

経営発達支援計画の概要

実施者名	奥浜名湖商工会 （法人番号 6080405004228 ）
実施期間	平成 30 年 4 月 1 日～平成 35 年 3 月 31 日
目標	<p>①小規模事業者に対して、事業計画策定の必要性の周知を図り、経営改善に向けた経営計画の策定の支援を実施する。</p> <p>②創業希望者に対して、実行力の高い計画策定及び継続したフォローアップ支援を実施する。</p> <p>③地域支援機関との連携を強化し、商談会等の機会を増やすとともに、商談獲得や顧客取り込みに繋がる提案、情報発信のノウハウを助言し、需要開拓支援を実施する。</p> <p>④地域資源を最大限活用するため、地域支援機関、大学等と連携し、長期的スパンで販売可能となる新たな商品開発等を支援する。</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 商工会独自に実施している実態調査の改善及び金融機関提供の景況データ等を分析し、分析結果をHP等により提供する。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 会計分析ソフトの活用による財務分析に加え、ローカルベンチマークを活用した分析を実施する。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】 経営分析実施者に対して、巡回指導や専門家によるセミナー及び個別相談会の開催により、実現可能性の高い計画書の作成を支援する。</p> <p>4. 事業計画策定後実施支援に関すること【指針②】 巡回訪問、若しくは窓口相談にて定期的な進捗状況の確認を行うと共に必要に応じて専門家による高度な指導、助言を行う。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること【指針③】 店頭やビジネスマッチングでのアンケート調査の実施や地元大学等との連携により、需要動向を把握し、事業者に提供する。</p> <p>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】 地元大学等の連携、個展塾の開催、ビジネスマッチングへの参加、地域産品通販サイトへの活用等により、新たな販路開拓を支援する。</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組 地域関係機関（浜松市、地域金融機関、奥浜名湖観光協会等）と共に「奥浜名湖地域活性化協議会」（仮称）を結成し、地域の魅力の発掘方法、地域の活性化、にぎわいの創出方法、地域内小規模事業者の製品のブランド化の方法等、地域全体の10年先の方向性について検討する。</p>
連絡先	<p>奥浜名湖商工会 電話番号：053-527-2600 e-mail: takeshi-yamamoto@ssr.or.jp 担当：山本 武志（事務局長）</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 浜松市・奥浜名湖地区の概要

浜松市は、平成17年に周辺10市町村が合併、人口約80万人の政令指定都市となり面積は1,558.06平方kmと政令指定都市では高山市に次いで全国2番目の広さとなった。首都圏と関西圏のほぼ中間に位置し、都市機能や先端技術産業が集積する都市部、都市近郊型農業が盛んな平野部、豊富な水産資源に恵まれた沿岸部、広大な森林資源を擁する中山間地域があり、まさに国土縮図型都市と言って過言ではない。江戸時代から続く綿織物と製材業をルーツとした地場産業が盛んで、繊維、楽器、輸送用機器の三大産業を中心とし、国内でも有数の成長を遂げてきた。近年では産学官の連携を積極的に展開し、次世代自動車、光・電子技術関連等の高度な技術の集積が進みつつある。

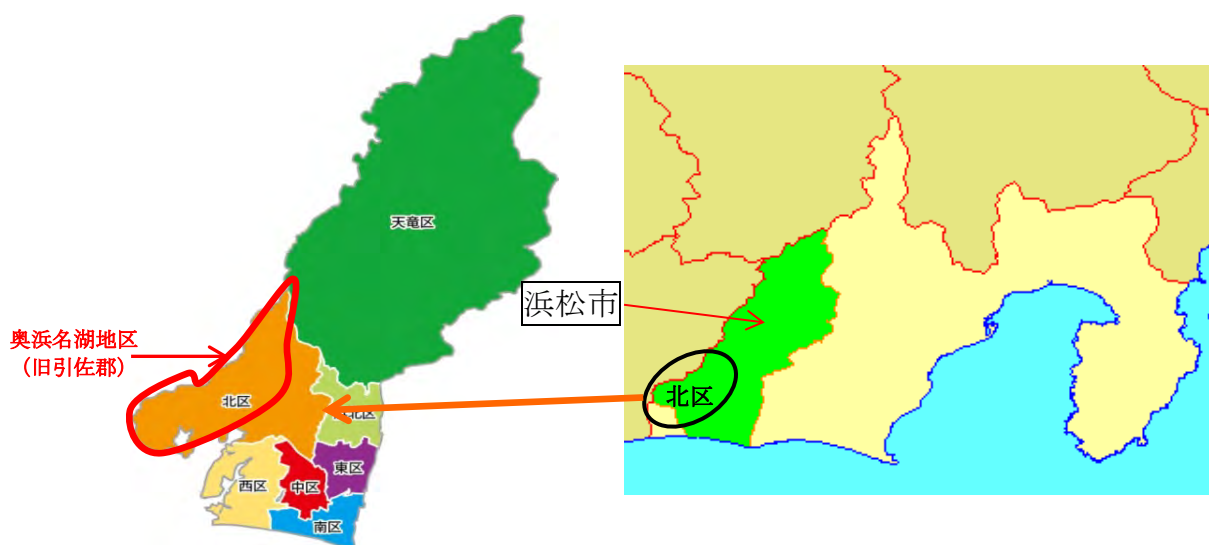
奥浜名湖地区は、浜松市北区(旧浜松市北部と旧引佐(いなさ)郡全域)の北側と西側に位置し、旧引佐郡地区のことを言うが、合併前より、主に農林業、観光業、小売業を主流として成り立ってきた。

また歴史的にも徳川家康が17年間在城し出世城と言われている「浜松城」があり、とりわけ奥浜名湖地区は、平成29年NHK大河ドラマ「おんな城主 直虎」の舞台として全国から注目を浴びている地域であり、多くの歴史的名所が存在し、伝統芸能も大切に受け継がれている。

地理的には首都圏と関西圏の中間に位置し、「日本のへそ」とも言われ、「東名高速道路」「新東名高速道路」「三遠南信道路」が通り、全国でも屈指の交通輸送都市である。西端には総面積70.35平方kmの汽水湖の浜名湖があり、うなぎ、どうまんがに、とらふぐ、しらすが特に有名である。

観光においても年間1,800万人の観光客が訪れており、今後もインバウンドを含め積極的な観光都市を目指していくと思われる。

また、農業産出額は540億円と国内第4位と日本有数の農業都市であり、「三ヶ日みかん」「米」「きく」「肉用牛」が有名であるが、農業家数は11,954戸と5年前に比べ1,901戸(14%)減少している。



浜松市の世帯・人口推移

(単位：人)

年次 (平成)	面積(k m ²)	世帯数	人口		
			総数	男	女
21	1,511.17	317,877	822,716	409,783	412,933
22	1,558.04	317,455	819,842	408,169	411,673
23	1,558.04	318,113	818,089	406,932	411,157
24	1,558.04	320,085	815,614	405,659	409,955
25	1,558.04	321,993	812,286	403,886	408,400
26	1,558.04	324,835	810,317	403,026	407,291
27	1,558.06	327,467	809,027	402,335	406,692
28	1,558.06	330,765	808,249	402,184	406,065

資料：浜松市

奥浜名湖地区 {旧引佐 (いなさ) 郡} の世帯・人口推移

(単位：人)

年次 (平成)	引佐町		細江町		三ヶ日町		合計	
	世帯	人口	世帯	人口	世帯	人口	世帯	人口
26	4,620	13,749	7,951	21,435	4,939	15,132	17,510	50,316
27	4,664	13,660	8,004	21,249	4,946	14,926	17,614	49,835
28	4,674	13,469	8,040	21,173	4,954	14,708	17,668	49,350
29	4,696	13,294	8,063	20,998	4,979	14,526	17,738	48,818

浜松市の観光交流客数

(単位：人)

資料：浜松市観光・シティプロモーション課

年度(平成)	観光交流客数	前年比 (%)	宿泊客数	前年比 (%)
23	13,000,660	86.8	2,120,705	104.9
24	16,589,757	127.2	2,303,845	108.6
25	17,497,653	105.5	2,197,762	95.4
26	18,523,649	105.9	2,281,448	103.8
27	18,275,815	98.7	2,580,294	113.1

2. 浜松市・奥浜名湖地区の現状と課題

繊維、楽器、輸送用機器の三大産業を中心とし、浜松市独特の「やらまいか(やっつやろじゃないか)精神」で国内でも有数の成長を遂げてきたが、バブル崩壊、リーマン・ショック、東日本大震災などを乗り越えてはきたものの、その間に、長期にわたるデフレ、メーカーからの海外進出要請、行政の海外進出積極支援等、地域産業を取り巻く社会的、経済的な環境は著しい変化を余儀なくされた。このような状況のなか、地域経済の再生と将来への持続的な発展のため、積極的な産業の転換政策が喫緊の課題となっており、次世代自動車、光・電子技術関連等の高度な技術への転換が急ピッチで進んでいる。

浜名湖北部に位置する当地域は、自然豊かで柑橘類、お茶などの農産物にも恵まれ、

風光明媚で歴史的遺産も多いことから、農業の他に、観光業をはじめとして小売、サービス業など商業部門を中心に発展してきた。

また、平成 29 年 NHK 大河ドラマ「おんな城主 直虎」の舞台として、全国から注目を浴び、新東名高速道路の開通、スマートインターの増設や三遠南信道路などのインフラ整備により新たな商圈の拡大、消費の拡大につながることも期待されている。

