

経営発達支援計画の概要

実施者名	須賀川商工会議所（法人番号 9380005005394） 須賀川市（地方公共団体コード 072079）
実施期間	令和３年４月１日～令和８年３月３１日
目 標	１．伴走型支援を通して小規模事業者の経営基盤強化を図る ２．地域での創業を支援し地域経済の活力を創出する ３．中心市街地活性化事業等により長期的な地域経済活性化を促進する
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 地域の経済動向に関する情報を収集・分析し、小規模事業者に情報提供するとともに伴走型支援の基礎情報として活用する。 ３－２．需要動向調査に関すること 小規模事業者の商品に対する需要動向調査を実施し、分析結果を事業者にフィードバックする。 ４．経営状況の分析に関すること 経営分析を必要とする小規模事業者を選定し、経営状況分析を行う。分析結果を事業者にフィードバックし、自社の強み・弱みを認識してもらう。 ５．事業計画策定支援に関すること 経営状況分析を行った事業者を対象に、セミナー等を通して事業計画策定支援を行う。 ６．事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後の定期的な巡回訪問を実施し、計画の進捗状況を把握し、個社の進捗状況に応じた支援を行う。 ７．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 首都圏で開催される大型展示会への出展やＩＴ活用を通して、小規模事業者の販路開拓を支援する。
	地域経済の活性化に資する取組 １１．地域経済の活性化に資する取組に関すること 中心市街地活性化、地域ブランド育成、福島空港を活用した地域活性化、地域における人材確保・育成等の事業を通じて、地域経済の活性化を図る。
連 絡 先	須賀川商工会議所 中小企業相談所 経営指導課 〒962-0844 福島県須賀川市東町 59 番地の 25 TEL 0248-76-2124 FAX 0248-76-2127 E-mail skgwcci01@sukagawacci.or.jp 須賀川市 経済環境部 商工課 商業労政係 〒962-8601 福島県須賀川市八幡町 135 番地 TEL 0248-88-9143 FAX 0248-72-9845 E-mail shoukou@city.sukagawa.fukushima.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 須賀川市の現状

須賀川市（以下、当市）は、福島県のほぼ中央に位置し、面積は279.43㎢、北は郡山市、南東は石川郡、南西は岩瀬郡に隣接している。西に那須連峰、東に阿武隈の山並みを望み、市内中心部を阿武隈川、釈迦堂川が流れるなど、豊かな自然環境に恵まれた当市は、東北縦貫自動車道、国道4号、東北本線、東北新幹線、水郡線が通り、首都圏や仙台圏へのアクセスが容易で、高速交通体系に恵まれたまちである。

さらには、県内唯一の空の玄関口「福島空港」を有し、これらの高速交通網の整備により、人・物・情報などあらゆる分野において交流が活発化して新たな文化を生み出すなど、「臨空都市」として大きく成長してきた。

平成17年4月には、隣接する長沼町と岩瀬村と合併し新たな一步を踏み出しており、多様化する市民ニーズに対応できるよう、それぞれの地域が持つ個性や歴史、伝統文化、自然環境などの貴重な資源を生かしたまちづくりを進めている。

地域の特産品は、夏秋露地栽培の収穫量が日本トップクラスの「すかがわ岩瀬産きゅうり」。須賀川商工会議所（以下、当所）が中心となり、この「きゅうり」をテーマに開発した「須賀川かっぱ麺」は、市内17の飲食店で味わうことができる。また、ウルトラマンの生みの親で特撮の神様と称される「円谷英二監督」の出身地でもあり、市内中心部にはウルトラマンや怪獣のモニュメントが立ち並び、ウルトラマン関連オリジナルグッズも多数存在し、観光振興に活かされている。

平成23年3月11日の東日本大震災では、建物の倒壊や藤沼ダムの決壊など、甚大な被害を受けた。また、令和元年10月の台風19号では、市内を流れる阿武隈川と釈迦堂川の氾濫により市内各地で浸水被害が発生し、地域経済への影響も大きかった。現在は、新型コロナウイルス感染症の影響も重なって地域経済は大きな試練に直面しており、災害からの復旧・復興、そしてさらなる発展に向け、官民一体となり取り組んでいる。

須賀川市の位置



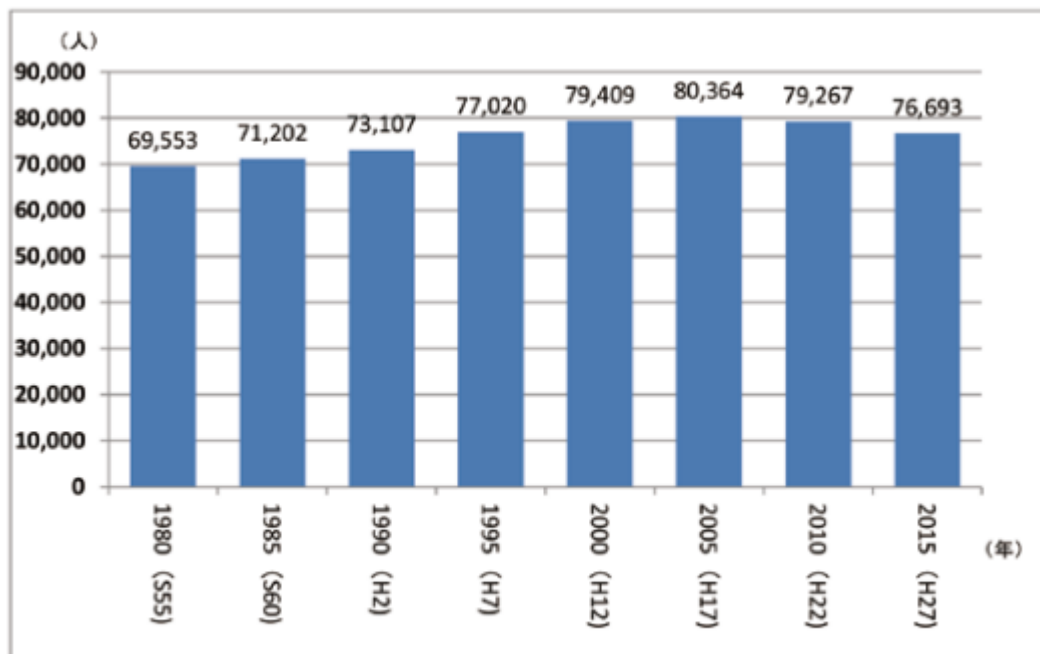
当市の人口は、国勢調査により昭和55年以降の推移をみると、昭和60年に7万人を超え、その後も増加傾向で推移し、平成17年には80,364人とピークとなった。しかし、平成22年には減少に転じ、平成27年は76,693人、令和2年9月現在は75,348人（当所管轄区域でこの約8割

を占める）となっている。

また、福島県及び近隣市（県中・県南地域に位置する人口5万人以上の市）と比較すると、福島県の人口減少は平成7年頃から、白河市の人口減少は平成12年頃から始まっているが、当市及び郡山市の人口減少は平成17年から平成22年にかけて始まっており、人口減少の進行は緩やかであるといえる。

当市の年齢3区分別の人口推移をみると、生産年齢人口（15歳～64歳）は、平成17年の51,684人をピークに、平成27年には46,663人に減少した。また、年少人口（0歳～14歳）は減少傾向、老年人口（65歳以上）は増加傾向にあり、平成12年頃に年少人口と老年人口が逆転した。当市は、少子高齢化の傾向が顕著にみられ、今後も年少人口が減少し老年人口が増加していく傾向が続くと推測される。

須賀川市 人口の推移



資料) 2010 (H22) 年までは国勢調査、2015 (H27) 年は福島県の推計人口 (6月1日現在)

当市の産業構造は、製造業等の第2次産業の割合が約22%を占め、全国や福島県と比べて高い。また、卸売業・小売業及び飲食、宿泊等の各種サービス業等の割合は約77%を占めており、第3次産業が中心の産業構造である。

