

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	新居町商工会 (法人番号 6080405001398)
実施期間	平成30年4月1日～平成35年3月31日
目標	①事業計画策による経営改善・創業支援 ②新たな需要開拓による経営力強化 ③地域資源活用による地域活性化
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>経営指導員によるヒアリング調査及び静岡県西部地域しんきん経済研究所から調査結果を分析し、小規模事業者へ提供する。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること</p> <p>経営指導員の巡回指導により、経営状況の分析を行い、小規模事業者の事業計画策定の参考資料等として活用する。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>経営指導委の巡回指導及び専門家派遣を活用し、小規模事業者の事業計画策定の支援を行う。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>経営指導委の定期的な巡回指導により、事業計画策定した小規模事業者の支援（フォローアップ）を行う。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること</p> <p>小規模事業者の既存の手土産の中から地域ブランドになりうるものを選考し組み合わせ、地域の商業者によるプロジェクトチームと販売促進に精通した専門家と組み、売れる商品を作り上げる。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>パブリシティ活用や展示会への出展、えびす支援事業（販路開拓・受発注確保・業務提携などの支援・紹介、情報の提供）等により、小規模事業者の新たな販路等開拓を支援する。</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>地域関係機関と奥浜名オンパク事業の定期的な会議において、今後の地域の方向性や地域の魅力の特性を踏まえた観光振興（にぎわいの創出）等による地域経済の活性化について協議し、地域における関係者間で意識の共有を図る。</p>
連絡先	新居町商工会 住所 静岡県湖西市新居町新居3380-8 電話番号 053(594)0634 FAX 番号 053(594)5984 メールアドレス arai-s@tokai.or.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

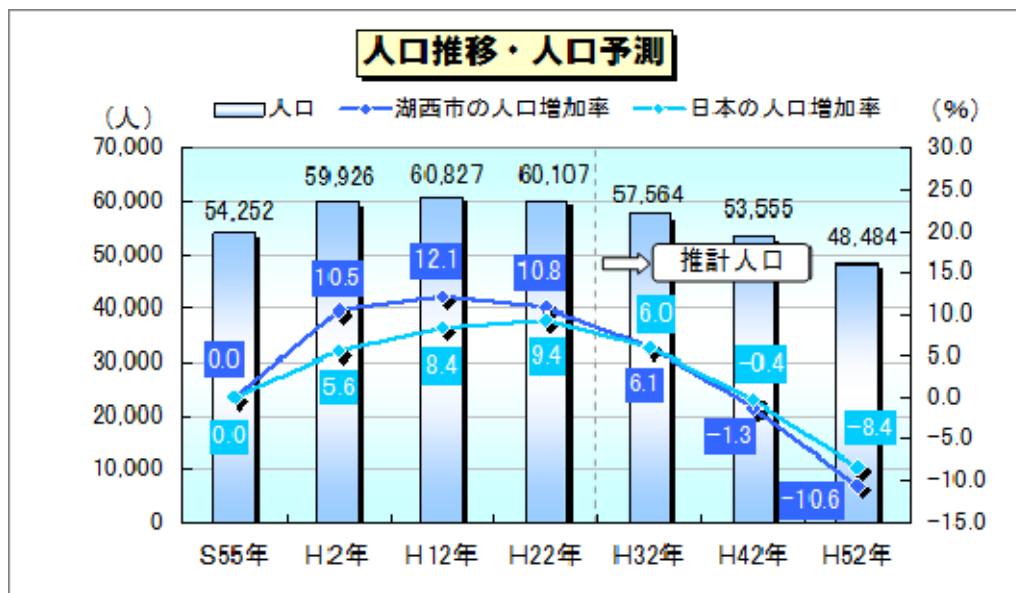
経営発達支援事業の目標

1. 地域の概要

湖西市は静岡県最西端に位置し、東はわが国でも指折りの汽水湖である浜名湖に、南は遠州灘に接する自然豊かなまちである。JR浜松駅、豊橋駅のほぼ中間に位置しており、平成22年3月、旧湖西市と浜名郡新居町が合併し、湖西市となった。JR東海道本線、国道1号など交通の便も良く、新東名高速道路の開通や三遠南信自動車道の整備推進により、今後、湖西市の利便性が更に高まることが予想される。

(ア) 市の人口推移・人口予想

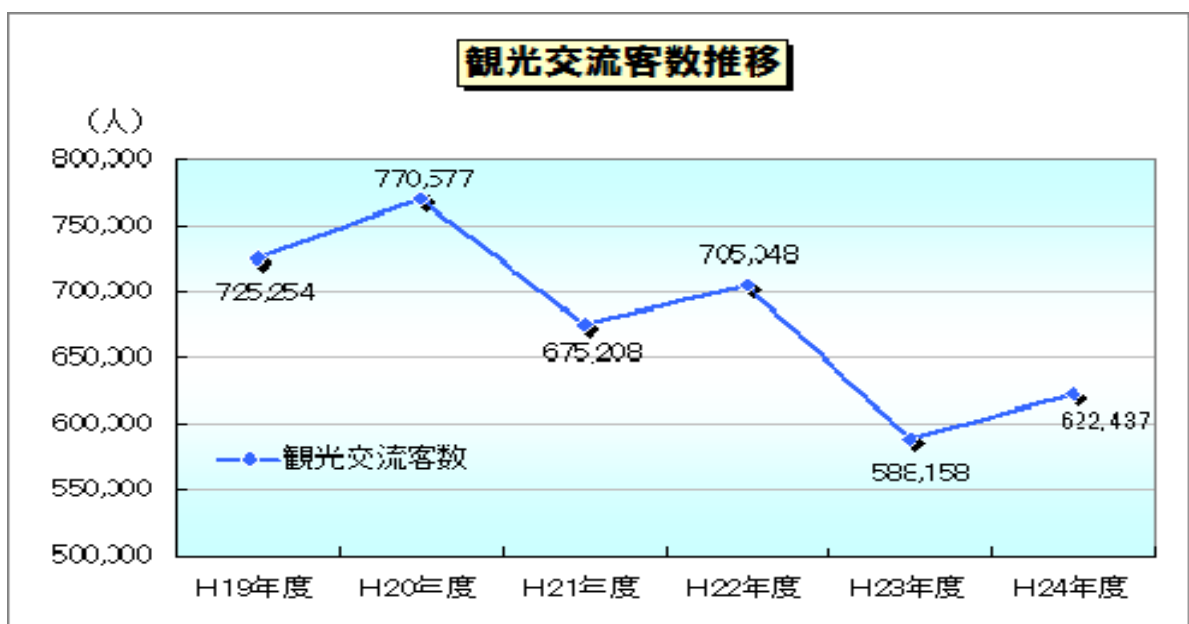
湖西市の人口は平成12年まで増加傾向にあったが、平成22年に60,107人と減少に転じ、今後も人口は減少傾向が続くと見込まれる。昭和55年から平成52年の国の減少率が8.4%であるのに対し、市の減少率は10.6%と予測されている。



(イ) 市の特産品など

新居町は、江戸時代、関所が設置され、東海道31番目の宿場町として栄え、その面影を今も伝えており観光資源の一つとなっている。名産品としてはしらす、かき等浜名湖と遠州灘に挟まれた地の利を生かした海産物がある。浜名湖の名産品であるカキを平成19年に新居のカキ「プリ丸」として商標登録し、平成25年1月よりカキ小屋を開設するなど観光客の誘致に取り組んでいる。

	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度
カキ小屋来場者数 (人)	4,075	14,279	17,903	22,242	15,287

