

令和5年度経営発達支援事業報告書

みやぎ北上商工会

(令和6年5月)

令和5年度経営発達支援計画事業報告書

【経営発達支援計画の概要】

1. 実施期間

令和3年 4月 1日 ～ 令和8年 3月31日

2. 経営発達支援事業の目標

- (1) 経営課題に沿った事業計画策定支援及びリスクマネジメントの推進
- (2) 創業、事業承継支援による地域経済の新陳代謝促進
- (3) 商品・サービスの拡充によるブランド力強化と販路開拓支援
- (4) 職員の資質向上によるチーム支援の強化

3. 経営発達支援事業の内容

3-1. 地域の経済動向調査に関すること 地域小規模事業者の経済動向調査・ビックデータ等の経済動向を把握し、地域小規模事業者に対する事業計画策定等の基礎資料として活用する。	3-2. 需要動向調査に関すること 新商品・サービスに関するアンケート調査を実施し顧客ニーズ等を調査分析する。結果については事業者へフィードバックし、商品のブラッシュアップの基礎資料として活用する。
4. 経済状況の分析に関すること 経営指導員の定期的な巡回指導による支援対象事業者の掘り起しを行うとともに、経営基幹システムBIZミルを活用して経営状況を見える化し、事業計画策定支援の基礎資料として活用する。	5. 事業計画策定支援に関すること 経営環境に対応した事業計画策定の重要性を認識頂くとともに、経営個別相談会を定期的に開催することで経営課題を抽出し、地域経済動向調査や需要動向調査の分析結果を踏まえた事業計画策定支援の実施により新たな需要開拓の推進を図る。
6. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定事業者に対しては4半期に1回の定期的な巡回訪問によるフォローアップ支援を実施することで計画との乖離を防止するとともに、複雑な経営課題に関しては専門家と連携し、問題解決に向けた的確な支援を実施する。	7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 販路開拓に苦慮している製造業者を対象に、地域イベントでの販売支援及び商談会出展支援及びECサイトへの出品支援を継続支援し、加えて、新商品等のモニタリング調査結果によるブラッシュアップを促進することで需要開拓の支援を図る。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること		【計画概要】小規模事業者等の経済動向、景気動向等を把握し、全国・県内動向と比較することで個社支援に結びつけるため経済動向調査を実施する。また、日々変化する経営環境の中で、官民の様々なビックデータを搭載しタイムリーに公開される「RESAS」を活用し、産業の強み・人の流れ・人口動態などの経済動向を見える化することで事業計画策定の基礎資料に活用する。		
事業内容		目標	実績	実施概要等
(1)	地域小規模事業者の経済動向調査	1回	—	
(2)	RESASを活用した経済動向調査	1回	1回	「人口対策」、「第一次産業」、「第二次産業・第三次産業」、「日本人観光客」の分析テーマから各データを取得し人口動態、各産業の売上高、付加価値額、従事者数等について地域の実情、経済動向を取得しホームページで情報提供した。
(3)	中小企業景況調査	—	4回	全国商工会連合会の委託により四半期ごとに15社（製造業4社、建設業2、小売業6社、サービス業3社）の景況調査を実施。調査結果は「宮城県商工会地区中小企業景況調査報告書」としてホームページで情報提供した。
(4)	建設業経営実態調査	—	1回	宮城県商工会連合会が実施する業種別実態調査として建設業を対象に経営指導員1人あたり4事業者の調査を実施。調査結果「建設業経営実態報告書」は個社へフィードバックするとともにホームページで情報提供した。
【成果・課題・問題点等】 ・RESASを活用した経済動向調査は国が提供する官民ビックデータを活用し登米市の経済動向等に関して大まかな構造等の把握を行った。取得した一部のデータでは最新といえないデータが含まれていたため、タイムリーかつ最新データの更新状況と合わせたデータ取得が課題に挙げられる。今後も新型コロナウイルスが地域経済へ与える影響をはじめ各種データ取得することで地域経済動向の把握、情報提供を行っていく計画である。				

・中小企業景況調査は15社に対し四半期ごとに実施し、調査結果は地域内企業と県内及び全国企業との比較により事業計画策定や資金調達支援の際の基礎資料として活用した。また、県連合会がまとめる「宮城県商工会地区中小企業景況調査報告書」、全国連がまとめる「全国連版中小企業調査報告書」は個社にフィードバックするとともに「宮城県商工会地区中小企業景況調査報告書」はホームページで情報提供した。

