

経営発達支援計画の概要

|                |   |
|----------------|---|
| 実施者名<br>(法人番号) | みやぎ北上商工会 (法人番号 2 3 7 0 4 0 5 0 0 0 1 4 3 )<br>登米市 (地方公共団体コード 0 4 2 1 2 9)   |
| 実施期間           | 令和 8 年 4 月 1 日～令和 1 3 年 3 月 3 1 日   |
| 目 標            | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 小規模事業者等の特性、強みを活かした「稼ぐ力」の向上支援</li> <li>2. 創業支援による地域活性化への貢献</li> <li>3. 事業承継支援による地域産業の競争力維持への貢献</li> <li>4. デジタル化、D X 推進支援による経営力向上支援</li> </ol>   |
| 事業内容           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 地域の経済動向調査に関すること<br/>R E S A S を活用した地域分析、会員事業所経営状況調査等の実施により地域や個社の現状、課題を収集、分析し公表するとともに事業計画策定の基礎資料として活用する。</li> <li>2. 需要動向調査に関すること<br/>個社の顧客を対象に需要動向調査を実施し課題の整理、顧客視点を取り入れた戦略検討の基礎資料として活用する。</li> <li>3. 経営状況の分析に関すること<br/>経営状況の分析の支援対象事業所の掘り起こしにより、分析の必要性や関心度を高め事業計画策定につなげることで経営力向上を図る。</li> <li>4. 事業計画策定支援に関すること<br/>セミナーや個別相談会の開催と伴走支援により、経営力向上に取り組む事業者や創業、事業承継計画策定事業者の個社の特性に沿った「稼ぐ力」の向上を図る。併せて、デジタル化・D X 推進の活用支援を図る。</li> <li>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること<br/>定期的な巡回訪問等によりフォローアップを行うことで事業計画の進捗状況、課題等を把握する。課題に応じて、他支援機関との連携や専門家派遣制度を活用する。</li> <li>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること<br/>商談会・販売会出展支援やデジタル化・D X 推進等を支援する事で新たな需要と販路開拓を支援し経営力向上を図る。</li> </ol> |
| 連絡先            | <p>みやぎ北上商工会<br/>〒987-0602 宮城県登米市中田町上沼字西桜場 18 番地<br/>TEL 0220-34-3255 FAX 0220-34-3261<br/>E-mail miyagikitakami_sci@office.miyagi-fsci.or.jp</p> <p>登米市 産業経済部 地域ビジネス支援課<br/>〒987-0602 宮城県登米市中田町上沼字西桜場 18 番地<br/>TEL 0220-34-2706 FAX 0220-34-2802<br/>E-mail chiikibusiness@city.tome.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現状

##### (イ)位置と地勢

登米市は宮城県の北東部に位置し、北部は岩手県に、西部は栗原市及び大崎市に、南部は石巻市及び遠田郡に、東部は気仙沼市及び本吉郡に接しており、市域面積は536.12㎢で県全体の7.36%を占め、栗原市、大崎市、仙台市、石巻市に次いで県内第5位の規模となる。

平成17年4月に登米郡8町（迫町、登米町、東和町、中田町、豊里町、米山町、石越町、南方町）と本吉郡津山町の合併によって誕生した登米市と同時期に商工会も合併し、登米市にはみやぎ北上商工会（中田町・登米町・東和町・津山町）、登米中央商工会（迫町・石越町）、登米みなみ商工会（米山町・豊里町・南方町）の3商工会があり、それぞれに役割を果たしている。

地勢は、西部が丘陵地帯、東部が山間地帯で、その間は広大で平坦肥沃な登米耕土を形成し、県内有数の穀倉地帯となっており、環境保全米の地として、宮城米「ひとめぼれ」などの主産地となっている。また、全国でも有数の肉用牛産地として有名な地域である。

本会地区である中田町、登米町、東和町、津山町は登米市中心部から東部に位置し、地区中心部を一級河川、北上川が北から南に流れている。

令和8年度を初年度とする第3次登米市総合計画においては登米市の地域特性を踏まえ市内各地域を都市的連携エリア・田園居住共生エリア・田園環境エリア・自然環境保全エリアの4つのエリアに分類しており、北上川西部に位置する中田町及び登米町は田園環境エリアに田園居住共生エリアを有するエリアに位置付けられ、中田町加賀野地区は商業集積がある都市的連携エリアに位置付けられている。北上川東部に位置する東和町及び津山町は自然環境保全エリアに田園居住共生エリアを有するエリアに位置付けられている。

##### (ロ)人口

登米市の人口は、令和2年国勢調査において76,037人で、合併当初の平成17年国勢調査時より約14.8%減少している。また令和7年7月の登米市住民基本台帳において70,989人であり令和2年国勢調査時から約6.6%減少している。

本会エリアの人口推移をみると令和2年国勢調査において28,560人で、合併当初の平成17年国勢調査時より約16.5%減少している。また、令和7年7月の登米市住民基本台帳において26,657人であり令和2年国勢調査時から約6.6%減少している。



■登米市及び本会エリアの人口推移

(単位：人)

|        | 平成 17 年  | 平成 27 年  | 令和 2 年   | 令和 7 年 7 月 |
|--------|----------|----------|----------|------------|
| ①登米市   | 89,316   | 81,959   | 76,037   | 70,989     |
| ②本会エリア | 34,223   | 30,740   | 28,560   | 26,657     |
| （中田町）  | (16,559) | (15,721) | (15,243) | (14,526)   |
| （登米町）  | (5,665)  | (4,788)  | (4,532)  | (4,198)    |
| （東和町）  | (7,992)  | (6,557)  | (5,760)  | (5,197)    |
| （津山町）  | (4,007)  | (3,674)  | (3,025)  | (2,736)    |

(出典：令和 6 年度版登米市統計書)

■登米市人口・世帯数の推移

(単位：人、世帯)

|     | H2 年   | H7 年   | H12 年  | H17 年  | H22 年  | H27 年  | R2 年   |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 人口  | 98,231 | 96,382 | 93,769 | 89,316 | 83,969 | 81,959 | 76,037 |
| 世帯数 | 23,308 | 24,243 | 24,929 | 25,048 | 25,002 | 26,196 | 25,697 |

(出典：令和 6 年度版登米市統計書)

(ハ)産業の現状と課題

①商業

登米市の商業は卸売・小売業の事業所数・従業者数・年間商品販売額の平成 28 年と令和 3 年の比較を見ると、事業所数は 887 社から 799 社となり 88 社減少、従業者数は 5,170 名から 4,783 名に 387 名減少、年間商品販売額は 135,572 百万円から 5 年間で 240 億円減少の 111,552 百万円に転じており、極めて深刻な状況に置かれている。背景には人口減少による消費購買力の低下や事業主の高齢化、後継者不足等による事業所数の減少が挙げられる。また、大型店やインターネット通販への消費流出が顕著であり、特にコロナ禍を経て、より一層消費者に浸透したインターネット通販をはじめとしたデジタル対応の遅れがみられることも要因にあげられる。

当会会員の小売業・卸売業の推移をみても平成 28 年度末、305 事業者であったのに対し令和 6 年度末 251 事業者と 54 事業所が減少しており、全会員における構成比では平成 28 年度 40.1%から令和 6 年度 38.8%に減少している。

管内の商店は各地域に点在しており、かつての商店街形成を残している街並みがある地域もあるものの市内外の商業集積地域への消費流出等による経営不振、事業主の高齢化等を背景に空き店舗が増加しており、商店街組織も存在しないことから消費者ニーズに対応できていない状況にある。電子決済や EC サイト、顧客管理や会計等のデジタル化・DX 対応も課題となっている。

