

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	勝浦市商工会 (法人番号) 2040005016242 勝浦市 (地方公共団体コード 122181)
実施期間	令和3年4月1日 ~ 令和8年3月31日
目標	<p>経営発達支援計画の目標</p> <p>地域の現状及び課題を踏まえて目標を設定し、目標の達成に向けた方針を示す。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 伴走型支援により経営力強化と持続的発展を図る 2. 新規創業・事業承継を支援し事業所数の維持を図る 3. 勝浦のにぎわい創出による観光入込客数増加を図る
事業内容	<p>経営発達支援計画の事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 3-1. 地域の経済動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・景気動向調査を実施し、景気動向等について調査・分析 3-2. 需要動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・商談会、物産展等において、来場者向け試食、調査を実施 4. 経営状況の分析に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・ローカルベンチマーク・経営問診票を活用し分析 5. 事業計画策定支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定セミナー等の開催 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・企業のライフサイクルに応じた頻度で支援 7. 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"> ・しんきん食の商談会・全国物産展の事前準備、フォローアップ
連絡先	<p>勝浦市商工会 〒299-5225 千葉県勝浦市墨名657番地の2 TEL 0470-73-0199 FAX 0470-73-0107 E-Mail s2181@chibaken.or.jp</p> <p>勝浦市 観光商工課 〒299-5292 千葉県勝浦市新官1343番地の1 TEL 0470-73-6687 FAX 0470-73-8788 E-mail : teibi-ks@city-katsuura.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 勝浦市の現状

【位置と地勢】

勝浦市は、千葉県の南東部、都心から約75km圏内に位置し、黒潮が北上する太平洋に面した海岸線は自然景観に富み、内陸部には海拔150m～250mの緑豊かな房総丘陵が広がっている。「日本の渚百選」に選ばれた鵜原・守谷海岸など、太平洋岸に広がる美しい砂浜とリアス式海岸、房総丘陵の山並みがありなす風景は、首都圏有数のリゾート地として、本市を訪れる人々に深い感銘を与え続けている。

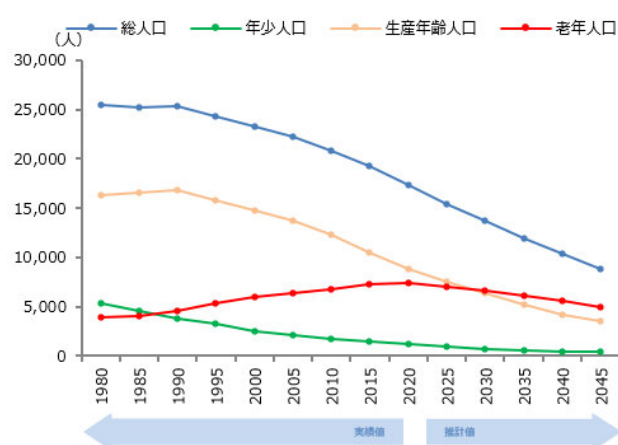


南北約12.5km、東西約14kmの広がりを持ち、面積は93.96km²で、千葉県全体(5,157.61km²)の1.8%と少ないが、東京都までは約70km、千葉市までは約55kmの距離である。鉄道は、市南部をJR外房線が通っており、JR外房線勝浦駅から東京駅へは特急で約90分、千葉駅へは約80分で連絡している。

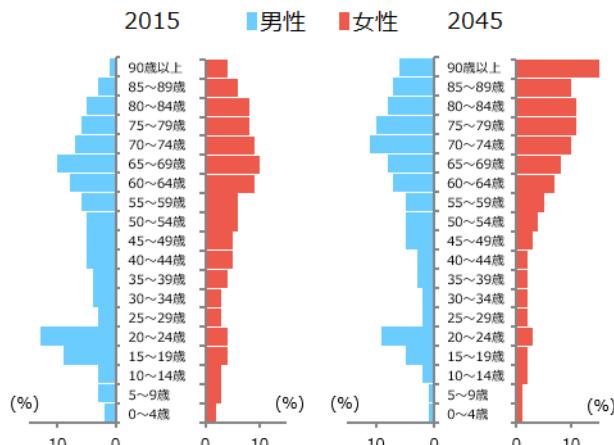
全般的に平坦地が少なく、北西部である上野地区は房総丘陵であり、丘陵性産地が広く分布している。南西部の興津地区は勝浦海中公園を持ち、海岸線のほとんどはリアス式海岸になっており、南房総国定公園に指定されています。市域の3分の2が山地となっている。

【人口動態】

国勢調査によると、平成27年時点の本市の人口は19,248人で、昭和33年の31,400人をピークに一貫して減少している。一方、世帯数は8,928世帯で増加傾向から平成17年から減少に転じた。1世帯当たりの人員は2.16人と年々減少傾向にあるなど、核家族化の進展が見られる。また、年齢3区分別人口の構成は、年少人口割合が7.4%、生産年齢人口割合が54.8%、老年人口割合が37.7%で、特に老年人口の割合については、県平均(25.9%)や全国平均(26.7%)を大きく上回るなど高齢化の進展が顕著となっている。



【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」
【注記】2020年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ(平成30年3月公表)に基づく推計値。



【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」
【注記】2020年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ(平成30年3月公表)に基づく推計値。

②市内産業の現況

【産業構造】

平成27年国勢調査における就業人口は8,538人で、そのうち分類不能の産業に区分される90人を除いた8,448人の産業分類別の構成は、第3次産業の就業人口は6,205人で72.7%と大多数を占め、次いで第2次産業が1,413人で16.5%、そして第1次産業が830人で9.7%となっている。

また、就業人口は総じて減少傾向にあり、特に第2次産業の低下は著しく、平成17年国勢調査の結果と比較すると、10年間で▲138人、▲8.9%の大幅な減少となっている。

	平成17年		平成22年		平成27年		減少率
	就業者数	構成比	就業者数	構成比	就業者数	構成比	
第1次産業	1,134	11.4%	891	9.9%	830	9.7%	-6.8%
第2次産業	1,989	20.1%	1,551	17.2%	1,413	16.5%	-8.9%
第3次産業	6,741	68.1%	6,412	71.1%	6,205	72.7%	-3.2%
分類不能の産業	37	0.4%	164	1.8%	90	1.1%	-
総数	9,901		9,018		8,538		

産業分類別就業者数 単位：人 出典：国勢調査

産業大分類別の事業者数の推移を比較すると、「宿泊・飲食サービス業」、「医療・福祉」、「学術研究、専門、技術サービス業」を除く全ての業種で減少しており、特に製造業が▲15.5%と最も減少率が高く、次いでサービス業（他に分類されない）が▲12.0%、不動産業、物品賃貸業が▲11.2%と続く。

	平成24年		平成26年		平成28年		減少率
	事業者数	構成比	事業者数	構成比	事業者数	構成比	
卸売業、小売業	259	23.9%	258	25.0%	240	24.8%	-7.0%
宿泊業、飲食サービス業	195	18.0%	186	18.0%	186	19.2%	0.0%
建設業	150	13.8%	135	13.1%	123	12.7%	-8.9%
生活関連サービス業、娯楽業	107	9.9%	109	10.6%	106	11.0%	-2.8%
不動産業、物品賃貸業	130	12.0%	116	11.3%	103	10.6%	-11.2%
サービス業（他に分類されない）	86	7.9%	83	8.1%	73	7.5%	-12.0%
製造業	68	6.3%	58	5.6%	49	5.1%	-15.5%
医療、福祉	29	2.7%	29	2.8%	31	3.2%	6.9%
教育、学習支援業	21	1.9%	19	1.8%	18	1.9%	-5.3%
学術研究、専門、技術サービス業	14	1.3%	16	1.6%	16	1.7%	0.0%
運輸業、郵便業	14	1.3%	13	1.3%	14	1.4%	7.7%
その他	11	1.0%	9	0.9%	9	0.9%	0.0%
合計	1084		1031		968		

