

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	愛甲商工会（法人番号 1021005003670） 愛川町（地方公共団体コード 144011） 清川村（地方公共団体コード 144029）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 （1）新たな起業家等の為の創業支援を行い、誰もが開業しやすい環境を創出する。 （2）伴走型支援による小規模事業者の経営力強化をはかり、持続可能な事業を創出する。 （3）地域産業資源を活用した新たな稼ぎ頭の創出により、経営基盤の成長を促す。
事業内容	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 地域の経済・景気動向の情報収集、分析及び提供し、事業方針の策定に役立ててもらおう。 4. 需要動向調査に関すること 需要の動向を調査、分析及び提供し、新商品・新サービス等の開発、事業方針の策定に役立ててもらおう。 5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の経営分析に対する個別相談会を開催し、供に分析し、事業計画策定時に利用してもらおう。 6. 事業計画策定支援に関すること 各種調査分析結果や経営分析結果を利用した事業計画策定個別支援やD X推進セミナーを開催する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した小規模事業者のフォローアップを行う。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 販売促進会・展示会・商談会、D X推進を含めた新たな需要の開拓の支援を行う。
連絡先	愛甲商工会 〒243-0301 神奈川県愛甲郡愛川町角田 104-4 TEL:046-286-3672 FAX:046-286-2762 E-mail: aikou@k-skr.or.jp 愛川町 環境経済部 商工観光課 〒243-0392 神奈川県愛甲郡愛川町角田 251-1 TEL:046-285-2111 FAX:046-286-5021 E-mail: syoko@town.aikawa.kanagawa.jp 清川村 村づくり観光課 〒243-0195 神奈川県愛甲郡清川村煤ヶ谷 2216 TEL:046-288-3864 FAX:046-288-1909 E-mail: kankou@town.kiyokawa.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現状

当商工会が管轄する地域は愛甲郡愛川町及び清川村全域である。

【立地】

愛甲郡は、神奈川県の中北部に位置し、愛川町・清川村(人口約42,500人)1町1村からなり、都心から約50km圏内、横浜市から30km圏内にあります。さらに、相模川や中津川、小鮎川の清流、宮ヶ瀬湖周辺、丹沢山塊の山々の緑など、都市近郊でありながら、豊かな自然環境に恵まれているため、町村外からの観光客等が訪れやすい地域となっています。



【人口】

当地域内の町村の人口については、短期間での急激な落ち込みはないものの、町では2015年～2020年の人口減少数が474人・減少率1.2%、村では2015年～2020年の人口減少数が176人・減少率5.5%とどちらも減少傾向にあり、さらに2040年までには町の減少率が33.1%、村の減少率は29.7%まで低下する予測値が出されており、今後ますます人口減少となることが予想されます。



愛川町の人口(1980年～2040年)の推移

年	1980年	1985年	1990年	1995年	2000年	2005年	2010年	2015年
総数	29,873	35,312	40,424	43,088	42,760	42,045	42,089	40,343
年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年			
総数	39,869	35,780	33,002	30,015	27,000			

清川村人口(1980年～2040年)の推移

年	1980年	1985年	1990年	1995年	2000年	2005年	2010年	2015年
総数	3,539	2,892	3,549	3,478	3,482	3,507	3,459	3,214
年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年			
総数	3,038	2,855	2,684	2,478	2,260			

出典：総務省「国勢調査」 国立社会保障人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

【産業】

「商業」においては、車の交通量は一定数あるものの、鉄道の駅が無いので通勤のアクセスが悪い上に商業集積がなされにくく、数店が各地に点在する程度であるため、消費者は広い駐車場を持つ地域内外の大型店や商業施設、チェーン店などに立ち寄る率が高く、このような状況下で、家族経営で何とか日々の経営活動を凌いでいる小規模事業者では、自身の高齢化に起因するＩＴ環境への適応能力の限界・情報収集能力の低下も相俟って、人気・流行商品などの売れ筋情報に疎く、結果的に品揃えや販売方法、その質・量ともに消費者のニーズに十分な対応が出来なくなってきました。