■産業別商業（卸売・小売業）事業所数・従業者数・年間商品販売額

(単位：事業所、人、百万円)

|      | 事業所数 |       |     | 従業者数  |       |      | 年間商品販売額 |         |         |
|------|------|-------|-----|-------|-------|------|---------|---------|---------|
|      | R3 年 | H28 年 | 比較  | R3 年  | H28 年 | 比較   | R3 年    | H28 年   | 比較      |
| 卸売業計 | 121  | 126   | △5  | 695   | 761   | △66  | 36,874  | 43,708  | △6,834  |
| 小売業計 | 678  | 761   | △83 | 4,088 | 4,409 | △321 | 74,677  | 91,864  | △17,187 |
| 合計   | 799  | 887   | △88 | 4,783 | 5,170 | △387 | 111,552 | 135,572 | △24,020 |

出典：令和 6 年度版登米市統計書

■みやぎ北上商工会卸売・小売業会員数推移

|      | H28年  | H29年  | H30年  | R1年   | R2年   | R3年   | R4年   | R5年   | R6年   |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 卸売業  | 4     | 3     | 3     | 3     | 3     | 3     | 4     | 4     | 4     |
| 小売業  | 301   | 290   | 288   | 281   | 272   | 268   | 262   | 254   | 247   |
| 全会員数 | 761   | 754   | 737   | 728   | 712   | 700   | 690   | 670   | 647   |
| 構成比  | 40.1% | 38.9% | 39.5% | 39.0% | 38.6% | 38.7% | 38.5% | 38.5% | 38.8% |

(出典：みやぎ北上商工会)

②工業

登米市の工業は製品出荷額等が1,164億円(令和3年)であり農業産出額296億円を大きく超える産業で登米市の産業の中でも地域経済の活性化に果たす役割が大きい位置づけとなっている。しかし、製品出荷額等のピークは平成19年の1,687億円をピークにリーマンショックや東日本大震災、新型コロナウイルス感染症感染拡大等の環境変化を経て回復していない現状にある。事業所数も平成17年の203事業所から、令和3年には126事業所へ大幅に減少している。業種別に見ると、企業誘致により立地した食料品や自動車関連の輸送用機械類等は業績を上げている一方で、これまで登米市を支えてきた電子部品等は減少している。

管内の製造業者は小規模な食料品製造業と各種部品製造業が中心となっている。人件費上昇、物価高による生産コストの上昇が適正に価格転嫁できていない事業者も見られ、採算性が悪化している。各種部品製造業では下請受注がメインであるため納期、品質を担保したうえで取引先と良好な信頼関係を築き、適正に原価を把握し価格交渉を行うことが必要である。食料品製造業では商品力向上とともに、新たな販路開拓が課題にあげられる。

建設業では東日本大震災関連の復興需要が収束し地域内での需要が大きく減少している。公共工事、民間工事ともに需要が減少しており地域外業者の参入等により競争も激化している。また、熟練技術者の不足もみられ、若手人材の入職が少ないため人出不足が多く企業の倒産もみられ、働き方改革への対応に苦慮する事業者も多くみられる。後継者不足も課題としてあげられ技術力の継承、黒字廃業による産業競争力低下が危惧される。

人手不足を背景に生産性向上の取り組みが必要であるものの補助金を活用した新たな設備投資を行う事業者は限られているのが現状である。

■産業中分類別工業(製造業)事業所の状況(従業者4人以上)

単位(万円)

| 項目<br>年次 | 事業所数 | 従事者数  | 現金給与<br>総額 | 原材料<br>使用額等 | 製造品<br>出荷額等 | 粗付加<br>価値額 |
|----------|------|-------|------------|-------------|-------------|------------|
| H18年     | 196  | 6,609 | 2,118,366  | 9,979,155   | 15,764,683  | 5,164,684  |
| H23年     | 166  | 5,657 | 1,968,501  | 6,812,437   | 11,504,586  | 4,226,706  |
| H28年     | 170  | 5,865 | 1,991,451  | 6,586,971   | 12,261,873  | 5,135,789  |
| R3年      | 126  | 4,995 | 1,707,219  | 5,762,317   | 11,639,896  | 5,399,703  |

(出典：宮城県の工業)

③観光・サービス業

登米市の観光客は東日本大震災後減少したものの、道の駅三滝堂等の観光施設の整備や観光キャンペーン等の取り組みもあり、令和元年には過去最多となる約347万人となった。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、観光需要が大きく落ち込み、令和2年には約245万人まで激減した。新型コロナウイルス感染症の終息とポストコロナに向けた観光誘客の取り組み等により令和5年には約280万人と回復の兆しが見られる。

管内には登米市の中核的な観光地に位置づけられる「みやぎの明治村」があり教育資料館等の観光施設やハイカラな洋風建築物、重厚な蔵づくりの商家など明治を偲ばせる建物が現存しており季節ごとに観光客に親しまれている。一方で大型宿泊施設がなく公共交通機関も限られるため観光客の宿泊者は少なく、滞在時間も短い状況にある。

管内のサービス業は宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業、運輸業等多業種が存在している。宿泊業・飲食サービス業ではコロナ禍を経て生活様式、習慣の変化による需要減少に加え物価高、人件費上昇への対応に苦慮している。生活関連サービス業における理美容業は事業主の高齢化が多くみられる傾向にある。一方で理美容業、飲食業では創業を目指す若者が他業種よりも多く見受けられ、収入面よりも自身の経験や能力を活かした創業を目指す傾向にあり、雇用を伴わない創業が多い傾向にある。運輸業では人手不足と働き方改革への対応に苦慮する事業者が見られ、全業態でデジタル化・DX対応、経営者の高齢化も課題となっている。

### ■観光客入込数

(単位：人)

|       | H20年      | H23年      | H25年      | R1年       | R2年       | R5年       |
|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 登米市全域 | 2,366,583 | 2,288,334 | 2,576,516 | 3,471,193 | 2,453,315 | 2,807,061 |

(出典：宮城県観光統計)

### ■商工業者数・小規模事業者数の推移

(単位：事業所)

| 項目      | 年 | H17年  | H23年  | H27年  | R7年   | 増減 (H17-R7) |        |
|---------|---|-------|-------|-------|-------|-------------|--------|
|         |   |       |       |       |       | 事業者数        | 割合     |
| 商工業者数   |   | 1,526 | 1,450 | 1,301 | 1,178 | △348        | △22.8% |
| 建設業     |   | 305   | 292   | 286   | 262   | △43         | △14.1% |
| 製造業     |   | 163   | 151   | 136   | 124   | △39         | △23.9% |
| 卸売業     |   | 40    | 35    | 31    | 28    | △12         | △30.0% |
| 小売業     |   | 451   | 447   | 428   | 392   | △59         | △13.1% |
| 宿泊・飲食業  |   | 97    | 94    | 93    | 85    | △12         | △12.4% |
| サービス業   |   | 281   | 275   | 152   | 139   | △142        | △50.5% |
| その他     |   | 189   | 156   | 159   | 148   | △41         | △21.7% |
| 小規模事業者数 |   | 1,308 | 1,233 | 1,139 | 1,028 | △280        | △21.4% |

(出典：みやぎ北上商工会)

