

令和5年度

経営発達支援計画報告書

下記の通りⅠ．経営発達支援事業の内容について6項目、Ⅱ．地域経済の活性化に資する取り組みについて1項目、Ⅲ．経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取り組みについての3項目について報告いたします。

評価方法は、昨年度中小企業庁より示された以下の基準とする。

- A：目標を達成することができた。(100%以上)
- B：目標を概ね達成することができた。(80%～99%)
- C：目標を半分程度しか達成することができなかった。(30%～79%)
- D：目標をほとんど達成することができなかった。(30%未満)

評価者は、評価委員5名。

岩 沼 市 商 工 会

○経営発達支援計画事業実施内容及び評価について

1. 地域の経済動向調査に関すること

事業計画内容						実施内容及び評価																											
【目標】 <table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>R5年度</th> <th>R6年度</th> <th>R7年度</th> <th>R8年度</th> <th>R9年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>①地域景気動向調査公表回数</td> <td>1回</td> <td>1回</td> <td>1回</td> <td>1回</td> <td>1回</td> </tr> <tr> <td>②購買動向調査</td> <td>1回</td> <td>1回</td> <td>1回</td> <td>1回</td> <td>1回</td> </tr> <tr> <td>③RESASを活用した経済動向調査公表回数</td> <td>1回</td> <td>1回</td> <td>1回</td> <td>1回</td> <td>1回</td> </tr> </tbody> </table>						項目	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	①地域景気動向調査公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	②購買動向調査	1回	1回	1回	1回	1回	③RESASを活用した経済動向調査公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	【実績】 新型コロナウイルス感染症や物価・原油価格高騰等の影響により、売上の減少や事業活動の縮小等、地域経済に大きな影響を及ぼしている状況の中、地域小規模事業者の経営状況を把握することを目的とした「景気動向調査」、消費者ニーズが個性化・多様化する中で地域内消費者の小規模店に対する需要動向を捉えることを目的とした「購買動向調査」、各機関が提供する統計資料等の外部データにより分析した「経済動向調査」を実施し、小規模事業者等に対するの経営支援活動の一助とすることを目的に、巡回や窓口支援を行う際の参考資料として活用した他、本ホームページに公表し、市内事業者等に周知した。			
項目	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度																												
①地域景気動向調査公表回数	1回	1回	1回	1回	1回																												
②購買動向調査	1回	1回	1回	1回	1回																												
③RESASを活用した経済動向調査公表回数	1回	1回	1回	1回	1回																												
【実施計画】 ① 岩沼市内景気動向調査 岩沼市内の景気動向等について実態を把握するため年1回調査を行い、より広く周知・活用できるようホームページで公表し、巡回や窓口指導の際に情報提供を行い経営支援に役立てて頂く。						<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>目標</th> <th>実績</th> <th>評価</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>①地域景気動向調査公表回数</td> <td>1回</td> <td>1回</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>②購買動向調査</td> <td>1回</td> <td>1回</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>③RESASを活用した経済動向調査公表回数</td> <td>1回</td> <td>1回</td> <td>A</td> </tr> </tbody> </table>				項目	目標	実績	評価	①地域景気動向調査公表回数	1回	1回	A	②購買動向調査	1回	1回	A	③RESASを活用した経済動向調査公表回数	1回	1回	A								