【コメント・改善方法等】

※令和5年度評価シート（資料2）参照

3-2. 需要動向調査に関すること		【計画概要】消費トレンド調査として消費者及び商談会来場バイヤーに対する商品のモニタリング調査・分析を行い、事業者にフィードバックし、事業計画策定に関する基礎資料として活用するとともに、商品改良・開発に活用することで商品訴求率を高めることを目的に需要動向調査を実施する。また、新型コロナウイルス感染症の影響により、生活スタイルが変化し消費行動にも変化が見られるため、今後は新しい販売形態も視野に入れた事業計画策定支援を実施する。														
事業内容		目標	実績	実施概要等												
(1)	消費者ニーズを捉えるための需要動向調査	6社 180件	2社 77件	<p>本事業では商談会出展を前提とした需要動向調査を計画しているもののコロナ禍等の要因もあり支援対象となる商談会出展支援事業者がいない状況が続いている。このため商談会出展に捉われず下記2事業者の販路開拓、経営改善に役立てるため個社のお客様を対象としたアンケート調査を実施し、顧客ニーズ等の把握を行い調査結果は個社にフィードバックした。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業者名</th> <th>調査内容</th> <th>実施期間</th> <th>回答件数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A社</td> <td>お客様アンケート調査</td> <td>R5.8.7～ R5.10.12</td> <td>45件</td> </tr> <tr> <td>B社</td> <td>お客様アンケート調査</td> <td>R5.12.15～ R6.1.12</td> <td>32件</td> </tr> </tbody> </table>	事業者名	調査内容	実施期間	回答件数	A社	お客様アンケート調査	R5.8.7～ R5.10.12	45件	B社	お客様アンケート調査	R5.12.15～ R6.1.12	32件
事業者名	調査内容	実施期間	回答件数													
A社	お客様アンケート調査	R5.8.7～ R5.10.12	45件													
B社	お客様アンケート調査	R5.12.15～ R6.1.12	32件													
(2)	消費トレンドを捉えるための需要動向調査	6社 30件	—													

【成果・課題・問題点等】

・需要動向調査の実施により既存顧客の現状評価を捉えることができ、今後の販売促進、経営改善に向けた方針を定める基礎資料に役立てられることは成果である。課題としては調査実施対象が少ない点が挙げられ、需要動向調査を行う目的及び活用方法を共有することで対象となる個社の発掘に努めたい。また、支援事業者と商工会双方の負担軽減のためWeb、SNSを活用した調査事業の実施を検討する必要がある。

以下、実施した需要動向調査結果等の概要を記載する。

1. A社

調査結果概要は個社の特定に繋がる恐れがあるため非公表とします。

2. B社

調査結果概要は個社の特定に繋がる恐れがあるため非公表とします。

【コメント・改善方法等】

※令和5年度評価シート（資料2）参照

<u>4. 経営状況の分析に関すること</u>		【計画概要】事業者を取り巻く経営環境はどの業態においても、ニーズの変化やIT技術の進展等により多様化している。経営分析の必要性を啓蒙し、経営支援基幹システムBIZミルを活用することで、経済産業省のローカルベンチマークにおいて財務情報、非財務情報を把握する事で事業計画策定に結びつけ、実効性のある事業計画策定支援に繋げる。また、収集した財務情報、非財務情報を集約し経営情報分析表として個社へ見える化、言語化し、フィードバックすることで事業計画策定の基礎資料として活用する。		
事業内容		目標	実績	実施概要等
(1)	経営分析の啓蒙、掘り起こし ホームページ・チラシでの募集回数	1回	2回	事業計画策定へ繋がるよう経営分析を行うメリット等を記載した「経営分析相談募集チラシ」を作成し商工会窓口を設置するとともに融資相談の際に配布し啓蒙を図った。又、商工会報へ記事掲載することで経営分析の啓蒙と対象者の掘り起こしを図った。
(2)	経営分析件数	60件	60件	補助金申請に伴う事業計画策定支援、資金調達支援の事業者を中心に60件の経営分析を行った。財務情報等は経営分析システム「BIZミル」に入力することでデータ共有が可能であり、分析結果は事業計画策定支援、資金調達支援の基礎資料として活用した。
<p>【成果・課題・問題点等】</p> <p>チラシ等の配布により経営状況の分析に取り組む事業者を掘り起こすため今後も啓蒙は地道に継続する必要があるとあり、本年度も継続して実施した。コロナの影響が残る中、燃料高騰・物価高騰の影響も加わり、売上・利益確保に苦慮する事業者が多い。コロナ融資等のリスケジュールを行っている事業者もあり、収益確保のため経営状況の分析を事業計画策定に繋げる必要がある。今後も事業者はインボイスや働き方改革関連法に基づく2024年問題など様々な制度改正に直面する。特に小規模事業者は経営基盤に大きな打撃を受ける可能性があることから財務情報の他、自社の顧客ニーズ・市場動向や強み・弱みを整理、分析したうえで日々の経営を行うことが重要となるため、継続して経営状況の分析に関する支援を実施する。</p> <p>【コメント・改善方法等】</p> <p>※令和5年度評価シート（資料2）参照</p>				

