

経営発達支援計画の概要

実施者名	匝瑳市商工会（法人番号 2040005011689） 匝瑳市（地方公共団体コード 122351）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目 標	経営発達支援事業の目標 （1）伴走型支援と経営力再構築支援による小規模事業者の経営力向上 （2）事業承継支援および創業支援による小規模事業者の担い手確保 （3）地域内消費の促進による地域経済の活性化
事業内容	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 RESAS の活用や管内小規模事業者へのアンケートにより、地域経済動向の調査・分析及び情報提供 4 需要動向調査に関すること 販路開拓に取り組む食品販売事業者の商品改良あるいは新商品開発のためのテストマーケティング調査の実施及び分析 5 経営状況の分析に関すること 経営問診票を活用した定量分析及び定性分析、事業計画策定時及び内部共有による職員の資質向上に活用 6 事業計画策定支援に関すること 経営状況の分析により顕在化した課題を解決すべく、事業者との対話と傾聴を通じて、実効性のある事業計画策定支援 7 事業計画策定後の実施支援に関すること 巡回訪問により小規模事業者の自走化度を把握し、自走化度に応じた定期的・計画的なフォローアップ支援 8 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会・物産展出展による需要開拓支援（BtoB 及び BtoC）
連絡先	匝瑳市商工会 〒289-2144 千葉県匝瑳市八日市場イ 2404 番地 1 TEL：0479-72-2528 / FAX：0479-72-2576 E-mail：post@sousa-sci.com 匝瑳市商工観光課 〒289-2198 千葉県匝瑳市八日市場ハ 793 番地 2 TEL：0479-73-0014 / FAX：0479-72-1117 E-mail：s-shoko@city.sosa.lg.jp

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) 立地・地理・気候

匝瑳市は千葉県北東部に位置し、2006年に八日市場市と匝瑳郡野栄町が合併して誕生した。総面積は約101.52km²。気候は海洋性で比較的温暖、年間平均気温はおおよそ15℃前後とされる。

東京から約70km、千葉市から約40km、成田空港から約20km程度にあり、首都圏・空港へのアクセスが一定の利便性を持つ。

市の東西を貫く幹線は国道126号で、成田方向へは国道296号で接続。北部は下総台地に接する丘陵地帯で、谷津田が入り組む複雑な地形を形成し、里山の自然が遺されている。南部は平坦地で水田や農地が広がり南端で九十九里浜に面している。



(イ) 歴史・文化資源

「匝瑳」という地名の由来は、『続日本後紀』に拠れば、5～6世紀頃に物部小事という豪族が下総国の一部を賜り、匝瑳郡を与えられたと伝承されている。物部匝瑳氏を名乗ったという。

市域には複数の歴史的寺院・文化資産が残る。なかでも飯高寺(飯高檀林跡)はかつて日蓮宗の学問所として機能し、「日本最古の大学」としても言われる。総門・鼓楼・鐘楼・講堂は国の重要文化財、境内全体は県指定史跡という形で保護されている。



飯高寺 講堂

(ウ) 交通網・道路整備動向

鉄道インフラとしてはJR総武本線が市内を通り、八日市場駅等を中心に利用されている。

バス路線は、八日市場駅～成田駅、東京方面との高速バス、ならびに市内を巡る循環バスを整備。例えば市役所～東京駅・八重洲口間の高速バス運行も知られる。



JR 八日市場駅

道路整備面で注目すべきは「銚子連絡道路（一般国道 126 号改築・地域高規格道路）」の整備進展である。

銚子連絡道路は、松尾横芝 IC（圏央道連絡）から匝瑳・旭を経て銚子へ至るルートとして計画されており、首都圏・各地との幹線連携、国道 126 号の渋滞緩和、道路ネットワーク強化を目的として整備が進んでいる。

令和 6 年 3 月 31 日、二期区間（横芝光町～匝瑳市間、延長約 5.0km）が供用開始され、三期区間（匝瑳市～旭市間、約 13 km）は現在調査・設計段階で、用地交渉・詳細設計へ移行する計画。

将来全線開通すれば、銚子および沿岸地域から広域地域への交通利便性向上が見込まれ、物流時間や通勤時間の圧縮、地域間交流促進が期待されている。

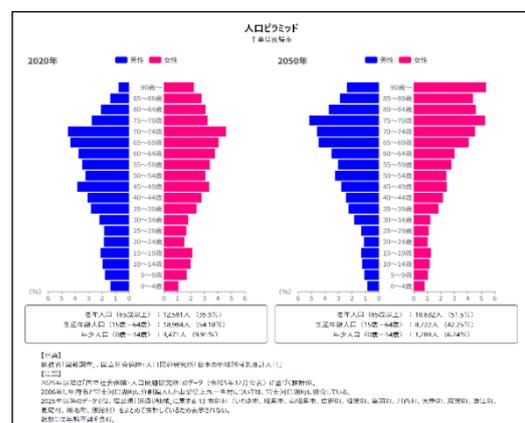
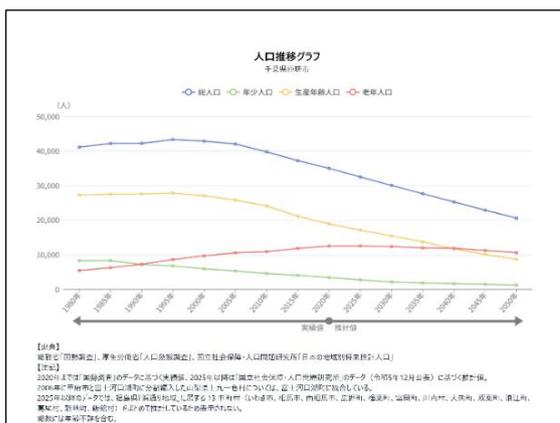
(エ) 人口動態・社会構造

従前は 1995 年を頂点に人口減少傾向が続くという見方があったが、最新データでは 2024 年 3 月 31 日時点で人口はおよそ 33,594 人と報告されている。高齢化率はかなり高く、65 歳以上人口割合は約 36.8% に達する。

出生数・死亡数では、近年、自然減（死亡数 > 出生数）が常態化しており、最新年の統計では、出生数 100 人、死亡数 579 人と報じられており、人口減少圧力が強い。

項目	H31	R2	R3	R4	R5	R6	対 31 比
人口	36,466	35,881	35,349	34,696	34,140	33,594	92.1%
年少人口	3,782	3,646	3,512	3,350	3,206	3,020	79.8%
生産年齢人口	20,334	19,867	19,424	18,940	18,540	18,204	89.5%
高齢者人口	12,350	12,368	12,413	12,406	12,394	12,370	100.1%
高齢化率	33.8%	34.4%	35.1%	35.7%	36.3%	36.8%	-

