

平成 30 年度

経営発達支援計画事業

経営発達支援計画推進委員会評価及び実績報告

令和元年 7 月 5 日

新島村商工会

## 経営発達支援計画事業とは

小規模事業者の事業の持続的発展を支援するため、商工会及び商工会議者は、小規模事業者による事業計画の作成及び着実な実施の支援、展示会の開催等による新たな販路開拓の支援等を行う「経営発達支援計画」を作成します。

経済産業省では、当該計画について小規模事業者支援法（平成 26 年 6 月改正）に基づき認定しており、新島村商工会では平成 30 年 3 月 16 日付で認定され、平成 30 年 4 月 1 日から令和 3 年 3 月 31 日までの 3 年間本事業を実施する。

### 経営発達支援計画推進委員会

開催日時：令和元年 7 月 5 日（金）14：00～15：15

会 場：商工会館 1 階 合同研修室

出席者：委員長：前田安久（商工会長）

委員：宮原淳（副会長）、植松育（副会長）、内藤政之（理事）、吉山裕盛（理事）、前田勝（理事）、前田幸男（理事）、梅田和正（理事）、小久保雅章（理事）、登竜海（理事）、中田公一郎（理事）、木村諭史（理事）、池村遼太（理事）、梅田祐美子（理事）

事務局：前田事務局長、下井経営指導員、豊泉経営指導員、西胤経営指導員、山下業務支援員

### 経営発達支援計画推進委員会評価

#### 評価点の目安

評価点	評価点の内容	実施率
A	目標を達成した。	100%以上
B	おおむね目標を達成した。	80%～99%
C	目標を半分程度しか達成できなかった。	30%～79%
D	目標をほとんど達成していない。	30%未満
E	実施していない。	0%

## I. 経営発達支援企業及び各事業の評価及び次年度計画・見直し

### 1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

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。

今年度調査については、東京都商工会連合会の事業において、事業者調査及び来島者調査が行われ、人的・経費的な観点から「新島村商工会産業振興プラン」の調査をもって地域経済動向調査とする。

(事業実施目標と実績・評価及び次年度計画・修正)

項目	目標	実績	達成率	評価	次年度計画	次年度見直し
調査事業所件数	10件	55件	550%	A	10件	10件
調査回数	1回	1回	100%	A	1回	1回

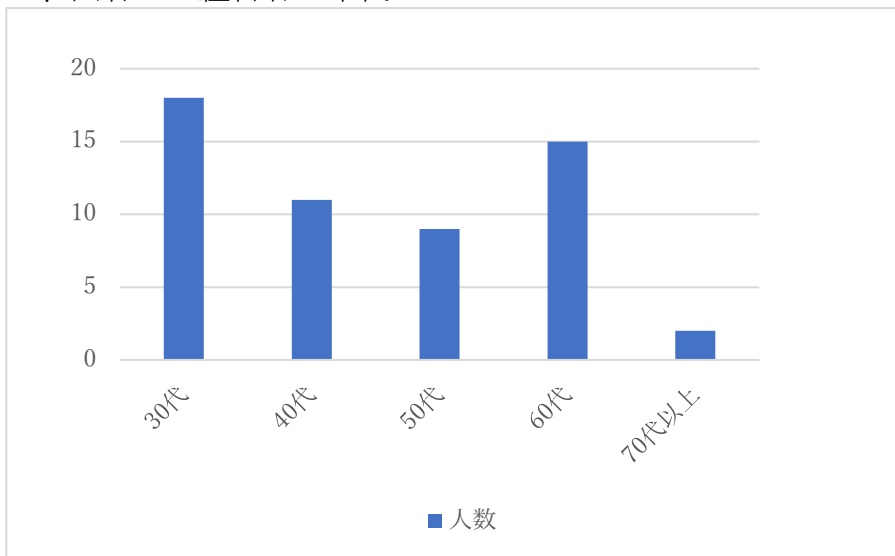
(1) 事業者調査 (新島村商工会産業振興プランより抜粋)

本来の調査内容とは異なるが、調査費用も捻出できない事情で、東京都商工会連合会の事業で実施した下記調査をもって実績とする。

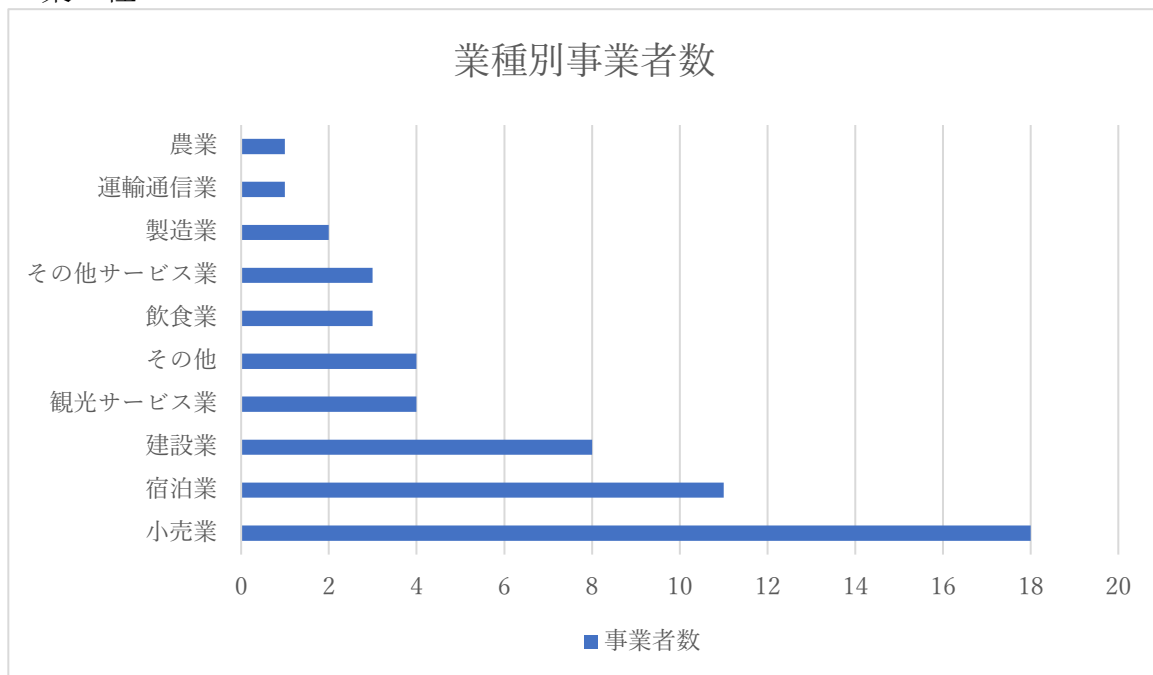
商工会員全 221 名に調査書配布し、回答者 55 名(回収率 24.9%)

