令和２年度

# 経営発達支援計画報告書（R2.4.1～R3.3.31）

下記の通りⅠ．経営発達支援事業の内容について６項目、Ⅱ．地域経済の活性化に資する取り組みについて１項目、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みについての３項目について報告いたします。

評価方法は、昨年度同様、中小企業庁より示された以下の基準とする。

Ａ：目標を達成することができた。（100％以上）

Ｂ：目標を概ね達成することができた。（80～99％）

Ｃ：目標を半分程度しか達成することができなかった。（30％～79％）

Ｄ：目標をほとんど達成することができなかった。（30％未満）

評価者は、評価委員８名。

○評価内容に記載してある下記表上段は、Ａ・Ｂ・Ｃ・Ｄ上記の内容に基づくもの。下段は、評価者８名の内、該当する評価を何人が行ったかの人数を記載しております。

| A | B | C | D |
|---|---|---|---|
| | | | |

○目標の評価については、全ての委員が同じ評価の場合はアルファベットのみ記載、意見が分かれている場合は、人数も含めて記載しております。

玉造商工会

## 【経営発達支援計画の目標】(令和２年３月16日認定)

地域産業の現状と課題を踏まえ、また大崎市の総合計画等が示す産業振興施策と方向性を一とし、小規模事業者に対する振興のあり方は以下のとおりとする。

（１）大崎市内の支援機関や地域金融機関と更なる連携を強化し、小規模事業者が抱える問題、課題を深く掘り下げるとともに経営環境や経営資源を整理し、消費者ニーズを踏まえた事業計画の策定を支援し、販路拡大や売上拡大を目指すことにより経営力の向上を図る。

（２）観光客を主体とした交流人口の増加を図ることで、基幹産業である観光関連業を取り巻く環境を活性化させ、これにより、小規模事業者の持続的な発展と地域経済の活性化を目指す。

### Ⅰ．経営発達支援事業の内容

１．地域の経済動向調査に関すること

分析した結果は、商工会ホームページに掲載し、小規模事業者等へ情報提供する。特に、地域の基幹産業である観光産業に関する情報については大崎市と連携して、観光振興策の提案や観光関連事業者の商品開発、サービス提供、販路開拓等の立案に活用する。

２．経営状況の分析に関すること

より多くの地域内小規模事業者からの要望を吸い上げ、具体的な経営課題を抱える事業者や販路拡大に意欲的な事業者を中心に小規模事業者の掘り起こしを広く行うとともに個別の経営分析に繋げる。

３．事業計画策定支援に関すること

事業計画策定の意義や重要性の理解を浸透させ、小規模事業者が事業を持続・成長させていくためには、事業計画の作成が必要不可欠であることを理解して頂くよう周知方法やセミナーカリキュラムを見直し、アプリ等も活用しながら、事業計画を策定する小規模事業者や創業予定者の掘り起こしを図る。

４．事業計画策定後の実施支援に関すること

個々の事業者の進捗状況に合わせたフォローアップを定期的に行ない、目標と現状のずれや、新たに生じた経営課題等の解決に向け支援を図る。

５．需要動向調査に関すること

小規模事業者に対し「売れる商品づくり」等による新たな販路開拓・新商品開発を支援することを目的に支援対象とする小規模事業者の提供する商品に対し、需要動向調査を実施する。

６．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

消費者のニーズに合った商品販売、売りたいものと売れるもの一致を目指し、手に取ってもらえる魅力ある商品づくりをする必要があるため、ＢtoＣに重点を置いた販路開拓支援を行う。

### Ⅱ．地域経済の活性化に資する取り組み

１．大崎市が主催する円卓会議において、大崎市及び関係団体等と連携して、地域産業の振興と小規模企業の持続的な発展を図るための施策について意見交換等を行う。

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 報告内容 | 事業効果 | 評　　価 |
|---|---|---|---|
| Ⅰ．経営発達支援事業の内容<br><br>１．地域の経済動向調査に関すること【指針③】<br><br>地域小規模事業者が今後とも持続的発展を維持していくためには、自社を取り巻く経営環境の変化や地域経済の動きを常に的確に把握する必要があり、業種や地域毎トレンドといった環境変化に対応した経営戦略策定を促すため、地域景気動向や業界動向に関する必要な情報を定期的かつ継続的に収集・整理し、ホームページや個別相談、巡回訪問時などの様々な機会を活用し小規模事業者に対し広く提供する。<br><br>（事業内容）<br>①国が提供するビッグデータの活用<br>当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「ＲＥＳＡＳ」（地域経済分析システム）を活用し、全国的な消費トレンド、売れ筋商品、消費動向等地域の経済動向分析を行い、収益改善に直接結びつく情報を年１回公表し、管内小規模事業者に周知する。<br>【分析手法】<br>・「観光マップ」：経路検索サービスの利用情報を基に、検索回数の多い観光施設など分析<br>・「産業構造マップ」：どの産業が効率的に稼いでいるかを分析<br>・「地域経済循環図」：地域内企業の経済活動を通じて生産された付加価値がどの程度労働者や企業の所得として分配されたかを把握。最終的に、当該分配がどの程度消費や投資に支出されたかを分析<br>上記を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。<br>②景気動向調査の実施と活用<br>四半期に一度、経営指導員等が巡回を行い、観光関連事業者３５者に聞き取りを行って景気動向を把握するとともに、潜在的な経営課題を引き出す。<br>併せて、宮城県商工会連合会が毎年四半期ごとに実施している中小企業景況調査、全国商工会連合会が毎月実施している景気動向調査（本会でもサービス業・小売業・建設業・製造業の４事業所を対象に実施）、日本政策金融公庫の宮城県内小企業動向調査等の結果を活用 | １．地域の経済動向調査に関すること<br>（担当：関根）<br><br>①作成済<br><br>②木地漆器業 5 事業所、小売業 12 事業所、料理飲食業 9 事業所、旅館・ホテル 9 事業所の合計 35 事業所を対象に、景気動向調査を四半期毎に実施。<br>第 2 四半期まで調査済み。第 3 四半期を回収・分析中。3 月に第 4 四半期の調査実施予定 | １．地域の経済動向調査に関すること<br><br>①作成しホームページに公表済<br><br>別添 1-1<br><br>②景気調査中間報告(R2.3 月～R2.11 月)をホームページで公表したことにより、地域内の景気動向及び同業種の現況について把握することができ、経営計画策定の市場の動向の参考となったとの評価を頂いた。最終報告版は、第 4 期分(R2.12～R3.2)の調査票が回収でき次第、ホームペー | １．地域の経済動向調査に関すること<br><br>コメント<br>●「ＲＥＳＡＳ」は過去データであることや景気動向調査は定点観測であることから計画的に取り組まれると良いと思います。また、公表データについてはグラフ等を掲載するなど簡素化しても良いかと思います。<br>●地域の経済動向調査を実施しホームページに掲載することで、地域内景気動向や業種ごとの現状のデータを還元し一定の評価を得たため「A」<br>●調査分析については概ね計画通りに実施されていると思われます。別添 1-1 の資料については、HP に公表ということですが、単的に読み取れないところがあり、傾向等について深掘りしていただけると次につながるものと思われます。<br><br>※ ○を付して下さい<br>１－①<br>A 5 / B 2 / C 1 / D |

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 報告内容 | 事業効果 | 評　　価 |
|---|---|---|---|

して、県内及び国内の中小・小規模事業者の業種毎の景気動向を把握し、他地域と本地域との比較・分析などを行う。

これらの情報については、経営計画・事業計画策定など小規模事業者支援の基礎資料として活用する。

【調査対象】管内観光関連小規模事業者３５社（木地漆器業５事業所、小売業１２事業所、飲食業９事業所、宿泊業９事業所）

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資 、経営上の問題点、今後の対策

【調査手法】経営指導員等が巡回訪問を行い、聞き取り調査を行う。

【分析手法】経営指導員等が中小企業診断士等の外部専門家と連携し分析を行う。

（目標）

| | 現　行 | 令和２年度 | 令和３年度 | 令和４年度 |
|---|---|---|---|---|
| ①公表回数 | － | １回 | １回 | １回 |
| ②公表回数 | １回 | ４回 | ４回 | ４回 |

