

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	丸森町商工会（法人番号：1370105001079） 丸森町（地方公共団体コード：043419）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	経営発達支援計画の目標 ①小規模事業者の経営基盤の改善・経営力向上 ②創業、事業承継支援の強化による地域商工業者減少の抑制 ③小規模事業者の魅力ある商品・サービスの販路開拓を図る
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 経済動向調査内容を事業者個々の実情に合った情報として提供することで、経営状況を把握するための資料として巡回訪問により説明する。また、経営状況の分析及び事業計画策定における支援の際に活用する。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること 調査・分析結果は、経営指導員が特産品等取扱事業者や行政、観光関連関係機関と共有し、一般消費者の需要や課題に対しての支援や行政施策の立案に活かしていく。また今後の事業計画策定支援の際も活用する。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること 分析結果は当該事業者にフィードバックし、小規模事業者の経営課題を見出すことで、事業計画の策定等今後の経営の方向性の指標として活用する。</p> <p>4. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定は、小規模事業者や創業希望者の意思を取り入れ経営指導員等が事業者毎に担当し、外部専門家等の支援も活用して確実に事業計画策定につなげる。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定に取り組んだ事業者全てをフォローアップ支援対象事業者として支援する。経営指導員や専門家派遣制度を活用して伴走型支援を行う。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 事業計画を策定した事業者を中心に、新商品・メニュー・サービス等の販路開拓に資するため、ネット販売や、販売会への出店支援を行い、新たな需要開拓を効果的に支援する。</p>
連絡先	<p>丸森町商工会 経営支援班 〒981-2155 宮城県伊具郡丸森町字山崎前 18 TEL：0224-72-1230 FAX：0224-72-1937 E-mail marumori_sci@office.miyagi-fsci.or.jp</p> <p>宮城県丸森町 商工観光課商工班 〒981-2192 宮城県伊具郡丸森町字鳥屋 120 TEL:0224-87-7620 FAX：0224-72-3041 E-mail shokou@town.marumori.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

【地域の現状】

①丸森町の概要

丸森町は宮城県の南端に位置し、南部は福島県と隣接している。町の北西部を阿武隈川が貫流し、その流域と支流河川（内川・雉子尾川）の流域一帯が平坦地を形成しているものの、南東部は標高 500m、北西部は標高 300m 前後の阿武隈山地の支脈で囲まれた盆地状の町である。丸森町の総面積は 273.3 km²となっており、仙南 2 市 7 町のうち、白石市（286.5 km²）に次ぐ 2 番目の大きさとなっている。また、可住地面積としては 81.5 km²で、これは白石市（92.3 km²）、角田市（91.3 km²）に次ぐ 3 番目の大きさである。耕地面積も 22.7 km²で、角田市（41.9 km²）、白石市（28.8 km²）に次ぐ 3 番目の大きさとなっている。



町内を通る国道 113 号が近隣市町村につながる主要道路であり、角田市と福島県相馬市とに連絡している。また、国道 349 号が福島県伊達市との直接の交通路となっている。東北自動車道とは県道経由で白石インターにつながり、常磐自動車道山元インターへは角田市を經由してつながる。また阿武隈急行線経由で、東北本線にも連絡している。

国道 349 号については、令和元年（2019 年）10 月の東日本台風での甚大な被害からの復興事業の一環として、別線ルートの整備が進められており、この別線ルート整備を含む復興事業は、当初の計画から延長され、令和 8 年度に完了する見込みである。

また、丸森町の代表的な観光資源として、宮城県で唯一の舟下りである「阿武隈ライン舟下り」や江戸時代後期から昭和初期にかけて繁栄した豪商「斎理屋敷」などである。阿武隈ライン舟下りの年間利用者数は、2010 年代前半には 2 万人を超えており、多くの観光客が訪れている。コロナ禍によりピーク時より減少したものの、徐々に回復している。

農業が町の基幹産業であるが、全体として高齢化や担い手不足といった構造的な課題を抱えている一方で、農産物の直売所が集客拠点として重要な役割を果たしている。特に中心市街地にある「八雄館」や福島県からの来店も多い「いきいき交流センター大内」は町内外から多くのリピーターが訪れる。

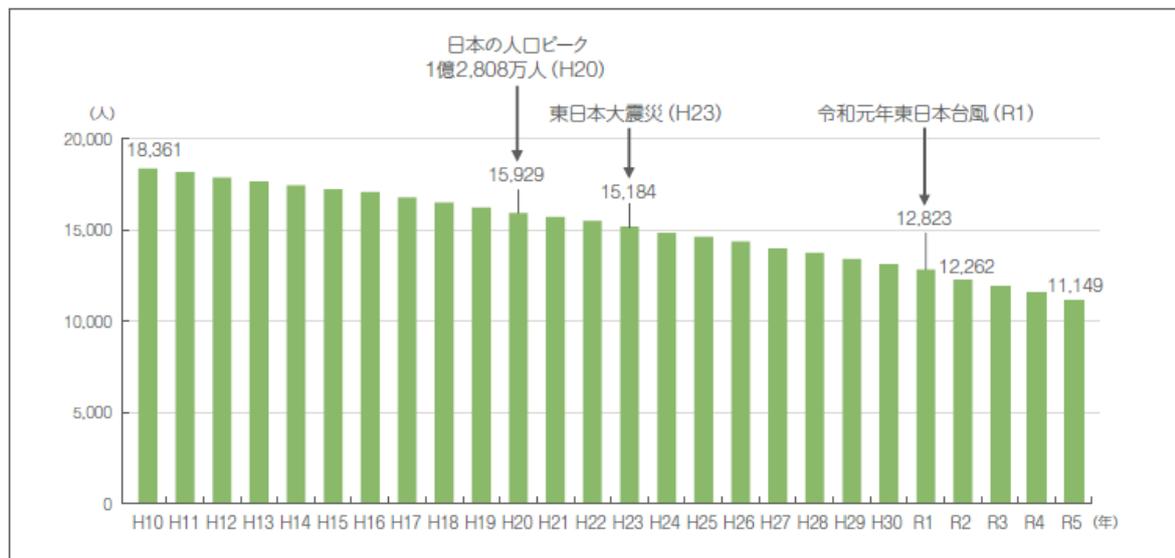
②人口の推移

平成 17 年から令和 2 年にかけて、仙南 2 市 7 町では大河原町以外総人口が減少しており、丸森町では 4,000 人ほど減少している。

丸森町の総人口は平成 17 年と比較して 7 割強程の規模まで減少しており、仙南 2 市 7 町の中では、2 番目に減少幅が大きいことがわかる。

本町の人口推移をみると、平成 10 年以降減少傾向で推移している。東日本大震災のあった平成 23 年は 15,184 人いたが、令和元年東日本台風の年は 12,823 人となり、さらに令和 2 年時点では 12,262 人となっており、平成 10 年から令和 5 年の 25 年間で平均約 290 人が毎年減少している。

