

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	逗子市商工会（法人番号 3021005007653 ） 逗子市（地方公共団体コード 142085）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>①経営計画に基づく経営力の向上による小規模事業者の経営基盤の質的向上</p> <p>②新たな需要開拓による競争力の強化</p> <p>③地域資源の有効活用による域内外の需要創出</p> <p>④創業・創業後支援による小規模事業者数の維持と稼ぐ力の持続</p>
事業内容	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>的確は地域の経済動向を把握するため、景気動向を独自調査する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <p>マーケットインによる調査を実施する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <p>SWOT 分析及び財務分析により小規模事業者の技術向上と経営の発達に資する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>セミナー及び個別相談を通じ事業計画策定を支援する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>定期面談により事業の進捗確認と効果測定を行い継続支援する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>展示会・商談会等出展支援の他、IT 活用支援を実施する。</p> <p>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</p> <p>評価委員会を設置し PDCA サイクルにより事業を評価する</p> <p>10. 経営指導員等の資質向上等に関すること</p> <p>IT ツール活用スキルを向上し支援内容の共有を行い、組織全体のナレッジとする。</p>
連絡先	<p>逗子市商工会 経営指導課 〒249-0004 神奈川県逗子市沼間1-5-1 TEL:046-873-2774 FAX:046-872-2300 E-mail:zushi@k-skr.or.jp</p> <p>逗子市 経済観光課 〒249-8686 神奈川県逗子市逗子5-2-16 TEL:046-873-1111 FAX:046-873-4520 E-mail:keizai@city.zushi.lg.jp</p>

(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) 地域の現状と課題	
①現状	
	<p>浜市にも接する。東京や横浜のベッドタウンで、昭和40年造成開始の披露山庭園住宅など、新興の高級住宅街が見られる。また鎌倉・葉山などとともに海水浴場のある観光都市でもある。三浦丘陵の西側にあたるため山がちな地形だが、市内の標高は最高でも140mほどと特に高い山はない。鎌倉市や葉山町とは尾根筋を境界としているが、山上にも宅地が造成されている。市域の大部分は東部の横須賀市境付近を源流とし相模湾に注ぐ二級河川田越川の流域で、川沿いに平地が広がっている。逗子市の総面積は17.3km²だが、可住地面積は8.5km²と狭い。</p>
	
逗子市の位置	写真提供：逗子市
2) 人口と交通	
【人口】	
当市の総人口は、令和2年1月現在で56,969人。そのうち65歳以上人口(以下、高齢者人口)は18,289人であり、その総人口に占める割合(以下、高齢化率)は31.9%となっており、神奈川県下平均の高齢化率25.4%と比して高い。	
ベビーブームの時代から昭和50年代前半まで人口は増加し続けたが以降58,000人程度で推移するも平成24年からは減少傾向に転じた。人口の自然動態を見ると平成元年を境に死亡件数が出生件数を上回る実態となっている。市内地区ごとの現状を見ると、駅近隣、海岸沿い、市中央の田越川沿いの住宅街や、海に隣接するリゾートマンションでは世帯数・人口ともに伸長しており転入による増加が推察される。しかし一方で市内中心部から離れた山がちで坂道の多い地区では世帯数・人口共に減少しているが、とりわけ人口の減少が目立ち、高齢化による人口減少が顕著である。	
(出典：逗子市 統計逗子 平成27年、令和2年比較)	

【逗子市の人口推移】

逗子市の人口は緩やかな減少傾向であるが、逗子市総合計画の推計値（令和4年55,582人）は上回る推移となっている。大東建託（株）による調査首都圏版からは住民満足度の高さもうかがえる。また新型コロナウイルス感染症の拡大にともない首都圏多くの企業がテレワークを促進した結果、自然豊かな生活と都内への通勤が可能という立地から、転入の後押しとなっている。

(表①)逗子市の人口推移)

年次別	総数	男	女	増減	高齢化率 (65歳以上)
平成28年	57,435	26,926	30,509	△244	31.6%
平成29年	57,598	26,926	30,692	163	31.6%
平成30年	57,361	26,803	30,558	△237	31.7%
令和元年	57,107	26,654	30,363	△254	31.9%
令和2年	56,969	26,604	30,365	△138	31.9%
直近5年間の人口減少		△710人			

(出典：神奈川県 齢別人口統計調査)

(表②)在住市民の満足度)

■ 街の幸福度(自治体)ランキングTOP10

順位	自治体名	得点	評点	回答数
1位	埼玉県 比企郡鳩山町	87.3	74.2	67
2位	神奈川県 横浜市都筑区	70.5	70.3	1,155
3位	東京都 中央区	69.7	70.1	1,039
4位	東京都 港区	68.0	69.7	1,468
5位	東京都 武蔵野市	67.6	69.6	690
6位	千葉県 印西市	66.6	69.4	427
7位	東京都 目黒区	66.5	69.4	1,472
8位	神奈川県 横浜市青葉区	65.7	69.2	1,506
9位	東京都 文京区	65.3	69.1	1,423
10位	神奈川県 逗子市	65.3	69.1	271

(出典：大東建託株式会社 2021年調査)

■ 住み続けたい街(自治体)ランキングTOP10

順位	自治体名	得点	評点	回答数
1位	神奈川県 三浦郡葉山町	78.0	68.7	87
2位	神奈川県 逗子市	75.5	67.7	179
3位	神奈川県 藤沢市	74.2	67.2	503
4位	神奈川県 横浜市西区	73.0	66.8	459
5位	千葉県 印西市	69.4	65.5	286
6位	東京都 港区	69.2	65.4	1,116
7位	神奈川県 藤沢市	69.1	65.4	1,243
8位	神奈川県 茅ヶ崎市	69.1	65.4	695
9位	東京都 文京区	68.8	65.3	1,065
10位	東京都 中央区	67.8	64.9	804

【交通】

JR横須賀線が北西から東へ、京浜急行逗子線が北東から中央部へと走る。市中心部にある逗子駅(乗降客数 58,532/1日)は湘南新宿ラインの始発駅であり、隣接する葉山町住民の玄関口でもある。改札を出て徒歩3分圏内に京浜急行逗子・葉山駅(乗降客数 25,136/1日)へは商店街を経路として乗換え客が往来している。このほかJR横須賀線に東逗子駅(乗降客 10,140/1日)、京浜急行逗子線に神武寺駅(乗降客数 7,028/1日)の4駅が所在する他、京浜急行バスが逗子駅を起点として30系統運行するなど、公共交通機関が発達している。逗子駅・逗子葉山駅は隣接する葉山町・横須賀市西部への玄関口にもなっており、両駅とも始発電車で都内までの1時間座って通勤できる事から、居住地としての人気も高い。

主要道路としては横浜横須賀道路逗子インター及び逗葉新道。市内商業地域を東西に走る県道24号線、海岸沿い国道134号線と谷筋に沿って県道が延びている。自動車でも都内から1時間で到達出来る事も人気の理由となっている。

3) 観光資源と特産品

主要な観光資源として逗子海岸があげられる。遠浅で全長約850メートルの砂浜からは景観が美しく、古くから海水浴(関東地域では最も早く6月に海開きする。駅から徒歩10分弱、都内から最も近い海水浴場であり、令和元年度の来訪者数は499,600人となっている。故石原裕

