

経営発達支援計画の概要

実施者名（法人番号）	那覇商工会議所（法人番号 3360005000502） 那覇市（地方公共団体コード 472018）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	①小規模事業者の労働生産性向上 ア.『販売力強化』 イ.『DXの推進による組織の効率化、活性化』 ②事業承継に対する重点支援 ③特産品のブランディング支援
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 1. 地域の経済動向調査に関すること 地区内の経済動向の把握に努め、地区内小規模事業者に対する経営相談等をはじめとした支援の基礎資料として活用していく。 2. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の経営状況や課題を把握することで、今後の目指すべき方向性を検討する手掛かりを得ることができ、その方向に到達するための事業計画策定の支援につなげる。 3. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者が目的に応じて実現したい目標を明確にし、目標達成のために具体的に取り組む実現可能性の高い行動計画と数値計画を策定することで、成り行き経営から脱却し、計画的に事業運営を行い、少ないリスクで売上および利益の増加に結び付ける。 4. 事業計画策定支援に関すること 策定された事業計画の進捗確認を行い、計画と実績に差が生じている場合は原因分析を行い、課題を抽出して解決策を検討する。専門的な課題については、外部専門家を活用して課題解決を支援する。 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 小規模事業者の販売する商品やサービスの需要動向を調査し、経営状況分析や需要開拓に有益な情報を提供する。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会・商談会の効果的な活用を支援するとともに、小規模事業者が需要動向調査の結果を活用して、商品・サービスの品揃えや販促方法（チラシ、店前看板、POP、接客、ホームページ、ソーシャルメディアなど）を見直し、新規顧客の獲得やリピート客化を図れるよう支援する。
連絡先	那覇商工会議所中小企業相談部 〒900-0015 沖縄県那覇市久茂地 1-7-1 琉球リース総合ビル 6 階 TEL:098-868-3759 FAX:098-866-5728 E-mail:cci-naha@nahacci.or.jp 那覇市経済観光部商工農水課 〒900-8585 沖縄県泉崎 1-1-1 TEL:098-951-3212 FAX:098-951-3213 E-mail:K-SYOU001@city.naha.lg.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①那覇市の現状

ア. 立地

那覇市は沖縄県の県庁所在地であり、また国際空港である那覇空港や、県外や周辺離島とを結ぶ那覇港を擁することから沖縄県の玄関口としての役割も担っている。

本市は鹿児島と台北の中間にあり、那覇を中心とする 1,500 キロメートルの円周域には、東京、ピョンヤン、香港、ソウル、北京、マニラなどの主要な都市があり、交通機能の上からも東南アジアの各都市を結ぶ要衝の地点であり、わが国の南の玄関として地理的に好条件の位置にある。

那覇市の位置と市域



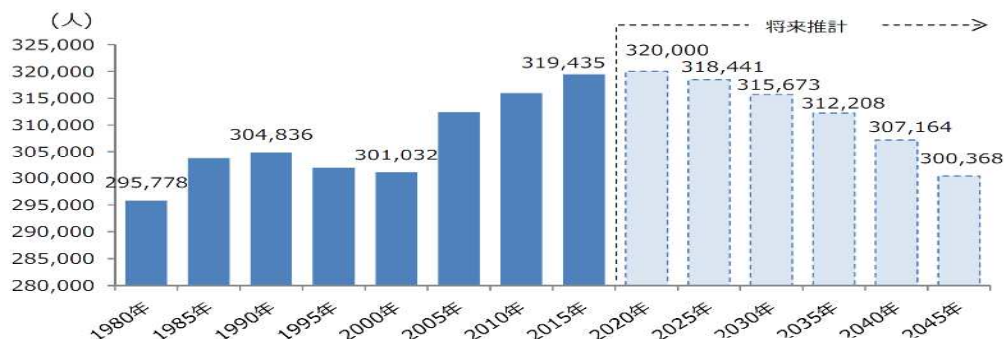
那覇市の位置 北緯 26 度 10'34" ～14'46"
東経 127 度 38'12" ～44'19"
那覇市面積 41.42 km² (令和 3 年 4 月)

イ. 人口（推移）

2015 年の国勢調査による本市の総人口は 319,435 人であり、1980 年以降の推移をみると、2000 年までは 30 万人前後でほぼ横ばいで推移していたが、2005 年以降は増加に転じ、その後は増加傾向が続いている。

しかし、将来推計人口をみると、2020 年の 320,000 人をピークに減少に転じ、2045 年は 300,368 人と、2015 年に比べて 19,067 人 (6.0%) 減少すると見込まれている。

【那覇市の人口推移と将来推計人口】



出典：那覇市地域経済構造分析調査報告書

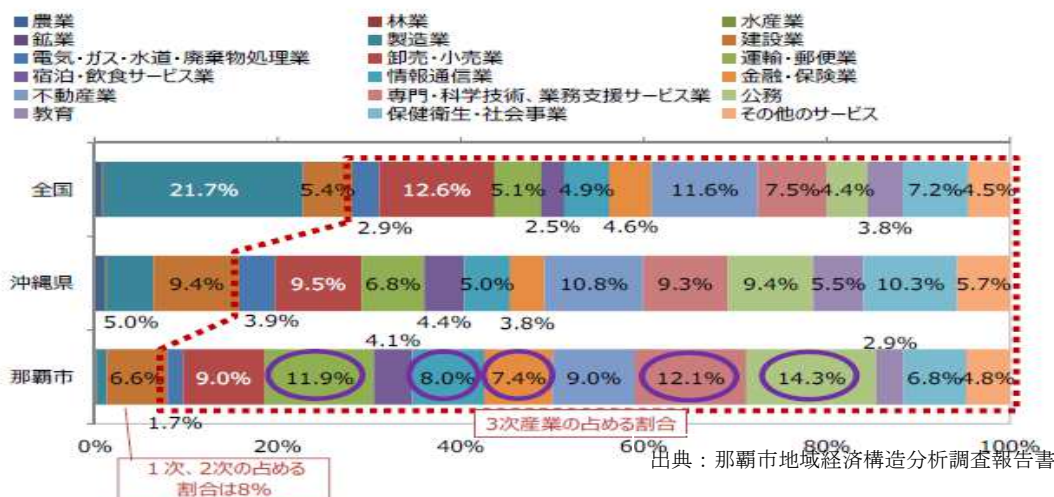
ウ. 産業の動向

○産業全体の動向

本市の産業を従業者ベースでみると、第3次産業の「卸売業・小売業」、「宿泊業・飲食サービス業」などが92.9%と、大半を占める構造となっている。第1次産業は0.2%であるが、市魚である「マグロ」は県内水揚げ量の約5割を占め、生鮮マグロでは全国有数の産地となっている。第2次産業は7.0%で、琉球王国時代から受け継がれてきた「泡盛」などの地場産業、「紅型」、「首里織」、「琉球漆器」、「壺屋焼」、「三線」の伝統工芸などがある。