産業大分類別事業所数及び事業所構成比 単位：社数 出典：経済センサス

【商工業の現状と課題】

本市の商業は、人口減少による消費需要の縮小に加え、近隣市の大型小売店の進出や駐車場不足などによる商機の喪失、観光客入込数の伸び悩みなどから厳しさを増している。また、商店街における空き店舗の利活用のほか、イベント開催時には多くの来訪者がありながら、その一部の消費需要を満たせないという問題点を抱えている。

一方、熱血！！勝浦タンタンメン船団によるまち興しや、同船団による「勝浦タンタンメン」の地域ブランド開発・関連商品の発売など、漁業、商業、サービス業、水産加工業などの異業種連携による新たな活性化の動きがみられる。

商工業が持続的に発展していくためには、こうした産業間の垣根を超えた連携の動きをさらに拡大させ、それぞれの相乗効果を高めていくことに加え、市民の市内における消費拡大に向けた取組と観光客の消費需要を満たすような取組を並行して進めていくことが求められている。

【観光業の現状と課題】

本市の観光は、海水浴客や勝浦海中公園などの観光施設利用者の年間入込客数が減少傾向をたどるなど、厳しい状況となっている。また、入込客の多くが日帰り客で宿泊客の増加に結びついていないことや、市内の事業者への経済波及効果が限定的であることに加え、観光ボランティアなどの高齢化や駐車場不足の慢性化など、さまざまな課題を抱えている。

今後の観光振興を展望すると、観光客に市内での消費を促すような商品開発や仕組みづくりを推進するなど、観光客の来訪を市内の事業者の所得向上につなげられる体制の構築が重要な課題である。そのためには、観光客が1年中楽しむことができるような観光インフラの整備や体験型のプログラムづくり、各種イベントのリニューアル、観光客に対する市民のホスピタリティの向上などが求められている。

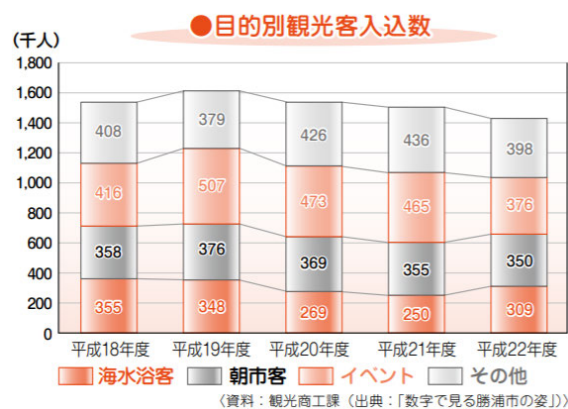
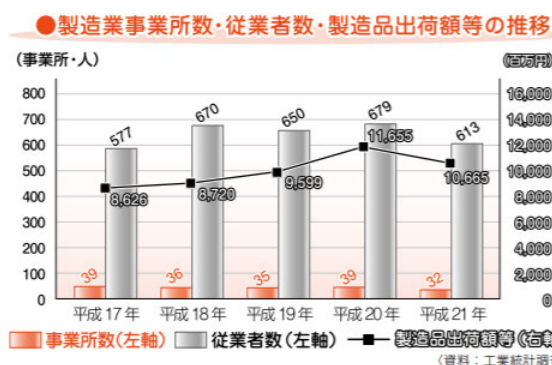
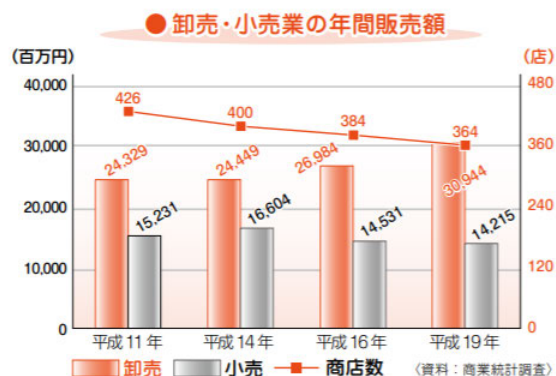
また、豊かな自然を守りながら有効に活用するため、景観に配慮した看板などのデザイン統一を図るなど、自然環境の保護や配慮が本市の観光振興では欠かせない視点となっている。

③勝浦市の産業振興方針

【商工業振興方針】

商業の持続的な発展に向け、少子高齢化や消費者ニーズの多様化など、時代の変化に対応した商業施設やサービスの充実を促進するとともに、広域からの集客力の向上を図るため、朝市やカツオ・キンメダイなど、知名度の高い地域資源の有効活用や駐車場の確保、ホスピタリティの充実などの取組を支援する。

また、水産加工業など、地域の特性を活かした工業のさらなる発展に向けて、新たな製品開発などによる市場開拓や販路拡大のための取組を支援するとともに、本市の地域特性に適合する産業の誘致



に努める。

本市の商工業の活性化に向けて、勝浦市商工会等の関連産業団体と連携した中小企業経営の合理化や設備近代化の促進による商工業の経営基盤の強化、プレミアム商品券の発行等による商店街等活性化のための支援や、商店街等利用者のための市街地駐車場の整備などによる元気な商店街づくりの推進に努めてきた。あわせて、「ご当地グルメ開国宣言 in 勝浦」をはじめとした各種イベントにおける宣伝普及活動への支援などにより、産業振興の推進に努めてきた。

企業立地による産業の活性化に向けて、行川アイランド跡地への宿泊型リゾート施設建設計画等、企業立地の促進に向けた取組に努める。

【観光業振興方針】

観光産業の持続的な発展に向け、美しい自然景観や豊富な農産物と魚介類、歴史や文化資源など、本市固有の観光資源をタイムリーに情報発信するとともに、農業・漁業などと連携し、新たな地域資源の掘り起こしを行うなど、季節感あふれる通年型の観光地づくりを推進する。

また、本市を訪れた観光客が再び訪れるよう、朝市と各種イベントの充実及び農林水産業や商工業などとの連携による土産品の開発などを促進するとともに、イベント・観光ボランティアの確保・育成や市民のホスピタリティの向上に努める。

観光事業者等の安定的な所得の確保に向けて、観光地周辺の駐車場や潮風散歩道及び朝市周辺の道路整備、観光案内看板及び公共トイレの整備などによる観光地としての基盤づくりと受入体制の強化に努める。

また、「かつうらビッグひな祭り」をはじめとした観光客の誘致や地域の活性化のための各種イベント活動の充実と、KAPPYビジターセンターの整備に伴う観光情報データベースの構築やレンタサイクルの設置により、観光情報発信力等の強化に努めてきた。あわせて、景観及び関連施設の整備による伝統ある朝市の活性化、市ホームページや観光パンフレットの作成などによる観光プロモーション力の強化に努める。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

