

## 経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	松崎町商工会（法人番号：5080105004669） 松崎町（地方公共団体コード：223051）
実施期間	令和4年4月1日から令和9年3月31日まで
目標	<p><b>経営発達支援事業の目標</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 管内小規模事業者の売上増加及び経営維持・向上を目指すべく、経営支援ツールの活用による事業計画策定・フォローアップに向けた新たな支援事業を実施する。</li> <li>2. 松崎町の地域資源を有効活用した地域ブランド開発及び特産品販路開拓の推進・体験型観光商品の開発による観光交流客の増加を目指す。</li> <li>3. 一大地場産業の振興・発展に寄与するための新商品開発と販路拡大に向けた支援事業を実施する。</li> </ol>
事業内容	<p><b>経営発達支援事業の内容</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. <b>地域の経済動向調査に関すること</b> 「小規模企業景気動向調査」・「ビックデータ」を活用・分析し、県下の景気動向を把握すると共に、分析結果を小規模事業者へ提供する。</li> <li>4. <b>需要動向調査に関すること</b> 当町の一大産業である「桜葉」商品の新たな開発に向けた、試食及びアンケート調査を実施する。</li> <li>5. <b>経営状況の分析に関すること</b> クラウド型経営支援ツール「BIZミル」による財務分析に加えて、SWOT分析を行い、分析結果を目に見える報告書にして事業者へ提供する。</li> <li>6. <b>事業計画策定支援に関すること</b> 経営分析を行った事業者を対象に、「DX推進・事業計画策定セミナー」を通じて事業計画の作成を支援し、経営改善や持続化・経営力向上補助金の申請については経営革新計画承認へと繋げる。</li> <li>7. <b>事業計画策定後の実施支援に関すること</b> 事業計画策定事業者に対し、巡回又は専門家派遣を活用しながら、個社毎の進捗状況に合わせたフォローアップを定期的実施する。</li> <li>8. <b>新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b> 県内外で開催される展示会・物産展への積極的な参加を促すと共に、SNSやECサイト・自社HPなど、ITを活用して取り組む販路開拓事業を伴走支援する。</li> </ol>
連絡先	<p>松崎町商工会 〒410-3624 静岡県賀茂郡松崎町江奈 231-2 TEL:0558-42-0470 FAX:0558-42-2247 E-mail : <a href="mailto:matsuzaki@mail.wbs.ne.jp">matsuzaki@mail.wbs.ne.jp</a></p> <p>松崎町 企画観光課 〒410-3612 静岡県賀茂郡松崎町宮内 301-1 TEL:0558-42-3964 FAX:0558-42-3183 E-mail : <a href="mailto:kankou@town.matsuzaki.lg.jp">kankou@town.matsuzaki.lg.jp</a></p>

(別表1)

経営発達支援計画

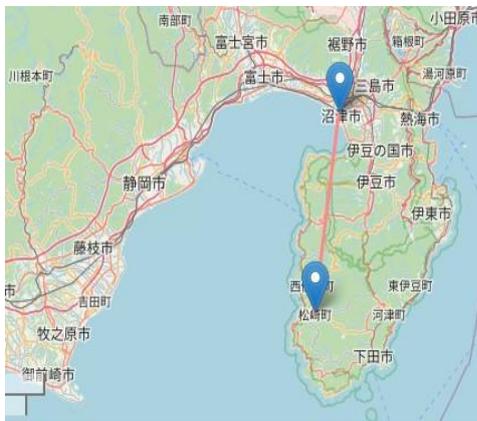
経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 当地域の現状及び課題

①松崎町の現況

松崎町は伊豆半島西海岸の南部に位置し、北・東・南の三方を天城山系に囲まれ、西は駿河湾に面している。町域の約80%は山林原野が占めているが、町の中央を流れる那賀川・岩科川の流域には、約500haの耕地を有する伊豆西海岸最大の平野が形成されている。また、風光明媚な海岸線は、富士箱根伊豆国立公園区域や名勝伊豆西南海岸文化財指定地域に指定されるなど、自然豊かな景勝地が広がっている。地場産業の中心には「桜葉」産業が根付いており、生産量・出荷量ともに日本で全国シェア70%を誇る。昭和30年代中頃から続く基幹産業であるが、少子高齢化や後継者不足などの影響で、平成13年には200戸ほどあった栽培農家が現在では60戸ほどに減少し、桜葉の生産量は全盛期の半以下となっている。それでも純国産品としての価値・品質は保ち続けており、現在も生産量日本一を維持している。



交通手段は自動車・バスが主流で、首都圏との往来には東名(沼津インター)・新東名(長泉沼津インター)高速道路を下車し南下するパターンと、伊豆半島東海岸を経由するパターンに分かれる。鉄道は通っていないため、利用するには下田市あるいは修善寺町まで移動する必要がある。不便さは隠せないが、都会の喧騒を忘れさせてくれる、自然の恵みと情緒豊かな町である。

交通手段は自動車・バスが主流で、首都圏との往来には東名(沼津インター)・新東名(長泉沼津インター)高速道路を下車し南下するパターンと、伊豆半島東海岸を経由するパターンに分かれる。鉄道は通っていないため、利用するには下田市あるいは修善寺町まで移動する必要がある。不便さは隠せないが、都会の喧騒を忘れさせてくれる、自然の恵みと情緒豊かな町である。

②人口の推移

当町の人口は、1980年以降減少傾向にあり、1980年に10,013人の人口を数えたが、2010年には7,643人、2020年には6,380人となっている。なお、階層・構造区分ごとに見た人口分布に関しては、以下のとおりである。(2021年8月末現在：6,176人)

・年少人口

1980年には2,024人、年少人口率は20.2%であったが、2015年では687人まで減少し、年少人口割合は9.7%まで低下している。

・生産年齢人口

2010年では3,971人となっており、構成比は30年間で64.0%から45.0%まで減少している。

・高齢人口

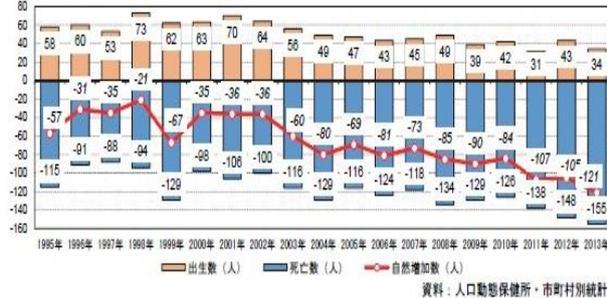
2010年では2,841人(高齢化率37.2%)と、高齢化率は30年間で21.8%増加している。



