

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>西伊豆町商工会（法人番号 5080105004850） 西伊豆町（地方公共団体コード 223069）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和6年4月1日～令和11年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>経営発達支援事業の目標 小規模事業者の持続的発展とそれによる地域の活性化を図るため、当商工会の長期的な小規模事業者支援のビジョンとして以下の3点を本事業の目標として設定する。 ①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現 ②創業者を含む小規模事業者との対話と傾聴を通じ個々の課題を設定し、解決に導く中で小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへつなげる ③西伊豆町の花産物等の地域資源を活かし、地域のにぎわいづくりを推進</p>
<p>事業内容</p>	<p>経営発達支援事業の内容 3. 地域の経済動向調査に関すること 地区内及び静岡県の花気動向調査結果を分析することにより小規模事業者の現状と課題を把握し支援の基礎データとして活用する。 4. 需要動向調査に関すること 地区内小規模事業者が製造する商品等の需要や傾向を調査し、新商品開発や販路開拓の伴走支援に活用する。 5. 経営状況の分析に関すること 経営支援ツールを活用し支援対象事業者の経営状況を分析し、その事業者の強みや課題を抽出し経営指導に活かす。 6. 事業計画策定支援に関すること 創業予定者及び創業3年未満の事業者に対し、ワンストップ個別相談やセミナーを開催し基礎的な指導をすると伴に、事業計画書の策定を促し、希望者の計画書策定を支援する。</p>

	<p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること  事業計画策定事業者のフォローを巡回や窓口相談において随時経営指導員等が行う。又、その中で出て来た課題の解決を専門家と協力して実施する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること  西伊豆町の特産品を掘り起こしブランド化を図るため、特産品の認定審査会を開催すると共に、特産品カタログなど広報物を制作し販路開拓を支援する。</p>
連絡先	<p>西伊豆町商工会  〒410-3514 静岡県賀茂郡西伊豆町仁科 423-1  TEL:0558-52-0270 FAX:0558-52-1502  E-mail:u-yake@vcs.wbs.ne.jp</p> <p>西伊豆町 まちづくり課  〒410-3514 静岡県賀茂郡西伊豆町仁科 401-1  TEL:0558-52-1114  FAX:0558-52-1906  E-mail:shoukou@town.nishiizu.lg.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

西伊豆町商工会の管轄地域は西伊豆町全体であるため、「現状」における各種データは、西伊豆町全体のデータを活用する。

(1) 地域の現状及び課題

①現状

・立地

当町は、海に迫る急峻な山に阻まれているものの、市街地が国道沿いに南北に点在して形成され、農地や平坦地などの可住地は海岸線沿いに広がっている。変化に富むリアス式海岸からなる海岸線は、その一部が富士箱根伊豆国立公園区域及び名勝伊豆西南海岸に指定され、豊富な温泉、豊かな海の幸、温暖な気候など自然に恵まれており、平成30年度には伊豆半島ジオパークとしてユネスコ世界遺産にも認定されるなど、変化に富んだ美しい自然環境を有する観光地として発展している。



・人口推移

《資料：国勢調査》

年度	平成12年	平成17年	平成22年	平成27年	令和2年	令和5年
人口(人)	11,268	10,372	9,469	8,234	7,090	6,930
人口比(5年毎)	94.0%	92.0%	91.2%	86.5%	86.1%	97.7%
世帯数	4,383	4,204	4,030	3,673	3,397	3,614

※令和5年度の資料は「広報西伊豆」

・年齢3区分人口の推移

《資料：国勢調査》

年度	昭和55年	平成2年	平成12年	平成17年	平成22年	平成27年
年少人口(人)	3,070	1,924	1,203	1,038	881	666
生産年齢人口(人)	9,384	8,193	6,545	5,576	4,748	3,661
高齢人口(人)	1,922	2,579	3,520	3,758	3,840	3,906

◎毎年、人口が減少しており、地域社会を持続させていく定住人口を維持・確保していくことが課題となっている。

◎年齢階層別に見ると、年少人口(0～14歳)と生産年齢人口(15～64歳)は大きく減少している。一方、老年人口(65歳以上)は増加しており、高齢化率が非常に高く、静岡県平均を大きく上回っている。

・産業構造の推移

《商工業者・小規模事業者・商工会員等》

(商工会總會資料より)

年 度	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	R5/R元
建設業	76	78	76	74	77	101.3%
製造業	48	45	45	41	43	89.6%
卸売業	12	11	10	11	10	83.3%
小売業	75	71	67	66	61	81.3%
飲食・宿泊業	103	95	94	92	89	86.4%
サービス業	105	102	104	107	108	102.8%
その他	46	45	44	41	39	84.7%
合計(商工業者)	465	447	440	432	427	91.8%
前年比	95.8%	96.1%	98.4%	98.1%	98.8%	—
小規模事業者	432	412	406	412	432	100.0%
前年比	95.7%	95.3%	98.5%	101.4%	104.9%	—
会員数	380	355	361	355	373	98.1%
法定会員数	335	316	318	316	335	100.0%
前年比	96.8%	94.3%	100.6%	99.3%	106.0%	—
加入率 法定会員/商工業者	72.0%	70.7%	72.2%	73.1%	78.4%	—

