

伊豆市商工会経営発達支援事業の内容等について

計画期間：令和6年4月1日～令和7年3月31日

検討期間：令和3年4月1日～令和8年3月31日（令和7年2月26日現在）赤字は目標達成

評価診断（A：十分達成 B：概ね達成 C：あまり達成できていない D：まったく達成できていない）

## I. 経営発達支援事業の内容

### 1. 地域の経済動向調査に関すること

#### <目的>

地域内の景気動向を把握し小規模事業者が経営計画、事業計画を検討する参考データや事業承継に関する情報を収集し後継者への承継支援や、創業者へのマッチング支援へのデータ提供を行うことを目的とする。

#### <目標>

NO	取組内容	目標	実施状況	担当
①	景況調査件数	240	408	各支所
②	景況調査レポート	12	12	高橋・酒井・加藤
③	地域の経済動向分析の公表回数	4	12	高橋・早川
④	事業承継調査データベース更新回数	1	1	高橋

#### <実施内容・事務局評価> A

- ① 昨年同様に市内34事業所の調査分析を行った。調査先には、各種施策資料の配布や市内の景況について伝えた。また、必要とする事業所には RESAS、V- RESAS から抽出した地域データや小規模・中小企業白書の全国データを使い分け提供した。本年度の調査結果では昨年度同様、物価高の影響が色濃く、利益の確保が難しくなったと言う声が多く挙げられた。また、観光産業ではインバウンド客が増加しており、特に飲食店では一日インバウンド客しか来なかった等の声が聞かれる。売り上げについてはほぼコロナ禍前まで戻っていると答えている事業者が多い。
- ② 上記①を取りまとめ、毎月、その月の特徴や労務、金融相談について県連合会や全国商工会連合会へ報告した。
- ③ 県連合会より県下商工会分を取りまとめた報告書を伊豆市商工会のHPに毎月UPし、直近の動向や特徴について周知を図り、小規模事業者の経営計画策定のための基礎資料とした。
- ④ 本年、新たにアンケートを実施し、145件の回答を回収した。市とも連携し事業承継セミナーを実施し、承継計画策定を促した。支援対象者を事業承継計画がある事業所または検討中である56件に絞り込み、計画書策定の必要性を訴えたがなかなか成果を得ることが出来なかった。プッシュ相談については11件と、昨年のほぼ2倍の件数（昨年度は6件）があり徐々に事業承継に対する周知は進んでいるが、まだまだ相談件数が少ないと思われる。今後は金融機関や事業承継支援センター等の連携先とさらに密な関係を構築し事業承継が少しでも進むようにしていく。

### <成果の活用>

- ・情報収集・調査・分析した結果はホームページや職員打ち合わせの際に利用し情報を共有した
- ・経営指導員等が巡回指導を行う際に参考資料として活用した
- ・開業を検討する人に創業計画書策定のエビデンスとして利用してもらった
- ・事業承継計画リストについては金融機関とも共有し、多方面から策定支援強化を図った。

### <委員コメント>

Q：景況調査件数の算出方法は？

A：巡回、窓口での聞き取りを毎月月末に県連へ報告しており、その数値を参照している。（高橋）

Q：目標件数を大きく上回った要因は？

A：もとより目標値が低かった為。

委員評価：A

## 2. 需要動向調査に関すること

### <目的>

商品の魅力を高め訴求力のある新商品開発や販路拡大、新サービス開発につなげるためコロナ禍及びその後における需要動向をつかむ

### <目標>

NO	取組内容	目標	実施状況	担当
①	物産展開催時の調査対象事業者数	7	10	酒井・高橋・加藤
②	専門家を利用した調査対象事業者数	4	7	酒井・高橋・加藤

### <実施内容・事務局評価> A

- ① 11月20日～24日に伊豆の国市商工会と合同で実施した静岡伊勢丹コリドーフジ販売会において7事業所のアンケート調査を実施した。

アンケート総数は58枚で以下の通りの意見があった。

- ・スーパーだと買わないが伊勢丹なので高級なイメージなのでよいと思う。
- ・国産小麦にこだわった商品に興味を持ちました。
- ・内祝いや家族に渡させていただきます。
- ・中身が見えてよい
- ・一つ食べたい時があるので一個入りがあるとうれしい。 等