調査期間は、平成 30 年 9 月 1 日から 10 月 25 日

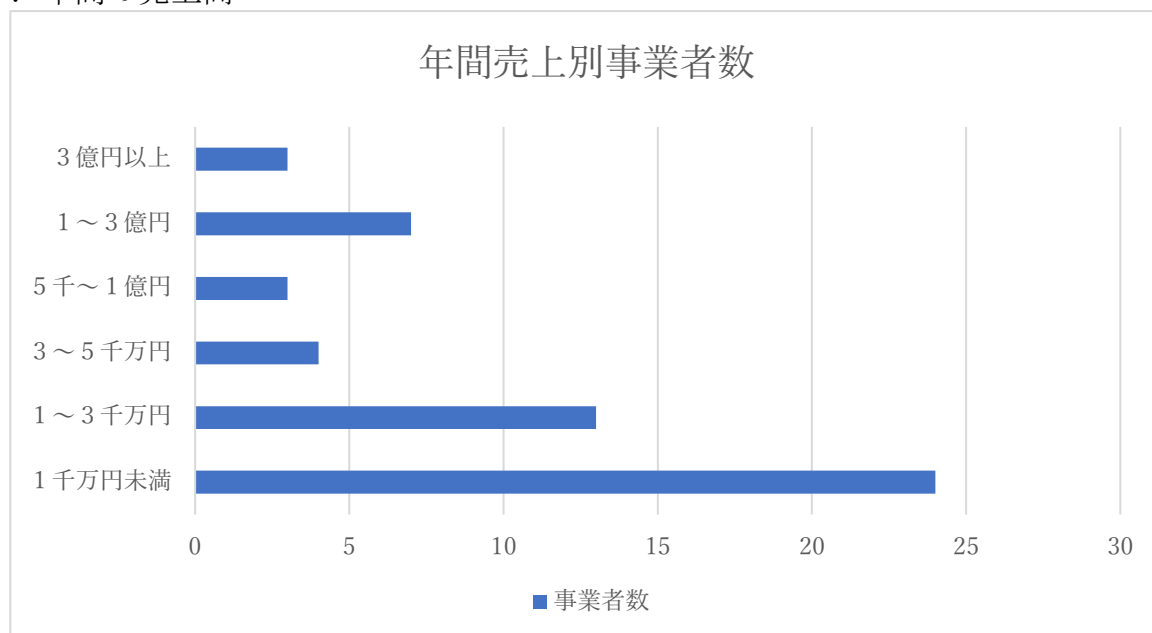
ア、回答した経営者の年代



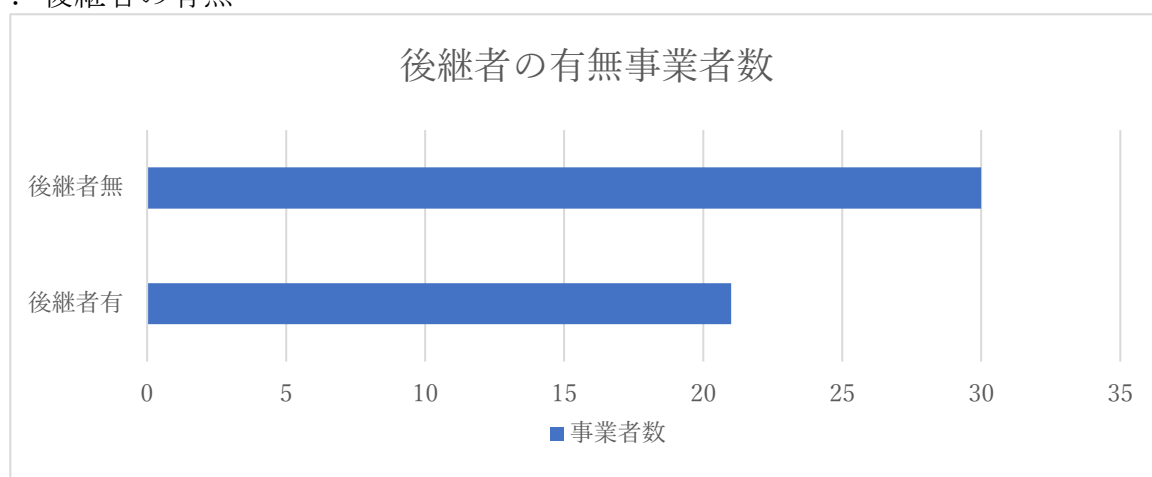
イ、業種



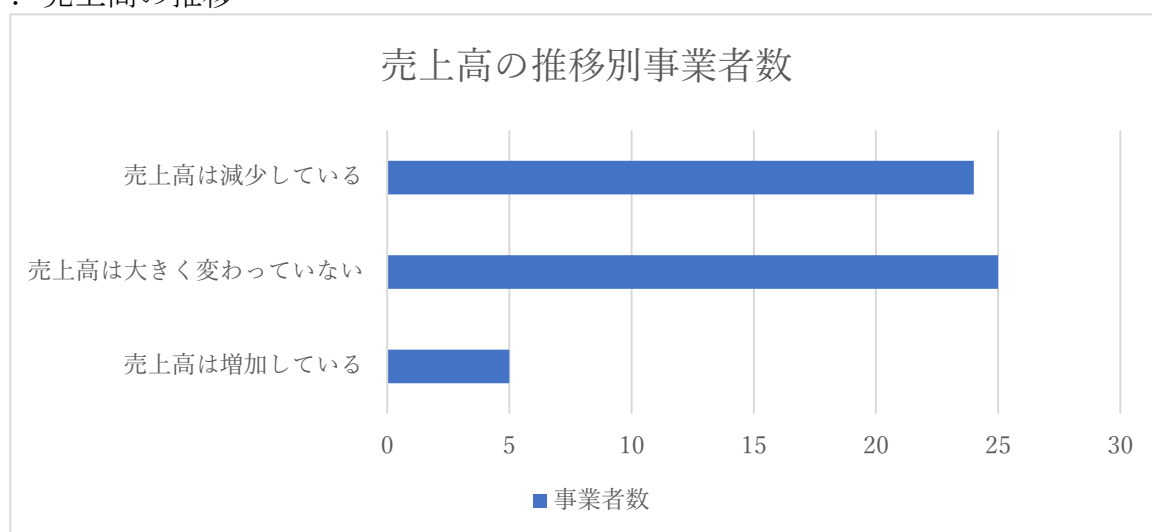
ウ. 年間の売上高



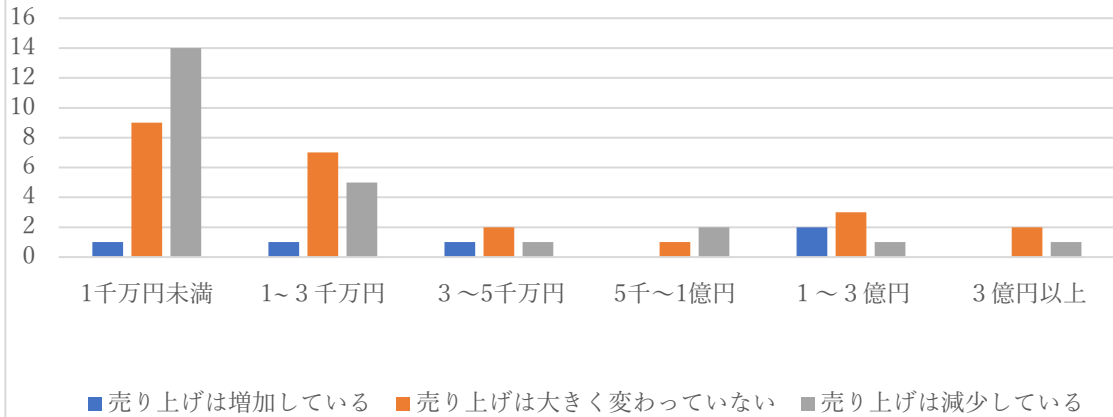
エ. 後継者の有無



オ. 売上高の推移

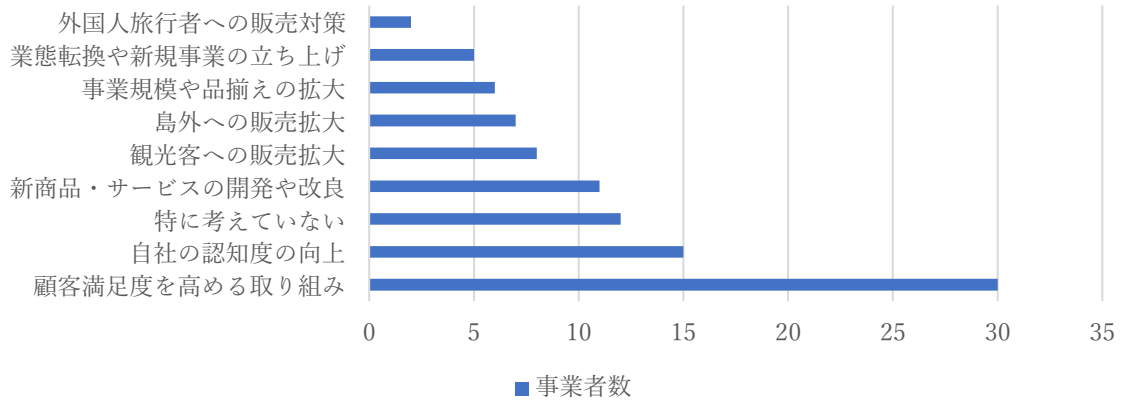


### 年間売上高別経営状況

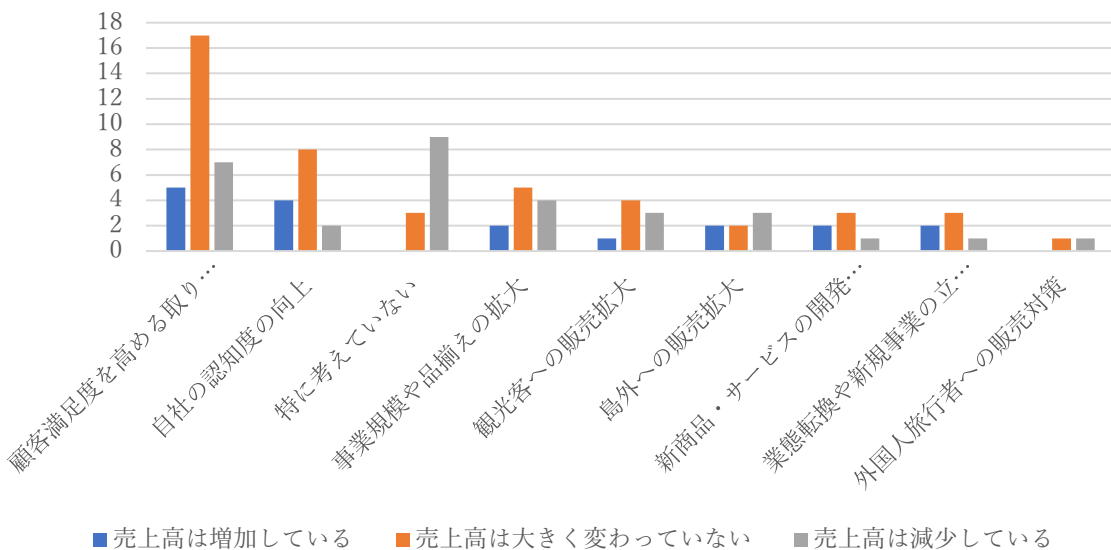


### カ. 売上高を向上させるための対策

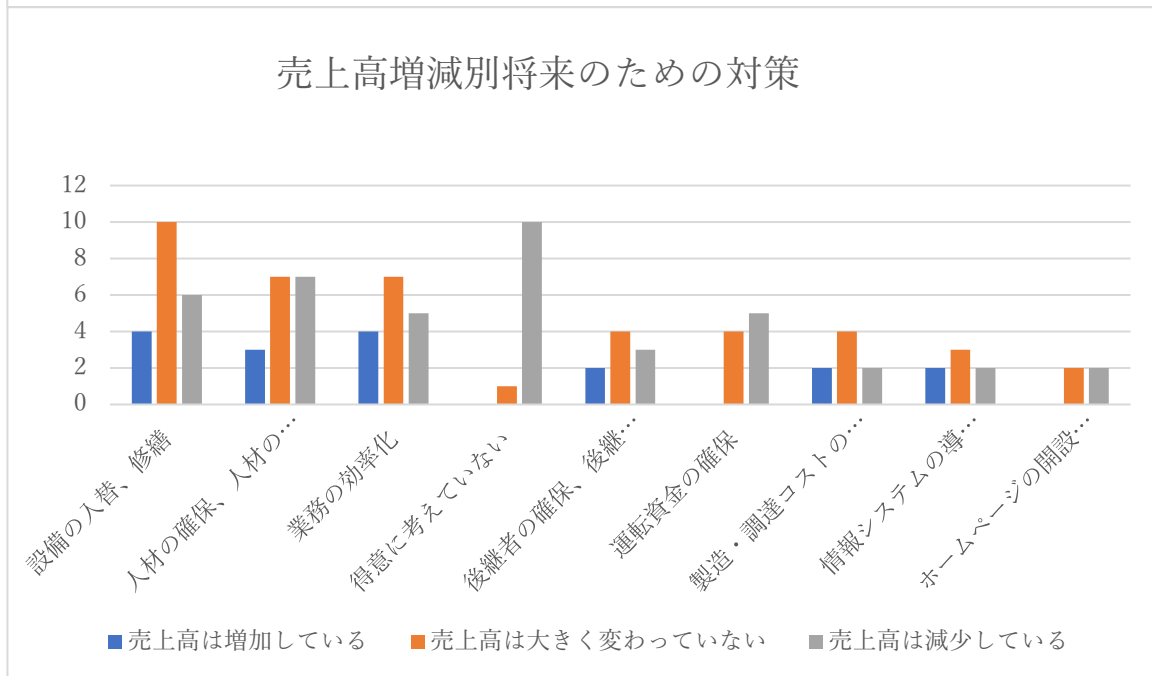
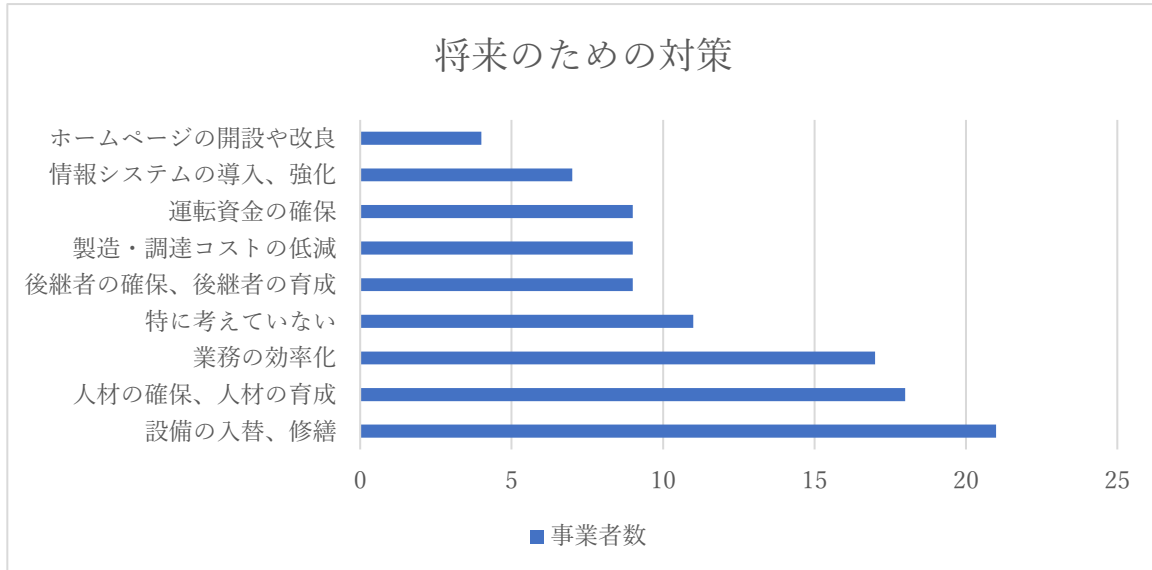
#### 売上高対策別事業者数



