

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	大河原町商工会 (法人番号 7370105000125) 大河原町 (地方公共団体コード 043214)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p><b>経営発達支援事業の目標</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 地域の特性と機会を捉えた小規模事業者の育成と新規創業の促進</li> <li>2. 事業者ニーズを見据えた事業計画策定とフォローアップの推進</li> <li>3. 個店の魅力向上による商業機能の強化</li> <li>4. 観光資源を活用した地域の知名度向上による販路開拓</li> </ol>
事業内容	<p><b>I 経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>3. 地域の経済動向調査に関すること</b> 小規模事業者を対象とした経済動向調査の実施及び地域経済分析システム(RESAS)を活用した地域経済動向分析の実施とそれら各種統計データの収集と提供。</p> <p><b>4. 需要動向調査に関すること</b> 大河原町知名度向上アンケートの実施により顧客ニーズを把握し、個々の事業者の売上等につながる需要動向調査を行う。</p> <p><b>5. 経営状況の分析に関すること</b> 巡回訪問等やセミナー開催による経営分析の必要性や重要性の周知・啓蒙活動及び小規模事業者に対する経営分析を実施し新たな需要開拓に向けた事業計画の策定支援を行う。</p> <p><b>6. 事業計画策定支援に関すること</b> 事業計画策定セミナー及び創業セミナーの開催をし、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こし、小規模事業者が抱える経営課題解決に向けた支援を実施。SWOT分析や3C分析などを活用し、事業計画の策定を支援し、売上・利益の増加につなげる。</p> <p><b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b> 創業者を含め、事業計画を策定した既存事業者へフォローアップ支援を行い、関係機関と連携し伴走型の支援・助言を行うことで、経営の持続的発展を支援する。</p> <p><b>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b> ITを活用した販路開拓支援(BtoC支援)を行い、商品の認知度向上を図る。</p>
連絡先	<p>○大河原町商工会 〒989-1243 宮城県柴田郡大河原町字南 104 【電話番号】 0224-53-1260 【FAX】 0224-53-2254 【E-Mail】 ogawaras@ji.jet.ne.jp</p> <p>○大河原町商工観光課 〒989-1295 宮城県柴田郡大河原町字新南 19 【電話番号】 0224-53-2659 【FAX】 0224-53-3818 【E-Mail】 syoukou@town.ogawara.miyagi.jp</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

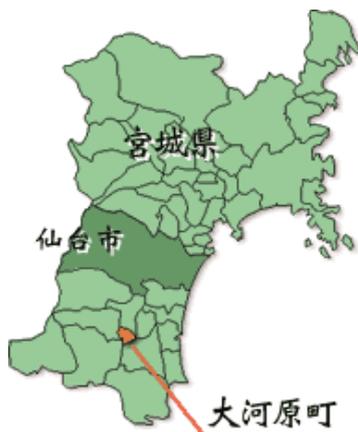
1. 大河原町の概況

大河原町は、仙台市から南に車で約 50 分に位置し、隣接の柴田町・白石市・角田市・村田町からの人や車の流れが交わる位置にあり、国道 4 号に面する宮城県南部の交通の要衝となっている。また、宮城県の合同庁舎など広域行政機関が所在する仙南行政の中心地となっている。

更に、白石川沿いに植栽される桜は、一目千本桜と称され「日本の桜百選」にも選定されている。

中心市街地では、奥州街道の宿場町として、また、米や紅花の集積地として栄えた歴史を背景に、大河原駅前や本町・中町を中心に商店街が発達した。

人口は、僅かな増減を繰り返しながら、令和 3 年 1 月現在 23,567 人となっている。反面、令和 3 年 1 月の 1 世帯当たりの人口は、2.37 人で、年々減少しており、核家族化が進んでいる。



住民基本台帳人口及び世帯数  
(単位：世帯・人)

(各年1月1日)

年・月	世帯数	人口			前年に対する人口の増減	1世帯あたり人口
		総数	男	女		
平成18年	8,321	23,351	11,404	11,947	24	2.81
19	8,518	23,496	11,501	11,995	145	2.76
20	8,692	23,633	11,569	12,064	137	2.72
21	8,724	23,533	11,516	12,017	△100	2.70
22	8,746	23,488	11,488	12,000	△45	2.69
23	8,810	23,423	11,446	11,977	△65	2.66

24	8,974	23,631	11,553	12,078	208	2.63
25	9,121	23,746	11,617	12,129	115	2.60
26	9,195	23,774	11,611	12,163	28	2.58
27	9,302	23,768	11,593	12,175	△6	2.55
28	9,366	23,700	11,576	12,124	△68	2.53
29	9,489	23,624	11,528	12,096	△76	2.49
30	9,569	23,669	11,505	12,164	45	2.47
31	9,680	23,642	11,503	12,139	△27	2.44
令和2年	9,859	23,710	11,590	12,120	18	2.40
3	9,933	23,567	11,510	12,057	△5	2.37

