

経営発達支援計画の概要

実施者名	玉造商工会 (法人番号 8370205001385) 大崎市 (地方公共団体コード 042153)
実施期間	令和2年4月1日～令和5年3月31日
目 標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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、B to Cに重点を置いた販路開拓支援を行う。</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取り組み</p> <p>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。</p>
連絡先	<p>玉造商工会 岩出山本所 経営支援課 〒989-6435 宮城県大崎市岩出山字浦小路 40 番地の 5 TEL:0229-72-0027 FAX:0229-72-0097 E-mail:iwade@cocoa.ocn.ne.jp</p> <p>大崎市 産業経済部 産業商工課 〒989-6188 宮城県大崎市古川七日町1番1号 TEL:0229-23-7091 FAX:0229-23-7578 E-mail:shoko@city.osaki.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大崎市の概況

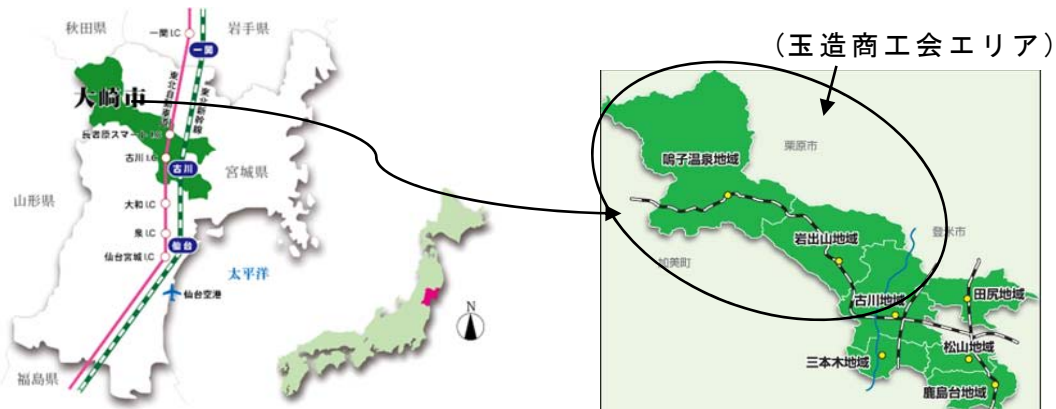
大崎市は、宮城県の北西部に位置し、人口129,750人、世帯数51,583世帯（令和元年10月1日現在）、総面積796.75平方kmで宮城県土の10.9%を占めており、平成18年3月31日に古川市、松山町、三本木町、鹿島台町、岩出山町、鳴子町及び田尻町の1市6町の合併により誕生した。

玉造商工会の管轄地域は、大崎市の北西部に位置する旧玉造郡（旧岩出山町と旧鳴子町の2町で形成されていた）の鳴子温泉地域（旧鳴子町、327.55平方km、市全体の41.1%）及び岩出山地域（旧岩出山町、140.70平方km、市全体の17.7%）であり、総面積468.25平方kmで市全体の58.8%を占めている。玉造商工会地域全域が大崎市における過疎地域自立促進特別措置法の指定地域となっている。

地勢は、大崎市西部の山岳地帯の荒雄岳を源とする江合川が西から東に流れており、大崎市の北西から南東には肥沃で広大な大崎平野が広がっている。大崎平野は昔から稲作が盛んな地域であり、平成29年12月にはFAO（国連食糧農業機関）より「持続可能な水田農業を支える『大崎耕土』の伝統的水管理システム」が世界農業遺産に認定されている。

東西にJR陸羽東線が走り、南北に国道457号と主要地方道17号栗駒岩出山線、東西に国道47号と国道108号、主要地方道63号最上鬼首線の道路網を備え、内陸部と沿岸部、太平洋と日本海を結ぶ交通の要衝となっている。県都仙台市からは車で1時間30分の距離にある。

大崎市では、自然や産業、歴史・文化、人、物などの全国に誇れる豊富な資源・財産を活用し、「宝の都（くに）・大崎」を目指したまちづくりを展開している。



②人口の動き

大崎市の人口は、平成18年4月1日時点では139,154人であったが、令和元年10月1日現在では129,750人と約6.8%減少している。ちなみに、合併前ではあるが、ピーク時の平成10年度から5年間は、1市6町（古川市、松山町、三本木町、鹿島台町、岩出山町、鳴子町、田尻町）を合わせて、14万人を超えていた時期もあった。

一方、世帯数をみると令和元年10月1日現在で51,583世帯と合併時の45,745世帯より約12.8%増加している。特に、市内でも都市部である古川地域においては、約5.9千世帯の伸びを示し、人口も約2.9千人増加しているのに対して、本会地域である岩出山地域や鳴子温泉地域は、人口及び世帯数が大きく減少している。

