

経営発達支援計画の概要

実施者名	牧之原市商工会（法人番号：4080005005207） 牧之原市（地方公共団体コード：222267）
実施期間	令和8年 4月 1日～令和13年 3月31日
目標	地域に根差した支援機関として、中長期的な観点から市内産業の維持発展を目標に掲げ、以下の事業に取り組む。 （1）起業・創業の支援 （2）事業承継の支援 （3）デジタル化推進による人材不足対応（省力化・自動化） （4）地域資源を活かした新事業の確立 （1）～（4）の目標を達成することにより、小規模事業者の減少に歯止めをかけると共に、地域活性化を図り、既存の事業者及び新規創業者のそれぞれが両輪となり地域内事業者の繁栄を目指す。
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 管内景気動向調査の実施。RESAS（地域経済分析システム）を活用し管内事業者に公表する。 4 需要動向調査に関すること 「まきのはら産業フェア」「まきのはらマキティ軽トラ市」「移動販売車活用チャレンジショップ事業」などを活用し消費者アンケート等を実施し消費者目線の動向を調査する。 5 経営状況の分析に関すること 経営分析セミナー、事業計画策定セミナーの実施。定量分析「財務分析」定性分析「SWOT分析」を行い、事業者にフィードバックしより良い事業計画策定に活用する。 6 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定、DX推進、新規創業、事業承継に関して個別支援を行う。また経営革新事業、新事業展開などについても他の支援機関と連携を取り支援を行う。 7 事業計画策定後の実施支援に関すること フォローアップにより課題の解決や提案を行い、計画と結果の乖離について原因を探り改善策をたてる。 8 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 「まきのはら産業フェア」「まきのはらマキティ軽トラ市」などによる販路拡大支援、特産品開発支援、ECサイト構築による販路拡大支援を実施する。
連絡先	牧之原市商工会 〒4210523 牧之原市波津 691-2 TEL:0548-52-0640/FAX:0548-52-4846 e-mail:makinohara@wind.ocn.ne.jp 牧之原市産業経済部 商工企業課 〒4210592 牧之原市相良 275 TEL:0548-53-2647/FAX:0548-52-3772 e-mail:shoko@city.makinohara.lg.jp

(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地域の概要（現状）

当商工会の管轄地域は牧之原市全域であるため、「現状」における各種データは牧之原市全体のデータを活用し説明する。

【立地】

- ・牧之原市は東京名古屋間の中間点、静岡県中部地区の南に位置し、牧之原大茶園を背に東に駿河湾を望む緑豊かな市である。面積は約111km²、東西に約11km、南北に約20kmの距離を有している。



【人口推移】

- ・当地域では東日本大震災以降、隣市に原子力発電所がある影響もあってか毎年微減ながら人口減少が進み、令和7年3月末では平成31年3月末より約8%減となっている。反面、外国人人口は増加傾向となっている。

各年3月31日現在

年次	総数 人	男 人	女 人	世帯数	内外国人 人
H31	45,818	22,766	23,052	16,884	1,987
R02	45,350	22,530	22,820	17,090	2,290
R03	44,560	22,169	22,391	17,096	2,145
R04	43,696	21,734	21,962	16,994	1,968
R05	43,284	21,496	21,788	17,237	2,332
R06	42,758	21,267	21,491	17,373	2,571
R07	41,970	20,806	21,164	17,382	2,651

※資料：牧之原市市民課

【産業構造の推移】

- ・牧之原市では相良牧之原インター開設後、工業団地の造成や各種インフラ整備などにより、新規工場誘致に積極的に取り組み、結果、工場や研究所の集積が進み、人口1人当たりの製造品出荷額は県内でも高い水準を誇っている。小規模事業者においては、社会経済の環境の変化などにより、売上低迷、価格競争の激化、人手不足など事業継続に関する様々な問題を抱えている状況である。業種別の小規模事業者数は以下のとおりである。

牧之原市 小規模事業者数

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業	宿泊業	娯楽業	サービス業	その他	合計
R05	460	219	27	238	103	17	11	272	124	1471
R06	463	209	26	230	103	18	10	278	122	1459

牧之原市商工会総会資料より抜粋

【交通】

- ・地域住民の交通手段は大半が自家用車であり、公共交通は少数のバス路線である。市内北部には、東名高速道路相良牧之原インターチェンジがあり、近隣には御前崎港、富士山静岡空港を有することから、利便性に恵まれ将来性が豊かな地域と思われる。

【観光】

- ・市内には年間200万人超の観光交流客数があったが、余暇活動の多様化、「新型コロナウイルス感染症」の影響等により激減している。観光のメインとなっていた海水浴客については東日本大震災による減少、「新型コロナウイルス感染症」による大幅な減少が続くと同時に、宿泊客数についても減少傾向が続いている。

② 地域の課題

- ・創業を通じた事業の新たな担い手の確保

当地域では人口減少と高齢化により事業の担い手不足が深刻化している。既存事業の廃業が年々増加する中、スタートアップ支援など新規創業者の確保が地域経済維持の鍵となっている。

事業所

各年10月1日現在、平成21年、平成26年は7月1日現在、平成24年は2月1日現在、

(1) 産業大分類別・経営組織別従業員規模別従業員数

平成28年は6月1日現在

区分	事業所数	従業員数												
		従業者総数	農林水産業	卸売業	建設業	製造業	卸売業・小売業	金融保険業	不動産業	運輸通信業	電気・ガス	熱供給・水道業	サービス業	公務
民営事業所	18年	2,739	24,132	21	15	1,026	1,411	2,024	74	128	81	-	2,207	-
	21年	2,843	28,702	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	24年	2,618	26,431	83	19	1,520	12,486	4,422	389	322	1,474	-	5,716	-
	26年	2,651	26,896	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	28年	2,582	25,412	89	17	1,328	11,496	4,482	296	323	1,488	-	5,893	-
	R1年	2,587	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	R3年	2,253	26,973	91	15	1,267	12,003	3,980	247	349	1,216	15	7,790	-

資料：平成18年 事業所・企業統計調査
平成21年、26年 経済センサス-基礎調査
平成24年、平成26年、令和3年 経済センサス-活動調査

- ・経営者の高齢化による事業承継の重要性

当地域の小規模事業者は経営者の高齢化が進み、後継者不在による廃業リスクが高まっている。事業承継支援の重要性は年々高まっており、後継者となる人材の確保が必要である。令和02年国勢調査人口を見ると総数43,502人。平成22年国勢調査と比較するとおよそ11.2%と大きく減少。高齢人口割合（総人口に占める65歳以上人口比率）は31.8%と年々上昇しており、平成22年と比べ7.1ポイントの増加となっている。

