

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>亶理山元商工会（法人番号 5370805000426） 亶理町（地方公共団体コード 043613） 山元町（地方公共団体コード 043621）</p>
<p>実施期間</p>	<p>2023/04/01 ～ 2028/03/31</p>
<p>目標</p>	<p>①円滑な創業及び事業継承の実現 ②中小・小規模事業者への伴走型支援による企業価値向上の実現 ③地域資源を活用した新商品、新サービスの開発による販路開拓の実現 ④DXに向けた対応支援による業務効率化の実現 ⑤職員による定期ミーティングの開催やOJTによるチーム支援体制の確立</p>
<p>事業内容</p>	<p>1. 地域経済動向調査に関すること ①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 ②小規模事業者景気動向調査 ③亶理郡内事業者に対する景気動向調査 ④地域金融機関及び関係機関との情報交換会 2. 需要動向調査に関すること ①全国発送消費者向けの商品調査（亶山風土応援セットでの調査） ②観光施設への来場者を対象とした商品調査 ③地元事業所への来場者を対象とした商品調査 3. 経営状況の分析に関すること ①経営分析セミナーの開催 ②経営分析 4. 事業計画の策定支援 ①DX推進セミナーの開催・IT専門家派遣 ②事業計画策定セミナーの開催 5. 事業計画策定後の実施支援 ①定期的なフォローアップの実施 6. 新たな需要の開拓支援 ①県内支援機関等が実施する商談会への出展支援（BtoB） ②ニッポンセレクトを活用した販路開拓（BtoC） ③自社HP開設による販路開拓支援（BtoB、BtoC）</p>

	④ SNS活用による販路開拓支援 (BtoB,BtoC)
連絡先	<p>亶理山元商工会 〒989-2351 宮城県 亶理郡亶理町 字西郷 140 TEL:0223-34-3121 FAX:0223-34-3122 e-mail:watariyamamoto_sci@office.miyagi-fsci.or.jp</p> <p>亶理町 商工観光課 〒989-2393 宮城県 亶理郡亶理町 字悠里 1 番地 TEL:0223-34-0513 e-mail:kigyo1@town.watari.lg.jp</p> <p>山元町 商工観光交流課 〒989-2292 宮城県 亶理郡山元町 浅生原字作田山 32 TEL:0223-36-9837 e-mail:syoukankou.s@town.miyagi-yamamoto.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援計画事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

亙理山元商工会は、平成18年2月に亙理町商工会と山元町商工会が広域合併を行い設立した商工会で令和4年3月31日現在の会員数は809の事業者が加入している。

当地域は宮城県の南東沿岸部に位置し、平成23年3月11日に発生した東日本大震災、令和3年2月13日、令和4年3月16日福島県沖を震源とする地震の発生により、度重なる被害を受けた地域であるとともに令和2年1月以降、新型コロナウイルス感染症が世界的に蔓延したことにより、地域経済が甚大な影響を受け消費は落ち込み、中小・小規模事業者においては事業縮小、廃業を余儀なくされている。

今後、地域の発展に向けて、管内の状況を踏まえ、自然災害の発生に対する事業継続の強化、かつ地域行政が策定した総合発展計画に沿った諸事業を展開すると共に、小規模事業者の意向を踏まえた効果的な経営支援体制の整備に努め、創業者支援並びに、既存店の経営力向上と地域経済の活性化に取り組む必要がある。

【①現状】

i 立地・交通

【亙理町】

亙理町は、宮城県の南部の太平洋沿岸に位置し、北側の岩沼市との境には阿武隈川が流れ太平洋に注ぐ沿岸部に位置する町である。

面積 73.6 km²、総人口 32,929 人(推計人口令和4年4月4日現在)、人口密度 447 人/km²、隣接自治体は岩沼市、角田市、亙理郡山元町、柴田郡柴田町、令和3年3月31日現在の高齢化比率は 31.7%で県内35位中、22位となっており、内75歳以上の割合は 14.8%である。

古くは、城下町として栄えたが、近年は仙台市のベッドタウンとして発展してきた。東北地方の中で降雪量が少なく温暖な気候であり、恵まれた自然条件を有しており、農業及び水産業が盛んである。新鮮な食材が手に入る自然環境であることから、郷土料理である、鮭の身と卵を使った「はらこめし」や「いちご」や「りんご」「アセロラ」などの特産品がある。

東日本大震災から10年が経過し、復興・復旧が進む中、町の中央部を国道6号線と JR 常磐線が走り、鳥の海スマートインターチェンジの開設や巡回バス「さざんか号」、デマンドタクシー「わたりん号」の運行など、広域交通の条件が整い交通の利便性が良くなってきた。

令和2年1月9日には亙理町新庁舎が開庁し、亙理町荒浜地区周辺においては中小企業等復旧・復興事業補助金(グループ補助金)を活用した「亙理荒浜にぎわい回廊商店街」、産直市場である「鳥の海ふれあい市場」や「わたり温泉鳥の海」の再開、陸上競技場などを備えた「鳥の海公園」がオープンしている。

また、令和4年6月には、亙理町から業務委託を受けた「榊ワンテーブル」が鳥の海公園多目的広場西側のスペースにて「カフェ・物販ショップ・横丁」、ミュージシャンの活動拠点となる「アトリエ・ギャラリー・音楽スタジオ」をオープンさせ、荒浜地区を中心とした観光開発が今後も進む見込みである。

しかしながら、震災により大幅な人口減少と少子高齢化が進み、亙理町の既存商店街においては、閉鎖した店舗が多く存在し、復旧・復興により再開したものの、事業主の高齢化や後継者不足問題が深刻な問題であると共に国道・県道沿いに大型店やロードサイド店の進出が相次ぎ、中心商店街における消費購買力の低下に拍車をかけているのが現況である。



【山元町】

山元町は、宮城県の東南端の太平洋沿岸に位置する町である。面積は64.58km²、11,881人(推計人口、令和4年4月1日)、人口密度184人/km²、隣接自治体は角田市、亶理郡亶理町、伊具郡丸森町、福島県相馬郡新地町、令和3年3月31日現在の高齢化比率は41.2%で県内35位中3位となっており、内75歳以上の割合は20.8%である。降雪量が少なく温暖な気候であり、西部が山地(山林)、中部が台地(畑・果樹園)、太平洋に面した東部が低地(水田)となっており、農業と水産が盛んである。新鮮な食材が手に入る自然環境であることから、ホッキ貝の煮汁で炊き込んだ「ほっきめし」や「いちご」や「シャインマスカット」、「りんご」などが特産品である。

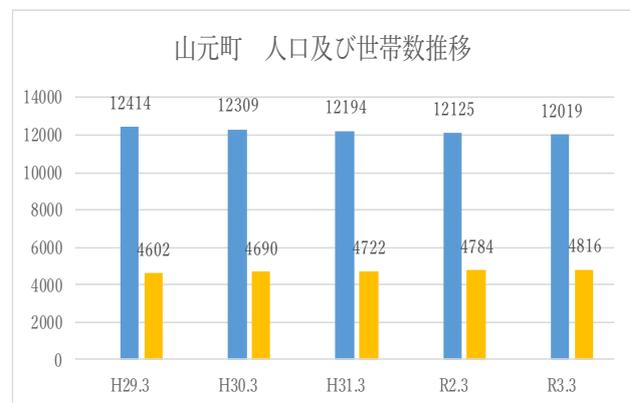
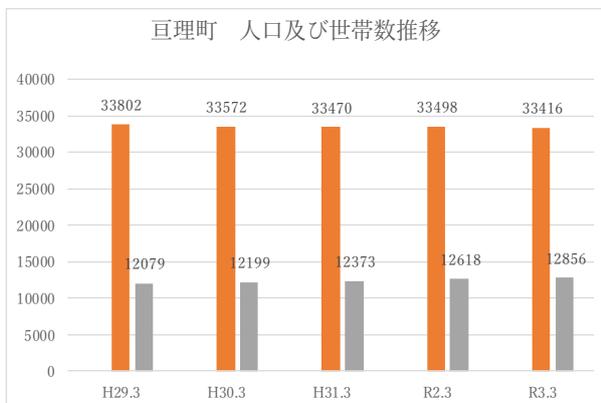
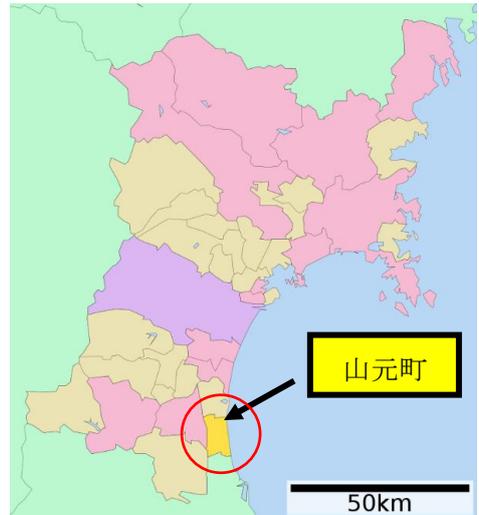
東日本大震災から10年が経過し、復興・復旧が進む中、震災により不通となっていたJR常磐線が約1km 内陸に移設して運転再開、幹線道路として国道6号が町を縦断しており、沿岸部においては令和2年に県道相馬亶理線が嵩上げされ全線開通となった。さらに、常磐自動車道「山元IC」に加え、町内で2か所目となる常磐自動車道「山元南スマートIC」が供用開始されたほか、令和3年に「岩沼IC」から「山元IC」区間が新たに4車線化された。これら交通アクセスの向上が図られたことで、地方中枢都市である仙台方面からのアクセスは非常に良く、通勤・通学利用のほか企業誘致や物流においても交通利便性の高い地域である。震災により被災した住民の集団移転先として「つばめの杜地区(新山下駅周辺地区)」、「桜塚地区(宮城病院周辺地区)」、「新坂元駅周辺地区」周辺地区や、防災拠点・地域交流センターや子育て拠点施設が設備され、新たな観光拠点施設として農水産物直売所やフードコートが開所された。

また、震災の記憶と教訓を風化させることなく地域と後世に継承することなどを目的として町が整備し、令和2年9月26日から一般公開が始まった「震災遺構中浜小学校」が「グッドデザイン賞」に選出されたことから、今後は町内の文化、観光施設との連携を推進し、集客を増やす取り組みが期待される。

しかし、震災により大幅な人口減少と少子高齢化が進み、町庁舎の近くにある既存商店街は空き店舗が多く存在し、亶理町と同様に事業主の高齢化、後継者不足問題が深刻な問題となっている。商工業者においては町内人口の激減による影響は大きく、特に就業人口層の減少が、購買力の低下を招いている現況である。

ii 人口

宮城県の「住民基本台帳人口及び世帯数 宮城県企画部統計課」によれば、過去5年の推移では、令和3年3月末現在の亶理町の人口は 33,416 人、世帯数は 12,856 世帯、山元町の人口は 12,019 人、世帯数は 4816 世帯であり、世帯数は増加傾向にあるが、人口は緩やかに減少が続いている。

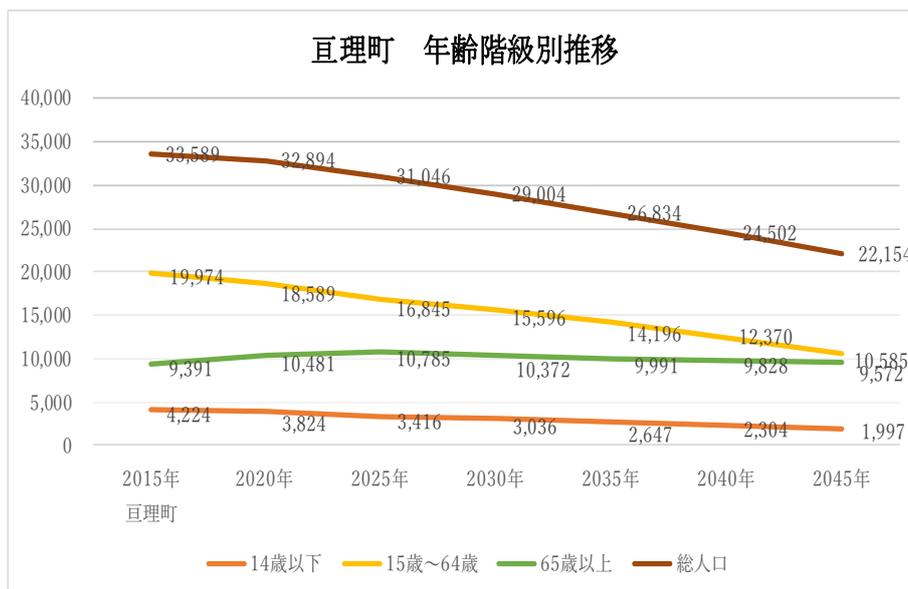


(宮城県震災機構・企画部統計課 「住民基本台帳人口及び世帯数(日本人及び外国人)」)

