

経営発達支援計画の概要

実施者名	志摩市商工会（法人番号 31900-05-005576） 志摩市（地方公共団体コード 242152）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<ul style="list-style-type: none"> ① 地域に貢献・経営基盤強化に取り組む小規模事業者を支援 ② 顧客ニーズや地域課題に対応できる小規模事業者を支援 ③ 新商品開発・販路開拓に取り組む小規模事業者を支援 ④ 事業承継に取り組む小規模事業者を支援 ⑤ 創業者・第二創業者の育成支援
事業内容	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の経済動向を分析し作成および公表 ・国のビッグデータの活用 <p>⇒簡素化し、情報提供を行う</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域内需要動向調査と地域外需要動向調査 <p>⇒当該事業者へフィードバックし、活用</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・巡回、相談窓口やセミナーからの情報収集し分析 <p>⇒当該事業者へフィードバックし、活用</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定セミナーもしくは個別相談会等の開催 ・IT・DX活用セミナー、IT専門家派遣もしくは個別相談会等の開催 ・創業者および第二創業者への創業塾開催や事業計画策定支援の実施 <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既存事業者、創業者および第二創業者への事業計画策定後の伴走型フォローアップ支援の継続的实施 <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者商談スキルの向上 ・展示、商談会の開催及び出展による販路開拓支援
連絡先	<p>志摩市商工会 〒517-0501 三重県志摩市阿児町鶴方 5012 番地 TEL：0599-44-0700 FAX：0599-43-5146 E-MAIL：shimashi@mie-shokokai.or.jp</p> <p>志摩市 観光経済部 経済課 〒517-0592 三重県志摩市阿児町鶴方 3098 番地 22 TEL：0599-44-0010 FAX：0599-44-5262 E-MAIL：keizai@city.shima.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

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

【立地】

志摩市は、平成16年10月1日に志摩町、大王町、阿児町、磯部町、浜島町の5町が合併し誕生、令和6年10月1日に20周年を迎えた。

三重県の東南部の志摩半島南部に位置し、広く太平洋に面するだけでなく、英虞湾をまるごと内包し、市全域は伊勢志摩国立公園に含まれ、リアス海岸が観光客にとって魅力的となっている。北側は伊勢市および鳥羽市、西側には南伊勢町と接している。

市内にはいくつかの小さい島や湾があり、特に海岸線が美しいことで知られており、志摩市の代表的な景勝地には、賢島、横山展望台や英虞湾の美しい景色がある。

志摩市は、気候的には温暖な海洋性気候に属し、冬は温暖で、積雪を見ることは稀であり、夏は海風のおかげで比較的涼しいことが特徴である。

三重県の年間降雨量および降雨日数はほぼ全国平均並みではあるが、志摩市は県内でも4番目の多さとなっている。



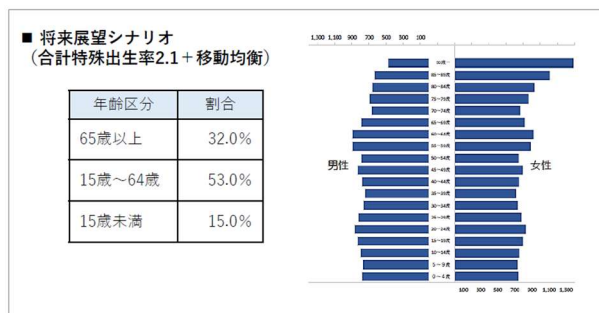
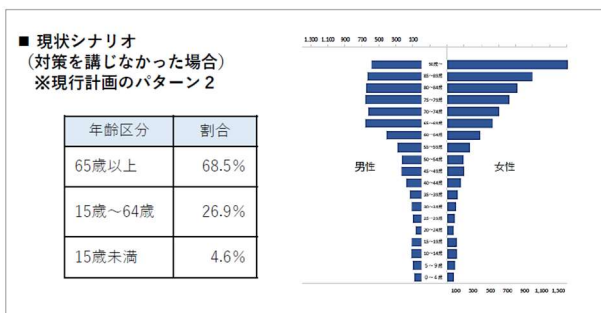
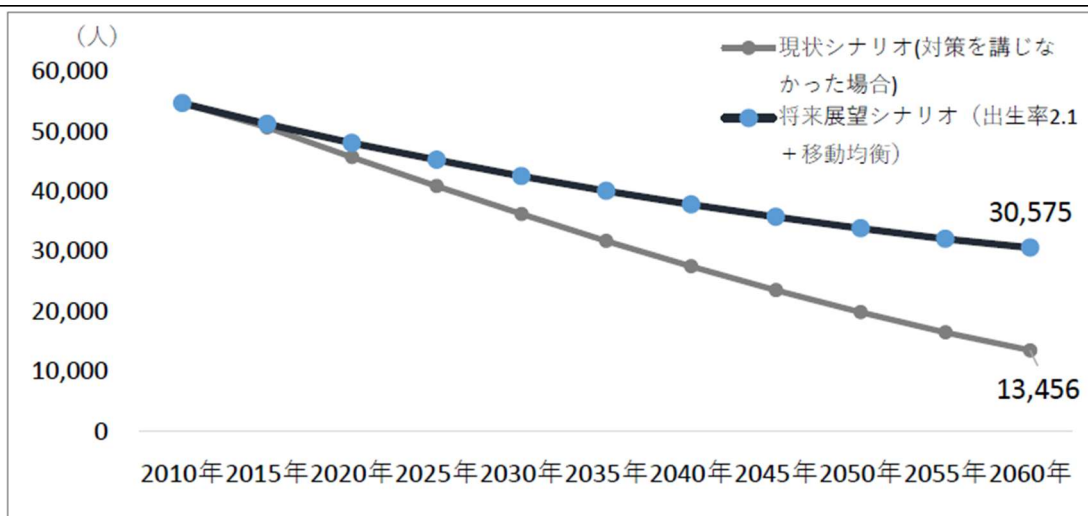
【人口】

令和6年3月31日現在、44,746人、世帯数は22,497世帯となっており、地域別では阿児地域の占める人口割合が高くなっている。阿児町が占める割合としては人口割合45.1%、世帯割合43.3%となっている。

人口推移については、本市は減少傾向にあり、このまま対策を講じなかった場合、令和42年には13,456人との推計となっており、人口構造としても65歳以上が68.5%の少子高齢化が進んでいる地域となる。

ただし、対策を講じた場合は市全体の人口が30,575人と30,000人を維持できる推計値となり、人口構造でも65歳以上は32.0%と割合が低くなると推計されている。また、対策を講じた場合と講じない場合の生産年齢人口(15~64歳)割合は26.9%から53.0%と推計されている。





(志摩市人口ビジョンにおける「人口の将来展望」の見直しについて)

【 産業の現況 】

志摩市の業種別商工業者及び小規模事業者の推移
(表1)

区分	区分	建設業	製造業	卸・小売業	飲食・宿泊業	サービス業ほか	合計
	令和元年度	商工業者	366	231	595	423	704
	うち小規模事業者	358	217	509	391	605	2,080
令和2年度	商工業者	367	228	600	421	724	2,340
	うち小規模事業者	358	213	514	387	623	2,095
令和3年度	商工業者	351	216	579	413	677	2,236
	うち小規模事業者	342	202	500	381	586	2,011
令和4年度	商工業者	353	214	570	420	684	2,241
	うち小規模事業者	344	201	494	387	594	2,020
令和5年度	商工業者	351	214	562	419	690	2,236
	うち小規模事業者	342	201	486	385	600	2,014

