

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	真鶴町商工会（法人番号 7021005005629） 真鶴町（地方公共団体コード 143839）
実施期間	令和３年４月１日 ～ 令和８年３月３１日
目標	目標１）商工会の支援のもと、町内の小規模事業者が自社の経営の現状を分析し、事業計画の策定、フォローアップを行い経営力を強化できるようにする。 目標２）町と連携し新規創業者を支援し地域の活性化を拡大させる。また、創業者の中には事業承継者による支援も含む。 目標３）商品(特産品含む)の需要動向を把握し小規模事業者の商品役務開発・販路取引先開拓支援による、売上・利益率増加を目指す。
事業内容	地域の経済動向調査に関すること 調査を実施し、事業計画作成、事業計画の見直しや需要開拓支援における基礎データとして活用できるよう情報提供を行う。 需要動向調査に関すること 既存事業や観光事業の発達、販路開拓や新商品開発に活かせるような顧客ニーズ、市場動向等調査を実施し、情報提供を行う。 経営状況の分析に関すること 強みやビジネスチャンス、課題等を分析し問題点等を改善して事業計画策定につなげる。 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定を支援し、自身が計画策定出来る様、寄り添って支援する。 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画実施におけるPDCAサイクルの定着と目標達成を伴走型で支援する。 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の需要開拓につながる成果を重視した支援を行う。
連絡先	真鶴町商工会 〒259-00201 神奈川県足柄下郡真鶴町真鶴 1875-6 電話：0465-68-0033 E-mail：huehara@k-skr.or.jp 真鶴町 産業観光課 〒259-0202 神奈川県足柄下郡真鶴町岩 244-1 電話：0465-68-1131 E-mail：san_sangyou@town.manazuru.kanagawa.jp

(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) 地域の現状及び課題

① 地域の現状

真鶴町は神奈川県西南端、南北に 7km、東西に 1km の神奈川県で開成町に続いて小さな町である。北は小田原市、箱根町、西に湯河原町と接している。全町域が起伏に富んだ複雑な地形をなしており、平たん地はほとんどなく JR 東海道本線を境に南北に二分されている。海沿いの国道 135 号線と県道 740 号小田原湯河原線が JR 東海道線沿いに走っており、交通網は良好であり都心まで車で約 2 時間、JR では約 1 時間半でアクセスできる。

北側の高地部分は森林となっており、その中に「本小松石」と呼ばれる安山岩の採掘現場である「丁場」が点在する。「本小松石」は庵治石(香川県)、稲田石(茨城県)に並ぶ日本三大石のひとつとされている。

暖斜面はミカンを中心とした果樹栽培が行われ観光農園にもなっている。南側は相模湾に箱根外輪山の溶岩が流れ込んでできた半島で約 3km の長さで東南へと延びている。半島部 140ha は県立真鶴半島自然公園に指定されている。半島の先端部分は森林に覆われており、地元の人々から「御林」と呼ばれいくつもの遊歩道が整備され、森林浴を楽しむなどパワースポットとして近年脚光をあびている。



【人口と住民構造】

人口推移を見ると、昭和 44 年の 10,322 人をピークに小幅ながら減少を続け平成 30 年は 6,960 人となっている。県下でも人口流出の比較的高い町ということになる。少子高齢化も進み平成 29 年 4 月 1 日、神奈川県内ではじめて真鶴町が過疎地域として公示された。平成 2 年実施の国勢調査時の人口が 9,588 人で、平成 27 年実施の国勢調査時の人口が 7,333 人であるため、真鶴町の人口減少率は、23.52%となっている。

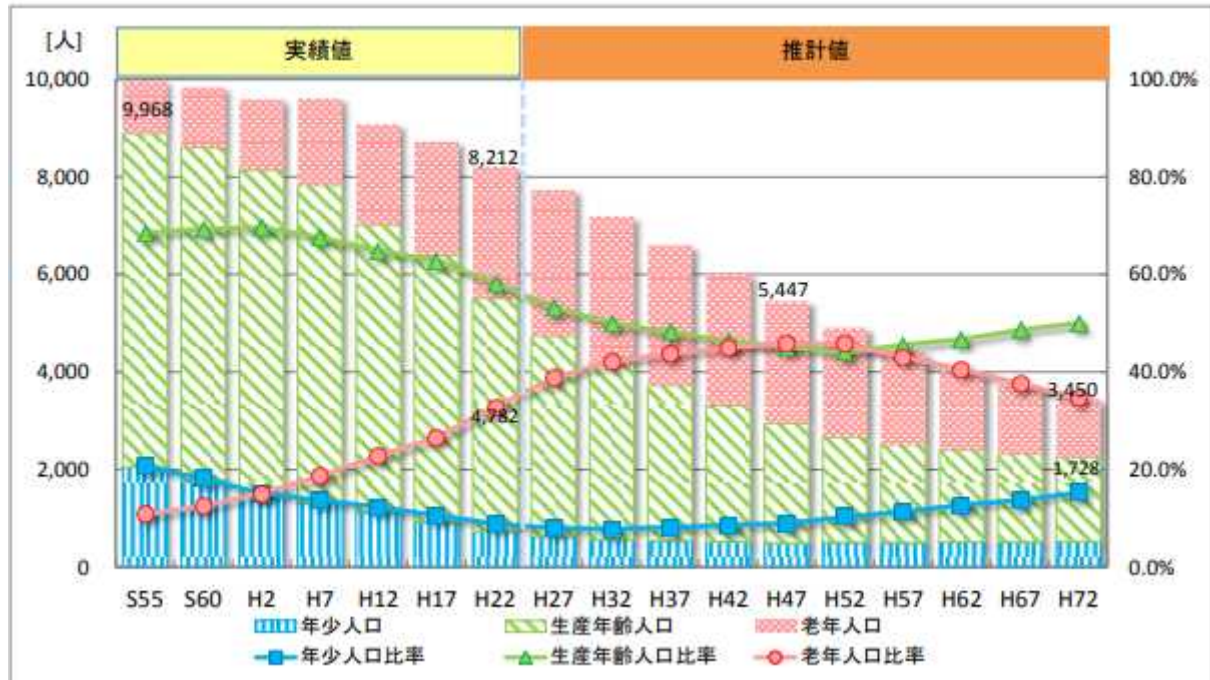
なお、令和 2 年 9 月 1 日現在(住民基本台帳法による)の状況は、人口 7,129 人、世帯数、3,451 世帯となっている。

また、人口については将来予測も継続的に減少見込みとなっている。

人口と世帯数(各年 10 月 1 日現在) (単位 人口：人 世帯：世帯数)