また、経営者自身の高齢化や後継者不足による廃業・閉店により、空き店舗が増加傾向にあります。

愛川町の小売業商店数・従事者数・年間販売額の推移

区 分	小売業 商店数	小売業 従事者数	小売業年間販売額 (単位：百万円)
平成２６年	250	2,488	不明
平成２８年	199	1,613	32,661
令和３年	186	1,613	34,888

※６．商業・観光／第１表；業態別商店数、第２表；業態別従事者数、第３表；業態別商品販売額／「令和４年統計あいかわ」／
Ｒ３経済センサス－活動調査より抜粋

愛川町の卸売業商店数・従事者数・年間販売額の推移

区 分	卸売業 商店数	卸売業 従事者数	卸売業年間販売額 (単位：百万円)
平成２６年	65	826	不明
平成２８年	48	340	40,890
令和３年	56	753	57,806

※６．商業・観光／第１表；業態別商店数、第２表；業態別従事者数、第３表；業態別商品販売額／「令和４年統計あいかわ」／
Ｒ３経済センサス－活動調査より抜粋

清川村の小売業商店数と卸売事業所数・従事者数の推移

区 分	小売業商店数・ 卸売業事業所数	小売業従事者数・ 卸売業従事者数
平成２６年	20	82
平成２８年	22	76
令和３年	17	45

※４．商業・観光／Ｈ２６経済センサス基礎調査、Ｒ３・Ｈ２８経済センサス－活動調査／「登記要覧２０２１年（令和３年版）」より抜粋

「工業」においては、江戸時代から愛川町の地場産業として繊維産業が発達し、「糸のまち」として広くその名を知られるまでに隆盛を極めました。近年では生産拠点の海外移転により中国をはじめ海外から安価な製品が大量に輸入され、これに伴い仕事量の減少や後継者難のため廃業する事業所が多くなってきました。

昭和４１年に総面積２００ヘクタールにも及ぶ神奈川県内陸工業団地が完成してからは、自然と調和した公害のない産業都市として着実な歩みを続け、この工業団地のほか、ハイテク研究

団地や大塚下団地などへも工場・事業所が集積していますが、こちらも近年では経済情勢を背景に製造業の移転等が進み、その一部が物流関係施設に変わるなどの大きな状況変化が見られます。

愛川町の製造業の概況・推移

区 分	事業所数	従事者数	製造品出荷額 (単位：百万円)
平成29年	159	6,649	287,014
平成30年	152	6,810	270,595
令和元年	144	6,757	272,851
令和2年	138	6,483	244,523

※5. 工業／第1表；産業別製造業の概況（従業者4人以上の事業所）
／「令和4年統計あいかわ」より抜粋

清川村の工業の概況・推移

区 分	事業所数	従事者数	製造品出荷額 (単位：百万円)
平成29年	3	554	6,925
平成30年	3	860	6,704
令和元年	3	497	6,519
令和2年	3	479	6,164

※4. 商業・観光／工業統計調査（従業者4人以上の事業所）
／「統計要覧2021年（令和3年版）」より抜粋

[観光]においては、平成12年12月に神奈川県2／3の地域に水を供給する等の目的で宮ヶ瀬ダムが完成したことに伴い、その周辺地域である愛川町・清川村では、観光名勝として年間を通して多くの観光客を呼び込んでいます。又、宮ヶ瀬ダムを観光資源として利用したイベントが年間を通して行われています。清川村では、きよかわブランドとして「清川茶」、「自然薯」「恵水パーク」の1次産品や村内で作られた農産物を原料とした加工品を知名度向上と地域産業の推進を図ることを目的として、道の駅清川を中心として販売されています。愛川町では、愛川ブランドとして町の豊かな自然や文化などに育まれてきた素材と優れた技術・技法から生み出された町産品の中から優れたものを認定し、観光振興等を図っています。

