

経営発達支援計画の概要

実施者名	名取市商工会（法人番号6370805000061） 名取市（地方公共団体コード042072）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>【目標①】 デジタル化推進・販路開拓支援による小規模事業者の競争力と売上の向上</p> <p>【目標②】 事業承継・新規創業の促進</p> <p>【目標③】 地域ブランドと観光資源の活用</p> <p>地域全体の経済発展を促進するために、地域に根ざした小規模事業者の経営力を向上させることで地域への裨益を目指す。</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 小規模事業者を対象とした経済動向調査の実施及び地域経済分析システム（RESAS）を活用した地域経済動向分析の実施とそれら各種統計データの収集と提供。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 商談会でのバイヤー・市内観光客に対してアンケートを実施し顧客ニーズを把握し、個々の事業者の売上等に繋がる需要動向調査を行う。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 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・啓蒙活動及び小規模事業者に対する経営分析を実施し新たな需要開拓に向けた事業計画の策定支援を行う。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定セミナー・創業セミナー・事業承継個別商談会を開催し、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こし、小規模事業者が抱える経営課題解決に向けた支援を実施する他、デジタル化推進や販路開拓支援に係る研修会、事業継続力強化計画の策定についての支援も行う。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 創業者を含め、事業計画を策定した既存事業者へフォローアップ支援を行い、関係機関と連携し伴走型の支援・助言を行うことで、経営の持続的発展を支援する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 販売会開催による販路開拓支援、関係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を行うとともにITを活用した販路開拓支援を実施し商品の認知度向上、売上拡大を図る。</p>
連絡先	<p>名取市商工会 〒981-1224 宮城県名取市増田字柳田 243 TEL：022-382-3236 FAX：022-382-3406 E-mail：natoril@io.ocn.ne.jp</p> <p>名取市 生活経済部商工観光課 〒981-1292 宮城県名取市増田字柳田 80 TEL022-724-7150 FAX022-384-4150 E-mail：syousui@city.natori.miyagi.jp</p>

(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

1-1. 名取市の概要

名取市商工会の管轄エリアである名取市は宮城県南部に位置し、東北最大の都市である仙台市に隣接している。人口は約79,000人(2020年時点)で、仙台空港や主要な高速道路、鉄道が整備されており、交通利便性が非常に高い地域である。これにより、名取市は仙台市のベッドタウンとしても発展している。名取市の主要産業には農業、商業、サービス業、製造業がある。また農業では「せり」、水産物では「赤貝」といった特産品が全国的に知られている。

【名取市の位置と地勢】



1-2. 人口推移

名取市の人口は、長期的に増加傾向にあったものの、少子高齢化により減少に転じる可能性がある。以下の表は、名取市の人口推移と高齢化率を示している。

年度	人口(人)	65歳以上の高齢者(人)	高齢化率(%)
2010	75,253	15,128	20.1
2015	78,245	18,320	23.4
2020	79,004	21,450	27.2

出典:名取市第六次長期総合計画(2020年)

名取市の人口は緩やかに増加しているものの、今後は高齢化が進み、特に労働力人口の減少が課題となると考えられる。高齢化率は2020年時点で27.2%に達しており、今後も上昇する見込み。

### 1-3. 地域産業の現状と課題

名取市の産業は、製造業、水産加工業、商業、サービス業を中心として成り立っているが、地域産業にはいくつかの深刻な課題が存在している。特に、新規創業者の減少、後継者不足、およびデジタル化の遅れが顕著であり、地域経済の持続的な発展が危ぶまれている。これらの課題に対応するためには、事業承継支援やデジタル化の推進、新規創業者への支援が必要不可欠である。特に、水産加工業や農産物加工業といった地場産業では、地域資源を活かした商品開発と販路拡大が、地域経済の成長に重要な役割を果たしている。

#### 課題

##### ①デジタル化の推進

名取市の多くの小規模事業者は、デジタル技術の導入が進んでおらず、特にオンライン販売やデジタルマーケティングに対応できていない。これにより、地域外市場への販路拡大が困難な状況にある。現状では小規模事業者の約70%が、ECサイトを運営していないか、オンライン販売を実施していない（経済センサス2020年）。特に製造業や水産加工業において、デジタル技術を活用した業務効率化や新たな販路開拓が進んでいない。