年	S40 年	S50 年	S60 年	H10 年	H15 年	H20 年	H23 年	H30 年
人 口	10,258	9,999	9,834	9,445	8,846	8,324	8,060	6,960
世帯数	2,447	2,735	2,895	3,298	3,280	3,288	3,251	3,059

人口の見通し



真鶴町過疎地域自立促進計画（平成 29 年）より

【交通】

J R 東海道本線が本町と他市町を結ぶ交通手段として重要な役割を果たしている。町内のバス交通は利用者の減少により路線存続のために町が補助を行う等課題を抱えていたため、平成 26 年度に「真鶴町地域公共交通網形成計画」を策定し、コミュニティバスをからめた町内のバス交通の再編が行われた。また、交通結節点である真鶴駅周辺については、一般国道 135 号の渋滞や町の「門口」（玄関口）としての整備という課題を抱えている。

【産業】

本町においては、昭和 35 年頃をピークに、日当たりのよい斜面地を活用した柑橘類を中心とした農業、相模湾の豊富な漁場による漁業といった第一次産業が盛んであった。しかしながら、産業構造の変化や、従事者の高齢化等の原因により就業者の減少が進み、現在ではピーク時の 5 分の 1 以下にまで減少している。また、小松石の採掘を中心とした採石業などの第二次産業も、昭和 45 年をピークに就業者の減少が進んでいる。

一方で、第三次産業については、近隣都市や首都圏へのアクセスも良好なため、昭和 35 年から平成 7 年にかけて就業者数が増加した。平成 7 年以降の就業者数は町の人口減に伴う形で減少しているが、第一次、第二次産業との就業人口比率では、増加を続けている。

産業別の人口動向

区 分	平成17年		平成22年		平成27年	
	実数	増減率	実数	増減率	実数	増減率
総 数	人 4,339	% -5.3	人 3,921	% -9.6	人 3,424	% -12.7
第一次産業 就業人口比率	% 2.7	-	% 3.1	-	% 3.0	-
第二次産業 就業人口比率	% 22.7	-	% 22.1	-	% 21.0	-
第三次産業 就業人口比率	% 74.6	-	% 74.7	-	% 76.0	-

(資料：国勢調査)

産業別事業所数及び事業者構成比

産業別	平成18年		平成21年		平成26年		H21→H26増加率
	事業所数	構成比	事業所数	構成比	事業所数	構成比	
農林漁業	0	0.0%	2	0.5%	3	0.8%	50.0%
鉱業	14	3.2%	13	3.3%	8	2.2%	-38.5%
建設業	41	9.4%	38	9.6%	37	10.2%	-2.6%
製造業	23	5.3%	18	4.5%	24	6.6%	33.3%
電気・ガス・熱供給・水道業	2	0.5%	1	0.3%	1	0.3%	0.0%
情報通信業		0.0%	1	0.3%	2	0.6%	100.0%
運輸業	9	2.1%	10	2.5%	7	1.9%	-30.0%
卸売・小売業	108	24.7%	99	25.0%	87	24.0%	-12.1%
金融・保険業	2	0.5%	2	0.5%	3	0.8%	50.0%
不動産業	36	8.2%	34	8.6%	27	7.5%	-20.6%
学術研究・専門・技術サービス業		0.0%	10	2.5%	4	1.1%	-60.0%
飲食店・宿泊業	96	22.0%	81	20.5%	71	19.6%	-12.3%
生活関連サービス業、娯楽業		0.0%	33	8.3%	33	9.1%	0.0%
医療・福祉	19	4.3%	16	4.0%	20	5.5%	25.0%
教育・学習支援業	14	3.2%	12	3.0%	10	2.8%	-16.7%
複合サービス事業	8	1.8%	4	1.0%	4	1.1%	0.0%
サービス業	60	13.7%	18	4.5%	17	4.7%	-5.6%
公務	5	1.1%	4	1.0%	4	1.1%	0.0%
総数	437	100%	396	100%	362	100%	-8.6%

当町の産業大分類別事業所構成比をみると、平成26年では「卸売業、小売業」が24.0%と最も高く、次いで、「飲食店・宿泊業」、「建設業」となっており、構成比の経年的な変化はみられない。一方で、平成21年から平成26年の増減率をみると、平成21年度の事業所数が1桁の産業を除くと、「製造業」が33.3%と最も増加率が高く、次いで「医療、福祉」が高くなっており、「鉱業」が-38.5%と最も減少率が高く、次いで「運輸業」が高くなっている。

●管内商工業者数 330 名（平成 26 年統計経済センサスより）

内小規模事業者数 297 名（小企業者数 236 名）

●会員数

31 年度当初	加入者	脱退者	元年度末
270	12	16	266

●業種別会員数（令和 2 年 3 月 31 日）

小売	旅館飲食	鉱業	建設	理容・美容 クリーニング	製造	サービス業 その他	合計
47	48	17	39	11	19	85	266

会員数では、サービス業その他が 32.0%、旅館・飲食が 18.0%、小売業が 17.9%の順で多くなっており、概ね全体の構成比と一致している。わずかではあるが、加入者より脱退者が多く会員についても減少傾向となっている。

【町の取り組みについて】

（イ）岩ガキブランド化事業

平成 27 年度から島根県海士町との連携により技術導入を図り、完全外洋養殖の試験を開始した岩ガキが順調に成長し、令和 3 年度に本格出荷を迎える。神奈川県内初の生食二枚貝の養殖となることから、真鶴町の新ブランドとしてだけでなく、神奈川県の新ブランドとしても期待されている。

本格出荷にあたり、町民の皆様にしみを持っていただき、ご支持いただけるブランドに育てていきたいとの思いから、現在岩ガキのネーミング募集を行った。



（ロ）地域と共生した企業誘致を目指す 真鶴で描く「リーンスタートアップ・タウン」

真鶴町は平成 29 年に県内で初めて過疎地域に指定された。県内で 2 番目に小さな町で、多くの地方自治体の課題である「人口減少」「少子高齢化」「産業再生」「空き家対策・活用」などの課題を抱えている。これらの地域課題への対策のひとつとして、真鶴町は平成 29 年にサテライトオフィスの誘致に着手、翌平成 30 年に「真鶴町サテライトオフィス誘致運営協議会」を設立した。特徴は官民連携の組織であること。行政サイドは真鶴町役場と総合窓口役であるサテライトオフィス誘致コンシェルジュ（専従職員）

が運営協議会の事務局を担い、民間サイドは一般社団法人の真鶴町観光協会や真鶴町商工会、地域づくりに携わる真鶴未来塾、真鶴出版が中心となり、連携して企業誘致を行っている。