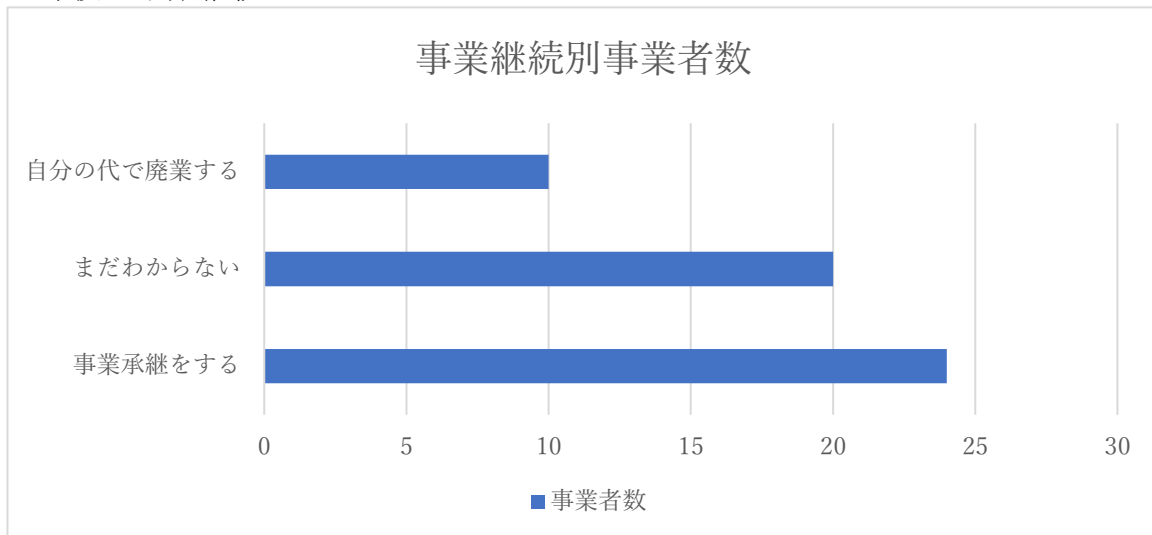
#### 売上高増減別対策事業者数



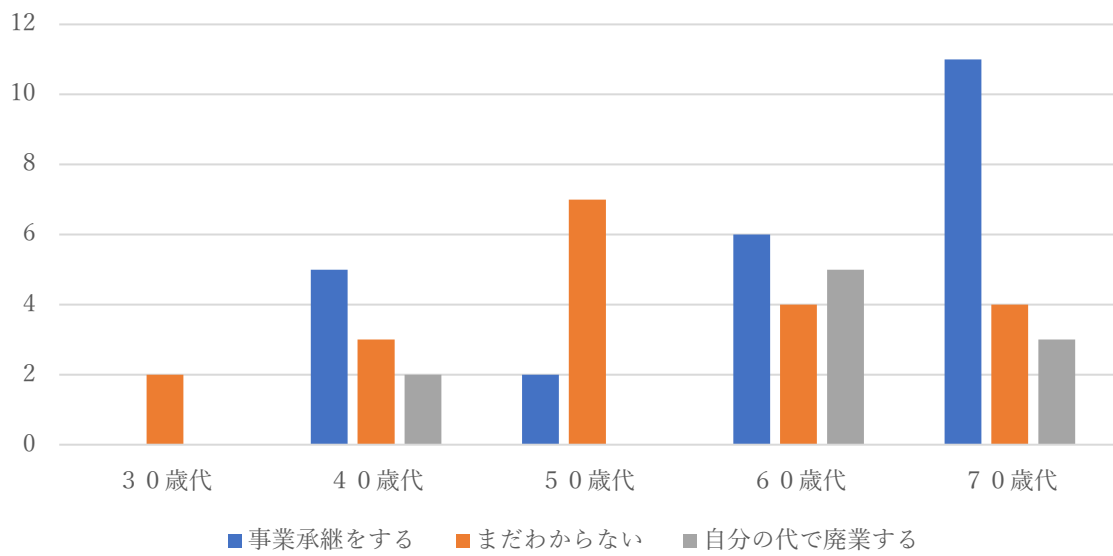
キ. その他、会社の将来のための対策



ク. 今後の事業継続について

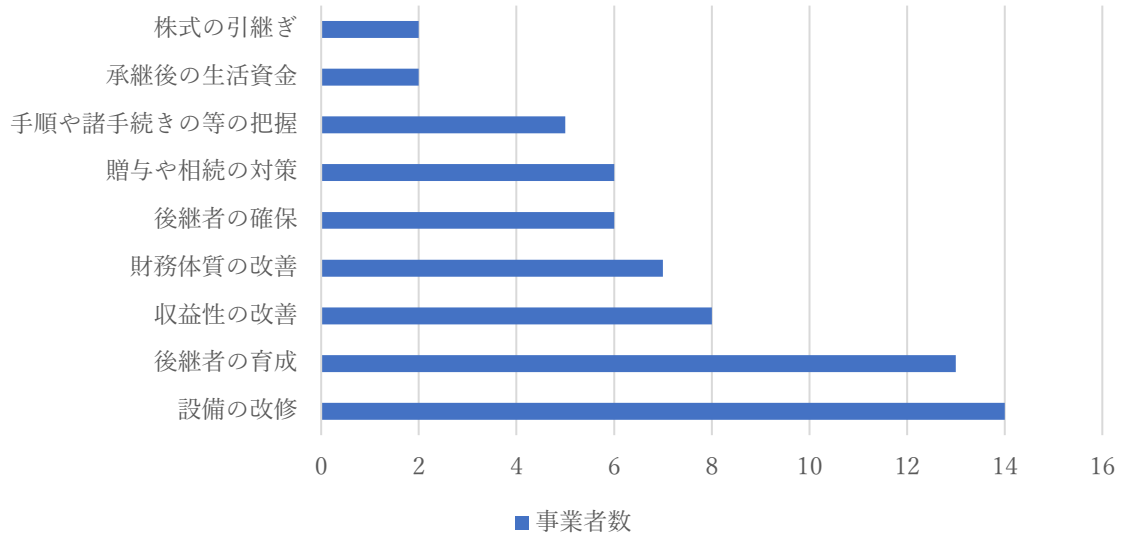


### 年代別事業継続意識

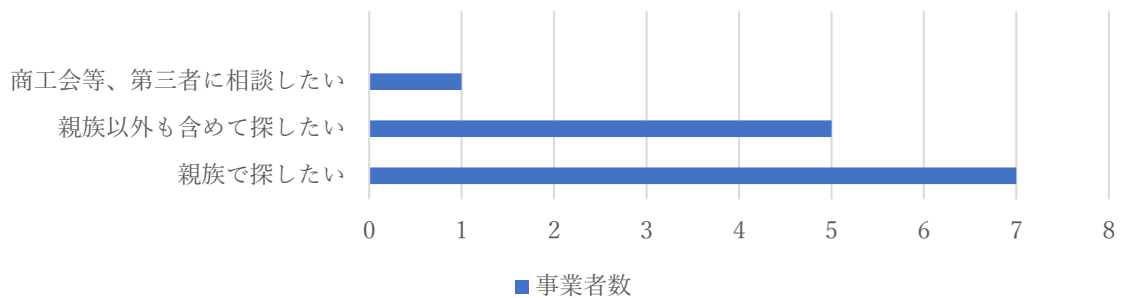


### ケ. 事業承継に向けた今後の課題

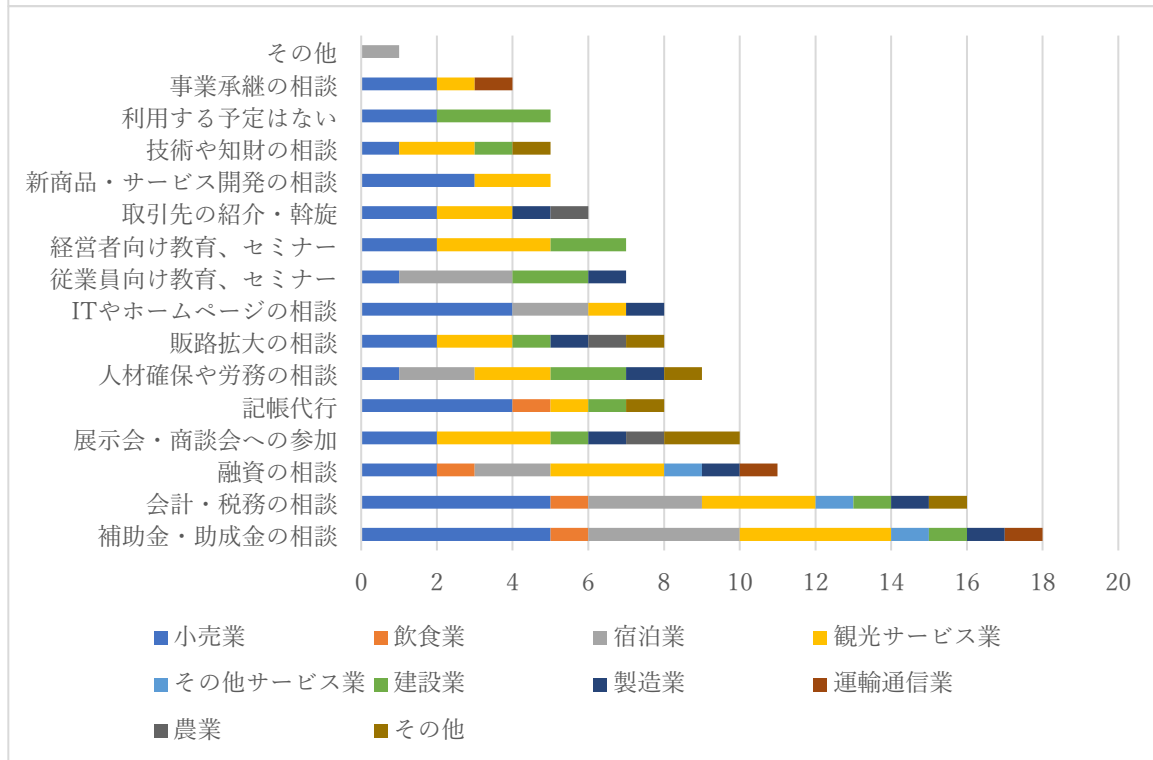
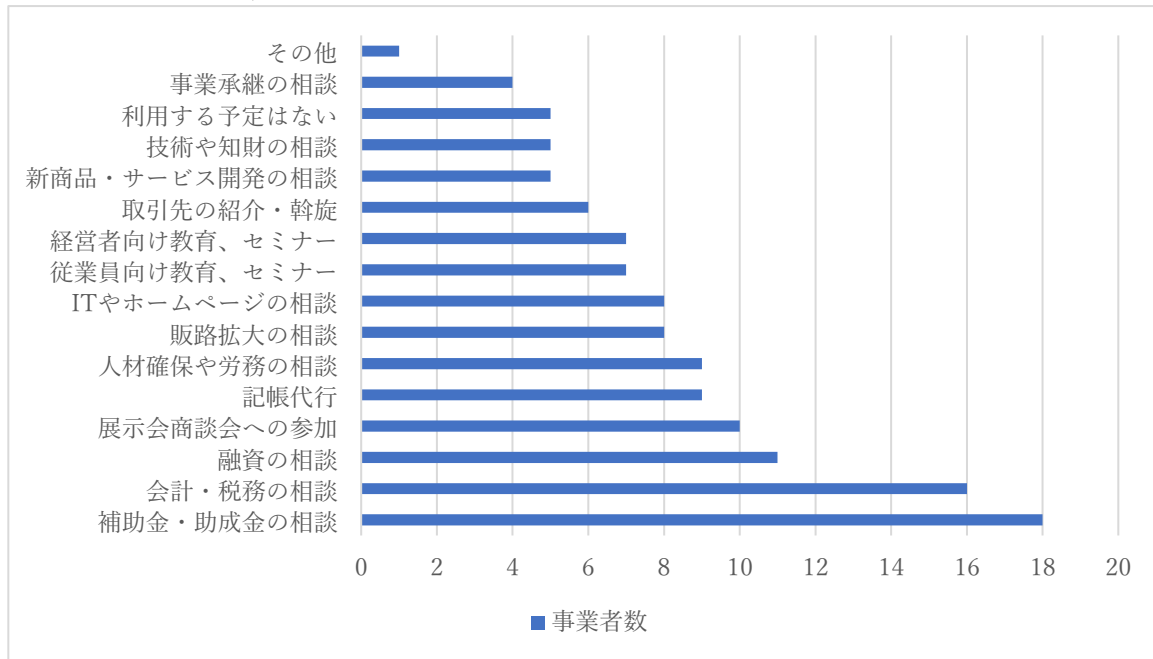
#### 事業承継の課題



### コ. 後継者をどこで探すか



## サ. 今後活用したい商工会の事業や施策



### ※アンケートの結果

- 経営者の6割が60代以上で、高齢化が進んでいる。
- 売上が増加している事業者が1割を下回っており、商品・サービスについて旅行客のニーズに合わなくなってきたことが懸念される。
- 会計・税務相談、補助金・助成金の相談に対するニーズが多い。

### ※課題

- 調査内容においては、当初計画した内容とは異なる。
- 業態変更・新規事業立ち上げによる業況改善の可能性の調査が必要とされる。
- 島内の飲食店や土産物店の旅行客のニーズにあった改善が必要である。
- 「事業承継するかまだ分からない」「自分の代で廃業する」事業者が一定数あり、事業



