

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	新地町商工会（法人番号）7380005007228 新地町（地方公共団体コード）075612
実施期間	令和2年4月1日～令和7年3月31日
目標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 戦略思考の小規模事業者、創業者を33事業者育成する。 2. 地域外消費吸引できる小規模事業者、創業者を10事業者育成する。 3. 伴走支援が行える人材育成、地域知見を集積する仕組みづくりを一体的で行う。
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域経済動向に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・独自景況調査、金融機関と連携した地域経済動向調査、金融機関が発行する地域経済動向調査レポートの分析。 2. 経営状況の分析に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・経営状況の定量、定性的多面的分析支援。 3. 事業計画策定支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定セミナー、事業承継計画策定セミナー、個別相談会による事業計画策定支援。 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定事業者、事業承継計画策定事業者、創業計画策定者への事後フォロー支援。 5. 需要動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・需要動向調査分析セミナーの開催、需要動向調査、ビックデータを活用した需要動向調査支援。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・商業施設、展示商談会を活用した需要開拓支援、販路開拓セミナーの開催、プレスリリース・PRの活用支援。 <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・UDC しんち全体会議の開催（年6回開催） ・遊海しんち実行委員会の開催（年6回開催）
連絡先	<p>[新地町商工会] 郵便番号 979-2709 福島県相馬郡新地町駅前一丁目5番地A棟-2 TEL/FAX 0244-62-2442/0244-62-5204 E-mail ss4643@coral.ocn.ne.jp</p> <p>[新地町 企画振興課] 郵便番号 979-2792 福島県相馬郡新地町谷地小屋字樋掛田 30 TEL/FAX 0244-62-2112/0244-62-3194 E-mail kikaku@town.shinchi.lg.jp</p>

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1)新地町の概要

新地町は、福島県浜通り地方の最北端に位置し、太平洋に東接、宮城県山元町とは北接している。南接する相馬市とは、重要港湾相馬港を共有し同港の北半分にあたる埠頭部分が町域となっている。

江戸時代までは、福島県で唯一仙台藩領であったため、総務省統計局による都市圏基準では相馬市と共に「仙台大都市圏」に含まれるなど、現在も歴史・文化・経済的に宮城県との結びつきが強い。

平成23年3月に発生した東日本大震災では、町面積の1/5の地域に津波浸水し、釣師浜漁港や常磐線新地駅が流出する壊滅的被害を被ったが、常磐線新地駅前の再開発事業や、福島・国際研究産業都市（イノベーション・コースト）構想による液化天然ガス発電所など新エネルギー産業立地により、復興の歩みを続けている。

図1 新地町の位置



新地町復興計画（仕事・なりわい復興事業）より

【新地駅周辺の新しい拠点づくりの概要】

新地町では、第5次新地町総合計画後期基本計画に位置づける環境共生型の復興まちづくりの実現に向けて、土地の嵩上げなどの基盤整備や公共施設整備などの復興まちづくりと一体的に、地域でつくられるエネルギーを地域で効率的に使う地域エネルギーシステム「スマートコミュニティ事業」を進めている。



●新地駅周辺市街地復興整備事業

地震・津波の教訓を踏まえ、道路や公園・広場等を面的に整備する土地区画整理事業を行い公共施設・商業施設・住宅等を集約し、防災拠点ともなる中心拠点を整備。

- ・防災センター、スポーツ・宿泊・商業施設、公園整備等

●新地町スマートコミュニティ事業

低炭素・省エネルギー化を目的に、液化天然ガス（LNG）を活用して熱・電気・二酸化炭素（CO2）を駅周辺施設へ供給、周辺施設の効率的なエネルギー活用整備。

- ・LNGエネルギーセンター、災害時活用の太陽光発電、蓄電池整備等

新地町沖の太平洋は、親潮と黒潮がぶつかる潮目の好漁場のため、良質なカレイ、ヒラメが水揚げされていた。現在は、原子力災害からの復興に向け本操業の準備が進められている。農業は、稲作と野菜、果樹、花卉などの複合経営が多く、蕪や無花果が地域産品となっている。震災後は、サンゴ砂礫農法による高糖度ミニトマトの水耕栽培に取り組む農業法人が立地した他、令和2年には、液化天然ガスを活用したマンゴーの温室栽培に取り組む農業法人が立地予定、併せて直売所、農家レストランを開業計画しており、新たな地域資源として期待されている。



特産品の無花果、ヒラメ

震災復旧した釣師浜漁港



高糖度ミニトマト水耕栽培

液化天然ガスを活用したマンゴー温室栽培

(2)新地町の人口

表1、表2より、東日本大震災による津波被害、その後発生した原子力災害により、平成22年から平成26年にかけて町民人口の約6%、511人減少した。平成27年度以降は液化天然ガス発電所勤務者、大学・研究機関職員の転居といった理由から、40代男性の町内居住者が増加したため人口増加に転じている。このような理由から、平成28年には震災以前の町民人口を超過し、県内の市町村のなかで2番目の人口増減率を記録している。

なお、新地町は持続的な地域づくりに向け、新地町まち・ひと・しごと創生人口ビジョン・総合戦略により、まち・ひと・しごとの創生を一体的に展開することで、地域内の好循環を確立し、令和41年まで長期的に町民人口9,000人の維持を目標としている。

表1 新地町の人口推移（平成22～28年）

年次	人口（人）			世帯数	対前年人口増加数（人）	1世帯あたり人員（人）
	総数	男	女			
平成22年	8,224	4,019	4,205	2,461	-82	3.34
平成23年	7,933	3,902	4,031	2,404	-291	3.3
平成24年	7,786	3,830	3,956	2,390	-147	3.26
平成25年	7,736	3,813	3,923	2,416	-50	3.2
平成26年	7,713	3,811	3,902	2,486	-23	3.1
平成27年	8,218	4,135	4,083	2,699	505	3.04
平成28年	8,250	4,132	4,118	2,749	32	3

●平成22～平成28年度新地町の人口より

表2 新地町の人口構成（平成27年）

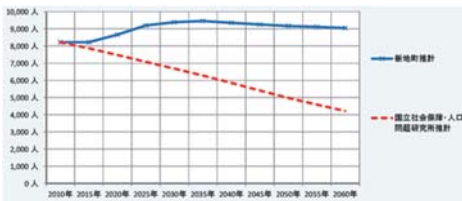
	9歳以下	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80歳以上	合計
町民人口	683	793	635	902	960	1052	1,380	858	955	8,218
比率（%）	8.3%	9.6%	7.7%	11.0%	11.7%	12.8%	16.8%	10.4%	11.6%	100.0%

