

## I. 経営発達支事業の目標と方針（5ヶ年計画）

大崎市の概況、地域産業（特に商工業）の状況、将来像、大崎市が策定した産業振興計画を踏まえ、大崎市内の支援機関や地域金融機関と更なる連携強化を図り、中小企業とりわけ小規模事業者の持続的な発展を第一の目的とし、小規模事業者が抱える問題、課題を深く掘り下げるとともに、経営環境や経営資源を整理し、経営力の向上を図る。また、セミナーや経営実態調査を通じ、消費者ニーズを踏まえた経営計画策定支援を行い、販路拡大や売上拡大を目指すことを目的に支援を行う。

## II. 事業評価検討委員会の開催

経営発達支援事業を進めるにあたり、事業の妥当性、公平性、適正性を確保するため商工会内に経営発達支援事業評価検討委員会を組織し、支援者側、支援を受ける側、学識経験者、専門家を一同に介し、毎年度、経営発達支援事業について評価し、経営計画発達事業の充実、強化を図るため、分析、評価の取りまとめを行う。

### 令和4年度 事業評価検討委員会 2回開催（前期：事業中間報告 後期：事業年度報告、年度事業評価）

第1回（前期：事業中間報告）

1. 日時 令和4年9月（書面議決）
2. 場所 大崎商工会
3. 委員委嘱
4. 審議事項 （1）今年度事業の中間報告について

第2回（後期：事業報告、評価）

1. 日時 令和5年2月（書面議決）
2. 場所 大崎商工会
3. 審議事項 （1）令和4年度事業実施内容及び事業評価について

大崎商工会事業評価検討委員会 名簿

職名	氏名	団体等役職名
委員長	南條晃一	外部有識者
副委員長	三浦宗昭	外部有識者
委員	高橋和広	行政（大崎市産業商工課長）
〃	手代木 悟	本会会長
〃	伊東 仁	本会商業部長
〃	佐々木一夫	本会工業部会長
事務局	橋本幸司	事務局長
〃	大宮和則	経営支援課長
〃	馬場伸行	課長補佐
〃	高橋 幸	主幹
〃	鈴木一江	主任主査
〃	佐藤和樹	主査
〃	富樫拳史郎	主査

## III. 本調査対象期間

令和4年4月1日から令和5年3月31日までの間

## IV. 評価方法

- A：目標を達成することができた。（100%以上）：4点  
 B：目標を概ね達成することができた。（80%～99%）：3点  
 C：目標を半分程度しか達成することができなかった。（30%～79%）：2点  
 D：目標をほとんど達成することができなかった。（30%未満）：1点

※各カテゴリの評価については、実施評価合計数をポイント化し、各カテゴリ項目数×4点を上限値として除し算出。

V. 経営発達支援事業実施内容及び評価について  
総合評価

項目(カテゴリ)	評価				評価コメント
<b>I. 経営発達支援事業の内容</b>					
1. 地域の経済動向調査に関する事	A	B	C	D	地域の経済動向調査に関する事について、小規模事業者景気動向調査、消費者購買動向調査について目標達成には至らなかった。今後の新型コロナ禍においての新たな消費者購買動向調査や消費者ニーズ調査を実施しながら、小規模事業者の各個社支援に活かすため、各調査結果を十分に活用しながら職員間で情報の共有化と資質向上を図り、今後の経営計画策定及び個社支援を進めていく
2. 経営状況の分析に関する事	A	B	C	D	経営状況の分析に関する事について、経営分析、経営分析に関する研修会、経営分析に関する研修会について、事業計画策定を進めるため各種補助金等の申請を行う為の各セミナー及び個別相談会を開催した。周知方法として郵送案内と巡回訪問による案内を行うことで、参加者の参加誘因を図り進めたものの目標を達成には至らなかった。また、巡回及び窓口相談については、窓口相談数は前年同時期から比べ減少し目標達成には至らなかった。これは前年度と比べ新型コロナに関する支援策に落ち着きが出たためであるが、次年度は更に事業計画策定の必要性・重要性の理解浸透を図りながら、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。
3. 事業計画の策定支援に関する事	A	B	C	D	事業計画策定支援に関する事について、本年度、全目標数値項目をすべて達成することができた。事業計画策定事業者数については、主に大崎市の支援施策や事業再構築補助金等の各種補助制度活用によるものと金融支援、創業計画書策定数については、おおさきチャレンジ創業応援補助金の補助金制度活用や宮城県スタートアップ加速化事業活用によるものとなっている。更に小規模事業者に対する巡回訪問及び窓口支援を通して、事業計画策定の必要性を説きながら積極的に提案支援を行うとともに、併せて各関係機関との連携による創業者、創業予定者へのアプローチを行いながら事業計画策定支援を進めていく。
4. 事業計画策定後の実施支援に関する事	A	B	C	D	事業計画策定後の実施支援に関する事について、フォローアップ事業所数等の全目標数値を達成できた。今後、更に経営指導員等による計画的巡回訪問・窓口指導を強化するとともに新型コロナウイルス感染症の影響における状況把握を行い、策定した事業計画の進捗状況等のフォローアップを行いながら、新たな問題、課題の抽出について、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進める。
5. 需要動向調査に関する事	A	B	C	D	需要動向調査に関する事について、全目標数値を達成することができた。経営状況等アンケート、おおさきブランド認定事業者、地域内食品加工事業者に対し実施し、消費者ニーズの聞き取りについてはグループインタビューを実施し、新型コロナ禍における消費者ニーズの把握を行うことができた。これにより消費者ニーズを反映させた事業者支援の事業計画策定支援等においての有益な情報ツールとして活用を図っていく。
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事	A	B	C	D	新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事について、新型コロナウイルス感染症の影響等により開催中止等により、需要開拓に関する事業については全体的に低調であった。新年度に向けHPツールゲ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情報提供を行いながら浸透を図り、事業者に合わせてDXを取り入れIT等を活用した販路拡大支援の強化を図っていく。
<b>II. 地域経済の活性化に資する取組み</b>	A	B	C	D	新型コロナウイルス感染症の影響により本地域内イベントを一部開催することは出来たものの目標達成には至らなかった。今後も本会の地域振興事業の目的を踏まえながらイベント事業の目的を鑑みながら各地域の関係機関団体と連携を図り地域活性化に努めていく。
<b>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み</b>					
1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関する事	A	B	C	D	他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関する事について、一部関係機関との連携が低調であった。今後、各支援機関等の連携を図り支援ノウハウの構築により事業者支援を進めていく。
2. 経営指導員等の資質向上等に関する事	A	B	C	D	経営指導員等の資質向上等に関する事について、支援機関としてのスキルや支援ノウハウを高めるため、県連等が主催する研修会へ積極的に参加を行い、経営支援スキルの向上に努めた。特に経験年数の浅い職員に対して組織としてOJTを行い経営支援スキルの底上げを進めた。また、定例会及び経営支援会議等を開催し、各種情報、支援ノウハウの共有を図り経営支援能力の向上を図った。
<b>総合評価</b>	<b>B</b>				

