

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	柴田町商工会（法人番号 6370105000126） 柴田町（地方公共団体コード 043231）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	①市場ニーズを捉えた事業計画の策定とフォローアップの推進 ②観光資源を活用した顧客の取り組みと特産品の開発 ③新規創業と事業承継支援による地域活性化の促進 ④職員の資質向上による DX の推進とチーム支援の強化
事業内容	<p>1. 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>2. 需要動向調査に関すること 柴田町観光動向調査と商品開発アンケート調査により顧客ニーズを把握し、個々の事業者の売上等につながる需要動向調査を行う。</p> <p>3. 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>4. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定セミナー及び創業セミナーの開催をし、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。SWOT 分析や 3C 分析などを活用し、事業計画の策定を支援し、売上・利益の増加につなげる。</p> <p>5. 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>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること IT を活用した販路開拓支援(BtoC 支援)を行い、商品の認知度向上を図る。</p>
連絡先	柴田町商工会 〒989-1601 宮城県 柴田郡柴田町船岡中央 2 丁目 1-3

TEL:0224-54-2207 FAX:0224-55-5039

e-mail:shibata_sci@office.miyagi-fsci.or.jp

柴田町 商工観光課

〒989-1601 宮城県 柴田郡柴田町船岡中央 2丁目 3-45

TEL:0224-55-2123 FAX:0224-55-4172

e-mail:promote@town.shibata.miyagi.jp

(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

I. 地域の現状及び課題

(1) 現状

① 柴田町の概況

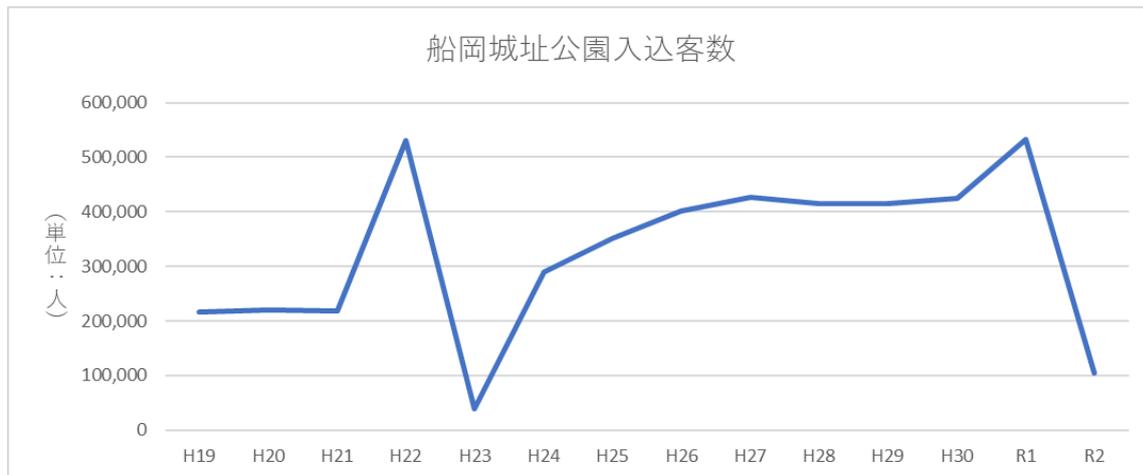
柴田町は、県域を県都仙台市で二分した県南のほぼ中央に位置し、政令指定都市仙台市から南へ 25km、仙台空港や東北自動車道・東北横断自動車道村田 IC から 10 数 km の距離にあり、福島県と隣接する白石市との中間に位置している。町の総面積は 54.03 km²で北西部は 200 m 前後の高館丘陵の南端にあたり、町の東南端を阿武隈川、中央部を白石川が流れ町を二分している。気候は内陸部に位置しているため、海洋性の気温が大きく影響し、温暖で厳寒期でも月平均気温は氷点下にならず、また年間平均気温でも 21℃程度となり東北地方にありながら雪もほとんど降らず、四季を通じて過ごしやすい地域となっている。仙台市の中心部から車で約 50 分であることと、JR 東北本線も開通していることから通勤・通学や買い物の利便性が高く、仙台圏のベッドタウンとして位置づけられていた。

沿革は、藩政時代、伊達騒動で知られる原田甲斐と名門柴田家の城下町として栄えた“船岡”と、仙台藩直轄の穀倉地帯として、また奥州街道の 64 番目の宿場町として栄えた“槻木”の 2 つの町がさまざまな変遷を繰り返したのち、昭和 31 年に合併して誕生した町である。

柴田町は内陸部に位置しているが、比較的海洋性の影響を受け温暖で、県内でも雪の少ない地域である。しかし気候条件が農産物の生育に関係してか、農産品出荷額は近隣市町村の半数にも満たさず、目立った農産物は少ないが自生の柚子を観光資源として長く PR してきた。

近年は地域産業の新たな振興策として観光振興への取り組みをすすめ、「花のまち柴田」を冠としたインバウンド観光を主体として、1 年を通して四季折々の花を楽しめる船岡城址公園の整備等もすすめている。春の桜まつりには、25 万人を超える人々が訪れる観光の町となっている。





出典：柴田町商工観光課

②柴田町の観光資源

全国的に有名な「一目千本桜」をはじめ、船岡城址公園を中心に年間を通してイベントを開催している。



しばた桜まつり
4月上旬～4月中旬

平成2年に（公財）日本さくらの会より「さくら名所百選」の地に認定された、船岡城址公園と白石川堤を主な会場として開催している。

船岡城址公園には約1,300本のソメイヨシノが咲き誇り、満開時には全山が桜色に包まれる。また、片道305mのスロープカーで桜のトンネルを抜けると、船岡平和観音像の立つ山頂からは桜と白石川、雪を頂く蔵王連峰が一度に見渡せる。他にも、「縦ノ木は残った展望デッキ」や「しばた千桜橋」から望む風景もまた絶景。

白石川堤に咲く桜並木は「一目千本桜」と言われ、残雪を頂く蔵王連峰と桜並木、そして白石川とのコントラストは美しい春の風物詩になっている。

<p>しばた紫陽花まつり 6月中旬～7月中旬</p>	<p>平成 26 年度から初夏のイベントとして、例年 6 月中旬から 7 月中旬の期間で「しばた紫陽花まつり」が開催される。 4,200 株もの色鮮やかな紫陽花が初夏の船岡城址公園をカラフルに彩り、赤、青、白など様々な色の紫陽花が訪れる人の目を楽しませる。また、手水鉢に紫陽花を浮かべた「花手水」は手軽に綺麗な写真を撮れるため、新たな写真スポットになっている。</p>
<p>しばた曼珠沙華まつり 9月中旬～10月上旬</p>	<p>平成 25 年度から秋のイベントとして、例年 9 月中旬から 10 月上旬の期間で、「しばた曼珠沙華まつり」が開催される。 平成 25 年に始まった当イベントも今年で第 10 回を迎え、現在では 45 万本にまで増えた曼珠沙華が船岡城址公園を真紅に染め上げる。富士山をかたどった曼珠沙華の群生地「赤富士」や東北では珍しい白い曼珠沙華などが見どころ。</p>
<p>ShibataFantasy Illumination 12月上旬～12月下旬</p>	<p>「冬の光の花」をテーマに、例年 12 月上旬から下旬の期間で「Shibata Fantasy Illumination」が船岡城址公園で開催される。 「花のまち柴田」の 1 年を締めくくるイベント。船岡城址公園全体が光の花で彩られ、幻想的な世界に誘う。イルミネーションで装飾されたスロープカーに乗り、「音と光の演出」を楽しみながら山頂に向かうと、展望デッキからは美しい町並みの夜景を一望できる。併せて、JR 船岡駅から駅前商店街にかけてイルミネーションを取り付け、商店街の賑わいと活性化も目指す。</p>

