

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	度会町商工会 (法人番号5190005005062)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>①基幹産業関連小規模事業者の事業計画策定、販路拡大支援の実施し地域産業の振興を図る</p> <p>②基礎的支援から専門的支援に繋げ、小規模事業者の経営・需要動向分析など伴走型支援を実施</p> <p>③廃業抑制のため、定期的な巡回訪問による販路拡大、事業継承など継続的支援を実施</p> <p>④経営発達計画に基づく新規事業展開に向け各種補助金申請、経営革新計画策定の支援を実施</p> <p>⑤ 地域内資金循環型地域経済システムを構築し、地域経済活性化を図る</p> <p>⑥ハイレベルな伴走型支援を行うために各行政等と連携体制を整え、職員の資質向上を図る。</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 「RESAS」等を活用した地域経済動向分析や、管内小規模事業者に景気動向調査を行い、結果を事業者に幅広くフィードバックする。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 事業計画を策定した小規模事業者の提供する商品・サービスに関する評価調査・分析を実施し、事業者へフィードバックすることで、更なる改良を促進する</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 経営分析セミナーを開催し、意欲的な事業者を分析、事業計画策定に活用する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 既存事業者向け、創業者向け、事業承継者向けとカテゴライズして事業計画策定セミナーを開催し、事業計画策定に向けた支援を行う。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した事業者に対し、計画が遂行できるよう計画的なフォローアップを実施</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 事業計画を策定した事業者の中で、外に販路を求める事業者について各種展示会、商談会への出展を支援する。</p>
連絡先	<p>度会町商工会 〒516-2103 三重県度会郡度会町棚橋 1436-4 電話：0596-62-1313／FAX：0596-62-1787 e-mailwatashou@amigo2.ne.jp URL http://watarai.or.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) 度会町の現状及び課題

1 現状

度会町は、三重県の伊勢平野東南部に位置し、町の総面積は約 135 km²で、その内、山林が 85% を占める自然豊かな中山間地であり、年間を通じ比較的暖かく過ごしやすい気候である。度会町は「古事記」や「日本書紀」に地名が記される歴史深い土地として、倭姫命が天照大御神の御鎮座される場所を探す道中に定めたといわれる久具都比売神社が祭られ伊勢神宮にも深い関わりをもつ土地である。本町の交通事情について、県道 38 号線（伊勢市と大紀町）が横断し、また町の東側を主要幹線道路（高速道路玉城 IC と南伊勢町を結ぶ路線）が走っている。隣接の伊勢市までは自動車ですら約 30 分圏内であるものの、公共交通機関は路線バスのみとなっており、鉄道・国道・高速道路はなく、自動車は交通手段として必須となっている。



本町の人口推移は、以下のとおり。

年度	昭和 60 年	平成 12 年	平成 22 年	平成 28 年	令和 2 年
人口 (人)	8,996	9,075	8,692	8,546	7,996

(資料出所：国勢調査及び度会町統計)

人口は平成 12 年をピークに減少の一途を辿っており、20 年で 1,000 人超の減少による過疎化が進んでいるほか、住民の高齢化も顕著である。

《度会町の産業》

度会町の現在の基幹産業は茶産業であり、「伊勢茶」の産地である。地域では「わたらい茶」と呼ばれ親しまれており、清流宮川の恩恵を受け、香り高いお茶を生産している。「かぶせ茶」の栽培方法や「深蒸し茶」の製法をとる茶葉の品質は高く、過去にお茶の全国品評会で日本 1 位に輝くなどの実績がある。県内では 5 番目となるお茶の産地であるが、近年は茶葉の消費量が減少し、生産者の高齢化や後継者難のため、茶園の減少が著しく、最盛期は 60 社以上あった事業者

数は、現在 10 社余りと基幹産業を担う事業者の減少に歯止めが利かなくなっている状況である。度会町は雇用確保のため、積極的な企業誘致に乗り出しており、直近では風力発電や太陽光発電などの再生可能エネルギー事業を行う事業者 2 社を誘致することができた。また現在はその他 3 社を誘致するためフォローしているが、景気の状態、インフラに係る輸送関係の不便さ、管内における金融機関の少なさによる銀行取引の不便さなどが要因となっており、企業進出の決定までに至らない状況が続いている。

≪業種別の景況感≫

(製造業)

製造業において、過去には企業誘致として 200 人を超える工場や電子関係下請け工場が点在し地元雇用に貢献してきたが、近年製造工場は茶製造を除くと、モノづくり関係の製造工場 1 社となってしまった。基幹産業の製茶工場も過去 60 社を超える時期があったが、現在はペットボトル等の茶飲料にシェアが移ったことにより茶葉の消費量が減少し、事業者数は 10 社程度と 1/6 程度にまで減少した。当町の商工業者に占める製造業者の割合は 17.3%であり、製造業者に占める小規模事業者は 89.8%となっている。

(建設業)

建設業では土木工事者や建設業者が多く事業を行っていたが、土木事業者は公共工事の減少の影響により、事業者数は減少傾向となっている。建築業者においては、総合建築業者が建築業協会を組織化し建築業者の維持にあたっている。当町の商工業者に占める建設業者の割合は 32.6%であり、建設業者に占める小規模事業者数の割合も 96.4%と、多くの小規模の建設業者が点在し、管内において最も割合を占める業種である。

(卸・小売業)

卸・小売業では、過去に町内 34 の地区において日用雑貨食料品・日用雑貨販売事業者が点在していたが、後継者不足や大型小売店の進出の影響を受け、多くの事業者が廃業に追い込まれた。当商工会の商業部会にて夏の販売促進活動を行うなどで消費流出を食い止めている状況である。当町の商工業者に占める卸・小売業者の割合は 17.9%であり、卸・小売業者に占める小規模事業者の割合は 85.2%となっている。

(飲食業)

飲食業については、町内の主要幹線道路沿いには飲食店舗がランチ等の競争により営業をしているが、それ以外の地域は数件しかなく、夕方頃には閉店する喫茶店を営む傾向が強い。なお、商工業者数等の割合についてはサービス業他に含んでいる。

(サービス業他)

当町では自動車钣金塗装業者が多く、事業主は 30~40 歳代と若手の経営者が多い。塗料の臭いや钣金修理時の騒音等の影響が少ないため、当町で開業する理由となっている。

理美容関係については、事業承継は順調に進んでいる状況であるが、顧客の高齢化や、加入する

組合による情報発信の制限などが原因で、新規顧客の獲得が困難となっている側面がある。町内の商工業者に占めるサービス業事業者の割合は 22.4%であり、サービス業他に占める小規模事業者の割合は 97.4%であり、当町は車が必須である地域柄、特に自動車に係る事業者が多い事が特徴的である。