11月22日～27日まで京王百貨店新宿本店で開催された「静岡うまいもの大会」が開催され、2事業所が出店した。

令和7年3月11日～14日のFOODEX JAPAN2025に1事業所が出店

アンケート等は県連合会にて集計予定。

② 令和7年1月に実施した県連合会主催のオンライン商談会に、3事業所が対象先として選定された。これらの事業所に対し、事前に専門家に商品評価をいただき、需要動向を調査した。また、11月に実施した静岡伊勢丹コリドーフジ販売会の参加者であった4事業所に対し、コリドーフジ販売会の商品選定や今後の商品開発に生かす為専門家へ依頼し商品評価をいただいた。さらに3月に実施予定のFOODEX JAPAN2025への出店事業所には追加で商品評価をしていただいた。4事業所に対する需要動向調査の内容は以下の通り。

- ・自分の好みで味を変更できるように追加のシロップがついていると良い。
- ・アルコールを使用した商品なため売り場について工夫が必要。
- ・パイ生地サクサク感が作り手としては特徴としてとらえていたが、消費者としては少ししなしなの方が好みの場合もある。
- ・作り手としては「わさび」や「スパイス」の香りや奥深さがあると考えているが、消費者の目線では辛みと考えるため試食販売など直接認知させることが大切。
- ・お店と商品のイメージが連動しないと商品を手に取りにくい。
- ・地元でこだわって育てた原材料を使用した高品質な商品であり、消費者によっては高額なほうが需要がある。
- ・魅力的な商品コンセプトがきちんとお客様に伝わるネーミングであること
- ・ネーミング、パッケージデザイン、キャッチコピーはその商品がどのような商品であるかお客様に伝える大事な要素である。一貫性を持った商品化が必要。
- ・おいしさは味や風味だけでなく、好ましい情報、商品の見た目、ブランド力、好ましい飲食シーン等、お客様の心理状態（情緒的価値）も含めて決まる。

尚、商談頂いた先は、(株)遠鉄百貨店、(株)ミクリード、(株)これっしか処、(株)ピカソル、(株)静岡伊勢丹コリドーフジの5バイヤーであった。

## <成果の活用>

### ① 活用方法

小規模事業者が自ら地域に即し、且つ、消費者が訴求する様な新商品開発や販路開拓に伴う経営計画策定支援時に活用した

### ② 提供方法

経営指導員や専門家がアンケート結果を取りまとめ分析した結果を出店者等に報告した。

### ③ 効果等

量販品ではない、地域の特徴を活かし消費者の需要が見込めるオンリーワン商品の開発や、新たな販路開拓に繋がった。また、需要が確実に見込まれる商品を開発した事業所は、補助金等を利用し設備投資を行い生産量増加ができるようになった。

## <委員コメント>

Q：出店先からの動きは？

A：販路開拓事業実施後に各個社へ出店依頼があるなど効果が出ている。（

Q:秋から冬にかけての販路開拓事業が多いが夏に実施してはどうか？

A：県連からの販路開拓事業は、9月～1月が多い。他の販路開拓方法も模索していく。

委員評価：A

## 3. 経営状況の分析に関すること

### <目的>

経営計画書の策定が成されていない事業者が多く、PDCAによる事業の見直しがされていない。そのため、まずは経営分析を行う事業者の発掘のため、市の移住定住施策に伴う、創業支援強化、廃業を食い止めるための事業承継強化、新商品開発及び既存商品のブラッシュアップを図り販路開拓強化をテーマにした巡回、専門家派遣、セミナーの開催を行い分析データの収集を行うことを目的とする。

### <目標>

- ①創業支援
- ②事業承継支援
- ③新商品開発・販路開拓支援

NO	取組内容	目標	実施状況	担当
①	巡回件数	1,800	1,229	酒井・高橋・加藤
②	専門家派遣（延べ回数）	50	79	高橋・酒井・加藤
③	セミナー（回）	5	12	高橋・加藤・酒井
④	経営分析件数（社）	40	54	高橋・酒井・加藤

