

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

2. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

第1期計画の取り組みとしては、四半期毎に全国商工会連合会が実施している中小企業景況調査において調査対象になっている市内15事業者（製造業3・建設業3・小売業4・サービス業5）の調査結果に独自分析を加え、グループ補助金等を活用して復旧した被災事業者の売上や利益の推移等の復興状況等についてアンケート調査を実施するなど、名取市内の経済動向として提供するとともに、宮城県統計課が提供するみやぎ経済月報・消費購買動向調査報告書等を活用・分析し県内経済動向として本会HP及び随時閲覧できるよう窓口に常置し地域小規模事業者に対し提供した。

課題としては、15事業者のみを対象とした調査では市内全体の経済動向の把握としては弱いものがあつたことから、本計画では調査対象事業数を60社に増やし実施するとともに、名取市では東日本大震災により大きく経営環境が変化しているから、市内の産業構造の特徴を捉えた上での専門的な分析、情報提供が必要であることから、国が提供する「RESAS」を有効活用し、小規模事業者の経営計画策定に活用可能な経済動向結果を提供する。

(2) 事業内容

① 国が提供するビッグデータ「RESAS」を活用した分析調査

震災の影響による生活環境や産業構造等の変化が激しい本市の産業動向について、限られたマンパワーや施策支援を集中投下し、効果的な経済活性化を目指すため、経営指導員が国の提供するビッグデータ「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回、本会HP上に公表する。

分析項目	分析内容
名取市の人口動態	(人口増減、自然増減、社会増減の推移、年齢階級別純移動数の時系列分析) 老年・生産年齢・年少人口等において、どの層の増減が顕著であり、どの層が今後伸びていくのかを把握するとともに要因を分析することで、小規模事業者における顧客層の把握による販路開拓に活かす。
地域経済循環マップ	地域の得意な産業を活かし、地域間の取引を活発化させ、得意な産業の関連産業でクラスター形成することで所得の循環構造を構築していくことを提案する
産業構造マップ	自地域の主要産業や域外からお金を稼ぐ産業等を分析するとともに、他地域と比較することで、自地域の業種別の強み・弱みや現在の立ち位置（水準）を把握し、要因を分析することで、事業計画における顧客ニーズと市場の動向に反映させる。

② 地域内小規模事業者に対する景気動向調査

本計画では、調査対象事業者を60社に増やし、経営指導員が下記方法により地域業種別景況をヒアリング調査・分析し、名取市内における経済動向として本会HPにて年2回

公表する。

項目	内容
調査対象	市内小規模事業者60社（製造業、建設業、小売業、サービス業から各15社ずつ）
調査項目	売上高（工事高）・経常損益・在庫・現有設備・雇用・資金繰りの前期の比較と来期の見通し、経営上の問題点と解決のための取組み内容
調査手法	下記ヒアリングシートに基づく巡回訪問等によるヒアリング
調査回数	年2回
分析手法	経営指導員等が外部専門家と連携し業種別経済動向の分析及び経営上の問題とその対応についての分析を行う。

【景気動向調査ヒアリングシート】

景気動向調査ヒアリングシート

名取市商工会

質問1. 貴社の業種等を記入して下さい。

1. 業種	①製造業 ②建設業 ③卸売業 ④小売業 ⑤サービス業
2. 企業形態	①個人 ②株式会社 ③有限会社 ④合同会社 ⑤その他
3. 資本金	万円（法人企業のみ記入）
4. 業 暦	①5年未満 ②5～9年 ③10～19年 ④20～29年 ⑤30年以上
5. 従業員数 （アルバイト除く）	①0人 ②1～2人 ③3～5人 ④6～20人 ⑤51～100人 ⑥100人超
6. 後継者 （見込み）	①有（事業主との関係： 年齢 歳） ②無（承継しない、承継したいが今のところいない）

質問2. 今年度の貴社の状況は、前年度と比較してどうですか？ また、来年度の見通しと比較してどうですか。該当する番号に○を付けてください。

	前年度と比べた実績	今年度と比べた見通し
イ. 売上高	1. 増加 2. 不変 3. 減少	1. 増加 2. 不変 3. 減少
ロ. 経常損益	1. 向上 2. 不変 3. 悪化	1. 向上 2. 不変 3. 悪化
ハ. 在庫	1. 過剰 2. 適正 3. 不足	1. 過剰 2. 適正 3. 不足
ニ. 現有設備	1. 過剰 2. 適正 3. 不足	1. 過剰 2. 適正 3. 不足
ホ. 雇用	1. 過剰 2. 適正 3. 不足	1. 過剰 2. 適正 3. 不足
ヘ. 資金繰り	1. 楽 2. 不変 3. 窮乏	1. 楽 2. 不変 3. 窮乏

質問3. 現在直面している経営上の問題点に○を付けてください（複数選択可）。

01. 競争の激化	11. 労働時間の短縮
02. 新製品・新技術の開発	12. 人手不足
03. 在庫調整	13. 人員選別
04. 受注の減少	14. 人件費の上昇
05. 仕入価格の上昇	15. 為替相場の動向
06. 販売価格の低下	16. 株価の動向
07. 販売・生産量の減少	17. その他
08. 販売コストの上昇	
09. 資金繰り難	
10. 金利負担	