勝浦市では社会情勢・経済環境・地域ニーズの変化に対応し、本市が進むべき方向性を明らかにするため、「海と緑と人がともに歩むまち“元気いっぱいかつうら”」の将来都市像を掲げ、次の5つの基本方針によるまちづくりを進めている。

基本方針

- 1 地域の宝を活かしたにぎわいのあるまちづくり
- 2 支えあい安心して暮らせるまちづくり
- 3 自然と共生する安全なまちづくり
- 4 次代を担う人と文化を育むまちづくり
- 5 効率的な行財政と市民との協働によるまちづくり

「地域の宝を活かしたにぎわいのあるまちづくり」は地場産業の農業や漁業、歴史ある商工業の活性化、海と山などの豊かな自然を活用した観光振興などにより、市民一人ひとりが豊かさを実感できる活力とにぎわいあふれる交流のまちづくりを推進する。

交流人口の増加を、本市の基幹的産業である漁業や商工業などの活性化、さらには第1次産業の持続的な発展に効果的に結び付けていくため、雇用の大きな受け皿となっている漁業の振興はもとより、商店街におけるにぎわいの創出、企業立地と雇用の促進などに積極的に取り組むとともに、第1次産業においては、より多くの付加価値を生み出す経営への転換、担い手の育成、農地の効率的な利用等を進める。

(基本施策)

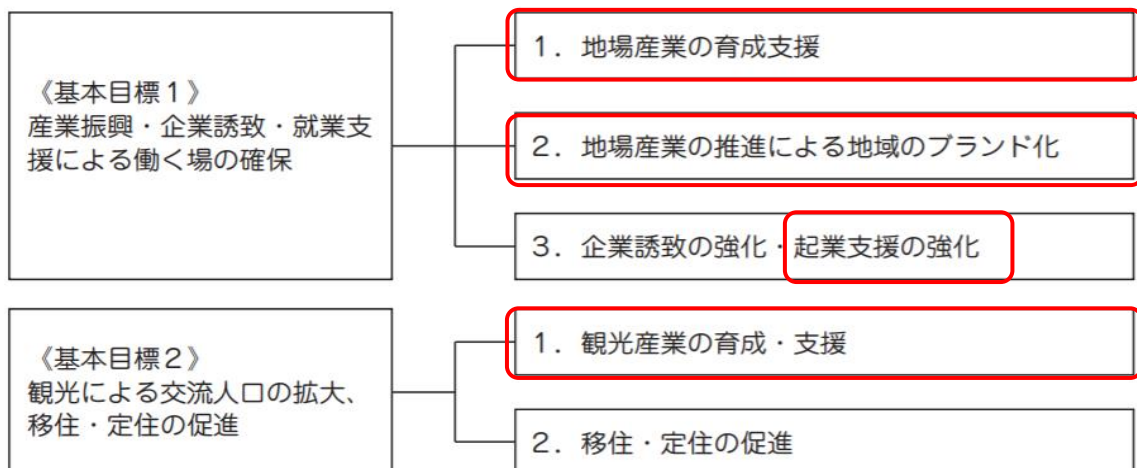
- ①農業の振興
- ②漁業の振興
- ③商工業の振興
- ④観光の振興
- ⑤産業連携による交流のまちづくりの推進

②勝浦市総合計画・勝浦市まち・ひと・しごと創生総合戦略との連動制・整合性

勝浦市では平成23年度策定の勝浦市総合計画（平成23年から令和4年度）を策定した。前期基本計画が平成28年度で終了することから、平成29年度から令和4年度までの6か年の具体的な施策を体系的に組み立てた後期基本計画を策定した。

後期基本計画では、本市を取り巻く社会情勢において、経済状況が不透明感を増すなかでも、総合計画に定める将来都市像や基本理念の実現を目指すとともに、平成27年10月に策定した。

「勝浦市まち・ひと・しごと創生総合戦略」は人口減少対策に向けたまちづくりに踏み出していくための指針として策定した。具体的には、地場産業の育成支援、地場産業の推進による地域のブランド化、起業支援の強化、観光産業の育成・支援、などが重点課題と言える。当戦略は、本市が抱える地域課題の解決に特化したもの、勝浦市総合計画では詳細が触れられていないものであり、商工業に必要な施策である。



勝浦市商工会としても、地域経済を支えている小規模事業者が、持続的に発展するために、自社をよく把握し、その「強み」を活かした、高い付加価値を生み出せることが重要である。それにより、地域が継続的に発展していくことにつながる。

個々の事業者支援として、事業者と共に課題解決につなげる伴走型支援の強化、経営計画策定など事業者ニーズの高いセミナーの開催、高度な相談内容に向けて専門家・金融機関および公的機関と連携し、小規模事業者の経営力強化を図る。

また、新型コロナウイルス感染症による外出規制等、経営環境が時勢により変化しても目指すべき方向性をしっかりと把握し、事業を継続させることが出来る強靭な経営基盤を作れるよう支援する。

③勝浦市商工会としての役割

本市は近年、市内中心部における大型店の進出および近隣都市のロードサイドに大型店が相次いで進出したため、商工会員も平成5年は752社の会員数があったが、廃業等退会者も多く現在は555社まで減少している。今後も急激な人口減少と少子高齢化の同時進行という、これまでに経験したことのない社会構造の変化の中で、小規模事業者自らが強みを活かした事業展開を行えるように支

援を強化する。

このような状況の中、当会としては経営改善普及事業を核としながら、勝浦市と連携し、経営発達支援事業を進めるとともに、商工会員だけでなく一般事業者や地域社会全体の活性化に資することを当会の位置付けとして進めていく。

具体的事業としては、基礎的事業である、金融・税務・労務等の個別支援に取り組むほか、会員の皆様が抱える経営課題に柔軟かつ迅速に対応するよう努めていく。

また、近年、自然災害の頻発化などにより、小規模事業者の事業活動の継続に支障をきたす事態が生じていることから、勝浦市並びに関係機関と連携し、事業継続力強化のための支援を行う計画（事業継続力強化支援計画）の策定や、新たな経営発達支援計画の策定に取り組み、創業や事業承継を支援するほか、事業継続のための事業計画策定や補助金活用支援などにも力を入れていく。

以上のように、地域の支援機関としての中核的な機能・役割を果たすべく勝浦市行政と「連携体」を構築し、小規模事業者に対する伴走的な支援、そして地域の小規模事業者だけにとどまらず、その小規模事業者を支える中小企業・消費者など地域社会の福祉に資する事業を幅広く実施することが勝浦市商工会としての役割と考える。

（3）経営発達支援事業の目標

<目標1>小規模事業者の自立的かつ持続的な事業継続を目的とした、伴走型支援により経営力強化と持続的発展をはかる。

目標数値

・勝浦市商工会の支援のもと、事業計画の策定、実施をすることで、経営発達支援事業の実施から5年の間で、市内の小規模事業者の10%程度が自社の経営の現状を分析し、経営力を強化できるようにする。

