

三島商工会議所 経営発達支援計画
令和元年度 実施状況報告

【三島商工会議所 第2期 経営発達支援計画】

認定日	平成30年3月16日
実施期間	平成30年4月1日～令和3年3月31日（3年間）
目標	①ワンストップ支援で向こう3年間の事業所数の減少に歯止めをかける。 ②売上、利益、付加価値額の増加といった成果の見える支援を実施する。 ③観光交流人口を増やし、管内経済の活性化を進める。

【令和元年度の取組内容の特徴】

経営状況の分析及び事業計画策定支援では、クラウド型経営支援ツール「BIZミル」の利用により効率的な支援を進めることができた。BIZミルは経営指導員を始めとする職員の個々の支援能力の差を埋めるものであり、本ツールの利用により組織的な支援体制の確立を図った。

またBIZミルの導入を補完するものとして、支援能力向上研修を実施した。伴走支援のためにスキルアップを図ることにより、BIZミルの取り扱いと相乗効果を得ることが出来た。これらの成果として経営発達支援計画に記載した支援目標件数については、概ね達成することが出来た。

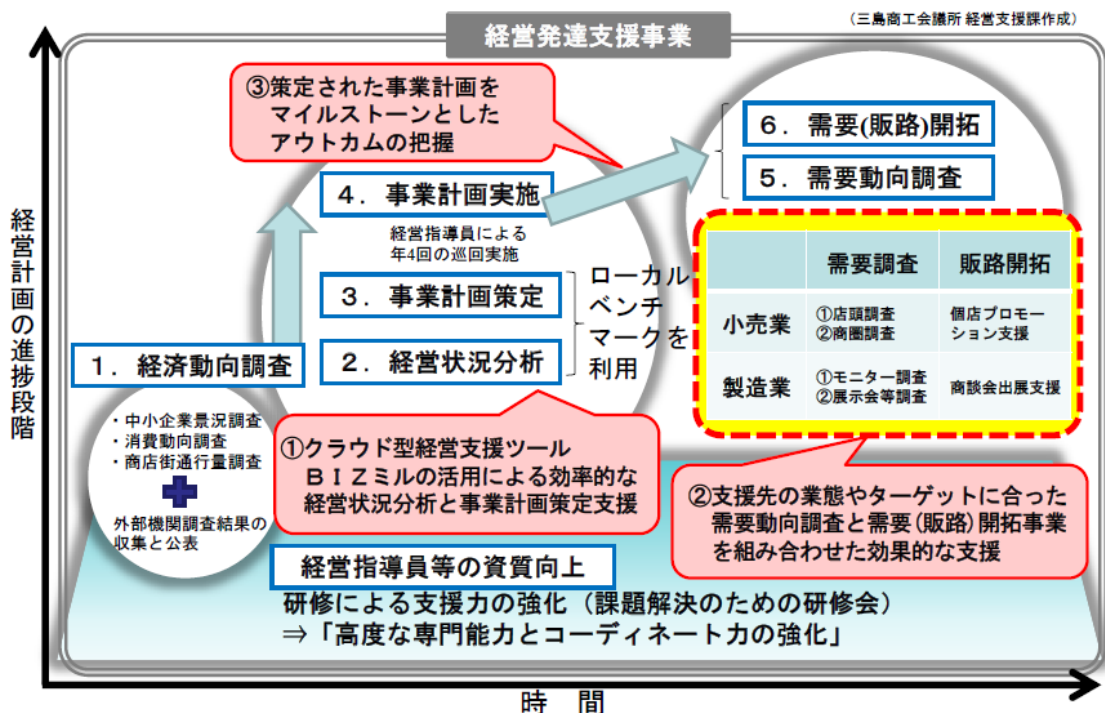
対して、需要開拓支援については支援先の業態とターゲットに合った支援メニューを整備した。店舗を構える BtoC の小売・サービス業向けには「個店プロモーション支援」を、生産設備を備える BtoB の製造業向けには「展示会出展支援」を実施した。

それぞれの需要開拓支援の成果を極大化するために需要動向も併せて調査した。個店プロモーション支援については店頭調査や商圈調査を、展示会出展支援についてはモニター調査を中心に実施した。

これらの需要動向調査及び需要開拓支援は支援先の事業計画をマイルストーンとして実施した。事業実施中及び事業終了後には、経営指導員による伴走支援を実施すると共に売上・利益といったアウトカムの把握に努めた。

但し令和2年2月からのコロナ禍の影響により、支援先の売上高伸び率等の目標については、現時点では未達成となっている。

三島商工会議所 令和元年度 経営発達支援計画



経営発達支援事業の内容及び実施状況

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

【計画の記載内容（抜粋）】

《第1期における事業実施の振り返り・改善点》

当所は独自の調査として、中小企業景況調査、消費動向調査、商店街通行量調査の3調査を実施しており、地域の経済動向の把握に努めている。結果は会報誌に同封したり、プレスリリースにより公表したりしている他、経営指導員等の巡回資料としても活用している。

また日本商工会議所の「CCI LOBO調査」等の各種調査についても協力している。当所が独自に実施した調査については、確実に履行され、会報誌やプレスを通じた情報発信が図られており、当所の小規模事業者への支援推進の際にも活用されている。また適宜、必要な追加調査も実施している。

