

経営発達支援計画の概要

| | |
|----------------|---|
| 実施者名 (法人番号) | 松崎町商工会 (法人番号5080105004669) |
| 実施期間 | 平成29年4月1日 ~ 平成34年3月31日 |
| 目標 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 小規模事業者の多くのビジネスチャンスを得られるよう意識を喚起させ、自社の強みが発揮できるような「事業計画策定・実行」を伴走型で支援し、景気に左右されない強い企業を生み出していく。 2. 創業者の育成や事業承継・再生支援を行い、雇用の創出による人口の維持・増加による地域経済の活性化を目指す。 3. 地域が一体となった町づくりの実践。 豊かな地域資源の活用と地域特産品を活かした地域づくりによる地域の活性化を目指す。 |
| 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 地域の特性や小規模事業者の経営実態の調査、各種統計資料を交えた情報の収集と分析。地区内外の経済情報の把握による、今後の事業展開への新たなビジネスチャンス創造の機会として調査実施。 2. 経営状況の分析に関すること 巡回訪問時に、小規模事業者が気づいていない経営課題の早期発見。記帳・決算指導の財務面からの経営分析。小規模事業者の持続的発展を目的に各種分析を行う。 3. 事業計画策定支援に関すること 事業計画書作成の重要性を巡回訪問や各種セミナーなどで周知。小規模事業者の経営課題や目標をもった事業計画書策定への取組みを支援する。 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画が計画通り実施されるよう、きめ細かな巡回訪問による進捗状況の確認。事業計画の変更が必要なときは見直し・検証を行う。必要なときは、専門家派遣制度等の活用、目的達成に向けた伴走型支援を実施して行く。 5. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の新たな事業展開への取組みとして、需要動向調査と情報提供。新商品や新サービス開発の取組みの機会とする。 6. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること 販売・販路開拓のため展示会・商談会等への出店支援。地域産業振興（観光）に取り組み、交流人口増加による販売促進支援。 <p>II. 地域経済の活性化に資する取組み</p> <p>関連団体との連携により、地域資源を活かした事業に取り組み、地域経済活性化に寄与する。</p> |
| 連絡先 | <p>松崎町商工会 〒 410-3624 静岡県賀茂郡松崎町江奈 231-2</p> <p>電話 0558-42-0470 FAX 0558-42-2247</p> <p>ホームページ http://www.wbs.ne.jp/bt/matsuzaki/</p> <p>E-mail matsuzaki@mail.wbs.ne.jp</p> |

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

【松崎町の概要】

(位置と地勢)

松崎町は伊豆半島西海岸の南部に位置し、北・東・南の三方を天城山系に囲まれ、西は駿河湾に面している。町域の約80%は山林原野が占めているが、町の中央を流れる那賀川、岩科川の流域には、約500haの耕地を有する伊豆西海岸最大の平野が形成されている。また、風光明媚な海岸線は、富士箱根伊豆国立公園区域や名勝伊豆西南海岸文化財指定地域に指定されるなど、自然豊かな景勝地が広がっている。

(人口の推移)

本町の人口は、昭和55年以降減少が著しく、昭和55年に10,013人を数えていたが、平成22年には7,643人、平成28年3月末現在の住民基本台帳では7,094人となっており人口減少は今も続いている。松崎町の総合戦略計画の中での人口予測は平成32年において6,543人と想定されている。

また、伊豆半島南部に位置する当地域は高齢化率も高く、本町においてもその率は平成18年に34.3%、平成25年度には40.7%まで達しており、少子高齢化による人口の減少に歯止めが掛からない状態である。

(地区内商工業者)

事業所数でみると、平成22年度末の地区内商工業者数は556事業所であったが、平成27年度末には494事業所と62事業所の減少となっている。

また、小規模事業者数においても平成22年度末522事業所に対し、平成27年度末には470事業所と52の事業所の減少となっている。

| 商工業者の内訳 | H23.3 末 | H28.3 末 |
|----------|-----------------|-------------------|
| 建設業 | 86 事業所 (15.5%) | 80 事業所 (16.2%) |
| 製造業 | 14 事業所 (2.5%) | 28 事業所 (5.7%) |
| 卸・小売業 | 132 事業所 (23.7%) | 121 事業所 (24.5%) |
| 飲食・宿泊業 | 204 事業所 (36.7%) | 140 事業所 (28.3%) |
| サービス・その他 | 120 事業所 (21.6%) | 125 事業所 (25.3%) |
| 計 | 556 事業所 | 494 事業所 (62 事業所減) |

| | | | |
|---------|--------------------|--------------------|-----------|
| 小規模事業者数 | H22.3 末 522 事業所 | H28.3 末 470 事業所 | (52 事業所減) |
|---------|--------------------|--------------------|-----------|

(本会の特徴)

平成 28 年 3 月 31 日現在の会員数 353 名、従前より経理・税務・金融・労働等の基礎的経営改善普及事業において、顔の見える関係を築きながらきめ細かい指導とサービスを心がけてきた。また、地域振興においても、本会独自のイベントの開催や、町・観光協会などの主催イベントへも積極的に参加協力し、ともに地域振興を推進してきた。

小さい商工会であることから、小回りの利いた経営改善普及事業や地域に密着した地域振興活動を行うことができ、経営指導員等を中心とする各職員が多くの会員の経営状況の把握はもちろんのこと、経営者との信頼関係の構築まで実現できるという点が強みとなっている。

会員内訳 (平成 28 年 3 月 31 日現在)

| 会員の業種別内訳 | | 建設業 | 製造業 | 卸・小売業 | 飲食・宿泊業 | サービス業 | その他 | 合計 |
|----------|--------|-----|-----|-------|--------|-------|-----|-----|
| 合計 | | 63 | 20 | 84 | 95 | 56 | 15 | 333 |
| 規模別内訳 | 0 人 | 44 | 9 | 47 | 84 | 37 | 12 | 233 |
| | 1~2 人 | 9 | 6 | 20 | 8 | 11 | 3 | 57 |
| | 3~5 人 | 6 | 2 | 11 | 3 | 6 | 0 | 28 |
| | 6~20 人 | 3 | 3 | 6 | 0 | 2 | 0 | 14 |
| | 21 人以上 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 別組内訳 | 個人 | 47 | 10 | 56 | 87 | 42 | 7 | 249 |
| | 法人 | 16 | 10 | 28 | 8 | 14 | 8 | 84 |

※ 定款会員 10 名 賛助会員 10 名 計 20 名

・ 現状と課題

当商工会としては以下のとおり管内課題として捉えており、町の第 5 次総合計画を含めた商工会としての中長期ビジョン及び経営発達支援計画目標の策定が必要である。

- ① 商店街等地域小売商業・飲食業の低迷
- ② 廃業や後継者不在による商工業者（商工会員）の減少

- ③ 交流人口の減少に伴う観光関連業種の低迷
- ④ 地域建築業の受注減少
- ⑤ 各種業種別団体組織の運営力・組織力の低下
- ⑥ 少子高齢化・住民人口の減少の進展による地域経済基盤の縮減

