経営発達支援計画の概要

実施者名 （法人番号）	二宮町商工会（法人番号 6021005006685） 二宮町（地方公共団体コード 143421）
実施期間	2023/04/01　～　2028/03/31
目標	**経営発達支援事業の目標** 1.小規模事業者の持続可能な経営改善支援並びに課題設定型経営力強化に資する伴走支援の実施。 経営力の弱い小規模事業者に対して、商品やサービスの競争力強化、収益性の改善及び事業改善に資する伴走型の支援を提供し、経営力強化を図る。 2.創業・事業承継支援による新陳代謝の促進、及び地域小規模事業者数の維持拡大。 創業支援や事業承継支援を通して地域内の小規模事業者数の維持拡大を図り、地域経済の活性化を図る。 3.販路開拓支援による小規模事業者の成長発展。 商談会や即売会の機会を増やすとともに、商談獲得や顧客取り込みにつながる提案、DX 活用によるマーケティングの刷新、ホームページ発信方法等のノウハウ助言をセットで支援し、成長発展を図る。
事業内容	**経営発達支援事業の内容** 1.　地域経済動向調査に関すること 調査を実施し、特性や弱点・課題等を明確にして業種・業態ごとの個別解決支援に繋げていく。 2.　需要動向調査に関すること 個社の実需に繋がる調査や分析をサポートすることで、適切な需要予測や、需要開拓の取り組みを実現できるよう支援していく。 3.　経営状況の分析に関すること 分析の支援により、経営上の改善点や事業計画策定支援、更には計画の見直し時に活用する。 4.　事業計画の策定支援 計画策定、DX 推進セミナーを開催し、DX に関する啓蒙普及を行いつつ具体的な事業計画の策定を支援する。 5.　事業計画策定後の実施支援

	進捗状況の確認において、個々の計画遂行能力にあった支援を行う。 6.　新たな需要の開拓支援 具体的な需要開拓の取り組みを側面支援していく。また、DX に向けた取り組みが本格化できるよう、IT 化ツールを中心に活用法の理解を促していく。
連絡先	二宮町商工会 〒259-0123　神奈川県 中郡二宮町 二宮 1156-4 TEL:0463-71-1082 FAX:0463-72-2489 e-mail:ninomiya-t.s.c.i@mj.scn-net.ne.jp 二宮町　都市部　産業振興課 〒259-0196　神奈川県 中郡二宮町二宮 961 TEL:0463-71-5914 FAX:0463-73-0314 e-mail:keizai@town.ninomiya.kanagawa.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地域の概況

ア.二宮町の概況

神奈川県南西部に位置する二宮町は、東京から約７０km の距離に位置する。相模湾の海と町のシンボル「吾妻山」を有し、気候温暖で自然に恵まれた気候風土から、昭和初期より「長寿の里二宮」としてマスコミに取り上げられてきた。また昭和３０年代後半からは宅地開発が進み、都心へのベットタウンとして発展してきた。人口は現在 27,483 人、全国的に少子高齢化が進む中、当町でも平成１２年の 30,802 人をピークに減少傾向にある。町の東西にはＪＲ東海道線、国道１号線、西湘バイパス、小田原厚木道路、南北には県道秦野二宮線があり交通の利便性は良い。

面積：　９．０８ｋ㎡
人口：　２７，４８３人
世帯数：１１，４８７世帯
（令和２年 10 月１日現在）
事業者数：８８４者
従業者数：６，２２６人
（平成２６年経済センサス）
交通：
　ＪＲ東海道本線二宮駅
　国道１号線
　県道７１号秦野二宮線
　西湘バイパス二宮ＩＣ
　小田原厚木道路二宮ＩＣ

【人口と世帯数】（単位：人）

	S60 年	H7 年	H12 年	H22 年	H27 年	R2 年
人口	28,936	30,576	30,802	29,522	28,468	27,483
世帯数	8,442	10,103	10,927	11,338	11,183	11,487

二宮町統計書より抜粋

イ.産業の状況

町の産業構造は、第１次産業の割合が 0.5%、第２次産業の割合が 11.9%、第３次産業の割合が 83.1%である。商工業においては、基幹産業はなく小規模企業がほとんどであり、小売業とサービス業が 51%を占める商業中心の町である。

平成 26 年経済センサス基礎調査によると二宮町の商工業者数は 884 者、内小規模事業者数は 736 者（83.2%）である。管内事業者数も平成 18 年の 1,025 者をピークに減少の一途をたどっており、廃業に歯止めがかからないのが現状である。

【二宮町の各産業の事業者数の推移】（商工会連合会実態調査より集計）（単位：者）

	建設業	製造業	卸・小売	飲食	サービス	その他	計	内小規模事業者数
H13	96	70	333	98	237	134	968	802
H18	91	55	295	96	306	182	1,025	973
H21	99	52	271	111	221	196	950	813
H26	72	46	236	93	258	179	884	711

【商工会員の業種別分類】（令和３年版実態調査資料）（単位：％）

建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業	サービス業	その他
8.1％	5.2％	2.8％	23.9％	10.5％	29.2％	20.2％

商業についてはJR二宮駅を中心に南北に商店街があるが、廃業により空き店舗となり、さらに空き店舗は解体され駐車場となるケースも多く、商店街の機能は弱体化している。また、町を縦断する県道秦野二宮線沿いには大型店が２店進出しており、それらを中心に商業施設が集積されている。商業圏内の近隣市町にも大型店が多く、大型店では安売り競争によって集客しているため、その影響により小規模事業者の小売店は売上げの減少に歯止めがかからない。

工業においては、緑が丘地区に工業団地を有しており、現在20の工場等の施設が集積している。協同組合組織を有しており、二宮町内の工業部門をけん引している。とはいえ、小さな団地組合であるため下請け・孫請け的な要素も多く、業界や親会社の業況に左右される事業者が多いのが現状である。

観光においては、二宮町のシンボルである「吾妻山公園」がある。関東の富士見百景に選ばれている公園で、毎年１月～２月に吾妻山公園の山頂には菜の花が咲き誇り、早春の菜の花と富士山が見える絶景の観光スポットとして、近年多くのマスコミに取り上げられている。JR二宮駅から徒歩約25分で行くことができ、近隣の小学校の遠足や中高年のハイキングなど神奈川県内外から幅広い世代に親しまれている。菜の花ウォッチングの期間中（1月～2月）は山頂で絶景を楽しむ日帰り観光客で賑わっている。

【二宮町の入込観光客数の推移】（単位：千人）

区分	平成29年	平成30年	令和元年	令和２年	令和３年
延べ観光客数	566	564	551	499	497
宿泊数	―	―	―	―	―
日帰り客数	566	564	551	499	497

ウ.二宮町商工会の概況

二宮町商工会は昭和３５年に県内５番目の商工会として設立認可され、創立６２年を迎える。会員数は545者、内小規模事業者数は463者（87.1％）、組織率は61.6％（令和4年3月31日現在）であり、地域唯一の地域総合経済団体である。

会員数については平成12年の651者をピークに減少の一途をたどっており、廃業に歯止めがかからないのが現状である。直近の会員数については、コロナ禍により支援機関としての位置づけが明確化する中で、増加傾向にあるものの、商工会員の廃業者が開業者を上回っている状況は変わらない（下表参照）。

職員数は８人、事務局長１名、経営指導員２名、経営支援担当職員２名、臨時職員３名となっている。

【商工会員数】（単位：者）

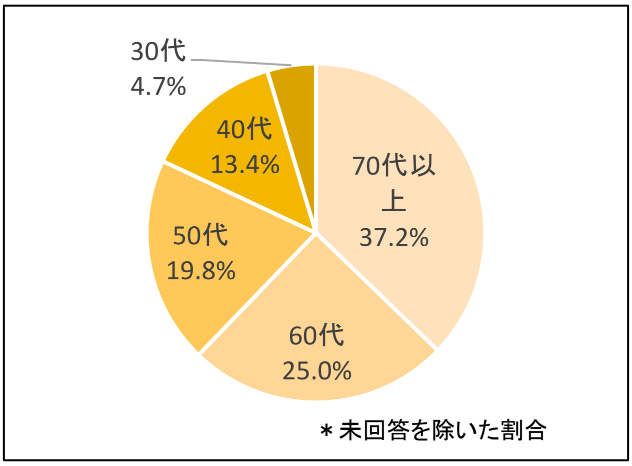
S60 年	H2 年	H12 年	H17 年	H20 年	H30 年	R1 年	R2 年	R3 年
560	609	651	624	616	524	523	533	545