出典：令和 6 年版統計そうさ

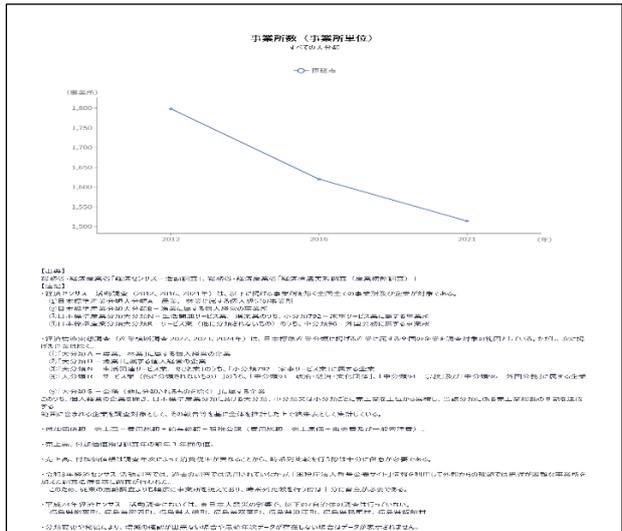
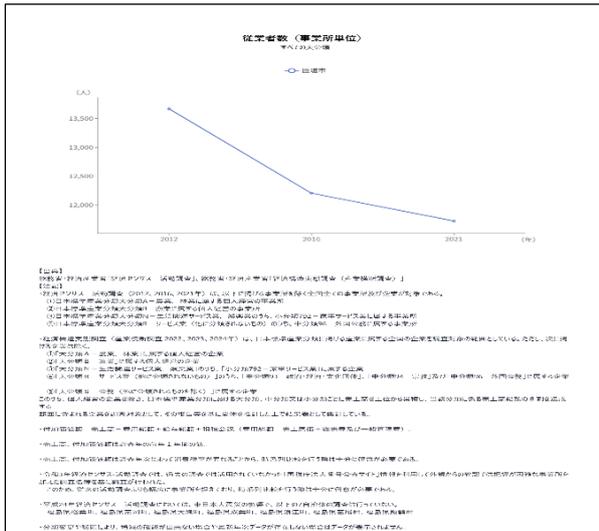


出展：RESAS

(オ) 産業構造・事業者動向

産業の事業所数概況は、令和 3 年経済センサスによると、第一次産が構成比 3.4%、第二次産業は同 25.3%、第三次産業は同 71.3% であり、第三次産業が主産業である。人口減少・高齢化による労働力不足などの影響を受け、全産業で

従業員数・事業所数ともに減少傾向にあり、地域事業者は高齢化や後継者不在での廃業リスクを抱える。



出展：RESAS

(カ) 商工業者・商工会員数の推移

事業者数全体は減少傾向にある。特に卸・小売業では、大型店・チェーン店の進出、ネット通販の普及などが地元小売業に対する競争を厳しくしている。経営者高齢化・後継者不在は廃業を促進、中心市街地商店街（本町通りなど）の空き店舗増加が目立っている。

商工業者数の推移

年度	卸・小売業	サービス業	建設業	製造業	その他	合計
R1	549	372	299	135	361	1,716
R7	381	350	267	128	246	1,372
対 R1 比	69.4%	94.1%	89.3%	94.8%	68.1%	80%

出典：令和 7 年商工会実態調査

商工会員数の推移

年度	卸・小売業	サービス業	建設業	製造業	その他	合計
R1	294	145	286	83	162	970
R7	254	138	253	79	150	874
対 R1 比	86.4%	95.2%	88.5%	95.2%	92.6%	90.1%

出典：令和 7 年商工会実態調査

(ク) 防災・環境・安全

令和 6 年度に実施された土砂災害警戒区域の現地調査（立ち入り調査）では、警戒区域（イエローゾーン）や特別警戒区域（レッドゾーン）の範囲見直しがなされ、対象住民に対し避難準備・早期対応が呼びかけられている。

また、災害時の流通・交通維持機能強化も課題であり、銚子連絡道路の整備は災害時輸送ルート確保という側面でも期待されている。

② 課 題

(ア) 人口減少による市場規模の縮小

人口減少、特に若年層の減少に伴い消費市場が縮小する中で、商店街・小売業・サービス業・飲食業では売上確保が困難となり、建設業・製造業でも地域需要の縮小により事業の成長戦略や投資判断が行いにくいことが課題となっている。

(イ) 担い手不足・後継者不足の深刻化

経営者の高齢化に伴う後継者不在により廃業リスクが高まっている中、必要な技能・資格を持つ人材の確保が進まず、卸・小売業、建設業、製造業などで担い手不足が深刻化している。若手の入職や専門技能人材の育成・確保が不十分で、技能継承が停滞し事業の持続性が確保できないことが課題である。

(ウ) 高齢化の進展と地域消費行動の変化

高齢化により購買行動・サービス利用形態が変化する中で、従来型の商店街やサービス業のビジネスモデルが十分に対応できていないことが課題である。また、高齢者の移動手段の制約や大型店・ネット通販の利用増加に対し、市内商業が競争力を確保しにくいこと、さらに事業者自身の経営体力やデジタル対応力の不足が事業継続の妨げとなっていることも課題である。

(エ) 物価高騰・コスト上昇への対応力不足

原材料費・エネルギー費・物流費などのコスト上昇に対して価格転嫁が進まず、収益確保が困難となっていることが課題である。また、消費者の節約志向により売価調整が難しい業種が多く、建設業・製造業を含む幅広い分野でコスト上昇への柔軟な対応が不十分である。加えて、生産性向上や省力化への取り組みが進まないことが、コスト構造の改善を妨げている点も課題である。

(オ) 経済環境の変化への対応不足

デジタル化の進展や働き方・観光ニーズの多様化といった経済環境の変化に対し、地域事業者の対応が不十分であることが課題である。小売・製造・サービス業では、ネット販売、キャッシュレス、デジタル広告、業務効率化・省力化などの導入が進まず、競争力強化に遅れが生じている。観光業においても、新たな需要に応える商品づくりや誘客力の強化が不十分である。さらに、事業者支援にあたる指導員の専門性や提案力が不足し、環境変化に対応する支援体制が十分に整っていない点も課題である。

(カ) 市場環境の変化と市外への購買流出

大型店の増加や周辺市へのアクセス向上、ネット通販の普及など市場環境の変化に対し、市内商業が十分に競争力を発揮できず、購買流出を抑制できないことが課題である。商圈維持や集客力向上につながる取り組みが不十分で、個店では価格・品揃え・利便性で広域的な競争に対応しにくい点が問題となっている。

【地域の共通課題】

人口減少により市場が縮小し、高齢化と担い手不足が事業継続を困難にする一方、物価高騰やデジタル化・広域競争といった外部環境の変化に対して、地域事業者と支援体制の対応が追いついていないことが、地域共通の課題となっている。

特に、**地域内消費の減少、人材・後継者不足の深刻化、環境変化への適応力不足**が顕著である。これらに対し、事業者の経営リテラシー向上、DX・省力化支援、人材確保・育成、後継者支援を重点的に進める必要がある。

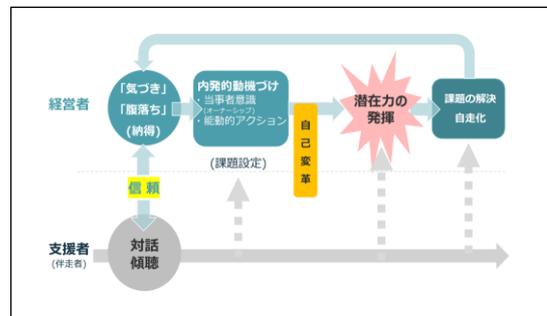
(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 小規模事業者の長期的な振興の方向性

少子高齢化などの社会構造の変化により、市場の縮小、消費者ニーズの多様化、消費の地域外流出、経営者の高齢化、後継者難、人材不足など、小規模事業者を取り巻く経営環境は極めて厳しい状況にある。

こうした課題に対応するためには、単発的な支援にとどまらず、事業者一人ひとりが自ら課題を捉え、将来を見据えて経営を再構築できる力、すなわち「自走力」の育成が不可欠である。

そのため、匝瑳市における小規模事業者の長期的な振興の方向性は、以下のとおりとする。



(ア) 経営力の向上

小規模事業者は「人・モノ・金・情報」などの経営資源が限られており、自社の強みや弱みを的確に把握し、それらを活かした高付加価値のサービス提供、収益構造の再設計が求められる。