※ 松崎町の第5次総合計画

第1章「地域が一体となった産業が盛んなまちづくり」（第1節から第4節）として方針が示されている。

第1節 観光振興

松崎町ならではの観光資源を発掘・活用し、やすらぎと感動のある体験型観光地を目指す。

第2節 農林漁業の振興

意欲ある担い手を育成し、農林漁業が一体となった魅力ある生産活動が活発に行われることを目指す。

第3節 商工業の振興

商工業者の経営が安定し、魅力的な個店が並び、町民や観光客が松崎町内での買い物を楽しめる商店街を目指す。

第4節 地域資源の活用

松崎町独自の地域資源が多様な産業の連携により活用され、松崎町内外へも広く普及する事を目指す。

また、「松崎町 まち・ひと・しごと 創生総合戦略」では、人口ビジョンに掲げる人口の将来展望の実現に向けて、町民と地元関係団体との強い連携による直近5ヶ年の重点的な人口減少対策として5つの基本目標を掲げている。

- ア. 安定した雇用の創出
- イ. 新たなひとの流れの創出
- ウ. 結婚・出産・子育て希望の実現
- エ. 時代に合った地域づくり・地域間の連携
- オ. 安全・安心なまちづくり

- ◎ 上述のような地域の状況と本会の特徴を踏まえ、町の第5次総合計画における「地域が一体となった産業が盛んなまちづくり」を本会は行政や産業団体等との協調による事業の実施や観光資源の活用をとおして新たな需要を取り込み、地域のにぎわいを創出する。そして、疲弊する当地域経済を維持・活性化させて行くために、経営の見直しによる経営改善の支援や事業承継支援等により事業所数減少の抑制、新

規事業者を支援することを通じ、地域商店の活性化、雇用の創出ひいては地域経済の振興に寄与していく。そのための事業について本計画書を作成し、支援を実行していくことで、以下の目標の達成を目指す。

【目標】

- 地域の小規模事業者の経営実態の調査により、小規模事業者の多くがビジネスチャンスを得られるよう意識を喚起させ、事業計画の策定及び実行支援により、景気などの外部環境に左右されない強い企業を生み出し、雇用の創出などによる地域振興を図る。
- 少子高齢化・人口の減少などにより疲弊する当地域経済を維持・活性化させて行くため、空き店舗情報・チャレンジショップの活用や創業塾開催などにより、新たな創業者の創出。静岡県事業引継ぎセンターとの連携による円滑な事業承継の推進、経営安定化などの支援を実行し産業の活性化を図る。
- 地域が一体となった町づくりを行うため、行政や産業団体と連絡協調による合同イベントの実施や見直しを行う。また、地場製品の再生支援による有効な地域資源活用を支援し、地域産業の振興を図る。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援計画の実施期間 (平成 29 年 4 月 1 日～平成 34 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】

【現状と課題】

本会では、経営指導員を中心として小規模事業者への巡回訪問による事業状況や経済動向の聞き取り調査や毎月の小規模企業動向調査（静岡県商工会連合会）、四半期毎の中小企業景況調査（全国連）により地域経済の調査を行ってきた。

しかし、これら調査は個々の小規模事業者の業績に基づくものであり、特定の事業所に対しての調査などは行われてこなかったため、管内の経済状況や課題や問題点を知るには情報に偏りがあった。

【事業内容】

地区内の小規模事業者の経営判断や事業展開に有益な情報の収集と提供に努める。

(1) 経営実態・事業承継アンケート調査の実施 (新規事業)

地区内における小規模事業者の景況感の把握・経営分析・個別且つ具体的な支援

を講じるための資料とする。調査結果を分析し、小規模事業者に提供することで経営判断の一助とする。

<調査項目A> (貴社の最近の景況について)
・業況 ・売上、仕入、利益 ・資金繰り 等

<調査項目B> (貴社の経営問題について)
・後継者の有無 ・事業の継続予定年数(廃業予定年数)
・廃業後の店舗(施設)の利用予定 等

<調査項目C> (貴社の経営問題について)
・現在貴社が直面している問題 等

<調査対象者>
地区内小規模事業者 全事業所(470事業所)

<調査方法>
毎年、年度当初に各地域や各業種の繁忙期等を考慮して計画する、年間巡回計画において調査を実施する。

<分析方法>
全国商工会連合会の中小企業景況調査の調査方法分析を参考とする。
(業況判断・売上高・営業利益等のD I)
それにより地域内外の経済動向の比較が可能となる。

<本調査の活用>
分析後、小規模事業者が常時閲覧できるようホームページ上で公開する。
(分析結果は随時更新する)
情報収集・分析した資料は巡回訪問、経営分析及び事業計画策定時に活用。

<効果>
調査項目A … 経営判断の参考資料となる。
調査項目B … 後継者対策や空き店舗(施設)対策に活用する事が出来る。
調査項目C … 事業者が抱えている経営課題の抽出、情報の共有化を図る。

(2) 各団体との懇談会による情報収集
小規模事業者に有益な地域情報を提供するため、協議内容のテーマを「地域活性化」に絞り本計画の目標達成の資料とする。

- ① グリーンツーリズム推進会議 (継続事業)
- 目的 : 地域経済活性化
対象者 : 行政と地域代表者・産業団体
調査項目 : 地域資源を生かした活動状況の調査。

屋外体験… 地引網体験、なまこ壁のある町めぐり体験、
カヤック体験、魚釣り体験 他

屋内体験… トコロテン作り体験、干物作り体験
光る団子作り体験 他

② 産業団体連絡協議会 (継続事業)

目的 : 連携による地域や産業の活性化

対象者 : 行政、商工会、観光協会、農協、漁協

調査項目 : 各団体の地域振興策や産業活性化への取り組み状況調査。

③ 金融機関との懇談会 (新規事業)

目的 : 金融面における地域情報

対象者 : 日本政策金融公庫(沼津支店)、静岡銀行松崎支店、
スルガ銀行松崎支店、静岡中央銀行松崎支店、
三島信用金庫松崎支店、行政、商工会

調査項目 : 金融機関から見た国内や町内の景気動向、今後の景気予測
と金融動向。

<整理・分析>

① 地域資源を生かした活動状況調査・分析

利用者数、利用時期、性別・年齢、地域、満足度、新たに希望する物 他
(事業主体となっている松崎町振興公社に提案、実施に協力する。)

② 各団体の地域振興策や産業活性化への取り組み状況の調査・整理

各団体で地域振興の取り組み状況や地域活性化イベント・催し物の開催状
況(イベント名、開催時期・内容 他)

③ 金融機関との会議や懇談会で得られた情報をデータ化する

小規模事業者の借入れの用途やリスクの理由や割合等。

<本調査の活用について>

① 地域資源の活用状況をデータとして整理し、地域活性化策の判断材料とし
て活用する。

② 各団体の地域や産業の活性化への取り組み状況の調査。各団体間の連携事
業や6次産業への取組みへの可能性について調査し、資料の整理と活用をす
る。

③ 国内外の景気や今後の景気予測、金融機関の貸付方針などなど調査する事
により効果的な経営相談や金融相談を実施する。

<提供方法>

得られた情報は整理し、各会議において効果的な地域活性化への取組みの
検討材料として提供する。また、経営改善普及事業における各種情報は巡回
訪問や窓口相談時において情報提供して行く。

