

令和7年度経営発達支援事業報告書

(報告対象期間：令和6年 4月 1日 ～ 令和7年 3月31日)

みやぎ北上商工会

(令和7年 7月)

令和7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 （報告対象期間：令和6年 4月1日 ～ 令和7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. 経営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	登米市の年齢階級別人口の推移、地域産業の事業所数等の推移、業種別（製造業・小売業・農業・林業・水産業・観光業）産業特性、医療・福祉及び財政の特徴について情報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社、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)	小売業経営実態調査	—	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小売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「小売業経営実態報告書」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。
(5)	登米市事業承継に係るアンケート調査	—	1回	登米市が市内3商工会の会員事業所を対象に実施した「登米市事業承継に係るアンケート調査」の結果を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では国が提供する官民ビックデータを活用し登米市の業種別産業動向の概況に関して情報取得を行った。地方における人口減少が地域課題として叫ばれる中、併せて年齢階級別の人口推移等の情報を取得、情報提供した。事業計画を検討するうえでの基盤				

的数値ともいえる人口動態については今後も情報の把握及び提供が必要と思われる。

・「登米市事業承継に係るアンケート調査」では登米市内商工会員1,960者を対象にアンケートを実施し、681者（回答率34.7%）から回答があった。「事業承継の予定について」尋ねる設問では回答数（681者）の32%にあたる218者が“現在の事業を継続するつもりはなく廃業を考えている”と回答しており、今後の雇用や消費等へ与える地域経済への影響が危惧される。

一方で“後継者は決まっていないが、候補者がいる”、“後継者も候補者もないが、事業を次の代に引き継ぎたい”との回答が170者（24.9%）であった。地域経済の牽引役であるこれらの事業者を㈱日本政策金融公庫が実施する「事業承継マッチング支援」や当会で実施する「事業承継個別相談会」へ如何に誘導し事業承継を支援できるかが課題に挙げられる。

【コメント・改善方法等】

※令和7年度経営発達支援事業評価シート（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)	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】				
【コメント・改善方法等】				
※令和7年度経営発達支援事業評価シート（資料2）参照				

4. 経営状況の分析に関すること		【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	1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商工会報第40号へ記事掲載し経営分析の必要性を啓蒙するとともに対象事業者の掘り起こしを図った。
(2)	経営分析件数	60件	53件	補助金申請・事業承継支援等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53件（事業計画策定に伴う分析件数：29件、マル経資金融資あっせんに伴う財務分析：24件）の経営分析を行った。財務情報等は「経営支援システムPlus」内で管理することで、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。
【成果・課題・問題点等】				
<p>従来からチラシ・会報の配布により経営状況の分析に取り組む事業者の掘り起こしに取り組んでいるものの、これらを契機とした支援要望は少ないのが現状である。今年度も会報への記事掲載は行ったものの支援実績は0件であった。実績には繋がっていないものの、今後も地道に啓蒙は継続する必要があるものと考えており、機会を捉えて周知を継続する計画である。</p> <p>ポストコロナの取り組みが求められる中、燃料高騰・物価高騰の影響により売上・利益確保に苦慮する事業者が多い。昨年度からコロナ融資の返済・リスケジュールも本格化しており、販路拡大・生産性向上等のため新たな取り組みを行う事業者は少ないのが現状と感じられる。収益確保のためには経営状況の分析に基づいた事業計画策定が必要となることから、財務、顧客ニーズ・市場動向や強み・弱みを整理、分析したうえで個社の特性・強みを十分に発揮した事業計画策定を支援に繋げるよう、継続して経営状況の分析に関する支援を実施する。</p>				

【コメント・改善方法等】

※令和7年度経営発達支援事業評価シート（資料2）参照

<p>5. 事業計画策定支援に関すること</p>		<p>【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。</p>		
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 17件	令和6年10月及び11月に事業計画策定個別相談会を各1回実施。各種補助金活用、経営改善等に起因する事業計画策定支援を17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	ー 2回 4件	宮城県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、令和6年6月～令和7年1月までに2回の事業承継個別相談会を実施。また、定期の個別相談会以外に個別相談を受付し6社、延べ11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	ー 1回 3件	1回 1回 2件	令和6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、個別相談会を各1回開催した。セミナーへは3名が参加し3名（A社、B社、C社）は創業済みである。個別相談会へは2名が参加した。
事業計画策定件数合計		36件	23件	

【成果・課題・問題点等】

事業計画策定支援件数は23件で目標の63.9%の達成状況であった。(内訳：補助金申請：9件、事業承継：4件、創業2件、その他：8件) 補助金申請に起因する事業計画策定件数9件の内、4件が採択を受け補助金を活用しており、2件は採択待ち、3件は未申請であった。

