

経営発達支援計画の概要

実施者名	山武市商工会（法人番号 9040005010420） 山武市（地方公共団体コード 122378）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目 標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 経営基盤強化による小規模事業者の経営力向上</li> <li>② 小規模事業者数の減少抑制による社会基盤の維持</li> <li>③ 販路開拓支援による新たな需要の開拓</li> <li>④ 地域内消費の喚起による小規模事業者の売上増加と地域経済の活性化</li> </ul>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>3 地域の経済動向調査に関すること 国のビッグデータ（RESAS）を活用して地域経済の現状や人の動き等を調査するとともに、地域における小規模事業者の実態を明らかにするため、地域内の小規模事業者を対象にアンケート調査を実施する。</li> <li>4 需要動向調査に関すること イベントや商談会を活用して商品改良等に向けてのマーケティング調査を実施するとともに、統計データ等を活用して売れ筋情報等の調査を実施する。</li> <li>5 経営状況の分析に関すること 経営問診票（千葉県独自の経営分析システム）等を活用して経営分析を実施する。</li> <li>6 事業計画策定支援に関すること DX推進セミナーや事業計画策定個別相談会を開催するとともに、小規模事業者持続化補助金等の各種補助金申請や事業承継支援等を活用して事業計画策定支援を実施する。</li> <li>7 事業計画策定後の実施支援に関すること 巡回訪問により定期的・計画的なフォローアップを実施するとともに、専門家による高度で専門的なフォローアップを実施する。</li> <li>8 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること グルメ&amp;ダイニングスタイルショーへの出展支援（BtoB）やSNS活用個別相談会の開催（BtoC）によって販路開拓支援を実施する。</li> </ul>
連絡先	<p>山武市商工会 〒289-1514 山武市松尾町松尾183番地4 TEL 0479-86-5147 Fax 0479-86-4981 E-mail: info@sammujp</p> <p>山武市役所 商工観光課 〒289-1392 山武市殿台296番地 TEL 0475-80-1201 Fax 0475-82-2107 E-mail: shokan@city.sammujg.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) 地域の現状と課題

① 現状

(ア) 立地

本市は、千葉県の東部に位置し、県都千葉市や成田国際空港まで約10～30キロメートル、東京都心へは約50～70キロメートルの位置にある。日本有数の砂浜海岸である九十九里浜のほぼ中央にあり、約8キロメートルにわたって太平洋に面し、総面積は146.77平方キロメートルとなっている。地勢は大別して九十九里海岸地帯と、その後背地としての広大な沖積平野及び標高40～50メートルの低位台地からなる丘陵地帯で構成されており、これらは海岸線にほぼ並行に帯状に展開している。



(イ) 歴史

合併前の旧4町村は、古くから農漁村地域であり、江戸時代には九十九里浜での地曳網によるいわし漁で活気を呈し、乾燥肥料として農業の発展に役立った大量の干鰯が生産され、江戸・大阪などへ運ばれていた。また、丘陵地を中心に山武杉の産地が形成され、いわし漁のための和船や、建具の材料として江戸での需要の増加にんでいた。

こうして、大消費地江戸との交流の中で産業が発展するとともに、農林漁業に関わる地域独自の文化を育んできたが、明治になると、九十九里海岸における海水浴場の利用が始まったことから、農林漁業とともに観光業が産業として加わり、それらを長らく基盤としてきた。

このような状況は、昭和53年に近隣の成田市で成田国際空港が開港したことによって転機を迎え、昭和61年の県道成田松尾線の開通や平成10年の首都圏中央連絡自動車道の一部となる千葉東金道路の開通などの道路網の整備によって産業構造や労働環境等が一変し、平成18年に山武郡内の成東町、山武町、蓮沼村及び松尾町の4町村が合併して山武市が発足し、今日に至っている。

(ウ) 交通網

首都圏中央連絡自動車道の一部となる千葉東金道路と国道126号線が市内を横断し、県道成田松尾線などが市内全域をカバーしている。

市内には、JR総武本線とJR東金線の2路線が運行されており、JR日向駅、JR成東駅及びJR松尾駅の3駅があり、市の中心に位置しているJR成東駅からJR東京駅までは特急で約60分、JR千葉駅までは特急で約40分、普通電車で約50分である。

また、高速バスが運行されており、成東車庫からJR東京駅までは約1時間40分、JR千葉駅までは約50分で結ばれている。その他には空港シャトルバスが成田国際空港と横芝屋形海岸を結ぶ路線として運行されており、JR松尾駅に接続しているとともに、市内各地区をまわる基幹バスや地域内の公共施設等へ乗合で移動する乗合タクシーが運行されている。



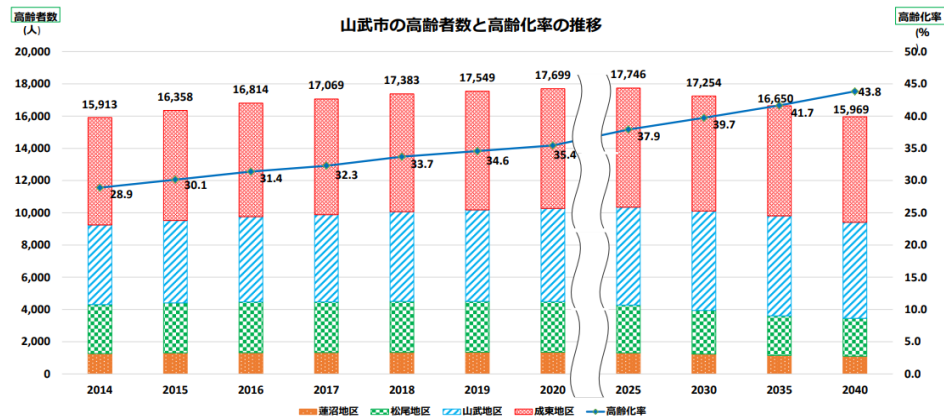
2路線が乗り入れているJR成東駅

(エ) 人口と世帯数の推移

本市の総人口は山武市ホームページによると平成27年の54,594人から令和2年4月1日現在では50,905人となっており、5年連続で緩やかな減少となっている。スリランカ国ホストタウン関連事業の影響から、外国人の人口や世帯数は年々増加している一方で、日本人の人口や世帯数は減少している。また、65歳以上の人口についても毎年増加しており、高齢化率は平成26年28.9%から平成30年には33.7%と4年間で約5%も増加しており、15年後の令和17年には本市の高齢化率は40%を超えると予測されている。

項目	H27.4.1	H28.4.1	H29.4.1	H30.4.1	H31.4.1	R2.4.1
人口	54,594	53,866	53,176	52,386	51,625	50,905
日本人	53,894	53,107	52,295	51,366	50,550	49,671
外国人	700	759	881	1020	1075	1234
世帯数	21,968	22,087	22,146	22,238	22,294	22,413
日本人世帯	21,396	21,462	21,432	21,406	21,405	21,387
外国人世帯	239	305	389	504	562	707
混合世帯	333	320	325	328	327	319

(出典：山武市ホームページ)



年	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2025	2030	2035	2040
成東地区	6,667	6,829	7,062	7,181	7,307	7,369	7,424	7,400	7,142	6,832	6,552
山武地区	4,940	5,119	5,291	5,415	5,567	5,673	5,776	6,064	6,164	6,210	5,957
松尾地区	3,039	3,101	3,150	3,146	3,166	3,159	3,148	2,969	2,712	2,456	2,356
蓮沼地区	1,267	1,309	1,321	1,327	1,343	1,348	1,351	1,313	1,236	1,152	1,104
65歳以上人口合計	15,913	16,358	16,814	17,069	17,383	17,549	17,699	17,746	17,254	16,650	15,969
総人口	55,073	54,263	53,566	52,842	51,582	50,761	49,929	46,791	43,431	39,962	36,427
高齢化率	28.9	30.1	31.4	32.3	33.7	34.6	35.4	37.9	39.7	41.7	43.8

※65歳以上の人口について  
 2014年～2018年：実績  
 2019年～2025年：見える化システム参照  
 2030年～2040年：国立社会保障・人口問題研究所推計参照

(出典：山武市ホームページ)

