

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>座間市商工会(法人番号 7021005004936) 座間市(地方公共団体コード 142166)</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和7年4月1日～令和12年3月31日</p>
<p>目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・目標①「経営改善支援の強化による小規模事業者の持続的な成長」 事業者の自己変革を高め企業の持続的な成長ができるようになることを目標として支援を行う。 ・目標②「販路開拓支援の強化による小規模事業者の新たな市場及び、顧客層の開拓」 事業者が新たな市場や顧客層の開拓ができるようになることを目標とする。 ・目標③「DXの活用による小規模事業者の業務効率化の推進」 デジタル技術を活用して企業のプロセスやビジネスモデルを改革し、持続可能な成長が実現できるようになることを目標とする。
<p>事業内容</p>	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域経済動向調査に関すること 調査を実施して小規模事業者が活用できるように情報提供する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 業種ごとに調査を実施して収集分析し、個者に提供できるよう支援する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 個者が経営状況を把握できるよう、手法や分析結果の活用を支援する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 各動向調査や経営状況の分析を踏まえて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 策定した事業計画の目標達成に向けて計画実行を支援する。</p> <p>8. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること 個者の新たな販路開拓事業とDX促進強化が図れるよう支援する。</p>
<p>連絡先</p>	<p>座間市商工会 〒252-0027 神奈川県座間市座間 2-2887-2 TEL：046-251-1040 FAX：046-254-2220 E-Mail：zama@k-skr.or.jp 座間市 地域づくり部 産業振興課 神奈川県座間市緑ヶ丘 1-1-1 TEL：046-252-7604 FAX：046-255-3550 E-Mail：syoukou@city.zama.kanagawa.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)地域の現状及び課題

ア 現状

座間市商工会及び、座間市の概況

座間市商工会は神奈川県中央に位置している座間市内全域の中小企業や小規模事業者の経営に関する様々な支援を管轄する経済団体である。

座間市は、東京から南西へ 40 km、横浜から西へ約 20 kmのところであり、面積は 17.57 km²、広がり東西 5.3 km、南北 4.0 kmで神奈川県ほぼ中央に位置している。座間市の南北を縦断する崖地を境に、西部の相模川に沿った沖積低地と東部の相模野台地に分かれ、首都圏にありながら、上水道に地下水源を利用するなど自然環境に恵まれた市である。

鉄道は小田急小田原線が北東から南西へ、JR 相模線が市域西側を南北へと走り、市内には 3 駅が所在する。座間駅の一駅隣である海老名駅では小田急小田原線、相模鉄道線、JR 相模線が連絡し、都内や横浜など各方面への利便性が見られる。各駅を中心に神奈川中央交通バス、相鉄バスの路線が通っている。また、2019 年には、相模鉄道の延伸計画により、JR 線との相互直通が開通、2023 年には東急東横線との相互直通が開通したことで、首都圏広域鉄道へのネットワークも充実し、更なる利便性が向上した。

主要道路としては市域を東西に走る国道 246 号線、小田急小田原線に沿って県道 51 号線が北東から南西へ、西から南東へ県道 42 号線が延びている。また、国道 246 号線から東名高速道路「厚木 IC」、また、平成 26 年には圏央道・さがみ縦貫道路区間が全線、令和 2 年 9 月には座間市と厚木市を結ぶ座架依橋近くに厚木 IC スマートインターが開通し、都内・静岡県・埼玉県・山梨県などからのアクセスも良くなった。



イ 人口推移

座間市の人口は、令和 6 年 6 月現在 131,818 人（住民基本台帳）である。

国税調査及び、第五次座間市総合計画基本構想の結果を基に人口推移をみると、平成 27 年に 128,737 名と減少傾向に転じたが、平成 28 年以降は増加傾向に転じ、平成 31 年には人口が 13 万人を超えた。しかし、今後の座間市の人口は減少傾向で推移することが予測される。年齢別人口については、年少人口及び、生産人口が減少傾向で推移しているが、一方で、老年人口は増加傾向で推移しているため、今後は、更なる少子高齢化の傾向が続くと予測される。

高齢化率は令和 2 年(2020 年)の 26.1%から令和 12 年(2030 年)には 28.2%に上昇する見込み。生産年齢人口比率は令和 2 年(2020 年)の 62.3%から令和 12 年(2030 年)には 62%に若干低下する見込みである。

年 (10月1日 現在)	総人口	年少人口 (0～14歳)		生産年齢人口 (15～64歳)		老年人口(65歳～)					
		人口	割合	人口	割合	計		前期高齢者人口 (65～74歳)		後期高齢者人口 (75歳～)	
						人口	割合	人口	割合	人口	割合
平成17	128,174	18,073	14.1	90,747	70.8	19,354	15.1	12,690	9.9	6,664	5.2
平成18	128,097	17,966	14.0	90,363	70.5	19,768	15.4	12,958	10.1	6,810	5.3
平成19	127,645	17,751	13.9	88,678	69.5	21,216	16.6	13,844	10.8	7,372	5.8
平成20	127,582	17,494	13.7	87,543	68.6	22,545	17.7	14,675	11.5	7,870	6.2
平成21	128,289	17,411	13.6	86,996	67.8	23,882	18.6	15,426	12.0	8,456	6.6
平成22	129,436	17,001	13.1	87,398	67.5	25,037	19.3	15,688	12.1	9,349	7.2
平成23	129,591	17,003	13.1	87,423	67.5	25,165	19.4	15,618	12.1	9,547	7.4
平成24	129,525	16,751	12.9	86,784	67.0	25,990	20.1	15,713	12.1	10,277	8.0
平成25	129,908	16,585	12.8	85,894	66.1	27,429	21.1	16,425	12.6	11,004	8.5
平成26	129,548	16,313	12.6	84,408	65.2	28,827	22.3	17,101	13.2	11,726	9.1
平成27	128,737	15,634	12.1	82,580	64.1	30,523	23.7	17,746	13.8	12,777	9.9
平成28	128,884	15,470	12.0	82,051	63.7	31,363	24.3	17,621	13.7	13,742	10.7
平成29	129,352	15,379	11.9	81,797	63.2	32,176	24.9	17,483	13.5	14,693	11.3
平成30	129,425	15,181	11.7	81,512	63.0	32,732	25.3	17,169	13.3	15,563	12.0
令和1	130,608	15,130	11.6	82,194	62.9	33,284	25.5	16,882	12.9	16,402	12.6
令和2	132,325	15,344	11.6	82,462	62.3	34,519	26.1	17,108	12.9	17,411	13.2
令和3	132,252	15,170	11.5	82,279	62.2	34,803	26.3	17,042	12.9	17,761	13.4
令和4	132,182	15,001	11.3	82,328	62.3	34,853	26.4	16,251	12.3	18,602	14.1
令和5	132,075	14,646	11.1	82,287	62.3	35,142	26.6	15,606	11.8	19,536	14.8
令和6	131,838	14,328	10.9	82,198	62.3	35,312	26.8	14,962	11.3	20,350	15.4
令和7	131,308	14,006	10.7	81,944	62.4	35,358	26.9	14,483	11.0	20,875	15.9
令和8	130,748	13,682	10.5	81,614	62.4	35,452	27.1	14,343	11.0	21,109	16.1
令和9	130,135	13,374	10.3	81,274	62.5	35,487	27.3	14,189	10.9	21,298	16.4
令和10	129,477	13,040	10.1	80,848	62.4	35,589	27.5	14,290	11.0	21,299	16.5
令和11	128,775	12,794	9.9	80,194	62.3	35,787	27.8	14,626	11.4	21,161	16.4
令和12	128,029	12,502	9.8	79,438	62.0	36,089	28.2	15,091	11.8	20,998	16.4

【座間市の総人口と年齢3区分別人口】

ウ 地域産品や観光資源の活用

特産品・推奨品

座間市には、8品目の特産品と、16品目の推奨品があります。内容は、和菓子、洋菓子、肉類、豆腐、うどんなどバラエティに富んでいる。特産品と推奨品の選別については下記の通りとなる。

概要	
特産品	市内で生産された農産物などの一次産品またはそれらの農産物などを主原料として製造または加工したもので、郷土を代表する優れたもの。
推奨品	市内で製造または加工された食品や工芸品、農水産品で、郷土を代表する優れたもの。

特産品・推奨品制度は、生産者のぬくもり、ふるさとも感じられる商品が普及するよう、平成16年から開始された。選定方法については、座間市特産品等認定協議会内で審議のうえ認定された商品となる。認定品は、市内外のイベントなどでも出張販売を行い、根強いファンを獲得している。

●主な特産品及び、推奨品の一例

特産品・推奨品名	概要
ごまみず (特産品)	相模原台地で長い年月をかけて育まれた、100パーセント天然の地下水「ごまみず」。豊富なミネラル分と口当たりのまろやかさが特徴。
ひまわりクッキー (推奨品)	座間産のお米「ひまわり米」を粉にした米粉と、「ひまわりの種」を使用した、ひまわり模様のクッキー。
大風最中 (推奨品)	座間の大風をイメージした、四角い最中。無農薬の米、氷砂糖、座間の地下水と吟味した材料が使われている。