次郎ゆかりの地でもあり熟年層から若者まで幅広い世代に訴求力のある海岸である。現在は一年を通してウインドサーフィンやシーカヤック、ここ2~3年前からSUPなど普段からマリンスポーツ・レジャーに親しむ海岸利用者で賑わう。また地域振興事業として毎年開催されているものとしては、逗子海岸映画祭（来場者15,000人）、花火大会（同100,000人）、逗子海岸流鏑馬（同15,000人）などである。

入込観光客数と観光客消費額の状況

年次別	入込観光客数 (千人)	観光客消費額計 (千円)
平成25年	994	257,574
平成26年	800	258,163
平成27年	889	775,784
平成28年	1,015	888,562
平成29年	977	844,888

（出典：神奈川県 入込観光客調査）

小坪漁港（第1種漁港、平成30年組合員数32人、年間漁獲高122t）のおもな水産品としては、たこ あわび さざえ 湘南しらす 伊勢えび、海藻はわかめ、あかもくなどが水揚げされている。あかもく（別名にギバサ）は逗子市商工会が商品開発支援した経緯もあり、あかもくうどんやあかもく醤油など商品化され流通している。

4) 地域事業所の概況

a) 地域事業所の業種別動向

逗子市には大型店舗などの商業施設や大型都市施設が中心市街地にないため、市外から多くの客を呼び込める環境ではなく、買い物客等の市外流出の減少がみられる。また、個人商店の売上が伸びず、経営者の高齢化によりICTへの対応が遅れている。

b) 商工業者数及び小規模事業者数

当地域の商工業者数は、平成26年経済センサス基礎調査において、1,705、うち小規模事業者は1,181で、地域内商工業者数の69.3%を占めている。推移を業種別にみると、製造業（62.6%）、小売業（78.2%）、建設業（83.5%）の順に減少数が大きい。半面、その他（149.1%）、サービス業（128.3%）が伸長している。その他の業種は不動産賃貸業が大半を占め、平成26年では208社となっている。

（表③）商工業者及び小規模事業者数の推移）

年次別	商工業者数	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	サービス業	その他	小規模事業者数
平成8年	1,664	170	83	42	748		444	177	1,333
平成13年	1,636	168	58	41	516	202	457	194	1,300
平成21年	1,744	165	71	71	445	215	498	279	1,391
平成26年	1,705	142	52	58	404	215	570	264	1,181

（出典：平成8年・13年は事業者・企業統計、平成21年・26年は経済センサスによる）

その他には鉱業、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業、運輸業、金融・保険業、不動産業を集計。
平成11年度のみ、小売・飲食・宿泊業は合算している。

c) 従業員総数及び業種別従業員数

当地域の従業員総数は平成 21 年から 28 年の間で 1,523 名、実に 10.5% の減少となっている。特に製造業での減少が大きく (60.2%)、建設業 (23.5%)、その他 (16.1%) と続く。

(表④)従業員総数及び業種別従業員の推移)

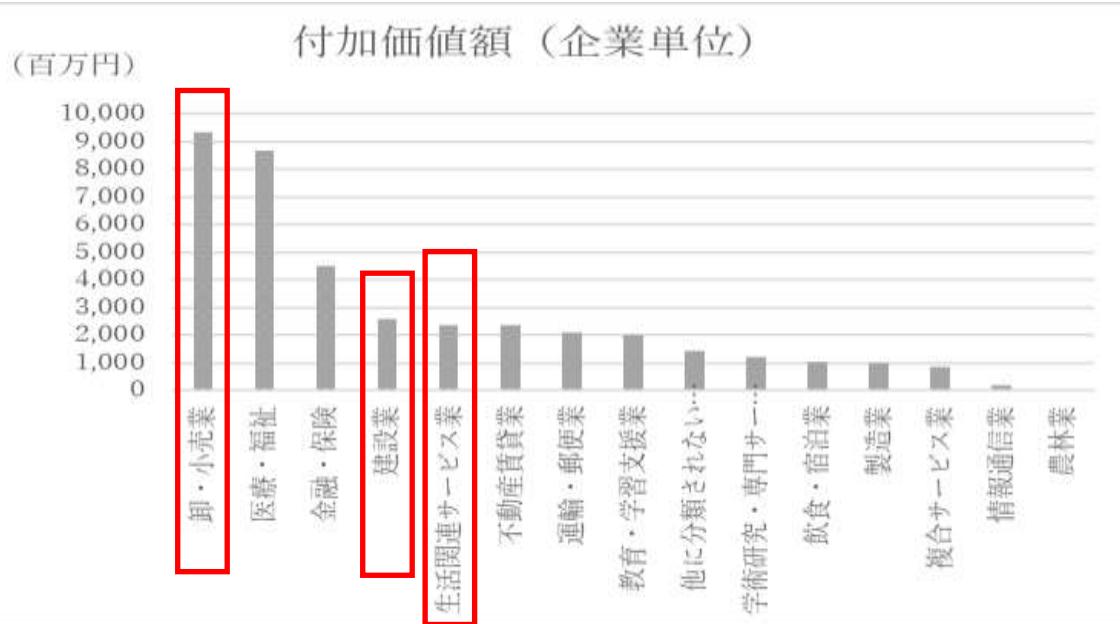
年次別	総数	農林漁	建設	製造	卸・小売	宿泊・飲食	サービス	その他
平成 21 年	14,504	0	858	438	3,502	1,769	6,332	1,605
平成 24 年	13,447	0	632	325	3,310	1,594	6,108	1,478
平成 26 年	14,554	21	575	269	3,465	1,607	7,232	1,385
平成 28 年	12,981	21	656	174	3,192	1,484	6,109	1,345

(出典：逗子市 平成 24 年・28 年は経済センサス活動調査、平成 26 年は経済センサス基礎調査)

d) 地域事業所の業種別の課題

付加価値額から見る当地域の主要業種は、小売業、建設業、サービス業となっている。小売業の付加価値額が最も大きい。

<表⑤産業大分類別に見た付加価値額（企業単位）>



(出典：H28 経済センサス活動調査)

d-1. 卸売・小売業

表③（商工業者及び小規模事業者数の推移）の通り、卸売業、小売業共に数を減らしている。表⑤では最も高い付加価値額となっているが、これは市内に 3 軒ある大型スーパーと、2 軒ある地元スーパーに依るもののが大きく、個人経営の売上は減少傾向が続いている。市内に本店を持ち、食料品販売を中心にして県下に 13 店舗を経営するスーパー・チェーンでは、地域事業者と意欲的に連携し高品質な地域の特産品等を取り扱っており、TV メディアへの露出も非常に多く、地域の知名度向上に繋がっている。

d-2. 製造業

表③（商工業者及び小規模事業者数の推移）の通り、事業所の減少幅が最も大きく、平成 21 年・平成 26 年の比較では 37.4% も減少している。平成 28 年の製造業事業者数は 52 社であるが、次の表で示す通り従業者 4 名以上の事業所は 6 社となっており、大半が家内制製造の小規模事業

者である。6社の内訳は食料品製造2社、繊維1社、生産用機械1社、電気機器1社、輸送機械1社となっている。

(表⑥)製造業の概要)

