

経営発達支援計画の概要

実施者名	袖ヶ浦市商工会（法人番号9040005008142） 袖ヶ浦市（地方公共団体コード 122297）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目 標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>① 伴走型支援による小規模事業者の経営力向上</p> <p>② 被災事業者への復旧・復興支援や円滑な事業承継、創業支援等による小規模事業者数の維持</p> <p>③ 地域内消費の増加による地域経済の活性化</p> <p>④ 関係機関との連携支援体制の強化及び経営指導員等の支援能力向上</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3-1 地域の経済動向調査に関すること 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とともに、小規模企業白書を活用して小規模企業の全国的な地域動向等の調査を実施する。</p> <p>3-2 需要動向調査に関すること 地域イベントを活用して商品改良に向けてのマーケティング調査を実施するとともに、各種データ等を活用して需要動向調査を実施する。</p> <p>4 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。</p> <p>5 事業計画策定支援に関すること 経営分析を行った小規模事業者や小規模事業者持続化補助金等の補助金申請者、創業予定者を中心に事業計画策定支援を実施する。</p> <p>6 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。</p> <p>7 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ニッポン全国物産展への出展支援やホームページ開設等の支援、SNS活用相談会の開催によって販路開拓支援を実施する。</p>
連絡先	<p>袖ヶ浦市商工会／〒299-0261 袖ヶ浦市福王台3丁目1番の3 TEL：0438-62-0539／FAX：0438-62-7422 E-mail：info@sodegaura.or.jp</p> <p>袖ヶ浦市 商工観光課 〒299-0292 袖ヶ浦市坂戸市場1番地1 TEL：0438-62-3428／FAX：0438-62-7485 E-mail：sode19@city.sodegaura.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

袖ヶ浦市は、千葉県の中西部、東京湾沿いのほぼ中央に位置し、東西の距離14km、南北の距離13.5km、周囲84.5kmの市域で面積94.93km<sup>2</sup>を有し、東部は市原市、西部は木更津市に接している。東京湾に面した北西部一帯は埋立地であり、石油製油所などの大規模な工場が立ち並んでいる。

それとは対照的に、市の中央部には田園風景が広がり、東部はゴルフ場やキャンプ場のある山林があるなど、豊かな自然が残されている。



(イ) 歴史

「袖ヶ浦」の地名は、日本武尊が相模国から東征の折り、走水（東京湾）を渡る際に大時化にあい、海神の怒りを鎮めるため海中に身を投じた妃の弟橘姫の袖が、この地方の海岸に流れ着いたという伝説に由来している。

また、市内各地で土器・石器類が出土し、古墳等の遺跡が数多く存在するなど、人々の良好な生活領域として古くから文化が発達していたことがうかがえる。人々の生活は、温暖な気候と東京湾の海産資源に恵まれていたことから、沿岸部では海苔の養殖など漁業と農業、内陸部では低地の稲作や台地の畑作など農業を長らく基盤としてきた。このような状況は、昭和41年に始まった海岸の埋立て造成によって転機を迎え、京葉工業地帯の一翼を担う石油化学やエネルギー関連等のコンビナートが形成され、産業構造や雇用、労働環境は大きく変貌している。

(ウ) 観光

袖ヶ浦市は東京湾アクアラインの活用による都心からのアクセスが高いにもかかわらず近隣市と比べ観光入込客数は伸び悩んでいる。

平成30年度の袖ヶ浦市観光入込客数177万人の内、ウィンターイルミネーションで有名な東京ドイツ村が一ヶ所で105万人と約6割を占めている。

また、いちご、ぶどう及びいちじく等の味覚狩りを楽しめる観光農園や花菖蒲、桜等四季を通じて花々を楽しめる袖ヶ浦公園も人気となっている。



東京ドイツ村



袖ヶ浦公園

(エ) 交通網

幹線道路として市内を南北に首都圏の環状動脈である国道16号線が通っている。高速道路としては東関東自動車道館山線や首都圏中央連絡自動車道が開通しており、平成9年に開通した東京湾アクアラインを経由する高速バスで袖ヶ浦バスターミナルから横浜駅までは約40分、羽田空港までは約30分、新宿駅までは約60分で結ばれているなど、高速バスの利便性が大きく向上している。また、市内各地区をまわる路線バスも運行されているとともに、JR内房線が東京湾



袖ヶ浦バスターミナル

沿いを走り、袖ヶ浦駅から県庁所在地の千葉駅までは内房線で約30分、東京駅までは総武線快速で約75分、京葉線快速では約70分で結ばれている。

(オ) 人口と世帯数の推移

袖ヶ浦市の人口は、現在の市域となった昭和46年11月の合併当方で26,383人、世帯数5,619世帯であったものが、平成30年4月には、人口63,251人、世帯数26,716世帯となり、人口で2.4倍、世帯数で4.75倍と大きく増加したが、近年の伸び率は鈍化傾向にある。

また、一連の人口及び世帯数の推移を見る中で、特筆すべきは人口の伸び率に対して、世帯数の伸び率が大きく、核家族化が進行していることが挙げられる。さらに、65歳以上の高齢化率を見ると、平成13年4月が13.5%であったのに対し、平成30年4月には26.0%と増加しており、高齢化率の上昇が顕著となっている。

	H26	H27	H28	H29	H30
人口	61,895	61,927	62,147	62,390	63,251
高齢者人口	14,175	14,869	15,396	15,955	16,460
高齢化率	22.9%	24.0%	24.8%	25.6%	26.0%
世帯数	25,087	25,359	25,689	26,038	26,716

(出典：袖ヶ浦市公式ホームページ)

