

経営発達支援計画の概要

実施者名	鈴鹿商工会議所 (法人番号：2190005004018) 鈴 鹿 市 (地方公共団体コード：242071)
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目 標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>(1) 地域への裨益目標 地域雇用の創出・鈴鹿市の定住人口の増加、交流人口の創出による活気あるまちづくりを目指す</p> <p>(2) 小規模事業者への支援目標</p> <p>①事業計画策定支援による売上高・営業利益率の改善 ②販路開拓及びオープンイノベーション支援による新規顧客の獲得 ③新規創業者支援による地域産業の新陳代謝の活性化</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査 国が提供するビッグデータの活用・景況調査の実施と調査結果の情報提供等</p> <p>2. 需要動向調査 アンケートによる市場調査・外部バイヤー等へのアンケート調査の実施と調査結果のフィードバック</p> <p>3. 経営状況の分析 BIZ ミルの経営状況調査シート・経営状況詳細分析表、経済産業省のローカルベンチマークによる分析</p> <p>4. 事業計画策定支援 ①BIZ ミルを活用した事業計画策定支援、事業計画策定支援セミナー・個別相談の実施による支援 ②すずか創業塾・ブラッシュアップ個別相談の実施による創業予定者等の支援</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援 原則3ヶ月に1回ペースでフォローアップを実施する。事業計画の進捗状況に合わせてフォローアップ頻度を調整する。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業 メッセナゴヤへの出展支援、鈴鹿地域の複合型商業施設への物産展や商品提供支援、産学官連携によって開発した新製品専用 Web サイトでの PR</p>
連絡先	<p>鈴鹿商工会議所 中小企業振興部 指導課 〒513-0802 三重県鈴鹿市飯野寺家町 816 番地 TEL:059-382-3222/FAX:059-383-7667 E-mail:soudan@scci.or.jp</p> <p>鈴鹿市 産業振興部 産業政策課 〒513-8701 三重県鈴鹿市神戸1丁目18番18号 TEL:059-382-8698/FAX:059-382-0304 E-mail:sangyoseisaku@city.suzuka.lg.jp</p> <p>鈴鹿市 産業振興部 商業観光政策課 〒513-8701 三重県鈴鹿市神戸1丁目18番18号 TEL:059-382-9020/FAX:059-382-0304 E-mail:shogyokankoseisaku@city.suzuka.lg.jp</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 鈴鹿市の現状

ア. 立地

鈴鹿市は、東に伊勢湾、西に鈴鹿山脈と恵まれた自然環境の中にあり(図1参照)、昭和17(1942)年12月に軍都として2町12カ村が合併し、人口約5万2千人から出発した。第二次世界大戦中に鈴鹿海軍工廠が開かれた以後、数多くの企業を誘致し伊勢湾岸地域有数の内陸工業都市として発展してきた。かつては繊維産業が盛んであったが、本田技研工業(株)鈴鹿製作所を中心とする自動車産業関連の部品工場などが多く見られる。

また、農業においても恵まれた豊かな大地で伊勢茶やさつきをはじめ水稲などの生産が活発に行われ、農業と工業がともに成長した緑の工都として現在に至っている。

当市の市街地は、旧城下町の神戸(近鉄鈴鹿市駅前)、漁港の白子、海軍工廠があった平田の3か所に分散していたが、次第に鈴鹿中央道路(県道54号鈴鹿環状線)に沿って商業施設を中心に開発が進み発展してきている。

当市の特徴は、世界有数の国際レーシングコースを保有する鈴鹿サーキットがあり、四季折々の美しい自然や長い歳月をかけて培った伝統文化とともに、躍動感あふれるモータースポーツを愛することによって、生き生きとした夢や未来を語ることのできるまちを作るため、モータースポーツ都市宣言をしている点にある。



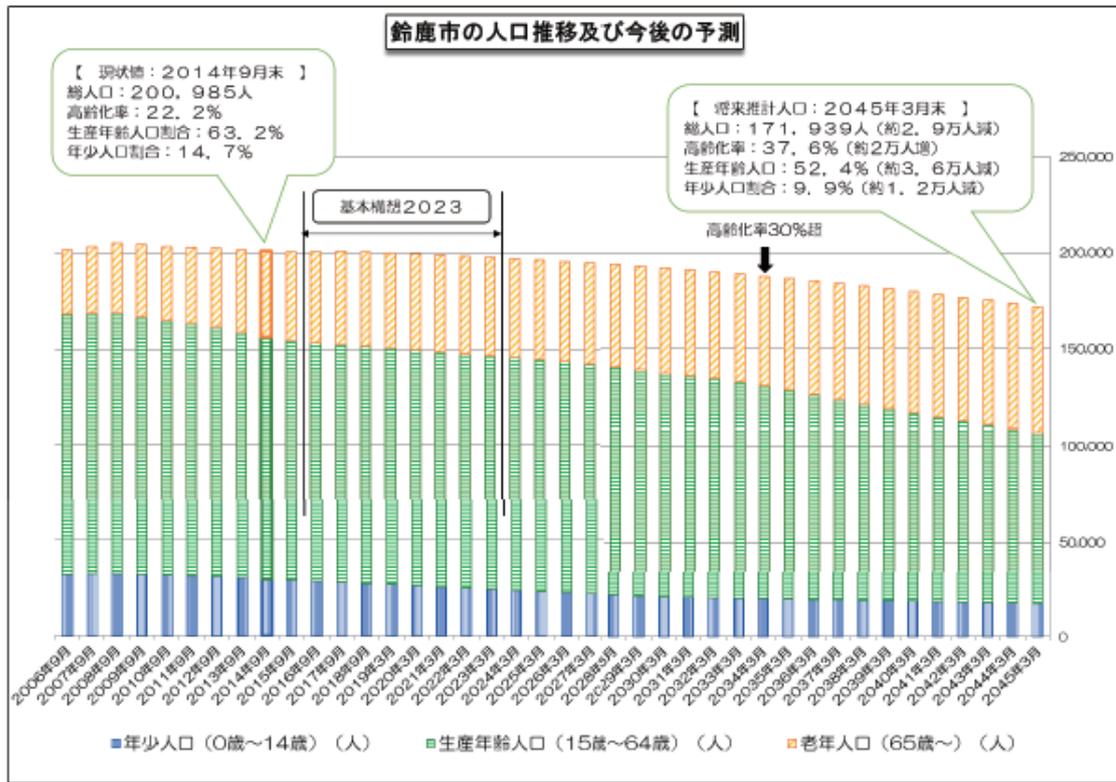
図1 鈴鹿市の位置

イ. 人口推移

鈴鹿市の人口は、令和2(2020)年8月31日時点で199,409人が居住しているが、平成21(2009)年1月をピークに、人口減少が既に始まっており、将来推計人口では、令和27(2045)年に総人口が、平成26(2014)年よりも約2.9万人減少し、17万人程度と予測されている(図2参照)。

今後、人口構造も大きく変化し、令和27(2045)年には65歳以上の老年人口が約2万人増加する一方で、15歳から64歳までの生産年齢人口は約3.6万人、15歳未満の年少人口は約1.2万人それぞれ減少するなど、少子高齢化の影響が本格的に現れると予測されている(図3及び図4参照)。

図2 鈴鹿市の人口推移及び今後の予測



出典 鈴鹿市総合計画 2023

図3 人口推移

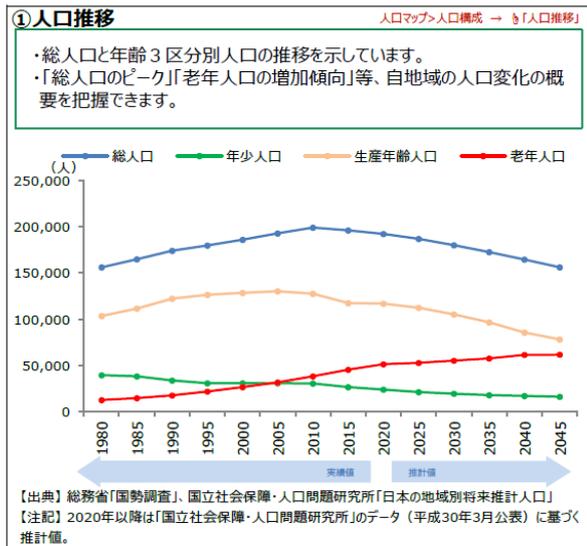
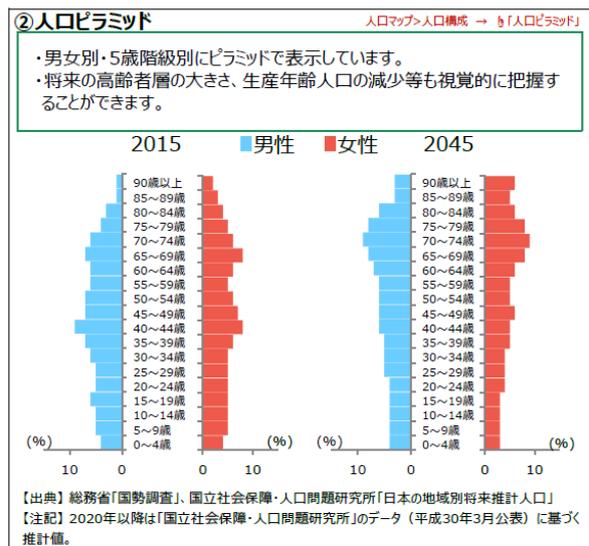


図4 人口ピラミッド



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」

ウ. 産業構造・商工業者等の推移（図 5・6・7 参照）

i. 事業所数・従業者数の産業大分類別割合

1) 鈴鹿市の事業所数（総数 6,681 社）産業大分類別の割合（図 5 参照）

卸売業・小売業、宿泊業・飲食サービス業、建設業が、全体の事業所数の約 49%を占めている。

図 5 鈴鹿市の事業所数

鈴鹿市の事業所数（総数 6,681 社）		
業種	事業所数	割合
卸売業・小売業	1,762 社	26.37%
宿泊業・飲食サービス業	805 社	12.05%
建設業	712 社	10.66%
生活関連サービス業・娯楽業	638 社	9.55%
製造業	636 社	9.52%
医療・福祉	533 社	7.98%
サービス業(他に分類されないもの)	520 社	7.78%
教育・学習支援業	234 社	3.50%
不動産業・物品賃貸業	204 社	3.05%
学術研究・専門・技術サービス業	193 社	2.89%
運輸業・郵便業	179 社	2.68%
金融業・保険業	108 社	1.62%
農業・林業	65 社	0.97%
複合サービス事業	56 社	0.84%
情報通信業	29 社	0.43%
電気・ガス・熱供給・水道業	6 社	0.09%
鉱業・採石業・砂利採取業	1 社	0.01%
漁業	0 社	0%
合計	6,681 社	100%

