

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	寒川町商工会（法人番号 5021005001662） 寒川町（地方公共団体コード 143219）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	経営発達支援事業の目標 小規模製造業者への継続的な支援による経営力強化 販路開拓や商品開発支援による商業活性化 積極的な創業支援による小規模事業者の持続的な経営の実現
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること 『RESAS』（地域経済分析システム）と寒川町が契約している『MieNa』（市場情報評価ナビ）を活用して地域の経済動向分析を行い、小規模事業者に対して経営状況のアンケート調査を実施し、地区内の経済動向の実態を把握することにより、経営分析及び事業計画策定などに活用する。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること 小規模事業者や創業者等が開発した商品／サービスのマーケティングアンケート調査を実施し、収集した情報を基に分析を行い、専門家の知見を加えた上で、より効果的、効率的にブラッシュアップが図れるよう対象事業者にフィードバックし、顧客ニーズに合った売れる商品／サービスづくりに繋げる。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること 経営指導員が巡回訪問、窓口相談を通じて経営分析セミナーの開催を広く周知し、経営状況の分析対象者を掘り起し、経営分析（定量・定性）を行うことで現状を把握し、事業計画策定支援、策定後の実施支援に活用する。</p> <p>4. 事業計画の策定支援 経営状況の分析結果に基づき経済動向を踏まえ、課題解決のために実現可能性のある事業計画の策定支援を行い、事業者に対してはDX化の知識や活用方法を学んで頂き、競争力の維持と強化に繋げる。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援 事業計画を策定した全ての事業者を対象に、チェックリストを作成して進捗状況や計画難易度、実行レベル等を勘案し、フォローアップを臨機応変に行い、実効性の高い目標に向けての支援を行う。</p>

	<p>6. 新たな需要の開拓支援</p> <p>商圏、ターゲット層等を踏まえ、神奈川県や大都市圏で開催される各種展示会、商談会の情報提供を通じて需要開拓の効果が期待できる出展支援を行い、新たな事業展開へ繋げる。又、D Xの活用による営業と販路開拓に関する支援も行き競争力維持、強化に繋げる。</p>
<p>連絡先</p>	<p>寒川町商工会 支援グループ</p> <p>〒253-0106 神奈川県 高座郡寒川町 宮山 141-1</p> <p>TEL:0467-75-0185 FAX:0467-72-1224</p> <p>e-mail:samukawa@k-skr.or.jp</p> <p>寒川町 産業振興課 企業支援担当</p> <p>〒253-0916 神奈川県 高座郡寒川町宮山 165</p> <p>TEL:0467-74-1111 FAX:0467-74-9141</p> <p>e-mail:kigyosien@town.samukawa.kanagawa.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 現状

ア) 寒川町の概要

寒川町は、人口48,546人(令和4年8月1日現在)で、東京まで1時間ほどの距離で交通の利便性が高いことから、東京・横浜の通勤・通学圏として、また、のどかな街並みと穏やかな気候により人口は微増している。

首都圏から50Km圏内にあり、神奈川県の中東部を流れる相模川の河口から上流約6kmの左岸に位置し、湘南地域の一角を占めている。町域の面積は、13.42平方キロメートルで、東西2.9km、南北5.5kmと南北に長く、東は藤沢市及び小出川を隔てて茅ヶ崎市に、西は相模川を隔てて平塚市・厚木市に、南は茅ヶ崎市に、北は海老名市にそれぞれ接している。標高は約5～27mで、おおむね平坦な地形で、相模川、小出川、目久尻川によって形成された沖積低地となっている。台地部分は宅地と畑が大部分を占める。

元々養豚・養蚕・主穀作物の栽培が盛んだったが、工場誘致政策を積極的に行い昭和39年田端地区に工業団地15haを造成したことにより、大手自動車関連メーカーをはじめ、大企業の工場が存在し、神奈川県内陸工業地帯の中核を担って今日に至っている。

鉄道は、大正10年に開業し砂利輸送に大きな役割を果たした相模鉄道は、昭和19年に国有化され相模線となり、平成3年には電化された。

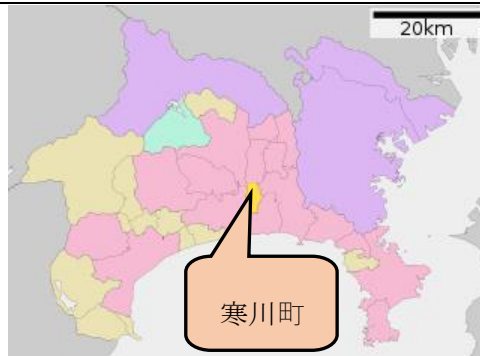
東京駅から寒川駅までは、JR東海道線とJR相模線を乗り継ぎ約1時間10分で到着することや、町内には寒川駅の他にも2つの駅があるため、寒川町は首都圏への通勤圏内でもある。

道路は戦前に相模川へ架かった神川橋が昭和28年に架け替えられ、県道や町道も昭和40年ごろから新設や舗装化などの整備が進み、平成9年に湘南銀河大橋が開通し、平塚市四之宮から寒川町田端間が結ばれて、流通も発展していった。

平成27年3月にはさがみ縦貫道路(圏央道)が開通したことで、東名高速道路厚木IC～寒川北約5分・5.4km、寒川北IC～海老名IC間約5分・6.2km、海老名IC～寒川南IC間約8分・9.4kmとインターチェンジが町内に2箇所完成した。

この圏央道を介して中央自動車道や関越自動車道、東名自動車道とのネットワークが強化されたことから、青梅市など東京都多摩地域や、川越市、東松山市など埼玉県中央部のほか、山梨県東部や静岡県の一部地域へ圏域が拡大し、県内外からより一層の集客が期待される。

尚、寒川町商工会は寒川町全域を管轄区域としております。

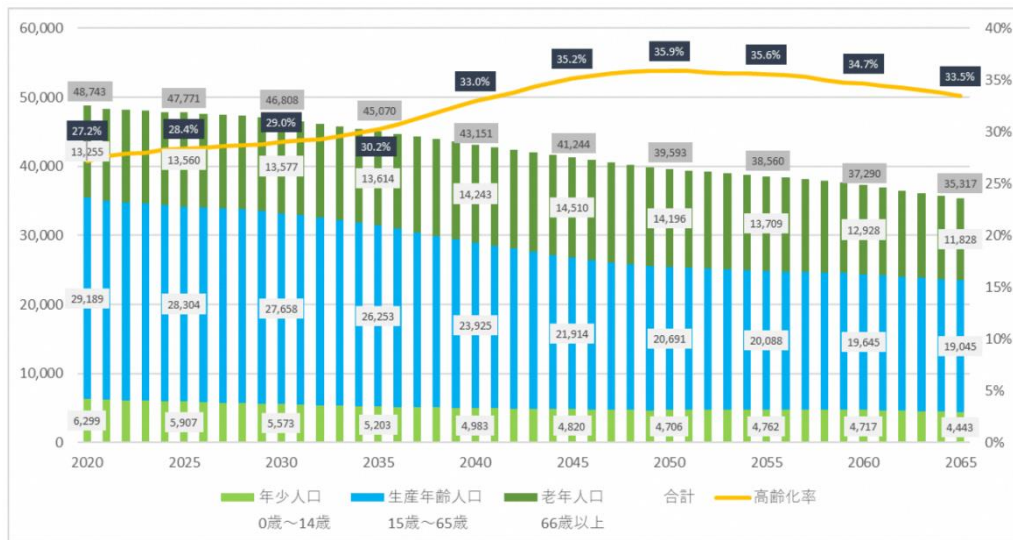


面積	: 13.42 平方キロメートル
人口	: 48,546 人
世帯数	: 20,391 世帯(令和4年8月1日現在)
従業者数	: 21,696 人
事業所数	: 1,762 事業所 (従業者数: 事業所数は平成28年経済センサス)
鉄道	: JR相模線

【人口の推移】

当町の人口は、48,546人（令和4年8月1日現在）であり、現状としては微増しているが、「寒川町人口ビジョン」によると、寒川町の人口は48千人（2020年）から、2030年度には47千人、2065年には35千人と見込まれ、高齢化率は27.2%（2020年）が33.5%（2065年）になると推計されている

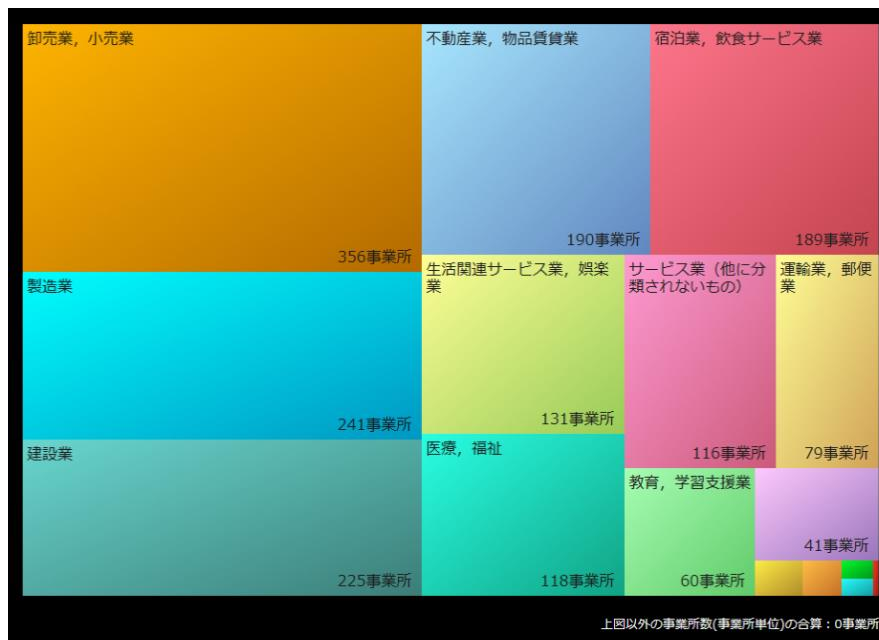
＜寒川町の将来人口推計結果（住民基本台帳をベースとした独自推計）＞



【寒川町の産業構造】

平成28年の事業所数は1,762事業所で業種別割合では、卸売業・小売業が356事業所と一番多く、次いで製造業241事業所、建設業225事業所である。（経済センサス調べ）事業所数は減少傾向にあるが、構成比はほとんど変化していない。