(三重県商工会連合会商工会運営資料より)

ア. 主たる業種の現状

志摩市では、主な業種として、建設業、製造業、卸・小売業、飲食業、宿泊業、サービス業の6つが挙げられる。

上記の表から見て、商工業者及び小規模事業者ともに、過去5年間において約3.5%の減少となっており、すべての業種で減少となっている。これら主たる6業種の現状については、下記の内容とな

っている。

(ア) 建設業

公共事業の分野では、5町合併以降、公共事業費は減少してきたが、現在では横ばいの状態となっている。その内容としては、公共施設の新設は少ないが、老朽化した施設の改修・解体や防災関係の工事が多くなっている。

一般住宅の建築では、人口の減少と若年層の減少等に伴い、着工新設住宅戸数が減少している。令和元年度の志摩市の住宅新設着工件数 123 件であったが、令和 5 年度では 95 件と 28 件減少している(三重県住宅政策課「住宅建設情報」)。

また、業界全体の課題として、人手不足、従業員の高齢化、受注の減少がある。小規模な事業所は年々廃業等が進み、淘汰が進んでいる。また、そのような中で、一人親方の事業者が廃業し、建設会社へ従業員として従事するといった傾向もある。

(イ) 製造業

志摩市内の製造業で比較的多い電子機器部品にかかる事業所は、受注元である大手電機メーカーの事業縮小により、受注が減少している。また、縫製業、真珠加工業、水産加工業等製造業全般において人手不足、従業員の高齢化が顕著である。

地場産業の真珠加工業を含む水産加工業では観光業との相乗効果により真珠の取り出し体験等を行う体験型施設として販路を広げている事業所もある。また、志摩市では「きんこ芋」や「さとうきびシロップ」などの志摩ブランド認定商品となっている農産物加工業もあり、地域特産品として販路開拓をしている事業者もある。

(ウ) 卸・小売業

大型店やコンビニ、スーパーの地域外からの進出により競争が激化し、ネットショップの台頭により地域の小売店は減少し、その影響を受ける卸売業も減少している。

土産物店などは観光業の需要が影響しやすく、伊勢神宮の式年遷宮や伊勢志摩サミットなどのイベントの波及効果により年によって売上が変動する傾向がある。

最寄り品では、市内の中・大型店のスーパー等での買い物が多く、小さな小売店は、お客様との絆は強いが、価格、品揃えにおいて大型店に太刀打ちできない状況にある。

買回り品については、インフラ整備により市外へのアクセスが良くなったことにより、若年層を中心に市外での購入や、ネットによる購入が増えてきている。

(エ) 飲食業

飲食業は、若年層やファミリー層を中心に全国チェーン店への流出が顕著となっている。また、飲食業は、観光業との関連性があり、季節変動やイベントの有無に影響を受けやすい。特に、夏の観光シーズン(ゴールデンウィーク、夏休み)、秋の観光シーズンや年末年始などの繁忙期は観光客が多くなっているが、逆に繁閑の差が激しくなっている。ただし、コロナ禍以降は、インバウンド需要も増えてきていることから好影響に繋がっている。さらに、デリバリー、テイクアウトやキッチンカー等の形態が多くなっている。

課題としては店舗の老朽化、事業主の高齢化や従業員不足による人材確保等が挙げられる。

(オ) 宿泊業

宿泊業は観光業に依存する部分が大半であり、夏の観光シーズン(ゴールデンウィーク、夏休み)、秋の観光シーズンや年末年始などの繁忙期には宿泊需要は高くなっている。

市内には、廉価な施設から超高級な施設まで幅広く点在しており、形態としても旅館、ホテルが多くあるが、コロナ禍以降はグランピング、一棟貸や民泊等も多くなっている。

課題としては多くの宿泊施設があることから価格設定やサービスの差別化による競争激化、繁忙期の人手不足等がある。

(カ) サービス業

志摩市では、美容業や整体業、介護関係の事業所が増加している。特に小資本で開業でき旅館やホテルとの関連性がある整体業が多くなってきている。

また、志摩スペイン村、志摩地中海村や英虞湾クルーズなどの体験型の観光も人気が高まってきている。

【 特産品 】

志摩市は、万葉の時代より、天皇の食料を献上する^{みけつくに}“御食国”として呼ばれてきた地域であり、優れた地域の特産品が多く、三重ブランド・志摩ブランドに選ばれている。

平成 28 年に開催した伊勢志摩サミットや令和 5 年に開催した G7 三重・伊勢志摩交通大臣会合では、各国の要人へ地元伊勢海老・アワビ等が振る舞われた。

(志摩市から選ばれた三重ブランド商品)

		
真 珠	あのりふぐ	的矢かき

※他にも、あおさのり、伊勢エビ、ひじき等がある。

(志摩ブランド商品)

		
きんこ芋・ぎんこ芋	情熱のさとうきびシロップ	真珠貝柱オリーブオイル漬

※他にも、華牡蠣、あおさ潮ようかん、山崎屋パールコロッケ (パルコロ)、志摩のきんこ、伊勢志摩パールパークあらびきウインナー、乾燥あかもく、あかもく細うどん、兵九郎粕漬、伊勢志摩プレミアムオイスター、組子細工の行灯等がある。

【 交通 】

志摩市の交通アクセスは、鉄道網は近畿日本鉄道（近鉄）志摩線のみが敷設されており、地理的には市のほぼ中心にある賢島駅から北へ延びている。同線として東海旅客鉄道（JR 東海）との乗り換えが可能な鳥羽駅（鳥羽市）まで通じているほか、大阪・京都・名古屋方面など近鉄の主要な路線網を介して各地からの特急列車も運行されている。

道路網は、国道は 167 号と 260 号の 2 本が市域を縦貫している。国道 167 号は、おおむね近鉄志摩線に並行しているほか、国道 260 号は賢島駅付近から英虞湾を時計回りに周回する形で志摩半島南端まで続き、さらに英虞湾を渡り浜島を抜け南伊勢町へと続いている。

その他の主な道路は県道 16 号と県道 17 号が市の西側に延びており、県道 16 号は的矢と五ヶ所湾を、県道 17 号は鶴方と浜島をそれぞれ接続している。このほか、伊勢市と繋がる県道 32 号（伊勢道路）および、的矢湾付近を経由し鳥羽市の生浦湾まで結ぶ観光道路の県道 128 号（パールロード）がそれぞれ放射線状に延びている。



【 志摩市全体の強みを生み出す資源 】

- ・多様な自然資源・観光資源（真珠・伊勢海老・あのみふぐ・横山展望台等）
- ・真珠養殖の産業地
- ・市全域が『伊勢志摩国立公園』
- ・温暖な気候
- ・伊勢志摩サミット開催地（平成 28 年 5 月）
- ・『SDGs 未来都市』に選定（平成 30 年 6 月）
- ・『海女（Ama）に出逢えるまち 鳥羽・志摩 ～素潜り漁に生きる女性たち』が日本遺産に認定（令和元年 5 月）
- ・ホストタウン第 14 次登録団体として登録（令和元年 6 月）相手国：スペイン
- ・G7 三重・伊勢志摩交通大臣会合開催地（令和 5 年年 6 月）
- ・御食国（みけつくに）と呼ばれ、朝廷や伊勢神宮に食材を納める食のブランド地域としての歴史がある