項目	目標	実績	評価																														
①地域景気動向調査公表回数	1回	1回	A																														
②購買動向調査	1回	1回	A																														
③RESASを活用した経済動向調査公表回数	1回	1回	A																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>【調査手法】</td> <td>郵送・FAX及びGoogleフォームによるweb回答、巡回や窓口支援によるヒアリングにより実施する。</td> </tr> <tr> <td>【調査対象】</td> <td>景気動向の定点観測のため岩沼市内800者のうち、業種バランスを考慮した40者程度を選定して、継続して調査への回答を得られるよう協力を取り付ける。</td> </tr> <tr> <td>【調査項目】</td> <td>業界の景況 売上高・生産高、製（商）品価格、原材料・仕入価格、製（商）品在庫、資金繰り、事業承継、その年の経済環境に応じたテーマ、商工会への要望等</td> </tr> </tbody> </table>						項目	内容	【調査手法】	郵送・FAX及びGoogleフォームによるweb回答、巡回や窓口支援によるヒアリングにより実施する。	【調査対象】	景気動向の定点観測のため岩沼市内800者のうち、業種バランスを考慮した40者程度を選定して、継続して調査への回答を得られるよう協力を取り付ける。	【調査項目】	業界の景況 売上高・生産高、製（商）品価格、原材料・仕入価格、製（商）品在庫、資金繰り、事業承継、その年の経済環境に応じたテーマ、商工会への要望等	【実施状況】 ①地域景気動向調査の実施 岩沼市内会員を対象に郵送し、FAXやWEB回答の他、巡回・窓口支援時のヒアリング等により40者を対象に調査を実施した。 具体的には、事業所の業種や従業員数等の基本情報、後継者の有無、電子決済の取扱状況、新型コロナウイルス感染症等の影響による売上状況、今後の経営課題、支援機関に期待する支援テーマ、インボイス制度や働き方改革への取組状況等について調査し、調査結果を経営支援の際に活用した。																			
項目	内容																																
【調査手法】	郵送・FAX及びGoogleフォームによるweb回答、巡回や窓口支援によるヒアリングにより実施する。																																
【調査対象】	景気動向の定点観測のため岩沼市内800者のうち、業種バランスを考慮した40者程度を選定して、継続して調査への回答を得られるよう協力を取り付ける。																																
【調査項目】	業界の景況 売上高・生産高、製（商）品価格、原材料・仕入価格、製（商）品在庫、資金繰り、事業承継、その年の経済環境に応じたテーマ、商工会への要望等																																
②購買動向調査 当会商業部会で実施している売出し事業において地域内消費者の小規模店に対する需要動向を捉える機会であり、地域内の小売業や飲食業、サービス業等の商品・サービス等に対するニーズ等を消費者の購買動向調査として年1回実施し、広く周知・活用できるようホームページで公表し巡回や窓口指導の際に情報提供を行い経営支援に役立てて頂く。						②購買動向調査の実施 令和5年11月27日～12月10日の期間に実施した『コンチャンの「倍返し」スタンプラリー』の参加者（岩沼市民）を対象に配布し、12月9日～10日（2日間）の抽選会参加時に回収（206名）し、調査を実施した。 具体的には、消費者の性別・年代・家族人数等の属性、品目別買い物先、買い物先選択理由、買い物におけるインターネット利用状況、消費者視点からの商店額魅力向上策、新型コロナウイルス感染症収束後の買い物頻度等について調査し、調査結果を事業者へ情報提供を行う等経営支援の際に活用した。																											
