

令和4年度 二本松商工会議所 経営発達支援事業報告書

- I. 経営発達支援事業の内容
- II. 地域の活性化に資する取り組みについて
- 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り組みについて

上記3項目について、令和4年4月から令和5年2月までの期間における実施内容をご報告致します（事業年度は3月までのため、最終的な数字は変動する可能性があります）。

I. 経営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】

①独自の経済動向調査の実施と情報の提供

当商工会議所にとって、地域事業者の経営状況を把握することは非常に重要な項目である。今年度も昨年度に引き続き、日々の経営支援をとおして『BIZミル』を活用し、経営状況調査を実施した（回答事業所数 162 件）。

調査結果は別紙のとおりであるが、約 27%の事業所は新型コロナウイルス等の影響によって売上が減少したと回答している。昨年よりは状況の改善が見られたものの、依然として厳しい状況が続いていることが分かる。

その他の項目としては、原材料・商品仕入単価の上昇を実感している事業者が実に 67%にもものぼり、当市においても例外なく物価高・原油高の影響が色濃く出ている状況である。加えて販売（受注）単価の傾向については多数が“不変”と回答。販売価格に対して原材料及び仕入単価の高騰分を満足に転嫁できていない事実も浮き彫りとなっている。これらの調査結果を元に、優先順位を付けながら当所では今後の各種支援へと繋げていきたいと考えている。

一方、地域全体の経済動向調査については、当初の目標を達成することができなかった。新型コロナウイルスや令和 4 年福島県沖地震に伴う各種支援等、突発的な対応に追われたことが主な原因である。

《資料 1》

項目	H29 年度 (申請時)	R4 年度	
		目標	実績
①独自の経済動向調査の実施と情報の提供			
・会員事業所対象『経営状況調査』（集計結果は今年度中に公表予定）の実施	1	1	1
・消費購買動向調査の実施、公表	0	1	0

②管内経済情勢の把握

本項目について当初は、自治体や金融機関により公表されていた景況レポート等が地域の小規模事業者にとって馴染みの薄い存在であった背景を考慮し、当所がそれらのデータを分析・編集し、分かりやすい形で広く提供する予定であった。

しかし、新型コロナウイルス関連や令和 4 年福島県沖地震への対応に追われたことから、二本松信用金庫の景況レポートの結果を提供するに留まった。

《資料 2》

項目	H29 年度 (申請時)	R4 年度	
		目標	実績
②管内経済情勢の把握			
・分析結果報告書の作成	未実施	2	1
・分析結果報告書の公表（7月・1月）	未実施	2	1

【2.経営状況の分析に関すること】

①セミナー等の開催を通し支援先を抽出

当所の会員事業者は計8部会（商業第一・第二・第三、製造工業、建設工業、金融業、観光、サービス業）のいずれかに所属しており、これまで業種別に特化した講演会及びセミナーを実施してきた。昨年度同様に新型コロナウイルスの影響が続くこととなったが、規模を縮小しながらも徐々に各種事業を再開させ、一定の成果を収めることができた。その結果、経営分析を数多く実施し、事業計画策定への足がかりとすることができた。 《資料3》

なお、簡易な経営分析支援については、所得税・消費税の確定申告書支援の際に作成する青色申告決算書等をベースにしたローカルベンチマーク件数と、下記に記載している“詳細な経営分析支援数”を足した実績である。 《資料4》

項 目	H29 年度 (申請時)	R4 年度	
		目 標	実 績
①セミナーを通した経営分析			
・業種毎に特化したセミナー	3	6	11
・簡易な経営分析支援数	15	126	219

《セミナー実施内容》

実施主体・部会	セミナー内容	出席者数
金融業部会	○M&A 事例紹介	13名
製造・建設工業部会	○SNS 初心者～上級者すべての方のギモン解決セミナー	7名
商業第一・第二・第三部会	○中小企業・小規模事業者のためのインボイス制度説明会	13名
	○企業の健康経営と福利厚生について	5名
観光・サービス業部会	○飲食店、サービス業、小売業のためのスマホ写真撮影セミナー	12名
中小企業相談所	○インボイス制度対策セミナー（商業部会対象）	26名
	○インボイス制度対策セミナー（観光・サービス業部会対象）	20名
	○インボイス制度対策セミナー（製造工業部会対象）	11名
	○インボイス制度対策セミナー（建設工業部会対象）	13名
	○事業継続計画（BCP）セミナー	19名
	○『電子帳簿保存法改正の概要と対応ポイント』講習会	18名