この真鶴町サテライトオフィス運営協議会は、地域と企業双方の利益につながるような企業誘致の実現に取り組んでいる。

(ハ) 石材業事業者の新たな取り組み

真鶴町の最新の取り組みとして、令和2年2月16～29日の2週間にわたり、地場の銘石である「本小松石」を活用した新しい商品を生み出すためのプロジェクトが実施された。これは真鶴町が、移住を検討している人を対象とした試住体験事業を発展的に活用したもの。新たな試住体験者を開拓するために、働く場所を選択できるフリーランスを招き入れ、地域活性化につながる滞在制作事業を展開した。

今回のプロジェクトでは、町の公募に応募した東京の現代アート作家と地元石材組合青年部らが滞在交流し、本小松石の新たな活用方法を模索。調査、会議、試作を重ねるオープンイノベーションの中で、作家が地元の職人たちの想いを汲み上げ「石材×アーティストのクリエイティビティ」のいくつかの形を提示した。

【第4次真鶴町総合計画(後期基本計画)】※令和2年度実施計画より抜粋 基本方針3「元気な仕事」

○実施方針1「まなづるブランドを創造します」の主な取り組み

- ・岩ガキ養殖事業を継続しまなづるブランドを確立する。
- ・小松石を活用した記念プレート等の商品化。

○実施方針2「産業の連携や様々な出来事(イベント)により町ににぎわいをつくります」の主な取り組み

- ・地場産業連携事業
- ・各産業分野と連携したイベントの開催

○実施方針3「産業を活性化していきます」の主な取り組み

- ・「匠」事業(石材業の事業継承)
- ・商店づくりを推進する
- ・観光イベントを充実させ、観光客誘客しリピーターの増加を図る。

(2)重点方針B【産業が元気な町】

新しい地域経済の創出

施策

真鶴町の“資源”を再発見・認識するとともに、複数の産業を複合的に連携することにより“まなづるブランド”を強力に発信し、他地域との差別化を促進します。また、観光客に対する町民や町の「おもてなし意識」がそれぞれの観光資源を底支えし、初めて訪問者は「来てよかった、また、もう一度来よう!」という感激を持つものです。真鶴町全体による意識改革「おもてなし意識の醸成」が必要です。また、新たな仕事・雇用の創出は子育て世代増加のための必須条件とも考えられることから、重層的な施策が効果的です。

真鶴町の“資源”

「御林」をはじめとする豊かな自然環境
自然の恵みである「新鮮な魚・食材」

四季折々のイベント・祭
歴史・文化

博物館、観光施設、学習施設

【既存事業】

石材業(本小松石)
漁業・農業

東京圏から通勤圏内というロケーションの良さ

新しい経済

町・関係機関HPの充実
パブリシティ等の広報
戦略強化

観光客・来訪者・視察
研修旅行などの流動人口の拡充

にぎわい・活気ある町
新たな仕事・雇用の創出

複合的な連携・おもてなし意識の醸成

リピーター・まなづるブランドの増加

仕事の創出・定住人口の増大

②課題

(イ) 商工会実施のアンケート調査から

平成 27 年度に地域の小規模事業者の現状、および課題を把握し、小規模事業者への支援強化や商工会の支援能力の底上げを図るための経営発達支援計画を作成するうえで必要となる基礎資料を収集するためにアンケート調査「小規模事業者等の支援ニーズ調査」、地域住民の「買物動向調査」を実施した。

その結果から、大きな課題として、以下の 2 点が挙げられる。

●高齢化に伴う後継者対策

後継者については、後継者がいない、または未定を合わせると 60%強と多く、そのうち約 75%が廃業を予定しているため、産業構造の維持を図るための事業承継、後継者対策、事業者数の維持・向上が課題である。

●地場産業の活力向上

漁業、石材業、サービス業(旅館、飲食店)の各組合員数もピーク時の半減となり売上げも減少しており経営水準が大変厳しい状況である。地域資源(自然・漁業・既存施設)を活用し、町や地域と一体となって観光客を呼び込むことが課題である。

(ロ) 地域産業の現状及び課題

[漁業・水産業]

本町は相模湾の西に位置し、岩漁港及び地方港湾である真鶴港を拠点とし、古くから定置網、刺網、裸もぐり漁などを主体とした漁業が営まれている。しかし、近年は魚価の低迷、磯焼け等による漁場環境の悪化、燃油・漁業資材価格の高騰、就業者の高齢化及び後継者不足、漁業施設の老朽化など、漁業を取り巻く環境は大変厳しい状況にある。

こうした中、水産物の供給と漁業者の経営基盤の安定を目的とした事業の推進、岩ガキ養殖等の事業化や 6 次産業化による販路拡大により、町の基幹産業である漁業の活性化に努める必要がある。

現状	課題
・ 高齢化、後継者不足 ・ 漁場環境の悪化 ・ 魚価の低迷	・ 魅力ある産業への転換 ・ 養殖事業への転換 ・ 付加価値向上へ向けた取り組み ・ 六次産業化等販路拡大

[石材業]

真鶴町の鉱工業は「小松石」の石材採掘とその加工が中心であり、古くから日本の三大名石として珍重され、墓石、庭石、建材として利用されてきた。現在も真鶴産業の重要な地場産業である。以前は住宅地に散在していた石材加工場は、昭和 49 年に駅北側地区を準鉱業地域に指定することにより移転を図った。伝統に培われた優秀な技術を有する石材加工業であるが、経営は家内工業的な小規模事業所が多い。また、その製品は

設備投資、人件費などのコスト高となっている。近年は安価な輸入石材の増加や今の若い人達の墓に対する考え方の違いにより需要が減少し、組合員数もピーク時の半減となり大変厳しい状況である。そのため、地域商社や各種産業分野との連携による魅力ある地場産品の開発・新規販路開拓を促進する必要がある。

現状	課題
・既存市場の縮小化 ・事業所、従業者数の減少 ・人件費・コスト高	・商標登録やＩＣＴの積極的活用 ・新商品の開発 ・担い手の育成 ・効果的なイベントの開催

[観光業]

現在の真鶴町の自然系観光資源は半島先端と岩海岸に集中している。三ツ石（笠島）など半島の海岸景観、「お林」と呼ばれる森林は「魚つき保安林」に指定され「魚を育てる森」として大切に守られている。

また、海水浴客で賑わう岩海岸などが上げられる。観光客数は昭和 61 年に約 340 万人を超したが、その後直近では 100 万人前後と大きく減少している。旅館組合数が最盛期 35 件あり、現在は 7 件の加盟と激減した。減少の要因は、旅行形態の変化に伴い東京を中心とした首都圏の観光客の分散や近隣に箱根・湯河原・熱海の温泉地があり、温泉がない真鶴は敬遠された。また、観光資源が充分活用されていないなどの要因から、その多くは通過観光客や日帰り観光客である。最近では体験型観光や、県外の小中学校による教育旅行に力をいれているが、東日本大震災以降海沿いは二の足を踏まれ、旅館においては後継者不在もあり経営は厳しい。