### <実施内容・事務局評価> B

- ① 巡回指導においては、会員からの要望を聞き取り必要であれば専門家派遣を積極的に利用し課題解決を図った。さらに、経験年数の浅い職員も指導員に随行しOJTによる指導知識や技術のレベルUPを行った。今年度は、職員の入れ替わりや、中伊豆支所、天城湯ヶ島支所の閉鎖など事務局の体制の変更が行われたなか、全職員が巡回件数（経営指導員：年間240件、その他の職員：年間120件）を目標に掲げ積極的に指導を行った。しかしながら、8月から9月にかけて2人の職員が1か月間の研修に参加し、11月にも1名が1か月の研修に参加するなど、手薄になる期間が生じた。その結果、巡回件数は令和5年度12月末時点で1,390件に対し令和6年度は12月末時点で1,229件となり減少してしまった。今年度の3か月平均は約410件の巡回件数となっているため、その分を足しても、年度末目標件数に対して不足している。各個人の目標については年度末には達成可能な数字となっているため、来年度以降はさらなる上積みを図りたい。

- ② 本年は、昨年度に引き続き会計システムに係るDX化の相談が多かったがその他、販路開拓、新商品開発、労務等、相談内容は多岐に渡った。物価高の影響が長引いていることから、新商品開発や販路拡大し、利益を確保したいという意向からの相談が多かった。昨年に引き続き伊豆市は県内でも相談件数が非常に多く事業者の意欲が高かった。職場内の対応はOJTでも対応し、経営支援員も積極的に随行し支援の仕方を学ぶことが出来た。
- ③ 創業支援強化や事業承継、そして、情報発信強化を目的とした SNS 活用セミナーも開催し、合計 12 回行った。開催内容は、創業支援強化のための創業セミナー5 回、SNS 活用セミナー2 回、金融相談会、エネルギーその他の物価高騰対策講習会、電子帳簿保存法講習会回、定額減税講習会、事業承継セミナー各 1 回となった。電子帳簿保存、定額減税、SNS 活用等については各業種の事業者が特に興味を持つ分野のセミナーでもあったことから、各セミナーにおいて参加者から好評頂いた。また、現在、個別で税務相談会も実施している。
- ④ 巡回、専門家派遣の実施事業者やセミナー参加者の中から、意欲的で実行力があり、目標・目的が明確である事業者、及び販路拡大の可能性の高い 54 社を選定し、「財務分析」「SWOT 分析」を行った。分析は、商工イントラやローカルベンチマークを中心に行い、需要調査も積極的に行った。

#### <分析結果の活用>

巡回指導や専門家派遣、商工イントラ、ローカルベンチマークの導入で獲得した情報は、毎月の経営指導推進会議の中で組織の情報として共有した。また、分析結果は各事業者の事業計画策定等に活用した。さらに、経営改善が必要な際は経営指導員の支援のみならず専門家派遣等も利用し個社支援を図った。

#### <委員コメント>

Q：セミナー開催を多く実施している。参加人数がわかると良い。

A：来年度からの報告資料から参加者人数を記載します。

Q：巡回件数が目標より下回っている要因は？

A：天城湯ヶ島支所、中伊豆支所の閉鎖、長期研修への複数職員の参加があり、減少した。しかしながら、窓口相談は増加している。来年度から窓口相談件数も記載します。

経営分析件数 54 件と目標を大きく上回った実施件数となっており評価に値する。

委員評価：B

#### 4. 事業計画策定支援に関すること

##### <目的>

##### ①創業計画策定支援

増加傾向にある移住者を中心に、持続的な成長を目指した創業支援、販路開拓支援の強化を重点的に取り組んでいく。また、移住・創業者において、相談しやすい支援体制を整え、移住前後に継続して情報提供を行い、需要動向調査結果等を用いた計画策定の支援に取り組む。定住に向け、経営基盤の弱い創業者を早い段階からサポートし、地域に根差す事業者の増加に繋げていくことを目的とする。

##### ②事業承継計画策定支援

伊豆市は、高齢化による廃業が著しく、後継者の不足から今後も廃業に拍車がかかることが懸念される。承継計画書策定にあたり、承継成功例等の他社事例を紹介しながら、計画策定に対する事業者の意識を高め、承継完了までの課題を明確にすることでスムーズな承継へつなげていく。

##### ③新商品開発・販路開拓

ブランド力の高い商品開発や販路開拓に成功した他社事例の紹介をしながら、持続的発展に有効な事業計画策定に対する事業者意識を高める。新規性のあるものについては経営革新の認定も目指す。