対応策としてはECサイト構築支援やデジタルマーケティング研修を通じて、事業者がデジタル化に対応し、地域外市場への販路拡大を実現する必要がある。また、IT導入補助金制度などの資金的支援を積極的に活用させることが望ましい。

##### ②事業承継の推進

名取市内の製造業や商業者では、高齢化が進んでおり、事業承継が進まない事業者が多く存在している。特に後継者不在による廃業リスクが高まっており、地域経済全体の持続性が危機に瀕している。経営者の約60%が60歳以上であり、事業承継の計画が未整備の事業者が多い（経済センサス2020年）。後継者が見つからず、事業の継続が不透明な状態となっているケースも多い。

事業承継計画の策定支援や後継者育成プログラムの提供、M&A（事業売却・買収）を含めた外部承継の支援を行うことで、事業者が円滑に事業を引き継げるよう支援する必要がある。

##### ③水産加工業の縮小と後継者不足への対応

名取市の水産加工業は、仙台港に近い立地を活かして水産物を加工しているが、規模が小さく、全国的な競争力は低い。さらに、従業員の高齢化が進行しており、後継者不足が深刻化している。

現状では地元の魚介類を活用した水産加工業は、輸入水産物との競争に苦しんでおり、後継者不在により事業の継続が危ぶまれている。加工品の販路も主に地域内に限られており、地域外市場への展開が進んでいない。

販路拡大には水産加工業者に対する事業承継支援やデジタル化支援を通じて、オンライン販売やデジタルプロモーションを導入し、地域外市場への訴求を図ることが重要である。さらに、観光との連携を進め、「産業観光」として地元の水産業を観光資源として活用することで、地場産業の魅力を発信する取り組みも有効であると考えられる。

##### ④新規創業者の創出促進

名取市における新規創業は減少傾向にある。特に若年層の創業が少なく、地域経済に新たな成長のエネルギーをもたらす創業活動が停滞している。

過去10年間で名取市の新規創業率は、1.5%から1.1%に低下しており、特に製造業やサービス業において新規創業者が減少している（経済センサス2020年）。創業支援体制の不足や市場競争の激化が、創業を阻害する要因となっている。

対応策としては創業者向けの資金調達支援や支援メニューの充実、新たなビジネスモデルや事業の創出を促進する必要がある。また、地域資源を活用した新規事業創出を奨励し、地域経済に新たな活力を取り入れる。

以上の通り名取市の産業は、製造業や水産加工業を中心に成り立っているが、デジタル化の遅れ、事業承継の困難さ、新規創業者の減少といった課題が地域経済に影響を与えている。特に水産加工業では、後継者不足と事業の継続性が懸念され、地域資源を活用した新たな商品開発や販路拡大が求められる。これらの課題に対応するためには、事業承継支援、デジタル化の推進、新規創業者支援が不可欠であり、特に地場産業の活性化と観光との連携による地域経済の持続的発展が期待される。

#### 1-4. 管内商工業者の推移

名取市の商工業者数は、過去10年間で減少している。以下がその推移となっている。

年度	総商工業者数	製造業者数	商業者数	サービス業者数
2010	3,542	524	1,427	1,232
2015	3,468	489	1,356	1,182
2020	3,215	456	1,314	1,136

産業分類	2010年	2015年	2020年
製造業	524	489	456
農産物加工業	123	112	105
小売業	823	794	764
飲食業	604	581	551
宿泊業	158	145	136
サービス業	1,232	1,182	1,136

出典:経済センサス(2020年)

特に製造業とサービス業において減少が顕著であり、名取市の小規模事業者は後継者不足やデジタル化の遅れに直面していると考えられる。

#### 1-5. 地域の課題

人口推移による高齢化、商工業者の推移から名取市が抱える課題は以下の3点が考えられる。

1. 少子高齢化と労働力の不足への対応  
高齢化率が上昇し、地域内の労働力不足が深刻化している。特に、農業や製造業における労働力の確保が困難になっている。
2. 事業承継問題への対応  
高齢経営者の多い小規模事業者は、後継者不足に直面しており、円滑な事業承継を支援する仕組みが不足している。
3. 地域外への販路拡大  
特産品や地元製品の販路が地域内に限られているため、地域外市場へのアクセスが重要な課題となっている。

