

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	厚木商工会議所 (法人番号 3021005003669) 厚木市 (地方公共団体コード 142123)
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 (1) 小規模事業者の特長と成長ステージに合わせた伴走型支援の強化 (2) 厚木市や関係支援機関と連携した開業率の向上 (3) 需要動向調査に基づく新製品・新サービス開発の支援による成長力強化 (4) 展示会等を活用した新規市場開拓などの販路拡大支援
事業内容	経営発達支援事業の内容 3-1. 地域の経済動向調査に関すること ① 中小企業景気動向調査の活用 ② LOBO (商工会議所早期景気観測システム) 調査の活用 ③ 国が提供するビッグデータの活用 3-2. 需要動向調査に関すること 消費動向・消費者ニーズ調査の実施 4. 経営状況の分析に関すること 巡回や窓口相談を通じた経営分析の実施 5. 事業計画の策定支援に関すること ① 小規模事業者に対する事業計画策定支援 ② 創業者に対する事業計画策定支援 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること ① 事業計画策定事業者に対する伴走型フォローアップ ② 創業計画策定者に対する伴走型フォローアップ 7. 新たな需要の開拓支援に関すること ① プレスリリースセミナー ② 新商品・新サービス合同プレス発表会 ③ 展示会等への出展支援 ④ 「ザ・ビジネスモール」への登録支援
連絡先	厚木商工会議所中小企業相談所 〒243-0017 神奈川県厚木市栄町1-16-15 TEL : 046-221-2153 Fax : 046-221-2152 E-mail atsugi@atsugicci.or.jp 厚木市産業振興部産業振興課 〒243-8511 神奈川県厚木市中町3-17-17 TEL : 046-225-2832 Fax : 046-223-7875 E-mail 3900@city.atsugi.kanagawa.jp

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

ア 概況

厚木市（以下、当市）は、東京から約46km、横浜から約32kmの神奈川県のおぼ中央に位置し、人口は223,815人（令和2年9月1日現在：人口速報値）の施行時特例市である。

相模川と丹沢山地に囲まれた豊かな自然に恵まれるとともに、東名高速道路厚木IC、圏央道（さがみ縦貫道路）圏央厚木ICを始め5つのICを有しており、また、小田原厚木道路、国道246号、国道129号、国道412号等の交通結節点となっているため、交通の利便性が高く、自動車、電機等世界的な企業が多く集積している。



イ 交通

当市は、現在、新東名高速道路、厚木秦野道路を始めとした高規格幹線道路等の整備が進められ、令和2年9月26日の厚木PAスマートICの供用開始に続き、将来的には（仮称）厚木北IC、（仮称）森の里ICも開設される予定で、道路網の更なる利便性向上が見込まれている。また、歴史的に河川交通の要であった相模川が市の東部を南北に流れ、市街地を貫流する5つの河川が相模川に合流し、沿岸の緑地とともに市街地の景観を特徴づけるアクセントになっている。

古く江戸時代は、「小江戸」と呼ばれ、産業生産物の交易の場として発達したが、大正15年（1926年）の相模鉄道、昭和2年（1927年）の小田急線の開通により、東京、横浜との結びつきは一層深まり、市制施行後の昭和40年前後には国道246号、東名高速道路が開通し、首都圏南西部の陸上交通の要衝として、産業経済に画期的な影響をもたらした。

その後、急速な都市化の進展に伴い、道路、学校を始めとする都市基盤の整備が進み、昭和50年代からは、小田急線本厚木駅周辺の整備が進んだ。



首都圏を結ぶ交通網が整備されたことで、利便性が一層高まり、昭和 61 年 3 月には、郵政省からテレポートピア構想モデル都市の指定を受け、昭和 62 年 3 月に建設省のインテリジェント・シティの指定都市、平成元年 4 月に多極分散型国土形成促進法による業務核都市となった。平成 14 年 4 月には特例市として新たな第一歩を踏み出し、平成 21 年 2 月 1 日に市制 60 周年を迎えた。

ウ 人口

当市の人口は、市制施行時（昭和 30 年）は 3 万人程度であったが、昭和 50 年には 10 万人に達し、平成 7 年には 20 万人を超え、平成 27 年には市の人口規模は市制施行時の 5.7 倍強の規模となった。昭和 60 年以前は県下でも高い水準で人口増が続いたが、近年は出生率の低下、社会流動の減少などにより、やや減少傾向がみられるようになってきた。

最近の人口推移をみると、前回の国勢調査（平成 27 年）の人口（225,714 人）と令和 2 年 9 月 1 日現在の速報値の人口（223,815 人）と比較しても、減少傾向は否めない。しかしながら、人口 223,815 人（令和 2 年 9 月 1 日現在）を擁し、平均年齢 44.23 歳（平成 27 年国勢調査）、昼夜間人口比率は 115.6%（平成 27 年国勢調査）と、神奈川県内の市では最も高いことから、若く活力のある都市といえる。

人口の推移

年月日別	人口			世帯数	備考
	総数	男	女		
昭和 30 年 10 月 1 日	39,409	19,548	19,861	7,203	国勢調査
35 年 10 月 1 日	46,239	23,058	23,181	9,029	国勢調査
40 年 10 月 1 日	61,383	31,172	30,211	13,521	国勢調査
45 年 10 月 1 日	82,888	42,620	40,268	20,202	国勢調査
50 年 10 月 1 日	108,955	56,680	52,275	28,809	国勢調査
55 年 10 月 1 日	145,392	75,118	70,274	45,197	国勢調査
60 年 10 月 1 日	175,600	91,658	83,942	57,021	国勢調査
平成 2 年 10 月 1 日	197,283	104,288	92,995	69,187	国勢調査
7 年 10 月 1 日	208,627	109,494	99,133	76,287	国勢調査
12 年 10 月 1 日	217,369	113,394	103,975	83,525	国勢調査
17 年 10 月 1 日	222,403	116,150	106,253	89,740	国勢調査
22 年 10 月 1 日	224,420	116,927	107,493	92,476	国勢調査
27 年 10 月 1 日	225,714	116,658	109,056	95,824	国勢調査
28 年 10 月 1 日	225,541	116,511	109,030	96,767	速報値
29 年 10 月 1 日	225,693	116,655	109,038	98,145	速報値
30 年 10 月 1 日	225,344	116,487	108,717	99,336	速報値
令和 元年 7 月 1 日	224,858	116,335	108,523	100,194	速報値
令和 2 年 7 月 1 日	224,122	116,957	108,165	101,084	速報値

（注）昭和 55 年以前の国勢調査における人口総数、男女別人口は、昭和 60 年 9 月総務庁統計局発行の「昭和 55 年 10 月 1 日の境域による各回国勢調査時の市区町村別人口」を引用

エ 大学

当市は、神奈川工科大学、東京工芸大学、松蔭大学、東京農業大学、湘北短期大学の 4 つの大学と 1 つの短期大学を有している。

オ 事業者の現状と経営課題

(ア) 事業者数・小規模事業者数

平成 28 年に実施された経済センサスによると、当市の事業所数は 9,602、従業者数は、147,906 人となっている。

地域内の事業所数内訳は、「卸売業・小売業」「不動産業・物品賃貸業」「宿泊業・飲食サービス業」「建設業」の順で多くなっており、「卸売・小売業」「不動産業・物品賃貸業」「宿泊業・飲食サービス業」の上位 3 業種で約 50%を占めている。

従業者数では、「卸売業・小売業」、「学術研究、専門・技術サービス業」、「製造業」が多くなっている。特に、「学術研究、専門・技術サービス業」の従業者数は県平均の 3 倍以上と非常に多く、当市の産業の特徴となっている。

事業所数、従業者数は、平成 21 年まで増加傾向にあったが、平成 28 年は事業所数、従業者数は共に減少となっている。工業に関しては、平成 26 年以降事業所数及び従業者数とも、減少傾向となっているが、従業者数は、平成 28 年に微増となっている。