##### <目標>

NO	取組内容	目標	実施状況	担当
①	創業事業計画策定	12	14	加藤・酒井・高橋
②	事業承継計画策定	6	3	加藤・酒井・高橋
③	新商品開発・販路開拓支援	24	24	酒井・加藤・高橋

##### <事務局評価> B

① 創業個別相談会、創業セミナー「伊豆創業塾」開催の中で、全 14 件の策定に至った。

創業個別相談会においては、新たなビジネスニーズ層である移住・創業者等に向け、経営指導員による相談会を毎月第三金曜日に開催し、25 件の相談があった。本年度の特徴はサービス業で起業する予定の人が多く、特に飲食業、食料品製造販売で起業する人が多く何度も訪ねてきて対応するケースが多かった。また、融資や補助金を目的に創業相談に来るケースも多く内容が多岐に渡っていた。また、創業支援セミナー「伊豆創業塾」を、全 5 回シリーズとし講習会 4 回、ビジネスプラン発表会 1 回の構成で開催し、16 名の参加者を得た。本年は伊豆市民の方の参加が多数であった。グループワークを毎回実施したことから、参加者同士の交流も早くから図ることができ、色々な意見交換を交えながら事業計画の策定をすることができた。

② 「静岡県事業承継・引継ぎ支援センター」と連携し、毎月第一水曜日に個別相談会を実施し、専門家と連携して承継計画書策定の支援に取り組み、経営指導員 2 名、経営支援員 1 名の各 1 件合計 3 件の承継計画書策定に至った。策定に至っては、事業承継アンケート調査により課題の見られた事業者や個別相談会に参加された承継希望者を対象に支援し、承継成功例等の他社事例を紹介しながら、計画策定に対する事業者の意識を高め、承継完了までの課題を明確にした計画策定につなげた。また、補助金申請から今後、事業承継すると計画した事業所にも相談会への参加を促した。但し、

事業者の事業承継に対する意識が低く、声掛けはしていたが目標達成には至らなかった。

- ③ 首都圏への販路開拓に向け FOODEX JAPAN2025 出展 1 件、静岡伊勢丹コリドーフジ販売会出展 7 件、京王百貨店新宿本店で開催された「静岡うまいもの大会」出展に伴い 2 件、オンライン商談会 3 件、「小規模事業者持続化補助金」「小規模企業経営力向上補助金」等の申請書作成を通じた事業計画策定や新商品開発に向け専門家派遣を活用した策定支援において 6 件、経営革新計画策定支援において 5 件（2 月末申請予定事業者含む）、全 24 件の事業計画策定につなげた。
- 事業計画策定に至っては、インバウンド需要の増大や、物価・エネルギーコストの増大などの事業環境の変化に合わせたブランディングを中心に、他社事例を紹介しながら経営状況結果や需要動向調査を用いて支援し、持続的発展に有効な事業計画書策定につなげた。

#### <委員コメント>

Q：②事業承継計画策定件数が目標より少ないが、伸びない要因は？

A：承継者がいない場合、承継者がいても現事業主が元気で話が進まないなどがある。事業承継は 5～10 年は、かかると言われている為、計画を立てる重要性を説いていく。

事業承継計画策定が 3 件としているが、プッシュ相談にリピーターがいることから 3 件を少ないと言いきれない。

各委員の見解を聞き、評価 B としているが評価 A で良いと思われる。

委員評価：A



## 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

### <目的>

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る必要のある事業者と、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。これにより、より実態に合った支援を行い計画よりも成果が得られるようにすることを目的にする。

### <目標>

①経営計画策定企業のフォローアップ

②創業、事業承継、販路開拓への金融・各種補助金を活用した支援

NO	取組内容	目標	実施状況	担当
①	フォローアップ対象事業者数	37	41	酒井・加藤・高橋
②	頻度（延べ回数）	168	216	酒井・加藤・高橋
③	売上10%以上増加又は 利益率10%以上増加の事業者数	10	10	酒井・加藤・高橋
④	経営革新認定件数	3	4	高橋・加藤・酒井
⑤	マッチング支援件数	3	10	高橋・加藤・酒井
⑥	金融斡旋件数（合計）	12	9	高橋・加藤・酒井
⑦	各種補助金申請支援件数	25	32	高橋・加藤・酒井