質問4. 問題点の解決のため、意欲的に取り組んでいる分野に○を付けてください（複数選択可）。

イ. 売上の増加	1. 取り組んでいる 2. 計画 3. 取り組んでいない
ロ. コスト削減	1. 取り組んでいる 2. 計画 3. 取り組んでいない
ハ. 販路の拡大	1. 取り組んでいる 2. 計画 3. 取り組んでいない
ニ. 生産性や業務効率の向上	1. 取り組んでいる 2. 計画 3. 取り組んでいない
ホ. 製品やサービス品質の向上	1. 取り組んでいる 2. 計画 3. 取り組んでいない
ヘ. 業務の可視化・数値化	1. 取り組んでいる 2. 計画 3. 取り組んでいない
ト. 情報共有の強化	1. 取り組んでいる 2. 計画 3. 取り組んでいない
チ. 意思決定の迅速化・精度向上	1. 取り組んでいる 2. 計画 3. 取り組んでいない
リ. 人材育成の強化	1. 取り組んでいる 2. 計画 3. 取り組んでいない

③ 統計資料等を活用した県内景気動向等の分析調査

宮城県が提供する統計資料等を活用し、県内景気動向、商圏内消費購買動向、観光動向について調査・分析することにより、県内全体・名取市内の動向を捉え、数値化によるデータとして本会HPに年1回公表する。

項目	内容
調査方法及び調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・ 県内の景気動向 中小企業景況調査報告書(宮城県商工会連合会編)、みやぎ経済月報(宮城県統計課編)等を活用し、県内の業種別の売上高・採算・業況等の景気動向を調査する。 ・ 商圏内の消費購買動向 宮城県の商圏及び消費購買動向調査報告書(宮城県統計課編)より、名取市商圏内における商圏の変化や最寄品・買回品の地元購買率等の消費者購買動向を調査する。 ・ 地域内の観光動向 宮城県観光統計(宮城県観光企画課)より、当地域への観光入込数・宿泊者数等の推移や嗜好変化等の観光動向を調査する。
調査回数	年1回
分析手法	経営指導員が外部専門家と連携し、県全体の景気動向との差異や消費購買動向、観光動向について他地域との比較分析を行う。

(3) 成果の活用

上記調査で収集した情報は、専門家と連携して業種別・内容別等に分析整理し、本会ホームページに掲載し、広く地域小規模事業者等に周知するとともに、地域小規模事業者への巡回訪問及び個別相談の際に提供する。また、小規模事業者に対する事業計画作成支援等の基礎資料として活用する。

(4) 目標

目標項目	現行	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
①RESAS 分析の公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②市内事業者景気動向調査の公表回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
③統計資料分析の公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回

3. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

第1期計画の取り組みとしては、自社の経営状況を把握し強みを活かした経営を推進するための経営分析の重要性の認識と経営者の意識改革を狙い、巡回訪問や経営分析セミナーを開催し、事業者の掘り起こしを行ったが、支援ターゲットが不明確であったこともあり、持続化補助金等の活用をきっかけとした簡易な経営分析が多く、課題の抽出は出来ても自社の強みまで見出すことができず、経営基盤の確立に繋げる戦略策定を導くための経営分析に至っていないケースも多く見受けられた。また、分析手法も財務分析、SWOT分析、3C分析及びPEST分析等を活用した経営状況分析を計画していたが、事業者が求める目的の違いや経営指導員の分析手法の違いもあって統一的な分析がなされていなかった。

そのようなことから、本計画では、商工業の現状と課題を踏まえて、本計画の目標に記載した重点支援対象事業者を優先支援の対象とし、経営実態から経営課題と強みを出すための「経営状況の分析」からスタートし、「経営計画の策定」、そして「新たな需要の開拓」へと一連した支援に繋ぎ、活力のある企業を育成する。

また、経営分析手法の見直しを図り、全経営指導員共有の分析手法として「ローカルベン

チマーク」を取り入れ、より経営の現状に踏み込んだ経営分析を行うとともに、統一的な支援が可能とする体制を整える。

(2) 事業内容

①巡回訪問等やセミナー開催による経営分析の必要性や重要性の周知・啓蒙活動

小規模事業者が自ら経営分析の必要性・重要性を理解し、自社の「強み」「弱み」を把握し経営課題に気づき、事業者自身の経営分析力の向上を促すため、主に重点支援対象者を中心に経営指導員等が巡回・窓口相談の機会を活用し、随時、経営分析の必要性を小規模事業者に広く啓蒙を図る。また、経営分析セミナーを開催し、変化する外部環境と自社の経営資源を踏まえた経営実態把握の重要性を認識させるとともに、経営者の意識改革に努める。

○経営分析セミナーの開催

【募集方法】新聞折込によるチラシ配布及び本会ホームページでの案内
巡回訪問による直接案内

【内容】経営分析の必要性、財務分析の手法、自社の経営環境の分析手法等

【開催回数】年2回

【参加予定数】1回あたり15名予定

②小規模事業者に対する経営分析の実施

小規模事業者の経営分析にあたっては、ローカルベンチマークの分析手法を経営指導員全員が統一して活用し、財務諸表による数的見地からの定量的分析と、定量的な項目分析では見出せない小規模事業者特有の定性的な項目について、当該事業者にヒアリングを行い、SWOT分析等を用いて自社を取り巻く外部環境や内部環境等による自社の現状等を分析し、実態課題の洗い出しを行う。