ごまみず



ひまわりクッキー



大風最中

エ 観光資源の活用

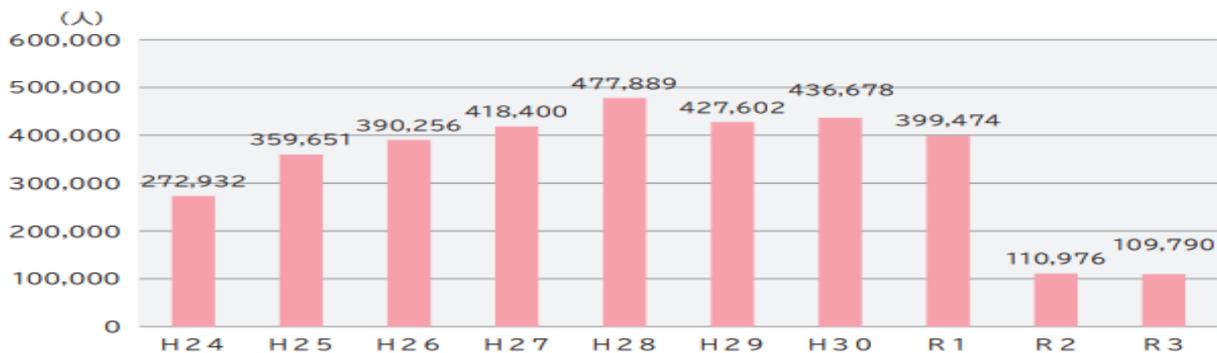
座間市では、200年前から続く伝統行事である大凧まつり（5月）、55万本のひまわり（[神奈川県の名所100選](#)に選出）が咲き誇るひまわりまつり（8月）や、座間市マスコットキャラクター「ざまりん」が、神奈川県内では広く知られるようになった。祭事時期には最寄り駅などから臨時バスが発着し、旅行会社によるバスツアー企画が催行されるようになり、県外からの交流人口は増加傾向にあった。



【大凧まつり】

【ひまわりまつり】

しかし、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、令和2年及び、3年は大幅に減少した。第五次座間市総合計画基本構想では、市内入込観光客数を令和12年までに512,000人の目標値を掲げている。



【出典：神奈川県入込観光客調査】

オ 業種別商工業者数の推移及び、業種別の現状

(a) 業種別商工業者数の推移

座間市の平成28年の事業者数は3,222社、令和3年の事業者数は3,346社である。

小規模事業者数は平成28年が1,904者、令和3年が1,869者であり、6年間で1.8%減少。産業別の減少事業者数をみると、運輸・郵便業で2者、卸・小売業で3者、宿泊・飲食では33者、サービス業では107者となっている。

	建設	製造	運輸 郵便	卸 小売	宿泊 飲食	サービス	その他	計
平成28年								
事業者数	384	251	100	670	388	603	826	3,222
小規模事業者数	249	74	22	363	235	539	422	1,904
令和3年								
事業者数	399	243	114	720	340	616	914	3,346
小規模事業者数	251	77	20	360	202	432	527	1,869
増減 (H28-R3)								
事業者数	15	△8	14	50	△48	13	88	124
増減割合	3.9%	△3.1%	14.0%	7.4%	△12.3%	2.1%	10.6%	3.8%
事業者数	2	3	△2	△3	△33	△107	105	△35
増減割合	0.8%	4.0%	9.0%	△0.8%	△14.0%	△19.8%	24.8%	△1.8%

【座間市産業別統計要覧より抜粋】

(b) 業種別の現状

① 商業

座間市の商店会数は平成12年のピーク時には23商店会、約900店舗であったが平成31年には462店舗となり、現在では15商店会373店舗と大幅な減少傾向にあり、地域高齢者の利便性を失う可能

性がある。座間市内には、近隣市の「ららぽーと海老名」や「オークシティ大和」「アリオ橋本」等、集客力がある大型店が少なく消費流出が著しい状況下であったが、平成30年3月に神奈川県下最大級のイオンモール座間が開店し市外への消費流出抑制を図っている。また、令和5年9月に三井不動産ロジスティックspark（MFLP）同年11月にロジクロス座間といった大型物流倉庫が次々市内に建設されが、イオンモール座間以降大型商業施設の建設には至っていない状況である。

一方、商店街では事業主の高齢化と後継者難による空き店舗の増加、新型コロナウイルス感染症の影響を受け廃業、無店舗でネット販売の増加などで、商店会としての機能を維持することが困難な状況におかれていることが課題となっている。

②工業

新型コロナウイルス感染症が流行していた際には、海外から仕入れていた材料の供給や加工部品の輸出がストップした影響により売上が減少した製造業が多く見受けられた。しかし、海外の取引が徐々に再開すると、徐々に売上也回復傾向に向かった。一方、現在では多くの業種で物価高騰(原材料価格の高騰)や最低賃金の上昇が利益を圧迫している現状にある。座間市は中小の製造業が多く、大手企業からの発注を受け製造している事業所が多いが、発注業者が在庫を持たない傾向が続いているため、短納期に対応しており、一度の受注数も小ロットが多いため、仕事は継続的に受注できるが利益が薄いという事業所が多く見受けられる。また、中小企業では人手不足も課題であり、人材確保の強化を図るために外国人技能実習生を受け入れ労働力の安定化を図る事業所もある。また、自社の技術を活かしたオリジナル商品を製造し下請け企業から脱却する中小企業もあるが、小規模事業者は効果的な販路開拓として展示会（テクニカルショウヨコハマ等）や広報等々に、消極的な傾向が見受けられる。

③建設

座間市内の建設業者は399事業所、その多くは小規模事業者で民間受注を中心とした新築工事やリフォーム関連工事を主としている。市内の建設業は経営者の高齢化や事業承継者不足等により事業が円滑に行われていないケースが多い。また、令和6年4月1日より開始された時間外労働の上限規制の適用を受け、工期等に影響を及ぼす可能性がある。また、若手職人の確保や人材育成等の強化を図るため職人採用の強化を試みるが、知名度の低さや賃金格差の影響により採用まで至らずに人手不足の状況となっている。今後事業継続を図るためには人材確保が急務の課題である。

近年では、商工会建設業部会が主体となり新たな販路開拓事業として「建設業フェア」を開催。建築資材を活用した木工制作品の制作体験や業界PR等に努めている。新型コロナウイルス感染症が流行していた際には、いち早くオンラインに切り替え、地元建設業者のオンライン展示会を開催した。平成22年に悪徳リフォーム会社の撲滅を念頭に置き、建設業部会内に「家守の会」を設置、設置当初は24事業所の登録があり、市内の軽微な工事から改修工事まで受注するなど建設業の地産地消による販路開拓に努めている。令和5年に独立を図り、任意団体として新たなスタートを切り、現在41事業所の登録がある。今後は販路拡大を図ると共に、大規模改修工事の受注等、更なる販路開拓に努めている。

カ 第五次座間市総合計画基本構想

第五次座間市総合計画基本構想(令和5年～12年)では「地域の魅力を高め、にぎわいあるまちづくり」を図るために、市民、団体、企業等の多様な主体との連携を通じて、座間市の地域資源を活用したシティプロモーションを推進するとともに、市の特長を最大限に活用した産業振興を図りながら地域が一体となってその魅力を高め、にぎわいあるまちづくりに取り組むことを目指している。産業では、地元企業の支援と新規事業の創出を促進し地域経済の活性化を図るとともに、観光ルートの整備やプロモーション活動の強化に取り組む等を重点施策として掲げている。

キ 課題

座間市の人口は増加傾向で推移はしている。今後は微減傾向にはなるが 13 万人程度で推移すると推計している。しかし、年齢別人口推移をみると、少子高齢化の進行による影響を受け、年少・生産年齢人口が減少傾向にあり老年人口は増加傾向にあることから、将来的には人口減少していく可能性があるため、小規模事業者においては人口減少への転換に向けた対策が課題となる。

少子高齢化が進むことで生産年齢人口の減少が将来的に見込まれ働き手が不足することが予測されることから、IT や AI 等を活用した生産性の向上が課題である。また、建設業では職人の不足が懸念されており今後も急速に減少する可能性があるため、職人の育成が急務である。

座間市には 8 品目の特産品と 16 品目の推奨品がある。帰省地への手土産や贈答品としても多く購入されている。しかし、そのすべてが食品であり、非食品の特産品等は無い状況である。今後は、非食品の特産品・推奨品等の商品開発を行政と連携をとり商品の種類を拡大することが地域の課題と言える。

観光面では、毎年 5 月に伝統行事である大凧まつりや 8 月に開催される 55 万本が咲き誇るひまわりまつり等のイベントが開催され、連日市外県外からも多くの観光客が訪れている。また、地域資源として地下水が多く湧き出ている市内には 13 か所以上の湧水群が存在している。そして、本市は相模川や目久尻川等、中小の河川や湧き水によって台地が浸食され坂道の多い起伏に富んだ町並みとなっており、座間市観光協会や行政が主体となり、坂道ガイドや湧水群ツアー等も開催し新たな観光資源となる可能性を秘めている。小規模事業者は、このような観光資源やイベント等を活用した観光消費の獲得を図ることが課題と言える。