【直近 5 年における商工会入退会者における新規開業者数と廃業者数】（単位：者）

年度	H29	H30	H31(R1)	R2	R3
入会数（開業者数）	16(7)	22(8)	22(10)	33(8)	34(11)
脱会数（廃業者数）	18(8)	31(21)	23(13)	23(15)	22(15)

平成 27 年に実施した経営実態調査では、事業者の高齢化と後継者難による廃業予備軍の多さが浮き彫り化されており、その後伴走事業、各種補助金の活用等により一定の効果・成果等はあったものの、大勢の流れに歯止めがかけられていないのが現状である。

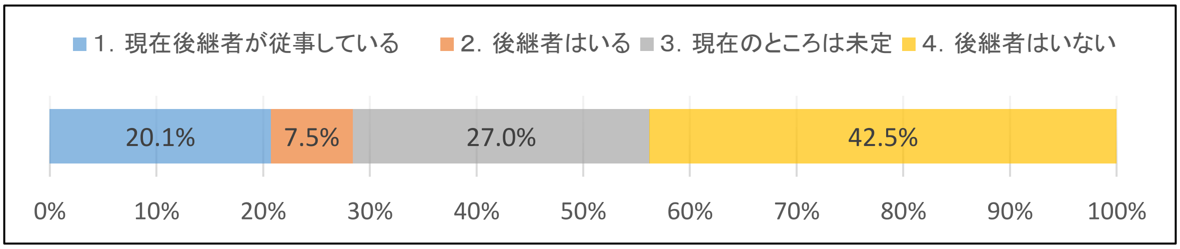
【代表者の年齢】**※事業者の 61.5%が 60 代以上**



	件数	%
20 代	0	0.0%
30 代	8	4.6%
40 代	23	13.2%
50 代	34	19.5%
60 代	43	24.7%
70 代以上	64	36.8%
未回答	2	1.1%
合計	174	100.0%

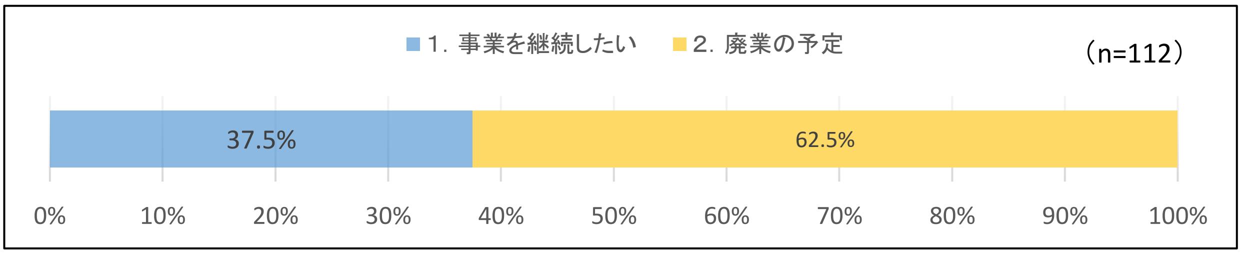
【後継者の有無】**※事業者の 69.5%が未定又はいない**

	件数	%
現在後継者が従事している	35	20.1%
後継者はいる	13	7.5%
現在のところは未定	47	27.0%
後継者はいない	74	42.5%
未回答	5	2.9%
合計	174	100.0%



【今後の事業継続について（対象は「後継者は未定」、「後継者はいない」の回答者）】＊未回答者除く

	件数	％
１．事業を継続したい	42	37.5%
１．事業売却や事業譲渡	11	26.2%
２．他人でも事業承継したい	17	40.5%
３．その他	9	21.4%
２．廃業の予定	70	62.5%
合計	112	100.0%



○二宮経営発達支援チームの発足と伴走個社支援

上述の調査結果を踏まえて前回の経営発達支援計画では、平成 29 年より「二宮経営発達支援チーム」を発足し伴走型の経営支援を実施してきた。支援チームメンバーは、神奈川県、神奈川県商工会連合会、二宮町、横浜銀行、中南信用金庫、さがみ信用金庫、日本政策金融公庫、神奈川県信用保証協会、専門家により構成される。対象の個社については募集案内により申込された伴走型支援希望の個社について中期（5 年）の事業計画策定支援を実施し、関連する支援チーム内の支援機関の連携により、各方面から対象個社に対して計画の進捗状況や融資実施のタイミング等のチェック体制を構築することができ、面的な支援を実施することができた。

昨年まで 26 者の伴走個社支援を実施し、売上増加事業所 17 者、利益増加事業所 18 者、取引・顧客増加事業所 14 者、補助金活用事業所 13 者と一定の効果、成果等があった。

しかしながら、計画策定後にコロナや自然災害等の不測の事態に計画変更を余儀なく実施していく中で、モチベーションを落としてしまったり、PDCA サイクルを仕組みとして回せている事業者は少なく、今後は伴走支援者の裾野を広げていくのと同時に、フォローアップ指導も充実させながら真に体力のある事業者となるよう支援を行うことが課題である。

エ. 二宮町総合計画の引用（商工・観光部分）

二宮町では、二宮町第 6 次総合計画において、「豊かな自然と心を育み、人から人へつなぐ笑顔の未来」を 10 年後の将来像として基本構想に掲げている。商工業・観光業の分野については下記のとおりとなっている。

○地域資源を生かし、にぎわいのある活力に満ちたまち

施策分野：農林漁業、商工業、観光

自然や歴史、文化などの豊かな地域資源と新たに転入された方々を含めた人のつながりを生かして、人材育成や経営支援・創業支援を行い、農林水産業、商工業を振興することで、事業の大きさにかかわらず携わる誰もがやりがいをもって事業に取り組むことができるまちを目指します。また、二宮らしい観光資源を活用した観光情報の提供、誘客宣伝活動を行って、交流人口の増加による経済の活性化と、町内外への二宮の魅力発信を推進します。

第 6 次総合計画については、現時点で上記部分しか決まっていない。

現在公表されている第５次基本計画は下記の通りである。

二宮町後期計画ｐ73-79
現況と課題
ＪＲ東海道本線の二宮駅周辺の商店街や県道 71 号（秦野二宮）沿道に商業施設が立地しています。近年では県道 71 号沿道に大型店舗などの立地が進んでいるほか、インターネット通販の利用も増加するなど、商業をめぐる環境は厳しさを増しており、二宮駅周辺の商店街も活気がなくなっています。しかし一方で、町民による飲食や小売、サービスなどの新たな出店が見られるなど、消費者のニーズに応えた商業・サービス業の芽も育ちつつあります。

町では、商工会と連携して創業支援を行うとともに、二宮駅周辺の商店街の活性化や支援策を推進してきましたが、商店会などとも連携し、多様な消費者のニーズに応えられる商業振興をさらに進め、安全・安心に楽しく買い物ができる商業空間づくりを行うことが課題となっています。

今後は高齢化がさらに進むことから、買い物が困難な町民の暮らしを支援することが求められています。さらに、ＩＣＴ環境の飛躍的な向上により、場所や時間に制約されることなく、柔軟に働くことができる環境が全国的に整備されつつあることを踏まえ、将来的に、枠組みに囚われることのない多様なサービスの可能性も視野にいれ、商業振興を進めていく必要があります。

施策の方向性
民間団体と連携して、町民の身近な購買機会を確保するとともに、創業支援などの実施による町のにぎわいの創出など、消費者のニーズに応えられる商業振興を進めます。