<効果>

関係機関との会議では、行政・各団体から有益な地域情報の収集による整理

と分析により、効果的な地域活性化策の検討材料となる。

また、金融機関との連絡協調により、小規模事業者に対してより一層の効果を上げた支援が可能となる。

(3) 各種経済情報の収集、分析・提供（新規事業）

小規模事業者より求められる都度提供していた資料を、今後は内部資料として蓄積するだけでなく、積極的に巡回訪問時・窓口相談時に小規模事業者に提供を行う。

<収集する経済動向情報>

- ア. 全国商工会連合会 「中小企業景況調査報告書」
- イ. 静岡県商工会連合会 「小規模企業動向調査報告書」
- ウ. 日本政策金融公庫 「全国中小企業動向調査」
- エ. 静岡経済研究所 「調査月報」
- オ. 静岡県賀茂地域政策局 「新 南伊豆のすがた」

<提供方法>

上記により収集した情報は、小規模事業者へ巡回訪問や窓口相談時において提供して行くとともに、経営セミナー等において情報を提供して行く。

<効果>

地域外の経済情報を把握することにより、今後の事業展開のヒントや新たなビジネスチャンスへの機会として活用することができる。

<本調査の活用>

巡回訪問や窓口相談での支援ツールとして活用する。また、経営分析や事業計画策定支援時における資料とすることで経営判断の材料等に活用する。

【目標】

小規模事業者の経営判断の資料となる情報の収集と分析をする。

| 支援内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|-----------|-----|------|------|------|------|------|
| アンケート調査 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 各団体連絡会議 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 金融機関との懇談会 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 経済情報収集と分析 | 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】

【現状と課題】

本会はこれまで、税務申告時の税務対策のための経営分析や、融資相談や持続化補

助金などの申請に於いて小規模事業者の希望により経営分析を実施してきた。

しかし、これらは節税対策や融資・申請目的の為の分析であり、企業の問題点の解決や持続的発展を目的とした経営分析と云うものではなかった。

【事業内容】

経営指導員の巡回・窓口相談等を通じて、「経営実態・事業承継アンケート」調査で収集したデータと財務内容等に基づき経営分析を行い、経営課題の抽出を行う。

専門的な課題等については、静岡県商工会連合会や地区内金融機関、静岡県、静岡県事業引継ぎ支援センター等と連携を図り中小企業診断士等の専門家派遣を積極的に活用する。

(1) 巡回訪問による経営分析（分析：定性的分析）

<目的>

小規模事業者が気づいていない経営課題の早期発見や持続的発展を目的に実施する。

<対象者>

地区内小規模事業者

経営指導員等は、小規模事業者へ質の高い経営分析を行うため、年間の巡回計画において、経営分析目標件数を定めて実施する。

<手法>

次の支援ツールを巡回訪問時に持参する。

- ①「課題発見シート」… コミュニケーションツールとしての紙媒体。
本シートでSWOT分析等を行う。
分析項目：SWOT分析、PPM分析、3C分析 等
- ②経済動向調査資料… 独自調査した「経営実態・事業承継アンケート調査」の分析結果と各種経済動向調査情報の収集データ。
- ③需要動向調査資料… 「消費動向実態調査」の分析データ。

資料を基にししながら、経営者との面談により個別且つ具体的な経営状況を把握し、課題解決策の資料とする。

<活用方法>

経営計画策定支援における基礎資料とする。

<提供方法>

事業所への巡回訪問や窓口相談にて分析内容の説明をするとともに、事業計画策定による事業運営の重要性を説明する。

<効果>

「課題発見シート」により、小規模事業者は自らの経営課題に気づくことができ、

課題解決に向けての次なる支援策（事業計画策定支援等）に展開することができる。
その際、「経営実態・事業承継アンケート」調査及び（３）のデータを掲示することで訴求力がより高まる。

（２）記帳・決算指導からの経営分析（分析：定量的分析）

<目的>

財務面からの経営分析による経営改善指導の実施、事業計画策定の重要性についての理解を深める。

<対象者>

地区内小規模事業者

記帳継続指導・記帳代行者及び決算指導の対象者。

<手法>

巡回訪問及び窓口相談において決算データと分析結果をもって実施する。

定量的分析：収益性分析、安全性分析、キャッシュフロー分析、損益分岐点分析等。

<活用方法>

経営計画策定支援における基礎資料とする。

<効果>

特に記帳継続指導者・記帳代行者は資料が整っているため容易に経営分析ができ、更に事業者の財務面での経営実態から訴求力のある経営改善提案が可能になるため、その後の支援策へとつなげることができる。

<提供方法>

決算終了後の事後指導時や日常の記帳指導時において説明し、情報の提供と説明を行う。必要に応じ定性分析も実施して行く。

（３）専門家を活用した経営課題の解決

<目的>

これまでの定性的分析や定量的分析では対応できない経営課題を解決するために専門家及び関係支援機関等を活用する。

<対象者>

高度な経営課題に取り組んでいる事業所（経営革新等）、創業者予定者、企業の事業承継や再生支援の希望者 等

<手法>

よろず支援拠点、事業引継ぎ支援センター、商工会連合会や各支援機関の専門家派遣制度を活用して適切な支援を行う。

<効果>

支援機関の専門家派遣制度を積極的に活用し、高度な経営課題を抱える小規模事業者の問題解決を早い段階から行うことで、事業の持続的な発展に寄与することができる。

【目標】

| 支援内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|-----------------------|-----|------|------|------|------|------|
| 巡回訪問件数 | 未実施 | 72 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| 経営分析件数(定性的) | 未実施 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 |
| 専門家活用件数 | 2 | 8 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| 記帳・決算からの経営分析 (定量的) | 未実施 | 10 | 12 | 12 | 12 | 12 |

3. 事業計画策定支援に関すること 【指針②】

【現状と課題】

融資相談や補助金申請時において、相談があるごとに事業計画の策定支援を行ってきたが、事業の持続的発展のための計画策定が必要な事業者の掘り起こしは行ってこなかった。

【事業内容】

小規模事業者への巡回訪問等により、事業計画策定の重要性を周知し経営発達や経営革新を目指す事業者の掘り起こしを行う。経営課題の解決や経営発達などの目的をもった事業者に対して事業計画策定セミナー・個別相談会を開催する。

(小規模事業者への事業計画策定(中長期的)を積極的に支援し、減少する事業所数の食い止め、空き店舗の減少と活用を目指す。)

(1) 事業計画策定対象者の掘り起こし

<目的>

巡回訪問時において、事業計画策定等についての資料に提供にとどまっていたものを、今後は事業計画策定の意義について巡回訪問等を通じて理解してもらい、経営革新申請支援や持続的発展と事業承継を目指した支援を実施する。

<対象者>

地区内小規模事業者

事業計画策定による経営革新申請支援や持続的発展と事業承継等を目指す小規模事業者。

<手法>

①巡回訪問において「課題発見シート」「経済動向・需要動向等の各種資料」「パンフレット」等を積極的に活用し理解してもらい、事業計画策定を目指す

小規模事業者の支援を行う。

- ②事業計画策定等に関するセミナー、個別相談会の開催により、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。
- ③新商品・新サービスなどの新たな需要の開拓に寄与することを目指す小規模事業者の支援を行う。