一方、急速な高齢化や人口減少などにより、売上の低下や廃業を余儀なくされるなど経営環境は実に厳しい状況にあり、各業種、業態とも総じて将来的な方向性の模索、販路拡大、後継者不足などの共通課題が残っている。

3. 奥浜名湖商工会の役割

○第 3 回認定事業の効果と改善点

1. 経営発達支援事業

- ・地域の経済動向調査については、目標（年間 2 回）は達成できたものの行政、金融機関関係シンクタンクのデータを特に小企業者に幅広くフィードバックできなかったのが反省点である。

改善点として、経営指導員等の情報収集力の向上、及び情報の整理、長期にわたって共有化できるシステムを構築する。巡回訪問を強化し小規模事業者に整理されたタイムリーな情報提供ができるスキーム作りをしていく。

- ・経営分析・需要動向調査については、専門家、地元の大学との連携が一定の効果が表れたと思料。今後もさらに外部との連携を強化し小規模事業者のモチベーションを上げていきたい。
- ・事業計画の策定については、専門家、外部団体との連携を強化し、やる気のある事業者を募集し目標を達成することができた。今後は計画策定の重要性を地域事業者幅広く訴え続け、小規模事業者の経営発達の一翼を担っていきたい。
- ・創業・第二創業支援については、専門家との連携、セミナーの開催で実施してきたが、地域性の問題、セミナー開催時期の問題等から芳しい成果を残せなかった。改善点としては、当地区の魅力発信の強化、空き店舗活用による創業者誘致の強化、浜松市が実施している企業家カフェとの関係を強化し、創業者誘致に尽力していきたい。
- ・小規模事業者販路開拓支援についても他機関が開催するマッチングフェア、展示会、商談会への参加要請を実施したが、経営指導員の推進不足から事業者への浸透は今一つであったので、改善策として事業意欲の高い小規模事業者の発掘、経営指導員の巡回強化を励行していきたい。

奥浜名湖地区の小規模事業者数

年度 (平成)	小規模事業者数	小売業	サービス業	飲食店 宿泊業	卸売業	建設業	製造業	その他
26	1,557	353	312	135	49	460	179	69
27	1,560	351	314	133	50	462	180	70
28	1,552	344	315	130	51	464	180	68

【奥浜名湖商工会管内の小規模事業者内訳】

業 種	構成比率 (%)
・小売業	22.2
・サービス業	20.3
・飲食店・宿泊業	8.4
・卸売業	3.3
建設業	29.9
製造業	11.6
その他	4.3

※商業部門（小売業、サービス業、飲食店・宿泊業、卸売業）で全体の54.2%を占める

4. 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

浜松市の産業イノベーション都市構想の戦略として、以下の項目が掲げられている。

①オープン・イノベーションの推進

・オープン・イノベーションとして、産学官金が連携し、人材・技術・資金・情報などの様々な資源を活用、投入できる体制を確立し、成長市場を創出する。

②創業・ベンチャー支援

・創業環境を整え、ベンチャーの成長などに必要な支援を進めて、ベンチャー企業が集積する「浜松バレー」の実現を目指す。

③企業力向上支援

・イノベーションの創出企業の基礎体力である経営資源のさらなる向上を支援する。

④海外ビジネス展開支援

・海外需要を取り込み、国内事業の活性化を図ろうとする意欲的な中小企業を支援する。

⑤企業立地・誘致支援

・成長分野における企業をターゲットに企業誘致等を戦略的に推進するとともに立地環境を整備する。

奥浜名湖商工会としては、浜松市の計画に沿いながら、地域の小規模事業者を最も熟知している地域の総合経済団体として、商工会の経営資源（ヒト・モノ・カネ・情報）を有効に活用し、地域のための「情報の発信基地」「充実した相談機能」「課題解決・提案力」等により、地域から信頼され、存在感があり、根気よく継続してFace to Faceで伴走型支援を実施できる「いつまでも小規模事業者に寄り添っていける奥浜名湖商工会」を目指していく。

具体的には、第1期の評価も踏まえ、事業成果を持続させるため、以下のとおり継続して取り組むこととする。

①経営状況の緻密な分析から事業計画の策定支援、実施支援まで一貫した伴走型支援を励行していく。（継続）

②意欲ある小規模事業者には、企業力向上のための集中支援を実施し、自立した持続的経営の実現を目指す。（継続）

③地域の特性、魅力を十分に生かした魅力ある街づくりを推進していく。（継続）

5. 経営発達支援計画の目標

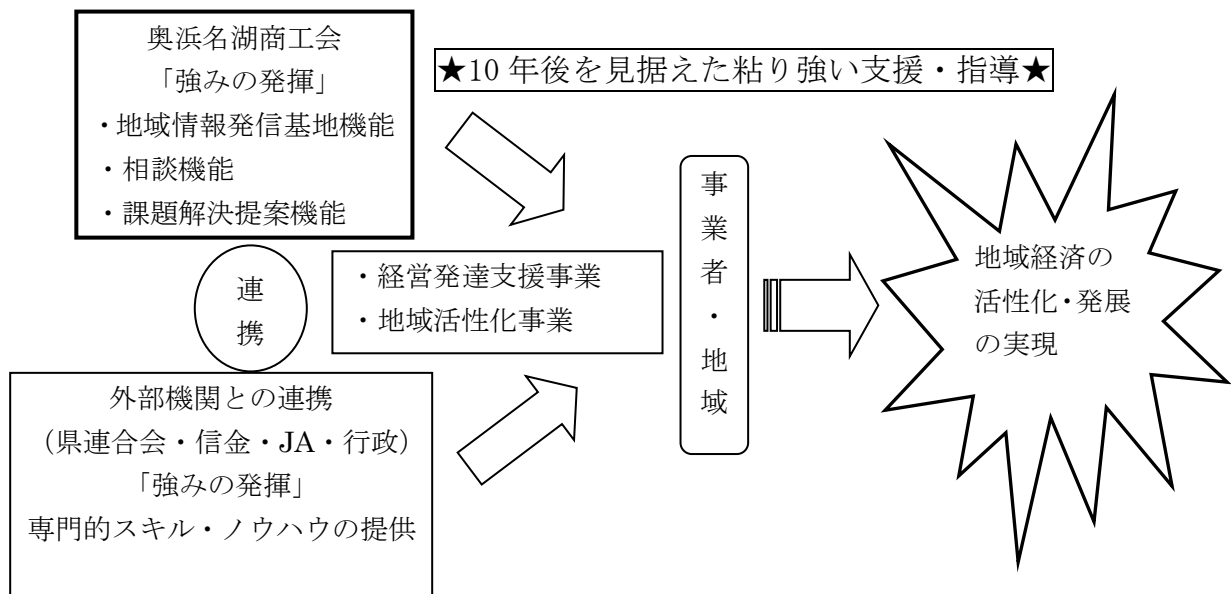
中長期的な振興のあり方を踏まえ、奥浜名湖商工会の強みを発揮し、10年後を見据えた粘り強い支援を実現するため、1期に引き続き以下の4つの目標を設定する。

- ①経営改善に向けた経営計画の策定支援（継続）
- ②創業における事業計画策定支援（継続）
- ③新たな需要開拓による経営力強化（継続）
- ④地域資源の活用による地域活性化（継続）

6. 目標達成に向けた方針

- ①小規模事業者に対して、事業計画策定の必要性の周知を図り、経営状況分析、事業計画策定、フォローアップ等の支援を実施する。
- ②創業希望者に対して、セミナー等の開催により、事業計画の重要性について理解を図り、実行力の高い計画策定及び継続したフォローアップ支援を実施する。
- ③地域支援機関との連携を強化し、商談会等の機会を増やすとともに、商談獲得や顧客取り込みに繋がる提案、情報発信のノウハウを助言し、需要開拓支援を実施する。
- ④地域活性化の最大の武器になり得る地域資源を最大限活用するために、浜松市、JAとびあ浜松、JA みっかび、大学等と連携し、長期的スパンで販売可能となる商品開発を支援していく。

【奥浜名湖商工会の強み・機能発揮と外部機関連携による地域経済の活性化】



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 35 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】

(第 1 期における取組と成果、課題)

奥浜名湖商工会地区内における小規模事業者の多くは、家内経営が主流であり、なおかつ高齢化が進んでいるため、経済動向などの情報に接する機会が少なく、情報が経営に活かされていないという課題がある。第 1 期の取組として、商工会独自で実施している実態調査結果の提供や信金系シンクタンクの各種統計調査を活用、分析し、小規模事業者には提供はしてきたものの、当地域に多い小企業者には人的資源不足や感覚的経営のため、前述の調査データや経済動向調査がまだまだ十分に浸透されていないのが現状である。

経営を持続的に発展させるには、こうした経営指導員が各種動向調査や経済指標を読み解き、わかりやすく、根気よく継続して小規模事業者に説明する必要がある、これが課題となっている。地域内の小規模事業者が必要な時に活用できる定期的な調査と発信の仕組み作りが必要である。

(今回申請の方向性)