総合的にみて、商業関係の事業者については、町内中心地より遠方ほど事業者の廃業が多く、将来買い物難民まで発生してしまう可能性がある。また工業関係の事業者について、管内に占める事業者の割合は最も多いが、慢性的な人手不足の他、公共工事の減少による売上高の減少が顕著である。商工会として今後高齢者が事業し後継者がいない事業所に対して事業継続できるよう伴走型支援を行い、1年でも長く営業してもらおうような支援を実施する必要がある。また社会情勢を鑑み、ビジネスモデル再構築などの新たな取組みを行おうとする小規模事業者への細やかな指導を行うなど、伴走支援を実施しなければならない。

《商工業者の推移》

年度	建設業	製造業	卸小売業	サービス業	その他	合計
平成 13 年度	114	90	102	60	8	374
平成 18 年度	115	77	97	69	7	365
平成 23 年度	124	69	93	72	9	367
平成 28 年度	128	64	92	70	14	368
令和 2 年度	111	59	61	76	33	340

《小規模事業者推移》

年度	建設業	製造業	卸小売業	サービス業	その他	合計
平成 13 年度	111	80	95	56	7	349
平成 18 年度	112	68	89	63	5	337
平成 23 年度	122	61	85	69	7	344
平成 28 年度	122	56	83	66	12	339
令和 2 年度	107	53	52	74	28	314

《産業別人口推移》

	昭和 60 年	平成 2 年	平成 7 年	平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年	平成 27 年
農業	602	452	412	347	355	179	233
林業	84	109	107	42	27	37	34
建設業	623	662	712	679	614	536	461
製造業	1,444	1,539	1,396	1,260	1,154	1,058	957
小売・サ	1,708	1,890	2,105	2,184	2,374	2,435	2,226
合計	4,461	4,652	4,732	4,512	4,524	4,245	3,911

2 課題

度会町は人口減少と高齢化が大きな問題となっている。また町外への消費流出が加速し、町内の商業の活力が失われている。さらに昼夜の人口移動率が県内1位になるなど、昼間は町内の消費者が減少する傾向にあるため、事業者にとって販売機会が減少する状況である。

度会町は豊かな自然環境が資源であるため、安心・安全なまちづくりを目指し、休日の誘客をターゲットとした、観光レジャーや特産品販売等を度会町と当商工会が連携して推進し、地域の活性化を図る必要がある。小規模事業者が全業種を通して減少の一途を辿っており、主な要因は廃業に因るものである。今後、小規模事業者の事業継続力を強化するため、従来の基礎的支援だけではなく、多様化する消費者の需要を分析し、売上拡大や新規販路開拓の支援に活用、短期的な問題解決だけでなく、専門的な支援を活用し、小規模事業者の中長期的な経営計画策定を推進していく必要がある。小規模事業者だけでなく、当商工会も含め地域の持続的発展に係り今後の各業界の需要動向を注視し、適切な指導を実施するため、職員の資質向上を実施することも重要である。

地域振興について、地域活性化のため実施してきたイベントが一過性のものとなっており、小規模事業者のビジネスチャンスに繋がっていない現状がある。また、度会町産のお茶やジビエ等の特産品の情報も効果的な発信できておらず、豊かな自然を活用した誘客などの取り組みも行えていない。今後は度会町と連携し、地域の資源や特産品を活用した町おこしを軸に、多様な業種を巻き込んだ好循環型ビジネスモデルの構築を図り、小規模事業者の利益拡大に繋がる伴走型支援を実施する必要がある。

第一期経営発達支援計画事業（平成29年度～令和3年度）による小規模事業者経営発達支援計画事業は、景気の低迷やコロナ禍等の厳しい環境下で、計画当初の目標値に及ばなかった個別の事業もあったが、小規模事業者による経営発達支援計画事業の持続的な取組みを考えると評価する実績値であった。

PDCAサイクルより、第二期経営発達支援計画事業（令和4年度～令和8年度）では、小規模事業者の現状に柔軟に応じた商工会による小規模事業者が取り組む経営発達支援計画事業への伴走的支援等を充実させることで、以上の課題の解決を図っていくこととする。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

1 10年後を見据えて

小規模事業者の持続化支援により現行の数で推移していくための一般開業のみならず、地域の資源を活用した観光・サービスや、特産品開発等6次産業化やLLC設立等の団体、組織での開業支援を実施する。小規模事業者の商品・サービス及び技術を、当商工会が運営する特産品アンテナショップ「いらっ茶いわたらい」（※1）を拠点に事業展開し、小規模事業者の事業機会の確保をする。そこに参画する小規模事業所を増加させ、個々の売上・利益確保のために必要な指導を経営分析、事業計画の策定支援を通じて掘り下げた伴走型支援を行う。

平成26年6月に施行された「小規模企業振興基本法」及び平成26年4月施行された「三重県中小企業・小規模企業振興条例」により小規模事業者へ直接の支援メニューが準備された。それは、5年後・10年後を見据えた中長期の計画策定により地域の小規模事業者が持続化するように伴走型支援に取り組んでいく必要がある。度会町の総合計画に地域産業振興は商工会を中

心として商工業者の経営の安定化確保の取り組みが求められている。

当商工会としても小規模事業者数の維持及び増加に対する取組みを実施しなくてはならない。そのため、創業者数の確保及び廃業者の抑止は必須の取組みである。創業者へは、6次産業を含め地域資源や特産品を活用した商品・サービスの開発支援及び創業後の伴走型支援を実施する。次に基幹産業の製茶業は、廃業が多く現状の業界の景気動向から新たな創業者は見込めず、既存事業所に対する事業承継等経営の持続化支援を実施する他、DXを活用した情報力強化を推進、新たな営業手法等の提案を通し、売上拡大・新規販路開拓の支援を実施する。

さらに管内の大部分を占める製造・建設・サービス事業を営む小規模事業者には、経営状況の分析、事業計画策定支援などの支援を実施する他、新規事業・事業再構築などを検討する小規模事業者に対しては、よろず相談、ミラサポ、町行政、金融機関、各種専門家と連携した伴走型支援を実施する。その他、「いらっ茶いわたらい」の店舗において、小規模事業者が保有する商品・サービス、技術や特産品を取り扱い、ふるさと納税を含めた特産品等の情報発信や町外からの誘客を図り、度会町が目標とする地域活性化への役割を果たしていく。

(※1) 「いらっ茶いわたらい」は、当商工会が運営しており、主に度会町の特産品等を扱うアンテナショップである。地域情報の発信の場としての役割を担っており、小規模事業者等の商品を取り扱うことで地域の魅力を発信している。