また、経営分析の過程で発生した専門的な課題や詳細な分析を要する場合には、宮城県商工会連合会のサポーターリーダーや宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携し、課題内容に応じた高度かつ専門的な分析等も取り入れる。

○経営分析の内容

【対象者】巡回訪問や窓口対応時及びセミナー参加者の中から意欲的な事業者30社を選定する。

【分析手法】ローカルベンチマーク「経営分析シート」による分析

○定量分析

項目	内容
1. 分析目的	小規模事業者の現状を分析することにより、経営状態を把握することで、今後の支援策に繋げる。
2. 分析項目	売上高（工事高）増加率（売上持続性）、営業利益率（収益性）、労働生産性（生産性）、EBITDA 有利子負債倍率（健全性）、営業運転資本回転期間（効率性）、自己資本比率（安全性）、付加価値額（営業利益＋人件費＋減価償却費）売上高総利益率、流動比率、損益分岐点、キャッシュフロー など
3. 分析方法	経済産業省が企業の健康診断ツールとして提供するローカルベンチマークを活用するとともに、収益性、安全性、資本効率性、成長性に関する指標については、財務情報から得られた内容から分析を行い、小規模事業者の経営状態を把握する。

○定性分析

項目	内容
1. 分析目的	小規模事業者に対する個社支援を実施するために、競争力の源として、人材、技術、技能、知的財産、組織力、ネットワークなど、財務諸表には表れてこない『資産』を発掘する。この内部環境の把握に加え、外部環境として、地域経済動向調査結果を踏まえることでSWOT分析を行い、事業計画策定へと繋げ、将来的な業績の向上に結び付ける。小規模事業者の現状を分析することにより、経営状態を把握することができ、今後の支援策に繋げる。
2. 分析項目	①経営者への着目 ・経営者自身について、ビジョン、経営理念、・後継者の有無 ②事業への着目 ・企業及び事業沿革、・技術力、販売力の強み、 ・技術力、販売力の弱み、・ITの能力 ③企業を取り巻く環境 関係者への着目 ・市場規模・シェア、競合他社との比較、 ・顧客リピート率、主力取引先企業の推移 ・従業員定着率、勤続日数、平均給与 ・取引金融機関とその推移 ④内部管理体制への着目 ・組織体制、 ・経営目標の有無、共有状況 ・社内会議の実施状況 ・人事育成の仕組み
3. 分析方法	「強み」と「経営課題」の内部環境の把握を行い、それを「見える化」し、地域経済動向調査の結果によって得られる外部環境を加味したSWOT分析を経営指導員等が実施することにより、小規模事業者の業績向上へ繋げる。

(3) 成果の活用

経営状況の分析結果については、当該事業所に対してフィードバックし、経営実態からどこに問題があるのか等の経営課題を明確化させ、事業計画策定支援などに活用していく。

また、個別の経営分析の結果は、業種別・分析項目別に整理し、必要な時にスムーズな提供が図れるよう経営指導員間で情報の共有を図り、巡回訪問や窓口相談を通して、情報の提供を図るとともに、事業計画策定の基礎資料として活用する。

(4) 目標

目標項目	現行	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
① セミナー開催数 (参加者総数)	2回 (12名)	2回 (30名)	2回 (30名)	2回 (30名)	2回 (30名)	2回 (30名)
② 経営分析件数	15件	30件	30件	30件	30件	30件

4. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

第1期計画の取り組みとしては、毎年度、事業計画策定セミナー及び個別相談会を通して事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行うとともに、経営分析を行った事業者等を対象にこれまでの4年間（H27～H30）で138事業者の事業計画策定を支援してきたものの、経営状況の分析と同様に、その大半は補助金申請に伴う簡易的な事業計画に留まり、課題解決のための戦略策定計画には至っていないケースが多く、事業者側における事業計画必要性の認識もまだ低い状況にある。本計画では、特に厳しい経営環境におかれている重点支援対象事業者に対して巡回を強化し、積極的に意識改革を促すとともに、持続化補助金等を目的とした事業者に対しても、それをきっかけとして事業計画に基づく経営の必要性をセミナー及び個別相談会を通して同様の働きかけを行い、経営力強化に繋がる事業計画策定を支援する。

創業・第二創業支援について、名取市の「創業支援事業計画」における当商工会の役割である事業経営計画に関する策定支援、創業セミナーの開催による特定創業者の支援から、新聞折込みチラシや市の広報誌等による創業希望者の掘り起こしを行うとともに、創業セミナー等を開催し創業に向けたビジネスプラン策定を支援し、4年間で38人の創業希望者の支援を行い、その内、創業計画の実現性が認められ10件の創業補助金の採択を受けるとともに、空き店舗活用による改装費用や賃借料を助成する「名取市チャレンジショップ補助金」の活用も支援したことにより中心市街地商店街の空き店舗対策にも繋がったことから、本計画についても第1期の支援方法を継続実施していく。

事業承継支援については、事業承継ネットワーク及び事業引継ぎ支援センターとの連携のもと、「事業承継診断ヒアリングシート」を用いて事業承継に取り組む小規模事業者の掘り起こしに努めたものの、支援件数は低調で4年間で5件程度に留まっている現状にある。本計画では、昨年実施した「商店街における事業承継実態調査」で得た個社毎の状況と支援ニーズに基づき、ターゲットを絞り込んだプッシュ型アプローチを行い、事業引継ぎセンター等と連携した事業承継セミナーを開催し、早期の事業承継計画の策定を支援する。