<効果>

事業計画策定を考慮していなかった小規模事業者に、その重要性を認識させ、経験や勘に頼らない事業計画策定をさせることで、事業の存続や持続的発展を目的とした小規模事業者の増加が見込まれる。

(2) 経営課題の解決支援

<目的>

経営分析により顕在化する経営課題を解決し、企業の持続的発展に寄与する。

<手法>

- 事業計画策定セミナー・個別相談会
開催内容：「事業計画策定の意義」、「事業計画のPDCA」機能 等
開催回数：1回/年
対象者：巡回訪問、窓口相談において掘り起こした小規模事業者、前記②の分析において経営課題が可視された小規模事業者及び新規創業者（予定者）。（専門家との面談により事業計画の策定へ繋げる。）
- 専門家個別相談会
開催内容：よろず支援拠点、商工会連合会や各支援機関の専門家派遣制度を活用し、各種経営課題の対応・事業計画の作成を支援する。
開催回数：随時
対象者：巡回訪問、窓口相談において掘り起こした小規模事業者、前記②の分析において経営課題が可視された小規模事業者及び新規創業者（予定者）。

<効果>

事業計画策定セミナー・個別相談会及び専門家個別相談会を通じて、事業計画の策定に対する前向きな意識啓発を喚起し、事業の持続的発展や経営革新申請へと繋ぐことができる。

(3) 新規創業者の掘り起こし

<目的>

小規模事業者の増加による地域経済の活性化と雇用の確保、地域コミュニティの維持を目的とする。

<手法>

「経営実態調査・事業承継アンケート調査」及び行政等との連携により、空店舗

情報を発信する。又、当会が所有する「俳句交流館」を有効活用し体験ショップ(チャレンジショップ)として一定期間無償貸与し新規創業者の創出を支援する。

- ・創業塾の開催
(単独開催では希望者が少ないと思われるので、近隣商工会・会議所との合同開催)
- ・空店舗情報を発信
(行政との連携により、空店舗(施設)等の情報発信)
- ・商工会「ワンストップ相談」機能の強化と情報発信。
(事業計画作成支援、借入、税務、労働等の経営支援に関する情報発信)
- ・専門家による事業計画作成支援
(関連支援機関の専門家派遣制度の活用による事業計画作成支援)

<効果>

商工会が町内外からの創業希望者の「ワンストップ相談先」としての役割を果たすことで、新規創業支援が円滑に行われる。

(4) 事業承継支援

<目的>

円滑な事業継承により、地区内小規模事業者の発展・存続と減少抑止を目指す。

<手法>

経営指導員等により、地域の経済動向に関する「経営実態・事業継承アンケート調査」を実施し、取得した調査資料の分析を行う。その上で、小規模事業者へ巡回訪問し、詳細な内容調査、専門家との面談や静岡県事業引継ぎ支援センターへの情報提供や相談指導を受け、将来の廃業予測を含めた事業承継や第2創業に向けた計画の策定へとつなげる。

- ・静岡県事業引継ぎ支援センターへの情報提供と相談指導依頼。
- ・各支援機関の専門家派遣制度等を活用した事業継承に係る事業計画の策定支援。

<効果>

スムーズな事業承継支援により、小規模事業者の減少を防ぎ地域経済の活性化や雇用の創出・維持に資する。

| 支援内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|--------------------|-----|------|------|------|------|------|
| 計画策定セミナー・個別相談会開催回数 | 未実施 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 計画策定セミナー・個別相談事業者数 | 未実施 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| 事業計画策定事業者数 | 未実施 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| 創業支援者数 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 創業計画策定者数 | 未実施 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 商品開発セミナー・個別相談会回数 | 未実施 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 商品開発セミナー・個別相談事業者数 | 未実施 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 第二創業(商品開発)計画策定事業者数 | 未実施 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 【指針②】

【現状と課題】

現状の事業計画策定は、融資申込や補助金申請に対応した作成であり、事業計画策定後の実施支援のフォローアップは行わなかったため、その後の進捗状況については把握しきれていなかった。

【事業内容】

事業計画策定支援により作成した事業計画が予定通り実行できるよう、きめ細かな巡回訪問を行い、事業計画の進捗状況を確認していく。

また、計画変更の必要が生じた場合は、見直し、検証といったPDCAサイクルが機能するよう支援し、必要に応じ町、専門家、商工会連合会、金融機関等とも連携を取りながら伴走型支援を行う。

・ 事業計画策定後のフォローアップ支援の実施

<目的>

小規模事業者の事業が持続的発展につながるよう定期的に巡回訪問を行い、フォローアップ支援を実施する。

<手法>

事業計画策定を行った全ての事業所に対し、事業計画策定後3ヶ月に1度巡回訪問し進捗状況の確認を行う。

国、県、町、県商工会連合会等の支援策に関する情報提供を行い、必要な指導・助言、事業計画実施のためのフォローアップ支援を行う。

①新商品開発（経営革新）

事業の進捗状況を確認し、必要に応じ静岡県商工会連合会の専門家派遣制度等による支援や、小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金等の活用、経営革新申請など支援を行う。

②事業計画者に対する金融支援フォローアップ

事業計画策定者には積極的に新融資制度を斡旋し、事業の安定化を図る。

事業計画策定を目指す小規模事業者等に、既存の融資制度やマル経資金等で融資相談や事業計画の策定支援を行うほか、日本政策金融公庫の「小規模事業者経営発達支援資金」（長期・低金利）を活用し、利用者の借入負担の軽減を考慮したフォローアップを図る。

③創業後のフォローアップ

新規创业者の巡回訪問は重点的には行われてこなかったが、今後は伴走型支援を実施するため、重点的に巡回訪問を行う。

創業後は、商工会による巡回訪問により、個別フォローアップ、経営（キャッシュフロー）・金融・税務・相談を重点的に行う。その上で各種情報を提供し伴走型の支援を行う。

④事業承継支援

小規模事業所の良い部分を取り入れつつ、後継者が新たな経営手法を身に着けるよう支援をする。

- ・若手後継者の資質向上のため研修の機会を充実させる。
- ・事業計画の進捗状況確認の際に、若手後継者の積極的関与を促す。
- ・若手経営者に対し、経営革新支援制度をはじめとした諸施策活用を推奨し、成長の動機づけを行う。
- ・後継者不在の事業者に対し、事業譲渡も含めた相談や専門的支援を必要とする場合は静岡県事業引継ぎ支援センターの協力により支援を行う。

<効果>

事業計画内容は情報共有しているため、定期的な巡回訪問によるフォローアップにより、計画どおり事業実施されているか確認することが可能となる。

計画は経営環境の変化により変更を余儀なくされることが予想されるが、小規模事業者と共にPDCAが機能するよう、伴走型支援を実行し持続的発展に寄与する。

また、新融資制度（小規模事業者経営発達支援資金）は事業の安定に寄与するものであり、故にこれを積極的に活用する。

【目標】

| 支援内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|-------------|-----|------|------|------|------|------|
| 専門家派遣 | 未実施 | 8 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| フォローアップ対象件数 | 未実施 | 13 | 14 | 14 | 14 | 14 |

(フォローアップ：事業計画、創業計画、第2創業計画 策定事業者)

