

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>綾瀬市商工会 (法人番号 8021005004935) 綾瀬市 (地方公共団体コード 142182)</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和3年4月1日から令和8年3月31日まで</p>
<p>目標</p>	<p>支援機関と連携し、地域企業の経営力向上、販売促進等を継続的に支援するとともに小規模事業者を面的に支援する仕組みとして、以下の目標に掲げる。 目標1) 地域ブランドの創出、知名度の向上による観光の創出 目標2) 「ものづくりのまち」のブランド力の向上による競争力強化 目標3) 商業・サービス業における個社の集客数と売上の向上への支援 ならびに創業に係る支援の実施</p>
<p>事業内容</p>	<p>地域の経済動向調査に関すること 地域経済動向を小規模事業者自身が必要なときに活用できる状況にします。</p> <p>需要動向調査に関すること 小規模事業者が販売する商品や提供するサービスについて、新たな販路の開拓や新商品の開発に活かせるように、ニーズや市場動向等を把握し、持続的発展を支援します。</p> <p>経営状況の分析に関すること 小規模事業者が持続的発展をしていくため、自社の経営状況の分析を行い、その強み・弱みを明確に理解把握できるよう支援します。</p> <p>事業計画策定支援に関すること 環境や顧客ニーズ、自社の強み・弱み等経営分析を行い、経営課題を抽出し、課題解決を目的とした有益な事業計画の策定を支援します。</p> <p>事業計画策定後の実施支援に関すること 小規模事業者の事業計画実施における目標達成まで伴走型でフォローアップする支援体制を構築します。</p> <p>新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 綾瀬市の産業を市内外に発信するため、展示会、交流会等を実施・支援し、需要開拓を図ります。</p>
<p>連絡先</p>	<p>綾瀬市商工会 〒252-1107 神奈川県綾瀬市深谷中 5-17-1 電話：0467-78-0606 F A X：0467-77-7272 綾瀬市 産業振興部 商業観光課・工業振興企業誘致課 〒252-1192 神奈川県綾瀬市早川 550 番地 電話 0467-77-1111 (代表) F A X：0467-70-5701</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

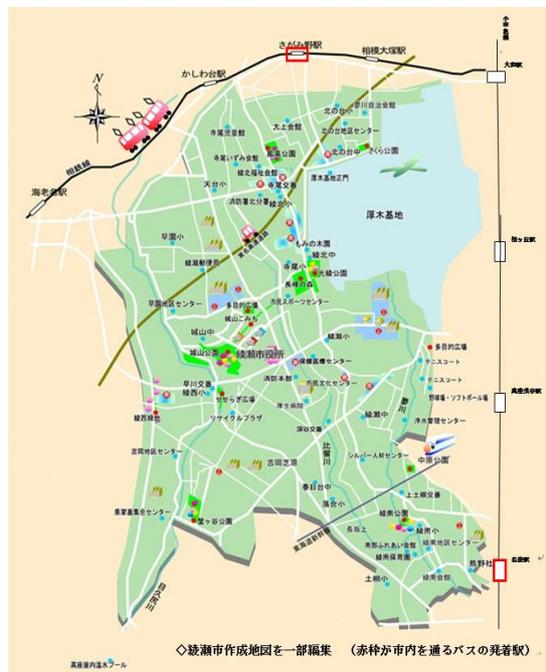
1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

ア. 立地

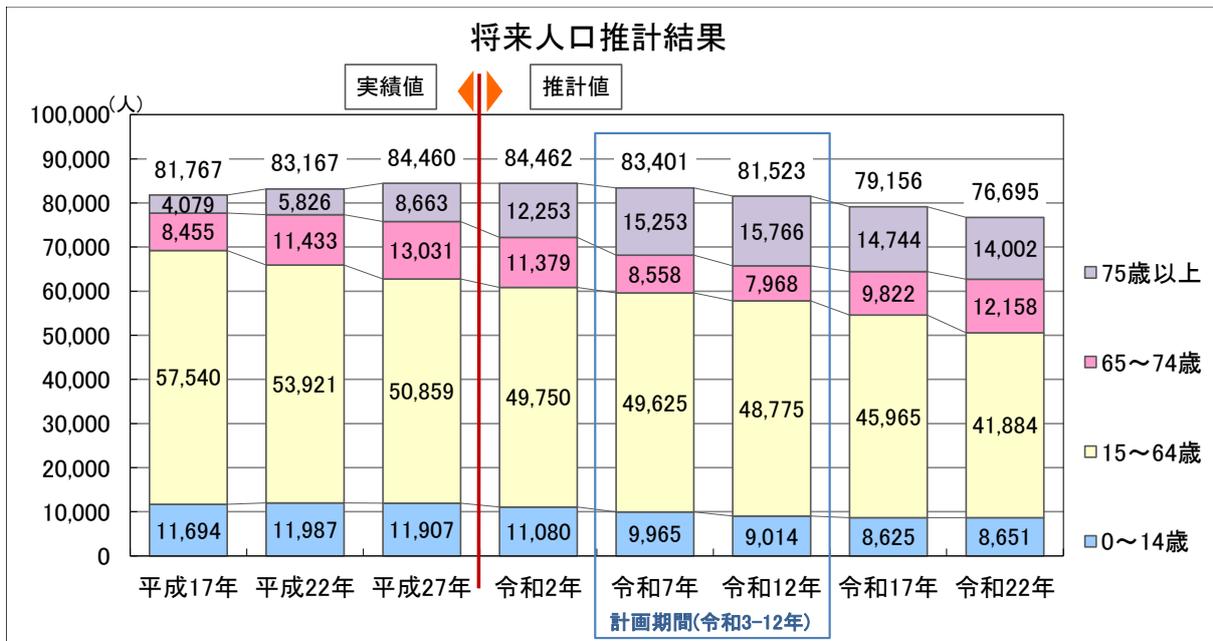
綾瀬市は、神奈川県のはぼ中央にあり、都心から南西へ40km、横浜から西へ約20kmの場所に位置し、東西4.2km、南北7.6kmと東西に長い地形をしている。総面積としては22.14km²、市内の面積の18%強が在日米海軍と海上自衛隊の厚木基地となっている。西に大山・丹沢山塊を望み遠く富士を仰ぐ豊かな自然と人の優しさが魅力のまちである。



◇綾瀬市作成地図を一部編集 (赤枠が市内を通るバスの発着駅)

イ. 人口

綾瀬の人口においては、1995年以降から微増もしくは横ばいを繰り返している状態である。郊外地域にも関わらず、転入・転出数がほぼ同等であるなど人口の減少要素が少ないことが特徴である。しかしながら2020年頃をピークに今後10年以内に人口減少の一途を辿ることが予想される。



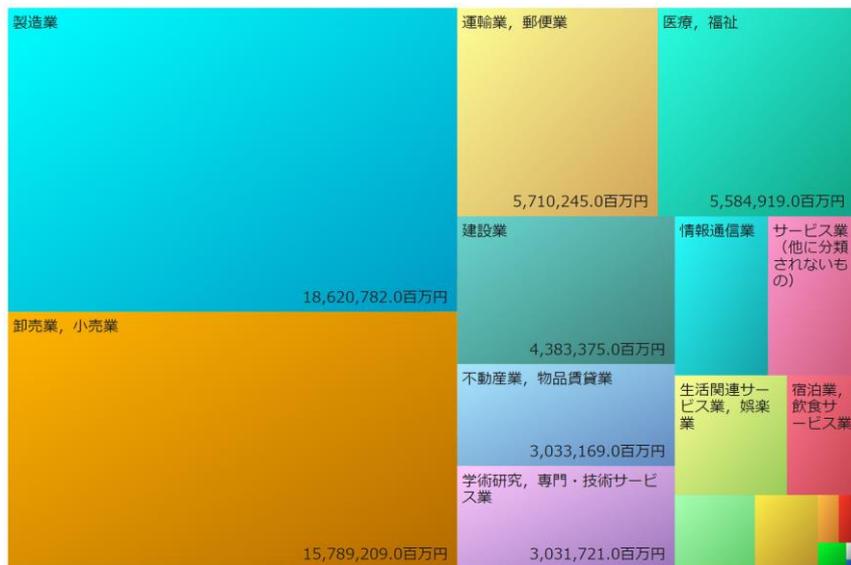
(綾瀬市総合計画2030より：令和3年1月策定予定)

ウ. 産業

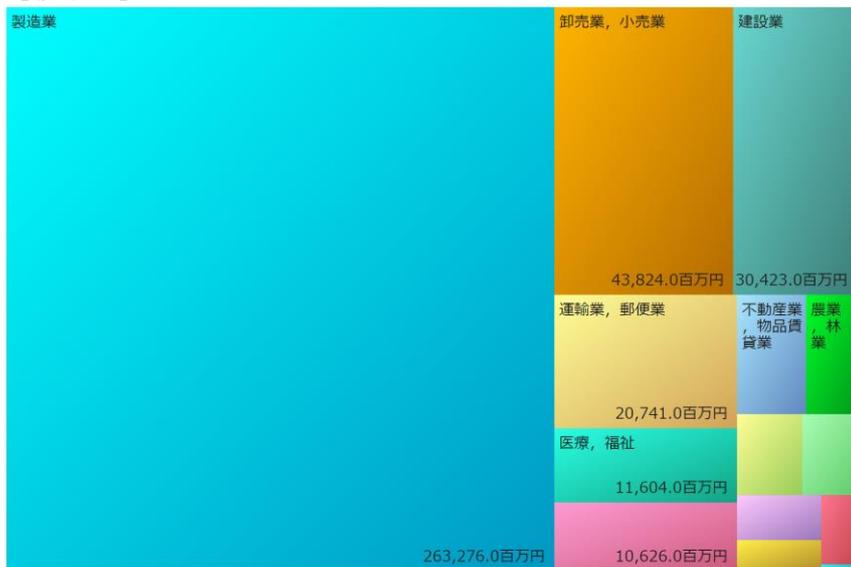
⑦-1 業種別の景況感(地域経済分析システム RESAS)