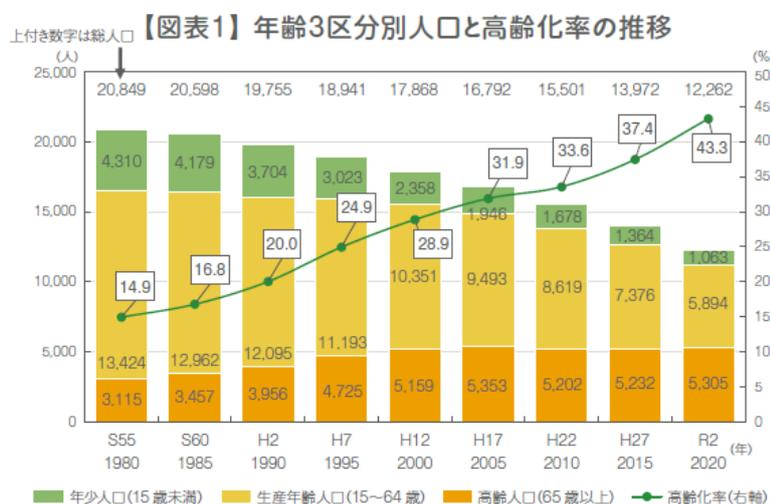
丸森町の人口の推移



出典：第六次丸森町総合計画（2025年）

国勢調査によると、本町の人口は昭和55年から令和2年まで継続して減少している。人口構成としては、年少人口と生産年齢人口が継続して減少する一方で、高齢人口は増加している。これらの結果、昭和55年時点で14.9%だった高齢化率は、令和2年の時点で43.3%にまで上昇している。（図表1）

総人口は減少し、高齢化率は上昇している。



出典：第六次丸森町総合計画（2025年）

③商工業者数

経済センサス調査によると、平成24年の地区内商工業者数は528件、令和2年には450件と15%減少、小規模事業者数も13%減少しており、特に小売業者数の減少が顕著である。

尚、会員数としては令和3年末316事業所、令和4年度末324事業所、令和5年度末324事業所、令和6年度末317事業所となっており、会員数は維持されている。

丸森町の商工業者数・小規模事業者数の推移（経済センサス、商工会実態調査より）

	平成 24 年		平成 28 年		令和 2 年	
	商工業者数	(内 小規模事業者数)	商工業者数	(内 小規模事業者数)	商工業者数	(内 小規模事業者数)
建設業	1 2 6	1 1 8	1 1 3	9 7	1 2 7	1 2 2
製造業	7 4	5 3	7 5	6 8	8 5	6 9
卸小売業	1 7 4	1 4 5	1 4 1	1 2 6	9 0	7 5
飲食業 ・ 宿泊業	4 4	4 0	4 0	4 0	3 0	3 0
サービス業	9 5	8 3	8 7	8 1	1 1 5	9 9
その他	1 5	1 4	1 3	1 2	3	2
合計	5 2 8	4 5 3	4 6 9	4 2 4	4 5 0	3 9 7
商工会員数	3 4 4		3 4 0		3 1 4	

【課題】

①既存商店街等の活気減少

丸森町は他の地方以上に、少子高齢化が進行中であり、商店街の顧客基盤が縮小している。高齢者の中には商店街へのアクセスが困難な人もいる。また車で行けるスーパーやドラッグストアが出店した影響も受けている。若年層ではインターネット通販の普及により、地元商店街を利用が減少している。

事業主の高齢化と後継者不在により、廃業も相次いでいる。空き店舗の増加は景観悪化にも繋がっており、人の流れが減少しさらに商売が厳しくなるという悪循環となっている。

丸森町には自然や歴史文化など観光資源があるが、観光客がそのまま商店街に立ち寄ることは少なく、経済効果が限定的となっている。

②中小企業での労働環境の変化や廃業等に伴う雇用機会の減少

中小企業・小規模事業者において、経営者が60～70代であり、後を継ぐ人がいないケースが多い。また若者が都市部へ出ていくことによる人材の確保困難である。要因としては、労働条件（給料・福利厚生・勤務時間など）が大きな企業・都市部に比べて見劣りすることが多いと思われ、そこに向けての支援として、「事業承継支援」、「人材育成・就労環境改善支援」等が考えられる。

③地域経済の縮小や地域事業承継の担い手不足

構造的な背景と現状として町の人口は年々減少しており、高齢者比率も上昇。生産年齢人口が縮小している。若者の町外流出は多く、地元商工業では経済活動の担い手が減り、労働力の確保が難しくなっている。その結果、地元で長年続いた商店や事業所が後継者不在により廃業している。現在営業している事業所でも、商圈・顧客が減っているため、事業の持続性が不安定である。それに伴い、技術や地域のノウハウが継承されない等、事業承継問題がある他、雇用が減ることで地域に暮らすことへの安心感も低下していく。町外の大型店やネット通販の利用拡大により、地元消費市場の縮小も大きな課題である。

④観光事業の現状と課題

丸森町の代表的な観光資源は、阿武隈ライン舟下りや斎理屋敷などであるが、阿武隈ライン舟下りの年間利用者数は、2010年代前半には2万人を超えていたが、2019年の台風19号被害、そして2020年以降のコロナ禍により急減した。2023年度は約2,966人と、ピーク時の15%程度にとどまるなど、丸森町の観光需要の回復が大きな課題となっている。今後は年間を通じた観光資源の整備

や、デジタル化とプロモーションの強化も必要となってくる。

また丸森町では、農産物の直売所が集客拠点として重要な役割を果たしている。特に現在建替え工事中である、「八雄館」や「いきいき交流センター大内」は一定以上の集客が期待出来る。合わせて、現在工事中のMIZBEステーションは今後の観光の柱になると思われ、魅力ある特産品の販路の拡大も必要である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①小規模事業者の経営基盤の改善・経営力向上

