

平成28年度

あだたら商工会

経営発達支援事業評価報告

下記のとおり、Ⅰ．経営発達支援事業の内容について6項目、Ⅱ．地域の活性化に資する取組について2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組について3項目について報告致します。

評価基準

A：実施され効果が見られたもの、もしくは期待できるもの

B：実施されたが効果が見られないもの

C：実施されなかった、実施されたが回数等が大幅に目標を下回っているもの

目標に対しては、達成度合いでの評価とする。

評価者は評価委員6名

- ・評価内容に記載してある下記表上段は、A・B・C左記の内容に基づくものであり、
下段は、評価者6名のうち、該当する評価を何人行ったかの人数を記載しております。



経営発達支援事業の内容及び実施期間	実施内容	評価内容																																							
<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>・経営発達支援事業の実施期間（平成28年4月1日～平成33年3月31日）</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】</p> <p>前述の3つの課題（①経済活性化 ②人材育成 ③IT化）を詳細に把握する目的で、各関係機関の実施する各種統計調査を活用し全国及び福島県内の景気動向をチェックする。また、行政や金融機関等の関係機関と経済動向、融資状況等について情報交換を行い、これらの情報を整理することにより、二本松市内の経済動向を分析する。</p> <p>【事業内容】</p> <p>① 各種調査資料の活用による景気動向等の調査 経済産業省が行う各種統計調査、中小企業庁の中小企業景況報告書、福島県の経済動向調査を活用して広域的な景気動向等を把握する。さらに二本松信用金庫が3か月ごとに発行している「まつしん景況レポート」を活用して二本松市全体の景況、商品、役務の需要動向を把握し、巡回相談や税務、労務の窓口業務の際に会員事業所に情報提供する。</p> <p>② 巡回による商工会景況調査の実施 当商工会では、独自の景況調査表を作成して職員一斉巡回を実施する。建設業、製造業、サービス業、商業の4つに分類し、それぞれ担当職員を配置。一人あたり毎月5件の景況聞き取り調査を行い、4か月ごと調査結果をまとめ、商工会ホームページで公表する。また、まとめた調査結果を金融支援や経営計画策定等の支援に活用する。</p> <p>③ 関係機関との相互連携体制の構築 二本松市、二本松商工会議所、二本松信用金庫各支店と日頃から緊密な連携を図りながら、管内の経済動向についてタイムリーかつ正確な情報収集を行い、商工業者支援に活用するとともに、商工会ホームページで公表する。</p> <p>【地域の経済動向調査 目標/実績】</p> <table border="1" data-bbox="114 1310 1357 1453"> <thead> <tr> <th>支援内容</th> <th>現状</th> <th>28年度</th> <th>29年度</th> <th>30年度</th> <th>31年度</th> <th>32年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>商工会独自景況調査（新規事業） （年間調査事業所数）</td> <td>未実施</td> <td>25/35</td> <td>50</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>150</td> </tr> <tr> <td>独自の景況調査公表回数(新規事業)</td> <td>未実施</td> <td>1/1</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>	支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度	商工会独自景況調査（新規事業） （年間調査事業所数）	未実施	25/35	50	100	100	150	独自の景況調査公表回数(新規事業)	未実施	1/1	3	3	3	3	<p>1. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>①各関係機関の調査結果の情報を巡回窓口相談の際小規模事業者へ提供した。</p> <p>②毎月35事業所（建設・製造・サービス・小売業に分類）担当職員が巡回で景気調査を行い、平成29年1月20日に商工会HPで結果を公表。</p> <p>③二本松市及び二本松商工会議所、二本松信用金庫とそれぞれ情報交換会や施策説明会を実施し、商工業者への市の制度資金や各団体の講習会や金融商品の情報収集に努め小規模事業者支援に活用した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・二本松市店舗等施設整備補助金活用支援4件 ・二本松市創業支援空き店舗等活用事業補助金1件 	<p>1-①</p> <table border="1" data-bbox="1744 352 2092 448"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2</td> <td>4</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <p>1-②</p> <table border="1" data-bbox="1744 552 2092 647"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3</td> <td>3</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <p>1-③</p> <table border="1" data-bbox="1744 751 2092 847"> <thead> <tr> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table> <p>独自の景況調査は、関係機関の景況調査結果も活用しながら継続して事業を実施し、実績を積んで欲しい。 景況調査の分析は外部への委託も検討。</p>	A	B	C	2	4	0	A	B	C	3	3	0	A	B	C	3	2	1
支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度																																			
商工会独自景況調査（新規事業） （年間調査事業所数）	未実施	25/35	50	100	100	150																																			
独自の景況調査公表回数(新規事業)	未実施	1/1	3	3	3	3																																			
A	B	C																																							
2	4	0																																							
A	B	C																																							
3	3	0																																							
A	B	C																																							
3	2	1																																							