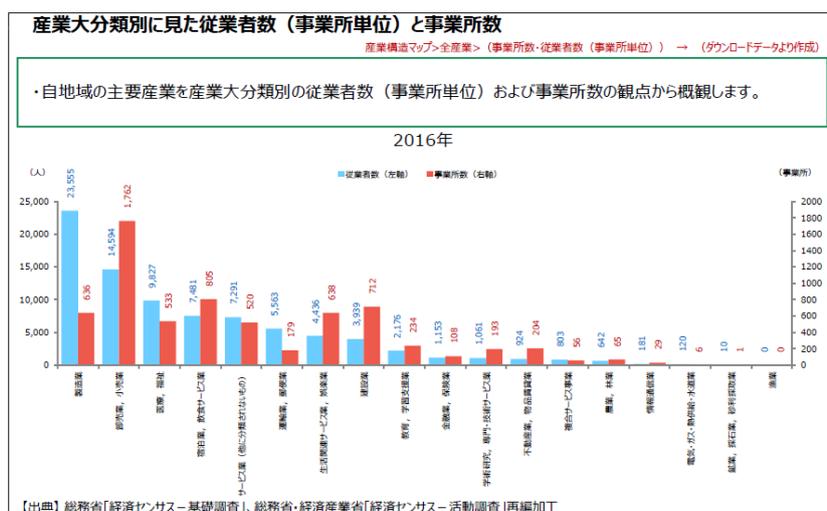
2) 鈴鹿市の従業者数（総 83,756 名）産業大分類別の割合（図 6 参照）

製造業、卸売業・小売業に従事している従業者数が全体の約 45%を占めている。

図 6 鈴鹿市の従業者数

鈴鹿市の従業者数（総 83,756 名）		
業種	従業者数	割合
製造業	23,555 名	28.12%
卸売業・小売業	14,594 名	17.42%
医療・福祉	9,827 名	11.73%
宿泊業・飲食サービス業	7,481 名	8.93%
サービス業(他に分類されないもの)	7,291 名	8.71%
運輸業・郵便業	5,563 名	6.64%
生活関連サービス業・娯楽業	4,436 名	5.30%
建設業	3,939 名	4.70%
教育・学習支援業	2,176 名	2.60%
金融業・保険業	1,153 名	1.38%
学術研究・専門・技術サービス業	1,061 名	1.27%
不動産業・物品賃貸業	924 名	1.10%
複合サービス業	803 名	0.96%
農業・林業	642 名	0.77%
情報通信業	181 名	0.22%
電気・ガス・熱供給・水道業	120 名	0.14%
鉱業・採石業・砂利採取業	10 名	0.01%
漁業	0 名	0%
合計	83,756 名	100%

図 7 産業大分類別に見た従業者数（事業所単位）と事業所数



出典 総務省「経済センサス - 基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス - 活動調査」

ii. 企業数・事業所数・従業者数の推移（図8参照）

企業数は減少傾向、事業所数は横ばい、従業者数は一旦減少し回復傾向。

1) 鈴鹿市の企業数（法人や個人等の経済活動を行っている会社数の集計）推移

	平成 21 (2009) 年	平成 24 (2012) 年	平成 26 (2014) 年	平成 28 (2016) 年
企業数	5,154 社	4,823 社	4,894 社	4,606 社

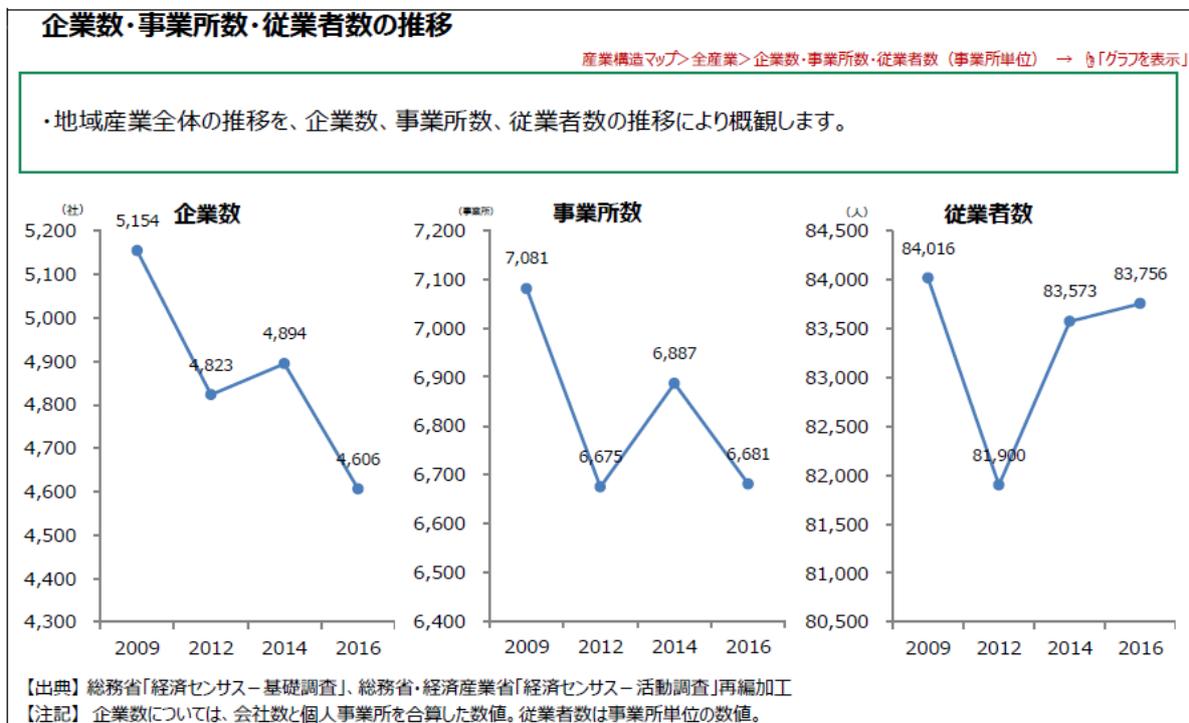
2) 鈴鹿市の事業所数（経済活動が行われている場所・拠点数の集計）推移

	平成 21 (2009) 年	平成 24 (2012) 年	平成 26 (2014) 年	平成 28 (2016) 年
事業所数	7,081 社	6,675 社	6,887 社	6,681 社

3) 鈴鹿市の従業者数推移

	平成 21 (2009) 年	平成 24 (2012) 年	平成 26 (2014) 年	平成 28 (2016) 年
従業者数	84,016 名	81,900 名	83,573 名	83,756 名

図8 企業数・事業所数・従業者数の推移



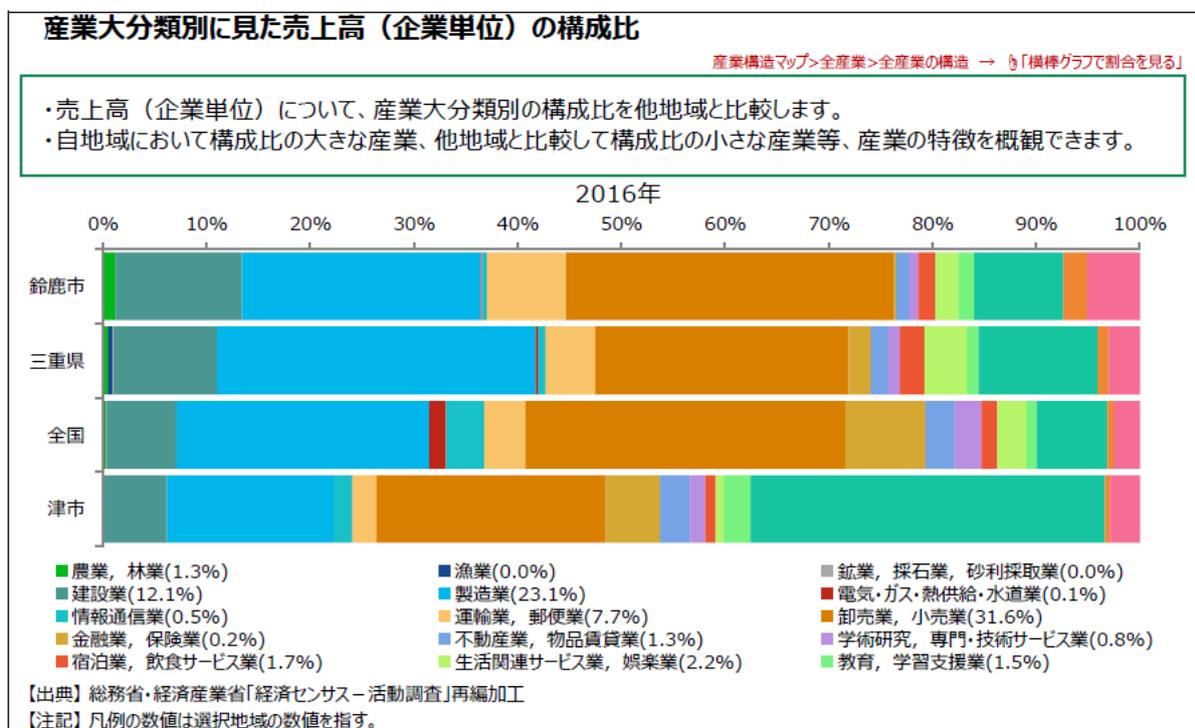
出典 総務省「経済センサス-基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

iii. 産業大分類別の売上高構成比率（図9参照）

業種別の売上高構成割合は、製造業、卸売業・小売業だけで全体の約54%を占めている。

農業・林業1.3%、漁業0.0%、鉱業・採石業・砂利採取業0.0%、建設業12.1%、製造業23.1%、電気・ガス・熱供給・水道業0.1%、情報通信業0.5%、運輸業・郵便業7.7%、卸売業・小売業31.6%、金融業・保険業0.2%、不動産業・物品賃貸業1.3%、学術研究・専門・技術サービス業0.8%、宿泊業・飲食サービス業1.7%、生活関連サービス業・娯楽業2.2%、教育・学習支援業1.5%、医療・福祉8.6%、複合サービス業2.3%、サービス業（他に分類されないもの）5.1%。

図9 産業大分類別に見た売上高（企業単位）の構成比



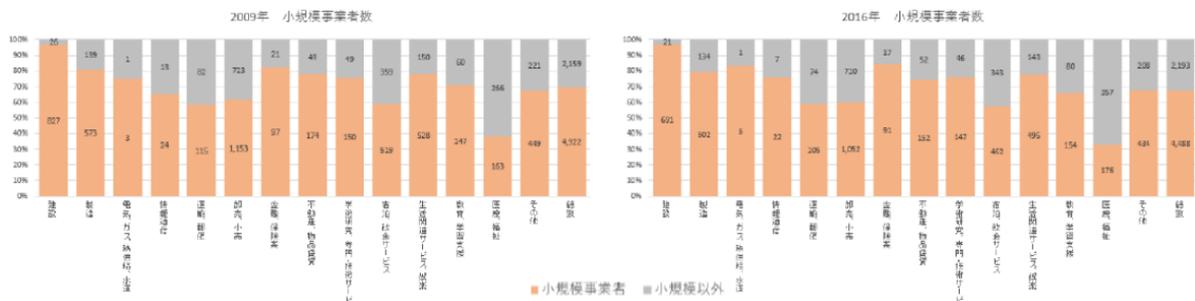
iv. 鈴鹿市に占める小規模事業者の割合 (図 10 参照)

平成 28 (2016) 年の小規模事業者数の割合は 67.2% (小規模事業者数 4,488 社/総数 6,681 社) で、平成 21 (2009) 年と比較すると事業者数 (小規模事業者数 4,922 社から 434 社減少) も比率 (69.5% から 2.3%減少) も減少した。

産業別に見ると、平成 28 (2016) 年は、建設業 (97.1%)、金融・保険業 (84.3%)、電気・ガス・熱供給・水道業 (83.3%) の順にその産業の中で小規模事業者が占める割合が高い。一方、医療・福祉 (33.0%)、宿泊・飲食サービス業 (57.4%)、運輸・郵便業 (58.7%) の順にその産業の中で小規模事業者が占める割合が低い。

