

経営発達支援計画の概要

実施者名	多古町商工会（法人番号1040005011698） 多古町（地方公共団体コード123471）
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"> ① 伴走型支援をより充実させ、小規模事業者自らがビジネスプランを推進し経営力を向上させる ② 創業支援や事業承継支援等を推進し社会基盤を支える小規模事業者を確保する ③ 域内循環型消費を拡大し地域に密着する小規模事業者の事業活動を活性化する
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <ul style="list-style-type: none"> 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に関する調査を実施する。 4 需要動向調査に関すること 各種イベント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。 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）や記帳システム等を活用して経営分析を実施する。 6 事業計画策定支援に関すること 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。 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。 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&ダイニングスタイルショーへの出展支援（BtoB）やSNS活用（BtoC）による販路開拓支援を実施する。
連絡先	<p>多古町商工会 〒289-2241 千葉県香取郡多古町多古2508番地の1 TEL 0479-76-2206 Fax 0479-76-2224 E-mail post@tako.or.jp</p> <p>多古町 産業経済課 〒289-2292 千葉県香取郡多古町多古584番地 TEL 0479-76-5404 Fax 0479-76-7144 E-mail keizaishinko@town.tako.chiba.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

本町は、千葉県の北東部を占める香取郡の南端に位置し、町の総面積は72.80K㎡で県内町村の中で2番目の広さとなっており、その範囲は東西13.6km、南北12.9kmに及ぶ。北は成田市、香取市、東は匝瑳市、南は山武郡横芝光町、西は山武郡芝山町と昭和53年に開港した成田空港に隣接している。地形は、低く概ね平坦な水田地帯と北総台地の畑地帯に分けられ、その台地と水田との間に山林が続いている。海拔は5～43mで比較的高低差も少ないことが特徴。町中央部を南北に流れる栗山川の流域は、低地で水田地帯が広がり多古米の産地となっている。



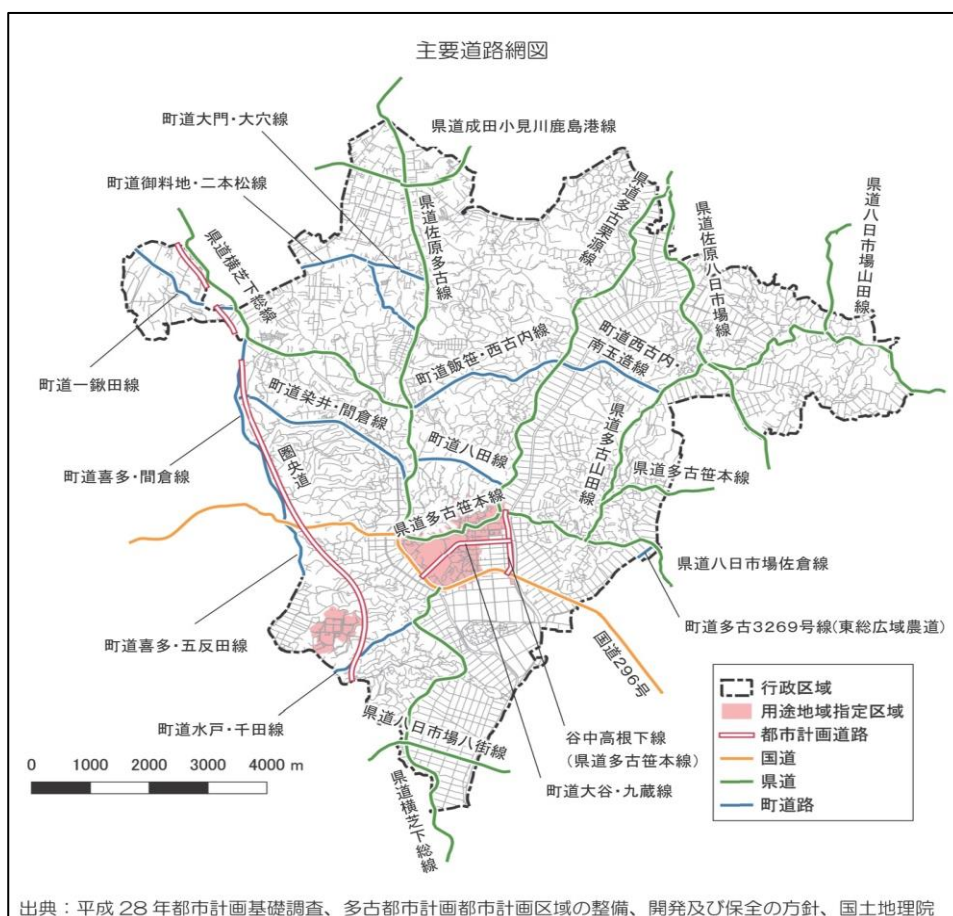
(イ) 歴史

江戸時代初期には、多古周辺を結節点として、各方面への旧道が開通していたとみられており、多古には宿場が形成されていた。また、栗山川では、昭和初期まで舟運が行われていたため、牛尾には当時の舟問屋の跡が残されている。明治44年には成田～多古間に軽便鉄道が開通し、多古と染井に駅が出来るなど、この地区は古くから交通の要衝であり、周辺地域の拠点としての機能を有していた。明治22年の市町村制の発布に合わせ11村が合併し多古村となり、昭和29年に久賀村、常磐村、中村が合併し現在の多古町となった。明治33年に耕地整理が行われ稲作を中心とした農業が発展し、良質な米の産地として知られるようになった。町内商店街には、かつて米穀商を営んでいた重厚な石造りの商家や蔵が残っており、農業だけでなく商業でも栄えていた。

(ウ) 交通網

本町の主要な道路網は、中心部を国道296号が横断しており、県道が東西南北を走るように整備されている。都市計画道路は、自動車専用道路(圏央道)、幹線街路(谷中高根下線(県道多古笹本線)、町道大谷・九蔵線)の3路線となっており、整備状況は、路線延長10.9kmに対し、改良済区間が2.93km、改良率は約27%となっている。町内を運行する公共交通は路線バスのほか、東京駅

