、金融関連事業であれば、気仙沼信用金庫や地元に支店を設置している金融機関、水産関連事業であれば、気仙沼漁業協同組合などの水産団体、といったように事業の内容に応じて、構成団体が変わってくるが、いずれの場合でも気仙沼市と気仙沼商工会議所は関りを持っている。

情報管理や事業運営のうえで、団体による重複や漏れがないよう、震災復興と合わせて団体の事業の見直しや整理を行ってきた経緯があり、当地は観光ＤＭＯの先進地的位置づけにある。

【課題】　意見交換が主体となるため、情報共有だけが成果となり、地域経済の活性化に資する取組が十分とは言えない。団体としてＰＤＣＡサイクルが不十分なため、決められた期限のうちに成果を表すということができていない。

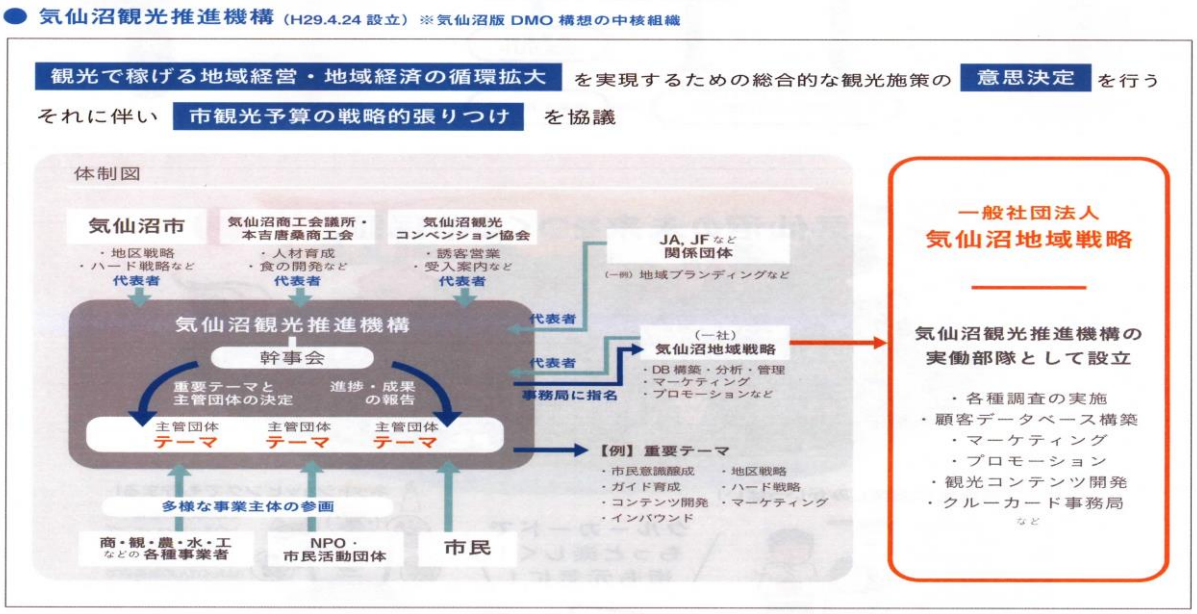
（２）事業内容

①気仙沼観光推進機構への参画（年２４回）

観光で稼げる地域経営と地域経済の循環拡大をめざし、行政や観光，産業，経済団体などが一体となって設立した組織で、気仙沼市、（一社）気仙沼観光コンベンション協会、気仙沼商工会議所、本吉唐桑商工会、（一社）気仙沼地域戦略（事務局）を幹事とし、気仙沼市物産振興協会、本吉町物産振興協会、気仙沼市商店街連合会、気仙沼漁業協同組合、宮城県漁業協同組合気仙沼支所、新みやぎ農業協同組合、気仙沼信用金庫、宮城県気仙沼地方振興事務所により構成されている。

各種データに基づく戦略立案と意思決定の仕組みづくり、唐桑・大島を中心とした地区戦略の検討、商品開発・インバウンドの推進とガイド育成、観光ポータルサイト集約化による情報発信力の強化、受入態勢の」整備と誘客営業の強化等に取組んでいる。