資料： 宮城県企画部統計課資料「住民基本台帳人口」

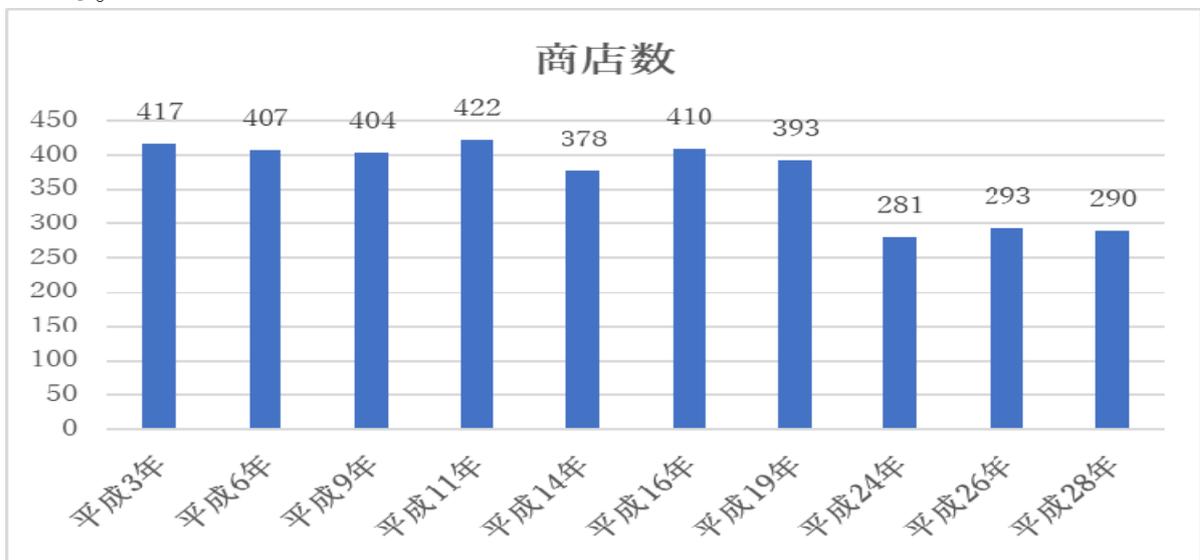
## 2. 大河原町の産業の現況

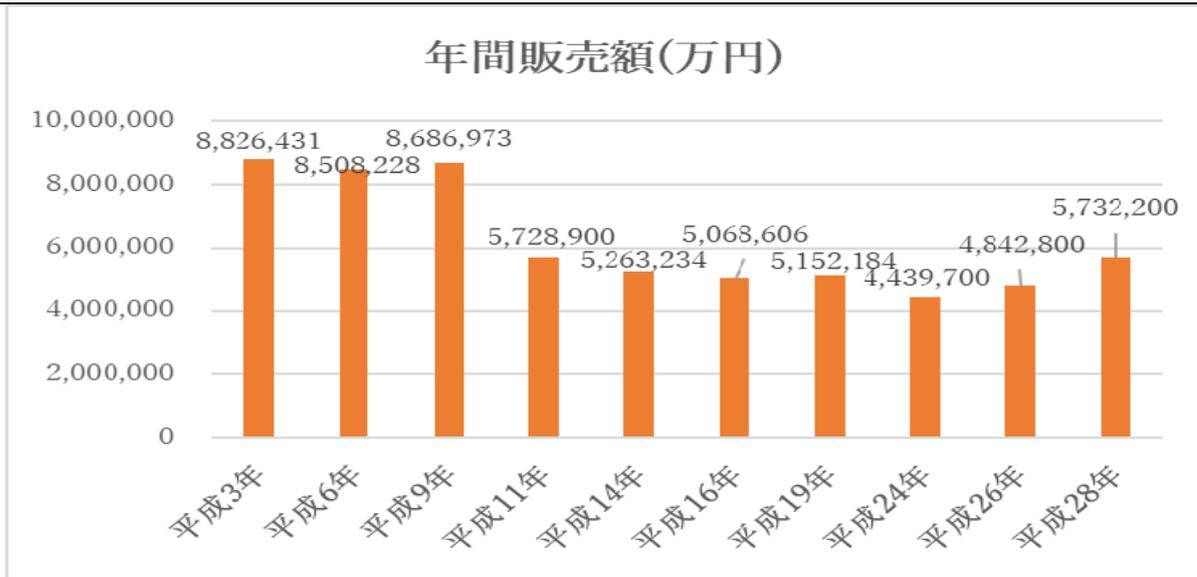
大河原町の産業を事業所数及び従業者数で見ると、事業所数（公務除く）は、平成8年の1,344事業所をピークに減少に転じ、平成28年には平成8年から185事業所減少の1,159事業所となっている。従業者数も平成8年の9,575人に対し570人減少の9,005人となっている。

平成28年の事業所数を業種別に見ると、卸小売業が338事業所と最も多く、次いで生活関連サービス業、娯楽業の139事業所、宿泊業、飲食サービス業の129事業所となっている。

また、従業者数では、卸小売業の2,475人が最も多く、次いで製造業の1,208人、サービス業の758人となっている。卸小売業の年間商品販売額と製造業の製造品等出荷額を両方のデータがある平成28年で比較すると年間商品販売額は、654億8200万円であり、製造品等出荷額は、198億7100万円であることから、大河原町は商業中心の町といえる。

しかし、商店数及び年間商品販売額の推移をみると、商店数及び金額ともに減少傾向が続いている。

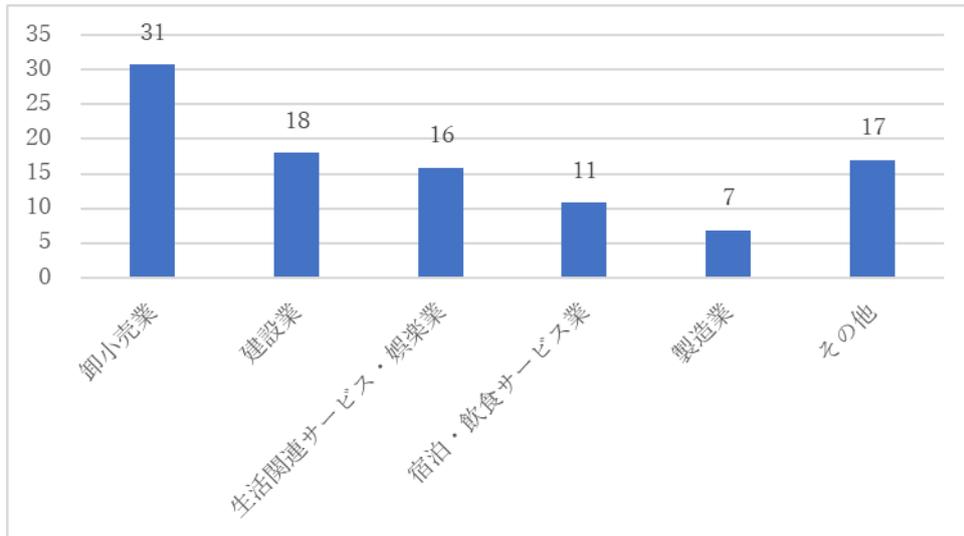




地域内事業別事業者数及び業種別構成

① 地域内事業別事業者数

商工業者数	内小規模事業者数
1,010 企業	858 企業



卸小売業 30.7% 建設業 18.1% 生活関連サービス・娯楽業 15.9%  
 宿泊・飲食サービス業 10.8% 製造業 6.9% その他 17.6%となっている。

3. 大河原町の商工業の課題

広域行政機関が所在する仙南行政の中心地であり、奥州街道の宿場町として、また、米や紅花の集積地として栄えた歴史を背景に、大河原駅前や本町・中町を中心に商店街が発達した本町ではありますが、前述の産業の現況で見たとおり、商業中心の本町において、商店数、年間商品販売額がともに減少しており、国道4号線沿いへのロードサイド店の出店や近隣市町への大型店の出店などにより、特に、駅前、中央通りの衰退が激しく、空き店舗が増えている状況にある。

全産業の事業所数をみても、減少する傾向は顕著であり、本町に立地する事業所数の維持、増加、特に商店街のコミュニケーション機能や交通弱者の生活支援機能など商店街の役割が見直される中であって、商店街に立地する事業所の維持、増加が大きな課題となっている。

大河原町の策定する第6次長期総合計画（令和3年度～令和11年度）においても商業、サービス業の課題を以下のとおりとしており、本会で考える課題と概ね一致することから、本会としても町当局と歩調を合わせ各種事業に取り組む必要がある。

#### 大河原町が考える商業・サービス業の現状と課題

○町の商業・サービス業の面では、国道4号沿いの商業施設、新しい区画整理地区の商業施設等により大河原商圈は維持されていますが、市街地にある各商店街は、経営者の高齢化や後継者不足などもあり、大変厳しい環境となっています。

○商店街や町内在住の自営業者は、現在でも「まちの見守り役」を担っています。今後の人口減少社会、高齢社会に伴う、コンパクトシティーの形成も踏まえ、市街地商店街の役割について見直しが必要となっています。

### （2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

上述の当商工会地域の概況、商業・工業・観光等の状況、行政の策定している長期総合計画、会員事業所の経営課題等を踏まえ、地域内における小規模事業者への今後10年間の中・長期的な振興のあり方は次の通りである。