10年後における地域のあるべき姿：既存商店街の活気が減少し、若年層のインターネット通販の積極的な利用などで地元商店の利用が減っている現状を改善する為、各個店の強みを活かすことで魅力を向上させる等、持続的な経営に繋げていく経営計画の策定支援とフォローアップ支援を実施する。

理由：地元商店が減少していくことは、高齢化が進む当地域では住民の生活に大きく関わってくる。その為、中長期的な経営計画を作成することは、経営基盤安定に大きく役立つものである。

②創業、事業承継支援の強化による地域商工業者減少の抑制

10年後における地域のあるべき姿：人口の減少や高齢化の進行に伴い、経営者も60～70代が多くなっている。後継者育成や事業承継により地域商工を継承していくことと、新規創業者への支援を行うことで、地域商工業者の減少の抑制に繋げる。

理由：地域の人口減少と高齢化が進むなか、今後人口の大幅な増加や若返りは見込めない為、地域の商工者数を維持・減少数抑制には必要な支援である。

③小規模事業者の魅力ある商品・サービスの販路開拓を図る

10年後における地域のあるべき姿：丸森町の主産業は農業であり、農産物の直売所は大きな集客力がある。また豊かな自然や、阿武隈ライン舟下り、斎理屋敷等観光資源があり、今後は現在工事中のMIZBEステーションも観光の柱になると思われる。交流人口の増加が見込まれる中、魅力ある特産品の販路の拡大を図る。デジタル化に対応出来る事業所は地域外市場への商圏拡大を可能に出来るように各種研修などを実施し、新たな販路の開拓に向けた取り組みを支援する。

理由：交流人口の増加を見込み、丸森町の特産品やストーリー性も含めた魅力的な商品やサービスを検討していくことで、販路の拡大に繋げていく。インターネット販売も意識し開発し、町内外へ発信、販路の拡大を図る。

④第六次丸森町総合計画「2025年度～2034年度」との連動制・整合性

(1) 第六次丸森町総合計画基本構想

2025年度を始期とする第六次丸森町総合計画の「基本構想」では、10年後の町の目指すべき将来像（理念）を描き、将来像の実現に向けた考え方（指針）を定めている。10年後の丸森町はどうありたいのか、ふるさと・丸森を残すためのビジョンを示している。

3つの指針

指針1

住みたいが離れざるをえない状況をなくすための方法をあらゆる方向から共に考える。

安心して日々を過ごせるあたたかい環境を、つくろう

指針2

故郷を想ってもらうための習慣をつくるという観点からの取組を共に考える。
 故郷への誇りを育てるあたらしい習慣を、つくろう

指針 3

どこにいても挑戦できるという可能性を信じる人を増やす機会を共に考える。

4 基本目標（指針に基づいた目標）

10年後の目指す姿

1 地域づくり・賑わい
 自分が地域に関わり、その価値を高めることでコミュニティ（街）を高め、多様な生活が一体となって社会課題を最大限に解決します。
 地域の社会参加を促進し、協働によるまちづくりの輪を広げ、助け合いのコミュニティを創ります。
 また、文化の発信による新たな町の価値を生み出し、賑わいあるまちづくりを促進します。

2 子育て・教育
 安心して子育てができるよう、切れ目のない支援で子育てしやすい環境づくりを進めます。
 また、学校教育の充実をはじめ、あらゆる世代の学びを支援し、生涯学習・文化・スポーツ活動の推進と健康・文化の継承に努め、未来へ挑戦する機会を創ります。

3 暮らし・生活環境
 近況の豊かさを暮らしを支えるため、地域公共サービスの充実やデジタル生活に積極的に活用できる環境を創ります。
 また、さまざまな自然環境を次世代に継承していくため、環境保全や防災対策の向上に努め、災害に強いまちを目指します。

4 健康・福祉
 自分の健康に関心を持ち、生活にわたって心身の健康を保つため、健康寿命の延伸を目指した環境づくりを進めます。
 また、誰もが住み慣れた地域で、自分らしい生きと暮らせるよう、世代が支え合い、暮らしの価値を創ります。

5 しごと・産業
 一人ひとりがいきいきとした働きを暮らしを実現するため、自然や歴史・文化・地域性を活かしながら、働きやすい、働きやすい環境づくりを進めます。
 そして、産地が未来に向かって発展することを定めた産業の力の向上を図ります。
 また、安定した経営の確保、効果的な政策対応を実現し、働きやすい環境づくりを進めます。

6 行政経営
 行政サービスを総体的に提供するため、今後の職員数の減少を見据え、人材育成に力を入れたとともに、デジタル活用を最大限に活かす、近況のなかで迅速な対応による事業の力の向上を図ります。
 また、安定した経営の確保、効果的な政策対応を実現し、働きやすい環境づくりを進めます。

出典：第六次丸森町総合計画（2025年）

(2) 基本目標

第六次丸森町総合計画の「基本目標」の中の「5. しごと・産業」では、商工業の5年後に目指す姿には「安定した雇用を創出するため、中心市街地をはじめとする各地区の消費拡大事業を支援し、事業者の活力の回復・向上を図るとともに、空き店舗活用等による新規商業活動の参入などを促進し地域を担う人材の育成と定着を図ります。」と示されている。

3 商工業の振興

5年後に目指す姿

安定した雇用を創出するため、中心市街地をはじめとする各地区の消費拡大事業を支援し、事業者の活力の回復・向上を図るとともに、空き店舗活用等による新規商業活動の参入などを促進し地域を担う人材の育成と定着を図ります。
 また、中小企業の経営安定と競争力の強化に必要な資金の融資あっせん等を行い、地域経済の安定的な成長により商工業の振興を図ります。

	令和5年度	令和10年度	目標設定の考え方
中心市街地活性化拠点施設 年間利用件数	112,812人	125,000人	商店街等事業者報告書 による年間利用件数
空き店舗活用等による 新規商業活動の参入件数	2人	2人	空き店舗活用・継続事 業補助金交付件数

現状と課題

現状

- 圏域11町が「スーパー・コンビニエンスストア」の参入
- それに伴い、中心市街地や旧地区が参入し、新たな参入が相次ぐ
- 大規模化・多層化する住宅需要や世帯構成に応じた物品高騰
- 物価高騰などによる個人消費や企業収益、雇用機軸等への影響が経済機軸の悪化
- 中小企業の従業員の高齢化が進行
- 個人消費の経営者の高齢化や後継者不足