I. 地域発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

事業内容	実施内容																																								
<p><b>(1)地域経済動向調査の実施（新規）</b>                      地域小規模事業者を製造業・建設業・小売業・サービス業の4業種に分け、宮城県商工会連合会が年4回実施している「中小企業景況調査」の売上、客単価、客数、仕入単価、採算性等の調査結果について専門家を交えながら独自に分析、整理し、業種別、地域別に整理するなど地域内の景況感を正確に把握し、情報提供し、経営計画策定の基礎資料とする。また、本会が独自に「小規模事業者景気動向調査」を実施し、経営指導員が巡回訪問を行う際に売上、採算、資金繰り、業界の業況等を個別的にヒアリング、調査し、専門家や「宮城県よろず支援拠点」のコーディネーターを交えながら、調査結果を独自分析し、業種別の地域内景気動向として整理、分類し、情報を提供し、経営計画を策定する際の基礎資料として活用する。</p> <p><b>(2)各種調査結果の分析、提供、利活用</b>                      全国商工会連合会の小規模企業景気動向調査、日本政策金融公庫の中小企業景況調査、地域経済分析システム（RESAS）、宮城県の商圈（消費購買動向調査）大崎市統計（大崎市統計速報も含む）を基に、地域の経済動向を調査、分析する。分析結果は、商工会HPより閲覧、活用でき、会報等でも適時提供する。更に、窓口や巡回訪問の際、金融、経営、経営計画作成等に係る相談時にも提供し、活用する。</p> <p><b>(3)「金融及び景気動向に係る懇談会」の開催</b>                      大崎市、地域内金融機関、宮城県信用保証協会を交えた「金融及び景気動向に係る懇談会」を開催し、地元の金融機関でしか把握できない景気の動向や信用保証協会による景気動向調査内容等について情報交換を行い、巡回訪問や商工会HP等により管内事業者に発信し、経営計画を策定する際の基礎資料として活用する。</p> <p><b>(4)消費者のニーズを把握するための「消費者購買動向調査」の実施</b>                      宮城県の商圈（消費購買動向調査）に基づき調査内容を分析するとともに、各地区にある消費者団体等と連携し、地域の生の声を生かした地域に必要な消費者ニーズの「消費者購買動向調査」を実施し、その結果については、専門家等や「宮城県よろず支援拠点」のコーディネーターを交え、分析し、商工会HPで情報発信するとともに、管内事業者に対して開示し、経営計画策定する際の基礎資料として活用する。</p> <p><b>(5)金融動向の把握、分析、提供、活用</b>                      日本政策金融公庫のマル普、マル経の貸付状況や大崎市中小企業振興資金制度融資の貸付状況を調査分析し、地域内の金融動向、地域の経済、景気動向を把握し、管内事業者に対して情報提供し、経営計画策定する際の基礎資料として活用する。</p>	<p><b>目標</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="1528 365 2226 464">項目</th> <th data-bbox="2226 365 2510 464">令和4年度目標</th> <th data-bbox="2510 365 2795 464">令和4年度実績</th> <th data-bbox="2795 365 2887 464">評価</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1528 464 2226 554">中小企業景況調査結果の分析、提供及び活用（回数）</td> <td data-bbox="2226 464 2510 554">年3回</td> <td data-bbox="2510 464 2795 554">3回</td> <td data-bbox="2795 464 2887 554">A</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1528 554 2226 644">小規模事業者景気動向調査の実施、分析、提供、活用</td> <td data-bbox="2226 554 2510 644">年1回</td> <td data-bbox="2510 554 2795 644">1回</td> <td data-bbox="2795 554 2887 644">A</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1528 644 2226 735">小規模事業者景気動向調査の実施（件数）</td> <td data-bbox="2226 644 2510 735">100件</td> <td data-bbox="2510 644 2795 735">49件</td> <td data-bbox="2795 644 2887 735">C</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1528 735 2226 825">各種調査結果の分析、提供、利用、活用（回数）</td> <td data-bbox="2226 735 2510 825">年1回</td> <td data-bbox="2510 735 2795 825">1回</td> <td data-bbox="2795 735 2887 825">A</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1528 825 2226 915">懇談会開催回数（回数）</td> <td data-bbox="2226 825 2510 915">1回</td> <td data-bbox="2510 825 2795 915">1回</td> <td data-bbox="2795 825 2887 915">A</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1528 915 2226 1005">消費者購買動向調査（回数）</td> <td data-bbox="2226 915 2510 1005">年1回</td> <td data-bbox="2510 915 2795 1005">1回</td> <td data-bbox="2795 915 2887 1005">A</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1528 1005 2226 1096">消費者購買動向調査（件数）</td> <td data-bbox="2226 1005 2510 1096">100件</td> <td data-bbox="2510 1005 2795 1096">10件</td> <td data-bbox="2795 1005 2887 1096">D</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1528 1096 2226 1186">金融動向の把握、分析、提供、活用（回数）</td> <td data-bbox="2226 1096 2510 1186">年2回</td> <td data-bbox="2510 1096 2795 1186">2回</td> <td data-bbox="2795 1096 2887 1186">A</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1528 1186 2226 1276">HP情報提供（回数）</td> <td data-bbox="2226 1186 2510 1276">年3回</td> <td data-bbox="2510 1186 2795 1276">33回</td> <td data-bbox="2795 1186 2887 1276">A</td> </tr> </tbody> </table>	項目	令和4年度目標	令和4年度実績	評価	中小企業景況調査結果の分析、提供及び活用（回数）	年3回	3回	A	小規模事業者景気動向調査の実施、分析、提供、活用	年1回	1回	A	小規模事業者景気動向調査の実施（件数）	100件	49件	C	各種調査結果の分析、提供、利用、活用（回数）	年1回	1回	A	懇談会開催回数（回数）	1回	1回	A	消費者購買動向調査（回数）	年1回	1回	A	消費者購買動向調査（件数）	100件	10件	D	金融動向の把握、分析、提供、活用（回数）	年2回	2回	A	HP情報提供（回数）	年3回	33回	A
項目	令和4年度目標	令和4年度実績	評価																																						
中小企業景況調査結果の分析、提供及び活用（回数）	年3回	3回	A																																						
小規模事業者景気動向調査の実施、分析、提供、活用	年1回	1回	A																																						
小規模事業者景気動向調査の実施（件数）	100件	49件	C																																						
各種調査結果の分析、提供、利用、活用（回数）	年1回	1回	A																																						
懇談会開催回数（回数）	1回	1回	A																																						
消費者購買動向調査（回数）	年1回	1回	A																																						
消費者購買動向調査（件数）	100件	10件	D																																						
金融動向の把握、分析、提供、活用（回数）	年2回	2回	A																																						
HP情報提供（回数）	年3回	33回	A																																						
<p><b>（総合評価） B</b> 地域の経済動向調査に関することについて、小規模事業者景気動向調査、消費者購買動向調査について目標達成には至らなかった。今後の新型コロナ禍においての新たな消費者購買動向調査や消費者ニーズ調査を実施しながら、小規模事業者の各個社支援に活かすため、各調査結果を十分に活用しながら職員間で情報の共有化と資質向上を図り、今後の経営計画策定及び個社支援を進めていく。</p>																																									