5. 需要動向調査に関すること 【指針③】

【現状と課題】

これまでの小規模事業者に対する巡回指導時において、地域の需要を踏まえたきめ細やかな対応が十分実行できていなかった。実際に個別事業者の経営状況を把握してはいても、消費者の需要動向を正確に分析しきれていなかったこと、加えて地域事業者の課題整理も不十分であったことが主な要因である。

【事業内容】

小規模事業者が「マーケットイン」による商品開発を確実にを行うことを目的に事業を実施する。

そのため、地域の小規模事業者のターゲットとなる消費者が何を求めているのか、対象小規模事業者の取り扱う商品やサービスに対しどのような要望を抱いているのか情報収集し、これらを対象事業者にフィードバックして事業計画策定（商品開発等）に活用する。

(1) 消費動向調査による情報の収集

小規模事業者の商品開発・販路開拓支援のため取り組んでいる松崎ブランド認定事業所の認定商品及び地域の食材（みかん・桜葉・海産物・川のり）を活かした商品・新商品に対する評価を調査し、商品開発を支援する。

① 「IZU食彩トレイドフェア」での調査

小規模事業者の事業機会の拡大を目的に、伊豆地区商工会（8商工会）が主催する「IZU食彩トレイドフェア」には多くのバイヤーや地域小規模事業者のターゲットとなる消費者が多数来場する。

なお、本調査を効果的に実施するため、対象商品については、県連合会の販路開拓支援事業（消費者モニター会…主婦層を中心とする消費者から、商品について意見を聞く会）や各事業所での消費者への試食会等の結果を受けて、買い手のニーズを踏まえた上でバイヤー等に提案する形で調査を行う。

調査目的

松崎ブランド認定商品や地域の食材を活かして開発された商品の評価を調査し、小規模事業者の需要開拓支援につなげていくことを目的とする。なお、調査結果については、商品ごとに消費者及びバイヤーがそれぞれどのような意見をもっているのかをまとめ、対象事業者の商品開発時の支援資料とする。

対象事業者

- ・創業者
- ・経営革新等新たな事業展開を考えている事業者
- ・商品の試作、開発に取り組む事業者
- ・販路開拓に取り組む事業者

調査対象商品

松崎ブランド認定商品（食品対象）
上記、支援対象事業者により開発された商品

- ・松崎ブランド認定商品
 - みかん… ニューサマーオレンジジュース、ニューサマーシャーベット
 - 桜葉 … さくら葉餅、桜葉クッキー、桜葉最中、桜葉そば
 - 海産物… さつまあげ、松崎産ひじき、さんぽの塩
 - 川のり… 川のりコロッケ、川のりはんぺん 他
- ・地域の食材を活かして開発された商品
 - 葛Bar（経営革新認定）、
 - レモングラスティー（農商工連携事業） 他

調査対象者

地域消費者、来場したバイヤー、取引対象事業者

調査方法

上記対象者に対し、試食品を提供しながらヒアリングによるアンケート調査を実施。

調査項目

a. 消費者

特 徴 (第一印象、ストーリー・背景、安心安全、希少性・珍しさ)

外 観 (ネーミング、大きさ・運びやすさ、重さ・適分量、包装デザイン、表示)

内 容 (味、香り、食感、彩り、食べやすさ、量、保存性、価格)

b. バイヤー・取引対象事業者

特 徴 (第一印象、ストーリー・背景、安心安全、希少性・珍しさ)

外 観 (ネーミング、大きさ・運びやすさ、重さ・適分量、包装デザイン、表示)

内 容 (味、香り、食感、彩り、食べやすさ、量、保存性)

取引条件 (価格、数量、納品時期、決済)

| 需要動向調査 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|---------|----|------|------|------|------|------|
| 調査対象事業所 | 0 | 3 | 5 | 5 | 7 | 8 |
| 調査対象商品 | 0 | 3 | 5 | 5 | 7 | 8 |

※ 松崎町商工会「松崎ブランド認定商品」基準

松崎町の特産品を活かした「地場産商品」で、地域性・独自性、及び地域素材・原材料へのこだわり、伝統的技法・製法・品質を満たしていること。

※ 「IZU食彩トレードフェア」

平成24年度より、伊豆地区2市6町商工会が一体となって、小規模事業者の販路拡大を目的とした伊豆地域内外のバイヤー・事業者向けの展示商談会を開催。

27年度実績 出展者総数 57社 (内、27社 成約あり)
 バイヤー来場者数 289名
 一般来場者 3,040名

(2) 観光における新商品・新サービスの需要調査の実施

当町では、体験型・滞在型の観光振興を積極的に推進しており、当商工会としても小規模事業者への重要な経営支援策と位置付け観光振興に取り組む。当事業の実施にあたっては、行政・観光協会と連携して観光客がどのような観光需要やサービスを求めているのか調査し、効果的な新観光商品(サービス)開発時の資料として活用する。

観光客へのアンケート調査は繁忙期と閑散期(7月・11月)の2回実施する。これにより、それぞれの顧客が何を求めて当町を訪れているのかを探る。調査は、観光案内所・観光主要施設等観光客が訪れやすい場所にてヒアリングにより実施する。

① 宿泊業・土産物業者向けアンケート調査

調査目的

新たな宿泊プラン、料理、土産物品開発に有効且つ効果的な需要動向の把握。なお、調査結果については客層ごとの分析を行い、町内宿泊業者及び土産物販売業者の新サービス及び新商品開発時の支援に活用する。

調査対象者

当町の宿泊者及び土産物を購入した観光客。

調査方法

観光案内所・観光主要施設において、上記対象者に対し、ヒアリングによるアンケート調査を行う。

調査項目

- ・ 観光客の性別、年齢 ・ 観光旅行の目的、旅行日程
- ・ 宿泊した旅館 ・ 民宿の価格・おもてなしに対する評価
- ・ 宿泊した旅館 ・ 民宿に求めているサービス
- ・ 購入した土産物品の種類 ・ 価格・数量

| 動向調査 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|----------------------|----|------|------|------|------|------|
| 観光繁忙期（7月） アンケート数 | 0 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| 観光閑散期（11月） アンケート数 | 0 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| アンケート結果 提供事業所数 | 0 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 |

② 体験・滞在型観光商品提供者向けアンケート調査

調査目的

観光地伊豆での特色を持った観光振興を図るため、消費者ニーズを調査し、観光客が求めている体験メニュー、道具のレンタルのサービスについて市場調査を行う。なお、調査結果については客層ごとの分析を行い、町内で体験・滞在型観光商品を提供する業者の新サービス及び新商品開発時の支援に活用する。

調査対象者

当町での体験型・滞在型観光の利用客。

調査方法

上記利用者が訪れる町内の観光主要施設において、ヒアリングによるアンケート調査を行う。

調査項目

- ・ 観光客の性別・年齢、観光旅行の目的、旅行日程
- ・ 施設の対応、評価 ・ 施設に求めるサービス
- ・ 興味のある・やってみたい体験メニュー
- ・ 体験したい農漁業

・ 情報の取得方法

| 動向調査 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|----------------------|----|------|------|------|------|------|
| 観光繁忙期（7月） アンケート数 | 0 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| 観光閑散期（11月） アンケート数 | 0 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| アンケート結果 提供事業所数 | 0 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