5. 事業計画策定支援に関すること		【計画概要】セミナー(事業承継計画のみ年間1回)及びテーマ別の定期経営個別相談会を年間5回実施。中小企業診断士等の専門家を招聘し、事業計画、事業承継計画、創業計画などのテーマ別個別相談会を開催することで地域小規模事業者等の経営課題に対応する。主体的に事業計画策定を行うのは小規模事業者等であり、経営指導員は事業者との対話により意識改革や気づきを与え、小規模事業者が自立的かつ継続的な経営管理が成されるよう、中小企業診断士等専門家と連携した支援により伴走支援を実施する。		
事業内容		目標	実績	実施概要等
(1)	事業計画策定個別相談会 事業計画策定事業者数	4回 30件	2回 16件	令和5年8月及び9月に事業計画個別相談会を各1回実施。各種補助金活用、事業承継、新事業展開等に起因する事業計画策定支援を20件実施した。
(2)	事業承継計画策定セミナー 事業承継個別相談会 事業承継計画策定事業者数	1回 1回 3件	— 5回 3件	宮城県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、令和5年6月～令和6年1月までに5回、事業承継個別相談会を開催。また、定期の個別相談会以外に個別相談を受付し3社、延べ5回の個別相談を実施。
(3)	創業セミナー 創業計画個別相談会 創業計画策定件数	— 1回 3件	1回 1回 1件	令和5年8月～9月に市内商工会合同の創業チャレンジセミナーを3日間、個別相談会を1回開催した。セミナーへは2名が参加し1名(C社)は管内で創業している。
	事業計画策定件数合計	36件	20件	
【成果・課題・問題点等】				
<p>事業計画策定支援件数は20件で目標の55.6%の達成状況であった。(内訳：補助金申請：13件、事業承継：3件、その他：4件) 補助金申請に起因する事業計画策定件数13件の内、6件が採択を受け補助金を活用(今後活用を含む)しており、6件は未申請であった。補助金活用後の実行支援、フォローアップを実施することは勿論のこと、未申請となった事業者へのフォローアップと継続支援の在り方が課題に挙げられる。補助金の不採択や申請断念のケースがあるため事業計画策定支援が中断、リセットされることも課題として挙げられる。また、補助金活用後に売上・利益等、定性的成果が目標に至らないケースも多いため補助事業実施後のフォローアップを実施し、現状把握と課題解決を伴走支援し売上及び利益向上に結びつく支</p>				

援を展開する必要がある。

事業承継に関しては定期的な事業承継個別相談会の開催やチラシ配布等による効果により相談案件が増加した。今年度は事業承継に向けた具体的な相談、計画策定を支援する案件も出てきており、次年度も宮城県事業承継ネットワークと連携し定期個別相談会を開催する計画である。

【コメント・改善方法等】

※令和5年度評価シート（資料2）参照

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること		<p>【計画概要】事業計画を策定した全ての小規模事業者等を対象に定期的なフォローアップを行うこととし、事業計画の進捗状況等により、支援回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、順調に事業計画を進めており、支援回数を減らしても支障のない事業者を見極めてフォローアップ支援を行う。事業計画の進捗状況等が思わしくない事業者には支援回数を増やして支援を実施し、集中的な支援を要する事業者においては定期経営個別相談会等において専門家の助言を仰ぎ、計画と進捗状況のズレを解消していく。事業者の経営動向を記録として残し、情報を蓄積する事で事業者のPDCAサイクルを円滑に回すとともに情報の共有化を図る。</p>		
事業内容		目標	実績	実施概要等
(1) 事業計画策定後のフォローアップ				
①	フォローアップ対象事業者数	30社	19社	各種補助金申請、事業継続力強化計画、事業承継計画、創業計画に関するフォローアップを実施。
②	フォローアップ回数（延べ）	120回	72回	
③	売上増加事業者数	12社	13社	
④	営業利益率2%以上増加事業者数	6社	5社	
(2) 事業承継計画策定後のフォローアップ				
①	フォローアップ対象事業者数	3社	3社	事業承継計画策定支援に関するフォローアップを実施。
②	フォローアップ回数	12回	4回	
(3) 創業計画策定後のフォローアップ				
①	フォローアップ対象事業者数	3社	3社	創業計画策定支援に関するフォローアップを実施。
②	フォローアップ回数	12回	11回	
(4) その他支援のフォローアップ				
①	その他資金調達支援等	—	93回	資金調達、販路開拓、専門家活用等に伴うフォローアップを述べ46社、93回実施。