このため、経営分析、マーケティング戦略、財務管理、デジタル活用などを含めた総合的な支援を通じて、事業者が自らの経営を見直し、改善・発展させる「経営力の再構築」を図っていく。

(イ) 事業承継・創業支援

円滑な事業承継の促進や、創業・第二創業による新たなビジネス創出の支援を通じて、地域の担い手を確保し、小規模事業者数の減少に歯止めをかける。

また、後継者や創業者が経営の土台を固め、早期に自立・成長できるよう、創業後の伴走支援の充実が重要である。

(ウ) 地域内消費の拡大

地域住民の地元消費意欲を高める取組を推進し、消費の地域外流出を抑制する。地域内での消費拡大を図ることにより、小規模事業者の売上向上と地域経済の活性化を同時に実現する。

(エ) 支援体制の強化

小規模事業者の課題が複雑化・多様化する中で、支援側にも高度な対応力が求められている。

そのため、経営指導員や支援人材のスキル向上を図るとともに、経営分析から計画策定、実行支援、検証・改善まで一貫して寄り添う「伴走型支援」の体制強化を進める。

最終的には、支援に依存するのではなく、事業者自身が継続的に自立経営を実践できる状態＝「自走力の獲得」を目指す。

② 第2次匝瑳市総合計画基本構想・基本計画との連動性・整合性

匝瑳市が令和2年3月に策定した「第2次総合計画・中期基本計画」においては、産業・経済分野における基本方針として、「商工会などの支援機関と連携しながら地元企業の経営基盤を強化し、新たなビジネス創出を促進すること」が位置付けられている。

人口減少や少子高齢化が進行する中で、生産年齢人口の減少や小規模事業者の減少による地域経済への影響が懸念されており、行政・支援機関・事業者が一体となって、持続可能な地域経済の実現を目指している。

本支援方針は、同計画の内容と整合し、小規模事業者が自らの強みを認識し、持続的に発展する地域経済の構築に資するものである。

③ 商工会としての役割

匝瑳市商工会は、これまで小規模事業者の経営基盤の安定化を目的に、金融・税務・労務などの基礎的な経営支援に取り組んできた。

しかし現在では、経営環境の激変により、単なる相談業務だけでなく、経営戦略や実行支援に関する継続的かつ実践的な支援＝「経営力再構築支援」が求められている。

このため、今後の商工会は以下のような役割を果たしていく必要がある。

- (ア) 経営指導員の専門性を高め、課題発見力・計画策定力・伴走支援力を強化するため専門家や関係機関との連携による支援体制の拡充
- (イ) 日本政策金融公庫、千葉県商工会連合会、事業承継・引継ぎ支援センター等と連携し、高度化・多様化する支援ニーズへの対応
- (ウ) 匝瑳市との連携を強化し、まちづくりや地域政策と連動した経済活性化策を展開

これらを通じて、商工会が地域の経営支援拠点として機能し、小規模事業者の自立的経営力の強化（＝自走力の醸成）に貢献する。

(3) 経営発達支援事業の目標

① 伴走型支援と経営力再構築支援による小規模事業者の経営力向上

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：支援対象事業者の売上高 5%増加

KPI：経営診断実施 100社

事業計画策定支援 100社

設定した理由：

経営指導員や専門家が継続的に事業者に寄り添い、経営課題の抽出、分析、計画策定、実行まで一貫して支援することで、「経営力の再構築」と「自走力の醸成」を実現するため。

② 事業承継支援および創業支援による小規模事業者の担い手確保

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：新規創業 20 件

承継・創業後の存続率 80%

KPI：創業塾の開催 10 回

創業計画策定支援 30 件

設定した理由：

事業承継、創業を通じて地域の担い手を確保し、次世代の自走型経営者の育成と定着を目指すため。

③地域内消費の促進による地域経済の活性化

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：地域内商品券発行数 10%増加

KPI：地域内商品券の実施 5 回

ジャンボ宝くじ大売出し事業の実施 5 回

設定した理由：

商品券事業は消費者の地元店舗での購買を直接促し、発行数の増加は消費意欲や店舗の活気を示す指標となる。発行数を増やすことで購買循環を強化し、地元事業者の売上と地域経済の活性化につながるため。

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8年4月1日～令和13年3月31日

(2) 目標の達成に向けた方針

匝瑳市は、人口減少や高齢化の進行、地域商業の衰退、産業構造の脆弱化といった複合的な課題に直面している。小規模事業者においても、経営者の高齢化、後継者不足、人材確保の困難、需要の減少などにより、経営環境が急速に厳しさを増している。

このような状況に対応するためには、商工会による継続的な「伴走型支援」により、小規模事業者の経営改善と持続的成長を図るとともに、事業承継や創業支援を通じて担い手を確保し、地域内消費の促進を通じて地域経済の活性化を実現する必要がある。

故に以下の3点を基本方針として掲げ、支援の具体的な方向性を定める。

①伴走型支援と経営力再構築支援による小規模事業者の経営力向上

小規模事業者は、高齢化や後継者不足、人材不足などの慢性的課題に加え、物価高騰や消費行動の変化など、急激な経営環境の変化にも対応を迫られており、生産性向上や経営再構築が喫緊の課題となっている。

そのため本事業では、経営指導員が小規模事業者と継続的な対話を行い、業界動向や地域の消費者ニーズの把握、事業者の強み・弱みの整理を支援する。

また、各事業者の状況に応じて、経営計画の策定・見直しを支援し、必要に応じて専門家と連携しながら、計画の実行・フォローアップを含めた一貫した伴走型支援を行う。

初年度 ・経営課題を分析し、小規模事業者を支援。

・経営計画策定支援や専門家との連携を行い、課題を抽出。事業者との対話を通じて課題認識を深め、解決に向けた方向性を確立。

中期 ・経営改善が進んだ事業者を事例として、他の事業者への展開を推進。

・DXの導入支援を行い、業務効率化を目指す事業者の支援。

最終年度 ・進捗評価を行い、未達成の事業者には追加支援を実施。

・支援先の自走度の向上（未自走→半自走）。

設定理由 ・経営指導員や専門家が継続的に事業者に寄り添い、経営課題の抽出や分析、計画策定、実行まで一貫して支援することで、「経営力の再構築」と「自走力の醸成」を実現するため。

②事業承継支援および創業支援による小規模事業者の担い手確保

小規模事業者の減少を防ぎ、地域経済の持続的な成長を図るため、円滑な事業承継と創業支援の両輪による担い手確保に取り組む。

事業承継については、千葉県事業引継ぎ支援センターなどの関係機関と連携し、後継者候補の発掘、承継計画の策定支援などを通じて、スムーズな引き継ぎを促進する。

創業支援については、「匠瑤市創業支援等事業」と連携し、創業セミナーやビジネスプラン策定支援を継続的に実施し、創業希望者が円滑に開業できる環境を整える。

また、「創業機運醸成事業」を通じて匠瑤市および市内高等学校と連携し、地元高校生に対する起業教育を推進することで、地元での創業意識の醸成を図る。

初年度 ・創業塾の実施。その中で創業する事業者を支援。

中期 ・創業支援としてビジネスプラン策定支援を通じて、地域内の創業意欲を向上させ、創業者数の増加を目指す。

最終年度 ・創業者への支援を継続し、経営基盤が安定するまでの支援を行う。

設定理由 ・事業承継、創業を通じて地域の担い手を確保し、次世代の自走型経営者の育成と定着を目指すため。

③地域内消費の促進による地域経済の活性化

市内小規模事業者の販路確保と売上向上を図るため、地域内での消費循環を高め、地域経済の活性化につなげる。

「プレミアム付き商品券発行事業」や「そうさ歳末ジャンボ宝くじ付き大売出し事業」など、地域内消費を促す各種事業を継続的に実施するとともに、地域内での購買意欲を喚起するキャンペーンを展開する。

