

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	裾野市商工会 (法人番号) 3080105000595
実施期間	平成31年4月1日～平成36年3月31日
目標	<p>裾野市の基本計画での課題である定住人口を増加させる為には、地域産業の活性化を図る必要がある。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 小規模事業者のが自社の状況・地域の状況・経済の状況を把握し、自社の強みを活かすことにより、継続的発展が出来るよう伴走型の支援を行う。 2. 事業承継支援・創業者支援を強化し、廃業者の食い止めと新規産業の創出を目指す。 3. 地域ブランドの商品力アップと新規開発を行い、商談会・物産展への出展積極的に行い、関係団体と連携し稼ぐ力を見につけ地域活性化を目指す。
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域経済動向調査に関すること 小規模企業景気動向調査を基に市内の景気動向を調査する（年2回）。毎月巡回により地域内事業承継調査を実施する。 2. 経営状況の分析に関すること 巡回指導や確定申告等によるデータを基に、ローカルベンチマークやSWOT分析を利用して自社分析を実施する。 3. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定の重要性を巡回指導において周知し、事業計画策定セミナーと専門家による個別相談会の実施をする。また、地域経済の活性化の為創業者の掘り起しを行うため創業セミナーを開催する。 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画がスムーズに進行するよう、日本政策金融公庫の制度や金融機関の新制度を積極的に利用し、事業者の継続的な発展のため、経営革新や補助金制度の利用を促す。創業者には、開業後の各種指導を始めとするフォローアップを定期的に行う。 5. 需要動向調査に関すること 需要動向を調査するため、新商品開発等を予定している事業者が顧客ニーズを調査できるよう支援する。裾野市消費動向調査を実施し、専門家の意見を伺いながらデータの取りまとめを行い小規模事業者にフィードバックを行う。すそのブランド認定品について商品力アップ・新規開発のためにアンケート調査を行い、活用をする。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 地域ブランド事業について、地域資源の利用促進と新商品開発、販路開拓の為、商工会主催の産業祭において商談会を開催する。また、物産展・展示会に積極的に出展を行う。 <p>II. 地域経済の活性化に資する取組み 関連団体との連携により、花を活かした連携事業を開催する。また、土産物の開発を他業種で連携して開発し活性化を図る。</p>
連絡先	<p>裾野市商工会 〒410-1102 静岡県裾野市深良451 電話 055-992-0057 FAX 055-993-8833 E-mail: susono@lilac.ocn.ne.jp URL: http://www.susonoshi-sci.com</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現状

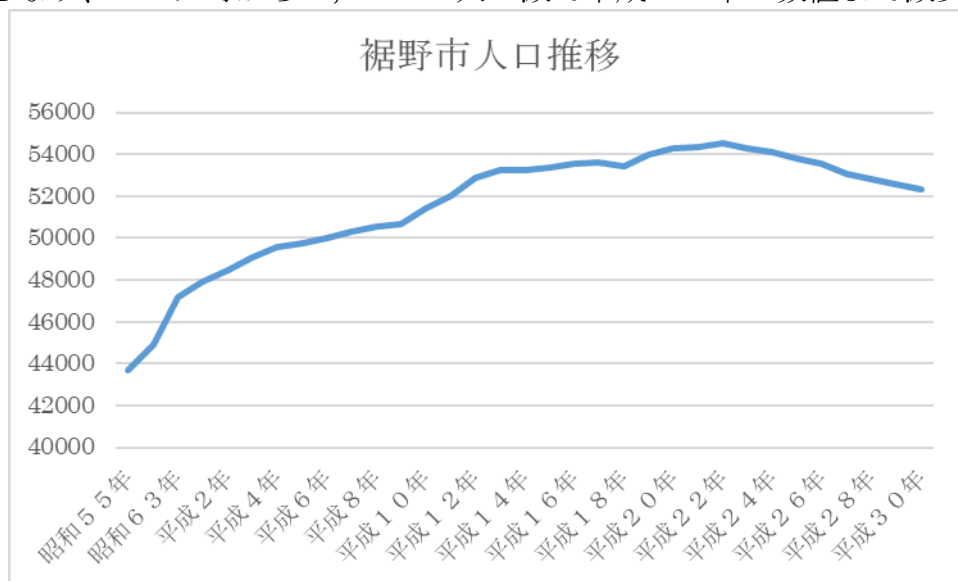
(市の位置と特徴)

裾野市は静岡県の東、富士山の麓に広がり、東側は神奈川県箱根町に隣接し、西側には愛鷹連山があり自然豊かな街である。首都東京まで東名高速裾野ICから約100Km、東海道新幹線三島駅まで約20分、三島から東京までこだまで1時間弱という立地である。このため、大手企業の工場や研究所、研修施設があり、それらを取り巻く下請け企業も多く、工業が盛んな地域である。



(人口の推移)

裾野市が市制となった昭和46年当時の人口は約32,000人であった。ピーク時の平成22年の54,561人(裾野市市民課 年別・地区別住民登録人口より)までは増え続けていたが、以後は凸凹をしながら平成30年が52,332人(上と同)となり、ピーク時から2,200人の減で平成11年の数値まで減少をしている。



高齢化率は平成30年度静岡県高齢者福祉行政の基礎調査から見ると県平均が28.7%となっているが裾野市は25.3%と県平均よりは低い、平成20年度の17.3%から8%以上の上昇率で急速に高齢化が進んでいる。

(地区内商工業者数について)

地区内商工業者数は、平成19年度末の事業所数は1431事業所であったが、平成29年度末は1319事業所と112事業所の減少となっている。小規模事業者数については平成19年度末の1101事業所から平成29年度末は1104事業所に3事業所の微増となっている。業種別では、小売業が一番多く、次に製造業である。10年前と比較すると製造業が2%減り、サービス業が2%増えた。今後もこの流れは続くものと思われる。

