

第5期中期ビジョン(2022-2026年度)と2022年度事業の構成

第5期中期ビジョンは、計画期間(5年)のさらに先にある仙台の将来像を展望し、宮城県の「新・宮城の将来ビジョン」、仙台市の「総合計画」「都市計画マスタープラン」、仙台市の各計画の検討に際し当所が提言した「チャレンジシティ仙台」の内容を踏まえて策定しました。

本ビジョンは仙台商工会議所の考える「仙台の目指すべき姿」であり、これを基に単年度事業に取り組んでいくことで、宮城・東北をけん引する豊かでにぎわいある「仙台」づくりを、地域協創で進めるものです。



第5期中期ビジョン(2022-2026年度)

地域から世界へ。いま以上に多くの人々が訪れ、暮らし、力強く飛翔する都市「仙台」づくりへの挑戦

- 震災・コロナ禍からの地域経済の再生
- 地方分散のチャンスをつかみ多様な人材が集いチャレンジし輝く街
- 地域特性と優位性を磨き、宮城・東北をけん引する選ばれる都市

各取り組みを確実に目標達成につなげる強力な情報発信

企業活力 + 生産性UP

① 企業価値の向上

2022年度事業の主な内容

1. ビジネスチャンス、販路拡大・創出
2. 事業承継
3. 創業および創業後の経営安定化
4. 企業の人材確保・育成・定着
5. 経営・社会環境変化への対応
6. 自然災害・感染症等リスク対応／BCP(事業継続計画)の普及啓発

② 都市機能の高度化

2022年度事業の主な内容

1. 仙台の基盤となる都市機能の強化
2. 市内商店街の活性化によるにぎわい創出
3. 回遊都市を目指した環境整備
4. 新産業創出・活用
5. 関係機関と連携した各種インフラの整備・修繕等促進

地域力 + 都市力UP

③ 定住・交流・関係人口の拡大

2022年度事業の主な内容

1. 人材の地元定着/教育機関と連携した若者の能力活用
2. 観光需要の喚起と受け入れ環境整備
3. 仙台空港の利活用促進
4. 地域資源やイベントを生かした域内観光の促進
5. プロスポーツの活用
6. 国際交流都市としての機能強化

組織力 + 発信力UP

④ 企業・地域・組織をつなぎ、支え、域内の基礎力をアップ

2022年度事業の主な内容

1. 要望・提言
2. 地域企業の経営力強化
3. 感染症対策と社会経済活動の両立
4. 交流・人脈形成
5. 多様な意見を取り入れた組織運営と会員組織力の強化
6. 役員・議員改選(次期2022年11月～2025年10月)への対応
7. 会員企業の事業利用率・満足度向上/福利厚生支援・経営リスクへの備え
8. 情報発信力強化

次のページでは、当所事業を活用いただいている事業所の声をご紹介します。

特集

仙台商工会議所 2022年度 事業計画

～ 再生、そして未来へとつながる力強い一歩 ～

当所「第5期中期ビジョン(2022-2026年度)」の1年目にあたる本年度は、**感染防止と社会経済活動の両立によるコロナ禍からの地域経済再生が最優先**となります。そのため、仙台商工会議所としては、感染拡大の波間にあつてもたゆまぬ努力を続ける**地域企業の支援を第一**とした上で、**感染症との共存を念頭に置いた街のにぎわい創出と、ヒトモノの交流促進を図っていきます。**

企業支援にあつては、関係機関と連携しながら、仙台商工会議所の強みである伴走型支援によって**経営安定化を図り、ピンチをチャンスに変える新たなチャレンジやイノベーションに臨むための基礎づくりをサポート**していきます。加えて、**地域経済の持続的発展に寄与する事業承継、ならびに新たな担い手となる創業者の支援**も引き続き行うとともに、**会社を支える人材の育成・定着、多様な人材が活躍できる環境づくり**を、企業・大学等と連携しながら進めていきます。

また、企業は、自社の成長に向けた生産性向上を図る上でも、社会的責任を果たす上でも、数多くの課題解決に臨まなければならない状況に置かれています。SDGsやカーボンニュートラル、デジタル化、働き方改革などをはじめ、多岐にわたるこうした諸課題は、今や、その取り組みの有無が、国内外におけるビジネス上の取引条件として非常に重要視されるものとなっていることから、**商工会議所としても、企業のビジネスチャンス創出のため、さまざまな経営・社会環境変化に関するタイムリーな情報**