○課題・問題点

国・県及び関係機関の経済動向調査と当会独自の景況調査のデータは収集できた。しかし相互の比較検証が不十分であり、まだまだ支援に活用しきれていない事が今後の課題である。また、行政や関係機関との情報交換会を実施し、各々の施策の情報提供は紙ベースの報告書を活用し個者支援に活用したものの、HPの公開等広域的な情報の公開までに至っていない。

○改善方法

行政や関係機関が実施している経済動向調査と、当会独自の景況調査結果との比較分析や調査内容を検討し、次年度より経営支援に活用できる内容に整備する。また、関係機関との情報交換で収集した施策や情報を小規模事業者に分かりやすく取りまとめ上で、次年度からHPでも公開していく。

2. 経営状況の分析に関する事【指針①】

小規模事業者の持続的発展に向け、経営指導員等の巡回・窓口相談を通じて経営課題を抱えている小規模事業者の掘り起しを広く行い経営分析を図る。当商工会では独自の景況調査表を作成し、全職員一斉による景気動向調査を実施する。この調査に基づき、管内の景気、需要動向を把握し、小規模事業者が抱える悩みに対する支援等、本支援事業の目標達成に活用していく。

専門的な課題に対しては、福島県商工会連合会、福島県よろず支援拠点のコーディネーターらの専門家の活用や、全国商工会連合会の経営システムの活用、二本松商工会議所、二本松信用金庫、東北税理士会二本松支部らと連携を図りながら課題解決に向け、地域一丸で取り組む。

【事業内容】

①商工会景況調査の活用

地域の小規模事業者の経営指導員、経営支援員の巡回により“生の経営者の声”に耳を傾ける独自の景況調査を行うことで、経営者が抱える問題点は必ず顕在化してくる。経営指導員による調査結果分析を通じて、全業種に関する課題についてはもちろんのこと特定の業種にしか見られない課題については、専門家を活用した対策勉強会、セミナーを開催することでバックアップする。

②「ネット de 記帳」による経営分析支援

商工会経理システム「ネット de 記帳」による記帳代行及び自計者の事業所については、比較貸借対照表や月別売上実績表、経営分析レーダーチャートなどを基に経営の弱点を把握し、事業者にあった経営支援のアドバイスに活用する。

2. 経営状況の分析に関する事

2-①

A	B	C
6	0	0

2-②

A	B	C
5	1	0

2-③

A	B	C
4	1	1

2-④

A	B	C
4	2	0

①巡回により、小規模事業者の課題を把握し、専門家による支援を行った。

- ・専門家活用支援件数 11 件
- ・巡回訪問事業所数 205 件

②ネット de 記帳による記帳代行及び自計事業者へシステムを活用した経営分析指導を実施。また、職員の経営分析に係る資質向上を目的に勉強会を行

情報交換会は、税理士会のみではなく、地域商店会

③経営分析システム（全国商工会連合会）及び専門家の活用

景況調査時の巡回訪問や金融相談、税務相談業務時に、経営状況分析対象とする事業所を発掘する。対象事業所については、財務、生産、販売管理、経営資源等について、全国商工会連合会の経営分析システムを活用する。必要があればより詳細な経営分析を専門家に依頼して実施する。この経営分析結果に基づき、事業所の強み、弱みを的確にとらえ経営革新計画の認定につなげることを目標として商工会の支援を継続して実施する。

④ 税理士との情報交換会

地域商工業者の決算業務に直接携わった税理士から現在の業績や管内の景気動向について情報収集を図り、経営支援業務に役立てることを目的として、東北税理士会二本松支部所属の税理士との情報交換会を年1回開催する。

【経営分析調査 目標/実績】

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
経営指導員・経営支援員による巡回訪問事業所数	—	300/205	400	400	500	500
経営分析対象事業所数(新規事業) (ネットde記帳データ活用含む)	未実施	10/4	20	30	40	50
東北税理士会二本松支部所属の税理士との情報交換会(新規事業)	未実施	1/1	1	1	1	1

った。
③経営状況分析対象の事業所の発掘を目的に巡回を行なった。

- ・経営分析対象事業者数 4 件

④税理士との情報交換会を行い、管内の業績等情報収集し、小規模事業者への情報提供に努めた。

- ・情報交換会開催数 1 回

等各種団体との交流にも努め、団体の取り組む事業について情報収集し、団体支援及び個人支援に活かしてほしい。

○課題・問題点

景況調査及び巡回による経営者の課題・問題点を職員各々が把握したが、全体で情報共有できる体制づくりが課題。
本年実施による経営分析の資質向上を目的としたセミナーで全体の資質は向上したが、これを活かし、実際の経営分析支援事業者数を増加させる取り組みが課題である。