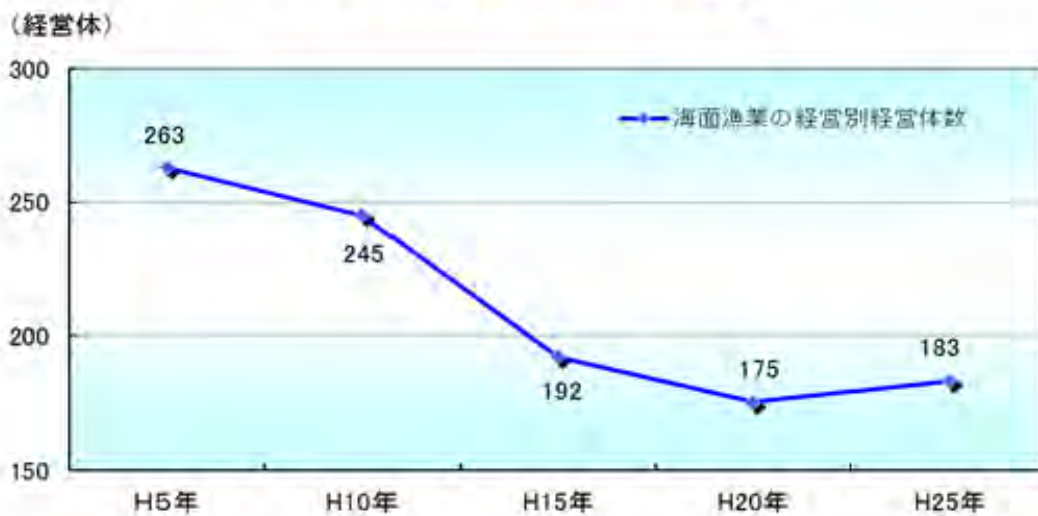


(ウ) 産業の動向

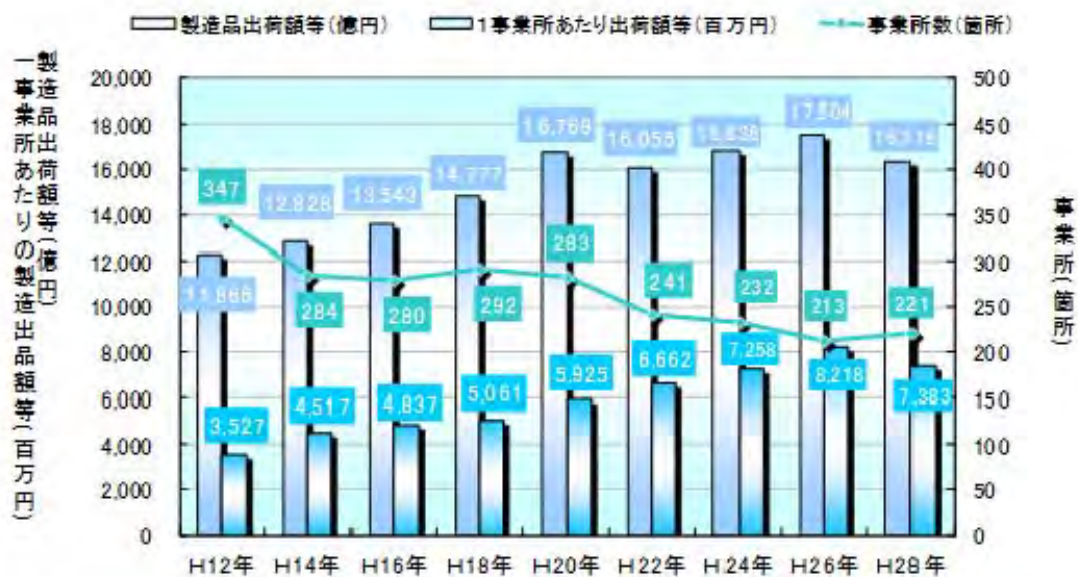
工業では製造品出荷額において、静岡県市町別では第4位であり、自動車関連企業が多くを占めている。また規模別ではスズキ㈱、アスモ㈱などの大規模事業所は旧湖西市に集中しており、新居町においては小規模事業者が多くを占めている。事業所や店舗、農業・漁業の従業者数は年々減少し、経済活動を取り巻く環境は、急激な変化や競争の激化など一層厳しいものとなっている。



海面漁業の経営別経営体数推移



製造品出荷額等と事業所数の推移



この20年間で農業従事者はおよそ64%、漁業従事者はおよそ30%減少しており後継者不足、経営の難しさが表れている。

2. 地域の課題

東海地震の発生による津波被害が予想されることから、地価下落傾向に歯止めが掛からない状況であるが、旧国一沿いにはドラッグストアや量販店の進出もあり賑わいを取り戻しつつある。反面既存商店の中には廃業するところも見受けられ、唯一現存する関所や手筒花火等の文化遺産を観光資源として、インバウンドを含めた観光交流人口の増加を図ることが課題となっている。また漁業従事者の高齢化や後継者不足が深刻である。

3. 新居町商工会の役割

新居町商工会は永年、創業から事業承継までをサポートするセミナーを継続的に開催してきた。また、個別事業所の経営課題を解決するには、地域全体の面的な活性化が必要との認識を共有している。地域の元気を取り戻すためにも、創業塾の開催により創業の支援に一層力を注ぐとともに、現在厳しい状況に置かれている事業者に寄り添った販売促進等の支援を行っていく。既存経営革新塾の開催により地域の実情を分析し、小規模事業者の持続可能な経営計画策定の支援に取り組んでいく。

また、新居町は全国で唯一現存する関所があるが、観光拠点としての情報発信力が弱く観光交流客数も伸び悩んでいる。地域の歴史・伝統文化を生かし次世代に継承するため、パブリシティの機能を担う商工会としてホームページリニューアル、フェイスブックの開設等のITを活用した情報発信・需要の開拓にも積極的に取り組んでいる。

【会員数推移】

業種	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
建設業	85	87	85	86	85
製造業	113	106	102	97	88
卸売業	15	15	13	13	13
小売業	130	129	114	111	109
飲食業	44	44	43	44	43
サービス業	136	129	90	89	87
その他	61	57	48	47	47
合計	584	567	569	559	544

4. 第一期における取組と成果

第1期目の事業評価については、新居町商工会の強みである経営指導員の巡回指導により、地域の経済動向調査や事業計画策定支援（経営革新・創業支援含む）や各種取組について、当初計画していた目標に対して、一定の評価を上げることができた。詳細は、以下のとおり。

【経営発達支援計画の各項目の目標数値と実績】

1. 地域の経済動向調査

支援内容	H27 目標	H27 実績	H28 目標	H28 実績	H29 目標
商工業者数(件)	800	733	730	706	730
小規模事業者数(件)	567	562	562	594	562
巡回指導数(件)	3,000	2,699	3,000	2,380	3,000

2. 経営状況分析

支援内容	H27 目標	H27 実績	H28 目標	H28 実績	H29 目標
個別支援指導数(事業者件数)	14	22	20	25	20

3. 事業計画策定支援

支援内容	H27 目標	H27 実績	H28 目標	H28 実績	H29 目標
経営革新塾開催(回数)	8	8	8	8	8
個別相談	14	26	15	33	15

4. 事業計画策定後の実施支援

支援内容	H27 目標	H27 実績	H28 目標	H28 実績	H29 目標
専門家派遣	7	2	5	4	5
フォローアップ支援	7	20	10	16	10

5. 需要動向調査

項目	H27 目標	H27 実績	H28 目標	H28 実績	H29 目標
繁盛店づくり事業(ビジョンづくり)	1	1	-	-	
繁盛店づくり事業(中期計画)	-	-	1	1	

6. 新たな需要開拓に寄与する事業

項目	H27 目標	H27 実績	H28 目標	H28 実績	H29 目標
展示会・商談会出展支援事業数	8	4	8	1	8
販路開拓支援	21	28	30	34	30
新たな需要を開拓した小規模事業者	29	32	30	35	30

7. 地域経済活性化

支援内容	H27 目標	H27 実績	H28 目標	H28 実績	H29 目標
観光誘客(牡蠣小屋)	15,000	24,617	16,000	17,029	17,000

5. 今回の申請における取組の方向性（中長期的な振興のあり方）

新・湖西市総合計画（平成23年度から10年間のまちづくりの指針）において、以下のような基本計画が策定されている。

●産業の発展や交流による活力あふれるまち「みんなで支える商業（商業）」

<施策の方向>

- ・既存の商業地区の活性化を図り、商店街に賑わいを取り戻します。
- ・事業者の育成、商業環境の整備、魅力ある商品開発などを支援します。
- ・各商店や商店街と商工会、行政の協働のもと、経営の安定、設備の近代化、事業の共同化を支援していきます。

<施策の内容と主な事業>

施策の内容主	主な事業
魅力ある商業エリアの活性化	■ 商業振興事業
商業経営基盤の強化支援	■ 小規模事業者経営改善支援
	■ 魅力ある商品開発への支援
	■ 後継者の育成

