

経営発達支援計画の概要

| | |
|----------------|---|
| 実施者名 (法人番号) | 新島村商工会（法人番号 3 0100 0501 5031） |
| 実施期間 | 平成30年4月1日～平成33年3月31日 |
| 目 標 | <p>新島村は東京都に属する離島で、新島と式根島の2島からなる行政区である。離島ブームの繁栄から円高による海外旅行へのシフトとバブル崩壊により、観光客が激減し、産業全般の衰退へと波及している。</p> <p>通年型観光産業の発展を目指し、「新島・式根島ロケーションボックス事業」「観光資源開発事業」等を推進し、年間を通じた観光客の誘客を図り、産業全般の活性化を図る。</p> |
| 事業内容 | <p>1. 地域経済動向調査に関すること 平成24年度から26年度にかけ、新島村の事業者調査を実施し「新島村商業振興計画書」を作成した。更に調査分析を重ね、その結果を小規模事業者へ情報提供し、中小企業診断士等の専門家並びに経営指導員による支援を行う。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること 巡回訪問、窓口相談、記帳継続指導を通じて経営分析の対象となる小規模事業者の発見・掘起こしを行い、課題解決に向け、各分析法を用いて解決を図る。専門的勝高度な分析が必要な課題については専門家等と連携して支援する。</p> <p>3. 事業計画の策定支援に関すること 小規模事業者の経営課題解決のため、経済動向・需要動向調査・経営分析等踏まえ、東京都商工会連合会、中小企業診断士等の専門家と連携を図り、個々の事業者の事業計画策定・支援を行う。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後は、進捗状況確認のためフォローアップ巡回訪問や専門家派遣等を行い支援する。国・都やその他認定機関の行う補助事業等の支援策を広報／周知し、フォローアップを行う。</p> <p>5. 需要動向に関すること 小規模事業者に必要な消費者ニーズの把握のため、専門家等と連携し地域住民・来島者等の需要動向調査を行う。販路開拓支援として、地域の特色ある「産品」「製品」「サービス」のブランド化、物産展や展示会等への出展による販路開拓支援を行う。</p> <p>6. 地域経済の活性化に資する取組み 観光資源を豊富に抱える島しょにおいては、観光産業の発展こそ地域活性化につながるものである。ロケーション等映像メディアの誘致や新たな観光コンテンツの開発により、ロケ隊及び観光客等の来島客の増加を図り、地域観光関連業（宿泊業・飲食業・小売業・レンタル業等）の活性化を図る。また、既存イベント（商工まつり・年末大感謝祭・観音様・都内各地区物産展等）への更なる支援を行う。</p> |
| 連絡先 | <p>住 所：〒100-0402 東京都新島村本村五丁目1番15号</p> <p>電話番号：04992-5-1167 Fax 番号：04992-5-1524</p> <p>ホームページ：http://www.niijima.or.jp/shokokai</p> <p>メールアドレス：n-shokokai@niijima.or.jp</p> |

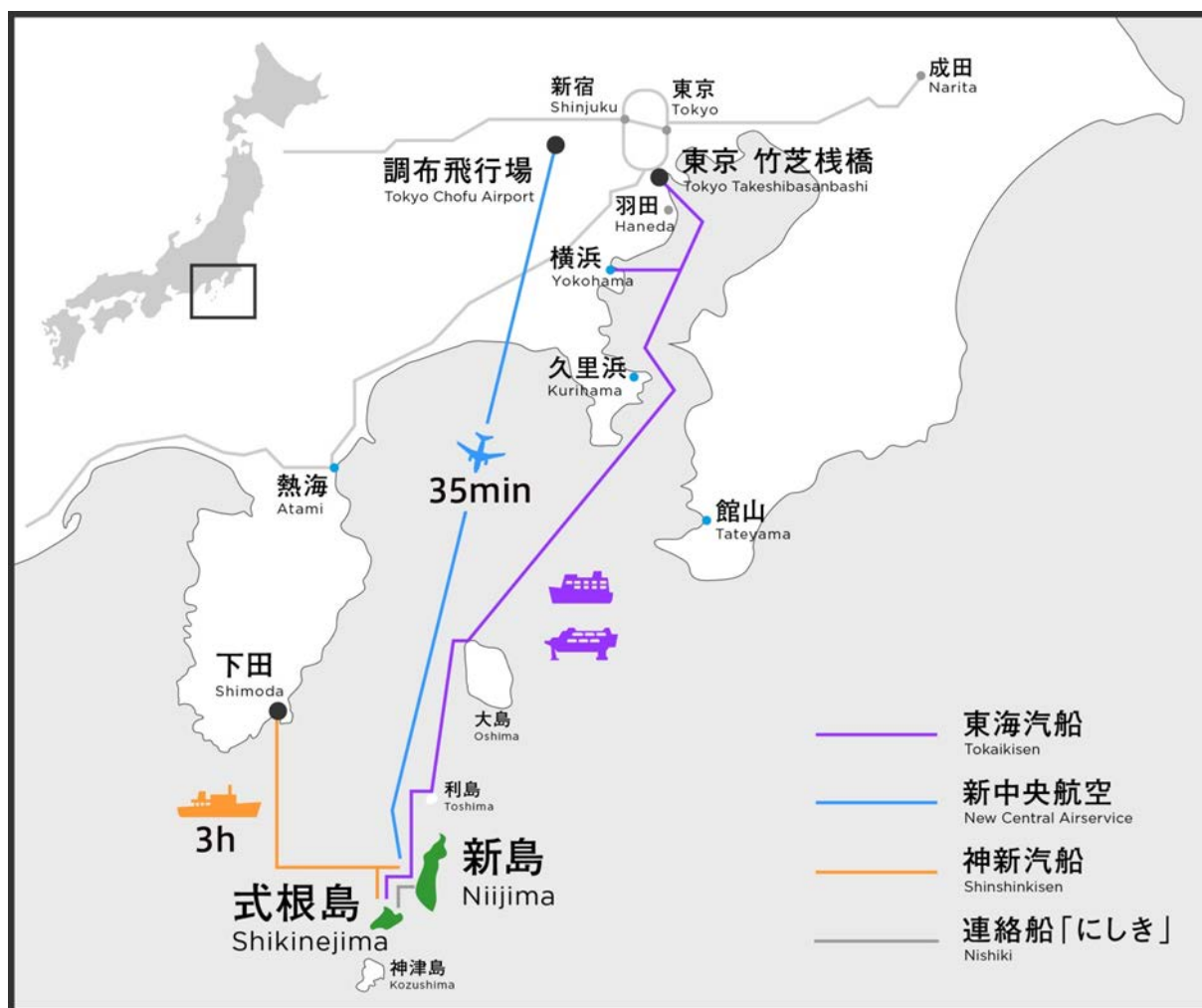
(別表 1)

経営発達支援計画

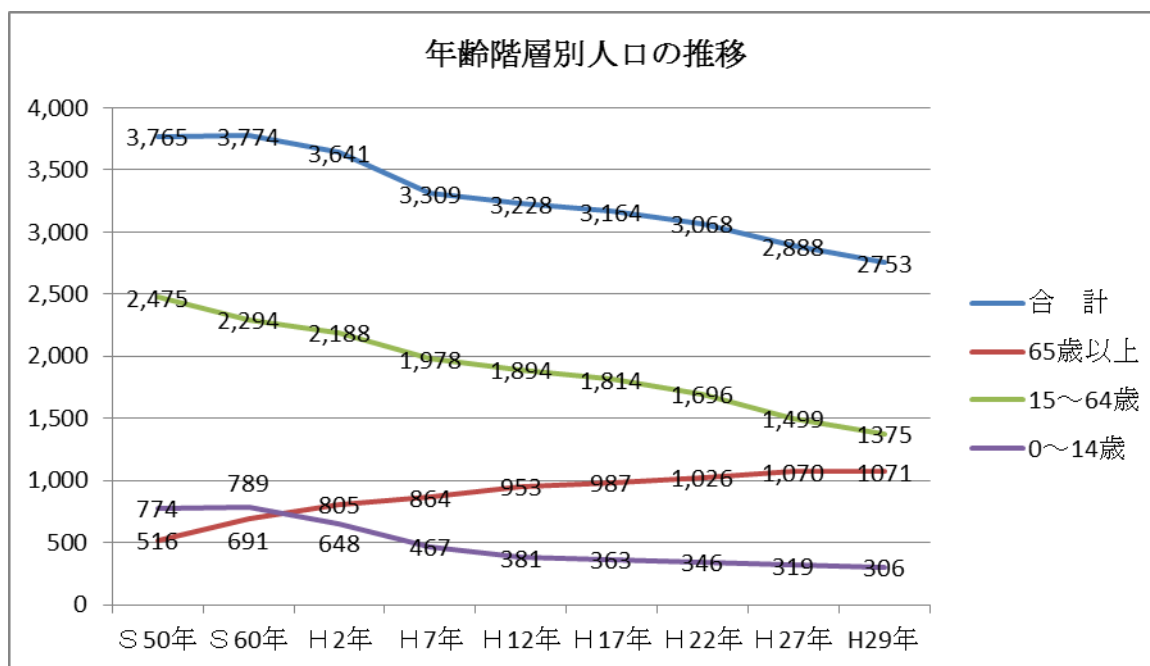
経営発達支援事業の目標

1. 新島村の概要

新島村商工会が所在する新島村は、東京都に属する離島で、新島と式根島の 2 島を管轄し、新島は、東京から南へおよそ 150 km、伊豆諸島のほぼ中央に位置し、面積 23.91 km²の小さな島である。式根島は、新島から南西約 2.4 km に位置し、面積 3.92 km²と更に小さな島である。交通アクセスは、新島は、竹芝栈橋から大型客船で約 10 時間 30 分（夏期は約 8 時間 30 分）、期間限定の高速船で約 3 時間 30 分（夏期は約 2 時間 50 分）、フェリーで下田から約 3 時間、調布飛行場から約 35 分と比較的良好である。式根島は、竹芝栈橋から大型客船で約 11 時間（夏期は約 9 時間）、期間限定の高速船で約 3 時間 10 分（夏期は約 3 時間）、フェリーで下田から約 3 時間、新島から連絡船で 10 分と海上模様大きく左右される。

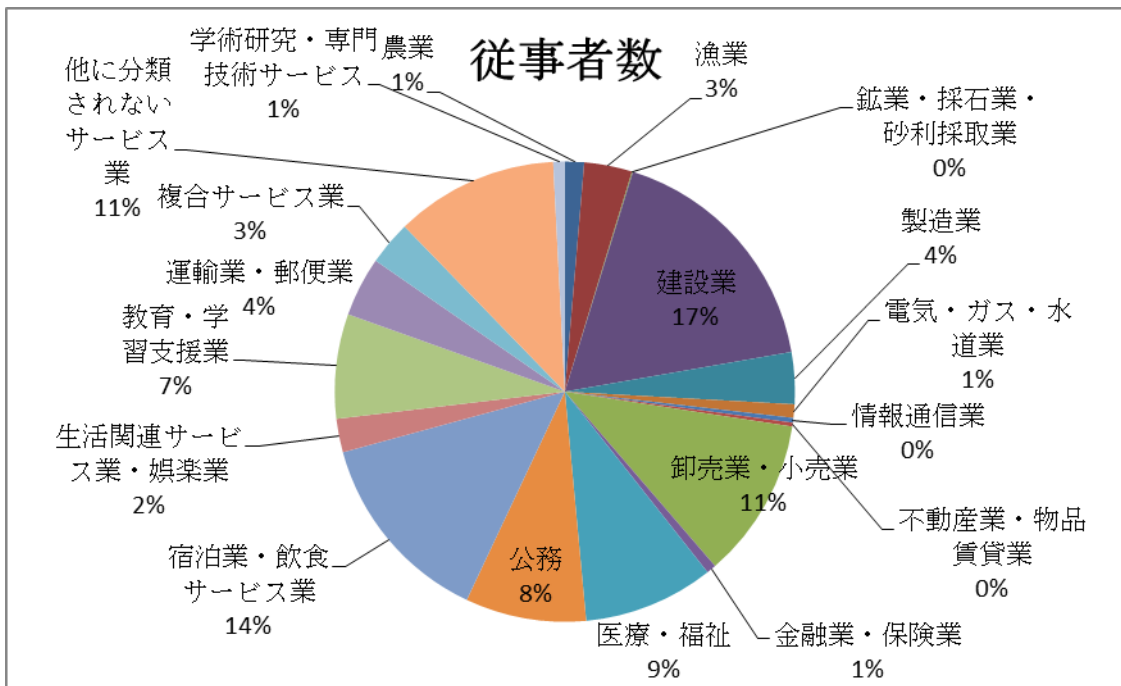


人口は、地場産業（観光産業・漁業・水産加工業・コーガ石事業）が盛んな昭和 50 年代には 3,700 人強を維持してきたが、地場産業が衰退（後述）するとともに年々減少し、現在は 2,900 人を下回り、0 歳から 64 歳までの人口が激減する中 65 歳以上の人口が倍増し、高齢化率は 38.9%と危機的な状況である。