年齢階級別人口の推移【亶理町】

「国勢調査の将来の地域別男女5歳階級別人口」によれば、亶理町では、15歳～64歳の人口は2015年の30年後には約半数まで減少しており、65歳以上の人口においては、2025年の10785人をピークに減少し、2045年の65歳以上の高齢者の占める人口は全体の約4割を占めるものと想定される。また、生産年齢人口は47%まで縮小すると推計される。

今後も少子高齢化や若者の流出による人口の減少傾向は続くと予測されており、2045年には約22,000人にまで減少すると予測されている。

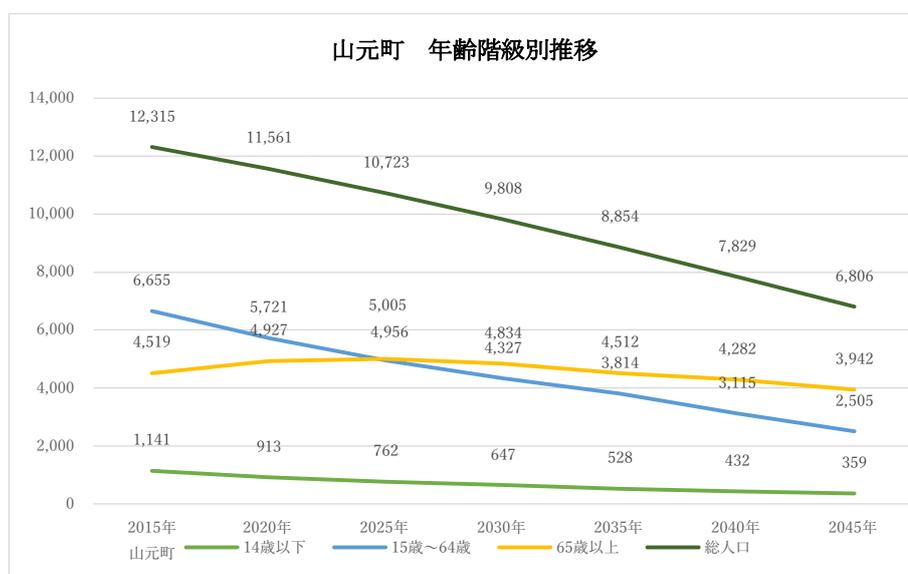


将来の地域別男女5歳階級別人口(各年10月1日時点の推計人口:2015年は国勢調査による実績値)

年齢階級別人口の推移【山元町】

「国勢調査の将来の地域別男女5歳階級別人口」によれば、山元町では、15歳～64歳の人口は、2045年には半数以上が減少、65歳以上の人口においては、2025年に15歳～64歳の人口を追い抜き5005人をピークに減少するが、2045年には3,942人と推測される。2045年の65歳以上の高齢者の占める人口は全体の約6割を占めるものと想定される。また、生産年齢人口は36%まで縮小すると推計される。

今後も少子高齢化や若者の流出による人口の減少傾向は続くと予測されており、2045年には、約6,800人にまで減少すると予測されている。



将来の地域別男女5歳階級別人口(各年10月1日時点の推計人口:2015年は国勢調査による実績値)

iii 産業

巨理郡の産業【巨理町及び山元町】

総務省・経済産業省平成 28 年経済センサス(事業所に関する集計)が示す巨理郡内の事業所数は 1,332 事業所となっており、卸・小売業が全体の 32.4%(335 事業所)を占め、続いて建設業 16.9%(175 事業所)、製造業 14.8%(153 事業所)、宿泊業・飲食サービス業 10.3%(106 事業所)と続いている。人口減少、少子高齢化等の影響にも関わらず、事業所は増加傾向にある。

また、巨理郡内の各種売上は、製造業 96,065 百万円、卸・小売業 51,342 百万円、飲食サービス業 3,120 百万円を占めている。

巨理郡内における従事者は 12,438 人で、その内訳は製造業 3,716 人、卸・小売業 2,175 人、建設業 1,411 人、宿泊業・飲食サービス業 724 人となっており、全体的に従業員 2,418 人が増加している。

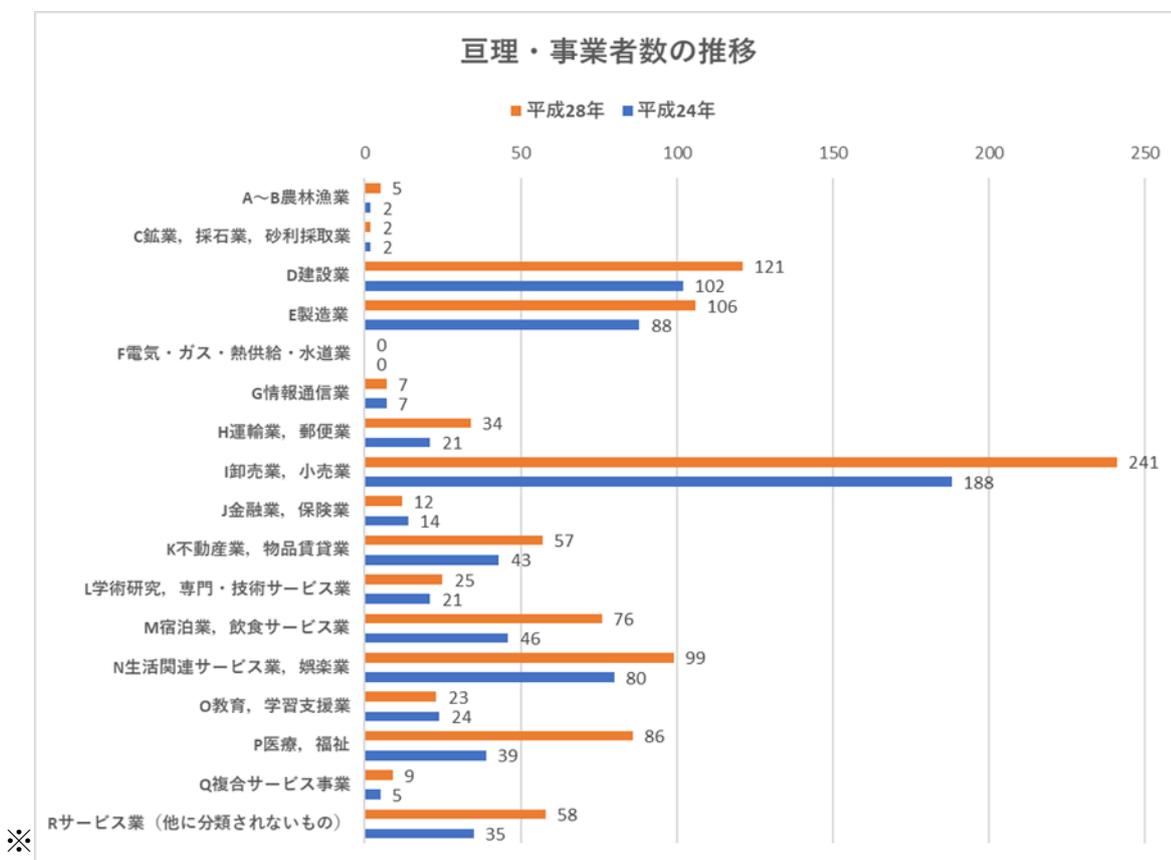
製造業においては、産業用電気機器、産業機械、自動車関連、製造・加工受託、電子部品・半導体などが存在し、対比増減で 23 事業所増加(巨理 18、山元 5)しているものの、従業員は 115 名減少している。平成 28 年の売上では 96,065 百万円で全体の半数を占めている。

建設業においては、対比増減で 32 事業所増加(巨理 19、山元 13)と共に従業員も 384 人増加しており、地域の雇用創出を生んでいる。

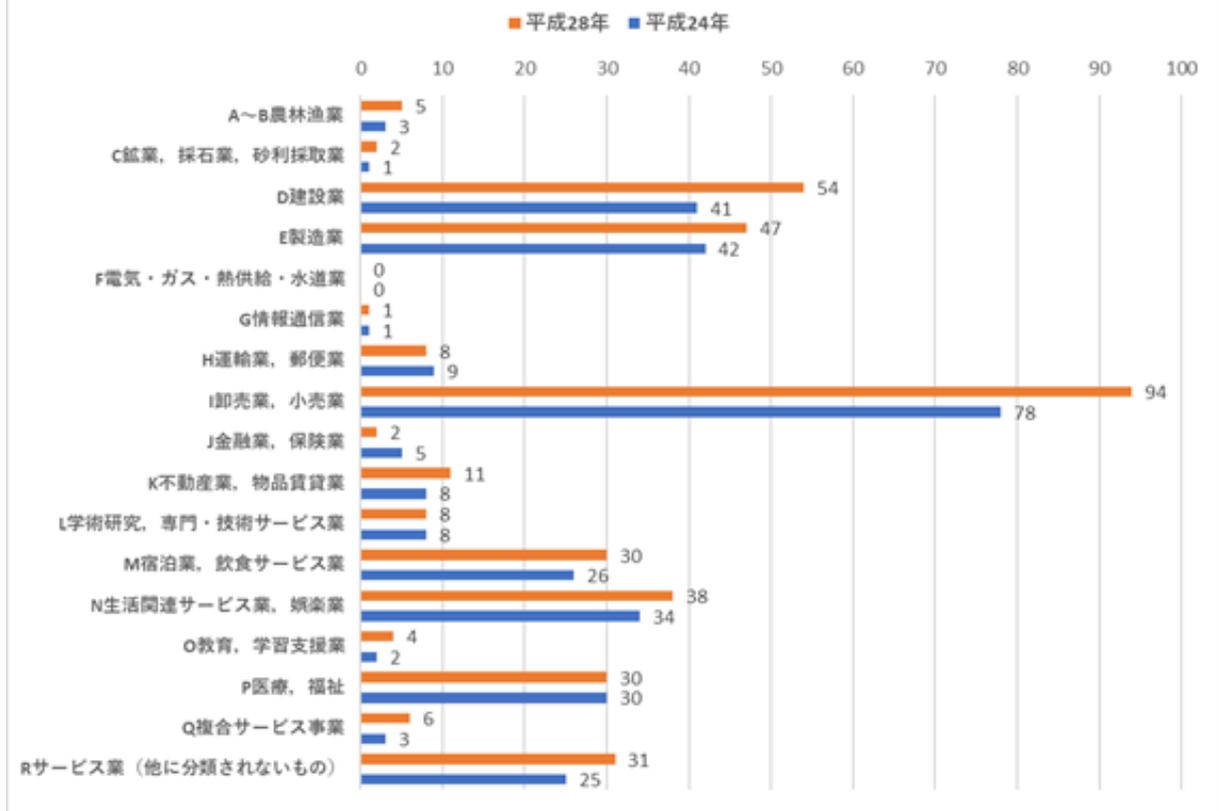
卸・小売業においては、構成比として約 3 割を占め対比増減で 69 事業所(巨理 53、山元 16)及び従業員 286 名が増加しており、売上も 51,342 百万円と製造業の次に大きいことから雇用創出や売上の面で地域経済の大きな柱となっている。

宿泊業・飲食サービス業においては、対比増減で 34 事業所増加(巨理 30、山元 4)しており卸・小売業の次に事業所数が増加している。従業員も対比増減で 254 人増加、売り上げにおいても 3120 百万円と全体の 1.8%を占めている。