●産業の発展や交流による活力あふれるまち「人が集うまち（観光）」

- ・地域の観光資源を生かした再来型・滞在型観光へ向けた整備をしていきます。
- ・観光情報の発信拠点の整備をしていきます。
- ・観光情報を定期的にマスコミに提供していきます。

施策の内容主	主な事業
情報発信による観光振興	■ 観光振興事業
歴史的資源の活用	■ 湖西まつり
観光資源の活用と利用促進	■ 観光施設などの管理運営
体験交流型観光・イベントの開発	■ 道の駅の活用
	■ 産業観光コースの検討

新居町商工会においては、このような湖西市の基本計画に沿って、行政や地域金融機関・支援機関と緊密に連携し地域経済の発展に不可欠な総合経済団体として、小規模事業者の持続的発展を支えるため、小規模事業者の経営改善、新たな取組（商品開発、販路開拓支援等）への支援、地域資源や観光資源を活用した活力あるまちづくりに取り組んでいく。

6. 経営発達支援計画の目標

第1期の取組について外部有識者による事業評価では、地域に即した繁盛店作りの活動が継続されていること、また例年開催している「創業塾」・「経営革新塾」においても各事業が伴走型でサポートされており、認定された経営発達支援計画に沿った事業を行うことができたものと評価を受けている。しかしながら地区外の受講生も含まれるため、地区内の新規会員の増加及び経営革新計画申請に直結していな

いことも問題点として挙げられる。

一方で地域の経済動向調査においては、巡回指導件数が目標を下回ったことに低評価を受けた。これを受けて計画3年目の本年は経営指導員の巡回強化、情報の整理及び共有化に重点的に取り組み改善を図っている。

新居町商工会としては第1期の事業評価を踏まえ、中長期的な振興のあり方、且つ新居町商工会の強みである巡回指導を更に強化し、情報の整理及び共有化を図りながら、粘り強く小規模事業者を支援していくため、以下の通りの目標を設定する。

- ①事業計画策定による経営改善・創業支援（継続）
- ②新たな需要開拓による経営力強化（継続）
- ③観光資源及び地域特産品による地域活性化（継続）

7. 目標達成のための方針

- ① 小規模事業者に対し、セミナー開催や巡回指導により、事業計画策定の重要性を広く周知すると共に、事業計画策定から、策定後フォローアップ支援まで継続的に支援を実施する。創業希望者に対しても、創業計画書の作成他創業支援、創業後のフォローアップまできめ細かく対応し創業を支援する。
- ② 関係機関との連携を強化し地域内外の需要獲得に向けたスキームを再構築し、商談獲得や顧客取り込みにつながる提案、ITの有効活用による支援、新商品の開発支援等により、小規模事業者の需要開拓支援を実施する。
- ③ 新居関所周辺と商店街を繋げた観光連携、イベント（おんぱく事業等）開催、観光案内所の新設、南浜名湖周遊等新たなブランド事業化を支援することにより、地域経済とコミュニティの活性化に貢献する。

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30年4月1日～平成35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】

〈第1期における取組と成果〉

経営指導員が直接事業所に出向きヒアリングにて調査を行った。調査によって得られた情報は管理者ミーティングで整理・分析（地域経済の課題を抽出）し、分析結果は、毎月商工会に開示し、経営指導員の巡回指導時・窓口相談等に活用した。

また、静岡県西部地域しんきん経済研究所から提供される景況レポートを活用し、県西部地域の経済動向を把握し、同じく巡回指導・窓口相談に活用することにより、小規模事業者に対して適切な情報提供を行なうことができた。

〈今回の申請における取組の方向性〉

第1期と同様に、経営指導員によるヒアリング調査及び静岡県の西部地域の景気動向調査を活用し、小規模事業者に対して適切な情報提供を行なう。

〈事業内容〉

① 小規模企業景気動向調査（継続改善）

地域の経済動向を経営指導員が直接事業所に出向きヒアリング調査を行う。調査によって得られた情報は管理者ミーティング（局長・経営指導員2名・補助員1名計4名で毎月2回開催）で整理、分析し地域経済の課題を抽出する。分析結果は、四半期に一度商工会HPに開示し、経営指導員の巡回指導時・窓口相談等に活用していく。経営指導員によるヒアリング調査は、地域の経済動向を把握するために有効な手段であるため、今回も実施する。小売業、サービス業、建設業、飲食・その他より各5社を抽出し調査する。更に新たなビジネスモデル構築に向けた、えびす事業の充実を図る観点からも、えびす事業参加事業所30社（製造業）は毎月実施する。

*小規模企業景気動向調査の内容（項目）

所定調査票に基づく経営指導員によるヒアリング方式

業況/売上/仕入単価/採算/資金繰りの質問項目に対するD I 値を集計する。

② 静岡県の西部地域の景気動向調査（継続改善）

静岡県の西部地域の景気動向については、四半期に1度、景況レポートとして静岡県西部地域しんきん経済研究所から調査結果が提供されているため、この調査結果の活用を行う。業種ごとのD I 値、今後の県西部地域の経済の見通し・ピアノ・二輪車製造業・農林水産物など地場産業の情報等を抽出分析の上、巡回指導・窓口相談時に

提供し、活用していく。

静岡県西部地域しんきん経済研究所の景況レポートの活用は、静岡県西部地域における経済動向の把握には有効な手段のため、今回も実施する。ただし、広く情報を周知するため、HPにおいて分析結果を提供する。

〈目標〉

項目	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
小規模企業景気動向調査 HP開示件数	0回	4回	4回	4回	4回	4回
西部地域の景気動向調査 結果のHPでの提供回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

〈第1期における取組と成果〉

経営指導員の巡回指導により経営状況の分析を実施した。また、地域経済の持続的発展の鍵を握るのは、個々の商店の活性化を図ることであり、この課題解決のため平成25年度から続けている繁盛店づくり支援事業を精力的に行った。この事業の継続により参加店舗や地域商店会メンバーに自己改革の必要性を伝え、賛同者を増やすことができています。専門家と共に個社を訪問し、自社の強みや弱み、競合状況、人材等について分析、アドバイスをしてきている。第1期では個社の経営力強化に関する経営分析に特化してきている。参加企業の意向を確認し中長期経営計画の策定を希望する場合は次のステップに進む形としたが、既往状況の改善を優先し計画策定まで望まないケースも多かった。ただ、フォローアップの一環で持続化補助金などの利用推進を行ない経営計画策定に繋げた事業所もあった。

◎参考 繁盛店づくり支援事業

本事業は、元気のある繁盛店を創り出すことにより、他店にもその効果を波及させ、商店街全体を活性化させることを狙いとした事業。「個店の魅力づくり（点）⇒個店と個店の連携（線）⇒商店街全体の活性化（面）」（点から線へ、線から面へ）という基本的考えの下、まずは、「商店街活性化の核となる繁盛店づくり」のために、次の4つを重点課題として研修プログラムを展開するもの。

- ① 自店や商店街、地域を取り巻く「環境の変化」を理解する。
- ② 環境の変化に対応した繁盛店づくりの「方向性と対応方法」を理解する。
- ③ 具体的な「繁盛店づくり」の取組を実践する。
- ④ 商店街全体で成果を共有し、他の個店への波及を促す。

【実施したもの】

個店が改善に取り組み、「売上高や来客数の増加といった成功体験を実感する機会」が最も重要だと考え、外部講師と店主とで対話を重ね、個店の魅力づくりのための改善方針・手法を検討した。臨店研修の対象店主には、店舗改善の成果を検証しながら、継続的に改善できる知識・ノウハウを習得してもらった。また、臨店研修の対象ではない店主の方々にも、「対象店主が魅力づくりに取り組み改善してい

くプロセスや情報・ノウハウを共有する場」(全体研修)に参画いただき、商店街全体としての意識改革や改善に向けての自立的な取組へとつなげていった。

〈今回の申請における取組の方向性〉

今回も前回同様、経営指導員の巡回指導により経営状況の分析を行う。また、意欲の高い事業者については繁盛店づくり支援事業にて支援を行う。

〈事業内容〉

① 巡回指導による経営分析(継続)

