

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>津久井商工会（法人番号 8021005003136） 相模原市（地方公共団体コード 141500）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和6年4月1日から令和11年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p><b>経営発達支援事業の目標</b></p> <p>① <b>地域小規模事業者の経営改善支援と創業及び第二創業支援の強化</b>          ・消費者行動の変化に対応する事業計画策定・事業計画策定後の事業展開を支援することで地域経済の活性化を図ります。</p> <p>② <b>成果に直結した需要開拓支援</b>          ・小規模事業者のデジタル技術の活用や商店街などの活性化に務め、新たな需要開拓に対する伴走型支援を実施します。</p> <p>③ <b>地域固有の食材の活用や体験・交流型観光を推進による地域経済活性化</b>          ・農産品を中心とした地域ブランドの確立（事業者との連携）を目指し、観光産業の活性化を図ります。          ・緑区の有する豊かな水源地域の自然や歴史・文化など、地域資源を生かした周遊型交流観光のビジネスを推進します。</p>
<p>事業内容</p>	<p><b>I. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p>3. 地域経済動向調査に関すること          ・地域経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）</p> <p>4. 需要動向調査に関すること          ・展示会・商談会等を活用した調査研究・商品開発事業</p> <p>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</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること          ・事業計画策定支援          ・各種セミナーの開催</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること          ・事業計画のフォローアップ（計画策定を支援した事業者を対象）</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること          ・展示会・商談会の出展支援          ・IT活用・DXセミナー後の実行支援</p>
<p>連絡先</p>	<p>津久井商工会          〒252-0157 神奈川県相模原市緑区中野 1029          TEL: 042-784-1744 FAX: 042-784-3622          相模原市環境経済局産業支援課          〒252-5277 神奈川県相模原市中央区中央 2-11-15          TEL: 042-769-8237 FAX: 042-754-1064</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 地域の現状

##### (ア) 地域の概要

相模原市緑区津久井地区は市西方に位置し、人口は約 22,841 人(令和 5 年 8 月 1 日現在)、まちづくり区域としては最大の 122.04 平方キロメートルの面積を有しています。道志川、串川の清流、首都圏の水がめとして重要な機能を担っている津久井湖、宮ヶ瀬湖、奥相模湖といった湖を有し、県内最高峰の蛭ヶ岳のほか丹沢山等の高峰に囲まれる水とみどりにあふれた地区です。

津久井地区は、古くから商業の中心で住宅地の広がる中野・三井地区、愛川町に接し工業団地のある串川地区、バスターミナルがあるなど交通の要所である中央地区、清川村に接し宮ヶ瀬湖など観光地がある鳥屋地区、清流道志川沿いにあり農業が盛んな青野原地区、山梨県に接し豊かな自然と温泉やキャンプ場が特徴の青根地区で構成されています。

住民の「自治会などのコミュニティ活動」に対する意識は高く、防災、防犯、交通など安心・安全のまちづくりに向けた主体的な取り組みが推進されています。

また、さがみ縦貫道路相模原 IC の開通、津久井広域道路、リニア中央新幹線関東車両基地などの整備や 2020 TOKYO オリンピック自転車ロードコースが当管内を通過するなど、首都圏南西部における広域交流拠点都市や国際都市として計り知れないポテンシャルを有する地域であり、新たなまちづくりが期待される一方で、高齢化が進行し過疎化の懸念が生じる地区があるなど、多様な姿を持つ地区といえます。

写真：津久井湖 左・宮ヶ瀬湖 右 など豊かな水資源を有する津久井地区



◎相模原市緑区

- ・橋本地区
- ・大沢地区
- ・城山地区
- ・津久井地区
- ・相模湖地区
- ・藤野地区

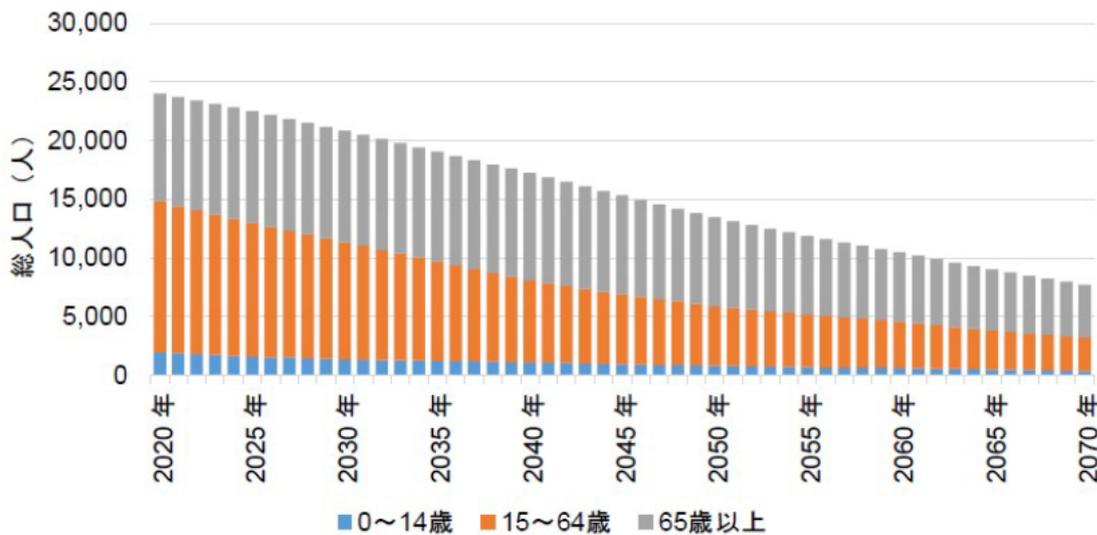
(イ) 人口と世帯数

令和2年国勢調査に基づく相模原市の将来人口推計によると、津久井地区の人口は、2020年の24,002人から減少を続け、2070年には7,183人になると予測されます。0～14歳人口は大幅に減少し、2070年には299人で構成比4.2%になると予測されます。15～64歳人口も同様に減少を続け、2070年には2,231人で構成比31.1%になると予測されます。

65歳以上人口は増加し、2030年に9,617人でピークを迎えます。その後は減少し2070年には4,653人で、構成比64.8%になると予測されます。

世帯数について、10,083世帯となっていますが、将来人口推計値が減少となっているため、必然的に世帯数も減少していくことが予想されます。

図表：津久井地区人口推移



(出所：令和2年国勢調査に基づく相模原市の将来人口推計)

図表：緑区地区別人口と世帯数 (単位：人 令和5年8月1日現在)

緑区

区分	世帯数	人口(総数)	人口(男)	人口(女)	前月差引 人口増減	人口密度	人口分布 (%)
橋本地区	36,609	73,752	37,123	36,629	5	9,516	44.0
大沢地区	13,634	32,694	16,342	16,352	-2	4,291	19.5
城山地区	9,956	23,162	11,525	11,637	-34	1,163	13.8
津久井地区	10,083	22,841	11,511	11,330	-22	187	13.6
相模湖地区	3,345	7,236	3,716	3,520	-14	229	4.3
藤野地区	3,188	8,085	4,043	4,042	-24	124	4.8

(出所：相模原市 <https://www.city.sagamihara.kanagawa.jp/>)

## ② 地域事業所の概況

### (ア) 産業の構造について

相模原市における産業構造における事業所総数は、令和3年の経済センサスによると、22,055事業所で平成28年に比べて98.1%となり減少しています。産業の構成比は、第1次産業が0.3%、第2次産業が20.1%、第3次産業が79.6%となっています。

産業・業種別従業員数では263,504人で、その構成比は第1次産業が0.3%、第2次産業が20.6%、第3次産業が79.1%となり、第3次産業が多くを占めています。その中でも「卸売・小売業・飲食店」が多くなっています。

図表：相模原市産業・業種別事業所数（令和3年度版相模原市統計書、令和3年経済センサス）

産業別	業種別	平成21年	平成24年	平成26年	平成28年	令和3年
総数		25,287	23,124	24,010	22,480	22,055
第1次産業	農林業	83	72	79	73	79
第2次産業	鉱業	3	1	2	3	3
	建設業	3,097	2,771	2,739	2,582	2,588
	製造業	2,279	2,089	2,097	1,968	1,836
第3次産業	電気・ガス・熱供給・水道業	18	4	19	5	22
	運輸業・通信業	856	753	784	764	813
	卸売・小売業、飲食店	8,401	7,736	7,795	7,482	6,563
	金融・保険業	242	227	227	231	238
	不動産業	2,397	2,241	2,219	1,871	1,869
	サービス業	7,808	7,230	7,947	7,501	7,945
	公務	103	-	102	-	99