●平成22～平成28年度新地町の人口より

新地町まち・ひと・しごと創生人口ビジョン・総合戦略～人口の将来展望～より

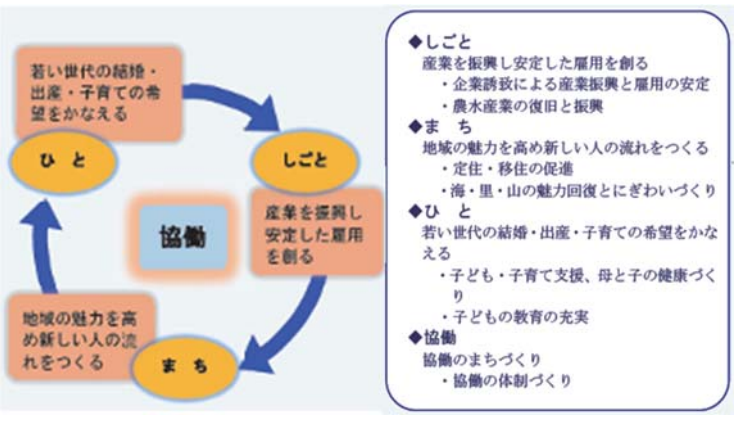
●人口の将来展望

国（国立社会保障・人口問題研究所）の推計によると、新地町人口は、2060年（平成72年）には4,200人になると見込まれている。まち・ひと・しごとの創生を一体的に行うことにより、長期的（2060年・令和41年）に9,000人を確保することをめざす。



●まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立

将来人口の達成に向けた施策の方向性のイメージ



(3)新地町の産業と小規模事業者

①事業所、従業員数の推移

平成21年と平成28年の経済センサス調査を比較すると全産業で事業所数は約27%減少しており、特に建設、製造、卸小売業の減少数が大きい。平成28年調査を見ると、東日本大震災の影響により建設、不動産・物品賃貸業の従業員数が増加している。なお、建設、製造、医療福祉業の3業種で町内雇用の約57%を占める1,544人の従業員を雇用しており、町の基幹産業を形成している。

平成28年度調査における小規模事業者数は、全産業の89.7%を占めており、飲食サービス、不動産業・物品賃貸、生活関連サービス・娯楽業など、地域を主商圏とする業種は、ほぼ小規模事業所のみで構成されている。

②業種毎の経営課題

各業種の経営課題を俯瞰して見ると、全国の小規模事業者と共通し「人口減少、働き手不足、事業承継」は、共通の経営課題となっている。

建設業は、震災の復旧復興需要が減少、これまでの技術を活用し液化天然ガス発電所など新たな地域需要分野への進出が必要になっている。

製造業は、自動車・航空機・携帯電話部品製造業など世界的な需要動向の影響を大きく受ける事業者が多いため、急激な需要変動に対応出来るモノづくりの環境整備や、資材調達の仕組みづくりが必要になっている。

医療・福祉業は、高齢社会を背景に今後も需要伸長が見込まれるが、人手不足に対応した新たな人材活用、事業モデルによる経営合理化の取組みが必要になっている。

卸売業、小売業は、北部の仙台市、南部は相馬市の2大商業地へ消費吸引されており、地域事業者の市場占有率は年々減少している。地域資源を活用した商品開発や、来街者増加への取組みによる販路開拓が必要となっている。

また、地域を主商圏とする業種は、町民人口減少のため事業者、従業員数とも減少している。市場需要を捉え地域外貨を獲得する取組みが必要になっている。

表3 新地町の産業構成

業種	平成21年		平成28年			
	事業所数	従業員数	事業所数	従業員数	内小規模事業者数	内小規模事業者率
農業、林業	5	112	3	105	—	—
漁業	0	0	0	0	—	—
鉱業、採石業・砂利採取業	0	0	0	0	—	—
建設業	77	387	60	515	57	95.0
製造業	61	777	42	656	37	88.1
電気、ガス、熱供給、水道業	2	109	2	126	0	0.0
卸売業、小売業	62	333	52	280	50	96.2
宿泊業、飲食サービス業	20	73	18	67	18	100.0
情報通信業	1	3	1	1	1	100.0
運輸業、郵便業	11	210	8	149	5	62.5
金融業、保険業	2	13	1	6	0	0.0
不動産業、物品賃貸業	3	10	4	33	4	100.0
学術研究、専門・技術サービス業	10	165	8	54	8	100.0
生活関連サービス業、娯楽業	33	64	24	54	21	87.5
教育、学習支援業	14	131	3	4	3	100.0
医療、福祉	23	218	18	373	14	77.7
複合サービス事業	7	56	6	37	6	100.0
他に分類されないサービス業	31	271	23	228	21	91.3
公務	7	97	—	—	—	—
合計	369	3,029	273	2,688	245	89.7

●平成21、28年経済センサスより（農林漁業に属する個人経営の事業所、家事サービス業及び外国公務に属する事業所は調査対象外）

(4)商工会の経営支援状況

表4 新地町商工会の事務局体制（単位：人）

職種	経営指導員	経営支援員	一般職員	合計
人数	1	2	1	4

表5 経営改善普及事業の相談実績推移

	相談件数（事業所数）				構成比（％）			
	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年
経営革新	0	2	0	0	0%	0%	0%	0%
経営一般	209	340	357	330	21%	37%	40%	38%
情報化	3	0	13	8	0%	0%	1%	1%
金融	39	49	28	33	4%	5%	3%	4%
税務	24	65	61	104	2%	7%	7%	12%
労働	116	72	71	58	12%	8%	8%	7%
取引	45	11	19	15	5%	1%	2%	2%
その他	542	389	348	324	55%	42%	39%	37%
創業指導	4	0	0	0	0%	0%	0%	0%
	982	928	897	872	100%	100%	100%	100%

●平成28年度～令和元年度新地町商工会通常総会資料より

新地町商工会の事務局は、経営指導員1名、経営支援員2名に加え、一般職員1名の合計4名の職員で小規模事業者への経営改善普及事業の他、デマンド交通事業“のりあいタクシーしんちゃんGO”の運行、震災復興イベント“やるしかねえべ祭り”を開催、日本酒鹿狼山など特産品開発により地域経済振興事業に取り組んでいる。

平成27年度から平成30年度までの経営改善普及事業の相談実績を見ると、震災復旧復興相談がピークを越え相談件数は毎年3%減少している。相談内訳としては、従業員の新規雇用相談など「労働」、震災関連相談等「その他」が減少、新地駅前商業施設の開業と言った理由から「経営一般」「税務」の相談が増加している。なお、「経営革新」、「創業」など小規模事業者の新たな取り組みや、創業者支援については、これまで殆ど対応を行って来なかった。

小規模事業者の持続的成長を支援するためには、税務、労働、金融と言った経営改善普及事業から一歩踏み込み、経営発達支援事業の考え方による伴走支援が実施できる人材、組織運営が必要となっている。



“のりあいタクシーしんちゃんGO”



“やるしかねえべ祭り”



“日本酒 鹿狼山”