第 1 期の反省を踏まえ、経営指導員等に訪問リストアップ表等を作成させ、巡回訪問を強化すると同時に金融機関係シンクタンクの統計データを四半期ごとに収集する。得られた情報を、地区別、業種別、時系列で分析・把握し、全職員が閲覧・使用できる共有ファイル上に世代管理し、巡回・窓口相談において小規模事業者支援に活用すると共にHPで提供する。

(1) 商工会独自の実態調査の有効活用（既存事業改善）

商工会独自で全会員（1,157 事業者）を対象に年 1 回実施している実態調査（業種=全業種、調査方法=郵送によるアンケート・一部巡回でのヒアリング）の調査項目が、今までは、業況判断DI、並びに従業員人数の調査のみであったが、今回より売上額、仕入原価、経費の変動額（比）を調査項目に追加する。アンケート回収による対前年との比較分析を有効に活用し、そのデータ調査結果をもとに、地域の経済動向を分析し、提供を行う。商工会独自の実態調査の活用は、経済動向調査において有効な手段であるため、一部調査項目を追加の上、今回も実施する。

(2) 金融機関係シンクタンクデータ等の活用（既存事業継続）

地元の浜松信用金庫と遠州信用金庫が共同で設立した静岡県西部地域しんきん経済研究所から毎月提供される①【経済レポート】、四半期に一度提供される②【しんきんパートナー=静岡県西部地域の経済調査】と③【景況レポート=静岡県西部地域の中小企業景況調査】を活用し、それらをもとに地域の経済動向を業種別、時系列にて、四半期に 1 度分析し、提供を行う。

分析項目としては、産業別業況判断DIに加え、今後の経営見通し、県西部の四輪・二輪・楽器の生産台数、消費動向、住宅着工件数、公共工事請負件数・金額、求人倍

率、市内ホテル利用状況（インバウンド）等とする。

公的統計データの活用は、経済動向調査において有効な手段であるため、今回も実施する。

(1)、(2)の調査結果は、職員全員が閲覧できる共有フォルダーに世代管理し全員が随時活用できるようにしておき、調査結果を作成し本問リストにより巡回訪問し、また、窓口相談時に情報を提供していくとともに、HPを有効に活用し情報を幅広く発信していく。

(第2期の目標)

項目	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
実態調査結果 HPでの提供回数	未実施	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
公的統計データの 分析結果の HPでの提供回数	未実施	未実施	4回	4回	4回	4回	4回

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(第1期における取組と成果、課題)

小規模事業者の持続的発展には、事業計画を策定するだけでなく、計画策定後も計画に基づいて継続的に事業を実施していく必要があるが、そのためには小規模事業者自身が自社の財務状況や強み、弱み等の現状を把握していく必要がある。

第1期において、本会で実施した経営分析は、巡回訪問時や窓口相談等のヒアリングを元にした指導員による分析が主体である。第1期の目標は達成できたが、それだけでは小規模事業者の経営状況や課題を網羅したかと言われれば、まだまだ不十分である。聞き取り内容にもバラツキがあり、経営状況分析支援、事業計画策定支援、実施支援の一貫した経営改善の支援となっていないのが現状である。

(今回申請の方向性)

第1期の反省として、小規模事業者（特に小企業者）は経営分析を実施する重要性の認識が乏しく、ノウハウも持っていない上に、経営指導員の説得力にもバラツキがあり幅広く浸透しているとは言えないのが現状である。よって今後は、経営指導員が10年後を見据えた経営分析の必要性を粘り強く説明し、そのノウハウを事業者に寄り添うかたちで、これも粘り強く提供していく必要がある。さらには、中長期的な事業計画策定の必要性、策定した計画に基づいた経営の重要性を根気よく理解させる必要がある。

(改善方法)

小規模事業者の長期的な発展に向けて、経営指導員の巡回指導・窓口相談の強化（相談リストアップ表の作成）、地元の金融機関系シンクタンクや大学との連携を通じて事業者の分析を実施し、共有ファイルでの世代管理で、いつでも使用可能なデータとして共有化を図る。

また、専門的で高度な課題については県連合会のエキスパートバンクの活用や、地域金融機関、静岡県産業振興財団コーディネーター等と連携し、丁寧且つ粘り強くサポートしていく。

(事業内容)

(1) 会計分析ソフトの活用 (既存事業改善)

巡回訪問によるヒアリングや、当地区の主要業種である小売・サービス業などに特化したセミナーの開催、窓口の相談業務により、特に売上高の減少が顕著である等、財務状況が悪化傾向にある事業者など経営分析の対象となる小規模事業者をリストアップするとともに、試算表のチェックやミロク会計経営分析ソフトの活用により、経営状況などを把握し、売上、原価、経費、利益、損益分岐点、資金繰り等の項目を基に財務分析を行う。

これらの分析結果を巡回訪問時に随時提供し、経営意欲の高い事業者に対しては、ローカルベンチマークを活用し、強み、弱み、競合、外部環境等、さらに緻密な分析を実施する。

このような分析を実施することにより、経営状態の変化に早めに気づき、早期の対話や積極支援に繋げていく効果が期待でき、同時にローカルベンチマークの活用により、第1期で課題になっていた経営指導員の分析内容や、レベルのばらつきの解消が期待できる。会計分析ソフトの活用による経営分析は、第1期の目標達成において有効な事業であるため、今回も実施する。

(2) 大学との連携 (既存事業継続)

企業のマーケティングについて社会的評価の高い常葉大学経営学部と連携し、経営意欲の高い企業や個店の経営者から現状、方向性、課題などをヒアリング、課題に対する提案を行い、小規模事業者の経営力の向上を図ることを目的とする。若者の視点からのアドバイスにより、小規模事業者の課題抽出力を高め、事業計画策定や改善活動に繋がる効果が期待できる。

第1期の目標達成において、小規模事業者の経営力向上へと繋がり、有効な事業であるため、今回も実施する。

(奥浜名湖商工会&常葉大学バリューアッププロジェクトの充実)

(3) 専門家によるセミナーの開催 (既存事業継続)

管内の小規模事業者を対象とし、喫緊の課題である、経営力の向上、後継者不足の解消、後継者資質の向上を目的とし、年1回以上「後継者育成セミナー(カリキュラムとして自社・自店の経営分析実施を盛り込む)」を開催する。

これにより、小規模事業者の経営意欲の向上、並びに次世代を担う後継者を育成する効果が期待できる。

後継者育成については、管内の小規模事業者にとって喫緊の課題であるため、今回も実施する。

(第2期の目標)

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
経営分析件数	12	14	15	20	20	20
大学との連携企業数	4	4	5	5	5	5
セミナー開催回数	3	3	4	4	4	4
セミナー・一回の参加者数	10	15	20	20	20	20

3. 事業計画の策定支援に関すること【指針②】

(第1期における取組と成果、課題)

本来、事業を安定的に持続させていくには、事業計画を策定し、その計画に基づいて諸施策を実施することが基本であるが、小規模事業者（特に小企業者）の多くは、計画の策定スキルが全くと言ってよいほど不足しており、また策定の機会が少ないことが課題であるが、第1期での事業計画策定支援の取組としては、補助金申請に絡めた事案が多かったのが現状である。その内容としては、県連合会との連携に加え、中小企業診断士2名による専門家派遣（一社につき専門家一人3回）を実施したが、補助金獲得のための策定が主眼となってしまっており、目標は達成できたものの、本来の目的である小規模事業者の10年先を見越した実現可能性の高い抜本的な計画書の策定事案は少なかったのが課題である。

(今回申請の方向性)

第1期における支援は、補助金を目的としたどちらかと言えば経営意欲の高い小規模事業者が中心であったため、事業計画の策定に比較的協力を得られやすかったのが現状である。今後は小企業者を含めた幅広い事業者に対し積極的に訪問し、事業計画策定の重要性を訴え着手させていきたい。そして長期的視点に立ち、伴走しながらきめ細かく根気よく支援していく方向である。

(改善方法)

小規模事業者の経営課題を解決するために、経済動向調査・市場調査、及び経営分析などの結果を踏まえ、小規模事業者への業計画策定支援を強化することや、外部団体である静岡県よろず支援拠点、公益財団法人浜松地域イノベーション推進機構、日本政策金融公庫、地域金融機関との連携を密にし、事業者に寄り添った伴走型の指導・助言を積極的に行うと同時に、10年先を見越した実現可能性の高い抜本的な事業計画を策定し、小規模事業者の持続的発展を担っていく。

(事業内容)

(1) 巡回訪問の強化（既存事業の改善）

経営分析を実施した地域小規模事業者に対し、事業計画策定の重要性を啓蒙する目的で経営指導員が訪問し、事業計画に基づいた経営の重要性を説明することで、事業計画策定の希望者を掘り起こす。事業計画策定を希望する小規模事業者に対しては、経営指導員が専門家の助言を受けつつ実現可能性の高い計画書の作成を支援する。

効果としては、小規模事業者が、経営指導員の指導を受けながら、自力で事業計画を作成する力がつくことが期待される。

事業計画策定には、巡回訪問が最も有効であり、事業計画の重要性を啓蒙するために今回も実施する。

(2) 個別相談、セミナーの開催（既存事業継続）

小規模事業者における事業計画策定の重要性を認識してもらうために、専門家による事業計画策定手順を説明するセミナー、及び個別相談会を開催する。

小規模事業者に対する効果としては、事業計画策定プロセスを体得し、事業計画の必要性を肌で感じてもらうことで、計画された事業に真面目に取り組む事業者の増加が期待される。