(*)-1 年齢階級別総人口(性別別)の推移

年齢階級	性別	平成17年		平成20年		平成23年		令和3年	
		総数	比率	総数	比率	総数	比率	総数	比率
0歳以下	男	2,395	1.264	1,291	2.059	1,059	1.059	2,064	1.020
0歳以下	女	2,863	1.359	1,924	2.454	1,248	1.248	2,057	1.020
0歳以下	計	5,258	2.623	3,215	4.513	2,307	2.307	4,121	2.040
15歳以下	男	3,078	1.423	1,765	2.760	1,406	1.406	2,210	1.105
15歳以下	女	3,078	1.423	1,765	2.760	1,406	1.406	2,210	1.105
15歳以下	計	6,156	2.846	3,530	5.520	2,812	2.812	4,420	2.210
16歳以上	男	3,613	1.648	1,744	2.683	1,398	1.398	2,887	1.443
16歳以上	女	3,613	1.648	1,744	2.683	1,398	1.398	2,887	1.443
16歳以上	計	7,226	3.296	3,488	5.366	2,796	2.796	5,774	2.886
65歳以上	男	3,883	1.786	1,819	2.753	1,489	1.489	3,013	1.506
65歳以上	女	4,021	1.857	1,931	2.980	1,931	1.931	2,839	1.419
65歳以上	計	7,904	3.643	3,750	5.733	3,420	3.420	5,852	2.925
合計	男	2,999	1.383	1,398	2.084	1,398	1.398	2,796	1.398
合計	女	3,808	1.765	1,437	2.183	1,406	1.406	2,887	1.443
合計	計	6,807	3.148	2,835	4.267	2,804	2.804	5,683	2.841
15歳以下	男	3,078	1.423	1,765	2.760	1,406	1.406	2,210	1.105
15歳以下	女	3,078	1.423	1,765	2.760	1,406	1.406	2,210	1.105
15歳以下	計	6,156	2.846	3,530	5.520	2,812	2.812	4,420	2.210
16歳以上	男	3,613	1.648	1,744	2.683	1,398	1.398	2,887	1.443
16歳以上	女	3,613	1.648	1,744	2.683	1,398	1.398	2,887	1.443
16歳以上	計	7,226	3.296	3,488	5.366	2,796	2.796	5,774	2.886
65歳以上	男	3,883	1.786	1,819	2.753	1,489	1.489	3,013	1.506
65歳以上	女	4,021	1.857	1,931	2.980	1,931	1.931	2,839	1.419
65歳以上	計	7,904	3.643	3,750	5.733	3,420	3.420	5,852	2.925
合計	男	2,999	1.383	1,398	2.084	1,398	1.398	2,796	1.398
合計	女	3,808	1.765	1,437	2.183	1,406	1.406	2,887	1.443
合計	計	6,807	3.148	2,835	4.267	2,804	2.804	5,683	2.841

- 最低賃金の引上げや物価高等への対応力強化
最低賃金の引上げ、原材料費の高騰などにより、当地域内の多種多様な事業者は収益圧迫に直面している。価格転嫁や生産性向上の取り組みを行う事による利益確保が急務である。
- 人材不足への対応のための省力化・生産性向上
当地域においても人材不足が常態化しており、特に建設業、製造業で顕著である。省力化やデジタル化による生産性向上が不可欠である。

(9) 1 産業大分類別の就業者数
 数之源市(旧相良町と旧橋原町の計) 各年10月1日現在

区分	実数(人)					構成比(%)				
	平成12年	平成17年	平成22年	平成27年	令和2年	平成12年	平成17年	平成22年	平成27年	令和2年
総数	29,723	29,520	27,312	25,691	23,875	99.8	99.6	99.7	100.1	100.0
第1次産業	5,313	4,874	3,810	3,366	2,642	17.9	16.5	13.9	13.1	11.1
農業	5,049	4,659	3,609	3,202	2,501	17.0	15.8	13.2	12.5	10.5
林業	3	-	2	6	4	-	-	-	-	-
漁業	261	215	199	158	137	0.9	0.7	0.7	0.6	0.6
第2次産業	12,484	11,496	10,884	10,076	9,822	42.0	38.9	39.8	39.3	41.1
鉱業	38	35	25	24	21	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
建設業	2,732	2,480	2,137	1,870	1,734	9.2	8.4	7.8	7.3	7.3
製造業	9,714	8,981	8,722	8,182	8,061	32.7	30.4	31.9	31.9	33.8
第3次産業	11,888	12,990	12,189	12,050	11,121	39.8	44.0	44.4	46.9	46.6
電気・ガス・水道業	119	84	92	90	90	0.4	0.3	0.3	0.4	0.4
運輸・通信業	1,318	1,194	1,415	1,308	1,276	4.4	4.0	5.2	5.1	5.3
卸・小売業	4,706	3,948	3,625	3,299	2,808	15.8	13.4	13.3	12.8	11.8
金融・保険業	102	338	345	305	262	1.4	1.1	1.3	1.2	1.1
不動産業	102	106	173	181	204	0.3	0.4	0.4	0.7	0.9
サービス業	4,672	6,801	6,017	6,345	5,960	15.7	23.0	22.0	24.7	25.0
公務	669	819	822	822	821	2.3	2.8	3.0	3.4	3.4
分類不能	38	160	429	199	290	0.1	0.2	1.6	0.8	1.2

資料：国勢調査

- 市場環境の変化（SNSでの広報、キャッシュレス決済、AI技術の普及等）
市場環境は急速に変化しており、SNSを活用した情報発信やキャッシュレス決済、AI技術の普及が進んでいる。しかし、当地域の小規模事業者においては対応が遅れており、デジタル活用力の強化が喫緊の課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①：起業・創業支援

10年後における地域のあるべき姿：「まきサポ」などを通じて当地域において起業が盛んとなり、年間創業数が安定的に20件、5年生存率が70%を維持する姿である。創業支援拠点、資金・人材・知財・販路の支援が連携し、地域課題解決型ビジネスが持続的に生まれる。

理由：人口減少と高齢化で事業の担い手が不足する中、創業により新陳代謝と産業の多様化を促し、地域の稼ぐ力を再構築する必要がある。単発支援ではなく、計画・資金・実行・検証の伴走体制を整え、失敗コストを下げ生存率を高めることが重要である。

②：事業承継支援

10年後における地域のあるべき姿：後継者候補育成と第三者承継の市場が整備され、要支援企業の50%超が計画的に承継完了する姿である。承継後の継続支援により、売上・利益のV字回復と雇用の維持を実現する。

理由：廃業抑制は地域供給網と雇用の防波堤である。早期の事業承継計画、M&A仲介・金融・専門家連携の仕組み化が不可欠であり、承継後の経営改善まで切れ目なく支援する必要がある。

③：デジタル化推進による人材不足対応（省力化・自動化）

10年後における地域のあるべき姿：自動化設備と業務標準化により、労働生産性が20%向上し、繁忙・閑散の変動にも小人数で安定稼働する姿である。多能工化とシフト最適化で離職率を低下させる。