課題

- 既存店舗等では反応が減少
- 空き店舗が増加し、商店街の空洞化が進行
- 中小企業での労働環境の悪化や高齢者に対する雇用機軸の減少
- 地域経済の縮小と相まって、地域の活力も低下
- 仕事と生活のバランスなどライフスタイルに合った働き方の変化
- 厳しい状況が中小企業の事業継続に向けた新たな動きへの対応
- 各産業分野への支援を通じた雇用の維持

主な取組

事業者の活力回復と向上

取組名	令和5年度 （予定）	令和10年度 （目標）
中心市街地活性化拠点施設 年間利用件数	112,812人	125,000人

個人消費の喚起と定着

取組名	令和5年度 （予定）	令和10年度 （目標）
空き店舗活用等による 新規商業活動の参入件数	2人	2人

地域経済を創る企業育成

取組名	令和5年度 （予定）	令和10年度 （目標）
商工企業向け補助金交付件数	780件	1,100件

中小企業の経営安定と競争力強化

取組名	令和5年度 （予定）	令和10年度 （目標）
新規融資あっせん件数	30件	30件

多様な働き方の促進

取組名	令和5年度 （予定）	令和10年度 （目標）
労働者向け新規雇用件数	180	250

出典：第六次丸森町総合計画（2025年）

⑤ 商工会としての役割

基本目標内の主な取り組みについて、商工会でも連携し、商品券事業や事業承継支援による商工業の担い手の確保、地場産業や特産品等の開発や販路を拡大し競争力の強化支援を実施する。

(3) 経営発達支援計画の目標

①小規模事業者の経営基盤の改善・経営力向上

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：売上増加事業所7社、利益率1%以上増加の事業者数5社

KPI：経営計画策定後のフォローアップ件数13社、頻度52回

設定した理由：売上増加事業所、利益率1%以上増加の事業所のKGIは経営計画のフォローアップを重ねることで、経営計画を改善修正し達成する実現度を図る為である。KPIは経営計画のフォローアップの回数を定めることで密に事業所の状況を確認する為である。

②創業、事業承継支援の強化による地域商工業者減少の抑制

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：創業、事業承継事業所 25社

KPI：経営計画策定13社

設定した理由：KGIは地域の小規模事業者数の維持の為にも必要な数値である為、設定した。KPIはセミナー参加者の中で経営計画策定へ繋げる為に達成する。

③小規模事業者の魅力ある商品・サービスの販路開拓を図る

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：産直お取り寄せニッポンセレクト売上高15万円、ニッポン全国物産展売上高42万円
ネット販売売上高90万円

KPI：産直お取り寄せニッポンセレクト出展事業所数3社、ニッポン全国物産展出展事業所数2社
ネット販売支援企業数4社（R12年度目標）、専門家によるSNS支援先3社

設定した理由：丸森町の魅力ある特産品等の販路拡大を図る為、ニッポンセレクトへの出展やニッポン全国物産展への出展を目標とする。以前、丸森町からニッポン全国物産展へ出展経験のある事業所にヒアリングしたところ、販路拡大に繋がったとのことで、ニッポンセレクトへの出展やニッポン全国物産展への出展は大きな効果が見込められると思われる。KGIは目標数値として設定し、KPIもそれに伴い、設定したものである。

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

(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

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

①小規模事業者の経営基盤の改善・経営力向上

地域の事業者からは、税務・労務・金融等を中心に支援を求められることが多く、経営改善普及事業を主体とした基礎的な経営指導を通じ、その支援ニーズに応じてきており、小規模事業者が地元を商圈に安定的に事業運営を行ってきた。

しかしながら、以前からの大型複合施設の存在や、城内への量販店の出店等により地域の小売業者を取り巻く環境は大きく変化し、インターネット等による通信販売の利用者も多く経営環境が悪化しており、小規模事業者からの相談も多岐にわたる。

具体的な取組みとして商工会により経営分析や経済動向調査の情報提供を行った上で当会による普及啓発や策定支援、宮城県商工会連合会と連携した専門家派遣などを通じて、企業が抱える課題の優先順位付けを明確にし、進捗を管理することで持続的な発展を目指していく。達成方針：支援計画の認定期間（5年間）の目標として、年1～2回の経営計画策定セミナーを実施し、経営計画策定時には商工会で実施する経営動向調査を提供することで、地域の需要や課題に対応した経営計画策定の支援を実施する。その結果、売上増加事業所7社、利益率1%以上増加の事業者数5社を達成する。尚、経営計画策定後のフォローアップ件数13社、頻度52回を目標とする。

設定した理由：作成した経営計画へフォローアップを重ねることで改善し、売上増加や利益率の増加に繋げる為である。

②創業、事業承継支援の強化による地域商工業者減少の抑制

経営者の高齢化はさらに進み、課題である事業者の減少も同様である。早い段階から事業者へ事業承継に対する意識をもたせ、事業承継後にも事業を円滑に進められるように実現可能な計画策定の支援を実施する。また第三者への引継ぎを希望する事業所は専門家派遣などの宮城県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、事業承継計画の策定まで支援することで、廃業の食い止めや創業も含めた地域内の事業所数維持に努めていく。

達成方針：支援計画の認定期間（5年間）の目標として、創業や事業承継でセミナーへ参加した事業所へ積極的な情報提供や専門家派遣等の支援を行い、創業や事業承継を行う事業所数が25社、経営計画策定13社を目標とする。

設定した理由：地域の小規模事業者数の維持の為にも必要な数値であり、セミナー参加者の中で経営計画策定へ繋げることで、今後の持続的な経営に努める必要がある為。

③小規模事業者の魅力ある商品・サービスの販路開拓を図る

丸森町には、特産品、地域資源など魅力ある物があるため、丸森町とともにブランド化し

地域内外へ販路開拓を行い、地域外からの資金流入を促していく支援を引き続き行うことで地域活性化を図る。

そして、情報発信や新たな商品開発、集客強化には地域のイベントや地元の関係団体との連携強化が欠かせないことから各団体会議への参加、情報交換の場を設けて地域活性化に貢献していく。

達成目標：支援計画の認定期間（5年間）目標として、丸森町の魅力ある特産品をお取り寄せニッポンセレクトへ出品し、売上高 15 万円。合わせてニッポン全国物産展へ参加し、売上高 42 万円。その他ネット販売売上高 90 万円を目標とする。専門家による SNS 支援先も 3 社程度を目標とする。

