

(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

大紀町は三重県中南部に位置し、平成17年2月、大宮町、紀勢町、大内山村が合併し誕生しました。大紀町は総面積233.54km²の90.6%が森林であり、急峻な土地の中のわずかな平地に集落が密集しているのが特徴です。主な特産品は大内山牛乳の乳製品、松阪牛の中でも評価の高い七保牛、錦地区の魚介類の他、キノコ、お茶も生産量は少ないものの質の高い特産品があります。

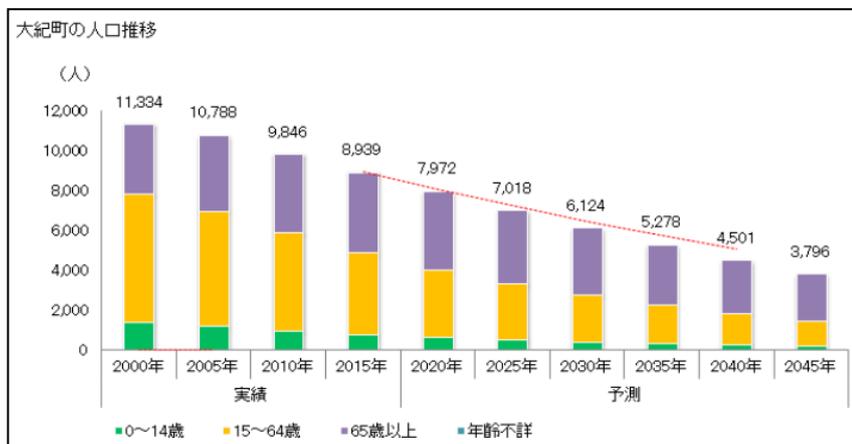


近隣市町の森林率

市町名	森林率	市町名	森林率
大紀町	90.6%	紀北町	89.4%
大台町	93.2%		
尾鷲市	91.7%	三重県全体	64.5%

少子高齢化、人口減少は特に厳しい状況で、消費の減少だけでなく、経営者の高齢化、後継者難、従業員確保難による廃業が止まらない状況です。

2018年の年間出生者数は24人、年間死亡者数は169人で人口の将来予測も大変厳しい数値となっています。人口の社会減では15歳から24歳の進学・就職時の転出、20代後半から30代前半女性の婚姻による転出が多く、平成27年調査で25歳から39歳男性未婚率は52.8%、女性未婚率36.0%と高く、町内での事業の継続が厳しい要因となっています。



国勢調査及び人口問題研究所 将来推計人口より

管内商工業者数推移

	商工業者数	小規模事業者数	小規模比率	商工会会員数	会員比率
平成 17 年 4 月	6 8 1	6 5 4	9 6 . 0 %	4 7 1	6 9 . 2 %
平成 26 年 4 月	4 6 5	4 4 8	9 6 . 3 %	3 5 1	7 5 . 5 %
平成 31 年 4 月	4 2 1	4 0 2	9 5 . 5 %	3 1 4	7 4 . 9 %
H31/H21 減少率	△ 2 5 . 1 %	△ 2 6 . 1 %		△ 2 5 . 1 %	

過去 5 年間業種別商工業者数推移（減少数上位 5 業種）

	卸・小売業	建設業	サービス業	製造業	飲食店・宿泊業
平成 17 年 4 月	2 3 9	1 3 5	1 0 6	9 9	7 7
平成 26 年 4 月	1 4 0	9 2	8 4	5 9	6 3
平成 31 年 4 月	1 1 4	8 8	7 2	5 5	5 3
H31/H26 減少数	△ 2 6	△ 4	△ 1 2	△ 4	△ 1 0
H31/H26 減少率	△ 1 8 . 6 %	△ 4 . 3 %	△ 1 4 . 3 %	△ 6 . 8 %	△ 1 5 . 9 %

大紀町が定める「大紀町まち・ひと・しごと創生総合戦略」では現状、人口減少を契機に、「人口減少が地域経済の縮小を呼び、地域経済の縮小が人口減少を加速させる」という負のスパイラル（悪循環の連鎖）に陥るリスクが高いとしています。

上図の通り、直近 5 年では小規模事業者が 4 6 社減少しました。

地域内の事業者は全体として小規模・零細・個人事業主の比率が高く、後継者不足もあって、旧来の経営を継続している状況があり、環境分析、市場動向調査、消費者ニーズ調査に基づいて適切に立案した計画に沿った経営を行っている事業者が極めて少ない状況です。業種別には下記のような状況となっています。

○卸・小売業

地域内には量販店が無く、小売業では地域住民を主要顧客とした零細個人商店が多いのが特徴です。人口減少、事業主の高齢化、後継者難により廃業に至る事業者が多い状況です。地域住民を主要顧客とした卸・小売業については、新規の開業が殆ど見られないことから、高齢化世帯では日常生活に支障をきたす事例が顕在化しています。

○飲食業

飲食業は、大半が個人経営で事業主の高齢化が進んでいます。高速道路の開通後、特に H21 年 3 月から H23 年 6 月の高速道路 ETC 土日 1000 円及び H22 年 6 月から H23 年 6 月の高速無料社会実験では当町にとっては絶対的な主要道路国道 42 号線沿いの飲食業が壊滅的な売上ダウンとなり多くの事業者が廃業となりました。

魚介類・牛肉・キノコなど恵まれた地域資源を活かしたメニューを提供している業者があるにもかかわらず、主に地域内の顧客を対象とした経営を行っており、地域外への情報発信が弱い状況です。