経営指導員の巡回指導により、経営分析を行う事業所の掘り起こしをすると共に、経営分析を希望する事業者に対しては、記帳データの活用により、財務分析(収益性分析、安全性分析、キャッシュフロー分析等)を行うと共に、経営指導員のヒアリングにより強み、弱み、競合、外部環境等についての分析を行う。

経営分析には、経営指導員の巡回指導が有効な手段であるため、今回も実施を行う。また、更に意欲の高い事業者に対しては、繁盛店づくり支援事業にて支援を行う。

繁盛店づくりの支援内容は以下のとおり。

- ・ 個店・商店街・地域を取り巻く環境の変化、環境変化に対応した繁盛店づくりのポイントを理解・体得するための繁盛店づくりセミナーの継続開催をする。セミナー参加者に対しては講師の指導の下、商工会職員が中心となって個々の事業所の課題を解決するための経営改善指導や臨店による現場改善指導など事後のフォローアップを行う。また静岡県よろず支援拠点を活用した個別相談会の開催を行う。〈継続〉
- ・ 地域の経済動向を踏まえ、小規模事業者の販売する商品・サービスの内容(商品のラインナップ・商品の展示方法・POP・接客等)が地域の需要に沿っているか経営分析を行う。分析する情報には、年間2,000件以上に及ぶ経営指導員の巡回指導で収集した情報や地域経済団体の統計情報・金融機関等との連携の中で得られた情報等がある。得られた情報は地区別、業態別、時系列で分析し指導員が使用できる共有ファイル上に世代管理し、いつでも使用可能なデータとして巡回指導・窓口相談に活用していく。
- ・ 分析した結果は個店の経営指導に活用し、モデル店舗となって他の小規模事業者への波及効果を促していく。小規模事業者自らが自発的に繁盛店づくりに取組み、地域商店・商業者全体を牽引する新たな人材を育成する。そして、その効果を点から面へ拡大し商店街全体の活性化を図る。商工会商業部内の委員会で、これまでに専門家の経営分析・改善指導を受けた店舗を中心に、地域に即した繁盛店づくりの取組みを行う。
- ・ 繁盛店づくり支援事業の一環で誕生した手土産プロジェクトや広告プロジェクトを今後活性化させていく。

〈目標〉

項目	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
経営分析実施事業者数	30件	30件	30件	30件	30件	30件
繁盛店づくり支援事業支援事業者数	5件	5件	5件	5件	5件	5件

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

〈第1期における取組と成果〉

第1期では、経営革新塾セミナー、創業セミナーの開催、及び巡回指導により、当初目標を達成することができたが、これまでのセミナー受講者だけでなく、もっと多くの事業者に支援ができる体制を整える必要性を感じている。

〈今回の申請における取組の方向性〉

今回は、経営革新の承認等のための計画ではなく、巡回指導により事業計画策定の重要性を周知すると共に、事業計画策定の支援を行う。

〈事業計画〉

先にあげたように、事業所数・商店数の減少等による地域経済の疲弊の影響は、地域内で事業を継続していく小規模事業者の個々の営業努力だけでは乗り越えることが困難な課題を抱えている。

経営者が日常の営業活動に追われ課題解決の糸口を掴めない状況にあることも多い。また、過去の業績等を分析し、今後の事業計画を策定するため、巡回指導及び専門家と連携した支援により伴走型支援を徹底していく。

①巡回指導による支援（継続）

経営分析を実施した小規模事業者に対し、事業計画策定の重要性を説明し、事業計画策定の希望者を掘り起こす。事業計画策定を希望する小規模事業者に対しては、経営指導員による指導・助言により、事業計画策定の支援を行う。

また、必要に応じて専門家派遣を活用し、より実効性の高い事業計画策定の支援を行う。

更に、意欲の高い事業者に対しては、経営革新承認のための支援を併せて行う。

〈経営革新のための支援〉

- ・ 消費者ニーズの多様化、価格競争の激化、情報化など、中小企業を取り巻く経営環境は大きく変化しているため、企業は、消費者のニーズに合った新商品・新サービスの開発などにより経営の向上（経営革新）を図る必要があるそれらをサポートするためのセミナーを引き続き開催する。
- ・ これまでに培った経営ノウハウや技術を生かし、新商品の開発 又は生産、新サービスの開発又は提供、生産方式又はサービスの提供方式の開発等の経営革新のための個別相談会の実施。

巡回指導及び専門家派遣は、事業計画策定には最も有効な手段であるため今回も実施する。

②創業支援（継続）

近い将来創業・起業を考えている方の各種相談の受付と、創業のための具体的な手続きをサポートするためのセミナー（創業塾）を全6回程度開講し、支援する。西遠地区の他商工会と連携し共催をしていくとともに、支援機関である地元金融機関との連携も図っていく。

また、セミナー修了後に修了生の進捗状況を確認し、状況に合ったフォローアップセミナーを2回程度開講しヒアリングを行い、実際に創業が可能な受講生に対しては、ミラサポなどの施策等を活用して徹底的に個別指導を行い、確実な支援を行うことで事業者の増加を目指す。金融面については、日本政策金融公庫の資金の活用を提案、地元金融機関の融資相談窓口を紹介するなどのサポートも丁寧に行う。

③事業承継支援（継続）

事業承継というと、後継者の育成や税務対策・資金面等課題が多い。そのため、事業承継を円滑に行うための支援を行うため、セミナーを毎年1回開催する。対象者は主に、新居地域及び周辺地域の小規模事業者・後継者・経営幹部とする。具体的な指導内容としては、経営者に必要なリーダーシップ・判断力・将来に対する洞察力・実行力・営業力・経理能力・コミュニケーション能力・論理的思考力など事業承継者に求められる能力を開発することを主眼とする。広報活動としては、巡回指導時の案内のほか、毎月の会報・新聞折込チラシの活用やHPへの掲載をしていく。

また、静岡県事業引継支援センター等の関係機関とも、連携しながら支援を行っていく。

〈目標〉

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
事業計画策定事業者数	20件	20件	20件	20件	20件	20件
経営革新塾開催回数	6回	6回	6回	6回	6回	6回
経営革新取得数	2件	2件	2件	3件	3件	3件
経営革新塾参加人数	15名	15名	15名	15名	15名	15名
創業セミナー参加人数	18名	15名	15名	15名	15名	15名
創業者数	3名	4名	5名	5名	5名	5名
事業承継セミナー参加人数	未実施	10名	10名	10名	10名	10名
事業承継計画策定	未実施	2名	2名	2名	2名	2名

*参考 経営革新塾 平成18年から開催
創業塾 平成15年から開催 延べ受講者数198名（創業者数57名）

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

〈第1期における取組と成果〉

定期的な巡回指導及びフォローアップ会議の開催、金融及び販路開拓支援により、事業計画策定後の適切なフォローアップを実施することができた。

〈今回の申請における取組の方向性〉

第1期と同様に、事業計画策定事業者に対して、定期的な巡回訪問により計画の進捗確認及び必要に応じてフォローアップ会議の開催、金融及び販路開拓支援を行う。

〈事業内容〉

- ①事業計画の進捗状況を毎月定期的巡回訪問により確認し指導していく。
- ②計画の進捗状況を確認、計画実施上の問題点の早期対応のためのフォローアップ会議を開催し指導していく。
- ③日本政策金融公庫のマル経融資制度の拡充（小規模事業者経営発達支援融資制度）によって、資金繰り改善への提案が出来るようになることから、この制度を積極的に活用し金融面の支援を積極的にしていくと共に制度利用後のフォローも徹底していく。
- ④資金面のほか販路開拓や補助金などの活用など計画遂行のプラスになる情報も提供していく。

〈目標〉

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
事業計画策定者（経営革新・事業承継含む）支援事業者数	22件	24件	24件	25件	25件	25件
事業計画策定者（経営革新・事業承継含む）フォローアップ回数	264回	288回	288回	300回	300回	300回
創業計画策定者支援対象者事業者	3件	4件	5件	5件	5件	5件
創業計画策定者支援対象者事業者フォローアップ回数	36回	48回	60回	60回	60回	60回

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

〈第1期における取組と成果〉

第1期では「繁盛店づくり支援」として個店の魅力づくりに必要な知識・ノウハウ・知識の提供・人材育成及び組織力強化等、総合的な支援を行った。商店街の事業計画策定支援を行ない、経営指導員・専門家による巡回指導・専門家の講座などを活用して商店会の中期計画を策定した。繁盛店づくり事業では以下の手順で行い、商店会（街）の適切な中期計画を作成することができた。

