

平成27年度みなかみ町商工会経営発達支援計画事業報告書

事業期間 平成27年4月 1日
～平成30年3月31日
認定日 平成27年11月17日
認定番号 20150918 中第7号
認定者 経済産業大臣臨時代理
国務大臣 甘利 明

みなかみ町商工会経営発達支援計画事業の目標

1、変化する観光ニーズへの対応と基幹産業である観光関連産業の活性化

①宿泊者ニーズに対応した旅館、ホテル、民宿など業態に応じた経営革新の実現

- ・団体客から個人客への客層変化に対応した受け入れ体制整備の支援
- ・泊食分離など、現代消費者ニーズに対応した価格体系

②利用者視点に立脚した観光プログラムの開発

- ・谷川岳を活用し、中高年層等の特定の標的顧客を想定した、きめ細かなトレッキング
- ・友好都市を結ぶ計画のある東京都中野区。沖縄県嘉手納町の小学校等との連携による里山体験等の交流のための観光産業側の受け入れ態勢整備支援
- ・そのほか、名峰、動植物生態系、気象など、独自性の高い地域を活用した新たな視点の観光プログラム開発

③特産品ショッピングへの対応

- ・既存商品の改良
- ・地域の素材・地場産品を活用した商品開発
- ・農業の6次産業化等を通じた商品開発
- ・グループ討議等を通じた女性視点の商品開発

④地元の良質な素材を活用し、現代消費者ニーズに適合した地元グルメの提供

- ・農商工に加え、民・官・学を交えた広範なネットワーク構築による地元グルメの開発
- ・地元素材のキノコや山菜等を活用した飲食メニューの開発

2、地域中小商業の再活性化

- ・魅力ある店舗づくり
- ・オリジナル商品を含めた魅力ある品揃えの実現
- ・ネット通販物流会社との連携による買物利便性の向上、買物弱者対策の推進
- ・新たなターゲットの設定による新規顧客層への対応
- ・計画的に事業をやめる廃業支援、それに伴う情報提供

平成27年度の具体的事業内容および今後の方針

(1) 全体概要：本年度における小規模事業者支援計画

- ①小規模事業者の販売する商品又は提供する役務の内容、保有する技術又はノウハウ、従業員等の経営資源の内容、財務の内容その他の経営状況の分析
- ②経営状況の分析結果に基づき、需要を見据えた事業計画を策定するための指導・助言、当該事業計画に従って行われる事業の実施に関し、必要な伴走型の指導・助言
- ③小規模事業者の販売する商品又は提供する役務の需要動向、各種調査を活用した地域の経済動向に関する情報の収集、整理、分析及び提供
- ④マスメディア、各種広報誌等による広報、商談会、展示会、即売会等の開催又は参加、ホームページ、ソーシャルメディア等のITの活用等、需要の開拓に寄与する事業

上記小規模事業者支援計画のうち、本年度は①および③について取り組んだ。

(2) 委員会等の開催

- ・事業の適切な進捗管理を行うとともに、当事業におけるPDCAサイクルを回す際の評価・見直しのために、以下の内容にて報告会の開催を行った。
- ・報告会の名称は「経営発達支援事業計画委員会」とし、本年度は、2回開催した。
- ・委員会は、有識者（みなかみ町職員、中小企業診断士）及び当商工会役員、担当職員をメンバーとして開催した。
- ・委員会の開催により、優先的に取り組むべき事業およびプロセスが明確となり、効果的な事業運営ができた。
- ・年度ごとの事業終了時点における委員会の開催により、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行うことができ、PDCAサイクルを適切に回すことが可能となった。

<参考：経営発達支援計画における記載事項>

Ⅲ. 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、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

①年度末、外部有識者（町、県連、専門家等）、当商工会役員（正副会長）により構成された報告会を開催し、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。

②事業の成果・評価・見直しの結果を理事会に報告し、承認を受ける。

③事業の成果・評価・見直しの結果をみなかみ町商工会のホームページ (<http://www.minakami.or.jp>) 及び、会報等で計画期間中公表する。

(3) 商品・役務の需要動向、地域の経済動向等に関する調査・分析・情報提供

①事業により実施した内容

- ・地域の経済動向調査を実施した。

経営指導員による事業所への巡回訪問に加え、委託先によるアンケートにより、地域の経済動向を収集、調査した。(委託事業として実施)

- ・主要産業である「観光関連業」について、町や観光協会の協力を得ながら入込客数や観光消費額等の定量的なデータを収集、活用した。(委託事業)

これにより、商品、サービスの需要動向や観光が地域にもたらす経済波及効果が推計できた。

- ・委託形式により、一般に対して需要動向調査を実施、集計を行った。

②事業実施の効果

小規模事業者が自社内および自社を取り巻く環境について情報収集、分析を行う上で必要な情報・データを取りそろえることで適切な戦略立案、判断が可能となり、また支援者側にとってもデータを活かした妥当性の高い事業者支援を推進することが可能となるなど適切な事業運営が実現できた。