商工業の振興
町内中小企業の発展に向けて、町商工会や金融機関等と連携し、各事業所の機能が十分発揮され、消費者のニーズに応えられる商工業の振興を図るとともに、事業者や町民等による創業に対して支援の強化を図っていきます。

また、「二宮ブランド事業」では、オリーブの商品化や販売を促進することで、地域ブランド力の更なる向上を図ります。そのために、町は農商工連携※のより一層の強化を含む取り組みを支援します。

中小企業への支援
町内中小企業の振興と経営の安定のため、融資制度の活用により、中小企業支援を図ります。

観光の現況と課題
近年では吾妻山公園の「早咲きの菜の花」がマスコミに取り上げられ有名になり、多くの観光客が訪れるようになっていますが、町の観光は吾妻山公園の菜の花シーズンに特化していること、町内を回遊させるためのしかけがないこと、リピーターが減少している傾向があることなど、観光が必ずしも町の経済の活性化に結び付いていないという問題もあります。

町では、ラディアン花の丘公園等を活用して町の魅力づくりに取り組んでいますが、四季を通じた魅力の形成や、観光協会や商工会、民間事業者等と連携した観光客の誘客等、更なる観光振興が求められています。

今後は、町有地等を活用した魅力ある交流拠点を整備するほか、観光をきっかけとして二宮を知り、二宮を訪れてもらうことで、継続的に町と関わりを持ってもらえるような「関係人口※」を増加させる取り組みが必要となっています。

※関係人口
移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す言葉です。

施策の方向性

今後は、観光をきっかけに二宮に来ると「面白い」「楽しい」と感じてもらい、「いずれは二宮町に住んでみたい」と思ってもらえるような、町の魅力の充実と観光の積極的な情報発信を進めます。

観光情報の発信の充実

吾妻山公園の早咲きの菜の花や、町内にあるその他施設や歴史・文化、自然、風景といった観光資源の情報の充実やＰＲ活動を推進します。また、新たな観光資源の発掘や既存の観光地の魅力向上に向けた調査・研究についても併せて行っていきます。

②地域の課題

産業別の現状と課題

＜商業＞

当町は商業、サービス業が半数以上を占めており、商業・サービス業が中心の街である。町内に大型店が 2 店舗、ドラッグストアが３店舗、ディスカウント店が 2 店舗、町を縦断する県道 71 号秦野二宮線のロードサイドを軸に商業集積がなされている。商店数、従業者数ともに減少の一途をたどり、事業所の高齢化と後継者難により廃業が増えているのが現状である。後継者対策、空き店舗の活用等による新陳代謝の促進が急務である。一方で、老朽化した家屋を活用しリノベーションして、レトロ感のある店舗にてサービスを提供し活況を呈している事業者も散見される。

【商店数及び従業者数の推移(卸売業･小売業)】

年	平成 16 年	平成 18 年	平成 24 年	平成 26 年	平成 28 年
商店数(者)	301	296	249	236	221
従業者数(人)	1,813	1,766	1,535	1,519	1,497

二宮町統計書より作成

＜工業＞

工業においては、緑が丘地区に工業団地を有しており、現在 20 の工場等の施設が集積している。協同組合組織を有しており、二宮町内の工業部門をけん引している。とはいえ、小さな団地組合であるため下請け・孫請け的な要素も多く、業界や親会社の業況に左右される事業者が多いのが現状である。工業の事業者数も漸減傾向にあり、設備の老朽化や、経営者の高齢化と後継者難により後継者の育成や、匠の技の伝承の対策等が急務である。

【工業事業者数及び従業者数の推移】

年	平成 16 年	平成 18 年	平成 24 年	平成 26 年	平成 28 年
事業所数(者)	58	55	42	46	42
従業者数(人)	608	551	423	465	417

二宮町統計書より抜粋

【工業事業者数及び従業者数の推移(従業員 4 人以上の事業所】

年	平成 26 年	平成 29 年	平成 30 年	令和元年	令和 2 年
事業所数(者)	29	23	21	20	18
従業者数(人)	365	287	319	284	300
製造品出荷額(千円)	3,363	2,911	3,815	3,534	4,106

二宮町統計書より抜粋

＜観光＞

当町のシンボルである吾妻山公園では、「早咲きの菜の花」がマスコミに取り上げられ有名になり、多くの観光客が訪れるようになっている。

観光振興の課題として、誘客が吾妻山公園の菜の花シーズンに特化していること、町内を回遊させるためのしかけが少ないこと、リピート客が減少している傾向があることなど、観光が必ずしも町の経済の活性化に結び付いていないのが課題である。また、四季を通じた魅力の形成や、観光協会や行政と連携した観光客の誘客等が求められている。

○二宮ブランド

二宮町の地域経済の活性化策として町と商工会が連携して、町の特産品を「二宮ブランド」として認定し、町に訪れる観光客に消費していただくことを狙いとして、観光と食を結びつけた経済効果を図るための二宮ブランド推進事業を展開している。二宮ブランドの参加事業者は、現在２８事業者あり、今後関係事業者を増やしていくことにより事業効果を相乗的に高めていく必要がある。町民の二宮ブランド認定商品に対する認知度は浸透しているが、今後広域的な認知度向上を考えた場合に、対象商品の供給数が限定的である事業所が多いのが課題として挙げられる。

○湘南オリーブオイル

新たな特産品として栽培普及を推進している「オリーブ」については、まずは安定した生産量の確保が必要である。現在、二宮ブランド認定商品の中にオリーブオイル・オリーブ茶・オリーブのシフォンケーキ等 14 品目が認定されており、関係事業者も 7 社に増えている。

今後更なる加工・販売関連事業者への商品開発や販路拡大への助言指導、並びに新規起業者への創業支援が必要である。また今後、中長期にわたり生産量の拡大に合わせた高付加価値を生み出す商品開発と共に多様な連携による経済活性化戦略の検討が必要である。

二宮ブランド並びにオリーブオイルの認知度の向上のため、「湘南オリーブオイル」として、地域団体商標登録を令和 4 年 3 月 28 日に出願申請を行った。

（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

地場で生業として営業をしている小規模事業者は、大型店や FC 店等の進出により、価格競争に巻き込まれ、規模の論理（商品数、価格、駐車場等）で劣ってしまう。付加価値を付けた需要の創造、様々な環境変化に対する対応能力等の意識改革や実践力を高め、売上・利益の確保につなげ、後継者不足の解消や経営革新をはじめとした各種補助金等の施策活用を通じて持続可能な経営基盤の構築・強化を図る必要がある。そのためには、課題解決型の事業計画作成支援

から、さらに 1 歩踏み込んだ課題設定型の経営力を醸成する経営力再構築伴走支援の実施が必要である。また、2025 問題を見据えた中で、ＤＸ導入による持続可能な経営力の再構築に資する支援も肝要である。
今後 10 年、小規模事業者の売上・適正利益が確保でき、収益力のある小規模事業者を育成し、自立・安定した経営を行っていける小規模事業者を増加させることで、地域内の経済の好循環を図るとともに地域としての稼ぐ力を向上させる。
前回の計画にて発足した地域の支援機関等にて構成される「二宮経営発達支援チーム」については、当初の目的通り伴走個社支援における面的な支援体制を構築することができた。今後も引き続き支援チームを継続し、更なる連携強化に取り組み、PDCA を回すことにより確実な利益確保や事業拡大、急激な環境変化への対応力の向上等、伴走型による支援を強化していく。

②二宮町総合計画との連動性・整合性

※ 二宮町第 6 次総合計画については、現時点で上述（１）エ.の通りであるため、本計画との整合性については、商工業、観光の振興、交流人口の増加等の面で、本計画と整合していると言える、というところまでしか言及できない。

◎二宮町総合計画と本会経営発達支援計画との連動性・整合性
現在公表されている計画との連動性・整合性については、町と連携した創業支援策の推進、にぎわいのある商業振興支援の推進、ICT 関連への取り組み支援による個社ＤＸ経営力強化支援、金融支援、二宮ブランド推進による農商工の連携強化、吾妻山公園を中心とした観光振興策の取り組み等、二宮町第 5 次総合計画後期基本計画との連動性・整合性が認められる。