(5)小規模事業者への長期的な振興のあり方

新地町の小規模事業者が抱える経営課題、第5次新地町総合計画及び、まち・ひと・しごと創生人口ビジョン・総合戦略を踏まえ、新地町商工会では、小規模事業者への長期的な振興のあり方を次の3つとし経営発達支援事業に取り組む。

【新地町の小規模事業者の経営課題】

業種	経営課題
共通	人口減少、働き手不足、事業承継への対応
建設業	液化天然ガス発電所など新たな地域需要分野進出の取組み
製造業	需要変化に対応出来るモノづくり環境整備、資材調達の仕組みづくりの取組み
医療・福祉業	人手不足に対応し新たな人材活用、事業モデルによる経営合理化の取組み
卸売業・小売業	地域資源を活用した商品開発、来街者増加への取組み

【第5次新地町総合計画 後期基本計画】

まちづくりの基本理念 > 人と自然が共に輝き笑顔あふれるまちづくり

第1章 にぎわいや活力を創り出すまちづくり > 6. 商工業の振興

1. 企業立地の促進

LNG 関連企業や地域エネルギー利活用企業の誘致促進に努める。

2. 産業用地の整備

新地南工業団地B地区の整備を推進するほか、LNG パイプライン沿線に産業用地の整備を検討し、被災沿岸部の有効利用と町民の就労の場の創出をめざす。

3. 相馬港の利活用促進

コンテナ定期航路の利用促進を図るとともに、常磐自動車道の全線開通や相馬福島道路の建設による相馬港の利便性向上を踏まえた企業の誘致活動等を推進する。

4. 地元企業の経営支援

商工会と連携し、被災事業者への支援を行うほか、経営等に関する情報の提供や研修・指導事業、各種融資制度の周知・普及などを通して、経営の安定と起業化を促進する。

5. 地域商業の支援

地元商業の復興を支援するほか、新地駅周辺地区では、町の新たな拠点として商業・業務施設の誘致に取り組むとともに、起業や商業集積を検討する。

6. 特産品づくりの推進

特産品の6次化の拠点施設に収穫体験できる観光・交流施設や農家レストラン等を併設整備し、観光・交流拠点としての整備を推進する。

7. コミュニティビジネスの創出

商工会や関係機関と連携し、個別相談や経営セミナーを開催するなど、地域資源の活用や地域課題を解決する起業・経営の取り組みを支援する。

小規模事業者への長期的な振興のあり方

1. 地域需要、需要変動に対応し持続的経営、地域雇用を創出できる小規模事業者、創業者の育成
2. 県内外、仙台市から消費吸引し持続的経営、地域雇用を創出できる小規模事業者、創業者の育成
3. 新地町、他支援機関と連携し実効性の高い伴走支援体制の確立及び運営

(6)経営発達支援事業の目標と方針

小規模事業者への長期的な振興のあり方を踏まえ、具体的には次の目標、方針を掲げ経営発達支援事業を行う。

1. 戦略思考の小規模事業者、創業者を33事業者育成する

事業計画策定支援により、市場趨勢をいち早く捉える需要動向分析力、また市場での自社の立ち位置を客観的に理解できる経営状況分析力を身に付け、需要動向に迅速、柔軟に対応し販路開拓できる戦略思考の小規模事業者、創業者を33事業者育成する。

2. 地域外消費吸引できる小規模事業者、創業者を10事業者育成する

消費対象が「モノ」から「サービス、体験」に進むなかで、観光農園、農家レストランなど地方ならではの体験観光が地域の新たな産業として成長している。農林業者との連携により新たな業態開発し、地域外消費吸引できる小規模事業者、創業者を10事業者育成する。

3. 伴走支援が行える人材育成、地域知見を集積する仕組みづくりを一体的で行う

地域経済動向の把握、経営状況の分析、その後の事業計画策定支援から販路開拓支援までの伴走支援が行える人材育成。また、人・事業所、施設、情報など地域知見を集積する仕組みづくりを一体的に行い1. 2の小規模事業者、創業者の育成目標を達成する。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和2年4月1日～ 令和7年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域経済動向に関すること【指針③】

(1)現状と課題

①現状

・平成28年より福島県商工会連合会の中小企業景況調査に15事業所調査協力しているのみ。収集した調査結果の独自分析や、地域経済動向の情報提供は行っていない。

②課題

・商工会独自で調査結果を分析するには知識が不足している。また、越境し仙台商圏の経済動向も影響される地域であるため福島県、宮城県の地域経済動向を合わせて調査、分析する必要がある。

(2)事業内容

①独自景況調査の実施

- ・新地町の経済動向を把握するため、福島県商工会連合会の中小企業景況調査に調査項目を追加し、年2回独自調査・分析を実施する。
- ・調査対象は、福島県商工会連合会の中小企業景況調査実施時の業種間のバラつきを無くし、建設業、製造業、小売業、飲食宿泊業、サービス業各3社、合計15事業所の標本を持って行う。
- ・調査項目は、売上高、仕入高、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資、経営課題、支援ニーズ等とする。
- ・調査方法は、毎年9、2月の年に2回、経営指導員等が標本事業所を巡回訪問し、聞き取り調査を実施する。
- ・調査分析は、経営指導員と外部専門家または、地域経済振興事業で協力関係にある東京大学、福島大学の支援により分析を行う。

②金融機関と連携した地域経済動向調査

- ・福島県浜通り地域を営業地域とするあぶくま信用金庫、日本政策金融公庫いわき支店、また福島県及び宮城県を営業地域とする相双五城信用組合と地域経済動向について7、10月の年に2回、聞き取り調査を行う。調査分析は、経営指導員と外部専門家または、東京大学、福島大学の支援により分析を行う。
- ・調査対象は、あぶくま信用金庫、相双五城信用組合、日本政策金融公庫とする。
- ・調査項目は、管内の景気動向、人材雇用状況、設備投資状況、融資状況とする。

③金融機関が発行する地域経済動向調査レポートの分析

- ・毎年7、1月の年に2回、各金融機関が公表する地域経済動向調査レポートを分析する。調査分析は、経営指導員と外部専門家または、東京大学、福島大学の支援により分析を行う。

[参考] 経済レポート

- とうほう地域総合研究所発行、“福島経済マンスリー”（年2回）
- 七十七リサーチ&コンサルティング発行、“宮城県の景況判断”（年2回）
- ・調査項目は、各県内景況、消費動向、公共投資、設備投資、住宅投資、雇用動向とする。

(3)成果の活用

・分析した資料は、経営指導員等の事業所巡回訪問時や、商工会のホームページで情報公開し小規模事業者へ提供する他、小規模事業者の経営状況分析、事業計画策定支援に資料として活用する。

(4)目標

項目	現状	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
独自景況調査 公表回数	-	2回	2回	2回	2回	2回
金融機関連携 地域経済動向調査 分析公表回数	-	2回	2回	2回	2回	2回
地域経済動向調査 レポート分析公表回数	-	2回	2回	2回	2回	2回