等を結ぶ高速バス、町が運行している循環バス3路線、道の駅多古と成田空港を結ぶシャトルバス、デマンドタクシー、通学・通園バスが運行している。



一方で、町内の飛び地をわずかに京成東成田線が通過しているものの駅はなく、鉄道を利用する場合の最寄り駅は隣接している芝山町の芝山千代田駅となっている。

(エ) 人口と世帯数の推移

本町の総人口は平成7年の18,201人をピークに減少傾向で推移しており、平成27年には15,000人を下回っている。一方で、世帯数は平成7年には「4,867」世帯であり、平成17年には「5,114」世帯と増加したが、平成27年には一転して「5,053」世帯と減少している。しかし、世帯数は平成7年と平成27年を比較すると増加しており、核家族化の進展が窺える。さらに、65歳以上の高齢化率を見ると、平成7年の21.3%から平成27年には33.6%まで上昇しており、少子高齢化の進展も窺える。

項目	H7	H17	H27
人口(人)	18,201	16,950	14,724
世帯数(戸)	4,867	5,114	5,053
65歳以上(人)	3,878	4,648	4,936
高齢化率(%)	21.3%	27.4%	33.6%

(出典：多古町マスタープラン)

(オ) 商工業者数の推移

平成24年からの商工会実態調査の数値では、全体としては一進一退を繰り返しながらも緩やかな減少傾向となっている。

業種別では、建設業と小売業が一貫して減少している他、直近では、製造業及び飲食・宿泊業が減少に転じている。

	建設	製造	卸売	小売	飲食 宿泊	サービス	その他	総計
H24	155	59	48	203	77	123	84	749
H26	154	64	34	186	69	185	80	772
H28	139	64	34	186	69	185	80	757
H30	138	65	30	184	73	162	133	765
R02	128	60	36	178	70	166	133	751

(出典：商工会実態調査)

(カ) 小規模事業者数の推移

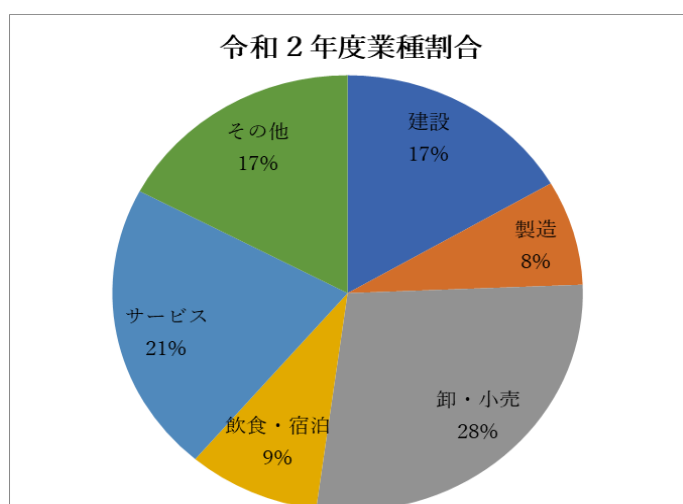
飲食・宿泊業は横這い、その他業種は増減を繰り返しているが、それ以外の業種は減少傾向となっている。特に製造業で減少率が高くなっている。

	建設	製造	卸売 小売	飲食 宿泊	サービス	その他	総計
H24	137	45	154	58	126	95	624
H26	132	42	149	58	121	112	628
H28	125	38	146	57	115	109	602

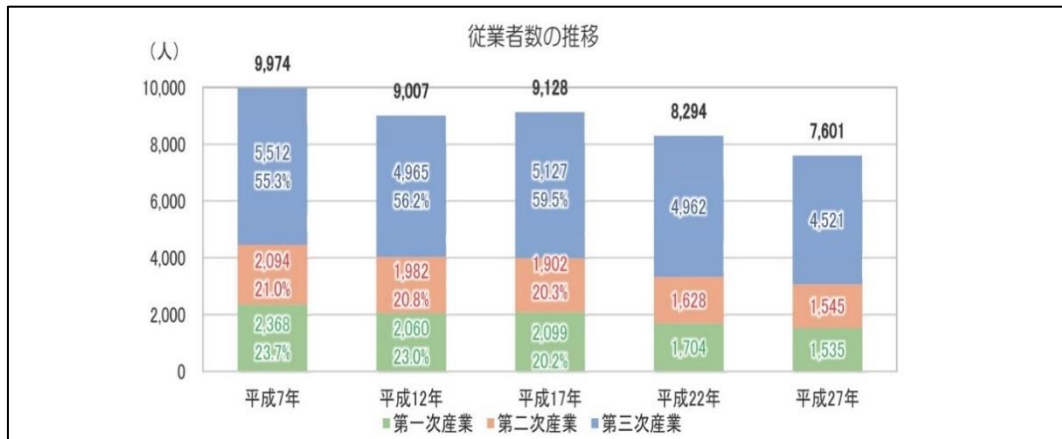
(出典：経済センサス)

(キ) 産業構造

令和2年においては第3次産業である卸・小売業、飲食・宿泊業及びサービス業が全体の59%を占めており、第2次産業である建設業と製造業は全体の24%となっている。こうした構造は、従業者数の割合にも顕著に表れており、第3次産業中心の産業構造となっている。



(出典：商工会実態調査)