## (2) 商工会のこれまでの取り組み

### ①第2期経営発達支援事業（令和3年4月1日～令和8年3月31日）

#### 【地域の経済動向調査に関すること】

地域小規模事業者の経済動向調査・ビックデータ等の経済動向を把握し、地域小規模事業者に対する事業計画策定等の基礎資料として活用している。

#### 【需要動向調査に関すること】

個社の売上・利益向上を目的にアンケート調査を実施している。強みや弱みを把握することで今後の事業の進むべき方向性等を検討し、個社へフィードバックしている。

#### 【経済状況の分析に関すること】

経営指導員の定期的な巡回指導やチラシ作成により支援対象事業者の掘り起しを行うとともに、経営支援システムを活用して経営状況が見える化し、事業計画策定支援の基礎資料として活用している。

【事業計画策定支援に関すること】

事業計画策定個別相談会や創業チャレンジセミナーを開催し受講者を対象に事業計画策定を支援している。また、補助金・助成金活用を目指す事業者に対し補助事業の目的に沿った事業計画策定を支援している。

【事業計画策定後の実施支援に関すること】

事業計画策定事業者等を対象に計画の進捗状況の把握や課題確認等を行う目的で定期的なフォローアップを行っている。また、財務情報の入手に努め、取得した情報は経営支援システムに反映する事で売上・営業利益の推移を見える化し、職員で共有している。

【新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること】

食品製造業者に対し商談会の情報提供、出展支援を行うとともに、B to Cを目指す事業者に対しては展示即売会の情報提供、出展支援を行っている。また、業種を問わず新たな需要開拓による経営力向上を目的にSNSを活用した販路開拓を支援している。

### (3) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

#### ①地域内の10年程度先を見据えた長期的な振興のあり方

登米市の10年後の人口は58,000人程度と推計されている。現状の経営者の高齢化や労働力不足、競争激化や事業環境の変化を鑑みると商工業者、小規模事業者の減少も避け難い状況にある。このような中であっても、小規模事業者が地域経済や産業に与える影響を理解し時代の変化に応じた経営力向上、稼ぐ力を引き出す支援が必要である。事業環境が目まぐるしく変化する現代では過去の経営を続ける従来型の経営では立ち行かなくなる可能性が高くなる。小規模事業者が持つ機動性やきめ細やかな対応などの特性、強みを充分発揮できるよう、経営発達支援事業を通じ、事業計画に落とし込むことで個社の現状と特性に沿った事業計画策定支援と実行支援を実施する必要がある。また、持続的に経営力向上を図るためにはデジタル化・DX活用が有効であるため、事業計画策定段階での活用支援を推進する必要がある。地域課題にあげられる事業承継や地域経済活性化に不可欠である起業・創業にも積極的に取り組み、小規模事業者等の需要を見据えた経営力の向上、販路開拓につなげることで経営を下支えし地域経済活性化に寄与するものである。

#### ②登米市総合計画（令和8年～令和17年）との連動制・整合性

登米市は、将来に向けて目指すまちの姿と進むべき基本的な方向性を示す令和8年度から10年間に取り組む「第三次登米市総合計画」を策定し、「あふれる笑顔 豊かな自然 住みたいまち とめ」の実現を目指している。

商業振興については、第二次登米市商工観光振興計画において「魅力と活力ある地域商業を創出する経営支援による商業の持続的発展」を基本目標とし、DXを活用した個店情報の発信、地域資源を活かした起業・創業の支援、後継者の育成と事業承継の推進等を基本方針に掲げている。

工業振興については、市内企業の商品開発や販路拡大に向けた取り組みへの支援を行うとともに高校生等を対象とした就労体験の実施や市内企業の情報発信に努め、若者の定着化と人材確保による工業生産拡大を計画している。

観光振興については自然・歴史・文化・食・イベントなど、それぞれの地域に根差した多くの観光資源が存在しており、「体験する」「食べる」等の体験型観光に加え、新たな観光資源の掘り起こしや磨き上げを行い、物産振興と合わせて「登米市ならではの」観光コンテンツを造成し、ワーケーションやフードツーリズムを推進し観光客の増加につなげる計画である。

当会は従来から商工業及び観光振興において登米市との課題認識、各事業に関する方向性などについて共通認識を持ち、協力体制を構築してきた。本計画においても引き続き、登米市と目線を合わせて小規模事業者等の支援を展開していく。

### ③商工会としての役割

登米市の総合経済団体の一つである当会は、国・県・市の行政と、小規模事業者が多数を占める地域企業との繋ぎ役であり、行政が実施する小規模事業者向けの各種支援策を普及し、活用を促すことで経営力向上を支援し行政が目指すまちづくりを推進する役割を担っている。また、巡回訪問や窓口指導を通じて小規模事業者の生の声を肌感覚で感じているのが商工会である。支援ニーズの把握や抱えている課題に向き合いながら、支援施策を立案する行政に、事業者側の視点を届けることで、より効果的な施策立案につなげる役割も担っている。

小規模事業者が自ら需要を見据えた経営力向上に取り組むことは困難であり、経営状況の分析や事業計画策定の必要性について十分に認識していない事業者も多いのが実情である。身近な経営の相談相手である当会が、経営状況分析や事業計画策定の必要性、有効性を啓蒙するとともに経営状況を把握したうえで個社の現状と特性に沿った事業計画策定支援と実行支援を行うことが重要な役割である。

### (4) 経営発達支援事業の目標

地域と小規模事業者の現状、課題やこれまでの本会の取り組み、長期的振興の在り方を踏まえ本計画期間における目標は以下4項目とする。

#### ①小規模事業者等の特性、強みを活かした「稼ぐ力」の向上支援

支援期間の認定期間（5年間）目標：補助金活用やデジタル化、物価高騰等の事業環境変化等に積極的に取り組む事業者はもとより、持続的な経営を図ることで地域経済に貢献している小規模事業者等の事業計画策定により経営力向上を支援する。また、経営リテラシーの向上、経営の自走化に向けた伴走支援により地域経済の活性化に寄与する。

K G I：前年比売上達成率、前年比顧客数、営業利益率1%以上増加

K P I：経営状況の分析件数年間60件、事業計画策定個別相談会開催回数年2回、事業計画策定件数年間24件

設定した理由：K G Iは需要獲得、支援対象事業者の成長性を測定する指標として設定し、K P Iは経営力向上に至る経過を測定する指標とするため。

#### ②創業支援による地域活性化への貢献

支援期間の認定期間（5年間）目標：登米市が取り組む産業力強化法に基づく特定創業支援事業と連動し、創業チャレンジセミナーや個別相談会を開催し新たな雇用の創出や地域内資金循環による地域経済活性化を目指す。

K G I：創業件数年間3件

K P I：創業計画策定支援件数3件、創業計画策定に伴うフォローアップ回数12回

設定した理由：K G Iは年間の成果目標として設定し、K P Iは支援対象者の成長性、持続性向上を支援することで地域に定着した事業化を支援するため。

#### ③事業承継支援による地域産業の競争力維持への貢献

支援期間の認定期間（5年間）目標：令和6年度に実施した「登米市事業承継アンケート調査」では約37%にあたる96社が「事業の廃業を考えている」と回答しており、今後更に地域経済の縮小や雇用に大きな影響を及ぼすものと危惧される。事業承継個別相談会等の開催により、雇用の維持・創出、技術やノウハウを次世代に承継し、地域産業の競争力維持に貢献する。

K G I : 事業承継完了件数年間 3 件

K P I : 事業承継計画策定件数年間 3 件、事業承継計画策定に伴うフォローアップ回数 1 2 回、事業承継個別相談会年間 3 回、事業承継診断件数年間 3 5 件