* 詳細については、次項掲載のとおりである。



山元・事業者数の推移



※出典 経済センサス活動調査

「産業別事業者数の推移」

業種	平成24年		平成28年		対比増減
	事業所数	構成比	事業所数	構成比	
A～B農林漁業	巨理郡 5	巨理郡 0.5%	巨理郡 10	巨理郡 1.0%	巨理郡 5
	巨理 2	巨理 0.3%	巨理 5	巨理 0.7%	巨理 3
	山元 3	山元 0.9%	山元 5	山元 1.6%	山元 2
C鉱業、採石業、砂利採取業	巨理郡 3	巨理郡 0.3%	巨理郡 4	巨理郡 0.4%	巨理郡 1
	巨理 2	巨理 0.3%	巨理 2	巨理 0.3%	巨理 0
	山元 1	山元 0.3%	山元 2	山元 0.6%	山元 1
D建設業	巨理郡 143	巨理郡 13.8%	巨理郡 175	巨理郡 16.9%	巨理郡 32
	巨理 102	巨理 14.2%	巨理 121	巨理 16.9%	巨理 19
	山元 41	山元 13.0%	山元 54	山元 17.1%	山元 13
E製造業	巨理郡 130	巨理郡 12.6%	巨理郡 153	巨理郡 14.8%	巨理郡 23
	巨理 88	巨理 12.3%	巨理 106	巨理 14.8%	巨理 18
	山元 42	山元 13.3%	山元 47	山元 14.9%	山元 5
F電気・ガス・熱供給・水道業	巨理郡	巨理郡	巨理郡	巨理郡	巨理郡
	巨理 データなし	巨理 データなし	巨理 データなし	巨理 データなし	巨理 データなし
	山元	山元	山元	山元	山元
G情報通信業	巨理郡 8	巨理郡 0.8%	巨理郡 8	巨理郡 0.8%	巨理郡 0
	巨理 7	巨理 1.0%	巨理 7	巨理 1.0%	巨理 0
	山元 1	山元 0.3%	山元 1	山元 0.3%	山元 0
H運輸業、郵便業	巨理郡 30	巨理郡 2.9%	巨理郡 42	巨理郡 4.1%	巨理郡 12
	巨理 21	巨理 2.9%	巨理 34	巨理 4.7%	巨理 13
	山元 9	山元 2.8%	山元 8	山元 2.5%	山元 ▲1
I卸売業、小売業	巨理郡 266	巨理郡 25.8%	巨理郡 335	巨理郡 32.4%	巨理郡 69
	巨理 188	巨理 26.2%	巨理 241	巨理 33.6%	巨理 53
	山元 78	山元 24.7%	山元 94	山元 29.7%	山元 16
J金融業、保険業	巨理郡 19	巨理郡 1.8%	巨理郡 14	巨理郡 1.4%	巨理郡 ▲5
	巨理 14	巨理 2.0%	巨理 12	巨理 1.7%	巨理 ▲2
	山元 5	山元 1.6%	山元 2	山元 0.6%	山元 ▲3
K不動産業、物品賃貸業	巨理郡 51	巨理郡 4.9%	巨理郡 68	巨理郡 6.6%	巨理郡 17
	巨理 43	巨理 6.0%	巨理 57	巨理 7.9%	巨理 14
	山元 8	山元 2.5%	山元 11	山元 3.5%	山元 3
L学術研究、専門・技術サービス業	巨理郡 29	巨理郡 2.8%	巨理郡 33	巨理郡 3.2%	巨理郡 4
	巨理 21	巨理 2.9%	巨理 25	巨理 3.5%	巨理 4
	山元 8	山元 2.5%	山元 8	山元 2.5%	山元 0
M宿泊業、飲食サービス業	巨理郡 72	巨理郡 7.0%	巨理郡 106	巨理郡 10.3%	巨理郡 34
	巨理 46	巨理 6.4%	巨理 76	巨理 10.6%	巨理 30
	山元 26	山元 8.2%	山元 30	山元 9.5%	山元 4
N生活関連サービス業、娯楽業	巨理郡 114	巨理郡 11.0%	巨理郡 137	巨理郡 13.3%	巨理郡 23
	巨理 80	巨理 11.2%	巨理 99	巨理 13.8%	巨理 19
	山元 34	山元 10.8%	山元 38	山元 12.0%	山元 4
O教育、学習支援業	巨理郡 26	巨理郡 2.5%	巨理郡 27	巨理郡 2.6%	巨理郡 1
	巨理 24	巨理 3.3%	巨理 23	巨理 3.2%	巨理 ▲1
	山元 2	山元 0.6%	山元 4	山元 1.3%	山元 2
P医療、福祉	巨理郡 69	巨理郡 6.7%	巨理郡 116	巨理郡 11.2%	巨理郡 47
	巨理 39	巨理 5.4%	巨理 86	巨理 12.0%	巨理 47
	山元 30	山元 9.5%	山元 30	山元 9.5%	山元 0
Q複合サービス事業	巨理郡 8	巨理郡 0.8%	巨理郡 15	巨理郡 1.5%	巨理郡 7
	巨理 5	巨理 0.7%	巨理 9	巨理 1.3%	巨理 4
	山元 3	山元 0.9%	山元 6	山元 1.9%	山元 3
サービス業（他に分類されないもの）	巨理郡 60	巨理郡 5.8%	巨理郡 89	巨理郡 8.6%	巨理郡 29
	巨理 35	巨理 4.9%	巨理 58	巨理 8.1%	巨理 23
	山元 25	山元 7.9%	山元 31	山元 9.8%	山元 6
合計	巨理郡 1033		巨理郡 1332		巨理郡 299
	巨理 717		巨理 961		巨理 244
	山元 316		山元 371		山元 55

※出典：経済センサス活動調査。

「産業別従業員数と売上等の推移」

業種	従事者数						稼ぐ力（平成28年）	
	平成24年（人）		平成28年（人）		対比増減		売上金額（百万円）	
A～B農林漁業	亶理郡	99	亶理郡	220	亶理郡	121	亶理郡	1,176
	亶理	69	亶理	71	亶理	2	亶理	586
	山元	30	山元	149	山元	119	山元	590
C鉱業，採石業，砂利採取業	亶理郡	10	亶理郡	54	亶理郡	44	亶理郡	データなし
	亶理	9	亶理	42	亶理	33	亶理	
	山元	1	山元	12	山元	11	山元	
D建設業	亶理郡	1,027	亶理郡	1,411	亶理郡	384	亶理郡	データなし
	亶理	815	亶理	1,015	亶理	200	亶理	
	山元	212	山元	396	山元	184	山元	
E製造業	亶理郡	3,831	亶理郡	3,716	亶理郡	▲115	亶理郡	96,065
	亶理	2,826	亶理	2,730	亶理	▲96	亶理	78,306
	山元	1,005	山元	986	山元	▲19	山元	17,759
F電気・ガス・熱供給・水道業	亶理郡	データなし	亶理郡	データなし	亶理郡	データなし	亶理郡	データなし
	亶理		亶理		亶理		亶理	
	山元		山元		山元		山元	
G情報通信業	亶理郡	27	亶理郡	29	亶理郡	2	亶理郡	データなし
	亶理	26	亶理	18	亶理	▲8	亶理	
	山元	1	山元	11	山元	10	山元	
H運輸業，郵便業	亶理郡	511	亶理郡	707	亶理郡	196	亶理郡	データなし
	亶理	444	亶理	641	亶理	197	亶理	
	山元	67	山元	66	山元	▲1	山元	
I卸売業，小売業	亶理郡	1,889	亶理郡	2,175	亶理郡	286	亶理郡	51,342
	亶理	1,506	亶理	1,665	亶理	159	亶理	38,600
	山元	383	山元	510	山元	127	山元	12,742
J金融業，保険業	亶理郡	239	亶理郡	130	亶理郡	▲109	亶理郡	データなし
	亶理	177	亶理	110	亶理	▲67	亶理	
	山元	62	山元	20	山元	▲42	山元	
K不動産業，物品賃貸業	亶理郡	120	亶理郡	184	亶理郡	64	亶理郡	3,694
	亶理	108	亶理	161	亶理	53	亶理	3,063
	山元	12	山元	23	山元	11	山元	631
L学術研究，専門・技術サービス業	亶理郡	109	亶理郡	164	亶理郡	55	亶理郡	948
	亶理	75	亶理	112	亶理	37	亶理	732
	山元	34	山元	52	山元	18	山元	216
M宿泊業，飲食サービス業	亶理郡	470	亶理郡	724	亶理郡	254	亶理郡	3,120
	亶理	323	亶理	565	亶理	242	亶理	2,161
	山元	147	山元	159	山元	12	山元	959
N生活関連サービス業，娯楽業	亶理郡	313	亶理郡	387	亶理郡	74	亶理郡	3,347
	亶理	250	亶理	270	亶理	20	亶理	3,073
	山元	63	山元	117	山元	54	山元	274
O教育，学習支援業	亶理郡	82	亶理郡	96	亶理郡	14	亶理郡	126
	亶理	64	亶理	67	亶理	3	亶理	126
	山元	18	山元	29	山元	11	山元	データなし
P医療，福祉	亶理郡	886	亶理郡	1,762	亶理郡	876	亶理郡	12,436
	亶理	541	亶理	975	亶理	434	亶理	6,613
	山元	345	山元	787	山元	442	山元	5,823
Q複合サービス事業	亶理郡	124	亶理郡	149	亶理郡	25	亶理郡	データなし
	亶理	105	亶理	111	亶理	6	亶理	
	山元	19	山元	38	山元	19	山元	
サービス業（他に分類されないもの）	亶理郡	283	亶理郡	530	亶理郡	247	亶理郡	データなし
	亶理	203	亶理	384	亶理	181	亶理	
	山元	80	山元	146	山元	66	山元	
合計	亶理郡	10,020	亶理郡	12,438	亶理郡	2,418	亶理郡	172,254
	亶理	7,541	亶理	8,937	亶理	1,396	亶理	133,260
	山元	2,479	山元	3,501	山元	1,022	山元	38,994

※出典：経済センサス活動調査。

ア) 農林水産業の現状

【亘理町】

平成22年の農家数 1305 戸であったが年々減少し平成27年には 976 戸まで減少し歯止めが掛からず、経営耕地面積も平成22年には 2892ha も平成27年には 2575ha まで減少している。

ただし、平成22年と平成27年との専業農家と第1種兼業農家の割合を比べると増加。また、農家当たりの経営耕地面積は拡大しており、農地の集約化が進み、いちご栽培は震災の被害からの立ち直りをみせている。

また、温暖な気候から果樹の栽培に適しており、「いちご」、「りんご」、「アセロラ」、「ゆず」等の生産が盛んな地域である。

【山元町】

農家数は震災以降、被災沿岸部の約8割の農家が離農する状況下、いちごをはじめとする施設園芸作物や露地野菜、果樹、芝生、水稻などを生産する 25 社の新たな農業法人が次々と立ち上がり、被災農地の新たな担い手としての役割を担っている。一方で、高齢化や後継者不足により、第1次産業に従事する人口は大幅な減少が続いている。

山元町の水産業においては、震災により本町唯一の漁港である磯浜漁港は、漁港施設のほか、船舶や漁具等も流失するなど壊滅的な被害を受けた。特に、津波により海中に飛散した消波ブロック等を含む海中ガレキにより、ホッキ貝の漁獲そのものが不可能となるなど、漁場自体へのダメージは深刻なものとなった。

こうした中、少しずつ震災からの復旧・復興が進み、平成 27 年5月末に約 3,000 個の消波ブロックの撤去と復旧整備が完了し、「水産物荷捌所」等の水産業共同利用施設も平成 26 年3月に完成したほか、平成 27 年度に共同利用漁船 15 艘の登録を完了した。また、防波堤や物揚場等の漁港施設は平成 27 年 11 月に復旧整備が完了し、現在はホッキ漁が本格再開している。

また、温暖な気候から果樹の栽培に適しており、「いちご」、「いちじく」、「りんご」、「ゆず」、「さつまいも」等の生産が盛んな地域である。

イ) 商工業の現状

【亘理町】

令和4年の地元購買率は日用品や食料品などの最寄品は 71.8%、買回品 は 19.1%となっており、買回品を町内で買い物する人の割合が低い。事業所数、従業者数、年間商品販売額、売場面積ともに震災後大きく落ち込んでいたが、直近では下げ止まり傾向である。

工業の主要業種は(製造品出荷額等ベース)、プラスチック製品製造業、輸送用機械器具製造業、その他の製造業であり、これら 3 業種で全体の 半数以上を占めている。事業所は震災後大きく落ち込んだがその後安定的に推移している。従業者数、製造品出荷額等は減少傾向にあったが、直近では下げ止まり傾向である。

【山元町】

震災後、新市街地に新たな商業施設を誘致したことで、日用品や食料品などの最寄品の町内購買率が大幅に上昇した。しかし、町民の日常的な買い物場所に対するニーズは依然として高いことから、引き続き町内の購買需要に応える個々の商店のサービスの向上等を促進していくことが必要である。

企業誘致については、優遇制度の見直し検討や各種支援を通じたワンストップ体制の構築、企業立地セミナー、用地確保等、企業誘致に向けた取り組みの結果、震災後、商業施設を含め 18 社の誘致や事業拡大が実現するとともに、令和3年5月時点で合計 205 名の雇用を創出(35 名町内雇用)している。

「商圈」



出典：令和4年3月宮城県の商圈 消費購買動向調査報告書により

「地元購買率」

(単位：%)

市区町村	最寄品	買回品	サービス	総合
宮城県平均	49.2	16.7	20.6	31.0
仙台市	92.6	77.9	91.5	84.9
名取市	83.2	71.7	77.8	76.9
亶理町	71.8	19.1	17.9	42.5
山元町	66.2	4.3	1.7	31.7

(出典：令和4年3月宮城県の商圈 消費購買動向調査報告書により)

令和4年3月宮城県の商圈 消費購買動向調査報告書によれば、人口の約半分が地元で消費しており、地元購買率をみると、宮城県全市町村の平均地元購買率を最寄品49.2%買回品16.7%サービス20.6%総合31.0%である。

その内、亶理町は最寄品71.8%、買回品19.1%、サービス17.9%、総合42.5%であり、最寄品による地元消費が高いが、買回品やサービスについては平均より低い傾向から仙台市方面へ流失している。

山元町は最寄品66.2%、買回品4.3%、サービス1.7%、総合31.7%であり、最寄品は亶理町同様に地元消費が高いが、買回品が極端に低い傾向にあり、仙台市や亶理町方面へ流失している。総合的に、仙台市や名取市と比べ半数以下であることから、地元で購買している消費者が少ない現状にある。