#### 1. 商業振興のあり方

環境変化等に対応できづらい事業所へは、経済動向や需要動向などの情報提供を行いながら、経営力向上に必要となる経営計画の策定を支援し、新たな顧客獲得など販路開拓に繋げることが必要である。また、地域の高齢化が進み、地域によっては最寄品の購入にも不便な状況にあることから、消費者ニーズを把握して的確に支援していく必要がある。

経営者の高齢化・後継者不足は、業種にかかわらず地域の小規模事業者の深刻な共通の課題であることから、後継者の育成やスムーズな事業承継サポートの推進、空き店舗対策として新規創業者への支援も充実していかなければならない。

#### 2. 工業振興のあり方

当地域の工業については、町土が狭く積極的な企業誘致が困難な状況である。食品製造業者が多いことから、新たな需要の開拓のための効果的な販路開拓の支援を行う必要がある。また、建設業関連では、経営力向上に必要となる今後の経営計画策定等について支援していく必要がある。

#### 3. 観光振興のあり方

当地域の観光資源については、白石川沿いに植栽された一目千本桜が本県を代表する桜の名勝地となっており、「日本の桜百選」にも選定されている。新型コロナウイルス感染症の影響でここ2年間は「桜まつり」が中止となり、周辺飲食店を含め、桜まつりに携わっている多くの事業所が影響を受けている。コロナ前には年間25万人の観光客が桜まつりに訪れていたことから、コロナの影響を少しでも緩和するべく、町の特産品の積極的な活用や新たな商品開発や地域産品の情報発信とブランド化の取り組みに携わる小売業者や飲食業者等に対する支援を強化していく。そのためには、新たな需要開拓として観光客の増加と交流人口が拡大できる仕組みづくりとして、本地域の経済活性化の方向性を地域関係者で検討・共有を図る。

#### 4. 商工会の取り組み目標

平成31年に策定した第6次大河原町長期総合計画には「にぎわいを生み出す商工業の振興と起

業・創業支援」の推進が掲げられており、活性化する商工業の振興、魅力ある観光の振興、総合的な産業振興の推進、商工会においても現在まで地域に蓄積された歴史・文化等の資源の活用、街並みや古くから実施されているイベントの開催など継続的な取り組みを担ってきた。

しかし、前記大河原町の現状と課題にあるとおり、市街地の商店街が衰退し空き店舗が増加していることから、長期的な目標である小規模事業者数の維持、増加を図り、賑わいと魅力を創るまちづくりを実現するため、地域及び地域事業者の需要動向調査、経営動向調査による情報を基礎資料として活用し、事業計画の作成等、個別企業の経営力向上を図り、観光関連事業の振興と入込数の増加を目指す。計画においては持続的な経営の発展を目指し、事業計画に基づいた事業実施、販路拡大・販路開拓等の促進を継続して支援するとともに、新たな需要の開拓を図る。

また、創業者を積極的に支援するため、店舗・事務所情報、活用できる補助金の情報、金融制度の情報等創業計画策定に必要な情報を積極的に提供支援する。

更に小規模事業者の支援機関として、地域小規模事業者のニーズや経営課題を踏まえた効果的な伴走型経営支援体制の整備を図り、経営計画策定や新たな需要開拓等に向けた支援を展開し、小規模事業者の成長発展のみならず、持続的発展を支援する。

上記方向性を踏まえた本計画の目標は次のとおりとする。

### (3) 経営発達支援事業の目標

小規模事業者が置かれた現状及び課題とそれに基づく長期的な振興のあり方や地域の特性を踏まえ、本事業の目標及び方針を下記の通り設定する。

目標Ⅰ 地域の特性と機会を捉えた小規模事業者の育成と新規創業の促進

目標Ⅱ 事業者ニーズを見据えた事業計画策定とフォローアップの推進

目標Ⅲ 個店の魅力向上による商業機能の強化

目標Ⅳ 観光資源を活用した地域の知名度向上による販路開拓

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

### 2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

#### (1) 経営発達支援事業の実施期間（令和4年4月1日～令和9年3月31日）

#### (2) 目標の達成に向けた方針

計画期間の5年間については、前述に記載した商工業の現状と課題を踏まえて小規模事業者の重点支援として目標達成に向けた方針とする。

Ⅰ 地域の特性と機会を捉えた小規模事業者の育成と新規創業の促進

方針 i) 巡回訪問等により問題・課題を抱える小規模事業者の支援ニーズ等を把握する。  
ii) 大河原町の産業競争力強化法に伴う創業支援等事業計画に基づき、創業・第二創業予定者に対する創業セミナーの実施。  
iii) 新たな需要の開拓へ向けた事業計画や創業ビジネスプランの策定支援を専門家と連携し実施し、策定後のフォローアップ支援を行う。

Ⅱ 事業者ニーズを見据えた事業計画策定とフォローアップの推進

- 方針 i) 財務諸表などの数字的側面だけでなく、スキルや知識・経験、情報など経営資源を明確にすることで個々の小規模事業者の強み、新たな事業展開の可能性などを分析し、持続的発展に向けた事業計画策定支援の充実を図る。
- ii) フォローアップ支援の充実を図り、小規模事業者の事業計画の検証による事業計画の修正や新たな事業計画の策定へ結び付け、地域小規模事業の持続的発展を図る。

### Ⅲ 個店の魅力向上による商業機能の強化

- 方針 i) 地域消費者のニーズ、地域の特性を捉えた経営分析を踏まえて、新たな需要の開拓へ向けた事業計画策定を支援する。
- ii) SNS等を活用した情報発信力の強化など、個店の魅力向上と新たな需要開拓の取り組みを支援する。
- iii) 地域内外の消費者から支持される魅力ある個店の創出を図り、賑わいのある商店街の育成と地域の商業機能の強化に努める。

### Ⅳ 観光資源を活用した地域の知名度向上による販路開拓

- 方針 i) おおがわら桜まつりなど町の魅力を伝える事業を実施し、大河原町の知名度向上に貢献し、個店の売上等の向上につなげるようにする。
- ii) 効果的なIT活用による情報発信強化を図るための事業計画策定支援を行い、販路開拓につなげる。

## 3. 地域の経済動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

第1期計画の取り組みとしては、四半期毎に全国商工会連合会が実施している中小企業景況調査において対象となっている市内15事業者（製造業3・建設業3・小売業4・サービス業5）の調査に加えて、小売業・サービス業10事業者の個別調査を実施すると共に、宮城県統計課が提供するみやぎ経済月報（宮城県）等を活用・分析し、大河原町内の経済動向として本会ホームページへ掲載し、地域小規模事業者に提供した。

第1期計画の課題としては、製造業・建設業の調査数が少なかったことから、本計画においては追加の個別調査に製造業・建設業も加え、調査対象事業所数を増やし実施すると共に、町内の産業構造の特徴を捉えた上での専門的な分析、情報提供が必要であることから、国が提供する「RESAS」を有効活用し、小規模事業者の経営計画策定に活用可能な経済動向結果を提供する。

### (2) 目標

目標項目	公表方法	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
① RESAS 分析の公表回数	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回
② 小規模事業者景気動向調査	-	25事業所	32事業所	32事業所	32事業所	32事業所	32事業所
③ 町内事業者景気動向調査の公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
④ 金融懇談会開催回数	-	1回	1回	1回	1回	1回	1回
⑤ HP 情報提供	-	1回	1回	1回	1回	1回	1回

