

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>青梅商工会議所（法人番号 3013105001132） 青梅市（地方公共団体コード 132055） 奥多摩町（地方公共団体コード 133086）</p>
<p>実施期間</p>	<p>2023/04/01 ～ 2026/03/31</p>
<p>目標</p>	<p>経営発達支援事業の目標 需要を見据えた経営の促進 新陳代謝の促進 地域経済の活性化に資する事業活動の推進 地域ぐるみで総力を挙げた支援体制の整備</p>
<p>事業内容</p>	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域経済動向調査に関すること 地域の経済動向を調査。支援メニューや経営相談に活用。 2. 需要動向調査に関すること 需要動向に関する情報の収集・整理・分析・提供。 3. 経営状況の分析に関すること 商品・サービスの需要動向等を情報収集・整理・分析。経営資源の効率的活用を導き出す。 4. 事業計画の策定支援 持続的経営に向けた事業計画策定を支援。 5. 事業計画策定後の実施支援 計画の着実な実施と、P D C Aサイクルを回す仕組みを根付かせる。 6. 新たな需要の開拓支援 新たな販路開拓の支援策を講じ、国内外を問わず販路開拓する。
<p>連絡先</p>	<p>青梅商工会議所 中小企業相談所（地域振興部） 〒198-8585 東京都 青梅市 上町 3 7 3 番地の 1 TEL:0428-23-0111 FAX:0428-23-1122 e-mail:soudan@omecci.jp 青梅市 経済スポーツ部 商工観光課 〒198-8701 東京都 青梅市東青梅 1 丁目 1 1 番地の 1 TEL:0428-22-1111 FAX:0428-21-0542</p>

e-mail:div2050@city.ome.lg.jp

奥多摩町 観光産業課

〒198-0212 東京都 西多摩郡奥多摩町 氷川 2 1 5 番地 6

TEL:0428-83-2295 FAX: 0428-83-2344

e-mail:kankou@town.okutama.tokyo.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

a. 立地

当会議所の管轄区域である青梅市・奥多摩町は、大消費地である東京都心部に距離的に近く、鉄道や道路でのアクセスが良いなど、利便性が高い環境にある。また、大規模な工場の集積や高い技術力を持つ工業や充実した商業活力、さらには、奥多摩、御岳山・御岳渓谷等の観光地が多数あり、東側から順に「工業中心エリア」「商業中心エリア」「観光中心エリア」と地域分けすることができる。

また、奥多摩町は、東京都の中で一番広い自治体(225.53km²)で東京都(島嶼部を除く)の約10分の1の面積を有しその94%が森林に覆われており、環境省が平成17(2005)年度に実施した全国の「巨樹・巨木林調査」では、1,000本を超える巨樹が確認されている「日本一巨樹の多いまち」となった。



所有形態別現況森林面積

単位：ha

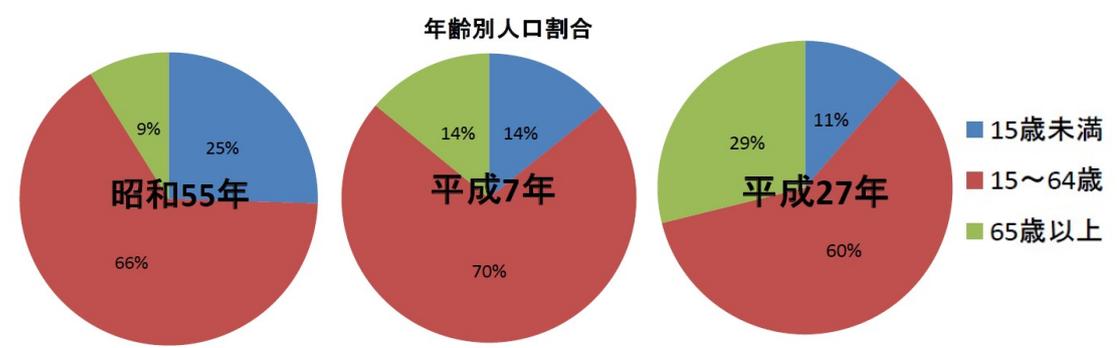
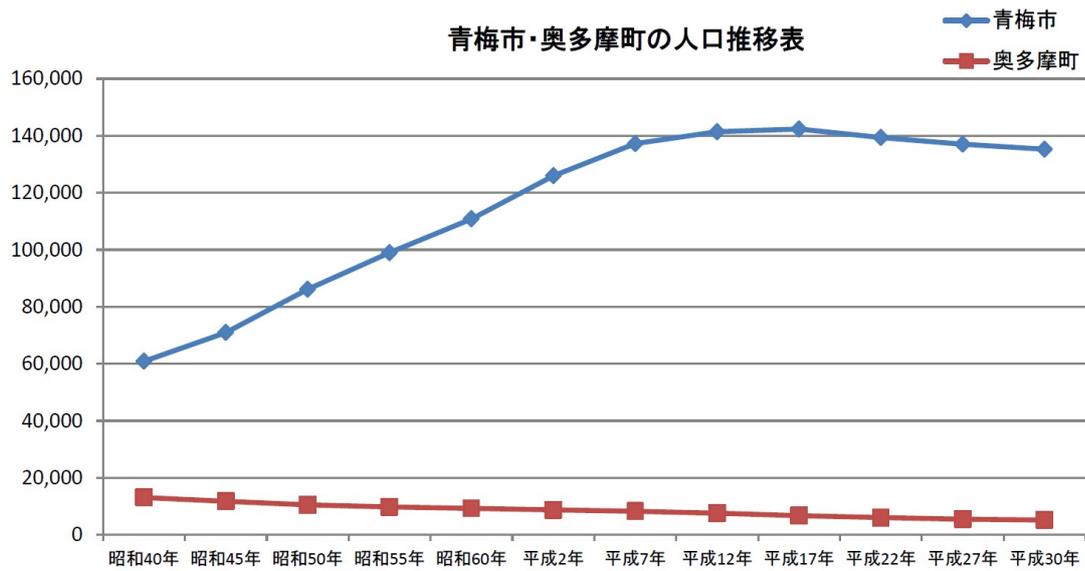
市町村名	総数	国 有			民 有						
		計	林野庁	その他官庁	計	独立行政法人等	公 有				私 有
							都	森林整備法人	市町村	財産区	
青 梅 市	16,522	36	-	36	6,486	-	30	75	63	-	6,318
福 生 市	6	1	-	1	5	-	-	-	3	-	2
羽 村 市	13	-	-	-	13	-	-	-	-	-	13
あきる野市	4,421	-	-	-	4,421	-	106	53	592	212	3,458
瑞穂町	284	-	-	-	284	-	182	-	2	-	100
日の出町	1,920	-	-	-	1,920	-	64	2	173	-	1,681
檜原村	9,751	-	-	-	9,751	32	1,214	138	61	-	8,306
奥多摩町	21,235	-	-	-	21,235	44	8,024	368	660	-	12,139
計	44,152	37	0	37	44,115	76	9,620	636	1,554	212	32,017

資料：2010年世界農業センサス

b. 人口

青梅市では、戦後増加傾向であった人口は、平成 17 年の 140,840 人をピークに減少に転じはじめた。また、老年人口（65 歳以上）比率が高まる中、生産年齢人口（15～64 歳まで）比率や年少人口（15 歳未満）比率は低下しており、今後さらに人口減少・高齢化が進むことが予測される。特に地区によっては 2000 年当時と比較し、10%を超える人口減少率となっており、更に市内西部地区では老年人口率が 50%を超えるなど、地域間格差が大きくなっている。