◎商工業者数は4年間で91.8%に減少しているが小規模事業者数は増減なしである。

◎商工会加入率は4年間で6.4%増えている。

《宿泊客数・観光レクリエーション客数》

(静岡県資料)

年 度	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年
宿泊客数(人)	254,750	242,841	150,048	127,518	194,308
前年比	96.2%	95.3%	61.7%	85.0%	152.3%
観光レク数(人)	485,619	467,330	245,085	262,275	334,340
前年比	91.8%	96.3%	52.4%	107.0%	127.5%
観光交流客(人)	740,369	710,171	395,133	389,793	528,648
前年比	93.3%	95.9%	55.6%	98.6%	135.6%

※観光交流客は、宿泊客数と観光レク数の合計

◎年々減少傾向であったが、どの項目もコロナのダメージが令和2年、令和3年に大きく表れ令和4年に少し回復した程度となっている。

・歴史的な背景

当町は、平成17年4月に西伊豆町と賀茂村が町村合併し西伊豆町となりました。合併当初は、人口も1万人を超えていましたが、令和5年9月現在7千人を割っている。

昭和30年～40年はカツオの遠洋漁業と堂ヶ島を核としたホテル・旅館や民宿など300件以上の宿

泊施設があり、観光業と共に盛んでしたが、オイルショック以降 50 隻以上あった大型漁船は現在では 1 隻となりました。

また、宿泊施設も約 45 件程度になり最盛期の 15%程度となりましたが、現在でも観光業が主要産業となっている。

#### ・交通網

西伊豆町には鉄道が通っていない為、車を主とした交通網となっている。首都圏からは東名高速道路、伊豆縦貫自動車道、国道 136 号線を利用し片道 3 時間程度で来ることができる。

#### ・地域の名産品、地域資源等

西伊豆町は、鰹で栄えた名残があり鰹節製造をしている「伊豆田子節」やカツオを丸ごと塩に漬込んだ「潮鰹」、「鰹塩辛」、品質の良い西伊豆の天草で作った「ところてん」、「西伊豆かも風鈴」等のガラス製品がある。

### ②課題

上記の現状を踏まえた西伊豆町の課題として以下のことがあげられる。

#### ○人口に関する課題

西伊豆町の人口は平成 12 年に 11268 人あったのが、令和 5 年 8 月では 6930 人と減少傾向にある。人口減少による町内消費の減少に加えて労働力人口の減少により人材の確保が困難になっている。今後も人口減少が進むことが予想され、マーケットの縮小と労働力不足による生産能力低下が危惧されている。

その反面、高齢化は進み買物や病院に通うことが困難なお年寄りも増えている。移動販売などでカバーしているが経費が通常よりかかる為、採算が取れなく撤退する事業所も多い。

#### ○産業に関する課題

食品製造業の若手経営者や後継者は新商品開発や全国的な物産展や商談会に積極的に参加している。その中で、地元の伝統保存食「潮鰹」を活用した商品やイカスミを練りこんだ麺で作った「海賊焼」などが人気商品となっている。その反面、小売業はドラッグストアの進出や人口減少により売上が減少していき自分の代で廃業する事業者が多くなっている。宿泊業も観光客が年々減少し、令和 2 年からはコロナの影響で客数は激減した。現在はアフターコロナの入口ということで持ち直し始めたがコロナ前の水準には遠く及ばない状況である。

### (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

地域経済の支えである中小企業・小規模事業者が持続的経営により発展していくことが、西伊豆町の振興のためには極めて重要である。そのためには既存の事業者の経営力強化をはじめ、事業承継対策や創業支援など組織的な伴走支援に取り組んでいく必要がある。

そこで当商工会は中小企業・小規模事業者が抱える経営課題に対し、職員のスキルアップや専門化、他の支援機関等との連携による相談体制を活用して経営状況分析や事業計画策定、販路の開拓など事業者に寄り添った伴走支援を実施していく。また行政と連携し、地域経済の活性化に向けた産業活性化事業等を実施し、中小企業・小規模事業者の経営基盤強化を図っていく。

#### ②西伊豆町総合計画との連動制・整合性

当町では、令和 2 年度～令和 11 年度までの 10 年間の第 2 次西伊豆町総合計画を策定している。

総合計画では地域社会を持続していくために、課題となる定住人口の維持・確保が必要となっている。そのためには安定した社会基盤のもと、雇用の確保、生活環境、子育て支援や教育環境の充実など、将来も「住みたい、住み続けたい」と思うまちづくりを進め、人口目標を令和11年に5900人程度確保を目指している。