図表：相模原市産業・業種別従業員数（令和3年度版相模原市統計書、令和3年経済センサス）

産業別	業種別	平成21年	平成24年	平成26年	平成28年	令和3年
総数		269,706	240,371	265,283	248,832	263,504
第1次産業	農林業	991	1,028	1,004	786	811
第2次産業	鉱業	26	13	6	45	69
	建設業	19,308	16,889	16,962	15,774	15,606
	製造業	44,327	40,637	40,609	41,477	38,567
第3次産業	電気・ガス・熱供給・水道業	842	413	752	241	713
	運輸業・通信業	19,207	16,629	17,969	18,579	18,022
	卸売 小売業、飲食店	76,557	72,183	77,917	73,767	66,286
	金融・保険業	3,103	3,012	3,074	3,150	3,090
	不動産業	7,288	7,994	7,115	6,619	7,029
	サービス業	93,126	815,736	94,783	88,394	105,382
	公務	4,931	-	5,092	-	7,929

一方で津久井地区の商工業者総数は、平成 28 年 1,075 者に対して令和 4 年は 964 者（89.6%）となっており、減少傾向にあります。業種別にみると唯一サービス業が 11 者増加していますが、他の業種については全て減少しています。サービス業の増加の理由は、デイサービスや福祉施設などが増加した要因であると考えられます。

図表：津久井地区商工業者の業種別内訳（商工会連合会実態調査より抜粋 単位：者）

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	サービス業	その他	商工業者数計
R4年	175	179	33	155	96	219	107	964
H28年	217	182	39	183	112	208	134	1075

※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・保険業、不動産業）

図表：津久井地区商工業者の小規模事業者数内訳（商工会連合会実態調査より抜粋 単位：者）

	R4年	比較	H28年
商工業者数	964	89.6%	1075
小規模事業者数	823	88.8%	926
うち従業員5人未満事業者数	747	93.7%	797

### （イ）津久井地区事業所の概要

相模原市津久井地区では商業、工業、観光、農業、林業などが盛んで中心でした。近年は交通インフラ整備によるさみ縦貫道路相模原インターチェンジから津久井広域道路などの建設により金原地区工業団地に産業集積が図られ、企業や工場の新設など地域に産業雇用を生み出す建設業や製造業が多く集積しています。

津久井地区で生産される津久井の組紐は大正時代から当地に製紐業として地場産業に定着し、かながわの名産 100 選に選定され、世界的にも高い評価を受け国内シェア 60%を誇る企業も存在しています。

また、商業では古くから店舗を構える小売業など小規模事業者の減少が顕著にみられ、地元ではなく周辺商業地へ購買力が流出し、経営者の高齢化も伴い商業機能の低下が進んでいます。

また、高齢者人口が増加する中、福祉施設や介護サービス事業者が増加傾向にあり全体的にサービス業を押し上げています。津久井地区の中山間地の特性を生かした持続可能な農業振興により地産地消や市内農産物ブランド化が推進され、若手農業経営従事者が増加しています。

図表：津久井の組み紐



### ③ 津久井商工会の現状

#### （ア）津久井商工会の現状

津久井商工会の創立は昭和 36 年 3 月で、総会員数 584 名（令和 5 年 3 月 31 日現在）、組織率は 51.45% の地域経済総合団体です。管轄地区は（緑区）三井、太井、中野、又野、三ヶ木、青山、長竹、根小

屋、鳥屋、青野原、青根になります。現在の職員数は5名でそのうち事務局長1名、経営指導員1名、経営支援担当職員1名、パート2名で構成しています。

令和5年度（平成6年3月31日）は役職員1人あたり1名の増強運動を展開しており、総会員数614名63.69%（定款・特別会員を含む）を目標値として設定しました。管内の事業者数は減少していく中で、商工会の総会員数及び組織率はここ数年微減もしくは横ばいの推移を続けています。

業種別内訳の構成比では建設業、サービス業、製造業、小売業の順番で高い構成となっています。従業員規模では「0人」から「1～2人」「3～5人」で92%を占めており、商工会会員の殆どが小規模事業者になります。

図表：津久井商工会総会員数及び組織率内訳（単位：者）

年度	H26年	H27年	H28年	H29年	H30年	H31年	R2年	R3年	R4年
総会員数	654	634	620	612	593	584	578	574	584
【内訳】 普通会員	561	537	522	514	503	496	490	485	496
【内訳】 特別・定款会員	93	97	98	98	90	88	88	89	88
組織率 (%)	52.18	49.95	48.56	53.32	52.18	51.45	50.83	50.31	51.45

※組織率はH29年-R4年までは平成26年度経済センサス活動調査964地域商工業者数を基準とし、H26年-H28年までは平成21年度経済センサス活動調査1,075地域商工業者数を基準に算出。

【普通会員／地域商工業者数＝組織率（%）】

図表：津久井商工会員の業種別内訳（令和4年度商工会連合会実態調査 単位：者）

業種	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	サービス業	その他	計
会員数	124	84	12	82	45	106	32	485
構成比	25.5%	17.3%	2.5%	16.9%	9.3%	21.9%	6.6%	100%

※その他（鉱業、電気・ガス・水道業、運輸・通信業、金融・保険業、不動産業）

図表：津久井商工会員の従業員規模別内訳（令和4年度商工会連合会実態調査 単位：者）

従業員規模	0人	1～2人	3～5人	6～20人	21～50人	51～100人	101人以上	計
会員数	85	320	41	29	6	3	1	485
構成比	17.5%	66.0%	8.5%	6.0%	1.2%	0.6%	0.2%	100%

### （イ）経営改善普及事業実績の推移

経営改善普及事業としては巡回・窓口指導、各種講習会等の開催を行い伴走型支援の継続により一定の成果がありました。

指導実績は、過去3年間の津久井商工会の経営指導員等による3名の指導件数です。令和4年度の巡回指導及び窓口指導件数が減少している主な要因としては、コロナ禍での指導内容の変化が大きく関係しています。過年度と比較すると、令和4年度は事業者給付金やコロナ関係融資案件の窓口相談件数が大幅に減少した結果になっています。

令和4年度の講習会等の実績は、税務、IT、啓発などをテーマに46回開催出来ましたが、これは令和2-3年度に関してコロナの影響で中止を余儀なくされ、過去対比としては集団講習会回数にともない参加人数が増加した結果です。

図表：津久井商工会支援実績

	経営指導員事業			講習会等		
	巡回指導	窓口指導	合計	集団指導	個別指導	合計
令和2年度	807件	2,159件	2,966件	76人	401人	477人
令和3年度	995件	2,974件	3,969件	82人	370人	452人
令和4年度	642件	1,754件	2,396件	194人	382人	576人
合計	2,444件	6,887件	9,331件	352人	1,153人	1,505人

(ウ) 中小企業景況調査における津久井地区の企業アンケート調査

中小企業景況調査における津久井地区の企業への調査結果をまとめ、地域の状況を把握し、経営発達支援計画における支援策を具体化するための一助としました。中小企業景況調査は全国の商工会地区に地域経済観測点を設置し、地域の産業の状況や経済動向等について一定時期ごとに調査し、実態等把握をしたものです。経営改善普及及事業への指標として津久井地区の実施結果を一部抜粋しました。(調査業種：製造業・建設業・小売業・サービス業)