奥多摩町の総人口は一貫して減少を続け、平成 30 年には 5,233 人となり、40 年前の昭和 45 年の 11,733 人と比べ 55%以上減少している。



平成 7 年には青梅市・奥多摩町での合計した生産年齢人口は 10 万人・70%を超えた。一方で、その後生産人口は緩やかに減少し始め、平成 27 年には年少人口（16,241 人・11%）、高齢人口（41,182 人・29%）となり、少子高齢化の傾向が顕著となっている。

(産業)

・商業・サービス業

12 の商店街組織が存在し、地域に根差した商業活動を推進。昭和レトロのまちを形成する商店街、登山客が訪れる商店街等、来街者を呼び込んでいる。また、青梅マラソンのほか、地域固有の歴史・文化・祭事があり、来街者を楽しませている。平成 19 年以降より、事業所数・従業者数・年間商品販売額ともに減少率が高くなっており、東部の圏央道青梅インターチェンジ付近には大型商業店舗の出店が見られる中、それ以外の地域では店舗が点在しており地域差が生じている。

・工業

青梅市の主な製品は42.7%が「少量多品種」、22.0%が「量産」である。「加工のみ」は33.5%を占めており、「自社製品（完成品）」を製造している事業所は27.8%で、「製品・商品の品質」を強みとしている事業者が45.4%となっている。「三ツ原工業団地」、「西東京工業団地」には、電気・電子、機械系および都心部を市場とした食品製造業等、中規模企業が多く立地しているが、事業所の閉鎖・移転が進んでいる。また、圏央道をはじめ幹線道路の整備が進んでおり、都心部へのアクセスが良いことから、主要な販売先地域および外注先地域は「多摩地域」が最も多く、関東地域圏内が主な取引エリアとなっている。なお、大学等の高度教育機関が市内・町内にないことから、新卒者や技術者・専門人材の確保が難しい。

・観光業

奥多摩町の観光入込客数(実人数)は年間約212.2万人(平成29年度)に達し、日帰り利用者数は約195.1万人(平成29年度)で、4・5・8・11月が多く訪れる。宿泊観光利用者数は約17.1万人(平成29年度)で、5・7・8・9月が多く宿泊されている。逆に12月から3月、6月が日帰り、宿泊とも少なく、繁忙期と閑散期が明らかになっている。観光客の受け入れ環境の整備や新しいアウトドア活動ニーズへの対応、誘客を拡大する企画を強化し、観光客を地域の経済効果や雇用に結びつける観光事業を展開している。また、増加している外国人旅行者に対応すべくWi-Fi等の施設整備も進めている。

・特産品（地域ブランド）

1. 「TOKYOX肉うどん」（青梅・奥多摩）

青梅市内の青梅畜産センターにて誕生したブランド豚（TOKYO X）を活用し、東京都麺類協同組合西多摩支部の加盟店舗で提供。



「TOKYOX肉うどん」



奥多摩わさびを使用した

「わさびまるごと根っ辛うどん」

2. 奥多摩わさび（奥多摩）

日本三大ワサビ（奥多摩、静岡、長野）の一つ。古くは将軍家献上の記録もある。

3. 治助イモ（奥多摩）

収量は少ないが、味が濃厚で粘りが強く煮崩れしにくい。奥多摩町ではブランド化を推進していくため、治助イモの商標登録を行った。



「治助イモ」

4. 奥多摩やまめ（奥多摩）

東京都水産試験場奥多摩分場（現在の奥多摩魚養殖センター）で開発され、刺身や寿司、ムニエル、フライなど幅広い料理で頂くことができ、奥多摩町の旅館や飲食店で提供されている。

・業種別の商工業者数の推移

小売業は事業所数・従業者数・年間商品販売額ともに、平成11年から継続的に減少しはじめ、平成19年以降からは、減少率も高くなっている。製造業における事業所数は、平成12年の393事業所から平成26年に236事業所へ減少した。一方で製造品出荷額等も継続して減少しており、平成12年の8,681億円から平成26年には2,081億円に大きく減少し、大企業の製造工場移転等の影響と考えられる。

※製造業の事業所数は工業統計調査（従業員数4名以上が対象）の資料より抜粋していることから、全事業所数をカウントしている経済センサスと数的相違有り。

青梅市・奥多摩町の産業別事業者数の推移

	事業所数				小規模事業者数			
	28年度	24年度	増減	増減率	28年度	24年度	増減	増減率
A 農業, 林業	12	13	-1	-7.7%	11	13	-2	-15.4%
B 漁業	2	3	-1	-33.3%	2	3	-1	-33.3%
C 鉱業, 採石業, 砂利採取業	4	4	0	0.0%	2	3	-1	-33.3%
D 建設業	590	636	-46	-7.2%	574	617	-43	-7.0%
E 製造業	573	621	-48	-7.7%	483	525	-42	-8.0%
F 電気・ガス・熱供給・水道業	8	3	5	166.7%	5	1	4	400.0%
G 情報通信業	25	28	-3	-10.7%	20	19	1	5.3%
H 運輸業, 郵便業	90	88	2	2.3%	63	61	2	3.3%
I 卸売業, 小売業	1097	1,137	-40	-3.5%	691	735	-44	-6.0%
J 金融業, 保険業	52	54	-2	-3.7%	23	24	-1	-4.2%
K 不動産業, 物品賃貸業	246	282	-36	-12.8%	220	256	-36	-14.1%
L 学術研究, 専門・技術サービス業	155	156	-1	-0.6%	123	131	-8	-6.1%
M1 宿泊業	62	63	-1	-1.6%	57	61	-4	-6.6%
M2 飲食サービス業	584	588	-4	-0.7%	410	415	-5	-1.2%
N1 生活関連サービス業	353	343	10	2.9%	319	304	15	4.9%
N2 娯楽業	55	47	8	17.0%	38	33	5	15.2%
O 教育, 学習支援業	153	162	-9	-5.6%	117	126	-9	-7.1%
P 医療, 福祉	402	322	80	24.8%	148	110	38	34.5%
Q 複合サービス事業	31	31	0	0.0%	13	12	1	8.3%
R サービス業(他に分類されないもの)	280	300	-20	-6.7%	195	200	-5	-2.5%
合 計	4,774	4,881	-107	-2.2%	3,514	3,649	-135	-3.7%

※平成28年度・平成24年度経済センサスより

(交通等)

JR 青梅線が東西に通貫し、道路網は都心から山梨県に至る青梅街道・吉野街道が東西方向の交通軸となっている。また、東部には圏央道が通っており、圏央道青梅インターチェンジを通じて、関越自動車道、東北自動車道、常磐自動車道、中央自動車道、東名高速道路に接続し広域的交通体系が充実している。また、川井から大丹波までは上成木川井線が、氷川から日原までは日原鍾乳洞線が走っている。奥多摩町は、年間 212.2 万人以上の観光客が訪れており、マイカーなど車を利用して訪れる方も少なくない。

②課題

(商業)

来店者・顧客の高齢化にともない、売上や来街者の減少防止が大きな課題である。そのためにも、来街者の増加と新規顧客獲得のため、観光資源を活用した観光商業のさらなる推進と、個店の魅力づくりが必要である。また、商店主自身も高齢化が進んでおり、親族・従業員へ継承するだけでなく、新たな事業者の育成や新規事業者への店舗承継等を含めた対策。更に、今後買い物を困難と感じる住民が増えることから、買い物環境の向上が必要である。

(工業)

製造事業所の閉鎖・移転が進み、産業集積を維持するための企業誘致の推進、新たな産業の創出とその受け皿となる拠点整備、産業発展に向けた生産性向上が必要である。また、多くの事業者が高度経済成長期に立地していることから、設備等の老朽化対策が課題である。更に、まとまった工業用地がないため事業拡張時の用地取得難を理由とする市外流出を回避するための対策が必要である。併せて、新規取引先の開拓が大きな課題であり、新分野への参入や新事業の創出を支援する他、人材の確保・育成も重要な課題であり、公的支援策の情報提供も望まれている。