資料：新島村事務報告

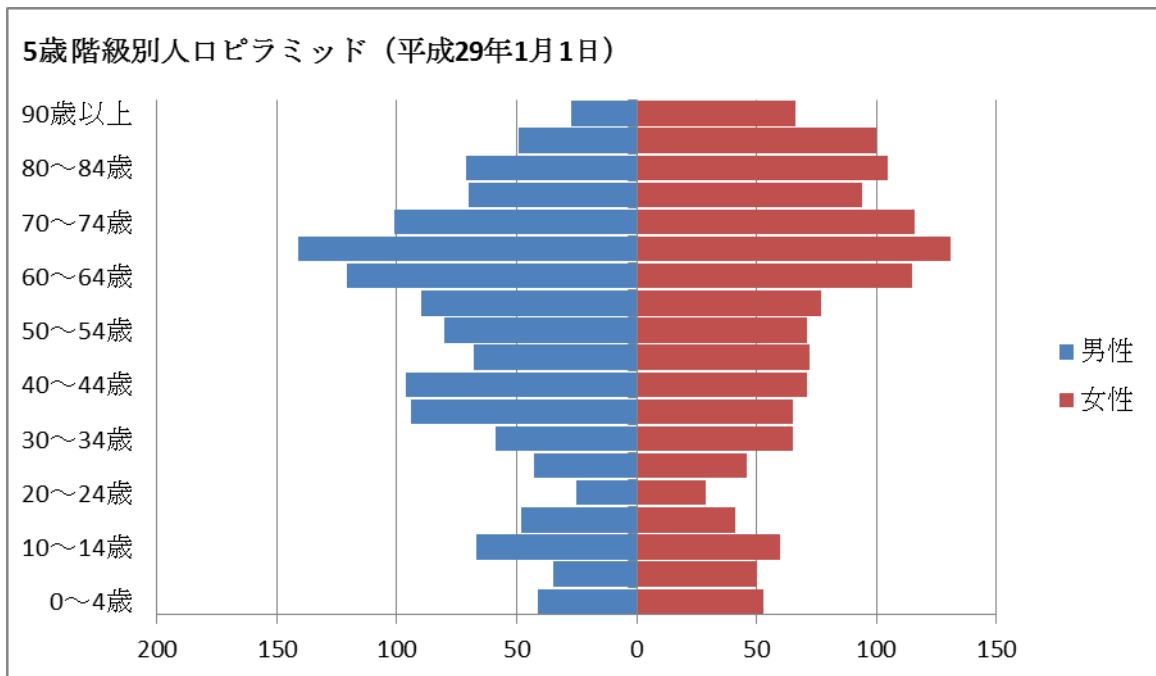
産業構造は、豊かな自然や魚介類、コーガ石などの島しょ独特の多様性かつ特色ある資源を活用した第 1 次産業から第 3 次産業が、それぞれの時代のニーズに合わせた形で発展してきた。新島は、漁業に加え「くさや（ムロアジ類を主原料に塩と魚のエキスで発酵した乳酸菌の一種で出来たくさや液に漬けて造った魚の乾物）」の水産加工業、世界で新島とイタリアのリパリ島しか産出しない「コーガ石（火山噴火で噴出した溶岩が固まって出来た黒雲母流紋岩でケイ酸を 77%以上含み、1,000 度の高温にも耐える。石と言うより砂と砂が接着した状態で空気層が多く見た目より軽い、軽石。酸にも強い。）」の採掘業、日本の離島で最長の真っ白い砂浜を有し、世界大会が行われるほどのビッグウェーブを誇るサーフィン場を有する観光業、式根島は、漁業、家族連れにやさしいリアス式海岸や、海の干潮・満潮で温度が変わる露天温泉を有する観光産業と、近年は港湾工事を主体とする公共工事が大きなウエイトを占めている。



資料：平成 27 年国勢調査就業状態基本集計(総務省統計局)

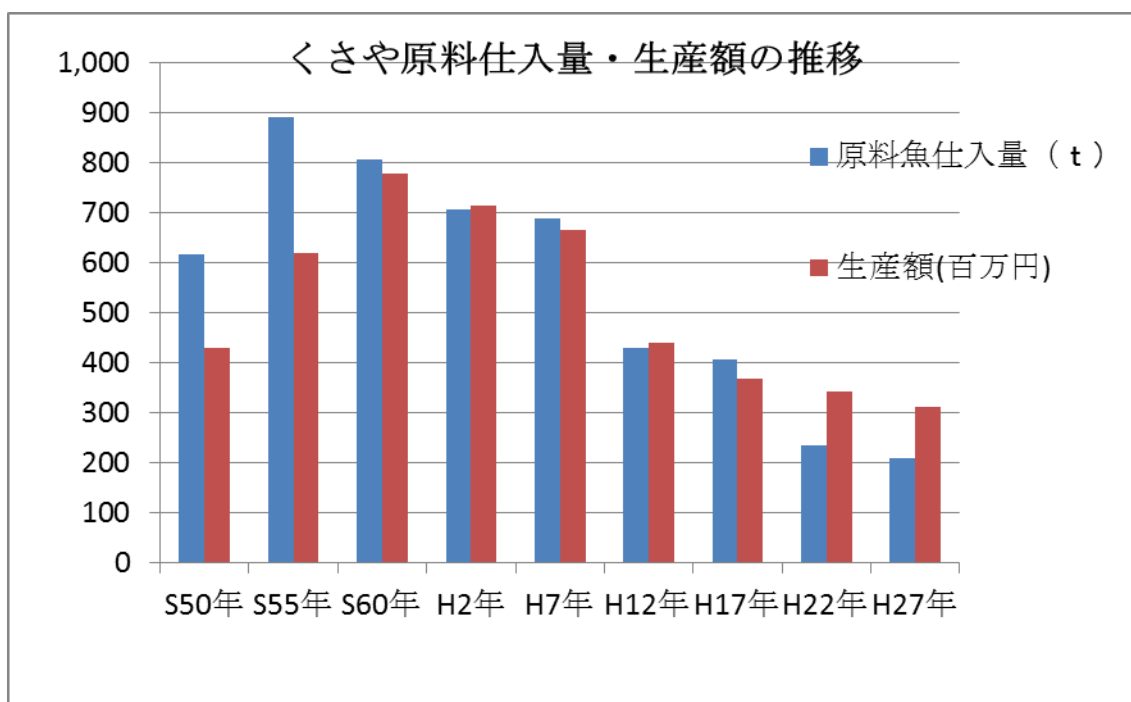
2. 地域の課題

新島村の人口構成は、全国と同様に少子高齢化が進み、生産年齢人口の 15 歳から 64 歳の減少が著しい。特に、15 歳から 34 歳の就労若年層が極端に少ない。人口減少とは反対に 65 歳以上の人口は 38.9%にも達している。



資料：新島村事務報告

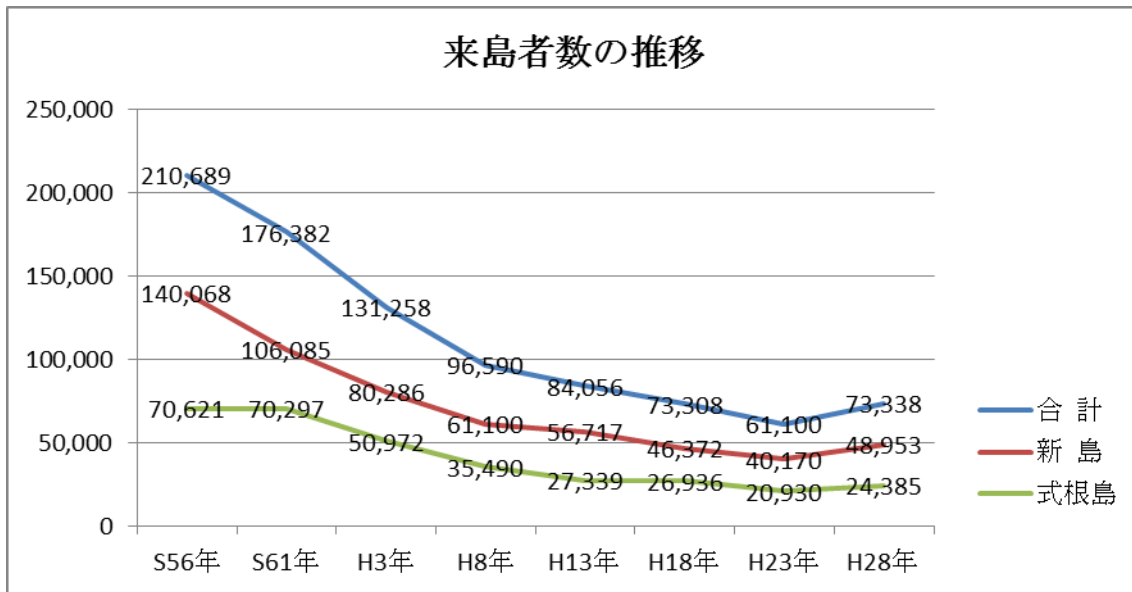
産業は漁業が主産業として栄え、冷凍技術の無い江戸時代から、乳酸菌の一種のバクテリア（くさや菌）が発酵して出来た「くさや液」に魚（主にクサヤモロ）を漬けて造る「くさや」の干物が本土に出荷されていた。新島が「くさや」の発祥の地である。「くさや」は、異臭を放つ欠点はあるものの、美味しい嗜好品として根強い人気がある。くさやは焼くときの匂いがきつく、集合住宅では焼くことも出来ないため、焼いたものを小さくちぎったパック詰めや、瓶詰にした製品も開発されている。近年、大島、八丈島等他島の製品が出回り、出荷量の減少と共に製造業者も 21 件から 7 件に減少するなどの要因が重なり、新島のくさやの生産量は、最盛期の 30%以下にまで落ち込んでいる。下図のくさや生産額については、個々の事業者の生産額がつかめないが、原料の魚は全ての生産者が新島水産加工業協同組合を通して仕入れているため、原料魚仕入量から推計して算出した。また、「焼くくさや」、「瓶詰」等の 2 次加工商品の比率が年々増加し、売上単価は上昇傾向にある。