このような状況の中、当市の産業のうち付加価値額を生み出す力をもった代表的な産業は、製造業、卸売業・小売業、医療・福祉であり、特に製造業と医療・福祉は業種構成を全国と比較した特化係数が「1」を超えており、福島県内でも特徴的な産業となっている。

市内8つの工業団地を中心として、製造業、卸売業、小売業の立地が進み、市内事業所のほとんどが中小企業であり、そのうち小規模企業の割合は約67%を占めている。また、市内従業者数のほとんどが中小企業者での雇用であり、そのうち小規模企業での雇用割合は約22%となっている。

平成23年3月に発生した東日本大震災により、産業・交通・生活基盤に甚大な被害を受け、生産機能及び労働力の流出などによりあらゆる産業が大きな打撃を受けた。震災後、雇用に関しては、復旧復興関連需要により改善の動きが見られたものの、景況感の好転には程遠い状況にあるとともに、風評被害の払拭も重要な課題の一つとなっている。

事業所数

	中小企業		
	企業数	小規模企業	構成割合
全国	3,809,228	3,252,254	85.4
福島県	61,566	53,545	87.0
須賀川市	3,226	2,161	67.0

H29中小企業白書

H26経済センサス基礎調査再編加工

従業者数(常時雇用者)

	中小企業		
	従業者数	小規模企業	構成割合
全国	26,466,676	5,920,617	22.4
福島県	379,288	98,686	26.0
須賀川市	29,915	6,541	21.9

H29中小企業白書

H26経済センサス基礎調査再編加工

事業所数・従業者数の業種別内訳（令和元年版須賀川市統計より）

（単位：事業所・人）

産業分類（大分類）	平成26年			
	民 営		国、地方公共団体	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
総 数	3,226	29,915	123	2,695
農 林 漁 業	19	187	—	—
鉱業，採石業，砂利採取業	3	14	—	—
建設業	389	2,505	—	—
製造業	318	7,533	—	—
電気・ガス・熱供給・水道業	5	155	3	50
情報通信業	17	136	—	—
運輸業，郵便業	101	1,845	—	—
卸売業，小売業	815	5,705	—	—
金融業，保険業	50	511	1	3
不動産業，物品賃貸業	91	409	1	7
学術研究，専門・技術サービス業	88	341	2	21
宿泊業，飲食サービス業	351	2,176	2	12
生活関連サービス業，娯楽業	321	1,371	2	108
教育，学習支援業	121	428	57	1,085
医療，福祉	275	3,763	24	696
複合サービス事業	26	456	—	—
サービス業 （他に分類されないもの）	236	2,380	6	137
公務 （他に分類されるものを除く）	—	—	25	576

上記事業所数の業種別内訳によると、卸売業・小売業が最も多く全体の25.3%を占め、次いで建設業が12.1%、製造業、宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業・娯楽業がいずれも約10%となっている。

また、事業所数は3,226社中2,679社(83.0%)、小規模企業者数は2,161社中1,686社(78.0%)を当所の管轄区域で占めている。

管内事業者の現状と課題について、当所が平成29年9月～10月にかけて実施した経済動向調査から読み取れる業種別の課題は次のとおり。（管内事業者372件が回答）

<製造業>

規模にかかわらず「売上(受注)不振」を経営上の問題点としている事業者が多い。規模別にみると、小規模事業者では「原材料(仕入)価格の上昇」をあげる事業者が60.5%にものぼるが、比較的規模の大きな事業者では9.1%に留まっており、原材料価格の高騰は小規模事業者特有の課題であることが読み取れる。比較的規模の大きな事業者では「労働力不足」や「人件費の上昇」といった、人材面の問題をあげる割合が高いといえる。

<卸売業>

小規模事業者では「売上不振」を経営上の問題点とする割合が75.0%にもものぼっている。ほとんどの小規模事業者が売上拡大に課題を持っていることがわかる。一方、比較的規模の大きな事業者では30.0%に留まっており、大きな差がみられる。また、小規模事業者で「諸経費(物流、物件費等)の上昇」が50.0%、比較的規模の大きな事業者で「原材料(仕入)価格の上昇」が40.0%を占めるなど、コストの増大も経営上の問題点としてあげられている。

<小売業>

規模にかかわらず、「売上(受注)不振」を経営上の問題点としている事業者が多い。また、小規模事業者では、約半数の事業者が「原材料(仕入)価格の上昇」を問題点にあげていることから、売上が上がらない中で、仕入価格が上昇しており、利益を圧迫している様子が推測できる。一方、比較的規模の大きな事業者では「人件費の上昇」や「労働力不足」といった、人材面での悩みを持つ事業者が多い。

<建設業・運輸業>

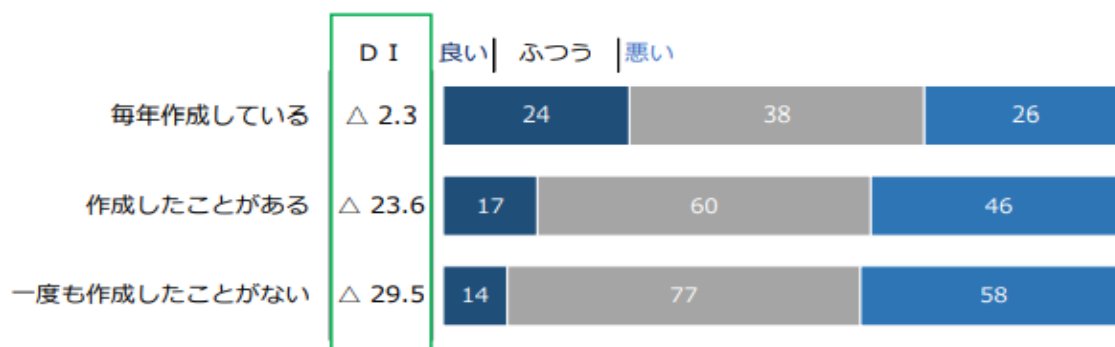
もともと経営環境が良い業種であるといえる。一般的に、災害復旧関連の公共工事の増加等により、建設需要は増加している。その中で問題となっているのが人手不足である。当市においても、規模にかかわらず「労働力不足」を経営上の問題と認識している事業者が多い。「売上(受注)不振」に着目すると、小規模事業者では48.9%の事業者が経営上の問題点と認識しているにも関わらず、比較的規模の大きい事業者ではこの回答は見られない。小規模事業者特有の問題点となっていることがわかる。

<サービス業>

良くも悪くもない経営環境にあるといえる。規模にかかわらず4割強の事業者が「売上(受注)不振」を経営上の問題点としている。ただし、比較的規模の大きな事業者では「労働力不足」や「人件費の上昇」といった人材面での課題を売上面での課題よりも上位にあげていることがわかる。

以上のように、多くの事業者が「売上(受注)不振」を経営上の問題点として認識している。経営上の問題点で「売上(受注)不振」と回答した小規模事業者の割合を業種別にみると、製造業60.5%、卸売業75.0%、小売業78.8%、建設業・運輸業48.9%、サービス業41.2%と高い割合で経営上の問題点として認識していることがわかる。

また、事業計画作成の有無と足元の売上高の傾向をみると、事業計画を「毎年作成している」「作成したことがある」と回答した事業者の売上高DI数値が、「一度も作成したことがない」と回答した事業者の数値よりも、高くなっている。(次項緑枠) 事業計画を「毎年作成している」事業者の売上高DIは△2.3ポイントと、比較的良い数値になっている。この結果から「事業計画の作成が売上拡大に寄与する」と考えられる。



「須賀川市総合計画」(平成30年度～令和4年度の5年間)によると、商工業の振興について

は、人口減少社会における消費の減退や震災の影響など、中小企業を取り巻く環境が厳しくなる中、企業には人材の育成や販路の確保、新技術の開発など経営基盤の安定や体質の強化が求められている。また、東日本大震災の影響もあり、中心市街地には空き地や空き店舗が増加している。