市内総生産額構成比では全国、沖縄県との比較第1次産業は全国(1.0%)、沖縄県(1.3%)、那覇市0.2%、第2次産業は全国(27.2%)、沖縄県(14.5%)、那覇市が7.7%、第3次産業は全国(71.8%)、沖縄県(84.2%)、那覇市(92.1%) (対全国+20.3ポイント、対県+7.9ポイント)と全国、沖縄県に比べて第3次産業に特化している状況がうかがえる。

【産業別の総生産額構成比】



出典：那覇市地域経済構造分析調査報告書

資料：『平成27年度(2015年度)沖縄県市町村民所得統計』(沖縄県)、
『平成27年度(2015年度)沖縄県県民経済計算』(沖縄県)

○商工会議所管内の事業所数と小規模事業者数の推移

経済センサス活動調査を使用して那覇市内の小規模事業者数を分析すると下図にある通り、那覇市内の従業員1～9名の小規模事業者は、2期間比較（2009年度と2016年度比較）で85.5%であり、減少幅は大きく、厳しい競争環境にあると考えられる。

経済センサス活動調査による事業所数

		2011年	2016年	前期比率
那覇市	①事業所数（民営）	19,596	17,339	88.5%
	②事業所数（民営） （従業員1～9人）	16,361	13,989	85.5%
全国	①事業所数（民営）	5,886,193	5,340,783	90.7%
	②事業所数（民営） （従業員1～9人）	4,655,901	4,104,403	88.2%

○観光産業について

沖縄県は上述の「産業全体の動向」の通り第3次産業に特化した産業構造であり、その中でリーディング産業として位置づけられている観光産業は、県経済に与える影響は大きく、県内総生産（GDP）に占める観光消費額の割合は20.9%に及び、これは2番目に大きい山梨県の10.1%と比べても突出している。

近年の入域観光客数は一貫して増加しており、令和30年度の入域観光客数は1,000万人を超えた。それにより那覇空港を有する那覇市経済は大きな恩恵を受け、図1の通り「那覇市売上げ金額（那覇市内事業者売上金額）」は上昇傾向にあった（経済センサス活動調査より分析）。

しかし、令和2年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて入域観光客数は、図2の通り前年度比で688万人から258万人に大幅に落ち込み（△72%）、県経済への悪影響が懸念される。

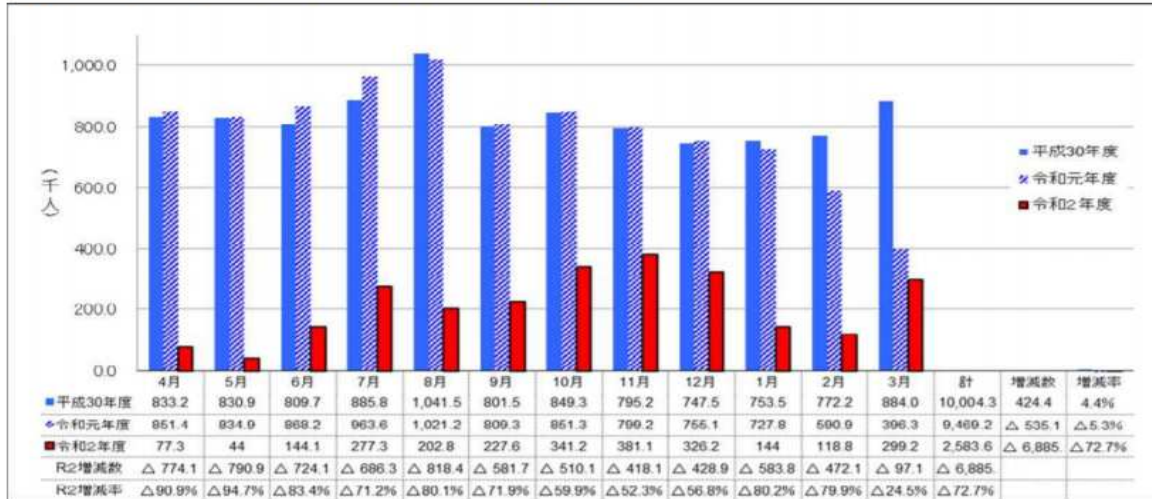
【図1】

経済センサス活動調査による市内売上げ金額（市内事業者売上金額）（単位：百万円）

	2011年	2016年	前期比率
那覇市売上げ金額	3,036,319	4,094,320	134.8%

【図 2】

■月別入域観光客数の推移（平成30年度～令和2年度）

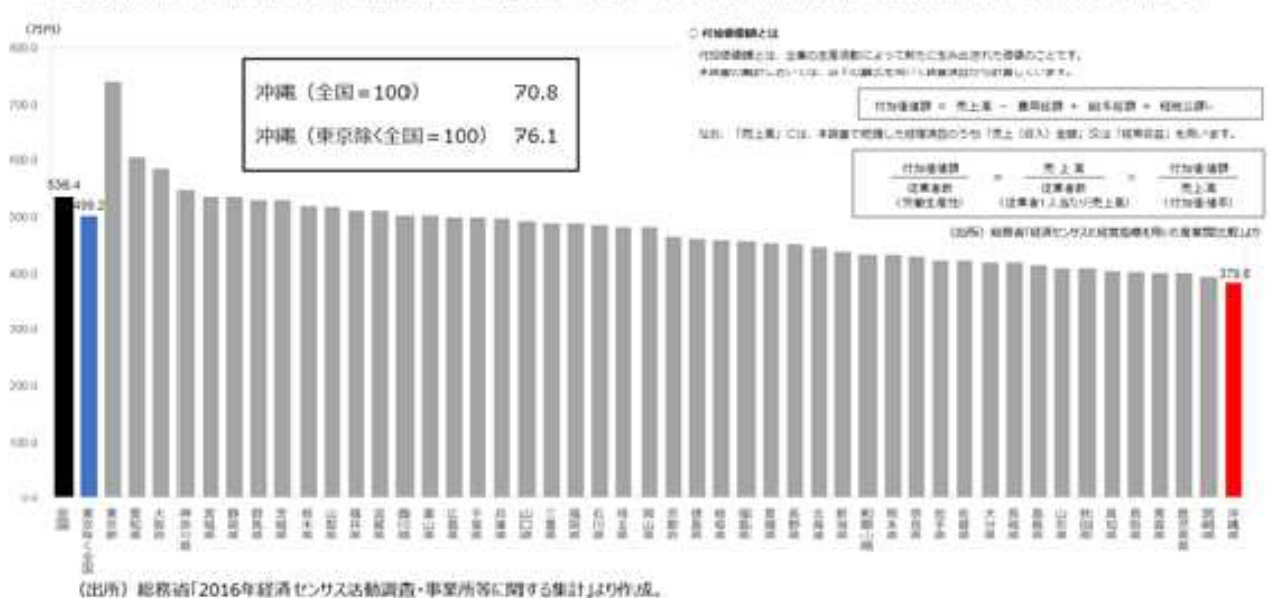


②那覇市の課題

ア．労働生産性の向上

那覇市（沖縄県）の課題として、労働生産性の低さがある。都道府県別では沖縄県の労働生産性は事業所等に関する集計では379.8万円で最下位となっている。事業所等に関する集計では、全国平均を100とすると、70.8の水準となっている。