○改善方法

今年度実施した専門家による経営分析の指導を継続的に受け、資質向上を図るとともに、経営者の課題等の情報を共有し職員各々の得意分野を活かし課題解決にあたる。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

事業者が経営課題を解決するため、上記1.地域内経済動向、上記2経営分析の結果を踏まえ、福島県商工会連合会等と連携し、事業計画策定を支援する。また、経営革新セミナーを開催し、認定となる計画書作成にむけ、必要に応じ支援ポータルサイト「ミラサポ」も活用し、伴走型の指導・助言を行う。

【事業内容】

①経営計画作成セミナー開催による計画策定事業所の掘り起こし

福島県商工会連合会と連携し、中小企業診断士など事業計画策定に適した専門家を招き、事業計画策定セミナーを年1回開催し、計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。また、セミナー参加者を対象に、専門家による個別相談会を行う。

②窓口相談、巡回相談による計画策定事業所の掘り起こし

窓口相談、巡回相談時に、小規模事業者からの相談等を受けるとともに、事業計画の作成意義等を説明し、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。

③事業計画策定による補助金等への申請支援

事業計画策定を目指す小規模事業者の他、金融相談、小規模事業所持続化補助金、ものづくり補助金等申請する小規模事業者に対し事業計画の策定支援を行う。

④経営革新セミナーの開催

福島県商工会連合会と連携し、中小企業診断士などを講師として経営革新セミナーを開催する。新市場開拓、新商品・新技術・新サービス開発、既存事業の底上げを目指す事業所を発掘して実施する。当初は年1回開催して、次年度以降は、独自の景況調査結果をもとに内容を検討する。

さらに、経営革新セミナーで策定した計画を認定計画に格上げするため、支援ポータルサイト「ミラサポ」を活用して専門家を派遣するなど、小規模事業者を支援する。認定後は、計画がスムーズに実行できるように、巡回訪問による個別フォローアップ（月2回程度）を行い伴走型の支援を行う。

3. 事業計画策定支援に関すること

①経営計画作成セミナー開催回数 2回

1回目
4月18日 9名参加
4月20日 7名参加
個別相談会 4名参加

2回目
12月13日 8名参加
12月19日 9名参加
個別相談会 7名参加

②事業計画策定事業所数 11事業所

③持続化補助金申請件数
H27年度補正 5件
H28年度2次補正 6件
マル経相談件数 13件

④次年度開催予定のセミナーに向け対象事業者の把握に努めた。

3-①

A	B	C
6	0	0

3-②

A	B	C
6	0	0

3-③

A	B	C
6	0	0

3-④

A	B	C
3	1	2

経営計画策定にとどまらず、それを活用し、例えば金融支援において、決算書の分析などに専門家の活用した経営改善を図るなど支援内容の幅を広げることが重要である。

【事業計画策定支援 目標/実績】

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
経営計画作成セミナー回数	1	1/2	1	1	1	1
事業計画策定事業者数	4	8/5	12	12	16	16
経営革新セミナー開催回数 (新規事業)	未実施	0	2	2	2	2
経営革新支援者数	0	0	4	4	4	4
(内経営革新認定計画数)	(0)	(0)	(1)	(1)	(1)	(1)
小規模事業者持続化補助金申請数	3	4/11	5	5	8	8

○課題・問題点

経営計画作成セミナーへの参加及び経営計画策定を促すが、参加人数及び経営計画策定事業者数が目標に達したもののまだまだ事業計画策定事業者数は少なく、持続化補助金申請事業者数も伸び悩む。次年度の開催日程・勧奨方法を検討する必要がある。

○改善方法

巡回によりセミナーの開催日程の希望調査を聴取し、参加人数の増加を図る。また、セミナー終了後職員による個別相談の機会を設け、事業者の経営計画策定への抵抗感を緩和し、計画策定事業者数及び補助金申請件数を伸ばしていく。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

事業計画策定事業所のヒト、モノ、カネの三要素への万全の支援にあたるため巡回訪問を強化して、計画遂行状況の確認及び各種情報提供、計画遂行に係る資金斡旋を行い、経営者にとって不安を解消させるべく万全の体制で支援にあたる。経営指導員は最低でも2か月に一度、計画策定事業所を訪問し、新たな課題の抽出及び課題解決に向けては他機関との連携を図りながら計画遂行をフォローアップしていく。