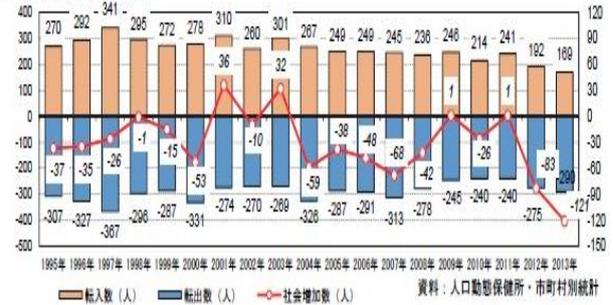
### ③人口動態

1995年以降の自然増減は、死亡数が出生数を上回り、自然減少が続いている。また、社会増減は、1995年以降では2001年、2003年、2009年、2011年に転入超過となっているが、他は転出超過となっている。

◆ 自然増減の推移グラフ



◆ 転入・転出の推移グラフ



### ④地区内商工業者の現状

#### 【管内商工業者数の推移】

業種	平成28年3月末		令和3年3月末	
	事業所数	全体割合	事業所数	全体割合
建設業	80	16.2%	73	15.9%
製造業	28	5.7%	27	5.9%
卸・小売業	121	24.5%	109	23.7%
飲食・宿泊業	140	28.3%	125	27.3%
サービス・その他	125	25.3%	125	27.2%
計	494	100.0%	459	100.0%

#### 【管内小規模事業者数の推移】

平成28年3月末	令和3年3月末
470 事業所	433 事業所

上記の表が示すとおり、①飲食・宿泊業、②卸売・小売業、③建設業の順に事業所数の減少が著しく、その理由として、年間売上額の減少や経営環境の悪化・後継者不足が挙げられ、それが少子高齢化の波と相まって深刻な状況となっている。

### ⑤観光交流客数及び宿泊客数の推移

観光交流客数については、下の表から見て取れるように、平成24年以降減少傾向にあったが、高速道路などのインフラ整備が盛んだった平成27年を境に、増加傾向に転じている。一方、宿泊者数については年々減少傾向にあり、加えて近年施設の老朽化やイベントのマンネリ化・顧客ニーズへの対応遅れなどの悩みを抱えているため、これらをいかに改善して宿泊客減少に歯止めを掛けるかが課題の一つでもある。

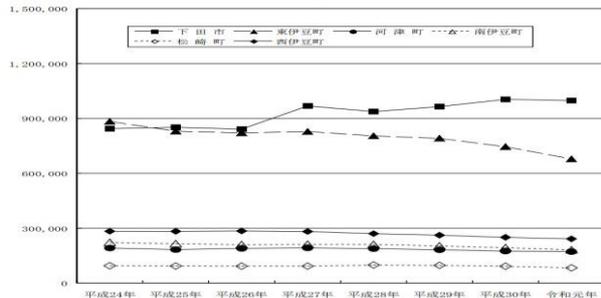
観光交流客数【暦年】

市町名	対 比									
	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	R1/H24	R1/H30
管内計	8,109,870	8,112,042	7,702,734	7,812,129	7,778,208	7,949,383	7,747,087	7,357,881	90.7%	85.0%
下田市	2,943,324	2,892,604	2,814,354	2,957,127	2,896,007	2,834,139	2,738,342	2,594,010	88.2%	94.8%
東伊豆町	1,676,224	1,552,254	1,528,043	1,592,082	1,557,438	1,577,915	1,474,871	1,215,678	72.5%	82.4%
河津町	1,596,902	1,690,393	1,398,863	1,447,951	1,482,312	1,530,242	1,573,770	1,523,869	95.4%	96.8%
南伊豆町	771,271	811,886	765,670	684,964	732,762	895,545	899,839	981,064	127.3%	109.1%
松崎町	346,588	351,349	336,307	312,686	320,310	329,703	331,854	331,278	95.6%	99.8%
西伊豆町	775,561	814,156	859,497	817,319	789,377	781,849	728,411	710,754	91.6%	97.6%

静岡県文化・観光部観光政策課調

(人)

宿泊客数の推移



(県文化・観光部観光政策課調)

## ⑥地域産業の現状と課題

### 【観光業】

近年の観光スタイルを見ると、従来主流となっていた名所旧跡めぐりやレジャー施設等を訪れるタイプは減少傾向にあり、代わって日帰り観光やその地域の生活・文化を体験する体験型観光、あるいは食・グルメを味わう観光など、趣味・嗜好別にピンポイントで楽しめる観光スタイルが人気を集めている。この背景には、IT技術の普及や高速道路・鉄道等のインフラ整備等により、オンタイムでの情報取得が可能となったこと、また「速い・安い」国内移動の実現化による利便性向上が大きく影響していると考えられる。現に、平成27年以降に開通した圏央道や伊豆縦貫自動車道路・伊豆修善寺道路などの有料道路のおかげで、首都圏との往来時間が3時間を切るまでに縮まり、それに比例して観光交流人口数も増加に転じている。ただ残念なことに、土日・祝日などに至っては、依然半島入口部分で渋滞が発生することから、新たなインフラ整備が望まれる。このように、移動時間の短縮化は観光交流人口の増加に繋がる一方、その利便性から派生して滞在時間の縮減を促進する可能性も否定できず、特に日帰り観光客の増加で宿泊客が減少することも予測できるため、早期対策が求められている。

一方で、昨年より流行し始めた新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて、一時は観光客も激減したが、今年に入り徐々に入込客数は戻りつつある。しかし、国が推奨する新たな生活スタイルに基づいた3密防止・ソーシャルディスタンスの遵守など、従来とは生活・経済共に環境が大きく変化しているため、観光業もそれに順応した新たなサービス内容の開発・充実化を行うことが集客力強化に向けた今後の課題である。

### 【商 業】

#### (小売業)

近年のIT技術の発展・普及に伴い、インターネットによる通信販売が常態化している現在においては、消費者の購買手段は移動型から滞在型へと大きく変化している。特に、スマホが広く普及したことで、わざわざ買い物に行かなくても、ネットで選んで玄関先まで配達してくれる利便性が重宝がられており、その結果、地元での消費率が大幅に低下することで、商店街の空洞化を加速させている。更に輪をかけて影響を与えているのが、昨年発生した新型コロナウイルス問題であり、対面営業が主である小規模事業者にとっては持続的経営を営む上で死活問題となっているケースも見受けられる。

#### (飲食・宿泊業)

飲食業については、観光施設等に関連した飲食店は現状維持の状態である。一方、個別経営の飲食店については、その客層のおよそ7割を観光客が占めているため、観光宿泊客数に応じて売上が増減する傾向にあり、観光業に依存する割合が高いことから、宿泊客の動向を好転させるべく、観光と一体化したPR戦略が求められる。

宿泊業については、休日・休暇取得の多様化や核家族化の影響から、ターゲットを団体客から個人客へシフトさせる事業所が多く、それに伴った設備の改善・改良等を行った事業所が売上を伸ばす傾向にある。また最近では、高価格帯を望む客層と低価格帯を望む客層とに二極化される傾向があり、それに準じた価格帯に属する宿泊施設が人気となる一方、中間価格帯の施設は集客に苦戦している状況が見受けられるため、客層毎の顧客ニーズの把握・調査及びサービスの質の改善が必要と思われる。