○宿泊業

当地には全国的に知名度がある観光地は無く、釣り客が中心の民宿、地元の新鮮な食

材を使った料理を提供している料理旅館があり、いずれも個人経営です。他の業種同様、後継者不足に直面していますが、施設は古いものの、持続化補助金等を活用して、クーラー、トイレ、看板等を整備しながら顧客の獲得を行っている施設もあります。

また、大紀町では商工会と役場から商工会経由で運営費・人件費の補助を受け、観光及び特産品開発の支援を行う組織である大紀町地域活性化協議会が連携し、体験民宿の経営支援を実施しています。現在19軒の体験民宿があり、大紀町の恵まれた自然、農林漁業、食、文化を生かした体験メニューを打ち出し運営しています。



中国からの教育旅行の受入（写真公開了承済み）

○サービス業

地域のサービス業では、地域内の顧客を対象とした理美容業と公共交通網の利便性が悪く自動車の保有が必須であることから、自動車修理販売業が多い地域です。理美容業、自動車修理業とも地域人口の減少、高齢化の影響を受け、経営者の高齢化を契機の廃業が止まらない状況です。

一方、森林が多い地域の特性を活かし、特殊技術を活かした伐採サービス業等新しい業態の開業も少数ながら見られます。

○製造業

地域の製造業は、B to B業種の電子部品、機械部品の下請企業や森林が多い地区であることから製材業が多く、電子部品、機械部品の下請企業は、パート従業員を雇用した経営形態で、下請業種の特徴として景気変動の影響を受けやすい状況にあります。この5年では受注面では比較的安定しているものの、人口減少と高齢化により人材確保が難しい状況となっています。製材関係では、販売価格の低迷、経営者の高齢化が見られ、事業承継が進まない状況となっています。

B to C業種では、水産食料品製造業、果実・キノコ等地域の一次産品を使った食料品製造業と最近では木材価格の低迷を機会と捉え、低利用・未利用の木材を使った木工品製造業が増加傾向にあります。

商工会では行政と連携し、大紀町の食材、森林資源を使った、品質が高く生産者のこだわりが感じられる商品を「大紀ブランド」に認定し、生産者の販路拡大を支援しています。



地域資源を活かした製造業者をブランド認定して支援

○建設業

比較的規模の大きい、町内の公共工事を中心に請負う土木工事業者と民間受注比率も多い電気工事業者、1人ないし家族で経営する建築業、建築板金業などの職別工事業があります。土木工事業者は人材確保が厳しい状況の中、先端設備の設備投資等で省人化、省力化を図っている事業者が見られます。民間受注比率が多い電気工事業では、減少する地域内の需要を管工事も兼業し受注を確保する、高速道路の利便性を活かし、受注エリアを隣接市町から県内まで広げる等の動きがあります。

家族経営及びいわゆる1人親方経営である、大工・左官・建築板金等の職別工事業者は、事業主の高齢化が見られ、廃業か家族に承継し継続するかという状況となっています。

②課題

地域の商工業者は、急速に進む人口減少、高齢化、消費の流出により廃業が止まらず、新規開業も少ない状況となっています。地域の多くの小規模事業者は急激に変化している市場環境や消費者ニーズの変化に対応できておらず、独自で経営分析、経営計画を立案している事業所は極めて少ない状況です。

環境の変化を客観的に把握し、自社の強みを明らかにし、必要に応じて中小企業診断士等外部専門家の知見も得ながら、適切な経営計画に基づいた変化への対応力をつけ、廃業を食いとめることが当地域の小規模事業者の共通課題です。

減少率が大きい卸小売業、飲食業では、商圈分析、ターゲット分析が明確になっておらず、品揃え、メニューにも過去から変化が見られないことから近隣への消費の流出もあり、商圈人口の急激な減少が売上の減少、廃業につながっています。消費者ニーズを踏まえ、適正な利益が確保できる商品を地元の生産者とも連携し育成することも現状少ない状況です。

地元食材、森林資源を活用した製造業者は、厳しい環境の中、新規開業者やわずかながらも成長が見られ地域外へ販路拡大を目指す小規模事業者が見られます。これらの業者は商品に対する消費者やバイヤーからの客観的な評価を受け、消費者ニーズに適した商品改良や新製品開発をする為の情報を得ることが難しく、販路開拓に至らないケース

が見られます。

観光業では観光の主力として商工会と行政が連携し体験民宿の育成に取り組んでいます。現在はアジアからの教育団体旅行の受け入れが中心です。地元の暮らし・文化・良質な食材を活かし、新規開業者も多く顧客の満足度も高い反面、民泊という特性上1軒あたりの受け入れ人数が数人であり、規模の大きい団体からの受入を断らざるをえない状況となっています。今後新規開業の支援、団体以外の個人客の受け入れができるよう地域の強みを活かしつつ各業者がそれぞれ特長のある食事、体験メニューを訴求できるよう支援を行うことが課題です。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

10年程度の期間を見据え、少子高齢化・地域の人口減少を即座に食い止めることは困難な状況の中、定住人口だけでなく、特産品開発業者や着地型観光開発業者の支援により交流人口を増やし、産業振興を図ることが必要と考えます。