③二宮町商工会としての役割
当町の人口は、平成 12 年の３万人をピークに減少傾向にあり、今後も減少し続けいくと予想されている。事業主の高齢化や後継者不足などの理由で、会員数も平成 12 年度の 651 社をピークに減少傾向が続き、令和 3 年度では 545 社となり、減少に歯止めがかからない 。
こうしたなか、本会は経営改善普及事業を核としながら町と連携し、経営発達支援事業を進めると共に、会員だけでなく一般事業者や地域社会全体の活性化に貢献してきた。
具体的には、創業支援や経営革新支援、持続化補助金等の各種申請支援等の推進、地域の賑わい創出のイベント等の開催など、多岐にわたる事業を実施した。また、今回のコロナ禍にあっては、二宮町と連携し 「二宮町プレミアム付商品券事業 」を実施し、地域内の消費喚起と地域経済回復を図った。
引き続き、地域の支援機関として、二宮経営発達支援チームにより行政や金融機関等の支援機関と連携し事業者に寄り添った経営支援を行い、地域小規模事業者の持続的発展や需要開拓に寄与するとともに、地域社会の発展に資する事業を実施し、成果を高めていくことが二宮町商工会の役割と考える。

（３）経営発達支援事業の目標
本地域の現状・課題および長期的な振興のあり方を踏まえ、本会は、地域総合経済団体・小規模事業者支援機関として、二宮町や関係支援機関との連携を強化し、5 年間の本計画の目標を設定した。地域経済において重要な役割を担う小規模事業者への経営支援を強化し、地域小規模事業者の経営力強化を図ることで、持続的発展や地域経済の活性化につなげる。

【目標① 】小規模事業者の持続可能な経営改善支援並びに課題設定型経営力強化に資する伴走支援の実施。
経営力の弱い小規模事業者に対して、商品やサービスの競争力強化、収益性の改善及び事業改善に資する伴走型の支援を提供し、経営力強化を図る。

【目標②】創業・事業承継支援による新陳代謝の促進、及び地域小規模事業者数の維持拡大。
創業支援や事業承継支援を通して地域内の小規模事業者数の維持拡大を図り、地域経済の活性化を図る。

【目標③】販路開拓支援による小規模事業者の成長発展。
商談会や即売会の機会を増やすとともに、商談獲得や顧客取り込みにつながる提案、DX 活用によるマーケティングの刷新、ホームページ発信方法等のノウハウ助言をセットで支援し、成長発展を図る。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

２．経営発達支援計画の実施期間、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１０年３月３１日）

（２）目標の達成に向けた方針

【目標①】小規模事業者の持続可能な経営改善支援並びに課題設定型経営力強化に資する伴走支援の実施。
小規模事業者それぞれの需要動向等の経営環境等、経営状況を分析、経営課題を抽出し、課題解決のための事業計画策定を支援する。加えて、新型コロナウィルスや自然災害等、不確実性の高い昨今の経営環境下の中、需要動向や自社の経営分析を踏まえつつ自らが課題を設定し、不測の事態にも対応できる経営力を養うための支援を実施する。事業計画の目標達成のため、適時柔軟に再構築すべく事業計画策定後のフォローアップを行い事業計画のＰＤＣＡサイクルを効果的に回す支援を行う。

【目標②】創業・事業承継支援による新陳代謝の促進、及び地域小規模事業者数の維持拡大。
地域活力の向上を図るため、二宮町と連携した創業支援を行う。また、廃業による小規模事業者減少対策として、神奈川県 事業承継ネットワークと連携した事業承継支援を実施し、円滑な事業承継により地域小規模事業者数の維持拡大を図る。

【目標③】販路開拓支援による小規模事業者の成長発展。
事業計画を策定した小規模事業者に対して、商談会や即売会等、需要開拓の機会を増やすとともに、商談獲得や顧客取り込みにつながるホームページ発信方法やＤＸの活用等、ノウハウ助言をセットで実施し、小規模事業者の成長発展を図る。

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
地域の小規模事業者に関わる経済動向調査は、平成 29 年度より四半期毎に実施している。その内容のフィードバックは、当会のウェブサイトで広く公表している。また経営指導員による巡回訪問や、種々の窓口相談等にも活用している。
課題として経済動向調査を踏まえた当会の個社支援時の関り方や、個社の事業計画策定時における外部環境把握の基礎資料としての活用度が低いという実感がある。個社伴走支援の際の経営分析や需要動向調査の際の基礎資料として位置づけることにより、より一層の活用を促進して行きたい。

（２）目標

項　　目	現　状	１年目 令和５年度	２年目 令和６年度	３年目 令和７年度	４年目 令和８年度	５年目 令和９年度
産業全体の地域経済動向調査の実施（件）	4	4	4	4	4	4
有効回答者数（者）	120	120	120	120	120	120
WEB サイト掲載（回）	4	4	4	4	4	4
地域経済動向分析の公表回数（回）	未実施	1	1	1	1	1

（３）事業内容

①二宮町の地域経済動向調査の実施（概要・目的）

当会管内の全産業の動向、業種毎の動向等について情報の収集（調査）に努め、この内容を分析することにより、特性や弱点・課題等を明確にし、業種・業態ごとの個別解決支援に繋げていく。

調査対象：管内小規模事業者 30 者を対象とする。

調査手法：中南信用金庫が四半期毎に実施している景気動向調査の中から、二宮町管内の個社 30 社を抽出し、中南信用金庫経営情報センターに調査・分析を依頼し、二宮町の経済動向の指標としてホームページにて公表する。天気マーク等を掲示し、小規模事業者にわかりやすいよう配慮する。

調査項目：業況、売上額（前期比）、受注残、施工高、収益、販売価格、仕入価格、在庫、資金繰り、売上額・収益・販売価格（前年同期比）、前期比残業時間、人手、借入れの実施・予定、設備の状況、設備投資実施予定各々の今期業況と次期の予想

分析手法：経済全体の景況と見通し、更には、産業の業種毎の景況と見通しについて整理・分析する。
また、業種毎の課題（例 製造業は脱下請け等）を意識した整理・分析を心掛ける。

②「ＲＥＳＡＳ」（地域経済分析システム）の活用による地域経済動向分析

ビックデータを用いて、管内の産業の動向や、人の流れ、流通等の分析を行い、地域の強みを把握し、小規模事業者の支援育成の基礎資料とする。

調査手法：経営指導員が「ＲＥＳＡＳ」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向データの収集・整理を行い、外部専門家の助言を得ながら分析を行う。調査結果を年１回（8 月）ホームページにて公表する。

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

＜結果の活用方法＞

①　本調査結果を当会のホームページに公表し、広く管内事業所等へ周知する。

②　本調査資料を基に伴走対象小規模事業者へ経営分析の際の基礎提供資料として活用する。

③ 各種補助金のための計画策定時における個社の SWOT 分析時の外部環境要因分析の基礎資料として活用する。
④ 共有ネットワーク内にて、職員は必要に応じ供覧・情報共有できるようにする。

４．需要動向の調査に関すること

（１）現状と課題

小規模事業者の売上確保を図るためには、提供する商品又はサービスの需要動向を調査・分析し、将来の予測を立てた上で事業計画を策定することが必要である。しかし、こうした調査分析を実施している小規模事業者はほとんど存在しない。本会においても経営指導員等が経営支援に際し、小規模事業者から売れ筋商品やサービスなどの顧客情報等をヒアリングする程度で、商工会として組織的・継続的な需要動向調査の取り組みは行っていない。

こうしたことから、積極的な小規模事業者を対象とした、消費者アンケート調査や展示会出店時のアンケート調査を実施し、需要動向の情報収集と分析を行い事業計画策定に活用する。