理由：採用難が常態化する中、投入人員の削減と変動吸収力の強化が必須である。プロセス可視化と自動化の併用で品質・納期・コストを同時に改善し、賃上げ原資を生むためである。

④：地域資源を活かした新事業の確立

10年後における地域のあるべき姿：4年前より開催されている当地域の地域資源（産業資源、観光資源など）を活用したスタートアップ支援イベント「まきチャレ」で提案された事業の中から全国展開可能なモノ・コトを確立し、実店舗等で安定販路を確保する姿である。生産・加工・販売などの連携体制を確立し、付加価値を高めるとともに市内への流入人口増加を目指し地域内好循環を実現する。

理由：人口減少で域内需要が縮小する中、ブランディングと高付加価値化により外需を獲得し、価格主導権を確立する必要がある。生産者の小規模分散を連携で補い、品質標準化と物語性で差別化を図るためである。

(3) 経営発達支援事業の目標

①：起業・創業支援

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：年間操業件数15件、5年生存率70%、創業後3年の平均売上8,000千円/社。

KPI：事業計画策定5件、創業融資・補助金採択5件、インキュベーション入居3社、MENTORマッチング3件、初年度EC・CASHLESS導入率40%

②：事業承継支援

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：承継完了20件、承継後2年で売上10%増・雇用維持率100%。

KPI：承継診断実施30社、事業承継計画策定5社、マッチング成立2件、金融同意取得2件、後継者研修修了2人。

設定した理由：完了件数と事後業績は実効性の最終指標である。診断→事業計画策定→マッチング→金融同意→育成のKPIは承継プロセスのプロジェクト行程を可視化し、停滞段階の特定と資源集中を可能にするためである。

③：デジタル化推進による人材不足対応（省力化・自動化）

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：労働生産性20%向上、離職率30%改善、残業時間20%削減。

KPI：自動化導入2ライン、標準作業書整備3件、段取り時間20%短縮、スキルマップ運用2社、AI勤怠導入2社。

設定した理由：生産性・離職・残業は人手不足克服の最も重要なポイントである。設備導入・標準化・段取り短縮・人材可視化のKPIは現場改善に直接つながるものであり、成果への因果を明確にできるためである。

④：地域資源を活かした新事業の確立

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：地域資源を活かした新事業売上を1億円へ

KPI：商標・意匠取得1件、EC出店2社、催事出展3回、認証規格取得1件。

設定した理由：売上・粗利のKGIは外需獲得と価格主導の実現度を測るためである。KPIはブランド要素（知的財産・パッケージ・販売チャンネル・信頼認証）を段階的に積み上げ、成果に因果接続するプロセス管理を可能にするためである。

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

①：起業・創業支援

達成方針1：事業計画の伴走設計

当会主催「創業塾」を開催し、経営の基礎を習熟。牧之原市経営サポートデスク「まきサポ」において面談の実地。ヒアリングによる課題を検証し、開業に向けてのサポートを実施する。

設定した理由

初期段階で仮説検証を回すことで、失敗コストを下げ、計画制度を高めることが出来る。事業計画を深掘りすることにより、開業までの時間を短縮し、資金調達などの可能性を高める。

達成方針2：資金・人材・拠点の三位一体整備（資源への接続）

牧之原市経営サポートデスク「まきサポ」と連携している島田掛川信用金庫・信用保証協会などと共に、開業計画書、創業補助金申請書の事前審査・書類作成を伴走する。

設定した理由

創業者の最大課題は資金・人材・場所の不足である。三位一体で障壁を下げ、立ち上がりの固定費を低減することで生存率が向上する。専門支援の集約は手戻りを減らし、審査通過率を高め、時間短縮と質の担保に寄与する。

達成方針3：販路・デジタル基盤の即時整備（初期売上の確保）

創業当初より対象となる業種には、ECサイト・キャッシュレス・SNS運用を標準導入、また牧之原市ふるさと納税に登録する。CRMを活用し見込み客管理とリピート施策を運用する。

設定した理由

初期売上が立たないと資金繰りが悪化し、撤退リスクが高まるため、デジタル販路の即時整備にも着手し商圈を拡張し、少人数でも販売を継続できる体制を構築。

②：事業承継支援

達成方針1：早期診断と事業承継計画策定

60歳以上の経営者に承継診断を実施し、資産・知財・人材の棚卸しを行う。5年計画が作成可能なテンプレートを事業者を提供し、承継の合意形成をかる場（家族、幹部、金融機関等）を設定する。課題別に税務・法務などの専門家を配置する。

設定した理由：可視化がなければ承継は停滞するためである。事業承継計画策定により関係者の期待が整合し、金融支援も得やすくなる。早期着手は選択肢を広げ、税務リスク低減や価値向上につながるため効果が高い。

達成方針2：第三者承継のマッチング体制

商工会×事業承継・引継ぎ支援センター×金融機関などの連携窓口を設置し、買い手候補リストを整備する。見学会・面談会を適宜開催し、案件情報を標準様式で公開する。

設定した理由：親族承継だけでは母集団が不足するためである。公的・民間ネットワークの統合により成約率が上がる。標準化されたプロセスは時間短縮・コスト削減をもたらす小規模でも成立を後押しできる。

達成方針3：承継後2年の伴走支援

承継後24か月の売上・粗利を定期的に確認し、商品改良と販路開拓などを伴走支援する。活用可能な補助金の申請支援を行う。離職防止の人事施策などを整理する。

設定した理由：承継はゴールでなくスタートである。初期の試行錯誤期に伴走することで赤字転落や離脱を防げる。数値管理により早期の軌道修正が可能になり、売上成長へ接続し地域雇用維持にも貢献する。

③：デジタル化推進による人材不足対応（省力化・自動化）

達成方針1：I E手法による現場標準化

動線分析とタイムスタディを実施し、5 Sを徹底する。標準作業書を整備し、段取り時間の見える化ダッシュボードを導入する。また教育プログラムを短時間で回せる形にする。

設定した理由：自動化前にムダを除去することが投資効率を最大化するためである。標準化は教育負荷を下げ、属人化ストレスを減らす。短期間で効果が出やすく、次の自動化投資の基盤を作れる。

達成方針2：選択的自動化・デジタル化

事業所に合わせた省力化設備（自動包装・ピッキングの導入、受付R P A、予約・配車システムなど）を導入し自動化を実装する。A Iの活用により人的資源を付加価値工程へ再配置する。効果測定を定期的実施する。

設定した理由：ボトルネック工程を狙い撃ちすることが費用対効果に優れるためである。単純反復作業の機械化で生産性が上がり、人的資源を価値創出へ振り向けられる。測定により改善サイクルを維持できる。

