

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	一宮町商工会（法人番号：6040005011512） 一宮町（地方公共団体コード：124214）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	<p>経営発達支援計画の目標</p> <p>①対話によって事業者の課題を引出し、自ら事業計画を策定して課題解決に取り組む事業者を支援して、事業の維持発展と新規創業者の創出を図る</p> <p>②行政等と連携して一宮町の特性と地域資源を活用した総合的な地域振興施策を実施し、小規模事業者の販路開拓を実現する</p> <p>③DXの推進により事業者の業務を合理化し新たな需要創出を図る</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域経済動向調査に関すること</p> <p>①地域の経済動向分析 RESASを利用した地域経済動向の分析を年1回実施し公表する。</p> <p>②景気動向調査 管内の景気動向実態を把握するため商工会が独自に調査を年1回行う。郵送または訪問により管内小規模事業者80社の売上高増減、景況感、設備投資計画、資金需要、雇用環境などを調査する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>①観光客及び来街者にアンケート調査を実施 観光案内所等にアンケートはがきを配置し来街者より受取人払いで回収。役場他と協力して実施。行政や専門家を交えて分析し広く公表する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>①経営分析セミナーを開催し事業者に計画策定の意義を知らしめ対象者を発掘する。定量的な財務分析と定性的な非財務分析の双方を行う。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>①DXセミナー開催及びIT専門家派遣の実施 ②事業計画策定セミナーの開催</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定者を経営指導員等が訪問し独自様式のフォローアップシートを用いて計画の実施状況を定期的かつ継続的にフォローアップする。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>①新商品、新サービスの開発支援の実施 ②SNS活用による需要開拓支援の実施 ③ECサイト利用による需要開拓支援の実施</p>
連絡先	<p>一宮町商工会 〒299-4301 千葉県長生郡一宮町一宮3002-1 TEL：0475-42-3089 FAX：0475-42-5629 E-Mail：info@1miya-chiba.com</p> <p>一宮町産業観光課 〒299-4396 千葉県長生郡一宮町一宮2457 TEL：0475-42-1427 FAX：0475-40-1075 E-Mail：shokan@town.ichinomiya.chiba.jp</p>

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

(1) 立地と歴史

一宮町商工会は一宮町全域を管轄している商工会である。一宮町は千葉県の東部、九十九里浜の最南端に位置し、平均気温は1月4.8℃、8月が26.9℃と温暖で過ごしやすく、古くから上総の国一之宮「玉前神社」の門前町として、また、1万3千石の城下町として栄えてきた。明治末年からは「東の大磯」と称されるほど別荘地として注目され、裁判所や検察庁など主要官公署も当町におかれ、長生郡市の行政・文化の中心を占め、戦後は、いち早くハウス栽培を中心とした近郊蔬菜果樹園芸に取り組み、近年は、サーフィンのメッカとしても注目されている。

また、町内には国県指定文化財も多く、千葉県指定無形民俗文化財の「上総十二社祭り」をはじめとする伝統的祭礼も受け継がれている。

(2) 地勢、交通

本町の面積は約23平方キロメートルで長生郡市では最小であるが、西の丘陵台地から市街地を経て東の肥沃な田園へ、やがて海岸に至る変化に富む地勢となっている。

交通は、町域にJR外房線の上総一ノ宮駅と東浪見駅の2駅があり、上総一ノ宮駅からは東京駅まで特急で57分、直通快速で80分で結ばれ、東京都市圏内にある。また、町の中心部に国道128号線が縦貫し、茂原市へ15分、千葉市へ40分、首都高・アクアライン等を経由して東京都心へはおおむね90分の距離にある。