(2) 支援に対する考え方

経営分析を行った事業者等を対象に、事業計画策定セミナーや個別相談会を開催し、地域の経済動向調査結果や経営分析結果、需要動向調査を踏まえ、積極的な提案による伴走型の指導・助言を行い、経営分析を行った事業者の約7割／年を目標に効果的な事業計画を策定し、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

また、創業・第二創業予定者に対しては、名取市と連携し産業競争力強化法における「創業支援事業計画」に基づき、セミナーの開催や個別相談によりビジネスプランの策定を支援する。

事業承継支援については、事業承継セミナーを年1回開催するとともに、宮城県商工会連合会や宮城県よろず支援拠点、宮城県事業引継ぎ支援センター等と連携を図り、早期の事業承継に向けた事業計画策定を支援する。

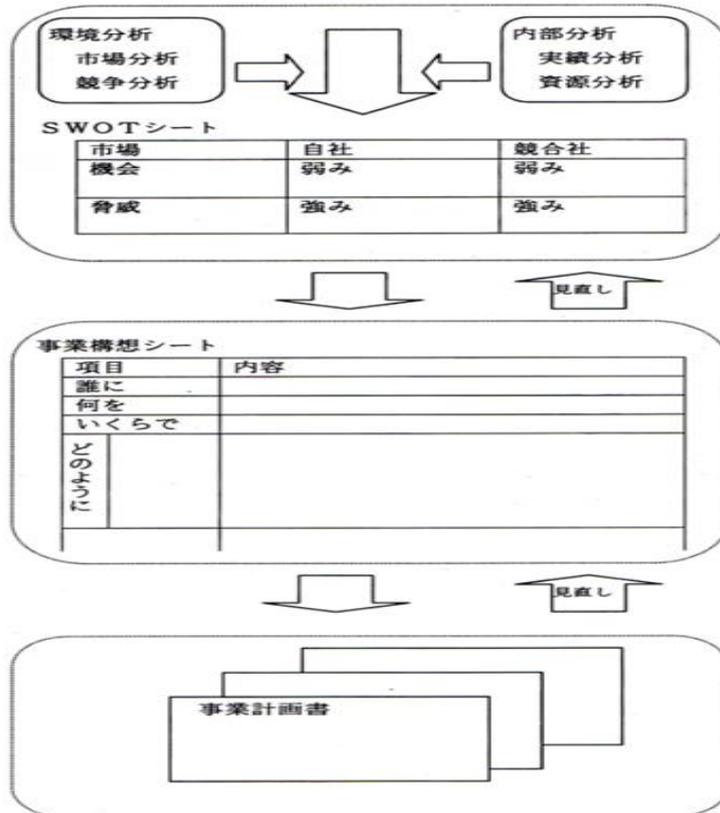
(3) 事業内容

①事業計画策定の支援

経営分析を行った小規模事業者等を対象に、直面している経営課題の解決と新たな需要の開拓を図るための事業計画策定セミナーを開催するとともに、専門家等を活用した個別相談会（年4回）を開催し、経営指導員が小規模事業者と一体となって事業計画の策定支援を行う。

個別相談会においては、宮城県商工会連合会が示している事業計画書の下記様式を活用し、自社の特性や強みを活かしながら、消費者ニーズ等の需要を見据えた事業計画策定を支援する。また、専門的な課題等については、宮城県商工会連合会サポーターリーダーや県の補助事業である「伴走型経営支援体制強化事業」の専門家派遣、宮城県よろず支援拠点等を活用して専門的な支援を行う。

●事業計画策定の経営指導員等による伴走型支援フロー



●宮城県商工会連合会が示している事業計画書（一部抜粋）

任意様式(ひな型2)		事業計画書		〔事業所名〕 .. 〔作成日〕 平成 年 月 日 現在	
1. 現状把握(経営環境・経営状況) .. (1) 経営課題 ..		2. 経営課題の抽出 ..		内 部 環 境 .. ○ 強み .. ○ 弱み ..	
(2) 顧客ニーズと市場の動向 ..		外 部 環 境 .. ○ 機会 .. ○ 脅威 ..		3. SWOTから導いた経営戦略(クロス分析) .. ○ 強み .. ○ 弱み ..	
(3) 自社や自社の提供する商品・サービスの強み ..		S×O(強みをもってチャンスを開大図に活用) ..		T(強み) .. S×T(強みによって事業を収益化するため) ..	
(4) 経営方針・目標と今後のプラン ..		W×O(弱みで取りこまざるにため) ..		W×T(弱みの事業を収益化するため) ..	