②詳細な経営分析

事業計画の策定にあたっては、財務諸表の分析だけでは不十分である。

非財務分析といわれる経営者情報（方針、意欲、後継者の有無）や、その事業所の持つ強みや弱み、外部環境（市場動向、競合他社）の把握にあたっては、上記①同様に『伴走型小規模事業者支援推進事業』によって導入した『BIZ ミル』を活用。次項・事業計画策定や各種補助金申請に伴う基礎データとした。

また、この経営分析によって専門的な課題が出た案件については、伴走型支援の一環として、専門家に相談を依頼。当所職員もその場に同席してノウハウを吸収することで、資質向上の機会とした。 《資料 5》

項 目	H29 年度 (申請時)	R4 年度	
		目 標	実 績
②詳細な経営分析支援 ・ 詳細な経営分析支援数	未実施	40	187

【3.事業計画策定支援に関すること】

①事業計画策定の有効性の啓蒙

事業計画の策定は、個社の持続的発展を目指すために有効であることを各種会議や地区別出張個別相談会、毎月 10 日に発行している会報『にはほんまつ会議所ニュース』により、周知と啓蒙を図った。

また、巡回や窓口相談時にも事業計画の有効性について説明するだけでなく、計画策定に特化した個別相談会を実施することで、事業者の掘り起こしを実施した。 《資料 6》

項 目	H29 年度 (申請時)	R4 年度	
		目 標	実 績
①事業計画策定の有効性の啓蒙 ・ 部会等会議時の周知 ・ 会議所ニュースでの周知	未実施 未実施	24 10	24 10

②③④事業計画策定支援の推進

前項【2.経営状況の分析に関すること】で抽出した事業所を主な対象に、財務分析や非財務分析の基礎データを活用して事業計画の策定を実施した。

今回導入した『BIZ ミル』は、単に事業所の分析を行うだけではなく、その分析データを活用することで事業計画の策定までを一体的に実施できるシステムである。

地域の小規模事業者が今後も持続的な発展を遂げられるよう、黒字化転換を図るための事業計画を、『既存事業者』・『事業承継事業者』・『創業者』と以下のとおり大別し、その策定支援を実現した。

項 目	H29 年度 (申請時)	R4 年度	
		目 標	実 績
②事業計画策定事業所数	未実施	13	19
・黒字化転換事業者数	未実施	7	6
③事業承継計画の策定支援者数	未実施	4	3
④創業計画の策定支援者数	未実施	6	10

事業計画策定事業所 32 件 内訳
(事業承継、創業事業所含む)

建 設 業	製 造 業	サービス業	商 業	その他
1 事業所	4 事業所	17 事業所	6 事業所	4 事業所

【4.事業計画策定後の実施支援に関すること】

①事業計画策定事業所のフォローアップ（既存事業所）

事業計画は策定することが目的ではなく、その後の継続支援が肝要である。当所では、計画策定後の事業所に対して四半期毎を目安に定期的にフォローアップを行い、その後の進捗状況確認や指導を実施した。

フォローアップの状況は、導入した『BIZ ミル』システム内で情報を共有し、職員相互の支援状況の可視化（見える化）を図ることができた。

項 目	H29 年度 (申請時)	R4 年度	
		目 標	実 績
①事業計画策定事業所へのフォローアップ	未実施	52	78

②事業承継事業所へのフォローアップ

支援先の抽出にあたっては、過去に実施したセミナー参加者やアンケートの回答先に対して呼びかけを実施。

新型コロナウイルスの影響により集団を対象とした講演会やセミナー開催が大きく制限されたことから、福島県事業承継・引継ぎ支援センター 専門指導員の協力を受けて個別相談会を実施し、その支援にあたった。

個別相談会に切り替えたことによって参加者数は伸び悩んだものの、事業承継計画の策定など中身の濃い支援を実現することが出来た。

項 目	H29 年度 (申請時)	R4 年度	
		目 標	実 績
②事業承継事業所へのフォローアップ	未実施	16	15
・事業承継セミナー実施回数（個別相談会）	1	1	3
・事業承継セミナー参加人数（個別相談会）	20	30	9

③創業者へのフォローアップ

当所では、平成 28 年度から二本松市や隣接する商工会（あだたら商工会）、地域の金融機関、不動産業者と共に『二本松市創業支援連絡会』を形成。創業希望者への空き店舗情報の提供や補助制度及び融資案内など相談業務の充実化を図った。

