

○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			
【目標】						【実績】			
項目	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	物価・エネルギー高騰等の影響により、地域経済に受けた影響を把握するため、地域小規模事業者の経営状況の「地域景気動向調査」を行った。また、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」、更にビックデータ RESAS を分析した「経済動向調査」を行い、巡回や窓口支援を行う際の基礎資料として活用した。			
①地域景気動向調査公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	項目	目標	実績	評価
②購買動向調査	1回	1回	1回	1回	1回	①地域景気動向調査公表回数	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	1回	1回	1回	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
【実施計画】						【実施状況】			
① 岩沼市内景気動向調査						①地域景気動向調査の実施			
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。						会員から事業所選定を行い、対象者に郵送し、FAX やWEB 回答の他、巡回・窓口支援時のヒアリング等により5業種（8件～9件）41者の回答調査を実施。 調査内容は、事業所の業種や従業員数等の基本情報、後継者の有無、物価・エネルギー高騰の影響等、売上状況、今後の経営課題について調査し、調査結果については経営支援の基礎資料として活用した。			
項目	内 容					②購買動向調査の実施			
【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。					令和6年11月30日～12月7日の期間に実施した『コンチヤンの「倍返し」スタンプラリー』の参加者（岩沼市民）を対象に配布。12月10日の抽選会参加時に回収（309名）し、調査を実施。 調査内容は、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客魅力向上策、感染症収束後の買い物頻度等について調査。調査結果については経営支援の基礎資料として活用した。			
【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。					③RESAS を活用した経済動向調査の実施			
【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					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。 調査内容は、「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、調査結果については経営支援の基礎資料として活用した。			
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。									
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。									
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。								
（総括及び総合評価等） A									
地域の経済動向調査に関することについて、景気動向調査、購買動向調査、RESAS を活用した経済動向調査について、本年度、全目標数値項目をすべて達成することができた。今後も各種調査を活用しながら、小規模事業者の個社支援に繋げ、職員間で情報の共有化と資質向上を図りながら個社支援を進めていく。									

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】						【実績】															
項目	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	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出展した。															
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	<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>3社</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>バイヤー商談及びアンケート聴取サンプル数</td> <td>—</td> <td>30社</td> <td>—</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	3社	A	バイヤー商談及びアンケート聴取サンプル数	—	30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	3社	A																		
バイヤー商談及びアンケート聴取サンプル数	—	30社	—																		
【実施計画】						【実施状況】															
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。						①商談会におけるバイヤーへの需要動向調査 令和6年11月14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2024」に当会ブースを設置し、会員事業所3社(製造業・サービス業・小売業 各1社)が出展し、参加するバイヤー等からアンケート調査を実施。 調査内容は、商品の認知度・利用用途、機能・性能、デザイン、価格、認知度、関心、他社へのおすすめ、改善提案、情報の取得方法について聴取を行い、現状の商品における分析を行い、自社商品における課題を見える化をすることで、商品の強みや弱みを踏まえた問題点・課題の抽出を行い、今後の個別支援による商品改善や販路開拓、事業計画策定に繋げるを目的として、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した。 また、出展者からは参加したことで、普段なかなか繋がりを持てないバイヤーと商談を行うことができ、今後の販路開拓と商品に対する評価、今後の商品改善について貴重な意見を頂戴することができたことで、参加したことに対し非常に満足したとの意見を頂いた。															
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。																				
(総括及び総合評価等) A																					
需要動向調査に関することについて、本年度、全目標数値項目をすべて達成することができた。「ビジネスマッチ東北2024」には会員事業所3社(製造業・サービス業・小売業 各1社)が出展し、参加するバイヤー等から商品に対する生の意見を頂戴することで、自社商品における課題を見える化し、商品の強みや弱みを踏まえた問題点・課題の抽出の洗い出しを行うことが出来た。また、展示レイアウトの商品の見せ方等の支援により参加した事業者からは満足したとの意見を頂いた。今後も引き続きフォローアップ支援に当たるとともに、次回の出展に向け課題の改善等進めて行く。																					