7 月に行われている貴船神社の「貴船まつり」は、国の重要無形民俗文化財に指定されており、町一番のまつりとなっている。夏は最盛期であるが、昭和の時代から続く宿泊施設はハード面を時代のニーズに合わせる事が金銭的に困難である

近年は真鶴町観光協会がレンタサイクルや釣り竿のレンタルを実施し、観光客に好評である。コロナ禍によりインバウンド需要が見込めなくなり、今後は国内需要を重点にリピーター客の取り込みが重要である。

真鶴町

(単位:千人)

区 分	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年
延観光客数	1,037	1,000	1,132	1,121	1,339
宿泊客数	27	30	24	24	27
日帰り客数	1,010	970	1,108	1,097	1,312

現状	課題
・交通機関の発達やレジャーの多様化による通過点化 ・観光資源の陳腐化 ・本町でしか味わえない魅力の情報発信ができていない	・観光資源の掘り起こし（既存、再発見、発掘） ・新しい人の流れや移住定住につながる観光施策 ・観光客のニーズや時代に即した情報発信

[商業]

真鶴町の商業は小規模で家族経営が大半を占めている。商店街は「真鶴おおみちジョイナス商店会」、「宿浜通り会」、「駅前親睦会」の 3 つがあり、「真鶴おおみちジョイナ

ス商店会」のみポイントカード事業など商店街活動が充実している。「宿浜通り会」は平成 25 年に商店街活性化補助金を活用し、商店の食べ歩き事業を開拓し継続をしている。「駅前親睦会」の事業は休眠状態である。

飲食店の推移は平成元年の飲食店組合員数は 60 店あったが、現在は 36 店舗 (R2.3.31) となっているが、移住者による創業(ピザ屋等)やUターンによる開業(カレー屋・整体等)もあり若者による活性化が見受けられるようになった。当会では飲食店など積極的に持続化補助金を活用し、店舗改装や看板設置、ホームページの作成など伴走支援をしている。

今後は事業承継による支援と新規創業者を事業継続させ口コミやSNSを通じた発信により真鶴への集客を増加させる。商店街は今後の存続について支援していく。

各論③ 産業特性（小売業）

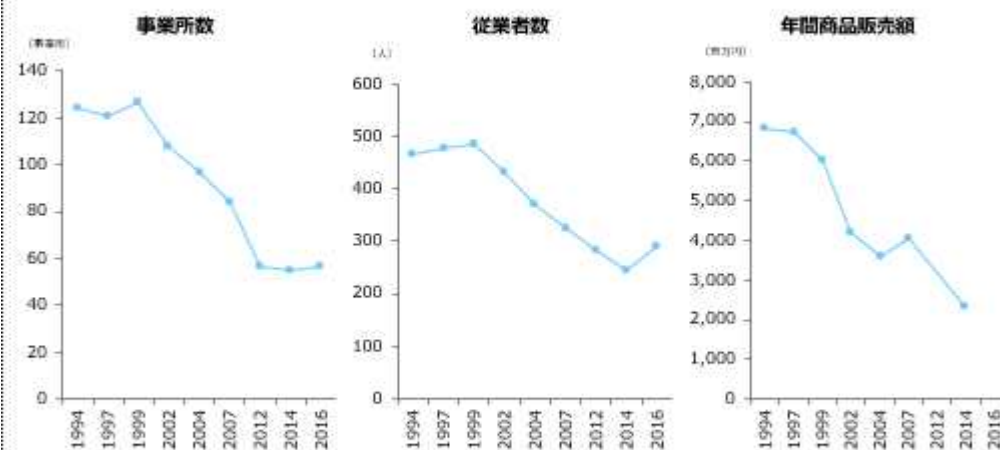
小売業の特徴を、規模・稼ぐ力・効率性の観点から産業中分類別に概観します。

神奈川県真鶴町

①事業所数・従業者数・年間商品販売額の推移

[産業構造マップ](#) > [小売・卸売業（第30）](#) > [企業の構造](#) → [「産業構造変化分析」](#)

・小売業全体の事業所数、従業者数、年間商品販売額の推移を概観します。



【出典】経済産業省「商業統計調査」 総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

【注記】2007年以降は、日本標準産業分類の大幅改定の影響や、「商業統計調査」と「経済センサス-活動調査」の集計対象範囲の違い等から、単純に調査年間（表示年）の比較が行えない。

②産業別小売業事業所数の変化

産業構造マップ>小売・卸売業（消費）>小売業の構造 → ②産業構造変化分析

- ・小売業の事業所数推移を産業中分類別に示しています。
- ・事業所数の多い産業の把握や各産業における事業所数の増加・減少傾向を概観できます。



【出典】経済産業省「商業統計調査」 総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」

【注記】2007年以降は、日本標準産業分類の大編改定の影響や、「商業統計調査」と「経済センサス活動調査」の集計対象範囲の違い等から、単純に調査年間（表示年）の比較が行えない。

現状	課題
・近隣市町の大型店への顧客流出 ・顧客層の高齢化による売上減 ・事業主の高齢化と後継者難廃業の増加 ・魅力ある店舗の創出が困難 ・経営者の意欲低下 ・人材不足	・各個店の特徴や魅力向上 ・域外からの顧客獲得の取り組み ・後継者及び事業承継の観点からの店の方向性づくり ・IT やスマートフォンを活用した情報 発信の取組み ・キャッシュレス等デジタル化対応 ・業務効率化の取組み

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

⑩10 年程度の期間を見据えて

人口減少と少子高齢化が進行する中、経済を維持し地域を活性化していくためには、その一躍を担う小規模事業者の持続的発展が必要不可欠となっている。このような中、基幹産業である石材業・漁業の経営環境変化による衰退、他市町への働き手の流出や、高齢化、慢性的な人口減少を要因とする町内における地元購買率の低下等から商業の不振が顕著となっている。観光関連についてもアクセスの良さから一定程度の市場を獲得できているものの、来訪者の回遊性は非常に低く、市内消費に結びついていない現状にある。

その一方、町として平成 29 年の過疎認定を受ける前後から、新しい産業を興すべく色々な取り組みを実施してきており、「岩ガキ」、「新たな石材業の在り方」、「サテライトオフィス誘致」等の事業によって希望の光も見えつつある。

そうはいつても町内の小規模事業者の現状は、売上低迷による事業縮小や廃業の増加が続いており、このような新たな取り組みをきっかけに、自らが“稼ぐ力”を身につけることが大きな課題となっている。

これからは、単に高付加価値な商品・サービスを提供するのではなく、ターゲットに最も適した「チャネル」を活用した情報発信が課題となっている。そこで、顧客ニーズの収集を充分に行ったうえで、マーケットインの視点から個者の強みを活かした商品・サービスの開発・提供を実施していくとともに、小規模事業者においても IOT 等の最新技術活用も積極的に行っていくことが課題となっている。