【 志摩市全体の課題 】

- ・出生率の低下や若い世代が市外へ流出による少子高齢化
- ・農林漁業者の高齢化と後継者の不足により、観光資源としても重要な食材の確保が懸念されている
- ・地域の伝統文化の継承者不足
- ・志摩市の玄関口である鶴方駅周辺商店街の空き店舗増加
- ・伊勢志摩の特産品の販売加工業者の不足

【 志摩市の産業の課題 】

市内の商業環境は、駅前や市役所周辺など一部の地域で商店街が形成されているものの、市中心以外の地域では、高齢化による後継者不足や車社会が進む中での幹線道路沿道への商店移転や廃業、さらには郊外型店舗への購買力流出といった状況を受け空洞化が進んでいる。

工業について志摩市では機械・化学・金属加工業等は少ないが水産加工業や農産物加工業が多く存在している。

市内の観光については、伊勢神宮の遷宮や伊勢志摩サミットが開催された際、一時的に観光客は増加し、400 万人程度で横ばいを維持していたが新型コロナウイルス流行以降は 250 万人程度まで減少

している。コロナ緩和以降は徐々に持ち直し令和5年には390万人程度まで回復している。

地域及び産業の課題

- ・ 中小企業・小規模事業者の経営基盤の強化と経営安定化
- ・ 人材不足対策としての、ICT化・デジタル化の活用
- ・ インバウンド事業推進に向けた観光地づくり(環境保護のバランス含む)
- ・ 地震、災害への防災減災のまちづくり
- ・ 旅館、ホテルなどの設備の老朽化に対する資金不足
- ・ 外的要因に左右されない魅力的な着地型観光商品の造成拡大
- ・ 地域資源のマーケティング、情報発信
- ・ 新規創業や事業承継・引継ぎの拡大
- ・ 特産品などを生み出す水産資源等を活用した新事業の可能性
- ・ 豊富な水産資源とは対比的に少ない加工業者の拡大
- ・ 創業希望者、事業承継の潜在層の把握と支援の拡大
- ・ 就労環境・消費環境の質的な改善
- ・ 進学や就職による若者の流出と地域格差による過疎化対策
- ・ 人口減少抑制するための若者世代が定住できる環境づくり
- ・ 農業・漁業等の第一次産業の活性化
- ・ 地域密着型スーパーの廃業等による買い物弱者対策

今後取り組むべき課題として志摩市では、観光資源の多様化と持続可能な観光の推進を行うとともに水産および農産物加工業のブランド化・販路拡大等の競争力強化や密接に関連している観光業と一体のものとして強化することで地域活性化へとつなげていくことが課題としてあげられる。

また、地域内のIT化を推進することで人材不足や多様な働き方等に対応でき、すべての産業の効率化につながることから、未来に向けた持続可能な地域づくりをしていくことが重要である。

志摩市のSWOT分析

<p>内部の強み (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 多様な自然資源・観光資源 ・ 日本で有数の真珠養殖産業 ・ 市全域が伊勢志摩国立公園 ・ 温暖な気候 ・ 御食国として魅力 ・ 魅力のある特産品(志摩ブランド) ・ 豊富な観光施設 ・ 近鉄を基盤とした観光客の誘致 	<p>内部の弱み (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 後継者不足 ・ 地域事業者のIT活用の遅れ ・ 販売・加工業者の不足 ・ 若年層の人口流出と高齢化 ・ インフラ整備の不足 ・ 観光業への依存度が高い ・ 駅周辺の空き店舗の増加 ・ 地域商店減少による買い物弱者の増加
<p>外部の機会 (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ITやデジタル技術の活用 ・ 観光の多様化 ・ 地域ブランドの強化 ・ インバウンド需要増加 ・ 近鉄特急電車の利便性向上に伴う、大阪、京都、名古屋へのアクセスの容易 ・ 全国豊かな海づくり大会開催地(2024.11) ・ 伊勢神宮の式年遷宮(2025年～2033年) 	<p>外部の脅威 (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 異常気象等の自然災害 ・ 観光業における近隣地域との競争激化 ・ 人口減少による衰退 ・ アクセスの向上に伴う市内の滞在時間の減少 ・ 農水産業の高年齢化への対策不足

クロス分析

成長戦略 (S+O) <ul style="list-style-type: none">・観光の多様化。地域ブランド(志摩ブランド)を強化し、観光業の魅力を高める・特産品を県内外および海外へ向け PR・自然環境・観光資源の発掘、活用および交通等の受入環境整備による利便性および周遊性の向上により年間を通じた観光客誘致を促す	段階的政策・回避戦略 (W+O) <ul style="list-style-type: none">・少量多品種の食材を活かした「志摩の食」の開発・観光業の多様化やインバウンド需要の増加に伴い、デジタル化を進めることで新たな市場を開拓・地域特産品や観光業を魅力的に伝えることで、UターンやIターンの促進
差別化戦略・改善戦略 (S+T) <ul style="list-style-type: none">・近隣地域との観光業の競争激化のなかで志摩市独自の資源を活用した差別化・「エコツーリズム」「真珠養殖体験」「御食国の食文化体験」など、地域独自の体験型観光プログラムを開発	専守防衛・撤退戦略 (W+T) <ul style="list-style-type: none">・観光業以外の産業を育成し、経済を多角化させる・若年層が地元産業に興味を持ちやすい環境を整える。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

志摩市では令和6年7月1日に「小規模企業・中小企業振興基本条例」を制定しており、この条例は、小規模企業及び中小企業(以下「小規模企業・中小企業」という。)の振興に関する基本理念を定め、市の責務、小規模企業・中小企業及び商工会等の役割を明らかにすることにより、小規模企業・中小企業の振興に関する施策を総合的に推進し、もって地域経済の持続的な発展及び市民生活の向上に寄与することを目的としている。

この条例で商工会の役割として下記のように定められている。

(商工会の役割)

第6条 商工会は、基本理念にのっとり、小規模企業・中小企業の経営の発達、改善及び革新を促進するための取組を伴走支援により積極的に行うものとする。

2 商工会は、小規模企業・中小企業の実態を把握し、自らの事業活動に反映するとともに、商工会の会員相互の関係強化及び多様な主体との連携を促進するよう努めるものとする。

3 商工会は、市が実施する小規模企業・中小企業の振興に関する施策に協力するよう努めるものとする。

4 商工会は、小規模企業・中小企業及び大企業の商工会への加入促進に努めるものとする。

(志摩市小規模企業・中小企業振興基本条例より抜粋)

商工会として小規模企業・中小企業を多面的に支援し、質の高い支援体制を構築する。さらに提案型支援を基本スタイルとしながら、各事業者の実情とレベルに合わせて常に二人三脚スタイルとなつてリアルタイムで伴走支援を継続的に実施することで更なる地域の活性化を図る。

具体的には地域資源を活用した商品開発、個々の経営力や技術力の向上、経営革新、販路拡大及び新規開拓、事業承継などの様々な経営課題に伴走支援するとともに、行政、金融機関、各種支援機関や関係機関と連携を図りながら新規創業者や第二創業者の支援も積極的に行う。