具体的には、近年、“ヒト”に対する支援の重要性が増してきており、若年労働者の離職率が高いことや事業主の高齢化により事業承継が円滑に進まないという相談が増加していることから、小規模事業所は数的・質的な人材不足に悩まされているといえる。これらは経営計画策定の中で必ず問題となってくる。そこであたら商工会では、福島県商工会連合会、及び専門家と連携した事業承継セミナー、人材育成セミナーを開催して事業承継の円滑化（事業承継塾）、従業員や後継者となるべき人材の育成・確保に寄与する。

“モノ”に対する支援としては、ITを活用した経営支援、国・県、市等の支援策や各種補助金・助成金の周知・活用を図る。

“カネ”に対する支援としては、日本政策金融公庫や二本松信用金庫等と連携して資金融資に対応する。具体的にはマル経融資貸付や小規模事業者経営発達融資制度等を効果的に活用して資金面での不安解消を実現する。

【事業内容】

① 巡回訪問による指導・助言

事業計画策定支援を行った全ての小規模事業者を対象に、最低でも2か月に1度巡回訪問し、売上等の達成状況など計画の進捗状況の確認を行うとともに、販路開拓や販売計画上の課題の抽出と対応など個別の事業計画に基づいた適切な指導・助言を行う。これら経営指導員が担当する計画策定事業所の支援状況については、毎月1回開催する経営支援会議の場でも報告して福島県商工会連合会等とも情報共有を図ることで、支援の方向性の確認、見直しに関して連携して支援する。また、専門的な課題が抽出した場合にあっては、よろず支援拠点やミラサポ等の専門家派遣を活用し、個々の事業計画の円滑な推進を支援する。

② 事業承継対策

策定した事業計画の中には事業承継を行い活性化を図っていく事業所も多数あると考える。そこで円滑な事業承継を促すため福島県商工会連合会と連携して事業承継セミナーを開催する。個人事業主の事業承継の場合では、法人化も選択肢の一つとなりうることから、法人化の手続き等についても内容とするなどテーマ別に実施する。内容については小規模事業所の意向を調査、検討して実施する。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること

①事業所へ個別での支援を実施。

フォローアップ回数

40回

②事業承継セミナー開催
11月25日10名参加
法人個人別のテーマで実施。

③次年度開催予定の人材育成セミナーの内容を動向調査にて把握。

④事業計画にIT活用が組み込まれている事業者に対し、HP内容等個別支援を実施した。

4-①

A	B	C
5	1	0

4-②

A	B	C
4	2	0

4-③

A	B	C
2	3	1

4-④

A	B	C
2	1	3

事業計画策定事業所へのフォローアップは目標には達していないが、平均3回の支援を実施しているので評価できる。

③ 管理者・従業員等人材育成対策

事業計画実現のためには、人材のやる気、能力向上は必須であり、そのためには従業員の意欲、業務遂行能力、問題解決能力を高め、個人の能力アップをを図ることを目的とした人材育成対策が重要である。具体的には事業主と若手従業員の間にいる管理職の資質向上、部下の指導力育成を図るため、専門家を活用して人材育成セミナーを開催する。業務管理能力、危機管理能力等の資質向上を図り、業務効率化を目指す。内容については小規模事業所の意向を調査、検討して実施する。

④ IT化対策

前述の事業計画策定支援の中で、小規模事業者持続化補助金などの申請にあたり販促手段としてホームページ開設やSNS活用、インターネット取引などのIT化を必要とする小規模事業所が予想される。小規模事業所のIT化の遅れを二本松市も重点課題として掲げており、小規模事業者の個別ニーズに合わせた効果的な支援を行う。

【事業計画策定後のフォローアップ、事業承継セミナー回数、人材育成セミナー回数/実績】

支援内容	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
事業計画策定後の事業者へのフォローアップ延べ回数	24	72/40	126	126	168	168
事業承継セミナー開催回数 (新規事業)	0	1	1	1	1	1
人材育成セミナー開催回数 (新規事業)	0	0	1	1	1	1

各種セミナーは参加人数の増加に努める必要がある。

事業承継は、今後の重要課題であり、特に重点的に支援にあたって欲しい。

○課題・問題点

事業計画策定後のフォローアップ支援は個別対応で行っており、計画的に実施していない為、経営指導員間で経営計画の実行状況の共有化が図れず効果的な支援を行っていない。

事業承継セミナーの開催は、基礎知識は習得できたが、個別で抱える問題解決に至っていない。また、ITを活用した個者支援は行っているものの、職員のスキルが乏しくまだまだ事業者が抱える問題解決には至らない。

○改善方法

事業計画策定後、巡回支援計画を策定し事業所へ計画的に支援を行う。事業承継及びITに関する専門家による個別相談会の実施を検討。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