また、全業種の中で小規模事業者数が多い業種は、卸売・小売業 (1,052 社)、建設業 (691 社)、製造業 (502 社) の順で多い。一方、電気・ガス・熱供給・水道業 (5 社)、情報通信業 (22 社)、金融・保険業 (91 社) の順に小規模事業者数が少ない。

図 10 業種別小規模事業者数割合



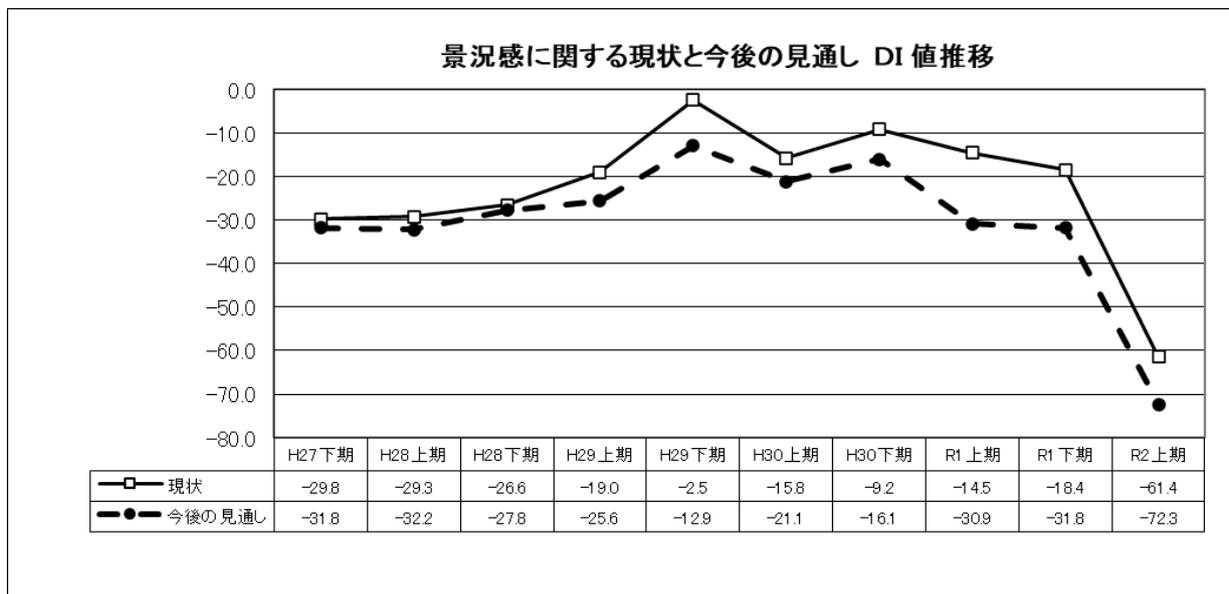
		建設	製造	電気、ガス、 熱供給、水道	情報通信	運輸、郵便	卸売、小売	金融、保険業	不動産、物品 賃貸	学術研究、専 門・技術サー ビス	宿泊、飲食 サービス	生活関連サー ビス、娯楽	教育、学習支 援	医療、福祉	その他	総数
2009年	小規模事業者	827	573	3	24	115	1,153	97	174	150	519	528	147	163	449	4,922
	小規模以外	26	139	1	13	82	723	21	49	49	359	150	60	266	221	2,159
	総数	853	712	4	37	197	1,876	118	223	199	878	678	207	429	670	7,081
	小規模割合	97.0%	80.5%	75.0%	64.9%	58.4%	61.5%	82.2%	78.0%	75.4%	59.1%	77.9%	71.0%	38.0%	67.0%	69.5%
2016年	小規模事業者	691	502	5	22	105	1,052	91	152	147	462	495	154	176	434	4,488
	小規模以外	21	134	1	7	74	710	17	52	46	343	143	80	357	208	2,193
	総数	712	636	6	29	179	1,762	108	204	193	805	638	234	533	642	6,681
	小規模割合	97.1%	78.9%	83.3%	75.9%	58.7%	59.7%	84.3%	74.5%	76.2%	57.4%	77.6%	65.8%	33.0%	67.6%	67.2%

出典：総務省・経産省「平成21年・平成28年経済センサス(事業所ベース)」
 (注) 卸売・小売・サービスについては5人以下、それ以外の業種については20人以下を小規模事業者と分類して集計。

エ. 新型コロナウイルス感染症の影響等による景況感 (図 11 参照)

新型コロナウイルス感染症の新規感染者数の増加に伴い、政府が発出した緊急事態宣言が 4 月 16 日に全国に拡大され、これを受け三重県では県民への外出自粛要請や事業者への休業要請等を行い、それらに伴う消費活動の冷え込みが大きな影響を与え、景況感が大幅に悪化した。政府が打ち出した緊急経済対策である特別定額給付金や持続化給付金などの効果は限定的であり、また新型コロナウイルス感染症がいつ収束するか不透明であるため、今後の見通しも大幅に悪化する結果となった。

図 1 1 鈴鹿地域の景気判断 業況・見通し DI 値推移表



オ. 道路交通網 (図 12・図 13 参照)

人口減少の進展や人口構造の変化、経済規模の縮小、社会経済環境が急激に変化している中で、鈴鹿市内の道路交通網の利便性向上や安全対策への意識が高まるなど、市民ニーズの多様化が進んでいる。鈴鹿市内において、平成 30 (2019) 年 2 月 17 日に中勢バイパス鈴鹿・津工区 (第 7 工区) (図 9 参照) や平成 30 (2019) 年 3 月 17 日に新名神高速道路三重県区間 (新四日市 JCT～亀山西 JCT 23.4 km) (図 10 参照) が開通するなど幹線道路の整備が進んでいる。しかしながら、依然として慢性的な渋滞が市内で発生し、交通手段選択の偏り (自動車偏重) が見られる。

人口減少社会を踏まえ利用者のニーズや移動しやすい空間を確保するために道路ネットワーク形成や公共交通機関サービスの充実により、鈴鹿市民が移動手段を自由に選択し、安全かつ円滑に移動できる交通網の整備と維持管理を継続する必要がある。特に整備優先度の高い幹線道路 (中勢バイパス鈴鹿 (安塚) 工区 (第 4 工区) 2.8 km、鈴鹿四日市道路 7.5 km の新規事業化、鈴鹿亀山道路 10.5 km の都市計画決定) の効率的かつ計画的に整備するために三重県や鈴鹿市と連携をさらに強化していく。

図 1 2 国道 2 3 号中勢バイパス



図 1 3 新名神高速道路 三重県区間 (新四日市 JCT～亀山西 JCT)



カ. 特産品

i. 鈴鹿ブランド

全国に誇れる質の高い鈴鹿市内の产品及びその生産者を鈴鹿ブランドとして認定し、情報発信することで鈴鹿市の知名度を向上させ、観光及び物産の振興並びに誘客を高めることにより経済活動の活性化に資することを目的とし認定を行っている。認定基準として、味覚（味、風味、食感、食べやすさ等が良いか）、独自性（競合他社にはないオリジナリティがあるか）、信頼性（食品衛生法などの関係法令や条例を遵守しているか、万人が安心して食することができるか）、特産性（鈴鹿の特産品として今後成長していくか、鈴鹿の産品を活用しているか、鈴鹿の伝統や文化を活かしているか、鈴鹿を連想させる創意工夫があるか）、市場性（消費者のニーズを捉えているか、万人から愛される商品か）について審査を行い認定する。令和2（2020）年3月31日時点で、21の产品及びその生産者が認定を受けている。

ii. 鈴カレー

鈴鹿の新しいご当地グルメとして、日本人の国民食とも言えるカレーに着目して商品開発に取り組んでいる。鈴鹿地域の飲食店が切磋琢磨し、お客様をおもてなしする心と調理技術の向上を目指し、鈴鹿を代表するご当地グルメとして鈴鹿地域の食材を使った創作料理を考案している。広く鈴鹿市民への知名度を向上させ、販路を拡大させることで飲食店の活性化を目標とする。

また、平成27（2015）年3月に経済産業省特許庁より「鈴カレー」の商標登録が認可され、この商標を利用し、地産地消の必要性を訴求するとともに食をテーマとした観光集客を図ることで地域活性化に繋げている。

キ. SUZUKA産学官交流会の活動

i. SUZUKA産学官交流会とは

鈴鹿市内の高等教育機関である鈴鹿工業高等専門学校、鈴鹿医療科学大学、鈴鹿大学・鈴鹿大学短期大学部、鈴鹿市外の高等教育機関である三重大と鈴鹿市内の企業、行政で組織され、21世紀の鈴鹿市にふさわしい豊かな産業社会像の実現に向けて、産業・高等教育機関・行政の交流を促進し、新しい製品・商品・サービスの開発や新技術の調査・研究等を目的としている。

ii. 主な活動実績

○伊勢型紙プロジェクト

鈴鹿市の伝統工芸用具である伊勢型紙の模様を活用し、鈴鹿市の地酒である鈴鹿川のラベルを開発・製作を行った。また、自動二輪部品製造業者と鈴鹿工業高等専門学校が連携し、iPhone5アルミケースやアルミ製名刺ケースなどの開発・製作を行った。アルミ合金最高ランクのA2017ジュラルミンの無垢材から削り出し、軽量かつ高剛性を兼ね備え、日本の和の象徴である着物すなわち伊勢型紙の美しい模様をレーザー加工で表現することにより、世界に向けて鈴鹿をより印象的にPRを行った。

○鈴鹿小女子あられプロジェクト

鈴鹿市内の水産加工業者と米菓製造業者が連携し、伊勢湾で水揚げされた小女子を使用した米菓（あられ）を開発・製作し、販売を行った。さらに、パッケージのデザインに高級感を演出し、贈答用としても使えるように伊勢型紙模様をパッケージのデザインに取り入れた。

○鈴鹿バーガープロジェクト

鈴鹿市のモータースポーツ都市宣言 10 周年を記念して、モータースポーツの街“鈴鹿”をイメージしたご当地バーガーを開発した。鈴鹿市内の飲食店（ハンバーガショップ）が、鈴鹿産の卵を使いレーシングカーのタイヤとホイールをイメージした目玉焼きと新鮮で甘みのある玉葱を使ったトッピングを創作し、ソースには鈴鹿市内の調味料製造業者のたまり麴を使用するなど地元食材を活用し開発を行った。また、包装紙のデザインには、チェッカーフラッグ柄をベースにレーシングカーがサーキットを熱く炎のように疾走するイメージを表現した。さらに、鈴鹿大学短期大学部で食物栄養学を専攻する学生などにモニタリングを行い、ターゲットとなる若者の意見も取り入れた。

○鈴鹿スイーツプロジェクト

2019 年（平成 30 年）3 月 17 日に新名神高速道路三重県区間（新四日市 JCT～亀山西 JCT 23.4 km）が開通すると同時に鈴鹿パーキングエリアもオープンすることに合わせて、鈴鹿パーキングエリアで鈴鹿産のお土産として販売することを目的として、鈴鹿市内の洋菓子製造販売業者と鈴鹿大学短期大学部とが連携し、「鈴鹿チェッカーフラッグサブレ」、「鈴鹿かぶせ茶パウンドケーキ」、「鈴鹿かぶせ茶シュークリーム」、「鈴鹿ポークエッグマフィン」の 4 つの新商品を開発し、販売を行った。