令和３年３月現在

| 項目 | 目標 | 実績 |
|---|---|---|
| ①公表回数 | 1 | 1 |
| ②公表回数 | 4 | 1 |

ジにて公表。

別添 1-2

【参考】令和元年度

| 項目 | 目標 | 実績 |
|---|---|---|
| 業種別景気動向調査 | 1 | 1 |
| 金融機関公表資料からの動向調査 | 1 | 1 |
| 懇談会開催回数 | 1 | 1 |
| ＨＰ情報提供 | 2 | 2 |

１－②

| A | B | C | D |
|---|---|---|---|
| 5 | 3 | | |

※ ＡＢＣＤのいずれかを記入願います

１－（目標）

| 項目 | 評価 |
|---|---|
| ①公表回数 | A-6<br>B-2 |
| ②公表回数 | B-2<br>C-6 |

コメント

●②の公表回数については目標４回について１回のみの実績となったため「C」評価とした。

令和２年度

○課題・問題点

調査実施から公表までタイムラグが生じていたので、時節に合致したトレンド等を取り入れた公表が出来ていなかった。また、「ＲＥＳＡＳ」（地域経済分析システム）等を使ったビッグデータの活用も不足していた。聞き取りによる調査の中から個者の潜在的な経営課題を引き出し、全体から見た個社への支援に繋げることが課題である。また、これまで実施しているものの、ビッグデータと地域動向を比較分析し、個者に対応した計画的支援に活かせるよう改善が必要と考える。

○改善方法

ビッグデータを利用するにあたり、個社支援に活用できる情報を的確に提供できるよう、地域景気動向や業界動向等の地域経済動向に関する情報を定期的に収集し、ホームページや個別相談、巡回訪問等にて広く提供を図る。

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

### ２．経営状況の分析に関すること【指針①】

（事業内容）

①支援対象事業者の掘り起こし

巡回・窓口相談等を通じて、より多くの地域内小規模事業者の「企業の概要」「顧客ニーズ」「業界動向」「経営課題」「支援に対する意向」等をヒアリングし小規模事業者からの要望を吸い上げながら、具体的な経営課題を抱える事業者や販路拡大に意欲的な事業者を中心に小規模事業者の掘り起こしを広く行うとともに個別の経営分析に繋げる。

②経営分析の内容

【対象者】

巡回・窓口相談等の機会を利用して掘り起こした、具体的な経営課題を抱える事業者や販路拡大に意欲的な事業者等を対象とする。

【分析項目】

定量分析たる「財務分析」と定性分析たる「ＳＷＯＴ分析」「３Ｃ分析」の双方を行う。

| 項　目 | 主な分析内容 |
|---|---|
| 財務分析 | 売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等 |
| ＳＷＯＴ分析 | 強み、弱み、脅威、機会等 |
| ３Ｃ分析 | マーケティング環境<br>「Customer(市場・顧客)、Competitor(競合)、Company(自社)」 |

【分析手法】

経済産業省の「ローカルベンチマーク」や（独）中小企業基盤整備機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、「財務情報」と「非財務情報」について経営指導員が分析し、高度な知見を必要とする場合は中小企業診断士等の外部専門家と経営指導員等が一緒になり分析を行う。

③成果の活用

分析結果は、経営指導員等が当該事業者にフィードバックし、個別の事業計画策定の際の共有データとして管理する。経営分析に高度な知見を要した場合など、必要に応じて専門家と帯同し、個社へのより効果的な支援へ繋げる。

## 報告内容

### ２．経営状況の分析に関すること

（担当：関根）

①巡回訪問時、地域内小規模事業者の「企業の概要」「顧客ニーズ」「業界動向」「経営課題」「支援に対する意向」等について、ヒアリングを行い、支援対象事業者の掘り起こしを行った。

③巡回・窓口相談等により掘り起こした14事業所を選定し経営分析を行う。専門家に同行しヒアリングを実施。

## 事業効果

### ２．経営状況の分析に関すること

①支援対象事業者の掘り起こしを行いよろず支援活用23事業所
令和元年度補正予算　小規模事業者持続化補助金申請6件(内、採択4件、申請中2件)
令和2年度補正予算　小規模事業者持続化補助金<コロナ特別対応型>申請9件(内、採択8件)
大崎市中小企業・小規模企業者持続化事業補助金申請7件(内、採択6件)
大崎市中小企業及び小規模企業施設改修・設備投資促進事業補助金活用5事業所
宮城県中小企業等再起支援事業補助金活用16事業所
玉造商工会小規模事業者等事業継続支援補助金活用11事業所

③14事業所へ専門家と同行しアリングし経営分析を実施。その後、事業者へ分析結果をフィードバック。

## 評　価

### ２．経営状況の分析に関すること

コメント

●①経営分析については、延べ件数77件となっており、補助事業申請において、高採択率となっていることも相俟って評価できるが、指標上「B」とする。
●補助金申請に適切に対応できた。

※ ○を付して下さい

２－①

| A | B | C | D |
|---|---|---|---|
| 5 | 2 | 1 | |

２－③

| A | B | C | D |
|---|---|---|---|
| 6 | 1 | 1 | |

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 報告内容 | 事業効果 | 評　　価 |
|---|---|---|---|
| 小規模事業者の経営分析を通して把握した、個社における経営上の経営課題については、必要に応じて、宮城県よろず支援拠点、ミラサポ、宮城県商工会連合会等の専門家派遣事業等を活用し専門的な指導を頂きながら、伴走型の支援により課題解決を図るとともに個社の体質強化に繋げる。<br><br>（目標）<br>項　目 / 現状 / Ｒ２年度 / Ｒ３年度 / Ｒ４年度<br>経営分析件数 / ３８ / ６０ / ７０ / ８０ | 令和２年度<br>（令和３年３月末現在）<br>項目 / 目標 / 実績<br>巡回訪問件数 / 1,527 / 2,060<br>窓口指導件数 / 1,133 / 1,535<br>経営分析件数 / 60 / 56 | 【参考】令和元年度<br>項目 / 目標 / 実績<br>巡回訪問件数 / 1,548 / 2,231<br>窓口指導件数 / 834 / 1,079<br>経営分析件数 / 35 / 38 | ※ ＡＢＣＤのいずれかを記入願います<br><br>２－（目標）<br>項目 / 評価<br>経営分析件数 / A-4<br>B-3<br>C-1<br><br>コメント<br>●巡回時ヒアリングを実施し、経営分析を行った。特に専門家と同行して実施したことは評価できる。 |

令和２年度

○課題・問題点

今後、更なる個社の体質強化へ向けた支援策を導き出すためには、必要に応じて外部専門家と連携した上で経営分析を実施し、フィードバックの際も経営指導員等が専門家と帯同することで、個社へのより効果的な支援へ繋がると考えられる。

○改善方法

より効果的な支援を行うために、専門家派遣による支援に同行し連携した経営分析のほか、フィードバックした内容を提案から実現に向けて導いていけるような支援能力向上を図る。