大紀町の「大紀町まち・ひと・しごと創生総合戦略」として、第一に「人口減少と地域経済縮小の克服」を上げています。人口減少は、地域経済に、消費市場の規模縮小だけではなく、深刻な人手不足・後継者不足を生み出し、それゆえに事業の縮小を迫られるような状況も生じていると分析しています。同戦略の中の商工関連の基本目標として、「特産品開発や着地型観光を推進し地域経済の拡大と新たな雇用の創出を推進する」とあります。当商工会としてもこの基本目標を踏まえた個社支援を行うに際し、各種経営セミナーの開催等で意欲のある事業者の掘り起こしを行い、商工会職員と経営者で客観的な状況分析を行い適切な経営計画を立案し、商談機会の創出と商談会での成約の為のスキルアップを支援し、地域事業者の経営力の底上げを図る役割を果たします。

(3) 経営発達支援計画の目標

商工会では大紀町の総合戦略の商工関連方針を踏まえ、下記を支援事業の目標とします。

①適切な事業計画策定支援により廃業を食い止める。

調査・分析に基づく適切な経営計画策定支援により、廃業を食い止め事業者数を維持します。

②地域資源活用事業者のマーケティング支援により特産品関連業者の経営力の底上げを図ります。

特産品開発については、地域の素材を活かした質の高い商品を作ることに加え、個々の事業者の強みを把握し、消費者のニーズに沿った市場に受け入れられる特産品開発を行う個社の力を付ける支援を行います。

③観光関連業者のサービス・メニュー開発・ブラッシュアップ支援により交流人口を増加させます。

着地型観光に取り組んでいる体験民宿を中心に、海・山・川の観光資源と農村・漁村の暮らしを活かした観光関連業者に、市場調査、商談機会の提供を行います。

(4) 目標の達成に向けた方針

- ①小規模事業者支援に際し、過去からの経営の継続では、商圈人口の縮小が直接売上・利益の減少につながり、廃業となる現状を直視し、廃業を食い止め、経営の継続・発展につなげる為には、状況を分析し、各事業者の強み、弱みの把握を行います。
巡回指導・窓口指導時に小規模事業者であっても経営分析、事業計画策定が必要であることを周知し、各種セミナー等の参加を促し意欲のある事業者を掘り起こします。「事業見える化レポート」、三重県が推奨する「三重県版経営向上計画」、「小規模事業者持続化補助金」等を契機として事業計画立案支援を行います。
- ②大紀町には豊富で良質な農林水産資源と関連する特産品があります。これまでややもすると既存商品の販路開拓中心の支援でしたが、本計画では①を実施した事業者を中心に需要調査を実施し、商談会・展示会でバイヤーの評価を分析し事業者に情報提供し、事業者の商品開発力・提案力の向上を支援します。
- ③現在は商工会及び商工会下部組織である地域活性化協議会が中心となって、観光メニューの開発、商談を実施しています。今後は各宿泊施設が主体的に観光関連事業者として経営を行うよう支援する必要があります。各施設が提供するサービス・メニューを分析し、自らが商談会に出展し観光商品のバイヤー・セラーと対峙し、提供サービスの造成、ブラッシュアップを図ります。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和2年4月1日～令和7年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

2. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

大紀町商工会では前期の経営発達支援計画の実施において、毎月1回以上実施している巡回指導の際に管内景気動向調査を実施し、HPで公表しました。課題としては、回答数が27年度308件、28年度80件、29年度18件、30年度は0件と徐々に件数が少なくなり支援の情報として活用するには不十分な状況でした。事業者へのフィードバックも不十分でした。前提となる地域経済の把握について、行政、地元金融機関発表の情報等を活用しているものの、職員間での情報収集能力格差もありました。また、ビッグデータ等を活用した分析が出来ておらず、貴重なデータが収集できる「RESAS」を今後積極的に活用していきます。

(2) 事業内容

①国が提供する「RESAS」の活用

時間と費用を節約し、且つ本計画で有用な情報を収集するため、経営指導員が、「RESAS（地域経済分析システム）」で、地域の経済動向を分析し、年1回公表します。

【分析手法】

- ・最も重要な人口減少という課題に対して、人口の自然増減、社会増減、転出先・転入先等の情報を収集し分析します。
- ・観光マップによるシーズン別目的地分析を行います。(From-to 分析（宿泊者）については現在データ無しの状態を整い次第活用します。)
- ・産業構造マップによる産業別生産額の分析を行います。

②管内の景気動向について詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景況動向調査」に地域独自の項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向について四半期毎に調査・分析を行います。

(調査対象) 管内小規模事業者（卸・小売業、建設業、サービス業、製造業、飲食店・宿泊業から27社）

(調査項目) 売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資業況判断等

(調査方法) 経営指導員等による訪問聞き取り調査

(分析方法) 経営指導員が外部専門家と連携し分析を行う。

(3) 成果の活用

- 情報を分析したデータはホームページで開示し、広く地域内の事業者にも周知します。
- 経営指導員が巡回指導を行う際の参考資料として活用します。
- 職員会議で集めたデータを基に管内動向の仮説・検証を行います。

(4) 目標

	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
①公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
②公表回数	未実施	2回	2回	2回	2回	2回

3. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

これまでの経営分析は税務申告時、制度融資申請時、助成金等申請時に決算書類等を参考資料として実施してきた感があり、事業者と職員で課題の共有が客観的な資料に基づいたものでない場合も多い現状でした。経営内容が明らかに悪い状況となる前の「兆候」に早めに気付き対処する為にも客観的な経営状況の分析が必要な為、状況によって現在は不足している高度な専門家の知見も活用しながら現在の経営の状態を把握し、実現可能な事業計画立案につながるよう分析事業を行っていきます。