事業計画策定の掘起こしには、個別相談、セミナーの開催が効果的であるため今回も実施する。

(3) 創業支援における事業計画策定支援（既存事業改善）

第1期では、専門家による創業セミナーを年1回開催したが、平成28年度の実績として、相談数が2件、実際の創業は0件であり、期待通りの成果が出せなかった。その要因としてはセミナーの開催時期が冬期であること、セミナーの内容に魅力が無かったこと、本会による創業者への周知不足、セミナー開催後の参加者へのフォロー不足等が挙げられる。

今後の改善点としては、浜松市の主催する起業家カフェ、地域金融機関、静岡県連合会との連携強化を図り、創業希望者の発掘に注力し、セミナー開催すると共に、経営指導員の支援能力を高め、継続的支援を行う。

事業に対する効果としては、計画策定により創業の成功率が高まり、事業計画に沿った経営を実践することが持続的発展に有効であることを理解してもらえ効果が期待できる。

地域活性化には創業・起業支援が重要な課題であるため今回も実施する。

(第2期の目標)

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
事業計画策定件数	10	10	10	10	10	10
個別相談参加人数	10	12	13	14	15	15
事業計画策定セミナー開催回数	1	1	2	2	2	2
事業計画策定セミナー参加人数	10	15	20	20	20	20
創業セミナー開催回数	1	1	1	1	1	1
創業セミナー参加人数	5	7	7	8	8	8
創業支援における計画策定件数	0	1	1	2	2	3

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

(第1期における取組と成果、課題)

定期的な巡回訪問によるヒアリングや分析は実施できており、目標は達成しているものの、元来が補助金ありきの事業計画が多いため、事業者と経営指導員の双方で事業計画の策定自体が目的となっており、計画が完成した時点で支援はほぼ完了となっているケースも散見される。事業者自らが、計画を日々の経営に反映させようとする意識が本当に高まったのか、さらには経営指導員の指導力が十分に発揮できていたのかとなると懐疑的である。

(今回申請の方向性)

事業計画が完成すれば終了ではなく、事業計画が完成した時こそ真のスタートであることを地域小規模事業者に周知させるべく、粘り強く寄り添っていくのが肝要と思料。経営指導員が事業者の現状をきめ細かく分析、説明し、小規模事業者にPDCAサイクルを回すことの重傷性を説き、習慣付けさせていくのが真の伴走型支援であると肝に銘じることが重要である。

(改善方法)

巡回訪問、窓口相談によるきめ細やかな伴走型の指導・助言、そして専門家や地域金融機関を交えた手厚いフォローアップを実施する。商工会と専門家や地域金融機関

とのクロス管理を強化し、高度なレベルでの支援を可能とすることで、小規模事業者の事業が長期に渡り健全となるよう持続的発展を手助けしていく。

(事業内容)

(1) 計画策定後の巡回訪問、窓口相談の実施 (既存事業継続)

事業計画策定後に、事業計画を策定した者すべてを対象に、最低でも四半期に1度の巡回訪問、若しくは窓口相談にて、進捗状況の確認を行うとともに、直面する経営課題に対して必要な指導・助言を適宜行うことにより、早期の課題発見、改善策立案をする方法を理解してもらえ効果が期待できる。

事業計画の策定には、巡回訪問や窓口相談が最も有効な手段と考え、今回も実施する。

(2) 専門家・連携機関との連携強化 (既存事業継続)

専門家との連携により、より高度な指導を行う。また、静岡県よろず支援拠点、公益財団法人浜松地域イノベーション推進機構、地域金融機関の行う支援策について広報、案内を有効に活用することにより小規模事業者へその内容を周知し、より効果的なフォローアップ指導を実施する。

事業計画策定後の高度な指導等については、専門家・連携機関との連携強化が不可欠であるため、今回も実施する。

(第2期の目標)

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
フォローアップ回数	40	40	40	40	40	40

5. 需要動向調査に関すること【指針3】

(第1期における取組と成果、課題)

商品やサービスを提供する際に、買い手(消費者・バイヤー)のニーズがどこにあるのかという視点がなく、また調査の必要性を重視しておらず、情報収集の方法を理解できていない事業者が少なくないのが現状である。

第1期事業としては、常葉大学と連携した需要動向調査を実施し、学生の視点による消費者動向の調査はそれなりの成果は出たものの、商工会自ら行ったのは小規模事業者からの相談の都度、また経営革新計画の策定支援やものづくり補助金申請の際に、総務省の家計調査、金融機関係シンクタンクが発行する情報誌、インターネットで調査する程度であり、大学に頼りきりであったのが課題として残る。

(今回申請の方向性)

常葉大学との連携による需要動向調査は長期的に継続していきたい。同時に今まで希薄であった小規模事業者と本会職員との連携を強化し、小規模事業者がメインターゲットとする顧客への調査を実施する。

(改善方法)

本会が主催する個店塾や展示会(試食会)の参加者・バイヤーからアンケートを徴求、買い手の生の声を収集し、実態の把握、新商品開発に役立てる。

また、引き続き地元の大学、高校と連携し若者の視点から消費者ニーズの調査を実施してもらう。

(事業内容)

(1) 店頭等におけるアンケート（ニーズ）調査の実施（新規事業）

「うなぎ」「三ヶ日みかん」「みそまん」を始めとする奥浜名湖特産品の販売業者、関連業者（＝個展塾参加者）に対し、巡回を通じ需要動向調査の必要性を説明し、店頭等にて試食会を実施し、参加者へアンケート調査を実施する。買い手（消費者）のニーズを把握するための取組として、今回より新たに実施する

- ・調査方法としては、事業者と経営指導員が協働でターゲット顧客を選定し、アンケート用紙を作成する。アンケートの調査項目の基本内容は、味・価格・パッケージ・店の雰囲気・他社製品との比較・サービスの満足度とする。
- ・事業者は店頭等にて、試食及び実際の商品を手にとってもらい、参加者へアンケート調査を実施する。（1社：50～75名程度）
- ・アンケート調査は、経営指導員が集計・分析を行い、事業者へ提供し、商品の改良や新商品の開発に繋げていく。

(2) ビジネスマッチングフェアでのニーズ調査（既存事業改善）

地元中小企業（特に工業）の販路拡大、商談機会創出のために開催される、浜松信用金庫が主催（遠州信用金庫・浜松商工会議所が共催）するビジネスマッチング in 浜松（出展数=600社・入場者数=7,500人）、浜名商工会が主催する浜名チャレンジマッチングフェア（出展数=50社・入場者数=500人）、湖西市商工会が主催する湖西 Neo テクノフェア（出展数=80社・入場者数=1,000人）に小規模事業者を積極的に出展させる。出展品に対するアンケート調査をバイヤーに実施し、生の声を収集する。

第1期でも実施したが、市場動向を敏感に察知するには、このような外部機関の開催するフェア等に積極的に参加することが重要であるため今回も実施する。なお、今回は、今まで参加に消極的であった工業系小規模事業者を中心に声掛けを行う。

- ・調査方法としては、事業者と経営指導員が協働でアンケート用紙を作成する。調査項目としては、商品に対する評価（取引の可能性）、取引条件（掛率・ロット等）とする。
- ・参加事業者は、会場にて、バイヤーへアンケート調査を実施する。（1社：20名程度）
- ・アンケート調査は、経営指導員が集計・分析を行い、事業者へ提供し、商品の改良や新商品の開発、販路拡大の戦略等に繋げていく。

(3) 地元の大学・高校との連携（継続事業改善）

地元の常葉大学との連携は継続していくのは勿論だが、地元の県立浜松湖北高校からも連携要請がある。そうすると大学生のみならず、高校生の生の声も聞けることになり、地域小規模事業者にとっては長期に渡り、大変有意義な事業へと広がっていく。

若者の視点による地域業者との意見交換会、SWOT分析等を実施し、これにより事業者は市場動向や若年層のニーズを把握することができ、学生の立場からは、有意義な社会参加を体験できることで、大きなシナジー効果が期待できる。

第1期において、大きな成果があったため今回も継続して実施する。

- ・調査方法としては大学生に高校生を加え、学校にてアンケート、ヒアリングを実施する（1社：50名程度）。対象事業者は、食品を扱う製造小売業とし、調査項目としては、若者の生の声（味・価格・パッケージ・価格感・商品への要望等）とする。
- ・アンケート調査は、経営指導員が集計・分析を行い、事業者へ提供し、その結果を基に商品の改良や新商品の開発に繋げていく。

(第2期の目標)

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
店頭でのアンケート調査 実施事業者数	未実施	10	10	15	15	20
店頭での アンケート回答目標数	未実施	50	50	75	75	75
ビジネスマッチング 実施事業者数	未実施	3	3	3	4	4
学生による調査実施 事業者数	4	4	4	4	4	4

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】

(第1期における取組と成果、課題)

本会地区内においては、創業（開業）率よりも廃業率の方が大幅に高く、その実態を「シャッター通り」などと表現されているように、商店（街）の復活をさせるための施策が重要不可欠であるが、事業者の高齢化、後継者不足により新たな需要を発掘しようとする情熱は希薄である。