その他、専門家を講師に迎えて創業支援無料個別相談会を実施。創業希望者に対する事業計画策定を総合的に支援した。

項 目	H29 年度 (申請時)	R4 年度	
		目 標	実 績
③創業者へのフォローアップ	未実施	24	22

【5.需要動向調査に関すること】

①専門家（バイヤーズガイド）による個別相談会（個社の商品調査）

本項目に関しては、流通業や料飲店のバイヤー・仕入担当者向けに、食材や生活用品、店舗設備、資材の情報提供を展開している永瀬 正彦氏を講師に招き、個別相談会を実施。会員事業所から 2 人が参加した。

なお、本項目の実施にあたっては日本商工会議所の『伴走型小規模事業者支援推進事業』を活用した。

《資料 7》

項 目	H29 年度 (申請時)	R4 年度	
		目 標	実 績
①専門家（バイヤーズガイド）による個別相談会 ・参加事業者数	未実施	10	2

②『一店逸品』関連イベントでの消費者向けヒアリング調査（個社の商品調査）

消費者の生の声、ニーズを収集するため、当所で展開している一店逸品運動のイベントでアンケート調査を実施。

一店逸品研究会では今年度集大成のイベントを昨日（3月19日）実施。会場に会場頂いた消費者に対してアンケートを依頼し、商品の価格やデザイン、味などに関連するニーズを調査した。調査結果については職員がレポートにまとめ、今後の商品やサービスの展開へと繋げる予定であるが、実施からまだ間もないため集計はまだ終了していない。

《資料 8》

項 目	H29 年度 (申請時)	R4 年度	
		目 標	実 績
②『一店逸品』関連イベントでの消費者向けヒアリング調査実施事業者数	未実施	12	13

③外部情報を活用した商品等ニーズ調査（業界の商品調査）

事業者が新たな商品や製品を取り扱う際、プロダクトアウトの視点のみで開発や仕入を行うと、売れる商品にはなりにくい。

マーケットインの視点やコロナ禍における発想の転換に関する気付きを事業者側に与えるため、全国各地で需要の高まっている商品や、その傾向の情報を収集した上で提供した。

なお、情報収集にあたっては昨年度と同様に『日経MJ』を活用。

《資料 9》

項 目	H29 年度 (申請時)	R4 年度	
		目 標	実 績
③外部情報を活用した商品等ニーズ調査の情報提供数	未実施	22	23

【6.新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること】

①『にほんまつeマッチング』を活用した販路開拓支援（地域内への販路開拓）

今回、新たな需要の開拓に活用した『にほんまつeマッチング』は、大阪商工会議所が実施している『ザ・ビジネスモール』の二本松版として当所が新たに立ち上げた事業である。

具体的には当所ホームページ上に、会員事業所同士が“売りたい”・“買いたい”といった各ニーズを掲載し、コロナ禍によって落ち込んだ地域内での販路開拓を支援していくというもの。

参加店募集を12月に実施し、本格的な運用は2月から開始。現時点で8事業所から掲載申込みがあり、既に2組（4事業所）が最初の商談を終えて取引開始に向けて進行中である。通年事業であることから随時周知を行い、事業の浸透を図っていきたい。

《資料 10》

項 目	H29 年度 (申請時)	R4 年度	
		目 標	実 績
①『にほんまつeマッチング』を活用した販路開拓支援			
・ 支援件数	未実施	10	8
・ 商談件数	未実施	7	2

②『一店逸品運動』の更なる推進（地域内での販路開拓）

新市合併と二本松市共通商品券事業の開始を契機に、魅力ある個店づくりと地域内での販路開拓を目的に平成17年にスタートした一店逸品運動。専門講師（太田巳津彦氏）を招いての臨店指導（店内レイアウトやPOPの指導）、各種イベントの開催をとおし、大型店に負けない地域店づくりを支援した。

なお、一店逸品研究会については3月19日（日）に『'23一店逸品販売会』を実施した。今後も各種イベントをとおし、地域内での販路開拓を持続的に続けていきたい。

《資料11》

項 目	H29年度 (申請時)	R4年度	
		目 標	実 績
②『一店逸品運動』の更なる推進			
・ 専門講師による全参加店臨店指導	1	1	1
・ 『お店巡りツアー』参加者数	未実施	60	中止
・ 『一店逸品販売会』来場者数	120	250	3/19 実施
・ 新規顧客獲得事業者数	2	8	9