観光振興と交流促進については、観光資源などの様々な当市の魅力について、更なる情報発信が必要で、ウルトラマンモニュメントなどを活用した取り組みを強化する必要がある。人口減少対策としては、交流人口の拡大による地域活性化を図るため、福島空港の活用をはじめ、当市の友好都市を中心とした国内各都市との多方面での交流により、交流人口の拡大に努める必要がある。

②須賀川市の課題

これまで記述した当市の現状から、小規模事業者にとって対策が必要な地域の課題をまとめる。

まず、人口は今後も減少傾向が続き、高齢化率が上昇していくことが推測される。この傾向に対し、消費者動向をとらえた新たなサービス提供や顧客ターゲットの見直し等の方策を講じることが課題となっている。

また、生産年齢人口が減少傾向にある中で、新たな雇用が今以上に難しくなることが予測できる。IoTやAIも含めたDX（デジタルトランスフォーメーション）等による生産性向上や事業効率化が課題となってくる。加えて、人口の高齢化に伴い、経営者も高齢化しており、廃業等により事業所数の減少が続くとみられる。これを食い止めるための事業承継や創業支援も地域の課題である。

当市の中心部に平成31年1月に開館した市民交流センター「tette」（テッテ）の影響による中心市街地のにぎわい創出が期待されており、小規模事業者にとってもビジネスチャンスとなる。事業構造の転換等により、このビジネスチャンスを活かすことが課題となる。

小規模事業者の課題をみると、いずれの業種においても、経営環境の変化に対応した新商品や新サービスの展開や販売促進等が課題となっている。近年当市には、大規模小売店やチェーン店の進出が増えていることから、これらの店舗との差別化を図り、かつ高付加価値化を目指すことが重要といえる。

（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

これまで分析したとおり、人口減少や事業者の減少に加え、東日本大震災、令和元年台風19号や新型コロナウイルス感染症による影響など、小規模事業者を取り巻く環境が大きく変化してきている。このような中で、事業者がそれぞれの競争優位性を活かした経営をすることが、小規模事業者の長期的な振興のあり方と考える。

そこで、「①事業者が自社の競争優位性を認識する」「②競争優位性を外部へ発信し販路開拓を行う」という2つのステップが重要であり、当所はこの2つのステップを徹底的に支援する。

具体的には、経営状況を分析し、差別化による付加価値向上を軸とした事業計画の策定、伴走型支援を実施する、いわゆるPDCAサイクルを継続して回すことが事業者の長期的な振興となる。また、事業者が経営管理を行い地域産業構造の変化に対応し、サービス業が創業をしやすい環境を整備する点も地域経済成長のために重要である。

②須賀川市総合計画との連動性・整合性

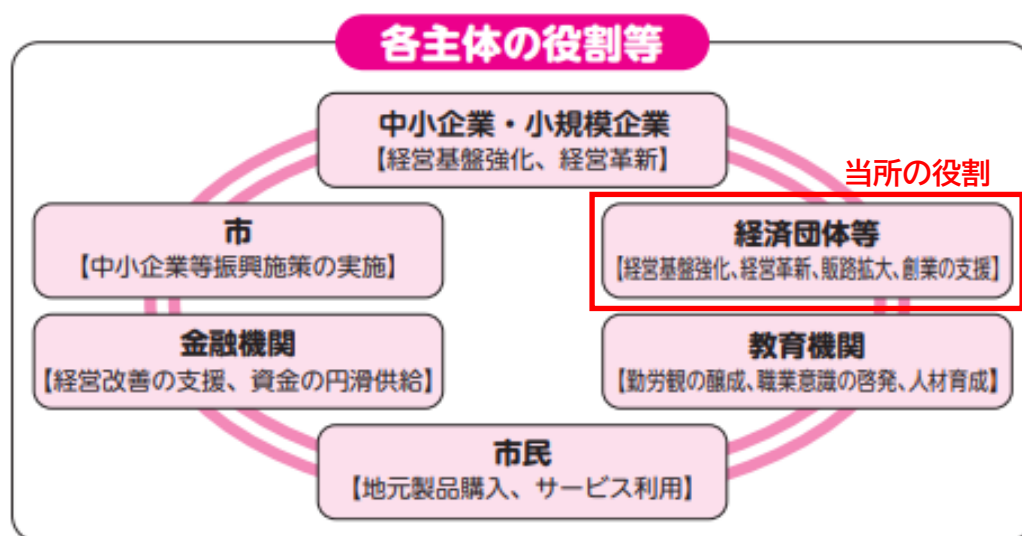
「須賀川市総合計画」の商工業の振興においては、先に記述した課題に対する取り組み方針として、「須賀川市中小企業・小規模企業振興基本条例に基づき、既存企業の経営基盤の強化に努める」ことが明記されている。

当市では、市内事業所の99%を占める中小企業・小規模企業の振興策を市政の柱の一つと位置付け、経済団体、金融機関、教育機関、そして市民と連携して経済の好循環を生み出せるよう「須賀川市中小企業・小規模企業振興基本条例」を平成29年1月に施行した。

市は、「須賀川市中小企業・小規模企業振興会議」を開催し、各団体と連携しながら中小企業・

小規模企業の課題解決の具体策を検討し、中小企業などの振興に取り組んでいる。

本条例における施策の基本方針は、「経営基盤の強化」「人材の育成」「販路拡大」「技術支援」「創業支援」で、須賀川市経済の発展と市民生活の向上による地域活性化を目的としている。本条例における当所の役割は、「経営基盤の強化」「経営革新」「販路拡大」「創業支援」とされ、関係機関と連携しながら事業者支援を行っている。



③須賀川商工会議所としての取組と役割

現在当所では、小規模事業者に対し、経営指導員3名による経営改善普及事業を実施している。この中で、補助金、各種施策などの積極的な情報発信を実施している。また、創業支援においては、市や地域の金融機関と連携して支援を実施している。この結果として、サービス業における高い創業率を達成できているといえる。

地域の総合経済団体として、国・県・市の施策を小規模事業者にも周知するとともに、小規模事業者の声を新たな施策に反映すべく提言を行うなど、国・県・市と小規模事業者とのパイプ役としての役割を担っている。同時に地域振興にも努めており、「すかがわ岩瀬産きゅうり」を使用した「須賀川かっぱ麺」のブランディング、「震災関連視察プログラム」の運営などを行っている。

今後の当所の役割は、支援機関として各業種におけるそれぞれの経営課題を把握し、その課題解決に向けた伴走型支援を実施することである。同時に、地域の総合経済団体として、他機関と連携を図りながら、小規模事業者の事業基盤である地域活性化を図る。

(3) 経営発達支援事業の目標

以上の「小規模事業者の長期的な振興のあり方」を踏まえ、本計画の目標を以下のとおり設定する。

1. 伴走型支援を通して小規模事業者の経営基盤強化を図る
2. 地域での創業を支援し地域経済の活力を創出する
3. 中心市街地活性化事業等により長期的な地域経済活性化を促進する

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 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

本計画の目標達成のための方針を以下のとおり設定する。

1. 伴走型支援を通して小規模事業者の経営基盤強化を図る

小規模事業者の経営課題の多くは「売上拡大」によって解決できる。これは、今までの巡回・窓口相談や経済動向調査から導き出した当所としての結論である。今後は、当計画における各種支援メニューを積極的に打ち出し、事業計画策定とそのフォローアップ等を通して「売上拡大」に貢献することで、小規模事業者が持続的に事業経営するための経営基盤の強化を図る。