人口が微増しているが、小規模事業者数は平成 28 年が 1,904 者に対して令和 3 年が 1,869 者であり、6 年間で 1.8%減少している。近年は経営者の高齢化が進み、廃業等が多く見受けられることから事業承継の促進や創業支援の強化が課題と言える。また、業種別の課題は下記の通りとなる。

業 種	課 題
商 業	大型店舗やショッピングモールとの差別化を図り、消費者ニーズへの対応や新たな市場の開拓の強化を図ること。また、商店街の空き店舗活用が課題。
工 業	新規取引先の開拓や、DX（デジタルトランスフォーメーション 以下 DX）や AI を取り入れた業務効率化や生産性の向上が必要。また、物価高騰による仕入等の交渉や長期的な育成を目標とした人材確保が課題。
建 設	令和 6 年 4 月 1 日より開始された時間外労働の上限規制の適用を受け工期等に影響を及ぼす可能性がある。職人不足の影響を受け、今後の事業承継には職人の確保と育成が課題。

(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10 年程度の期間を見据えて

座間市は、首都圏への人口集中に伴う急激な都市化が進んだことによる住宅都市（ベッドタウン）として発展したことを背景に人口が増加。近年では、大型商業施設の開業、道路や鉄道等、交通ネットワークが充実したことが暮らしやすさにつながり、現在 13 万人を超える人口となっている。

しかし、少子高齢化が進む中で、将来的に座間市の人口も減少していく見通しは変わらない。従って、小規模事業者についても高齢化や後継者不足が要因となり廃業する事業所が増加する可能性があることは容易に予測することができる。

このような状況下の中で、この 10 年程度の期間を見据えて小規模事業者が持続的な経営を行うためには消費者ニーズの把握（大型商業施設との差別化を図る）が必須であると言える。そして各事業所の特徴を最大限に活かし事業展開していくことで街の活性化につながっていくと考えられる。また、同業種の仲間同士コミュニケーションを図りながらタグを組み各々の事業所が結束することで、地域に密着した事業展開の強化を図ることが必要であると言える。これらを実現させるためには DX 活用を経営に浸透させ、顧客目線で新たな価値を創造することが必要である。

当会としても、このあるべき姿を実現させるために DX 等を活用して重点的な支援を実施する。

②第五次座間市総合計画基本構想との連動性・整合性

第五次座間市総合計画基本構想「ざま未来プラン」では、「地域の魅力を高め、にぎわいあるまちづくり」を図るために、市民、団体、企業等の多様な主体との連携を通じて、座間市の地域資源を活用したシティプロモーションを推進するとともに、市の特長を最大限に活用した産業振興を図りながら地域が一体となってその魅力を高め、にぎわいあるまちづくりに取り組むことを目指している。

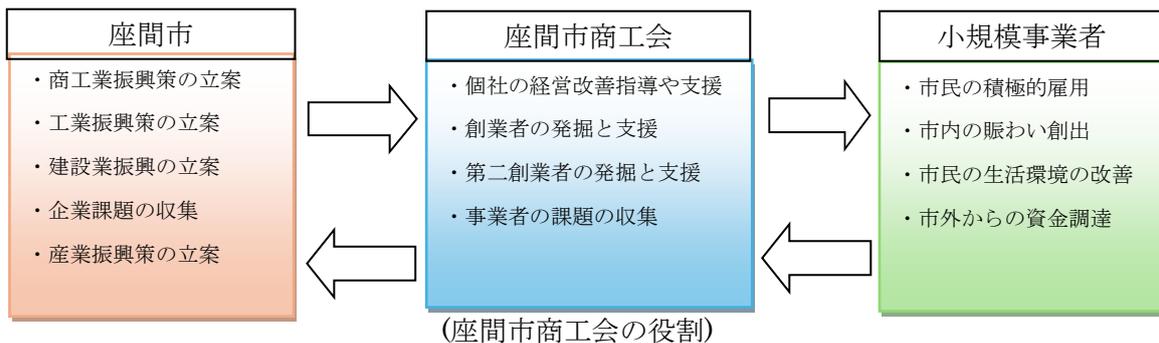
前述に示した通り、

- ・持続的な経営を行うためには消費者ニーズの把握（大型商業施設との差別化を図る）が必須であること。
 - ・各事業所の特長を最大限に活かし事業展開していくことで街の活性化につながる。
 - ・各々の事業所が結束することで、地域に密着した事業展開の強化を図ること。
- は、「ざま未来プラン」の実現に質する目標でもあり、連動性と整合性がある。

③商工会としての役割

当会は経営改善普及事業(税務・金融・労務・補助金支援等)と地域振興事業(地域イベントの協力等)の2大事業を柱として実施してきた。

今後も、支援機関として1社でも多くの個社に対して、経営改善に繋がることを支援していくことと共に、国、県、市の施策を小規模事業者へ情報提供していく。そして、小規模事業者の声（現場の声）を国、県、市に提言を行う等、パイプ役としての役割を担う。



個者に対しては、小規模事業者持続化補助金やIT導入補助金、ものづくり補助金等を活用して販路の拡大や生産性の向上を図り売上向上に繋がる伴走型支援を行う。また、第五次座間市総合計画基本構想にある「新規事業の創出を促進」をベースに行政と連携を図りながら座間市中小企業産業振興支援事業費補助金を活用して創業支援や空き店舗活用等の強化を目指す。

※座間市産業振興支援事業費補助金概要

補助金名	内 容	補助金額
創業事業	座間市内で創業し、法人化のために法人登記をする方に対し、登録免許税相当額を交付。また、創業の際にかかる店舗、事業所の内外装工事や広告宣伝費の一部を補助	登録免許税（全額上限 15 万円） 創業準備に必要な対象経費 1/2 補助（上限 50 万円） ※特定創業支援事業者は補助率 2/3
展示会出展事業	展示会の出展に要する費用を一部補助	経費の全額（上限 30 万円）
生産性向上設備導入事業	製造業を営む者が生産性の向上が認められる設備機器等を購入する際の費用を一部補助	経費の 2/3（上限上限 300 万円） ※最低補助経費額 100 万円

空き店舗活用事業	内外装工事費や事業用設備、物品取得に要する費用を一部補助	工事や設備取得などに要した費用の 1/2 市創業支援等事業計画に基づく特定創業支援等事業を受けた者は 2/3) の額で上限 50 万円
店舗リニューアル等補助事業	座間市内で事業を営み、売上の向上や固定費の削減などによる経営改善を目的に店舗のリニューアルなどにかかる費用を一部補助	事業に要した費用の 1/2 の額で上限 50 万円 (最低補助経費額 20 万円) ※トップランナー基準を満たす設備を導入する場合、事業用設備所得費の補助率は 2/3
経営アドバイザー派遣事業	公益財団法人神奈川産業振興センターが実施する経営アドバイザー (専門家) 派遣事業にかかる費用を補助	費用の全額 (上限 12 万円) ※消費税は補助対象外

(3)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、小規模事業者支援機関として、行政や関係支援機関等と連携を強化し以下の計画(5年間)の目標を設定する。

地域経済の重要な役割を担う小規模事業者に対して伴走型経営支援を実施し、経営の品質向上を図り持続的な発展へと繋げることで地域経済の活性化に繋げる。

・目標①「経営改善支援の強化による小規模事業者の持続的な成長」

小規模事業者が経営改善や経営力強化を目的に、経営力再構築伴走型モデルを活用して事業者の自己変革を高め、企業の持続的な成長ができるようになることを目標とする。

・目標②「販路開拓支援の強化による小規模事業者の新たな市場及び、顧客層の開拓」

小規模事業者が販路開拓及び、拡大等を目的に BtoB では商談や展示会等を活用した販路開拓、BtoC ではイベント等を活用した販路開拓を行うことで、事業者が新たな市場や顧客層の開拓ができるようになることを目標とする。

・目標③「DX の活用による小規模事業者の持続可能な成長」

小規模事業者が自者の業務の効率化や生産性の向上等を図ることを目的に、事業者がデジタル技術を活用して企業のプロセスやビジネスモデルを改革し、持続可能な成長が実現できるようになることを目標とする。

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7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

・目標①「経営改善支援の強化による小規模事業者の持続的な成長」

【方針】新型コロナウイルス感染症の長期化で、小規模事業者の経営状況は非常に厳しい状況である。その状況下を踏まえ、神奈川県商工会連合会や神奈川県産業振興センター（KIP）等の専門家派遣制度を活用し、個々の経営形態や状況に応じて伴走型で経営改善を支援する。また、あわせて創業者に対しても伴走型支援を行い、事業者の自己変革を高め、事業主や従業員が自ら自走化できるようになることを目標として支援する。