(観光)

経済効果を考慮し、日帰り主体の観光から宿泊客の増加をもたらす滞在型観光・体験型観光が必要である。また、冬季期間の閑散期は事業経営面において大きな問題である。そこで、観光企画面の強化やイベント事業の内容充実を図り、冬季誘客を図るイベント、外国人旅行者や近隣の横田基地に在留している在日外国人を引き寄せる企画、通年型の観光地として更なる観光客の開拓を推進していく必要がある。現在、多くのアウトドア活動の取り組みやイベント、事業が個々で行われているが、観光力強化には様々な事業やイベントを連携させ、リピーターを飽きさせない事業展開が不可欠である。そのためにも、地域と一体となり地産物を観光資源として活用していくことが必須である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

地域の大多数を占める小規模事業者の振興と地域経済の活性化は表裏一体であり、小規模事業者の支援はより一層重要となる。当地域は人口減少・高齢化が進んでおり、代表の高齢化が進み、後継者不在が経営課題として多く上がっている。新型コロナウイルス感染症も事業環境の変化を加速させており、急激なデジタル化や新生活様式への変化に追いつけない事業者が散見される。

変化の激しい時代に、昔ながらの商いのやり方を変えず、目先の課題だけに捕らわれ、抜本的な課題解決に取り組まない事業者に明るい未来は見えてこない。事業者自らが、事業環境の変化に向き合い、創意工夫を凝らして事業を変容させていくことが事業継続には必要である。

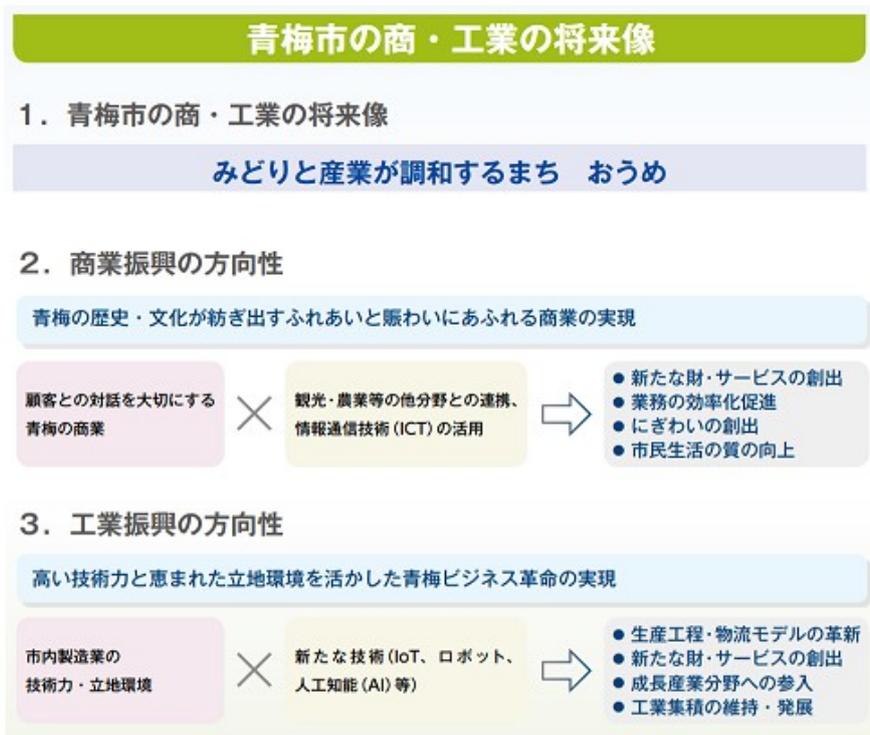
我々支援者も、「小規模事業者の発展を支援し、地域産業の活性化を図る」ための支援を継続していくためには、DXやポストコロナ時代のサービス開発など、時代の変化に合わせた支援策について絶え間なく学び、提供していく必要がある。

当会議所は、「経済の発展なくして、社会の繁栄なし」をスローガンに地域・まちが更なる発展を遂げ、住み続けたい地域に変化するよう事業展開を図り、人口減少を起因とする雇用問題や生産性向上・効率化のため「地域経済の好循環に向けた最先端技術利用への挑戦」を指針として活動してきた。今までの積み重ねてきた実績から得た我々の強みである「事業者にとって身近で相談しやすい商工会議所」を生かした切れ目のない支援策を講じ、活動目標に取り組む。

②青梅市商・工業振興プラン・第5期奥多摩町長期総合計画との連動性・整合性

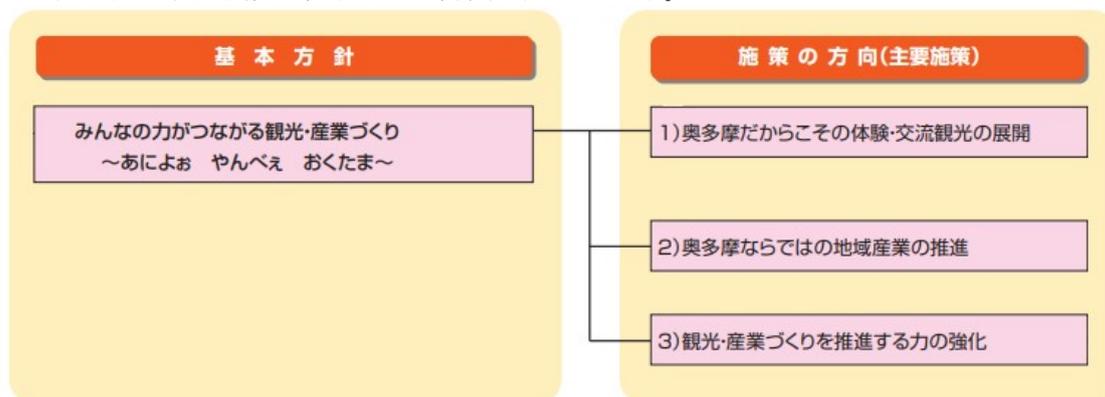
■青梅市商・工業振興プラン（平成29（2017）年度～平成38（2026）年度）

青梅市が計画する「青梅市商・工業振興プラン」では、スローガンに「みどりと産業が調和するまち おうめ」を掲げ、青梅市の商・工業の将来像とその実現に向けた基本方針を定め、計画的に商・工業の振興を図っていくことを目指している。



■第5期奥多摩町長期総合計画（平成27（2015）年度～平成36（2024）年度）

『第5期奥多摩町長期総合計画』は、基本方針に『みんなの力がつながる観光・産業づくり』を掲げ、社会経済環境の動向や住民の意向を十分に踏まえ、希望と期待に満ちた新たなまちづくりを推進するための計画と定めている。



上記の青梅市・奥多摩町の方向性に対し、10年程度の期間を見据えた活動目標4項目を踏まえて事業を実施していく。

③商工会議所としての役割

地域の総合経済団体として、「経済の発展なくして社会の繁栄なし」を理念に掲げ、地域経済および企業の活性化を目指す。また、行政（国・都・市・町）の施策を事業者を活用してもらうため周知を行うと共に、小規模事業者の声を新たな施策に反映すべく行政へ提言するなど行政と事業者のパイプ役としての役割を担っていく。また、地域経済の好循環を念頭に地域イベントの開催など各事業に取り組んでいく。