<目標2>新規創業・事業承継を支援し事業所数の維持を図る。

目標数値

・年間5社の創業支援を行い、5年後に累計15社の創業者を輩出し、年間3社の事業承継を行い、5年後に累計15社の経営後継者を輩出する。

<目標3>勝浦のにぎわい創出による観光客入込数増加を図る。

目標数値

・継続的なイベントを開催し勝浦市の魅力を訴求することで、平成29年度の観光客入込数をベースに令和7年度の計画終了時には観光客入込数を3%増加させる。

各年度末現在（単位：人）

年度	計	海水浴客	朝市客	イベント	その他	日帰り客	宿泊客
20	1,537,000	269,000	369,000	473,000	426,000	1,223,000	314,000
21	1,506,000	250,000	355,000	465,000	436,000	1,194,000	312,000
22	1,433,000	309,000	350,000	376,000	398,000	1,123,000	310,000
23	1,018,000	163,000	181,000	368,000	306,000	789,000	229,000
24	1,135,000	206,000	181,000	403,000	345,000	862,000	273,000
25	1,372,000	316,000	198,000	505,000	353,000	1,082,000	290,000
26	1,126,000	309,000	202,000	263,000	352,000	835,000	291,000
27	1,120,000	300,000	164,000	276,000	380,000	824,000	296,000
28	1,083,000	322,000	123,000	278,000	360,000	799,000	284,000
29	990,000	210,000	133,000	301,000	346,000	672,000	318,000

資料：観光商工課

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3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

<目標1方針> 事業計画策定からPDCAチェックによる伴走型支援の実施。

小規模事業者が自立し持続的な経営を行えるよう支援し、地域全体の生産性を向上させるためにも、事業計画に沿って事業を実施させる必要がある。事業計画作成から、そのPDCAをチェックするような伴走型支援を実施していく。

<目標2方針> セミナーの開催や個別相談により創業支援および事業承継に注力する。

現在、勝浦市と勝浦市商工会が連携して創業支援ネットワークを構築しており、今後も継続してセミナーの開催や個別相談により創業支援体制の強化を行う。事業承継については、千葉県事業引継ぎ支援センターと連携し案件の発掘を図るとともにセミナーの開催や個別相談を活用して事業承継支援体制の強化を行う。また、勝浦市内に定着し続けてもらえるよう、支援を受けて創業および事業承継をした者のコミュニティを作り、定期的に情報交換を行えるような仕組みを作っていく。

<目標3方針> イベント開催によるにぎわい創出と勝浦の情報発信によるブランド力向上。

事業者の伴走型支援とともに、全国的な知名度と集客力を持つ「かつうらビッグひな祭り」等イベントを活かした取り組みを行い、勝浦の特産品を情報発信してブランド力を向上させる。当該事業の相乗効果により観光客入込数を増加させ、地域経済の好循環を生み出す。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

現在、小規模事業者は、地域の経済動向について新聞やインターネット等での情報は収集しているが、各種の調査・統計データ等による地域経済動向情報を整理し十分活用するには至っていない。勝浦市商工会としても、市内の中小企業景気動向調査について地域としての分析や、定期的な情報発信を行うに至っていない。

[課題]

今後は、小規模事業者に対して的確な支援を行うため、ビッグデータ等を活用した専門的な分析、地域の経済・消費動向等の情報収集・分析し、成果の提供を行う。

(2) 目標

支援内容	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
①地域の経済動向分析の公表回数	なし	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員により「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、公表する。

【分析手法】

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」何で稼いでいるか等を分析
- ・「まちづくりマップ・From to 分析」人の動き等を分析
- ・「産業構造マップ」産業の現状等を分析

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握

全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」を実施し、管内小規模事業者の景気動向等について、年4回調査・分析を行う。

【調査対象】管内小規模事業者8社

(製造業：1社、建設業：1社、卸売業：2社、小売業：2社、サービス業：2社)

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等

【調査手法】経営指導員による巡回や調査票を郵送し返信用封筒で回収する

【分析手法】経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う

(4) 成果の活用

- 情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し公表することで、幅広く管内事業者等に周知する。
- 経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

従来、小規模事業者は商品・サービスの提供にあたって、自社の「売りたい」「作りたい」という意識が先行した「商品・サービス開発」をしており、「顧客ニーズに基づく商品・サービスの開発」という視点に欠けている。

勝浦市商工会としても、需要動向調査に関する知識・認識が乏しく、情報収集等のノウハウ不足により、個々の小規模事業者に対し消費者ニーズ等の需要動向を的確に把握できるような支援はできていなかった。

【課題】

地域小規模事業者に対し、プロダクトアウトからマーケットインへの意識改革を図るために需要動向調査の必要性の認識を促し、「商品開発や改良」、「新たな販路開拓」等が、顧客ニーズを満たし販売・売上につながる成果を上げられるよう、当商工会が 需要動向の情報収集・分析・活用に関する支援体制を構築していくことが課題である。

今後、当商工会は、個々の小規模事業者が提供する商品・サービスの販売を促進するため、的確な情報を迅速に把握し、成果につながる需要動向の情報収集・分析・活用して調査結果をフィードバックしていく。

(2) 目標

支援内容	現行	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度
新商品開発の調査対象事業者数	－	2 社	2 社	2 社	3 社	3 社
試食、アンケート調査対象事業者数	－	4 社	4 社	4 社	6 社	6 社

(3) 事業内容

①小規模事業者が開発した新商品の需要動向を調査するため、管内飲食店 2 社（令和 5 年度以降は 3 社）において、特産品である魚介類等を活用した新商品を開発する。具体的には、しんきん食の商談会、ニッポン全国物産展、勝浦市内で開催するイベント等において、来場者向け試食、調査を実施する。調査結果を分析した上で当該事業者にフィードバックすることで、新商品開発や販路拡大に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【サンプル数】

来場者 5 0 人

【支援対象】

地域資源活用事業者等の新商品・新サービス開発に取り組む事業者
（かつお、勝浦市の伊勢海老、勝浦タンタンメンの特産品等を活用する事業者）

【調査手段・手法】

イベント、商談会、物産展等に来場する地域内外の消費者等に対し、試作品を各ブースで試食してもらい、経営指導員等が聞き取りのうえ、アンケート表へ記入する。

【分析手段・手法】

調査結果は、販路開拓等の専門家派遣を利用して意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】

①味、②量・大きさ、③色合い、④パッケージ、⑤食べやすさ、⑥価格、⑦用途・目的、⑧目新しさ、⑨改善点（自由記載でその他において改善を要する点）等

【調査・分析結果の活用】

分析結果は、経営指導員等が当該飲食店に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

※調査対象イベント、商談会、物産展等について

時期	名称	場所	来場者	内容
1 0 月	しんきん食の商談会	幕張メッセ国際会議場	バイヤー、関係業者、一般顧客	県内 5 信金主催、県内 8 0 社、1 日開催、来場者数 4 5 0 人
1 1 月	ニッポン全国物産展	池袋サンシャインシティ	バイヤー、流通関係業者、一般顧客	全国商工会連合会主催、県内出展 5 社、来場者数 1 5 万人、3 日開催

②勝浦市内で開催されるイベントにおいて、小規模事業者が開発した新商品および既存商品の需要動向を調査するため、管内飲食店 4 社（令和 5 年度以降は 6 社）において、来場するお客様に対し試食・アンケート調査を行う。具体的には、勝浦市内で開催する朝空マーケット等において、来場者向け試食、調査を実施する。調査結果を分析した上で当該事業者にフィードバックすることで、新商品開発

や販路拡大に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【サンプル数】

来場者 50人

【支援対象】

- ・地域資源活用事業者等の新商品・新サービス開発に取り組む事業者
(かつお、勝浦市の伊勢海老、勝浦タンタンメンの特産品等を活用する事業者)
- ・既存商品・サービスの改良に取り組む事業者等

