

# 令和3年度経営発達支援事業報告書

みやぎ北上商工会

# 令和3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

<b>3-1. 地域の経済動向調査に関すること</b> 地域小規模事業者の経済動向調査・ビッグ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。	<b>3-2. 需要動向調査に関すること</b> 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。
<b>4. 経済状況の分析に関すること</b> 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。	<b>5. 事業計画策定支援に関すること</b> 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。
<b>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b> 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。	<b>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b> 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。

<b>3-1. 地域の経済動向調査に関すること</b>		【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が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	1回	商業部会が主催する年末連合大売出し参加店56社に対し経営状況調査を実施し46社(回答率82.1%)に回答を得た。景況感や事業の将来性、経営上の課題や販売促進等に関するアンケートに加え新型コロナウイルス感染症の影響と支援施策に関する要望、今後の売出し事業の意向等を調査した。
(2)	RESASを活用した経済動向調査	1回	1回	(株)エイチ・エーエルへの委託によりRESAS(地域経済分析システム)を活用し、登米市の人口動態、産業構造、地域経済循環、観光に関する調査を行い各数値の見える化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。
<p><b>【成果・課題・問題点等】</b></p> <p>経営状況調査では新型コロナウイルス感染症の影響が大きい小売・サービス業を中心とした小規模事業者等の経営状況、課題を把握することができた。RESAS調査は産業構造において気仙沼市、栗原市の近隣市町村との比較ができビックデータを活用する事ができたが統計調査を基礎にしていることから一部調査項目において古い統計データが使用されている。</p> <p><b>【コメント・改善方法等】</b></p> <p>※(資料2)R3評価シート参照</p>				

<b>3-2. 需要動向調査に関すること</b>		【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	4社 120件	未実施	登米市産業フェスティバルの来場者へ需要動向調査を実施する計画であったが新型コロナウイルスの影響により中止となったため未実施。
(2)	消費トレンドを捉えるための需要動向調査	4社 20件	未実施	ビジネスマッチ東北に来場するバイヤー向けに調査を行う計画であったが新型コロナウイルスの影響により出展見合わせたため未実施。
<p>【成果・課題・問題点等】</p> <p>商談会や催事に来場する消費者、バイヤーへの調査を計画していたが新型コロナウイルスの影響により中止となり未実施となった。新型コロナウイルスの影響は続くものと思われるため今後は管内の道の駅等の集客力ある施設での調査や特定の個社に対する商品やサービスに対する調査に事業内容を変更するなど検討する必要性があり、新型コロナウイルスの影響による消費行動の変化も把握する必要がある。</p> <p>【コメント・改善方法等】</p> <p>※（資料2）R3評価シート参照</p>				

<b>4. 経営状況の分析に関すること</b>		【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蒙啓し、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	3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」を作成し令和3年9月に全会員へ配布。又、商工会報へ記事掲載するとともにホームページへ掲載し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	56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56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」に入力することで全職員が情報共有でき、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】 経営状況調査の回答内容から依然として経営分析の必要性を感じていない事業者が多いことが伺えた。啓蒙、掘り起こしは今後も地道に継続し補助金支援や資金調達支援の機会を捉え、ローカルベンチマークの財務分析を提供し、非財務情報を事業者とともに考え、提案することで分析件数の増加及び事業計画策定支援に繋げる必要がある。</p> <p>【コメント・改善方法等】</p> <p>※（資料2）R3評価シート参照</p>				

<b>5. 事業計画策定支援に関すること</b>		【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、小規模事業者が自律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	3回 25件	5回 12件	令和3年7月～11月にかけて毎月1回「経営個別相談会」を開催し11社が参加。相談内容を事業計画策定に限定しなかったことから相談者の内、事業計画策定の相談件数は2件であった。
(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	未実施 未実施 0件	事業承継計画策定セミナー、個別相談会は新型コロナウイルスの影響とニーズを勘案し未実施とした。事業計画策定には繋がっていないものの事業承継診断を30件実施。宮城県事業承継・引継ぎ支援センターへの相談案件が2件であった。
(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 4件	市内商工会合同の創業チャレンジセミナー、個別相談会を実施。セミナーへは7名が参加し、内2名が個別相談会へ参加。他に4社の創業支援を実施した。
事業計画策定件数合計		31件	16件	
【成果・課題・問題点等】				
事業計画策定支援件数は目標の51.6%の達成状況であった。小売・飲食業を中心にコロナ禍での厳しい経営環境の中、補助金等を活用して新たな取組に向かおうとする事業者が少ない傾向が見受けられた。次年度以降も経営分析を行った事業所、補助金・資金調達支援を行った事業所を中心に事業計画策定を支援する計画である。今後はアフターコロナを見据えた事業計画策定支援も求められる。小規模事業者等の現状をヒアリング				