一方で、国、公的機関、民間シンクタンクが公表する経済情報や業界情報の積極的な活用や管内小規模事業者への発信については充分とは言えない。また当所独自で実施した調査について、管内小規模事業者が事業計画を策定する際には、個別の事業所ごとに対応した加工が必要なことや、事業者が必要な時に適時に取得することができないことから、活用しきれていない現状がある。

《今回の申請(第2期)における取り組みの方向性》

第2期においても、第1期と同様に地区内の景況調査を実施するよう努める。

また、第1期の評価を踏まえ、

- ①経済指標や業界情報といったマクロデータの活用
- ②事業者が必要な時に情報が取得できる状態の構築
- ③個別の事業所に対応した情報提供

を図っていく。

今後、個別の事業所への情報提供の際には、事業計画の策定時に参考にして頂けるように加工を施して提供できるようにする。また積極的にマクロデータを取得していく。当所が調査した独自データと取得したマクロデータについては、ホームページへ掲載し、小規模事業者が適時に情報を取得できるようにする。

【数値目標・実績】

内 容	実施期間				
	30年度目標	30年度実績	元年度目標	元年度実績	2年度目標
中小企業景況調査	4	4	4	4	4
消費動向調査	1	1	1	1	1
商店街通行量調査	1	1	1	1	1
公的機関等の経済動向調査	4	1 2	4	1 2	4

(計画)

1. 中小企業景況・消費動向・商店街通行量調査
 (1) 中小企業景況調査
 四半期に1回、地域の経済・経営動向を調査・分析する。
 調査項目は「売上高」「受注」「客数」「資金繰り」「雇用」「設備投資」「業況」とし、当期と来期の見通しについて5段階で回答を求める。
 他に「為替の影響」や「賃金動向」「事業承継」等、早急な課題解決が必要となる設問も入れ、経営上の課題・問題点につき情報収集できるようにする。
 調査対象は三島市内の中小企業から市内全体の各業種の割合に応じ、200社程度を選定する。調査票はFAXにて送信し、回答はFAXでの返信、WEBサイトでの入力にて回収する。
 地区内の景況と共に経営上の課題や実態を事業者が認識できるものとする。

(実績)

1. 中小企業景況・消費動向・商店街通行量調査
 (1) 中小企業景況調査
 四半期に1回、計4回、160社を対象にして調査を行い、結果を会報誌、報道機関を通じて、広報した。
 ①実施日(調査対象期間):
 a.平成31年4月(平成31年1月～平成31年3月期)
 b.令和元年7月(平成31年4月～令和元年6月期)
 c.令和元年10月(令和元年7月～令和元年9月期)
 d.令和2年1月(令和元年10月～令和元年12月期)
 ②回答件数:
 a.77件(48.1%)、b.75件(46.9%)
 c.75件(46.9%)、d.82件(48.2%)
 ③直面している問題点
 どの調査時においても1位は「人手不足・採用難」であった。一方、2位は、第1・2四半期の調査では「商品原材料仕入れ価格の上昇」であったのに対し、第3・4四半期の調査では「人件費の増加」であった。

<p>(2) 消費動向調査 年に1回、三島市民の買い物場所や商業・サービス業への要望事項を把握するための調査を実施する。調査対象は20歳以上の市民の中から無作為に抽出し、買い物をする場所(地域・店舗)や各買い物場所による購入金額や、市内の買い物に対する要望等について回答してもらおう。調査票を郵送し、回収も郵送にて行う。</p> <p>調査・分析の結果については、消費者の実態を事業者が認識できるものとする。特に小売・サービス事業者の今後の取り組むべき経営計画の策定に活用していく。</p> <p>(3) 商店街通行量調査 年に1回、各商店街の主要な道路において、定点観測による平日と休日の通行量調査を行い、その結果を分析・公表する。</p> <p>各商店街の調査地点で歩行者、二輪車、四輪車について、人手による観測を行う。午前8時から午後8時までの12時間観測を行い、1時間毎に集計する。各調査地点の結果は当所において取り纏めをし、分析を行う。</p> <p>創業計画策定時の店舗出店場所の選定、顧客属性に応じたマーケティング支援に活用する。</p> <p>2. 経済動向調査結果の収集と活用 日本商工会議所の「CCI LOBO調査」、中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」、静岡県「静岡県景気動向指数」、静岡経済研究所「静岡県内主要産業の四半期見通し調査」等の各種経済動向調査も会報誌やホームページ等で公表していく。</p> <p>また地域経済分析システム「RESAS」の産業構造マップ「全産業の構造」や観光マップ「目的地分析」等を活用し、地域の強みや課題を分析、把握し、当所の所報への掲載、及び小規模事業者への巡回の折に発信していく。</p> <p>3. プレス、会報、HP等を通じた発信 小規模事業者が適時に情報が取れるようにするために、及び当所会員事業所以外の小規模事業者が情報を取れるようにするために、HP等を通じた発信を強化していく。</p>	<p>(2)消費動向調査 ①実施期間:令和2年1月24日~2月14日 ②調査対象:三島市在住の満20歳以上の男女1000名 ③抽出方法:単純無作為抽出 ④調査方法:郵送調査 ⑤回答件数(回答率):370件(37.0%) ⑥調査結果: 市外に大型商業施設が出店し、市内の購買率の低下が予想されたものの、前年度比で3%増となった。</p> <p>商品別で見た場合、一番伸びたのは外食であり、要因としては中心市街地や国道1号線、136号線沿いに飲食店の新規出店が多かったことが考えられる。</p> <p>(3)商店街通行量調査 ①調査日:令和元年11月8日(金) 天気:晴れ 令和元年11月10日(日) 天気:晴れ ②調査時間:8:00~20:00 ③調査地点:三島市内25ヶ所 ④調査結果: 前年度に比べ大幅な増加傾向が見られた。中でも休日歩行者は21地点で増加を計測し、街中を散策する団体を複数地点で観測された。</p> <p>目的地だけでなく、周辺地域まで足を運ぶ人が増えていることが判明した。</p> <p>2. 経済動向調査結果の収集と活用 日本商工会議所の「CCI LOBO 調査」について、当所ホームページから「日本商工会議所ニュース」をRSS配信することで閲覧できるようにし、年間12回の配信を行った。</p> <p>LOBO 調査については当所でも三島市内の9事業所に調査を実施し、日本商工会議所に調査内容を提供している。</p> <p>地域経済分析システム「RESAS」や、地図で見る統計「j-STAT MAP」、(株)きんざいの「業種別審査事典」等を活用した小規模事業者への支援を実施した。</p> <p>3. プレス、会報、HP等を通じた発信 上記の記載の通り、調査内容につきプレスリリースをし、報道機関を通じた発信を行っている。 また当所のHP や所報を通じた発信も行った。</p>
---	---