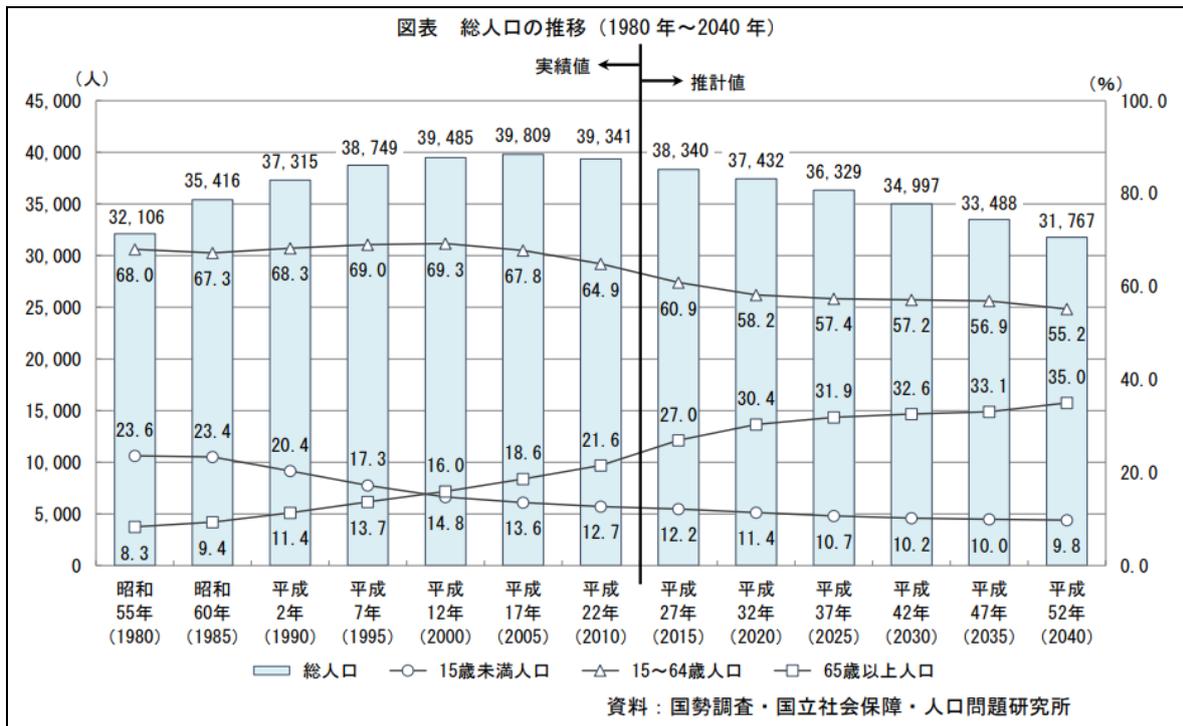
③人口推移

柴田町が平成 27 年 9 月に作成した「柴田町人口ビジョン」を基に現状と将来推計を整理する。町の総人口については、国勢調査の結果によると、平成 17 年（2005 年）の 39,809 人をピークに減少し、令和 2 年（2020 年）の総人口は 38,271 人となっている。

平成 25 年（2013 年）3 月に国立社会保障・人口問題研究所がまとめた推計では、令和 22 年（2040 年）時点で、総人口は 31,767 人が見込まれていたが、令和 2 年（2020 年）の国勢調査結果と推計を比較すると、推計値は 37,432 人となっていたため、減少傾向が鈍化していることがうかがえる。

今後の人口推移の予測値は全国的な人口減少の影響を受け、町ももれなく減少に転じ、2040 年には令和 2 年（2020 年）と比較すると約 7,000 人の減少が見込まれる。

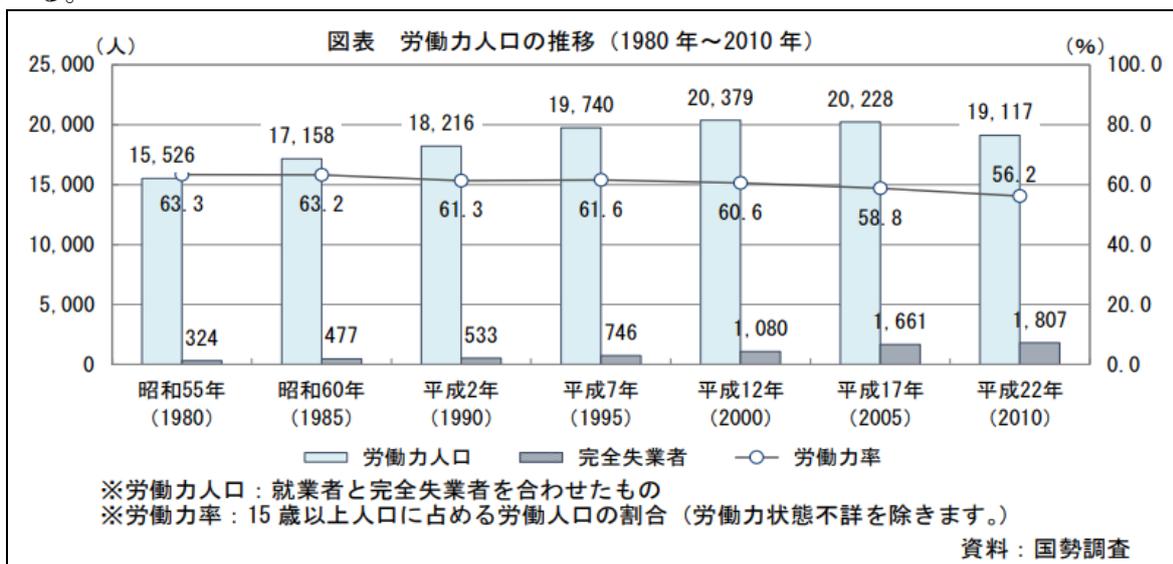
年齢別人口をみると、柴田町の高齢化率は 25.8%と県南地区では低いものの、老年人口の増加は他の市町と比べ高齢化率が急速に進んでいる状況が見られる。

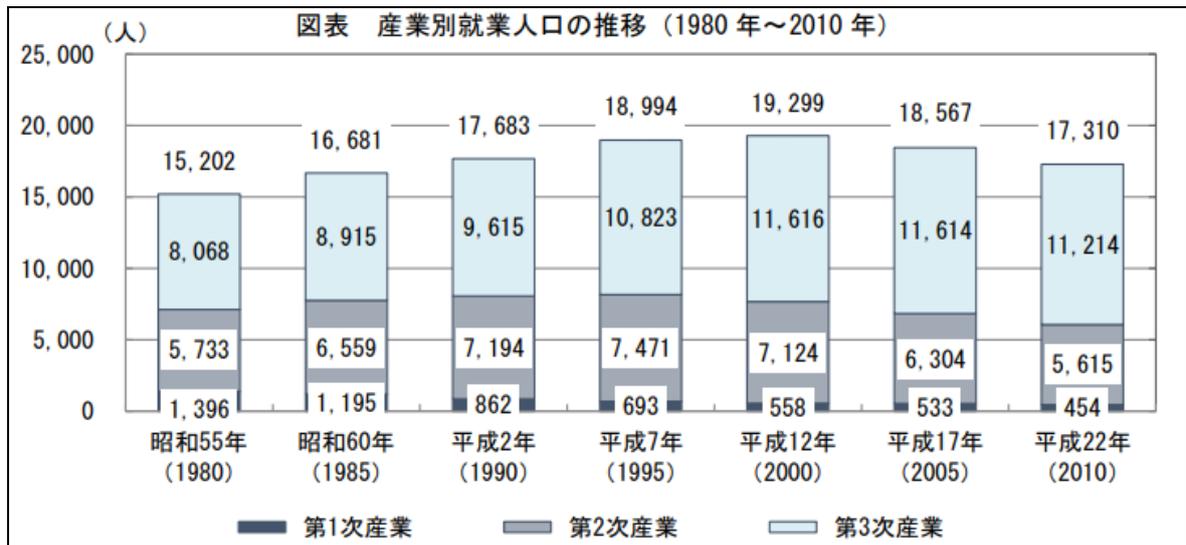


出典：柴田町人口ビジョン (H27.9月作成)

次に、就業人口については、次のことが言える。

まず、労働力人口（就業者と完全失業者を合わせたもの）については、昭和55年（1980年）以降増加していたが、平成12年（2000年）をピークに減少し、平成22年（2010年）では19,117人だったが、令和2年（2020年）の国勢調査の結果では、19,427人と若干持ち直している。また、就業者数は、労働力人口と同様に平成12年（2000年）をピークに減少してきていたが、令和2年（2020年）の国勢調査の結果では、18,282人（平成22年は17,310人）と増加に転じている。