<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>【調査手法】</td> <td>アンケート調査票を作成し、売出し事業にて購入した消費者に配付</td> </tr> <tr> <td>【調査対象】</td> <td>売出し事業参加店にて購入した消費者</td> </tr> <tr> <td>【調査項目】</td> <td>居住地域、性別、年齢、消費意欲、買い物頻度、購入先、商品やサービスを購入するときに意識すること、商品やサービス等に対する要望等</td> </tr> </tbody> </table>						項目	内容	【調査手法】	アンケート調査票を作成し、売出し事業にて購入した消費者に配付	【調査対象】	売出し事業参加店にて購入した消費者	【調査項目】	居住地域、性別、年齢、消費意欲、買い物頻度、購入先、商品やサービスを購入するときに意識すること、商品やサービス等に対する要望等	③RESASを活用した経済動向調査の実施 RESAS（地域経済分析システム）を活用し、岩沼市内における経済動向分析を実施した。 具体的には、「地域経済循環マップ・生産分析」による岩沼市の所得循環構造や生産構成割合、「まちづくりマップ・From-to分析」による岩沼市滞在人口の地域構成割合、「産業構造マップ」による岩沼市の産業構造について分析し、調査結果を経営支援の際に活用した。																			
項目	内容																																
【調査手法】	アンケート調査票を作成し、売出し事業にて購入した消費者に配付																																
【調査対象】	売出し事業参加店にて購入した消費者																																
【調査項目】	居住地域、性別、年齢、消費意欲、買い物頻度、購入先、商品やサービスを購入するときに意識すること、商品やサービス等に対する要望等																																
③ 国が提供するビッグデータの活用 岩沼市内にて意欲的な小規模事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源等を最大限に活かし実態把握や今後の見通しや対策を検討する際の資料とするため、経営指導員等が「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う。																																	
<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>【調査手法】</td> <td>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。</td> </tr> <tr> <td>【調査項目】</td> <td>「地域経済循環マップ・生産分析」により何で稼いでいるか等を分析。 「まちづくりマップ・From-to分析」により人の動きを分析。 「産業構造マップ」により産業の現状等を分析。</td> </tr> </tbody> </table>						項目	内容	【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。	【調査項目】	「地域経済循環マップ・生産分析」により何で稼いでいるか等を分析。 「まちづくりマップ・From-to分析」により人の動きを分析。 「産業構造マップ」により産業の現状等を分析。																						
項目	内容																																
【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。																																
【調査項目】	「地域経済循環マップ・生産分析」により何で稼いでいるか等を分析。 「まちづくりマップ・From-to分析」により人の動きを分析。 「産業構造マップ」により産業の現状等を分析。																																
（総合評価等） ○全ての3調査は、市内の経済動向を把握する上で貴重なデータとなるので、中小事業者支援を進める上で引き続き活用させていただきたいと思っております。 取組にあたっての意見ですが、「①地域景気動向調査」については、調査結果を会員事業者への経営指導に活用するためにも、分析精度の向上に向けた標本数の確保（回答率の向上）は重要だと考えます。なお、実施状況に、昨年度本市よりコメントさせていただいた課題に対する改善内容の記載がないため、取組成果としての評価は難しいところです。 また、40者へのヒアリング調査については、業種や企業規模等のバランスを見ながら調査協力事業所を固定したほうが、長期的なトレンド等の情報も得られ、また調査の効率化も図られるのではないかと考えております。																																	
○全ての項目において目標を達成しており評価できる。地域景気動向調査等次年度以降も継続されたい。																																	