設定した理由 : K G I は年間の成果目標として設定し、K P I は雇用維持、新たな投資促進等による地域産業競争力維持のための指標とするため。

#### ④デジタル化、D X 推進支援による経営力向上支援

支援期間の認定期間（5 年間）目標 : 管内では全業種においてデジタル化・D X 対応に遅れがみられる状況にある。今後、経営力向上を図り持続的な経営を図るうえでデジタル技術の活用は不可欠となるため個社の支援ニーズに沿った支援により経営力向上を図る。

K G I : 営業利益率 1 % 以上増加

K P I : S N S を活用した販路開拓支援事業参加者数 1 0 社、デジタル化支援事業活用事業者 1 社・D X セミナー参加事業者 2 社、E C サイトカラーミーショップ活用事業者数 1 社

設定した理由 : K G I は支援対象事業所の経営力向上を測る指標として設定し、K P I はコスト削減や生産性向上、新たな需要獲得、販路開拓を図る指標とするため。

## 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8年4月1日～令和13年3月31日）

### (2) 目標の達成に向けた方針

#### ①小規模事業者等の特性、強みを活かした「稼ぐ力」の向上支援

達成方針1：経営状況の分析と掘り起こし

事業計画策定の前段階として個社の現状と課題を把握するため財務分析、非財務分析により戦略を立案する。補助金申請・マル経融資斡旋時等の分析を60件実施するとともに支援対象事業所の掘り起こしのため、簡易な経営分析チェックリストを活用する。

設定した理由：作成する事業計画を実行性、実現性の高い計画にするとともに支援対象事業所の掘り起こしを行うため。

達成方針2：事業計画策定個別相談会の開催

事業計画策定について専門家による第三者視点を加えることで、確実性、実現性の高い取り組みを支援するため年2回個別相談会を開催する。

設定した理由：市場環境、競合状況等について広く、専門的な知識を持ちマーケティング等のスキルも持つ専門家の視点を取り入れることで個社の強みが活かされる事業計画策定を支援するため。

達成方針3：商談会、販売会出展支援による新たな需要開拓

小規模な食料品製造業者等は米粉や青果、野菜等の地域資源を活用し魅力ある商品を製造しているものの生産力やノウハウ等の不足から市場が限られている。県内バイヤーとの個別商談会や販売会出展支援を行うことで販路開拓を図り、経営力向上を支援する。

設定した理由：経営資源に限りのある小規模事業者にとって、地域資源の活用は需要開拓に有効な手段であるため。

#### ②創業支援による地域活性化への貢献

達成方針1：創業チャレンジセミナー・個別相談会の開催

経営に必要な基礎知識や事業計画の立て方等を学んでいただき、ビジョンやコンセプトを明確にすることで継続性、持続性の高い創業を支援するため、年1回創業チャレンジセミナー及び個別相談会を開催する。

設定した理由：人口減少、経営者の高齢化が進む中、雇用の創出や設備投資等による地域内資金循環を促進することで地域経済の活性化を図るため。

#### ③事業承継支援による地域産業の競争力維持への貢献

達成方針1：事業承継個別相談会の開催

事業承継個別相談会の開催により個社が抱える課題への相談体制を整備する。個別相談会を定期的に行うことで、事業承継への早期着手に取り組む意識の醸成を図り次世代へ技術やノウハウを継承し、雇用の維持を図るとともに地域産業の競争力維持に貢献する。

設定した理由：事業所の減少は雇用の喪失、域内消費の減少等により地域経済が縮小する一因である。事業承継に前向きに取り組む事業者を掘り起こすと同時に、次世代へ続く生業を守

ることで地域産業の競争力維持を図るため。

#### ④デジタル化、DX推進支援による経営力向上支援

達成方針1：デジタル化支援事業・DXセミナー等への参加勧奨

経営力及び稼ぐ力の向上を目指すため、事業計画策定を図るうえで今後、デジタル技術の活用は必須となるため、ECサイト活用支援や宮城県、連携する支援機関が主催するデジタル化支援事業やDXセミナー等の活用及び受講勧奨を行う。

設定した理由：経営資源に制約がある管内の小規模事業者は、IT知識の不足や人材不足等の理由から業種を問わずデジタル化・DX対応が遅れている状況にあるものの、その必要性や関心、一定の支援ニーズも認められる。このためデジタル化支援事業・DXセミナー等の活用を促すことで経営力及び稼ぐ力向上を目指すため。

達成方針2：SNSを活用した販路開拓支援事業の実施

IT知識が不足する事業者であっても取り組みやすいSNS活用を支援し、個社の強み、特性を広く情報発信することで需要の獲得、販路開拓に寄与する。

設定した理由：デジタル化・DX導入の入口として導入効果を実感しやすいツールであり、事業者にとって費用対効果が高いため。

### 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】

地域の経済動向把握のため地域経済分析システムRESASを活用した地域内分析と四半期毎に製造業、建設業、小売業、サービス業の合計15社の景況調査を実施している。また、業種別に経営実態調査を年1回実施しそれぞれ当会ホームページにおいて公表している。

###### 【課題】

当会ホームページで調査結果を公表しているものの、商工会内部の情報共有、事業計画策定時の基礎資料としての活用に留まっており、会員をはじめとした管内小規模事業者が自社の経営状況の分析や事業計画策定のために有効活用するに至っていない状況にある。管内中小・小規模事業者を対象とした調査を実施することでより身近で関心の高い取り組みにする必要がある。

##### (2) 目標

| 実施内容               | 現行 | R8年度 | R9年度 | R10年度 | R11年度 | R12年度 |
|--------------------|----|------|------|-------|-------|-------|
| (1) RESASを活用した地域分析 |    |      |      |       |       |       |
| 公表回数               | 1回 | 1回   | 1回   | 1回    | 1回    | 1回    |
| (2) 中小企業景況調査       |    |      |      |       |       |       |
| 公表回数               | 4回 | 4回   | 4回   | 4回    | 4回    | 4回    |
| (3) 会員事業所経営状況調査    |    |      |      |       |       |       |
| 公表回数               | 1回 | 1回   | 1回   | 1回    | 1回    | 1回    |

##### (3) 事業内容

###### ①RESASを活用した地域分析

- ・調査対象：製造業、建設業、卸小売業、宿泊・飲食業、サービス業から1業種を選定

- ・調査手法：RESASの「マーケティング」「産業構造」「地域経済循環」等の機能を活用
- ・調査目的：地域の稼ぐ力、産業構造等を可視化し重点産業を特定する。マーケティング、産業構造等の各カテゴリから経済動向や地域のトレンドを抽出する。

#### ②中小企業景況調査

- ・調査対象：製造業、建設業、小売業、サービス業 合計15社
- ・調査項目：売上額、客単価、資金繰り、仕入単価等の四半期毎の状況、見通し、設備投資の状況、経営上の課題など
- ・調査手法：経営指導員等が対象企業に四半期毎に1回、調査票を配布する。調査結果は調査オンラインシステムへ入力する。
- ・調査目的：当会地域の産業の状況や経済動向等について、四半期ごとの変化の実態等を迅速・的確に収集、把握する。東北ブロック・全国と主要項目、景況感等について比較を実施する。