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(1)現状と課題

①現状

・現状では、記帳機械指導事業所からの依頼、補助事業申請相談時に簡単な経営状況分析を支援するのみで、表面的な分析に留まっている。

②課題

・経営状況を多面的に定量・定性分析し、経営課題を提案できる人材育成、支援体制の確立が必要である。

(2)事業内容

・分析対象は、事業に前向きに取り組む事業者、事業承継を予定する事業者、創業者等を対象に行う。
・経営指導員は、窓口・巡回相談やセミナー開催時に、対象事業者へ説明し経営状況分析に繋げる。

想定小規模事業者	<ul style="list-style-type: none">・確定申告時に年々売上高が増加している事業者・商工会が開催するセミナーに積極的に参加する事業者・補助事業、認定計画に積極的に取り組む事業者・経営相談時に経営課題が明確な事業者・事業承継を予定する事業者・創業予定者
----------	---

・分析は経営指導員が中心となり記帳指導する経営支援員と共同で行う。内部・外部経営環境について定性・定量分析を意識し次のツールを活用し行う。なお、調査分析した地域経済動向調査資料は外部経営環境分析に活用する。

・専門的分析が必要な場合は、中小企業基盤整備機構、福島県よろず支援拠点、福島県、福島相双復興推進機構等の専門家派遣制度を活用し支援を行う。

	定性	定量
内部経営環境	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者の事業計画づくり・サポートキット（中小機構） - 事業者概要シート - 棚卸シート <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>[分析項目]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業種、沿革、経営理念、人材、業務推移、売上構成、顧客構成、競合構成。 </div> <ul style="list-style-type: none"> ・事業承継診断票・・・（事業承継ガイドライン：中小企業庁） <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>[分析項目]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・後継者有無、資産引継、関係者の理解、相談先有無、M&A。 </div> <ul style="list-style-type: none"> ・SWOT分析 ・要因分析 	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者の事業計画づくり・サポートキット（中小機構） - 決算書入力シート - 財務分析シート <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>[分析項目]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・売上高、売上高総利益、経常利益、CF。 ・収益、効率、生産、安全性。 </div>
外部経営環境	<ul style="list-style-type: none"> ・SWOT分析 ・要因分析 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>[分析項目]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・機会、脅威分析。 </div>	

(3)成果の活用

・経営指導員等は、巡回訪問時に分析結果を小規模事業者へフィードバックし、事業計画策定支援に繋げていく。

(4)目標

項目	現状	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
経営状況分析件数	-	10件	15件	15件	15件	15件

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(1)現状と課題

①現状

・現状では、融資斡旋、補助金申請時に必要な簡易な事業計画策定の支援を行うのみで、小規模事業者の本質的な経営課題を踏まえた事業計画策定支援は行っていない。

②課題

・これまでの商工会業務は、税務、金融、労働の事務手続きが主支援であったため、事業計画策定支援の知識、知見が不足している。経営戦略、その後の行動計画を提案できる人材育成、支援体制の確立が必要である。

(2)事業内容

・小規模事業者が事業計画に基づく経営の重要性を浸透させるため、また、経営指導員等の不足する知識、知見を補完するため専門家と連携し事業計画策定セミナー、個別相談会を開催し、事業計画策定支援を行う。

① 事業計画策定セミナーの開催

小規模事業者が事業計画に基づく経営の重要性を浸透するため、事業計画策定セミナーを年に1回開催する。カリキュラムは、内外環境分析、需要動向調査分析を踏まえた事業計画策定と、その後の販路開拓計画策定とする。

なお、募集は、新聞チラシ折込、商工会ホームページへの掲載、商工会員へのDM案内にて行う。

②事業承継計画策定セミナーの開催

小規模事業者の円滑な事業承継を支援するため、事業承継計画策定セミナーを年に1回開催する。カリキュラムは、内外環境分析を踏まえた事業承継計画策定、事業承継税制の活用説明とする。

なお、募集は、新聞チラシ折込、商工会ホームページへの掲載、商工会員へのDM案内にて行う。

③個別相談会の開催

経営状況分析を実施した小規模事業者（事業承継を予定する事業者、創業予定者を含む）、事業計画策定セミナー、事業承継計画策定セミナーに出席した小規模事業者を対象に専門家を交え個別相談会を毎年7、1月の年に2回実施する。

個別相談会には、経営指導員等が同席し小規模事業者、創業予定者の経営課題、戦略戦術、目標を共有、その後の伴走支援に役立てる。また、経営指導員等は、専門家のヒアリング、分析、助言方法をOJTで学び知識、知見を蓄積する。

④活用する支援ツール

事業計画策定セミナー、個別相談会では中小企業基盤整備機構が提供する“事業計画策定キット”を統一様式として活用し、支援の標準化を図りながら事業を実施することで目標達成する。

なお、創業支援時は、中小企業基盤整備機構が提供する“創業・サポートブック”、事業承継計画策定支援時は、中小企業基盤整備機構が提供する“事業承継マニュアル”を活用する。

(3)成果の活用

小規模事業者が策定した事業計画は販路開拓支援などの実行支援に活用する他、補助金、認定計画作成支援に活用し事業計画の実現に向け伴走支援する。

(4)目標						
項目	現状	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
事業計画策定セミナー (参加者数)	-	1回 (8社)	1回 (12社)	1回 (12社)	1回 (12社)	1回 (12社)
事業承継計画策定セミナー (参加者数)	-	1回 (7社)	1回 (10社)	1回 (10社)	1回 (10社)	1回 (10社)
個別相談会		2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定件数	-	5件	7件	7件	7件	7件
事業計画	-	3件	4件	4件	4件	4件
事業承継計画	-	1件	2件	2件	2件	2件
創業計画	-	1件	1件	1件	1件	1件

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(1)現状と課題

①現状

現状では、補助事業、認定計画採択後の追跡調査を実施するのみで、小規模事業者が策定した事業計画の実現に向けた伴走支援は行っていない。

②課題

経営指導員等が、小規模事業者の事業計画を理解していなかったため、適時適切な実効支援を行うことが出来なかった。また、小規模事業者が事業計画を進める過程で発生する問題、課題の対処方法について、知識、知見を有していないことも課題である。

(2)事業内容

①事業計画策定事業者への事後支援

経営指導員等は、四半期に1度巡回訪問を行い、計画進捗状況を把握する。巡回訪問時は、小規模事業者が策定した事業計画に関連する施策情報等を提供の他、事業計画を進める過程で発生した問題、課題を解決するため大学、公設試、他支援機関の紹介他、専門家派遣を行い対応する。

②事業承継計画策定事業者への事後支援

経営指導員等は、四半期に1度巡回訪問を行い、計画進捗状況を把握する。巡回訪問時は、小規模事業者が策定した事業承継計画に関連する税務、労務、資金、M&A 施策情報等を提供の他、事業計画を進める過程で発生した問題、課題を解決するため、他支援機関の紹介、専門家派遣を行い対応する。