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

事業内容	実施内容																											
<p><b>1. 経営分析の実施及び実施勧奨のための巡回指導【指針①】</b>                      小規模事業者に対して経営分析の重要性を認識してもらうため、「小規模事業者景気動向調査」を実施した小規模事業者や常日頃支援を継続している小規模事業者に対して経営指導員が巡回、窓口相談の際に、顧客や市場への理解度や経営戦略への取組みに関する現状を把握できる「企業の健康診断チェックシート」による経営状況の簡易診断・分析方法を勧め、経営に対する経営分析の必要性、重要性を認識してもらい、経営分析の実施勧奨を行っていく。</p> <p><b>2. 経営分析に関する研修会等の開催による事業者の掘り起し</b>                      小規模事業者を対象とした経営分析に関する研修会を開催し、「企業の健康診断チェックシート」を活用した初歩的な経営分析を行い、自社の現在の経営状況を把握するとともに、経営分析の目的、方法、活用方法について理解を深め、段階的な研修により経営分析の必要性、重要性を認識してもらう。                      また、広く経営分析を実施する対象者を募るために、本会のホームページに掲載し、普及啓蒙し、さらに、折込みチラシ等での周知を視野に入れ、研修会等の開催案内だけではなく、経営分析による経営状況の把握の重要性、必要性等についても掲載し、掘り起しを行う。</p> <p><b>3. 経営分析の実施</b>                      1. 2. の取組みによる経営分析の実施を希望する小規模事業者に加え、商工会経理ソフト「記帳機械化事業システム」・「ネットde記帳システム」に加入している小規模事業者については、貸借対照表や損益計算書及び損益分岐点図表などが自動的に経営分析システムより抽出されることから、経営分析の必要性を十分に説明するとともに、経営分析の実施を希望する小規模事業者とともに勧奨、実施を行うため以下の3つの手法を用いた経営状況の分析を実施する。  <b>①財務分析（定量的分析）</b>                      損益分岐点売上高、自己資本比率、流動比率、売上高経常利益率、売上総利益率等を分析し、現在の財務状況を把握し、今後の目指すべき財務状況についての検討材料とする。商工会システムを利用している小規模事業者については、システムにより自動的に出された分析結果を活用し、それ以外の小規模事業者については、中小企業基盤整備機構の経営自己診断システムを活用し、定量的な分析としての財務分析を行っていく。  <b>②SWOT分析及びクロス分析（定性分析）</b>                      財務分析を行った事業者については、その事業者を取り巻く環境の洗い出しするために、内部環境としての「強み、弱み」外部環境として「機会、脅威」を洗い出すSWAT分析を実施し、さらに、SWOT分析の結果に基づき、環境から導き出す戦略を洗い出すためのクロス分析を行い、事業者の経営の課題、問題を抽出し、今後の改善策や戦略のための検討材料として活用する。  <b>③商品（サービス）別売り上げ（ABC分析）</b>                      顧客やサービス等の種別ごとに総売上高、総粗利益、販売商品数の多い順に並べて整理し、顧客が自社に求めている商品やサービス等のABC分析を行い、今後、提供する商品やサービスの見直し、選定、在庫管理の検討材料として活用する。</p> <p><b>4. 専門家等との連携による支援</b>                      経営分析を行った結果、抽出された経営における問題、課題については、宮城県よろず支援拠点やエキスパート派遣事業による専門家、宮城県商工会連合会サポーターリーダー等派遣申請を行い、専門家等との連携を強め、問題、課題解決に向け支援を行っていく。</p>	<p>目標</p> <table border="1" data-bbox="1528 317 2864 869"> <thead> <tr> <th data-bbox="1528 317 1994 415">支援内容</th> <th data-bbox="1994 317 2368 415">令和4年度目標</th> <th data-bbox="2368 317 2754 415">令和4年度実績</th> <th data-bbox="2754 317 2864 415">評価</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1528 415 1994 504">経営分析</td> <td data-bbox="1994 415 2368 504">60件</td> <td data-bbox="2368 415 2754 504">60件</td> <td data-bbox="2754 415 2864 504">A</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1528 504 1994 592">巡回指導件数（毎年度5%増）</td> <td data-bbox="1994 504 2368 592">2,852件</td> <td data-bbox="2368 504 2754 592">2,855件</td> <td data-bbox="2754 504 2864 592">A</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1528 592 1994 680">窓口相談件数（毎年度5%増）</td> <td data-bbox="1994 592 2368 680">2,709件</td> <td data-bbox="2368 592 2754 680">1,555件</td> <td data-bbox="2754 592 2864 680">C</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1528 680 1994 768">経営分析に関する研修会（年）</td> <td data-bbox="1994 680 2368 768">2回</td> <td data-bbox="2368 680 2754 768">3回</td> <td data-bbox="2754 680 2864 768">A</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1528 768 1994 869">経営分析に関する研修会（参加者）</td> <td data-bbox="1994 768 2368 869">30人</td> <td data-bbox="2368 768 2754 869">10人</td> <td data-bbox="2754 768 2864 869">C</td> </tr> </tbody> </table>				支援内容	令和4年度目標	令和4年度実績	評価	経営分析	60件	60件	A	巡回指導件数（毎年度5%増）	2,852件	2,855件	A	窓口相談件数（毎年度5%増）	2,709件	1,555件	C	経営分析に関する研修会（年）	2回	3回	A	経営分析に関する研修会（参加者）	30人	10人	C
支援内容	令和4年度目標	令和4年度実績	評価																									
経営分析	60件	60件	A																									
巡回指導件数（毎年度5%増）	2,852件	2,855件	A																									
窓口相談件数（毎年度5%増）	2,709件	1,555件	C																									
経営分析に関する研修会（年）	2回	3回	A																									
経営分析に関する研修会（参加者）	30人	10人	C																									
<p><b>（総合評価）B</b> 経営状況の分析に関することについて、経営分析、経営分析に関する研修会、経営分析に関する研修会について、事業計画策定を進めるため各種補助金等の申請を行う為の各セミナー及び個別相談会を開催した。周知方法として郵送案内と巡回訪問による案内を行うことで、参加者の参加誘因を図り進めたものの目標を達成には至らなかった。また、巡回及び窓口相談については、窓口相談数は前年同時期から比べ減少し目標達成には至らなかった。これは前年度と比べ新型コロナに関する支援策に落ち着きが出たためであるが、次年度は更に事業計画策定の必要性・重要性の理解浸透を図りながら、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>																												