(2) 事業内容

- ①経営分析を行う事業者を掘り起こす為、巡回・窓口指導の際に職員が声掛けを行います。経営分析の必要性を理解する意欲のある分析対象者を選定します。小規模事業者全体を対象とした「経営分析セミナー」を開催し、巡回・窓口指導で選定した事業者を含めた事業所に参加を呼び掛け経営分析セミナーを行います。

【募集方法】巡回・訪問時の声掛け、郵送

【開催回数】年1回

【参加者数】目標15社

②経営分析の内容

【対象者】経営分析セミナー参加者及び巡回・窓口指導等で掘り起こした意欲のある事業者36社を選定

【分析項目】

《定量分析》財務分析として売上高、売上総利益、粗利益率、経常利益、経常利益率、損益分岐点

《定性分析》SWOT分析として外部環境・内部環境分析

【分析手法】三重県商工会連合会が推奨する「事業見える化レポート」、事業承継を課題とする事業所には、三重県商工会連合会が推奨する「事業価値を高める経営レポート」を活用し、経営指導員等が分析を行います。

(3) 成果の活用

- 分析結果は当該事業者にはフィードバックし事業計画策定に活用します。
- 「事業見える化レポート」「事業価値を高める経営レポート」による分析結果をデータベース化して内部共有し経営指導員等のスキルアップに活用します。

(4) 目標

	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
①開催回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
②分析件数	0件	36件	36件	36件	36件	36件

4. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

事業計画策定については、計画策定の重要性を巡回時や設備資金相談時に実施。補助金申請と関連付け講習会を開催しているが、まだまだ事業計画策定の意義や必要性の理解が進んでいるとはいえない状況です。事業計画策定の意義・重要性を繰り返し周知し、事業計画策定件数を増加させ、地域の小規模事業者の経営力の向上に繋げる必要があります。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定の必要性を理解いただくことはできても、実際計画策定を行う事業者が多いとはいえない状況です。持続化補助金申請と関連のあるセミナーには参加事業者が10名程度あるため、事前に講師とカリキュラムの打合せを行い、事業計画立案が経営には必須であり、しっかりした計画策定が補助金の採択にも繋がることを理解いただくようにします。上記経営分析を行った事業者の50%を目標に事業計画策定を目指し、各事業計画ごとに担当職員を決めて質の高い事業計画立案を行います。

(3) 事業内容

①経営分析を行った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】経営分析事業者を個別で訪問或いは電話等でアプローチし参加を呼びかけます。事業主だけでなく、専従者、後継者の同席を積極的に推奨し、事業所全体で事業計画の立案と実行を行うよう周知します。

【カリキュラム】「事業計画の必要性」「事業計画の作成手順」「事業計画の策定例」「事業計画を作ってみる」「事業計画の確認・修正の必要性」等

【実施回数】年1回実施

【参加者数】目標18社

②事業計画の策定

【手段・手法】事業計画策定セミナー参加者を対象として担当職員を設定し事業計画策定を行います。事業者毎に「売上金額（必須）」の他「新規顧客数」「営業訪問件数」「ロス率」等々の事業者毎に異なる計画達成に必要な成果指標を設定します。

(4) 目標

	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
事業計画策定件数	15件	18件	18件	18件	18件	18件

5. 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支援については、職員による定期フォローを実施する体制となっています。課題としては訪問の際、売上以外の成果指標について事業者との共有が不十分であり、計画の進捗状況に応じたフォロー頻度設定も行っていなかったことから、計画達成の為に有効なフォローアップを行います。

(2) 事業内容

事業計画を策定した全ての事業所を対象とし、事業計画策定者には担当職員を設定しフォローを実施します。事業計画の進捗状況に応じ、多頻度のフォローが必要な事業者と順調に計画が遂行しておりフォロー頻度を減らしても支障のない事業者を見極めて、フォローアップを実施します。具体的にはフォローアップ対象事業者数18事業者のうち、3社が毎月2回、5社が月1回、5社が2ヶ月に1回、5社が四半期に一回とします。ただし事業者からの申し出や計画の進捗状況に応じ、臨機応変に対応します。

また計画と進捗状況に遅れや停滞などの乖離がある事業者に対しては、原因と対策案、修正案について事業者と職員で共有し、必要に応じ専門家のアドバイスを活用し原因を究明し対策を講じます。

(3) 目標

	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
フォローアップ対象事業者数	15件	18件	18件	18件	18件	18件
頻度延数	175回	182回	182回	182回	182回	182回
売上3%以上増加事業所数	7社	9社	9社	9社	10社	10社
粗利率2%以上増加事業所数	7社	9社	9社	9社	10社	10社

6. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

当商工会では、町の「大紀町まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本目標にある、「特産品開発や着地型観光を推進し地域経済の拡大と新たな雇用の創出を推進する」と連動し、地域資源を活用した特産品開発を行う事業者及び体験民宿等着地型観光関係事業者の支援を重点的に実施しています。平成28年度に観光・特産品 需要動向調査アンケートを実施しましたが、個々の商品・サービスの開発・改良に資する調査という視点では実施していません。地域の多くの事業者は市場のニーズやトレンドを的確に把握する手段を持ち合わせていないことから、「勘」や「たぶんそうだろう」という売り手の発想で推測していたところがあります。買い手・利用者の評価をもとに、個社の商品・サービスの改良・開発に有益な指針となる情報を事業者を提供する為の調査を実施する必要があります。