初年度 ・プレミアム商品券や歳末ジャンボ宝くじを実施し、地域消費を促進。

中期 ・地域経済における消費循環を強化。

最終年度 ・新たな販路開拓や消費者層の開拓。

設定理由 ・商品券事業は消費者の地元店舗での購買を直接促し、発行数の増加は消費意欲や店舗の活気を示す指標となる。発行数を増やすことで購買循環を強化し、地元事業者の売上と地域経済の活性化につながるため。

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

地域の経済動向については、経営指導員による日々の事業所巡回指導時や窓口相談時、日本政策金融公庫担当者との交流、事業委託団体との懇談会などでの情報収集が主である。その他、千葉県商工会連合会の受託事業である「小規模企業景気動向調査」やインターネット等により情報を収集し、その内容を小規模事業者持続化補助金等の各種補助金申請時や各種計画認定申請時に小規模事業者等へ情報提供しているにとどまっている。

② 課題

地域経済動向の情報収集に取り組んでおり、得られた情報は商工会のホームページで公開しているものの、事業者が各種補助金や各種計画認定申請時に事業計画策定支援をする際や展示会出展時の販路拡大・開拓支援への活用が課題となっている。

(2) 目 標

	現行	R8	R9	R10	R11	R12
①RESAS による地域の 経済動向分析・公表回数	1	1	1	1	1	1
②管内小規模事業者の 景況調査分析・公表回数	1	1	1	1	1	1

(3) 事業内容

① 国が提供するビッグデータ RESAS（地域経済分析システム）の活用

当地域の産業・経済の現状を把握し、また業務を効率化し労働生産性を向上させ、さらにはニーズに即したサービスの提供をすることによって小規模事業者が自らの競争優位性を確立するため、RESAS を活用した地域経済動向分析を行う。

(ア) 調査項目

地域経済循環マップ、産業構造マップ、企業活動マップ、まちづくりマップ

(イ) 調査手法

経営指導員が RESAS の上記各マップを調査して情報を収集・整理する。

(ウ) 分析手法

下記項目を経営指導員が、千葉県商工会連合会の専門家（中小企業診断士等）派遣事業により派遣される専門家と連携し分析する。

- a 地域経済循環マップでは、「生産」「分配」「支出」のそれぞれの経済活動におけるお金の循環や、地域内外への流出入の状況及び労働生産性の動向。
- b 産業構造マップでは、付加価値額や労働生産性等から稼ぐ力のある産業及び消費者の消費行動や販路開拓先。
- c 企業活動マップでは、地域の中小・小規模企業の限られた経営資源を効率よく利用するための財務状況。
- d まちづくりマップでは、地域内外からの流動人口及び滞在人口。

② 管内小規模事業者の景況調査

当地域経済についてより詳細な実態を把握するため、地域内の小規模事業者等を対象に、業種ごとの景況や動向等の調査・分析を実施する。

(ア) 調査対象事業者数

「製造業」、「建設業」、「卸・小売業」、「サービス業等」の 60 事業者

※調査対象事業者数の根拠：母集団：商工会員、信頼水準：90%、
標本誤差：10%、回答比率：0.5

(イ) 調査項目

「売上」、「受注」、「収益」、「資金繰り」、「雇用」、「経営上の問題点」等

(ウ) 調査手法

経営指導員が巡回訪問時など調査票に基づきアンケート調査を実施する。

(エ) 調査対象期間及び調査実施期間

調査対象期間	調査実施期間
1月1日～12月31日	毎年2月～3月

(オ) 分析手法

経営指導員が、千葉県商工会連合会の専門家（中小企業診断士等）派遣事業により派遣される専門家と連携し分析する。

(4) 調査結果の活用

分析した情報は、商工会のホームページや商工会報等で広く小規模事業者等へ提供するとともに、事業者の経営分析や事業計画策定支援、経営指導員等による巡回・窓口相談指導の参考資料として活用する。

4 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

① 現 状

各種補助金や各種計画認定申請時に事業計画策定支援をする際、地域の経済動向や経営状況の分析、また、各機関の調査や業界誌等を活用した需要動向調査を実施してきたが、調査結果の提供にとどまっている。

② 課 題

各種データ等による需要動向の収集・分析や消費者ニーズを把握するためのアンケート調査を実施するだけでなく、提供した調査結果を新たな需要開拓につながる事業計画策定や計画のブラッシュアップに活用できていないことが課題となっている。

(2) 目 標

内 容	現行	R8	R9	R10	R11	R12
調査対象小規模事業者数	2	2	2	2	2	2

(3) 事業内容

展示会・商談会に出展して販路開拓に取り組む食品製造販売事業者の商品改良あるいは新商品開発に向けて、来場した消費者やバイヤー等に対しテストマーケティング調査を実施し、分析する。

(ア) サンプル数 来場者 50 人（1 事業者あたり）

(イ) 調査方法

来場する消費者やバイヤー等に対して聞き取りによりアンケート調査を実施する。

(ウ) 調査項目

味、デザイン、機能性、商品名、容量やサイズ、価格、取引条件等

(エ) 分析方法

経営指導員が千葉県商工会連合会の専門家派遣事業を活用し、専門家と連携してアンケート調査により収集した情報を分析する。

(オ) 活用方法

分析結果は当該小規模事業者にフィードバックして更なる改良等を行うとともに、事業計画策定及び計画のブラッシュアップの参考資料として活用する。

5 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

① 現 状

千葉県商工会連合会が導入した、独自経営分析ツールである「経営問診票」を活用して SWOT 分析等による経営分析に取り組み、小規模事業者の経営資源等の実態を明確にして経営理念や経営目標、経営課題等を導き出している。令和3年から令和6年度の4年間で192事業者の経営分析を行った。

② 課 題

DXの進展や多発する自然災害等への対応等経営環境が大きく変動する現在、経営者自身が経営戦略・経営管理・会計等様々なスキルを身に付け、自発的に経営課題を認識し、事業計画を策定し、具体的な施策の実施をしていく経営の自走化が求められている。この経営の自走化を促すためには定性・定量双方の分析により、自社を客観的に把握する事が第一歩である。しかしながら、当商工会が経営分析に使用している経営問診票は、定性分析及び定量分析の双方の分析ができるフォーマットであるにもかかわらず、現状は SWOT 分析を中心とした定性分析にとどまるケースが多く、会計数値等定量分析の視点が不足している。

(2) 目 標

内 容	現行	R8	R9	R10	R11	R12
経営分析事業者数 ※1 (経営問診票作成件数)	60	20	20	20	20	20
経営分析に係る専門家 派遣回数(延べ) ※2	—	8	8	8	8	8

※1 現行は定性分析のみにとどまったものも多く、実効性のある事業計画策定が課題となっていた。今後は、事業主が自ら気づき、経営の自走化を達成するためには、対話と傾聴を繰り返し行い、実効性及び実現可能性の高い事業計画策定に繋げるため、従前より密な支援を必要とすることから、経営分析事業者数の目標値を設定した。

故に、後述する「6 事業計画策定支援に関すること(3)目標 事業計画策定事業者数」及び「7 事業計画策定後の実施支援に関すること(3)目標フォローアップ対象小規模事業者数」も経営分析事業者数と整合性ある目標値を設定している。

※2 様々な経営課題に直面する小規模事業者にとって、場合によってはより高度かつ専門的な経営分析や事業計画策定支援が必要となることが予想される。故に、過去の個別相談会事業実績(経営発達支援事業を除く)を基に専門家派遣回数を見積もった。