<参考：経営発達支援計画における記載事項>※必要部分を抜粋

I. 地域の経済動向調査【指針③】

地区内の経済動向調査・分析することにより、どのような支援策が可能かを見出すとともに、地域内の情報を得ることで、町に対する要望や提案、支援策の検討をする基礎資料とする。

(事業内容)

(1)経営指導員による事業所への巡回訪問により、地域の経済動向をヒアリングまたはアンケートにて調査する。調査内容は事業所の概要、現況、資金繰り、後継者問題等とし、集計方法は単純集計のほか多様な相談内容に対するためのクロス集計にて多面的に様々な角度から、課題の抽出、支援策検討を図り巡回指導等の相談時に活用する。また、調査結果は小規模事業者へのフィードバックとともに商工会ホームページでも公開し、小規模事業者等が常時閲覧できる状態にする。

(2)主要産業である「観光関連業」については、町、町観光協会と連携し入込客数や観光消費額などの定量的なデータを活用し、商品、サービスの需要動向や観光が地域にもたらす経済波及効果を推計する。

(3)平成24年度に行った「みなかみ町の産業実態に関する調査」を再度行う事で、最新の実態を調査するとともに、ここ数年の推移を把握する。

(目標)

様々なアンケート及び調査は、目標回収率を80%以上とし、精度の高い定量的なデータの収集・解析を行い、観光関連業者の伴走型指導に活かし、売上の増加と後継者を育成するための資料とする。

II. 経営分析・需要動向調査【指針①、③】

観光関連業者の持続的発展に向け、経営指導員の巡回・窓口相談、各種セミナーの開催等を通じて、観光関連事業者の経営分析を行う。

専門的な課題等については、県連合会、県、地域金融機関等のコーディネーターと連携し、観光関連事業者の抱える経営上の悩みに対してより丁寧にサポートする。

(事業内容)

(1)巡回訪問、具体的な課題解決のために目的に応じた講習会の開催、主要産業である観光関連業に特化したセミナーの開催や、各種補助金申請などの相談を通じ経営分析の対象となる小規模事業者をピックアップし、経営状況等を把握して経営の現状を分析するとともに、専門知識を有する税理士や中小企業診断士、社会保険労務士などの専門家と連携して観光関連事業者の課題にあった経営分析も行う。【指針①】

(4)商品、製品の需要動向などは、専門家等と連携しマクロ環境の調査や市場規模の需要と供給、価格競争などを勘案し分析を図る。【指針③】

(4) セミナー・講習会

①事業で実施した内容

変化した顧客層への対応力を強化し、観光ニーズに的確な対応を行うため、おもてなし向上を意図したセミナーを2回開催し、小規模事業者の経営力強化を図った。

テーマ

【第一回目】：お客様の心に響く、1から学ぶおもてなし
おもてなしの実務を学び、業務に活かす。

【第二回目】：魔法のコミュニケーション

クレームコンサルタントより話し方のコツを学ぶ。

②事業実施の効果

おもてなしをテーマとしたセミナーの実施により顧客対応力の向上につながり、従来団体中心の対応を主流としていた当町の一般的な顧客対応から、近年の個人化へのシフトを意識したおもてなし対応力を高めることで、ニーズに適合した一層満足度の高い観光、温泉地へと変化させ、事業者にとっての生産性の向上、顧客数、リピート客数の拡大につなげることができた。

<参考：経営発達支援計画における記載事項>

(1) 経営発達支援計画策定の基礎資料

※「みなかみ町観光振興計画」

方針1. 観光資源の魅力を高める ～観光資源の有効活用と品質向上～

方針2. もてなしの受入体制を整える ～観光客満足度の向上～

方針3. 美しい郷土景観を整える ～景観づくりの推進～

方針4. みなかみ町の知名度・イメージを高める ～観光PRの推進～

方針5. 海外からの観光客を迎え入れる ～国際観光の振興～

(2) 【本計画の短期および中期的目標】

1. 変化する観光ニーズへの対応と基幹産業である観光関連産業の活性化

(1) 宿泊者ニーズに対応した旅館、ホテル、民宿など業態に応じた経営革新の実現

- ・団体客から個人客への客層変化に対応した受け入れ体制整備の支援
- ・泊食分離など、現代消費者ニーズに対応した価格体系
- ・その他

(3) 支援にあたって設定した目標

巡回訪問は全ての職員が積極的に行う事とし、特に経営指導員においては年間 375 件と多くの小規模事業者を訪問する。またセミナー開催は多様な需要に応じたセミナーとし、経営分析も最終的には経営指導員年平均 15 件とする。