	岩出山地域		鳴子温泉地域		計	
	人口	世帯数	人口	世帯数	人口	世帯数
昭和30年	21,995	3,642	16,719	3,160	38,714	6,802
昭和51年12月末日	17,081	4,014	12,939	3,520	30,020	7,534
平成元年12月末日	16,298	4,264	11,182	3,421	27,480	7,685
平成18年4月1日 (行政合併時)	13,560	4,343	8,645	3,208	22,205	7,551
平成27年4月1日	11,654	4,250	6,747	2,872	18,401	7,122
令和元年10月1日	10,467	4,136	5,852	2,675	16,319	6,811
※対合併時	△22.8%	△4.8%	△32.3%	△16.6%	△26.5	△9.8

時代の変遷による、農業からの離脱や労働力の都市部への流出が岩出山地域や鳴子温泉地域に大きく影響し、本会地域の人口は、昭和30年が38,714人だったのに対し、令和元年10月1日現在で16,319人となっている。64年間で22,395人（△57.8%）の減少と、過疎化が急激に進行し、また地域住民の高齢化も進み、地域は大きく疲弊している。これは産業面でも同様であり、地域に存する事業者は益々疲弊し、売上自体も大きく低下している。企業の体力にも限界があり、後継者も不足し、過疎地域の小規模事業者の経営環境は一層厳しいものとなっている。

③地域の個性

玉造商工会地域（鳴子温泉地域・岩出山地域）は、大崎市の北西部に位置し、県都仙台市からは車で約1時間30分の距離にある。鳴子温泉地域は豊かな自然環境と国内屈指の温泉を有し、江合川を通じ世界農業遺産エリアに貴重な水資源を配する水源地域である。岩出山地域は、かつて伊達政宗公が築城した城下町である。過疎地域ではあるが、それぞれ違った個性を保ちながら、多くの魅力とポテンシャルに満ちた東北・宮城を代表するエリアである。

【鳴子温泉地域～日本有数の温泉地】

市北西部・鳴子温泉地域の山形県と秋田県に接する山あいには栗駒国定公園に含まれ、「鳴子温泉郷」及び宮城県指定名勝「鳴子峡」を擁する。

「鳴子温泉郷」は鳴子温泉、東鳴子温泉、川渡温泉、中山平温泉、鬼首温泉の5つの温泉地の総称であり、最も古い温泉では開湯千年の歴史を有している。「鳴子温泉郷」全体では376本の源泉数を誇り、日本国内にある11種類の泉質のうち9種類（注）が湧出している。日本経済新聞の「日本百名湯」に選出されたほか、平成19年には月刊誌『旅の手帖』の「『青春18きっぷ』で行く温泉番付」において東の横綱に選ばれている。更に、旅して日本プロジェクト実行委員会主催の「温泉総選挙2017」では東北ブロックで第1位、部門別では「歴史・文化部門」で全国第3位、「うる肌部門」では全国第5位に入賞を果たしている。

宮城県指定名勝「鳴子峡」は、10月中旬～11月上旬にかけて、大谷川が刻んだ100mに及ぶ大峡谷が紅葉に覆われ、その眺めは絶景で、ピーク時は、県内外の観光客で交通渋滞が発生するほどの混雑となる。

また、平成28年9月に、近代の土木施設を表彰する「選奨土木遺産」に認定された鳴子ダムも立地している。鳴子ダムは複雑なカルデラ地形の地に、日本で初めて設計から建設まで日本人の技術者だけで造られた100m級純国産アーチ式ダムで、人気の観光スポットとなっている。



平成23年3月11日に発生した東日本大震災から8年が経過し、平成29年の鳴子温泉郷の観光客入込数は2,084千人(前年比99.4%)、宿泊観光客数592千人(前年比111.8%)(平成29年宮城県観光統計概要)と徐々に回復しつつあるが、宿泊観光客数は最盛期であった平成元年の135万人の4割強に留まっている。

注：温泉法（新法）によれば8種。掲示用泉質名区分の場合、10種類のうち、二酸化炭素泉と放射能泉、含よう素泉以外の7種類。

【岩出山地域～「伊達な小京都」として栄えた城下町】

岩出山地域は、伊達政宗が慶長8年に治府を仙台城へ移す前の12年間、血気盛んな青年時代を過ごした城下町である。岩出山伊達家3代敏親、4代村泰が京都冷泉家から夫人を迎えたこともあり、京都からさまざまな文化が伝わり、政宗が築いた伊達

文化と京都文化の融合した「伊達な小京都」と言われ、1999年から「全国京都会議」にも加盟している。現在でも歴史的建造物が数多く残存し、江戸時代に岩出山伊達家の家臣子弟の学問所であった「旧有備館及び庭園」を始め「岩出山城址」、更に平成28年11月に「世界かんがい施設遺産」に登録された歴史ある農業用水路「内川」などが現存し、伊達政宗公ゆかりの地として親しまれている。

また、観光施設として「感覚ミュージアム」や「あ・ら・伊達な道の駅」、「竹工芸館」等が点在している。



④地域産業について

【大崎市の産業の概要】

大崎市統計書（平成30年版）によると、大崎市の産業構造は、事業所数の約1%が第1次産業、約18%が第2次産業、約81%が第3次産業となっている。従業者数においては、第1次産業が約1%、第2次産業が約31%、第3次産業が約68%である。