特産品としてお茶の商品を中心に、ジビエを使用した惣菜、木材やステンレスを加工した商品など、資源や技術を活用した商品が並んでいる。

当該店舗は度会町が管理する「バザールわたらい」の施設の一部を借りて営業している。



【外観】 店舗が入る施設「バザールわたらい」



【内観】 「いらっ茶いわたらい」売り場

《度会町総合計画の引用》（農業・商工業・観光）

第7次度会町総合計画（前期） 計画期間 令和3年度～令和7年度（5年間）

【基本目標】 地域産業の持続可能性の確保

持続可能な農林業生産の基盤づくりを進めつつ、特産物の開発や地産地消の推進などによって地域の活力を高めるとともに、雇用確保なども進め、町内産業の振興に加え、広域的な企業活動や商業活動の活性化を図ります。

【方向性と主な取り組み】

町内の農林業者、商工業者などと連携して、特産品のブランド化などによる生産価値の向上に取り組み、地場産業の活性化を推進します。

- 三重県産業支援センターなどと連携し、町内企業による地域資源を活かした商品開発などを支援します。
- 商工会への支援を通じて、町内商工業の経営の安定化を図ります。また、企業のデジタル化などの設備投資や事業拡大に向けた支援にも取り組みます。
- 商工会と連携し、地域振興を目的としたイベントなどの開催支援や町内での消費喚起を目的とした制度の検討について取り組みます。
- 町内企業の持続可能性を確保するため、事業承継に関する支援を検討します。

【まちづくりの指標】

指 標	単位	現状値	R3	R4	R5	R6	R7
特産品の商品化数	件	3	3	4	5	5	6
町内特産品を商品化した件数 (積み上げ)							

2 度会町総合計画との連動性・整合性

度会町総合計画の記載に対応した当商工会の活動

- 中小企業の支援に関する記載

地域経済を支える中小企業が安全的・持続的に経営活動を行えるよう、関係機関と連携し、経営相談や各種制度の申請支援に取り組む。

また、企業のデジタル化の推進に関し、SNS 等を活用した情報発信力の強化支援や販路開拓支援を実施し、地域小規模事業者の経営力強化に取り組む。

- 地域振興における消費喚起を目的としたイベントに関する記載

町内で開催される消費喚起を目的としたイベントについて、参加する小規模事業者の継続的な利益確保に繋がるよう、新規販路開拓、新商品開発を中心とした支援に取り組む。

- 事業承継に関する支援の記載

日常の巡回訪問によるヒアリングで事業承継対象となる小規模事業者の掘り起こしを行い、対象事業者へは三重県産業支援センター等の関係機関と連携し専門的な支援を行う。

また事業承継セミナー開催することで、円滑な事業承継実施の支援を行う。

以上のように度会町総合計画の記載と連動・整合した事業を実施する。

3 商工会の役割

当商工会は、会員数 244 件、役員数 25 名、職員 8 名で構成されている。

(令和 3 年 4 月 1 日現在)

《会員数推移》

(単位：者)

年 度	建設業	製造業	卸小売業	サービス業	その他	合計	組織率 (%)
平成 13 年度	86	65	75	39	6	271	72.4
平成 18 年度	90	57	75	44	4	270	73.9
平成 23 年度	95	49	69	53	5	271	73.8
平成 28 年度	90	44	67	49	10	260	70.5
令和 2 年度	76	41	43	45	22	244	71.7

当商工会は、小規模事業者に対し巡回指導及び窓口指導により基礎的支援である経営改善普及事業として金融・税務・労働を中心に指導を実施してきた。これは、小規模事業所の短期的な資金繰りの解決、確定申告問題がほとんどであり、中長期に及ぶような経営支援は多くない。その他、地域の活性化のため地域振興イベントを年に2回、度会町と共に開催するものも含めて実施し、消費喚起を図り、地域小規模事業者の利益拡大に繋がるよう努めてきた。

今後、小規模事業者の事業継続力を強化するため、従来の基礎的支援だけでは無く、消費者の多様化する需要を分析し、売上拡大や新規販路開拓の支援に活用、短期的な問題解決だけでなく、専門的な支援を活用し、小規模事業者の中長期的な経営計画策定を推進していく必要がある。また、昨今は ICT 技術を活用した経営が推奨されており、特に HP や SNS を活用した情報発信は今や事業を遂行する上で必須となっている。しかしながら、このような技術の活用は多くの高齢者の方が苦手とする分野であり、高齢化の進む当町において情報発信力が非常に低い点は重要な課題であるといえる。小規模事業者だけでなく、当商工会も含め地域の持続的発展に係り今後の各業界の需要動向等を注視し、適切な指導を実施するため、職員の資質向上を実施することが重要である。

地域振興事業について、地域活性化を目的としたイベントが一過性のものとなっており、小規模事業所のビジネスチャンスに繋がっていない。また、度会町産のお茶やジビエ等の特産品の情報も効果的に発信できておらず、豊かな自然を活用した誘客などの取り組みも行えていない。今後は度会町と連携し、地域の資源や特産品を活用した町おこしを主軸に、多様な業種を巻き込んだ好循環型ビジネスモデルの構築を図り、小規模事業者の利益拡大に繋がる伴走型支援を実施する必要がある。

(3) 経営発達支援事業の目標

地域の小規模事業者に対する伴走型の経営支援を実施し、小規模事業者の持続的発展を促進するとともに、地域経済の中長期的な振興を目指して次の目標を定める。

- 1 基幹産業関連小規模事業者に対する事業計画策定支援、販路拡大支援を実施し、度会町との連携により、地域基幹産業として役割を担う小規模事業者の経営力強化を図る。

- 2 従来の基礎的支援を中心とした経営改善普及事業から専門的支援に繋げていき小規模事業者の持続的発展のため経営分析や事業計画策定、生産性向上、情報発信力強化を支援し、伴走型支援を実施する。
- 3 小規模事業者の廃業抑止のため、定期的な巡回訪問により新鮮な情報の提供やマーケティング調査により、魅力的な店舗づくり、集客力のアップ、SNS等を活用した情報発信力強化、販路拡大、事業承継など継続的な支援を実施する。
- 4 小規模事業者の新規事業の展開や事業再構築に向け、各種補助金の申請、経営革新計画策定、専門的分野に係る専門家派遣の活用による課題解決を支援する。
- 5 質の高い伴走型支援を行うため、度会町・各関係団体、金融機関、専門家と連携体制を整え、セミナーや研修会等へ積極的に参加し、職員の資質向上を図り、小規模事業者の効果的な支援に繋げる。
- 6 地域のイベント事業を小規模事業者の販路開拓等に結び付け、町内での好循環型のビジネスモデルの構築を図り、小規模事業者の利益拡大及び地域経済の活性化に繋げていく。

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4年4月1日～9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