これらの現状に加え、観光業と同様に昨年発生した新型コロナウイルス問題は当業界にも大きく影響していることは言うまでもなく、従って今後なお一層の業界同士の連携強化を講じることが目下の課題である。

### 【工 業】

当町は観光業が盛んな町であるため、工業産業の占める割合は全産業の約15%に過ぎず、且つ業種は建設業で占められている。公共工事に関しては、国・県・町の年間発注量に大きな変化は見られないため、比較的安定してはいるが、民間工事に関しては、人口の減少・流出による影響で空き家・遊休地が増加する一方、昨今の新型コロナウイルス問題を筆頭に景気低迷による企業受注の減少や新築・リフォーム件数の減少など、物件数と工事数が相反する状況にあるため、地元工務店

は苦戦を強いられている。

また近年では、一般住宅について在来工法からプレハブ工法へとシフトが進んでおり、建築様式の変化や大手ハウスメーカーの参入などから、小規模事業者の元請件数は減少の一途を辿っている。その一方で、大手ハウスメーカーからの受注は増加傾向にあり、更にはその下請け及び孫請けといった受注の増加にも繋がっているため、仕事はあるがそれぞれの立場で得られる利益は薄く、経営を圧迫している。

従って今後は、地域に密着している強みを生かしたサービスで付加価値を創出し、大手企業との差別化を図ることで受注に繋げることが望まれる。

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### ①10年程度の期間を見据えて

当町の第5次総合計画（2013年度～2022年度）の中では、令和4年（2022年）の人口推計が6,200人程度に減少すると予測されており、更に今後10年先を見越した将来推計では5,000人規模の町になることが見込まれ、商工業者数に至っては推計で350社程度にまで減少することが推測される。

このことから、人口減少に伴う町内消費率の低下は必至であり、町内住民をターゲットとした小売業・建築業・サービス業等各社の業績悪化・廃業件数は益々増加することが予想できる。従って、観光立町として継続的振興を図るためには、まずは小売業・サービス業において観光交流客の取り込みに重点を置いた経営態へシフトすることが必要不可欠であり、同時に既存店舗の廃業で被る地域住民の生活の不便さを助長させないためにも、地域振興に寄与できる新たな事業展開が求められる。

### ②松崎町総合計画との連動性・整合性

当町の第5次総合計画における後期基本計画（2018年度～2022年度）では、地域社会を持続していく上で課題となる定住人口の維持及び確保の実現に向け、町民と地元関係団体との強固な連携のもと、雇用の確保、新たな人の流れの創出、子育て支援、教育環境の充実、安全なまちづくりなど、「まち・ひと・しごとの創生」を目指した総合戦略を進めており、人口目標として令和4年（2022年）で7,000人程度の確保を目指している。

更にその中で、中小企業の振興を図るべく「松崎町ならではの観光資源を発掘・活用し、やすらぎと感動のある体験型観光地を目指す」「意欲ある担い手を育成し、農林漁業が一体となった魅力ある生産活動が活発に行われることを目指す」「商工業者の経営が安定し、魅力的な個店が並び、町民や観光客が松崎町内での買い物を楽しめる商店街を目指す」「松崎町独自の地域資源が多様な産業の連携により活用され、松崎町内外へも広く普及する事を目指す」施策を掲げている。

この基本計画に沿って人口減少に歯止めを掛け、地域産業の活性化・雇用創出による賑わいのある町づくりを目指すために、小規模事業者に対する持続的経営の後押しは必要不可欠であり、新たな事業展開や経営態の変化へとステップアップさせる必要がある。

### ③松崎町商工会としての具体的役割

- 地域小規模事業者にとって最も身近な支援機関として、小規模事業者が抱える経営課題に対し、課題解決に向け寄り添いながら支援していく。
- 小規模事業者の経営力を向上させるには、個々の事業者の支援のみならず、地域全体の活性化が必要であり、それにより相乗効果が大いに期待できる。従って、観光立町としての観点から観光産業を基軸にすえ、全体的な地域振興に向けた事業に取り組むことで、これらを通じ個々の事業者の現状に沿った伴走型支援を実施する。
- 地域に密着した総合経済団体として行政との関係を密にし、小規模事業者の生の声を行政に届け、行政が立案・実施する施策等に反映させることで、町全体が一つになって地域経済の振興・発展に寄与できる体制づくりを行っていく。

## (3) 経営発達支援事業の目標

上記に掲げた「当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、行政・関係諸機関との連携を強化し、小規模事業者が抱える経営課題を解決すべく、事業計画

策定支援等を始めとする伴走型支援による経営力・継続力の強化や、創業・承継支援等による雇用の創出を図り、地域経済の活性化を実現させていく。また、伝統工芸品や歴史的建造物といった観光資源を有効活用した回遊型・体験型観光商品や地場産品を活用した新商品の開発など、地域の課題解決に繋がる小規模事業者の取り組みを後押しすることで、豊かな自然環境に恵まれた当地域の発展に寄与すべく、主に以下の2つの重点目標を掲げる。

**①小規模事業者の経営課題解決に向けた事業計画策定支援**

- ・事業計画策定件数：5年間で75件（年間平均：13件＋創業2件）
- ・売上増加事業者数：フォローアップ対象事業者の内、2割以上を実現

**②小規模事業者が取り組む新商品開発・販路開拓に関する支援**

- ・地域内外イベント出展に関する支援（実績：過去5年で延べ9社）  
5年で延べ25社の地域内・地域外イベントへの出展支援  
1社につき、地域内：平均5万円・地域外：3万円の売上増を達成目標
- ・体験型観光商品の開発・PRに関する支援（実績：過去5年で1件）  
5年で3種類の新規商品開発を支援し、そのPR普及に努める
- ・一大地場産業「桜葉」を活用した新商品開発及び販路開拓に関する支援  
新商品開発：5年で3種類を達成目標  
卸販売業者数：1商品につき5社の獲得目標

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・目標の達成指針**

(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小規模事業者の経営課題解決に向けた事業計画策定支援**

- ・「小規模事業者持続化補助金」「静岡県小規模企業経営力向上事業費補助金」の申請受付業務を通じ、新たな取り組み・やる気のある事業者を重点的に支援する。
- ・他社支援として、当会がこれまで蓄積した経営計画策定に関する事例を有効活用し、具体例として説明しながら事業計画策定の意義や重要性を小規模事業者に理解させることで、効果的な事業計画策定を推進する。
- ・計画策定においては、経営指導員の他に必要であれば中小企業診断士等の専門家にも参画してもらい、ブラッシュアップによる実効性の高い計画策定となるよう支援していく。
- ・事業計画策定後は、定期的にフォローアップを行い、計画通りに事業が遂行されているかチェック機能の役目を果たすことで、販路開拓・販路拡大に向け支援し、目標に掲げた小規模事業者数の経営力強化及び売上増加の実現を図る。