[事業者数]については、上記商業、工業、観光の状況下での管内地域に於いて、商工業者数、小規模事業者数、商工会員数のいずれもほぼ横ばいの推移となっています。

管内商工業者数及び小規模事業者数の推移

	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年
商工業者数	1,855	1,883	1,883	1,838
内小規模事業者数	1,597	1,407	1,407	1,469

※商工会実態調査より抜粋、すべて神奈川県独自統計結果に基づく

管内商工会における業種別構成会員数の推移

区 分	平成28年	平成30年	令和2年	令和4年
建設業	281	295	295	310
製造業	188	191	185	181

卸 売 業	26	27	26	28
小 売 業	133	134	127	122
飲食・宿泊	96	101	89	87
サービス業	172	174	180	189
そ の 他	63	62	61	61
合 計	959	984	963	978

※商工会実態踏査より抜粋

【交通】

当地域内の交通網については、鉄道がなく、小田急線や相模線、ＪＲ横浜線、ＪＲ相模線、京王線などを利用するためには、路線バスや自家用車が必要となりますが、平成２６年６月には圏央道の相模原愛川ＩＣが開通したことにより、地域外の駅のあるエリアへの移動時間が短縮化されるほか、東名高速道路、中央自動車道、関越自動車道の３大動脈が結ばれるなど、地域外からのアクセスが飛躍的に向上しつつあります。

②課題

- 将来的な「人口減少」に加えて町村外への消費流出、大規模小売店との競争激化、経営者自身の高齢化・後継者不足を理由とする廃業等による「地元商業の低迷」
- 圏央道ができたことによる地域外からの自家用車によるアクセスの飛躍、観光志向のアウトドアへの需要の高まりを理由として訪れる「観光客への新たな販促方法の浸透」
- 経営者自身の高齢化や後継者不足による廃業・閉店、空き店舗の増加など、事業所の減少率を食い止める為、「新規ビジネスの創出に向けた支援」

（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

当商工会としては、町村の地域振興策を踏まえつつ、また当商工会が今まで取り組んできた事業の見直しと再構築を行いながら、小規模事業者へのきめ細かい経営支援に努めると同時に１０年、２０年と地域の事業者が事業活動を維持・継続できるように、さらには、起業・創業者が増えて、事業所数・雇用も右上がりになっていくことで、地域全体が活性化するような地域振興事業を推進していきます。

このように、当地域内小規模事業者の育成・成長・継続・発展を目指し、経営情報の提供・事業計画の策定・需要開拓に繋がる支援等を実施していくにあたり、経営指導員としては、「伴走型支援」に注力しつつも、「おまかせ」をされるばかりではなく、最終的には小規模事業者自身の自立が目標である以上、「自身の経営は、自身で考え、自身で判断し、自身で実践する」ことが可能となるように「自立した企業」へと導き促していくことを見据えて小規模事業者と向き合っていきたいと考えております。

②愛川町・清川村総合計画との連動性・整合性

町村行政では、「第６次愛川町総合計画」・「ひかり、みどり、ゆとり、共生のまち愛川」で掲げられている「産業と交流によるにぎわいのまちづくり」や「第３次清川村総合計画」・「清川村まち・ひと・しごと創生総合戦略」に掲げられている「村の魅力を磨き新たなしごとを創出する」など、雇用を創出する企業誘致・地域の産業観光資源を活かした新規ビジネス創出の支援、既存事業の持続的な成長支援による地域経済の活性化などにより新たな魅力ある地域づくりを進めているところです。

③商工会としての役割

町村行政の「新規ビジネスの創出に向けた起業の支援」や「多様な地域の資源を活用した新たな企業の誘致・誘導」を推進していくことが、小規模事業者の持続可能な事業の創出、敷いては地域振興へもつながることと信じます。個店の魅力の再認識や逸品の構築、地域資源を最大限利用した新たな魅力づくりとそのPRを効率的に発信する方法を支援していくことで、小規模事業者の需要開拓と認知度向上を図り、地域経済の活性化に繋げて行きます。