【厚木市産業（大分類）別事業所数一覧】

産業分類（大分類）	事業所数		従業者数	
	H21	H26	H21	H26
A 農業、林業	23	18	269	262
B 漁業	1	1	2	2
C 鉱石業、採石業、砂利採取業	0	1	0	6
D 建設業	1,058	992	7,685	6,678
E 製造業	787	737	23,236	21,095
F 電気・ガス・熱供給・水道業	12	12	420	361
G 情報通信業	121	113	2,747	2,443
H 運輸業、郵便業	397	383	11,078	11,561
I 卸売業、小売業	2,403	2,289	29,259	22,716
J 金融業、保険業	129	130	2,134	2,182
K 不動産業、物品賃貸業	1,327	1,250	4,304	4,381
L 学術研究、専門・技術サービス業	437	418	17,497	22,228
M 宿泊業、飲食サービス業	1,213	1,161	12,329	12,550
N 生活関連サービス業、娯楽業	686	697	5,558	5,940
O 教育、学習支援業	382	382	5,458	5,530
P 医療、福祉	587	679	11,129	12,880
Q 複合サービス事業	36	31	620	758
R サービス業（他に分類されないもの）	650	642	15,520	16,316
S 公務（他に分類されるものを除く）	59	58	2,314	2,353
合 計	10,308	9,994	151,559	150,242

（平成 21 年度及び平成 26 年度「経済センサス基礎調査」）

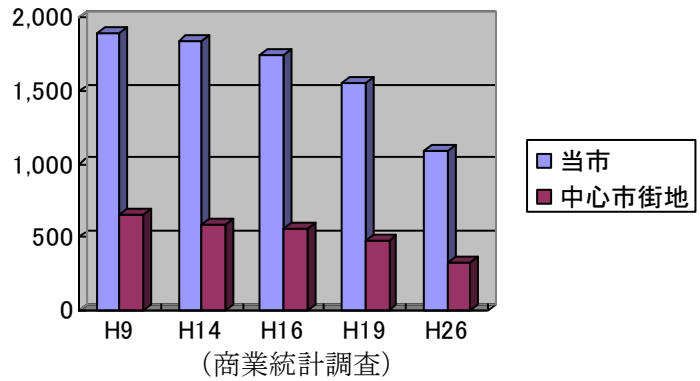
(イ) 商業

【商店数】

当市の商店数（小売事業所数）は、平成 26 年には 1,089 事業所となっている。

平成 9 年からの推移をみると、減少傾向にあり、平成 16 年からの 10 年間で約 4 割減少している。

【小売事業所数の推移】

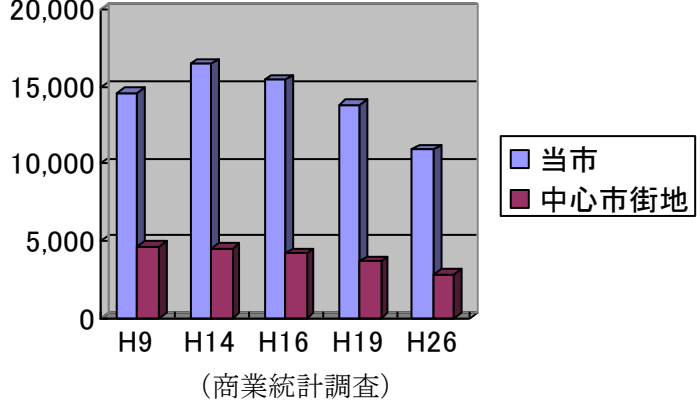


【従業者数】

当市の従業者数（小売事業者数）は、平成 26 年には 10,891 人となっている。

平成 9 年からの推移をみると、平成 14 年の 16,471 人をピークに減少傾向にあり、平成 16 年からの 10 年間で約 3 割減少している。

【小売従業者数の推移】

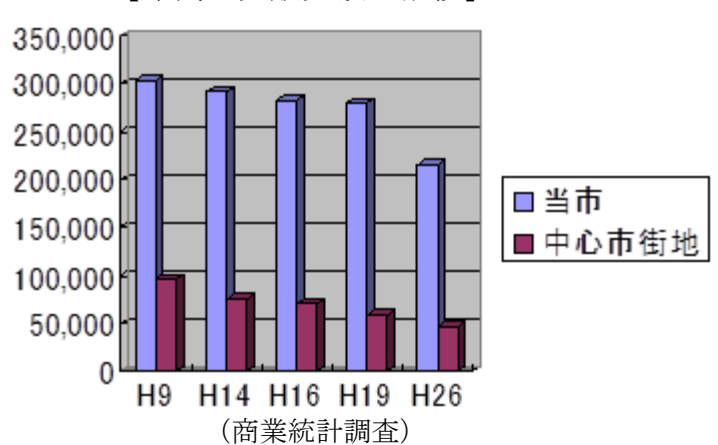


【年間小売販売額】

当市の年間小売販売額は、平成 26 年には 2,155 億 400 万円となっている。

平成 9 年からの推移をみると減少傾向にあり、平成 14 年には 3,000 億円を下回り、平成 16 年からの 10 年間で約 2 割減少している。

【年間小売販売額の推移】

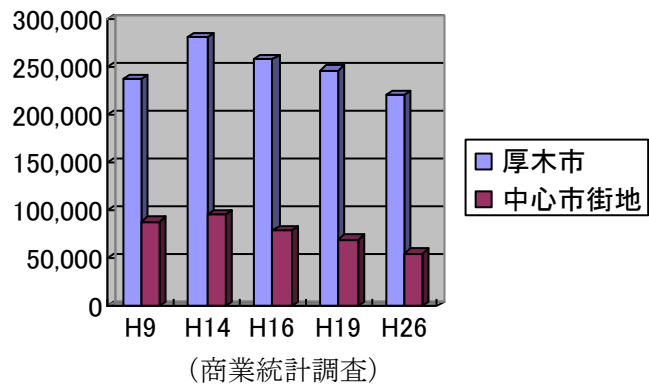


【売場面積】

当市の売場面積（小売業）は、平成26年には221,295㎡となっている。

平成9年からの推移をみると、平成14年の280,744㎡をピークに減少傾向にあり、平成19年から平成26年の間に売場面積が約25,000㎡減少した。

【売場面積の推移】



【経営課題】

当市の小売事業所数や年間小売販売額の減少状況に対応した商業活性化が求められ、計画的かつ体系的な商業振興が必要である。また、年間小売販売額の増加やにぎわいあふれるまちづくりのため、中心市街地を始め、来街者の更なる増加を目指した取組を推進したい。

中心市街地の空き店舗は減少傾向にあるものの、未だ多くの空き店舗を抱えている状況にあるため、これまで実施してきた施策に加え、テナントミックスも考慮に入れた対策を推進したい。

また、中心市街地には、全国展開で規模を拡大するチェーン店が増加傾向にあり、これらのチェーン店を商店街のコミュニティを形成する主体の一員に取り込み、活気あふれる商店街、まちづくりを推進していく必要がある。

更に、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による来店型需要低迷への対策、EC（電子商取引）やWEBマーケティングといった非対面取引への対応も急務となっている。

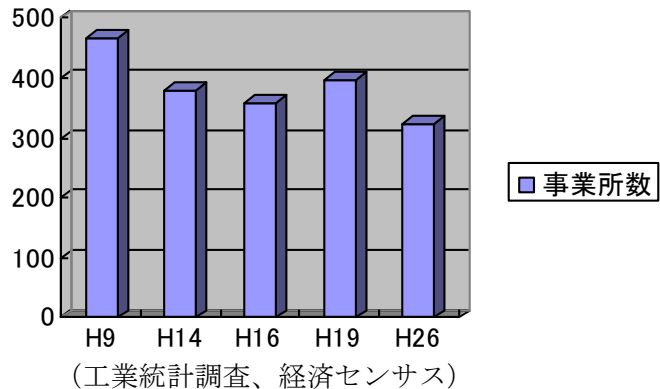
（ウ）工業

【事業所数】

平成26年工業統計調査によると、従業員4人以上の事業所数は322事業所で、長期的には平成10年以降減少傾向となっており、平成20年頃に一度増加の兆しがみられたが、再び減少局面に入っている。