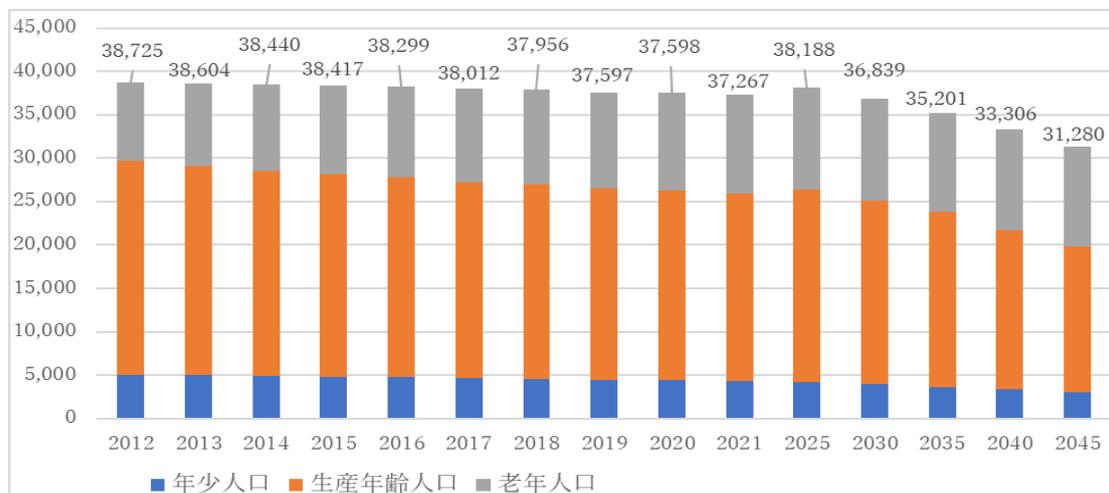




出典：柴田町人口ビジョン (H27.9月作成)

生産年齢人口の減少は地域経済の縮小や労働力人口の減少、地域の活力や集落機能の低下をもたらすばかりではなく、社会基盤整備や社会保障費等による行政財政の悪化など様々な影響が懸念される。柴田町では都市計画マスタープランにおいて施策の整合性を踏まえ、2040年において人口34,000人を目指した都市計画構造を計画している。その中において都市機能の拠点整備とした地域生活拠点、工業拠点、観光拠点、行政・商業拠点などの位置づけを明確にし、今後まちづくりにおいては「コンパクト・プラス・ネットワーク」の実現に向けた都市づくりを目指し、施策における目標数値を掲げているところである。

年	年少人口	生産年齢人口	老年人口	合計
2012	5,019	24,645	9,061	38,725
2013	4,979	24,120	9,505	38,604
2014	4,886	23,634	9,920	38,440
2015	4,820	23,344	10,253	38,417
2016	4,759	23,014	10,526	38,299
2017	4,635	22,600	10,777	38,012
2018	4,565	22,431	10,960	37,956
2019	4,403	22,059	11,135	37,597
2020	4,369	21,903	11,326	37,598
2021	4,276	21,605	11,386	37,267
2025	4,219	22,164	11,805	38,188
2030	3,946	21,197	11,696	36,839
2035	3,629	20,126	11,446	35,201
2040	3,331	18,417	11,558	33,306
2045	3,022	16,753	11,505	31,280



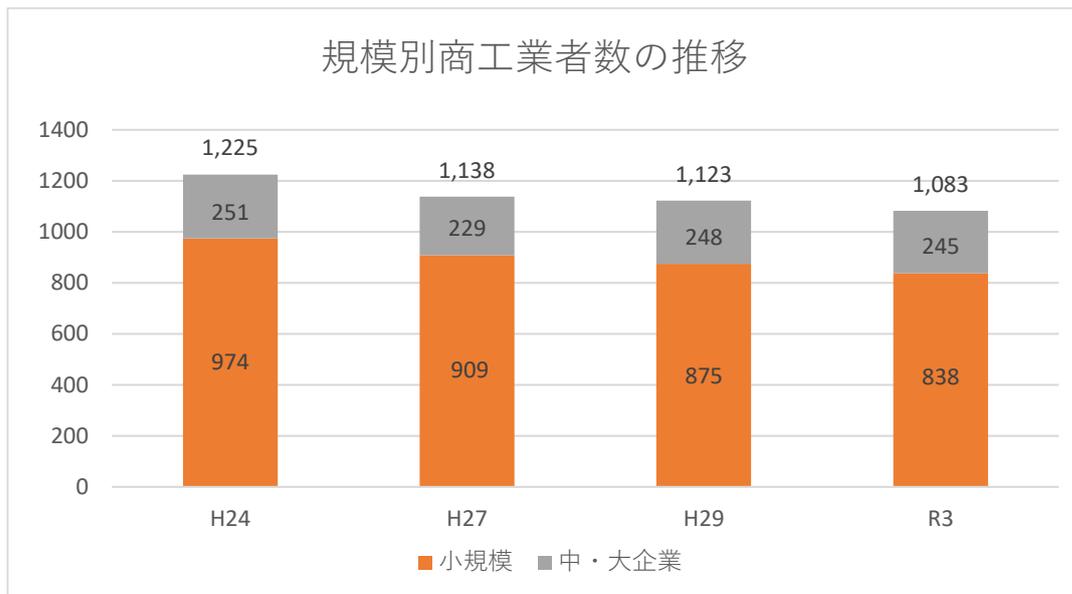
④柴田町の産業

商工業者数の推移として平成24年(2012年)からの10年間に於いて商工業者数は142名減少している。産業別の割合を見ると令和3年度は建設業が15%、製造業が8%、卸売業が5%、小売業が24%、宿泊・飲食業が12%、その他サービス33%となっており産業別の割合については10年間ほぼ一定の割合である。業種に問わず全体として事業所数が減少しており規模の縮小が見られる。事業所の規模で比較すると減少した142名のうち小規模事業者が136名、それ以外の企業で6名の減少となっており、小規模事業者の減少が顕著である。

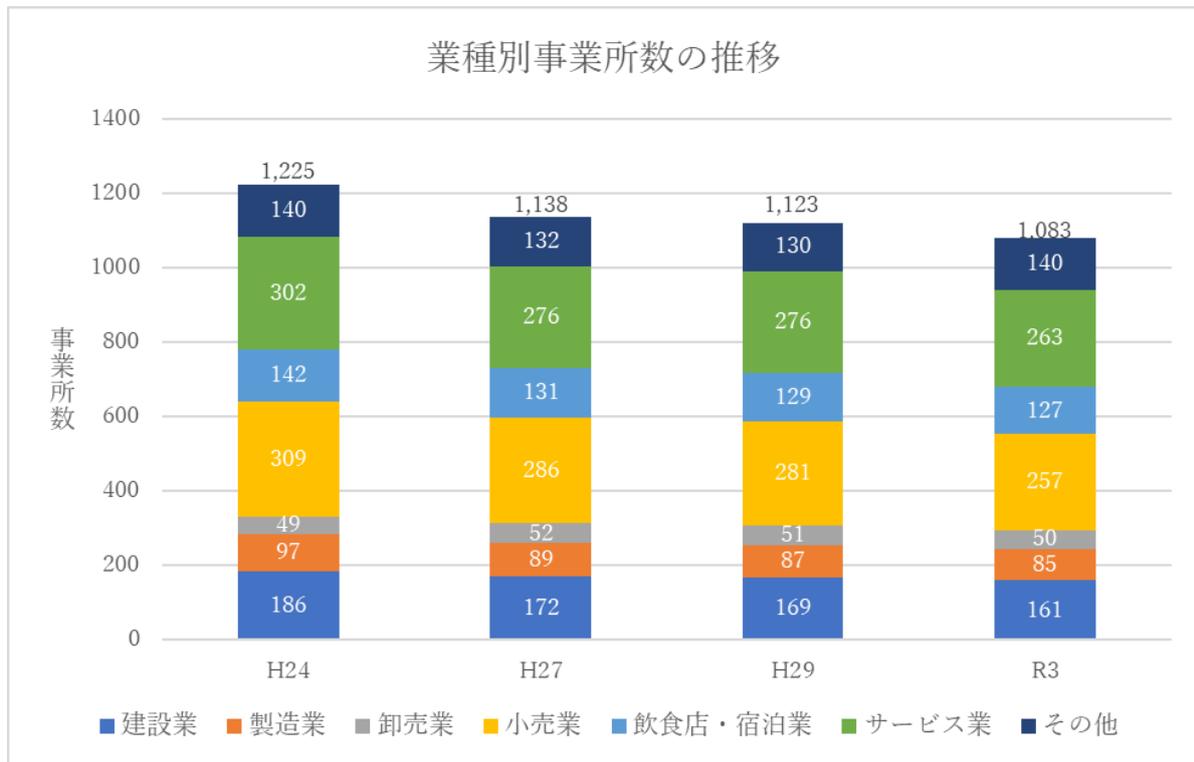
柴田町を牽引してきた工業は1992年をピークに事業所の休廃業などが進み企業数の減少は見られるものの製品出荷額は維持している。