### (オ) 商工業者数の推移

商工業者数は平成20年の1,690事業者から令和2年には1,377事業者まで減少しており、全ての業種において減少傾向となっている。特に、サービス業の減少が顕著となっている。

年度	卸小売業	サービス業	建設業	製造業	その他	合計
H20	399	596	325	267	103	1,690
H26	377	557	341	199	85	1,559
R 2	346	477	288	185	81	1,377

(出典：商工会実態調査)

### (カ) 小規模事業者数の推移

小規模事業者数は平成20年の1,617事業者から令和2年には1,337事業者まで減少しており、全ての業種において減少傾向となっている。特に、サービス業の減少が顕著となっている。

なお、小規模事業者数の減少傾向は商工業者数の減少傾向と同様な傾向となっている。

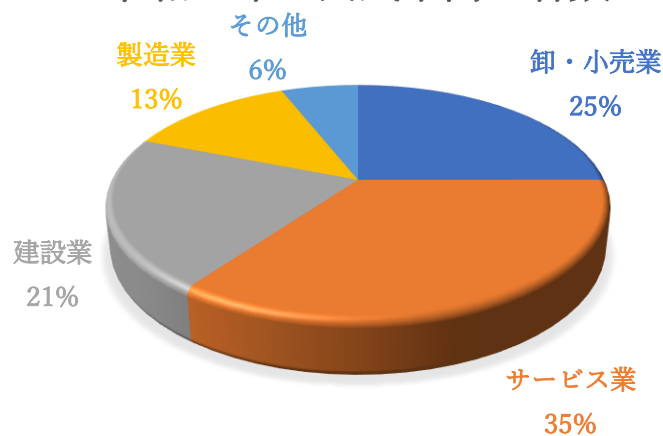
年度	卸 小売業	サービス業	建設業	製造業	その他	合計
H20	388	566	307	259	97	1,617
H26	349	525	321	189	73	1,457
R2	334	468	281	174	80	1,337

(出典：商工会実態調査)

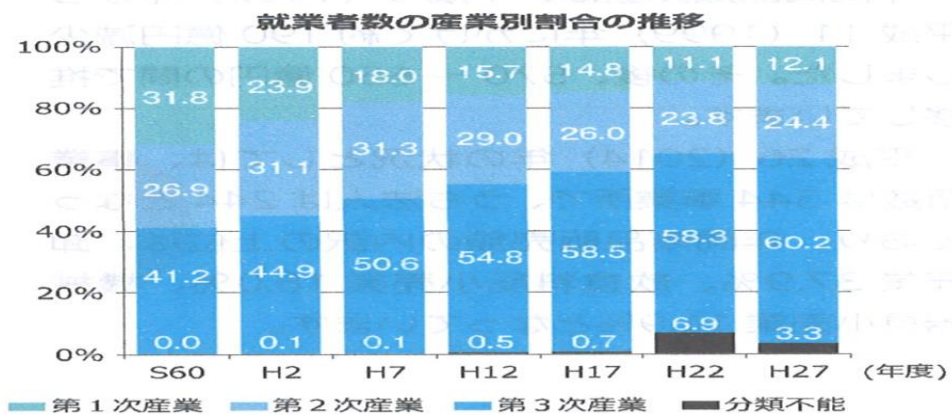
(キ) 産業構造

令和2年の商工会実態調査によると本市は全体の約60%を第3次産業（サービス業、小売業等）が占めており、第2次産業（建設業、製造業）が約34%とこれに続いている。また平成27年の国勢調査における就業者数についても、その産業割合は上記に準じた結果となっており、本市の産業構造は第3次産業（サービス業、小売業等）が中心となっている。

令和2年 山武市商工者数



(出典：商工会実態調査)



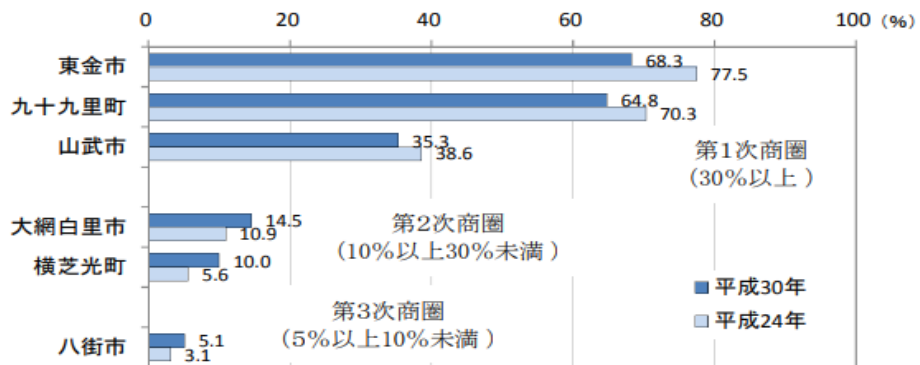
(出典：国勢調査)

(ク) 商圈

千葉県消費者購買動向調査によると、本市は東金商圈と成田商圈に属しており、商圈を形成していない。それぞれの商圈における本市からの吸引率を平成24年と平成30年とで比較すると、平成30年には減少傾向となっている。

この要因としては、JR成東駅前を中心とした中心商店街等からの消費の流出に歯止めがかかったわけではなく、東金商圈や成田商圈へ流出していた消費が市内のロードサイドへ進出した大型店やチェーン店等へ流出するようになったためである。

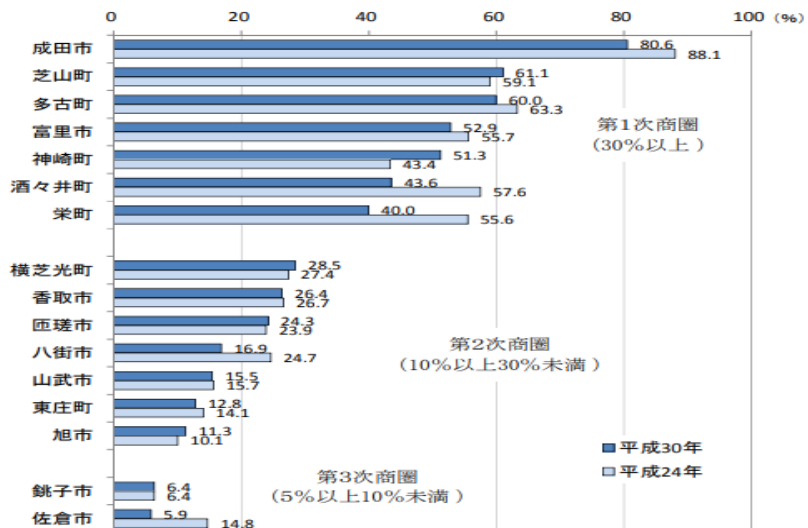
図表 4-8-3 東金商圈の吸引状況（市町村別）



※平成30年の大網白里市は、平成24年では大網白里町。

第4章 主要商圈の構造

図表 4-2-3 成田商圈の吸引状況（市町村別）



(出典：千葉県消費者購買動向調査)

(ケ) 特産品

本市は果物栽培が盛んであるが、中でも「いちご」が特産品として有名である。本市の成東地区周辺は古くからいちごの産地として知られ、ビニールハウス栽培による苺園が数多く存在している。冬から春にかけての直売、宅配、「い

ちご狩り」の他、果肉を使用したいちごジャムやラングドシャなど様々な形でその味覚を楽しむことができ、近年、有機肥料を主体とした栽培により更に味覚を向上させ、その品種も章姫、ふさの香、栃おとめ、紅ほっぺ、やよい姫、かおり野、等様々な品種が幅広く栽培されている。

また、古来より九十九里の水が良質なことから、この地域では酒造りが盛んで現在も梅一輪酒造(株)、(資)寒菊銘醸、花の友(株)、守屋酒造(株)の4つの酒蔵が営業を行っている。

#### (コ) 卸・小売業

国道126号線沿いのチェーン店や量販店、ドラッグストアなどへの消費流出と、隣接している東金市や広域商圈を形成している成田市などの市外への消費流出などにより、卸・小売業を取り巻く経営環境は大変厳しい状況となっている。中でも、JR成東駅前やJR松尾駅前の商店街では、これらへの消費流出に加えて店舗の老朽化や後継者問題等から廃業による空き店舗や空き地が増加するなど危機的な状況となっており、これらの影響による廃業等によって平成20年の399事業者から令和2年には346事業者まで減少している。