資料：新島水産加工業協同組合

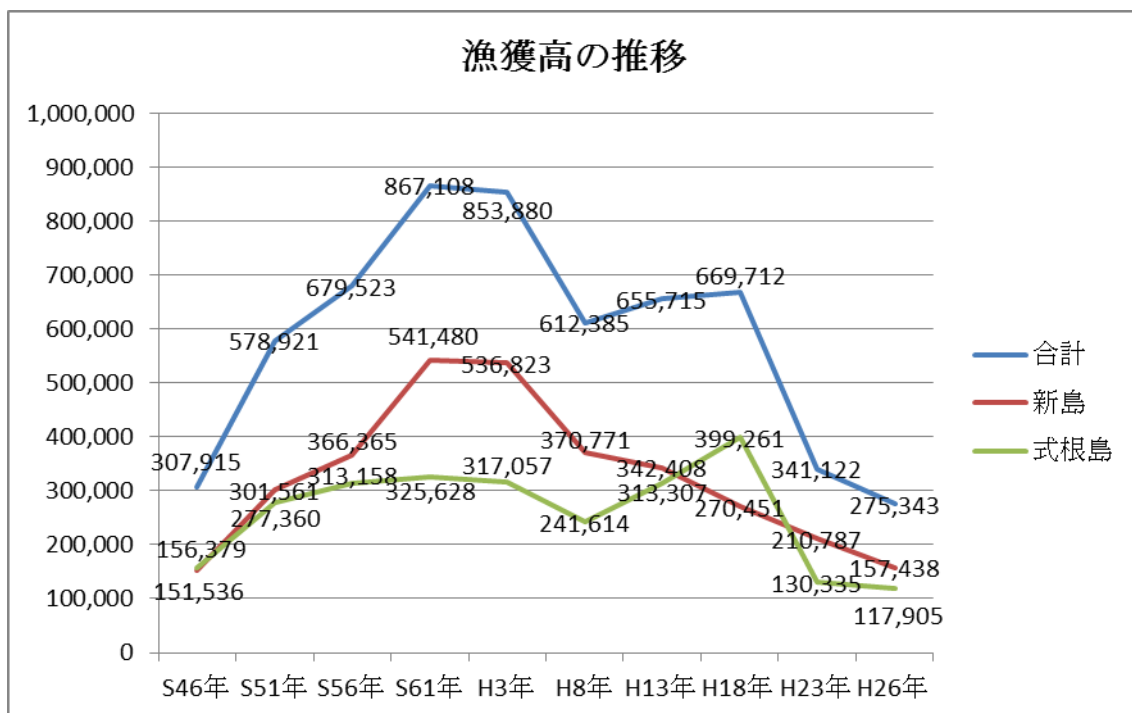
昭和 45 年前後には、コーガ石という新島でのみ産出する耐熱性、耐酸性に優れ、軽量な特性を持った石材が村内の耐火用住宅の建材として、また、本土の集合住宅のお風呂の保温材や銭湯の煙突などの耐熱材等に活用され、島への外貨獲得に大きく貢献して来たが、発泡スチロール等の代替製品が開発され、出荷量は激減した。

昭和 50 年代には離島ブームで、観光客がピーク時には 21 万人（式根島 7 万人含む。）を超えたが、円高により 1 ドル 360 円から 100 円前後まで高騰し、ハワイやグアムの飛行機の運賃が割安となり、海外旅行ブームの到来と重ねて観光客が減少し始めた。観光客の減少と燃油の高騰により船賃が上昇し、益々海外旅行に太刀打ち出来ない状況になってきた。新島・式根島の港湾設備は不十分のため欠航率が高く、予定通りの旅程を組めないこともしばしばである。また、ジェット船が導入されるまでは東京まで 8 時間以上もかかるうえ、1 日 1 便という不便さ、安くて近（距離では無く時間）い、1 日数便が運航する海外旅行に太刀打ちが出来ない。その結果、観光客は激減し、7 万人弱（式根島 2 万 4 千人を含む。）まで落ち込んでいる。



資料：新島村事務報告

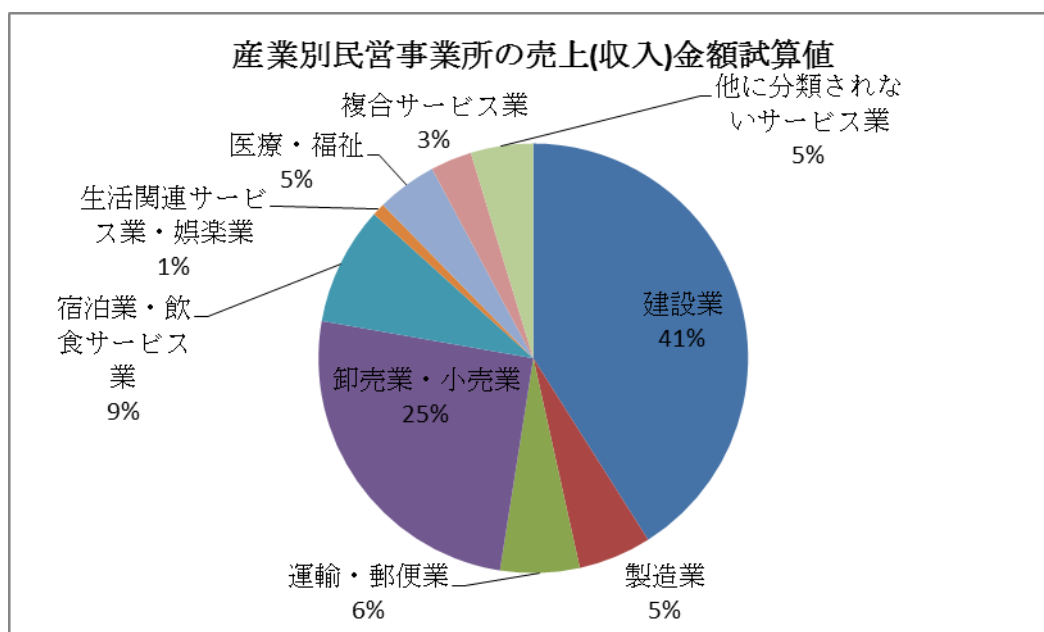
漁業においても、昭和 60 年前後の 8 億円超の漁獲高から、乱獲による漁獲量の減少、魚離れによる魚価の低迷や燃油代の高騰により出漁日数の減少が影響して 3 億円を切るまで落ち込んでいる。



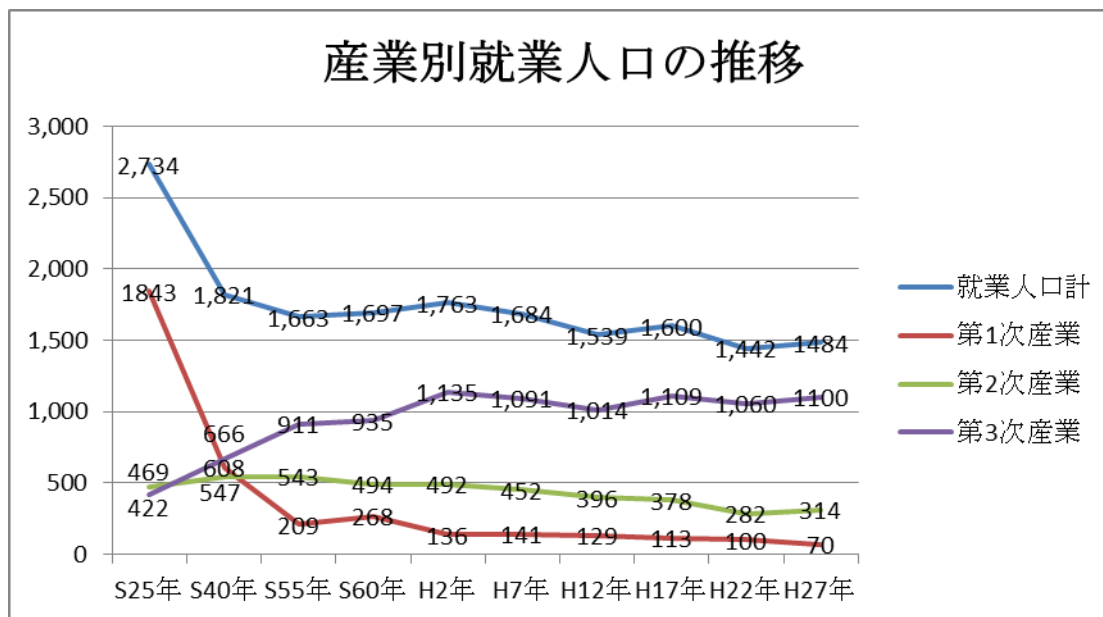
資料：新島村事務報告

多くの産業が衰退していく中、公共事業が村の経済を支えるようになり、就業人口の 70%以上が何らかの形で依存している状況である。産業別の売上（収入）を見てみると、建設業が全体の 40%以上と断トツで多く、そのほとんどは港湾工事等の公共事業で占められている。しかし、公共工事依存型の産業形態は国・東京都の予算頼みの状況にあり、近い将来、公共工事自体が終了することが予想出来る。新島村の産業全

体を立て直すには、人口の流入・移動が盛んになり、あらゆる産業に影響する観光産業の立て直しが喫緊の課題である。人口の少ない島しょにおいては、消費能力に欠け、個々の産業が成り立つ環境が乏しい。観光産業の活性化により、多くの産業を活性化させることが出来る。



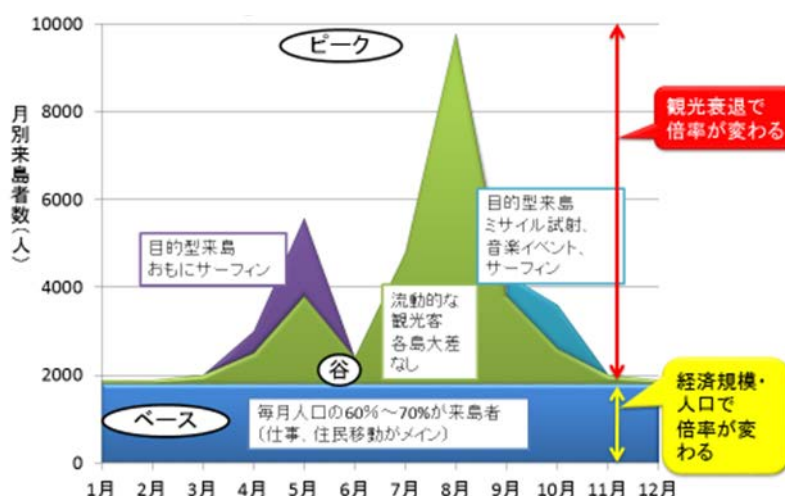
資料：平成 26 年経済センサス基礎調査(総務省統計局)



資料：国勢調査（総務省統計局）

以上のように、島しょ地区という閉鎖された環境では、人口の移動が経済活動を左右する最も大きな要因である。高齢化の進展、若年層の流出が続く新島村の活力を維持していくためには、若者が島にI・U・Jターンしたいと思える年間を通して安定的に収入が得られる就業の場づくりが必要である。そのためには、来島人口を増やし、地域の商業活動を活発化させる観光産業の活性化が不可欠である。観光産業の振興には、

海水浴だけの夏季集中型観光形態では無く、年間を通して観光客の誘致が図れる新たな観光資源の発掘が必要である。



年間来島者の動向イメージ

観光産業に於いては、観光客数は昭和 55 年の年間 16 万人強から 7 万人弱にまで落ち込み、宿泊事業者の経営が行き詰まり、廃業や休業状態となり、宿泊施設は 173 件から 59 件までに落ち込んでいる。その結果、大きなイベント時に必要な収容人員に対応出来ない状況になっている。このような中、宿泊のみで食事を提供しないゲストハウス等の労働力を軽減し、飲食業と分業化した事業形態の取組みもみられる。観光客のニーズに合わせた事業形態や、労働力に応じた事業形態等の掘起こしが必要である。

