

経営発達支援計画の概要

| | |
|----------------|--|
| 実施者名 (法人番号) | 伊豆の国市商工会（法人番号 1080105001950） 伊豆の国市(地方公共団体コード 222259) |
| 実施期間 | 令和5年4月1日～令和10年3月31日 |
| 目標 | <ul style="list-style-type: none"> 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行政や地域支援機関と連携した小規模事業者等の経営力向上 ③地域資源等を活用した商品、サービス開発・改良と販路拡大を活かし地域の活性化 ④小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える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繋げる |
| 事業内容 | <p>3-1. 地域の経済状況調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ①小規模企業景気動向調査 ②国が提供するビックデータを活用した経済動向調査 ③行政や支援機関(三島信用金庫)との情報交換 <p>3-2. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ①伊豆の国市商工会「商工フェア」での調査収集 ②ビジネス商談会等での調査収集 <p>4. 経営分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ①事業計画策定セミナー(創業・承継・販路等)の参加者等 <p>5. 事業計画策定支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ①事業継続、②事業承継、③創業、③販路開拓、④DX <p>6. 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"> ①事業継続、事業承継、創業、販路開拓、DX ②経営指導員と支援機関(三島信用金庫)との連携継続支援 <p>7. 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"> ①伊豆の国ブランド認定事業の推進(B to C)、本会主催「商工フェア」、県連等販路支援事業(B to C) (B to B) ②商工会等ECサイト連携事業(DX対応 B to C) |
| 連絡先 | <p>伊豆の国市商工会 〒410-2123 静岡県伊豆の国市四日町 290 TEL : 055-949-3090 FAX : 055-949-2740 E-mail izunokuni@dolphin.ocn.ne.jp</p> <p>伊豆の国市役所 産業部商工課 〒410-2211 静岡県伊豆の国市長岡 340-1 TEL : 055-948-1415 FAX : 055-948-2926 E-mail syoukou@city.izunokuni.shizuoka.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

ア 市の現状

- 伊豆の国市は、伊豆半島の北部、田方平野のほぼ中央に位置します。面積 94.62 km²、東西 13.5 km・南北 10.4 km、東は箱根山系の連山に、西は城山、葛城山などの山々に囲まれ豊かな自然環境を保っています。平野部は南北に狩野川が流れ、豊かな田園地帯が広がっています。また、狩野川に沿うように国道136号、伊豆箱根鉄道が走り、周辺に市街地を形成しています。東京からは100km圏域にあり、東海道新幹線、東名高速道路を利用して2時間弱の所要時間であり、首都圏とのアクセスもよく、沼津市や三島市の静岡県東部の中心地に近く、交通の利便性に恵まれています。
- 本市は、平成17年4月に旧3町(韮山町、伊豆長岡町、大仁町)の合併で誕生。(伊豆の国市商工会も市合併に合わせて平成19年4月に3町商工会が合併、伊豆の国市商工会管轄区域は伊豆の国市全域である。)旧町別の特色や資源は、①平野部を活用したいちご、ミニトマトの生産が盛んで歴史面では平成25年に国宝として指定された「願成就院」の運慶作の諸仏、平成27年7月に「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の一つとして、世界文化遺産登録された「韮山反射炉」、源頼朝、北条政子、北条義時をはじめ幕末の韮山代官所などの歴史縁の地である韮山、②山間部のスイカやたくあんの名産品と大手薬品・電機機械等製造企業の町の大仁、③門外不出の天野の柿、小坂の観光みかんをはじめ、地域資産の指定の伊豆長岡温泉(鎌倉時代の歴史書「吾妻鏡(あづまかがみ)」に記載のある「古奈(こな)の湯」が有り)を中心とした観光の伊豆長岡となっており、旧3町の特色を引き継いでいる。
- 本市には伊豆半島最大の規模の総合病院「順天堂大学医学部附属静岡病院」(職員数1,687名、一日の外来患者1,633人、入院患者530人/病床633 静岡病院:HPより抜粋2020年)の高度医療施設があり、医療環境にも優れ、住環境に適している。関係人口が多い。

図表 伊豆の国市の位置図



(図↑ 伊豆の国市第2次総合計画より抜粋)

イ 人口推移

令和4年7月現在人口 47,492 人（うち外国人 632 名）、21,552 世帯。

- ・当市の人口構成は、下図のように 65～70 歳の団塊の世代が多く、釣鐘型の人口分布がみられ、緩やかな人口減少と高齢化社会が進行。世帯数は増加傾向。

| 年 度 | 人 口 | 世 帯 数 |
|-------------|--------|--------|
| 平成 27 年 4 月 | 49,787 | 20,693 |
| 平成 29 年 4 月 | 49,353 | 21,025 |
| 令和 4 年 7 月 | 47,492 | 21,552 |

(↑図 市HPより抜粋)

図表 人口ピラミッド



資料：住民基本台帳（平成 27 年 4 月 1 日）

(図↑ 伊豆の国市の人口ビジョンより抜粋)

ウ 地区内の商工業者数等の現状／商工業者数・小規模事業者数・業種別の構成、増減の模様

- ・令和4年、商工業者数は 1,966 事業所、うち小規模事業者数は 1,815。小規模事業者数は全事業所の 92.3%と大部分を占めている。また、平成 29 年との対比では商工業者数及び小規模事業者数はほぼ横ばいである。

【商工業者数、小規模事業者数、会員数、小企業数の推移】

| 年 度 | 商工業者数 | 会員数 | 小規模事業者数 |
|---------|-------|-------|---------|
| 平成 27 年 | 1,944 | 1,158 | 1,783 |
| 平成 29 年 | 1,982 | 1,162 | 1,823 |
| 令和 4 年 | 1,966 | 1,204 | 1,815 |

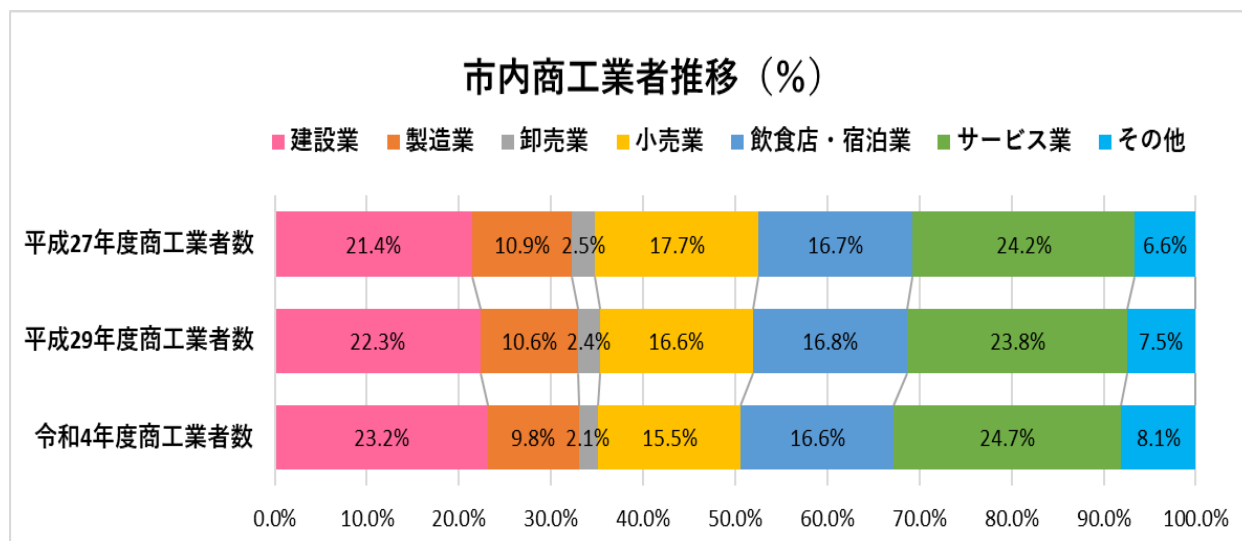
(図↑ 平成 27 年・29 年・令和 4 年 各 4 月 1 日現在の本会独自の名簿による)

- ・業種別構成では商工業者数と割合は、平成 29 年、宿泊飲食業：333 事業所で 16.8%、卸・小売業：

377 事業所で 19.0%、サービス関連業：472 事業所で 23.8%、平成 27 年でも同様の傾向になっている。このことから本市は、観光と商業関連が 59.6%を占め、伊豆の国市の基幹産業となっていることがわかる。

| | 建設 | 製造 | 卸 | 小売 | 宿泊 飲食 | サービス 関連 | その他 | 総計 |
|----------------------|--------------|--------------|------------|--------------|--------------|--------------|-------------|---------------|
| 平成 27 年 商工業者 数 | 416 21.4% | 211 10.9% | 48 2.5% | 344 17.7% | 325 16.7% | 471 24.2% | 129 6.6% | 1,944 100% |
| 平成 29 年 商工業者 数 | 442 22.3% | 210 10.6% | 48 2.4% | 329 16.6% | 333 16.8% | 472 23.8% | 148 7.5% | 1,982 100% |
| 令和 4 年 商工業者 数 | 457 23.2% | 193 9.8% | 42 2.1% | 304 15.5% | 325 16.6% | 486 24.7% | 159 8.1% | 1,966 100% |

(図↑ 平成 27 年・29 年・令和 4 年 各 4 月 1 日現在の本会独自の名簿による)



(図↑ 平成 27 年・29 年・令和 4 年 各 4 月 1 日現在の本会独自の名簿による)

エ 第 2 次伊豆の国市新総合計画(後期基本計画)の引用

(ア) 伊豆の国市の取り組み

基本構想

将来像 「ほんわり湯の国、美し国、歴史文化薫る国、未来を拓く伊豆の国

基本理念 共生と調和 継承と創造 自助・共助・公助

基本方針 7つの基本方針

1. 豊かな自然に抱かれる伊豆の国 (自然・生活環境)
2. 伊豆の国にしごとを作る (産業・経済・労働)
3. 伊豆の国に新しいひとの流れをつくる (観光・交流)
4. 歴史に学び、未来を拓く伊豆の国市 (歴史・文化・教育・研究)
5. 子育ても人生も楽しい伊豆の国市 (健康・福祉)
6. 安全で安心な伊豆の国市のまちづくり (都市基盤・生活環境)
7. みんなでつくる伊豆の国市 (行財政運営・自助・共助・公助)