をしっかりと発信し、各企業の対応を後押ししていきます。

地域再生に向けては、感染拡大の状況を見極めつつ、コロナ禍において停滞した交流をさまざまな面で活発化させていくことが重要となります。そのため、**中心部における各エリアの再開発やにぎわい創出、市内各商店街の活性化といった、まちづくり関連の動きに対し積極的に関わっていく**とともに、**次年度(2023年度)に予定されている東北学院大学五橋キャンパスの開校、次世代放射光施設の運用開始**さらには、その先を見据えた、市庁舎の建て替えや音楽ホール建設等、**各種プロジェクトの効果**が、十分に**仙台の都市機能向上につながるものとなるよう、経済界の声を継続して集約・発信して**いきます。

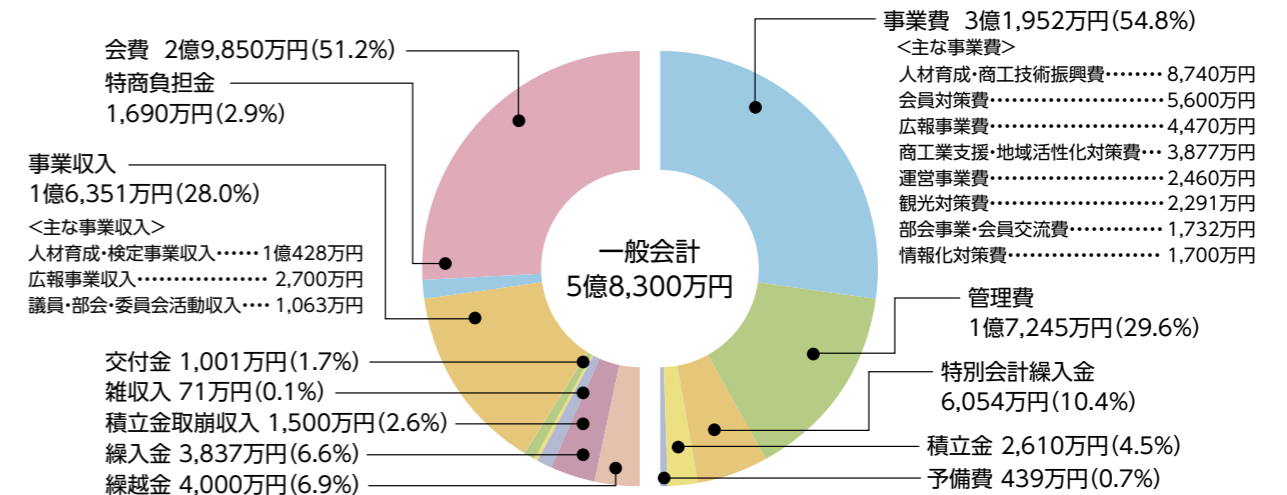
観光面においては、新型コロナウイルス感染症の収束状況により、世界的な観光客誘致競争に入っていくことが予想されます。そこで、**地域資源やイベント等を改めて見つめ直し、東日本大震災以降築いてきた絆により、国内需要やインバウンドの回復に向けて、オール東北の 프로모ーションを着実に**行っていく予定です。

本年度は、**当所3年に一度の役員・議員の改選期**にあたります。9000会員を超える地域総合経済団体として組織基盤をより一層強固なものとするともに、仙台が、これからも東北経済をけん引し、挑戦を続け持続的に発展していく都市となるよう、仙台商工会議所は2022年度事業に全力で取り組んでいきます。