ウ)観光業の現状

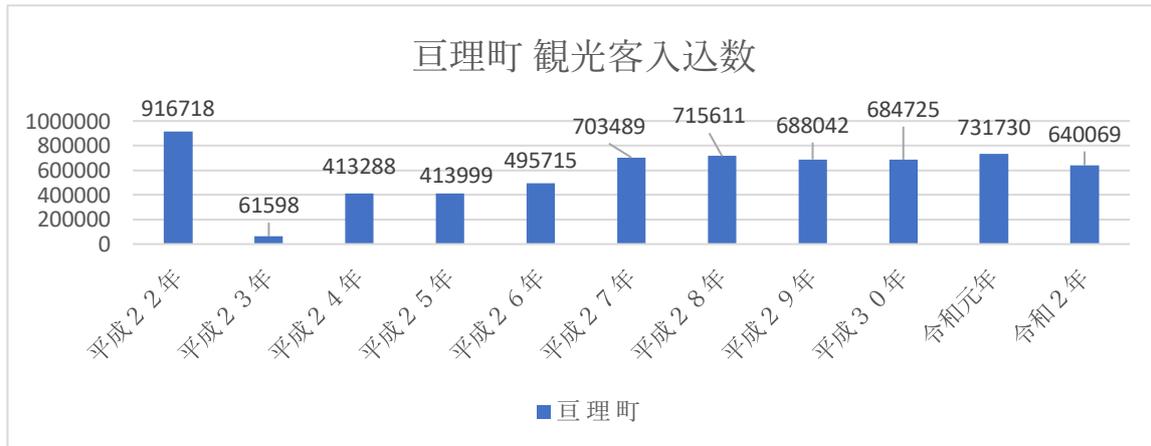
【亶理町】

両町において、人口減少と少子高齢化が進み、地元での購買が顕著となっていることから、観光振興による交流人口の増加を目的に観光客の取組を図っている。

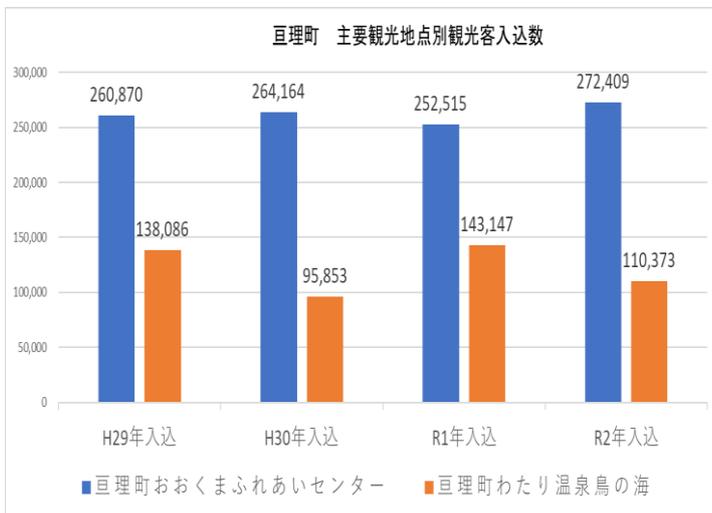
「令和2年宮城県観光統計概要」では亶理町及び山元町の観光客入込数は、平成23年3月発生の震災により急激に減少したものの64万人と震災前の水準に戻りつつある。

亶理町の平成29年～令和2年までの主要観光地点別観光客入込数においては、地元の農産加工品を扱う直売所である、亶理町おおくまふれあいセンターの観光客入込数や亶理町わたり温泉鳥の海は大幅な変動はなく一定水準のまま推移している。

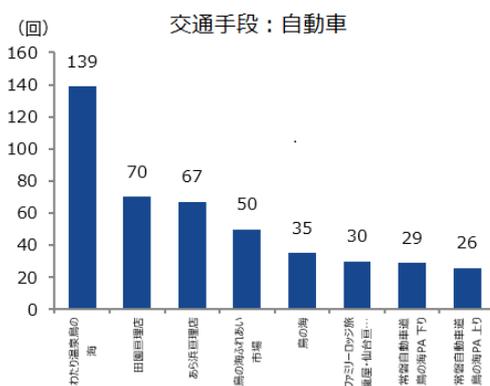
令和2年の亶理町おおくまふれあいセンターの観光客入込数は約27万人、亶理町わたり温泉鳥の海は約11万人である。また、RESAS 地域経済分析システムでの観光施設等を目的とした検索回数ランキング(令和2年)では、わたり鳥の海温泉や、「鳥の海ふれあい市場」等が多く検索されており、亶理町を代表する観光施設として周知されていることがわかる。



(出典: 令和2年宮城県観光統計概要)



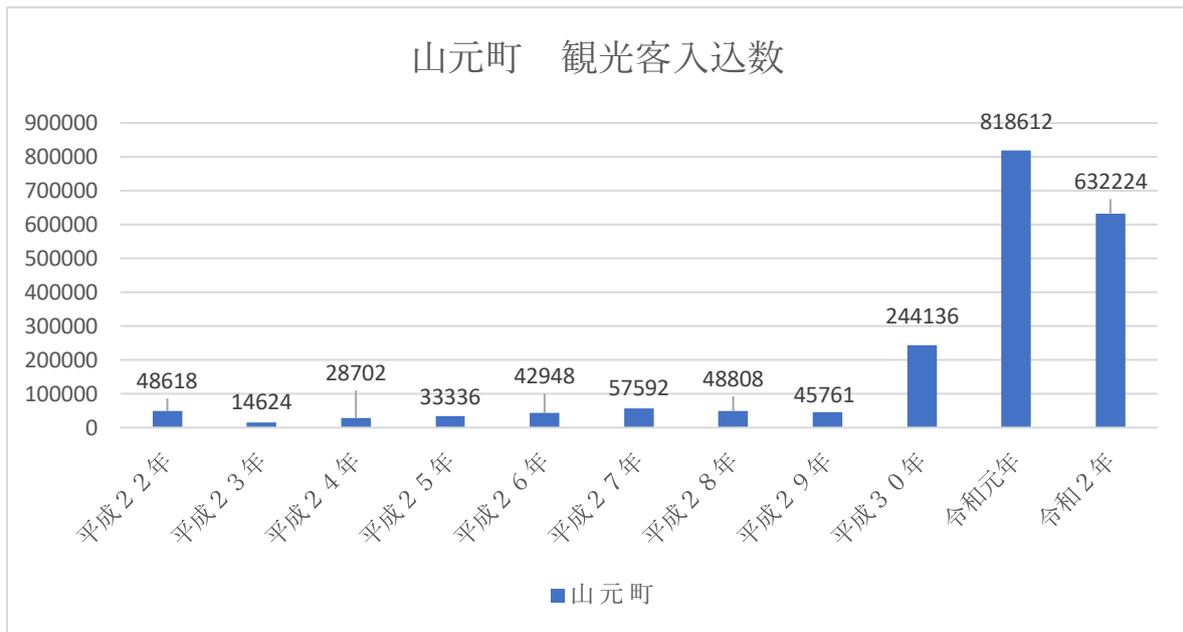
(令和2年宮城県観光統計概要)



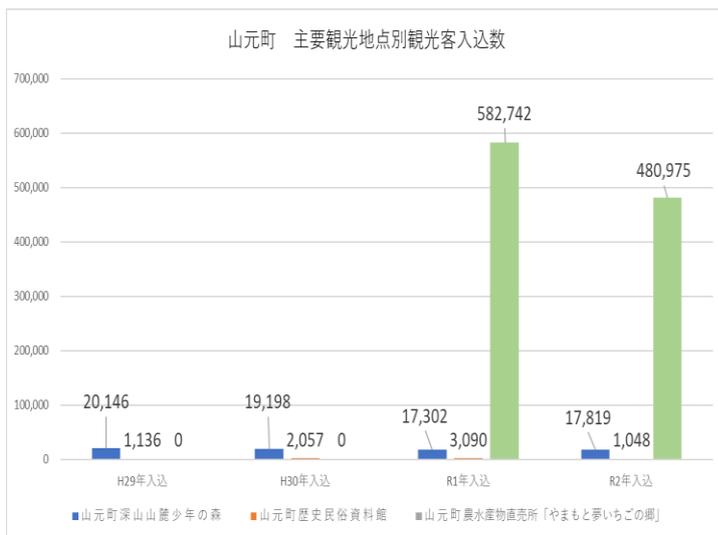
(RESAS 地域経済分析システム)

【山元町】

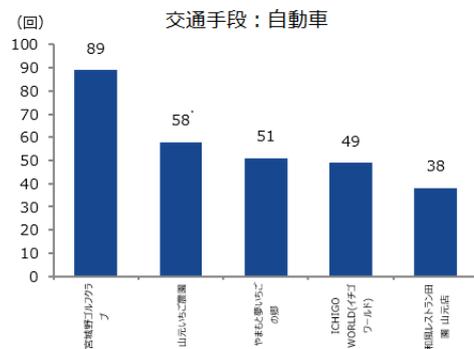
山元町の観光客入込数は、平成30年は約24万人、令和元年には約81万と約57万人の観光客が増加した。山元町の主要観光地点別観光客入込数は、平成30年までは、深山山麓少年の森約2万人、歴史民俗資料館約1千人であった。令和元年に町特産のいちご・りんごや、旬の野菜、新鮮な魚介類を中心とする加工品などを扱う直売所やまもと夢いちごの郷がオープンしたことで、観光客入込数が約58万人、令和2年に約48万人であった。また、RESAS 地域経済分析システムでの観光施設等を目的とした検索回数ランキング(令和2年)でも、宮城野ゴルフクラブの次にやまもと夢いちごの郷が検索されており、山元町を代表する観光施設となっている。



(出典：令和2年宮城県観光統計概要より)



(出典：令和2年宮城県観光統計概要より)



(出典：RESAS地域経済分析システムより)

エ) 特産品

「はらこめし」(旬な時期：9月上旬～12月中旬)

醤油やみりんなどと一緒に鮭を煮込み、その煮汁で炊き込んだご飯の上に、鮭の身とはらこ(イクラ)をのせた、亶理郡の郷土料理。「はらこめし」の由来は、藩制時代に仙台藩主貞山公(伊達政宗公)が貞山堀工事臨検の際に、亶理荒浜の漁師が元来漁師料理として食していた、鮭の腹子をご飯に炊いた「腹子飯」を献上したところ、貞山公はこのほか喜び、側近へ吹聴したのが、世に珍重されるに至った始まりと伝えられている。



「ほっきめし」(旬な時期:12月中旬～5月上旬)

ほっきめしは生のホッキ貝を醤油ベースのタレで煮て、その煮汁で炊き込んだご飯の上のにせたもので、ホッキ漁が盛んな山元町ならではの家庭料理の一つでした。この家庭料理がお店で商品化され、現在では亶理郡を代表する郷土料理の一つとなっている。



「りんご」(収穫時期:11月～2月)

たっぷり蜜が入ったジューシーな食感が特徴の亶理郡のりんごは、県内有数の生産量を誇るが、市場にあまり出回らない貴重な品。



「いちご」(収穫時期:12月～6月)

東北一の生産量を誇る亶理郡のいちごは「仙台いちご」の名称で出荷されている。真っ赤に育ったいちご。ビタミンCも豊富で、1度食べたら誰もがとりこになる美味しさ。



「アセロラ」(収穫時期:6月下旬～11月上旬)

赤く小さな実には、レモンのおよそ38倍と豊富なビタミンCを含む、スーパーフルーツ「アセロラ」。元来、南米原産のフルーツのため、温暖な気候でしか育たず、本州では亶理町のみでしか栽培されない。さらに、酸味系の生のアセロラを食べられるのも、亶理産のアセロラだけである。



「シャインマスカット」(収穫時期:9月～11月)

山元町沿岸部を中心に栄えた「ぶどう産業」は、東日本大震災で大きな被害を受け、震災後、高級ぶどう「シャインマスカット」をはじめとする「生食用ぶどう」の栽培や品種の多様化が進んでおり、「ぶどう」の産地として新たな一歩を踏み出している。



オ) 主な観光施設



わたり温泉 鳥の海 (亶理町)



やまもと夢いちごの郷 (山元町)