②伊豆の国市の産業の現状と課題

ア 観光と商業の現状

- ・観光関連は、伊豆長岡温泉、大仁温泉の旅館、飲食店など観光サービス関係の業種（28年経済センサス366事業所）が多い。伊豆の国市の主力産業である観光業は、宿泊依存型から着地型観光、周遊型観光へ脱却・転換を目指しているが、依然、宿泊客の減少に歯止めがきかず、経営状況や経営環境は厳しい状況にある。
- ・併せて、令和2年よりの新型コロナウイルス感染症により、国の行動制限等で宿泊、飲食店など観光サービス関連と小売店は厳しい状況が特に続いている。
- ・また、就業時間等の特殊性から、旅館飲食関連の就業状況は、高離職が起因した求人難が慢性化している。
- ・ここ10年で道路環境は十分整備されてきた。東駿河湾環状道路が開通、圏央道の全線開通により、首都圏方面よりの交通アクセスが改善された。
- ・「韮山反射炉」が世界文化遺産登録、反射炉入館者が年間78万人となり、交流人口も年間284万人と増えてきた。しかし、「韮山反射炉」が世界遺産登録され、交流人口が増大したにも拘らず、宿泊客は72万人前後で推移し、宿泊関連には波及していない状況があり今後も懸念される。
- ・現在NHK大河ドラマ鎌倉殿の13人が放映されており、交流人口は増加しつつも、現況では、宿泊に結びついておらず、1年限りの期間限定の為、アフター大河に向けた取り組みが検討されている。
- ・「伊豆半島」は日本ジオパークに2012年に登録され、2021年東京オリンピック・パラリンピックの開催で、自転車競技が隣接市の伊豆市で開催されたが、コロナ禍の為、外国人等更なる交流人口の増大が果たせなかった。レガシイが生かし切れていない。

【宿泊客と交流人口の推移】

| | 交流人口 | 宿泊客 | 韮山反射炉 入館者数 | 備考 |
|--------|-------|------|---------------|--------------|
| 平成26年度 | 224万人 | 71万人 | 10万人 | |
| 平成27年度 | 284万人 | 72万人 | 78万人 | 27年7月世界遺産登録 |
| 平成28年度 | 246万人 | 72万人 | 42万人 | 29年1月圏央道全線開通 |
| 平成30年度 | 211万人 | 70万人 | 21万人 | |
| 令和元年度 | 193万人 | 66万人 | 18万人 | |
| 令和2年度 | 92万人 | 31万人 | 5万人 | 新型コロナウイルス感染症 |
| 令和3年度 | 121万人 | 39万人 | 6万人 | オリンピック開幕 |

（図↑ 伊豆の国市統計書2021、R3年観光課資料より）

- ・商業関連については、市内に核となる大型商業集積店（平成12年開店、アピタ大仁店、3階建て14,215㎡、テナント30店舗、駐車場1200台、雇用150人）があり、隣接する国道136号沿いには、大企業傘下のロードサイド型の商業、飲食業などが出店。しかし、大企業は商業集積の強みを活かしているが、小規模事業者は活かし切れていない状況である。また、既存の温泉場商店街や駅前商店街は、宿泊客減少、郊外型の大型店や大手のフランチャイズ店の増加、商店街事業主の高齢化による廃業の為、空き店舗、空き旅館が増え、地域の魅力が著しく低下してきている。

イ 観光と商業の課題

「交流人口の拡大」と「地域外消費の獲得」

- ・観光業の宿泊依存型から着地型観光、周遊型観光への脱却・転換を図る。「韮山反射炉」が世界遺産登録され交流人口が増大したにも拘らず、宿泊関連には波及していない問題を踏まえ、如何に観光客等に市内を回遊させるか、行政等と連携したシステム作りの構築、商品、サービス作りが課題となっている。
- 現在、伊豆の国市が主体となり、観光協会、商工会等市内団体で協議会を立ち上げ、「市総合計画/

伊豆の国市版観光DMO構想」の着地型観光商品の開発に取り組んできている。

- ・伊豆の国市商工会の経営発達支援計画の中では、商店、商店街の振興は、「伊豆の国ブランド認定事業」や「市内のアンテナショップ事業」等により、個社の支援、面的支援は行っているが、今後も更なる継続と充実が必要である。
- ・商店街、旅館街に魅力を持たせるため、「まちづくり」の観点から、空き店舗対策、空き旅館（空き部屋）対策、IT化・デジタル化（カード化、キャッシュレス、テレワーク、ワーケーション等）対策等、空き店・空き部屋・DXの導入など有効活用が求められている。

ウ 工業と農業の現状

- ・工業関連では、大手電機機械製造等企業城下町として育った本市の小規模事業者は、大手企業の下請け体質からの脱却が成されず、下請け関連が大多数を占めている状況で、大手企業の海外進出や企業リストラ、業務統合等により受注が激減し、後継者不足もあって廃業が増えている。
- ・新型コロナウイルス感染症により、サプライチェーンの毀損への対応。
- ・農業関連では、主要農産品「いちご（紅ほっぺ）」と「ハウストマト（ミニトマト・トマト）」の出荷販売額は、共に12億円程度あり、県内上位で、観光農園としての「いちご狩り」、「ジャム」等の加工品も半世紀の歴史があり定着しており、行政も平成26年度より6次化推進室を設けて支援体制づくりを進めており、新規就農者も年間数軒程度ある。しかし、「いちご」「ハウストマト」等主要農産品は出荷に多く依存し、農業の6次化や農商工連携等による農産品の加工品等付加価値の高い商品化への取り組みは少ない現状である。

旅館数、工業事業所及び従業者商店数及び従業者、農家数】

| 観 光 | 工 業 | 商 業 | 農 業 |
|------------------------------------|------------------------------|--------------------------------|---|
| 旅館数 部屋数 収容人員数 | 事業所数（従業者4人以上） 従業者数 出荷額 | 事業所数 従業者数 販売額 | 農家総数 うち専兼農家数 出荷額 |
| 約53軒 約1,400室 収容人員 約5,700人 | 94事業所 3,799人 1千482億円 | 420事業所 2,580人 511億1千7百万円 | ・1,146農家 内訳 専業兼業590 自給的農家556 ・いちごトマト等28億円 (総販出荷額33億円) |

(図↑令和2年農林業センサス、令和元年工業統計調査、平成26年商業統計調査、令和4年市観光課・商工課より聞取)

エ 農業と工業の課題

経営革新、6次産業化、農商工連携の推進

- ・「いちご紅ほっぺ」「ハウストマト」等主要農産品を利用した付加価値の高い商品を6次化、農商工連携など行政等と連携共働推進し、新たな商品開発が求められている。
- ・経営革新等、自社の強みの認識と磨き上げでの下請けからの脱却が課題。

産業別の状況、強み・弱み等を踏まえた課題等

エ 高齢化

事業所アンケートの実施 平成29年実施

オ 事業所の高齢化の現状

- ・過去3年間の商工会脱会事業所のうち67%を占める109件が廃業によるものである。また、従来

の商店街では事業主の高齢化等後継者不足による廃業が増えて商店街の魅力が低下してきている。

【伊豆の国市商工会の会員の脱会と廃業】

| | 商工会脱会事業所 | うち廃業 | 脱会会員の 廃業の割合 |
|--------------|----------|-------|----------------|
| 平成 24 年～26 年 | 144 件 | 91 件 | 63% |
| 平成 26 年～28 年 | 166 件 | 109 件 | 67% |
| 平成 28 年～30 年 | 144 | 132 | 60% |
| 令和元年～令和 3 年 | 146 | 87 | 59% |

(図↑ 平成 24 年～28 年 本会の会員名簿による)

- 平成 29 年度、伊豆の国市商工会経営発達支援計画に基づき「会員事業所事業承継実態調査」を実施中以下の通りとなった。

回答 705 事業所のうち、経営者の年齢が「60 歳以上の事業所」が 383 で全体の 54%である。また、「60 歳以上の事業所」383 を 100%と見た場合、「後継者あり」の事業所が 38%実数で 146、「後継者なし・未定・廃業」の事業所が 62%実数で 237 である。今後の推移で廃業が懸念される。

【経営者の年齢と後継者の有無】(回収状況 705 事業所)

| 経営者の年齢 | 60 歳以上 | | 59 歳以下 | 合 計 |
|--------|------------|------|-----------|------------|
| 後継者あり | 146 | 38% | 28 | 174 |
| 後継者なし | <u>237</u> | | 294 | 531 |
| 内訳 | | 62% | | |
| 相手未承諾 | <u>52</u> | | 30 | 82 |
| 誰かに承継 | <u>25</u> | | 23 | 48 |
| 未 定 | <u>40</u> | | 179 | 219 |
| 廃 業 | <u>120</u> | | 62 | 182 |
| 合計 | 383 (54%) | 100% | 322 (47%) | 705 (100%) |

(図↑ 会員事業所事業承継実態調査より抜粋)

- 当市の人口構成は、下図のように 65～70 歳の団塊の世代が多く、釣鐘型の人口分布がみられ、緩やかな人口減少と高齢化社会が進行。平成 28 年 12 月公表された中小企業庁「事業承継ガイドライン」に記載のあるように中小事業所の経営者の年齢のピーク 66 歳と本市の人口構成のピークは「ほぼ一致」。(注)「中小企業庁 事業承継ガイドライン」→以下「事業承継ガイドライン」とする。

カ 事業所の高齢化の課題

「事業承継の実態把握」と「面的支援体制の構築」

- 「事業承継ガイドライン」では、直近の経営者の平均引退年齢は「中規模企業で 67.7 歳」、「小規模事業者で 70.5 歳」と記載されている。本市においても行政等と連携して、実態を把握し、「見える化」し、支援体制を早急に取り組まなければならない課題である。
- 60 歳以上の後継者未定が 237 62%であり、廃業実数 120 であるが、今後の推移で廃業が激増することが懸念される。
- 実態調査で、『廃業時もつたいないと考える強みや資産』の問いに、207 の回答者の中で
 - 2位 「施設」「機械」 70 37.4%
 - 3位 技術、ノウハウ 55 26.6%
 - 4位 顧客とのパイプ 48 23.2%
 - 1位 特になし・不明 81 39.1%

強みの継承を如何にさせるかが地域の課題でもある。

小規模事業者と雇用

- ・小規模事業者の雇用機会は、定期的ではなく、極めて不定期的な状況で、受け入れ態勢(教育、就業法令)やキャリア教育の不備(採用から育てるノウハウを持っていない)、さらに、求人周知の弱さ等、様々な問題を抱え、求人時に必要とする人材の確保が難しい状況である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