承継をいかに円滑に進めるか、個々の事情を把握し状況に応じた支援策が必要である。また、創業希望者とのマッチング制度の取り組みが必要である。

○売上高については、正確な増減を引き出すことができない。低めに見る傾向にある。

#### ※委員会評価コメント

○当初計画した調査内容とは異なっているが、事業所数、調査項目とも多く含まれており結果オーライではないか。

○限られた予算の中で、他の事業に便乗して実施できるのは良いことで、悪くはないと思う。

○このような調査は、できれば数年ごとに実施すると地域の経済状況が把握でき、事業者意識も上がるのではないか。

○会計・税務相談、補助金・助成金の相談に対するニーズが多いので、国・都の補助制度の周知と支援に力を入れてもらいたい。

○このような事業評価は、事業成果・効率・そして次回に注力すべき事業を仕分けるためでもあると思うので、限られた予算の中で他の事業に便乗してできるものは積極的に利用すべきである。(内容が少々異なっている)

## 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を見極めを目的に、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。

### (事業実施目標と実績・評価及び次年度計画・見直し)

項目	30年度 目標	30年度 実績	達成率	評価	次年度 計画	次年度 見直し
巡回訪問回数	520回	650回	125%	A	520回	520回
窓口指導回数	290回	339回	117%	A	290回	290回
記帳指導回数	369回	374回	101%	A	369回	369回
経営分析事業者件数	12件	11件	91.7%	B	12件	12件
重点支援企業件数	2件	1件	50%	B	2件	2件

#### ※成果

○訪問・巡回指導回数は、目標を上回ったが、経営分析、重点支援企業件数は下回った。

#### ※課題

○調査の分析を踏まえ、次年度に向けた指導・支援事業者の絞り込み。

#### ※委員会評価コメント

○巡回訪問、窓口指導、記帳指導は、達成できている。この事業は、会員の事業運営にとって重要な取り組みである、商工会以外に頼るところがないので、引き続き継続していく必要がある。

○事業承継は、商工会の都合だけではなく、事業者の都合が大きいため、あまり件数にとらわれる必要はない。

### 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。

(事業実施目標と実績・評価及び次年度計画・見直し)

項 目	30年度 目標	30年度 実績	達成率	評価	次年度 計 画	次年度見 直し
事業計画策定件数	6件	10件	166.7%	A	6件	6件
施策活用に伴う事業計画策定件数	5件	7件	140%	A	6件	6件
事業承継計画策定件数	3件	2件	66.7%	C	3件	3件
専門家派遣件数	30件	28件	93.3%	B	30件	30件
創業塾開催回数	—	—	—	—	5回	—
創業塾参加者数	—	—	—	—	5名	—
創業計画策定件数	1件	1件	100%	A	2件	2件

#### ※成果

○事業計画策定件数等おおむね達成している。

#### ※課題

○成果がすぐに出るものではなく、継続した支援体制が必要である。

○創業塾は費用が多額で、実施するには持ち出しが多すぎて、現在の財政状況では事業実施が困難である。経営発達支援計画補助金が全額出る保証がない。

#### ※委員会評価

○あまり件数にとらわれず、支援できる範囲で継続した指導に重点を置いて実施すべきである。

○創業塾は開催しなくても、創業を希望する者がいたら支援する方が、創業にこぎつける可能性が高いのではないか。

### 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。

(事業実施目標と実績・評価及び次年度計画・見直し)

項目	30年度 目標	30年度 実績	達成率	評価	次年度 計画	次年度 見直し
事業計画策定件数	6件	10件	166.7%	A	6件	6件
事業計画策定後のフォローアップ延べ回数	36回	35回	97.2%	B	36回	36回
施策活用に伴う事業計画策定件数	5件	7件	140%	A	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	21回	140%	A	18回	18回
事業承継計画策定件数	3件	2件	66.7%	C	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	15回	83.3%	B	18件	18件
創業計画策定件数	1件	1件	100%	A	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	16回	266.7%	A	12回	12回

※成果

○事業計画策定件数はほぼ達成しているが、フォローアップ回数が少ない。

※課題

○専門家派遣は、東京都商工会連合会事業のため派遣回数が制限されている。

※委員会評価

○事業者当たりのフォローアップ件数は少ないが、事業計画において年度をまたいだ指導ができており、回数が多ければよいわけではなく、少なくとも中身の濃い回数でフォローができたと解釈できる。

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。

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。

(事業実施目標と実績・評価及び次年度目標)

項目	30年度目標	30年度実績	達成率	評価	次年度計画	次年度見直し
新商品調査支援事業者件数	3件	3件	100%	A	4件	4件
新商品調査サンプル数	5世帯	0世帯	0%	E	5世帯	—
物産展等調査支援事業者件数	3件	3件	100%	A	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)	10%程度	10%程度	100%	A	10%程度	10%程度
来島者購買満足度調査回数	—	1回		A	2回	—
来島者購買満足度調査 サンプル数	—	130件		A	1000件	—

(1) 物産展等調査支援事業 (伴走型小規模事業者支援推進事業)

① 実施アンケート項目

新島・式根島物産品 購入者アンケート (Web版内容)

○お客様ご自身について、お聞かせください。

- ◆性別：男・女
- ◆年代：10代・20代・30代・40代・50代・60代・70代・80代以上
- ◆新島・式根島への来島経験（ 年前 新島・式根島）・なし・出身者（新島・式根島）

○お買い上げの商品について、お聞かせください。

1. お買い上げの商品は？ ※対象は基本的に「くさや」、焼酎の2品目

くさや：①生 ②焼くさや（姿焼き） ③焼くさや（トレー） ④焼くさや（スティック） ⑤味付け焼くさや

焼 酎：①瓶（900ml） ②ショット（水割り・レモネード割）

2. お買い上げ商品商品について、ご意見をお聞かせください。

※各商品アイテムについて

○味や香りなどの商品の品質について

① とても良い ②良い ③普通 ④悪い ⑤とても悪い  
（具体的な意見等あればお聞かせください）

○分量や商品のサイズについて

① 適当 ②もっと大きく（多く） ③もっと小さく（少なく）  
（具体的な意見等あればお聞かせください）

○価格について

① 適当 ②高い ③安い

（②③の方、いくらが適当だと思いますか？）

○商品の見た目やパッケージについて

① とても良い ②良い ③普通 ④変えた方が良い  
（④の方、理由をお聞かせください）

○商品名について

① とても良い ②良い ③普通 ④変えた方が良い  
（④の方、理由をお聞かせください）

○その他商品に関するご感想やご意見等があればお聞かせください。

（ ）

3. その他、欲しい商品、島への要望など、ご意見やご要望がありましたらお聞かせください。

（ ）

## ② 実施イベント、期間、場所

イ ベ ント 名	期 間	場 所
地方物産販売会	平成30年10月12日（金）	大手町サンケイビル前広場
新島・式根島物産展	平成30年11月7日（水） ～11月13日（火）	松屋浅草店 （地下1階特設売り場）

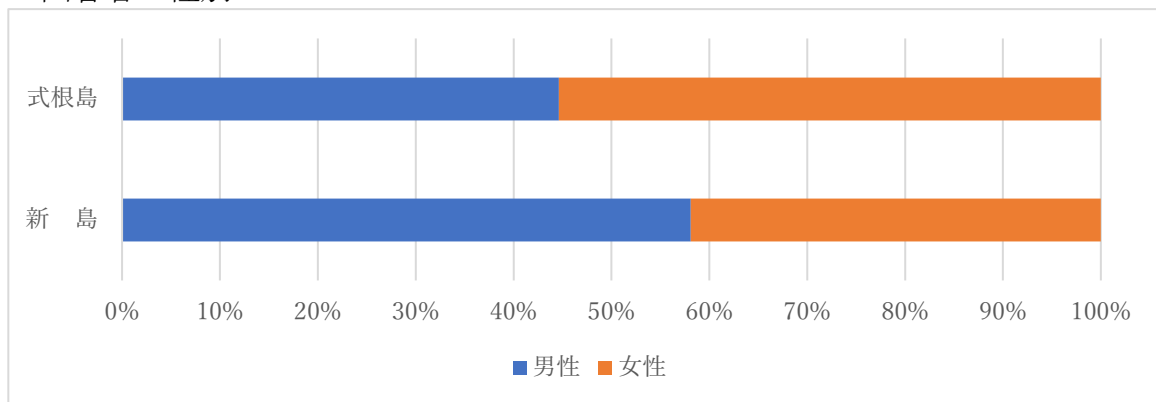
※実績報告の内容は、「伴走型小規模事業者支援推進事業需要調査及び分析に関する報告書」に記載

（2）個別の商品等ではないが、来島者の意識及び満足度に関する調査（新島村商工会産業振興プランより抜粋）

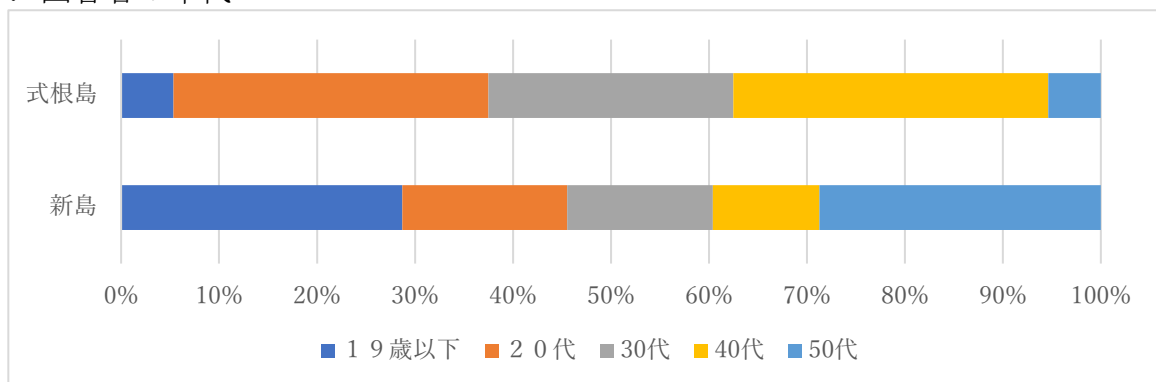
調査方法：村内宿泊施設及び公共施設にポスターを掲示、旅行者に QR コード用アンケートを依頼し、Web 経由で回答していただく。