## (2)．小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### 2-1. 10年程度の視野に立った振興のあり方

名取市第六次長期総合計画、地域商工業者や地域の課題を踏まえ、小規模事業者の持続可能な成長を支援するための長期的な振興のあり方を次のように考える。

まず、デジタル化推進と市場拡大支援として、小規模事業者のデジタル技術導入や地域外市場への販路拡大を支援する。具体的には、IT導入支援、ECサイト構築、デジタルマーケティング研修などを実施し、オンライン取引の強化を図る。

次に、事業承継の円滑化と新規創業の促進に向けて、高齢経営者を支援し、事業承継を円滑に進めるための施策を実施する。具体的には、事業承継計画の策定支援、創業セミナーの実施、M&A支援を通じて事業の継続と成長を促進する。

さらに、地域ブランドと観光資源の活用として、名取市の特産品や観光資源をブランド化し、国内外市場での認知度を高める。地域ブランドの確立支援や観光資源と地元産業の連携を促進し、観光客や地域外市場での販売を強化する。

### 2-2. 名取市第六次長期総合計画との比較

名取市の総合計画との連動性を確認し、次の比較表で振興策の整合性を示す。

計画項目	名取市第六次長期総合計画	商工会の振興のあり方
デジタル化の推進	デジタル技術の普及と競争力向上	ECサイト構築、IT導入支援を通じて競争力強化
事業承継と後継者育成	事業承継支援と後継者育成を推進	事業承継計画策定と後継者育成プログラムの促進
地域資源を活かした産業振興	地域資源を活用し、観光産業と地元産業の連携促進	特産品のブランド化と観光資源の活用促進

## (3)．経営発達支援事業の目標

名取市商工会の経営発達支援事業における具体的な目標は、以下の3点。

### 3-1. デジタル化推進・販路開拓支援による小規模事業者の競争力と売上の向上

- 目標：デジタル化推進により生産性向上を図り小規模事業者の競争力・売上が向上させる。
- 施策：経営改善支援、デジタルマーケティング研修、販路拡大支援の拡充

### 3-2. 事業承継・新規創業の促進

- 目標：小規模事業者の事業承継と新規創業者育成を支援し、地域経済の持続性を確保する。
- 施策：事業承継計画の策定支援、創業セミナー、M&Aサポートの充実

### 3-3. 地域ブランドと観光資源の活用

- 目標：地域ブランド製品の開発支援をし、地域外市場での販売を強化する。
- 施策：地域ブランド確立支援、観光資源との連携促進、プロモーション活動支援の拡充

地域全体の経済発展を促進するために、地域に根ざした小規模事業者の経営力を向上させることで地域への裨益を目指す。

## 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7年 4月 1日～ 令和12年 3月31日

(2) 目標の達成に向けた方針

本計画における目標は以下の3点であり、それぞれに対して具体的な施策を通じて達成を図る。これらの施策は、「経営力再構築伴走支援モデル」に基づき、事業者が自身の課題を認識し、持続的な発展に向けた行動を促すことを目指す。

### 【目標①】 デジタル化推進・販路開拓支援による小規模事業者の競争力と売上の向上

デジタル化を推進し、生産性向上を図ることで、小規模事業者の競争力と売上の向上を目指す。地域外市場への販路拡大を支援し、事業者が安定した売上を確保できるようにする。

IT 導入やオンラインツールの活用による業務効率化支援を行い、生産性向上を図る。また、デジタル広告、SNS、EC サイトの運用に関する研修を提供し、デジタル技術を活用した新規顧客の獲得と販路開拓を促進する。EC サイト構築や地域外市場向けの販売戦略を策定し、事業者が新しい市場で成功するためのサポートを行う。

### 【目標②】 事業承継・新規創業の促進

小規模事業者の事業承継と新規創業者育成を支援し、地域経済の持続性を確保する。経営者の高齢化や後継者不足による廃業を防ぎ、事業の継続・新規創業を促す。

事業承継計画の策定を支援し経営指導員が事業者と連携し、後継者の早期育成を図る。また、外部からの事業承継 (M&A) も選択肢とし、事業承継の選択肢を広げるためのアドバイザー支援を実施する。