・業種別売上高比較

【神奈川県】



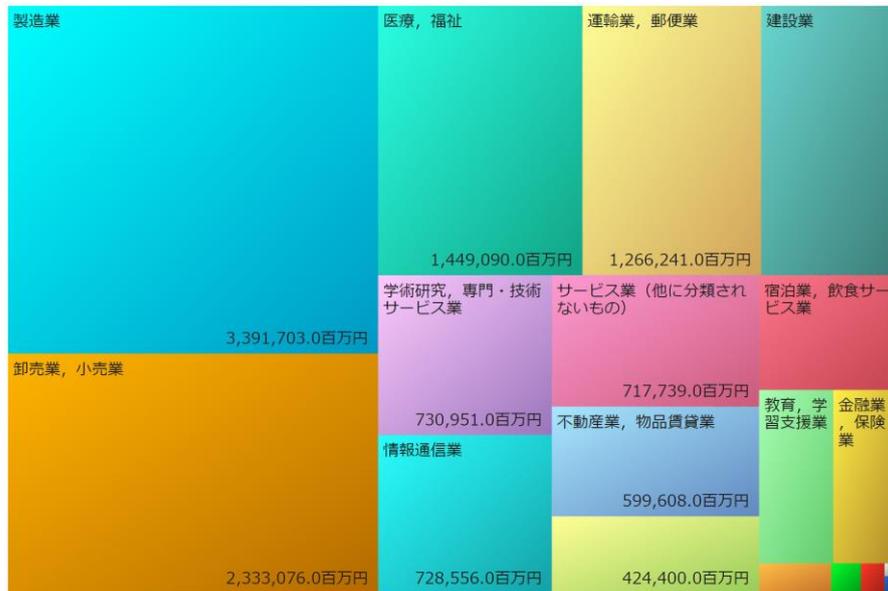
【綾瀬市】



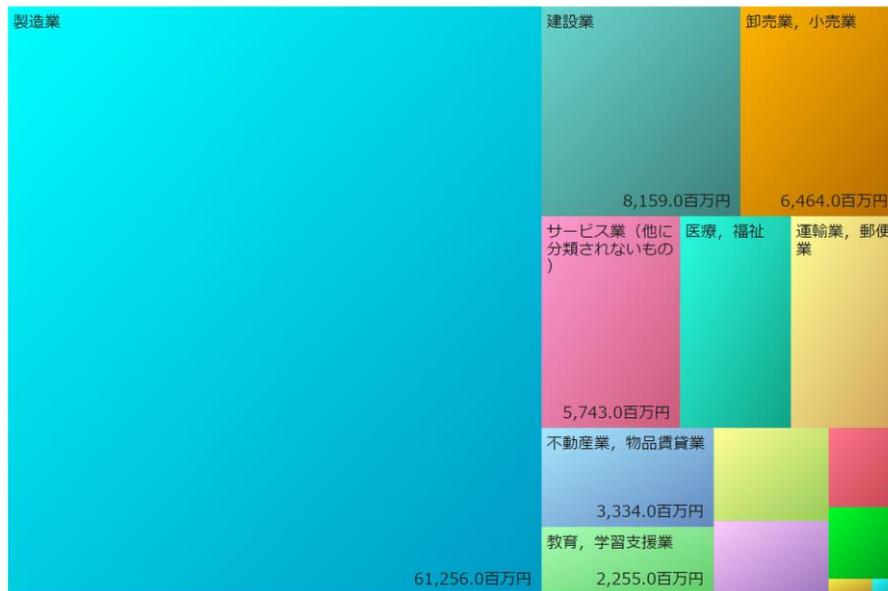
売上高においては、製造業の貢献が高く続いて卸売業・小売業が続く。県単位と比較すると圧倒的に製造業の占める割合が高いことがわかる。

・業種別付加価値額

【神奈川県】



【綾瀬市】

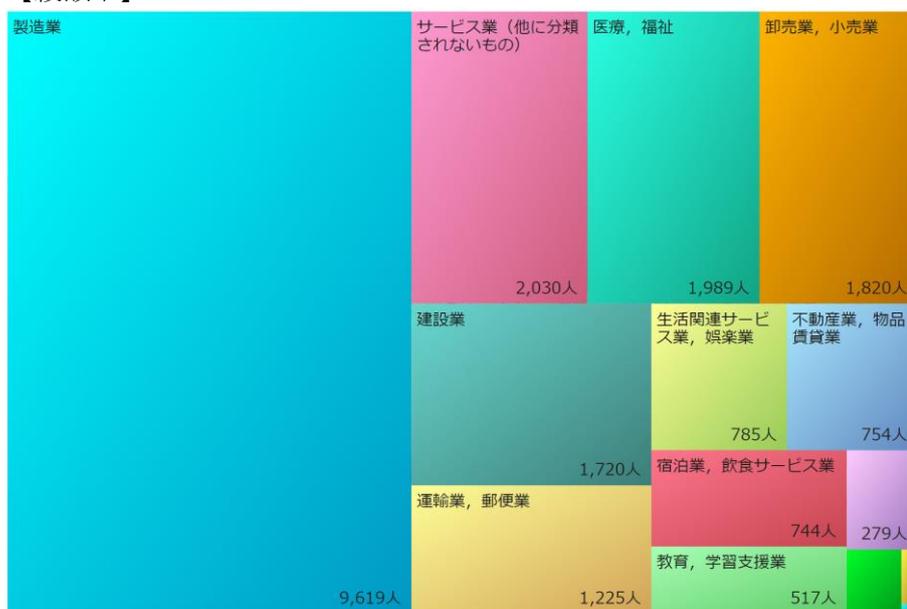


付加価値額に関する比較においても、製造業の占める割合は高く、全体の約6割を示す値となっている。続いて建設業、卸売業、小売業の順に貢献している。付加価値額の算定において、減価償却費や人件費が主たる構成要素である側面を鑑みると、製造業は設備投資が大きく付加価値額に貢献していることがわかる。

・業種別従業者数
【神奈川県】



【綾瀬市】



雇用の側面で見えていくと、製造業の貢献度はやや低くなり、サービス業、医療・福祉の比重が大きくなる。しかしながら売上高・付加価値額の結果同様に綾瀬市における製造業の貢献度が高い結果となっている。

㊦-2 綾瀬市景気動向調査より：平成31年実施)

※対象期間 平成30年1月から12月期

※製造業、建設業、小売業、サービス業の4分類で調査。

【製造業】

- ・(売上額) 前々期、前年同期との比較では、プラスの値を示しているものの、来期の見通しについては、大幅なマイナスとなっており見通しが厳しいことが見通される。
- ・(採算) 前期と比較するとDIがマイナスとなるが、来期についてはプラスに転じる見通しである。
- ・(資金繰り) 前々期、前年同期と比較するとDIがマイナスとなるが、来期の見通しとしては若干、好転することが予想される。
- ・(業況) 前々期、前年同期との比較において好調を指していたが、来期はやや好調であるという値が示されている。

項目	今期(社)	%	来期(社)	%
実施又は計画している	53	45.7	60	51.7
実施又は計画していない	63	54.3	56	48.3
合計	116	100.0	116	100.0
実施内容	今期(件)	%	来期(件)	%
土地	7	7.3	5	4.9
工場建物	10	10.4	14	13.6
生産設備	41	42.7	45	43.6
車両・運搬具	18	18.8	12	11.7
付帯施設	7	7.3	9	8.7
OA機器	10	10.4	15	14.6
福利厚生施設	2	2.1	1	1.0
その他	1	1.0	2	1.9
合計	96	100.0	103	100.0

(製造業、設備投資の状況より抜粋)

- ・今年度より来期において、設備投資を計画している企業が多く存在する。
- ・生産設備や車両・運搬具等に対する設備投資に高い意欲を見せている。

【建設業】

- ・(完成工事額) 前々期および前期対比がともにDIがプラスとなっているが、来期の見通しにおいては、大幅なマイナスとなっており折り、厳しい局面を迎えることが見通される。
- ・(採算) 前々期から来期すべてにおいてマイナスを指していることから、引き続き厳しい状況が続くことが予想される。
- ・(資金繰り) 前年度、前年度と比較するとDIであり、来期の見通しとしてもさらなる低調な状況が続くと予想される。
- ・(業況) 前々年度対比はマイナス、前年度対比ではプラスとなっているが、来期の見通しを比較すると、悪化傾向にあることから厳しい状況が続くことが、予想される。