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】						【実績】											
項目	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	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、客観的に自社の経営状態を把握し、強みを活かし、弱みを改善することで経営を強固なものにするため、分析の必要性を認識させることを目的に、経営指導員による巡回・窓口相談時の経営相談や金融相談を通して、事業・財務の視点から自社を見直す機会を創出した。											
①経営分析事業者数	40社	40社	40社	40社	40社	<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>47社</td> <td>A</td> </tr> </tbody> </table>				項目	目標	実績	評価	① 経営分析事業者数	40社	47社	A
項目	目標	実績	評価														
① 経営分析事業者数	40社	47社	A														
【実施計画】						【実施状況】											
<p>①ローカルベンチマーク等を活用した経営状況の分析</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>「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（商圏状況、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。</p>						<p>経営指導員等による巡回・窓口相談時の経営相談や補助金申請・フォローアップ及び金融相談、セミナー開催等による相談事業者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」を活用した非財務分析（SWOT分析、3C分析、PEST分析等）や、財務分析による現状の把握を行い、経営状況の分析を実施した。</p> <p>【金融相談に基づく経営分析】 分析件数 22件 小規模事業者経営改善資金（マル経）や振興資金等の制度融資の相談時に、財務諸表を活用した財務分析や資金投入のみならず事業の見直しが必要である場合には、相談企業の強み・弱みを把握や外部環境を踏まえた分析を行った。</p> <p>【事業計画策定に基づく経営分析】 分析件数 13件 事業計画策定（各種施策活用を含む）に係る相談時に、戦略策定の基礎となる定量分析・定性分析を実施し、戦略策定を踏まえた分析を行った。</p> <p>【経営改善指導に基づく経営分析】 分析件数 12件 巡回・窓口相談を通じ、利益減少・資金繰り難が見られる小規模事業者を対象に、資金繰り・財務体質・事業性の分析を行い、経営課題の見える化を行った。</p> <p>巡回訪問数 2,635件 窓口相談数 1,116件</p>											
(総括及び総合評価等) A																	
<p>経営状況の分析に関することについて、経営指導員による巡回・窓口相談時の経営相談や補助金申請・フォローアップ及び金融相談、セミナー開催等による相談事業者への分析の実施によりや窓口・巡回支援により目標数値項目を達成することができた。今後も引き続き経営分析対象事業者の掘り起こしを行うとともに「ローカルベンチマーク」等の支援ツールを活用しながら、現状の把握と事業者を取り巻く環境の整理等を行い、各事業所に合わせた伴走型支援を実施し、事業計画策定に繋がる取組みの支援強化を図っていく。</p>																	

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	会員事業所等を対象に、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、需要動向調査を活用し、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	4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	4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	4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	3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	36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	28者	—
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	8者	—
						事業承継計画	2者	0者	—
【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	回数	実施内容	
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					セミナー	2	令和6年9月4日 講師：アドバンスアシストワークス 令和6年9月26日 講師：経営デザインえむよん	
回数	年1回					個別相談会	2	令和6年9月26日 講師：経営デザインえむよん 令和6年10月3日 講師：経営デザインえむよん	
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 					事業計画策定セミナー 6名 計画策定の目的、必要性、現状分析・戦略構築について説明いただき、事業計画策定の実施に寄与するセミナーを実施した。			
目標参加数	10名					個別相談会 6名 個別相談会を実施し、事業計画策定に係るフォローアップを行い、経営事業計画策定支援を実施した。			
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	回数	実施内容	
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					セミナー	4	令和6年6月19日 講師：グローバルマーケティング 令和6年7月4日 講師：グローバルマーケティング 令和6年7月12日 講師：グローバルマーケティング 令和6年10月30日 講師：ジャイロ総合コンサルティング	
回数	年1回					DX推進セミナー 13名 SNS、Googleプロフィール、生産性向上、生成AIを踏まえセミナーを開催し、DX総論、具体的な活用事例、SNSを活用した情報発信方法、AIの利用方法について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。			
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 ・SNSを活用した情報発信方法 ・ECサイトの利用方法 等 					③創業セミナーの開催			
目標参加数	15名					項目	回数	実施内容	
③創業セミナーの開催						セミナー（1セット）	4	令和6年10月16日 講師：経営デザインえむよん 令和6年10月23日 講師：経営デザインえむよん 令和6年10月30日 講師：日本政策金融公庫仙台支店 月田美和社会保険労務士事務所 令和6年11月13日 講師：経営デザインえむよん	
項目	内容					職員個別相談	随時	新規創業者及び創業者予定者への支援	
募集方法	チラシ配布及びホームページによる告知					創業セミナー 28名 岩沼市が策定した創業支援事業計画に基づき、全4回のセミナーを開催し、経営の定義、企業までのステップ、起業成功の条件、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、労働保険・社会保険について説明頂き、受講者の創業計画策定を行った。			
回数	年1回					職員個別相談 6名 今後開業するにあたり、現状の経営資源等の把握と開業に当たって各種届出、法人と個人のメリット、デメリット、創業計画書の必要性、創業計画書作成の			
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								
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								

