

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	南伊勢町商工会（法人番号 6190005005375） 南伊勢町（地方公共団体コード 244724）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>1) 地域に貢献する小規模事業者の育成支援</li> <li>2) 経営基盤強化に取り組む小規模事業者の育成支援</li> <li>3) 新商品開発及び販路開拓に取り組む小規模事業者の育成支援</li> <li>4) 事業承継による持続的経営に取り組む小規模事業者の育成支援</li> <li>5) 創業者並びに第2創業者の育成支援</li> </ul>
事業内容	<p><b>1. 地域の経済動向調査に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①地域の経済動向分析の作成・公表</li> <li>②国が提供するビックデータの活用</li> </ul> <p><b>2. 需要動向調査に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①地域内需要動向調査の実施 ②地域外需要動向調査の実施</li> </ul> <p><b>3. 経営状況の分析に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①建設業・製造業等の経営分析</li> <li>②卸売小売業・サービス業・飲食業等の経営分析</li> </ul> <p><b>4. 事業計画策定支援に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①DX推進セミナー・IT専門家派遣もしくは個別相談会の開催</li> <li>②事業計画策定セミナーもしくは個別相談会の開催</li> <li>③創業者・第2創業者を対象に創業塾の開催や事業計画策定支援の実施</li> </ul> <p><b>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①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</li> </ul> <p><b>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①事業者商談スキルの向上支援</li> <li>②展示会・商談会の開催及び出展による販路開拓支援</li> <li>③インターネット等の活用による販路開拓支援</li> </ul>
連絡先	<p>〒516-0101 三重県度会郡南伊勢町五ヶ所浦 3917 番地 南伊勢町商工会 TEL:0599-66-0054 FAX:0599-66-1687</p> <p>〒516-1492 三重県度会郡南伊勢町神前浦 15 番地 南伊勢町役場 TEL:0596-77-0003 FAX:0596-76-0279</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 南伊勢町の概要

○当町は平成 17 年に旧南勢町と旧南島町が合併して誕生しました。立地は紀伊半島沿岸東部、三重県度会郡の南端に位置し、北に伊勢市、東に志摩市と接し、南は日本有数の漁場・熊野灘に面し、その風光明媚な自然美に溢れた景観は伊勢志摩国立公園に指定されています。

○基幹産業は古くから第 1 次産業であり、漁業は遠洋漁業・沿岸漁業・養殖漁業と多岐に亘り、農業は柑橘類をメインとした果樹栽培が主力となっており、水稻栽培も少量ながら行われています。

○観光産業は、根強い人気の筏釣り・海上釣り堀・磯釣り等の遊漁船業とともに、ヨット・カヤック・ダイビング等もあり、海の町の魅力を堪能するリピーターに熱い支持を受けています。

○交通アクセスは、地域の産業と生活を支える主要国道 260 号線の整備が年々充実してきていることから、狭い箇所がなくなり、高齢者ドライバーの往来も容易になったことと、高速道路の伊勢自動車道や紀勢自動車道へも中心地から 30 分程度で行けるようになり、利便性の向上が図られてきています。

○防災対策について、26 年に国の国土強靱化計画の指定を受けて、公共機関の高台への移転、住民の防災意識向上と対策周知の徹底、住宅等防災措置への助成等を早急に進めています。



②人口動向の現状

南伊勢町の人口 表1 (単位:人)

	平成 7 年	平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年	平成 27 年	令和元年
0～14 才	2,821	2,367	1,814	1,300	860	678
15～64 才	11,899	10,193	9,623	7,101	5,644	4,579
65 才以上	4,953	5,675	6,250	6,387	6,278	5,968
総人口	19,673	18,235	16,687	14,791	12,788	11,231

【資料:国勢調査及び三重県実施の人口動態調査】

南伊勢町の人口は、全国の地方と同様に過疎化における慢性的減少傾向が如実に見られますが、とりわけ少子高齢化傾向が大変顕著であり、表 1 に示した国勢調査において、令和元年と平成 7 年の比較では、0～14 才の年少人口は 76%の大幅な減少率となり、同様に 15 才～64 才の生産年齢人口も 62%の大幅な減少率となっている反面、65 才以上の高齢者人口は 120%と大幅な増加率となっています。今後の人口推移の予測としては、表 2 に示すように、国勢調査を基にした国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、2045 年の総人口は、3,892 人と推計されており、県下の中でも人口減少の進行が深刻であり、このままでは町の存続を脅かしかねません。特に年少人口の激減はこれからの町の活力を失わせることに直結することから、危機感を強く持っているところです。

国立社会保障・人口問題研究所による南伊勢町の将来推計人口 表 2

	2015 年			2025 年			2045 年		
	総数	男	女	総数	男	女	総数	男	女
総数	12,788	5,974	6,814	9,060	4,232	4,828	3,892	1,852	2,040
0 歳～4 歳	215	114	101	105	54	51	28	14	14
5 歳～9 歳	281	147	134	136	68	68	36	18	18
10 歳～14 歳	364	202	162	180	92	88	47	23	24
15 歳～19 歳	413	214	199	186	97	89	46	23	23
20 歳～24 歳	297	174	123	149	92	57	36	20	16
25 歳～29 歳	315	175	140	205	130	75	44	27	17
30 歳～34 歳	289	149	140	206	133	73	52	33	19
35 歳～39 歳	370	171	199	226	121	105	67	42	25
40 歳～44 歳	571	289	282	241	121	120	89	59	30
45 歳～49 歳	690	351	339	318	149	169	128	80	48
50 歳～54 歳	809	412	397	510	257	253	154	97	57
55 歳～59 歳	845	423	422	647	324	323	183	98	85
60 歳～64 歳	1,046	522	524	783	387	396	209	102	107
65 歳～69 歳	1,275	621	654	813	396	417	291	131	160
70 歳～74 歳	1,366	545	821	953	456	497	459	217	242
75 歳～79 歳	1,370	588	782	1,079	492	587	545	251	294
80 歳～84 歳	1,150	520	630	1,011	372	639	555	249	306
85 歳～89 歳	719	265	454	767	290	477	426	176	250
90 歳以上	403	92	311	545	201	344	497	192	305
(再掲) 0 歳～14 歳	860	463	397	421	214	207	111	55	56
(再掲) 15 歳～64 歳	5,645	2,880	2,765	3,471	1,811	1,660	1,008	581	427
(再掲) 【うち 20 歳～44 歳】	1,842	958	884	1,027	597	430	288	181	107
(再掲) 65 歳以上	6,283	2,631	3,652	5,168	2,207	2,961	2,773	1,216	1,557