地域の小規模事業者への支援をよりの確で効果的なものとする為、管内事業者の販売する商品又は提供する役務について、関係機関が実施する各種調査結果や関係機関との情報交換により、需要動向を調査し整理分析を行う。また得られた情報については精査分析するとともに販路開拓や新たな商品又は役務の開発に寄与するよう巡回訪問等を通じて小規模事業者に個別に提供する。

【事業内容】

①二本松市消費購買動向調査を活用した需要動向調査

二本松商工会議所とあたら商工会が年1回合同で行っている「二本松市消費購買動向調査」を分析し地域の需要動向把握に努める。

これは市内の小学校2年生及び中学校2年生のいる家庭を対象とした「買い物」に関するアンケート調査であり、995名（回答率95%以上）程度の回答が期待できる。

調査内容には「よく利用する買い物先（商品別）」や「買い物する場合の重視項目（買い物先の選択理由）」などの項目があり、これにより地域内の消費者はどのような理由で買い物をする店を選択しているのか、また何を求めているのかを整理、分析することで、地域（主に市内）を商圈とする小売業者等に対しての域内の潜在的な需要の把握や顧客掘り起こし等に資することができる。これらの調査結果は個別に事業者を提供するとともに、新たな商品又は役務の開発、個人の事業計画策定支援などに反映させていく。

②県連合会やアンテナショップを活用した需要動向の調査

福島県商工会連合会が毎年1回首都圏（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県）と県内（県内13市より2市程度ランダムで選出）の消費者500名に対しインターネットを利用して行っている「福島県産品に対する首都圏及び県内消費者の意識調査」を活用する。本調査の中では「首都圏消費者が福島県産加工品に期待すること」や「首都圏消費者の買い物をする際の意識調査」等の項目があり、整理分析することで県外への販路拡大を目指している小売・製造事業者等への県外での具体的な需要動向として提供していく。

また、福島県及び福島県商工会連合会の首都圏アンテナショップである「日本橋ふくしま館-MIDETTE(ミデッテ)」の売上やアンケート結果から、首都圏消費者の地方特産品に対する意識を把握する。具体的には、商品別売上状況を分析する他、年1回「日本橋ふくしま館-MIDETTE(ミデッテ)」で開催する物産展の際に、来店者に対して、アンケート用紙に記入する方法で、性別、購入品目、新たに取扱を要望する商品や、既存商品への味、価格帯、デザインなどに対するリクエストなどについて調査する。これらの調査結果を物産展終了後に集計・分析し、「日本橋ふくしま館-MIDETTE(ミデッテ)」の出店事業者やそれ以外の地域外へ目を向けた地場産品を取り

5. 需要動向調査に関すること

①年度当初に前年度の分析結果が出た為本年度はこれを活用した個者支援を実施した。

②
・日本橋ふくしま館でのアンケートを実施。
アンケート実施人数 105名
・県連の意識調査を活用した情報提供は個者支援において実施した。

5-①

A	B	C
4	2	0

5-②

A	B	C
5	1	0

5-③

A	B	C
4	2	0

5-④

A	B	C
3	0	3

需要動向調査等、職員の分析スキルの向上を図るため、専門家を活用し分析の手法を習得する必要がある。また、今後調査規模が拡大した場合外部委託も検討する必要がある。

各種物産展へ出展をより多くの小規模事業者へ

扱う小売・製造事業者を主たる対象として、結果を提供しながら個別の商品開発や販路開拓を支援する。

福島県産品は福島第一原発事故以来、放射能に対する恐怖感や不信感により従来持っていた多くの販路を失い、また新たな販路開拓に苦慮している現実があり、首都圏を対象としたこれらの需要調査を分析することで、「福島県産」に対する現在のイメージを把握し効果的な需要動向の把握と販路開拓等の支援に繋げていく。

③金融機関との情報交換の実施

現在信用金庫が開催しているビジネスマッチング事業（商談会）についての情報を得るため、年二回二本松信用金庫との情報交換会を実施する。

従来、あだたら商工会でこの事業に関わることがなかったため、事業に出店している事業者の推移や、注目を集める業種や技術等の確認を行い、いま企業が欲している技術や商品サービスを把握する。

これらの情報を基に、管内製造業者及び建設業者を主として、販路拡大に寄与するためビジネスマッチング（商談会）への参加斡旋や新商品等開発支援に反映させる。

④情報の分析・公表

各種調査により得られた情報については経営指導員により毎月 1 回実施している経営支援会議で分析し、小規模事業者が分かりやすい形に加工したうえで、商工会ホームページや会報、普段の巡回訪問等を活用して小規模事業所に情報提供する。