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

事業内容	実施内容																							
<p><b>(1) 事業計画書策定の支援</b>                      経営状況を行った小規模事業者や商工会システムを利用している小規模事業者については、経営分析を行った現状の把握や経営課題が具体的に抽出されていることから、各種調査関係結果を踏まえ、今後の具体的な目標や目標達成のためのスキーム、利益計画等が明確に示された需要を見据えた事業計画の策定を目指す。                      これらの小規模事業者については、巡回、窓口相談時に個別的に支援を行うとともに、「事業計画策定セミナー」への受講や「個別相談会」へ参加を強く勧奨していく。                      また、事業計画を簡易に策定できる（独）中小企業基盤整備機構による経営計画作成アプリ「経営計画つくるくん」の活用についても勧奨する。</p> <p><b>(2) 事業計画策定等に関するセミナーの開催及び個別相談会の開催</b>                      事業計画策定の意義や必要性及び策定の仕方、策定プロセス等が学べる実践的なセミナーを開催するとともに、計画策定過程での問題、課題を解決するために、専門家や宮城県よろず支援拠点とも連携し、事業計画を策定する上での助言・立案が行える「個別相談会」を開催し、支援を行っていく。</p> <p><b>(3) 創業に関するセミナーの開催及び創業計画の策定支援</b>                      創業支援にあたっては、当商工会も大崎市の創業支援計画における支援機関となっていることから、大崎市の創業支援機関である未来産業創造おおさき等と連携して行う。                      また、地域における創業者の増加を図るために、当会を中心とした創業支援機関並びに地域の金融機関等と連携し、「創業に関するセミナー」を開催し、創業者の掘り起しや創業計画の策定支援を行っていく。</p> <p><b>(4) 小規模事業者経営発達支援融資制度の活用提案【指針②】</b>                      経営発達支援計画の認定を受けた商工会から、売り上げの増加や収益の改善、持続的な経営のための事業計画策定の助言とフォローアップを受ける等、一定の要件を満たした小規模事業者に対し、日本政策金融公庫が、事業の持続的な発展のための取組に必要な設備資金及びそれに付随する運転資金を低利で融資する「小規模事業者経営発達支援融資制度」が平成29年度に創設された。</p>	<p><b>(目標)</b></p> <table border="1" data-bbox="1516 310 2772 722"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>令和4年度目標</th> <th>令和4年度実績</th> <th>評価</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>事業計画書策定事業者数</td> <td>35件</td> <td>60件</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>個別相談会開催回数</td> <td>5回</td> <td>5回</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>創業計画書策定研修（年間）</td> <td>5回</td> <td>5回</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>創業計画書策定事業者数</td> <td>4件</td> <td>5件</td> <td>A</td> </tr> </tbody> </table> <p>※現状の事業計画策定事業者数は、小規模事業者持続化補助金等各種補助金、資金計画等での支援事業者数を記載した。</p>				項目	令和4年度目標	令和4年度実績	評価	事業計画書策定事業者数	35件	60件	A	個別相談会開催回数	5回	5回	A	創業計画書策定研修（年間）	5回	5回	A	創業計画書策定事業者数	4件	5件	A
項目	令和4年度目標	令和4年度実績	評価																					
事業計画書策定事業者数	35件	60件	A																					
個別相談会開催回数	5回	5回	A																					
創業計画書策定研修（年間）	5回	5回	A																					
創業計画書策定事業者数	4件	5件	A																					
<p><b>(総合評価) A</b> 事業計画策定支援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。事業計画策定事業者数については、主に大崎市の支援施策や事業再構築補助金等の各種補助制度活用によるものと金融支援、創業計画書策定数については、おおさきチャレンジ創業応援補助金の補助金制度活用や宮城県スタートアップ加速化事業活用によるものとなっている。更に小規模事業者に対する巡回訪問及び窓口支援を通して、事業計画策定の必要性を説きながら積極的に提案支援を行うとともに、併せて各関係機関との連携による創業者、創業予定者へのアプローチを行いながら事業計画策定支援を進めていく。</p>																								