観光産業の衰退により、潜在人口が減少し、商業活動にも大きく影響し、各産業とも衰退状況にあり、潜在人口の増加を促す施策が必要である。

製造業に於いては、島内消費から島外消費に目を向けた新たな販路の開拓等の必要があるが、当地域は、離島という閉鎖された経済圏で、全ての経済活動に高額な輸送費が重荷となってくる。また、全て小規模事業者で、単独での販路開拓は困難なため、東京都商工会連合会や当商工会が協力して、展示会、物産展などに出展しているが、更にマッチング事業、商談会等の販路拡大支援事業が必要である。新島・式根島ブランドの確立を図り、高額な輸送費に打ち勝つ商品力を高める必要がある。

3. 新島村商工会の役割と支援

新島村商工会は昭和 50 年に創立され、平成 29 年 3 月 31 日現在の会員総数は 222 名、組織率 93.3%と地域事業者の殆どが加盟する地域総合経済団体である。しかし、高齢化に伴い、後継者もなく廃業する事業者が増え、ここ数年の会員数は減少傾向にある。職員数は 7 名（嘱託 2 名含む。）。

当会では、「行きます」、「聞きます」、「提案します」をモットーに、会員、非会員を問わず、金融に関する相談指導、税務・経理に関する相談指導、労務・社会保険に関する相談指導、販売管理に関する相談指導、情報通信技術の活用に関する相談指導、創業に関する相談指導等々、小規模事業者の経営の総合的な問題のサポートを実施している。特に、情報通信技術は年々進歩を遂げ、事業経営には欠かせないアイテムとなってきている。情報通信関連の専門職の居ない地域の小規模事業者が時代に

取り残されない為に、最新情報の提供等、各種相談指導で明らかになった問題点について、行政に出来ない事業者個々に応じた丁寧な支援を実施している。これからも、多岐にわたる小規模事業者個々の悩みや問題について、寄り添い解決していかねばならない。

新島村は、小規模事業者が地域経済を支えているが、人口減少に伴い地域経済の活力が減退し、売上の減少に直面している。島内から島外へ目を向けた販路開拓が必要となっているが、小規模事業者単独での販路開拓は困難なため、東京都商工会連合会や当会が協力して展示会、商談会などに出展している。更に、新島・式根島ブランドの確立を図り、個々の商品力を高め、当会のみならず新島村の関係機関が協力して、販路の開拓に努めていくことが必要である。

観光産業は、来島人口を増加させ、宿泊業のみならず、飲食業、商店、レンタル事業者等々ありとあらゆる事業者が恩恵を受けることが出来、地域の活性化には重要な産業である。季節型の観光産業から通年型の観光産業を構築すべく、観光コンテンツの新たな発掘が求められている。当会では、地域の特徴を活かした観光コンテンツの開発に着手したところである。来島人口の増加のみならず、新たな事業の発掘、新規事業参入への支援を強化する。

4. 小規模事業者振興の目標

(1) 小規模事業者の中長期的な振興のあり方

新島村のこれから10年の地域動向は、現状のまま推移したとして推測すると、高齢化と人口減少がさらに進み、産業の衰退は避けられない状況です。しかし、昭和39年には富士箱根伊豆国立公園に編入され、自然環境の素晴らしさは認められており、また、大都市東京都に属し、経済圏の繋がりとしては恵まれた環境にあることは強みである。離島と言う閉ざされた環境下で経済活動を活性化させるためには滞在人口を増し、経済活動の循環を促す必要があり、来島客を増やす施策が喫緊の課題である。平成23年3月に作成された「新島村総合計画後期基本計画」の中で10年後の新島村の姿として「来島者数目標 90,000 人の達成」が明記され、当会ではロケーションボックス事業等来島者誘致に向けた施策を実施し、6万人台から7万人台まで回復傾向にある来島客の増加に寄与しているところです。更に、来島者数目標 100,000 人に向けて行政と協力して事業に取り組んでいく。また、来島者増加に伴い多様化する顧客のニーズに対し、新たな発想を持って事業に取り組む小規模事業者や持続的発展に向け個々に取り組む小規模事業者の発展をめざし、当会の経営に関する知見や情報、ノウハウ等を活用してきめ細かな伴奏型支援を実施する。当会の知識では解決が難しい事案にあっては、東京都商工会連合会等の協力と連携して専門家等の経営情報や経営ノウハウ等の活用を図り、新島村の重点施策「地場産業の活性化、各産業団体の自立のための支援を継続していく。」「産業の活性化のために行政と産業団体そして、住民組織などの協同を推進する。」の実現に寄与していく。

(2) 経営発達支援計画の目標

①新島村商工会の役割とビジョン

新島村の事業者の殆どが小規模事業者であり、新島村商工会の組織率は93.3%（平成29年3月31日現在）と、事業者が頼りになる団体として期待していることが伺える。離島という環境のため、専門分野の事業者・技術者が少なく、多岐にわたる相談が当会に持ち込まれ、出来る限りの対応で支援しているところである。当会は、小規模事業者の問題解決のための支援や、専門の支援機関を活用出来るよう橋渡しをする

役目をも担っている。そのため、村内事業者がいつでも気軽に経営に関する相談が出来る組織作りを継続し、個々の事業者の継続的発展に向け、一貫した伴走型の支援が不可欠である。当会だけでの支援では解決が難しい状況等にある事業者については、新島村、東京都商工会連合会等と協力・連携し、其々が持つ支援策、経営ノウハウ等の活用を図り、個々の事業者の活力向上の手助けをする。

②新島村商工会の運営方針と目標

新島村商工会は、商工会の理念でもある「行きます」、「聞きます」、「提案します」をモットーに、受身型から提案型の指導を強化する。

経営者の高齢化による事業承継等、事業の存続・継続に向けた取り組み、多様化するニーズは、新たな創業の機会を創造しており、既存の業種にとらわれない新規創業に向けた取り組み等について、事業承継者や創業者の円滑なスタートアップと経営安定に向け、東京都商工会連合会等との連携により持続的な支援を行う。

海で隔離された島しょ地区のハンディキャップがあり、販路の限られた小規模事業者の支援のため、新島・式根島ブランド品を中心に物産展等の出展やECサイトへの登録支援等、新たな販売機会の創出や販路開拓等、持続的な発展に向けた新たなビジネスチャンスの創造を支援する。

新島村の産業振興の要である観光振興は、新島村基本計画では、「魅力ある観光地の創造」、「観光来島者の平準化」、「ホスピタリティーの醸成」を掲げている。魅力ある観光地の創造として、CMやテレビ、映画、雑誌等、マスメディアを利用した観光地としての知名度向上を目指したロケーションボックス事業の推進。観光来島客の平準化として、サバイバルゲーム誘致、ドローン操作訓練誘致、モヤイ像を活用した一年を通じた誘客等の新たな観光資源の開発。ホスピタリティーの醸成として、観光客の多様なニーズに合わせた充実した宿泊施設の整備・育成、外国人観光客とのコミュニケーションツールの作成等の「おもてなし」の推進により、観光振興計画に寄与していく。

(3) 目標達成のための方針

①新島村商工会村おこし実行委員と青年部、女性部及び地域の事業者の協力のもと実施される「観音様夜店」や、村、商工会、自治会、各産業団体等の代表者で組織された新島村島民まつり実行委員会が実施する「新島村島民まつり」との共催による「新島村商工まつり」等のイベントを開催し、共催事業者、参加者の掘起こし等に連携して取り組み、「にぎわいのある村づくりの支援」を継続して行う。

②民宿等の経営形態を、食事の提供を省いて事業主の高齢化による労働力軽減や、観光客の多彩なニーズに対応するため、ゲストハウスやドミトリー等の「多様な宿泊形態に対応した経営形態の支援」を行う。

③2020年の東京オリンピックに合わせ、年々外国人の観光客が増加する中、外国語が話せなくてもおもてなし出来る「会話シート」の作成や、「スマートフォン」等の外国語会話アプリを活用、宿泊施設の案内表示、店舗等の利用案内等、多言語化等インバウンドに対応した支援セミナーの実施。また、消費者が好む、パッケージ、容量、値段等売れる商品づくりのセミナー、顧客が興味を引くキャッチコピーや文字・デザイン等自ら描き、売り場の改善により購買意欲を高めるノウハウを習得するセミナー等の「経営力向上セミナーの支援」を行う。

④物産展の会場で、「新島・式根島を知っているか？」の調査を実施したところ、「名前ぐらいは知っている。」は新島 58%、式根島 54%、「今日初めて聞いた。」は新島 11%、式根島 16%、「行ったことがある。」は新島 14%、式根島 12%で、新島・式根島のブース前での調査のため、認知度が高いように見える。しかし、8割以上が「名前は知っているが、イメージはわからない。」と回答しており、ほとんど認知されていない状況である。

新島・式根島の認知と魅力の発信をするため、ドラマやCM等のメディアを活用する「ロケーションボックス事業」を推進し、撮影スタッフや観光客等来島客の増加に繋げ、宿泊業、飲食業等「観光関連産業の支援」を行う。

⑤夏季集中型の観光産業は、その年の気象条件により観光客数が大きく左右され、安定した収入が得られない状況にある。通年型の観光産業を構築するため、観光コンテンツの開発として、コーガ石の採石場跡地を利用した近年流行の「サバイバルゲーム」の誘致、海と山を活かした「ドローン操作講習会」の誘致、渋谷駅前に設置してある「モヤイ像（新島のコーガ石に人の顔を彫ったもの）」は新島村から寄贈されたもので、その知名度を活用した「モヤイ像のルーツを探るツアー」等を計画して「新たな観光コンテンツ開発の支援」を行う。

⑥経営者の高齢化が進み、廃業を余儀なくされる中、血縁関係のみならず、縁故関係のないIターン・Uターンの事業承継や、空き店舗等の改修・改造を視野に入れた新規創業など、専門家と連携した「事業承継・新規創業による地場産業の育成支援」を行う。

⑦地域資源及び地域特性を活かした「商品」、「製品」、「サービス」を新島・式根島ブランドとして情報発信する事で、消費者への安心・安全なイメージが醸成され、小規模事業者の知名度やブランド化の確立により新たな販路開拓を支援する「新島・式根島ブランド認定事業の推進」を行う。

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（平成 30 年 4 月 1 日～平成 33 年 3 月 31 日）

(2) 経営発達支援事業の内容

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【指針③】

小規模事業者の持続的発展には、事業環境の動向を見極めた事業計画に策定・見直しが重要である。当会では、地域の経済動向・需要動向調査は平成 24 年度から 25 年度にかけて、事業者調査（従業員数、資本金、事業年度、代表者年代と性別、生産高等をアンケート調査、回答率は当会員数の 67%、聞き取り調査では 29%）、中高生将来生活意向調査（将来生活したい場所、希望就労形態及び職種、島の将来に対する思い等 100 名全生徒の回答）、潜在的移住希望者・新規創業希望者調査（島外へ Web アンケート、移住希望、職種等島外者 1,008 名が回答）、村内購買動向調査（1,349 世帯中 594 世帯 44%が回答）、観光客に対する購買満足度・宿泊満足度調査(1,782 枚配布 1,425 枚回収、回答率 80%)、都内物産展での潜在客ニーズ調査（1,207 名回答）について東京都の補助事業である商業便利度調査事業（※注 1）で実施した。この調査で問題点が明確になった事業所については、すでに中小企業診断士等の専門家並びに経営指導員による支援で活用している所です。