- 1 小規模事業者に対する経営分析、事業計画策定支援を実施し今後の方針等を具体的に提案する。各種展示会や商談会への参加、SNSやHPを活用した販路開拓支援等の需要開拓を図る。
- 2 金融支援、記帳指導、税務指導により入手した小規模事業者の数値データは、詳細な経営分析を行うための情報として活用し、事業計画書作成に反映させ、より効果的な指導を実施する。
- 3 小規模事業者の経営分析や持続化補助金をはじめとした各種補助金を活用する支援をすることで、小規模事業者に寄り添った伴走型支援を行う。事業者の高齢化、後継者不在による廃業を検討している事業者が増加傾向にあるが、その中でも地域コミュニティに対し大きな役割を担っている小規模事業者もあり、特に町内中心地より遠方に位置する飲食店、小売業店舗について、地域コミュニティ関係の情報提供を行い、廃業の食い止めを図る。
- 4 小規模事業者の直面している諸問題を解決し持続化を図るため、経営分析、経営計画の策定支援を実施する。また、新規事業への進出に向けての現状の把握、経営分析等を行い経営革新、第二創業及び事業承継の支援を実施する。
- 5 小規模事業者支援を行うにあたり職員間で毎朝朝礼、週一回のミーティングにおいて情報共有を行い、職員一丸となって支援を実施する。また、国、県及び商工会連合会が企画する研修会には必ず参加し、内部の勉強会には専門家を招聘しスキルアップに努める。
- 6 従来のイベントは、地域活性化を目的に開催しているが、事業効果はほぼ一過性になっていることから、今後は小規模事業所へ持続的に利益効果がもたらされるような事業内容へと見直しを図り実施する。また、度会町や各関係機関との連携により基幹産業への関連性を持たせるとともに、小規模事業者の商品・サービス等のPRや販路拡大・促進に向け事業機会を設けていく。

1. 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]

当商工会は、調査事業として三重県商工会連合会より委託を受け、中小企業景況調査を実施し、地区内15事業所による業種別調査を実施している。

[課題]

全国商工会連合会及び三重県商工会連合会の調査報告書を巡回時等に調査対象小規模事業者へ提供するのみにとどまり、具体的な分析や経営計画への反映が可能となるデータの有効活用がされていないことが課題である。

経営発達支援計画の遂行に向け、既存の景況調査に加え管内小規模事業者に掘り下げた動向調査の実施が必要となる。調査対象となる小規模事業者が少ないため全職員が実施している毎月の巡回訪問と併せて定期的に経営上の諸問題等の調査を行い、調査結果を分析し各事業所の経営改善計画策定に繋げていくことが必要である。

(2) 目標

	公表方法	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
1 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
2 景気動向分析の公表回数	HP 掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

1 事業所実態調査（国が提供するビッグデータの活用）

- ア. 地区の商工業者の事業の実態把握を行い地区内の事業所動向を分析、また商工業者台帳を最新データとするため整備を図り、小規模事業者の基礎的情報の調査を行う。
新規事業者には、事業者への各支援制度を説明し、基礎的支援を実施する。
- イ. 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実施し、年1回公表する。

【調査手法等】

ア.

【調査手法】 巡回訪問時、窓口支援時のヒアリング

【調査対象】 管内小規模事業者

【調査項目】 事業所名、業種、代表者氏名・生年月日、創業年月日、従業員数・年齢構成、主な取り扱い商品・サービス内容

イ.

【調査手法】 「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の実施

「地域経済循環マップ・生産分析」 → 何で稼いでいる等を分析

「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。

【調査対象】 管内小規模事業者

2 中小企業景況調査の実施

中小企業景況調査の対象小規模事業者数を維持し、事業者の実態調査を四半期に1度年4回実施する。

得られた結果情報については調査対象事業所にフィードバックし、各事業所で有効活用を促進する。経営支援等関わりの深い小規模事業者15者を対象とし実施する。

【調査手法等】

【調査手法】 経営絵指導員等の巡回訪問による調査票で四半期ごとに景気動向調査を実施

【調査対象】 管内の建設業、製造業、小売業、サービス業の4産業より15者

【調査項目】 四半期の売上、売上見込、客単価・客数、資金繰り状況、仕入単価、採算状況、借入金状況、設備投資状況、直面している経営課題

(4) 調査結果の活用

- 1 調査で得たデータは商工会基幹システム（※1）及びBIZ ミルシステム（※2）の商工業者

台帳等に登録し小規模事業所の把握を行うとともに、小規模事業所の持つ商品・サービス、技術など最新情報を把握し、今後の販路拡大等支援に活用する。また、事業所名、業種について商工会 HP の事業所一覧に掲載する。さらに事業所側の任意で、連絡先、代表者、事業内容等項目リストの選択で HP への掲載を実施する。

(※1) 商工会基幹システム

全国商工会連合会の運営システムで三重県商工会連合会の指導によりシステムを活用している事業所台帳管理システム。

(※2) BIZ ミルシステム

株式会社エイチ・エーエル社の提供するクラウド型のシステムサービスで、経済・需要動向調査、経営状況の分析、事業計画策定支援など、経営発達支援事業の円滑な実施に向けた『組織内での支援能力向上』および『支援ノウハウを組織内で共有する体制の構築』にも寄与する経営支援システム。三重県商工会連合会の指導により 2 年前より導入・運用を始める。

- 2 景況調査で得たデータは集計を行い、官公庁や金融機関等の公開資料と比較分析後、巡回訪問等を通じて調査対象の小規模事業者へフィードバックする。また当商工会 HP へ掲載し、常に確認できるようにする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

管内の需要動向に関して、過去三重県からの受託事業で買い物傾向調査を行った実績はあるが、それ以降ミクロな調査は実施していない。これまで小規模事業者へ自社製品について、展示会及び商談会にてアンケート調査を実施し、消費者目線での評価を小規模事業者へ提供し商品改善を支援してきた。

[課題]

小規模事業者は経営者自らが現場に携わるため、情報収集に費やす時間に限界があり、需要動向などの情報収集を十分に行えないことが多い。そのため、顧客ニーズに沿わない商品・サービスを提供し続けてしまう傾向があり、ビジネスチャンスを逃すケースが多いと考察できる。前述で小規模事業者が独自で調査を実施していると挙げたが、その実態はごく一握りの小規模事業者が行っており、職員がその内容を把握できていないこともあるため、販路開拓の支援に繋がらないケースが生じていると考えられる。また、消費動向調査については管内の経済動向調査の一環として実施するものであるが、その分析データは需要動向基礎データとして取り扱う必要がある。

(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
1 新商品開発の調査対象事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
2 試飲試食等、アンケート調査対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

1 新商品開発の調査 (B to C)