（２）目標

No	項　　目	現　状	１年目 令和５年度	２年目 令和６年度	３年目 令和７年度	４年目 令和８年度	５年目 令和９年度
①	顧客アンケート調査　（者）	未実施	20	20	20	20	20
②	商業系展示会における アンケート調査（者）	未実施	3	3	3	3	3
③	工業系展示会におけるアンケート調査　（者）	未実施	1	1	1	1	1

（３）事業内容

①顧客アンケート調査（BtoC）

【対象・目的】

小売・飲食・サービス業の小規模事業者において、消費者の需要動向を把握するため、自店に来店する顧客へのアンケート調査を行う。

【サンプル数】

事業規模に応じて、1 事業者ごと来店客数 50～100 人（調査期間 1 ヶ月）

【調査手段・手法】

自店に来店した顧客に対しアンケート調査票を手渡し、アンケートを記入してもらう。アンケート調査への協力を促すため、粗品や割引などのサービスを用意する。

【調査項目】

1.年齢 2. 居住地 3. 購入する商品 4. 価格 5. 購入目的 6. 来店頻度 7. 接客対応など

【分析手段・手法】

調査結果については、専門家、または経営指導員が分析を行う。また、詳細な分析が必要な場合や事業者の特性を考慮しなければならない場合は、専門家に依頼し分析等を実施する。

【調査結果の活用】

分析結果については、経営指導員又は専門家が調査した小規模事業者へ直接分析結果を報告し、自社の商圏や顧客ニーズを把握させ、事業計画策定に活用する。また、レイアウトの見直しや接客対応の改善にも役立てる。

②商業系展示会におけるアンケート調査（BtoB）

【対象・目的】

販路開拓を目的として開催される展示会に出展する小規模事業者に対して、ニーズ把握のためのアンケート調査を実施する。具体的には、「スーパーマーケットトレードショー」や、その他食品関連の展示会に出展する事業者のブースに来場した、「新規顧客対象者」に対してアンケート調査を実施する

【サンプル数】

出展した小規模事業者 1 者につき、20 者

【調査手段・手法】

展示ブースに来場した顧客を対象に、アンケート調査票を手渡し、ヒアリングを行いながらアンケートを記入してもらう。

【調査項目】

1.興味のある商品又は技術 2. 味覚 3. 価格 4. 取引条件 5. 接客対応など

【分析手段・手法】

調査結果については、経営指導員が分析を行う。また、詳細な分析が必要な場合や事業者の特性を考慮しなければならない場合は、専門家に依頼し分析等を実施する。

【調査結果の活用】

分析結果については、経営指導員又は専門家が調査した小規模事業者へ直接分析結果を報告し、自社の顧客ニーズを把握させ、事業計画策定に活用する。また経営指導員の事業計画策定支援やフォローアップ等経営支援に活用する。

③工業系展示会におけるアンケート調査（BtoB）

【対象・目的】

販路開拓を目的として開催される工業系展示会に出展する小規模事業者に対して、ニーズ把握のためのアンケート調査を実施する。具体的には、「テクニカルショウヨコハマ」に出展する事業者のブースに来場した、「新規顧客対象者」に対してアンケート調査を実施する。

【サンプル数】

出展した小規模事業者 1 者につき、20 者

【調査手段・手法】

展示ブースに来場した顧客を対象に、アンケート調査票を手渡し、ヒアリングを行いながらアンケートを記入してもらう。

【調査項目】

1.興味のある商品又は技術 2. 価格 3. 納期 4. 取引条件 5. 接客対応など

【分析手段・手法】

調査結果については、経営指導員が分析を行う。また、詳細な分析が必要な場合や事業者の特性を考慮しなければならない場合は、専門家に依頼し分析等を実施する。

【調査結果の活用】

分析結果については、経営指導員又は専門家が調査した小規模事業者へ直接分析結果を報告し、自社の顧客ニーズを把握させ、事業計画策定に活用する。また経営指導員の事業計画策定支援やフォローアップ等経営支援に活用する。

５．経営状況の分析に関すること

（１）現状と課題

本会で現在実施している経営分析は、伴走個社支援時において、決算書を 3 期分徴求し、かつ経営状況や課題をヒアリングし、経営課題を分析している。また、各種補助金の申請において事業計画策定時に実施しており、一定の成果はある。しかし、多くの小規模事業者においては経営状況の分析を行うことの必要性の認識が乏しく、当該小規模事業者が独自に専門的な経営分析を行い自らの課題を抽出し解決していく事はさらに困難である。

（２）目標

No	項目	現状	１年目 令和５年度	２年目 令和６年度	３年目 令和７年度	４年目 令和８年度	５年目 令和９年度
①	経営分析セミナーの開催（回）	未実施	1	1	1	1	1
②	経営分析事業者数（人）	5	20	20	20	20	20

（３）事業内容

①経営分析セミナーの開催

小規模事業者を対象に経営計画や経営分析に関するセミナーを開催し、小規模事業者にとって経営分析の必要性を説くと共に、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構「経営自己診断析システム」などの分析ツールの利用方法なども説明する。

小規模事業者にとって、とっつきにくいテーマであるため、「つぶれない会社、儲かる会社を読み解く」等演題を工夫して、経営分析の重要性を伝えていく。

【募集方法】本会ホームページや広報誌、チラシ作成により周知を図る
【開催回数】年１回
【参加予定数】８者（1回あたり）
【想定内容】経営指標であるROA（総資産利益率）等を用いて、収益性、安全性等を算出し、儲かる会社の体質、つぶれない会社の特徴等を読み解くセミナーを開催する。
【想定講師】中小企業診断士など

②経営分析の実施

【対象者】経営分析セミナー参加者もしくは伴走対象個社より、経営分析を希望する事業者に実施する。また、巡回相談や窓口相談時に「経営状況の分析」の重要性を説明し、経営指導員等が主導し小規模事業者の経営分析を実施する。
【目標数】20者
【分析項目】
定量分析：売上高総利益率、売上高営業利益率、売上高経常利益率、総資本経常利益率、労働生産性、自己資本利益率、流動比率、当座比率、固定比率、債務償還年数、インタレストカバレッジレシオ総資産回転率、損益分岐点比率等
定性分析：SWOT分析（強み・弱み・機会・脅威）
5フォース分析（業界内競争、新規参入者、代替品の存在、買い手（顧客）の交渉力、売り手（サプライヤー）の交渉力）
４P分析（Product（自社の製品・サービス）：どのような価値を市場に提供するのか、Price（価格）：いくらで提供するのか、Place（販売場所・提供方法）：どのような形で提供するのか、Promotion（販促活動）：どのような販促を行うのか）等
【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構「経営自己診断システム」などの分析ツールを活用し、支援チーム専門家並びに経営指導員が分析を行う。また、分析の内容が多岐にわたる場合や事業特性を考慮しなければならない場合には専門家と連携し、分析を行う。
【分析結果の活用】
実施した経営分析結果は、経営指導員が小規模事業者へ直接報告し、事業計画作成に役立てるほか、店舗改善や商品改善等小規模事業者の経営改善に役立てる。また、経営指導員は分析で表出した問題点や課題を助言し、改善など事業計画策定につなげる。

６．事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

事業計画策定に関しては、事業計画策定セミナー（持続化補助金セミナー含む）や創業塾の開催により、事業計画策定支援を実施してきた。また、神奈川県商工会連合会の「エキスパート派遣事業」や神奈川県の「小規模企業応援隊」の専門家派遣を活用した支援も実施しており、一定の成果を上げている。

一方、作成した事業計画は各種補助金等の申請や融資のための事業計画などに限られてしまい、小規模事業者にとって「正しい事業の方向性」を考慮した具体的で実現可能な事業計画とはなっていないこともある。また、多くの小規模事業者においては、日々の業務に忙殺され、定期的に事業計画を作成している事業者が少ないことが課題である。