### <事務局評価> B

①計画策定後、毎月1回開催される「経営指導推進会議」「経営指導員資質向上会議」にて担当者より進捗状況を報告し、必要とされる支援を検討した。

フォローアップ実施数は、主に「創業」「事業承継」「新商品開発・販路開拓」において経営計画を策定した事業者41社となった。事業者41社への策定支援件数の内訳は、補助金申請支援32件、経営革新認定4件、マッチング支援10件、金融斡旋7件、創業計画策定支援14件、事業承継計画策定支援3件の延べ70件となった。創業者に対しては、税務、資金調達をはじめとした事業に関する育成支援を実施した。事業承継においては、静岡県事業承継・引継ぎ支援センター専門家と連携し課題解決に取り組んだ。新商品開発・販路開拓では、新商品開発後のバイヤーの評価や商談会を通じ得た意見をもとに、専門家派遣事業を活用し、ブラッシュアップを重ね、新規性のあるものは経営革新計画の認定を目指し、4件の認定につながった。

②上記対象事業者件に対し、目標値の平均4回以上を上回る平均5回以上の計216回の実施となった。支援頻度は、事業計画の進捗状況に合わせ臨機応変に対応し、専門家派遣で第三者の視点を投入することで事業計画遂行の修正をはかった。



- ③事業計画策定支援件数のうち、約 25%の事業所において売上増加又は利益率 10%以上増加達成を目標としたが、売上 10%以上の増加となった事業所は 10 件となり、事業計画策定事業者の約 25%となった。これにより、目標件数と合わせて割合としても達成できた。これは、事業環境の変化を見据え事業者がその成果を上げ始めた為であると同時に、インバウンド客の取り込みに成功した事業者の存在が大きいと思われる。
- ④ 4 事業所が経営革新の承認を受けた。全ての事業所が経営計画書を策定した後、事業内容に新規性・実現可能性・模倣困難性が見られたことから申請に至った。また、3 月中に 1 事業所において計画の承認申請（3 月承認予定）を予定しており、現在支援中である。経営革新については、静岡県商工会連合会より経営指導員は年間 1 件の承認を目指すようにノルマが課せられている。
- ⑤ 販路開拓において管内のマッチング支援を行った他、その他にも 9 件のマッチング支援を行った。新商品開発・販路開拓において現在商談進行中である。実名を挙げた 1 社はマッチング後、イベント開催や事業連携に向けた取り組みを実施している。
- ⑥ 本年度は、昨今に比べ金融相談が減少した。昨年、コロナマル経の返済が開始し、返済が滞るかと思われていたが、景気が回復していることもあり、想定していたより資金繰りが順調なことから金融相談に関しては減少している。マル経融資制度を利用した金融斡旋計画策定は昨年 7 件に対し、本年は 5 件の策定に留まった。  
また、普通貸付斡旋を含めた融資の内容としては、運転資金 4 件、設備投資 4 件、創業融資 1 件であり、前向きな融資が多い結果となった。
- ⑦ 静岡県経営力向上事業費補助金 7 件、業務改善助成金 3 件、IT 導入補助金 1 件の合計 11 件の採択があった。本年は持続化補助金、ものづくり補助金、事業再構築補助金等の経済産業省の補助金が年間通してすべて募集しておらず、実質経営力向上事業費補助金のみの実施であり、採択件数は減少した。申請相談は補助金制度全体で合計 32 件であり、昨年度とほぼ横ばいであるが、聞き取りの中で補助金の要件に合致せず、断念する案件が多かった。現在、経済産業省の補助金は事業再構築補助金以外、募集開始こそしていないものの、すでに情報は発信されていることから、来年度については昨年同様フォローアップを強化しながら、伴走支援を行っていく。事業再構築補助金に関しては既に募集を開始しており、1 事業所を現在支援中である。

#### <委員コメント>

経営革新認定件数が 4 件となっているが、明日審査会があり、伊豆市から 1 件申請されている。認定されれば令和 6 年度 5 件となる。

金融斡旋件数が目標数を下回っているが、補助金制度が豊富であることから借入案件が減少はありえる。評価は A で良いと思われる

委員評価：A

## 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

### <目的>

新商品開発及び事業計画を策定した事業所が、販促強化をする機会や場所が無いことから、商工会がその場を提供し、新たな需要開拓支援を行い販路開拓の強化を行うことを目的とする。