商業は経営者の高齢化による廃業が続き任意団体である商店会も8団体から5団体に減少。消費動向調査によると買い回り品の流出割合が近隣市町村に比べ多かったが、ドラッグストアが4店舗進出した事により流出を取り戻している状況にある。特に減少が見られる衣料品販売は全国の統計同様本町においても減少し、中型規模以上の店舗へ集約されている。

1次産業である農業者も減少が顕著であり農林業センサスによると平成12年からの20年間で758名いた農業者が6割減の296名にまで減少し出荷額は5年間で2億円減の10億円にまで減少。経営体あたりの農業算出額も県平均の50%弱と農産物の特色が薄い状況。



業種別事業所数の推移



(2) 柴田町の商工業の課題

柴田町は長く仙台圏のベッドタウンとして住民が増えたものの、高齢化により働く世代の人口減少が顕著であり、生産人口は2012年から2021年の10年間で約2,000名減少している。そのため中小企業をはじめとした雇用が難しくなっている。約2,400名の学生を抱える大学(仙台大学)があるものの、柴田町への就職率は高いものではなく、全体的にどの業種でも人手不足が生じている。

①商業

町内商店会については8つの任意団体があったが、10年で3つの商店会が解散となった。経営者の高齢化及びそれに伴う後継者不足により、個人商店の廃業にも歯止めがかからず、更なる減少が予測される状況である。また、小売店の減少に伴い町内に大手ドラッグストアが4店進出し、それによって小規模事業者の脅威となっている。今後どのようにして地元の商店に消費者を繋ぎ止めるかが課題となってくる。

②工業

柴田町は工業の町として長く認知されるも、近年は新型コロナウイルス感染症の影響や円安の影響による一部大企業の動向により、下請け企業も大きく左右されてきた。これは少ない取引先からの発注への依存度が高いことが要因としてあり、そのような下請体質からの脱却を目指すために、今後は元請の獲得に向けて積極的な取組が必要である。それに加え、従業員の高齢化による人材不足や人口減少などの雇用問題に対応していく必要もある。

③観光業

柴田町の「花のまち柴田」のブランド化による観光戦略から、年々観光入込客数は増加している。そのため、柴田町が観光拠点とする船岡城址公園への入込客数が増加している一方、地元商店へ観光

客を誘導できていない。また、特にインバウンドを中心に行うも対応しきれていないところが多々あり、観光客に向けたビジネス展開が行われていない。観光拠点は少しずつ整備されるも、目立った産物もなく特産品と呼ばれるものは非常に乏しいことから、地元商店としては観光資源をビジネスチャンスと捉え、新商品の開発等活用していく事業展開が課題である。

柴田町では住民の利便性を向上すべくコンパクトシティ構想があり町の利便性の向上を目的とした商業施設等の集約化が求められており住民ニーズへの対応が必要不可欠である。一方、新規参入である創業比率については全国平均の 5.04% に比べ本町は 4.31% と低く県内においても 21 番の順位と非常に低い事から創業の促進を課題と捉える。

町は商工業に関する課題を下記のとおり記載しており柴田町の創業計画との整合性をはかり事業に取り組む必要がある。

(3) 柴田町が考える産業の課題

町は、商工業振興のため、商工会をはじめとする関係機関との連携強化に努める。全体的に、商工業振興のための取組は、弱い町である。創業段階・事業継続段階・誘致・事業継承段階、それぞれの段階に応じた、取り組みの深化が必要。例えば、事業継続のための資金調達がしやすくなること、柴田町を選んで創業したくなる補助金等の仕組み、販路開拓への支援、全面的に企業誘致は行わないが、進出を計画する企業が必要な情報を提供できるデータベースの整備など。

創業段階では、創業支援計画をもとに、起業を志す者の掘り起しを行う。起業しやすい環境を整えられていないので、費用面、支援面での施策の充実を図る。

事業継続段階では、人口減少による労働力人口が減少していくことを視野に入れ、全体的な市場が縮小していく中で小規模事業者等の町内で事業を営み続けられるよう、事業者が必要としている支援策を講じていく。また、特産品開発等を行ってきたが、行政が関わる取組は単発となる可能性が高く、これまでの取り組みも例にもれず継続性がなかった。生産者や事業者の状況を理解し、採算の取れる商品となるような後押しが弱かった。

町の特色としては、観光をメインとした交流人口の増加を図ってきたところではあるが、それが地域内の経済循環につなげられていない。新型コロナの影響により、当分の間はインバウンド需要の回復は見込めない中、国内需要を掘り起こし、いかにして外貨を獲得するか、商工会をはじめ、町内事業者とともに考えていかなければならない。観光で柴田町を訪れた旅行者を、交流人口に留めず、関係人口となるよう、旅マエ・ナカ・アトの仕掛け、フォローアップを行う。

各個店の経済活動まで行政では踏み込めないところではあるが、個人の活動や商工会に任せていた部分を見直し、行政の役割を明らかにする。関係者の間で、目指す姿を共有しきれていない。

II. 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

(1) 10 年程度の期間を見据えて

柴田町の産業は小規模事業者が 8 割を占めるものの、大型店やチェーン店の進出及び事業主の高齢化による廃業等により、小規模事業者を中心に企業数が減少。前述の人口推移でもわかるとおり、柴田町の人口は緩やかながら減少していくため、今まで同様の顧客ターゲットへのビジネスを行っても売上は徐々に減少していくことが考えられ、新たなビジネス展開や顧客ターゲットの見直しが必要となってくる。柴田町には目立った特産品はないが、近年の市場動向はコンセプトを売りにモノ売りからコト売りに変化しており、観光資源を核とした新たなビジネスの可能性を秘めている。そのためには、小規模事業者が地域の特性を捉え自らが経営計画を策定し、実施していくことが重要である。加えて、新型コロナウイルスの影響の長期化の可能性を踏まえ、経営環境の変化に対する迅速な対応が求められている。

また、工業も柴田町の産業を支える柱となっているが、新型コロナウイルス感染症による物流難や円安による影響を非常に大きく受けており、小規模事業者の技術力の応用や販売ルートの確

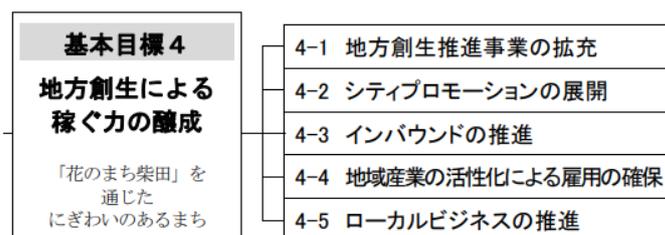
保についても事業者自身が策定する経営計画に基づく改善の必要がある。生産人口の減少は工業による労働者の確保難にもつながる事から人材確保についても支援を行う必要がある。

上記の小規模事業者のあるべき姿を実現するため、本会において小規模事業者の本質的な経営課題を明確にし、解決に至るまでの支援を継続し、複雑化・専門化した経営課題については各支援機関と連携しながら高度な支援を行う。また、従来行う税務・労務・金融等の基本的な支援に留まらず、対話と傾聴を重ね事業者が自律的に経営管理を実施できるような伴走支援を実施していく。