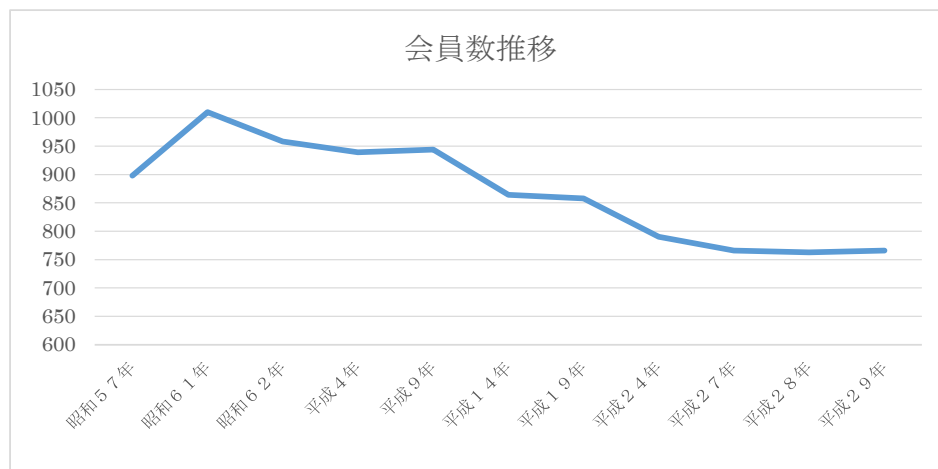
「地区内商工業者数と小規模事業者数」

	平成19年度末	構 成 比	平成29年度末	構 成 比
建設業	208	14.5%	195	15.0%
製造業	269	18.8%	221	16.8%
卸売業	62	4.3%	63	4.8%
小売業	444	31.0%	402	30.4%
飲食・宿泊業	145	10.1%	129	9.9%
サービス業	213	14.8%	220	16.4%
その他	90	6.3%	89	6.8%
合 計	1431		1319	112減
小規模事業者数	1101		1104	3増

(会員数・会員内訳について)

当会の平成29年度末の会員数は766名。昭和62年度末の1010名をピークに10年前の平成19年度末から現在まで約92名、12%の減少となっている。現在、減少理由で一番多いのは、廃業での脱会となっている。会員内訳では、10年前から比べると製造業と小売業が大きく数を減らしているが、サービス業については10年前より唯一増加している。組織別では10年前から大きく変わらず個人事業が約6割、法人企業が約4割となっているが、法人企業の割合が多くなってきている。資本金の要件が緩和されたことにより株式会社の設立が増えていることが要因ではないかと思われる。

地区内商工業者数と比較すると製造業・小売業の減少とサービス業の増加については、同じ流れをしている。製造業・小売業の減少は特に大きく動いている。製造業の減少はこれまで工業都市として発展してきた裾野市の産業構造の変化であり、小売業の減少は地域経済の変化である。今後の施策を検討するうえで重要であり、減少している半数以上が廃業によるものであるため、廃業を防ぐ対策や事業承継に対する対応が必要になっている。



「会員内訳」

区分		建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食宿泊業	サービス業	その他	定款の会員	合計
(平成19年)										
合計		171	175	28	188	93	157	40	6	858
規模別内訳	0人	23	12	4	7	31	40	6		123
	1～2人	29	23	9	33	32	59	4		189
	3～5人	82	60	7	124	21	32	2		328
	6～20人	33	44	3	13	9	16	14		132
	21人以上	4	36	5	11	0	10	14		80
組織別	個人	120	80	8	121	76	110	12		527
	法人	51	95	20	67	17	47	28		325
(平成29年)										
合計		161	127	28	148	81	173	41	7	766
規模別内訳	0人	24	1	3	1	22	52	6		109
	1～2人	24	4	10	3	29	54	3		127
	3～5人	72	47	7	117	21	33	2		299
	6～20人	34	42	3	13	9	19	14		134
	21人以上	7	33	5	14	0	15	16		90
組織別	個人	110	57	8	86	65	115	12		453
	法人	51	70	20	62	16	58	29		306

(本会の特徴)

本会では、商工会の基本事業である金融・税務・労務と青色申告会や法人会といった委託団体を多く抱えている。近年では、会員内訳でも示している通り建設業の事業所が多く存在するため、労務の比重が大きくなっている。近年の特徴としては、平成20年度から市内の特産品の掘り起しとPRを目的にすそのブランド認定事業を実施し、平成30年度までに食品を中心に37品目の認定を行い、市内観光施設やふるさと納税などで好評である。平成23年度には小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業を利用して「すその花の駅構想」を策定した。また、平成24年より市と連携し裾野市の定住人口の増加と地域活性化を図るために市内施工業者を利用し、住宅の新築・耐震工事に対し助成を行う裾野市住宅建設等促進事業を実施し、商工会・会員企業・一般市民を繋げる大きな事業として定着している。

今後も引き続き、地域総合経済団体として、各機関と連携をして小規模事業者の発展のため寄り添いながら伴走型支援を実施していく。

②課題

裾野市の人口は、これまで増加を続けていたが、平成22年の国勢調査以降横ばいを続け、減少局面に差し掛かっている。平成28年に掲げた第4次裾野市総合計画後期基本計画では地域の課題であると認識し、今後も持続可能な地域社会を形成していくために、市民の日常生活における利便性の確保と働く場の確保に向けた産業の活性化が必要と提言している。

当商工会として認識する管内の課題

- ①管内人口が減少傾向にあり、県内では高齢化率が低いものの高齢化が進んでいる。これに関連し、小規模事業者の高齢化による廃業が進んでいる。
- ②商店街や地域商業・飲食業の低迷。
- ③技術を持った職人・従業員の減少（高齢化による）。
- ④裾野市においては、観光産業に対する比重が大きくなっている。更なる発展を図るために地域資源の発掘とその利用方法を検討する必要がある。
- ⑤観光産業だけでなく、他業種による富士山の活用を探る必要がある。

(2) 小規模事業者の中長期的な振興の在り方

第4次裾野市総合計画後期基本計画では、最近の人口減少や後継者難、廃業を踏まえ、次の5つの施策を産業経済分野の柱として掲げている。

※第4次裾野市総合計画後期基本計画（計画期間：平成28年度から32年度）

- i 商工業の振興・・・・・・・・人口減少傾向にある中で、特性に応じた地域産業の活性化を図り、市民がいきいき暮らし、働くことができる地域づくりを目指す。
- ii 活力ある産業基盤づくり・・・・大手企業の立地維持を図りながら、企業・事業所や生活関連サービスの活性化を支援し、「稼ぐ力」

を構築し、地域経済の好循環の実現を目指す。

iii 農林業の振興・・・・・・・・・・生産者の高齢化という課題があるが、生産性向上の余地が残されている分野である。新たな担い手への支援や環境整備を進め、意欲ある生産者に対し収益性の高い農業経営を実現し、地域資源を活用した農業収益力のある地域づくりを目指す。林業においては、木材の有効活用を促進する。

iv 観光産業の振興・・・・・・・・・・様々の産業の支えによって成り立つ観光産業は、宿泊業・飲食業といった観光産業だけでなく地域産業全体の活性化に寄与する。魅力ある観光資源を発掘・創出し、磨きをかけて効果的な情報発信を行うことにより観光交流人口を増やし、地域産業を活性化させる。

v 地域資源磨き・魅力発信の推進・・・・富士山を始めとする豊かな自然環境に恵まれた地勢を効果的に情報発信して、知名度・認知度を高め、定住人口・交流人口が増加する、魅力的で市民満足度の高い地域づくりを目指す。