③創業計画策定者への事後支援

創業予定者は勤務者が多いため、経営指導員等は、月に1度創業予定者に対しEメール送信、巡回訪問により創業計画の進捗状況調査を実施する。また、計画実現に向け資金斡旋、記帳、税務支援する他、事業計画を進める過程で発生した問題、課題を解決するため大学、公設試、他支援機関の紹介他、専門家派遣を行い対応する。

④進捗遅延、計画変更が必要になった場合の支援

事業計画（事業承継・創業を含む）を進める過程で進捗遅延、計画変更が必要になった場合は、真因分析後、対応策を検討し事業計画修正を支援する。経営課題解決に専門的知見を必要とする場合は、大学、公設試、他支援機関の紹介他、専門家派遣を行い対応する。

(3)成果の活用

個別事業者の伴走支援経過を纏めた経営指導カルテ等を業務会議で説明することにより、課題解決に向けた経営支援の知識、知見を職員間で共有することが出来る。また、複数案件を支援することで様々な経営課題に対応出来る大学、公設試、他支援機関の紹介他、専門家派遣と人的ネットワークを作ることが出来る。

(4)目標

①事業計画策定支援

項目	現状	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
事業者数	-	3社	4社	4社	4社	4社
延フォロー回数	-	12回	16回	16回	16回	16回
売上高増加事業者数	-	1社	2社	2社	2社	2社
営業利益10%増加事業者数	-	1社	1社	1社	1社	1社

②事業承継計画策定支援

項目	現状	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
事業者数	-	1社	2社	2社	2社	2社
延フォロー回数	-	4回	8回	8回	8回	8回
売上高増加事業者数	-	1社	2社	2社	2社	2社
営業利益10%増加事業者数	-	1社	1社	1社	1社	1社

③創業計画策定支援

項目	現状	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
事業者数	-	1社	1社	1社	1社	1社
延フォロー回数	-	12回	12回	12回	12回	12回
目標売上高達成事業者数	-	1社	1社	1社	1社	1社

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(1)現状と課題

①現状

小規模事業者は、事業者の直感で商品・サービス開発することが多い。また、経営指導員等も社会のニーズや消費者の声に基づいた商品開発支援の重要性を理解しておらず、需要動向調査支援は全く行っていない。

②課題

成功事例から、小規模事業者に需要動向調査に基づいた商品開発の大切さを理解頂くこと。また、支援する経営指導員等が、需要動向調査方法及び調査後の分析について、知識、知見を有していないことが課題である。

(2)事業内容

需要動向調査の重要性を事業計画策定支援、セミナー開催により小規模事業者へ伝えるとともに、事業計画策定した小規模事業者が、既存商品・サービスの改善、新商品・サービスの開発に取り組む場合は、次の方法を想定し需要調査を実施する。

①需要動向調査分析セミナーの開催

需要動向調査分析資料を踏まえたマーケティング活動により商品・サービスの販路開拓に成功した事例研究、併せて需要動向調査の手法、分析を学ぶセミナーを開催し、小規模事業者に必要な需要動向調査に基づいた商品開発の重要性を伝える。

②需要動向調査

(ア) 建設業の需要動向調査支援

支援対象	電力産業などプラント工事分野へ進出する小規模事業者
調査対象	電力事業者、電力下請事業者
調査項目	品質（精度・耐久性）、価格、納期、商品改善点
調査内容	・小規模事業者が開発するサービスの需要調査。 ・商工会部会総会時に、調査対象サービスのパンフレットをもって説明し、購買担当者、現場管理者へ聞き取りアンケート調査する。 ・30件のサンプル回収を目標とする。
調査分析	調査分析は、経営指導員が中心となり実施する。専門的分析が必要な場合は、中小企業基盤整備機構（震災復興アドバイザー）、福島県よろず支援拠点（専門家派遣）、福島県（専門家派遣）等の専門家を活用し実施する。
活用方法	調査結果を小規模事業者へ提供し、サービスの改善により受注成約に繋げる。

(イ) 製造業の需要動向調査支援

支援対象	自動車・航空機・携帯電話向け製品、部品開発する小規模事業者	
調査場所	展示商談会名	来場者
	機械要素技術展	自動車・航空機大手企業の購買担当者
	シーテック（CEATEC）	IT及びエレクトロニクス機器関連、電子部品大手企業の購買担当者
調査項目	品質（精度・耐久性）、価格、納期、商品改善点	
調査内容	・小規模事業者が開発する製品、部品。 ・試作品、パンフレット説明をもって展示商談会に来場する購買担当者へ聞き取りアンケート調査する。 ・1商品あたり50件のサンプル回収を目標とする。	
調査分析	調査分析は、経営指導員が中心となり実施する。専門的分析が必要な場合は、中小企業基盤整備機構（震災復興アドバイザー）、福島県よろず支援拠点（専門家派遣）、福島県（専門家派遣）等の専門家を活用し実施する。	
活用方法	調査結果を小規模事業者へ提供し、製品改善、新製品開発により受注成約に繋げる。	

支援対象	電力産業向け製品、部品を新開発する小規模事業者	
調査場所	展示商談会名	来場者
	電力・ガス新ビジネス EXPO	電力・ガス小売、新電力大手企業の購買担当者
調査項目	品質（精度・耐久性）、価格、納期、商品改善点	
調査内容	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者が開発する製品、部品。 ・試作品、パンフレット説明をもって展示商談会に来場する購買担当者へ聞き取りアンケート調査する。 ・1商品あたり50件のサンプル回収を目標とする。 	
調査分析	調査分析は、経営指導員が中心となり実施する。専門的分析が必要な場合は、中小企業基盤整備機構（震災復興アドバイザー）、福島県よろず支援拠点（専門家派遣）、福島県（専門家派遣）等の専門家を活用し実施する。	
活用方法	調査結果を小規模事業者へ提供し、製品改善、新製品開発により受注成約に繋げる。	

（ウ）介護事業の需要動向調査支援

支援対象	新サービス開発する小規模事業者	
調査場所	施設名	来場者
	道の駅そうま、セデッテかしま	地域消費者
調査項目	価格、サービス満足度、サービス利用有無、サービス改善点	
調査方法	<ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者が開発する介護サービス。 ・道の駅の一面にブースを設けて来店客にサービスを体験してもらい聞き取りアンケート調査する。 ・1案件あたり50件のサンプル回収を目標とする。 	
調査分析	調査分析は、経営指導員が中心となり実施する。専門的分析が必要な場合は、中小企業基盤整備機構（震災復興アドバイザー）、福島県よろず支援拠点（専門家派遣）、福島県（専門家派遣）等の専門家を活用し実施する。	
活用方法	小規模事業者へ調査結果を提供、改善点の理解を促しサービス改善により需要開拓に繋げる。	