〈一宮町の位置〉



〈一宮町のアクセス〉

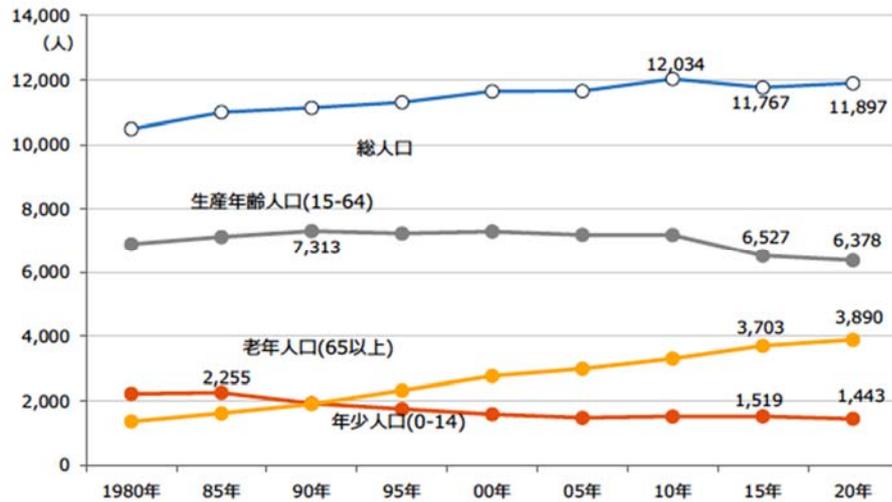
(3) 人口の推移、産業規模

人口の推移は次のとおり。

- 2010年（平成22年）に近年最大の12,034人となり、直近2020年（令和2年）は11,897人であり、町人口はほぼ横ばい傾向にある。
- 生産年齢人口は1990年（平成2年）をピークに減少が続き、年少人口は2005年（平成17年）以降微増傾向にあり、令和2年（2020年）では再び減少。一方、老年人口（65歳以上人口）は一貫して増加しており、人口規模は維持されているものの、高齢化が進行している。
- 合計特殊出生率は、直近5年平均では1.41と、千葉県1.34を上回り、全国1.42と同

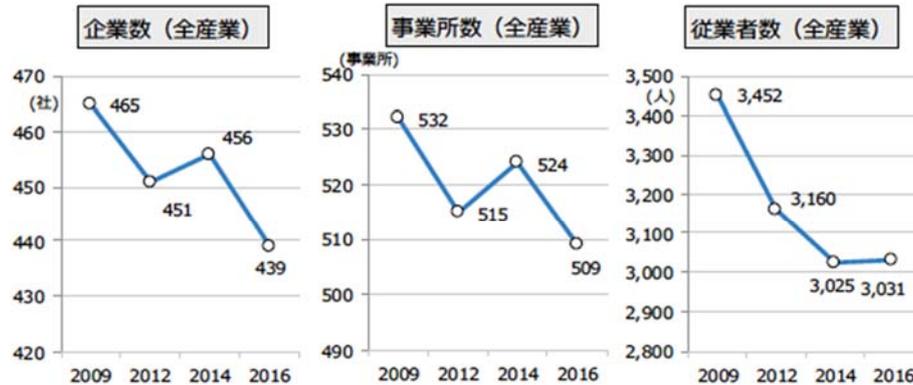
水準である。

- ・一貫して死亡数が出生数を上回る自然減少の状態が継続しているが、2012年（平成24年）以降は転入が転出を上回る社会増加が拡大し、人口規模が維持されている。
- ・転入数が転出数を上回る人口の社会増加状態にあるのが本町の特長である。なお、本町への移住者の元居住地としては、長生郡市を除けば、東京都区内（江戸川区、江東区）が次いで多い。（千葉県令和5年5月市町村別人口動態より）



〈一宮町の人口推移〉

産業規模については、農業出荷額は12億8千万円(2020年農業センサス)、特産品はトマト、メロン、ナシで一宮町のブランド化している。商工業では、製造業製造品出荷額が120億円(2019年経産省工業統計)、卸売・小売業の年間商品販売額は88億6千万円(2016年千葉県統計年鑑)、年間観光客入込客数は62万1千人、年間宿泊客数は4万2千人(2018年同上)となっている。



出所：総務省「経済センサス」

(4) 商工業者・小規模事業者の動向

商工業者数・小規模事業者数は、事業主の高齢化や景気変動の影響で、一貫して漸減傾向にある。しかし2010年（平成22年）頃より海岸通りへの小売、飲食店の進出が顕著となり、全体的には横ばいの状況ながら、経営者の平均年齢は20歳程度低下していると推測される。

商工会独自調査	卸小売業	建設業	製造業	サービス業	商工業者(内小規模事業者)
2017(H29)	130	46	36	179	391(380)
2022(R4)	122	42	26	192	382(367)

商業については、古からの町内地元店が減少するものの、海岸通りを中心にサーフィン関連店が出店し緩やかな減少にとどまっている。また、主要商圈（茂原市、千葉市、船橋市）及び隣接の長生村他への購買流出は75%となっている（平成30年度消費者購買動向調査報告書）。

なお、一宮町商工会が毎年行うプレミアム付商品券発行事業やトマトスタンプ事業は、町内消費の下支えに寄与している。

観光については、宿泊施設及び飲食店は96店で（2016年千葉県統計年鑑）、海岸地域におしゃれなカフェやサーフショップなどが集積し、独特の海浜リゾートを形成して通年の観光客を吸引している。観光資源としては、東京2020オリンピック大会に於いて史上初のサーフィン種目会場となり、年間60万人のサーファーが訪れる釣ヶ崎海岸や近年パワースポットとして人気が高い上総国一之宮「玉前神社」（延喜式内社）、観光いちご園組合などの観光農園がある。また、平城天皇の大同二年（807）創始と伝えられる「上総十二社祭り」（通称裸まつり）などの伝統的祭礼も多くの人を集めている。

