

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	鳴門商工会議所 (法人番号 1480005003528)
実施期間	2019年4月1日～2024年3月31日
目標	<p>鳴門商工会議所は認定支援機関として、平成26年よりエコミックカーテンク鳴門「中小企業支援ネットワーク会議」に参画しており、鳴門市、徳島県立工業技術センター、(財)とくしま産業振興機構、鳴門公共職業安定所、JETRO 徳島事務所、地域金融機関、商店街組織、周辺商工団体と連携しており、地域内の小規模事業者、中小企業者の交流、共同販売等の企画運営に携わっている。</p> <p>今後は、国、中小企業基盤整備機構、県との連携も図り、経営発達支援計画（5年）に基づき管内小規模事業者数（約1,900）の経営課題を抽出し解決するために年間約380件以上の巡回訪問指導、窓口指導を行い、課題の解決に向けた伴走型の支援を継続することにより、管内小規模事業者のあらゆる問題の解決に努めることにより、管内小規模事業者数の減少を食い止める。</p> <p>また、既存製品のブランド化や新商品の開発や販路開拓を支援することにより管内小規模事業者の継続的な発展を支え、地域の発展に寄与することを目標とする。</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 <ol style="list-style-type: none"> 中小企業景況調査の実施 (徳島県商工会議所連合会として既に年4回実施) 全職員共通事業所調査シートの活用による小規模事業者の情報の収集・整理 各種統計データを分析して地域経済動向を調査する 経営状況の分析に関すること【指針①】 <ol style="list-style-type: none"> 巡回・窓口指導において経営状況を把握する 巡回・窓口指導日報システムに経営の状況を記載、経営に問題がある事業所の状況は1年に1回各経営指導員で情報を共有する 事業計画策定支援に関すること【指針②】 <ol style="list-style-type: none"> 事業計画策定支援による中期経営計画策定事業者を5年間で120件創出する 産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」で国の認定を受けた鳴門市と連携して創業計画策定支援等伴走型支援を実施することにより、5年間で25件の創業事業所を開設 セミナーや巡回・窓口相談指導時において中期経営計画策定の啓蒙を行う 円滑な事業継続・世代交代のための経営計画策定支援を行う 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 <ol style="list-style-type: none"> 事業計画策定支援後のフォローアップの実施 中小企業等経営強化法に則った付加価値額1%増加事業所を5年間で15件創出 【GAP認証（農業生産工程管理）】【HACCP認証】【有機JAS認証】等の食の認証制度を取得する小規模事業者を5年間で5件創出する 事業計画策定者情報を整備し各経営指導員で情報を共有化する 需要動向調査に関すること【指針③】 <ol style="list-style-type: none"> 巡回窓口指導での小規模事業者の商品・サービスの情報や可能性を把握する テストマーケティング情報や各種統計情報を調査分析提供し、中期経営計画策定及び新たな需要を開拓する基礎資料とする 需要動向調査を整備して各経営指導員で共有する 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】 <ol style="list-style-type: none"> 大阪商工会議所主催 総合型逆商談会『買いまっせ！売れ筋商品発掘市』への効果的な参加事前支援、参加中支援、参加事後支援による販路拡大支援を行う 首都圏バイヤーを中心とした生産現場見学会付ミニ商談会を開催する 『とくしまマルシェ』『なるとまちバル』への参加及び販売拡大支援を行う ITを利用した販路開拓に対する支援を行う 既存マスコミを利用した広告宣伝販路拡大支援を行う <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <ol style="list-style-type: none"> 地域経済活性化に関する取組 <ol style="list-style-type: none"> イベント開催による鳴門市の賑わい創出 鳴門のB級グルメ「鳴ちゆるうどん」のPRによる賑わい創出 鳴門市商工観光関連部署、鳴門市農林水産関連部署、(社)鳴門市うずしお観光協会、(株)鳴門市観光コンベンションとの定期的な会合の実施
連絡先	<p>鳴門商工会議所 中小企業相談所 住 所：徳島県鳴門市撫養町南浜字東浜 165-10 連絡先：電話（088）685-3748 : FAX（088）686-8080</p>

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 鳴門市の概況と沿革

【鳴門市の場所】



鳴門市は四国の東部、徳島県の東北端に位置し本州と結ぶ四国の玄関口となっている。江戸時代から塩田の開発が進み、塩の街として栄えたが塩田の廃止に伴い広大な埋め立て地が提供され中心市街地がわかりにくい街となってしまった。塩田が盛んだった影響でそこから取れるニガリ等無機化学分野の製品を生産する製造化学分野が発達し、大塚製薬㈱も当市から誕生した。

また、鳴門ワカメ、鳴門金時、鳴門鯛、梨、蓮根、大毛島らっきょう等の1次産品の出荷高が多くその1次産品を利用した食品加工業も盛んである。観光では瀬戸内海と太平洋を結ぶ鳴門海峡に起こる渦潮は世界3大潮流の一つで大小無数の渦が発生している。また、近辺に日本最大級の常設展示スペース(延床面積29,412平米)を有する大塚国際美術館もあり徳島県では1番の観光スポットである。

鳴門市への観光入込客数は、減少してきているとはいえ170万人程度はある。

人口は平成10年の65,823人をピークに減少を続けており、平成28年9月末現在59,632人(大麻町を除く当所管内人口は、48,000人)となっている。

2. 鳴門市を取り巻く商工業の課題等

【商業：卸売・小売】

商業は、かつては県北の中心地であり比較的早い昭和50年前後から大型商業施設が進出して来たこともあり、近隣の町村からも顧客を流入させていたが、2001年の北島町へのシネコン併設「フジグラン」進出をはじめに、2011年の「ゆめタウン徳島」の藍住町進出に至り、吸引力指数は76になってしまい近隣の松茂、北島、藍住、県都 徳島への流出が深刻である。

商店数は平成16年：877店から平成26年：726店に減少しており、年間商品販売額も平成16年：8,797,100万円から平成26年：6,000,400万円に減少している。従業員数も平成16年：4,896人から平成26年：3,983人に減少している。

高齢化や後継者不足、周辺地域への大型専門店の出店、ドラッグストア等の圏内過剰出店により鳴門市内の有力小売業事業所も大半が売上減少に悩まされている。後継者の育成やSNSを使った商圈の拡大支援、業態の転換支援等が課題となってくる。

【工業：製造業】

鳴門市内の工業：製造業の事業所数は微増傾向にあり、平成16年の241事業所が平成26年には252事業所程度まで増加している。これは、鳴門市内に2か所あった工業団地が完売し、そこに進出してきた事業所が増加したからだと考えられる。

工業出荷額は、平成17年の10,790,934万円から平成26年には28,451,515万円に増加している。

従業者数は、平成16年は5,091人、平成26年は、6,026人と増加している。工業の製品出荷額と従業者数が増加した要因は、当所管轄外の大麻町地区にLED製造大手の日亜化学工業が進出して本格的に増産に移った時期と一致する。

塩田が盛んだった影響でそこから取れるニガリ等無機化学分野の製品を生産する製造化学分野が発達し、大塚製薬㈱も当市から誕生した。無機化学分野で売上が10億以上ある事業所は日本でのニッチ分野でのトップ企業が多いため売上は順調に伸びている。また、大塚関連企業群も強い。

機械金属加工では近隣大手機械製造業の下請けが多いため親会社の業績に比例して業績が変動する事業所が多い。

鳴門市は1次産品の出荷額が多いため、それを利用した食品加工分野の事業所数は多い。小規模事業者がほとんどだが、独自の製品をブランド化した事業所、製造工程を画期的に見なおした事業所、経営者の世代交代が上手くいった事業所は、売上を伸ばしている。

ただ、従来からの製品を従来からのルートのみでの販売ししかない事業所は売上は伸びていないように思える。

工業での課題は、従来からの製品を従来からのルートのみで販売している事業所の啓蒙を図り、新商品

の開発やブランディングに取り組むこと。そのための経営計画の立案と遂行。新たな販路の確保支援等となる。また、独自商品の開発に成功して既にブランディングに取り組んでいる事業所については新しい販路の確保支援が重要となる。

【鳴門市内事業者数の推移】

業種	平成16年		平成18年		平成21年		平成26年	
	事業所数	従業員数	事業所数	従業員数	事業所数	従業員数	事業所数	従業員数
農林漁業	22	234	23	289	31	304	34	219
鉱業・採石業・砂利採取業	6	43	6	37	2	8	3	20
建設業	258	1757	246	1607	240	1445	203	1236
製造業	241	5091	251	4788	249	5011	252	6026
電気・ガス・熱供給・水道業	1	24	4	54	4	59	2	39
運輸業・情報通信業・郵便業	74	1136	79	1179	83	1221	73	1004
卸売業・小売業	877	4896	865	4523	838	4429	726	3983
金融業・保険業	45	429	42	383	48	385	39	312
不動産業・物品賃貸業	127	292	123	310	168	504	173	509
学術研究、専門・技術サービス業	81	257	95	394	102	403	103	317
宿泊業	42	574	42	966	45	1046	38	879
飲食業	347	1433	337	1378	325	1469	317	1568
医療・福祉業	161	3048	193	3404	213	3547	257	4133
教育、学習支援	100	357	177	1559	162	1666	167	1714
複合サービス業	29	287	37	473	31	357	27	402
その他サービス業	437	1946	444	2230	465	2381	448	2238
公務	—	—	36	717	33	648	33	668
合計	2848	21804	3000	24291	3039	24883	2895	25267

【出典 経済センサスより】

【鳴門商工会議所管内 小規模事業者数 推移】

平成16年	平成18年	平成21年	平成26年
2,254	2,231	2,219	1,919

【鳴門市内の事業所数 及び 従業者数の推移より読み取れること】

上記の数字は経済センサスからのものであることから、従業員を雇用していない事業所はカウントされていない特性がある点には注意しなければならない。

【農林漁業】

IターンやUターンしてくる新規の就農者は増加している。従業員を雇用している農林漁業者は増加している。

課題としては、名産「鳴門金時」の価格が最盛期と比して低迷してきている。「鳴門金時」の裏作の大根が暖冬が多いことにより、豊作続きで価格が低迷している。何か代替の作物を考える必要がある。現在は、試験的に『ビーツ』を栽培している事業所もあり、成功すれば販路も確定しているので期待している。

天然物は、魚価は低迷しており、漁獲高も減少している。名物の「鳴門ワカメ」の養殖は海水温の上昇と海がきれいすぎる『貧栄養化』で苦戦している。温暖化に強い新品種の開発が急務である。各事業者のトレーサビリティの確立が課題である。

【建設業】

事業所数は21.3%の減少、従業者数は29.6%の減少となっている。民間投資は、一定額であり減少はしていないようだが、公共投資が平成16年と比して減少している影響があるようだ。また、後継者不足や事業承継がきちんとできなかった等のことも理由と考えられる。

平成 25 年からは国土強靱化計画や公共施設の耐震化工事もあり公共投資は持ち直している。大手建設事業所でも最近では、人手不足感があるようで、中小事業者らの現場の人手不足は深刻なようだ。