出典：国勢調査、国立社会保障・人口問題研究所将来推計人口

当町は令和元年三重県実施の人口動態調査で「老年人口割合:53.1%」、「平均年齢:59.5才」と三重県内において高齢化比率が一番高くなっており、逆に「年少人口割合:6.0%」、「生産年齢人口割合:40.7%」と次代を担う世代及び現役世代の比率が三重県内において一番低くなっている等、限界集落も点在して危機的な状況に置かれており、同時に商業における商圈人口も縮小の一途を辿っています。

これらのことを踏まえて、行政としては若年者対策として町外の高校へ通学する学生への支援や町内雇用人口増加に貢献する事業所への助成等の施策を講じてはいますが、その効果の程は表面化していません。

### ③商工業者及び小規模事業者の動向と現状

【近年の業種別商工業者及び小規模事業者数の比較】表3

区分	農林水産業	鉱業	建設業	製造業	情報通信業	運輸業	卸売業
平成22年	12	5	129	70	2	11	49
小規模事業者	11	3	123	63	2	9	46
令和3年	11	4	81	59	2	11	38
小規模事業者	9	2	77	55	2	8	35
上記比較割合	92%	80%	63%	84%	100%	100%	78%
小規模事業者	82%	67%	63%	87%	100%	89%	76%

区分	小売業	金融保険業	不動産業	サービス業	飲食・宿泊業	教育学習業	医療福祉業	合計
平成22年	204	1	9	162	105	4	7	770
小規模事業者	194	0	9	158	103	4	7	732
令和3年	107	1	9	128	70	3	8	532
小規模事業者	100	0	8	126	70	3	8	503
上記比較割合	52%	100%	100%	79%	67%	75%	114%	69%
小規模事業者	52%	0%	89%	80%	68%	75%	114%	69%

#### A. 主たる業種の現状

南伊勢町における主たる業種として挙げられるのは、建設業、製造業、卸売業、小売業、サービス業、飲食・宿泊業の6業種です。

上記の表3から見て、商工業者及び小規模事業者ともに全業種においては過去11年間において少なくとも約20%程度の減少となっており、主たる業種を見ても総体的には20~50%の事業者数の減少が見受けられます。これら主たる6業種の現状については下記のように把握しています。

##### 1) 建設業

町内の公共事業や個人顧客からの受注の減少が慢性的に継続していることや経営者の高齢化によって、個人や小規模な事業所が年々淘汰されていく傾向にありまして、この傾向は引き続き継続して行くものと考えられます。

事業者には中規模・大規模企業を含む業界ネットワークへの参画や事業分野の拡大等におけるドメインの変更等の方向転換により事業継続を図って行く者もあり、新たな活路を見出すこと等の生き残り策を模索している事業者が多いのが現状です。

## 2) 製造業

過去には大手メーカー(弱電)等の下請事業所が多数存在しましたが、現在ではこの業種は1件もなく、代わりに多く存在しているのは食料品製造業(主として水産食料品製造業)と船舶関係製造業となっています。いずれも漁業と密接な関わりを有していますが、古くから当町の基幹産業である漁業も高齢化による従事者減少における衰退化が大きな懸念材料となっており、そのあおりによる原材料の調達困難やコストの増加が水産食料品製造業に、また、顧客の絶対数の減少等で船舶関係製造業に年々影響が出てきていますが、水産食料品製造業は地域で最も活気のある業種であります。なお、食料品製造業には柑橘類加工もありますが、こちらは新商品開発に意欲的であり、販路開拓が課題となっています。

## 3) 卸売業

大半が魚介類卸売業であり、伊勢志摩地域及び名古屋圏を中心商圏としている事業者が多いようです。一時はリーマンショックや日本人の魚離れ等を要因に業界的に停滞した時期がありましたが、回転すしブームや地元伊勢神宮のご遷宮効果、加えて伊勢志摩サミット効果も加わり、地域内需要が回復傾向であります。国際的な資源不足と商品仕入や価格競争が同業者間で厳しさを増しており、利益確保に苦慮している感が見受けられます。

## 4) 小売業

小規模小売店は年々厳しい状況に置かれています。食料品や雑貨等の最寄品では、町内3店舗ある中規模店の価格競争に太刀打ちできません。また、一部地域では高齢者をターゲットとした農協・漁協の移動販売攻勢にも顧客を奪われるようになりました。また、買回り品については、主要国道の整備により町外へのアクセスが良くなりましたため、若年層を中心に流出が年々増加するようになり、より一層の危機的な状況になっています。

## 5) サービス業

理美容業においては、高齢化起因によって顧客減少と経営者高齢での廃業がありますが、反面、開業は皆無に等しい状況であり、将来的に、顧客不便の発生が懸念される所です。

自動車整備業においては、公共交通機関が路線バスしかない現状から、自動車の保有率が高く顧客需要は安定的にあるが、今後は高齢化による運転免許証の返納等によって保有率の減少が見込まれる等の大きな不安材料を抱えています。

サービス業において唯一増加している業種は遊漁船業です。不振の養殖漁業からの事業転換を図る事業者が多くあり、町内及び近隣市町を含めて顧客の争奪競争が激しくなっています。経営状況は天候等の自然環境に左右されることもあります。設備やサービス等の差異によって事業者間での格差があり、経営の厳しい事業者も見受けられます。

## 6) 飲食・宿泊業

飲食・宿泊業においては、経営者の高齢化とともに店舗や設備の老朽化が見受けられ、顧客離れの要因となっています。また、マンネリ化したメニューや割高感を持たれるメニュー等、町外顧客においてはQCDの観点からは問題視される場所ですが、高齢化した経営者らは意識改革には至らずに日々ルーチンワークに終始しています。また、古くから土地柄で他店と比較されることを嫌う傾向があり、同一メニューテーマでの地域内の複数店舗での統一的事業展開(例:豊橋カレー等)ができない現状があります。

## B. 地域及び事業者課題の総括

三重県下一の高齢化率に加えて年少人口及び生産年齢人口の激減化等、待ったなしに進展する過疎化に伴う消費人口の減少による市場の縮小化等によって、地域経済を取巻く環境悪化は年々深刻な状況となっています。その結果として、地域商工業者に暗い影を差しており、地域に活気がまったく感じられないのが現状です。