なお、後述する「6 事業計画策定支援に関すること(3)目標 事業計画策定支援に係る専門家派遣回数」及び「7 事業計画策定後の実施支援に関すること(3)目標フォローアップ支援に係る専門家派遣回数」も整合性ある数値を設定している。

(3) 事業内容

①分析手法

経営問診票を活用し従来実施していた定性分析に加え、経済産業省の「ローカルベンチマーク」や中小企業庁の「会計ツール集」を活用して定量分析を行う。

また、踏み込んだ内容の分析が必要な場合は、専門家と経営指導員が連携して

相談に対応する。専門家を交えて支援することで、経営指導員の OJT による支援スキル向上も同時に狙う。

②対象者

地域の経済動向及び需要動向調査において調査対象とした事業者、巡回訪問によって掘り起こした意欲的な事業者、小規模事業者持続化補助金や経営力向上計画及び先端設備導入計画等の申請事業者、デジタルツールの導入・活用に意欲的な事業者、自然災害や感染症等への対策に意欲的な事業者、専門家派遣事業利用事業者、金融斡旋利用事業者、決算指導個別相談会出席者、事業承継支援者、創業・第二創業予定者及び創業間もない事業者等

③分析項目

定性分析として SWOT 分析、経営目標、将来目指すあるべき姿、経営課題、支援課題、支援方法を、定量分析としてキャッシュフロー分析、収益性、安全性、成長性等を行う。

④データベース化

作成した経営問診票を当商工会内のファイルサーバー（NAS）に集積し、データベース化を実施する。これにより事業者・支援者の PDCA サイクルを促進し、また、継続的な支援と進捗の可視化を実現

（４）分析結果の活用

当該事業者の経営状況を定性・定量の両面から分析し、その結果を当該事業者へフィードバックすることによって、課題を抽出し事業計画策定につなげるほか、小規模事業者持続化補助金申請等に活用する。

また、経営問診票をデータベース化している当商工会内において NAS に集積して職員間で情報共有し、支援の質を標準化と切れ目のない支援につなげるほか、優れた事例を共有・情報交換することで、経営指導員のスキルアップのためのツールとしても活用する。

6 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

① 現 状

これまでの事業計画策定支援は、金融斡旋や小規模事業者持続化補助金等の申請にあたっての支援が中心となっており、事業計画策定の内容も補助金申請等で決められている限定的で簡易なものとなっている。

② 課 題

少子・高齢化に伴う市場の縮小や消費者ニーズの変化やデジタル技術の進化に伴う DX 化の進展等の経営環境の変化や近年多発する自然災害や新型コロナウイルス等の感染症リスクなど、事業者を取り巻く環境は目まぐるしく変動している。

この環境下を生き抜くため、事業者自らが本質的課題の認識、事業計画策定の意義を理解及び腹落ちした上で、自発的に経営計画を策定・実行していくことが求められるが、その段階に至っていない。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者にとっては、事業計画策定の意義や必要性についての理解浸透が不十分な場合が多い。そのため、対話と傾聴をベースとし内発的動機づけを喚起する継続した支援が求められる。事業者が現状抱える問題意識や上記「5. 経営状況の分析」等で明らかとなった課題の解決をはじめ、技術発展著しいデジタル技術の導入及び活用、頻発する自然災害や感染症などへの対応など経営者との丁寧な対話と傾聴を通じて課題解決策の整理を行い、経営者にとって実効性のある事業計画策定となるような支援を行っていく。その上で、各種補助金等の活用が有効であると判断される際は、策定した事業計画を活用して申請支援等を行う。

また、管内の事業者数を維持するため、創業にあたっての計画策定支援や特に計画的に進める必要がある事業承継に関しては、積極的に事業承継支援制度を活用して支援していく。

これらの事業計画策定の支援にあたり、高度な知見を要すると判断される際には、専門家と経営指導員が連携して相談に対応する。専門家を交えて支援することで、経営指導員のOJTによる支援スキル向上が図られる。

(3) 目 標

内 容		現行	R8	R9	R10	R11	R12
DX推進セミナーの開催		—	1	1	1	1	1
事業継続力強化計画策定セミナーの開催		—	1	1	1	1	1
創業塾の開催		2	2	2	2	2	2
事業計画策定支援に係る専門家派遣回数（延べ）		—	8	8	8	8	8
事業計画策定事業者数		48	20	20	20	20	20
内 訳	事業継続力強化計画	—	2	2	2	2	2
	創業計画	—	4	4	4	4	4
	その他	48	14	14	14	14	14

(4) 事業内容

①支援対象

- (ア) 「5 経営状況の分析に関すること」において経営問診票を作成した事業者で今後計画的に経営していくことに意欲的な小規模事業者。
- (イ) 創業塾受講者や事業承継を検討している後継者。
- (ウ) DX推進セミナー受講者
- (エ) 事業継続力強化計画策定セミナー受講者

②手段・手法

- (ア) 専門家（中小企業診断士等）派遣事業の活用による事業計画策定支援
千葉県商工会連合会や関係支援機関の専門家派遣制度を活用し、それら専門

家と経営指導員が連携して各種相談に対応するとともに、計画策定を支援する。
加えて、専門家と経営指導員が連携して支援することで、経営指導員の OJT による支援スキル向上が図られる。

(イ) 創業塾・事業承継支援制度の活用による事業計画策定支援

創業希望者に対しては、地域内において創業して事業を継続し、さらには発展可能な事業構想の具体化と、事業（創業）計画策定を支援する。

一方、高齢の事業者や後継者のいない事業者に対しては、親族内及び親族外への資産や事業の承継が計画的に実行できるよう、千葉県事業引継ぎ支援センターと連携し、事業計画策定につなげる。

(ウ) DX推進セミナーの開催

目覚ましいデジタル技術の進歩によるDX化の進展等、経営環境の変化に対応していく事の重要性は日増しに高まっている。そこで、DX推進セミナーを実施し、これらに対する意識づけや基礎知識の習得を図ることで事業計画の策定を支援し、デジタルツールの導入や Web ツールの活用を通じて業務効率化や販路拡大の取組を後押ししていく。

(エ) 事業継続力強化計画策定セミナーの開催

近年多発する自然災害や新型コロナウイルス等の感染症リスクなどに負けない強靱な経営体制を築くべく、これらに対する意識づけや基礎知識の習得を目的に、事業継続力強化計画策定セミナーを実施し、事業計画の策定を支援する。

7 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

① 現 状

事業計画策定後のフォローアップは不定期で支援回数も少なく、またフォローアップの内容が金融支援（マル経斡旋）後の資金繰り計画の確認や、小規模事業者持続化補助金等の補助事業終了後の報告書類の作成支援などといった限定的で偏ったものとなっており、策定した事業計画に従った経営改善や目標達成のための支援が不十分であった。

② 課 題

定期的な巡回訪問によって目標達成のための事業計画の見直しや検証、新たな経営課題等の解決に向けての提案など、事業計画を着実に実行し一定の成果を収められるよう、フォローアップ支援を行うことが必要である。

(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に対し、策定した事業計画に従い実施する事業の実効性を向上させるため、進捗状況を定期的な巡回を通して確認し、事業計画の進捗状況や、経営状況（各種経営指標）の推移を把握し、その進捗状況に応じて、巡回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巡回を減らしても支障ない事業所を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

また、巡回にあたっては、各種経営指標についても確認を行うなど事業計画の成

果と課題を事業者自らが理解することを促すとともに、外部環境等状況変化に対応した柔軟な計画変更等ができるよう定期的な対話の機会を設け、経営の自走化に向けた支援を実施する。

そのうえで、計画実行の過程で顕在化した高度な課題や計画見直しなどに対しては、千葉県商工会連合会や関係支援機関の専門家派遣制度を活用して専門家（中小企業診断士等）と連携した専門的なフォローアップを実施する必要がある。