・裾野市商工会の役割

裾野市商工会では、裾野市の第4次裾野市総合計画後期基本計画の総括部分で課題としている「人口減少」について全体の課題として取り組み、その中で平成24年から裾野市住宅建設等促進事業に取組み裾野市外から多数の定住者を得ることが出来た。今後も積極的に進め人口の増加に努める。

第4次裾野市総合計画後期基本計画の産業経済分野での課題としてはテーマである「今ある魅力と資源を再発見し、未来へつなげるすその」を実現する為には市内小規模事業者の活性化が必須となると考える。市内小規模事業者は事業主の高齢化や後継者がいないことによる廃業が多くなっている為、廃業を未然に防ぐ上で小規模事業者に対し事業承継を円滑に進める対策を実施する。また、新たな産業の創出の為、創業予定者に対し講習会などを実施し支援をする。そして、基本計画においても重点としている観光産業の活性化においては、裾野市商工会が平成23年度小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業を利用して策定した「すその花の駅構想」(裾野地域のブランド確立及び新たな観光産業創出のため、地域住民・地元行政・農協等関連機関と連携し、市の花である「アンタカツツジ」を筆頭に市内での花々とそのイベントを活用し、最終目標として富士山が日本一美しい街裾野市をアピールできる場所である「すその花の駅」を設置することを念頭に置いた構想である。)を念頭に、平成20年度から実施しているすそのブランド認定事業の強化を図る。これまで以上に稼ぐ力を付ける為、既存商品の商品力アップと新規開発を行い、販売面においても商品のブランディングを図りながら、関係団体と協力

してみどりまつりや菜の花・コスモス祭りでの販売、当商工会産業祭での物産展を実施して基礎体力を付け、市外への販売に向けて流れを作るなどの支援を充実させる。

裾野市商工会における小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方は、こうした取組を進めることで、小規模事業者の経営力強化に向けた支援を進め、経営革新計画の策定などを積極的に推進し、事業承継支援による産業の継続・創業支援による新規産業の創出によって地域産業の活性化を図っていくこととする。また、地域資源を活用し地域ブランドの開発行い、関係団体と連携しイベントを活用して、開発商品の販促をしていくことで稼ぐ力を構築し、地域経済活性化を図る。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記の小規模事業振興の在り方を踏まえ、以下のとおり経営発達支援計画の目標を定める。

1. 裾野市では平成22年度からの人口減少傾向に対処する為、平成27年度に裾野市人口ビジョンを示し、世代間バランスを重視した政策、地域づくりを薦め、暮らす方々が住み続けたいと思える街づくりに取り組む事とした。定住人口の増加を図るために、商工会が担う事として地域産業の活性化が必須である。その対策として小規模事業者の経営力向上を図る必要があり、これまでの経営改善普及事業と合わせて、経営状況の把握・分析を強化し、事業計画を策定することにより基盤強化を図り、更には経営革新計画の策定や各種補助金申請などの対策をしていく。
2. 地域産業の活性化を図るための対策として、もう一つが廃業者の食い止めが急務である。その為の対策として事業承継の円滑な遂行により回避する。また、創業者を増やしていくことも活性化の一翼であるため、若年者はもちろん、定年後の技術を持った方々に創業を促すための対策を取る。
3. 裾野市は世界遺産富士山のふもとにある観光の町でもある。観光客を増加させ、観光客の購買意欲を掻き立てるため、地域資源を活用したすそのブランド認定品の商品力の向上を図る必要がある。そこで、フェスタすその・すその地域特産品商談会（仮称）を開催し、バイヤーや消費者の意見を伺い、商品力の向上・新商品開発・販路開拓をする。

(4) 計画の目標達成に向けた方針

上記の計画の目標を達成するため、以下の事業を実施する。

1. (3) - 1 の対策として、小規模事業者の経営力向上に対する巡回指導を強化し小規模企業景気動向調査の情報提供による経済の現状把握・ローカルベンチマークやSWOT分析等を利用した経営状況の現状把握を行い、事業計画策定を支援する。そして、経営革新計画の策定・各種補助金の申請を支援することにより、小規模事業者の経営力を向上させる。

2. (3) - 2の対策として、事業承継ヒアリングシートの活用による実態把握・事業承継講習会の実施、中小企業診断士や税理士の専門家派遣を積極的に行い、事業者にあったタイミングでの事業承継の実施や第3者への事業承継を提案することにより廃業者の減少を図る。創業・第2創業者の増加の為、創業セミナーを実施し、経営指導員による支援・専門家派遣による支援を行う。

3. (3) - 3の対策として、地域の特産品について再調査を行い、商品の開発・販売について支援を行う。既存商品についてはブランド力の向上を図る。また、新商品の開発に向けた支援を行う。それら商品の販路開拓支援の為、フェスタすその・すその地域特産品商談会を開催する。そして、関係団体と連携しイベントへの出展支援や物産展への出展支援を行い、観光客の増加・稼ぐ力の向上を図る。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成31年4月1日～平成36年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

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【指針③】

(1) 現状と課題

これまで経営指導員を中心に経営改善普及のための巡回指導を実施してきたが、従来の税務・労務・金融関係を中心として事業の管理面に関することが多く、その中で全国連が実施する中小企業景況調査・小規模企業景気動向調査や県連が実施する小規模企業景気動向調査での情報提供については実施していたが、定期的な情報提供や個々での対応については積極的には行っていなかった。特に地域内の経済動向については定期的に市内の経済状況を示す指標が乏しく、経営指導員が肌身で感じている融資状況や設備投資の状況を説明するのみであった。今後は、資料として事業者に対し配布、また創業や事業承継での相談に於いての提供資料として活用していく必要がある。

(2) 事業内容

全国連と県連が毎月発行している小規模企業景気動向調査（※1）を基本データとし、半年に一度県連版の小規模企業景気動向調査をベースに独自調査を追加したヒアリング調査を実施し、結果をホームページで公表し、巡回指導時に配布する。また、廃業を未然に防ぎ、事業承継アンケートを実施する。

※1：全国連版と県連版があり、全国連版は毎月全国300商工会の経営指導員によるアンケート方式。県連版は静岡県内全商工会の経営指導員によるアンケート方式。調査項目は、製造業、建設業、(卸売業)、小売業、サービス業に対し、質問項目は業況、売上、仕入単価、採算、資金繰りに対し、好転・増加・上昇・悪化・減少・低下等を「好転・増加・上昇」とする数値からそれぞれ「悪化・減少・低下」とする数値を引いた値

①裾野市商工会小規模企業景気動向調査

(詳細版年2回公表、1～6月分…7月公表・7～12月分…1月公表、概略版月1回公表)