■「2016年経済センサス活動調査・事業所等に関する集計」における労働生産性を、都道府県別で比較すると沖縄県の労働生産性は最下位となる。



【沖縄総合事務局 平成30年度沖縄における生産性向上に向けた労働生産性分析調査より抜粋】

○労働生産性の向上に向けた方策について

「労働生産性分析調査」の中で沖縄総合事務局から以下の通り方策が述べられている。

- 生産性を向上し、経済自立化を実現していくには高度人材の育成が必要である。高度人材とは、マネジメント能力、プロデュース、経営力を有するなど、技術の高い人材を指し、いわゆる企業を引っ張る人たちである。IT は事業者や雇用者でみると好調だが以前から下請構造になっていて、そこから抜け出せない状況となっている。これこそ、高度人材が少ないからだと考えられる。
- 企業レベルでの人的資本投資（教育補助・職業訓練のインセンティブ措置）、IT 等の経営効率化のための設備投資（設備投資のインセンティブ措置）、人々のケイパビリティ（潜在能力）の向上のための投資（貧困問題の是正：修学援助法、児童福祉法、生活困窮者自立支援法等）、「雇用の質」の改善（賃金上昇、非正規雇用の正規化インセンティブ措置）などが考えられる。そのほか、売上げや付加価値向上に向けては、観光の量から質への転換、地域資源の有効利用（特化）と地域ごとの役割分担（分業）、地域内循環構造の構築、移輸出増加のインセンティブ（企業レベルでの生産性向上必須）などが重要だ

イ．新たな産業の構築（以下那覇市都市計画マスタープランより抜粋）

本市の 2014（平成 26）年度の産業別の売上金額の割合は、「卸売業・小売業」が全体の約 45%を占めている。「情報通信業」や「金融業、保険業」は、売上金額の順位は低いものの、従業者ベースでは県全体の約 6 割が本市に集中していることがわかる。

一方で、業種を問わず人手が不足しており、人材の確保・育成が必要不可欠な状況である。また、戦略的産業（観光産業・情報通信関連産業・物流産業）分野の維持・強化に加え、新たな基盤となる産業の創出など、本市の地域経済に付加価値を与え、好循環につながる産業の構築が求められている。

ウ．観光拠点の形成（以下那覇市都市計画マスタープランより抜粋）

本市の 2018（平成 30）年度の入込観光客数は、約 870 万人と過去最高を記録し、県域の観光客数と連動する形で順調に増加している。一方で、市内宿泊日数や 1 人あたりの市内消費額を延ばすため、インバウンド（訪日旅行）に対応する受入体制の整備、多言語対応などの人材育成、国道をはじめとする慢性的な交通渋滞の解消が課題としてあげられる。世界水準の観光地を目指すうえで、本市の持つ優位性を活かしたおもてなし整備の構築など、ソフト・ハード両面によるまちづくりの強化が求められる。

エ．中心市街地・伝統工芸・農水産物の活性化（以下那覇市都市計画マスタープランより抜粋）

本市の小売業や宿泊業、飲食サービス業が集積する国際通りなど、中心部での歩行者通行量は回復傾向がみられるが、市民が中心商店街を訪れる頻度は減少が続いている。本市観光の拠点である中心市街地の活性化を図るため、にぎわい機能の充実や観光コンテンツの創出などの那覇の魅力や価値を高めるためのまちづくりが求められる。

また本市には、紅型、首里織、琉球漆器、壺屋焼など、長く承継・発展してきた貴重な工芸品があり、その魅力はこれまでも高く評価されてきた。近年では、これらの伝統工芸品に新しい価値やデザ

イン性を加えることで、ブランド化や差別化を図る動きや、新たな販路の開拓拡大などの積極的な動きも見られる。さらに、泊漁港で水揚げされるマグロや首里の蜂蜜、繁多川の島豆腐など、地域の特徴を活かした産業展開にも注目が集まっている。

オ. 後継者不在

帝国データバンクが発表した 2020 年の後継者不在率動向調査によると、県内の不在率は 81・2%で、4 年連続の全国 1 位となった。全国平均より 16・1 ポイント高く、唯一、80%を超えた。昨年よりは 1・7 ポイント改善した。沖縄は本土復帰に伴う創業企業が多く、事業承継の経験が他地域よりも比較的少ないためと考えられている。

今後、新型コロナウイルスによる業績悪化が追い打ちとなり、事業継続の断念も想定されるため、事業承継の支援が従来に増していくと考える。

沖縄の後継者不在率

	沖縄県	全国
2017年	84.3% (1)	66.5%
2018年	83.5% (1)	66.4%
2019年	82.9% (1)	65.2%
2020年	81.2% (1)	65.1%

資料：帝国データバンク「全国・後継者不在企業動向調査(2020 年)」

(注) ()内は都道府県順位

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

⑩ 10 年後を見据えた小規模事業者の振興

本市には国際空港である那覇空港があり、南の玄関口として、国内外から優れたヒトやモノが集い、そこから新たなモノやコトの付加価値を生み出す地域資源を持っている。

亜熱帯特有の気候や自然環境を活かし国内はもとより外国からの旅行者が何度も訪れたい観光地としての地位を向上させ、さらにアジアの主要都市との近接性等の地理的優位性を活かしたビジネスとリゾートが融合する都市として新たな地位を築かなければならない。

前述の通り、那覇商工会議所管内の小規模事業者は減少傾向にあり、今後の少子高齢化や人口減少での働き手不足、市場環境の変化、需要の低下による売上の減少、IT化の進展に伴う販売機会や手法の多様化、後継者不足、インバウンド対応など、小規模事業者を取り巻く環境と、商売の根底を揺るがすような現象が従来に増して見られるなど、大きな転換期にあると言える。

また 2020 年の初頭から始まる新型コロナウイルス感染拡大により第 3 次産業の占める割合が大きい那覇市経済は大きな打撃を受け、特にリーディング産業である観光関連産業を中心に宿泊業、飲食業、サービス業は大きな影響を受けた。

今後は、コロナ禍を乗り越え、市内の小規模事業者に対して、発展の礎として、地元客は元より、県外・国外顧客をターゲットとしたコンセプトを強化し、リーディング産業である観光産業と綿密に連携しながら、市場環境の変化への対応、IT化の進展、インバウンド対応強化、伝統工芸産業のブランド化、地域資源の活用、後継者育成等を行い、労働生産性向上に向けた長期的な支援を目指す。

②那覇市総合計画との連動性・整合性

【第5次総合計画からの抜粋】

那覇市第5次総合計画から「稼ぐ力」として以下の4つのまちづくりの視点と2つの施策を抜粋した。

ビジネス・リゾートと 歴史・文化が融合する 観光まちづくり	産業を支える市民と その労働環境を整える まちづくり
様々な産業が集い・育ち・ ひろがるまちづくり	中心市街地を活かした まちづくり