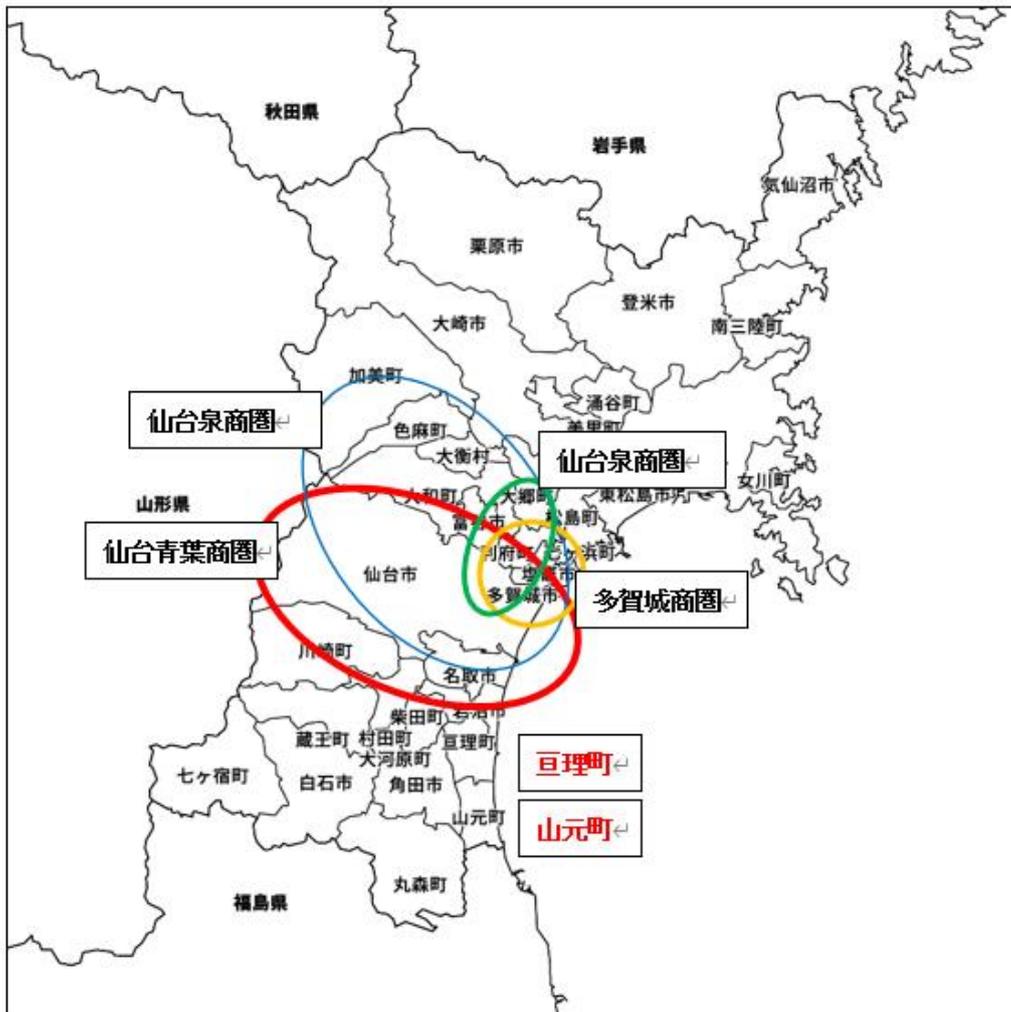
【②課題】

(地域)

最新の事業所統計によると亶理郡内の商工業者数は令和4年7月1日現在で1224事業所(うち小規模事業者965事業所)となり前回(令和元年7月1日)の1238事業所(うち小規模事業者985事業所)と比べて14事業所が増加している状況にある。

宮城県の商圈(令和3年消費購買動向調査報告書)に関する調査結果によると吸引人口の増減状況は仙台青葉商圈が-19.1%仙台北圏が-11.2%であるのに対し、利府圏が+17.5%、多賀城圏が+9.8%と仙台外の吸引人口の変化が顕著になってきている。なお、亶理郡では地元購買率+19.3%と県内で5番目の増加率であった。仙台からのアクセスが良好なことから、仙台圏からの顧客の取り込みに向けた抜本的対策が必要であるとともに、地元客に対する販売促進の取組が急務となっている

「商圏」



震災復興と併せて、新型コロナウイルス感染症の影響によりイベント等の自粛や地域経済の活動の停滞等、地域に根ざして事業を行っている中小・小規模事業者にとっては重大な経済環境にある。

巨理町の課題としては「にぎわい」や「活力」を演出する場所として、魅力あるまちづくりに貢献できる地域商業機能の拡充や地域特産品の販売拠点である、「鳥の海ふれあい市場」と観光の中心施設である「わたり温泉鳥の海」の機能の維持・拡充が非常に重要な役割を担っているため、商工会としても地域資源である「いちご、りんご、アセロラ」等の体験型スキームの構築や「はらこめし」等、郷土料理のブランド化を図ることで滞留時間を増やす仕組みを構築し、着地型観光の定着化を促進させる必要がある。

更に「巨理中央地区工業団地」における企業誘致においては雇用の創出並びに町の活性化においても欠かすことのできない重要なテーマとなっている。

中心商店街の活性化については役場跡地周辺の商店街が疲弊しているため、巨理町独自の支援策である「新店舗運営支援事業補助金」を活用しながら、商工会がビジネスプランの作成を支援し「個社」の経営力を強化することで「目的地」になりえる機会の創出を図る必要がある。

また、巨理町役場新庁舎周辺の新たな市街地形成においても住宅や店舗の建設が進んでいるため、新しく事業を起こそうとする方に対し、事業設立、融資や雇用に関する助成制度等、起業時の負担軽減と起業後の継続的な支援を行うことが必要であるとともに、観光の面では地域の特性を活かした事業、広域的な「観光ルートの検討開発」、「滞在型市民農園の整備」、による「滞在型交流機能の強化」を促進させることが求められている。

山元町の課題としては国道、自動車専用道及び2箇所のインターチェンジ、鉄道及び2つの駅が揃い、かつ仙台空港や仙台港にもアクセスが良い恵まれた交通環境を生かした企業の誘致に加え、グリーン・ツーリ

ズム(農林漁業の体験やその地域の歴史や自然に親しむ余暇活動)、サイクル・ツーリズム(自転車観光)、景観や自然の素晴らしさを感じられる観光・交流機能の拡充・整備が課題である。

また、人口減少と高齢化社会に伴い将来65歳以上を占める割合が過半数を占める中で、今後ますます商店街の後継者不足等による廃業が増加する一方である事から、事業継承による取り組みが課題となる。

更に、農水産物直売所「やまと夢いちごの郷」を観光交流拠点の核とした特産品のブランド化による交流人口の拡大が大きなテーマとなっている。

地域全体の課題としてはコロナに対応した「新しいビジネスモデル」をどのように構築し、売上確保を行うのが重要であり、「非対面型の経営戦略の確立」、地域資源を活用した「新商品の開発」や「地域の強み」と「個社の強み」を掛け合わせた「相乗効果の創出」に加え、「HP」、「フェイスブックページ」、「Youtube」等の情報発信力強化を含め、継続的支援による持続的な発展に向けた経営力の強化が求められている。

(商工業)

震災以降、日用品や食料品などの最寄品の地元購買率が大幅上昇したが、日常的な買い物場所に対するニーズが依然として高くなり、町外への購買人口が流失し、最寄品や買回品などの地元購買率は年々低下している。そのため、新型コロナウイルス感染症のウィズコロナ、アフターコロナ時代における産業の変化や「新しい生活様式」に対応しながら魅力ある商業施設への地元購買率の向上と雇用の確保が課題である。

また、地域資源である、りんご、いちご、アセロラ、いちじく等、亘理郡の自然が育んだ貴重な農水産品の付加価値を高める地域特産品の開発・販売等について、包括的な地産地消サイクルができつつあることから、今後も継続して6次産業化とPR活動を支援していく必要がある。

震災後、商業施設を含め誘致や事業拡大が実現のために、雇用創出を図ってきたが、その一方で、廃業や後継者不足等により事業所が減少傾向にあることから、引き続き企業の誘致を促進させるための企業価値向上事業や、地元雇用の推進、地域に根差した産業振興を進める必要がある。

(農業・水産業)

亘理町においては震災以降被災沿岸部の農家が離農する傾向にあったが、いちごをはじめとする施設園芸作物や露地野菜、果樹、芝生、水稻などを生産する新たな農業法人が次々と立ち上がり、被災農地の新たな担い手としての役割を担っている状況にある。

そのような中、過疎化・高齢化や離農等の進行により、地域内における農業施設の維持活動が負担となり、農業施設の維持活動を支援する取り組みや活動組織を広域化し、町内全域で支援できる体制づくりが求められる。

山元町においては震災以降、新規商品の開発や後継者の確保にも努めるなど、販路拡大に向けた取り組みを進めてきた。しかし、震災により本町唯一の漁港である磯浜漁港は、漁港施設のほか、船舶や漁具等も流失するなど壊滅的な被害を受けたが、復旧整備が完了し、現在はホッキ漁が本格再開しており、水揚げ量の回復が期待されている。

(観光業)

新型コロナウイルス感染症の収束が見えない中、地域資源が豊富な地域全体の強みを活かしながら、新しい生活様式やニューノーマルの時代に適応した観光促進事業を進めることで、小規模事業者の販路拡大に繋げる必要がある。

亘理町では、天然温泉施設である「わたり鳥の海温泉」、「鳥の海公園運動場」、観光の拠点である産直施設の「鳥の海ふれあい市場」や「荒浜にぎわい回廊商店街」といった商業施設が立ち並び観光エリアとして形成され、山元町ではいちご狩り観光エリアを中心とした農業法人等に対する観光農園への取り組み支援、更には、観光拠点施設である農水産物直売所「やまと夢いちごの郷」と連携した取り組みを進め、交流人口の拡大を図る必要がある。

③商工会のこれまでの取り組み

社会構造・経営環境の変化に対し、小規模事業者等が自らの「強み」を把握した上で、潜在的に持っている企業力を最大限に発揮し、経営計画の策定を「軸」とした需要の創造や掘り起こし、ITの更なる活用、地域を活用した新商品や新サービスの開発並びに販路開拓支援を行ってきたところである。

その結果、支援を行った小規模事業者等がこれまでの経験と勘に頼った経営から脱し、事業計画を起点とした「PDCA型経営」の重要性を認識し、現在の状態と今後の方向性を「見える化」した取り組みが進められている。

経営発達支援事業(平成30年4月1日～令和5年3月31日)5年間においては、亘理町の産直施設である「鳥の海ふれあい市場」、山元町の産直施設である「やまもと夢いちごの郷」、東京昭島市での「昭島市産業まつり」、「東京表参道 AIRSTREAM 店」にて特産品等の需要動向調査を行い、調査結果を事業所にフィードバックすることで収益の増加を図ることができた。

加えて、経営指導員による巡回、窓口相談を通じて経営課題等を明確化させ、事業計画書策定支援を5年間で102件(平成30年～令和3年)、計画策定に係るフォロー支援を182件(平成30年～令和3年)実施し、小規模事業者が直面している様々な経営課題の解決を図ることができた。

具体的な支援事業の内容については首都圏や地区内での需要動向調査の結果を踏まえた新パッケージデザインの開発や小規模事業者が取り組むテーマに即応した事業計画書作成セミナー5回、創業セミナー4回実施し、支援事業者の掘り起こしを行い、伴走型支援により事業計画書102件の策定に繋がった。

また、過去に事業計画書を策定した小規模事業者も含め、計画書の進捗管理や今後の事業スケジュール管理についてもアドバイスを行い継続的なフォロー支援182件を実施した。

創業支援については「宮城県よろず支援拠点」と連携しながら創業セミナーを定期的に4回開催し、その内容を創業者にフィードバックすることで3件のビジネスプラン作成に繋げることができた。

(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

亘理町・山元町においては人口減少、高齢化、後継者不足などの課題があり、特に山元町においては全部過疎市町村の過疎地域に指定されている。

このような状況化の中、小規模事業者自身においては課題を踏まえた将来的な事業計画が策定されていないことから、各種調査の結果や経営の実態を踏まえながら、継続的な事業計画書の策定やフォロー支援を通して、個社の経営力強化を図り、小規模事業者の持続的発展による地域経済の発展に努めていく。

更に「個社の強み」と「地域の強み」を掛け合わせた地域独自の「相乗効果」を生み出すため、新商品の開発、販路開拓、情報発信力の強化に加え、経営革新計画と通じた新分野への進出や生産性向上等の支援を強化する。

1)創業、事業承継支援の強化

町と連携した取り組みにより、起業しやすい環境づくりに努め、新たな産業や雇用の創出に向けた創業支援を促進させ、地域経済の維持及び発展を図る。

また、少子高齢化及び人口減少の到来を踏まえ、後継者不在による廃業を防ぎ、「親族内承継」、「親族外承継」等、事業所ごとの課題を解決するために関係機関と連携しながら円滑な事業承継支援を進める。

2)「個社」と「地域」の付加価値を高めるための地域資源ブランド化事業

亘理町並びに山元町において、地場産品を原料として商品を製造、販売している食品製造・小売業者の商品等に対し、需要動向調査及び商談会等におけるマッチング支援を行い、課題の抽出と消費者ニーズを捉えた売れる商品への改良及び新商品のブラッシュアップ支援を通じ、新たな販路開拓を図る。

また、亘理町、山元町における「いちご、りんご、いちじく、アセロラ、さつまいも」等、新たな農産物の生産、加工、販売に取り組む生産者等を支援するとともに6次産業化や農商工連携を促進し、商談会等におけるマッチングやSNSを活用した販路開拓支援により「地域資源のブランド化」を図る。