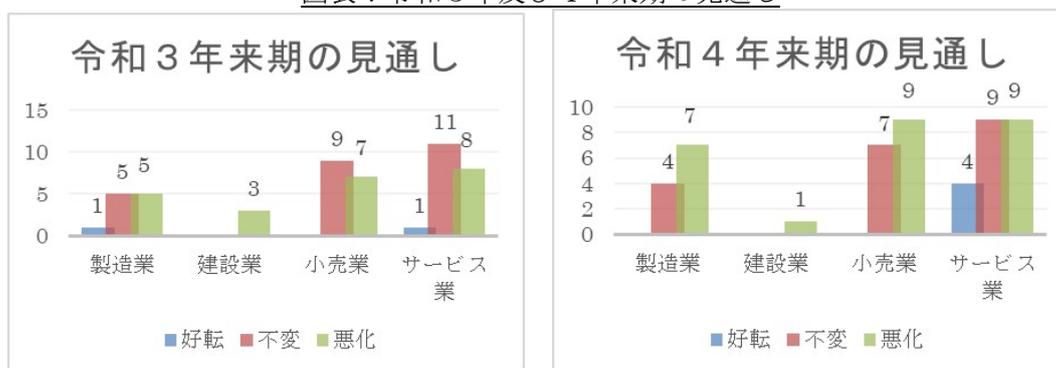
中小企業景況調査：津久井地区地域企業まとめ 合計 15社

- ・実施時期：令和2年～令和4年【年4回】 ・回収数：180件【15社×4回×3年】
- ・内訳：製造業4社(株1個人3)、建設業1社(個人1)、小売業4社(有1、個人3)  
サービス業6社(株2、個人4)

・今後の見通し

業績は現状維持若しくは悪化の回答が非常に高い割合を占めています。サービス業では令和4年に「好転」の見通しもみられますが、飲食店がコロナの影響緩和を鑑み、利用客増を見込んだことが推測されます。引続き、小規模事業者は厳しい経営環境の中にあることが窺えます。

図表：令和3年及び4年来期の見通し



・経営上の問題点

直近での景況調査による「経営上の問題点」を産業別にみると、「製造業」では「人件費の増加」が最も高く、「建設業」では「大企業の進出による競争の悪化」「民間需要の停滞」「官公需要の停滞」「小売業」では「需要の停滞」「購買力の他地域への流出」の影響による割合が最も高くなっています。「サービス業」では「材料等仕入単価の上昇」の割合が最も高く、次いで「店舗施設の狭隘・老朽化」の割合も高くなっています。

図表：令和4年 経営上の課題（上位3つ回答）

業種	経営上の問題点	回答	構成比
製造業	人件費の増加	8	27.6%
	生産設備の不足・老朽化	5	17.2%
	原材料費・人件費以外の経費の増加	5	17.2%
	製品ニーズの変化への対応	3	10.3%
	製品（加工）単価の低下・上昇難	3	10.3%
	需要の停滞	3	10.3%
	原材料の不足	1	3.4%
	取引条件の悪化	1	3.4%
	計	29	100.0%

業種	経営上の問題点	回答	構成比
建設業	大企業の進出による競争の悪化	4	33.3%
	民間需要の停滞	4	33.3%
	官公需要の停滞	3	25.0%
	取引条件の悪化	1	8.3%
	計	12	100.0%

業種	経営上の問題点	回答	構成比
小売業	需要の停滞	11	29.7%
	仕入単価の上昇	7	18.9%
	購買力の他地域への流出	10	27.0%
	消費者ニーズの変化への対応	4	10.8%
	同業者の進出	4	10.8%
	大型店・中型店の進出による競争の激化	1	2.7%
	計	37	100.0%

業種	経営上の問題点	回答	構成比
サービス業	材料等仕入単価の上昇	21	35.0%
	店舗施設の狭隘・老朽化	9	15.0%
	利用者ニーズの変化への対応	8	13.3%
	人件費以外の経費の増加	7	11.7%
	従業員の確保難	4	6.7%
	人件費の増加	4	6.7%
	利用料金の低下・上昇難	4	6.7%
	金利負担の増加	1	1.7%
	新規参入業者の増加	1	1.7%
	その他	1	1.7%
計	60	100.0%	

#### ④ 相模原市の取り組みについて

##### （ア）相模原市緑区津久井地区における基本計画

###### ・産業

圏央道相模原インターチェンジの開通及び津久井広域道路の一部開通により、交通アクセスの利便性が向上したことで、周辺の産業拠点の更なる活性化が期待されています。また、株式会社さがみはら産業創造センターや商工会議所、商工会等と連携した中小企業への支援がより一層求められています。さらに、人口減少が進行することで、地域の活力が失われることや地域コミュニティの維持が難しくなることが懸念されることから、地域の特性を生かした雇用の場を創出するなど、地域活性化に向けた取組が求められています。

###### ・観光

緑区の有する豊かな水源地域の自然・歴史・文化などをより魅力的なものとし、地域資源を生かした体験・交流型観光を推進するとともに、リニア中央新幹線の駅や車両基地の設置を見据えながら、地域の観光資源をネットワーク化することで、観光客の周遊性の向上やインバウンド観光の促進を図ることが求められています。

###### ・商業

大規模小売店舗の出店により買物が便利になった一方で、商店街における買物客の減少、個人商店の後継者不足、インターネット通販の発達などによる消費行動の変化への対応といった課題があります。そこで、対面販売による住民とのつながりなど個人商店の魅力高めるとともに、創業支援を行うなど、商店街などの活性化に努める必要があります。

###### ・農林業

担い手の高齢化や後継者不足、休耕地や耕作放棄地の増加、山林の荒廃化が大きな課題になっています。このため、担い手の育成・確保を図るとともに、販路の拡大や地域農産物のブランド化などによる地産地消の推進により、持続可能な農林業を確立することが求められています。

#### (イ) さがみはら産業振興ビジョン 2025

相模原市は「さがみはら産業振興ビジョン 2025」を策定しています。この計画の一役を担えるように、相模原市産業支援課と適切な個社支援の在り方についてなどの議論を重ね、本計画である経営発達支援計画を作成しています。

以下、相模原市が目指す産業像と4つの戦略（「さがみはら産業振興ビジョン2025」より抜粋）

##### <目指す産業像>

「世界に向けて、新たな価値と魅力を創造・発信し、未来を拓くさがみはら」  
内陸工業都市として発展してきた本市には、高度な技術力を有する産業集積基盤があり、市外はもとより海外において市場を獲得している多くのものづくり企業が存在します。また、今後は、安定した地盤とともに広域交通ネットワークの更なる充実により、そのポテンシャルを生かした成長産業の集積がますます期待される所です。こうした工業を中心とした産業の活性化により、高生産性や高付加価値などの新たな価値を創造します。

一方、津久井地域との合併により、本市は、良好な住環境と豊かな自然といった多様な地域性をもつ都市となりました。市外への購買力の流出など商業・サービス業の基盤が決して強いとはいえない本市が、合併により豊かな自然などの多様な地域資源を有したことは、産業の活性化に大きな可能性をもたらすものです。こうした地域資源を活用した商業・サービス業の革新や広域交流拠点都市としてのポテンシャルを生かした業務機能の集積促進により、新たな魅力を創出します。

さらに、グローバル化やICTの発展、ロボットや水素エネルギー等成長分野の台頭など、急激に変化する社会経済環境において、競争力をより強化し、市内経済の更なる発展につなげるためには、業種の垣根を超えた新ビジネスや新産業の創出が求められます。こうした様々な産業の連携・交流を通して価値や魅力をより高め、効果的に発信することにより、海外市場の獲得や国内外からの産業集積を促すとともに、ビジネスや観光等を目的とした国内外からの訪問客の増加を目指します。

本市が、将来に向けて発展し続けるためには、その基盤となる経済の発展が欠かせません。首都圏南西部の広域交流拠点を目指す本市の50年、100年先を見据え、将来に向けて持続可能な都市経営を実現するため、本市を取り巻く社会経済環境の変化や本市産業の現状・課題を踏まえつつ、上記の考え方を基に、目指す産業像を「世界に向けて、新たな価値と魅力を創造・発信し、未来を拓くさがみはら」と決めました。

##### <4つの戦略>

##### ◎戦略1：業種を超えた仕組みの構築による新産業の創出

ものづくりからサービスの提供まで、業種の垣根を超えた仕組みの構築により、時勢を捉えた新産業を創出します。

##### ◎戦略2：成長産業の集積とイノベーションによる価値の創造

成長産業の集積を促進し、より強固な基盤を形成するとともに、イノベーションにより、成長分野の市場開拓や既存産業の強みを生かした新たな価値を創造し、生産性の向上を図ります。

##### ◎戦略3：地域資源の活用による魅力の創出とブランド確立

豊かな自然等の多様な地域資源を活用して、新たな魅力を創出するとともに、暮らしやすさを維持向上させ、それらの「相模原らしさ」を効果的に発信することにより、さがみはらブランドを確立します。