こうした支援事業を行うことによって、小規模事業者の経営基盤の安定化とその強化がなされ、企業経営が持続的に発展していくことを目指していきます。

(3) 経営発達支援事業の目標

愛甲商工会は、上記の(1)地域の現状及び課題、(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、経営発達支援計画の目標を下記の通り設定し、地域経済のみならず、地域のコミュニティを下支えしている小規模事業者の持続的発展とともに、地域経済の活性化に取り組んで参ります。

- ①新たな起業家等の為の創業支援を行い、誰もが開業しやすい環境を創出する。
- ②伴走型支援による小規模事業者の経営力強化をはかり、持続可能な事業を創出する。
- ③地域産業資源を活用した新たな稼ぎ頭の創出により、経営基盤の成長を促す。

以上①②③を地域への裨益目標として目指します。

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6年4月1日 ～ 令和11年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①新たな起業家等の為の創業支援を行い、誰もが開業しやすい環境を創出する。

事業承継の強化が叫ばれる中、後継者不在により廃業となる小規模事業者が増加している状況において、安心して創業や第2創業に挑める環境を作ること、又、新規創業、第2創業を成功させ事業を継続してもらうことは、我々商工会にとって、最重要課題である。事業計画策定の為の、事業環境分析データの重要性と利用方法、自社の立ち位置の分析と利用方法の普及を意識して支援を進めていく。

②伴走型支援による小規模事業者の経営力強化をはかり、持続可能な事業を創出する。

経営指導員が伴走型支援をすることで、小規模事業者が自らの現状と問題点を認識し、顕在化した課題を解決するために、実現の可能性が高く、持続可能なビジネスプランの策定を行う。

又、目標達成に向けた販路開拓をはじめとする実行支援、環境変化に合わせたビジネスプランの変更等のフォローアップ支援を実行する。

③地域産業資源を活用した新たな稼ぎ頭の創出により、経営基盤の成長を促す。

地域の顧客の流れ、嗜好を分析し、自社の持つ他社とは差別化された技能を活かし、各事業分野の地域的特色を生かしながら、自社の自慢の逸品、他社には模倣することが難しい商品や技術を生み出してもらう。新たな稼ぎ頭の創出を支援していくことは、地域振興に自ずと繋がり地域の活性化を促していく。第2創業までとは、行かないまでも現業の事業継続に役立ち、経営基盤の成長を促せる気軽に取り組める手法として浸透させていく。

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]管内の景気動向等については、これまで年に1度、製造業、建設業、小売業、サービス業、飲食業について、調査を実施してきた。

[課題]地域の経済動向分析はこれまで実施していない。国が提供するビッグデータ等を活用した専門的な分析が出来ていなかったため、改善した上で実施する。

(2) 目標

	公表 方法	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①地域の経済動向 分析の公表回数	H P 掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の 公表回数	H P 掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（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、経営指導員等が「RE S A S」（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】

経営指導員等が「RE S A S」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】

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

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②景気動向分析

管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、調査項目を記載したヒアリングシートにより、管内小規模事業者の景気動向等について、年1回調査・分析を行う。

【調査対象】管内小規模事業者60社（製造業、建設業、卸・小売業、サービス業、飲食業から12社ずつ）

【調査項目】業況・売上高・採算・資金繰り・設備投資等

【調査手法】経営指導員等が直接、対象事業者にヒアリングをし、回答を得る。

(4) 調査結果の活用

- ・調査した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- ・経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とするとともに、事業者毎の事業計画策定等にも活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]新たな需要開拓に寄与する事業による専門家との事業所巡回指導時に相談事業所の現状、課題を把握し、解決に役立つ注目キーワードを収集し、顧客の動向、嗜好を分析した上で、指導先に提供やアドバイスに役立ててきた。

[課題]これまで実施しているものの、指導先の事業所が十分データを活用できていない時もあるため、より理解しやすくまとめ提供していく。

(2) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
顧客の需要動向等の 調査対象事業者数	6者	10者	10者	10者	10者	10者