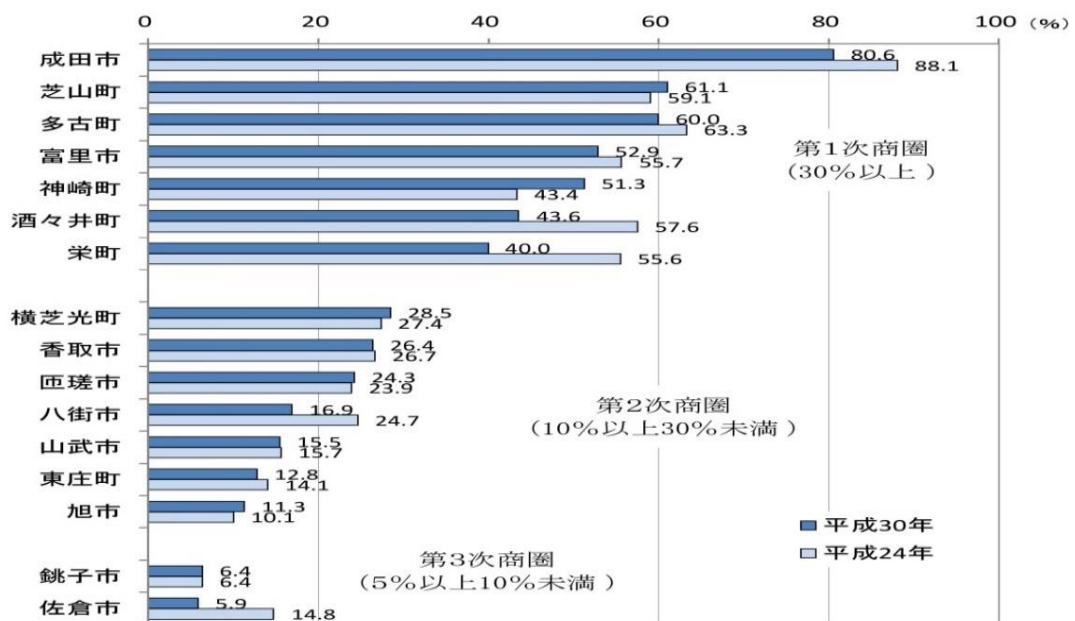


(出典：多古町マスタープラン)

(ク) 商圏

平成30年の千葉県消費者購買動向調査によると、本町は成田商圏の第1次商圏に属している。本町から成田商圏への消費流出は平成24年の63.3%から平成30年の60.0%へと若干減少しているものの、依然として消費の多くが成田商圏へ流出している状況となっている。

図表4-2-3 成田商圏の吸引状況 (市町村別)



(出典：消費者購買動向調査報告書)

(ケ) 特産品

本町の代表的な特産品は「多古米」と「大和芋」である。多古米は昭和38年に天皇陛下の献穀米に選ばれ、最近では平成26年にも天皇陛下の献穀米に選ばれている。昭和46年には札幌市で行われた「全国自主流通米品評会」で食味日本一に選ばれ、平成27年には「米・食味分析鑑定コンクール国際大会」の早場米部門で金賞に入賞しているなど、全国的に有名である。

また、大和芋は昭和38年頃から生産が始まり、種芋の工夫や土の改良を続

け、現在では作付面積200ha、生産量も年間約3500トンとなっている。千葉県内第1位の生産量はもちろんのこと、全国でも有数の生産量を誇っている。



多古米



大和芋

(コ) 卸・小売業

当商工会の調査では、令和2年における全商工業者（751事業所）に占める卸・小売業の割合は28.4%（214事業所）となっており、本町の商工業を牽引する役割を担っている。

幹線道路の整備が進んだことや新興住宅地の開発を契機に郊外型の大型店・コンビニエンスストアの出店が続いた影響で、地域コミュニティの中核となっている中心商店街において小規模事業者数が減少しているものの、本町全体の事業所数は僅かな減少に抑えられており、従業者数・年間売上は増加傾向で推移している。

項目	H24	H28	R02
事業所数	251	220	214

(出典：商工会実態調査)

項目	H24	H26	H28
従業者数	963	992	1,041
年間商品販売額 (百万円)	18,435	20,079	21,907

(出典：千葉県統計年鑑)

(サ) サービス業

平成28年経済センサス活動調査の結果を分析すると、事業所数、従業者数ともに地域に密着して活動する生活関連サービス業及び飲食サービス業の占める割合が高く、これらの業種は地域住民の雇用の受け皿としても大きな役割を果たしている。

しかしながら、生活関連サービス業では、経営者の高齢化や人口減少が経営を圧迫する状況が続いており、小規模事業者を中心に廃業が増加している。

また、幹線道路整備の進捗に合わせて大手チェーン店やフランチャイジー等の参入が拡大しつつあり、これらへの消費流出も小規模事業者を中心とした廃業の要因となっている。

項目	H 2 4	H 2 6	H 2 8
事業所数	2 4 7	2 5 2	2 4 0
(うち飲食業)	(6 9)	(7 2)	(7 0)
(うち生活関連サービス業)	(8 4)	(7 8)	(7 3)
従業者数	1, 5 8 5	1, 4 0 5	1, 4 0 4
(うち飲食業)	(2 8 0)	(2 7 8)	(2 7 6)
(うち生活関連サービス業)	(4 9 1)	(4 8 5)	(4 5 0)

(出典：経済センサス)

(シ) 建設業

人口減少及び高齢化率の高まりを背景に、特に戸建ての新築住宅の需要が縮小しているとともに、大手ハウスメーカー等への顧客流出が増加傾向となっている。また、経営者や従業員の高齢化など、こうした厳しい経営環境を背景とした廃業等によって、事業所数及び従業者数は、ともに減少傾向となっている。

項目	H 2 4	H 2 6	H 2 8
事業所数	1 3 9	1 3 5	1 2 8
従業者数	6 3 4	5 7 5	5 3 4

(出典：経済センサス)

(ス) 製造業

製造業の中心は、町が整備した工業団地となっており、キープレーヤーは町外から進出してきた中堅・中小企業である。その他の製造業者、特に小規模事業者は、町内に点在している。また、経済センサスの統計値においては、食料品製造業の占める割合が最も高くなっている。

平成28年経済センサス活動調査の従業者数で比較すると、公務を除く全産業(7, 032人)に占める製造業の割合は23.3%(1, 636人)となっており、地域の雇用を支える産業の一つではあるものの、事業所数・従業者数ともに直近のデータでは減少に転じている。

項目	H 2 4	H 2 6	H 2 8
事業所数	6 4	6 5	6 0
従業者数	1, 5 0 8	1, 7 7 8	1, 6 3 6

(出典：経済センサス)

(セ) 第5次多古町総合計画(令和3年度～令和11年度)

「第5次総合計画」は、まちづくりの長期的なビジョン(将来像)や方向性を示すものであり、多古町の最上位計画として位置づけられる。

また「第5次総合計画」は、「基本構想」と「基本計画」により構成され、「基

本構想」では長期的（10年程度）視点からまちづくりのビジョン（将来像）や方向性を示し、「基本計画」では中期的（5年程度）視点からビジョン（将来像）の実現に向けたまちづくり分野別の目標や施策を示している。