(3) 目 標

内 容	現行	R8	R9	R10	R11	R12
フォローアップ対象 小規模事業者数	48	20	20	20	20	20
頻度（延べ回数）	48	72	72	72	72	72
フォローアップ支援に係 る専門家派遣回数（延べ）	—	8	8	8	8	8
売上高5%増加事業者数	12	12	12	12	12	12

(4) 事業内容

①支援対象

「6 事業計画策定支援に関すること」で事業計画を策定した小規模事業者や各種補助金及び各種計画認定申請等を契機とした計画策定済み小規模事業者等

②手段・手法

経営指導員が定期的かつ計画的な巡回訪問により計画実行状況及び財務状況を確認し、フォローアップ支援を実施する。フォローアップの頻度については計画の進捗に応じて下記の通り自走化度を設定する。

自走化度	事業所の状態	フォローアップの頻度と内容
1 未自走	定性、定量両面の分析に基づいた経営計画を策定しているものの、自発的な計画実行に至っておらず、課題設定力等も不十分な状態。	<ul style="list-style-type: none"> ・2ヶ月に1回程度のフォローアップを実施する。 ・計画の進捗を経営指標などを基に定期的に確認し、経営者の当事者意識を醸成するよう支援を行う。
2 半自走	定性、定量両面の分析に基づいた経営計画を策定しており、自発的にPDCAサイクルを回しているが、自社分析や課題設定力等が不十分な状態。	<ul style="list-style-type: none"> ・四半期に1回程度のフォローアップを実施する。 ・計画の進捗を定期的に確認するとともに、対話を通じて自社分析や外部環境分析などを行い、腹落ちした課題設定等を中心とした支援を行う。

自走化度	事業所の状態	フォローアップの頻度と内容
3 自走	定性、定量両面の分析に基づいた経営計画を策定した経営計画を基に自発的にPDCA サイクルを回すことおよび自社の状態の把握と事業計画の修正などを自発的に実施できる。	<ul style="list-style-type: none"> ・半年に1回程度のフォローアップを実施する。 ・経営者の認識を共有し、企業の状態に則した支援策の情報提供や実施支援を行う。

上記を目安にフォローアップを行う。

※フォローアップ頻度の算出根拠（一人当たり）

・自走化度1 ⇒ 4社×6回＝24回

・自走化度2 ⇒ 8社×4回＝32回

・自走化度3 ⇒ 8社×2回＝16回

合 計 72回

③進捗状況の遅れ等に関する対処方法

進捗状況の大幅な遅れや経営環境の変化等により新たな課題が生じた場合など事業計画と現状が大きく乖離している場合には、千葉県商工会連合会の専門家派遣制度、関係支援機関の専門家派遣制度を活用及び連携して、専門家の指導・助言に基づき今後の対応策を検討するとともに、フォローアップの頻度を上げて集中的に支援する。

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

① 現 状

これまで当商工会では、地域外（主に東京都内）で開催される商談会や物産展への出展を支援するとともに、出展事業者が自社商品の特性や取引条件などを明記した「商談会シート」を作成・配布することで、商談を円滑に進めるための支援を行ってきた。

② 課 題

これらの取り組みにより、小規模事業者の販路開拓・拡大については一定の成果が得られているものの、出展後の振り返りや成果分析が十分に行われておらず、「どの商品がどの市場で求められていたのか」「どの商談が成約に繋がりがやすかったのか」といった重要な情報が把握しきれておらず、新たな需要創出に向けた次の一手が見えにくい状況にある。

今後は、「4 需要動向調査に関すること」と連動しながら、出展前の準備、出展中の販促支援、出展後のフォローアップまでを一貫して行える体制を構築することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

地域内人口の減少が進む中、小規模事業者の地域内市場は縮小傾向にあり、今後売上減少が懸念される。そのため、既存顧客の維持を図りつつ、地域外への販路拡大によって新たな市場を獲得することが重要である。

このような背景を踏まえ、当商工会では「新商品開発や販路拡大に意欲のある食品製造販売事業者」「展示会出展を通じて首都圏への販路開拓を目指す小規模事業者」を重点支援の対象とし、販路開拓支援を実施する。

具体的には、首都圏で開催される「グルメショー」や、「ニッポン全国物産展」への出展支援を行う。出展前の準備支援から、出展期間中の販促サポート、さらには出展後の成果分析・成約支援まで、継続的に行うことで、商談の成約率や販売額の向上が期待できる。また、展示会で得られたデータや買い手の反応を入念に分析することで、今後の商品開発や販促の方向性が明確になり、継続的な販路開拓や新たな需要の創出につながる。最終的には、地域外市場での売上増加や安定した販路の確保が実現することを目指す。

(3) 目 標

事業内容		現行	R8	R9	R10	R11	R12
①	グルメショー 出展事業者数	2	2	2	2	2	2
	目標成約件数	—	1	1	1	1	1
②	全国物産展 出展事業者数	1	1	1	1	1	1
	目標売上額	15万円	15万円	15万円	15万円	15万円	15万円

(4) 事業内容

① グルメショー出展支援 (BtoB)

当商工会では、首都圏で開催される食の専門展示会「グルメショー」において、ブースを借り上げ、新商品の開発や販路拡大に意欲的な食品製造販売事業者の出展を支援することで、新たな需要の開拓を図る。

【参考】

「グルメショー (GS)」は、食に関連する商品・雑貨・ノウハウを一堂に集めた専門展示会であり、新しい販売手法や商品トレンドを発信する場として注目されている。

開催地：東京ビッグサイト（東京都）／年2回（春・秋）開催

開催期間：3日間

来場者数：32,268人（2025年9月実績）

出展者数：321社・団体（2025年9月実績）

② ニッポン全国物産展への出展支援 (BtoB、BtoC)

全国商工会連合会が主催する「ニッポン全国物産展」に対し、新商品の開発や販路拡大に積極的に取り組む食品製造販売事業者の出展を支援し、地域産品の販路開拓と新たな需要の開拓を支援する。

【参考】

「ニッポン全国物産展」は、全国各地の地域資源や伝統技術を活かした商品を紹介・販売し、流通関係者や消費者へのPRを目的とした展示・即売会である。

開催地：池袋サンシャインシティ（東京都）／年1回（秋）開催

開催期間：3日間

来場者数：約83,000人（2025年11月実績）

出展者数：47都道府県から約200社（2025年11月実績）

（5）支援内容

上記の展示会・物産展に出展する事業者に対し、成約・売上拡大につながる実効性のある支援を、出展前・出展期間中・出展後の各段階で売上増に向けた実効性ある支援を実施する。

（ア）出展前の支援

- a 食品製造販売事業者に対して展示会に関する情報を提供
- b 出展商品に関するアンケート項目等の作成支援
- c 千葉県商工会連合会の専門家（中小企業診断士等）派遣事業を活用しながら専門家と連携し、ブース内の効果的なレイアウトや陳列方法、プレゼン方法等を支援

（イ）出展期間中の支援

経営指導員が同行し、アンケート調査の実施やブース設営等を支援する。

（ウ）出展後の支援

出展後の商談成立や販路拡大を確実にするため、専門家派遣制度を活用し、専門家と連携して商談の進め方や成約につながる営業方法等を継続的に支援する。

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

① 現 状

経営発達支援事業に関する評価・見直しの体制として、外部有識者や経営指導員等で構成する評価委員会を設置し、事業年度終了後に実施状況の評価する仕組み自体は整備されていた。しかし、委員会は本来想定していた役割を果たすだけの運営がされず、結果としてKPI・KGIに基づく実質的な検証を行う評価体制として機能していなかった。