当所からは幹事会の他、毎月定期的に開催される５者定例会と情報発信部会に参加し、戦略立案や意見交換を行なっていく。



出典：第２次気仙沼市総合計画

②気仙沼市金融懇談会への参画（年１回）

気仙沼市産業部産業戦略課が主管し、毎年１回、年度末の３月に開催される。

気仙沼市のほかに、気仙沼商工会議所、本吉唐桑商工会、気仙沼信用金庫、七十七銀行気仙沼支店、仙台銀行気仙沼支店、岩手銀行気仙沼支店、北日本銀行気仙沼支店、東北銀行南気仙沼支店の担当者が出席する。

通常の議題は、気仙沼市の制度融資に関する対応件数・金額の割り当て、預託金の割り当てと市内および国内、世界の金融情勢に関する意見交換を行なっていく。

③地方創生に係る包括連携に関する協定への参画（年１２回）

気仙沼市、気仙沼商工会議所、気仙沼信用金庫の３者で地方創生に係る包括連携に関する協定を結んでいることから、毎月１回程度、３者の実務担当者による情報交換、意見交換を行っている。

それぞれから地方創生および地域経済に関連する施策、実施イベントなどの情報が持ち寄られ、情報および意識の共有を図っていく。

④気仙沼市ビジネスサポート協議会への参画（年１２回）

気仙沼市、気仙沼信用金庫、本吉唐桑商工会、気仙沼商工会議所の４者で構成している。当地の中小企業・小規模企業の様々な課題の解決と売上向上に向けて、ビジネスコンサルティングを行う並走型の支援機関として、気仙沼ビジネスサポートセンター（気仙沼ビズ）を運営している。

当所職員は毎月１回開催している実務担当者連携会議に参加し、伴走型支援を連携し行っていく。

⑤気仙沼メカジキブランド化推進委員会への参画（年２回）

気仙沼市が水揚げ日本一を誇るメカジキのブランド化目的に、行政・一次生産者・観光団体・教育関連など様々な団体で構成した横断的組織として活動を展開しており、当所が事務局を担っている。

気仙沼で食べるメカジキのおいしさを全国に訴求し気仙沼への観光誘客を図るため、地元飲食店と連携した新メニュー開発や、メカジキ本・メカジキ動画・飲食店で活用するのぼり旗など多くのＰＲコンテンツを作成し「メカジキ＝気仙沼」の更なる浸透のための情報発信を行っていく。

⑥気仙沼市生鮮かつおプロモーション事業実行委員会への参画（年２回）

気仙沼市の魚であり、気仙沼の主要水揚げ魚種の一つとして当地域経済を支え、連続水揚げ日本一の達成を目指す「生鮮かつお」の魅力をアピールし、地域の活性化と水産業の振興を目的とした同委員会に当所も参画している。毎年７月に「気仙沼かつお祭り」を開催しており、生鮮かつおの消費拡大・PR 活動への協力を行っていく。

⑦気仙沼市商店街連合会への協力（年６回）

気仙沼市内のうち、旧気仙沼市地域に所在する商店会１５カ所により構成されている商店会の連合組織で当所が事務局機能を担っている。

商店街全体で行う大売出しやイベントの企画立案のための会議を年６回開催。

さらに、各種補助金の活用方法等のサポートを行い、まちの賑わいづくり、個店の売上向上への取組みに協力していく。

⑧気仙沼市地域雇用創造協議会への参画（年３回）

地域のおける企業人材の受け入れ支援を行い、雇用の活性化による産業の振興と地域の移住・定住の促進を図ることを目的に、令和元年５月に設立された。

この協議会は、正会員として気仙沼商工会議所、本吉唐桑商工会、気仙沼信用金庫、気仙沼市、一般会員として市内の事業所で従業員の雇用を予定する法人･団体、個人事業主で構成されている。