アンケート実施日：平成 30 年 7 月 16 日から 9 月 15 日

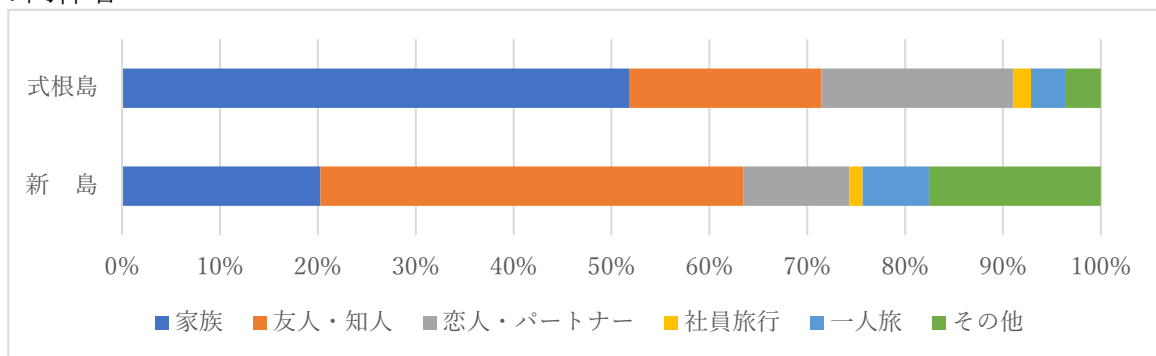
### ア. 回答者の性別



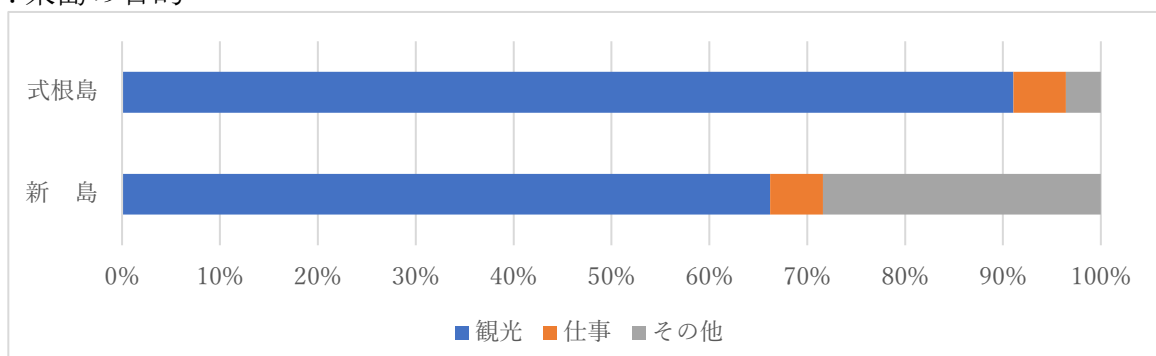
### イ. 回答者の年代



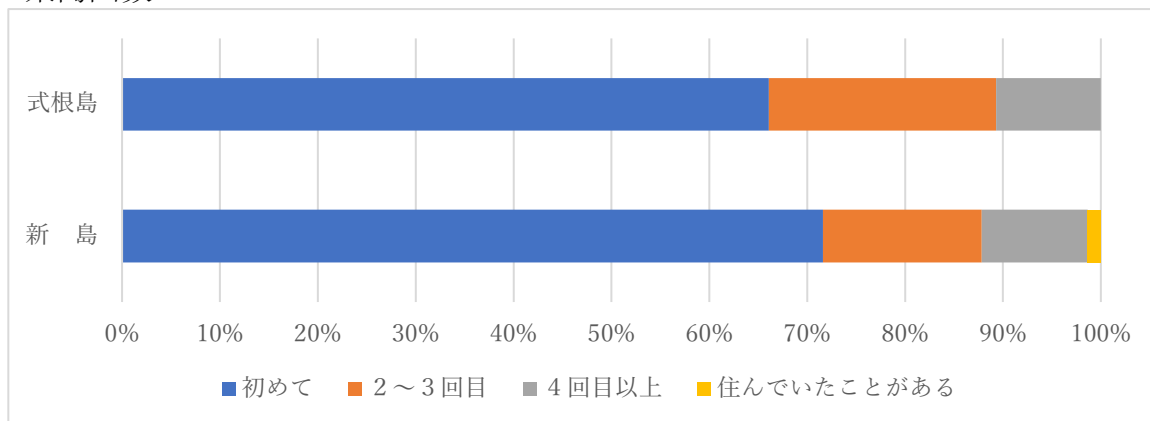
### ウ. 同伴者



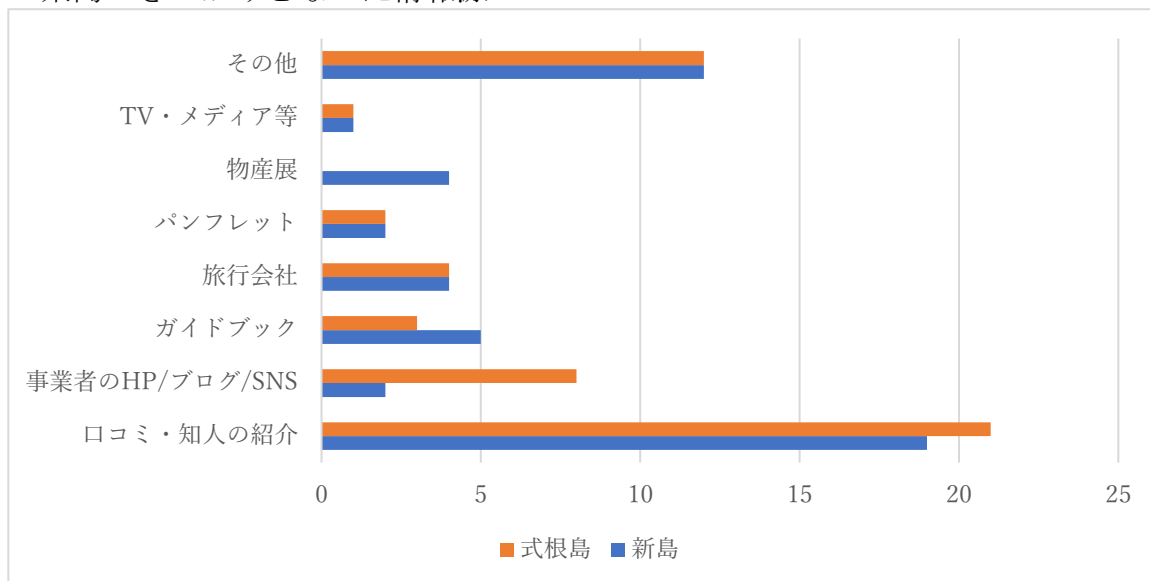
### エ. 来島の目的



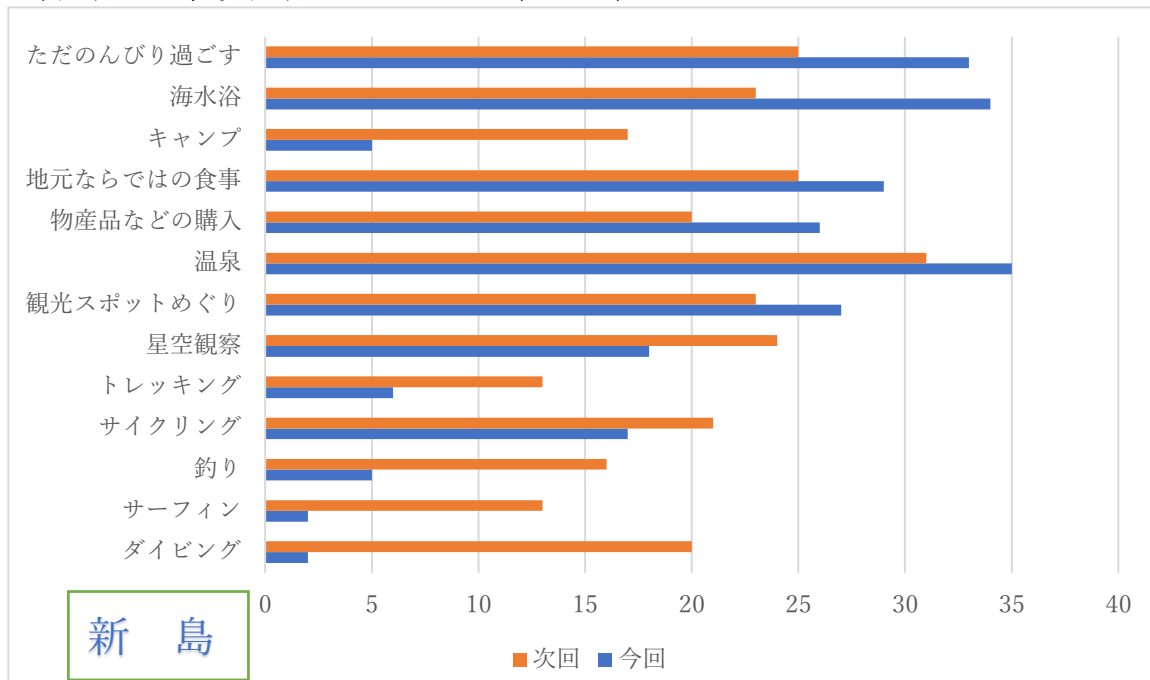