資源・特産品を活用した新商品・サービス等を開発するため、管内小規模事業者 2 者にお

いて、その活動を支援する。具体的には、建材事業者が廃材を自社で加工した特産品の開発や、サービス業者が地域資源を活用した新たな特産品の製造を行おうとすること等、地域の特産品を製造・販売しようとして計画している小規模事業者を対象として支援を実施する。地域アンテナショップ「いらっ茶いわたらい」やイベント会場にて開発商品の試飲・試食等を行い、アンケート調査を実施する。その調査結果を分析したうえで該当2者にフィードバックすることで、新商品・サービス開発に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【調査手法】

(情報収集) イベント会場(度会町春まつり、商工会わたらいフェスタ)において試食・試飲等、サンプルの展示販売を通じヒアリング調査を実施。

アンテナショップ店内において来店客に対しサンプルの展示(試食・試飲等も含む)サンプルの展示販売を通じヒアリング調査を実施。

(情報分析) 調査結果は、販路開拓等の専門家の意見を参考にし、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】 来場者 100 人 (2 者×50 人分)

【調査項目】 ①味、②見た目、③食感、④色、⑤量、⑥価格、⑦パッケージ等

※対象商品等が飲食物以外のものである場合はこの限りとしない。

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が出展事業者に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。

2 試飲試食等、アンケート調査(B to B)

大都市圏で開催される展示商談会の会場にて、バイヤーなどの来場者を対象としたアンケートを実施し、展示商談会終了後、結果を整理して出展事業者へフィードバックすることで、商品開発や事業展開に活用する。

【調査手法】

(情報収集) 展示会・商談会、即売会においてバイヤーに対し試飲試食等、サンプルの展示販売を通じヒアリング調査を実施。具体的には、例年2月に開催される「グルメ&ダイニングスタイルショー」(東京都)、例年1月頃に開催される「みえのまるみえ大商談会」等への出展を支援しアンケート調査や試飲・試食等を実施する。

(情報分析) 調査結果は、販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が主体となって分析を行う。

【サンプル数】 来場者 300 人 (3 者×100 人分)

【調査項目】 ①味、②見た目、③食感、④色、⑤量、⑥価格、⑦パッケージ等、⑧取引条件

※対象商品等が飲食物以外のものである場合はこの限りとしない。

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が当該事業者に対して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。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

小規模事業者の経営状況の分析は、基礎的支援に伴う金融、税務を中心に簡易的な財務分析を行う程度である。補助事業を目指す一部の事業所に対しての経営分析による経営計画作成に留まっており、具体的な経営改善に繋がっていない。

[課題]

日頃から巡回支援、窓口支援時に金融・税務支援を通じ、経営分析を限られた事業所に対して実

施してきた。今後、各事業所が、その場しのぎの対策ではなく、経営分析結果から事業者が判断できる個社の経営状況の把握、今後の方針等に役立てるデータとして活用されることが重要であり、理解度を高める取組みが必要である。

また、商工会も各小規模事業者のデータを有効活用し、適切な伴走型支援を行えるようになることが必要となる。

(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
1 セミナー開催件数	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
2 経営分析事業者数	10 者	15 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（経営分析セミナーの開催）

セミナーの開催を通じて、経営分析によって自社の経営課題等を抽出・把握し、事業計画の策定等の活用について理解が深まるとともに、対象事業者の掘り起こしを実施。

〔募集方法〕 商工会 HP 掲載、毎月発刊の広報誌への同封、巡回時等での周知

②経営分析の内容

〔対象者〕 巡回・訪問で支援を行う小規模事業者やセミナー参加者の中から、販路開拓、売上拡大を図ろうと積極的に取り組もうとする事業者 15 者を選定

〔分析項目〕 定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT 分析」の双方を実施

《財務分析》 売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等

《SWOT 分析》 自社の強み、弱み、機会、脅威等

〔分析手法〕 経済産業省「ローカルベンチマーク」、中小機構「経営計画つくるくん」及び「BIZ ミルシステム」を活用し、経営指導員等が分析を行う。

(4) 分析結果の活用

分析結果は、対象事業者へフィードバックし、事業計画の策定時に活用する。

分析結果は、データベース化し内部にて情報共有することで、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〕

当商工会が小規模事業者への行う経営支援は、金融支援、税務指導等の特に資金繰りに係る課題への対応が多く、事業計画の策定、経営革新計画、創業計画など、事業遂行に係る専門的支援の実績は少ないのが現状である。小規模事業者持続化補助金などの計画書作成支援においても、多様化する市場や顧客ニーズについてポイントを掴めきれておらず、より具体的な支援に繋がっていない現状がある。

〔課題〕

前述の「経営状況の分析」の調査・分析を有効活用し、小規模事業者が持続的発展のため、事業

計画策定の重要性の訴求及び各政策の活用を図ることが課題である。

また、ITやSNS等の活用を盛り込んだ事業計画策定を支援することで、多様化する市場・顧客ニーズに多くの小規模事業者が対応できるようになることも重要となる。

(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有効性、重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せるわけではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫することなどにより、5. で経営分析を行った事業者の8割程度/年の事業計画策定を目指す。

併せて、各種補助金や経営力向上計画等の申請を契機に経営計画策定を目指す小規模事業者の中から、意欲的な事業者を選定し、事業計画策定に結び付ける。

さらに、事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを開催し、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 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
DX推進セミナー	—	3回	3回	3回	3回	3回
事業計画策定セミナー (既存事業者向け)	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定セミナー (創業者向け)	3回	3回	3回	3回	3回	3回
事業計画策定セミナー (事業承継者向け)	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定者数	3者	12者	16者	16者	16者	16者

(4) 事業内容

「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」の開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入や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] 小規模事業者

[募集方法] 商工会HP、毎月発刊の広報誌への同封、巡回時等での周知等

[講師] 各分野の専門家

[回数] 3回/年

[カリキュラム] DX総論、DX関連技術(クラウドサービス、AI等)や具体的な活用事例
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

[参加者数] 15人(5人×3回)

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

経営分析を行った小規模事業者を対象とした「事業計画策定セミナー」の開催

〔募集方法〕 商工会 HP、毎月発刊の広報誌への同封、巡回時等での周知等

〔回数〕 計 5 回（既存事業者向け 1 回、創業者向け 3 回、事業承継者向け 1 回）

〔カリキュラム〕 事業計画の重要性、有効性、財務分析、SWOT 分析

〔参加者数〕 計 50 人（10 人×5 回）

【支援対象】 経営分析を行った小規模事業者

【支援手法】 事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部の専門家も交えて確実に事業計画の策定に繋げていく。