設定した理由：丸森町の魅力ある特産品等の販路拡大を図る為、ニッポンセレクトへの出展やニッポン全国物産展への出展を目標とする。以前に丸森町からニッポン全国物産展へ出展経験のある事業所にヒアリングしたところ、販路拡大に大きな効果が見込まれる為、産直お取り寄せニッポンセレクト出展事業者数 3 社、ニッポン全国物産展出展事業者数 2 社とした。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第 2 期計画で計画していた調査項目のうち、商工会会員へのアンケート方式で事業所の景気動向調査を毎年実施してきたが、その他の調査にまで手が回らない状態であった。

まとまった調査結果は丸森町と共有し、事業所支援施策の立案や行政への要望など経営支援への活用の一定の成果があった。

【課題】

現状の取り組みで実施している、商工会会員へのアンケート方式で行っている、事業所の景気動向調査は丸森町との支援施策検討や情報共有で一定の成果があがっていることから、継続して取り組む。

また、第 2 期計画では実施出来なかった、国が提供するビッグデータ「RESAS」を活用した、分析調査にも取り組む。

(2) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
I 地域の経済動向分析の公表回数	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
II 商工会の独自調査公表回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

I 「地域経済分析システム」(RESAS) の活用

①国が提供するビッグデータ「RESAS」を活用した分析調査

生活環境の変化があった本町の産業動向について、限られたマンパワーや支援策支援をどこに

注力し、効果的な経済活性化を目指すか、経営指導員が国の提供するビッグデータ「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回、本会HP上に公表する。

分析項目	分析内容
人口動態	人口増減、自然増減、社会増減の推移の分析 丸森町人口等において、どの層の増減が顕著であり、どの層が今後伸びていくのかを把握するとともに要因を分析することで、小規模事業者における顧客層の把握し、今後の経営計画策定に活かす。
地域経済循環マップ	地域経済の長所と短所を分析し、地域のお金（所得）の流れを生産、分配、支出（消費、投資等）の三面から「見える化」、地域経済の全体像や、所得の流出入（お金を稼ぐ力・流出額）、地域内の産業間取引（循環構造）を把握し、今後の経営計画策定に活かす。
産業構造マップ	自地域の主要産業や域外からお金を稼ぐ産業等を分析するとともに、他地域と比較することで、自地域の業種別の強み・弱みや現在の立ち位置（水準）を把握し、要因を分析することで、事業計画における顧客ニーズと市場の動向に反映させる。

II 商工会の独自調査

町内小規模事業者にとってより身近な経済動向の調査をタイムリーに把握することを目的として実施する。

【調査対象】・管内小規模事業者 100 社程度（製造業、建設業、卸小売業、サービス業から各 25 社程度）

【調査項目】・①売上 ②資金繰り ③利益 ④業況の状況(昨年同時期比較と今後の見通し) ⑤設備投資の実施有無と今後の予定・希望の有無 ⑥経営上の問題点（中小企業景況調査での項目に準じた選択項目を別途用意する） ⑦業況判断の背景や経営上の悩み ⑧喫緊の課題がある場合はそれに沿った内容の聞き取り。

【調査手法】・アンケート方式の回答の他、巡回訪問、窓口相談時に経営指導員が対面により聞き取り調査を実施する

【分析手法】・経営指導員が外部専門家と連携し分析を行う

(4) 成果の活用

経済動向調査内容を事業者個々の実情に合った情報として提供することにより、自社の立ち位置を確認し経営状況を把握するための資料として巡回訪問により説明する。

巡回によって内容の説明を行って活用を促すとともに、経営状況の分析及び事業計画策定における支援の際に活用する。

また、調査実施により得られた各データは、HPにより広く公開し事業者がいつでも閲覧できる環境に整備する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第2期計画でも計画実施しており、イベント来場者へのアンケート方式で丸森町への来町動機や求められている特産について調査を毎年実施してきた。

まとまった調査結果は経済動向の調査と同様丸森町と共有し、事業所支援施策の立案や行政への要望など経営支援への活用の一定の成果があった。

【課題】

現状の取り組みで実施している、イベント来場者へのアンケート方式で行っている、本調査は丸森町との支援施策検討や情報共有で一定の成果があがっていることから、継続して取り組む。

また調査の内容については、その時期に必要な課題も反映させたものにする。

(2) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
調査回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
調査対象者数	50 人程度					

(3) 事業内容

丸森物産いちば八雄館駐車場で開催する「秋の丸森の魅力発信！物産品！名産品市！」に訪れる観光客等を対象に、需要調査を実施し、小規模事業者が販売する商品や提供するサービス等について、消費者目線でのニーズを調査・分析し、需要動向を把握する。調査結果をもとに、既存商品の改良や、新商品開発、消費者ニーズにあった商品・サービスの提供を行うことで、新たな需要の開拓に繋げることを目標とする。

【サンプル数】 来場者 50 人を対象

【調査手段・手法】 「秋の丸森の魅力発信！物産品！名産品市！」のイベント実施時（11月）に、来場者に来場目的や、特産品である「ころ柿」、「へそ大根」等についてのご意見を、職員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

【分析手段・手法】 経営指導員が外部専門家と連携し分析を行う。

【調査項目】 ①性別、年代、居住地 ②イベントへの来場目的 ③お土産品の購入品目
④購入金額 ⑤購入品の満足度 ⑥訪れる名所や観光施設 等

【調査・分析結果の活用】 調査・分析結果は、経営指導員が特産品等取扱事業者や丸森町商工観光課、観光関連関係機関と共有し、一般消費者の需要や課題に対しての支援や行政施策の立案に活かしていく。また事業者が今後の事業計画策定支援の際の資料としても活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第2期計画で計画していた、経営計画策定セミナーは現状実施出来ていない年が多かった。現状では、様々な補助金制度や支援制度への申請の為の個社支援を実施する際に、経営分析を実施することが多くなっている。

【課題】

小規模事業者の多くが、売上減少や経営資源不足を課題としており、持続可能な経営体制の構築が難しい状況にある。経営分析を通じて、事業者の強みと課題を明確にする支援が今まで以上に必要となっている。「経営力再構築伴走支援モデル」に基づき、事業者が自身の課題を認識し、持続的な発展に向けた行動を促すことが課題となっている。

(2) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
セミナー 開催件数	1 回	1 回	1 回	2 回	2 回	2 回
分析件数	31 件	20 件	20 件	20 件	20 件	20 件

尚、現行よりも分析数が減少していることについては、以前よりも1事業所ごとの経営課題が多岐に渡るようになっており、現行よりも多くの時間と指導員数をかけることでより効果的な支援になると見込んでのことである。