年次	事業所数	従業者数(人)	付加価値額(百万円)	製造品出荷額等(百万円)
平成29年	6	96	571	847

(出典：逗子市 平成29年神奈川県工業統計調査、従業者4名以上の事業所)

d-3. 建設業

地域内建設業の多くは小規模事業者である。表③の通り、事業所の減少数は第3位と高い数字となっている。正規従業員の割合が最も高い業種であり、雇用の減少は地域経済に大きな影響を与えている。

d-4. 新型コロナウイルス感染症の影響

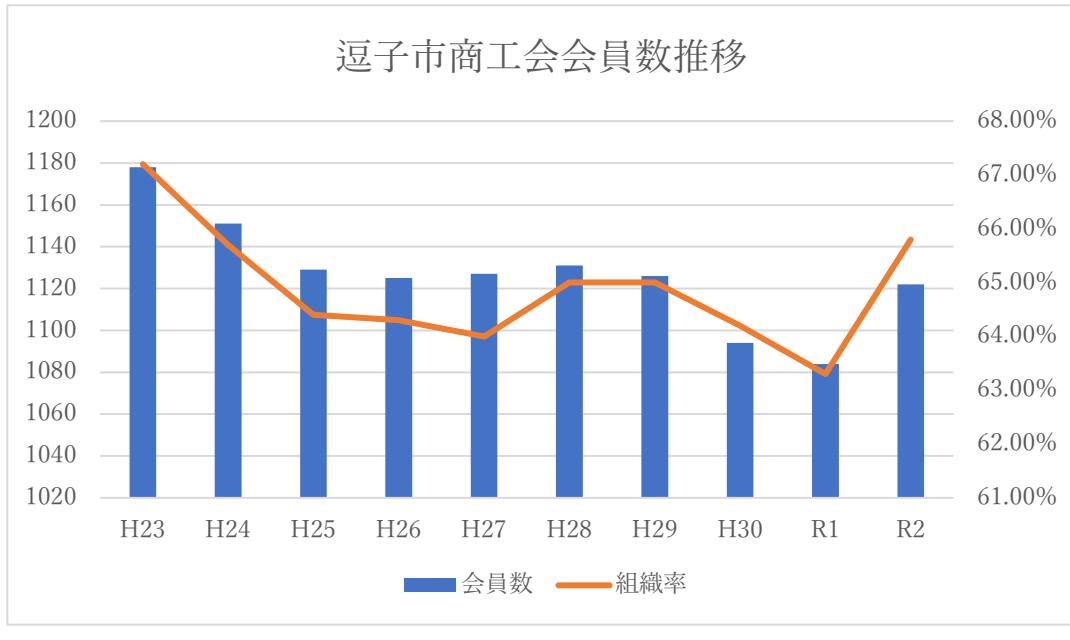
令和2年度、域内会員事業所の廃業は19社あった。また会員事業所以外での閉店は合計16店あり、合計すると飲食業の廃業・閉店が最も多い。飲食店ではイートインから新たな商品を開発し、店外へ販路を求める動きが加速している。製造業についても受注が減少し、今後の方向性を見いだせないでいる。

	建設	飲食業	卸売・小売	サービス	その他
廃業	2	4	6	5	2
閉店	0	13	2	1	0
計	2	17	8	6	2

5) 逗子市商工会の現状

a) 年度別会員数、組織率の推移

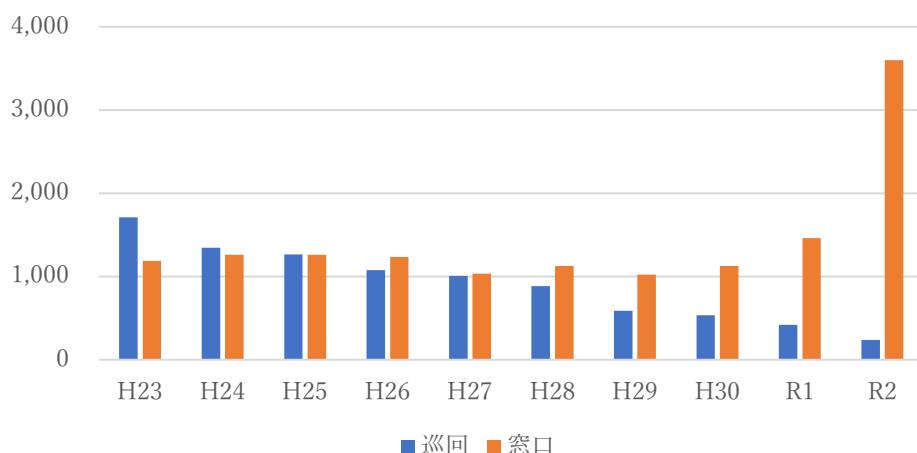
逗子市商工会は昭和36年4月に設立。会員数は1,122社（令和3年3月31日現在）であり、会員組織率67.6%の地域総合経済団体である。当地域においても事業所数の減少がみられるが、令和2年度加入者54件、退会24件と会員数は増加している。



b) 経営改善普及事業実績の推移

当商工会では職員の不足に対応するため、効率的な経営改善普及に取り組んでいる。要点を押さえた効率的な巡回指導とIT技術を活用した継続的な指導によって伴走支援を行っている。

経営改善普及事業の実績推移



c) 商工会の創業支援事業

経済センサスに基づく創業比率をみると、逗子市は神奈川県下で5位となっている。また女性社長比率が県内で最も高いという統計があり、地域ニーズに合った伴走支援を行っている。創業スクール参加者は非常に多く、創業に結び付いている。

市区郡別所在地	女性社長比率
神奈川県逗子市	13.9%
神奈川県鎌倉市	11.1%
神奈川県横浜市中区	11.0%
神奈川県愛甲郡	9.8%
神奈川県横浜市南区	9.5%
神奈川県足柄下郡	9.4%
神奈川県三浦郡	8.8%
神奈川県横浜市青葉区	8.3%
神奈川県横浜市金沢区	8.2%
神奈川県茅ヶ崎市	8.1%
神奈川県川崎市麻生区	8.1%

(出典：帝国データバンク 神奈川県女性社長分析)

神奈川県 女性社長比率



全国 女性社長比率



(逗子市特定創業支援事業参加者)

年次別	創業セミナー参加者	創業スクール参加者（うち女性）	うち創業者数
平成 28 年度	32	54 (23)	8
平成 29 年度	37	23 (21)	5
平成 30 年度	42	36 (24)	6
平成 31 年度	66	58 (33)	6

6) 逗子市の方向性

a) 逗子市総合計画

逗子市では 1997 年に「青い海と みどり豊かな 平和都市」という理想像を定め、2015 年を目標とする基本構想のもと、基本計画及び実施計画の三層で構成した総合計画の推進を図ってきた。現在の総合計画は 2015 年度から 2038 年度に焦点を当てた計画となっており、次の 2 つの柱により将来像を設定している。

- 1 自然に生かされ、自然を生かすまち
～ 自然を大切にするまちでありたい
- 2 コミュニティに支えられ、コミュニティを支えるまち
～ 人間を大切にするまちでありたい

これら理想像と将来像の実現に向け、「5 本の柱」を定めている。

5 本の柱	
第 1 節	共に生き、心豊かに暮らせるふれあいのまち
第 2 節	共に学び、共に育つ「共育（きょういく）」のまち
第 3 節	自然と人間を共に大切にするまち
第 4 節	安全で安心な、快適な暮らしを支えるまち
第 5 節	新しい地域の姿を示す市民主導のまち