② 課 題

小規模事業者支援の実効性を高めるには、PDCAサイクルが有効に働く評価体制を再構築することが不可欠である。

具体的には、

- ・ 定量的な成果指標（KPI・KGI）を活用した客観的な評価
- ・ 評価結果の組織内共有と改善策の確実な反映
- ・ 評価内容の公開による透明性の確保が課題となっている。

(2) 事業内容

① 実質的な評価体制の確立

現行の経営発達支援計画事業評価委員会の運営を見直し、成果データに基づく実質的な評価が行える体制へ強化する。

委員会の構成員には、

- ・ 中小企業診断士の外部有識者
- ・ 匝瑳市役所担当課職員
- ・ 匝瑳市商工会の事務局長及び経営指導員（法定経営指導員を含む）

評価に際しては、前述の1目標(3)で示したKGI・KPIを用い、事業の成果や課題を客観的に分析する仕組みを整備する。

② 情報収集と小規模事業者の声の反映

評価の基礎となる情報は、

- ・ 巡回訪問による定期的なヒアリング（財務諸表や事業進捗状況等）
- ・ 集計フォーム等を使用し支援記録や実績データを収集する。

また、小規模事業者からのフィードバックを積極的に反映し、事業者ニーズとの乖離を防ぐ。

③ 評価結果の共有と次年度計画への反映

評価委員会の結果は職員会議で共有し、翌年度の見直し時に必ず反映させる。

なお、評価は毎年度1回の総合評価を行うとともに、必要に応じて事業環境の変化（物価変動、制度改正等）を踏まえた適時の見直しを行う。

④ 評価結果の公表

評価結果および改善内容は、小規模事業者等がいつでも閲覧できるよう、商工会事務所内に常時備え付けを行う。併せて、概要を役所担当課に周知し、評価体制の透明性と説明責任を確保する。評価委員会の事前資料についても、役所担当課と情報を共有する。

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

千葉県商工会連合会が開催する職員研修では、新任職員を対象に商工会の役割や心構え、ある程度経験を積んだ職員を対象に事業計画策定支援や効果を高めるための支援ノウハウ、企業力向上支援に関する事例発表会など全職員の資質向上に努めるとともに、経営指導員は、中小企業大学校の専門研修に参加することでより高度な支援ノウハウの習得に努めている。

② 課 題

これまで研修会等への積極的な参加によって支援能力向上のための知識の修得に努めてきた。しかしながら実際の支援現場においては、小規模事業者の高度化・多様化する支援ニーズに対応できる支援ノウハウや信頼関係を構築して経営課題を深掘りするためのコミュニケーション力の修得もまた必要である。加えて、近年のデジタル化の急速な進展を受け、小規模事業者が持続的発展を目指すためには

IT・IoT・DX等の活用が不可欠であることから、これらの相談・指導能力の習得及び向上も必須である。さらには、これら習得した知識やノウハウをナレッジ化して組織全体で活用することが課題となる。

(2) 事業内容

①研修会への派遣による知識の習得

- (ア) 基礎的及び専門的な知識の習得による支援能力の向上を図るため、従来どおり経営指導員及び補助員を千葉県商工会連合会が開催する「基本能力研修」や「業務分担別研修」等に派遣し、組織全体で職員の資質向上を図る。
- (イ) 専門的な知識の習得による支援能力の更なる向上に向けて、経営指導員を輪番で中小企業大学校が開催する課題別・専門研修に派遣する。特に、各経営指導員の不得手な指導分野を明確にしたうえで、需要開拓や事業承継・起業支援、傾聴力と質問力向上の分野を重点項目とする。
- (ウ) 小規模事業者にとってデジタル技術を活用した労働生産性向上は不可欠であることから、IT・IoT・DX等の推進、業務効率化等の支援に必要な知識習得のため、経営指導員及び補助員をポリテクセンター千葉主催の生産性向上研修に派遣する。

②OJTによるノウハウの習得

- (ア) 指導経験の浅い職員が小規模事業者を支援する際、経験豊富で業務に詳しい職員がサポート役として同席し、経験を積ませることで「自ら気づく力」を養う。これにより言語化されていないノウハウを体得し、組織全体としての支援能力の向上を図る。
- (イ) 各種専門家派遣制度により派遣される専門家（中小企業診断士等）に経営指導員が同行し、専門家の経営課題の解決等に向けた高度な支援ノウハウを吸収することにより支援能力の向上を図る。

③経営問診票のデータベース化による情報共有

経営状況の分析等で活用する経営問診票は、経営指導員にとって対話と傾聴の能力向上を図り、一方で経営者にとっては経営リテラシーを高め、経営課題等について「気づき」を与えるツールでもある。そこでこの経営問診票の情報をデータベースとして業種ごとにNASに蓄積し、組織内共有することで様々な業種・経営課題に対応する支援ノウハウ等の習得・向上を図る。

④支援事例のデータベース化及び職員会議の開催による情報共有

研修会への参加で習得した知識や、経験豊富な経営指導員や専門家によるOJTによって習得した支援ノウハウをテンプレート化した報告書として整理して形式知化する。そのうえで②同様NASに支援内容や業種等ごとに分類してデータベース化するとともに、定期的な職員会議を開催して共有する。また、毎週月曜日の朝礼時には支援施策情報や当商工会の支援事業について打ち合わせを行い、意思疎通と情報の共有化を図る。

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

千葉県商工会連合会が開催する経営問診票を活用した支援事例発表会や日本政策金融公庫千葉支店との情報交換会に参加して情報収集や活用に努め、支援能力の向上を図っている。また、匝瑳市の担当者とは不定期ながら、頻繁に連絡を取り合い、匝瑳市商工業振興施策について情報交換を行っている。

② 課 題

小規模事業者が経営の自走化を目指しつつ、地域経済の活性化を目指すためには、支援ノウハウや各種施策の情報収集・交換、手厚い支援及び行政を含めた関係諸機関との連携が一層重要となる。

(2) 事業内容

①千葉県商工会連合会との連携及び情報交換

千葉県商工会連合会主催の支援事例発表会に参加し、事業計画策定支援や事業計画策定後のフォローアップ支援等の支援ノウハウについての情報交換等を行い、支援能力の向上を図る。(年1回)

また、千葉県商工会連合会にデータベース化されている経営問診票を随時閲覧することで支援ノウハウ等の情報共有を図る。

②日本政策金融公庫との連携及び情報交換

日本政策金融公庫千葉支店が開催する経営改善貸付連絡協議会に出席し、Fintech 等を含む金融業界動向や小規模事業者に対する円滑な資金供給等に向けての情報交換等を行い、支援メニューの知識習得及び支援ノウハウの向上を図る。(年1回)

③匝瑳市との連携及び情報交換

起業・創業に関する施策をはじめ、市内事業者に対する各種支援施策等について不定期ながらも今まで以上に匝瑳市と担当者レベルによる緊密な情報交換を行い、小規模事業者支援に有益な情報を積極的に収集し活用することに努める。また、自然災害からの復旧・復興に当たっては事業継続力強化計画(R6.3 認定)に従い、匝瑳市と連携・相談して必要な措置を講ずる。

④他支援機関との連携及び情報交換

中小基盤整備機構や事業引継ぎ支援センター等の関係支援機関と県内の景気動向や各種支援施策、事業承継支援の事例等について必要に応じて情報交換及び連携し、支援能力の向上を図る。

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

① 現 状

匝瑳市では、将来都市像を「海・みどり・ひとがはぐくむ 活力あるまち 匝瑳市」と掲げ、その実現に向けた施策の一つとして「集客力のある特徴的な商店街

の形成と活性化」を位置づけている。当商工会では、この目標に沿って、イベント事業や商品券発行事業などの事務局業務を担い、各種事業を展開している。これらの取り組みにより、一定の経済波及効果や交流人口の増加といった成果が見られ、地域経済の活性化に貢献している。