・調査対象：詳細版…管内小規模事業者50社（製造業・建設業・卸売業・小売業・サービス業各10社）

概略版…その月の巡回・窓口指導者

・調査項目：詳細版…県連版小規模企業景気動向調査の調査票をベースとし、製造業・建設業・卸売業・小売業・サービス業の売上高・採算・資金繰り・業況D I ごとに分析を行う。また、独自データと

して売上高の実数、客数の増減、客単価の増減、設備投資の有無、新規雇用の有無を織り込む。

概略版…全国連・県連の調査結果を集約し、月の巡回・窓口指導者の中から製造業・建設業・卸売業・小売業・サービス業について融資実行状況・設備投資状況・雇用状況を追加調査。

- ・調査方法：調査票を巡回時に配布し、記入をお願いする。
- ・分析手法：経営指導員が専門家と相談を行い分析し、業種ごとの景況感を判断し、数値だけでなく、例えばこのようなものが売れていますなどのコメントを付け、経営計画の判断材料とする。

②地域内事業承継調査（四半期に一度）

- ・調査対象：管内小規模事業者 36社（3社×指導員3名×4）
- ・調査項目：事業承継ヒアリングシート（静岡県事業承継ネットワーク事務局作成。経営者の年齢、業種、従業員数、売上高、後継者候補がいるか、後継者候補に教育や人脈・技術などの引継ぎ準備をしているか、事業承継について相談する先があるか、またそれはどこかなど11個のヒアリングによるもの）を参考に、経営者の年齢、後継者の有無、後継者への引継ぎ状況を調査する。コメント欄を多くとり、些細な点でも問題がある場合は記載してもらい、対策を打つための参考とする。
- ・調査方法：調査票を巡回時に配布し、記入をお願いする。

(3) 成果の活用

- ・収集、分析したデータは、ホームページに掲載、また経営指導員等が巡回をする際に提供資料とする。
- ・事業承継ヒアリングシートから得たデータは、静岡県事業引継ぎセンターと連携し、相談や専門家派遣を行う為の資料とする。

(4) 目標

支援内容	現行	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
小規模企業景気動向調査 データ集約・HP公開回数	未実施	12	12	12	12	12
小規模企業景気動向調査（独自）調査事業所数	未実施	100	100	100	100	100
小規模企業景気動向調査（独自）データ収集・HP公開回数	未実施	2	2	2	2	2
地域内事業承継調査事業所数	未実施	36	36	36	36	36
地域内事業承継調査資料公開回数	未実施	4	4	4	4	4

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(1) 現状と課題

これまでの当会における経営状況の分析については確定申告書から見た売上推移と損益状況が中心であり、かつ経営者との面談で聞き取ることのできる取引状況と経営者の感覚的状況を確認していたにすぎず、分析の基となる指標が皆無の状況であり、経営改善に結びつける資料整備も行っていなかった。また、決算指導で得た資料も担当職員での管理となっていて共有がなされていなかった。これはこれまで決算指導や金融指導における経営管理面の指導に目が行っており、生産性や収益性追求の支援という意識がなかったものと思われる。事業者側からも商工会に対し求められることが皆無であった。しかし、近年の経営革新や持続化補助金などより踏み込んだ経営状況の分析が必須となっている。現状では、職員が一方的に分析をしている状況が多いが、事業者とともに分析を行い、計画書や申請書の作成ができるよう支援を行い、持続的発展を図る。

(2) 事業内容

- ①小規模事業者の中から特に新商品開発を検討している事業者・経営革新計画策定を予定している事業者（補助金申請予定者を含む）に対し、巡回訪問・確定申告指導・金融相談の際経営状況等を把握し、専門知識を有する中小企業診断士と連携し、経営分析を行う。分析結果は当該事業者にフィードバックして事業計画策定支援に活用する。

経営状況：経済産業省のローカルベンチマークを使用して売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等の分析を行う。

- ②更に、専門家派遣制度を利用してSWOT分析等の分析データを 基にした自社の経営資源や強み・弱み・機会・脅威、競合環境等を把握・分析し、事業計画に活かし、経営革新計画や補助金申請に活用する。

(3) 目標

支援内容	現行	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
巡回訪問 件数	0	72	72	72	72	72
経営分析 件数	0	72	72	72	72	72

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

(1) 現状と課題

これまでは経営管理的な面をポイント、ポイントで指導してきており、事業所のトータル的な支援が十分ではなかった。従って各事業所の経営計画については、聞き取り程度であり計画書として形にすることはなかった。しかし、企業の経営的発展を目指すうえで金融機関からの融資・経営革新計画の認定・新商品の開発など事業計画書の作成が重要となっている。

(2) 事業内容

まず事業計画策定の重要性を巡回指導で周知し、事業遂行の上で事業計画策定の重要性を説明する。2.において経営分析を行った事業者に対しては積極的に事業計画策定支援を行う。また経営課題をスムーズに解決するため、金融機関・中小企業診断士等の専門家と連携し、事業計画策定セミナーの開催。事業所数の増加を図るために、創業セミナーの開催。経営の安定を目指すために、第2創業・新商品開発のセミナーを開催する。

①掘り起こし

<目的>

現状、指導員の巡回指導・集中巡回において、パンフレットの配布等で事業計画策定について説明を行い、現状のサービス又は商品などについて売上状況・販促方法など聞き取りは行っていた。しかし、事業者を意識はあってもその先に踏み込むことはなかった。融資を受ける際やニーズが高まっている各種補助金申請時において事業計画策定が重要となっている為踏み込んだ指導をする。

<対象者>

地区内小規模事業者を対象とし、特に企業の発展に対し意欲的な小規模事業所。

<方法>

中小企業庁HPの経営計画作成アプリ「経営計画つくるくん」を利用して、指導員による説明とアプリを見ながら用語の説明・事例の説明を入れ、一緒に入力をする。入力されたデータを事業計画策定セミナー・個別相談会にて専門家の意見を取り入れ策定を行う。

②経営課題の解決

(目的)

経営上の課題について具体的な解決を図るためのセミナーや相談会を開催し、企業の発展を支援する。

(内容)

- ・事業計画策定セミナー、個別相談会（専門家派遣指導）

内 容：「事業計画策定とは」「事業計画策定の事例」「手法の紹介」

開催回数：年1回

対象者：通常巡回・集中巡回で必要と判断した事業所。掘り起こしを行った事業所。

※セミナーを受講の上、実際に策定を予定した事業所については、専門家による個別相談会で作成支援を行う。

(効果)

セミナーと個別相談会（専門家派遣指導）により、事業計画を策定し、企業の発展と更に経営革新申請や補助金申請へと導くことが出来る

③創業者・第2創業者の掘り起し

(目的)