2. 需要動向調査に関すること

事業計画内容						実施内容																							
【目標】 <table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>R5年度</th> <th>R6年度</th> <th>R7年度</th> <th>R8年度</th> <th>R9年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>①バイヤーに対する需要動向調査対象事業者数</td> <td>2社</td> <td>2社</td> <td>2社</td> <td>2社</td> <td>2社</td> </tr> </tbody> </table>						項目	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	①バイヤーに対する需要動向調査対象事業者数	2社	2社	2社	2社	2社	【実績】 新商品や新サービス等の開発を行う小規模事業者に、マーケットインの観点により買い手である消費者や取引先のニーズ等の需要動向の提供を行うための調査を行い、小規模事業者に対して情報を伝え、新たな需要開拓に繋げていくことを目的に商談会へ参加した。 <table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>目標</th> <th>実績</th> <th>評価</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>①バイヤーに対する需要動向調査対象事業者数</td> <td>2社</td> <td>2社</td> <td>A</td> </tr> </tbody> </table>				項目	目標	実績	評価	①バイヤーに対する需要動向調査対象事業者数	2社	2社	A
項目	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度																								
①バイヤーに対する需要動向調査対象事業者数	2社	2社	2社	2社	2社																								
項目	目標	実績	評価																										
①バイヤーに対する需要動向調査対象事業者数	2社	2社	A																										
【実施計画】 ①商談会におけるバイヤーへの需要動向調査 商談対象の商品の評価や改善点を把握するため、新たな販路開拓に取り組む小規模事業者を対象に、(一社)東北ニュービジネス協議会等が主催する「ビジネスマッチ東北」(首都圏等バイヤー50社参加)への出展を促し、商談対象の商品について、参加するバイヤーに対して次の方法によりヒアリング調査を行う。						【実施状況】 令和5年11月8日開催した(一社)東北ニュービジネス協議会等が主催する「ビジネスマッチ東北2023」に当会ブースを設け2社出展し参加するバイヤー等からアンケート調査を実施。実施後は専門家により分析を行い結果については事業所へフィードバックを行い今後の販売戦略の一助となった。																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>【支援対象事業者】</td> <td>コロナ禍で販路拡大の取り組みが難しくなった地域資源の原材料(白菜やかぶ等の野菜)を活用した食品製造業や優れた加工技術(金属加工等)を有する製造業のビジネスマッチ東北に出店する小規模事業者</td> </tr> <tr> <td>【サンプル数】</td> <td>バイヤー5名</td> </tr> <tr> <td>【調査商品数】</td> <td>ビジネスマッチ東北に出店する小規模事業者が提供する既存商品及び新商品等</td> </tr> <tr> <td>【調査方法】</td> <td>経営指導員等が出展事業所のサポートとして参加し、来場するバイヤー等に聞き取り調査を行う。</td> </tr> <tr> <td>【調査項目】</td> <td>調査項目については、以下を基本としながら、事前に調査対象事業者の意向を確認するとともに、専門家の指導を頂きながら設定する。 【食品製造業】 見た目、味・容量・形状・パッケージ・価格・消費者嗜好、類似商品の動向・改善提案・取引条件等 【非食品製造業】 機能、性能、デザイン、価格、認知度、関心等</td> </tr> <tr> <td>【分析方法】</td> <td>宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携して調査項目を整理分析する。</td> </tr> </tbody> </table>						項目	内容	【支援対象事業者】	コロナ禍で販路拡大の取り組みが難しくなった地域資源の原材料(白菜やかぶ等の野菜)を活用した食品製造業や優れた加工技術(金属加工等)を有する製造業のビジネスマッチ東北に出店する小規模事業者	【サンプル数】	バイヤー5名	【調査商品数】	ビジネスマッチ東北に出店する小規模事業者が提供する既存商品及び新商品等	【調査方法】	経営指導員等が出展事業所のサポートとして参加し、来場するバイヤー等に聞き取り調査を行う。	【調査項目】	調査項目については、以下を基本としながら、事前に調査対象事業者の意向を確認するとともに、専門家の指導を頂きながら設定する。 【食品製造業】 見た目、味・容量・形状・パッケージ・価格・消費者嗜好、類似商品の動向・改善提案・取引条件等 【非食品製造業】 機能、性能、デザイン、価格、認知度、関心等	【分析方法】	宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携して調査項目を整理分析する。										
項目	内容																												
【支援対象事業者】	コロナ禍で販路拡大の取り組みが難しくなった地域資源の原材料(白菜やかぶ等の野菜)を活用した食品製造業や優れた加工技術(金属加工等)を有する製造業のビジネスマッチ東北に出店する小規模事業者																												
【サンプル数】	バイヤー5名																												
【調査商品数】	ビジネスマッチ東北に出店する小規模事業者が提供する既存商品及び新商品等																												
【調査方法】	経営指導員等が出展事業所のサポートとして参加し、来場するバイヤー等に聞き取り調査を行う。																												
【調査項目】	調査項目については、以下を基本としながら、事前に調査対象事業者の意向を確認するとともに、専門家の指導を頂きながら設定する。 【食品製造業】 見た目、味・容量・形状・パッケージ・価格・消費者嗜好、類似商品の動向・改善提案・取引条件等 【非食品製造業】 機能、性能、デザイン、価格、認知度、関心等																												
【分析方法】	宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携して調査項目を整理分析する。																												
(総合評価等) ○この項目だけでなく、本計画に係る事業実施内容全体に関わることですが、書面開催にもかかわらず、実施計画に対する実施状況に関する情報があまりにも少ないと感じます。計画通りした点は評価しますが、その結果、目標達成にどうつながったか、課題に対する今後の取組方針等、実施内容に記載することで「PDCAサイクル」を適切に回すべきと考えます。 正確な評価を行うためにも、来年度以降、改善願います。 ○目標を達成しており評価できる。特に、新商品や新サービス等について、次年度以降も調査を継続されマーケティング戦略に活かされたい。																													