建設業、製造業については、両業種とも新規開業者は極めて少なく、従来の事業者の高齢化や業績不振による廃業が増え、全体として減少傾向にある。

（5）小規模事業者等の景況感と要望

経営指導員の日常の経営相談や支援活動で把握、認識した状況は下記のとおり。

業種	景況感	要望
卸小売業	日用品は町内のスーパーせんどろ、長生村のベイシアその他ドラッグストアやコンビニで購買され地元店の景況感は非常に厳しい。買回り品も車で1時間以内の茂原市、千葉市へ流失している。	生き残りを模索する地元店や若い後継者は商工会の強力な経営支援や補助金活用などに期待している。また、プレミアム付商品券やスタンプ事業の拡充を求めている。
建設業	民間需要、公共工事とも受注は比較的安定である。昨今の物価高騰や社会保険料などのコスト高、従業員の雇用難など課題も多い。	従業員の確保や工事の安定受注に関する支援を希望。ほかに事業承継優遇制度の利用、BCP対策強化など。
製造業	親会社の状況に大きく影響される。人手不足や材料調達難、後継者対策が課題。	資金繰りの安定。ものづくり補助金等の活用支援。先端設備導入やIT化促進支援。
サービス業	サーフィンなどの観光資源により来街者が増加。海岸通りに独特なマリンリゾートが形成。感染症などの影響大。景況感は個店ごとにまちまち。	観光資源開発による観光客の増加。金融制度や補助金の活用支援。キャッシュレスへの対応、インボイス対策支援。

（6）一宮町総合計画との整合

一宮町では、令和4年からの5年間に町が目指すべき将来像と分野ごとの基本的な方針・具体的な施策について、「一宮町まち・ひと・しごと創生総合戦略」が策定された。

この中から、商工業・観光に関する現状と課題及び施策の展開について下記に抜粋する。



2022年一宮町「一宮町まち・ひと・しごと創生総合戦略」より

（1）現状と課題

○玉前神社周辺国道地域と海岸の県道周辺地域に商業・サービス業施設が集積している。

国道付近の伝統的商店街は地域の日常的消費の中心として機能してきたが、1980年代以降、大規模店舗との競争にさらされ、各店舗の規模が小さく駐車場もないことから日常消費

の中心としての機能は失われつつある。

しかし、近年、玉前神社の知名度アップに伴って訪問者が増加し、現在は一定の観光需要が生じてきている。中長期的にはこの趨勢は緩やかに発展していくと思われ、今後は玉前神社周辺での観光消費対応が、この地区の商業振興の軸となっていくと考えられる。

- 海岸沿いの県道の両側に展開する店舗群は、2011年の震災直後を除き、今世紀に入ってから一貫して増加傾向にあり、オリンピックの到来とともにその趨勢は加速している。この地区の店舗はいずれも海岸利用の外来客を主要ターゲットとしており、反面、徒歩による往来が少ないので、町内他地域との連携アクセスが課題である。
- 本町としては、観光を軸とした情報の収集・整理・発信を通じて両地域への来訪者増を図り、雇用の確保につとめなければならない。また、玉前神社周辺と海岸周辺エリアの連携を強化し、あわせて両エリアに統一された景観美の形成を目指す必要がある。
- 全体として町内中小事業者の存続と増進を支援するため、商工会などと連携してプレミアム付き商品券発行事業などを行い、引き続き、町内中小事業者のサポートを行っていく。
- 本町では明治末年から昭和前期まで別荘地として発展した時期があり、都会人が別荘で余暇を過ごすという観光の一形態を、本町は過去にすでに一度経験していることになる。しかし、別荘地としての隆盛が過ぎ去った戦後において、観光の軸としてきた夏季の海水浴場と花火などが頭打ちとなり、次の観光資源を明確にとらえられていない状況にある。
- 現在、来訪者で最も数が多くパワーを有するのはサーファーであり、年間60万人という推計がある。サーファーについては「消費規模は必ずしも大きくない」といわれることもあるが、本町の観光の柱を考える時に外せない大きな存在である。
現在、海岸県道沿いの店舗の多くがサーファー関連のサービスを提供しており、駐車場やシャワー・トイレなどの施設整備を通じてサーファーの利便性を向上し、各事業者間との連携を強化して町内事業者全体の発展に繋げる施策が必要となる。
- 玉前神社周辺では、玉前神社への参詣客の増加を背景に、門前町的な観光消費が拡大しつつあり、これはサーフィンとともにもうひとつの一宮の魅力の柱であることは間違いない。この地区の魅力の発信について支援を行うとともに、電柱の埋設化や統一的な景観の確保などを通じて、この地区の集客力を高めていくべきである。
- 本町の農業も体験的な仕掛けを用意して観光消費につなげていくことが期待され、構築の仕方次第ではサーフィンや玉前神社とならぶ三本目の町の観光の柱となると考えられる。イチゴ狩りなど観光と農業の連携の可能性は、他の様態へも波及する可能性もある。
- 令和3年、釣ヶ崎海岸では、東京2020オリンピックのサーフィン競技が行われ、一宮の海岸はサーフィンの好適地であるという認識・評価がさらにあがり、今後、サーフィンの世界大会などの開催も見込まれる中で、来訪者の増加が予想される。しかし、現在のところ、この地域には物販・飲食などの消費の拠点がなく、今後、会場地域に隣接した場所に、緊急避難場所を兼ねた道の駅等を整備して、観光消費の拠点としていくことの検討が必要である。
- 観光の一方の軸となる宿泊業については、町には老舗の旅館から中規模ホテル、民泊までさまざまな宿泊が相当数展開している。一般に、観光客は「日帰り宿泊では消費額に3倍の差がある」といわれ、行政としては、観光に関する情報提供・発信をはじめ、各種の施策を通じて、こうした観光において重要な役割を占める宿泊業への支援を行い、観光客の満足度向上と、再度の来訪の確保につとめていくべきである。
- また、観光における広域的協力の必要があると考えられ、近隣の市町村と連携して周遊プランを設定することで、滞在時間を長くし地域全体に消費の幅を広げることができるようになる。そうした努力を民間とも連携して行っていくことで、一宮と他地域との相互の観光客の動きを創出することを目指すべきである。