・目標②「販路開拓支援の強化による小規模事業者の新たな市場及び、顧客層の開拓」

【方針】小規模事業者の売上向上を図るために製造業や建設業では商談会や展示会の機会を提供し受注獲得のノウハウを支援する。また、商業やサービス業については、イベント等で来場した顧客や店舗に来店した顧客の需要を獲得できるように需要獲得のノウハウを支援し、小規模事業者が自ら需要開拓ができるようになることを目標として支援する。

・目標③「DXの活用による小規模事業者の持続可能な成長」

【方針】対話と傾聴を重視して必要に応じた小規模事業者のDX化の推進を図り、ITツールを活用した業務の効率化や生産性が向上すること等を目標として支援する。専門的な内容については専門事業者と連携して支援をする。

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と

(1) 現状と課題

【現状】

地域経済動向についての本会の対応は、経営指導員等が巡回・窓口相談時に地域や業界の景気動向を聴き取る程度であった。中小企業景況調査については、四半期毎に調査し結果報告も全国連よりフィードバックされていたが、年4回発行される当会広報誌への掲載と調査対象者へ報告するだけの限定的なもので、巡回訪問や窓口相談での個社支援には活用できていない。また、各支援機関の経済動向調査についても収集のみで、職場内での回覧等での情報共有に留まっていた。

【課題】

各種統計調査結果による地域の経済情報を整理・分析し、置かれている現状を客観的に捉え、小規模事業者の取組む課題を抽出する。また、中小企業景況調査や地域経済システム（RESAS）を活用した地域の経済動向分析を行ったうえで、小規模事業者の課題解決や短中期的な個社支援方針を掲げる必要がある。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
景気動向調査	HP・広報誌	広報誌	4回	4回	4回	4回	4回
地域経済動向分析	HP	—	2回	2回	2回	2回	2回
対象事業者数		15者	15者	15者	15者	15者	15者

景気動向調査は引き続き、当会広報誌に年4回掲載し周知を行い、新たにHPにも掲載し更なる周知を図る。地域経済動向についても当会HPに前期後期に分けて掲載を行うよう進めていく。

(3) 事業内容

目的	地域の小規模事業者に関内や市内の状況（経営環境）を周知することで、小規模事業者が今後の事業展開、事業拡大を検討する際の基礎資料とすることが目的。
調査手法	中小企業景況調査は中小企業及び小規模事業者に対して4半期に1回調査依頼を行い回答。地域経済システム(RESAS)については必要項目をピックアップしてまとめて公表する。
調査項目	景気動向調査：工業、商業、建設業を対象に売上額、仕入額、資金繰り、経営上の問題点などについて調査 経済動向調査：RESAS を活用して地域経済循環マップ生産分析、まちづくりマップ、産業構造マップ等を経営指導員等が主体となり分析。
調査結果の活用方法	調査報告は当会ホームページに公表するとともに、広報誌に掲載して市内の事業者に関知する。窓口などで経営相談を受けた際には、調査結果を基礎資料として活用し小規模事業者の支援に活用し問題解決に繋げる。

(4) 調査結果の活用方法

調査報告は当会ホームページに公表するとともに、広報誌に掲載して市内の事業者に関知する。窓口などで経営相談を受けた際には、調査結果を基礎資料として活用し小規模事業者の支援に活用し問題解決に繋げる。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

新型コロナウイルス感染症の長期化により、需要動向についても大きく変化している状況である。新型コロナウイルス感染症が拡大する中で当会では工業、建設業向けに今後の支援策などについてアンケート調査を実施したが、現状の需要動向までリアルタイムで把握することはできていない。

【課題】

業種ごとのアップデートした需要動向を把握することで、事業計画や商品サービスの開発改善等、需要開拓につながるため、需要動向と自社の製品サービスがどの程度マッチングしているのかを調査して情報分析し、フィードバックする必要がある。

(2) 目標

業種	事業名	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
ア. 商業	販路開拓における動向調査	サンプル数 ー 事業者数 ー	200件 10者	250件 10者	250件 10者	300件 10者	300件 10者
イ. 工業	市場開拓における動向調査	サンプル数 30 事業者数 ー	30件 5者	35件 5者	35件 5者	40件 5者	40件 5者
ウ. 建設業	リフォーム需要等に関する動向調査	サンプル数 200 事業者数 ー	250件 5者	250件 5者	300件 7者	300件 7者	300件 7者

(3) 事業内容

ア. 商業

【アー１．目的】

新型コロナウイルス感染症拡大の長期化により、消費者の購買方法に大きな変化が見受けられ、小規模事業者が経営する個店経営についても非常に厳しい状況が続いている。

当会では、クーポンブック事業を通じて、クーポンブックを受け取った消費者に対して、アンケート調査を実施し、商品の購入場所や購買頻度や買い回り頻度、新規店の入店頻度等について調査して市外への購買流出の抑制につなげる目的として調査する。

【アー２．調査頻度】 年に1回

【アー３．調査方法】

4,000部のクーポンブックを行政と連携して市内の関連施設に配布する。クーポンブックを受け取った消費者が二次元バーコードを読み込みアンケート形式で回答を求める。

掲載店にも、実際のクーポンブックの使用状況を確認し販路開拓拡大を望む個者(毎年10者)に対して支援を行う。

【アー４．調査項目】

調査項目は下記の通りとする。消費者が新規店に入店する際、どのようなことを求めているのか回答を依頼する。

調査項目	調査内容
①年齢	買物する場所が大型店なのか個店なのか。買い物をする頻度や買い回り頻度などについて情報収集する。
②性別	
③居住地	買物をする際の新規店入店頻度や入店するきっかけについて調査を行い情報収集する。
④職業	
⑤買物する場所	
⑥買い物及び買い回り頻度	
⑦新規店への入店きっかけ	

【アー５．調査結果の活用】

調査結果は実行員会内で報告し、後日、経営指導員等が、掲載店舗に説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

イ. 工業

【イー１．目的】

市内製造業者等が既存取引企業に依存することなく、新規顧客を獲得して収益の多様化を図れることを目的とするために必要な情報収集を行う。

【イー２．調査頻度】 年に1回

【イー３．調査方法】

展示会「テクニカルショウヨコハマ」に出展した個社が取引したい事業者や製造品目等を扱う出展事業者を、出展名簿から事前にピックアップして対象とする。またブースに訪れる来場事業者は、そもそも訪れたブースの出展内容等に関心があると考えられるので対象とする。

その上で事前に用意してある調査書を下に、ヒアリングにてアンケートを実施する。

加工技術の向上や更なる受注拡大を望む意欲のある個者(毎年5者)に対して支援を行う。

【イー４．調査項目】

調査項目は、現時点では検討中であるが、分析を前提に以下のような情報が取得できるようにする。つまり、発注元が、座間市内の個社に、どのようなことを求めているのかを収集する。項目の中で、設備名を盛り込んでいる理由は、現代のモノづくりの加工精度において、設備名がわかれば仕様がわかる（加工できる素材や能力がわかる）ためである。

発注を検討する際に取引先に要求する主な内容

設備名	業界や業種	要求加工精度	最大最小加工径	原材料素材	保有台数
例) MC 旋盤 △△製 型番	例) 医療用 光学機器	例) 真円率 許容誤差 0.001m 以内	例) 最大加工サイ ズ 900～1000mm	例) アルミ、 銅	例) MC 旋盤 2 台

また、サプライヤー（発注元）の今後の技術進展は、どのような分野に存在するのを見定めるために、中小ものづくり高度化法の 1 2 分野の技術との関連性について、説明できるよう取りまとめる。なお 12 分野は以下の内容である。

- | | | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> デザイン | <input type="checkbox"/> 情報処理 | <input type="checkbox"/> 精密加工 | <input type="checkbox"/> 製造環境 |
| <input type="checkbox"/> 接合・実装 | <input type="checkbox"/> 立体造形 | <input type="checkbox"/> 表面処理 | <input type="checkbox"/> 機械制御 |
| <input type="checkbox"/> 複合・新機能材料 | <input type="checkbox"/> 材料製造プロセス | <input type="checkbox"/> バイオ | <input type="checkbox"/> 測定計測 |

【イー５．調査結果の活用】

収集した情報の分析は、外部専門家の助言の下、経営指導員も OJT にて学びながら行う。サプライヤー（発注元）のバイヤーが、「この個社に発注すれば、このような加工が期待できる」といった具体的イメージが伝わるよう整理して報告書として取りまとめ出展企業へフィードバックする。

ウ．建設業

【ウー１．目的】

地域の建設事業者の受注拡大を図るため、ターゲットとする顧客ニーズの調査を実施する。

リフォーム需要や購買見込客層の掘り起こしとニーズの把握を行う。リフォームや住宅購入は、高価な買い物になるので、建設業者選定には慎重かつ不安面もあることから、購入者及び検討者がどのようなことを望んでいるか調査する。