(2) 柴田町総合計画との連動性・整合性

柴田町第6次総合計画においては地方創生による稼ぐ力の醸成として「花のまち柴田」を通じたにぎわいのあるまちづくりを提唱し、特産品の販路拡大やシティプロモーションの展開を掲げている。そういった新たな需要、マーケティング志向による販売戦略は本会が目指す中長期的なビジョンと合致している。コンパクトシティを提唱する住みよいまちづくりは若年人口の定住を進め、それにより生産人口の増加が目論まれ、工業の雇用の維持へと連動性をもたす事ができる。

上記の点から、柴田町が重点を置く、船岡城址公園を観光拠点としたインバウンド観光による交流機会の広がりをビジネスチャンスへとつなぐものとしており、柴田町との発展計画との連動性・整合性は高いものと言える。



出典：第6次柴田町総合計画（基本構想・前期基本計画）

(3) 商工会としての役割

商工会は巡回訪問や窓口相談において小規模事業者との接点が多く、身近な相談役としての役割を担い、巡回訪問や窓口相談によって常に事業所に寄り添い経営環境の変化に対しても迅速に対応してきた。地域の総合経済として国・県・町の行政と、小規模事業者が多数占める地域企業との繋ぎ役である。行政が実施する各種支援策を普及させるとともに、支援ニーズを捉えて課題解決を図り、行政の施策に反映させる役割を担っている。本町においては「花のまち柴田」を掲げ観光振興を軸としたにぎわいのあるまちづくりとして交流機会の増加を行うもビジネスチャンスと捉える事業所は少なく商機捉えたビジネスの可能性を事業所に認識させる必要がある。

そのような状況の中、地域の小規模事業者の取り巻く環境変化・経済状況を正確に把握し、本質的課題を捉えるとともに新たなビジネスチャンスへの導きや需要動向について地域の実情や市場動向を捉えた経営計画の策定や、事業者自身による経営課題や自律した経営を行う為の支援を行うことが重要となり、経営指導員を中心に中小企業診断士等の専門家や関係支援機関等の連携をもち、ワンストップで事業所を支援する事が商工会として重要な役割となる。

Ⅲ. 経営発達支援事業の目標

【目標1】市場ニーズを捉えた事業計画の策定とフォローアップの推進

行政が実施する観光戦略や市場ニーズに即した事業展開を支援すべく経営計画の策定支援に取り組みにより儲かる企業を輩出、継続したフォローにより自律した経営を支援し事業所の自走

化を目指し地域経済の維持・拡大をめざす。

【目標 2】 観光資源を活用した顧客の取り組みと特産品の開発

観光資源を活用したサービスや商品を増やし、柴田町に訪れる観光客により満足度の高い観光体験を提供することで、更なる観光客の増加につなげ、ひいては地域全体の活性化へとつなげる。

【目標 3】 新規創業と事業承継支援による地域活性化の促進

新規創業者の支援や事業承継支援により、新しく元気な事業所を増やすことで活気ある町づくりにつなげる。事業承継については後継者への円滑な譲渡や第三者承継・M&A などにより廃業に歯止めをかけ地域産業の維持を目指す。

【目標 4】 職員の資質向上による DX の推進とチーム支援の強化

職員が、DX に関する基礎知識や IT 化ツールの導入、WEB サイト構築の知識を習得し、さらにチーム支援を通して職員個々の総合的な支援能力を高めることで、事業所の DX 意識の醸成・推進及びワンストップ経営支援事業の支援速度・提供力を向上させ、高度な経営支援等様々な要望に応じていく。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

I. 経営発達支援事業の実施期間（令和 5 年 4 月 1 日～令和 10 年 3 月 31 日）

II. 目標の達成に向けた方針

【目標 1】 市場ニーズを捉えた事業計画の策定とフォローアップの推進

小規模事業者の抱える経営課題の解決と経営の持続的発展に必要な事業計画を策定するため、経営分析や市場調査、セミナーなどの実施を通じ個者の抱える課題を抽出し、事業計画の策定支援から実行、フォローアップ支援を行う。経営計画において市場ニーズを明確に捉えたターゲット設定を行う為、地域経済分析システム等のビッグデータの情報を活用し、小規模事業者が自律的に経営管理を実施できるような情報提供を行う。

【目標 2】 観光資源を活用した顧客の取り組みと特産品の開発

「花のまち柴田」のブランド化による、観光戦略に取り組む柴田町への観光客の流入を好機と捉え、柴田町に訪れる観光客 1 人 1 人の消費を拡大させ、地域全体の経済を循環させる仕組みを構築することで、地域経済の活性化に結びつけることができる。観光客の消費を拡大させるために今後新たなビジネス展開として、観光客が飲食をするような飲食店や、思わず手に取りたくなる特産品づくり、観光に付随した体験を商品とする事業の創出等が考えられる。そこで、観光客をターゲットとした事業への積極的な創業支援や、現在ある飲食店や小売店等で観光資源を活用した事業計画への見直し・精査をすすめ、観光客に喜ばれるサービスや商品の提供の推進を行う。

【目標 3】 新規創業と事業承継支援による地域活性化の促進

経営環境の変化による創業機運の高まりを活かし、激変する市場環境に対応すべく創業セミ

ナー開催事業を行う。このセミナーの中では、創業計画の策定と計画の着実な実施に向けた金融斡旋や各種助成金の情報収集・提供、フォローアップ支援による伴走支援に取り組む。

事業承継においては、廃業による事業者の減少は地域衰退に直結する一方、小規模事業者にとって後継者の確保は困難を極めており、早期の現状把握及び事業承継の早期着手に導くことが重要である。宮城県事業承継・引継ぎ支援センターとの連携を図りながら、事業承継計画の策定に繋げ、スムーズな事業承継を支援する。

【目標4】職員の資質向上によるDXの推進とチーム支援の強化

喫緊の課題である地域の事業者のDXの推進については、職員がDXに関する基礎知識を習得し、IT化ツールの導入やWEBサイト構築の知識を得ることで、事業所への意識の醸成、推進につなげる為、セミナー等を通じ職員のDXに関するスキルの獲得を行う。

また、個者の支援に活用する職員個々の知識や指導経験にもバラツキが見られることから、ワンストップ経営支援事業としての総合的な支援能力を高めるために、経営課題の解決チームを複数の職員で形成し、本質的な経営課題を抽出するためのヒアリング能力等を学ぶ環境をつくりながら、情報及び支援内容の共有を図る。複雑な経営課題については関係機関と連携の上、小規模事業者にとって最善の解決策を打ち出せるよう支援体制を強化する。

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

I. 現状と課題

現在の経済動向の把握は、みやぎ経済月報、東北管内経済動向、景況レポート等の外部の情報収集資料からの必要情報の抽出・整理・分析や経営指導員による巡回訪問・窓口相談時におけるヒアリングにおいて地域の経済動向を把握している。宮城県商工会連合会や全国商工会連合会で実施している小規模企業景気動向調査などによっても把握しているが、国が提供するビッグデータ等は活用していない。また、調査対象については巡回訪問によるヒアリングにより調査対象業種に偏りが生じている。

各調査結果については、小規模事業者へ提供している他、行政等との共有を行っている。

II. 目標

	公表方法	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

III. 事業内容

(1) 国が提供するビッグデータ「RESAS」を活用した分析調査

新型コロナウイルス感染症の対応により、限られたマンパワーの中で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、本会ホームページに公表する。

分析項目	分析内容
柴田町の人口動態	(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共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共に、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、地域内小規模事業者の調査対象者を28社選定し、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。国、県、近々機関等が公表している経済動向調査データと併せ分析を行い、柴田町内における経済動向として本会ホームページにて年1回公表する。

【地域内小規模事業者】

項目	内容
調査対象	町内小規模事業者28社(製造業7・建設業7・小売業7・サービス業7)
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季の見通し、経営上の問題点と解決のための取組内容
調査手法	調査票を郵送し、返信用封筒で回収する。 経営指導員等が回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う。
調査回数	年4回