＜寒川町事業所数推移（業種別内訳）＞



年	A農業、 林業	D建設業	E製造業	F電気・ガ ス・熱供 給・水道業	G情報通信 業	H運輸業、 郵便業	I卸売業、 小売業	J金融業、 保険業	K不動産 業、 物品賃貸業	L学術研 究、 専門・技術 サービス業	M宿泊業、 飲食サービ ス業	N生活関連 サービス 業、 娯楽業	O教育、 学習支援業	P医療、 福祉	Q複合サー ビス事業	Rサービス 業（他に分 類されない もの）	総計
2009	3	265	261	1	9	96	379	8	234	37	225	152	73	102	5	120	1,970
2012	2	238	238	1	6	90	355	6	226	38	202	144	70	107	6	120	1,849
2014	2	234	242	2	2	84	360	7	214	37	202	143	64	118	5	118	1,834
2016	2	225	241	1	2	79	356	6	190	41	189	131	60	118	5	116	1,762

【出典】総務省「経済センサスー基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサスー活動調査」再編加工

業種別の売上高は、平成28年では、製造業：224,739百万円と最も多く、次いで卸・小売業：24,836百万円となっている。（出典：経済センサス）

【寒川町産業別売上高（企業単位）】

【百万円】

産業分類	A農業、 林業	B漁業	C鉱業、採石 業、 砂利採取業	D建設業	E製造業	F電気・ガ ス・熱供 給・水道業	G情報通信 業	H運輸業、 郵便業	I卸売業、 小売業	J金融業、 保険業	K不動産 業、 物品賃貸業	L学術研 究、 専門・技術 サービス業	M宿泊業、 飲食サービ ス業	N生活関連 サービス 業、 娯楽業	O教育、 学習支 援業	P医療、 福祉	Q複合サー ビス事業	Rサービス 業（他に分 類されな いもの）
売上高(百万円)	X	0	0	16,725	224,739	X	X	10,025	24,836	0	3,692	932	1,938	5,168	380	6,799	0	11,403

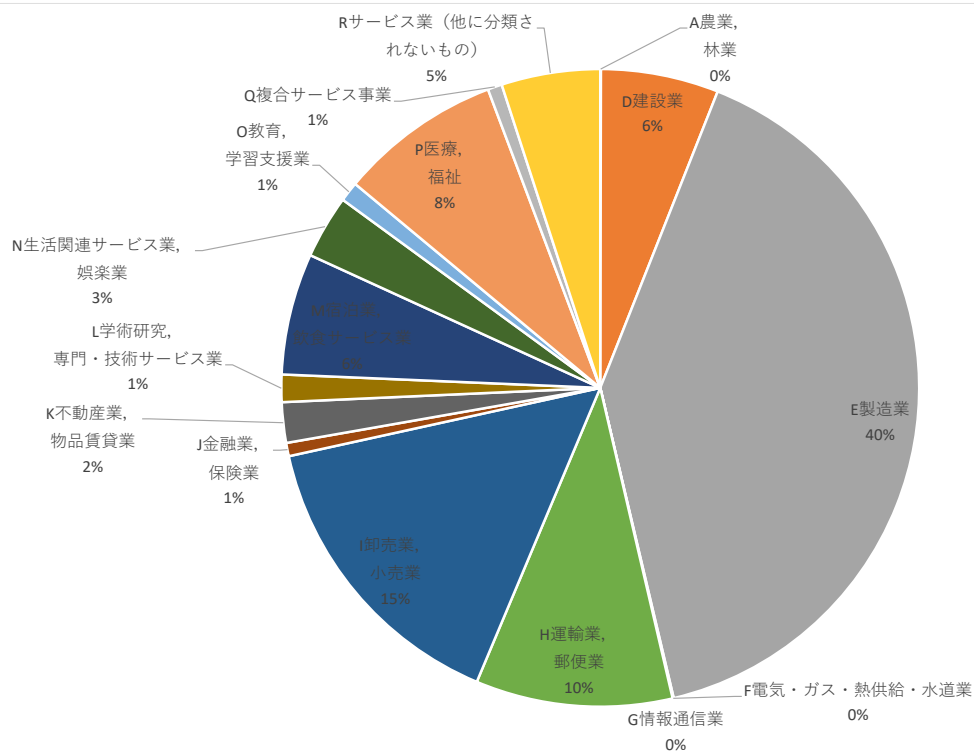
【出典】経済産業省「工業統計調査」、総務省・経済産業省「経済センサスー活動調査」

業種別の従業者についても、次表に示すように製造業が一番多く町内の雇用の40%を占める。次いで卸売業・小売業が15%となっている。

【寒川町従業者数（業種別内訳 単位：人）】

年	A農業、 林業	D建設業	E製造業	F電気・ガ ス・熱供 給・水道業	G情報通信 業	H運輸業、 郵便業	I卸売業、 小売業	J金融業、 保険業	K不動産 業、 物品賃貸業	L学術研 究、 専門・技術 サービス業	M宿泊業、 飲食サービ ス業	N生活関連 サービス 業、 娯楽業	O教育、 学習支援業	P医療、 福祉	Q複合サー ビス事業	Rサービス 業（他に分 類されない もの）	総計
2009	12	1,608	9,442	0	27	1,803	3,097	140	671	221	1,684	956	295	1,428	79	1,442	22,905
2012	5	1,486	7,798	0	96	2,088	3,832	141	604	354	1,568	939	285	1,592	93	1,390	22,271
2014	9	1,344	8,542	10	2	2,147	3,058	151	506	168	1,490	788	213	1,690	159	1,161	21,438
2016	8	1,295	8,742	10	2	2,164	3,305	146	445	301	1,336	697	218	1,785	157	1,085	21,696

平成28年度従業者数（業種別割合）】



町内製造業については、売上、従業者数ともに多く、町の基幹産業となっている。

小規模企業者の割合は次のとおりである。

【平成28年小規模企業者数推移（業種別内訳） 単位：人】 出典：経済センサス

規模	建設業	製造業	卸売業、小売業	宿泊業、飲食サービス業	サービス業	その他	計
1～5人	152	102	222	118	493	26	1,113
6～20人	64	75	95	58	115	35	442
20人以上	9	64	39	13	50	32	207
合計	225	241	356	189	658	93	1,762
比率（%）	96.0	73.4	62.4	62.4	74.9	28.0	

【製造業】

製造品出荷額は、平成28年427,495百万円を推移しており、町内に大企業が多いこと由来している。製造業に関して一番の特徴は「生産年齢人口一人当たりの製造品出荷額が「15.04百万円/人」となり、県内他自治体と比較して工業地としての優位性があることが認められる。

製造品出荷額（平成28年）

順位	自治体名	金額（百万円）
1	川崎市	4,082,797
2	横浜市	3,926,912
3	藤沢市	1,476,506
4	相模原市	1,327,816
5	平塚市	1,247,550
6	横須賀市	640,130
7	厚木市	623,424
8	小田原市	614,886
9	秦野市	578,514
10	寒川町	427,495
11	綾瀬市	328,042
12	海老名市	326,106
13	大和市	300,972
14	茅ヶ崎市	296,844
15	座間市	289,493

生産年齢人口一人あたり製造品出荷額等

順位	自治体名	金額 （百万円/人）
1	中井町	16.25
2	寒川町	15.04
3	愛川町	10.53
4	南足柄市	10.27
5	山北町	9.59
6	平塚市	8.26
7	綾瀬市	6.71
8	秦野市	6.21
9	小田原市	5.67
10	藤沢市	5.57

寒川町内の大企業・中堅企業

JX金属（株）倉見工場
 河西工業（株）
 河西工業ジャパン（株）
 キリンビバレッジ（株）湘南工場
 敷島製パン（株）パスコ湘南工場
 旭ファイバーグラス（株）湘南工場
 レンゴー（株）湘南工場
 アズビル（株）湘南工場
 日産工機（株）
 （株）日産オートモーティブテクノロジー寒川センター
 ユシロ化学工場（株）神奈川テクニカルセンター
 （株）湘南ユニテック
 新明和工業（株）特捜社事業部寒川工場
 東京応化工業（株）相模事業所・湘南事業所
 ニコン相模原製作所湘南分室
 （株）西部技研

【経営者の年代】

町内製造業の中小企業のうち本社機能があり、寒川町が基礎調査を実施した企業95社の企業経営者の年齢層を見ると平均は59.8歳で、60歳代以上が40%を占めており、事業承継が課題となっている。（令和4年度 寒川町独自調査）※訪問調査時の年齢をもとに算出。

経営者平均年齢 59.8 歳

年代	人数	構成
20	0	0.0
30	2	2.1
40	19	20.0
50	35	36.8
60	14	14.7
70	16	16.8
80	8	8.4
90	1	1.1
計	95	

【商業】

前述より、製造業に次いで従業者数が多い業種は、「卸売業・小売業」、「飲食業」、「サービス業」となっている。以下の独自調査より、寒川町の購買力は近隣他市に流出している現状が問題点となっている。

【寒川町の消費動向（消費活動に関するアンケート：寒川町独自調査）】

令和4年度に寒川町が町民モニターに実施した「消費活動に関するアンケート」の結果の概要と特徴を以下のとおりまとめる。

<最寄り品>

最寄り品の購入は生鮮では町外・町内のスーパーが約90%を占め、町内個店の利用は限定的。

利用にあたっては車利用が前提で、まとめ買いが行える駐車場が確保され、品揃えの充実した利便性の高い店舗（町外）に購買力は流出している。しかしながら、50代以降は町内個店の利用率が高くなる傾向がある。

<買回り品>

町内の店舗を利用しない方が70%を占め、購入可能店舗が少ない現状から町外店舗やネットショップ等に流出している。

<サービス>

町内の店舗としては、主に美容室、クリーニングが利用されている（約40%）。利用理由は、「自宅から近い」、「対応がいい」、「技術がいい」、「価格が安い」、「ずっと利用している」などが理由となっている。

<飲食店>

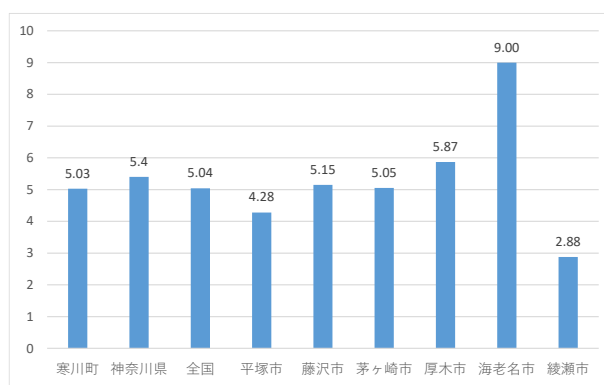
町内で利用する店舗の40%はフランチャイズ店で、個人店は25%程度を推移。利用シーンは家族の食事が50%を占め、普段の食事も30%と少人数での利用が中心となっている。店舗を選ぶ理由は、「美味しい」、「価格が安い」、「駐車場が確保されている」、「近い」が利用理由となっている。