政 策

様々な産業が集い・育ち・ひろがるまちづくり

未来への視点	
つながる力	○
稼ぐ力	☆
ひきつける力	○

施策 33

商工業が発展するまちをつくる

施策概要

- 中心市街地の魅力であるマチグワァーの良さを活かしながら、古き良きマチグワァー文化と新たな市街地の調和の取れた再生を図ります。
- 中心市街地ならではの商業の再生やイベントの開催等、多くの市民・県民・観光客が楽しめる、賑わうまちの魅力向上を図ります。
- 沖縄県の商業の中心地として、民間活力を活かした商環境の整備促進や空き店舗・空き地等既存資源の有効活用、新たな魅力の創出等、経済活動の活性化を図ります。



政 策

中心市街地を活かしたまちづくり

未来への視点	
つながる力	○
稼ぐ力	◎
ひきつける力	○

施策 39

商店街やマチグッーなどが賑わうまちをつくる

的工芸産業のブランド化と経営基盤強化を支援します。

- 市内中小企業の経営基盤を強化するため、販路の拡大を支援し、商談の機会につなげる支援を行います。

資金調達を支援します。

- 就職の相談の充実により就業者数の増加を目指します。
- 創業後、維持発展するための支援をします。
- 商工団体等との連携強化を目指します。



なは市長賞受賞商品

○那覇市が掲げる上記の4つのまちづくりの視点、2つの施策との長期的な振興のあり方で当所が目指す「観光まちづくり」「市場環境の対応」「伝統工芸産業のブランド化」「地域資源の活用」「中心市街地活性化」などは整合性がとれている。

③那覇商工会議所としての役割

今後、地域経済の活性化に向け、その基盤である小規模事業者を支援していくため、小規模事業者にとって身近な支援機関である商工会議所にかかる期待は一層高まってゆくと考えます。個社の持続的な発展を通じて地域経済を活性化すべく、会員はもとより地域全体の声に耳を傾け、小規模事業所および地域の課題を把握し、沖縄県や那覇市、関係支援機関と連携し、小規模事業者の活性化に取り組まなければならない。

那覇商工会議所は那覇市と連携して、各支援機関との強固な連携のもと、那覇市が目指すまちづくりの将来像である『なはで暮らし、働き、育てよう！笑顔広がる元気なまち NAHA～みんなでつなごう市民力～』に向け「地域総合経済団体」としての役割と、「中小企業・小規模事業者支援機関」としての両輪の役割を果たす。

地域の総合コーディネーターとして企業と地域を元気にする商工会議所

地域総合経済団体

中小企業・小規模事業者支援機

（３）経営発達支援事業の目標

以上の地域の現状・課題や「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえたうえで、経営発達支援計画の目標および達成のための方針を以下のとおり設定・実行する。

【目標①】中小企業の生産性向上

那覇市の 92.1%を占める第３次産業の生産性向上が小規模事業者の経営発達におけるカギとなる。具体的には以下の視点から全国最下位である生産性向上について支援を進めていく。

ア.『販売力強化』

販売ルートが限られ、市場の開拓力に乏しく、売上や利益率の向上での規模の拡大を図ることができていない事業者に対し、経営分析や経営計画策定支援を通して発展へ向けた経営者の意識改革と財務体質の改善を推し進める。

そのうえで、関係機関と連携し、市場や顧客に関する有用な情報提供をはじめ、販売体制の改善、新商品・サービスの開発を行い、地元客への販売深耕、県外・海外への新市場開拓、インバウンド等の観光客向け販路拡大、高付加価値化等の様々な伴走型のサポートを実践し、売上拡大、利益率の向上へと結びつけ、将来へ向けた競争力の高い小規模事業者の育成に努める。

イ.『DXの推進による組織の効率化、活性化』

小規模事業者の生産性を高めていくためには、それを支える組織体制の効率化・活性化が必要と考える。具体的には IT を活用した従業員のコミュニケーションの効率化、経営情報の見える化、販売ノウハウの共有化、商品・サービスの情報発信などの効率的な組織体制の構築、生産性向上に向けた取り組みを支援し、DXを推進する。

【目標②】事業承継に対する重点支援

沖縄県の後継者不在率は 81.2%（2020 年）と全国一高く、このままでは廃業の増加に繋がる可能性が高い。また後継者不在は前述の小規模事業者数減少の一因とも考えられる。そこで、本計画期間は、事業承継の支援に重点を置き、事業承継税制の活用やスムーズな事業承継に対する実行支援を目標とする。

【目標③】特産品のブランディング支援

本市内小規模事業者の商品ブランド力を高めることにより、販路拡大を促進して小規模事業者の経営力向上を図り、地域の産業振興に貢献する。

I. 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4年4月1日～令和9年3月31日）

2. 目標の達成に向けた方針

【目標①】「中小企業の生産性向上」達成のための方針

将来的な人口減少や来県客数の減少等の経営環境の変化への対応や、ITを活用した販売促進や特産品や商品づくり等による新しい取り組みなど、時代に合わせたビジネスモデルの再構築やITを活用した業務効率化、組織体制強化に前向きな小規模事業者を中心に、経営分析→事業計画策定→フォローアップという流れを徹底し、事業者の売上増加や業績改善が実現するまで、事業者と一緒に考えて考えながら支援を継続する。

【目標②】「事業承継に対する重点支援」達成のための方針

事業承継のスムーズな実施に向けて、「沖縄県事業承継・引継ぎ支援センター」や「沖縄県小規模事業者等持続化支援事業」と連携し、同行・同席による巡回や窓口相談等により、事業承継支援対象者の掘り起こしを行う。後継者育成セミナーをとおして、承継計画策定を行い、効率的な事業承継を支援し、承継後の安定した経営に繋げていく。

【目標③】「特産品のブランディング支援」達成のための方針

小規模事業者が、効率的に新たな市場を開拓していくには、事前に出展に向けた準備や、出展時でのバイヤーとの商談成立に結び付くプレゼン力の習得支援や商品ブラッシュアップによる高付加価値化、ブランド化支援を行い、商談件数や商談成約率の向上を推進する。那覇市長賞の応募者募集、審査会、プレスリリースに参画をすることで、小規模事業者の販売促進及び販路開拓を支援し、売上と利益の増加に繋げて地域経済の活性化を図る。

II. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること

（1）現状と課題

【現状】

当所では管内事業者の業況や景気予測の定期調査の実施、各機関発刊の経済情報誌や統計資料の収集・閲覧により管内経済動向の把握に努めている。これらを通じて得た情報は巡回・窓口指導の際に小規模事業者へと提供され、事業計画策定、販売促進等に活用されている。

【課題】

従来の情報は、定型的な情報であり、経営環境の不確実性がさらに高まってくる今後においては、より多面的かつ深い情報を提供する必要がある。そのため従来の情報発信に加え、巡回・窓口相談時

において「地域経済分析システム（RESAS）」等のビッグデータを活用した、専門的な分析での情報提供を行うなどの改善をしたうえで実施する。

（２）事業内容

①地域経済分析システム（RESAS）の活用

当地域の小規模事業者が、産業構造や人口動態、人の流れなどの官民ビックデータ「地域経済分析システム（RESAS）」を活用して、「地域の経済動向分析」を行うとともに、ホームページ等で公表する。また、各小規模事業者個々の分析結果は基礎データとして、経営分析、事業計画策定の支援を行う。