①10年程度の期間を見据えて

令和5年度からの新たな計画策定にあたっては、現行の発達計画の目標や基本方針を引継ぎ、発展させるものとする。

- ・本会のビジョン「中長期的な振興の在り方」は、『行政と太く連携した“見える化したまちづくり”』とし、小規模事業者を伴走支援することである。

そのひとつの成果として、平成30年、『伊豆の国市小規模事業者等振興基本条例』が制定された。具体的には、行政(企画財政部、産業部)との「質の高い太い連携」、共同で支援する体制づくり「(仮称)プラットフォーム」の構築に取り組んでいく。その体制を可視化し(マネージメント)、個社支援と地域経済支援の両輪でまちづくりを推進していく事である。

小規模事業者への支援は、引き続き、中長期的な振興の在り方を踏まえて、前回よりの経営発達支援事業の個社支援、施策を更により細部まで浸透させ、また、地域経済振興においては、行政や関係団体と連携しつつ「雇用対策」「温泉場・商店街振興」「減災、防災対策」「組織的な販路支援」等に継続して取り組んでいく。

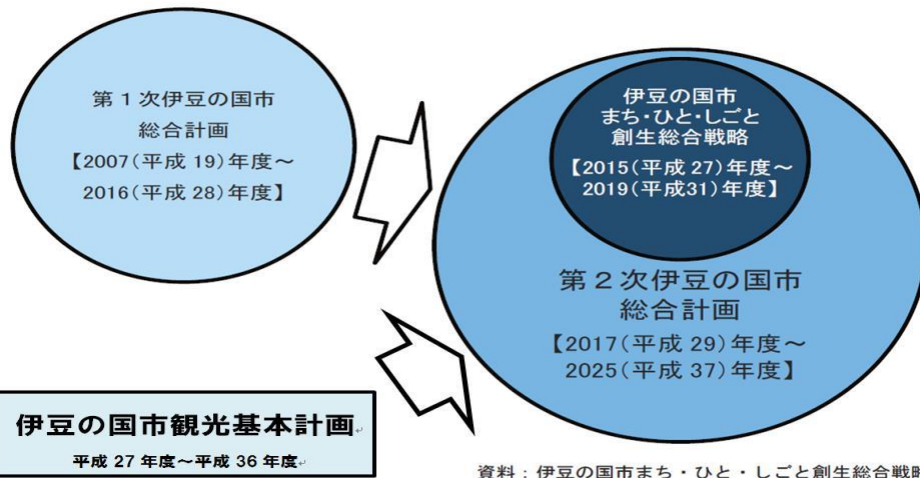
- ・伊豆の国市の中長期計画は、「第2次総合計画(後期)」と「観光基本計画」である。その中で「3つの基本理念」と「7つの基本方針」が唄われている。本会会長は、総合計画作成時の「第2次新総合計画審議会」の21名の委員の1人であり、策定の中で本会のビジョンや目標を述べ、新総合計画の中に組み込まれている。

- ・本会の支援目標は、「事業継続」「事業承継支援」「創業支援」「新商品開発と販路開拓」「DX対応」であり、市総合計画の基本方針「伊豆の国市にしごとをつくる」「伊豆の国市に新しいひとの流れをつくる」の中に、「本会の目標」が組込まれており、本会が施策の実施主体として記載され位置づけられている。

②第2次伊豆の国市総合計画との連動制・整合性

【伊豆の国市総合計画】

- 第2次伊豆の国市新総合計画(後期基本計画)(2022(令和2)年度～2025(令和5)年度)
- 伊豆の国市観光基本計画(2017(平成27)年度～2026(平成36)年度)
- 伊豆の国市まち・ひと・しごと創生総合戦略(第1期2015(平成27)年度～2019(平成31)年度
第2期2020(令和2)年度～2024(令和6)年度)



(図↑伊豆の国市まち・ひと・しごと創生総合戦略より抜粋)

【抜粋】基本方針2「伊豆の国市にしごとをつくる」(産業・経済・労働)

【抜粋】観光基本計画 基本方針(9) 発信力のあるブランドづくり

「農業、観光産業、医療・福祉産業、これら3つを核として、産業全体の活性化を進めるとともに、市民が期待する就業機会の確保を目指す。」

①地域を支える人材の就労支援 ②地域特産品の競争力の強化 ③地域産業の活性化と新たな雇用の創出

○市主要施策【商工会と行っている事業】

「15. 中小企業への経営基盤強化支援」 *伊豆の国市商工会や中小企業診断士等と連携して中小企業に対する経営相談や事業者への支援体制を強化。と記載。

「16. 創業希望者への支援体制の強化」 *本会が創業塾を開催

「17. 空き店舗対策や店舗リフォーム等による市街地の魅力の工事用の推進」

*本会が店舗リフォーム助成事業を実施。

「9. 地域の企業と就職希望者のマッチング、就労訓練や自立相談の推進」

*本会と市で就職説明会を開催。

「12. 商工品等の地域ブランド化の支援」

*本会の伊豆の国ブランドとアンテナショップを実施

「13. 6次産業化や農商工等連携の支援と地産地消の推進」

*農家、食品製造業者を交えて商品化の講習会や個別相談会等を開催。

【抜粋】基本方針3「伊豆の国市に新しいひとの流れをつくる」(観光・交流)

「本市の持続的な発展を維持するため、今後も転入超過を継続できるよう、移住の促進や受け入れ態勢づくりを進め、定住人口拡大を目指す。世界遺産に登録された韮山反射炉をはじめとして、豊かな自然環境や美しい景観、歴史的遺産等、地域資源を最大限に活用するため、観光推進体制を強化、外国人観光客を含めた観光交流人口の拡大を目指す。」

①移住・定住の促進 ②観光推進体制の強化と交流人口の拡大 ③情報発信力の強化とおもてなしの充実

○市主要施策【商工会と行っている事業】

「19. 移住・定住の促進と移住後の支援実施」 *本会と市で就職説明会を開催

「20. 伊豆の国市版DMOの構築による地域資源を活用した新しい観光の推進」

*本会が道の駅運営会議等市のDMO協議会に参画

「21. 観光周遊のまちづくり」

*市のDMO協議会等に参画

③伊豆の国市商工会としての役割

- ・小規模事業者を取り巻く環境が大きく変化し、経営課題がますます高度化、複雑化する中で、小規模事業者の経営力強化や創業、事業承継等について手厚い伴走支援によって、経営指導員を中心に、組織的に支援していく。
- ・市と太いパイプを持ち連携しながら、施策を実施し、ワンストップでの専門家による相談窓口を持ち、スピード感を持って個社支援をしていく。
- ・デジタル化やIT化は経営計画や販路の必要ツールとして積極的に取り組んでいく。又支援できるように職員も積極的に資質向上を図る。
- ・個社支援と地域経済の活性化の両輪でまちづくりを行っていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

- ・地域の現状、課題、市の総合計画「伊豆の国市にしごとを作る」「新しい人のながれをつくる」を踏まえ、静岡県、伊豆の国市、地域金融機関その他支援機関と連携し、「伊豆の真ん中」の立地特性を生かしながら、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し、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、小規模事業者の力を引き出し、自ら考え行動して持続的発展を実現する。併せて地域雇用の拡大など地域経済の振興を図る。
以下4項目を目標とする。

- 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行政や地域支援機関と連携した小規模事業者等の経営力向上
- ③地域資源等を活用した商品、サービス開発・改良と販路拡大を活かし地域の活性化
- ④小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える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繋げる

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5年4月1日～令和10年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

経営発達支援計画の目標達成に向けた基本方針

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

激変する環境変化に対応し、業務改善をはかっていく上で、小規模事業者の業種や業態に応じた状況を財務データ等から見える定量的、表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて定性的、経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題の認識の元、それを踏まえ反映させた事業計画策定(事業承継、創業・経営革新・BCPなど)の支援を行い小規模事業者等の事業計画を実現する。

また、将来的な自走化を目指し、多様な課題解決ツール(DXなど)の活用提案を行いながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、「気づき」と「腹落ち」により、自らが事業計画を実行していくための支援を行う。

②行政や地域支援機関などと連携した小規模事業者等の経営力向上

行政や地域支援機関と県連合会広域支援拠点と連携を強化し、ワンストップで総合支援を行い、小規模事業者等の経営に必要な情報提供を行うほか、経営分析、事業計画策定のために専門家を活用して、技術力の向上、新分野進出等を支援し、小規模事業者の経営強化を実現する。

創業支援(継続)については、「伊豆の国市創業支援計画」を推進。事業承継支援については、「事業承継ガイドライン」で表記された個社の事業承継にかかる時間10年の中で、個社の「気づき」「見える化」や行政と連携した「支援体制のワンストップ化」を構築し、個社支援体制の強化充実を図る。

市内経済界の連携を強化し、「市新総合計画」を推進する。「雇用対策」、「温泉場・商店街の活性化」、「企業間の防災対策(地域内での業種間で連携した組織化を行うなどして、リスク管理や防災減災を推進していく。(仮称)伊豆の国市商工会防災協力会)」等を踏まえ地域経済を活性化させ、小規模事業者のビジネスチャンスとする。

③地域資源等を活用した商品、サービス開発・改善と販路拡大を活かし地域の活性化

伊豆の国市が有する景観(田方平野の田園風景など)や歴史・文化資源(世界遺産の反射炉や国宝運慶の仏像など)のほか、高品質な農作物(いちご、トマト)等を活かした新商品開発や既存商品の磨き上げを支援する「伊豆の国市の地域ブランド化」に繋げるなど、地域特産品・サービスの開発・改善を支援し、IT等を活用した販促方法の導入及び推進等、販路開拓の実現を通し、交流人口・関係人口増を図ることで伊豆の国市のにぎわいづくりに貢献する。

市や観光協会と連携して「市観光基本計画」、「市新総合計画」の中にあるように、「伊豆の国ブランド」も含めた、新たに「着地型観光商品(伊豆の国市版観光DMO)」の「開発・販促」を推進する。また、「道の駅伊豆のへそ」の機能を強化し、ハブ機能を持たせ、市内の交流人口の回遊性を創出し、個社の販路拡大を図っていく。

④小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える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繋げる。

人口減少社会において地域経済の維持、持続的発展に取り組む上で、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決の伴走において、経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、個社にとどまらず地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成する。