項目	H20	H26	R2
事業者数	399	377	346

(出典：商工会実態調査)

#### (サ) サービス業

国道126号線沿いのチェーン店等への消費流出と、隣接している東金市や広域商圈を形成している成田市などの市外への消費流出などにより、飲食業や生活関連サービス業（理美容業、クリーニング業等）を中心にサービス業を取り巻く経営環境は大変厳しい状況となっており、これらの影響による廃業等によって平成20年の596事業者から令和2年には502事業者まで減少している。

項目	H20	H26	R2
事業者数	596	557	502

(出典：商工会実態調査)

#### (シ) 建設業

経営者の高齢化と後継者難による廃業、資材や人件費の高騰による利益の減少、慢性的な人材不足、さらには大手ハウスメーカーの進出等に伴う受注量の減少など、建設業を取り巻く経営環境は厳しい状況となっており、これらの影響による廃業等によって事業者数は減少傾向となっており、平成20年の325事業者から令和2年には288事業者となっている。

目	H 2 0	H 2 6	R 2
事業者数	3 2 5	3 4 1	2 8 8

(出典：商工会実態調査)

(ス) 製造業

本市は成田空港に近く、首都圏中央連絡自動車道の一部となる千葉東金道路が開通しているなど立地条件が良好なことから、成東工業団地、松尾工業団地及び松尾台工業団地の3つの工業団地があり、中堅・大手の製造事業者が進出してきているため、従業者数や製品出荷額等が増加傾向となっている。

しかしながら、本市全体の製造事業者数は平成20年の267事業者から令和2年には185事業者まで減少しており、経営者の高齢化や後継者難、技術革新への対応の遅れ等を要因とする小規模製造事業者の廃業等によるものである。

目	H 2 0	H 2 6	R 2
事業者数	2 6 7	1 9 9	1 8 5

(出典：商工会実態調査)

年 度		2 0 1 8	2 0 2 0
従業者数	人	2,924	3,003
製造品出荷額等	万円	11,749,447	12,281,931

(出典：工業統計調査)

(セ) 観光業

本市の観光は、春の観光苺園と夏の海水浴（蓮沼ウォーターガーデン、蓮沼海浜公園等）や道の駅「オライはすぬま」が中心であり、平成22年までは約220万人の観光客で推移していたが、平成23年には東日本大震災の発生とこれに伴う原発事故の影響により、海水浴客を中心に観光客が激減（約50万人減少）した。その後、平成25年には200万人台を回復したが、以降は200万人前後の観光客で推移しているものの、わずかながら減少傾向となっている。

また、宿泊客への対応が可能な宿泊施設を数多く有しているが、首都圏から80km圏内に本市が位置しているため日帰り型観光が主流となっており、宿泊を伴う観光客は年間9万人前後で推移しているものの、日帰り観光客と同様にわずかながら減少傾向となっている。

(単位：千人)

項 目	H 2 6	H 2 7	H 2 8	H 2 9	H 3 0
観光客数	2,041	2,193	2,007	1,997	1,996
宿泊者数	85	91	86	82	84

(出典：千葉県観光入込調査報告書)





道の駅



観光苺園



ウォーターガーデン

## (ソ) 第2次山武市総合計画

本市は、平成18年3月27日に成東町、山武町、蓮沼村及び松尾町の4町村の合併により誕生し、平成20年3月に策定した山武市総合計画（以下「第1次総合計画」という。）に基づき、「協治」によるまちづくりを進めてきた。

その後、時代の変化と第1次総合計画でのまちづくりの成果状況を踏まえ、これまで培ってきたマネジメントサイクルの行政経営を活かしながら、近接する成田空港との共生を含めた周辺自治体との連携を視野に入れつつ、住民自治を礎にしたまちづくりの指針となる、第2次山武市総合計画を平成31年3月に策定した。

産業経済の振興では「第1次総合計画」で掲げた政策目標である「にぎわい豊かな暮らしを創出するまちづくり」を「第2次総合計画」でも引き継ぎ、その実現に向けて商工業及び観光業についての施策の基本方針や基本事業を次のとおり定めている。

### 施策の基本方針

#### a 商工業の振興と地域経済活性化

- ◆郊外型の大・中規模小売店舗等が進出し、既存小売店に大きな影響を及ぼすとともに、後継者不足も相まって、旧来の商店街では空き店舗が多数発生している。地域ならではの魅力を高める取り組みを通じて、商店街の連携強化とまちの活性化を図ることが求められている。
- ◆山武市中小企業振興基本条例（平成30年4月1日施行）に基づき、地元中小企業の育成と長期的な安定成長を図るための施策を推進する。
- ◆市商工会を通じた支援策を継続的に行うとともに、人口減少や急激な社会環境の変化に対応できる、レジリエンスな地域経済の実現に向けた「エコミックガーデニング」の推進により、地元企業が長生きして繁栄するビジネス環境の構築に取り組む。
- ◆検討が進められている成田空港の機能強化に併せて、他団体との連携を強化し、空港の発展を市の発展に結び付ける取り組みを推進する。

#### b 観光の振興

- ◆国内外問わず、近年のトレンドは「団体」から「個人」へ、「物見遊山型」から「体験型」観光へと変化している。また、宿泊者数は、平成27年の91,163人をピークに減少しており、魅力あるイベントの開催、ニーズに合った観光

メニューや滞在時間の長時間化を見据えた観光ルートの造成が必要である。

- ◆東日本大震災後に激減した海水浴客数は、平成27年に約11万人まで達しましたが、近年の気候変動の影響もあり、震災前の約半数に留まっている。対策として、常設トイレのある本須賀海水浴場において、国際環境認証ブルーフラッグを取得するとともに、その他の海水浴場においても適切な施設管理を行い、海水浴のイメージアップを図る。また、サーフィンやビーチスポーツ等、夏季以外の利用を促進する。
- ◆NPO 法人山武市観光協会ホームページやツイッター等の SNS を活用し、若者層に向けた観光情報発信を行う。また、電話や来訪での対応窓口である成東駅前観光案内所で、適切な案内が行われるように努める。

#### 基本事業

- ◆市内消費の向上 ◆経営体の体質強化・育成
  - ◆企業立地と企業定着による雇用の促進 ◆成田空港経済圏の形成
  - ◆魅力ある観光事業の推進 ◆海岸を活用した観光推進 ◆観光情報の発信
- (出典：第2次山武市総合計画)

## ② 課題

### (ア) 卸・小売業の課題

消費者ニーズへの的確な対応（需要動向を踏まえた品揃えやサービスの見直しによる大型店・量販店との差別化等）による魅力ある店づくりが課題となっている。また、後継者育成による円滑な事業承継や地域外への消費流出に歯止めをかけるために地域内での消費を喚起するような取り組みなども課題となっている。

### (イ) サービス業の課題

消費者ニーズへの的確な対応（需要動向を踏まえたメニューの開発やサービスの見直しなどによるチェーン店との差別化等）による魅力ある店づくりが課題となっている。また、後継者育成による円滑な事業承継や地域外への消費流出に歯止めをかけるために地域内での消費を喚起するような取り組みなども課題となっている。さらには、SNSの活用による情報発信なども課題となっている。

### (ウ) 建設業の課題

資材・人件費の高騰や大手ハウスメーカーとの競合等に影響されない経営体質への転換に向けて経営基盤強化への取り組みによる経営力向上が課題となっている。また、後継者育成による円滑な事業承継への取り組みや人手不足の解消に向けて労働環境や就業規則等の改善・整備への取り組みも課題となっている。

### (エ) 製造業の課題

円滑な事業承継や人材の確保・育成、生産性向上への取り組みなどが課題となっている。特に、生産性の向上については、限られた経営資源の効率的な活

用や技術革新への対応、各種施策（ものづくり補助金等）の活用による先端設備の導入などが課題となっている。

また、首都圏中央連絡自動車道の一部となる千葉東金道路や成田空港と結ばれている県道成田松尾線の利便性を活かした経営の推進（物流体制の構築等）も課題となっている。さらには、熟練工からの技能伝承が業界全体の課題ともなっている。