(2) 施策の展開

① 中小企業支援・・・

商工会との強固な連携のもと、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けた個人事業及び中小企業が今後も事業を継続し、中長期的に発展するための環境づくりを推進する。

■ 主な事業内容

○経営改善普及事業

起業や事業継続に係る様々な分野に関する相談を受け指導する他、研修実施などにより中小事業者の経営力向上の促進に努める。

○利子補給事業

中小企業による設備資金の借入に対する利子を一部補助することで、設備投資を支援し、事業拡大の促進を図る。

②消費の拡大・・・

新型コロナウイルス感染症拡大に伴う外出自粛や消費減退、イベントなどの中止や延期により落ち込んだ町内経済を下支えするため、地域の消費喚起を図る。

■主な事業内容

○商店活性化事業

商品券発行、町内消費を促進することで中小企業を支援し今後の発展へつなげる。

○地域振興事業

美化活動や駐車場、街路灯など地域商工業の魅力を総合的に向上させる。

③観光施設の整備・運営

公共施設を設置・管理し、安全で快適な環境を提供することにより観光地としての魅力をアップして誘客に繋げる。また、豊富な観光資源を存分に活用したアクティビティにより、町の特色を十分に表現し、観光客の獲得を目指す。

■主な事業内容

○観光拠点施設運営事業

町の玄関である JR 上総一宮駅前観光案内所にて観光案内を行う他、レンタサイクルやレンタルサーフボードを行い、海岸通りと商店街エリアの経済循環を促進する。

○海岸トイレ維持管理事業

一宮海岸広場や海岸沿いに公衆トイレを設置・管理し観光客の利便性を向上させる。

○海水浴場開設事業

夏季期間に一宮海水浴場を設置し、安心して海水浴ができる環境を整える。

○海岸有料駐車場運営事業

海岸に有料駐車場を運営し、警備員配置など安全な環境を提供する。また、事業収益を利用して駐車場舗装やシャワー設備設置など、海岸の魅力を向上させる整備を行う。

④イベントプロモーション活動の実施

海や里山など町の魅力的な観光資源を活用したイベントを実施し、オリンピック開催町としての知名度を活かした効果的プロモーションを行い、観光客を呼び込み、町の活性化を図る。