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

①現状

現在、経営指導員が巡回や窓口相談にて「中小企業景況調査」年4回と「小規模企業景気動向調査」毎月を実施している。調査内容については毎週実施している経営指導員打合せ会にて各指導員が調査内容を報告し、情報共有、取得を行っている。また他連携機関との連携会議において情報共有し、幅広い情報の取得に努めている。当会が得た情報についてはホームページに開示し、誰でも情報を取得できる体制を構築している。

②課題

これまで調査を実施してきたが、ビッグデータ等を活用した専門的な分析が不十分であり、経営指導員のみが巡回・窓口指導にて情報収集を行っているため事業規模等偏りが見られる。情報提供に関しても、ホームページでの開示や経営指導を行う際に小規模事業者に対して情報提供してきたが、経営指導員以外の職員が調査結果を活用するには至らず、経営改善指導全般に活かされている状況とは言い難い。全職員が情報活用できる体制を構築し、小規模事業者が同一に情報取得できるよう改善する。また新型コロナウイルス感染症の影響による経済状況なども含め幅広い情報収集と提供を実施する。

(2) 目標

| | 公表方法 | 現行 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 | 令和8年度 | 令和9年度 |
|-------------------|--------|------|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ①中小企業景況調査 | HP掲載 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |
| ②小規模事業者景気動向調査 | HP掲載 | 12回 | 12回 | 12回 | 12回 | 12回 | 12回 |
| ③地域の経済動向分析(RESAS) | HP掲載 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| ④連携機関との情報交換 | 観光関連団体 | 会議開催 | 12回 | 12回 | 12回 | 12回 | 12回 |
| | 三島信用金庫 | 会議開催 | 6回 | 6回 | 6回 | 6回 | 6回 |
| ⑤事業承継調査 | HP掲載 | -- | 1回 | 1回(追加を実施) | 1回(追加を実施) | 1回(追加を実施) | 1回(追加を実施) |

(3) 事業内容

①中小企業景況調査(全国連より)16社

全国商工会連合会が行う「中小企業景況調査」の対象商工会として、市内4業種(製造業、建設業、小売業、サービス業)より当会が選定および登録した16社を対象に経営指導員が年4回、調査を実施する。(対象商工会の登録は3年であるが、その後も同調査票を活用し継続して実施する。)

【調査手法】経営指導員が巡回により、本調査票を基に各項目について聞き取りによる調査を行う。その他特記事項や商工会に求める支援や制度についても調査を行う。

【調査対象】管内小規模事業者16社(製造業3社、建設業2社、小売業4社、サービス業6社)

(飲食2、宿泊1、その他サービス関連3))

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資 等

②小規模事業者景気動向調査 (本会内)

当管内は観光関連等サービス業が主要産業のため、景気動向等についてより幅広い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」に独自の業種を追加(サービス業を細分化)し、管内小規模事業者の景気動向等について、毎月調査・分析を行う。

【調査手法】経営指導員等が巡回や窓口相談にて回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う

【調査対象】管内小規模事業者延べ120社(製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業)

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、業況 等

③地域の経済動向分析 (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。

【調査手法】経営指導員等が「RESAS」(地域経済分析システム)を活用し、地域の経済動向分析を行う

【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連携機関との情報交換による経済動向

○市商工課、市観光課、観光協会、旅館組合等よりの情報

必要性：伊豆の国市や観光関連団体と連携することにより、それぞれが得た身近な詳細情報(市内観光・商工・業界動向、市の施策や考え等)まで得られるため継続する。目的：地区内小規模事業者に対し、直結した情報提供が行える。固定した情報(宿泊客、反射炉入館者等交流人口など)を継続的に取得する。

*主要産業である「観光業」については、事務局レベルで、伊豆の国市観光協会、伊豆長岡温泉旅館組合、伊豆の国市(観光課、農業商工課)と「観光・商工関係打合せ」を月1回定例開催。観光産業の動向を聞き、情報を共有、併せて、合同で宣伝等販路拡大の為の会議を行っていくこととする。

【調査手法】伊豆の国市、伊豆の国市観光協会、旅館組合との連携、情報交換。

【調査項目】1. 観光交流客数、2. 観光施設状況、3. 宿泊客数、4. 観光客消費額、5. 年齢別人口推移、6. 高齢化率、7. 伊豆縦貫道料金所データ、8. 伊豆長岡駅乗降客数、9. 伊豆長岡駅前観光案内所の情報、10. 近隣と市内住宅着工数

○三島信用金庫市内等5支店の情報

必要性：経営指導員等が取得した情報と金融機関から見た経済動向(個社・業種の景況、地域の景況)を情報共有することでお互い幅広い情報を得る。

目的：地区内金融機関と連携することにより、業種毎の地区内直近情報を得て小規模事業者に情報提供を行う。

*平成26年より地域金融機関(三島信用金庫市内等各支店/葦山支店/長岡中央支店/大仁支店/田京支店/函南支店)と情報交換会を隔月開催。市内経済動向等、情報を共有、課題を抽出。

【調査方法】三島信用金庫との情報交換会での聞き取り調査。

【調査項目】1. 業種別売上状況、2. 売上構成比、3. 来客状況、

⑤事業承継の第2回目アンケート調査(平成27年に実施)

事業承継の現状分析の為、前回同様のアンケート調査を実施する。前回の結果と比較することにより、個社と全体の推移がわかり見える化できる。会員事業所対象に診断票のチャートで実施する。

【調査手法】 調査票を郵送し返信用封筒で回収する。巡回回収する。

【調査対象】 会員全事業所へアンケート調査

※前回実施時 対象1200社、回収率70%700社、記名式

【調査項目】 事業承継診断票を準用

(4) 調査結果の活用

- 調査した結果はホームページに掲載し、すべての小規模事業者へ情報提供。経営指導員等が情報共有するとともに、管内事業者が事業計画策定時の参考資料となるよう周知する。
- 調査した結果は、巡回、窓口の個社指導、集団セミナーでの「事業計画作成」に役立てる。特に、各種情報を小規模事業者が理解できるように、経営指導員がわかりやすく、情報を提供する。ホームページ、商工会報（伊豆の国市内全戸配布:市広報紙と共に全戸配布されている。）に掲載する。
- 連携機関との情報交換により得た情報は結果を取り纏め分析した後、経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。
- 事業承継の第2期調査は事業承継支援事業を実施する際、懸念事業所の掘り起こしに活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

当会では平成24年より事業化している「伊豆の国ブランド」認定事業所を中心に、各種イベントや展示会等への出展案内を行なっている。認定事業者等は、その情報から各社で出展する催事を選定し、各種イベントにて商談や販売を行っている。その際、事業者自身が出展を行い、バイヤーや消費者のニーズ、自社製品の評価等をヒアリング。(直接調査)

事業者が直接出展を行うことが困難な展示会等には、本会の職員が出展を行い、バイヤーや消費者の需要動向調査を行う。消費者及びバイヤーなどに紹介し、そこで得た情報を事業者へフィードバックしている。そこで得た情報を展示会終了後、職員より事業主に伝え商品の改良に役立てている。(間接調査)

②課題

上記調査方法では定型の設問等は設けていない為、統一された調査結果がデータとして保存されにくいと言える。また、調査する担当によって解釈などに差が発生する為、担当者によりズレが生じてしまう為、統一した調査項目の設定が必要である。

多くの小規模事業者が、自社の商品のターゲットや売上目標を設けず営業を行っているのが現状であり、提供する商品と市場のニーズにミスマッチが生じ、思うような売り上げが立っていないのが散見される。

事業者は売上、売切れに視点が集中し、需要調査というスキルが弱く、専門的な視点での調査とはいえない。

(2) 目標

| | 現行 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 | 令和8年度 | 令和9年度 |
|---|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| ① 伊豆の国市商工会「商工フェア」での消費調査 専門家を入れたりアル対面需要調査(直接調査) | — | 5社 | 5社 | 5社 | 5社 | 5社 |
| ② 静岡県商工会連合会アンテナショップ伊勢丹静岡店での消費調査数 (直接調査) | — | 5社 | 5社 | 5社 | 5社 | 5社 |

(3) 事業内容

①伊豆の国市商工会「商工フェア」での専門家を入れたりアル対面需要調査

- 【支援対象】 伊豆の国ブランド認定事業者・経営革新、特許等取得事業者・他
【支援事業所】 5社
【調査方法】 専門家を入れて商工フェア来場者を対象にヒアリング
【調査項目】 ①金額 ②内容量 ③味 ④パッケージ ⑤購入する決め手 など

②静岡県商工会連合会アンテナショップ伊勢丹静岡店での消費調査

- 【支援対象】 伊豆の国ブランド認定事業所を中心とした伊勢丹静岡での販売を希望する事業所
【サンプル数】 上限無し
【調査方法】 伊勢丹地下1階アンテナショップ『アレモキッチンコレモストア』に来場されたお客様へ事業者が直接ヒアリング
【調査項目】 出展事業者が直接来場者へ自社の商品を紹介し、評価を伺う
①金額 ②内容量 ③味 ④パッケージ ⑤購入する決め手 など

(4) 調査結果の活用

- 調査結果は経営指導員等が情報共有するとともに、当該事業者へ直接説明する形でフィードバックし更なる改良等を行う。
- 調査した結果は、巡回、窓口の個社指導、集団セミナーでの「事業計画作成」に役立てる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状

当会では補助金申請等に係る事業計画策定相談支援について、巡回や窓口相談実施時に課題に対してのヒアリングを行い分析している。分析に関して小規模事業者は主に集団セミナー等で分析方法を学び、具体的な手法に関しては各経営指導員等が一般的な指標との比較および経営指導員間の情報共有をもとに分析を行っている。また専門分野に特化した案件は専門家派遣や集団セミナー、個別相談会等を活用し支援を行っている。

②課題

1つの小規模事業所に対し環境、財務、人材等あらゆる分野の分析が必要であるが、事業計画策定に当たり1分野の課題に対する分野の分析に留まってしまっている。また職員による分析は、目の前の課題に対する対応に留まり、「対話と傾聴」を通じて本質的課題(潜在的課題)に対して更に掘り下げた(環境、財務、人材の多岐にわたる)分析まで実施できていない。

集団セミナーや個別相談会を受講していない、または補助金申請を行ったことのない小規模事業者については経営分析の必要性に対する認識が乏しく、経営分析に基づいた課題の抽出や事業計画策定に取り組めておらず、小規模事業者が経営分析に取り組む動機づけと啓発が必要である。