※ 体験・滞在型観光商品：松崎町を訪れて自然と触れ合える様々な体験型システム
ジオツーリズム、史跡散策、ウォーキング、マリンスポーツ（水泳・釣り・ヨット
カヌー、スキューバダイビング 他）、体験農漁業・田畑のオーナー制度 他

(3) メディア情報を活用したマーケット情報の取得

国や中小企業基盤整備機構、各関連機関や団体が公表している需要動向調査
及びインターネット閲覧にて取得可能な市場調査の成長市場予測を活用して、
需要動向や成長性を調査し、小規模事業者に情報を提供する。

調査目的： 国や中小企業基盤整備機構をはじめとした、各関連機関や団
体が提供している各種情報を収集・整理し、小規模事業者に提
供する。

調査項目： 小規模事業全体の内容、消費者の需要動向。

手段・手法： 国や中小企業基盤整備機構、業界団体がインターネット上で
公表している需要動向の情報収集。新聞、ニュース記事検索。

(4) 専門家による調査項目の検討

上記アンケート調査等で得られた情報をもとに、専門家を交えて調査項目内容
の検討を行い、小規模事業者の売上向上に有効なアンケート資料となるようリ
ニューアルを図る。

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】

【現状と課題】

当商工会は、平成22年度より松崎ブランド認定事業に取り組み、認定商品のカタロ
グ作成・ホームページへの掲載、認定事業所を中心とした各種展示会・商談会への出
展による販路開拓支援を行ってきた。しかし、小規模事業者は明確な目的を掲げての
展示会・商談会参加とは言えず、故に十分な成果達成には至っていなかった。また、
ホームページ掲載についても、掲載することが目的となっている傾向が強く、本来の
目的である販売促進まで繋げていく積極性が乏しかった。

【事業内容】

小規模事業者特有の商品や特化したサービスを広く周知し、売上増加・利益向上を目的とした販売促進・販路開拓策が実行できるよう、前段（需要動向調査）の調査内容を基軸とした事業計画を策定し、小規模事業者への伴走型支援を前提とした指導体制で、新たな需要開拓へと繋げる。

尚、対象事業所以外の小規模事業者に対しても、同様の伴走型支援を実施する。

（１）販売促進を目的とした展示会・商談会への参加支援

需要動向調査に基づき事業計画策定支援を行なった小規模事業者を中心に、扱う商品及び地域食材・特産品等を利用して開発された新商品などの逸品を県内外に周知することで、松崎地域ブランド商品としての認知度を高め、販路拡大による売上増加へと繋げる。

① 展示商談会（各種イベント・アンテナショップ等）出展支援

- ・ I Z U 食彩トレードフェア 主催 伊豆地区 8 商工会

(27年度実績)

出展規模 57 社 バイヤー 289 名（取引対象事業者込）
来場者 3,040 名

- ・ 富士山・東^{ひがし}北海道ビジネスマッチング

「食&農」こだわりの逸品展示会 主催 三島信用金庫 他県内信金

(27年度実績)

出展規模 180 社 バイヤー 1,200名（取引対象事業者込）
来場者 5,800 名

- ・ 伊豆大特産品市 主催 伊豆南部地区 1 会議所、5 商工会

(27年度実績)

出展規模 29 社 バイヤー（未調査、本年度調査を実施）
来場者 約1,000名

- ・ 全国商工会連合会や静岡県商工会連合会が開設するアンテナショップへの出展や商談会への参加支援を行う。

アンテナショップ

全国商工会連合会 : むらからまちから館

静岡県商工会連合会 : しずおかアレモキッチン/コレモストア

- ② 上記①の展示・商談会などへの出展者に対し、成約に繋がるよう効果的なセミナーを開催し、成約件数の増大に向けた支援を行う。

- ③ 新たな取引先・売上の増加率について、経営指導員等の巡回訪問により、その達成度合いを調査・計測する。目標未達成の場合は、経営計画等を精査することで改善・見直しを行う。（必要に応じ、専門家を交えて対応する。）

（２）松崎ブランド認定事業の継続実施

松崎町商工会ブランド認定事業を継続実施し、ブランド認定商品の認知度を向上させることで、新たな需要開拓に結び付ける。

① 支援の方法

認定事業所に対し、上記（１）の展示会・商談会出展支援をはじめ、ブランド認定商品のカタログ作成（QRコードによる事業所・商品紹介）、当商工会ホームページへの掲載、認定事業所への幟旗・オリジナルシールの付与等、需要開拓に向けた支援を行う。

② 商品開発支援

上記の需要動向調査などを参考にしながら、専門家を交えた商品開発の機会を創出することにより、新たな販売促進に向けた支援を行う。

（専門家：味、色、大きさ、形、パッケージ、価格、販路開拓支援 他）

（３） I Tを活用した販路開拓支援

小規模事業者の取り組み内容（新商品・新サービス等の開発や新たな取組）を当商工会のホームページやfacebook、SHIF T等から情報発信できる仕組みを構築し、インターネットを最大限に有効活用する。また、全国商工会連合会が運営する地域産品の通販サイト「ニッポンセレクト.com」の周知及び登録推奨を行うことで、小規模事業者の販路拡大の機会を創出する。

（目標）

展示商談会・物産展への参加支援を行うことで、新たな販路拡大へと繋げる。また、ECサイト「ニッポンセレクト.com」を活用するなど、IT戦略を交えながら小規模事業者の販路開拓や新たな需要開拓に繋げる。

| 支援内容 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|------------------------------------|-----|------|------|------|------|------|
| 展示商談会出展事業者数 | 3件 | 3件 | 6件 | 6件 | 7件 | 7件 |
| 物産展出展事業者数 | 3件 | 3件 | 6件 | 6件 | 7件 | 7件 |
| 展示商談会・物産展商談成約件数（目標） | 0件 | 3件 | 6件 | 6件 | 7件 | 7件 |
| 販売促進セミナー開催回数 | 1件 | 1件 | 2件 | 2件 | 2件 | 2件 |
| ブランド商品認定数（累計） | 34件 | 36件 | 40件 | 42件 | 45件 | 48件 |
| 「ニッポンセレクト.com」への登録事業者数 | 1件 | 2件 | 4件 | 4件 | 6件 | 6件 |
| 「ニッポンセレクト.com」への登録による売上の増加事業者数（目標） | 1件 | 2件 | 4件 | 4件 | 6件 | 6件 |

II. 地域経済の活性化に資する取組

【現状と課題】

当町は、昭和30年代より民宿を始めとした各種の観光関連産業が振興し、商業と観光を中心とした町づくりがなされてきた。しかし、商業では消費の流失や地区内人口・交流人口の減少による地域経済の縮減、経営者の高齢化などによる空き店舗増加や商店街等の賑わい低下が危惧されている。また、観光においても、観光需要の多種多様化・施設老朽化・経営者高齢化などにより廃業する事業所が増加し、当該地域における宿泊者・利用客の減少傾向に歯止めが掛からないなど域間競争に後れをとっている。