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

事業内容	実施内容																											
<p><b>(1) 事業計画策定後のフォローアップの実施</b>                      経営計画策定後に、国、県、大崎市が行う経営支援策等の広報、案内により周知し、活用方法についてフォローアップを実施し、日本政策金融公庫が取り扱う「小規模事業者経営発達支援融資」の活用、斡旋など、きめ細かなフォローアップ支援を行う。また、経営計画策定後に、経営指導員が中心となり、3ヶ月に1度巡回訪問し、進捗状況の確認を行うとともに、計画策定後の新たな問題、課題をヒアリングし、目的達成に解決すべき専門的な問題、課題については、宮城県よろず支援拠点、専門家、宮城県商工会連合会サポーティングリーダー等と連携し、課題解決のための支援を行うとともに経営計画推進に必要な支援・助言を行う。【指針②】</p> <p><b>(2) 創業予定者の事業計画策定後のフォローアップ</b>                      創業予定者は開業までの間、様々な事柄について初めての経験が伴うため、開業する前に約1ヶ月に1度巡回訪問を行い、各種手続きや計画における資金の調達、販路の開拓、人材の育成といった様々な面からの支援を伴走型で行っていく。</p> <p><b>(3) 企業フォーラム【指針②】の開催</b>                      フォローアップは、原則出向いて行なうものであるが、年に1回程度、事業計画を策定し開業した成果を上げた企業を中心に集まる会（フォーラム）にて、自らの計画内容や進捗状況について発表する機会を提供する。                      自らの考えを公表する機会を得ることで、取組む内容において、新たな気づきが得られ、相互に補完できるつながりが生じることを期待して開催し、開業の準備している者にとつても重要な相互理解の場として活用する。</p>	<p>(目標)</p> <table border="1" data-bbox="1516 310 2742 863"> <thead> <tr> <th>支援内容</th> <th>令和4年度目標</th> <th>令和4年度実績</th> <th>評価</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>フォローアップ対象先</td> <td>35件</td> <td>60件</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>1社当たり実施回数</td> <td>4回</td> <td>4.3回</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>創業フォローアップ対象先</td> <td>4件</td> <td>5件</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>創業計画策定事業者へのフォローアップ</td> <td>5回</td> <td>5.2回</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>企業フォーラム開催数</td> <td>1回</td> <td>1回</td> <td>A</td> </tr> </tbody> </table>				支援内容	令和4年度目標	令和4年度実績	評価	フォローアップ対象先	35件	60件	A	1社当たり実施回数	4回	4.3回	A	創業フォローアップ対象先	4件	5件	A	創業計画策定事業者へのフォローアップ	5回	5.2回	A	企業フォーラム開催数	1回	1回	A
支援内容	令和4年度目標	令和4年度実績	評価																									
フォローアップ対象先	35件	60件	A																									
1社当たり実施回数	4回	4.3回	A																									
創業フォローアップ対象先	4件	5件	A																									
創業計画策定事業者へのフォローアップ	5回	5.2回	A																									
企業フォーラム開催数	1回	1回	A																									
<p><b>(総合評価) A</b> 事業計画策定後の実施支援に関することについて、フォローアップ事業所数等の全目標数値を達成できた。今後、更に経営指導員等による計画的な巡回訪問・窓口指導を強化するとともに新型コロナウイルス感染症の影響における状況把握を行い、策定した事業計画の進捗状況等のフォローアップを行いながら、新たな問題、課題の抽出について、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進める。</p>																												

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

事業内容	実施内容																												
<p><b>1. 小売・飲食・サービス業に対する消費者ニーズ調査の実施（新規）</b>                      大崎市や他支援機関と連携し、地域の小規模事業者の約5割を占める地域内（松山・鹿島台・三本木・田尻地区）の商店街に点在する小売・飲食・サービス業の個店に関する地域内需要拡大に資するための需要調査を行うため、地域内（松山・鹿島台・三本木・田尻地区）1地区180サンプル）を目標とし、具体的には、巡回訪問時に自社に対する消費者からの客観的評価による要望をヒアリングし、個社毎に店の雰囲気や印象、商品の品揃え、商品、サービスの内容、その他お店を利用するに当たっての具体的な要望、意見等について個社への需要調査に資するアンケート項目を整理し、年2回アンケート・ヒアリング調査を実施する。</p> <p>○調査の実施方法及び個社支援業種別対象事業者                      ①地域内（松山・鹿島台・三本木・田尻地区）の商店街に点在する小売・飲食・サービス業を営む業種別小規模業者（各業種2事業者）を対象とする。                      松山・鹿島台・三本木・田尻各地区 小売2事業者 飲食業2事業者 サービス業2事業者 合計6事業者                      業種別事業者6事業者 × 4地区 合計24事業所</p> <p>○調査項目（事業者）・経営指導員がヒアリング調査する。                      企業概要・営業年数・従業員数・売上高・客層・来店手段・顧客の利用頻度・後継者の有無等</p> <p>②消費者からの調査件数（1事業者あたり消費者30人にアンケート調査を実施する。）                      1小売業者 30人 1飲食業者 30人 1サービス業者 30人 合計90人                      30人分 × 6事業者 × 4地区 合計720サンプル</p> <p>○調査の項目（小売業）                      性別・年齢・居住地区・買い物商品の内容・1週間内の買物回数・買い物する地区・店舗業態・買い物する予算・来店した理由等・買い物物品による店舗業態</p> <p>○調査の項目（飲食業）                      性別・年齢・居住地域・食べた物・味・1人当たりの予算・来店に当たっての媒介・店舗の選択理由等</p> <p>○調査の項目（サービス業）                      性別・年齢・居住地域・利用したサービスの内容・1人当たりの予算・サービス利用に当たっての媒介・サービスを受けた後の評価・今後の利用の有無等</p> <p>○活用方法                      アンケート結果を整理・分析し、対象となる小売業、飲食・サービス業の小規模事業者に対して地域内消費者の具体的な要望として巡回指導等を通じて個別に小規模事業者に提供するとともに、商品やサービス、品揃え等の改善に繋げていくものとする。                      また、下記③外部データの収集・分析・提供の結果も併せて業種別・商品別に整理し、データベース化し、全職員での情報共有を図り、巡回・窓口相談時に情報提供を行うとともに、経営計画を策定する際の基礎資料として活用し、需要開拓の基礎資料としても利・活用する。</p> <p><b>2. 展示会や販売会への出展を目指す事業者に資する需要動向調査（新規）</b>                      展示会や販売会を通じて積極的に地区内外に販路開拓を目指す地場産品を製造・販売する小規模事業者については、展示会等に出展する新商品や既存商品について地区内外から訪れる観光客や消費者に対して、幅広い消費者の声を取り入れたモニタリング調査を実施する。</p> <p>○調査の方法及び内容                      調査場所 大崎市観光物産センターや「道の駅やまなみ・三本木」「道の駅池月・岩出山」等の各観光施設</p>	<p><b>【目標】</b></p> <table border="1" data-bbox="1552 365 2843 957"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>令和4年度目標</th> <th>令和4年度実績</th> <th>評価</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. 小売・飲食・サービス業に対する消費者ニーズ調査の実施（年間）</td> <td>2回</td> <td>2回</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>1. 調査対象企業数（企業）</td> <td>24件</td> <td>48件</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>2. 展示会・販売会へ出展を目指す事業者への需要動向調査回数（年間）</td> <td>1～2回</td> <td>4回</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>2. 調査対象企業数（企業）</td> <td>40件</td> <td>48件</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>3. 外部データの収集・分析・活用・提供（年間）</td> <td>4回</td> <td>4回</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>3. 調査対象企業数（企業）</td> <td>21件</td> <td>60件</td> <td>A</td> </tr> </tbody> </table>	項目	令和4年度目標	令和4年度実績	評価	1. 小売・飲食・サービス業に対する消費者ニーズ調査の実施（年間）	2回	2回	A	1. 調査対象企業数（企業）	24件	48件	A	2. 展示会・販売会へ出展を目指す事業者への需要動向調査回数（年間）	1～2回	4回	A	2. 調査対象企業数（企業）	40件	48件	A	3. 外部データの収集・分析・活用・提供（年間）	4回	4回	A	3. 調査対象企業数（企業）	21件	60件	A
項目	令和4年度目標	令和4年度実績	評価																										
1. 小売・飲食・サービス業に対する消費者ニーズ調査の実施（年間）	2回	2回	A																										
1. 調査対象企業数（企業）	24件	48件	A																										
2. 展示会・販売会へ出展を目指す事業者への需要動向調査回数（年間）	1～2回	4回	A																										
2. 調査対象企業数（企業）	40件	48件	A																										
3. 外部データの収集・分析・活用・提供（年間）	4回	4回	A																										
3. 調査対象企業数（企業）	21件	60件	A																										