上記、まちづくりの目標の中で、「第 4 節 安全で安心な、快適な暮らしを支えるまち」において、商工業の振興や地域資源を活用したにぎわいの創出による観光振興を図る。第 4 節は次の 5 つの項目に分かれており、リーディング事業が挙げられている。各事業には対象者が記載されているが、その中から特に商工業振興と関連があるものを示す。

- 1 良好的な住環境の形成により、くつろぎが生まれるまち
 - ・土地利用方針の調査検討

商業地における住宅の在り方も含め、人口減少時代のあるべき土地利用を検討する。
 - ・空き家解消事業

住宅ストックの安定的な流通・活用を促進することで、人口減少社会に資する生活環境の健全化を目指す。

（対象：不動産所有者、空き家の利用希望者）
- 2 災害に強く、犯罪のない安全なまち
 - ・避難施設整備事業

大規模災害時における避難場所を確保し、安全で安心なまちづくりを進める。

（民間企業に協力を求め、津波非難ビル、震災時避難所の増設を図る）

3 歩行者と自転車を優先するまち

・歩行者と自転車を優先するまち推進事業

安全で快適な歩行空間を創出する。適切な自転車利用ができる環境づくり。公共交通アクセスの向上。自転車に頼りすぎない仕組みづくりの実現。

(対象：市民、警察、行政、商店会、交通事業者等)

4 都市機能の整った快適なまち

・JR 東逗子駅前用地活用事業

JR 東逗子駅前の旧国鉄清算事業団用地を有効活用することで、駅周辺の快適性・利便性を向上させるとともに、活性化を図る。

(対象：市、市民、事業者)

5 地域資源を生かした個性豊かなにぎわいのあるまち

・逗子海岸保全活用事業

逗子海岸のあり方や保全・活用方法を検討し、ファミリービーチとして安全で快適に利用できる海岸をつくる。

(対象：市民、海岸利用者、海水浴客、観光客)

・商工業振興事業

中小企業者や商店街を支援することにより商工業を活性化する。商工業振興の方向性を明確化し、市民・商業者・行政との協働のもと活性化を図る。

(対象：市民、商工業者、中小企業者、商工会、同業者団体、商店街)

※本事業においては、(仮称) 商工業振興計画の策定に向けた調査・検討が進められている。

・小坪海浜地域活性化事業

逗子で唯一の地場産業である漁業の振興を図るとともに、小坪漁港を整備し、小坪海浜地域の活性化をめざす。

(対象：市民、事業者（小坪海浜地域）、小坪漁業協同組合)

b) 第2期逗子市まち・ひと・しごと創生総合戦略（2020-2024）

国のまち・ひと・しごと創生総合戦略の推進にあたり、逗子市では人口ビジョンを踏まえるとともに、国の戦略及び県の状況を勘案した上で、逗子市総合計画との整合を図りながら本戦略を策定した。計画期間は2020年から2024年までの5年間とし、次の3つの基本方針を定めている。

1 子どもを安心して生み、育てる環境の整備

2 子育て世代を中心とした生産年齢人口層の転入促進、転出抑制

3 健康長寿、健康寿命の延伸

これら基本方針を実現するための基本目標を、次の通り設定している。

基本目標1 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

基本目標2 逗子市への新しいひとの流れをつくる

基本目標3 逗子市に暮らしながら「しごと」の希望をかなえる

基本目標4 魅力的で、誰もがいつまでも安心して健康に暮らせるまちづくりを推進する

この中で、基本目標3について、次のような基本方向性と具体的施策がある。

基本方向性1 東京・横浜への通勤圏に位置する住宅都市として発展してきた逗子市の性格を踏まえ、逗子市に暮らしながら快適に「しごと」が行えるよう環境整備を進める。

(具体的施策)

①快適な通勤環境の支援

★歩行者と自転車を優先するまち推進事業の推進

	<ul style="list-style-type: none"> ・鉄道事業者との連携による通勤電車本数の維持 ・より快適な通勤環境整備への支援 ・公共交通機関への乗り換えを容易にするシステムに関する取組み ・駐輪場の整備等
②新たなビジネス等の創出への支援	<p>★商工業振興事業の推進（商工会・商店街への助成、（仮称）商工業振興計画の策定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たなビジネスなどの創出への支援に関する取り組み ・金融機関、商工会等と連携した創業支援事業計画に基づく創業予定者への支援 ・AI、IoT、ビッグデータなどの先進的技術や官民データ活用の推進

基本方向性2 商工業や漁業など逗子市の地域産業の活性化を図る。

(具体的施策)

①商工業の活性化への支援	<p>★商工業振興事業の推進（商工会・商店街への助成、（仮称）商工業振興計画の策定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・金融機関、商工会等と連携した事業承継の支援
②漁業の活性化への支援	<p>★小坪海浜地域活性化事業の推進（小坪漁業協同組合への助成、小坪漁港の整備・保全工事、小坪海浜地域活性化計画の策定</p>
③その他「稼ぐ力」の向上に資する取り組みの推進	<p>★逗子海岸保全活用事業の推進 ☆空き家解消事業の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業誘致に関する取り組み ・ふるさと納税や企業版ふるさと納税に関する取り組み ・地域産業の增收支援や地域資源開発に関する取り組み ・県の三浦半島魅力最大化プロジェクト等との連携 ・インバウンド観光に関する取り組み ・AI、IoT、ビッグデータなどの先進的技術や官民データ活用の推進

基本方向性3 ダイバーシティ（多様性）を受け入れながら、若者、女性、高齢者、障がいのある人などあらゆる立場の人が活躍できるよう、就労支援や新たな「しごと」の場などの創出を目指す。

(具体的施策)

①多様な働き手、柔軟な働き方への支援	<ul style="list-style-type: none"> ・女性の就労支援 ・高齢者の就労支援 ・障がい者の就労支援 ・金融機関、商工会等との連携した女性の就労支援 ・テレワーク、クラウドソーシング等の推進に関する取り組み ・子育てと仕事を両立される環境整備
②新たなビジネス等の創出への支援	<p>★商工業振興事業の推進（商工会・商店街への助成、（仮称）商工業振興計画の策定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たなビジネスなどの創出への支援に関する取り組み ・金融機関、商工会等と連携した創業支援事業計画に基づく創業予定者への支援

	・AI、IoT、ビッグデータなどの先進的技術や官民データ活用の推進
--	-----------------------------------

②課題

1) 調査項目の整理・分析について

上記のように、逗子市における地域の現状を説明してきた。これを逗子地域事業者にとっての視点でSWOT分析するとともに以下にまとめた。

S 強み	O 機会
<ul style="list-style-type: none"> ・通勤の為の交通の便が良い住宅都市 ・誘客の為の交通の便が良い ・小売業を中心とした地域内事業者の連携 ・創業者が多く、減少する地域事業者数を下支えしている 	<ul style="list-style-type: none"> ・ITツールの普及、データ活用 ・空き家解消事業の促進 ・東逗子駅前の活性化計画 ・小坪漁港の整備 ・小坪海浜地域の活性化計画 ・地域水産資源の活用 ・新たなビジネスの創出支援 ・女性の就労支援 ・住みやすい、住み続けたい街
W 弱み	T 脅威
地域の事業所数、従業員数の減少 事業承継の必要性 商工会の人手不足 土地が高い 駅周辺の店舗向け物件が不足	地域の人口減少と高齢化 全業種に及ぶ新型コロナウイルスの影響