個社に対する経営力強化事業としては、地域資源を活用した農産品や加工品を販売している産直施設、食品製造業者、菓子業者、飲食業者等に対して専門家と商工会経営指導員が巡回を行い、個社ごとの課題を解決しながら地域資源を活用した新商品や新たなサービスを生み出し、個社の経営力強化を図ることで地域全体の価値向上を促進させる。

更に、「地域」の付加価値を高める取り組みとしては、「いちご、りんご、いちじく、アセロラ、キウイフルーツ、ゆず、さつまいも、ぶどう」等を活用した新たな食育体験型メニューを生産者ごとに整備し、地域が一体となった「食育体験型企業間連携スキーム」を構築することで、交流人口の拡大を図る。

具体的には、事業者独自の歴史的背景、気候、生産工程、匠の技を専門家とともに「見える化」しながら、紙芝居、もぎ取り体験、映像を整備し、地区内の連携網を増加させることで点を線でつなぎ「面」として「個社」と「地域」の価値向上を図る。

② 亶理町総合発展計画・第6次山元町総合計画との連動性・整合性

「亶理町総合発展計画」

平成28年度から平成37年度のまちづくりの指針となる「亶理町第5次総合発展計画」の基本理念である、「また来たくなるまち・ずっと住みたくなるまち わたり」を基本理念に「山と川、里と海を人と時(時の流れ)代でつなぐまち」を実現することにより、定住人口 34,000 人の維持を目指している。

商業振興についてはまちのにぎわいや活力を演出する場所として、魅力あるまちづくりに貢献できる地域商業機能の拡充や地域特産品の開発・販売等を推進し、地域商業の再生・活性化に努めるため、地域商業機能の拡充として地産地消の場の形成や空き店舗の有効活用、荒浜地区の観光商業機能の充実を図ることが計画されている。

観光振興としては「わたり温泉鳥の海」を亶理町の観光・交流拠点施設と位置づけ、全町一体となって特色ある観光地づくりを進めるため、「山」「川」「里」「海」「温泉」の豊かな自然資源や歴史資源、農林水産資源などをいかした滞在型の観光・リゾートの創造を目指す計画となっている。

この考え方は当商工会の考えと概ね一致しており、荒浜地区にある産直施設の販売促進、地域資源を使った特産品の開発、6次産業化の推進、空き店舗を活用するためのビジネスプランの作成、「わたり温泉鳥の海」を拠点と捉えた周辺地域の体験型メニューの整備等を行い、亶理町と地域経済の発展に向けて、関係者が一体となった経営改善普及事業の実施体制を構築する。

「第6次山元町総合計画」

令和元年度から令和10年度のまちづくりの指針となる「第6次山元町総合計画」の基本理念である「『キラリやまもと！みんなでつくる笑顔あふれるまち』を基本理念に「単なる復旧にとどまらない創造的な復興」を成し遂げるべく、利便性を享受できる新たな拠点の整備や、地域を支えるコミュニティの再構築、最新技術を導入した農業をはじめとした産業の育成など、町民一人ひとりが「光りかがやく」多くの財産を磨き続け、町民誰もが「山元町が好きだ」と心から実感でき、すべての人がいきいきと暮らし、愛にあふれるつながりを大切にするまちをつくることを目指している。

商業振興については 商工会との連携により、支援体制の強化を図り、農林業や観光と連携した特産品の開発や販売の促進を図るとともに、厳しさを増す経営環境に対応し、各種融資制度の活用を促しながら、経営体質・基盤の強化が計画されている。

また、観光振興としては 関係機関・団体や町民との協働により、グリーン・ツーリズム(農林漁業の体験やその地域の歴史や自然に親しむ余暇活動)、サイクル・ツーリズム(自転車観光)、景観や自然の素晴らしさを感じられる各種イベント等の開催、歴史や文化を感じられる施設掘りおこしと活用など地域資源を生かした観光・交流機能の拡充・整備が計画されている。

この考え方は当商工会の考えと概ね一致しており、農林業や観光と連携した特産品の開発や販売促進事業に加え、各種融資制度の活用等を通して地域経済や産業の発展に向けて山元町並びに関係者が一体となった経営改善普及事業の実施体制を構築する。

③ 商工会としての役割

亶理町総合発展計画、第6次山元町総合計画において目指す方向性をふまえながら、「伴走型支援」を継続しながら小規模事業者の「強み」を磨き、事業計画の策定を基軸とした「PDCA サイクル型経営」を促すことにより、「計画、実施、検証、改善」の実施を踏まえた経営力の向上を図り、地域経済並びに地域産業の育成・発展に資する。

また、伴走型支援における地域資源を活用した新商品・新メニューの開発や販路開拓、情報発信力の強化を通じて、6次産業化や農商工連携を推進し、交流人口並びに関係人口の増加に繋げる。

本計画においては地域経済動向調査・経営状況分析・事業計画策定・策定後のフォロー等の支援を通じて経営環境の変化に対応できる経営体の創出と生産性の向上に資する支援を行う。

(3)経営発達計画支援事業の目標

上記(1)及び(2)を踏まえ、本計画の期間における目標は以下の5項目とする。

① 円滑な創業及び事業継承の実現

創業や事業承継を目指す事業者に対して、専門家と連携した継続的な支援を実施し続けることで、円滑な起業や事業承継を実現する。

② 中小・小規模事業者への伴走型支援による企業価値向上の実現

事業者の経営分析や財務分析による事業計画書の策定支援を通してコロナ禍に対応したビジネスモデルを確立し、企業価値の向上を実現する。

③ 地域資源を活用した新商品、新サービスの開発による販路開拓の実現

地域資源を活用した新商品や新サービスの開発を促進することで中小・小規模事業者の販路拡大を実現する。

④ DXに向けた対応支援による業務効率化の実現

専門家と連携した支援により、経営のデジタル化が促進され、ECを通じた売上拡大やクラウド会計による業務の効率化を実現する。

⑤ 職員による定期ミーティングの開催やOJTによるチーム支援体制の確立

経営指導員や一般職員の定期的なミーティングの開催やOJTにより、支援ノウハウの共有と職員のチーム支援体制を確立させ、事業者への提案力向上を実現する。

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5年4月1日～令和10年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

①円滑な創業及び事業継承の実現

創業を目指す事業者等に対し、創業計画書の作成や創業に向けたフォローアップを行い、創業に必要な経営基盤を支援し、起業・創業による賑わい創出を図る。

更に、事業継承を促進するために、事業継承診断による支援ニーズを把握し、宮城県事業引継ぎセンター等や専門家と連携を図りながら、事業継承計画の策定支援し廃業を食い止め地域内の事業所数の維持に努めていく。

②中小・小規模事業者への伴走型支援による企業価値向上の実現

コロナ禍による新たな生活様式に対応したビジネスモデルの展開を模索する中小・小規模事業者や複雑化及び高度化する経営課題の解決と経営力向上を図るために、経営分析セミナーや事業計画策定セミナー等の開催を行い、自社の経営分析や自社のSWOT分析や財務分析を行う。

更に、経営課題を明確にした上で、事業計画策定や販路開拓支援等の実施や計画の実行や進捗、成果等を把握するためにフォローアップ支援等を行い伴走型支援強化を図ることで魅力のある店舗育成に繋げる。

③地域資源を活用した新商品、新サービスの開発による販路開拓の実現

専門家と連携しながら、地域における中小・小規模事業者等の自発的な経営革新意識の高揚を促すとともに、きめ細やかな伴走型支援を通じて、地域における元気企業の輩出と育成支援を図る。

亘理・山元地域には「いちご、りんご、アセロラ、いちじく、ホッキ、カレイ等」の食材に恵まれた地域であることから、地域資源を活用した新商品の開発、販路の開拓、情報発信力の強化を行える仕組みを構築し、地域資源を活用したブランド化を図り、交流人口の拡大を増加させる。

更に、需要動向調査及び商談会等において、既存商品や新商品の問題・課題の抽出とマーケットインの観点から、一般消費者及び取引先の調査を通して売れる商品への改良及び新商品開発のブラッシュアップを図るために、観光拠点施設と連携した取り組みを計画し、観光客入込数増加とともに交流人口拡大を図る。

④DX に向けた対応支援による業務効率化の実現

IT 化の取組が加速する中で、中小・小規模事業者にとって様々な局面での DX に向けた取り組みが必要だと理解・認識させるために、セミナーの開催を行う。

また、意欲ある事業所においては専門家等を派遣し支援を行い、将来を見据えて、業態転換や EC を通じた売上拡大、クラウド会計による業務効率化など経営のデジタル化を進められる支援を行う。

⑤職員による定期ミーティングの開催やOJTによるチーム支援体制の確立

新型コロナウイルス感染症の影響により多岐の業種にわたり経営環境は激変している。この環境の変化に適応するために、新たな経営課題への対応が必要である。経営指導員や一般職員も含め従来の金融・税務労務に加え情報化、販路開拓、事業継承及び創業、コロナ禍に対応した新たなビジネスモデル等、相談案件は専門性を求められ高度化している。そのため経営指導員や一般職員による定期的なミーティングやOJTを行い、支援ノウハウの共有化を通してチーム支援体制の確立を図る。

更に、よろず支援拠点や専門家と連携しながら職員同士の資質向上を図り、中小・小規模企業への伴走型支援体制強化の構築に繋げる。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまで、各経営指導員が巡回・窓口指導の際に、担当地域または事業所から入手した事業概況や景況感等について経営支援会議等を通して情報交換を行い、地域経済動向として把握してきた。

更に、亘理郡の小規模事業者の景況感等を実態把握するため、①外部情報収集資料から必要情報の抽出・整理・分析②商工会の独自の景況調査③地域金融機関及び関係機関との情報交換会を実施し、総合的な地域経済の情報分析を行った。

しかし、外部情報収集資料が多岐にわたっており、整理分析に時間を要したことや、亘理郡の小規模事業者等を網羅しきれず、事業計画策定支援や新商品・新サービス支援に最新の調査結果を活用することができないこともあった。

【課題】

近年、地元購買率の低迷やコロナ禍による環境変化により、特に小売業、生活関連サービス業及び飲食サービス業が大きな影響を受け、益々経済状況は深刻化を増す一方であることから、亘理郡内事業者景況動向調査や地域経済分析システム(RESAS)等を有効活用し、経営分析や事業計画策定に活用する。

(2) 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 「RESAS」(地域経済分析システム)分析公表回数	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
② 小規模事業者景況動向調査公表回数	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
③ 亘理郡内事業者景況動向調査分析の公表回数	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回
④ 地域金融機関及び関係機関との情報交換会開催回数		-	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①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

当地域における事業者に対し、効率的な地域活性化を目指すため、経営指導員等が地域経済分析システム(RESAS)を使用し、地域の経済動向分析を行い、年1回、本会のHPに公表するとともに分析内容については事業計画策定支援等に活用していく。

調査手法	経営指導員等が「RESAS」(地域経済分析システム)を活用し、地域の経済動向分析を行う。
調査対象	当地域の経済全般の分析
調査項目	地域経済循環マップ ・地域経済の全体を把握する 人口マップ・まちづくりマップ ・生産年齢人口の増減と流入要因の分析 産業構造マップ・地域経済循環マップ ・地域における主要産業を把握する ・売上高、付加価値額、従業員数、取引流入額の各指標における ・「産業別構成割合」を確認する。 ⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画書策定支援等に反映する。

②小規模事業者景気動向調査

宮城県が提供する統計調査等を活用し、県内景気動向、商圏内消費購買動向、観光動向について調査・分析を行う。

項目	内容
調査手法	経営指導員等が宮城県の統計調査システムを活用し調査・分析を行う。
調査対象	宮城県並びに商圏内における経済全般の分析
調査項目	<p>①県内の景気動向 中小企業景況報告書(宮城県商工会連合会編)、みやぎ経済月報(宮城県統計課編)等を活用し、県内の業種別の売上高・採算・業況等の景気動向を調査する。</p> <p>②商圏内の消費購買動向 宮城県の商圏及び消費購買動向調査報告書(宮城県統計課編)より、商圏の変化や最寄品・買回品の地元購買率等の消費者購買動向を調査する。</p> <p>③地域内の観光動向 宮城県観光統計概要より、当地域への観光入込数・宿泊者数等の推移や嗜好変化等の観光動向を調査する。</p>

③亶理郡内事業者に対する景気動向調査並びに公表回数

本計画では、調査対象事業者30社に対し経営指導員が巡回により、地域業種別景況をヒアリング調査・分析し、亶理郡内における経済動向として本会のホームページにて年1回公表する。

項目	内容
調査手法	経営指導員が事業所を個別訪問し、調査を行う。
調査対象	亶理郡内小規模事業者30社(製造業5・建設業5・小売業10・サービス業10)
調査回数	個別調査年4回
調査項目	売上高・経常利益・在庫・現有設備・雇用・資金繰り、経営上の問題点等の項目について経営指導員等が連携しながら分析を行い、その分析結果を経営支援会議にて「見える化」することで経営計画書の作成等に反映させる。