具体的な課題とその背景にある要因としては、

### 1) 消費や労働力が町外へ流出している

(ア) 地域小売店等が消費者ニーズ(価格・品揃え等)に対応できていない。

(イ) 雇用を必要とする地域事業所が少ない。

### 2) 廃業者が増加する反面、開業者が極めて少ない

(ア) 市場の縮小化により継続的経営が可能な経済環境となっていない。

### 3) 経営課題が多様化・複雑化している

(ア) 業種、業態、規模、利害関係者等が多岐に亘るとともに外部環境の早い変化に対応できない。

(イ) 地域経済が慢性的に疲弊し、持続的経営への大きな足かせとなっている。

### 4) 事業者現状を打破する意欲が感じられない

(ア) 経営者が高齢化している。

(イ) 日々のルーチンワークに終始することで妥協している。

等が挙げられ、これらの課題解決に早急に取り組むことが必要と考えられる。

#### ④商工会の現状と課題

##### A. 現状

商工会は、これまで行政及び各種支援機関や金融機関等と連携しながら、経営改善普及事業を基本にした巡回・窓口相談を実施して、各種の経営相談に応じ、金融・税務・労働等を中心的業務として、併せて適宜に専門家派遣事業や国・県の補助メニュー等を活用して個々の事業者の課題解決支援にあたってきました。しかしながら、この支援は一部の事業者の解決になっても、全体の底上げには繋がっていないのが現状です。

##### B. 課題

- 1) 小規模事業者の抱える経営課題について、1事業者でも多く、かつ、きめ細かく対応することが必要。
- 2) 行政及び各種支援機関や金融機関並びに関係機関等とより一層の連携強化が必要。
- 3) 職員の支援能力向上を前提にした質の高い支援体制が必要。
- 4) 各事業者の実情とレベルに併せて常に二人三脚スタイルとなったリアルタイムな伴走型支援を継続的に実施することが必要。

#### (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～南伊勢町の総合計画と連携を取りながら～

南伊勢町では、1960年をピークに人口が減り続けたことから、1980年代に入り過疎対策に取り組んできました。しかしながら、人口減少、少子高齢化の傾向は止まらず、特に近年は急激な減少となっています。こうした危機的状況下において、同町では、令和元年度策定の南伊勢町総合計画(新絆プラン)の中で、南伊勢町の30年後の目指す姿を「生命力みなぎる常若のまち」としており、さらに、その実現のために、10年後のあるべき姿として、「若者の希望をみんなで実現できるまち」を掲げています。若者をはじめとして、本町にUターンを望む人などが、様々な分野において、適正にあった仕事を出来る環境を整備するとともに、新規創業や事業承継を促進するなど、雇用や経営する支援体制の内容を充実させることが重要であると考えられます。

そして、総合計画の中において、これらを実現する目標として、

- ①人とまちがともに新陳代謝できるまち
- ②自然の恵みを価値に変えて営むまち
- ③住みよく、暮らしやすいまち
- ④安全に安心して暮らせるまち
- ⑤ともに創り、ともに変える行政経営のまち

を挙げており「②自然の恵みを価値に変えて営むまち」を実現するために、「地域資源を生かして事業革新できるまち」という政策を掲げています。その中で、町の産業を従来のやり方や枠組みにとらわれず、観光、水産業、農林業など異業種を組み合わせた新たな仕事のかたちをつくるなど、南伊勢町の資源を最大限に活用した魅力ある仕事にイノベートしていくことを進めていくことになっています。

その施策として、商業機能の充実・交流機能との連携・担い手対策・工業基盤の充実と育成・雇用の確保と地元での就職促進・地域資源活用による新たな展開を挙げて商工会や関係機関との連携を強調しています。

## ②商工会としての役割

商工会としては、上記総合計画及び各種課題解決に向けて、地域経済の中心的支柱である小規模事業者が持続的かつ継続的に事業活動ができ、併せて地域雇用が創出されることが南伊勢町のあるべき姿の実現に貢献するものと考えています。

これまで以上により一層の行政及び各種支援機関や金融機関並びに関係機関等と連携強化を図るとともに、小規模事業者の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、新規創業者や第2創業者の創出を実現すべく、職員の支援能力向上を前提にした質の高い支援体制を構築して提案型支援を基本スタンスとしながら、各事業者の実情とレベルに併せて常に二人三脚スタイルとなってリアルタイムで伴走型支援を継続的に実施します。

新幹プラン 施策の目標	現状値	目標値				
	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2028年度
観光入込客数(人)	283,604	300,000	320,000	335,000	345,000	400,000
外国人観光客数(人)	598	1,500	2,000	4,000	6,000	10,000
漁業産出額(百万円)	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
新規漁業就業者数累計(人)	10	24	32	40	48	101
新規農業就業者数累計(人)	3	9	11	14	16	29
農業産出額(百万円)	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860	1,860
野生鳥獣による農作物被害額(万円)	401	390	390	380	380	350
森林整備累計(ha)	-	20	40	60	80	200
林業新規就業者数累計(人)	0	0	2	5	8	23

## (3)経営発達支援事業の目標

### ①目標

南伊勢町では、今後はこれまで以上に多くの小規模事業者の高齢化や経営不振等による廃業が予想されており、地域における深刻な課題と考えられます。なお、廃業には止む無しの場合と回避可能な場合があり、地域活力維持のためには廃業の回避措置を施して1事業者でも多く持続的経営及び発展的経営がなされることが求められます。ちなみに地域内の廃業者に代わる創業者が廃業者数を上回れば新陳代謝がなされることにもなりますが、南伊勢町はその創業者が極めて少ない現状があり、慢性的に地域経済の危機状態が続いています。そこで、商工会はこの慢性的危機からの脱却のためにそれぞれの小規模事業者と創業者(第2創業者含む)に適応した支援策を伴走型で実施して今後の持続的及び発展的経営に繋げていくことを目標とし、具体的には下記の5点について重点的に取り組みます。

#### A. 地域に貢献する小規模事業者の育成支援

地域生活に必要な最寄品や買回り品等の販売を介して地域住民に必要とされるとともに、併せて地域コミュニティ機能を有することで高齢化社会にも安心して対応可能な生活基盤となれる小売業、地域の強みである農水産物等の販売を介して地域の魅力を町外へ情報発信して地域外との交流機能を発揮することができる卸売業等の育成支援を実施します。