これまで協議会は、平成３１年度厚生労働省委託事業として、事業所の魅力向上・事業拡大の取組、人材育成の取組、就職促進の事業を行ってきた。

今後は、構成団体と連携をさらに密にし、地域経済を活性化させるべく各種取組に対し積極的に参画していく。

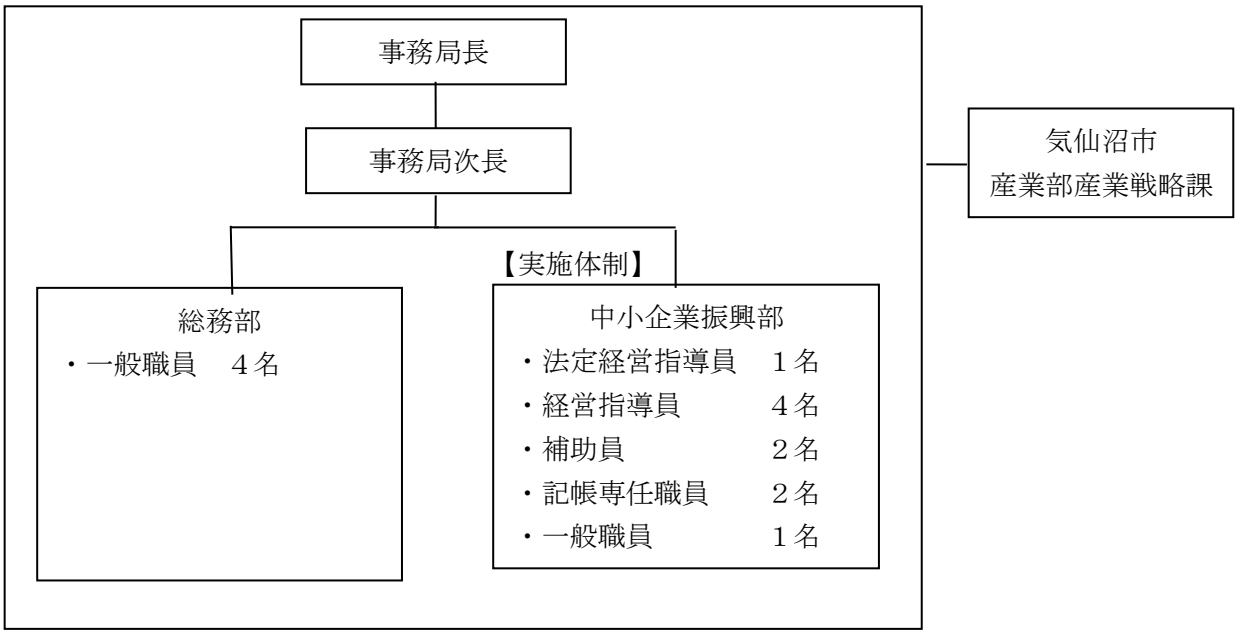
（別表２）

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３年１１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：法定経営指導員　菊田　勲

連絡先：気仙沼商工会議所　中小企業振興部経営支援課・地域振興課

ＴＥＬ：０２２６－２２－４６００

②当該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などを行い、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／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

気仙沼商工会議所　中小企業振興部経営支援課・地域振興課

・〒９８８－００８４　宮城県気仙沼市八日町２丁目１－１１

ＴＥＬ：０２２６－２２－４６００　ＦＡＸ：０２２６－２４－３８１７

E-mail：kcci@kesennuma.or.jp

②関係市町村

気仙沼市産業部産業戦略課

・〒９８８－００８４　宮城県気仙沼市八日町１丁目１－１

ＴＥＬ　０２２６－２２－６６００（内線５２１）　ＦＡＸ　０２２６－２４－１２２６

E-mail：senryaku@kesennuma.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４年度	令和５年度	令和６年度	令和７年度	令和８年度
必要な資金の額	４，７００	４，７００	４，７００	４，７００	４，７００
１．地域の経済動向調査に関すること	１００	１００	１００	１００	１００
２．需要動向調査に関すること	１００	１００	１００	１００	１００
３．経営状況の分析に関すること	８００	８００	８００	８００	８００
４．事業計画策定支援に関すること	２，０００	２，０００	２，０００	２，０００	２，０００
５．事業計画策定後の支援実施に関すること	２００	２００	２００	２００	２００
６．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること	１，０００	１，０００	１，０００	１，０００	１，０００
７．経営指導員等の資質向上等に関すること	５００	５００	５００	５００	５００

（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、事業収入、国補助金、県補助金、市補助金等

（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

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
① ② ③ ・ ・ ・
連携して事業を実施する者の役割
① ② ③ ・ ・ ・
連携体制図等
①   ②   ③