■主な事業内容

○観光イベント開催事業

花火大会、南九十九里ハマグリ祭り、一宮川燈籠流し、観光地曳網体験などを開催することにより、様々な表情の一宮町を発信し、魅力を伝える。

○観光ガイドブック作成事業

町の観光スポットやイベント、飲食店を網羅したガイドブックを作成し、観光客に提供することで町内周遊を促進する。

○観光キャンペーン活用事業

町外各地の観光プロモーションイベントに参加し本町への誘客に繋げる。

○ホームページ・SNS運営事業

ホームページや SNS を活用し、フォトコンテスト実施などコンテンツを充実させ本町の知名度向上を目指す。

○九十九里トライアスロンの実施

国内最大級の規模を誇る九十九里トライアスロンを誘致・開催することにより、スポーツを通じた地域交流を



促進する。

〈一宮町観光協会 HP〉

○一宮町ふるさと大使の活用

本町ゆかりの著名人を観光大使に依頼し、全国に一宮町の魅力を発信する。

② 課題

(1) 業種別の課題

上記「①現状」より特に商工業者・小規模事業者の動向、景況感・要望を踏まえ、業種別の課題と、あわせて、強み・弱みに分けて課題を整理する。

○卸小売業

- ・地元小売店は、町内主要道路に立地するものの、価格や品揃えなどの商品力及び店舗面積や駐車場などのハード面において脆弱で、町の消費需要に対応できず、大型店や町外への購買力流失を招いている。
- ・地元店でも若手後継者等のなかには業種業態転換により生き残りを探る動きがある。
- ・海岸地域には、サーフィンをはじめとする来街者向けのショップや飲食店が増加傾向にあり、新たな商業空間を形成している。
- ・玉前神社周辺は地元店のリニューアルや新店舗進出が増え、賑わいが戻りつつある。

○建設業

- ・公共工事にかかわる力のある建設業者が多く業界として比較的安定である。反面、建築業者及び下請業者はハウスメーカー等の進出によって受注を減らし、廃業も多い。
- ・物価高騰と若年従業員不足は深刻である。外国人雇用も課題である。
- ・資金調達力も格差が顕著である。
- ・優良企業でも後継者が決まらないケースが見受けられる。

○製造業

- ・製造業は、親会社の状況や景気に左右される度合いが高い。
- ・一定の技術力及び先端機器を導入できる資金力の有無により業者間格差が大きい。
- ・材料の高騰や品不足、納期の短縮化など経営環境は厳しさを増している。
- ・技術者の高齢化、若年従業員の確保難が続く。

○サービス業

- ・住民に愛された地元飲食店は事業主の高齢化等により徐々に減少している。
- ・海岸通りを中心にカフェスタイルの飲食店が増え、あり新たな景観を形成している。
- ・宿泊施設は老舗旅館は健闘し、民泊やグランピング施設も増えつつある。また、サーファー向け賃貸住宅も増えている。

(2) 一宮町の経済環境の強みと弱み

	【強み】	【弱み】
内部環境	<ul style="list-style-type: none"> ・国内有数のサーフィン好適地と評価され関連ショップの出店が増えている ・温暖で首都圏から近く、丘陵から海岸まで特徴的な自然景観を有す ・JRの駅が2駅あり特急が停車、快速は始発駅である ・由緒ある神社や伝統的祭礼が知られる 	<ul style="list-style-type: none"> ・館山道、圏央道からのアクセスが弱い ・駅前や街中に土地の余裕が少ない ・駅及び中心商店街と海岸通りのアクセス手段がない ・地域に駐車場やトイレなど観光基盤整備やインバウンド対策に遅れ ・後継者不足、若年従業員の確保が困難

外部環境	<p style="text-align: center;">【機会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・首都圏住民に一泊程度の自然志向で手軽なレジャー需要がある ・サーフィンや子供から中高年まで楽しめ、環境にもやさしいアウトドアスポーツとの評価が定着 ・パワースポットとして神社仏閣に参詣する若年層が増えている 	<p style="text-align: center;">【脅威】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・類似の観光地との競争 ・サーフィンや自然志向レジャー、また、若者層の神社参詣などがいつまで続くのか ・デジタル化、IT化への適切な対応ができるか ・地震や津波などの自然災害による被災

(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

事業者個々の課題（高齢化、後継者問題、販路開拓など）と事業者を取り巻く外部環境（デジタル化対策、SDGs対応、新型感染症や自然災害、サイバーテロ対策など）に対応し、10年後の一宮町の小規模事業者の持続的発展のために、一宮町商工会は、小規模事業者の意見・要望を聴いて最も効果的な支援方法を提供し、事業者の自発的潜在力を経営力強化につなげる支援を実施する。

② 一宮町総合計画（2022年「一宮町まち・ひと・しごと創生総合戦略」）との調和と連携

上記の総合計画において「(2) 施策の展開」として、①中小企業の支援、②消費の拡大、③観光施設の整備・運営、④イベントプロモーション活動の実施の4項目について主要な事業項目が提示されている。一宮町商工会ではこれらの町の諸施策に協力し連携を取りつつ、小規模事業者の販路開拓と持続的発展に資する支援、特にDX（デジタル化促進による業務改善）を強力に実施する。