そのようななかで、第1期では、需要開拓事業として、イベントや祭りを通して地域小規模事業者（小売業・飲食業・サービス業）に販売機会を提供。特に平成29年はNHK大河ドラマ「おんな城主 直虎」が奥浜名湖を舞台としており、多くの観光客がこの地を訪れているため、地元事業者のPR、新商品の開発等において支援を実施してきた。

しかしながら、これらの支援はその場限りの支援に留まっており、顧客を継続的に取り込むことができず、多数の来場者に対しての有効なマーケティングができていないのが課題である。

また、第1期で浜松市北区連絡協議会と連携して取り組んだ飲食業を中心とする展示会（試食会）は出店者数、来場者数の問題から需要の開拓には繋がらずメリットが出ないと判断し継続しないこととする。

工業系においては、販路拡大、商談機会創出のために、浜松信用金庫が主催（遠州信用金庫・浜松商工会議所が共催）するビジネスマッチング in 浜松（出展数=600社・入場者数=7,500人）、浜名商工会が主催する浜名チャレンジマッチングフェア（出展数=50社・入場者数=500人）、湖西市商工会が主催する湖西Neoテクノフェア（出展数=80社・入場者数=1,000人）への参加を推奨しているが、本会からの周知不足、説明不足もあり、今一つ機運が盛り上がっていないのが現状である。

(今回申請の方向性)

NHK大河ドラマ「おんな城主 直虎」が年末に終了するため、ドラマ終了後の当地区における新たな需要の開拓が喫緊の課題であるが、いきなり高レベルで実現が難しい事業をやろうとしても、小規模事業者には無理が生じるため、第1期の事業を分析・活用しさらに掘り下げて改善していく。

(改善方法)

小規模事業者を元気にするために、本会イベントへの参加要請、近隣商工会、公益財団法人静岡県産業振興財団、公益財団法人浜松地域イノベーション推進機構、地域金融機関などと連携して各種マッチングへの積極参加を推し進めていく。

同時にホームページ等を活用させWEBマーケティングでどのようにインターネット

を活用して販路開拓をしていくかを支援する。

(事業内容)

①商業、サービス系への支援

(1) 地元の大学・高校と連携しての新商品開発を支援 (既存事業改善)

現状において連携している常葉大学浜松キャンパス経営学部の地域貢献サークル「Cocoa」に加え地元の県立浜松湖北高校とも連携し、若者の目線による新商品開発(小売業)を支援する。(年一回のバリューアッププロジェクト=約5か月間の活動)これにより、事業者の商品開発意欲を抑揚させ持続的な事業活動が期待できる。

第1期で実施した参加企業より好評であったため今回も実施する。なお、今回は、大学生だけではなく、高校生にも参画してもらい、幅広く若者の意見を収集する。

(2) 「ニッポンセレクト.com」等へのチャレンジ (新規事業)

全国商工会連合会が運営する全国各地の地域産品通販サイト「ニッポンセレクト.com」等を巡回、窓口相談時に周知活用し、小規模事業者の販路拡大を支援する。

このような企画へチャレンジすることにより、地域小規模事業者の経営意欲の向上、商品開発意欲の向上が期待できたため、今回新たに実施する。

(3) 個店塾を開催しての集客支援 (既存事業継続)

当商工会が主催する個店塾「奥浜名湖寺子屋プロジェクト」(年一回=2か月間の実施)を開催し、地域内一般顧客の掘り起こしを支援。参加者へのアンケート、ヒアリングを実施する。SWOT分析等を実施し新たな需要開拓の参考資料とする。

第1期の実施により、参加者の地域内の新たな需要開拓へ繋がったため、今回も実施する。

②工業系への支援

(1) ビジネスマッチングへの出展支援 (既存事業継続)

当商工会の支援機能をカバーするため、浜名商工会が主催する浜名チャレンジマッチングフェア(出展数=50社・入場者数=500人)、湖西市商工会が主催する湖西Neoテクノフェア(出展数=80社・入場者数=1,000人)ジネスマッチング(主に製造業)への小規模事業者の出展を後押しする。優れた製品、技術を持っていながら、今まで機会に恵まれなかった小規模事業者を掘り起こし、出展を積極的に推奨することにより、小規模事業者の販路拡大・拡大を支援する。

第1期の実施により、小規模事業者の商談機会が拡大され、地域小規模事業者の新たな需要を地域外でも開拓できる効果が得られたため、今回も実施する。

(2) 地域金融機関(浜松信用金庫・遠州信用金庫)との連携(既存事業改善)

地域金融機関が主催し約600社が参加するビジネスマッチングフェア in はままつへのブースに積極的に出展させることで、小規模事業者の販路開拓・拡大を支援する。出展後も進捗状況、商談結果についてヒアリングするなどきめ細かなフォロー活動を行っていく。第1期の実施により小規模事業者の商談機会が拡大され、地域小規模事業者の新たな需要を地域外でも開拓できる効果が得られたため、今回も実施する。

(第2期の目標)

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
地元大学等と連携した新商品開発参加事業者数	4	4	4	4	4	4
ニッポンセレクト.com等への参加事業者数	未実施	3	3	3	4	5
上記による売上増加率	未実施	売上高前年比 3%増加	売上高前年比 3%増加	売上高前年比 4%増加	売上高前年比 4%増加	売上高前年比 5%増加
個店塾参加企業数	20	25	25	25	30	30
ビジネスマッチング参加事業者数	1	3	3	3	4	4
ビジネスマッチング参加による商談成立件数	1	1	1	1	1	1
上記による売上増加率	—	売上高前年比 3%増加	売上高前年比 3%増加	売上高前年比 4%増加	売上高前年比 4%増加	売上高前年比 5%増加

II. 地域経済の活性化に資する取り組み

(第1期における取組と成果、課題)

第1期日では、地域関係機関と連携し「奥浜名湖地域活性化ミーティング」を開催、今後の地域活性化の方向性等について検討すると計画を立てたが、1回のみで開催のみで終わってしまい、期待した効果を得ることができなかった。

(今回申請の方向性)

「奥浜名湖地域活性化ミーティング」に代わる、新たな仕組みを立ち上げ、地域の活性化の方向性や課題、対応策について協議を行う。

(改善方法)

「奥浜名湖地域活性化協議会」(仮称)を立ち上げ、地域の魅力の発掘方法、地域の活性化、にぎわいの創出方法、地域内小規模事業者の製品のブランド化の方法、地域全体の10年先の方向性について検討すると共に、地域経済の活性化のための事業実施の支援を行う。

(事業内容)

(1) 奥浜名湖地域活性化協議会の立上げ(新規事業)

本会を事務局として、浜松市、静岡銀行、浜松信用金庫、遠州信用金庫、奥浜名湖観光協会、NPO法人奥浜名湖街づくりネット等の団体に商業部、工業部、青年部、女性部を加えた「奥浜名湖地域活性化協議会」(仮称)を結成し年間2回の会議を実施する。

会議では、地域の魅力の発掘方法、地域の活性化、にぎわいの創出方法、地域内小規模事業者の製品のブランド化の方法、地域全体の10年先の方向性について検討を行い、地域の各支援機関との情報共有を図る。

地域活性化には、各支援機関との連携強化が不可欠であるため今回新たに実施する。

(2) 商店街個店塾(既存事業継続)

本会が事務局となり、静岡県西部地域しんきん経済研究所と連携して、商店街個店塾(店主自らが講師となり自店についての講義を行う=まちゼミ)を年1回開催する。個展塾の開催により、個店及び商店街の認知度を上げ、新たな顧客獲得により、地域活性化を図る。

第1期においても実施したが、地域内商店街の活性化が期待されるため今回も引き続き実施する。

(3) 有麺店プロジェクト・スイーツプロジェクト（既存事業継続）

本会が事務局となり、奥浜名湖観光協会、静岡銀行、浜松信用金庫、遠州信用金庫、などと連携して、奥浜名湖地域の飲食業のPR、消費拡大を目的とした「有麺店プロジェクト」「スイーツプロジェクト」のキャンペーン（パンフレット作製やイベント開催）を実施する。

第1期においても実施したが、地域内飲食店等の活性化が期待されるため今回も引き続き実施する。

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み

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウなどの情報交換に関すること

（第1期における取組と成果、課題）

第1期の事業を鑑みると、物理的に本会単独では、小規模事業者への支援ノウハウなどの提供には限界があると痛感した。また、第1期の計画では、「細江警察署管内職場防犯管理協会協議会」のなかで金融機関との連携に取り組む予定であったが、本会の周知不足、また防犯対策のための協議会ということで、経営発達支援事業とは体質が異なることから賛同を得られず未実施となった。また、支援機関を対象とした「目利き力向上研修」においても、支援機関がおのおので取り組んでいるため、開催までには至らなかった。

このような結果を基に、今後は前述の「奥浜名湖地域活性化協議会」（仮称）の中において、経営発達普及事業についても、積極的な情報交換を実施することにより、新たな需要の開拓を進める基盤を構築していく。

（今回申請の方向性）

具体的には、各団体が持っている「強み・情報・支援ノウハウ」の共有が図れる情報交換会の場を設け小規模事業者の新たな需要の開拓を進めていく。

（改善方法）

浜松市内商工会連絡協議会（浜北商工会、天竜商工会、浜名商工会、奥浜名湖商工会）に湖西市商工会、新居町商工会を加えた近隣6商工会と、浜松商工会議所の連携を強化する。（地域経済動向・需要動向に関する情報交換、情報の共有化）