2. 経営状況の分析に関すること

【計画の記載内容（抜粋）】

《第1期における事業実施の振り返り・改善点》

「売上・利益の増減」「経営者の現状認識」といった基礎データに基づく、簡易な経営状況の分析（把握）については、経営指導員等の巡回活動を通じて一定程度の把握は図られている。

しかしながら、事業計画策定時には当然のごとく小規模事業者の経営状況の分析を行っていたが、それ以外の経営状況の分析の場面は想定しづらい。実際にSWOT分析や決算書からの財務分析といった詳細な分析については、補助金申請や融資斡旋の際の事業計画策定時に支援するのが現状となっている。

また組織的に定型化されたフォーマットが用いられていない現状がある。

補助金申請や融資斡旋以外のタイミングで事業者が経営分析を行うきっかけづくりをすることや、より効率的な支援を行うために分析ツールを統一化することが求められている。

《今回の申請（第2期）における取り組みの方向性》

第1期の評価を踏まえ、

- ①個々の事業者が、自身の経営状況をどの程度把握しているかについて確認する
- ②事業者の経営状況の把握の度合い（レベル）に応じた支援を実施する
- ③所定のフォーマットを使用した支援を実施する。

今後は個社支援を実施する基礎情報として巡回訪問や窓口相談における組織的な「経営分析」を実施する。

【数値目標・実績】

内 容	実施期間				
	30年度目標	30年度実績	元年度目標	元年度実績	2年度目標
小規模事業者の基礎データを把握している事業者数	2,000	2,072	2,000	2,070	2,000
小規模事業者 巡回数	1,500	1,716	1,500	1,854	1,500
経営状況分析者数	108	185	108	149	108

（計画）

1. 巡回による小規模事業者の現状分析
経営状況の分析の第一歩は、経営者自身が「売上・利益の増減」を認識し、「経営者の現状認識」を進めることにある。
そこで、経営指導員等が巡回、窓口相談時にヒアリングを行うことで、事業者の意識向上を図る。その際に中小企業庁が作成した事業承継診断票の中の「事業承継ヒアリングシート」も活用する。
2. 経営指導員による経営状況の分析支援
従来、融資や補助金等、それぞれのフォーマットの中で、経営状況の分析について支援を実施してきた。また、説明を求められる事象が無い場合、事業計画の策定が進まない現状がある。
そこで、共通のフォーマットになり得る「ローカルベンチマーク」を利用し経営状況の分析支援を進めていく。
3. 関係機関、専門家を活用した経営状況の分析
より専門的な知識が必要となる分析や課題については、専門家を活用する。

（実績）

1. 巡回による小規模事業者の現状分析
基礎データを把握している当所会員である小規模事業者2,070者を中心に、経営指導員が延べ1,854回の巡回を実施した。
また、事業承継診断については、静岡県事業引継支援センターと連携し、事業承継診断として232件を実施した。
2. 経営指導員による経営状況の分析支援
3. 関係機関、専門家を活用した経営状況の分析
（2と3の実績についてはまとめて記載）
経営指導員6名により、管内小規模事業者149者に経営状況分析を実施した。また、管外小規模事業者13者、中小企業6者の経営状況分析も実施している。
これらの分析対象・方法は以下のとおりである。
 - ①持続化補助金及び県経営力向上補助金の申請、経営革新計画の策定といった国・県・市の施策利用時の計画策定前段階での経営状況分析
 - ②マル経融資時の調査票の作成
 - ③記帳継続指導時の決算書の作成