（エ）卸小売、飲食の需要動向調査支援

支援対象	無花果、マンゴーなど地域資源を活用し加工食品開発する小規模事業者	
調査場所	展示商談会名/アンテナショップ	来場者
	アグリフード EXPO	卸・小売・食品製造事業者
	地方銀行フード セレクション	卸・小売・食品製造事業者
	東京都中央区 日本橋ふくしま館 - MIDETTE	首都圏消費者
調査項目	味、価格、パッケージ、商品満足度、商品改善点	
調査方法	<ul style="list-style-type: none"> ・地域資源を活用した加工食品。 ・新商品の試食により展示商談会に来場する購買担当者、アンテナショップ来店にする首都圏消費者へ聞き取りアンケート調査する。 ・1商品あたり50件のサンプル回収を目標とする。 	
調査分析	調査分析は、経営指導員が中心となり実施する。専門的分析が必要な場合は、中小企業基盤整備機構（震災復興アドバイザー）、福島県よろず支援拠点（専門家派遣）、福島県（専門家派遣）等の専門家を活用し実施する。	
活用方法	小規模事業者へ調査結果を提供、改善点の理解を促し商品改善、新商品開発により需要開拓に繋げる。	

③ビッグデータ等を活用した需要動向調査

経営指導員等は、以下のツールを活用し需要動向把握に努め、経営状況分析や事業計画策定支援時に小規模事業者へ情報提供を行う。

ツール名	著作者	提情報内容
地域経済分析システム (RESAS：リーサス)	経済産業省	・地域経済循環マップ ・産業構造マップ ・企業活動マップ
業種別審査事典	金融財政事情研究会	・業種、業界動向
業種別業界情報	経営情報出版社	・業種、業界動向
日刊工業新聞	日刊工業新聞	・業種、業界動向

(4)目標

①セミナー

項目	現状	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
開催回数	-	1回	1回	1回	1回	1回

②需要動向調査

項目	現状	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
調査対象事業者数	-	4社	5社	5社	5社	5社
建設業	-	1社	1社	1社	1社	1社
製造業	-	1社	2社	2社	2社	2社
介護事業	-	1社	1社	1社	1社	1社
卸小売、飲食業	-	1社	1社	1社	1社	1社

③経営状況分析、事業計画策定時の需要動向調査

項目	現状	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
開催回数	-	15回	22回	22回	22回	22回

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

(1)現状と課題

①現状

小規模事業者への販路開拓支援は、小規模事業者持続化補助金の申請支援が主になっている。事業計画を踏まえた展示会等への出展支援、要動向調査分析を活用した需要開拓支援など、事業のPDCAサイクルを意識した支援は行っていない。

②課題

経営指導員等は、展示相談会出展支援、プレスリリースやPR支援、ホームページ・SNS活用支援など販路拡大支援の実務経験が少ない。小規模事業者の販路開拓支援に向けた知識・知見の蓄積、共有が課題である。

(2)事業内容

①商業施設、展示商談会を活用した需要開拓支援

	支援対象	出展前の支援内容	出展後の支援内容
商業施設	小規模事業者の BtoC 需要開拓支援	販売予測、商品 POP、値札、商品陳列、販売口上支援、商品ホームページ、放射能検査結果、消費者アンケート	アンケート調査の分析需要、課題分析
展示商談会	小規模事業者の BtoB 需要開拓支援	出展小間演出、企業・製品・商品パンフレット、企業・製品・商品ホームページ、購買担当者アンケート	継続商談支援 アンケート調査の分析需要、課題分析

出展前後の伴走支援を行いながら、商業施設、展示商談会を活用し、小規模事業者が開発する製品、サービスの需要開拓支援を行い販売・商談成立を高める。

なお、専門的な課題解決が必要な場合は、中小企業基盤整備機構（震災復興アドバイザー）、福島県よろず支援拠点（専門家派遣）、福島県（専門家派遣）等の専門家を活用し支援を実施する。なお、活用する商業施設及び、出展予定する展示商談会は以下を予定する。

[商業施設]

- ・無花果、マンゴーなど地域資源を活用し加工食品を開発する小規模事業者の BtoC 需要開拓支援

運営者	アンテナショップの名称	来店者/来館者数
株式会社野馬追の里	常磐高速道路サービスエリア セデッテかしま	・観光客、地域消費者 ・年間来館者数 120 万人
(公財) 福島県観光物産交流協会・福島県商工会連合会	アンテナショップ 日本橋ふくしま館	・首都圏消費者 ・年間来館者数 50 万人

[展示商談会]

(ア) 建設業

- ・電力産業向け製品を開発する小規模事業者の BtoB 需要開拓支援

展示商談会の名称	内容	来場者/来場者数
・電力・ガス新ビジネス EXPO	・エネルギー管理手法や事業者間連携による省エネ、電力・ガス事業に関するビジネスマッチング展。	・電力・ガス小売、新電力大手企業の購買担当者対象。 ・前回の購買担当者、来場者数 43,000 人。

(イ) 製造業

・自動車・航空機・携帯電話向け製品、部品を開発する小規模事業者の BtoB 需要開拓支援

展示商談会の名称	内容	来場者/来場者数
・機械要素技術展	・軸受、ベアリング、ねじ、ばねなどの機械要素、金属、樹脂加工技術を集めた専門技術展。	・自動車・航空機大手企業の購買担当者対象。 ・前回の購買担当者、来場者数 66,000 人。
・シーテック (CEATEC)	・「※CPS/IoT」に関する技術、情報のビジネスマッチング展。	・IT 及びエレクトロニクス機器関連、電子部品大手企業の購買担当者対象。 ・前回の購買担当者、来場者数 156,000 人。

※CPS：大規模データ処理技術を活用した分析、知識化による産業活性化や社会問題解決。

(ウ) 卸小売、飲食業

・無花果、マンゴーなど地域資源を活用し加工食品を開発する小規模事業者の BtoB 需要開拓支援

展示商談会の名称	内容	来場者/来場者数
・アグリフード EXPO	・農業者、地域資源を活用した食品製造業のビジネスマッチング展。	・卸・小売・食品製造業の購買担当者対象。 ・前回の購買担当者、来場者数 13,000 人。
・地方銀行フード セレクション	・食品製造業と、地域色豊かな加工食品を求める卸・小売購買担当者のビジネスマッチング展。	・卸・小売・食製造業の購買担当者対象。 ・前回の購買担当者、来場者数 10,000 人。

②販路開拓セミナーの開催

ホームページや SNS を活用した販路開拓は、経営資源が限られている小規模事業者親和性が高い商品、サービスの販路開拓手法である。ただし、インターネットを巡る技術開発は早いいため、年に一度、専門家を招聘しインターネットを活用した販路開拓手法を学ぶセミナーを開催する。

具体的には、中小企業基盤整備機構（震災復興アドバイザー）、福島県よろず支援拠点（専門家派遣）、福島県（専門家派遣）等の専門家等を活用し支援を実施する。

③プレスリリース・PR の活用支援

小規模事業者は、提供する商品・サービスの PR 活動を行っていないことが多いため、商品・サービスの説明情報作成、新聞、テレビ・ラジオなどパブリシティや、情報拡散に影響力あるライターを活用し小規模事業者が販売する商品・サービスの市場認知を高める。