地域信用金庫（浜松信用金庫・遠州信用金庫）、並びに信金系シンクタンク（静岡県西部地区しんきん経済研究所）との連携を強化する。

（事業内容）

(1) 経営力向上研修の実施（新規事業）

奥浜名湖地区の支援機関（本会・静岡銀行・浜松信用金庫・遠州信用金庫・松本税理士事務所・宮澤税理士事務所）を対象とする「地域経営力向上研修会」を年一回以上開催することにより、地域内小規模事業者の全体的な現状、財務内容、実施している支援方法、地域の中長期的な見通しについて、積極的に情報交換を行うとともに、情報の共有化を図る。

地域の支援機関が一元化されることにより、小規模事業者への中長期的な伴走型支援をスムーズに行うことができ、事業者も安心して経営の安定化に取り組むことが可能となるため、今回新たに実施する。

(2)信用金庫系シンクタンクとの連携強化（既存事業継続）

友好関係にある「静岡県西部地域しんきん経済研究所」と情報交換の頻度を増やし（四半期に一度を目標とする）、地域の経済状況、需要の動向、業種別の現況、静岡県西部地域の中長期的な展望について情報交換を行うとともに情報の共有化を図る。

定期的に地域経済動向を把握することで、小規模事業者にタイムリーな情報を提供でき、地域の動向にマッチした経営戦略を立てられるようになるため、今回も引き続き実施する。

上記（1）（2）を実行することにより、組織として支援に係る成功事例や地域振興における先進事例を吸収できる効果が期待できる。

2. 経営指導員などの資質向上などに関すること

（第1期における取組と成果、課題）

経営発達支援計画の実施には、経営指導員などの「人間力」に依るところが少なくない。合併以降、経営指導員の減少を余儀なくされ、一人ひとりの業務負担の増加は否めない。

第1期においては、県連合会の研修会等に参加し、個人のレベルアップを図ることはできたが、職員一人あたりの業務量の増大等により、OJTによる若手職員への育成指導が不十分となった。さらには経営指導員全員の高齢化が進んでいるうえに、職員の能力にバラツキがあるのが大きな課題である。

（今回申請の方向性）

若手経営指導員の採用、育成が急務であり、OJTによる若手職員の育成に積極的に取り組んでいくと共に、経営指導員のみならず組織全体として、他の職員の支援能力の向上と支援ノウハウを共有できる仕組みを構築していく。

（改善方法）

経営指導員等が、小規模事業者が事業計画に基づいた経営を進めることができるノウハウを習得するためにOJTとOFF-JTの組合せを加味した研修を実施し支援能力のレベルアップを図っていく。

情報・支援ノウハウ共有の観点からは、同行巡回による資質向上策、マニュアルの整備、成功事例・支援ノウハウのデータベースによる共有化等、組織で管理、保有できる体制を構築していく。

（事業内容）

(1) 専門家・県連合会による研修会への参加（既存事業継続）

業務知識、経営知識、コンサルティング能力、提案力を向上させるため、県連合会による研修等を受講し、研修会の報告書等は、組織内の共有ファイルに職員がいつでも閲覧可能なデータとして管理する。これにより職員一人一人のレベルアップを図ることと共に、情報の共有化、財産化が期待できる。専門家・県連合会による研修会は職員の資質向上には有効であるため、今回も実施する。

(2) OJT の実施（既存事業改善）

若手職員については、日常業務においてベテラン経営指導員とペアを組み、小規模事業者の支援を行うことで、指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなど、税務、労務、経営について一通りの指導ができる経営指導員の育成を目標とする。積極的な OJT の実施により、伴走型の支援能力の向上が期待できるため今回も実施する。

(3) Web 研修、外部研修会への参加 (OFF-JT) (既存事業改善)

全国商工会連合会の Web 研修や、県商工会連合会が主催する研修の参加に加え、県や市、地域金融機関、他の商工会が主催するセミナー、研修に経営指導員を年間 3 回以上参加させ、研修会の報告書等は、組織内の共有ファイルに職員がいつでも閲覧可能なデータとして管理する。これにより小規模事業者の重要課題である売上高向上や利益の確保を重視した経営支援能力の向上が期待でき、職員の更なる資質向上を図ることがと共に、情報の共有化、財産化が期待できる。Web 研修、外部研修会への参加は、職員の資質向上には有効であるため、今回も実施する。

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

(第 1 期における取組と成果、課題)

理事、監事などの内部有識者に加えて、税理士、中小企業診断士などの外部有識者の活用により、客観的な評価を行うことができた。

第 1 期の目標は、ほぼ達成することができ、概ね良い評価であったため、今回も継続して実施する。

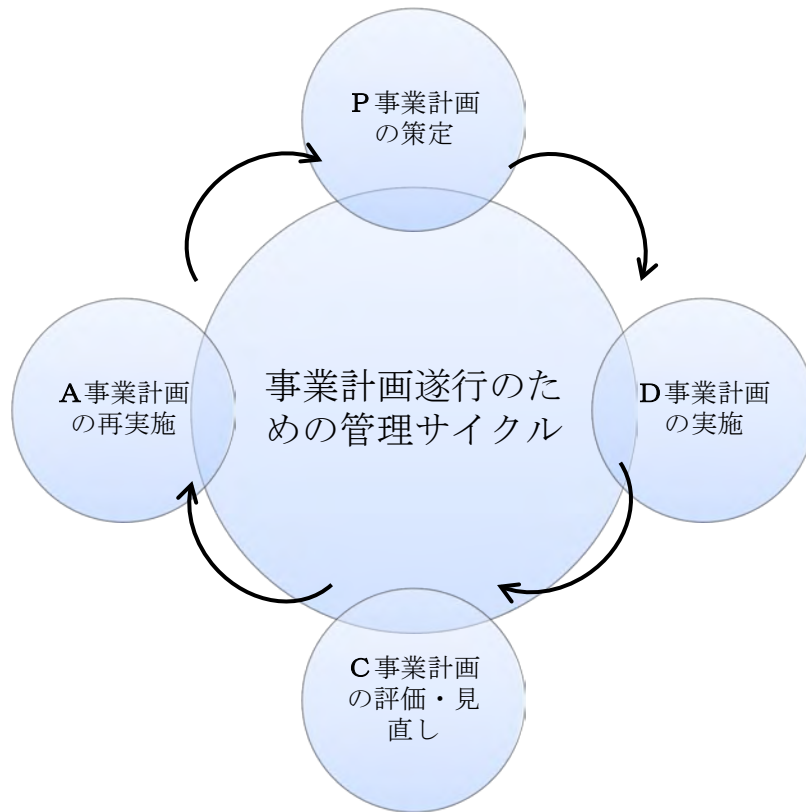
(事業内容)

本計画に記載の事業の実施状況および成果について、理事、監事などの内部有識者や、税理士、中小企業診断士などの外部有識者の活用により事業の実施状況、成果の評価・見直し案を協議し、提示を行うとともに速やかに実行に移していく。具体的には以下の方法により評価・検証を行う。

- (1) 監査時 (年 2 回) において奥浜名湖商工会の正副会長、税理士、中小企業診断士など外部有識者 (会員外)、行政に依頼し評価・見直しを行う。
- (2) 事業の成果・評価・見直しの結果については、正副会長会議へ報告し承認を受ける。
- (3) 事業の成果・評価・見直しの結果を奥浜名湖商工会のホームページなどで計画期間中公表する。
- (4) 事業を評価・見直した結果を速やかに実行・改善に移していく。

(1) ~ (4) のサイクルをまわすことにより、地域小規模事業者への支援の質を向上させる効果を期待できる。

【事業計画遂行のための管理サイクル】



(別表 2)

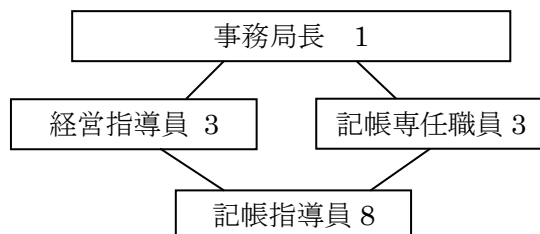
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

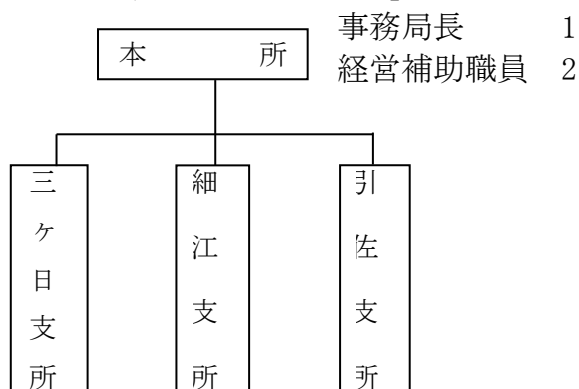
(1) 組織体制

(平成 29 年 4 月現在)