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 報告内容 | 事業効果 | 評　　価 |
|---|---|---|---|
| 3．事業計画策定支援に関すること【指針②】<br><br>平成２７年に認定された旧計画に基づき、事業計画策定の意義や重要性の理解を浸透させ、小規模事業者が事業を持続・成長させていくためには、事業計画の作成が必要不可欠であることを理解して頂くよう窓口相談や巡回訪問、チラシを作成して周知を行った上で、セミナーを開催しながら事業計画策定を支援してきた。これまで以上に事業策定の意義や重要性を浸透させるため周知方法やセミナーカリキュラムを見直、事業計画を策定する小規模事業者や創業予定者の掘り起こしを図ることが必要である。<br><br>（事業内容）<br>（１）事業計画策定セミナー<br>経営分析を行った事業者や意欲のある事業者、創業予定者等を対象とした「事業計画策定セミナー」を開催する。募集方法については、セミナー開催に併せ、事業計画の策定意義など、必要性を視覚に訴える効果的なチラシを作成するとともに、周知内容には、商工会での事業計画策定支援に関する事項も含める。周知においては、小規模事業者に対し取りこぼしが無いよう行政とも連携する。<br>セミナーにおいては、事業計画策定の意義を説明しながら、作成のポイントを、演習を取り入れつつ説明する。<br>（２）事業計画策定支援<br>【支援対象】<br>事業計画策定セミナー受講者や経営分析を行った事業者、創業者、創業予定者、事業承継予定者等を対象とする。なお、創業者・創業予定者を除き、経営分析を必ず実施してから事業計画を策定することとする。<br>【手段・手法】<br>ⅰ．金融相談等の窓口相談、巡回訪問時に、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。また、小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金、その他、県の事業補助金等の申請を希望する事業者に対しては、個々の事業者の事業内容に則した最適な支援メニューを選択するとともに、補助金申請をきっかけに事業計画の策定支援を行う。<br>ⅱ.創業者及び創業希望者に対しては、「大崎市創業支援等事業計画」（平成２６年３月認定、平成３０年１２月に計画及び名称変更）に沿って、創業支援等事業者と連携して、創業支援等事業者が実施する創業セミナー、個別相談会等への参加支援及び周知を行う。 | 3．事業計画策定支援に関すること（担当：髙橋）<br><br>相談会開催に加え、経営計画の策定意義など、経営計画の必要性を視覚に訴える効果的なチラシを作成、周知内容に、商工会での経営計画策定支援に関する事項も合わせて行った。<br>周知においては、小規模事業者に対し取りこぼしが無いよう行政と連携し毎戸配布を行うよう行政に働きかけ、大崎市広報１月号へ記事として掲載。<br><br>(1)経営計画策定セミナー<br>11 月 24 日(火)6 名参加<br>11 月 25 日(水)7 名参加<br><br>(2)事業計画策定支援<br>【事業計画策定件数】<br>…56 事業所<br>事業計画を策定して下記の補助金を活用して、販路拡大・売上向上に繋げた。<br>・持続化補助金 15 事業所<br>(内、採択件数 12 事業所、申請中 2 事業所)<br>・市中小企業・小規模企業者持続化事業補助金…8 件<br>・大崎市中小企業及び小規模企業施設改修・設備投資促 | 県連伴走型強化補助金を活用しセミナーを開催、新聞折込みにて周知を行った。<br>事業計画の必要性について大崎市産業商工課へ記事として掲載依頼し、大崎市広報１月号へ記事として掲載。<br>事業計画策定件数…56 事業所（内、新規 35 事業所、ブラッシュアップ 21 事業所）<br><br>(1)新規取組 9 事業所<br><br>(2)補助金等採択状況<br>・持続化補助金 12 事業所採択<br>…補助金額 12,282,745 円<br>(事業再開枠含む)<br>・市中小企業・小規模企業者持続化事業補助金6件採択<br>…補助金額 603,000 円<br>・大崎市中小企業及び小規模企業施設改修・設備投資促進事業補助金 5 件採択<br>…補助金額 3,335,000 円<br>・宮城県中小企業等再起支援事業補助金 16 件 | 3．事業計画の策定支援に関すること<br><br>コメント<br>●セミナーを 2 回実施した他、事業計画策定支援も一定以上の件数を実施した。<br>●フォローアップや販路開拓支援、専門家派遣を積極的に実施し、事業者支援に繋げた。<br>●事業計画策定支援には計画どおり実施されて、目標の倍近くの策定数を達成できたことは評価できる。次年度においては、特に With コロナ・After コロナを踏まえたセミナーや事業計画策定の支援に力を入れていただきたい。<br><br>※ ○を付して下さい<br><br>３－(1)<br>A: 6 / B: 2 / C: / D:<br><br>３－(2)<br>A: 6 / B: 2 / C: / D: |

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

ⅲ．高齢の事業主や後継候補者に対しては、小規模事業者の円滑な事業承継、早期・計画的な事業承継準備を促すため、事業承継税制や事業承継補助金、経営者保証に関するガイドライン等の情報提供を行う。併せて、宮城県事業承継ネットワークと連携しながら、「事業承継診断」の実施等を通じ、事業承継ニーズの掘り起こしを行う。

ⅳ．事業計画（創業計画・事業承継計画を含む）策定を目指す小規模事業者に対しては、経営指導員等が担当制で張り付き、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。事業計画策定セミナーの受講者に対しては、セミナー後、希望者を対象に個別相談会を行う。事業計画を簡易に策定できる(独)中小企業基盤整備機構による経営計画作成アプリ「経営計画つくるくん」も活用しながら作成支援を行う。

なお、事業計画作成についての支援は、事業者個々のレベルに合わせ、レベルアップを図りながら事業者と共に実施する。事業者のあるべき姿（目標）を明確にさせ、経営理念・事業領域等について書き出して頂くなど計画作成に向けて着実な一歩を後押しするとともに、地域の経済動向、需要動向等基礎資料は、業種及び事業規模等に応じて調査した結果を活用し伴走型の支援を行う。

（目標）

| | 現　行 | Ｒ２年度 | Ｒ３年度 | Ｒ４年度 |
|---|---|---|---|---|
| ①セミナー開催数 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| ①セミナー参加事業者数／回 | 5 | 10 | 15 | 20 |
| ②事業計画策定件数 | 23 | 30 | 35 | 40 |

## 報告内容

進事業補助金…5 件
・宮城県中小企業等再起支援事業補助金…16 件
・小規模事業者等事業継続支援補助金(玉造版持続化補助金)…11 件

(3)創業計画書・事業承継計画書の策定
【創業計画の策定支援】
…１件
・日本政策金融公庫の創業計画書…1 件作成(第１種動物取扱業)

令和３年３月末現在

| 項目 | 目標 | 実績 |
|---|---|---|
| ①セミナー開催数 | ２ | ２ |
| ①セミナー参加事業者数／回 | １０ | ６．５ |
| ②事業計画策定件数 | ３０ | ５６ |

## 事業効果

…13,483,000 円
・小規模事業者等事業継続支援補助金(玉造版持続化補助金)11 件採択…498,000

(3) 日本政策金融公庫の創業計画書策定支援により１件開業

【参考】令和元年度

| 項目 | 目標 | 実績 |
|---|---|---|
| セミナー開催数 | ２ | ２ |
| セミナー参加事業所数 | ２０ | ５ |
| 創業スクール参加者数 | ２ | ３ |
| 事業計画策定事業者数新規件数 | ２０ | １１ |
| 空き店舗情報提供 | HP 掲載 | 会員事業所 HP リンク |

## 評　価

３－(3)

| A | B | C | D |
|---|---|---|---|
| 4 | 3 | 1 | |

※ ＡＢＣＤのいずれかを記入願います

３－(目標)

| 項目 | 評価 |
|---|---|
| ①セミナー開催数 | A-6<br>B-1<br>C-1 |
| ①セミナー参加事業者数／回 | A-1<br>B-4<br>C-3 |
| ②事業計画策定件数 | A-5<br>B-2<br>C-1 |

コメント
●コロナ感染症拡大下にあって、参加者については、「C」→「B」へ評価できる。

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 報告内容 | 事業効果 | 評　　価 |
|---|---|---|---|
| 令和２年度 | | | |
| | | | |

○課題・問題点

これまで以上に事業計画策定の意義や重要性の理解を浸透させるため、周知方法やセミナーカリキュラムの見直し、事業計画を簡易に策定できる（独）中小企業基盤整備機構による経営計画作成アプリ「経営計画つくるくん」もなども活用しながら、事業計画を策定する小規模事業者や創業予定者の掘り起こしを図ることが必要である。

○改善方法

小規模事業者持続化補助金を契機とし、専門家を活用したセミナーや個別相談会を開催すると共に、大崎市と連携を図りながら、周知を図っていく。

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 実施内容 | 効　　果 | 評　　価 |
|---|---|---|---|
| ４．事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】<br>事業計画を策定した全ての事業者を対象とし、進捗状況の確認や進捗状況に合わせたフォローアップを定期的に行なう。事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。具体的には、創業間もない事業者や補助金活用中の事業者に対しては、毎月１回、過去２年の内に創業、補助金を活用した事業者については四半期に一度、他の事業者については年２回とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。<br>なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画と進捗状況にズレが生じていると判断した場合には、他の経営指導員も含めたチーム支援を行うとともにエキスパートバンクやよろず支援拠点等外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。 | ４．事業計画策定後の実施支援に関すること<br>（担当：髙橋）<br><br>(1)フォローアップ<br>今年度事業計画を策定した事業所に対し(前年度以前持続化補助金等採択事業所へは７月及び10月に）毎月、遂行状況等確認を行っている。随時進捗状況により窓口相談及び巡回訪問により支援を図った。<br><br>(2)販路開拓支援<br>ニッポン全国物産展2020商談会…1事業所参加<br>ECサイトへの登録・商品掲載<br>NARUKO通販ショップ…2社 | ４．事業計画の策定後の実施支援に関すること<br><br>(1)(2)<br>①目的への取り組み<br>積極的：50事業所<br>一部実施：0事業所<br>今まで通り：0事業所<br>実施なし：0事業所<br><br>②ｻｰﾋﾞｽや商品等の提供<br>評価改善：50事業所<br>評価あり 今まで通り：0事業所<br>評価なし 計画通り活動：0事業所<br>評価なし 活動なし：0事業所 | ４．事業計画の策定後の実施支援に関すること<br><br>コメント<br>●事業計画策定後のフォローについて高評価できる。<br><br>※ ○を付して下さい<br>４－(1)<br>A：6　B：2　C：　D：<br><br>４－(2)<br>A：6　B：1　C：1　D： |