(カ) 商工業者数の推移

平成30年時点における主たる業種は、「サービス業（44.6%）」となっており商工業者の過半数を占めている。次いで、「建設業（27.5%）」、「卸・小売業（19.4%）」、「製造業8.2%」と続いている。

卸・小売業、サービス業及び製造業は若干減少傾向にあるが、JR袖ヶ浦駅前の開発や宅地開発が盛んなため、建設業（平成26年の商工業者数と平成30年の商工業者数を比較して6.2%増加）は若干増加傾向となっている。

年度	卸・小売業	サービス業	建設業	製造業	その他	合計
H26	260	595	334	109	5	1,303
H28	260	595	334	109	5	1,303
H30	251	576	355	106	4	1,292

(出典：商工会調査名簿)

(キ) 小規模事業者数の推移

商工業者（H30年／1,292事業者）の95%以上が小規模事業者（H30年／1,226事業者）である。袖ヶ浦市は人口増加地域であり、若い世代を中心とした新規創業が他の地域よりは比較的良好な状況にあるが、事業主の高齢化や後継者不足等に伴う廃業によって廃業者数が創業者数を上回っていることなどから、若干ではあるが小規模事業者数は減少傾向にある。

しかしながら、JR袖ヶ浦駅前の開発や宅地開発等が盛んなため、商工業者数の推移と同様に、建設業（平成26年の小規模事業者数と平成30年の小規模事業者数を比較して6.3%増加）は若干増加傾向にある。

年度	卸・小売業	サービス業	建設業	製造業	その他	合計
H26	250	564	329	92	5	1,240
H28	250	564	329	92	5	1,240
H30	239	544	350	89	4	1,226

(出典：商工会調査名簿)

(ク) 特産品

袖ヶ浦市には高い山もなく丘陵台地と平坦な土地が多く、これらの地形を活かして酪農や農業、果物の栽培が盛んで、牛乳の生産や米（コシヒカリ）、落花生、さやいんげん、トウモロコシ等の農産物が生産・栽培されている。中でも、落花生やさやいんげん、生乳の生産が特に盛んであり、出荷量が千葉県内でも上位となっているとともに、かつて海苔の養殖が盛んであったことから海苔の加工品製造も盛んとなっている。

また、当商工会と市観光協会では、市内の優れた商品を「袖ヶ浦特産推奨品」（当市公認のお土産）として認定している。この認定制度は、袖ヶ浦の逸品のPRと地域の活性化等を目的としており、現在までに24品目を認定している。



(ケ) 袖ヶ浦市産業振興ビジョン

袖ヶ浦市では、「みんなでつくる 人つどい 緑かがやく 安心のまち 袖ヶ浦」を将来都市像とする「袖ヶ浦市総合計画」（計画期間：令和 2～13 年度）の産業振興面の方向性を示すために「袖ヶ浦市産業振興ビジョン」を策定し、本市産業の将来像である「産業が調和したにぎわいと活力のあるまち袖ヶ浦」の実現に向け、工業、商業及び観光業についての基本目標や今後の方向性を次のとおり掲げている。

工業の目標「地域に根ざし産業を先導する工業のまち」

《工業振興の戦略と今後の方向性》

戦略	今後の方向性
① 臨海コンビナート等の競争力強化	a 企業ニーズに基づく側面的支援の継続
② 新たな産業分野への取組支援と企業の誘致	b 市内への立地促進と成長市場への進出支援
③ 熟練技術者の高齢化等による人材確保への対応	c 人材確保・育成への支援
④ 設備の老朽化対応や災害への備え	d 防災・減災の取組みによる安全・安心な操業環境の実現

商業の目標「にぎわいと交流のある商業のまち」

《商業振興の戦略と今後の方向性》

戦略	今後の方向性
① 商業施設・機能の集積化	a 駅前周辺を拠点とした魅力ある商業集積の形成
② 個店の魅力向上	b 商工会と商業事業者の連携による個店の魅力向上・支援
③ 地元商店街の活性化	c 商業事業者と市民が交流する商店街づくり

観光業の目標「人を惹きつける魅力あふれる観光のまち」

《観光業振興の戦略と今後の方向性》

戦略	今後の方向性
① 魅力ある観光資源の発掘	a 市の産業を活かした観光需要を呼び起す商品開発
② 既存の地域資源を活用した観光客の誘致	b 市内の地域資源や周辺市との連携による観光プランの造成
③ 効果的な情報発信による知名度向上	c 市の観光イメージの構築と市民意識の醸成

(出典：袖ヶ浦市産業振興ビジョン)

②課題

(ア) 小売業の課題

J R 駅前やロードサイドの大型店等への消費の集中が顕著であり、加えて商業活動が活発で広域商圈を形成している木更津市や市原市等への消費の流出もあるなど、市内の小売業者を取り巻く経営環境は非常に厳しくなっており、平成6年の392事業者が平成28年には249事業者まで減少している。

このような状況の中、市内の小売業者が今後においても持続的な発展を図るには、個別店舗の魅力向上や差別化、消費者ニーズへの的確な対応などが大きな課題であるとともに、円滑な事業承継も課題となっている。また、市内での消費喚起に向けて賑わい創出等による商店街活性化も課題となっている。

項目	H 6		H 1 6	H 1 9	H 2 4	H 2 6	H 2 8
店舗数	392	⇒	400	319	276	277	249
従業員数	2,419	⇒	3,210	2,598	2,046	1,930	2,205
年間販売額 (億円)	477	⇒	549	388	510	481	437

出典：(経済センサス)