##### ◎戦略4：産業を支える基盤づくりの推進

雇用の創出や人材の確保・育成、利便性の高い都市基盤の整備、効果的な情報発信等、市内産業の持続可能な成長と発展に資する基盤づくりをハード・ソフトの両面から推進します。

⑤ 津久井地区の課題

(ア) 津久井地区の現状

津久井地区と事業所の現状や課題を考察してきました。これをベースに SWOT 分析し現状整理を以下にまとめました。

津久井地区と事業所の現状整理	
S 強 み	<input type="checkbox"/> 水源地として魅力ある自然文化が存在 <input type="checkbox"/> 登山やアウトドアが楽しめる地が多数 <input type="checkbox"/> 豊かな山林資源（津久井産間伐材使用等）有効利用が可能 <input type="checkbox"/> 道志川や串川などの清流水資源の有効利用が可能 <input type="checkbox"/> 東京、横浜から約 1 時間県内の距離に位置している立地
W 弱 み	<input type="checkbox"/> 高齢化・過疎化 <input type="checkbox"/> バス路線の廃止、本数の減少 <input type="checkbox"/> 後継者不足 <input type="checkbox"/> 買い物者の地域外への流失 <input type="checkbox"/> 小売店の生鮮食品の市場の閉鎖 <input type="checkbox"/> 商店街など小売業を中心に商業機能が低下し、地域コミュニティが失われている <input type="checkbox"/> 工業は地域の需要がなく市外に流出しているため、市内では下請け単価の低い状態が続く <input type="checkbox"/> お土産品としての特産品が少ない
O 機 会	<input type="checkbox"/> 津久井大豆、菊芋など地場産農産物の活用 <input type="checkbox"/> 圏央道相模原インターチェンジが開通 <input type="checkbox"/> リニア中央新幹線の車両基地設置による観光需要 <input type="checkbox"/> 広域道路が整備され交通利便性が極めて高い地域 <input type="checkbox"/> 相模原 IC 周辺新拠点まちづくり推進計画による産業集積・農業振興の整備 <input type="checkbox"/> 空き店舗活用
T 脅 威	<input type="checkbox"/> 地域の人口減少と急激な高齢化 <input type="checkbox"/> 後継者不足 <input type="checkbox"/> 小売店の購買力が低下 <input type="checkbox"/> 近隣に大型店が進出することで、小売サービス業が多大な影響を受ける <input type="checkbox"/> 圏央道開通による人口の流出 <input type="checkbox"/> 国道 413 号が山中湖に向けて通っているため、当地域は通過地点になっている <input type="checkbox"/> 世界情勢による資材等の物価高騰

これまで記述した内容から小規模事業者の視点で対策が必要な地域の課題を産業・観光でまとめる

まず、人口をみると少子高齢化が進んでおり将来的には人口が減少していく見通しは変わりません。小規模事業者においては高齢化と人口減少への転換に向けた対策が課題となります。

業態別でみると商業では大型店との差別化や新たなニーズへの対応・地域外顧客獲得、工業では下請け企業からの脱却、高付加価値化への対応、働き手不足も懸念され、IT を活用した業務改善など将来的にはDXによる社会経済の変化も予測されます。

ここ数年、事業者の高齢化にともない廃業が増加する中、創業促進や事業承継対策も重要な視点となります。

観光面では魅力ある観光資源の有効活用、貴重な地場産物が存在するものの活用手段に乏しく、特に観光＋農商工連携の推進や地域特産品等の「津久井ブランド」活性化が今後の課題となります。

(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

このような状況を踏まえ10年程度の方向性を見据えた小規模事業者の振興のあり方として、「地域小規模事業者の経営改善支援の強化」、「成果に直結した需要開拓支援」は必須であり、地域総合経済団体及び小規模事業者支援機関として、小規模事業者に寄り添い、「経営力再構築伴走支援」により将来にわたって持続的に発展できるよう支援が求められます。

そのために、従来以上に神奈川県や相模原市など行政機関、小規模事業者の支援機関、地域の団体等との連携を強化し、支援体制の再構築が必要です。相模原市の行政方針等に沿いながら、地域小規模事業者への支援を単発支援から継続的な総合的な支援へと拡大し、継続的・横断的な支援ができるような体制として、神奈川県商工会連合会、神奈川県産業振興センター、神奈川県よろず支援拠点、神奈川県事業承継・引継ぎ支援センター、公益社団法人相模原市観光協会、一般社団法人津久井観光協会及び地域金融機関等の連携を横断的に広げ、経営改善普及事業、地域総合振興事業を有機的に組み合わせ一貫した支援として提供することで、津久井地域の小規模事業者への支援効果を向上させます。

## ② 相模原市総合計画との連動性・整合性

本計画と「さがみはら産業振興ビジョン 2025」は、次の点で連動性・整合性があると考えます。当商工会としては、地域の総合経済団体として、目指すべき方向性を共有し連携しながら小規模事業者支援を実施し、地域振興を行っていきます。

### 【戦略2】成長産業の集積とイノベーションによる価値の創造

本計画において、既存産業の強みを生かした経営や、生産性の向上を図るための経営改善支援を行う点が連動しており整合性があります。

### 【戦略3】地域資源の活用による魅力の創出とブランド確立

本計画において、地域資源を活用する調査の実施や、地域資源を活用した商品開発・需要開拓の機会の提供を行う点が連動しており整合性があります。

## ③ 津久井商工会としての役割

経営改善普及事業では従来からの税務や金融労務等の基本的支援に対応しながら事業計画策定や各種補助金活用など多岐に渡り支援を巡回・窓口指導により実施をしてきました。とりわけ小規模事業者にとっての信頼できる良きパートナーとして地域事業者を元気が出る事業所へと導き、個店に寄り添った伴走支援を行っていくことが大きな役割です。

成果に直結した需要開拓支援ができること、地域経済の活性化に直接的な貢献ができる存在となること、また、人口減少と急速な高齢化が深刻な津久井地区において、地域内外からの就農支援として農業創業者を歓迎するとともに、若手やシニアの創業支援を強化します。この際、既に農業・農産などに精通している地域住民との協働ができるマッチングの機会を作ること、更に地元地域の素材を活用した新商品開発等、津久井地区を活性化して行くために、津久井商工会に課せられた役割は非常に大きいと考えます。

### (3) 経営発達支援事業の目標

津久井商工会では相模原市の施策や津久井の地域計画に足並みを揃え、10年後の津久井を見据え、経営発達支援事業において、経営力再構築伴走支援を実践し、今後5年間に渡り3つの目標を掲げていきます。

#### 【目標①】

### ① 地域小規模事業者の経営改善支援と創業及び第二創業支援の強化

・消費者行動の変化に対応する事業計画策定や円滑な事業承継に向けた計画的な取組み、事業計画策定後の事業展開を支援することで地域経済の活性化を図ります。

【目標②】

**② 成果に直結した需要開拓支援**

・小規模事業者のデジタル技術の活用や商店街などの活性化に務め、新たな需要開拓に対する伴走型支援を実施します。

【目標③】

**③ 地域固有の食材の活用や体験・交流型観光を推進による地域経済活性化**

・農産品を中心とした地域ブランドの確立（事業者との連携）を目指し、観光産業の活性化を図ります。

・緑区の有する豊かな水源地域の自然や歴史・文化など、地域資源を生かした周遊型交流観光のビジネスを推進します。

## **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

**【目標①達成に向けた方針】**

### **① 経営改善支援**

経営指導員等の支援力を向上させ、各中小企業支援策を提供しうるコーディネート機能および専門性の高いコンサルティング機能を強化し、小規模事業者の持続的発展に貢献可能な体制を確立します。

経営指導員が中心となって、小規模事業者に寄り添いながら事業者との対話と傾聴を通じ、真の問題点を事業者自らが認識し、顕在化した課題を解決するため、実行可能性・実施効果の高い生きた事業計画を策定するとともに、環境変化に対応する事業計画の随時変更等のフォローアップまで一貫した経営力再構築伴走支援を実現します。

### **② 創業及び第二創業支援**

創業及び第二創業支援においては、行政や関係機関（日本政策金融公庫・地域金融機関、事業承継・引継ぎ支援センター）と連携し、広報、リーフレット、ホームページなどを通じて周知し、希望者のニーズに応じた一貫した支援体制を整え、ワンストップ相談窓口の設置、創業セミナーや第二創業セミナーの開催、異業種販路開拓などサポートの充実を図っていきます。