2) 地域課題の抽出

以上の整理を踏まえ、地域の課題と地域小規模事業者の課題を抽出した。

a) 地域の課題

ライフスタイルの変化に適合し、地域内で新しい働き方が生まれる環境を整えるとともに、それらをビジネスとして持続的な発展が行える支援環境を整える事で、住み続けたい生活都市から更に踏み込み、生活し働く事の出来る街とする。これらの取り組みにより、来街者の移住・定住を促進する。

b) 商工業者の課題

商工業者の課題として、次の3点に集約した。

b-1. 新たな価値の創出

商品・サービスの真の強みを引き出す新たな価値創造により、既存顧客以外へのアプローチ手段を整備する。

b-2. バリューチェーンのアップデート

経営環境や経営資源を見直す事により、プロセス毎の効率を再検証し競争優位を明確化する事で、サプライヤーや顧客、競争相手と共同を含めたバリューチェーンを新たに構築する。こ

れにより限りある経営資源を有効活用する。

b-3. 新たな販路開拓

上記 a 新たな価値の創出、及び b バリューチェーンのアップデートから生まれた新たな価値や競争優位性を、これまでとは異なる顧客へアプローチする販路を切り拓く。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

これら抽出した課題を踏まえ、小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を次の通り定める。

①10年程度の期間を見据えた小規模事業者振興の方向性

当地域にあって、小規模事業者は全企業の7割を占めており、地域の持続的発展に重要な役割を持っている。日本全体の人口減少傾向にある中、地域内事業と地域経済活動を下支えするため、次の3点を小規模事業者振興の長期的な方向性とする。

1. 小規模事業者の経営力の強化
2. 新たな需要の開拓
3. 創業・事業承継支援の強化

②逗子市総合計画との連動性・整合性

逗子市総合計画の中では、地域資源を生かした個性豊かなにぎわいのあるまちを目指し、また、第2期逗子市まち・ひと・しごと創生総合戦略では、逗子市に暮らしながら快適に「しごと」が行えるよう、新たなビジネス等の創出への支援（創業予定者への支援）が挙げられている。

また、商工業の発展への支援としては事業承継支援が、漁業など逗子市の地域産業の活性化、「稼ぐ力」の向上に資する取り組みの推進として、空き家解消や地域産業の增收増益や地域資源開発が挙げられている。

それらは今後逗子市が策定する商工業振興計画と密接にリンクしており、当会の考え方と連動・整合するものである。また、多様な働き手、柔軟な働き方（被雇用者）への支援として、地域振興のみならず社会福祉増進という面からも、商工会の担う役割は大きい。

③逗子市商工会が果たす役割

当商工会では事業者に寄り添い、事業の現状分析から経営課題の洗い出し、課題解決に向けた具体的な支援を通して経営レベルの向上を支援している。業種が同じでも抱える経営課題は事業者によって異なり、同じ経営課題でも解決の方法は異なる場合も多い。経営改善による収益性の向上と今後の事業者の方向性やありたい姿を洗い出し、計画経営に基づく経営力向上と事業の持続的発展を支援する事が当商工会の果たす役割であり、ひいては地域の持続的発展に資するものである。そうした経営支援強化を図るため、逗子市はもとより、支援機関や各種専門家と積極的に連携を図る。

(3) 逗子市商工会における経営発達支援事業の目標

当地域の現状と課題及び長期的な振興のあり方を踏まえ、地域小規模事業者支援機関として、以下の5ヶ年目標を設定した。

- ①経営計画に基づく経営力の向上による小規模事業者の経営基盤の質的向上
- ②新たな需要開拓による競争力の強化
- ③地域資源の有効活用による域内外の需要創出
- ④事業承継支援、創業支援による小規模事業者数の維持と稼ぐ力の持続

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、目標の達成方法

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標達成に向けた方針

①経営計画に基づく経営力の向上による小規模事業者の経営基盤の質的向上

（方針）経営基盤の持続的な向上には自社の強みの洗い出しと変化する顧客ニーズを捉えた新商品・新サービスの開発が不可欠である。ここでは地域経済動向調査や需要動向調査により外部環境分析に必要な情報を提供するとともに、経営計画の策定と策定後の実施を支援する。

②新たな需要開拓による競争力の強化

（方針）新商品・新サービスを開発しても、需要開拓が出来なければ利益には結びつかない。現状の提供能力と将来の提供能力を見通し、自社の供給能力に合わせた販路開拓と、それに向けた情報発信を支援する。

③地域資源の有効活用による域内外の需要創出

（方針）域内外の需要動向調査や消費動向調査等で得られた消費者ニーズを活用し、小坪漁港でとれた水産物や周辺三浦半島地域等の農産物を活用した商品・サービス開発を支援する。域内需要を特に重視し、地域内で支持される商品から周辺地域、域外需要への拡大を基軸とする。

④事業承継支援、創業支援による小規模事業者数の維持と稼ぐ力の持続

（方針）事業承継支援については巡回訪問や窓口相談のヒアリングから承継の課題を聞き取るとともに、事業承継セミナーの実施を通じ対象者を掘り起こす。創業支援については創業セミナー・創業スクールを開催し、現実性のある創業計画の策定を支援する。事業承継ニーズと創業ニーズを合わせて把握する事で、必要に応じて両者のマッチングを行う。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関するここと

(1) 現状と課題

【現状】

現在、逗子市商工会では地元小規模事業者に定期巡回訪問を行い、中小企業景況調査を2020年から開始した。直近の2021年7～9月期では4業種15事業者から調査票を得ることができている。

【課題】

顧客や取引先を含めた商圈の多様化、拡大に対応するため、管内景気動向調査だけではなく、より広域の景気動向をフィードバックする必要がある。

(2) 目標

	公表方法	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①景況動向調査実施回数	—	4	4	4	4	4	4
②景況動向調査結果公表	HP掲載	1	1	1	1	1	1

(3) 事業内容

景気動向調査を実施する。

【調査目的】 的確な地域経済の動向を把握するため、地域小規模事業者を対象に四半期毎に景気動向調査を実施し、逗子市内の経済動向、神奈川県、全国の景気動向調査結果を提供する事で域内外にて経済活動を行う事業者の新たな事業分野の開拓に資する。

【調査対象】 域内商工会員事業所 15 事業者

【調査方法】 域内事業者に対しては経営指導員等が巡回訪問し、ヒアリングを行い調査票に記入し集計する。その際に前回調査結果をフィードバックする。

【調査項目】 製造業・建設業・小売業・サービス業及び産業全体の売上・採算・資金繰り、設備投資、従業員数等を調査する。

(4) 調査結果の活用

- ① 商工会館に配架し来館者が回覧できるようにすると共に年1回当会ホームページに掲載し管内小規模事業者が閲覧出来るようにする。
- ② 経営指導員等が指導を行う際の資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

管内事業者の商品開発や新サービス開発のため、顧客を想定した需要動向調査を実施している。調査結果は事業者の事業計画に反映している。

【課題】

外部評価委員会による事業評価では、各業種の新分野展開等のニーズにあわせ、マーケットインによる調査実施の促進が挙げられている。

(2) 目標

	現状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
出展調査対象事業者数	3	10	10	10	10	10