(イ) サービス業の課題

飲食業は、ロードサイドの外出チェーン店等への消費流出に加えて、近年ではJ R 袖ヶ浦駅前の開発に伴い進出した大型商業施設や近接している木更津市へ進出したアウトレットパーク等の大型商業施設のフードコート等への消費の流出が激しく、飲食業を取り巻く経営環境は大変厳しい状況となっている。

また、理美容業やクリーニング業等その他のサービス業についても飲食業と同様にロードサイドのチェーン店等への消費流出が激しく、大変厳しい経営環境となっており、サービス業全体の事業者数は減少傾向となっている。

このようなことから、魅力ある店づくりによるチェーン店等との差別化、ホームページやSNSの活用による情報の発信、技術や提供サービスの見直しなどが課題となっている。

項目	H26	H28	H30
事業所数	595	595	576

(出典：商工会調査名簿)

#### (ウ) 建設業の課題

JR袖ヶ浦駅前の開発や宅地開発等が盛んなため、事業者数は増加傾向にある。しかしながら、従業者数は減少傾向となっている。従業者数減少の主な要因としては、若年層が建設業での就業を敬遠する傾向にあり、若年層の人材が不足しているためである。また、建設業は働き方改革の一環として若者が就業を求めるような労働環境や就業規則等の整備が課題となっているとともに、資材や人件費の高騰等といったことなども課題となっている。

項目	H26	H28	H30
事業所数	334	334	355

(出典：商工会調査名簿)

項目	H23	H25	H27
従業者数	2,860	2,472	2,521

(出典：経済センサス)

#### (エ) 製造業の課題

袖ヶ浦市は首都圏に位置し、アクアライン（東京湾横断道路）や圏央道、国道16号線等の幹線道路網が整備されており、これらの優位性を活かした経営の推進や物流体制の再構築が課題となっている。

また、他の産業と同様に経営者の高齢化や後継者不足に伴う円滑な事業承継や各種施策を活用した先端設備の導入による生産性向上等も課題となっている。

#### (オ) 観光業の課題

袖ヶ浦市の観光入込客数の推移をみると、平成23年3月に発生した東日本大震災の影響で落ち込んだものの、平成25年には150万人と順調に回復し、その後も概ね増加しつつ推移している。中でも、東京ドイツ村には平成30年に105万人が訪れ、県内ランキング13位となっている。

しかしながら、その他の観光施設については、インターネットによる情報発信が弱く、知名度が高くないため観光入込客数は低調であり、効果的な情報発信による観光施設の知名度向上が課題となっている。また、当市はJR内房線や東京湾アクアラインを利用することにより都心から短時間（1時間程度）でのアクセスが可能のため、自然豊かな里山等を活用した新たな観光需要の開拓を図ることも課題となっている。

(単位：万人)

	H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8	H 2 9
観光客数	149.7	159.5	166.0	172.8	168.6

(出典：袖ヶ浦市統計書)

### 主な市内観光施設の入込状況推移

(単位：万人)

施設名	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年
東京ドイツ村	90	98	105	110	106	105
袖ヶ浦公園	23	22	21	22	22	21
ゴルフ場(3施設)	15	15	16	15	16	16
百目木公園	10	10	10	11	11	12
郷土博物館	6	6	7	7	6	6

(出所) 袖ヶ浦市

## (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

少子・高齢化等の社会的な構造変化に伴う市場の縮小、後継者難、更には令和元年9月9日の台風15号(令和元年房総半島台風)等による甚大な被害などにより、当地域の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) 小規模事業者は「人・モノ・金・情報等」が大いに不足している。これらを補うために、自らが強み・弱み等を把握・活用して経営に取り組む小規模事業者の経営力向上を図る。
- (イ) 小規模事業者数の減少傾向に歯止めをかけるために、被災した小規模事業者の復旧・復興や後継者等への円滑な事業承継、創業・第二創業による新たなビジネス創出等への支援を通じて地域経済の活力の源泉である小規模事業者数の維持を図る。
- (ウ) 地域外への消費の流出に歯止めをかけるために、地域内での消費意欲を喚起させる事業に取り組み、地域内での消費拡大に繋げて地域経済の活性化を図る。
- (エ) 高度化・多様化する小規模事業者の支援ニーズに的確に対応するために、経営指導員等の経営支援スキルを向上させるとともに、小規模事業者に寄り添った支援ができるよう支援体制の強化を図る。

### ② 袖ヶ浦市産業振興ビジョンとの連動性・整合性

袖ヶ浦市は、袖ヶ浦市産業振興ビジョンにおいて当市産業の将来像である「産業が調和したにぎわいと活力のあるまち袖ヶ浦」の実現に向け、工業、商業及び観光業について、「地域に根ざし産業を先導する工業のまち」、「にぎわいと交流のある商業のまち」、「人を惹きつける魅力あふれる観光のまち」を基本目標に掲げ、各種施策に取り組んでいる。

商工会としても地域唯一の総合経済団体であり小規模事業者の支援機関として、袖ヶ浦市が基本目標に掲げ、取組んでいる各種施策との連動制・整合性を図るために、小規模事業者の長期的な振興の方向性において「後継者等への円滑な事業承継、創業・第二創業による新たなビジネス創出等への支援や地域内消費の拡大による地域経済の活性化」等を掲げている。

### 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、労働等の基礎的な経営改善普及事業を中心に取組んできた。しかしながら、少子・高齢化等の社会的な構造変化に伴う市場の縮小などにより、小規模事業者を取り巻く状況が大きく変化してきており、厳しい経営環境となっている。そのような経営環境の中、小規模事業者が持続的に事業を発展させるためには、自らが需要動向や強み・弱み等を把握・分析し、それらを活用して経営を促進することが重要となっている。