消費に関しては、どの業種においても購買力が町外に流出している。

【創業】

创业者の状況に関しては、「創業比率」を近隣自治体及び国・県平均値と比較すると、同等に推移している。

寒川町として、地域の新たな事業を創出していかなければならないということから、産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」を策定、平成27年度に認定を受けた。さらに、平成28年度に、特定創業支援事業の枠組みを見直し、創業相談窓口をより強化することを狙いに、地域金融機関等も連携支援機関に取り込む変更申請が、平成28年12月に認定を受け、創業支援に一層の力を入れてきている。



(RESAS：事業所・企業統計調査、経済センサスより)

① 支援の現状

当町では、「寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略」を機会に、「意欲ある地域企業が活動しやすいビジネス環境をつくること」を行政の目標とし、企業の成長ステージに応じた支援体制を構築するため、地域経済活性化政策である寒川町エコノミックガーデニング（以下はEG）※を導入し地域経済成長に向けた支援展開を意思決定した。支援にあたっては、町役場に企業支援担当を新設し、寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士3名）を委嘱配置し、町の基盤産業である製造業を中心とした伴走支援を平成28年から展開している。

エコノミックガーデニングとは、地域経済を「庭」、地元の企業を「植物」に見立て、地域という土壌（資源）を生かして、地元企業を大切に育てることにより地域経済を活性化する政策の考え方。寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）による企業のライフステージや個別の経営状況等に応じた各種サポート支援を行う。

具体的な主な支援内容は次のとおりである。

【経営支援（成長支援）】

主として小規模製造業120社及び意欲がある他の業種の事業者を支援レベルで区分し訪問。

- ・さむかわ次世代経営者研究会の活動支援
- ・事業計画等策定支援及びフォロー
- ・販路開拓支援（販路拡大事業補助金（寒川町）、持続化補助金等含む、PRレポートの作成やマッチングサイトへの登録など）
- ・事業承継支援
- ・新型コロナウイルス感染症に向けた町独自補助金を創設。（事業計画書策定促進）
- ・その他（各種経営課題支援、リーダー育成研修等）

経営支援の主な内容

（ア）重点支援先（原則1回以上支援）

- ・事業計画等策定支援及びフォロー
環境変化に応じて、経営課題確認、実行計画の進捗状況のフォロー
- ・月々の業績確認及びフォロー
予算等の予実管理、課題解決への支援等
- ・その他
補助金申請支援、国・県・町等の施策紹介など

（イ）その他の支援先

- ・経営の状況確認、国・県・町等の施策紹介、その他

【創業支援】

- ・創業希望者の発掘（創業者成功事例セミナー等）
- ・創業準備支援（創業セミナー等）
- ・令和3年度からは、WEB（YouTube）を活用した非対面のオンライン創業セミナーを開始し、随時受講可能な体制を構築するなど、創業支援の機会創出を図っている。
- ・創業後にフォローアップ
- ・寒川町商工会とは、毎月定例会を開始し情報を共有

② 課題

【製造業】

E Gの展開を通じ、若手経営者コミュニティの発足・自主運営や重点支援先に対する事業計画策定支援など一定の成果を得ることができた。定期的に支援してきた約30社においては、伴走支援を通して、今後も継続して支援していく。しかしながら、新たな新規支援策の発掘には、やや苦勞している。その為、E Gのネットワークにおける地域金融機関との協調関係をより強めていく必要があると考える。さらに既存支援先以外の企業の動向の把握、事業承継支援先の発掘が課題となっているため、支援機関相互の協調関係の構築が必要となっている。

【事業承継】

寒川町では経営者の高齢化が大きな課題であり、訪問を通じたヒアリングでは、かなりの数の企業が廃業を視野に入れている現状がわかった。

寒川町の産業力を考えるうえでは、技術や製品、雇用、取引の減少だけでなく、廃業企業の強み・活力が失われることとなる。寒川町の産業の活力を維持していくうえで、事業承継に係る情報をいち早く収集することが大事である。関係する金融機関とも密なコミュニケーションを図り、その状況に従い県の事業承継・引継ぎ支援センター等との連携を強化して支援していく必要がある。

【商業・建設業】

独自アンケートの結果から、在住者の購買力が他市に流出していることが大きな課題となっている。この購買力の流出要因には、町内の商業力の衰退、近隣市へのショッピングモール等の出店や町内の量販店等の出店のほか、自家用車を前提としたライフスタイルも要因である。

今後は、高齢者の免許返納などのライフスタイルの変化に伴う、買物不便等の課題も顕在化することが想定される。また、建設業においては、人口問題等に対応すべく、改めて現状把握と課題抽出を行い支援の強化が必要である。

【創業】

地域の産業力低下の課題解決と並行して、地域企業の新陳代謝や地域経済の活性化のためには、創業による地域経済にプラスのインパクトをもたらすことが肝要であることから、新規の起業家の発掘と育成を重点的に取り組む必要がある。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

地方創生を機会として着手したE Gは、寒川町の基盤産業である製造業を中心とした地域活性化策として寒川町が導入した。

課題でも整理したが、展開に伴い若手経営者コミュニティの発足・自主運営や重点支援先に対する事業計画策定支援など一定の成果を得ることができた。一方で小規模事業者支援における課題も見えてきたことから、これらの経過を踏まえ今後の地域経済の活性化の在り方を整理し取り組みを進める。

製造業については、現在241の事業所数（経済センサス）を推移しているが、今後は経営者の高齢化や後継者不在による事業者数の減少が懸念される。製造業は町の基幹産業であることから、E Gの施策展開により、総合的な支援を通じ事業所数の維持を図っていく。

製造業の活性化に向けては、E Gとして展開してきた寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）による成長支援は引き続き行い、現在約30社（12.5%）の重点支援先を、今後は製造業全体の20%程度まで支援の範囲を広げ、伴走支援により個社の成長を促し、町内大手企業からの受注機会の増加や域外で競争できる成長を促す。

さらに、若手経営者コミュニティを核に支援を強化し、企業間の横連携の機運を促し、成長支援を通じて発展させていく。

購買力が流出している商業の振興については、生活インフラとして重要な機能であることから、将来の高齢化率を見据えながら、E Gによる支援対象とし、対象企業の発掘を図り、伴走支援による個社の成長、さらには商業者コミュニティの形成を図りながら、活性化に向け取り組みを進める。

経営者の高齢化に対しては、町調査（製造業）では半数が廃業意向であったことを踏まえ、地域の産業力の衰退を招かぬよう、支援機関と強調し企業の状態の把握に努め、後継者の育成を行いながら事業承継を進める。

地域の産業力低下の課題解決と並行して、地域企業の新陳代謝や地域経済の活性化のためには、創業による地域経済にプラスのインパクトをもたらすことが肝要であることから、新規の起業家の発掘と育成を重点的に取り組んでいく。

また、人材不足や企業の課題解決に向けては、DX（デジタルトランスフォーメーション）を活用し、業務の効率化やEC（電子商取引）を活用しながら、生産性の向上や販路拡大を図るものとする。

② 寒川町総合計画等との連動性・整合性

【寒川町総合計画2040】

寒川町総合計画2040は、「基本構想は令和3年から令和22年とし、「つながる力で新化するまち」をまちの将来像として掲げ、町民の暮らしやすさや町の魅力向上に向けて、「生活中心拠点」、「都市未来拠点」、「産業集積拠点」、「にぎわい交流創出ゾーン」の将来都市構造を位置付けている。

まちの将来像の実現に向けては、6つの基本目標と12の政策により推進することとし、産業に関しては、基本目標として「時代に最適化したにぎわいのあるまちづくり」を、政策として「産業基盤の整備」を位置付け「商業の振興」、「工業の振興」を施策としている。

【工業の振興】

＜施策目標（目指す姿）＞

意欲ある企業が活動しやすいビジネス環境がつくられ、企業の成長により地域経済が活性化している。

＜具体的な取り組み～事務事業～＞

企業支援事業（寒川エコノミックガーデニング）

- ・意欲ある企業の経営力が向上され、稼ぐ力が創造されている。
- ・企業の経営課題が解消されている。

＜取組概要＞

- ・支援環境及び支援ネットワークを整備・充実します。
- ・多岐にわたる経営課題に対応した支援を実施します。

【商業の振興】

＜施策目標（目指す姿）＞

町内に魅力的な店舗が増えている。

＜具体的な取り組み～事務事業～＞

商業振興事業

- ・事業者が安定した活動ができ、商業が活発化されている。
- ・創業者が増え、魅力的な新店舗ができている。
- ・必要な事業承継ができている。

＜取組概要＞

- ・商工会や商店会等と連携し、地域の特性を生かした活性化事業の創出を行います。
- ・創業セミナーや相談窓口などで創業者の支援を行います。
- ・支援機関体制を構築し、課題に応じた総合的な事業承継支援を行います。

【寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略】

寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略では産業政策面における基本目標を次の通り設定している。

◎寒川町総合戦略基本目標1

【地域全体で「さむかわ」の経済成長を支え、安定した「しごと」を育みます】

中小製造業の活性化を主な狙いとするEGによる支援ネットワークの一部として、当商工会は「きめ細やかな支援による経済規模の拡大と産業集積の促進」を念頭に、小規模事業者が地域に根ざした事業を持続的に展開できるような伴走型支援を行っていく。

よって当商工会の経営発達支援事業は、地域経済や産業の発展に向けて、寒川町並びに関係機関等と連携し、事業者の経営基盤の強化や円滑な事業承継の促進を図るほか、生産性向上に向けた支援を推進することにより、持続可能な小規模事業者・中小企業の発展を図っていくため、寒川町の総合計画と連動性・整合性がある。

③寒川町商工会としての役割

当商工会としては、経営改善普及事業、地域総合振興事業を中心に創業者をはじめ、小規模事業者の育成、持続的発展に向けて経営力向上に繋がる経営支援を通じ、地域経済の振興発展と雇用の確保、交流人口の増加を図り、小規模事業者の立場に立った伴走型の事業計画策定支援を行っている。

一方、地域の小規模事業者においては、DX化、経営分析や事業計画策定の重要性、有効性を認識していないことがまだまだ多く、事業計画を策定していたとしても計画通りの事業実施ができていない、若しくは事業の評価・検証までは至っていないケースも見受けられる。

そうした中、地域に密着した唯一の総合経済団体である当商工会の役割として行政や専門家、地域金融機関との連携と、経営力再構築伴走支援モデルと基本方針に則り、小規模事業者の課題解決、将来に向けての経営力向上等を伴走型の経営支援を行いながら、寒川町の現状、課題に対しても解決することが当商工会の役割と考える。