### (3) 事業内容

#### ①国が提供するビッグデータ「RESAS」を活用した分析調査

新型コロナウイルス感染症の対応により、限られたマンパワーの中で効果的な経済活性化を目指すため、経営指導員が国の提供するビッグデータ「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回、本会ホームページに公表する。

分析項目	分析内容
大河原町の人口動態	(人口増減、自然増減、社会増減の推移、年齢階級別純移動数の時系列分析) 老年・生産年齢・年少人口等において、どの層の増減が顕著であり、どの層が今後伸びていくのかを把握すると共に要因を分析することで、小規模事業者における顧客層の把握による販路開拓に活かす。
地域経済循環マップ	地域の得意な産業を活かし、地域間の交易を活発化させ、得意な産業の関連産業でクラスター形成することで、所得の循環構造を構築していくことを提案する。
産業構造マップ	自地域の主要産業や域外からお金を稼ぐ産業等を分析すると共に、他地域と比較することで、自地域の業種別の強み・弱みや現在の立ち位置(水準)を把握し、要因を分析することで、事業計画における顧客ニーズと市場の動向に反映させる。

#### ②地域内小規模事業者に対する景気動向調査

本計画では、調査対象事業者を32社に増やし、経営指導員が下記方法により地域業種別景況をヒアリング調査・分析し、大河原町内における経済動向として本会ホームページにて年1回公表する。

項目	内容
調査対象	町内小規模事業者32社(製造業6・建設業6・小売業10・サービス業10)
調査項目	売上高(工事高)・経常損益・在庫・現有設備・雇用・資金繰りの前期の比較と来季の見通し、経営上の問題点と解決のための取組内容
調査手法	年間4回実施する中小企業景況調査に加えて個別の追加調査を1回実施する。
調査回数	年4回+個別調査1回
分析手法	経営指導員等が外部専門家と連携し業種別経済動向の分析及び経営上の問題とその対応についての分析を行う。

#### ③統計資料等を活用した県内景気動向等の分析調査

宮城県が提供する統計資料等を活用し、県内景気動向、商圏内消費購買動向、観光動向について調査・分析することにより、県内全体・大河原町内の動向を捉え、数値化によるデータとして本会ホームページに年1回公表する。

項目	内容
調査方法及び調査項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内の景気動向 中小企業景況報告書(宮城県商工会連合会編)、みやぎ経済月報(宮城県統計課編)等を活用し、県内の業種別の売上高・採算・業況等の景気動向を調査する。</li> <li>・商圏内の消費購買動向 宮城県の商圏及び消費購買動向調査報告書(宮城県統計課編)よ</li> </ul>

	り、大河原町商圈内における商圈の変化や最寄品・買回品の地元購買率等の消費者購買動向を調査する。 ・地域内の観光動向 宮城県観光統計(宮城県観光企画課)より、当地域への観光入込数・宿泊者数等の推移や嗜好変化等の観光動向を調査する。
調査回数	年1回
分析手法	経営指導員が外部専門家と連携し、県全体の景気動向との差異や消費購買動向、観光動向について他地域との比較分析を行う。

#### ④金融懇談会による情報収集

町内の経済状況等についての意見を交換する場として、大河原町内の金融機関及び保証協会、町担当課と「金融懇談会」を開催する。

金融機関4支店(七十七銀行大河原支店、仙台銀行大河原支店、仙南信用金庫大河原支店、相双五城信用組合大河原支店)、保証協会を加えた構成で実施し、主として町内小規模事業者の資金繰り状況についてまとめる。

実施回数 年1回

#### (4) 調査結果の活用

上記調査で収集した情報は、専門家と連携して業種別・地域別・内容別に整理・分析し、本会ホームページに掲載し、広く地域小規模事業者等に周知すると共に、会員事業所へ巡回訪問及び個別相談の際に提供し、小規模事業者に対する経営計画作成等の基礎資料として活用する。

### 4. 需要動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

第1期計画の取り組みとしては、地域の需要動向を把握するため、町内消費者を対象とした「消費者購買動向アンケート調査」を商店街で開催したイベント時の来場者に対し、聞き取り調査を行い実施した。また、商談会に参加しているバイヤーを対象とした「バイヤーズアンケート調査」を計画していたが、商談会への参加事業者がなく、実施できなかった。

本計画では、まず、商談会を通してのバイヤーに対する調査は実施せず、「消費者購買動向アンケート調査」という形式ではなく、新型コロナウイルス感染症の終息を見据えて、コロナ前は期間中25万人の来場者があった「おおがわら桜まつり」の会場内にて来場者へ聞き取り調査を行うことで、大河原町全体の知名度等の向上のための調査を行い、その結果が、個々の事業者の商品の売上等の向上につながるような需要動向調査を実施する。

#### (2) 目標

項目	現状	初年度	2年度	3年度	4年度	5年度
		R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①大河原町知名度等向上アンケート調査回数	-	1回	1回	1回	1回	1回
②大河原町知名度等向上アンケート調査対象事業者数	-	10者	10者	10者	10者	10者

#### (3) 事業内容

##### ①大河原町の知名度等向上調査

期間中25万人の来場者がある「おおがわら桜まつり」の会場内にて来場者へ訪問のきっかけ、居住地、来場手段、宿泊場所、町内での買い物等を調査し、大河原町全体の知名度等の向上のための調査を行い、個々の事業者の商品の売上等の向上につながるようにデータ提供する。

項目	内容
調査方法	毎年4月に開催される「おおがわら桜まつり」に会場する観光客を対象に、下記項目について経営指導員等が聞き取りのうえ調査する。
調査対象者	販路の拡大を目指す製造小売業者、新規顧客の獲得を目指す飲食業者のうち、事業計画策定を目指す10事業者程度（製造小売業5者、飲食業5者を想定）
調査項目	調査項目については、以下を基本としながら、大河原町の知名度向上につながる内容とする。 【主な調査項目】①来場者層（年代別、性別等）②居住地 ③訪問のきっかけ ④来場手段 ⑤宿泊場所 ⑥大河原町に求めるもの ⑦町内での買い物（商品、金額）
実施時期	毎年度4月
調査件数	おおがわら桜まつり開催時に 製造小売業に対するアンケート50件（1事業者10件×5者） 飲食業に対するアンケート50件（1事業者10件×5者）
分析方法	調査結果は専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が調査項目を整理分析する。
分析結果の活用方法	経営指導員等が外部専門家と連携し、調査結果を分析し、大河原町の知名度向上につながる方策を見出し、個々の事業者の売上等の向上につながるようにする。

#### （4）調査結果の活用

上記調査で収集した情報は、専門家と連携して項目別に整理・分析し、当該事業者にフィードバックし、各事業者の改善に役立てると共に、小規模事業者に対する経営計画作成等の基礎資料として活用する。

### 5. 経営状況の分析に関すること

#### （1）現状と課題

第1期計画の取り組みとしては、自社の経営状況を把握し強みを活かした経営を推進するための経営分析の重要性の認識と経営者の意識改革を狙い、巡回訪問や経営計画個別相談にて事業者の掘り起こしを行ったが、持続化補助金等の活用をきっかけとした簡易な経営分析が多く、課題の抽出は出来ても、経営基盤の確立につなげる戦略策定を導くための経営分析に至っていないケースもあった。