#### ③会員事業所経営状況調査

- ・調査対象：建設業100社 製造業30社 卸・小売業150社 サービス業・その他100社
- ・調査項目：経営形態、従業員数、売上高、売上総利益、営業利益、採算、景況、後継者の有無、経営課題、支援ニーズ等
- ・調査手法：当会会員事業所を業種別に4つに分類する。年1回調査対象業種を選定し、選定した業種から更に経営指導員が把握している経営規模、経営状況等を勘案し対象事業所を絞り込む。調査票は対象事業所に郵送しWeb回答可能なように設計しFAXでの回答も可能とする。
- ・調査目的：当会会員事業所の経営状況を業種別に収集し、必要となる支援施策の活用を促す。

#### (4) 調査結果の活用

各指標と自社との比較等により自社が置かれている位置を理解し進むべき方向性、戦略検討を行う。また、個社の経営状況、経営課題、支援ニーズ等を把握し各種支援施策の情報提供、活用支援を行い、経営状況の分析、事業計画策定に結びつけるための基礎資料として活用する。また、支援ニーズや要望は登米市と共有する。

### 4. 需要動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

##### 【現状】

産業見本市である催事での消費者向けニーズ調査と商談会でのバイヤー向け調査はノウハウやマンパワーの不足、商談会展支援機会がないなどの理由で調査事業の実施に至らなかった。このため個社の需要動向調査により販路開拓に寄与することを目的に飲食店、小売店を対象に「お客様アンケート調査」を実施し個社へフィードバックした。顧客ニーズを改めて認識する機会に繋がっており、従業員の意識変化にも繋がる取り組みとなっている。

##### 【課題】

消費者ニーズの多様化、大型店、チェーン店への消費流出等により地域小規模事業者の経営状況は厳しい環境にある。事業者独自の商品やメニュー、サービスを保有していながらも売上・利益といった定量成果が乏しい原因の一つには顧客視点に立った事業展開に欠けていることがあげられる。小規模事業者自らが日々の経営の中で需要動向調査を行うことは困難であるため本事業により、自社の顧客の声を経営に取り入れることで経営力向上、需要開拓を図ることが求められる。現行の取り組みではアンケート調査結果を踏まえた戦略の検討や行動計画へ

の反映が不足していた。

## (2) 目標

| 実施内容            | 現行   | R8 年度 | R9 年度 | R10 年度 | R11 年度 | R12 年度 |
|-----------------|------|-------|-------|--------|--------|--------|
| 需要動向に関するアンケート調査 |      |       |       |        |        |        |
| 調査回数            | 1 回  | 1 回   | 1 回   | 1 回    | 1 回    | 1 回    |
| 調査対象事業者         | 2 社  | 2 社   | 2 社   | 2 社    | 2 社    | 2 社    |
| サンプル数/社         | 50 人 | 50 人  | 50 人  | 50 人   | 50 人   | 50 人   |

## (3) 事業内容

### ① 需要動向に関するアンケート調査

小売業、宿泊・飲食業、食料品製造小売業等を対象に、需要動向調査実施希望者を募集し該当事業者に来店等をされる消費者を対象に需要動向調査を実施する。

- ・調査対象：小売業、宿泊・飲食業、食料品製造小売業等
- ・募集方法：チラシ作成・配付、ホームページ、巡回・窓口相談時の周知
- ・調査手法：応募があった事業者の経営状況、要望等をヒアリングし調査票を設計する。調査票は対象事業所の顧客へ配付する。QRコードから回答できるようにすることでサンプル数増加を目指す。
- ・サンプル数：50人
- ・調査項目：①性別、②年代、③居住地域、④来店動機、⑤決済方法、⑥来店者の関係、⑦味、⑧量、⑨価格、⑩店内の雰囲気、⑪清潔感、⑫接客対応、⑬利用シーン など  
※その他、対象企業の経営状況、要望等に応じて設計する。
- ・調査結果の活用方法：調査結果は経営指導員がとりまとめ、対象事業所へフィードバックする。調査結果を反映した戦略の検討や経営改善を行うための事業計画策定の基礎資料として活用する。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

経営指導員による補助金申請、小規模事業者経営改善資金（以下、マル経融資）斡旋の支援を通じ財務分析、市場動向の把握、競合他社との比較分析等の経営状況分析を行っている。また、これらの支援対象者に加え、記帳機械化（商工会クラウドMA-1）利用事業者、登米市中小企業振興資金融資制度利用者の財務情報を経営支援システムに入力し職員間で財務情報の共有を図っている。更に経営状況分析の必要性を認識していない事業者が多い実情を踏まえ、年1回商工会報への記事掲載やチラシ作成配付により、対象事業所の掘り起こしを図ってきた。

#### 【課題】

経営環境は刻々と変化しており、現状認識と課題整理により進むべき方向性や取るべき戦略の検討を行う必要があるものの、その必要性に関しては認知度が低く、興味・関心が薄いのが現状である。補助金申請やマル経融資斡旋に伴う経営状況の分析は、一時の分析に留まっており、その後の評価、改善が不足していた。このため本質的課題の洗い出し、戦略の検討に至っていないことが課題にあげられる。また、チラシ作成、会報掲載により対象事業所の掘り起こしを行ってきたものの、分析件数としての実績につながっておらず能動的な声掛けや掘り起こしが不足していた。

## (2) 目標

| 実施内容            | 現行   | R8 年度 | R9 年度 | R10 年度 | R11 年度 | R12 年度 |
|-----------------|------|-------|-------|--------|--------|--------|
| 経営状況分析の啓蒙、掘り起こし | 1 回  | 1 回   | 1 回   | 1 回    | 1 回    | 1 回    |
| 経営分析件数          | 53 件 | 60 件  | 60 件  | 60 件   | 60 件   | 60 件   |

## (3) 事業内容

従来から実施している補助金申請、マル経融資斡旋時の経営状況分析を継続して実施する。第三期事業では一時的な経営状況の分析に留まらないよう、また、経営状況分析に関心が薄い事業者へも興味・関心を持っていただくよう、簡易な経営分析チェックリストを作成し経営指導員が能動的に声掛け・掘り起こしを行い経営状況分析を実施する。

- ・目的：意思決定に直結する財務指標と、SWOT分析による内部環境、外部環境、強み、弱みを把握分析し、事業優位性の高い分野への戦略立案により稼ぐ力を引き出す。
- ・経営分析の啓蒙・掘り起こし方法：①チラシ作成、会報・ホームページによる周知、②簡易な経営分析チェックリストを活用し掘り起こしを行う。
- ・対象事業所：①補助金申請・マル経融資斡旋事業者、②3. 会員事業所経営状況調査対象事業所、③3. 中小企業景況調査対象事業所、④商工会クラウドMA-1利用事業所
- ・分析項目：①財務分析（収益性・成長性・安定性・生産性）②非財務分析（市場動向・競合・強み・弱み）
- ・分析手法：ローカルベンチマーク（経済産業省）、経営デザインシート（内閣府）、財務診断サービス（日本政策金融公庫）等、対象事業所の現況に沿ったツールを選定し経営指導員が分析する。必要に応じて専門家と連携し分析を行う。
- ・チェックリスト項目：現状認識の動機付けとして回答を得やすいチェックリストを設計する。  
収益性：手元にお金は残っているか。売れ筋商品は利益に貢献しているか。  
資金面：急な出費に対する備えはあるか。  
定性面：目標を設定し従業員と共有できているか。自社の良い点を把握しているか。 等

## (4) 分析結果の活用

分析結果は対象事業所にフィードバックし事業計画策定に落とし込む。分析手法は経営支援会議で共有するとともに、経営指導員のスキル向上を図るとともに経験により分析手法や戦略に差異がでないようOJTによる知識とスキルの平準化を図る。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