**②小規模事業者が取り組む新商品開発・販路開拓に関する支援**

- ・地域資源を有効活用し開発した新商品や、各店の個性・地域性を活かした新たなサービスを、大都市圏に向けPRし販路拡大に繋げるため、町内外で実施される様々なイベントへの出展を支援し、地域内外での各商品の認知度向上や売上増加を後押しする。
- ・松崎町が第5次総合計画の中で推進している「体験型観光の推進」に寄与すべく、地域資源の掘り越しや観光スポットの整備など、新たな観光商品化に向けた小規模事業者の取り組みを支援し、観光流入客数の増大による宿泊業の再生を図る。
- ・松崎町が第5次総合計画の中で推進している「桜葉産業の振興」に寄与すべく、小規模事業者が取り組む桜葉の加工商品開発に関し、情報収集や専門家派遣等によるブラッシュアップ等の支援を行うと共に、当会HP及び全国商工会連合会が実施する「EC化支援事業」の支援メニューを活用させるなど、Webを利用した広報PR及び販路拡大支援も併せて行うことで、桜葉商品の普及を後押しする。

### 3. 地域の経済動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

##### 【現状】

巡回時に各個店の基礎データや業界等の経済動向に関する聞き取り調査を行い、収集した情報を毎月実施している小規模企業動向調査（静岡県商工会連合会）及び四半期毎に実施される中小企業景況調査（全国連）へ反映させ、得られる結果を小規模事業者へフィードバックすることで、経営状況の分析等に活用している。

##### 【課題】

ビッグデータ等を活用した専門的分析が出来ていなかったため、改善した上で実施する。

#### (2) 目標

支援内容	公表方法	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①景気動向分析の公表回数	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回
②地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

#### (3) 事業内容

##### ①経営実態・事業承継アンケート調査の実施

管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、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100社

（製造業・建設業、卸売業・小売業・サービス業から各20社ずつ）

##### 【調査項目】

売上額、仕入額、経常利益、資金繰り、雇用対策、設備投資、広告宣伝・取引先対策等

##### 【調査手法】

毎年、年度当初に各地域や各業種の繁忙期等を考慮して計画する年間巡回計画に基づき、主に経営指導員が調査を実施する。

##### 【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。

##### ②国が提供するビッグデータの活用

当地区において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

##### 【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

上記の分析結果を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

#### (4) 成果の活用

○情報収集・調査、分析した結果は当会ホームページに掲載し、広く管内小規模事業者等に周知する。

○経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料・支援ツールとして活用する。

○経営分析や事業計画策定の支援時における経営判断の材料として活用する。

#### 4. 需要動向調査に関すること

##### (1) 現状と課題

###### 【現状】

地域ブランド認定商品の評価を検証するため、地域内外イベントへの積極的な出展を促し、バイヤー・一般消費者を対象としたアンケート形式による消費動向調査を実施している。また、各種需要動向調査及びインターネット閲覧にて取得可能な市場調査の成長市場予測を活用して、需要動向や市場の成長性を調査・研究し、その結果を経営指導員による定期巡回時に小規模事業者へフィードバックすることで、その後の事業運営に反映させるべく事業主に寄り添った支援を行っている。

###### 【課題】

これまで実施している消費動向調査では、対象となる事業所・品目数が少なく、且つ調査項目についても充分とは言えなかった。よって、分析内容も不十分な形が多かったので、今後は調査項目等の精査・改善を行った上で実施する。

##### (2) 目標

消費・需要動向調査	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①新商品開発の調査対象事業者数	1 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
②試食・アンケート調査対象事業者数	2 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

##### (3) 事業内容

###### ①特産品の利用用途拡大に向けた新商品開発に関するアンケート調査

当町の一大地場産業であり、特産品である「桜葉」の利用用途を一般家庭まで普及・浸透させるべく、製茶・食品加工の業種に属する管内事業所において、桜葉を使用したスイーツ等の新たな加工食品を開発する。具体的には、「伊豆まつぎ荘」などの町営宿泊施設等において、試食及びアンケートを実施し、その調査結果を分析した上で、当該事業所にフィードバックすることで新商品の開発に資すると共に、当該調査の分析結果を今後の事業計画に反映させるべく伴走型支援を行う。

【サンプル数】 来場者 50 名分/1 社あたり

【調査手段・手法】 町営宿泊施設への来場者が多い時期（5 月・7 月の計 2 回）に、1 社あたり 50 名分のサンプルを用意した上で、来場者に試食してもらいながら、経営指導員等がアンケート票に基づいて聞き取り調査を行う。

【分析手段・手法】 調査結果は、県連が委嘱する販路開拓等の専門家や、よろず支援拠点等の支援機関に属する専門家に意見を仰ぎながら、経営指導員が中心となって分析を行う。

【調査項目】 ①味・②色・③食感・④内容量・⑤価格・⑥パッケージ・⑦用途 等

【調査・分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等が当該事業所を訪問し、直接説明する形でフィードバックし、更なる改善等を行う。

###### ②広域的な消費・需要動向に関する調査・情報収集

特産品や地域ブランド品に関して、地元信用金庫が開催する「ビジネスマッチング」や伊豆地区 8 商工会（伊豆市商工会・伊豆の国市商工会・函南町商工会・東伊豆町商工会・河津町商工会・南伊豆町商工会・西伊豆町商工会・松崎町商工会）が連携して行う販路開拓等の支援事業、更には各単会が中心となって通年開催する各種イベント事業を通じ、来場するバイヤーや都市部の消費者に対して、試食・アンケート調査を実施する。なお、調査内容（サ

ンプル数等)は、上記①に同様であるが、バイヤーに対しては取引条件も重要項目となるため、調査事項に追加し聞き取りを行う。その調査結果を分析した上で、各特産品・ブランド品について出展事業者へフィードバックし、今後の開発・改良等に役立てる。

【サンプル数】来場者 50 名分/1 社あたり

【調査手段・手法】各種イベントに来場するバイヤーや都市部の消費者に対して、1 社あたり 50 名分のサンプルを用意した上で、来場者に試食してもらいながら、経営指導員等がアンケート票に基づいて聞き取り調査を行う。

【分析手段・手法】調査結果は、県連が委嘱する販路開拓等の専門家や、よろず支援拠点等の支援機関に属する専門家に意見を仰ぎながら、経営指導員が中心となって分析を行う。

【調査項目】①味・②色・③食感・④内容量・⑤価格・⑥パッケージ・⑦用途・⑧取引条件 等

【調査・分析結果の活用】分析結果は、経営指導員等が当該事業所を訪問し、直接説明する形でフィードバックし、更なる改善等を行う。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現 状】