項目	今期(社)	%	来期(社)	%
実施又は計画している	20	40.0	12	26.1
実施又は計画していない	30	60.0	34	73.9
合計	50	100.0	46	100.0
実施内容	今期(件)	%	来期(件)	%
土地	5	10.2	0	0.0
建物	4	8.2	0	0.0
建設機械	7	14.3	5	20.8
車両・運搬具	17	34.7	8	33.3
付帯施設	2	4.1	3	12.5
OA機器	9	18.3	7	29.2
福利厚生施設	3	6.1	1	4.2
その他	2	4.1	0	0.0
合計	49	100.0	24	100.0

(建設業、設備投資の状況より抜粋)

- ・ 今期と比較し、来期において設備投資を計画していない企業が増加している。
- ・ 建設機械や車両等の投資を控えていることから、景況が不調であることが伺える。

【小売業】

- ・(売上高) 前々期および前期対比ともに大幅なDIがマイナスとなっており、来期の見通しにおいても若干の回復はあるものの、依然として大幅なマイナス基調であることから厳しい局面が続くことが予想される。
- ・(採算) 前々期から来期すべてにおいてマイナスを指している。来期の見通しについては過去と比較してもかわらず悪化傾向が見込まれる。
- ・(資金繰り) 前年度、前年度、また来期の見通しとしても依然としてマイナス基調が続くと予想される。
- ・(業況) 前々年度より、前年度と来期の見通しが改善されているものの依然としてマイナス基調が続くことが予想される。

項目	今期(社)	%	来期(社)	%
実施又は計画している	6	14.6	10	24.4
実施又は計画していない	35	85.4	31	75.6
合計	41	100.0	41	100.0
実施内容	今期(件)	%	来期(件)	%
土地	0	0.0	0	0.0
店舗	0	0.0	0	0.0
販売設備	1	14.3	1	10.0
車両・運搬具	3	42.8	3	30.0
付帯施設	1	14.3	3	30.0
OA機器	2	28.6	3	30.0
福利厚生施設	0	0	0	0.0
その他	0	0.0	0	0.0
合計	7	100.0	10	100.0

(小売業、設備投資の状況より抜粋)

- ・来期においても設備投資を計画していない企業が7割超存在することから、小売業全体の景況が低調であることが推測される。
- ・(来期において) 設備投資に対し、消極的な局面であるが車両・運搬具や付帯施設等への投資は行われる様子である。

【サービス業】

- ・(売上(収入)額) 前々期および前期ともにDIがマイナスとなっており、来期の見通しにおいてもさらなるマイナス基調となっておることから厳しい局面が続くことが予想される。
- ・(採算) 前々期から前期との比較についてマイナス基調を指しているが、来期の見通しについてはより悪化したDI値を指している。
- ・(資金繰り) 前年度、前年度と比較するとDIであり、来期の見通しとしても依然として低調な状況が続くと予想される。
- ・(業況) 前々年度、前年度と来期の見通しを比較すると、若干DIが改善されているものの来期の見通しはまた悪化しており、今後も低調な状態が続くと予想される。

項目	今期(社)	%	来期(社)	%
実施又は計画している	21	28.4	27	36.0
実施又は計画していない	53	71.6	48	64.0
合計	74	100.0	75	100.0
実施内容	今期(件)	%	来期(件)	%
土地	0	0.0	1	2.6
建物	1	4.4	5	12.8
サービス設備	3	13.0	9	23.1
車両・運搬具	8	34.8	11	28.2
付帯施設	2	8.7	3	7.7
OA機器	5	21.7	6	15.4
福利厚生施設	0	0.0	0	0.0
その他	4	17.4	4	10.2
合計	23	100.0	39	100.0

(サービス業、設備投資の状況より抜粋)

- ・前年と比較し来期において、若干ではあるが投資を行う企業が増加する見通しである。
- ・建物やサービス設備等への投資が前年より増加していることから、上昇するなど、厳しい局面ながらも設備導入を図り、成長を試みようとする動向が伺える今期とは動向が伺える。

⑦業種別の商工業者数の推移

年度	商工業者等 (A)	商工業者の業種別内訳											
		製造業		建設業		卸・小売業		飲食・宿泊業		サービス業		その他*	
			(%)		(%)		(%)		(%)		(%)		(%)
H22	2,976	732	24.6%	364	12.2%	521	17.5%	221	7.4%	596	20.0%	542	18.2%
H23	2,976	732	24.6%	364	12.2%	521	17.5%	221	7.4%	596	20.0%	542	18.2%
H24	2,976	732	24.6%	364	12.2%	521	17.5%	221	7.4%	596	20.0%	542	18.2%
H25	2,976	732	24.6%	364	12.2%	521	17.5%	221	7.4%	596	20.0%	542	18.2%
H26	3,042	741	24.4%	437	14.4%	523	17.2%	247	8.1%	501	16.5%	593	19.5%
H27	3,042	741	24.4%	437	14.4%	523	17.2%	247	8.1%	501	16.5%	593	19.5%
H28	3,042	741	24.4%	437	14.4%	523	17.2%	247	8.1%	501	16.5%	593	19.5%
H29	2,980	673	22.6%	387	13.0%	505	16.9%	234	7.9%	607	20.4%	574	19.3%
H30	2,980	673	22.6%	387	13.0%	505	16.9%	234	7.9%	607	20.4%	574	19.3%
H31	2,980	673	22.6%	387	13.0%	505	16.9%	234	7.9%	607	20.4%	574	19.3%
県内商工会平均構成比 (H31年度)			12.5%		10.5%		21.9%		12.3%		24.9%		17.9%

※その他（農林漁業、鉱業、電気・ガス、熱供給・水道業、情報通信業、運輸業、金融業・保険業、不動産業）

(平成26年経済センサス基礎調査より抜粋)
 過去10年、商工業者数については大きな増減はない。各業種の企業数においても増減はあるものの、構成比については大きな変化がない。上記の表にもあるように県内の値と比較しても綾瀬市内における製造業の占める割合が多いことがわかる。

⑧綾瀬市内の小規模事業者数ならびに綾瀬市商工会員数の推移

年度	商工業者等 (A)	小規模事業者数	総会員数 (C)	組織率 (C/A)
H22	2,976	2,607	1,643	55.2%
H23	2,976	2,607	1,601	53.8%
H24	2,976	2,607	1,583	53.2%
H25	2,976	2,607	1,522	51.1%
H26	3,042	2,428	1,489	48.9%
H27	3,042	2,428	1,480	48.7%
H28	3,042	2,428	1,465	48.2%
H29	2,980	2,384	1,458	48.9%
H30	2,980	2,384	1,447	48.6%
H31	2,980	2,384	1,429	48.0%

(商工業者等ならびに小規模事業者数については平成26年経済センサス基礎調査より抜粋)(会員数等においては本会調べ)

市内商工業者に大きな変化はないものの、小規模事業者数は減少し続けている。また商工会員数についても減少が続いている。

㊦特産品

(豚肉／高座郡発祥の豚)

昭和7年高座郡で畜産組合が設立されたのを機会に綾瀬村の本格的な養豚が始まり、昭和22年頃には、220戸の農家で540頭の豚が飼育されるようになり、全国の品評会でも優等を受賞するなど、品質・味の良さでも全国的に有名になった。

(トウモロコシ)

あやせブランドに認定された「菜速 あやせコーン®」は、市内808aで生産され、毎年約81.5tと県内でも有数の出荷量を誇る。品種は「ゴールドラッシュ」で、1か月で収穫をしている。横浜や東京から近い地域特性を生かし、収穫から6時間以内に店頭には並べられるよう朝採りし、新鮮な状態で消費者の手元に届くことを狙いとしている。

(ブロッコリー)

生産量は県下でもトップクラスとされる。主に寒さに強い品種が栽培されており、毎年10月から1月にかけて収穫の最盛期を迎える。

㊧名産・名物

名産

(名産品)

綾瀬生まれの高座豚を使用した「ハム・ソーセージ」や高座豚発祥の店ならではの「豚みそ漬」、市の花「バラ」と特産品「高座豚」をモチーフにした「あやせサブレ」、市内の酒米を原料とした「あやせ本醸造」、自社で産まれた1日以内の卵だけを使った「あやせプリン」が名産品として販売されている。

名物

(あやせとんすきメンチ)

綾瀬産の豚肉や地元産の野菜を掛け合わせた商品として「あやせとんすきメンチ」が平成28年に誕生した。綾瀬産の豚肉、野菜を使用すること、また味付け等にも工夫を凝らすなど条件が定められている。

㊨交通

綾瀬市は首都圏に位置する“市”としては、全国でも珍しく鉄道の駅が無いため、公共交通機関はバス路線のみとなっており、市内は自動車交通に依存している。

なお、現在、令和3年夏頃の開通を目標に綾瀬スマートインターチェンジの整備を進めている。

エ. 綾瀬市総合計画の引用（商業・工業・観光部分抜粋）

綾瀬市は令和3年度から令和12年度までの10年間にかかる総合計画を策定しており、「“つたえる”を大切にすまち“つながる”を生み出すまち」を理念に掲げ、強い社会関係資本に基づいた持続的な成長・発展を続けるまちづくりを進めている。現状、加工組立型産業などが立地し、地場産業が着実に成長している。今後は、スマートICの開通や道の駅の整備を控え、市外から人を引き寄せ、新たな賑わいを創出すべく再整備が進められている。観光による来訪者の増加や市民生活に根差した商業・サービス業を充実・高度化させるとともに、工業・農業の高度化、農産物・畜産物のブランド化を進め、地域産業の新たな飛躍ならびに持続的な成長を進めることを掲げた総合計画を策定している。