(3) 事業内容

①差別化が図れる商品・サービス開発の調査

他社と差別化が図れる商品やサービスを開発したい、新規創業、第2創業の方々や事業計画策定希望者、自社の新たな稼ぎ頭を作りたい管内飲食店やサービス業等10店において、調査対象とする顧客候補の需要動向・嗜好の傾向をWebのアンケート調査公開サイトやキーワード

ツールを利用し、調査結果を分析した上で当該10店にフィードバックすることで、他社と差別化が図れる商品やサービスの開発に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【調査手法】

(情報収集) ①10店それぞれの開発を計画している商品、サービスについて、専門家と協力し、Webのアンケート調査公開サイトやキーワードツールを利用し、顧客のインサイトに関するサジェストキーワードやロングテールキーワード等の検索数を洗い出す。

②Webで収集できない調査項目が発生した場合は、朝市や申告時期を利用し、アンケート調査をサンプル数50人を目安に実施する。

(情報分析) 販路開拓等の専門家と経営指導員等が、収集した結果をまとめ、顧客の需要動向・嗜好の傾向を調査分析し指導先に提供する。

【調査項目】 ①味、②甘さ、③硬さ、④色、⑤大きさ、⑥価格、⑦見た目、⑧パッケージ等

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が当該飲食、サービス業等の事業主に直接説明する形でフィードバックし、差別化が図れる自社の逸品や新たな商品、サービスづくり、更なる改良等を行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 小規模事業者へ経営分析機能を用いた財務分析を行ってきた。

[課題] 事業者を取り巻く経営資源、経営課題を整理できず、効果的な助言ができていなかった問題を定性分析たる非財務分析を併せて行うなど、改善した上で実施する。

(2) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①経営分析個別相談会	10回	10回	10回	10回	10回	10回
②経営分析事業者数	10者	10者	10者	10者	10者	10者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

持続化補助金等の申請を契機として事業計画の策定を目指す事業者等需要動向調査を活用した事業計画作成が必要と思われる事業者に対して、計画作成指導より先に経営分析個別相談会を実施し、経営分析によって自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等へ活用ができることを理解してもらい、対象事業者の掘り起こしを行う。

【募集方法】 ポスターを作成し、ホームページで広く周知、巡回・窓口相談時に案内

②経営分析の内容

【対象者】 経営分析個別相談会参加者で、ご理解いただいた10者

【分析項目】 定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う

《財務分析》直近2期分の収益性、生産性、安全性及び成長性の分析

《非財務分析》下記項目について、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

(内部環境)	(外部環境)
<ul style="list-style-type: none"> ・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織 	<ul style="list-style-type: none"> ・技術、ノウハウ等の知的財産 ・デジタル化、IT活用の状況 ・事業計画の策定・運用状況 ・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営自己診断システム」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。
非財務分析は対話と傾聴を通じて本質的な課題を抽出し、SWOT分析等、多様な支援ツールを事業者に合わせて活用し整理する。

(4) 分析結果の活用

- ・分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
- ・分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]事業計画策定支援は、専門家も交えて十分な指導を行ってきた。

[課題]これまで、十分な指導を行えていなかった新規創業者も併せて、地域の経済動向、景気動向調査、経営状況の分析及び需要動向調査を踏まえ、効果的な指導を実施する。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画策定セミナー」から「事業計画策定個別指導会」に変更し、事業者が本質的な課題を認識、納得した上で、内発的動機づけを促すなど指導する内容を工夫し、5. で経営分析を行った10事業者の計画策定を目指す。

事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定個別指導会	—	10者	10者	10者	10者	10者
事業計画策定事業者数	6者	10者	10者	10者	10者	10者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー」の開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

支援対象者	・経営分析を行った、事業計画策定個別指導会の受講予定者
募集方法	・個別案内、HPで周知
回数	・集団セミナー1回

カリキュラム	<ul style="list-style-type: none"> ・D X総論、D X関連技術（クラウドサービス、A I等）や具体的な活用事例 ・クラウド型顧客管理ツールの紹介 ・S N Sを活用した情報発信方法 ・E Cサイトの利用方法等
参加者数	1 0 名