以上の背景をもとに、今後 10 年、新規顧客の獲得による売上、適正利益が確保でき収益力のある小規模事業者を育成し、自立・安定した経営を行っていける小規模事業者を増加させることで、町内の内需拡大を図るとともに地域としての稼ぐ力を向上させる取り組みを町と連携しながら行っていく。

②真鶴町総合計画との連動性・

真鶴町の第 4 次総合計画と本計画は次の点で連動性・整合性がある。

第 4 次真鶴町総合計画(後期基本計画)の主な取組みとして以下を掲げている。

○実施方針 1 「まなづるブランドを創造します」の主な取組み

- ・岩ガキ養殖事業を継続しまなづるブランドを確立する。
- ・小松石を活用した記念プレート等の商品化。

以上の 2 点について本計画(商品開発<特産品含む>)は連動性・整合性がある。

○実施方針 3 「産業を活性化していきます」の主な取組み

- ・「匠」事業(石材業等の事業継承)
- ・商店づくりを推進する
- ・観光イベントを充実させ、観光客誘客しリピーターの増加を図る

以上の 3 点について本計画(事業承継・地域活性化)は連動性・整合性がある。

③真鶴町商工会としての役割

真鶴町商工会は、真鶴町総合計画に基づき、神奈川県内初の過疎地域と認定されるなど、これまでに経験したことのない社会構造の変化の中で、小規模事業者自らが強みを活かした事業展開を行えるよう支援を強化する。

そのためには、小規模事業者の強み・弱み、財務内容を的確に把握し、現状を明確にして課題を抽出する中で、必要に応じて専門家と連携し事業計画の策定を支援する必要がある。併せて、情報提供や各種補助金制度、融資など、計画から実施、その後のフォローアップまで、きめ細やかな伴走型の支援を他の支援機関と連携し行っていくことが必要である。

また、高齢化や後継者不足、経営不振により廃業が増える一方で、廃業した施設を購入し、新たに創業を目指す者も現れている。事業承継の支援とともに、当商工会が中心となって行政や各支援機関等と連携し、各種支援策を有効に活用する中で創業・起業支

援にも力点をおいていく必要がある。さらに個社支援に加えて、定住人口が減少する中、定住促進により地域経済が活性化し小規模事業者が成長できる環境づくりに向けて、多様な関係者と連携しながら、地域資源を活用した観光関連産業の振興を図るとともに特産品開発やイベント等に対し側面的支援も行っていく。

地域内の小規模事業者の持続的発展を支えるために先導役となる真鶴町商工会の果たす役割は、以前にも増して重要となっており、その役割を果たすため経営発達支援計画を策定するとともに、本事業を実施していく体制を整える必要がある。

（３）経営発達支援事業の目標

小規模事業者の「持続的発展」に寄与するため、地域の現状及び課題、小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、地域の５年先を見据えた目標を設定し、関係機関との連携強化のもと小規模事業者への伴走型支援と地域経済の活性化に取り組む。

目標１）商工会の支援のもと、町内の小規模事業者が自社の経営の現状を分析し、事業計画の策定、フォローアップを行い経営力を強化できるようにする。

- ・数値目標(令和３年度)／事業計画策定件数 10 件

目標２）町と連携し新規創業者を支援し地域の活性化を拡大させる。また、創業者の中には事業承継者による支援も含む。

- ・数値目標(令和３年度)／３者の創業・事業承継支援を行う。

目標３）商品(特産品含む)の需要動向を把握し小規模事業者の商品役務開発・販路取引先開拓支援による、売上・利益率増加を目指す。

- ・数値目標(令和３年度)／売上増加事業者数 4 社、利益率増加事業者数 2 社

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

＜目標1 方針＞伴走型支援による経営力強化と持続的発展

小規模事業者の自立的かつ持続的な事業継続を目的とした、伴走型支援により経営力強化と持続的発展をはかる。特に経営指導員による巡回訪問を徹底し、これまでの金融、税務、労働だけでなく、小規模事業者の強み・弱み、経営状況の分析と事業計画の策定を支援し、小規模事業者の目線に立った伴走型の支援を行う。

「小規模事業者持続化補助金」については積極的に制度の周知に努めるとともに、申請に当たっての経営計画書を作成することで自身の経営を見直すツールとして活用していく。

さらに、単に計画作成をさせるだけではなく、小規模事業者が自立し持続的な経営を行えるようPDCAサイクルを徹底させ伴走型支援を実施していく。

- ① 定性面・定量面の経営分析を実施
- ② 取り巻く環境分析の実施（町の地域活性化策を含む）
- ③ 経営ツールを活用し、事業者にとって最良の事業計画の作成支援を実施（Plan）。
- ④ 計画の実行について、伴走型で支援（Do）。
- ⑤ 実行した結果について評価検証を実施（Check）。
- ⑥ 評価検証の結果に基づき、改善事業計画の作成支援を実施（Action）

＜目標2 方針＞新規創業者と事業承継の支援

当会では、町、金融機関、支援団体の情報共有を図り、創業希望者に対しワンストップで、より質の高い支援を行うことができるよう努める。また税制改正において小規模事業者の事業承継を後押しするための措置が講じられたところであり、事業承継前の経営者への情報提供など、事業承継前から事業承継後まで継続的に支援を行っていく。

さらには事情により廃業を選択せざるをえない事業者に対しては、円滑な廃業に向け事業者の立場に立った支援を行っていく。

＜目標3 方針＞地域経済の活性化と販路開拓支援事業

地域の特産品、観光資源を活用するため需要動向等ニーズの調査を行い、商品サービスの開発を支援する。また、テストマーケティングの機会を提供し商品開発・改良等、売上拡大を支援する。加えて事業者の発信力の向上を支援する。

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]

当商工会では経営指導員による巡回訪問・窓口相談で事業者からの事業景況状況聞き取りを行ってきたが、特定の事業所に偏る傾向が見られるため、管内全体の経済動向を知るには情報の偏りがあった。また、神奈川県商工会連合会の中小企業景況調査結果、神奈川県の各種調査等）を合わせて用い、経済動向の把握に努めてきた。

[課題]

管内経済動向の変化をもたらす要因（地域高齢化、管内・近隣地域での公共事業の動向、近隣内外地域の大型店の動向）等について事前に収集し、管内経済に与える影響を予測するまで至っていない。

マンパワーの問題もあって国が提供するビッグデータの活用をはかることが出来ていない。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
調査分析の公表回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの分析