尚、セミナー等に参加した小規模事業者に対しては担当指導員を決め、経営分析等をはじめ様々な伴走型の支援を行う。

(5) 専門家の活用

①事業で実施した内容

専門家の招聘、連携により、本年度は次の取り組みを行ない、これにより各小規模事業者に対して適切な経営分析、経営指導を行う題材とする事ができた。

1. 経営分析検討会の開催

主に経営指導員がヒアリングや調査等を通して得られたデータ・状況をもとに、小規模事業者への支援に活かすため、データ活用に関する検討会議を開催した。会議には、経営指導員、職員、専門家（中小企業診断士）が出席した。

2. 経営指導員等の資質向上、スキルアップ勉強会を開催した。

観光地としての顧客対応力向上については前項のとおり「セミナー・講習会」で実施したが、別途、職員のスキルアップを目的とした勉強会も開催した。

28年度は、観光地として重要テーマである外国人旅行者について知識を得るために外国人旅行者の動向および訪日客対応機会、受入体制に関する勉強会を開催する。

②事業実施の効果

1. 経営分析検討会の開催により、経営指導員および職員が小規模事業者への支援時に活かすべきデータ、資料化を行うことができ、妥当性が高い効果的な支援が可能となった。
2. 資質向上、スキルアップ勉強会の開催により、事業者支援に欠かせない情報や背景を得ることができ、支援の高度化を図ることができた。
特に、28年度のトレンドでもあり観光地としての重要テーマである外国人旅行者に関する知識を得ることで各事業者への支援に活かすことができる。

<参考：経営発達支援計画における記載事項>

◎経営分析・需要動向調査

巡回訪問、具体的な課題解決のために目的に応じた講習会の開催、主要産業である観光関連業に特化したセミナーの開催や、各種補助金申請などの相談を通じ経営分析の対象となる小規模事業者をピックアップし、経営状況等を把握して経営の現状を分析するとともに、専門知識を有する税理士や中小企業診断士、社会保険労務士などの専門家と連携して観光関連事業者の課題にあった経営分析も行う。【指針①】

◎経営指導員等の資質向上等に関すること

県商工会連合会・県商工会議所連合会が主催する研修会の参加に加え、中小企業庁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が積極的に参加することで、経営指導員の支援能力の向上を図る。

経営指導員勉強会は毎月開催し、時に事務局長、支援アドバイザー及び、行政・金融機関の職員も交えて金融斡旋・決算申告指指導等で得られた情報から経営状況、分析結果等支援状況について確認し、スキルアップを強化する。

経営指導員研修生及び若手経営指導員については、ベテラン経営指導員と同行し、一緒に小規模事業者を支援すること等を通じて、指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなどOJTにより伴走型の支援能力の向上を図る。

その他必要に応じて、専門家（中小企業診断士等）を講師に、職員を対象とした勉強会を開催し支援のスキルアップを図る。

(6) まとめ

みなかみ町商工会による平成27年度の経営発達支援計画事業は、計画に沿って円滑に実施をすることができ、次年度に向けて順調な滑り出しとなった。

変化が激しい観光ニーズへの効果的な対応を図りつつ基幹産業である観光関連産業の活性化、および地域中小商業の再活性化を達成するためには、まず小規模事業者の販売する商品や提供するサービスの内容、あるいは保有技術、ノウハウ等における分析を行うことが重要であり、現状把握を確実に行った上で必要な対策を講じることとなる。

そのような中で、今年度は、①マクロ的な観光産業動向の把握、②地域状況の調査と分析、③みなかみ町に対する市場ニーズに関する調査および分析、④経営指導員の資質向上、スキルアップに向けたセミナーの実施、⑤町内事業者への直接支援の一環としてのおもてなしセミナーの実施等の事業を進めることができ、小規模事業者に対する適切かつ効果的な支援の第一歩となった。

事業を実施している中で、小規模事業者のニーズについては従来以上に的確に捉えることができた。

町内事業者の経営課題については、成長過程における課題を挙げるサービス産業事業者が多く、成熟、衰退期ではなく積極的な事業展開を進めるべき段階にある成長期の事業者が多いことがわかった。この結果を考慮すると変化への的確な対応が一層求められるものと思われる。

また、首都圏在住者（東京、神奈川、埼玉中心）を対象とした調査においては、みなかみ町の認知度が8割近くと非常に高く、また2回以上訪問経験がある方が過半数を超えであり多くのリピーターが存在していることもわかった。

そして、町のイメージは「温泉」が非常に高く、次いで「山」、「スキー場」という結果であったが、実際の来訪目的では「温泉」だけが目立つ程度となったことから温泉以外の目的や魅力をどう用意するのかが求められていることが伺える。

特に「食」の重要性が明らかであり、食に対するニーズが高い一方で現状では十分な満足度の提供をすることができていない。今後、温泉以外の要素に対して如何に磨きをかけるかが重要であり、支援に活かして行きたい。