そこで、本計画では、商工業の現状と課題を踏まえて、小規模事業者の持続的発展に向け、経営指導員による巡回・窓口相談等を通じて小規模事業者の掘り起こしを広く行うと共に、具体的な経営課題を抱える事業者や希望者を中心に個別の経営分析につなげ、「経営状況の分析」からスタートし、「経営計画の策定」そして「新たな需要の開拓」へと一連した支援にすることで、活力のある企業を育成する。

また、経営分析手法の見直しを図り、全経営指導員共有の分析手法として「ローカルベンチマーク」を取り入れ、より経営の現状に踏み込んだ経営分析を行うと共に、統一的な支援が可能となる体制を整える。

#### （2）目標

目標項目	現状(4年間平均)	初年度	2年度	3年度	4年度	5年度
		R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
① 経営分析事業者数	10	20	22	22	24	24

### (3) 事業内容

#### ①巡回訪問等による経営分析の必要性や重要性の周知・啓蒙活動

小規模事業者が自ら経営分析の必要性・重要性を理解し、自社の「強み」「弱み」を把握し、経営課題に気づき、事業者自身の経営分析力の向上を促すため、経営指導員等が巡回・窓口相談の機会を活用し、随時、経営分析の必要性を小規模事業者に広く啓蒙を図る。また、変化する外部環境と自社の経営資源を踏まえた経営実態把握の重要性を認識させると共に、経営者の意識改革に努める。

#### ②小規模事業者に対する経営分析の実施

小規模事業者の経営分析にあたっては、ローカルベンチマークの分析手法を経営指導員全員が統一して活用し、財務諸表による数的見地からの定量的分析と、定量的な項目分析では見出せない小規模事業者特有の定性的な項目について、当該事業者にヒアリングを行い、SWOT分析等を用いて自社を取り巻く外部環境や内部環境等による自社の現状等を分析し、実態課題の洗い出しを行う。

また、経営分析の過程で発生した専門的な課題や詳細な分析を要する場合には、宮城県商工会連合会のサポーティングリーダーや宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携し、課題内容に応じた高度かつ専門的な分析等も取り入れる。

##### ○経営分析の内容

【対象者】 巡回訪問や窓口対応時の中から意欲的な事業者を選定する。

【分析手法】 ローカルベンチマーク「経営分析シート」による分析

##### ○定量分析

項目	内容
1. 分析目的	小規模事業者の現状を分析することにより、経営状態を把握することで、今後の支援策につなげる。
2. 分析項目	売上高（工事高）増加率（売上持続性）、営業利益率（収益性）、労働生産性（生産性）、EBITDA 有利子負債倍率（健全性）、営業運転資本回転期間（効率性）、自己資本比率（安全性）、付加価値額（営業利益+人件費+減価償却費）売上高総利益率、流動比率、損益分岐点、キャッシュフローなど
3. 分析手法	経済産業省が企業の健康診断ツールとして提供するローカルベンチマークを活用すると共に、収益性、安全性、資本効率性、成長性に関する指標については、財務情報から得られた内容から分析を行い、小規模事業者の経営状態を把握する。

##### ○定性分析

項目	内容
1. 分析目的	小規模事業者に対する個社支援を実施するために、競争力の源として、人材、技術、技能、知的財産、組織力、ネットワークなど財務諸表には表れてこない「資産」を発掘する。この内部環境の把握に加え、外部環境として、地域経済動向調査結果を踏まえることでSWOT分析を行い、事業計画策定へとつなげ、将来的な業績の向上に結び付ける。小規模事業者の現状を分析することにより、経営状態を把握することができ、今後の支援策につなげる。
2. 分析項目	①経営者への着目 ・経営者自身についてビジョン、経営理念、後継者の有無 ②事業への着目 ・企業及び事業沿革、技術力、販売力の強み

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・技術力、販売力の弱み、ITの能力</li> <li>③ 企業を取り巻く環境・関係者への着目 <ul style="list-style-type: none"> <li>・市場規模、シェア、競合他社との比較</li> <li>・顧客リピート率、主力取引先企業の推移</li> <li>・従業員定着率、勤続日数、平均給与</li> <li>・取引金融機関とその推移</li> </ul> </li> <li>④ 内部管理体制への着目 <ul style="list-style-type: none"> <li>・組織体制</li> <li>・経営目標の有無</li> <li>・社内会議の実施状況</li> <li>・人材育成の仕組み</li> </ul> </li> </ul>
3. 分析手法	「強み」と「経営課題」の内部環境の把握を行い、それを「見える化」し、地域経済動向調査の結果によって得られる外部環境を加味したSWOT分析を経営指導員等が実施することにより、小規模事業者の業績向上へつなげる。

#### (4) 分析結果の活用

経営状況の分析結果については、当該事業所に対してフィードバックし、経営実態からどこに問題があるのか等の経営課題を明確化させ、事業計画策定支援などに活用していく。

また、個別の経営分析の結果は、業種別・分析項目別に整理し、必要な時にスムーズな提供が図れるよう経営指導員間で情報の共有を図り、巡回訪問や窓口相談を通して、情報の提供を図ると共に、事業計画策定の基礎資料として活用する。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### ① 事業計画策定支援について

第1期計画の取り組みとしては、毎年度、事業計画策定セミナー及び個別相談を通して事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行い、これまでの4年間（H29～R2）で35事業者の事業計画策定を支援してきた。しかし、経営状況の分析と同様に、その大半は補助金申請を目的とした簡易的な事業計画に留まり、問題解決のための戦略的な事業計画には至っていないケースが多く、事業者側において事業計画策定の必要性の認識もまだ低い状況にある。本計画では、経営指導員による巡回・窓口相談等を通じて事業計画を策定すべき小規模事業者の掘り起こしを広く行い、事業者に意識改革を強く促すと共に、補助金申請を目的に事業計画を策定したという事業者に対しても、それをきっかけとして事業計画に基づく経営の必要性をセミナー及び個別相談会を通して働きかけ、経営力強化につながる事業計画策定を支援する。

#### ② 創業支援について

第1期計画の取り組みとしては、大河原町の「創業支援等事業計画」における当商工会の役割である事業経営計画に関する策定支援、創業セミナーの開催による特定創業者の支援から、新聞折込チラシによる創業希望者の掘り起こしを行うと共に、創業セミナーを開催し、創業に向けたビジネスプラン策定を支援し、4年間（H29～R2）で41人の創業希望者の支援を行い、宮城県スタートアップ加速化支援事業補助金も3件の採択を受けた。このことから、本計画についても第1期の支援方法を継続実施していく。

### (2) 支援に対する考え方

経営分析を行った事業者等を対象に、事業計画策定セミナーや個別相談会を開催し、地域の経済動向調査結果や経営分析結果、需要動向調査を踏まえ、積極的な提案による伴走型の指

導・助言を行う。結果として、経営分析を行った事業者が効果的な事業計画を策定すること等を通じて、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

また、創業予定者に対しては、大河原町と連携し、産業競争力強化法における「創業支援等事業計画」に基づき、創業セミナーの開催や個別相談によりビジネスプランの策定を支援する。