②「事業計画策定個別指導会」の開催

支援対象	・経営分析を行った事業者
支援手法	・上記支援対象となる事業者で事業計画策定を希望する者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。
指導事業者数	1 0 者
策定事業者数	1 0 者

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]事業計画策定を過去に実施した個社を対象に、都度巡回訪問し、確認指導を行ってきた。

[課題]これまで実施しているものの、不定期であり、そもそも訪問回数が少ないため、改善した上で実施する。

(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、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。引続き事業者への内発的動機づけを行い、自走化に向けて潜在力を引き出すことに注力しながら支援していく。

(3) 目標

	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
①フォローアップ 対象事業者数	1 0 者	1 0 者	1 0 者	1 0 者	1 0 者	1 0 者
頻度（延回数）	4 0 回	4 4 回	4 4 回	4 4 回	4 4 回	4 4 回
売上増加 事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(4) 事業内容

①事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が独自様式のフォローアップシートを用いて巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

その頻度については、事業計画策定10者のうち、4者は2か月に1回、4者は四半期に1回、他の2者については年2回とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、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、他地区等の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及

び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

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]地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、I Tを活用した販路開拓等のD Xに向けた取組が十分に取組めておらず、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっている。

[課題]展示会等の出展が必要と認められた小規模事業者へ事前・事後のフォロー内容を充実した上で実施する。今後、新たな販路の開拓にはD X推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で取り組んでいる朝市事業には、自社の逸品の浸透に加え、新規開発商品のテスト販売などへの活用や当会地域外での展示会となる商工会まつりでの販売は、地域外での自社取り扱い商品の一般消費者への魅力度合を図る上での利用を推奨する。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後に陳列、接客など、きめ細かな支援を行う。

D Xに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、S N S 情報発信、E C サイトの利用、M E O 対策等、I T 活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてI T 専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①朝市事業 出展事業者数	24者	24者	24者	24者	24者	24者
年間売上額／者	15万円	18万円	18万円	18万円	18万円	18万円
②商工会まつり 出展事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
売上額／者	1万円	2万円	2万円	2万円	2万円	2万円
③計画策定後のフ ォローで商談展示 会出展が必要と想 定される事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
成約件数／者	—	3件／者	3件／者	3件／者	3件／者	3件／者
④D Xに向けた取 組活用事業者数	7者	7者	7者	7者	7者	7者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①朝市事業（B to C）

商工会が、事業計画策定や計画策定後のフォロー、新たな需要開拓の伴走指導をする中で、自社の逸品の浸透や、新規開発商品・サービスのテスト販売などへの活用が必要と思われる小規模事業者へ「愛川にぎわいマルシェ」に出展を勧奨し、新たな需要の開拓を支援する。

【参考】「愛川にぎわいマルシェ」は、毎年、4月から12月の第1日曜日、6時半から8時まで愛川町役場裏広場を借り、開催している。令和4年度は、8度開催し、延べ2,485名

の来場があった。主に地域の住民や観光客が来場する朝市事業である。1回当たりの出店者数は、17者であった。

②商工会まつり（BtoC）

神奈川県商工会連合会主催の「商工会まつり」に毎年、自慢の逸品商品を用意している小規模事業者の中から2社を選定し参加させる。参加させるだけでなく、自社の魅力を十分PRしてもらうための事前研修や当日の販売方法が有効であったかを振り返ってもらうための事後の研修などの支援を行う。

③商談会・展示会（BtoB）

事業計画策定や計画策定後のフォロー、新たな需要開拓の伴走指導をする中で、新規開発商品や製品サービスなど商社やバイヤー等への需要開拓を図るため、商談会、展示会展展を目指す小規模事業者に対し出展の促進を勧奨し、新たな需要の開拓を支援する。

【想定される商談会・展示会】

ア・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：830社（R02年参考）

来場者実績：32,995人（3日間合計、R02年参考）

イ・ガーデン&アウトドア EXPO

概要：世界中からアウトドア・園芸・空間演出に関するあらゆる商材が一堂に出展する国際展示会。全国各地のホームセンター・アウトドアショップ・園芸店などの流通関係者やキャンプ場・設計事務所・造園業者の方々が来場する商談会。