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 実施内容 | 効　果 | 評　価 |
|---|---|---|---|

(3)専門家とのローカルベンチマークを活用したブラッシュアップ

展示会出展事業者事業者、ＥＣサイト出展者に対し、専門家と指導員が同行して、ヒアリングを行い、ローカルベンチマークを活用した分析を実施し、フィードバック済。

(4)専門家派遣等実績
(R3 年 3 月 31 日現在)

| 派遣事業名 | 派遣件数 |
|---|---|
| SL 派遣 | 12 件 |
| よろず支援拠点<br>(内、Web 相談) | 72 件<br>(54 件) |
| 宮城県事業承継ネットワーク<br>専門家派遣 | 4 件 |
| SNS を活用した販路開拓支援<br>事業専門家派遣 | 6 件 |
| INPIT 知財総合支援窓口 | 3 件 |
| 経営・技術強化支援事業(エキスパートバンク) | 3 件 |
| 伴走型小規模事業者支援推進事業に係る経営分析 | 5 件 |

③粗利益

| | |
|---|---|
| 向　上 | 事業所 |
| 横ばい | 事業所 |
| 不規則 | 50 事業所 |
| 悪　化 | 事業所 |

④売上

| | |
|---|---|
| 向　上 | 事業所 |
| 横ばい | 事業所 |
| 不規則 | 50 事業所 |
| 悪　化 | 事業所 |

(3)14 事業者実施
分析結果をフィードバック済。

４－(3)

| A | B | C | D |
|---|---|---|---|
| 6 | 1 | 1 | |

４－(4)

| A | B | C | D |
|---|---|---|---|
| 6 | 1 | 1 | |

※ ＡＢＣＤのいずれかを記入願います

４－(目標)

| 項目 | 評価 |
|---|---|
| フォローアップ対象事業者数 | A-7<br>B-1 |
| 頻度が年 12 回の事業者数<br>(延回数) | A-6<br>B-2 |
| 頻度が年４回の事業者数<br>(延回数) | A-6<br>B-2 |
| 頻度が年２回の事業者数<br>(延回数) | A-6<br>B-2 |
| 延回数　計 | A-6<br>B-2 |
| 売上増加事業者数 | A-6<br>B-1<br>C-1 |
| 利益率３％以上増加の事業者数 | A-6<br>B-1<br>C-1 |

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

（目標）

| | 現　行 | Ｒ２年度 | Ｒ３年度 | Ｒ４年度 |
|---|---|---|---|---|
| フォローアップ対象事業者数 | 23 | 30 | 35 | 40 |
| 頻度が年12回の事業者数（延回数） | 14(184) | 15(180) | 18(216) | 20(240) |
| 頻度が年４回の事業者数（延回数） | 5(25) | 8(32) | 8(32) | 8(32) |
| 頻度が年２回の事業者数（延回数） | 4(12) | 7(14) | 9(18) | 12(24) |
| 延回数　計 | 221 | 226 | 266 | 296 |
| 売上増加事業者数 | 11 | 15 | 18 | 20 |
| 利益率３％以上増加の事業者数 | － | 15 | 18 | 20 |

## 実施内容

令和３年３月現在

| 項目 | 目標 | 実績 |
|---|---|---|
| フォローアップ対象事業者数 | 30 | 56 |
| 頻度が年12回の事業者数（延回数） | 15 (180) | 30 (360) |
| 頻度が年４回の事業者数（延回数） | 8 (32) | 10 (40) |
| 頻度が年２回の事業者数（延回数） | 7 (14) | 16 (32) |
| 延回数　計 | 226 | 432 |
| 売上増加事業者数 | 15 | 17 |
| 利益率３％以上増加の事業者数 | 15 | 17 |

## 効　果

【参考】令和元年度

| 項目 | 目標 | 実績 |
|---|---|---|
| フォローアップ事業者 | ２０ | ３９ |
| ミラサポ新規登録 | １５ | ２ |
| 創業フォローアップ数 | ３ | ３ |

## 評　価

コメント

●各項目について、達成状況にバラツキが見られたがフォローアップは目標の約２倍実施している点は評価できる。

令和２年度

○課題・問題点

経営環境は、日々変化することから、目標達成のためには、定期的に計画を見直す必要があります。進捗状況に合わせたフォローアップを定期的に行ない、目標と現状のずれや、新たに生じた経営課題等の解決に向け支援が必要である。

○改善方法

スケジュール基づいて進められているか定期的に確認し、経営、財務、税務等内容に応じて専門家派遣を行うなど効果的な活用を図り、事業所の持続的な発展に努める。

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 実施内容 | 効　　果 | 評　　価 |
|---|---|---|---|
| ５．需要動向調査に関すること【指針③】<br>小規模事業者に対し「売れる商品づくり」等による新たな販路開拓・新商品開発を支援することを目的に、支援対象とする小規模事業者の提供する商品に対し、需要動向調査を実施する。<br>事業者が既存の商品のブラッシュアップを図る、もしくは新商品を開発するにあたり、顧客となる消費者がどう判断するのかを把握し、売上増加・利益確保に結びつく商品を提供することができるようにするため、下記①～③の展示会等において、商品の市場・受容性について来場者アンケートを実施する。調査・分析結果は当該事業者にフィードバックし、既存商品の改良・新商品開発に資するとともに、事業計画に反映する。<br><br>（事業内容）<br>①宮城玉造 伝統的工芸品 職の祭典<br>対象商品　伝統的工芸品「鳴子漆器」「宮城伝統こけし」等<br>場　　所　（注１）鎌倉彫会館 CAFÉ&SHOP 倶利　（鎌倉市小町 2-15-13）<br>②鳴子こけしまつり<br>対象商品　伝統的工芸品「宮城伝統こけし」等<br>場　　所　（注２）ＧＩＮＺＡ ＨＡＫＫＯ 木の香<br>（中央区銀座 7-10-5 ランディック第 3 銀座ビル）<br>③伊達美味マーケット in サンモール一番町への出展<br>対象商品　食品等の土産品・特産品<br>場　　所　仙台市青葉区一番町２丁目 アーケード内<br>※１１時～１８時の開催時間で人通り約１２千人(主催者発表)<br>（注１）：鎌倉彫会館は８００年続く鎌倉の伝統工芸「鎌倉彫」の活動拠点として昭和４３年、鎌倉彫協同組合により建設された。平成２８年には、１階にはカフェとショップ、ギャラリーを新設。鎌倉彫会館は、歴史と文化、体験と交流の場として利用されている。<br>（注２）：ＧＩＮＺＡ ＨＡＫＫＯ 木の香は、東京銀座にある木の香りが伝わるコンセプトショップで、マトリョーシカをはじめ、国内外の木工品や工芸品を取り扱っている。マトリョーシカは国内最大の品揃え。地下１階に多目的スペースがあり、展示会やワークショップが年３０回程度開催されており、内、こけし関係のイベントも年３回程度開催されている。 | ５．需要動向調査に関すること（担当：結城）<br><br>①②③大崎市 鳴子・岩出山職と食の手しごと展<br>個者アンケート調査実施<br>場所：仙台 AER 2F アトリウム<br>日時：令和 2 年 12 月 18 日(金)～12 月 19 日(土)<br>出展事業者：１１事業者<br>・鳴子漆器　３事業所<br>・宮城伝統こけし　２事業所<br>・食品販売事業者　６事業所<br><br>アンケート回収枚数５７２枚<br>１事業所平均５２枚 | ５．需要動向調査に関すること<br><br>①②③<br>大崎市 鳴子・岩出山職と食の手しごと展<br>出展事業者は、顧客ニーズに応じた商品開発並びに販売拡大の情報収集ができた。後日、電話やメールでの問い合わせが数件あり、販路拡大に繋がった。<br>調査結果が出来次第、11事業所へ商品開発、販路開拓におけるターゲット設定など、売上及び利益に反映できるようフォローアップを実施予定である。 | ５．需要動向調査に関すること<br>コメント<br>●コロナ感染症拡大下にあって、事業を遂行されたことは評価できる。<br>●アンケートを活用し、需要動向調査を適格に実施できた。<br>●イベント開催により地域産業の発展に貢献できた。<br>●本年度は、コロナウイルス感染症の影響により、県連で計画を予定していた商談会をはじめ、各種展示会・商談会が相次ぎ中止となり、販路開拓の機会が大きく縮小したことで、県下全ての商工会において計画どおりの事業推進が出来なかった一年でした。コロナの終息が見えないなか、次年度においては、これまでの販路開拓の支援に加え、SNS や Web 等を活用した非対面型による販路開拓の取組みへの支援強化をお願い致します。<br><br>※ ○を付して下さい<br>５－①<br>A：5　B：2　C：1　D： |