【調査手段・手法】

勝浦市内で開催する朝空マーケット等イベントに来場する地域内外の消費者等に対し、試作品を各ブースで試食してもらい、経営指導員等が聞き取りのうえ、アンケート表へ記入する。

【分析手段・手法】

調査結果は、販路開拓等の専門家派遣を利用して意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】

- ①味、②量・大きさ、③色合い、④パッケージ、⑤食べやすさ、⑥価格、⑦用途・目的、⑧目新しさ、⑨改善点（自由記載でその他において改善を要する点）等

【調査・分析結果の活用】

分析結果は、経営指導員等が当該飲食店に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

現在、小規模事業者に対する経営分析の支援は経営革新計画策定時や補助金申請書作成時に形式的に実施することとどまり、小規模事業者の多くは、自社の業務改善やビジネスモデルの再構築に十分活用できていない他、その対象範囲は極めて限定的となっていた。

[課題]

今後は、需要を見据えた事業計画を策定するための第一ステップとして、財務分析のみならず、非財務分析についても行う。高度かつ専門的な知識を有する外部専門家等と連携し、実現可能性・実効性の高い事業計画策定に繋げていく。

(2) 目標

支援内容	現行	R 2年度	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度
分析件数	30件	45件	45件	45件	45件	45件

※（法定経営指導員1人、経営指導員（法定経営指導員1人、経営指導員2人、計3人を想定）

(3) 事業内容

経営分析の内容

経営指導員を中心に、巡回・窓口相談の機会を活かし、対象事業者を掘り起こしていく。多くの小規模事業者は自社の経営分析をしたことがないため、経営分析の効果である「自社の機会や脅威」「戦略的強み・弱み」「不確実性」が明確になる点や、「真の経営課題を顕在化させることができる」といったメリットを訴求する。

【対象者】

巡回・窓口相談を介した、掘り起こしによって気づきを得た小規模事業者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い20社を選定

【分析項目】

定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う

「財務分析」売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率 等

「SWOT分析」強み、弱み、脅威、機会 等

【分析手法】

経済産業省の「ローカルベンチマーク」、千葉県商工会連合会の「経営問診票」等の支援ツールを活用し、経営指導員等が分析を行う。また、事業計画作成指導、融資相談、税務指導の中でヒアリングを行い分析調査する。

*経営問診票は、調査項目としてSWOT分析をはじめ、経営理念、経営目標、財務分析等を盛り込んだ内容となっており、経営指導員が小規模事業者から直接ヒアリングした情報をもとに作成するものである。経営指導員が小規模事業者に対して、上記の経営問診票を作成することで、小規模事業者の実態を把握し、経営状況の分析と経営課題を把握・整理し、今後の経営に対する気づきを与え、その後のフォローアップにより事業計画策定支援に繋げる。作成した経営問診票は、千葉県商工会連合会にデータとして蓄積・管理し、地域、業種、規模別等によりデータベース化した後、経営指導員が閲覧できるようにする。

【図】 経営問診票の活用事例

秘 ちば版 商工会員経営力向上応援プロジェクト

経営問診票

【貴社の概要】

企業名	〇〇〇〇
所在地	〇〇〇〇5-6-1
代表者名	〇〇 〇〇
業 種	パン製造小売業
作成回数	1
メールアドレス	



作 成 日	平成25年12月12日
商 工 会 名	〇〇〇商工会
担当経営指導員	〇〇〇〇
作 成 番 号	1

注）本経営問診票に記載された個人情報、企業情報等は、「ちば版 商工会員経営力向上応援プロジェクト」の目的のみで利用します。但し、個人または法人が特定されない形で統計的に活用・公表させていただく場合があります。



ちば版 商工会員経営力向上応援プロジェクト

1.【貴社の現況】

(1) 経営に対する信念やこだわり

〇〇〇〇には他にはないパンがある。その中でも食パンに自信を持っており、食べたことの無い味の新しい食パンをお客様に提供し満足感を与え当店のファンになってもらいたい。〇〇〇〇はお客様の期待に応えます。

(2) SWOT分析

内部環境	S 強み	<ul style="list-style-type: none"> ・パンに対する技術・見識が高い。 ・固定のお客様がついている。 ・色々な製品の開発が出来る。 ・食パンには自身がある。 	外部環境	O 機会	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者の安全・安心志向の高まり。 ・高額のパンが売れている。 ・ちょっとした贅沢な食パンには出費を惜しまない消費者。
	W 弱み	<ul style="list-style-type: none"> ・事業を引き継いだばかりで経営に関するノウハウが不足。 ・資金繰りが厳しい。 ・粗利が低い。 		T 脅威	<ul style="list-style-type: none"> ・今までのターゲット顧客が高齢化してきている。 ・駐車場があるが止めづらい。 ・新たなライバル店も登場している。

(3) 貴社が目指している目標とあるべき姿

年商5千万円（販路開拓により外部環境の変化で減少した売上をカバー。）
お客様に味だけでなくお店の雰囲気が良いと言って頂ける店。



(4) 貴社の課題・問題と思われる点

〇〇〇〇丘東に抜ける道路の開通により店の前の道路の交通量が減少。それに伴い前経営者時代は年々売上が減少傾向であった。先代の社長の方針が根付いている為、経営者交代後の方針の転換にスタッフが対応できていない。店舗脇駐車場の利便性が悪いとお客からクレームがある。

秘

ちば版 商工会員経営力向上応援プロジェクト

2. 【チェックシート・ヒアリングから確認される会社の現状と課題】

1) 戦略・経営者

社長は、パン製造の経験年数が長くパンに対する技術・見識が高い。
前オーナー時の販売先（県庁等）から撤退をしたため売上が下がっている。
経営者としてのマネジメント経験が浅い。

2) マーケティング

スタンプカード、季節商品、日替わり食パン(11種類)を実施。
DM(メール)は以前から実施しているが登録数は約 180 人程であり情報発信の効果が薄い。
対策として最近 facebook とHPを作成。
<http://www.asumiluzern.com/access.html>
<https://www.facebook.com/pages/%E3%81%82%E3%81%99%E3%81%BFLuzern/586071204774782>

3) 人材・組織

厨房と販売スタッフの連携が上手く出来ていない。また、先代の社長の方針が根付いている為、経営者交代後の方針の転換にスタッフが対応できていない。

4) 運営管理

商品や原材料、店舗運営については事業引継ぎ前から同店の店長であった為良く把握できている。

5) 財務管理

経理を税理士に依頼。毎月試算表を見ているが見方が分からない。

6) 危機管理・知財・CSR

企業コンプライアンスをはじめ、従業員の質の向上。

(4) 分析結果の活用

- 分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
- 分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。
- 「財務分析」、「SWOT分析」の結果をクロス分析し、事業をより良くするための改善提案を行う。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

多くの小規模事業者は、需要動向の変化に大きく影響を受けている一方で、顧客ニーズや自社の強み・弱み等の自社の経営状況を十分に把握できていない。そのため自社の課題解決のための事業計画策定の意義や重要性についての認識が低いのが現状である。

[課題]