小規模事業者等と向き合い、共に経営課題を見つけ、対話と傾聴を重ねながら、原因の追求、分析や解決策を導き出していくことが当会議所に求められている最も重要な役割と考える。信頼関係がなければ内部環境に起因するような真の課題把握は行えず、本当の課題解決に導くことができない。また、コミュニケーションにより築かれた事業者との信頼関係が無ければ助言等は受け入れてもらえない。地域内企業で多数を占める小規模事業者は、人口減少、経済社会の構造変化による売上減少や収益性悪化に苦しんでいる。「小規模事業者に寄り添うこと」を忘れずに、目先の課題解決ではなく、本質的な課題への気づきを促し、事業者自身が納得した上で自ら課題解決に行動するよう伴走支援していく。

青梅市では「情報通信技術（ICT）を活用した情報発信・経営の効率化支援」を掲げている。当会議所では、小規模事業者に視線を合わせ、DXに向けた第一歩としてIT利活用を促進し、業種を問わず小規模事業者の生産性向上に資する事業を展開していく

（3）経営発達支援事業の目標と方針

上記を踏まえ、本計画では以下の目標及び方針を掲げる。

【目標①】 需要を見据えた経営の促進

小規模事業者を取巻く環境は大きく変化している。その中で多くの小規模事業者はこの変化に対応して収益をあげていかなければならない。しかし、事業計画を立てずに事業に取り組んでいる事業者が多い。

当会議所では、中小企業の経営力の強化のために、的確にニーズ（地域性等も考慮）をとらえたビジネスプランの策定及び実行支援し、事業者が自発的に、時代と地域情勢に合わせた事業計画の構築ができることを目標とする。

また、事業計画の内容が、目先の課題解決ではなく、本質的な課題に気づき、自ら解決策を導き出していくよう対話と傾聴による支援を重視する。

【目標②】 新陳代謝の促進

小規模事業者は、経営者・従業員の高齢化、後継者不足等により、廃業が増加する傾向にある。事業承継は、時間をかけて準備をおこなうことが、後継者が事業を引き継いだ際の経営安定化に繋がるが、後継者不在であることも多く、当事者は先延ばしにしがちである。事業計画書を策定し、事業の今後（事業承継）に向き合ってもらうことを目標に支援を実施する。

また、廃業者数が創業者数を上回っている状況である。そこで、創業者を増やすとともに、創業者の事業が軌道に乗るまでの比較的長期間での伴走型支援を実施する。

事業承継の推進による必要業種の維持や、創業支援の促進による新陳代謝を図ることで、地域の商業機能を維持・再生し、商店街の賑わい再生・地域活性化を図る。

【目標③】 地域経済の活性化に資する事業活動の推進

当会議所の管内の特徴として、距離的に東京都心部に近く、鉄道や道路でのアクセスが良いなど、利便性が高い環境にある。一方で東京都全体の15%を占める管内には自然が豊かで歴史・文化が富んでいる地域も混在していることから、商業・工業・観光業者が多い。

地域性を生かした事業へ積極的に取り組み、域内・域外へそれらの販路開拓を目指す事業者の支援を通じて、個者が取り扱う商品等の付加価値増大に留まらず、相乗的な効果として管内地域のPR・知名度向上に繋げる。

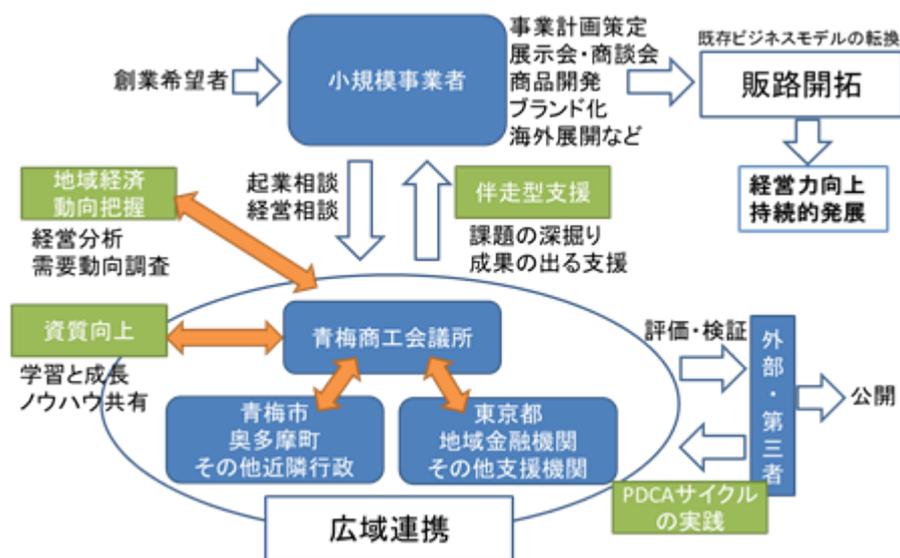
それにより、商品・サービスを求めて管内地域を訪れる交流人口の増加を図り、地域経済の活性化を図る。

【目標④】 地域ぐるみで総力を挙げた支援体制の整備

小規模事業者への支援は、支援団体の管轄区域にとらわれることなく、必要に応じて他地域の支援団体と連携し対応していくことも重要である。また、当会議所管内の青梅市・奥多摩町の産業政策担当者にて協議を重ね、行政間でも必要に応じて連携支援を実施し、支援メニューの共有等を図ることで、地域ぐるみの支援体制を整備していく。

＜全体スキーム図＞

本支援計画の全体スキームを図で表すと下記のとおりである。



経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

- (1) 経営発達支援事業の実施期間（令和5年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

【方針①】 需要を見据えた経営の促進

事業計画の構築のためには、①現状の市場環境の把握、②自社の経営状況の把握が必要である。そこで本計画では、これらの情報を事業者提供できるように、地域の経済動向調査や経営状況の分析支援を実施する。

事業計画を策定する事業者に対し、需要を見据えた事業計画の策定支援を通じてアドバイスを提供し、達成に向けて定期的にフォローアップを実施する。また、需要開拓を目的とする展示会・商談会への出展支援だけでなく、商談成立を目的に支援を行っていく。

更に、新事業展開や高付加価値化、生産性向上のためにDX化を促進する。新技術（IoT、ビッグデータ、人工知能（AI）、ロボット等）による事業革新の推進や情報通信技術（ICT）を活用した情報発信・経営の効率化に対し支援していく。

【方針②】 新陳代謝の促進

事業承継に対し消極的な事業所が多く、動きが見られない現状である。後継者候補がいないと、更なるその傾向が強い。地域に必要な事業だとしても、当事者は気付いていないことのため、事業の見直しを行い、ご自身の事業価値を今一度認識してもらう。また、事業計画策定を行う中で、事業の引き継ぎを意識してもらい、円滑な事業承継、引いては代表者の事業引き継ぎがハッピーリタイアにつながるよう支援する。

地域での創業を促進するには、安心して創業できる環境作りが必要である。そこで、創業者支援専門の創業支援センターでワンストップ創業支援窓口を運営し、創業者向けの専門相談窓口を充実させる。創業支援センターを核にして、創業フェーズに応じた伴走型のフォローを実施するとともに、事業を長く維持・発展していけるよう支援する。

【方針③】 地域経済の活性化に資する事業活動の推進

地域性を考慮した事業を実施することにより、地域住民の生活環境の向上をはかりつつ、地域の魅力を活かした地域の活性化に資する事業（※）に取り組んでいく。

※活性化に資する事業＝新規顧客開拓事業・飲食店活性化事業・インバウンド対策事業など

今後も人口減少及び高齢化は進んでいくことから、地域の公共的サービス・コミュニティの維持のためにも地域外からの新たな固定客獲得を支援し、地域外から一年を通して来街される地域となるよう取り組んでいく。