ク．鈴鹿市総合計画 2023 における商工業の振興

鈴鹿市総合計画 2023 として商工業の振興について次のとおり掲げている（鈴鹿市総合計画 2023 を抜粋・引用）。

i．産業集積の基盤整備と企業誘致及び企業の高度化・高付加価値化の推進

基幹産業である自動車産業の製品出荷額が、全体の多くを占めることから鈴鹿市の産業成長は、自動車産業の動向に左右されやすくなっている。現在、工業団地などの企業適地が不足しているが、道路交通網のインフラ整備が進んだことにより、企業の投資拠点になり得る可能性が拡充された。今後の企業立地のために民間事業者や地元組合施工による工業団地造成事業が進められている。

そこで、工業用地などの集積基盤の整備を推進し、新たな企業の誘致を図る。鈴鹿市の基幹産業である自動車産業を中心とした、ものづくり技術力をはじめとする地域特性を生かした産業集積を促進する。新しい時代の流れを力にするため、企業の技術力高度化、販路開拓支援、経営支援などを通じて、鈴鹿市の産業を支える企業の高付加価値化を促進する。市内企業が行う新技術・新製品開発に対する支援を行うことにより、研究開発型企業を育成するとともに、ものづくり技術の高度化・高付加価値化を促進し、市内産業の活性化を図る。高度技術開発の促進、持続可能な企業経営の促進、地域産業を担う人材の育成などにより、経営・技術革新の促進を図り、時代潮流の変化に的確に対応しながら、中小企業が持続的に発展していくための経営資源確保に対して支援する。

具体的には、○ものづくりのまちとしてあり続けるため、工業振興条例に基づく奨励制度を活用し成長産業の立地誘導、研究開発機能の強化を進める。○民間事業者などを支援し、工業団地などの産業基盤整備の促進を図る。○市内企業が行う研究開発・事業展開を支援し、大学及び高等教育機関、研究機関などの技術シーズを活用するなどし、基盤技術の高度化を図り新技術開発や新製品開発、販路開拓を促進する。○地域産業の基盤や雇用確保の面で、重要な存在である中小企業に対し、鈴鹿市ものづくり産業支援センターを拠点として企業のニーズを把握し、専門アドバイザーを派遣することで、人材育成、技術・経営相談、新たな事業展開など、様々な側面における支援を行う。

ii. 消費活動の更なる活性化推進

大型店や複合型商業施設などは、市外からも多くの集客を有する魅力ある施設として、市内の商業活動を牽引している。一方、インターネット販売の普及などによる消費行動の多様化に加え、全国チェーン展開しているコンビニエンスストアやドラッグストアなどの新規出店による販売競争の激化や経営者の高齢化・後継者の不在問題などにより、市内の企業・事業者数は減少傾向にあり、商店街においては組織の弱体化が懸念されるなど個店にとっては厳しい環境となっている。

そこで、市内の中小企業や商店街による、にぎわいの創出を支援し、市内での消費活動の拡大に取り組むとともに、消費者が消費生活を安心して送れるよう消費者の保護に取り組む。

具体的には、○鈴鹿商工会議所を支援し、創業支援や人材育成を行うとともに、後継者育成・事業承継に取り組む。○市内の中小企業、商業者や創業者に対する経営健全化のための資金支援を行う。○商店街などが実施する商店街活性化促進事業・商店街共同施設設置事業について支援を行い、商店街の活性化を図る。○市内の店舗で消費者が安心して買い物できるよう計量検査などの啓発活動に取り組む、消費者保護を図るとともに、中小企業や商業者の消費者保護に対する意識向上を図る。

iii. 誰もが安心して働ける労働環境づくり

少子高齢化社会の到来により、15歳以上65歳未満の生産年齢人口が減少傾向にあり、企業の求人募集数が求職者数を上回る状況が続いている。全国的に新卒者の就職率は向上しており、若者を中心に雇用環境は改善し、雇用機会の場は確保されていると言える。しかしながら、就職の際に市外・県外の企業に就職し、市外へ転出する傾向があることから市内企業においては計画した人材が確保できず、企業活動に影響が出る。特に、中小企業における労働力不足が懸念されており、建設業や製造業を中心に雇用のミスマッチが顕著となっている。

そこで、若者をはじめとして、障がい者や外国人、高齢者、女性など多様な人材、すべての働く人々が、それぞれの能力を発揮しながら安全にいきいきと働くための就業・雇用環境整備に向けた支援を充実させる。

具体的には、○市内企業の労働力確保に向け、県内の高校生や大学生の市内企業への就職促進に取り組む。○雇用・労働環境整備に係る支援として、職業訓練に対する支援を行う。○若年者を中心に市外在住の就業希望者を市内企業にマッチングさせるU・I・Jターン就職支援に取り組む。○高齢者の雇用拡大に向けた取り組みを支援する。

iv. 地域資源の活用による集客・交流人口の増加

インバウンドの増加や働き方改革の進展による余暇時間の過ごし方の多様化などにより、近年の観光を取り巻く状況には変化が見られる。鈴鹿市では、これらを契機として国内外からの観光誘客、集客・交流人口の増加を図る必要があることから、本市の情報を広く市内、国内外へ発信することが重要となっており、地域資源を活用した新商品の開発及びその販路開拓に向けて、新たな企業の掘り起こしから育成までを一貫して支援できる体制の強化を進める。

そこで、地域資源であるモータースポーツ・ものづくり技術・農水産品・伝統産業・文化・歴史・自然・特産品などを活用し、集客・交流を促進する。

具体的には、○今後開催される大規模スポーツイベントやインバウンドの増加など、鈴鹿市に訪れる機会を最大限に活用して、マーケット・イン型による地域資源を活用した新商品の開発及び販路の開拓に対して支援を行い、地域ブランドの構築とPRに繋げる。○多様な産業との連携やウェブを効果的に取り入れることで鈴鹿市の地域資源に触れる機会を創造し、購買意欲やにぎわいの創出に繋がる取り組みを促進する。○地域資源の魅力を持続的に発信する仕組みづくりに向けて、その仕組みを支える人材の確保・育成のほか、鈴鹿市に対する誇りや愛着の形成に繋げるため、市民に対するプロモーションを行う。○伝統産業である伊勢型紙や鈴鹿墨において、人材確保及び後継者育成を通じて

伝統産業の活性化に繋げる。○地域のイベントや物産をはじめとした、地域の資源素材をテーマやターゲットに基づき、SNSなどのウェブを活用した効果的な情報発信を推進する。○新名神高速道路鈴鹿PAやスマートIC周辺地域の観光資源を活用し、市内及び広域の観光を推進する。○地元企業との連携強化により訪問者の受入態勢を整えるとともに、新たな受入施設の掘り起こしを進め、産業観光の魅力向上に取り組む。○インバウンドのための環境整備を促進する。○集客力のあるスポーツイベントなどの機会を活用した情報発信や来場者向けの観光ルートの提案などスポーツツーリズムに取り組む。○鈴鹿市民が地域資源であるモータースポーツに触れる機会を提供し、モータースポーツの振興促進を図る。○鈴鹿のモータースポーツに関する情報を市内外に効果的に発信するために、SNSなどウェブの活用を進め、モータースポーツ交流人口の増加を図る。

②鈴鹿地域の課題

ア. 当地域が抱える課題

i. 生産年齢人口の減少

鈴鹿市の人口動向について、国立社会保障・人口問題研究所（以下「社人研」という）の将来推計によると令和27（2045）年には、令和2（2020）年8月31日時点の人口199,409人から156,407人となり、昭和55（1980）年当時の人口水準まで減少すると予測されている。一方、鈴鹿市独自が集計した将来推計では、総人口は、171,939人となり、社人研の推計結果ほどの落ち込みではないものの長期的には減少するという点において一致している。また、人口構造の変化について、少子高齢化の進展により老年人口が令和27（2045）年まで増加傾向にあるのに対し、年少人口及び生産年齢人口は減少を続けるため、人口の年齢構成比率を示す人口ピラミッドは、下すぼみの壺型の形がより顕著となることを見込まれる。これによって、経営資源である人材の不足に陥り、従業者数の多い製造業等の労働生産性や競争力の低下を招く恐れがある。

ii. 産業構造の多様化・地域特性を生かした産業集積

鈴鹿地域は、基幹産業である自動車産業の動向に左右されるため、今後成長することが見込まれる産業などの企業立地の促進や多様な産業構造を構築するための基盤整備が必要となる。一方では、基幹産業関連の既存企業への支援も行い、地域特性を生かした産業集積の促進を図り、地域経済の自立的发展へ向けた地域間競争に対応できる産業振興を図る必要性もある。

iii. 小規模小売店・商店街の弱体化

大型店舗や複合型商業施設の集客力の高さや全国にチェーン展開しているコンビニエンスストアやドラッグストアなどの台頭により市内の個店や商店街にとって厳しい経営環境となっている。また、インターネットを活用した販売の普及により消費者行動が変化し、顧客のニーズも多様化したことから、日々変化する経営環境への適応ができない事業者が増加している。

iv. 観光業の衰退

近年、中国や韓国などのインバウンド需要が増加し、鈴鹿地域にも世界有数の国際レーシングコースを有する鈴鹿サーキットがあるが、モータースポーツ人気に陰りがあるためF1日本グランプリの来場者数が年々減少しているのが実情であり、インバウンド需要を効果的に取り込むための環境整備や情報発信などを促進していくことが必要である。また、市内に点在する地域資源の複合的な連携や広域観光、周遊ルートの開発などを併せて実施し、観光客が市内における滞在性や周遊性を向上させる必要がある。

v. 新型コロナウイルス感染症の影響による景気の冷え込み

新型コロナウイルス感染症の感染拡大による新規感染者数の増加により、政府は、新型インフルエンザ等対策特別措置法（以下「特措法」という）第32条第1項に基づき、令和2（2020）年4月7日から5月6日までを期間とする緊急事態宣言を7都府県に発出し、同年4月16日より対象地域を全国に拡大した。これを受け三重県では、令和2（2020）年4月20日から5月6日までの期間について、遊興施設等、文教施設、運動・遊戯施設、劇場等、集会・展示施設、床面積の合計が1,000㎡を超える大学・学習塾等、博物館等、ホテルまたは旅館（集会の用に共する部分に限る）、商業施設（生活必需品物資の小売関係等以外の店舗、生活必需サービス以外のサービス業を営む店舗）を対象に休業要請を行った。また、外出自粛の徹底や県外から三重県への移動自粛の呼びかけ、クラスターの発生の恐れがある大規模イベントの開催自粛などにより、景気の急激な減速を引き起こした。景気の悪化については、2008年（平成20年）9月15日に経営破綻したリーマン・ブラザーズ・ホールディングスに端を発し、世界的な金融危機を招いたリーマンショック時を超える景況感の悪化となり、未だに新型コロナウイルス感染症の終息が見通せないことから、景気の先行き不透明感が増している。

vi. 鈴鹿地域内外への移動がしにくい道路交通網

鈴鹿市内において、平成30（2019）年2月17日に中勢バイパス鈴鹿・津工区（第7工区）や平成30（2019）年3月17日に新名神高速道路三重県区間（新四日市JCT～亀山西JCT 23.4km）が開通するなど幹線道路の整備が進んでいるが、依然として慢性的な渋滞が発生し、交通手段の選択の偏り（自動車偏重）が見られる。また、高齢者による交通事故の多発に起因する運転免許証の自主返納が進むことによって、公共交通機関の必要性がますます高まっている。

さらに、地震や台風、記録的短時間大雨による土砂災害や洪水災害・浸水被害などによる広域災害が発生した際の緊急車両や援助物資運搬に活用する緊急輸送道路の拡充が必要不可欠である。