(2) 事業内容

①地域イベント「ふれあいまつり」での需要動向調査の実施

「ふれあいまつり」会場で町・商工会が支援している地域資源を活用した「大紀ブランド」認定品及び認定を目指す商品5品を選定し試食及び来場者アンケートを実施します。分析した調査結果を対象事業者にフィードバックし、事業計画に反映します。

【サンプル数】来場者100人（選定した5品×20人）

【調査方法・手法】町内外から約2万人が来場する大紀町最大のイベント「ふれあいまつり」会場にアンケートブースを設営し、来場者に試食してもらい、経営指導員等が聞き取りのうえ、アンケート表へ記入します。

【分析手段・手法】外部専門家にアドバイスを受けながら経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】①年齢・性別、②味覚、③食感、④色、⑤量目、⑥価格、⑦見た目、⑧パッケージ（形状、色）等

【分析結果の活用】分析結果は、経営指導員等が直接事業者へ説明する形でフィードバックし、更なる商品等のブラッシュアップを行う。

②道の駅「奥伊勢木つつ木館」での観光需要動向調査の実施

現在、町の基本目標にも上げられている着地型観光の推進を重点的に取り組んでいます。着地型観光とは、受入地域で開発される観光プログラムのことですので、観光需要動向調査で消費者のニーズを捉え、体験民宿事業者や観光サービス業者が適切な観光プログラムを造成することが、個々の事業者の宿泊者数、お土産品売上、観光体験メニュー等の売上増加につながります。伊勢神宮の別宮「瀧原宮」に隣接する道の駅「奥伊勢木つつ木館」で調査を実施します。

【サンプル数】100人

【調査手段・手法】瀧原宮の行事で道の駅の来場客が増える10月に経営指導員等が来場者に聞き取りを行いアンケート票に記入する。

【分析手段・手法】調査結果は観光分野に知見を有する中小企業診断士等外部専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】①住まい・性別・年齢、②誰と来たか、③滞在期間、④何度目の来訪か、

⑤興味のある観光プログラム（複数選択）⑥観光の予算等

【分析結果の活用】分析結果を経営指導員等が直接事業者へ説明し、サービス・メニュー・商品等の開発・ブラッシュアップに役立てます。

	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
①調査対象事業者数	0社	5社	5社	5社	5社	5社
②調査対象事業者数	0社	3社	3社	3社	3社	3社
②サンプル数	0	100人	100人	100人	100人	100人

7. 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

当町では人口減少、消費の流出が急速に進み、既存商品・サービスを地域内でのみ販売する従来の経営では廃業の減少に歯止めがかからない状況となっています。このような状況の中、地域資源である農林水産資源を活用し地域外への販路獲得が期待できる特産品関連製造・販売業者と地域の自然・文化を活かし、観光需要を取り込む体験民宿事業者等観光関連事業者を重点的に支援する必要があります。

これまで商工会では単独で近隣の量販店3店舗での展示即売会を実施し、併せて三重県南部の13商工会で組織する「南部経営支援センター」主催のB to B、B to C商談会、展示即売会への出展支援を行ってきました。現状は出展前の商談出展準備、展示・陳列方法の検討といった事前支援、実施後にふりかえりを行い対応策を検討するといった事後支援が不足していました。今後は事前・事後指導をしっかりと行い、出展の機会を今後の経営に活かします。

体験民宿等観光業関係の商談会については、事業者が小規模であることもありますが、資料作成や実際の商談を商工会職員が中心に行っている現状があります。今後は、自社の魅力を整理し、事業者が直接バイヤー・セラーと対峙してニーズを探り、体験メニューの開発など自社の経営に活かす必要があります。

(2) 事業内容

①イオン明和店における展示販売会への出展

三重県商工会連合会が取りまとめを行う当即売会に事業計画立案事業所に優先的に出展を促します。当展示販売会では当日の販売だけでなく、過去先方の目に止まった商品が常時販売商品に採用される例があり、地域の小規模にとって配送可能な距離にあることから新たな販路を獲得できる機会と位置づけます。

開催場所：イオンモール明和（三重県多気郡明和町中村 1223）

出展対象：食の地域特産品を取り扱う事業者等

来場者数：3日間約 5,400人

出展社数：約 25社

②みえのまるみえ大商談会への出展

三重県商工会連合会が取りまとめを行う B to B の商談会へ事業計画を策定した事業所を優先的に出展を促し、新たな需要の開拓を支援します。過去の開催で県内の比較的小規模な企業の来場もあり、供給数に限りのある地域の小規模事業者にも積極的に参加を促します。過去、食品関連事業者に加え、木工調理製品、下駄製造業者の販路獲得実績もあり、実施会場も 1 時間圏内で近いことから小規模な生産者にも参加できる機会として出展を促します。