(実施事項)

- (ア) 専門委員会 「繁盛店 未来づくり委員会」を発足し、少人数から商店会活性化に向けた取り組みを行い、また若手商業者等の次世代の担い手の育成をしてきている。
- (イ) この際、まずはメンバーによる、自らの店・商店会の今後のあり方や商店会活動を行う上での共通の価値基準（モットー等）となるビジョンの共有をする必要があった。この点は、支援機関の制度を活用し座学講師とワークショップの進行役を依頼、当地域の商店会のありたい姿を顕在化させた。
- (ウ) そのビジョンを具現化させる適正なプランづくりの基礎データを入手することが必要となったため、信頼できる専門機関に地域顧客の分析を依頼しそれら資料を活用した。（27年度）
- (エ) 作ったビジョンと調査結果を基に地域活性化に向けた、複数の事業からなる中期的なプラン（3年程度）の作成を28年度に行なった。（活動内容別紙）
- (オ) その中で優先順位をつけ、本年度実施していく案件を選ぶ必要が生じている。

〈今回の申請における取組の方向性〉

小規模事業者は「売れる商品を作る」という視点にかけるケースが多く見受けられるため、買い手のニーズを把握するための調査を実施しながら商品開発に活かす支援を行ないたい。今回は、商品開発や販売促進に熟知した業者の支援を受けることを考えている。当地区の地域ブランドになり得るものを掘り起こし、内外へのPRをすることで活性につなげるプロジェクトとする。当地区（湖西市）の地域ブランドとなり得る商品を掘り起こし、地域の手土産としてPRできる手土産プロジェクトを選択し、取組んでいく。地域・商工会が連携して販売促進に励み、地域に根づかせ、各店舗の売上に寄与できるようにする。

〈事業内容〉

①手土産商品開発のための需要動向調査（新規）

小規模事業者の既存の手土産品の中から地域ブランドになりうるものを選考し組み合わせ、商品化していく。地域の商業者によるプロジェクトチームと販売促進に精通した専門家と組み、売れる商品を作り上げる。

今回作る手土産商品は、地元企業が地元土産として持っていける商用の需要を意識していきながら開発、商品の周知を図り地元住民の需要にもこたえられる商品を創造していく。開発した商品は、自社で販売する他、サービスエリア等でも販売し、参加事業者の販売強化に繋がり、地域への経済効果をもたらすため、新たな事業として実施する。

なお、今回は菓子業者のアソート商品を製作するが、今後は、地元産の海産物を利用した商品を作ることも検討し、掛け紙を統一して地域ブランドとして育成することも考えている。

具体的な事業内容は以下の通り。

- ・土産品の開発に参加事業所を募集（会員以外の菓子業者にも声掛けしオール湖西での取組とする）

- ・参加事業所（プロジェクトチームのメンバー）選考とオリエンテーション
- ・商品開発のためのマーケティング講座の実施（連携する専門業者や外部講師も含め2回程度予定）
- ・商品開発のための検討会の開催（月1回程度）※2ヶ月に1度は、専門家のアドバイスをうける
- ・モニター調査（消費者グループインタビュー）の実施
- ・新居町内のスペースでのお披露目販売会（ポスター、POPなどの制作もする）及び協力してくれる店舗やサービスエリア等で販売のためのミニイベントを実施

（モニター調査の進め方）

（※素案段階のため変更もありうる）

① 消費者グループインタビューの実施

商品ターゲットを2つ（A、B）に分け、モニター調査（グループインタビュー方式：各2回 1回4～5名程度）を実施する。

A：湖西市在住・勤務のビジネスマン（出張時のお土産として）

手土産（商用）を渡す側のニーズを把握するため、市内ビジネスマンを対象とし、手土産プロジェクトチームで開発したアソート商品のモニター調査を実施する。調査内容は、金額・量・大きさ、バリエーション（商品組み合わせ）、各店の商品についての個別評価なども聴取し自店商品の改良に活かしていく。また、商用の手土産として欲しいものの要件は何か、味や値段はもちろんのこと、地域らしさを感じられる演出など、利用者（主に手土産を持っていく側）があったらいいなと考える点等も聴取する。

B：市外在住の女性（訪問時のお土産として）

手土産（商品）をもらう側のニーズを把握するため、市外在住の女性を対象とし、手土産プロジェクトチームで開発した商品のモニター調査を実施する。（会社や自宅で手土産を選ぶ（買いに行く）、手土産もらって厳しい寸評をするのも女性であることが多いため、女性を攻略できる商品作りを目指す。）調査内容は、各店の商品の評価をし、味や見かけ（パッケージ・掛け紙など）・詰め合わせの状況、値段や商品を選ぶ理由（ポイント）なども聴取する。

※グループインタビューとすることで、より具体的で忌憚のない意見を聴取し、開発した商品の改良等を行うと共に、聴取した情報を参加事業所に提供することにより、自社商品の改良や新商品開発に活かしていく。

※グループインタビューのモニター選定については、専門家へ協力を依頼する。

（目標）

年度	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
支援業者数	—	6件	7件	8件	9件	10件

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】

〈第1期における取組と成果〉

女性部の事業として浜名湖及び遠州灘の特産品である「しらす」「うなぎ」「牡蠣」を詰め合わせたお中元・お歳暮商品「あらいじゃんギフト」事業の新規立ち上げ及び「牡蠣小屋」事業においてパブリシティを有効に活用した。その結果、販売個数は年々増加するとともにリピーターの獲得に繋がっている。特に牡蠣に関しては、新居牡蠣組合と連携し、「あらいじゃんギフト」及び「牡蠣小屋」へ供給することで、事業参加事業所の経営の安定にも一役買っていき、経営の安定が牡蠣組合員の事業承継に繋がるなど好循環も見られている。

またビジネスマッチング等の展示会への出展企業は目標を下回ったものの、情報発信の必要性を再認識させる等、一定の効果をあげることができた。

〈今回の申請における取組の方向性〉

第1期で実施した事業を継続して成長させることに加え、工業系の会員事業所を支援する目的で新規事業を立ち上げ、より多くの小規模事業者の需要開拓を図っていく。

〈事業内容〉

① パブリシティ活用事業（継続改善）

経営指導員が、巡回指導の中で特色のある商品・技術を持った地元の小規模事業者の情報を掘みデータを管理蓄積していく。そして、パブリシティの機能を持った商工会がマスコミに新商品や新技術の情報発信をし、商工会のホームページやフェイスブック等で情報発信のサポートをすることにより販路拡大支援の役割を積極的に担っていく。この事業は、新たな需要の開拓には効果的な事業であるため、今回も実施する。従来は商工会としての取り組みを取り扱うことが多かったが、今回は個社にもスポットを当ててPRしていく。

② 展示会への出展（継続）

地域信用金庫等が主催する「ビジネスマッチングフェア（出展数=600社・入場者数=7,500人）」や、湖西市等が主催する「湖西テクノフェア（出展数=80社・入場者数=1,000人）」に新居町地域の特産品・産業・技術を積極的に出品しPR強化していく。また、行政・全国連・県連等が企画している国内外を対象とした販路拡大事業に、新居町観光協会と連携して、特産品等加工品製造販売している小規模事業者に対して出展支援等を行う。この事業には経営指導員も同行し、販売促進と地域特産品のPRに協力していく。上記商談会等の情報は、行政・地元金融機関・市内商工団体及び関係支援機関等を結び、新居町商工会が指導員による巡回指導、毎月発行する会報・HP等で積極的に発信していく。展示会への出展は、新たな需要開拓には有効な手段のため、今回も実施する。

③ えびす支援事業（新規）

本地域内の製造業は、ほとんどが小・零細企業で、かつ下請け企業が大部分を占めている。そのような中、技術力の高さ等をアピールすることや、各企業が自助努力で新規開拓を行うことは難しく、設備の老朽化による受注減・後継者がいない先など、将来的には廃業せざるを得ない状況となっている。そこで、「えびす支援事業」を立ち上げ、新たなビジネススタイルを構築するため地元金融機関との協力・連携を図りながら事業を推し進めていく。具体的な事業内容は以下のとおり