イ. 当地域の小規模事業者が抱える課題

i. 製造業

基幹産業である自動車産業の製品出荷額が全体の多くを占めることから自動車産業の景況に左右されやすく、自動車やバイクの国内需要の低下、新型コロナウイルス感染症の影響による消費行動の低迷を受けて市内製造業者への悪影響が懸念される。

また、大規模製造業者のサプライチェーンは、重層的な下請け構造のピラミッド型となっており、その最下層を占める小規模事業者は、発注元に決められた単価でしか業務を受注できず、中抜き等による利益率の悪い受注などが売上の中心となっていることが構造的な問題点となっている。これにより品質の高い加工を施しても付加価値額を上乗せすることができず、常に資金繰りに困窮するような事態が常態化しており、発注側事業者との取引条件の改善が必要である。加えて、自社内でオリジナル製品を製造した経験もなく、消費者が必要としている製品のニーズも把握していないため、技術があっても売れる製品を独自に作るのが困難である。最終的に獲得できる付加価値額を増やしていくには、自社の優位性を反映した製品を顧客に発信する取り組みが必要である。

ii. 観光業・宿泊業

F1日本グランプリの来場客数の減少やその他のモータースポーツ人気低迷し、今後も観光客が減少することが予測されるため、市内の観光業や宿泊業への影響が懸念される。

さらに、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響による企業の県外出張の自粛やオンライン会議の普及による宿泊業への影響や海外からの観光客、特にインバウンド需要の低迷、国内においても県外を越えて移動を必要とする国内旅行の自粛などが続くと市内の観光業や宿泊業への影響は甚大である。

iii. 小売業・飲食業・サービス業

インターネットの普及や様々な商品を取り揃えた複合型商業施設の台頭により、地域の小規模小売業者は、苦境に立たされている。近年では、消費者行動の多様化が進み、それらを捉えるためには、常に最新のトレンドを掴む必要があるが、地域の小規模小売業者の経営者の高齢化が進み、新しいビジネスモデルを取り入れるチャレンジ精神が減退傾向にある。さらに若い後継者も不在であるため新しい業態の手法やIT化への抵抗感が大きいのが現状である。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大による飲食業・サービス業へのダメージが深刻であり、3密の回避やソーシャル・ディスタンスの確保などの徹底によるビジネスモデルの転換が急務となっている。今までの商品・サービスに囚われない、まったく新しい商品・サービスを開発し、販路開拓に繋げなければ、経営に行き詰まり廃業や倒産に見舞われる小規模事業者が増加する課題がある。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①今後10年間を見据えて

地域経済の根幹を担う小規模事業者の企業経営に対して、積極的なプッシュ型支援を行っていく。人口密度の低い地方においては、雇用の受け皿となっている小規模事業者が多く、また暮らしの様々な面において地域との繋がりがあり存在感が大きく、また小規模事業者が目指す理想の姿や経営理念は多様であり、期待される地域の役割や機能などを意識した支援を心掛ける必要がある。

さらに、小規模事業者を取り巻く環境が変化し、残業規制や同一労働同一賃金といった働き方改革をはじめ、最低賃金の継続的な引上げ、被用者保険の適用拡大などへの対応と利益拡大の両立を図るためには、付加価値額を増大させる必要がある。付加価値額を増大させるためには、既存の商品・サービスの差別化や新たな商品・サービスを開発し、顧客に新たな価値を提供することが効果的であり、生産性の向上にも貢献する。新たな技術開発や商品・サービスの創出のきっかけとして、オープンイノベーションを活用することは非常に有効であり、可能性を秘めていることから異業種企業や大学等の高等教育機関、行政との連携を推進し、三者（企業×高等教育機関×行政）が寄れば文殊の知恵というスタンスで新しい商品・サービスの開発に取り組む。小規模事業者を支援する過程で知り得た企業情報を取りまとめ、三者間の連携のための基礎資料とする「鈴鹿地域企業大百科事典」を作成する。

②鈴鹿市総合計画2023との連動性・整合性

鈴鹿市総合計画2023における商工業振興について、次のとおり当所が実施する経営発達支援計画において連動性・整合性の面で合致している。

i. 産業集積の基盤整備と企業誘致及び企業の高度化・高付加価値化の推進との連動性・整合性

当所は、鈴鹿市の産業を支える小規模事業者に対して経営支援を行い、大学及び高等教育機関、研究機関などの技術シーズを活用するなど、基盤技術の高度化を図り、新しい技術開発や商品・サービスの開発を支援し、顧客に新たな価値を提供する取り組みを推進する。具体的には、SUZUKA産学官交流会の活動を通して、企業と大学及び高等教育機関との橋渡しを行い、新しい製品・商品・サービスの開発、新技術の調査・研究を行うことにより、鈴鹿市の総合計画との連動性・整合性を取る。

ii. 消費活動の更なる活性化推進との連動性・整合性

当所は、消費活動の活性化に向けて、新規創業希望者や既存店の後継者などの育成に取り組み、新たな事業者やサービスを創出し、鈴鹿市内の消費拡大に繋げる。また、その過程で既存の小規模事業者や創業予定者などに対して、必要に応じて経営安定化のための金融支援も行う。具体的には、すずか創業塾を実施する。また、経営安定化を図るための金融相談を行うとともに事業計画の策定を支援することで、鈴鹿市の総合計画との連動性・整合性を取る。

iii. 誰もが安心して働ける労働環境づくりとの連動性・整合性

当所として、鈴鹿市内や三重県内の高校生・大学生が就職する際に市外や県外の企業に就職する傾向があることから市内企業の労働力確保に向けて、市内企業への就職を促進する。具体的には、鈴鹿市内の企業を対象とした合同企業就職説明会などを開催し、企業と学生のマッチングを促進することで、鈴鹿市の総合計画との連動性・整合性を取る。

iv. 地域資源の活用による集客・交流人口の増加との連動性・整合性

当所として、企業が顧客ニーズを第一に考え、顧客が満足するような地域資源を活用した新商品の開発を行い鈴鹿地域オリジナルブランドの構築と販路開拓のためのPRに取り組むことを促進する。具体的には、販路開拓として地域のイベントや物産展をはじめとした催しへの出店を促進し、SNSなどのウェブを活用した情報発信を促進することで、鈴鹿市の総合計画との連動性・整合性を取る。

③鈴鹿商工会議所としての役割

i. 小規模事業者を影から支えるバックオフィスとしての役割

記帳指導をはじめとする財務・経理に関する支援、経営分析や経営戦略立案支援などの企業の売上に直接的に関係が薄い分野ではあるが、企業運営に欠かすことのできない業務を全般的に支援する。

ii. 新しい価値を生み出すマーケターとしての役割

市場の動向や変化の兆しを敏感にキャッチし、消費者がどういった経路から製品に興味を持つてくれるのか、消費者目線になって消費者導線を設計することで、最適な場所に最適な見せ方で商品のアプローチすることができるマーケット分析を支援する。

iii. 異業種や教育研究機関等をつなぐ連結ピンとしての役割

企業情報を収集・集約することで、企業と企業、企業と大学、企業と行政といった異業種や大学などの高等教育機関・研究機関とのマッチングを支援する。

iv. 新製品・新商品・新サービスのアンバサダーとしての役割

小規模事業者が生み出した新しい商品・サービスのPR大使として、SNS等のウェブを活用し、好意的な意見や情報を発信することで販売促進に繋げていく。潜在的な顧客に、企業やブランドの魅力を広め新たなファンの獲得を支援する。

v. 小規模事業者の伴走者としての役割

小規模事業者が策定した事業計画とその進捗状況をズレがないか定期的に確認し、当初の事業計画とズレが生じた場合、その都度、軌道修正を行うなど支援する。

vi. 鈴鹿市総合計画 2023 の中での当所の役割

ア. 産業集積の基盤整備と企業誘致及び企業の高度化・高付加価値化の推進の中での役割

市内企業が行う研究・事業展開を支援し、大学及び高等教育機関、研究機関などの技術シーズを活用するなど、基盤技術の高度化を図り新技術開発や新製品開発、販路開拓などを促進する。

イ. 消費活動の更なる活性化推進の中での役割

すずか創業塾を開催し創業希望者や人材育成を行う。また、市内の中小企業、商業者や創業者に対する経営健全化のための資金支援を行う。

ウ. 誰もが安心して働ける労働環境づくりの中での役割

市内企業の労働力確保に向け県内の高校生や大学生の市内企業への就職を促す合同企業就職説明

会を実施する。

エ. 地域資源の活用による集客・交流人口の増加の中での役割

今後開催される大規模スポーツイベントやインバウンドの増加など、鈴鹿市に訪れる機会を最大限に活用し、マーケット・イン型による地域資源を活用した新商品の開発及び販路の開拓に対して支援を行い、地域ブランドの構築とPRに繋げる。また、地域のイベントや物産をはじめとした、地域の資源素材をテーマやターゲットに基づき、SNSなどのウェブを活用した効果的な情報発信を推進する。

(3) 経営発達支援事業の目標

鈴鹿市の現状及び課題と長期的な振興のあり方を踏まえた上で、経営発達支援計画の目標を以下のとおり設定する。

①地域への裨益目標

地域雇用の受け皿となっている小規模事業者を支援し、生産活動を増進させることで地域雇用を創出する。また、鈴鹿市と協力し、市内で開発されている工業団地等への企業誘致を進め新たな雇用や鈴鹿市の定住人口を増加させることで地域経済に貢献する。

さらに、鈴鹿市の魅力を国内外へ発信し、以前のように海外の観光客を含む多くの交流人口を創出することでにぎわいや活気のあるまちづくりを目標とする。

②小規模事業者への支援目標

目標1. 事業計画策定等の支援

小規模事業者が考える理想の姿や経営理念を尊重し、日々変わる経営環境への対応や新しい取り組みに挑戦する小規模事業者を重点的に支援することで、付加価値額の増大や営業利益率が改善するように支援を行う。また、事業計画を策定する上で、まず自社の置かれている環境を分析し、市場を細分化することで市場の中のどの顧客へターゲットを合わせるか、自社の商品をどのように位置づけて差別化を図っていくかなどのマーケティング戦略を立てる。

本5ヶ年計画の期間において、小規模事業者の経営状況分析を5年間延べ740社、事業計画の策定支援企業を5年間延べ555社行う。そのうち売上高増加事業者数は5年間延べ246社、営業利益率1%以上の改善事業者数を5年間延べ246社以上創出することを目標とする。

目標2. 販売開拓及びオープンイノベーション支援

小規模事業者が新たな取引先を開拓するために、展示会やSNS等のウェブを活用したPR活動を促進する。また、自社の力だけでなく異業種企業や大学等の高等教育機関と連携し、顧客ニーズを第一に考えた商品・サービスを創出することを支援する。商品企画や広告宣伝、営業活動など実際の行動をスムーズに行うために、そのフレームワークとしてマーケティングミックスの4Pと4Cを言語化し、販売促進の支援を行う。本5ヶ年計画の期間において、販路開拓は、B to Bの場合、成約件数を5年間延べ15件、B to Cの場合、売上額を5年間延べ100万円とすることを目標とする。

目標3. 新規創業者支援

新規創業者を支援し、地域産業の新陳代謝を活性化させ、経営資源の有効活用を図り新たな雇用を創出させる。また、新規創業者の事業を早期に軌道に乗せる支援を行い、地域経済の安定化を図る。本5ヶ年計画の期間において新規創業者向けの創業計画策定支援件数を5年間延べ15件以上行うことを目標とする。