若手と建設事業者との橋渡しをどのようにして人手不足を改善していくのが課題である。

【観光業 及び サービス業】

1. 鳴門市の概況と課題でも述べたが、観光業も鳴門市の主要産業であるが、近年では 2009 年の高速道路休日 1,000 円が導入された時がピークで 230 万人程度あったものが、主要施設でも入込客数が 20%程度落ち込んできており 170 万人程度まで減少している。また、高速道路の環境が整うとともに四国の玄関口であることで通過型の観光地となっており、ご当地の B 級グルメである「徳島ラーメン」「鳴門うどん」等の情報発信やシーカヤックや農漁業体験等の体験型観光メニューをさらに充実させ、滞在時間を多くすることにより宿泊者を増やすことが課題である。

また、インバウンドは平成 26 年～平成 27 年にかけて 2 万人～4 万人へと増加している。流入国は圧倒的に台湾、香港が多い。この中華圏へのアプローチや施設整備等も課題となってくる。

『飲食業』は事業者数はほぼ横ばいであり、従業者数は増加している。いわゆるスナックや大型宴会ができる料理屋は、減少傾向にあるが、時代を反映して「バル」「カフェ」「イタリアン」「創作料理」等の新店が開業しているためであろうと思われる。

創業時の経営相談時には、経営指導員の頭の中の情報だけでなく、統計情報を用いた開業支援が課題である。

従来からの空き店舗情報の提供や RESAS を用いた市場分析（人口構成、年間商品販売額、人の移動：from-to 分析（滞在人口）、出店候補地選定（顧客誘導施設：メッシュ分析（流動人口））、想定売上高計算（販売単価：食ベログ 流動人口数：メッシュ分析 競合数：事業所立地動向）、候補地別の想定売上高の大きさ、季節による推移を分析して、勘だけに頼らない創業支援に繋げることが課題である。

『医療・福祉業』の事業所数は増加している。これは高齢化の進展による介護施設等の増加、整体整骨院の新規開業ラッシュ、地域総合病院のリストラによる医師の開業が要因と考えられる。この業種の課題は、人手不足と高齢者の増加による社会保険の支払い金額の増加が想定される。人手不足解消のために、鳴門市やハローワークとの連携による従業員募集事業所の顔の見える化を実施することが課題。また、整体整骨院は地域内に過剰となっているので保険収入以外の所で独自性を打ち出せるかが課題となる。

『学術研究・専門・技術サービス業』『教育・学習支援業』も事業所数及び従業者数が伸びている分野である。

『学術研究・専門・技術サービス業』は、若手の仕業の開業増加が影響している。顧問先は、先輩仕業者が確保しているため、売上を伸ばすためにはコンサルタント能力が課題となってくる。また、最近では倒産件数が減少しているために競売や倒産手続きのための仕業の利用も減少していると思われる。そのために平成 21 年から 26 年にかけて従業者は減少に転じている。

『教育・学習支援業』は少子化にも関わらず、事業所数、従業者数とも激増している。

これは、学習塾の開業が激増しているからであり、全国展開している事業所等も地域外から進出してきている。

この業種で生き残るためには、全国トップ大学に多数入学者を出すようなレベルの高い塾にするか、普通の授業についていけない生徒さんを対象にして劇的に成績を伸ばすかにより、自社のセグメントを他といかに差別化するかが課題となる。地域の高校の学力を上げるためにも、ひいては定住人口増加にも繋がるので期待したい業界である。

3. 鳴門商工会議所での取組目標と方針

【中長期的な振興のあり方】

鳴門市の概ね 10 年後の人口予測は、2015 年には 59,000 人だったものが、2030 年には 50,000 人に減少することが、国立社会保障・人口問題研究所のデータにより示されている。

特に生産年齢人口である 15 歳～64 歳は、34,211 人から 27,349 人へと 20%程度減少することが予測されている。

特に地域内で商圏が形成されている小規模な卸売業・小売業・宿泊業を除くサービス業・建設業の経営を維持していくためにも全体の人口減少スピードをできるだけ遅くすることが重要となり、また優秀な従業員を確保するためにも生産年齢人口の減少はできるだけ遅くすることが最重要である。

そこで特に生産年齢人口の流出を防ぎ、流入を図るためにも、業種では特に食料品製造加工業を重点支援し、売上の増加、利益の増加を図り、事業所が雇用する従業員を増やす。また、農漁業者との 6 次化を進めることで新たな就農者、就漁者の増加を図る。

鳴門市内の生産年齢人口の減少を食い止めるために、以下のように中長期の活動を実施する。

鳴門商工会議所では、中長期的な目標として、小規模事業者の経営体質の強化や創業支援、円滑な事業承継支援等、各小規模事業者の課題に応じた支援を継続的に実施する。前述のような地域の特性や各業種ごとの課題を踏まえ徳島県、鳴門市、徳島商工会議所、小松島商工会議所、近隣商工会、(財)とくしま産業振興機構、(独)中小企業基盤整備機構、地域金融機関と連携し巡回窓口相談での課題抽出を基に創業支援、経営力強化や販売販路開拓促進支援、中期経営計画策定支援を実施して行く。

鳴門商工会議所では、平成 26 年よりエコミックゲージング鳴門「中小企業支援ネットワーク会議」に参画しており、鳴門市、徳島県立工業技術センター、(財)とくしま産業振興機構、鳴門公共職業安定所、JETRO 徳島事務所、地域金融機関、商店街組織、周辺商工団体と連携しており、地域内の小規模事業者、中小企業者の交流、共同販売等の企画運営に携わっている。

また、鳴門市では、産業競争力強化法に基づく[創業支援事業計画]を策定し国の認定を受けている。

鳴門商工会議所も参画しており、空き店舗情報の提供、ハンズオン支援等積極的に創業支援に関わっている。

また、平成 28 年度には鳴門市中小企業振興基本条例も制定され小規模事業者の経営にも良い影響が出て来ている。

具体的には鳴門市版の『創業補助金』『事業拡大補助金』『ビジネスプランコンテスト』『知的財産権取得補助金』『販路開拓支援補助金』が創設された。予算的にはまだ少額であるが、これにエントリーするために事業計画を立てたいとの相談が増加してきており、鳴門商工会議所として事業計画の策定支援に積極的に取り組んでいる。

上記のような中長期的な活動を通じて、管内小規模事業所が有する経営資源のブラッシュアップや分析、情報発信、販路開拓を支援することにより、小規模事業所の利益を最大化し、事業継続、事業承継、創業の数を最大化する。

業種では、特に食料品製造加工業に注力支援し、農漁業者との 6 次化及び新製品の開発並びに既存製品、小規模事業者自体のブランディングを推し進め、付加価値額を上げ、雇用人員を増やす。

10 年後の鳴門商工会議所管内小規模事業者数は、1,600 事業所が保てるように支援する。

【経営発達支援事業の目標】

経営発達支援計画(5 年)に基づき、管内小規模事業者 約 1,900 事業所の抱える課題の抽出とニーズの把握を行う。年間 380 件以上、経営指導員による巡回相談・窓口相談にて調査する。

それを基にして適切な経営指導を行うことにより、小規模事業者の持続的な継続発展を支援することにより鳴門商工会議所管内の発展に寄与して行くことを目標とする。

【目標①】鳴門商工会議所管内小規模事業者数の減少を止める。

経営発達支援事業の目標として、適切な努力をし、鳴門商工会議所と一緒に、真剣に経営に取り組む小規模事業者に対し、前述の連携機関とも協力して、労働生産性、売上高経常利益率、付加価値額の増加に重点を置いた事業計画の策定を支援し、鳴門商工会議所管内の小規模事業者の継続発展を目指す。

1. 【中期経営計画策定事業者 25 件／年：5 年 125 件】
2. 【中小企業等経営強化法に準じ『付加価値額』（3 年計画）1%以上増加させる事業所を創出】
【年間 3 事業所を目標とする：5 年後 15 事業所】
3. 産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」に則り 創業事業者を伴走型で支援し、鳴門商工会議所管内の小規模事業者数の減少に歯止めをかける。
【年間 5 事業所を目標とする：5 年後 25 事業所】

【目標②】 鳴門市製造業の発展と活性化に寄与する。（特に食料品製造業）

鳴門商工会議所管内では、鳴門金時、蓮根、梨、大毛島らっきょう、鳴門わかめ、鳴門鯛、天日干 干物、伝統的な製法の味噌、味噌、醤油等の地域資源が豊富である。しかし、現状では管内小規模事業者においては、1 次加工程度までしか行われておらず、消費者に直接販売している事業所が少ないのが実情である。

経営発達支援事業期間中には、自社で最終消費者まで届ける製品と体制を創り上げて適正利益を確保し、雇用や納税を増やし地域経済に貢献する事業所が増えることが望ましい。

そこで、鳴門商工会議所では、特に地域資源を利用した製造業者の新商品開発や製品のブランディングを支援する。

目標は、小規模事業所自体と既存製品のブランディング支援を 2 件／年、10 件／5 年を行う。新製品の開発支援は、2 件／年、10 件／5 年を行う。

【GAP 認証（農業生産工程管理）】【HACCP 認証】【有機 JAS 認証】等の食の認証制度を管内小規模事業者が取得できるように支援する。目標数値は、1 件／年、5 件／5 年とするとともに、東京リビックに食材を提供する事業所を管内に 3 件創出する。