調査対象事業者40事業者 1地区 10事業者 × 4地区  
 消費者アンケート2,000サンプル 50サンプル × 40事業者

○調査の項目

来訪目的(観光者と地元消費者の区分)・性別・年齢・地場産品の購入品目・購入金額・購入した理由・価格帯・味・商品や包装デザインに関する感想

○調査の方法

上記調査場所において地場産品の製造販売をしている食品加工事業者の商品について展示ブース等で試食・試飲などを通じて上記項目について経営指導員がヒアリングを行い調査する。

○活用方法

収集したデータを整理・分析し、観光客や消費者の具体的なニーズの把握やPDCAサイクルに基づいた商品開発づくり等を支援する。

日経テレコンのPOS最新データ(業界・市場需要動向・競合比較・海外進出売れ筋ランキング等)やJ-NETデータを参考にしながら本調査では得られない類似品や競合品の売上高やこのような全国的なデータに基づいて本調査を補完していく。

最終的に整理・分析されたデータについては、地場産品製造・販売に関わる小規模事業者に個別に提供し、今後の販路拡大や商品の品揃え、新商品の開発等について活用するための支援を行う。

**3. 外部データの収集・分析・活用・提供(1. 2. の調査に対する補完)**

上記1. 及び2. のアンケート調査を補完する取組みとして小規模事業者が販売高を伸ばすためには、商品やサービスの研究を行い、商品・サービスの在り方を改善・改良し、売れる商品、売れるサービスを提供し、それに基づいた仕入を行い、販路拡大をしていかねばならない。

これらのことを勘案し、今売れている商品や人気のある商品・サービス等これからの消費者の求めるトレンドを調査し、その情報を提供する。

(活用方法)

具体的には、(株)日本経済新聞デジタルメディアの提供する「日経テレコム21」のビジネスデータ等を活用し、1. 2. 3. で収集した調査結果を分析、集約し、商品開発や販路開拓を目指す小規模事業者に提供する。

また、小規模事業者が商圏やターゲットを想定して商品開発や販路開拓を行う場合には、1. で得たデータと3. で収集したデータを比較・分析して提供する。

また、個社が必要とする情報は、即座に提供できるよう収集したデータを集約、分析し、個社にとって有益な情報として提供できる体制を構築する。職員間での情報を共有することはもちろんのこと、切れ目のない情報の提供を行い、経営状況の分析や事業計画の策定、販路開拓支援の際にすぐに活用できる基礎資料として構築する。

**(総合評価) A** 需要動向調査に関することについて、全目標数値を達成することができた。経営状況等アンケート、おおさきブランド認定事業者、地域内食品加工事業者に対し実施し、消費者ニーズの聞き取りについてはグループインタビューを実施し、新型コロナ禍における消費者ニーズの把握を行うことができた。これにより消費者ニーズを反映させた事業者支援の事業計画策定支援等においての有益な情報ツールとして活用を図っていく。



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】

事業内容	実施内容			
<p><b>1. 販路開拓支援事業（個別相談会）【指針④】</b></p> <p>(1) 宮城県商工会連合会主催の「地域内商談会」、古川商工会議所主催の「伊達な商談会」を活用し、地場製品の魅力を効果的に発信できるよう大崎商工会の独自ブランド「おおさきブランド」認定事業者はもちろんのこと地区内の地場製品製造事業者（認定外事業者）への出展支援を行い、販路開拓を行うとともに商品の認知度の向上を図る。【指針④】</p> <p>(2) 地元開催による商談会等への出展支援（新規） 古川商工会議所主催の「伊達な商談会」への参加勧奨はもとより、近隣市町村を交えた地場製品事業者や農産品等の製造販売者、地域の小売、サービス事業者を含めた販路拡大のための販売会を新たに開催し、販路開拓の機会を増やす。</p> <p>(3) 展示会・商談会出展を通じ、「おおさきブランド」を出展する認定事業者や認定外事業者に対し効果的な商品の展示・周知・アピール手法について専門家やバイヤー、宮城県よろず支援拠点、各連携機関と協力し、展示内容や商品の納品におけるノウハウなど販路開拓に必要な事前事後の支援・助言を行う。また、事前事後のフォローには本会経営指導員等も同行し、支援力向上に繋げる。【指針④】</p> <p>(4) 首都圏開催の商談会等への出展支援 首都圏で開催される国際見本市等への出展を勧奨し、首都圏や全国展開を計画する小規模事業者の販路開拓支援を行うとともに、宮城県のアンテナショップ等への出展や、みやぎ大崎観光公社との連携を強化する。</p> <p>(5) 地区内（市内）で開催される各種イベントでのPR 地区内（市内）で開催される各種イベント等に「おおさきブランド」認定品及び、認定外地場製品の試食・販売ブースを設置し、市内・市外からの来場者に対しPR活動を行い販路の拡大を図る。 尚、試食・購入した来場者に対し、消費者購買動向アンケート調査も併せて実施する。</p> <p><b>2. IT等の活用を通じた販路開拓支援</b></p> <p>(1) 全国商工会連合会運営のECサイト「ニッポンセレクト.com」への出品勧奨及びインターネットでの販路開拓支援を行い、一般消費者も含めた販路の開拓と認知度の向上を図る。また、出品事業者に対し定期的にサイト内の商品掲載内容についての見直し・改良などの支援を行う。【指針④】</p> <p>(2) 会員事業所に対し100万会員ネットワーク（※）への登録勧奨を積極的に行うとともに登録シート作成等の掲載支援を行い、本会HPに掲載することで商品の認知度向上を図り販路の開拓に繋げる。【指針④】</p> <p>(3) 全国の商工会議所・商工会が共同運営している「ザ・ビジネスモール」はすでに約24万社が登録しており、商取引支援サイトを活用し、自社をPRしていくとともに、自社の内容や技術・強みを知ってもらい、新規の販路先獲得等の問題解決に繋げる。さらに、巡回や窓口での相談時に登録を勧奨し、販路拡大を支援する。</p> <p>(4) 工業や製造業に関連する小規模事業者への販路開拓支援として、加美商工会が運営する「みやぎ仮想工業団地」サイトに登録勧奨するとともに、企業間取引の拡大支援を行い、地域内工業団地に集積する大企業とその関連企業及び地元中小企業や小規模事業者とのマッチングに向けた経営力や技術力の向上、販路拡大への支援を行う。</p>	<p><b>1. 販路開拓支援事業（個別相談会）【指針④】</b></p>			
項目	令和4年度目標	令和4年度実績	評価	
地域内商談会参加事業所数（「伊達な商談会」を含む）	14件	0件	D	
地域内商談会バイヤー参加事業所数（「伊達な商談会」を含む）	10件	0件	D	
商談件数（「伊達な商談会」を含む）	14件	0件	D	
成約件数（「伊達な商談会」を含む）	8件	0件	D	
個別相談会開催回数	3回	0回	D	
首都圏等商談会出展数	10件	0回	D	
首都圏等商談会商談件数	7件	0回	D	
「ニッポンセレクト.com」出品登録件数	10件	2件	D	
商談件数	50件	11件	D	
100万会員ネットワーク新規登録事業所数 上記事業が終了し後継事業としてグープへ切替	50件	40件	B	
商談件数	50件	0件	D	
「ザ・ビジネスモール」登録企業数	25件	1件	D	
「ザ・ビジネスモール」取引件数	17件	0件	D	
「みやぎ仮想工業団地」登録企業数	15件	/		
「みやぎ仮想工業団地」取引件数	7件			
<p><b>（総合評価）D</b> 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、新型コロナウイルス感染症の影響等により開催中止等により、需要開拓に関する事業については全体的に低調であった。新年度に向けHPツールグープ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情報提供を行いながら浸透を図り、事業者に合わせてDXを取り入れIT等を活用した販路拡大支援の強化を図っていく。</p>				