収入の部

【2022年度 一般会計予算構成】

支出の部



交流会（伊達トーク）

さまざまなテーマで話題を提供する講話と交流をセットにした「伊達トーク」など、異業種交流を中心に、会員相互の交流をサポートしています。



（株）タカインフォテック 仙台商事業所
東北ソリューションサービス事業部
しば やま あつし

柴山 淳志氏



「事業内容」
システム開発やインフラシステムの運用構築、人材派遣などにより、企業のビジネスをICTの側面から支援するITサービス企業「プロフェッショナル集団」。

まず異業種の方々と出会うこと。その「初めの二歩」として活用。

私が参加した伊達トークは、コロナ禍ということもあり、全てオンラインでの開催でした。初めは「直接、お会いして話をしたい」という思いがありました。オンラインならではのメリットもありました。それは、参加者を2人1組の組み合わせにした個別交流の時間で、必ず全員と会話ができたことです。直接お会いする交流会で全員と話すのは至難の業ですが、伊達トークでは交流の時間が決まっているので、「関係づくりの最初の一步を踏み出すきっかけを作ろう」と目標を定めて参加していました。その結果、参加後に改めてアポイントをとり、30社ほどの方々と再会することができました。これから時間をかけて、さらに関係を深めていくことができれば良いと考えています。

康な体のつくり方」をテーマにした回や、「仙台89ERS」が地域貢献活動にも熱心であることを知ることができた回などは印象に残っています。その中でも、「プレスリリース」をテーマにした回で河北新報社の方の講話の中で教えていただいたプレスリリース作成のポイントは、お客さまへの提案時を含めた自社の情報発信に役立っています。商工会議所の交流会には、すぐに売り上げに結びつけるということではなく、関係構築のきっかけをつかむための機会と捉えて、気軽に参加することが良いと思います。私は以前、他団体主催の交流会に参加したこともありますが、費用が高額だったり、経営者でなければ参加できないなど、ハードルの高さを感じました。商工会議所の交流会は、会員であれば誰でも参加できますし、職員の方も親切にサポートしてくれるので、緊張もしません。特に、異業種つながりを求めている会員企業の方には参加をお勧めしたいですね。

仙台商工会議所では、会員企業のコロナ禍からの再生に向けて本年度も経営支援をはじめとした各種事業を積極的に展開していきます。

販路開拓支援

事前マッチング型の商談会「伊達な商談会」や、自社商品PRの場を提供する「合同プレス発表会」などを通じて、販路開拓をサポートしています。



（株）グリーディー
代表取締役
はま だ りか

浜出 理加氏



「事業内容」
アロマセラピー商品の製造・販売を通じて、人・事業・地域の課題に取り組み、宮城県内の企業とのコラボ商品やOEM商品を提供。東北、特に東日本大震災の被災地の素材を使った商品開発も手がける。

経験を積み重ねることが、良い結果につながる秘訣。

私たちは店舗をもたないビジネスモデルで、創業当初は宮城県内で商品の営業をしていたのですが、なかなか結果に結びつきませんでした。そこで、商工会議所を通じてバイヤーに直接アプローチできる「伊達な商談会」に参加することにしました。伊達な商談会の一番の特徴は、地元百貨店のOBの専属コーディネーターや商工会議所の経営支援員の方からフィードバックしてもらい、率直なアドバイスをいただきながら、ターゲット層を明確にして価格設定を見直したり、パッケージデザインを変えるなど、商品をブラッシュアップしていただけることです。その結果、商談会には初めての参加でしたが、複数の企業との成約に結び付けることができました。購入いただいたお客さまからの評判も良く、プロである第三者の意見は貴重であると実感しましたし、弊社には女性スタッフのみの会社なので、男性目線の意見をうかがえたのも良い収穫でした。また、メディアの方々へ自社の新商品・新

サービスを提供する「合同プレス発表会」にも参加しました。理由は、複数の企業で行う方が、注目度が高いと思ったからです。実際、開催から少し時間を置いて取材の申し込みをいただいたり、新聞などで記事にいただいたりもできました。そのときに知り合ったメディアの方々は現在でも良い関係性が続いており、記者の方に直接プレスリリースなどをメールでお送りし、その後、正式に取材をしていただくといった流れを構築することもできました。このようなことから、行動してすぐに結果が出なくても、出会った方々との関係が広がったことが、商工会議所の販路開拓事業を活用して最も良かった点だと思えます。実は先日、合同プレス発表会で得たノウハウを生かして、弊社独自のプレス発表会を行うことができました。これもプレスリリースの書き方を教えていただいたり、プレゼンテーションを経験させていただいた、たまものであると感謝しています。