(3) 事業内容

展示会等出展者への需要動向調査

東京ビッグサイトにて開催される加工商品 EXPO に出展する事業者に対して、商品のニーズ調査を盛り込んだアンケートの作成支援を行い、展示会等でマーケットインによる調査実施を支援する。

(支援対象) 新商品の開発・販路開拓に取り組む小規模事業者

(支援方法) 小規模事業者を支援しながら、来場者に対して新商品やサービス内容の説明を通じてアンケート調査、ヒアリングを行う。調査項目の検討や調査票の作成は事業者と共にを行う。

(サンプル数) 来場者 50 人/1 者

(調査項目) ①味②食感③色④価格⑤デザイン⑥利用シーン等

(活用方法) 調査結果は経営指導員等が集計し事業者に直接フィードバックする。

(加工食品 EXPO の概要)

冷凍食品、レトルト食品、お菓子、清涼飲料などの完成品を始め、農水産物、食品素材に至るまで、あらゆる製品が一堂に出展する国内最大の加工食品展示会。特に商談に重点が置かれる。

出展 320 者、来場者数 14,677 人

5. 経営状況の分析に関すること

(1)現状と課題

【現状】

現状は、小規模事業者経営状況聞き取りによる強み・弱みの分析と中小機構の提供する「経営自己診断システム」を活用し、財務分析を行うこととしてきた。しかしながら、コロナウイルス感染症による管轄内事業者の相談件数は増え続けすべての事業者の経営分析まで出来ないのが現状である。

また初めて相談にくる小規模事業者のほとんどは自社の強みやビジネスモデルを自覚せずに経営しており、経営分析の重要性や事業計画作成の必要性への理解が不十分なため、分析結果を日々の経営に活かせていない現状にある。

【課題】

ヒアリングの際、質問事項の基準を設けて経営分析の平準化を図ることが課題。一定の基準を基に分析を行うことで分析結果を同業他社と比較できるなど、より精度の高い事業計画の策定に向けて活用ができる。

また、経営分析を通して自社の強み・弱み・ビジネスモデル等の重要性を事業者自身が理解する必要がある。家族経営が大半を占める小規模事業者は日々の経営に追われなかなか自ら分析を進めるることは難しく、専門家や経営指導員等の伴走支援により継続的に支援していかなければならない。

(2)経営分析の目標

	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
経営状況分析事業者数	126	100	100	100	100	100

(3)事業の内容

①経営分析する事業者の掘り起こし

日々の巡回・窓口相談の際、経営分析と事業計画作成の重要性を啓蒙する。口頭による説明のほか、A4 サイズの SWOT 分析シートを作成してヒアリングした内容を記載する。その場で事業者へ提示して事業主自身が話した内容をシートに見える化することで、分析の重要性と必要性を認識してもらい経営分析につなげる。

②経営分析の内容

対象者	日々の相談者より、経営分析の重要性を認識した事業所及び経営指導員が特に経営分析の必要があると判断した事業所 ※支援先リストを作成する。
分析項目	【非財務分析】 <内部環境>強み、弱み(商品サービス、技術ノウハウ、人材、IT 活用) <外部環境>市場の動向、法律、商圏の人口動態等 【財務分析】 直近3期分の収益性、安全性、生産性等
分析手法	【非財務分析】任意様式「SWOT 分析シート」 【財務分析】中小機構「経営自己診断システム」

※必要に応じ専門家派遣制度を活用する。

(4)経営分析結果の活用

①分析結果は事業者にフィードバックし、事業計画策定等に活用する。また、商工会の基幹システム等に入力しデータベース化することで職員同士の情報共有化が図られる。支援の効率化と職員のスキルアップにもつながる。

②支援者ミーティングでの活用

非財務分析シートの様式を標準化する事で、経営指導員等支援者ミーティング開催時の情報共有が深まる（10.経営指導員等の資質向上等に関するこに記載）。

6. 事業計画策定支援に関するこ

（1）現状と課題

【現状】

現状では小規模事業者持続化補助金や事業再構築補助金などの補助金申請時や小規模事業者経営改善資金貸付や創業融資などの金融あっせん時を中心に事業計画策定を支援しており、加えて専門家派遣制度を活用した個別相談やセミナー開催を行っている。

【課題】

小規模事業者において経営課題を認識し、解決に向けて事業計画策定に取り組んでいく事は不可欠であるが、実際は新型コロナウイルス感染症や様々な法改正への対応等、目まぐるしく環境が変わる中では、事業を運営する事で手一杯であり、事業計画を策定する事まで、なかなか意識が辿り着けないのが実情である。

（2）支援に対する考え方

限られた人員・時間の中で小規模事業者に経営課題を認識し、解決に向けて事業計画を策定に取り組んでもらえるようにするために、きっかけ作りが重要である。事業者の意識変化を促すと共にセミナーについてはIT等を活用し、従来の集団での受講方式に加え、LIVE配信にて開催する事でセミナー会場に赴く時間の負担軽減を図るとともに、事業の空き時間にセミナー内容が閲覧できるよう録画配信を行う等、小規模事業者にも参加しやすい環境を整備する。

またカリキュラムについても今まで支援を行った事業所の成功事例などの生の声を伝えるなど事業者へ経営計画を策定する重要性の意識付けを強化し、取組み数を増やしていく。

（3）目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①DX推進セミナー	未実施	1回	1回	2回	2回	2回
②事業計画策定セミナー	1回	2回	2回	2回	2回	2回
③創業セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
④事業承継セミナー	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	100者	80者	80者	80者	80者	80者

（4）事業内容

① DX推進セミナーの実施

小規模事業者がビジネスモデルを変革し、新たなデジタル時代にも十分に勝ち残れるよう自社の競争力を高めるため、課題の洗い出し、解決策として最適なデジタルツールを導入して活用していくよう支援を行う。

【支援対象】DX化を踏まえた事業計画の策定を行う事業者

【開催回数】1回／年（個別相談会：1回／年）

【想定参加数】20社／1回（集団講義：10社 LIVE配信等：10社）

【募集方法】商工会広報誌・HP・相談時の案内

【手段・手法】DX化はIT化そのものではなく、手段であり、デジタル技術による変革の動機付けや必要性を認識してもらうと共に「収集した各種データのAIによるビックデータ分析」、「CRM（顧客管理システム）によるマーケティングセールス」、「チャットボットによる

「24時間 365日のカスタマーサポート」、「製造現場における生産管理システム（ERP）の導入」などの代表的なツール等について基礎知識の習得や取り組みを推進していくためのセミナーを開催する。

またセミナー後に具体的な取り組み支援を希望する事業者については、経営指導員等がヒアリング及び導入指導を行い、必要に応じてIT専門家等のアドバイスを交えた個別相談会を実施する。

②事業計画策定セミナー及び個別相談の実施

小規模事業者が事業計画の策定にあたり、動機付けや必要性、基本的な知識を習得すると共に、予め設けた専門家を交えた個別相談会を開催し、事業計画のブラッシュアップを行う。