一店逸品運動参加事業所 業種内訳

建 設 業	製造小売業	サービス業	小売業
2 事業所	2 事業所	3 事業所	6 事業所

③専門家（バイヤーズガイド）によるセミナーと個別相談会の開催

前項【5.需要動向調査に関すること】と重複するが、本項の販路開拓支援においてもバイヤーズガイドを活用。

令和4年12月19日（月）に、『伴走型小規模事業者支援推進事業』を活用して永瀬 正彦氏を講師に招き、『売れる商品開発／個別相談会』を実施。

事業所が個々に抱える課題（効果的な販路開拓法、新製品の販促、商品パッケージ、商談会への出品等）に対して、的確なアドバイスが出された。

なお、『商談成約件数』について目標を達成できたのは1者のみであった。相談会への参加者自体が少なかったこと、実施からまだ日が浅いことが主な原因として挙げられる。

《資料12》

項 目	H29年度 (申請時)	R4年度	
		目 標	実 績
③バイヤーズガイドによる販路開拓（商談成約件数）	未実施	5	1

④『小規模事業者交流会』を通じた販路開拓支援

本項目における『小規模事業者交流会（会員交流会）』については、新型コロナウイルスの感染状況を見据えながら、令和5年2月13日（月）に実施。

多くの事業者の皆様に（43名）に参加頂き、一定の成果を収めることができた。

実施してからまだ日も浅いため、ビジネスマッチング件数は伸び悩んでいるものの、今後は後追い等しながら支援を続けていきたいと考えている。 《資料13》

項 目	H29年度 (申請時)	R4年度	
		目 標	実 績
④『小規模事業者交流会』の実施			
・『小規模事業者交流会』実施回数	0	1	1
・ビジネスマッチング件数	0	3	1

II. 地域経済の活性化に資する取組

【1.二本松市中心市街地活性化協議会（中活協）の運営と各地区協議会の連携】

市内各地区に設立されたローカル協議会、NPOまちづくり二本松、二本松市、あだたら商工会、医療福祉・公共交通・観光・教育、治安防災の各機関、当商工会議所によって、『二本松市中心市街地活性化協議会』が運営されている。

コロナ禍ということもあり近年は前向きな議論ができていないのが実情であるが、今後は行政と連携を密に取りながら商店街をはじめとする地域小規模事業者の活性化と地域における関係者間での意識の共有を図っていきたい。

【2.二本松市共通商品券事業】

当所が主催となり、平成 17 年の新市誕生を契機として始まった『二本松市共通商品券事業』は、発行総額が 6 億 5 千万円を超え、順調に推移。今年度については恒例となったプレミアム付商品券事業を 4 月と 3 月に 2 回実施し、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受ける小規模事業者・市内消費者の生活応援と物価高騰による家計の圧迫を軽減させ、消費者の購買意欲の向上、地域経済の活性化を目的とした。

計 2 回分の発行総額は 9,800 万円、商品券購入者は 1,715 名であり、少なからず地域の消費喚起に貢献出来たと思われる。 《資料 14》

【3. 城下町魅力発信事業】

①オールにほんまつスタンプラリー事業

今年度も“新型コロナウイルス感染拡大の影響を受ける二本松のお店を応援！”と銘打ち、『オールにほんまつスタンプラリー2022』を実施。

本事業は、当事業の参加店で 500 円以上の買い物をした消費者にスタンプ 1 つを付与し、計 5 つのスタンプを集めることで、豪華景品の当たる抽選会への応募が可能となるものである。

参加事業者数はあだたら商工会エリアを含めて 142 店。抽選会への応募総数は 4,197 通という結果となった（前年度は 2,804 通）。 《資料 15》

項 目	H29 年度 (申請時)	R4 年度	
		目 標	実 績
①オールにほんまつスタンプラリー ・オールにほんまつスタンプラリー参加店数	92	105	142

②桜ウォーキング事業

市内外から多くの方に参加を頂いていた『桜ウォーキング』であるが、今年度は感染対策として規模を縮小させた形で4月3日（日）に実施。平時に設定した参加者数目標を下回ることとなったが、コロナ禍をいう状況を考えれば一定の成果を収めることができたと思われる。

新年度は、4月9日（日）に実施予定である。

《資料 16》

項 目	H29 年度 (申請時)	R4 年度	
		目 標	実 績
②桜ウォーキング事業 ・桜ウォーキング事業参加者数	500	500	131 名

③ファミリーサイクリング事業

社会一般の福祉の増進や親子の触れ合い、二本松市の隠れた観光資源をPRすることを目的とした『ファミリーサイクリング大会』であるが、昨年度に引き続き新型コロナウイルスの影響により中止となってしまった。

項 目	H29 年度 (申請時)	R4 年度	
		目 標	実 績
③ファミリーサイクリング事業 ・ファミリーサイクリング事業参加者数	150	150	中止

【4.定住人口拡大事業 婚活イベント『Welcome 二本松 de 婚活』】

二本松市は県内他市と比較し、著しい人口減少と小規模事業者の後継者不足という深刻かつ潜在的な課題を抱えている。

その危機的状況に歯止めをかけることを目的として平成27年度にスタートさせた本事業『Welcome 二本松 de 婚活』は、新型コロナウイルスの感染対策を講じながら2回開催。その結果、参加者は男女計52名であった（カップル成立は計7組）。