II. 地域経済の活性化に資する取組み

事業内容	実施内容																			
<p><b>1. 地域活性化事業</b></p> <p>本会における三本木地区、松山地区、鹿島台地区、田尻地区にある各商店等の代表者と、商工会役員及び大崎市による懇談会を新たに開催するものとし、「商店街代表者との懇談会」と題し、年計2回開催し、商店街の現況の分析および今後の商店街活性化の方向性を検討する。</p> <p>また、検討した地域活性化の方向性を踏まえ、商工会が継続的に開催してきたイベントや伝統的な行事とタイアップしたイベント等を開催し、商店街を巻き込んだ地域の活性化を図る。</p> <p>(1)商店街代表者による懇談会を新たに開催し、大崎市と連携しながら、「商店街代表者との懇談会」を年計2回開催し、今後の地域活性化の方向性を検討するとともに、現在実施している活性化事業についても、見直し、検討を行う。</p> <p>(2)年2回の春・秋に開催される鹿島台互市については、長年継続してきた伝統ある互市に、新たな要素を加えて、魅力あるイベントとして開催し、集客を図る。</p> <p>(3)大崎市、地域内商工団体（古川商工会議所・玉造商工会）と連携し、消費マインドの向上を図り、低迷する消費動向の向上や地域経済の活性化を目的とした割増商品券発行事業を継続的に実施する。</p> <p>(4)大崎市及び地域住民との連携強化を図り、本会女性部や青年部を中心に花いっぱい運動、清掃活動、こども見守り運動を実施することにより、安心安全な地域環境を作ることにより、地域活性化の根底にある安心で安全な住みよい、活力ある地域づくりを図る。</p>	<p>(目標)</p> <table border="1" data-bbox="1558 317 2828 646"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>令和4年度目標</th> <th>令和4年度実績</th> <th>評価</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>空き店舗活用店舗数</td> <td>3件</td> <td>3件</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>イベント開催</td> <td>3回</td> <td>3回</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>春・秋互市来場者数</td> <td>82,000人</td> <td>68,000人</td> <td>B</td> </tr> </tbody> </table>				項目	令和4年度目標	令和4年度実績	評価	空き店舗活用店舗数	3件	3件	A	イベント開催	3回	3回	A	春・秋互市来場者数	82,000人	68,000人	B
項目	令和4年度目標	令和4年度実績	評価																	
空き店舗活用店舗数	3件	3件	A																	
イベント開催	3回	3回	A																	
春・秋互市来場者数	82,000人	68,000人	B																	
<p><b>(総合評価) B</b> 新型コロナウイルス感染症の影響により本地域内イベントを一部開催することは出来たものの目標達成には至らなかった。今後も本会の地域振興事業の目的を踏まえながらイベント事業の目的を鑑みながら各地域の関係機関団体と連携を図り地域活性化に努めていく。</p>																				