専門的な課題については、中小企業基盤整備機構（震災復興アドバイザー）、福島県よろず支援拠点（専門家派遣）、福島県（専門家派遣）等の専門家を活用し支援する。

(3)成果の活用

プレスリリース・PR、展示販売・商談会出展支援による成功事例は、成功要因分析後、パンフレットに纏め地区内の小規模事業者提供。また、事業計画策定、需要動向調査、販路開拓支援とその後の分析結果を一冊の資料として商工会の経営支援の知識・知見として蓄積、伴走支援へ横展開し活用する。

(4)目標

①商業施設、展示商談会での需要開拓支援

項目	単位	現状	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
商業施設	事業所数	-	1社	1社	1社	1社	1社
	目標売上	-	50万円	50万円	50万円	50万円	50万円
展示商談会 (ア) 建設業	事業所数	-	1社	1社	1社	1社	1社
	成約件数	-	1件	1件	1件	1件	1件
展示商談会 (イ) 製造業	事業所数	-	2社	2社	2社	2社	2社
	成約件数 /社	-	1件	1件	1件	1件	1件
展示商談会 (ウ) 卸小売、飲食業	事業所数	-	2社	2社	2社	2社	2社
	成約件数 /社	-	1件	1件	1件	1件	1件

②販路開拓セミナーの開催

項目	現状	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
開催回数	-	1回	1回	1回	1回	1回

③プレスリリース・PRの活用支援

項目	現状	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
支援事業者	-	3社	3社	3社	3社	3社

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

(1)現状と課題

①現状

新地町では、常磐線新地駅前の再開発事業や、福島・国際研究産業都市（イノベーション・コースト）構想による液化天然ガス発電所など新エネルギー産業の立地により、ここ数年地域外から大手企業、大学、支援機関が多数進出立地し、新たな定住者や来街者が増加している。

②課題

行政、地域に根差し事業活動してきた小規模事業者、新たに新地町に立地する大手企業、大学、支援機関が、地域産業の育成、定住人口の増加、流入人口の拡大など地域経済活性化に向けた目標、活動への共通理解、求心力向上が課題となっている。

(2)事業内容

①UDC しんち全体会議の開催（年 6 回開催）

商工会は、新地町と事務局を担当しながら新地町、町観光協会、東京大学、国立環境研究所、電力会社による産学官連携組織「UDC しんち（アーバンデザインセンターしんち）」全体会議を年 6 回開催し、地域経済活性化に向けた関係醸成に努め新たなまちづくりを推進する。

新地駅周辺では、平成31年4月に複合商業施設がオープンし、飲食店を中心に8件の事業者が入居、営業している。令和元年6月には新たにホテル兼温浴施設、屋内スポーツ施設がオープンし新たな人の流れが生まれた。

特に商工会としては、新地駅前複合商業施設の創業インキュベーションルーム入居者への「創業支援」、無花果、マンゴーなど「地域資源活用」を活用した外貨獲得、交流人口拡大の分野で中心的役割を果たしていく。

②遊海しんち実行委員会の開催（年 6 回開催）

新地町協力のもと、平成 23 年から平成 30 年まで 8 年間、震災復興イベント“やるしかねえべ祭り”を開催してきた。夏の一大イベントとして定着し県内外から 4 万人の来場客で賑わっていた。

令和元年よりはコンセプトを「地域の活性化・交流人口の拡大」及び「農林水産物など地域資源 PR」とし、名称を震災前の「遊海しんち 2019」として再び開催している。来場する観光客に、新地町ならではの特産品に触れてもらうキッカケとなる場とするため、小規模事業者の出店や、飲食、特産品の販売など、訪れた観光客に小規模事業者の商品の魅力を伝える取組みについて商工会、新地町、町観光協会による「遊海しんち実行委員会」を年 6 回開催する。

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

1. 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

①現状

日本政策金融公庫福島支店が開催する小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会(年2回開催、管内の商工会等の経営指導員が参加)及び「相馬広域連携協議会」(鹿島商工会、小高商工会、飯舘村商工会、新地町商工会で構成)で年4回程度開催している経営支援会議に参加し、近隣地域の金融需要や景況等情報交換を行っているのみである。

②課題

近隣地域の金融需要や景況等の情報交換が主な内容となっており、経営支援実績や知見の共有等まで手が伸びていなかったが、今後は、経営指導員の能力向上につながる機会にする。また、管内の金融機関との情報交換はこれまで突発、限定的であったため、定期、継続して取り組みたい。

(2)事業内容

①金融機関との連携及び情報交換

地元金融機関である相双五城信用組合、あぶくま信用金庫との連絡を密にし、地域内における景況や金融情勢、支援課題や支援メニュー、支援事例等情報交換(年2回)を行い、経営指導員の支援力向上に努める。また、日本政策金融公庫福島支店が開催する小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会(年2回)に参加し、福島支店及び管轄の商工会・商工会議所と管内の金融状況、それぞれの地域における商工業の現状や課題、支援事例等情報交換を通じて経営指導員の支援力向上を図る。

②商工会広域連携事業「相馬広域連携協議会」との連携及び情報交換

商工会広域連携事業「相馬広域連携協議会」で開催している経営支援会議(年4回)において、構成団体(鹿島商工会、小高商工会、飯舘村商工会)それぞれの地域における経済情勢、商工業の現状や課題、経営支援事例の共有の他、地域経済活性化事業の取組み等について情報交換を行い、経営指導員の支援力向上を図る。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1)現状と課題

①現状

福島県商工会連合会が実施する職種別の研修会及び、専門的な業務を取り扱う課題別研修会に職種該当者・業務担当者が参加している。

②課題

参加した研修資料は報告回覧しているが、受講した経営支援に関する知識や知見等の共有はされていない。少なくとも概論となる知識・知見等については職員間で共有し、組織的な経営支援能力向上につなげるべきであるが、実務を消化することで手一杯であり時も場も設けられない状況であり、資質向上体制が構築できていない。

(2)事業内容

①職場外研修会等の活用

全国商工会連合会指定の WEB ラーニングの受講や福島県商工会連合会、他の支援機関等が開催する研修会を積極的に受講することで経営指導員等（経営支援員、一般職員を含む）の経験年数、能力等に応じ、不足している支援スキル向上を図る。

②専門家への帯同巡回

経営指導員が 1 名体制で、経営指導員が普段の業務中に他者の支援スキルを学ぶ機会は皆無と言ってよい状況であり、また、少人数（4 名）の職員で運営しているため複数職員が帯同して巡回できる機会は極端に少ない状況であるため、経営指導員等は専門家派遣といった貴重な機会には必ず帯同し、高度な支援案件への対応能力向上を図ると同時に伴走支援の強化に繋げる。