【方針④】 地域ぐるみで総力を挙げた支援体制の整備

西多摩地域の自治体（青梅市・奥多摩町含む）と支援機関等で構成している支援団体における活動・取組は今後も従来通り継続していく。

また、当会議所管内である青梅市・奥多摩町と定期的に情報交換を行うことで、当地域に限定した小規模事業者の真に必要な支援を掘り起し、効果的な事業を企画・実施していくとともに連携強化をはかり、実施していく事業の更なるシナジー効果を生み出していく。

更に、国・東京都・青梅市・奥多摩町が小規模事業者に対して実施している施策（制度融資・補助金・先端設備等導入計画・特定創業等支援事業）を把握しきれていない小規模事業者も多いことから情報提供するとともに、活用されるよう支援していく。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 経済動向分析は、経営指導員が日頃の支援活動にて収集した地域情報を分析し、タイムリーな地域の経済動向情報を必要とする事業所へ情報提供を行った。RESAS を利用し収集した情報ではないため、基礎調査項目を分析するには至っていない。

また初回認定以降、計画に沿って景気動向調査を実施してきたが、データ収集すること自体が目的となってしまう有意義な分析、活用ができず、独自分析結果の公表に至っていない。

[課題] 以上の反省を踏まえ、実施と結果提供の間に時間差異のない調査を組むことを課題とし、この計画では調査内容と調査方法、調査数、目標を変更する。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①地域の経済動向調査の公表回数	HP 掲載	—	4回	4回	4回
②都内の経営動向調査の公表回数	HP 掲載	1回	1回	1回	1回
③全国の早期景気観測の公表回数	HP 掲載	1 2回	1 2回	1 2回	1 2回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用（地域の経済動向調査）

地域経済動向を把握するため、「RESAS」（地域経済分析システム）にて管内基礎調査（人口構成・企業数・産業構造など）を実施し、経営指導員等の収集した地域情報を加味した経済動向の分析をする。小規模事業者にとって有益と思われる分析結果（後述する③の全国の早期景気観測の独自分析結果についても同様に対応）については、会報誌・HP への掲載により周知する。

【調査手法】 経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う

【調査項目】 ・「地域経済循環マップ・生産分析」 →何で稼いでいるか等を分析
・「まちづくりマップ・From-to 分析」 →人の動き等を分析
・「産業構造マップ」 →産業の現状等を分析

②東京商工会連合会が実施する経営動向調査の活用（都内の経営動向調査）

管内地域の経営動向について把握するため、東京商工会連合会が行う「多摩島しょ小規模事業者経営動向調査」に協力し、都内他地域の動向との比較調査を行う。調査結果は外部専門家と連携して分析し、HP 等で周知する。

【調査手法】 調査票郵送による書面調査を実施。

【調査対象】 管内小規模事業者 410 社

【調査項目】 売上高、資金繰り、雇用、設備投資 等

③日本商工会議所が実施するLOBO調査の活用（全国の早期景気観測）

日本商工会議所がとりまとめ、全国の商工会議所で実施されているLOBO調査については、全国の経営者約2,600社を対象として調査を行うもので、当所においては6社から調査を行っている。これらの調査により、地域の動向と全国的な動向とを比較することが可能となるた

め継続して実施、調査結果は各種媒体で公表する。また、調査結果へ経営指導員等が収集した管内地域情報を加味した独自分析を四半期に1度実施し、小規模事業者の事業活動の参考や事業所の個別指導時に利用する。

【調査手法】・調査票による書面回答またはヒアリング調査を実施（毎月）。

・調査分析結果へ経営指導員等が収集した地域情報を加味し、地域特性を反映させた分析を実施（四半期に1度）。

【調査対象】管内小規模事業者6社

【調査項目】売上高、仕入価格、販売単価、資金繰り、従業員数、業況等

(4) 調査結果の活用

○調査した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。

○経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とし、事業者の既存事業の見直しや事業プラン作成に活用する。

○当商工会議所が実施する各種セミナーや指導事業の企画・事業実施に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]一般消費者に向けた販促イベントにて、来場者アンケートを実施することで需要動向を把握するに留まっている。調査項目は、イベントの趣旨に関連した内容が多くなっており、深く分析するまでに至っていない。

[課題]多くの小規模事業者は、需要動向の把握方法を理解しておらず、個店が最も必要としている自店来店者の需要動向調査を実施する機会が作れていない。自店の顧客ニーズを知る機会を提供し、商品のブラッシュアップに繋げる。調査結果については、事業所にフィードバックするだけでなく、『5. 経営状況の分析に関すること』や『6. 事業計画策定支援に関すること』においても活用する。

(2) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①地域住民の需要調査 対象事業者数	20者	20者	20者	20者
②観光客の需要調査 対象事業者数	10者	10者	10者	10者

(3) 事業内容

管内地域では、来店者の高齢化にともなう来街者・来店者の減少が課題となっており、新たな来街者・買い物客の増加は、小規模事業者の新規顧客獲得においては重要である。地域ならではの魅力ある小売店・飲食店を目当てとする来街者も多いため、街歩きに欠かせない小売店・飲食店を中心に調査を実施する。

①地域住民の需要調査

主に青梅地域では、市内住民や近隣住民が主な消費者層になるため、住民を対象とした地域イベント（青梅産業観光祭り等）の来場者（来店者）を対象にアンケートを実施する。地域消費者のニーズを知ることで、商品のブラッシュアップを図り、売れる商品づくりや商品の魅せ方を学ぶ。

【調査手段】 来場者（来店者）にアンケートを実施

- 【調査項目】 性別、年代、居住地、購入した商品、選んだ理由など
- 【分析方法】 対象事業者自身の意見も聞きながら、経営指導員が分析を行う。
- 【分析結果の活用】 分析結果は、対象事業者へフィードバックし、商品開発や販促活動に繋げていく。また、経営指導員は分析結果から消費者ニーズを捉え、経営分析や事業企画策定支援に役立てる。

②観光客の需要調査

主に奥多摩地域では、観光客が主な消費者層になるため、観光客が多く参加する地域イベント（100 縁商店街など）の来場者（来店者）を対象にアンケートを実施する。地域消費者のニーズを知ること、商品のブラッシュアップを図り、売れる商品づくりや商品の魅せ方を学ぶ。

- 【調査手段】 来場者（来店者）にアンケートを実施
- 【調査項目】 性別、年代、居住地、購入した商品、選んだ理由など
- 【分析方法】 対象事業者自身の意見も聞きながら、経営指導員が分析を行う。
- 【分析結果の活用】 分析結果は、対象事業者へフィードバックし、商品開発や販促活動に繋げていく。また、経営指導員は分析結果から消費者ニーズを捉え、経営分析や事業企画策定支援に役立てる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状] セミナーや個別指導を通じ、経営分析を行う事業者を発掘し、財務分析、非財務分析を実施した。金融・事業計画策定などの経営指導がきっかけになることが多く、経営指導員が分析を行っており、事業者は結果だけを伝えられるといった受け身の姿勢である。高度・専門的な知識を必要とする場合は、外部専門家等と連携し、経営状況の分析を実施した。

[課題] 経営相談は多岐にわたるが、経営指導員の数も限られていることもあり事業者の表面的な課題をヒアリングすることが中心となっている。真の課題に気づくためには、小規模事業者自身が主体的に経営分析を実施する取り組みになることが必要である。

(2) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度
②経営分析事業者数	60者	60者	60者	60者
③セミナー開催	1回	1回	1回	1回