参加事業者数：200社（R04年参考）

来場者実績：32,863名（3日間合計、R04年参考）

ウ・スーパーマーケットトレードショー

概要：スーパーマーケットを中心とする食品流通業界に最新情報を発信する商業展示会。小売業をはじめとする卸・商社・就職・外食などから多数のバイヤーが来場する日本最大級の商談展示会。

参加事業者数：2,046社（R05年参考）

来場者実績：62,525名（3日間合計、R05年参考）

④DXに向けた取組支援（BtoC）

商工会が、DXに向けた取組を活用して販路開拓に挑む小規模事業者に対し、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する。

【想定される支援内容】

- ・SNSやSEO対策等、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
- ・ECサイト利用・自社ネットショップ開設に伴う課題解決に向けた専門家等派遣事業を活用した支援

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

[現状]年に1度、外部評価委員会を開催し、詳細な各事業の内容について評価及び検証までし、次年度の事業方針、目標まで十分検討している。

[課題]今までの方式を継承し、PDCAサイクルを適切に回し、毎年度事業実施状況について検証・見直しを適切に実施する。

(2) 事業内容

○商工会事務局長、愛川町商工観光課担当、清川村村づくり観光課担当、法定経営指導員、外部有識者として日本政策金融公庫国民生活事業担当者等をメンバーとする「外部評価委員会」を年1回開催し、事業の評価及び見直しをPDCAサイクルに沿って、5段階評価にて適切に行い、次年度への改善対応を図る。

○当該外部評価委員会の評価結果は、役員会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、HPへ掲載（年1回）することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

①実績報告書作成：4月 愛甲商工会事務局

当会の経営発達支援事業の進捗状況、実績、今後の見込等を確認するチェックリストを作成し、計画値を下回っている項目に対してはその原因を検証する。今後の指導、助言方法の変更や改善策等を検討し、取りまとめ実績報告書を作成する。

②外部評価：5月 外部評価委員会

実績報告書作成後に外部評価委員会を開催する。委員会による評価と指摘に基づき、指導や助言方法、支援計画や支援体制などの見直しを行う。

③承認：6月 愛甲商工会理事会

当会が招集する理事会に、実績報告及び外部評価、是正処置を報告し、理事の評価、指摘、講評と承認を受ける。

④実績報告書公表：7月 愛甲商工会事務局

本会理事会の承認後に実績報告書を本会の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。

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、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されておらず、課題となっている。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員及び支援職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業大学校の主催する「中小企業支援担当者等研修会」及び神奈川県商工会連合会主催の「経営指導員等研修会」に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

又、OJTや職員会議、新規法令の施行改正の機会を利用し、都度、各職員間で不足してい

る能力を特定し合うルールを策定しておき、それを補うための研修へ優先して参加するようにする。

【D X推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の事業者のD X推進への対応にあたっては、経営指導員及び支援職員のI Tスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなD X推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

＜D Xに向けたI T・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

R P Aシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のI Tツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、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

ホームページ等を活用した自社P R・情報発信方法、E Cサイト構築・運用
オンライン展示会、S N Sを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

ウ) その他取組

オンライン経営指導の方法等

②受講内容の共有化

経営指導員及び支援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記載した復命書及びテキストの綴りを一定期間、共有化した場所に保存し、受講者以外の職員も必要に応じて確認、学びができるようにする。

受講内容の重要度に応じて、随時、経営指導員研修会等へ出席した職員が講師を務め、ミーティングを開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