廃業者の増加による事業者の減少に対応するため、また地域経済の活性化の為。

(内容)

若年者には、創業・第2創業に興味のある方は多く存在している。その方々を取り込む為、創業・第2創業セミナーを開催し創業に対する不安を取り除き、地域経済の活性化を図る。開催においては、行政と連携を取り店舗情報・創業施策の円滑な実施を進める。

(効果)

手薄であった創業者の支援が進められる。

④経営革新計画の掘り起し

(目的)

事業の活性化を引き出すため、事業者のやる気を引き出すため。

(内容)

経営革新セミナーを開催して、事業者に対し経営革新計画の策定による事業活動の活性化の重要性を周知し、やる気を見出す。

(効果)

経営革新セミナーについては、現状として策定にこぎつける事業者が出ており、策定までいかない場合も新商品の開発意欲などが出ることもあり効果が期待できる。

(3) 目標

支援内容	現行	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
事業計画策定・個別相談会回数	0	1	1	1	1	1
事業計画策定・個別相談会参加事業者数	0	10	10	10	10	10
事業計画策定数	0	10	10	10	10	10
創業セミナー回数	0	1	1	1	1	1
創業セミナー参加者数	0	15	15	15	15	15
創業計画策定数	0	5	5	5	5	5

経営革新講習会回数	1	1	1	1	1	1
経営革新講習会参加者数	15	15	15	15	20	20
経営革新計画策定数	0	3	3	3	5	5

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(1) 現状と課題

現状の事業計画策定は、補助金申請時・融資資料作成上でのものでフォローアップが十分とは言えなかった。

(2) 事業内容

現状として、事業計画策定後については、フォローアップを密に行い事業計画がスムーズに進むよう対応していく。修正・変更が生じた場合は検証をし、専門家や静岡県商工会連合会等と連携を行い支援を行う。また、次の手として経営革新や補助金の申請など事業者のやる気を引き出す支援も取り入れていく。

・事業計画策定後のフォローアップ

<目的>

事業計画策定後の事業者が継続的な発展が出来るよう巡回訪問を実施する。

<手法>

事業計画策定を行った事業者に対し、四半期に一度の巡回を実施し推進状況を確認する。国や県などの支援策の情報を提供し、必要な指導・施策を実施する。

i 販路開拓・新商品開発

積極的な活動が出来ているか確認をして、場合に応じてミラサポ、静岡県商工会連合会の専門家派遣制度を利用して専門家の派遣、小規模事業者持続化補助金などの補助金制度の活用、経営革新の申請などの支援を行う。

ii 金融支援

資金調達については、日本政策金融公庫「小規模事業者経営発達支援資金」や裾野金融同盟会との連携による裾野市の制度と各金融機関の新制度を積極的に活用し、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

iii 創業後の支援

当会においては新規創業後の支援は特に税務支援を中心に積極的に行っているが、今後は金融・労務、保険制度など分からないことの多い創業者について、指導員による個別フォローを中心に必要に応じて専門家による相談を実施し伴走型の支援を行う。

(3) (目標)

支援内容	現行	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
事業計画策定フォローアップ事業者数	0	10	10	10	10	10
創業計画策定フォローアップ事業者数	0	5	5	5	5	5
経営革新計画策定フォローアップ事業者数	0	3	3	3	5	5
専門家派遣件数	0	5	5	5	5	5

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(1) 現状と課題

現状、小規模事業者に対し、地域の需要を踏まえた対応は手薄であった。個々の事業者に対して聞き取りや財務諸表から把握している部分はあっても、消費者から見た点での需要予測はなされていなかった。そのため、需要と供給が乖離していたと思われる。商工会から課題を提示することにより消費者側に立った経営を事業者と一緒に取り組む必要がある。

(2) 事業内容

①事業者による顧客のニーズ調査

まず、新商品開発を検討している事業者・経営革新策定を検討している事業者や事業計画策定を予定している事業者（補助金申請予定者を含む）に対し顧客ニーズの把握の重要性を理解してもらう。商工会で調査票を作成し、調査票を事業者に配布し、自社顧客（特に自社顧客の中から来店間隔が空いている顧客）に対し調査を実施する。その調査票を経営指導員が持ち帰り、分析を行い、事業者にフィードバックすることにより、今後の販売戦略・新商品開発・新商品の取扱い・経営革新・事業計画策定に繋げる。

調査目的・・・自社の顧客ニーズの再確認。

対象者・・・自社顧客（来店間隔のあいている顧客に対しては、ネガティブな結果が出る可能性があり、改善点として重視したい）

調査方法・・・商工会で作成した調査票を基に顧客に対し店頭にて調査票に記入をお願いする。記入された調査票を経営指導員が持ち帰り、取りまとめを行い、事業者に対しフィードバックする。

調査項目・・・年代、性別、住所（地区まで）、交通手段、家族構成、来店の目的、購入したもの、品揃え、店舗について、サービスの満足度、自由記載。

効果・・・対話での把握ではなく、実際に自社の置かれている状況を見ることが出来る。これにより、出来るところから改善・充実を図り、売上アップや商売のやる気を引き出す。

②「すそのブランド認定品」による調査

裾野市商工会の地域ブランドである「すそのブランド認定品」に対してアンケート調査を行い、新商品開発・観光物産品開発・観光振興策に活用する（観光）。

調査目的・・・すそのブランドの品質の向上と新商品開発の参考にするため

対象者・・・すそのブランド認定品より、商品力アップを図る商品、新商品開発や経営革新計画の策定を予定している事業所の商品をフェスタすその内すそのブランド販売コーナーで購入された一般消費者、同会場内で開催するすそのブランド商談会へ来場されたバイヤーに実施。

調査方法・・・1日あたり50人×2日間（一般消費者）、来場バイヤー全員にアンケートを実施。

調査項目・・・（一般消費者向け）性別、年齢、外観、中身、味、パッケージ、値段、購買意欲、感想、意見。

（バイヤー向け）外観、中身、味、パッケージ、値段、感想、意見。

効果・・・二つの結果を基に専門家の意見を伺い、事業者にフィードバックを行う。次項6で実施をするブランド認定事業についての参考資料とする。

（3）目標

支援内容	現行	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
顧客のニーズ調査事業数	未実施	3	3	3	3	3
上記アンケート調査数	未実施	30	30	30	30	30
すそのブランドアンケート対象事業者数	未実施	37	40	40	42	42
すそのブランドアンケート回答数	未実施	120	120	120	120	120