### (3) 目標

目標項目	単位	現状(4年間平均)	初年度	2年度	3年度	4年度	5年度
			R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
① DXセミナーの開催	回	—	1	1	1	1	1
② 事業計画策定セミナーの開催	回	1	2	2	2	2	2
事業計画策定件数	件	9	20	22	22	24	24
③ 創業セミナーの開催	回	1	1	1	1	1	1
創業計画策定件数	件	1	3	3	3	4	4

### (4) 事業内容

#### ①DX推進セミナーの開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

項目	内容
1. 支援対象者	主に経営分析を行った事業者等（管内小規模事業者を含む）
2. 開催回数	年1回
3. 内容	セミナーのテーマ <ul style="list-style-type: none"> <li>・DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例について</li> <li>・クラウド型顧客管理ツールについて</li> <li>・SNSを活用した情報発信方法について</li> <li>・ECサイトの利用方法について</li> </ul>
4. 募集方法	経営指導員等の巡回による経営分析を行った事業者への直接案内及びチラシ配布による案内
5. 参加予定数	10名

また、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じて、IT専門家派遣を実施する。

#### ②事業計画策定の支援

経営分析を行った小規模事業者等を対象に、直面している経営課題の解決と新たな需要の開拓を図るための事業計画策定セミナーを開催すると共に、専門家等を活用した個別相談会（年10回）を開催し、経営指導員が小規模事業者と一体となって事業計画の策定支援を行う。

個別相談会においては、宮城県商工会連合会が示している事業計画書の様式を活用し、自社の特性や強みを活かしながら、消費者ニーズ等の需要を見据えた事業計画策定を支援する。また、専門的な課題等については、宮城県商工会連合会のサポーターリーダーや県の補助事業である「伴走型経営支援体制強化事業」の専門家派遣、宮城県よろず支援拠点等を活用して専門的な支援を行う。

### (イ) 事業計画策定セミナーの開催

項目	内容
1. 支援対象者	主に経営分析を行った事業者等（管内小規模事業者を含む）
2. 開催回数	年2回
3. 内容	地域の経済動向、自社の経営分析、商品・サービスの需要動向等の分析結果を踏まえた事業計画立案の進め方や戦略策定のノウハウについて講習し、自社の事業計画を策定する。 ・事業テーマ、事業構想を明確にする。 ・方法、手段を決める（具体的取り組み内容を決める） ・スケジュールを決める（具体的な行動予定を明らかにする） ・予算を決める（目標予算、経費予算を計画する） ・収支計画書、資金計画書を作成する。 ・自社の事業計画書を作成する。
4. 募集方法	経営指導員等の巡回による経営分析を行った事業者への直接案内及びチラシ配布による案内
5. 参加予定数	1回あたり10名（計20名）

### (ロ) 事業計画策定セミナーに参加した事業者を対象とした「個別相談会」の開催

【募集方法】事業計画策定セミナー参加者へ直接案内

【回数】年10回

【内容】専門家等による具体的な事業計画策定を支援

【参加予定数】1回あたり2名（計20名）

### (ハ) 事業計画の策定

【支援対象】経営分析を行った事業者及び事業計画策定セミナーを受講し経営分析を行った者

【手段・手法】経営分析を行った事業者及び事業計画策定セミナー受講者に対し、経営指導員が担当制で張り付き、事業計画策定セミナー担当講師による個別相談会を開催すると共に、宮城県商工会連合会が示している事業計画書を活用して、宮城県商工会連合会サポーターリーダー及び宮城県よろず支援拠点等の外部専門家も交えて事業計画の策定につなげていく。

## ③創業・第二創業の支援

大河原町が策定した産業競争力強化法における「創業支援等事業計画」に基づき、創業・第二創業予定者に対する創業セミナーを開催すると共に、宮城県商工会連合会サポーターリーダー及び宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携しながら、個別指導によるビジネスプラン（創業計画書）の策定を支援する。

### (イ) 創業希望者等に対する「創業セミナー」の開催

○定量分析

項目	内容
1. 支援対象者	主に創業及び第二創業希望者（管内小規模事業者含む）
2. 開催回数	年1回
3. 内容	「経営」「財務」「人材育成」「販路開拓」の4分野を1日2時間30分の講義で5日間に分けて開催。 【経営】 ・起業成功のポイント ・創業の心構え ・キャリアの棚卸 【財務】

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・財務の基礎 ・財務3表を理解する ・資金調達の方法</li> <li>【人材育成】</li> <li>・人を育てるポイント ・人材育成の仕組みづくり</li> <li>【販路開拓】</li> <li>・マーケティングの基本</li> </ul>
4. 募集方法	大河原町広報誌への折込及び新聞折込チラシ、本会ホームページによる広報
5. 参加予定数	10名

**(ロ) 創業セミナーに参加した創業希望者を対象とした「個別相談会」の開催**

【募集方法】創業セミナー参加者へ直接案内

【回数】年1回

【内容】専門家等による具体的なビジネスプラン（創業計画書）の策定支援

【参加予定数】3名

**(ハ) 創業計画の策定**

【支援対象】創業セミナー受講者

【手段・手法】「創業セミナー」受講者に対し、経営指導員が担当制で張り付き、創業セミナー担当講師による個別相談会を開催すると共に、宮城県商工会連合会サポーティングリーダー及び宮城県よろず支援拠点等の外部専門家も交えて創業計画の策定につなげていく。

**7. 事業計画策定後の実施支援に関すること**

**(1) 現状と課題**

第1期計画の取り組みとしては、事業計画を策定した小規模事業者に対して、巡回訪問等による計画の進捗状況を確認しながら、新たな販路開拓等に向けたフォローアップ支援、新規創業者に対しては、金融・経理・税務・労務等の経営に係る基礎的支援を行うと共に、持続化補助金等の販路開拓に伴う支援施策や資金調達に伴う金融支援を実施しサポートを行ってきた。

しかし、本会におけるフォローアップの支援体制や支援方法等が明確に定まっていないこともあり、状況に応じた計画の見直しを行うなど適切なフォローアップを行うことができず、十分な販路開拓まで至らなかった事案もあった。

**(2) 支援に対する考え方**

本計画では、事業計画を策定した全ての事業者を対象にフォローアップを行うこととし、小規模事業者の進捗状況に応じたフォローアップ頻度を考慮しながら、外部支援機関の専門家と連携し、事業遂行上の課題解決に向けた支援を実施すると共に、売上・利益等の検証を踏まえ、事業成果を意識したフォローアップ支援を実施する。

なお、計画と進捗状況とにズレが生じている場合や新たな問題・課題が発生している事業者に対しては、宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携しながら、ズレが発生した要因や対応方策等を検討し、フォローアップの頻度変更や計画の見直しを図るなど、支援対象事業者の状況に応じた適切な支援を伴走型で実施する。

**(3) 目標**

目標項目	単位	現状(4年間平均)	初年度	2年度	3年度	4年度	5年度
			R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度