③ 一宮町商工会の役割

一宮町全域を管轄する一宮町商工会は、町内小規模事業者との対話と傾聴の中からその要望と潜在力を発見し、自発的な経営力強化に向けて次の支援を行う。

(ア) 事業計画策定に関する支援

デジタル技術活用に関する情報提供や専門家派遣、セミナー開催など

(イ) 新たな需要開拓に寄与する活動

SNSやECサイトの活用、自社ホームページ作成などITの活用促進

(ウ) 経営指導員等による支援力の向上

IT研修会等の受講と参加、他の職員との情報共有、職員勉強会の実施など

(3) 経営発達支援計画の目標

- ① 対話によって小規模事業者の課題を引出し、自ら事業計画を策定して課題解決に取り組む事業者に支援を実施して、事業の維持発展と新規創業者の創出を図る
- ② 行政等と連携して東京オリンピック会場であるサーフィンスポットやパワースポットである上総国一之「玉前神社」などの地域資源の魅力を活かして賑わいづくりを推進する
- ③ DXの推進により事業者の業務を合理化し新たな需要創出を図る

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6年4月1日～令和11年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた指針

- ① 対話によって小規模事業者の課題を引出し、自ら事業計画を策定して課題解決に取り組む支援を実施して、事業の維持発展と新規創業者の創出を図る。
 - ・地域動向調査や需要動向調査を踏まえ、個別の経営分析によって得られた資料を用いて、事業者が自ら行う事業計画策定を経営指導員等がサポートするとともに、事業計画の進捗状況については、専門家等と連携して問題解決に向け、伴走者として継続支援する。
- ② 行政等と連携して一宮町の特性と地域資源を活用した総合的な地域振興施策を実施し、小規模事業者の販路開拓を実現する。
 - ・町総合計画の推進に併せて小規模事業者が連携して販路開拓できるしくみを構築する。
- ③ DXの推進により事業者の業務を合理化し新たな需要創出を図る
 - ・研修会や専門家相談等を通して小規模事業者のデジタル技術の受容と活用を支援し、新たな需要を創出する。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 中小企業景況調査事業（千葉県商工会連合会が四半期ごとに実施）の調査報告を小規模事業者に情報提供している。

[課題] これまでRE S A S等ビッグデータの活用がなされていない。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①地域の経済動向分析	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向調査	HP掲載	—	準備期間	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析

RE S A S（内閣府が提供する地域経済分析システム）を利用して経営指導員等が地域経済動向を分析して、使いやすい形で地域事業者に年1回公表する。

○調査手法 経営指導員等がRE S A Sを活用して地域経済動向を分析する

○調査項目 ・「まちづくりマップ」（人流等を分析）
・「産業構造マップ」（産業の現状等の分析）

②景気動向調査

管内の景気動向等をより詳しく実態把握するために、商工会が独自に調査を年1回行う。

○調査手法 調査票を郵送または訪問・来会時に手渡しで配布回収し、経営指導員等が専門家の協力を得て分析する。

○調査対象 管内小規模事業者60者（卸売小売業、建設業、製造業、サービス業各15者）

○調査項目 売上高の増減（前期同月比）、景況感、設備投資計画、資金需要、雇用環境など

(4) 調査結果の活用

調査結果は小冊子にまとめ、商工会ホームページに掲載して管内事業者等に公表周知する。
また、経営指導員等が相談の際に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 需要動向調査は現在特に行っていない

[課題] 消費者の要望や意見、欲求など具体的な需要動向に関する調査がない。

(2) 目標

	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
① アンケート調査対象者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

来街者（観光客）にアンケート調査を実施し、来街者の来街目的、居住地域、交通手段、店等に対する印象、使用金額、欲しい土産物、一宮町の印象等を尋ねる。

○調査方法 管内の駅前直売所、観光案内所等の来街者（観光客）を対象にアンケートはがき（受取人払い）を配置し、来街者が旅行中または帰宅後に記入して投函郵送回収する。アンケート協力者には抽選で地域特産品等をプレゼントする。役場、観光協会等と協力して実施する。

○調査対象 駅前直売所、観光案内所等を訪問した来街者（観光客）を対象として、アンケートはがき 500 枚作成、100 件程度の回収を予定。

○調査項目 来街目的、居住地域、交通手段、店舗に対する印象、使用金額、欲しい土産物、一宮町の印象など

(4) 調査結果の活用方法

当該調査の分析結果を当該事業者 5 社にフィードバックするとともに、小規模事業者への伴奏型支援等に活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 千葉県商工会連合会の「経営問診票」分析と中小機構の「自己診断システム」を毎年 5～10 社程度、融資相談等において利用実施している。

[課題] 融資等経営指導員等が必要とした場合のみの経営分析実施にとどまっている。

(2) 目標

	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①経営分析セミナー開催	—	1回	1回	1回	1回	1回
経営分析セミナー参加事業者数		10者	15者	15者	15者	15者
②経営分析事業者数	毎年 5～10者	10者	15者	15者	15者	15者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナー開催）

事業者が自ら経営分析を行うワークショップ型経営分析セミナーを実施し、自社の経営課題を把握することと事業計画策定の意義に理解を深め、併せて策定する事業者を発掘する。