具体的には、台風被害後・コロナ禍・コロナ後・物価高等と外部環境が目まぐるしく変化する中で新たな支援施策活用や、創業者であればスタートアップ時の支援、実際に操業後の労務、金融等の場面に合わせた支援等、現状分析や課題への対応が必須になる為、上記の件数とした。

(3) 経営分析の事業内容

金融相談など経営に係る各種相談に来られた窓口対応時や、経営指導員等が会員企業へ巡回訪問を行う際に、経営分析の必要性を周知して掘り起こしを行う。

また、小規模事業者に対して経営分析の知識の習得やその必要性をお伝えするため、経営分析に関するセミナーも開催する。

経済産業省のローカルベンチマーク、中小機構が提供している「経営自己診断システム」などを活用する。

①経営分析セミナーの開催

【募集方法】 事業者向けチラシ郵送やHP 掲載による告知を行い、意欲ある参加者を募る。
また、巡回訪問・窓口相談者のうち、経営分析を希望する事業者に参加を呼びかける。

【開催回数】 年1回

【カリキュラム】 財務分析・SWOT分析等必要な知識の習得と経営分析の実施とする

【参加者数】 1回当たりの参加者数は20名程度

②経営分析の内容

【対象者】 持続化補助金、ものづくり等補助金申請支援、計画策定支援セミナーの参加者や巡回訪問・窓口相談者のうち、経営分析を希望する事業者

【分析項目】 定量分析たる財務分析と、定性分析たるSWOT分析

財務分析：売上高、経常利益、損益分岐点、売上高総利益率等

SWOT分析：強み、弱み、機会、脅威

【分析手法】 経済産業省のローカルベンチマーク、中小機構の「経営自己診断システム」、経営支援基幹システム等を利用し、経営指導員が分析する。また、状況に応じて外部専門家と協力し、分析する。

(4) 分析結果の活用

分析結果は当該事業者にフィードバックし、小規模事業者の経営課題を見出すことで、事業計画の策定等今後の経営の方向性の指標として活用する。

また、明らかになった課題を解決するため、経営指導員を中心に商工会職員で伴走型の支援を行う。

さらに、専門性が求められる事項については、県連合会のエキスパート事業による専門家派遣や宮城県よろず支援拠点等からの専門家派遣制度等を通じて、事業者に気づきを与え、自ら行動するように促す。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第2期の計画でも継続して支援を行っており、以前よりは自ら計画を策定する事業者が増えてきているが、それでも融資斡旋時や各種補助金申請時に必要に迫られ、事業計画を作成していることが多い。個社支援が多いのが現状であり、事業計画策定の意義や重要性について支援時に説明することで、意識の改善を図っている。

【課題】

引き続き事業計画策定を本計画の中心と位置づけ、事業者自身が事業計画策定の重要性についての理解と認識を示し、事業承継や創業（第2創業含む）等を支援するため、事業計画策定事業者の掘り起こしを積極的に行い、各種の事業計画策定に結び付けていく。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者へセミナーへの参加を呼びかけ、持続的な経営に必要となってくる、計画策定の重要性を説明していく。作成の際には各種調査・分析結果等を活かし、個別相談を複数回わたり実施し、作成した計画の実行を事業者に促す。

作成に対して積極的な事業者には、専門家派遣も活用し、ブラッシュアップを行う。

事業計画策定セミナー参加者の5割程度の事業計画策定を目指す。

(3) 目標

	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
セミナー開催件数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
セミナー参加事業者数	0社	20社	20社	24社	24社	26社
事業計画策定件数	31件	10件	10件	12件	12件	13件

尚、現行よりも事業計画策定件数が減少していることについては、以前よりも1事業所ごとの経営課題が多岐に渡るようになっており、現行よりも多くの時間と指導員数をかけることでより効果的な支援になると見込んでのことである。より具体的な計画を策定することで、事業者の早期の「自走化」に繋げることも意識する。

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

【募集方法】 事業者向けチラシ郵送や HP 掲載、町広報誌への掲載による告知を行い、また、商工会職員による巡回訪問・窓口相談時に募集を行う。
特に若年経営者や後継者、新規創業者など新たな事業展開を目指す小規模事業者に呼びかける。

【開催回数】 年 1 回

【カリキュラム】 事業計画書作成の基礎的知識と基本的な手法について、また新たな事業展開や経営改善に向けた事業計画策定等についてセミナーを開催。
さらに、積極的な事業者に対しては専門家と連携した中長期的な事業計画書の策定に関するセミナーを実施する。

【参加者数】 20 社以上を見込む

②事業計画策定支援

事業計画策定セミナーや個別相談で対応した小規模事業者並びに巡回訪問・窓口相談で抽出し経営分析を行った小規模事業者に、事業計画を策定し実行することの重要性を説明し、事業計画策定を行うことで経営課題の解決につなげる。

事業計画策定を行う事業者すべてに対して、あらかじめ経営分析を行う。

【支援対象】

経営分析を行ったすべての小規模事業者を対象とする。

【手段・手法】

事業計画策定は、小規模事業者（セミナー参加者 50%以上）や創業希望者の意思を取り入れ経営指導員等が事業者毎に担当し、外部専門家等の支援も活用して確実に事業計画策定につなげる。

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】

第 2 期計画でも事業計画策定後のフォローアップは実施しており、伴走型支援を実施している。巡回や各種相談の際に、現状確認を行い、必要に応じて計画の変更についても相談・支援を実施している。

【課題】

事業者への事業計画策定後の支援は実施しており、一定の成果は出ているが、今後は事業者自身が自立して計画の策定、遂行が出来るようには、どのような支援を行っていくかが課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定後、定期的に進捗を確認し、計画実施の支援を強化する。特に、フォローアップを通じて事業者の自走化を目指し、課題解決に向け、支援を行う。計画と現状で変更が生じている場合や、新たな問題・課題が発生している事業者に対しては変更が発生した要因や解決策を検討し、フォローアップ計画の見直しを図るなど、支援対象事業者の状況に応じた適切な支援を伴走型で実施する。

(3) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
フォローアップ 対象事業者数	9 社	10 社	10 社	12 社	12 社	13 社
頻度 (述べ回数)	82 回	40 回	40 回	48 回	48 回	52 回
売上増加 事業者数	1 社	3 社	5 社	5 社	6 社	7 社
利益率1%以上増 加の事業者数	0 社	3 社	3 社	4 社	4 社	5 社