開催場所：松阪フレックスホテル（三重県松阪市中央町 36-18）

出展対象：伊勢・志摩・東紀州の特産品を取り扱う事業者

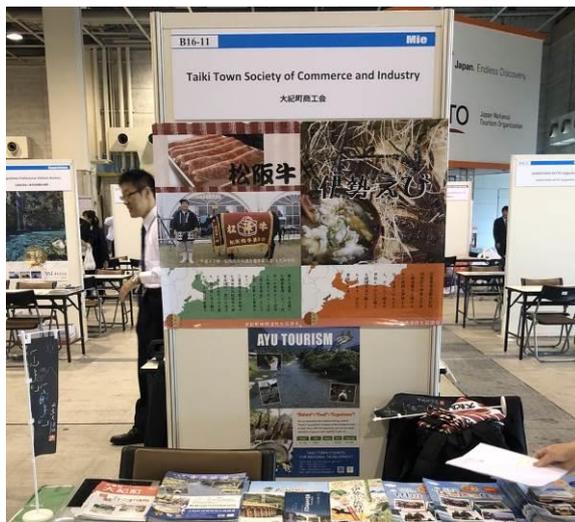
来場者数：バイヤー等 100 人

出展社数：約 60 社

③インバウンド向け観光展示・商談会への参加

大紀町は体験民宿を積極的に支援し、海外からの団体旅行・教育旅行の受入を推進しています。現状 19 軒の体験民宿事業所がありますが、それぞれの事業所の収容人数は 5 名程度です。事業者単独では商談を実施し顧客を獲得することが難しいことから連携して商談会へ出展し、団体旅行・教育旅行の顧客獲得を行います。各事業所ごとに体験プログラムが異なりますので、商談会参加を通じて各事業所が市場動向や顧客のニーズを掴み、メニューの造成改廃を行い需要の創造につながるよう伴走支援を行います。

出展予定商談会は「オール関西台湾商談会」「VISITJAPAN トラベル&MICE マート」を予定しています。



令和元年度「VISITJAPAN トラベル
&MICE マート」商談会

「オール関西台湾商談会」

開催場所：台湾 高雄・台中・台北のホテル各 1 日

出展対象：外国人観光客の誘客に取り組む自治体および観光関連事業者等

来場者数：現地旅行会社営業等 160 人

出展社数：約 80 社

「VISITJAPAN トラベル&MICE マート」

開催場所：インテックス大阪（大阪市住之江区南港北 1-5-102）

出展対象：外国人観光客の誘客に取り組む自治体および観光関連事業者等

来場者数等：海外バイヤー計 304 社（33 カ国・地域）

出展社数：約 340 社

（3）目標

	現行	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
①出展事業者数	4 社	4 社	4 社	4 社	5 社	5 社
売上額/1 社	12 万	12 万	12 万	13 万	13 万	13 万
②出展事業者数	3 社	3 社	3 社	4 社	4 社	4 社
成約件数/社	1 社	1 社	1 社	2 社	2 社	2 社
③出展事業者数	0 社	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
新規成約団体数	2 団体	2 団体	2 団体	2 団体	2 団体	2 団体

※成約団体とは、当町体験民宿が海外から受け入れる団体で、「学校」「企業」等のことです。出展予定は 1 社ないし 2 社ですが、1 団体の受入人数により最大 15 民宿で受け入れる仕組みが来ています。

8. 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

大紀町は人口減少による過疎・高齢化が厳しく、小規模事業者の減少が続いています。特に卸売業・小売業者数が直近 5 年で 18.6%減、飲食店・宿泊業者数が 15.9%減と厳しい状況にあります。現状の取組として恵まれた自然環境から生み出され、明確に大紀町産の優位性を主張できる農林水産資源を活かした特産品開発や販路開拓、海・山・川の景観と地元の農村・漁村の素朴な暮らしを活かした観光開発で地域経済の活性化を図る取組を行っています。

特産品開発・観光開発に取り組む組織として商工会の下部組織の位置づけで平成 25 年 7 月に「大紀町地域活性化協議会」を立ち上げました。行政から専従職員 2 名の人件費他必要経費の補助を商工会経由で受けて運営しています。体制として、商工会長が協議会長となり、役場商工観光課長、商工会副会長、商工会職員、特産品・観光関連業者等で構成されています。

実施事業としては、体験民宿の団体受入手配、体験メニューの企画運営、大紀ブランド品認定とPR、イオングループでの即売会の企画・運営等を商工会と連携して行っています。

その他平成30年度より実施している大紀町シーサイドトレイルラン大会の実行委員会に参画し、行政と協働で事業を実施。初年度参加者数700名、令和元年度参加予定者数1,100名で宿泊業・飲食業への波及効果も大きく、大紀町の認知度アップにも繋がっています。

課題としては、観光分野では、重点支援を行っている体験民宿について、団体受入の評価が高いものの現状民泊数が少なく、70人以上の団体からの受入が出来ずに断っている状況です。大紀町らしい素朴なサービスの質を落とさず、空き家活用による新規開業者支援や事業転換・第二創業による新規開業件数を増やす必要があります。

特産品分野については現在51品目を大紀ブランドに認定しています。HPでの情報発信、近隣の量販店での即売会の実施等の支援を行っています。今後の課題として、認定した商品を市場のニーズに合わせ、町外で販売する為にパッケージ、キャッチコピー、販促物等お客さまに訴えかける力の向上について支援する仕組みを構築する必要があります。

(2) 事業内容

①大紀町地域活性化協議会の開催

行政、商工会、事業者等で構成されており、地域経済活性化の方向性について意見交換・情報共有を図ります。観光・特産品開発の方向性を定め、計画立案を行うため、年に1回以上開催します。6月に通常総会として定期開催の他必要に応じて開催します。