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) 目標達成へ向けた方針

①地域への裨益目標達成へ向けた方針

事業計画の策定支援等を通して、小規模事業者をバックアップし、付加価値額の増大に寄与する。また、鈴鹿市の産業振興部やものづくり産業支援センターとの連携を強化し、情報交換などを緊密に行うことで、小規模事業者の支援や企業誘致に関わる事案に対して適切に対応していく。

さらに、モータースポーツの街“鈴鹿”を広くPRし、観光客の誘客に結びつくイベント等を開催し、観光集客への取り組みを継続的に実施していく。

②事業計画策定支援を実施すべき小規模事業者への目標達成へ向けた方針

【目標1. 事業計画策定等の支援】

鈴鹿市の経済動向調査、需要動向調査、経営状況の分析を実施し、小規模事業者が置かれている状況を明確化することで、自社の経営に必要なアイデアや閃きのきっかけを作り、それらを事業計画にアウトプットできるような支援を行っていく。

【目標2. 販売開拓及びオープンイノベーション支援】

小規模事業者が新しい取引先や販路開拓のために、展示会や商談会などへの出展を促し、また、SNS等のウェブを活用したPR活動などを支援する。既存の商材だけに限らず、新たなマーケティングを行い、顧客がどのような商品を求めているかを第一に考え、新商品や新サービスを提案し販売することを推進する。その過程で、自社の力だけで商品開発が困難な場合、異業種企業や大学等の研究機関と協力し、商品開発を進める。

【目標3. 新規創業者支援】

新規創業者を支援するために創業塾などを開催し、経営指導員等が創業前後に継続的な支援を行う。また、必要に応じて専門家等にアドバイスを求めることで、事業を早期に軌道に乗せるようにバックアップする。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状と課題

鈴鹿市の経済動向を把握するため景気動向調査を年2回、アンケート調査を年1回実施し、調査結果を当所発行の会報誌で公表、情報提供を行ってきたが、国が提供するビッグデータ等の活用ができていなかった。

②方向性と課題改善

これまで実施してきたアンケート調査の調査項目が、景気動向調査と類似する部分があったため、十分な経済動向や消費動向の調査となっていなかった。そこで、国が提供するビッグデータ等を活用し、調査内容を改善した上で実施していく。

(2) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
国が提供するビッグデータの分析公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
三重の景況調査公表回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

戦略的な伴走型支援を実施し、小規模事業者に対する的確な支援を行うために、国が提供するビッグデータである「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向・消費動向等の調査・分析を行い、年1回公表する。

ア. 調査項目

地域経済循環の分析(地域経済循環図、人口推移、従業者数推移、生産額推移、付加価値額推移など)、売上(生産額)の分析(産業別生産額、産業別修正特化係数、産業別純移輸出額など)、粗利益(付加価値)・雇用者所得の分析(産業別付加価値額、従業者1人あたり付加価値額、地域の産業1人あたり雇用者所得など)、観光の分析(宿泊者数、観光地・施設、滞在人口、都道府県外から来た滞在人口、外国人滞在メッシュなど)、人口などの分析(人口推移、就業者規模、住民1人あたり就業者など)。

イ. 調査手法

国が提供する情報サービスRESAS(地域経済分析システム)の分析を経営指導員等が行い、データとして取りまとめる。

ウ. 分析手法

「地域経済循環マップ・生産分析」 ⇒ 何で稼いでいるか等を分析

「まちづくりマップ・From-to 分析」 ⇒ 人の動き等を分析

「産業構造マップ」 ⇒ 産業の現状等を分析

上記の情報を総合的に分析し、統計情報をまとめたデータと鈴鹿市や地域の金融機関、シンクタンク等から公表される経済動向調査の結果を合わせて分析し、有益な情報をフィードバックする。

②三重県商工会議所連合会が行う三重の景況調査を実施

管内の景況動向等について、より詳細な実態を把握するため、三重県商工会議所連合会が行う「三重の景況調査」において、鈴鹿市内の小規模事業者の景況動向等の調査・分析を年2回（7月と翌年1月）実施する。

ア. 調査概要

調査対象：鈴鹿市の小規模事業者

調査件数：1,000 件程度

調査期間：7月実施分⇒1月～6月（上期）、翌年1月実施分⇒7月～12月（下期）

回収目標：30%

イ. 調査項目

業種、従業員数、経営状況について、今後の見通しについて、売上状況について、売上見通しについて、利益状況について、販売条件について、仕入条件について、設備投資について、資金繰りの現状について、資金繰りの見通しについて、借入の現状について、借入予定について、現在経営上困っていることなど

ウ. 調査手法

調査票と返信用封筒を同封し、鈴鹿地域の小規模事業者等に郵送する。

エ. 分析手法

法定経営指導員を中心とした各経営指導員が調査結果を基に業種ごとに分析し、調査結果を公表するためのレポートとしてまとめる。

（4）成果の活用

①RESAS（地域経済分析システム）の分析

分析した結果を当所のホームページ・会報誌（各年1回）にて公表し、広く鈴鹿市の事業者等に周知する。また小規模事業者への伴走型支援の基礎資料としても活用する。

②三重の景況調査

調査した結果を当所のホームページ・会報誌（各年2回）にて公表し、広く鈴鹿地域の事業者等に周知する。また小規模事業者への伴走型支援の基礎資料として活用するとともに、取りまとめたレポートをプレスリリースする。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状と課題

小規模事業者に代わり、経営指導員等が消費者の需要動向等について分析を行い、小規模事業者にフィードバックしてきたが、日本全体のトレンド等を把握するまでに留まり、鈴鹿地域のトレンドを分析するまで至っていなかった。

②方向性と課題改善

顧客ニーズを第一に考え、顧客が満足する商品・サービスを提供する顧客志向の考え方や消費者ニーズごとに市場を細分化し、その細分化された市場の中で最適なものを標的市場とし、標的市場に対して自社の経営資源を投入していくためのマーケティングを行うように改善していく。

(2) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
アンケートによる市場調査対象事業者数	—	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
外部バイヤー等によるアンケート調査対象事業者数	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社

(3) 事業内容

①事業者が販売する商品やサービスに関するアンケートによる市場調査

顧客ニーズを第一に考えた商品開発をするために、鈴鹿市の小規模事業者 5 社が販売している商品・サービスを対象にアンケート調査を実施し、調査結果を集計・分析した上で、当該 5 社にフィードバックすることで、今後の商品開発に活かす。

ア. サンプル数

1 社あたり 50 件

イ. 調査手法

事業者が販売する商品・サービスを利用する消費者に対して広くアンケート調査を行い、回収したアンケート調査票を外部のコンサルタント業者を活用し分析を行う。

ウ. 分析手法

属性別に評価・分析を行い、ターゲット顧客を明確化する。また、CS ポートフォリオ分析を行い、どの領域・項目を優先的に改善するべきかを分析する。

エ. 調査項目

商品の見た目、包装・パッケージ、味の好み、食感の良さ、香りの良さ、商品の量、価格など

オ. 分析結果の活用

アンケートによる市場調査結果を基にした専門家等によるアドバイスや商品改善提案に活用する。

②鈴鹿ブランド認定審査委員（外部の大手小売店バイヤー等）による試食・アンケート調査

鈴鹿地域の小規模事業者で鈴鹿ブランドの認定を希望する事業者の商品において、大手小売店やサービスエリア等の運営会社（㈱ダイナック、㈱安全、三岐鉄道㈱、イオンリテール㈱）のバイヤー等に試食及びアンケート調査を実施し、調査結果を分析した上で当該の小規模事業者にフィードバックすることで、今後の商品開発や改善に役立てる。

ア. サンプル数

1社あたり4件

イ. 調査手法

鈴鹿ブランドの認定を希望する商品を外部の審査委員が試食する。審査委員には、大手小売店やサービスエリア等の運営会社（㈱ダイナック、㈱安全、三岐鉄道㈱、イオンリテール㈱）のバイヤー等が就任し、調査項目に基づいて採点を行う。

ウ. 分析手法

調査項目ごとに、審査委員が点数とコメントを記入し、それらのコメント等を経営指導員等が分析し、フィードバックする。

エ. 調査項目

味覚（味、風味、食感、食べやすさ等）、独自性（競合他社にはないオリジナリティがあるか）、信頼性（食品衛生法などの関係法令や条例を遵守しているか、万人が安心して食することができる商品か）、特産性（鈴鹿の産品として今後成長していくか、鈴鹿の特産品を活用しているか、鈴鹿の伝統や文化を活かしているか、鈴鹿を連想させる創意工夫があるか）、市場性（消費者のニーズを捉えているか、万人から愛される商品か）

オ. 分析結果の活用

分析結果を経営指導員等がまとめ、当該の小規模事業者へ報告書の形式でフィードバックする。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状と課題

小規模事業者に対して、経営指導員等が巡回相談や窓口相談を実施する際に、当所オリジナルの経営聞き取り分析シートを活用し、経営状況等について調査していたが、使い勝手が悪く、経営指導員等の熟練度や経験年数に応じて分析精度にバラつきが生じていた。

②方向性と課題改善

熟練度や経験年数などが少ない経営指導員等でも経営資源や経営課題について、深掘りが容易にできバラつきの少ない分析手法に変更し、経営状況の分析を実施していく。

(2) 目標

経営状況の分析目標として、経営指導員6名は20社、経営支援員4名は10社とする。しかし、経営指導員のうち2名について、指導歴1年未満であることから指導経験が豊富な経営指導員がOJTを3年間行うこととする。これにより、経営指導員歴が1年未満の職員2名については、3年間の目標を10社とする。

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
分析件数	72件	140件	140件	140件	160件	160件

(3) 事業内容

新たな需要の開拓や新商品の開発などを戦略的に実施したい小規模事業者を巡回相談や窓口相談、補助金関連相談、金融関連相談などで掘り起こし、経営支援基幹システム（BIZミル）や経済産業省のローカルベンチマークを活用することで定量分析たる財務分析と定性分析たるSWOT分析の双方の分析を行う。

①対象者

鈴鹿市の小規模事業者

②分析項目

ア. 財務分析

収益性（売上高総利益率、売上高営業利益率）、成長性（売上高増加率）、生産性（一人あたり売上高、一人あたり売上総利益）、効率性（売上債権回転期間、棚卸資産回転期間）、安全性（流動比率、当座比率、自己資本比率、借入金月商倍率）

イ. SWOT分析

強み（strength）、弱み（weakness）、機会（opportunity）、脅威（threat）など

ウ. ローカルベンチマーク

財務情報：売上増加率、営業利益率、労働生産性、EBITDA有利子負債倍率、営業運転資本回転期間、自己資本比率

非財務情報：経営者への着目、事業への着目、関係者への着目、内部管理体制への着目

③分析手法

ア. BIZミルの経営状況調査シート

調査シートでは、経営状況分析で求められる財務分析とSWOT分析が簡易的にできる設問となっており、また市場環境、販売促進、事業計画、事業承継、防災・減災等までが一枚のシートで聞き取りすることが可能。調査結果をBIZミルに入力することで、調査及び支援ニーズのデータベース化ができ、経営状況調査分析表として出力し当該事業者にフィードバックが可能。

イ. BIZミルの経営状況詳細分析表

決算書等の財務データを基にした財務分析と経営状況分析表を基とした経営資源や経営課題について深掘りしたSWOT分析を行い、事業者が今後取り組みたい事業について経営状況詳細分析表として取りまとめる。