当会では、経営指導員等が巡回・窓口相談を中心に、年間 1,000 回強 (2019・2020 年平均実績) の指導を行っている。その中で販路開拓や生産性向上等に関し、意欲的な事業所を積極的に掘り起こすとともに、それら事業所の経営状況について経営指導員が分析を行い、その結果を事業者へフィードバックすることで、段階的にステップアップさせている。

#### 【課 題】

経営指導員が中心となって実施しているものの、高度かつ専門的な知識が不十分であるため、明確な分析結果を提供するまでには至っていない。今後は静岡県商工会連合会や静岡県事業引継ぎ支援センター等と連携を図り、中小企業診断士等の専門家派遣を積極的に活用するなど改善した上で実施するとともに、報告書にして目に見える形で事業主に提供し、今後の経営改善・事業計画策定等に役立てることでフォローアップを行う。

### (2) 目 標

支援内容	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①巡回・窓口相談等による掘り起こし件数	—	25 件	25 件	30 件	30 件	30 件
②経営分析事業者数 (定性面・定量面の双方実施)	—	20 者	20 者	25 者	25 者	25 者
③専門家活用件数	—	5 件	5 件	6 件	6 件	6 件

### (3) 事業内容

#### ①巡回・窓口相談を介した掘り起こしによる経営状況の把握

経営指導員等が巡回・窓口相談時において、販路開拓・生産性向上等に意欲的な事業者の掘り起こしを行い、持続化補助金・経営力向上補助金等の補助事業の活用を推進することで、スムーズな経営状況の把握に努める。

#### ②経営分析の内容

【対象者】巡回・窓口相談時に掘り起こした販路開拓等に意欲的な事業者

【分析項目】定性分析：SWOT分析 / 定量分析：財務分析

《SWOT分析》— 強み・弱み・脅威・機会 等 (新規)

《財務分析》— 売上高・経常利益・損益分岐点・粗利益率 等 (継続)

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、クラウド型経営支援ツール「BIZミル」

を活用し、経営指導員等が分析を行う。

### ③ 専門家を活用した分析内容の高度化

高度な経営課題に取り組んでいる事業所（経営革新等）や創業者予定者及び企業の事業承継や再生支援を希望する事業者等に関しては、よろず支援拠点・事業引継ぎ支援センター・商工会連合会などの各支援機関の専門家派遣制度を活用し、分析内容を高度かつ専門的な知識を以て検証してもらい、分析結果の充実化・高度化を図る。

### （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、事業計画の策定時に活用すると共に、データベース化し内部共有を図ることで、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】

国の補助事業である持続化補助金やものづくり補助金、県の経営力向上補助金等の活用を希望する事業所や、革新的な試みを計画している事業所に対し、経営状況の分析結果に基づいて事業計画の策定支援を行っている。

#### 【課題】

これまで実施した中では、事業計画策定の意義や重要性の理解を充分浸透させるまでには至っていないため、今後は対象事業所の掘り起こし強化やセミナーの開催方法見直しなど、吟味・改善を行った上で実施する。

### （２）支援に対する考え方

巡回や窓口相談の際に小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と説明しても、その後の実質的な行動・意識の変化へはなかなか繋がらないことから、「事業計画策定セミナー」の開催カリキュラムを工夫するなどして、前記5. で経営分析を行った事業者の6割程度／年の事業計画策定を目指す。

更に、持続化補助金や経営力向上補助金等の申請過程において、策定する事業計画内容に革新的要素が認められた場合には、更なるステップアップとして経営革新計画承認に向け支援すると共に、事業計画の策定前段階においてDX導入に向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

また、創業・第二創業・事業承継を計画する事業者に対しては、実効性の高い事業計画の策定がスムーズに行えるよう、行政や各種支援機関・金融機関等との連携体制を維持・強化することで、事業者の個々の状況に合わせ寄り添った支援を行う。

### （３）目標

	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①DX推進セミナー	—	2回	2回	2回	2回	2回
②事業計画策定セミナー	1回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	10者	12者	12者	13者	14者	14者
⑤創業・第二創業計画策定事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者

### （４）事業内容

#### ①「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」の開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツ

ルの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

【対象者】前記5.において、経営分析を行った事業者

【募集方法】上記対象者へ巡回・窓口相談等の際に直接声掛け

【講師】ICTエキスパート派遣事業に登録されている講師等の専門家

【開催回数】2回/年

【カリキュラム】DX総論・DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例、SNSを活用した情報発信・ECサイトの利用方法等

【参加者数】各10名

また、セミナーを受講した事業者の中から取組意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

【講師】エキスパートバンクやミラサポに登録されているIT関連の専門家

【開催回数】必要に応じて随時

#### ②「事業計画策定セミナー」の開催

【対象者】DX推進セミナーを受講またはIT専門家派遣事業を活用した事業者

【募集方法】上記対象者へ巡回・窓口相談等の際に直接声掛け

【講師】エキスパートバンクやミラサポに登録されている講師等の専門家

【開催回数】2回/年

【カリキュラム】事業計画の必要性、具体的な作成手順、策定後の支援策等

【参加者数】各10名

#### ③ 経営指導員等による確実な事業計画策定に向けた個社支援

事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制かつマンツーマンで支援を行い、確実に事業計画の策定に繋げていく。

#### ④「専門家個別相談会」の開催

上記②で策定した事業計画をより実効性の高いものにするため、高度かつ専門的な知識を有する専門家によるブラッシュアップ等の支援機会を設ける。

【対象者】経営指導員等の支援を受け事業計画を策定した事業者

【募集方法】上記対象者へ直接声掛け

【開催回数】必要に応じて随時

【開催内容】よろず支援拠点・商工会連合会や各支援機関の専門家派遣制度を活用して、より実効性の高い事業計画へとブラッシュアップを図る。

#### ⑤ 創業・第二創業・事業承継予定者に関する支援

創業予定者に関しては、事業計画の整合性を検証できるよう、当会が所有する「俳句交流館」を有効活用し、体験ショップ（チャレンジショップ）として一定期間無償貸与することで、より実効性の高い事業計画へとステップアップさせる。

第二創業予定者に関しては、設備投資・収支計画・営業体制等、ポイントを押さえた事業計画の策定が行えるよう、専門家との連携体制を構築しておくことで、スムーズに事業転換が出来る環境を整備する。

事業承継予定者に関しては、まずは小規模事業者の悩みを聞き、事業引継センターのコーディネーターや地域金融機関と連携する事で、効果的な事業計画の策定実現に向けた支援体制づくりを強化する。

## 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】

事業計画策定の支援を行った事業者に対し、原則、経営指導員が4ヶ月に1回程度のサイクルで巡回訪問し、事業計画の進捗状況を確認しているが、事業者毎に事業計画の内容や進捗度合い等において難易度が異なるため、すべての事業者に対して平等にはチェックしきれていない。