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 実施内容 | 効　果 | 評　価 |
|---|---|---|---|

【サンプル数】出展事業者各５０サンプル以上
【調査手段・手法】事前に調査対象事業者のヒアリングを行い、事業者が調査したい商品に合わせて調査票を作成するとともに、①～③のうち、対象商品に適した展示会等を選択する。中小企業診断士等の専門家と経営指導員が展示会等に同行し、来場客に聞き取りのうえ、アンケート票へ記入する。
【調査項目】①属性（居住地、年代）、②商品の認知度、③関心度、④購入意欲（購入目的）、⑤購入希望価格、⑥来場目的等
【分析手段・手法】調査結果は、中小企業診断士等の専門家に分析を依頼、分析結果については、中小企業診断士等の専門家と経営指導員が同行して、対象事業者にフィードバックを行う。
【分析結果の活用】分析結果は、中小企業診断士等の専門家と経営指導員が同行し、当該事業者へ直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

（目標）

| | 現行 | Ｒ２年度 | Ｒ３年度 | Ｒ４年度 |
|---|---|---|---|---|
| ①調査対象 事業者数 | ３社 | ３社 | ３社 | ３社 |
| ②調査対象 事業者数 | ２社 | ２社 | ３社 | ３社 |
| ③調査対象 事業者数 | ６社 | ６社 | ６社 | ６社 |

令和３年３月現在

| 項目 | 目標 | 実績 |
|---|---|---|
| ①調査対象 事業者数 | ３社 | ３社 |
| ②調査対象 事業者数 | ２社 | ２社 |
| ③調査対象 事業者数 | ６社 | ６社 |

令和３年３月末

| 項目 | 目標 | 実績 |
|---|---|---|
| ①調査対象 事業者数 | 3 社 | 3 社 |
| サンプル数 | 50 | 52 |
| ②調査対象 事業者数 | 2 社 | 2 社 |
| サンプル数 | 50 | 54 |
| ③調査対象 事業者数 | 6 社 | 6 社 |
| サンプル数 | 50 | 53 |

５－②

| A | B | C | D |
|---|---|---|---|
| 5 | 1 | 2 | |

５－③

| A | B | C | D |
|---|---|---|---|
| 5 | 2 | 1 | |

※ ＡＢＣＤのいずれかを記入願います

５－(目標)

| 項目 | 評価 |
|---|---|
| ①調査対象 事業者数 | A-6 B-2 |
| ②調査対象 事業者数 | A-6 B-2 |
| ③調査対象 事業者数 | A-6 B-2 |

コメント
●①～③とも目標を達成することができた点は評価できる。

令和２年度

○課題・問題点
どのような商品を開発・製造すればよいかを把握し、それにより地域の魅力を高めて地域内での観光業に関わる全ての中小企業・小規模事業者について売上等のシナジーを図っていき、商品開発や販路開拓に役立てていくかが課題である。また、地域の経済の環境の変化に対応するとともに、お客様のニーズに合った商品販売、売りたいものと売れるものの一致を目指し、魅力ある商品づくりをしていくことが必要である。
○改善方法
出展の際に頂戴した、お客様の生の声を反映したアンケートの結果をもとに、購買意欲を高めるような商品開発や魅力向上、及び的確なターゲットに訴えかけ、売上・利益の向上を目指した支援を実施する。

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 実施内容 | 効　果 | 評　価 |
|---|---|---|---|
| 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】<br>自社の産品を、どのような「思い」で開発し、「誰に産品を提供したいのか」、「どこまで普及拡大を図りたいのか」などを明確にさせ、訴求層に合わせた効果的な情報発信を行うとともに、商品や販売方法等の見直しなどを含めた事業計画や戦略変更について、連続性のある伴走型支援を行う。<br>引き続き、各事業者においても個店及び地域の情報発信を行えるよう、玉造商工会ＨＰ及び「ニッポンセレクト．ｃｏｍ」等への登録を促すとともに、各事業者それぞれがＳＮＳなどによる情報発信を行えるよう窓口相談や巡回訪問の際、支援を行う。<br><br>（事業内容）<br>①宮城玉造 伝統的工芸品 職の祭典（ＢtoＣ）<br>商工会で鎌倉彫会館Gallery g（神奈川県鎌倉市）のスペースを借り上げ、「鳴子漆器」「宮城伝統こけし」等の伝統的工芸品の製造・販売業者のうち、事業計画を策定した事業者を優先的に出展させ、新たな需要の開拓を支援する。<br>出展にあたっては、経営指導員等が事前に身だしなみやセールストーク、出展商品の選定、価格設定、パンフレット等の作成支援並びに会場レイアウトや客層等についてアドバイスを行い、事後も売れ筋のフォローバックを行うなどの出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客などきめ細かな伴走支援を行う。<br>【鎌倉彫会館Gallery g　概要】<br>鎌倉彫会館は８００年続く鎌倉の伝統工芸「鎌倉彫」の活動拠点として昭和４３年、鎌倉彫協同組合により建設された。以降、歴史と文化、体験と交流の場として利用されている。平成２８年に、１階にカフェ・ショップと合わせてギャラリーを新設。鎌倉彫会館は、漆器等の伝統的工芸品に興味を持つ方を中心に年間約３万人が訪れる。<br>【職の祭典　概要】<br>商工会主催で期間７日間、来場者数約８００人、出展者数３事業所。<br>②鳴子こけしまつり（ＢtoＣ）<br>商工会でＧＩＮＺＡ ＨＡＫＫＯ 木の香（東京都中央区）のスペースを借り上げ、「宮城伝統こけし」等の伝統的工芸品の製造・販売業者のうち、事業計画を策定した事業者を優先的に出展させ、新たな需 | ６．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること<br>（担当:結城）<br><br>鳴子地域における地場産品、伝統工芸品の販路拡大及び販路開拓を行うため、実施した調査分析を踏まえ、独自の商品及び独自の技術の発信を商談会出展及び全国商工会連合会運営の EC サイト「ニッポンセレクト.com」への出品支援を通じ商品及び技術の認知度の向上を図る。土産品となる各商品において、どのような商品を開発・製造すれば良いかを把握し、それにより地域の魅力を高めて地域内での観光業に関わる全ての中小企業・小規模事業者について売上増等のシナジーを図っていくための調査を実施し、地元観光産業の基礎資料とするほか、商品開発及び販路開拓支援に役立てる。<br><br>①②③大崎市 鳴子・岩出山 職と食の手しごと展<br>個者アンケート調査実施<br>場所：仙台 AER 2F アトリウム<br>日時:令和 2 年 12 月 18 日(金)～12 月 19 日(土)<br>出展事業者：11 事業者<br>・鳴子漆器　　3 事業所 | ６．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること<br><br>①②③大崎市 鳴子・岩出山 職と食の手しごと展<br>出展事業者は、顧客ニーズに応じた商品開発並びに販売拡大の情報収集ができた。後日、電話やメールでの問い合わせが数件あり、販路拡大に繋がった。<br>調査結果をもとに、商品開 | ６．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること<br><br>コメント<br>●1 社あたりの売上目標を達成できなかった指標も一部あるが、コロナ禍で売上が落ち込むなかで、本事業によるプロモーション強化は有効と思われ、今後も継続して取り組まれたい。<br>●イベントを通じて、地場産品を積極的に県外に発信し販路拡大に繋げることができた。<br><br>※ ○を付して下さい<br>６－①<br>A: 5 / B: 3 / C: / D:<br>６－②<br>A / B / C / D |