新規創業者育成支援としては事業運営スキル向上を目的としたセミナーや個別相談を通じて事業運営に必要な知識・ノウハウの提供を行う。

### 【目標③】 地域ブランドと観光資源の活用

地域ブランド製品の開発を支援し、地域外市場での販売を強化する。観光資源と連携してプロモーションを展開し、観光客や地域外の消費者へのアピールを強化する。

地域ブランド確立支援として地域の特産品や工芸品などをブランド化し、専門家を招いたワークショップや個別指導を通じ、観光客向けの土産品や地元のストーリーを持たせた商品開発支援を行う。また、EC サイト構築支援やデジタルマーケティング研修を実施し、オンラインでの販路拡大をサポートし地域内外への認知度向上を図るプロモーション活動を展開する。地域の観光資源と連携し、観光客向けの新品やサービスを開発し、観光客の消費行動を促す。

また、プロモーション活動支援として地域資源を活かしたプロモーションキャンペーンや展示会を実施や出展支援を行い、地域外市場への販路拡大を支援する。

## 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】

第2期計画としては四半期毎に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）の調査結果を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に公開し提供した。また、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している。

##### 【課題】

現状の取り組みで、支援施策の立案や行政への要望など経営支援への活用で一定の成果をあげられていることからこの取り組みを継続する。しかし名取市では、人口減少や少子高齢化が進んでおり、地域内の消費動向や経済状況の変動が地域事業者の収益に大きく影響している。特に、観光動向や消費者行動の変化に関するデータの活用が不足しており、観光に関するデータ提供を積極的に行っていく。

#### (2) 目標

目標項目	現行	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
①RESAS 分析の公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向調査の公表回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回
③統計資料分析の公表回数	12回	12回	12回	12回	12回	12回

#### (3) 事業内容

経済動向調査の結果を名取市商工会のホームページや地域メディアで公表し、広く事業者提供。さらに、フィードバックセッションを実施し、経営改善のための具体的なアクションを提案する。

##### 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15社と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、経済動向として本会HPにて年4回公表を行う。

項目	内容
調査対象	市内小規模事業者15社（製造業、建設業、小売業、サービス業）
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	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4回
分析手法	経営指導員等が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。必要に応じ外部専門家と連携する

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にて年12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"> <li>・ 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。</li> <li>・ 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。</li> <li>・ 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。</li> </ul>
公開回数	年12回

(4) 調査結果の活用方法

本会HPで公表し、広く管内事業者に周知する。また、本会においても結果を経営相談や事業計画策定支援に活用するだけでなく支援施策の検討に活用する。

#### 4. 需要動向調査に関すること

##### (1) 現状と課題

###### 【現状】

第2期計画の取り組みとしては、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対象事業者へ結果をフィードバックし、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」を支援してきた。

###### 【課題】

消費者需要動向調査対象を「閑上しらすまつり」（9月開催）に来場する消費者に対して実施を行ってきたがしらすの不漁などでイベントが中止になった年や商品の供給不足が危惧された年もある。また、温暖化により水揚げされる魚種の変化もあるため既存の特産品だけでなく新たな商品開発が必要となっている。

##### (2) 目標

目標項目	現行	7年度	8年度	9年度	10年度	11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	2社

##### (3) 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・水産物を提供している飲食業者を対象に、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、観光を目的に訪れる消費者に対して、提供する水産商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及び水産物を取扱う飲食業者
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	かわまちてらす閑上や閑上港朝市などの観光商業地の店舗においてイベント開催時や新商品の売出し時に観光を目的に訪れる消費者を対象に、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。
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～11月
サンプル数	1商品50部（2商品×50部 計100部）
分析方法	調査結果は経営指導員等が商品毎に調査項目を整理分析し必要に応じて専門家と連携を行う。
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、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）へ本会として合同出展ブースを設け商談会出展を促す。参加事業所の商談対象商品について、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関東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11月
サンプル数	バイヤー5名
分析方法	調査項目設定時の専門家と一貫して連携を図り行う。
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。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