【国、県、金融機関等が公表する経済動向調査データ】

項目	内容
調査対象	東北経済産業局内の経済動向、みやぎ経済月報、七十七調査月報等
調査項目	個人消費、設備投資、雇用情勢、消費物価、住宅着工、今後の見通し
調査手法	東北経済産業局内の経済動向、みやぎ経済月報、七十七調査月報等のデータを基に調査する
調査回数	年4回

IV. 調査結果の活用

上記調査で収集した情報は、専門家と連携して業種別・地域別・内容別に整理・分析し、本会ホームページに掲載し、広く地域小規模事業者等に周知すると共に、会員事業所へ巡回訪問及び個別相談の際に提供し、小規模事業者に対する経営計画作成等の基礎資料として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

I. 現状と課題

第1期に計画した取り組みとしては、地域内外における対象消費者を拡大し、調査回答数を拡大し市場の動向や消費者の動向を把握し、商談会に参加しているバイヤーや専門家からの聞き取り調査を目的とした調査であったが、商談会への参加希望がなかった事に加え調査回答数の拡大にこだわりターゲット設定も不明瞭な状態であった。

本計画では商談会を通してのバイヤーに対する調査は実施せず、新型コロナウイルス感染症の終息を見据えて、コロナ以前は期間中25万人が来場した「しばた桜まつり」会場内にて来場者への柴田町の観光動向調査と称し、特産品や飲食に係る聞き取り調査を行う事で、商品開発におけるコンセプト設計や個々の事業者の商品開発やブランディング、売上の向上につながるような需要動向調査を実施する。

また観光戦略に取り組む柴田町が実施する、船岡城址公園を核としたイベントにおいては、メイン会場に併設された物産交流館への多数の集客が見込まれる事から、物産交流館の来訪者を対象にアンケート調査を実施する。

II. 目標

項目	現状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①柴田町観光動向調査回数	-	1回	1回	1回	1回	1回
②商品開発アンケート調査	-	2者	2者	2者	2者	2者

III. 事業内容

(1) 柴田町の観光動向調査

期間中25万人が来場する「しばた桜まつり」の会場内にて、来場者の訪問のきっかけや、居住地、来場手段、宿泊場所、柴田町内での飲食の有無、お土産品の購入、柴田町以外に行く観光場所や施設などを調査し、柴田町への来場者の消費動向や需要を調査し、商品開発におけるコンセプト設計や個々の事業者の商品開発やブランディング、売上の向上につながるようデータ提供する。

項目	内容
調査方法	毎年4月に開催される「しばた桜まつり」に来場する観光客を対象に、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。
調査対象者	しばた桜まつりに来場する観光客
調査項目	①来場者層(年代別、性別等) ②居住地 ③訪問のきっかけ ④来場手段 ⑤宿泊場所 ⑥飲食の有無 ⑦土産品の購買(商品、金額) ⑧観光調査
実施時期	毎年度4月
調査件数	200件
分析方法	調査結果は専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が調査項目を整理分析する。
分析結果の活用方法	経営指導員等が外部専門家と連携し、調査結果を分析し、柴田町の知名度向上につながる方策を見出し、個々の事業者の売上等の向上につながるようにする。

(2) 柴田町が主催するイベント時における商品開発アンケート調査

主に地域外の消費者への販路開拓を希望する事業者や、物産交流館において商品を取り扱う事業者を対象に、商品の評価や価格、容量などの改善点や要望等についてアンケート調査を行う。商工会職員等にて集計を行い、分析結果を専門家等と連携して商品やパッケージの改良・改善につながる情報として提供する。

項目	内容
支援対象者	主に地域外への販路開拓を希望する小規模事業者
調査方法	柴田町が主催するイベント時に柴田町物産交流館において、対象事業者の商品展示や試食を通じてアンケート用紙を活用し、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。
調査対象者	柴田町観光物産交流館に來場する観光客
調査項目	①顧客属性（性別、年代、居住地等） ②商品評価（味覚、容量、価格帯、パッケージ） ③その他（商品の満足度、改善・要望、サービス提供）
実施時期	年に1回
調査件数	（毎年2事業者）1者あたり100件
分析方法	調査結果は専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が調査項目を整理分析する。
分析結果の活用方法	経営指導員等が外部専門家と連携し、調査結果を分析し、商品のブラッシュアップにつながる方策を見出し、個々の事業者の売上等の向上につながるようにする。

5. 経営状況の分析に関すること

I. 現状と課題

現状では巡回訪問や窓口相談による金融指導や各種助成金、補助金の採択の為の経営状況の分析となり相談事案がある都度の対応となり分析数は伸びるものの本質的な利用がされていない。経営分析の必要性や重要性を訴えるも積極的な対応が得られない状況であり、結果、業務改善や経営課題の解決に結びついていない。分析方法についても財務分析、SWOT分析、3C分析により実施しローカルベンチマークを推奨する計画であったが、経営指導員個々の分析手法の違いもあり、統一的な分析に至っていない点が課題となっている。

II. 目標

事業者の経営環境が変化する中、事業計画の策定支援を実施する上で経営状況の把握と問題、本質的な課題の抽出が経営分析には必要不可欠であり、引き続き経営分析の重要性を訴え、経営機関連支援システム「BIZミル」を活用し、経営状況に応じた分析を実施することで、実効性のある事業計画策定に繋げる。

目標項目	現状	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
① 経営分析事業者数	53件	45件	45件	45件	45件	45件

Ⅲ. 事業内容

(1) 巡回訪問等による経営分析の必要性や重要性の周知、啓蒙活動

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

(2) 経営支援基幹システム BIZ ミルを活用した経営分析

経営分析については、経営支援機関システム「BIZ ミル」を活用し、さらには分析したデータを経済産業省の「ローカルベンチマーク」と連動させ総合的な分析を実施することにより、問題、課題の洗い出しを行い、事業者へフィードバックし事業計画の策定支援に繋げる。

項目	内容
分析項目	<p>【経営支援基幹システム・BIZ ミル分析項目】 ①決算データ ②SWOT分析 ③売上・利益推移 ④経営分析結果 ⑤将来ビジョン ⑥今後の展開に向けてやるべきこと</p> <p>【ローカルベンチマークデータ移行分析項目】 ●財務情報（6つの指標による分析） ①売上増加率 ②営業利益率 ③労働生産性 ④EBITDA有利子負債倍率 ⑤営業運転資本回転期間 ⑥自己資本比率 ●非財務情報（4つの視点による把握） ①経営者への着目 ②事業への着目 ③関係者への着目 ④内部管理体制への着目</p>
分析対象	<p>チラシ・本会ホームページにより公募し、経営基幹システム「BIZ ミル」を活用した経営分析を行った事業者を対象とし、経営改善、販路開拓、事業承継、生産性向上等に意欲的な事業者から経営指導員1人あたり15件選定する。</p>
分析手法	<p>(株)エイチ・エーエルが提供する経営基幹支援システム「BIZ ミル」に上記分析項目を経営指導員が入力し、専門家と連携し詳細分析を行い検証した上で、分析結果を対象事業所へフィードバックする。</p>

Ⅳ. 分析結果の活用

経営状況の分析結果を対象事業者に対してフィードバックし、経営課題を明確化させ、経営実態を足もとから見つめ直し効果的な経営戦略の構築等に活用する。また分析結果を業種ごとに整理し、経営指導員等が情報の共有を図り、計画の実行性の検証を行い、事業計画策定の基礎資料として活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

I. 現状と課題

(1) 事業計画策定支援について

第1期の取り組みとして毎年、事業計画策定セミナー及び個別相談を通して事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしの上、策定支援を行ってきた。しかし、経営状況分析と同様にその大半は補助金申請や融資の実行を目的とした簡易的な事業計画に留まり、問題解決のための戦略的な事業計画には至っていないケースが散見され、事業所においても事業計画策定の必要性の認識も低い状況にある。本計画では経営指導員による巡回・窓口相談等を通じて事業計画を策定すべき小規模事業者の掘り起こしを広く行い、事業所への意識改革を強く促す。それとともに、補助金等の申請を目的に事業計画を策定する事業者に対しても、それをきっかけとして、事業計画に基づく経営の必要性をセミナー及び個別相談を通して働きかけ、経営力強化につながる事業計画策定を支援する。