## 【課題】

計画策定支援を行った全ての事業者に対し、経営指導員が平等に訪問しフォローするやり方は、事業の進捗状況をチェックしきれない事業者も発生するため、今後は、事業者毎の事業内容・進捗度合いに応じた訪問計画に随時変更しながら支援を実施する。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画を策定支援した全ての事業者を対象とするが、各事業者の事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援する必要がある事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障がない事業者を見極めた上で、フォローアップの頻度を設定し支援にあたる。

### (3) 目標

支援内容	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
個社フォローアップ 対象事業者数	—	12 者	12 者	13 者	14 者	14 者
頻度 (延回数)	—	48 回	48 回	52 回	56 回	56 回
売上増加 事業者数	—	3 者	3 者	5 者	5 者	5 者
利益率15%以上 増加の事業者数	—	2 者	2 者	3 者	3 者	3 者
創業・第二創業フォロー アップ対象事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
頻度 (延回数)	—	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

### (4) 事業内容

#### ① 個者毎の事業計画の進捗状況に合わせたフォローアップ体制の構築

事業計画策定12社のうち、4社は2ヶ月に1回、4社は3ヶ月に1回、他の4社については年2回とする。但し、事業者からの申出等により、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、担当経営指導員による面談を行い、計画の変更も視野に入れ課題の洗い出しに努めると共に、他地区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策を検討の上、フォローアップ頻度の変更を行うなど、個々の事業者に寄り添った支援を実施する。

#### ② 創業・第二創業計画策定事業者に対する支援

創業・第二創業事業者に対しては、事業計画の進捗状況の確認と共に、商工会で行っている記帳代行を推進し、帳簿作成にかかる手間の軽減と収集した財務情報による経営診断を実施することで、早期に事業が軌道に乗るよう支援する。(1社につき2回)

更に、創業後2年～3年程度経過した事業者に対しては、個々の経営状況に応じ経営革新計画承認等に向けた支援を行う。

#### ③ 事業承継計画策定後の支援

事業承継を計画・策定した事業者に対しては、事業計画の進捗状況の確認と共に、若手後継者の資質向上のための研修機会を創出し、有効活用できるよう支援する。

## 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

#### 【現状】

展示・商談等の催事に関する支援では、県内外で開催される展示会（FOODEX JAPAN等）や物産展（ニッポン全国物産展＜全国連主催＞・伊豆大特産品市等）への出展を促進すると共に、出展事業者に対しては、その都度経営指導員等による事前指導（ブースレイアウト、当日の運営等）及び事後のフォローアップを行っている。

しかしながら、百貨店やスーパーなどへバイヤーを介して新たに契約出来たケースは、過去5年間でわずか2事業者に過ぎず、大手参入への厳しさと支援の難しさを浮き彫りにしている。

一方、ITを活用した支援では、地区内小規模事業者の多くがオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、高齢化や知識・人材不足等の理由から、DXに向けた取組が進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。よって、現在は当会HPや全国連が運営するサイト「ニッポンセレクト.com」を有効活用し、事業者の開発商品の広報PR及び通販による需要開拓の機会創出に向けた支援に努めている。

#### 【課題】

これまでの成果を踏まえ、催事に関する支援については、展示会・物産展に出展する事業者に対し、経営指導員等が行っている事前・事後のフォローについて、接客対応や商談の進め方等、これまで不十分であった部分の見直し・改善を図ると共に、今後は事業計画を策定した事業者に対し、展示会・物産展に関する案内・出展誘致を優先させ、更なるステップアップに向けた支援強化を図っていくことで、管内のその他の小規模事業者全般に対しても、販路開拓の意義や重要性を浸透させるよう努める。またITの活用支援については、今後販路開拓を行う上でDX推進は必要不可欠であるということをも十分理解・認識させ、その取組を支援していく必要があることから、全国商工会連合会が実施する「EC化支援事業」の支援メニューを積極的に活用させるなど、改善を行った上で実施する。

### (2) 支援に対する考え方

商工会が独自に展示会等を開催することは困難なため、首都圏で開催される既存の展示会への出展を目指す。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うと共に、出展期間中は陳列による商品の見せ方やポップの制作、接客・商談対応に関するアドバイスなど、きめ細やかな伴走支援を行う。

また、特産品や地場産品を活用し新商品を開発した事業者は勿論のこと、新サービスの開発・提供並びに新たな生産・販売方式の導入を行った事業者等に対して、通年にわたり需要開拓の機会創出を図るため、当会及び全国連が運営するWebサイトを利活用したIT活用支援を行う。

DXに向けた取組としては、データに基づく顧客管理や販売促進・SNS情報発信・ECサイトの利用等、ITを活用した営業・販路開拓に関するセミナーの開催や相談対応を行い、理解度を高めると共に、必要に応じIT専門家派遣等を活用しながらDX導入に結び付けるなど、事業者の段階に合った支援を行う。

### (3) 目標

支援内容	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①FOODEX JAPAN展示商談会 出展事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/者	0件	1件	1件	1件	1件	1件
②ニッポン全国物産展 出展事業者数	0者	3者	3者	3者	3者	3者
売上額/者	0円	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円

③ SNS活用事業者数	—	6者	6者	6者	8者	8者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
④ ECサイト利用事業者数	2者	4者	4者	4者	5者	5者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑤ ネットショップ開設者数	1者	2者	2者	2者	3者	3者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
⑥ 「企業紹介サイト」 松崎ブランド商品登録数	1件	1件	2件	2件	2件	2件
松崎ブランド商品累計数	33件	34件	36件	38件	40件	42件

#### (4) 事業内容

##### ① FOODEX JAPAN展示商談会（B to B）への出展支援

首都圏で開催される「FOODEX JAPAN展示商談会」において、毎年商工会が1ブースを借り上げ、管内の食料品製造業者2社を選定し参加させる。また、商談会でのプレゼンテーションがスムーズ且つ効果的に実施できるよう、事前研修を行うと共に、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチを支援するなど、商談成立に向けた実効性の高い支援を行う。

【参考】FOODEX JAPAN（2021年実績）—毎年3月中旬開催、県内外から出展社：約1,300社、  
来場者：約25,000人（実績）

##### ② ニッポン全国物産展（B to C）への出展支援

全国連主催の「ニッポン全国物産展」において、商工会が1ブースを借り上げ、事業計画を策定した事業者3社を優先的に出展し、新たな需要開拓を支援する。

【参考】ニッポン全国物産展—毎年11月下旬開催、県内外から出展社：約150社、  
入場者：約100,000人（実績）

##### ③ SNS活用に向けた支援

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客を取り込むため、取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

##### ④ ECサイト「カラーミーショップ」活用に向けた支援（B to C）

全国商工会連合会が実施する「EC化支援事業」の支援メニューを積極的に活用し、推奨するECサイト「カラーミーショップ」（運営：GMOペパボ株式会社）への登録・活用を提案しながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走型支援を行う。

##### ⑤ 自社HPによるネットショップ開設に向けた支援（B to C）

ネットショップの立ち上げから、商品構成・ページ構成・PR方法等WEB専門会社やITベンダーの専門家等と連携し、セミナー開催や立ち上げ後の専門家派遣を行い継続した支援を行う。