第2期計画の取り組みとしては、商工業の現状と課題を踏まえて、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ことを目的に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、経営の現状に踏み込んだ経営分析を行うとともに、統一的な支援を行っている。

#### 【課題】

地域の小規模事業者の多くが、売上の減少や経営資源の不足に悩んでおり、持続可能な経営体制の構築が難しい状況にある。経営分析を通じて、事業者の強みと課題を明確にする支援が不足している。

「経営力再構築伴走支援モデル」に基づき、事業者が自身の課題を認識し、持続的な発展に向けた行動を促すことが課題となっている。

### (2) 目標

目標項目	現行	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
① 経営分析件数	30件	30件	30件	30件	30件	30件

### (3) 事業内容

金融相談など経営に係る各種相談にいられた窓口対応時や、経営指導員等が市内小規模事業者へ巡回訪問を行う際に、経営分析の必要性を周知し、掘り起こしを行う。また、小規模事業者に対して経営分析の知識の習得やその必要性を説明し、小規模事業者の意識改革を図る必要性がある。

経済産業省のローカルベンチマークや中小機構の「経営自己診断システム」、経営支援システム等の分析ソフトを活用して、「財務分析」と「非財務分析」の双方を行う。

#### ○小規模事業者の経営分析

##### 【対象者】

持続化補助金、ものづくり等補助金申請支援、需要動向調査の対象者や巡回訪問・窓口相談者のうち経営分析を希望する事業者。

##### 【分析項目】

・財務分析→売上増加率、営業利益率、損益分岐点、労働生産性、EBITDA、有利子負債倍率、自己資本比率等

・非財務分析→強み、弱み、機会、脅威等の「SWOT分析」、市場規模、シェア等

##### 【分析方法】

経済産業省のローカルベンチマーク、中小機構の「経営自己診断システム」、経営支援基幹システム等を利用し、経営指導員が分析する。

### (4) 分析結果の活用方法

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、小規模事業者の経営課題を見出すことで、事業計画の策定等今後の経営の方向性の指標として活用する。

また、明らかになった課題を解決するため、経営指導員を中心に商工会職員で伴走型支援を行う。さらに、専門性が求められる事項については、県連合会のエキスパート事業による専門家派遣や宮城県よろず支援拠点等からの専門家派遣制度等を通じた指導を活用することで、事業者に気づきを与え自己変革を促す。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

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っている。

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している。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っている。

#### 【課題】

引き続き事業計画策定を本計画の核としての位置付けにより成果に繋がる実践的な事業計画策定支援を実施する。事業継続力強化計画の策定など、より事業計画策定の目的別に支援内容を拡げることが課題となっている。

### (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、事業承継個別相談会を開催するとともに、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。

支援にあたっては事業者が主体的に事業計画を策定できるよう支援し、特にIT導入やDX推進を含めた事業計画策定を強化する。経営改善や販路開拓に資する事業計画を作成し、具体的な実行ステップを提供する他に災害リスクに対する備えを強化するため事業継続力強化計画の策定についても研修会等の開催を行う。

### (3) 目標

#### 事業計画策定支援件数

目標項目	現行	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
①事業計画策定件数	20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	2件	2件	2件	2件	2件	2件

#### 事業計画策定セミナー等開催回数

目標項目	現行	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
①事業計画策定セミナー	2回	2回	2回	2回	2回	2回
②事業計画策定個別相談会	2回	2回	2回	2回	2回	2回
③創業セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
④事業承継個別相談会	0回	1回	1回	1回	1回	1回

### (4) 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、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。

事業者ごとの課題に応じた具体的なアクションプランを作成し、定期的に進捗状況を確認する。また、デジタル化やオンライン販路の拡大を目指した事業計画の策定をサポートする。

○事業計画策定セミナー

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	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。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業テーマ、事業構想を明確にする</li> <li>・方法・手段を決める（具体的取り組み内容を決める）</li> <li>・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）</li> <li>・予算を決める（目標予算、経費予算を計画する）</li> <li>・収支計画書、資金計画書を作成する</li> <li>・自社の事業計画書を作成する</li> </ul>
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）