※特に中小・小規模事業者においては「S×O」(強みを活かしてチャンスをとらえる)戦略を重視します。

任意様式（ひな型3）

事業計画書
（経営戦略シート）

（事業所名）

（作成日） 平成 年 月 日 現在

1. 新たに実施する事業の目標（テーマ） ※経営課題解決のための施策・目標達成に向けた主要活動

<p>事業テーマ</p> <p>⇒ 今回取り組む事業の詳細</p>	<p>事業目標・到達点（事業を実施することにより期待される効果）</p> <p>（1）定量目標（売上・利益・販路の獲得等） 【例】〇年度の売上目標を*****万円に【**%アップ】</p> <p>（2）定性目標（数字では表せない目標）</p>
-----------------------------------	---

2. 事業実施スケジュール

実施項目	事業スケジュール														
	前四半期			第1四半期			第2四半期			第3四半期			第4四半期		

項目	内容
1. 支援対象者	主に経営分析を行った事業者等（管内小規模事業者を含む）
2. 開催回数	年2回
3. 内容	<p>地域の経済動向、自社の経営分析、商品・サービスの需要動向等の分析結果を踏まえた事業計画立案の進め方や戦略策定のノウハウについて講習し、自社の事業計画を策定する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業テーマ、事業構想を明確にする ・ 方法・手段を決める（具体的取り組み内容を決める） ・ スケジュールを決める（具体的な行動予定を明らかにする） ・ 予算を決める（目標予算、経費予算を計画する） ・ 収支計画書、資金計画書を作成する ・ 自社の事業計画書を作成する
4. 募集方法	経営指導員等の巡回による経営分析を行った事業者への直接案内及びチラシ配布による案内
5. 参加予定数	1回あたり10名（計20名）

（ロ）事業計画策定セミナーに参加した事業者を対象とした「個別相談会」の開催

- 【募集方法】 事業計画策定セミナー参加者へ直接案内
- 【回数】 年4回
- 【内容】 専門家等による具体的な事業計画策定を支援
- 【参加予定数】 1回あたり5名（計20名）

(ハ) 事業計画の策定

【支援対象】経営分析を行った事業者及び事業計画策定セミナー受講し経営分析を行った者

【手段・手法】経営分析を行った事業者及び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、事業計画策定セミナー担当講師による個別相談会を開催するとともに、宮城県商工会連合会が示している事業計画書を活用して、宮城県商工会連合会サポーターリーダー及び宮城県よろず支援拠点等の外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

②創業・第二創業の支援

名取市が策定した産業競争力強化法における「創業支援事業計画」に基づき、創業・第二創業予定者に対する創業セミナーや個別相談会を開催するとともに、宮城県商工会連合会サポーターリーダー及び宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携しながら、個別指導によるビジネスプラン(創業計画書)の策定を支援する。また、実現性の高い計画を見据えて具体的な資金面の支援として、名取市の「チャレンジショップ事業」や国の創業補助金等の活用を図るとともに、日本政策金融公庫等金融機関と連携し融資等の支援制度の情報提供も行う。

(イ)創業希望者等に対する「創業セミナー」(特定創業セミナー)の開催

項目	内容
1. 支援対象者	主に創業及び第二創業希望者(管内小規模事業者を含む)
2. 開催回数	年1回
3. 内容	「経営」「財務」「人材育成」「販路開拓」の4分野を1日2時間の講義を4日間に分けて開催 【経営】 ・起業成功のポイント ・創業の心構え ・キャリアの棚卸 【財務】 ・財務の基礎 ・財務3表を理解する ・資金調達の方法 【人材育成】 ・人を育てるポイント ・人財育成の仕組みづくり ・外部研修制度の活用 【販路開拓】 ・マーケティングの基本
4. 募集方法	名取市広報誌への折込及び新聞折込チラシ、本会ホームページによる広報
5. 参加予定数	10名

(ロ)創業セミナーに参加した創業希望者を対象とした「個別相談会」の開催

【募集方法】創業セミナー参加者へ直接案内

【回数】年2回

【内容】専門家等による具体的なビジネスプラン(創業計画書)の策定支援

【参加予定数】各2名(延4名)

(ハ) 創業計画の策定

【支援対象】 創業セミナー受講者

【手段・手法】 「創業セミナー」受講者に対し、経営指導員が担当制で張り付き、創業セミナー担当講師による個別相談会を開催するとともに、宮城県商工会連合会サポーターリーダー及び宮城県よろず支援拠点等の外部専門家も交えて確実に創業計画の策定につなげていく。

③事業承継の支援

小規模事業者の高齢化が進展するなか、将来にわたって持続的な経営を行っていくためには、後継者に対する円滑な事業継承が重要な課題である。昨年実施した「商店街における事業承継実態調査」で得た個社毎の状況を踏まえ、経営指導員の巡回訪問を通じて支援ニーズ等に応じた相談対応を行うとともに、事業承継セミナーを開催し、参加者に対し意識付けと早期取組みの必要性を促していく。

また、事業承継計画の策定については、後継者の有無、現在の経営状況や資産・負債の状況、新たな事業への計画立案、事業の将来性などの問題等あることから、宮城県事業引継ぎセンターや宮城県よろず支援拠点等と連携し、経営者の不安を払拭しながら円滑な事業承継を支援する。

(イ) 事業承継セミナーの開催

項目	内容
1. 支援対象者	主に事業承継希望者（管内小規模事業者を含む）
2. 開催回数	年1回
3. 内容	「宮城県事業引継ぎ支援センター」と連携を図り、事業承継の進め方や事業承継計画の立て方等 ・事業承継の進め方 ・事業承継計画の策定
4. 募集方法	「商店街における事業承継アンケート」結果による事業承継を考えているもしくは問題を抱えている事業者や商工会青年部等に所属している後継者候補等へは直接案内、地域小規模事業者へ案内チラシの配布及び本会HPでの広報。
5. 参加予定数	5名