達成方針3：柔軟な就労と外部資源の活用

短時間雇用・シフトの柔軟化を導入し、地域人材バンクやスキマバイトなどを活用する。外部委託可能な物は外部に委託し繁忙差を平準化する。また多能工化研修を実施する。

設定した理由：フルタイム前提では母集団に限られるためである。柔軟な就労で潜在人材を取り込み、非中核業務の外部化で負荷を軽減する。多能工化は稼働安定を支え、離職率の改善にも効果がある。

④：地域資源を活かした新事業の確立

達成方針1：地域資源の再発見

チャレンジビジネスコンテストなどから提案された、外部からの視点による「地域資源」データをデータベースにとりまとめる。

設定した理由：地域資源の豊かさと多様性を最大限に活かすためには、従来から市内に暮らす人の視点よりも外部からの視点が重要となる。

達成方針2：地元産素材等（事業者、農産物、海産物）の活用

データベース化された地域資源を活用し新たな商品・サービスを開発する。販路については各社E Cサイトや県商工会連合会チャレンジショップなどへ出店し、またふるさと納税返礼品登録も行う。

設定した理由：人口減少・高齢化が進む中、今後はより一層六次産業化や観光連携などによる付加価値の創出が必要である。新事業・新産業を生み出すことで、地域内経済の循環を促し、持続可能な地域経済の基盤を確立できる。

達成方針3：発信力・販売力の向上

S N S公式を運用し、消費者の購買意思決定に強い影響を与える人物（インフルエンサーなど）とタイアップし魅力ある動画の作成をする。また、一般消費者やユーザーを活用したレビューキャンペーンなどを展開しリピーターの確保に努める。

設定した理由：継続的な情報発信は検索需要を蓄積しE Cにおいては転換率を押し上げる。来店体験は口コミと再購入を促し、レビュー向上と粗利改善に資する。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状：実施している調査の概要と課題

- ・地域内における経済動向については、経営指導員等による巡回指導時や窓口相談時にヒアリング等を行う中で把握する情報や経営における諸課題などを共有している。
- ・日本政策金融公庫、信用保証協会との情報交換会、地元金融機関担当者との交流などにおいて情報収集を行っている。
- ・静岡県商工会連合会が毎月実施する景気動向調査により地域経済の動向を収集している。

課題：

- ・身近な情報は従来の情報収集手段で凡その判断材料となるが、特に数値的データについては従来の方法では定期的に実施出来ないなど足りない部分がある。
- ・分析についてもビッグデータ等の活用が不足しており、地域の経済動向調査の充実を図ることが課題である。
- ・金融機関等との情報交換会議の定期的な開催による情報収集、国が提供するビッグデータ（RESAS）の有効活用により課題解決を図る。

(2) 目 標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①管内調査 公表回数	4	4	4	4	4	4
②RESAS活 用公表回数	—	1	1	1	1	1

(3) 事業内容

①管内景気動向調査の実施（本会独自調査）

管内の景気動向についての実態を把握するため、四半期毎に当会に設置している5部会（商業・工業・建設・観光飲食サービス・農業地場産品）の小規模事業者の調査を実施する。

【調査対象】管内小規模事業者100社（5部会より各20社）

【調査項目】売上、仕入、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資、事業承継等

【調査手法】オンラインフォーム（Google Forms等）＋郵送アンケートを併用

【分析方法】経営指導員が外部専門家と連携し分析する

【周知方法】当会で毎月1日に市内全域に新聞折込みで発行する「商工会のお知らせ」に掲載

②国が提供するビッグデータの活用

小規模事業者の事業計画立案や市場調査の参考資料としての活用を目的に、経営指導員等による「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向・産業動向分析を行い、年1回公表する

【分析手法】「地域経済循環マップ・生産分析」⇒何で稼いで、どう分配されているか等分析

「まちづくりマップ」⇒人の動き等を分析

「産業構造マップ」⇒産業の現状等を分析 など

【周知方法】当会で毎月1日に市内全域に新聞折込みで発行する「商工会のお知らせ」に掲載

(4) 成果の活用

【支援テーマの優先順位付け】

景況調査の結果を基に、資金繰り・人材確保・事業承継などの重点支援を決定し、専門家派遣

や補助金申請支援に反映。

手法：

- ・景況感調査のD I を業種別に集計し、悪化項目（採算・資金繰り・人手不足）を抽出
- ・専門家派遣・補助金申請支援の対象企業を選定

【集中伴走支援の選定】

RE S A S分析で抽出した産業に対し、販路開拓・D X・人材育成を一体で支援。企業間ネットワークを活用し広域連携を促進。

手法：

- ・RE S A S分析で付加価値額、取引流入額の高い業種を抽出
- ・該当業種の企業リストを作成し、販路開拓・D X・人材育成などの支援計画を策定
- ・商談会等を企画し、企業間ネットワークを活用

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状：

- ・地域の経済動向調査は、これまで国提供のビッグデータを活用した分析に限定され、小規模事業者の商品・サービスに対する市場ニーズや消費動向の把握は十分でなかった。
- ・観光や地域資源活用に関する認知度・購買行動の定量データが不足し、マーケットイン型の商品開発や販路戦略に活かせていない。

課題：

- ・ビッグデータ分析のみでは、顧客の意見や市場環境を反映した具体的な需要動向を把握できない。
- ・地域資源形成や観光地の知名度向上に資する調査が未実施であり、小規模事業者の商品・サービス開発に活用できる情報が不足している。
- ・ヒアリングやアンケートを含む市場調査を組合せ、事業計画策定に直結する分析が必要。

(2) 目 標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
① 新商品等開発 対象事業者数	—	5	5	5	5	5

(3) 事業内容

①まきのはらマキティ軽トラ市等での需要動向調査

小規模事業者が新たに開発した新商品、新サービスなどの需要動向調査を行うため、現在開催している「まきのはらマキティ軽トラ市」「まきのはら産業フェア」「移動販売車活用チャレンジショップ事業」などにおいて、来場した消費者に対しアンケート調査を実施する。

飲食、小売、サービス、製造等参加業種が多岐に渡ることから、マーケットイン発想の情報収集を行うため、各事業者にあわせたアンケート調査を実施する。

【サンプル数】各事業来場者5～10人

【調査手段・手法】まきのはらマキティ軽トラ市、まきのはら産業フェア、移動販売車活用チャレンジショップ等の開催時に来場者に対し、事業者及び経営指導員等がアンケートにより実施する