支援にあたっては、事業者に競争優位性を認識させ、その競争優位性を発揮できるような具体的な販売促進策の提案と実施支援に重点を置く。販売促進については、一定の交流人口がいること、郊外型大型店舗とは差別化した品揃えが必要なことなど、経営環境の変化に対応した商品づくり、ターゲットの見直し等を提案する。

2. 地域での創業を支援し地域経済の活力を創出する

地域産業構造の変革、高齢化社会の中で廃業率の高まりは止めようがない。こうした中、既存事業者の事業承継支援とともに、地域における創業支援を推進する。

市内関係機関で組織する「須賀川市創業支援連絡会」と連携のうえ、創業計画から創業後の支援までを継続的に行い、創業とその後の経営安定化を図り地域経済の活力を創出する。

3. 中心市街地活性化事業等により長期的な地域経済活性化を促進する

10年後も小規模事業者が活性化している状況を作るためには、当市の地域経済の活性化が必須である。そこで、須賀川市や(株)こぶろ須賀川(まちづくり会社)、その他関係団体と連携し、「市内の回遊性の向上」「商業活動の活性化」「定住の促進」を達成するため、中心市街地におけるイベント、地域ブランドの育成、地域の人材確保・育成等の事業を通して地域経済活性化に取り組む。

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

地区内における小規模事業者の多くは、地域経済動向などの情報を察知する機会がなく、それらを経営に活かしている小規模事業者が少ないのが現状である。当所の小規模事業者支援における情報活用の側面をみても、商工会議所L O B O調査(早期景気観測)や外部機関から送付される調査結果等について、事務局内での回覧に留まることが多く、小規模事業者支援に活用されているとはいえない。

商工会議所L O B O調査については、全国やブロック別の調査結果となっており、地域経済に関する分析といった点ではやや欠けている。地域経済分析システム「RESAS」については、地域経済動向について年2回公表しているが、小規模事業者の経営に有効に活用されていないのが現状である。

そこで今後は、「RESAS」を活用して地域経済動向を分析する際に外部専門家と連携し、より詳しい分析と分析から導き出される小規模事業者の今後あるべき方向性について情報提供する。また、管内事業者の業況をまとめる当所独自の業況調査アンケートも行い、集計結果を公表するとともに、窓口相談、巡回訪問時において説明し小規模事業者支援に活用する。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
RESAS を活用した地域の経済動向分析の公表回数	2 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
管内事業者アンケート調査結果の公表回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①地域経済分析システム「RESAS」の活用

小規模事業者が地域の経済動向を把握するため、国が提供するビッグデータが集約された「RESAS」を活用し、経営指導員と外部専門家が連携しながら地域経済動向を分析し、結果を年に1回公表する。これまでは年2回公表していたが、データに変化が表れにくいため、今後は年1回とする。

【分析項目】「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるかを分析

「産業構造マップ」→産業の現状を分析

「まちづくりマップ」→人の動きを分析

【調査方法】経営指導員が地域経済分析システム「RESAS」を活用しデータを抽出する。

【分析方法】経営指導員が外部専門家と連携して分析する。

②管内事業者へのアンケート調査

国が提供するビッグデータに地域経済の状況が反映されるまでにはタイムラグが発生する。そこで、管内事業者の現状を早期にとりまとめるためのアンケート調査を年に1回行い、集計結果を公表するとともに小規模事業者支援の現場において情報提供に活用する。

【調査対象】管内事業者50社（製造業、卸売業、小売業、建設業、サービス業から各10社）

【調査項目】売上高、仕入単価、販売単価、雇用、資金繰り、業況等

【調査方法】経営指導員が対象事業者を訪問しヒアリングを行う。

【分析方法】経営指導員が外部専門家と連携して分析する。

（４）成果の活用

①情報収集・調査、分析結果をホームページに掲載し、広く管内事業者に周知する。

②経営指導員が、窓口・巡回指導を行う際の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

管内の小規模事業者は、自社の商品やサービスの需要動向について、これまでの経験や勘に頼って予測していることが多い。当所の支援も、現状は補助金申請支援の際にアドバイスを行う程度に限られている。

また、首都圏で開催される大型展示会に出展した事業者に対しては、出品商品を対象としたバイヤーへのアンケート調査を実施し、分析結果をフィードバックしていた。この結果、事業者の商品改良や販路開拓に一定の成果があったが、支援対象事業者が大型展示会に出展できる事業者に限られていた。

今後は、地元観光物産館や個別商談会において既存商品や新商品に対する需要動向調査を行い、分析結果を事業者へフィードバックし、事業計画策定支援時の販売計画等を策定する際に活用する。

（２）目標

支援内容	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
観光物産館における調査対象事業者数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
個別商談会における調査対象事業者数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社

（３）事業内容

①観光物産館における需要動向調査

地域の物産品を扱っている事業者を対象に、既存商品や開発中の商品に対する需要動向調査を行い、商品改良や新商品開発に活かしてもらう。具体的には令和2年10月にオープンした、すかがわ観光物産館「flatto」（ふらっと）への来場者を対象に、試食やアンケート調査を実施する。調査結果は、集計・分析して事業者にフィードバックし、事業計画策定時の側面支援とする。

【サンプル数】1商品あたり50人程度

【調査方法】すかがわ観光物産館「flatto」への来場者を対象に経営指導員等が試食やアンケート調査を実施する。

【分析方法】必要に応じて外部専門家と連携しながら経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】見た目、デザイン、味、量、価格、パッケージ等

【分析結果の活用方法】分析結果は、経営指導員等が直接事業者の説明する形でフィードバックし、商品改良や新商品開発に活用する。

②個別商談会における需要動向調査

東北や首都圏を対象に販路開拓を目指す事業者を対象に、個別商談会に臨む商品に対する需要動

向調査を行い、商品改良や商談に活かしてもらおう。具体的には、宮城県商工会議所連合会（仙台商工会議所）が主催する、事前予約型個別商談会「伊達な商談会」に常駐している、百貨店や商社のバイヤー経験者であるコーディネーターから商品や取引条件等に対するヒアリング調査を実施する。調査結果は事業者にはフィードバックし、事業計画策定時の側面支援とする。

【調査対象者】「伊達な商談会」コーディネーター（1事業者あたり1名～2名程度）

【調査方法】個別商談会に臨む商品を対象に、経営指導員等がヒアリング調査を実施する。

【調査項目】見た目、デザイン、味、量、価格、パッケージ、取引条件等

【分析結果の活用方法】分析結果は、経営指導員等が直接事業者の説明する形でフィードバックし、商品改良や商談に活用する。

※「伊達な商談会」（主催／宮城県商工会議所連合会）

〔2019年度実績（仙台商工会議所「2019年度事業報告」要約版より）〕

①個別型 11回（参加バイヤー延べ13社・実商談数184件）

②集団型 5回（参加バイヤー延べ45社・実商談数418件）

③現地開催型 7回（参加バイヤー延べ76社・実商談数430件）

④首都圏型 1回（参加バイヤー延べ2社・実商談数12件）

＜成約状況＞ 成約数：226件（成約率24.5%）※一部集計中

2013-2019年度：推定成約額 33億円・平均成約率 22.0%

4. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

これまでは、小規模事業者持続化補助金やマル経融資利用の際に、日本商工会議所が推奨する経営支援基幹システム「B I Z ミル」を活用し経営状況の分析を行っていた。しかし、経営指導員によって分析項目や分析レベルにバラツキがあり、事業者へのフィードバックも十分とは言えない現状である。

そこで、今後は「B I Z ミル」内に搭載されている「経営状況調査シート」を活用した経営状況分析を行う。所定のシートを活用して分析に必要な項目を聞き取ることで、統一した経営状況分析が可能となる。その分析結果を事業者にはフィードバックすることで自社の強み・弱みを認識してもらい、システムを通じて所内での情報共有を図る。

（2）目標

目標の設定においては、経営指導員1人当たり20件とする。

支援内容	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
経営分析件数	50 件	60 件	60 件	60 件	60 件	60 件