更には国や自治体の各種施策を事業者へ周知しまた逆に事業者からの声を集めて行政に伝えていく代弁者的な役割が求められている。また、寒川町ではEGによる伴走支援を展開しており、情報共有と地域の産業に資する事業を実施し、町と一体となって伴走支援を実行することが肝要である。

(3) 経営発達支援事業の目標

当町の現状・課題および長期的な振興のあり方を踏まえ、当商工会は町内企業動向の把握と小規模事業者の持続的発展を支援するための振興ビジョン及び、寒川町が掲げる総合計画、総合戦略を地域の強みを活かしつつ地域産業振興を図り、地域のにぎわい、活力、更には雇用機会の創出（地域への裨益）を図る。よって当商工会は、地域総合経済団体・小規模事業者支援機関として、寒川町や関係支援機関との連携を強化し、5年間の本計画の目標を設定した。

目標①小規模製造業者への継続的な支援による経営力強化

小規模製造業者の経営力強化と事業継続・事業承継に向けて事業者との対話と傾聴を通じて、経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、事業承継に係る情報や経営状況、経営課題の整理やと課題解決に向けた取り組み方法等を把握し、対応できるノウハウと支援体制の確立を図る。

目標②販路開拓や商品開発支援による商業活性化

事業者の販路拡大や商品開発等を図り新たな事業展開のチャンスを実際に取り組めるように、顧客ニーズを的確に捉え、本質的課題を意識した経営分析を行い、且つ事業計画策定へと導く。

又、消費者のライフスタイルの変化や自社の課題を把握しながら将来を見据えた事業計画を策定し、計画に基づいた経営を行うことができるよう伴走型支援を推進することで、安定した顧客の確保と付加価値向上に繋げる支援を行う。

目標③積極的な創業支援による小規模事業者の持続的な経営の実現

創業を目指す地域内外の創業希望者の積極的な掘り起こしによる創業の促進と、魅力ある事業者の育成で起業、創業へと繋げる。

更に創業者がより一層魅力ある経営者への成長と環境の変化に対応できるよう、中長期的な視点から本質的な課題に目を向けてもらい、開業前の創業希望者、創業準備者を含め持続的な経営に向けた支援を行う。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

目標①小規模製造業者への継続的な支援による経営力強化

寒川町の産業の主力である小規模製造業者の活性化と事業継続に向けて事業者との対話と傾聴を通じて、環境変化に対応できるよう経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置きながら経営課題を整理し、販路拡大と自ら掲げた目標達成のため、効率よく事業が遂行できる支援を行う。

又、寒川町と当商工会は小規模製造業若手経営者の経営能力向上を図り、新たな取組にチャレンジするきっかけづくりを目指した『さむかわ次世代経営者研究会』の活動の支援を行い、会員企業の将来構想のイメージ形成を行っており、成功事例や取組事例を通じて他の事業者へ波及させていく。

目標②販路開拓や商品開発支援による商業活性化

持続的な経営に意欲のある事業者がヒアリングやアンケート調査等で町民や町外の顧客ニーズを的確に捉えられるよう巡回訪問、窓口相談を充実させ、情報提供と環境変化の気づきから経営課題を抽出し、本質的な課題の掘り下げを踏まえた事業計画策定の支援及び策定後の継続的な伴走型支援を行う。

更に、町内・町外の消費者アンケートを実施し、どうすれば販路拡大ができるか一緒に仮説を立て、事業者の改善活動と町内外の顧客を『地域内での購買』に結びつけられるよう『内発的動機づけ』と『潜在力』を引き出し、自らが事業計画を実行していくために専門家派遣等も活用して伴走型支援を行う。

目標③積極的な創業支援による小規模事業者の持続的な経営の実現

寒川町の創業支援計画等に基づき、地域金融機関や経済団体等で創業支援ネットワークを組織しており、当商工会はワンストップ相談窓口として経営者の心構えや創業の動機づけ、事業の実現可能性を確認しつつ、オンラインも活用した『創業支援セミナー』を通して創業に向けた知識の習得と事業計画の作成支援を行い創業者の創出、創業者の持続的経営につながる支援を行う。

又、開業した創業者に対しては、事業計画と実績との乖離を確認しながら、今後の事業の円滑な経営に結びつくように巡回訪問、窓口相談によるフォローアップを充実させ、環境変化に対応でき、安定した経営が継続できるよう伴走型支援を行う。

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)

個々の経営指導員が巡回訪問、窓口相談時での各種補助金、マル経融資等の相談時の際に、手元にある資料と過去に収集した財務諸表の情報提供にとどまっている。

又、全国商工会連合会が実施する『小規模企業景気動向調査』や神奈川県商工会連合会が実施する『中小企業景況調査』の調査対象事業所となる15件（建設業、製造業、小売業、サービス業）に対し3ヶ月毎にアンケート調査を行っており、この調査はヒアリングベースで経営者が肌で感じる景観をデータベース化し、会員に向けての情報提供と、寒川町と経営指導員で毎月情報交換会を開催し情報の共有化を図った。

しかし、小規模事業者の事業計画策定及び実施に役立つ地域経済動向に関する情報収集と情報提供に偏りがあり、経営指導員同士の情報の共有、整理整頓ができていないことや、寒川町から得た経済動向等の情報が断片的な情報提供となっている。

(課題)

収集した情報の整理や専門的な分析がなされていないため、小規模事業者が有効活用できるよう地域の経済動向に関する情報収集・分析・整理を体系的・継続的に提供する。

更に国が提供するビックデータ等を活用した情報収集も行い、寒川町から得た情報を断片的にならぬよう組織体制の改善と国・行政のから情報を総合的に分析し事業計画策定支援に反映する。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①地域の経済動向分析の公表回数	会報及びHP等への掲載	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
②中小企業景気動向調査の公表回数	会報及びHP等への掲載	未実施	4回	4回	4回	4回	4回
③地域経済動向調査の公表回数	会報及びHP等への掲載	未実施	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビックデータの活用）

【調査目的】

当商工会管内において意欲的な小規模事業者に対し、効果的な経営活性化を目指すため、『RESAS』（地域経済分析システム）と、寒川町がライセンス契約している『MieNa』（市場情報評価ナビ）を活用した地域の経済動向分析を行い年1回（毎年10月を予定）、公表する。

【調査手法】

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経営活性化を目指すため経営指導員等が『RESAS』（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

又、寒川町がライセンス契約している『MieNa』（市場情報評価ナビ）も活用し、寒川町に特化した経済動向分析を行う。

【調査項目】

- ・『地域経済循環マップ・生産分析』→何で稼いでいるか等を分析
 - ・『まちづくりマップ・From-to分析』→人の動き等を分析
 - ・『産業構造マップ』→産業の現状等を分析
 - ・商圏レポート（マーケット分析編）
 - ・商圏ランキンングレポート等
- ⇒上記のデータを総合的に分析し事業計画策定支援等に反映する。

②中小企業景気動向調査（神奈川県商工会連合会が提供する神奈川県地域のデータを活用）**【調査目的】**

管内の景気動向等について実態を把握するため、神奈川県商工会連合会が行う『中小企業景況調査』として管内小規模事業者の景気動向等について、年4回調査、分析を行う。

【調査手法】

経営指導員等が中小・小規模事業者へ直接調査票を配布し回収する。回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う。

【調査対象】

当商工会管内小規模事業者15社（建設業、製造業、小売業、サービス業）

【調査項目】

売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等

③地域経済動向調査**【調査目的】**

地域の業種毎の景況の把握と小規模事業者が事業計画策定時に外部環境データとして活用する目的で、行政や金融機関等が実施する以下の各種経済動向調査結果を収集する。

【調査手法】

行政や金融機関等が発信する情報を年1回、4半期毎又は6ヶ月毎に収集、集計し、当商工会HP等で管内小規模事業者へ公表するとともに、商工会でも閲覧可能とし、経営指導員の巡回訪問、窓口相談の経営分析時に外部環境データとして活用する。

【調査項目】

収集元	収集項目
町内金融機関：湘南信金・平塚信金・横浜銀行・静岡中央銀行 （景気動向調査／四半期）	業況判断D.I.・中小企業短期・景況観測調査
日本政策金融公庫 全国小企業月次動向調査（半期毎収集）	設備投資、価格動向等
企業経営予測調査（浜銀総研／四半期）	業況判断D.I.
神奈川県の経済情勢（財務省関東財務局／四半期）	新規・有効求人倍率、新規求人数

（４）調査結果の活用

分析結果は、経営指導員が収集元、項目に基づき、年1回・4半期又は6ヶ月毎に当商工会のHPで公表し、管内小規模事業者へ外部環境データを提供するとともに、調査協力機関と密に連携を取り、地域内小規模事業者に対する巡回訪問、窓口相談時の支援ツールとして活用する。

又、地域内と全国、神奈川県、寒川町との分析結果を比較検証することで、経営改善提案及び経営計画策定支援における内部環境・外部環境データとして経営指導員が活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

『さむかわ次世代経営者研究会』の会員事業所は『顧客ニーズに基づく商品／サービスの提供』という視点で経営しているが、ほとんどの小規模事業者は、提供する商品／サービスに対して、『売りたいモノを売る』という意識が先行し都度支援するだけとなっている。買い手の視点を醸成するための取り組み支援が不十分であるという反省がある。

又、販路拡大については需要動向調査が重要であることは認識しているものの、実際に調査を行うまでには至らなかったが、寒川町との協力で小規模製造業120社を支援レベル区分毎に訪問し情報提供を行った。国や各関係機関が公開している統計情報を活用し、市場動向や顧客ニーズについて情報提供しているが、商工会で独自に調査したものはなかった。

(課題)

インターネットやSNS等から容易に情報が取得できることで、各種調査結果を正しく把握し、販路開拓、拡大に生かすことが重要である。

又、顧客のニーズや要望等、バイヤーの視点を把握し、事業者の仮説とすり合わせることで、顧客ニーズに合った商品／サービスの構築支援が必要と考える。

よって小規模事業者が提供する商品／サービスや需要動向等を消費者、バイヤー等から直接情報をフィードバックするための取り組みを行い事業計画の策定に活用できるように支援を行う。

(2) 目標 (表中の目標数字は対象事業者数となります。)

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①工業系各種展示会・商談会へのアンケート支援	未実施	2者	2者	2者	2者	2者
②産業まつりでの創業支援ブースでのアンケート支援	未実施	2者	2者	2者	2者	2者
③売れる商品・新サービスに関するマーケティング調査支援	未実施	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

①工業系各種展示会・商談会へのアンケート支援

【目的】

小規模製造業者が、既存事業の拡充、新たな販路開拓や新商品の開発に活かせるような調査項目を盛り込んだアンケートの作成・調査を経営指導員が伴走型で支援を行い、顧客ニーズ、市場動向等を把握し提供することで、事業計画策定時及びフォロー時に、より効果的に活かせるようにする。