【事業内容】

商工会及び行政・観光協会・伊豆太陽農協・伊豆漁協で組織されている松崎町産業団体連絡協議会の開催は、現状で年1～2回程度の開催であったものを四半期ごとに増やし、町内の状況を共有し連携を強固なものとして、前述の課題解決を図る。

共有認識を持って下記の事業を実施する。

(1) 地域資源を活用した商品開発（松崎ブランド認定商品）

「地場産食材有効活用」と「中心商店街活性化」を目的に、伊豆太陽農協・伊豆漁協の扱う地場産品や取得している各種情報を共有し、連携強化を図ると共に相互協力から得られる付加価値のある商品の開発（農商工連携）を進める。

松崎町でしか味わえない（購入できない）商品として開発し、町内の小売店・飲食店で取り扱うことにより、松崎ブランド認定商品・松崎グルメ品としての知名度の向上及び集客力アップを図る。このことにより、商店街の賑わい創出効果と小規模事業者の売上増加及び利益向上が図られ、しいては地域経済の活性化に繋がる。

(目標)

| 項目 | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|-------------------|----|------|------|------|------|------|
| ブランド商品開発数 | 32 | 34 | 36 | 40 | 42 | 45 |
| ブランド商品取扱店舗数 | 20 | 21 | 22 | 24 | 26 | 26 |
| グルメ商品数 | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| グルメ商品提供店舗数 | 0 | 0 | 2 | 4 | 6 | 6 |
| 産業団体連絡協議会 開催回数 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |

(2) 経済効果のある体験型滞在型観光の推進

松崎町は、国内63町村（平成28年4月現在）で組織されている「日本で最も美しい村」連合へ加盟しており、この連合加盟3要素である「なまこ壁の町並み」「石部赤根田の棚田」「桜の葉の生産と桜葉漬け」を活用した町づくり

に取り組んでいる。こうした中、商工会は観光協会・商店会（街）と連携し、「史跡となまこ壁」の商店街を周遊ルートに入れた「ノルディックウオーク・散策ルート」の開発や、地区観光協会との連携による「石部赤根田の棚田」の「オーナー制度・体験田植え、稲刈り」の効果的活用支援を行い、体験型・滞在型観光振興による地域経済の活性化に取り組む。

（３）街並み整備事業調査の活用

松崎町では、今年度静岡大学が進める「地域連携事業」の地域診断事業と連携して、「商店街の課題と対策」の診断事業を行っている。加えて、常葉大学が進める「地域包括連携協定」による「人に優しい街づくり」の調査事業とも連携して整備事業を進めている。

この両事業には商工会も加わり協力している。この調査により得られた結果は、街並み整備を進める上での資料として活用すると共に、経営指導員等の巡回訪問時に小規模事業者へフィードバックすることで、商店街・商店の整備事業に効果的であり、小規模事業者の経営計画策定時の事業戦略や事業継承等に活用することで、企業の存続・成長に寄与し地域経済の活性化へと繋げる。

（４）地域産業の振興

・「桜葉塩漬け」生産日本一への取組み

桜葉の生産・加工日本一を誇る当町に於いて、生産量は生産者の高齢化や害獣被害などにより年々減少し、輸入品（中国産）の供給が増加している。こうした状況の中、町では日本一を誇る地場産品「桜葉の生産・加工」を維持するため、生産者組合・加工業者・農協と商工会を加えた連絡会議が組織された。

生産日本一に向けた商工会の取組みとしては、事業者の桜葉を利用した新商品開発と活用の支援を行ない、桜葉の付加価値の向上と生産量の増大を図ることにより地域経済の活性化に繋げる。

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

【現状と課題】

現状は、金融機関や税理士など他の支援機関との情報交換の場はあるものの、融資などの支援に対する情報交換が中心となっており、事業計画支援ノウハウの情報交換については限られたものとなっていた。小規模事業者の持続的発展に資する事業計画の策定にあたっては、より専門的知識を要することから、専門家派遣などを積極的に活用し連携した中での持続的発展支援が必要不可欠であり、現場での支援ノウハウの不足が今後の課題である。

【事業内容】

1. 他の支援機関等との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換を行い、自らの支援能力の向上を図る。

① 町内の4金融機関(静岡銀行・スルガ銀行・静岡中央銀行・三島信用金庫)や日本政策金融公庫と連携した形の中で、地域経済の動向や需要の動向などの情報交換、

専門家を通じた分析を行い、ノウハウを吸収し、情報を共有した上で小規模事業者に対する情報提供や支援力の向上に努める。

- ・ 管内4金融機関合同金融懇談会 年2回開催 (4月・10月)
(静岡銀行・スルガ銀行・静岡中央銀行・三島信用金庫の各松崎支店)
- ・ 日本政策金融公庫沼津支店との懇談会 年2回開催 (6月・11月)

- ② 静岡県商工会連合会・伊豆地区2市6町商工会で構成する伊豆地区商工会連絡協議会が実施する研修会(年4回)を通じて、伊豆半島の観光地としての特有の課題を地域一丸となって解決していく支援ノウハウ、他市町の地域性を活かした取り組み事例など、支援の現状について情報交換を行うと共に、新たな需要開拓を進めていく上でのノウハウの蓄積を図る。
- ③ よろず支援拠点・中小企業基盤整備機構の活用・連携による支援の中、職員が必ず随行することで現場での支援ノウハウを習得し、支援能力の引上げを図ることで伴走型支援に活かす。
- ④ 創業・第2創業(経営革新)支援について、「よろず支援拠点」・「専門家派遣」の活用及び連携の中で、ビジネスプラン・創業計画の支援ノウハウに関する情報交換を行い、支援能力の向上を図る。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

- ① 静岡県商工会連合会が主催する経営指導員の特別専門研修会・職種別研修会への参加に加え、中小企業大学校の主催する中小企業支援担当者向研修会へ経営指導員が積極的に参加する。
- ② 県や国の専門家派遣制度等の活用による事業所支援の際には同行し、事業計画書策定等についてのスキルを習得する。更に各企業の個性を活かした経営力・収益力の向上を目的とした支援能力の向上を図る。
- ③ 全国商工会連合会が実施するWEB研修(eラーニング)を積極的に受講し、経営支援全般に係る支援能力を身につける。
- ④ 経営指導員等が習得した支援ノウハウについては、組織として共有できるよう電子データ化して「職員会議」や「職場内研修」などで活用し、全ての職員の支援能力の向上を図る。

3. 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

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・見直しを行う。

- ① 松崎町並びに地区金融機関の代表及び中小企業診断士等の外部有識者を委員とした「松崎町商工会経営発達支援計画評価委員会」を設置し、事業の実施状況、成

果の評価、見直し案の提示を依頼する。

- ② 「松崎町商工会経営発達支援計画評価委員会」から示された、事業成果の評価・見直し案を、理事会に於いて審議し、成果の評価、見直しの方針を決定する。
- ③ 理事会に於いて決定された、事業の成果・評価・見直しの案については、通常総会に報告し承認を受ける。
- ④ 事業成果・評価・見直しの結果について、松崎町商工会ホームページで公表する。

(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28年4月1日現在)

(1) 組織体制

(実施体制)

事務局長と経営指導員、補助員、記帳専任職員を経営発達支援スタッフとする「経営発達支援会議」を組織し、毎月1回事業計画の進捗状況等に関する会議を開催し、その結果を商工会長報告する。

