

IV. 経営発達支援計画の概要

経営発達支援計画の概要

実施者名	御宿町商工会（法人番号 9040005016376） 御宿町（地方公共団体コード 124435）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目 標	経営発達支援事業の目標 （1）伴走型支援による事業計画策定支援の実施 （2）地元関係機関等と連携した円滑な事業承継の支援 （3）地域の資源を活用した商品開発等の支援 （4）御宿町観光の推進と交流人口の増加に向けた支援
事業内容	経営発達支援事業の内容 3-1. 地域の経済動向調査に関すること 国が提供するビッグデータ及び管内景気動向を調査・分析し、小規模事業者へ情報提供を行うとともに経営支援に活用する。 3-2. 需要動向調査に関すること 顧客ニーズの重要性周知と聞き取りによるアンケート調査を実施し、新商品や新しいサービスの開発を支援する。 4. 経営状況の分析に関すること 経営分析希望事業者を発掘し、特性を生かした解決策を見つけることで、今後の方向性の提案と事業計画策定を支援する。 5. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定セミナー開催や専門家活用による計画策定支援を実施する。併せて事業承継支援による小規模事業者の存続を図る。 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定事業者に定期的な巡回指導を行い、進捗状況の確認・課題等の洗出し・事業計画の見直し等のフォローアップを行う。 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 域内開催のイベントと県内外開催での各種展示会・商談会などの情報提供と出展斡旋を行い、新たな需要の開拓を支援する。
連絡先	御宿町商工会 〒299-5103 千葉県夷隅郡御宿町新町 417 番地 22 TEL：0470-68-2818 FAX：0470-60-3008 E-mail：info@onjuku.or.jp 御宿町 産業観光課 商工観光班 〒299-5192 千葉県夷隅郡御宿町須賀 1522 番地 TEL：0470-68-2513 FAX：0470-68-3293 E-mail：kankou@town-onjuku.jp

II. 様式第3（別表1）

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 現状

御宿町は、千葉県东南部、房総半島中央部東端にあり東京まで北西方向に75 kmに位置する。大正3年4月1日に町制を施行して御宿町となり、その後、昭和30年3月31日に上布施、実谷、七本地区の一部と浪花村岩和田地区との合併を行い、今の御宿町が誕生した。「御宿」という名称については、鎌倉時代に北条時頼が諸国行脚のおり当地を訪れ、あまりにも景色が良いので宿泊することになり、それにちなんで読んだ歌に「御宿せし そのときよりと人とはば 網代の海に夕影の松」という歌があり、その歌の「御宿」がそのまま地名になったと伝えられている。面積については、24.86 km²であり山林が33%を占め最も多く、海の町というイメージとは別の一面を持っている。



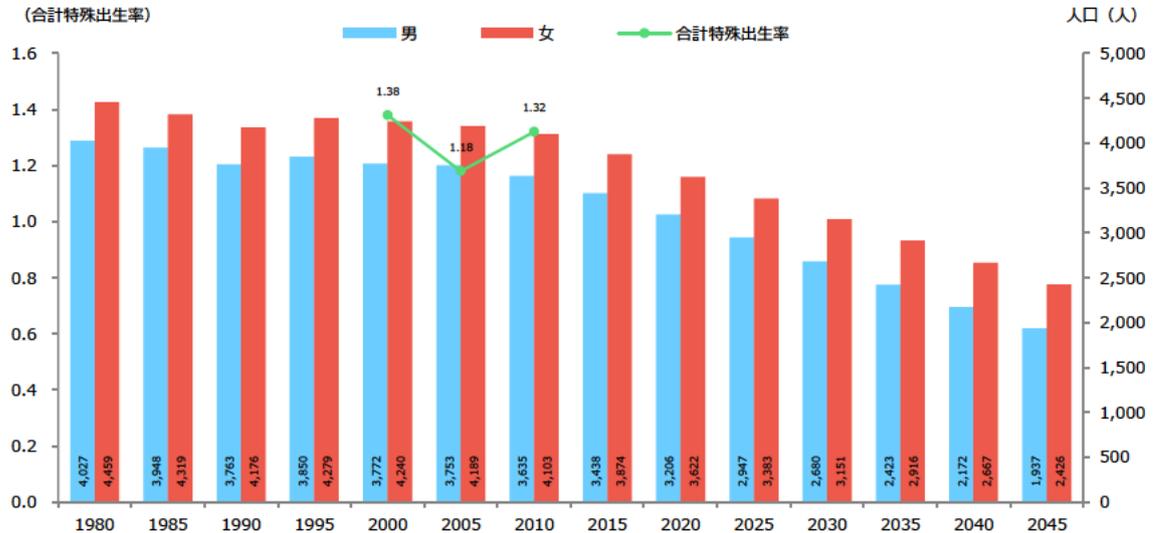
面積：24.86km²
人口：7,523人
世帯数：3,683世帯
交通：
JR外房線御宿駅
(東京から特急で78分)
車で国道128号
又は国道297号
(錦糸町から100キロ)

(人口の推移)

著しい人口減少地域であるとともに、県下高齢化率でも上位に位置する超高齢化地域である。町人口は、令和2年4月1日現在（2020年）7,360人で、令和5年（2023年）には6,283人に減少すると推計されている。また、町の高齢化率（65歳以上/総人口）は、年々上昇傾向にあり、令和2年4月1日現在（2020年）50.7%となっており、千葉県1位の高齢化率となっている。令和5年の人口構成は、65歳以上の人口比率が52.3%（3,290人）、生産年齢人口比率（15～64歳）が41.4%（2,595人）、年少人口比率（0～14歳）が6.3%（398人）になるとされている。

男女別人口・合計特殊出生率の推移（御宿町）

- ・男女別の人口推移と合計特殊出生率を示しています。
- ・合計特殊出生率は自然増減（出生数）に直結する指標であり、低下傾向にある場合には、婚姻率の向上、女性の地元定住促進、子育て支援等、政策面での対応が必要と考えられます。



【出典】 総務省「国勢調査」、厚生労働省「人口動態調査」、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」

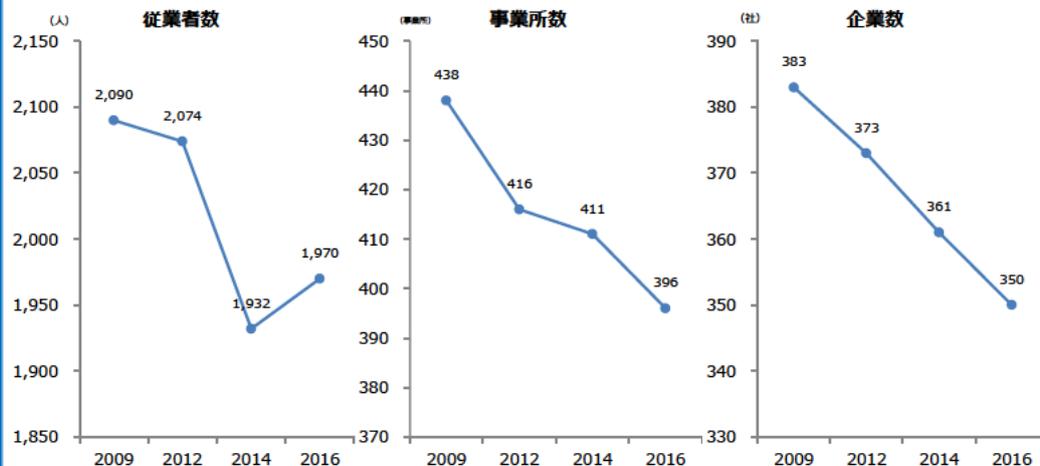
【注記】 2015年までは「国勢調査」のデータに基づく実績値、2020年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（平成30年3月公表）に基づく推計値。