③O J T制度の導入

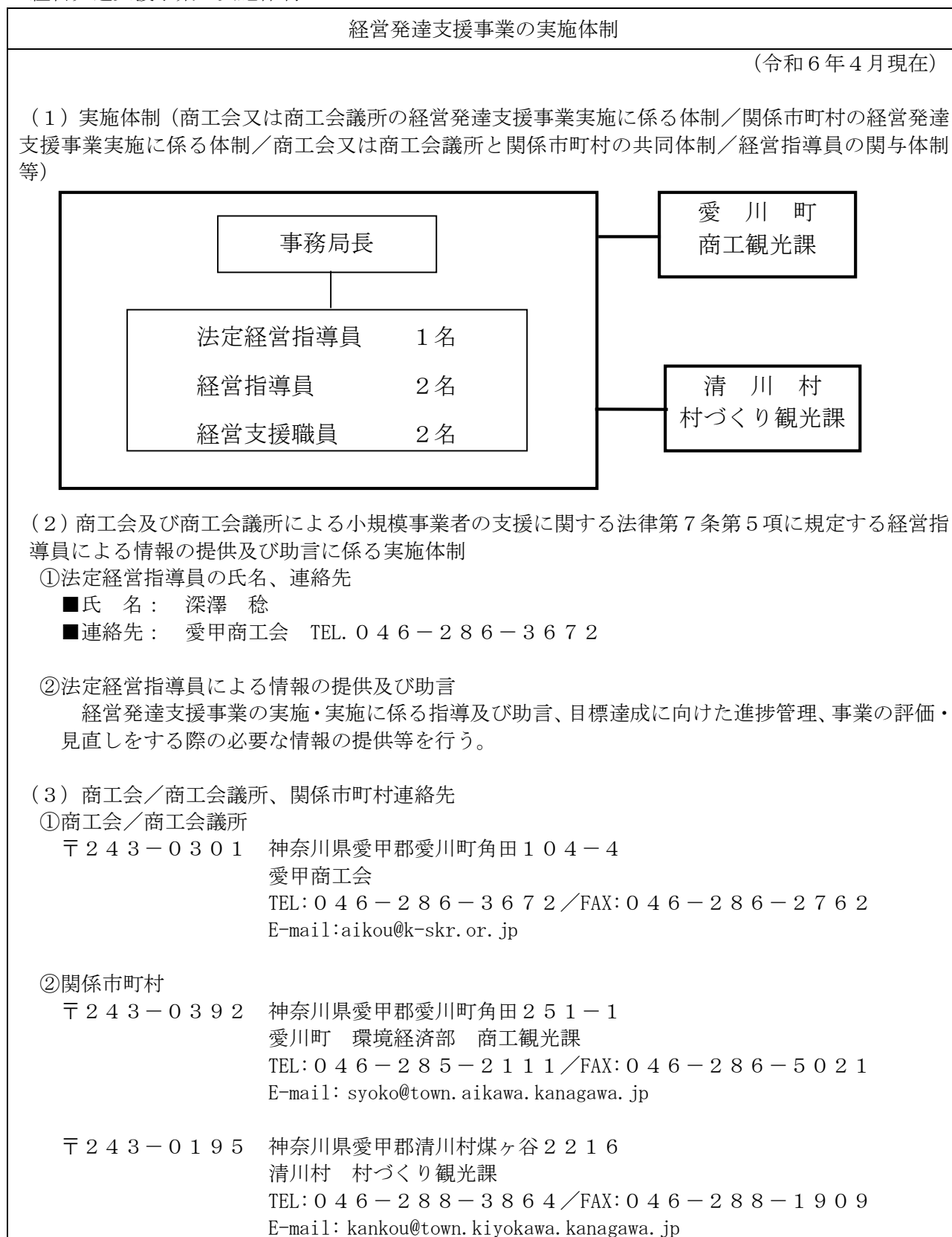
支援経験の豊富な経営指導員と支援職員とが随時チームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したO J Tを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

④データベース化

担当経営指導員等が基幹システムや経営支援システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
必要な資金の額	3,410	3,410	3,410	3,410	3,410
○専門家派遣費	1,260	1,260	1,260	1,260	1,260
○セミナー開催費	200	200	200	200	200
○展示会出展費	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
○事業評価委員会運営費	50	50	50	50	50
○資質向上対策費	200	200	200	200	200

(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、町補助金、会費、手数料収入等

(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

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	