○募集方法 チラシとホームページで広報し、経営指導員等が相談時に知らせる。

②経営分析事業者と内容

○対象者 セミナー参加者または相談時に分析を希望した事業者の中から意欲的で販路開拓の可能性の高い10～15社を選ぶ。

○分析内容 定量的な財務分析と定性的な非財務分析の双方を行う。

財務分析…直近3期の収益性、生産性、成長性、安全性の分析

非財務分析…SWOT分析などで内部及び外部の環境について分析

○分析手法 経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるん」、「自己診断システム」等事業者にあったシステムを利用する。

(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策定等に活用する。また、データベース化して内部共有し経営相談に役立てるとともに、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

[現状] 融資あっせんや創業計画、補助金申請など目的限定の事業計画を策定している。

[課題] 事業者が自ら実施する事業計画の策定支援は行っていない。

(2) 支援に対する考え方

- ・経営分析を実施した事業者及び意欲と希望がある事業者について策定支援を実施する。
- ・持続化補助金等を申請した事業者の中から策定を目指すものを選んで支援する。
- ・DXセミナーを事業計画策定前に開催し、事業者の競争力の維持強化を目指す。

(3) 目標

	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	目的限定計画5件	5者	10者	10者	15者	15者

(4) 事業内容

①DXセミナー開催

DXの啓蒙普及と基礎知識習得に向けセミナーを開催する

○テーマ DX総論、活用事例（SNS、ECサイト、会計ソフト、キャッシュレス等）
また、必要に応じIT専門家派遣を行う。

②事業計画策定セミナー開催

○対象者 経営分析を行った事業者及び持続化補助金申請者等で意欲と希望がある者

○支援手法 担当指導員が策定まで一貫して支援する。必要により専門家の支援を実施。

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

[現状] 限定目的の事業計画策定なのでフォローアップは実施していない

[課題] 「6.」で策定支援した事業者に対して、策定後のフォローアップを実施する

(2) 支援に対する考え方

自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考える事、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで現場レベルで当事者意識を持って取組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

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や事業者の課題等により、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へらしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップを行う。

(3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
フォローアップ 対象事業者数	—	5者	10者	10者	15者	15者
頻度(延回数)	—	30回	60回	60回	90回	90回
売上増加 事業者数	—	2者	3者	7者	7者	7者
利益率3%以上 増加事業者数	—	2者	3者	7者	7者	7者

(4) 事業内容

事業計画策定事業者を対象に経営指導員等が訪問し、独自様式のフォローアップシートを用いて計画の実施状況を定期的かつ継続的にフォローアップする。訪問頻度は2か月に1回を標準とし、対象者からの申し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、他地区等の経営指導員等や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方を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

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

[現状] 事業者個別の相談案件（ネット販売、SNS活用、HP作成、新商品サービスの開発など）に対応しているが、計画的な支援事業は実施していない

[課題] 計画的な支援活動、特にDXの推進

(2) 支援に対する考え方

経営状況の分析、事業計画策定支援を行った意欲あるサーフィン関連事業者を重点的に支援する。

- ・新商品や新サービスの開発による新たな需要開拓にかかる支援
- ・DXによる需要開拓のためのセミナー開催、専門家派遣、経営指導員等の相談強化
- ・需要開拓のための補助金等の啓蒙普及、利用促進支援

(3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①新商品・サービス 開発支援事業者数	—	1者	2者	2者	3者	3者
(①の売上増加率)	—	5%	5%	5%	5%	5%
②SNS活用 事業者数	—	3者	5者	5者	5者	5者
(②の売上増加率)	—	5%	5%	5%	5%	5%
③ECサイトの利用 事業者数	—	1者	2者	2者	3者	3者
(③の売上増加率)	—	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①新商品、新サービスの開発支援