第5次総合計画では、街の将来像として「世代を超えてみんなでくらしつづけてたい 多古町」を掲げ、「基本構想」においてこれを実現するための各種施策の大綱を定め、更に「基本計画」により分野別に推進する施策を定めている。

「基本構想」における産業関連施策の大綱

基本政策3 活気とにぎわいのある自慢できるまちづくり

- 競争力と安定性のある農業経営環境の強化
- まちの賑わいを創り出す商工業の振興
- 道の駅を拠点とした多様な観光・交流プログラムの展開
- 移住・定住支援の推進

「基本計画」における産業関連基本政策の方針及び施策の体系

(今後の方針)

- 多古工業団地の環境の維持・改善を図ります。
- 圏央道インターチェンジの設置や成田空港の更なる機能強化の効果を活かし、創業支援等事業計画に基づき、商工会などと連携して商業の活性化を図ります。
- 創業や事業承継、空き店舗を活用した出店を支援することで、新たな魅力の開発や賑わいの創出につなげていきます。

(施策の大綱)

分野別施策	施策
● 競争力と安定性のある農業経営環境の強化	1 生産環境の整備 2 生産体制の強化 3 産地化の促進 4 畜産業の振興 5 新規就農・後継者の育成 6 指導・流通体制の強化 7 総合的な推進体制の確立
● まちの賑わいを創り出す商工業の振興	1 既存工業への支援 2 魅力ある商店街・拠点の形成 3 経営の安定化対策の推進
● 道の駅を拠点とした多様な観光・交流プログラムの展開	1 観光まちづくりの基盤形成 2 観光資源の発掘と活用 3 観光PRの強化 4 道の駅多古の魅力向上
● 移住・定住支援の推進	1 住みやすさ・暮らしやすさのPR 2 人材(関係人口)の創出 3 若い世代の転入を促す住環境の整備

(出典：多古町総合計画)

② 課題

(ア) 卸・小売業の課題

限られた商圈人口の中、地域外へ消費が流出している状況下で経営を持続していくためには、地域の消費者ニーズを的確に把握し、品揃えやサービス等の見直しを通じて絶えずビジネスモデルのアップグレードに取り組み、差別化を図ることで他店との競争優位性を確保することが課題となっている。特に、構造的に収益が大幅に低下している場合には、新たな価値を生み出すために業態転換や新事業展開等に向けた大胆な計画の立案・実行が課題となっている。

また、地域外への消費流出に歯止めをかけるべく地域内での消費循環に向けた取り組みも課題となっている。さらには、地域コミュニティの中核として機能する中心商店街を維持していくために、円滑な事業承継や創業の促進による後継者の育成も課題となっている。

(イ) サービス業の課題

多様化する消費者ニーズを的確に捉え、小規模事業者ならではの専門性を発揮して競合相手（大手チェーンやフランチャイジー等）との差別化を図ることが課題となっている。そのためには、新たな技術・サービスの導入や積極的な設備投資等による競争力の維持・向上、情報発信等による効果的なプロモーション活動の実践等が必要となっている。また、地域外への消費流出の歯止めをかけるため地域内での消費循環に向けた取り組みや後継者の確保に向けた働き方改革等による労働環境（長時間労働、不安定な賃金体系等）の改善も課題となっている。

(ウ) 建設業の課題

大手資本との競合を回避するための取り組み、特に消費者ニーズへの的確な対応による受注確保と生産性の向上による高収益化が課題となっている。

また、若年層の就労ニーズと労働環境のミスマッチから慢性的な人手不足や後継者問題に悩まされる状況に陥っており、古い経営体質を改善して時代にマッチした事業や業態へと再構築を図りつつ、働き方改革等の実行により若年層の就業を促進し、後継者を育成していくことが課題となっている。

さらに、既存のマーケットが縮小傾向にあることから、リフォームや環境分野等の新たな市場の開拓も課題となっている。

(エ) 製造業の課題

基幹産業である農業との相乗効果が期待される食品製造業者を中心に地域に密着した製造業者を育成していくため、商品開発力・企画力の向上や先端技術・設備の導入等による生産性向上に向けた取り組みの促進が課題となっている。

また、こうした取り組みを実践するために必要な市場分析やHACCP導入等を担う人材の育成も課題となっている。

さらに、本町では圏央道インターチェンジの開通や成田空港の機能強化を活かした企業誘致を積極的に展開していることから、進出企業を支える下請業者や新規参入者への支援も課題となっている。

(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

人口減少による市場の縮小や成田商圏等への消費の流出、さらには生活様式の変化等による消費者ニーズの多様化や経営者の高齢化など、本町の小規模事業者を取り巻く経営環境は以前にも増して厳しい状況となっている。

このようなことの影響による廃業等によって本町の小規模事業者数は減少傾向となっており、今後もこのような状況が続くものと予想されているため、これらへの的確な対応が求められている。

以上を踏まえ、当商工会地域における小規模事業者の10年程度の期間を見据えた振興の方向性は次のとおりとする。

(ア) ビジョンを明確にし、小規模事業者自身がマーケットや競合他社の分析等により、自らの強み・弱み等を把握しつつ、地域の実情も踏まえたビジネスプラン等に基づく経営を推進することによって経営力を向上させ、小規模事業者の振興を図る。

(イ) 小規模事業者は、地域のコミュニティ活動や生活に欠かせない財・サービスの提供など、地域の社会基盤としての機能と役割を担っている。後継者不足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、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、社会基盤を維持することによって小規模事業者の振興を図る。

(ウ) 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など、地域内循環型消費を推進することによって地域経済を活性化し、その波及効果によって小規模事業者の振興を図る。

② 第5次多古町総合計画との連動性・整合性

第5次多古町総合計画では、基本構想に掲げる「活気とにぎわいのある自慢できるまちづくり」を実現するための基本計画で「まちの賑わいを創り出す商工業の振興」を図るための今後の方針として、創業や事業承継、空き店舗を活用した出店を支援することが明記されており、分野別施策として「1 既存工業への支援」、「2 魅力ある商店街・拠点の形成」及び「3 経営の安定化対策の推進」が定められている。