【活用対象】経営分析、事業計画策定を行う商工会議所管内の小規模事業者等

【分析手法】「地域経済循環マップ・生産分析」、「まちづくりマップ」、「産業構造マップ」、「消費支出・購買力」のビックデータを活用して分析。

②中小企業景気調査

県内商工会議所、商工会、中央会と連携して、県内 283 中小企業に対して 3 カ月毎に調査を行う。

【調査項目】業況判断、売上高、経常利益、在庫、資金繰り、従業員の DI 値、その他経営課題等

【調査時期】 3 カ月毎（3、6、9、12 月）

【調査方法】経営支援員によるヒアリング

【分析手法】委託事業者に回収調査票を提供し、①と合わせて総合的に分析を行い活用する。

③日本商工会議所 LOB0 調査（早期景気観測）

毎月 1 回、地域中小企業が「肌で感じる足元の景気感」を調査するとともに、月毎にテーマを設定した付帯調査（例：設備投資や採用・賃金の動向等）を行う。

【調査対象】管内中小企業 6 社

【調査項目】業況・売上・採算・資金繰り・仕入・従業員の状況、直面している経営上の問題

【調査時期】毎月

【調査方法】E メールおよび FAX での依頼・回答を回収

【分析手法】日本商工会議所にて分析された結果を、「商工会議所 LOB0（早期景気観測ブロック別概況報告書）」として、①②と合わせて小規模事業者に提供する。

④他機関の調査報告資料の収集・活用

行政や民間信用調査会社、シンクタンクによる地域経済動向に係る分析調査報告書を収集する。また、各経営指導員は事業者との面談時や関係機関社員・職員と接する日常の機会を捉えて、地域経済の動きについて積極的に意見交換や情報収集に努める。

【主な他機関発行資料】

資料名	発刊元	頻度	収集内容
TSR 情報 (沖縄県版)	東京商工リサーチ	週 1 回	倒産企業情報、倒産集計、ビジネスコラム 企業向け調査結果
沖縄県経済動向	沖縄県	3 ヶ月 1 回	観光、個人消費、建設関連、雇用情勢、 物価
県内企業景況調 査結果	沖縄振興開発金融公庫	3 ヶ月 1 回	売上 DI、採算水準 DI、資金繰り DI

(3) 成果の活用方法

◇収集・分析を行った情報は、事業計画策定の基礎資料として活用としていただくよう、
巡回・窓口相談時に、直接事業者へ提供する。

◇事業計画策定の掘り起こしとして、会報誌（月刊）、マスコミ（新聞等）、ホームページでも
公開し、地域内の事業者へも活用を促す。

(4) 目標

内 容	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①地域経済動向分析 公表回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②中小企業景況調査 企業数公表回数	283 社 4 回	283 社 4 回	283 社 4 回	283 社 4 回	283 社 4 回	283 社 4 回

2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

管内小規模事業者が地域のニーズを捉えた商品・サービスを開発するには、地元における需要動向
を把握することが不可欠である。現在当所では 市場動向や消費者ニーズ調査として定期実施している
ものではなく、個別支援の場においては経営指導員の主観や、専門家個人の知見が大きく作用してお
り、真に消費者ニーズや市場動向を捉えた事業計画策定支援や販路開拓事業が実施できていない。

【課題】

客観的な需要動向データを収集・整理・分析して事業者を提供し、真に消費者ニーズを踏まえた
事業計画の策定を実現する。

(2) 事業内容

①展示会・商談会・各種イベント等の会場における商品アンケート調査

主に B to C の商品開発における改善・改良をサポートし、「より売れる」 商品へのブラッシュ
アップのためのモニタリング調査やアンケート調査の場を創出する。

- 【支援対象】既存商品のリニューアル、新商品の開発を計画する小規模事業者
- 【調査対象】当所が主催又は共催する展示会・商談会・各種イベントの来場者
- 【調査項目】形状（デザインやサイズ）・味・価格・使用感など改善が必要な点、要望、アイデア
- 【調査方法】商品の試食・試飲等を実施し、所定の調査票への記入回答を依頼（１社１０件程度）
- 【活用方法】集計データを事業者へフィードバックし、商品のブラッシュアップの必要性を検討する。事業者単独では改良・改善が困難な場合には、専門家の知見や他の業者の技術力などをマッチングさせるなどのサポートを実施する。

②当所職員、その他ターゲットとする年代層の一般消費者による試食・評価

小規模の飲食店や食品小売業は、従業員等が少ないため、試作開発した食品等について多面的な意見を求めることができない。そのため、当所に「感想を聞かせてほしい」と持ち込まれる商品等も多かった。

そこで、これを事業化し、当所職員およびターゲットとする年代層の一般消費者等が試食・評価を行い、事業者には消費者の声としてフィードバックを行うことで、商品の改良に繋げる。

- 【支援対象】既存商品のリニューアル、新商品の開発を計画する小規模事業者
- 【調査対象】当所職員、その他ターゲットとする年代層の一般消費者
- 【調査項目】形状（デザインやサイズ）・味・価格・使用感など改善が必要な点、要望、アイデア
- 【調査方法】商品の試食・試飲等を実施し、所定の調査票への記入回答を依頼（１社１０件程度）
- 【活用方法】集計データを事業者へフィードバックし、商品のブラッシュアップの必要性を検討する。事業者単独では改良・改善が困難な場合には、専門家の知見や他の業者の技術力などをマッチングさせるなどのサポートを実施する。

③需要動向に関する資料の提供

地域経済分析システムや経済新聞や経済雑誌等から情報を収集し、整理・分析して小規模事業者へ提供する。また、需要動向に関する資料を提供する。

- 【支援対象】既存商品のリニューアル、新商品の開発を計画する小規模事業者

（３）目標

内 容	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①調査企業数	－	15 社	15 社	15 社	15 社	15 社
②調査企業数	－	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
③需要動向に関する資料の提供企業数	45 社	50 社	50 社	60 社	60 社	70 社

3. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当所では金融相談や補助金申請の支援時には対象企業の経営資源（ヒト・モノ・ノウハウ等）情報や財務情報を徴求し、財務分析や SWOT 分析を事業者とともに行うことを推し進めているが、明確な目的のない平時に経営分析を推進する活動が十分なされていない。

【課題】

経営分析により、事業者自身が認識していない、あるいはまだ顕在化していない経営上の強みや弱み、問題点を把握し的確に対応することが経営の安定発展につながる。このような分析をより多くの事業者に行ってもらう為に、日常の巡回・窓口相談やセミナー開催を通じて分析を行う対象事業者を掘り起こしていく。なお分析には経営指導員の主観やスキルの差の影響を受けないよう、定型フォーマットを活用し正確な分析結果を得る。

(2) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

日々の巡回・窓口相談で経営分析を行う対象事業者を掘り起こし、当所が開催する「経営分析セミナー」への参加を促す。事業者の現状を調査・整理して経営分析を行う小規模事業者を発掘し、経営者と一体となった事業計画策定支援へと繋げていく。