その中で、中小企業の振興として「地元の中小企業が活気を取り戻し働きたくなる職場を目指す」「中小企業の健全な発展のため、補助制度等を設け、地域経済の活性化を図る」「地域商社事業による商流の確立を目指す」と施策を掲げている。この総合計画においても人口減少に伴う町づくりを目指していく中で、小規模事業者も持続発展していけるような事業展開や経営態の変化をしていく必要がある。

### ③商工会としての役割

経営発達計画の実践により、経営分析、事業計画策定、販路開拓などの事業を展開していくため、町や各支援機関等と連携を図りながら事業環境変化へ柔軟に対応できるよう「課題設定」から「課題解決」まで自走化できるよう伴走していく。

又、町内の人口が減少していく中、流入人口を多数有している強みや新たな販促・集客方法であるDX化への取組みなどを事業変化への対応を念頭においた施策を推進していく。

### (3) 経営発達支援事業の目標

- ①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現。
- ②創業者を含む小規模事業者との対話と傾聴を通じ個々の課題を設定し、解決に導く中で小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへつなげる。
- ③西伊豆町の海産物等の地域資源を活かし、観光や特産品など地域のにぎわいづくりを推進。

## 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6年4月1日～令和11年3月31日)

(2) 目標に向けた方針

#### ①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現

小規模事業者の業種や業態に応じた状況を財務諸表の定量面のみでなく、事業者との対話と傾聴を通じた定性面を掘り起こし、本質的な課題の認識の元、それを踏まえた事業計画策定支援を実施する。加えて将来的な自走化を目指し、課題解決ツールを活用提案しながら「気づき」「腹落ち」による自らが事業計画を実行していくための支援を行う。

#### ②創業者を含む小規模事業者との対話と傾聴を通じ個々の課題を設定し、解決に導く中で小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへつなげる

人口が減少、高齢化率上昇などの状況の中で地域経済を維持し、小規模事業者や創業者の持続的発展に取り組む上で、個々の小規模事業者が抱える課題の設定から課題解決に至るまでの支援において、経営者等との対話を通じて「気づき」と「腹落ち」を引き出すことで課題に向きあい自己変革していく力の習得を醸成していく。

#### ③西伊豆町の海産物等の地域資源を活かし、地域のにぎわいづくりを推進

西伊豆町が有する計画や歴史・文化資源のほか、駿河湾の魚介類や伝統製法の潮鰹を活かした既存商品の磨き上げを支援することで「西伊豆のブランド品」につなげ、ITを活用した販促方法の導入、販路開拓支援を通じ、交流人口増を図ることで西伊豆町のにぎわいづくりに貢献していく。

## I. 経営発達支援事業の内容

### 3. 地域の経済動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

##### ①現状

- ・毎月、製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業を対象とした「小規模企業景気動向調査」を実施している。
- ・年に1度9月に夏季の売上などの全会員調査を実施している。
- ・巡回により事業所数が多い飲食業や宿泊業、特産品製造業の景況把握に務めている。

##### ②課題

- ・景況調査の県全体との比較分析をしていないので問題点が明らかになっていない。
- ・夏季景況調査結果の分析は経営指導時や関係機関との情報交換会などで役立っているが、事業者と共有が出来ていない。これまでの景気動向調査(毎月)と夏季景気動向調査は継続しその分析

結果を管内事業者と共有を図る。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①夏季景気動向調査結果の公表数	HP掲載	-	1回	1回	1回	1回	1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夏季景気動向調査

西伊豆町内の繁盛期である夏季の景気動向を把握するため、全会員から調査票を回収し集計・分析する。その結果をホームページにて小規模事業者へ公表する。又、地区内の関係機関との情報交換会などで提供し共有を図る。

【調査手法】調査票を郵送し返信封筒で回収する。又は、グーグルフォームを活用しオンライン回答したデータを経営指導員等が整理・分析する。

【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、飲食業・宿泊業、その他のサービス業から各20社)

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用他

②地域の経済動向分析(国が提供するビックデータの活用)

当地域において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。

【調査手法】経営指導員が「RESAS」を活用し地域の経済分析をおこなう。

【調査項目】・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。

(4) 調査結果の活用

○調査した結果は当会ホームページに掲載し広く管内事業者等に周知する。

○経営指導員等が巡回指導時に参考とする。

○西伊豆町や関係団体と共有し施策立案等の参考とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

これまで全国的な展示会や物産会にて、どのような地域特産品が流行っているのか。又、パッケージングや価格などについても業界誌やネット情報で得て来たが、新商品開発に大きく利活用するまでには至っていないのが現状である。

②課題



そこで特産品の磨き上げや大きな改良につなげるため、西伊豆町商工会が特産品として認定した商品について集中して消費者アンケートを実施し、その商品の強みや弱み、改善点を把握し該当する製造者にフィードバックする。

(2) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①新認定品の調査対象事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者
②試食、アンケート調査対象商品数	-	3個	3個	3個	3個	3個