3. 事業計画策定支援に関すること

【計画の記載内容（抜粋）】

《第1期における事業実施の振り返り・改善点》

目標件数には達しており、施策に応じた支援は実施できている。特に創業、経営革新につながる事業計画については十分な支援が可能とできている。

しかしながら、施策以外の支援が実施できていない。また今後の課題として事業承継に係る支援が重要になってくる。

《今回の申請における取り組みの方向性》

事業計画策定の重要性を啓蒙するためにセミナー等を開催し、事業計画に基づいた経営の重要性をより多くの小規模事業者へ伝え、事業計画策定を目指す事業所の掘り起こしを行う。

個社の事業計画の策定にあたっては、「1. 地域の経済動向調査」「2. 経営状況の分析」「5. 需要動向調査」の結果を踏まえる。以って実現性の高い計画の作成支援を行う。

【数値目標・実績】

内 容	実施期間				
	30年度目標	30年度実績	元年度目標	元年度実績	2年度目標
セミナー開催件数	3	3	3	4	3
セミナー受講者数	60	48	60	69	60
事業計画策定事業者数	72	114	72	72	72

(計画)

1. セミナーの開催

事業計画策定を目的としたセミナーを開催する。「創業」「経営革新」「事業承継」等のテーマを設けて、事業者のライフステージごとに事業計画策定のレクチャーを行う。セミナーでは事業計画策定の必要性について啓蒙からスタートする。

事業計画の策定を希望する事業者については、引き続き事業計画の策定支援につなげる。

(1) 創業応援塾

三島市は創業支援事業計画の認定を受けており、当所は認定連携創業支援事業者となっている。当所主催の創業応援塾は特定創業支援事業となっており、創業希望者にとって受講のメリットは高い。

創業応援塾のカリキュラムの中心はビジネスプランの策定になっており、創業計画の作成に資するものとなっている。

(2) 経営革新セミナー

当所は静岡県の経営革新支援窓口の一つであり、毎年度、経営革新セミナーを開催している。静岡県の経営革新計画承認を得た後の様々な支援策等のメリットを踏まえ、事業計画策定の意欲を創出する。現状の打破を目指し独自の商品開発・サービスの提供へ取り組むための経営計画の策定の導入セミナーとする。

(3) 事業承継セミナー

小規模事業者の事業承継問題は、特に深刻化している。計画的な事業承継対策の必要性や事業承継に取り組む上で、経営者が後継者と共に考えるべき様々な課題についてセミナーを開催する。事業承継のための計画策定を啓蒙する。

(実績)

1. セミナーの開催

令和元年度は経営計画策定に係る集団研修として創業応援塾、創業者向け計画策定支援セミナー、経営革新セミナー、BCP対策セミナーの4回を開催した。

BCP対策セミナーについては、12月2日に参加者20名で実施した。

(1) 創業応援塾

令和元年度「M-ステ創業応援塾」は三島市の産業競争力強化事業として補助を受け、延べ4日間 24.5時間のコースで、参加者21名で実施した。

また、創業計画のブラッシュアップを目的とした「創業者向け計画策定支援セミナー」を伴走型補助金で延べ2日間 6時間のコースとして参加者9名で実施した。

(2) 経営革新セミナー

経営革新計画の申請を目指した事業計画の策定方法、また将来的な経営革新計画の承認を目的とする経営力向上補助金の申請について、コツを学ぶセミナーを開催した。

静岡県の経営改善普及事業の補助を受け、8月9日に参加者19名で実施した

(3) 事業承継セミナー

事業承継セミナーについては、事業承継というデリケートな側面を考慮し、セミナーは実施しなかった。

重複の記載になるが、巡回等による各事業者の事業承継への取り組み姿勢を精査した上で、静岡県事業引継支援センターと連携し、事業承継診断として232件を実施した。

2. 経営指導員による事業計画策定支援

(1) 既存事業者に対する事業計画策定支援

「2. 経営状況の分析」を実施した事業者のうち、販路拡大を見込まれる者や新商品開発に積極的に取り組む者について、事業計画の策定を促し支援する。特に商工会議所の各種支援策を希望する事業者については事業計画の策定を必須とする。

(2) 創業時の事業計画策定支援

前述の創業応援塾の受講者を始めとする創業希望者に対して、創業計画の策定を支援し、創業の実現性を高める。創業計画については日本政策金融公庫の創業計画書や創業補助金の申請書等をベースに、計画策定を行う。策定した創業計画は創業支援時の進捗状況の確認に活用する。

(3) 経営革新計画申請時の事業計画策定支援

前述の経営革新計画策定セミナーの受講者を始めとする「新商品のアイデアがある」「他にはないサービスを展開したい」等の考えを持った事業所に対し、「経営革新計画」の作成を促し作成支援を実施する。作成した経営革新計画については、中小企業等経営強化法に基づく静岡県の経営革新計画承認を目指す。承認を受けた経営革新計画は、計画実施時のフォローアップに活用する。

承認を受けられない場合は策定した事業計画を見直したうえで、フォローアップを実施する。

(4) 資金調達時の事業計画策定支援

日本政策金融公庫のマル経融資を始めとする融資制度、及び静岡県信用保証協会の保証制度を利用する際に求められる事業計画の策定を支援する。また国の「小規模事業者持続化補助金」や静岡県の「小規模企業経営力向上事業費補助金」等の補助金申請書作成時に、事業計画の策定支援を実施する。