大崎市の就業人口は平成7年をピークに減少傾向にあり、平成27年では65,942人となっている。産業別就業人口をみると、第1次産業については昭和60年の15,898人（23.7%）から減少し、平成27年では5,410人（8.2%）となっている。第2次産業については平成12年をピークに減少し、平成27年では19,384人（29.4%）となっている。第3次産業の人口については、平成22年に減少に転じたものの、平成27年には増加、構成比は増加傾向にあり62.4%となっている。

【大崎市玉造商工会地域の事業者数の推移】

玉造商工会は、平成17年10月に、旧岩出山町商工会と旧鳴子町商工会の両商工会が合併し誕生した。

管内の小規模事業者数は、平成27年から104者（12.8%）減少しており、中でも宿泊業・飲食サービス業の減少率が19.2%と高い。業種別では卸業・小売業が最も多く全体の4割弱を占めている。次いで宿泊業・飲食サービス業、建設業が続く。

■ 玉造商工会管轄地域業種別事業者数の推移

	平成 2 7 年		平成 2 9 年		令和元年	
	事業者数	内小規模事業者	事業者数	内小規模事業者	事業者数	内小規模事業者
総 数	889	815	874	798	786	711
農業林業	7	7	7	7	7	7
漁業	0	0	0	0	0	0
鉱業・採石業・砂利採取業	1	1	1	1	1	1
建設業	133	126	131	124	120	115
製造業	42	34	41	33	36	28
電気・ガス・熱供給・水道業	15	12	14	11	14	10
情報通信業	0	0	0	0	0	0
運輸業・郵便業	17	14	17	14	17	14
卸業・小売業	330	314	328	310	294	274
金融・保険業	1	1	1	1	1	1
不動産業・物品賃貸業	5	5	5	5	4	4
学術研究、専門・技術サービス業	0	0	0	0	0	0
宿泊業・飲食サービス業	179	161	173	154	148	130
生活関連サービス業・娯楽業	83	82	81	81	71	70
教育・学習支援業	3	3	3	3	3	3
医療・福祉	24	20	24	20	23	19
複合サービス業	0	0	0	0	0	0
その他サービス業	49	35	48	34	47	35

【農業】

農業は大崎市の基幹産業であり、本市平野部の肥沃な大崎耕土は、古くから米の生産が盛んであり「ササニシキ」や「ひとめぼれ」などのブランド米の誕生地として広く知られる穀倉地帯である。また、近年は米の生産調整に対応した大豆の生産も行われ、生産量及び作付面積は本州 1 位となっている。本市の農業は、米に依存する構造から脱却できない状況であり、低米価が続いているが、近年では、地域の特色ある農業の取り組みとして、鳴子温泉地域の「鳴子の米プロジェクト・ゆきむすび」をはじめとする自然共生三志米や、大崎発のブランド米「ささ結」など環境に配慮し、食味を重視した新しい米が生産され、消費者から高評価を得ている。

農業を取り巻く情勢は、農業従事者の高齢化、担い手不足が原因となって、平成 26 年時点の従業者が、震災前の平成 21 年より約 30% 減少しており、耕作放棄地の

拡大や農地転用による農地の減少、温暖化などの世界的な気候変動による農作物の品質及び収穫量への影響などにより、厳しい状況に直面している。加えて、T P P協定の合意や米政策の見直しについては、農業に与える影響が大きいことから、国際及び国内での競争力の強化が新たな課題となっている。こうした状況により大崎市では、農業の担い手や後継者の育成支援に加え、農地の集積や経営形態の拡大、外部環境に影響されない農産品のブランド化に取り組んでいる。また、収益向上を図る農産加工や6次産業化等のアグリビジネスも推進している。

玉造商工会地域の特産品である、岩出山凍り豆腐は、170年余りにわたり、岩出山の気候や風土にあった製法へと改良を加えながら、伝統ある食材として、今に伝えられている、岩出山地域を代表する冬の味覚である。平成30年8月6日、農林水産省よりG I（地理的表示）に登録された。宮城県では、「みやぎサーモン」に続き2例目、農業関連では宮城県内初の登録となった。現在、岩出山地域の5軒の生産者により、年間約10万袋（1袋20枚入り）が生産されており、地元では鍋の具材や雑煮など郷土料理に欠かせない食材として重宝されている。



岩出山凍り豆腐



地域発ブランド米「ささ結」

【商業】

玉造商工会地域の商業については、観光客の減少や人口減少、少子高齢化、大規模小売店舗の郊外への進出や東日本大震災による店舗の被災などにより地域商店街の衰退がみられ、商店街の空洞化が進んでいることから、空き店舗の活用による商店街の新たな魅力づくりなど、商店街への誘客に向けた取り組みが必要となっている。

また、地域の商業を支える小売業者については、消費税率の引き上げに伴う消費者需要の低迷や少子高齢化、後継者不足、人口減少、過疎化の影響、旧古川・仙台青葉商圈等への消費流出もあり、事業者を取り巻く経営環境は厳しい状況となっている。