- ・販路開拓・受発注確保・業務提携などの支援・紹介、情報の提供
- ・他企業への機械等の余剰設備・工場等の遊休施設の売却の支援・斡旋、情報の提供
- ・他企業からの機械等の余剰設備・工場等の遊休施設の購入支援・紹介、情報の提供、等を行い、会員相互の連携を密にし、新しいビジネスモデルの構築を目指す。

〈目標〉

項目	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
パブリシティ活用事業実施事業所数	10件	10件	12件	12件	15件	15件
信金ビジネスマッチングフェア 出展事業所数 (内成約事業所数)	5件 (0)	6件 (2)	6件 (3)	6件 (4)	7件 (5)	7件 (5)
湖西テクノフェア 出展事業所数 (内成約事業所数)	4件 (0)	5件 (2)	5件 (2)	5件 (3)	5件 (3)	5件 (3)
行政等の販路拡大事業への参加事業所数 (内成約事業所数)	4件 (0)	5件 (2)	5件 (2)	5件 (3)	5件 (3)	5件 (3)
えびす支援事業 登録事業所数 (内成約事業所数)	30件 (0)	30件 (12)	32件 (15)	35件 (15)	40件 (20)	40件 (24)

II. 地域経済の活性化に資する取組

〈第1期における取組と成果〉

新居町商工会は従来から事業委託を受けている新居町観光協会と連携し地域経済の活性化のため、冬の特産物の浜名湖産 牡蠣を活用した事業（牡蠣小屋）を行い、冬の閑散期に、ほとんど来客の無かった新居弁天地域等を中心に市内外からの誘客を進め、例年以上の誘客に成功（1～3月で20,000人程度来客）し、一定の成果をあげた。

〈今回の申請における取組の方向性〉

地域における関係者間で意識の共有を図るための取組を行いと共に、地域の関係機関等と連携して地域活性化のための各種事業を実施していく。

〈事業内容〉

- ① 地域の関係機関で意識の共有を図るための取組（継続改善）

湖西市の総合計画では、地域経済の活性化を図るため、歴史的資源として存在する新居宿の街並みや歴史拠点施設を活用し、地域住民の意見を聞いて、地域住民と行政が一体となって地域や観光の活性化を図り、訪れる人たちが「湖西市を訪ねてよかった」と感じられるような地域をつくるとしている。この計画の一環として、湖西市・新居町観光協会・湖西市観光協会・NPO 法人新居まちネット・湖西市商工会と共同で運営する浜名湖オンパク事業を立ち上げた。この事業では、定期的（年 5 回程度）会議を開催しているため、オンパク事業での具体的な事業内容を検討すると共に、今後の地域の方向性や地域の魅力の特性を踏まえた観光振興（にぎわいの創出）等による地域経済の活性化について協議し、地域における関係者間で意識の共有を図る。

②地域の観光資源及び特産品を活用した事業（継続改善）

新居関所を中心とした歴史と観光の町づくりを推進するため、地域特産品や観光振興手法「おんぱく事業」を活用し、湖西市行政・新居町観光協会・浜名湖観光圏との連携をさらに強化していく。また、特産品である牡蠣の“プリ丸”（新居町商工会が商標登録取得済）を湖西市内の観光体験施設を中心に「牡蠣小屋事業」を展開していたが、更に浜名湖全体の施設等と連携して、他の特産品等と共に広く特産品をPRする。

上記事業について、第1期でも誘客においての効果的な手段であったため、今回も実施する。なお、更なる効果を上げるため、以下の内容について改善する。

<改善内容>

- ・湖西市行政・新居町観光協会・地域のNPOが共同で運営する浜名湖おんぱく事業の定着に向け、プログラムパートナーの育成と協力店舗団体の募集を行い湖西市全体の賑わい創出・地域コミュニティの充実を図る。
- ・観光誘客に関しては、事業委託を受けている新居町観光協会と連携し積極的に観光地の情報をホームページ等で発信していく。
- ・湖西市行政・新居町観光協会と連携し、毎年1月より3月まで地域観光施設などで牡蠣小屋を設置し観光客の誘致を行い、牡蠣小屋事業は順調に利用客が増加しているが、湖西市全体への観光集客に直接結びついていない面もある。今後は、市内観光施設や浜名湖周辺の観光施設などと相互に結び観光客の交流を活発化していく。

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

<第1期における取組と成果>

近隣商工会との定期的な会議・研修及び地域金融機関との連携、専門家派遣事業等により、支援ノウハウ等の情報交換を図ったが、会議では事業報告が主となってしまった。

<今回の申請における取組の方向性>

今回も第1期と同様な取り組みを行うが、近隣商工会との定期的な会議では、他の商

工会支援の情報や支援ノウハウについて情報交換ができるよう、改善する。

（事業内容）

①西遠地区商工会の研修会開催（継続改善）

西遠地区商工会（天竜商工会、浜北商工会、奥浜名湖商工会、浜名商工会、湖西市商工会）との定期的な会議（年2回程度）と経営指導等（年1回）を対象とした研修において、各商工会における支援の現状やノウハウについて、情報交換を行う。

近隣商工会との情報交換は、支援ノウハウの情報交換において有効な手段であるため、今回も実施する。

②地域金融機関（遠州信用金庫）との情報交換（継続）

地域の事業者への支援ノウハウ等を持つ遠州信用金庫と創業セミナーの開催やその後の個別指導を連携して行うことにより、支援ノウハウ等についての情報交換を行う。

地域金融機関（遠州信用金庫）との連携は、支援ノウハウの情報交換が効果的に行えるため、今回も実施する。

③専門家派遣事業（継続）

県連合会の専門家派遣事業やミラサポ、静岡県よろず支援拠点等の専門家による指導について、経営指導員等が立ち会うことにより、支援ノウハウを学んでいく。

専門家派遣事業については、支援ノウハウを学ぶ良い機会となるため、今回も実施する。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

〈第1期における取組と成果〉

静岡県商工会連合会が主催する専門スタッフ研修を始め、外部研修（中小企業大学校等）に積極的に参加し、個人の資質向上を図ると共に経営革新申請や小規模事業者持続化補助金の申請等の高度で専門的な経営指導についてもOJTにより若手職員の能力向上を図ることができた。

〈今回の申請における取組の方向性〉

第1期と同様に事業実施を行うと共に、経営指導員個人が有するノウハウや情報を組織の財産として保有していく体制を構築する。

〈事業内容〉

職員のスキルアップを図るため、職員人事研修体系に基づき計画的な研修の習得に努める。静岡県商工会連合会が主催する専門スタッフ研修を始め、外部研修（中小企業大学校等）に積極的に参加していく。研修受講後は研修報告を提出するとともに、若手職員のレベルアップを図るための勉強会を定期的に開催する。

ベテランの経営指導員と若手職員の同行による巡回訪問を行い、経営指導の実務の習得を促す。経営革新申請や小規模事業者持続化補助金の申請等の高度で専門的な経営指導についてもOJTにより若手職員の能力向上を図る。

定期的ミーティング開催により、情報共有を図ると共に、相談カルテを有効活用し、支援ノウハウや成功事例を共有できる仕組みを構築し、同時に個々の事業者に対する支援状況も共有し、経営指導員個人が有するノウハウや情報を組織の財産として保有していく体制を構築する。

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

〈第1期における取組と成果〉

年2回の監査委員会において、税理士も交えて事業の実施状況・成果の検証を行い、今後の対応策を協議した。それ以外にも、必要とあれば理事会にてその都度評価・見直しをおこなったことより、一定の効果を達成できた。

〈今回の申請における取組の方向性〉

第1期で実施した仕組みを踏襲し、PDCAサイクルをまわすことにより、地域小規模事業者への支援の質の向上につなげていく。

〈事業内容〉

成果・評価・見直しの仕組み

毎年度、本経営発達支援計画に記載の事業の実施状況・成果については、以下の方法によって評価・検証を行っていく。

- ① 新居町商工会理事会において、評価・見直しの方針を決定する。
- ② 監査委員会において、連携するTKC税理士法人の税理士（外部有識者）を交え、事業の実施状況・成果の検証を行い、今後の対応策を協議し見直し案を決定していく。その上で、事業の成果・評価・見直し結果については、理事会に報告し承認を受けていく。
- ③ 事業の成果・評価・見直し結果を新居町商工会ホームページに公表する。