このようなことから、当商工会では小規模事業者に対して従来から取組んできた金融、税務、労働等の基礎的な経営改善普及事業に加えて、今後においては小規模事業者の事業計画策定等の支援を中心に、コンサルティング機能を発揮して伴走型支援を実施することが必要となっている。

また、地域総合経済団体として袖ヶ浦市と連携し、袖ヶ浦市が掲げている産業振興ビジョン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ことも必要となっている。

### (3) 経営発達支援事業の目標

- ① 伴走型支援による小規模事業者の経営力向上
- ② 被災事業者への復旧・復興支援や円滑な事業承継、創業支援等による小規模事業者数の維持
- ③ 地域内消費の増加による地域経済の活性化
- ④ 関係機関との連携支援体制の強化及び経営指導員等の支援能力向上

## 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

##### ① 伴走型支援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自らの強み・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経営指導員が寄り添う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できないような高度な経営課題等が生じた場合は、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、これらを通じて小規模事業者の経営力向上を図る。

##### ② 被災事業者への復旧・復興支援や円滑な事業承継、創業支援等による小規模事業者数の維持

#### (ア) 被災事業者への復旧・復興支援による小規模事業者数の維持

令和元年9月9日の台風15号（令和元年房総半島台風）等による甚大な被害からの復旧・復興に向けて歩み始めたところへ、新型コロナウイルス感染症まん延防止による外出自粛要請発令等が地域経済の停滞・低迷を招くとともに、感染終息が不透明なことなどから、多くの小規模事業者が事業継続の危機に直面している。

このような経験したことの無い厳しい状況の中、事業継続リスクへの対応能力の強化が求められており、被災事業者の事業継続・早期復旧に向けて資金繰りや各種補助金制度の申請等を伴走型によって支援するとともに、専門家派遣制度を活用して事業継続（BCP）計画策定を支援するなど、これらを通じて廃業や倒産を回避し、地区内小規模事業者の維持を図る。

#### (イ) 事業承継、創業支援等による小規模事業者数の維持

後継者不在で事業存続の悩みを抱えている小規模事業者の事業引継ぎに関する様々な課題解決を支援するために、千葉県事業引継ぎ支援センター等の関係支援機関を活用し、個別相談会等を開催するなど円滑な事業承継に向けての取り組みを実施する。また、産業競争力強化法に基づく袖ヶ浦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し、開業率の向上に取り組むなど、これらを通じて地区内の小規模事業者数の維持を図る。

##### ③ 地域内消費の増加による地域経済の活性化

一店逸品運動や袖ヶ浦市テイクアウト事業等の商品やサービスの魅力を高めて地域内消費を喚起させるための事業に積極的に取り組み、これらの事業を通じて消

費者の新たな需要を生み出し地域経済の活性化を図る。

また、袖ヶ浦市や袖ヶ浦市観光協会等と連携して「ガウラフェスタ with マルシェ」を開催し、商業、工業、観光業及び農業の産業間連携による相乗効果を活かした地産地消の推進による消費の拡大によって地域経済の活性化を図る。

#### ④ 関係機関との連携支援体制の強化及び経営指導員等の資質の向上

市内金融機関や日本政策金融公庫と連携し、金融動向等を把握・共有するとともに、近隣商工会（東京湾沿いの県中央3商工会で組織している君津ブロック商工会連絡協議会）との連携や情報交換会などによって地域経済の動向を把握・共有するなど、これらを通じて関係機関との連携支援体制の強化を図る。

また、千葉県商工会連合会が開催する支援事例発表会等の各種研修会や中小企業大学校東京校で開催されている専門研修会へ経営指導員等を派遣し、支援に必要な知識を習得させるとともに、中小企業診断士等の専門家による経営指導員等へのOJTによって実践的な支援スキルを習得させるなど、OFF-JTとOJTを組み合わせながら経営指導員等の資質の向上を図る。さらには、支援ノウハウ等を職員間で共有できる仕組みを構築することで組織全体での資質の向上を図る。

### 3-1 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新聞や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で小規模事業者等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いなく、また収集した情報の提供が施策情報セミナーのみとなっていることから、広く周知することもできていないため、事業内容、分析方法及び周知方法等の抜本的な見直しが必要となっている。

#### (2) 事業内容

##### ① 地域経済動向調査

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・分析を実施する。

##### (ア) 調査対象

「製造業」、「建設業」、「卸・小売業」、「飲食業」「サービス業等」等

##### (イ) 調査項目

「売上」、「受注」、「収益」、「資金繰り」、「雇用」、「経営上の問題点」等

##### (ウ) 調査方法

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。

##### (エ) 調査日程

調査時点	調査実施期間	調査対象期間
10月 1日	10月10日～20日	10月 1日～9月30日

(オ) 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。

(カ) 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・窓口指導の参考資料として活用する。

(キ) 目 標

内 容	現行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
一回当たりの調査対象事業者数	—	100	100	100	100	100
調査回数	—	1	1	1	1	1
分析回数	—	1	1	1	1	1
公表回数	—	1	1	1	1	1

② 小規模企業白書の活用による経済動向調査

中小企業庁が毎年5月に発行している「小規模企業白書」を活用して小規模企業の全国的な動向や実態等の調査・分析を実施する。

(ア) 調査項目

「小規模企業の全国的な業種ごとの景況」、「小規模企業の全国的な経済動向」「社会的な構造変化」等

(イ) 調査方法

経営指導員が毎年6月に小規模企業白書の内容を調査する。

(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）と連携し分析する。

(エ) 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・窓口指導の参考資料として活用する。

(オ) 目 標

内 容	現行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
調査・分析回数	—	1	1	1	1	1
公表回数	—	1	1	1	1	1