③職場内勉強会の開催

各々研修の参加者が説明する形式で、研修会等から得た有益な知識・知見等、研修の概論部分を職員間で共有するため勉強会を開催する。全職員がそろう場で予備日を設けた定期開催とし、事務室でなく会議室で実施する等工夫し習慣化する。

④伴走型支援事業報告会の開催

伴走型支援事業の支援事例について報告会を開催し、実施中の支援の進捗状況や有効性等について経営指導員や経営支援員等が話し合うことで多くの視点から考察し、今後の支援策の最適化を図り、効果的な小規模事業者支援を推進する。その際に提案された支援内容等をデータ化して集約、蓄積し、全職員が相互共有できる環境にすることで、今後の類似した支援等に役立てるとともに個々の支援スキルアップへつなげる。

3. 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

①現状

商工会通常総会や理事会、部会、委員会等において組織運営の報告は実施しているが、具体的な経営支援の報告までいたらず、例年同様に組織運営の報告に留まっているのが現状となっている。

②課題

現状の理事会・部会会議は、事業評価を具体的に掘り下げて精査、検討する場となっていない。そのため、経営発達支援事業の評価・見直しに特化した会議の開催、支援を評価する新たな会議体の構築、また、事務局の意識改革による事業検証と改善が必要である。

これらを実行することで新たに取り組むべき事業、切り捨てるべき事業等を真剣に考え、事業の新陳代謝を高め、多様化している小規模事業者の経営支援需要に対し時代遅れにならない対応ができる体制を築きたい。

(2)事業内容

①事務局会議による PDCA サイクルの構築

事務局会議を年 4 回開催し、事業評価及び見直しを実施する。事業の検証、進捗状況確認等、PDCA サイクルを構築し、事業改善及び推進を図る。

②事業評価委員会設置による外部評価体制の構築

新地町企画振興課、中小企業診断士等の外部有識者、福島県商工会連合会、法定経営指導員、新地町商工会会長及び経営指導員等で構成する「新地町経営発達支援事業評価委員会」を設置、年1回開催し、事業の実施状況、成果評価、見直し案の提示を行う。

③理事会による事業評価、方針の報告、決定

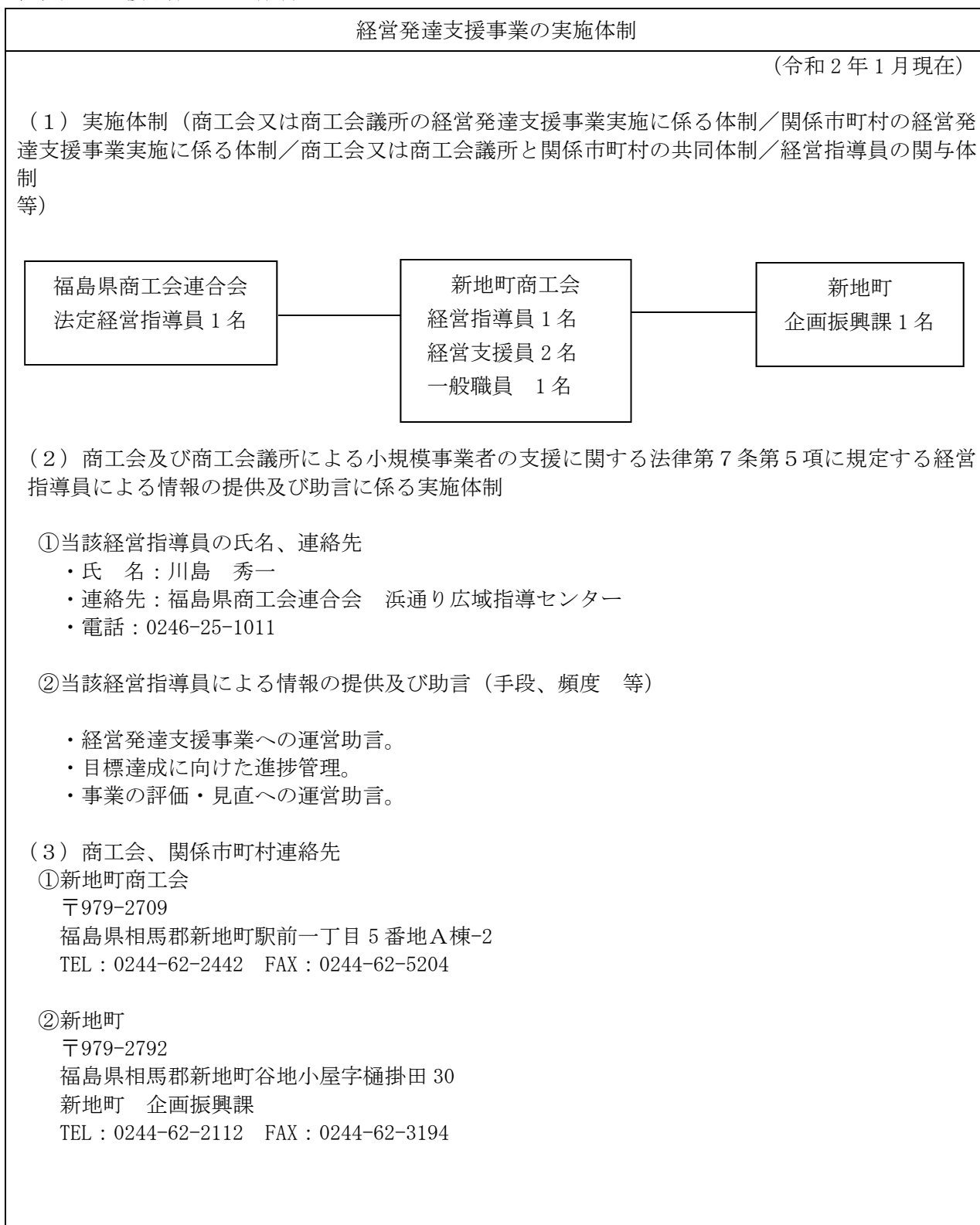
上記委員会で提示された事業の成果評価等の検証結果及び見直し案について理事会において報告協議し、公表する事業評価と見直し方針を決定する。

④事業の成果、評価及び見直しの公表

事業の成果、評価、見直し等の結果を取り纏め、新地町商工会ホームページ (<http://shinchishoko.blog116.fc2.com/>) に掲載し公表する (年1回)。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
必要な資金の額	1,700	1,900	1,900	1,900	1,900
地域経済動向調査	50	50	50	50	50
経営状況分析	100	100	100	100	100
事業計画策定支援	300	300	300	300	300
事業計画策定後支援	100	100	100	100	100
需要動向調査	500	500	500	500	500
新需要開拓事業	500	700	700	700	700
地域経済の活性化事業	100	100	100	100	100
事業評価・見直し	50	50	50	50	50

(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
国補助金、県補助金、町補助金、受益者負担金

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(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