#### （オ）観光業の課題

新たな観光需要の開拓や日帰り型観光から通年・滞在型観光へのシフト等に向けてインターネットやSNS等を活用しての戦略的な情報発信が課題となっている。また、酒蔵や浪切不動院、枝垂れ桜の大木で有名な妙宣寺といった既存の観光資源の魅力向上に向けての取り組みなども課題となっている。さらには、観光苺園や蓮沼ウォーターガーデン、道の駅「オライはすぬま」等といった観光拠点施設や宿泊施設等との連携による受入体制の整備も課題となっている。



浪切不動院

### （２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

#### ① 小規模事業者の長期的な振興の方向性

これまでに経験したことのない少子・高齢化等の社会的な構造変化に伴う市場の縮小と、ネット通販や地域外（東金市、成田市等）への消費の流出など、外部環境は以前にも増して厳しくなっている。また、内部環境的には経営者の高齢化や後継者難等といった事業承継問題に直面しているなど、当地域の経済を支えている小規模事業者を取り巻く経営環境は大変厳しい状況となっている。

以上を踏まえ、当地域における小規模事業者の長期的な振興の方向性は次のとおりとする。

（ア）経営資源（人・モノ・金・情報等）の不足を補うために、小規模事業者自らが内部環境（強み・弱み）や外部環境（機会・脅威）等を把握し、経営実態を踏まえながらそれらを活用して経営基盤強化に向けての具体策を検討・実行することで経営力を向上させ、小規模事業者の振興を図る。

（イ）小規模事業者は地域の社会基盤としての機能と役割を担っている。後継者難による廃業等に伴い地域の小規模事業者数が減少することにより、社会基盤への深刻な影響が懸念されているため、社会基盤の維持に向けて創業支援や事業承継支援等を通じて小規模事業者数の減少に歯止めをかけ、地域経済を活性化することによって小規模事業者の振興を図る。

(ウ) 多様な顧客ニーズへの的確な対応に向けて、需要動向調査や各種統計データの収集・分析によって得られた情報を商品開発等に活用するマーケットインの考え方に基づく取り組みや情報発信等への取り組みなど、これらの販路開拓への取り組みを通じて新たな需要を開拓し、小規模事業者の振興を図る。

(エ) 消費者向けに地域内での消費意欲を喚起させる事業に取り組み、地域外への消費の流出に歯止めをかけて地域内での消費循環につなげるとともに、事業者向けにおいても地域内での事業者間取引を喚起させる事業に取り組み、地域内での資金循環につなげるなど、これらによって売上を増加させて小規模事業者の振興を図るとともに、地域経済の活性化を図る。

### ② 第2次山武市総合計画との連動性・整合性

第2次山武市総合計画では、政策目標として「にぎわい豊かな暮らしを創出するまちづくり」を掲げ、この目標を達成するために「商工業の振興と地域経済活性化」や「観光の振興」に関する施策の基本方針を示している。この基本方針のもと「市内消費の向上」や「経営体の体質強化・育成」、「観光情報の発信」等の基本事業を策定している。

商工会としても小規模事業者の長期的な振興の方向性（前記（2）の①）において「経営力の向上、事業承継支援、創業支援、情報発信等による新たな需要の開拓及び地域内での消費の喚起による地域経済の活性化」等を掲げており、第2次山武市総合計画との連動性・整合性は図られている。

### ③ 商工会としての役割

当商工会では設立以来、長きにわたり小規模事業者の経営基盤の強化に向けて金融、税務及び労働等の基礎的な経営改善普及事業を中心に取り組んできた。

しかしながら、「小規模事業者の長期的な振興の方向性」（前記（2）の①）を具体化するとともに、「第2次山武市総合計画との連動性・整合性」（前記（2）の②）を図るには、経営発達支援事業を中心とした事業への取り組みが商工会へ求められている。

以上を踏まえ、当商工会としての役割は次のとおりとする。

(ア) 市場調査（地域の経済動向調査、需要動向調査）、経営分析（定性分析、定量分析）、事業計画策定支援及び販路開拓支援等の経営発達支援事業を中心として事業を実施する。

(イ) 経営発達支援事業の実施にあたっては、千葉県商工会連合会や千葉県事業引継支援センター等の関係支援機関との連携を図るとともに、経営指導員等の職員の経営支援スキルの向上を図るなど、これらによって経営支援体制を強化し、小規模事業者に寄り添った伴走型支援を実施する。

(ウ) 地域で唯一の総合経済団体として山武市と連携し、第2次山武市総合計画の実現に寄与するとともに、国・県等の各種支援施策を活用して地域経済の更なる活性化やまちづくりへの支援などを実施する。

### (3) 経営発達支援事業の目標

上記(1)及び(2)を踏まえ、小規模事業者に対する伴走型支援によって経営基盤強化による経営力の向上や地域資源等を活用した新商品開発による販路開拓支援などに取り組み、これらを通じて地域の担い手である小規模事業者の持続的発展を図るとともに、地域内での消費循環によって地域経済の活性化を図るため、以下の①から④の目標を掲げ、経営発達支援事業を実施する。

- ① 経営基盤強化による小規模事業者の経営力向上
- ② 小規模事業者数の減少抑制による社会基盤の維持
- ③ 販路開拓支援による新たな需要の開拓
- ④ 地域内消費の喚起による小規模事業者の売上増加と地域経済の活性化

## 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4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

#### ① 経営基盤強化による小規模事業者の経営力向上

地域の経済動向調査や需要動向調査、経営分析等を行い、これらによって得られた情報（業界動向、市場規模及び消費者ニーズ等の経営環境や強み・弱み等）を小規模事業者へ提供するとともに、これらを活用して事業計画の策定に取り組む小規模事業者に対して経営指導員が伴走型によって支援する。

また、事業計画策定後は、経営指導員が定期的に巡回訪問して細かな修正やコーチング等を行うとともに、経営指導員では対応ができないような専門的で高度な経営課題や事業計画の変更等が生じた場合には、その解決に向けて関係支援機関の専門家派遣制度を活用するなどして小規模事業者へのフォローアップを行い、これらの一貫した支援を通じて経営基盤を強化し、小規模事業者の経営力向上を図る。

#### ② 小規模事業者数の減少抑制による社会基盤の維持

千葉県事業引継ぎ支援センター等の関係支援機関との連携により、小規模事業者の円滑な事業承継に向けて、事業承継計画策定の支援やフォローアップなどの取り組みを実施する。

また、産業競争力強化法に基づく山武市の創業支援計画との連携により創業支援セミナーを開催するとともに、創業予定者に対してビジネスプランの策定支援や創業しやすい環境の整備に取り組むなど、これらを通じて小規模事業者数の減少を抑制し、社会基盤の維持を図る。

#### ③ 販路開拓支援による新たな需要の開拓

商品・サービスの開発等に取り組む小規模事業者を対象に、各種イベントや商談会、物産展等への出展を支援するとともに、来場者（消費者、バイヤー）アンケートの実施・分析による需要動向の把握や商談成立を支援する。

また、各種統計データの収集・分析によって得られた情報の提供やSNS等のITを活用しての情報発信への支援など、これら販路開拓支援を通じて新たな需要の開拓を図る。

#### ④ 地域内消費の喚起による小規模事業者の売上増加と地域経済の活性化

成東商業協同組合や松尾商工業協同組合等の関係機関と連携し、商品券発行事業やポイントカード、大売出し事業等の地域内消費を喚起させるための事業に取り組む、これらの事業を通じて地域内消費を推進し、地域経済の活性化を図る。

また、事業者間取引を喚起させるための事業に取り組む、これらの事業を通じて地域内での資金循環につなげ、地域経済の活性化を図る。さらには、山武市や山武市観光協会、JA等の関係機関と連携し、「山武市産業まつり」をはじめとする各種イベントの開催によって地域経済の活性化を図る。

## I 経営発達支援事業の内容

### 3 地域の経済動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

##### ① 現状

経営指導員が地域の経済動向について、中小企業景況調査事業や新聞、インターネット等により情報を収集し、その内容を施策情報セミナーや小規模事業者持続化補助金等の事業計画策定が必要となる各種補助金申請時に小規模事業者等へ情報提供しているにとどまっている。