さらに、地域の経済動向・事業者の経営状況について、毎年アンケート調査等で、小規模事業者の現状把握と問題点を洗い出す必要がある。

(※注 1) 商業便利度調査事業

東京都が平成 22 年度から商工会に対して提案公募型で実施している経営改善普及事業の一環とした補助事業。概ね 3 年間、継続して実施する事業であり、地域の商業活動の実態について、事業者・消費者それぞれの視点から調査し、潜在する商業ニーズの検証と行い、新たな産業振興計画を策定することで、地域商業の発展と産業基盤の強化を図ることを目的とした事業。

(事業内容)

アンケート調査は、事業所 10 件程度を抽出し、経営指導員が主体となって巡回訪問等により聞き取り調査を行う。調査項目の売上・利益・雇用・労働時間・賃金等の実態について、前期、当期、来期の見通しなどを 5 段階で回答して頂き、毎年公表される公共事業費、船舶・航空会社の観光客数の推移の資料を加えて、当地域の経済動向を調査・分析する。

アンケート調査と分析結果を調査対象事業所や関連事業者の支援に利用するほか、支障の無い範囲内でホームページ等に公開し、他の事業者の事業運営に利用して頂く。

(事業実施目標)

| 項目 | 現在 | 30 年度 | 31 年度 | 32 年度 |
|---------|-----|-------|-------|-------|
| 調査事業所件数 | 0 件 | 10 件 | 10 件 | 10 件 |
| 調査回数 | 0 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 |

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

小規模事業は、自社の経営状況について把握している事業者は少ない。上記の地域経済動向調査を踏まえ、個々の事業者の経営課題の抽出、事業計画策定の方向性、必要な需要動向情報の種類等の見極めを目的に、巡回・窓口相談、各種セミナーの開催、専門家派遣事業の活用等により、商品・製品・サービスの内容、保有する技術、ノウハウ、従業員等の経営資源、財務等の経営状況の分析を行い、小規模事業者の強み・弱みの確認を行い、経営課題の掘起こしが必要である。

(事業内容)

- (1) 経営分析については、融資や補助金を利用する時点で、事業者からの求めに応じて実施していた。今後、小規模事業者の巡回訪問、窓口相談、記帳継続指導等を通じて、経営状況の分析が必要な事業者の発見、掘起こしを行う。
- (2) 専門的な分析が必要として掘起こした小規模事業者については、中小企業診断士等の専門家に依頼し、財務・顧客・業務・人材のフレームワークは BSC 分析で現状の問題点を洗い出し、現状の製品・商品、顧客、取引先、業務は ABC 分析で劣勢を断ち、優性に集中させ、自社の内外環境については SWOT 分析を行い、自社の強み・弱み・機会・脅威の確認をすることで、経営状況の分析を行い、経営上の問題点を抽出した企業については重点支援企業と位置づけ、支援する。短期支援に関しては、エキスパートバンクの専門家派遣で、中長期的な支援については、中小企業活力向上事業コーディネーター支援の成長アシストコース（長期課題解決支援）より事業者を継続支援する。
- (3) 小規模事業者は、改めて経営状況を分析することが無いため、記帳継続指導や所得税・消費税等の申告相談の機会を利用して、経営状況の不安定な事業者については、自社の経営状況の分析を支援する。

(事業実施目標)

| 項目 | 現在 | 30 年度 | 31 年度 | 32 年度 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|
| 巡回訪問回数 | 518 回 | 520 回 | 520 回 | 530 回 |
| 窓口指導回数 | 287 回 | 290 回 | 290 回 | 295 回 |
| 記帳指導回数 | 102 回 | 105 回 | 105 回 | 105 回 |
| 経営分析事業者件数 | 11 件 | 12 件 | 12 件 | 14 件 |
| 重点支援企業件数 | 2 件 | 2 件 | 2 件 | 2 件 |

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

小規模事業者の多くは、事業計画を策定して経営を行っていない。自社の中長期的な運営方針を明らかにして、事業の持続的発展を図る必要がある。

島内事業者は経済的体力が弱まっており、自己資金による積極的な経営を図る事業者が減少しているのが現状である。島の主力産業として、観光業や商業は非常に重要である。特に、来島客の受入限度は宿泊業の受入可能客数と事業者数である。従来の宿泊事業者の調査では、収益性が悪化して宿を閉鎖するのではなく、後継者不足で閉鎖するとの答えが多い。自分若しくは子供などの生業が成立するのではなく、自然衰退での事業運営の世代が多い。これからの事業承継は、家業をいかに親族以外にも承

継出来るか、本土で就業している親族に U ターンで創業を踏み出させるか、といったハードルが控えている。

(事業内容)

(1) 経営状況の分析が必要な小規模事業者については、BSC 分析・ABC 分析・SWOT 分析を踏まえ、小規模事業者の中長期的な経営方針を、個別相談会や専門家派遣事業等で明確にし、当該事業者の経営力に合った事業計画の策定支援を行う。

(2) 融資制度や経営革新、小規模事業者持続化補助金等の施策を必要とする事業者については、該当する支援施策を活用するための事業計画策定支援を行う。

(3) 事業承継に取り組む事業者や、承継を予定している事業者については、円滑な事業承継に向け

①事業承継の関係者の整理

②事業承継に関わるお金の整理

③経営理念や事業の中長期目標の設定・確認

④どうやって・いつまでに事業承継するか

の設定等の事業承継の実現に向けたタイムテーブルを作成するとともに、中小企業診断士等の専門家の知見とノウハウを活用し、事業承継計画の策定支援を伴走型で行う。

(4) 創業予定者については、事業の開始前の準備と段取りが重要であるので、創業塾を開催し、事業に必要なノウハウを習得することにより、実現性の高い創業計画の策定を支援する。

創業塾の講座内容としては、

①創業に向けたマインドセット

②島の現状（人口・暮らし・経済等）

③アイデアの発想方法

④事業ドメインの考え方

⑤マーケティングの基礎

⑥売上・損益計算、宿泊施設や飲食の損益の特徴

⑦島の原価率

⑧開業資金を考える

⑨各種支援策（補助金や融資）の説明

⑩理念とビジョン（事業の背骨を作る）を考える

⑪ビジネスワークショップ（本気のビジネスプラン）

⑫創業時に必要な手続き

⑬創業時に必要な基礎知識（税務・社会保険等）

⑭ビジネスプランの立案

⑮ビジネスプランのブラッシュアップ

⑯ビジネスプランの発表

など創業に必要な知識の習得の支援を行う。

また、島しょは特異な地域性で、先祖代々の物件を売買や賃貸の対象としにくい風習があり、事業の妨げとなっている。そのため、新規創業支援事業と並行して、新規創業者支援のための空き店舗の情報収集事業（空き店舗バンク）を平成 27 年度から

実施している。また、新島村では、I・U ターンや住宅確保が困難な若者のために、「空き家バンク事業」を展開し、当会と相互に情報交換を実施している。創業時に欠かせない物件（土地・店舗等）の情報収集について、行政との連携を密にして、物件の確保、リノベーションの推進、金融・補助メニューの情報収集等、きめ細かな支援策を講じる。



(事業実施目標)

| 項 目 | 現 在 | 30 年度 | 31 年度 | 32 年度 |
|-----------------|------|-------|-------|-------|
| 事業計画策定件数 | 6 件 | 6 件 | 6 件 | 7 件 |
| 施策活用に伴う事業計画策定件数 | 5 件 | 5 件 | 6 件 | 6 件 |
| 事業承継計画策定件数 | 3 件 | 3 件 | 3 件 | 3 件 |
| 専門家派遣件数 | 28 件 | 30 件 | 30 件 | 30 件 |
| 創業塾開催回数 | 0 回 | 0 回 | 5 回 | 0 回 |
| 創業塾参加者数 | 0 名 | 0 名 | 5 名 | 0 名 |
| 創業計画策定件数 | 1 件 | 1 件 | 2 件 | 2 件 |

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

小規模事業者の多くは、事業計画を策定しても日々の業務に追われ、計画どおりに経営を行えないことが多く見受けられる。高齢な経営者については、事業の存続・持続のため、事業承継に向けた計画を推進する必要がある。

(事業内容)

- (1) 事業計画策定後、2ヶ月に1度程度の事業計画のフォローアップ巡回訪問を実施し、進捗状況の確認を行い、自力では解決できない経営課題については、専門家派遣等を実施し、支援・助言を行う。
- (2) 事業承継計画策定後、2ヶ月に1度程度の事業承継計画のフォローアップ巡回訪問を実施し、進捗状況の確認を行い、自力では解決できない経営課題については、専門家派遣等を実施し、支援・助言を行う。
- (3) 事業計画策定時には、小規模事業者持続化補助金、観光インフラ整備支援補助金、インバウンド対応力強化支援補助金、ものづくり補助金等、相談者の実情に応じた補助メニューの提示や、資金調達に当たっては、地域金融機関の実施する相談会等

との連携、マル経融資制度等の斡旋等の支援を行う。経営発達支援計画の認定を受けた後には、「小規模事業者経営発達支援資金」も視野に入れて支援を行う。

- (4) 新規創業者の事業計画の進捗状況については、2ヶ月に1度程度のフォローアップ巡回訪問を実施し、計画と実績を比較し、問題が生じている状況においては、事業計画の見直しや改善策等の支援を行う。

(事業実施目標)

| 項目 | 現在 | 30年度 | 31年度 | 32年度 |
|----------------------------|-----|------|------|------|
| 事業計画策定件数 | 6件 | 6件 | 6件 | 7件 |
| 事業計画策定後のフォローアップ延べ回数 | 36回 | 36回 | 36回 | 42回 |
| 施策活用に伴う事業計画策定件数 | 5件 | 5件 | 6件 | 6件 |
| 施策活用に伴う事業計画策定後のフォローアップ延べ回数 | 15回 | 15回 | 18回 | 18回 |
| 事業承継計画策定件数 | 3件 | 3件 | 3件 | 3件 |
| 事業承継計画策定後のフォローアップ延べ回数 | 18回 | 18回 | 18回 | 18回 |
| 創業計画策定件数 | 1件 | 1件 | 2件 | 2件 |
| 創業計画策定後のフォローアップ延べ回数 | 6回 | 6回 | 12回 | 12回 |

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

小規模事業者の販売する商品は、2,800人に満たない島内消費では限界があり、観光客も激減するなか、島外消費を見据えた販路拡大が必要である。

老若男女誰にでも好まれる商品はほとんど存在しない。消費者が好むテイスト、サイズ、用途、価格、また、年代や性別、生活スタイル等について調査し、その商品の販売するターゲットを絞る必要がある。このように、事業者の販売する商品、提供するサービスの需要動向調査や個々の商品等の売れ行きや消費者の購買動機等についての調査が十分なものでは無かった。平成24年に実施した観光客の調査で、「民宿は、魚やコマセの臭いがするイメージがある。」という20代の女性からの回答があった。この調査結果から、イメージを払しょくするため、「島宿」、「旅宿」に改名した民宿の事例もある。

需要動向調査により、消費者の欲求・要望等にかなう商品・サービスをより適した数量・価格・タイミングで提供出来るよう支援策を講じる必要がある。

(事業内容)

- (1) 事業計画を策定・支援した事業者の持続的発展のため、新商品については、当会理事、女性部、青年部等の役員等の協力を得て、年齢や性別の世帯構成にばらつき

を持たせた 5 世帯程度を対象とした調査を行う。商工会は、

- ①性能や機能
- ②使用感や触感、味等の品質
- ③大きさ、重さや量などの商品サイズ
- ④商品名
- ⑤商品デザイン
- ⑥価格

等対象商品に必要な項目についての調査票の企画・作成、集計分析について支援する。

- (2) 島外物産展の出展には、地域的に交通費、宿泊費、運送費等が必要で、新島村の零細な小規模事業者にとっては重荷となっている。当会では、新島・式根島ブランド品として認定された商品等中心に、事業者に代わって出展しているところです。当該物産展等への出展の機会を利用して、出展ブースに立ち寄った消費者を対象に立ち寄り者数の 10%程度を目途に調査を行う。商工会は、