3. 経営状況の分析に関すること

事業計画内容						実施内容																							
【目標】 <table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>R5年度</th> <th>R6年度</th> <th>R7年度</th> <th>R8年度</th> <th>R9年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>①経営分析事業者数</td> <td>40社</td> <td>40社</td> <td>40社</td> <td>40社</td> <td>40社</td> </tr> </tbody> </table>						項目	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	①経営分析事業者数	40社	40社	40社	40社	40社	【実績】 事業所へ経営分析の必要性や重要性について広く周知を行い、分析の意義を認識させるとともに精度の高い事業計画の策定に繋げることを目的に、経営指導員による経営分析を実施した。 <table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>目標</th> <th>実績</th> <th>評価</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>①経営分析事業者数</td> <td>40社</td> <td>37社</td> <td>B</td> </tr> </tbody> </table> ※令和6年2月29日現在				項目	目標	実績	評価	①経営分析事業者数	40社	37社	B
項目	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度																								
①経営分析事業者数	40社	40社	40社	40社	40社																								
項目	目標	実績	評価																										
①経営分析事業者数	40社	37社	B																										
【実施計画】 ①ローカルベンチマーク等を活用した経営状況の分析 補助金申請や金融斡旋支援の事業者だけでなく、窓口や巡回支援の際に事業者に対して、経営分析の必要性や重要性を周知し、対話と傾聴を通じて本質的な課題を抽出し、多様な支援ツールから事業者に合わせて活用した経営分析を行う。 分析項目については、定量分析である「財務分析」と定性分析である「非財務分析」の双方を行うものとし、「財務分析」については、小規模事業者						【実施状況】 補助金申請等経営相談及び金融相談、セミナー開催等による相談事業者や、窓口・巡回支援により経営分析対象事業者の掘り起こしを行い、「ローカルベンチマーク」を活用した財務分析やSWOT分析等による事業者の取り巻く環境の整理を行い、事業計画策定の支援を実施した。																							

の経営分析に関しては、経済産業省の「ローカルベンチマーク」を経営指導員等が統一して活用し行うものとし、直近3期分の収益性、生産性、安全性及び成長性の分析を行う。

「非財務分析」については、SWOT分析のフレームを用いて、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、機会を経営者の状況（経営把握、ビジョンなど）・事業の状況（製品・サービスの優位性・独自性、仕入先・取引先との関係、技術力・ノウハウの蓄積・利用、販売力の強みや弱みなど）・企業を取り巻く環境（商圈状況、市場動向、顧客動向、競合との比較など）・内部体制（組織体制、人材育成、デジタル化・IT活用の状況、事業計画有無・運用状況など）等に整理する。

(総合評価等)

○経営分析事業者数の目標が未達成だったことは残念であり、その理由を分析し、来年度の取組に活かしてほしいです。(2)の評価で言及しましたが、「実施状況」には、未達成の事実だけでなく、その理由を分析し、取組課題、改善点として記載しないと次年度につながらないと考えます。

なお、「実施状況」には、実施回数や受付件数等の「活動量」いわゆるアウトプットを記載すると評価する上で大変参考になりますので、ご検討願います。

○2月末時点において目標の75.0%を達成しており、3月の個人事業者の決算・申告指導等の機会を活用し、年度末までに目標を達成されたい。

現状、C評価となっているが年度末の実績をもって再評価されたい。また、経営計画を策定する上で経営環境及び経営実態を把握し、経営課題を明確にすることは必要不可欠であり、今後も定量分析（財務分析）や定性分析についての助言を継続されたい。