事業承継計画策定は4件の実績であり、初めて目標件数を上回る実績であった。事業者の事業承継に対する認知度の広がり継続した個別相談会の開催が成果に結びついたものと考えられる。「登米市事業承継に係るアンケート調査」では事業承継に前向きな事業者の内、31.4%が事業承継の準備に“まだ何も取り組んでいない”と回答していることから、継続した事業承継支援の周知と個別照会により個別相談会へ誘導することで、計画策定に結びつけ、事業継続を支援する必要がある。

創業計画策定件数2件はいずれも資金調達を目的とした計画策定であった。特に創業期は計画どおりに進捗しないことが多く、不安定な経営となりがちであるため資金調達後のフォローアップにより経営の安定化を支援する。

【コメント・改善方法等】

※令和7年度経営発達支援事業評価シート(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	23社	各種補助金申請、経営改善計画、新分野進出計画、資金繰り計画等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	113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	6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	4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	30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	2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	6回	
フォローアップ件数合計		144回	149回	

【成果・課題・問題点等】

29社に対し149回のフォローアップ実績であった。目標値36社、144回に対し対象事業者数で80.6%、回数で103.5%の実績となり、概ね目標値に近い実績となった。要因としては事業計画策定支援件数の実績は目標値を下回っているものの、令和6年度以前の支援案件に対して継続したフォローアップを実施したこと、補助金申請、事業承継計画策定支援を実施した5社に対し10回を超えるフォローアップを実施したことが挙げられる。支援機会が増加する補助金申請と専門家を活用した事業承継計画策定に関しては特に伴走型の支援を展開した。

創業計画策定後のフォローアップは2社の内、理容・マッサージ業を行う「D社」（中田地区）が令和7年4月に開業しており、コーヒー豆卸売・小売を行う「E社」（中田地区）も開業に向けて準備を行っていることから継続したフォローアップを行う予定である。

創業の2社を除く計画策定事業者27社の内、約半数である13社は売上が増加している。一方で物価高、人件費上昇等の要因により営業利益率2%以上増加を達成している事業者は6社に留まっており、コロナの影響を受けた飲食店や関連事業者においては前年対比の売上増加は果たしているもののコロナ前の水準には至っていない事業者も見受けられる。

多くの事業者が物価高による利益確保に苦慮しており、支援対象である小規模事業者は価格転嫁が進んでいないケースも多い。特に支援機会が多い飲食店をはじめとした商業関連業種は価格転嫁に悩みを抱えている事業者が多いことから、よろず支援拠点等の他支援機関の支援ノウハウや事例の共有を図ることで売上及び利益向上に結びつく計画策定及びフォローアップを展開する必要がある。

【コメント・改善方法等】

※令和7年度経営発達支援事業評価シート（資料2）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	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	- -	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	31社 7.5万/1社	5つの催事・イベント出店による売上額。(登米の秋まつり・中田の秋まつり・東和の秋まつり・カップハーフマラソン地場産品まつり・米川の水かぶり)
(5)	商品魅力アップ個別指導会	- -	1社 -	宮城県商工会連合会主催の「商品魅力アップ個別指導会」への参加支援。F社の商品カブラッシュアップによる販路開拓を支援した。
(6)	SNSを活用した販路開拓支援事業	- -	9社 -	小規模事業者のDX対応の取り組み支援として、専門家と連携した「SNS活用による販路開拓支援事業」を実施。支援事業者9社に対し、延べ18回の専門家指導を実施。

【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・情報の経営資源に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「商品魅力アップ個別指導会」に対してF社へ参加勧奨を行い商品力ブラッシュアップのため専門家の指導を仰ぎ販路開拓を支援した。F社は事業再構築補助金の採択を受け、新たに食品製造部門の強化を図っており、プリン等の製造を図りB to Bによる販路拡大を図っている。

本計画では食料品等製造業者の商談会参加による販路開拓を目指したものの、支援対象者が限られること等により支援機会がない状態が続いていた。令和6年度は幅広い業種の需要開拓を目指すとともに、DX対応への遅れが課題に挙げられる小規模事業者であっても、取り組みやすいSNS活用をテーマに専門家と連携した「SNSを活用した販路開拓支援事業」を実施。支援事業者は9社、延べ18回の支援を通じ売上向上等による販路拡大を支援した。9社中、8社がInstagram・LINEアカウントを開設（既存開設含む）しており、継続的に活用を図っているものの、体系的・効果的な運用に至っていないケースも見られることからフォローアップを継続することで個社の業態、スキルに沿った活用支援を継続する。

【コメント・改善方法等】

※令和7年度経営発達支援事業評価シート（資料2）参照