【支援対象者】

新商品の開発・販路開拓に取り組む小規模製造業者（原材料等を加工し、製品を生産・提供する事業所）

【想定事業所】

主に金属加工、機械器具、食品製造業等を想定

【サンプル数】

工業系各種展示会・商談会の来場者10～20人／1者

【調査項目】

来訪目的、価格や機能性、展示物に対する評価、購入見込。

(例：一般機械器具製造業であれば、展示会への来場動機、類似機械使用における要望、購入決定の要件など)

【調査手法・手段】

事業者が出展ブースに立ち寄った方々にヒアリング及び体験していただくことで、ニーズや意見・感想を引き出せるアンケートを実施。アンケートはペーパーのほか、LINEやFacebook等SNSのアンケート機能も活用する。

【分析手段・手法】

調査結果は事業者と経営指導員が分析を行う。又、詳細な分析が必要な場合や事業者の特性を考慮し、専門家に依頼し分析等を実施する。

②産業まつりでの創業支援ブースでのアンケート支援

【目的】

創業者が事業展開する上で求められる需要動向に係る情報を適宜提供できるように商品／サービスの調査項目を盛り込んだアンケートの作成・調査を経営指導員が伴走型で支援を行う。

消費者に直接ヒアリングすることで需要動向を収集し、販路開拓を見据えた基礎資料としての活用を図ると共に、ニーズに合った商品／サービスのブラッシュアップにも活用していく。

【支援対象者】

新商品の開発・販路開拓、拡大に取り組む創業者、創業準備者、希望者

【想定事業所】

主に小売・飲食・サービス業等を想定

【サンプル数】

産業まつりに来場された消費者40人～50人／1者

【調査項目】

認知度・価格・パッケージデザイン・ボリューム・使用頻度・使い勝手・味・良い点・悪い点等、調査内容は商品・サービスに応じて項目を設定し、事業者の状況に応じて調査項目の見直し等も行う。

【調査手法・手段】

事業者が来場された消費者等に試食やサンプルを準備し、実食又は使用いただくことで、ニーズや意見・感想を引き出せるアンケートを実施。アンケートはペーパーのほか、LINEやFacebook等、SNSのアンケート機能も活用する。

【分析手段・手法】

調査結果は事業者と経営指導員が分析を行う。又、詳細な分析が必要な場合や事業者の特性を考慮し、専門家に依頼し分析等を実施する。

③売れる商品／新サービスに関するマーケティング調査支援

【目的】

地域内の住民が期待する品揃え、サービスに係る情報を収集するため調査項目を盛り込んだアンケートの作成・調査を経営指導員が伴走型で支援を行う。

既存客のニーズ等を収集し提供することで、個社の事業計画策定時及びフォロー時に際し、効果的に活かせるようにする。調査結果を分析したうえで当該事業者にフィードバックし、マーケットインの商品開発を支援する。

【対象者】

小売・飲食・サービス業の小規模事業者において、消費者の需要動向を把握するため、自店に来店する顧客へのアンケート調査を行う。

【支援対象者】

持続的な経営に意欲があり、売れる商品／新サービスの開発に取り組む小規模事業者(小売・飲食・サービス業等)

【想定事業所】

主に小売・飲食・建築サービス業を想定

【サンプル数】

当該店舗来店者・取引消費者各20～30人／1者

【調査項目】

価格・パッケージデザイン・ボリューム・使用頻度・使い勝手・味・良い点・悪い点等、調査内容は商品・サービスに応じて設定を調整し、事業者の状況に応じて調査項目の見直し等も行う。

【調査手法・手段】

事業者が来店された消費者等に試食やサンプルを準備し実食又は使用いただくことで、ニーズや意見・感想を引き出せるアンケートを実施。アンケートはペーパーの他、LINEやFacebook等SNSのアンケート機能も活用する。

【分析手段・手法】

調査結果は事業者と経営指導員が分析を行う。又、詳細な分析が必要な場合や事業者の特性を考慮し、専門家に依頼し分析等を実施する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

一部の製造業は経営環境の変化に対応した支援を行っておりますが、大概の事業所は個々の企業に則したヒアリングからの自社の経営状況の把握や財務分析ができておらず、現状分析等を踏まえた体系的な事業計画を考えたことがない事業所が多いため、寒川町との協力で自社の経営分析を踏まえたPRレポートを作成した。

このことから事業計画を考えたことがない事業所は、ただセミナーに参加してもらっても効果が無いことを強く認識でき、自社の経営状況の分析が不十分であることがわかった。よって実態把握が乏しく重要性を事業者が認識していないことから、経営の方向性を見出すための手段としての分析には至っていなかった。

(課題)

小規模事業者が持続的な経営と自社が将来あるべき姿に到達するために必要となる『事業計画の策定』を支援するため、売上や利益の拡大を目指す小規模事業者に対して、経営指導員が経営分析によって中長期的視点に立ち、将来にわたって持続的な経営支援が必要となる。

更に経営指導員が積極的に経営者の意識改革を促すとともに、現状を確認し、当面の課題を認識してもらい事業計画に沿った経営を推進するために、セミナー及び経営分析の専門家派遣を通して分析支援を行う。

(2) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①経営分析セミナー開催	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者支援	未実施	30者	30者	30者	30者	30者
③専門家の派遣支援	未実施	5者	5者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

①巡回訪問、窓口相談を通して周知する経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）

【目的】

小規模事業者及び創業・創業間もない小規模事業者の経営分析の重要性が高いことから、自社のSWOT分析の結果（「強み」「弱み」「機会」「脅威」）を把握し、経営の問題、課題の気づきや、事業計画の策定等への活用について理解を深めるとともに、経営分析力の向上を促す。

更に、創業間もない小規模事業者や創業準備・希望者を中心にワンストップ相談窓口を設け、経営指導員等が経営実態把握の重要性を認識させ、経営者の意識改革に努める。

【周知・募集方法】

常に巡回訪問・窓口相談時の対話と傾聴で対象者を発掘しセミナー参加を促し、更にチラシ、ホームページ、ブログ等で広く周知して参加者を募る。

【対象者】

巡回訪問、窓口相談等を通じて経営分析の必要性や重要性を説明した小規模事業者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い30者（経営指導員3名×@10者）を選定する。

【開催回数】

1回／（2時間×1回）

【セミナー内容】

個別相談参加者又は経営分析に意欲的な小規模事業者が自ら経営分析の必要性・重要性を理解し、自社の『強み』・『弱み』等を把握し経営課題改善に役立て、各種分析ツールの周知等も含めたセミナーを開催し、経営者の意識改革と経営分析力の向上を促す。

【想定講師】

寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）

②経営分析事業者支援

【対象者】

経営分析セミナー参加者又は、経営分析に意欲的な小規模事業者の中から、経営改善が期待できる30者をセミナー講師及び経営指導員が選定

【分析項目】

（財務分析）

小規模事業者は直近3期分の売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等の収益性、生産性、安全性および成長性の分析し、創業間もない事業者は実績値等を活用し分析を行う。

（非財務分析）

傾聴と対話を通じて、事業者の下記の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会（SWOT分析）を整理する。

（内部環境）

商品、製品、サービス、仕入先、取引先、人材、組織、技術、ノウハウ等の知的財産
DX化、IT活用の状況、事業計画の策定、運用状況

（外部環境）

商圏内の人口、人流、競合、業界動向等

【分析手法】

事業者の状況や局面に合わせて、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』、中小機構の『経営計画つくるくん』、財務診断サービス（日本政策金融公庫）等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。又、非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

③専門家の派遣支援

【対象者】

経営分析セミナー参加者又は、経営分析に意欲的な小規模事業者で、経営改善策が複雑な事業者

【派遣内容】

『企業の健康診断』ローカルベンチマーク（経済産業省）や経営自己診断システム（中小企業基盤整備機構）、財務診断サービス（日本政策金融公庫）の分析から改善策や対策が複雑な場合は、解決まで時間をかけて、寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）等の専門家と連携し、解決策と対応策を提案し、事業者に経営課題を認識させ分析支援を行う。

【専門派遣者】

寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）及び神奈川県小規模企業強化支援事業のコーディネーター

（４）分析結果の活用

経営状況の分析結果については一方的に説明をせず、専門家を交えて対話を重点におき、経営の問題点や課題点等を明確化させ、事業計画策定の資料として活用する。

更に経営戦略の立案に必要な分析を項目別に整理し、巡回訪問や窓口相談を通して情報の提供を図り、分析結果はデータベース化し内部で共有する。

6. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

（現状）

創業者・小規模事業者は寒川町との協力で創業希望者の発掘を目的とした創業者成功事例セミナーや各種経営課題を伴走支援から事業計画策定支援等ができた。しかし商業、サービス業は各種補助金申請や融資申込の為の事業計画策定が主となっており重要性の認識が低く、一方的な事業計画策定となっている。地域の経済・需要動向等を踏まえた経営分析を十分に反映できていない事業計画から経営環境の変化に対応できず、付加価値の減少や資金繰りがひっ迫している。

又、経営環境の変化のスピードにも対応できず、環境に応じた計画策定を行う事業者は少なく、且つDX化の必要性についてはほとんどの事業者が認識しているものの、対応まで追いついていない。よって、自社に合うDX化の方向性に迷いがあり、対応に遅れをとっている。

（課題）

小規模事業者が経営の持続的発展を図るためには『事業計画の策定』の重要性の認識とDX化を含め、各動向等を踏まえた具体的で中長期的な視点での事業計画の策定が必須と考える。

今まで以上に重要性の理解を深めて貰えるよう啓蒙活動や経営分析等でセミナー参加を促し、課題認識を意識させ、環境の変化に対応できる企業体質を形成できる支援をする。

（２）支援に対する考え方

①小規模製造業者は、DX化を含めた事業計画策定の必要性については、一部の経営者が認識されているが、各事業者のレベルや事業規模に合ったDX化の対応をどのように進めていけばよいのか迷いがあり問題点が多い。

それぞれの事業者の経営に合うようにアジャイル型で支援できる支援人材を強化して、DX化対応の促進と事業計画策定の重要性を理解してもらうとともに、自発的に事業計画の策定に取り組む事業者の育成支援を行う。

②商業、サービス業、創業者、もDX化を含めた事業計画策定の必要性については、ある程度の認識はあるが、情報収集、調査等による地域の経済動向や需要動向等を踏まえた経営分析に弱い部分があり、認識度が製造業に比較して低い。

よって変化する消費者ニーズ等への対応と作業、事務効率化や生産性向上を図るにはDXの重要性の周知と事業計画策定の支援を行い、競争力の維持、強化と競合他社との差別化を図れる企業体質を作る。