(2) 目標

| | 現行 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 | 令和8年度 | 令和9年度 |
|--|----------|---------------|------------|------------|------------|------------|
| セミナー開催件数 | | | | | | |
| 経営革新第二創業(1) 販路開拓事業計画(1) 創業(1) 事業承継(1) | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |
| 分析事業者数 | 経営革新第二創業 | 15者 (内革新5) | 15者 (同) | 15者 (同) | 15者 (同) | 15者 (同) |
| | 販路開拓事業計画 | 15者 | 15者 | 15者 | 15者 | 15者 |
| | 創業 | — | 15者 | 15者 | 15者 | 15者 |
| | 事業承継 | 10者 | 10者 | 10者 | 10者 | 10者 |

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘（事業計画策定セミナーの開催）

経営革新計画の申請や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補助金の申請事業所は事業計画策定が必要であり、分析を行う理由付けにもつながっている。補助金申請等も絡めた事業計画策定セミナーを開催することにより、参加者自らが経営分析について行い理解を深めるとともに、事業計画策定には自社の経営課題等が把握できる経営分析が重要であることに気づきを持ってもらい、事業計画策定等への活用についてより理解を深めてもらい、自社の経営分析に取り組む事業者の掘り起こしを行い、セミナーを契機とした経営指導員等の巡回・窓口相談を中心に専門家派遣の活用、金融機関等支援機関と連携して経営分析支援を実施していく。

【募集方法】 チラシを作成し事業所向け会員DM、管内新聞折込等を実施。
ホームページでの開示、商工会報（市広報への折込による市内全戸配布）。
また経営指導員等の巡回や相談窓口での案内

【開催方法】 集団セミナー4回、個別相談会各3回程度

②経営分析の内容

【対象者】 セミナー参加者の内、販路開拓や事業承継の事業計画策定に意欲的な事業所

【分析項目】 定量分析たる「財務分析」、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う。
《財務分析》売上高、粗利益（率）、営業利益、経常利益より、企業および事業計画の安全性や成長性の分析を行う。
《非財務分析》対話と傾聴を通じ、本質的な課題に合わせた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。内部環境外部環境の整理にはSWOT分析等を用いる。内部環境については自社の商品やサービス、人材や技術のみならず、デジタル化、IT活用状況も考慮し分析する。外部環境については商圏内の人口や競合、業

界動向を調査分析を行う。

- 【分析手法】 静岡県商工会連合会で作成した「振り返りシート（経営調査、経営戦略、危機管理、人材、組織、財務管理、マーケティング、運営管理の簡易診断が可能）」、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、他分析ソフト等を活用し経営指導員等が分析を行う。また事業承継第2期調査にて取得したデータも見える化して活用し分析を行うとともに、必要に応じ専門家派遣制度等を活用して分析を実施する。

（４）分析結果の活用

- 分析した結果や他支援機関より取得した情報は、週1回経営指導員で情報共有を行。また事業計画策定時の実現可能性について協議分析し、更に他支援機関からの情報も合わせて、経営指導員を通して全職員で共有活用する。本会サーバー内にデータ整理、全職員が閲覧可能。
- 分析結果は、当該事業所にフィードバックし、事業者を理解していただいた上で、事業計画の策定時に活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

①現状

事業計画策定支援としてステップ型支援体制の構築を図り、【創業】【事業承継】【新商品開発・販路開拓】といった各事業所の段階（ステップ）に合わせた指導を行っている。

②課題

現在の事業計画策定支援の実状として補助金申請を目的とした事業計画策定支援になるケースが多くなっている。本来は事業計画策定によって目標設定を行う事で、持続的な経営を行う事を目的とするべきである為、当会が実施する事業計画策定を目的とした各セミナー等において、本来の目的である事業計画策定の重要性の理解が浸透していない為、当会等による継続的な掘り起こしが必要。

又、会員事業所には巡回やDM等十分な周知ができるが、非会員に対しては、周知や掘り起こしが弱いのが課題である。

（２）支援に対する考え方

ステップ型支援体制により、各事業所の段階に合わせた指導を行う為、【創業】【事業承継】【新商品開発・販路開拓】といった段階に合わせ、「地域の経済動向調査」、「経営状況の分析」及び「需要動向調査」等を活用し、事業計画策定支援を行う。

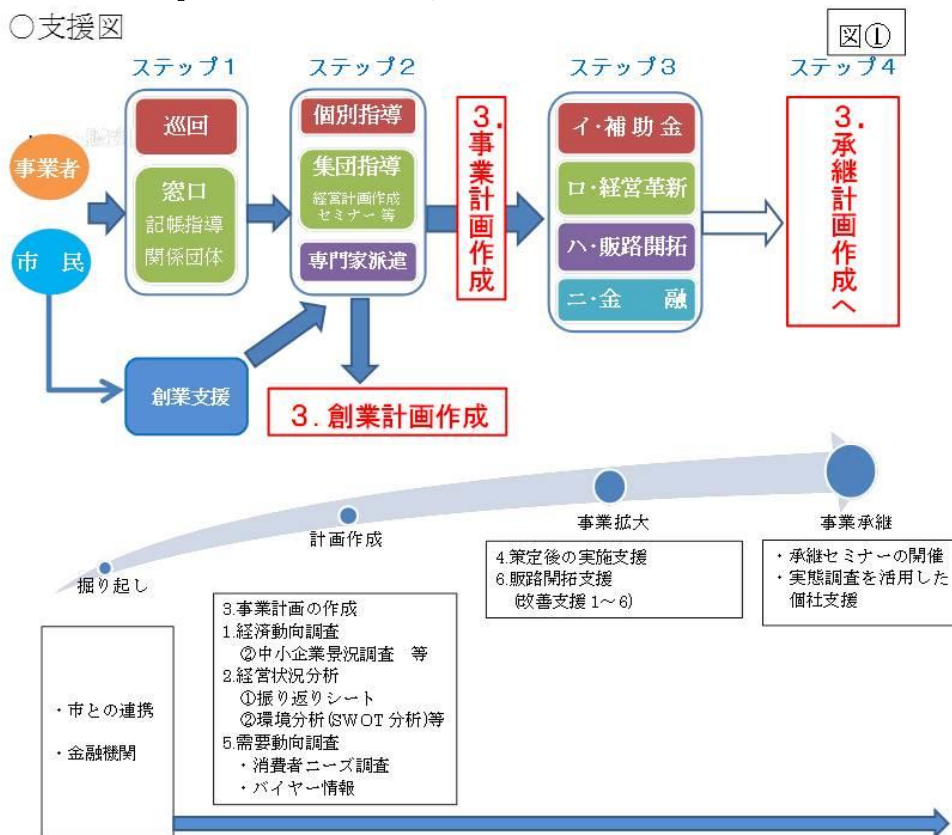
持続化補助金等の補助金申請支援を行う際、経営分析の結果を踏まえ、事業所の立つ位置（段階）を事業者自身に認識して頂く事で、より実現性の高い事業計画策定支援を行う。

また、従来実施しているセミナー（事業計画策定支援）の他、DX 推進に向けたセミナーを実施することで、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。非会員等への周知等は地域の支援機関との連携の中で、掘り起こしや、周知を図っていきたい。

セミナー等を通して、自ら経営分析を行い、事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得、現状を正しく認識した上で、分析に基づき、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よう取り組む。特に、職員と事業者が対話と傾聴を通じて信頼関係を構築したうえでの、納得した上での自己変革し、自走力を備えた計画策定に取り組む。

本会でのStep型支援体制の構築

○支援図



(3) 目標

| | 現行 | 令和 5年度 | 令和 6年度 | 令和 7年度 | 令和 8年度 | 令和 9年度 |
|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| ①事業計画策定セミナー、個別相談会（経営革新・第二創業、販路開拓） | 2回 (各1回) | 2回 (各1回) | 2回 (各1回) | 2回 (各1回) | 2回 (各1回) | 2回 (各1回) |
| ②事業承継セミナー、個別相談会 | 2回 (各1回) | 2回 (各1回) | 2回 (各1回) | 2回 (各1回) | 2回 (各1回) | 2回 (各1回) |
| ③創業セミナー、個別相談会 | | | | | | |
| ④DX推進セミナー、個別相談会 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| 事業計画策定事業者数 | 36者 | 40者 | 40者 | 40者 | 40者 | 40者 |

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナー

【対象者】 5. 経営分析を行った者のうち、(新商品開発・販路開拓、経営革新・第2創業)段階の事業者等

【募集方法】 当会会報誌、会員事業所へのダイレクトメール、新聞掲載による告知、新聞折込等

【講師】 中小企業診断士等

【開催回数】 年2回 【カリキュラム】 集団(DX関連をテーマに入れる)・個別

②「事業承継計画作成セミナーの開催」

【対象者】 5. 経営分析を行った者のうち、(事業承継) 段階の事業者等 (仮)

【募集方法】 当会会報誌、会員事業所へのダイレクトメール、新聞掲載による告知、新聞折込等

【講師】 中小企業診断士等

【開催回数】 年1回 【カリキュラム】 集団(DX関連をテーマに入れる)・個別

③「創業計画作成セミナー(創業塾)の開催」

【対象者】 5. 経営分析を行った者のうち、創業予定者、創業から3年以内の者、事業承継予定者、事業承継から3年以内の者等

【募集方法】

【講師】 中小企業診断士等

【開催回数】 年1回 【カリキュラム】 集団(DX関連をテーマに入れる)・個別

④「DX推進セミナーの開催・IT専門家による個別相談」

小規模事業者の事業継続に向けて、売上、生産性の向上等を目的とし、DXに関する意識の醸成や基礎知識の習得、ITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進するため、セミナーを開催する。

【対象者】 巡回・窓口相談においてDXを推進することによって売上、生産性の向上が見込まれる事業者

【募集方法】 巡回・窓口相談等の際に声掛け

【講師】 静岡県小規模企業ビジネスパワーアップ支援事業 登録専門家、よろず支援拠点登録専門家等

【開催回数】 年1回

【カリキュラム】 【セミナー(カリキュラム)の事例】

・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

・クラウド型顧客管理ツールの紹介 ・SNSを活用した情報発信方法 ・ECサイトの利用方法等

また、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対し、経営指導員当による相談対応・よろず支援拠点等と連携した個別相談等を行う中で、必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

※上記①～④共通の【手段・手法】

セミナー等の受講者に対し、県商工会連合会広域支援拠点と連携、経営指導員等が担当として伴走支援を行い、必要に応じて個別相談会や専門家派遣等を活用し、実現性の高い事業計画策定に繋げる。