策定した事業計画は、融資実行時や補助金採択時のフォローアップや支援効果の追跡調査時に活用する。融資が実行されない場合は策定した事業計画を見直したうえで、フォローアップを実施する。

3. 関係機関、専門家を活用した事業計画の策定

(1) 専門性が必要な事業計画策定支援

金融機関に提出する経営改善計画等高い専門性が必要な事業計画の策定については、専門家の助力を得た支援を実施する。

(2) 事業承継計画策定支援

前述の事業承継ヒアリングシートで回答を頂いた小規模事業者のうち、把握した課題が高度な場合、静岡県事業引継ぎ支援センターと連携した事業計画策定支援を実施する。策定した事業承継計画に基づき事業引継ぎ支援を実施する。

4. 「M-ステ大賞」

優秀なビジネスプランを選定、表彰するものだが、応募締切から審査までの間に、提出された事業計画についてブラッシュアップを図る。

2. 経営指導員による事業計画策定支援

(1) 既存事業者に対する事業計画策定支援

令和元年度は、事業計画策定について、経営指導員6名により、管内小規模事業者72者の支援を行った。他に管外小規模事業者:9者、中小企業:5者の計画策定を支援した。

以下、施策等を利用した支援の状況を記載する。

(2) 創業時の事業計画策定支援

当所経営指導員が創業希望者に対し、創業計画の策定支援、創業融資の斡旋を行った。

「3. 事業計画策定支援に関すること」で記載した「創業者向け計画策定支援セミナー」の後に、専門家による創業個別相談会を実施し、9件の相談があった。

創業計画の策定について15者の支援を実施した。

(3) 経営革新計画申請時の事業計画策定支援

令和元年度は経営革新計画申請について、15件の支援を実施し、静岡県の承認を受けた。

また、経営革新計画の承認を受けた三島市内の企業を対象に、計画を円滑に進めるために三島市で経営革新補助金を設けている本補助金に対して、8者の申請・完了報告の支援を行った。

(4) 資金調達時の事業計画策定支援

国、県、市の各種補助金申請等に係る事業計画策定について、延べ56件を支援した。

<補助金ごとの内訳>

補助金名	申請件数	採択件数
小規模事業者持続化補助金	25件	22件
経営力向上事業費補助金	13件	13件
空き店舗対策補助金	12件	12件
経営力向上計画	1件	1件
事業承継計画	1件	1件
経営改善計画書	1件	1件
事業承継補助金	1件	1件
先端設備導入計画	2件	2件

3. 関係機関、専門家を活用した事業計画の策定

(1) 専門性が必要な事業計画策定支援

国、県、市の各種専門家派遣制度を活用し、事業者が抱える様々な課題の解決に取り組んだ。

令和元年度は148回の専門家派遣を実施した。

(2) 事業承継計画策定支援

先述の通り、会員事業所巡回時に事業承継ヒアリングシートを活用し、232件からヒアリングを行った。

このような支援の結果、令和元年5月に当所主催の創業塾受講者と事業引き渡し希望者との事業承継が行われた。

4. 「M-ステ大賞」

令和元年度は「M-ステ大賞」は実施しなかった。代わりに、三島信用金庫主催の「夢企業大賞」に6件のビジネスプランを提出し、うち3件が受賞した。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること

【計画の記載内容（抜粋）】

《第1期における事業実施の振り返り・改善点》

事業計画を策定した全ての事業者をフォローアップの対象とすることが出来ていた。
一方で第1期の目標フォローアップ回数が年3回となっているが、頻度として適当であったかどうかを見直す必要がある。

《今回の申請における取り組みの方向性》

フォローする頻度については、伴走型での支援が求められていることを踏まえ、「四半期に1度以上」実施する。なお、原則として「四半期に1度以上」としつつ、経過が順調な事業者には頻度を落とし、計画が進んでいない事業者には頻度を上げる等、事業者の状況等に応じて幅を持たせる。

【数値目標・実績】

内 容	実施期間				
	30年度目標	30年度実績	元年度目標	元年度実績	2年度目標
フォローアップ実施回数	288	296	288	302	288

(計画)

1. 経営指導員による定期的なフォローアップ
「3. 事業計画の策定」で事業計画策定支援をした事業者全てを対象とする。
計画実施1年目は巡回訪問を基軸とした四半期に1度のフォローアップを実施する。その際、進捗状況の確認、現状把握、課題や問題点の洗い出し、改善策の検討を実施する。場合によっては各種施策を利用する。
計画実施2年目以降は計画の進捗状況に合わせ、適宜支援を実施する。

2. 事業者のライフステージに対応した経営支援
事業者のライフステージや状況に対応するために策定した事業計画の実施については、「経営指導員による定期的なフォローアップ」に加え、以下の支援を特に実施する。