産業分類別には、統計の項目が一部入れ替わり、単純比較はできないが、化学工業を除いて全体的に減少傾向がみられる。

【事業所数の推移】



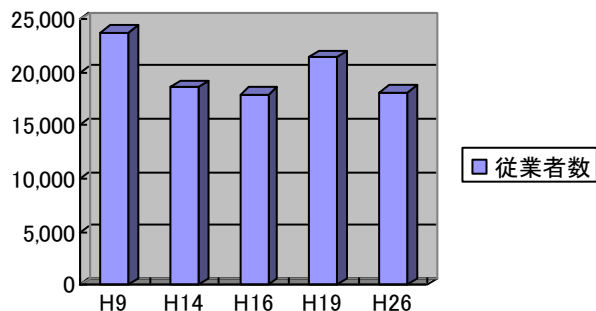
【従業者数】

平成 26 年工業統計調査によると、従業者数は約 1 万 8 千人となっており、長期的には平成 22 年の約 1 万 7 千人を底として、現在は微増となっている。

産業分類別には、統計の項目が一部入れ替わり、単純比較はできないが、情報通信、機械器具製造業の従業者数が増加傾向となっている。

また、輸送用機械器具製造業の従業者数については、一度減少したが、現在は再び増加傾向となっている。

【従業者数の推移】



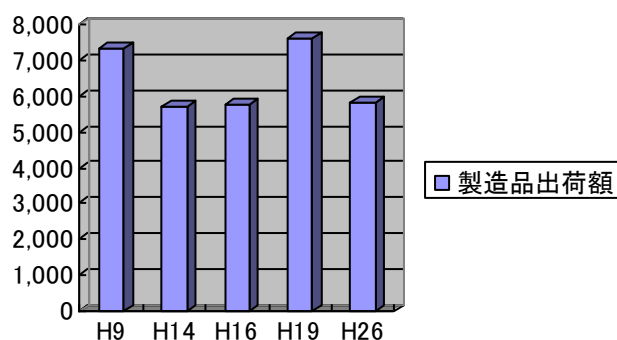
(工業統計調査、経済センサス)

【製造品出荷額】

平成 26 年工業統計調査によると、製造品出荷額等は約 5,800 億円となっており、平成 20 年に約 7,700 億円でピークを迎え、現在は減少傾向となっている。

平成 26 年の産業分類別製造品出荷額等の推移を 5 年前の平成 21 年と比較すると、「輸送用機械器具製造業」が大きく伸びており、平成 26 年には 2,289 億円となっている。次いで製造品出荷額等が大きい「生産用機械器具

【製造品出荷額の推移】



(工業統計調査、経済センサス)

製造業」、「食料品製造業」、「業務用機械器具製造業」についても伸びており、当市に立地する主な産業の製造品出荷額等が軒並み伸びている。

【経営課題】

当市においては、厳しい経営環境が続く中、近年やや景気の持ち直しがみられてはいたが、新型コロナウイルス感染症の終息が見通せず、企業の経営力強化に向けた支援の必要性は益々高まっているため、企業経営基盤の強化に繋がる支援、ニーズを的確に把握した企業間取引のマッチング、関係機関との連携強化、創業者やベンチャー企業の育成、金融機関等と連携した事業承継支援等を推進している。

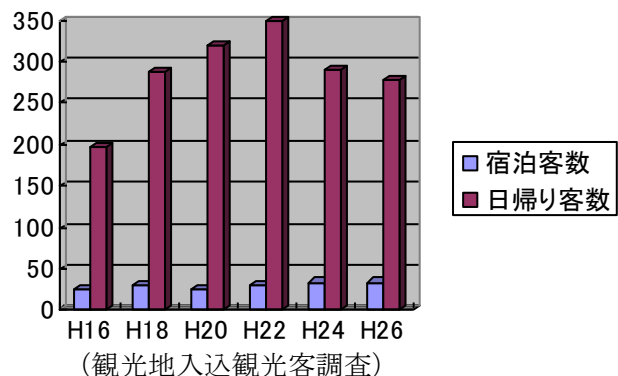
当市には県内でも有数の産業集積がみられることから、「さがみロボット産業特区」の指定を活かしたロボット産業の推進やインターチェンジ等の交通網整備を促進することにより、成長産業を中心とした新たな企業の誘致促進と雇用創出を進めていく必要がある。また、広域的な都市間競争に備え、産業用地までの道路整備によりアクセス性を高めていくことなど、新たな地域経済振興の契機となる企業誘致を更に推進し、魅力あるまちづくりにつなげることが必要である。

(エ) 観光

【現状】

平成 26 年の統計では、厚木市への観光入込客数は、宿泊客数が約 34 万人、日帰り客数が約 278 万人の計 312 万人となっている。観光入込客数は平成 22 年に約 380 万人でピークを迎え、ここ数年は減少傾向がみられる。

【観光入込客数の推移】



【経営課題】

当市の状況を踏まえ、今後更なる交流人口の増加を図り、賑わいを創出していくためには、既存のイベント等のリニューアルや厚木ならではの当地土産、特産品等の充実にも努めるなど、既存観光資源を磨き上げ、個々の魅力を一層高めていかなければならない。また、新たな観光資源の創出や各種大会等コンベンションの誘致活動を積極的に展開することも課題となる。

そして、厚木の魅力を市外の人々に分かり易く発信するなど、観光情報のPR活動の強化を図っていく必要がある。日帰り観光客の割合が多い現状において、周辺市町との連携の下、丹沢・大山や相模川流域・宮ヶ瀬湖を始めとする広域的な連携強化や、東名高速道路や圏央道（さがみ縦貫道路）などの広域交通網を活用し、それぞれの地域ならではの観光資源を活用・補完しながら、回遊できる観光地づくりとともに、体験・交流型観光を推進し、通年型・宿泊滞在型観光への取組を推進していくことが必要となっている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

ア 10年程度の期間を見据えて

社会経済活動の変化のスピードが速い昨今において、中・長期的な視点に立って現状及び課題を考えた場合、地域経済を支えている中小・小規模事業者が、社会情勢の変化、競争の激化に耐え、持続的発展を遂げるためには、社会経済環境の変化に対応し、自社の強みを活かした経営力の強化や新たに収益を生み出す事業展開が必要と思われる。

また、事業者の努力により生み出された独自の優れた技術、自慢の商品や同業者との差別化が図られるサービスなどの認知度を高めるとともに、多くの需要を獲得するためには、インターネットや商談会等様々なツール、機会を活用した広範囲での積極的なアプローチも必須となるため、これまで以上に事業者に寄り添い、経営戦略をサポートする体制を整えなければならない。

更に、人口減少や超高齢社会の進展に伴い、商業客の減少や商圈の縮小に併せて、事業者側においても高齢化や後継者不足による廃業、事業規模の縮小などが進むことも懸念される。

このように地域経済への影響が危惧される中で、当市は、首都圏に位置し広域的な事業展開が可能な地の利を活かし、産業基盤の整備による企業誘致や集客力の高いイベントの開催、魅力ある観光資源の活用などにより交流人口の増加を図るとともに、来訪者を中心市街地や個店へ誘導する工夫を加え、街なかの賑わいを創出する取組を進める。

また、本計画に基づき創業や事業承継による新陳代謝を活性化し、地域経済の活性化に向けた対策を進め、将来の管内地域が多くのヒト・モノ・カネが交流する状態を目指す。

イ 第10次厚木市総合計画及び厚木市産業マスタープランとの連動性、整合性

第10次厚木市総合計画及び厚木市産業マスタープランは、共に令和3年度からの計画で現在策定中であるが、本計画との連動性及び整合性を図るため、行政の所管である厚木市政策部並びに厚木市産業振興部とは、策定段階での連携を緊密に図ってきた。