ポイント、創業融資制度、労働保険・社会保険について説明を行い、創業者の支援を行った。

④事業承継セミナーの開催

項目	目標	実績
個別相談会	3回	令和6年5月14日 令和7年2月12日 令和7年3月11日(予定) 講師：事業承継・引継支援センター
職員個別相談	随時	事業者に対する事業承継への支援
個別相談会	3名	宮城県事業承継・引継支援センターと連携のもと、定期個別相談会を開催し、事業承継の手法と事業承継の課題から今後の方向性等を踏まえ事業承継計画作成を進めた。
職員個別相談	20名	商工会会員に巡回等によりヒアリング調査を実施。調査内容は、後継者候補の有無、後継者への意思表示、後継者候補の区分、事業譲渡、売却の有無、相談する専門家の有無等について調査を行い、宮城県事業承継・引継支援センターのツールを活用し事業承継診断を行った。

(総括及び総合評価等) A

事業計画策定支援に関することについては、各目標数値項目について達成することができた。今後更なる事業計画策定事業者の掘り起こしによる支援を進めることが必要であり、各種セミナー等の参加者の掘り起こしや事業計画策定の必要性の理解浸透を図り、伴走型支援による取組みに繋げていく。

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	<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フォローアップ対象事業者数</td> <td>35者</td> <td>36者</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>②頻度（延回数）</td> <td>140回</td> <td>159回</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>③売上増加事業者数</td> <td>10者</td> <td>7者</td> <td>C</td> </tr> <tr> <td>④利益率2%以上増加の事業者数</td> <td>5者</td> <td>2者</td> <td>C</td> </tr> </tbody> </table>				項目	目標	実績	評価	①フォローアップ対象事業者数	35者	36者	A	②頻度（延回数）	140回	159回	A	③売上増加事業者数	10者	7者	C	④利益率2%以上増加の事業者数	5者	2者	C
項目	目標	実績	評価																										
①フォローアップ対象事業者数	35者	36者	A																										
②頻度（延回数）	140回	159回	A																										
③売上増加事業者数	10者	7者	C																										
④利益率2%以上増加の事業者数	5者	2者	C																										
②頻度（延回数）	140回	140回	140回	140回	140回																								
③売上増加事業者数	10者	10者	10者	10者	10者																								
④利益率2%以上増加の事業者数	5者	5者	5者	5者	5者																								
【実施計画】						【実施状況】																							
<p>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。</p> <p>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、専門的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策を検討した上で、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。</p>						<p>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うとともに、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。</p>																							
（総括及び総合評価等） C																													
<p>事業計画策定後の実施支援に関することについて、1月末現在の実績においては目標数値項目を概ねすることが達成できたものの、売上増加事業者数や利益率増加においては目標に届いていない状況であり、特に利益率に関しては、昨今の原材料及びエネルギー価格の高騰による利益率の圧縮による影響の要因が大きい。今後については、伴走型によるフォローアップ支援を進め、新たな問題、課題の抽出や環境変化に対応した支援を関係機関及び専門家等との連携により、課題解決のための支援を行っていく。</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	2者	A
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	605千円/1者	A
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	3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	1者	A
売上増加率/者	10%	10%	10%	10%	10%	③ECサイト利用事業者数	2者	3者	A
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%	3%	C
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	2者	A
						売上増加率/者	10%	3%	C
【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)			
<p>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。</p> <p>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。</p>						<p>JR仙台駅構内で開催した仙南ブランド特産市（令和6年11月1日～3日）について、本会から出展勧奨を行い、小売業・サービス業の2社が自社商品の販売を行った。両事業者とも初の出店となったが、3日間の売上が合わせて121万円の売上を計上し、自社商品のPRを行うことが出来た。</p>			
②展示会等への出展支援 (BtoB)						②展示会等への出展支援 (BtoB)			
<p>（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。</p>						<p>令和6年11月14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2024」に3社が出展した。当日は27社との商談を行い、1件が成約につながる実績となった。また、自社商品PRと商談先から商品に対するアドバイス頂くことができた。</p>			
③EC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)			
<p>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。</p>						<p>ECサイトによる販路開拓支援について、ニッポンセレクト.comへの出店が1社、商工会グーペHP作成ツールを活用した出店が2社であったものの売上は目標に達することが出来なかった。</p>			
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)			
<p>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</p>						<p>窓口支援・巡回訪問において、商工会グーペHP作成ツールを活用した出店が2社であったものの売上は目標に達することが出来なかった。</p>			
(総合評価等) B									
<p>新たな需要の開拓に寄与する事業に関することについて、各事業項目については概ね目標数値項目を達成することが出来たものの、ECサイト・自社HPによるネットショップによる開設の売上増加率については低調であった。次年度に向けHPツールグーペを活用した小規模事業者の販路拡大に関する支援について、更なる巡回等による伴走型支援を進め、事業者に合わせてDXを取り入れと専門家等との連携により支援強化を図っていく。</p>									