**【目標②達成に向けた方針】**

### **① 需要開拓機会の創出**

「かながわ商工会まつり」や津久井商工会主催の「津久井やまびこ祭り」などの販売機会の提供を行います。加えて継続的な賑わい創出に繋げる新たなPRや活性化策を掲げ、個店の魅力度アップに努める取り組みを支援します。その他の販路開拓支援においては、フードセレクション・日本全国物産展・テクニカルショウヨコハマなどの展示会への参加、全国商工会連合会が主催する「buyer's room」などの機会創出を提案し、支援機関と連携して行います。

### **② デジタル化・IT化を組み込んだ需要開拓の取り組み支援**

DXに向けたITへの意識を醸成させSNSやECサイトなどの活用促進を図り、構築から運用までスムーズな支援を、専門家や行政、関係機関と連携して行っていきます。

**【目標③達成に向けた方針】**

### **① 地域ブランドの確立**

当地域特有である「津久井城ブランド」の活性化、津久井産農産物資源を有効活用したブランド化を行っていきます。商工会のネットワークを最大限に活用し、観光・農業・商業・工業など事業者との連携を通じて、神奈川つくい農業協同組合や行政関係機関とも連携を図り、外部専門家を活用しながら地域活性化を図っていきます。

### **② 体験・交流型観光を推進するための研究会**

相模原の自然を有効活用するために、観光事業者など地域事業者を中心に、専門家や公益社団法人相模原市観光協会や一般社団法人津久井観光協会など関連機関と連携して、新たなビジネス機会を創出するための議論を活性化させていきます。津久井エリアの魅力ある地域づくり推進のための研究会や勉強会などを実施していきます。

## 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】

これまで四半期ごとに業種を分けて全国商工会連合会が行う中小企業景況調査を会員対象に行ってきたが、回答集計による実績や今後の見通しを単に対象事業者の結果報告（公表）をしているのみであり、データを活用した地域経済動向の特性を十分な情報資料として提供に至っていないのが現状です。

##### 【課題】

経営環境が大きく変化することが予測される中、近隣を商圈とする多くの小規模事業者がどのように基礎資料として活用すべきか課題があり、調査項目等を見直しすることが求められています。

地域経済動向調査を社会経済や事業者の特性に見合った分析項目を設定することで、一層の経営改善が図れるものと言えます。そのための絞り込んだ基礎資料を考案し、広く小規模事業者に周知していく必要があります。

#### (2) 目標

項目	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
地域経済動向分析 公表回数	HP掲載 機関誌	1回	1回	1回	1回	1回	1回

#### (3) 事業内容

事業名	地域の経済動向分析（国が提供するビックデータ活用）
目的	地域の小規模事業者に地域経済状況について、環境の変化等の気づきを与え、業種ごとの課題解決支援に繋げていく際の基礎資料とします。
調査内容	地域の小規模事業者に活用してもらいたい項目として分析し、レポートにまとめた上で公表します。
調査を行う項目	売上・仕入額、営業利益率、従業員、資金繰り、設備投資、業況、商圈、新商品サービス、経営者の年齢、後継者等。
調査の手段・手法	管内の動向調査（当会独自調査）については経営指導員が巡回訪問等により外部専門家と連携し、項目を絞り込んだフォーマット調査票を作成し、情報収集に努め調査分析を行い提供します。
調査結果の活用方法	当会ホームページや巡回・窓口指導時に分析結果を周知し、業種ごとの課題解決支援に繋げていく。また、事業計画策定時の環境分析等基礎資料とします。

### 4. 需要動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

##### 【現状】

新しい商品やサービスの開発を検討している事業者に対しては商工会ネットワークを利用した商談会や展示会など情報提供を促しているが、実際に参画する事業者も減少傾向にあり、収集提供など支援の方向性やあり方をもう一度見直す必要があります。

##### 【課題】

すでに需要が顕在化しており、オリジナリティある技術をあまり必要とせずに創出できる商品・サービスでは、競争優位性を確立しづらい点が課題となります。

自社のプロダクトアウトの視点と乖離しないマーケットインの調査支援やフォローアップも必要であり、地域ブランド力強化としても新たな展開が必要となっている。いかに伴走型で行うか課題があります。

## (2) 目標

項目	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
展示会・商談会等を活用した商品や製品調査対象事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
ブランド品構築調査対象事業者 (津久井城ブランド)	—	1者	1者	1者	1者	1者

## (3) 事業内容

事業名	展示会・商談会等を活用した調査研究・商品開発事業
目的	小規模事業者の中で新たな商品開発等に取り組みチャレンジする者に対して需要動向に対する調査を実施し、販路開拓や事業者マッチングに繋がります。
対象	製造業会員事業者2者・食品事業者1者・地域資源活用(団体)事業者1者
調査の手段・手法	ターゲット顧客ごとに選定、製造業ものづくり事業者には「テクニカルショウヨコハマ」や支援機関による展示会等、商業サービス事業者には「日本全国物産展」「フードセクシオン」等により選定して、イベント出展においては来場者にアンケート調査を実施します。(有効回収数50名) また、全国商工会連合会の販路開拓支援メニューを活用し、バイヤー等との相談機会を創出して調査項目に対する評価も行っていきます。
調査を行う項目	製造業事業者：品質・価格・納期等 他社比較、要望など 商業サービス事業者：価格、味やパッケージ 満足度など
分析の手段・手法	アンケート収集後は経営指導員が項目ごとに抽出し、専門家による分析評価とします。
調査・分析結果の活用	分析結果は、経営指導員がポートにまとめ当該事業者にフィードバックします。その後の個社支援に活用出来るようにデータ化したものを事業者と支援者で共有を図ります。専門家等による分析結果を評価にまとめ、事業者に対し改善点等があれば具体的な解決策の助言を行います。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

小規模事業者の地域に密着した事業展開の強化や、観光客を含む地域外のニーズに応じることによる事業展開とビジネスモデル転換を行うためには、まず事業者自身が、現状を把握するための経営分析が重要であるが、当会ではこれまで経営分析支援において融資や補助金申請の際など専門家を通じて限られた事業者に対して分析を施す状況が多くありました。

#### 【課題】

これまで表面的な分析もみられたことから、今後は事業者との対話と傾聴を通じて、経営の本質的な課題がどこにあるかを事業者が自ら認識することに重点を置き、本質的部分で経営状況を把握するためにそれぞれの事業者に見合った分析手段や手法の確立が課題です。

## (2) 目標

項目	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
経営分析事業者数	38者	40者	40者	40者	40者	40者

## (3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者自らが現状を把握すること目的に、経営分析を実施し、結果を当該事業者にフィードバックし今後の方向性を見い出します。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）で、新たな商品開発事業者や販路拡大を目指す意欲的な事業者
対象事業者の掘り起こし	巡回訪問・窓口相談、各種セミナー開催時に周知し、金融や補助金支援の個社支援の際に経営分析を提案します。
分析の手段・手法・項目	<b>【分析手段】</b> 経営指導員が事業者からヒアリング・提供資料を基に実施します。 特に非財務分析は事業者との対話・傾聴を通じて実施し、項目等により十分な分析が必要な際は専門家派遣を行います。 <b>【分析項目】</b> ・定量分析：「財務分析」直近の3期分の収益性・生産性・安全性・成長性の分析 ・定性分析：「非財務分析」「SWOT分析」 強み・弱み（商品・製品・サービス、仕入先・取引先、人材・組織、技術・ノウハウ等知的財産） 機会・脅威（商圏分析：人口・人流・競合・業界動向など） その他（事業計画の策定状況）（デジタル化（IT活用の状況、DX化への対応）） <b>【分析手法】</b> 財務分析は中小機構の「経営自己診断システム」、非財務分析は経済産業省の「ローカルベンチマーク」「経営デザインシート」等を活用します。
分析結果の活用方法	経営分析の結果は当該事業者にフィードバックし事業計画策定の際に活用し、経営分析により経営課題が顕在化した場合は、経営指導員が解決策を提示し、支援機関や外部専門家とともに経営課題を解決します。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

人口減少と急速な高齢者人口の増加が顕著な津久井地区では、新しい事業に挑戦する若手他、高齢創業者への支援も求められています。また、事業計画策定の必要性や重要性について、管内まだまだ浸透していない状況です。そのため、事業計画を策定したことが無い地域小規模事業者が多数存在します。