【支援対象】経営分析を行った事業者

【開催回数】2回／年（個別相談会：2回／年）

【想定参加数】20社／1回（集団講義：10社 LIVE配信等：10社）

【募集方法】経営分析を実施した事業者に対して電子メール・電話、FAX等にて案内

【手段・手法】事業計画策定セミナーではビジョンや行動指針等の企業理念からマーケティングやアクションプラン、数値目標などの具体的な内容まで知識を習得すると共に地域の経済動向調査、需要動向調査、事業所の経営分析等の結果を踏まえ、事業規模等に即した実現が可能なレベルまで個別相談や専門家派遣制度を活用し、ブラッシュアップをしていく。また計画の策定の際に、持続化補助金や事業再構築補助金、経営革新計画等の補助金・助成金等の活用が有効となる場合も多く予想されることから積極的に申請について支援を行い、事業計画策定の意義を実感してもらう。

③創業セミナー及び創業スクールの実施

創業希望者の掘り起こしを行うため、創業を希望する方や創業に興味を抱いている方を対象に市及び関係支援機関と連携し、創業セミナーを実施する。

【支援対象】創業への意欲が高く、自身の強みを活かして着実に創業の実現性を高められる方

【想定参加数】20名／1回

【開催回数】1回／年

【募集方法】市及び商工会広報誌・HP、関係支援機関による情報提供、地域広報誌広告掲載等

【手段・方法】創業セミナーでは内容のハードルを上げすぎず、『いつか商売にしたい』という段階の方も含めた創業希望者の掘り起こしを行う。参加者で事業の実施に対し、より意欲が強く、実現性が高い方向けには創業スクールを開催する。創業スクールでは創業に係る基本的事項から実際の計画策定までを学んでもらうとともに創業希望者同士の情報交換やモチベーションを保持してもらう。

また個別相談を実施。個別相談では、業種別に必要な知識（許認可・届出等）の取得と事業計画策定のブラッシュアップを目的とし、経営指導員等が支援にあたる。必要に応じ専門家派遣制度を活用しながら支援を行う。

④事業承継セミナーの実施

地域内の小規模事業者のうち、事業承継を予定している事業者の掘り起こしや小気字簿事業者の持続的な経営が可能となるよう支援を行うことで、地域事業者の廃業率を減少させる事を目的としたセミナー及び個別相談を実施する。

【支援対象】巡回訪問時に事業承継診断票による対話を行い、事業承継への気づきを促した方

【想定参加数】20人／1回（少人数開催）

【開催回数】1回／年

【募集方法】市及び商工会広報誌・HP、関係支援機関による情報提供、地域広報誌広告掲載等

【手段・方法】市、神奈川県事業承継ネットワークと共に事業承継セミナーを実施し、小規

模事業者へ計画的に事業承継を行う必要性・重要性の理解を促す。参加者で意欲的に事業承継計画を行いたいと規模する方には個別相談を実施し、補助金や専門家派遣も活用しながら事業承継計画の策定を支援する。

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】

現状では事業計画策定後、資金難や想定とのズレ等の事業実施における問題に直面した際に相談があり、金融あっせんや軌道修正等の課題に対し、経営指導員が巡回相談・窓口相談にて支援を行っている。

【課題】

小規模事業者は事業計画を限られた人員で実施しており、思い込みにより方向性にブレが生じている事に気付けなかったり、キャッシュフローを見誤ったりと危機的状況に直面してから解決に乗り出すため、軌道修正や対応に時間的・金銭的負担等を受ける事が多くみられる。また、事業計画は一過性の物ではなく、長期に渡り、遂行していく物であり、区切りごと見直しをする必要があり、現状の相談体制ではタイムラグが生じる。これを打開すべく定期的な相談体制を確立しフォローアップをしていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画の策定は目標に向けての手法であり、策定すること自体が終点ではない。事業者が計画を実施する中で、社会情勢や環境を考慮しながら、PDCAサイクルを回し、売上目標や利益目標に向けて進めるよう、経営指導員は事業者に寄り添いながら定期的に計画の進捗を把握し、目標につなげられるよう支援を行うことが必要である。そのためには支援者側も支援のPDCAを回し、状況に応じて、定期的に相談に応じる体制を確立する。相談を受ける側も事業計画スケジュールを基に相談予約を行い、課題の抽出や資金繰り、新たな企画を模索することで未然に防げる問題や目標達成へのモチベーションアップを図る。

また、目標達成への課題や問題には、大きさによって個々の経営指導員だけでは解決が難しい事もあるため、経営指導員間で情報を共有し、解決に向けてのアイデア出しや思い込みによる方向性のブレへの指摘等を専門家のアドバイスを踏まえ、支援していく事で経営指導員全体の資質向上に繋げ、相談対応の幅を広げる。

(3) 目標

	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
フォローアップ 対象事業者数	15	80	80	80	80	80
頻度（延回数）	30	320	320	320	320	320
売上増加事業者数	集計せず	16	16	16	16	16
利益率 3%以上増加事業者数	集計せず	8	8	8	8	8

(4) 事業内容

【支援対象】事業計画を策定した全事業者を対象とする。

【支援内容】フォローアップは策定された事業計画の実施スケジュールを把握し、巡回・窓口相談により対応し、進捗状況を確認・検証を行う。進捗状況の判断は専門家や関係支援機関とも連携して実施することで、計画実現の可能性をより高めて効果的な支援に繋げる。

【支援頻度】事業計画策定の支援を行った事業者への支援頻度は、原則として 1 年に 4 回設定し、事業計画の進捗の把握と支援を行う。なお事業計画の実施において計画と進捗状況に差異が生じている場合、専門家等のアドバイスを踏まえながら、今後の対応策を検討し、個別支援

とフォローアップ頻度を高めるなどの対応を行う。

- ・フォローアップの1事業者あたりの頻度4回／年
- ・売上増加事業者の目標数は、フォローアップ対象事業者の概ね20%
- ・営業利益率3%増加事業者の目標数は、フォローアップ対象事業者の概ね10%

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関するここと

(1) 現状と課題

【現状】

これまで、需要開拓の範囲を地域内（住民・来街者）、近隣地域、地域外と分類して販路開拓を支援してきた。しかし新型コロナウイルスの影響で多くの展示商談会等が中止や延期となり、また出展のコスト等が負担となり踏み出せずにいる小規模事業者がいる。

【課題】

新型コロナウイルス感染症の影響から広がりつつあるオンライン商談会はコロナ終息後も販路開拓手段の新たなスタンダードとして定着する事が予測されているが、IT技術への苦手意識や不安感等が拭えずにいる小規模事業者への意識改革につながる支援が必要となっている。オン・オフ展示会を問わず、ビジネスマッチングへの出展や需要動向を踏まえた即売会への出展により、マーケットイン型の商品開発につなげ販路拡大に結び付ける事で成果を上げられる需要開拓が必要である。

(2) 支援に対する考え方

作り手が良いと思うものを作り、売る企業側の理論では競合他社の多くの商品に埋没してしまう。来場者の特性やニーズを捉えた商品開発・商品選択を事前にを行い、適切な場で最適な需要開拓を行えるよう支援する。