④地域金融機関及び関係機関との情報交換会

亶理郡内の経済状況等の意見を交換する場として、地域金融機関6支店(亶理5、山元1)、宮城県信用保証協会に亶理町と山元町それぞれの行政担当課を交えた構成とし、主として亶理郡内の資金繰り状況についてまとめる。実施回数 年1回

項目	内容
調査手法	合同会議での意見徴収による経済動向分析
調査対象	当地域の経済全般の分析
調査項目	管内商工業者の景況感に加え、融資の実行や資金繰りの状況を把握する。 ⇒管内商工業者の資金需要を見定め、管内商工業者に対する日本政策金融公庫との相談会を増やす等、意見交換会の結果を管内商工業者への支援に反映させる。

「調査結果の活用」

上記調査で収集した情報は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ともに経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

また、情報収集したデータはクラウド型支援ツール(BIZミル)へ蓄積を行い、事業計画の策定等の経営支援の基礎データとして役立てる。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

旧計画では、既存商品の改善や新商品の開発に繋げるため、来場者を対象に亘理町産直施設「鳥の海ふれあい市場」や山元町農水産物直売所「やまと夢いちごの郷」にて需要動向調査を実施した。

更に、東日本大震災の後、復興支援の目的で出前寄席を定期的に亘理町で開催して頂いた東京都昭島市商工会との繋がりから、「昭島市産業まつり」に参加し、来場者を対象に、亘理郡の特産品の試食及び自記式調査を実施した。

調査の結果については、対象事業者に対してフィードバックを行い、商品開発の改善や新商品の開発による販路拡大のための資料として提供することができた。

【課題】

調査対象者をカテゴリーに分けず、単調に調査していたことから、調査対象者である事業者の収益改善につながるようなフィードバックにはいたらなかったため、新たな計画での調査内容を見直す。

【今後の取り組み】

消費者の購買形態のカテゴリー分けて調査を行う。①商工会事業の亘山風土応援セットの消費者②亘理町・山元町の観光施設への来場者③地元事業所への来場者、この3つのカテゴリーに分けて需要動向調査を行い、全国客・観光客・地元客の一般消費者から導き出された結果を対象事業者へフィードバックすることで、商品、サービスの改善・改良を促進させ、「売れる商品」の創出に繋げる。

具体的には調査結果を基に地域資源である「いちご、りんご、いちじく、アセロラ、さつまいも」等を活用した加工品を事業所ごとのターゲット層(若年層や富裕層)への販売に役立てて頂き、訴求力の向上を図る。

(2) 目標

項目	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 全国発送消費者向けの商品調査	-	5者	5者	5者	5者	5者
② 観光施設への来場者を対象とした商品調査		3者	3者	3者	3者	3者
③ 地元事業所への来店者を対象とした商品調査	-	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

①全国発送消費者向けの商品調査(亘山風土応援セットでの調査)

年3回、亘理郡の四季折々の特産品約20種類(約20事業所)を全国の消費者へ発送している事業。

新型コロナウイルスの影響を受け、既存商品の改善改良に意欲のある事業所を5社に絞り、特産品セットの購入者を対象とした需要動向調査による調査結果を分析したうえで対象事業者へフィードバックを行い既存商品への改善、改良に繋げる。

項目	内容
調査頻度	年3回
支援対象事業所	15者(食品製造業)(5者×3回分)
調査対象	購入者(約100人)
調査方法	購入者へアンケート調査ハガキを同封し、結果を基に集計する。
調査項目	共通項目:年代、性別、居住地 商品評価:①味、②見た目、③価格、④硬さ、⑤食べやすさ(大きさや形状)、⑥パッケージデザイン等
結果の活用	調査結果は対象事業所へフィードバックし、対象事業所への販路拡大に繋げる。

②観光施設への来場者を対象とした商品調査

亘理町には、「鳥の海ふれあい市場」、山元町には「やまもと夢いちごの郷」の観光主要拠点施設がある。町外から、観光客が多く訪れ、観光客向けの商品が多数あることから、来場者へ「訪問のきっかけ、居住地、味等」に関する調査を行い、調査結果を管内商工業者へフィードバックすることで売上向上に反映させる。

項目	内容
調査頻度	年1回
支援対象者事業所	食品加工業者
調査対象商品	主に特産品を活用した商品であり、各施設で販売している加工食品とする。
調査対象者	来場者100名(鳥の海ふれあい市場50名、やまもと夢いちごの郷50名)
調査方法	亘理町には、「鳥の海ふれあい市場」または山元町には「やまもと夢いちごの郷」の観光施設の方と協力しアンケート調査を実施する。
調査項目	共通項目:年代、性別、居住地、訪問のきっかけ 商品評価:味、見た目、値段、食べやすさ(大きさや形状)、パッケージデザイン等
結果の活用	調査結果は対象事業所へフィードバックする。 更に、対象事業所への販路拡大につながるようにする。

③地元事業所への来場者を対象とした商品調査

地域資源を活用した新商品・新メニューを開発した店舗や販売力強化を図る店舗にて新商品・新メニューに関する調査を行うことで、新商品・新メニューの改善、改良に役立て、経営力の強化に繋げる。

項目	内容
調査頻度	年1回
支援対象事業所	飲食業(3者)、食品加工業(2者)
支援対象商品	地域資源を活用した新商品又は新メニュー
調査対象	来店者150名(5者×30名)
調査方法	各店舗では、独自にアンケート調査をする機会がないことから、経営指導員と一緒にアンケート調査票を作成する。期間を設けて、店舗で来場者宛に調査を行う。
調査項目	共通項目:年代、性別、居住地、訪問のきっかけ 商品評価:味、価格、質、量、デザイン、要望等商品への意見 *その他、事業者と内容を検討する。
結果の活用	調査結果は対象事業所へフィードバックする。 更に、対象事業所への販路拡大につながるようにする。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

経営計画策定セミナーを中心に実施してきたため、経営分析に関するセミナーは実施していない。

【課題】

これまでのように経営計画策定セミナー参加者を中心とした事業者のSWOT分析だけでは高度・専門的な知識が不足しており、経営分析を主テーマとしたセミナーを開催し、経営実態を多角的に把握する必要があった。

今後は、経営分析セミナー参加事業者等、意欲的で販路拡大の可能性の高い事業者を中心に事業計画策定事業者の掘り起こしを行う。

(2) 目標

	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 経営分析セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
② 経営分析事業者	—	80者	80者	90者	90者	100者

(3) 事業内容

①経営分析セミナーの開催

中小・小規模事業者向けに経済産業省のローカルベンチマーク「経営分析シート」の活用法を学ぶ経営分析セミナー等を開催し、事業計画策定等への活用について理解を深め、対象事業所の掘り起こしを行う。

項 目	内 容
募集方法	会員向けの広報の郵送や本会のホームページ掲載による告知を行う。 また、巡回・窓口相談事業者に対して参加を呼び掛ける。
開催回数	年1回
内 容	経営計画書の策定に必要な経営分析の手法を学ぶ
参加者数	1回の開催につき20者程度
対象者	管内商工業者

②経営分析

項 目	内 容			
対象者	経営分析セミナー参加事業者、税務支援事業者			
分析項目	事業者からのヒアリング・提供資料を基に経営分析を実施する。定量分析たる「財務分析」と定性分析たる「非財務分析」の双方を下記のとおり行う。 ①財務分析：直近3期分の収益性・生産性・安全性および成長性の分析 ②非財務分析：事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。			
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>内部環境</th> <th>外部環境</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、規模 等 </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向 等 </td> </tr> </tbody> </table>	内部環境	外部環境	<ul style="list-style-type: none"> ・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、規模 等
内部環境	外部環境			
<ul style="list-style-type: none"> ・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、規模 等	<ul style="list-style-type: none"> ・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向 等			
分析方法	経済産業省のローカルベンチマークによる経営分析を行う。			
分析結果の活用方法	分析結果は、事業者にフィードバックし、経営課題を明確にして、持続化補助金等の申請における事業計画策定等に活用をする。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、経営指導員による解決策の提案や専門家を活用した経営支援に繋げる。 また、分析結果はデータベース化し内部で共有しデータを蓄積し、必要な時にスムーズに提供できるよう経営指導員間で情報の共有化を図り、経営指導員のスキルアップに繋げる。			

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セミナーを実施してきたが、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していなかったため、出席者数が少ない状況であった。

【課題】

今後はセミナーの開催方法の見直しや指導員による事前巡回周知等、周知方法も改善した上で実施する。

また、事業計画策定セミナー参加者の内、実際に事業計画を策定した事業者が少なかったことから、セミナー参加者に対して、事前に事業計画書のひな型を配布するとともに個別支援の機会を増やす取り組みを行い事業計画書策定事業者数の増加を図る必要がある。

(2) 支援に対する考え方

経営分析を行った事業者や創業者、事業継承者に対して、事業計画作成の重要性を説明し事業計画策定セミナーに参加いただく。また、事業計画策定セミナーのカリキュラムを工夫するなどにより、経営分析を行った事業所分の経営計画書策定を目指す

また、小規模事業者持続化補助金、ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金、創業補助金、事業継承補助金等の申請を目指す小規模事業者の中から、実現可能性が高いものを選定し、事業計画の策定に繋げていく。

さらに、小規模事業者はDX化に関する認識が低いことから、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。

(3) 目標

	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
①DX推進セミナー	-	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー	1回	2回	2回	2回	2回	2回
③事業計画策定事業者数	15者	25者	25者	30者	30者	30者

(4) 事業内容

① DX推進セミナーの開催・IT専門家派遣

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サイト構築等の取り組みを推進していくためにセミナーを開催する。

加えて、セミナー終了後、意欲の高い事業所に対しては、経営指導員等による相談対応やIT専門家派遣を実施する。

項目	内容
対象者	主に経営分析を行った事業者等
募集方法	経営分析を行った事業者への直接案内及びチラシ配布や本会ホームページ掲載等による案内
開催回数	1回
内容	<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
参加予定者数	20者

② 事業計画策定セミナーの開催

経営分析を行った小規模事業者や創業者、事業継承者に対して、事業計画策定意欲を掘り起こすために事業計画策定セミナーを開催し、小規模事業者持続化補助金、ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金、IT導入補助金、創業補助金、事業継承補助金等の申請に繋げる。

対象者	主に経営分析を行った小規模事業者や創業者、事業継承者
募集方法	経営分析を行った事業者への直接案内及びチラシ配布や本会ホームページ掲載等による案内
開催回数	1回
内容	<ul style="list-style-type: none">・ 将来ビジョンや目標の確認・ 目標をふまえた現状把握(SWOT分析)・ 決算書の構造を知る(貸借対照表と損益計算書)・ 自社の決算書を分析する・ 目標利益と目標売上高の算出方法・ 目標売上高を達成するためにすべきこと
参加予定者数	20名

○セミナー終了後の対応

1) 個別支援

セミナー終了後、経営指導員等による個別支援を通じて、経営課題や事業計画策定内容を確認し、新たな販路に繋がるように事業計画書の策定支援をする。

2) 創業計画策定支援

亘理町・山元町が策定した産業競争力強化法における「創業支援事業計画」に基づき、創業希望者・創業間もない事業者に対して個別支援を行うと共に、商工会連合会サポーターリング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確実に創業計画の策定に繋げていく。

3) 事業承継計画策定支援

経営指導員による巡回・窓口相談時に事業承継診断ヒアリングシートを活用し後継者はいるが事業承継のタイミングが分からずに踏み切れていない小規模事業者に対して事業継承・引継ぎ支援センター等の外部専門家を活用し連携しながら課題を整理し事業継承計画策定に繋げていく。

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】

対象事業所に対して年3回を目標に巡回指導等を行い、持続化補助金、事業再構築補助金等、各種施策の情報提供やフォローアップを実施してきたが、継続的な事業計画書の策定に結び付いた事業者は少なかつた。

【課題】

事業所が策定した事業計画を効果的に実施できるように取り組むには、商工会が窓口・巡回訪問を通して進捗状況を確認していく必要があり、計画通り進んでいない事業所においては、巡回で集めた情報を経営支援会議で分析し、職員間で情報共有を進めながら計画内容の再検討も含めたフォローアップ支援を行う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した事業者の内、進捗状況の管理を行いながら、集中的に支援すべき事業者に対して訪問回数の頻度を上げてフォローを行う。

(3) 目標

	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
フォローアップ対象 事業者数	27者	30者	36者	36者	40者	40者
頻度(延回数)	44回	270回	292回	292回	310回	310回
売上増加 事業者数	-	5者	5者	7者	7者	10者
利益率20%以上増 加の事業者数	-	3者	3者	3者	3者	5者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象に、事業計画の進捗状況、課題の抽出、解決策の検討、今後のフォローアップにおいて、巡回訪問やZOOMを活用した非対面での対応等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか継続的に支援をする。

また巡回頻度については、事業者の進捗状況に応じて臨機応変に対応し、計画とズレが生じている場合は、フォローアップ回数を増やすなどし、計画通りに事業が進められるよう支援する。