① 事業計画策定フォローアップ事業者数	件	9	20	22	22	24	24
フォローアップ回数	回	19	80	88	88	96	96
売上増加の事業者数	件	—	10	11	11	12	12
利益率2%以上増加の事業者数	件	—	7	7	7	8	8
② 創業計画策定フォローアップ事業者数	件	—	3	3	3	4	4
フォローアップ回数	回	—	18	18	18	24	24
売上目標達成の事業所数	件	—	2	2	2	3	3

#### (4) 事業内容

##### ① 事業計画を策定した既存事業者へのフォローアップ支援

事業計画を策定した全ての事業者を対象に、原則四半期に1回、経営指導員が定期的に巡回し、計画進捗状況の確認と成果の検証を行う。その中で、集中して支援すべき事業者と事業計画どおり順調に事業を遂行し成果が出ている事業者を見極め、フォローアップ支援の回数を設定する。ある程度順調と判断し、訪問回数を減らしても支障がないと判断できた場合、半期に一度定期巡回を行う。但し、事業所の求めや状況に応じて柔軟に対応する。

##### ② 創業・第二創業予定者に対するフォローアップ支援の実践

創業・第二創業予定者に対しては、2ヶ月に1回以上の頻度で巡回又は電話による進捗確認を行い、補助金・融資制度等の活用による資金繰り支援や税務・労務等諸手続きの支援を行い、まずは計画したビジネスプランに基づき、開業準備に向けた支援を行う。開業後も経営が軌道に乗るまでの間は2ヶ月に1回以上、経営指導員による定期的な巡回訪問を実施し、金融・税務・労務等に関する基本的経営支援に加え、計画の進捗状況や経営の状況、新たな問題・課題等を確認すると共に、宮城県商工会連合会サポーターリーダーや宮城県よろず支援拠点等の専門家と連携しながら、課題解決に向けた必要な支援を実施する。

### 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

#### (1) 現状と課題

第1期計画の取り組みとしては、商店街に立地する製造小売業、飲食店の新たな需要開拓を支援するため、各団体主催の商談会や仙台圏での販売会への参加による新たな需要開拓を計画していたが、商談会・販売会への参加事業者がなく、実施できなかった。

一方、インターネットの活用支援については、宮城県商工会連合会が実施している「SNS活用による販路拡大支援事業」への参加事業所もあり、成果が出始めている。

今後、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

#### (2) 支援に対する考え方

本計画では、DXに向けた日常的な販路開拓支援として、インターネット販売や「Instagram」や「Twitter」等SNSを活用した取り組みをセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、必要に応じてIT専門家派遣等を実施することで、事業者の段階に合った支援を行い、ITを活用したチャンネルの拡大による新たな需要の開拓を支援する。

### (3) 目標

項目	現状	初年度	2年度	3年度	4年度	5年度
		R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
① ニッポンセレクト.com 出品者数	0	1件	1件	2件	2件	2件
売上増加率 (前年度比/社)	—	105%	105%	105%	105%	105%
② SNS活用支援件数	1	1件	2件	2件	3件	3件
売上増加率 (前年度比/社)	—	105%	105%	105%	105%	105%

### (4) 事業内容

#### ① ITを活用した販路開拓支援 (B to C)

日常的な販路開拓機会の提供の場として、全国連が運営するEC販売サイト「ニッポンセレクト.com」の出品支援を行い、インターネット販売等ITを活用した販路開拓を支援すると共に、小規模事業者はITの活用が遅れていることから、事業者自ら「Instagram」や「Twitter」等のSNSを活用し、企業及び商品の情報発信の取り組みが実践できるよう支援する。

#### (イ) EC販売サイト「ニッポンセレクト.Com」を活用した販路開拓支援

食品等製造事業者や小売事業者等のITを活用した新たな販路開拓を支援することを目的に、全国商工会連合会が開設しているEC販売サイト「ニッポンセレクト.com」への出品勧奨を行うと共に、専門家と連携してのECサイトにおける商品訴求に関するノウハウの提供やその対策、売上拡大事例の紹介などを通じて出品効果を高めるための支援を行い、ネット販売による販路開拓を支援する。

#### (ロ) SNS活用による販路開拓の取り組み支援

地域小規模事業者に対し「Instagram」や「Twitter」等SNSを活用した企業商品情報等の発信の有効性等について、経営指導員等の巡回訪問を通じて理解の促進に努める。また、導入を希望する小規模事業者に対しては、宮城県商工会連合会が実施しているSNSの活用効果や活用方法を学ぶセミナーからIT専門家が実際にSNS立ち上げまで支援する「SNS活用による販路拡大支援事業」への参加を通じてSNS活用の取り組みを支援する。

## 9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

### (1) 現状と課題

第1期における事業の評価及び見直しをするための仕組みについては、年1回の経営発達支援計画事業評価委員会を開催し、定性目標・定量目標の評価・検証を行い、得られた評価結果に基づき、次年度の事業の見直し及び今後の方向性を決定している。

事業評価委員会は本会正副会長、行政の担当課長、外部有識者として専門家等で構成していた。

本計画では、第1期の仕組みを継続実施していくが、地域環境の変化やそれに伴う地域産業構造の変化などに伴い、小規模事業者の環境も大きく変化した場合は、必要に応じて委員を追加し、効果的な事業へと改善・見直しができるよう強化を図る。

### (2) 事業内容

①本会事務局内部における実施方法及び進捗状況の管理及び共有

毎日開催している職員の業務打合せにて、経営発達支援事業の実施及び進捗状況の確認及び実施した事業の検証結果を報告し、全職員で共有を図る。

## ②事業評価委員会による事業の評価・検証・見直し案の検討

大河原町担当課長、大河原町観光物産協会事務局長、本会正副会長、外部有識者としての専門家、法定経営指導員で構成する「事業評価委員会」を年1回開催し、事業の実施状況、成果の評価・検証を行うと共に、次年度以降の支援計画を改善し、より効果のある支援の実施に努める。必要に応じて見直し案の検討を行う。

## ③理事会への報告

上記事業評価委員会で提示された事業評価・見直しの結果については、理事会に報告し承認を受ける。

## ④計画の評価及び見直し結果の公表

上記理事会で決定した事業の成果・評価・見直し等の結果について、本会ホームページに年1回掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

# 10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

## (1) 現状と課題

第1期における経営指導員等の資質向上等については、研修事業の計画的な受講や職員間でのノウハウの共有にて資質向上を行っていたが、一部、経営分析手法が経営指導員間で統一されておらず、個人差が見られた。

本計画では、第1期の内容を継続実施していくが、経営指導員間での分析手法については個人差が見られたため、分析手法の統一化を図り、支援格差の解消を図っていく。

## (2) 事業内容

認定経営革新等支援機関としての意識を高め、宮城県商工会連合会が主催する研修会の参加、中小企業大学校の主催する研修を経営指導員が受講することで、売上や利益を確保することを重視した支援能力の向上を図る。

### 1) 講習会等の積極的活用

①商工会連合会の行う研修を基本として、定期的に最新の情報を習得する他、テーマにより中小企業大学校等外部団体の研修を受講することでノウハウを習得する。

### ②経営指導員等W e b研修

全国商工会連合会が実施する「経営指導員等W e b研修」を受講することにより、支援知識の補完に努める。

### ③D X推進に向けたセミナー

喫緊の課題である地域の事業者のD X推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のI Tスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなD X推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