(2) 創業支援について

第1期計画への取り組みとして、創業セミナーをきっかけとして毎年8件の創業計画の策定支援を計画するも、実創業者は毎年3件程度に留まっていた。創業機運醸成を生業とする民間事業者が設立された事から、官民連携による創業者の育成を、創業セミナーの開催による起業家の発掘とともに行う必要がある。新聞折り込みチラシや行政が発行する広報などの媒体を使い、広く創業者の発掘を行い継続した支援を行う。

(3) 事業承継支援について

当該地区において10年間で200者近い事業所が減少しており、大半が事業者の高齢化による事業継続が困難や後継者の不在など廃業による事業所の減少であった。事業承継については承継まで時間を要する事から早期に事業承継も検討した事業計画の策定支援が必要であり、事業承継に向けた早期着手の必要性を訴えかけ計画の早期着手を支援する。

II. 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても実質的な行動や意識変化にはつながらず、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムの工夫や事業計画策定による成功体験の積み上げなどを重ね、必要性を認識させる。経営分析事業所数の3割を事業計画策定につなげ、持続化補助金等補助金の申請を契機とした経営計画の策定を目指す事業所の中から、実現性の高い事業所の計画策定を促す。

事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。そして事業計画策定に向け能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

また、創業予定者に対しては、柴田町と連携し、産業競争力強化法における「創業支援等事業計画」に基づき、創業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とともに官民連携による創業支援にも取り組む。

さらには、事業承継について後継者への円滑な譲渡や第三者承継・M&Aなどにより廃業に歯止めをかけ地域産業の維持を目指すため事業承継引継ぎ支援センター等との連携により計画の策定支援に取り組む。

Ⅲ. 目標

目標項目	単位	現状	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
① DXセミナーの開催	回	—	1	1	1	1	1
② 事業計画策定セミナーの開催	回	2	2	2	2	2	2
事業計画策定件数	件	25	30	30	30	30	30
③ 創業セミナーの開催	回	1	1	1	1	1	1
創業計画策定件数	件	1	3	3	3	4	4
④ 事業承継診断	者	30	30	30	30	30	30
事業承継計画策定件数	件	1	3	3	3	3	3

Ⅳ. 事業内容

(1) DX推進セミナーの開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

項目	内容
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）
開催回数	年1回
内容	セミナーのテーマ <ul style="list-style-type: none"> ・DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例について ・クラウド型顧客管理ツールについて ・SNSを活用した情報発信方法について ・ECサイトの利用方法について
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
参加予定数	10名

(2) 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共に、専門家等を活用した個別相談会（年6回）を開催し、経営指導員が小規模事業者と一体となって事業計画の策定支援を行う。

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

①事業計画策定セミナーの開催

項目	内容
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）
開催回数	年 2 回
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">・ 事業テーマ、事業構想を明確にする。・ 方法、手段を決める（具体的取り組み内容を決める）・ スケジュールを決める（具体的な行動予定を明らかにする）・ 予算を決める（目標予算、経費予算を計画する）・ 収支計画書、資金計画書を作成する。・ 自社の事業計画書を作成する。
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
参加予定数	1回あたり 10 名（計 20 名）

②事業計画策定セミナーに参加した事業者を対象とした「個別相談会」の開催

【募集方法】事業計画策定セミナー参加者へ直接案内

【回数】年 6 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 2 名（計 12 名）

③事業計画の策定

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

【手段・手法】経営分析を行った事業者及び事業計画策定セミナー受講者に対し、経営指導員が担当制で張り付き、事業計画策定セミナー担当講師による個別相談会を開催すると共に、宮城県商工会連合会が示している事業計画書を活用して、宮城県商工会連合会サポーターリーダー及び宮城県よろず支援拠点等の外部専門家も交えて事業計画の策定につなげていく。

（3）創業・第二創業の支援

柴田町が策定した産業競争力強化法における「創業支援等事業計画」に基づき、創業・第二創業予定者に対する創業セミナーを開催すると共に、宮城県商工会連合会サポーターリーダー及び宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携しながら、個別指導によるビジネスプラン(創業計画書)の策定を支援する。

①創業希望者等に対する「創業セミナー」の開催

項目	内 容
支援対象者	主に創業及び第二創業希望者（管内小規模事業者含む）
開催回数	年 1 回
内 容	「経営」「財務」「人材育成」「販路開拓」の 4 分野を 1 日 2 時間 30 分の講義で 5 日間に分けて開催。 【経営】 ・ 起業成功のポイント ・ 創業の心構え ・ キャリアの棚卸 【財務】 ・ 財務の基礎 ・ 財務 3 表を理解する ・ 資金調達の方法 【人材育成】 ・ 人を育てるポイント ・ 人材育成の仕組みづくり 【販路開拓】 ・ マーケティングの基本
募集方法	柴田町広報誌への折込及び新聞折込、本会ホームページによる広報
参加予定数	10 名

（４）事業承継支援

宮城県事業承継・引継ぎ支援センターとの連携により事業承継が必要な事業所の発掘の為の事業承継診断を行い、事業承継として後継者や従業員への引継ぎだけではなく、第三者承継やM&Aなどの手法についても広く周知。事業承継計画が必要な事業者へは 5 年先の中期的な計画を見据えた事業承継計画の策定支援を専門家などと策定し支援を行う。

①事業承継診断・事業承継計画の策定

項目	内 容
支援対象者	主に 50 代以上の事業主
診断事業所数	30 者
内 容	調査項目 「後継者の有無」「後継者への事業承継の意志確認」「親族内や従業員等への後継者候補の有無」「事業売却や譲渡などにより引継ぎ先の有無」「相談する専門家の有無」「事業承継制度に認知度」等 上記、内容をヒアリング等により調査を行い、宮城県事業承継・引継ぎ支援センターへの相談案件と誘導を行い、経営指導員と専門家が連携し事業承継計画の策定支援を行う。 ヒアリングにおいて、従来の後継者への親族内承継の他、第三者承継や事業譲渡を行うM&Aなどの手法や事業再編・事業統合への支援や引継ぎ補助金の活用などを支援する。
計画策定数	3 者

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

I. 現状と課題

第1期において、経営策定後の巡回訪問や窓口相談において事業の進捗確認を行うものの策定後の支援について明確なルールがなく、担当者任せとなっていた。そのため計画的な行動には至らず売上増加や利益の増加といった結果にまで着眼したフォローアップを実施してこなかった。

II. 支援に対する考え方

経営者自身が計画を実行すべく自走化を意識し、経営者自身が課題解決につながる行動を助長するための対話を通じ経営者自らが当事者意識をもって事業に取り組むための計画の進捗フォローアップを通じ経営者の内発的動機付けを行い、全財力の発揮に繋げる。

原則、事業計画を策定したすべての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況や事業者の経営課題等により、巡回訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度自走化が進み順調と判断し訪問回数を減らしても差し支えない事業者を見極めた上でフォローアップを行う。

III. 目標

	単位	現状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
フォローアップ対象事業者数	者	14	30	30	30	30	30
頻度（延回数）	回	53	120	120	120	120	120
売上増加事業者数	者	10	15	15	15	15	15
利益率3%以上増加の事業者数	者	3	5	5	5	5	5

IV. 事業内容

(1) 事業計画のフォローアップ

目的	計画を伴走型支援し、自走化をはかり計画どおりの成果を上げる。
支援対象	事業計画の策定を支援したすべての事業者
支援内容 支援の手段・方法	四半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の進捗状況が順調であると判断できる事業者に対しては、訪問回数を減らす。一方、事業計画と進捗状況がずれている場合（計画実施が何らかの理由により遅れている。停滞している等）は訪問回数を増やすだけでなく、専門家派遣などを活用しながら軌道に乗せるための支援を実施する。

(2) 創業計画のフォローアップ

目的	計画を伴走型支援し、自走化をはかり計画どおりの成果を上げる。
支援対象	創業計画の策定を支援したすべての事業者
支援内容 支援の手段・方法	四半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、ある程度計画の進捗状況が順調であると判断できる事業者に対しては、訪問回数を減らす。一方、事業計画と進捗状況がずれている場合（計画実施が何らかの理由により遅れている。停滞している等）は訪問回数を増やすだけでなく、専門家派遣などを活用しながら軌道に乗せるための支援を実施する。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