最近では小規模事業者持続化補助金や金融機関の融資等の申請のニーズが高まることで、事業計画の策定が求められています。加えて、デジタル化・IT化に対しての意識が薄いため、活用状況について進んでいない現状があります。

#### 【課題】

事業者が持続的な経営を行っていくために事業計画を策定することが、非常に重要です。事業計画

策定希望者の発掘と、策定に対する支援体制の構築が不可欠です。これから創業もしくは第二創業を希望する事業者や事業計画の策定経験のない事業者に対しては、経営指導員が伴走型で支援をしていかなければなりません。事業策定支援を進めるにあたっては、事業者にデジタル化・IT化を図っていくための意識を醸成させることも必要です。デジタル化・IT化を導入した経営の効率化等を行っていくための計画作りができるように伴走支援を行っていきます。

## (2) 支援に対する考え方

経営診断を実施した地域小規模事業者に対して、事業計画策定を啓蒙し、経営改善意欲の高い事業者を中心に志望者を発掘していきます。創業及び第二創業、経営改善、新規事業、デジタル化・IT化等などに取り組む事業者に対して、事業計画の策定を支援していきます。伴走支援をするにあたっては、経営指導員や外部専門家等が事業者との対話を重視し、傾聴を行いながら本質的な課題を事業者が認識したうえで、課題解決を行っていきます。加えて、事業者が自立して計画策定できるようにサポートを行います。

## (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
① IT化・DX化推進セミナー	2回	2回	2回	2回	2回	2回
②「創業及び第二創業セミナー」の開催	—	1回	1回	1回	1回	1回
③事業計画策定セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
④事業計画策定事業者数	12者	12者	12者	15者	15者	15者

## (4) 事業内容

### ①「IT化・DX化推進セミナー」の開催

環境変化への対応や生産性の向上、需要開拓を効率よく行っていくためには、IT化・DX化を取り入れた経営を行っていくことが必要不可欠です。IT化・DX化について学ぶ機会を設けることで、事業推進に取り入れ、事業計画策定時にも反映させます。

対象者	<ul style="list-style-type: none"> <li>IT化・DX化推進に興味がある事業者</li> <li>IT化・DX化推進が必要である事業者</li> <li>生産性向上や経営改善等の取り組みを進めたい事業者</li> </ul>
回数	年1回（約10者を予定）
内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>IT化・DX化の基本について</li> <li>IT化・DX化するためのツールについて</li> <li>IT化・DX化の効果的な活用方法</li> <li>IT化・DX化をした際のメリット・デメリット等</li> </ul>
募集方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>当商工会のホームページで告知</li> <li>指導員による巡回訪問による告知</li> <li>地域媒体による告知など</li> </ul>

### ②「創業及び第二創業セミナー」の開催

創業及び第二創業予定者に対してスムーズな開業と早期事業安定化を図るために、セミナーを実施し必要な知識を学びます。障壁となる諸問題を個別に洗い出すとともに資金計画を含めた計画を、演習を通じて学べるようにします。

対 象 者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 創業を考えている方々</li> <li>・ 創業して間もない事業者</li> <li>・ 第二創業を検討している方</li> </ul>
回 数	年1回（約5者を予定）
内 容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 必要な知識の充足</li> <li>・ 計画の重要性について</li> <li>・ 売上未達へ陥りやすい問題点、資金繰りなどの問題の事前対策について</li> <li>・ 支援策の紹介など</li> </ul>
募 集 方 法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 当商工会のホームページで告知</li> <li>・ 指導員による巡回訪問による告知</li> <li>・ 地域媒体による告知など</li> </ul>

### ③「事業計画策定セミナー」の開催

事業計画の必要性について理解を深め、事業者が将来に向けた事業を推進していくためのイメージ化を図れるようにして、事業計画の具体的な策定方法など演習を通じて学べるようにします。

対 象 者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 生産性向上や経営改善等の取り組みを進めたい事業者</li> <li>・ 創業及び第二創業を考えている方々</li> <li>・ 新たな事業を行いたい事業者</li> </ul>
回 数	年1回（約10者を予定）
内 容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業計画の必要性について</li> <li>・ 企業概要、市場調査、市場動向や顧客ニーズの抽出、現状分析、課題の抽出方法、優位性の洗い出し及び整理、経営の方向性・目標と今後のプラン、事業の具体的内容、事業の効果、経費の明細、資金調達計画など、事業を行っていくための手法や計画策定に必要な方法など演習を通じて学べるようにします。</li> <li>・ 支援策の紹介など</li> </ul>
募 集 方 法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 当商工会のホームページで告知</li> <li>・ 指導員による巡回訪問による告知</li> <li>・ 地域媒体による告知など</li> </ul>

### ④ 事業計画策定支援

事業者の現状把握に努め、事業者が向かうべき方向性を見出し、実現させるための事業計画策定支援を実施します。専門機関や外部専門家と連携を図ることで実現性の高い計画策定に繋げていきます。

対 象 者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 生産性向上や経営改善等の取り組みを進めたい事業者</li> <li>・ 創業及び第二創業を考えている方々</li> <li>・ 新たな事業を行いたい事業者</li> <li>・ 「事業計画策定セミナー」の参加者</li> </ul>
策 定 者 数	年間10～15者
支 援 方 法	・ 事業所への訪問、WEB面談もしくは商工会に来ていただき、対面によ

る支援を重視します。

- ・経営分析により、経営実態の概略を把握し、経営課題と改善方向性を確認した上で地域経済や需要動向を考慮して具体的に施策に落とし込み、地域小規模事業者と一体になって事業計画の策定を支援します。
- ・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を提示することで、将来的に自立的に事業計画が策定できるように支援します。
- ・経営指導員や外部専門家等が、事業者に対して傾聴を行い、対話を通じて、実現可能な事業計画の策定支援を行います。

## 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】

事業計画を策定した事業者に対して、事業計画の進捗をフォローアップし、進捗が停滞し支援が必要な場合には寄り添いながらPDCAサイクルを回して問題解決を行う支援を行っています。また、新制度への対応や、労務や資金調達など事業推進の弊害となる課題に対して支援を実施しています。

#### 【課題】

事業計画を滞りなく推進していくために、事業計画策定から実施支援まで連続して支援する体制を支援機関と連携して構築し、計画と実際の事業進捗に乖離がある場合や新たな課題が抽出された場合などは、必要に応じて専門家と連携した支援を行っていく必要があります。

### (2) 支援に対する考え方

実施支援においては当商工会職員と派遣専門家は支援する事業者の事業状況を共有し、足並みをそろえた実施支援を行います。事業進捗の状況については、対面での対話で把握することを心掛けた伴走支援をします。当商工会職員と派遣専門家は、事業計画の達成を目標として、支援する事業者には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にします。

### (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
フォローアップ対象事業者数	12者	12者	12者	15者	15者	15者
頻度（延回数）	四半期毎 (32回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)	四半期毎 (40回)
収益目標達成率 60%以上事業者数	—	5者	5者	7者	7者	7者

### (4) 事業内容

事業計画を策定した全ての事業者に対して巡回を実施し、事業計画が滞りなく進むように、課題解決を行うための伴走型支援を行っていきます。

#### ① 進捗状況のフォローアップ

各事業者に対して、年間4回(3ヶ月毎)の事業進捗確認を行い、課題抽出・解決するための支援を行います。

#### ② 収益目標達成(付加価値額、経常利益等)

- ・事業計画で設定した収益目標に対して、達成率60%以上を判断基準とします。

(中小企業庁から公開されている「経営革新の評価・実態調査報告書」(平成18年度版)では、経営革

新計画が終了した企業の約4割は、付加価値額の成長率が年率0%未満(マイナス成長)です。その為、収益目標達成率60%は相当程度合理的であると考えます。

・収益目標達成率が85%を超える事業計画が順調に進行している事業者は、2年目以降適宜フォローアップの頻度の見直しをします。

## 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

これまでではセミナーを通じたIT活用による販路開拓支援について、実際の成功事例が少なく高齢化や人材不足等の理由により事業者の取組が進んでいない現状があります。

#### 【課題】

今後は新たな販路開拓にはIT活用やDX推進が必要であることを理解・認識してもらい、その成果目標を明確にし、一定の成果が達成出来るまでの継続的な支援が必要となります。