#### B. 経営基盤強化に取り組む小規模事業者の育成支援

下請依存からの脱却及び異業種交流等による新分野進出、また、技術革新による独自技術やオリジナル製品の開発等の様々な手段による多角経営化等によって、売上高や利益確保が強化できる建設業並びに製造業等の育成支援を実施します。

#### C. 新商品開発及び販路開拓に取り組む小規模事業者の育成支援

地域農水産物加工に取り組む既存の製造業者及び6次産業化や農商工等連携等を含めた新規参入者の新商品開発から販路開拓までをトータルマネジメントでサポートします。特に新規参入者については、1回の商品開発で終わらずに継続的に実施し、商品ラインアップが構成できることを目指していきます。また、地域ブランド力構成のために同業者間のネットワーク構築にも注力して、南伊勢町の事業者が団体戦で他地域の競合と戦えるような総合力(プレゼン力・接客スキル・交渉力等)を養成する等、種々の育成支援を実施します。

#### D. 事業承継による持続的経営に取り組む小規模事業者の育成支援

高齢化による廃業が増加している現況下、地域活力の衰退につながることを未然に防ぐことの必要性に重んじて、長期的なビジョンの策定とスケジュール化による確実な実行のための綿密な準備等(事業の見える化レポート・事業価値を高める経営レポートの活用等)によって、適切な人材確保とともに経営資源確保等について迅速に対応して円滑な承継がなされるような育成支援を実施します。

#### E. 創業者並びに第2創業者の育成支援

地域活力の維持・増強及び成長には多くの健全な事業者の存在が不可欠であり、廃業する事業者があればその事業者に代わって地域経済を担う新規参入者が求められておりますが、南伊勢町ではその排出力がきわめて弱い現状があります。ついては、まずは定期的に創業塾を開催して潜在者の発掘や創業意欲の創出・熟成を行った上で真の創業者へと育成していくこととし、次に実際の創業希望者並びに第2創業希望者については、創業後に確実な事業継続が維持できるように常に密着したサポート体制を取り、きめ細かい育成支援を実施します。

## 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

### 【全目標共通】

- ① 経営指導員を中心にした職員全員による定期的巡回や窓口相談において、常に良好なコミュニケーションを心掛けることで相談しやすい環境作りを行いながら、小規模事業者等の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各種助言の提供とともに、伴走型にて定期的なフォローアップを欠かすことなく実施することで、継続的かつ持続的に発展及び向上可能な経営に取り組む小規模事業者の育成を実施します。
- 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・定性的に課題解決策の策定を図ります。
- ③ 行政及び各種支援機関(他商工会含む)や金融機関並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します。
- ④ 常に質・信頼性が高い支援のために経営指導員を中心にした職員全員の資質向上について継続的に取り組みます。

### 【各目標ごとに設定】

- ① 地域に貢献する小規模事業者の育成支援
  - ・ 主たる業種は小売業・卸売業として、マーケットインを基本にした商品構成や、継続販売につながる徹底した商品管理と顧客管理を組み入れる等の顧客視点に沿った販売戦略策定・フォロー等を重点的に支援します。
- ② 経営基盤強化に取り組む小規模事業者の育成支援
  - ・ 主たる業種は建設業・製造業として、各種補助金・専門家派遣等の支援メニュー活用による「生産性向上・新分野参入をキーワード」にした経営力向上計画策定・フォロー等を重点的に支援します。
- ③ 新商品開発及び販路開拓に取り組む小規模事業者の育成支援
  - ・ 主たる業種は、製造業・6次産業化新規参入者として、「徹底したマーケティングとコンセプトの確立をキーワード」にした開発・販売計画策定・フォロー等を重点的に支援します。

④事業承継による持続的経営に取り組む小規模事業者の育成支援

- ・ 管内全事業者を対象にして、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ます。

⑤創業者並びに第2創業者の育成支援

- ・ 徹底したマーケティング戦略による事業計画の作成と創業段階を追ったシームレスで継続的な支援を実施します。

## 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】

従来から、地域の経済動向調査として、三重県商工会連合会からの委託を受けて実施してきた「中小企業景況調査」については、管内事業所を4半期毎に調査対象として実施しました。その結果を「管内調査レポート」として、その都度小規模事業者へ配布しました。また、外部調査資料(※三十三総研調査レポート)を活用した調査を実施。その結果を「経済調査レポート」として、毎月小規模事業者へ配布しました。

##### 【課題】

上述の通り、調査結果をレポートにして必要な情報の提供を行ってきましたが、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した。このことから、今後、経営指導員等が各種情報を分かり易く整理した後に、かみ砕いて説明することが重要になってきます。さらに、これまで当会では RESAS 等の各種ツールを駆使し、ビッグデータを活用したデータ収集・分析ならびに公表等を十分に行ってきませんでした。故に、今後は、実際の支援の場面において有効に活用すべく体制を整備していく必要があります。

#### (2) 目標

	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
地域の経済動向分析の作成・公表	12回	12回	12回	12回	12回	12回
ビッグデータの活用	-	1回	1回	1回	1回	1回
独自調査の作成・公表	-	1回	1回	1回	1回	1回

### (3) 事業内容

#### ①地域の経済動向分析の作成・公表

外部調査資料(※三十三総研調査レポート)の配布報告書やインターネットサイト等から各種調査項目を収集把握・整理・分析した上で、独自の編集による「経済調査レポート」を新規に作成して定期的(毎月1回)に新聞折込や商工会ホームページ等にて管内小規模事業者等に情報提供するとともに経営指導員等の巡回・窓口相談時の資料として活用し、経営改善・向上計画等作成等にも活用します。分析手法としては、経営指導員が情報提供先の事業所に応じた業種・規模別等の基準を設け、定量・定性的なデータの必要事項を抽出します。

#### ②国が提供するビックデータの活用

当地区内小規模事業者に地域の現況を的確に把握してもらい、事業活動や経営判断等の基礎資料として活用してもらうため、「RESAS」(地域経済分析システム)を活用して、経営指導員が地域経済動向分析を行います。分析結果は年1回公表し、巡回支援や窓口支援において提供資料の説明を行うとともに、小規模事業者の経営分析及び事業計画策定支援の基礎資料として活用します。

#### 【分析項目及び分析手法】

- A. 「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。
- B. 「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分析を実施。
- C. 「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。