(ロ) 事業承継計画の策定

【支援対象】 事業承継セミナーを受講し経営状況の分析を行った者

【手段・手法】 事業承継セミナー受講者に対し、経営指導員が担当制で張り付き、事業承継セミナー担当講師、宮城県商工会連合会サポーターリーダー、宮城県よろず支援拠点及び宮城県事業引継ぎ支援センター等の外部専門家も交えて確実に事業承継計画の策定につなげていく。

(4) 目標

目標項目	現行	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
①事業計画策定件数	10件	20件	20件	20件	20件	20件
②創業計画策定件数	4件	4件	4件	4件	4件	4件
③事業承継計画策定件数	0件	2件	2件	2件	2件	2件

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

第1期計画の取り組みとしては事業計画を策定した小規模事業者に対しては、巡回訪問等による計画の進捗状況を確認しながら、新たな販路開拓等に向けたフォローアップ支援、新規創業者に対しては、金融・経理・税務・労務等の経営に係る基礎的支援を行うとともに、持続化補助金等の販路開拓に伴う支援施策や資金調達に伴う金融支援を実施しサポートを行ってきた。

しかし、本会におけるフォローアップの支援体制や支援方法等が明確に定まっていないこともあり、状況に応じた計画の見直しを行うなど適切なフォローアップを行うことができず、十分な販路開拓まで至らなかった事案もあった。

(2) 支援に対する考え方

本計画では、事業計画を策定した全ての事業者を対象にフォローアップを行うこととし、小規模事業者の進捗状況に応じたフォローアップ頻度を考慮しながら、外部支援機関の専門家と連携し、事業遂行上の課題解決に向けた支援を実施するとともに、特に売上・利益等の検証を踏まえ事業成果を意識したフォローアップ支援を実施する。

尚、計画と進捗状況とがズレが生じている場合や、新たな問題・課題が発生している事業者に対しては、宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携しながら、ズレが発生した要因や対応方策等を検討し、フォローアップの頻度変更や計画の見直しを図るなど、支援対象事業者の状況に応じた適切な支援を伴走型で実施する。

(3) 事業内容

①事業計画を策定した既存事業者へのフォローアップ支援

事業計画を策定した全ての事業者を対象に、原則四半期に1回、経営指導員が定期的に巡回し、計画進捗状況の確認と成果の検証を行う。集中して支援すべき事業者と事業計画どおり順調に事業を遂行し成果が出ている事業所を見極め、フォローアップ支援の回数を設定する。ある程度順調と判断し、訪問回数を減らしても支障がないと判断できた場合、半期に一度定期巡回を行う。但し、事業所の求めや状況に応じて柔軟に対応する。

②創業・第二創業予定者に対するフォローアップ支援の実践

創業・第二創業予定者に対しては、2ヶ月に1回以上の頻度で巡回等を行い、補助金・融資制度等の活用による資金繰り支援や税務・労務等諸手続きの支援を行い、先ずは計画したビジネスプランに基づき開業準備に向けた支援を行う。開業後も、経営が軌道に乗るまでの間は2ヶ月に1回以上、経営指導員による定期的な巡回訪問を実施し、金融・税務・労務等に関する基本的経営支援に加え、計画の進捗状況や経営の状況、新たな問題・課題等を確認するとともに、宮城県商工会連合会サポーターリーダーや宮城県よろず支援拠点等の専門家等と連携しながら、課題解決に向けた必要な支援を実施する。

③事業承継計画策定事業者に対するフォローアップ支援

事業承継計画を策定した小規模事業者に対しても、四半期に1回以上、経営指導員が巡回訪問し、計画の進捗状況を確認するとともに、事業承継が計画通りに進んでいない場合には、事業者に対するヒアリングにより、その要因と問題・課題等の分析・抽出を行い、専門家等と連携しながら課題解決に向けた伴走型の支援を行う。

事業承継の具体的支援については、後継者の選定や継承方法、相続・贈与・譲渡等の税金問題、譲渡条件等、多岐にわたる問題・課題が発生してくることから、宮城県事業承継ネッ

トワークの構成機関である宮城県事業引継ぎ支援センターと連携し、弁護士や税理士等の専門家の支援を受けながら、円滑な事業承継計画実施の支援を行う。

(4) 目標

目標項目	現行	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
① 事業計画策定フォローアップ対象事業者数	10社	20社	20社	20社	20社	20社
頻度(延回数)	50回	80回	80回	80回	80回	80回
売上増加の事業者数	—	10社	10社	10社	10社	10社
利益率2%以上増加の事業者数	—	7社	7社	7社	7社	7社
② 創業計画策定フォローアップ対象事業者数	3社	4社	4社	4社	4社	4社
頻度(延回数)	9回	24回	24回	24回	24回	24回
売上目標達成の事業所数	—	1社	1社	1社	1社	1社
③ 事業承継計画策定支援者フォローアップ対象事業者数	0社	2社	2社	2社	2社	2社
頻度(延回数)	0回	8回	8回	8回	8回	8回
売上増加の事業者数	—	1社	1社	1社	1社	1社

6. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

第1期計画の取り組みとしては、名取市内の小売業者及び水産加工業等製造業者を対象とした経営状況調査と名取市内消費者を対象とした購買動向調査の2つの調査により、地域内事業者側並びに消費者側から捉えた地域の需要動向を調査し、経営計画策定における参考資料として提供してきたが、マクロ的な統計とはなっても、小規模事業者が提供する商品・役務の販路開拓に直接的に結び付けられるデータとはならなかった。