### <目標>

- ①道の駅 物産展 伊豆市特産市（仮称）の開催（B to C）
- ②静岡県商工会連合会の販路開拓支援事業への参画（B to C）
- ③専門家を利用したビジネスマッチング事業（B to B）
- ④“いずっち”ブランドによる販路開拓事業（B to C）

NO	取組内容	目標	実施状況	担当
①	道の駅物産展出店事業者数	7社	7社	酒井・高橋・加藤
	売上額/社	6万円	3.8万円	
②	アンテナショップ等斡旋事業者数	8社	9社	酒井・高橋・加藤
	売上額/社	110万円	52.3万円	
③	専門家を利用したビジネスマッチング事業者数	4社	4社	酒井・高橋・加藤
	成約件数	9社	5社	
④	逸品カタログ掲載件数	150社	208社	酒井・高橋・加藤
	売上額/社・月	1万円	1.5万円	

### <事務局評価> B

- ① 静岡伊勢丹コリドーフジのイベントブースにてスペースを借り、伊豆の国市商工会と合同で10社の事業者（伊豆の国市の5事業者を含む）により伊豆逸品物産展を開催した。静岡伊勢丹のイベントカレンダーや店頭チラシ等で広報を行った。11月20日～24日の5日間1事業者ごとに日替わりにて出展した。天候不順や近隣でのイベント開催など、コリドーフジへの来店者が通常より少なく販売額は苦戦しており、1社平均3.8万円となってしまった。出展者は、富士市という事業所の知名度のない場所での販売のため、試食販売やPOPの掲示、詳細な商品の説明を行うなど工夫を凝らしていた。商品自体の反応はとても好評であり、手に取ってもらえれば売り上げにもつながったので、今後の販売方法の参考になったとの感想をいただいた。出展者の中には、クリスマスなどの催事販売での出店をコリドーフジより打診されるなど今後の契約にもつながった方もいた。さらに、後日行われた県連主催のオンライン商談会において、静岡伊勢丹コリドーフジから直接、今回の参加者へ商談が持ち込まれ、今後の商談につながった。
- ② BtoC支援として静岡県商工会連合会の販路開拓支援事業への事業者の参画を促した。2事業所の京王百貨店で開催された物産展（11/22～27）への出展支援を実施した。さらにBtoB支援として1事業所にFOODEXへの出店斡旋を実施した。物産展やアンテナショップへの出店斡旋により、静岡市、首都圏の一般消費者に商品を直接販売した。また来訪したバイヤーに商品の魅力を伝えることで伊

豆市の魅力を発信し販路開拓へと繋げた。その他、伊勢丹のチャレンジショップに6事業所が継続して出店している。売上については、12月までの集計が終了しており、静岡伊勢丹、コリドーフジ等のチャレンジショップが1社あたり52.3万円で合計314.2万円。京王百貨店は1社あたり2.5万円で合計5.1万円。一社当たりの売上げについては、物産展の開催が短期間だったことや、売上が未計上になっている催事があり把握しきれない売上有るため、目標金額に届いていない。

③ 令和7年1月に実施した県連合会主催のオンライン商談会開催に伴い、対象先の4事業所に対し、(株)ブラックアップ 深谷氏の同席のもと、マッチングを実施し、バイヤーへと斡旋を進めた。マッチングを実施したバイヤーは(株)遠鉄百貨店、(株)ミクリード、(株)これっしか処、(株)ピカソル、(株)静岡伊勢丹の5バイヤーであり、合計8件の商談が行われた。マッチングは、(株)これっしか処に対して3事業所が商談が成立し、取引の準備を進めている。また、2事業所については、チャレンジショップの木戸口氏の仲介により(株)静岡伊勢丹コリドーフジとのマッチングが行われ、クリスマスの企画展に出品した。その他継続して行っている商談が2件あり合計5件となる予定。