※当会議所では、地域経済の活性化に資する事業として毎年小規模事業者の経営力強化を目的とした事業を3つ以上（商業系振興事業、工業系振興事業、創業支援など）実施している。経営指導員のマンパワーは有限であり、事業実施を通じた小規模事業者支援に注力するためにも経営分析件数を10件/経営指導員（メインで指導業務に当たり経営指導員は6名）設定した。

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

経営指導員による巡回指導・窓口相談を中心に、セミナーの開催、専門家による個別指導等を通じて、課題抽出・経営分析の重要性を訴求し、経営分析に前向きな事業者や、経営分析が必要な事業者を発掘する。

【募集方法】セミナーおよび個別指導については、案内チラシを作成し、会報誌やホームページでも広く周知・募集を行う。巡回・窓口相談時に案内

②経営分析の内容

【対象者】 巡回指導・窓口相談・セミナーなどを通じ発掘した意欲が高い事業者や課題解決が必要な事業者

【分析項目】 定量分析（財務分析）に留まらず、定性分析（経営分析）の双方を実施する。
定量分析・・・売上高、経常利益、損益分岐点、労働生産性 等

定性分析・・・経営理念、経営者のビジョン、SWOT分析、経営課題抽出 等

【分析手法】 経済産業省「ローカルベンチマーク」、経営力向上TOKYOプロジェクト「オンライン経営力自己診断」等の分析ツールを活用する。専門性の高い課題については、外部専門家と協働で対応する。

③セミナーの実施

小規模事業者自身が主体的に経営分析をするためのセミナーを開催。定量情報である決算書からの指標をもとに、自社がどういった状況にあるのかを知るほか、SWOT分析（強み、弱み、機会、脅威）、3C分析（市場・顧客、競合、自社）といった定性的フレームワークの使い方や分析方法を学ぶ機会を提供する。

(4) 分析結果の活用

○分析結果を当該事業者にフィードバックし、事業計画の策定や具体的な課題解決策の提案等に活用する。

○分析結果は、データベース化し内部共有し、人事異動などで支援担当者が変わっても支援が継続できる体制を整える。また、経営指導員のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 既存事業者の多くは、事業計画を面倒に思っており、必要性をあまり認識していない。小規模事業者持続化補助金等の各種補助金の申請や経営力向上計画、先端設備導入計画等の申請を契機に策定支援を始めることが多かった。また、創業・第二創業者（経営革新）については、創業支援センターにて支援している。

[課題] 事業者自身が、事業計画の重要性を理解した上、経営状況の分析に基づき、中長期的な視点で、実効性の高い計画を策定することが大切である。また、補助金申請を目的に策定された事業計画は一過性のものになりやすい。策定後も活用していただけるよう、ご自身で計画をブラッシュアップするノウハウを習得できる機会を提供する。

(2) 支援に対する考え方

巡回・窓口指導等の際に、経営に関する悩み、課題の解決に向け事業者自らが考えていくよう対話を重視した支援を行い、見出した結果（現状把握や目標）を明確にするためにも事業計画書を策定するよう働きかけることで、策定数の増加を図る。事業計画・創業計画（第2創業計画）の策定においては、『3. 地域の経済動向調査に関すること』『4. 需要動向調査に関すること』の調査結果や、『5. 経営状況の分析に関すること』の分析結果を活用する。

また、今後の事業を考える上で、重要論点となる「DX」や「ポストコロナ時代」を意識したテーマのセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

創業・第二創業（経営革新）支援は、青梅市の重点施策として挙げられており、創業支援センターにて、創業計画策定支援に注力する。

(3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①事業計画策定事業者数	48者	48者	48者	48者
②創業計画(第2創業計画)策定事業者数	95者	95者	95者	95者
③DX推進セミナー	-	3回	3回	3回

(4) 事業内容

①既存事業者の持続的発展支援

事業計画の重要性は認知しつつも策定に取り組めない方に向け、経営指導員のサポートを受けながら、専門家と対話形式で事業計画を策定していくサービスを提供する。一緒に作成していく中で、ご自身で計画のブラッシュアップが行えるノウハウを学んでいただき、継続した事業計画の活用につなげていく。

【支援対象】経営分析をおこなった事業者、補助金申請を検討している事業者、事業計画策定に興味を抱いている事業者

【募集方法】当会議所のHPや会報誌、メルマガ、チラシなどで、経営計画策定支援サービスを広く周知する。HPや会報誌などを用い、広く事業計画に基づいた事業推進により売上増加につなげた事例を紹介していくことで、事業計画策定の必要性を啓発し、事業計画策定へつなげていく。

②創業・第二創業(経営革新)支援

創業に向けて具体的なアクションを起こそうとする創業予備軍を対象に「創業セミナー」を年2回開催する。創業に必要な実践能力の修得してもらい、創業計画を策定することで創業率の向上と、短期間のうちに事業が行き詰るような失敗をしない経営知識を身につける機会を提供する。また、創業前もしくは創業して間もない方を対象に、創業等に精通する職員が、創業段階に応じた必要な情報の提供や経営相談等を創業支援センターで行う。創業支援センターは土日も営業し、働きながら創業準備を進めやすい環境を整備する。

既に事業を営み、業態転換や新事業・新分野に進出する小規模事業者(第二創業)を支援するために、集団指導の開催や経営革新計画の策定を支援し、既存の小規模事業者の活力の回復・向上を促し、経済の活性化を図る。

【支援対象】創業セミナーの受講者や創業支援センターにおける相談者

【支援手法】創業セミナーの受講者や窓口相談者に対し、創業支援センターの窓口相談員がメイン担当として張り付き、創業セミナー講師とも連携し事業計画(創業計画)策定を支援する。

③「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」の開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するためにセミナーやワークショップなどを開催する。また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を希望する事業者に対しては、専門家を交えてITツール導入の支援を行う。

(支援対象、募集方法、講師、回数、カリキュラム、参加者数等)

【募集方法】当会議所のHPや会報誌、メルマガ、チラシなどで広く周知する。

【支援手法】ITツール導入事例の紹介や具体的なIT導入に向けた計画策定支援を行う。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]事業計画を策定した事業者（既存・創業）を対象に窓口相談や巡回訪問、電話での状況確認などにより伴走型での実行支援・フォローアップを行っているが、策定年度に留まることが多い。過年度の事業計画策定者支援まで十分なフォローアップが出来ていない。

[課題]策定した単年度のフォローだけでなく、継続した支援を行うことで、小規模事業者の持続的な発展に繋げることができる。支援者の属人的な支援では支援内容の偏りや支援担当者不在時に支援が途切れることもあるため、組織的なフォローアップが行える体制を整える。

(2) 支援に対する考え方

経営指導員のマンパワーも有限であるため、事業計画の実行性や進捗状況、事業者自身の遂行力等によりフォローアップ支援の強弱をつけ、支援密度の適正化を図る。また、互いに、事業遂行力（ノウハウ）を共有し、事業の持続的発展に繋がる情報を得られる交流会などを開催し、事業者が自分自身で実行していく力の育成、円滑な事業遂行を後押しする。

(3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①フォローアップ対象事業者数	48社	48社	48社	48社
①頻度（延回数）	192回	144回	144回	144回
①売上増加事業者数	-	5社	5社	5社
①利益率3%以上増加の事業者数	-	5社	5社	5社
②チャレンジショップ入居者	-	3社	3社	3社
③情報交換会	-	1回	1回	1回

(4) 事業内容

①フォローアップ体制の構築

実行性の特に高い事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が独自様式のフォローアップシートを用いて4か月に1回程度巡回訪問や電話・メール等で状況確認を行い、策定した計画が着実に実行されているか継続的にフォローする。なお、事業計画との間に解消しがたいズレが生じていると判断する場合には、外部専門家など第三者の視点を投入し、事業者自ら当該ズレの発生要因を認識し、今後の対応方策を検討できるよう対話を重ねながら支援するほか、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