町内産業の現況

（産業の動態）

企業数・事業所数・従業員数の推移（御宿町）

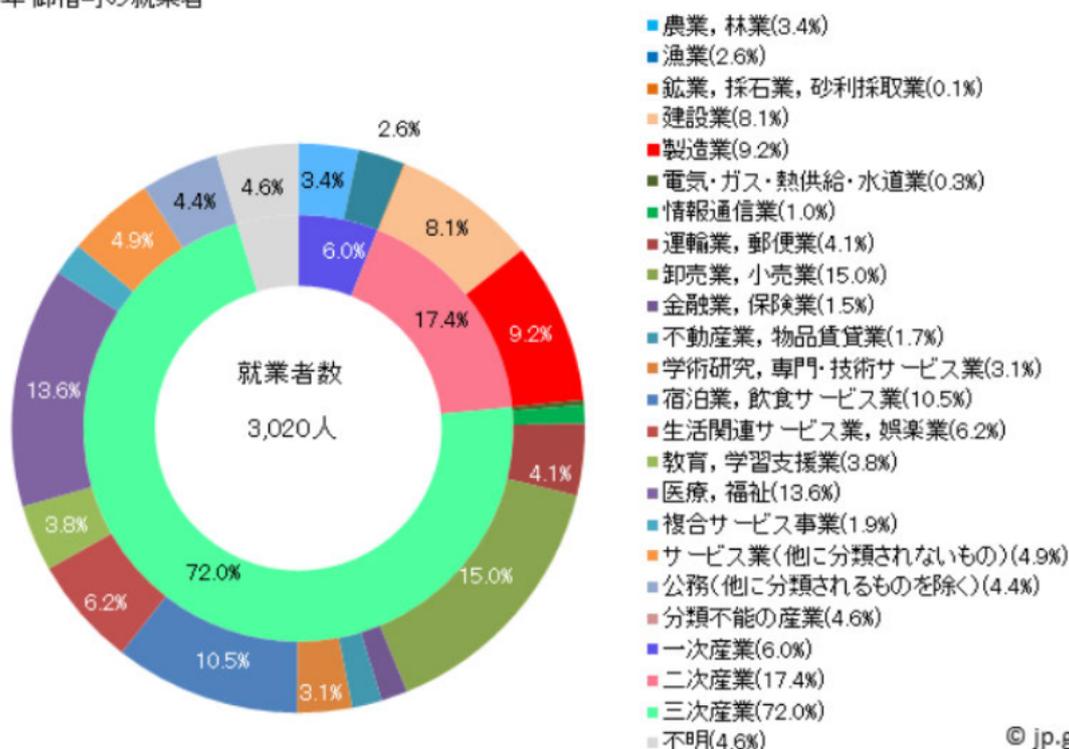
- ・地域産業全体の推移を、企業数、事業所数、従業員数の推移により概観します。



【出典】 総務省「経済センサス基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」再編加工

【注記】 企業数については、会社数と個人事業所を合算した数値。従業員数は事業所単位の数値。

2015年 御宿町の就業者



© jp.gdfreak.com

総務省 国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所 将来推計人口、総務省 住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数を基に GD Freak!が作成

産業構造は、就業者数の比率で見ると、卸・小売業（15.0%）、医療・福祉（13.6%）、宿泊・飲食業（10.5%）の順で高い。地域全体としては、観光関連産業が当地域の主要な産業となっている。

御宿町は、事業所のほとんどが家族従業員及び兼業型商店でその規模も零細・小規模なものが大半であり集客力の低下・店舗の老朽化・後継者不足などで店舗数が減少し空き店舗が増加し経営環境は厳しい状況にある。また、景気低迷からの回復のスピードが遅く定住人口及び交流人口双方の消費人口減少により、経済の好循環の実現が進展していない。開業率が低水準で推移する一方、売上不振・後継者難による廃業が増加傾向にある。

【商工会管内会員数・小規模事業者数】

商工会会員数、小規模事業者数は下記のとおりである。小規模事業者数の増加要因は、正確なデータは把握していないが、おそらく民泊事業者の増加が要因であると思われる。

（商工会員数の推移）

平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度	令和 2 年 9 月 現在
2 4 0 事業所	2 3 2 事業所	2 2 7 事業所	2 2 4 事業所	2 2 9 事業所

(小規模事業者数の推移)

平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度	令和 2 年 9 月 現在
3 3 3 事業所	3 3 3 事業所	3 3 3 事業所	3 4 8 事業所	3 4 8 事業所

【第 4 次御宿町総合計画後期基本計画（平成 30 年度～34 年度）の引用（商工・観光部分）】

御宿町の第 4 次総合計画は後期に入っており、商工・観光部分の現状は以下のとおりである。町の基幹産業である観光産業と、商工業の有機的な連携も求められている。

地域の強みを活かした賑わいあるまちづくり

9 魅せる観光のちから

【観光】

重点施策3

現状と課題

- 急速な経済成長を見せるアジアを中心に、海外観光客の増加が顕著に表れています。一方で、国内旅行の推移をみると旅行をしない若者の割合が多く、長期的な視点で見ると、国民全体の旅行行動の鈍化が懸念されます。また、余暇活動の多様化が進み、旅行の目的も相対的に変化しています。近年、御宿町の観光施設入込数は減少傾向にあるため、交流人口の増加に向けた御宿ならではの取組みが必要です。
- 魅力あふれる御宿の観光を作り上げ、継続的にお客様を呼び込み、地域経済を活性化させていくとともに、住民にとって誇りと愛着の持てるまちづくりを進める必要があります。そのため、観光地としての理念(コンセプト)の明確化、的確なマーケティングの実施(主たる顧客層の設定と位置取り)、そして、戦略的に継続した観光地域づくりを行い、世界に通用する「ブランド」としての評価を確立していくことが求められます。
- 観光には、良好な景観形成、町内インフラの整備、交流人口の拡大、そして、文化財や農山漁村等の活用による地域の魅力向上を図る必要があります。それぞれの関係者が観光を通じて有機的に連携することにより相乗効果を発揮することが重要です。
- 観光施設の老朽化が進むなか、適宜修繕を行っていますが、十分な改修が行われていない箇所が見受けられるため、観光施設の計画的な改修を行い、良好な観光施設を維持管理する必要があります。
- 御宿町には新鮮な魚介類、乳製品、養鶏卵、地酒など魅力ある地域産品がありますが、これら地域産品のPRが十分でないため、個別のPR や試作品開発に取組む必要があります。

【商工業】

重点施策3

現状と課題

- 人々の消費行動が変化している中で、地域産業は住民の暮らしを支える基盤であるだけでなく、まちの活力や賑わいをもたらすことから、安定した経営環境の維持・発展が課題となっています。
- コンビニエンスストアや近隣の大型店舗の利用増大、インターネットなどの通信販売が身近になり、店舗での集客力が低下しています。また、店舗の老朽化や後継者の不足などで、商店街や小売店は店舗数が減少し、空き店舗の増加が懸念されます。
一方で、地域に密着した商業は、日常生活の利便性や地域の活性化に欠くことのできないものであるため、魅力ある商店づくりについて検討する必要があります。
- 事業所等の誘致は、地形的・地理的な制約等により、新規の事業所等誘致は難しい現状にあります。しかし、雇用創出や地域活性化に繋がる取組みとして、空き店舗を活用した個人・事業所の誘致等について、関係者と連携を図りながら検討を進める必要があります。