ウ. 経済産業省のローカルベンチマーク

事業者の経営状態の把握を行うツールとして、経営者と支援機関等の双方が同じ目線で対話を深めるための基本的な枠組みであり、事業性評価の入口として活用する。

(4) 分析結果の活用

分析結果を当該事業者にフィードバックし、事業計画策定等に活用する。また、分析結果をBIZミル内でデータベース化し、経営指導員間で情報共有する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

①現状と課題

事業計画策定支援は従前より行っており、また、事業計画策定支援セミナーと専門家による事業計画策定支援個別相談も実施してきたが、事業計画策定の意義や重要性などの周知が不足しており、小規模事業者が事業計画を策定する動機付けが足りていない状況であった。

②方向性と課題改善

小規模事業者への周知やPR方法、セミナー及び個別相談の開催方法を見直し、経営状況の分析の時点において、事業計画策定の意義や重要性などの理解が浸透するように説明を尽くすなどの改善を行った上で実施していく。

(2) 支援に対する考え方

経営状況の分析によって掘り起こしを行った小規模事業者は、自社が保有している資産（ヒト・モノ・金・情報など）について棚卸ができており、また経営目標や経営状況についても把握している状態であるため、ある程度は事業計画を策定する意義や有効性について認識を深めていると考えられる。また、国等の各種補助金の加点対象となる事業計画の認定支援制度を活用することを推奨し、事業計画を策定することにより補助金等の申請がスムーズになることをアピールすることで、事業者の動機付けの一つとなるように支援を行う。これらによって、4. 経営状況の分析に関することで経営分析を行った事業者の75%程度/年の事業計画策定することを目指す。また、新規創業者については、すずか創業塾受講生の10%程度/年の創業計画策定を目指す。

(3) 目標

①事業計画策定総件数

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
BIZミル等を活用した策定件数(策定支援セミナー・個別相談を含む)	—	105件	105件	105件	120件	120件

②新規創業者向け創業計画策定件数

新規創業者の創業計画策定件数	0件	3件	3件	3件	3件	3件
----------------	----	----	----	----	----	----

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

経営分析を行った事業者を対象に経営支援基幹システムBIZミル等を活用した事業計画の策定と事業計画策定支援セミナー及び個別相談を実施する。

ア. 経営支援基幹システム（BIZミル）等を活用した事業計画策定支援

BIZミルの経営状況調査シート及び経営状況詳細分析表を使って経営状況分析を行った事業者を対象に事業計画の策定支援をする。

イ. 事業計画策定支援セミナー

対象者：チラシ配布、経営分析を行った小規模事業者

募集方法：経営指導員等が集める

開催回数：1回

募集人数：20名程度

策定件数：募集人数の75%程度

カリキュラム：事業計画とは、事業計画の必要性、事業計画策定の流れ、3C分析・SWOT分析、4P・4C戦略、売上・粗利益・営業利益の目標設定、事業計画策定演習等

ウ. 事業計画策定支援個別相談

対象者：経営分析を行った小規模事業者

募集方法：経営指導員等が集める

開催回数：5回

募集企業数：5社

策定件数：募集企業数の75%程度

相談概要：経営指導員等と外部の専門家を交えて個別相談を行う

②創業予定者・創業後5年以内の事業者向け支援

鈴鹿地域に居住または事業場が存在する者や鈴鹿地域に事業所を開設する予定の者を対象にすずか創業塾とブラッシュアップ個別相談を合わせて実施する。

ア. すずか創業塾

対象者：鈴鹿地域に居住または事業所がある者、鈴鹿地域に事業所を開設する予定の者

募集方法：鈴鹿市が発行する広報すずかにチラシ折込、専用HPでPR等

開催日数：4日程度

募集人数：30名程度

カリキュラム：経営・財務・人材育成・販路開拓の4つの知識が身につくカリキュラムとする

具体的には、創業計画の策定、マーケティング・販路開拓、財務・経理、資金繰り、金融機関からの借入、労務・人材育成、関係法令など

イ. ブラッシュアップ個別相談

対象者：鈴鹿地域に居住または事業所がある者、鈴鹿地域に事業所を開設する予定の者

募集方法：すずか創業塾の受講者へPR

開催日数：2日程度

募集人数：10名程度

相談概要：すずか創業塾の外部講師と経営指導員等による個別相談を行う

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

①現状と課題

事業計画を策定した小規模事業者に対して、経営指導員等が巡回相談や窓口相談等によりフォローアップを実施してきたが、支援先によって支援内容や支援回数にバラつきがあり、十分なフォローアップができていない状況であった。

②方向性と課題改善

経営支援基幹システムBIZミルを導入し、事業者ごとに支援案件を支援履歴とともに紐付けし、フォローアップの状況等の支援状況を把握しやすいように改善し、実施していく。

(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のない事業者を見極めた上で、フォローアップの頻度を調整、設定する。売上及び営業利益率 1%以上の増加事業者数については、最初の3年間はフォローアップ対象事業者総件数の40%程度/年、後の2年間で50%程度/年の増加を目指す。

(3) 目標

①フォローアップ対象事業者総件数

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
フォローアップ対象事業者総件数	72 件	105 件	105 件	105 件	120 件	120 件
頻度 (延回数)	288 回	420 回	420 回	420 回	480 回	480 回

②新規創業者向けフォローアップ件数

新規創業者フォローアップ対象事業者件数	0 件	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件
頻度 (延回数)	0 回	12 回				

③売上及び営業利益率 1%以上増加事業者数

売上増加事業者数	0 社	42 社	42 社	42 社	60 社	60 社
営業利益率 1%以上増加事業者数	0 社	42 社	42 社	42 社	60 社	60 社

(4) 事業内容

事業計画を策定したすべての事業者を対象とし、原則3ヶ月に1回のペースで巡回相談・窓口相談等を行う。事業計画の進捗状況により、訪問回数を増やして集中的に支援する事業者（毎月1回程度）とある程度順調に遂行し、訪問回数を減らしても支障がない事業者（年2回程度）を慎重に見極めた上で、フォローアップの頻度を調整する。ただし、事業者からの申出等があった場合、その限りではない。なお、進捗状況が芳しくなく、事業計画とのズレが生じていると経営指導員等が判断した場合や専門的な課題が生じた場合などは、外部の専門家（ミラサボ専門家派遣等を利用する）を交え、三者間で課題解決に取り組む。その上で、フォローアップ頻度を随時変更する。

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

①現状と課題

大都市圏で開催される展示会等に出展すれば製品・商品・サービスのPRや販路拡大になるとわかっていながらも十分な支援に至っておらず、新しい顧客の開拓や新規受注の獲得といったビジネスチャンスに結びついていない状況であった。

②方向性と課題改善

今後は、大都市圏で開催される展示会等への出展を促し、またSNS等のウェブを活用したPR方法の支援を行い、小規模事業者の販路拡大及び取引機会の拡大を支援する。

(2) 支援に対する考え方

商工会議所独自で展示会等を開催することが困難なため、名古屋などの大都市圏で開催される既存の展示会への出展及び地元の複合型商業施設への商品提供事業者を増やすことを目指す。また、産学官連携で誕生した商品を専用HPでPRし、知名度を向上させ販売に繋げる。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中は、陳列・接客などのきめ細かな支援を行う。

(3) 目標

	現行	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度
メッセナゴヤ出展事業者数	0社	5社	5社	5社	5社	5社
成約件数/社	0件	3件	3件	3件	3件	3件
複合型商業施設への物産展出展事業者数	0社	5社	5社	5社	5社	5社
売上額/社	0円	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
専用WebサイトでのPR商品数	0件	5件	5件	5件	5件	5件
売上額/社	0円	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円

(4) 事業内容

①名古屋商工会議所が主催するメッセナゴヤへの出展事業 (B to B)

当所が、日本最大級の異業種交流会であるメッセナゴヤにおいて5ブースを借り上げて、事業計画を策定した事業者を優先的に出展し、新たな需要開拓を支援する。メッセナゴヤ 2019 では、4日間にわたり、県内外から延べ62,422名が来場し、1,442社・団体がブースを出展した。

②地元の複合型商業施設で物産展の開催や商品提供（B t o C）

当所が、鈴鹿市内の複合型商業施設内において、物産展や地元産品直販コーナーなどを設置し、事業計画を策定した事業者5社の商品を優先的に販売・陳列し、新たな需要開拓を支援する。

③産学官連携によって開発した商品を専用のW e bサイトでP R（B t o C）

SUZUKA産学官交流会において、異業種同士の企業や大学等との連携によって新たに創出された製品・商品・サービスなどを専用のW e bサイトでP Rし、新たな販路開拓を支援する。

8. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

①現状と課題

外部の有識者を招聘し、年1回経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行ってきたが、その評価内容の検証・公表が不十分な状態であった。

②方向性と課題改善

PDCAサイクルを十分に機能させるために、有識者による評価内容を検証し、改善するために適切な機関に報告・フィードバックする。

(2) 事業内容

①当所幹部会議での実績検証

当所の幹部会議において、本事業の進捗状況及び実績について年2回報告を行い、事業内容の改善に向けて検討会を開く。

②実施事業を検証する有識者会議の開催

鈴鹿市産業振興部長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士等の有資格者やそれらに相当する実績やノウハウを保有する者、日本政策金融公庫四日市支店長等をメンバーとする「有識者会議」を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。

③有識者会議の評価結果を正副会頭会議にフィードバックし、当所のHP及び会報へ掲載

当該有識者会議の評価結果を当所正副会頭会議に報告した上で、事業実施方針等に反映させるとともに、当所HP及び会報誌へ年1回掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

①現状と課題

経営指導員等の資質を向上させるための研修等が中心であり、一般職員を含めた商工会議所全体の支援能力を向上させる仕組みとなっていない状態であった。

②方向性と課題改善

当所の全職員を対象とした支援能力向上セミナーを開催し、個人に帰属しがちな支援ノウハウを共有するためのOJTや研修会等に参加した職員による研修内容をレクチャーするミーティングを定期的で開催する。

(2) 事業内容

①当所の全職員を対象とした支援能力向上セミナーの開催

外部講師を招き、経営指導員及びその他の一般職員を対象とした支援能力向上セミナーを年1回程度開催する。

②OJTによる資質向上

支援経験の豊富な経営指導員と経営指導員等になってから日が浅い職員とがチームとなり、巡回指導や窓口相談の機会を活用してOJT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。

③職員間の定期的なミーティングの開催

研修会等へ出席した経営指導員が研修内容を解説するミーティングを定期的（月1回程度）に開催し、意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

④データベース化

担当の経営指導員等が経営支援基幹システム上に企業データ等を適時・適切に入力を行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員間で相互共有できるようにすることで、担当の経営指導員以外の職員でも一定レベル以上の対応ができる。

10. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

①現状と課題

現状、当所を含む県下 12 商工会議所や市内金融機関、(公財)三重県産業支援センターなどと情報交換を行うために、支援機関が集まる連絡会議に経営指導員等を積極的に派遣しているが、指導経験が豊富な経営指導員等が出席することが多かったことが課題である。また、鈴鹿市ものづくり産業支援センターとの情報交換を行う機会が少なく、お互いに保有する情報やノウハウを共有することが課題である。

②方向性と課題改善

指導経験の浅い経営指導員等にも出席し、支援ノウハウ等の習得を目指す。また、鈴鹿市ものづくり産業支援センターとの情報交換も積極的に行う。

(2) 事業内容

①経営改善貸付推薦団体連絡協議会への出席 (年2回)