【ウー２．調査頻度】 年に 1 回

【ウー３．調査方法】

商工会建設業部会が主催する建設業フェア(毎年 9 月に開催)の来場者に対してアンケート調査を実施する。アンケート回答ブースを設置し経営指導員等が中心にヒアリングを実施するが、効率的にアンケートに回答いただけるように無料相談ブースや無料木工体験ブースを設置して体験を通して建設業者から直接アンケート内容をヒアリングする。



(体験の様子)



(無料相談会の様子)

【ウー４．調査項目】

項目については毎年、リフォーム需要や住宅の購入に関しては変動するため、調査内容は変化する可能性があるが、基礎となる部分については下記の通りとする。

調査項目	調査内容
①年齢	リフォームを実施済みの際には、発注先の事業者に対する不安感等がどの程度あったか。
②性別	
③居住地	リフォーム検討中の場合は今後実施することの不安感等について情報収集する。
④職業	
⑤現在の居住先	
⑥リフォームの検討の有無	共通項目としてはリフォーム業者にお選定方法について情報収集する。
⑦予定しているまたはリフォーム済の修繕箇所	
⑧実施予定、実施済の際に不安に感じる点	
⑨リフォーム業者選定方法	

【ウー５．調査結果の活用】

集計及び分析した結果を建設業者へフィードバックする。その上で、販路拡大に意欲的な事業所(3社ほど)に対して伴走支援を行う。必要に応じて専門家を活用し改善を図っていく。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現 状】

経営状況に関する分析支援の場面は、マル経融資や補助金申請時など限定的なものであった。記帳指導・決算申告指導においても、個社の要望がなければ経営分析まで踏み込んだ指導はしておらず、課題解決のための継続的な個社支援に繋がっていなかった。

【課 題】

小規模事業者の持続的発展を支援していくため、個社の経営状態を把握してもらい、経営指導員等と一緒に課題解決を図って行くことである。新たに特別なことをするのではなく、巡回・窓口相談により経営分析希望者の掘起こし、個社を健康診断(経営分析)受診へ促し、経営上の問題点、改善点は何なのか、神奈川県が推奨する未病のチェックシート(URL:[企業経営の未病CHECKシート - 神奈川県ホームページ \(pref.kanagawa.jp\)](http://pref.kanagawa.jp))等を活用して健康状態を自覚してもらうことが課題である。

(2) 目標

	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
未病チェックシート実施者数	—	30者	30者	30者	45者	45者
経営分析事業者数	—	10者	10者	10者	15者	15者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

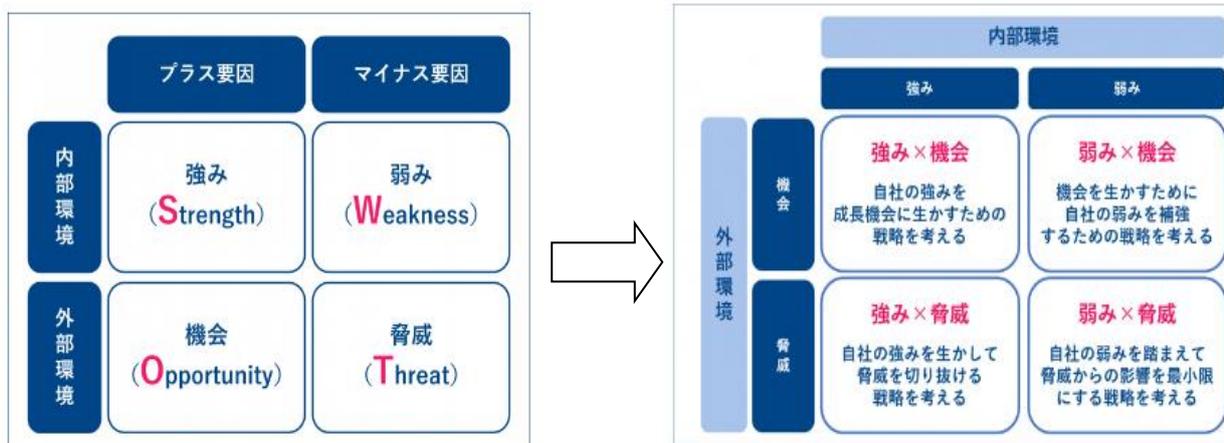
経営指導員が中心となり巡回訪問、窓口相談時に訴求する。また様々な個社支援を行った際に経営分析を提案する。

②経営分析の内容

巡回訪問、窓口相談時や個社支援を行った際、神奈川県が推奨する未病のチェックシートを活用して自社の健康状態を把握してもらおう。その中で意欲的な事業者（10者）に対して経営分析を行う。分析内容については、定量的分析「財務分析」と定性的分析「非財務分析」の双方を行う。

財務分析	直近3年の決算書から収益性、生産性、安全性及び成長性を分析
非財務分析	対話と傾聴を通じて事業者の内部的環境と外部的環境について分析する。

内部環境	外部環境
商品やサービス 仕入先、取引先、人材、組織技術等の知的財産、デジタル及び、ITの活用、事業計画の活用等々	商圏の人口、人流、競合他社、業界動向、立地条件等々



(4) 分析結果の活用

上記の通り、内部環境については自社の強みや弱みを、外部環境については脅威や機会を、それぞれ整理する。整理した内容をさらにクロス分析を行い、より詳細な分析結果を導けるよう経営指導員主導のもと事業者と一緒に取り組む。また、必要であれば専門家派遣を活用して支援する

事業者の状況や局面に合わせて経済産業省が推奨するローカルベンチマークや中小機構が推奨する経営計画つくるん等も活用して事業計画策定支援を進めていく。分析結果等については分析対象事業者に結果をフィードバックする。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

事業計画策定支援は、小規模事業者持続化補助金等の支援のほか、融資斡旋時のための支援が中心であった。新型コロナウイルス感染症拡大後、事業を再構築させるための売上計画や収支計画等は数社ほど伴走型支援を実施してきたが、詳細部まで踏み込んだ事業計画策定については実施できていない状況である。

また、DX推進についても、高齢な事業主が多く見受けられるため、導入等に対して懸念される傾向がある。

【課題】

小規模事業者の売上拡大（販路開拓）及び経営理念の実現のために、事業計画策定の必要性を認識してもらいたい。その上で、個者が将来を創造し、その実現のために「より、踏み込んだ」歩みを始められるよう、対話と傾聴が必須である。DX推進についても基本的な部分から支援を行い、徐々にステップアップしてけるように伴走支援を行っていくことが課題である。

創業支援に関しては、早期に利益確保できるような計画策定を支援していくことが課題である。

(2) 支援に関する考え方

経営指導員等は、事業者の経営課題を解決するため、地域経済動向調査、経営状況の分析、需要動向調査等の結果を踏まえて、経営者との対話と傾聴を通じて企業の本質的な課題を解決するため、小規模事業者の事業計画策定支援を行い持続的経営を支援していく。

また、小規模事業者は減少を続けており、地域経済及び地域の活力が損なわれることが懸念されている。そのため創業支援は地域経済の担い手を創設する意味がある。そこで地域における創業者を地域で輩出するため、創業セミナーを開催し掘り起こしを図る。また、当会と座間市・金融機関、専門家等と連携を図り、創業塾を開催し、地域の関係機関と連携しながら、より創業の成功率が高まる手厚い創業支援を行う。

補助金申請支援や販路開拓支援、様々な諸手続きなどについてDX化が進んでいる。今後もDX化は急速に加速することが考えられるため、経営指導員等が中心となり基礎的な部分から支援していく必要性がある。

(3) 目標

	現 行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
スマホ研修	2回	2回	2回	2回	2回	2回
パソコン研修						
創業セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
創業塾	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定 事業者数	10者	10者	10者	10者	10者	10者

(4) 事業内容

①各セミナー及び研修会の概要

- ・パソコン・スマートフォン研修会

講 師：IT専門家等

開 催 期 間：全2回(7月と10月を予定)

受 講 者：ITスキルの向上に興味のある事業所

内 容：2日間の開催でPCの基本操作からOffice365の基本的な使用方法等について学び、段

階的にステップアップしていく。スマートフォンについては、基本的な操作からマイナポータル等、行政サービスに必要なアプリの使用 iPhone 版と Android 版と分けて実施。

・創業セミナーの概要

講師：中小企業診断士で豊富な創業支援実績のある方を予定

開催期間：1回(6月～7月を予定)

受講対象者：これから事業を始める方や、創業間もない方(5年以内)

内容：創業に向けた心構え、創業に向けた準備や段取り、事業計画策定の重要性、創業で活用できる国や県、座間市の施策等、効果的な販路開拓の取組手法や方法論等々。

・創業塾の概要

講師：中小企業診断士で、豊富な創業支援実績のある方を予定

開催時期：全5日間(計25時間)(7月～8月を予定)

受講対象者：これから事業を始める方や、創業間もない方(5年以内)