② 課題

商業においては、市内人口が減少の一途を辿っているため町内の消費拡大を期待することは厳しい。しかし、国による消費喚起施策により都内などから観光等で訪れる交流人口の増加が期待できるものであり、消費者ニーズを的確に捉え、合わせて地元消費も維持するために接客サービス等の向上が課題となっている。

工業においては、事業所自体が減少傾向にあるため、事業所が継続していくためには経営革新や有能な人材確保が課題となっている。

総合的には御宿町としての最大の強みである県内でもトップクラスの観光をいかに活用できるかが今後の活路を切り開くカギとなってくる。第4次御宿町総合計画を踏まえて以下の内容が分野別の課題になっている。

【商工業】

大型総合店や大型専門店への自動車による買い物志向、長引く経済不況による消費需要の停滞、さらにコンビニエンスストアや近隣の大型店舗の利用増大、インターネットなどの通信販売が身近になり、店舗での集客力が低下している。また、店舗の老朽化や後継者の不足などで、小売店は店舗数が減少し、空き店舗の増加がみられる。

また、観光客がせっかく来町しているのに、地域商店への誘因が機能していない。商業については、交流人口の町内各地域への周遊促進と観光消費の喚起が課題となっている。

工業については、町内には事業所数が少ないものの、酒蔵や食品加工事業者などもあり、町内の就業の場を創出している。しかし、経営者の高齢化・事業承継などの課題があり、継続的に経営を行っていくためには有能な人材の確保が必要となっている。また、原材料価格などの高騰により単価の引上げが必要にもかかわらず納品先からの承諾がえられず苦慮するなど業況の厳しさが強まっている。

その一方、御宿町には新鮮な魚介類、乳製品、養鶏卵、地酒など魅力ある地域産品があ

り、これらのPRが十分でないため、個別のPRや試作品開発に取り組む必要がある。人々の消費行動が変化している中で、地域産業は住民の暮らしを支える基盤であるだけでなく、まちの活力や賑わいをもたらすことから、観光資源を十分に活用した商品開発、安定した経営環境の維持・発展が課題となっている。

●工業(製造者)の状況(工業統計調査)

(各年度12月31日現在 H23は2月1日現在 H27は7月1日現在)

年度	事業所(戸)	従業者数(人)	年間製造品出荷額等(百万円)
H20	11	139	1,411
21	9	119	962
22	8	123	1,012
23	11	132	1,125
24	9	132	1,427
25	8	126	1,228
26	8	127	1,235
27	11	119	1,059
28	7	111	1,068

※ H23 は経済センサスー活動調査より
 ※ H27 は経済センサスー基礎調査より

【飲食業・宿泊業】

飲食業及び宿泊業においては、東日本大震災以降、観光客の減少傾向が続いており、近年のコロナウイルス禍の影響もあり、大変厳しい状況にある。

飲食店においては、消費者ニーズにこたえるための競争が激化しており、また、原価・人件費の高騰等も経営に大きな影響を与えている。

宿泊事業者については民泊関連の事業者が増えたことにより、事業者数は増加している。なお、飲食店については、2018年度調査において当町内に50事業所存在している。

観光関連産業である、宿泊・飲食業の主な課題としては、以下の点があげられる。

(ア) 地域ブランディングの確立

余暇活動の多様化が進み、旅行の目的も相対的に変化してる。魅力あふれる御宿の観光を作り上げ、継続的にお客様を呼び込み、地域経済を活性化させていくためには、住民にとって誇りと愛着の持てるまちづくりを進める必要。そのため、観光地としての理念の明確化、的確なマーケティングの実施、そして、戦略的に継続した観光地域づくりを行い、世界に通

●商業の状況(商業統計調査)

(H26.7.1)

項目	商店数(店)	従業者数(人)	年間商品販売額(百万円)	売場面積(m ²)
卸売業計	8	30	944	—
小売業計	72	310	3,471	5,994
繊維、衣服、身の回り品小売業	5	10	x	753
飲食料品小売業	27	155	1,793	1,711
機械器具小売業	8	24	201	485
その他の小売業	31	119	1,425	3,045
無店舗小売業	1	2	x	—
合計	80	340	4,415	5,994

※経済産業省大臣官房調査統計グループ構造統計室商業統計班
 平成26年商業統計表より

※xの数値は、事業所数が少ないため秘匿されています。

●観光施設等入込数

区分	年度	26年	27年	28年	29年
	観光客数(人)	夏季	188,658	130,949	134,461
	年間	343,653	353,623	369,243	280,331
ホテル・旅館(軒)		13	41	41	40
ペンション 民宿・保養所(軒)		42	40	41	42
海の家(軒)		12	10	10	10
駐車台数(台)		9,269	11,745	11,501	10,470
町の観光投入額(千円)		149,727	178,563	135,359	126,294

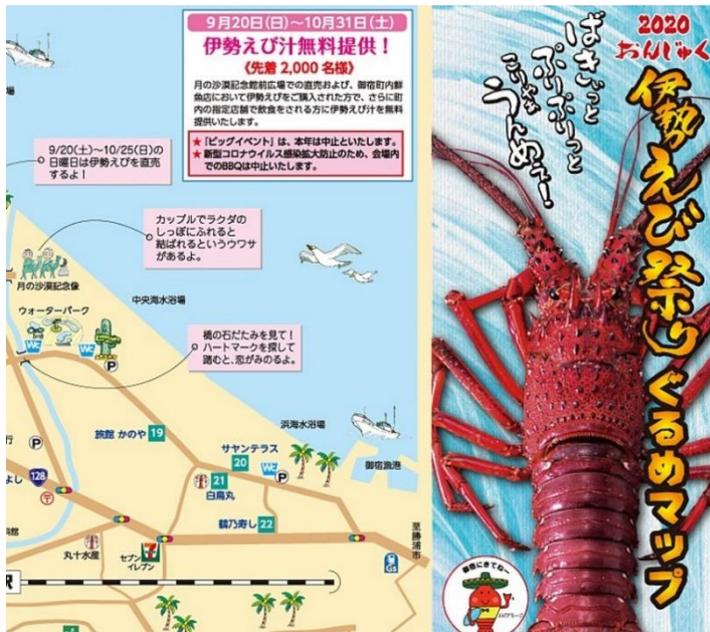
※宿泊施設については、平成26年度までは町による集計
 平成27年度からは夷隅健康福祉センター事業年報
 ※町の観光投入額は観光費を含む商工費の総額です。
 ※観光客数については、平成29年度に集計方法の見直しを行いました。

用するブランドとしての評価を確立していくことが課題である。

(イ) 地域資源の有効活用

観光には、良好な景観形成、町内インフラの整備、交流人口の拡大、そして、文化財や農山漁村等の活用による地域の魅力向上を図る必要。それぞれの関係者が観光を通じて有機的に連携することにより相乗効果を発揮することが重要。

当商工会では、伊勢海老まつり、吊るし雛などを地元商工業者、飲食店、宿泊施設一丸となって取り組んでいるが、まだまだ有効活用しきれていないと言いきれない。今後は、さらに参加者数を増加させるとともに、新たな特産品開発やツーリズム事業との連携などブラッシュアップを行う必要がある。