(3) 事業内容

①西伊豆自慢品認定品のアンケート調査等の実施

西伊豆町内で生産（加工）された、各店・各事業所の自慢の逸品を西伊豆町商工会が主体となり西伊豆らしさ・味・見栄え・独自性・技術・西伊町のイメージアップ等の項目について審査し合格したものが「西伊豆自慢品」として認定している。

毎年認定を行っており、新たに認定された商品についてアンケート調査を行うことで、消費者からの率直な感想や意見を収集し、経営指導員等が分析した上で、当該調査対象店舗にフィードバックすることで、その商品のブラッシュアップや次の商品開発に活用する。

【調査手法】

(情報収集) 西伊豆町の産業祭「西伊豆町ふるさとまつり」(11月)に来場した客に新認定品を試食してもらいアンケートを記入してもらう。

(情報分析) アンケート結果を専門家の意見を聞きながら経営指導員が分析する。

【サンプル数】 来場者 50人

【調査項目】 ①味、②価格、③デザイン、④西伊豆町らしさ、⑤大きさ 等

【調査結果の活用】 調査結果は経営指導員が当該事業者へ直接、説明する形でフィードバックし改良、改善、新商品開発に活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状

これまでは巡回や窓口相談などから融資斡旋や補助金申請支援の流れの中で経営分析を行ってきたが、小規模事業者を取り巻く環境や内部に潜む問題について深堀できていなかった。

②課題

これまでの経営分析手法に加えてSWOT分析を重視し内部と外部の要因について深く分析していく。対象は当会で記帳や決算関係書類作成の支援をしている小規模事業者に絞ることで通年を通して支援していることから、より細かい状況まで分析できるよう実施する。

## (2) 目標

項目	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①経営分析事業者数	3者	20者	20者	20者	20者	20者

## (3) 事業内容

### ①経営分析を行う事業者の発掘

対象事業者の発掘については、当会で記帳の代行（記帳機械化）を行なっている者、決算・確定申告支援を行なっている事業者を中心に発掘する。

又、融資斡旋や専門化派遣、各種補助金申請支援をする事業者については、その中でも経営分析資料は活用できるものなので優先的に実施する。

### ②経営分析の内容

【分析項目】定量分析（財務分析）と定性分析（SWOT分析）の双方を行い総合的な分析とする。

〈財務分析〉直近3期分の収益性、生産性、安全性、成長制など

〈SWOT分析〉下記項目について対話を通じて事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

内部環境	外部環境
<ul style="list-style-type: none"><li>・商品、製品、サービス</li><li>・仕入先、取引先</li><li>・人材、組織</li><li>・技術、ノウハウ</li><li>・デジタル化、IT化</li><li>・事業承継</li><li>・リスク対策</li><li>・事業計画の策定、運用状況</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・商圏内の人口、人流</li><li>・消費動向、流行や志向制</li><li>・競合先の動向や業界動向</li><li>・税制などの法律改正</li></ul>

【分析手法】事業者の状況に応じて経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し経営指導員等が作成する。

## (4) 分析結果の活用

○分析結果は当該事業者にフィードバックし、事業計画の策定や融資、専門家相談などで活用する。

○分析結果は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。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### ①現状

これまでは、国・県の補助金等を活用する事業者や専門家による経営個別相談会を開催しその中から事業計画策定支援に繋げてきた。

#### ②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個別相談会の開催内容見直しなど、改善した上で実施する。

また、新たに新規創業者や創業1年～3年程度の若い事業者を中心に経営分析を行った事業者を

含めて事業計画策定支援を実施する。

## (2) 支援に対する考え方

事業計画策定支援においては記帳指導や融資斡旋、専門化派遣、各種補助金申請により、5. 経営状況分析で分析をおこなった事業者の2割程度/年の事業計画策定を目指す。また、創業希望者等についての事業計画策定も支援を行う。

事業計画策定の前段階において対象事業者のDX簡易診断等を実施し、どの程度デジタル化に対応出来ているか。又、どの業務においてデジタル化・IT化が必要かを拾い出し対応策を考える。

また、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

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

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①DXセミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②創業セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
③創業者等個別相談会	—	3回	3回	3回	3回	3回
④事業計画策定個別相談		30回	30回	30回	30回	30回
事業計画策定事業者数	3者	4者	4者	4者	4者	4者
創業計画策定事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

## (4) 事業内容

### ①DXセミナーの開催

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ツールの導入や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。

【支援対象】地区内小規模事業者

【募集方法】DM、チラシ、商工会ホームページに掲載

【講師】ITコーディネーター等 【回数】1回 【参加予定者数】30名

【カリキュラム】DX総論と具体的な活用事例など

### ②創業セミナー(集団)の開催

創業予定者及び創業1年～3年の事業者を対象に創業に関する知識や事業計画に関するセミナーを実施する。

### ③創業者等個別相談会の開催

創業セミナーを受講した事業者を中心に個々の事業内容に合った指導が出来るよう個別相談会を実施する。

### ④専門家による事業計画策定個別相談

DXセミナーや創業セミナー等を受講した事業者を中心に事業計画策定者を募り支援を実施する。

【支援対象者】経営分析を行った事業者(DX推進セミナーを受講または創業セミナーに参加した事業者)