（２）支援に関する考え方

経営分析セミナー並びに事業計画策定セミナーを通じて、伴走支援対象個社を掘り起こし、上述の二宮経営発達支援チームを主体とした伴走支援を実施する。支援チームならびに経営指導員等は、事業の発展、経営課題解決のため、「地域経済動向調査」「需要動向調査」「経営状況の分析」等の結果を踏まえ伴走型の指導を行い、課題設定型の経営力の醸成に留意しつつ小規模事業者の事業計画策定支援を実施していく。また、小規模事業者持続化補助金やその他補助金、融資等を契機とした事業計画策定支援についても実施する。

また、2025 問題を鑑み、事業計画策定前段階においてビジネス環境の激しい変化に対応するため、IT 環境における既存システムの問題点を把握し、レガシーシステムの解消に向けたＤＸの認識・取り組みを推進し、ＩＴツール活用推進を図ることを目的にＤＸ推進セミナーを開催する。

（３）目標

	項目	現状	１年目 令和５年度	２年目 令和６年度	３年目 令和７年度	４年目 令和８年度	５年目 令和９年度
①	ＤＸ推進セミナーの開催（回）	未実施	1	1	1	1	1
②	事業計画策定セミナーの開催（回）	1	1	1	1	1	1
③	創業塾の開催（回）	4	4	4	4	4	4
④	事業承継セミナーの開催（回）	未実施	1	1	1	1	1
⑤	事業計画策定事業者数（人）	10	15	15	15	15	15

（４）事業内容

①ＤＸ（デジタルトランスフォーメーション）推進セミナーの開催

経営分析を実施した小規模事業者の他、ＤＸ（デジタルトランスフォーメーション）を目指す小規模事業者を対象として、ＤＸに対する意識の醸成や基礎知識の習得の他、ＩＴツールの導入やＷｅｂサイト構築の取組を推進していく。

【募集方法】巡回・窓口相談時やチラシ作成により周知を図る

【開催回数】年１回

【参加予定数】８社

【想定内容】ＤＸ総論、ＤＸ関連技術（クラウド、モバイル、AI 等を活用したマイクロサービス、アジャイル開発導入等の手法、ＳＮＳを活用した情報発信方法など）

【想定講師】中小企業診断士など

【その他支援】セミナー受講後、実施支援を希望する事業者に対しては、専門家と連携し、課題対応やＩＴ化支援を行う。

②事業計画策定セミナーの開催
経営分析を実施した小規模事業者を対象として事業計画策定につながるセミナーを開催し事業計画策定の手法や知識を習得させる。
【募集方法】経営分析を実施した小規模事業者を対象とし、電話等により募集する
【開催回数】年 1 回
【参加予定数】8 者（1 回あたり）
【想定内容】事業計画書の策定手法、事業ドメインの確認、マーケティング戦略の基本的な考え方、事業計画からアクションプランへの落とし込み、計画の進め方など。
【想定講師】中小企業診断士など

③創業塾の開催
地域における開業率を高め地域経済の活力向上を図るため、創業塾を開催する。創業希望者の知識向上を図り、創業計画の策定支援と開業支援により開業率を高める。二宮町と連携し、全セミナー出席者に特定創業支援事業認定証明書を発行し融資条件緩和等の各種特典を受けれるようにする。
【対象者】 創業を希望する個人、開業後 5 年未満の事業者など
【募集方法】会員向け案内配布、本会ホームページ、タウン誌、町の広報誌など
【開催回数】年 1 回（4 回シリーズ）
【参加予定数】6 名
【想定内容】創業に向けての基礎知識、ビジネスに必要なお金の知識、マーケティング活用による事業計画の策定、事業コンセプト明確化 など
【想定講師】中小企業診断士など
【その他支援】セミナー受講後、実施支援を希望する事業者に対しては、経営指導員並びに専門家派遣等により個別相談支援を行う。

④事業承継セミナーの開催
事業承継を検討している小規模事業者を対象として、事業承継に関するセミナーを開催し事業承継の手法や知識を習得させる。
【募集方法】巡回・窓口相談時やチラシ作成により周知を図る
【開催回数】年 1 回
【参加予定数】6 者
【想定内容】事業承継の方法や時期、承継に係る心構えや税制など。
【想定講師】中小企業診断士や税理士など
【その他支援】セミナー受講後、実施支援を希望する事業者に対しては、経営指導員が個別相談を行う他、専門的知見については専門家と連携し、課題対応や支援を行う。

⑤事業計画策定支援
事業計画策定を希望する小規模事業者に対して、事業計画の策定支援を実施する。
【対象者】管内の事業計画策定を希望する小規模事業者
【支援手法】対象の個社については支援チーム専門家並びに経営指導員が主導し、「地域経済動向調査」「需要動向調査」「経営状況の分析」等の結果を踏まえ経営実態を把握し、10 年後方向性を据えた中でハンズオン支援を実施し、5 か年の中期事業計画を策定する。
また、各種補助金申請や創業を希望する個社においても支援を実施する。支援においては、必要に応じて支援チームメンバー（連携金融機関等）や外部専門家とも連携し実施する。
事業計画の策定において、必要に応じて次の補助金等の申請支援も実施する。
・経営力向上計画 ・経営革新計画 ・小規模事業者経営改善資金融資（マル経融資）
・小規模事業者持続化補助金 ・ものづくり商業サービス生産性向上促進補助金
・IT 導入補助金 ・事業承継補助金 など

【支援体制】

事業計画策定支援にあたり、支援チーム専門家、金融機関ならびに経営指導員等は連携して方針や手法等の支援の目線を共有するよう努める。経営指導員等、専門家及び支援機関（神奈川県商工会連合会ほか）が連携し、伴走型で支援を行う。

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

小規模事業者への事業計画策定後の支援については、伴走事業を実施し中期事業計画を策定した事業者については適時フォローアップしている。しかしながら、計画の進捗状況の確認と簡単な助言が中心となっており、踏み込んだ助言までは出来ていない。また、様々な要因により計画通りに進まないことにより、モチベーションが低下し、計画遂行をあきらめてしまっているケースに至る場合もある。

今後は、計画の進捗状況に応じて、適切な頻度でフォローアップを実施するほか、支援内容の質的向上を図り、事業環境の変化に伴い事業計画の見直しを迅速にできる能力を醸成し、計画の実現性を高めていく。

（２）支援に対する考え方

事業者は事業計画の策定が目標ではなく計画を実行しPDCAサイクルを回しながら、将来あるべき姿を実現に近づけることが最終目標である。そのため経営指導員等は事業者に寄り添いながら計画が着実に実行でき、かつ成果創出につなげるようハンズオン支援を行うことが必要である。

計画遂行の中でPDCAを回していくにあたり、不測の事態等により計画通りに進まないことがままあり、そのことによりモチベーションの低下を起こしてしまうことは、本来の趣旨より外れてしまう。支援チームならびに経営指導員等の伴走支援者は、小規模事業者のモチベーションの維持を第1義に計画の修正等に対応して、中期的な視野に立ち利益確保に向けた支援を行っていく。

そのためには、支援者側も支援のPDCAを回す必要があり、支援先事業者が取り組む事業の進捗状況を、本会が支援チームと連携してチェックする体制を構築する。すなわち、担当する経営指導員の巡回訪問のみならず、記帳指導や確定申告時の経営状況をチェックできる機会を活用し助言の適切な頻度と内容を支援チームと共に検討する。

具体的な訪問を伴うフォローアップについては、担当経営指導員が、事業計画で設定した売上・利益等の目標数値や、計画実行の有無等から、外部専門家等の協力を得ながら進捗状況を判断し、柔軟性を持たせながらフォローアップの頻度を決めていく。

（３）目標

	現状	１年目 令和5年度	２年目 令和6年度	３年目 令和7年度	４年目 令和8年度	５年目 令和9年度
フォローアップ対象事業者数（者）	10	15	15	15	15	15
フォローアップ頻度（延べ回数）（回）	－	45	45	45	45	45
売り上げ増加事業者数（者）	－	8	8	8	8	8