内容：事業計画策定の仕方、事業計画で記載すべき内容の説明、早期の黒字化に繋がる販路開拓の取組み内容の立案、経営者として必要な知識・ノウハウ等々。

②事業計画策定支援

経済動向調査や経営状況の分析及び、需要動向調査の結果を踏まえて小規模企業者の持続的発展等を目的として事業計画策定を支援する。事業計画を策定するにあたり DX に関する知識向上を図るため DX に向けた基礎的な PC スキルから研修を行い、段階的にステップアップを図る。また、DX に向けた IT ツールの導入や WEB サイトの構築等、専門的なスキルが必要な際には専門家と連携して支援を行う。また業種別に DX に関する講習会を開催し DX 推進を図る。(詳細な内容については役員会などで決定するため現状は未定。)

前述で開催したセミナー等を受講した事業者などの中で事業計画策定に取組意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等が伴走支援を行い、必要に応じて専門家を派遣しながら計画書策定を行っていく。

創業間もない方等については「ミラサポ plus」の事業計画策定支援や日本政策金融公庫の HP 上にある「創業計画書」を参考にしながら経営指導員等がサポートして事業計画策定を進めていく。

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】

事業計画策定後、小規模事業者の要望やニーズの把握に努めているが、現状では、金融、税務、労務など、その場での問題解決できることへの対応が多い。小規模事業者が策定した計画の進捗管理や課題の解決を行うための十分なフォローアップ体制も経営指導員の中で出来ていない。

【課題】

今後は、小規模事業者にとって身近な支援機関として、小規模事業者の計画の実行段階に関わっていきたい。具体的には、進捗状況確認、経営課題の解決への取組への助言、必要に応じた事業計画の見直し等である。

(2) 支援に対する考え方

経営者自身が答えを見出せるよう対話と傾聴を通じて考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで当事者意識を持って取り組むこと等、計画の進捗フォローアップを通じて内発的動機付けを行い、潜在能力の発揮に繋げる。事業計画の進捗状況や事業者の課題等により訪問やオンラインシステム(ZOOM)等を活用して集中的に支援すべき事業者と、ある程度自身で取り組むことができる事業者であることを見極めた上でフォローアップを行う。

(3) 目標

支援内容	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
フォローアップ対象事業者数	—	10者	20者	20者	20者	20者
頻度(延べ回数)	—	60回	120回	120回	120回	120回
売上増加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

*計画策定後支援は原則個者あたり2年間を予定。

(4) 事業内容

① 巡回・窓口相談による定期的なフォローアップの実施

事業計画策定者及び創業計画策定者の全てを対象とした一覧表を作成し、巡回訪問や窓口相談のスケジュールを経営指導員間で策定し管理する。訪問回数は5者については四半期に1度を目標とすし、残りの5者については四半期に2度を目標とする。巡回訪問・窓口での指導の他に、電話やメールも効果的に活用する。

計画と実行との差(計画差異)を、個社と経営指導員と共有できるように配慮し、計画に対する遅れや、ボトルネック等を「意識」して取り組みが叶うよう工夫していく。計画差異を埋め合わせる助言や改善指導を行っていくが、難課題については、経営指導員や専門家の知恵やノウハウを結集し、支援をしていく。解決や改善が見られない場合には、次項の専門家の活用のステップに駒を進める。

策定後の個者フォローは、2年間を目途に事業者の自走化が図れることを期待しているが、2年を過ぎた事業者であっても、計画が順調に推移していない場合など、必要に応じてフォローアップを行う。

② 専門家活用による策定後のフォローアップ

事業計画の進捗状況確認により抽出された課題の中でも、経営指導員等で解決できない専門性の高い案件に関しては、神奈川県商工会連合会やよろず支援拠点の専門家派遣事業等を活用し、フォローアップしていく。経営指導員等は専門家に同行し、専門家の改善アドバイスを見聞きし、現場での知見やノウハウを習得していく。

③ 事業計画に基づく資金調達支援

事業計画策定後の実行支援にあたっては、個社の資金繰りにも目を配っていく。具体的には、資金繰り表の作成、キャッシュフロー計算書の作成等々、手元資金の確保を管理していく。計画遂行の中で、販路開拓の取組み等で資金が必要な際には、適切な補助金や助成金の活用、時に融資(㈱日本政策金融公庫や地元金融機関)を斡旋する等対応していく。

④ 計画の見直し支援

後述する需要動向調査結果等を個社にフィードバックし、商品やサービスの見直し、販路開拓等の取組み等を行っていくが、その内容について、適時計画に反映していく。

また、事業計画を遂行する上で進捗停滞等、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、専門家などの第三者の視点を必ず入れて当該ズレの発生原因及び今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップの頻度を向上させ支援を行う。

①～④のフォローアップ支援を実施して経営者や従業員の向上心や潜在能力を引出し、最終的には自らが行動できるよう支援を行っていく。

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】

小規模事業が持続的経営を行うためには、新たな需要開拓、販路開拓等が必要である。また、経営のDX化や販路開拓へのDX化についても関心はあるが、人材不足や知識不足、或いは資金不足により手が回らない可能性があり、DX化の促進が進んでいないのが現状である。

当会では、これまでも事業者に対して様々な支援策を打ち出してきたが、ITを活用した支援等については実施できていない。

【課題】

今後、人口減少等による座間市内の需要縮小が確実視されており、地域の小規模事業者には、深刻である。そこで、商工会がリーダーシップを発揮し、個社の販路開拓の取組みやDXの活用等の支援強化が必要になる。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が独自に実施することが難しく、販路拡大や需要拡大に効果的な事業の取組を行う。また、DXの活用に対する支援にも力を入れて個社のDX化の促進が図れるよう強化する。

前述の通り、経営状況の分析、事業計画策定支援を行った中の意欲ある商業の事業者を重点的に支援する。

(3) 目標

項目	現 行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①販路・需要開拓支援事業者数	50者	60者	60者	60者	60者	60者
売上額/1者	—	10万円	15万円	15万円	15万円	15万円
②DX支援事業者数	—	5者	10者	15者	15者	15者
売上額/1者 (BtoBの場合)	—	20万円	50万円	50万円	50万円	50万円
売上額/1者 (BtoCの場合)	—	10万円	20万円	20万円	20万円	20万円

(4) 事業内容

① 販路・需要開拓支援

事業名：お得に使える㊦クーポンブック「座間っぷ」の発行

目的：クーポンブック事業を通じて、買い回りや新規店舗の入店きっかけの架け橋作りと市外への購買流出の抑制につなげる目的として実施する。

事業概要：クーポンブック発行部数4,000部を予定。毎年度実施予定ではあるが、部数などについては、需要動向調査で調査した結果等を考慮したうえで決定する。

	現 行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
発行部数	4,000冊	5,000冊	5,000冊	6,000冊	6,000冊	6,000冊

発行部数は、あくまでも予測であり決定事項ではない。

効果：クーポンブックをきっかけに新規顧客の獲得(BtoC)を図ることが期待できる。
店舗側と消費者側でニーズが一致することでリピート客になる可能性も大いに期待できる。

支援手段：経営指導員の支援を基本として、必要に応じて神奈川県商工会連合会の専門家派遣事業を使用し、事業者を支援する。具体的には、クーポンブックに掲載する掲載内容等について、その店舗の魅力を発信できるよう事業者からヒアリングなど行い支援体制を構築

していく。また、掲載店の中で意欲のある店舗には更なる販路拡大を強化するために SNS を活用した周知も支援する。

② DX 支援

事業名：IT お助け隊(仮称)

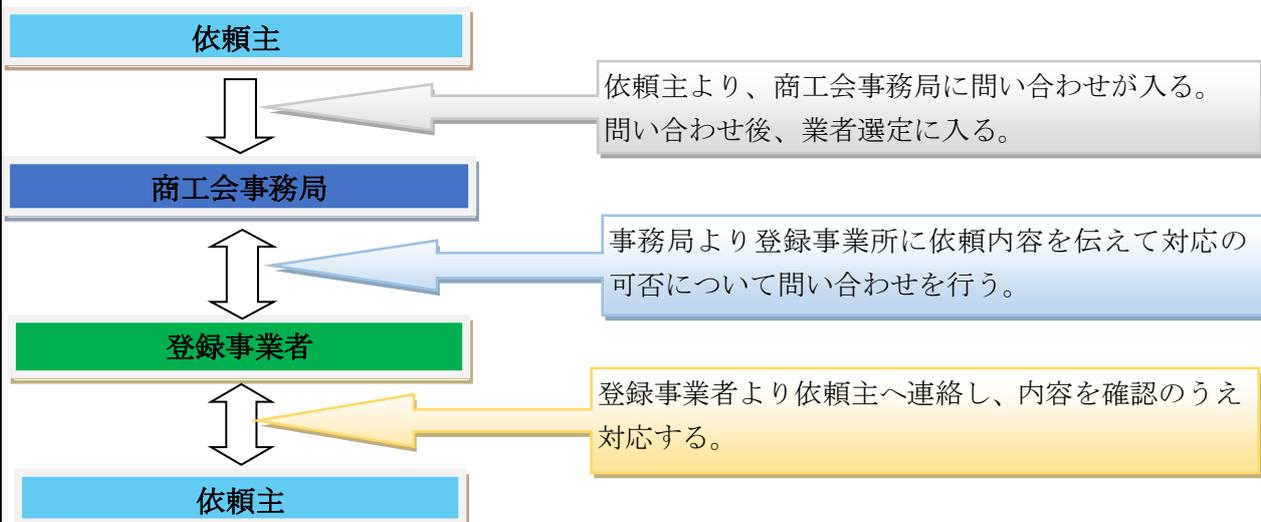
目的：急速に DX 化が進み、その波に対応すべく情報セキュリティ対策の強化についても必要となっている。情報セキュリティにおける「脅威」は、事業所の信頼性低下、金銭的損失、運営の停滞など、多方面にわたる深刻な影響をもたらす可能性がある。IT 初心者の方にとっては「何を」「どのように」して揃えればいいのかわからず、導入を見送っている小規模事業者も多く見受けられる。当会では、IT 関連の会員事業所と協力して情報セキュリティの強化を始めとする IT 関連の導入及び対策支援を目的として IT お助け隊(仮称)を立ち上げる。