##### ⑥ 「松崎町・企業紹介サイト」を活用した販路開拓支援

###### ・発信する各種情報の常時更新によるPR支援

本サイトの情報鮮度を高め管内小規模事業者の事業機会を増加させるべく、事業者に対し年間通じて新たな情報提供をお願いすると共に、経営指導員等が日常行っている巡回や窓口相談時において、事業者自身がその価値に気づいていないような隠れた情報の収集に努めることで、常時更新による消費者に飽きられないサイト運営を図るための体制を整備する。

###### ・松崎ブランド認定商品の広報支援

松崎町ブランド認定事業を継続実施し、当該ブランド商品の拡充及び販路開拓を支援するため、随時認定商品を当HP上でPRする。

なお、松崎町ブランド認定事業の概要に関しては、後掲「(12)地域経済の活性化に資する

取組に関すること・(2)事業内容・②地域資源を活用した商品開発」内に記載のため参照。  
・国や県から法認定並びに補助事業の採択を受けた事業所の取扱商品（新商品・新サービス）に関するPR支援

経営革新計画並びに持続化・小規模企業経営力向上補助金等の国・県が行う補助事業において、法認定・採択を受けた事業所に対し、企業努力の成果をアピールすることで自社商品の好感度を高め、新規開拓・販路拡大に繋げる取組を支援するべく、当HPへ随時掲載してPRする。

## 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】

松崎町企画観光課長・外部有識者（中小企業診断士）及び経営指導員等をメンバーとする「松崎町商工会経営発達支援計画評価委員会」において、客観的な評価・見直しを年1回実施し、その結果を理事会に於いて審議の上、最終的な成果の評価・見直しの方針を決定している。評価結果については、毎年通常総会で報告し承認を受けると共に、その内容を事務所内で閲覧できるよう掲示し、併せて当会HP上でも年1回更新している。

#### 【課題】

日常業務の中で行っている支援がどのようなものか見えづらい為、評価に反映させることが難しく、なかなか計画通りには進んでいない状況だが、これまで見直しまでには至っていない。

### (2) 事業内容

- ①毎事業年度が終了した時点で、事業実施状況及び成果・評価に関する報告書を事務局内で作成する。また、改善や見直す点を精査し、見直し案を作成していく。
- ②松崎町企画観光課長・法定経営指導員・外部有識者（中小企業診断士）・三島信用金庫支店長等をメンバーとする「松崎町商工会経営発達支援計画評価委員会」を年1回開催し、評価・見直しの方針を決定する。
- ③当該委員会における事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会にフィードバックし承認を受ける。
- ④事業の成果・評価・見直しの結果については、当会HP(<http://www.wbs.ne.jp/bt/matsuzaki/>)及び会報に掲載（年1回）し、地域の小規模事業者等が常に関覧可能な状態とする。

## 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

#### 【現状】

全国商工会連合会や静岡県・静岡県商工会連合会が主催する各種研修・セミナー及び中小企業大学校が主催する研修へ、経営指導員を始め一般職員が積極的に参加している。習得した支援ノウハウについては、各自が現場で実際に活用し、それら支援内容を基幹システムに入力・データ化することで、支援事例として職員間での共有を図っているが、OJTを行うまでには至っておらず、よって全体的な支援能力の向上という面から見ると不十分さを隠せない。

#### 【課題】

巡回や窓口相談時に経営指導員が行う支援ノウハウを習得するため、一般職員が同行する機会を創出すると共に、その習得したノウハウを各自が実際の巡回・窓口相談時に有効活用できたかどうか、職員全体で発表し合う場を設けるなど、各個人の資質向上に繋がる取組を積極的に行う。

## (2) 事業内容

### ① 外部講習会等の積極的な活用

#### 【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上を図るため、全国商工会連合会が主催する研修会や、静岡県・静岡県商工会連合会が主催する「経営支援能力向上セミナー」に、計画的に経営指導員等を派遣し、小規模事業者収益確保を重視した支援能力の向上を図る。

#### 【事業計画策定セミナー】

事業計画策定に関する支援能力を強化し、当会の弱みでもある件数の増加を図るべく、中小企業大学校東京校主催の「事業計画策定セミナー」への参加を優先的に実施する。

#### 【DX推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員の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、静岡県産業振興財団等が主催するDXセミナーをはじめ、下記のDX推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーに積極的に参加する。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組>

#### ア) 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

#### イ) 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

#### ウ) その他取組 オンライン経営指導の方法等

### ② OJT制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と一般職員がペアとなって、巡回及び窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体での支援能力の向上を図る。

### ③職員間ミーティングの開催

経営指導員研修会等に参加した経営指導員が講師となって、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から対話術に至るまで、定期的なミーティング（月1回・年間12回）を開催し意見交換等を行うことで、職員間での支援能力の向上を図る。

### ④支援ノウハウの共有化（データベース化）

経営指導員等が担当した小規模事業者に関するデータを、適時・適切に全国連基幹システム及びクラウド型経営支援ツール「BIZミル」へ入力・データベース化し、各事業者の支援状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定のレベル以上の対応が出来るようにする。

## 11. 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】

金融支援の面では、管内の金融機関（㈱静岡銀行、三島信用金庫、㈱静岡中央銀行、㈱スルガ銀行、JA伊豆太陽農協）と連携し情報交換しながら、小規模事業者の事業計画策定の際の資金確保等に役立てている。経営支援の面では、伊豆地区8商工会（伊豆市商工会・伊豆の国市商工会・函南町商工会・東伊豆町商工会・河津町商工会・南伊豆町商工会・西伊豆町商工会・松崎町商工会）で連携した経営支援会議や、静岡県商工会連合会が主催する地区別情報交換会に出席し、県内外の経営支援に関する情報を交換し合うことで新たな支援ノウハウを吸収し、その成果を管内小規模事業者へフィードバックしている。

#### 【課題】

これまで実施した各支援機関との情報交換により、得られた支援ノウハウをフルに活用することで、より実効性の高い事業計画策定に重点を置き支援してきたが、当会においては未だ目標とする件数に到達していないことから、今後は情報交換会の開催時期や方法・回数について、更な

る改善が必要であると認識している。

## (2) 事業内容

### ①松崎町経済対策情報交換会への出席（年3回）

松崎町・松崎町商工会・松崎町観光協会及び管内の主要金融機関（㈱静岡銀行・三島信用金庫）の各支援機関関係者が参画する松崎町経済対策情報交換会に年3回出席し、静岡県及び松崎町の経済動向等を把握すると共に、各支援機関の支援ノウハウを共有することで当会の支援体制の一層の向上に努める。特に、当会は事業計画策定支援に関する実績数値が低いため、経営指導員を本会議に順番で参加させ、支援ノウハウの向上に努めると共に、管内の巡回頻度が高く情勢にも詳しい三島信用金庫松崎支店職員との情報交換については、事業計画策定時に有効な情報が得られるため重要視している。