第10次厚木市総合計画では、基本的な視点を次のとおり掲げている。

- (1) 少子化・人口減少社会の到来
- (2) 超高齢社会の進展
- (3) 防災・減災意識の高まり
- (4) 社会資本の老朽化
- (5) 広域的なまちづくりの推進
- (6) SDGs（持続可能な開発目標）

また、厚木市産業マスタープランは、第10次厚木市総合計画の第1期基本計画の期間に合わせ6年間を取組期間とし、総合計画との整合を図りつつ、産業振興の目指すべき事項を定め、取り組む計画となっている。

このため、本計画では、産業マスタープランが掲げる目指すべき事項の内容を次のとおり理解し、連動性及び整合性を高めていく。

(1) 持続性の高い強い産業の実現

当市の強みである高度な産業集積や交通利便性に恵まれた立地環境などをいかし、企業誘致を継続するとともに、より一層の産業振興を図り、持続性の高い強い産業の実現を推進する。

(2) にぎわいあふれ特色のある強い産業の実現

近年、Eコマース（電子商取引）の台頭による実店舗の減少、回遊性の低下、決済業務の効率化への対応、環境への配慮等の取組など、様々な課題に直面し、商業機能の衰退が懸念されている。商業は、まちのにぎわいを創出する重要なひとつの要素であるため、商業を活かした、特色ある強い産業の実現を目指す。

(3) 社会情勢の変化に柔軟に対応できる強い産業の実現

少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少を背景に、人手不足や労働生産性の向上が課題となっている。社会情勢の変化に伴う課題を克服するためにも、働き方改革に対応した取組を支援し、強い産業の実現を推進する。

ウ 商工会議所としての役割

当所は、昭和23年4月に設立され、商工業者の総合的な経営改善を図り、兼ねて社会一般の福祉の増進に資することを目的とし、小規模事業者への経営改善普及事

業（金融・税務・労働・取引等への支援・広報）を行ってきた。

また、厚木市と連携し、中心商店街のにぎわい創出や地域産業をPRするかながわグルメフェスタなどのイベント開催により、地域活性化に取り組んできた。

しかしながら、中小・小規模事業者の経営環境は、今後ますます厳しくなることが予想され、昨今は、産業構造の変化、人手不足、経営者の高齢化による事業承継の問題等を抱え、今まで以上に事業者に寄り添った伴走型支援が求められている。

こうした状況を踏まえ、本計画を着実に実行し、小規模事業者に対する長期的な支援のあり方を実現すべく、小規模事業者の自主的な取組を推進するとともに、景気動向・市場動向への柔軟な対応を図り、自社の強みを活かしつつ、変化に対応できる経営力の向上支援に取り組む。

また、近年企業のリスク管理（社会経済情勢、後継者問題、自然災害等）への対応が求められていることから、自社の現状分析を行い、将来を見据えた事業計画に沿った企業経営が推進できるよう伴走型支援を強化していく。

更に「小規模企業振興基本法（小規模基本法）」「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の一部を改正する法律（小規模支援法）」が制定・改正され、中小・小規模事業者への支援強化が求められたため、事業承継や事業引継ぎ、事業再生、働き方改革といった小規模事業者の抱える課題の緊急性と重要性に鑑み、各専門支援機関との十分な連携による支援も強化する。

（3）経営発達支援事業の目標

市内事業所の98%を占める中小・小規模事業者は、市内経済を支える重要な役割を担っている。

そこで、前記の「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえ、中小・小規模事業者の状況に応じて経営の活性化に向けた支援を強化するとともに、関係支援機関と連携しながらリーダーシップを発揮し、地域経済の発展に向けて次のとおり目標を設定し、各種施策の取組を推進する。

□ 小規模事業者の特長と成長ステージに合わせた伴走型支援の強化

伴走型支援を強化し、小規模事業者が自ら策定した事業計画に基づき、目標を達成できるよう支援する。

□ 厚木市や関係支援機関と連携した開業率の向上

創業希望者が計画に沿って円滑な創業に結び付けられるよう、行政や関係支援機関と連携を図った支援を実現する。

□ 需要動向調査に基づく新製品・新サービス開発支援による成長力強化

小規模事業者の新製品・新サービス開発を支援することにより、経営の安定と成長力の強化を図る。

□ 展示会等を活用した新規市場開拓などの販路拡大支援

展示会等への出展機会を設け、新規市場開拓を推進することにより、小規模事業者が目指す販路拡大目標の達成に向けて支援する。

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) 経営発達支援事業の内容

当所は、行政を始め関係支援機関等とこれまで以上に連携を深めながら目標を達成するための事業推進に努めるとともに、新型コロナウイルス感染症の世界的流行により地域経済の不確実性が高まる情勢下において、テレワークやweb会議、業務システムのクラウド化への取組を含め、次のとおり目標達成に向けて取り組む。

□ 小規模事業者の特長と成長ステージに合わせた伴走型支援の強化

当所経営指導員等が有する個社の経営情報や支援内容の共有とその情報を活用し、管内小規模事業者の経営課題の解決に向け、小規模事業者の経営状況を判断しながら、優先順位をつけて経営課題の解決を確実に図っていく。

□ 厚木市や関係支援機関と連携した開業率の向上

厚木市や県内支援機関、専門家と連携し、意欲ある起業家の掘り起こしと合わせて、円滑な創業のスタートをこれまで以上に丁寧に支援するとともに、創業後の諸課題の解決を図りながら、開業率の向上と小規模事業者の持続的発展を図る。

□ 需要動向調査に基づく新製品・新サービス開発の支援による成長力強化

消費者のニーズ調査に基づくマーケットイン型の商品及びサービス開発の支援を強化するとともに、プレスリリースを活用したパブリシティ戦略を実践し企業の成長力強化を推進する。

□ 展示会等を活用した新規市場開拓などの販路拡大支援

商談会等への出展を通じて小規模事業者の販路開拓に寄与し、売上や利益の拡大につながる取組を進める。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

地域の経済動向を把握する手段として、これまで「中小企業景気動向調査」、「商工会議所 LOBO 調査」を実施してきた。前者は景気動向調査の調査結果について当所の会報に4半期（3か月）ごとに公表し情報提供しているが、一方通時的な情報提供のみであり、調査結果から得られた情報を整理・分析した経営支援にまでは必ずしも結びついていなかった。

後者も同様に、毎月5社に対して調査し日本商工会議所へ報告を行っているが、回答企業に対する調査後のフィードバックが結果報告のみにとどまっていた。

【課題】

経営発達計画の目標達成のため、地域の経済動向を正確に収集・把握し、迅速に情報提供を行い、調査協力事業所には経営計画策定への動機づけとして調査結果報告を活用する。

また、これまで実施していた「中小企業景気動向調査」に加え、地域経済分析システム（RESAS：リーサス）、LOBO 調査を活用することにより、外部環境を含めた地域経済の情報調査を行い、その結果をホームページに公開し、巡回・窓口相談時に最新のマクロ経済情報として提供することで経営戦略立案の基礎資料としての活用を促す。

(2) 目標

①景気動向調査	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
対象企業数	840	840	840	840	840	840
実施回数	4	4	4	4	4	4
公表回数	4	4	4	4	4	4
②日本商工会議所 LOBO 調査	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
対象企業数	5	5	5	5	5	5
実施回数	12	12	12	12	12	12
公表回数	未実施	12	12	12	12	12
③RESAS 情報の提供	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
実施回数	未実施	1	1	2	2	2
公表回数	未実施	1	1	2	2	2

(3) 事業内容

①中小企業景気動向調査の活用

【事業内容】

地域における中小企業者の経営活動の動き・様子及び直面している直近3か月の経営上の問題点や、今後3か月の景気予測について見通しや意見を調査し、小規模事業者が経営計画を適切かつ効果的に立案するための基礎資料とする。