国が提供する「RESAS」や「eSTAT」などビッグデータを活用し、経営指導員が地域の経済動向の分析を実施し、分析結果を年 1 回公表する。

【調査目的】 町内の小規模事業者への情報提供

【調査項目】 ・「地域経済循環マップの生産分析」を用いて何で稼いでいるかを分析

・「まちづくりマップ・From to 分析」を用いて人の動き等を分析

・「産業構造マップ」を用いて、産業の現状などを分析

・「観光マップ」による外国人訪問分析、目的地分析、出発地割合、宿泊者数（日本人・都道府県割合）などを分析

・「流動人口」「消費の傾向」についての分析 など

【分析手法】 収集・整理した情報を経営指導員が主体になり、外部専門家の助言を得ながら分析を行う。

②管内小規模事業者の景気動向調査・分析

管内の景気動向について詳細な実態を把握するため、独立行政法人中小企業基盤整備機構が商工会等を経由して実施している「中小企業景況調査」の調査をもとに、管内小規模事業者の景気動向等について、年 4 回調査し、分析結果を年 1 回公表する。

【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、サービス業から選出）

【調査項目】 売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、設備投資、経営上の課題等

【調査手法】 経営指導員が巡回時にヒアリング調査を行う。

【分析手法】 調査した情報や、神奈川県・全国の調査情報を経営指導員が主体になり、外部専門家の助言を得ながら、地域・業種・時系列等の分析を行う。

(4) 成果の活用

- ・調査・分析の結果を地域小規模事業者がいつでも活用出来るよう当会のホームページにて掲載する。(年1回)
- ・経営指導員等が窓口相談等経営支援における基礎資料として活用し、小規模事業者の事業計画作成支援、事業計画の見直しや需要開拓支援に活用することで、個別の課題解決に繋げる。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

需要動向調査はおこなっておらず、小規模事業者は自社の販売する商品や提供する役務に対して、客観的にどれだけ必要とされているかを知る機会が少ないのが実情である。

[課題]

当地域の小規模事業者は観光産業が主であることから、観光客のニーズを把握し消費者ニーズを熟知することが重要である。そのためには観光における需要動向の把握と情報提供と、管内における需要動向の把握と情報提供も合わせて行う必要がある。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①小売業・飲食業調査対象事業者数	-	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
②観光調査対象事業者数	-	8 8 社	8 8 社	8 8 社	8 8 社	8 8 社

※②は飲食店・宿泊業、サービス業全体の需要開拓に資するものとして、前述「産業別事業所数及び事業者構成比」平成 26 年事業者数を計上。

(3) 事業内容

<目的>

小売業事業者、飲食業、観光業の需要動向を把握するためにニーズを調査する。

①特産品を活用した小売業・飲食業に関する需要動向調査

真鶴町の特産品（岩ガキ等）を活用した個社の商品やサービスについての需要動向調査を行う。

【対象】真鶴町の特産品（岩ガキ等）を活用した商品を開発・販売する事業者で、事業計画策定や策定後の支援を通じて、売上向上に繋がる需要開拓支援が必要な個社

【サンプル数】来店客 30 名（1 事業者あたり）

【調査手段・手法】店舗にアンケート票を配布し、来店客に記入してもらう。また、

必要に応じて専門家と連携し、店頭にてアンケートを行う。

【分析手段・手法】分析は、支援機関や専門家の助言指導を得て、経営指導員等が中心となつて行う。

【調査項目】以下の項目を調査する。

- ①味、②食感、③ボリューム、④価格、⑤見た目、⑥利用シーン、
⑦どのような物を求めているか、⑧特産品について等。

※調査項目と内容は、事業者の需要獲得に十分な内容になっているか確認し、必要に応じ見直しする。

【分析結果の活用】分析結果は、経営指導員等が該当事業者に直接フィードバックし、特産品の改良・開発等、事業計画策定時及びフォローアップ時に活用する。また、調査で得られた情報のうち、個社固有の情報以外で、小規模事業者の経営に資する情報については、当会内で共有し、日常の経営指導において活用する。

②観光に関する需要動向調査

真鶴町で開催されるイベント「真鶴しだれ桜の宴」来場者にアンケートを行う。

【対象】真鶴町の観光事業者のうち、事業計画策定や策定後の支援を通じて、売上向上に繋がる需要開拓支援が必要な個社

【サンプル数】来場者 150 名

【調査手段・手法】専門家等と連携し、アンケート調査を実施する。

【分析手段・手法】分析は、支援機関や専門家の助言指導を得て、経営指導員等が中心となつて行う。

【調査項目】以下の項目を調査する。

- ①観光目的、②真鶴町を知ったきっかけ、③来場手段、④宿泊の有無、
⑤お土産品に求めること、⑥満足度、⑦予算、⑧属性など。

※調査項目と内容は、観光に関わる事業者の需要獲得に十分な内容になっているか確認し、必要に応じ見直しする。

【分析結果の活用】分析結果は、支援機関や専門家と連携し、経営指導員等が報告書としてまとめ観光地全体の知名度向上に活用する。

また、観光事業者の改善発達、サービスの開発等、個別事業者の事業計画策定時及びフォローアップ時における経営指導員等の支援に活用する。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

金融指導(マル経)、確定申告決算指導、小規模事業者持続化補助金申請等の支援の際に事業者からヒアリングした内容及び決算書に基づき、簡易的な財務分析までは行っていた。

その時々状況に応じた対応で、該当個社の経営分析に役立つ体系的な情報収集が出来ていなかったため、定量的・定性的により個社の経営分析を行うことで持続的発展に寄与できる支援を行う。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①セミナー開催回数	－	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②分析件数	－	1 7 件	1 7 件	1 7 件	1 7 件	1 7 件

(3) 事業内容

[目的]

小規模事業者の持続的発展に向けて、経営分析を行う事業者を掘り起こすため、当会主催による「経営分析セミナー」や地域の経済動向調査対象事業者、需要動向調査対象事業者、経営指導員等の巡回・窓口相談を通じ、事業継続の意欲が高いと感じた事業者を選定して経営分析を実施していく。

「経営分析セミナー」については、年に1回開催し、経営状況を分析する重要性等を啓発し、実際に行う手法やその指針の持つ意味を理解していただく。そのうえで、可能な限り自社のデータを使った実践的なセミナーを行う。

[経営分析セミナーの概要]

【募集方法】当商工会ホームページまたは地域情報誌等による募集

【開催回数】年1回

【参加者数】20 社

【想定内容】経営分析手法や各種調査の活用など経営課題の発見・経営改善に役立つセミナー

【想定講師】中小企業診断士

[経営分析の内容]