DXに向けた取り組みとして、ホームページやSNSを活用した情報発信、自社ホームページの開設及びネットショップ機能追加等の推進を支援すると共に、顧客管理機能等の活用促進を行う。必要に応じてIT専門家派遣を実施し支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①展示会・商談会出展事業者数	4者	4者	4者	4者	4者	4者
成約件数（出展事業者合計）	未開催	20件	20件	20件	20件	20件
②即売会等出展支援	2者	2者	2者	2者	2者	2者
売上額／社	5万円	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
③自社ネットショップ開設者数	未実施	1者	2者	2者	2者	2者
売上増加率／社	未実施	10%	10%	10%	10%	10%

①展示会・商談会（BtoB）

【対象者】食品製造業・特産品等製造業、製造業で、需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者

【訴求対象】販路を持つ商社・卸売・小売業のバイヤー及び新規取引先を開拓している製造業等

【想定する展示会等】

- ・加工食品EXPO

概要：冷凍食品、レトルト食品、お菓子、清涼飲料などの完成品を始め、農水産物、食品素材に至るまで、あらゆる製品が一堂に出展する国内最大の加工食品展示会。特に商談に重点が置かれる。

出展事業者数：320者（R02年）

来場者数：14,677人（R02年）

・テクニカルショウヨコハマ

概要：最先端の技術・製品が一同に会する、首都圏最大級の工業技術・製品に関する総合見本市。

出展事業者数：806者（2019年）

来場者数 35,354人（2019年）

【支援内容】商工会や他小規模事業者と連携しての共同出展も視野に入れた出展体制を整える事で、単独での出展が困難な小規模事業者の販路開拓を支援する。FCPシート等の商談シートや営業ツールの作成、バイヤー目線での展示ブース装飾、事前の招待状作成やホームページでの事前情報発信を支援する。またブース訪問者に対する展示会後のフォローも支援する事で展示会を最大限に活用できるよう支援をする。専門家派遣事業を活用し、開催前、開催中、開催後まで伴走支援する。

②即売会等出展支援

【対象者】特産品等を取り扱う、一般消費者の需要開拓を目指す小規模事業者

【訴求対象】一般消費者

【想定する展示会等】

・ニッポン全国物産展（BtoC）

概要：例年11月に東京都東池袋サンシャインシティにて開催される物産展。

出展事業者数：132者

来場者数 14,384人

【支援内容】展示会の来場者情報を踏まえ、販売する商品の選定やプラッシュアップを支援する。

また効果的な陳列方法、値付け、販売方法についても支援を行う。ウェブサイトでの事前情報発信によりブース訪問者を増やすと共に、ショップカードを作成し後日の販売にも繋がるよう支援する。

③自社ネットショップ開設（BtoC）

【対象者】インターネット上の需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者

【訴求対象】一般消費者

【支援内容】策定した事業計画に基づき、商品構成やページ構成、販売促進活動についてウェブ販促専門家やITベンダーと連携し支援する。ページ開設後一定期間後に効果測定を行い、効果を検証し必要に応じて改善を支援する。

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

（1）現状と課題

【現状】

毎年1回、事業の完了時に外部評価委員会にて事業の実施内容にて計画と実績を比較検証し、成果を評価すると共に事業の見直しを行っている。

【課題】

大きな課題はないため、外部評価委員会のメンバーに新たに法定経営指導員を追加し、PDCAをより効率的にまわす体制を整える。

（2）事業内容

当会の理事会と併設して、神奈川県中小企業支援課職員、逗子市経済観光課職員、外部有識者として中小企業診断士、その他専門知識を有する専門家による外部評価委員会に法定経営指導員を加え、評価委員会を半期ごとに開催し、PDCAサイクルを用いて事業の進捗を管理する。

事業の評価・見直しについては理事会の承認を経て逗子市商工会総代会にて報告、承認を受けたのち、報告書を当会ホームページにて公開し地域小規模事業者が閲覧できるようにする。

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】

中小企業大学校東京校が実施する支援者研修、上部団体である神奈川県商工会連合会が主催する経営指導員等研修を各自受講している。

【課題】

受講内容については報告書・テキストを回覧し獲得した知識の共有を図っているが、回覧が終了した資料は各職員の管理となっており、誰にどのような知識の蓄積があるのか、どのようなノウハウを得たのか共有が出来ておらず、必要な時に支援情報のアップデートが行えない点が課題となっている。

(2) 事業内容

①経営支援能力向上研修の受講

経営指導員等には国・県等の中小企業政策動向や地域経済・市場環境の認識、地域産業資源の情報といった知識を常に最新の状態に維持する事と合わせ、専門家とのネットワーク力や小規模事業者の経営上の優先順位に基づく課題設定力、計画実行能力、それらを事業者へ伝えるコミュニケーション能力が必要である。職員一人一人異なる能力を整理するため、新たに中小企業基盤整備機構の発行する支援能力向上マニュアルを活用し、自身に見合った経営支援能力研修を受講する事で支援者としての資質を効率よく向上する。

②【DX化に向けたセミナーの受講】

地域事業者のDX推進のため、経営指導員及び一般職員のITスキルを向上させるため、下記のようなセミナーに積極的に参加するとともに、商工会でも支援情報共有のためのITツールを導入し日常業務のDX化を進める事でインプットに留まらない支援を行う。

<DX化に向けたIT・デジタル化の取組>

ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

PRAツール、自動仕訳に対応した会計ソフト、テレワークの導入、電子申請、情報セキュリティ対策等

イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

ウェブサービスを活用した自社の情報発信方法、ECサイト構築、オンライン展示会、クラウドファンディングの活用等

③受講内容の共有化

経営指導員及び一般職員の支援情報共有のため、受講内容やテキストの要点をデータ化し職員内ネットワーク共有する事で、受講者以外の職員も必要に応じて確認できるようにする。

④経営計画策定支援内容等の見える化

担当者毎に支援した経営状況分析シートや経営計画書をネットワーク上で共有し、支援の手法や成果を常時確認できるようにする。これにより支援事例と支援内容を共有する事ができ、より効率的な個社支援に繋がる。

また、会員管理システムの未使用機能を活用する事で相談内容の報告業務負担を減らしつつ、より有益な経営支援データベースとする。合わせてビジネスチャットツールを導入し、電話での相談内容や対応内容についても全ての職員間で情報共有し、いつ、誰から相談がありどの職員がどのような対応を実施したのかリアルタイムで把握できる環境を整備する。

(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	
(令和3年1月現在)	
(1) 実施体制（商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制等）	
事務局長 1名 (経営発達支援計画管理者)	逗子市 経済観光課
法定経営指導員 1名 (経営発達支援計画管理者)	
経営指導員 5名 (経営発達支援計画遂行者)	経営支援担当職員 1名 (経営発達支援計画補助者)
(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制	
①法定経営指導員の氏名、連絡先 氏名 小牧 加津男 所属 逗子市商工会 連絡先 046-873-2774	
②法定経営指導員による情報の提供及び助言 経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報提供等を行う	
(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先 ①商工会／商工会議所 〒249-0004 神奈川県逗子市沼間 1-5-1 逗子市商工会	

電 話 : 046-873-2774
E-mail : zushi@k-skr.or.jp

②関係市町村
〒249-8686
神奈川県逗子市逗子 5-2-16
逗子市 経済観光課
電 話 : 046-872-1111 (内線 281)
E-mail : keizai@city.zushi.lg.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4年度	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	3,300	3,300	3,300	3,300	3,300
専門家派遣費	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
セミナー開催費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
チラシ作成費	900	900	900	900	900

(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、神奈川県補助金 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)

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