### オ. 来島回数



### カ. 来島のきっかけとなった情報源

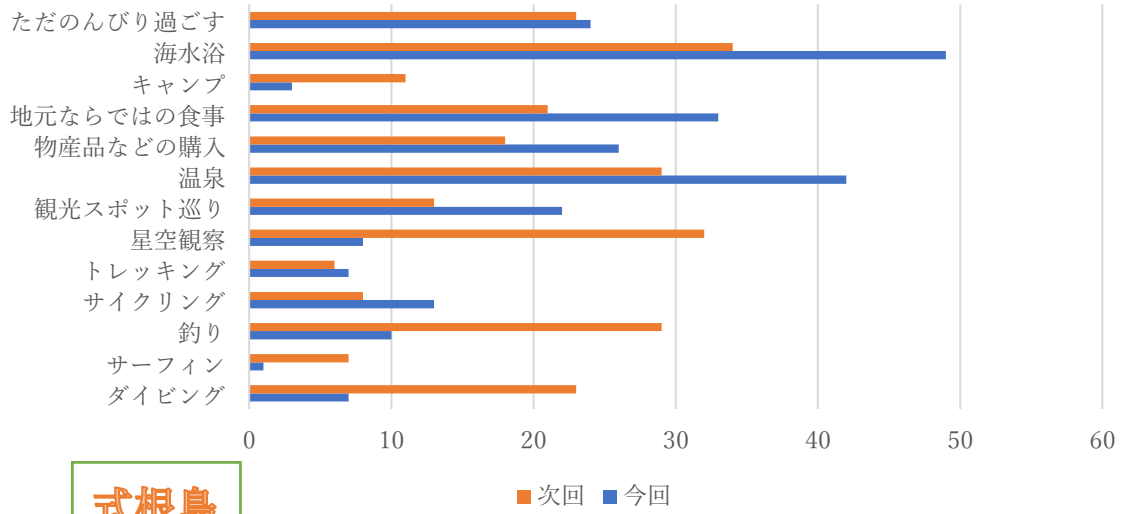


### キ. 今回行った、次回行いたいアクティビティ



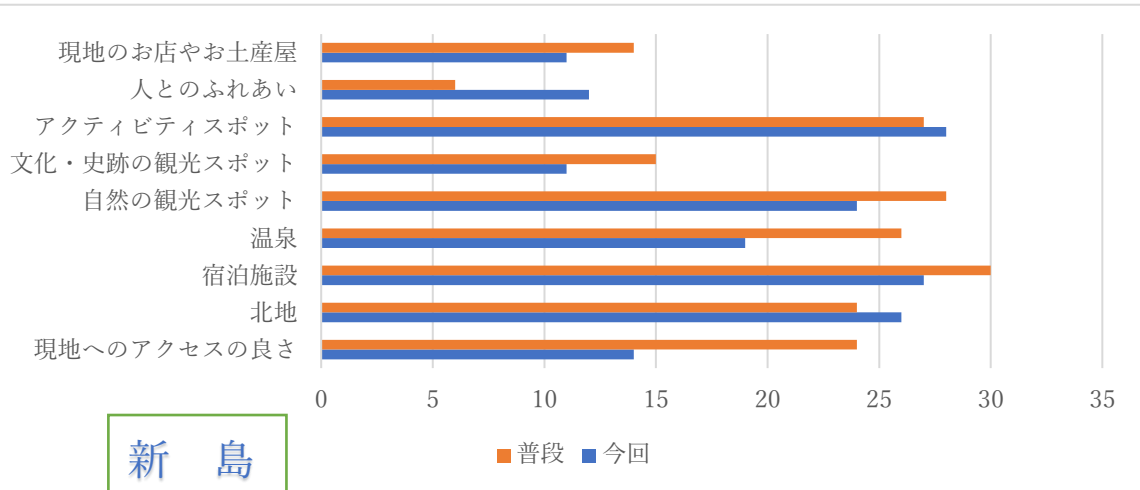
新島

### 式根島

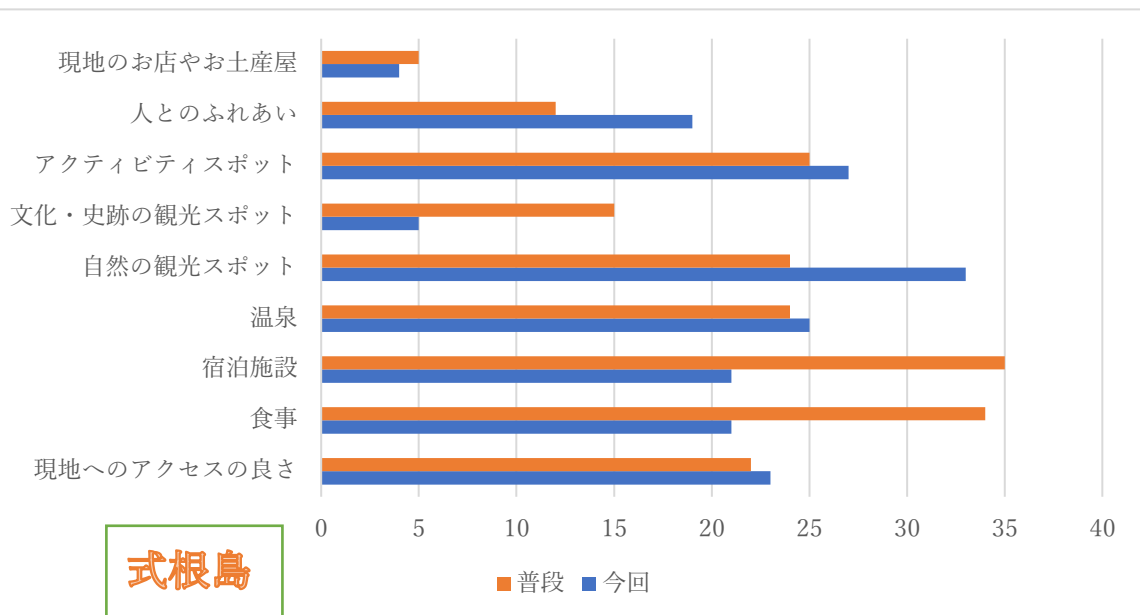


式根島

### ク. 旅行で重視すること

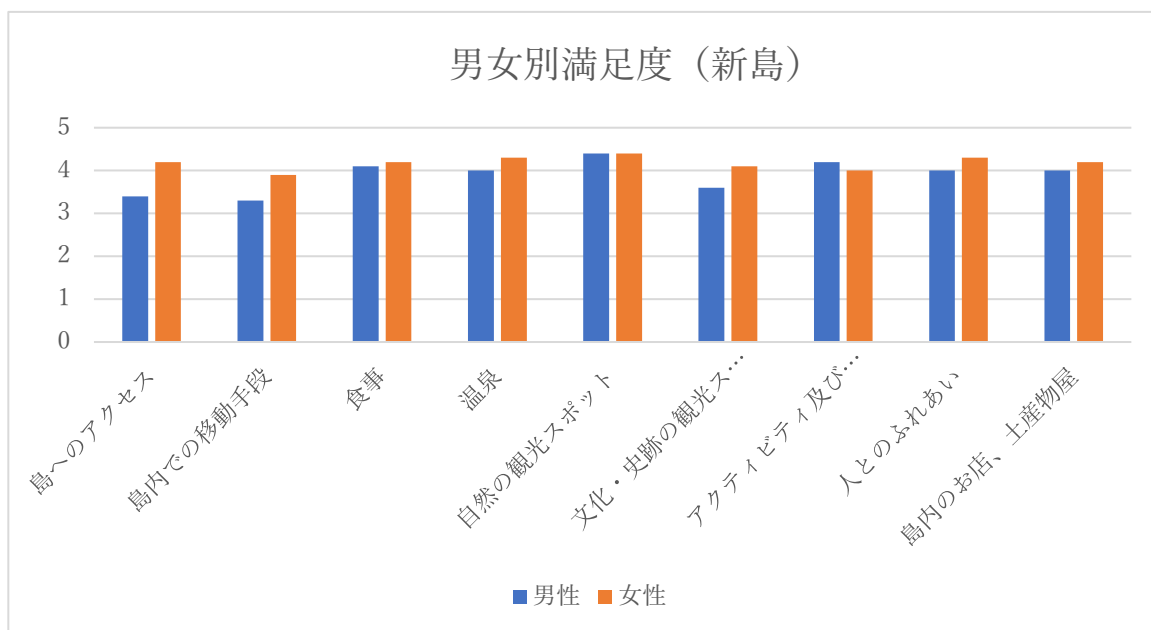
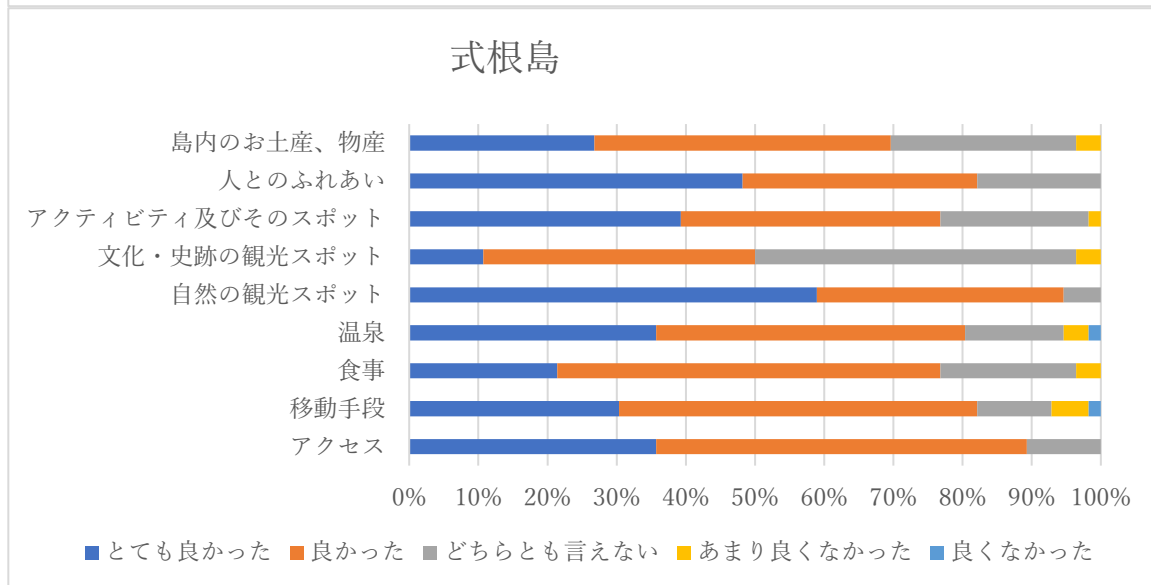
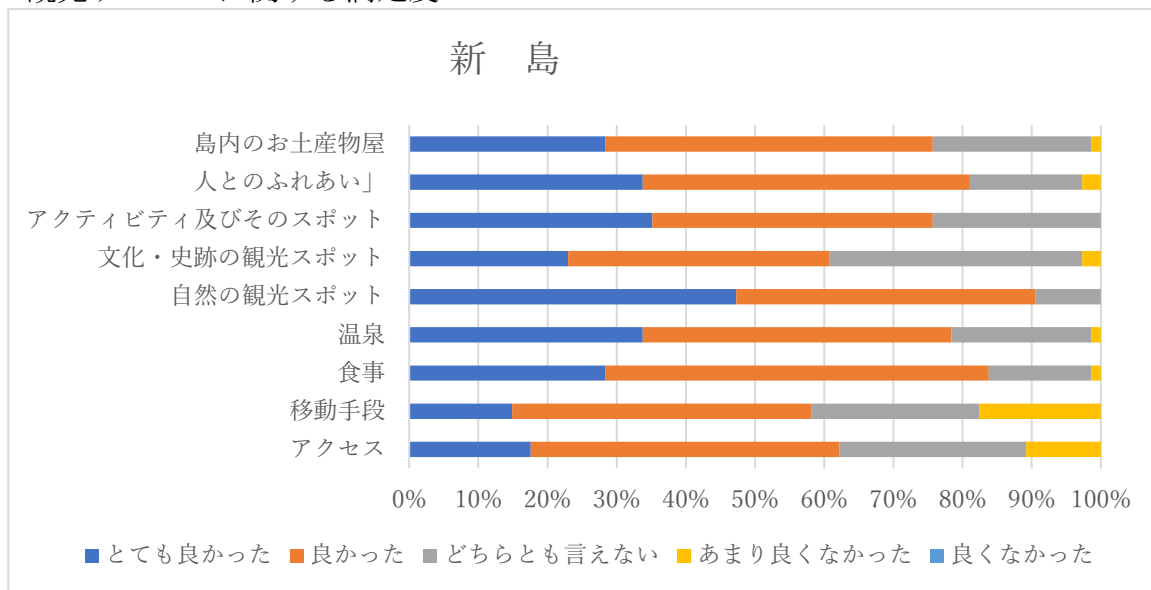