これまでの勝浦市商工会での事業計画の策定支援は、小規模事業者持続化補助金、創業セミナー、各種補助金活用・金融支援等の機会を通じて実施するなど受動的な取組に留まっている。今後は、経営課題を解決するため、地域の経済動向調査、経営状況の分析及び需要動向調査を踏まえ、効果的な事業計画策定により、小規模事業者の持続的発展を図る。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、4. で経営分析を行った事業者の8割程度/年の事業計画策定を目指す。

併せて、持続化補助金の申請を契機として事業計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定につなげていく。

(3) 目標

支援内容	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
事業計画策定件数	30件	36件	36件	36件	36件	36件
創業計画策定件数	0件	5件	5件	5件	5件	5件
事業承継計画策定件数	0件	5件	5件	5件	5件	5件

(4) 事業内容

①経営分析を行った事業者を対象とした「事業計画策定セミナー」の開催

募集方法	・個別案内、HPによる周知
回数	・集団セミナー3回+個別指導相談会3回
カリキュラム	・事業計画策定セミナー「補助金申請のための事業計画作成」 ・地域小規模事業者が作成した身近な事業計画の紹介 ・商工会指導員が伴走型で支援する経営分析&事業計画作成ワーク ・セミナー終了後のフォローアップとして個別相談会 (経営指導員に専門家を加え伴走するフォローアップ支援)
目標参加者数	15名程度

◎事業計画の策定

【支援対象】経営分析を行った事業者や、経営力の向上や底上げを図りたい事業者を対象とする。

【手段・手法】事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員が担当制で張り付き、外部専門家

等も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

②創業者を対象とした「創業セミナー」の開催

募集方法	・個別案内、HPによる周知
回数	・集団セミナー5回
カリキュラム	・創業セミナー「アントレプレナーシップ」 ・地域小規模事業者が作成した身近な創業計画の紹介 ・創業塾で座談会&創業計画作成ワーク ・セミナー終了後のフォローアップとして個別相談会 (経営指導員に専門家を加え伴走するフォローアップ支援)
目標参加者数	15名程度

③事業承継の対象事業者を対象とした「事業承継セミナー」の開催

募集方法	・個別案内、HPによる周知
回数	・集団セミナー1回
カリキュラム	・事業承継セミナー「誰でも出来る事業承継計画の策定方法」 ・商工会指導員が伴走型で支援する経営分析&事業承継計画作成ワーク ・セミナー終了後のフォローアップとして個別相談会 (経営指導員に専門家を加え伴走するフォローアップ支援)
目標参加者数	15名程度

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまでは、経営革新計画が承認された小規模事業者や小規模事業者持続化補助金等を活用した小規模事業者に対してのみ適宜フォローアップを実施していた。

[課題]

フォローアップを実施していたもののタイミングが不定期であり頻度も少なかったため、今後は、実現性のある訪問計画を立てて、進捗状況に応じ計画的なフォローアップを実施する。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

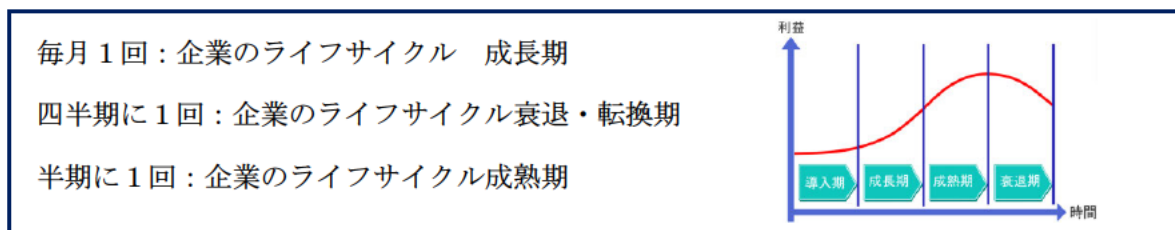
(3) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
フォローアップ支援事業者数	30社	45社	45社	45社	45社	45社
頻度(延回数)	30回	90回	90回	90回	90回	90回
売上増加事業者数	—	15社	15社	15社	15社	15社
創業フォローアップ支援事業者数	0社	5社	5社	5社	5社	5社
頻度(延回数)	0回	60回	60回	60回	60回	60回

創業計事業者数	0社	3件	3件	3件	3件	3件
事業承継フォローアップ支援事業者数	0社	5社	5社	5社	5社	5社
頻度（延回数）	0回	60回	60回	60回	60回	60回
事業承継事業者数	0社	3件	3件	3件	3件	3件

（４）事業内容

事業計画策定45社のうち、下図の企業のライフサイクルに応じた頻度で支援を行う。具体的には成長期は、事業環境が大きく変わるので毎月1回、衰退・転換期は、事業継続の危機など看過できない状況が発生しやすいため四半期に1回、成熟期は、比較的安定している状態のため半期に1回とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。（各期に15社を想定）



創業フォローアップ支援事業者5社はすべて毎月1回とする。事業承継フォローアップ支援事業者5社はすべて2ヶ月に1回とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

7. 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

〔現状〕

従来、小規模事業者に対する需要開拓支援は、各種展示会・商談会への出展を紹介し、周知する程度であり、支援としては不十分であった。

〔課題〕

地域の小規模事業者が製造および販売する商品・サービス・技術等を、新たな消費者や販路開拓したい取引先企業等にアピールし、売上・収益の増加につなげることが重要な支援と位置付ける。そのうえで、販路開拓に意欲のある小規模事業者に対し、地域内外で開催する展示会、商談会、即売会等への出展に関する事前支援・事後フォローを通して、販売促進、販路開拓につなげて効果的な需要開拓支援を行う。

（２）支援に対する考え方

勝浦市商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、首都圏で開催される既存の展示会への出展を目指す。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

（３）目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①しんきん食の商談会 出展事業者数	—	2社	2社	2社	2社	2社

成約件数／社	—	1件	1件	1件	1件	1件
②ニッポン全国物産展 出展事業者数	—	3社	3社	3社	3社	3社
売上額／社	—	50千円	50千円	50千円	50千円	50千円

(4) 事業内容

①しんきん食の商談会 (B t o B)

しんきん食の商談会において出店する事業者に対して事業計画の策定支援を行い、新たな需要の開拓に必要なPOP作成方法、集客に必要な陳列方法を指導するなど販路開拓を支援する。

効果として、問合せ対応の件数を増加させて成約まで結びつける。

【参考】「しんきん食の商談会」は、年1回、県内外から、のべ約450名が来場する恒例イベントで、80程度の展示ブースがある。

また、参加させるだけではなく、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前研修を行うとともに、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

②ニッポン全国物産展出展事業 (B t o C)

勝浦市商工会が「ニッポン全国物産展」において出店する事業者の事業計画の策定支援を行い、新たな需要の開拓に必要なPOP作成方法、価格設定の手法を指導するなど販路開拓を支援する。

効果として、問合せ対応の件数を増加させて見込み案件を増やすことで売上額を増加させる。

【参考】「ニッポン全国物産展」は、年1回、県内外から、のべ約150,000名が来場する恒例イベントで、350程度の展示ブースがある。

また、参加させるだけではなく、接客方法やPOPの作成方法を効果的に行えるよう事前研修を行うとともに、事後には、名刺交換した他店との交流を活かしてノウハウを吸収するなど、今後のイベント出店での売上実績増加に向けての支援を行う。

8. 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

[現状]