(3) 経営発達支援事業の目標

下記の目標を定め経営発達支援計画事業を実施する。

- ① 地域に貢献・経営基盤強化に取り組む小規模事業者を支援
ビジネスモデルの再構築・経営革新・新事業展開・農商工連携・6次産業化など支援を進め、地域を牽引し、多角化経営等によって売上高・利益確保ができるよう小規模事業者の育成支援を図る。
- ② 顧客ニーズや地域課題に対応できる小規模事業者を支援
事業者の実態や経営課題にあった支援を通じて、地域小規模事業者の人材育成、経営分析、マーケティング、システム活用等、経営力の底上げを図る。
- ③ 新商品開発・販路開拓に取り組む小規模事業者を支援
新商品開発や店舗づくり、地産地消の推進による志摩市における販売力向上の支援を通じて活力ある商工業を育成し、小規模事業者を支援する。
- ④ 事業承継に取り組む小規模事業者を支援
高齢化による廃業が増加している現状、地域活力の衰退につながることを未然に防ぐ必要性があることから、後継者育成や第三者への事業承継等についてあらゆる機関と連携し、円滑な承継がなされるような育成支援を実施する。
- ⑤ 創業者・第二創業者の育成支援
地域において廃業が増加しているなか、新規参入者が求められていることから創業者の発掘・創出及び地域小規模事業者の維持・発展を図る。

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7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【共通】

- ① 商工会職員による巡回や窓口相談を行い、小規模事業者等の常に変化する業況における経営課題の掘り起しや情報収集を行い、提案型の支援スタイルを基本にして経営の向上や改善につながる事業計画の作成支援や定期的なフォローアップを実施することで、継続的かつ持続可能な経営に取り組む小規模事業者の育成を実施する。
- ② 各種調査（経済動向・需要動向・業界動向等）や経営分析等によるデータに基づいた現状把握を前提にして定量的・定性的な課題解決策の策定を行う。
- ③ 行政、金融機関、各種支援機関ならびに関係機関等と連携強化を図ることで効果的な面的支援を実施する。
- ④ 小規模事業者への十分な支援を行えるように職員全員の資質向上について継続的に取り組む。

【各目標（経営発達支援事業の目標①～⑤）】

- ① 地域に貢献・経営基盤強化に取り組む小規模事業者を支援するために各種補助金や専門家派遣等を活用し、経営計画の策定やフォローを通して伴走支援を行う。また、事業者の課題に沿ったセミナー開催を行うことで重点的に支援を行う。
- ② 小規模事業者等の経営課題を解決し、売上拡大や利益向上の支援を行うため、職員の指導ノウハウの向上と適切な経営分析による事業計画策定を実施し、高度かつ専門的な課題に備えるために専門家や関係機関との連携体制を構築する。
- ③ 小規模事業者の商品販売力を向上させるために地域特産品を活用した新商品開発や魅力的な商品構成・店舗づくり、販路拡大等について専門家と連携し、継続指導を実施する。
- ④ 事業承継に取り組む事業者に対して、国・県のガイドラインに沿って三重県商工会連合会実施の事業承継支援事業を積極的に活用した支援を実施し、事業承継ネットワーク等の国や金融機関等と連携した支援を実施する。
- ⑤ 創業者・第二創業者への支援では年間1回の創業セミナーを開催し、事業計画の策定を支援する。その後の成長段階に合わせた伴走支援も実施する。

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

【現状】

三重県商工会連合会からの委託を受けて行う「中小企業景況調査」を四半期ごとに行い、対象事業業者に調査報告書および「RESAS」を活用した地域の経済動向分析を行い、広く管内事業者へ周知し、事業者支援を行った。

また、新型コロナウイルス時には管内の小規模事業者へ「新型コロナアンケート調査」を計2回(R2、R3)実施、「小規模企業振興条例アンケート調査」を1回(R4)実施し、管内の経済に関して調査を行い、事業者に情報提供を行うとともに商工会ホームページにて開示した。

【課題】

上記記述とおり、経済動向調査を管内事業者へ情報提供し支援を行ってきたが、小規模事業者は日々の営業に追われており、提供された情報をもって今後の経営等に活用することが難しい状況であった。このことから、今後、商工会職員が各種情報を分かり易く整理した後に、簡素化し、事業者が活用できるように情報提供をすることが重要である。

(2) 目標

	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
① 中小企業景況調査公表	4回	4回	4回	4回	4回	4回
② ビッグデータの活用公表	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

① 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 50社（製造・建設・卸売・小売・サービス業から10社ずつ）

【調査項目】売上額、仕入価格、売上総利益、営業利益、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等

【調査の手法】郵送または巡回（電話、巡回などを重ね着実な回収を行なう）

【分析方法】経営指導員等が分析を行う。

② 国が提供するビッグデータの活用

当地域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、効果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。

【分析手法】

「地域経済循環マップ・生産分析」⇒各産業の生産額、付加価値額、雇用所得等について分析を実施。

「まちづくりマップ・From-to分析」⇒国内外の滞在者動向・交流人口動向等の実態についての分析を実施。

「産業構造マップ」⇒地域の業種別の稼ぐ力について分析を実施。

上記①、②の分析を商工会職員が生成 AI 等を活用し整理することで、簡素化し事業者へ情報提供を行う。

(4) 成果の活用

- ・情報収集・調査・分析をし、分析した結果は、ホームページに掲載し、広く管内事業者へ周知する。
- ・職員等が巡回・窓口指導の際に、資料として活用し経営改善・向上計画等作成等にも活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

県内外の展示・商談会に出展した事業者の商品についてのアンケート調査を実施し、集計結果を基に報告書を作成し、事業者へのフィードバックを行い、新商品開発および既存商品のブラッシュアップを行うことで売れる商品の開発を行った。(R2, R3 についてはコロナの流行により商談会の中止または移動制限による不参加)

【課題】

需要動向調査の結果を受けて小規模事業者が、「売れる商品」「売れるサービス」の開発を行うが、常に需要が変化していることから、今後も販売する商品、提供する役務の需要動向調査の実施が必要である。

(2) 目標

	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①調査対象事業者数	4 社	5 社	6 社	6 社	6 社	6 社

(3) 事業内容

① 地域内需要動向調査 (BtoC)

地域消費者並びに市外消費者のニーズを把握する目的で、三重県商工会連合会等が主催・共催するイベント等の開催時において、対面方式での試食及びアンケート調査を実施し、収集された調査結果は、新商品開発及び既存商品の改善、更には、販路開拓等の経営戦略策定時において活用するため事業者へフィードバックする。イベント開催時にかかわらず、事業者のニーズに合わせた需要動向を把握するために、インターネット活用したアンケート調査なども実施する。

なお、調査方法・調査項目については提供する商品・サービスごとに設定する。

【想定するイベント一例】

「みえアツマル物産展 in 近鉄四日市」(三重県商工会連合会主催)

- ・開催時期 : 毎年 9 月頃に開催
- ・来場者数 : 500 名程度
- ・主な客層 : ファミリー層
- ・試食・試飲数 : 200 名程度
- ・調査方法 : 対面方式で試食・アンケートにて情報収集
- ・調査項目 : 味・食感・風味・大きさ・見た目・パッケージ・価格・独自性・総合評価等
※調査項目は提供する商品ごとで変わる
- ・集計、分析 : 調査項目について経営指導員が集計後に分析を行う

・分析結果の活用：上記項目の分析データを文書化して調査結果報告書を作成した上で、巡回訪問時等に内容説明し情報提供することでフィードバックし、商品開発や改良につなげる。

② 地域外需要動向調査 (BtoB)