- ①性能や機能
- ②使用感や触感
- ③味等の品質
- ④大きさ、重さや量などの商品サイズ
- ⑤商品名
- ⑥商品デザイン
- ⑦価格

等対象商品に必要な項目についての調査票の企画・作成、集計分析し、事業者の商品等の改良の支援に役立てる。

- (3) 新島・式根島来島者購買満足度調査として、新島・式根島に来島されたお客様を対象に、3、4 年間隔で年 1,000 件程度を目標に、

- ①性別・年代
- ②居住地
- ③家族構成
- ④観光行動
- ⑤来島手段
- ⑥訪問歴
- ⑦宿泊施設・食事・土産・交通の利便性

等の満足度の調査・分析を実施する。調査結果は、宿泊業や土産物屋、ツアー関連業者等の観光関係事業者に提供し、受け入れ態勢の改善に活用する。

- (4) 調査・分析を実施した上記、産品・製品・サービス等消費者の好む商品づくりに向けた新たな取り組みが必要な事案については、連携する協力機関の協力・助言を得ながら伴走型支援を行う。

(事業実施目標)

| 項目 | 現在 | 30 年度 | 31 年度 | 32 年度 |
|--------------|------|--------|--------|--------|
| 新商品調査支援事業者件数 | 0 件 | 3 件 | 4 件 | 5 件 |
| 新商品調査サンプル数 | 0 世帯 | 各 5 世帯 | 各 5 世帯 | 各 5 世帯 |

| | | | | |
|-------------------------------|-----|-----|--------------------|-----|
| 物産展等調査支援事業者件数 | 0 件 | 3 件 | 4 件 | 4 件 |
| 物産展等調査サンプル数 (ブース立ち寄り者数のうち) | 0% | 10% | 10% | 10% |
| 来島者購買満足度調査回数 | 0 回 | 0 回 | 2 回 | 0 回 |
| 来島者購買満足度調査 サンプル数 | 0 件 | 0 件 | 1,000 件 (2 回合計) | 0 件 |

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

島しょ地区の小規模事業者にとって、営業及び販路開拓は最大の難題である。地域に根差した小規模事業者を支援するため、地域資源及び地域の特性を活かした「産品」、「製品」、「サービス」について、「新島・式根島ブランド認定事業」を立上げ、認定された商品については、広報誌の発行や当会のホームページへの掲載、製造業においては、「新島村販路開拓支援事業」での物産展等の出展、「スーパーマーケット・トレードショー」への出展、サービス業においては、「ロケーションボックス事業」による新島・式根島の PR 等、新たな需要の開拓に取り組んでいる。

(事業内容)

(1) 新島・式根島ブランド認定事業

当会では、平成 25 年度から新島村の地域資源及び地域の特性を活かした「産品」、「製品」、「サービス」について、「新島・式根島ブランド」として認定し、新島村内外に情報発信することにより、新島村の知名度とブランド力を高め、産業振興と地域活性化に資することを目的として事業を実施している。現在 27 品目が認定されている。島内には広報誌を作成し、全戸配布(年 1~2 回発行)し、ホームページにも掲載している。ブランド認定に当たり、地域特性のある商品の掘起こし、特産の新商品の開発等を支援し、認定後は、物産展等での販売促進はもとより、売れる商品づくりを目指して、価格、容量、パッケージのデザイン等専門家と連携した支援を行う。

(2) 新島村特産品販路開拓支援事業

新島村には、多くの特産品があるが、全て小規模事業者の商品のため、自力での販路開拓は難しい。新規販路開拓のため、全国商工会連合会の主催する「むらおこし特産品コンテスト」や全国推奨観光土産品審査会の展示会等への出展による全国展開や、スーパーマーケットトレードショー等企業間取引(BtoB)に出展し、販路開拓の展開を企画・運営する。出店に向けて、取引先を想定した販促物の作成や FCP 商談シートの事前作成の支援を行う。展示会時には、商談をスムーズに展開できるように、経営指導員の動向による伴走型の支援を行う。出展後は、販売実績、販売時の聞き取り調査から、パッケージングや内容量等の検討の支援、購買意欲を誘う商品づくりの支援を行う。平成 27 年度には、新島・式根島ブランド認定商品についてバイヤーズガイドを制作済みであるが、新たに登録された認定商品を加えたバイヤーズガイドの更新を行う。バイヤーズガイドの完成後は、登録事業者に向けた商品力向上セミナーを実施し、バイヤーズガイドの具体的な利活用について支援する。

(3) 産業祭・物産展での支援

島しょ地区のため、小規模事業者が直接参加することは困難なため、全国商工会連合会主催の「ニッポン全国物産展」、都内市区町村等が主催する「調布市商工まつり」「かつしか産業祭」「国立天下市」「東村山市民産業祭」等の産業祭や物産展等に当会ブースを確保し、商品や事業者の周知の支援を行っている。出展用のプライスの作成等の支援と、ブースに立ち寄った消費者の10%程度を目途に、

- ①性能や機能
- ②使用感や触感、味等の品質
- ③大きさ、重さや量などの商品サイズ
- ④商品名
- ⑤商品デザイン
- ⑥価格

等対象商品に必要な項目についての調査票の企画・作成、集計分析について支援する。

(4) インターネットを活用した販路開拓支援事業

島しょ地区に於いて、インターネットを活用した販路開拓は陸続きのハンディを克服出来る大きな武器であり、宿泊事業者の宿泊予約や、くさや製造業者のネット注文取引の推奨など支援をしてきたが、新島・式根島は、未だに光回線の敷設がされておらず、ADSL回線での通信に加え、回線利用者が増加しすぎて回線速度が遅く、商売で利用出来る状況にはない。新島村商工会では、国や東京都に対し、光回線の早期の敷設について6年越しで要望書を提出し、平成29年度工事、30年度に供用開始の整備計画が決まったところである。平成30年の光回線の開通を見越し、全国商工会連合会の運営する「100万会員ネット」のシステムを利用して誰でも、いつでも、何処からでも小規模事業者に発注・予約できるホームページの作成の支援をし、小規模事業者の販路開拓を図る。

また、新島・式根島ブランド品については、商工会のホームページを利用した紹介や(株)バイヤーズ・ガイドが運営するWEBサイトにも掲載し(平成27時点で月刊レビュー数が257,000PV)販路開拓支援にネット活用を図る。

(事業実施目標)

| 項目 | 現在 | 30年度 | 31年度 | 32年度 |
|--|-----|------|------|------|
| 新島・式根島ブランド認定事業 認定件数(累計) | 27件 | 31件 | 35件 | 40件 |
| 売上増加率 | 1% | 3% | 5% | 7% |
| 新島村特産品販路開拓支援事業 村おこし特産品コンテスト出展 支援者数 | 1者 | 1者 | 1者 | 0者 |
| コンテスト合格件数 | 0件 | 0件 | 1件 | 0件 |
| 新島村特産品販路開拓支援事業 全国推奨観光土産品審査会出展 支援者数 | 0者 | 1者 | 1者 | 0者 |
| 全国推奨観光土産品認定件数 | 0件 | 1件 | 1件 | 0件 |

| | | | | |
|---|-------|-------|-------|-------|
| 新島村特産品販路開拓支援事業 スーパーマーケットトレードシ ョー出展(企業間取引)支援者数 | 2者 | 3者 | 4者 | 4者 |
| 商談成立件数 | 0件 | 1件 | 2件 | 3件 |
| 産業祭・物産展での支援 ニッポン全国物産展出展支援者数 | 0者 | 7者 | 7者 | 7者 |
| 売上額 | 0千円 | 200千円 | 200千円 | 200千円 |
| 産業祭・物産展での支援 国立天下市出展支援者数 | 6者 | 7者 | 7者 | 8者 |
| 売上額 | 636千円 | 640千円 | 640千円 | 650千円 |
| 産業祭・物産展での支援 東村山市民産業祭出展支援者数 | 4者 | 5者 | 5者 | 6者 |
| 売上額 | 238千円 | 240千円 | 240千円 | 250千円 |
| 産業祭・物産展での支援 調布市商工まつり出展支援者数 | 4者 | 5者 | 5者 | 6者 |
| 売上額 | 190千円 | 200千円 | 200千円 | 210千円 |
| 産業祭・物産展での支援 かつしか産業祭出展支援者数 | 7者 | 7者 | 7者 | 8者 |
| 売上額 | 475千円 | 480千円 | 480千円 | 490千円 |
| インターネットを活用した販路 開拓支援事業支援事業者数 | 92者 | 95者 | 100者 | 110者 |
| 売上増加率 | 1% | 1% | 3% | 5% |

※産業祭・物産展での支援については、出展が30年度より増加する予定で現在調整中。
村おこし特産品コンテスト、全国推奨観光土産品審査会には、毎年出展はできない。

II. 地域経済の活性化に資する取組

当村は、かつて20万人を超える観光客が来島する有数な観光地であったが、観光客のニーズを読み切れず、現在では7万人程度と低迷している状況です。

観光業の低迷により、各産業への影響も大きく、就業の場が次々に衰退し、就業人口の減少に伴い、人口減少に拍車がかかっています。新島村の産業活性化には、観光産業の立て直しが不可欠です。当会では、通年型の観光地を目指して、新島・式根島の自然・物・食・人を活かし、地域の活性化を取り戻すべく、「新島・式根島ロケーションボックス事業」、「観光資源開発事業」、「新島村ふれあい交流事業（婚活事業）」、「村おこし事業」、「元気を出せ商店街事業」に取り組んでいる。

(事業内容)

1. 産業振興会議の開催

新島村の産業活性化には、観光産業の立て直しが不可欠です。現在の来島モデルは季節集中型である。新島村では、行政、商工会、観光協会、漁業協同組合、農業協同組合、水産加工業協同組合の代表者による「産業振興会議」を年3回開催し、各産業の取組みと課題を持ちあい、産業間の連携と産業振興に取り組んでいる。特に落ち込みの激しい観光産業の活性化が各産業への活性化に寄与できる可能性を秘めており、通年型の観光地を目指して新規観光コンテンツを模索している。

2. 新島・式根島ロケーションボックス事業

ロケーションを活用した新島・式根島観光PR事業を行う。TVドラマや情報番組、プロモーションビデオ、CM等の撮影場所を提供することにより、スタッフが来島し、宿泊業、飲食業の活性化に寄与する。また、新島・式根島を映像により宣伝出来ることで、知名度アップにつながる。平成26年度はTVドラマ1本、情報バラエティー、情報番組等10本を受け入れた。27年度には観光用ではなく、映画監督、プロデューサー用に特化した新島・式根島のプロモーションビデオを観光協会と協力して作成し、以後、10件から20件程度の撮影依頼が来ている。ロケ地巡りで通年型観光地につながるロケーション誘致を図る。「あまちゃん」等のヒット作品に巡り合えれば、莫大な経済効果が見込まれる。

協力体制としては、観光協会は勿論のこと、撮影時の「エキストラ」として、「にしきモヤイ組」を平成26年に結成し、多くの住民の協力があつた。今後も、撮影内容を精査し、新島・式根島の宣伝に寄与する内容については、エキストラの協力等支援していく。事務局を当会で運営し、事前に「ロケ依頼書」で、