フォローの状況については、状況報告会やフォロー記録の電子化によって情報共有を図る。フォローアップの際に顕在化した事業者の課題に対し、策定支援担当以外の知見も反映させたより良い解決策が提示できる。また、担当不在時でも継続したフォローを行える。

②チャレンジショップ運営

創業計画を立てたが、創業に不安を抱える創業希望者を対象に、実践経験を積めるチャレンジショップを運営する。経営資源が乏しく、不安や悩みが大きい創業期を併設された創業支援センターのフォローを随時受けることで、事業継続を確実なものにしていく。

③情報提供

持続的な発展を継続できるよう、支援施策（マル経融資、専門相談窓口、各種振興事業など）の情報提供をHPや会報誌に掲載するほか、巡回指導・窓口相談などに計画推進に役立つ情報として提供する。また、事業者同士が取り組みの好事例や事業推進のアイデアを共有する場として情報交換会を実施し、事業推進に積極的な事業者の計画推進を後押しする

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

[現状] コロナ禍において展示会開催中止なども相次ぎ計画が遂行できず、実績を上げることが出来なかった。ポストコロナ時代に向けて内容の見直しが必要である。ITを活用した販路開拓に興味を示す事業者は増えたが、実際にどのように取り組んで良いかわからず実行に向けては二の足を踏む状況である。

[課題] 展示会出展を含め、販路開拓に向けた事業においてフォローがまだ不十分であった。成約率を上げるために、事前準備を充実させることに加え、1回の事業参加で成果を図るのではなく、商品等の改善を行いながら複数回参加することで成果を上げる長期的な視点での支援を行う。

今後、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、IT活用の第一歩を踏み出すサポートが必要である。

(2) 支援に対する考え方

当会議所が自前で展示会等を開催するのは困難なため、首都圏で開催される既存の展示会等への出展（店）を目指す。出展（店）にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、開催期間中にも陳列、接客などきめ細かな伴走支援を行う。

DXに向けた取組として、SNS情報発信、ECサイトの利用等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①展示会・商談会（B to B）への出展者数	—	5者	5者	5者
成約件数／者	-	1件	1件	1件
①展示会・商談会（B to C）への出展者数	-	15者	15者	15者
売上の増加額／者	-	5万円	5万円	5万円
②DXによる販路開拓取り組み事業者数	—	5者	5者	5者
売上増加率／者	-	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①展示会出展・商談会等への参加事業

展示会等への出展（店）を通して新規顧客獲得に繋がりたい思いはあるものの経営資源の不足により出展（店）を躊躇する場合が多い。事業計画を策定した事業者を優先的に、展示会出展

が実現するよう専門家派遣制度や補助金等の活用した支援を行い、国内の新たな販路開拓や海外展開などにつなげる。

想定する展示会・商談会（B t o B）

	概要	開催日数	来場者数	出展社数
たま工業交流展	西多摩における工業交流展	2日間	約6,000人	約150社
あおしんビジネスマッチング大会	地元信用金庫主催のマッチング会	1日間	約750名	約100社

想定する展示会（B t o C）

	概要	開催日数	来場者数	出展社数
青梅産業観光まつり	地元青梅で開催される産業祭	2日間	約45,000人	約50社

②DXによる販路開拓支援

昨今は、小規模事業者であっても事業に取り込みやすいIT機器やアプリ、ツールが数多く存在しDXの活用も身近になった。レジアプリや販売管理ソフト等を使った顧客の利便性向上や既存顧客に関するデータ取得など小規模事業者のDX活用事例の紹介やDXをテーマとしたセミナー開催を通じ、DXによる販路開拓支援を後押しする。

また、既存の商圈を拡大し、幅広く顧客を獲得していくプロモーションを行うツールとして、小規模事業者でも取り組みやすいSNSやHP、ECサイトの活用を促進する。セミナーを主体とするが必要に応じて、効果的なプロモーションになるよう商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等、具体的な内容にも踏み込んだ支援を専門家と連携しながら個社支援も実施する。

9. 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

(1) 現状と課題

[現状] 年2回、外部評価委員会を開催している。別途、地域の小規模事業者で構成する定例会の場や、青梅市・奥多摩町の産業政策担当者とも適宜意見交換を行っている。

[課題] 外部評価委員会等は、事業をより実用的かつ効果的な事業を遂行することを目的に開催しているが、助言いただく時期によっては即時事業へ反映できないことがある。外部からの評価や意見を一過性のものにせず、既存事業の見直しする仕組みを確立することが課題である。

(2) 事業内容

①外部評価委員会等における評価及び検証

外部有識者（当会議所と利害関係のない中小企業診断士等を想定）、法定経営指導員等によって組織した外部評価委員会（原則年1回、2月頃開催）を開催し、事業の実施状況（事業内容や進捗率、成果の評価）の評価並びに見直し・改善等について検証する。地域の小規模事業経営者で構成する委員会や、青梅市・奥多摩町の産業政策担当者に対しても、同様に事業実施状況・成果を報告し、事業への評価・検証を実施する。

経営指導員を含む当会議所のリーダクラスによる職員会議を定期的実施し、各事業の状況を把握すると共に、頂戴した評価内容および意見交換の結果を共有することで、各事業に反映するよう促していく。このように、頂戴した評価内容および意見交換の結果を踏まえた事業計

画を立案し、実行するサイクルを繰り返す仕組みを定着させることで、事業の継続的な改善を図り、本当に地域事業者に必要な事業を実施していく。

②評価結果等の公表

外部評価委員会の「評価結果」、および、事業の実施状況・成果・改善案等をまとめた「事業報告書」を当会議所HPにて公表し、地域の小規模事業者等が閲覧可能な状態とする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

[現状]経営指導員については、東京商工会議所や中小企業大学校が主催する支援担当者向け研修会等への参加の他、中小企業診断士をはじめとした外部専門家と支援現場に同行し、支援スキルの習得に努めている。

[課題]研修会に参加した経営指導員等が講師となり勉強会を開催したが、一般職員の参加率が低い。一般職員であっても、事業所支援と無縁ではない。組織全体として、支援力を身につける仕組みが必要である。

(2) 事業内容

①外部講習会への積極的な参加による資質の向上

経営指導員は、東京商工会議所もしくは中小企業大学校が主催する経営指導員向けの研修の受講を義務付ける。なお、新任経営指導員については、中小企業大学校が主催する「経営指導員 基礎研修」等へ派遣し、財務分析やマーケティング、税務など経営改善に必要な知識だけでなく、事業者との信頼関係構築に必要な不可欠な傾聴力・コミュニケーション能力を習得していく。

一般職員についても、日本商工会議所が実施しているオンラインセミナーや当会議所で開催する経営セミナーへの参加を促し、支援能力習得の機運を高めていく。

また、喫緊の課題である地域の事業者のDX推進へ取り組むためには、経営指導員及び一般職員のITスキル向上が必要不可欠である。個々のITへの苦手意識は高く、IT環境の設定を特定の担当者に依存しているためITスキルも低い。苦手意識を払しょくするため、(独)中小企業基盤整備機構が主催するIT支援力向上講習会等についても積極的な参加を促す。

②支援ノウハウの共有

当商工会議所は、定期的にジョブローテーションを実施しており、一般職員であっても経営指導員経験者が多数いる。指導員経験のない職員に対しては、定期的に勉強会を開催し、組織全体の支援力のレベルアップを図る。指導員研修受講後の職員が講師となる内部勉強会を開催し、一般職員も勉強会へ参加することで、研修で得た最新の支援ノウハウや知識を組織内に広めていく。