大崎市全体を見渡してみると、大崎市統計書（平成30年版）によれば、商業（卸売・小売業）の事業者数と従業者数は、震災前の平成19年と平成28年を比較すると、事業所数は1,910者から1,409者と501者の減少、従業者数が12,632人から9,129人へ3,503人の減少となっているが、平成26年以降、事業者数・従業者数ともに徐々に回復傾向にあり、年間商品販売額は、平成19年の2,595億円から、平成28年調査では2,783億円へと188億円の増加となっている。しかし、主に古川地域の卸売業が増加要因であり、玉造商工会地域の商業

は厳しい状況となっている。

【工業・建設業】

玉造商工会地域の工業については、経済産業大臣が指定した伝統的工芸品である「宮城伝統こけし」や「鳴子漆器」、宮城県知事指定の伝統的工芸品である「岩出山しの竹細工」など木地製品等の製造業が主体となっている。これらについては、規模の小さい事業者が多く、家内工業的な生産体制をとっているため、経営者の高齢化や後継者不足に伴って継続が困難になったり、生産数量が上がらず、せっかく受注があったり、商談会等への出展要請があっても断らざるを得ないなど、販路を広げることができなかつたりするケースも多い。このため、事業計画書並びに生産工程管理表の作成等により、生産性の向上を図る必要がある。

また、建設業については、東日本大震災後、震災復旧関連工事が増加したこともあり、業績が上向きになった事業者も多かったが、人手不足や従業員の高齢化、材料費の高騰等もあり、最近では落ち着きをみせている。リフォーム工事についても、玉造商工会地域内でリフォームを行っても売れ行きが芳しくないとの事から、大崎市内中心部である古川地域や仙台市での工事が中心となっている。

大崎市統計書（平成30年版）によれば、大崎市全体の製造業（従業員4人以上の事業所）の製造品出荷額は、震災前の平成20年調査では約2,318億円だったものが、平成28年調査で約3,348億円と、隣接地域へのトヨタ関連企業の進出やアルプスアルパイン(株)（昭和39年9月古川工場稼働）の好調を物語った数値を示している。その一方で、大崎市及び周辺地域の成形金型、電子部品製造等の事業者は、アルプスアルパイン(株)から独立開業し、外注子会社・孫請け会社として製品を納品しているケースが多く、アルプスアルパイン(株)の業績により景況が左右されている。

【観光業】

玉造商工会地域は、旧鳴子町・旧岩出山町がそれぞれ違った個性を保ちながら、多くの魅力とポテンシャルに満ちた東北・宮城を代表する観光地であり、観光業は玉造商工会地域経済に大きく影響する主要産業である。

大崎市を訪れる観光客数は、県内では仙台市に次ぎ第2位となっており、特に玉造商工会地域は、全国的に有名な「鳴子温泉郷」及び宮城県指定名勝「鳴子峡」、年間約350万人が訪れ全国トップクラスの売上がある「あ・ら・伊達な道の駅」、江戸時代に岩出山伊達家の家臣子弟の学問所であった「旧有備館及び庭園」などを擁していることから、大崎市観光振興ビジョンによると大崎市へ訪れる観光客の8割弱を占めている。

鳴子温泉郷の観光客入込数については、平成20年の岩手・宮城内陸地震や平成23年の東日本大震災、福島第一原発事故の風評被害等の影響により減少していたが、

平成29年には2,084千人と徐々に回復しつつある。

鳴子温泉地域の宿泊観光客数については、東日本大震災から8年が経過しており、平成28年には大江戸温泉物語グループ(株)や(株)共立メンテナンスが既存ホテルを買い上げ、改装し3館をオープン、平成31年4月には(株)ワールドリゾートオペレーションも既存ホテルを買い上げて改装しオープンさせた影響等もあり、回復に転じてはいるものの、592千人と、最盛期であった平成元年の135万人の4割強に留まっている。

宮城県指定名勝「鳴子峡」は鳴子観光の目玉であり、特に秋の紅葉シーズンの観光客入込数は鳴子温泉地域の宿泊観光客数に大きく影響している。「鳴子峡」の観光客入込数は震災の影響等から約144千人（前年比80.9%）（平成29年宮城県観光統計概要）と低迷が続いており、宿泊観光客数の伸び悩みの一因になっている。こうした状況から、平成元年のピーク時に鳴子温泉郷全体で約130軒あった宿泊施設は廃業等により、現在半数以下まで減少している。

また、玉造商工会地域における経済産業大臣指定の伝統的工芸品である「宮城伝統こけし」や「鳴子漆器」、宮城県知事指定の伝統的工芸品である「岩出山しの竹細工」等については、伝統的工芸品等の購買力の低下に加え、工人の高齢化及び後継者不足などにより受注に対応しきれないこともあり、土産品を取り扱っている小売店にも影響が出ている。

このことから、観光施策の強化を図るため、鳴子温泉郷の再生をはじめ、大崎市内各地域の観光資源を最大限に活用した観光客の受け入れ体制の整備や観光周遊ルートの商品化、大崎市内外の交流の拡大、都市圏や海外からの観光客の誘致など、大崎市や関係機関と協力して広域に連携を図りながら取り組む必要がある。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①第2次大崎市総合計画