伊勢えび祭マップ



つるし雛めぐりチラシ

(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

前術のとおり御宿町は少子高齢化が著しい地域であり、経営環境は非常に厳しく、未来は楽観視できない状況である。そのような中、経営基盤の強化を図るべく具体的な支援を実施するとともに、地域経済を支える事業者を増やすために事業承継支援や創業支援に積極的に取り組む。

さらに、地域の主要産業の一つである漁業の衰退は地域経済の停滞にもつながることから、商工業者の活性化と連携した対応が必要である。このため、漁業関係者と商工業者が共に発展できるよう新たな地域経済活性化に向けたモデル構築を目指す。

今までの商工会は、金融、税務、労働などの経営関連事務の支援的な性格が濃く、経営課題を深掘するまでには至らなかった。当商工会としては、これらの事業者に対して、市場規模調査・事業計画の策定・販路開拓支援等、きめ細やかな支援体制を構築することや、職員の支援能力のスキルアップ、関連機関や専門家との連携強化することによって安定した持続的な支援を実施していく。

②御宿町総合計画（第4次御宿町総合計画後期計画）との連動制・整合性

御宿町の方向性

- 農業・漁業・観光などと商工業との連携を図り人の流れを呼び込むための体制づくり
- 町内の観光イベントへの積極的な参加を促し、消費者との交流機会を拡充する
- 空き店舗を憩いのスペースとして活用できるような取り組みにより商店街の活性化を目指す
- 農林業・水産業・観光業などの連携を強化し特産品開発や商品ブランドの育成と開発
- つるし雛事業の拡大に向け、住民や観光客に対し、認知度の向上を図る

御宿町の観光資源・水産物等の地域資源を活用した魅力ある事業の創出及びブランド化等による地域農産物の消費拡大等を施策の方向性として掲げており、地域の小規模事業者の持続的発展や事業者の減少に歯止めをかける事業承継や創業の促進、商工業者と農業者が一体となった地域活性化を長期ビジョンとして掲げる経営発達支援計画と連動性・整合性を有する。

地域の強み・課題・街づくりの方向性を各関係機関と連携し、小規模事業者への持続的発展を図るため、伴走型支援体制を整備するとともに斬新な支援を展開する。

③商工会としての役割

御宿町は千葉県一の高齢化率が高い町であり、後継者不足による廃業が多い。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、町と連携し、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きた。

また、小規模事業者支援事業では、従来の経営改善普及事業の他、各種補助制度の推進、雇用労務及び助成金制度活用による新規雇用の支援を展開し、国・県並びに町の支援のもと活動してきた。

観光振興については、町や町観光協会と連携して、「伊勢えび祭り」「つるし雛めぐり」も開催し、観光の振興と地域の賑わい創出の一役を担っている。

今後も、御宿町との連携を密にし、第4次御宿町総合計画後期計画を踏まえながら、地域の小規模事業者支援機関として事業者の拠り所となれるよう、国や県の小規模事業者施策の窓口として機能する組織・体制を整備し地域経済活性化の中心機関として取組んでいくことが、当会の役割であると考えている。

(3) 経営発達支援事業の目標

(目標1) 伴走型支援による事業計画策定支援の実施

経営指導員が伴走型支援をすることで、小規模事業者が、「現状の把握、問題・課題の抽出、課題の解決」を行う一連のプロセスを効果的に実行することのできるビジネスプラン策定支援をするとともに、環境変化に合わせたビジネスプランの随時変更等のフォローアップ支援を計画的に実行する。

○目標数値

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、町内の小規模事業者の5%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) 地元関係機関等と連携した円滑な事業承継の支援

当町の高齢化率は県下1位となっており、事業承継支援は大きな課題となっている。経営指導員による伴走型支援の仕組みとノウハウを事業承継支援にも取り入れていく。

○目標数値

商工会支援のもと、事業承継引継ぎセンター等と連携して、年間3社、計画期間中で15件の事業承継支援を実施する。

(目標3) 地域の資源を活用した商品開発等の支援

御宿町の総合計画及び基本計画にベクトルを合わせて、地域の資源（農水産資源・観光資源・歴史資源）を活かした商品開発等の支援を実施する。

○目標数値

商工会支援のもと、地元農水産物等の地域資源を活用した商品や飲食店メニューの開発を実施する。年間2件程度、計画期間中で10件の支援を実施する。

(目標4) 御宿町観光の推進と交流人口の増加に向けた支援

御宿町は県を代表する観光地でもあり、来町者数の増加が地域小規模事業者の売上に直結する。そこで当町のブランドイメージ向上や交流人口の増加につながるように、小規模事業者自身が店舗や地域の魅力発信を行うための支援を実施する。

○目標数値

平成29年度の観光入込客数をベースに令和7年度の計画終了時には観光入込客数を3%増加させる。

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

上記1.(3)で設定した目標ごとに記載のこと

(目標1方針) 伴走型支援による事業計画策定支援の実施

効果的に伴走型支援を実施するため、現状と今後の支援方針を経営指導員等と小規模事業者が経営問診票を作成し、現状の問題を共有するとともに今後の課題解決に取り組む。

(目標2方針) 地元関係機関等と連携した円滑な事業承継の支援

これまで、単発の事業承継の相談対応に終始していた支援体制を改め、「事業承継相談はまず商工会へ」といった概念を定着させるとともに、効果的な事業承継促進を行い、高齢化による廃業率の増加を阻止する為、スムーズな事業承継を目指す。これらの取り組みは、地元金融機関や関係団体と連携し活力ある地域づくりに貢献する。

(目標3方針) 地域の資源を活用した商品開発等の支援

当地域の強みである農水産品を活用した六次産業化を促進していくことは、当地域の主要産業である一次産業及び観光産業の発展と地域経済の牽引に効果的であると考えられることから、六次産業化による製品・サービスの流通促進を通じて、小規模事業者の販路拡大と競争力強化を図っていく。

(目標4方針) 御宿町観光の推進と交流人口の増加に向けた支援

既存の地域振興事業である「伊勢えび祭り」、「おんじゅくまちかどつるし雛めぐり」等の開催を通して、交流人口の増加を図っていく。地域資源である自然を活かした事業を行い、地域経済の好循環を生み出す。地域の魅力を再確認するとともに域外の方々に最大の地域資源である海の豊かさを伝え、当町のメイン産業である宿泊・飲食・サービス業のアイデアを持っている事業者と連携し、新たなサービスおよび新商品の開発に取り組む。

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】 経営指導員が地域の経済動向について新聞やインターネット等により情報を収集するに留まっている。

【課題】 統計データ等による情報を体系的に収集して小規模事業者支援に活用するといったことができていない。今後は、小規模事業者の持続的発展を促すために各事業者の持つ強みを活かす事が重要であり、顧客のニーズを的確に捉え、経済動向に基づく販路開拓支援が必要となっている。

(2) 目標

経営指導員が国・県等の施策情報や地域の経済動向について自ら調査、分析し、データとして情報整理したものをそれぞれの小規模事業者のニーズに合わせて適宜情報提供できるようにする。

また、現在実施している景気動向調査の情報を共有し、常に最新である施策等を活用して小規模事業者支援が行えるようにする。

支援内容	現状	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
①地域の経済動向分析の公表回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	未実施	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

当地域の産業や事業者に対して最も適した施策等を活用し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員が「RESAS」(地域経済分析システム)等を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