都市部の消費者及びバイヤーのニーズを把握するため、(株)ビジネスガイド社主催の「グルメショー」などに出展し、対面方式での試食及びアンケート調査を実施する。収集された調査結果は、新商品開発及び既存商品の改善、更には、販路開拓等の経営戦略策定時において活用するため事業者へフィードバックする。上記の展示会にかかわらず、事業者のニーズに合わせた需要動向を把握するために、インターネット活用したアンケート調査なども実施する。

なお、調査方法・調査項目については提供する商品・サービスごとに設定する。

【想定するイベント一例】

「グルメショー春」

- ・開催時期 : 毎年2月頃に開催
- ・来場者数 : 34,000名程度
- ・主なバイヤー : 商社、卸売、小売、飲食等
- ・試食・試飲数 : 200名程度
- ・調査方法 : 対面方式で試食・アンケートにて情報収集
- ・調査項目 : 味・食感・風味・大きさ・見た目・パッケージ・価格・独自性・総合評価等

※調査項目は提供する商品ごとで変わる

- ・集計、分析 : 調査項目について経営指導員が集計後に分析を行う
- ・分析結果の活用：上記項目の分析データを文書化して調査結果報告書を作成した上で、巡回訪問時等に内容説明し情報提供することでフィードバックし、商品開発や改良につなげる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

経営支援機関システムBIZミルを活用し、ソフト上で定性面(SWOT分析)、定量面(財務分析)の分析を行い、「経営状況分析表」を基に、二課(経営支援課・経営向上課)で情報共有を行い、小規模事業者等における経営状況の把握・整理だけでなく事業計画策定等における分析ツールとして活用し、分析情報等については当該事業者へフィードバックしている。

【課題】

これまで継続的に実施しているが、専門的な知識が不足しているため外部専門家と連携し実施することが必要である。また、事業者のなかには情報開示に抵抗感がある方もみえることから対話をしっかりし1事業者ごとにじっくり取組むことで対応していくことが必要である。

(2) 目標

実施内容		現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
①	セミナー開催数	—	1回	1回	1回	1回	1回
②	分析件数	80件	60件	60件	60件	60件	60件
内 訳	セミナー参加者	—	10件	10件	10件	10件	10件
	巡回・窓口等	80件	50件	50件	50件	50件	50件

(3) 事業内容

① 「経営分析セミナーの開催」および「巡回・窓口相談」による事業者の発掘

職員による巡回・窓口相談での対話や傾聴を繰り返し行う事業者支援を基本スタイルとし、経営分析セミナー等の集団講習会の実施を踏まえながら、経営分析による事業者の経営課題の把握を行い、事業計画策定などへの活用を行うとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

【セミナー開催】

- ・ 募集方法：ホームページ掲載、地域ケーブルテレビでの放送、SNS (Facebook・Instagram) の活用、毎月会員宅に配布する情報誌への同封。巡回での声掛け。
- ・ 開催回数：1回(年間)
- ・ 参加者数：40名

② 経営分析の内容

対象者：セミナー参加者の中から意欲的で販路拡大の可能性の高い10社を選定し、巡回・窓口等での聞き取りにより事業意欲のある50社を選定。

分析項目：定量分析である「財務分析」と、定性分析である「SWOT分析(クロス分析含む)」の双方を行う。

〈財務分析〉 売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率 等

〈SWOT分析(クロス分析)〉 強み、弱み、脅威、機会 (S+O(成長戦略)、W+O(段階的施策)、S+T(差別化戦略)、W+T(専守防衛))

分析手法：職員等が巡回・窓口相談の際に企業業況(現在の状況や今後の課題や問題点等)について把握をし、経営支援システム Plus によるソフトを活用し分析結果の記録することを基本とし、専門的な課題についてはよろず支援拠点や三重県商工会連合会のエキスパートバンクなどの専門家を活用する。

(4) 成果の活用

経営分析を実施することにより、総括的な課題が抽出できることから、これらのデータ・分析結果を事業者にフィードバックし、経営課題解決案及び改善案の策定、新戦略及び経営向上計画などの事業計画策定などの具体的成果につなげるための目標設定のために活用をする。

また、巡回訪問・窓口相談の際の必須資料として活用し、分析した結果を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

【現状】

事業計画策定においては、事業者が自社の課題を把握し、事業計画を作成することはかなりハードルの高いものとなっていることから、比較的ハードルの低い「三重県版経営向上計画」を職員が個別にフォローアップしながら策定することで身近な経営課題の抽出とその課題解決策などに取組んでいる。

また、国・県・市への支援制度についても、職員が個別にフォローアップしながら事業計画策定の支援をしている。

【課題】

事業計画策定支援を継続的に行うなかで依然として事業計画書作成の必要性についての認識が低

い事業者が多いことから、その作成意義と作成時のメリット（強みと弱みや今後の方向性等の把握）の理解、作成での事業の根拠、予測・信頼性等の明確化、作成後の事業振り返りに必要なツールであることを多くの事業者理解をさせることが引き続き必要である。

また、地域内の小規模事業者の多くは人材不足や販路開拓についての悩みがあり、その解決策としてのIT活用やDX活用に関心があるが、高齢化や苦手意識等の理由により取組みが進んでおらず、効率化が進んでいないことから商圏の広がりにつながっていない。

（２）支援に対する考え方

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述べても、事業者の行動や意識の変化には繋がりにくい。そのため、職員等による巡回訪問・窓口相談時に基礎的なことから始めることができる中小企業基盤整備機構が開発した「経営計画つくるくん」を活用し理解を高め、作成支援を行う。作成支援においては、「既存事業者」と「創業者・第二創業者」に区別して作成支援を実施する。

また、事業計画策定セミナー等のカリキュラムを工夫するなどにより、既存事業者については経営分析を行った事業者の7割程度/年の事業計画策定、「創業者・第二創業者」については6割程度/年の創業計画策定を目指す。

今後の事業計画には、IT活用やDX活用の重要性が増していることを理解・認識してもらい、ITやDXへの取組みを計画に盛り込んでいくように支援する。

また、事業承継支援については中長期的に支援を続ける必要があり志摩市商工会を含め地域の支援機関が一体となって事業承継支援の体制を構築し、地域の雇用や産業を守る仕組みづくりを並行して進める機会とする。

（３）目標

① 既存事業者

実施内容	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
事業計画策定セミナー開催回数	3件	3件	3件	3件	3件	3件
IT・DX活用セミナー開催回数	2件	2件	2件	2件	2件	2件
事業計画策定件数	43件	40件	40件	40件	40件	40件

② 創業者・第二創業者

実施内容	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
創業塾(または個別相談会)開催回数(延回数)	5回	5回	5回	5回	5回	5回
事業計画(創業計画及び第二創業計画)策定件数	3件	4件	5件	6件	6件	6件

（４）事業内容

① 既存事業者

ア. 事業計画策定セミナーもしくは個別相談会等の開催

事業計画策定セミナー等の受講者及び経営分析を行った事業者に対して、経営指導員等による策定支援を中心に行う。更には、専門的な支援が必要な場合にはよろず支援拠点や三重県商工会連合会エキスパートバンク登録のコーディネーターやアドバイザーなどの専門家を招聘して個別支援を実施する。

- ・募集方法：ホームページ掲載、地域ケーブルテレビでの放送、SNS(Facebook・Instagram)の活用、毎月会員宅に配布する情報誌への同封。巡回での声掛け。
- ・回数：3回(年間)
- ・カリキュラム(事例)：三重県版経営向上計画、事業継続力強化計画等の事業計画策定、小規模事業者持続化補助金等の補助金申請にむけた事業計画策定
- ・参加者数：延べ20名