【対象者】経営分析セミナーの参加者のうち、経営分析を希望する事業者。また、巡回指導・窓口相談を実施した事業者のうち、経営分析が必要な事業者を選定。

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う。

- ・財務分析：売上高、売上総利益、経常利益、自己資本利益率、売上高総利益率、労働生産性、流動比率、当座比率、固定比率、総資産回転率、損益分岐点比率等

- ・SWOT分析：強み、弱み、脅威、機会 等

【分析手法】定性分析では、自社の事業優位性を把握することや、機会や課題を分析する。

財務分析では、収益性・効率性・安全性等の分析を行い、時系列・業種別等、比較分析する。

経済産業省の「ローカルベンチマーク」ツールを活用し、経営指導員等が分析を行い、事業者へわかりやすく提供する。

(4) 分析結果の活用

実施した経営分析結果は、経営指導員等が個社を訪問しフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。

分析であぶりだされた問題点や課題を助言し、改善のアプローチの方向性等事業計画策定につなげる。

加えて、分析結果は、データベース化し、経営指導員等の各支援に活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

当商工会における事業計画策定支援は税務申告の際の面談や持続化補助金等の申請書作成、金融相談等の際に事業計画の策定を行っている。

経営分析と同じく、経営の持続的発展のためには直観的な事業実施ではなく、計画に沿った事業実施を行っていくことが必要である。事業計画の策定を行うことにより、直感的に事業実施を行おうとした際には見えなかった課題や問題点が可視化し、より効果的な事業を行えるようになる。

現状での課題は、このような事業計画策定の必要性やメリットを事業者に認知してもらうことが第一に挙げられる。このことから、管内の小規模事業者を対象として実施する巡回の際に、経営分析の重要性に加えて事業計画策定の重要性についても周知を行う。これに加えて、経営分析を行った事業者については、経営計画の策定方法についてより詳細な説明を行い、事業計画策定につながるようフォローする。

(2) 支援に対する考え方

地域経済動向調査、需要動向調査、経営状況の分析等の結果を踏まえて、経営指導員等による指導助言を行いながら小規模事業者の事業計画策定支援を行う。

また、持続的発展のためには、事業計画策定が必要不可欠であることを啓蒙普及するとともに、策定に必要な情報の提供を行っていく。専門的な課題が表出した際には、神奈川県商工会連合会、神奈川産業振興センター（よろず支援拠点）等の各種支援機関と連携し、小規模事業者の抱える経営上の課題や悩みに対して丁寧に支援していく。

なお、新規創業者、事業承継に係る事業計画作成支援を小規模事業者に伴走して行う。

(3) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
事業計画策定件数	—	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社
創業計画策定件数		2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
事業承継計画策定件数		1 社	1 社	1 社	1 社	1 社

(4) 事業内容

【支援対象】経営分析を実施した事業者を対象として事業計画策定を支援する。

【手段・手法】事業計画策定は、地域の経済動向調査、需要動向調査、経営分析の結

果を踏まえ、実現可能なレベルまで事業者自身が着実に事業計画を策定できるよう、経営指導員が中心となって伴走型の支援を行う。必要に応じ、専門家派遣制度を活用して事業計画策定の支援を行う。加えて、必要があれば、補助金等の申請について支援を行う。

【支援体制】事業計画策定支援にあたり、経営指導員等と専門家は支援のばらつきが発生しないよう方針や手法等の情報共有を図る。

<創業に係る事業計画策定支援>

真鶴町のサテライトオフィス事業等、管内創業希望者について事業支援を行う。

【支援対象】創業希望者

【手段・方法】創業希望者には経営指導員等が個別相談による支援を行う。個別相談では、適宜、専門家等の助言指導を活用しながら、創業に必要な知識（経営・財務・人材・需要開拓）を踏まえハンズオンで事業計画策定支援を行う。

<事業承継に係る事業計画策定支援>

経営指導員は、巡回指導や窓口相談に、小規模事業者の事業継続の状況を把握し、承継を予定している事業者の支援を行う。

【支援対象】巡回指導・窓口相談時に事業承継診断票による確認を行い、事業承継が必要な事業者。

【手段・方法】経営指導員は、事業計画の策定等、経営面の支援を行う。必要に応じて、専門家や神奈川県事業承継ネットワークの助言指導を活用する。

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

補助金等申請時に事業計画を策定した後のフォロー等は、採択事業者についての一部は事業完了まで定期的に行ってはいるが、特に不採択事業者のフォロー等はほとんど実施できていない。

このようなことを踏まえ、事業計画の見直しや計画向上のために、定期的に巡回を行う。巡回の頻度については事業者すべてに対して事業計画等の進捗に応じて見極めを行い、それにもとづいた支援を行う。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象として、策定した事業計画の目標達成に向けて、巡回訪問、窓口相談、必要に応じた専門家の活用等により着実な計画実行を支援する。

(3) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
フォローアップ 対象事業者数	—	10社	10社	10社	10社	10社
頻度(延回数)	—	40回	40回	40回	40回	40回
売上増加事業者数	—	4社	4社	4社	5社	5社
利益率 3%以上の上の事業者数	—	2社	2社	2社	3社	3社
創業計画策定者	—	2社	2社	2社	2社	2社
創業フォロー延べ回数	—	8回	8回	8回	8回	8回
創業計画目標達成者数	—	1社	1社	1社	2社	2社
事業承継計画策定者	—	1社	1社	1社	1社	1社
事業承継フォロー延べ回数	—	4回	4回	4回	4回	4回
事業承継計画目標達成者数	—	1社	1社	1社	1社	1社

(4) 事業内容

巡回訪問等による実施状況の定期的なフォローアップを行う。事業計画策定後の実施支援を通して、事業計画に基づいたPDCAサイクルの定着と経営目標の達成を伴走型で支援する。(利益目標は、経常利益率を指標とする。)

- ・事業計画を遂行する上で進捗停滞等、発生する問題に対しは、専門家派遣を活用し事業遂行における代替手段を検討するなど適切な助言・指導を行う。
- ・フォローアップの頻度は、原則、四半期に一度訪問し、その後、収益目標を達成した事業者は、電話やメール等フォローアップに移行する。(創業計画策定後の創業支援、事業承継計画策定後のフォローもこの枠組みで行う)
- ・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、外部専門家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を行う。
- ・実施支援状況を職員間で共有することにより、事業計画の内容や支援の頻度の見直しも検討するなど事業者が事業計画の実施を通してより成果を上げられるように努める。

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

当会は、湯河原町商工会産業祭、小田原市橘商工会ファミリーフェスティバル、神奈川県商工会連合会主催「かながわ商工会まつり」等展示会に参加し、新商品・既存商品の販路開拓支援を実施してきたが十分な成果がえられなかった。

また、IT 利用に関する SNS セミナー、全国商工会連合会が提供する無料ホームページ作成ツール「SHIFT」を利用した「無料ホームページ作成セミナー」等を開催し、ホームページや SNS に関する意識付けを行って来た。しかし、SHIFT の利用によるホームページ作成事業者の登録はわずかである。