これまで四半期ごとに、中小企業診断士などの有識者、千葉県商工会連合会の専門経営指導員、経営指導員によるブロック単位での会合の場を設け、事業の評価及び見直しを図ってきた。

[課題]

計画の実施を進める中で現状とのずれが認められた場合や今後環境や社会情勢に変化があった場合、どのように計画の見直しを図るかが課題である。

(2) 事業内容

①勝浦市商工会正副会長、事務長、市担当職員、中小企業診断士、法定経営指導員等をメンバーとする「事業評価委員会」を設置し、(ア)事業の実施状況、(イ)成果、(ウ)成果の評価、(エ)見直し案の提示を年1回行う。

②(ア)事業の実施状況、(イ)成果、(ウ)成果の評価、(エ)見直し案については、理事会に報告し承認を受ける。

③(ア)事業の実施状況、(イ)成果、(ウ)成果の評価、(エ)見直し案は、事業実施方針に反映さ

せるとともに、勝浦市商工会のホームページ・会報に公表する。

9. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

小規模事業者に対する経営支援は、法定経営指導員並びに経営指導員が中心となり職員全員で行っている。経営指導員は、千葉県商工会連合会が実施する「業務分担別研修」、夷隅ブロック職員協議会が行う研修会、中小機構が中小企業大学校で実施する研修会などに参加し資質向上を図っている。

[課題]

事業者の課題を的確に把握し、対応するためには高度かつ実践的な支援能力が求められる。現在は、こうした能力向上のための取組が計画的、体系的に進められているとはいえない。

また小規模事業者の支援にあたるには、職員間の情報共有が不可欠であり、経営指導員が中心となり職員全体で商工会の支援能力を向上させる必要がある。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び一般職員の支援能力を一層向上させるために、千葉県商工会連合会が主催する「業務分担別研修」「基本能力研修」や中小企業基盤整備機構の主催する研修会などに、経営指導員や一般職員を積極的かつ計画的に派遣する。研修科目は、各職員が支援能力を強化する目的に照らし、積極的に取り組む業務を自主的に選択する。

②専門家派遣事業の活用

事業所への専門家派遣指導の際に職員が同席し、事業計画策定等にかかる知識や支援スキルの習得に努め、支援能力の向上を図る。

③データベース化

担当経営指導員等が基幹システムへの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。

④経営指導員の情報共有

経営指導員が毎月の定例会を開催し、経営支援に関する知識や支援スキル、支援中の小規模事業者に関する状況等について情報交換を行い、経営指導員の支援能力の向上を図る。

10. 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]

千葉県商工会連合会を中心とした商工会同士の交流や夷隅ブロック4商工会（いすみ市商工会・御宿町商工会・大多喜町商工会・勝浦市商工会）による情報交換、意見交換を行っている。

金融に関しては、株式会社日本政策金融公庫館山支店と融資推薦に係る留意事項を確認し、金融相談指導等に関する意見交換を行っている。

地域雇用情勢に関しては、長生・夷隅地域雇用対策推進協議会が年1回茂原市役所で開催され、地域の雇用情勢に関する情報交換が行われている。

[課題]

より具体的な支援ノウハウの情報交換が必要である。

(2) 事業内容

①夷隅ブロック4商工会（いすみ市商工会・御宿町商工会・大多喜町商工会・勝浦市商工会）連絡協議会に出席（年2回）。県内各商工会が参加する会議へ出席。

県内及び夷隅ブロックの最新の経済動向、施策を把握するとともに、参加者相互の支援ノウハウの交換を行うことで支援能力の一層の向上に努める。

②株式会社日本政策金融公庫による小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体協議会に出席
株式会社日本政策金融公庫館山支店管内の商工会・商工会議所が参加する「マル経協議会」に出席し、国の施策、地域の経済動向、事業者の現状、需要動向を把握するとともに金融支援ノウハウの交換を行い、一層の支援能力向上を図る。

③一般社団法人千葉県中小企業診断士協会の開催するイベントに参加して、国・県の施策、地域の経済動向、事業者の経営環境を把握するとともに、経営改善等のノウハウを習得して支援能力の一層の向上に努める。

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

[現状]

現状においては、様々なイベント等の開催を通じて地域経済の活性化を試みているが、どのイベントにおいても、そのイベント当日の一過性の効果を得るに留まっている。

[課題]

イベント終了後においても継続的にぎわい創出につながるような仕組みづくりを検討・実行していくことが課題となっている。

(2) 事業内容

①勝浦市の関係団体と協議体制の構築

「勝浦市観光プラットフォーム推進協議会」を年2回開催するなど、今後の地域経済活性化の方向性を共有できる体制を構築する。

メンバーは、勝浦市観光協会、勝浦市商工会、勝浦市旅館組合、勝浦市民宿組合、勝浦市飲食店組合、勝浦料理店組合、新勝浦漁業協同組合、かつうら朝市の会、勝浦ロケーションサービス、国際武道大学等で構成する。

②勝浦の特産品を情報発信してブランド力を向上させる

季節性のある海鮮料理、通年で楽しめる勝浦タンタンメンを軸として勝浦の特産品を情報発信してブランド力を向上させる。具体的には勝浦市商工会が勝浦市飲食店組合・ONE勝浦企業組合と連携して毎年発行している「勝浦うまいもの会グルメマップ」をJR勝浦駅・観光案内所・コンビニなど来訪者がまず立ち寄る場所に配布場所を設置し、これを見た来訪者が飲食店に来店する仕組みを作る。

さらに、むらからまちから館（JR有楽町駅前交通会館内）などアンテナショップを活用して、上記グルメマップの配布だけでなく、勝浦タンタンメン（即席めん）、干物など勝浦の魅力ある特産品を販売することで、都内在勤・在住の潜在顧客の開拓を図る。



勝浦タンタンメン 画像

③魅力ある商店の育成による商店街・勝浦朝市のにぎわい創出事業

勝浦市観光プラットフォーム推進協議会のメンバーと協力して通年型の来訪イベントを実施する。勝浦市商工会長が実行委員長となる「かつうら朝空マーケット」において魅力ある商店の育成による商店街・勝浦朝市のにぎわいを創出していく。

「かつうら朝空マーケット」は毎月第二日曜日に勝浦市内商店街内にて開催する。毎月第二日曜日には（一社）勝浦市観光協会が主催する朝市イベント「かつうらマルシェ」を平成31年1月より実施しており、同時開催することで集客力の相乗効果を発揮することが出来る。当該事業により衰退している商店街と勝浦朝市を中心地としてにぎわい創出のきっかけとすることが可能となる。

勝浦市商工会の関わりとしては

- (a) 定期的なイベント開催により継続的な経済効果の創出。
- (b) 「かつうら朝空マーケット」に創業予定者をお試し出店させ、店舗運営のノウハウを取得する機会をつくる。（勝浦市観光商工課と連携）
- (c) お試し出店した創業予定者のフォローアップを実施する。内容としては、出店前に販売計画の策定や当日の売上結果の集計と分析など企業経営に必要なノウハウを取得する。
- (d) 商店街内の空き店舗を活用して創業予定者が実際に事業開始できるように伴走型の創業支援を行う。

さらに、既存商店に対しては新商品の開発、販売方法の支援・指導（POP作成、見せ方）、SNSを活用した効果的な情報発信の支援を行うことで魅力ある商店を育成する。そして魅力ある商店を増やしていくことで活気のある商店街を取り戻し、通年型イベントとの相乗効果によりにぎわいを創出し観光客の増加を図る。