②経営分析の実施

【対象者】掘り起こし先及びセミナー参加者から、意欲的で販路拡大の可能性の高い 140 社を選定

〈内訳：経営指導員 7 名（経営指導員 10 名の内、管理職 3 名を除く）×20 社〉

＊管理職の 3 名と専門経営指導員の 3 名は経営指導員の業務を支援する。

【基本収集項目】

《事業所概要》業歴・沿革、商品・従業員、資産、取引先、財務状況・金融機関

《代表者情報》経歴・技能、人柄、資産状況、家族情報（構成、職業等）、後継者の有無

《その他》従業員情報（年齢、人柄、スキル等）、事業者の経営課題認識の状況

【分析項目】定量分析「財務分析」と定性分析「SWOT 分析」の双方を実施

《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

○ローカルベンチマーク（経済産業省）・経営計画つくるくん（中小機構）、その他分析ツールを活用する。

① ローカルベンチマークとは

- 企業の経営状態の把握、いわゆる「健康診断」を行うツール（道具）です。活用によって企業が抱える課題の早期発見が可能になります。
- 企業の経営者等と金融機関、支援機関等が、対話を通じて現状や課題を理解し、個々の企業の経営改善に向けた取組を促す手段となります。

② ローカルベンチマークの内容

財務情報…企業の過去の姿を映す

- ①売上高増減率…売上持続性
- ②営業利益率…収益性
- ③労働生産性…生産性
- ④EBITDA有利子負債倍率…健全性
- ⑤営業運転資本回転期間…効率性
- ⑥自己資本比率…安全性

非財務情報…企業の現在の姿を映し、将来の可能性を評価

- ①経営者への意図
- ②事業への意図
- ③関係者への意図
- ④内部管理体制への意図





経営計画が簡単に作成できます！
経営計画書は、経営者の市場でも使える重要な書類です。この機会に作成してみましょう！

ステップ1: 経営計画国庫をつくらう！
ステップ2: 経営計画を数値化しよう！

アプリの入手方法
Android版: Google Play
Windows版: Microsoft
iPhone版: App Store

（3）成果の活用

- 分析結果を当該事業者にフィードバックし、次の事業計画策定ステップ等へと進める。
- 分析の結果「経営改善計画」など高度な支援を必要とする場合には、中小企業診断士等専門家の協力を得てフォローアップを行う。
- 分析結果をデータベース化して内部共有し、経営指導員等のスキルアップと平準化を図る。

（4）目標

内容	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①セミナー回数	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
②経営分析件数	110 社	140 社	140 社	147 社	147 社	154 社

4. 事業計画策定支援に関すること

（1）現状と課題

【現状】

多くの小規模事業者は、経験と勘に頼って事業の方向性を決めているケースが多く、客観的な経営

分析に基づいた事業計画を策定し、中長期的な目標や指針を設定するなどの合理的な経営を行っている事業者は比較的少ない。一部の事業者は商工会議所の助力が無くても自力で事業計画を立案・実行しているが、事業計画の必要性すら感じていない事業者が多数を占める。

【課題】

経営分析などを通じて自社の置かれた状況を知った結果、小規模事業者自身が事業計画の必要性を新たに認識しても、計画策定に必要な手法や情報・人材・時間が不足しており、事業計画策定に自ら踏み出せないケースが多い点が支援の課題と言える。

（２）支援に対する考え方

「３．経営状況の分析に関すること」で経営課題が浮彫りとなった事業者に対し、解決のためのアクションを決定し、事業計画策定支援を行う。策定に際しては「１．地域の経済動向調査に関すること」で得られた調査結果を踏まえ、事業者の強みを生かした売上向上・収益向上への直結を念頭に行う。あわせて、地域産業の新陳代謝や活力強化のため、新規創業者に対する創業計画策定支援と、既存事業者の事業承継計画策定支援を実施する。

（３）事業内容

①事業計画策定支援

ア．巡回・窓口相談による掘り起し

巡回・窓口相談時において、小規模事業者に事業計画策定の意義や、必要性を周知・認識させながら支援先の掘り起こしを行う。また、各種施策等の情報を提供し、小規模事業者の事業内容に沿った、計画策定のアドバイスをを行う。

【支援対象者】

経営分析を行った事業者等への訪問（巡回）回数を増やし、事業者と密接に触れ合うことで強固な信頼関係を築き、業績向上への意欲が高い事業者を選定し、経営指導員が担当制で張り付き、外部専門家を活用しながら事業計画の必要性を認識させて計画策定を行う。意欲的で販路拡大の可能性の高い70社を選定（経営分析を行った企業数の50%を想定）

【策定手法】

経営分析の内容を取り込みながら、中小企業基盤整備機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、事業者と対面方式で行う。

イ．事業計画策定セミナーと個別相談会の開催

事業計画策定に関するセミナーを開催し、事業計画の意義をしっかりと理解してもらうため、成功事例などをカリキュラムに取り入れる工夫に努め、事業計画の策定事業者の掘り起こしを行う。また、セミナー終了後には個別相談会を開催し、経営指導員と外部専門家が連携を図り、自ら事業計画の策定ができるよう導く。

◇実施回数：年2回

◇募集人数：50人×2回

◇実施内容：事業計画策定の必要性、事業戦略の立案、資金調達、新事業展開等

②創業相談者に対する創業計画の策定

創業を志す者に対し、創業計画や資金調達などの全般的な支援を行う。また、外部専門家を活用した創業セミナーを行い、創業しやすい環境を整備して、创业者の育成を推進する。创业者の募集やフォローアップについては那覇市に設置の「なはし創業・就職サポートセンター」と連携して行う。

〈創業セミナーの開催〉

【募集対象者】創業希望者（創業を考えている者）

【実施回数】年1回

【募集人数】50名

【実施内容】創業に関する基礎知識から各種施策、創業計画書の策定手順等について、広範な知識を学ぶとともに、参加者が創業のイメージを具体的に体感できるよう、過去の参加者で開業している経営者から、実際の創業体験談等を聴く。

【手法・手段】募集チラシの配布やホームページ等の広報での集客と、創業の窓口相談に来られた創業希望者へ案内や「なはし創業・就職サポートセンター」と連携して受講者を募集し、創業セミナーへの参加に繋げる。

③事業承継に関する計画策定と後継者セミナーの開催

事業承継に関心のある事業者に対し、事業承継計画の策定と必要性を促し、親族内外承継、後継者育成、事業譲渡、M&Aなどの相談対応をより強化することで、早期で円滑な事業承継へと導く。

また、後継者の育成と資質向上を目的とした、「後継者育成講座」を開催し、スムーズな事業承継の推進を支援する。

【支援対象者】事業承継に関心のある小規模事業者及び後継者

【手段・手法】「沖縄県事業承継・引継ぎ支援センター」と「沖縄県小規模事業者等持続化支援事業」の担当者と連携し、同行・同席による巡回や窓口相談等により、事業承継計画策定の掘り起こしを行う。

〈後継者育成講座の開催〉

【募集対象者】事業承継計画の策定に関心のある小規模事業者及び後継者

【実施回数】年1回

【実施内容】事業承継計画策定における、企業法務、労務管理、税務管理、税制等を学び円滑な事業承継の支援を行う。

【手段・手法】募集チラシの配布やホームページ等の広報での集客と、「沖縄県事業承継・引継ぎ支援センター」と「沖縄県小規模事業者等持続化支援事業」の担当者と、巡回や窓口相談時に同行・同席し、早期の事業承継の可能性のある事業者へ参加を促す。