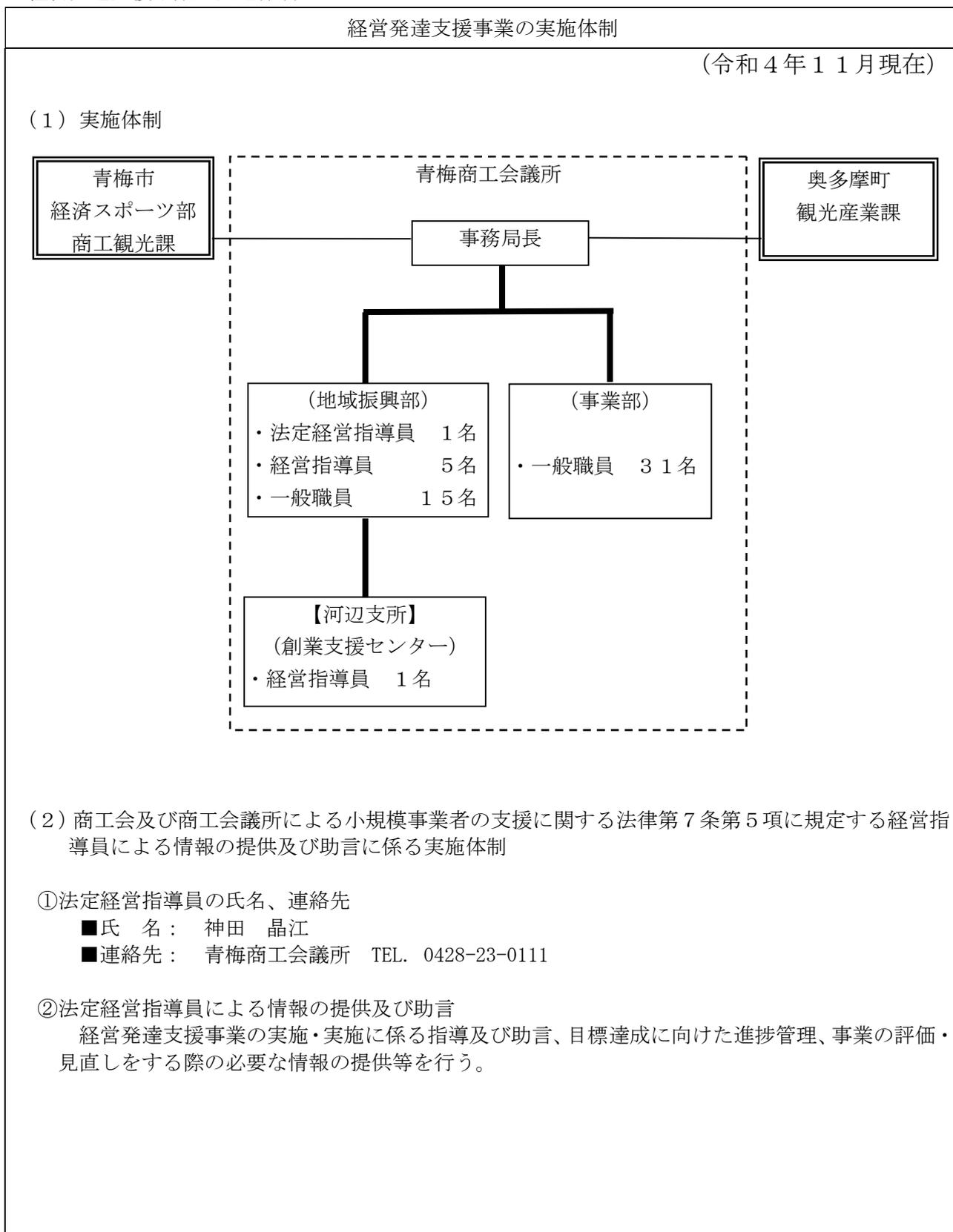
経営指導員の支援ノウハウの共有のため定期的(毎週1回)に開催している状況報告会は継続実施する。状況報告会の中で、支援案件を共有し、個の指導員で対処するのではなく、全指導員の知見を持ちより最善の支援策を検討した上で、支援を実行していく。

③支援状況の共有化

担当経営指導員等が、巡回・窓口等にて支援した情報を基幹システム(TOAS)へ登録することで、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が共有し、担当外の職員でも指導経歴を踏まえた一定レベル以上の対応をおこなう。また、指導内容の継続的な記録は支援ノウハウの蓄積にも繋がり、支援能力の向上が図れる。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会議所

〒198-8585 東京都青梅市上町 373 番地の 1
青梅商工会議所 中小企業相談所（地域振興部）
TEL：0428-23-0111 / FAX：0428-23-1122
mail：soudan@omecci.jp

②関係市町村

〒198-8701 東京都青梅市東青梅 1 丁目 11 番地の 1
青梅市 経済スポーツ部商工観光課
TEL：0428-22-1111 / FAX：0428-21-0542
mail：div2050@city.ome.lg.jp

〒198-0212 東京都西多摩郡奥多摩町氷川 215 番地 6
奥多摩町 観光産業課
TEL：0428-83-2295 / FAX：0428-83-2344
mail：kankou@town.okutama.tokyo.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)

	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
必要な資金の額	123,330	123,330	123,330	123,330
経営相談事業費	81,130	81,130	81,130	81,130
一般事業費	28,180	28,180	28,180	28,180
管理費	14,020	14,020	14,020	14,020

(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
補助金（国・東京都・青梅市・奥多摩町） 事業受託費（国・都・市・町等からの受託金） 一般会計（会費等から充当）

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
・ 青梅信用金庫 東京都青梅市勝沼3丁目65番地 理事長 平岡治房
連携して実施する事業の内容
<p>I) 4. 事業計画策定支援に関すること ②創業・第二創業（経営革新）支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 創業予備軍を対象とした「創業塾」の開催 ・ 創業支援センター（ワンストップ創業支援窓口など）の設置・運営 <p>II) 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること ②創業・第二創業（経営革新）支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ フォローアップ交流会等による創業塾受講者相互の交流促進 ・ 創業支援センターにて創業支援窓口を常設し、継続支援を実施
連携して事業を実施する者の役割
<p>I) 4. 事業計画策定支援に関すること ②創業・第二創業（経営革新）支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 取引先に対し「創業塾」や「ワンストップ創業支援窓口」を紹介する。 管内全域に支店を有し、事業者だけでなく市民・町民（創業予備軍）との接点もあるため、より広い層へ事業を知ってもらうことが可能となる。 ・ 創業支援センターを当会議所と一体となり運営する。 支援体制の充実化が図れ、資金計画においても的確な支援・アドバイスを行う体制が可能となる。 <p>II) 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること ②創業・第二創業（経営革新）支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業計画実行時においては、資金調達が必要となる場面も多い。青梅市内に本店を有する金融機関と資金調達に関する相談に連携して対応することで、より具体的な支援・スピーディーな対応が可能となる。 ・ 窓口相談にとどまらず、開業予定地まで出向いて現場での指導・助言、現地でのマーケティング活動支援等も実施する。
連携体制図等
<p>The diagram illustrates a partnership model. At the top, two rounded rectangular boxes are connected by a double-headed arrow labeled '連携' (Partnership). The left box contains the text '青梅商工会議所 青梅市 奥多摩町' (Aomori Chamber of Commerce, Aomori City, Okudama-cho). The right box contains '青梅信用金庫' (Aomori Credit Union). Below this partnership structure, a large downward-pointing arrow labeled '伴走型支援' (Accompanying support) points to a rectangular box at the bottom containing the text '創業者（小規模事業者）' (Entrepreneurs (Small Business Operators)).</p>