【カリキュラム】 自社分析、課題設定の方法から課題解決の手法等、計画書作成方法  
 【支援手法】 相談者を経営指導員が担当制にて張り付き、計画策定まで専門家と連携して支援する。

## 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

#### ①現状

事業者を対象とした事業計画策定後の実施支援では進捗管理や進捗度合いに応じたフォローアップを図ってきたものの、訪問回数が少ないなど課題がある。

#### ②課題

そこで、事業者支援では訪問回数の充実を図るため改善し実施し、創業者支援では経営指導員が担当制にて伴走支援を実施する。

### (2) 支援に対する考え方

自走化を目指し、当事者意識を持って取組むよう、計画の進捗フォローアップにより、経営者へ内発的動機付けを行い、潜在力の発揮につなげる。事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況や事業者の課題等を見極めた上で、訪問回数を設定し、フォローアップを行う。

### (3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
フォローアップ対象事業者数	3者	4者	4者	4者	4者	4者
頻度（延回数）	9回	32回	32回	32回	32回	32回
売上増加事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
利益率3%以上増加の事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
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）	—	8回	8回	8回	8回	8回

### (4) 事業内容

事業計画を策定した6事業者を対象とし、事業者が策定した「事業計画書」を用いて経営指導員が巡回・訪問等を実施し、策定した事業計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

頻度については進捗状況等により訪問回数を増やして支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し減らしても支障はないと判断できる事業者とを見極めた上でフォローアップの計画を設定する。

具体的には事業計画策定事業者のうち毎月2者、四半期に一度訪問を2者などとする。ただし事業者からの申出や状況の変化に応じて柔軟に対応する。又、創業者については四半期に1度訪問し進捗や課題解決などについてフォローアップを丁寧に行う。

## 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

### (1) 現状と課題

#### ①現状

地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心な様子が伺え、「高齢化」「知識不足」「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圏が西伊豆町や近隣の限られた範囲にとどまっている。

又、当会は特産品のブランド認定を行なっているが、その活用をまだ行っていない事業者も少なくなく、認定されてもブランドを活かした販路開拓が出来ていない事業者もある。

#### ②課題

DXセミナーはこれまでも開催しているが、特産品製造業者や販売業者の参加率は低いため内容の変更（販路開拓特化する等）や対象事業者への声掛け等が重要となる。また、認定商品を製造する事業者のブランドを活かした販路開拓を伴走して支援していく必要がある。

### (2) 支援に関する考え方

商工会が自前で展示商談会を開催するのは困難なため、首都圏で開催される既存の展示会への出展やオンライン商談会参加を支援する。出展等にあたっては事前、事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列などのディスプレイや接客など、きめ細かい伴走支援を行う。

DXに向けた取組として、データに基づいた顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナーや専門化派遣を実施するなど事業者の段階にあった支援を行う。

### (3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①西伊豆自慢品認定事業者数	18者	19者	20者	21者	22者	23者
売上増加率/社	—	3%	3%	3%	5%	5%
②SNS活用事業者	—	2者	3者	4者	5者	6者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	7%	7%
③ECサイト利用事業者数	2者	4者	5者	6者	7者	8者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
④FOODEXJAPAN出店者数	1者	2者	2者	3者	3者	3者
成約件数/者	—	1件	1件	2件	2件	2件

### (4) 事業内容

#### ①②西伊豆自慢品認定事業(B to C)

年1回、当会において特産品のブランド認定審査会を開催する。審査項目は「西伊豆町らしさ」「味」「見栄え」「独自性」「技術」「西伊豆町のイメージアップにつながるか」の6項目とし、審査

員は商工会長をはじめ、観光協会長、西伊豆町まちづくり課長など6名で構成する。

認定した商品は公表し、西伊豆自慢品カタログに掲載し、町内に配架するとともに、イベントや展示会等で配布する。又、認定事業者のぼりを店頭に立てるとともに、認定シールを商品に貼りブランド力による、他との差別化を図る支援を実施する。

### ③SNS活用

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

### ④ECサイト利用(BtoC)

楽天やヤフーが運営するショッピングサイト等の提案を行いながら、専門家と協力し効果的な商品のリード文・写真撮影・商品構成等の伴走支援を行う。

### ⑤FOODEX JAPAN 出展支援

一般社団法人日本能率協会などが主催するアジア最大級の食品展示・商談会である「FOODEX JAPAN」へ毎年、西伊豆自慢品認定事業者2社を出展させる。参加させるだけでなく、商談でのプレゼンテーションがうまくいくよう事前に指導をするとともに、事後には名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性ある支援をおこなう。