【調査対象】

管内中小企業者6業種840社（卸、小売、飲食業350社、製造業210社、建設業100社、サービス業80社、不動産50社、運輸倉庫業50社）

【調査項目】

売上高・受注・客数・資金繰り・雇用・設備投資・業況・売上不振・原材料費高騰・賃金動向などの過去3か月の動向と今後3か月の見通しや、早急な解決が必要とされる課題など

【調査方法】

4半期（3か月）毎の往復はがきによる無記名アンケート記入方式

【分析方法】

各種統計調査（日本商工会議所のLOBO調査、経済センサス、家計調査、人口動態調査等）の結果を活用し、全国データと比較分析のもと地域の状況、実態の把握を行う。

調査報告書の作成は厚木地域で活動する民間の支援機関に所属する中小企業診断士などの専門家を活用し、DI（Diffusion Index）値を使用して、全国規模の調査結果との比較により、管内中小企業者の業種別業況の特徴を把握し、支援に

注力すべき業種を抽出、対応策の実施や伴走型支援を講ずる。

②LOBO（商工会議所早期景気観測システム）調査の活用

【内容】

日本商工会議所は地域の中小企業が「肌で感じる足元の景況感」や「直面する経営課題」を全国の商工会議所会員事業者を対象に毎月調査しており、その結果をHPや巡回窓口相談時に地域の小規模事業者へ提供する。

【調査対象】

製造・卸売・小売・建設・サービスの5業種（当地域内では5社が調査対象）

【調査項目】

売上高・採算・仕入単価・従業員数・業況・資金繰りなど

【調査方法】

FAXによる調査

【分析方法】

回収したデータは、日本商工会議所が集計・分析し、各地の商工会議所に資料提供する。

資料を基に、当地域と全国、支援を実施する事業者と全国との比較等、多面的な視点から小規模事業者が参考としやすいように要点を簡潔に抽出し提示することで伴走型支援の基礎資料として活用する。

③国が提供するビッグデータの活用

【内容】

当地域において真に稼げる市場を模索する事業者に対し、市場状況の把握、経営判断、事業計画の策定等を促すため、「RESAS」を活用した地域の経済動向分析を専門家の支援を受けつつ経営指導員等が行い、年1回公表する。

【分析方法】

厚木地域で活動する民間の支援機関に所属する中小企業診断士などの専門家を活用して分析報告書を作成する。

<産業構造マップ>

どの産業が効率的に稼いでいるかを分析する。

<観光マップ>

経路検索サービスの利用情報を基に、検索回数の多い観光施設などを分析する。

<地域経済循環図>

地域内企業の経済活動を通じて生産された付加価値がどの程度労働者や企業の所得として分配されたかを把握する。最終的に当該分配がどの程度消費や投資に支出されたかを分析する。

（4）成果の活用

ア HPで公表し、経営判断に資する有効な情報として巡回・窓口相談時に提供する。

イ 支援を行う小規模事業者に対して全国や地域のマクロ経済動向資料として提供する。

ウ 当所経営指導員等が総合的に分析し事業計画策定支援に活用する。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

需要動向調査は、小規模事業者が商品・サービス等の開発や販路開拓などに活かすことができる「消費動向・消費者ニーズ調査」を実施してきた。

平成 29 年度は、「消費動向・消費者ニーズ調査」の参加店舗数が 8 件、アンケート回収が 116 件、平成 30 年度は、「消費動向・消費者ニーズ調査」の参加店舗数が 6 件、アンケート回収が 68 件となっている。

特に、「消費動向・消費者ニーズ調査」に参加した事業者には、各事業者別の報告書を提供し、計画策定における目標設定等の経営判断の材料として活用することができること好評であった。

しかし、本調査の成果といえる定番商品に続く売上や利益に多大な貢献をもたらした新商品や新サービスの開発までには及んでいない。

【課題】

商品を地域内外へ積極的に販路拡大を展開しようとする事業者に対する支援が不十分であったため、消費者ニーズを把握し、販路拡大に繋げるための効果的な戦略を立てる必要がある。

(2) 目標

消費動向・消費者ニーズ調査	現状	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度
①参加事業者数	6	6	6	6	6	6
②アンケート回収件数	68	120	120	120	120	120
③アンケート分析件数	68	120	120	120	120	120

(3) 事業内容

消費動向・消費者ニーズ調査の実施

【内容】

和洋菓子店、パン製造販売店等の小売業及び飲食店、旅館等のサービス業の小規模事業者を対象とした消費動向・消費者ニーズ調査を行う。

【調査方法】

小規模事業者と経営指導員等がターゲット顧客（消費者）を想定し、ヒアリングシートを作成する。

当該事業者は、商品やサービスを購入、利用するターゲット顧客（消費者）からヒアリングシートを収集する。

経営指導員等は、回収したヒアリングシートを集計し、専門家の分析した結果を当該事業者にフィードバックを行う。（ヒアリングシートの回収目標数：1 事業者当たり 20 件以上）

【調査項目】

当該事業者の主力商品、サービス等に対する販売価格、パッケージデザイン、大きさ、味覚、材料、サービスなど。

(4) 成果の活用

ア 当所経営指導員等は、当該事業者を訪問して、当該事業者毎に作成した報告書に基づき調査結果を分かりやすく説明し、伴走型支援に結びつける。

- イ 調査結果は、当該事業者が当該商品・サービスを改良、改善する際に活用し、商品やサービスのブラッシュアップ、顧客ニーズに応えるための改善策などについて経営指導員等は小規模事業者とともに検討を深める。
- ウ 必要に応じて、当所委嘱の専門相談員（中小企業診断士、税理士など）の助言を加えた支援につなげ、市区町村単位での「流動人口」、「消費の傾向」等については、RESASのデータも活用する。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当所では、経営改善普及事業の主力である巡回、窓口相談において、経営・金融・税務その他の顕在化した経営課題への対応策支援を中心に支援を実施してきた。しかし、セミナーなど情報提供的な支援が主な内容であったため、個別具体的な経営状況の分析や小規模事業者が個々に抱える課題解決に及ぶ伴走型の支援を実施しているとは言い難い状況であった。

また、経営指導員等が行っている経営分析も融資や補助金申請が目的となっているため、事業資金の調達を目的とした経営分析では事業所の強み弱みなどの定性分析より財務などの定量分析が中心になっていた。

更に、経営分析を主体的に希望する事業所の発掘を積極的に行った経験が乏しかったことから顕在化する手前の潜在的な課題解決の重要性の認識にまでには至っていない。

【課題】

今後は、事業計画策定に意欲がある小規模事業者を発掘し、「気付き」を与えるツールとして損益分岐点の分析を活用する。また、小規模事業者それぞれのニーズに合わせた分析を行うための高度・専門的な知識を有する外部専門家等と連携するなど、改善した上で踏み込んだ事業計画策定・経営分析を実施する。

(2) 目標

	現在	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
巡回窓口相談件数	1,155	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
経営分析件数	61	120	120	120	120	120

(3) 事業内容

巡回や窓口相談を通じた経営分析の実施

地域経済動向調査や需要動向調査などマクロ経済の景況感に関する情報提供を端緒として小規模事業者に対して経営分析の必要性認識を促す。具体的には、巡回や窓口相談を通じて経営状態の把握や好不調の原因追及の必要性について指導し、事業計画策定など事業の持続的発展に向けた取り組みに繋げる。

【支援対象者】

巡回訪問や窓口相談等の利用者及びセミナー等に参加した小規模事業者等

【分析項目】

定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う

<財務分析> 売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率 等

<SWOT分析> 強み、弱み、脅威、機会 等

【分析手法】

業者より提供いただいた資料及びヒアリングを基に、経済産業省の「ローカルベンチマーク」や、中小企業基盤整備機構の「経営計画つくるくん」、神奈川県が推進する「企業経営の未病 CHECK シート」などのツールを活用し経営指導員等が分析を行う。

(4) 分析結果の活用

ア 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。

イ 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。

ウ 専門的な経営課題を有する場合は、当所が委嘱している専門相談員（中小企業診断士、税理士など）や、ミラサポの専門家を活用することに併せ日本政策金融公庫、神奈川県よろず支援拠点等と連携して、適切な経営課題の解決を目指す。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