##### ② 課題

地域経済動向の情報収集には取組んでいるものの、専門的な分析ができていない、また収集した情報の提供が施策情報セミナーや各種補助金申請時のため限定的となっており、広く周知することもできていないことから、事業内容、分析方法及び周知方法等の抜本的な見直しによる情報収集が課題となっている。

#### (2) 目標

	公表方法	現行	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
① RESAS 分析の公表回数	HP 掲載他	—	1	1	1	1	1
② 地域経済動向調査 分析の公表回数	HP 掲載他	—	1	1	1	1	1

#### (3) 事業内容

##### ① 国のビッグデータ（RESAS）活用による地域経済動向調査

当地域の産業と経済の現状や人の動き等を詳細に把握するため、国のビッグデータ（RESAS）を活用して地域経済動向の調査・分析を行い、年1回公表する。

##### (ア) 調査手法

経営指導員がRESAS（地域経済分析システム）を活用して情報を収集する。

##### (イ) 調査項目

- a 産業構造マップ（地域産業の現状等に関する調査）
- b まちづくりマップ（人の動き等に関する調査）

##### (ウ) 分析手法

経営指導員が商売繁盛相談窓口事業により千葉県商工会連合会から月1回派遣される専門家（中小企業診断士等）と連携して分析する。

##### ② 地域経済動向調査の実施

地域経済についてより詳細な実態を把握するため、地域内の小規模事業者を対象に、業種ごとの景況や動向等の調査・分析を年1回行い、公表する。

- (ア) 調査手法  
経営指導員が調査対象事業者を訪問して調査票に基づきヒアリングを実施する。
- (イ) 調査対象  
管内小規模事業者100社（「製造業」、「建設業」、「卸・小売業」、「飲食業」「サービス業等」から20社ずつ）
- (ウ) 調査項目  
「売上」、「受注」、「収益」、「資金繰り」、「雇用」、「経営上の問題点」等
- (エ) 分析方法  
経営指導員が商売繁盛相談窓口事業により千葉県商工会連合会から月1回派遣される専門家（中小企業診断士等）と連携して分析する。

#### (4) 活用方法

分析した情報は、商工会のホームページや商工会報等で広く小規模事業者等へ提供するとともに、事業計画策定等の伴走型支援や経営指導員等による巡回・窓口相談指導の参考資料として活用する。

**商売繁盛相談窓口事業とは**  
千葉県商工会連合会が県内商工会のマンパワー不足を補うことを目的に、千葉県の補助事業を活用して県内40商工会に毎月1回、専門家（中小企業診断士）を派遣し、小規模事業者等からの経営相談（高度な経営相談が中心）に対応している事業である。

## 4 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

#### ① 現状

ものづくり補助金や小規模事業者持続化補助金等の各種補助金申請支援時などにおいて、業種別審査事典や業界誌、インターネットの情報サイト等を活用して需要動向調査を実施し、それらによって得られた情報を小規模事業者へ提供しているが、それらの内容は限定的で不十分なものとなっている。

#### ② 課題

小規模事業者に対して消費者やバイヤー等の意見を踏まえた需要動向等に基づく情報提供が課題となっている。特に、新商品の開発等によって販路開拓・拡大に取り組んでいる小規模事業者への需要動向等に基づく情報提供は、経営戦略上、重要な課題となっている。



(2) 目標

	現行	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
①マーケティング 調査対象事業者数	—	2	2	2	2	2
②統計データ活用 調査対象事業者数	—	48	48	48	48	48

(3) 事業内容

① イベントの活用によるマーケティング調査

販路開拓や拡大に取り組む小規模事業者の特産品（苺や日本酒等）を活用した新商品（スイーツ等）開発を支援する。具体的には、「山武市産業まつり」や「山武市サマーカーニバル」等のイベントにおいて、来場した消費者にアンケート形式のマーケティング調査を実施する。

(ア) 調査手法

来場した消費者に対して経営指導員が聞き取りによりアンケート調査を実施する。

(イ) サンプル数 来場者50人（1事業者あたり）

(ウ) 調査項目

味、デザイン、商品名、容量やサイズ、価格、ネーミング等

(エ) 分析方法

経営指導員が商売繁盛相談窓口事業により千葉県商工会連合会から月1回派遣される専門家（中小企業診断士等）の助言等を得てアンケート調査により収集した情報を分析する。

(オ) 活用方法

分析結果は当該小規模事業者フィードバックして更なる改良等を行うとともに、小規模事業者への伴走型支援の参考資料として活用する。

② 統計データ等の活用による需要動向調査

需要動向についてより詳細な情報を把握するため、各種データ等を活用して売れ筋情報等の調査・分析を実施する。

(ア) 調査対象事業者

新商品の開発等に取り組む小規模事業者や事業計画の策定等に取り組む小規模事業者

(イ) 調査手法及び調査項目

小規模事業者が必要とする情報を提供し、その結果の活用を図るため、調査項目等は事業者ごとに選定して調査を実施する。

調査項目	調査手法
売れ筋情報（商品情報）	日経テレコンのPOSデータを活用して調査
消費動向、市場規模	家計調査年報を活用して調査
業界動向、競合状況、ターゲット	業種別審査事典を活用して調査
業種・業界動向	経済関係の日刊紙、業界紙及び業界誌等を活用して調査

商圈	商業統計調査を活用して調査
年齢別人口、世帯数	山武市統計資料を活用して調査
その他の需要動向等	インターネット情報サイト等

(ウ) 分析方法

経営指導員が商売繁盛相談窓口事業により千葉県商工会連合会から月1回派遣される専門家（中小企業診断士等）の助言等を得て収集した情報を分析する。

(エ) 活用方法

経営力向上計画や小規模事業者持続化補助金等を活用するなどして事業計画の策定に取り組む小規模事業者へ情報提供するとともに、新商品の開発や新たなサービスの提供等に取り組む小規模事業者への伴走型支援に活用する。

5 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

① 現状

千葉県商工会連合会が導入した千葉県内商工会の独自の経営分析ツールである経営問診票を活用してSWOT分析等による経営分析に取り組み、小規模事業者の経営資源等の実態を明確にして経営課題や経営目標等を導き出している。経営問診票を活用して平成28年から令和2年度の5年間で30事業者の経営分析を行った。

② 課題

経営問診票による経営分析は定性的なSWOT分析が中心となってしまう傾向にあり、定量的な財務分析からの視点がやや不足している。策定した事業計画の着実な実施にあたっては、数値に基づく経営の推進が不可欠なため、財務分析にも積極的に取り組むことが課題となっている。

(2) 目標

	現行	R4	R5	R6	R7	R8
経営分析事業者数	24	48	48	48	48	48

(3) 事業内容

① 経営分析を行う事業者の発掘

経営指導員による巡回・窓口相談や確定申告時期に開催する決算指導会などの機会を捉えて「経営分析」の重要性を説明し、対象事業者を掘り起こして経営指導員が経営分析を実施する。

② 経営分析の内容

(ア) 対象者

巡回・窓口指導によって掘り起こした意欲的な小規模事業者、金融斡旋の利

用を検討している小規模事業者、事業計画の策定が必要な各種補助金等の申請に取り組む小規模事業者及び記帳システム利用者等とする。

(イ) 分析項目

定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う

≪財務分析≫収益性、生産性、安全性および成長性の分析

≪非財務分析≫事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

(ウ) 分析手法

経営指導員が千葉県内商工会の独自の経営分析ツールである経営問診票等を活用して経営分析を実施する。

(4) 活用方法

- ① 当該小規模事業者へフィードバックし、事業計画策定や小規模事業者持続化補助金申請等に活用する。
- ② 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。

## 6 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### ① 現状

金融斡旋や小規模事業者持続化補助金等の申請を活用しての事業計画策定支援が中心となっており、その内容も資金繰り計画や各種補助金申請等で定められている限定的で簡易なものとなっている。

#### ② 課題

これまでの限定的で簡易な事業計画策定支援から業績の向上や事業の持続的発展に向けて経営基盤の強化や経営力の向上などが図られるような事業計画策定支援へと支援内容を高度化することが課題となっている。