- ①依頼に関する事項
- ②撮影する作品に関する事項
- ③撮影現場に関する事項
- ④撮影の支援内容に関する事項
- ⑤受入側の質問事項

等文書にて取り交わし、トラブルが生じないように支援する。

スマホやタブレット、ドローン等で誰でも何処でも手軽に、簡単に撮影が出来、映像を瞬時に配信できる時代となり、「1分間の映像には、文字情報に換算して1,800,000文字分の情報伝達力がある。」と言われている通り、映像によるPR戦略は絶大な効果がある。「ロケ受入を活用したPR発信の必要性」を更に強化すべく、東京ロケーションボックス(東京観光財団)との連携、ジャパン・フィルムコミッションの指導や研修を受けながら、受入の手段や関係方面との繋がり構築を図る。また、ロケーション受入れによる宿泊業、レンタサイクル、飲食業等の関連事業者の売上向上にもつなげる。

3. 観光資源開発事業

当会では、島の特性を活かした新しい観光資源の発掘に取り組んでいる。観光客の平準化をめざし、積極的な誘致活動を図る。

(1) サバイバルゲーム誘致事業

平成27年度からサバイバルゲームに注目し、大学生のサークル等の誘致を実施している。かつて新島の経済を支えたコーガ石の採掘場址地は、サバイバルゲームのロケーションに適した場所として愛好者から評価を受けている。平成27年度は、4ダ

ループ 52 人、29 年度は、3 グループ 116 人が来島した。継続してサークル等の愛好者の誘致を図る。回を重ねるごとに、地域住民の参加も見られる。

夏期観光シーズン以外の誘客に適した事業であり、各大学や民間のサークルに対し積極的な誘致活動を図る。



サバイバルゲーム

(2) ドローン操作訓練誘致事業

近年、小型無人機ドローンの飛行について問題が発生している。問題の多くはドローンの操作が未熟であることに起因している。ドローンの操作技術を習得する講習会の場を提供する事業を実施する。新島には、上記のコーガ石採掘場跡地がドローンの操縦に適した場所として存在する。ドローン操作技術習得講習会等の誘致事業の展開を図る。

(3) 渋谷駅のマヤイ像のルーツを探る

渋谷駅前に設置され、待ち合わせ場所として有名な「マヤイ像」は、「新島のコーガ石」で造られ、新島村から寄贈されたものです。新島には、120 体を超えるマヤイ像が村内各所に設置されている。新島のマヤイ像のガイドブック等を作成し、「渋谷駅のマヤイ像のルーツを探る旅（仮称）」による観光客誘致を図る。マヤイ像を利用したアイテムを検討中です。



新島のマヤイ像

4. 新島村ふれあい交流事業（婚活支援事業）

独身の島外女性と島内男性の出会いの場を提供して、人口減少、若年層の流出防止を図るとともに、地域事業者の後継者、担い手を確保する事業を実施する。

下表は平成 29 年 1 月 1 日現在の新島村の年代別・男女別年齢構成である。

| 年齢(歳) | 0～19 | 20～24 | 25～29 | 30～34 | 35～39 | 40～49 | 50 以上 |
|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 男性(人) | 191 | 25 | 43 | 59 | 94 | 164 | 750 |
| 女性(人) | 204 | 29 | 46 | 65 | 65 | 143 | 875 |

20代から40代の男性385人、女性348人と均衡が取れているように見えるが、この年代は公務員等の転勤族が多くなっている。独身者で見ると推計で男性160人、女性80人程度（当商工会調べ）と思われる。従って、男性は島内で結婚相手に巡り合える確率は非常に低い状況であると推測出来る。

当会では、平成24年度から、島内男性と島外（島内も可）の女性の出会いの場を提供すべく婚活支援事業を実施し、既に6組が婚姻し、出産に至ったカップルもある。行政や住民からも事業の効果に対し好評化を頂き、継続した実施が望まれている。

引き続き行政と協力して、今まで培ったノウハウと新たな発想を持って若者の出会いの場の創造と人口の増加による地域の活性化を図る。

5. 村おこし事業

新島では8月10日夜「観音様」をお参りする神事があり、当会では、子供達や帰省客、観光客の憩いの場を提供するため、沿道に提灯を飾り、夜店を出店している。集客数は毎年1,000人前後で、新島の夏の風物詩に定着している。忙しい時期ではあるが、商工会青年部、女性部、役員等の協力で運営している。継続して実施する。

当会では、東京都と村の補助、事業者の協賛金や景品の提供を受けて、商工まつりを実施し、29回目を迎えた。現在は、新島村主催による「島民まつり」と共催して「商工まつり」を開催している。観光客と地元住民のための憩いの日を提供するため、飲食や飲料の売店、太鼓や踊りなどの芸能に加え、花火大会を実施する。商工会は、豪華な景品をそろえた抽選会を実施、集客数は1,400人を超えている。会員からの協賛金、提供品は年々増える傾向にある。

小規模事業者が地域に根差した事業者であることの宣伝と認識を持って頂く良い機会と捉え、さらに多くの事業者の協賛を得て、活力ある事業者の育成に寄与していく。

6. 元気を出せ商店街事業

年末福引セールで抽選券を配布し、地元商店での購買促進を図ることを目的とした、東京都、村の補助を受けて実施する事業である。新島地区は14回目を、式根島地区は39回目を迎え、地域商店の経済効果は1億円を超えるまでになっている。配布された抽選券の回収率（抽選回数）は97%を超えるもので、いかに住民が期待しているか伺える数字である。

ネット通販の拡大する中、地域の商店の活用を図る事業として有効であり、協賛事業者の更なる増加と共に地域商店の活性化に寄与する事業として継続していく。

（事業実施目標）

| 項目 | 現在 | 30年度 | 31年度 | 32年度 |
|----------------|------|------|--------|------|
| 産業振興会議開催回数 | 3回 | 3回 | 3回 | 3回 |
| クーポンボックス問合せ件数 | 36件 | 40件 | 45件 | 50件 |
| ロケーション受入件数 | 6件 | 10件 | 13件 | 13件 |
| ロケーション受入延べ人数 | 60人 | 100人 | 130人 | 130人 |
| サバイバルゲーム受入件数 | 3件 | 4件 | 5件 | 5件 |
| サバイバルゲーム受入延べ人数 | 116人 | 120人 | 150人 | 150人 |
| ドローン講習会開催回数 | 0回 | 2回 | 2回 | 2回 |
| ドローン講習会受講者数 | 0人 | 20人 | 20人 | 20人 |
| モヤイ像ガイドブック作成 | 0 | 0 | 5,000部 | 0 |
| 婚活支援事業参加者数（男性） | 15人 | 20人 | 20人 | 20人 |

| | | | | |
|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 婚活支援事業参加者数（女性） | 17人 | 20人 | 20人 | 20人 |
| 観音様夜店集客数 | 1,050人 | 1,100人 | 1,100人 | 1,100人 |
| 商工まつり集客数 | 1,400人 | 1,500人 | 1,500人 | 1,500人 |
| 商工まつり協賛事業者数 | 78者 | 80者 | 83者 | 85者 |
| 年末福引セール開催期間 | 12月1日～31日 | 12月1日～31日 | 12月1日～31日 | 12月1日～31日 |
| 年末福引セール協賛店舗数 | 47店舗 | 48店舗 | 49店舗 | 50店舗 |
| 年末福引抽選会集客数 | 900人 | 920人 | 930人 | 940人 |

Ⅲ. 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

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事

日本政策金融公庫及び地元の金融機関と連携し、金融支援や経営計画等の支援の強化を図るとともに、東京都商工会連合会、行政、各関係機関等と連携した情報交換を通して経営改善支援強化を図る。また、村内各関係機関の協力を仰いで、島の経済状況等情報交換することにより、小規模事業者の支援に役立てる。

（事業内容）

（1）東京島しょ地区商工会による情報交換会

東京都商工会連合会と島しょ地区6商工会（大島町商工会、新島村商工会、神津島村商工会、三宅村商工会、八丈町商工会、小笠原村商工会）で、島しょ地区の特色を生かした支援ノウハウの共有を目指して、年1回程度の情報交換会を開催する。

（2）経営改善貸付連絡協議会

日本政策金融公庫東京中央支店と島しょ地区6商工会が、地域の経済動向、小規模事業者の現状、需要の動向、創業支援、地域活性化支援、融資の状況等の情報交換を年1回開催する。

（3）島内関係機関との連携協議

新島村産業課、漁業協同組合、農業協同組合、水産加工組合、観光協会、商工会等、行政と産業団体の情報交換会を年6回程度開催し、地域経済の動向について情報交換を行い、巡回指導、窓口相談等における小規模事業者の支援に役立てる。

2. 経営指導員等の資質向上等に関する事

東京都商工会連合会が主催する研修、中小機構が主催する経営指導員研修会や、中小企業大学校の主催する研修会に経営指導員等のスキルアップを図る場として、年間1回以上参加している。小規模事業者の収益を重視した支援能力の資質向上を図っている。

（事業内容）

（1）東京都商工会連合会等の主催する、小規模事業者への支援力を高める知識の習得を図る研修会に全職員が年1回以上参加し、小規模事業者の持続的発展に向けた個別の対応力や助言・指導力の更なる向上を図る。

- (2) 東京都商工会連合会が運営する小規模事業者支援システム（電子カルテ）を活用し、個々の事業者の支援実施内容を記録・蓄積し、指導者が変わっても継続して支援できる体制を整える。
- (3) 職員会議を毎月 1 回開催し、経営指導員、業務支援員、記帳相談員等、組織内で伴走型の経営指導・助言の方法・手続の知識等を共有し、職員全体のスキルアップを図る。
- (4) 若手職員については、ベテラン経営指導員と組んで小規模事業者を支援するなかで、指導・助言内容・情報収集能力・コミュニケーション力等学ぶなど、OJT による支援能力の向上を図る。

3. 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

毎年度、本計画に記載した事業内容の実施状況及び成果については、以下の方法により評価・検証を行う。

- (1) 経営発達支援計画推進委員会（仮称）を設置する。委員会で、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を行う。

委員会の構成メンバー（案）：新島村商工会長・副会長・常任理事・商業部会長・村おこし実行委員会会長・青年部長・女性部長
外部専門家として：新島村産業観光課長・中小企業診断士等専門家

- (2) 評価・見直しの方針については、経営発達支援計画推進委員会（仮称）で決定する。
- (3) 事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会へ報告し、承認を受ける。
- (4) 事業の成果・評価・見直しの結果を新島村商工会のホームページ（<http://www.nijima.or.jp/shokokai>）で計画期間中公表する。

(別表 2)

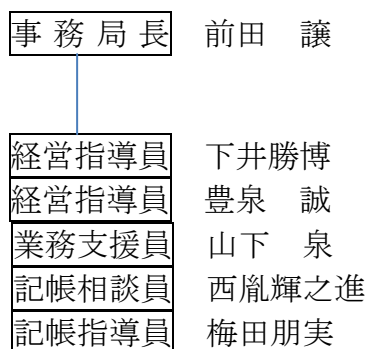
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(平成 29 年 10 月現在)