フォローアップ件数合計	144回	180回	
<p>【成果・課題・問題点等】</p> <p>延べ71社に対し180回のフォローアップ実績であった。その他支援のフォローアップを除くと目標値36社、144回に対し対象事業者数で69.4%（延べ25社）、回数で60.4%（87回）の実績となり、いずれも目標を下回る結果となった。要因としては事業計画策定支援件数の実績が目標値を下回ったことが挙げられる。特に支援機会が増加する補助金申請に起因した事業計画策定支援件数が伸び悩み、申請を断念したケースが多かったことも要因である。</p> <p>一方でコロナに起因する国の「事業再構築補助金」採択事業者の支援は長期間に及んでいる。補助事業の完了に1年以上の期間を要しており、令和5年度に計画実行の初期段階に移行した段階にある。コロナの影響を大きく受けた事業者が活用しており、今後も継続的なフォローアップを行う必要がある。また、全体のフォローアップ件数が前年度比で減少した中で、資金調達に起因するフォローアップ対象企業、件数が増加した。コロナ融資の影響で前2年間は支援案件、フォローアップが少なかったものの借り換えやリスケジュールを含めた資金需要が増加したためである。</p> <p>事業計画策定後のフォローアップを実施した事業者のうち、売上増加事業者は13社あるものの飲食・サービス業を中心に新型コロナウイルスの影響における底からの回復途上にある中で“売上増加”であるものと考えられ、コロナ前の水準には至っておらず、売上は増加したものの利益が減少しているケースも見られ、背景には物価高騰や人手不足等があるものと予測される。</p> <p>厳しい経営状況の中、自動車販売や整備業等の自動車関連業は堅調な売上・利益状況にある事業者が見られたものの、事業計画策定支援、資金調達支援対象者へは特にフォローアップを強化する必要がある。</p> <p>【コメント・改善方法等】</p> <p>※令和5年度評価シート（資料2）参照</p>			

7. <u>新たな需要の開拓に寄与する事業に関する</u> <u>こと</u>		【計画概要】震災後の販路回復に苦慮している食品製造業者や木工芸品製造業者などを中心に、需要動向調査で得た「消費者ニーズ」や「バイヤーのニーズ」に沿った既存商品の改良や新商品開発を支援する。出展にあたっては、経営指導員が事前準備から事後フォローまで継続し支援を行うとともに、出展期間中は会場に同席し、陳列、接客、商品への意見の収集、需要動向調査を行う。また、新型コロナウイルス感染症拡大以降、商談会の数が減少しているため、オンライン商談会やECサイト、ふるさと納税返礼品の登録などを活用しながら販路開拓支援と認知度向上を図る。		
事業内容		目標	実績	実施概要等
(1)	ビジネスマッチ東北出展事業者数 成約件数	6社 2件/2社	出展なし -	東北最大級の展示・商談会。
(2)	スーパーマーケット・トレードショー出展事業者数 成約件数	2社 10件/2社	出展なし -	食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会。
(3)	ニッポンセレクト.com 出品者数 売上額/社	5社 40万/1社	1社 1.6万/1社	全国商工会連合会が運営するECサイト。
(4)	イベントによる出品支援 売上額/社	50社 20万/1社	28社 10.1万/1社	イベント出店による売上額。新型コロナ5類移行に伴い管内の催事が再開。目標値は前回ったものの前年比24社（延べ）増加した。
(5)	県内バイヤー等との個別商談会出展支援 成約件数	- -	1社 2件/1社	宮城県商工会連合会主催の個別商談会への出展支援。D社が(有)新杵屋（本社：山形）と個別商談を実施した。

【成果・課題・問題点等】

支援対象となる食料品製造業者等はヒト・モノ・カネ・情報の経営資源が限られる小規模事業者が中心である。大型の展示商談会で成果を得られる事業者は少なく、新型コロナウイルスの影響による経営環境等の変化もあり、計画していた東北ビジネスマッチ、スーパーマーケット・トレードショーへの出展支援機会はなしであった。補助事業を活用した商工会主導による商談会参加は職員のマンパワーやノウハウの不足のため積極的な支援ができないのが実情である。宮城県商工会連合会が主催する「県内バイヤー等との個別商談会」へは対象となる食品製造業者へ参加勧奨を行いD社、1社が個別商談会へ参加し(有)新杵屋との個別商談を実施し継続商談中である。

管内の飲食店2社（E社、F社）は新型コロナウイルスの影響により事業再構築補助金を活用し食品製造業を強化する計画を進行中である。今年度は2社ともに本格的な商品製造に至っておらず令和6年度に本格稼働を予定していることから、宮城県商工会連合会やよろず支援拠点が主催する個別商談会への出展支援を行うとともに、専門家を招聘した販路開拓支援を実施する計画である。

今後も商談会出展で販路開拓を目指す事業者の発掘に努めるが引き続き支援対象が限られることが想定される。このため、商談会出展支援企業や業種に捉われず、ホームページ・ECサイト・SNS活用支援による個社支援により販路開拓を支援したいと考えている。

【コメント・改善方法等】

※令和5年度評価シート（資料2）参照