(1) 創業支援
創業計画策定後、開業に向けた各種手続き、資金調達、販路開拓等について手厚いフォローを行い、創業計画の実現を支援していく。

(2) 経営革新計画の実施支援
経営革新計画承認事業所に対しては、計画期間中、年1回のフォローアップ調査が義務付けられており、静岡県に報告を行っている。

(3) 事業承継支援
作成した事業承継計画に基づき、静岡県事業引継ぎ支援センターとも連携し支援を実施する。

(4) 補助金採択後の実施支援
採択先に対するフォローアップは、担当した経営指導員等が事業進捗状況について確認を行う。

3. 関係機関、専門家を活用した事業計画の実施
業種・業界特有の課題解決やマーケティング・IT活用等の機能に特化した支援が必要な場合は、関係機関や専門家を活用した支援を実施する。
例えばミラサポを始めとした専門家派遣制度を活用する。

(実績)

1. 経営指導員による定期的なフォローアップ
事業計画策定後のフォローアップは事業計画の実現、実行には欠かせないものである。
令和元年度は管内小規模事業者70者、**302回**のフォローアップを行った。他に管外小規模事業者9者、36回、中小企業5者、20回のフォローアップを行った。

2. 事業者のライフステージや状況に対応した経営支援
M-ステの3本柱である「創業」「経営革新」「事業承継」といった、事業者のライフステージに応じたフォローアップを実施した。

(1) 創業支援
創業後販路開拓、資金調達等の支援を行うため、15者、60回のフォローアップを実行した。

(2) 経営革新計画の実施支援
令和元年度は実施状況報告として44者、フォローアップ調査として14者の実施状況の確認を行った。
これらの支援により新たな経営革新計画の掘り起こし、補助金制度活用の支援を行った。

(3) 事業承継支援
事業承継が行われた後のフォローアップを実行し、事業承継補助金の活用等の支援を行った。

(4) 補助金採択後の実施支援
補助事業の進捗確認、完了報告書の作成等のフォローアップを実施した。

3. 関係機関、専門家を活用した事業計画の実施
専門家派遣を実施した事業者に対し、その後の進捗状況確認を主な目的にフォローアップを実施している。
その際に専門家派遣による効果のヒアリングも併せて実施している。

5. 需要動向調査に関すること

【計画の記載内容（抜粋）】

《第1期における事業実施の振り返り・改善点》

第1期目においては「需要動向調査」の定義づけが曖昧になっており、目標値については、事業計画策定数と同数になっている。実際、需要動向調査を実施したのは事業計画策定時のニーズ調査時のみで、個店の商品戦略を検討する際や個別の製品を開発・提供する際の調査支援としては明確に行われてはいなかった。

小規模事業者が商品・サービスを提供する際、プロダクトアウトの視点での提供に偏りがちであり、マーケットインの視点が欠けていることが多い。有効な販路開拓を行うためには、事前の需要動向調査が不可欠である。また事業計画策定の際にも需要を見据えることは重要である。

しかしながら、自らの扱う商品や製品・サービス等の需要動向についてその情報の収集方法について習熟している小規模事業者は少ない。また費用や時間がかかる等、実施に際しては制約も多い。小規模事業者自身が需要動向の重要性と手法を理解し、実施できるようにすることが課題となる。

《今回の申請における取り組みの方向性》

2期目においては、個店や個別の製品を開発・提供する際の調査支援として実施し、「6. 新たな需要開拓に寄与する事業」と関連付けができる支援を実施する。

需要動向調査については、業種ごとにそれぞれの対象物が異なることから、調査・分析方法も異なる。そこで個店単位若しくは製品単位で実施できる支援メニューを当所では整え、支援を実施していく。

【数値目標・実績】

内 容	実施期間				
	30年度目標	30年度実績	元年度目標	元年度実績	2年度目標
モニター調査支援事業者数	3	3	-	-	3
商談会・展示会における ニーズ調査 事業者数	-	-	3	3	-
店頭等における ニーズ調査 事業者数	3	8	3	8	3
商圈調査支援 事業者数	6	8	6	8	6

(計画)

(実績)

1. 製造業対象にしたマーケットリサーチ支援
「6. 新たな需要開拓に寄与する事業」の②商談会・展示会出展支援と併せて実施する。各支援は各年度の商談会・展示会出展支援とリンクさせる。
(1) 商談会・展示会等におけるニーズ調査支援
商談会・展示会に出展する事業者に対し、併せて需要動向調査を行うように促し、事業者の出品物等についてどう感じるかを来場者にヒアリングを実施する。ヒアリングシートの作成から調査、集計・分析までを当所が支援する。

2. 小売業対象のマーケットリサーチ支援
(1) 店頭等におけるニーズ調査
小売業における取扱商品等のニーズ調査を実施する。まずはアンケートやヒアリングシートの作成につき、経営指導員が助言を行う。アンケートについては顧客に用紙を配布し回答を頂く。ヒアリングについては店頭・店内にて店員や経営指導員等が行う。
(2) エリアマーケティング支援
小規模事業者が単独で商圈調査を実施するのは難しい。そこで当所で商圈調査ソフトを契約し、店頭等におけるニーズ調査の補完をする。

1. 製造業対象としたマーケットリサーチ支援
国の伴走型補助金を活用し、展示会出展支援事業を実施した。この事業の中で展示会等におけるニーズ調査支援を実施した。
詳細については「6. 新たな需要開拓に寄与する事業」に記載する。

2. 小売業対象のマーケットリサーチ支援
国の伴走型補助金を活用した「個店プロモーション支援事業」と、三島市補助事業である「専門家チーム派遣事業」を活用し、その一環としてマーケットリサーチ事業を実施した。
詳細については「6. 新たな需要開拓に寄与する事業」に記載する。

6. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること

【計画の記載内容（抜粋）】

《第1期における事業実施の振り返り・改善点》

展示会、商談会への出展支援は当初は出展を促すだけになっていたが、最終年度に展示会・出展をトータルに支援する事業を展開することで、より支援効果が望めるようになった。

一方、支援効果について出展の支援・斡旋件数のみの把握に留まっており、支援先の売上、利益がどの程度、改善・向上したかが不明である。今後は支援効果を図れるようにすることが必要である。

また、第1期の経営発達支援計画の中には、小売業等の店舗を構える事業者に対する支援が明記されていなかったが、実際は実施しているので、第2期の支援計画の中には組み込むことにする。

《今回の申請における取り組みの方向性》

支援先を単に展示会への斡旋のみに終わらないようにする。売上、利益等の財務数値で、支援効果を図るようにする。その代わり、支援対象は絞るようにする。

また、第1期の経営発達支援計画の中では、小売業等の店舗を構える事業者に対する支援が明記されていなかったもので、明記する。

【数値目標・実績】

内 容	実施期間				
	30年度目標	30年度実績	元年度目標	元年度実績	2年度目標
商談会・展示会出展支援 件数	3	2	3	3	3
うち延べ商談成立件数	2	2	2	6	2
個店プロモーション支援件数	3	3	3	8	3
うち売上高伸び率3%達成件数	3	3	3	0	3
広報等による需要開拓支援件数	10	28	10	44	10
うち売上高伸び率1%達成件数	3	4	3	13	3
マッチングシステム新規登録 件数	10	11	10	4	10
マッチングシステム 成約件数	3	11	3	2	3

(計画)

1. 商談会・展示会出展支援

販路開拓手段の一つに、商談会・展示会への出展がある。ところが多くの小規模事業者は商談会等から具体的な販路開拓に活かす方法が分からないため、出展に後ろ向きになってしまう傾向にある。また商談会への出展ノウハウを持たないため、出展に掛かるコストに見合う成果得ることができない事業者も多い。

そこで、商談会出展に向けた研修、個別相談、出展までをトータルで支援し、成約に結びつくノウハウの習得を支援し、販路開拓につなげていく事業を実施する。事業者には集団指導と個別支援により商談会成功のノウハウを学んでもらう。

当所は、商談会出展までの企画立案、集団研修及び個別支援の講師選定、展示会への取次、及び当日支援について商談会企画・運営業者の協力の下、支援する。

さらに「5. 需要動向調査に関すること」で調査したバイヤーのニーズ等を商談会開催前に、事業者にはフィードバックすることで、商品・サービスの改善につなげ、成約率の向上につなげる。支援先の平均成約件数1件/社を目指していく。

(実績)

1. 商談会・展示会出展支援

国の伴走型補助金を活用し、市内小規模事業者3者を対象に「展示会出展支援事業」を実施した。集団研修・個別相談により、展示会出展のノウハウを学んだ。

特に広報関係に力を入れ、展示会用ブースに設置する映像等の作成、共同プレスリリース会を開催した。

(1) 支援先: 小規模事業者 3者

Fukulier(デザイン業)、(同)SAZARE(デザイン業)
(株)堀江塗料(塗料製造卸売業)

(2) 専門家

・玉置久倫氏(中小企業診断士玉置事務所 代表)他

(3) 展示会への出展

・展示会名: 東京インターナショナル・ギフトショー春 2020
第7回 LIFE & DESIGN

・日程: 令和2年2月5日~7日

・場所: 東京ビックサイト 青梅展示棟

(4) 成果

事業者名	名刺交換数	成約件数
Fukulier	42枚	1件
(同)SAZARE	48枚	4件
(株)堀江塗料	62枚	1件

2. 個店プロモーション支援

個店自らがより多くの優良顧客を集客し、販売促進活動ができることを目的とする。セミナー、専門家派遣、ワークショップ、成果報告会を通じて、小規模事業者がプロモーションノウハウを獲得するように支援する。

以下の視点で支援を実施する。

(1) 店舗施設に関わる支援

店頭部分、店内構成、商品陳列、POP、接客指導等

(2) インターネットを利用した販促支援

自社のホームページやSNS、動画サイト、電子決済システム等の「各分野に適した専門家を派遣することで、実店舗を実際に見ることで選ばれる店舗づくりを総合的に支援し、支援先の平均売上高伸び率3%を目指していく。

3. マスメディア・広報等による需要開拓支援

小規模事業者は情報発信力が乏しいため、その商品の認知が進みにくいといった現状がある。そこで、その情報発信力を補うべく、マスメディア等を利用した需要開拓を支援していく。

当所においては、事業者に当所のネットワークを利用してもらい事業者の話題やビジネスチャンスづくりに寄与する事業「プレスリリース三島商工会議所」を実施している。

今後も、事業者の新商品や新サービスを当所のホームページやFacebookの他、当所の名前でマスメディアへ情報発信を行っていく。掲載企業の平均売上高伸び率1%を目指す。