新島



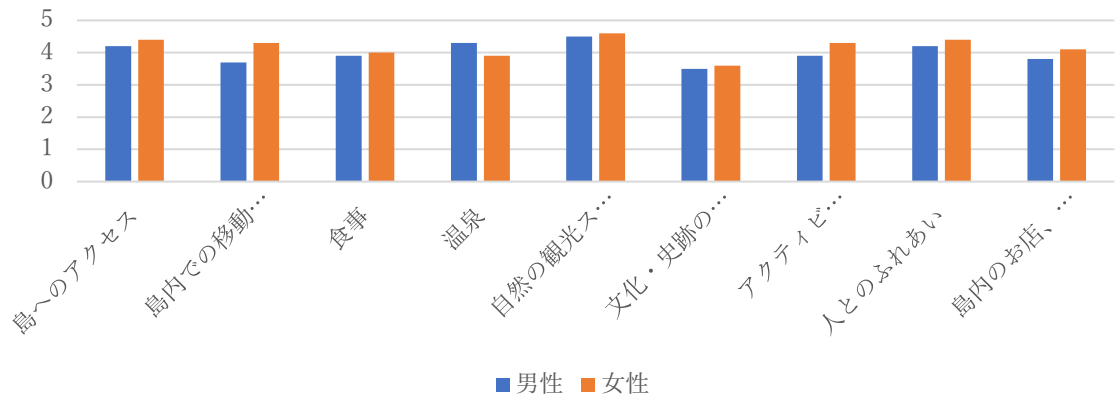
式根島

## ケ. 観光サービスに関する満足度

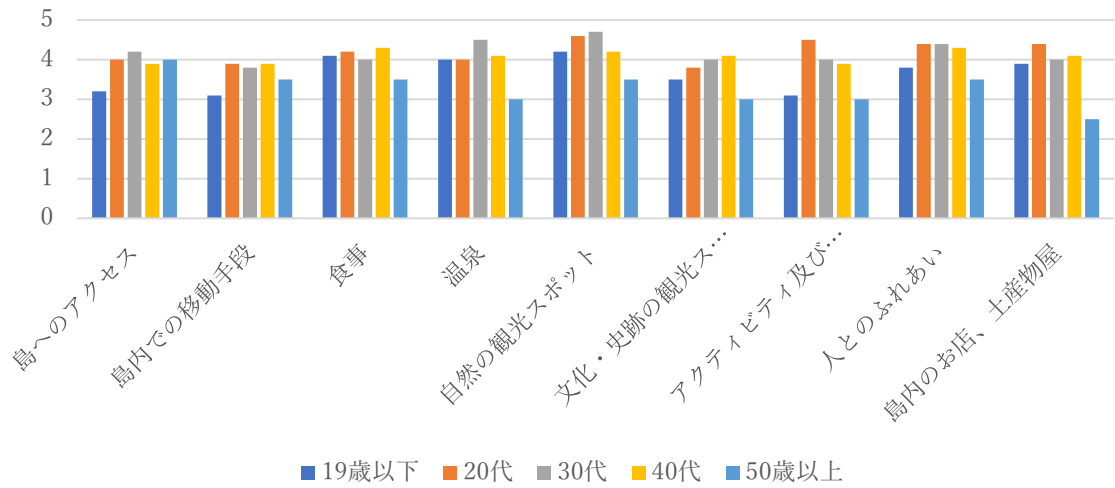




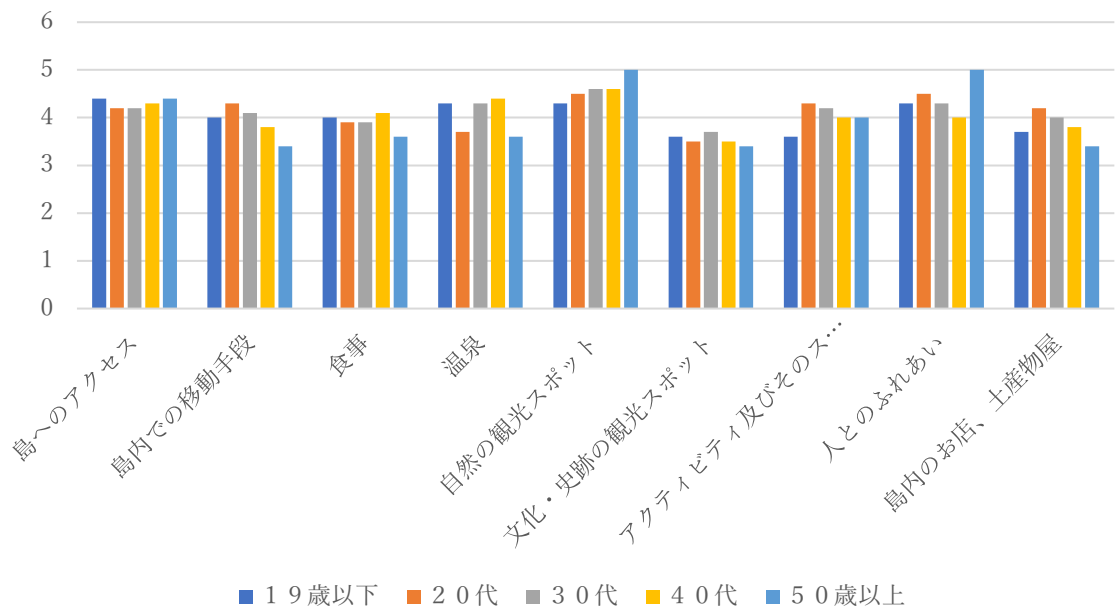
男女別満足度（式根島）



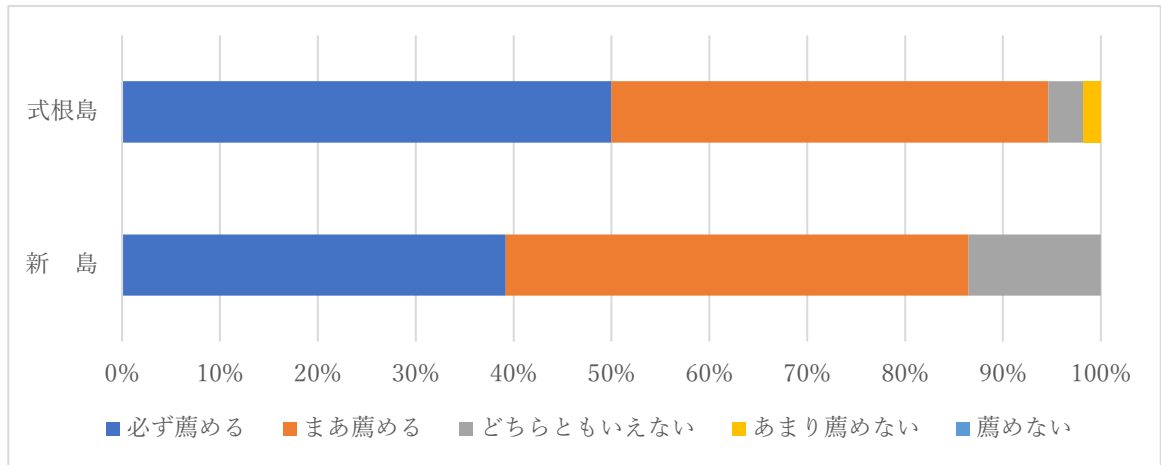
年代別満足度（新島）



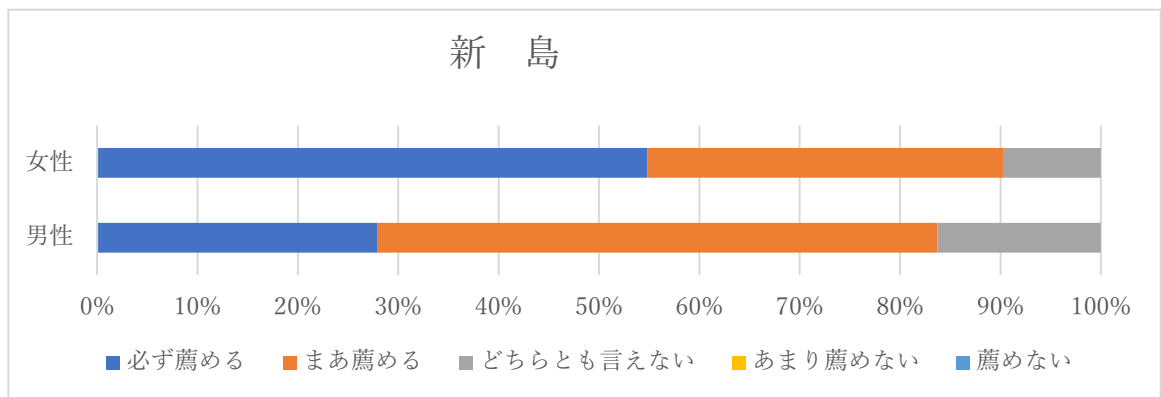
年代別満足度（式根島）



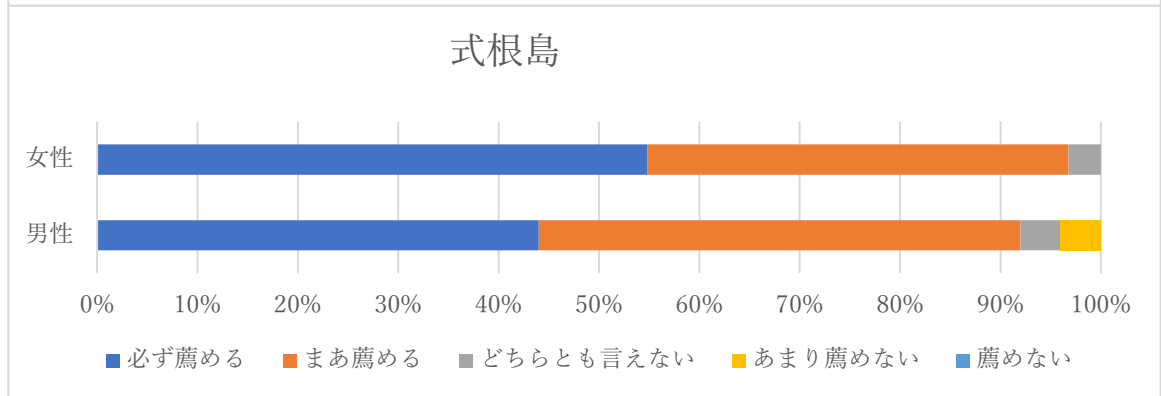
コ. 本島への旅行を進めるか



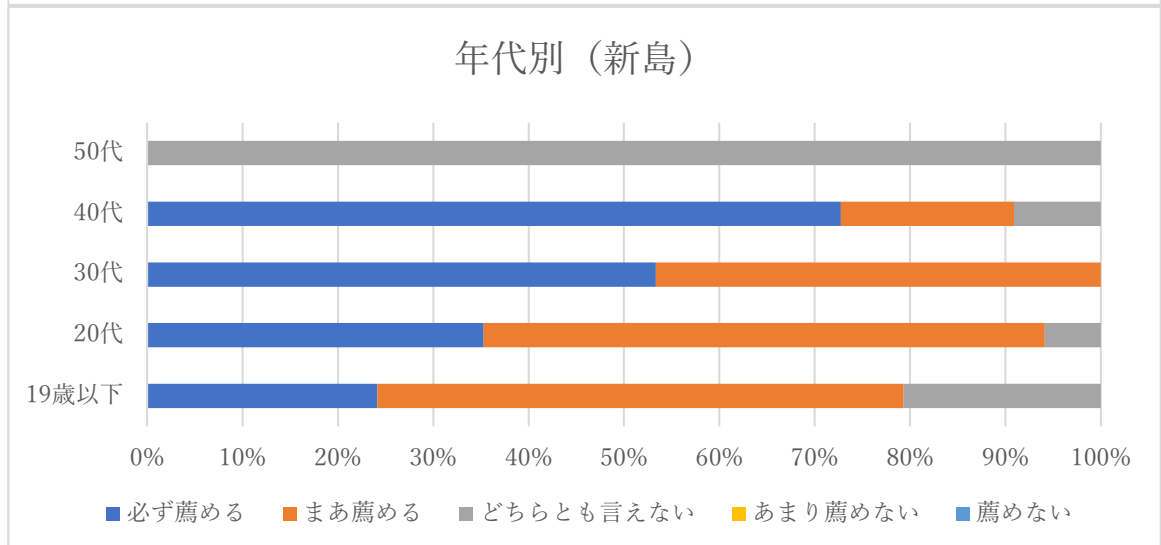
新島



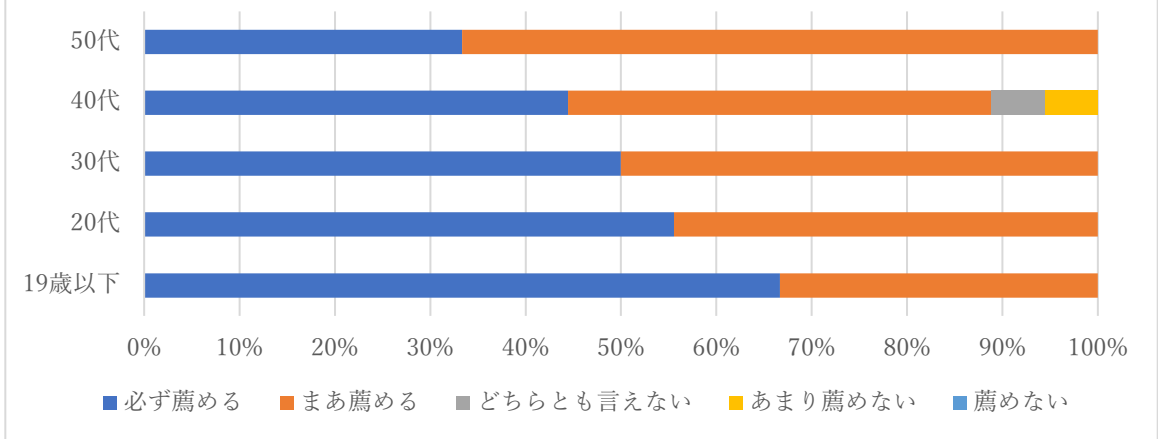
式根島



年代別 (新島)



## 年代別（式根島）



### ※アンケートの結果

- 新島村への観光は、「自然の観光スポット」「人とのふれあい」を求める方が多い。しかし、「移動手段」「アクセス」に関する評価が低い。
- 口コミ・知人の紹介で来島する方が圧倒的に多い。同伴者は、新島では友人・知人で19歳以下の若い世代が最も多く、式根島では家族が最も多く、20代、30代、40代がほぼ同数となっている。
- アクティビティについては、求めるものが散らばっており多様性がある。
- 旅行で重視するものとして、新島（食事・宿泊施設）と式根島（自然の観光スポット）では違いが出ている。
- 需要動向調査については、「伴走型小規模事業者推進事業需要動向調査及び分析に関する報告書」を参照

### 課題

- ハイシーズンには予約が取れないという機会ロスを生じており、観光産業の更なる集客力・収益力の向上が求められる。
- 口コミでの来島者が多くを占めており、SNS や口コミで「島へ行きたい」と思わせるハイシーズン以外の情報を発信する必要がある。
- 需要動向調査については、「伴走型小規模事業者推進事業需要動向調査及び分析に関する報告書」を参照
- 次年度目標の「来島者購買満足度調査」は、30年度「新島村商工会産業振興プラン」で調査したため中止としたい。また、実施するには補助金の手立てが必要で該当する補助金がなかった。