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 実施内容 | 効　　果 | 評　　価 |
|---|---|---|---|
| 要の開拓を支援する。<br>出展にあたっては、経営指導員等が事前に身だしなみやセールストーク、出展商品の選定、価格設定、パンフレット等の作成支援並びに会場レイアウトや客層等についてアドバイスを行い、事後も売れ筋のフォローバックを行うなどの出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客などきめ細かな伴走支援を行う。<br>【ＧＩＮＺＡ ＨＡＫＫＯ 木の香　概要】<br>東京銀座にある木の香りが伝わるコンセプトショップで、マトリョーシカをはじめ、国内外の木工品や工芸品を取り扱っている。マトリョーシカは国内最大の品揃え。地下１階に多目的スペースがあり、展示会やワークショップが年３０回程度開催されており、内、こけし関係のイベントも年３回程度開催されている。<br>【鳴子こけしまつり　概要】<br>商工会主催で期間２日間、来場者数約８００人、出展者数２事業所。<br>③食品等土産品・特産品の販売会（ＢtoＣ）<br>食品等の土産品や特産品（地場産品）の販路開拓と商品の認知度の向上を目的に、地域の地場産品製造事業者を対象として、「伊達美味マーケットｉｎサンモール一番町」（仙台市）への出展支援を行う。<br>地場産品の魅力を効果的に発信できるよう、出展にあたっては、経営指導員等が事前に身だしなみやセールストーク、出展商品の選定や価格設定、パンフレット等の作成支援並びに客層等についてアドバイスを行い、事後も売れ筋のフォローバックを行うなどの出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客などきめ細かな伴走支援を行う。<br>【伊達美味マーケット in サンモール一番町　概要】<br>伊達美味マーケット実行委員会（株式会社ユーメディア内）の主催により、年２４回開催。１１時～１８時の開催時間で人通り約１２千人(主催者発表)。出展者平均約２５社。 | ・宮城伝統こけし　2 事業所<br>・食品販売事業者　6 事業所<br> <br>集計及び分析を行い巡回等において情報提供を実施。<br>④ＥＣサイト<br>商工会報及びセミナー案内チラシにて新規掲載事業所の募集を実施。伝統工芸品等を製造販売する 3 事業所を支援中<br>グーペを活用し、オンラインショップを開設した事業所 16 件<br>⑤ニッポン全国物産展<br>参加 1 事業所支援 | 発、販路開拓におけるターゲット設定など、売上及び利益に反映できるようフォローアップを実施。<br>アンケート結果を基に、消費者ニーズに応じた商品開発に取り組んでいる。<br>調査票分析は完了し、各事業所へフィードバック済<br>④新規 3 事業所を追加し、Web UP 済。既に、注文有。注文後に作製する為、商品が出来次第送付。<br>⑤新型コロナウイルス感染症におけるイベントについて支援。 | 5 \| 2 \| 1 \|<br>6－③<br>A \| B \| C \| D<br>5 \| 3 \| \| <br>6－④<br>A \| B \| C \| D<br>6 \| 2 \| \| <br>6－⑤<br>A \| B \| C \| D<br>6 \| 1 \| 1 \| <br>※ ＡＢＣＤのいずれかを記入願います<br>6－(目標)<br>項目 \| 評価<br>①出展事業者数 \| A-6<br>B-1<br>C-1 |

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 実施内容 | 効　果 | 評　価 |
|---|---|---|---|

（目標）

| | 現　行 | Ｒ２年度 | Ｒ３年度 | Ｒ４年度 |
|---|---|---|---|---|
| ①出展事業者数 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 売上額/社 | 142 千円/社 | 150 千円/社 | 180 千円/社 | 200 千円/社 |
| ②出展事業者数 | － | 2 | 3 | 3 |
| 売上額/社 | － | 100 千円/社 | 150 千円/社 | 180 千円/社 |
| ③出展事業者数 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| 売上額/社 | 20 千円/社 | 25 千円/社 | 30 千円/社 | 35 千円/社 |

令和 3 年 3 月現在

| 項目 | 目標 | 実績 |
|---|---|---|
| ①出展事業者数 | 3 | 3 |
| 売上額/社 | 150 千円/社 | 57 千円/社 |
| ②出展事業者数 | 2 | 2 |
| 売上額/社 | 100 千円/社 | 46 千円/社 |
| ③出展事業者数 | 6 | 6 |
| 売上額/社 | 25 千円/社 | 46 千円/社 |

| | |
|---|---|
| 売上額/社 | B-2<br>C-6 |
| ②出展事業者数 | A-6<br>B-1<br>C-1 |
| 売上額/社 | B-3<br>C-5 |
| ③出展事業者数 | A-6<br>B-2 |
| 売上額/社 | A-6<br>B-2 |

コメント

●①②については売上目標を大幅に下回った。③は出展者数・売上ともに目標を上回り評価できる。

令和２年度

○課題・問題点

商談会出展及び各ＥＣサイトへの出品に際しては消費者の認知度向上が重要であるが、充分とは言えず、決定的な販路の開拓と売れる商品の開発までには至っていない。

伝統的工芸品等については依然として購買力の低下が見られる。また、観光客の減少等により食品等土産品や特産品を取り扱っている事業者も影響が出ている。こうしたことから、消費者に商品を知ってもらうきっかけ作りを積極的に行う。また、伝統的工芸品等は、価格よりも消費者の好みや価値観などが優先される商品であるため、工人自身が商品説明するなど、ＢtoＣに重点を置いた販路開拓支援を今後も行う必要がある。

○改善方法

小規模事業者へ広く周知するため、出店希望者を募るチラシを新聞折り込みにて案内した。しかし、自ら出展を希望する事業所は少ない。

現状では、事務局からお願いして出店をお願いしている状況である。本当に地元だけでの販売で良いのか、改めて事業所の現状を再認識し、効果的な販路開拓支援を図っていきたい。