(別表2) 経営発達支援事業の実施体制

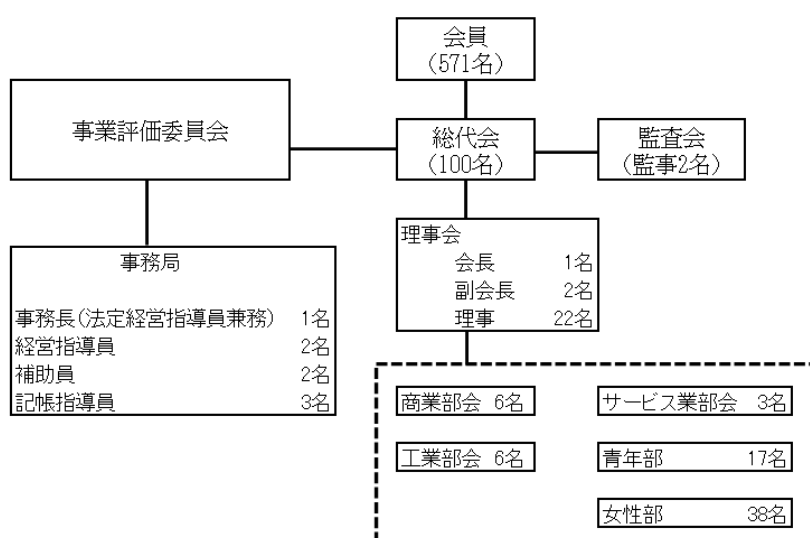
経営発達支援事業の実施体制

(令和4年4月現在)

(1) 実施体制 (商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制等)

当会は、事務長 (法定経営指導員兼務) 1名・経営指導員2名・補助員2名、記帳指導員3名で事業計画、進捗状況、事業結果を共有・検証しP D C Aサイクル を実行する。

商工会全体組織図



(2) 商工会による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供および助言にかかわる実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：浅野 光映

■連絡先 勝浦市商工会 TEL 0470-73-0199

②法定経営指導員による情報の提供および助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会/商工会議所

住所 〒299-5225 千葉県勝浦市墨名657番地の2

勝浦市商工会

電話：0470-73-0199 / FAX 0470-73-0107

E-Mail s2181@chibaken.or.jp

②関係市町村

住所 〒299-5292 千葉県勝浦市新官1343番地の1
 勝浦市 観光商工課
 電話：0470-73-6687 / FAX0470-73-8788
 E-mail：teibi-ks@city-katsuura.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)

	令和3年度 (令和3年 4月以降)	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	3,150	3,150	3,150	3,150	3,150
専門家派遣費	2,100	2,100	2,100	2,100	2,100
調査票製作費	150	150	150	150	150
セミナー開催 費	900	900	900	900	900

(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

国補助金、千葉県補助金、勝浦市補助金、商工会負担金
 商工会負担金は、(会費収入、賦課金収入、手数料等収入、業務受託料収入等

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所
 並びに法人にあっては、その代表者の氏名

- ①一般社団法人 勝浦市観光協会 会長 渡辺 幸男
 千葉県勝浦市墨名815-56 TEL0470-73-2500
- ②国際武道大学 学長 高見 令英
 千葉県勝浦市新官841 TEL0470-73-4111
- ③一般社団法人 千葉県中小企業診断士協会 会長 今井 和夫
 千葉県千葉市中央区中央3丁目10-6 TEL043-301-3860
- ④千葉県中小企業団体中央会 代表者 平 栄三
 千葉県千葉市中央区富士見2丁目22-2 TEL043-306-3281
- ⑤千葉県事業引継ぎ支援センター 統括責任者 河崎 昌浩
 千葉県千葉市中央区中央2丁目5-1 TEL043-305-5272

【金融機関】

- ⑥千葉銀行 勝浦支店 支店長 川村 崇
千葉県勝浦市墨名725-3 TEL0470-73-1121
- ⑦京葉銀行 勝浦支店 支店長 長谷川 修
千葉県勝浦市勝浦173 TEL0470-73-1231
- ⑧千葉興業銀行 勝浦支店 支店長 小松 直樹
千葉県勝浦市墨名651-1 TEL0470-73-7811
- ⑨銚子信用金庫 勝浦支店 支店長 長島 弘明
千葉県勝浦市墨名788 TEL0470-73-0102
- ⑩房総信用組合 勝浦支店 支店長 土屋 眞一
千葉県勝浦市勝浦28-1 TEL0470-73-0025

連携して実施する事業の内容

- ① 地域の経済動向調査に関すること
 - ・千葉県中小企業診断士協会と連携し、地域の小規模事業者の経済動向の把握、景況調査結果の分析を実施する。
- ② 経営状況の分析に関すること
 - ・金融機関および千葉県中小企業診断士協会と連携し、小規模事業者の事業実態の把握、経営分析と経営課題の把握・整理を行い事業者にはフィードバックする。
- ③ 事業計画策定支援に関すること
 - ・千葉県中小企業診断士協会と連携し、実効性の高い事業計画の策定を支援する。
 - ・国際武道大学と連携し在学学生および卒業生を対象に創業計画の策定を支援する。
 - ・千葉県事業引継ぎ支援センターと連携し事業承継計画の策定を支援する。
- ④ 事業計画策定後の実施支援に関すること
 - ・千葉県中小企業診断士協会と連携し、実効性の高い事業計画の実施を伴走型で支援する。
 - ・国際武道大学と連携し在学学生および卒業生を対象に創業計画の実施を伴走型で支援する。
 - ・千葉県事業引継ぎ支援センターと連携し事業承継計画の実施を伴走型で支援する。
 - ・上記3つの計画実施のうち、金融支援に関しては各金融機関との連携を図る。
- ⑤ 需要動向調査に関すること
 - ・千葉県中小企業診断士協会と連携し、地域の小規模事業者が行う新商品・新サービスの開発等に有益な情報を収集・分析する。
- ⑥ 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること
 - ・勝浦市観光協会、国際武道大学、千葉県中小企業診断士協会および千葉県中小企業団体中央会と連携し、地域の小規模事業者が開発する新商品・新サービスの販路開拓を支援する。

連携して事業を実施する者の役割

- ①一般社団法人 勝浦市観光協会
役割：特産品販路拡大、物産展及びイベント開催、観光物産協会会員との連絡調整
効果：勝浦市内観光業の発展と勝浦市の魅力の情報発信

②国際武道大学

役割：産学連携事業、各種情報提供等、インターン先の紹介、創業セミナーの開催
効果：産学連携の推進、就業率の向上

③一般社団法人千葉県中小企業診断士協会

役割：施策情報提供、専門家派遣、セミナー講師依頼
効果：専門家のノウハウを継承することで指導員のスキルアップ

④千葉県中小企業団体中央会

役割：経営技術相談、販路拡大、各種マッチング展示会等
効果：地域設立組合との連携強化

⑤千葉県事業引継ぎ支援センター

役割：事業承継の高度な支援、M&A 案件の助言・指導
効果：マッチング等による円滑な事業承継の推進

⑥～⑩各金融機関

役割：小規模事業者の資金ニーズに応じた円滑な資金調達
効果：適時適切な資金供給により経営の安定化を図る

連携体制図等