「1 既存工業への支援」では、工業団地に立地する企業に対する支援が想定されており、施策を円滑に遂行するためには立地企業の活動をバックアップする小規模事業者の存在が不可欠なことから、商工会が実施する小規模事業者支援と不可分の関係にある。

さらに「2 魅力ある商店街・拠点の形成」及び「3 経営の安定化対策の推進」では、商工会と連携して取り組むことが明確に謳われており、これらの施策の遂行と小規模事業者に対する経営発達支援事業とは密接な関連性がある。

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、創業支援及び地域内循環型消費を推進することによる地域経済を活性化」等を掲げており、第5次多古町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、金融、税務及び労働等の経営改善普及事業を展開し、小規模事業者への基礎的支援に携わってきたが、「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5次多古町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）従来の基礎的支援事業に加えて、今後は市場調査（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多古町と連携し、多古町が掲げている第5次多古町総合計画の実現に寄与するとともに、国・県・町等の各種支援施策を活用して地域経済の更なる活性化を図り、まちづくりにも参画する。

（3）経営発達支援事業の目標

- ① 伴走型支援をより充実させ、小規模事業者自らがビジネスプランを推進し経営力を向上させる
- ② 創業支援や事業承継支援等を推進し社会基盤を支える小規模事業者を確保する
- ③ 域内循環型消費を拡大し地域に密着する小規模事業者の事業活動を活性化する

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 伴走型支援をより充実させ、小規模事業者自らがビジネスプランを推進し経営力を向上させる

地域の経済動向調査や需要動向調査を行い、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）を活用し、経営分析から導き出される自らの強み・弱み等を踏まえつつ経営力の向上に向け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、経営指導員のみでは対応が困難な高度な経営課題や事業計画の変更等が生じた場合は、それらの解決に向けて専門家や関係支援機関と経営指導員が連携してフォローアップを行い、これらの一貫した支援を通じて小規模事業者の経営基盤強化を図る。

② 創業支援や事業承継支援等を推進し社会基盤を支える小規模事業者を確保する

創業予定者に対してビジネスプランの策定や創業資金調達に向けての資金計画策定を支援するとともに、町補助金の申請支援や創業融資の斡旋等を推進する。また、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に取り組む、これらを通じて地区内小規模事業者数の維持を図る。

③ 域内循環型消費を拡大し地域に密着する小規模事業者の事業活動を活性化させる

商工会事業としてプレミアム付き商品券発行事業や歳末大売出し事業に取り組むとともに、広域商店会と連携してポイントカード発行事業に取り組むなど、これらの事業を通じて消費の流出を抑制しつつ地域内消費を喚起する。

また、多古町や関係機関と連携し、「あじさい祭り」や「いきいきフェスタTAKO」をはじめとする各種イベントの開催等を通じた交流人口の拡大や移住・定住の促進に取り組み、需要の創出を通じて地域内消費を拡大する。

こうした事業を総合的に展開して地域内の消費サイクルを推進することにより小規模事業者の事業活動を活性化させ、地域経済の好循環に繋げる。

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

千葉県商工会連合会が四半期ごとに実施している中小企業景況調査事業の調査結果や新聞、インターネットの活用により収集した経済動向情報を経営指導員が中心となって分析し、小規模事業者持続化補助金等の申請に必要な事業計画策定時に小規模事業者へ情報提供している。

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おらず、また、収集した情報の提供が小規模事業者持続化補助金等の申請に必要な事業計画策定時に留まっており、情報提供が限定的である。また、広く周知もできていないため、事業内容、分析方法及び活用・周知方法等の抜本的な見直しが課題となっている。

(2) 目 標

内 容	公表方法	現行	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
RESAS分析回数	—	—	1	1	1	1	1
RESAS分析結果公表回数	HP掲載	—	1	1	1	1	1

(3) 事業内容

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・分析を実施する。

(ア) 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）

(イ) 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。

(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。

(4) 成果の活用

収集・分析結果のサマリーを作成し、商工会のホームページや商工会報等を活用して広く小規模事業者等へ周知する。また、サマリーは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

小規模事業者持続化補助金申請作成支援時などに、インターネットの情報サイト等を活用して小規模事業者の商品等に関する需要動向調査を実施しているのみであり、不十分なものとなっている。

② 課題

各種データ等による需要動向の収集・分析や消費者ニーズを把握するためのアンケート調査を実施していないので、新商品の開発や販路開拓・拡大に取り組んでいる小規模事業者への消費動向等を踏まえた根拠のある情報の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マーケットインに基づく情報提供が課題となっている。

(2) 目標

内 容	現行	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
新商品開発等 アンケート調査対象事業者数	—	1	1	1	1	1
統計データ活用 需要動向調査対象事業者数	—	20	20	20	20	20

(3) 事業内容

① 集客施設（道の駅）における需要動向調査

地域資源である農産物を活用した新商品の開発や既存商品のブラッシュアップ等を支援するため道の駅に出品している事業者の商品等について調査を行う。具体的には、道の駅においてイベント等が開催される際に来場者を対象としたアンケート調査（毎年1回・1事業者）を実施する。

(ア) サンプル数 来場者30人

(イ) 調査方法

経営指導員等が来場者に対してアンケート調査を実施する。

(ウ) 調査項目

品質、価格、パッケージ、商品名、容量やサイズ、ネーミング、その他感想等

(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へ情報提供するとともに、その後の伴走型支援に活用する。

② 統計データ等を活用した需要動向調査

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

販路開拓や商品開発、事業計画策定等に取り組む小規模事業者

(イ) 調査項目及び調査方法

調査項目	調査方法
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	経済関係の日刊紙や業界紙等を活用して調査
商圏	商業統計調査を活用して調査
年齢別人口、世帯数	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。
なお、調査項目等は事業者ごとに選定して調査を実施する。

(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、新商品や新たなサービスの開発、あるいは、地道な販路開拓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、SWOT分析等による経営分析に取り組んでいる小規模事業者の経営実態等を明確にし、経営課題や経営目標等を導き出すことを支援している。
平成28年度から令和2年度までの5年間で合計20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、定量的な財務分析からの視点がやや不足する傾向があるため、記帳システムのデータ等を活用した財務分析にも積極的に取組み、数値に基づく経営を推進することが必要となっている。