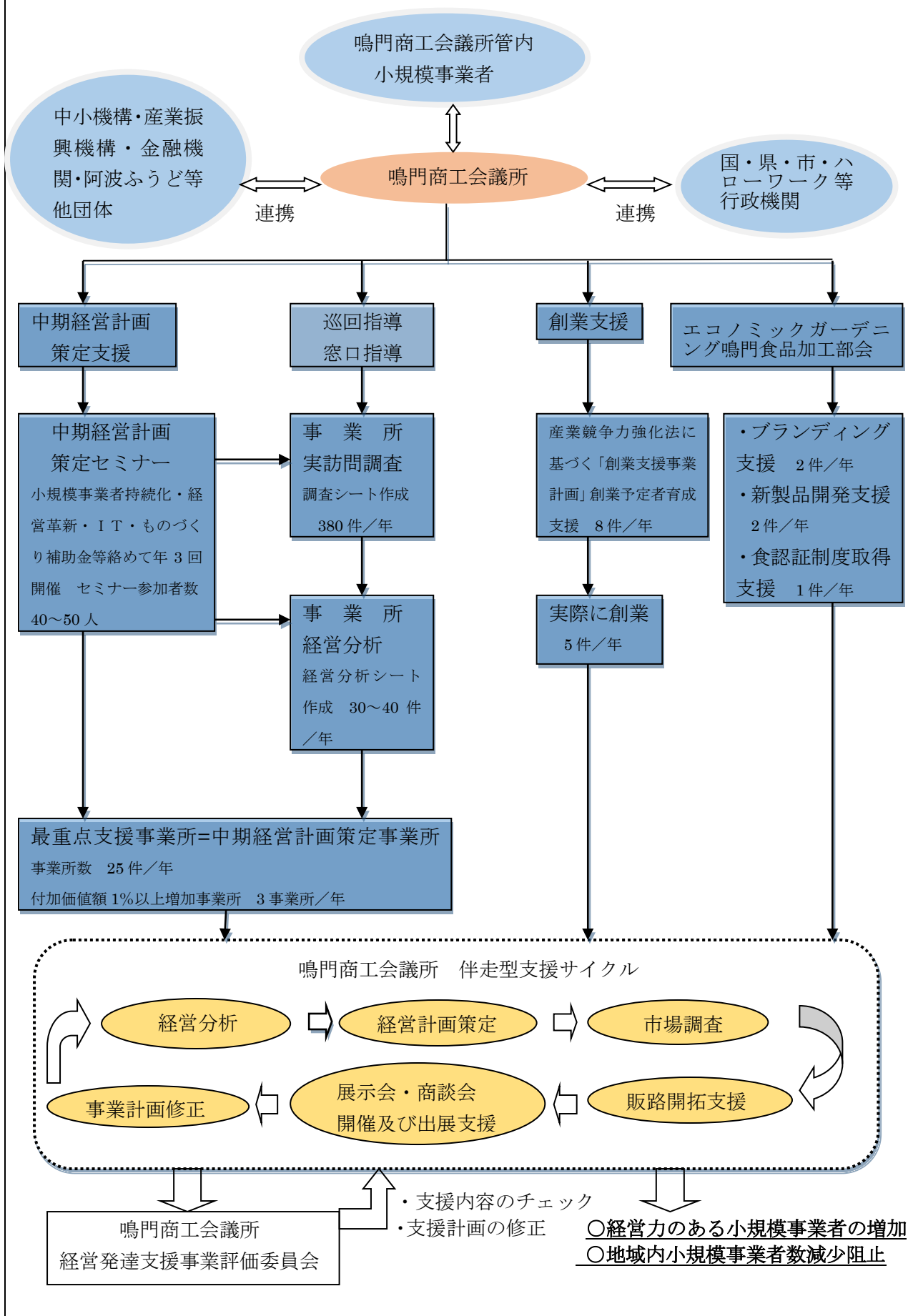
【方針①】

1. 中期経営計画策定のためのセミナーを通じて、鳴門商工会議所管内の小規模事業者の中期経営計画を策定支援することで、経営を強化し、労働生産性の向上、売上高経常利益率の向上、付加価値額の向上による経営の安定化及び継続につなげる。
2. 個々の小規模事業者の業種・業態に応じた経営環境・経営状況の分析を行った上で適切な需要を見据えた中期経営計画策定を支援し、新業態転換・新商品・新サービスの開発等を指導することで適切な利益の確保を促し、事業の継続を支援する。
3. 適正利益の確保が困難であるための後継者不在、経営者の高齢化による廃業等により小規模事業者数の減少が進んでいる現状を踏まえ、前述の鳴門市及び連携団体と協力して、後継者候補の選定支援及び円滑な事業承継支援を行うとともに、産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」に則り創業予定事業者を少なくとも 1 ヶ月以上かけて創業前指導研修を行い、創業後も伴走型の経営支援を行うことで継続性を担保し、鳴門商工会議所管内の小規模事業者数の減少に歯止めをかける。
4. 鳴門市と協力して鳴門市記者クラブを通じて小規模事業者の新商品や新サービスのマスコミへのプレスリリースを行う。また、前述の連携機関と協力して、セミナー等を通じて資金をかけないでできる情報発信媒体である SNS の効果的な使い方を支援する。
5. 前述の連携団体と協力して展示会や商談会での商流や方法、FCP シートの書き方や効果的な地域資源の利用の方法等を指導する。また、実際に参加する場合にも出展支援を行う等販路開拓を支援する。

【方針②】

1. 鳴門市や他団体と連携して取り組んでいる『エコノミックガーデニング`鳴門』の中の『食品加工部会』での連携を活かして事業者同士の連携によるセット商品開発支援やノウハウの共有を支援する。
2. 前述の連携団体と協力して、各バイヤー等にどのような地域資源を使った製品のニーズがあるのかを調査して、小規模事業者の製品開発や事業所自体や既存製品のブランディング支援に活用する。
3. よろず支援拠点との連携及びミラサポによる専門家派遣制度を利用して小規模事業所自体と既存製品のブランディング支援を行う。特に首都圏バイヤーを対象にした支援を行う。
4. 連携する行政や団体と協力して、セミナーを開催する。食の認証制度を取得すれば付加価値が高まる意識を広め、やる気のある事業所を抽出し、専門家と協力して【GAP認証（農業生産工程管理）】【HACCP認証】【有機JAS認証】等の食の認証制度を管内小規模事業者が取得できるように支援する。

【鳴門商工会議所 経営発達支援計画チャート図】



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 (2019年4月1日～2024年3月31日)

(2) 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】

徳島県全体を含んだ鳴門商工会議所管内の経済状況や景気動向、業界の動向を調査分析することで地域経済の状態、動向を把握する。

把握した地域経済の情報は、鳴門商工会議所経営発達支援計画を実施する時の基礎資料として活用することを目標とする。

(現状)

(1) 現状は、経営指導員各々が以下に示すような鳴門商工会議所内にあるデータを分析して、経営相談に乗っている小規模事業者に対し、適宜提供している。

徳島県統計戦略課 徳島県の経済情勢、公益社団法人 徳島経済研究所発行 徳島経済レポート、徳島県ハローワーク鳴門発行 月報 鳴門、徳島県商工会議所連合会 景況調査(鳴門商工会議所管内事業所 55：徳島県内合計で 306 事業所) 日経テレコンによる POS データ等により地域や業界の動向を調査分析する。【特に首都圏の食品バイヤーの仕入情報】

【事業内容：事業に対する手段・手法と成果の活用方法】

(1) 徳島県商工会議所連合会 中小企業景況調査の実施

【手段・手法】

徳島県商工会議所連合会と連携して、鳴門商工会議所管内 55 事業所を対象に四半期ごとに『売上』『受注』『収益』『在庫』『資金繰り』『雇用人員』『設備投資』『経営上の問題点』『業績見通し』『業況見通し』について実際に訪問し、アンケート調査を実施する。

【成果の活用方法】

1. 徳島県内における市場環境の変化や業況特性、業績見通し等を分析して小規模事業者の経営の持続発達のための基礎資料として活用する。
2. 調査結果を小規模事業者への巡回指導時や窓口指導時に提供し、鳴門商工会議所管内の小規模事業者の経営課題抽出時の基礎資料として活用する。

(2) 全職員共通の事業所調査シートの活用による小規模事業者の情報の収集・整理

【手段・手法】

鳴門商工会議所職員が巡回指導時や訪問時に「事業所調査シート」を必ず持参するようになる。『売上』『受注』『収益』『在庫』『資金繰り』『雇用人員』『設備投資』『経営上の問題点』『業績見通し』『業況見通し』についてヒアリングアンケート形式で調査する。

これまでは、共通の様式の「事業所調査シート」を持参せずに、各々がヒアリングでのみ事業所情報を入手していたために、調査項目が共通化されておらず、職員各々により把握情報にばらつきがあった問題点が改善される。巡回訪問は、380 件／年実施し、事業所の情報を収集する。

【成果の活用方法】

1. 収集した事業所情報は現状では、全職員が見ることができる掲示板のエクセルに各自が追記している状態であり、管内全域の小規模事業者を網羅しているとは言い難い状態である。経営発達支援計画開始と共に、管内全域の小規模事業者情報を全職員が共通の項目を収集し更新することができるようになる。鳴門商工会議所職員は全員で管内小規模事業者の情報を共有できるようになり、常に新しい事業者情報を持つことで経営課題の抽出の資料とすることができるようになる。

2. 収集した事業所情報の業種ごとの調査分析を行い、連携する行政や団体に提供することにより、各機関の小規模事業者支援施策に反映させることができる。

(目標)

鳴門商工会議所で巡回訪問時にヒアリングを行う、徳島県商工会議所連合会 中小企業景況調査及びその県内全体の景況調査に加え、「事業所調査シート」(380件/年)で調査した事業所情報、各連携機関が行っている景況調査、業界動向調査等の情報を取りまとめて、巡回訪問時、小規模事業所調査時や窓口相談時に正確で新しい情報を提供することができる体制を整え、管内小規模事業者の経営分析や中期経営計画を策定する時に資料として活用するようとする。

目標数値は以下とする。

【徳島県商工会議所連合会 中小企業景況調査：鳴門商工会議所管内事業者数】

業種	現状	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
製造業	12	12	12	12	12	12
建設業	7	7	7	7	7	7
小売業	19	19	19	19	19	19
卸売業	6	6	6	6	6	6
サービス業	11	11	11	11	11	11
合計	55	55	55	55	55	55

【事業所調査シートによる情報収集 実施事業所数】

現状	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
未実施	380	380	380	380	380

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

小規模事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、小規模事業者の経営分析を行う。

専門的な課題については、地域金融機関、公益財団法人 とくしま産業振興機構のコーディネーター、よろず支援拠点と連携し、小規模事業者の抱える経営上の悩みに対してより丁寧サポートする。

(事業内容)

(1) 巡回訪問指導、窓口指導、国県市の各種補助金申請書作成の相談業務、エコミックガーデニング鳴門経営者会、次年度からの経営計画作成セミナー、経営革新計画セミナー、事業承継セミナーの開催等により意欲的で販路拡大の可能性が高い小規模事業者を重点支援小規模事業者として抽出し、経営状況を把握する。

小規模事業者の販売する商品、提供する役務の内容、保有する技術やノウハウ、後継者候補、従業員等の経営資源の内容、財務状況、強み、弱みを抽出して把握する。

把握した内容を基に課題を抽出して解決のために指導を行う。

Iで取得した経済動向等の情報を提供して課題解決を図って行く。必要に応じて中小企業庁の「ミラサポ」「よろず支援拠点」「事業承継ネットワーク」の専門家と一緒に課題解決に当たる。

(2) 連携している地域金融機関との間で、国県市の企業向け施策や補助金情報を共有し、各支店長から職員へ各情報をフィードバックしてもらう。各金融機関職員は各種情報を顧客企業にフィードバックしてもらい、金融以外の相談窓口を鳴門商工会議所とする。鳴門商工会議所は、当該小規模事業者の経営分析を行い課題を抽出する。

(3) 定量分析たる『財務分析』定性分析たる『SWOT 分析』により経営状況を把握する。『SWOT 分析』により、強み、弱み、機会、脅威等を定性的に分析する。

定量分析たる『財務分析』は、経済産業省の財務分析システム『ローカルベンチマーク』を活用して決算書を分析する。

個々事業所の数値を『ローカルベンチマーク』に入力して「収益性」「生産性」「安全性」「成長性」項目の分析を行う。現在の自社の状況がどういった状態にあるのかを可視化して、効果的な経営支援を行う。

会計管理等に問題がある事業所には、経営状況分析の重要性を啓蒙すると同時に適切な会計管理ができるように専門的な指導を行う。

(4) 上記の経営分析から得られた課題を解決するために、具体的なアクションプランを事業所と一緒に導き出す。

(5) (1)～(4)で抽出した情報は、データベース化して全経営指導員で共有する。

(目標)

2019年度で小規模事業者の経営分析を30件行う。

5か年計画で経営分析件数を少しずつ引き上げ、2022年度には40件を目標とする。

5か年計画で管内小規模事業者数の約9%程度の経営分析を実施して各事業所にフィードバックして経営計画の策定時に活用する。

支援内容	現状	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
セミナー参加者数	40	40	45	50	50	50
経営分析件数	20	30	35	40	40	40