イ. IT・DX活用セミナー、IT専門家派遣もしくは個別相談会等の開催

IT・DXに関する意識や基礎知識を習得するため、また、実際にIT、DXの導入を推進していくためにセミナーを開催する。また、専門的な支援が必要な場合において、よろず支援拠点や三重県商工会連合会のエキスパートバンクの登録コーディネーターやアドバイザーなどの専門家を招聘して個別支援を実施する。

- ・募集方法：ホームページ掲載、地域ケーブルテレビでの放送、SNS(Facebook・Instagram)の活用、毎月会員宅に配布する情報誌への同封。巡回での声掛け。
- ・回数：2回(年間)
- ・カリキュラム(事例)：SNS ツール活用、AI 活用、DX による販路開拓
- ・参加者数：延べ30名

ウ. 事業計画の策定

【支援対象】

需要動向調査及び経営分析を行った事業者及び事業計画策定セミナーを受講した事業者を対象とする。

【支援手法】

事業計画策定セミナー等の受講者及び経営分析を行った事業者に対して、経営指導員等による策定支援を中心に行う。更には、専門的な支援が必要な場合にはよろず支援拠点や三重県商工会連合会エキスパートバンク登録のコーディネーターやアドバイザーなどの専門家を招聘して個別支援を実施する。

② 創業者・第二創業者（希望者）への支援

ア. 創業塾/個別相談会の開催

高齢化・後継者不足による廃業での事業者減少対策として、市行政と連携して創業塾(または個別相談会)を開催し、創業者および第二創業者への支援を実施する。

- ・募集方法：ホームページ掲載、地域ケーブルテレビでの放送、SNS(Facebook・Instagram)の活用、毎月会員宅に配布する情報誌への同封。巡回での声掛け。
- ・回数：5回(年間シリーズ)
- ・カリキュラム(事例)：創業計画書の策定、会計・税務の知識習得、資金繰り表作成、マーケティング戦略、外部分析・内部分析、国・県等の施策等
- ・参加者数：延べ10名

イ. 創業・第二創業事業計画の策定支援

【支援対象】

創業塾受講者・個別相談者対象。

【支援手法】

創業塾等の受講者に対して、経営指導員等による策定支援を中心に行う。更には、専門的な支援が必要な場合にはよろず支援拠点や三重県商工会連合会エキスパートバンク登録のコーディネーターやアドバイザーなどの専門家を招聘して個別相談を実施する。

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】

これまで取り組んできた事業計画書（三重県版経営向上計画等）策定支援を受けた計画策定事業者については、引き続き専門的な支援を行うための専門家派遣の実施や小規模事業者持続化補助金の活用など事業計画遂行に必要な施策の活用及びその種々の支援を積極的に実施した。

創業者・第二創業者における創業計画書（事業計画書）の策定支援についても同様に引き続き専門的支援が必要な事業者については専門家派遣事業を実施した。また、フォローアップのために経営指導員等による定期的な巡回訪問・窓口相談も継続的に実施をしている。

【課題】

これまで事業計画を策定してきた事業者においては、計画どおり売上向上や販路開拓へつながる事業者もいれば、あまり成果が上がっていない事業者もあり、成果が上がっていない事業者のフォローアップとして、今後の取組意欲の継続維持に関わる配慮が必要である。

(2) 目標

① 既存事業者

	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
フォローアップ対象事業者数	43 社	40 社	40 社	40 社	40 社	40 社
頻度（延数）	129 回	200 回	200 回	200 回	200 回	200 回
前年同期比の売上増加事業者数	20 社	20 社	20 社	25 社	25 社	30 社
前年同期比の営業利益率1%以上の増加事業者数	20 社	20 社	20 社	25 社	25 社	30 社

② 創業者・第二創業者

	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
フォローアップ対象事業者数	3 社	4 社	5 社	6 社	6 社	6 社
頻度（延数）	6 回	16 回	20 回	24 回	24 回	24 回

(3) 事業内容

① 既存事業者

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画策定後、定期的な巡回を行い、策定した事業計画における進捗状況を確認し、支援対象者である小規模事業者の状況に応じた支援を実施していく。

その頻度については事業計画策定者に対して、年5回のペースで巡回訪問等を実施する。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

また、経営状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じた場合、各課（経営支援課・経営向

上課)にて問題提議し、その後経営指導員や外部専門家など第三者の意見を受け今後の対応策を検討する。

② 創業者・第二創業者

創業・第二創業者の現況や準備度合いに応じて、メール等によるアフターフォローの実施から、具体的に進展させている者については、訪問・窓口による進捗状況確認のためのヒアリング実施と指導・助言を実施する。

また、これらの事業者支援情報については、経営指導員等の中で共有し、担当者不在時にも対応が可能な体制作りも実施する。

その頻度については、事業計画策定者に対して、四半期に1度のペースで巡回訪問等を実施します。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

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】

小規模事業者の販路開拓のために展示・商談会への出展支援を行っており、東京で行われた『グルメショー』『GOODLIFE フェア』では食を中心に、また工芸品の展示・商談会として『東京インターナショナルギフト・ショー』へ出展し、参加事業者の自慢の特産品をPRし、BtoB 販路拡大を図った。また、BtoC として『みえアツマル物産展 in 近鉄四日市』『GOODLIFE フェア』に出展し、事業者の自慢の商品をPRし、更なる販路拡大を図った。

このように展示・商談会へ出展することにより事業者の商談スキルや接客スキル等の向上や他の出展者の商品の情報を収集することで商品開発および商品改良へつなげるきっかけにもなっている。

出展する事業者には事前に専門家を招聘し商談会セミナーを開催し事前準備・当日の対応、事後におけるフォローアップ等のスキルを習得する支援を実施した。また、経営指導員等が主体となり、FCPシートの作成補助・商談後のフォローアップについても支援した。

【課題】

これまで実施してきたが、商談件数や成約数など目標数値には届かないことが多くあった。展示・商談会の出展の事前・事後のフォローアップ、バイヤー先を想定した商品提案等、今後改善した上で実施する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会独自の展示会等を開催するのは困難であるため、県内、都心部で開催される展示・商談会への出展支援により、小規模事業者の販路拡大を目指す。

出展にあたり、商談成約の成果を確実なものとするため、専門家を招聘したセミナー開催や経営指導員等により事前、事後の出展支援を行い、出展期間中には陳列、接客などの伴走支援を行う。

(3) 目標

	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
展示会・商談会参加事業者数	12 社	16 社	16 社	16 社	16 社	16 社
商談(見積依頼含む)件数/社	2 件	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件

(4) 事業内容

① 事業者商談スキル向上

ア. 集団支援

各種展示・商談会で成果を上げるために参加予定である事業者について、専門家等を招聘して、商品説明用シート(FCP)の作成、ブースレイアウトの見せ方の研究、接客技術の習得、プレゼンテーション能力の向上、各種販促ツールの作成等の事前集団講習会を開催する。

イ. 個別支援

各種展示・商談会出展を目指す事業者について、専門家等を招聘して、商品開発のプロセス、マーケティング戦略、市場ニーズ、ターゲット設定、価格設定、商品ブラッシュアップにつながる専門的支援を実施する。

② 展示・商談会の開催及び出展による販路開拓支援

ア. 県内への展示・商談会へ出展 (BtoC および BtoB)