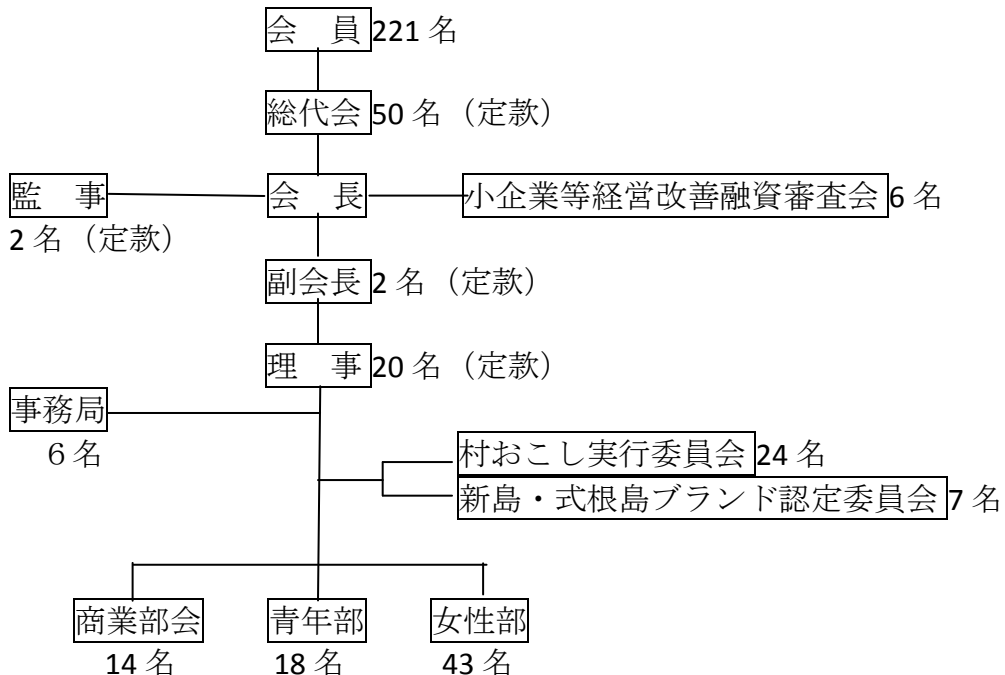
(1) 組織体制

支援体制：経営発達支援事業は、当会に所属する経営指導員 2 名、業務支援員 1 名、記帳相談員 1 名、記帳指導員 1 名が実施する。



新島村商工会の組織図

新島村商工会組織図
(平成 29 年 10 月 1 日現在：組織率 92.9%)



(2) 連絡先

新島村商工会

〒100-0402

東京都新島村本村五丁目 1 番 15 号

TEL 04992-5-1167・1168

FAX 04992-5-1524

URL <http://www.nijima.or.jp/shokokai>

E-Mail n-shokokai@nijima.or.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)

| | 平成30年度 (30年4月以降) | 平成31年度 | 平成32年度 |
|---------------|---------------------|---------------|---------------|
| 必要な資金の額 | 53,000 | 53,700 | 54,200 |
| I. 経営改善普及事業費 | 32,590 | 33,090 | 33,590 |
| 1. 人件費 | 22,000 | 22,500 | 23,000 |
| 2. 旅費 | 1,300 | 1,300 | 1,300 |
| 3. 講習会等開催費 | 700 | 700 | 700 |
| 4. 指導事務費 | 900 | 900 | 900 |
| 5. 記帳指導員等謝金 | 2,100 | 2,100 | 2,100 |
| 6. 情報化推進事業費 | 240 | 240 | 240 |
| 7. 施策普及事業費 | 980 | 980 | 980 |
| 8. 指導環境推進費 | 4,330 | 4,330 | 4,330 |
| 9. 研修事業費 | 40 | 40 | 40 |
| II. 地域総合振興事業費 | 16,950 | 16,950 | 16,950 |
| 1. 総合振興費 | 4,900 | 4,900 | 4,900 |
| 2. ブランド認定事業費 | 100 | 100 | 100 |
| 3. 村おこし事業費 | 440 | 440 | 440 |
| 4. 商工業振興費 | 3,200 | 3,200 | 3,200 |
| 5. 青年・女性部活動費 | 300 | 300 | 300 |
| 6. 金融税務対策費 | 50 | 50 | 50 |
| 7. 労務対策費 | 310 | 310 | 310 |
| 8. 観光振興事業費 | 4,100 | 4,100 | 4,100 |
| 9. 検定事業推進費 | 50 | 50 | 50 |
| 10. 会館維持費 | 1,200 | 1,200 | 1,200 |
| 11. 特産品普及事業費 | 2,300 | 2,300 | 2,300 |
| III. 管理費 | 3,230 | 3,330 | 3,430 |
| 1. 賃金 | 400 | 400 | 400 |
| 2. 旅費 | 450 | 450 | 450 |
| 3. 事務費 | 400 | 400 | 400 |
| 4. 会議費 | 50 | 50 | 50 |
| 5. 渉外費 | 200 | 200 | 200 |
| 6. 福利厚生費 | 1,000 | 1,100 | 1,200 |
| 7. 役員退任慰労金 | 180 | 180 | 180 |
| 8. 支払利息 | 50 | 50 | 50 |
| 9. 賃借料 | 500 | 500 | 500 |
| IV. 予備費 | 230 | 330 | 230 |

(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・東京都補助金・全国連補助金・東京都商工会補助金・新島村補助金・会費・手数料・協賛金・寄付金・雑収入

(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 |
|---|
| 1. 地域の経済動向調査・需要動向調査 |
| 地域の経済動向調査については、ヒアリングやアンケート調査の分析により課題を抽出し、支援策を検討し、需要動向調査については、消費者ニーズの調査の分析により、価格、分量、サービス等の課題の抽出、支援策を検討するため、大学や専門家と連携して実施する。観光関連業種においては、村や各観光協会と連携して、来島客数のデータを元に、観光関連経済波及効果等を推計する。 |
| 2. 経営状況の分析 |
| 経営状況の分析については、講習会やセミナーの開催を通じて分析対象となる事業者を見出し、中小企業診断士等の専門家のスキルを活かして、連携・支援に役立てる。 |
| 3. 事業計画策定支援 |
| 小規模事業者の事業計画策定支援については、専門家と連携した事業計画の策定支援や、都、村、東京都商工会連合会、専門家等と連携して新規創業に必要な、創業に向けたマインドセット、島の現状（人口・暮らし・経済等）、アイデアの発想方法、事業ドメインの考え方、マーケティングの基礎知識、売り上げ・損益計算、宿泊施設や飲食店の損益の特徴、島の原価率、補助金や融資の支援策、理念とビジョン（事業の背骨をつくる）、創業に必要な税務・社会保険・経理等の基礎知識、ビジネスプランの立案、ビジネスプランのブラッシュアップ等の開業に向けた基礎知識の講座を開催する。 |
| 4. 事業策定後の支援 |
| 事業策定後については、国、都、村、全国連合会、都連合会等の支援機関の実施する支援策について、個別訪問や商工会だより、ホームページに掲載し周知を図りフォローアップを行う。 |
| 5. 販路開拓支援 |
| 小規模事業者の販路開拓事業については、全国連合会や都連合会と連携して物産展等に積極的に出店し支援していく。 |
| 6. 地域経済の活性化に資する取組 |
| 地域経済の活性化に資する取組については、ロケーションボックス事業、観光資源開発事業、婚活事業、村おこし事業等国、東京都、村のバックアップなしには実施出来ないため、事業計画の理解を深めた中での補助事業としての連携を図る。 |

連携者及びその役割

1. 地域の経済動向調査・需要動向調査

地域住民や観光客を対象とした調査を行う。数多くの調査・分析を手掛けており、特殊な島しょの地域性を克服するにはフットワークが必要である。機動力がある大学生が調査・分析を担う事により、より多くのデータが集積でき、観光客としても対象者であり、観光客目線のデータ分析が可能である。また、收拾したデータを中小企業診断士等の専門家の分析を加え、消費者の欲求・要求にかなう商品を適切な価格、適切なタイミングで提供できるよう個別の事業者の支援対策に役立てる。当会の財政力では、調査事業の経費は捻出できないため国、東京都及び村の補助事業で実施する。

(調査・分析)

- 首都大学東京 都市環境学部 准教授 直井 岳人
東京都八王子市南大沢 1-1

(分析)

(中小企業診断士等の専門家及びコーディネーター派遣)

- 東京都商工会連合会 会長 村越 政雄
東京都昭島市東町 3-6-1 産業サポートスクエア・TAMA

(調査・分析に係る補助金)

- 東京都大島支庁産業課 産業課長 遠藤 佳成
東京都大島町元町字オンダシ 2 2 2-1
- 新島村 村長 青沼 邦和
東京都新島村本村 1-1-1

(情報提供)

- 新島観光協会 会長 大沼由美子
東京都新島村字黒根
- 一般社団法人式根島観光協会 会長 植松育
東京都新島村式根島 9 2 3

2. 経営状況の分析

東京都商工会連合会が実施している中小企業診断士や社会保険労務士等の専門家の派遣事業を活用し、個々の事業者の専門的な課題に対し分析を行う。

(中小企業診断士等の専門家及びコーディネーター派遣)

- 東京都商工会連合会 会長 村越 政雄
東京都昭島市東町 3-6-1 産業サポートスクエア・TAMA

(中小企業診断士等の専門家派遣及び各種情報提供)

- 東京都中小企業振興公社 理事長 井澤 勇治
東京都千代田区神田佐久間町 1-9

3. 事業計画策定支援

事業経営に必要な基礎講座を開催するに当たり、専門的な知識を有した講師に依頼し、創業に向けた知識の習得の支援を行う。島しょ地区を知る専門家と連携することにより、具体的な創業計画が作成できる。

(創業支援セミナー開催費補助等)

- 東京都大島支庁産業課 産業課長 遠藤 佳成
東京都大島町元町字オンダシ222-1

(村の現状についての情報提供)

- 新島村 村長 青沼 邦和
東京都新島村本村1-1-1

(中小企業診断士等の専門家及びコーディネーター派遣)

- 東京都商工会連合会 会長 村越 政雄
東京都昭島市東町3-6-1 産業サポートスクエア・TAMA

(税務・決算等の基礎講座)

- 社団法人芝青色申告会 専門家：畑中義雄（事務局長）
東京都港区芝3-17-15-203

4. 事業策定後の支援

事業実施に必要なとなる運転資金、設備資金等の支援、店舗等の物件の支援について連携を図り、事業者に寄り添った支援を行う。

(小規模事業者経営改善資金の融資)

- 日本政策金融公庫東京中央支店 支店長 坂本 浩之
東京都中央区新川1-17-28

(事業資金の融資)

- 七島信用組合新島支店 支店長 平川 智司
東京都新島村本村6-8-9

(空き店舗等の確保・改修支援)

- 新島村 村長 青沼 邦和
東京都新島村本村1-1-1

5. 販路開拓支援

物産展等での販促支援により売れ筋商品を見極め、個々の事業者還元することにより、地域性、年代、性別等ターゲットを絞った商品開発・改良に役立てる。専門家等との連携により、パッケージのデザイン、内容量、価格等の売れる商品づくりの支援を行う。

(販路開拓補助事業支援)

- 新島村 村長 青沼 邦和
東京都新島村本村1-1-1

(物産展等出店会場の確保)

- 全国商工会連合会 会長 石澤 義文
東京都千代田区有楽町1-7-1

(物産展等出店会場の確保、出店支援、専門家の派遣)

- 東京都商工会連合会 会長 村越 政雄
東京都昭島市東町3-6-1 産業サポートスクエア・TAMA

(物産展等出店支援、特産品開発の補助事業支援)

- 東京都島しょ振興公社 理事長 浜川 謙夫
東京都港区海岸1-4-5

6. 地域経済の活性化に資する取組

専門家との連携により、商品動向や流行、市場規模等を見極めて、商品の開発・改良の支援を行う。商品開発・改良のための補助事業の支援機関と連携して地域の特性を活かした開発・改良の支援を行う。

(地域活性化補助事業の支援)

- 東京都大島支庁産業課 産業課長 遠藤 佳成
東京都大島町元町字オンダシ 2 2 2 - 1

(地域活性化補助事業の支援)

- 新島村 村長 青沼 邦和
東京都新島村本村 1 - 1 - 1

連携体制図等