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〕

小規模事業者の補助金事業の申請支援から実績報告支援まで、伴走型支援として捉えている。商工会会員のメリットととして感じている小規模事業者が増加している。

〔課題〕

伴走型といえ、定期的な巡回訪問であり、補助金事業による効果の継続化まで具体的な支援を実施することが困難である。今後、補助金利用者が増加するため各事業所に対し極め細やかな支援が求められる。これは、事業計画と実績に差異が生じるため、四半期に 1 度の巡回訪問を実施し、軌道修正のかじ取りが必要となる。

（2）支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての小規模事業者を対象とするが、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小規模事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障のない小規模事業者を見極めたうえで、フォローアップ頻度を設定する。

（3）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
フォローアップ対象事業者数	3 者	12 者	16 者	16 者	16 者	16 者
頻度（延べ回数）	—	112 回	120 回	120 回	120 回	120 回
売上増加 事業者数	—	5 者	5 者	7 者	7 者	10 者
利益率 5%以上増加の 事業者数	—	2 者	2 者	3 者	3 者	5 者

頻度の積算根拠 令和 4 年度 …8 者×12 回（96 回）+4 者×4 回（16 回）=112 回

令和 4 年度以降 …7 者×12 回（84 回）+9 者×4 回（36 回）=120 回

（4）事業内容

事業計画策定を実施した小規模事業者 16 者のうち、7 者は毎月 1 回、9 者は年四半期に 1 回現状の確認を実施する。但し、事業者の状況や申し出に応じて臨機応変に対応する。

また、計画遂行の進捗が思わしくなく、計画の修正が必要であると判断した場合には、巡回数を増加し計画の遂行を支援する。その他、三重県産業支援センターや、三重県商工会連合会

等の専門家派遣事業を活用し、第三者によるサポートを得ながら、課題の抽出及びその解決に向けた対策を講じるため、フォローアップ頻度の変更を行う。
創業者については、通常の創業セミナーによる事業計画策定のフォローアップを実施。現状のヒアリングを行い、計画の進捗状況を確認したうえで、計画の軌道修正等が必要であると判断した場合には適宜必要な指導を行うものとする。

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]

販路開拓支援は、過去に全国展開支援事業等の補助金を活用した商品開発を行ってきた。県内の展示会やイベントにおいて出展販売の支援を実施した。また管内にある本会のアンテナショップにおいてPR販売（町ふるさと納税業務を含む）を行い、一定の成果を計上してきた。

DXやITやSNSの活用について、すでに高齢となる小規模事業者が多く、活用に対して苦手意識が強い傾向があるため、導入する小規模事業者が少なく、限られた地域を商圈とする小規模事業者が多い。

[課題]

これまでのサービスの提供方法だけでは消費者ニーズにマッチしない傾向があり、事業所自身の販促活動の見直しが必要となる。主流となりつつあるネット販売の活用は、小規模事業者のDXの積極的な導入が必要である。しかし、この分野は苦手意識をもつ小規模事業者が多く、有効な情報発信ができていないケースが多いため、今後は展示会出展などによる販路開拓支援を継続しつつ、DX推進による販路開拓支援が重要となる。

DXに向けた取組として、今後、新たな販路開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組を支援していく必要がある。

(2) 支援に関する考え方

当商工会が独自で展示会や商談会を開催するのは困難であるため、県内及び首都圏で開催される既存の展示会・商談会及び即売会への出展を目指す。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中は、陳列、接客等、きめ細やかな伴走支援を行う。

DX推進の取組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用など、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナーや相談対応を実施し、理解度を高めたいとあって、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の段階的な支援を行う。

(3) 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
①展示会出展事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
売上額/者	3万円	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
②商談会参加事業者数	4者	4者	4者	4者	4者	4者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
③SNS活用事業者	1者	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
④ECサイト利用事業者	5者	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
⑤ネットショップの開設者数	6者	7者	7者	7者	7者	7者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①展示会出展事業 (B to C)

当商工会が首都圏で開催される「グルメ&ダイニングスタイルスタイルショー」等において2ブースを借り上げ、事業計画を策定した小規模事業者を優先的に出展し、新たな需要の開拓を支援する。

【参考】「グルメ&ダイニングスタイルショー」は、春と秋の年2回、3日間にわたり、県内外から、のべ約11,000名が来場する大規模展示会とで、200社の出展がある。

②商談会参加事業 (B to B)

三重県商工会連合会主催「みえのまるみえ大商談会」に、毎年、管内の小規模事業者で、事業計画策定事業者の中から新規販路開拓に対し意欲的な事業者を優先的に参加させる。

参加にあたっては、事前に商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう研修を行うとともに、事後には、名刺交換した商談相手へのフォロー支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

③SNS活用

現状、町内では顧客減少傾向にあり、商圈拡大による新規顧客獲得を図るため、特にネット販売やふるさと納税などのインターネットを活用した新規販路開拓の支援が重要となる。比較的取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果の向上や、商品の新たな販売手法を導入させるため、ITセミナーの開催や個別に専門家派遣による指導を実施し支援を行う。

④ECサイト利用 (B to C)

地域アンテナショップ「いらっ茶いわたらい」が運営するショッピングサイト等の提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を実施する。

⑤ 自社HPによるネットショップ開設 (B to C)

ネットショップの立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR方法等WEB専門会社やITベンダーの専門家等と連携し、セミナー開催や立ち上げ後の専門家派遣を行い継続した支援を行う。自社HPを保有していない事業者については三重県商工会連合会が連携し提供するホームページ作成サービス「グーペ」を活用し、ホームページの作成を促進する。

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]

当商工会の状況として事業計画を立案し、理事会、総会において承認を受け、実施後に事業報告を行う仕組みが確立されている。

[課題]

事業評価について PDCA サイクルシステムによる十分な検証は行われておらず、事業結果が事業の見直しに反映されにくいことが課題となっている。

(2) 事業内容

ア. 当商工会の理事会と併設して、度会町産業振興課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業アドバイザーをメンバーとする「協議会」を年に1度開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。

イ. 当該協議会の評価結果は、役員にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、HP及び広報誌へ掲載(年1回)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。

《想定される事業評価委員会のメンバー》

役職名	氏名	所属
学識経験者	吉村 裕之	三重県商工会連合会エキスパート 中小企業アドバイザー
行政担当職員	作野 和幸	度会町産業振興課長
度会町商工会役員	世古 武弘	度会町商工会長
法定経営指導員	山田 浩司	三重県商工会連合会 経営支援課長
度会町商工会職員	富内 伊佐雄	度会町商工会事務局長

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]

当商工会は、職員数が8名（事務局長（経営指導員兼務）1名、経営指導員2名、経営支援員2名、記帳指導員1名、継続雇用職員2名）の小規模商工会であり、現状、週1回の職員間における業務会議を実施し、スキルやノウハウについての情報共有を図っているほか、職員の資質向上研修会に積極的に参加し、各職員の資質向上を図っている。