◇主な施策

【商業の振興】

- 魅力ある商店や飲食店づくりと観光連携
 - ・魅力ある商店や飲食店づくりへの支援
 - ・グルメ商品、お土産品の開発支援
 - ・市内飲食店等との観光連携体制の構築
- 中心市街地の利便性
 - ・商業施設と公共施設の連携の仕組みづくり
 - ・中心市街地の活性化を意識した公共施設の活用
 - ・中心市街地の回遊性の向上

【工業の振興】

- 技術力の向上に向けた支援
 - ・IoT化やロボットの導入等の技術革新、成長産業への参入に対する支援
 - ・企業間ネットワークの構築
 - ・工業データベース活用等によるビジネスマッチングの促進
 - ・海外との交流、販路拡大への支援
- 「ものづくりのまち綾瀬」のブランド化促進
 - ・ガイドブック等によるPRの促進
 - ・マスコミ等を通じたPRの促進
 - ・市内小中学校への学習の機会の創出
 - ・オープンファクトリーなどの地域に開かれたものづくり現場の促進
- 担い手づくりの支援
 - ・合同研修をはじめとした担い手の育成、ネットワークの構築等
 - ・事業承継、技術継承への支援
 - ・職住近接の促進
 - ・海外人材との交流支援

【観光の振興】

- ロケツーリズムの推進
 - ・ロケーションサービスの強化（ロケ誘致、受入連携体制強化等）
 - ・誘客につながるロケ地の整備
 - ・ロケツーリズムによる誘客促進、リピーターづくりの強化
 - ・「ロケのまち」としてのイメージ戦略
- 市内資源の観光活用
 - ・効果的な観光情報提供の促進
 - ・広域連携、市内観光資源を活用したツーリズム事業の推進
 - ・市内商工業者との連携による観光集客イベントの開催
 - ・観光に関する市内連携体制の構築

②課題

ア. 地域内産業別の小規模事業者における現状

○地域に関する現状分析

圏央道や現在建設中のスマートインターチェンジにより、東京をはじめとする関東近県への自動車を使ったアクセスがよい。しかしながら、市内に鉄道の駅がなく、公共交通機関としてはバスのみとなっている。また観光協会がなく、観光の核となる飲食店組合が休会するなど観光消費が見込まれる飲食店の盛り上がりが振るわない状態にある。

○商業に関する現状分析

綾瀬市内においては、名物や農業・畜産等の事業を行う企業等が多数存在している。官民が様々な手法により“綾瀬市”のPRを行っているが、更に効果的に情報を発信していくことが必要である。市内の若年から中年層の消費者の多くが大型複合施設等を構える近隣の市（海老名市や大和市）に流れてしまっており、市全体として消費が流出してしまっている。しかしながら高年層を中心に市内消費が回復している局面もある。

○工業に関する現状分析

製造業を営む工業事業所数は、673事業所（平成26年度経済センサスより）で、県内において政令市（横浜市、川崎市、相模原市、厚木市、藤沢市）に続く工業企業集積（6位）を誇っているものの事業所の大部分が中小企業であり、従業員20人以下の小規模事業者も多く存在する。しかし各事業所による発信力が弱く、市外へ技術力等がPRできていない状態にある。

○観光に関する現状分析

平成26年より映画やテレビドラマの“ロケ地”の誘致活動に取り組んでおり、ロケのまちとしての認知度が出てきたところである。しかしながら、自動車以外でのアクセスの悪さや、ロケ地を訪れた際に、購入や消費がされる目立った特産品がなく、体験型観光のコンテンツも存在せず観光における強みが少ない状態にある。

○商工会に関する現状分析

事業活動は多岐に亘るが、その中で大きな柱となっているのが、経営支援（個別支援）と地域振興である。経営支援においては、長年、巡回・窓口において、経営一般・金融・税務・労働などの指導を中心に行ってきた。また地域振興としては、産業まつり等で市内の商業・工業製品のPR活動や工業展示会や幾度となく消費喚起を促す商品券発行事業を行ってきたところである。

令和元年度には、市内製造業（工業）における新たな働き手の確保、開発途上国等への技能・技術移転ならびに経済発展を担う「人づくり」に協力するため、外国人技能実習制度の監理団体としての認可を取得した。令和2年度9月に、市内企業2社において計7名の実習生の受け入れを開始する予定だったが、コロナ禍で受け入れが出来ない状況となっている。

イ. 強み弱み等を踏まえた課題

○地域に関する課題

圏央道や今後開通されるスマートインターチェンジによる交通便の向上の要素があるが依然として、鉄道の駅がなく観光資源が弱い市内商工業を発展させていくために、商工業者や関連機関が一体となり、地元農畜産物や地域資源を活用した事業や特産品の開発・商品化に対する取り組みが必要とされている。また、市内イベントの充実を図り、飲食店を盛り上げ、市外へのPRならびに集客へと繋げていくことが求められている。

○商業に関する課題

名物や農業・畜産等の事業を行う企業が多数存在し広報を行っているが客観的な分析ができていなかった。そのため、市内の経済動向等の現状を把握・改善するためにも需要調査を行い、各事業者の実態把握をしていかなければならないと考えられる。また、商品等をよりよいものとするため、専門家派遣による個々の事業者の課題解決に対応していくことが求められている。さらには、市外へのイベントや展示会に出展するなど、商品等の魅力を対外的に発信する取り組みが必要とされている。今後創業をする、もしくは検討している方を対象に創業セミナー等の事業を行い、今後の市内商業の継続・発展へ向け、人材を育成していくことも求められている。

○工業に関する課題

県内工業集積量6位を誇る市内工業関連企業の発信力を改善するために、テクニカルショウヨコハマ等の工業向け展示会への出展、また自社PRのためのパンフレット作製や商談獲得に向けた支援が必要とされる。また、市内・市外の工業者ネットワークを構築し、販路拡大や受発注促進を図るため「綾瀬市工業データベース*」の活用や中小機構の運営する「ジェグテック」によるマッチング支援をしていくことが求められている。

*綾瀬市工業データベース (<http://akdb.jp/>) とは

綾瀬市内企業の持つ優れた技術力を掲載し、綾瀬市内外に広く発信することで、新たなビジネスパートナー・ビジネスシーンを創出し、市内企業の販路拡大と収益増加を目的とし平成28年2月に設置したデータベースサイトである。

○観光に関する課題

昨今官民を一体となり取り組んでいる“ロケ誘致”を軸に市内における観光資源が乏しい状況を打破するため、地域資源を活用した特産品の開発や、完成した際のPR(市外イベントへの出展等)等、開通が予定されているスマートインターチェンジや令和4年度のオープンを目指している「道の駅」の効果を生かせるよう、ロケ地など地域資源の活用と商業との連携により観光客の集客を行っていかなければならない。

○商工会に関する課題

これまでの取り組みの課題としては、問い合わせに対する対応に留まっており、複合的な経営指導が不足している局面が存在した。

また、個社支援に対し経営指導員が各々担当分野を対応するという体制を取っていたことから、個社に関する情報共有が図られていなかった。地域振興においては、地域ぐるみで小規模事業者を面的に支援する仕組みづくりが不足していた。今後においては、商工会組織としての面的支援や個社に関する情報の共有や集約をする取り組みをしていくことが必要とされる。

(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

綾瀬市において、今後10年以内に人口減少が始まる。市内事業者の減少、少子高齢化が加速する中、活力あるまちを目指すべく、創業や事業拡大による地元購買率、売上増となる取り組みに着手しなければならない。具体的な策として、商業では、地域資源を利用した地域ブランドの創出ならびに特産品の開発、販路開拓、(綾瀬市の)知名度の向上、市の主力産業である製造業では、市内企業のPR、市外企業とのマッチング支援を行っていく。

② 綾瀬市総合計画との連動性・整合性

今まで商工会が行ってきた事業や取り組みを見直し、小規模事業者に対する支援の課題解決

や綾瀬市が策定を進めている令和3年度から令和12年度までの10年間に係る総合計画との整合性を図り、市民生活に根差した商業・サービス業を充実・高度化させるとともに、工業の高度化を進めていく。

(商業について)

人口減少や市外への消費流出、事業者数の減少に対応すべく、魅力ある商店や飲食店づくり、経営力・情報力強化への支援を行っていく。

(工業について)

I o T化等による技術革新、成長企業参入への支援、また各事業者のもつ技術力を市内外に発信するための支援を行う。さらには「ものづくりのまち綾瀬」のブランド化に向け、事業展開や商品開発等、さらなる競争力の強化を目指し支援を行う。

(観光について)

ロケツーリズムの推進を中心に、新たな観光資源の発掘や地域資源を活用した特産品の開発について支援を展開し、様々な手法を用いた情報発信を行い、観光集客を図る。

③ 商工会としての役割

当商工会としては、現在策定中の綾瀬市総合計画と連動し、個社支援については、市内小規模事業者に対し従来通りの支援内容・方法から脱却し、小規模事業者の持続的発展のための売上拡大に対する取り組みや、経営力・情報力の強化、また事業者ネットワークの構築、綾瀬市としての認知度の向上に係る取り組みなど多岐にわたる支援が求められる。そのためにも経営指導員・経営支援担当職員各自が資質の向上を図るとともに、情報を共有化し、経営指導員をはじめ職員全体での伴走支援が行える体制づくりを行う。