④「D X推進セミナー・I T専門家派遣」の開催

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

(支援対象、募集方法、講師、回数、カリキュラム、参加者数等)

【セミナー（カリキュラム）の事例】

- ・D X総論、D X関連技術（クラウドサービス、A I等）や具体的な活用事例
- ・クラウド型顧客管理ツールの紹介
- ・S N Sを活用した情報発信方法
- ・E Cサイトの利用方法等

また、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてI T専門家派遣や中小企業基盤整備機構と連携して「IT 経営簡易診断」を実施する。

【支援対象者】D Xを活用した売上向上、業務効率化に関心の高い事業者

【実施回数】 年2回

【実施内容】D X関連技術（クラウドサービス、A I等）や具体的な活用事例、S N Sを活用した情報発信方法、E Cサイトの利用方法、その他業務効率化ツールの紹介

【手段・手法】募集チラシの配布やホームページ等の広報での集客と、経営相談の中からD Xを活用した売上向上、業務効率化に関心の高い事業者を掘り起こし、事業者へ参加を促す。

(4) 目標

内容	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①－1 事業計画策定 支援事業者数	46 社	70 社	70 社	74 社	74 社	78 社
①－2 事業計画策定 セミナー	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
②－1 創業計画策定 支援事業者数	10 社	10 社	10 社	11 社	11 社	12 社
②－2 創業セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
③－1 事業承継計画策 定支援	－	5 社	5 社	7 社	7 社	10 社

③—2 後継者育成 セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
④D X推進 セミナー	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

5. 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】

小規模事業者や創業予定者への事業計画の策定支援を行った後、不定期ながらフォローアップ支援に努めてきたが、策定した事業計画を実行しても、事業者にとって最も重要な成果である、売上や利益率が向上している事業者が少ないのが現状である。

【課題】

資金面や人材面などの経営資源に制約がある小規模事業者は、日々の業務に追われて策定した計画に沿った事業の実行が後回しになりがちであり、思い描いた事業計画を忘れてしまうなどの悪い方向に陥るケースが見受けられ、ついては、計画策定前と同じ経営を行い、成果を出せていないことが課題である。また、創業者において、事業計画の進捗管理が不十分なために事業継続が困難になり、廃業に至るケースがある。

(2) 支援に対する考え方

常に伴走型支援ができる経営指導員が、定期的に電話や巡回訪問等を行ない、事業計画の進捗状況を確認し、事業者とのコミュニケーションを図りながら、伴走型支援による事業計画（売上計画や販売計画）の実行フォローアップ支援を行うことで、事業計画の再認識と計画実行による売上と利益率向上の成果につなげる。

(3) 事業内容

①フォローアップ支援の実施

事業計画を策定した 70 社に 3 段階のランク付けを行い、A ランクの 24 社は、2 ヶ月に 1 回、B ランクの 24 社は、4 半期に 1 回、C ランクの 22 社については、年 2 回のフォローアップ支援を行う。（ランク付け内容：要支援の度合い A～C）

創業計画策定者に対しても同様に、10 社に対して 3 段階のランク付けを行い、A ランクの 4 社は、2 ヶ月に 1 回、B ランクの 3 社は、4 半期に 1 回、C ランクの 3 社については、年 2 回のフォローアップ支援を行う。

但し、事業者からの申し入れがある場合には、臨機応変に対応して支援を行うとともに、進捗状況が思わしくなく、事業計画に新たな課題等が生じていると判断した場合には、外部専門家を活用して 新たな課題の発生要因や今後の対応策を検討後、フォローアップ支援の頻度を変更することで、売上と利益率向上の成果につなげる。

【手段・手法】担当の経営指導員が専属でフォローアップ支援を行い、事業計画の進捗状況により、訪問回数を増やす事業者と、訪問回数を減らす事業者を見極め、適宜フォローアップ支援の見直しを検討する。

(4) 目標

○事業計画策定事業者向け

内容	現行 目標	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①フォローアップ対象事業者数	46 社	70 社	70 社	74 社	74 社	78 社
②フォローアップ頻度	184 回	284 回	284 回	298 回	298 回	312 回
③売上増加事業者数	—	14 社 (20%)	14 社 (20%)	15 社 (20%)	15 社 (20%)	16 社 (20%)
④利益増加事業者数	—	14 社 (20%)	14 社 (20%)	15 社 (20%)	15 社 (20%)	16 社 (20%)

○創業計画策定者向け

内容	現行 目標	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①フォローアップ対象事業者数	—	10 社	10 社	11 社	11 社	12 社
②フォローアップ頻度	—	42 回	42 回	46 回	46 回	48 回
③創業1年後の黒字事業者数	—	5 社 (50%)	5 社 (50%)	6 社 (50%)	6 社 (50%)	6 社 (50%)

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者は、明確なターゲットを想定した新商品開発を行っているにも関わらず大手企業のように、多額の費用をかけて、テレビやマスメディアを利用したPRをすることが難しく、独自の市場開拓力やPR力も乏しく、優れた商品やサービスを開発しても、それらがすぐに、新たな顧客開拓や売上向上につながらず、苦慮している。また地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっているのが現状である。

【課題】

小規模事業者は、費用面や人材面での制約があるため、年間を通して、ビジネスマッチングや商談

会・展示会等への継続的な参加が難しい場合も多く、支援面でも、ビジネスマッチングや商談会・展示会後のフォローアップ支援が不十分であったため、商談や商談成立の向上に結びついていないのが課題である。今後は、商談に向けたプレゼン力の支援や商談後のフォローアップ支援が必要である。

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

（２）支援に対する考え方

小規模事業者が、効率的に新たな市場を開拓していくには、事業者がビジネスマッチングや商談会・展示会に出展することが最終目的ではなく、出展はあくまでも販路開拓につなげることであり、外部専門家を活用し、事前に出展に向けた準備や、出展時でのバイヤーとの商談成立に結び付くプレゼン力の習得支援や商品ブラッシュアップによる高付加価値化、ブランド化支援を行い、商談件数や商談成約率の向上を推進する。また、那覇市長賞の応募者募集、審査会、プレスリリースに参画をすることで、小規模事業者の販売促進及び販路開拓を支援し、売上と利益の増加に繋げて地域経済の活性化を図る。

（３）事業内容

①展示会・各種販売促進イベント等（B t o C）の開催

一般消費者向けに当会議所の販売促進イベントや他機関が開催する展示会等の参加支援を行い、自社商品やサービスの広報や販売を行う。支援対象者を那覇市内で製造・販売しており、他の商品とは差別化され、ブランド化につながる商品を保有する事業者とする。参加者には事前に専門家によるアドバイスを受けてもらい、効果的な広報や販売方法について学んだ上で出店してもらう。一過性の販売促進とならずに継続的な売り上げ向上を目指す。