（3）事業内容

①経営分析の対象事業者の掘り起こし

経営指導員による日々の巡回や窓口相談において、経営分析を必要とする事業者の掘り起こしと選定を行う。

②経営分析の実施内容

【対象者】各種相談会や日々の巡回・窓口相談において、経営分析が必要と思われる事業者を経営指導員が選定する。

【分析項目】 定量分析→売上高、売上総利益、営業利益、経常利益等の財務分析

定性分析→経営資源や経営課題等についてのSWOT分析

【分析手法】 B I Z ミル「経営状況調査シート」をもとに経営指導員がヒアリングを行い、B I Z ミルに入力のうえ経営状況分析表を作成する。

（４）分析結果の活用

①分析結果は当該事業者にはフィードバックし、事業計画策定等に活用する。

②分析結果をシステム内で共有することで、組織として小規模事業者への伴走型支援に有効活用する。

経営状況調査シート（一部抜粋）

経営状況

問１ おおよその業績を教えてください。

※「前期の状況」は直近の決算期の状況、「今期の状況」は今期の着地見込みです。

※ 個人事業主は経常利益については税引き前所得となります。

決算期	(西暦) 年 月	
	前期の状況	今期の状況
売上高	() 千円	() 千円
売上総利益	—	() 千円
営業利益	—	() 千円
経常利益	—	() 千円

景況感

問２ 昨年の今頃と比べた現在の経営環境等の状況について、該当するもの１つに○を付けてください。

		よい ←────────────────→ わるい		
昨年の今頃 と比べた貴社の現状	売上高	増加	不変	減少
	販売（受注）数量	増加	不変	減少
	販売（受注）単価	上昇	不変	低下
	原材料・商品仕入単価	低下	不変	上昇
	採算（経常利益）	好転	不変	悪化
	資金繰り	好転	不変	悪化

事業の将来性

問３ 主要事業の現在の市場環境について、該当する番号を１つ選んで○を付けてください。

1. 市場は拡大している 2. 市場は横ばい 3. 市場は縮小している 4. わからない

問４ 主要事業の将来性（５～１０年先）について、該当する番号を１つ選んで○を付けてください。

1. 今後は（も）事業の拡大が期待できる 2. 事業の維持・継続はできる
3. 事業の縮小が見込まれる 4. わからない

問５ 今後の事業展開について、該当する番号を１つ選んで○を付けてください。

1. 現在の事業内容を軸に継続していきたい
2. 現在の事業内容に関連した新たな事業分野へ進出・転換していきたい
3. 現在の事業内容とは全く異なる領域の事業分野へ進出・転換していきたい
4. わからない

※他に経営資源や経営課題等の定性分析に関する項目も含まれている。

５．事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

これまで事業計画策定セミナーを開催してきたが、事業計画策定の意義や重要性が浸透せず、セミナーに参加する事業者数が伸び悩んでいた。セミナーに参加した事業者においても、事業計画策定まで至らないケースも目立った。また、経営指導員によって支援の方法やレベルにバラツキがあった。

一方で、事業計画を策定した事業者においては、その約半数が売上増加傾向となり、小規模事業

者支援における事業計画策定の重要性を十分認識できている。

以上の状況を踏まえ、今後は日々の巡回・窓口相談等において事業計画策定の必要性を説明しながら、経営状況分析を行った事業者を対象に事業計画策定セミナーの参加者を募り、セミナー参加事業者が確実に事業計画策定まで至るような支援とする。支援にあたっては、経営状況分析から継続した支援とするため、B I Z ミルの事業計画書フォーマットを活用する。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定の重要性を理解していない事業者に事業計画の策定やセミナー参加を促しても理解されない。そこで、これまで当所における事業計画策定事業者の業績の推移等を説明しながら、まずは上記4に記述した「経営状況調査シート」を活用した経営状況の分析を行い、その後のセミナー参加と事業計画の策定につなげる。

事業計画の策定においては、前述した地域経済動向や経営状況分析をもとに、自社の経営課題を解決するための事業計画が必要であることから、以上の結果を踏まえた計画策定としていく。そして、セミナー参加事業者が必ず事業計画策定まで至るよう、参加人数を少数に絞ったセミナーを数回に分けて開催することとし、各回とも経営指導員が計画策定まで個別にサポートする。経営状況分析を行った事業者の25%程度の事業計画策定を目指す。

また、当市では行政や市内関係機関で組織する「須賀川市創業支援連絡会」において創業支援を重点的に実施しており、当所は創業計画の策定支援等を担っている。そこで、既存事業者支援を中心としつつ、同時に創業計画策定支援も行っていく。

(3) 目標

目標の設定においては、経営状況分析を行った事業者の25%とする。※現行の目標は21件となっているが、実際にフォローアップまで出来ているのは15件程度となっている。フォローアップは、事業計画を策定した全ての事業者を対象とするため、現状に合わせた目標を設定する。

支援内容	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
事業計画策定件数	21 件	15 件	15 件	15 件	15 件	15 件
創業計画策定件数	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催（既存事業者支援）

【対象者】経営状況分析を行った事業者

【募集方法】当所会報に開催案内チラシを同封するとともに、経営指導員が巡回・窓口相談で案内、募集する。

【参加者数】1回あたり5事業者程度

【回 数】年3回程度（合計15事業者）

【カリキュラム】事業計画の重要性や策定方法について学び、B I Z ミル事業計画書フォーマットをもとに実際に作成する。

②事業計画の策定（既存事業者支援）

【支援対象】経営状況分析を行った事業者

【手段・方法】事業計画策定セミナー受講者に対し、経営指導員が担当制で張り付き、確実に事業計画の策定につなげる。策定にあたっては、経営状況分析で認識した自社の競争優位性を活かした事業計画、弱みが顕在化した事業者には弱みを克服するための事業計画の策定を提案する。経営指導員が必要項目をB I Z ミルに入力し、統一のフォーマットで作成する。

③創業塾の開催（創業支援）

【対象者】市内で創業を予定する方

【募集方法】開催案内チラシを市内関係機関に配布するとともに、経営指導員が巡回・窓口相談で案内、募集する。

【参加者数】20名程度

【回数】年1回

【カリキュラム】創業の基礎知識、創業計画作成方法、販路開拓等について学ぶ。

④創業計画の策定（創業支援）

【支援対象】創業塾を受講した方

【手段・方法】創業塾受講者に対し、経営指導員が担当制で張り付き、確実に創業計画の策定につなげる。策定にあたっては、創業者のこれまでの経験等を活かした創業計画とその実現性を考慮した計画策定を提案する。

※①、③のセミナー開催においては、スクール形式やWEBセミナー等、受講者のニーズに合った形式での開催とする。

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

これまでの事業計画策定後の実施支援は、事業者からの要望に応じた受動的な支援に留まることが多く、支援先によって支援内容や頻度にバラツキがあった。組織としての支援情報の共有も不十分で、計画と現状のズレが生じた場合の対処方法もルール化されておらず、思うような成果を得られていない現状である。

今後は、経営指導員が定期的に巡回訪問し計画の進捗状況を把握し、個社の進捗状況に応じた支援とする。また、支援状況を所内で共有し、事業計画の目標達成に向けた組織的な支援としていく。

（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するが、事業計画の進捗状況に応じて、集中的に支援する必要があり支援回数を増やす事業者と、順調に計画が進行していることで支援回数を減らしても支障のない事業者を見極めたうえで臨機応変に対応する。支援回数や進捗状況の管理については、支援を担当した経営指導員がBIZミルに入力し、組織として支援情報の共有を図っていく。

売上増加事業者数の目標設定については、これまでの当所における支援事業者の実績を参考に設定し、そのうち半数の経常利益増加を目指す。創業者支援においては、支援事業者の60%の目標売上達成を目指す。