I. 現状と課題

新たな需要の開拓は、小規模事業者自身の販売促進や営業活動、商工会が開催するイベントや展示会、商工会等の開催情報の周知や参加勧奨に留まっており、積極的な需要の開拓に資する取り組みとしては不十分であった。また、オンラインでの販路開拓に関心があるものの「高齢化」「知識不足」「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取り組みが進んでおらず、商圏が限定された範囲に留まっている。

小規模事業者は、DXを活用した販路開拓に関する情報が不足しており、販路開拓の手法の理解が乏しいことから、効果的な販路開拓の手段を伝え、支援していく必要がある。

II. 支援に対する考え方

需要を見据えた特産品の開発も本計画において実施を予定する事から、地域の製品の販路拡大に向けITの活用やマスメディアを活用する。本町においてはふるさと納税を推奨し拡大を図る意向であり、特産品開発にも今後注力する事から、ふるさと納税情報サイトに対応した返礼品需要への支援を行い、SNSの活用やECサイトの利用などインターネットを活用した販路拡大支援を行う。IT活用による営業や販路開拓に関するセミナーの受講勧奨、相談対応を行い、理解度を深めたいうえで事業所の段階に合った支援を行う。

III. 目標

	現状	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①ふるさと納税運営サイト等を活用した販路開拓支援事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加額/者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②SNS活用支援件数	2者	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率 (前年度比/社)	—	105%	105%	105%	105%	105%
③ECサイト利用事業者数	—	1者	1者	2者	2者	2者
売上増加額/者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円

IV. 事業内容

(1) ふるさと納税運営サイト等を活用した販路開拓支援事業

全国的に注目を集めている「ふるさと納税寄付金制度」だが、柴田町ではふるさと納税の返戻に力を入れている。返礼品への登録事業者は未だ少ない状況であることからふるさと納税への特産品の登録や登録を目論んだ特産品の開発にかかる支援を行い、ECサイト構築への必要性を認識させ独自のECサイトへの構築を推進する後押しを行う。

(2) SNS活用による販路開拓支援の取り組み支援

地域小規模事業者に対し、「Instagram」や「LINE」等のSNSを活用した企業商品情報等の発信の有効性について、経営指導員による巡回訪問やセミナーを通じ理解を深める。導入を希望する小規

模事業者等に対しては、宮城県商工会連合会が実施している SNS の導入マニュアルの活用やセミナーや個別指導による集中した支援を実施。必要に応じた専門家派遣などにより導入を促進する。

(3) EC サイトの利用促進

全国商工会連合会が推奨するカラーミーショップへの登録等の提案を行いながら、宮城県よろず支援拠点によるミニセミナーを活用したイベント企画や広告手法についても学ぶ事により、効果的な EC サイト運営について支援を行い、商品紹介リード文や写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

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

I. 現状と課題

第1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、事業評価会議を設置し年1回会議を開催し事業に対する評価をしたが、公表が内部報告に留まり仕組みの見直しが課題である。

II. 事業内容

(1) 進捗状況の把握

事業の実施状況を定量的に把握するため、経営発達支援事業の実施状況報告に使用する BIZ ミルシステムを活用し、事業者ごとの事業計画や補助金活用等に関する支援情報などの管理・把握を行う。

(2) 事業評価会議による評価

事業評価会議を設置し、年に1回経営発達事業における進捗状況等の評価、検証を行い次年度の経営発達支援事業に対する取り組みへ反映させる。

なお、事業評価会議の構成員は本会正副会長、監事、行政の担当課長、専門知識を有する外部有識者、法定経営指導員で構成する。

(3) 評価・検証の公表

事業評価会議による評価結果は、理事会において報告し経営発達支援事業の実施方針等に反映させ、外部に HP によって公表し地域における小規模事業者へその内容を開示する。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

I. 現状と課題

第1期においては、各関係機関との情報交換や職員研修、個々による自身のスキルアップに目標をたて専門家への同行としていたが、個人の業務量や裁量に左右されていた。学んだ知識を相互に共有するまでには至らず事業所支援のスキル向上のための OJT 機能の強化や事業所支援における支援能力の強化が必要である。

また、DX に関する知識や課題認識についても職員間でばらつきがみられ、小規模事業者の IT リテラシー向上が図られるよう、事業所からの相談等に対応するために指導能力の習得を行う。

II. 事業内容

(1) ワンストップ経営支援事業の推進

個者の支援に活用する職員個々の知識や指導経験にもバラツキが見られることから、ワンストップ経営支援事業としての総合的な支援能力を高めるために、経営課題の解決チームを複数の職員で形成し、本質的な経営課題を抽出するためのヒアリング能力等を学ぶ環境をつくりながら、情報及び支援内容の共有を図る。ベテラン職員と若手職員がチームとし形成する事により支援ノウハウの共有や本質的な課題の抽出などの OJT 機能を強化させ、複雑な経営課題については関係機関と連携の上、小規模事業者にとって最善の解決策を打ち出せるよう支援体制を強化する。

(2) 経営支援能力向上研修

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」や宮城県よろず支援拠点が小規模事業者向けに実施するミニセミナー等へ参加し、計画的に経営指導員等を参加させる。

(3) DX 推進に向けたセミナー

喫緊の課題である地域の事業者の DX 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 スキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のような DX 推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

<DX に向けた IT・デジタル化の取組>

・事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

・事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

ホームページ等を活用した自社 PR・情報発信方法、EC サイト構築・運用、オンライン展示会、SNS を活用した広報、モバイルオーダーシステム等

・その他の取組

オンライン経営指導の方法等

(4) 情報共有

新型コロナウイルス感染症に対する支援施策が多様化する事から、各種制度の理解を深めるとともに、活用事例や支援対象事業者などの情報共有や支援手法を職員間で共有し、OJT を兼ねた定期的なミーティング（週 1 回/年間 48 回程度）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

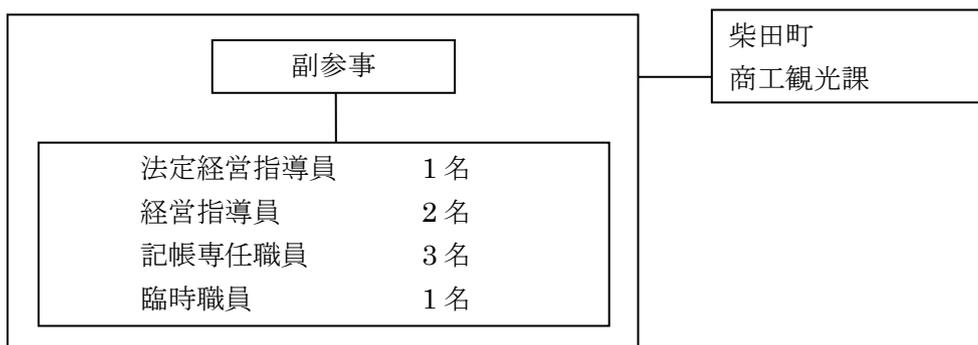
(別表2)

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5年4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)



(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 当該経営指導員の氏名、連絡先

氏名：小嶋 誠

連絡先：柴田町商工会 TEL：0224-54-2207

② 当該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・見直しをする際に必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

① 商工会

柴田町商工会

〒989-1601

宮城県柴田郡柴田町船岡中央 2-1-3

TEL：0224-54-2207 / FAX：0224-55-5039

E-mail：shibata_sci@office.miyagi-fsci.or.jp

② 関係市町村

柴田町商工観光課

〒989-1601

宮城県柴田郡柴田町船岡中央 2-3-45

TEL：0224-55-2123 / FAX：0224-55-4172

E-mail：promote@town.shibata.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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
必要な資金の額	1,270	1,270	1,270	1,270	1,270
1.地域経済動向に関すること	280	280	280	280	280
2.経営状況分析に関すること	170	170	170	170	170
3.事業計画策定支援に関すること	270	270	270	270	270
4.需要動向に関すること	450	450	450	450	450
5.新たな需要開拓に関すること	100	100	100	100	100

(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、国補助金、件補助金、町補助金、事業受託費

(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。