また、地域団体や行政と連携して実施している各種事業は一定の効果を上げているものの、成田市や隣接する旭市、さらにはロードサイド型大型店舗などへの消費流出は依然として見られる状況にある。

② 課 題

市外や大型商業施設への消費流出が存在している状況を踏まえ、これらの流出を抑制し、市内での消費循環を高めるためのより効果的な施策の構築が課題となっている。また、匝瑳市や地域団体との連携を一層強化し、持続的な地域経済の活性化につながる事業展開を図る必要がある。

(2) 事業内容

① 「行政との懇談会」の開催

匝瑳市、本町通り商店街協同組合、匝瑳商業協同組合、八日市場サービス券会の3団体および当商工会の関係者により構成される懇談会を必要に応じて開催し、商工業や観光業の振興、行政施策の方向性などについて意見交換を行う。こうした協議を通じて連携した事業を展開し、地域経済の活性化を図ることを目的とする。

② 匝瑳市空き店舗活用支援事業

主に市内中心商店街で増加する空き店舗の解消と新規出店の促進を図るため、開業全般に関する支援を行い、市と連携して当事業による創業・出店の実現性向上を目指す。こうした一連の支援を通じて、商店街への来訪頻度を高める等商店街のにぎわいの回復や商業街の維持につなげるとともに、地域内での新たな事業活動を生み出し、地域内消費の循環を高めることで、地域経済全体の活性化に寄与する。

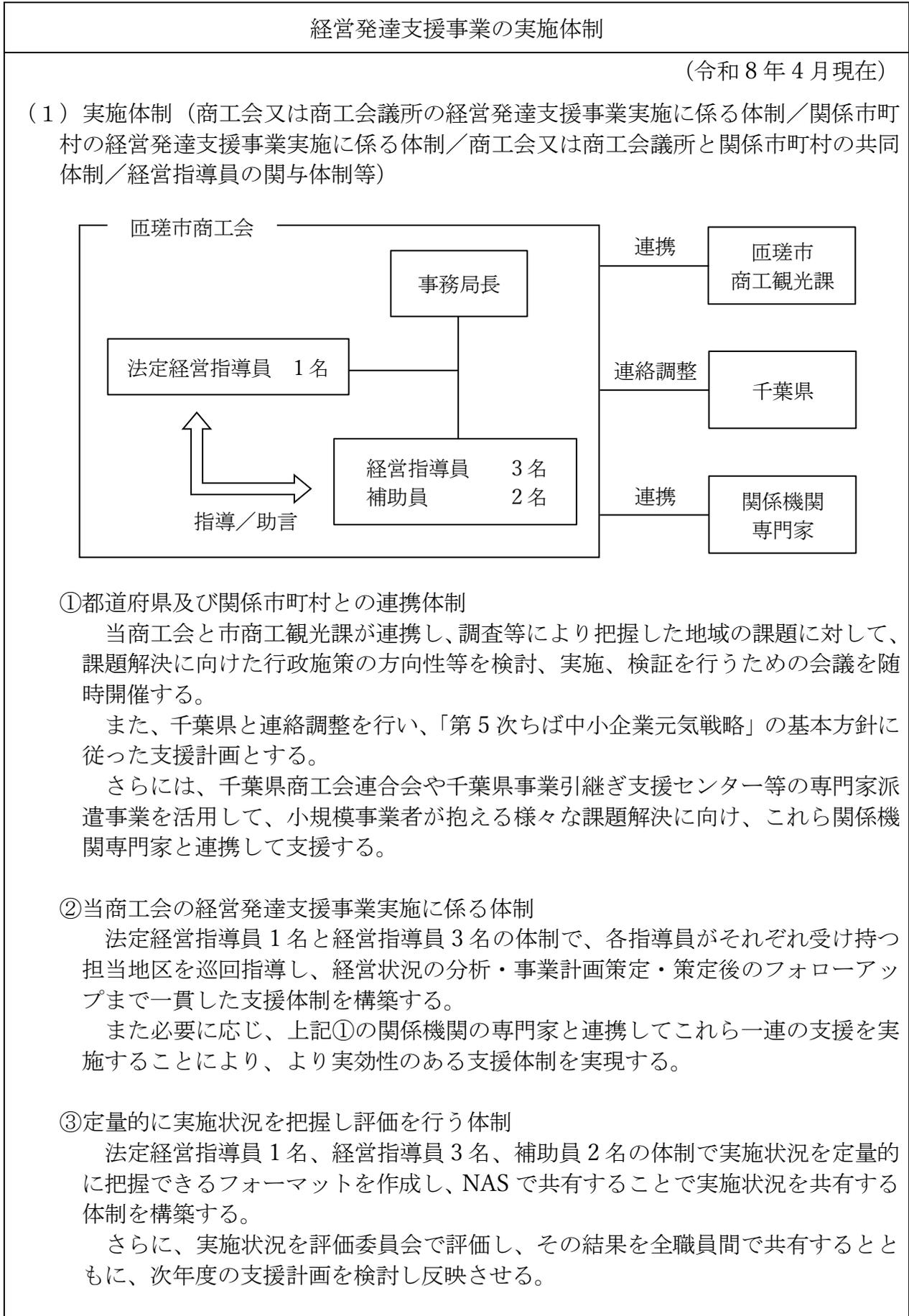
③ そうさ歳末ジャンボ宝くじ大売出し事業

本事業は、大型店や市外への消費流出を抑制し、消費者サービスの向上と来店頻度の増加を図ることを目的に、商店街を中心とした商業活性化策として平成10年(1998年)より継続的に実施している。当商工会が事務局として企画・運営全般を担い、商工団体で構成される「そうさ歳末ジャンボ宝くじ」実行委員会を年3回開催することで、地域活性化に向けた方向性を共有・検討する。

④ プレミアム付き商品券発行事業

市外への消費流出を抑え、地域内消費の促進を図るため、プレミアム付き商品券を発行している。発行団体である匝瑳商業協同組合からの委託を受け、当商工会が事務局として企画・運営全般を担当するとともに、匝瑳商業協同組合と地域振興策等について年4回定例協議を行い、地域経済の活性化を目指す。

(別表2) 経営発達支援事業の実施体制



④経営指導員等の資質向上に係る体制

IT・IoT・DX等のデジタル技術を活用した支援能力の習得を重点項目として位置づけ、研修等で得られた知識を全職員間で共有する。

(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法定経営指導員の氏名・連絡先

氏名 尾形 真一

連絡先 匝瑳市商工会 TEL : 0479-72-2528

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

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申請書に記載の経営指導員 尾形真一は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①商工会

〒289-2144

千葉県匝瑳市八日市場イ 2404 番地 1

匝瑳市商工会 TEL : 0479-72-2528 / FAX : 0479-72-2576

E-mail : post@sousa-sci.com

②関係市町村

〒289-2198

千葉県匝瑳市八日市場ハ 793 番地 2

匝瑳市 商工観光課 TEL : 0479-73-0014 / FAX : 0479-72-1117

E-mail : s-shoko@city.sosa.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)

	R8	R9	R10	R11	R12
必要な資金の額	4,150	4,150	4,150	4,150	4,150
創業塾開催費	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200
マーケティング調査費	200	200	200	200	200
展示会・物産展出展費	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600
中小企業大・大学校研修派遣費	100	100	100	100	100
評価委員会開催費	50	50	50	50	50

(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
国補助金、県補助金、市補助金、会費収入、手数料収入、受託料収入等

(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。

(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 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等