なお、効率的な情報の入手方法や分析手法については、収集する情報の中でも、重要度・緊急度等によって分類し整理する。

【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。

【情報収集等を行う分析項目】

情報入手先	分析項目	時期
RESAS	地域経済分析システム	随時
総務省統計局HP	経済センサス、消費者物価指数、家計消費額、商業統計調査	随時
中小・小規模企業白書	地域経済・社会構造の変化、国の施策動向	毎年5月
中小企業景況調査	売上高、資金繰り、設備投資	四半期
ミラサポ	施策マップ	随時
業種別審査事典	業種の特徴、市場規模、経営指標	随時
千葉県HP	千葉県統計課による各種統計情報	随時
日本銀行	さくらレポート (国内各支店から見た景気情勢)	随時
千葉財務事務所	県内経済動向・統計	随時
帝国データバンク	新設会社紹介、倒産・動向記事	月1回
中小企業施策利用ガイドブック	各種施策情報	毎年5月
J-Net21	各種施策情報等	随時
日経テレコン	売れ筋情報、POS データ、マスコミ報道情報	随時

②管内の景気動向等の把握

全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に地域の現状に即した調査項目を追加し、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15社

(製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から3社ずつ)

【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】巡回指導の際に調査票を配布し、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

- 小規模事業者のニーズに合致する施策情報を経営指導員が必要な時に適宜提供する。
- 情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- インターネットや書籍および各種調査・媒体から情報を収集・整理し、小規模事業者に指導する際の参考資料として適宜情報提供を行う。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 全くやっておらず、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が不足しており、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い。

【課題】 事業者顧客ニーズの必要性を周知し、商品開発や販路開拓につながるよう当会が十分に対応できる支援体制を整える事が課題となっている。また、経営指導員に不足しているノウハウについては専門家の力を借りながら支援を実施する。

(2) 目標

事業計画の策定時だけではなく、計画の策定後に計画の見直し・修正が必要となった場合においてもその都度、それぞれの商品・サービスにおける需要の動向に関する最新情報を収集・整理し、提供する。

支援内容	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
グルメ&ダイニングスタイルショー 春出展事業者数	-	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
伊勢海老まつり 出展事業者数	-	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件
つるし雛めぐり 出展事業者数	-	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件

※おんじゅく伊勢えび祭りは、毎年9月～10月に月の沙漠記念館前を歩行者天国にして開催される、伊勢えびの直売をメインに町内事業者が特産品等を販売するイベントである。
主催：御宿町観光協会 後援：御宿町・御宿町商工会
来場者数 12,000 人（令和元年）

※おんじゅくまちかどつるし雛めぐりは、毎年2月中旬～3月上旬に月の沙漠記念館や町内商店30カ所につるし雛を展示し、あわせて地元の観光PRと特産品の販売を行う。
主催：おんじゅくまちかどつるし雛めぐり実行委員会
（構成団体：御宿町・御宿町商工会・御宿町観光協会他）
来場者数 17,500 人（令和元年）

(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、開催するイベント、商談会、物産展等において、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】 1商品あたり30件程度のアンケートを実施

【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
(御宿町の伊勢海老、あわび、いすみ米、地酒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】

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、経営指導員等が聞き取りのうえ、分析を行う。

【調査項目】

商品・製品の価格、品質・味・量、商品やパッケージのデザイン、関心度・商品の新鮮感、購入や利用のしやすさ、商品・サービスに対するイメージ、用途・目的（家庭用、贈答用等）、新規性・需要見込、取引ロット数、納期、納品方法、業界内のトレンド（何が流行しているか）、改善点（自由記載：品質、価格、その他において改善を要する点）等

【商工会の支援内容】

- ・需要動向の収集及び活用が必要な事業者の選定
- ・実施スケジュールの作成
- ・調査項目の選定
- ・調査票の作成提供
- ・回収した調査票の分析、提供
- ・調査結果を活用した商品の開発、改良等のアドバイス

【分析結果の活用】

持続的発展を促すため事業者の行った調査結果を経営指導員等が集計・分析し、レポートにまとめるとともに顧客の求めるニーズを的確に分かりやすく事業者に提供する。また、各事業者の強みを活かし、今後は需要動向に基づいて各事業者に合った販路開拓を支援する。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 持続化補助金等の申請時に合わせて経営分析を行っている。平時には、経営指導員2名による経営指導を行っているが、持続的な経営を目指すよう事業所にアドバイスをを行い、経営分析を実施するよう促しても取組むまでにはなかなか至らない。

【課題】 経営指導員の巡回・窓口相談、各種セミナーの開催等を通じて自事業所の実情を把握することの重要性を認識してもらうことが課題である。

また、常時、顔を合わせる経営指導員に対して甘えが生じるケースが散見されるため、外部専門家等の声を入れることが効果的である。

(2) 目標

巡回・窓口相談、各種セミナー参加者の中から、自ら課題解決等に積極的に取り組んでいる事業所や持続化補助金等の申請を行った事業所を中心に、基本戦略から中長期にわたった経営計画を的確な分析を行って支援する。

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①セミナー開催件数	2回	4回	5回	5回	5回	5回
②分析件数	2件	8件	15件	20件	20件	20件

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

経営分析を行う事業者の発掘のため、経営分析セミナーの開催を開催する。あわせて、巡回訪問、窓口相談における金融相談・税務相談・労務相談・補助金相談等において広く周知を行う。

【募集方法】 全会員に文書で配布の他、ホームページにて周知する

【開催回数】 初年度は4回を予定し、その後毎年度5回の開催する

【参加人数】 1回あたり10名を予定

商売繁盛相談窓口（事業計画策定支援窓口）の活用

本相談窓口チラシを行政や金融機関等にて配布するなど広くPRし、地域内全ての小規模事業者を対象に相談案件を掘り起す。

本相談窓口では、経営状況の分析や課題の整理が出来ていない小規模事業者が商工会に気軽に相談することからスタートし、地域経済動向や需要動向調査等の情報を提供しながら、経営状況を分析した上で事業計画策定支援、新たな需要開拓支援へと伴走支援することを目的としている。

相談件数も徐々に増え、相談者からの評判も良くリピーターとなっているケースもあることから、千葉県からも高い評価を得ている。

上記事業を活用し、経営課題が明確となっていない小規模事業者等を中心に経営状況の分析や後述する需要動向調査等による情報を提供し、実行性の高い事業計画策定を支援する。

商売繁盛窓口の設置内容

- ・商工会に毎月1回、定期継続して設置
- ・事前予約制（1回あたりの相談は1時間程度）
- ・2事業所（1回あたり）
- ・専門家（中小企業診断士等）と経営指導員が同席して相談に対応

【対象支援】

御宿町内における事業所

【手段・手法】

中小企業診断士等を相談窓口の専門家として招聘し、主に事業計画策定に関する相談に対応し、事前相談予約が無い場合は、経営指導員の巡回指導に専門家も同行し、案件を掘り起こすものとする。

②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者・持続化補助金等の申請事業者から、意欲的で販路拡大の可能性の高い20社を選定する。（選定事業者を段階的に増やしていき、計画3年目以降は20社を目標とする）

【分析項目】定量分析たる「財務分析」、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】日常業務で活用している経営問診票は、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、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。

（４）分析結果の活用

対象事業者の経営課題抽出と、特性を生かした解決策を提案することで、今後の方向性の提案と事業計画策定に活用する。経営分析によって小規模企業の経営の強みや弱みを客観的に把握し、地域の経済環境や市場性などを踏まえて事業計画策定支援を継続的に行う。

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。

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、地域の経済状況や需要動向の変化に大きく影響を受けている一方で、顧客ニーズや自らの強み・弱み等の経営状況が十分把握出来ていない。そのため事業計画策定の意義や重要性に対する認識も低いのが現状である。