#### 【参考】

FOODEX JAPAN は年に1回、4日間にわたり国内で開催される、アジア最大級の食品・飲料展示会。既に48回も開催された実績ある展示会で活発な商談が展開されている。

出展者は主に中小の食品・飲料メーカーで、来場者は主に国内外のバイヤー(商社・卸・外食給食・メーカー・小売・ホテル他)。

2023年開催では延べ73,000人もの来場者があった。

## II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

### 9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

#### (1) 現状と課題

##### ①現状

当商工会では商工会内に第1期から「経営発達支援事業運営委員会」を設置し、年2回の開催の下、事業の評価・検証を行い、事業の成果・評価・見直し等の結果については、定性目標及び定量目標(5段階評価)両面からのPDCA検証を行い、当商工会の理事会への報告及び承認を受け、ホームページにて公表している。

##### ②課題

これまでの実績・経験を踏まえ、当該委員会の委員には、より幅広い意見が出るよう、中小企業診断士や地元金融機関の支店長を加える。

今後もPDCAサイクルを適切に回していくため、当該委員会を年2回開催するなどして事業の見直しを図っていく。

## (2) 事業内容

○当会の総務委員会(正副会長、総務委員)と併設して、西伊豆町まちづくり課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士、地元金融機関支店長等をメンバーとする「経営発達支援事業運営委員会」を半期ごとに開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について5段階評価を行い、次年度への改善対応を図る。

○当該委員会の評価結果は理事会にて報告した上で、事業実施方針等に反映させるとともに、ホームページに掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲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

#### ①現状

当商工会の職員は現在、正規職員5名(事務局長除く)臨時職員2名となっている。そのうち4名が勤続25年以上のベテラン職員で1名が勤続3年目となっており中間層がないアンバランスな職員体制となっている。

#### ②課題

ベテラン職員は基本的な指導が出来る知識と経験を有しているが10年以内にほとんどの職員が定年を迎えることとなる。その時に中間層の職員が不在となり支援力の低下が懸念される。

### (2) 事業内容

#### ①外部研修会の積極活用

##### 【コミュニケーション能力向上セミナー】

経営支援経験が十分でない職員を主対象に、対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を受講(県連主催)し、支援の基本姿勢(対話と傾聴)の習得・向上を図り、事業者との対話を通じた信頼関係の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

##### 【DX推進に向けたセミナー】

事業環境の変化に伴い新たな仕組みとして導入が進むDX化に対し、地域の事業者のDX推進への対応にむけ、経営指導員及び経営支援員、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、6.事業計画策定支援で計画する事業者向けの「DXセミナー」にも参加する。

##### 【小規模事業者課題設定力向上研修】

課題設定から課題解決に導くためのプロセス習得に向け、そのポイントと手順を学習することで、小規模事業者の自走式をスムーズに行うことを目的とする。

#### ②OJTによるスキルアップ

ベテラン職員が抜けた後の支援力低下を防ぐため、商工会OBから支援ノウハウ等を学ぶと共に、OBを伴った巡回指導等の場で実践を通じたOJTを積極的に実施し、組織全体の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

経営指導員研修会等へ出席し、知識や技能を習得してきた経営指導員が、定期的なミーティング

の場で、IT等の活用方法や具体的なツール等について紹介や経営支援にまつわる経験など意見交換等を行うことで、職員全体の支援能力の向上を図る。

#### ④データベース化

経営指導員や経営支援員など経営支援に携わる全職員が商工イントラシステムにデータ入力を随時・適切に行うことで、支援中の小規模事業者の状況等を全職員が相互共有できるようにすることで、担当者不在時等、担当外の職員でも代替対応できるようにする。又、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

### 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

##### ①現状

当商工会が所属する賀茂地区商工会において経営指導員を対象とした会議が例年3回程度開催され、支援ノウハウの情報交換の場として機能している。また年に1回～2回独自の研修会を開催し指導力の向上に努めている。

日本政策金融公庫沼津支店管内の経営指導員等が参加する「マル経協議会」(年2回)でも16商工会・7商工会議所が一堂に会する会議で、金融情報に加え、各地域の経済動向など有益な情報交換ができる場として機能している。

加えて当会は年1回、経営発達支援事業運営委員会(当会の正副会長、総務委員、町まちづくり課長)の後、地域の金融機関支店長を交えて、地域経済動向や金融動向などの情報交換を実施している。

しかし、創業や事業承継に関する場への参加が徹底できていない。

##### ②課題

静岡県事業承継・引継ぎ支援センターが主催する全体会議や創業支援機関ネットワーク会議に積極的に参加するなど改善が必要である。

#### (2) 事業内容

##### ①賀茂地区経営指導員部会への出席(年3回から4回開催)

賀茂地区5商工会(河津町商工会、東伊豆町商工会、南伊豆町商工会、松崎町商工会、当会)の経営指導員が全員参加する会議に出席し、各地域の経済動向等を把握するとともに、各支援ノウハウなどの情報交換を活発に行うことで、支援スキル向上に努める。