地域内の多くの小規模事業者は、経営者が現場作業、営業、財務等の経営に関する全てを自ら担っているため、中長期的な経営ビジョンが見通せていない場合があり、事業の持続的発展を見据えた事業計画策定の働きかけにもかかわらず、十分な成果が伴ってこなかった。

【課題】

今後は事業計画策定の意義や重要性の理解を支援者に浸透できるよう、組織的に支援能力の向上に努め、事業を推進する。

(2) 支援に対する考え方

地域経済動向調査、経営分析、需要動向調査の結果を踏まえた事業計画書の策定支援を進め、小規模事業者には中長期的な経営ビジョンの重要性の認識を促したうえで、事業計画策定に向け経営指導員等が伴走型の支援を行う。

更に、創業を志す方へのニーズに幅広く対応していく「創業支援ワンストップ相談会」の開設など創業者の掘り起こしにも力を入れていく。

セミナーや相談会の募集方法は、当所HPを始め、巡回・窓口相談時での案内や行政情報ツールなどの活用により十分な周知を図る。

(3) 目標

事業計画策定セミナー	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
実施回数	1	1	1	1	1	1
参加者数	6	30	30	30	30	30
事業計画策定件数	3	30	30	30	30	30

創業支援ワンストップ相談会	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
実施回数	未実施	12	12	12	12	12
利用者数	未実施	36	36	36	36	36
創業計画策定件数	未実施	36	36	36	36	36

(4) 事業内容

①小規模事業者に対する事業計画策定支援

<事業計画策定支援セミナー>

経営分析を実施した事業者を対象に事業計画策定支援セミナーを開催し、目標を持った経営計画の重要性に対し理解を深め、その意義や手法を学ぶ。

<事業計画策定支援の方法>

経営分析を行った小規模事業者のうち、事業計画策定を目指す事業者に対し支援を行う。計画の策定に関しては、中小企業基盤整備機構が提供しているアプリ「経営計画つくるくん」を活用し、セミナー後の個別相談や巡回訪問時の機会に経営指導員等の支援を受けて経営者自らが事業計画の策定に当たる。

②創業者に対する事業計画策定支援

創業を志す方への具体的な支援として、関係機関（厚木市、日本政策金融公庫厚木支店、神奈川県信用保証協会厚木支店、神奈川県よろず支援拠点、金融機関等）と連携し支援に当たる。

・創業支援ワンストップ相談会

創業支援ワンストップ相談会を実施し、創業を志す方のニーズに幅広く対応していくために、当所が委嘱している専門相談員（中小企業診断士、税理士など）と連携し、「創業に必要な各種申請」「資金繰り」「助成金」など、準備段階から創業に至るまでそのステージに合わせた指導を心掛ける。

・創業計画策定支援

厚木市が開催する創業塾の受講者や創業希望者に対し、日本政策金融公庫が提供する「創業計画書」「創業計画記載例（業種毎）」等を活用して計画策定及び開業資金調達も含めた支援を行う。

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

【現状】

事業計画策定後は、取り組みの実現に向けた進捗状況の確認や計画の見直しなどが必要となるが、当所ではフォローアップの件数の重視に留まり、内容の評価までは行っていないかった。

【課題】

事業者が事業計画を策定した後は、事業計画の進捗状況を確認するなどのフォローアップを計画的に実施することが必要であるため、各事業所の進捗状況に合わせた定期的な訪問により、事業者に寄り添ったきめ細かいフォローアップに努める必要がある。

(2) 支援に対する考え方

ア 事業計画・創業計画を策定した全ての事業者に対し、巡回訪問を継続的に

実施する。なお、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。

イ 経営指導員等の指導のほか、必要に応じて、当所が委嘱している専門相談員（中小企業診断士、税理士など）を活用して、専門家の指導も積極的に行う。

(3) 目標

事業計画策定者のフォローアップ	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
対象事業者数	13	30	30	30	30	30
頻度（述回数）	27	180	180	180	180	180
創業計画策定者のフォローアップ	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
対象事業者数	未実施	36	36	36	36	36
頻度（述回数）	未実施	216	216	216	216	216
売上増加事業者数	未実施	20	20	30	30	30
営業利益率 2%以上増加の事業者数	未実施	20	20	30	30	30

(4) 事業内容

①事業計画策定者に対する伴走型フォローアップ

事業計画策定者には原則、2か月に1度、経営指導員等が巡回訪問を実施し、経営状態を確認しながら目標達成まで伴走型支援を行う。

大幅に目標と現状にズレが生じたり、新たな経営課題が生じたりした場合は、計画の見直しなども含めて支援する。

事業者が求める場合や頻繁に状況確認を行った方が良いと判断した事業者には、フォローアップの頻度を増やすなど臨機応変に対応する。

②創業計画策定者に対する伴走型フォローアップ

創業計画策定者には原則、2か月に1回程度経営指導員等が巡回訪問を実施し、売上の確保やキャッシュフローなど経営の安定に向けた支援を重点にフォローアップを行う。

大幅に目標と現状にズレが生じた場合や新たな経営課題が発生した場合は、計画の見直しなども含めて支援する。

事業者が求める場合や頻繁に状況確認を行った方が良いと判断した事業者には、フォローアップの頻度を増やすなど臨機応変に対応する。

また、創業者の人脈拡大を図る交流会の開催なども、必要に応じて支援する。

7. 新たな需要の開拓支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者ならではのニッチな商品やきめ細かいサービスの販路開拓には、商品・サービスの認知度向上のためのプロモーションが重要である。

当所では、小規模事業者が商品・サービス等の開発や販路開拓などに活かすことができる「プレスリリースセミナー」「新商品・新サービス合同プレス発表会」を実施してきた。

平成31（令和元）年度は、「プレスリリースセミナー」の参加者数が6件、「新商品・新サービス合同プレス発表会」の参加事業者数が6件となっている。

しかし、当所が行っている出展支援事業は、横浜商工会議所による「一押し商品商談会」への出展支援や、神奈川県商工会議所連合会の地域連携事業を活用した「テクニカルショウヨコハマ」への出展支援に留まっている。

【課題】

多様な顧客のニーズに合った優れた技術、自慢の商品・サービス等を提供・発信する機会を増大させるため、前述3-2需要動向調査を通して把握したニーズを分析、販路開拓に繋がられるよう改善した上で、IT活用や展示会・商談会等への参加事業者の増加に向けた取り組みを推進する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

今後は、「プレスリリースセミナー」、「新商品・新サービス合同プレス発表会」に加え、従来の出店支援を見直し、商談会や集客が見込める展示会等への出展支援、インターネットを活用した販路開拓支援等を実施し、個社の認知度向上を図り、売上拡大、収益向上を目指す。

特に、従来の得意先以外に新規取引先の開拓をしてこなかった小規模事業者に対しプレスリリースセミナー、合同プレス発表会、展示会合同出展等を実施することで、自社の強みの発掘や新規市場開拓への自発的な取組を促す。

(3) 目標

プレスリリースセミナー	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
開催回数	1	1	1	1	1	1
参加事業者数	15	15	20	20	20	20
合同プレス発表会	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
開催回数	1	1	1	1	1	1
参加事業者数	10	10	10	10	10	10
展示会等出展	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
支援事業者数	13	20	20	25	25	25
成約件数	未実施	5	5	10	10	10
売上増加率5%以上の事業者数	未実施	5	5	6	6	6

ザ・ビジネスモール	現状	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度
支援事業者数	未実施	5	5	10	10	10
成約件数	未実施	1	1	2	2	2
売上増加率5%以上の事業者数	未実施	1	1	1	1	1

(4) 事業内容

①プレスリリースセミナー

新商品・新サービス合同プレス発表会に参加する事業者等を対象に、メディア戦略の基礎知識、心構え、プレスリリースのチェック等、効果的なプレスリリースを行うためのセミナーを実施する。