### ②伊豆地区8商工会が連携し実施する経営支援研修会への出席（年2回）

伊豆地区の支援機関（伊豆市商工会・伊豆の国市商工会・函南町商工会・東伊豆町商工会・河津町商工会・南伊豆町商工会・西伊豆町商工会・松崎町商工会）を対象とした「経営支援研修会」に出席し、支援ノウハウや支援の現状・効果等について情報交換を行うことで、各地域における支援体制等の共有を図り、管内小規模事業者に対し積極的に活用することで伴走型支援の効力を高める。

### ③静岡県商工会連合会主催の地区別情報交換会への出席（年1回）

毎年開催される、静岡県商工会連合会主催の伊豆地区内商工会を対象とした情報交換会に出席し、静岡県内外及び伊豆地域における経済動向や小規模事業者の業種別景気動向、更には、国・県等の補助事業への取組状況などについて情報交換を行い、管内小規模事業者に対する伴走型支援の効力を高める。

## 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

#### 【現状】

商工会・松崎町・観光協会・伊豆太陽農協・三島信用金庫の5者間で連携し、共有した町内情報をもとに、地域資源を活用した商品開発を目指す小規模事業者と地場産品生産者とのマッチングを図り、事業計画策定から新商品開発に至るまで支援するなど、地域活性化に努めている。また、町が総合計画に掲げている体験型観光の推進を図るべく、町・観光協会・商店会と連携して新たな観光商品（ノルディックウォーク・散策ルート）を開発し、商店街の賑わい創出及び小規模事業者の売上増加を図るなど、地域経済の活性化にも寄与している。

#### 【課題】

これまで松崎町産業団体連絡協議会の開催が年2回と少なかったため、収集した町内情報の鮮度が低くなり対応が遅れがちであったことから、今後は開催頻度の改善を行った上で開催する。

また、6次産業化を推進するにあたり、開発した商品は積極的に「松崎ブランド」商品として登録を行うよう推奨していることから、松崎町産業団体連絡協議会の協力のもと、広報・PR対策に努める。

### (2) 事業内容

#### ①5者間連携会議の開催

商工会・松崎町・観光協会・伊豆太陽農協・三島信用金庫で組織される5者間連携会議を年3回開催し、町内情勢の共有化と連携強化を図り、6次産業化の推進に努める。また、商工会は当会議の事務局を担うと共に、6次産業化に向け中心的な役割を果たしていく。

#### ②地域資源を活用した商品開発（松崎ブランド認定商品）

伊豆太陽農協・伊豆漁協の扱う地場産品や取得している各種情報を共有し、連携強化を図ると共に、相互協力から得られる付加価値のある商品開発（農商工連携）を進め、松崎ブランド認定商品としての知名度の向上及び集客力アップを図る。このことにより、商店街の賑わい創

出と小規模事業者の売上増加及び利益向上を図り、地域経済の活性化に寄与する。

※松崎町ブランド認定事業の概要

- ・事業目的：松崎町が生み出した優れた特産商品を全国に発信し、松崎町のイメージを高めると共に、地域産業の振興を図りながら、より豊かな町づくりを推進する。
- ・事業内容：松崎町の特産品を活かした「地場産商品」（地域性・独自性・素材・原材料・技法・製法・品質の各項目を審査し、一定基準を満たした商品）に対し「松崎ブランド」マークの表示使用を許可すると共に、ロゴシール・幟旗・チラシの作成や関係団体の広報活動での取り上げなど、各種媒体等を通じ広くPRする。
- ・審査委員：学識経験者、町行政職員、商工会観光・商業部正副部長を含む11名で構成。

③地域産業の振興

松崎町が推し進める日本一を誇る地場産品「桜葉の生産・加工」を維持するため、小規模事業者の桜葉を利用した新商品開発と活用の支援を行ない、桜葉の付加価値向上と生産量の増大を図ることで地域経済の活性化に繋げる。

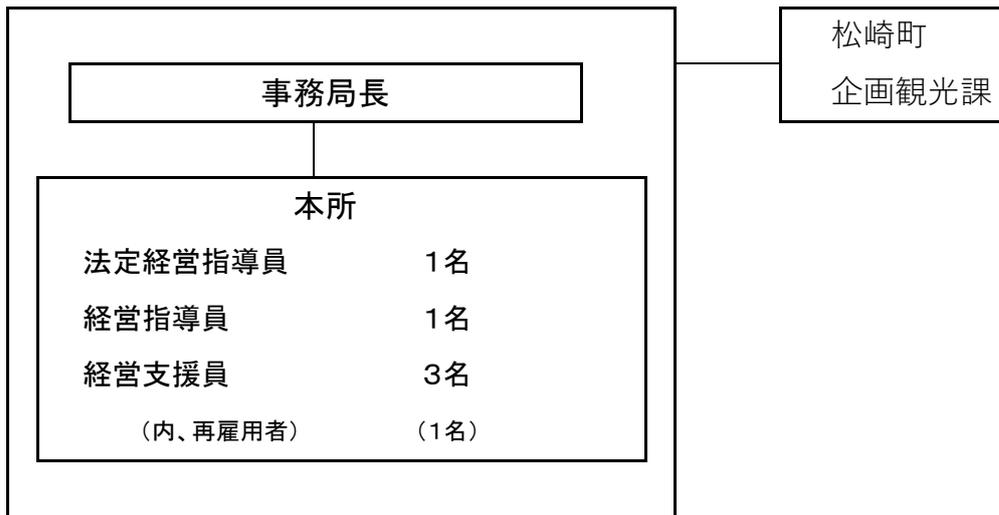
(別表2)

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3年10月現在)

(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)



(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法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名 後藤 英人

連絡先 松崎町商工会 (0558-42-0470)

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状況の管理、事業の評価・見直しを行う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/商工会議所

〒410-3624

静岡県賀茂郡松崎町江奈 231-2

松崎町商工会

TEL : 0558-42-0470 / FAX : 0558-42-2247

E-mail : matsuzaki@vcs.wbs.ne.jp

②関係市町村

〒410-3696

静岡県賀茂郡松崎町宮内 301-1

松崎町役場

TEL : 0558-42-3964 / FAX : 0558-42-3183

E-mail : kankou@town.matsuzaki.lg.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)

	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
必要な資金の額	1,350	1,750	1,750	1,750	1,750
① 特産品等販路開拓支援事業	600	1,000	1,000	1,000	1,000
(販路開拓支援事業費)	(300)	(500)	(500)	(500)	(500)
(販売促進支援事業費)	(300)	(500)	(500)	(500)	(500)
② 商業振興費	600	500	500	500	500
③ 観光振興費	100	200	200	200	200
④ 経営対策費	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
会費、県補助金、町補助金、町事業受託料収入、手数料収入

(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。