③DX化が加速する中で、DXに向けた様々な取り組みが必須であると考え。又、競合他社との差別化、競争力強化を図っていくため、寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）などの専門家と連携しながら、セミナー参加者が重要性を認識し、理解を深められるカリキュラムづくりを行い、事業計画の策定前段階においてDX推進に向けたセミナーを開催する。

④小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「DX推進セミナー・事業計画策定セミナー・創業支援セミナー」のカリキュラムを工夫することにより、5.で経営分析を行った事業者の3割程度／年の事業計画策定を目指す。

又5.で行う経営分析セミナー及び経営分析を通じて自発性を高め、事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得て、現状を正しく認識した分析に基づき、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行い、専門家も活用し、実現可能性の高い事業計画策定の支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①DX推進セミナー開催	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナー開催	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③創業支援セミナー開催	1回	1回	1回	1回	1回	1回
④事業計画策定事業者数	4者	4者	6者	8者	10者	10者
⑤創業計画策定事業者数	2者	3者	4者	5者	6者	6者
⑥事業・創業計画策定時の専門家派遣	6回	21回	30回	39回	48回	48回

(4) 事業内容

①巡回訪問・相談窓口を通して周知するDX推進セミナー開催

DXに関する基礎知識習得のため、実際にDX化に向けたITツール導入やWEBサイト構築等の取組を推進するため専門家と共にセミナーを開催する。

【支援対象者】

事業計画策定前の経営分析が終了したDX化に関する活用に課題のある事業者、事業計画策定を目指す事業者

【募集方法】

常に巡回訪問・窓口相談時の対話と傾聴で対象者を発掘しセミナー参加を促し、更にチラシ、ホームページ、ブログ等で広く周知して参加者を募る。

【カリキュラム】

DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例、データ活用の意義
インボイス、クラウド型顧客管理ツールの紹介、SNSを活用した情報発信方法
ECサイトの利用方法等

【想定講師】

寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）又はITコーディネーター

【開催回数】

1回（2時間×1回）

【参加予定数】

15者

②事業計画策定セミナー開催

事業計画の重要性を理解し、経営分析により導き出した経営課題の解決と、新たな需要開拓や持続的成長が図れた事業計画策定に繋がるセミナーを開催し、知識や手法を習得する。

【支援対象者】

事業計画策定前段階に経営分析及びDX推進セミナーに参加した事業者

【募集方法】

経営分析を実施した小規模事業者を対象として、巡回訪問・窓口相談を通して発掘しセミナー参加を促す。更にチラシ、ホームページ、ブログ等で広く周知して参加者を募る。

【支援方法】

事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定に繋げていく。

【開催回数】

1回（3時間×4回）

【カリキュラム】

- ・自社分析（強み・弱み・機会・脅威）、市場・顧客分析、競合の分析を実施する際のポイント
- ・市場・顧客分析
- ・競合の分析
- ・戦略的分析・事業領域の明確化・実現方法の検討等
- ・事業計画書の策定

【参加予定数】 15者（1回あたり）

【想定講師】

寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）

【その他支援】

個別相談会（経営指導員や講師による個別計画策定支援）

③創業支援セミナー開催

創業計画策定の重要性を理解し、経営分析により導き出した経営課題の解決と新たな需要開拓を図り、持続的な経営の実現に繋がるセミナーを開催し手法や知識を習得する。

【支援対象者】

ワンストップ相談窓口相談者、経営分析を行っている創業者及び創業準備、希望者

【募集方法】

経営分析を実施した小規模事業者を対象として、巡回訪問・窓口相談時を通して発掘しセミナー参加を促す。更にチラシ、ホームページ、ブログ等で広く周知して参加者を募る。

【開催回数】

1回（3時間×5回）

【カリキュラム】

- ・商圈消費動向調査、市場動向（競合）
- ・ターゲットの購買行動・ニーズの把握
- ・実践型マーケティング、プロモーション活動
- ・収益性シミュレーション
- ・設備投資・資金調達手法
- ・競合の分析

- ・自社分析（強み・弱み・機会・脅威）、市場・顧客分析、競合の分析を実施する際のポイント
- ・戦略的分析・事業領域の明確化・実現方法の検討等
- ・事業計画書の策定等
- ・創業者の成功・苦勞の体験談

【参加予定数】 15者（1回あたり）

【想定講師】

寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）

【その他支援】

個別相談会（経営指導員や講師による個別計画策定支援）

創業支援セミナー受講者同士のコミュニティを形成し、情報交換システムを構築する。

対面方式・オンライン方式でいつでも受講できる体制を構築する。

④事業計画策定支援

経営分析、DX推進セミナーにより経営実態を把握し、地域経済動向や需要動向、DX化を考慮して具体的施策を踏まえ、継続的な支援による経営力強化と持続的成長のための経営の基本を捉える機運を高めて、小規模事業者と一体となって事業計画を策定する。

【支援対象者】

経営分析及びDX推進セミナーに参加した又は事業計画策定に意欲的な事業者

【支援手法】

経営分析、DX推進セミナーでの知識習得度合いの結果を踏まえ、事業者ごとに経営指導員が担当制で支援し、地域経済動向や需要動向を考慮して具体的施策に落とし込み、小規模事業者と一体となって事業計画を策定する。

【支援体制】

事業計画策定支援にあたり、経営指導員等と寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）と連携を図り、支援のばらつきが発生しないよう方針や手法等を共有し伴走型で支援を行う。

⑤創業計画策定支援

経営分析、DX推進セミナーにより経営実態を把握し、地域経済動向や需要動向、DX化を考慮して具体的施策を踏まえ、事業性の高い創業計画策定を支援する。

又、経営の基本を捉える機運を高めて、創業者・創業準備者、希望者と伴走型で持続的な経営の実現に繋がる創業計画策定を支援する。

【支援対象者】

経営分析及びDX推進セミナーに参加した又は創業計画策定に意欲的な創業者、創業準備者、希望者

【支援手法】

経営分析、DX推進セミナーでの知識習得度合いの結果を踏まえ、創業準備から創業後に至るまで計画に沿った創業及び事業運営が円滑にできるよう支援を行う。継続的に実施することにより、創業計画の策定・創業初期支援を通じて管内の創業機運醸成の一助としていく

【支援体制】

創業計画策定支援にあたり、経営指導員等と寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）と連携を図り、支援のばらつきが発生しないよう方針や手法等を共有し伴走型で支援を行う。

⑥事業計画策定・創業計画策定時の専門家派遣

策定支援において生じた専門的な課題解決等や事業計画・創業計画策定のブラッシュアップにおいて、専門家を派遣し、実現可能性の高い事業計画、創業計画策定を支援する。

【支援対象者】

前述の④と⑤の事業計画・創業計画を策定している小規模事業者、創業者、創業準備者、希望者

【支援手法】

小規模事業者の課題や方向性に応じて、現状と課題・市場動向・需要動向・販売戦略・財務計画等の項目の深層化と事業レベルに合ったDX化の内容を確認しながら伴走型で事業計画書の策定支援を行う。

【支援回数】

1者×3回／1回あたり2時間

【専門家】

寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）

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)**

小規模事業者への事業計画策定後の支援については、寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）の支援を踏まえ、事業計画の策定及びフォローはある程度は行った。

しかし事業計画の進捗状況や成果の確認までのフォローアップができていない。従って簡単な助言が中心となり、踏み込んだ支援まではできておらず継続的な支援に繋がっていなかった。

又、進捗状況等のフォローアップのタイミングも不定期で、事業の進捗フォローが計画の見直しに生かされていない状況にあった。

(課題)

事業計画を策定支援した小規模事業者はPDCAサイクルを回すという習慣、経験が圧倒的に不足がちなので、策定した事業計画が経営に活用されているか、見直しが行われているかを確認する定期的なフォローアップが必要と考える。

更に対象事業者の今までの事業計画策定の経緯なども考慮し、対象者、対象業種等をしっかりと切り分けて、環境変化に応じた経営課題の確認と事業計画策定後の継続的なフォローアップを行い、目標と実績を比較し、売上、粗利、営業利益率や付加価値等の可視化支援を行い、目標達成度の乖離を認識させる必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象に、チェックリストを作成し、事業計画の目標達成を念頭に計画と実績の管理、定期的な状況確認等を実施し、事業計画策定を支援した事業者数の状況に応じて寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）など専門家による支援とともに事業者への内発的動機づけを行い、自走化に向けて潜在力を引き出す支援を行う。

又、計画実現に向けての課題設定、実行計画の策定を行い、実践から事業計画の進捗、達成状況等により、訪問回数を増やし集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断した事業所には訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、メール、電話、オンライン面談等でフォローアップを行い、面談や連絡頻度を設定する。更に経営環境の変化などが生じている場合は計画の変更を含め、改めての支援が必要と考える。

(3) 目標

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①フォローアップ対象事業者数	5者	7者	10者	13者	16者	16者
②フォローアップ頻度(延回数)	11回	56回	76回	96回	118回	118回
③売上増加事業者数	未実施	3者	4者	6者	6者	6者
④営業利益率2%以上増加の事業者数	未実施	2者	3者	3者	4者	4者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として定期的なフォローアップと計画、実績の進捗管理を行い、計画に基づいた方策と実践型のPDCAサイクルの定着で経営目標の達成を伴走型で支援する。

支援の際に明確になった課題に関しては優先順位をつけて課題解決に当たり、計画の進捗状況も確認し、専門家のアドバイスを交えながら支援を行っていく。

その頻度については、基本的には毎月フォローするが、状況に応じて頻度は見直す。ただし、事業者からの申出等により臨機応変に対応する。

尚、進捗状況が事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、他の地区等の経営指導員等や外部専門家など第三者の支援を含め、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

又、計画の中・後期には、次期の事業計画策定に向けた支援策等を提案していくとともに、常に次の段階に向けた策定検討を行う主となるコアメンバーを確立させ、策定のための機会に関する情報提供を行う。

①事業計画策定事業者に対するフォローアップ

策定した事業計画の目標達成に向けて、巡回指導、窓口相談をメインに伴走型支援を行い、業計画の内容、進捗状況、問題点、事業の成果、改善点等を明確化し、事業計画の着実な計画実行を支援していく。

【対象者】

事業計画を策定した全ての事業者

【支援内容】

フォローアップについて事業計画書作成初年度は、事業者自ら進捗管理や達成管理ができる事業所は経営指導員が3ヶ月に1回巡回訪問又は窓口相談にて行い、進捗管理や達成管理が難しい事業者は2ヶ月に1回巡回訪問又は窓口相談にて行う。進捗管理、進捗状況は売上や各種利益等の経営指標の確認、成果を検証することとする。