【需要動向調査に係る目標/実績】

支援内容	現状	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
アンケート実施人数（@40 名×2 日間）	未実施	80/105	80	80	80	80
二本松信用金庫との情報交換会	2	2/1	2	2	2	2
巡回訪問による情報提供事業者数	未実施	60/5	60	60	60	60

③二本松信用金庫との情報交換会においてビジネスマッチ東北の出展状況や内容の情報を収集
情報交換会開催回数 1 回

④巡回による調査結果の情報提供は行ったが、経営支援会議での分析は行っていない。

経験してもらい、消費者の「生の声」による消費者動向を直接感じることで、経営に活かすことが重要である。

○課題・問題点

調査やアンケートは実施したものの、効果的な支援に繋げるための分析を行っていない。職員の分析スキルの習得が必要。

○改善方法

専門家による指導を受け職員の分析スキルを向上させる。また、調査内容によっては外部への委託を検討し、より有効な調査結果をHPや会報で公表できるようにする。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

管内小規模事業者の販路開拓・販売促進を後押しし、これにより個店の経営基盤強化を図り、目標である地域全体の経済活性化達成の為、二本松市や市内の金融機関、二本松市観光協会等の協力をもらい継続的な支援事業を展開する。具体的には、既存の商圏内での販売促進を目指した軽トラ市の開催。また販路開拓支援として、市外での販売会の開催やインターネット活用支援を予定する。

【事業内容】

①物産展及びビジネスマッチング商談会への参加

一般消費者を対象とした新たな商圏・顧客獲得を目的に行政及び観光協会と連携を取り、商業・サービス業、特に地場産品の加工販売を行う小規模事業者を中心に販路開拓を目指して市外での販売会や物産展に参加していただき、商工会による伴走型支援を行う。

二本松市と姉妹都市である長野県駒ケ根市での物産展や、福島県 食の祭典「おいしい ふくしま いただきます！」フェスティバルを予定する。これらに向けて来場者に対する訴求効果を高める為、他商品に埋もれない「見せ方」を継続的に支援していく。駒ケ根市での出店は駅前通りを通行止めにして行う夏の恒例イベントであり、お昼から夜まで続き来場者も年齢性別問わず多く見込まれる。来場者は多いが出店ブースがメインのエリアから離れているため、来場者を集める工夫・動線の確保が必要となる。このため、ブースに誘導するためのチラシやキャラクターの使用、目を引く店作り等支援も行う。

福島県のアンテナショップ「日本橋ふくしま館-MIDETTE(ミデッテ)」への出品を首都圏への販路拡大を目指す小規模事業者を中心に積極的に斡旋する他、あだたら商工会主催で「日本橋ふくしま館-MIDETTE(ミデッテ)」店内での物産展を開催し、首都圏消費者に対して行う対面販売により顧客獲得の機会を創出する。これらのイベント等には商工会職員が積極的に同行し、現場にて効果的な支援を行う。

各イベントへの出店・出品を通じて、市外での新規顧客獲得数3件/年を目標とする。

また、企業間の販路拡大を後押しするため、特殊技術等を持つ製造業者や建設業者の小規模事業者を中心に、市内金融機関が開催しているビジネスマッチング商談会への参加を推進する。

予定するのは、「ビジネスマッチ東北」や「TOKYO 三ツ星バザール」を予定する。ビジネスマッチ東北は夢メッセみやぎで開催されており平成27年度は461社が出展している。出展するジャンルも多い為、幅広い業種に声掛けできる。TOKYO 三ツ星バザールは新宿駅西口広場を会場に、平成27年度は62社が出展し2日間開催されている。これら商談会での一回あたりの目標商談件数を2件とする。

目標達成できるよう、地元信用金庫と連携してバイヤーへの事前PRや、商品のブラッシュアップ、営業ツールの強化等の支援を行う。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

①駒ケ根市物産展参加
 事業者数 2件
 物産展開催数 2回
 開催場所
 福島県観光物産館
 出展者数 4件
 日本橋ふくしま館
 出展者数 10件
 各イベントでの新規顧客獲得数 2件
 ビジネスマッチ東北
 出展事業者数 3件
 商談件数 4件

6-①

A	B	C
5	1	0

②インターネット活用支援の実施

経営に IT を取り入れ、経営基盤を強化する目的で、近年普及しているスマートフォンやタブレットを活用し、身近で効果的な販促ツールとなっているインターネットの活用を支援する。

福島県商工会連合会と連携を取り、未活用の事業所には全国商工会連合会で提供している無料ホームページ作成サービスの紹介等を行い、既に活用している事業所へはホームページ等の効果的な運用について専門家の派遣等を行うなど、それぞれの環境やレベルにあった支援を継続的に行う。