○事業計画策定策定個別相談会

【募集方法】 事業計画策定セミナー参加者等へ直接案内

【回数】 年2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）

○デジタル化推進や販路開拓支援に係る研修会等の開催

デジタル広告、SNS、ECサイトの運用に関する研修を提供し、デジタル技術を活用した新規顧客の獲得と販路開拓を促進する。

○事業継続力強化計画策定に係る研修会等の開催

事業継続力強化支援計画に則り事業継続力強化計画の策定を支援し事業所の災害リスクに対する備えを強化する。

②創業計画策定支援

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。

○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 <b>【経営】</b> ・起業成功のポイント・創業の心構え・キャリアの棚卸 <b>【財務】</b> ・財務の基礎・財務3表を理解する・資金調達の方法 <b>【人材育成】</b> ・人を育てるポイント・人材育成の仕組みづくり ・外部研修制度の活用 <b>【販路開拓】</b> ・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HPによる広報
5. 参加予定数	10名

③事業承継計画策定支援

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。

○事業承継個別相談会

項目	内 容
1. 支援対象者	主に事業承継希望者
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	「事業承継アンケート」を全会員へ送付し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へ直接案内、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

## 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

事業計画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している。

#### 【課題】

事業者への計画策定後の実施支援においては、定期的なフォローアップは行うことができたが、事業者が自立して計画を遂行できるようどのように支援していくかが課題である。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画策定後、定期的に進捗を確認し、計画実施の支援を強化する。特に、フォローアップを通じて事業者の自走化を目指し、課題解決に向けたサポートを提供する。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) 目標

目標項目	現行	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
① 事業計画策定フォローアップ対象事業者数	20社	20社	20社	20社	20社	20社
頻度(延回数)	80回	80回	80回	80回	80回	80回
利益率2%以上増加の事業者数	7社	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	2社	4社	4社	4社	4社	4社
売上目標達成の事業所数	1社	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	2社	2社	2社	2社	2社	2社
売上増加の事業者数	1社	1社	1社	1社	1社	1社

### (4) 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回以上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、ま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イングリ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。

## 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】

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JR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を活用したチャンネルの拡大による新たな需要の開拓を支援している。

#### 【課題】

地域の小規模事業者は、新たな需要開拓が難しく、特に観光客向けの商品開発や販路拡大が進んでいない。ECサイトの活用や観光資源を活かしたプロモーションを支援し、新たな需要の開拓を図る。特に、オンライン取引やキャッシュレス決済の導入を進め、地域外市場への進出が課題となっている。

### (2) 支援に対する考え方

課題に対応するために、地域資源や観光客のニーズを積極的に活用した新たな需要開拓が重要となる。そのため観光資源を活かした高付加価値商品の開発支援を行う。観光客向けのオリジナル商品や、地元のストーリー性を持たせた商品開発を促進する。また、地域ブランドの確立を通じて、地域外市場への販路拡大を目指す。また、小規模事業者がオンラインでの販路を効果的に活用できるよう、ECサイト構築やデジタルマーケティングの支援を行う。地域外からの顧客層をターゲットにしたデジタル広告やSNSプロモーションの活用を通じて、オンラインでの新規顧客獲得を支援する。その他にも観光客や地域外からの訪問者の利便性を高めるため、キャッシュレス決済やQRコード決済の導入を推進する。これにより、より多くの観光客や若年層の消費者に対応しやすくすることで、売上増加を図る。

### (3) 目標

	現行	7年度	8年度	9年度	10年度	11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	10万
②関係機関主催商談会 参加事業者数	2社	2社	2社	2社	2社	2社
成約件数/社	2件	2件	2件	2件	2件	2件
③ビジネスマッチ東北 参加事業者数	2件	4社	4社	4社	4社	4社
成約件数/社	2件	2件	2件	2件	2件	2件
④ECサイト構築・出品	0社	2社	2社	2社	2社	2社

事業者数						
売上増加率 (前年度比/社)	0%	105%	105%	105%	105%	105%

#### (4) 事業内容

##### ①販売会開催による販路開拓支援（B to C 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、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。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う。「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食品製造事業者及び小売業者6事業所の他、仙南地域（宮城県仙台以南の4市9町水産加工業者や食品製造事業者及び小売業者）