尚、現行よりもフォローアップ頻度が減少しているが、1事業所ごとに現行よりも多くの時間と指導員数をかけることで、事業計画内容のブラッシュアップについて深く検討することでより効果が出ることを見込んでのものである。

(4) 事業内容

事業計画策定に取り組んだ事業者全てをフォローアップ支援対象事業者とし、事業者の進捗状況に応じて支援する。

経営指導員による支援において課題解決が困難な課題や、より専門的な分野でのフォローアップが必要となった場合は、専門家派遣制度を活用して伴走型支援を行う。

事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、エキスパートバンク事業、みやぎ産業振興機構、よろず支援拠点等の支援機関を活用して、当該ズレの発生要因及び今後の対応を検討の上、事業者が抱える具体的課題、問題が解決出来るよう、専門家を速やかに派遣し、課題、問題解決に努め事業計画の円滑な遂行が実施できるようにしていく。

目標としては、1事業所当たり、年4回を基本にする。

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】

現状では宮城県商工会連合会や関係機関からの商談会等の案内を、対象になりそうな事業者へ情報提供を行っているが、頭打ちの感がある。また、ITを活用した販路開拓も十分に支援出来ていない状況である。

【課題】

地域の小規模事業者は新たな需要開拓が難しく、商品開発を行う事業者がいた際も販路拡大が進んでいない。その為、ECサイトの活用や観光資源を活かしたプロモーションを支援し、新たな需要の開拓を図る。特に、オンライン取引やキャッシュレス決済の導入を進め、地域外市場への進出の課題を解決したい。

(2) 支援に対する考え方

課題に対応するために、地域資源を積極的に活用した新たな需要の開拓が重要となる。そのため観光資源を活かした高付加価値商品の開発支援にも取り組む。観光客向けのオリジナル商品や、ストーリー性のある商品開発を促進する。また、合わせて地域外市場への販路拡大を目指す。また、小規模事業者がオンラインでの販路を効果的に活用できるよう、ECサイト構築やデジタルマーケティングの支援を行う。地域外の客層をターゲットにしたSNSでの広告や

プロモーションの活用を通じて、新規顧客獲得を支援する。これにより、より多くの観光客や若年層の消費者に対応しやすくすることで、売上増加を図る。

(3) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
産直お取り寄せニッポンセレクト出展事業所数	0 社	1 社	2 社	2 社	3 社	3 社
売上高/社	-円	3 万円	6 万円	8 万円	12 万円	15 万円
ニッポン全国物産展事業所数	0 社	1 社	1 社	2 社	2 社	2 社
売上高/社	-円	15 万円	20 万円	36 万円	40 万円	42 万円
ネット販売支援企業数	0 社	3 社	3 社	4 社	4 社	4 社
ネット販売売上高	0 万円	30 万円	50 万円	70 万円	80 万円	90 万円
専門家による SNS 活用支援数	0 社	1 社	2 社	2 社	3 社	3 社

(4) 事業内容

①関係機関が実施する商談会等の出展支援

事業計画を策定した食品製造等を展開する事業者を中心に、新商品・メニュー・サービス等の販路開拓に資するため、EC サイトによるネット販売や、販売会への出店支援を行い、販路開拓と認知度向上を図り、新たな需要開拓を効果的に支援する。

さらに、全国商工会連合会運営の EC サイト「産直お取り寄せニッポンセレクト」並びにニッポン全国物産展等へ出展を支援する。

また、経営者は高齢化していることもあり、IT の活用についてはハードルが高いと感じている事業所が非常に多い。商工会が事業所にネットショップに関する情報を提供し、興味を持った事業者には、全国商工会連合会が包括連携協定を結んでいる「カラーミーショップ」を活用して、まずは手軽にできることから実施する。また、SNS 等を希望する事業者には商工会の専門家派遣等を活かした支援を実施する。

【産直お取り寄せニッポンセレクト】

概要：お取り寄せで地域を応援するオンラインショップです。全国の事業者から産地直送でいっぱい様々な商品をお届け。北海道から九州・沖縄まで全国各地の絶品お取り寄せが満載。

出展事業者数：85 事業所（令和元年度）

出展品数：247 商品（令和元年度）

年間取引高：580 万円（令和元年度）

【ニッポン全国物産展】

概要：首都圏において大規模な展示販売会を開催し、地域経済を支える中小企業・小規模事業者等がテスト販売、新規顧客獲得等を通じて売上増加、販売力向上を図ることを目的に実施。

来場者数：8 万 5 千人を想定

出展事業者数：約 200 事業者

（ニッポン全国物産展 2025 HP より）

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

（1）現状と課題

【現状】

第 2 期における事業の評価及び見直しをするための仕組みについては、丸森町商工観光課長、本会三役、外部有識者として宮城県商工会連合会担当職員、中小企業診断士で構成する事業評価委員会を年 1 回開催し、本会が実施した事業の内容及び成果について評価、見直し案の提示を受けることとしていたが、新型コロナウイルス感染症予防の為、本会三役のみに評価を頂いていた。その内容は職員会議で共有した。

【課題】

現状では計画通りの参集者で実施出来ていないので、計画通りの参集者で評価委員会を行えるように実施する。

（2）事業内容

事務局内部における事業の実施方法の確認を行うとともに、事業の進捗状況及び実施した事業の検証等を行う。事業の評価については宮城県商工会連合会担当職員、丸森町商工観光課長、法定経営指導員、本会三役、外部有識者として中小企業診断士で構成する「事業評価委員会」を年 1 回開催し、事業の実施状況、KGI 及び KPI を含めた成果の評価・検証を行うとともに、必要に応じ見直し案の検討を行い、PDCA サイクルを効果的に回していくことで、より効果的に計画を遂行していく。委員会後には提示された事業評価・見直しの結果については理事会に報告し承認を受ける。理事会で決定した事業の成果・評価・見直し等の結果について、地域小規模事業者に広く公表するために、本会ホームページに掲載する。（年 1 回）

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

（1）現状と課題

【現状】

宮城県商工会連合会が主催する研修会への参加に加え、中小企業大学校や関係機関が主催する小規模事業者支援研修等へ経営指導員を派遣させ、必要となる支援スキルの向上と不足を図っている。また、事務職員についても、各種研修を受講しており、支援能力のレベルアップを図るとともに、職員間で支援ノウハウの共有し、組織全体の支援能力向上に努めている。