(2) 目標

内 容	現行	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
経営問診票を活用した 経営分析事業者数	5者	12者	12者	12者	12者	12者
記帳指導事業を通じた 経営分析事業者数	—	20者	20者	20者	20者	20者

※目標数値の根拠

経営問診票は千葉県商工会連合会からデータベース化のために経営指導員1人あたり6者の提出が求められており、その数値を目標としている。また、記帳指導事業を通じた分析については、過年度との比較により分析の精度を確保するため、記帳システムを3年以上利用している事業者を対象とする。

(3) 事業内容

① 対象者

(ア) 巡回指導によって掘り起こした意欲的な事業者、金融斡旋利用事業者及び事業計画の策定が必要な補助金申請事業者等

(イ) 「ネット de 記帳」システムの利用者

②分析の内容

(ア) 財務分析

商工会が実施する記帳機械化事業の標準システムである「ネット de 記帳」の利用者についてはシステムの分析データを活用し、その他事業者については中小機構の「経営自己診断システム」等を活用して経営指導員が分析を行う。

【分析項目】

売上高、営業利益、損益分岐点売上高、売上高総利益率、売上高営業利益率、流動比率、当座比率、自己資本比率等

(イ) 非財務分析

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や各種ツールを活用しながらSWOT分析の手法を用いて事業者の実情を分析の上、事業者のあるべき姿に向けた経営課題の洗い出しを行う。

【分析項目】

内部環境（強み・弱み）、外部環境（機会・脅威）、経営課題等

(4) 分析結果の活用

① 当該事業者へフィードバックし、事業計画策定、小規模事業者持続化補助金申請及び金融斡旋利用等に活用する。

- ② 経営問診票をデータベース化している千葉県商工会連合会へ提出し、千葉県内商工会の経営指導員の情報共有やスキルアップ等に活用する。

6 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

① 現状

資金調達や小規模事業者持続化補助金等の各種補助金申請を目的とした事業計画策定支援が中心となっており、事業計画の内容も補助金申請上定められた範囲の限定的なものに留まっている。

② 課題

補助金申請等に伴う限定的な事業計画策定支援から業績の向上や事業の発展に向けた経営基盤の強化などに繋がるような支援への転換が課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

経営分析を行った小規模事業者を中心に地域の経済動向調査、需要動向調査の結果を踏まえた事業計画の策定を支援する。特に、小規模事業者持続化補助金等の申請や事業承継支援制度等の活用を契機として実現性、実効性の高い事業計画の策定に向けて積極的に取り組む事業者を選抜して集中的に支援する。

なお、専門的で高度な内容を伴う事業計画の策定に取り組む事業者に対しては、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支援する。

また、事業計画策定前の段階で特に社会経済構造の変化への対応や競争力の強化を検討している小規模事業者等に対しては、経営指導員の伴走型支援を強化してDXに向けた取り組みに対する理解度の向上及び意欲の喚起を図り、専門家派遣や相談窓口等を活用しながら事業者の状況に応じた計画へ反映を後押しする。

(3) 目標

内 容	現行	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
商売繁盛相談窓口活用 事業計画策定事業者数	2	3	3	3	3	3
持続化補助金申請活用 事業計画策定事業者数	7	10	10	10	10	10
事業承継支援活用 事業計画策定事業者数	0	2	2	2	2	2
創業者向け 事業計画策定事業者数	0	2	2	2	2	2
DXに係る専門家派遣・窓口相談等 活用事業者数	0	3	3	3	3	3
合 計	10	20	20	20	20	20

※目標数値の根拠 経営指導員2名×10事業者

(4) 事業内容

① 支援対象

- (ア) 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
- (イ) 各種補助金等の申請に取り組む小規模事業者、支援施策の活用により事業承継等に取り組む小規模事業者
- (ウ) 創業予定者

② 事業計画策定支援の方法

- (ア) 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。
- (イ) 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契機として、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。
- (ウ) 事業承継支援制度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、経営指導員が事業承継計画策定を支援する。
- (エ) 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）等を活用する小規模事業者に対し、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。
- (オ) 創業支援制度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支援制度等の活用支援を通じ、経営指導員が開業に向けての事業計画策定を支援する。

③ DX推進に向けた支援

- (ア) 伴走型支援による理解度向上
事業計画の策定を通じて自社の変革に前向きに取り組もうとする小規模事業者に対し、経営指導員の伴走型支援を中心にDXに関する知識の習得を図るとともに専門家の助言や先行事例の紹介（商売繁盛相談窓口を活用）等を通じてDX推進に対する意識の醸成と有効性についての理解を促進する。
- (イ) 専門家派遣等の活用
DXに対する理解が深まり、実現性の高い事業計画の策定に意欲的に取り組もうとする事業者を対象にITやデジタル技術等に関する専門家派遣等を積極的に活用しながら専門家や関係機関と緊密に連携してきめ細かな支援を行う。

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（マル経融資斡旋）後の資金繰り状況の確認や小規模事業者持続化補助金等の補助事業終了後の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沿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、経営力の向上等に繋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

経営指導員による伴走型支援により事業計画の進捗状況に応じて見直しなどのフォローアップをきめ細かに実施するとともに、その過程で顕在化した高度な課題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、専門的なフォローアップを実施することによって策定した事業計画の実現性を高める。

(3) 目標

内 容	現行	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
フォローアップ 対象事業者数	8	20	20	20	20	20
フォローアップ 延回数	23	40	40	40	40	40
フォローアップによる 売上増加事業者数 (対前年比)	—	2	2	2	2	2
フォローアップによる 利益率向上事業者数 (対前年比 2%以上)	—	2	2	2	2	2
専門家活用 フォローアップ回数	1	2	2	2	2	2

※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2名×1事業者

利益率向上事業者数 経営指導員2名×1事業者

専門家フォロー回数 経営指導員2名×1回

(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、その過程において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課題解決に向けた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留まっており、支援内容が十分とは言えない状況となっている。