これまで事業計画策定支援は各種補助金・助成金申請支援、創業に伴う融資相談時の創業計画策定支援、事業承継計画策定支援時を中心に実施してきた。これら以外では経営状況の分析支援対象事業所が殆どいなかったため、次のステップとして事業計画策定に取り組む事業者もいなかったのが現状である。

#### 【課題】

マル経融資斡旋事業所等、金融支援対象者を事業計画策定支援対象者に想定していたものの、金融支援対象者は財務分析が中心となり、非財務分析から事業計画策定に結びつかなかった。要因は興味・関心の低さや能動的な声掛けの不足等があげられる。経営状況の分析の必要性とともに事業計画策定の必要性を認識いただくとともに、経営状況の分析対象事業所や「経

営課題を解決したい」、「現状の経営からの脱却を図りたい」、「新事業展開を考えている」等の潜在的ニーズを抱えている事業者に対して積極的に掘り起こしを行い事業計画策定につなげる必要がある。

## (2) 支援に対する考え方

経営環境は目まぐるしく変化しており、過去の経営を続ける従来型の経営では今後は立ち行かなくなる可能性がある。個社の現状と特性に沿った事業計画策定支援と実行支援により持続的な経営を目指し支援していく必要があるため、従来から支援機会としている補助金・助成金申請支援事業所、創業及び事業承継支援時に加え、事業計画策定の必要性・有効性を啓蒙し積極的に対象事業者の掘り起こしを行う必要がある。支援対象事業所の選定は全ての小規模事業者が事業計画策定支援を必要としている状況にはなく、マンパワーに限りもあることから、対象事業者のモチベーション、実施体制、経営リテラシー等の内部環境を踏まえて選定し、経済動向調査や需要動向調査、経営状況の分析を踏まえ、将来的に事業者自らが自走可能となることを念頭に事業計画策定支援を実施する。また、小規模事業者等の競争力の維持・強化に向け、業務効率化や生産性向上を図るため宮城県が実施するデジタル化支援事業や連携する支援機関が主催するDXセミナー等の活用及び受講勧奨を行う。地域の現状を踏まえ次の事業者等に重点を置き支援する。

①経営発達支援事業3.～5.支援対象事業者、②補助金・助成金活用を目指す事業者、③創業希望者、④事業承継個別相談会参加者

## (3) 目標

| 実施内容                   | 現行  | R8 年度 | R9 年度 | R10 年度 | R11 年度 | R12 年度 |
|------------------------|-----|-------|-------|--------|--------|--------|
| ①デジタル化支援事業・DXセミナー等参加勧奨 | —   | 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     |
| 事業計画策定件数               | 17件 | 24件   | 24件   | 24件    | 24件    | 24件    |
| ③創業チャレンジセミナー           | 1回  | 1回    | 1回    | 1回     | 1回     | 1回     |
| 創業個別相談会                | 1回  | 1回    | 1回    | 1回     | 1回     | 1回     |
| 創業計画策定件数               | 2件  | 3件    | 3件    | 3件     | 3件     | 3件     |
| ④事業承継個別相談会             | 2回  | 3回    | 3回    | 3回     | 3回     | 3回     |
| 事業承継計画策定件数             | 3件  | 3件    | 3件    | 3件     | 3件     | 3件     |

## (4) 事業内容

### ①デジタル化支援事業・DXセミナー等への参加勧奨

業種を問わず、管内小規模事業者の共通課題にデジタル化・DX対応への遅れがあげられる。今後、経営力の向上と稼ぐ力を高め事業を持続的に発展させていくためにはデジタル技術の活用が必要となるため、宮城県が実施するデジタル化支援事業や連携する支援機関が主催するDXセミナー等の活用及び受講勧奨を行う。デジタル化支援事業活用者やセミナー受講者の課題への対応状況、要望により当会のSNSを活用した販路開拓支援事業への誘導や専門家派遣制度の活用等により業務効率化、生産性向上に向けた取り組みを支援する。

- ・支援対象：経営発達支援事業3.～5.支援対象事業者
- ・勧奨方法：チラシ作成配付、ホームページ掲載、巡回・窓口相談時の勧奨
- ・実施回数：年2回
- ・活用、参加者：1事業あたり1社、1セミナー2名

## ②事業計画策定個別相談会

補助金・助成金の活用を目指す事業者や創業チャレンジセミナー受講者を対象に経営課題等の整理、販路開拓や生産性向上の具体的な取り組み手法等を助言し事業計画策定につなげることを目的に個別相談会を開催する。相談会開催後は補助金・助成金活用や創業に向けた取り組みを支援し、その過程で経営指導員が事業者との対話と傾聴を重ね経営者の気づきを促し、より効果的な事業計画策定を支援する。

- ・支援対象：①経営発達支援事業3.～5. 支援対象事業者、②補助金・助成金活用希望者、③創業希望者
- ・募集方法：チラシ作成配付、ホームページ、巡回・窓口相談時の勧奨
- ・講師：中小企業診断士
- ・実施回数：年2回
- ・参加者：4名

## ③創業チャレンジセミナー・個別相談会

創業予定者及び創業後2年未満の事業者等を対象に経営に必要な基礎知識や事業計画の立て方等を学んでいただくことで、ビジョンやコンセプトを明確にし、スタートアップを後押しするため登米市、登米市内商工会が連携し創業チャレンジセミナー・個別相談会を開催する。セミナー後は経営指導員が創業計画書の策定支援や開業に伴う諸手続きの支援を行う。

- ・支援対象：①創業予定者、②創業後2年未満の事業者
- ・募集方法：チラシ市内毎戸行政配付、登米市・商工会ホームページ等
- ・講師：中小企業診断士
- ・実施回数：1回（3日間）
- ・カリキュラム：創業の心構え・売れるための仕組みづくり・利益計画の立て方・事業計画書について
- ・個別相談会：セミナー最終日に希望者を対象に個別相談会を実施
- ・参加者：20名

## ④事業承継個別相談会

令和6年度に実施した「登米市事業承継アンケート調査」では回答のあった当会会員事業所259社の内、約37%となる96社が「事業の廃業を考えている」と回答しており、今後更に地域経済の縮小や雇用に大きな影響を及ぼすものと危惧される。また、後継者は存在しているものの、具体的な準備を行っていない事業者も多いため、事業承継個別相談会の開催により早期の準備や事業承継に対する不安や悩みを解消する場とし、相談者を対象に事業承継計画策定支援につなげスムーズな承継を支援する。

- ・支援対象：①経営発達支援事業3.～5. 支援対象事業者、②事業承継個別相談会参加者
- ・募集方法：チラシ作成配付、ホームページ、巡回・窓口相談時の勧奨
- ・講師：宮城県事業承継引継ぎ・支援センター
- ・実施回数：年3回
- ・参加者：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】

事業計画策定支援を実施した事業者を対象に、経営指導員が巡回や窓口相談を通じフォローアップを実施している。その過程等において把握した財務情報は経営支援システムに入力し、職員間で共有している。

### 【課題】

補助金申請支援に伴うフォローアップは補助事業期間中及び実績報告に伴う期間に集中する傾向にあり、補助事業の効果の検証、改善に関するフォローアップが不十分であった。補助事業の活用を図っても経営環境の変化等により目標に至らず、売上や利益率の定量数値が改善、向上していない事業者も多い。これらの事業者は目標と達成度合いの進捗管理を行っていない傾向にあることから、その管理と新たな課題設定を支援する必要がある。