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】

（1）現状と課題

小売業・卸売業・一部サービス業の販路開拓支援の一環として平成20年より、市内の特産品の掘り起しとPRを目的に地域ブランド認定事業を行っている。平成30年までに36品の認定を行っており、年々認定数は増えている。一部の商品は地域ブランドとして定着しているが、新たな販売先の掘り起しや販売方法の構築が、小規模事業者独自では情報不足やノウハウも乏しいことから取組が厳しいという課題がある。商工会としても観光部会を通じて市内観光施設でのイベントへの出店や売店での

販売や斡旋を行い、商業部会では大手食品販売店での販売や斡旋を行っているが、まだまだ道半ばといったところである。

そんな状況を脱却し売上の販売促進を図る為、商工会としては当会産業祭にて展示商談会を開催するとともに県連や全国連・金融機関・静岡県主催の展示会・商談会への参加を促す。又これまでのブランド認定事業を継続実施し、認定された商品等には認定証書の授与やカタログ・シール・のぼり旗を作成し、販売促進のため活用を促すと共に新たな特産品の開発を行い、バイヤー等の専門家との意見交換会を行い販路開拓の参考とする共に、積極的に展示会展覧を行い認知度の向上を図る。

観光業については、富士山が世界文化遺産に登録をされたことを契機に、観光客自体は増えている。観光客が市内に回遊し、いかにお金を使っていたか手段がまだまだ手薄である。今後、花の駅の設置がなされることを前提に、関係事業所との懇談会や観光資源PR等を観光協会と共同で行い更なる誘客増加を図る。

(2) 事業内容

- ① すそのブランド認定事業（裾野市、商工会役員等総勢18名を審査委員に各事業所の代表の方が商品のプレゼンと試食を行い5項目について点数により採点し、基準点以上を認定し、認定商品にはシールの貼付や認定品掲載カタログを作成し、産業祭での販売・PR）を開催し、ブランド化による販売促進と認知度の向上を図る。

産業祭（注1）にて新規登録商品の認定式を開催。新たな取り組みとして「フェスタすその・すそのブランド商談会」を開催しバイヤーとの商談会、来場されたバイヤーに商談会出品商品に対するアンケート（価格・味・サイズ・デザイン・材料等）を実施し、商品開発・販路開拓への参考とする。

- ② すそのブランド認定品の中で特に市外・県内・県外へ販路開拓を検討している商品について、を取り扱う事業所については、県連合会の販路開拓支援事業に参画、専門家等のアドバイスを受けながら商品や事業所の状況に合わせた展示会や物産展等に出展する。出展にあたっては、経営指導員が商品陳列や商談方法などの伴走型支援を行いしながら展示会等への出展を行い、事業者を登録し専門家からアドバイスを頂き、時に効果的な出展を行うことで実際にバイヤーを紹介して頂き、販路拡大に努める。（県連合会の販路開拓事業は、専門家による商品の目利きの結果、商品や事業所の状況に応じた展示会や物産展にすることで、B to B、B to Cなど適切な販路開拓の方向性についてアドバイスを受けることができる。本事業には27・28年と事業者が参加し、登録を行い、）販路開拓につながっている）。

- ③ 特産品等販路開拓支援事業に参画した事業者が扱うすそのブランド認定品について県連・全国連主催の物産展（アレモキッチンコレモストア・ニッポン全国物産展・県連単独物産展 注2）に小規模事業者に対し出店支援（書類作成の指導・販売の応援等）を行い、販路開拓を図る。

- ④ すそのブランド認定商品のPRと市内外の消費者への販路開拓の為、観光協会と連携を行い、市内イベント（注3）への事業所の出店取次等（裾野市内のイベントは会員加入が必須のため商工会として後押しをすることが支援となるため）を通じて観光関連業の売上向上を図る。

※注1：商工業の発展と、社会一般の福祉の増進に資する為に、毎年10月第4週の土日に裾野市との共催による産業祭の商業部門。来場者数1万2千人。商工会員による模擬店・展示（約40事業所）、青年部・女性部による特別イベント（近年においては季節柄ハロウィンを前面に打ち出した子供をターゲットとしたスタンプラリー・仮装コンテストを実施）を開催し市民の憩いのイベントである。

注2：アレモキッチンコレモストア：県連主催。平成27年から自社商品の全国発信を希望している商品の販路開拓に取り組む事業所に向けて静岡伊勢丹に設けられたアンテナショップ。平成29年度は211事業所が出展し、3300万円の売上。

ニッポン全国物産展：全国連主催。池袋サンシャインシティにおいて一般消費者に対する販路開拓支援を希望する商品を対象とした物産展。一般向けではあるが、流通関係者も多数来場する。3日間の期間中、13.5万人の来場があり、361社が出展、約1億円の売上。

静岡ごちそうマルシェ：県連主催。平成29年から西武池袋本店にて県内の商工会地域の中小・小規模事業者が経営革新等で開発した商品のPR・販売を行うことで、商品展開力・販売力向上の支援を目的とする。期間中45社が出展し、2800万円の売上。

注3：4月、菜の花まつり。裾野市主催。菜の花とパノラマロード沿いに咲く桜を広く市内外に紹介する為のイベント。来場者は2日間で5千人を想定しているが平成30年は悪天候で中止となった。出展事業所は約15店舗。

5月、五竜みどりまつり。裾野市主催。市民の憩いの場となっている中央公園内において、市民の皆様に緑の大切さを理解していただき、緑を愛し守り育てる意識の向上の高めるとともに市内の観光物産を広く市民に紹介する。来場者は2日間で8千人を想定している。出展事業所は約15店舗。

8月、すその夏まつり。裾野市夏まつり実行委員会主催。裾野市民あげてのコミュニティ活動の場として、真夏のひとときを楽しく思い出多い日とする。裾野市の魅力を積極的に発信PRし、観光振興を図る。来場者は約4万人。出展事業所は市内事業所を中心に約25店舗と露天商。

9月、コスモスまつり。裾野市主催。コスモス畑を広く市内外に紹介し来場者へのおもてなしを通じ、霊峰富士を仰ぐパノラマロード周辺地域の振興を図る。来場者は2日間で5千人を想定。出展事業所は約15店舗。

(3) 目標

項目	現行	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
フェスタすその・すその地域特産品商談会 出展者数	0	15	20	20	25	25
フェスタすその・すその地域特産品商談会 商談成立件数/社	0	1	1	1	2	2
フェスタすそのでの バイヤー来場者数	0	5	10	10	10	10
商談件数	0	10	20	20	25	25
新規開発商品による 地域ブランド認定商品数	0	0	1	1	2	2
すそのブランドを含む 地域ブランド総登録数	37	37	40	40	40	40
販路開拓支援事業登録 事業所数	4	5	6	6	6	6
物産展・展示会出展数	5	5	20	20	25	25
物産展・展示会売上額 (1社当たり)	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
観光協会等イベント 出店斡旋数	4	5	5	7	7	8
観光協会等イベント 売上高/社	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000