【課題】経営指導員による事業計画策定支援の周知や受入体制が不十分であり、あわせて事業承継においても必要な支援体制を整えることが喫緊の課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

今後は、巡回・窓口相談やセミナー等において、全ての小規模事業者を対象として事業計画の重要性を広く啓蒙していく。

具体的には、経営の根源であり指針となる経営理念を確認したうえで、地域の経済動向調査や需要動向調査を踏まえた経営状況の分析を行い、需要を見据えた事業計画策定支援を実現する。

経営指導員は、「商売繁盛相談窓口」や「専門家派遣制度」による専門家と一緒に支援を行い、OJTを受けながら事業計画策定支援のためのノウハウを習得する。

また、県内の主要金融機関である千葉銀行、京葉銀行、千葉興業銀行と県内全ての商工会が、地域経済発展に関する相互連携協定（「経営発達支援事業の推進」、「包括的創業支援による地域経済の活性化」等）をそれぞれ結んでいる。

これにより、金融機関にて商工会の経営発達支援事業や事業承継支援のPRを行い、金融機関経由の経営相談についても商工会が積極的に支援し、事業計画策定支援につなげる。また、資金需要時の金融機関との迅速な連携を可能とする。

(3) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
①事業計画策定件数	—	8 件	1 5 件	2 0 件	2 0 件	2 0 件
②事業承継支援計画策定件数	—	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件

(4) 事業内容

①-1 事業計画策定セミナーの開催

これまでのセミナーは、経営革新や補助金等の申請者を主な対象としていた。

今後は、日常における指導の中で、経営状況の分析支援を行った小規模事業者に、法定経営指導員が中心となって今後の方向性を他の経営指導員等に指示し、事業計画策定へとステップアップを図る。

募集方法	チラシの個別配布 HPでの周知
回数	集団セミナー：1回 個別指導相談会：10回
事業内容	<p>事業計画策定セミナー</p> <p>○小規模事業者が作成した事業計画をサンプルとして解説。 ○伴走型で支援する事業計画作成の流れを説明。</p> <p>セミナー終了後のフォローアップとして個別相談会 月2回 各4時間程度</p> <p>目標セミナー参加者数：20名程度 個別相談会参加事業者：20事業者</p>

【対象支援】

経営分析を実施した事業者

【手段・手法】

事業計画策定セミナーの受講者に対し、法定経営指導員を中心に今後の方向性を決めた上で外部専門家と連携し、確実に効果的な事業計画の策定を支援する。

①-2 専門家活用による事業計画策定支援

県の補助事業であるエキスパートバンク（経営・技術強化支援事業）制度をはじめ、ミラサボ等、国の専門家派遣制度を活用し、実行性の高い事業計画が策定できるよう支援する。

また総合的・先進的なアドバイスを必要とし、高度専門的な案件については、伴走型小規模事業者支援推進業を積極的に活用し、小規模事業者の経営課題の解決を図る。

【対象支援】

専門的な経営課題の解決を希望する事業者

【手段・手法】

専門家派遣制度を活用し、実行性の高い事業計画が策定できるよう支援

②事業承継計画策定支援

千葉県事業引継ぎ支援センターとの連携を強化し、後継者不在などにより、事業活動の継続について課題や悩みを抱えている小規模事業者と事業の買収希望者とのマッチング支援等を行い、事業計画の策定を支援し小規模事業者の存続と雇用の確保を図る。

【対象支援】

事業承継を検討している事業者

【手段・手法】

法定経営指導員が千葉県事業引継ぎ支援センターの専門家と協力し、事業承継計画の策定を支援する。

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、経営革新計画が承認された小規模事業者や持続化補助金等を活用した小規模事業者に対してのみフォローアップを実施していた。フォローアップの頻度も不定期であり、その内容も担当する経営指導員の判断で行っていた。

【課題】計画の進捗状況が芳しくなく、早期に計画の見直しや修正等が必要な場合のフォローアップが出来ていなかった。今後は、計画の進捗状況に応じて計画的にフォローアップを実施するほか、支援内容の質的向上を図り、計画の実現性を高めていくことが課題となっている。また、事業承継支援については、千葉県事業引継ぎ支援センターと連携構築が必要となっている。

(2) 支援に対する考え方

今後は、事業計画を策定支援して終わりではなく、定期的に進捗状況をフォローアップし、場合によっては計画の見直しや修正を行い、計画が終了した後も新たに次期事業計画を策定するための支援体制を構築する。

事業計画の策定を支援した全ての小規模事業者がそれぞれの経営課題を解決し、目標を達成するよう計画の進捗を管理し、場合によっては計画の見直し・修正まで支援する。また、最新の需要動向や販路開拓などに関する情報提供を定期的な訪問やメール配信により行うことで、小規模事業者自身が環境変化に気づく機会とし、策定した計画の修正・見直しに対する意識向上を図る。

(3) 目標

支援内容	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
フォローアップ対象事業者数	—	8 件	1 5 件	2 0 件	2 0 件	2 0 件
頻度（延回数）	—	3 2 回	6 0 回	8 0 回	8 0 回	8 0 回
売上増加事業者数	—	3 件	5 件	5 件	6 件	6 件
利益率 5 % 以上増加の事業者数	—	3 件	5 件	5 件	6 件	6 件
事業承継事業者フォローアップ数	—	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件

(4) 事業内容

事業計画策定 20 件に対し、四半期ごとに 1 度巡回指導を行う。（フォローアップ対象事業者数を段階的に増やしていき、計画 3 年目以降は 20 件を目標とする）ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。経営指導員は、事業計画の進捗を管理するほか、地域の経済動向調査、需要動向調査による最新情報を提供する。

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、他区等の経営指導員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策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

事業計画の見直し・修正等において高度なフォローアップを必要とする場合には、専門家派遣をコーディネートする。

あわせて、事業承継事業者についても千葉県事業引継ぎ支援センターと連携して支援を実施する。

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】 少子・高齢化の進展もあり域内での需要は減少傾向にある。また、近隣市への大型店出店やネット通販の普及などもあり、小規模事業者にとっては厳しい経営環境となっている。このような状況下で危機感を持って事業の持続化に取り組もうとしない事業者が多くみられる。

【課題】 新規顧客の獲得や需要拡大の一助として、展示会の出展案内や地域のイベントへの参加を促すなど支援を行ってきたが反応が弱い。優れた技術や商品・サービスを保有しているも、営業活動のノウハウがなく販売促進ができていない等の事業所が多くみられる。このような事業者に対し、積極的にかつ効果的に顧客獲得ができるよう支援することが課題となる。

(2) 支援の考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、地域で開催されるイベントへの出展や首都圏で開催される既存の展示会への出展を斡旋する。出展にあたっては、経営指導員が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、専門的で効率の良い陳列、接客など伴走支援を行う。

(3) 目標

支援内容	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
① 地域イベント出展事業者数	—	6 社	6 社	6 社	6 社	6 社
売上額/社	—	5 万円				
② 県内外での各種展示会 商談会出展事業者数	—	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
取引成約件数	—	1 件	1 件	2 件	2 件	2 件

(4) 事業内容

① 地域イベント出展事業 (BtoC)

地域内で開催される「おんじゅくまちかどつるし雛めぐり」「おんじゅく伊勢えび祭り」などのイベント出展者を募り、来場者に商品やサービスを提供する。この機会を活用して商品・サービスをPRするとともに需要開拓を図る。ケースに応じて出展者の掘起こしを行い、需要開拓の機会を設ける。