##### ②日本政策金融公庫沼津支店主催「マル経協議会」への出席(年2回)

静岡県東部の16商工会(河津町商工会、東伊豆町商工会、南伊豆町商工会、松崎町商工会、伊豆市商工会、伊豆の国市商工会、函南町商工会、小山町商工会、御殿場市商工会、裾野市商工会、長泉町商工会、清水町商工会、沼津市商工会、芝川商工会、富士市商工会、当会)・7商工会議所(下田商工会議所、伊東商工会議所、熱海商工会議所、三島商工会議所、沼津商工会議所、富士宮商工会議所、富士商工会議所)の経営指導員が参加する「マル経協議会」に出席し、各地域の経済動向や金融動向を把握するとともに、各支援ノウハウなどの情報交換を行うことで、支援能力の向上に努める。

##### ③伊豆地区商工会職員研修会

伊豆地区8商工会(河津町商工会、東伊豆町商工会、南伊豆町商工会、松崎町商工会、伊豆市商工会、伊豆の国市商工会、函南町商工会、当会)が令和3年度から開催している経営支援員の支援



力向上研修を経営指導員は企画・運営する立場で、経営支援員は受講者として参加し支援能力(特に事業計画策定)の向上に努める。

#### ④西伊豆町金融懇談会

当会が幹事となり年1回、当会と町担当課、地区金融機関(三島信用金庫西伊豆支店、静岡銀行松崎支店、スルガ銀行松崎支店、静岡中央銀行松崎支店等)の金融懇談会を開催する。当会(正副会長、総務委員)、町担当課(まちづくり課長と商工係長)、地域の金融機関支店長で構成し、地域経済動向や金融動向などの情報交換を実施し連携を図る。

#### ⑤静岡県事業承継・引継ぎ支援センター主催の会議

事業承継ブロック会議はオンラインで月に1回開催されている。参加者も県担当課や商工団体、金融機関の他、エリアコーディネーター(主に中小企業診断士)など支援機関が一同に会し、事業承継に関する情報共有の場として機能している。小規模事業者との対話を通じた際も不可欠なテーマであるため積極的に参加の機会を創出し、支援ノウハウの向上につなげる。

### Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

#### 12. 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

- ・当地域では、「地域経済活性化協議会」のような経済団体等で集まり協議をする組織がないので、各団体が経済活動をする上での情報共有や方向性の話し合いはおこなわれていない。
- ・当会は堂ヶ島トンボロPR委員会を当商工会内に設置し、当町の観光名所である「堂ヶ島のトンボロ」を10年以上に渡りイベントを開催するなどして、全国に情報発信している。今ではシーズンになると堂ヶ島地区の駐車場が満車になるほどの人気スポットまでになった。
- ・当会青年部は町内の黄金崎という岬の先端にある、馬に似た岩(愛称 馬ロック)で地域の活性化を図ろうと、やはり10年以上にわたりPR活動を実施し、今では観光名所の1つとなっている。
- ・特産品のブランド化を図るため『西伊豆自慢品認定制度』を設け、特産品の審査、認定から販路開拓の支援を実施している。『西伊豆自慢品』を1つのブランドとして確立し、広く町内外に発信することで地域の活性化にも寄与している。

###### ②課題

- ・当町でも地域経済について協議する組織が必要である。そこで、新たな組織を作るのは時間がかかるため、経営発達支援事業の運営委員会を利用し、新たなメンバー構成をすることで地域経済動向の協議や情報交換を行なう組織を設置する必要がある。
- ・「堂ヶ島トンボロ」「馬ロック」とも観光スポットとして、多くの観光客が訪れる人気スポットになって来たが、スポット的であり、この2つを上手に結び付けられていない。また、それぞれ単独で情報発信しており、今後は合わせて情報発信することで相乗効果を目指す必要がある。
- ・『西伊豆自慢品』については町内でのPRはかなり充実しているが、町外、特に首都圏への情報発信が弱く何らかの取組が必要である。

##### (2) 事業内容

###### ①経営発達支援運営委員会の開催(年2回)

観光客の誘致や地域資源活用による観光産業の活性化など、西伊豆町の活性化等を協議するため、西伊豆町、三島信用金庫などの関係者が参画する経営発達支援事業運営委員会を定期的に年2