また、小規模事業者においても消費者の生活様式の変化への対応を検討する中でキャッシュレス・SNS活用・オンライン取引等についての関心が高まりつつあるものの、経営資源の不足等によりDXに向けた取り組みが進んでいない。

② 課題

小規模事業者に対するイベントや物産展等に出展するために必要なノウハウの提供や実践的な支援が不足している。また、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。

小規模事業者の多くが、人口減少や圏外への顧客流出による需要の減退に直面しているが、既存の対策のみでは有効な対処法が見出せないことから、今後、販路を開拓していくためにはDX推進に向けた取り組みが有効であることへの理解を広めながら具体的な取り組みへと繋げていくことも課題である。

(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。

また、DX推進に向けた取り組みに対する事業者の意識を醸成し、地域を牽引する先駆者の掘り起こしのため、小規模事業者でも取り組みやすいSNS活用による販路開拓を中心に実績を積み重ねることにより、更なるステップアップに向けた取り組みの推進へと段階的に支援を継続する。

(3) 目標

内 容	現行	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
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	1
新規取引先開拓数	—	1	1	1	1	1
SNS相談会開催回数	—	2	2	2	2	2
SNS相談会参加者数	—	4	4	4	4	4
売上増加率(%)／者	—	10	10	10	10	10

※目標数値の根拠

グルメダイニングは出展ブースの関係から出展事業者数を「1」としている。
SNS相談会開催回数 経営指導員2名×1回
SNS相談会参加者数 2回×2事業者

(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 to B)

地場産品を活用した商品を取り扱う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：約 27,400 人のバイヤー等 (2020年2月実績)

出展者数：約 300 社・団体 (2020年2月実績)

(ア) 出展前の支援

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

- (イ) 出展期間中の支援
経営指導員等が同行し、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 to C）
- (ア) 支援対象
SNSを活用した販路開拓を検討または取り組み意欲のある小規模事業者
 - (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や経営指導員等による個別指導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会で報告している。

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の事業の評価・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 経営発達支援計画事業評価委員会の開催

(ア) 構成員

外部有識者（中小企業診断士または金融機関関係者等）、多古町担当課職員
多古町商工会の正副会長、多古町商工会の法定経営指導員

(イ) 役割

事業年度終了後、経営発達支援計画の実施状況や評価・見直し等を検討するため、経営発達支援計画事業評価委員会を開催する。（年1回／6月頃に開催）

② 経営発達支援計画事業評価委員会の評価結果の活用

(ア) 評価・分析内容を反映した事業運営

事業評価委員会の評価・分析結果は、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。法定経営指導員は事業の進捗状況を管理し、理事会と情報共有しながら計画の遂行にあたる。

(イ) 評価結果等の公表

評価結果は、ホームページ及び会報（年1回）にて公表し、常時、外部からも閲覧できる環境を整備する。

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が主催する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）による個別相談等の機会を活用した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、各職員の経験年数や習熟度によって知識や情報、支援ノウハウの水準に差があり、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、支援レベルの平準化に向けて経験年数が浅い、または習熟度が低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、支援にあたる各職員の資質向上を通じて組織全体としての支援能力の向上を図るため、経営指導員や補助員等の常勤職員をそれぞれの知識やスキルの習熟度に応じて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と実践的な支援ノウハウを習得させ、支援能力の更なる向上を図るため、経営指導員に不足している能力を判別し、それを補うために中小企業大学校東京校が開催する課題別・専門研修へ経営指導員を定期的に派遣する。

(ウ) 特に地域の小規模事業者のDX推進に関する支援については、事業者にとって最も身近な存在である商工会職員に対する相談・支援ニーズが拡大・多様化することが見込まれるため、各職員が下記の支援ニーズに適切に対応できるよう法定経営指導員の指示の下、各職員を理解度や習熟度に応じて千葉県商工会連合会や中小企業大学校、関係機関等が主催する研修会やセミナーに計画的に派遣する。

- a 業務効率化や生産性向上に向けたITツール等の活用(キャッシュレス決済・会計等のクラウド管理ツール・オンライン会議・各種電子申請 等)
- b 取引拡大や販路開拓のためのITツール等の活用(各種電子商取引・SNSによる情報発信・ホームページ構築・ブログ作成 等)
- c その他、情報管理等(情報セキュリティ対策・オンライン支援 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巡回相談や窓口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の支援能力の底上げと支援内容の平準化を図る。

(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 eラーニングの活用による資質の向上

経営指導員向けのeラーニングである「経営指導員等WEB研修」を全ての職員が受講できるよう環境を整備し、支援に必要な知識を習得する機会を確保することにより支援ノウハウの共通化と組織全体の支援能力向上を図る。

④ 職員間の定期ミーティングの開催

全職員による経営支援定例会議(月1回/月初)を開催し、経営支援に関する幅広いテーマについて研修会等で習得した知識や専門家とのOJTで習得した支援ノウハウ等の共有化と相互学習を通じた資質向上を図る。特に、IT利活用や各種ITツール等については、毎回テーマに取り上げることにより支援ノウハウの蓄積及び各職員の支援力向上を推進する。

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、東部ブロック商工会連絡協議会(※)及び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。

(※) 参加商工会：匝瑳市商工会・旭市商工会・神崎町商工会・香取市商工会・東庄町商工会・多古町商工会(6商工会)

② 課題

商工会以外の支援機関との定期的な連携は、日本政策金融公庫との情報交換のみとなっており、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、経営発達支援の基本となる能力の向上を図る。（年1回）

② 他の商工会との連携及び情報共有

東部ブロック商工会連絡協議会等において、地域特有の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共有と地区内経済動向等の情報収集を行い、地域的な課題の解決に対する支援能力の向上を図る。

（年1回）

③ 多古町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多古町担当課との情報交換を行い、地域の中小企業・小規模事業者に対する支援事業の拡充を図る。（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多古町金融団（千葉銀行・京葉銀行・佐原信用金庫で組織）関係者との情報交換を行い、伴走型支援の実施体制を強化する。（年2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、小規模事業者等の中長期的な資金繰りの安定に向けた支援体制の強化を図る。（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千葉県事業引継ぎ支援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、専門的で高度な支援分野における支援ノウハウの向上を図る。（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