（４）事業内容

【対象者】

事業計画を策定した全ての小規模事業者

【支援内容】

事業計画を策定した小規模事業者全てをフォローアップの対象とし、巡回相談や窓口相談により定期的にフォローアップを行う。フォローアップは巡回窓口相談にとどまらず、電話やメールも効果的に活用する。1事業者年3回のフォローアップ支援を実施する。

事業計画策定後のフォローアップは、事業計画の実施状況を定期的に確認し、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。具体的には、計画の進捗確認や売上高・利益率などの計画対比の確認、更には計画差異の原因究明などである。また、収益目標は経常利益率を指標として、計画設定した収益目標の６０％以上を達成基準とする。

【事業計画と進捗状況とがズレている場合（計画差異）の対処方法】

目標に達しない場合は、計画差異の原因究明や改善支援を行う。その場合、神奈川県商工会連合会の専門家派遣事業等による専門家と連携し支援を実施するとともに、経営指導員等は専門家に同行し、伴走型の支援を実施する。

【フォローアップ支援の体制】

各経営指導員等の個別対応ではなく商工会全体としてサポート出来るよう、支援データはデータベース化し、必要な時期に必要なサポートが出来る体制を構築する。

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

事業計画を策定した小規模事業者や、地域の優れた商品・サービス・技術を有する小規模事業者の販路拡大と経営力向上を支援するため、新たな需要の開拓に関する展示会・商談会への出展機会を提供している。しかし、支援内容としては参加勧誘や開催情報の提供にとどまっており、参加企業も限定的になりつつある。また、効果測定も一部のみであり、十分な支援とはなっていない。

また、小規模事業者の多くはネット販売等のＩＴを活用した販路開拓に関心があるものの、高齢化や知識不足等の理由により取組は進んでいない。そのため、新たな販路開拓にはＤＸ（デジタルトランスフォーメーション）推進が必要であることを理解・認識してもらい、ＤＸへの取組を支援していく必要がある。

特に製造業等において、2025 問題を認識している企業が少なくブラックボックス化した既存システムを認知・刷新し、本格的なＤＸを実行する必要がある。

（２）支援に対する考え方

小規模事業者の需要開拓（売上向上・商談成立など）につながる成果を重視した支援を行う。支援の質の向上としては、商品やサービスの品質向上に資する支援。商品やサービスの認知度向上、商談成約に関するノウハウの蓄積を図る。

また、ＤＸに向けた取組として、ホームページやＳＮＳを活用した情報発信、ＥＣサイトの利用等の推進を支援する。加えて、専門性の高い課題は必要に応じてＩＴ専門家派遣を実施し支援を行う。

	項目	現状	１年目 令和５年度	２年目 令和６年度	３年目 令和７年度	４年目 令和８年度	５年目 令和９年度
①	展示会・商談会出展支援(BtoB)（者）	2	3	3	3	3	3
	成約件数（社）	－	1	1	1	1	1
②	イベント等出展支援(BtoC)　（者）	2	3	3	3	3	3
	売上額（万円）	－	5	5	5	5	5
③	SNS 等活用事業者（者）	－	5	5	5	5	5
	売上増加率（%）	－	10%	10%	10%	10%	10%

④	ECサイト利用・自社ネットショップの開設事業者（者）	－	3	3	3	3	3
	売上増加率（%）	－	10%	10%	10%	10%	10%

（３）事業内容

①展示会・商談会出展支援 BtoB

商社・バイヤー等の需要開拓を図るため、小規模事業者に対し、展示会・商談会開催情報の提供と国・県の支援策を活用することにより、展示会等への出展、販路開拓を支援する。

【支援対象者】

食品・特産品等の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・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】

ア．地方銀行フードセレクション

概要：地方創生型商談会として、全国の地方銀行55行が主催する販路拡大を目的とした商談会

参加事業者数：1,031者（R1年参考）

来場者数：13,412名（2日間合計、R1年参考）

イ．スーパーマーケットトレードショー

概要：全国のスーパーマーケットを中心とした小売業をはじめ、卸・商社、中食、外食などのバイヤーを対象とした、販路開拓を目的とした商談会。

参加事業者数：2,176者(団体)、3,568小間（R1年参考）

来場者数： 88,412名（3日間合計、R1年参考）

ウ．テクニカルショウヨコハマ

概要：最先端の技術・製品が一堂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として、技術・製品の販路拡大、ビジネスチャンスの創出を目的に開催する展示会。

参加事業者数：806者（R1年参考）

商談実績： 35,354人（3日間合計、R1年参考）

【支援内容】

単独でブース出展が困難な小規模事業者は、商工会や他小規模事業者と連携して共同出展を行う。商工会としては、出展する小規模事業者に対し、専門家派遣事業なども活用し必要な営業用ツール（企業概要書、商談シート、名刺等）の作成、アピールの仕方、バイヤーとの商談の進め方、魅力的な展示ブースの作り方等を支援する。

また、ホームページでの発信方法等のノウハウもセットで支援する。

②イベント等出展支援 B to C

【支援対象者】

特産品等取扱業者等、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

【想定するイベント等】

ア.にのみや商工まつり

概要：毎年１１月中旬の日曜日に行われる町内最大級のイベント

来場者層と数：お子様からお年寄りまで年齢層は広く、主に二宮町民及び近隣市町の方々である。来場者数は5,000人。

出展の目的、期待効果：当日の売上効果及び地元消費者に自店のPR促進を図るために開催

している。

支援のポイント：当日の販売実績も重要ではあるが、併せて自店のPRチラシ（場所、営業時間、おすすめ商品、ホームページ、QRなど）も配布し、購買後の来店増加へ向けた自店の宣伝とイメージアップを図るよう指導支援していく。

イ.大型店との催事販売会の開催

概要：町内大型店舗と連携し二宮ブランド認定品の販売会を開催している。昨年は２日間開催した。

来場者層と数：主に町内の主婦層が中心、来店者は1200人。

出展の目的、期待効果：二宮ブランド認定商品の認知促進と、販売機会増大・ＰＲのため開催している。

支援のポイント：自店のPRチラシ（場所、営業時間、おすすめ商品、ホームページ、QRなど）を配布し、購買後の来店増加へ向けた自店の宣伝とイメージアップを図るよう指導支援していく。併せて来場者に対して商品アンケート調査を実施し個社商品の需要動向の把握に努める。

ウ.かながわ商工会まつり

概要：毎年１１月下旬に横浜赤レンガ倉庫で行われている神奈川県商工会連合会主催のイベント。県下１９の商工会が一堂に会し、特産品やＢ級グルメ等の販売会が開催される。

来場者層と数：主に 30～60 代の横浜・川崎・東京等、都市部の客層である。来場者数は38,000人。

出展の目的、期待効果：都市部の消費者へ向けて二宮の特産品のPRと認知促進、需要拡大が期待される。

支援のポイント：QRコードからのネット通販等、リピート購買行動への再販誘導等のPR支援をしていく。併せて来場者に対して商品アンケート調査を実施し個社商品の需要動向の把握に努める。

【支援内容】

商工会として、参加する小規模事業者に対し、専門家派遣事業なども活用し商品のブラッシュアップや魅力的な陳列や販売方法等、専門的な支援を実施する。また、ホームページでの発信方法等のノウハウもセットで支援する。

③ＳＮＳ等活用支援（新規利用及び改善を含む）

【支援対象者】

ＳＮＳ等を活用して認知拡大を図り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】

・ホームページの改善、ＰＲ効果の高いコンテンツの作り方等に対する支援
・無料ホームページ作成ツール等の導入支援
・商品・サービスの魅力的な認知拡大方法や、立地にとらわれない顧客の取込方など、事業者ごとの課題に応じた支援を行う。
・課題に応じてＩＴコーディネーターや中小企業診断士等専門家と連携を図り支援

④ＥＣサイト利用・自社ネットショップの開設の支援 B to C （新規利用及び改善を含む）

【支援対象者】

ＥＣサイト・自社ネットショップを活用して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】

・自社に合ったショッピングサイト等の選定、効果的な商品紹介のリード文や写真撮影、商品選定、商品構成等の支援、ターゲット選定など専門家派遣事業等を活用し、支援を実施する。
・ネットショップの立ち上げから、商品構成、ページ構成、ＰＲ方法等専門家等と連携し、伴走型の支援を実施する。
・利用、開設後は、事業目標等進捗についてフォローアップする。