#### ③商工会独自調査によるレポート作成・公表

管内の景気動向についてより詳細な実施を把握するため、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、四半期に1回調査分析を行います。

【調査対象】管内小規模事業者 25 社(製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から 5 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

【調査手法】調査票を巡回時に手渡し又は郵送にて対応

【分析方法】経営指導員が分析を行う

#### (4) 調査結果の活用

- ①「経済調査レポート」を作成して定期的(毎月1回)に新聞折込や商工会ホームページ等にて管内小規模事業者等に情報提供します。
- ②経営指導員等の巡回・窓口相談時の資料として活用し、経営改善・向上計画等作成等にも活用します。

### 4. 需要動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

##### 【現状】

マーケットインの観点から消費者の立場に立って、ニーズやウォンツを把握することを目的として需要動向調査を実施し、調査結果を地区内小規模事業者に対して情報提供を行いました。地域のイベントや都市部の展示会・商談会については、昨年度において新型コロナウイルスの影響により、中止・延期となる事態が相次いで発生し、本会としても開催及び出展を見送る形となりました。

##### 【課題】

需要動向調査を分析・公表しましたが、全体的に情報提供に留まっており、新規顧客獲得・販路開拓を目的とした個社の新商品開発や新たな役務の提供に向け、需要動向調査の有用な活用については支援が及んでいませんでした。今後、小規模事業者の出展可能な時期も勘案しつつ、商談会や展示会への積極的な出展を促していく他、地域資源を活用した商品の改良や新商品開発に活用できる有益なデータの収集、活用方法について情報提供を行うことで、個社の販路開拓や商品価値向上に結び付けていきたいと考えています。

#### (2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
地域内調査または地域外調査の累計実施事業者数	-	1 者	2 者	3 者	4 者	5 者

#### (3) 事業内容

##### ① 地域内需要動向調査 (BtoC)

地域消費者並びに町外来訪者のニーズを把握する目的で、商工会主催によるイベント等の開催時において、専用ブースを設置し対面方式での試食及びアンケート調査を実施しました。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情報提供します。

なお、調査の実施内容については、業種、課題等に合わせて、最適な調査方法等を検討します。

## 【想定されるイベントについて】 ～食品関係事業者の場合の調査例～

### ◆「わくドキ南伊勢町」(商工会主催)

- ・イベント概要 毎年11月頃に開催
- ・集客数 町内外から約5,000人
- ・主な客層 町内の一般客

《サンプル数》来場者200名程度

《調査方法》ブースを設置して対面方式で試食・アンケートにて情報収集

《調査項目》味・食感・風味・色目・大きさ・見た目・パッケージ・価格

《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により現場にフィードバックし、商品開発における改善・改良に繋がる一助とする。

### 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、地域金融機関が主催する「地方銀行フードセレクション」をはじめ、「グルメ&ダイニングショー」などに出展し、専用ブースを設置し対面方式での試食及びアンケート調査を実施。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情報提供します。なお、調査の実施内容については、業種、課題等に合わせて、最適な調査方法等を検討します。

### ～食品関係事業者の場合の調査例～

《サンプル数》来場者50名程度

《調査方法》ブースを設置して対面方式で試食・アンケート・ヒアリングにて情報収集

《調査項目》味・食感・風味・色目・大きさ・見た目・パッケージ・価格・ロット数・バイヤーの感触

《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により現場にフィードバックし、商品開発における改善・改良に繋がる一助とする。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

クラウド型経営支援ツール「Biz ミル」システムを令和元年度に導入し、支援対象である事業者をデータ化・明確化するツールとして活用を行っています。また、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することで経営分析件数は増加している状況にあります。

**【課題】**

高年齢の経営者等を中心に預金・借入金残高等の資産・負債の情報開示には以前抵抗感がある方も見えることから、経営分析からできる売上高確保策・増加策での成果事例を上げて理解を得るなどで参入障壁を取り除くことが必要と考えています。

**(2) 事業内容**

①「経営分析セミナー」の開催及び「巡回・窓口相談」による事業者の発掘

経営指導員等による巡回・窓口相談での事業者支援を基本スタイルとし、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います。

**【セミナーの開催】**

◇募集方法:ホームページへの掲載、FaceBook・LINE 等の SNS ツールでの周知・毎月会員宅への配布する情報誌への同封・経営指導員等による定期的な巡回による声かけ。

◇開催回数:年間を通じて1回

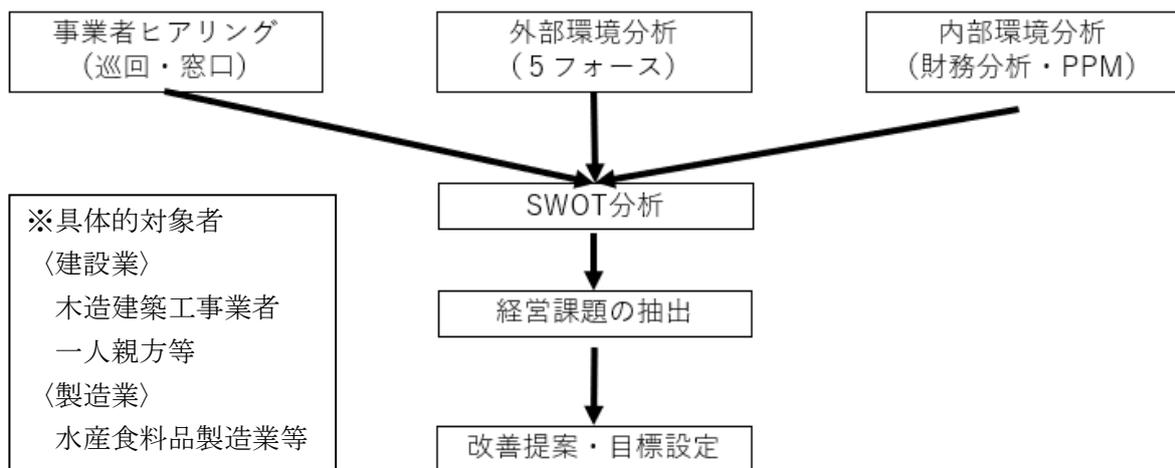
◇参加事業者数:20名

②経営分析の内容

業種別に経営分析を下記の通り実施します。これについてはセミナー等へ参加者の中から意欲的で販路拡大や生産性向上の可能性の高い40者を選定します。また、専門的な課題についてはよろず支援拠点や中小企業119及び三重県商工会連合会のエキスパートバンクなどの登録コーディネータやアドバイザー等の専門家を活用して解決案の策定を図ることとします。