(3) 経営発達支援事業の目標

地域の強み、課題等を踏まえ、神奈川県、綾瀬市、地域金融機関、近隣商工会議所・商工会、農業協同組合、その他支援機関と連携し、地域企業の経営力向上、販売促進等を継続的に支援するとともに創業支援、雇用支援を行いながら、小規模事業者を面的に支援する仕組みとして、以下の1)～3)を本計画の目標に掲げる。

地域経済や雇用を支えるうえで重要な役割を担う小規模事業者に対し、特産品の開発や、競争力向上、売上の向上など、事業計画を通じた経営支援を伴走して行うことで個社の経営力の向上を図り、持続的発展につなげる。また、個社の持続的発展を図ることで地域課題の解決や地域経済の活性化につなげる。

目標1) 地域ブランドの創出、知名度の向上による観光の創出

- ・「綾瀬市」の知名度を上げ活性化するため、ロケ地を軸とした観光資源の活用、商工業者関連機関と一体となって地元農畜産物を活用した事業や特産品の開発・商品化に向けた取り組みを進め販路拡大に繋がる支援を行う。

(事業最終年度までに目指す内容)

需要動向調査等により消費者ニーズをとらえ、綾瀬市の地域資源を活用した商品・サービスの開発・改善、需要開拓等を支援し、地域ブランド力の向上を図る。

目標2) 「ものづくりのまち」のブランド力の向上による競争力強化

- ・工業面では今後も県内上位の工業集積を維持しつつ、更なる成長を続けるために企業集積のメリットを活かし、市内外の取引拡大を支援するとともに併せて新たな事業展開への支援、**made in ayase** 製品の開発・販売、ブランド力の向上を図り競争力強化・新たな担い手の確保の実現に向け支援を行う。

(事業最終年度までに目指す内容)

展示会やビジネスマッチングなど商談機会を提供することにとどまらず、販路拡大や製品開発・改良など成果につながる支援を行い、地域小規模事業者の競争力向上を図る。

目標 3) 商業・サービス業における個社の集客数と売上の向上への支援ならびに創業に係る支援の実施

- ・店頭による聞き取りや、展示会での調査を行い、消費者ニーズ等を把握さらには反映した商品展開や販売方法を実現化させる取り組みを支援していく。

(事業最終年度までに目指す内容)

事業者毎に異なる需要動向等の経営環境や経営課題を踏まえた事業計画策定と実行のPDCAを伴走型で支援し、商品・サービスの競争力強化、売上増加、収益改善や、創業事業者の経営支援を行う。

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3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

目標1)：地域ブランドの創出、知名度の向上による観光の創出

市外に対しPRしていく為、地元農畜産物や地域資源を活用した事業や特産品の開発・商品化に向けた取り組みを事業者・行政・商工会の官民一体で行う。

また、以前より継続して行なっているロケ誘致（映画・ドラマ等での実績あり。）の推進や（ロケ地の）聖地巡礼等のPR、特産品を活用した新たな需要開拓を行う。

さらに、ロケツーリズムにより訪れた方に市内で消費して頂けるような体験型観光のコンテンツの創出、特産品の開発また既存の特産品の販路拡大の支援を行っていく。手段としては展示会等への出展により知名度アップを図る。

目標2)：「ものづくりのまち」のブランド力の向上による競争力強化

綾瀬市内の工業関係の企業が持つ「技術力」や企業集積数等を発信すべく、「綾瀬市工業データベース」や「ジェグテック」による取引拡大や他企業との連携による新製品開発・販路開拓を目指す。また、市内企業による対消費者向け商品の開発ならびにブランド化を目指す。並行して実際に展示会等への出展も行う。オンライン・オフライン両軸による情報発信を行い、商談の成約を多数実現させる。

目標3)：商業・サービス業における個社の集客数と売上の向上への支援ならびに創業に係る支援の実施

今まで以上に巡回訪問の強化に取り組み、事業者との良好な関係の構築のみならず、巡回により得た経営情報や財務状況・企業の強み弱み、経営課題の把握に努める。また市内景気動向調査等の結果を事業者へと提供していく（創業セミナーについては参加者へのヒアリング）。販路の開拓を目指し展示会等への出展を行う企業に対しては、来場者向けアンケート調査を行い、各企業の事業策定や販路拡大に係る情報の提供を行う。各事業者に合わせた商品展開や販売方法を明確にし、実行することで地元購買率の向上、売上高の向上を目指す。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

事業者への指導の際は、神奈川県商工会連合会が行う「中小企業景況調査報告書」を窓口相談・巡回訪問時に情報提供する等経営指導員が活用している。

②課題

これまでは、ビックデータ活用した専門的かつ客観的な分析は行えておらず綾瀬市の地域経済動向を小規模事業者自身が必要なときに活用できる状況にはない。また、当地域の実情を業種ごとの活用しやすい地域動向調査として体系化できていない状況が課題である。

上記の課題を解決すべく、「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、また県央地域ならびに綾瀬市の経済動向を把握すべく既存調査（神奈川県商工会連合会の実施する「中小企業景況調査」、平塚信用金庫が実施する「ひらしん景気動向レポート」）を活用した比較分析を実施する。

(2) 目標

	現状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①公表回数	-	1	1	1	1	1
②ア.イ.景況調査(比較分析)の公表回数	-	1	1	1	1	1

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

当地域において、真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員が「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向分析を行い年1回公表する。

- 【分析手法】・「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」→人の動きを分析
・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析
⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援に反映する。

②ア. 中小企業景気動向調査

中小企業景況調査(神奈川県景況調査)により県内の業種別景気動向・景況感・経営上の問題点等の収集・整理・分析を行い、支援の基礎資料として広報誌やHPを利用して小規模事業者提供する。また、管内の景気動向についてより詳細な実態の把握を行う。

②イ. 「ひらしん景気動向レポート」(平塚信用金庫)

中小企業景気動向調査の分析内容と比較することで当地域の傾向や課題等を把握する。

事業計画策定支援を実施し、経営発達支援事業を遂行する上で、地域の経済動向を把握することは非常に重要である。上記2種類の調査を地域内の経済動向を4半期ごとの項目に分けて分析を行い、年1回の公表を行う。小規模事業者の動向を踏まえた上で、分析結果の取りまとめを行い、小規模事業者の実態・経済動向・課題を把握し、その後の事業計画策定・相談時等に活用提供していく。

常に新鮮な情報を提供できる環境を整備し、大企業でしか行えなかったデータベースの活用やマーケティング戦略を小規模事業者が行うことが可能となり、より効果的・効率的な事業活動をすることによって大企業との企業格差を是正する。

【調査対象】

②ア. 神奈川県内の、製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業の中小企業

神奈川県景況調査：150社 内管内小規模事業者15社

(製造業：6社、建設業：2社、小売業3社、サービス業：4社)

②イ. 県央地域の小規模事業者319社(製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業)

【調査項目】売上額・資金繰り・仕入単価・採算(経常利益)・従業員(含臨時・パート)・設備操業率・設備投資・業況(自社)・経営上の問題点等

【調査手法】調査票に基づくヒアリング調査

【分析手法】神奈川県調査と平塚信用金庫が提供しているひらしん景気動向レポートの2種調査の比較・分析を経営指導員が行い、傾向を図示するなどして整理し、年1回公表する。また、事業計画策定支援に反映をする。

(4) 成果の活用

経営指導員等と専門家が調査分析を行い、小規模事業者に対し内容解説や活用方法を紹介し、事業計画策定や販路開拓支援における基礎データとして活用する。

- ・当商工会ホームページと広報誌で公表する。
- ・経営指導員等による事業計画策定支援や実施支援に活用

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

小規模事業者は小規模であるがゆえ、持続的発展のため下請的業務が中心であった。そのため「自社ブランド」を開発するという挑戦的な経営を行って来なかった。ゆえに「自社ブランド」を開発してもその商品が市場においてどのようなニーズがあるのか。また、自社の技術や役務の提供が、現在の取引先以外においてどのようなニーズがあるのか、自社の持っているシーズは有効なのかの需要動向調査を行って来なかった。

②課題

小規模事業者が販売する商品や提供するサービスについて、新たな販路の開拓や新商品の開発に活かせるように、買い手(消費者・バイヤー)のニーズや市場動向等を把握し、事業計画の策定や、新たな需要の開拓に寄与する事業を効果的に実施し、小規模事業者の持続的発展の支援を実施する。

(2) 目標

	現状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①調査対象事業者数	3	5	10	10	10	10
②調査対象事業者数	13	15	15	15	15	15