**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。

### 3-2 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を活用して小規模事業者の商品やサービス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・新サービスの展開や販路開拓・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。

#### (2) 事業内容

##### ① 地域イベント等を活用したマーケティング調査の実施

ガウラフェスタ with マルシェ等の地域イベントにおいて、一店逸品活動や販路開拓に取り組む小規模事業者の商品の改良に向けて、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) サンプル数 来場者50人(1事業者あたり)

(イ) 調査方法

来場した消費者に対して聞き取りによりアンケート調査を実施する。

(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に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。

(カ) 目 標

内 容	現 行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
調査事業者数	—	3	3	3	3	3

※ 目標数値の根拠 経営指導員3名×1事業所

##### ② 各種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

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	業種別審査辞典を活用して調査
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	袖ヶ浦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。

(オ) 目 標

内 容	現行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
調査対象事業者数	—	38	38	38	38	38

※ 目標数値の根拠 事業計画策定事業者数

4 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年から令和元年度の4年間で57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になってしまうことから、記帳システムのデータや決算指導時のデータを活用し、数値に基づく経営を推進するために財務分析にも積極的に取り組むことが必要となっている。

(2) 事業内容

① 記帳システムのデータ活用による経営分析

(ア) 分析手法

経営指導員や記帳システム担当職員が、全国商工会連合会推奨の記帳システムである「ネット de 記帳」の定量的なデータを活用し、財務分析を実施する。

(イ) 対象者

ネット de 記帳システムの利用者及び決算指導個別相談会出席者等とする。

(ウ) 分析項目

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

(エ) 活用方法

a 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。

b 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。

(オ) 目標

内 容	現行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
記帳データ 分析件数	—	5 0	5 0	5 0	5 0	5 0

※ 目標数値の根拠 記帳システム利用事業者数

② 経営問診票の活用による経営分析

(ア) 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を活用し、定性的な分析を中心とした経営分析を実施する。

(イ) 対象者

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とする。

(ウ) 分析項目

SWOT分析、経営目標、あるべき姿、経営課題等

(エ) 活用方法

a 当該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。

b 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。

(オ) 目標

内 容	現行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
経営問診票活用 経営分析件数合計	1 8	1 8	1 8	1 8	1 8	1 8
経営問診票活用 経営分析件数 経営指導員 1 人／年	6	6	6	6	6	6

※ 目標数値の根拠 経営指導員 3 名 × 6 件 = 1 8 件

千葉県商工会連合会からデータベース化のために提出が求められている経営問診票の作成件数が経営指導員 1 人当たり年間 6 件となっている。

## 5 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### ① 現状

これまでの事業計画策定支援は、金融斡旋や小規模事業者持続化補助金等の申請にあたっての支援が中心となっており、事業計画策定の内容も補助金申請等で決められている限定的で簡易なものとなっている。

#### ② 課題

少子・高齢化に伴う市場の縮小等の経営環境の変化を踏まえ、事業計画の策定に前向きな小規模事業者に対しては、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の事業計画策定支援へと支援内容を高度化することが必要となっている。また、事業計画策定に対する小規模事業者の意識の希薄さも存在しているため、事業計画策定の重要性を周知することも必要となっている。

### (2) 支援に対する考え方

巡回・窓口指導や商売繁盛相談窓口等を通じて事業計画策定の意義や重要性を小規模事業者に対して啓発するとともに、経営分析を行った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、経営力向上計画等の申請や金融斡旋、事業承継等を活用して事業計画策定を支援する。また、事業計画策定の内容が専門的で高度な場合には千葉県商工会連合会等から派遣される専門家を活用して支援する。

### (3) 事業内容

#### ① 事業継続（BCP）計画策定個別相談会の開催

事業継続リスクへの対応・強化に向けて事業継続（BCP）計画策定個別相談会を開催する。

##### (ア) 募集方法

ホームページへの掲載、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

##### (イ) 支援対象

経営分析を行った小規模事業者や事業継続リスクへの対応・強化に取り組む小規模事業者

##### (ウ) 実施方法

関係支援機関等と連携して招へいした専門家（中小企業診断士等）が事業継続（BCP）計画策定を支援する。

##### (エ) 内 容

BCP計画策定の意義や発災前・発災時・発災後の具体的な計画策定等

##### (オ) 目 標

内 容	現行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
個別相談会開催回数	—	2	2	2	2	2
個別相談会参加者数	—	6	6	6	6	6
事業継続（BCP計画）策定件数	—	2	2	2	2	2

※ 目標数値の根拠

個別相談会参加者数は、午前1名、午後2名を予定している。

事業継続（BCP計画）策定事業者数は相談会参加者の3分の1を予定している。

② 商売繁盛相談窓口の活用による事業計画策定支援

千葉県商工会連合会が千葉県内全ての商工会へ月1回専門家（中小企業診断士等）を派遣する商売繁盛相談窓口（千葉県の補助事業）を活用し、小規模事業者に対して事業計画策定のための伴走型支援を実施する。

(ア) 派遣期間

6月～翌年2月（4月、5月、8月、3月は派遣なし）

(イ) 支援対象

経営分析を行った小規模事業者や先端設備導入計画、経営力向上計画、ものづくり補助金及び小規模事業者持続化補助金等の申請に取り組む小規模事業者で、その内容が専門的で高度な事業計画の策定が必要な小規模事業者

(ウ) 実施方法

a 事前予約制であり、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し、事業計画策定を支援する。

b 事前予約がない場合は、案件の掘り起こしと若手経営指導員へのOJTを兼ねて、若手経営指導員の巡回指導に専門家（中小企業診断士等）が同行し、事業計画策定を支援する。