尚、事業計画の達成状況等により、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。

但し、小規模事業者からの申し出や経営指導員等から見た進捗状況に応じて臨機応変に対応する。

【支援手法】

基本的には対面でフォローするが、目標達成状況に応じて、オンライン面談、メールや電話等も活用する。

【事業計画と進捗状況にズレが生じている場合（計画差異）の対処方法】

目標に達しない場合や進捗状況が思わしくない場合は、寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）と連携し計画差異の原因究明や改善支援を行う。更に今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行い、伴走型の支援を行う。

②創業計画策定事業者に対するフォローアップ

策定した創業計画の目標達成に向けて、巡回指導、窓口相談をメインに伴走型支援を行い、業計画の内容、進捗状況、問題点、事業の成果、改善点等を明確化し、事業計画の着実な計画実行を支援していく。

【対象者】

創業計画を策定した全ての創業者及び創業準備者

【支援内容】

創業当初は、当初想定していなかった課題の頻出や財務面での問題が発生しやすいことから、基本的に1年間は経営指導員が月に1回、巡回訪問又は窓口相談にて、進捗状況と売上や各種利益等の経営指標の確認、記帳指導等を行う。

創業計画の進捗状況や達成状況等により、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。

但し、創業者からの申し出や経営指導員等から見た進捗状況に応じて臨機応変に対応する。

又、創業支援ネットワークを活用しあらゆる角度からフォローアップを行う。

【支援手法】

基本的には対面でフォローするが状況に応じて、オンライン面談、メールや電話等も活用する。

【創業計画と進捗状況にズレが生じている場合（計画差異）の対処方法】

目標に達しない場合や進捗状況が思わしくない場合は、寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）と連携し計画差異の原因究明や改善支援を行う。更に今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行い、伴走型の支援を行う。

フォローアップ頻度（延回数）の考え方

令和5年度

	フォロー事業者数	1年間のフォロー回数	フォロー合計数
創業者	3	12	36
2ヶ月に1回行う事業者数	2	6	12
3ヶ月に1回行う事業者数	2	4	8
合計	7	22	56

令和8年度

	フォロー事業者数	1年間のフォロー回数	フォロー合計数
創業者	6	12	72
2ヶ月に1回行う事業者数	3	6	18
3ヶ月に1回行う事業者数	7	4	28
合計	16	22	118

令和6年度

	フォロー事業者数	1年間のフォロー回数	フォロー合計数
創業者	4	12	48
2ヶ月に1回行う事業者数	2	6	12
3ヶ月に1回行う事業者数	4	4	16
合計	10	22	76

令和9年度

	フォロー事業者数	1年間のフォロー回数	フォロー合計数
創業者	6	12	72
2ヶ月に1回行う事業者数	3	6	18
3ヶ月に1回行う事業者数	7	4	28
合計	16	22	118

令和7年度

	フォロー事業者数	1年間のフォロー回数	フォロー合計数
創業者	5	12	60
2ヶ月に1回行う事業者数	2	6	12
3ヶ月に1回行う事業者数	6	4	24
合計	13	22	96

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

(現状)

当商工会では現状、地域外で行われる展示会、商談会への十分な出展支援ができておらず、町内の産業まつりへの出展の支援が中心であった。イベント情報や目的、ターゲット層等の需要開拓の効果が期待できる情報も提供できず、チャンスロスを招いていました。

又、地区内の小規模事業者の一部はDX化に取り組んでいるが、多くの事業者はオンラインによる販路開拓等は考えているが、ECサイト等を活用したDX化の取り組みが進んでいないことから商圏が限定的となり、販路拡大に限界が来ている。

(課題)

今後は、リアル、WEBの商談会、販売会等への出展に際して、開催情報から事前支援や開催時、事後のフォローを充実させるなど、支援内容の改善が必要である。

DXを活用した販路開拓が必要であり、ECサイトやWEB受発注相談会等を通じて、地域内外に自社の商品／サービスの発信行う。

又、新たな需要の開拓に向けては、ホームページやSNSを活用した情報発信ツールの導入やECサイトへの参画などの取り組みが必須であり、更に総合的なDXに関する支援も積極的に行う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

初期段階として、小規模事業者が参加しやすいように、全国商工会連合会や近隣市町村が主催で開催される既存の展示会、商談会への出展を目指す。出展にあたっては、寒川町地域経済コンシェルジュ（中小企業診断士）や経営指導員等が協力し、開催情報、ターゲット層等を分析の上、事前と事後の出展支援を行う。

又、出展期間中には、接客やレイアウト等、きめ細かな伴走型支援を行い、終了後も反省点、問題点、課題等を具体的に抽出し、次回の出展時に繋げていく。

DXを活用した販路開拓に向けた取り組みとして、顧客情報に基づいたSNS情報発信やECサイトのレイアウト等の知識の習得から導入、運用、フォローまで一貫して行い、更なる理解度を高めるために、IT専門家派遣等を活用するなど事業者の段階に合った支援を行う。

又、『さむかわ次世代経営者研究会』を通じて、出展の経験談や成功や取り組み事例等の情報提供を通じて会員企業の将来像を見つけ、町内の事業者の連携を図り、繋がりを強化する。

(3) 目標

		令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①	各種展示会・商談会への出展支援 (BtoB)	3社	4社	6社	6社	6社
	成約件数/者	1社	2社	3社	3社	3社
②	イベント・商談会等への出展支援 (BtoC)	3者	5者	8者	8者	8者
	売上高/者	10万円/1者	10万円/1者	10万円/1者	10万円/1者	10万円/1者
③	DX取組活用による支援事業者数	4者	5者	5者	5者	6者
	売上高増加率/者	2%	2%	2%	2%	3%

(4) 需要開拓支援の手法

①-1 展示会への出展支援 (BtoB)

【想定される展示会等】

☆テクニカルショウヨコハマ

概要：最先端の技術、製品が一堂に会する、リアルとオンラインのハイブリッド型展示では首都圏最大級の工業技術、製品に関する総合見本市として、出展者や来場者に業界の枠を超えた情報の発信、収集、交流を広範囲に展開してもらい、技術と製品の販路拡大、ビジネスチャンスの創出、地域産業の振興を図ることを目的とする展示会

【開催実績】

【リアル展示】出展者数554社・団体／出展小間数 464小間 (2022年 実績)

来場者数：8,407名

【オンライン展示のみ】108社・団体が102ページ出展 (2022年 実績)

入場登録数：3,655名／アクセス数：27,803名

【支援対象】

BtoBの需要開拓を目指す、又は事業計画を策定した小規模事業者

【想定事業所】

主に金属加工業、機械器具業、食品製造業・建築業等を想定

【支援内容】

地域の支援機関と連携し、大都市圏で開催する各種展示会、商談会への出展斡旋や出展情報の提供を行う。

出展に際しては、課題設定を事前（想定される来場者、出品製品、技術の選定、社案内作成等）と開催中（ヒアリングシートの活用、対話記録簿の活用）から事後（名刺、ヒアリングシート、対話記録簿の活用法等）で切り分け、事業者の意向を十分に踏まえ伴走型支援を行う。

①-2 商談会等への出展支援 (BtoB)

【想定される商談会等】

☆ビジネスマッチング with かながわ8 信金

概要：新たなビジネスパートナーを見つけるため、製造、食品、物販関係の事業者を対象とした個別商談会と発注・受注企業からの商談希望をもとに個別商談の機会を目的とする商談会。

【開催実績】

受注企業：181社・発注企業：69社・商談件数：348件数 (2021年実績)

新型コロナウイルス感染症拡大の懸念から会場開催を中止し、代わりに個別商談の機会を提供

【支援対象】

BtoBの需要開拓を目指す、又は事業計画を策定した小規模事業者

【想定事業所】

主に金属加工業、機械器具製造業、食品製造業、建築業等を想定

【支援内容】

地域の信用金庫と連携し、神奈川県内で活動する企業を中心に、開催される商談会への出展斡旋や出展情報の提供を行う。

出展に際しては、課題設定を事前（想定される来場者、出品製品、技術の選定、会社案内作成等）と開催中（ヒアリングシートの活用、対話記録簿の活用）から事後（名刺、ヒアリングシート、対話記録簿の活用法等）で切り分け、事業者の意向を十分に踏まえた伴走型支援を行う。

【想定される商談会等】

☆スーパーマーケットトレードショー

概要：全国のスーパーマーケットを中心とした小売業をはじめ、卸売業者や商社、中食、外食等のバイヤーを対象とした、販路開拓を目的とした商談会。

【開催実績】

参加事業者数：1,690社・団体、3,197小間（2022年参考）

来場者数：42,885名（2022年参考）

【支援対象】

BtoBの需要開拓を目指す、又は事業計画を策定した小規模事業者

【想定事業所】

主に食品製造・卸業・食品小売業等を想定

【支援内容】

寒川町・当商工会と事業者が連携し、開催される商談会への出展斡旋や出展情報の提供を行う。

出展に際しては、課題設定から事前（想定される製造、食品・物販関係の事業者・バイヤー企業のニーズ等）と個別相談（ヒアリングシートの活用・対話記録簿の活用）から事後（ヒアリングシート・対話記録簿の活用法等）で切り分け、事業者の意向を十分に踏まえた伴走型支援を行う。

【想定される商談会等】

☆地方銀行フードセレクション

概要：全国の地方銀行が主催する地方創生型商談会として販路拡大を希望する食関連の事業者と、地域色豊かな安全で美味しい食品を求めるバイヤーとの商談会

【開催実績】

参加事業者数：388社（2021年参考）

来場者数：3,121名（2021年参考）

【支援対象】

BtoCの需要開拓を目指す、又は事業計画を策定した小規模事業者

【想定事業所】

主に食品卸業・食品小売業・飲食・サービス業を想定

【支援内容】

地方銀行と連携し、神奈川県内で活動する企業を中心に、開催される商談会への出展斡旋や出展情報の提供を行う。

出展に際しては、課題設定から事前（想定される製造、食品、物販関係の事業者、バイヤー企業のニーズ等）と個別相談（ヒアリングシートの活用・対話記録簿の活用）から事後（ヒアリングシート・対話記録簿の活用法等）で切り分け、事業者の意向を十分に踏まえた伴走型支援を行う

②イベント等への出展支援（BtoC）

【想定されるイベント等】

☆寒川町産業まつり

概要：寒川町の産業を広く町内外に紹介し、町産業の発展をはかるとともに、郷土意識を高め、明るい町づくり推進を目的とする。

【開催実績】

来場者数：約36,000名（2019年参考）

【支援対象】

BtoCの販路開拓を目指す、又は事業計画を策定した創業者・小規模事業者

【想定事業所】

主に小売業・飲食業・サービス業を想定

【支援内容】

創業者支援として寒川町と連携し、来場者に知ってもらうことに注力をした展示・デモ等を行えるよう効果的なディスプレイ方法等について支援し、課題設定から事前（商品／サービスの完成度や想定する来場者情報・企業情報案内作成）や開催中（ヒアリングシートの活用・対話記録簿の活用）から事後（情報分析から戦略の立案や新たな経営課題等）で切り分け、事業者の意向を十分に踏まえ伴走型支援を行う。