【課題】

これまでの組織としての支援能力の底上げと研修体制においても、経験年数等により経営指導員等の指導能力に差異があるため支援ノウハウ等の共有、チーム支援による OJT の実践等

による資質向上を図るとともに組織全体の支援能力向上を図り支援格差を解消する。また、不足している部分や新たに習得が必要な能力についても、積極的に研修等を受講し支援能力向上を図る。

(2) 事業内容

①宮城県商工会連合会等主催研修の積極的受講

経営指導員及び事務職員の支援能力の一層の向上のため、宮城県商工会連合会主催の「経営支援能力向上研修会」や関係機関が主催する研修に対し、積極的に経営指導員等を派遣する。

特に近年著しく経営に関わってくるであろう、DX への対応にあたっては、経営指導員及び事務職員のスキル向上のためのセミナーに積極的に参加を行う。また、参加者重要な研修内容を職員全員で共有・理解する場を設ける。

②O J Tの実施

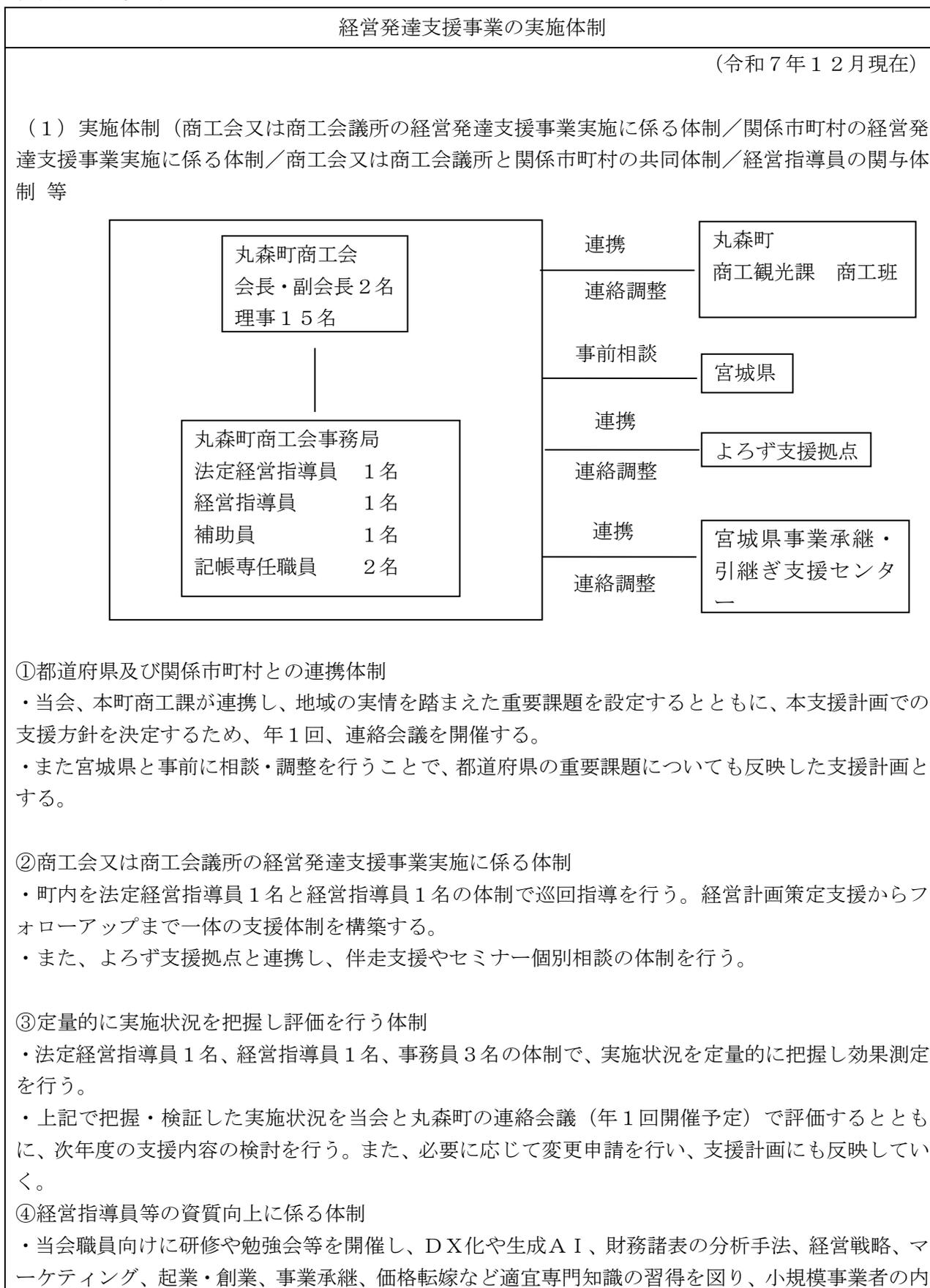
経験年数の長い経営指導員と一般職員が巡回指導や窓口相談の際に同席しO J T機会を積極的に創出し、組織全体としての支援能力の向上を図る。また、職員間の情報共有を密に行う。

③情報共有するための方法

事業者支援においては経営状況の分析などを担当経営指導員等が基幹システム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が共有できるように徹底し、職員の異動等の際にも引き続き共通した支援が可能になるように気を配る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



発的動機づけを行うためのロールプレイング、事例共有などを行う。

(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当該経営指導員の氏名、連絡先

氏名：石井 真一

連絡先：丸森町商工会 TEL 0224-72-1230

②当該経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度 等）

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商工会／商工会議所

〒981-2155

宮城県伊具郡丸森町字山崎前 18

丸森町商工会 経営支援班

TEL：0224-72-1230 FAX：0224-72-1937

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

②関係市町村

〒981-2192

宮城県伊具郡丸森町字鳥屋 120

丸森町 商工観光課商工班

TEL：0224-87-7620 FAX：0224-72-3041

e-mail：shokou@town.marumori.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)

	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
必要な資金の額	800	800	800	800	800
1. 地域経済需要動向調査に関すること	50	50	50	50	50
2. 需要動向調査に関すること	200	200	200	200	200
3. 経営状況分析に関すること	50	50	50	50	50
4. 事業計画策定支援に関すること	100	100	100	100	100
5. 事業計画策定後の実施支援に関すること	100	100	100	100	100
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること	300	300	300	300	300

(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
国補助金、町補助金、自己財源（会費・手数料・受託料等）

(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。