(エ) 目 標

内 容	現行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
商売繁盛相談窓口活用 事業計画策定件数	6	1 2	1 2	1 2	1 2	1 2

※ 目標数値の根拠 経営指導員数3名×4事業者

③ 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、小規模事業者に対して事業計画策定のための伴走型支援を実施する。

(ア) 支援対象

販路開拓に向けて補助金申請に取り組む小規模事業者

(イ) 実施方法

経営指導員が事業計画策定を支援する。

(ウ) 目 標

内 容	現行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
持続化補助金申請活用 事業計画策定件数	7	1 2	1 2	1 2	1 2	1 2

※ 目標数値の根拠 経営指導員3名×4事業者

④ 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、小規模事業者に対して事業計画策定のための伴走型支援を実施する。

(ア) 支援対象

円滑な資金繰りに向けて事業計画や資金繰り表等の作成が必要な小規模事業者

(イ) 実施方法

経営指導員が事業計画策定を支援する。

(ウ) 目 標

内 容	現行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
金融斡旋活用による 事業計画策定件数	1	3	3	3	3	3

※ 目標数値の根拠 経営指導員3名×1事業者

⑤ 創業希望者等に対する事業計画策定支援

「袖ヶ浦市創業塾」の参加者等創業予定者に対し、事業計画策定等の支援を実施する。

(ア) 支援対象

開業に伴い、資金調達や経営ノウハウ、事業計画策定等が必要な創業予定者

(イ) 実施方法

経営指導員が事業計画策定等を支援する。

(ウ) 目 標

内 容	現行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
創業支援計画活用による 事業計画策定件数	6	6	6	6	6	6

※ 目標数値の根拠 経営指導員3名×2事業者

⑥ 事業承継支援の活用による事業計画策定支援

事業承継支援を活用し、小規模事業者に対して事業計画策定のための伴走型支援を実施する。

(ア) 支援対象

事業承継に伴い、事業計画策定が必要な小規模事業者

(イ) 実施方法

千葉県事業引継ぎ支援センター等と連携し、経営指導員が事業計画策定を支援する。

(ウ) 目 標

内 容	現行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
事業承継支援活用による 事業計画策定件数	—	3	3	3	3	3

※ 目標数値の根拠 経営指導員3名×1事業者

(4) 合計目標

内 容	現行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
事業計画策定数①～⑥の合計	20	38	38	38	38	38

## 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

#### ① 現状

事業計画策定後のフォローアップは不定期で巡回による支援回数も少なく、またフォローアップの内容が金融支援（マル経幹旋）後の資金繰り計画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

事業計画策定事業者ごとに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、事業計画が着実に実行されるようきめ細かなフォローアップを行うことが必要となっている。

### (2) 支援に対する考え方

今後の支援は、経営指導員による伴走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のエキスパートバンク制度をはじめ、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) 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中小企業診断士等の外部専門家の指導・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変更して集中的に支援する。

##### (エ) 目 標

内 容	現行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
フォローアップ 対象事業者数	—	3 8	3 8	3 8	3 8	3 8
フォローアップ 延回数	—	7 6	7 6	7 6	7 6	7 6
フォローアップ 売上増加事業者数 (対前年比)	—	3	3	3	3	3
フォローアップ 利益率向上事業者数 (対前年比 3%以上)	—	3	3	3	3	3

※ 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  
 売上事業者数 経営指導員3名×1事業者  
 利益率向上事業者数 経営指導員3名×1事業者

(注) 令和元年9月9日の台風15号(令和元年房総半島台風)等による甚大な被害からの復旧・復興に関する業務を踏まえ、目標達成が可能と思われる数値をフォローアップの回数や売上増加事業者数等の目標数値としている。

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の専門家派遣制度(エキスパートバンク)等を利用して専門家(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フォローアップを実施する。

(ウ) 目 標

内 容	現 行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
専門家活用 フォローアップ回数	1	6	6	6	6	6

※ 目標数値の根拠 経営指導員3名×2事業者

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

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各種展示会や商談会、物産展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にある。

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傾向にある。また、バイヤー等を対象としたアンケート調査を実施していないため、出展後の成果や検証等が不足しており、新たな需要の開拓に繋がっていないことから、小規模事業者の新たな需要の開拓に向けてアンケート調査の結果を踏まえるなどの戦略的な支援が課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

販路開拓に意欲のある小規模事業者を対象に、地域外に向けての販路開拓の支援を中心とする。具体的には首都圏で開催される物産展等への出展を事前支援や事後フォローなどの伴走型で支援するとともに、ホームページやSNS等の活用による情報発信を支援する。

### (3) 事業内容

#### ① ニッポン全国物産展への出展支援（B t o C）

新商品や新サービス等に取り組んでいる販路開拓に前向きな小規模事業者に対して、毎年、東京都内で開催されている「ニッポン全国物産展」への出展を支援する。

【参考】「ニッポン全国物産展」は、地域資源や伝統技術を活かした新しい商品づくりなど、地域の特色を生かした産品を全国から集め、流通業者や消費者等にPRすることを目的に、毎年秋に三日間にわたり東京都の池袋サンシャインで開催されている。

来場者数：約15万人（2019年11月実績）

出展者数：47都道府県から約350社（2019年11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 出展のシミュレートと販促ツール等の作成支援
- c 新商品や新サービス等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

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）と連携してアンケート調査の内容を分析し、その結果を小規模事業者へフィードバックする。

#### (エ) 目 標

内 容	現行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
全国物産展出展事業者数	—	1	1	1	1	1
出展事業者売上額	—	15万	15万	15万	15万	15万