（3）目標

＜既存事業者支援＞

事業計画策定支援を実施した事業者に対して必ず実施支援を行う。

支援内容	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	21 社	15 社	15 社	15 社	15 社	15 社
頻度（延回数）	60 回	60 回	60 回	60 回	60 回	60 回
売上増加事業者数	—	8 社	8 社	8 社	8 社	8 社
経常利益増加事業者数 （個人事業者は青色申告	—	4 社	4 社	4 社	4 社	4 社

特別控除前の所得金額)						
-------------	--	--	--	--	--	--

<創業者支援>

支援内容	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 創業者数	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
頻度（延回数）	30 回	20 回	20 回	20 回	20 回	20 回
目標売上達成事業者数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社

（４）事業内容

①定期的なフォローアップの実施（既存事業者支援）

事業計画を策定した全ての事業者を対象とし、経営指導員が四半期に１回、巡回または窓口で事業計画の進捗状況を確認しながらフォローアップを実施する。

フォローアップの実施にあたっては、「目標を達成することができたかを確認する」といった事後確認作業だけではなく、「次回訪問時までの目標をどのように達成するか」といった事前支援を中心に行う。

また、事業計画と進捗状況にズレが生じている場合には、外部専門家など第三者の視点も投入し、その原因究明や計画の修正等、今後の対応を検討のうえ集中的に支援する。

②創業者フォローアップの実施（創業者支援）

原則として、「既存事業者支援」と同様の対応を実施する。これまでは、年６回の支援を目標としていたが、当所における創業者支援の現状に合わせ、四半期に１回の支援とする。支援の過程で必要とする創業者には「須賀川市創業等支援補助金」の申請支援も行う。また、創業者は創業後数ヵ月で予測していた売上が達成できない等の課題に直面することが多い。その場合、計画の修正も含め集中的にフォローアップを行い、経営の安定化に向けた支援とし創業者の事業継続率アップを図る。

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

これまで販路開拓支援として展示会出展支援事業を実施し、出展事業者が新規成約を得るなど一定の成果を残すことができた。しかし、展示会に臨むにあたっての事前準備や商談方法等の事前支援や事後のフォローが不十分であった。今後は、事前・事後のフォローを充実させることで、より成果の上がる事業とする。

また、SNSを活用した自社のPRやECサイトを通じた販路開拓等のITを活用した支援については、セミナーを開催する程度で具体的な個社支援まで実施していないのが現状である。今後は、個社のIT活用状況に応じて、具体的な個社支援まで行う。

（２）支援に対する考え方

商談会や大型展示会に自社で出展するのは困難な事業者が多いため、当所が商談をマッチングしたり、当所として大型展示会のブースを確保するなどして事業者の販路開拓を支援する。効果を高めるため、経営指導員等が事前・事後の支援を行い、商談に臨む準備や展示会における商品陳列や試食・接客方法等の支援を行う。

ITを活用した販路開拓支援については、自社で販売サイトを構築するのが難しい事業者が多いことから、須賀川市観光物産振興協会が運営する既存サイトを有効に活用しながら、個社商品の魅力を広く発信する。また、必要に応じて市の販路拡大を支援する各種補助金やSNSの活用支援を

行う。

目標設定においては、商談会は個別商談を想定しているため3社中1社の成約、展示会は会場に来場する多数のバイヤーを対象としているため各社1件の成約、I Tを活用した販路開拓は各社の売上増加額を目標とする。

(3) 目標

支援内容	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
商談会参加事業者数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
商談会における新規成約数	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
展示会出展事業者数	4 社	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
展示会における新規成約数／社	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
I Tを活用した販路開拓支援	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
I Tを活用した売上増加額／社	—	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円

(4) 事業内容

①商談マッチング事業（B to B）

宮城県商工会議所連合会（仙台商工会議所）が主催する、事前予約型個別商談会「伊達な商談会」を利用し事業者の販路開拓を図る。「伊達な商談会」の情報サイトには常に様々な商談会の情報が掲載されている。その情報を、巡回や窓口において東北や首都圏を対象に販路開拓を目指す事業者が発信し、商談を希望する事業者の商談会を設定する。年間3社の商談と1件以上の新規成約獲得を目指す。

商談に臨む事業者に対しては、経営指導員等が商談スキルの向上、商品の改良等について個別支援を行い成約率の向上を図る。個別支援にあたっては、必要に応じて外部専門家等の支援を受けながら行う。商談終了後は、商談の進捗状況の確認等を行いながら、成約獲得に向けた実効性のある支援を行う。

※「伊達な商談会」概要については、前述した「需要動向調査に関すること」に記載

②展示会出展事業（B to B）

首都圏を中心として販路拡大を目指す事業者を対象に展示会出展事業を実施する。具体的には、(株)ビジネスガイド社が主催する「グルメ&ダイニングスタイルショー」に出展し、1社あたり1件以上の新規成約獲得を目指す。当所が出展申し込みを行い、当所ブース内に管内事業者が出展する形とする。

出展事業者に対しては、経営指導員等が目標設定、展示・演出計画、PR活動等について事前指導を行い成約率の向上を図る。事前指導にあたっては、必要に応じて外部専門家等の支援を受けながら行う。

展示会終了後は、会期中に名刺交換した相手へのアプローチや商談進捗状況の確認等を行い、成約獲得に向けた実効性のある支援を行う。次回以降も継続して出展する事業者へは、前回の反省事項等を踏まえ継続した支援とする。

※「グルメ&ダイニングスタイルショー」（主催／(株)ビジネスガイド社）

東京ビッグサイトを会場に、毎年春と秋の年2回開催され、食品・日用雑貨、その他メーカー及び卸業者等150社を超える出展がある。国内外から優良なバイヤーが業界を超えて集ま

り、会期中は約32,000人の来場者がある。

③ ITを活用した販路開拓支援（B to C）

地元産品を取り扱う事業者を対象に、WEBサイトを活用した販路開拓を支援する。具体的には、須賀川市観光物産振興協会のオンラインショップ「すかがわのモノウム」を活用し、サイトへの掲載とその後の売上拡大を支援する。

支援にあたっては、経営状況分析や需要動向調査などを踏まえて改良した商品や新開発した商品を主な支援対象とし、連動性のある支援とする。また、支援の段階で自社の販売サイト構築等を必要とする事業者には、市が販路拡大を図る市内事業者を支援する各種補助金の活用支援も行う。

「すかがわのモノウム」



＜須賀川市の販路拡大に関する補助金＞

補助金名	補助内容
中小企業ホームページ開設等支援事業補助金	新たに開設するホームページや既存ホームページのリニューアル等に係る経費を補助する。
地域ブランド等活用補助金	市に関連するキャラクターを活用した商品開発を行う際の商品開発等に係る経費を補助する。
クラウドファンディング活用支援補助金	新商品・新サービスの開発や販路開拓のために行うクラウドファンディングの手数料を補助する。

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

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）現状と課題

平成28年7月に認定を受けた前回の経営発達支援計画の推進にあたり、当所、須賀川市、福島県よろず支援拠点を構成員とした「須賀川商工会議所経営発達支援計画事業評価委員会」を組織し、年に1回事業評価委員会を開催し、事業の進捗状況や事業の成果について評価を行ってきた。

本計画においては、新たな外部有識者を委員に追加し、毎事業年度終了後に事業評価委員会を開催し、事業の評価及び見直しを行う。

(2) 事業内容

中小企業診断士、税理士、金融機関等の外部有識者、須賀川市経済環境部商工課長、法定経営指導員等をメンバーとする「須賀川商工会議所経営発達支援計画事業評価委員会」を毎年1回開催し、事業の評価及び見直しを行う。

事業評価委員会の評価結果は、当所正副会頭会議や常議員会にフィードバックしたうえで、事業実施方針等に反映させるとともに当所ホームページに掲載し、管内の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。

須賀川商工会議所ホームページ (<http://www.sukagawacci.or.jp/>)