[課題]

小規模商工会ゆえに、過去から比べると対応しきれない支援内容や業務量になってきており、小規模事業者に対する効果的な支援に繋がっているかが検証できていないため、検証できる体制を整える必要があるほか、今後は経営指導員等の支援能力向上が必要不可欠となるため、資質向上を図る計画の立案が課題となる。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員等の支援能力の一層の向上のため、各職員の知識や情報等で不足しているものを把握したうえで、それを補うため、三重県、三重県商工会連合会、経済産業局、中小機構等が開催するセミナー等に計画的に参加させ、資質向上を図る。

【DX推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進取組に係る相談・指導能力向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

《DXに向けたIT・デジタル化の取組》

ア.小規模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.小規模事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

HP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

②OJT制度の導入

支援経験の豊富な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向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

定期的なミーティング（週1回、年間50回程度）を開催し、事業進捗状況の報告、意見交換等を行うことで、職員の支援能力向上を図る。その中で、経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が順に講師を務め、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、小規模事業者の支援に必要なノウハウについて職員間で意見交換し、資質向上を図る。

④データベース化

担当経営指導員等が基幹システムや経営支援システム「BIZミル」上にて、データを適時・適切に入力し、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員で相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応が可能となるような体制を整える。また、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

[現状]

度会町との連携について、当商工会の窓口である産業振興課、税務住民課（確定申告業務）、建設水道課（町指定ゴミ袋業務）、みらい安心課（まちづくり等）、教育委員会（地元県立高校活性化と就職支援）があり、各事業の打ち合わせを実施している。事業として、度会町が提案する地域活性化イベント（春まつり、地域特産品販売イベント）、当商工会の実施する地域振興事業がある。

金融機関（日本政策金融公庫）金融制度、活用実績等についての協議会が実施されているほか、行政機関各制度や三重県商工会連合会の専門家派遣制度を活用し小規模事業者支援を図っている。

[課題]

度会町については、各窓口への対応があり、各事業内容についてさらに小規模事業者への効果を高めた内容への見直しが必要である。

各金融機関とは小規模事業所が抱える資金繰りの問題解決の際に関わる機会が多いが、近年は金融機関主催の産業フェアに参加した実績もあり、新たな需要開拓のためには連携が必要不可欠である。

専門家派遣制度について小規模事業者の利用が少ないため、広く知らしめるような方法等の改善を実施する。利用について、専門家の派遣が単発で終わることが多いため、課題解決手段が明確になるまで、専門家の指導を継続して活用する必要がある。

(2) 事業内容

以下の支援機関との連携を密にして小規模事業者支援に取り組む

① 度会町と連携

度会町との連携は、地方創生について打合せ会議を年2回開催する。「度会町まち・ひと・しごと創生総合戦略」の内容の実現に向け、小規模事業者にとっても十分効果のあるまちづくりの内容を目指していく。

② 日本政策金融公庫及び東海財務局津財務局事務所との連携（各年1回）

日本政策金融公庫伊勢支店及び管内の商工会商工会議所で構成する小規模事業者経営改善資金

貸付推薦団体連絡協議会で管内の経済動向等の情報交換や制度融資の活用等について協議を行い、経営指導のもと小規模事業者の資金改善を図る。また、日本政策金融公庫の所有する全国各地の事例等の情報を小規模事業者支援に活用する。

東海財務局津財務事務所と年 1 回の情報交換を行い、県内外の景気動向や金融動向について情報を共有し、当商工会が行う景況動向調査等の結果との分析等を行い小規模事業者の支援に活用する。

③ 関係機関との連携

関係機関（三重県よろず支援拠点、三重県産業支援センター、ミラサポ）についての専門家派遣の活用促進を行う。小規模事業者に必要な事業計画の策定を行ない、策定後の業遂行状況を確認し更なる事業継続発展につなげていく。

④ 近隣商工会議所・商工会との連携（年 1 回）

伊勢志摩管内の商工会・商工会議所で構成する伊勢志摩経済サミットにおいて地域の経済活動や小規模事業者の経営持続の課題について情報を共有し伊勢志摩地域が一つになって販路拡大事業や商談事業等を進めていく。

⑤ 三重県商工会連合会との連携

三重県商工会連合会が開催する課題別研修を受講し、小規模事業者支援に活用する。

III. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

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

[現状]

地域活性化事業は以下のとおり

- ・ 謝恩セール事業（※3） & わたらいフェスタ（※4）
- ・ 基幹産業のわたらい茶を中心とした特産品アンテナショップ「いらっ茶いわたらい」
- ・ 各団体が連携して執り行う春まつり（※5）

(※3) 謝恩セールについて

例年 9 月頃に開催される、度会町内全域の商店を対象とした当会商業部会が主催する夏季売り出しイベント。抽選券回収率は約 90% と消費者等イベント参加者からの評価が非常に高い事業である。コロナ禍の影響により従来の方式での抽選会は変更されたが、依然参加者からの評価は高い水準を保っている。



【コロナ禍以前の謝恩セール風景①】



【コロナ禍以前の謝恩セール風景②】

(※4) わたらいフェスタ

例年9月頃に開催される、当商工会青年部が企画するイベントで、例年謝恩セール抽選会と同日同会場にて開催。町内各事業所からも販路拡大や企業PRで出展があり、来場者やイベント参加者からの評価の高い事業となっている。

コロナ禍の影響により3密を回避するため、2年連続で不開催となったが、現在別の方法で実施できないか検討している段階である。



【会場の様子①】 出店もあり賑わいがある



【会場の様子②】 ステージでの催し風景

(※5) 春まつり

例年4月頃に春まつり実行委員会（度会町が事務局となる）が主催で執り行うイベント。出店やステージイベントを催し、町内外から多くの来場者が参加している。ステージイベントでは有名アーティストを呼び、誘客した実績がある。



【会場の様子①】 ステージの催し風景



【会場の様子②】 餅捲き等の催しも実施します

[課題]

各イベントとも販路拡大・消費拡大を目的としているが、事業効果は一過性のものとなっている。また町外へのPRが不足しているため、町外からの入込客数が少ない状況である。そのため効果が一過性のものにならないよう、実施内容の見直しが必要である。

(2) 事業内容

①地域の関係者との連携による地域活性化対策の検討

特産品等販売促進のための誘客策として、賑わいを創出するためのイベントの開催や、地域の

資源、伝統技術、自然を活用した体験型観光を行い、地域経済の活性化を図る。

②謝恩セール事業&わたらいフェスタのリニューアル

町外への買い物流出を食い止めるためにお中元戦線への対応策としてはじめた。
この事業をより充実させ、町外からの誘客を図る。町外客のよく利用する大規模小売店舗への協賛協力を求め、地域一体型のイベントを実施する。