し、現実性・実現性の高い取組みを事業者とともに考え、提案していくことが求められるため支援能力の向上も図っていく必要がある。宮城県商工会联合会専門家派遣制度等の専門家活用支援に加え、令和3年度はよろず支援拠点とのオンライン相談会を通年で実施した。オンライン対応する環境を整備する事で専門家と連携した支援を次年度も継続して実施する計画である。なお、補助金申請支援実績は支援案件 15 件で採択:6 件、不採択:3 件、支援中:2 件、申請断念:4 件であった。

【コメント・改善方法等】

※（資料2）R3評価シート参照

<b>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b>		<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	25社	12社	各種補助金申請に伴う事業計画策定支援後のフォローアップが中心である。
②	フォローアップ回数(延べ)	100回	51回	
③	売上増加事業者数	10社	3社	
④	営業利益率2%以上増加事業者数	4社	4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	0社	事業承継計画策定支援実績なしのため実績なし。
②	フォローアップ回数	12回	0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	4社	創業関連補助金の申請を目指す事業者を中心にフォローアップを行った。
②	フォローアップ回数	12回	21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	—	95回	資金調達、販路開拓、専門家活用に伴うフォローアップが中心である。
フォローアップ件数合計		124回	167回	

**【成果・課題・問題点等】**

事業計画策定後の進捗状況等を把握し、成果や課題の把握を行うことで計画策定後も伴走型のフォローアップに努めた。元来、存在するあらゆる経営課題に加え新型コロナウイルスの影響により売上増加を達成する事業者は少ないのが現状である。補助金を活用し営業利益率向上を達成している事業者もあるため、今後も個社の実情に沿ったフォローアップを行う。創業予定の事業者においては創業補助金関連の活用を目指したフォローアップに加え、資金繰り、税務、開業に伴う各種手続き等も併せて実施した。

**【コメント・改善方法等】**

※（資料2）R3評価シート参照

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	5社 1件/1社	未実施 -	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	1社 5件/1社	未実施 -	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	4社 30万/1社	2社 9.7万/1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	45社 15万/1社	3社 1万/1社	
(5)	Web版【ぐるっとMIYAGI】ちよっとイイもの“食の商談会”出展支援 成約件数	- -	1社 0社	宮城県商工会連合会主催。専用Webサイトへ企業情報、商談シートを掲載し随時バイヤーが閲覧する。
(6)	県内バイヤー等との個別商談会出展支援 成約件数	- -	1社 1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

**【成果・課題・問題点等】**

ビジネスマッチ東北、スーパーマーケット・トレードショーへの出展による販路開拓支援を計画していたが新型コロナウイルスの影響により出展は見合わせた。今後も新型コロナウイルスの影響が不透明であるため大規模展示会への出展は難しいと考えている。令和3年度は宮城県商工会連合会が主催する2つの事業に参加奨励し出展支援を行った。今後はオンライン開催への出展や宮城県商工会連合会主催の販路開拓支援を活用し個社支援を図っていく。また、大規模な展示商談会で成果を得られる企業は商談力、商品力が一定レベルにある事業所に限られる。今後は商談会参加経験のない事業者や、販路開拓の可能性を秘めた事業者も参加しやすいよう、専門家と連携しバイヤーを支援事業所へ招聘する取組により、商談力、商品力向上を図り販路開拓支援を行う必要があると考えている。なお、全国商工会連合会では令和3年度よりECサイト「ニッポンセレクト.com」の新たな商品募集を行わない方針としたことから、今後は個社の自主的なEC化支援を図っていく必要がある。

**【コメント・改善方法等】**

※（資料2）R3評価シート参照