②大紀ブランド認定事業の実施

行政、商工会、商工会連合会、事業者等で大紀ブランド認定委員会を組織し、商工会長が委員長を務めます。大紀町の文化や風土、歴史的逸話などを題材にした商品で町の効果的なPR促進が期待でき、大紀町で生産・加工され、生産者のこだわりが感じられる商品を大紀ブランド品に認定しHPでのPR、物産展での販売支援を行います。本事業では基準に合致した商品を認定するだけでなく、更に大紀町ブランド品としての商品力を向上する為の改善提案を行い、ブラッシュアップの方向性を示します。

③大紀町シーサイドトレイル実行委員会の運営

2019年に開催し、集客効果が高く、参加者から高い評価を得た大紀町シーサイドトレイルについて、大紀町役場、大紀町商工会、大紀町地域活性化協議会で実行委員会を組織。電力会社（所有地をコースで利用させていただく）、競技企画・運営会社、コースディレクターと会議を行い、大会の企画・運営を協働で行います。令和元年度から外国人出場者を体験民宿に誘客する為、旅行会社、外国人ランナー、トレイルラン有識者とともに、出場者向けの体験メニュー造成企画会議を実施しています。

9. 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事

(1) 現状と課題

(現状)

他の支援機関との連携については、三重県南部 13 商工会で組織する南部経営支援センターで年 5 回開催される支援会議に事務局長・経営指導員が出席し、各種支援について支援ノウハウ等の情報交換を行い支援に役立てています。

三重県商工会連合会で年 5 回開催される事務局責任者会議に参加。重点施策の詳細と他の地域の取組み状況の情報収集、ノウハウの収集を行っています。その他日本政策金融公庫の経営改善貸付推薦団体連絡協議会に参加し、支援ノウハウの情報交換をしています。

(課題)

常に地域を取り巻く状況、近隣の支援事例の収集、施策の流れを把握し、適宜状況に適した経営支援を行う必要があります。

(2) 事業内容

①南部経営支援センター支援会議への出席（年 5 回）

三重県南部の 13 商工会の局長・指導員が集まり、支援施策についての情報収集、確認を含めノウハウの情報交換を実施します。併せて地域の取組み、状況についての情報を交換し、事業者支援に役立っています。新規企業の出店情報や出店時期の変更、取引企業の募集情報など最新の情報を得られる機会として参加します。

②三重県商工会連合会事務局責任者会議への出席（年 5 回）

県連と県下の商工会の事務局責任者が集まる会議で、各種施策の詳細、課題、活用例などの支援ノウハウ情報交換・情報収集を行います。

③三重県地域経済牽引事業促進協議会松阪地域部会への参加（年 2 回）

三重県、三重県南部地域の市長、町長、商工会議所会頭、商工会長、三重大学、銀行で構成。全体会議と作業部会に参加します。三重県南部地域の経済動向についての情報交換を行い、町内事業者の支援に役立っています。

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)

商工会連合会が主催する各種研修会には経営指導員だけでなく経営支援員も積極的に参加しています。中小企業基盤整備機構の税務・財務診断（旧基礎研修 1）については、局長・指導員・経営支援員・記帳指導職員・記帳指導員全員 9 名が受講済、経営診断基礎（商業・サービス業コース）（基礎研修 2）についても局長、指導員 2 名が受講し資質の向上に努めています。

伴走型小規模事業者支援推進事業を活用し、H29 年度から中小企業診断士を招聘し、全職員が参加する経営講習会を 4 時間×6 日間実施。財務、マーケティング、経営計画、事業承継、コミュニケーション等座学、実習、ロールプレイングを行い資質向上に努めています。

また、支援企業のデータベース化について、企業毎に財務諸表、支援事項をそれぞれ

ファイリングし全職員で共有。担当職員以外でも一定の対応が出来、人事異動等があっても継続した支援が出来る体制となっています。

その他情報共有、成功事例の共有、疑問の解消を目的に毎週1回の全員ミーティングを実施しています。

(課題)

経営指導員を含む職員の資質向上は小規模事業者支援の最重要課題であるとの認識を再確認し、継続して資質向上に努め、更なる商工会の組織力の向上を図る必要があります。

(2) 事業内容

①各種研修会への参加

商工会連合会の研修会へは計画的に職員を派遣します。中小機構の長期研修については他の職員で協力し、経営指導員だけでなく全職員が受講できる環境を整備し、忙しくて行けないを理由にせず積極的に参加します。

②職員研修会の実施

マーケティング、財務、支援スキル等、地域の実情を知る中小企業診断士と実施内容を協議し、全職員を対象とした研修会を実施します。1日4時間×6日間を予定します。

③職員ミーティングの実施

原則毎週月曜に全員ミーティングを実施。各自指導報告、重点実施事項の進捗状況報告を行います。担当毎の事業計画支援事業者の状況報告、進捗状況管理を進めます。知見を有する経営指導員等が座長となって他の職員が取り組んでいる事例に質問・アドバイスをを行い職員の成長を促す仕組みをつくります。

④支援ノウハウの組織内共有については、支援実施事項(指導カルテ含む)、財務諸表を施錠できる書庫にファイリングして、組織として共有・活用できるようにします。

1 1. 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)年に1回、中小企業診断士を交え、正副会長、事務局長、経営指導員で評価会を実施し、状況報告と客観的な評価を行っています。