③特産品アンテナショップ「いらっ茶いわたらい」の充実

特産品アンテナショップ「いらっ茶いわたらい」の集客力アップのため、イベントの充実を図り、基幹産業のわたらい茶を中心とした特産品の販売、PRを推進する。

また、度会町地域アンテナショップとして、度会町の情報発信拠点の役割を担う。

④空き家・古民家の活用

町内への誘客を含めた移住戦略を、度会町とともに推進し、主に空き家や古民家を活用した新たなビジネスモデルの構築を検討する。

度会町では「空き家バンク」制度を実施し、移住希望者等へ情報提供を行い、希望者と所有者とのマッチングを行っているが、創業予定者や既存事業者による出店も視野にいれた支援を検討し、空き家・古民家を活用した地域活性化を図る。

⑤地域資源を活用した観光のPR

当商工会と度会町及び関係機関間で町内の地域資源の発掘を行い、観光資源や自然を活用した体験型観光のイベントについて、特別会員の旅行会社との連携により町外からの誘客をはかり、誘客効果により特産品販売による経済効果によって地域活性化を図る。

⑥買物難民への対応

町内の中心地から遠い地域ほど買い物が困難な買物難民が発生することが予想されており、度会町では現在コミュニティバスを活用した支援を実施している。

また小規模事業者による移動販売も数社実施しているが、高齢化が進むにつれ需要の高まりが発生する。移動販売や宅配サービスなど、事業実施可能な小規模事業者に対し提案を行い、やる気ある事業者に丁寧な支援を実施する。上記に記載した振興イベントの他、下記についても関係機関と連携して取組む。

⑦「南伊勢高等学校度会校舎活性化協議会」への参加（年3回）

町内に所在する県立高校について、関係機関及び有識者による活性化のための協議を行う。
将来的には、入学する生徒数の増加や地元へUターンする若者の増加を図る。

⑧「南三重地域就労対策協議会」への参加

南三重地域の6市10町（伊勢市・松阪市・尾鷲市・鳥羽市・熊野市・志摩市・多気町・明和町・大台町・玉城町・度会町・大紀町・南伊勢町・紀北町・御浜町・紀宝町）から構成され、管内の若者世代の地元就職、Uターン就職などの就労対策により、管内への若者定住を促進することを目的として、「地元への愛着心醸成」事業、「就職マッチング支援サイトの構築」事業、「インターンシップの受入れ支援」事業、「地元就職・定着のための情報収集」事業を実施し、地域経済の活性化とともに、若い世代が地元に残り働き、子育てをし、長く暮らしていきたいと思えるような魅力ある地域づくりを目指す。

⑨「高校生と地元企業との交流会」への参加（年1回）

三重県商工会連合会が主催する「高校生と地元企業との交流会」について、南伊勢高校で会校舎の在籍学生と地元企業の交流を図ることで、将来的に地元で就職する人材が増加することに期待がもてるとともに、小規模事業者に対しても雇用の確保の効果が見込め、地域の活性化に寄与することが期待できる。

⑩「ビジネスパーク度会」への参加（年1回）

中学生のキャリア教育の一環として地元企業等が協力する「ビジネスパーク度会」（仕事紹介）に参加し、講義を実施することで、若い世代の地元就職を促進し、地域の活性化を図る。

⑪半島振興法による固定資産税の不均一課税

国土資源に制約のある半島地域において、対象業種に該当する法人又は個人が設備を新設、増設した場合、対象物件の税率を3か年10分の1に軽減し、地域振興および地域住民の生活の向上を図る。

⑫先端設備導入計画の認定による固定資産税の軽減措置

中小企業の労働生産性の向上に向けた取組を促進するため、度会町の先端設備導入計画の認定を受けた中小企業は、3年間、固定資産税の課税標準額を0にする。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制	
(令和7年6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)	
度会町人口 7, 510人 (令和7年3月末時点)	
商工業者数	348事業者
小規模事業者数	313事業者
商工会員	236事業者 (組織率75.4%)
商工会役員数	25名
【事務局体制】	
事務局長・法定経営指導員	1名
経営指導員	2名
経営支援員	2名
記帳指導員	3名
	度会町役場 産業振興課
	三重県商工会連合会 支援課 山田浩司
●商工会内部組織	
① 職員の情報の共有化と互いの資質向上を図るため、常にペアで行動する。これによりOJTが自然に行われ、効率的な資質向上を実施することが可能となる。	
② 特に、経営支援員、記帳指導員は財務三表から簡易的な経営診断できるような資質の向上を図る。このため経営診断ができるようOFFJTにも積極的な参加を促進する。	
③ 職員全体の情報共有化と資質向上を図る目的で、定期的な会議・研究会を開催する。	
④ 継続職員は、組織全体の資質向上及び業務の効率化を図るため、これまで培ってきたノウハウをもって、職員すべてに対し適宜指導・助言をおこなうものとする。	

○分掌表

支援内容	事務局長	経営指導員	経営支援員	記帳指導員	継続職員	外部関係者
経営支援	◎	○	○	○	△	●
財務支援	○	◎	○	○	△	●
市場調査・分析	○	◎	○	○	△	●
商品開発支援	○	◎			△	●
プロダクト支援	○	◎			△	●
販路開拓支援	○	◎	○		△	●
事業承継・創業支援	◎	○	○		△	●

注：◎主務者 ○副務者 △指導・助言 ●外部

(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：山本 雄紀

■ 連絡先：度会町商工会 TEL:0596-62-1313

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

〒516-2103

三重県度会郡度会町棚橋 1436-4

度会町商工会

TEL:0596-62-1313 / FAX:0596-62-1787

E-mail : watashou@amigo2.ne.jp

②関係市町村

〒516-2195

三重県度会郡度会町棚橋 1215-1

度会町 産業振興課

TEL:0596-62-2416 / FAX:0596-62-1138

E-mail : shinko@town.watarai.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)

	年度	年度	年度	年度	年度
必要な資金の額	34,495	35,500	36,000	36,000	37,000
経営改善普及事業	34,495	35,500	36,000	36,000	37,000
・指導職員設置費	29,150	30,000	30,000	30,000	30,000
・指導事業費	5,345	5,500	6,000	6,000	7,000

(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
会費収入、国補助金、県補助金、町補助金、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)

	年度	年度	年度	年度	年度
必要な資金の額	34,495	35,500	36,000	36,000	37,000
経営改善普及事業	34,495	35,500	36,000	36,000	37,000
・指導職員設置費	29,150	30,000	30,000	30,000	30,000
・指導事業費	5,345	5,500	6,000	6,000	7,000

(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
会費収入、国補助金、県補助金、町補助金、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。