本計画では、マーケットインの観点により事業者の販売する商品及び提供する役務に対して、買い手である消費者及び取引先(バイヤー)のニーズ等の需要動向の提供を行うための調査を行い、小規模事業者に対する「売れる商品づくり」や「消費者ニーズを捉えたサービスの展開」等による新たな販路の開拓を支援する。

(2) 事業内容

① 消費者ニーズを捉えるための需要動向調査

東日本大震災により被災し販路回復に苦慮している水産加工業者を対象に、消費者ニーズを捉えた新商品の開発及び既存商品の改良等による売れる商品づくりによる新たな販路の開拓を支援することを目的に、水産加工業者が主催で行っている「閑上しらすまつり」(9月開催)に来場する消費者に対して、提供する水産加工品について次の方法により需要動向調査を実施する。

項目	内 容
支援対象事業者	閑上地区の水産加工業者
調査商品数	上記対象事業者が提供する既存商品及び新商品のうち毎年度2商品を選定し調査する。
調査方法	毎年9月に開催される「閑上しらすまつり」に会場する消費者を対象に、試食等を通して下記項目について経営指導員等が聞き取りのうえ調査する。 【来場者数】10,000名（令和元年度実績）
調査項目	調査項目については、以下を基本としながら、事前に調査対象事業者の意向を確認するとともに、専門家の指導を頂きながら設定する。 【基本属性】居住地域、性別、年代、交通手段等 【商品評価】味・見た目・値段・食べやすさ(大きさや形状)・ボリューム感・パッケージデザイン・満足度等について5段階評価、土産品としての評価、改善提案 等
実施時期	毎年度9月
サンプル数	1商品50部（2商品×50部 計100部）
分析方法	調査結果は専門家に意見を聞きつつ経営指導員等が商品毎に調査項目を整理分析する。
分析結果の活用方法	支援対象事業者へ直接提供し、消費者ニーズに対応した商品等の見直しや新商品開発を通じた売上拡大等の具体的な販路開拓戦略を見出すための事業計画策定に繋いでいく。

②商談会におけるバイヤーへの需要動向調査

商談対象の商品の評価や改善点を把握するため、事業計画策定を行った事業所のうち新たな販路開拓に取り組む小規模事業者を対象に、11月に開催される（一社）東北ニュービジネス協議会等が主催する「ビジネスマッチ東北」（首都圏等バイヤー50社参加）への出展を促し、商談対象の商品について、参加するバイヤーに対して次の方法によりヒアリング調査を実施する。

項目	内 容
支援対象事業者	①事業計画に基づき新たな販路開拓に取り組む小規模事業者 ②閑上地区の水産加工業者
調査商品数	毎年度、上記対象事業者のうち商談会毎に 2 商品を選定し調査する。
調査方法	経営指導員が出展事業所のサポート役として参加し、来場するバイヤー及び商談交渉するバイヤーに対し、試食等を通して下記項目について直接ヒアリングを行う。
調査項目	調査項目については、以下を基本としながら、事前に調査対象事業者の意向を確認するとともに、専門家の指導を頂きながら設定する。 ・味 ・容量 ・形状 ・パッケージ ・価格 ・消費者嗜好 ・類似商品の動向 ・改善提案 ・取引条件 等
実施時期	毎年度 1 1 月
サンプル数	バイヤー 5 名
分析方法	宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携して行う。
分析結果の活用方法	調査結果は、支援対象事業者へ直接提供し、既存商品の改良、新商品の開発、他の商談会等への出展する際の参考資料として活用するとともに、売上拡大等の具体的な販路開拓戦略を見出すための事業計画策定に繋いでいく。

(3) 目標

目標項目	現行	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
①消費者に対する需要動向調査対象事業者数	—	2社	2社	2社	2社	2社
②バイヤーに対する需要動向調査対象事業者数	—	2社	2社	2社	2社	2社

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

第1期計画の取り組みとしては、特に震災で販路を失った水産加工業者等をはじめとする市内特産品等製造事業者を対象に、J R仙台駅構内での「仙南ブランド市」や市内にある東北最大規模の大型ショッピングセンター内での定期的な特産市開催による販売機会の提供、他の支援機関が実施する商談会への出展支援による新たな需要開拓を支援するとともに、仙台国際ホテルのシェフを活用した特産品の試作発表会を開催し、地域資源を活用した新たな特産品の開発を支援してきた。しかし、前述の第1期における需要動向調査ではマクロ的調査となったこともあり、買い手の需要を直接反映した商品づくりに結び付かなかった点や、バイヤーとの商談に慣れていない小規模事業者への事前のサポートが不足していたこともあり、新たな需要開拓の支援としては十分な成果が上がったとは言い難い状況である。

(2) 支援に対する考え方

本計画では、未だ販路の回復に苦慮している水産加工業者等を中心に、事業計画を策定して新たな販路の開拓に取り組む小規模事業者に対して、需要動向調査で得た消費者及びバイヤー等のニーズを踏まえた商品力・販売力の向上をサポートし、本会が開催するJ R仙台駅での販売会や宮城県商工会連合会をはじめ県内支援機関が開催する商談会への出展支援、等