※ 目標数値の根拠

出展ブースの関係から出展事業者数を毎年度「1」としている。

#### ② ホームページの活用による販路開拓支援

##### (ア) 支援対象

- a ホームページを開設していない小規模事業者
- b ホームページをリニューアル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

千葉県商工会連合会の専門家派遣制度（エキスパートバンク等）や関係支援機関の専門家派遣制度によってIT関係の専門家を当該小規模事業者へ派遣してホームページの開設やリニューアルを支援するとともに、これに伴う情報発信の具体的な内容等についても支援することによって販路開拓を支援する。

##### (ウ) 効 果

ホームページの活用により、消費者に対して当該小規模事業者の認知度が向上するとともに、ホームページからの直接受注が可能となるため、販路開拓が

期待できる。

(エ) 目 標

内 容	現行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
HP開設・リニューアル事業者数	—	6	6	6	6	6

※ 目標数値の根拠 経営指導員3名×2事業者

③ SNS活用個別相談会の開催による販路開拓支援

(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と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。

(エ) 目 標

内 容	現行	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
SNS相談会開催回数	—	2	2	2	2	2
SNS相談会参加者数	—	6	6	6	6	6

※ 数値目標の根拠 経営指導員3名×1事業者×2回

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

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。

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、評価内容等が十分ではなく、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) 構成員及び役割

当会の正副会長、事務局長、法定経営指導員及び経営指導員と外部有識者(中小企業診断士、市役所担当課職員、(株)日本政策金融公庫等)から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、年1回事業の進捗状況を検証し、評価・見直し等を検討する。

(イ) 報告及び公表

経営発達支援計画事業評価委員会での検討結果は、理事会や総代会で報告するとともに、商工会ホームページ及び商工会報にて公表し、常時外部からも閲覧できる環境を整備する。

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

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。また、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によって経営指導員の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、職員個々の経験や支援ノウハウに差があり、職員個々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を図るため、経営指導員及び補助員等の常勤職員を千葉県商工会連合会が開催する基本能力研修会や専門スタッフ研修会等に派遣する。

(イ) 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。

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訪問に経験年数の浅い職員が同行し、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）の巡回訪問に経営指導員が同行し、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。

(ウ) 経験年数の浅い経営指導員の実践支援能力を補うために、千葉県商工会連合会に設置されているスーパーバイザー（企業支援のノウハウや実績を有する商工会職員OB）を活用して若手経営指導員へのOJTを実施し、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

常勤職員を対象にした経営支援定例会議（月1回／月初）を開催し、現在取り組んでいる事業や小規模事業者に対する支援の進捗状況を把握するとともに研修会や専門家によるOJTで習得した支援ノウハウ等の共有を図る。

④ データベース化

経営指導員が商工会標準版システムに小規模事業者のデータを適時・適切に入力することにより支援中の小規模事業者の状況を職員全員が相互共有できるようにする。

⑤ 資格取得の推進

中小企業診断士、社会保険労務士、簿記、小売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。

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

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）事例発表会や君津ブロック商工会経営指導員研修会、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、事業計画策定までの支援や策定後のフォローアップ支援のノウハウ、金融動向等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が、その他の支援機関や地域金融機関等との情報交換を組織的に行っていないため、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が十分とは言えない状況にある。

(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

千葉県中央部の東京湾沿いに位置する君津ブロックの3商工会地区は地域的なつながりが強く、経営支援上の経営課題等についての共通点が多いことから、君津ブロック商工会経営指導員研修会に出席し、経営課題の解決に向けた取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等を行い、支援能力の向上と地区内情報の共有を図る。（年2回）

- ③ 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袖ヶ浦支店及び京葉銀行長浦支店の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 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)
- ⑤ 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、支援能力の向上を図る。(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

#### ① 現状

商工会が主催者となってイベント事業や一店逸品事業等に取り組んでいる。これらの事業は地域経済の活性化に向けて一定の経済波及効果や交流人口の増加等はあるものの、一過性の事業のため限定的なものとなっている。

#### ② 課題

隣接する木更津市や市原市、ロードサイドの大型店等への消費流出が激しく、商店街等は衰退が続いている。地域内消費の増加に向けて地域内消費を喚起させるための事業へ積極的に取り組み、市外や大型店等への消費流出に歯止めをかけることが課題となっている。また、地域経済の活性化に向けて袖ヶ浦市と更なる連携のもと事業を実施することも必要となっている。

### (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袖ヶ浦市の担当者との協議（懇談）を定期的に開催する。  
(年2回)

#### ② ガウラフェスタの開催並びに実行委員会への参画

商業、工業、観光業及び農業の産業間連携による活力あるまちの実現と、地産地消の推進による消費の拡大や商工業の更なる振興発展を図ることを目的に、商工会が主催者となり本事業を開催する。

商工会は、本事業の事務局として企画・運営等の全般を担当するとともに、本事業の開催に向けて設置する実行委員会（袖ヶ浦市、袖ヶ浦市商工会、袖ヶ浦市観光協会、君津市農業協同組合、袖ヶ浦市工場連絡会及び袖ヶ浦市昭和商店会等

の関係者で構成)の事務局として定期的に実行委員会を開催する。また、実行委員会では商工団体の中心的な組織としての役割を果たすため、当商工会の会長が実行委員長として参画する。(年5回)

③ 一店逸品運動の実施

魅力ある店づくりによる他店との差別化と消費者の回遊性を高めることによる地域内消費の拡大を目的に、商工会が毎月1回「逸品づくり」に向けての研究会を定期的に開催し、商品やサービスに関して参加店舗による共同研究を実施する。