大崎市では、平成29年度に策定した「第2次大崎市総合計画」において「宝の都（くに）・大崎～ずっとおおさき・いつかはおおさき～」を将来像に掲げ、産業振興背策においては「連携・醸成・発信 次世代へつなぐ産業の創造」を重点プロジェクトに、活力あふれる産業のまちづくりを目指すこととしている。

（第2次大崎市総合計画より【10年後の望ましい姿】を一部抜粋）

第4章 「活力あふれる産業のまちづくり」

第3節 にぎわいのある商工業の振興

- 雇用の場が拡大し、安定した雇用が維持されている。
- 地域経済を支える商工業が活性化している。
- 集客力が高まり、商店街がにぎわっている。
- 起業、創業しやすい環境が整っている。

第4節 訪れたいくなる観光の振興

- 国内外から訪れる観光客が増加し、商店街などへの経済効果が波及している。
- 鳴子温泉郷を中心に各地域の魅力、知名度が高まっている。
- 自然や温泉、食といった観光資源の魅力が向上し、広域及び一次産業からサービス業に至る、あらゆる産業との連携が図られている。
- 体験型・滞在型観光による交流人口が増加し、二地域居住の人口が増えている。

第5節 安定した就労・雇用の支援

- 雇用が拡大し、安定した就労環境が確保されている。
- 働きやすい雇用環境が確保されている。
- 就労するための技術習得や支援体制が充実している。

第6節 魅力ある地域資源の活用と産業の連携

- 農商工連携や6次産業化の推進により、内発型産業が創造されている。
- 農産物などを活用した加工品、特産品が開発されている。
- 企業間、産学官金労言の連携により、新しい産業が創造されている。
- 地域産業を担う人材が育成されている。
- 再生可能エネルギーによる地域の活性化、地域経済への貢献が図られてい

る。

- 地域資源の特徴を生かした地域ブランドの確立により、地域経済が活性化している。

また、大崎市は中小企業及び小規模企業振興を重要な柱として位置づけ、地域社会一丸となり振興に取り組むために、平成31年4月1日に大崎市中企業及び小規模企業振興基本条例を施行した。

②小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

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にし、今後10年程度の小規模事業者に対する長期的な振興のあり方は以下のとおりとする。

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及び実施を支援し、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。また、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。

(3) 経営発達支援事業の目標と目標の達成に向けた方針

上記の(1)「地域の現状及び課題」並びに(2)「小規模事業者に対する長期的

な振興のあり方」を踏まえ、本計画における目標と方針は以下のとおりとする。

①小規模事業者の経営力強化に対する支援

巡回訪問を強化し、小規模事業者のニーズや経営課題の把握と提案型支援の実践を通して、経営力向上に向けた事業計画策定及びフォローアップ支援を行い、必要に応じて、大崎市中小企業・小規模企業者持続化事業補助金や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の活用支援を行う。

高齢化等、事業承継に課題のある小規模事業者に対しては特に重点的な支援を行う。

また、起業・創業支援については大崎市やNPO法人「未来産業創造おおさき」及び市内商工団体と連携を図り、創業支援セミナーの開講や、創業計画書策定支援と策定後のフォローアップ支援を行い、必要に応じて、おおさきチャレンジ創業応援事業費補助金の活用支援を行う。

これらの支援により地域経済を支える小規模事業者を増やし、地域経済の活性化を図る。

②地場産業の育成と地域資源を活用した地場製品の販路開拓及び販路拡大の推進

新たな需要開拓を目指す地場製品の伝統的工芸品や食品製造・販売事業者等の販路開拓支援の強化を図るため、販売会や物産展等の支援を通して、商品開発や新たな販路開拓の取組みを支援するとともに、大崎市の豊富な資源を活用した物産振興策を展開し、個別取引では困難な販路開拓に向けた事業を支援する。

③商店街活性化事業の推進

創業希望者等への空き店舗情報の提供や、鳴子地域住民の憩いの場としてのコミュニティ施設「ホットパーク」の提供などを継続し、商店街を往来する消費者が潤い楽しめる商店街環境をつくる。

また、事業主の高齢化等による事業廃業予定等についての情報をいち早く把握し、後継者の存在の把握や確保及び後継者マッチング事業等も実施し、円滑な事業承継を図ることで商店街の空き店舗の減少に歯止めをかける。

既存の小規模事業者の持続的な発展を目指した事業計画策定及びフォローアップ支援による企業の経営力強化と空き店舗対策の一環ともなる創業者支援により商店街の活性化を図る。

また各種団体との連携により、地域イベントを活用し、事業後継者である青年部・若手女性部員を巻き込んだ事業を実施することで、鳴子温泉地域商店街並びに岩出山地域商店街の活性化を図る。

④観光振興による交流人口の拡大

玉造商工会地域においては、「鳴子温泉郷」と「あ・ら・伊達な道の駅」を核に観光客を主体とした交流人口を増加させ、さらに関係人口としていくことが重要である。観光客の減少により疲弊している観光関連業を活性化させるため、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、岩出山観光協会、一般社団法人みやぎ大崎観光公社等と連携し、「鳴子温泉郷」や岩出山地域の情報発信を行い観光客を主体とした交流人口の増加を図ることで、観光関連業を取り巻く小規模事業者を活性化させ、商店街の活性化を図る。更に、交流人口から一歩踏み込んだ関係人口を増やすことで、地域のファン、地域の課題解決にも関わってもらえる地域外の人々とのネットワークを拡げる。