②新商品・新サービス合同プレス発表会

小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金、経営革新等の取得事業者並びに消費動向・消費者ニーズ調査、プレスリリースセミナー等に参加した事業者を対象として、自社の商品を6か月から1年以内に発売予定の商品について、事業者自身が作成したプレスリリースに基づき、合同プレス発表会を開催する。

③展示会等出展支援

新商品・新サービスの販売や、新製品・新技術開発等に取り組む小規模事業者を対象に、販路拡大を目的として国内で開催される展示会・商談会等への出展等を支援する。

展示会等の出展者に対しては、成約率を高めるため、事前に製品等の展示方法や技術の紹介の仕方、企業向けの営業、チラシやパンフレット、POP広告、接客等についてアドバイスを行うとともに、展示会出展後の事後指導を行い、成約件数を増やす支援を行う。

商談会等の参加者に対しては、成約率を高めるための事前レクチャーを行うとともに、企業間マッチングが図られるように事前に参加者・企業名等が分かる名簿等を収集し、参加者に事前に渡すことで、マッチングの精度向上に努め、成約率を向上させ、新たな需要の創出や販路拡大のための支援を行う。

また、海外市場への需要拡大を目指す小規模事業者に対しては、海外進出や海外取引に関する疑問・質問（輸出・輸入手続、規制・制度・規格、契約書、決済方法等）に対応する公益財団法人神奈川産業振興センターの海外進出相談窓口や日本貿易振興機構（JETRO）等へ引き継ぐとともに、日本貿易振興機構が支援する海外展示会等の情報提供を行う。

【想定している展示会・商談会等】

出展する展示会・商談会は、販路開拓目標に応じて次の4種を主に想定する。
 <工業技術見本市「テクニカルショウヨコハマ」>

主 催：公益財団法人神奈川産業振興センター、一般社団法人横浜市工業会連合会神奈川県、横浜市

開催趣旨：神奈川県下最大級の工業技術・製品に関する総合見本市で、横浜を舞台に過去40回の開催の歴史があり、地域に根ざした見本市として評価されている。素材・部品・研究開発・製造及び福祉・環境

問題といったハードとソフトの総合的な工業見本市として首都圏に確固たる地位を築いている。

出展対象：産業用・生活支援ロボット、IoT ソリューションテクノロジー、加工、機器・装置、システム、研究開発、ビジネス支援

実績：令和元年度、出展者数：806 社、643 小間、来場者数：35,354 人

<産業交流展>

主催：産業交流展実行委員会（東京都、東京商工会議所、東京都商工会議所連合会、東京都商工会連合会、東京都中小企業団体中央会、株式会社東京ビッグサイト、公益財団法人東京都中小企業振興公社、地方独立行政法人東京都立産業技術研究センター）

開催趣旨：原則として、首都圏（東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県）に事業所を有する個性あふれる中小企業などの優れた技術や製品を一堂に展示し、販路拡大、企業間連携の実現、情報収集・交換などのビジネスチャンスを提供することを目的として開催。

出展対象：首都圏（東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県）に事業所を有し、情報、環境、医療・福祉、機械・金属の分野に属する中小企業・団体など

実績：令和元年度、出展者数：748 社団体、来場者数：27,779 人

<新価値創造展>

主催：独立行政法人中小企業基盤整備機構

開催趣旨：新しいアイデアや技術を求める大企業・中堅企業等の研究開発、事業企画、マーケティング部門を始め、新製品やサービスの取り扱いを目指す企業等との連携構築、共創、ビジネスマッチングを目指すことを目的として開催

出展対象：自らが開発又は企画に携わった製品・技術・サービスを保有し、「新価値創造展」に自社の製品・技術・サービスを出展することでビジネスマッチングを希望する中小企業・ベンチャー企業

実績：令和元年度、出展者数：375 社団体、来場者数：21,187 人

<ビジネスマッチング with かながわ8信金>

主催：神奈川県信用金庫協会、横浜信用金庫、かながわ信用金庫、湘南信用金庫、川崎信用金庫、平塚信用金庫、さがみ信用金庫、中栄信用金庫、中南信用金庫

開催趣旨：県内で活動する企業を中心に、新たなビジネスパートナーの開拓を目的に個別商談会を開催

参加対象：原則、県内の信用金庫と取引のある企業（製造・食品・物販関係）

実績：平成30年度、発注・バイヤー企業：121 社、受注・サプライヤー企業：373 社、商談件数：1,380 件

④商取引企業情報サイト「ザ・ビジネスモール」登録支援

当所は、大阪商工会議所が運営する全国約25万社の事業所が登録している商取引企業情報サイト「ザ・ビジネスモール」の登録団体であるので、今後、自

社をPRしたい、ビジネスパートナーを探したい小規模事業者に対して登録促進を行い、販路拡大に向けての支援を行う。

新型コロナウイルス感染症の影響によるDX（デジタルトランスフォーメーション）への対応が迫られる状況下、IT操作を苦手とする小規模事業者に対しては、経営指導員等が情報登録や検索などの操作を説明・協力し、成約に繋がるよう個別に支援を行う。

また、登録後のフォローアップも適切に行うことで、マーケティングや商品のブランド化についても経営指導員等と支援関連団体等が連携しながら細かな支援を行う。

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

本計画に記載の事業の実施状況及び成果については、以下の方法で評価・検証を行う。

(1) 現状と課題

【現状】

事業評価等を行うため、評価委員会を設置している。

評価委員会は、毎年度1回以上開催し、経営発達支援事業の進捗状況、評価・検証を行っている。

評価委員会のメンバーは、当所専務理事、厚木市産業振興課長、神奈川県よろず支援拠点コーディネーター、日本政策金融公庫厚木支店営業課長、専門的な知識を有する第三者の外部有識者である中小企業診断士等の有資格者1名、法定経営指導員で構成する。

【課題】

評価委員会の開催が毎年、下半期に入ってからになってしまっていたことにより、PDCAサイクルが十分に機能されていなかったため、適切な開催時期を定めた運営に努める。

(2) 事業内容

①今までの評価委員会が機能しているため、引き続き「評価委員会」を設置する。

評価委員会のメンバーについても、これまでの事業評価に基づき、経年評価も必要なことから、現在のメンバーに継続して依頼する。

評価委員会は、毎年度1回以上開催し、経営発達支援事業の進捗状況、評価・検証を行う。

②評価委員会の評価結果は、正副会頭会議に報告し、経営発達支援計画で実施する各事業の成果・評価・見直し結果を取りまとめ、ホームページで公表し、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

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

【現状】

これまでの資質向上の取組については、経営指導員向けの支援能力向上のための研修等に参加し、習得した支援ノウハウを基に、経営指導員間での情報共有を図っている。

また、経営指導や経営相談において、十分な前さばきを行わないまま専門家につなぐケースが多く見受けられるのが現状である。

【課題】

現状では知識・能力を向上させる取組が不十分で、経営指導員個々の能力にバラツキが出てしまっている。このため、全体的なスキルアップを図るため、経験豊富な経営指導員や専門家派遣に帯同することで、座学やワークショップでは習得できない指導実務能力を習得できるよう全体で取り組んでいく必要がある。

また、窓口や電話での相談については、全職員が最低限の対応ができる能力を求められるので、一般職員を含めて全職員が日商簿記3級を取得することを目標とする。

(2) 事業内容

①指導員等連絡会の実施

研修会や日々の相談業務に必要な知識、ノウハウの共有化を目的に、指導員等連絡会を月1回開催する。研修会は、局長を始め一般職員も参加することとし、組織全体で情報の共有に努める。

また、必要に応じ神奈川県よろず支援拠点や神奈川県事業承継ネットワーク、神奈川県信用保証協会等から外部講師を招いた研修の場とする。

②専門家への帯同

経営相談が寄せられ、当所が委嘱している専門相談員（中小企業診断士、税理士など）の活用を始めとして、ミラサポやよろず支援拠点といった専門家派遣事業を活用するにあたっては、必ず経営指導員等が帯同し、専門家の支援ノウハウを学び、経験の蓄積と資質向上に繋げる。