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み

事業内容				実施内容					
<p><b>1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること</b></p> <p>(1) 経営支援に関すること。</p> <p>以下に掲げる支援機関においては、支援ノウハウ等に関する情報の共有を図るとともに、地域における小規模事業者の経営改善普及事業の円滑な推進と経営計画の策定に係る経営の発達に向けた支援力向上に努める。</p>				<p><b>1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること</b></p> <p>(目標)</p>					
支援機関名	支援ノウハウ・情報交換の内容等	連携手段	頻度	支援機関名	支援ノウハウ・情報交換の内容等	連携手段	頻度	R3年	評価
宮城県商工会連合会	専門家派遣・補助金及び助成金情報 商談会情報等・全国連情報等 (支援状況・支援ノウハウの共有) (個別的・専門的支援の構築)	会議	年3回	宮城県商工会連合会	専門家派遣・補助金及び助成金情報 商談会情報等・全国連情報等 (支援状況・支援ノウハウの共有) (個別的・専門的支援の構築)	会議	年3回	3回	A
宮城県商工会連合会 サポーターズリーダー	個別企業支援における連携体制の構築 「産業支援プラットフォーム」の構築 (支援状況・支援ノウハウの共有) (個別的・専門的支援の構築)	都度	都度	宮城県商工会連合会 サポーターズリーダー	個別企業支援における連携体制の構築 「産業支援プラットフォーム」の構築 (支援状況・支援ノウハウの共有) (個別的・専門的支援の構築)	都度	都度	18回	A
宮城県商工会連合会 宮城県よろず支援拠点	各種支援施策・専門家派遣 セミナーの開催 (別企業支援における連携体制の構築) (個別的・専門的支援の構築)	都度	都度	宮城県商工会連合会 宮城県よろず支援拠点	各種支援施策・専門家派遣 セミナーの開催 (別企業支援における連携体制の構築) (個別的・専門的支援の構築)	都度	都度	8回	A
大崎市	(市の産業振興施策・市の施策情報の共有) (支援ノウハウの構築)	会議	年3回	大崎市	(市の産業振興施策・市の施策情報の共有) (支援ノウハウの構築)	会議	年3回	16回	A
NPO 法人未来産業創造おおさき	各種セミナーの開催、専門家派遣 (創業支援体制の構築)	会議	年6回	NPO 法人未来産業創造おおさき	各種セミナーの開催、専門家派遣 (創業支援体制の構築)	会議	年6回	5回	B
おおさきコワーキング スペース alata	創業支援、各種セミナーの開催 (創業支援体制の構築)	都度	都度	おおさきコワーキング スペース alata	創業支援、各種セミナーの開催 (創業支援体制の構築)	都度	都度	1回	A
大崎ものづくりネットワーク協議会	企業相互間の情報交換・連携 人材育成、産学連携の推進、販路開拓 (ものづくりに関するネットワークの構築)	会議	年2回	大崎ものづくりネットワーク協議会	企業相互間の情報交換・連携 人材育成、産学連携の推進、販路開拓 (ものづくりに関するネットワークの構築)	会議	年2回	1回	C
古川商工会議所	事業の連携、商談会の開催、創業支援、各種セミナーの開催 (支援状況・支援ノウハウの共有)	会議	年4回	古川商工会議所	事業の連携、商談会の開催、創業支援、各種セミナーの開催 (支援状況・支援ノウハウの共有)	会議	年4回	9回	A
玉造商工会	事業の連携、商談会の開催、創業支援、各種セミナーの開催 (支援状況・支援ノウハウの共有)	会議	年4回	玉造商工会	事業の連携、商談会の開催、創業支援、各種セミナーの開催 (支援状況・支援ノウハウの共有)	会議	年4回	9回	A
日本政策金融公庫仙台支店	県内景況と金融情報 (金融支援体制の構築)	会議	年2回	日本政策金融公庫仙台支店	県内景況と金融情報 (金融支援体制の構築)	会議	年2回	2回	A
市内金融機関	(県内景況と金融情報の共有化) 大崎市融資制度の活用・支援	都度	都度	市内金融機関	(県内景況と金融情報の共有化) 大崎市融資制度の活用・支援	都度	都度	1回	A

(総合評価) B 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関することについて、一部関係機関との連携が低調であった。今後、各支援機関等の連携を図り支援ノウハウの構築により事業者支援を進めていく。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

小規模支援法に係る経営発達支援計画に関する認定支援機関としてのスキルや支援ノウハウを高めるため、中小企業基盤整備機構や宮城県商工会連合会が主催する中小企業支援担当者等研修会の参加、古川商工会議所等が主催する「経営支援セミナー」に経営指導員が受講することで、中小企業や小規模事業者の経営課題の解決や持続可能な収益源を確保することを重視した経営支援能力の向上を図る。

① 経営支援リーダーの育成

経験豊富な経営指導員は、若手経営指導員に対して、自らの経験に基づいて、具体的な支援方法について具体的に、具体的事例に基づき指導し、早期に経営支援能力の向上を図る。また、経営支援課長は、経営指導員ひとりひとりが、創業支援計画書や経営計画書、経営革新計画承認計画書が作成できる環境づくりをするとともに、持続化補助金やものづくり補助金申請書、大崎市商工関係補助金申請書が作成できるようOJTを通じ、助言、指導する。また、専門家派遣事業や「宮城県よろず支援拠点」のコーディネーターに積極的に同席することで、早期に専門的な経営支援の内容や問題、課題解決に向けた手順、方法を早期に取得し、経営支援能力の向上を図る。さらに、経営革新に関する研修会や創業者を対象とした創業塾等に対して、経営指導員が積極的に参加し、経営支援能力の向上を図る。全国商工会連合会が開講するWeb研修を積極的に受講することにより、中小企業診断士資格取得に向け、毎年1回実施される中小企業診断士資格試験を受験し、資格取得を目指す。宮城県商工会連合会で実施する小規模企業支援能力向上研修については、資質向上の観点から積極的に受講していく。また、月1回の経営支援会議を開催し、経営計画作成研修会を開催するとともに、宮城県商工会連合会サポーターリーダー等の支援のもと、支援事業者の支援情報を共有し、複数の経営指導員による支援案を作成する等伴走型の支援能力の向上を図る。更に、2ヶ月に1回全職員による全体会議を開催し、経営指導員以外の職員が分野毎に連携し、支援を行う体制を整える。経営指導員が参加した経営支援に関する研修会参加後、経営支援会議の中で、その研修内容を発表し、組織内で経営指導員のノウハウを共有する。若手経営指導員については、経営計画作成等に関する相談や事業実施支援時のフォローアップにおいて経営指導員をチーム分けし、チームで小規模事業者を支援することにより、指導・助言内容、情報収集手段を学ぶなど、OJTにより伴走型の支援能力の向上を図る。なお、以上の支援能力向上システムについては、支援内容ごとに整理、様式化、データ化し、経営指導員だれもが利活用できるようマニュアル化し、構築する。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

① 経営支援リーダーの育成

項目	実施内容・回数等	評価
Web 研修受講 Web 効果測定	指導員6名受講	A
中小企業診断士受験	コロナウイルス等の状況を鑑み受験見送り	
宮城県商工会連合会等関係団体主催 職員研修受講	36コース 104人参加	A
経営支援会議開催（指導員対象） ※局長出席	11回開催	A
職員全体会議開催（全職員対象） 職員定例会開催（局長・指導員・会計 担当者対象）	2回開催 9回開催	A

(総合評価) A 経営指導員等の資質向上等に関することについて、支援機関としてのスキルや支援ノウハウを高めるため、県連等が主催する研修会へ積極的に参加を行い、経営支援スキルの向上に努めた。特に経験年数の浅い職員に対して組織としてOJTを行い経営支援スキルの底上げを進めた。また、定例会及び経営支援会議等を開催し、各種情報、支援ノウハウの共有を図り経営支援能力の向上を図った。