URL <http://www.arai-shizuoka.jp/>

(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

(29年4月現在)

(1) 組織体制

経営発達支援計画の実施体制

商工会長の指揮の下、事務局一体で取り組む。

実施にあたっては、事務局長・経営指導員2名を中心に事業の推進を図る。

特に経営指導員にあつては、高度な経営指導能力の開発と資質の向上が求められるため職員研修計画に則り研修の受講を行う。

また、若手職員に対してはOJTにより支援ノウハウの習得を行っていく。

新居町商工会の役員は15名(会長・副会長2名・理事10名・監事2名)の体制
事務局は10名(事務局長・経営指導員2名・経営支援員1名・情報経理相談員2名・嘱託職員1名・パート職員3名)の体制

《繁盛店づくり事業 手土産プロジェクト》

新居町商工会商業部 手土産プロジェクトのプロジェクトチームが主体となり実行していく

商業部長

桑原幹根(光荣理容店)

手土産プロジェクトチームリーダー

疋田実男(まんじゅや)

高橋 理(未来屋)

プロジェクトチームメンバー

6名

広告プロジェクトチームリーダー

佐原澄子(株東海シティネット)

広告プロジェクトチームメンバー

数名

新居町商工会 商業部担当(職員)

鈴木伸忠

(2) 連絡先

新居町商工会

〒431-0302 静岡県湖西市新居町新居 3380-8

TEL 053 (594) 0634

FAX 053 (594) 5984

E-mail arai-s@tokai.or.jp

URL <http://www.arai-shizuoka.jp>

(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)

	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
必要な資金の額	5,700	4,500	4,400	4,400	4,400
創業関連事業	900	900	900	900	900
浜名湖おんぱく	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
観光案内所	500	500	500	500	500
Wi-fi	200	200	100	100	100
牡蠣小屋	300	300	300	300	300
経営革新関連事業	500	500	500	500	500
手土産関連	1,300	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
会費収入、記帳手数料、静岡県補助金、湖西市補助金、労働保険事務事業受託費 商工貯蓄共済事業等受託費 等

(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
<ul style="list-style-type: none">● 経営状況の分析に関すること 【繁盛店づくり支援】 個店・商店街・地域を取り巻く環境の変化に対応した繁盛店づくりのポイントを理解・体得するための個店への臨店指導による現場改善を図り、モデル店舗として地域への波及効果を促進していく。 ● 事業計画策定支援に関すること 【創業支援】 近い将来創業・起業をお考えの方のお手伝いをするセミナーを開催する。 セミナーにおいて、創業初期段階の相談・各種支援制度の紹介・創業資金調達の相談等に対応するとともに、事業計画の策定等の助言を行う実践的な内容とする。 【事業承継支援】 事業承継を円滑に行うための支援を行うため、セミナーを開催する。 経営者に必要なリーダーシップ・判断力・将来に対する洞察力・実行力・営業力・経理能力・コミュニケーション能力・論理的思考力など事業承継者に求められる能力を開発することを主眼とし、静岡県事業引継支援センター等の関係機関とも、連携しながら支援を行っていく。 ● 事業計画策定後の実施支援に関すること 【事業計画作成支援】 事業計画策定事業者に対して、湖西市商工観光課と連携して支援を行う。 湖西市の設置の相談窓口に来訪した相談者や経営指導員等の定期的な巡回訪問により計画の進捗確認及び必要に応じて個別指導・フォローアップセミナーの開催をする。 ● 需要動向調査に関すること 【手土産商品開発のための需要動向調査】 客観的な市場調査を実施して商品開発に活かしていく。売れる商品とするため、販売戦略に活かし、売れる可能性を高める支援につなげる。 ● 地域経済の活性化に資する取組 【地域の観光資源及び特産品を活用した事業】 新居関所を中心とした歴史と観光の町づくりを推進するため、地域特産品や観光振興手法「おんぱく事業」を活用し、湖西市行政・新居町観光協会・浜名湖観光圏との連携をさらに強化していく。
連携者及びその役割

- 経営状況の分析に関すること

【繁盛店づくり支援】

静岡県よろず支援拠点（チーフコーディネーター 塚本 晃弘）

〒420-0851 静岡県静岡市葵区黒金町 20-8 静岡商工会議所内

TEL 054（253）5117 FAX 054（253）5515

国が全国に設置した中小企業・小規模事業者向けの無料相談所。個店の経営改善指導や臨店指導、商業者向けの講習会等を実施する際に協力を願う。

- 事業計画策定支援に関すること

【創業支援・事業承継支援】

遠州信用金庫（代表理事 守田 泰男）

〒430-8689 静岡県浜松市中区中沢町 81-18

TEL 053（472）2127 FAX 053（472）2164

遠州信用金庫は「えんしんスタートアップ相談窓口」を開設し、創業者の相談に応える体制を整えているため、セミナー参加者の掘り起し・創業資金の応援等をする役割を担う。

- 事業計画策定後の実施支援に関すること

【事業計画作成支援】

湖西市商工観光課（課長 山本 信治）

〒431-0492 静岡県湖西市吉美 3268

TEL 053（576）1215 FAX 053（576）4880

静岡県湖西市は国の創業計画の認定を受け、市・商工会・金融機関と連携し、創業・開業を考えている方の支援を行う体制が整っている。

- 需要動向調査に関すること

【手土産商品開発のための需要動向調査】

㈱販売促進研究所（代表取締役 杉山 浩之）

〒420-0035 静岡県静岡市葵区七間町 8-10 天龍ビル 4F

TEL 054（255）2066 FAX 054（266）4026

これまでも連携して市場調査を実施した実績がある。県内事業所の商品等の「コンセプト開発」から「マーケティング調査」「マーケティング戦略」などを手掛けてヒットさせた実績もあり、外部依頼するには最適な業者と考えている。

- 地域経済の活性化に資する取組

【地域の観光資源及び特産品を活用した事業】

新居町観光協会（会長 林 正之）

〒431-0302 静岡県湖西市新居町新居 3380-8 新居町商工会内

TEL 053（576）1215 FAX 053（576）4880

本会が協会の事務委託を受けている。

旧新居町地域の観光事業の中心を担っており、観光資源の活用について関連する企業や施設の支援を行う体制が整っている。

湖西市商工観光課 湖西市観光協会（会長 西郷 雅好）

〒431-0492 静岡県湖西市吉美 3268

TEL 053（576）1215 FAX 053（576）4880

湖西市商工観光課が協会の事務委託を受けている。

旧湖西市地域の観光事業の中心を担っており、観光資源の活用について関連する企業や施設の支援を行う体制が整っている。

浜名湖観光圏整備 推進協議会事務局

【浜松市 観光・シティプロモーション課】（担当部長 山下 文彦）

〒430-8652 静岡県浜松市中区元城町 103-2

TEL 053（457）2295

浜名湖観光圏に関する事務などを行っており、観光資源の活用について関連する企業や施設の支援を行う体制が整っている。

浜名湖観光圏観光 地域づくりプラットフォーム事務局

【（公財）浜松観光コンベンションビューロー】（理事長 御室 健一郎）

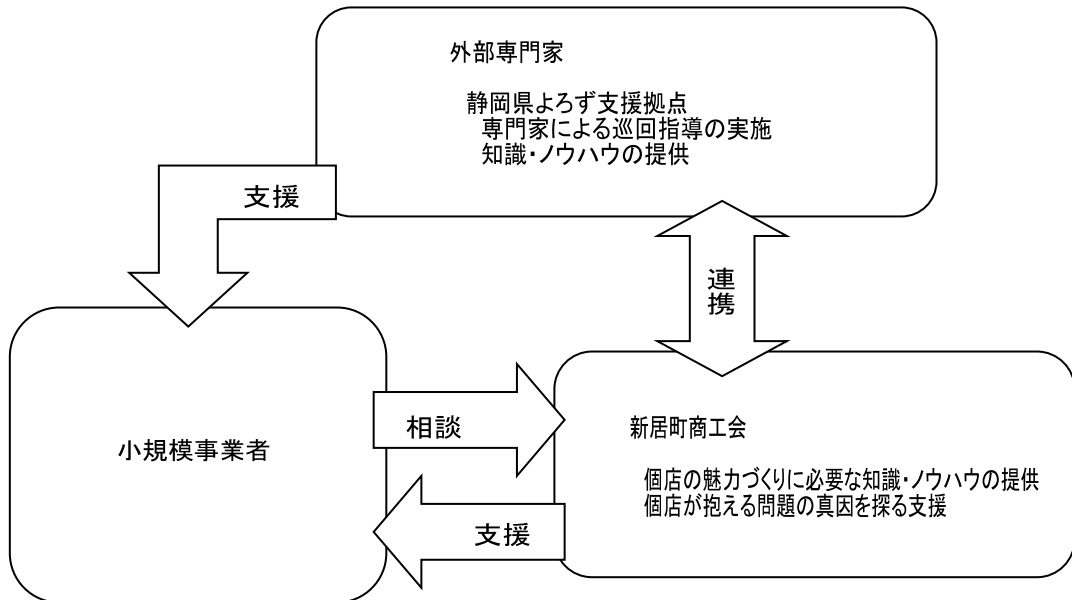
〒430-0933 静岡県浜松市中区鍛冶町 100-1 ザザシティ浜松中央館 5F