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 実施内容 | 効　果 | 評　価 |
|---|---|---|---|
| Ⅱ．地域経済の活性化に資する取り組み<br>①「岩出山互市運営協議会」の開催（年２回）<br>岩出山地域で年２回、春と秋に開催され、多くの買い物客が訪れる「岩出山互市」の開催のため、大崎市岩出山総合支所地域振興課、鳴子警察署、鳴子消防署岩出山分署、大崎市交通指導隊岩出山分隊、大崎市防犯協会岩出山支部、寿町親和会、仙北街商協同組合などの関係者が一同に参画する協議会を年２回定期的に開催し、情報発信を始め商店街への誘客に向けた取り組みを協議する。商工会は事務局を担っている。<br>②全国こけし祭り実行委員会への参画（年３回）<br>鳴子温泉街への誘客に多大な貢献をしている「全国こけし祭り」の開催のため、大崎市、鳴子温泉物産協会、鳴子温泉旅館組合、鳴子温泉郷観光協会などの関係者などで組織する全国こけし祭り実行委員会に年３回定期的に参画し、情報発信・集客についても協議する。<br>③岩出山歴史観光かるた・すごろく大会実行委員会の開催（年１回）<br>「岩出山歴史観光かるた」「ジャンボすごろく」を活用し、遊びを通して郷土の歴史を再認識するとともに次代を担う子供たちに正しく継承することにより、地域の振興発展に資することを目的に岩出山観光協会や岩出山郷土史倶楽部、岩出山地域懇話会、ボランティアガイドの会などの関係者が一同に参画する協議会を年１回開催する。商工会は事務局を担っている。<br>④大崎市内３商工団体定期連絡会への参画（年２回）<br>大崎市、地域内商工団体（古川商工会議所・大崎商工会）と連携し、地域の活性化を目的とした大崎市内３商工団体定期連絡会を構築、定期的に年２回開催し、必要な事業を検討する。 | Ⅱ．地域経済の活性化に資する取り組み（担当：菊田）<br><br>①令和２年10月７日、岩出山秋の互市実行委員会を開催。<br>尚、今年度はコロナウイルス感染症の拡大により、春・秋ともに中止。<br>令和３年３月８日、岩出山春の互市運営協議会を開催。<br>尚、令和３年度もコロナウイルス感染症の拡大により、春は中止。<br>②令和２年４月16日、大崎市鳴子総合支所において、第66回全国こけし祭り・第30回鳴子漆器展第１回企画委員会へ参加。<br>令和２年５月11日、大崎市鳴子総合支所において、第66回全国こけし祭り・第30回鳴子漆器展実行委員会へ参加。<br>尚、第66回全国こけし祭り・第30回鳴子漆器展はコロナウイルス感染症の拡大により来年度へ延期。<br>③令和２年11月10日、第29回岩出山歴史観光かるた・すごろく大会代表者会議開催。<br>尚、第29回岩出山歴史観光かるた・すごろく大会はコロナウイルス感染症の拡大により中止。 | Ⅱ．地域経済の活性化に資する取り組み | Ⅱ．地域経済の活性化に資する取り組み<br><br>コメント<br>●コロナ感染症終息後の再開についての検討も今後必要であると思います。<br>●コロナ禍で委員会等が中止となる中、可能な限り意見交換の場を設け協議できた。<br>●コロナの影響によりイベント等が相次いで中止となり、実績が芳しくないのは止むを得ません。<br>●①～③は中止のため評価できません。<br><br>※　○を付して下さい<br>１－①<br>A:1 B:3 C:3 D:<br><br>１－②<br>A:1 B:4 C:2 D:<br><br>１－③<br>A:2 B:3 C:2 D: |

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 実施内容 | 効　果 | 評　価 |
|---|---|---|---|

（参考）

●岩出山地域の主な観光施設等の入込数（人）

| 各施設等入込数推移 | Ｈ２８年 | Ｈ２９年 | Ｈ３０年 | Ｒ１年 |
|---|---|---|---|---|
| 旧有備館及び庭園 | 51,004 | 35,952 | 27,673 | 23,309 |
| 感覚ミュージアム | 52,882 | 63,713 | 63,659 | 60,310 |
| あ･ら･伊達な道の駅 | 3,245,423 | 3,334,604 | 3,368,290 | 3,497,786 |
| 竹工芸館 | 8,349 | 7,553 | 6,131 | 6,042 |
| 政宗公まつり・花火大会 | 67,000 | 67,000 | 44,000 | 70,000 |

※出典：宮城県観光統計概要

●鳴子温泉郷地域観光客数・宿泊者数（人）

| 項　目 | Ｈ２８年 | Ｈ２９年 | Ｈ３０年 | Ｒ１年 |
|---|---|---|---|---|
| 鳴子温泉郷観光客数 | 2,095,866 | 2,084,528 | 1,886,002 | 1,754,979 |
| 鳴子温泉郷宿泊者数 | 530,000 | 598,586 | 541,200 | 530,100 |

※出典：宮城県観光統計概要

④令和２年６月４日、古川商工会議所において、（仮称）「2020 大崎市割増商品券」発行事業に関する打合せ会へ参加。
令和２年６月８日、古川商工会議所において、（仮称）「2020 大崎市割増商品券」発行事業第１回実行委員会へ参加。
令和２年６月９日、古川商工会議所において、「宝の都・大崎」2020 地元のお店応援割増商品券発行事業第１回事務局会議へ参加。
令和２年６月 17 日、古川商工会議所において、「宝の都・大崎」2020 地元のお店応援割増商品券発行事業担当者会議へ参加。
令和２年７月 29 日、古川商工会議所において、「宝の都・大崎」2020 地元のお店応援割増商品券発行事業第２回事務局会議へ参加。
令和２年８月４日、古川商工会議所において、「宝の都・大崎」2020 地元のお店応援割増商品券発行事業業務説明会・研修会へ参加。
令和３年３月 31 日、古川商工会議所において、令和３年度割増商品券事業会議へ参加。

１－④

| A | B | C | D |
|---|---|---|---|
| 4 | 3 | 1 | |

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 実施内容 | 効　　果 | 評　　価 |
|---|---|---|---|
| | (参考)<br>●令和2年7月17日、大崎市鳴子公民館において、鳴子温泉地域DC推進委員会へ参加。令和2年8月26日、大崎市鳴子公民館において、第2回鳴子温泉地域DC推進委員会へ参加。<br>●令和2年12月9日、大崎市鳴子公民館において、2021東北6県DCに係る古川駅長との意見交換会へ参加。 | | |

令和２年度

○課題・問題点

大崎市内で唯一の過疎地域である玉造商工会地域においては、観光振興による交流人口の拡大、定住人口の維持・増加が必要不可欠である。
特に鳴子温泉地域の活気と魅力を感じられるように努める。

○改善方法

受け入れ体制の充実を図ることや地域での話し合いの場を設けるなど、地元メンバーによるビジョンを共有とした課題解決に向けた取組みが必要である。

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 実施内容 | 効　　果 | 評　　価 |
|---|---|---|---|
| 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み<br><br>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<br>①金融対策及び商店街振興に関する懇談会の開催（年１回）<br>大崎市、地域内金融機関等との「金融懇談会」を開催し、金融支援に関するノウハウや支援の現状、支援策について地域内金融機関等と支援事例及び支援内容についての情報交換を行うことで、新たな視点での支援のヒントとする。また、地域商店街の空き店舗情報や賃貸動向など不動産関係の情報交換の場としても活用し、創業の支援の一助とする。<br>【参画機関】　大崎市、宮城県信用保証協会大崎支店、㈱日本政策金融公庫仙台支店、㈱七十七銀行岩出山支店、㈱七十七銀行鳴子支店、㈱仙台銀行岩出山支店・鳴子支店、古川信用組合本店・岩出山支店、古川信用組合鳴子支店、池松不動産<br>【実施方法】　懇談形式で開催し、各機関より①融資状況、②支援事例、③地域の特性等について情報交流を図る。<br>②大崎市内３商工団体定期連絡会の開催（年２回）<br>各商工団体の管轄地域によって基幹産業が異なることとから、それぞれの経営発達支援計画を理解し、小規模事業者への支援事例、体制、地域性等を把握した上で、支援機関として特徴を捉え、すみ分けや連携による支援を図り、相乗効果が得られる分野については協力を図っていけるよう密に情報交換を行っていく。<br>【参画機関】　大崎市、古川商工会議所、大崎商工会、玉造商工会<br>【実施方法】　懇談形式で開催し、各機関より①融資状況、②支援事例、③地域の特性等について情報交流を図る。<br>③経営力向上支援事例発表会への参加（年１回）<br>宮城県商工会連合会が主催し県内３３商工会が参加する支援事例発表会等を通じて、県内商工会各ブロックより発表される優れた経営支援事例や経営課題の発掘と対策についての支援ノウハウの共有を図り個別の事業計画の策定に活用していく。<br>④大崎市中小企業及び小規模企業振興基本条例に係る円卓会議への参加（年２回程度）<br>大崎市が主催する円卓会議において、大崎市、古川商工会議所、大崎商工会、地域内金融機関等と地域産業の振興と小規模企業の持続的な発展を図るための施策について意見交換を行う。 | 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み（担当：局長・菊田）<br><br>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<br>①予定していた本年度の金融懇談会はコロナウイルス感染症の拡大に伴い中止となった。<br>令和２年４月 10 日に大崎市長室において新型コロナウイルスに関する融資について大崎市並びに市内３団体と七十七銀行との意見交換会へ参加。<br>令和２年４月 28 日に七十七銀行鳴子支店において七十七銀行の WEB 会議システムを利用した新型コロナウイルス感染症緊急経済対策説明会へ参加。<br>②令和２年４月 16 日に古川商工会議所において大崎市と市内３団体による大崎市補助金、支援策等情報交換会に参加。<br>令和２年５月 26 日に古川商工会議所において大崎市と市内３団体による商工振興に係る会議に参加。<br>令和２年 11 月６日に古川商 | 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み<br><br>①コロナウイルス感染症対策について金融機関との情報共有を図り小規模事業者支援へ役立てた。<br><br>②大崎市産業商工課と市内経済３団体とで定期的に情報交換を行うなかで、コロナウイルス感染症対策の様々な施策を検討、小規模事業者支援に活用した。 | 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み<br><br>コメント<br>●今後も継続して取り組まれたい。<br>●各支援機関と連携しながらコロナ対策のノウハウを共有できた。<br>●研修会へ参加することで指導員等の資質向上が図られ伴走型支援体制の強化を図ることができた。<br><br>※〇を付して下さい<br><br>１－①<br>A：4　B：3　C：1　D：<br><br>１－②<br>A：6　B：1　C：1　D： |