【分析方法・手法】実施事業者全体の集計を経営指導員が実施し、専門家も交え分析を行う。

【調査項目】①満足度②商品等の魅力度③改良、改善要望等

【分析結果の活用】経営指導員が当該事業者に対して直接説明しフィードバックすることで改良、改善につなげる

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現状：

- ・経営分析は限定的で、財務指標（利益率等）の把握に偏り、非財務面（強み・弱み、外部機会・脅威、顧客価値、競争優位仮説など）の体系的整理が不足。
- ・ローカルベンチマーク、経営デザインシート、経営計画ツール等の活用は一部にとどまり、面談、ヒアリングの標準化が未整備。
- ・セミナー等の参加機会は散発的で、分析後のアクションプラン・フォローアップが弱い。
- ・生活関連事業（理美容、クリーニング、修理、介護・福祉サービス等）は、地域住民の需要を支える重要産業であるが、人口減少・高齢化に伴い需要構造が変化。

課題：

- ・財務＋非財務の二層分析を標準化し、課題の抽出から具体的施策までを設計する必要。
- ・新規事業開発、販促戦略、起業・創業、事業承継など目的別に必要なデータが異なるため、テーマ別の指標、ヒアリング項目を定義・運用する体制が不足。
- ・参加の裾野拡大（募集導線）と、分析対象事業者の計画的な確保（数値目標）が未設定。
- ・生活関連事業の強み・弱み（サービス品質・人材・IT活用）と、外部環境（人口動態・競合・消費トレンド）を統合分析する必要。

(2) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
① 経営分析セミナー開催回数	2	3	3	3	4	4
② 個別経営分析事業者数	—	50	50	50	60	60

(3) 事業内容

①経営分析の必要性・重要性を認識するための経営分析セミナー、又は事業計画策定セミナー及び個別相談を実施すると共に経営指導員の巡回及び窓口相談にて、経営分析を行う対象所の発掘を行う。

【募集方法】募集案内は商工会が市内全域新聞折込みで発行する「商工会のお知らせ」への掲載の他、牧之原市公式LINE、経営指導員の巡回や各種会議などで参加意識を高める

【開催回数】3～4回

【参加者数】1回10名程度の少人数開催

②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者を中心に、新規事業展開、経営改善計画の作成を目指す小規模事業者

【分析項目】定量分析「財務分析」及び定性分析「SWOT分析」を行う

財務分析：売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等

SWOT分析：強み、脅威、機会 等

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営自己診断システム」等を活用し、経営指導員が分析を行う。

(4) 分析結果の活用

①小規模事業者支援への活用

【事業計画策定への接続】

経営状況の分析結果（財務指標・SWOT・顧客構造・業務プロセス）を基に、小規模事業者ごとに短期・中期・長期の改善策を明確化し、事業計画に落とし込む。

- ・短期（資金繰り）：資金繰り表の作成、支払・回収サイトの見直し、在庫圧縮、金融機関との調整支援。
- ・中期（販路）：強みを活かした販路開拓（EC導入、SNS広告、展示会出展）、顧客リピート率改善施策。
- ・長期（設備投資）：省人化・省エネ設備の投資計画策定、投資回収期間の試算、補助金・金融支援の活用。

【KPI設定と伴走支援】

粗利率、在庫回転日数、広告CPA、回収サイトなどのKPIを設定し、月次レビューで進捗確認。改善が遅れる場合は是正策を提示しPDCAサイクルを回す。

②内部での活用（商工会、商工会議所内）

【情報共有とナレッジ化】

分析結果を統一フォーマットで記録し指導員間で共有。成功事例や失敗事例をまとめ支援の質を平準化。

【研修、スキル強化】

分析手法（財務・SWOT・KPI設定）やフォローアップの事例を内部研修で共有し指導員のスキル向上を図る。

【データ活用による重点化】

分析結果を集計し、地域全体の課題（例：人手不足、資金繰り状況等）を把握。重点支援分野を決定し、次年度支援計画に反映。

③地域経済・政策連携への活用

【地域課題の見える化】

分析結果を集約し、地域の小規模事業者が抱える共通課題（例：資金繰り逼迫、デジタル化遅れ、事業承継リスク）を明確化。

【行政・金融機関との連携強化】

データを基に、活用可能な補助金、金融支援の提案を行い、政策形成や制度改善にフィードバック。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

現状：これまで事業計画策定支援は経営状況の分析を実施し、希望した小規模事業者に対して分析結果に基づき、顧客ニーズや地域経済動向調査、商品・サービスの需要動向を踏まえ、事業計画の策定を支援した。

体系的な支援体制は未整備であり、経営分析は実施しているものの、事業計画策定への具体的な支援には至らないことも多い。創業・事業承継・新事業展開に関する計画策定支援も個別対応に留まっている。

課題：事業計画策定の意義や重要性が小規模事業者に十分に浸透しておらず、セミナーの内容や支援手法の見直しが必要。

創業や事業承継、新事業展開に関する計画策定支援を体系化し、小規模事業者の内発的動機付けを行い、主体的に取り組む環境づくりが求められる。

支援体制において、体系的に取り組む仕組みづくりが課題となっている。特に、生活関連事業者は地域住民の暮らしを支える重要な存在であるが、事業計画策定の意義や重要

性が十分に浸透していない。創業・事業承継・新事業展開に加え、生活関連分野における持続可能な経営支援が求められる。

(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訳ではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、経営分析を行った小規模事業者の3割程度/年の事業計画策定を目指す。

また、持続化補助金の申請を契機として経営計画の策定を目指す小規模事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し事業計画の策定につなげていく。事業計画策定前段階においてはDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者における「DX化」の重要性を認識させる。事業計画策定支援は単なる知識提供ではなく、小規模事業者の行動変容を促すことが重要である。そのため、以下のような支援方針を作成し体系的に支援を行っていく

- ・経営分析を実施した小規模事業者のうち、年間3割程度が事業計画を策定することを目指す。
- ・持続化補助金申請を契機とした小規模事業者に対し、実現可能性の高い事業計画策定を支援。
- ・起業・創業、事業承継、新事業展開、生活関連事業における支援に関する計画策定支援を体系化し、段階的に支援。
- ・経営指導員による対話と傾聴を重視し、最適な意思決定を支援する伴走型支援を実施

(3) 目 標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
① DX推進セミナー	—	1回	1回	2回	2回	2回
② 事業計画策定セミナー	1回	2回	2回	3回	3回	3回
③ 創業、事業承継支援セミナー	3回	3回	3回	5回	5回	5回
事業計画策定事業者数	45	45	45	50	50	50

(4) 事業内容

①DX推進セミナーの開催

【目的】

DX化に対する理解不足の課題を解決し、業務の効率化、販路拡大を図ることで、新事業展開の基盤を整備する。DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得し、実際にDXに向けたITツールの導入やECサイト構築等の取組みを推進していく。