### (2) 支援に対する考え方

経営分析によって導き出された経営課題の解決に取り組む小規模事業者や経営力向上等に取り組む小規模事業者に対して事業計画の策定を支援する。

事業計画の策定にあたっては、地域の経済動向調査や経営分析、需要動向調査等を踏まえるとともに、経営力向上計画等の申請や金融斡旋、事業承継支援等を活用する。また、事業計画策定の内容が専門的で高度な場合には商売繁盛窓口相談事業によって千葉県商工会連合会から派遣される専門家や千葉県事業引継ぎ支援センター等を活用して事業計画策定を支援する。

なお、事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を図るものとする。

(3) 目標

内 容	現行	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
①DX推進セミナー 開催回数	—	1	1	1	1	1
DXセミナー 参加事業者数	—	15	15	15	15	15
②事業計画策定個別相談会 開催回数	—	4	4	4	4	4
事業計画策定個別相談会 合計参加事業者数	—	8	8	8	8	8
③事業計画策定事業者数	32	48	48	48	48	48

(4) 事業内容

① DX推進セミナーの開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

(ア) 支援対象

経営分析を行った小規模事業者、経営力向上等に取り組む小規模事業者、各種補助金等の申請に取り組む小規模事業者及び事業承継に取り組む小規模事業者等

(イ) 内 容

DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例  
クラウド型顧客管理ツールの紹介、SNSを活用した情報発信方法  
ECサイトの利用方法等

(ウ) 開催方法

IT専門家を招聘して開催する。

(エ) 募集方法

ホームページや商工会報への掲載、市広報への掲載、チラシの配布、巡回・窓口指導時の受講勧奨による募集等

② 事業計画策定個別相談会の開催

(ア) 支援対象

経営分析を行った小規模事業者、経営力向上等に取り組む小規模事業者、各種補助金等の申請に取り組む小規模事業者及び事業承継に取り組む小規模事業者等

(イ) 開催方法

千葉県商工会連合会等の関係支援機関の専門家派遣制度を活用して中小企業診断士等の専門家を招へいし、経営指導員同席のもとで事業計画の策定につなげるための個別相談会を開催する。

(ウ) 内 容

事業計画策定の意義やポイント等

(エ) 募集方法

ホームページや商工会報への掲載、市広報への掲載、チラシの配布、巡回・窓口指導時の受講勧奨による募集等

③ 事業計画策定支援

(ア) 支援対象

- a DX推進セミナーや事業計画策定個別相談会を受講した小規模事業者の中から取り組み意欲の高い小規模事業者を発掘して事業計画策定につなげる。
- b 経営分析を行った小規模事業者、経営力向上等に取り組む小規模事業者、各種補助金等の申請に取り組む小規模事業者及び事業承継に取り組む小規模事業者の中から取り組み意欲の高い小規模事業者を発掘して事業計画策定につなげる。
- c 創業予定者

(イ) 策定方法

a 商売繁盛相談窓口事業の活用による事業計画策定支援

千葉県商工会連合会から商工会へ月1回派遣される専門家（中小企業診断士等）の相談窓口を経営指導員が同席し、専門家（中小企業診断士等）と経営指導員が連携して専門的で高度な事業計画策定（ものづくり補助金や経営力向上計画等を活用）を支援する。

b 小規模事業者持続化補助金申請の活用による事業計画策定支援

小規模事業者持続化補助金の申請を活用し、経営指導員が販路開拓に向けての事業計画策定を支援する。

c 事業承継支援の活用による事業計画策定支援

千葉県事業引継ぎ支援センター等と連携して個別相談会を開催し、経営指導員が事業承継計画策定を支援する。

d 金融斡旋の活用による事業計画策定支援

小規模事業者経営改善資金（マル経資金）等を活用し、経営指導員が円滑な資金繰り等に向けての事業計画策定を支援する。

e 創業塾の活用による事業計画策定支援

創業予定者に対して創業塾を開催し、経営指導員が開業に向けての事業計画策定を支援する。

## 7 事業計画策定後の実施支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### ① 現状

事業計画策定後のフォローアップは不定期で支援回数も少なく、またフォローアップの内容が金融支援（マル経幹旋）後の返済計画や資金繰り計画の確認、小規模事業者持続化補助金等の補助事業終了後の実績報告書類の作成支援などといった限定的で偏ったものとなっており、策定した事業計画に従った経営改善や目標達成のための支援が不十分となっている。

#### ② 課題

定期的な巡回訪問による事業計画の見直しや検証、新たな経営課題等の解決に向けての提案など、策定した事業計画が着実に実行され、経営基盤強化や経営力の向上等につながるようなきめ細かなフォローアップを行うことが課題となっている。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画の進捗確認や検証・評価、見直しなどのフォローアップを定期的な巡回訪問による伴走型支援によってきめ細かに実施する。

また、策定した事業計画の実行過程で顕在化した専門的で高度な課題や見直しに対しては千葉県商工会連合会等の関係支援機関の専門家派遣制度を活用して専門家（中小企業診断士等）と連携し、専門的で高度なフォローアップを実施する。

### (3) 目標

内 容	現 行	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
①フォローアップ 対象事業者数	30	48	48	48	48	48
フォローアップ 延回数	60	96	96	96	96	96
フォローアップによる 売上増加事業者数 (対前年比)	—	4	4	4	4	4
②専門家活用 フォローアップ回数	7	8	8	8	8	8

※目標数値の根拠

フォローアップ対象事業者数 事業計画策定事業者数

フォローアップ延回数 事業計画策定事業者数×2回（臨機応変に対応）

売上増加事業者数 経営指導員4名×1事業者

### (4) 事業内容

#### ① 巡回訪問による定期的・計画的なフォローアップ

##### (ア) 支援対象

事業計画を策定した小規模事業者を対象とする。

(イ) 実施方法

経営指導員の定期的・計画的な巡回訪問によりフォローアップを実施する。

(ウ) 進捗状況の遅れ等に関する対処方法

千葉県商工会連合会の専門経営指導員や商売繁盛相談窓口事業で派遣される中小企業診断士等の専門家の指導・助言に基づき今後の対応策を検討するとともに、フォローアップの頻度を上げて集中的に支援する。

② 専門家派遣制度を活用したフォローアップ

(ア) 支援対象

経営指導員によるフォローアップにより、その過程で高度で専門的な課題等が顕在化した小規模事業者を対象とする。

(イ) 実施方法

千葉県商工会連合会等の専門家派遣制度を活用して専門家（中小企業診断士等）と経営指導員が連携し、高度で専門的な課題等が顕在化した小規模事業者に対して高度で専門的なフォローアップを実施する。

8 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

① 現状

地域内イベント等への出展・出品支援や地域外で開催される物産展・商談会等の情報提供を中心とした支援にとどまっており、支援内容が十分とは言えない状況となっている。

② 課題

イベントや物産展等への出展者が一部の限定された小規模事業者に偏っている。また、イベントや物産展等への単なる出展支援だけではなく、バイヤー等を対象としたマーケティング調査などの出展期間中の支援や出展後の成果・検証等に関する支援も課題となっている。さらには、SNS等のIT活用を通じた情報発信による販路開拓支援も課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

地域内での新たな需要の開拓は人口減少等による市場の縮小から厳しい状況となっており限界があるため、新たな需要の開拓は地域外に向けての支援を中心とする。具体的には首都圏で開催される商談会や物産展等への出展を経営指導員等が事前支援や事後フォローなどの伴走型によってきめ細かに支援するとともに、SNS等の活用による情報発信を支援する。

(3) 目標

内 容	現行	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
①グルメ&ダイニングスタイル ショー出展事業者数	—	1	1	1	1	1
新規取引先開拓数	—	2	2	2	2	2
②SNS活用相談会開催回数	—	2	2	2	2	2
SNS活用相談会参加事業者数	—	8	8	8	8	8

(4) 事業内容

① グルメ&ダイニングスタイルショー出展支援（B t o B）

新商品の開発等に取り組んでいる販路開拓に前向きな小規模事業者を東京都内で開催されている「グルメ&ダイニングスタイルショー」へ出展させて、新たな需要の開拓を支援する。