### (2) 支援に対する考え方

将来的に支援対象事業者が自走化することを念頭に、事業計画策定事業者に対しフォローアップを実施する。設定した目標と達成度合いの進捗状況を把握し、新たな課題設定を行い、実行支援、評価、改善のPDCAサイクルを実行する。フォローアップの際には持続的発展や意欲ある事業者への成長を促すため、経営者の意識改革や気づきを促すとともに、経営に必要となる知識（経営戦略・経営管理・会計・労務管理・デジタル等）の習得状況を把握し、段階別に知識を高めていくよう学習提案と実装支援を行う。

### (3) 目標

| 実施内容                     | 現行   | R8 年度 | R9 年度 | R10 年度 | R11 年度 | R12 年度 |
|--------------------------|------|-------|-------|--------|--------|--------|
| ①事業計画策定後のフォローアップ対象事業者数   | 23社  | 24社   | 24社   | 24社    | 24社    | 24社    |
| 頻度（延回数）                  | 113回 | 96回   | 96回   | 96回    | 96回    | 96回    |
| 売上増加事業者数                 | 13社  | 12社   | 12社   | 12社    | 12社    | 12社    |
| 営業利益率1%以上増加の事業者数         | 6社   | 6社    | 6社    | 6社     | 6社     | 6社     |
| ②創業計画策定後のフォローアップ対象事業者数   | 2社   | 3社    | 3社    | 3社     | 3社     | 3社     |
| 頻度（延回数）                  | 6回   | 12回   | 12回   | 12回    | 12回    | 12回    |
| ③事業承継計画策定後のフォローアップ対象事業者数 | 4社   | 3社    | 3社    | 3社     | 3社     | 3社     |
| 頻度（延回数）                  | 30回  | 12回   | 12回   | 12回    | 12回    | 12回    |

### (4) 事業内容

事業計画を策定した小規模事業者等を対象に、経営指導員が年4回、巡回訪問等を通じ策定した事業計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。創業計画策定事業者については創業初期の頻度が高くなることが想定され、個社の経営状況や課題に応じて、フォローアップの頻度を見直していく。事業承継計画策定事業者については長期的なフォローになるものと想定され、現行のフォローアップ頻度は事業計画策定に至らなかった事業者のフォローアップを含んでいることから、実態に即したフォローアップ頻度を目標に設定する。また、事業計画の進捗状況や課題の状況、経営知識の学習状況、支援対象事業所の要望に応じて臨機応変に対応する。

なお、事業計画や目標達成度合いにギャップがある際は、必要に応じて、第三者の視点を投入するため宮城県商工会連合会サポーターや各種専門家派遣制度を活用し、事業計画の見直し、今後の対応策の検討等を行う。

## 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】

食料品製造業者の販路開拓のため展示会、商談会の情報提供を行ってきたものの興味、関心を示す事業者が少なく、事業規模や社内体制から出展可能な事業者は限定的であった。また、一部、自社ECサイトで販路開拓を行っている事業者がいるものの、IT知識の不足や人材不足によりデジタル化・DX対応による販路開拓に取り組む事業者も限定的であった。このためIT知識が不足する事業者であっても取り組みやすいSNSを活用した販路開拓支援事業を実施してきた。

#### 【課題】

商談会出展支援は商談会後の成約状況、販売金額の把握は行ってきたものの、その後のフォローアップが不十分であったため、商談会の成果、課題等を事後の販売戦略に組み込む支援ができていなかった。業種を問わずデジタル化、DX対応が遅れている状況にあるため、SNSを活用した販路開拓支援事業を継続することで、デジタル化・DX推進の入口として活用し、実装支援を行う必要がある。

### (2) 支援に対する方針

令和8年3月の登米市第二次商工観光振興計画の商工観光の振興施策、基本方針3において「地域資源を活かした起業・創業の支援」を表明している。地域資源の有効活用は小規模事業者等の需要開拓に有効なものであるため食料品製造業者、食料品製造小売業者を支援対象に商談会及び販売会の情報提供及び出展支援を行う。また、業種を問わずデジタル化・DX推進による需要開拓を目指すためSNSを活用した販路開拓支援事業を実施するとともにECサイトの活用を促す。

### (3) 目標

| 実施内容              | 現行 | R8年度 | R9年度 | R10年度 | R11年度 | R12年度 |
|-------------------|----|------|------|-------|-------|-------|
| ①商談会・販売会出展支援事業者数  | —  | 2社   | 2社   | 2社    | 2社    | 2社    |
| 売上/社              | —  | 10万円 | 10万円 | 10万円  | 10万円  | 10万円  |
| ②SNSを活用した販路開拓支援事業 | 9社 | 10社  | 10社  | 10社   | 10社   | 10社   |
| ③ECサイト活用支援        | —  | 1社   | 1社   | 1社    | 1社    | 1社    |

### (4) 事業内容

目的：米粉や登米産牛、青果や野菜等の地域資源を活用した商品を扱う食料品製造業者、食料品製造小売業者の販路拡大を支援する。また、デジタル化・DX推進による販路拡大を図り、持続的な需要開拓と競争力強化を図る。

#### ①商談会・販売会出展支援

- ・課題：大型商談会や展示会の出展支援は支援対象が限定的であり、職員のマンパワー、ノウハウ不足により期待する成果を得られない状況にあるため、宮城県商工会連合会が主催する「県内バイヤーとの個別商談会」や関係機関を経由し得られる販売会の出展支援を行う。

#### ※「県内バイヤーとの個別商談会」

商談会参加経験がない事業者であっても専門家のコーディネーターと経営指導員が伴走

支援を行うことで販路開拓を目指せる事業であり、参加バイヤーもその趣旨に賛同する道の駅や食品流通会社等である。当会が支援対象事業者と考える小規模事業者等も成果が見込まれるため選定した。

- ・事前準備：商談会 → ターゲット市場分析、FCPシート作成  
販売会 → 販促ツール作成、アンケート設計
- ・出展中：商談会 → 商談サポート、陳列、接客  
販売会 → 陳列、接客、アンケート収集
- ・事後フォロー：商談会 → 商談記録管理、販売戦略  
販売会 → アンケート集計、販売戦略

#### ② SNSを活用した販路開拓支援事業

- ・目的：個社の強み、特性を広く情報発信することで販路開拓に寄与する。
- ・課題：業種を問わずデジタル化・DX推進に遅れがみられるため、IT知識が不足する事業者であっても取り組みやすいSNSを活用した販路開拓支援事業を実施する。
- ・募集方法：チラシ作成配付・ホームページ・公式LINE、巡回・窓口相談時の勧奨
- ・講師：IT関連有資格者
- ・実施回数：年1回（実施期間を設定）
- ・参加人数：10社

#### ③ ECサイトカラーミーショップ活用支援

- ・目的：新たな販売チャンネルを設けることで売上拡大とともにコスト削減等による経営力向上に寄与する。
- ・課題：業種を問わずデジタル化・DX推進に遅れがみられるため、全国商工会連合会と(株)GMOペパボが連携するECサイトカラーミーショップの活用を推進する。
- ・募集方法：チラシ作成配付・ホームページ・公式LINE、巡回・窓口相談時の勧奨
- ・開設前支援：サイト特徴説明、開設支援、ターゲット市場分析、商品選定、価格戦略
- ・開設中支援：SEO対策、販売戦略

## 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】

経営発達支援事業の実施内容、成果、課題は年1回、外部有識者及び登米市担当課を交えた事業評価委員会で報告し、出席委員の評価、改善提案等を受け、三役会、理事会へ報告しホームページで公表している。