##### ②県内関係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（B to B 支援）

販路開拓支援を目的に、宮城県商工会連合会が主催する個別商談会や（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。

##### ③ITを活用した販路開拓支援（B to C 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、EC販売サイトの構築支援・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「Instagram」や「X（旧 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。

## **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】**

第2期における事業の評価及び見直しをするための仕組みについては、名取市担当職員、本会三役、外部有識者として宮城県商工会連合会担当職員、中小企業診断士、金融機関からも日本政策金融公庫仙台支店の担当者で構成する事業評価委員会を年1回開催し、本会が実施した事業の内容及び成果について評価、見直し案の提示を受けている。その内容は職員会議で共有・協議した後、理事会へ報告を行い、次年度に向けた事業の見直し及び今後の方向性を決定し報告書に取り纏めの上本会HPにて公表を行っている。

##### **【課題】**

現状の取り組みで、支援施策の立案や行政への要望など経営支援への活用に一定の成果をあげられていることからこの取り組みを継続する。

#### (2) 事業内容

事務局内部における事業の実施方法の確認を行うとともに、事業の進捗状況及び実施した事業の検証等を行う。事業の評価については宮城県商工会連合会担当職員、名取市生活経済部商工観光課担当職員、法定経営指導員、本会三役、外部有識者として中小企業診断士と日本政策金融公庫担当課長で構成する「事業評価委員会」を年1回開催し、事業の実施状況、成果の評価・検証を行うとともに、必要に応じ見直し案の検討を行う。委員会後には提示された事業評価・見直しの結果については理事会に報告し承認を受ける。理事会で決定した事業の成果・評価・見直し等の結果について、地域小規模事業者幅広く公表するために、本会ホームページに掲載する。(年1回)

### **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】**

宮城県商工会連合会が主催する研修会への参加に加え、中小企業庁や中小企業基盤整備機構、中小企業大学校が主催する小規模事業者支援研修等へ経営指導員を派遣させ、必要となる知識・能力の習得、支援ノウハウの共有など、支援スキルの向上を図っている。また、事務職員については、経験年数や能力に応じた研修計画を設定し、計画に基づいた支援能力のレベルアップを図るとともに、毎月開催している職員会議において支援ノウハウの共有と小規模事業者支援システムを活用した支援情報の集約により、組織全体の支援能力向上に努めている。

##### **【課題】**

これまでの組織としての支援能力の底上げと教育体制においても経験年数等により経営指導員等の指導能力に差異があるため支援ノウハウ等の共有、チーム支援によるOJTの実践等による経営指導員の資質向上を図るとともに組織全体の支援能力向上を図り支援格差を解消する。

#### (2) 事業内容

##### ① 県連合会等主催研修の積極的活用

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、宮城県商工会連合会主催の「経営支援能力向上研修会」や中小企業基盤整備機構等の関係機関が主催する研修に対し、積極的に経営指導員等を派遣する。特に喫緊の課題である地域の事業者のデジタル化推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のITスキル向上のためのセミナーに積極的に参加を行う。また、研修参加者はミーティング時には研修の主要ポイントや学んだ内容をまとめて報告し質疑応答の時間を設け、全員で研修内容を共有・理解する場を設ける。