3. 事業計画の策定支援に関すること【指針②】

小規模事業者が経営課題を解決するため、上記1.の地域や業界の経済動向調査、上記2.の経営分析の結果を踏まえ、地域金融機関や鳴門市商工政策課、よろず支援拠点とも連携して、まずは事業計画策定支援を行う。

具体的に抽出した課題を克服するための方策をより具体的に提言し、各種専門家も帯同して課題の解決策を指導する。具体的に数字と文書にした中期経営計画を策定支援する。

創業における事業計画策定支援は、鳴門市では、産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」を策定し国の認定を受けており、鳴門商工会議所も連携しているのでそれに則って支援を行う。地域における小規模事業者が減少して行くことは、地域が衰退して行くこと、活力が衰退して行くことである。鳴門商工会議所では全職員がその認識の基 行動して行く事とする。

(事業内容)

(1) 2.にも記述したとおり、「中期経営計画策定セミナー」「経営革新計画セミナー」等を開催し、事業計画策定を目指す候補者を発見する。

経営分析を行った事業所の中から『経営者の熱意』『新商品開発の着眼点』『事業展開の構想』『円滑な事業承継』の4点を重視して最重点支援先を10～20事業所程度に絞り込む。

その中から自ら経営計画を策定したいという事業所に経営計画策定支援を行い、10～20事業所の中期経営計画の策定を支援する。

(2) 窓口相談指導、巡回訪問指導時に小規模事業者からの各種相談時に経営計画を立てて経営者自身の考えを書面で整理し具体化すること。中期経営計画を立てることの重

要性や自身の企業の5年後のあり方を考えてみることを促す。

上記と同じく『経営者の熱意』『新商品開発の着眼点』『事業展開の構想』『円滑な事業承継』の4点を重視して最重点支援先を10～30事業所程度に絞り込む。

その中から自ら経営計画を策定したいという事業所に経営計画策定支援を行い、10～30事業所の中期経営計画の策定を支援する。

- (3) 中小企業庁のミラサポに事業者登録とメールマガジンの受信を啓蒙し、各種補助金情報や商談会情報、各省庁の施策等に通じてもらうようにして、具体的な経営計画の策定のきっかけにしてもらう。

(4) 『創業における事業計画策定支援』

創業前には少なくとも1ヵ月以上の時間をかけて以下の起業前指導研修を行う。その中で自分が創業してやりたいことが、より明確になり、定量的になるため、創業の事業計画がより具体化されるだろう。

事業所の立地環境を明確にするために RESAS 等のデータを使用してより現実に近い数値での事業計画の策定支援を行う。

【経営について】

- ・経営理念(ビジョン、事業マインド等)が明確である。
- ・経営戦略(理念をもとにどのように目標・目的を達成するのか)が明確である。
- ・事業計画書(ビジネスプラン)が明確である。
- ・マネジメント能力を持っている。

【財務について】

- ・記帳能力がある。
- ・収支(損益)計画が明確である。
- ・資金繰りが理解できる。
- ・資金計画(資金調達手段、返済計画)が明確である

【人材育成について】

- ・自社にどのような人材が必要か把握している。
- ・法定福利制度を理解している。
- ・従業員の採用方法を知っている

【販路開拓について】

- ・市場調査ができています。
- ・広告宣伝(効果的なPR方法)、販促ツール(ウェブ、チラシ、カタログ・パンフレット、ポスター等)の準備ができています。
- ・店舗計画が明確である。
- ・事業所の立地環境について検討済みである。

(1) ～ (4) で得られた情報及び経営計画は全指導員が共有する。

(目標)

中期経営計画策定小規模事業者数を現状の15件から、25件まで増加させる。

小規模事業者が中期経営計画を策定することは、鳴門商工会議所管内の小規模事業者数の減少を食い止めるには、第1歩となり、必要不可欠なことである。

中期経営計画を立てる小規模事業者を増やし、鳴門商工会議所管内の小規模事業者数の減少を食い止めることは、鳴門商工会議所のレゾンデートルであり、地域の発展にも寄与するものであることを組織内での共通目標とする。

なんとしても鳴門商工会議所管内の事業所数の減少を食い止める。

創業計画策定支援に関しては、産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」に則った、起業の支援を通じて年間5件の創業者を創出することを目指す。5年後には、25件を目指す。

支援内容	現状	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
中期経営計画策定事業者数	15	20	25	25	25	25
創業計画策定事業者数	3	5	5	5	5	5

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

事業計画策定後の伴走型の支援では、販路拡大支援、従業員雇用支援、商品デザインや商品パッケージデザイン等支援が中心になると思われる。

経営計画の遂行に効果的であれば、国県市の各種助成金の申請補助へと移っていき一緒に課題を克服する。

(事業内容)

- (1) 経営計画策定後の小規模事業者等を3か月に1回は実訪して計画の進捗状況を確認する。新たな課題が発生していれば、提携している各種専門家と共に解決に当たる。
経営計画遂行に支障が出ている事業所は集中的に支援して計画遂行ができるようにする。
- (2) 現在、エコノミックガーデニング鳴門においても進めているが、地域事業者の業種ごとのメーリングリストを作成する。経営計画策定後に利用できる国県市の施策や各種補助金情報を配信する。経営計画実行時に伴走型の支援を実施中の事業者への販路開拓イベントや商談会等の情報を配信して計画実施について具体的なサポートを行う。
- (3) 中小企業庁のミラサポに事業者登録とメールマガジンの受信を啓蒙し、各種補助金情報や商談会情報、各省庁の施策等に通じてもらうようにして、具体的中期経営計画の遂行に役立ててもらおう。
もちろんその施策を利用するための具体的な伴走型の支援を行う。
- (4) (1)～(3)で得られた情報は全経営指導員で共有する。

(目標)

中期経営計画遂行事業者の中から中小企業等経営強化法に則った『付加価値額』1%以上(3年間かけて)増加させる事業所を創出する。年間目標は3件、5年間で15件の事業所の創出を目指す。

また、中期経営計画遂行事業者の中から【GAP認証(農業生産工程管理)】【HACCP認証】【有機JAS認証】等の食の認証制度を取得する小規模事業者を創出する。

年間目標は1件、5年間で5件の取得事業所の創出を目指す。

中期経営計画を立てて遂行することは、円滑な事業承継や経営の持続化に繋がる。

また、創業計画を遂行することは、管内小規模事業者数を増やす唯一の方法であり、その事業者の持続化が鳴門商工会議所の管内小規模事業者数を増やす唯一のものであることから、創業計画支援には特に重点的に取り組みたいと考えており、鳴門市等行政にも開業しやすい地域となるよう働きかけて行く。

前述したが、経営計画を立てて遂行する小規模事業者を増やし、鳴門商工会議所管内の小規模事業者数の減少を食い止めることは、鳴門商工会議所のレゾナートルであり、地域の発展にも寄与するものであることを組織内での共通目標とする。

なんとしても鳴門商工会議所管内の事業所数の減少を食い止める。

創業計画策定支援に関しては、産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」に則った、起業の支援を通じて年間5件の創業者を創出支援することを目指す。5年後には、25件を目指す。

支援内容	現状	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
経営計画策定後 フォローアップ回数	60	80	100	100	100	100
付加価値額1%増加事業所 (3年計画において)	1	3	3	3	3	3
創業計画策定後 フォローアップ回数	12	20	20	20	20	20
食認証取得事業所数	0	1	1	1	1	1

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

(1) 現状と課題

需要動向調査については、現状では、経営指導員各々が各自の判断で鳴門商工会議所内にあるデータを用いて需要動向の情報は提供してきた。ただ、直接バイヤーや消費者への調査は実施したことがない。

今後は、多様化する消費者ニーズに対応できるよう、消費者が求める商品・サービスは何かを的確に把握するため、バイヤーや消費者に対する需要動向調査を行う。得られた情報は、個々の事業者に対する新商品開発や販売戦略、サービスの向上、事業計画策定などに活用し、販路拡大を更に促進する。

(2) 事業内容

経営指導員等の巡回訪問相談・事業所調査シートによる情報収集時・窓口相談等で小規模事業者の提供する商品やサービスの種類・特徴・強みや可能性、他社との連携の可能性を把握する。合わせて、行政や民間機関等が実施する需要動向調査データを収集する。

また、中期経営計画を策定する小規模事業者の商品は、地域商社「あわふうど」を通じてバイヤーに送付してもらい、アンケート調査を実施して、どのように改良すれば自社で扱う可能性があるのか等の意見を収集して商品開発・商品改良に活かす。

また、各個社の商品やサービスを連携各機関が実施するイベント等の場を利用してテストマーケティングを行う。

これらの調査分析で得られたデータは、小規模事業者が、中期経営計画を策定する時に提供するものであり、中期経営計画策定時の需要予測、設備投資、商品開発、販路拡大等の基礎資料として活用する。

【手段・手法】

経営指導員等が巡回訪問・窓口相談時には、「事業所調査シート」を用いて小規模事業者が提供することができる商品やサービスの強み・役務・技術・ノウハウ・他社との連携の可能性について把握する。

個社の商品・サービスの消費者の需要を直接分析する基礎資料を収集するために、テストマーケティングを実施すると共にさらにその精度を上げ、より確かなものにするべく各種統計数値等を用いて分析提供することで価格設定、商品改良、新商品開発、商品パッケージ改良等を行うと共に、需要動向を反映した中期経営計画の策定を支援する。

※需要動向の情報を提供する小規模事業者は、最重点支援先である「中期経営計画策定事業所」とする。

『小売業・製造業（食料品製造加工）（観光土産品製造販売）』

1. 鳴門市うずしお観光協会が年間1回実施する広島・岡山・姫路への観光キャンペーン
2. 毎月最終日曜日に徳島市の中心街 新町川沿いで開催されている西日本最大級のこだわり産直市「徳島マルシェ」
3. 鳴門まちゼミ（鳴門まちゼミの会 鳴門商工会議所 共催）
4. 地域商社「阿波ふうど」を通じて直接バイヤーへのアンケートを実施

1～4の機会を通じて、商品サンプルのアンケート調査を実施する。

○広島・岡山・姫路での観光キャンペーン

- 【支援対象】 中期経営計画を策定した小売業・製造業（食料品製造加工、観光土産品製造販売）
- 【調査対象者】 広島（旅行代理店・テレビ局・地方新聞社）・岡山（岡山駅前）・姫路（姫路駅前）での観光キャンペーンに来場した一般消費者（約 3,000 人）のうち、主に 40 代～60 代女性層
- 【調査対象者数】 調査対象事業者（n 者）×姫路（200 人）・岡山（200 人）・広島（100 人）＝500 n 人
- 【調査回数】 年 1 回（2 月）
- 【調査項目】 味、風味、パッケージデザイン、使用原料、製品のストーリー性、市場トレンドとの整合性
- 【調査方法】 サンプル配布、試食、アンケート（記述式）実施・回収は各事業所、鳴門商工会議所職員、鳴門市うずしお観光協会職員が実施。
- 【集計活用法】 回収した調査票は、鳴門商工会議所職員が調査項目別に集計分析し、出展社へフィードバックし、マーケットインによる商品開発や事業計画策定の個社支援時の基礎資料としても活用する。