玉造商工会の情報発信に加えて、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への登録を促し、更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支援を行う。

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5年3月31日)

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

(1) 現状と課題

[現状] 平成27年に認定された旧計画に基づき、地域経済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し、周知を実施している。特に、基幹産業である観光産業に関する情報について各種観光統計より業界動向や旅行に関するニーズの変化等について把握し、観光振興策の提案や商品開発、サービス提供、販路開拓等の立案に活用し、経営課題の明確化を図ると共に、経営計画策定の基礎資料として、活用していた。

[課題] 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々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。

(2) 事業内容

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。

①国が提供するビッグデータの活用

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。

【分析手法】

- ・「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
- ・「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
- ・「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

上記を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②景気動向調査の実施と活用

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。

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。

(3) 成果の活用

上記調査等で情報収集・調査、分析した結果は、業種別・内容別に整理し、分析結果については、商工会ホームページに掲載し、広く地域小規模事業者等へ情報提供する。併せて、巡回訪問及び窓口相談、個別相談の際に、全国的及び地域内のニーズやトレンド情報を提供する。

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、各種観光統計より業界動向や旅行に関するニーズの変化等について把握する共に、大崎市と連携して、大崎市観光振興ビジョンの強化目標である、情報発信力、おもてなし力、トレンド対応力を戦略と行動計画に盛り込み、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。

更に、大崎市、地域内金融機関及び不動産業者による「金融対策及び商店街振興による懇談会」を年1回開催し、金融情報（地域内金融機関の大崎市中小企業振興資金融に対する推薦の毎月貸付件数、貸付額、用途等）を加えて分析した結果を情報提供し、資金繰り及び創業に関する融資相談等に活用していく。

また、調査結果は事務所で共有し、経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とし、観光振興策の提案や商品開発、サービス提供、販路開拓等の立案に活用し、事業計画策定支援等の基礎資料とする。

(4) 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

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(1) 現状と課題

[現状]平成27年に認定された旧計画に基づき、これまで個社の経営課題に対応出来るよう、業種毎の経営実態を把握することや、ヒアリング等により課題解決に向けた経営分析を行ってきたところ、個社が抱える新たな課題が見えてきており、解決に向けては、これまで以上に高度的・専門的な知識が必要であることが分かった。

[課題]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。

(2) 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 「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と一緒に分析を行う。

（３）成果の活用

分析結果は、経営指導員等が当該事業者に対してフィードバックし、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。

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。

（４）目標

項目	現状	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度
経営分析件数	38	60	70	80

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

（１）現状と課題

〔現状〕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。

〔課題〕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。

（２）事業内容

①事業計画策定セミナー

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。

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。

②事業計画策定支援

【支援対象】

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。

【手段・手法】

- 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。
- 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。
- 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。

(3) 目標

	現 行	R 2 年度	R 3 年度	R 4 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

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(1) 現状と課題

[現状]平成27年に認定された旧計画に基づき、事業計画策定後は、取り組みの実現に向けた進捗状況の確認や、PDCAサイクルによる計画の見直し支援等を実施してきた。

[課題]個々の事業者に対する進捗状況の確認が中心となり、フォローアップという観点からは十分ではなかったため、個々の事業者に対して、事業計画策定後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が必要である。

(2) 事業内容

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。

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。

(3) 目標

	現 行	R 2 年度	R 3 年度	R 4 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

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(1) 現状と課題

[現状] 平成 27 年に認定された旧計画に基づき、伝統的工芸品や土産品となる各商品においてどのような商品を開発・製造販売すれば良いのかを把握し、調査結果を事業計画策定や、既存商品の見直し、新たな販路の開拓、新商品のブラッシュアップといった新たな需要の開拓に活用していた。

[課題] 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く、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。

(2) 事業内容

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。

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。

①宮城玉造 伝統的工芸品 職の祭典

対象商品 伝統的工芸品「鳴子漆器」「宮城伝統こけし」等

場 所 (注 1) 鎌倉彫会館 CAFÉ&SHOP 倶利 (鎌倉市小町 2-15-13)

②鳴子こけしまつり

対象商品 伝統的工芸品「宮城伝統こけし」等

場 所 (注 2) G I N Z A H A K K O 木の香
(中央区銀座 7-10-5 ランディック第 3 銀座ビル)

③伊達美味マーケット in サンモール一番町への出展

対象商品 食品等の土産品・特産品

場 所 仙台市青葉区一番町2丁目 アーケード内

※11時～18時の開催時間で人通り約12千人(主催者発表)