(課題)事業評価から課題の抽出、仮説の構築を行い、新たにより精度が高く有効な計画立案につなげる仕組みをつくる必要があります。

(2) 事業内容

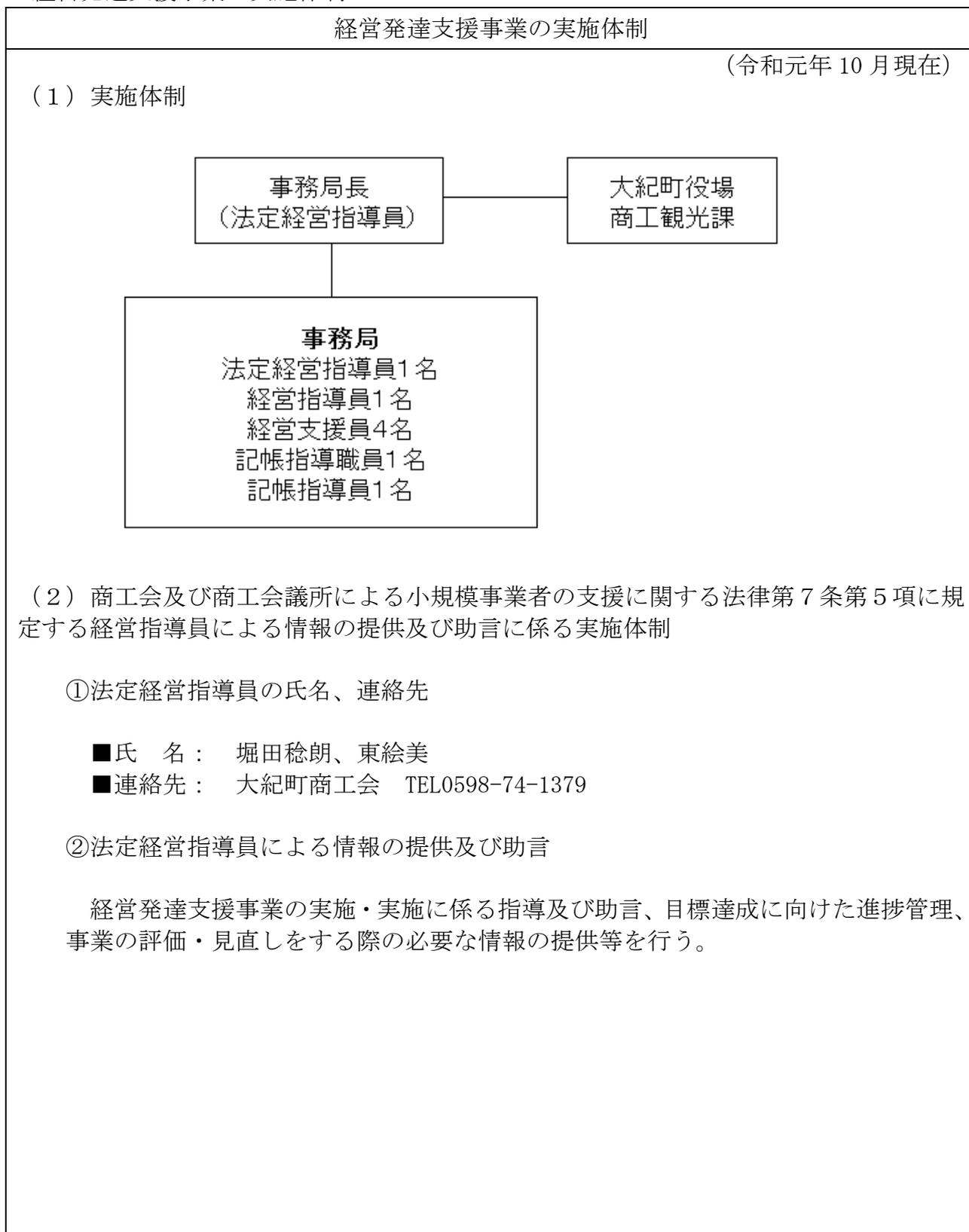
下記メンバーで経営発達支援計画評価委員会を構成し、年1回事業評価・見直しを図る。事業評価については事務所に常時備え付け閲覧可能とし、その旨HPに掲載する。

【経営発達支援計画評価委員会構成メンバー】

- ◇外部専門家 駒田誠司(中小企業診断士)
- ◇行政担当課長 小倉和志(大紀町商工観光課長)
- ◇商工会会長 奥川拓(大紀町商工会会長)
- ◇商工会副会長 伊藤頼夫(大紀町商工会副会長)
- ◇法定経営指導員 堀田稔朗(大紀町商工会事務局長)
- ◇法定経営指導員 東 絵美(大紀町商工会主任経営指導員)

(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

(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

〒519-2802

三重県度会郡大紀町崎 2200-1

大紀町商工会

TEL : 0598-74-1379 FAX : 0598-74-0262

E-mail : taikisho@ma.mctv.ne.jp

②関係市町村

〒519-2703

三重県度会郡大紀町滝原 1610 番地 1

大紀町 商工観光課

TEL : 0598-86-2243 FAX : 0598-86-3500

E-mail : shk@town.mie-taiki.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2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
必要な資金の額	5,000	4,500	5,000	4,500	5,000
専門家派遣費	1,550	1,550	1,550	1,550	1,550
印刷製本費	100	100	100	100	100
展示会出展費	700	700	700	700	700
広報費	150	150	150	150	150
委託・外注費	2,500	2,000	2,500	2,000	2,500

(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、各種手数料収入、町補助金、三重県小規模事業費支援費補助金

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
連携者及びその役割
連携体制図等