TEL 053（458）0011 FAX 053（458）0013

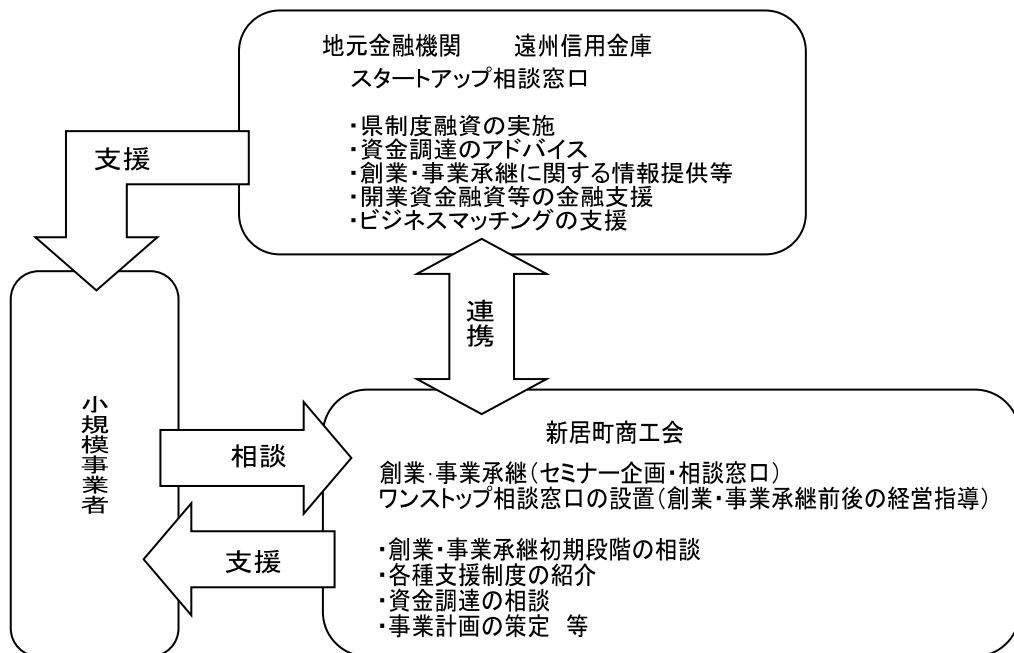
浜名湖観光圏の全般的な運営などを行っており、観光資源の活用について関連する企業や施設の支援を行う体制が整っている。

連携体制図等

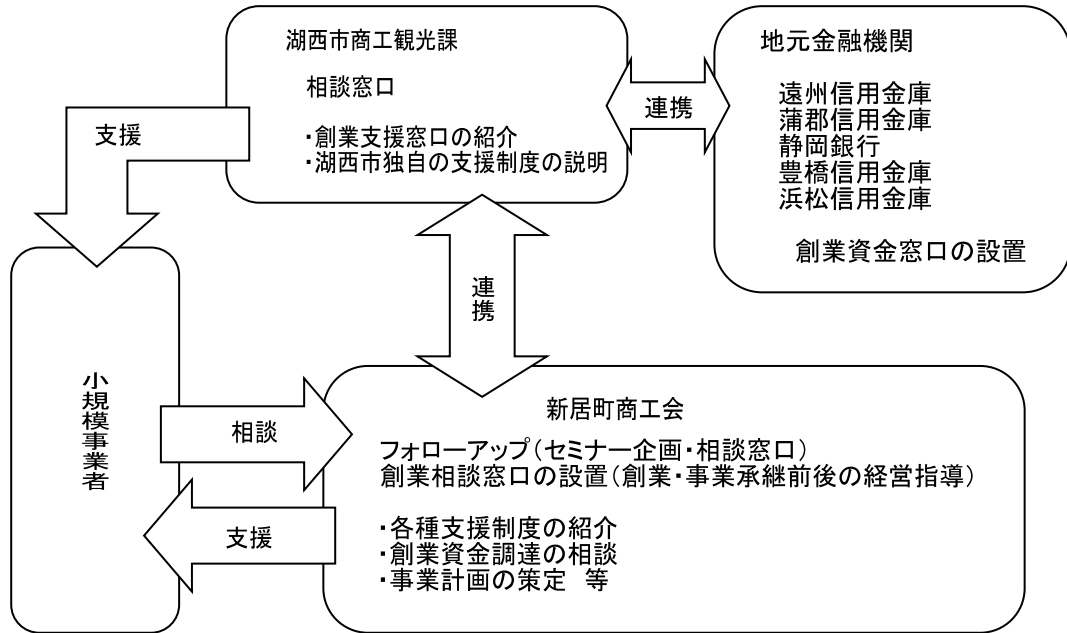
- 経営状況の分析に関すること
【繁盛店づくり支援】



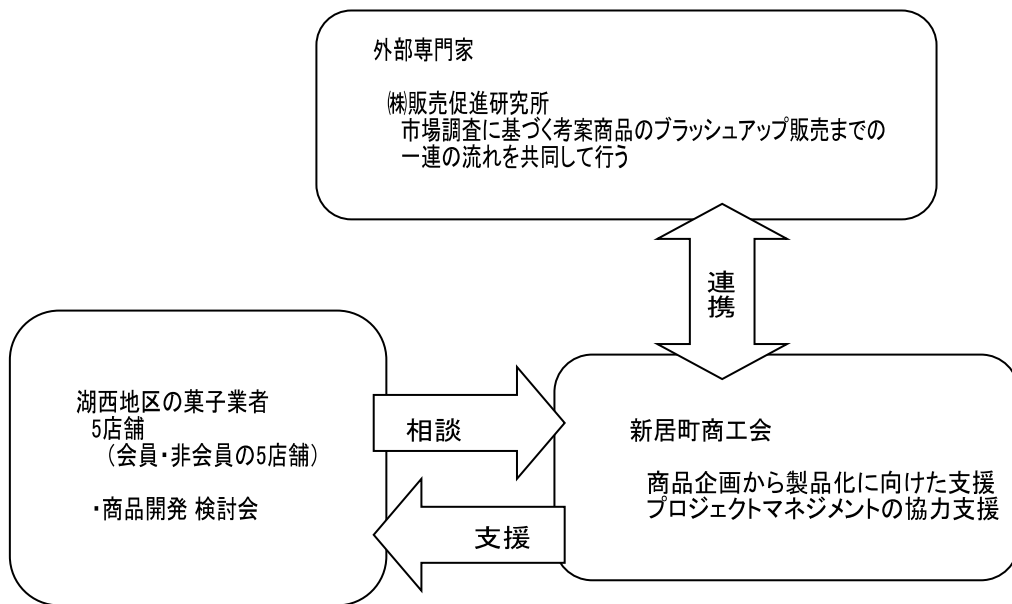
- 事業計画策定支援に関すること
【創業支援・事業承継支援】



- 事業計画策定後の実施支援に関すること
【事業計画作成支援】



- 需要動向調査に関すること
【手土産商品開発のための需要動向調査】



- 地域経済の活性化に資する取組
【地域の観光資源及び特産品を活用した事業】