【具体的手法】

支援対象：DX化に関心のある小規模事業者

募集方法：商工会のお知らせ（新聞折込み発行）、商工会公式LINEなど

講師：県連合会に講師の推薦依頼

回数：年1回実施予定

カリキュラム：生成AIの活用法、ITツールの導入、ECサイトの構築など

参加者数：15名募集で実施

②事業計画策定セミナーの開催

【目的】

事業計画策定の重要性を理解し、創業・事業承継・新事業展開に向けた持続的な経営改善を図るための支援体制を構築する。

【具体的手法】

支援対象：経営分析を実施した事業者、各種補助金申請を予定する事業者など

募集方法：商工会のお知らせ（新聞折込み発行）、商工会公式LINEなど

講師：県連合会に講師の推薦依頼

回数：年2回実施予定

カリキュラム：自己分析、市場分析、営業・販売戦略、資金・収支計画など

参加者数：15名募集で実施

③ 創業・事業承継支援セミナーの開催**【目的】**

創業希望者や後継者に対し、事業構想の具体化と事業計画策定を支援し、地域内での持続可能な事業継続を促進する。

【具体的手法】

支援対象：創業希望者、後継者など

募集方法：商工会のお知らせ（新聞折込み発行）、商工会公式LINEなど

講師：県連合会に講師の推薦依頼

回数：年2回実施予定

カリキュラム：自己分析、市場分析、営業・販売戦略、資金・収支計画など

参加者数：15名募集で実施

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：

- ・事業計画策定後のフォローアップは一部で実施しているものの、頻度・方法が統一されておらず、担当者や時期により訪問／面談回数・記録様式・評価指標が不定期となっている。
- ・フォロー結果やアンケート等の調査結果が支援内容に十分に反映されていない。
- ・起業・創業、事業承継、新事業展開など事業計画の類型に応じた伴走メニューの体系化が未整備。
- ・経営戦略・人材戦略・知的資産／知的財産・デジタル等に関する経営リテラシーの把握と段階別支援が不十分。

課題：

- ・フォローアッププロセス（頻度、様式、KPI、記録管理）、フォーマットの整備。
- ・面談・アンケート・業績指標等の調査データを分析し、支援内容へ反映するPDCAの確立。
- ・起業・創業計画／事業承継計画／新事業展開計画に対応した類型別支援メニューの策定。
- ・経営者の経営に関する基礎知識水準を診断し、段階に応じた人材戦略・デジタル活用等の支援を組み込むこと。
- ・進捗不良時の効果検証と事業計画見直しのルール化。（事業計画進捗率が予定より50%以上遅延している場合は見直し等）

(2) 支援に対する考え方

- ・経営の自走化を重視し、伴走支援により経営者自身が課題と解決策を見出すプロセスを支援する。現場の当事者意識醸成のため、経営者と従業員の協働を促す。
- ・事業計画を策定した全小規模事業者を対象としつつ、進捗・リスク・リソース状況に応じて

支援強度を最適化（重点対象には訪問・面談を高頻度化）。

- ・進捗状況が芳しくない場合は、「目標・KPI達成度の点検」「ボトルネックの仮説検証」「事業計画の効果・検証を実施」、必要に応じ事業計画の見直し案（目標・KPI・施策・体制・スケジュールの再設計）を提案する。県連広域支援拠点指導員等第三者の視点を投入する。
- ・フォローアップでは、小規模事業者の経営基礎知識（経営戦略、人材戦略、デジタル等）の習得状況を把握し、段階別の学習・実装支援を行う（例：財務基礎→管理会計→KPI設計、会計クラウド／EC／SNS運用の導入段階支援）など。
- ・収集データの適正管理・秘密保持を徹底し、データに基づくPDCAで支援品質を継続的に改善する。

(3) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
フォローアップ 対象事業者数	35	45	45	50	50	50
頻度（延回数）	—	160	160	180	180	180
売上増加 事業者数	—	10	10	12	12	12
利益率3%以上 増加事業者数	—	4	4	5	5	5

(4) 事業内容

事業計画を策定した全事業者を対象にフォローアップを実施する。国や県などの各種補助金採択者については、策定計画に沿った事業計画を着実に実施しているかの確認も当然のことながら必要となる。不採択者においては、再度事業計画のブラッシュアップや計画の見直しが必要となる。

フォローアップは経営指導員を中心に県連広域支援拠点なども活用して実施する。相談の頻度については事業計画の進捗状況を3段階に区分し、策定者の1/3を6回（2ヶ月に一度程度）、1/3を4回（四半期に一度程度）、1/3を2回（半期に一度程度）で計画する。売上増加、利益率増加数については、各事業者目標を利益率3%増加とし、フォローアップ事業者数の10%を目標とする。

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：

- ・本市では平成23年度より継続して、牧之原市役所相良庁舎から200mほど離れた場所にある「牧之原市防災研修センター駐車場」、榛原庁舎に隣接する「文化センター駐車場」を会場に「まきのほらマキティ軽トラ市」を年間平均4回開催している。出店者は飲食物・各種商品・農産物等販売であり、各回平均20店が出店、来場者は平均1,500人余りとなっている。15年の開催実績があり地域には定着しており、新商品を紹介、情報発信する場としての出店も可能である。
- ・BtoBについては本会単独では実施困難なことから、静岡県商工会連合会、全国商工会連合会、静岡県、金融機関等の主催する展示会、商談会への参加を支援している。静岡県商工会連合会が主催する「アレモキッチン／コレモストア」は静岡伊勢丹に常設しているチャレンジショップであり、短期間アンテナショップとして活用することも可能である。

課題：

- ・「まきのはらマキティ軽トラ市」は地域に定着した事業となっているが、マンネリ化の傾向があり、新たな取組による来場者を増加させることが課題となっている。
- ・チャレンジショップ出展を単発で終わらせず、事前・事後の販路戦略と顧客獲得計画を組み込む。
- ・地域資源を活かした新商品開発・付加価値化の促進への取組み。

(2) 支援に対する考え方

単独では販路開拓活動が困難な事業者を対象に、取引先または消費者と接する機会を提供するとともに、商談・購買成立に向けた助言や施策等の活用をすすめる。対象事業者は、食品加工製造業や地場産品扱い業者などを主とする。

(3) 目 標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①地域イベント 等出店事業者数 (延数)	20	25	25	30	30	30
売上額/社	—	5万円	5万円	7万円	7万円	7万円
②展示会商談会 参加事業者数	3	3	3	5	5	5
成約件数/社	—	1	1	2	2	2

(4) 事業内容

多様となっている顧客ニーズに合った商品・サービスを提供・発信する機会を増大させるため、新商品やサービス開発及び販路開拓に意欲的な事業者に対して、以下の事業を実施する。

① 地域イベント事業（BtoC）及び特産品開発支援

- ・事業者の新たな商品・サービスの開発による売上拡大を推進するため、地元ならではの新たな逸品づくりに取り組む。支援は専門家派遣を含め、個社支援を基本とする。
- ・事業者の販促、テストマーケティングの場とし、継続して開催している「まきのはらマキティ軽トラ市（年4回程度開催予定）」において販売ブースを設け新たな需要開拓につなげる。
- ・全国商工会連合会、静岡県商工会連合会が運営するアンテナショップ等に出店し、新たな需要を開拓する。