活力ある郷土・地域づくりを目指すためにも、今後もより良い出会いの場を提供し続けていきたい。

《資料 17》

項 目	H29 年度 (申請時)	R4 年度	
		目 標	実 績
【婚活イベント『Welcome 二本松 de 婚活』】 ・『Welcome 二本松 de 婚活』参加者数	未実施	80	52

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

【1.他の支援基幹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】

昨年度までは新型コロナウイルスの影響によって大半の研修がオンライン形式で実施されていたが、徐々に現地での開催が復活。他の商工会議所や金融機関と、支援ノウハウや販路開拓事例、創業、事業承継に関する情報を交換することができた。

また、今年度は新たな試みとして、安達郡内商工会職員との合同研修会も実施することができた。講師には独立行政法人中小企業基盤整備機構から専門家を招いた。

①小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会

日 時	場 所	参加団体	内 容
令和4年 6月15日(水)	オンライン	(株)日本政策金融公庫、県	マル経融資貸付状況や、各管轄地域の資金需要等について情報交換
令和4年 10月19日(水)	福島市	北地区商工会議所・商工会	

②二本松市創業支援連絡会、中小企業等支援に係る意見交換会

日 時	場 所	参加団体	内 容
令和4年 11月21日(月)	二本松市役所	二本松市、市内各金融機関 (株)日本政策金融公庫、あだたら商工会、二本松商工会議所	創業者を対象とする補助制度や融資制度、成功事例、空き店舗情報の共有と、新たな支援体制の構築について協議

③県内商工会議所 経営指導員研修会・補助員研修会

日 時	場 所	参加団体	内 容
【経営指導員研修会】 令和4年 6月16日(木) ～17日(金)	福島市	県内 10 商工会議所	県内 10 商工会議所に在籍する、経営指導員及び補助員を対象に行われる研修会をとおり、小規模事業者支援や事業計画策定、各補助事業の事例等について情報を交換し、その共有を図る。
令和4年 11月17日(木) ～18日(金)	いわき市		
【補助員研修会】 令和4年 10月20日(木) ～21日(金)	二本松市		

④安達地方商工会及び商工会議所経営指導員等研修会

日 時	場 所	参加団体	内 容
令和4年 11月30日(水)	二本松商工会議所	二本松商工会議所、あだたら商工会、本宮市商工会、大玉村商工会	研修をとおり、安達郡内の経営指導員、経営支援員、補助員の資質向上を図る。

【2.経営指導員の資質向上等に関すること】

これまでの当所における小規模事業者の経営支援については、特定の職員の資質や経験に依存する形が続いていた。経営状況内容や支援履歴を共有する仕組みも構築されていなかったことから、以下の手法を用いてその解決を図った。

①外部研修会への積極的参加（Off-JT）と学習報告書による情報共有

今年度は新型コロナウイルスの影響により、現地に赴いた上での各種研修会は一部開催中止となるものが見受けられたが、日本商工会議所や福島県商工会議所連合会主催による研修や、中小企業大学校には可能な限り職員を派遣し、各々の資質向上を図った。

研修内容については復命書を通してアウトプットし、所内回覧を通じて情報の共有化を図った。

②職員間の支援能力の向上（OJTによる資質向上）

本項目においては、普段の業務をとおして若手職員のスキルアップに努めた。

具体的には、市内各所において開催した地区別出張個別相談会が挙げられる。この事業は中小企業相談所職員6名を2名1組の3班体制に分け、市内10ヶ所を定期的に巡回訪問するものである。創業や融資相談、事業計画策定の周知などをとおして、指導方法やアドバイス内容といった支援能力向上に繋げることができた。

③組織内で情報やノウハウを共有する体制の構築

上記①～②で得られた支援ノウハウや、これまでの経営発達支援事業において記載した小規模事業者の経営状況、策定した事業計画、創業支援、事業承継支援、販路開拓支援といった情報の共有については、経営支援基幹システム『BIZミル』によって実現することができた。

【3.事業の評価及び見直しをするための取組みに関すること】

経営発達支援計画の事業実績やその成果については、本資料を提出する年1回の評価委員会によって、評価及び検証を実施する。特に目標を達成することができなかった項目の反省をしっかりと行い、次年度の事業実施へと繋げる。

なお、評価委員については相馬 由寛氏（中小企業診断士）へと依頼した。

（令和5年3月20日実施）《資料18》