小規模事業者のホームページをまとめ、商工会のホームページで事業所紹介ページを作成し、リンクを張る等することで、内外への事業内容紹介と SEO 対策を行う。

特に食品製造業等の事業者には EC 導入を積極的に推進していく。全国商工会連合会が実施している「ニッポンセレクト.com」への出品により、一般消費者に対する総合窓口を作り個店の販路拡大に寄与する。EC 導入事業者の目標として、「ニッポンセレクト.com」への初年度の出店事業者を 2 件とし、その後継続して出店し続けられるよう、ニーズの把握や商品力強化の支援を行う。

今後、地域の小規模事業者にとって IT 活用による販売促進や EC 導入は、大きな武器となりえることから、EC 導入を含めた IT 新規活用事業者数年 10 件を目標として管内事業者への支援を強化する。

③あだたら軽トラ市の開催

平成 25 年度からの継続事業である「あだたら軽トラ市」を、主に市内（地元地域）を商圈とする小売業者を対象とした支援事業として、販売促進支援として月 1 回（4 月～11 月第 3 日曜、9 時から 12 時の 3 時間）開催する。現在は管内の小売業・サービス業・製造業を営む事業者 12～14 社が出店しており、来場者は年間で 400 人程度である。

今後は、二本松市や市内金融機関と連携を取りつつ周知を行うことで、軽トラ市の来場者を 150%増加させ、そこからの新規顧客獲得を目的とする。

「二本松市消費購買動向調査」の分析結果や対面販売を通じて顧客のニーズを把握し、これらに沿った店づくりを支援することで商圈内の顧客掘り起こしを行う。さらには、商工会職員が実地支援をしながら、来場者への新商品等の味、価格、デザイン等についてのアンケート調査を実施し、魅力的な商品サービスの開発や新商品のテストマーケティングにも繋げる。

出店事業所の新規顧客獲得数を年 3 件とし、これらの事業・支援を継続する。

② I T 講習会を開催し、県商工会連合会で推進している無料 H P 作成ソフトの紹介をした。

開催日 1 月 1 6 日

参加人数 1 3 名

ニッポンセレクトへの出店は情報提供は行ったが出店事業所はいなかった。

③軽トラ市開催

5 月～1 0 月

第 3 日曜 6 回開催

来場者数

約 3 0 0 名

二本松市や二本松信用金庫の窓口で開催チラシを設置し来場者の増加を図ったが、来場者数の伸びはなかった。来場者へのアンケート調査の内容を経営支援会議で検討。次年度より実施予定。

6-②

A	B	C
2	4	0

6-③

A	B	C
4	2	0

I T 活用支援は、経営力の乏しい小規模事業者には I T は販路拡大等強力なアイテムである為、今後力を入れて支援して欲しい。

軽トラ市は事業のマンネリ化が感じられる。事業内容の工夫が必要である。

【販路開拓支援 目標/実績】

項目	現 状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度	
物産展出展支援 (新規事業)	開催回数	未実施	2/2	2	2	2	
	出店者数	未実施	4/6	5	5	5	
	顧客獲得数 (出店者数 ×3件)	—	12/2	15	15	15	18
ビジネスマッチング 商談会出展支援 (新規事業)	参加企業数	未実施	2/2	2	3	3	4
	商談件数 (参加企業 数×3件)	未実施	6/4	6	9	9	12
IT活用支援	新規活用 事業者数	—	10/13	10	10	10	10
あだたら軽トラ市開 催	開催回数	8	8/6	8	8	8	8
	出店者数	12	14/11	14	15	15	15
	来場者数	400	500/300	500	500	600	600
	顧客獲得数 (出店者数 ×3件)	—	42/2	42	45	45	45

本年度経営発達支援事業で目標達成できなかった項目は、専門家を活用するなど、次年度は効果的な事業の推進及びそのために職員の支援スキルの向上に努める必要がある。

○課題・問題点

商工業者の販路拡大を目的に物産展を開催したが、新規顧客獲得は目標数に至らなかった。販売方法の検討や、出品商品およびPR方法の検討が必要である。また、無料HP作成ソフトの紹介を行ったが、紹介にとどまり個別支援及びHP作成に至る事業者はいなかった。

○改善方法

物産展開催までに販促方法等事前指導を行う。

HP活用支援は、職員もHP作成のスキルを身に着け、個者支援に重点をおく。

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

1. 地域経済活性化事業

二本松市、二本松商工会議所、二本松観光協会、JAみちのく安達、道の駅安達（上下線）、道の駅さくらの郷、道の駅東和と連携を図りながら、地域商店街の活性化、魅力発信、活力再生のため地域振興の担い手として商工会が先頭に立って取り組む。