「おんじゅくまちかどつるし雛めぐり」においては、出展可能スペース10のうち、商工会が斡旋して3社の出展を目指す。「おんじゅく伊勢えび祭り」においては、出展可能スペース15のうち、商工会が斡旋して3社の出展を目指す。

支援対象	一般消費者の需要を把握し、新たな商品・サービス等を開発したい事業者
訴求対象者	一般消費者
事業内容	<p>1. おんじゅく伊勢えび祭り（9月～10月） 町内小規模事業者から特産品等が集まり、商品展開力・販売力向上を図る。 来場者数 12,000人 出展者数 14事業者（令和元年） 主催：御宿町観光協会 後援：御宿町・御宿町商工会</p> <p>2. おんじゅくまちかどつるし雛めぐり（2月中旬～3月上旬） 地元特産品を活用した小規模事業者が製造した特産品を、町内外の来場者に販売し、商品展開力・販売力向上を図る。 来場者数 17,500人 出展者数 7事業者（令和元年） 主催：おんじゅくまちかどつるし雛めぐり実行委員会 （構成団体：御宿町・御宿町商工会・御宿町観光協会他）</p>
支援内容	商工会としては、参加する小規模事業者に対し、専門家派遣事業なども活用して商品のブラッシュアップや魅力的な陳列や接客、販売方法等専門支援も展開する。

②バイヤー等への需要開拓支援（BtoB）

県内外で開催される各種展示会・商談会などの情報提供と出展支援を行う。出展にあたっては事業者の取引拡大につながるよう、出展に係る書類作成の支援や、出展後のフォローを行って取引拡大や商談時の成約率高めていくための支援を行う。

支援対象	バイヤー等の新たな需要開拓を目指し、新商品（主に自社製品）・新サービスなどのPR・受注拡大に繋げたい小規模事業者
訴求対象者	地域内外に販路を持つ商社、卸・小売業等のバイヤー等
展示会等	○グルメ&ダイニングスタイルショー（春2月上旬 秋10月上旬）
支援内容	出展申込に関する申請書の作成から出展に係るブースのレイアウト、出展商品の選択等支援を行う。また、出展での効果を高めるため専門家派遣事業なども活用して、商談に必要な販促ツールの準備や商談の進め方等、他出展者と差別化した展示ブースの作り方等を指導する。

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】 現状では、理事会において事業の進捗状況を報告しているとともに、年 1 回総会時に会員に対して事業報告を行っている。また、千葉県内の商工会で支援方針や計画の目標項目等を統一した「事業評価システム」を策定し、年度ごとに目標の達成度を評価・検証している。しかし、評価・検証後の詳細な各事業の見直し修正までされていないのが実態である。

【課題】 本事業の進捗状況等を確認・評価し、その後の事業実施方針等に反映させるためにも、各事業の内容について見直し修正できる仕組みを構築していくことが課題となっている。

(2) 事業内容

従来から実施している「事業評価システム」と本計画との整合性をとりながら、毎年度、本計画に記載する事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・見直しを行う。

(1) 進捗状況を内部実施

半期ごとに、商工会長、御宿町産業観光課担当者、外部有識者（中小企業診断士等）、法定経営指導員をメンバーとする事業評価委員会を開催し、事業の評価及び見直しを行い、その都度ブラッシュアップすべきものは迅速に実施する。

(2) 年度評価と次年度に向けた計画のブラッシュアップ実施

年度終了時に目標達成度による事業評価を行い、目標との乖離があった場合は、原因分析をした上で外部有識者（中小企業診断士等）の専門家によるアドバイスを受け、次年度に向けた計画のブラッシュアップを実施する。

(3) 商工会の理事会への報告

上記の年度評価と次年度に向けた計画のブラッシュアップした内容は、年度ごとに商工会の理事会へ報告し、承認を受ける。

(4) 事業の成果・評価等についての公表

毎年度、事業の成果・評価・見直しの実施結果を県連へ報告し、商工会のホームページで公表し、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

9. 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】 商工会は従来から経営改善普及事業の柱として記帳指導・税務指導及びマル経融資等の金融指導や労働保険事務組合制度による労務指導中心の支援業務に従事している。小規模事業者が抱える経営課題に対し、事業計画の策定とその着実な実施を事業者に寄り添って支援する体制が取れていないのが現状である。

【課題】 職員数の減少によるマンパワー不足、支援ノウハウの蓄積ができない、職員の支援能力にバラつきがあるのが課題となっている。上記課題を解決するためにも支援体制の構築が必要となっている。

(2) 事業内容

①職員間の事例発表等による支援能力の向上

ブロック単位での会合で、経営指導員相互の知見を共有し、経営指導員個人の暗黙知的なノウハウではなく、商工会組織全体の形式知として昇華させる。また、年1回開催される千葉県商工会連合会主催による経営支援事例発表会を通じて、支援ノウハウの共有と支援能力の向上を図る。

②経営指導員向けの研修実施

経営指導員に対するOFF-JTとして、千葉県商工会連合会が年7回開催する「業務分担別研修（1回あたり6時間程度）」に経営指導員が参加し、支援ノウハウ習得に努める。また、中小機構が中小企業大学校で実施する「中小企業支援担当者等研修（1週間～1ヶ月程度）」に経営指導員を積極的に参加させ、支援ノウハウ習得に努める。

③補助員等向けの研修実施

補助員等に対するOFF-JTとして、千葉県商工会連合会が年7回開催する「基本能力研修（1回あたり6時間程度）」に補助員等が参加し、支援ノウハウ習得に努める。

④経営指導員向けのeラーニング研修システム

経営指導員に対するOFF-JTとして、eラーニングを活用した研修システム「経営指導員等WEB研修」を全経営指導員がウェブ受講することで、支援ノウハウ習得に努める。

⑤経営問診票（千葉県商工会の独自ツール）を活用した経営情報のデータベース化

千葉県商工会連合会が独自ツールとして開発した本問診票を活用して、SWOT分析を中心に小規模事業者の経営課題の洗い出しを頻繁に実施することによって、経営指導員のヒアリング能力と経営課題解決のための支援能力の向上を図るものである。

本問診票の情報はデータベースとして蓄積し、国や県の補助金申請や経営革新計画等の案件掘り起しに有効活用している。

また、人事交流等（退職含む）で職員に異動があった場合でも、商工会に蓄積した本問診票の情報データを活用し、継続的な経営支援を実施することができる。

⑥「商売繁盛相談窓口」の担当専門家（中小企業診断士等）によるOJT

「商売繁盛相談窓口（事業計画策定支援窓口）」を担当する専門家による窓口相談業務及び巡回訪問支援を通じて、経営指導員が小規模事業者とのコミュニケーション能力やヒアリング能力、経営課題解決等の支援ノウハウを習得する。専門家が寄り添い、経営指導員が主体となった事業計画策定支援ができるようになることを目標とする。

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】 他支援機関との連携は、町内ある2金融機関・近隣商工会を中心に必要に応じて実施している。しかし、より具体的な情報・ノウハウ等の情報交換は国等の施策が実施されるときだけに行っているのが現状である。

【課題】 小規模事業者の複雑・多様化する課題や、新たな販路開拓を支援するためには、タイムリーに解決策等提案できないのが課題となっている。今後は、経営発達支援事業の円滑な実施に向けて他支援機関との連携を密にし、支援ノウハウや情報交換を定期的に実施していく。