##### 【課題】

事業評価委員会は年1回の開催であるため進捗状況を管理する体制が未整備である。

#### (2) 事業内容

##### ① 定量的把握

各項目の目標に対する進捗状況は、経営支援システムに入力するとともに、年2回経営支援会議で共有する。また、調査事業の結果についても経営指導員で共有する。

##### ② 評価手法

外部有識者、登米市担当課、法定経営指導員を含めた事業評価委員会を設置する。事業の進捗管理は事務局長、経営指導員で開催する経営支援会議で報告する。

③評価・見直しの頻度

事業評価委員会で年1回の評価を行い、改善提案等を基に事業の見直しを行う。

④結果の公表方法

評価結果はホームページで公表し、地域の小規模事業者等が閲覧可能な状態を確保する。

## 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】

経営指導員、事務職員は資質向上のため宮城県商工会連合会が主催する小規模企業支援能力向上研修への参加、全国統一Web研修の受講、中小企業基盤整備機構が主催する研修への派遣等により必要となる知識の習得に努めている。また、連携する支援機関が主催するセミナーや各種会議への参加により知識の習得及びノウハウの共有を図っている。

#### 【課題】

各種研修等への参加により、経営環境の変化への対応や進化するデジタル化に関する、知識、支援スキルは向上している。しかし、経営指導員が実際に行った支援手法やノウハウは個人に帰属している傾向にあるため支援ノウハウを全職員で共有する仕組みづくりが課題である。

### (2) 事業内容

経営指導員、事務職員の支援能力を高め、ノウハウ共有とOJTを通じて組織力を強化する。将来的に小規模事業者等が経営の自走化を図れるよう伴走支援することを念頭に経営リテラシーの向上に寄与し、需要を見据えた経営力の向上、販路拡大により持続的な経営を支援していく。

#### ①外部研修の計画的活用

- ・小規模企業支援能力向上研修：宮城県商工会連合会が主催する研修会へ参加する。
- ・中小企業支援担当者等研修：中小機構が主催する研修会へ派遣する。

#### ②外部セミナー・各種会議への参加

- ・DX、デジタル化セミナーへの参加：宮城県商工会連合会が主催するセミナーへの参加
- ・エリア別事業承継ネットワーク連絡会議：宮城県事業承継・引継ぎ支援センターが主催する会議への参加

#### ③OJT制度の導入

- ・経営指導員と事務職員がチームを組み、巡回指導・窓口相談で実践型OJTを実施する。

#### ④ノウハウの共有

- ・経営支援会議において成功事例・失敗事例を共有し成功要因、改善策を共有する。
- ・伴走型経営支援研究会において市場分析、SWOT分析、経営戦略立案を共有する。

#### ⑤データベース化

- ・経営支援システムplusに財務情報、支援案件、フォローアップ実施状況を随時入力し、経営指導員、事務職員問わず全ての支援内容等を共有し、支援ノウハウを蓄積する。

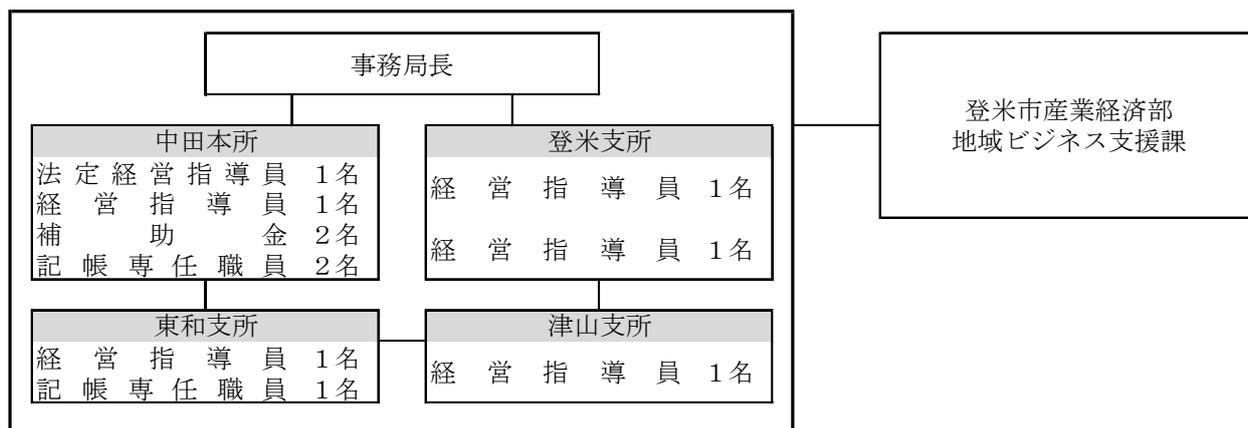
(別表2)

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7年12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実施に係る体制/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)



①宮城県及び登米市との連携体制

- ・当会、登米市経済産業部ビジネス支援課が連携し、地域の実情を踏まえた重要課題を共有するとともに、登米市担当課を委員に含める事業評価委員会で本支援計画での支援方針を決定する。

②みやぎ北上商工会の経営発達支援事業実施に係る体制

- ・中田本所、登米支所、東和支所、津山支所の4地区を法定経営指導員1名と経営指導員5名、事務職員5名の体制で窓口指導及び巡回指導を行う。

③定量的に実施状況を把握し評価を行う体制

- ・法定経営指導員1名、経営指導員5名の体制で、実施状況を定量的に把握し効果測定を行う。

④経営指導員等の資質向上に係る体制

- ・外部研修や外部セミナーを受講し小規模企業支援能力、創業、事業承継、DXやデジタル化、経営状況分析、経営戦略等の知識習得を図り、小規模事業者等の内発動機づけを行うための事例共有等を行う。

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

①法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：森 淳

■連絡先：みやぎ北上商工会 TEL 0220-34-3255

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を行う。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

① 商工会

〒987-0602

宮城県登米市中田町上沼字西桜場 18 番地

みやぎ北上商工会 経営支援課

TEL 0220-34-3255 FAX 0220-34-3261

E-mail miyagikitakami\_scis@office.miyagi-fsci.or.jp

② 関係市町村

〒987-0602

宮城県登米市中田町上沼字西桜場 18 番地

登米市 産業経済部 地域ビジネス支援課

TEL 0220-34-2706 FAX 0220-34-2802

E-mail chiikibusiness@city.tome.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8年度 | 令和9年度 | 令和10年度 | 令和11年度 | 令和12年度 |
|---------------------------|-------|-------|--------|--------|--------|
| 必要な資金の額                   | 1,200 | 1,200 | 1,200  | 1,200  | 1,200  |
| 3. 地域の経済<br>動向調査          | 100   | 100   | 100    | 100    | 100    |
| 4. 需要動向調<br>査             | 200   | 200   | 200    | 200    | 200    |
| 5. 経営状況の<br>分析            | 100   | 100   | 100    | 100    | 100    |
| 6. 事業計画の<br>策定支援          | 200   | 200   | 200    | 200    | 200    |
| 7. 事業計画策<br>定支援後の実<br>施支援 | 100   | 100   | 100    | 100    | 100    |
| 8. 新たな需要<br>の開拓支援         | 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                       |
|----------------------------|
| ・会費収入<br>・手数料収入<br>・伴走型補助金 |

(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

(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<br>並びに法人にあつては、その代表者の氏名 |
| 連携者なし  |
| 連携して実施する事業の内容                                  |
|  |
| 連携して事業を実施する者の役割                                |
|  |
| 連携体制図等   |
|  |