事業概要：次項の情報セキュリティ 10 大脅威 2024 のカテゴリ内の依頼があった際は登録専門事業者を紹介する。一連の流れ(運用フロー)については下記の通りとなる。

【組織的な脅威】		【個人向けの脅威】	
No	内容	No	内容
1	ランサムウェアによる被害	1	インターネット上のサービスからの個人情報の搾取
2	サプライチェーンの弱点を悪用した攻撃	2	インターネット上のサービスへの不正ログイン
3	内部不正による情報漏えい等の被害	3	クレジットカード情報の不正利用
4	標的型攻撃による機密情報の搾取	4	スマホ決済の不正利用
5	修正プログラムの公開前を狙う攻撃(ゼロデイ攻撃)	5	偽警告によるインターネット詐欺
6	不注意による情報漏えい等の被害	6	ネット上での誹謗・中傷・デマ
7	脆弱性対策情報の公開に伴う悪用増加	7	フィッシングによる個人情報等の詐取
8	ビジネスメール詐欺による金銭被害	8	不正アプリによるスマートフォン利用者への被害
9	テレワーク等のニューノーマルな働き方を狙った攻撃	9	メールや SMS 等を使った脅迫・詐欺の手口による金銭要求
10	犯罪のビジネス化(アンダーグラウンドサービス)	10	ワンクリック請求等の不当請求による金銭被害

IPA(独立行政法人情報処理推進機構)より「情報セキュリティ 10 大脅威 2024」より引用

【運用フロー】



訴求相手：座間市内企業及び、座間市民を基本とする。安定的な運用が可能となった際には市内に留まらず、近隣の市外、県内へステップアップしていきたいと考える。

効果：効果的に新規顧客の獲得が期待できる。専門的な分野になるため、企業間(BtoB)大型案件等の依頼を受けた際には IT 関連事業者同士連携を図れることで相乗効果を生み売上拡大を図ることが可能となる。一般市民(BtoC)に対しても手厚く手を差し伸べることで口コミ等で事業者イメージが向上し新規顧客の獲得を図ることが期待できる。

支援手段：経営指導員が IT 関連の事業者に対して趣旨や目的を説明して募集をかける。登録事業者数の推移は下記の通りで進める。

	現 行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
登録事業者数	－	10 者	15 者	15 者	20 者	20 者

周知拡大を図るため、チラシ等の制作を実施する。また、毎年実績報告を行い必要であれば事業計画を修正して次年度に活かしていく。案件を紹介しても中々成約が取れない事業者に対しては、経営指導員が内容をヒアリングし改善点がある場合は修正していく。また、ヒアリングした結果、専門的な分野については神奈川県商工会連合会の専門家派遣制度を活用して支援していく。

※座間市商工会 LINE 公式アカウントについても現状、193 事業所(会員数 193 事業所/1414 事業所)の登録があるが、現状会員数の 13.6%にとどまっている状況である。様々な支援メニューや国や県、市町村からの情報をいち早く提供できるよう巡回や窓口相談、個社支援等を実施した際には LINE 公式アカウントの登録促進を行い、令和 11 年度には 30%を目標とする。

登録者数の目標値として

	現 行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
登録事業者数	193	250	300	350	400	400

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】

商工会が実施する各種事業においては、理事会や総代会時に、事業報告を行い、経営指導員の意向で事業の改善点を立案している程度である。

【課 題】

策定した経営発達支援計画の実現性と、より良い事業にするための歩みには、事業の評価と見直しは不可欠である。今後は、各種事業において、客観的な外部からの「事業評価」や「見直し」機会を設け、事業の実現性・必要性・効果性等の視点で、適時改善を図りながら進めていきたい。

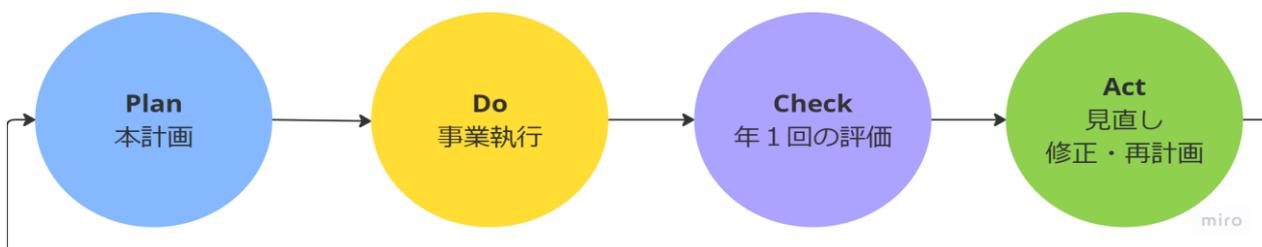
(2) 事業内容

① 基本的には1年に1回(9月～10月頃)、外部有識者、座間市職員、本会役員、法定経営指導員で構成する「経営発達支援支援計画検証委員会」を立ち上げ、経営発達支援計画の進捗状況や実現性・必要性・効果性等の視点から5段階で絶対評価を行い、次年度への改善策を図る。委員会構成については当会正副会長会議にて決定する。

経営発達支援計画事業検証委員会（一例）

	役 職 名
委員長	座間市商工会副会長
委 員	中小企業診断士（外部有識者）
委 員	座間市地域づくり部産業振興課（内部有識者）
委 員	神奈川県商工会連合会（内部有識者）
委 員	座間市商工会総務委員長
事務局	座間市商工会事務局長 座間市商工会法定経営指導員

- ② PDCA管理の体制を構築し、事業の評価・検証を継続的に行うことで、個社への持続可能な支援団体として、体制を整備していく。



- ③ 委員会での事業評価の成果・評価・改善については、正副会長へ報告し承認を受ける。承認を受けた事業評価の成果等については当会のホームページ及び、広報誌へ掲載し座間市内の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態にする。

経営発達支援計画の変更などが生じた場合は理事会の承認を経て変更認定申請を速やかに行う。

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】

経営指導員等の資質向上については、小規模事業者への金融相談、労働保険、記帳、税務申告といった従来型の経営指導の分野への取り組みに偏っていた。経営指導員等の研修においても、年間20時間受講といった義務研修的な意識が強かったと言える。

【課題】

金融相談、労働保険、記帳、税務申告といった分野に留まらず、個者支援において求められる知識やスキル全般に目を向けた「資質向上」の取り組みが必要である。また、ファシリテーションスキルや、コミュニケーション能力等、より多様な資質にも目を向けたい。

また、現状の研修での学びに留まらず、専門家との連携による「支援業務の充実のための学び」「支援業務充実のための体制整備」へと舵を切りたい。

(2) 事業内容

・経営カルテの充実と運用（データベース化）による資質向上

現状、経営カルテを使っている。経営カルテは、簡易的に日々の指導・助言の実績を記入して職員間で共有できるよう記録しているものである。しかしながら、運用が形骸化している。

このカルテは、個者支援を通じて得た知識やノウハウ等を、ベテラン職員から（支援経験の少ない）若手職員へ共有するためのツールである。今後はこのカルテの記録内容の見直しと充実を図り、web等、電子媒体で一元管理することで、経営指導員が適時、引出して活用できるよう進めていきたい。

・職員の支援能力向上のための共有の場の構築

神奈川県商工会連合会主催の経営指導員等研修を通して、経営指導員、経営支援担当職員（一般職員を含めた）の支援における資質の向上を図る。より専門的な知見に関しては、中小企業大学の専門研修に経営指導員等が参加し、各種研修で学んだ情報を商工会内で共有する。

・ソフト面の資質向上の取り組み

経営指導員等には、ますますソフト面（ファシリテーションスキルや、コミュニケーション能力）の向上が求められると自戒している。そこで、「少ない職員数で様々な支援活動に取り組む」ためのファシリテーションスキルの研修受講を年に1度の頻度で、職員間で順に学ぶよう進めていく。