県内で開催される展示・商談会へ出展し、各事業者の有する商談スキル等を実践しながらバイヤーおよびエンドユーザーへの商品評価等を得るとともに、近隣同業者との情報交換等も行い、商品のブラッシュアップに努め商品力の強化を図りながら成約を目指す。

イ. 県外および都市部への展示・商談会へ出展 (BtoC および BtoB)

東京ビックサイトで開催される「グルメショー」や「東京インターナショナル・ギフトショー」等に出展し、伊勢志摩の特産品をPRして都市部のバイヤーやエンドユーザーの商品評価等を得ることで、市場ニーズに合致した商品開発・改良に繋げ、成約を目指す。また、海外への販路拡大も図る目的から海外のバイヤーが多く来場する展示・商談会への出展をし、伊勢志摩の特産品を海外へPRすることで、地域のPRにつながり観光誘客へつなげるとともに成約を目指す。

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

【現状】

定期的に行っている職員会議にて経営発達支援計画事業の実施の中間報告と今後の事業実施のスケジュールについて確認・連絡し、その都度、質疑応答・意見要望等を実施して事業遂行に反映。

また、年に1回の外部評価委員会を開催し、専門家（中小企業診断士等）を招聘し、実施するとともに市の担当課職員等からも意見聴取して客観的評価を受け、次年度の計画に反映している。

【課題】

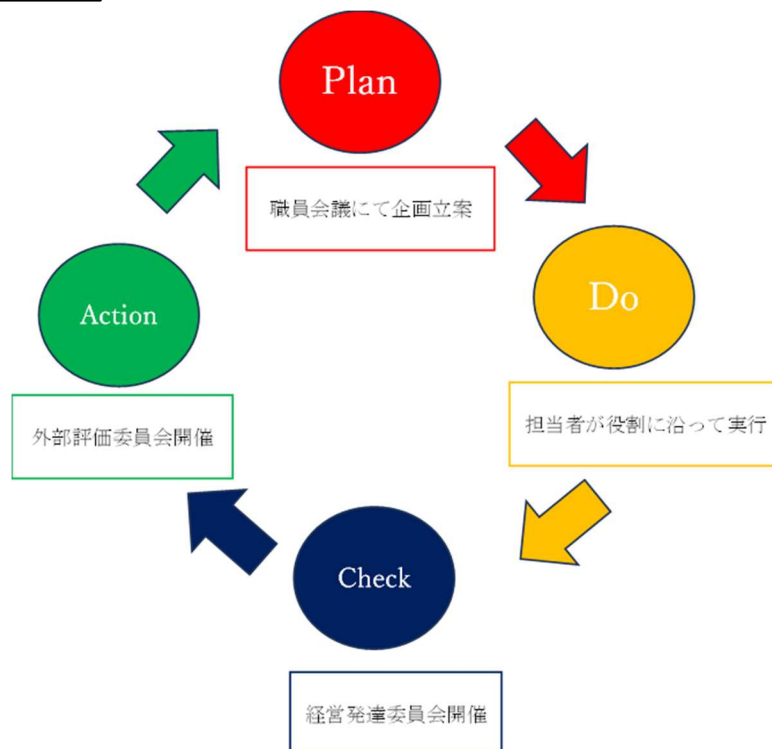
当初の計画目標には到達できない事業があり、PDCA サイクルを円滑にできなかった。目標数値については、再検討が必要と感じた。

(2) 事業内容

職員会議で経営指導員等を主体とし、企画立案し、小規模事業者の意向を反映した事業計画を策定し、職員がその計画に沿って実行する。

その後、商工会執行役員(会長・副会長2名・専務理事・常務理事3名)で構成する経営発達委員会において状況報告を行い、年に1回行う外部評価委員会(志摩市担当者、外部有識者(中小企業診断士等)、経営指導員等、県連合会)の評価を得る。

PDCAイメージ図



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】

三重県商工会連合会が主催する研修会、中小企業大学校の主催する研修会、関係団体等の主催する研修会へ参加し支援能力の向上を図った。

また、月に1回各課(経営支援課・経営向上課)で会議を行うと共に定期的に開催している職員会議、経営指導員会議にて、情報を共有し、資質向上を目指し小規模事業者への指導を行なった。

【課題】

各種支援情報等は、職員会議等において周知・情報共有を行っているが、事業所の案件は、多種多様となり、支援内容は複雑となっており対応も難しくなっている。

(2) 事業内容

① 外部講習会等の積極的参加

経営指導員等職員全員が支援能力の一層の向上のため、三重県商工会連合会等主催のセミナーへ積極的に経営指導員等を派遣する。また、Zoom等によるオンラインでの講習会についても受講を促す。

② OJT 制度の活用

経験豊富な経営指導員等と経験の浅い職員がチームで小規模事業者を支援することにより、必要な知識やスキルを計画的・体系的に身に付けることで、経験の浅い職員の伴走型の支援能力の向上に努める。

③ OFF-JT 制度の活用

経営指導員や経営支援員の支援能力の向上のため、個々の支援能力をレベルアップするのはもちろんのこと組織全体が小規模事業者支援において、販路開拓支援等職員の専門的能力が不足しているため、三重県商工会連合会等主催の専門能力研修会に積極的に参加する。

④ 職員間の定期的な会議の開催(職員会議・各課の会議)

研修会等に参加した職員が、定期的に開催する全職員を対象とした職員会議にて研修内容を発表する。研修内容を共有することで、職員の支援能力の向上を図る。

また、巡回や窓口での業務の中で、情報収集してきたことを職員間で共有、意見交換等を行う。

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】

- ・ 商工会事務局長会議(南部ブロック)の開催
- ・ 事務局責任者会議(県内全商工会)への出席
- ・ 伊勢志摩経済サミットの開催
- ・ 三重県中小企業・小規模企業振興推進協議会への出席
- ・ 志摩市の担当課との連絡会議を開催
- ・ 小規模事業者経営改善資金推薦団体連絡協議会への出席

【課題】

地域内支援機関との連携において得られた各種支援情報等については、職員会議において、周知されているものの活用されていないものも多く、積極的に情報活用することが必要である。

(2) 事業内容

① 商工会事務局長会議(南部ブロック)(年6回以上)

ア. 構成員: 県下の南部所属 8 商工会+三重県商工会連合会

(大紀町商工会、玉城町商工会、伊勢小俣町商工会、度会町商工会、南伊勢町商工会、志摩市商工会、みえ熊野古道商工会、紀宝町商工会)

イ. 内容 : 県下の南部ブロックに所属する商工会の経営改善普及事業・経営発達支援事業・地域総合振興事業等を実践するための協議検討・情報交換等を実施し支援ノウハウの情報交換を行う。

② 事務局責任者会議(年2回)

ア. 構成員: 県内 23 商工会+三重県商工会連合会

イ. 内容 : 各商工会の事業の進捗状況の把握と地域の情報交換を行い、地域の課題解決へつなげるための支援ノウハウの情報交換を行う。

③ 伊勢志摩経済サミットへの出席(年1回)

ア. 構成員: 伊勢商工会議所・鳥羽商工会議所・志摩市商工会・玉城町商工会・多気町商工会・明和町商工会・南伊勢町商工会・伊勢小俣町商工会・度会町商工会・大紀町商工会(全10団体)

イ. 内容 : 伊勢志摩地域の各団体の会頭、副会頭、会長、副会長、職員による地域経済会議や講演会の開催し、支援ノウハウの情報交換を行う。

④ 三重県中小企業・小規模企業振興推進協議会(年1回)