【参考】「グルメ&ダイニングスタイルショー（GDS）」は、食と食の関連雑貨・知識・ノウハウを集約し、これからの新しい売り方・アイテムが一堂に会する食の専門見本市で、毎年春と秋に、東京ビッグサイト（東京都）において3日間にわたり開催されており、多くのマスコミも注目する商談型展示会である。

来場者数：11,393人のバイター等(2021年2月実績)

出展者数：141社・団体(2021年2月実績)

(ア) 出展前の支援

- a 小規模事業者に対して出展情報を提供
- b ブースレイアウト、陳列方法及び販促ツール等の支援
- c 出展商品に関するアンケート項目等の作成支援

(イ) 出展期間中の支援

経営指導員が同行し、アンケート調査の実施やブース設営等を支援する。

(ウ) 出展後の支援

- a 商談の成立に向けて名刺交換した商談相手へのアプローチを支援する。
- b 商売繁盛相談窓口事業により千葉県商工会連合会から派遣される専門家（中小企業診断士等）と経営指導員が連携してアンケート調査の内容を分析し、その結果を当該小規模事業者へフィードバックする。

② SNS活用個別相談会の開催による販路開拓支援（B t o C）

(ア) 支援対象

SNSを活用して販路開拓に取り組もうとしている小規模事業者

(イ) 支援内容

専門家を招へいしてのSNS活用個別相談会の開催によって小規模事業者の販路開拓を支援する。

(ウ) 効 果

SNSの活用により新たな顧客の獲得や既存顧客の囲い込みが期待できる。



## II 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

### 9 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

##### ① 現状

商工会事業評価システムによって事業の成果や効果等を検証するために、商工会内部の監査会で監事によって事業の評価・見直しが行われており、それらの結果を理事会や総代会等で報告しているが、外部の有識者を交えての検証や評価・見直しは行われていない。

##### ② 課題

商工会の内部関係者による事業の評価・見直しのため、内容が十分ではなく、また結果の公表も商工会の内部関係者に限られている。外部の有識者等を加えて、事業の評価・見直しによるPDCAサイクルを適切に回す仕組みや効果的に公表を行うための仕組みを構築することが課題となっている。

#### (2) 事業内容

① 経営発達支援計画の実施にあたっては、山武市商工会法定経営指導員が経営発達支援計画の実施に向けた支援・指導を行うとともに、経営発達支援計画の実施状況を定量的に把握・管理する。

② 外部有識者（中小企業診断士）、山武市役所担当課職員、山武市商工会正副会長、山武市商工会事務局長、山武市商工会法定経営指導員及び山武市商工会経営指導員で構成する経営発達支援計画事業評価委員会を設置し、事業年度終了後に年1回（6月頃）開催し、経営発達支援計画の実施状況や評価・見直しをする。

③ 経営発達支援計画事業評価委員会での評価・検証結果は、理事会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、ホームページや商工会報へ掲載（年1回）することで、地域の小規模事業者等が常時閲覧できる状態とする。

##### ④ PDCAサイクルの具体的な仕組み

事業担当者が事業実施

↓

事務局長と法定経営指導員を中心とした事務局による検討会を開催して実績値の内部評価と事業内容や目標値等の改善を検討

↓

事務局による内部評価と改善案を経営発達支援事業評価委員会へ提出

↓

経営発達支援事業評価委員会で事務局による内部評価と改善案を検討

↓

経営発達支援事業評価委員会の評価と改善を踏まえて事業を実施

## 10 経営指導員等の資質向上等に関すること

### (1) 現状と課題

#### ① 現状

千葉県商工会連合会の職員研修会や中小企業大学校東京校の研修会等の机上研修会への派遣を中心に職員の資質の向上等を図っている。特に、経営指導員については机上研修への派遣だけではなく、千葉県商工会連合会から商売繁盛相談窓口事業により月1回派遣される専門家（中小企業診断士等）によるOJTによって支援ノウハウや知識の向上を図っている。

#### ② 課題

職員個々による知識や情報、支援ノウハウの習得に留まっており、習得した知識等を職員間で共有する体制の構築が課題となっている。また、職員個々の経験年数や習熟度によって知識や情報、支援ノウハウに差があり、職員によっては支援内容が十分ではない場合もあるため、支援能力の標準化に向けて経験年数や習熟度の浅い職員の支援能力の更なる向上も課題となっている。

### (2) 事業内容

#### ① 研修会への派遣による資質の向上

(ア) 小規模事業者の経営改善や課題解決に向けて基礎的な知識の習得による支援能力の向上と組織全体としての支援能力の向上を図るため、経営指導員及び補助員等を千葉県商工会連合会が開催する基本能力研修会や業務分担別研修会、専門スタッフ研修会等に派遣する。

(イ) 事業計画策定支援や販路開拓支援等の経営発達支援事業の実施に伴い必要となる専門的な知識の習得と実践的な支援ノウハウの習得による支援能力の更なる向上に向けて経営指導員に不足している能力を特定し、それを補うために経営指導員を中小企業大学校東京校が開催する課題別・専門研修に定期的に派遣する。

#### (ウ) 【DX推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び補助員等のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

特に、千葉県産業振興センター等が開催するDX推進関連のセミナーへ経営指導員や補助員を計画的・定期的に派遣する。

##### <DXに向けたIT・デジタル化の取組>

- ・事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

- ・事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

- ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等
- ・その他取組
- オンライン経営指導の方法等

② OJTによる資質の向上

(ア) 経験豊富で業務に詳しい経営指導員や補助員等の窓口相談や巡回相談に経験年数の浅い職員が同席・同行し、OJTによって実務的なスキルを習得することにより組織全体としての支援能力の向上を図る。

(イ) 千葉県商工会連合会の商売繁盛相談窓口事業により月1回派遣される専門家（中小企業診断士等）の窓口相談や巡回相談に経営指導員が同席・同行し、専門家（中小企業診断士等）から経営課題の解決等に向けた高度な支援ノウハウを習得することにより支援能力の向上を図る。

③ 職員間の定期ミーティングの開催

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング（月1回/月初）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

④ データベース化

担当経営指導員等が基幹システム上のデータ入力を適時・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ことで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

⑤ 資格取得の推進

中小企業診断士、社会保険労務士、簿記、販売士及びファイナンシャルプランナー等の職務遂行に役立つ公的資格の取得を推進する。

1.1 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

① 現状

千葉県商工会連合会が開催する経営支援（経営問診票）事例発表会や山武地区の6商工会（山武市商工会、大網白里市商工会、千葉市土気商工会、九十九里町商工会、横芝光町商工会、芝山町商工会）で組織している山武ブロックの経営支援事例共有会議、日本政策金融公庫千葉支店との情報交換会に経営指導員が出席し、事業計画策定支援や事業計画策定後のフォローアップ等の支援ノウハウについての情報交換に努め、支援能力の向上を図っている。

② 課題

商工会以外の支援機関では日本政策金融公庫との情報交換を行っているだけであり、経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援ノウハウ等の情報交換や情報収集等が十分とは言えず偏っているため、その他の支援機関や地域金融機関等との情報交換や情報収集等が課題となっている。

(2) 事業内容

① 千葉県商工会連合会との連携及び情報交換

千葉県商工会連合会主催の経営支援（経営問診票）事例発表会へ出席し、事業計画策定支援や事業計画策定後のフォローアップ支援等の支援ノウハウについての情報交換等を行い、支援能力の向上を図る。（年1回）

② 他の商工会との連携及び情報交換

山武地区の6商工会（山武市商工会、大網白里市商工会、千葉市土気商工会、九十九里町商工会、横芝光町商工会、芝山町商工会）で組織している山武ブロックの商工会職員研修会に出席し、経営課題の解決に向けた取り組みや経営支援成功事例等の支援ノウハウについての情報交換と地区内経済動向等の収集を行い、支援能力の向上を図る。

（年1回）

③ 山武市との連携及び情報交換

地域内の景気動向や各種支援施策等について山武市担当者との情報交換を行い、支援能力の向上を図る。（年2回）

④ 地域金融機関との連携及び情報交換

地域内の資金需要等の金融動向や金融機関が主催する商談会等について千葉銀行や銚子信用金庫の担当者との情報交換を行い、支援能力の向上を図る。（年1回）

⑤ 日本政策金融公庫との連携及び情報交換

日本政策金融公庫千葉支店が開催する経営改善貸付連絡協議会に出席し、金融動向や小規模事業者に対する円滑な資金供給等に向けての情報交換等を行い、支援体制の向上を図る。（年1回）