II. 地域経済の活性化に資する取り組み

7. 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

現在、裾野市内では菜の花・さくら・サンパチェンス・コスモス・そば等の花をメインにしたイベントが盛んにおこなわれている。裾野市観光協会や市内の観光施設、JA南駿が個々に開催している。前記の通り当会では、花の駅構想を取り纏め今後の花の駅構想を実現向かって進むうえでこれら団体と商工会が連携することが必要である。「花」を売りにして、商工会としては大手会員企業と連携をして、企業の玄関や工

場内に花を植えて花の町をPRする、裾野市の花「アシタカツツジ」を市内外にPRするとともに植栽をしていく、その花を使った特産品の開発をするなどを今後検討をして、地域の活性化の取り組みをしていきたい。なお、それらの取り組みについての検討は、裾野市・裾野市商工会・裾野市観光協会・JAなんすん・観光施設等で組織する裾野市観光連携会議（仮称）で行う。

裾野市商工会としては、裾野市との共催であるフェスタすそのを毎年10月の第4週に開催している。消費生活展の同時開催などの市との連携ブース、青年部・女性部ブースでの県立裾野高校・不二聖心女子学院との連携を行っている。また、会員企業の出展ブースは毎年盛況である。前記の通り、経営発達支援計画の中では、新たに「フェスタすその・すその地域特産品商談会」を開催し、これに合わせてブランド認定品の販売を強化する。また、花を意識した内容として花のイベントの一つとすることにより、地域の活性化につなげる。

（2）事業内容

商工会・行政・裾野市観光協会・JAなんすん・観光施設と連携をして、事業展開を行う。また、会議を開催し情報の共有を行う。

①すその花いっぱいウィークの開催

裾野市・裾野市商工会・裾野市観光協会・JAなんすん・観光施設等で組織する裾野市観光連携会議（仮称）を開催して、イベントの連携について調整をする。平日は、市内各所で花の植栽を展示する。特に、市内の大手企業には玄関等の植栽の協力を依頼する。その他事業者には、各事業所内で植栽をお願いしコンテストを開催する。週末には、観光施設でイベントを開催する。

②花をPRする地域ブランド認定品の開発

裾野市の花として指定されている「アシタカツツジ」であるが、標高の高い所で咲く花の為場所が限られている。このアシタカツツジをもっと広めるために商工会として何が出来るのかと考えた場合、食品に限定しない土産物の商品開発がある。また、（1）のすその花いっぱいウィークでしか購入することが出来ない花をイメージした商品の開発を行う。

③フェスタすそのでの連携強化

当商工会のフェスタすそのにおいては市・高校の連携強化、すそのブランドを含む地域ブランド認定の販売強化、裾野市観光連携会議構成団体と連携をしてすその花いっぱいウィークのイベントの一つとしてブース内で各団体のイベントPRを開催する。

（3）目標

項目	現行	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
裾野市観光連携会議（仮称）開催回数	0	0	2	2	2	2
すその花いっぱいウィーク開催	0	0	2	2	2	2
すその地域特産品推進会議	2	2	2	2	2	2
連携イベント開催数	6	6	6	6	6	6
来場者数	25,000	25,000	30,000	30,000	35,000	35,000
すその地域特産品売上金額	50万	50万	50万	100万	150万	200万

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

（1）現状と課題

現状、金融機関との連携については半期に一度裾野金融同盟会との情報交換会を実施しており、市内の融資あっせんの状況等を互いに共有している。また、実務上の情報交換については税理士・労務士・金融機関といった他の支援機関との風通しは良い関係を築いている。関連団体においては、各団体に商工会の役員が役職を以って参加しているが一堂に集まって情報交換の実施はしていない為、今後は連携強化の為情報交換会を実施する。職員同士の連携については、地区連単位の会議・講習会に積極的に参加し他会の優れた部分を取り入れている。

（2）事業内容

①富士駿東地区商工会連絡協議会経営支援会議（年2回）・指導員指導職員部会（年1回）・女子職員部会（年1回）

支援力向上に向けて、近隣商工会職員の研修会・情報交換会を実施。税理士や中小企業診断士の先生による研修会や各地区の支援事例についての情報交換を行う。

②裾野市商工会各種団体連絡協議会との情報交換会

裾野市商工会と委託団体契約を結んでいる（公社）沼津法人会裾野支部、裾野青色申告会、沼津食品衛生協会裾野支部など10団体と裾野市観光協会などの関連6団体と半期に一度経営指導員との情報交換会（各団体の現状報告・裾野市の現状報告・裾野市商工会への要望等）を実施する。

③裾野金融同盟会との情報交換会

裾野市内にある静岡銀行裾野支店、三島信用金庫裾野支店等が属する裾野金融同盟会と市内の融資状況や経営革新等の支援状況について、半期に一度経営指導員との情報交換会を開催する。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

まず、経営指導員が巡回指導・講演会の開催・研修会の参加など経営指導員としての業務を遂行できていない為、ネックとなっている委託団体業務を外し、関連部会と窓口指導業務を中心とすることが必要と考える。合わせて委託団体については指導員以外の業務にも支障をきたすため委託自体の見直しも図り、商工会事業に専念し、会員指導の充実を図る。

経営指導員自身の資質向上については、県連主催の研修会参加に加えより実務を身に着けるため、関連団体・業界の研修会、展示会、商談会に積極的に参加し、知識向上に努める。又金融関連の知識向上のため金融機関の方を講師に金融情勢と施策についての取組方を学び、金融指導の向上に努める。また、連携団体との意見交換会を開催し、各団体からの情報提供・事業の進め方を協議し、その内容を巡回指導時に会員へフィードバックしていく。

(2) 事業内容

- ①経営指導員が巡回指導・窓口指導・講習会の開催を含めた、小規模事業者指導に専念できる体制の構築
- ②委託団体業務の見直し
- ③職員は積極的に外部の講習会・展示会・講演会に参加をして、知識を広げ、他の職員が参考になるものについては職員会議で意見として発表する。会員向けにプリントを作成して巡回時に配布しフィードバックをする。
- ④他商工会のベテラン指導員を招き勉強会を開催し、小規模事業者支援に対する指導方法のスキルアップをする。その内容をまとめ指導プランとして職員間で共有する。
- ⑤各職員の指導内容が職員内で誰でも確認できるようにし、不在時の対応や指導の均一化、指導方法の向上に努める。具体的には、各事業所ごとの指導実績をデータ化し、どのような指導をしてきたか、どのような指導を望んでいるのかを取りまとめておく、職員の人事交流や異動時にスムーズに指導の意向ができる体制をとる。
- ⑥現状の指導員会議（月1回）に加えて、職員会議を開催して、巡回指導・窓口指導においての良かった点・問題点を各自発表し、意見交換を行い今後の指導に活かす。また、先の指導実績データに取り込むなど意見をデータ化し共有する