当会は、事業計画に基づく個社の販路開拓の取組みを側面支援し、商談会など需要開拓の機会提供を行い、成果を上げることが必要。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の需要開拓(売上向上・商談成約など)につながる成果を重視した支援を行う。商品・サービスの品質向上に資する支援、商品・サービスの認知度向上、商談成約に関するノウハウの蓄積など支援の質の向上を図る。

(3) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①物産展等出展支援社数	—	1 社	1 社	1 社	1 社	1 社
①売上額/社	—	20 万円	20 万円	20 万円	20 万円	20 万円
②商談会出展支援社数	—	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
②成約件数	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
③WEBマーケティング支援社数	—	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
③売上額/社	—	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円

(4) 事業内容

①物産展等出展支援 (B to C)

特産品を活用した商品を開発・販売する事業者を対象として、全国商工会連合会等が実施する物産展等への出展機会を提供し、需要開拓やテストマーケティング支援を行う。

<想定物産展>

(a) ニッポン全国物産展

[概要] 全国 47 都道府県の特産品が一同に集まる物産展

[来場者数] 約 10 万人

[出展社数] 358 社

※実績は令和元年度開催のもの

(b) むらからまちから館

[概要] 全国の中小企業の地域特産品を扱うアンテナショップで、日本唯一の公設地域総合専門館。

[来場者数] 1 日 3,000 人前後

[出展品数] 約 1,500 品目

<事前支援>

商品のパッケージ、展示・販売方法、接客に関する指導・助言を行う。また、必要に応じてチラシデザイン等 PR の支援を行う。

<当日支援>

経営指導員等が、ブースの設営・展示方法・POP・販売手法等に関する指導・助言を行う。

＜事後支援＞

経営指導員等が巡回指導を通じて、個別に改善のための振り返りを行う。
支援全体において経営指導員等に対応できない専門的知見は、専門家と連携し、助言指導を行う。

②商談会出展支援（B to B）

製造、食品・物販関係の事業者を対象とした個別商談会への出展を支援する。

＜想定商談会＞

〔名称〕：ビジネスマッチング with かながわ8信金

〔概要〕：製造、食品・物販関係の事業者を対象とした個別商談会

〔参加事業者数〕：421社

〔商談実績〕：929件

※実績は令和元年のもの

＜事前支援＞

案内状作成、提案の絞込み、相手先に応じた提案製品の販売促進計画作成（商談会シート・提案書作成）、展示ブース準備（POP、展示、レイアウト）等を支援する。

＜当日支援＞

バイヤーへの提案、ブース運営方法（接客方法、スタッフ配置・ローテーション）等を支援する。

＜事後支援＞

見込み顧客リスト化、礼状作成、見込み客へのアプローチ、製品改良・新製品開発等を支援する。

支援全体においては、専門家と連携し助言指導を行う。

③WEBマーケティング支援（B to B・B to C）

自社のPRについて、WEB活用が十分でない小規模事業者を対象としてWEBマーケティングの活用を支援する。

＜支援内容＞

全国商工会連合会とGMOペパボ株式会社が包括連携協定を締結し、サービスを提供しているホームページ作成サービス「Goope（グーペ）」を活用し、WEBマーケティングのきっかけを支援する。

導入後、経営指導員は、効果・成果を検証し、より需要開拓や自社の知名度向上等効果的な手法を活用できるよう伴走して支援を行う。

支援においては、専門家と連携し、ツールや技術など常に新しい知識のもと支援を実施する。

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

これまでは、理事会及び総代会において経営改善普及事業、地域総合振興事業に関して報告は行ってきたが、事業実施後の評価及び検証はほとんど行われていなかった。見直しについては、経営指導員等によって実施しており、商工会としての評価・見直しを行う仕組み構築することが課題である。

(2) 事業内容

経営発達支援事業の実施期間において、毎年度1回、本計画に記載事業の実施状況及び成果について、以下の方法による評価・検証を行い、結果を公表する。支援計画のPDCAを回し、地域小規模事業者に対する支援の改善を図る。

また、法定経営指導員は、経営発達支援計画の進捗状況を確認する。特に事業のプロセスに着目し、事務局と一体となって経営発達支援計画のPDCAを効果的に回す。

- ①当会事務局は、真鶴町、外部有識者である中小企業診断士等、法定経営指導員、神奈川県商工会連合会などで構成する経営発達支援計画評価委員会を設置し、事業の実施状況、成果の評価・見直しなどを行う。(毎年4月下旬に開催)
- ②事業の成果・評価・見直しについては、真鶴町商工会理事会へ報告を行い、承認を受ける。(毎年5月に開催)
- ③真鶴町商工会理事会で承認を受けた後、事業の成果・評価・見直しについて、5月下旬に開催する真鶴町商工会総代会へ報告を行い、承認を受ける。
- ④理事会、総代会の承認後、実績等の報告書を当会ホームページで公表し、地域小規模事業者が閲覧できるようにする。

(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2年10月1日現在)	
(1) 実施体制（商工会又は商工会議所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／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制 等）	
事務局長 1 名 (経営発達支援計画管理者) 法定経営指導員 1 名 (経営発達支援計画管理者) 経営指導員 1 名 (経営発達支援計画遂行者) 経営支援担当職員 2 名 (経営発達支援計画補助者) 真鶴町 産業観光課	
(2) 商工会及び商工会議所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当該経営指導員の氏名、連絡先 氏 名 相野谷 臣 所 属 真鶴町商工会 連絡先 0465-68-0033 ②当該経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度 等） 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等を行う	

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会

〒259-00201

神奈川県足柄下郡真鶴町真鶴 1875-6

真鶴町商工会

電話 : 0465-68-0033

E-mail : huehara@k-skr.or.jp

②関係市町村

〒259-0202

神奈川県足柄下郡真鶴町岩 244-1

真鶴町 産業観光課

電話 : 0465-68-1131

E-mail : san_sangyou@town.manazuru.kanagawa.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)

	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度
必要な資金の額	2, 000	2, 000	2, 000	2, 000	2, 000
事業計画作成セミナーの開催	300	300	300	300	300
地域経済動向調査	50	50	50	50	50
需要動向調査	200	200	200	200	200
新たな需要の開拓	500	500	500	500	500
経営課題解決個社支援	500	500	500	500	500
経営分析個社支援	200	200	200	200	200
販路開拓支援	150	150	150	150	150
会議費・通信費・消耗品等	100	100	100	100	100

(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
伴走型小規模事業者支援推進事業補助金 真鶴町事業費補助金 神奈川県補助金 会費・手数料

(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	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携して事業を実施する者の役割	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携体制図等	
①	
②	
③	