【事業内容】

① 二本松市地域商業活性化事業

二本松市と連携して実施する。商工会の委託団体である、安達サービス会、(協)岩代スタンプ会、(協)東和サービス店会と協力して、「3地域年末年始大売出し」を行い商店街活性化につなげることを目的とする。既存の事業として地域住民から好評である。

② 商店の魅力発信に向けたスタンプラリー事業

大型観光イベント「ふくしまデスティネーションキャンペーン」の開催（平成27年4月～6月）に合わせ、「オールにほんまつ、おもいきりスタンプラリー」を実施した。この事業は、二本松市、二本松商工会議所、商工会が三位一体となり、商店、企業の一押しの商品の魅力を市外に広く発信する事業であり、これまで情報発信面で遅れをとっていた会員事業所のPRにもつながる。次年度以降も継続していく事業であり、参加店舗数の増加を図るなど会員事業所の支援をしていく。

【地域経済活性化事業開催回数、参加・支援事業所数/実績】

項目		現 状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
二本松市地域商業活性化事業	開催回数	1	1/1	1	1	1	1
	支援事業所数	50	50/27	60	60	60	60
スタンプラリー支援	支援事業所数	未実施	20/30	20	25	25	25

1. 地域経済活性化事業

① 3地域年末年始大売出し
開催期間
H28. 12. 23～H29. 1. 3
支援事業者数 27件

②スタンプラリー
開催期間
H28. 10. 4～H28. 11. 23
支援事業者数 30件

1-①

A	B	C
5	1	0

1-②

A	B	C
5	1	0

今後も集客を図る為、事業の工夫を検討しながら継続して事業を実施して欲しい。

○課題・問題点

二本松市地域商業活性化事業は長年実施してきた事業であることから一定の評価を受けているが、事業内容が固定化しており、新たな顧客獲得が困難になっている。スタンプラリーにおいても、多くの人に参加してもらえる仕組みづくりが求められている。

○改善方法

従来のお客様を維持しつつ、新たな顧客を開拓するためのイベント内容や告知方法の検討を実施していく。

2. 定住人口拡大対策事業

二本松市の人口は5年後には5万人を割り込む恐れがあり、人口減少は今後も続いていくことが想定されている。人口減少により購買力が低下することで、商店街の店舗閉鎖につながってしまう。また高齢化の急激に進行により、後継者不足の問題もある。

そこで商工会では、二本松市、二本松商工会議所、若手後継者らと連携して定住人口の拡大に向けた事業を推進していく。

【事業内容】

①婚活事業

復興支援事業の一環として少子化対策を推進して、二本松市民の人口増加を図り、商工業後継者の嫁不足を解消することを目的として婚活パーティー「Welcome 二本松 de 婚活」を二本松市、二本松商工会議所と連携して実施する。小規模事業者の円滑な事業承継につなげることを目標として毎年継続して年2回（夏、秋）開催する。

②若手後継者育成に向けた地域懇談会

活気に満ち、魅力あふれる二本松の未来を創り出すことを目的として、二本松商工会議所、二本松青年会議所などの関係団体とともに「にほんまつ未来創造ネットワーク」の一員として、二本松市全域での若手後継者育成方法等について検討する。

【目標/実績】

項目	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
婚活事業参加者数	—	80/96	80	80	80	80

2. 定住人口拡大対策事業

①婚活パーティ

開催数 2回

1回目

開催日 7月30日

参加者数 50名

2回目

開催日 11月26日

参加者数 46名

結婚まで至った参加者で小規模事業者の後継者が1組あり、今後の事業承継に期待できる。

②にほんまつ未来創造ネットワーク会議が開催されず、参加実績なし。

2-①

A	B	C
6	0	0

2-②

A	B	C
1	2	3

婚活事業の参集範囲を関東方面等拡大を図り、より定住人口の増加に努めて欲しい。

【まとめ】

- 経営発達支援事業は、概ね事業計画のとおり実施されたが、目標数値の達成に至らない事業が多くあった。また各種調査は行ったものの、結果の分析や事業効果の検証はまだまだ十分なものではなく、小規模事業者支援に活用しれていなかった。
- 地域経済の活性化に資する取組については、行政や関係団体と連携を図り円滑な事業を実施できたものの、小規模事業者の参加等が目標値を下回っている現状をかんがみ、参加者の質・量的向上を図りつつ、事業内容の見直しが必要である。
- 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組みについては、当会内部の情報の共有化及び他の支援機関との密な連携を図り、経営支援に活用できる情報収集や資質向上を目的とした研修会等へ積極的に参加してきたが、習得した情報やノウハウを経営支援に十分に活かせていない。

以上を踏まえ、次年度以降、評価検討会での検証及び見直しを基に、経営発達支援事業を効果的に実施していく。