新商品や新サービスの事業化による需要創出活動を支援する。
専門家派遣制度や各種補助金、国県の支援制度などを活用する。

②SNS活用による需要開拓の支援

食べログなどの飲食サイトは効果が大きい。Facebookなどの活用支援。IT専門家の活用等

③ECサイト利用による需要開拓

事業者に適したECサイトの利用や宿泊施設の宿泊予約サイトの利用を促進する。情報を提供して専門家支援も要請。

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

[現状] 商工会の内部監査や理事会への事業報告において一定の事業評価を受けているが、外部有識者による第三者評価は現在ない。

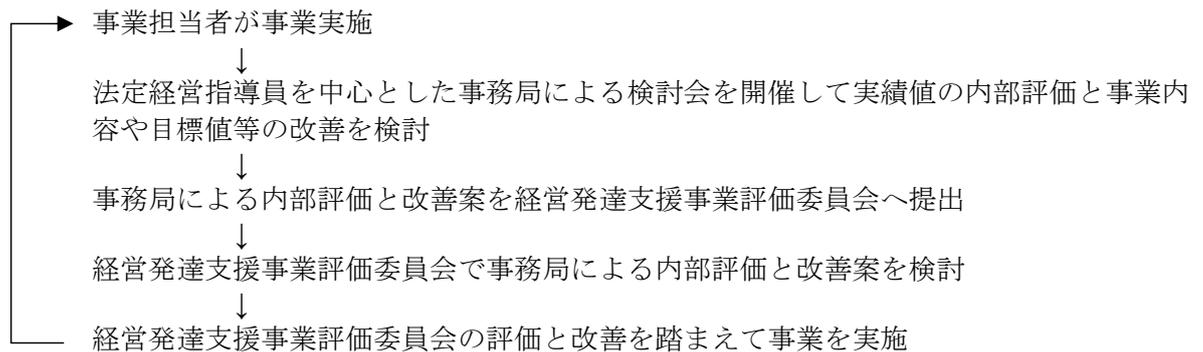
[課題] 外部有識者（千葉県商工会連合会登録専門家（中小企業診断士等）や行政サイド参加による客観的事業評価が必要

(2) 事業内容

①経営発達支援事業評価委員会を設置し、外部有識者（中小企業診断士等）や役場産業観光課長、商工会会長、法定経営指導員により、経営発達支援事業計画の全般にわたり、5段階評価の進捗状況等について年1回（6月頃）の事業評価を実施し、次年度への改善対策を検討する。

②上記の評価結果は、役員会にフィードバックして事業実施方針に反映させるとともに、商工会HP及び商工会会報に掲載して管内小規模事業者が常に閲覧できるようにする。

② PDCAサイクルの具体的な仕組み



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

[現状] 千葉県商工会連合会や他の機関が行う研修会を受講しているほか、専門家相談などの際に担当職員が専門的知識の習得に努めている。

[課題] 経営指導員等の資質向上のための体系的な仕組みがない。特に経営発達支援計画実施に関する知識技能が弱い。研修等で習得した知識技能の商工会内での共有がない。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

・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、補助員、記帳指導員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。

・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さら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。

- ・経営指導員、補助員、記帳指導員の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、補助員、記帳指導員を計画的に派遣する。

<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

②OJT制度の導入

千葉県商工会連合会の商売繁盛相談窓口事業や事業環境変化対応型支援事業実施の際に、経験豊富な専門家（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

研修等へ参加した経営指導員が講師となりミーティングを定期的（月2回程度）に開催し、IT等の活用方法や経営支援に必要な知識についての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

担当指導員が基幹システムや経営支援システム等を適切に運用し、支援内容を職員全員が共有する仕組みを作ることで、経営指導員以外の職員でも一定レベル以上の対応が出来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。

(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5年11月現在)								
(1) 実施体制 (商工会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/商工会と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制等)								
<table border="1"><tr><td style="text-align: center;">一宮町商工会</td></tr><tr><td>法定経営指導員 1名</td></tr><tr><td>経営指導員 1名</td></tr><tr><td>補助員 1名</td></tr><tr><td>記帳指導員 1名</td></tr></table>	一宮町商工会	法定経営指導員 1名	経営指導員 1名	補助員 1名	記帳指導員 1名	 連携 連絡調整	<table border="1"><tr><td style="text-align: center;">一宮町産業観光課</td></tr></table>	一宮町産業観光課
一宮町商工会								
法定経営指導員 1名								
経営指導員 1名								
補助員 1名								
記帳指導員 1名								
一宮町産業観光課								
(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及び助言に係る実施体制								
①法定経営指導員の氏名、連絡先								
氏名：川島 勉								
連絡先：一宮町商工会 TEL 0475-42-3089								
②法定経営指導員による情報の提供及び助言								
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を行う。								
(3) 商工会、関係市町村連絡先								
①商工会								
〒299-4301 千葉県長生郡一宮町一宮3002-1								
一宮町商工会								
TEL：0475-42-3089 FAX：0475-42-5629								
E-Mail：info@lmiya-chiba.com								
③ 関係市町村								
〒299-4396 千葉県長生郡一宮町一宮2457								
一宮町産業観光課								
TEL：0475-42-1427 FAX：0475-40-1075								
E-Mail：shokan@town.ichinomiya.chiba.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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
必要な資金の額	460	460	460	460	460
①景気動向アンケート調査	30	30	30	30	30
②需要動向アンケート調査	30	30	30	30	30
③経営分析セミナー開催費	80	80	80	80	80
④DX推進セミナー開催費	80	80	80	80	80
⑤事業計画策定セミナー	80	80	80	80	80
⑥専門家派遣者謝金	90	90	90	90	90
⑦評価委員会開催費	20	20	20	20	20
⑧研修参加費	50	50	50	50	50

(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、一宮町補助金、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。