(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。

(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。

【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。

(3) 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

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

(1) 現状と課題

[現状]地域内における地場産品、伝統的工芸品等の販路拡大及び販路開拓を行うため、平成27年に認定された旧計画に基づき実施した調査の分析結果を踏まえ、独自の商品及び独自の技術の発信を商談会等への出展や全国商工会連合会運営のECサイト「ニッポンセレクト.com」並びに本会ECサイト「NARUKO通販ショップ」への出品支援を通じ商品及び技術の認知度の向上、販路開拓支援を図ってきた。

〔課題〕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、B to Cに重点を置いた販路開拓支援を行う必要がある。

(2) 事業内容

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。

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。

また、以下の展示会等への出展を支援する。

①宮城玉造 伝統的工芸品 職の祭典 (B to C)

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。

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。

【鎌倉彫会館Gallery g 概要】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。

【職の祭典 概要】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。

②鳴子こけしまつり（B to C）

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、新たな需要の開拓を支援する。

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。

【GINZA HAKKO 木の香 概要】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。

【鳴子こけしまつり 概要】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。

③食品等土産品・特産品の販売会（B to C）

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。

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。

【伊達美味マーケット in サンモール一番町 概要】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。

（3）目標

	現 行	R 2 年度	R 3 年度	R 4 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

II. 地域経済の活性化に資する取組

7. 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

〔現状〕岩出山地域における観光入込客数は「あ・ら・伊達な道の駅」の集客効果によって堅調に推移している。一方、鳴子温泉地域では、平成20年6月の岩手・宮城内陸地震や平成23年3月の東日本大震災による影響、観光客ニーズの変化や湯治客離れによって、宿泊客数は平成19年の80万人から約59万人までの落ち込みとなり大変厳しい状況にある。

●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	H26年	H27年	H28年	H29年
旧有備館及び庭園	22,783	39,729	51,004	35,952
感覚ミュージアム	56,528	56,571	52,882	63,713
あ・ら・伊達な道の駅	3,126,484	3,104,815	3,245,423	3,334,604
竹工芸館	7,208	6,047	8,349	7,553
政宗公まつり	61,500	0	67,000	67,000

※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 (千人)

項目	H26年	H27年	H28年	H29年
鳴子温泉郷観光客数	1,971	1,966	2,095	2,084
鳴子温泉郷宿泊者数	547	496	530	592

※出典：宮城県観光統計概要

〔課題〕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て、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とされる。

(2) 事業内容

①「岩出山互市運営協議会」の開催 (年2回)

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。

②全国こけし祭り実行委員会への参画（年3回）

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。

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）

「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。

④大崎市内3商工団体定期連絡会への参画（年2回）

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。

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

8. 他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

[現状] 支援機関との連携については、平成27年に認定された旧計画に基づき、日本政策金融公庫並びに地域内金融機関と年1回の金融懇談会を実施してきた。

創業支援については、大崎市創業支援事業ネットワーク会議で支援ノウハウ等について情報交換を行うほか、創業支援施設「a l a t a（アラタ）」を大崎市が設置し、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、創業セミナー等受講後の支援は玉造商工会で行うなど、関係機関との連携を図ってきた。

また、宮城県よろず支援拠点の派遣依頼を行っている案件については、経営指導員が同行し、支援ノウハウについて知見を得てきた。更に、宮城県よろず支援拠点コーディネーターを講師に迎え、支援事例について研修を行っている。

[課題] 創業に関しては、大崎市創業支援事業ネットワークの創業セミナーを受けずに、玉造商工会と宮城県よろず支援拠点が連携した支援により、創業に至っているケースが増えている。

創業への支援及び宮城県よろず支援拠点との支援ノウハウ等の情報交換を含め再考する必要がある。

また、小企業及び小規模企業振興基本条例が施行されたことにより、大崎市との密な情報交換が必要となっているほか、大崎市には玉造商工会を含み3商工団体が存在することから、支援の隔たりが出ないように定期的な情報交換が必要と考える。

(2) 事業内容

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）

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。

【参画機関】 大崎市、宮城県信用保証協会大崎支店、(株)日本政策金融公庫仙台支店、(株)七十七銀行岩出山支店、(株)七十七銀行鳴子支店、(株)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

【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換を図る。

②大崎市内3商工団体定期連絡会の開催（年2回）

各商工団体の管轄地域によって基幹産業が異なることから、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。

【参画機関】 大崎市、古川商工会議所、大崎商工会、玉造商工会

【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換を図る。

③経営力向上支援事例発表会への参加（年1回）

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。

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）

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。

⑤大崎市創業支援ネットワーク会議への参加（年1回）

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。

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

[現状] 平成27年に認定された旧計画に基づき、各種研修会やセミナーを経営指導員が受講することで支援能力の向上を図っている。また、毎年、全職員対象に、専門家を迎え支援能力の向上に向けた講習会を開催している。

[課題] 経営指導員が主となって全職員がそれぞれに支援にあたっているが、税務に関すること、労働保険や共済等危機管理に関すること、全国商工会連合会運営のECサイト「ニッポンセレクト.com」などの販路開拓及びHPによる周知など、全職員がそれぞれに支援にあたっているものの、日々、新しい相談内容が増えてきており支援能力の一層の向上が求められている。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