### ※委員会評価コメント

- 財源の少ない中、都や東京都商工会連合会等の実施する調査等利用するのは賢明である。かんげい
- 需要動向調査は、もっと多くの商品について調査すべきではないか。
- 調査の性質上、期間が短いと偏った年齢層等のデータになってしまうので、長期間の調査が必要であるが、費用面で難しいのかもしれない。
- 2,800人程度の人口で商品サンプルテストは意味がないような気がする。島外に向けた取り組みが必要である。

## 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「製品」、「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・トレードショウ」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「製品」、「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。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する。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、展示会、商談会等の出店等の企画・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。

### (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、島外各地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う。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需要調査を行うため、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する。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、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㈱バイヤーズ・ガイドが運営するWEBサイトにも掲載し販路開拓支援にネット活用を図る。

(事業実施目標と実績・評価及び次年度計画・見直し)						
項目	30年度 目標	30年度 実績	達成率	評価	次年度 計画	次年度 見直し
新島・式根島ブランド認定事業 認定件数(累計)	31件	33件	106.5%	A	35件	35件
売上増加率	3%	不明	0%	E	5%	5%
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	0者	0%	E	1者	1者
コンテスト合格件数	—	—			1件	1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	1者	0者	0%	E	1者	1者
全国推奨観光土産品認定件数	1件	0件	0%	E	1件	1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(BtoB)支援者数	3者	2者	66.7%	C	4者	4者
商談成立件数	1件	1件	100%	A	2件	2件
伊藤忠食品との商談会(BtoB)	—	1者	新規	A	—	—
商談成立件数	—	0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	7者	8者	114.3%	A	7者	7者
売上額	200千円	254千円	127%	A	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	7者	5者	71.4%	B	7者	7者
売上額	640千円	820千円	128.1%	A	640千円	640千円
産業祭・物産展での支援 東村山市民産業祭出展支援者数	5者	3者	60%	C	5者	5者
売上額	240千円	249千円	103.8%	A	240千円	240千円
産業祭・物産展での支援 調布市商工まつり出展支援者数	5者	4者	80%	B	5者	5者
売上額	200千円	165千円	82.5%	B	200千円	200千円

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	8者	114.3%	A	7者	7者
売上額	480千円	370千円	78.3%	B	480千円	480千円
産業祭・物産展での支援 サンケイ本社地方物産品販売 会	0者	5者	新規	A	—	—
売上高	0千円	73千円	新規	A	—	—
産業祭・物産展での支援 関東ブロック商工会青年部主 張発表大会（東京大会）	0者	5者	新規	A	—	—
売上高	0千円	54千円	新規	A	—	—
産業祭・物産展での支援 島じまん 2018	0千円	3者	新規	A	—	—
売上高	0千円	113千円	新規	A	—	—
産業祭・物産展での支援 島まるしえ 2019（トヨカ堂）	0者	3者	新規	A	—	—
売上高	0千円	296千円	新規	A	—	—
産業祭・物産展での支援	—	6者	新規	A	—	—
売上高	—	170千円	新規	A	—	—
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	95者	91者	95.8%	B	100者	91者
売上増加率	1%	—	—	E	3%	—
インバウンド講習会新島地区	—	5名	新規	A	—	—
インバウンド講習会式根島地 区	—	12名	新規	A	—	—
ICT活用講習会新島地区	—	3名	新規	A	—	—
ICT活用講習会式根島地区	—	3名	新規	A	—	—
Line@活用講習会新島地区	—	5名	新規	A	—	—
Line@活用講習会式根島地区	—	7名	新規	A	—	—
パソコン・スマホ講座及びキャ ッシュレス説明会新島地区	—	14名	新規	A	—	—

パソコン・スマホ講座及びキャッシュレス説明会式根島地区		12名	新規	A	—	—
-----------------------------	--	-----	----	---	---	---

④注 「くさや」については、6事業者あるが水産加工で1者としてカウントしている。

※成果

○光回線が開通し、タイムリーな事業として「ICT講習会」「Line@講習会」「パソコン・スマホ講座及びキャッシュレス説明会」を開催し、インターネットを活用した販路開拓支援事業を実施した。

○ほとんどの物産展において売り上げが向上している。

○新規物産展等の開拓で目標以上の産業祭・物産展での支援ができた。

※課題

○個人事業者の支援後の売上高の把握ができない。支援の結果で売り上げが上がったかの見極めができない。

○売り上げ以上に職員の旅費が掛かり、村補助事業により維持できている。

○産業祭・物産展等の売上は上がっているが、出店支援者数が目標に届かない。(売れ筋の商品が主体になってしまう。) また、天候によって売上は大きく左右される。

○冷蔵設備が必要な商品が多く、保健所の許可がとりにくい。冷蔵設備の経費が掛かりすぎる。

○焼酎等(酒税法の関係で販売の免許がないと瓶売りができない。)自由に販売ができない。

○講習会の出席者が少ない。開催時間等の検討余地がある。

○講習会は、講師謝礼と旅費の多額の経費が必要で、当会単独では実施できない。

※委員会評価コメント

○少ない職員でこれだけの出店をこなしていることは評価できる。

○商工会の新島ブランド認定などの後押し、島内外の関係者による見栄えの良い装飾、情報発信など、お仕着せではない出店、PRであると思われる。

○売り上げを追うだけでなく販売情報の収集を行っていることも読み取れる。

II. 地域経済の活性化に資する取組の実績・評価及び次年度計画・見直し

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。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。

## 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

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。継続してサークル等の愛好者の誘致を図る。

### (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。

### (3) 渋谷駅のモ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「モヤイ像」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 体を超えるモヤイ像が村内各所に設置されている。新島のモヤイ像のガイドブック等を作成し、「渋谷駅のモヤイ像のルーツを探る旅（仮称）」による観光客誘致を図る。モヤイ像を利用したアイテムを検討中。

## 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。

## 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。新島の夏の風物詩に定着しており、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。

東京都及び新島村の補助金及び事業者の協賛金や景品の提供を受けて、商工まつりを実施する。

## 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。

### (事業実施目標と実績・評価及び次年度計画・見直し)

項 目	30 年度 目標	30 年度 実績	達成率	評価	次年度 計画	次年度 見直し
産業振興会議開催回数	3 回	0 回	0 %	E	3 回	3 回



官公庁等連絡協議会	—	6回		A	—	6回
ロケーションボックス問合せ件数	40件	43件	107.5%	A	45件	45件
ロケーション受入件数	10件	28件	280%	A	13件	13件
ロケーション受入延べ人数	60人	369人	615%	A	130人	130人
サバイバルゲーム受入件数	4件	2件	50%	C	5件	5件
サバイバルゲーム受入延べ人数	120人	150人	125%	A	150人	150人
ドローン講習会開催回数	2回	0回	0%	E	2回	—
ドローン講習会受講者数	20人	0人	0%	E	20人	—
モヤイ像ガイドブック作成	—	—	—	—	5,000部	—
婚活支援事業参加者数 (男性)	20人	13人	65%	C	20人	15人
婚活支援事業参加者数 (女性)	20人	15人	75%	B	20人	15人
観音様夜店集客数	1,100人	816人	74.2%	B	1,100人	900人
商工まつり集客数	1,500人	1,499人	99.9%	B	1,500人	1,500人
商工まつり協賛事業者数	80者	89者	111.3%	A	83者	83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(新島・式根島合算)	48店舗	42店舗	87.5%	B	49店舗	49店舗
年末福引セール商店売上 高(新島・式根島合算)	—	106,829 千円	—	—	—	107,000 千円
年末福引抽選会集客数 (新島・式根島合算)	920人	883人	96.0%	B	930人	930人

※成果

○ロケーションボックス事業では、目標の6倍以上の来島者延べ人数となり、島内消費額も1200万円以上の経済効果があったと思われる。

○サバイバルゲームは、受け入れ研修は少ないが件数当たりの集客数が多かった。

○婚活支援事業は、数年間の経験から男女とも15人程度が好ましい人数であり、あえて女性の受け入れを15人に制限した。(キャンセル待ちが15名あった。)何組かは順調な交際継続中である。

○商工まつりは、年間行事として定着してきた。商店数が減少する中、協賛店舗数は増加している。

○産業振興会議の開催はないが、官公庁等連絡協議会で産業団体及び行政等の団体と地域全体の情報を共有している。

※課題

○産業振興会議は、村主導で開催していたが担当者の異動により実施が見送られている。

○ロケーションボックス事業は、かなりの事業効果が見込まれるが、補助事業としての村の支援なしには継続できない。

○ドローン講習会については、多くの人数で開催される事業ではなく、また操縦区域の制限等もあり、誘致活動が難しい。

○モヤイ像ガイドブック作成については、補助金の手当てがない限り実施ができない。

○婚活支援事業は、村補助事業で村の補助体制が定まらないと実施にこぎつけない。

○年末福引セールは、一定の効果が見込まれるが事業主の高齢化により廃業する店舗が

あり、年々参加店舗が減少傾向にある。

※委員会評価コメント

○ロケーションボックス事業等大幅な受け入れ増があり、A評価よりS評価もあってもよかったのではないかと。

○婚活支援事業は、当日の参加者だけでみるとB評価であるが、後日参加女性たちが独自にツアーを企画して来島しており、参加者の自主的な継続性を含めS評価としてもよい。

○産業団体が集まる産業振興会議は開催されなかったが、行政、商工会、観光協会等でテーマ別の意見交換会が実施されており、より充実した意見交換会が開催されたと読み取れる。

### 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の実績

#### 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

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。

**実績：平成31年2月19日、東京都商工会連合会及び東京諸島6商工会の会長以下役員及び事務局長が一堂に会し、「島しょ資源PR事業報告会」を実施。**

##### (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。

**実績：平成31年1月29日、日本政策金融公庫東京中央支店と島しょ地区6商工会の指導員の情報交換会を実施。**

##### (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。

**実績：村主催で「官公庁等連絡協議会」を村、東京都大島支庁新島出張所、商工会、漁協、農協、水産加工、観光協会、シルバー人材センター、社会福祉協議会、郵便局、警察署、法務局、防衛省、東京電力、七島信用組合、老人ホーム、小・中・高等学校が一堂に会し情報交換会を平成30年4月12日・6月7日・8月20日・10月12日・12月12日・平成31年2月6日の6回開催した。産業関係団体とは逐次職員間で地域動向についての情報交換を実施。**

## 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

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回以上参加する。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る。

**実績：東京都商工会連合会主催の各種研修会に出席**

(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。

**実績：東京都商工会連合会主催による研修会に出席**

(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。

**実績：東京都商工会連合会が管理運営する小規模事業者支援システムを活用**

(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。

**実績：毎月1回ではなく、各事業の実施状況により逐次会議を開催し、組織内の協調体制を構築し、職員全体のスキルアップを図った。**

(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。

**実績：個々の担当する業務が多岐にわたり、業務量も多く、組んで事業支援をする余裕がない。課題解決にはそれぞれの事案ごとに指導・助言等で対応し、支援能力の向上を図った。**

## IV. 経営発達支援計画推進委員会総合評価コメント

○少ない職員で極めて多様な事業に積極的に取り組んでいると思われる。

○むしろ人的資源を限界以上に振り分けているところがあるので、事業成果によっては仕分けすることを積極的に考慮してほしい。

○商工会内部の問題ではなく事業実施が困難になるようなものも見受けられるが、本報告書にあるように、商工会においては、きちんと事業のPDCAサイクルを回しており、各事業・出店においても費用対効果も検討している。

○物産展の売上や事業者の収益増加などの定量的評価だけではなく、定性的評価に関してきちんと考察できる職員の体制である。例として、ロケーションボックス事業における島の魅力の発掘と共有、製作者の機運醸成、婚活事業はじめとする参加者・関係者の関係性構築などにおいて顕著である。

○商工会自体は、会議室などを地域住民に柔軟に貸し出しており、開かれた活動をしていると思われる。また、村全体の課題に対し、先取りして事業実施する機会が多く、その積極性が結果として関係機関より浮いているような状況であることが残念である。

○商工会の戦略を地域の戦略として活かすには、本商工会の努力だけでは不可能な点が多いため、新島村全体での商工会の立ち位置・信頼性向上のための取り組み・振る舞いも今まで以上に継続していく必要がある。