商工会と町行政の連携により各種イベント事業や商品券発行事業等に取り組んでいる。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いるものの、その効果は一時的であり、かつ、地域外への消費流出の抑制に留まっているなど、地域経済活性化への寄与は限定的なものとなっている。

② 課題

成田市等への消費流出の影響から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、イベント事業の波及効果が限定的となっていることから、多古町や関係機関との連携によりイベントへの来場者を消費人口に転換させ、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 行政との検討協議会の開催

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、商工会事業予算の折衝等を通じ、多古町担当課と協議する。(年1回)

② ふるさと多古町あじさい祭りの開催並びに実行委員会への参画

地域活性化と地域交流の促進を目的に、毎年6月の月上旬に開催している本事業の実行委員会の役員として当商工会の会長が参画し、実行委員会の監事として当商工会の事務局代表が参画する。(年3回)

③ いきいきフェスタTAKOの開催並びに実行委員会への参画

活力あるまちづくりを目的に、毎年11月に開催している本事業の実行委員会の役員に当商工会の会長が参画し、実行委員会の幹事として当商工会の事務局代表が参画する。(年3回)

④ 多古町都市計画審議会への参画

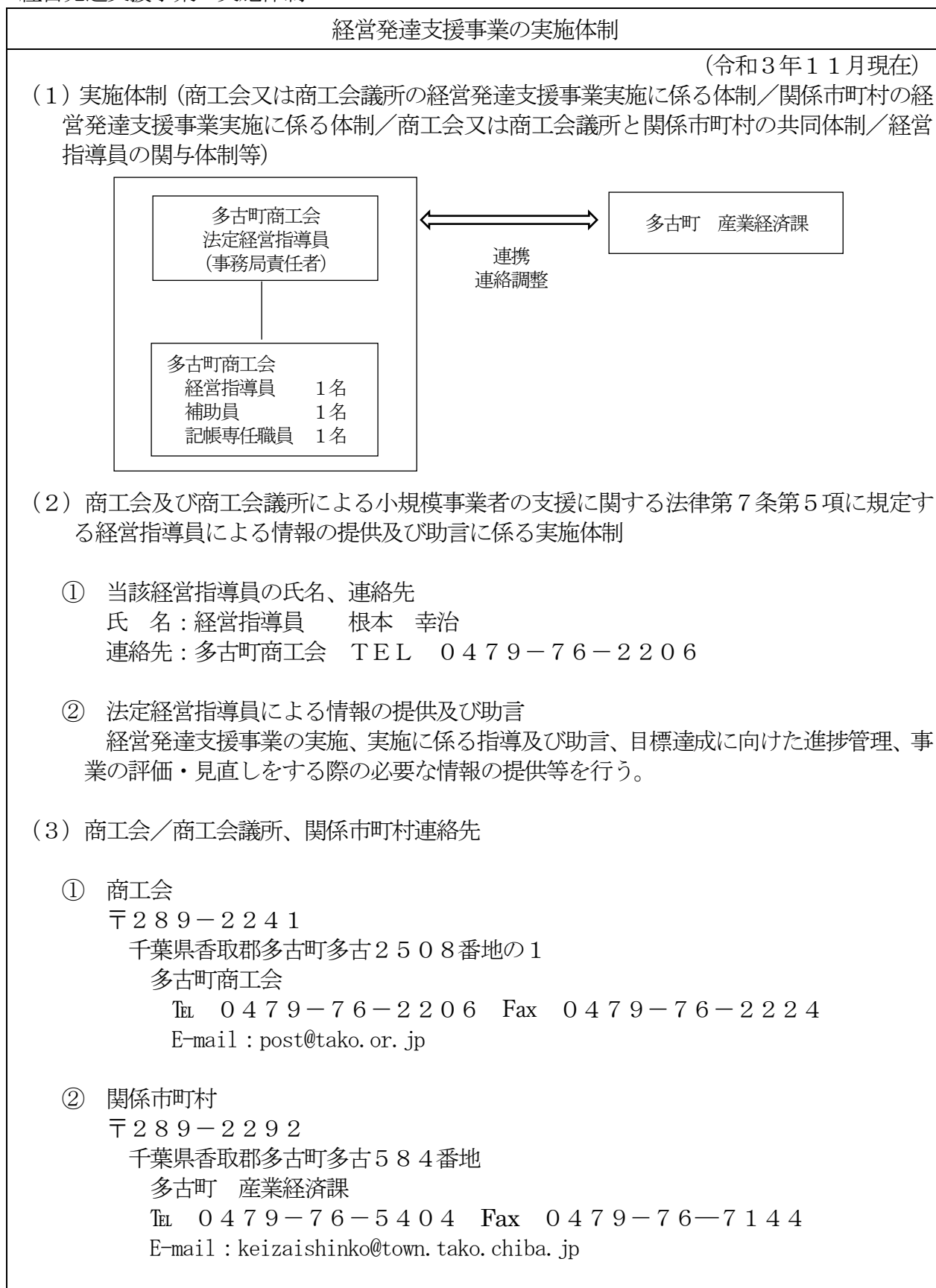
都市計画マスタープランの策定や都市計画に係る審議等を目的に開催されており、当商工会の会長が本審議会の委員として参画する。(年3回)

⑤ 地域内消費循環促進事業の実施

地域内での消費循環の促進を図るため、多古町広域商店会から事務委託を受けてポイントカード発行事業に取り組むとともに、商工会事業として町内各商店会等と連携しながらプレミアム付き商品券発行事業や歳末大売出し事業(共同懸賞)を実施する。また、地域内での消費循環の促進に向けた方向性を共有するため、多古町広域商店会との協議を定期的実施する。(年2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)

	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度	R 8年度
必要な資金の額	770	770	770	770	770
需要動向調査・アンケート調査実施関係費	50	50	50	50	50
グルメ&ダイニングスタイルショー出展関係費	500	500	500	500	500
SNS相談会開催費	100	100	100	100	100
評価委員会開催費	50	50	50	50	50
中小企業大学校研修派遣費	50	50	50	50	50
関係機関情報交換等会議費	20	20	20	20	20

(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、県補助金、町補助金、会費収入、手数料収入、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
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