9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

これまで福島県商工会議所連合会が主催する経営指導員研修会への参加や、日本商工会議所や中小企業大学校などが実施する研修に経営指導員等が参加し支援能力の向上を図ってきた。

しかし、所内においては、研修後の報告書回覧と口頭による簡単な報告に留まり、支援ノウハウの組織としての情報共有が不十分であり、支援の現場で十分に活かしているとは言えない状況であった。

(2) 事業内容

①課題別外部研修会への参加

当事業実施にあたり、経営指導員や一般職員に不足している能力は何なのかを毎年1回特定し、その結果に応じて日本商工会議所や中小企業大学校などが実施する課題別の研修会へ積極的に参加し支援能力の向上を図る。(RESAS分析、財務分析、マーケティング戦略、IT活用など)

②課題別スキルアップ研修会の開催

上記①により特定した、不足している能力向上に関して適した研修会が実施されない場合は、当所において外部専門家等を講師として招聘し、課題別スキルアップ研修会を開催する。そして、経営指導員はもちろん、一般職員も含めた組織としての支援能力の向上を図る。

③OJT制度の導入

経験豊富な経営指導員が、経験の浅い経営指導員や一般職員に帯同して巡回指導等を実施し、実際の支援の現場を通して組織全体の支援能力の向上を図る。

④支援ノウハウの共有とデータベース化

研修会に参加した経営指導員等を講師としたミーティングを適宜行い、研修で学んだ知識の共有を図る。また、経営指導員等による支援実績や支援ノウハウをBIZミルに入力しデータベース化することで、担当以外の職員でも一定レベルの対応が可能となり、所内全体の支援レベルを一定以上に保つ。

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) 現状と課題

これまで須賀川市や市内商工会、金融機関、その他関係機関等で組織する「須賀川市中小企業・小規模企業振興会議」や「須賀川市創業支援連絡会」等に参加してきた。

これらの会議は、管内事業者や創業者の現状把握、そして今後必要な支援策等について情報を共有するため非常に有効であった。今後もこれらを中心とする各種会議に参加し、管内事業者の現状と支援ノウハウの共有を図り、地域における事業者支援体制のさらなる強化を目指す。

(2) 事業内容

①「須賀川市中小企業・小規模企業振興会議」への出席（年４回）

当所、須賀川市、市内商工会、須賀川信用金庫、須賀川商店会連合会等の関係者が参画する当会議に出席し、管内経済動向の把握、管内事業者の課題解決策等の情報交換を通して、支援体制の強化を図る。

②「須賀川市創業支援連絡会」への出席（年２回）

当所、須賀川市、市内商工会、市内金融機関等の関係者が参画する当会議に出席し、市内における創業の状況、各種創業支援策等の情報交換を通して、支援体制の強化を図る。

③「須賀川市雇用対策協定推進協議会」への出席（年３回）

当所、須賀川市、ハローワークが参画する当会議に出席し、管内における雇用状況等に関する情報交換を通して、地域における人材の確保・育成に関する支援体制の強化を図る。

④市内３商工会との意見交換会の開催（年１回）

市内の大東商工会、長沼商工会、岩瀬商工会と年１回意見交換会を開催し、市内小規模事業者の現状と事業計画策定や販路開拓支援等の具体的な伴走型支援策について情報交換し、支援ノウハウの向上に努める。

⑤日本政策金融公庫、近隣商工会議所との意見交換会への出席（年１回）

日本政策金融公庫郡山支店、郡山商工会議所、白河商工会議所と年１回、具体的な伴走型支援策や資金面に関する支援等について情報交換し、支援ノウハウの向上に努める。

⑥福島県商工会議所連合会主催の県内中小企業相談所長会議及び県内商工会議所経営指導員情報交換会への出席（年２回）

県内１０の商工会議所中小企業相談所長や経営指導員との情報交換会に年２回参加し、各地商工会議所における経営発達支援事業の実施状況や具体的な伴走型支援策等について情報交換し、支援ノウハウの向上に努める。

地域経済の活性化に資する取組

1 1. 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

当市においては、平成３１年１月に開館した市民交流センター「tette」（テッテ）の影響により、中心市街地の通行量が増加傾向にある。これを中心市街地の活性化に繋げるため、市、商店街、まちづくり関係者等と連携を密にした事業を実施している。

また、地域の特産品である「すかがわ岩瀬産きゅうり」のブランド化や地域資源を活かした着地型観光の推進に関する取り組みは、地域の魅力創出と交流人口の拡大に寄与している。

県内唯一の空の玄関である福島空港は、国際線の運休と国内線搭乗率の低迷など厳しい状況が続いているが、県や空港関係者と連携を図りながら、就航先経済界との交流等の利用促進事業に取り組んでいる。

地元企業にとっては、人材の確保が深刻な問題となっているため、学生の地元定着を図ることを目的に、市やハローワークと連携した就職ガイダンスや新入社員研修会、高校生を対象とした地元企業説明会を開催し、地域における人材の確保・育成に取り組んでいる。

これらの取り組みを今後も継続し、管内事業者と地域住民及び来訪者の接点を増やし、管内事業者の経営基盤の強化を支援する。

(2) 事業内容

①「須賀川市中心市街地活性化協議会」の開催

須賀川市が平成31年4月から令和6年3月までを期間として定めた「第2期須賀川市中心市街地活性化基本計画」におけるテーマ「また遊びに来たくなる魅力にあふれた街」を目指し、調査研究事業や研修会、情報交換会等の事業を実施するにあたり、当協議会全体会を年2回程度、各事業実施におけるワーキンググループ打合せ会は適宜開催する。

当協議会は、当所、須賀川市、(株)こぶろ須賀川（まちづくり会社）、商店会等で組織され、当所は事務局を担っている。

②「元気だ！すかがわあきんど祭り」の実施

参加店（59店）がその日限りのサービスを提供し、日頃のお客様のご愛顧に応える「元気だ！すかがわあきんど祭り」を毎月第4土曜日に開催する。これにより、消費者と小規模事業者が顔の見える付き合いを形成することを目指し、個店の売上増加に寄与する。

参加店やサービス内容を周知するためのチラシ発行やイベント等を開催し、地域の魅力創出を図る。当所が参加店で組織する実行委員会（毎月1回開催）事務局を担っており、事業を実施していくうえで、参加店舗の販売促進に対する取り組みに課題等が見つかれば、個別に伴走型支援を実施する。

③地域ブランド育成事業

夏秋露地栽培の収穫量が日本トップクラスの「すかがわ岩瀬産きゅうり」をテーマに開発された「須賀川かっぱ麺」をブランディングするため、当所が事務局となり取扱店（17店）で組織した「須賀川かっぱ麺の会」による取扱店マップの作成、メディアへの紹介等を積極的に実施する。須賀川観光物産振興協会とも連携のうえ「須賀川かっぱ麺」のブランディングを継続するとともに、地域資源を活かした地域の魅力発信に取り組む。年1回全体会を開催し、当該年度の事業計画を決定する。

④須賀川ツーリズム促進事業

東日本大震災で、市の中心部にある商店街、市庁舎などの公的機関に壊滅的な打撃を受けた本市では、復旧の進む平成24年から当所が中心となって商工関係の復興・復旧に取り組んできた人に現場を案内してもらい、復興体験を話してもらう「震災関連視察プログラム」を運営している。

加えて、須賀川地域を訪れる方々の滞在時間を延ばし、滞在価値を向上させるために、マーケットニーズに合わせて地域ならではの資源を活用した『「体験型」観光プログラム』の開発並びに運営を行っている。