【目 標】

項 目	現状	2019	2020	2021	2022	2023
調査対象事業者数	0	2	3	3	3	3
上記調査結果の情報提供事業者数	0	2	3	3	3	3

○徳島マルシェ

- 【支援対象】 中期経営計画を策定した小売業・製造業（食料品製造加工、観光土産品製造販売）
- 【調査対象者】 徳島マルシェに来場した一般消費者（約 5,000 人）のうち、徳島県東部地域在住で食や健康に意識の高い女性層
- 【調査対象者数】 調査対象事業者（n 者）×来店者（10 人）×出店回数（12 回）＝120 n 人
- 【調査回数】 年 12 回（毎月最終日曜日）
- 【調査項目】 味、風味、パッケージデザイン、使用原料、製品のストーリー性、市場トレンドとの整合性
- 【調査方法】 サンプル配布、試食、アンケート（記述式）実施・回収は各事業所が行う。
- 【集計活用法】 回収した調査票は、鳴門商工会議所職員が調査項目別に集計分析し、出展社へフィードバックし、マーケットインによる商品開発や事業計画策定の個社支援時の基礎資料としても活用する。

【目 標】

項 目	現状	2019	2020	2021	2022	2023
調査対象事業者数	0	5	7	7	7	7
上記調査結果の情報提供事業者数	0	5	7	7	7	7

○鳴門まちゼミ

- 【支援対象】 中期経営計画を策定した小売業・製造業（食料品製造加工、観光土産品製造販売）
- 【調査対象者】 なるとまちゼミ各講座参加の一般消費者のうち、主に鳴門市近辺在住の 20～40 代の子供連れ女性層
- 【調査対象者数】 調査対象事業者（n 者）×各講座への参加者（20 人）＝20 n 人

- 【調査回数】 年1回（11月）
- 【調査項目】 味、風味、パッケージデザイン、使用原料、製品のストーリー性、市場トレンドとの整合性
- 【調査方法】 サンプル配布、試食、アンケート（記述式）実施・回収は各事業所が行う。
- 【集計活用法】 回収した調査票は、鳴門商工会議所職員が調査項目別に集計分析し、出展社へフィードバックし、マーケットインによる商品開発や事業計画策定の個社支援時の基礎資料としても活用する。

【目 標】

項 目	現状	2019	2020	2021	2022	2023
調査対象事業者数	0	3	4	4	4	4
上記調査結果の情報提供事業者数	0	3	4	4	4	4

○阿波ふうどを通じたバイヤーへのアンケート

- 【支援対象】 中期経営計画を策定した小売業・製造業（食料品製造加工、観光土産品製造販売）
- 【調査対象者】 こだわりの商品を扱う高級スーパー、百貨店、セレクトショップ等のバイヤー
- 【調査対象者数】 調査対象事業者（n者）×10社＝10n社
- 【調査回数】 年1回
- 【調査項目】 味、風味、パッケージデザイン、使用原料、製品のストーリー性、市場トレンドとの整合性
- 【調査方法】 地域商社『阿波ふうど』を通じて直接バイヤーに試食、アンケートを行う。サンプル送付、アンケート（記述式）送付、回収、分析は鳴門商工会議所が行う。
- 【集計活用法】 回収した調査票は、鳴門商工会議所職員が調査項目別に集計分析し、商品提供事業者へフィードバックし、マーケットインによる商品開発や事業計画策定の個社支援時の基礎資料としても活用する。

【目 標】

項 目	現状	2019	2020	2021	2022	2023
調査対象事業者数	0	5	5	5	5	5
上記調査結果の情報提供事業者数	0	5	5	5	5	5

『飲食業・サービス業（エステ・まつ毛エクステ等）』

1. 鳴門クリスマスマーケット（鳴門商工会議所青年部主催）
2. なんとまちバル（鳴門商工会議所、鳴門市うずしお観光協会で実行委員会を組織）

1～2の機会を通じてメニューやサービスへのアンケート調査を実施する。

○鳴門クリスマスマーケット

- 【支援対象】 中期経営計画を策定した飲食業・サービス業（エステ・まつ毛エクステ等）
- 【調査対象者】 鳴門クリスマスマーケット来場の一般消費者（約5,000人）のうち、主に若い家族連れ層
- 【調査対象者数】 調査対象事業者（n者）×100人＝100n人
- 【調査回数】 年1回（12月）
- 【調査項目】 想定価格、味、風味、使用原料、サービス技術、盛り付けデザイン等消費者の需要がわかる内容とする。

【調査方法】 サンプル配布、施術、試食、アンケート(記述式) 実施・回収は各事業所が行う。

【集計活用方法】 回収した調査票は、鳴門商工会議所職員が調査項目別に集計分析し、商品提供事業者へフィードバックし、マーケットインによる商品開発や事業計画策定の個社支援時の基礎資料としても活用する。

【目 標】

項 目	現状	2019	2020	2021	2022	2023
調査対象事業者数	0	5	5	5	5	5
上記調査結果の情報提供事業者数	0	5	5	5	5	5

○なるとまちバル

【支援対象】 中期経営計画を策定した飲食業

【調査対象者】 なるとまちバル参加の一般消費者(約 1,800 人)のうち、主に鳴門近辺在住の 40 代～60 代層

【調査対象者数】 調査対象事業者(n 者)×20 人=20n 人

【調査回数】 年 1 回 (11 月第 1 金・土曜日)

【調査項目】 想定価格、味、風味、使用原料、サービス技術、盛り付けデザイン等消費者の需要がわかる内容とする。

【調査方法】 サンプル配布、施術、試食、アンケート(記述式) 実施・回収は各事業所が行う。

【集計活用方法】 回収した調査票は、鳴門商工会議所職員が調査項目別に集計分析し、商品提供事業者へフィードバックし、マーケットインによる商品開発や事業計画策定の個社支援時の基礎資料としても活用する。

【目 標】

項 目	現状	2019	2020	2021	2022	2023
調査対象事業者数	0	4	5	5	5	5
上記調査結果の情報提供事業者数	0	4	5	5	5	5

『建設業 (ハウズビルダー、外構工事等)』

1. スマホで QR コードを読み込めば動画が再生されるソフトを備えている印刷業者と連携して、小規模事業者が施行した物件の映像化を支援する。
2. 地域の CATV 会社【テレビ鳴門株】と連携して小規模事業者が施行した物件を 3D 撮影して、スマホで VR 画像が見えるように支援する。
3. 毎年 10 月中旬に鳴門市子どものまちづくり推進協議会、鳴門市主催で開催される「鳴門の祭り」「子供のまちフェスティバル」に出展しアンケート調査を行う。

○鳴門の祭り・子供のまちフェスティバル

【支援対象】 中期経営計画を策定した建設業 (ハウズビルダー、外構工事等)

【調査対象者】 「鳴門のまつり」「子供のまちフェスティバル」に会場した一般消費者(計約 3,000 人)のうち、主に 20 代～30 代のファミリー世帯層

【調査対象者数】 調査対象事業者 1 者×50 人=50 人

【調査回数】 年 1 回 (10 月)

【調査項目】 想定価格、施行のデザイン、色調、素材、施行技術等消費者の需要がわかる内容とする。

【調査方法】 イベント会場における物件の映像及び VR 画像の視聴、パンフレット配布、アンケート(記述式) 実施・回収は事業者が行う。

【集計活用方法】 回収した調査票は、鳴門商工会議所職員が調査項目別に集計分析し、商品提供事業者へフィードバックし、マーケットインによる商品開

発や事業計画策定の個社支援時の基礎資料としても活用する。

【目 標】

項 目	現状	2019	2020	2021	2022	2023
調査対象事業者数	0	1	1	1	1	1
上記調査結果の情報提供事業者数	0	1	1	1	1	1

上記各業種のテストマーケティングの分析精度を上げるために以下の各種統計情報数値を使用する。

【「総務省統計局の家計調査：家計消費支出の動向調査」「日経テレコン POS EYES：小売商品 加工商品の価格、業種商品別需要動向調査」「RESAS 地域経済分析システム：産業マップ 観光マップ」】【GIS エリアマーケティングデータ】

年代別、性別、家族構成別、可処分所得別、居住地域別のデータを掛け合わせて各事業所の想定顧客層別の需要動向を探り中期経営計画策定時の基礎資料とする。

各種統計情報数値を鳴門商工会議所職員が分析し、商圈分析や商品分析、商品改良、新商品の開発、潜在顧客ペルソナ分析等に活かし、新たな需要につながる分析結果を導く。

それらを活用することで、マーケットインの思考で、売上の増加、利益の増加につながるように中期経営計画の策定を支援し、新たな需要の開拓を支援する。

専門的なマーケティングを駆使した高度な情報分析や提供は、中小企業庁「ミラサポ」やとくしま産業振興機構の「よろず支援拠点」のマーケティングの専門家と連携することでより効果的な情報の分析・活用ができるようになる。

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】

(1) 現状と課題

現状は展示会・商談会・催事への出展においては、出展料・宿泊費及び交通費を請求するための補助金申請補助は実施しているが、具体的に需要動向調査を実施せず、バイヤーとの商談会、展示会等では鳴門商工会議所に随行する予算もないため、現場での具体的な指導等はミラサポを使つての専門家の派遣程度、また事後指導においても事業者を通じてのバイヤーや消費者の反応を伝え聞いての指導に留まっている。課題は、可能性のある小規模事業者に対して完全な伴走型で新たな需要開拓支援ができていないことであり、今後は上記1～5を踏まえ、鳴門商工会議所管内小規模事業者を積極的に完全伴走型で支援する。

(2) 事業内容

1. 新たな販路開拓に対する支援

【地域外販路拡大支援『BtoB』①②・地域内販路開拓支援『BtoC』③④】

【地域外販路拡大支援『BtoB』①②】

鳴門商工会議所単独では大きな展示会等を開催できる規模でないために、地域外への販路を求める小規模事業者のために、関西圏及び首都圏の展示会及び商談会への参加を支援すると共に、こだわりスーパーマーケットのバイヤーを招聘してミニ商談会を開催する。

①大阪商工会議所主催 総合型逆商談会『買いませ！売れ筋商品発掘市』への参加支援による販路拡大

毎年11月に年1回開催される大阪商工会議所主催の商談会で買手企業がブースを構えて、売り手企業がそこへ売り込みに行く、事前マッチング型商談会への効果的な参加を支援し、新たな販路の拡大を支援する。

【参考】百貨店、スーパー、通販、専門店などの大手小売業等のバイヤーがブースを構え、そこに、全国の中小製造業・卸売業が直接売り込みをかける商談会、中小企業と大手小売業等との新規取引・販路開拓、商談のチャンスを提供する。前回の参加買い手企業は74社、売り手企業813社、商談総数6,085件、商談継続割合21.7%、売り手企業1人当たり商談件数5～10件程度、1商談制限時間15分。