その頻度についてはフォローアップ対象事業者数30者のうち、20者は毎月1回、5者は四半期に1回、他の5者については年2回とする。

以降2年目～3年目の36社についてはフォローアップ対象事業者数36者のうち、20者は毎月1回、10者は四半期に1回、他の6者については年2回とし、4年目～5年目の40者についてはフォローアップ対象事業者数40者のうち、20者は毎月1回、15者は四半期に1回、他の5者については年2回とする。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画とのズレが生じていると判断する場合は宮城県商工会連合会のサポーターリーダーやよろず支援拠点等の外部専門家と共に今後の対応策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

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】

亘理郡内は、いちご、りんご、いちじく、アセロラ、ブドウ、サツマイモ、ホッキ貝、カレイ、ワタリガニなど、食材の宝庫であり、首都圏において地域資源に関するイベントの開催やマルシェでの出展等を行ってきたが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、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっていた。

【課題】

これまでの本会における小規模事業者に対する需要開拓支援は販売会やZOOMを活用した商談会に参加しているものの出店案内を行う程度で小規模事業者に対する事前支援や出店後のフォローアップ支援はあまり積極的に行っていなかった。

今後は、新たな販路開拓にはDX推進が必要であることを理解・認識してもらうとともに独自性を生み出すための「広告媒体の充実」による「訴求力の向上」についても専門家と連携しながら支援を行い、販売力の強化を図る必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会単独で展示会等を開催するのは困難のため、今後は全国商工会連合会や宮城県商工会連合会が主催する商談会に積極的な出展支援を行うとともに、出展にあたっては経営指導員が事業者の進捗管理を踏まえ宮城県商工会連合会のサポーターリーダーやよろず支援拠点等、外部専門家と連携しながら支援にあたる。

また、DXに向けた取り組みとして、宮城県商工会連合会が主催するデータに基づく顧客管理や販売促進、SNS、ECサイトの利用等、IT活用セミナーの参加支援や相談対応を行い、理解度を高めた上で、ITの専門家と連携しながら事業者の理解度に応じた支援を実施する。

(3) 目標

商談会等	項目	現行	R5	R6	R7	R8	R9
グルっとMIYAGI 食の商談会 【BtoB】	出展事業者数	2	3	3	3	3	3
	成約数	0	1	1	1	1	1
伊達な商談会 【BtoB】	出展事業者数	0	3	3	3	3	3
	成約数	—	1	1	1	1	1
ニッポンセレクト.com【BtoC】	出展事業者数	1	3	3	3	5	5
	月売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
自社HPの開設 【BtoB、BtoC】	ECサイトの開設	1	3	3	3	5	5
	月売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
SNSの活用 【BtoB、BtoC】	SNS活用事業者	2	5	5	5	10	10
	月売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

○県内支援機関等が実施する商談会への出展支援 (BtoB)

食品製造業や小売業等の新たな販路開拓を目的に、宮城県商工会連合会が主催する「グルっとMIYAGI ちよっとイイもの食の商談会」、仙台商工会議所が主催する「伊達な商談会」への出展を支援する。

出展事業者に対しては商談技術やFCPシート作成方法等、宮城県商工会連合会のサポーターリーダーや宮城県よろず支援拠点等、販路開拓に係わる専門家と連携した事前指導を行うとともに商談会後のバイヤーからの評価等に関するフォローについても経営指導員が継続的な支援を行う。

○ニッポンセレクトを活用した販路開拓 (BtoC)

食品等製造事業者や小売事業者等のITを活用した新たな販路開拓を支援することを目的に、全国商工会連合会が開設しているEC販売サイト「ニッポンセレクト.com」への出品勧奨を行うと共に、専門家と連携してのECサイトにおける商品訴求に関するノウハウの提供やその対策、売上拡大事例の紹介などを通じて出品効果を高めるための支援を行い、ネット販売による販路開拓を支援する。

○自社HP開設による販路開拓支援 (BtoB、BtoC)

自社ホームページを所有していない等の小規模事業者に対して、経営指導員による無料ホームページ作成ツール「WIX」、「Googleサイト」の作成と「SNS」の講習会を開催するとともに、宮城県商工会連合会のサポーターリーダーや宮城県よろず支援拠点と連携しながらITの活用を支援することで売上の増加率拡大を図る。具体的にはランディングページやSNSとの連動等、HPを見た人が興味や関心を沸くような「しかけ」を専門家とともに構築し、事業者の経営力強化に繋げる。

○SNS活用による販路開拓支援 (BtoB、BtoC)

地域小規模事業者に対し「Instagram」や「フェイスブックページ」等、SNSを活用した企業商品情報等の発信の有効性等について、経営指導員等の巡回訪問を通じて理解の促進に努める。また、導入を希望する小規模事業者に対しては、宮城県商工会連合会が実施しているSNSの活用効果や活用方法を学ぶセミナーからIT専門家が実際にSNS立ち上げまで支援する「SNS活用による販路拡大支援事業」への参加を通じてSNS活用の取り組みを支援する。

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】

これまで、事業の評価及び見直しをするための仕組みについて、年1回の経営発達支援事業評価検証委員会を開催し、定性目標・定量目標の評価・検証を行い、得られた評価結果に基づき次年度の事業の見直しを図っていた。事業評価委員会は亙理町担当課長、山元町担当課長、本会正副会長、宮城県商工会連合会担当職員で行ってきた。

【課題】

これまでと同様に、進捗状況の確認や成果の評価、見直しを年1回の「事業評価検討委員会」で図っていくが、経営発達支援事業に関する定量的な結果について、検証しPDCAサイクルを回していくことが経営発達支援計画の実施効果を高めるためには必要である。

(2) 事業内容

① 亙理町担当課長、山元町担当課長、本会正副会長、法定経営指導員、外部有識者のメンバーで構成する経営発達支援事業評価検証委員会を設置し毎年度1回開催し、事業の実施状況、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う。

② 事業の成果・評価・見直しの結果を本会ホームページに掲載し(年1回)地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

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・事務職員の資質向上については、宮城県商工会連合会等が実施する研修等を通して専門知識・支援ノウハウ習得を図り、経営指導員については月1回開催している経営支援会議において経営指導員間の情報共有は図っていたが、一般職員への情報共有は必ずしも徹底されていなかった。

【課題】

DXへの職員間の支援能力については、最低限のITスキルを個々に有しているものの事業のデジタル化・IT化を十分に支援できるレベルには至っていない。

また、激変している経営環境において経営課題の専門性が高度化しており、指導経験の違いなどから支援内容にバラツキが生じている。

(2) 事業内容

職員の資質向上は、記帳指導、税務指導、労務指導といった従来の経営指導に必要な能力に加え、小規模事業者の売上向上や利益の確保につながる支援ノウハウの習得を積極的に行う。

具体的にはOJTの定期的な実施に加え、OJTの内容や指導ノウハウの保管先を共有保存し「支援ノウハウ」の「見える化」を実施することで職員の資質向上を図る。

① 外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

商工会連合会の行う研修を基本として、定期的に最新の情報を習得する他、テーマにより中小企業大学校等外部団体の研修を受講することでノウハウを習得する。

【経営指導員等Web研修】

全国商工会連合会が実施する「経営指導員等Web研修」の内容を経営支援会議等で話し合い、積極的に受講するとともに、受講した内容を事務局打ち合わせ会議等で補助員、記帳専任職員へもフィードバックすることで支援知識の補完に努める。

②OJTによる支援

経営指導員及び事務職員の効率的な支援スキルの向上を図るため、ベテラン職員は自らもつ経験ノウハウを経営指導員や事務職員に伝承する。必要に応じて、ベテラン職員と職員同士でチームを編成し、相談案件に応じ、指導や助言に至る一連の支援ノウハウ等についてお互いの能力向上を図る。

③専門家派遣への同席によるスキルアップ

経営支援を行う際の貴重な実務経験として、専門家派遣について職員が同席し、スキルアップを図る。

④職員間の定期ミーティングの開催

IT関連の研修会等へ出席した経営指導員及び事務職員が、経営支援会議等で講師を務め、ITを活用した経営手法について具体的なツールを使いながら紹介する。具体的には経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、2ヶ月に1回、職員全体会議を開催し、意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

⑤データベース化

担当経営指導員等がクラウド型支援ツール(BIZミル等)の支援に関するデータ入力を適度・適切に行う。これにより、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員で相互共有し、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とともに、支援ノウハウを蓄積し、組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

(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、経営指導員及び事務職員の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>

ア)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

イ)事業者にとって外向け(需要開拓等)の取組

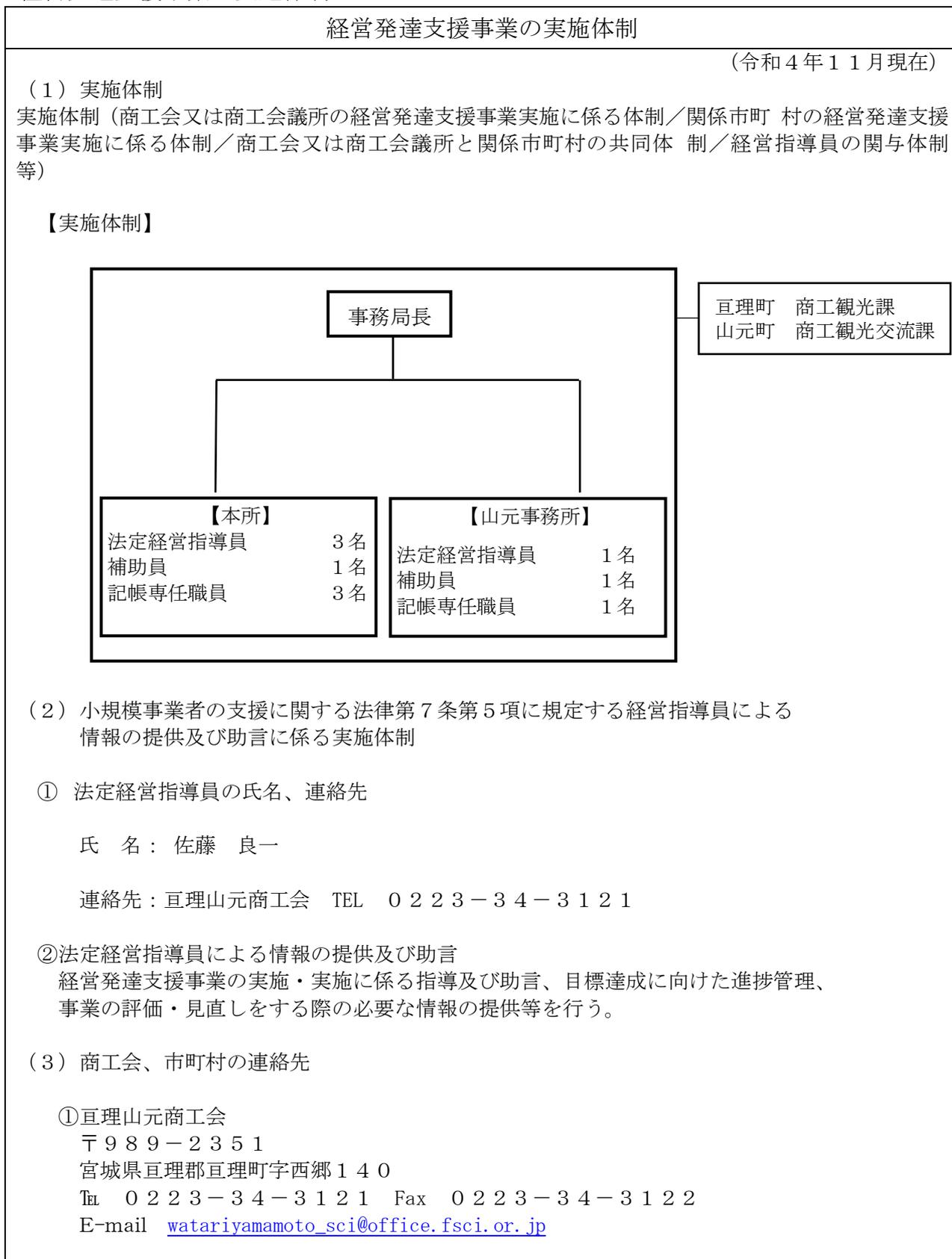
ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用
オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

ウ)その他の取組

オンライン経営指導の方法等

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



②亙理町 商工観光課
〒989-2393
宮城県亙理郡亙理町字悠里1番地
Tel 0223-34-0513

③山元町 商工観光交流課
〒989-2292
宮城県亙理郡山元町浅生原字作田山32
Tel 0223-36-9837

(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	1,710	1,710	1,710	1,710	1,710
①地域経済動向調査	110	110	110	110	110
②需要動向調査	200	200	200	200	200
③経営状況の分析調査	200	200	200	220	220
④事業計画策定	500	500	500	500	300
⑤事業計画策定後の支援	200	200	200	200	200
⑥新たな需要開拓に寄与する事業	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、国補助金、県補助金、町補助金

(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。