**A. 建設業・製造業等の経営分析**

1) 手順



## 2) 分析項目

- ◇収益性・・・総資本経常利益率、売上高経常利益率、総資本回転率など
- ◇生産性・・・労働生産性、労働分配率など
- ◇安全性・・・流動比率、当座比率、固定比率、固定長期適合率、自己資本比率など
- ◇成長性・・・対前年売上高伸び率、各利益の伸び率など
- ◇定性分析・・・業界動向・トレンド・競争力など

## 3) 分析手法

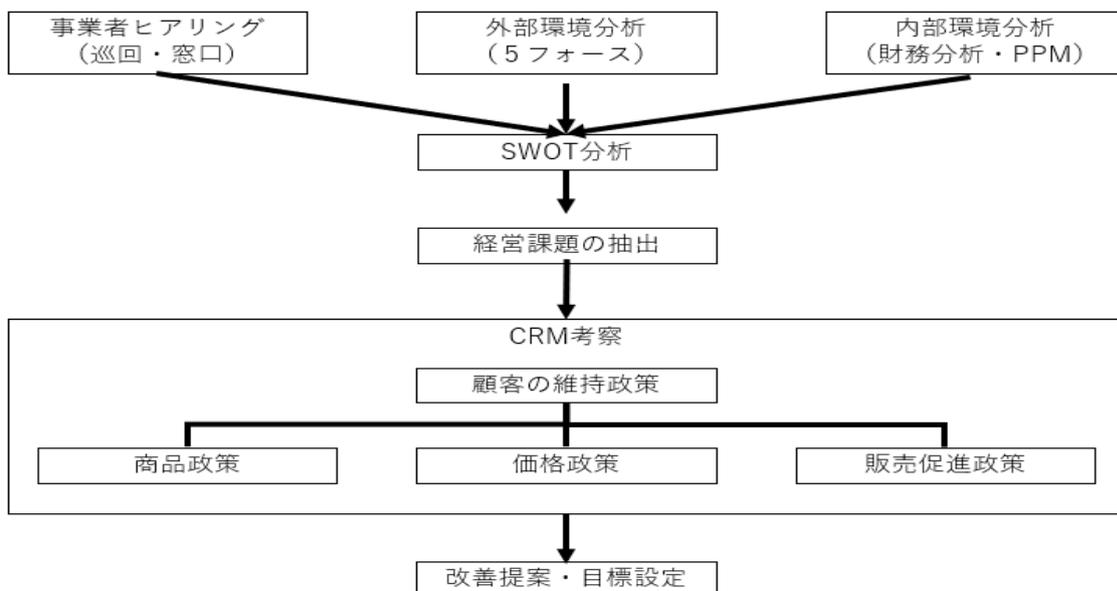
経営指導員等が事業者への巡回訪問又は窓口相談時において、ヒアリング(質問)シートを作成及び活用して、まずは予備診断的に現況における企業概要(経営資源・ニーズ・主たる製品サービス・課題や問題点など)について把握し、クラウド型経営支援ツール「Bizミル」を使用して分析結果の記録を行います。

## 4) 分析結果の活用

経営分析を実施することで、総括的な経営課題の抽出を行うことができることから、データ・分析結果を事業者へフィードバックし、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行います。また、巡回・窓口相談の際における必須資料として活用し内部共有を行うことで経営指導員等のスキルアップにも活用を行います。

## B. 卸売小売業・サービス業・飲食業等の経営分析

### 1) 手順



## 2) 分析項目

- ◇収益性・・・総資本経常利益率、売上高経常利益率、総資本回転率など
- ◇生産性・・・労働生産性、労働分配率など
- ◇安全性・・・流動比率、当座比率、固定比率、固定長期適合率、自己資本比率など
- ◇成長性・・・対前年売上高伸び率、各利益の伸び率など
- ◇定性分析・・・業界動向・トレンド・競争力など

### ※業種別追加項目

#### ◇小売業

客単価＝お客様一人あたりの食事に支払う金額  
 営業日数＝月別・週別日数

#### ◇飲食業

客度数＝ツボあたりの座席数  
 客席回転率＝1日の全体の客数を全体の客席で出される1日1席あたりのお客様の数  
 客単価＝お客様一人あたりの食事に支払う金額  
 営業日数＝月別・週別営業日数

## 3) 分析手法

経営指導員等が事業者の巡回訪問又は窓口相談時において、ヒアリング(質問)シートを作成及び活用して、まずは予備診断的に現況における企業概要(経営資源・ニーズ・主たる製品サービス・課題や問題点など)について把握し、クラウド型経営支援ツール「Bizミル」を使用して分析結果の記録を行います。

## 4) 分析結果の活用

経営分析を実施することで、総括的な経営課題の抽出を行うことができることから、データ・分析結果を事業者へフィードバックし、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繋げるための目標設定のために活用を行います。また、巡回・窓口相談の際における必須資料として活用し内部共有を行うことで経営指導員等のスキルアップにも活用します。

### (3) 目標

実施内容		現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
セミナー開催件数		-	1回	1回	1回	1回	1回
業種別経営分析件数合計		25件	40件	40件	40件	40件	40件
内訳	業種別経営分析件数(建設業・製造業等)	10件	10件	10件	10件	10件	10件
	業種別経営分析件数(卸売・小売業・飲食業・サービス業)	15件	30件	30件	30件	30件	30件

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

補助金等の申請で一部の事業者しか作成していない事業計画書ですが、比較的ハードルの低い「三重県版経営向上計画ツール」を活用することで、身近な経営課題の抽出とその課題解決策などに取り組んでいます。また、経営指導員等が個別にフォローアップを行い、経営報告書を完成させ国や県の支援制度へのチャレンジも実施しています

#### 【課題】

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(事業所の棚卸し・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やリスクヘッジ等に必要なツールであることを多くの事業者に理解をさせることが引き続き必要と考えられます。また、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があるものの、「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、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっています。

### (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、実質的な行動や意識の変化を促せるわけではないため、経営指導員等による巡回訪問・窓口相談時に活用できる中小機構の「経営計画つくるくん」を活用し、基礎学習等にて理解を高めた上で、「既存事業者」と「創業者・第2創業者」の2区分に大別して作成支援を実施します。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2創業希望者」については6割程度/年の創業計画策定を目指します。