【支援対象】中期経営計画を策定した食品製造及び加工事業者

【支援時期】10月～

【訴求対象】全国のバイヤー：百貨店、スーパー、生協、通販、専門店、飲食、ホテル等
【内 容】

商談会前には、事前にビジネスマナー研修会やバイヤーOBによる商談スキルアップセミナー、バイヤーとの商談会対策セミナー及び個別相談会を開催する。このセミナー及び個別相談会で量販店との一連の商流、FCPシートの書き方、自社ブランディング、商品パッケージ、商品輸送温度、バイヤーへのプレゼンの仕方や方法等を身に付けてもらう。

商談会参加時には、事業者のプレゼンをチェックし、都度々々、修正すべき点等を指摘することによって、少しでも実りがあるようフォローに努める。

事後支援としては、商談先のリストアップと優先順位付けを行ったうえで、商談相手との効果的な商談の進め方等をよろず支援拠点の専門家等と共に支援し、商談成約に結び付くように伴走型の支援を行う。

リストアップした商談先に対しては、商談の成否にかかわらず、商品やパッケージ、販売方法などについての評価をもらうよう指導する。ネガティブな評価については、優先的に取り組むべき課題として、当該事業者と鳴門商工会議所の間で共有し、事業者が商品のブラッシュアップを効果的に行えるように支援し、次回の商談会時に成約できるように継続して伴走型の支援を行う。

(目 標)

項 目	現状	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
商談会参加支援事業者数	0	5	5	5	5	5
成約商談件数	0	5	10	10	10	10

②鳴門商工会議所主催 生産現場見学会付ミニ商談会の開催による販路拡大（年1回）

【支援対象】中期経営計画を策定した食品製造及び加工事業者（特に、従業員5名以下の事業所）

【訴求対象】こだわり中堅スーパー

【支援時期】8月～

【内 容】

バイヤーは、会議室等で机を挟んで事業者と向かいあい、書類と画像と商品見本を見ながら話しをすることがほとんどだそうである。

経営者との会話の中からその会社の雰囲気はわかるそうだが、本当に見てみたいのは生産現場だそうである。このために、鳴門の地域資源を活用した、こだわりの食品を生産及び加工している事業所を年間5事業所ピックアップして3社/年のバイヤーを招聘して生産現場を見て頂いてからミニ商談会を開催する。

食品製造・加工事業所は、小規模事業者が多いので、招聘するバイヤーは、大手ではなく実店舗型ではこだわり商品を扱うことで有名な「福島屋」「丸岡」「こだわり屋」「ニコリーナ」等を想定しており、IT系バイヤーでは「プラネットテーブル」を想定している。

商談会前には、バイヤーとの商談会対策セミナー及び個別相談会を開催する。この対策セミナー及び個別相談会で量販店との一連の商流、FCPシートの書き方、自社ブランディング、商品パッケージ、商品輸送温度、バイヤーへのプレゼンの仕方や方法等を身に付けてもらう。

見学・商談時には、事業者のプレゼンをチェックし、移動時や休憩時に修正すべき点等を指摘することによって、少しでも実りがあるようフォローに努める。

商談会後にも、各バイヤーから各事業所の商談会出品商品に対してのアンケート調査を行い、商談成立した各商品については、一連の商流に乗せられるように伴走型の支援を行う。また商談が成立しなかった各商品についても参加バイヤーからの指摘を鑑みてブラッシュアップを図り、取り扱ってもらえるように伴走型の支援を行う。

(目 標)

項 目	現状	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
ニ商談会支援事業者数	0	5	5	5	5	5
成約商談件数	0	5	10	10	10	10

【地域内販路開拓支援『BtoC』③④】

③『徳島マルシェ』出店販売支援による販路拡大。

【参考】

『徳島マルシェ』は、毎月最終日曜日に徳島市の中心部で開催される、おしゃれな産直市である。毎回徳島県内各地のこだわり農家や食品加工事業所等が90店舗程度参加する。集客は5,000人程度、各店舗への来客数は200名程度平均であり、客層は比較的食品への意識の高い女性が多い。

【支援対象】 中期経営計画を策定した食品製造及び加工事業所、飲食業、サービス業（エステ、まつ毛エクステ等）

【支援時期】 毎月最終日曜日（年12回）

【訴求対象】 徳島県東部地域在住の一般消費者

【内 容】

鳴門市及び徳島県東部地域内において販路開拓（主に消費者）を図る小規模事業者には、『徳島マルシェ』出店販売支援を行う。

事前支援として、商品パンフレット作製支援、商品アンケート作成支援（需要動向調査用）を行う。

現場での支援として、催事出展ブース展示支援、顧客との対面販売方法支援を行う。

事後支援として、需要動向調査を反映させて、商品のブラッシュアップ支援を行う。

④『なるとまちバル』への参加及び販売支援による販路拡大。

【参考】

『なるとまちバル』は、毎年11月第1金曜日、土曜日に開催しているイベントで主催は鳴門商工会議所と鳴門市うずしお観光協会。

参加事業所数は45～58事業所程度。2日間で延べ1,800人程度の人数が参加店舗を回遊する、新規顧客開拓やテストマーケティングには最適のイベントである。参加各事業所の平均イベント集客数は30人程度、客層は鳴門市近隣在住の40代～60代の方が中心。

【支援対象】 中期経営計画を策定した食品製造及び加工事業所、飲食業、サービス業（エステ、まつ毛エクステ等）

【支援時期】 11月第1金・土曜日

【訴求対象】 徳島県東部地域在住の一般消費者

【内 容】

鳴門市内及び近隣町村内において販路拡大を図る小規模事業者には、その場として『なるとまちバル：鳴門商工会議所、鳴門市うずしお観光協会主催』を提供する。

事前支援として、新メニュー作製支援、アンケート作成支援（需要動向調査用）を行う。

イベント当日の支援として、SNSによるPR活動支援を行う。

事後支援として、需要動向調査を反映させて商品のブラッシュアップ支援を行う。

(目標)

項目	現状	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
徳島マルシェ出展支援事業者数	0	5	7	7	7	7
徳島マルシェ出展による年間売上増加目標金額	0	150万円	210万円	280万円	280万円	350万円
なるとまちバル参加支援事業所数	4	5	5	5	5	5
なるとまちバル参加支援による年間売上増加目標金額	30万円	60万円	100万円	100万円	100万円	100万円

2. ITを活用した販路開拓に対する支援

全業種の需要開拓のためにビジネスに活かすIT講習会を実施して費用をできるだけかけずに各事業者が売上増加につながるよう販路拡大を支援する。

【支援目的】 SNSの利用、及びSNSとホームページの連動による効率的効果的な広告宣伝活動に必要なスキルの修得

【支援対象】 鳴門商工会議所管内の全業種の小規模事業者（中期経営計画を策定した事業所優先）

【訴求対象】 ネットに繋がる日本全国の一般消費者（徳島県東部在住者中心）

【開催時期】 8～10月（8回）

【募集方法】 会議所報及びホームページに掲載して告知

【内容】

専門家を講師として招聘し、費用をかけずに自社や自社製品の広告宣伝を行い、売上に繋げていくための実践的なノウハウを説明する。

具体的には『Face book』初級編・中級編・上級編を各1回、『Instagram』初級編・中級編・上級編を各1回開催して、自社自体のブランディング、商品情報発信力を高めよう。

またブログの書き方セミナーを1回、安価に自分で作成できるホームページの作り方のセミナーを1回開催する。

【想定する成果】

受講者20者が、SNSから自社サイトへの誘導を実践し売上の増加につなげる。なお、事後指導として、ホームページのレスポンス率の調査や調査結果をもとにSNSへの投稿方法や内容等の変更の指導を行う。

(目標)

項目	現状	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
IT販路拡大支援事業所数	0	20	20	20	20	20
目標売上増加額（万円）	0	200	300	400	500	800

3. 既存マスコミを利用した広告宣伝による新たな販路開拓支援

現在、鳴門商工会議所では、小規模事業者等が新商品や新サービスを開始した時に、鳴門市役所の記者クラブを通じて配信して地元のマスコミ（主に地方紙 徳島新聞、地方局 四国放送、NHK 徳島支局）に取り上げてもらえるよう支援を行っているところ、その対象を関西エリアのマスコミに拡大する。

【支援対象】 中期経営計画を策定した食品製造及び加工事業所、飲食業、宿泊業

【支援時期】 通年

【訴求対象】 徳島県を含む関西圏の一般消費者

【内 容】

地元マスコミで取り上げられた小規模事業者を支援して、関西ローカル程度のマスコミに取り上げられるような企画書、タイミング、取材依頼連絡先等を、専門家を交えて研究し、関西ローカルマスコミ（特にテレビの地上波）で取材されるようにアプローチ方法等を支援する。

【期待される成果】

神戸・大阪から鳴門市までは車で2時間程度であるため、放送を通じて視聴者への動機付けができれば気軽に鳴門まで来ることが可能である。例えば土曜日午前中の関西ローカル地上波で放送されれば、土曜の午後からでも鳴門に訪れることは容易であり、取材された事業所での飲食、宿泊、買い物等の需要の増加が期待できる。

(目標)

項 目	現状	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
広告宣伝支援事業所数	0	2	2	2	3	3
目標売上増加額(万円)	0	100	200	200	300	300

Ⅱ 地域経済の活性化に資する取組

I 地域経済活性化事業

鳴門市商工政策課、近隣商工団体、公益財団法人 とくしま産業振興機構、県立工業技術センター、鳴門公共職業安定所、JETRO徳島事務所、一般社団法人 鳴門青年会議所、中心商店街、地域金融機関と連携してエコミックガーデニング鳴門「中小企業支援ネットワーク会議」を設置しており3か月に1回程度開催。

また、鳴門市観光振興課、鳴門市商工政策課、鳴門市農林水産課、鳴門市うずしお観光協会、鳴門市観光コンベンション(株)と連携して鳴門市観光部署会議を設置しており月に2回開催。

鳴門「鳴ちゆる」うどん研究会と連携して各種イベントへの出店販売やクーポン付「鳴門うどん」マップを配布している。

上記設置している会議において今後の地域の活性化の方向性を検討している。また、検討した地域活性化の方向性を踏まえ、中小企業や小規模事業者の販路拡大、新規顧客開拓や知名度向上が図れるように努めている。

(事業内容)