③外部研修会等への積極的参加

日本商工会議所や中小企業基盤整備機構、神奈川県商工会議所連合会が主催する研修会に、経営指導員等補助対象職員・一般職員に関わらず積極的に参加し、小規模事業者の支援ノウハウの習得や全国の支援機関とのネットワーク構築に努める。

経営指導員等補助対象職員については、創業、経営革新、販路拡大などの支援ノウハウ習得のほか、グループ討議や意見交換により参加した職員自身の指導レベルに気付き、支援ノウハウや知識の強み・弱みを認識することを目的とする。

【参加する研修会】

〔日本商工会議所主催〕

- ・商工会議所経営指導員全国研修会（支援力向上全国フォーラム）
- ・小規模企業の伴走型支援研修
- ・経営安定対策事業研修会
- ・マル経等基礎研修会
- ・マル経総合研修会
- ・創業支援担当者研修会 など

〔中小企業基盤整備機構主催研修会〕

- ・中小企業支援者研修会経営診断基礎研修、専門研修 など

〔神奈川県商工会議所連合会研修会〕

- ・経営指導員等研修会
- ・小規模事業者経営力向上支援（スーパーバイザー）事業 など

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

【現状】

これまで当所では、他の支援機関の開催する会議に出席し、情報・意見交換を行い、県の研修の場などで経営指導員等が個々に情報交換するに留まっており、当所から積極的に支援機関と連携した支援力向上のための情報交換については取り組めていない。

【課題】

経営発達支援事業の円滑な実施のためには、他の支援機関と支援力向上を目的とした情報交換会を実施し、そこで得られた有効な情報（各種施策・制度、支援ノウハウ等）を地域の事業者に置き換えて検証し、実施していく必要がある。

(2) 事業内容

①厚木市との市政懇談会

実施回数	年1回
当所からの参加者	正副会頭、専務理事、事務局長、相談所長、法定経営指導員等
目的	当市の産業振興並びに魅力ある街づくりの推進のため、行政当局との懇談会を設け、意見・情報の交換を行うとともに、産業振興に関する事項について提言する。

②かながわ中小企業支援プラットフォーム連絡会議

実施回数	年1回
当所からの参加者	法定経営指導員、経営指導員等
目的	かながわ中小企業支援プラットフォームに参加する神奈川県内の商工団体、金融機関等の支援担当者の連絡会を実施し、支援施策情報及び支援ノウハウを習得する。

11. 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

【現状】

当市の貴重な観光資源である飯山温泉郷、東丹沢七沢温泉郷の活用によるPRや、あつぎ鮎まつり、にぎわい爆発！あつぎ国際大道芸などの集客力の高いイベントを開催し、交流人口の増加に取り組んでいる。

【課題】

厚木市や厚木市観光協会など地域の各種支援機関と地域活性化の方向性を共

有し、現状行っている地域イベントへの更なる集客力向上や地域の個店を効果的にPRする取り組みを連携して行い、集客が一過性に留まることなくリピーターとなって、交流人口を増やし、市内商店街や個店等へ誘導できる仕組みを整えていくことが必要である。

(2) 事業内容

①厚木市最大のダンスパフォーマンスイベント「Dance Legend」の実施

例年、8月第1週の週末2日間に70万人の来場者を集める「あつぎ鮎まつり」で当所青年部が企画運営するダンスパフォーマンスイベント「Dance Legend」。

2013年に開催以来、県内外のダンス愛好者団体に定着し令和元年には158団体、2,300名が出場し市内中心市街地商店街等における4会場の特設ステージで繰り広げられ、市民参加型イベントとして観光、消費需要の喚起にも貢献している。

②商店街活性化策の実施

<南口ホコ天まつり>

本厚木駅南口側における地元商店街の活気とにぎわいの創出を目的として、「南口ホコ天まつり」を開催する。

本厚木駅南口側にある地域の店舗PRを行うとともに、地元住民との繋がりや店舗同士の親睦・連携を深め、南口側地域の恒例事業として定着し、行政のイベント（あつぎ国際大道芸）とのタイアップにより相乗効果を生んでいる。

<KIDSアート>

中心市街地商店街を「青空アート美術館」として、中心市街地の活性化を目的として、「KIDSアート」を開催している。

小学生が絵を描いたフラッグを街地の街路灯に掲示することで、街中を親子等で絵を見ながら回遊し、にぎわいの創出に寄与している。

(3) 事業の運営と検証

各事業は毎年、地域の経済団体等を中心にそれぞれの実行委員会が組織され、企画・立案－予算管理・執行－事業運営－実施後の総括などの一連の事業推進の主体となっている。

安心・安全で効果的な事業運営については、事業実施後の総括の中で反省点の検証や次年度の開催に向けた検討を行う。

(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

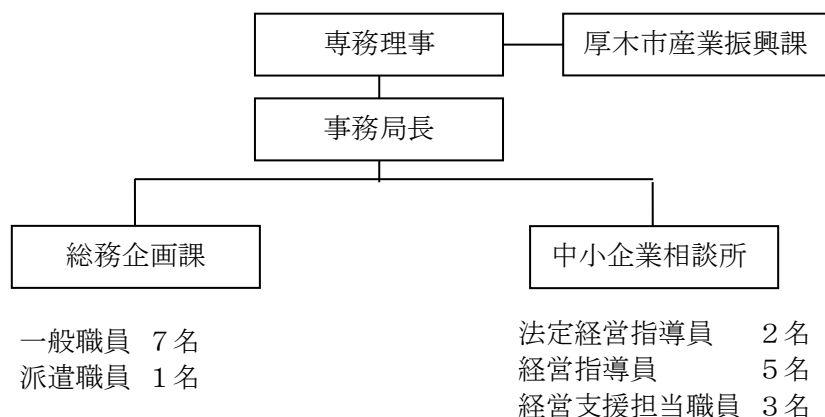
(令和 3 年 4 月現在)

(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)

当所は 18 名の職員体制で、経営発達支援計画の実施は専務理事及び事務局長の管理のもと職員全員で実施し、中小企業相談所が主体となって経営指導員等を中心として実施する。

総務企画課 8 名 (うち、派遣職員 1 名)

中小企業相談所 10 名 (うち、相談所長 (法定経営指導員) 1 名、法定経営指導員 1 名、経営指導員 4 名、経営支援担当職員 3 名 (うち、嘱託職員 2 名))



【職員数】

区 分	一般職員	相談所長	経営指導員	経営支援担当職員	派遣職員	合計
男	5	1	5	3	0	14
女	2	—	1	0	1	4
合 計	7	1	6	3	1	18

(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：石井 利直 (中小企業相談所長)

■氏 名：会田 直樹 (中小企業相談所課長)

■連絡先：厚木商工会議所 Tel 046-221-2153

イ 法定経営指導員による情報の提供及び助言

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。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

厚木商工会議所 中小企業相談所

〒243-0017 神奈川県厚木市栄町 1-16-15

Tel 046-221-2153

Fax 046-221-2152

URL <http://www.atsugicci.or.jp>

E-mail atsugi@atsugicci.or.jp

厚木市 産業振興部 産業振興課

〒243-8511 神奈川県厚木市中町 3-17-17

Tel 046-225-2832

Fax 046-223-7875

URL <http://www.city.atsugi.kanagawa.jp>

E-mail 3900@city.atsugi.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	10,600	10,600	10,600	10,600	10,600
地域経済動向調査 (3-1)	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
需要動向調査 (3-2)	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
経営分析事業計画策 定支援 (4)	600	600	600	600	600
事業計画の策定支援 (5)	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100
事業計画策定後の実 施支援 (6)	100	1000	100	100	100
新たな需要開拓支援 に関する事業 (7)	100	100	100	100	100
地域経済の活性化に 資する取組 (11)	6,200	6,200	6,200	6,200	6,200

(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

会費収入、国補助金、県補助金、市補助金 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	
連携者無し	
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	