④管内事業所の逸品・技の紹介カタログ「CHOICE」を作成し、発行した。本年度は冊子だけでなく、WEB版も作成し、伊豆市商工会HP上で公開した。市内の全戸配布及び掲載店舗、観光施設、公共施設等での市外近隣住民、観光客への配布により、商品やサービスのPRを行った。伊豆市商工会オリジナルキャラクター「いずっち」を活用しPRすることで、伊豆市商工会オリジナルブランドを確立し、伊豆市の認知度を高めることができた。掲載店舗からは”当店の紹介ができ、販路開拓へと繋がった“、”お客様がCHOICEを見て来店してくれる“等の声をいただいております。一般消費者の購買意欲を高め、販路開拓へと結び付けることができた。また、以前より、観光客や掲載事業所からいただいていたオンライン化の要望に応え令和7年1月にWEB版を公開した。利用者からは場所を選ばず閲覧できるため好評をいただいている。売上については、アンケートを行ったところ、掲載事業者208社(昨年、197社)中172件の回答があり、1.5万円の増加であり、目標は達成された。

#### <委員コメント>

Q：チョイスを物産展へ配布しているか？

A：市外イベント開催時には、持参し配布を行っている。

Q：その日の売上だけではなく、今後につながるか？出店者が今後も出店したい、しないなどの状況は？

A：次の開催時も出店したい方が多く、年々増加している。

委員評価：A

## 7. 事業の評価及び見直しをするための仕組み

### <目的>

毎年度終了後、事務局内において各事業の実施状況、成果の評価について報告書を作成し、目標や支援内容が適切であったかを明確にする。これにより、問題を明確化し次年度の事業へ繋げて行くことを目的とする。

### <実施内容>

経営発達計画評価委員会を立ち上げ、その中で結果や評価を基に計画の精査を行う。その後、理事会にて委員会での内容を報告し、その結果を商工会ホームページで公表する。

## 8. 経営指導員等の資質向上等に関すること

### <目的>

経営改善普及事業や経営発達支援事業を推進するためのスキル向上を目指す。

### <実施内容>

OJT として、月 1 回の経営指導推進会議や経営指導員資質向上会議の中で支援手法について学んだ。また、クラウド型経営支援ツール商工イントラを利用し、支援ノウハウの共有を図った。また、県連主催の研修や WEB 研修、中小企業大学校 中小企業支援担当者等研修に積極的に参加し資質の向上を図った。

## 9. 他の支援機関と連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

### <目的>

支援機関等との連携を通じ有意な情報交換を継続的にできるような仕組みを構築する。

### <実施内容>

#### ①経営発達支援連携

○三島信用金庫、市役所、産業振興協議会 (DMO)、NPO サプライズ (年 6 回)・・・内容については地区内の資金需要や小規模事業者の景況、地域内経済動向を中心に行い、支援ノウハウ、支援の現状、支援計画、経営革新、創業、事業承継等についての情報交換を行った。

#### ②伊豆地区商工会連絡協議会担当者会議 (年 4 回)

・静岡県伊豆地区の 8 商工会で組織する協議会である。各商工会の経営指導員 1 名を担当者とし、地区内の小規模事業者の動向やニーズについて情報交換を行った。その中で、昨年に引き続き新規広域事業実行委員会を設置しており、経営指導員以外の職員の勉強会を開催し資質向上を図った。

## 10. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

### <目的>

当地域で6次産業化に取り組んでいる農家・観光施設と連携して地域産業の競争力強化等、地域経済の活性化に資する取組等の推進を図る

### <実施内容>

#### ① 伊豆市産業力強化会議に参加

上記8にも記載したが、DMOを含めた情報交換会を開催し、地域経済活性化に関する事業等について意見交換を行っている。

#### ②伊豆おシゴトさがしフェア事業

7月27日（土）に伊豆の国市にあるあやめ会館において実施した。出展事業所は24件で内、伊豆市は11件であった。来場者数は84名。実際、伊豆市では採用が4名あり一定の成果を得ることが出来た。次年度は函南町も合同で8月に函南文化センターにおいて実施する予定。

### <伴走型小規模事業者支援推進事業補助金の利用について>

・経営発達支援計画を実施するにあたり、以下の事業の補助金を利用した。

#### ① 創業計画策定支援セミナー

#### ② 逸品紹介カタログ「CHOICE」発行、オンライン「CHOICE」制作事業

#### ③ クラウド型経営支援ツール運用

合計3,950千円

### <委員コメント>

窓口に来た方にアンケートに協力してもらい、アンケートによる意見、希望を吸い上げる。会員への具体性のある商工会PRを行ってほしい。