(経営発達支援スタッフ)

| | | | | | |
|------|----|--------|----|----|----|
| 事務局長 | 1名 | 経営指導員 | 2名 | | |
| 補助員 | 1名 | 記帳専任職員 | 2名 | 合計 | 6名 |

(商工会の組織体制)

| | | | | | | |
|------|----|-----|-----|----|----|-----|
| (役員) | 会長 | 1名 | 副会長 | 2名 | | |
| | 理事 | 17名 | 監事 | 2名 | 合計 | 22名 |

| | | | | | | |
|-------|------|----|--------|----|----|----|
| (事務局) | 事務局長 | 1名 | 経営指導員 | 2名 | | |
| | 補助員 | 1名 | 記帳専任職員 | 2名 | 合計 | 6名 |

(2) 連絡先

| | |
|--------|---|
| 名称 | 松崎町商工会 |
| 住所 | 静岡県賀茂郡松崎町江奈 231-2 |
| 電話番号 | 0558-42-0470 |
| HPアドレス | http://www.wbs.ne.jp/bt/matsuzaki/ |

(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)

| | 現状 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 必要な資金の額 | 1,920 | 2,150 | 2,150 | 2,150 | 2,150 | 2,150 |
| ① 特産品等販路開拓 支援事業 | 1,000 | 1,200 | 1,200 | 1,200 | 1,200 | 1,200 |
| (販路開拓支援事業費) | (500) | (600) | (600) | (600) | (600) | (600) |
| (販売促進支援事業費) | (500) | (600) | (600) | (600) | (600) | (600) |
| ② 商業振興費 | 600 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| ③ 観光振興費 | 150 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 |
| ④ 経営対策費 | 170 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 |

(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 |
|-----------------------------|
| 会費、県補助金、町補助金、町事業受託料収入、手数料収入 |

(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. | <ol style="list-style-type: none">1 地域経済動向に関すること<ul style="list-style-type: none">・産業団体連絡協議会、金融機関、支援機関等と連携して情報交換を密にして小規模事業者への有益な情報収集と提供を行う。2 経営状況の分析に関すること<ul style="list-style-type: none">・調査で収集したデータの分析により経営課題の抽出し、各支援機関、専門家と連携してサポートを行う。3 事業計画策定支援に関すること<ul style="list-style-type: none">・専門機関等の事業計画策定セミナーにより事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行なう。・専門機関等と連携して事業計画策定支援を行なう。4 事業計画策定後の実施支援に関すること。<ul style="list-style-type: none">・事業計画策定後は支援機関と連携してフォローアップを行う。5 需要動向調査に関すること<ul style="list-style-type: none">・関連団体、各種支援機関等と連携して情報交換を密にして情報収集を行う6 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること。<ul style="list-style-type: none">・国、県、商工会連合会、地区金融機関等の主催する商談会、展示会の情報収集、情報提供を行う。・支援機関と連携して出展の為の販売方法等のノウハウの支援、助言を行う。 |
| II. | <p>地域経済の活性化に資する取組み</p> <ul style="list-style-type: none">・地域関連団体との連携強化による地域資源を活用した商品開発を進める。・関連団体と連携し地場産業の振興による地域経済の活性化に取り組む。 |

連携者及びその役割

1. 経営発達支援事業の具体的内容

I. 経営戦略案・事業計画策定、実行支援

連携者（金融機関）

- | | | | |
|-------------------|--------------------|-----------|--------------------|
| ①静岡銀行 | 松崎支店 | 支店長 小林正幸 | |
| 〒410-3624 | 静岡県賀茂郡松崎町江奈 182-3 | | TEL (0558) 42-0020 |
| ②スルガ銀行 | 松崎支店 | 支店長 渡辺 浩 | |
| 〒410-3624 | 静岡県賀茂郡松崎町江奈 228-3 | | TEL (0558) 42-0349 |
| ③静岡中央銀行 | 松崎支店 | 支店長 野末正広 | |
| 〒410-3611 | 静岡県賀茂郡松崎町松崎 375-4 | | TEL (0558) 42-0280 |
| ④三島信用金庫 | 松崎支店 | 支店長 藪田 勲 | |
| 〒415-0303 | 静岡県賀茂郡松崎町宮内 350-11 | | TEL (0558) 42-0224 |
| ⑤日本政策金融公庫（国民生活事業） | 沼津支店 | 支店長 海老名 隆 | |
| 〒415-8585 | 静岡県沼津市市場町 5 番 7 号 | | TEL (0559) 31-5282 |

役割

経営計画書の策定及び実行する際に、金融機関の支援が必要なときは、計画段階から支援計画策定メンバーとして立案に携わり、計画の実行支援を現実的に進める。

2. 地域の活性化に資する取り組み

I. 地域活性化事業

連携者

松崎町 町長 齋藤文彦
〒410-3612 静岡県賀茂郡松崎町宮内 301-1 TEL(0558)42-1111

産業団体

| | | | |
|------------|-------------------|-------|--------------------|
| 伊豆太陽農業協同組合 | 西伊豆統括支店長 | 鈴木 浩幸 | |
| 〒410-3624 | 静岡県賀茂郡松崎町江奈 171-1 | | TEL (0558) 42-1151 |
| 伊豆漁業協同組合 | 松崎支所 担当理事 | 稲葉 糸良 | |
| 〒415-0153 | 静岡県賀茂郡松崎町雲見 390-2 | | TEL (0558) 45-0111 |
| 松崎町観光協会 | 会長 齋藤省一 | | |
| 〒410-3611 | 静岡県賀茂郡松崎町松崎 211 | | TEL (0558) 42-0745 |

●小規模事業者販路開拓支援 連携者における役割

町当局を始め地域経済団と連絡を密にして、地域産業振興を目的とした意見交換等を行い、地域企業者への意識改革・知識習得を目的として事業の持続的発展を支援する。

3. 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

I. 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連携者における役割

各会議や研修などにより、商工会ごとに異なる地域の状況や行政レベルの各種補助金・支援制度、税務支援、金融支援の各手法等についての情報交換を行い地域企業の経営支援に活かしていく。

- ① 静岡県 静岡県賀茂振興局 局長 杉本 隆一
〒415-8515 静岡県下田市中531-1 下田総合庁舎 TEL (0558) 24-2205

静岡県賀茂農林事務所 所長 白鳥 隆司
〒415-8515 静岡県下田市中531-1 下田総合庁舎 TEL (0558) 24-2163
- ② 日本政策金融公庫（国民生活事業）支店長 海老名 隆
〒415-8585 静岡県沼津市市場町5番7号 TEL (0559) 31-5282
- ③ 下田税務署 署長 三枝 輝雄
〒415-8515 静岡県下田市6-3-26 TEL (0558) 22-0185
- ④ 静岡県事業引継ぎ支援センター 統括責任者 清水 至亮
〒420-0651 静岡県静岡市葵区黒金町20番8号 TEL (054) 275-1881

連携体制図等

1. 経営発達支援事業の具体的内容

Ⅲ. 経営戦略案・事業計画策定、実行支援 の連携体制図

経営戦略提案・事業計画策定チーム
連携メンバー構成