③DX取組活用による支援

【支援対象者】

DX化の活用意欲が高く、業務効率と付加価値向上を目指すDX推進セミナー参加者やDX化に向けた取り組みが経営課題の小規模事業者

【支援内容】

DX化をスムーズに導入できるよう経営指導員が代表者又は担当者とのヒアリングを通じて事業者の意向などを収集し、業務機能体系図に情報を整理する。次に中小機構が推奨している『IT戦略ナビ』を活用し、IT戦略マップで見える化を図り、再度ヒアリングを行い、内発的動機付けを促し、ITによる業務効率化、販売促進の方法（クラウド化・HPの制作・ECサイト利用・SNSの活用等）を提案するとともにIT専門家によるハンズオン支援も実施する。

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

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】

評価については年度末の理事会及び毎年開催される総代会において事業の報告が行なわれているが、理事会、総代会出席者は商工会役員、商工会総代、商工会職員のみとなっており、事業評価が十分に機能していなかった。又、事業報告書は常備されているが、ホームページ等での公表はしておらず改善する必要がある。

【課題】

役員等に対して経営発達支援計画の内容を理解してもらうための説明が行き届いておらず、目標及び事業内容の理解度を深められるよう詳細な説明が必要と考える。

又、事業の評価が定量的な評価に偏りがちなので、定性的にも成果等の分析ができるよう、本事業の精度向上と情報共有に努め、支援機関としての一体化を図る。

更に改善と改革の意識を念頭に効果的にPDCAサイクルを回し、小規模事業者にとって有益な評価報告書を提供できるよう寒川町と連携を図り体制を整える。

(2) 事業内容

①事業の実施状況を定量的に把握する仕組み

実施状況を四半期毎に各目標項目の実績値を経営指導員から収集し、A・B・C・D評価内容で点数を付け、事務局長、経営指導員をはじめとした職員会議にて、本事業の進捗状況の報告を行う。報告時に問題点、課題点や各事業者の支援方法等を洗い出し、改善策等も含め正副会長会議・理事会に報告後、寒川町にも報告し情報の共有を図る。

各評価の達成割合は下記の通りと考える

評価	達成割合	評価	達成割合
A	80%以上～100%	C	30%以上～ 60%未満
B	60%以上～ 80%未満	D	0%以上～ 30%未満

②事業評価の手法と事業の評価・見直しを行う頻度

外部有識者（中小企業診断士等）、寒川町産業振興課企業支援担当、法定経営指導員で構成する経営発達支援計画評価委員会を組織し、事業の実施状況、成果の評価や見直し等を行う。（毎年5月上旬頃に開催）評価委員会開催後、当商工会の正副会長会議承認後、理事会へ報告と承認を受ける。

③評価結果の公表方法

事業の成果、評価、見直しの結果については、理事会で報告、承認後、寒川町商工会ホームページで計画期間中公表し、事務所内には常時閲覧できる体制を整える。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

（1）現状と課題

【現状】

当商工会の資質向上について、中小企業大学校のカリキュラムや神奈川県商工会連合会が開催する研修会を中心に受講しており能力向上の取り組みは組織的、計画的に行われていたが、知識の共有化については部分的なものに留まっている。

一方、環境の変化に対応できる事業所の支援方法やDX化の取組に関する提案力にバラツキが生じており、対応できるレベルに格差が生じている。

【課題】

小規模事業者を取り巻く経営課題の多様化から、これまでの支援の『ワンストップ対応能力向上』と今以上に求められる『DX化に向けた支援』・『経営力再構築伴走支援』の観点から各経営指導員のスキルを詳細に分析する必要がある。

分析により個々の支援における課題を明確化し、支援能力向上が求められる内容、達成時期を考慮して、職務内容等も勘案しながら支援能力向上計画を見直し改善する。

よって計画書から業務目標に合った中小企業大学や県連以外の研修も活用し、職員全体の支援能力向上に取り組むとともに、個々のスキルの共有化を図る。

（2）事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

劇的な外部環境変化を通じた小規模事業者の型支援の強化には適切な支援能力が求められるが、支援能力にバラツキが生じており、競争力の向上を重視した支援能力が不足しているため、経営指導員・一般職員として新たな知識習得をはじめとする様々なスキルアップへの対応が課題となる。

よって支援能力向上のため、中小企業庁が主催する『指導員研修』や中小企業大学校の研修カリキュラムを中心に経営指導員及び一般職員を派遣し、更に神奈川県商工会連合会主催（非義務研修）の『経営支援能力向上セミナー』も活用し、支援能力向上を図る。

【DX推進に向けたセミナー】

DX化への職員の支援能力については、最低限のスキルを経営指導員及び一般職員等は個々に有しているものの、事業者のDX化を十分に支援できるレベルには至っていない。年々、DX化に関する相談は増加しており、地域の多くの小規模事業者にとって経営課題であるDX推進への対応について、経営指導員及び一般職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた指導を可能にするため、下記のようなDX関連のITセミナーへ積極的に参加する。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組>

ア) 事業者にとって内向き（業務効率化等）の取り組み

業務負担の軽減や作業の効率化により、生産性をアップさせる知識の習得。

RPA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ITツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

- イ) 事業者にとって外向き（需要開拓等）の取り組み
 デジタル技術とデータを用いてビジネスモデル自体を変革させる知識の習得
 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
- ウ) その他取組
 オンライン経営指導の方法

【コミュニケーション能力向上セミナー】

経営指導員及び一般職員の話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を実施することにより、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得と向上を図り、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践に繋げる。

②支援力向上による組織内での体制

【職員間の定期ミーティングの開催】

経営指導員及び一般職員等、職員全員で月に1回ミーティングを開催し、それぞれが月内で得た情報、ノウハウやIT等の活用方法や具体的なツール等の紹介、対話と傾聴の成功や失敗事例等を個々で発表し、内容を共有する。

同時に支援能力向上計画に基づいた達成状況と今後の計画も併せて発表し、経営指導員間の意見交換を通じ指導ノウハウの習得を図り組織全体の支援能力を強化する。

③データベース化

経営指導員及び一般職員が基幹システムや経営支援システム上に詳細な支援内容を入力し、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで、支援能力の向上を図る。

更に研修レジュメや使用した参考書籍を書棚の特定箇所に保管し、資料についてはPDF化して共有サーバーに保存し、常時閲覧しやすいよう整理整頓し支援に役立てることが出来るようにする。

経営指導員の中小企業大学校受講履歴				
受講カリキュラム	★部分をは今後受講予定項目			
	指導員A	指導員B	指導員C	指導員D
小規模企業支援能力向上	○	○	○	○
経営革新計画の策定	◎	◎	◎	◎
営業・販路開拓支援	○	○	○	コース廃止
新規事業・第二創業	○	○	○	○
事業承継・事業廃止	○	○	○	○
小規模企業の目利き力アップ（ものづくり）	○	○	○	○
ビジネスプラン策定の実践術		○	○	○
創業を成功に導く具体的な支援手法 （中小機構ビジネスの創業支援研修）		○	○	○
CF経営と利益・資金計画策定		○	○	○
販路拡大のためのメディア戦略支援		○	○	★
企業再生支援の進め方		○	○	★
小規模企業の目利き力アップ（商業）		○	★	○
販売促進のためのIT活用支援		○	★	★
販路開拓・展示会商談会支援の進め方		★	○	★
伴走型支援のためのロジカルシンキング		○	○	★
顧客に愛される高収益な会社づくりの支援		○	★	
製造業の新市場への参入支援		○	★	
IT活用支援力強化研修～DXスタート支援～	★	★	○	★
IT活用支援力強化研修～セキュリティ対策支援～	○	★	★	★
労務リスク管理支援	○			○
中小・中堅企業の目利き力アップ			○	
全国商工会連合会経営支援マネージャー		◎	◎	◎

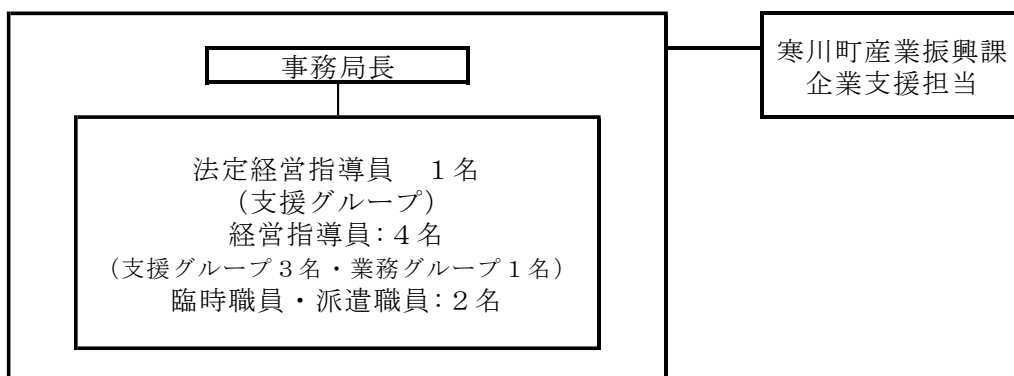
(別表2)

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4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 山口浩司
- 連絡先 寒川町商工会 0467(75)0185

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／関係市町村連絡先

①商工会

寒川町商工会 支援グループ
〒253-0106 神奈川県高座郡寒川町宮山1 4 1 - 1
TEL : 0467(75)0185 FAX : 0467(72)1224
Mail : samukawa@k-skr.or.jp
URL : <https://samukawa-sci.or.jp/>

②関係市町村

寒川町 産業振興課 企業支援担当
〒253-0916 神奈川県高座郡寒川町宮山1 6 5
TEL : 0467(74)1111 FAX : (0467) 74-9141
Mail : kigyosien@town.samukawa.kanagawa.jp
URL : <https://www.town.samukawa.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)

	5年度	6年度	7年度	8年度	9年度
必要な資金の額	3,200	3,300	3,400	3,400	3,400
○需要動向・経営分析・調査事業費	600	700	800	800	800
○事業計画策定セミナー開催費	300	300	300	300	300
○創業支援セミナー開催費	300	300	300	300	300
○事業計画策定フォロー費	700	700	700	700	700
○需要開拓支援事業費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○事業評価委員会運営	100	100	100	100	100
○経営指導員資質向上対策費	200	200	200	200	200

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費、手数料、県補助金、町補助金、受託料収入など

(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	