手法：・事前準備：ターゲット市場分析、商品選定、価格戦略、販促資料作成

- ・出展中：陳列・接客・商談サポート、SNSでリアルタイム発信
- ・事後フォロー：商談記録管理、受注対応、次回展示会戦略策定
- ・オンライン販路：ECサイト構築、SEO対策、SNS広告運用

②広域展示会等への出展（BtoB）

新たな取引先を開拓するため、静岡県商工会連合会、中部地区信用金庫の主催する「しんきんフェア（出展社300社超、来場者1.5万人）」等への出展を支援し新たな取引先開拓に繋げる。

手法：・事前準備：ターゲット市場分析、商品選定、価格戦略、販促資料作成

- ・出展中：陳列・接客・商談サポート、SNSでリアルタイム発信
- ・事後フォロー：商談記録管理、受注対応、次回展示会戦略策定
- ・オンライン販路：ECサイト構築、SEO対策、SNS広告運用

上記①②事業への出店（展）にあたっては、経営指導員が事前、事後の支援を行う。

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：

- ・現在、本会正副会長、市商工企業課、中小企業診断士（まきサポ相談員）2名、事務局長、法定経営指導員をメンバーとした「経営発達支援事業検討委員会」を年一回開催し、事業活動の評価並びに改善コメントなどを受けてきた。
- ・評価結果の公表は限定的で、地域事業者が常時閲覧できる仕組みが不十分。

課題：

- ・課題として、委員会において改善コメントを受けた時点で既に次年度計画が策定されており、抜本的な改正や変更が難しく、改善の指摘を受けたことが次年度以降に反映されているかを再度チェックする仕組みが無かったことである。

(2) 事業内容

1. 定量的把握

- ・KPI設定：事業計画策定件数、販路開拓支援件数、セミナー参加者数、EC導入件数、売上増加率10%増加など。
- ・データ収集：フォローアップシート・会員アンケート・実績報告を統合しデータを可視化する。

2. 評価手法

- ・「検討委員会」内に置いて評価を実施する。
- ・半期ごとに進捗確認、毎年度1回以上の総合評価を実施する。
- ・評価は5段階評価+改善提案方式で、次年度支援計画に反映する。

3. 評価・見直しの頻度

- ・年1回以上の総合評価+半期レビュー。
- ・必要に応じて臨時検討委員会を開催し、地域の産業ビジョンにおける重要課題（地域資源活用、販路開拓など）を議論する。

4. 結果の公表方法

- ・評価の結果はHP・会報に掲載し、地域事業者が常時閲覧可能な状態を確保。
- ・関係機関にも情報共有し、改善策を協働で検討。

10. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1) 現状と課題

現状：

経営指導員等職員の資質向上については、従来から静岡県商工会連合会の実施する研修会や、中小企業大学校中小企業支援担当者研修会などに積極的に参加をしてきたが、支援のノウハウ個人に依存し、職員間で共有する仕組みが整っていない状況である。

課題：

近年は、持続化補助金申請支援など、伴走支援に関する量の増加がみられる。小規模事業者により効率的な支援を行うため、職員全員の指導力強化を図り、短時間でも効率的な指導を推進できる体制構築が必要である。経営指導員等全職員が専門的事例にも対応できる体制作りをすることにより、小規模事業者のために役立つ伴走支援を行うことが可能となる。

(2) 事業内容

①支援情報の共有化

全国商工会連合会システム「基幹システム」内経営カルテを活用し、経営指導員等が行う個別支援の取組み状況を全職員で共有化する。共有化することにより、事業者個々に対する個別支援状況を全職員が把握しつつ、総合的に支援できる仕組みを構築する。

②中小企業大学校中小企業支援担当者研修会の受講

従来から行っている、中小企業大学校での中小企業支援担当者研修に経営指導員等を派遣し、資質向上と支援ノウハウの向上を図る。また、静岡県商工会連合会が主催する集団研修にも積極的に参加し、県内経営指導員等の人的ネットワークを促進し支援力強化を目指す。

③OJT制度の導入

支援経験が豊富なベテラン経営指導員と若手指導員や一般職員がチームとなり、巡回指導や窓口相談に対応する仕組みにより組織全体の支援能力の向上を図る。

1.1. 他の支援機関との役割分担と連携強化による効果的な小規模事業者支援に関すること

(1) 現状と課題

現状：牧之原市中小企業・小規模企業振興基本条例内により市内金融機関、産業団体、大規模企業などで組織されている、牧之原市中小企業・小規模企業振興円卓会議などへの参加や牧之原市商工企業課等との定期的な連絡会議などにより、地域の経済動向など相互に情報交換を実施している。

また、日本政策金融公庫等の公的金融機関との定期的な交流会議、東海税理士会島田支部との定期連絡会などを通じて交流・連携を深めてきている

課題：情報交換の場は存在するものの、支援ノウハウについての体系的な蓄積や共有は十分とは言えない。また、小規模事業者が他社と連携して行う営業協力や共同調達等の生産性向上に資する取組について、他の商工会、商工会議所との連携が限定的であり、実施に向けた検討が進んでいない。

(2) 事業内容

①他の商工会・商工会議所、支援機関、金融機関等との情報交換による支援力強化

中部地区商工会（島田市商工会・吉田町商工会・川根本町商工会・大井川商工会・岡部商工会・静岡市清水商工会・牧之原市商工会）が共同実施する定期会議（年2回程度）や経営指導員等を対象とした研修会（年1～2回）、日本政策金融公庫静岡支店管内の情報交換会（年2回程度）、静岡銀行、島田掛川信用金庫など地元金融機関との連絡会（年1回程度）等において、事業計画策定や創業、経営革新等についての支援ノウハウに関する共通テーマを提案して行くことで、相互の支援能力の強化を図る。

②牧之原市中小企業・小規模企業振興円卓会議、牧之原市産業雇用支援ネットワークへの参加

牧之原市内に設置されている牧之原市中小企業・小規模企業振興円卓会議、牧之原市産業雇用支援ネットワークなどへの参加により積極的な情報交換を進めることで、地域内の経済動向の把握、また人材確保にかかる支援能力の向上に努め、地域課題の解決ノウハウを構築して行く。

1.2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

現状：

- ・牧之原市の基幹産業である茶の振興に関する課題については、共通認識はあるものの具体的な取り組みの部分では課題が多い。
- ・商店街では来訪機会が減少し、空き店舗の増加やイベントの継続性が課題。
- ・2年前より市内のみで利用可能な地域通貨「まきペイ」が導入された。