### (2) 支援に対する考え方

・経営状況の分析、事業計画策定支援を行った意欲ある商業・サービス業、工業系事業者を重点支援とします。商工会が主催する既存のイベントや近隣首都圏で開催される展示会の出展支援をきめ細かな伴走支援で行います。

・小規模事業者のIT活用による販路開拓等が遅れていることから売上拡大を最大目的に伴走型により支援強化を図ります。導入対応にあたってはIT化・DX化推進セミナー後の実行支援として実施します。

### (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
① 展示会出展支援事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
② 商談会参加事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
③ SNS活用事業者	1者	3者	3者	3者	3者	3者
④ ③の売上増加事業者	—	2者	2者	2者	2者	2者
⑤ ECサイト利用事業者数	1者	3者	3者	3者	3者	3者
⑥ ⑤の売上増加事業者	—	3者	3者	3者	3者	3者

### (4) 事業内容

#### ① 展示会・商談会の出展支援 (BtoB)

事業名	展示会・商談会の出展支援
目的	特に、対企業取引の事業者にとって、新たな取引先を獲得する有効手段として展示会や商談会の参加支援を実施します。
展示会等概要	支援対象者を定め、以下の展示会や相談会における出展支援を行います。 1. 「テクニカルショウヨコハマ」 支援対象：製造業 訴求相手：県内製造業者、全国取引業者

	<p>2. 「日本全国物産展」「フードセレクション」          支援対象：主に特産品活用事業者          訴求相手：首都圏消費者、全国バイヤー</p> <p>3. 「かながわ商工会まつり」          支援対象：主に地域資源活用事業者          訴求相手：県内消費者、県内のバイヤー</p> <p>4. 「津久井やまびこ祭り」          支援対象：主に飲食業や特産品活用事業者          訴求相手：近隣事業者、近隣消費者</p>
支援の手法	経営指導員と必要に応じて専門家による個別支援を実施し、展示会や商談会を行う目的を明確にして実効性のある支援を行います。具体的には展示会場におけるPOP訴求効果やPR手段、商談相手へのアプローチの仕方、相手側のバイヤーや消費者目線でのプレゼンテーション方法など事前準備として支援します。
期待効果	新たな取引先の獲得、マーケットシェアの拡大

## ② IT活用・DX推進支援 (BtoC) (BtoB)

事業名	IT活用・DXセミナー後の実行支援
目的	ITやDXの遅れている小規模事業者に対して活用促進を図り販路拡大や生産性向上の取組みを目指します
支援対象	小規模事業者（業種問わず）※事業計画の策定事業を重点的に支援
支援内容	現在の顧客が近隣商圏に限られていることから、より遠方の顧客取込のためSNSやホームページを活用し、宣伝効果を向上させる支援を行います。 ECサイト利用（BtoC）は、GMOが運営するグーペのネットショップ開設等の提案を行いながら効果的な商品紹介や写真掲載、商品構成、運用などの伴走型支援を行います。
支援の手段・手法	各事業者が実施したい手段が様々であることから、ホームページ、SNS、ショッピングサイト構築、動画制作等の内容から重点項目を抽出した支援手法とします。
期待効果	潜在的な顧客を獲得し売上獲得

## 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】

経営発達支援計画の評価は、外部専門家を交え進捗管理システムにより年1回の評価とし、事業の進捗状況や目標に対する成果等は経営指導員が管理し、「外部評価委員会」に公表して実施しています。

##### 【課題】

事業を実施する上で評価・見直し結果による改善の仕組みが不十分であり、支障が生じた場合に「外部評価委員会」による評価項目の見直し検討や是正案の立案ができていなかったため、評価が得られない取組みがありました。

#### (2) 事業内容

事業名	事業評価及び見直し
目的	目標達成に向け経営発達支援事業を改善するため、外部機関を交え必要な評価を行います。

事業評価の手段・手法	<p>以下のPDCAサイクルにより評価・検証を行います。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・評価検討委員会メンバーを相模原市産業支援課、商工会事務局長、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士）とします。</li> <li><u>(P) 進捗管理システムにより事業内容、評価項目、成果目標を設定する。</u></li> <li><u>(D) 経営指導員等が目標達成方針によりスムーズな事業実施を行います。</u></li> <li><u>(C) 月1回の定期ミーティングにおいて経営指導員等が進捗状況の把握や評価を行い、見直しが必要であれば「評価検討委員会」を開催し、是正を受ける。</u></li> <li><u>年1回「評価検討委員会」にて、外部有識者を交え評価を受けます。</u></li> <li><u>(A) 「評価検討委員会」の評価を受け、次年度以降の事業内容や評価項目を見直し、是正案を図る。</u></li> <li><u>事業の成果、評価、見直しの結果を理事会へ報告し、当商工会ホームページ上で実績を公表します。</u></li> </ul>
------------	--

## 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】

経営指導員等における資質向上については、神奈川県商工会連合会が主催する経営指導員向け研修への参加や全国商工会連合会が実施する「Web研修」、中小機構が運営する中小企業大学の支援担当者向け研修を受講するなど小規模事業者を支援するためのノウハウを学び支援方針の向上を図っています。現状では経営発達支援計画は経営指導員が中心となり実行しています。

#### 【課題】

成果を上げるためには、経営支援担当職員や一般職員も含めた支援能力の向上とともに、支援機関との情報交換や連携が必要不可欠となっており、ノウハウの習得や職員間での情報共有が課題となっています。

### (2) 事業内容

#### ① 経営指導員等による支援能力の向上に向けた取組

参加者	経営指導員、経営支援担当職員、一般職員
目的	経営発達支援計画の実行に必要な支援ノウハウ等の向上を図ります。
内容	<p><b>1. 小規模事業者の売上向上や販路開拓支援等に向けた支援能力研修</b></p> <p>支援能力の一層の向上のため、外部講習会等や神奈川県商工会連合会が主催する研修等に経営指導員、経営支援担当職員が参加します。</p> <p>特に支援ノウハウや情報が不足しているIT・デジタル化や展示会等の販路開拓支援メニューについては経営指導員が積極的に受講します。</p> <p><b>2. 相模原市内支援機関との連携</b></p> <p>相模原市支援機関会議では相模原市産業振興財団・(株)さがみはら産業創造センター・相模原商工会議所・相模原市・(公財)神奈川産業振興センター・神奈川県よろず支援拠点・近隣市内商工会が月1回招集され会議を開催しています。地域経済の動向や講習会、セミナー情報、展示会等の需要開拓支援施策など情報共有により支援力強化に繋がります。</p> <p><b>3. DXに向けたIT・デジタル化の相談・支援能力の資質向上</b></p> <p><u>&lt;DX推進に向けた取組みステップ①&gt;</u></p> <p>経営指導員及び経営支援担当職員、一般職員のITスキル等を向上させるセミナーを開催し、支援ノウハウの蓄積に努めます。</p>

	<p>(ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組 RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子決済システム等のITツール、オンライン会議対応、ペーパーレスによる業務デジタル化、情報セキュリティ対策等</p> <p>(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PR・情報発信方法、ECサイト構築運用・オンライン展示会・SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等</p> <p>&lt;DX推進に向けた取組みステップ②&gt; 事業者の現状を把握するための経営力再構築伴走支援を実施します。 DXを推進するにあたり、まず事業者のビジネスや社内状況を正確に理解し、見える化をします。支援にあたってはコミュニケーション能力向上セミナー等を通じて（対話と傾聴）を意識した基本姿勢の習得を図り、事業者との信頼の醸成、本質部分の課題の掘下げに繋がります。</p>
--	--

## ② 組織内での支援体制の強化と情報共有

目的	経営発達支援計画の実行に必要な支援体制の強化と職員間での情報共有を図ります。
内容	<p><b>1. OJT制度</b> 実務経験豊かな経営指導員と若手経営支援担当職員、一般職員とがチームで小規模事業者を支援することで組織全体としての支援能力向上を図ります。</p> <p><b>2. 職員間の定期ミーティング</b> 月1回のミーティングにおいて地域の事業者から支援要望の大きい事項に対しては職員間で支援状況の確認、支援手法の意見交換、今後のやるべき手段を共有することで支援体制の充足を図ります。</p> <p><b>3. データベース化</b> 経営分析結果や支援ノウハウ等を組織内パソコンで共有するとともに、支援中の小規模事業者の状況下において職員全員が相互共有し、担当外職員でも一定以上の対応が出来るようデータベース入力を適時行います。 ※ 神奈川県商工会連合会が提供する新経営支援システムを導入します。 (令和6年度実施経営発達支援事業で対応)</p>

## Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

### 1.1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

#### (1) 現状と課題

平成27年3月の圏央道相模原ICの開通や、令和9年JR東海リニア中央新幹線新駅の開業など、地域を取り囲む交通インフラが大きく変貌していく一方で、津久井地区独自の社会問題として、人口減少と急速な高齢化が顕著となっています。地区外からの誘客や地域活性化を図るためには、津久井地区が有する豊かな水源地域の自然や歴史・文化など、地域資源を生かした周遊型交流観光のビジネスを推進していく必要があります。

当商工会ではこれまで、つくい在来大豆や菊芋等、津久井地区固有の健康食材を活用した地域活性化に繋がる取組みを行ってきました。

今後は、周遊型交流観光を推進するために、新たなビジネスの創出や様々な地域の魅力を繋げて地域経済の活性化を図る取組みを支援していかなければなりません。

## (2) 事業内容

### ① 地域ブランドの確立

当地区特有である「津久井城ブランド」の活性化、津久井産農産物資源を有効活用したブランド化を図ります。商工会のネットワークを最大限に活用し、事業者や神奈川つくい農業協同組合、行政関係機関などと連携を図り外部専門家を活用しながら地域活性化を図っていきます。

#### (ア) 津久井城ブランド力強化事業

津久井城ブランド事業は、平成29年から始まり戦国の山城があった「津久井城」を津久井が誇る地域資源として活用し、これに地元の名産品等を「津久井城ブランド品」として認定する事業です。「津久井城ブランド品」は津久井商工会津久井城ブランド認定委員会で、申請者からのプレゼンテーション事前審査によって認定された商品。現在までに郷土色豊かな逸品（日本酒、うどん、せんべい、和菓子、バッグ、手ぬぐい等）が29品目認定（年間1～3品目認定）されてきたが、近年は新商品の開発が伸び悩んでいます。

図表：津久井城ブランド



#### 【支援対象】

地域小規模事業者で津久井城ブランド品の認定業者、及び商品を認定しようとしている地域小規模事業者。

#### 【支援内容】

新規に「津久井城ブランド品」を申請要望がある事業者に対して、過去の認定特産品事例にのっとった特徴付け等、認定されるためのプレゼンノウハウを当商工会が指導します。認定事業者は新たに当商工会のホームページに既に掲載されている「津久井城ブランド品」のページで紹介し、商品情報を発信します。

#### (イ) 「かんこ焼」事業のブランド化促進

「かんこ焼」は、小麦粉の皮でたっぷりの具を包み、焼いて蒸しあげた、おやきのような食べ物です。具には山菜、小豆、かぼちゃ、キノコ、漬物など、季節に合わせた地元食材を使った江戸時代から相模原市津久井地域に伝わる郷土料理です。平成4年には地元の商工会女性部によって地域活性化・伝統食継承のために商品化されましたが、現在は販売が終了しています。現在、女性部を中心に「かんこ焼」復活に向けて活動を開始しています。

#### 【支援内容】

津久井地域の郷土料理「かんこ焼」としてブランド化を図り、事業化を行うための支援を行います。事業化に向けた意見を活発化させるために研究会等を設け支援を実施します。商品アイテム数を増加させたり、季節商品としてシリーズ化させたりなど、商品化を行うための支援を、専門家及び関係機関と連携しながら支援を実施していきます。加えて、「地域イベント」や「かながわ商工会まつり」等の販売機会を提供する需要の開拓に寄与する事業としても支援を行っていきます。

写真：農林水産省の農山漁村の郷土料理百選「かんこ焼」



## ② 体験・交流型観光を推進するための研究会

相模原の自然を有効活用するために、観光事業者など地域事業者を中心に関係機関と連携し、新たなビジネス機会を創出するための議論を活性化させていきます。津久井エリアの魅力ある地域づくり推進のための研究会などを実施していきます。

### 【支援内容】

相模原の自然などを有効活用して事業を行っているもしくは行いたい事業者を集めて、事業者間及び関係機関とのマッチング促進を行い、新たなビジネス機会や企画案の創出を行います。定期的に研究会等を行うことにより議論を活発化させ、必要に応じて専門家や関係機関の支援を仰ぎます。議論された企画案などは、テストマーケティングなどを実施し事業性評価を行い、ビジネス化を図っていく支援を行います。事業性が高い案件については、事業計画策定支援を行い、持続的なビジネスに昇華させる支援を行います。

### (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
<b>(ア) 津久井城ブランド力強化事業</b>						
津久井城ブランド品向上に係る支援事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
対支援事業者認定品売上増加数	—	3者	3者	3者	3者	3者
<b>(イ) 「かんこ焼」事業のブランド化促進</b>						
勉強会等実施回数	5回	5回	3回	1回	1回	1回
販売回数	—	1回	1回	2回	2回	2回
<b>(ウ) 体験・交流型観光を推進するための研究会</b>						
研究会等実施回数	—	3回	3回	3回	3回	3回
新たな取組案件数	—	0件	1件	1件	1件	1件

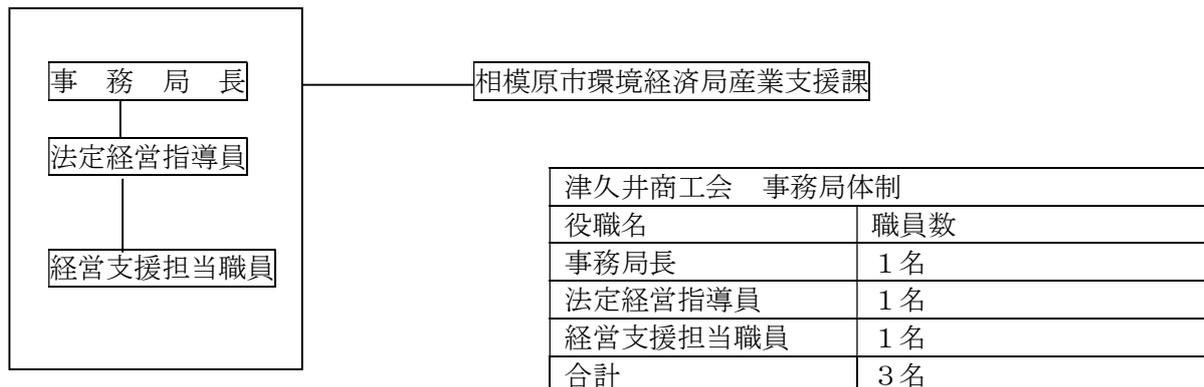
(別表2)

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5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)



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名：榎本幹夫

津久井商工会

連絡先：042-784-1744

②法定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提供を行う。

具体的には経営発達支援計画の評価委員会に法定経営指導員が参画し、具体的な進捗状況を確認し、修正を行うなど改善手段を実施する。特に事業プロセスに着目して事務局と一体となって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

①津久井商工会

〒252-0157

神奈川県相模原市緑区中野 1029

TEL: 042-784-1744 FAX:042-784-1744

E-mail: [tsukui@k-skr.or.jp](mailto:tsukui@k-skr.or.jp)

②相模原市 環境経済局産業支援課

〒252-5277

神奈川県相模原市中央区中央 2-11-15

TEL: 042-769-8237 FAX: 042-754-1064

E-mail: [sangyou.s@city.sagamihara.kanagawa.jp](mailto:sangyou.s@city.sagamihara.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 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	2,800	2,800	2,750	2,750	2,750
<b>I. 経営改善支援事業費</b>					
1. 地域経済動向調査事業費	0	0	0	0	0
2. 需要動向調査事業費	150	150	150	150	150
3. 経営分析事業者費	600	650	650	650	650
4. 事業計画策定事業費	600	600	600	600	600
5. 事業計画策定後の事業費	100	100	100	100	100
6. 新たな需要開拓に資する事業費	800	800	800	800	800
<b>II. 支援力向上事業費</b>	100	100	100	100	100
<b>III. 地域経済活性化に資する事業費</b>	450	400	350	350	350

(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、全国連補助金等・会費、事業受託費（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