- (1) 鳴門市観光振興課、鳴門市商工政策課、鳴門市農林水産課、鳴門市うずしお観光協会、鳴門市観光コンベンション(株)と連携して観光部署会議を月2回行い地域の商工観光情報やイベント情報、観光商品情報等の情報交換を行っている。また地域の観光のあり方や観光客の流入方法について検討している。
- (2) また、鳴門市商工政策課、近隣商工団体、(財)とくしま産業振興機構、県立工業技術センター、鳴門公共職業安定所、JETRO徳島事務所、(社)鳴門青年会議所、中心商店街、地域金融機関等と連携してエコミックガーデニング鳴門「中小企業支援ネットワーク会議」を3か月に一回程度開催して、鳴門市内の中小企業や小規模事業者の振興策や方向性を検討している。また、検討した地域活性化の方向性を踏まえ、鳴門市内における食品加工事業所をネットワークして共同での商品開発や販売、商談会への参加等へと導いている。
- (3) 中心市街地の活性化策として鳴門市中心の大道商店街を中心に連携して、年2回「100円商店街」の開催、年1回「まちゼミ」の開催、年1回の「まちバル」の開催、年1回「いす-1GP」の開催を行っている。また、子供たちのビジネスへの意識を高めるために年1回「ジュニアエコノミーカレッジ」を開催し、100円商店街の時に実店舗を出店して実際の商品の販売を行っている。特に「100円商店街」や「まちゼミ」「まちバル」は地域の小規模事業者の新規顧客の獲得に有効であり、新規顧客を獲得できている事業所は多い。
現状でのそれぞれの参加小規模事業者数は、「100円商店街：40事業所」「まちゼミ：43講座30事業所」「まちばる：58事業所」となっている。
- (4) 鳴門市への観光客の流入を促すため、鳴門市、鳴門市うずしお観光協会と連携して実行委員会を組織して、毎年8月7日には、鳴門市撫養川周辺での「納涼花火大会」の実施、8月9日～11日まで「鳴門市 阿波おどり」の開催を行っている。
特に一昨年度までの5年間は、アニメ「うずまき NARUTO」を制作している(株)ピエロと連携して「声優ショー」や「NARUTO ショップ」の開設、鳴門～京阪神間の高速バスに「うずまき NARUTO」のラッピングバスの運行を行い鳴門市を宣伝した。
現状での人出は、鳴門市納涼花火大会が、95,000人であり、@1,000円の有料観覧席は1,200人で売切れとなった。
鳴門市 阿波おどりの人出は、3日間で95,000人、有料観覧席は5,796人であった。
一昨年度より、鳴門市が吉本興業と連携しており、阿波踊り期間中の中日に昼間のイベント

がないことから吉本新喜劇の公演を2回実施している。新喜劇観戦と夜の阿波踊りをセットにしたツアー商品も登場した。今年の実施ツアー数は5団体200人であった。

- (5) 麺が不揃いで独特の舌触りの鳴門の伝統地域食である「鳴門うどん:通称 鳴ちゆるうどん」を広め、全国に知らしめるために結成された【鳴門「鳴ちゆる」うどん研究会】と連携して地域のイベントへの出店や県外への出店、クーポン付 鳴門うどんマップを作成して淡路島の下りのPAで観光客に配布し、リピータになってもらえるように活動している。昨年度のイベントへの出店は、3回であった。

そのため、小規模事業者である鳴門うどん事業所にも観光客が訪れるようになり、事業所には喜んで頂いている。

鳴門「鳴ちゆる」うどん研究会は、17事業所で構成されており全てが小規模事業者であり、事務局は鳴門商工会議所内にある。

(目標)

各種イベント等の開催で人員的にはそろそろ限界が近づいているように感じる。

補助金の支給が切れるイベントもあるので、現在のイベント等開催回数の維持と100円商店街、まちゼミ、まちバルへの参加事業所数の増加と参加事業所のリピータ客の増加につなげることが目標となる。

現状では、「まちバル」「まちゼミ」等イベントでリピータ客が増加した事業所の割合は、30%程度と考えられるので、40%程度まで高めること。

鳴門市うずしお観光協会と連携して関西方面の旅行代理店への営業を強化して、観光客の流入の増加につなげること。

	現状	2019年 度	2020年 度	2021年 度	2022年 度	2023年 度
100円商店街参加事業所数	40	40	43	43	45	45
まちゼミ講座数：参加事業所数	43:30	45:32	47:35	47:35	50:37	50:37
まちバル参加事業所数	57	60	60	60	60	62
鳴門市納涼花火大会人出(万人)	9.5	10	10.5	11	11	11
鳴門市阿波おどり人出(万人)	9.5	10	10.5	11	11	11
鳴門うどん出店回数	3	3	4	4	4	4

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こと

(事業内容)

本商工会議所を含み、大麻町商工会、板野町商工会、上板町商工会、松茂町商工会、北島町商工会、藍住町商工会の鳴門板野地区の支援機関が集まり3ヵ月に1回「鳴門板野地区 経営指導員 研修会」を行っている。小規模事業者支援において必要な知識や情報を得るために専門家を招聘して支援ノウハウの向上に努めている。その時に2時間程度かけて各会の支援ノウハウ、支援の現状、活動情報の交換を行っている。

近隣商工会議所と連携し、セミナー等の共同開催を行う他、各単会でのセミナーの開催時には、隣接する商工会議所にも案内をし、事業者の利便を増進する。

なお、近隣商工会議所による「経営会議支援体」については、近隣3商工会議所の支援に係る担当者が4半期に1度、1ヵ所に集まり、全ての取り組むべき事業の情報交換・共有を行い、「とくしま中小企業支援プラットフォーム」連絡会議での得る情報と共に伴走型支援に活用していく。

とくしま中小企業支援プラットフォーム構成員となっている。

公益財団法人とくしま産業振興機構、徳島県商工会連合会、徳島商工会議所、鳴門商工会議所、小松島商工会議所、阿南商工会議所、吉野川商工会議所、阿波池田商工会議所、徳島県中小企業団体中央会、徳島県信用保証協会、株式会社阿波銀行、株式会社徳島銀行、株式会社四国銀行、徳島信用金庫、阿南信用金庫、徳島弁護士会、株式会社日本政策金融公庫、株式会社商工組合中央金庫、日本公認会計士協会四国会徳島部会、四国税理士会徳島県支部連合会、一般社団法人徳島県中小企業診断士会、徳島県がメンバーであり、中小企業庁の「ミラサポ」の専門家派遣の仲介を行い専門家と一緒に同行している。

職員が専門家と同行して小規模事業者の問題解決にあたるため、研修や他の商工会議所、商工会との情報交換では身に付きにくい高度な知識やノウハウを習得するのに役立っている。

2. 経営指導員等の資質向上に関すること

(事業内容)

【職種別ごとの資質の向上】

経営指導員各人が、日本商工会議所が主催する研修への参加に加え、徳島県下6商工会議所経営指導員が集う「経営指導員研修 一般コース」に年2回参加、商工会議所、商工会、中央会の指導員が集う「徳島県商工3団体 経営指導員研修会」に年4回参加、「補助員等研修会」に年1回参加することで、小規模事業者の売上や利益を確保することを重視した支援能力の向上を図る。

また、職種別ごとの資質向上目標を設定して専門的知識の習得を図る。

1. 経営指導員：従来の税務・金融中心の研修から販路開拓、事業承継、小規模事業者業務細分化と課題抽出によるIT導入支援による生産性の向上等の高度なスキルの獲得を目指す。

2. 経営支援員：記帳指導及び決算書に基づく経営分析スキルの獲得

【支援ノウハウ等を鳴門商工会議所内で共有する体制】

1. 1人の経営指導員が、日本政策金融公庫 国民生活事業のマル経融資の推薦書を書き上げた時点で経営指導員会議を開催している。その時、その事業者についての融資案件を議論すると同時に、その時々抱えている経営指導員の仕事の状況についても情報交換して、情報の共有を図っている。

2. 月に1回開催している職員会議にて研修や知り得た情報について、支援ノウハウや支援施策の有効活用等の様々な情報を全職員間で共有する。

3. 知り得た決算情報や経営分析・中期経営計画・その時々々の経営課題等を全職員が閲覧可能で見やすいデータベースを構築する。それにより、担当の経営指導員が不在の場合でも他の職員が機動的に対応できるような体制を整える。

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

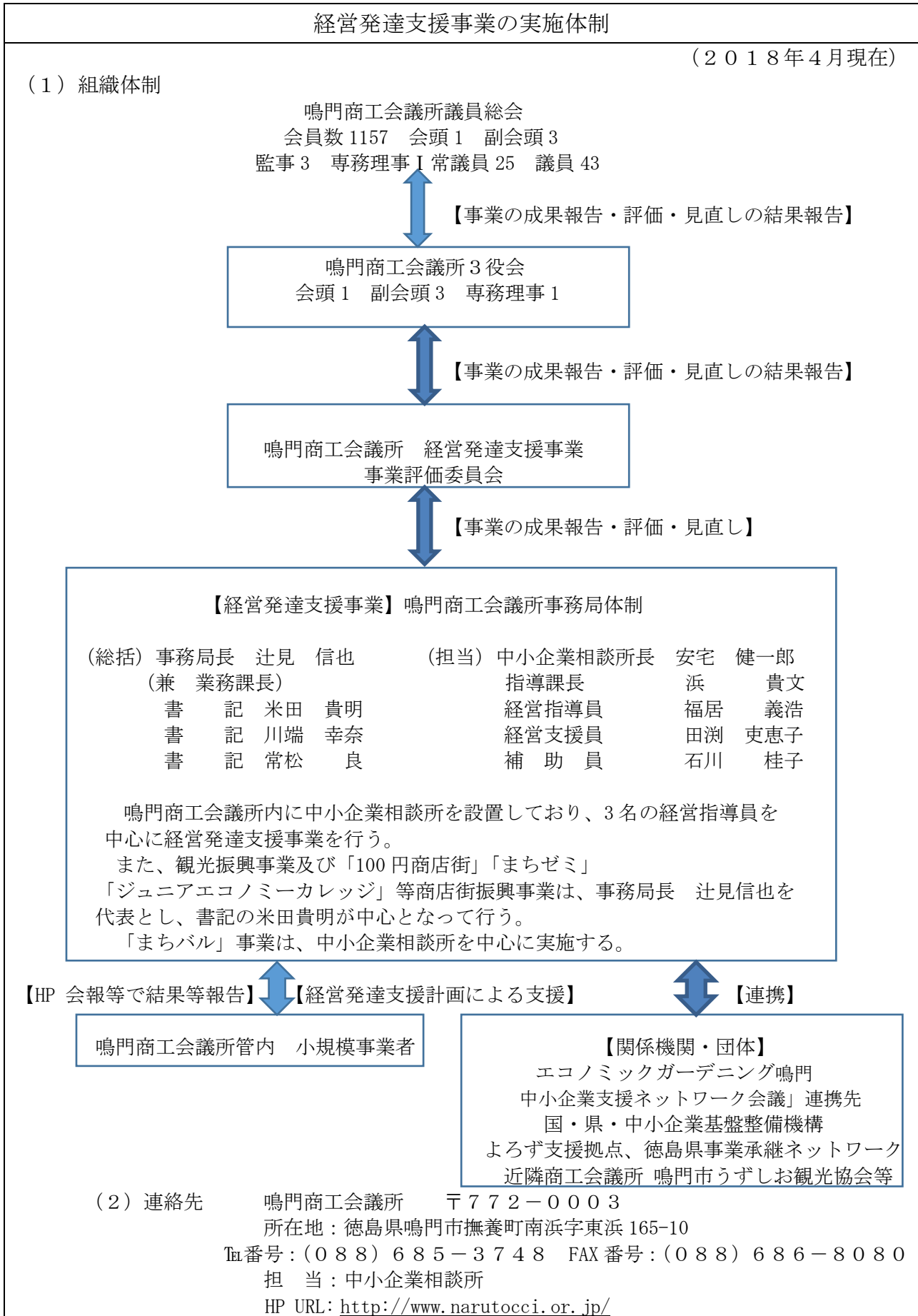
(事業内容)