【経営発達支援事業を確実に実施するための体制】



【奥浜名湖商工会全体の組織】



細江支所	支所長（経営指導員） 1	引佐支所	支所長（経営指導員） 1
	記帳専任職員 1		記帳専任職員 1
	記帳指導員 3		記帳指導員 2
三ヶ日支所	支所長（経営指導員） 1		
	記帳専任職員 1		
	記帳指導員 3		

(2) 連絡先

○奥浜名湖商工会 細江支所
浜松市北区細江町気賀 595-1
053-527-2600

○奥浜名湖商工会 引佐支所
浜松市北区引佐町井伊谷 766-1
053-542-1515

○奥浜名湖商工会 三ヶ日支所
浜松市北区三ヶ日町三ヶ日 500-21
053-524-1121

URL : www.okuhamanako.sakura.ne.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)

年 度	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
必要な資金の額	8,450	8,550	8,550	8,650	8,650
小規模企業対策事業費					
1. 経営分析・需要調査事業	1,170	1,170	1,170	1,170	1,170
2. 事業計画策定・実施支援事業	2,260	2,260	2,260	2,260	2,260
3. 創業・第二創業（経営革新）支援事業	160	160	160	160	160
4. 小規模事業者販路開拓支援事業	500	600	600	600	600
5. 地域活性化事業	4,310	4,310	4,310	4,410	4,410
6. 経営発達支援事業向上事業	50	50	50	50	50

(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、手数料、国補助金、県補助金、市補助金、事業委託費など

(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
<p>(1) 経済動向調査 県連合会の小規模企業景気動向調査・中小企業景況調査、静岡県西部地域しんきん経済所の調査結果を有効に活用し、それらをもとに地域の経済動向を調査、分析する。</p> <p>(2) 経営分析 とくに難しい案件については、県連合会エキスパートバンク、地域金融機関、公益財団法人静岡県産業振興財団などと連携し、専門知識を有する中小企業診断士などの専門家を有効に活用する。</p> <p>(3) 奥浜名湖商工会&常葉大学 バリューアッププロジェクト 常葉大学経営学部と連携し、企業や個店から現状、方向性、課題などをヒアリングし、課題に対する提案を行い、企業や個店の経営力の向上を図る。</p> <p>(4) 事業計画の策定、実施支援 小規模事業計画策定などに関するセミナーなどを静岡県よろず支援拠点、公益財団法人浜松地域イノベーション推進機構、地域金融機関と連携して開催するとともに、事業計画策定後についても連携してフォローアップ指導を行う。</p> <p>(5) 創業・第二創業支援</p> <p>①創業支援セミナー 創業支援セミナーを地域金融機関（遠州信用金庫）、公益財団法人浜松地域イノベーション推進機構、日本政策金融公庫、税理士法人坂本&パートナー、浜北商工会浜名商工会と連携して開催する。</p> <p>②創業・新事業展開セミナー 創業・新事業展開セミナーを公益財団法人浜松地域イノベーション推進機構と連携して開催し、当地域の起業希望者の発掘を行う。</p> <p>③経営革新セミナー 経営革新セミナーを公益財団法人静岡県産業振興財団と連携して開催する。</p> <p>(6) 小規模事業者販路開拓支援</p> <p>①浜名商工会・湖西市商工会ビジネスマッチング 近隣商工会と連携してビジネスマッチング（主に製造業）を開催し、積極的に当地区の工業者にPR、紹介する。</p> <p>②浜松信用金庫・遠州信用金庫 しんきんビジネスマッチング</p> <p>(7) 地域活性化事業</p> <p>①有麺店プロジェクト・スイーツプロジェクト 奥浜名湖地域の飲食業（うどん・そば店、製麺業、洋菓子・和菓子）のPR、消費拡大を目的としたキャンペーンを奥浜名湖観光協会と連携して実施する。</p> <p>②商店寺子屋プロジェクト 地域経済の活性化、商店街の認知度、店主のモチベーションの向上を目的として、商店主によるまちゼミを静岡県西部地域しんきん経済研究所と連携して開催する。</p>

連携者及びその役割

名 称	代表者	住 所	電話番号
静岡県商工会連合会	前 澤 侑	静岡市葵区追手町 44-1	054-255-8080
遠州信用金庫	守 田 泰 男	浜松市中区中沢町 81-18	053-472-2111
浜松信用金庫	御 室 健 一 郎	浜松市中区元城町 114-8	053-450-3250
静岡県西部地域しんきん 経済研究所	俵 山 初 雄	浜松市中区東伊場二丁目 7 番 1 号	053-452-1510
常葉大学（経営学部）	酒 井 大 策	浜松市北区都田町 1230 番地	053-428-3511
公益財団法人静岡県 産業振興財団	櫻 井 透	静岡市葵区追手町 44-1	054-273-4430
静岡県よろず支援拠点	住 川 順 一	静岡市葵区黒金町 20 番地の 8	054-253-5117
公益財団法人浜松地域 イノベーション推進機構	山 崎 勝 康	浜松市中区東伊場二丁目 7 番 1 号	053-489-8111
日本政策金融公庫	横 井 信 二	浜松市中区板屋町 111 番地 2 号	053-454-2342
浜北商工会	村 松 辰 芳	浜松市浜北区小松 4744-2-1	053-586-2048
浜名商工会	鈴 木 克 明	浜松市西区雄踏町宇布見 4859-15	053-592-3111
奥浜名湖観光協会	戸 田 達 也	浜松市北区細江町気賀 429 番地の 1	053-522-4720
税理士法人 坂本&パートナー	坂 本 孝 司	浜松市中区高丘西 2 丁目 9-27	053-437-7117
静岡県事業引継ぎ支援 センター	清 水 至 亮	静岡市葵区黒金町 20-8	054-275-1881

【役割】

(1) 静岡県商工会連合会

当商工会だけで実施する経済動向調査は自ずと調査標本母数に限界があるが、静岡県商工会連合会が行う調査は調査規模が大きく、調査結果に対する事業者からの信憑性、信頼性が高い。