ア. 構成員: 行政(各市町)・商工団体(商工会・商工会議所等)・金融機関(日本政策金融公庫・各地方銀行・保証協会等)・高等教育機関(県内の大学等)・その他(産業支援センター等)

イ. 内容 : 各商工会の県補助事業及び南部地域の事業についての進捗状況の把握と地域の情報交換を行う。

⑤ 志摩市との連絡協議会議(年3回以上)

ア. 構成員: 志摩市の担当課職員、志摩市商工会経営指導員

イ. 内容 : 志摩市内の事業者の業況や市の施策等について進捗状況や情報交換を行う。

⑥ 小規模事業者経営改善資金推薦団体連絡協議会(年2回)

ア. 構成員: 日本政策金融公庫伊勢支店、伊勢商工会議所、鳥羽商工会議所、玉城町商工会、度会町商工会、伊勢小俣町商工会、志摩市商工会、南伊勢町商工会、明和町商工会、三重県商工会連合会

イ. 内容 : 管内の小規模事業者の業況や小規模事業者経営改善資金(マル経)の状況について進捗状況や情報交換を行う。

上記、支援機関、専門家等と連携し、各地域の小規模事業者の需要の動向、支援ノウハウ等に関して情報交換するなどにより、新たな需要の開拓を進める基盤の構築を図る。

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】

- ・ 志摩市内の事業所で利用できる共通商品券の支援
- ・ 地域振興事業を新規で行う商工会会員で組織される団体に対し、資金面で支援
- ・ 地元高校生と地元企業の交流会の実施
- ・ 市内各地域のイベントへ参画
- ・ 新春賀詞交歓会の開催
- ・ 志摩のまっりの開催

【課題】

地域イベントを行うにあたり、地域の若者の人材不足やエネルギー価格・物品等の高騰により企画・運営が困難となってきている。

(2) 事業内容

① 『六者会議』への参加(年6回)

志摩市商工会、志摩市、観光協会、農協、2漁協で組織する「六者会議」という協議会に参加し、地域経済活性化の方向性について意見交換を行い地域経済活性化の共有を図る。

② 地元高校生と地元企業の交流会の開催(年1回)

三重県商工会連合会が主催となり開催。

地元企業の将来の人材確保に繋がる機会を創出し、志摩市の事業所の魅力を再発見していただき、高校生が将来地域で創業・就業していただくことにより、人口の減少に歯止めをかけ地域の活性化に寄与することを目的として開催する。

③ 大学生と地元企業の交流事業

県内および県外の大学に通っている地元の大学生が卒業後、地域への就職をしていただけるように地元企業との交流機会を創出し、地域の活性化に寄与することを目的としている。

④ 新春賀詞交歓会の開催(年1回)

地域の発展と会員企業の躍進に向け、市内外の諸団体・諸機関・会員企業が一同に会して情報交換をする場を志摩市観光協会と合同で開催する。

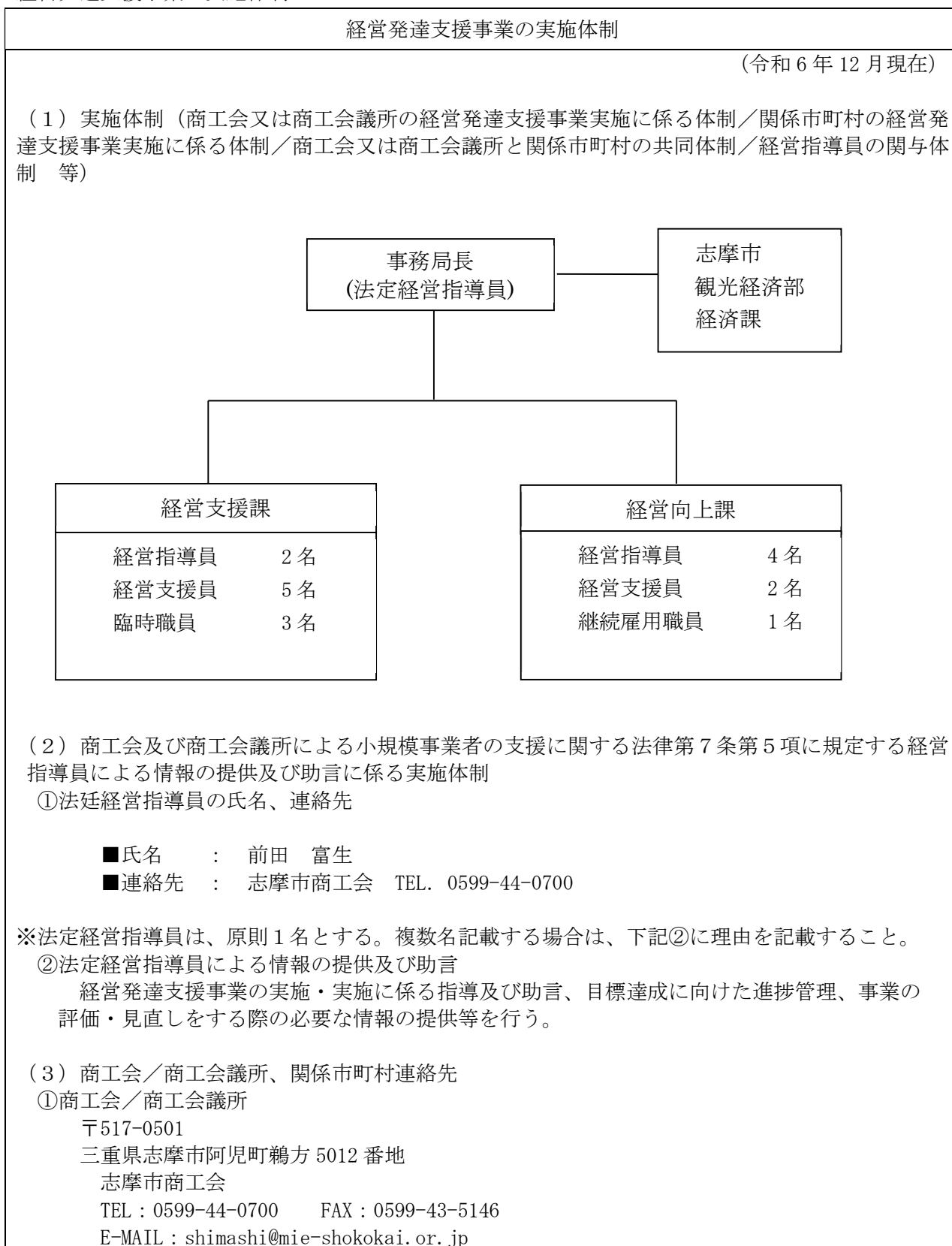
⑤ 地域イベントへの支援

地域活性化の促進に資することを目的とした市内の各種団体等が開催する事業に対し協力する。

上記②～⑤は、商工会理事会において共有し事業に取組み。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



②関係市町村

〒517-0592

三重県志摩市阿児町鶴方 3098 番地 22

志摩市 観光経済部 経済課

TEL : 0599-44-0010 FAX : 0599-44-5262

E-MAIL : keizai@city.shima.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)

	7年度	8年度	9年度	10年度	11年度
必要な資金の額	7,000,000	7,000,000	7,000,000	7,000,000	7,000,000
セミナー開催費	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
専門家派遣事業費	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000
展示会等出展費	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000

(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、国補助金、三重県補助金、志摩市補助金、事業受託費、参加費 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。