研究会によって開発(再発見)された商品やサービスは「そでがうら一店逸品カタログ」に掲載して消費者や市内協力店舗に配布するとともに、JR、高速バスの発着所、観光施設及び公共施設等に配布する。また、マスメディアや市広報、商工会報等を活用するなどして開発(再発見)された商品やサービスの積極的なPRに努める。

- ※ 研究会の開催/毎月1回(年12回)
- ※ カタログ配布部数/10,000部
- ※ 参加店舗数/20店舗以上を予定

④ テイクアウト事業への取組み

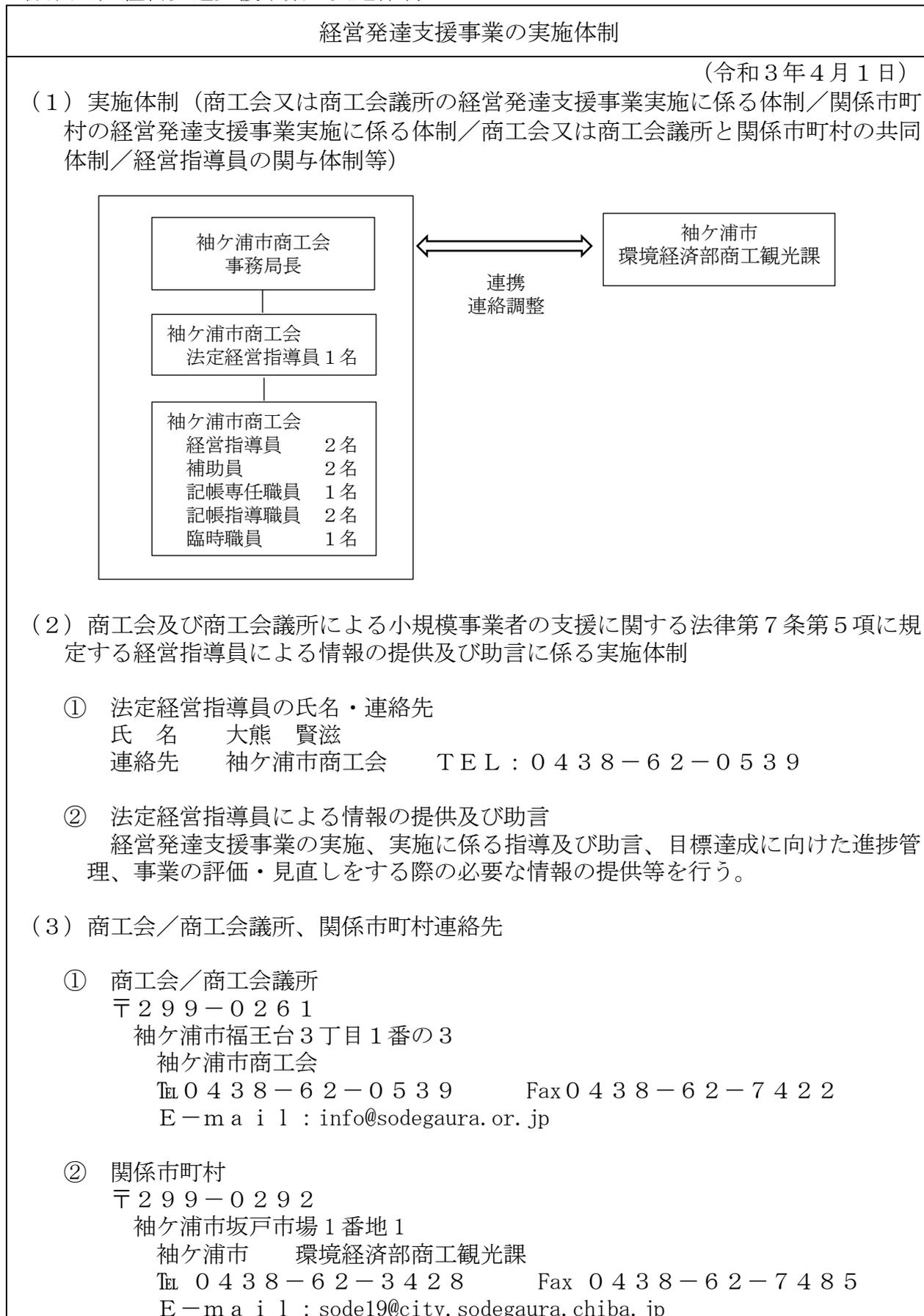
飲食店が扱うテイクアウト商品をチラシに掲載して配布するとともに、商工会や市のホームページへ掲載するなどして地区内の消費者にPRし、新規顧客の獲得と売上の増加を図る。

- ※ チラシ配布数/22,000枚
- ※ チラシ配布回数/1回
- ※ 掲載(参加)店舗数/50店舗

⑤ 袖ヶ浦市産業振興懇談会への参画

当市では、商工業振興と地域経済の活性化等に向けて産業振興ビジョンを策定しており、掲げた目標の進捗・達成状況等を確認・点検することを目的に、事業者、各種産業団体、市民及び関係行政機関等で構成する袖ヶ浦市産業振興懇談会を設置している。この懇談会に地域で唯一の総合経済団体としての使命・役割を果たすため参画する。(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

袖ヶ浦市商工会

(単位：千円)

	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
必要な資金の額	460	460	460	460	460
経済動向調査費 参考図書(白書)購入費	10	10	10	10	10
創業計画策定支援講師謝金	240	240	240	240	240
B C P相談会開催費 通信費	50	50	50	50	50
マーケティング 調査経費	10	10	10	10	10
全国物産展出展費	50	50	50	50	50
S N S活用相談会 開催費	60	60	60	60	60
大学校研修派遣費	30	30	30	30	30
評価委員会開催費	10	10	10	10	10

(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、市補助金、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