⇒令和6年3月末時点の実績（赤字更新）において、目標を概ね達成することができた。

4. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

事業計画内容						実施内容			
【目標】						【実績】			
項目	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	経営分析を行った事業所等を対象に、事業計画の必要性、策定方法、効果等について各種セミナーの開催により理解を深めて頂いた上で、地域の経済動向調査、需要動向調査を踏まえ、事業者自身が本質的な課題を認識し腹落ちした上で事業計画策定を支援し、小規模事業者の持続的発展を図った。			
①事業計画策定セミナーの開催	1回	1回	1回	1回	1回	項目	目標	実績	評価
②DX推進セミナーの開催	1回	1回	1回	1回	1回	①事業計画策定セミナーの開催	1回	1回	A
③創業セミナーの開催	1回	1回	1回	1回	1回	②DX推進セミナーの開催	1回	1回	A
④事業承継セミナーの開催	1回	1回	1回	1回	1回	③創業セミナーの開催	1回	1回	A
⑤事業計画等作成件数	35者	35者	35者	35者	35者	④事業承継セミナーの開催	1回	1回	A
内 事業計画策定事業者数	30者	30者	30者	30者	30者	⑤事業計画等作成件数	35者	38者	A
創業計画策定事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	内 事業計画策定事業者数	30者	38者	A
事業承継計画	2者	2者	2者	2者	2者	創業計画策定事業者数	3者	0者	D
						事業承継計画	2者	0者	D
						※令和6年2月29日現在			
【実施計画】						【実施内容】			
①事業計画策定セミナーの開催						①事業計画策定セミナーの開催			
項目	内容					項目			
募集方法	経営分析を行った事業所へ直接案内やチラシ配布及びホームページによる告知					参加者数			
回数	年1回					10名			
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・事業計画の必要性 ・経営戦略構築 ・キャッシュフロー経営 ・販路開拓の手法 等 					令和5年7月26日に経営デザインえむよん代表の三浦氏より、経営（事業）計画作成の必要性、経営戦略・販路開拓の手法、事業計画書作成のポイントについて説明を頂き、事業計画策定の実施に向けたセミナーを実施し、計画策定を支援した。			
目標参加数	10名					C			
②DX推進セミナーの開催						②DX推進セミナーの開催			
項目	内容					項目			
募集方法	経営分析を行った事業所へ直接案内やチラシ配布及びホームページによる告知					参加者数			
回数	年1回					15名			
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 ・クラウド型顧客管理ツールの紹介 					令和5年10月18日にウイングアーク1st(株)エヴァンジェリストの大川氏より、DXについての基礎用語や知識について、デジタル化は何を変革するのか、生成AI（ChatGPT等）の概要・活用方法、AI/IoTなど小規模事業者の「身の丈DX」・DXに必要な機能とツール・サービス例、「身の丈DX」の進め方、人材・体制、考え方等デジタル技術の活用方法について説明を頂き、DX推進に向けたセミナーを実施した。			
						C			
③創業セミナーの開催						③創業セミナーの開催			
						項目			
						参加者数			
						10名			
						10名			
						A			

	・SNSを活用した情報発信方法 ・ECサイトの利用方法 等
目標参加数	15名

③創業セミナーの開催

項目	内容
募集方法	チラシ配布及びホームページによる告知
回数	年1回
内容	岩沼市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、「経営」「財務」「人材育成」「販路開拓」の4部門を1日2時間の講義を4日に分けて開催。
目標参加数	10名

④事業承継セミナーの開催

項目	内容
募集方法	チラシ配布及びホームページによる告知
回数	年1回
内容	宮城県事業承継・引継ぎ支援センターと連携を図り、事業承継の進め方・事業承継の立て方等について講習し、自社の事業承継計画を作成する。
目標参加数	10名

※上記参加者数における実績人数については、下記の全4回のセミナーを全て受講した実人数である。

岩沼市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、全4回のセミナーを開催した。

【第1回】令和5年10月15日（受講者：13名）

経営デザインえむよん代表の三浦氏より、経営の定義、企業までのステップ、起業成功の条件、経営計画の必要性等について説明頂いた。

【第2回】令和5年10月22日（受講者：11名）

日本政策金融公庫仙台支店の職員より、創業の実態、創業計画書の必要性、創業計画書作成のポイント、融資のご相談、お申込手続きについて、月田美和社会保険労務士事務所代表の月田氏より、創業時における労働保険・社会保険の加入について説明頂いた。

【第3回】令和5年10月29日（受講者：13名）

経営デザインえむよん代表の三浦氏より、必要とする人材の明確化について、OJTやOFF-JT、自己啓発等の人材育成の仕組みについて外部研修制度（機関）、ビジネスモデル・マーケティングについて、マーケティング構想シートの作成方法等について説明頂いた。