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 実施内容 | 効　　果 | 評　　価 |
|---|---|---|---|
| ⑤大崎市創業支援ネットワーク会議への参加（年１回）<br>大崎市創業支援ネットワーク会議（参画者：大崎市、ＮＰＯ法人未来産業創造おおさき、古川商工会議所、大崎商工会、玉造商工会、古川信用組合等）に参加し、大崎市創業支援等事業計画の情報共有を図り、支援機関の相互の支援ノウハウの情報交換を行うことで、支援の幅が広がる。特に、創業に関しては資金面での相談がスタートし経営計画策定支援のノウハウがあることから、金融機関との情報交換を行い支援ノウハウの向上を目指す。また、大崎市が設置し、ＮＰＯ法人未来産業創造おおさきが大崎市より委託を受け運営し、創業セミナー等を開催している創業支援施設「ａｌａｔａ（アラタ）」とも協力を図り、連携した創業支援を行うことできめ細やかな支援により、スムーズな経営へと導いていく。<br><br>２．経営指導員等の資質向上等に関すること<br>①外部講習会等の積極的活用<br>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が主催する「職員研修」を受講することによって、不足する知識の充足を図る。経営指導員は「経営計画策定支援」、事務職員は「経営計画」を必ず受講するなど研修体系に沿った知識の充足により、経営支援能力の向上を図る。さらに、経営課題の解決に必要な知識が不足しているため、より専門的な中小企業庁が主催する「経営指導員研修」に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。 また、全職員を対象にタイムリーな内容をテーマに専門家を招き講習会を開催する。同じテーマでそれぞれの役割から支援を行えるよう、基礎知識を蓄積した上で、自身で考え支援に当たれるよう人材育成を図る。<br>②ＯＪＴ制度の導入<br>支援経験の豊富な経営指導員を中心に、支援プランを作成し、全職員から選任した支援スタッフでチームを組成、巡回指導や窓口相談の機会を活用しＯＪＴを積極的に実施し若手経営指導員や一般職員の支援能力向上を図る。特に専門的知見を要する問題や担当チームのみでは解決困難な課題が見られた場合は、③の職員全体会議にて案件を共有するなど、組織全体としての支援能力の向上を図る。<br>③経営支援会議並びに職員全体会議の開催<br>事務局長と経営指導員が参加する経営支援会議（月１回、年間１２回）において、前期に引き続き輪番制で「経営指導員より情報共有」として支援事例及び地域課題等テーマを設け発表する。これに加え経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が講師を務め、内容について | 工会議所において大崎市と市内３団体による商工振興に係る会議に参加。<br>③令和３年１月29日、夢メッセみやぎにおいて経営支援事例発表会へ参加。<br>④令和２年10月30日に大崎市役所において大崎市中小企業及び小規模企業の振興に係る円卓会議へ参加。<br>⑤コロナウイルス感染症の影響により中止<br><br>２．経営指導員等の資質向上等に関すること<br>①宮城県商工会連合会が主催する「職員研修」を６名６講座受講し、支援能力の向上を図った。また、玉造商工会全職員を対象に専門家を招き研修会を開催<br><br>開催月日：R2.12.4<br>講師：ジャイロ総合コンサルティング㈱コンサルタント（社会保険労務士・第一種衛生管理者）　細田　幸夫　氏<br>研修内容：テレワーク導入のための支援方法とテレワークの労務、法務、情報セキュリティについて | ③小規模事業者等に対する支援・指導のノウハウを共有することにより経営指導能力の向上を図った<br>④大崎市における中小企業及び小規模企業の振興に関する基本施策及び基本施策に関連する事業について意見の意見交換を行った。<br><br>２．経営指導員等の資質向上等に関すること<br>①宮城県商工会連合会が主催する「職員研修」を６名６講座受講し、支援能力の向上を図った。<br>玉造商工会職員研修会では、テレワーク導入のための支援方法やテレワークの労務、法務、情報セキュリティについて学び、小規模事業者が補助金等を活用する際、支援につながった。 | １－③<br>A:4 B:4 C: D:<br>１－④<br>A:6 B:1 C:1 D:<br>２－①<br>A:6 B:2 C: D: |

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 実施内容 | 効　　果 | 評　　価 |
|---|---|---|---|
| 意見交換を行い支援能力の底上げを図る。<br>　また、全職員が参加し毎月１回開催する職員全体会議では、巡回訪問での基礎から話の引出し術や、話題となった案件など、定期的なミーティングを開催し意見交換等を行うことで、全職員の支援能力の向上を図る。<br>④データベース化<br>　担当経営指導員等が基幹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することとともに、支援ノウハウの組織としての共有を図り、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにする。<br>【入力内容】①巡回目的　②事業所からの質問、問い合わせ内容<br>③疑問・問題点　④支援に対して必要と思われること　⑤雑談内容<br><br>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<br>○本会正副会長や大崎市、法定経営指導員の他に、外部有識者として専門的な知識を有する第３者として中小企業診断士や日本政策金融公庫仙台支店国民生活第二事業融資第二課長等をメンバーとして、経営発達支援事業評価委員会を設置し年３回開催、経営発達支援事業の進捗状況と事業報告及び評価基準について理解した上で評価頂く。評価頂いた内容は、事務局長と経営指導員が参加する経営支援会議で協議し、次年度計画の改善提案、評価内容と共に理事会へ提出し承認を得た上で次年度計画書に反映させる。<br>○当該委員会の評価及び見直し結果は、ＨＰ（http://www.tamadukuri.miyagi-fsci.or.jp）に掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。 | ②伴走型経営支援研究会や職員全体会議の場を活用しOJTを実施した。<br>③経営支援会議並びに職員全体会議を毎月開催し支援能力の底上げを図った。<br>④令和２年10月16日、エスポールみやぎにてクラウド型経営支援ツール(BIZミル)導入操作研修会へ参加。令和２年11月４日開催の職員会議において､BIZミルの操作説明をOJTにて実施。基幹システムへのデータ入力並びにBIZミルの導入・データ入力を行い支援ノウハウの共有を図った。<br><br>３．経営発達支援計画評価委員会の設置<br>第１回　令和２年８月27日開催<br>コロナウイルス感染症の拡大により、第２回は開催せず、書面による中間報告とした。 | ②支援事業者の情報を共有し、複数の経営指導員によるチーム支援で伴走型の支援体制を図った。<br>③情報共有を行いながら、全職員が分野毎に連携し支援を行う体制を整えた。<br>④基幹システムへのデータ入力並びにBIZミルの導入・データ入力を行い支援ノウハウの共有を図った。<br><br>3.経営発達支援計画評価委員会の開催<br>昨年度の実績を確認しながら、今年度の事業について協議を頂きより実効性のある内容へ提示頂いた。 | ２－②<br>A: 6 / B: 2 / C: / D:<br>２－③<br>A: 6 / B: 2 / C: / D:<br>２－④<br>A: 6 / B: 2 / C: / D:<br><br>コメント |
| 令和２年度 | | | |
| | | | |

| 経営発達支援事業の内容及び実施期間 | 実施内容 | 効　　果 | 評　　価 |
|---|---|---|---|

○課題・問題点

目標に対する定量的な評価基準を設けてはいるが、評価者によっては、定性的な判断も加味したため評価点にバラツキがあった。

コロナウイルス感染症により、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等が中止となった。

○改善方法

評価委員の評価とは別に、実績に基づいた定量的な実績値についても経営指導員等が把握し、共有することが効果的な事業を行うためには必要であると考える。

Web を活用した情報交換等の活用も検討。

【まとめ】