回開催する。

②堂ヶ島トンボロ開きイベント

堂ヶ島トンボロとは3月～9月にかけて、干潮時に陸（瀬浜）から島（三四郎島）まで砂州（道のようなもの）が出来る現象である。

3月にシーズンの始まりをPRするイベントを現地で開催し、三四郎島まで歩く体験や、海底の生物を探す遊び（潮だまり教室）を企画し、広く堂ヶ島トンボロをPRする。

③馬ロックPR

青年部を中心に「馬ロック」の絵馬や関連グッズを制作し、黄金崎に訪れた観光客に「こがねすと」という休憩施設で委託販売する。

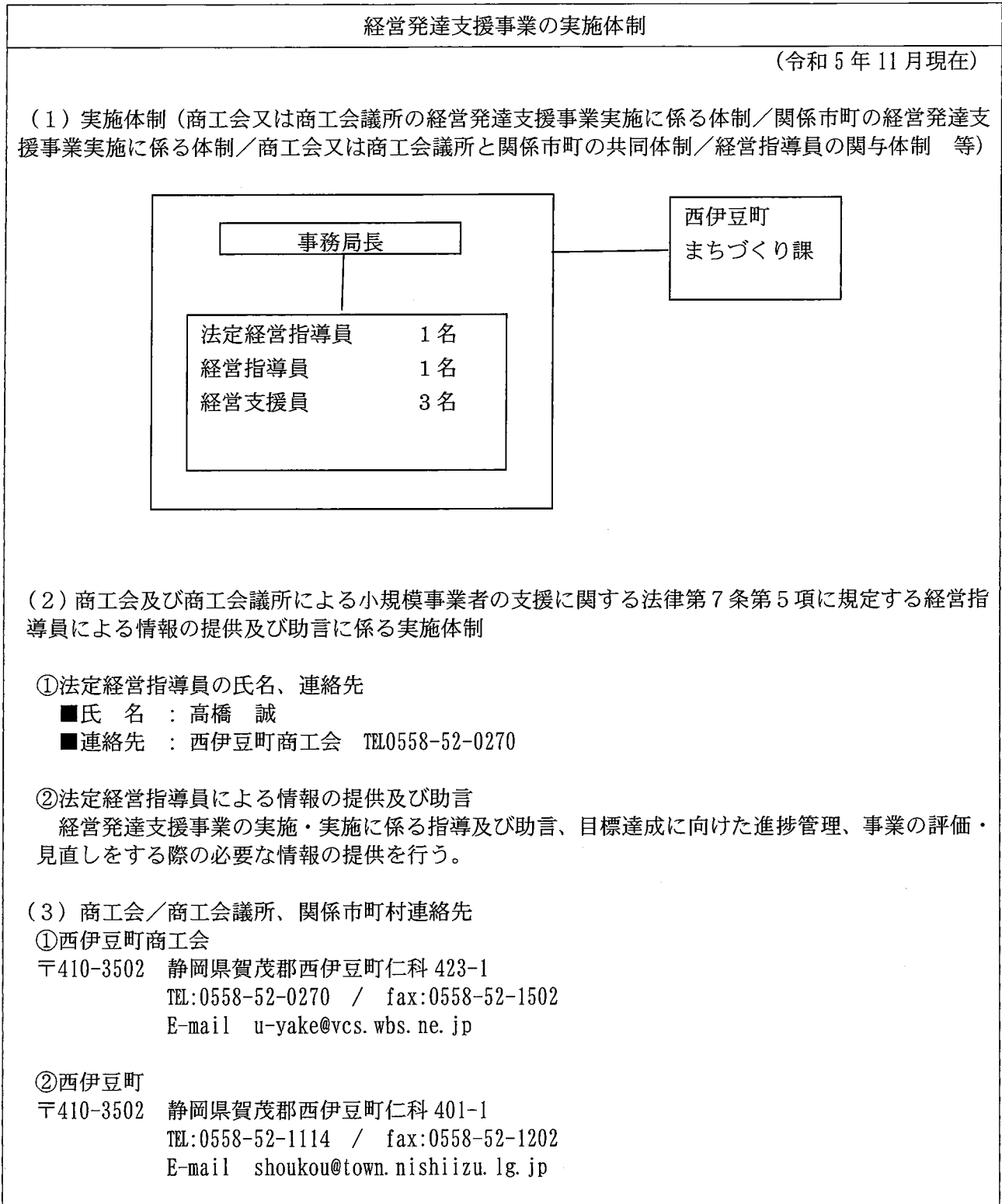
又、町内の観光客向け大型イベント「黄金崎さくらまつり」と「西伊豆町ふるさとまつり」において、子供たちを対象に馬をテーマにした遊びを提供し認知度を高める。

④西伊豆自慢品PR

「西伊豆自慢品」のブランド化を図るため、商工会ホームページやSNS、YouTubeなどを活用しネットによるPRを実施していく。

(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

(単位 千円)

	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
必要な資金の額	2400	2400	2400	2400	2400
○経営分析費用	200	200	200	200	200
○セミナー開催費	300	300	300	300	300
○専門家派遣費	500	500	500	500	500
○事業計画作成費	500	500	500	500	500
○協議会運営費	100	100	100	100	100
○販路開拓支援費	800	800	800	800	800

(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
会費収入、西伊豆町補助金、県補助金 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。