【第4回】令和5年11月5日（受講者：11名）

経営デザインえむよん代表の三浦氏より、ワークショップ形式にて、創業の動機、経営者の略歴、新事業体の名称（商号）、事業概要等の事業構想、内部・外部組織、収支計画、資金計画等の創業計画作成手法について説明頂いた。

④事業承継セミナーの開催

項目	目標	実績	評価
参加者数	10名	4名	C

令和5年12月18日に、宮城県事業承継・引継ぎ支援センター職員より、事業承継の準備を始めるタイミングや、事業承継を進め方、進める上での注意点・ポイント、事業承継計画の立て方等について説明頂いた。

(総合評価等)

○各種セミナー開催については、計画通り実施できたことは評価します。特に「創業支援」については、起業者の関心が高い分野であり、創業セミナー受講者から3名が創業につながったことは大きく評価します。市では、働き方の多様化に対応し、今年度から「創業支援」に本格的に取り組むこととしており、商工会と連携を密にしていきたいと思いますのでよろしくお願いいたします。

なお、「④事業承継セミナー」については、参加者数が目標未達成となりましたが、少子高齢化による後継者難、廃業等で地域産業に与える影響は更に大きく、支援のニーズは年々高まっていると考えます。引き続き、会員に対し「事業承継」の重要性を周知いただきますようお願いします。

○各セミナーが計画通りに開催されたことは評価できる。

⑤事業計画等作成件数においては、一部目標が達成されており評価できるが、目標未達成の創業計画、事業承継計画の策定については伴走支援を強化されたい。

⇒令和6年3月末時点の実績（赤字更新）

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

事業計画内容						実施内容			
【目標】						【実績】			
項目	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	事業計画を策定した事業者を対象に、事業の進捗状況の確認等を行い、効果的にきめ細かい支援が出来るよう職員全体で情報共有を図りながらフォローアップ支援を実施した。			
①フォローアップ対象事業者数	35者	35者	35者	35者	35者	項目	目標	実績	評価
②頻度（延回数）	140回	140回	140回	140回	140回	①フォローアップ対象事業者数	35者	39者	A
③売上増加事業者数	10者	10者	10者	10者	10者	②頻度（延回数）	140回	150回	A
④利益率2%以上増加の事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	③売上増加事業者数	10者	8者	B
【実施計画】						④利益率2%以上増加の事業者数	5者	4者	B
事業計画を策定した事業者を対象として、四半期に一度の頻度を基本とした経営指導員の巡回訪問等のヒアリングにて、事業計画の進捗状況の確認、計画と実績の比較検証を行う。						※令和6年2月29日現在			
経営環境の変化により計画の進捗が思わしくない、変更が必要と思われる事業者には、軽微なズレは、経営指導員や本会職員間での意見交換にて軌道修正を行う。また、専門の見地が必要と判断される場合は、中小企業診断士等の外部専門家を投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方を検討した上で、フォローアップの頻度を増やし、早期の修正案の作成や対応策が講じられるよう支援する。						【実施状況】			
						事業者が策定した事業計画について進捗状況の確認を行ったとともに、円滑に取組みが出来るよう伴走型支援を実施した。事業取組み中に生じた新たな課題については訪問回数を増やす等対応し、職員全体で共有を行いながら課題の解決に向けた提案や対応策について支援を行った。			

(総合評価等)

○地域に根差した商工会の強みを生かし、日頃から会員事業者をこまめに巡回し、寄り添いながらしっかり支援いただいた点は、高く評価します。昨今の資源価格高騰や物価上昇等、中小事業者にとっては厳しい経済状況が続きますが、引き続き支援にあたっていただきたいと思います。

○概ね目標を達成していることは評価できる。現状、③売上増加事業者数、④利益率2%以上増加の事業者数の2項目についてB評価となっているが年度末の実績をもって再評価されたい。また、物価高騰やライフスタイルの変化による購買行動の鈍化及び原材料価格・仕入価格の高騰等経営環境が厳しい折、伴走支援を強化、継続されたい。

⇒令和6年3月末時点の実績(赤字更新)