また、経営指導員以外の支援にかかわる職員と複数で経営発達支援に取り組み。相互の支援案件についてチェック機能を働かせることでブラッシュアップしていく。

又、必要に応じて、支援機関と連携して、掘り起こし、計画策定、フォローアップを連携して伴走支援を行い、広く小規模事業者を支援する体制を構築していく。

7. 事業計画策定後の支援に関すること

(1) 現状と課題

①現状

事業計画策定した小規模事業者等に対し、34件程度、巡回訪問し進捗管理とともに策定後の実施支援を行っている。また計画策定から1年後、ヒアリングを行い前年との対比確認を行っている

②課題

策定した事業計画について進捗管理を行っているが、補助金の実績報告等に付随した項目のみの確認に留まっている。

(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するが、事業計画の進捗状況や事業者の段階（【創業】・【事業承継】・【新商品開発】・【販路開拓】）等により事業者の状況を見極め、訪問等によるフォローアップ頻度を設定する。

自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで現場レベルで当事者意識を持って取組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮に繋げる。

（3）目標

| | 現行 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 | 令和8年度 | 令和9年度 |
|-------------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| フォローアップ対象事業者数 | 36 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| 頻度（延べ回数） 【年2回】 | 108 | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| 売上増加事業者数 | — | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| 粗利益3%以上増加事業者数 | — | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

（4）事業内容

フォローアップ対象40社に対し、年2回以上の頻度で巡回等により支援を行う。ただしフォローアップ頻度は事業者の事業計画進捗状況や事業者の段階（【創業】・【事業承継】・【新商品開発】・【販路開拓】）等を踏まえ変更しながら、適宜対応する。

またフォローアップを行う中で、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にずれが生じていると判断する場合には、広域支援拠点やよろず支援拠点、金融機関等の支援機関等と連携し、策定された事業計画の実施及び見直しを行う。

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

現在当会が提供している販路開拓支援メニューは、

- ・伊豆の国ブランド認定事業（平成26年より実施、現在91事業所、253品目認定）
- ・伊豆の国ブランド認定商品に限り市内の委託販売先の紹介。現在3拠点を用意。
- ・市民への商品紹介、販売を行う『伊豆の国市商工会商工フェア』の開催。
- ・静岡県商工会連合会主催の販路開拓支援事業の斡旋

主に上記のメニューを提供している。

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る。

②課題

主な課題は、

- ・自店の営業を行う以外の余剰人員の不足により、催事や展示会に出ることが出来ない、又、限られた商圏で事業を行っている。人的課題
- ・販路の開拓に成功するも納品先の希望数量を製造することが出来ない、生産能力課題。
- ・今後、人口減少等地区内の限られた商圏でないなど新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということに対話と傾聴で自社の強み弱みなどの気付きを与えることで本質的課題を認識し理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

①当会の販路開拓支援の考えとしては、下記の通り段階的な支援を考えている。最終段階のジャンプ段階に1社でも多くの事業者が到達するために、伴走支援を行う。

第一段階（ホップ）：自店以外での販路開拓を求める。

例：地域イベント出店や地域内での小規模な販路開拓

第二段階（ステップ）：第一段階から一歩進んだ広い販路開拓

例：商工会連合会アンテナショップへの出品、近隣小売店や市内アンテナショップでの委託販売

第三段階（ジャンプ）：全国を視野に入れた販路開拓

例：FOODEX への出展、首都圏百貨店催事などへの出展

②DXに向けた取組として、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活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

| 区分 | 現行 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 | 令和8年度 | 令和9年度 |
|------------------------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|
| ①ブランド認定事業者数（累計） 新規事業所数 | 91社 5社 | 95社 5社 | 100社 5社 | 105社 5社 | 110社 5社 | 115社 5社 |
| 売上増加事業者数（B to C） | | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% |
| ②(仮称)伊豆の国市商工会 商工フェア出展事業者数 | — | 20社 | 25社 | 25社 | 25社 | 30社 |
| 売上額/社（B to C） | — | 3万円 | 4万円 | 4万円 | 4万円 | 5万円 |
| ③-1. アンテナショップ出品 事業者数 | 5社 | 5社 | 6社 | 7社 | 8社 | 9社 |
| 売上額/社（B to C） | | 5万円 | 5万円 | 5万円 | 5万円 | 5万円 |
| ③-2. FOODEX 等 展示会出展事業者数 | — | 2社 | 2社 | 2社 | 3社 | 3社 |
| 成約件数/社（B to B） | | 2件 | 2件 | 2件 | 2件 | 2件 |
| ④全国連等ECサイト新規参画業者 | — | 2社 | 2社 | 2社 | 3社 | 3社 |
| 売上額/社（B to C） | — | 3万円 | 4万円 | 4万円 | 4万円 | 5万円 |
| ⑤商工会商品紹介サイト | | 10社 | 10社 | 10社 | 10社 | 10社 |
| 売上額/社（B to C） | — | 3万円 | 4万円 | 4万円 | 4万円 | 5万円 |
| ⑥SNS活用 | — | 10社 | 10社 | 10社 | 10社 | 10社 |
| 売上増加率（B to C） | — | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% |

(4) 事業内容

①伊豆の国ブランド認定事業(ホップ)の推進と組織化による販路拡大へ（B to C）

本会は、平成26年度より市内全事業者を対象に、伊豆の国市の特産品を『伊豆の国ブランド』として認定し、販路開拓支援を行っている。認定商品数は令和4年7月14日現在、91事業所、253商品を認定。毎年1回本会内にてブランド認定会を行う。支援策としては、大きく分けて3つ行う。

① ー1：市内アンテナショップにて伊豆の国ブランド認定商品の販売/年5社、売上増加額10%

市内3カ所（大仁まごころ市場・道の駅 伊豆のへそ・(株)蔵屋鳴沢 売店）に伊豆の国ブランドのアンテナショップを展開し、販売希望事業者の商品を各店舗の運営会社に委託販売を依頼している。併せて、経営指導員や専門家等を入れ、法令順守等外部へ出品をことを支援する。

①—2：展示会、イベント等の催事開催情報の提供

不定期で依頼のある催事への出展案内を、ブランド認定事業所に対して優先的に提供し、市内外での催事販売を行っている。

①—3：認定事業所の組織化等を行い、イベント参加やネット販売、個店連携のセット販売等の販売促進を行う。(事例—商工会女性部によるセット販売)

②(仮称)伊豆の国市商工会「商工フェア」の活用(ホップ)(B to C) / 出展 20~30 社、売上各 3~5 万円

商工フェアは主に市民及び近隣地域に対し、伊豆の国ブランドを中心とした商品などの情報発信及び販路開拓支援を目的とした事業である。第三セクターとして市内の地場産品販売業者である「大仁まごころ市場」等との連携を強化させ、出展者数を増やしていく。

- ・開催回数：年間 1 回
- ・来場予定者数：約 2,000 名
- ・フォロー体制：催事現場にて経営指導員と専門家等を入れ、出展者との対話と傾聴でブラッシュアップを行う。市内アンテナショップでの委託販売の斡旋を行い、定常的な販路の確保を提案していく。

③県連販路開拓支援事業、アンテナショップでの委託販売(ステップ・ジャンプ)(B to B)

伊豆の国内及び近隣市町より広域の販路開拓を望む事業所には、静岡県商工会連合会が提供する販路開拓支援事業のメニューを提案する。具体的なメニューは下記の通り。

- ・静岡伊勢丹内のアンテナショップ「アレモキッチン・コレモストア」での実演販売及び委託販売。

【概要】静岡の特産品を紹介するアンテナショップ

【対象者】一般消費者

【規模】静岡伊勢丹内県下 35 商工会 延べ 223 事業所

- ・池袋サンシャインシティでのニッポン全国物産展

【概要】中小小規模事業者の商品展開力、販売力向上と経済活性化を目的とした販売会

【対象者】一般消費者

【規模】食品、飲料メーカー、商工会等約 150 社

- ・FOODEX JAPAN 2023 への出展

【概要】過去 4 7 回開催されているアジア最大級の食品・飲料総合展示会

【対象者】バイヤー、一般消費者

【規模】食品、飲料メーカー、商社約 1500 社、

④全国連等 EC サイト (B to C)

EC サイト「カラーミーショップ」や「CANVAS CANVAS」など活用向け支援 (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) や全国連運営「CANVAS CANVAS」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本会ホームページを活用した商品紹介 (B to C)

本会が運営する商品紹介サイト等の活用提案を兼ね、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

活用事業所の内、必要に応じて自社 HP によるネットショップ開設 (B to C) の支援等実施。

WEB 専門会社や IT ベンダーの専門家等と連携し、ネットショップの立ち上げから商品構成、ページ構成、PR 方法等の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 SNS 活用 (B to C)

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込のため、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。

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上の為の取組

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

- 本計画に記載の事業の実施状況及び成果について以下の方法により評価検証を行っている。
- ・ 本会総務委員会（月1回実施）により、事業の進捗状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。総務委員会一業種・地域・青年・女性を考慮し構成。会長、副会長、建設部会長、工業部会長、商業部会長、観光サービス部会長、青年部長、女性部長、法定経営指導員
 - ・ 理事会（年5回程度実施）において、評価・見直しの方針を決定。
 - ・ 年2回（中間、年度末）理事会にて、伊豆の国市産業部長、商工課長、商工振興係長、中小企業診断士、県連職員を招聘し、法定経営指導員と評価、検証を行っている。
 - ・ 事業の成果・評価・見直しの結果は、静岡県商工会連合会、伊豆の国市へ報告。
 - ・ 事業の成果・評価・見直しの結果を本会のホームページで公表。年1回
(<http://www.izunokuni.org/>) 令和3年度—令和4年5月15日開示

②課題

- ・ 検証会でのPDC Aサイクル考察、本会発達計画の中での効果的な個社支援が可能となった。個々の意見集約ができるように事前配布等を行い検証をより深層化させている。しかし、報告書に「支援事例」の記述は入れてあるが、小規模事業者等にもわかりやすく記載すること、理解しやすく見やすくする(図や表、画像)ことが課題である。

(2) 事業内容

○検証会の開催

各理事、法定経営指導員、伊豆の国市産業部長、商工課長、商工振興係長、中小企業診断士、県連(広域支援拠点含む)の評価者の出席で、目標値と実績値の比較を盛り込んだ資料を事前配布して年2回検証会を開催する。