また、今後の事業計画には、ITツールを活用したDXの推進の内容を盛り込む必要があるということを理解・認識してもらい、DXへの取り組みを計画に盛り込んでいくように支援します。

### (3) 事業内容

#### ① 既存事業者への支援

##### A. 「DX推進セミナー・IT専門家派遣もしくは個別相談会」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します。また、専門的な支援が必要な場合において、よろず支援拠点や中小企業119及び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DX推進に関する個別相談を実施します。

- ◇**募集方法**:ホームページへの掲載、FaceBook・LINE 等の SNS ツールでの周知・毎月会員への配布する情報誌への同封・経営指導員等による定期的な巡回による声かけ。
- ◇**回数**:年間を通じて2回
- ◇**カリキュラム(事例)**:クラウド型顧客管理、クラウド型会計ソフトなどのツール紹介。SNS ツールや YOUTUBE 等の動画など活用した情報発信方法。EC サイトの利用方法。
- ◇**参加者数**:延べ20名

**B. 事業計画策定セミナーもしくは個別相談会等の開催**

- ◇**募集方法**:ホームページへの掲載、FaceBook・LINE 等の SNS ツールでの周知・毎月会員への配布する情報誌への同封・経営指導員等による定期的な巡回による声かけ。
- ◇**回数**:年間を通じて2回
- ◇**カリキュラム**:小規模事業者持続化補助金・事業継続力強化計画などの事業計画策定
- ◇**参加者数**:延べ20名

**C. 事業計画の策定**

**【支援対象】**

経済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します。

**【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います。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中小企業 119 及び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します。

**D. 既存事業者の目標**

実施内容	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①DX 推進セミナー等の開催回数	-	2回	2回	2回	2回	2回
②事業計画策定セミナー等の開催回数	1回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定件数	15件	16件	17件	18件	19件	20件

**②創業者・第2創業者(希望者)への支援**

**A. 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、町行政と提携して創業塾(または個別相談会)を開催して、小売業・飲食業の新規開業(第2創業含む)支援と製造業(食品)の後継者育成(第2創業含む)支援を実施します。

- ◇**募集方法**:ホームページへの掲載、FaceBook・LINE 等の SNS ツールでの周知・毎月会員への配布する情報誌への同封・経営指導員等による定期的な巡回による声かけ。
- ◇**回数**:年間を通じて5回(シリーズ開催)
- ◇**カリキュラム**: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・県等の施策など
- ◇**参加者数**:延べ10名

**B. 創業・第2創業事業計画の策定**

**【支援対象】**

創業塾受講者を対象。

**【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います。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中小企業 119 及び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します。

**C. 創業者・第2創業者の目標**

実施内容	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8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(創業計画及び第2創業計画)策定件数	-	3件	3件	3件	3件	3件

**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、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を活用及びその種々の支援を積極的に実施しています。創業者・第2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ている。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ます。

### 【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、きちんと売上高の向上や新規顧客獲得・新規販路の開拓等につながっている事業者もあれば、特に軌道修正するなど必要はないものの、足踏み状態の事業者も見受けられます。そのため、あま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ものと考えられます。

### (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ますが、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べき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ない事業者を見極めた上でフォローアップ頻度を設定します。

### (3) 事業内容

#### ① 既存事業者

##### A. 具体的支援内容

事業計画策定後、経営指導員等による定期的な巡回訪問や窓口相談を行い、計画策定事業者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きます。併せて、事業者専用カルテや記録簿を作成していき、綿密な管理に活用していきます。また、1事業者には1経営指導員が担当し綿密かつ適切なアフターフォローを伴走型支援として実施し、クラウド型経営支援ツール「Biz ミル」なども併用して事業者支援情報データ化し、共有情報としていくことで、担当者不在時にも適宜な対応が可能な体制づくりも実施します。

その頻度については、事業計画策定者に対して、年3回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、臨機応変に対応します。

更には、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には、経営指導員間での問題を提議し外部専門家などの第三者視点の意見を入れることで、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等を行います。

##### B. 目標

実施内容	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
フォローアップ対象事業者数	15 者	16 者	17 者	18 者	19 者	20 者
頻度(延回数)	-	48 回	51 回	54 回	57 回	60 回
従業員1人あたりの営業利益率 1%以上増加の事業者数	-	2 者	3 者	4 者	5 者	6 者

## ②創業者・第2創業者

### A. 具体的支援内容

創業・第2創業者の現況や準備度合いに応じて、メールや封書による初歩的なアクションを初めとした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適宜な直接指導・助言を実施します。併せて事業者専用カルテや記録簿を作成し、綿密な管理に活用します。

また、1事業者には1経営指導員が担当して綿密かつ適切なアフターフォローを伴走型して実施しますが、これらの事業者支援情報については、経営指導員間で共有化して、担当者不在時にも適宜な対応が可能な体制作りも実施します。

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、臨機応変に対応します。

### B. 目標

実施内容	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
フォローアップ対象事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者
頻度(延回数)	-	12回	12回	12回	12回	12回

## 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】

当会では、とくに自力での販路開拓が難しい小規模事業者を対象に、従来から展示会や商談会の出展支援を行っています。また、事業者の商談・接客・商品アピール等に関連したスキル向上の支援についても、当会単独ではなく近隣の5つの商工会が連携する形で、展示・商談会の開催前後の2回にわたり、有識者を招聘しセミナーを開催しており、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ています。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支援しています。

#### 【課題】

顧客の新規開拓では、従来までは展示会などの対面型イベントが絶好の顧客接点として考えられてきました。しかし、世界的に猛威を振るう新型コロナウイルス等の影響もあり、展示会やイベントの中止が相次ぐなかで、新たな顧客接点づくりとして注目されているのが、DX等のデジタルマーケティングです。機動的かつ比較的低予算で取り組めることから、予算に限りのある小規模事業者の強い味方であり、これらを活用した支援にも今後は対応していく必要があると考えています。

## (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会・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します。

出展にあたっては、商談成約の成果を確実なものとするため、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、きめ細やかな伴走支援を行います。

DXに向けた取り組みとしては、WEBサイト構築、ECサイトの利用、各種SNSアプリ活用など、あらゆるIT技術を通して顧客との接点で得られた情報を分析・活用することで、「売れる」仕組みづくりについて支援を行っていきます。