##### ② OJTの実施

経験年数の長い経営指導員と一般職員とがチームを組成し、巡回指導や窓口相談の際に同席しO

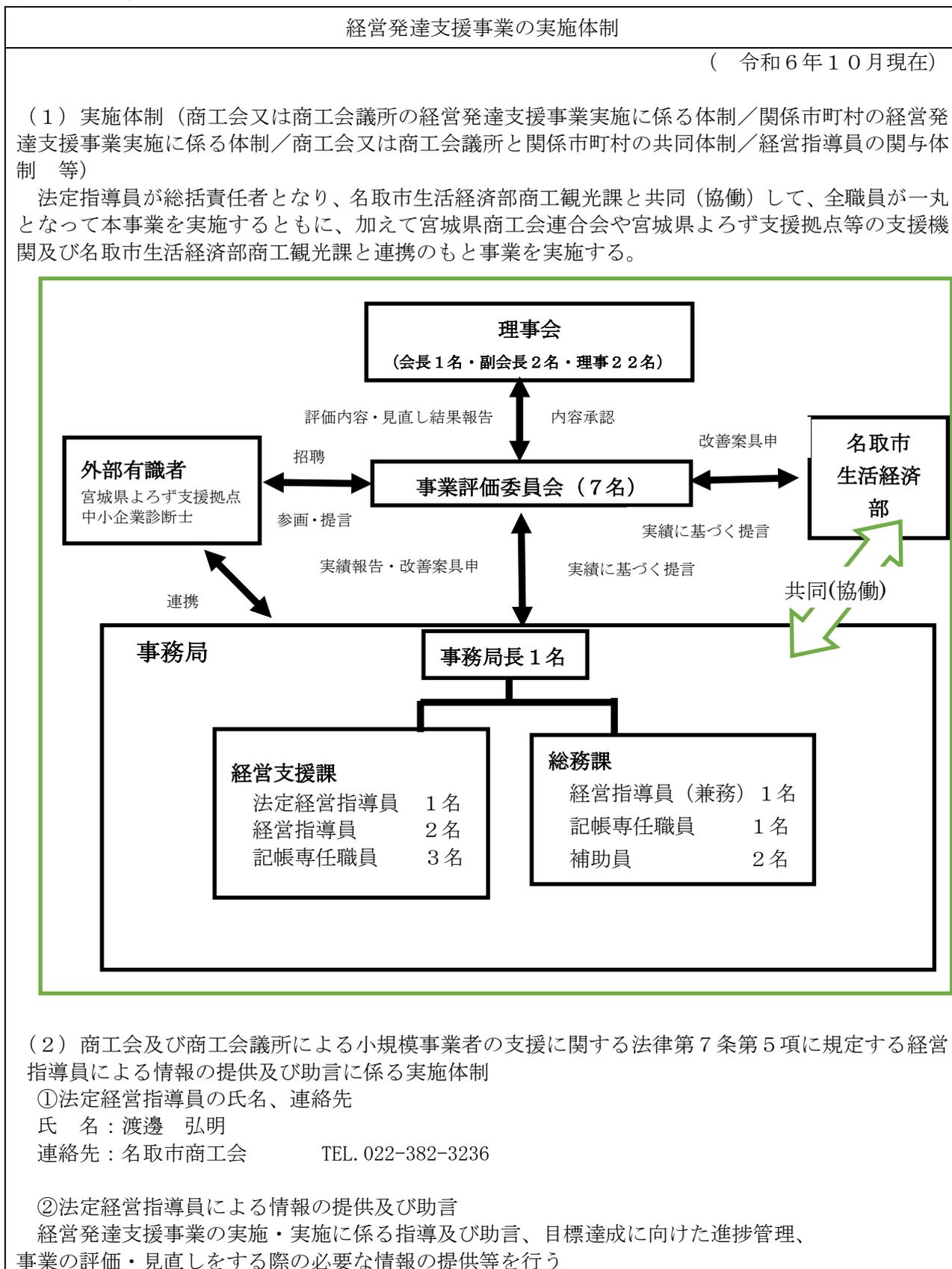
J T機会を積極的に創出し、組織全体としての支援能力の向上を図る。また、職員間の定期ミーティングの開催を実施し常に情報共有を図る。

③情報共有するための方法

事業者支援においては経営状況の分析などを担当経営指導員等が基幹システムや経営システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるように徹底し、職員の異動等の際にも引き続き共通した支援が可能な体制を構築する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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

〒981-1224

宮城県名取市増田字柳田 243

名取市商工会 経営支援課

TEL022-382-3236 FAX022-382-3406

E-mail : natoril@io.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒981-1292

宮城県名取市増田字柳田 80

名取市生活経済部商工観光課

TEL022-724-7150 FAX022-384-4150

E-mail : syousui@city.natori.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)

	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
必要な資金の額	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900
1. 地域の経済動向調査	200	200	200	200	200
2. 需要動向調査	200	200	200	200	200
3. 経営状況の分析	200	200	200	200	200
4. 事業計画策定支援	600	600	600	600	600
5. 事業計画策定後の実施支援	200	200	200	200	200
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業	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、手数料、国補助金、県補助金、市補助金

(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。