検証会の結果(事業の成果・評価・見直し方針)は、事業実施方針等に反映させるとともに、HPにて一般公表する。小規模事業者への「支援事例」等もよりわかり易く入れて公表し、小規模事業者自らの『自己変革力』・『自走力』の一助とする。併せて、紙ベースでも本会内にていつでも閲覧可能とする。

- 目標—検証会年2回/行政(部長・課長・係長)3名、外部専門家(中小企業診断士)1名、県連2名)、成功事例や図などを入れたわかりやすい資料製作し表示、年1回公表する。

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

- ・ 本会の人事評価制度(県連合会のモデル準用)の運用を通じ、職員1人ひとりの能力や業務成果を適切に評価すると共に、フィードバック及び目標設定を含めた面接等により、能力向上や目標を明確にし、資質向上を図っている。
- ・ 職員間の週一回の連絡会・経営指導員打合せ、月一回の経営指導員のカルテ共有情報交換会、全職員での勉強会を通して、情報共有、研修会結果の共有、スキルアップを図っている。
- ・ 外部研修会の参加とOJTによる全職員のスキルアップを図り、併せて組織として、進捗管理や小規模事業者への指導体制を整えている。

②課題

- ・職員ひとりひとりの支援能力の底上げが急務。併せて組織全体のレベルアップのため支援ノウハウ、スキルアップが急務。職員の業務進捗管理が、より効果的業務進捗管理となることが課題である。
- ・職員間の事例等を共有させた個社の支援ノウハウの共有、職場内勉強会の開催による個社の支援能力の向上、外部研修会に積極的に参加、持ち帰り職員間で共有させ、支援能力向上に努める。
- ・IT化、デジタル化の職員間の資質が不均衡

(2) 事業内容

①経営指導員等の支援能力向上に向けた取組

○外部講習会等の積極活用(OFF-JT)

- ・静岡県商工会連合会、静岡県が主催する研修や金融機関が主催する「セミナー」、中小企業大学の主催する研修等に経営指導員等全職員が年間1回以上参加する。各職員の個社支援をよりスキルアップさせ支援能力の向上を図る。併せて全職員で取組ことにより、支援体制のボトムアップを図ることで、平準化され、どの職員にでも、同一の支援を小規模事業者が受けられるように目指す。

- ・経営力再構築伴走支援を実施できる人材を育成

【コミュニケーション能力向上セミナー】 対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修に参加することにより、支援の基本姿勢(対話と傾聴)の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

【小規模事業者課題設定力向上研修】 課題設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得することで、その後続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする研修会に参加する。

- ・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、下記のような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ついても積極的に参加する。

【DX推進に向けたセミナー】

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支援ノウハウの共有による組織全体としての支援力の向上

○個社の支援ノウハウの共有と支援力の向上(OJT)

- ・個社の支援ノウハウの共有

ア. 経営指導カルテ共有(月例会にて月毎全経営指導員のカルテを打出て情報共有と支援会議)

イ. 支援事例のデータ化と共有(本会サーバー内にデータ整理、全職員が閲覧可能)

経営分析事例—事業承継診断、財務分析

事業計画作成実行事例—持続化補助金、ものづくり補助金、経営革新、創業、金融など

- ・個社の支援能力の向上

ア. 職員資質向上ゼミナール(勉強会)

経営発達支援事業の内容や県連合会等の研修内容などを共有、個々の職員へフィードバック、スキルアップを行う。

また、専門研修以外の組織の構成員として必要不可欠な基礎的な資質を向上にも努める。

イ. 週連絡会(経営指導員と役席)、月例会(経営指導員間会議、経営指導員と経営支援員間)

情報共有と個社支援会議を実施、また、職員の業務進捗管理で、より効果的業務進捗管理が課題であるため、一覧表にて事業の進捗管理を「見える化」していく。

また、IT等の活用方法や具体的なツール、セミナー結果等について職員間の情報共有しスキルアップを図る。

エ. 県連OJTスーパーバイザー派遣制度や支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とがチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③目標—全職員が人事評価でモチベーションを上げ、全職員が指導スタッフとなり、組織による事業対応が可能となる。課題設定力、コーチング力を強化して経営力再構築伴走支援を行える人材を育成し、職員間でスキルアップを図り、個社の支援を組織的に伴走支援できるように強化する。

1 1. 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

- ・地域の金融機関「三島信用金庫 大仁支店、田京支店、長岡中央支店、韮山支店、函南支店、函南西支店」と月1回相互に情報交換会を開催している。内容は、①地域内の資金需要や地域の景気動向、②事業承継や創業、経営革新等の掘り起こし、③情報交換を行ってきた。

②課題

- ・上記の情報交換が主であったが、小規模事業者への持続的な伴走支援のためには、職員同士が連携して、支援していく重要性が認識され、課題とされてきた。
- ・課題解決の為、本会のセミナー等講習会にも金庫職員も参加頂き、両職員同士の支援スキルの共有やレベルの平準化することが考えられた。
- ・また、本会内にも専門的な知識を持つ職員がいる県連合会広域支援拠点が整理され、三島信用金庫や県連合会広域支援拠点の連携方法が模索される。

(2) 事業内容

①地域金融機関（三島信用金庫市内管内等支店）の連絡会

- ・目的
支援を2ヶ月に1回「情報交換会」を本会経営指導員と各支店職員が行い、支援ノウハウ、支援の現状（経営革新・創業等）について情報交換と情報共有し、個社の伴走支援を行う。
- ・連携の相手先
三島信用金庫 韮山支店、函南支店（函南西支店）、大仁支店（田京支店）、長岡中央支店の職員
- ・連携の理由
小規模事業者への支援目的の為、小規模支援が中心の地元の信用金庫を連携先に選定する。過去、発達計画の中で、継続して、連携してきている実績がある。
- ・連携の内容
 1. 本会と市で連携して実施の「定例個別相談会」（月一開催）では金融関連を担当。（継続）
 2. 情報交換会の定期開催（隔月）市内景況—地域金融機関（三島信用金庫市内管内等支店）
経営革新事業所等の掘り起こし、各事業所の経営革新取得等に向けてのブラッシュアップ、情報交換
 3. 本会職員と各支店職員と連携した、各事業所の経営計画作成支援とフォローアップ支援（事業承継や創業支援、情報交換、両職員のスキルアップ）
 - ①経営計画作成セミナーの出席・個別相談会への同席、個社の支援
 - ②創業塾の出席・個別相談会への同席、個社の支援
 - ③事業承継セミナーの出席・個別相談会の同席、個社の支援
 - ④DXセミナーの出席、同席、個社の支援

⑤事業再構築補助金やものづくり補助金などの連携参加して個社の支援。

4. 巡回・窓口相談経過後の、専門家派遣の協力—地域金融機関（三島信用金庫元気創造部等）

①専門家・多様化する小規模の支援について専門家アドバイザー支援

②県連広域支援拠点専門家との連携支援

・連携のの効果

個社支援と組織内のスキルアップ

1 2. 地域経済活性化に資する取り組みに関すること

(1) 現状と課題

①現状

- ・アフターコロナに向け交流人口の拡大が始まっている。観光関連の雇用確保が難しい。
- ・NHK大河ドラマ「鎌倉殿の13人」が05年1月終了し、アフター大河の変化が訪れる。
- ・出生率の減少や人口減少、高齢化など地域経済は縮小傾向である。
- ・広域間で連携してやる事業が未成熟。長続きしない。

②課題

- ・アフターコロナに向けた取り組み、アフター大河に向けた取り込みが、未定
- ・回遊するまちづくりやリピートするまちづくりが求められる。

(2) 事業内容

①地域経済活性の為の連携会議

・観光打合会

- ・目的 観光客の誘致による観光産業の活性化の為、地域の活性化等を協議するため、
【関係者：伊豆の国市（観光課、商工課、企画財政課）、市観光協会、旅館組合など】
- ・手段 毎月開催
- ・効果 情報交換や企画案の意見交換

・道の駅伊豆のへそ運営会議

- ・目的 道の駅伊豆のへその機能強化（情報発信、販路拡大）
【関係者：①伊豆の国市②道の駅駅長③株時之栖（道の駅内で物販会社）④観光協会（道の駅内の観光案内所）⑤商工会（伊豆の国ブランドPR）⑥第3セクターまごころ市場（道の駅の運営主体／農産品の販売組織）】
 - ・手段 毎月開催 運営会議参加。連携して伊豆の国ブランド等の商品紹介や販売を強化する。
 - ・効果 道の駅での情報発信、販路拡大等を強化
1. 伊豆の国ブランドの商品紹介、伊豆の国ブランド商品の委託販売
2. 道の駅を基点にして交流人口を増やし市内を回遊させ地域活性化と販路拡大
- ・大河ドラマ「鎌倉殿の13人」伊豆の国市推進協議会→官民連携地域活性化推進協議会（仮称）

- ・目的 官民連携によるまちづくりの推進／アフター大河に向けた情報発信、販路拡大
【関係者：①伊豆の国市②観光協会③商工会④旅館組合⑤民間企業】
- ・手段 年3回程度 運営会議に参加。連携して伊豆の国ブランド等の商品紹介や販売を強化する。
- ・効果 大河ドラマ「鎌倉殿の13人」の放送を契機に開始された官民連携によるまちづくりを大河ドラマ放映終了後においても継続して実施すもよう組織を改編し道の駅やかわまちづくり、地場産品等の地域資源を最大限に活用したまちづくり・地域づくりを推進する。

②魅力ある商店の育成と商店街・温泉場の振興

- ・商店街、温泉場に魅力を持たせるため、「まちづくり」の観点から、空き店舗、空き旅館（空き部屋）の実態把握、「IT化、デジタル化（カード化など）」の調査・検討を実施し、事業承継や