## (3) 目標

支援内容	現状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
需要開拓事業参加事業者数	3 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
成約件数／者 (※見積依頼、試作依頼含む)	5 件	6 件	7 件	8 件	9 件	10 件
DX 推進事業参加事業者数	-	2 者	3 者	4 者	5 者	6 者
営業利益額の前年比 1%以上増加の事業者数(事業計画策定の対象事業について)	-	2 者	3 者	4 者	5 者	6 者

## (4) 事業内容

他地域の競合に負けない地域ブランド力を有するためには、地域事業者全体の商品ならびに営業スキルの底上げが必要となることから、まず個々の事業者の商談・接客・商品アピール等に係るスキルアップが優先課題であると考えます。その上で、レベルアップした地域事業者が総力を結集して、様々なツールを活用し販路開拓や販路拡大に繋げていく事が成果を上げる上でのセオリーと考え、個々の事業者支援と事業者全体に関わる支援について下記の通り実施します。

### ① 事業者商談スキルの向上支援

#### A. 集団支援(商工会連携事業)

各種展示会・商談会で成果を上げるために参加予定する食料品製造事業者等について、近隣商工会(志摩市商工会・玉城町商工会・伊勢小俣町商工会・度会町商工会)と連携し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研修会を開催します。

#### B. 個別支援

各種展示会・商談会出展を目指す食料品製造事業者等について、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・トレンド、ターゲットの設定、価格設定、原価管理、広報戦略、商談テクニック、包装形態・ラベル、知的財産、ウェブサイトの活用等について、商品ブラッシュアップにつながる専門的支援を実施します。

## ②展示会・商談会の開催及び出展による販路開拓支援

### A. 近隣市町の商工団体との連携・共催による展示会・商談会へ出展

三重県南部地域の市町の商工団体(13 商工会及び5 商工会議所)等とスケールメリットを活かしながら連携・共催する展示会及び商談会に対して、食料品製造事業者等が出展し、各事業者の有する商談スキル等を実践しながら各種バイヤー並びに最終消費者の商品評価等を得るとともに、近隣同業者製品との比較及び近隣同業者との情報交換・意見交換をおこない、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に繋げることを目指します。

### B. 都市部の展示会・商談会へ出展(BtoB)

東京ビックサイトで開催される「地方銀行フードセレクション」と「グルメ&ダイニングスタイルショー」等に食料品製造事業者等が出展し、「美し国・伊勢志摩」のネームバリューを活かしながらPRして都市部の各種バイヤーや消費者の商品評価等を得ることによって、様々な市場ニーズに合致した商品作りに繋げるとともに成約の確保を目指します。

## ③インターネット等の活用による販路開拓支援(BtoC)

ITを活用した販路開拓は小規模事業者にとっては、機動的で比較的成本をかけずに取り組める有効な手段であるが、過去においてその効果的活用例は少なかったです。

今後、巡回や窓口対応で掘り起こした、地域資源を活用するなど付加価値の高い商品等を中心に、全国商工会連合会が運営する「日本セレクト.com」への出展を積極的に勧奨し、ページ立ち上げ、ページ構成、PR方法等についてITベンダー等の専門家と連携し支援することで、スケールメリットを活かした販路開拓に繋げていきます。

さらに、DX推進のために、顧客ならびに購買管理のデータ化を進める必要性やDXに関する具体的なITツールや導入事例紹介等について、IT専門家と連携して、個別の課題に対して、顧客管理や営業業務のデジタル化、SNSでの情報交流、ECサイトの開設など、個別の支援を進めていきます。

## 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】

2か月毎に開催している商工会理事会において、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連絡し、その都度出席者(商工会役員)との質疑応答・意見要望等を実施して事業遂行に反映しています。また、年に1回の外部評価を専門家(経営コンサルタント等)にて実施するとともに町の担当課職員等からも意見聴取して客観的評価を受けています。

### 【課題】

商工会理事会における質疑応答・意見要望等については、一部の出席者からの発言に終始することが多く、収集できる意見・要望数が全体的に少ないことが課題と考えます。

### (2) 事業の内容

- ① 当会の理事会と併設して、南伊勢町役場観光商工課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士をメンバーとする「外部評価委員会」を年1回のペースで開催し、適切な改善とその実践が可能となる体制の構築、評価をもとに事務局にて改善策(案)を作成し、商工会理事会において協議・決定し今後の事業に反映させる。
- ② 事業の成果及び評価の改善点について、その具体的内容をホームページ並びに広報誌等により非会員等にも広く一般に周知させる。

## 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】

事務局全職員において、関係する研修会等へ積極的に出席し、その内容について商工会の情報システムにおいて情報を共有する。また、小規模事業者支援の一助として各自で中小企業診断士等資格取得へ向け自己研鑽に取り組んでいる。

#### 【課題】

各種支援情報等は、職員会議等において周知・情報共有を行うものの、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活用

##### A. 【経営支援能力向上セミナー(オンライン受講含む)】

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します。

##### B. 【DX 推進に向けたセミナー(オンライン受講含む)】

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、経営指導員等全職員の 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、下記のような DX 推進取組に係る相談・指導能力向上を目的としたセミナーへも積極的に参加します。

#### <DX に向けた IT・デジタル化の取組>

##### 1) 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

2) 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

3) その他取組

オンライン経営指導の方法等

②OJT制度の活用

経験豊富な職員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を図ります。

③職員間の定期ミーティングの開催

研修会等に参加した職員が、毎月開催する全職員を対象とした職員会議において、研修内容を発表。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、事業所巡回や窓口での相談した内容等情報収集したことを職員間で共有、意見交換等を行います。

(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6年4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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏名:堀田稔朗

■連絡先:南伊勢町商工会 TEL0599-66-0054

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／商工会議所

〒516-0101

三重県度会郡南伊勢町五ヶ所浦 3917 番地

南伊勢町商工会

TEL0599-66-0054 / FAX0599-66-1687

E-mail:t-hotta@mie-shokokai.or.jp

②関係市町村

〒516-0194

三重県度会郡南伊勢町神前浦 15 番地

南伊勢町役場 観光商工課

TEL0596-77-0003 / FAX0596-76-0279

E-mail:kankoshoko@town.minamiise.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)

	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
セミナー開催費	400	400	400	400	400
専門家派遣事業費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
展示会等開催費	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600

(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、各種手数料収入、町補助金収入、三重県補助金(三重県商工会連合会経由) 伴走型小規模事業者支援推進事業補助金

(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。