(2) 遠州信用金庫

創業支援セミナーなどで連携することにより、経費面での負担軽減と集客力アップという効果が期待できる。

(3) 浜松信用金庫

当商工会にはないビジネスマッチング機能を有する浜松信用金庫と連携することにより、販路拡大、売上アップという事業者の満足度の向上につながる。

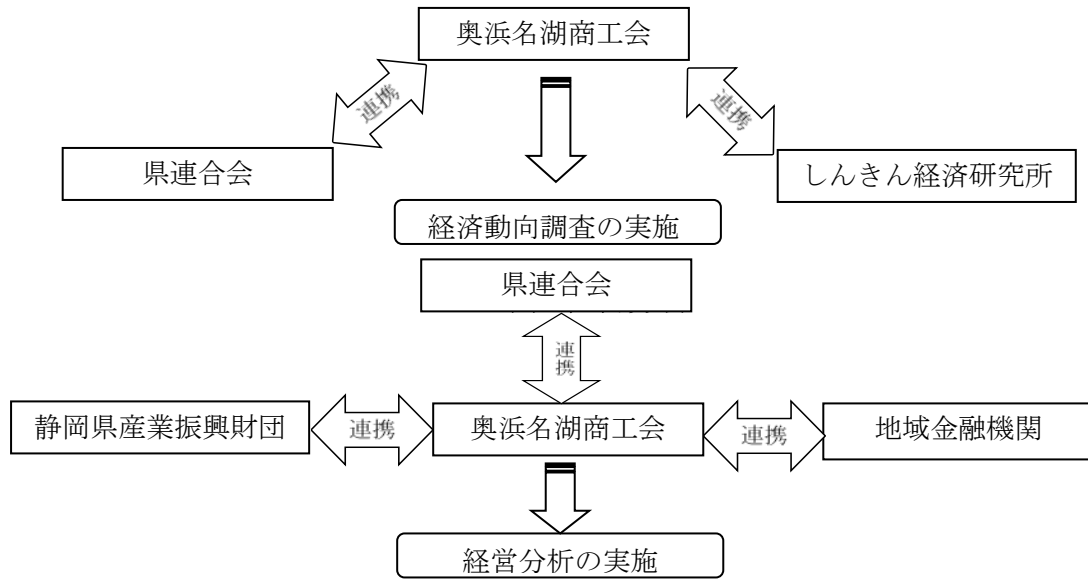
(4) 静岡県西部地域しんきん経済研究所

まちゼミのノウハウを持つ静岡県西部地域しんきん経済研究所と連携することにより、商工会内のノウハウの蓄積と商店の活性化につながる。

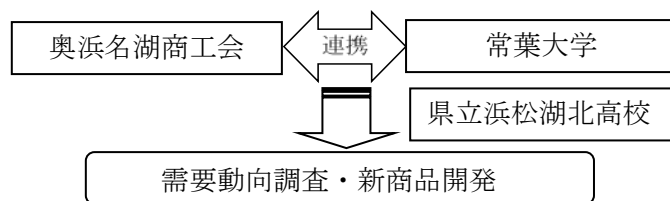
- (5) 常葉大学経営学部・県立浜松湖北高校
従来からの商工会経営指導に固執することなく、学生独自の視点や感性で商店を元気にする提案が期待できる。
- (6) 公益財団法人静岡県産業振興財団
経営革新取得に精通した職員、専門家を有する公益財団法人静岡県産業振興財団と連携することにより、商工会経営指導員のスキルアップにつながるとともに、経営革新を取得したいという潜在的な事業者の掘り起しが可能になる。
- (7) 静岡県よろず支援拠点
経営セミナーなどで連携することにより、経費面での負担軽減と経営指導員のスキルアップ、集客力アップという効果が期待できる。
- (8) 公益財団法人浜松地域イノベーション推進機構
創業支援セミナーなどで連携することにより、経費面での負担軽減と経営指導員のスキルアップ、集客力アップという効果が期待できる。
- (9) 日本政策金融公庫
創業支援セミナーなどで連携することにより、創業者が最も関心の高い金融支援（借入の方法、事業計画策定・返済計画の策定のポイントなど）を提供することが可能になる。
- (10) 浜北商工会
当商工会では取扱いの少ない経営革新、創業を実績の豊富な浜北商工会と連携することにより、事業者の取得チャンスの増加につなげるとともに、奥浜名湖商工会内のノウハウの蓄積にもつなげていく。
- (11) 浜名商工会・湖西市商工会
当商工会にはないビジネスマッチング機能を有する浜名商工会と連携することにより、販路拡大、売上アップという事業者の満足度の向上につなげる。
- (12) 奥浜名湖観光協会
奥浜名湖地域の観光面に深く関与している奥浜名湖観光協会と連携することにより、個店の販売促進方法選択肢の拡大、PRの充実など相乗効果が期待できる。
- (13) 税理士法人坂本&パートナー
創業支援セミナーなどで連携することにより、同法人の強みである会計で企業経営を強化することや、集客力アップという効果が期待できる。
- (14) 静岡県事業引継ぎ支援センター
連携することにより、円滑な事業、経営資源の承継を支援することができる。

連携体制図等

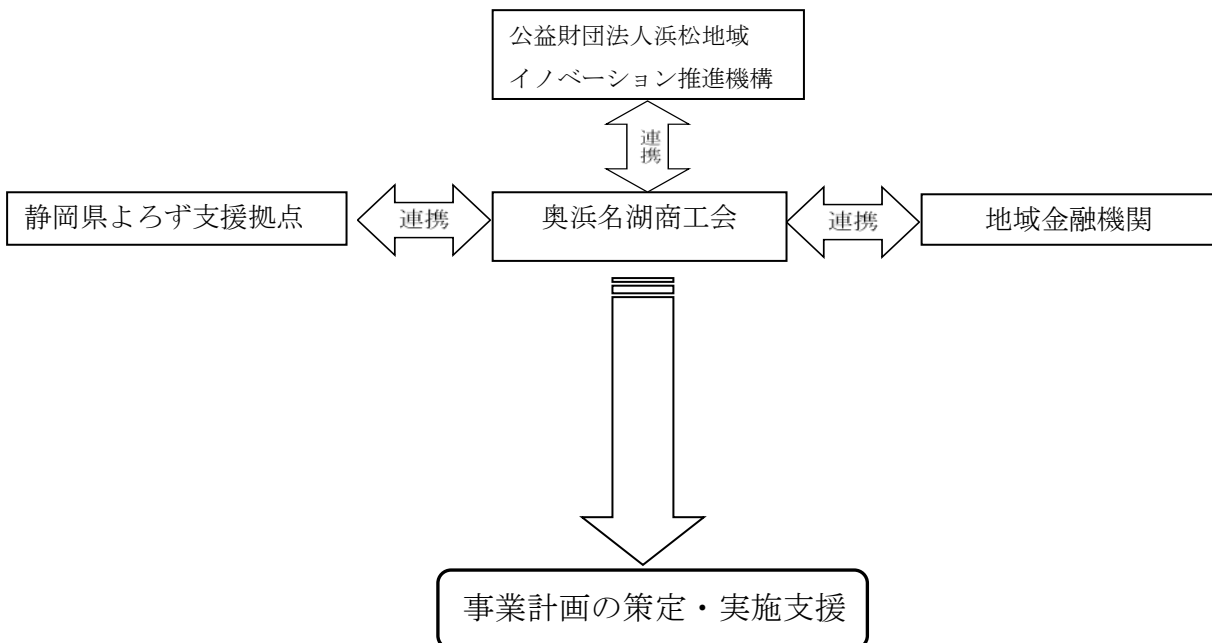
(1) 経済動向調査



(3) 需要動向調査

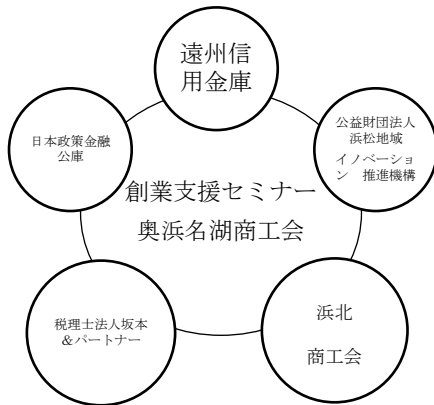


(4) 事業計画の策定・実施支援

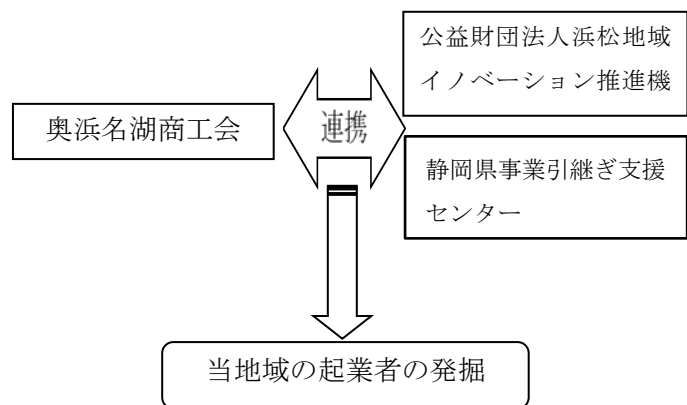


(5) 創業・第二創業支援

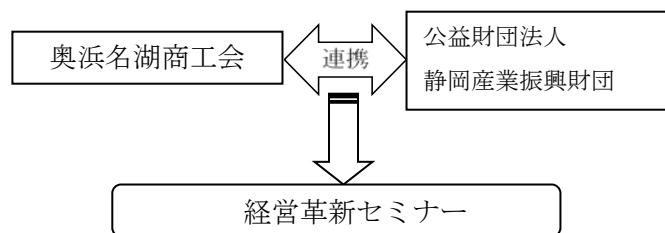
①創業支援セミナー



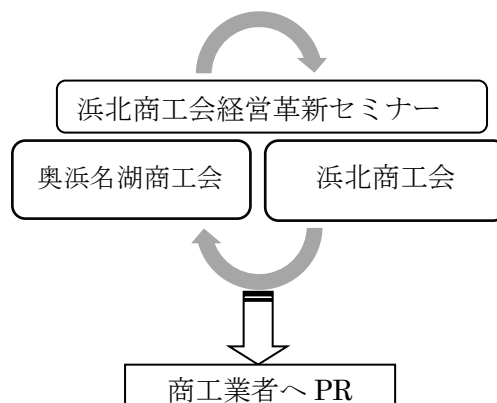
②創業・新事業展開セミナー



③第二創業・経営革新セミナー

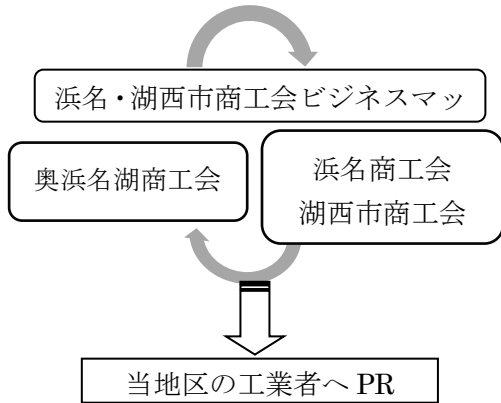


④浜北商工会経営革新セミナー

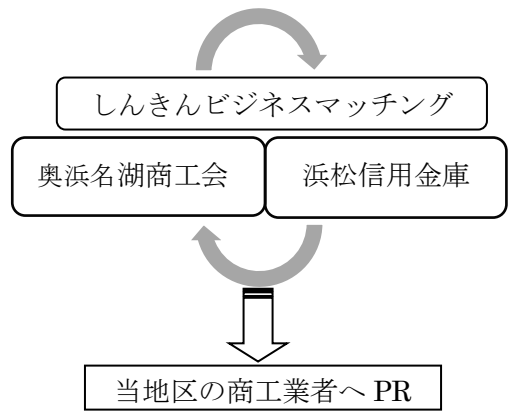


(6) 小規模事業者販路開拓支援

① 浜名商工会・湖西市商工会
ビジネスマッチング

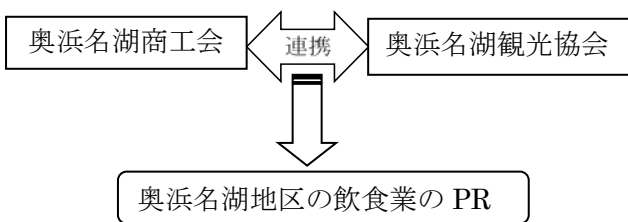


② 浜松信用金庫ビジネスマッチング



(7) 地域活性化事業

① 有麺店・スイーツプロジェクト



② 商店寺子屋プロジェクト