(3) 事業内容

①[商業]県連合会が主催する綾瀬市外で開催される「かながわ商工会まつり」等への展示会・販売会 出展時調査

「かながわ商工会まつり」出展時、来場者に調査、コミュニケーションを図ることで、自社で取り扱う商品の反応から新たな需要、商品アイデアを得る。

<支援対象事業者>

「かながわ商工会まつり」等出展事業者

<サンプル数>

出展企業1社あたり来場者30名

<調査項目>

味・商品の見た目・容量・価格・パッケージ・満足度等を想定 ※調査項目は、小規模事業者のニーズを確認して必要に応じ見直しする。

<調査手段・手法>

調査方法は、試食・試飲からの紙のアンケートやヒアリング。アンケート設計については、事業者及び専門家、商工会が行う。

<分析手法>

分析については、専門家、経営指導員が行う。単純集計だけでなくクロス分析を実施し、需要動向を把握するよう努める。

<成果の活用方法>

経営指導員等が対象事業者に直接フィードバックし、販路開拓や、商品の改善、新商品の開発等、事業計画策定時およびフォローアップ時に活用する。

また、調査で得られた情報のうち、個社固有の情報以外で、小規模事業者の経営に資する情報については、組織内で共有し、日常の経営指導において活用する。

②[製造業]公益社団法人神奈川産業振興センターが主催する「テクニカルショウヨコハマ」等への出展時調査

「テクニカルショウヨコハマ」出展時、ブース来訪者に調査、コミュニケーションを図ることで、自社の製造体制や必要設備等を検討する情報を調査する。

<支援対象事業者>

テクニカルショウヨコハマ出展事業者

<サンプル数>

出展企業1社あたりブース来訪者15名

<調査項目>

設備・技術・品質・納期・価格・対応素材・連絡対応速度等の項目について、発注元が綾瀬市内の企業に対し、どのようなことを求めているのかを情報収集する。 ※調査項目と内容は必要に応じ見直す。

<調査手段・手法>

ブース来訪者に対し、自社の担当者または商工会職員（現地にいる経営指導員または経営支援担当職員）がアンケートを実施する。アンケート設計については、事業者及び専門家、商工会が行う。

<分析手法>

分析については、専門家、経営指導員が行う。

<成果の活用方法>

経営指導員等が対象事業者に直接フィードバックし、今後の製品改良、新製品開発等、事業計画策定時およびフォローアップ時に活用する。

また、調査で得られた情報のうち、個社固有の情報以外で、小規模事業者の経営に資する情報については、組織内で共有し、日常の経営指導において活用する。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状

小規模事業者への経営状況分析については、補助金申請や融資相談時等必要な都度行なっているが、分析の内容については経営指導員により手法・レベルに差があり、情報共有も不十分である。

事業者に対しての巡回訪問・窓口相談の際に経営状況分析の重要性を伝えているが、その手法への理解度不足や、分析手法が分からないため、自社で経営状況分析する事業者は少ない。

②課題

小規模事業者が持続的発展をしていくためには、他社との差別化を行い、価格以外での訴求力を高めなければならないが、自社の経営状況の分析を行い、その強み・弱みを明確に理解把握している事業者はきわめて少ないのが現状である。小規模事業者が持続発展していくためには、その強みをさらに伸ばし、弱みを少しでも克服しなければならないという課題がある。

また、経営指導員が窓口や巡回指導の際に得た各企業の情報については、個別支援に活用することはあるものの、本会全体での情報共有もされず、また専門家や関係機関との情報共有はなく、経営指導員の経営分析に対する能力の差異も課題であった。

(2) 目標

	現状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
経営分析件数 ／経営指導員1名あたり	8	10	10	15	15	20

※当会においては、法定経営指導員を含め3名の経営指導員がいるが、内1名については近年経営指導員となりスキルが不足している。数年かけ徐々にスキルアップしていくことが見込まれるため計画の最終年度に向け、件数が増加しているものである。

(3) 事業内容

<事業の方向性>

経営指導員は巡回訪問・窓口相談を強化し、経営環境に応じた適切な指導、課題に的確に対応した支援や経営分析を行い、事業計画の策定から実施まで伴走型指導を推進していく。

事業計画策定の際に、専門的な課題や高度な課題に対する経営分析が必要となった場合には、神奈川県商工会連合会の行うエキスパート派遣事業並びに（公財）神奈川県産業振興センターの行う経営アドバイザー事業や神奈川県よろず支援拠点の相談事業等を活用し、経営指導員も必ず同席することにより、経営分析力のアップと経営指導員の支援レベルの均一化を図り、小規模事業者の課題を解決するためのきめ細やかな支援を行う。

<対象者>

- ・巡回訪問、窓口相談を実施した事業者のうち、経営分析が必要な事業者
- ・事業拡大に対する意識が高く、経営分析に意欲的な事業者

<分析を行う項目>

①定性分析

- ・商品・製品状況：取扱商品、商品別売上、顧客層、販売先、取引先
- ・技術・ノウハウ：独自性、得意技術、知的財産（特許）
- ・社内外環境：顧客や取引先ニーズ、価格競争力、業界動向、雇用動向
- ・従業員：従業員数、年齢層
- ・設備状況：機能、年式、耐用年数、更新の検討有無
- ・SWOT分析により経営環境の強み・弱みを分析する。

②定量分析（財務状況の分析）

- ・収益性

売上総利益率、売上高営業利益率、売上高経常利益率、売上高回転率、棚卸資産回転率、買掛金回転率、総資産回転率

- ・安全性

流動比率、当座比率、固定比率、自己資本比率

- ・損益分岐点と利益

変動費率、損益分岐点売上高

<分析手法>

- ・経済産業省の「ローカルベンチマーク」等のソフトを活用し経営指導員が分析を行う。
- ・財務分析では、分析内容を自社時系列や日本政策金融公庫が公表している経営指標調査（業種別）との比較分析を行う。

(4) 成果の活用方法

分析結果は、当商工会経営指導員や専門家が当該事業者に対し説明を行う。事業計画策定や経営改善の情報提供をし、事業計画策定支援につなげる。

また、専門的な課題や高度な課題については、神奈川県商工会連合会の行うエキスパート派遣事業並びに（公財）神奈川県産業振興センターの行う経営アドバイザー事業やよろず相談事業を活用し、小規模事業者の課題解決に向けて経営指導員等を含めた伴走型支援を行う。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

①現状

事業計画策定の説明を行う機会としては、小規模事業者持続化補助金や、ものづくり補助金等の補助金申請時のみとなっている。小規模事業者に対し事業計画の重要性を積極的にPRをしていなかった。

また、事業計画策定支援を行っている場面は、各種補助金の申請や創業相談、資金繰りのための融資相談等に限られている。

②課題

策定支援した事業計画は、環境や顧客ニーズ、自社の強み・弱み等経営分析を行い、経営課題を抽出し、課題解決を目的とするものであった。

支援対象事業者に対する課題として、事業計画策定の重要性についての多方面からの訴求強化、環境・与件の分析、課題の明確化が成されたうえでの事業計画策定支援を行うことが挙げられる。

(2) 支援に対する考え方

神奈川県商工会連合会の行うエキスパート派遣事業（専門家派遣事業）並びに（公財）神奈川県産業振興センター、神奈川県よろず支援拠点等の行う事業とも連携し、個別相談会及びセミナーを開催し、伴走型の指導・助言を行いながら小規模事業者の事業計画書策定支援を行うことにより持続的経営を支援する。

また、経営力向上計画策定支援、経営革新計画作成支援についても努めて行い、小規模事業者の持続的経営を支援する。

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、綾瀬市商工会が、綾瀬市・綾瀬市協定金融機関（5行）、専門家等と連携をとり、創業セミナー（創業塾）等を開催し、地域の関係機関と連携しながら、より開業率が高まる手厚い創業支援を実施する。

(3) 目標

	現状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①事業計画策定件数 ／経営指導員1名あたり	8	10	10	15	15	20
②創業計画策定件数 ／経営指導員1名あたり	1	2	2	3	3	3

(4) 事業内容

<支援対象>

経営分析を実施した小規模事業者

<支援手段・手法>

①事業計画策定支援

・事業計画セミナーの開催

募集方法－商工会ホームページまたは広報誌による募集

開催回数－年1回

参加者数－20社

想定内容－経営に関する調査・分析を基にした事業計画、行動計画の立案

想定講師－中小企業診断士等専門家

・事業計画個別相談会

募集方法－商工会ホームページまたは広報誌による募集

開催回数－年1回

参加者数－20社

想定講師－中小企業診断士等専門家、経営指導員

想定内容－事業計画策定に係る個別相談

・経営分析により経営実態を把握し、経営課題を確認したうえで、地域経済動向や需要動向を考慮して具体的施策に落とし込み、小規模事業者と一体になって事業計画の策定を支援する。

・小規模事業者に対して（事業計画の策定支援を通して）事業計画に基づく目標管理型の事業運営の

定着を促進する。

- ・事業計画策定項目で、収益は経常利益を管理指標として盛り込む。
- ・事業計画の策定に加え、必要に応じて、補助金等の申請について支援を行う。

(支援体制)

小規模事業者に対して事業計画に基づく目標管理型の事業運営の定着・経営発達支援事業における事業計画策定支援にあたり、当商工会経営指導員と外部専門家は支援行動上のばらつきが発生しないように支援を行う。

- ・事業計画の実現可能性や実施支援の必要性を検討し、事業計画達成に向けた実施支援体制を組込む。
- ・事業計画策定から実施支援までの一貫支援体制を構築する。

②創業計画策定支援

<支援対象>

創業を具体的に検討している者および創業3年未満までの小規模事業者

<支援手段・手法>

ビジネスモデルの確立、創業計画、自社PRの手法、資金繰り計画の策定や補助金等申請等を総合的に支援する。また、必要に応じて創業補助金や資金調達に係る支援を行う。

- ・創業セミナー（創業塾）の開催

募集方法－商工会ホームページまたは広報誌等による募集

開催回数－年1回（5日間）

参加者数－30社

想定講師－中小企業診断士

想定内容－創業計画策定ならびに実行に係る地域金融機関や中小企業診断士との連携した支援

- ・創業計画策定支援により自社の実態や市場動向を把握する。創業における資金繰りや返済計画等、資金面をはじめ販路開拓等についても支援を行う。

(支援体制)