⑥ 他支援機関との連携及び情報交換

千葉県産業振興センターや事業引継ぎ支援センター、千葉県職業能力開発センター等の関係支援機関と県内の景気動向や各種支援施策等について必要に応じて情報交換等を行い、支援能力の向上を図る。（年1回）

### Ⅲ 地域経済の活性化に資する取組

#### 1 2 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

###### ① 現状

商工会が事務局を担当し、成東商業協同組合等の関係機関と連携して商品券発行業やポイントカード事業等に取り組んでいるとともに、山武市産業まつり等の各種イベント事業に実行委員として参画するなどして積極的に取り組んでいる。これらの事業は一定の経済波及効果や交流人口増加等の効果をもたらしており、地域経済の活性化に寄与しているものの、一過性の効果や地域外への消費流出の抑制に留まっているなど、効果は限定的なものとなっている。

###### ② 課題

隣接する東金市や成田市、ロードサイドの大型店等への消費の流出が激しく、商店街は衰退傾向にあり、地域内での消費循環による地域経済の活性化が課題となっている。また、地域内での事業者間取引による資金循環を通じた地域経済の活性化も課題となっている。さらには、山武市や山武市観光協会等の関係機関との連携体制の構築等により、イベントへの来場者や観光客を消費人口に転換させることによって地域経済を活性化することも課題となっている。

##### (2) 事業内容

###### ① 行政との協議（懇談）の開催

地域経済の活性化に向けて地域経済の活力の源泉である小規模事業者の支援施策の方向性等について山武市担当者との協議（懇談）を定期的に開催する。

（年2回）

###### ② 地域内消費促進事業の実施

地域内での消費循環による地域経済の活性化を目的に、商品券発行業やポイントカード事業等の地域内での消費を喚起させるための事業を成東商業協同組合等から事務委託を受けて当商工会が実施する。また、地域内での消費循環による地域経済活性化の方向性等を共有するため、成東商業協同組合等との協議を定期的に実施する。（年2回）

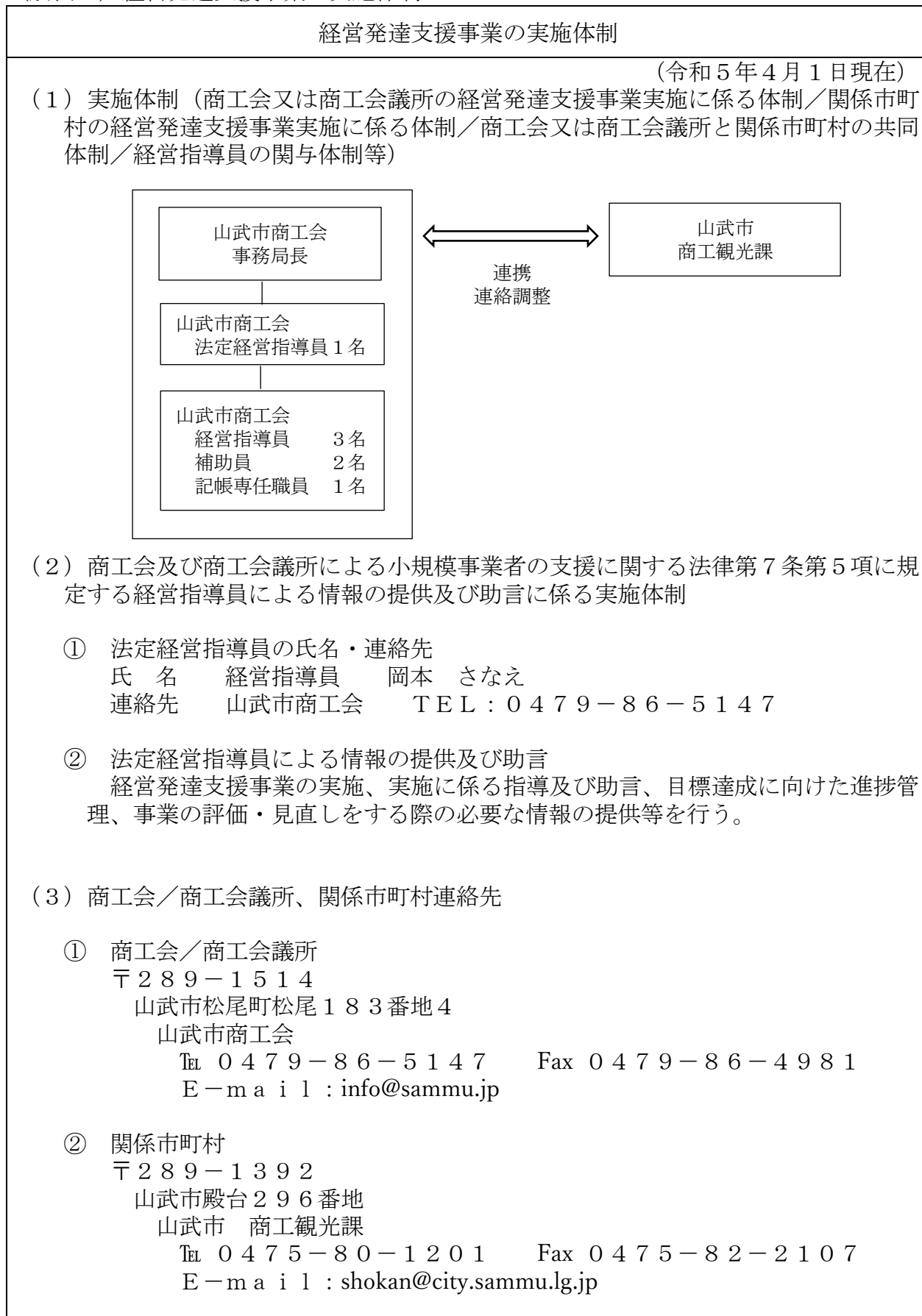
###### ③ さんむエコノミックガーデニング推進協議会への参画

地域内のあらゆる産業を網羅した新しい連携による事業者間取引を通じて地域内での資金循環につなげ、地域全体が潤う地域内循環型経済の形成を図ることを目的に、地域資源活用ワーキンググループや就職フェア企画ワーキンググループ等の6つのワーキンググループを設置するなどして定期的に活動を展開する。

当商工会は、本協議会の事務局である山武市担当課を補佐するなどしてその運営等に参画するとともに、当商工会の理事や商工会青年部OBが本協議会の会長や副会長として参画する。（年4回）

- ④ 山武市サマーカーニバルの開催並びに実行委員会への参画  
観光客の誘致を目的に、毎年7月下旬に開催されており、実行委員として実行委員会に参画する。(年3回)
  
- ⑤ さんむS1フェスティバルの開催並びに実行委員会への参画  
地域資源の活用により地域経済の活性化を図るため、特産品である「いちご」を使用した新商品の販路開拓等を目的に、毎年3月下旬に開催されており、実行委員として実行委員会に参画する。(年3回)
  
- ⑥ 山武市産業まつりの開催並びに実行委員会への参画  
地産地消の推進と商工観光業や農林水産業の発展を目的に、毎年11月の文化の日に開催されており、実行委員として実行委員会に参画する。(年1回)

(別表2) 経営発達支援事業の実施体制



## (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)

	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
必要な資金の額	1,820	1,820	1,820	1,820	1,820
地域経済調査事業費 アンケート調査費	50	50	50	50	50
マーケティング 調査費	50	50	50	50	50
事業計画策定 個別相談会開催費	120	120	120	120	120
DXセミナー開催費	120	120	120	120	120
創業計画策定支援 講師謝金他	520	520	520	520	520
グルメダイニング 出展関係費	650	650	650	650	650
SNS活用 個別相談会開催費	60	60	60	60	60
評価委員会開催費	30	30	30	30	30
大専研修派遣費	50	50	50	50	50
DXセミナー受講費	50	50	50	50	50
専門家フォローアップ費	120	120	120	120	120

## 調達方法

国補助金、県補助金、市補助金、会費収入、手数料収入、受託料収入等



(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 並びに法人にあつては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等