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

事業計画内容						実施内容			
【目標】						【実績】			
項目	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	事業者へ展示会や物産展等の出展を支援し、既存商品のブラッシュアップや新たな需要開拓の販売機会の提供を図るため参加勧奨を行った。			
①仙南ブランド特産市出展事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	項目	目標	実績	評価
売上額/者	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円	①仙南ブランド特産市出展事業者数	2者	0者	D
②ビジネスマッチ東北出展事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	売上額/者	10万円	-	D
成約件数/者	1者	1者	1者	1者	1者	②ビジネスマッチ東北出展事業者数	2者	2者	A
③ECサイト利用事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	成約件数/者	1者	0者	D
売上増加率/者	10%	10%	10%	10%	10%	③ECサイト利用事業者数	2者	0者	D
④ネットショップ開設事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	売上増加率/者	10%	-	D
売上増加率/者	10%	10%	10%	10%	10%	④ネットショップ開設事業者数	2者	0者	D
						売上増加率/者	10%	-	D
【実施計画】						【実施状況】			
①販売会開催による販路開拓支援 (BtoC)						①販売会開催による販路開拓支援 (BtoC)			
小規模事業者の商品や製品のブランド力向上と販路開拓を目的に、連携している名取市商工会と、東北最大の乗降者数を誇る JR 仙台駅構内において「仙南ブランド特産市」を開催し、事業計画を策定した意欲的な事業者を2者選定して参加させる。						事業者へ展示会等の参加勧奨を行ったが、出展者はいなかった。			
POP作成や陳列レイアウト、接客方法等の個別指導を行うほか、顧客ニーズの把握や商品のブラッシュアップを行うためのアンケート調査を支援し販路開拓に繋げる。						②展示会等への出展支援 (BtoB)			
②展示会等への出展支援 (BtoB)						令和5年11月8日に開催した(一社)東北ニュービジネス協議会等が主催する「ビジネスマッチ東北2023」に2社が出展した。成約件数は無かったものの、問い合わせ等もあり今後の販路開拓の一助となった。			
(一社)東北ニュービジネス協議会が主催する「ビジネスマッチ東北」への出展を支援する。出展経験が乏しい小規模事業者に対し、自社や商品の説明・PRが効果的に実施できるよう、FCPシート作成等の事前準備を支援し、出展中は経営指導員等も帯同し商品陳列やPOP装飾のブース設営の支援、バイヤー等の意見や商品評価等のテストマーケティングの支援を行い、出展で得た情報やニーズを反映させた商品改良や商談成立に向け、継続的に支援を行う。						①ECサイトを利用した販路開拓支援 (BtoC)			
③ECサイトを利用した販路開拓支援 (BtoC)						事業者へECサイトの出品勧奨を行ったが、出品者は集まらなかった。			
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」への出品勧奨を行い、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。対象事業者は、毎年2者として1者当たりの売上増加率10%を目標とする。						④自社ホームページによるネットショップ開設 (BtoC)			
④自社ホームページによるネットショップ開設 (BtoC)						セミナー等を通じてIT活用による効果的な情報発信が出来る等DX推進を行ったが、該当の事業者はいなかった。			
事業計画を策定した小規模事業者(主に食品製造業者)に対して、ネットショップ開設時の商品構成、ページ構成、PR方法の検討・決定だけでなく、ネットショップ開設後のアフターフォローについて、IT専門家派遣を行い継続的な伴走型支援を行う。対象事業者は、毎年2者として1者当たりの売上増加率10%を目標とする									

(総合評価等)

○1項目以外は全て実績が0者となっており、そもそも会員事業者のニーズにマッチしない事業計画の内容なのでは、と感じました。早急に事業内容について見直しが必要と考えます。見直しにあたり、なぜ、実績が0だったのかその理由を洗い出し、PDCAサイクルを回すためにも、繰り返しになりますが、「課題」「次年度への改善策の検討」をお願いします。 会員事業者の経営安定に向けて新規需要開拓に向けた支援は重要な取組ですので、地域実情に応じた支援を引き続きよろしくお願いします。

○②ビジネスマッチ東北出展事業者数を除いて、目標達成には至らなかったが、今後も販売会や商談会、ECサイト活用などの販路開拓支援を継続されたい。