小規模事業者に対して創業計画に基づき、地域金融機関や中小企業診断士、当商工会経営指導員と創業前から創業後において体制を構築する。また、商工会が中心となり計画に基づく遂行がされているかのフォローアップも平行して行っていく。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

①現状

各種補助金申請に伴う経営支援をはじめ、税務、金融、労働、情報化など小規模事業者の経営改善を支援しているが、支援を行った事業計画に基づいた実施支援は経営指導員に裁量に任せられ、支援そのものが連続性に欠けていた。

また、支援事業者が計画実行・課題解決が図れていたか検証する仕組みはない。

②課題

小規模事業者は事業計画に基づいてPDCAを回す経験が少ないため、事業計画遂行時に発生する問題の早期発見、対応策を講じる仕組みづくりが必要であり、事業計画の目標達成まで伴走型でフォローアップする支援体制構築が課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある一定順調と判断し訪問回数を減らしても支障のない事業者を見極めたいうえで、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

	現状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
フォローアップ対象事業者数	6	30	30	30	30	30
訪問頻度(延べ回数) (年4回)	20	120	120	120	120	120
売上増加事業者数(前年対比)	1	3	5	5	8	8
経常利益増加事業者数(前年対比)	1	1	3	3	5	5
フォローアップ対象事業者数(創業)	2	5	5	5	5	5
訪問頻度(延べ回数、創業) (年4回)	6	20	20	20	20	20
計画売上達成事業者数	1	1	1	2	2	2

(4) 事業内容

<対象者>

事業計画を策定したすべての事業者

<支援に対する考え方>

・支援する事業者に対して事業計画に基づく経営のPDCAを実践してもらい経営の質の向上に取り組んでもらうよう働きかける。
・実施支援においては経営指導員と専門家は支援する事業者の事業状況を共有し、視線を揃えた上で実施支援を行う。

<支援内容>

・巡回計画を作成し定期的(四半期ごと)に支援する。
・事業計画策定後の実施支援を通して、事業計画に基づいたPDCAサイクルの定着と経営目標の達成を伴走型で支援する。
・県の支援策等の広報や案内の周知と個々の事業者の課題に応じた情報提供を実施する。
・事業計画を遂行する上で、事業計画と進捗状況とがズレている場合等、問題が発生した場合は、代替手段を検討するなど適切な助言・指導を実施し、問題解決までフォローアップの頻度を向上させる。また、必要に応じて、神奈川県商工会連合会の行うエキスパート派遣事業等の連携による支援を行う。
・創業者は、早期の事業安定化を図るためにフォローアップを行う。加えて、神奈川県商工会連合会の行うエキスパート派遣事業、(公財)神奈川県産業振興センターの行う経営アドバイザー派遣事業、ミラサボ等と連携し、課題解決の支援を行う

<フォローアップの頻度>

・事業計画策定後の実施支援は、個社の状況に合わせて訪問頻度を調整するものとし、進捗状況の確認を行いながら必要な指導・助言を行う。

基本的には、計画策定年度は四半期に一度訪問し、その後、目標を達成した事業者はフォローアップ時の支援を簡略化する。(創業計画策定後の創業支援もこの枠組みで行う)

<フォローアップ体制>

・事業計画策定から実施支援まで経営指導員だけでなく商工会全体でフォローアップを行う。また、必要に応じて支援機関と連携して支援を行う。
・専門家に支援を委託する場合、経営指導員・経営担当支援員は専門家から定期的に実施支援状況の報告を受ける。

7. 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

①現状

小規模事業者は、需要開拓に意欲的であるが、実際には日々の営業活動に追われていたり、その手法がわからなかったりするために、具体的な行動にまで踏み切れていない。

需要開拓に繋がる展示商談会等があってもことが分かっても、PR手法・販売手法が分からないため出展をしていないケースもある。

小規模事業者が、自社の商品・サービスの需要拡大のための展示商談会等の機会は頻繁にある。

②課題

小規模事業者に対し、粘り強く、需要開拓の必要性の周知や、需要開拓に寄与する伴走支援を行っていくことが必要である。

(2) 支援に対する考え方

当地域には、商工業だけでなく、名産・観光・農業・畜産等の事業を営む企業も所在しており、綾瀬の産業を市内外に発信するため、展示会、交流会等を実施・支援し、需要開拓を図る。

小規模事業者が提供する商品やサービスの認知度向上や、小規模事業者の売上向上や商談成約に関するノウハウの蓄積を図る。

(3) 目標

	現状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①出展事業者数	0	36	36	36	36	36
売上高(万円) / 社	0	10	10	10	10	10
(※令和2年度については、新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため開催せず)						
②出展事業者数	13	15	15	15	15	15
商談成立事業件数 / 社	1	3	6	6	6	6
契約額(万円) / 社	150	200	400	400	400	400

(4) 事業内容

①あやせ産業まつり(商工フェア)出展支援(B to C中心)

綾瀬市の産業を広くPRするため、綾瀬市・さがみ農業協同組合と連携して年1回開催される「農商工連携あやせ産業まつり(商工フェア)」の出展支援を行う。

綾瀬市文化会館周辺において、商業者の製造する物販、工業展(工業製品展示ゾーン)、ものづくり展示(さがみロボット特区PR展示含む)等、小規模事業者等の出展を支援し需要開拓を図る。

<支援内容>

・事前支援：商品のパッケージや出展・販売方法、接客に関する指導・助言を実施。適宜、チラシデザイン等PRの支援を行う。

・当日支援：経営指導員によって、ブースの設営・展示方法・POP等に関する指導・助言を実施。また、適宜、イベントにおける販売スキルの向上について支援を実施する。

・事後支援：経営指導員による個別巡回指導を通じて、改善のための振り返りを支援する

<支援対象>

出展事業者(飲食業・小売業)

<展示会の情報>

- ・概要：飲食品をはじめ、市内の企業案内や産業に関する催しを通し、綾瀬市の産業をPRするイベント
- ・来場者数：32,000名
- ・出展社数：36社

②テクニカルショウヨコハマ等商談会出展支援（B to B）

小規模事業者等の新製品・新技術等の販路拡大を推進するため、企業のものづくり技術力をPRするため、市内工業団体と連携して工業技術見本市（展示会）「テクニカルショウヨコハマ」等の出展を支援する。

<支援内容>

- ・参加事業者数に対しては、自社の特徴や強みを紹介するパンフレット作製や商談獲得ノウハウなど、経営指導員等による個別支援を行う。また、見込み客へのアプローチなど、商談会後の支援を行う。
- ・個別支援は必要に応じて、連携した中小企業診断士等専門家を派遣する。

<支援対象>

出展事業者（工業系製造業）

<商談会の情報>

- ・想定展示会：テクニカルショウヨコハマ
- ・概要：神奈川県下最大級の工業技術・製品に関する総合見本市
- ・来場者数：32,995名
- ・出展社数：全体830社（※H31実績）

8. 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

毎年開催される総代会において事業の報告が行われているが外部評価は行われていない。経営発達支援計画では、事業を客観的に評価し見直しするための仕組みを構築することが課題となる。

（2）事業内容

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

①商工会事務局は、年2回、実績を記入した報告書を作成し、計画値と対比することにより、各計画に対する成果や進捗状況を把握する。

②地域の状況を把握している外部有識者（税理士、中小企業診断士、行政書士等）、かながわ中小企業成長支援ステーション（県機関）、綾瀬市、法定経営指導員、本会事務局で、事業の検証会議を年2回開催し、実施状況、事業の評価・見直し案の提示を行う。

事業の評価については、進捗状況、成果、満足度等を（大いに良好）・（良好）・（普通）・（一部見直し）・（見直し）など5段階評価にランク付けすることにより評価を数値化する。

法定経営指導員は、経営発達支援計画の進捗状況を確認する。特に事業のプロセスに着目し、事務局と一体となって経営発達支援計画のPDCAを効果的に回す。

③ 常任委員会（会長、副会長、商業・工業部会長）並びに商業部会正副部会長会及び工業部会正副部会長会において、評価・見直し案の方針を決定する。

④事業の成果・評価・見直し案の結果については、理事会へ報告し、承認を受ける。

⑤事業の実施・成果・評価・見直しの結果を綾瀬市商工会のホームページ及び広報誌で計画期間中公表する。

9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

①現状

神奈川県商工会連合会が主催する経営指導員向け研修の受講に加え、中小企業大学校が主催する中小企業支援担当者研修の受講に終始している。

②課題

受講によって得られたノウハウは、各職員個人の資質向上にとどまっており、職員全員の資質向上につながる研修等の仕組みの構築が必要である。

また、地域小規模事業者の総合的な経営改善に資するためには、幅広い知識や資格の習得が必要である。

(2) 事業内容

①研修受講とノウハウ共有の取り組み

神奈川県商工会連合会が主催する経営指導員向け研修の受講に加え、中小企業大学校が主催する中小企業支援担当者研修に毎年受講し、経営指導員として必要な知識を身に付けるとともに、受講後には、研修内容を他の経営指導員にフィードバックし情報共有を行う。

特に、伴走型支援として、小規模事業者に多い記帳指導や確定申告指導はもとより、売上や利益向上支援ができる知識・ノウハウの習得等、能力の向上を図る。

また、経営革新計画や各種補助金申請における事業計画策定については、単独で行うのではなく、複数の経営指導員が連絡調整して策定支援に当たり、それをファイルサーバーにデータベース化し、情報を全職員が共有できる体制を構築することにより支援能力向上を図る。