3. 事業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

現状、約2か月に一度理事会が開催されており、その中で現状や課題について報告・協議が行われているが、今後は、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法で評価・検証を行う。

(2) 事業内容

- ① 職員会議において毎年職員個々の成果報告や今後の課題・対策について報告会を行い、全員で検証する。
- ② 成果のあった事例については商工会広報誌に掲載し、多くの会員の見本とする。
- ③ 中小企業診断士・市役所商工観光課・商工会総務会で「経営発達支援推進会議（仮称）」を創設し、1年間の報告と次年度の支援計画メニューの検討を実施する。
- ④ 理事会で事業の成果、評価、について報告する。
- ⑤ 事業の成果、評価、について裾野市商工会ホームページに計画期間中掲載する。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制	
(平成30年11月現在)	
(1) 組織体制	
本商工会では原則毎月1日に経営指導員会議を開催し、今後は月1回職員会議を開催していく。その中で随時事業の検証と取組について協議し、事業を進めて行く。	
本会全職員	事務局長1名、経営指導員3名、補助員2名、記帳専任職員1名、臨時職員1名 計8名
事業実施職員	経営指導員 3名 補助員 2名 計5名
(2) 連絡先	
名 称	裾野市商工会
住 所	静岡県裾野市深良451番地
電話番号	055-992-0057
F A X	055-993-8833
U R L	http://www.susonoshi-sci.com/

(別表 3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	31年度 (31年4 月以降)	32年度	33年度	34年度	35年度
必要な資金の額	450	450	500	500	500
商業振興費	50	50	50	50	50
観光振興費	50	50	50	50	50
すそのブランド 推進費	100	100	100	100	100
経営発達支援計 画推進費	150	150	200	200	200
市補助金	100	100	100	100	100

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
商工会各振興費 (商業・観光・すそのブランド・経営発達支援)、市補助金

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容	
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	小規模事業者に対し、関係団体・金融機関・行政と連携し情報提供を行う。
2. 経営状況の分析に関すること	調査データを他支援機関・専門家と連携し小規模事業者をサポートする。
3. 事業計画策定支援に関すること	専門家と連携をして、セミナーを開催して掘り起しを行い計画をサポートする。
4. 事業計画策定後の実施支援に関すること	他支援機関と連携して継続的発展のための支援を行う。
5. 需要動向調査に関すること	関係団体・金融機関・行政と連携し情報交換し、情報収集する。
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること	特産品等販路開拓支援事業に登録し支援をする。県連・全国連主催の物産展へ出店し販路開拓をする。市内関連団体のイベントへの出店斡旋。
II. 地域経済の活性化に資する取組み	
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	
連携者及びその役割	
I. 経営発達支援事業の内容	
経営分析、経営戦略、事業計画策定、経営革新、創業支援等実行支援	
① (仮称) 裾野市商工会各種団体連絡協議会	
・ (公社) 沼津法人会裾野支部 支部長 中川好大	
・ 裾野青色申告会 会長 永田國博	
・ 沼津食品衛生協会裾野支部 支部長 富岡秀行	
・ 静岡県飲食業生活衛生同業組合裾野支部 支部長 勝間田淳市	
・ 裾野市建設業組合 組合長 羽畑博之	
・ 裾野サービスカード 会長 大塩優子	
・ 狩野川漁業協同組合十区 理事 田口友次	
・ (公社) 裾野青年会議所 理事長 秋山 陵	
・ すそのギョーザ倶楽部 代表 土屋浩三	
・ 裾野市旅館組合 代表 鈴木博己	
以上は、裾野市商工会事務委託団体 住所は裾野市商工会内	
・ 裾野市建設業協会 会長 眞田和政 裾野市下和田644-5	
・ 裾野ライオンズクラブ 会長 植松敬之 裾野市深良3642-12	
・ 裾野ロータリークラブ 会長 杉村徳文 裾野市平松388-18	
・ 裾野金融同盟会 会長 内山昭彦 裾野市佐野857-1	
・ 裾野市観光協会 会長 秋山清美 裾野市千福7-1	

- ・裾野市パノラマロードを花でいっぱいにする会 会長 斎藤三雄 裾野市深良194-6

②裾野市金融同盟会

- ・三島信用金庫 裾野支店 支店長 内山昭彦 裾野市佐野857-1
- ・静岡県労働金庫 裾野支店 支店長 上杉和弘 裾野市深良425-1
- ・清水銀行 裾野支店 支店長 佐野繁正 裾野市佐野1519-1
- ・沼津信用金庫 裾野中央支店 支店長 柴垣智善 裾野市平松492
- ・三島信用金庫 裾野東支店 支店長 植松達也 裾野市茶畑487
- ・静岡銀行 裾野支店 支店長 池谷英明 裾野市平松450-1
- ・スルガ銀行 裾野支店 支店長 鳥澤博 裾野市佐野1039
- ・沼津信用金庫 裾野北支店 支店長 小林義幸 裾野市石脇470-15
- ・南駿農業協同組合 泉支店 支店長 窪田裕明 裾野市平松453

③裾野市 市長 高村謙二 (担当課：商工観光課) 裾野市佐野1059

④(仮称)裾野市観光連携会議

- ・裾野市 裾野市佐野1059番地 市長：高村謙二
- ・裾野市観光協会 裾野市深良451番地 会長：秋山清美
- ・JA南駿北部センター 裾野市御宿690番地 北部地区本部長：杉本雅彦
- ・小泉アフリカライオンサファリ(株) 裾野市須山2255-27番地 代表取締役社長 小泉和久
- ・(株)フジヤマリゾート 裾野市須山2427番地 代表取締役社長 稲葉通彦
- ・富士急シティバス(株) 沼津市東椎路475番地 取締役社長 山田司朗

II. 地域経済の活性化に資する取り組み

①(仮称)裾野市観光連携会議

- ・裾野市 裾野市佐野1059番地 市長：高村謙二
- ・裾野市観光協会 裾野市深良451番地 会長：秋山清美
- ・JA南駿北部センター 裾野市御宿690番地 北部地区本部長：杉本雅彦
- ・小泉アフリカライオンサファリ(株) 裾野市須山2255-27番地 代表取締役社長 小泉和久
- ・(株)フジヤマリゾート 裾野市須山2427番地 代表取締役社長 稲葉通彦
- ・富士急シティバス(株) 沼津市東椎路475番地 取締役社長 山田司朗

連携体制図等