【募集対象】 事業計画の策定支援事業者の中から、新商品や新サービスを開発し、販路開拓に意欲的に取り組む事業者。

【実施回数】 当商工会議所の販売促進イベント等年２回

【成 果】 出店による、新たな販路開拓での売上増加金額。

ア．那覇市長賞・那覇市物産展参加

【概 要】 市内事業者が開発した商品を募集し、優れた商品に対し那覇市長賞を授与することにより、商品の P R 及び販路開拓の機会拡充を図り、市内事業者の支援につなげる。

当商工会議所も共同事業者として参加している。例年、県外の大手小売店舗で那覇市長賞受賞物産の展示販売会も行っている。

【対象者】 市内で製品を製造・加工をする事業者

【規 模】 20 社程度が市長賞・展示販売会に参加している。期間来場者は数千人規模。

イ．スイーツフェア

【概 要】 当商工会議所で主催する、パン・スイーツを主体とする販売会。

【対象者】那覇市内でパン・スイーツを製造販売する事業者

【規模】15社程度が参加し、期間来場者は約3,000人。

②DX導入活用セミナーでの販路開拓支援

ホームページの構築や更新、SNSの導入活用、スマホアプリの活用、ネットショップ運営などのDX導入活用に関するセミナーを開催し、セミナー参加者に販路開拓で売上向上に向けたハンズオン支援を行う。

【募集対象】小規模事業者持続化補助金などで事業計画の策定支援を行った事業者や新たな販路開拓に意欲的に取り組む事業者。

【支援事業者数】10社

【成果】IT導入活用支援で、新たな販路開拓での売上増加金額。

(4) 目標

内容	現行 目標	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①展示会・各種販売促進イベント等 (B to C) 参加企業数	18社	20社	20社	22社	22社	24社
売上額/社	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②DX導入活用セミナーでの販路開拓支援	—	10社	10社	10社	10社	10社
売上額/社	-	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円

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り組み

1. 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】

那覇市経済観光部部長並びに那覇商工会議所の事業を熟知していて、信頼関係のある中小企業診断士2名の合計3名で事業評価会議を構成し、成果の評価、見直し案の提案を行っている。

【課題】

成果の見直し案についてのフィードバックが改善に活かされていない部分もある。

(2) 事業内容

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- ①那覇市や外部専門家等の外部有識者、法定経営指導員で構成された事業評価会議を年1回開催し、事業の実施状況、成果の評価・見直し案について、評価及び改善点のアドバイスを受ける。
- ②上記事業評価会議の評価及び見直し案をもとに、中小企業相談部会議において、方針を決定しPDCAサイクルを回しながら、改善を実行していく。
- ③事業の成果・評価・見直しの結果については、当商工会議所正副会頭会議へ報告し、承認を受ける。
- ④事業の成果・評価・見直しの結果を那覇商工会議所のホームページ (<http://www.nahacci.or.jp/>) で計画期間中公表する。

2. 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】

経営指導員には小規模事業者向け施策の知識だけでなく「対話力」や「構想力」といったスキルが求められる。沖縄県では県商工会連合会と県商工会議所連合会が合同で年1回支援能力を高めるための研修会を開催し、最新施策の情報や動向を学んでいる。また県下商工会議所合同で、より高度な支援力を身に着けるためのワーク中心のスキルアップ研修を実施し、支援時の課題抽出力や解決能力の向上を図っている。

【課題】

年齢や経営支援の経験年数の差がそのまま支援能力レベルに直結してしまっている。支援の現場では事業者と担当経営指導員の1対1の関係が築かれ、第三者の目や声が届きにくい実情がある。担当者のスキルの差は事業者の経営に直接的な影響を与えてしまう恐れがあり、支援スキルの平準化と、支援方法を複数の人員で検討するなどの工夫が必要である。また、当所経営指導員が優先して身に着けるべき能力としては販売力向上支援が挙げられる。

(2) 事業内容

①OJT制度の導入

実務経験の少ない経営指導員に、ベテラン経営指導員とのチーム編成によるOJTを実施し、支援力を向上させる。具体的には、事業者の課題抽出のための着眼点や手法、マーケティング分析の手法を身近に学ぶ帯同支援により、実践の中で支援力を身に付けていく。

②外部研修会等の積極的活用（OFF-JT）

経営指導員及び一般職員の支援能力向上のため、日本商工会議所主催の研修や中小企業大学校主催の研修へ計画的に参加させる。また、当所の経営指導員が注力して伸ばすべき能力である実践的な販売力向上支援につながる講習会（（例）：小規模企業の目利き力アップ、販路開拓・展示会商談会支援の進め方）に参加する。参加後には当日のレジュメや配布資料をもとに受講した職員が講師となり経営指導員及び一般職員に講義型でレクチャーし、ノウハウの共有とスキルの平準化を図り、レクチャー後も資料を閲覧可能にするためデータとして蓄積する。

③所内経営指導員情報交換会議の実施

週1回、全経営指導員による情報交換会を実施し、最新の施策情報の確認や個社支援情報を共有し、意見交換を行う中でベテランから若手までの支援レベルの平準化を図る。また小規模事業者の経

営分析結果について発表し情報共有を行うだけでなく、随時照会・閲覧して支援に有効活用できるよう所内サーバーにて適切に管理する。

④D X推進に向けたセミナーへの参加や外部機関との連携

喫緊の課題である地域の事業者のD X推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のI Tスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなD X推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。また、商工会議所単体では対応に限りがあるため、沖縄ITイノベーション戦略センター（ISCO）やITコーディネーターと連携し現場の支援に活かせる知識とノウハウを吸収する。

<D Xに向けたI T・デジタル化の取組>

ア．業務効率化等の取組

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

イ．需要開拓等の取組

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

ウ．その他取組

オンライン経営指導の方法等

(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10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)

【那覇商工会議所】

那覇市
商工農水課

専務理事

【企画業務部】

合計6名

部長 1名
一般職員 2名

【総務部】

合計6名

部長 1名
次長 1名
一般職員 4名

【中小企業相談部】 合計17名

次長(経営指導員) 1名
指導課長(法定経営指導員) 1名
金融課長(経営指導員) 1名
専門指導課長
(専門経営指導員) 1名
専門経営指導員 2名
経営指導員 7名
補助員 4名

(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：友寄 洋志

■連絡先：098-868-3759

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の提供等を行う。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①那覇商工会議所

〒900-0015 沖縄県那覇市久茂地 1-7-1 琉球リース総合ビル 6 階

那覇商工会議所 中小企業相談部

TEL : 098-868-3759 FAX : 098-866-5728 E-mail : cci-naha@nahacci.or.jp

②那覇市

〒900-8585 沖縄県泉崎 1-1-1

那覇市 経済観光部 商工農水課

TEL : 098-951-3212 FAX : 098-951-3213 E-mail : K-SYOU001@city.naha.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 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
必要な資金の額	9,700	9,700	9,700	9,700	9,700
1. 地域の経済動向調査	100	100	100	100	100
2. 経営状況の分析	600	600	600	600	600
3. 事業計画策定支援	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
4. 事業計画策定後の実施支援	500	500	500	500	500
5. 需要動向調査	500	500	500	500	500
6. 需要の開拓に寄与する事業	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000

(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、各種事業収入、県・市補助金、事業委託費

(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	