ア. 参加機関

当所、(株)日本政策金融公庫四日市支店、桑名商工会議所、四日市商工会議所、亀山商工会議所

イ. 概要

小規模事業者経営改善資金の貸付状況やその他の融資制度についての情報交換を行うなど緊密な連携関係を構築している。また、地域ごとの経済動向や支援事例などのノウハウや情報を積極的に共有している。

②中小企業支援機関等連絡会議への出席 (年1回)

ア. 参加機関

当所を含む県下 12 商工会議所、三重県商工会連合会、三重県中小企業団体中央会、(株)百五銀行、(株)三十三フィナンシャルグループ、(株)三重ティーエルオー、三重県、三重県工業研究所、日本弁理士会東海支部、(公財)三重県産業支援センター

イ. 概要

(公財)三重県産業支援センター内にある三重県知財総合支援窓口において、中小企業の知財に関する課題解決を支援しているが、これらの支援を行うために中小企業支援機関等との連携が必要不可欠であり、各支援機関と情報共有等の連携を強化し、県内産業の振興を図るために連携会議を開催している。

③三重県事業承継ネットワークブロック会議への出席（年1回以上）

ア. 構成機関

中部経済産業局、東海財務局津財務事務所、(独)中小企業基盤整備機構中部本部、三重県市長会、三重県町村会、三重県雇用経済部、(株)百五銀行、(株)三十三フィナンシャルグループ、桑名三重信用金庫、北伊勢上野信用金庫、津信用金庫、紀北信用金庫、三重県信用保証協会、(株)商工組合中央金庫、(株)日本政策金融公庫、三重県信用農業協同組合連合会、名古屋中小企業投資育成(株)、三重弁護士会、日本公認会計士協会東海会三重県会、東海税理士会三重県支部連合会、(一社)三重県中小企業診断協会、三重県商工会連合会、三重県商工会議所連合会（当所を含む県下12商工会議所）、三重県中小企業団体中央会、三重県よろず支援拠点、三重県事業引継ぎ支援センター、三重県中小企業再生支援協議会

イ. 概要

ネットワーク構成機関間の連携強化と事業承継に関する支援ノウハウの共有による個者支援の拡充を目的としている。また、三重県事業承継支援方針に基づき、三重県内の小規模事業者の事業承継が円滑になされるように、構成機関がベクトルを合わせ、情報交換を緊密に行い事業承継ネットワークの活動を展開している。

④鈴鹿市ものづくり産業支援センターとの連絡会議開催

ア. 参加機関

当所、鈴鹿市ものづくり産業支援センター

イ. 概要

ものづくり技術の向上や活性化を図るために設立された鈴鹿市ものづくり産業支援センターと連携して、鈴鹿市内の製造業等の既存技術の高度化や新分野への応用、人材育成、経営改善などの支援を行うとともに、それらのノウハウ等について情報交換を行う。

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

①現状と課題

大型店舗や複合型商業施設の集客力の高さやインターネット通販などの台頭による小規模小売店の売上減少、鈴鹿市の観光業の目玉であるF1日本グランプリの来場者数の減少などの課題があり、新たな商品・サービスづくりへの後押しや観光集客に今まで以上に力を入れて取り組む。また、生産年齢人口の減少が予測され、人材不足の深刻化が懸念されるため、地元の高校生や大学生が地元企業へ積極的に就職してもらえるような支援を促進する必要がある。

②方向性と課題改善

鈴鹿市内の产品及びその生産者を鈴鹿ブランドとしてバックアップし、また、鈴鹿市の新名物として情報発信を行い、広くPRするためのご当地グルメを開発する。モータースポーツの街“鈴鹿”を盛り上げるためのイベント等の開催やランドマークエリアの創造といった事業を継続的に実施し、観光集客を図っていく。さらに、地元企業と鈴鹿市内の高等学校や高等専門学校、大学などに通う学生とのマッチング機会を創出し、地元企業への就職を促す取り組みを行う。

(2) 事業内容

①鈴鹿ブランド確立のための販売促進事業

全国に誇れる質の高い鈴鹿市内の产品及びその生産者を鈴鹿ブランドとして認定し、情報発信することにより鈴鹿市の知名度を向上させ、観光及び物産の振興並びに誘客を高めることにより経済活動の活性化に資することを目的とし認定を行い、鈴鹿市内の複合型商業施設等において、製品の物産展や鈴鹿ブランドコーナーを設置し、認知度の向上と販売促進に繋げる。

②ご当地グルメ「鈴カレー」をPRするための販売促進事業

鈴鹿の新しいご当地グルメとして商品開発に取り組んでいる「鈴カレー」を用いて、地産地消の必要性を訴求するとともに食をテーマとした観光集客を図ることで地域活性化に繋げる。鈴カレーをPRするとともに、販売促進に繋げるため鈴鹿市内の飲食店で提供される鈴カレーを期間中に食べて回り、スタンプを集める「鈴カレースタンプラリー」を開催する。

③モータースポーツの街“鈴鹿”をPRするためのランドマークエリアの創造事業

モータースポーツを愛している鈴鹿市民と鈴鹿市を訪れた世界中のモータースポーツファンとの交流の場を創造する。世界的なモータースポーツのイベントであるF1日本グランプリの表彰選手（優勝・準優勝・第3位）の手形とサインを刻印したプレートを用いたモニュメントを鈴鹿市の玄関口である近鉄白子駅の西口駅前広場に設置する。設置するモニュメントは、地元の高校生がデザインしたもので、過去に開催されたF1日本グランプリの記録（日付・優勝選手名・タイム・チーム名・国籍）も合わせて刻印する。

④鈴鹿市内の高等学校・高等専門学校・大学等の学生向け就職支援

近年の雇用情勢として、売り手市場が続いており、大企業に就職を希望する傾向が強くなっている。また、少子化の影響により新卒の就職希望者の数も減少傾向にあり、鈴鹿市内に拠点を置く企業にとっては、必要な人材確保するための活動に支障が出る恐れがある。また、一般的には有名企業などの知名度が高い企業に就職を希望する傾向も強く、魅力的で将来性のある地元企業が注目されないという懸念もある。これらを解決するために、新卒の就職希望者に対して地元企業が早くからアプローチし、自社の強みや特色をアピールできる場として、合同企業就職説明会を積極的に開催し、企業と就職希望者のマッチングを行っていく。

⑤鈴鹿商工会議所青年部が行う若手後継者育成事業

当所青年部は、鈴鹿市内の商工業者の若手経営者等で構成されており、中小企業の総合的な振興や発展と社会福祉の増進を目的とし、経営能力の向上、会員相互の交流や啓発、ビジネス機会の創出などのために、多様なイベントやセミナーなどを開催し他地域の青年部との連携や活動を通して、地域活性化への取り組みとして次のような事業等を実施している。

ア. 交通安全キャンペーン出会いふれあいフェアバイクであいたいパレード

毎年、鈴鹿サーキットで開催される鈴鹿8時間耐久ロードレースの前夜祭イベントの一環として、鈴鹿市内を約800台のバイクでパレードを行い、モータースポーツファンと鈴鹿市民、企業、行政が一体となって8耐の感動を共有し、モータースポーツの街“鈴鹿”にふさわしい交通安全とマナーアップを呼びかける一大イベントを開催している。また、パレードの出発地点である複合型商業施設の駐車場周辺に市内製品の展示即売会場を設け、協賛企業のPR及び開催趣旨に賛同する企業とコラボレーションした商品の販売を行う。これによって、モータースポーツ人気の活性化や市内製品の販売促進を図り、新たな観光客を鈴鹿市に誘客し、継続的な地域経済への振興を図っていく。

イ. おしごと体験ワールド

鈴鹿地域に居住する子どもたちを対象に地域経済を支え、特色のある企業の仕事を体験してもらうことで、地域の魅力に触れ、新しい発見や体験を通して、地元へ愛着を抱き未来に向かって夢と希望を感じてもらうことを目的に開催している。これらのおしごと体験を通して、鈴鹿地域の企業に就職を希望してもらえるような大人や地域経済を支える人材を育成することが最終的な目標である。

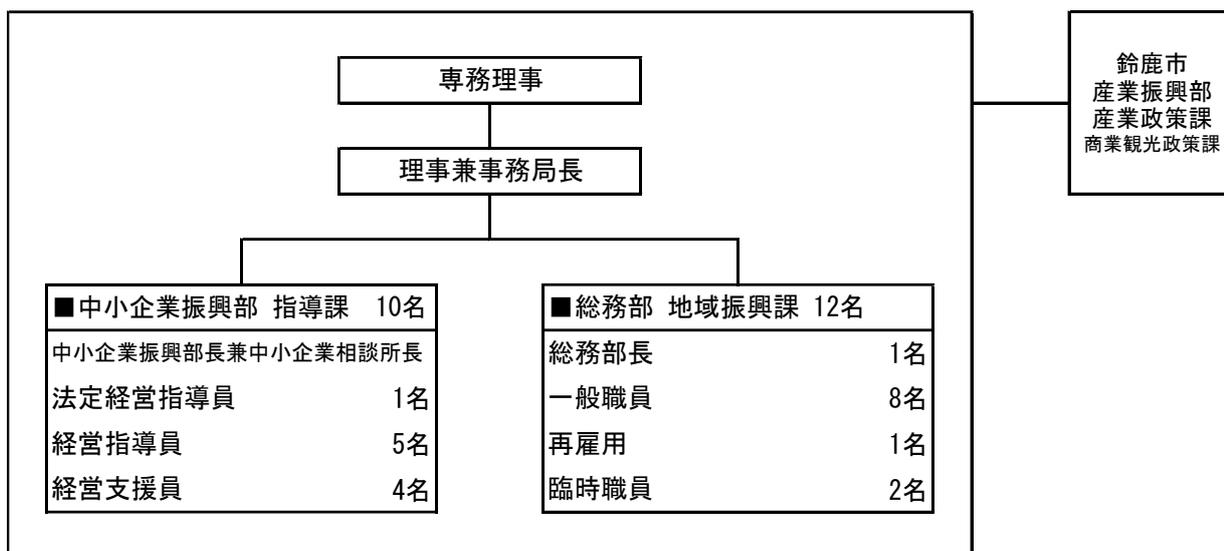
(別表2)

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5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：川口 栄政

■ 連絡先：鈴鹿商工会議所 TEL. 059-382-3222

② 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) 商工会議所、関係市町村連絡先

① 鈴鹿商工会議所

〒513-0802

三重県鈴鹿市飯野寺家町 816 番地

鈴鹿商工会議所 中小企業振興部 指導課

TEL : 059-382-3222 / FAX : 059-383-7667

E-mail : soudan@scci.or.jp

② 鈴鹿市役所

〒513-8701

三重県鈴鹿市神戸 1 丁目 18 番 18 号

鈴鹿市 産業振興部 産業政策課

TEL : 059-382-8698 / FAX : 059-382-0304

E-mail : sangyoseisaku@city.suzuka.lg.jp

鈴鹿市 産業振興部 商業観光政策課

TEL : 059-382-9020 / FAX : 059-382-0304

E-mail : shogyokankoseisaku@city.suzuka.lg.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	12,700	12,700	12,700	12,700	12,700
○三重の景況調査	600	600	600	600	600
○需要動向調査	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
○経営基幹システム更新利用料	600	600	600	600	600
○セミナー開催費	200	200	200	200	200
○専門家派遣費	200	200	200	200	200
○創業塾開催費	700	700	700	700	700
○個別相談会費	200	200	200	200	200
○展示会出展費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
○物産展開催費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○Webサイト改修費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
○イベント等開催費	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入、国補助金、三重県補助金、鈴鹿市補助金、参加者受益負担金等

(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	