これらをもって、各個人のみで完結させてしまっていた支援体制を解体させ、経営指導員・経営支援担当員等の垣根なく商工会として一つのチーム（面）としての支援を行う。

②専門家等支援への同行によるOJT

外部機関、専門家と連携し、チームで支援する場合は、専門家等の支援手法や・助言内容、情報収集・分析方法を習得し、職場内OJTにより伴走型の支援能力の向上を図る。

③職員会議による支援ノウハウの向上

経営指導員等が学んだ支援方法等について、毎月月初めに全職員を対象とした職員会議を開催する。加えて業務グループごとに週次打合せを行い、情報を共有する。

緊急性のある情報や重要な情報については、メール及びグループウェアの回覧板で情報を共有し、その都度打合せ会議を開催する。また、各自が担当した支援、補助金等の事例を共有し知識の向上・平準化を図る。これらをもって、各職員が感じる障壁（連携不足によるミスや共有がされていないことによる調査時間）をなくす。

④専門知識を取得するための自己研鑽制度の導入

経営指導員の支援能力向上を図るため、WEB研修や専門講座・通信教育等により、中小企業診断士、社会保険労務士、行政書士、ITコーディネーター等の専門資格取得に結び付ける自己研鑽制度を導入する。

10. 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

①現状

地域小規模事業者の支援ノウハウ等の情報交換は実施しているが、十分な連携や相乗効果が得られている状態とは言えない。

②課題

今後は各支援機関と相互に強みを提供し、地域ぐるみで実質的な支援効果を上げることが必要であ

る。

(2) 事業内容

①地域雇用情勢、人手不足支援に係る情報交換会（年4回開催）

企業と高等学校との就職情報交換会事業は、鎌倉商工会議所、茅ヶ崎商工会議所、大和商工会議所、藤沢商工会議所、寒川町商工会及び藤沢・大和の公共職業安定所、各市町（鎌倉市・茅ヶ崎市・藤沢市・大和市・綾瀬市・寒川町）と連携し、地域の雇用情勢、支援方法等について情報交換を年4回行い、実施後に求人数に対する充足者数、事業効果について報告会を行う。

②経営発達支援事業 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主催で、県下経営発達支援計画の認定商工会（小田原市橋・逗子市・伊勢原市・葉山町・寒川町・大磯町・二宮町・足柄上・山北町・愛甲・座間・城山・津久井・相模湖・藤野の15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、経営発達の支援事業の推進に役立てる。

③金融情報交換会（年1回開催）

日本政策金融公庫、商工組合中央金庫、神奈川県信用保証協会、また綾瀬市周辺に支店を構える銀行・信用金庫等の金融機関（三菱UFJ銀行、りそな銀行、みずほ銀行、横浜銀行、神奈川銀行、静岡中央銀行、きらぼし銀行、静岡銀行、横浜信用金庫、城南信用金庫、平塚信用金庫、湘南信用金庫、かながわ信用金庫、さがみ農業協同組合）と、金融支援や、地域の現状や課題、地域経済動向、小規模事業者の支援ノウハウの情報交換を行い、連携し、支援施策のシナジーを強化するため、定期的な情報交換を行う。

④工業振興情報交換（年1回開催）

工業関連団体10団体（神奈川県綾瀬工業団地協同組合、神奈川県早川工業団地協同組合、さがみ野工業団地協同組合、綾瀬吉岡工業会、綾南工業会、一般社団法人綾瀬市建設業協会、綾瀬建設総合組合、綾瀬市観光事業協同組合、綾瀬電設協会、綾瀬市土木協会）、綾瀬市、市内民間製造業事業者（約10社）と、業界の動向や、地域の現状や課題、雇用、展示会出展、工業に属する企業が求める施策等について情報交換を行い、連携し、業界・地域の輪を強化し企業を成長へと結びつけることを目的とし定期的な情報交換を行う。

(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2年11月現在)

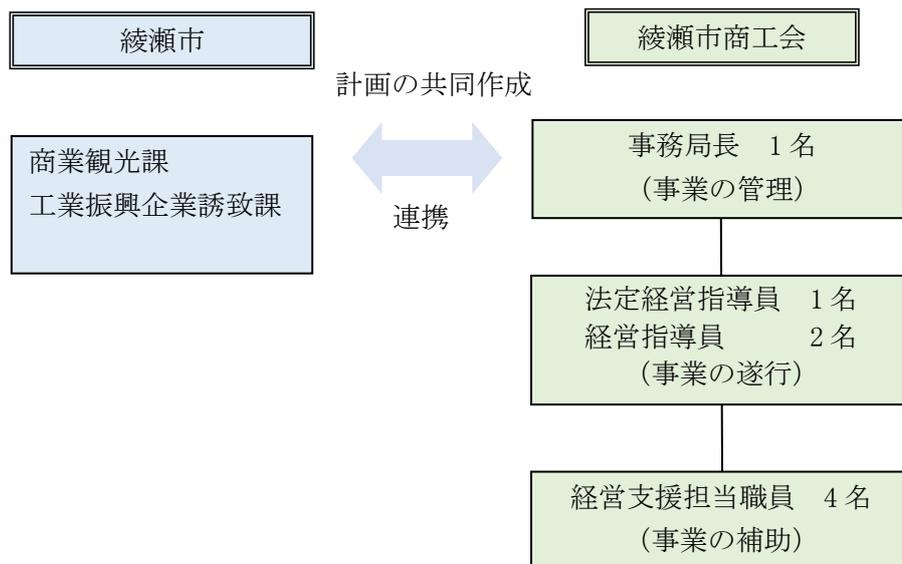
(1) 実施体制 (商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制等)

①商工会の経営発達支援事業実施に係る体制

- ・綾瀬市 (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21名、監事2名
総代150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 (経営発達支援計画遂行者)
経営指導員 2名 (経営発達支援計画遂行者)
支援担当職員 4名 (経営発達支援計画補助者)

地域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って経営発達支援事業に取り組む。

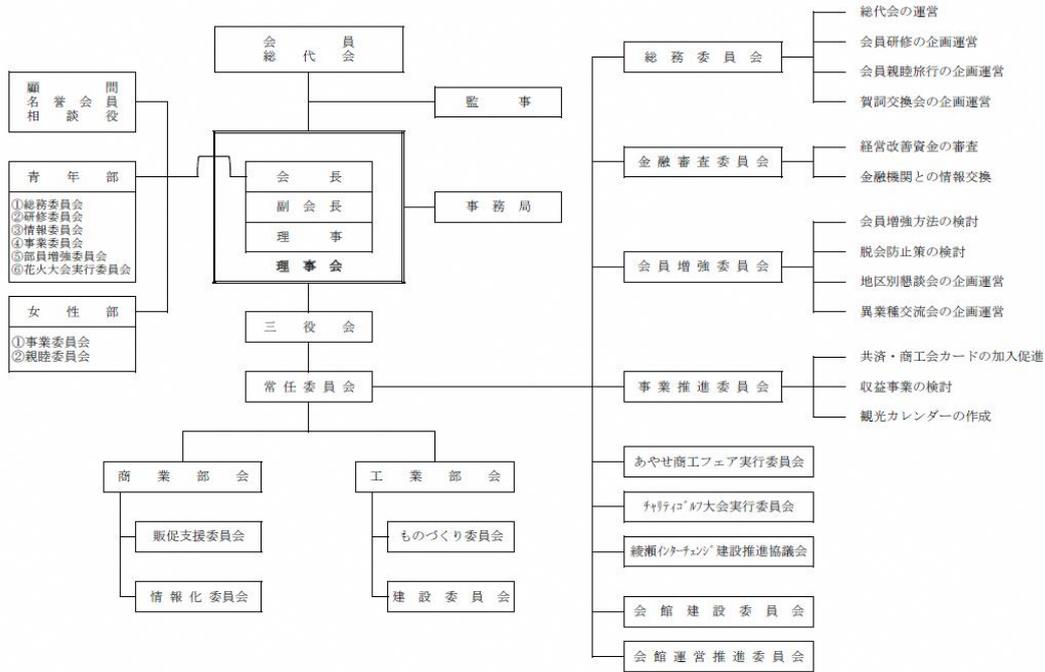
経営発達支援事業 実施体制



② (参考) 商工会の組織体制

綾瀬市商工会組織図

平成31年4月1日



(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 綾瀬市商工会
- 氏名 荒川 昭憲
- 電話番号 0467-78-0606
- メールアドレス aa-ayase@k-skr.or.jp

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。特に事業のプロセスに着目し、事務局と一体となって経営発達支援計画のPDC Aを効果的に回す。

(3) 商工会、関係市町村連絡先

①商工会

- 組織名 綾瀬市商工会
- 住所 神奈川県綾瀬市深谷中5-17-1
- 電話番号 0467-78-0606
- メールアドレス tt-ayase@k-skr.or.jp

②関係市町村

組織名 綾瀬市 産業振興部 商業観光課・工業振興企業誘致課

住所 神奈川県綾瀬市早川550番地

電話番号 0467-77-1111(代表)

メールアドレス wm.705661@city.ayase.kanagawa.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3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
経営改善普及事業費	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
一般事業費	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000

(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、受講料、国補助金、県補助金、市補助金、事業委託費

(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。