<D Xに向けたI T・デジタル化の取組>

#### ア) 事業者にとって内向け(業務効率化等)の取組

クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

#### イ) 事業者にとって外向け(需要開拓等)の取組

ホームページ等を活用した自社P R・情報発信方法、E Cサイト構築・運用  
オンライン展示会、S N Sを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

#### ウ) その他の取組

オンライン経営指導の方法等

#### ④ I Tプラットフォームの活用

独立行政法人中小企業基盤整備機構が提供している I Tプラットフォームを活用し、I T導入のそれぞれのフェーズで役立つ支援内容の習得に努める。

#### 2) O J Tの実施

支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とが、チームを組成し、巡回指導や窓口指導の機会を活用したO J Tを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

#### 3) ノウハウの共有方法

##### ①職員間の定期ミーティングの開催

I T関連の研修会等へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、I T等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、2ヶ月に1回、職員全体会議を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

##### ②分析手法の統一化・データベース化

従来からヒアリングやアドバイスは、その方法が個人に委ねられ、統一化されたものではなく個人差が顕著であった。今後は、支援の質の均等化を図るため、支援の方法を均等化させる。基幹システム等へは、支援の都度、データ入力を適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応が出来るようにすると共に、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図り、職員間の支援力の格差を解消させる。

## 1 1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

### (1) 現状と課題

大河原町のシンボルである樹齢 100 年にも及ぶ桜並木「一目千本桜」が全国的にも有名になり白石川の河川敷において桜まつりを開催し年間 25 万人の人出でにぎわい、近年は、外国からのお客も多く、地場製品の販売所を設置し、新商品の展示や地域特産品の販売を行っている。

また、地元飲食店による地元食材を活用した花見弁当を販売し更なる活性化に取り組んでいる。商工会は、桜まつり、夏まつり、オータムフェスティバル、この三大イベント事業により大河原町の活性化の起爆剤となるよう取り組んでおり、年々来場者が増えているが、新型コロナウイルス感染症の影響でここ 2 年間は開催出来ていない。そのため、来年度以降のイベント事業も不透明な部分は残っているが、新型コロナウイルス感染症の終息を見据えて、コロナ前のような活気あるイベントを実施すべく、以前から課題となっていたインバウンド対策や交通渋滞の解消等に取り組んでいく。

今後も、大河原町・大河原町観光物産協会・大河原町商工会の 3 者でイベント検討を協議し、地域の多様な関係団体との連携を促進し情報共有を図ることで、地域経済の活性化を一層図り、また今後の方向性を地域全体で検討していく。

### (2) 事業内容

創業するのに魅力的な街づくりを推進するため、「駅前、中央通りなどの中心商店街の再生を促す事業」「定住人口を増加させる魅力的な街づくりに資する事業」「交流人口を増加させる賑わい創出事業」「通年観光に向けた観光」を実施するため、関係する各種機関・団体等で構成する実行委員会で、その目的に応じた事業効果やこれまでの事業成果を検証しながら、地域経済の活性化により効果のある計画を策定し事業を展開する。

大河原町では、令和 3 年度より第六次長期総合計画の主要な地域経済の活性化対策の一つとして、地域資源を活かした観光物産振興を図ることを取り上げ、桜まつりの入込み数 25 万人の維持及び一目千本桜を町の総合的なブランドの創生やシティプロモーションのメインツールとして、さまざまなまちづくりにおいて活用するとしている。また、観光資

源の発掘、観光ボランティアの育成、来訪者のおもてなしの強化、商工会も主要イベントの出店者数、来場者数の増加・拡大を一層図ることのほか、行政と一体となって大河原町全体の目標達成の支援に協力していく。

### ①イベント検討の協議

町全体の活性化を目指し、大河原町・大河原町観光物産協会・大河原町商工会の3者でイベント検討を年1回協議し、それぞれの取り組みについて、情報を共有し観光振興を図る。

構 成 員	役 割
大河原町商工観光課	第六次長期総合計画
大河原町商工会	おおがわら桜まつりの開催 おおがわら夏まつりの開催 オータムフェスティバルの共催 おおがわらロードサイド商店会夏まつり支援 ロカル大河原商店会歩行者天国秋まつり支援
大河原町観光物産協会	おおがわら桜イルミネーションの実施 おおがわら梅まつりの共催 オータムフェスティバルの開催 おぼんなりスター大河原（駅前イルミネーション）の開催

### ②魅力的な街づくりに資する事業

#### 1) おおがわら桜まつり

目的 町の魅力を伝える定住人口を増加させる  
効果 一目千本桜の観光PR（年間25万人）の来場者があることから、大河原町の魅力を感じてもらい定住人口を増加させる魅力的な街づくりや、地域特産品のPRを図る。

目標 交流人口を現在約25万人の来場者を30万になるよう広域連携体制の柴田町と協力し、柴田町から大河原町までの観光ルートを創出し、魅力ある桜まつりを開催する。一目千本桜は大河原町と柴田町の桜並木全体で成り立っており今後は、広域連携体制にある柴田町と観光資源をルート化した観光ツアーを実施し、通年観光に向けた観光交流人口の増加による地域経済の活性化を図る。広域的ルートも創出しながら、魅力ある観光商品へと発展させ、観光振興による地域経済の活性化を図る。



### ③賑わい創出事業

#### 1) おおがわら夏まつり

目的 交流人口を増加させる町の三大イベント  
効果 仙南地区で特に歴史ある花火大会であり、東北随一のナイアガラ花火を開催のため約23,000人の来場者があり仙南地域の中心部としてのイメージアップが図られる。

目標 仙南の中心として、大河原町の交流人口を増加させる。大河原町の魅力を知ってもらう。



#### 2) オータムフェスティバル

目的 商業、農業、福祉、地元小学生が一体となり伝統文化を振興継承する秋まつり  
効果 商業者は日頃の感謝、農業は収穫祭、福祉、交通安全、地元小学生による演出等により、町民のコミュニティやふれあいの場の提供

目標 住みよい環境をPRし、定住人口を確保する

3) 駅前、中央通り、バイパスなどの中心商店街の再生を促す事業

①ロカル大河原商店会事業

目的 商店街のイメージアップと来街者を増加させる

効果 中高年の消費者はかつての商店街を回顧し、また「新しいけど、古い」、「地域らしさ」といったニーズなどは、若年消費者にも新鮮な感覚として映っているかもしれない。

目標 人にやさしい商店街づくり、地域コミュニティ機能の再生を図る。

②大河原ロードサイド商店会事業

目的 大河原商圏を維持発展させる

効果 消費者への謝恩と地域コミュニケーションの効果をもたらす。また、地域貢献や地域の活性化が図られ商店街のイメージをアップする。

目標 空き店舗のない商店街づくり、地域コミュニティ機能の活性化を図る。

4) 地域の活性化に資する取組み

①デマンドタクシー事業

目的 高齢化する社会に向けて、町民の足の確保や商店街での買い物を増やしてもらう

効果 町民特に高齢者の足の確保をすることで、商店街での買い物を増やしてもらい、売上の増加を図る。

目標 利用者の増加 1日80人の利用者を100人まで増加させるとともに、商店及び商店会と連携事業を開催し、利用者を支援する。