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

- ① 6か月に1回 事務局での進捗状況の確認及び検証を行う。
- ② 中小企業診断士等の有識者により、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。
- ③ 1年に1回 中小企業診断士、鳴門市、関係機関等有識者を集めた事業評価委員会で事業評価を行い、見直すべき点があれば指摘する。
- ④ 事業の成果・評価・見直しの結果については、鳴門商工会議所 三役会に報告し、承認を受け、議員総会で報告する。
- ⑤ 事業の成果・評価・見直しについては、事業年度終了後、会員へ会報等で報告する。
事業の成果・評価・見直しの結果を鳴門商工会議所のホームページ (<http://www.narutocci.or.jp/>) 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



(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)

	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度	2023 年度
必要な資金の額	9 0 0 0	9 0 0 0	9 0 0 0	9 0 0 0	9 0 0 0
小規模企業対策事業費	4 5 0 0	4 5 0 0	4 5 0 0	4 5 0 0	4 5 0 0
商工業振興費	3 0 0 0	3 0 0 0	3 0 0 0	3 0 0 0	3 0 0 0
講習会開催、指導費	1 5 0 0	1 5 0 0	1 5 0 0	1 5 0 0	1 5 0 0

(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
会費収入、徳島県補助金、鳴門市補助金、共済手数料、各会事務委託費等

(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>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】</p> <p>①徳島県商工会議所連合会 中小企業景況調査分析</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること【指針①】</p> <p>①高度な経営課題を持つ小規模事業者の経営分析への専門家の派遣</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】</p> <p>①経営計画策定セミナー等の開催</p> <p>②地域資源の活用や農商工連携による経営計画策定支援のための専門家の派遣</p> <p>③円滑な事業承継のための事業計画の策定支援のための専門家の派遣</p> <p>④円滑な廃業に関する支援のための専門家の派遣</p> <p>⑤エコノミックガーデニング鳴門 経営者会でのコラボ商品や新商品開発、商品パッケージを開発するための専門家の派遣</p> <p>⑥鳴門商工会議所、徳島商工会議所、小松島商工会議所の3商工会議所が密に協調し、エリア毎に散らばる小規模事業者へ経営計画策定セミナー、経営革新計画策定セミナー等の周知を行い、一緒に開催する。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】</p> <p>①事業計画遂行のための資金繰りの支援</p> <p>②事業計画遂行時における専門家の派遣</p> <p>③【エコノミックガーデニング経営者会】</p> <p>鳴門市商工政策課とともに、鳴門市内の各小規模事業者や中小企業者に対して、実地訪問し現状や課題、強み、今後の展望、商工会議所や行政への要望等の聞き取りアンケート調査を実施して、各企業の現状分析、課題の抽出を行っている。</p> <p>その中で、食品加工部門において、やる気のある若手経営者を中心に経営者ネットワーク会議を立ち上げた。その中の活動で、企画商品の販売、お互いの販路を紹介しあうミニ商談会の開催に繋げている。</p> <p>また、具体的な相談がある事業所には商工会議所が相談窓口となり、経営分析を行い、課題を抽出して具体的な経営計画の策定支援や、販路開拓支援、金融支援、税務支援、各種補助金申請支援を行っている。</p> <p>④エコノミックガーデニング「中小企業支援ネットワーク会議」</p> <p>上記の各業者の課題、業界の問題等の情報を共有する場所として設置しており、下記が構成メンバーである。3か月に1回程度開催している。</p> <p>経営者ネットワーク会議、鳴門市、鳴門商工会議所、鳴門商工会議所青年部、大麻町商工会、大麻町商工会青年部、徳島県中小企業家同友会、鳴門市教育員会、徳島県立工業技術センター、(財)とくしま産業振興機構、鳴門公共職業安定所、JETRO 徳島事務所、鳴門青年会議所、大道商店街振興組合、(社)鳴門市うずしお観光協会、(株)テレビ鳴門、阿波銀行鳴門支店、徳島銀行鳴門支店、徳島信用金庫鳴門支店等。</p>

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

- ①専門的な情報分析のための専門家の派遣
- ②百貨店、スーパーマーケット、各種セレクトショップのニーズ調査の専門家への依頼

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】

- ①徳島県、中小機構等と連携した商談会等対策セミナーの実施
- ②商談会を開催する時の専門家の助言及び事業者の選定招聘
- ③首都圏の高単価飲食店への企画商品の提供のための助言やコンサルティング
- ④関西圏・首都圏のバイヤー対象の展示会・商談会への出店支援
- ⑤新たな顧客層を広げるための SNS ビジネス講座等の開催

II 地域の活性化に資する取組

1. 地域経済活性化事業

- ①鳴門市観光振興課、鳴門市商工政策課、鳴門市農林水産課、鳴門市うずしお観光協会、鳴門市観光コンベンション(株)と連携して商工観光部署会議を月2回開催情報交換
- ②鳴門市、中心商店街と連携して、年2回「100円商店街」の開催、年1回「まちゼミ」の開催、年1回の「まちバル」の開催、年1回「いす-1GP」の開催を行っている。
- ③鳴門市、鳴門うずしお観光協会と実行委員会を組織して、鳴門市納涼花火大会、鳴門市阿波おどり大会を開催している。

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

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

- ①関係機関との情報交換
- ②セミナー等の共同開催

2. 経営指導員等の資質向上に関すること

- ①経営指導員等の研修会への参加
- ②事業者のより高度な課題解決のための専門家の派遣に同行することによるノウハウや知識の習得

連携者及びその役割

【 役 割 】

- 1. 地域の経済動向調査に関することで、4半期に1回実施している中小企業景況調査において県内全域の動向を集計分析することができる。

○ 徳島県商工会議所連合会 会長 中村 太一

〒770-0865 徳島県徳島市南末広町5番8-8号 (KIZUNA プラザ) 1階 TEL:(088)653-3211

【 役 割 】

1. 地域資源活用したり農商工連携等を活かした事業計画策定支援のための専門家の派遣。
2. 円滑な事業承継のための事業計画の策定支援のための専門家の派遣
3. 円滑な廃業に関する事業計画策定支援のための専門家の派遣
4. 事業計画遂行時における専門家の派遣

- (独)中小企業基盤整備機構 四国本部 本部長 福本 功
〒760-0019 香川県高松市サポート2-1 高松シボルター 7F TEL(087)811-3330

【 役 割 】

1. 高度な経営課題を持つ小規模事業者の経営分析への専門家の派遣
2. 地域資源の活用や農商工連携による経営計画策定支援のための専門家の派遣
3. 円滑な事業承継のための事業計画の策定支援のための専門家の派遣
4. 円滑な廃業に関する事業計画策定支援のための専門家の派遣
5. エコノミックガーデニング鳴門 経営者会でのコラボ商品や新商品開発、商品パッケージを開発するための専門家の派遣
6. 事業計画遂行時における専門家の派遣
7. 新たな顧客層を広げるための SNS ビジネス講座の開催

- (公財)とくしま産業振興機構 理事長 熊谷 幸三
〒770-0865 徳島県徳島市南末広町5番地8-8 徳島経済産業会館2F TEL(088)654-0101

【 役 割 】

1. エコノミックガーデニング鳴門「経営者ネットワーク会議」
2. エコノミックガーデニング「中小企業支援ネットワーク会議」
3. 商工観光部署会議の開催
4. 年2回「100円商店街」の開催。
年1回「まちゼミ」の開催。
年1回の「まちバル」の開催。
年1回「いす-1GP」の開催。
5. 鳴門市納涼花火大会、鳴門市阿波おどり大会を開催。

- 鳴門市 市長 泉 理彦
担当：商工政策課 課長 阿部 聡 経済局長兼観光振興課 課長 西上 昭二
〒772-8501 徳島県鳴門市撫養町南浜字東浜170 商工政策課 TEL(088)684-1158
観光振興課 TEL(088)684-1157

【 役 割 】

1. 商工観光部署会議の開催。
2. 年1回の「まちバル」の開催。
3. 鳴門市納涼花火大会、鳴門市阿波おどり大会を開催。
4. 鳴門市阿波おどり期間中の吉本新喜劇の開催、ツアー販売

- (社)鳴門市うずしお観光協会 会長 勘川 一三
〒772-0003 徳島県鳴門市撫養町南浜字東浜165-10 TEL(088)684-1731

【 役 割 】

1. 商談会を開催する時の専門家の助言・事業者選定
2. 百貨店、スーパーマーケット、各種セレクトショップのニーズ調査

- 地域商社 阿波ふうど（とくしまブランド推進機構）

〒770-0011 徳島県徳島市北佐古1番町5番12号 JA会館 8F TEL(088)624-7362

【 役 割 】

1. プッシュ型事業承継に向けた取組を行う。徳島県事業承継ネットワーク構成機関（商工会議所、商工会、金融機関、士業等）による「事業承継診断」を通して掘り起こされた支援ニーズに対して、地域の専門家や支援機関と連携してきめ細やかな個社支援を行い、円滑な事業承継を促進する。

- 徳島県事業承継ネットワーク

〒770-8530 徳島県徳島市南末広町5番8-8号 徳島経済産業会館1階 徳島商工会議所内
TEL(088)653-3211

【 役 割 】

1. 徳島商工会議所、鳴門商工会議所、小松島商工会議所の3商工会議所が密に協調し、エリア毎に散らばる小規模事業者へ開催の周知徹底を図る。それに加えて経営発達支援計画において密な情報交換ができる。

- 小松島商工会議所 会頭 安平剛之

〒773-0001 徳島県小松島市小松島町字新港36 小松島市総合コミュニティセンター
TEL:(0885)32-3533

- 徳島商工会議所 会頭 中村 太一

〒770-0865 徳島県徳島市南末広町5番8-8号 (KIZUNA プラザ) 1階 TEL:(088)653-3211

【 役 割 】

1. 事業計画遂行のための資金繰りの支援
2. 事業承継を希望している事業者、開業を希望している事業者に対する情報交換や経営計画策定支援、遂行支援での連携が図れる。

- 阿波銀行 鳴門支店 支店長 寺西 徹

〒772-0003 徳島県鳴門市撫養町南浜字東浜663 TEL(088)686-3151

- 徳島銀行 鳴門支店 支店長 柴田 政美

〒772-0012 徳島県鳴門市撫養町小桑島字前浜181-1 TEL(088)686-3128

- 徳島信用金庫 鳴門支店 支店長 八坂 忠仁

〒772-0002 徳島県鳴門市撫養町小桑島字前浜31番地 TEL(088)685-3156

- 四国銀行 鳴門支店 支店長 溝渕 泰志

〒772-0003 徳島県鳴門市撫養町南浜字東浜294 TEL(088)685-7171

- 日本政策金融公庫 徳島支店 国民生活事業 事業統括 藤田 博史

〒770-0856 徳島県徳島市中洲町1丁目58番地 TEL(088)622-7271

【 役 割 】

1. 事業計画遂行のための効率的な営業活動支援 (GIS エリアマーケティングデータ分析提供)

- 有限会社 三星堂印刷所 代表取締役社長 黒田 裕二

〒772-0003 徳島県鳴門市撫養町黒崎字松島237 TEL(088)685-3343

連携体制図等

【連携内容及び役割は前述のとおり】