Ⅱ．経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

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

現在、神奈川県、二宮町、外部有識者である中小企業診断士などにより構成される「事業評価委員会」において、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の掲示を行っている。今後も、経営発達支援事業の進捗状況等を確認・評価し、その後の事業実施方針等に反映させるためにも、事業実施状況についての検証・見直しを実施する。

また、法定経営指導員は「事業評価委員会」に参画するとともに、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ＰＤＣＡを効果的に回していく。

（２）事業内容

毎年度１回、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により神奈川県、二宮町、外部有識者である中小企業診断士、法定経営指導員で構成される事業評価委員会の評価・検証を行い、結果を公表する。目標未達の事業については原因を考察し、事業評価委員会の意見を参考にして、改善案を提示し実行する。下記のスケジュールに沿って事業評価委員会を実施し、本計画のＰＤＣＡを着実に回し、地域小規模事業者に対する支援の改善を図っていく。

① 実績報告書作成：５月 二宮町商工会事務局

本会事務局において、実績報告書を作成する。進捗管理表を用いて実績や成果、課題を記入し、計画値を下回っている項目に対しては、その原因を明確化し業務改善を検討する。更に実績が 50%を下回った場合には、本会事務局は是正案を必ず立案し、検証委員会に意見をもらう。

② 外部評価：６月 事業評価委員会

実績報告書作成後に事業評価委員会（神奈川県湘南地域県政総合センター企画調整部長、二宮町都市部長、中小企業診断士、法定経営指導員）を開催する。なお、検証結果は進捗管理表の外部評価欄に記載し、公表時に開示する。

③ 承認：７月 二宮町商工会 正副会長会議 理事会

本会正副会長会議において実績報告及び外部評価、是正措置を報告し承認後、本会理事会にも同様の報告と承認を受ける。

④ 実績報告書公表：８月 二宮町商工会事務局

本会理事会の承認後に実績報告書を本会ホームページで公表し、地域小規模事業者が閲覧できるようにする。本会ホームページ（http://ninomiya-shoko.com/）

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

本会の主要な支援項目は、税務・労働・金融などの申請や手続きに関する支援業務が主体であり、経営革新や各種補助金申請等は一部の職員が対応している状態である。企業活動全般に及ぶ総合的で専門的な支援については、外部専門家に頼らざるを得ないのが現状である。

そのため、地域小規模事業者の経営改善に資する幅広い知識の習得や、職員全員の資質向上に資する研修や支援ノウハウ共有の仕組み作りが必要である。

また、ＤＸ（デジタルトランスフォーメーション）推進に対応するため、必要なスキル獲得のための研修会に積極的に参加することで、時代に合った能力を身につけることが求められている。

（２）事業内容

①経営指導員を含めた全職員の支援ノウハウの習得

当会の経営指導員や一般職員を含めた全職員を対象に、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を毎年受講し、商工会職員として必要な知識を身に付けるとともに、受講後には、研修内容を他の職員にフィードバックし情報共有を行う。

ア．神奈川県商工会連合会主催研修会への参加

専門的支援能力の強化を目的として経営指導員等職員は、神奈川県商工会連合会が開催する各種経営指導員研修会に参加する。

イ．中小企業大学校 中小企業支援担当者研修への参加

中小企業大学校の主催する中小企業支援担当者研修へ経営指導員等職員は参加する。

ウ．専門家支援への同行

神奈川県商工会連合会エキスパート事業や小規模企業応援隊の専門家派遣事業での小規模事業者への支援の際は、経営指導員等職員が同行し、専門家の指導・助言内容・指導ノウハウ等を習得する。

エ．ＤＸに向けたＩＴ・デジタル化の取組

ＤＸ推進に対応するため、業務効率化のＩＴツール（クラウド会計・電子マネー・セキュリティ関連等）のセミナーや、支援者向けのＩＴツール説明会へ参加し、小規模事業者が活用するＩＴツール、支援者が使うＩＴツールの知識を常に最新に保つ。

また、需要開拓支援へ対応するため、ＥＣサイト構築・運用やオンライン展示会等へ参加する。

②経営分析結果や支援ノウハウを組織内で共有

ア．内部研修会の実施（年６回）

本経営発達支援事業における小規模事業者の支援状況（経営分析、事業計画策定、フォローアップ等の実施状況）を全職員で共有するとともに課題解決に向けた討議を実施する勉強会を毎月開催する。

また、ＩＴ等の活用方法や具体的なツール等について情報交換を行うと共に、成功事例の共有化を図る。

イ．支援ノウハウのデータベース化

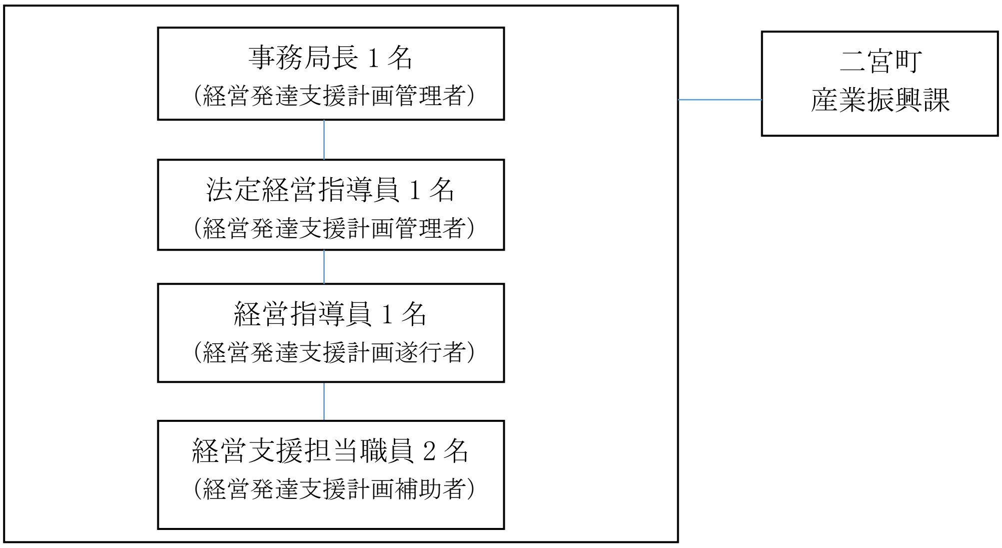
内部研修会の内容をデータベース化し、全職員で共有できる体制を構築する。担当職員の異動・不在時等でも小規模事業者への対応が可能となるようにし、支援をはじめとした各種サービスの低下を起こさないような組織づくりに留意する。

（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４年１１月１日現在）

（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）



（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
（ア）法定経営指導員の氏名、連絡先
氏　名　寺田隆志
所　属　二宮町商工会
連絡先　０４６３－７１－１０８２
（イ）当該経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度 等）
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の提供等を行う。
また、法定経営指導員は「事業評価委員会」に参画し、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）商工会/商工会議所、関係市町村連絡先
商工会/商工会議所
二宮町商工会
〒259-0123　神奈川県中郡二宮町二宮 1156-4
電　話　0463-71-1082　FAX　0463-72-2489
E-mail　ninomiya-t.s.c.i@mj.scn-net.ne.jp

関係市町村
二宮町都市部産業振興課
〒259-0196 神奈川県中郡二宮町二宮 961 番地
電　話　0463- 71-5914　FAX　0463-73-0314
E-mail keizai@town.ninomiya.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５年度	令和６年度	令和７年度	令和８年度	令和９年度
必要な資金の額	5,800	5,800	5,800	5,800	5,800
経営支援事業費 伴走型支援推進事業費	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
地域総合振興事業費	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800

（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
神奈川県補助金、二宮町補助金、会費収入、負担金収入、各種事業収入、手数料収入

（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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等