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。

②OJT制度の導入

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。

③経営支援会議並びに職員全体会議の開催

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、内容について意見交換を行い支援能力の底上げを図る。

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。

④データベース化

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。

- 【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 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

10. 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〕平成27年に認定された旧計画に基づき、経営発達支援事業評価委員会を設置。経営発達支援事業評価委員会を年3回実施。1回目は当年度の事業計画を理解頂き、2回目は遂行状況について説明し、3回目に当年度の事業に対し評価頂いている。評価は、定量的目標に対するものと、定性的なものとして各項目に対しコメントを頂いている。評価結果をまとめ、年1回ホームページへ掲載し周知を図っている。

〔課題〕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。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する。

(2) 事業内容

○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三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。

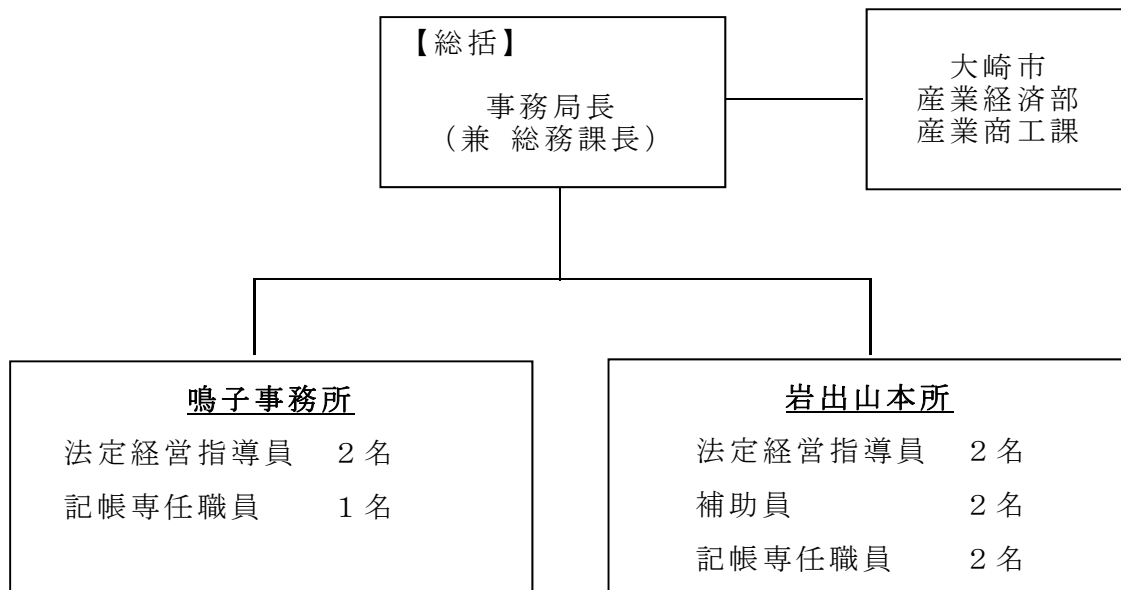
- 当該委員会の評価及び見直し結果は、HP (<http://www.tamadukuri.miyagi-fsci.or.jp>) に掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

(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

(令和元年10月現在)

(1) 実施体制(商工会又は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に係る体制/商工会又は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等)



(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(候補者)の氏名、連絡先

■ 氏名: 菊田 慶 ・ 遠藤 征敏 ・ 高橋 正和 ・ 結城 彦展

■ 連絡先: 玉造商工会 岩出山本所 経営支援課

TEL: 0229-72-0027

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／商工会議所、関係市町村連絡先

①玉造商工会

〒989-6435

宮城県大崎市岩出山字浦小路40の5

玉造商工会 岩出山本所 経営支援課

TEL: 0229-72-0027 / FAX: 0229-72-0097

E-mail: iwade@cocoa.ocn.ne.jp

<http://www.tamadukuri.miyagi-fsci.or.jp/>

〒989-6822

宮城県大崎市鳴子温泉字新屋敷34の2

玉造商工会 鳴子事務所

TEL: 0229-83-2606 / FAX: 0229-82-2072

E-mail: nsyoukou@cocoa.ocn.ne.jp

<http://www.tamadukuri.miyagi-fsci.or.jp/>

②大崎市

〒989-6188

宮城県大崎市古川七日町1番1号

大崎市 産業経済部 産業商工課

TEL: 0229-23-7091 / FAX: 0229-23-7578

E-mail: shoko@city.osaki.miyagi.jp

<http://www.city.osaki.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)

	令和2年度	令和3年度	令和4年度
必要な資金の額	3,550	3,550	3,550
○ 専門家派遣費	60	60	60
○ 通信運搬費	130	130	130
○ 展示会等実施・出展費	1,510	1,510	1,510
○ 広報費	600	600	600
○ 委託・外注費	1,000	1,000	1,000
○ 雑役務費	250	250	250

(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、県補助金、市補助金、全国連補助金、手数料、事業等受託料

(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 並びに法人にあつては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
① ② ③ ・ ・ ・
連携して事業を実施する者の役割
① ② ③ ・ ・ ・
連携体制図等
① ② ③