事業実施にあたっては、当所や須賀川市、関係民間団体等で組織する実行委員会を年5回程度開催し、当該年度の事業計画を適宜決定する。

地域経済活性化のために、今後もこれらの取り組みを継続し、着地型観光を機軸とした観光振興関係人口、交流人口の拡大を目指していく。

⑤須賀川まちづくり推進協議会

当所が事務局を担い、当所、福島県、須賀川市、商店会、その他関係機関で組織する「須賀川まちづくり推進協議会」において、「住むことに誇りが持てるまちづくり」を理念に、まちなかの魅力創出や来街者の利便性向上に資する事業を実施する。

平成31年1月に開館した市民交流センター「tette」の影響により中心市街地の通行量が増加している。その集客効果を周辺商店街へ波及するための各種事業の実施や市内中心部の若手世代を中心に組織した「若手世代によるまちづくりワーキング委員会（須賀川大学）」による各種セミナーの開催等を通して、中心市街地の魅力創出に取り組む。

事業実施にあたっては、年1回開催する総会において当該年度の事業計画を決定し、各ワーキン

グ委員会を必要に応じて適宜開催する。

⑥福島空港を活用した地域活性化事業

当所が事務局を担い、当所、J A、経営者協会、青年会議所、近隣商工会、金融機関などの経済団体で組織する「福島空港と地域開発をすすめる会」において、福島県、空港が所在する須賀川市と玉川村、福島空港ビル㈱、郡山商工会議所等と連携を図りながら福島空港利用促進事業に取り組む。

大阪路線利用拡大のため地域間交流事業を毎年実施しており相互理解が一層深まっていることから、今後は札幌路線も含めて更なる利用促進を図っていく。また、東日本大震災以降運休している国際定期便の早期再開や観光客獲得に向けた国際・国内チャーター便の拡大に向けても、関係機関と連携しながら積極的な働きかけを継続する。

これらの取り組みにより、福島空港の利便性向上を図るとともに、経済交流、インバウンド対策に取り組むことで地域経済の活性化に寄与する。

事業実施にあたっては、年1回開催する総会において当該年度の事業計画を決定し、福島空港の利用促進に向けた各事業を実施していく。

⑦地域における人材確保・育成事業

働き方改革や少子高齢化による人口構造変化の影響等により、企業の人材確保が困難な時代となってきた。そのため、当所、須賀川市、ハローワークで組織する「須賀川市雇用対策協定推進協議会」において、地域における人材の確保・育成事業を実施する。

具体的には、大卒を対象とした「須賀川地区就職ガイダンス」や就職を希望する高校生に地元企業を知ってもらう「地元企業説明会」、仕事を求めるシニア層向けの就職ガイダンスを開催する。また、地域における若手人材育成のため「新入社員研修会」を開催する。各事業とも当所、須賀川市、ハローワーク等で組織する実行委員会において内容を決定し、各事業年1回開催する。これらの地域企業に対する人材の確保・育成支援を通して、地域経済の活性化に寄与する。

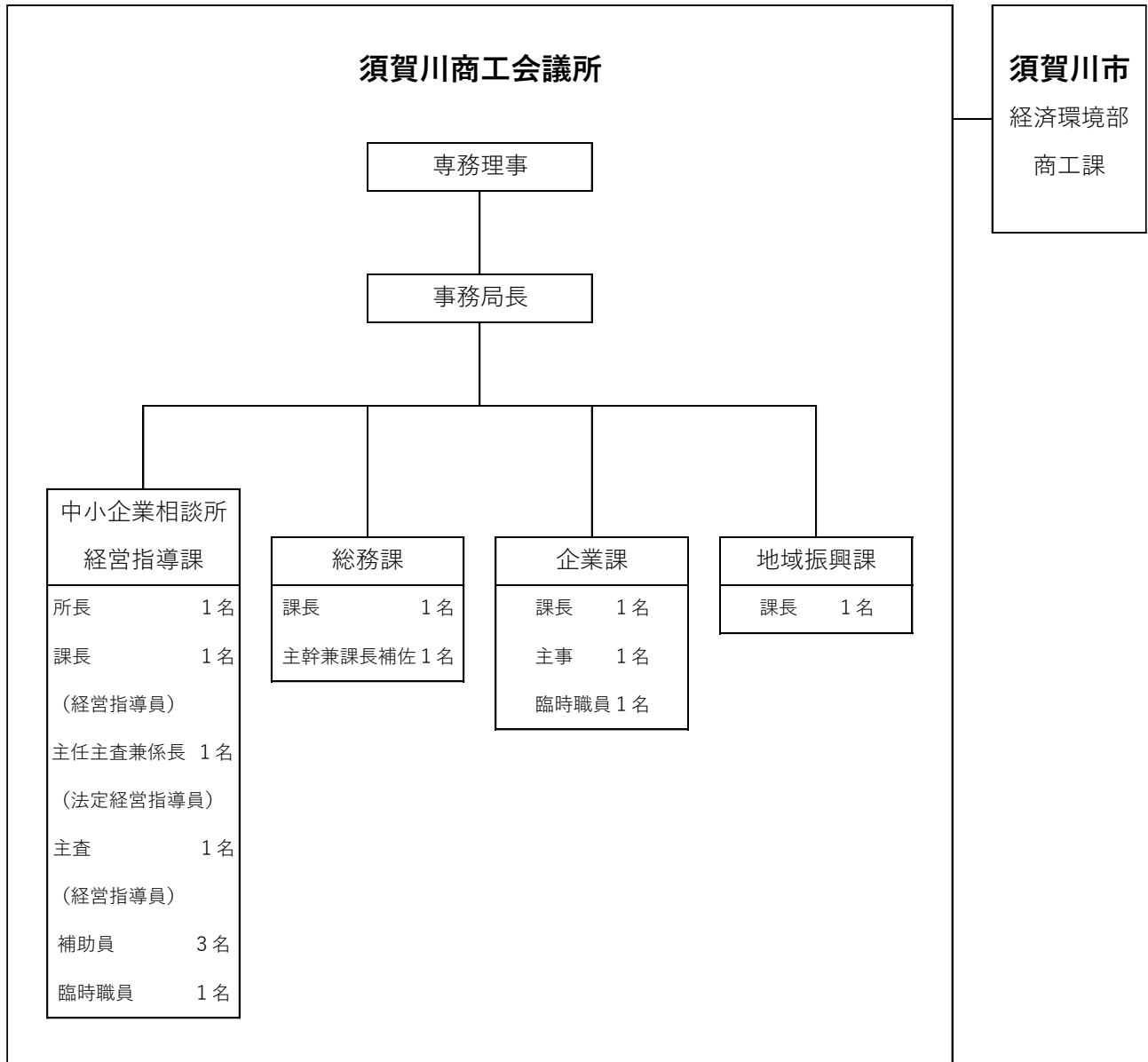
(別表 2)

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 3 年 4 月現在)

(1) 実施体制 (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 / 商工会議所と関係市町村の共同体制 / 経営指導員の関与体制)



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

①法定経営指導員の氏名、連絡先

- ・氏 名 増子 佳助
- ・連絡先 須賀川商工会議所 TEL 0248-76-2124

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) 商工会議所、関係市町村連絡先

①須賀川商工会議所

〒962-0844 福島県須賀川市東町 59 番地の 25
須賀川商工会議所 中小企業相談所 経営指導課
TEL0248-76-2124 FAX0248-76-2127 E-mail skgwcci01@sukagawacci.or.jp

②関係市町村

〒962-8601 福島県須賀川市八幡町 135 番地
須賀川市 経済環境部 商工課 商業労政係
TEL0248-88-9143 FAX0248-72-9845 E-mail shoukou@city.sukagawa.fukushima.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	4,900	4,900	4,900	4,900	4,900
地域の経済動向調査	300	300	300	300	300
需要動向調査	300	300	300	300	300
経営状況の分析	500	500	500	500	500
事業計画策定支援	300	300	300	300	300
事業計画策定後の 実施支援	0	0	0	0	0
新たな需要の開拓に 寄与する事業	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500

(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、負担金、事業収入、国・県・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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等