(2) 事業内容

①夷隅ブロック商工会（いすみ市商工会・大多喜町商工会・勝浦市商工会・御宿町商工会）の経営指導員会議を活用し、支援の現状等について情報交換をするとともに、支援のノウハウ、支援の現状、今後の課題、成功事例 失敗事例等についてより具体的な情報交換を行う。（年3回）

②地域資源を活かした新商品開発を進めるため、御宿町産業観光課、御宿町観光協会、商工会青年部・商工会女性部、漁業協同組合と地域資源活用から地域ブランドの創出に関わる情報交換・企画立案を行う。（年1回）

③千葉県商工会連合会が主催する経営問診票を活用した事例発表会への出席し、他地域の現況を把握するとともに、フォローアップに関する支援情報を支援機関同士が共有するために情報交換を行う。（年1回）

④金融支援に関する連携

金融機関の中で連携頻度の高い日本政策金融公庫と情報交換を行い、小規模事業者が活用する融資制度について確認を行うとともに、有利な国の施策等について情報を共有する。（年1回）

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】 商工会が主体となって実施している「おんじゅくまちかどつるし雛めぐり」や御宿町・観光協会主催の「おんじゅく伊勢えび祭り」が御宿町での大きな地域振興事業となっている。来場者数は年々増加傾向にあるが、内容において変化がなく今後を見据えた場合、先細りになってしまうのではないかと懸念されている。

【課題】 上記事業においては、交流人口の増加に効果的な事業ではあるが、各種の事業が主催団体のみの運営であり、地域内での共有が浅く地域資源の活用やそのPR等が効果的になされておらず広がりが大きくなっていないという課題がある。

(2) 事業内容

①御宿町地域資源活用検討委員会の開催

交流人口の増加を図るため、観光産業の活性化・地域資源の活用による6次産業化など、御宿町の活性化等を協議するため、御宿町役場・御宿町観光協会・岩和田漁業協同組合などの関係者にて検討委員会を開催する。商工会は、委員会の事務局を担うとともに中心的な役割を果たしていく。(年2回)

②地域振興事業のブラッシュアップ実施

商工会が主体となって実施していた「おんじゅくまちかどつるし雛めぐり」においては、数年前より運営体制の見直しが行われ、御宿町・御宿町観光協会・岩和田漁業協同組合等各種団体が参画した実行委員会主体事業となり更なる飛躍が期待されている。このような中、マンネリ化した事業に外部専門家等からアドバイスを受けるとともに検証を行う。

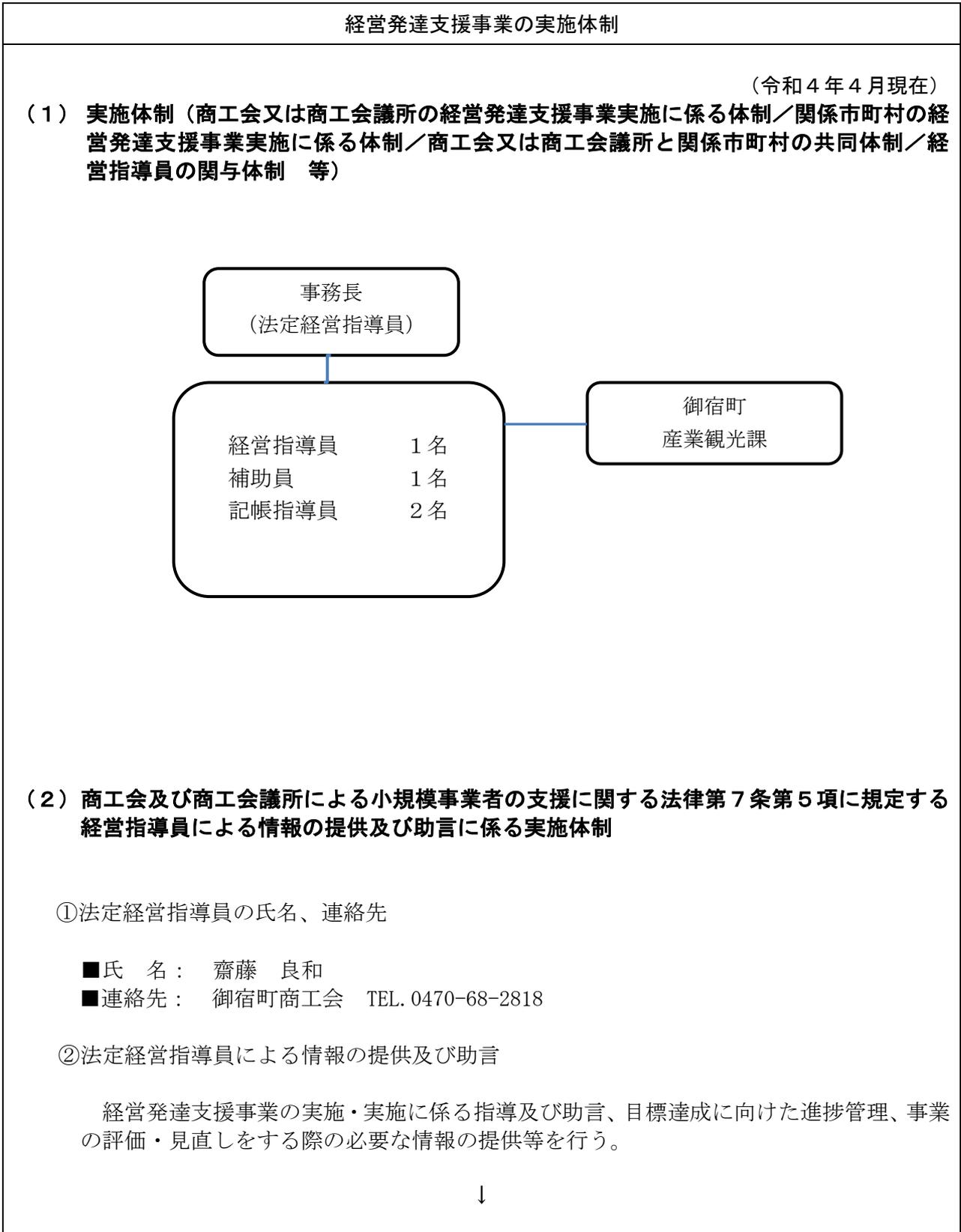
③魅力ある商店の育成事業

年々減少傾向にある商店数に歯止めをかけるため、既存の御宿町商店振興会を活用した「町外からの顧客を獲得する事業」を実施する。既存客のみでは確実に減少を続ける売上げに対し、外部からの顧客を獲得は不可欠である。そのため、イベントを実施し、商店会内の回遊を高める他、新規の顧客の獲得を図る。

商工会は、商店振興会の事務局を担うとともに中心的な役割を果たしていく。

○ポイント倍返し計画 (年2回)

(別表2) 経営発達支援事業の実施体制



様式第3（別表2）



（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

〒299-5113

千葉県夷隅郡御宿町新町 417-22

御宿町商工会

TEL : 0470-68-2818 / FAX : 0470-60-3008

E-mail : info@onjuku.or.jp

②関係市町村

〒299-5192

千葉県夷隅郡御宿町須賀 1522

御宿町 産業観光課 商工観光班

TEL : 0470-68-2513 / FAX : 0470-68-3293

E-mail : kankou@town-onjuku.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	1,640	1,940	1,940	1,940	1,940
○専門家派遣費	840	840	840	840	840
○セミナー開催費	500	600	600	600	600
○展示会・商談会出 展費	400	600	600	600	600

調達方法
会費収入、御宿町補助金、千葉県補助金、特別賦課金、手数料、受託料、使用料

(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