課題：

- ・茶産業を中心に農産物生産者と既存事業者が連携を図り、地域の魅力の特性を踏まえた上での新たな商品開発の必要性。
- ・商店街での賑わいの創出、アンテナショップ機能を備えた販路開拓の拠点づくりなどによる来訪機会の創出。
- ・ECサイトを構築した販路拡大への取組みが不十分。
- ・地域通貨となる「まきペイ」浸透率、利用率がまだまだ不十分。

(2) 事業内容

①「まきのはら産業フェア」地域活性化事業

牧之原市内の中小企業応援事業として市内企業や農産物生産者が製造、販売している製品などを市民向けに展示・販売を行い、市内産業の振興を図るための事業である。

小規模事業者の販路拡大を目指した「物産展」としての機能を果たしている。魅力ある地域資源を活かした商品のテストマーケティングや地域の賑わい創出を通じ、交流人口の増加を目的に地域活性化事業を継続的に開催されている。小規模事業者においては有効な販路拡大等の場となっている。

②「まきのはらマキティ軽トラ市」事業

平成23年度から継続実施している、集客効果の高い「軽トラ市」。「牧之原市防災研修センター」「榛原文化センター」両駐車場を活用し、そこに「軽トラック」などの軽自動車が集結、荷台等を利用し、商工業品、海産物、野菜果物などを、商工業者・生産者などが販売や宣伝PRを行う他、一般市民による趣味や創作発表なども取り入れ、商工業者・生産者・消費者それぞれが相互交流を深めるとともに、賑わいを創出することで地域の活性化を図ることを目的とし開催している。

飲食関係等出店者においては、開発した新商品に関する試食など来場者に対するサンプル調査などを実施可能であり、今後の販路を検討する有効な場となっている。

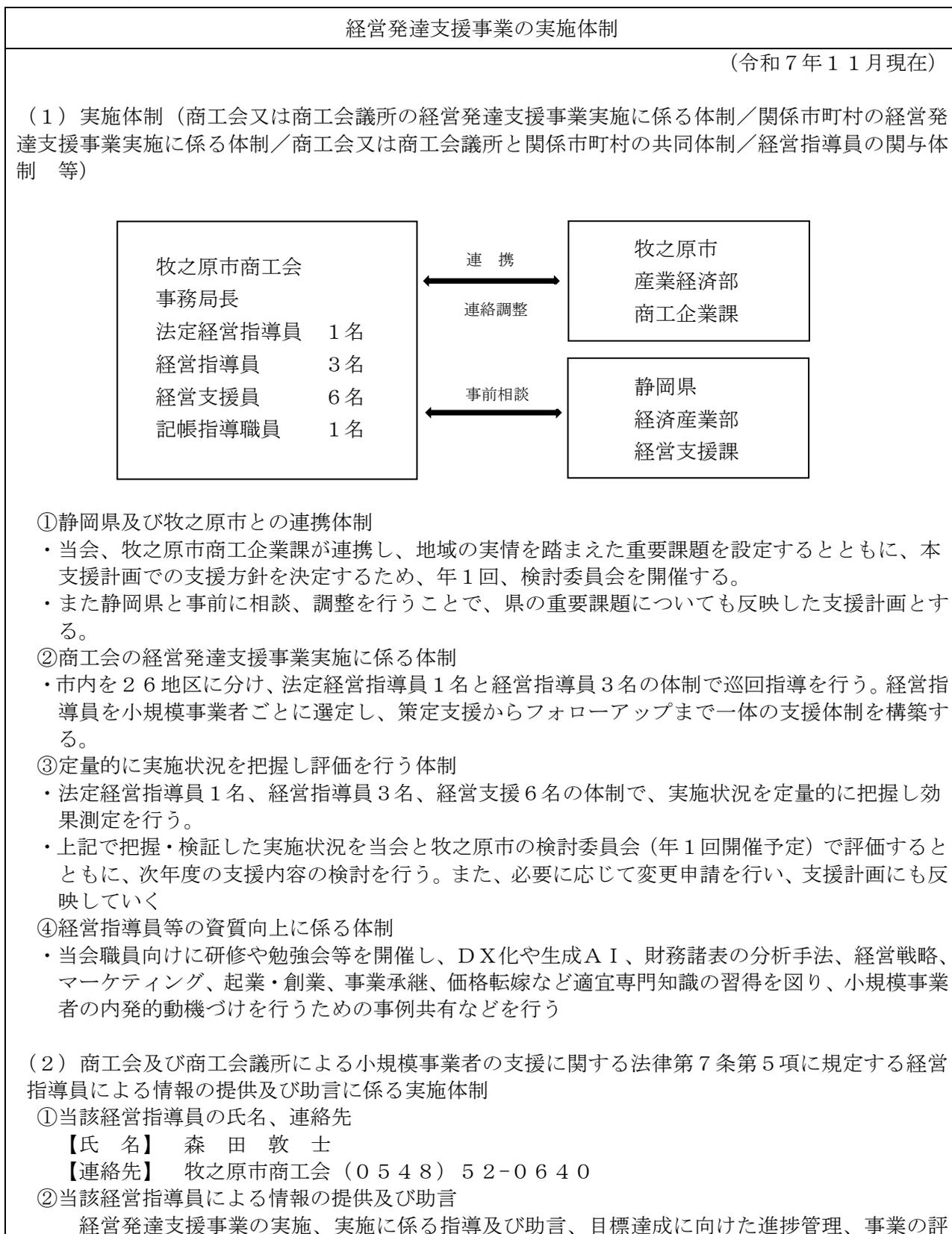
両事業とも消費者とリアルに接して行う場である。更なる販路拡大を目指し、ECサイト構築による販路拡大を目指す。

③「まきペイ」活用事業

2年前より導入された市内のみで利用可能なキャッシュレス決済地域通貨「まきペイ」。市と連携し「ポイントキャンペーン事業」などを行ってきたが、まだまだ市民への浸透率、利用率は十分とはいえない。市内にあるカード会組織が数年後に解散の予定であり、今後は「まきペイ」を如何にして活用していくのかが重要となってくると思われる。広範囲の年齢層の利活用数を増加させるため、特に若い世代の消費者が望む「キャンペーン」を定期的実施し、地域内店舗の新たな顧客獲得を目指す。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

③域経営指導員の当否 申請書に記載の経営指導員・森田敦士は、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／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

〒421-0523 静岡県牧之原市波津691-2

牧之原市商工会 TEL(0548)52-0640/FAX(0548)52-4846

e-mail:makinohara@wind.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒421-0522 静岡県牧之原市相良275

牧之原市産業経済部商工企業課

TEL(0548)53-2647/FAX(0548)52-3772

e-mail:shoko@city.makinohara.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8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
必要な資金の額	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
専門家派遣費	500	500	500	500	500
セミナー開催費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
チラシ制作費	800	800	800	800	800
資料購入費	200	200	200	200	200

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費、国補助金、県補助金、市補助金、事業委託費等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