また、専門家派遣での個者支援の際は、職員が同行することで、現場での専門家の「コミュニケーション」を、OJTにより習得するよう心掛ける。

・OJTによる若手職員の支援能力の向上

事業者の相談対応は、経営指導員が通常1名で対応しているのが現状である。新たにOJTにより支援力の向上を図るため、若手職員が相談を受けたことがない案件については、先輩指導員とペアでの対応とし、若手職員が先輩指導員に実践で学ぶ機会（スキルアップ機会）を構築していく。頻度は都度になるが、月1回の頻度は実現したい。

・DX支援に向けた職員の支援能力の向上

経営指導員、経営支援担当職員は地域の事業者のDX推進を図るため、ITスキルを向上させて、その時々ニーズに合わせた相談、指導を可能にするためのセミナーに積極的に参加する。

1 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) 現状と課題

【現状】

近隣商工会や商工会議所、さらには地元金融機関等と、地域の経済状況等の情報交換を行ってきたが、支援ノウハウ等については皆無であった。

【課題】

地域小規模事業者の多様な支援ニーズに対応する商工会内の体制づくり、さらには支援ノウハウの情報交換の「場」の設定等が必要である。

(2) 事業内容

・金融機関との支援ノウハウの共有等

本会では、マル経審査委員と日本政策金融公庫とで勉強会を開催し、審査のポイントや経営指導員の事後指導について意見交換している。

後は日本政策金融公庫と地元金融機関から見た地域経済の動向や、資金繰りや資金調達、収益性改善等の「支援ノウハウ」の取得も視野に、年に1回以上の定期的な情報交換を行い、連携し、共有（学び）の場を設ける。現在想定している金融機関は以下になる。

《金融機関名称》
(株)日本政策金融公庫
(株)横浜銀行
(株)静岡中央銀行
(株)きらぼし銀行
平塚信用金庫
横浜信用金庫
城南信用金庫

・近隣地域の商工会と(株)日本政策金融公庫厚木支店との支援ノウハウ等の共有

(株)日本政策金融公庫厚木支店と厚木支店管内の商工会・商工会議所による連絡協議会という場があり、現在、景況感や融資状況等の共有の場にとどまっている。

今後は、個社支援に関する知識・ノウハウ、取組み事例等、について情報交換等を進める場に発展させていく。(年1回)

・金融機関との情報共有等

本会と地元金融機関6行(株)横浜銀行、(株)静岡中央銀行、(株)きらぼし銀行、平塚信用金庫、横浜信用金庫、城南信用金庫)に協力していただき、創業予備軍の発掘と創業ノウハウを共有するとともに、各金融機関が実施している事業等について情報共有の場を年に1回設けていく。

・経営発達支援事業に係る情報交換会議(年1回開催)

経営発達支援計画を推進するにあたり、神奈川県商工会連合会と県下経営発達支援計画の認定商工会と支援ノウハウに係る情報交換・共有を行う。会議では、経営発達支援事業の成功支援事例、支援状況、課題等について、定期的にノウハウ等情報交換を行い、各々の支援事業の推進に役立てる。

・行政との連携

経営発達支援計画を推進するにあたり、行政とも連携を図り各支援事業の推進を進めていく。座間市産業振興課職員とノウハウを共有しながら事業を進め、必要であれば情報共有の場を設ける。

(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6年12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)

①商工会の経営発達支援事業実施に係る体制

経営発達支援事業の実施は、事務局長指揮管理のもと、法定経営指導員1名と経営指導員1名、経営支援担当職員3名の合計5名が中心となり取り組んでいく。

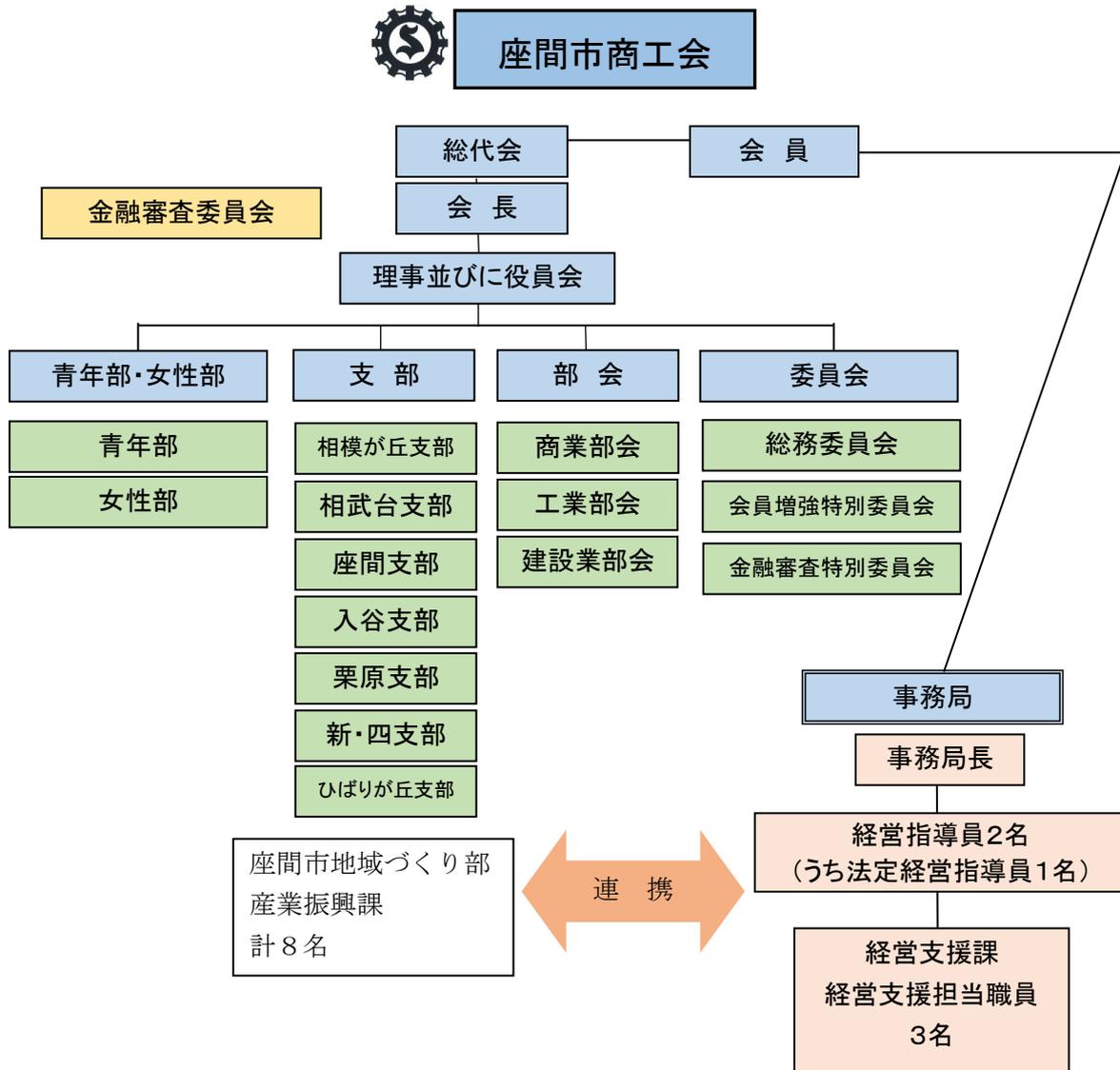
・座間市 【経営発達支援計画の共同作成】

・役員 会長1名・副会長2名・理事16名・監事2名 総代120名

・事務局 事務局長 1名(経営発達支援計画管理者)
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 1名(経営発達支援計画遂行者)
支援担当職員 3名(経営発達支援計画補助者)

地域の小規模事業者の持続的経営発達を図るべく、職員全員が一丸となり経営発達支援事業に取り組む。

② (参考) 商工会の組織体制



(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当該経営指導員の氏名、連絡先

- ・組織名：座間市商工会
- 氏名：今井 秀征
- 連絡先：046-251-1040

②当該経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度 等）

- ・法定経営指導員の進捗確認(年2回)
法定経営指導員は、経営発達支援計画の半期進捗状況を確認する。事務局が一体となって経営発達支援計画のPDCAサイクルを効果的に回す。

(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

・商工会

組織名：座間市商工会 経営支援課

住 所：〒252 - 0027 神奈川県座間市座間 2 - 2887 - 2

連絡先：046 - 251 - 1040 FAX：046 - 254 - 2220

②関係市町村

・関係市町村

組織名：座間市 地域づくり部 産業振興課

住 所：〒252-8566 神奈川県座間市緑が丘 1 - 1 - 1

連絡先：046 - 255 - 1111

(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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	3,650	3,650	3,650	3,750	3,750
経済動向調査	300	300	300	400	400
需要動向調査	600	600	600	600	600
経営状況分析	500	500	500	500	500
事業計画策定支援	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
事業計画策定後の実施支援	100	100	100	100	100
新たな需要開拓事業	500	500	500	500	500
事業見直しをする為の資金	100	100	100	100	100
資質向上支援	100	100	100	100	100
他団体との連携支援	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
国補助金、県補助金、市補助金、商工会費や手数料

(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	
連携して実施する事業の内容	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
①	
②	
③	