を行うとともに、ITを活用したチャネルの拡大による新たな需要の開拓を支援する。

(3) 事業内容

①販売会開催による販路開拓支援（BtoC支援）

閑上地区の水産加工業者をはじめ市内食品製造業者等の商品のブランド力向上と新規顧客開拓に向けた販売機会の創出を目的に、広域連携体制にある岩沼市商工会と連携して、1日の乗降者数が9万人を超えるJR仙台駅構内において「仙南ブランド特産市」を開催する。

こうした機会は、新たな需要の獲得はもちろん、仙台駅は首都圏等からの利用客も多いことから、商品に対する首都圏等消費者の声や反応も直接聞くことができ、商品改良等の契機になる。また、出展する事業者の販売及び展示技術の向上を図るため、需要動向の調査結果を踏まえ、宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携し、出展効果を更に高めるための商品選定やプロモーション手法等の事前指導を行い、「仙南ブランド特産市」当日は、販売ブースの展示方法や装飾及び商品説明を含む接客などについて会場での個別指導を行うことで、販路開拓を支援する。

○仙南ブランド特産市

【開催時期】 毎年度10月の3日間

【開催場所】 JR仙台駅構内（中央改札口前広場）

【出展対象者】 名取市内の水産加工業者や菓子・酒等食品製造事業者及び小売業者6事業所

【出展者数】 仙南地域（4市9町の水産加工業者や食品製造事業者及び小売業者15社（令和元年度実績））

②県内支援機関等が実施する商談会への出展支援と商談成約率向上に向けた支援（BtoB支援）

閑上地区の水産加工業をはじめ食品製造事業者や小売事業者等の新たな販路開拓支援を目的に、宮城県商工会連合会が主催する「グルっとMIYAGI ちょっといいもの食の商談会」、(一社)東北ニュービジネス協議会が主催する「ビジネスマッチ東北」等への出展を支援する。

出展する事業者に対しては、商談技術や商品アピール手法の向上、FCPシート作成等、宮城県よろず支援拠点等の販路開拓専門家と連携した事前相談会を開催するとともに、商談会当日は経営指導員も出展者に帯同しバイヤー等の意見や商品の評価等を整理し、商談後においては、その内容を小規模事業者へ提供しながら、商品開発・改良等、バイヤーとの成約に向けた取組みを継続的に支援するなど小規模事業者の販路開拓を支援する。

(イ)「グルっとMIYAGI ちょっといいもの食の商談会」

【概要】 東日本大震災や関連する風評被害等によって販路を失った水産加工業者や新たな販路の拡大を担っている県内食品製造業者等を対象に県内スーパー等のバイヤーとの商談会

【開催時期】 毎年度9月

【来場者数】 バイヤー18社 27名（平成30年実績）

【出展者数】 33社（平成30年実績）

(ロ) 「ビジネスマッチ東北」

【概要】 東北地域に所在する様々な業種・業態の企業・団体の新たな技術や商材・サービスを展示しながら、販路拡大や新事業創出の可能性を産み出す東北最大級の展示・商談会

【開催時期】 毎年度11月

【来場者数】 7407名（平成30年実績）

【出展者数】 497事業所・団体（平成30年実績）

③ ITを活用した販路開拓支援（BtoC支援）

上記の展示会や商談会は、効果が大きい反面、単発的であり機会も限られていることから、日常的な販路開拓機会の提供の場として、全国連が運営するEC販売サイト「ニッポンセレクト.com」の出展支援を行い、インターネット販売等ITを活用した販路開拓を支援するとともに、小規模事業者はITの活用が遅れていることから、事業者自ら「Instagram」や「Twitter」等のSNSを活用し、企業及び商品の情報発信の取組みが実践できるよう支援する。

(イ) EC販売サイト「ニッポンセレクト.Com」を活用した販路開拓支援

食品等製造事業者や小売事業者等のITを活用した新たな販路開拓を支援することを目的に、全国商工会連合会が開設しているEC販売サイト「ニッポンセレクト.com」への出品勧奨を行うとともに、専門家と連携してのECサイトにおける商品訴求に関するノウハウの提供やその対策、売上拡大事例の紹介などを通じて出品効果を高めるための支援を行い、ネット販売による販路開拓を支援する。

(ロ) SNS活用による販路開拓の取り組み支援

地域小規模事業者に対し「Instagram」や「Twitter」等SNSを活用した企業商品情報等の発信の有効性等について、経営指導員等の巡回訪問を通じて理解の促進に務める。また、導入を希望する小規模事業者に対しては、宮城県商工会連合会が実施しているSNSの活用効果や活用方法を学ぶセミナーからIT専門家が実際にSNS立上げまで支援する「SNS活用による販路拡大支援事業」への参加を通じてSNS活用の取り組みを支援する。

(3) 目標

	現行	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
① JR仙台駅構内販売会 出展事業者数	6社	6社	6社	6社	6社	6社
売上額/社	—	10万	10万	10万	10万	10万
② ちょっといいもの食の 商談会参加事業者数	0社	2社	2社	2社	2社	2社
成約件数/社	0件	1件	2件	2件	2件	2件
② ビジネスマッチ東北 参加事業者数	2件	2社	2社	2社	2社	2社
成約件数/社	2件	1件	1件	2件	2件	2件
③ ニッポンセレクト.com 出品者数	0社	2社	2社	2社	2社	2社
売上増加率 (前年度比/社)	—	105%	105%	105%	105%	105%