創業支援などを含め効策を模索する。商品券事業等の販路開拓。

—空き店舗、空き旅館（空き部屋）の実態調査・検討—

【目的】創業、事業承継の支援や温泉場、商店街の振興／実態調査を実施し、有効策模索。

【関係者】伊豆の国市、商工会（各分会）、市内商店会、観光協会、旅館組合等

【手段】一年1回／商業、観光サービス分会などにて

—IT化、デジタル化（カード化など）の調査・検討—

【目的】各個店の魅力づくり

【関係者】伊豆の国市、商工会（各分会）、市内商店会等

【手段】一年1回／商業、観光サービス分会などにて

—商品券事業等の販路開拓—

【目的】地区内の小規模事業者等の販路拡大支援

【関係者】伊豆の国市、商工会（各分会）、市内商店会等

【手段】一年1回／商業、観光サービス分会などにて

③若者の地元就職の為の支援事業

・雇用創出支援／静岡県立伊豆総合高校と連携

・目的 雇用創出確保の為、市や総合高校と連携し年1回連絡会議を開催。情報交換や地元企業の紹介、を実施している。併せて、市と連携して、「就職活動相談会」、「就職情報サイト・求人サイト」の生徒への紹介や高校文化祭への市内企業紹介を継続する。結果、小規模事業者への人的支援（雇用の確保、安定した経営）の一環に貢献できる。

【関係者：伊豆総合高校、伊豆の国市、商工会（全部会）など】

・手段 年1回開催

・おらがまちの職を知ろう／市内中学校と連携

・目的 商工会青年部が行っている事業。地元中学校2年生を対象に、毎年、市内事業所の職業を学校行事として会社紹介・職業体験の事業を行っている。

【関係者：市内中学校、伊豆の国市、商工会（青年部、全部会）、市内事業所など】

・手段 年1毎月開催

・お仕事探しフェアの実施（伊豆の国市、伊豆市、伊豆市商工会、伊豆の国市商工会）

・目的 両市の就職相談会の実施

【関係者：伊豆の国市（観光課、商工課、企画財政課）、商工会（全部会）、市観光協会、旅館組合、市内事業所など】

・手段 年1回開催

④伊豆の国市商工会商工フェアの開催

・目的 小規模事業者の展示会の参加は、販路拡大のみならず、需要動向が直接ヒアリングでき重要な機械である。又、6次化、革新、にグレードアップする。

【関係者：伊豆の国市（商工課）、商工会（全部会）、市観光協会、市内事業所など】

・手段 年1回開催

⑤伊豆の国ブランド認定事業の推進と組織化による連携した販路拡大へ

・目的 認定推進例女性部ギフトセット、組織化等を行い、イベント参加やネット販売等による販売

【関係者：伊豆の国市（商工課）、商工会（全部会）、市観光協会、官民連携地域活性化推進協議会など】

・手段 年1回開催

⑥事業継続力強化支援計画と連携したリスク管理、減災対策の推進

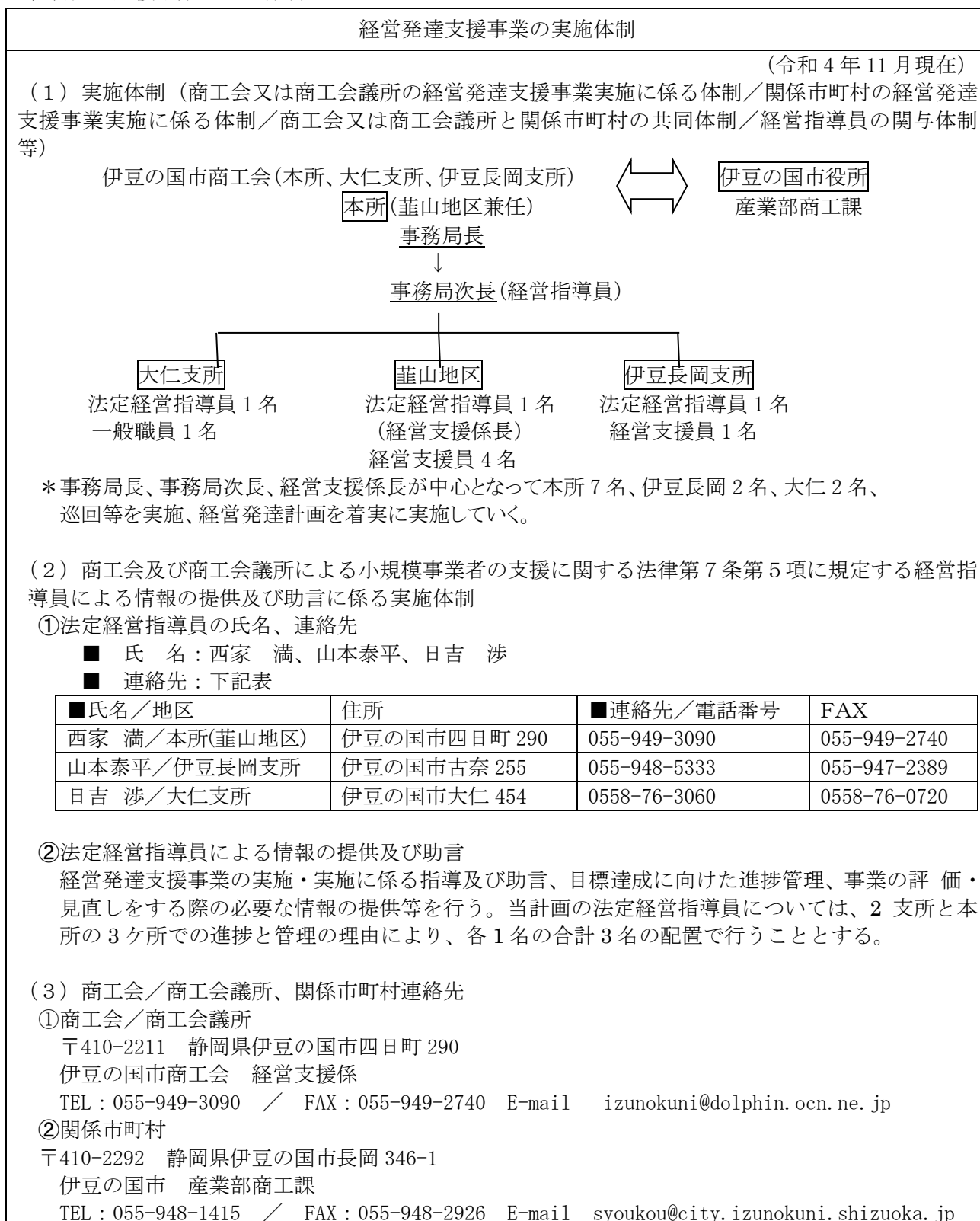
- ・目的 事業継続力強化支援計画の推進と地域内での業種間で連携した組織化を行うなどして、リスクや防災減災を推進していく。(仮称)伊豆の国市商工会防災協力会
【関係者：伊豆の国市（商工課）、商工会（全部会）、市観光協会、保険会社、県BCP協会など】
- ・手段 年1回開催

⑦住宅リフォーム、店舗リフォーム推進事業の推進

- ・目的 市民の住環境の改善、減災対策、空き店舗対策や小規模事業者の販路開拓支援の為に継続実施する。
【関係者：伊豆の国市（商工課）、商工会（全部会）、市観光協会、市内商店会など】
- ・手段 年1回開催

(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5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 | 令和8年度 | 令和9年度 |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 必要な資金の額 | 6,900 | 6,900 | 6,900 | 6,900 | 6,900 |
| 小規模企業対策事業費 | | | | | |
| ①事業計画作成セミナー事業 ・既存計画 ・経営革新 | <u>700</u> | <u>700</u> | <u>700</u> | <u>700</u> | <u>700</u> |
| ②事業承継事業 (市と連携) | <u>700</u> | <u>700</u> | <u>700</u> | <u>700</u> | <u>700</u> |
| ③創業塾事業 (市と連携) | <u>1,000</u> | <u>1,000</u> | <u>1,000</u> | <u>1,000</u> | <u>1,000</u> |
| ④DXセミナー | <u>500</u> | <u>500</u> | <u>500</u> | <u>500</u> | <u>500</u> |
| ⑤販路開拓支援事業 ・ブランド事業 ・アンテナ事業 ・商工フェア事業 ・DX(IT化等)事業 | <u>3,000</u> | <u>3,000</u> | <u>3,000</u> | <u>3,000</u> | <u>3,000</u> |
| ⑤地域経済活性化事業 ・協議会運営費 ・雇用推進事業 ・商店街、温泉場振興事業 | <u>1,000</u> | <u>1,000</u> | <u>1,000</u> | <u>1,000</u> | <u>1,000</u> |

(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

1. 会費、2. 国補助金、3. 県補助金、4. 市補助金、5. 事業受託費

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

| 連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあつては、その代表者の氏名 | | |
|--|-----------------|--------------|
| ・三島信用金庫、静岡県駿東郡長泉町下土狩 96-3 理事長 高嶋正芳 | | |
| 各支店など | 住所 | 電話 |
| 三島信用金庫元気創造部 部長 吉川匡則 | 駿東郡長泉町下土狩 96-3 | 055-973-5730 |
| 三島信用金庫本店営業部長兼 中央ブロック長 今泉清司 | 三島市芝本町 12-3 | 055-975-4840 |
| 三島信用金庫大仁支店/田京支店 支店長 岡 知春 | 伊豆の国市大仁 452-6 | 0558-76-1482 |
| 長岡中央支店 支店長 齋藤範行 | 伊豆の国市長岡 346-6 | 055-948-3211 |
| 韮山支店 支店長 今井貴徳 | 伊豆の国市南條 711-2 | 055-949-2252 |
| 函南支店/函南西支店 支店長 宮本浩和 | 田方郡函南町大土肥 112-1 | 055-979-1434 |
| 連携して実施する事業の内容 | | |
| ・小規模事業者の持続的発展に向けて問題解決の為に実施する。 ①市内景況—地域金融機関（三島信用金庫市内管内等支店） <u>※実施済</u> ②経営革新事業所等の掘り起し、各事業所の経営革新取得等に向けてのブラッシュアップ、情報交換会—地域金融機関（三島信用金庫市内管内等支店） <u>※実施済</u> ③本会職員と各支店職員と連携した、各事業所の経営計画作成支援とフォローアップ支援（事業承継や創業支援、情報交換、両職員のスキルアップ） <u>※新規取組</u> ④巡回・窓口相談経過後の、専門家派遣の協力—地域金融機関（三島信用金庫元気創造部等）、 <u>※実施済み</u> | | |
| 連携して事業を実施する者の役割 | | |
| ・元気創造部—専門家派遣 ・各支店—情報交換(景況、経営革新等掘り起し)、各事業所の事業計画等ブラッシュアップ支援やフォローアップ支援 ・職員同士のスキルアップ | | |
| 連携体制図等 | | |
| 連携体制図と連携する内容 <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>①②③.との連携図</p> </div> <div style="width: 45%;"> <p>④との連携図</p> </div> </div> | | |