4. ビジネスマッチングシステム

以下のビジネスマッチングシステムにおいて、4件/年の成約を目指す。

①取引き応縁ネット

平成27年に「静岡県東部ビジネスマッチングサイト『取引き応縁ネット』」を立ち上げた。企業間取引を目的とした静岡県東部の企業情報を掲載するインターネットサイトとなっており、誰でも活用・閲覧でき、規模・業種を限らず、ビジネスチャンスに繋がる県内最大級の情報量を目指しており、現在847社の事業所登録を得ている。今後、小規模事業者への周知と登録、利用を進める。

②ザ・ビジネスモール

大阪商工会議所が運営する国内最大の中小企業の商取引支援サイトである「ザ・ビジネスモール」についても登録推進を進める。

2. 個店プロモーション支援

国の伴走型補助金を活用した「個店プロモーション支援事業」と、三島市補助事業である「専門家チーム派遣事業」を活用し個店プロモーション支援を実施した。

(1) 個店プロモーション支援事業

商品・サービスのブラッシュアップから広報物の作成までを行い、販路開拓、経営力の向上につなげた。

①支援先:小規模事業者 2者

・Manxman Garage(バイク小売業)

・手作り工房 Poco a Poco(洋菓子製造販売)

②専門家:寺田 望 氏((株)ビズホープ 代表取締役)

(2) 専門家チーム派遣事業

支援先の経営課題を明確化し、複数の専門家によるアドバイスで課題解決を行った。

①支援先:小規模事業者 6者

ロザート(飲食業)、(有)松韻(飲食業)、

江戸変わりそば 飯島(飲食業)、庭福(造園業)

(株)杉山自動車(自動車修理業)、

三島食品(株)(食品製造業)

②専門家:津賀由布子氏 他

成果についてはコロナ禍により、売上は前年対比で軒並み下がっているため、未達成となった。

3. マスメディア・広報等による需要開拓支援

当所のFacebook、会報誌を通じ事業者の商品、新サービスの情報発信を実施。

発信方法	件数
Facebook	8件
会報誌	36件

後日、事業所へのヒアリングを行い、13件の売上増の確認ができた。

4. ビジネスマッチングシステム

(1) 取引き応縁ネット

令和元年度のサイトの運用状況は以下のとおり。

①サイト登録事業所数:855者

新規登録件数:4件

②問い合わせ件数

発注依頼:4件

サイトに関するもの:22件

アポイント依頼:55件

商談成立件数:2件

③アクセス件数

訪問者数:39,340件

ページ表示回数:71,539回

(2) ザ・ビジネスモール

利用は進まず、新規登録はなかった。

II. 地域経済活性化に資する取り組み

【計画の記載内容（抜粋）】

《第1期における事業実施の振り返り・改善点》

以下、各実施事業について振り返り、必要に応じて改善点を列挙する。

①地域振興ビジョン「つなぐ三島～ALL三島で、未来を創る～」策定

当所創立70周年にあたる平成28年度に、今後10年間の地域振興ビジョン「つなぐ三島～ALL三島で、未来を創る～」をまちづくり委員会が中心となり関係団体等と意見交換を重ね策定した。

今後、本ビジョンで掲げたアクションプランの具体的事業の検討及び実施において地域の小規事業者がどのように関わりを持ち、個店強化、地域活性化につなげていくかについて、さらに検討を進める。

②全国展開事業・温故創新プロジェクト

日本商工会議所の地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトとして、三島の地域資源である「三四呂人形」や「麩菓子」、「三島駒」等にスポットを当てた新たな特産品の開発を平成28年度に実施した。特に、三四呂人形は沼津高専との共同研究により3Dデータ化を行い、精度の高い復刻を行った。

今後も三島の地域資源を活用した特産品の開発と共にプロモーション、販路支援までをトータルで支援していく。

③三島市ががんばる中小企業応援会議への参画

三島市では、市内商工業の活力維持・向上のために、三島市固有の資源を活かした振興策への取り組みを具体的に示した「三島市商工業戦略アクションプラン」が策定され、「三島市中小企業振興条例」の制定にも至った。

条例に基づく中小企業振興の推進組織で当所が参画する「三島市ががんばる中小企業応援会議」では、各構成団体等の事業活動を共有し三島市の中小企業支援施策等について戦略的に検討し、“中小企業支援三島モデル”の構築を目指した。

今後、経営発達支援計画上では「他の支援機関との連携」で実施していく。

④特色を生かしたイベントの開催

箱根西麓三島野菜や三島うなぎ、三島ブランド認定品等の三島の食、水・水辺、ほたる、なりわい等の三島の歴史文化、商店街活性化等の特色を活かしたイベントの開催を関係団体等と連携して実施した。

一方で、現在のイベントはマンネリ感が拭えない。今後は集客のみならず、いかに来場者にお金を落とさせる戦略づくりと実施、付随する事業者が稼ぐイベントとすることが求められる。

⑤外国人観光客インバウンド対応事業の展開

中国人観光客の消費拡大を目的とした販売促進セミナーを開催した。また三島市補助金制度を活用し、個店に対し、中国銀聯カードリーダーの設置、外国人向け販売促進の個別支援を実施し、銀聯カードが使用できる店舗を掲載した銀聯マップの作成・配布を実施した。さらに伊豆地域富士山静岡空港利用促進連絡会とも連携し、中国人観光客向けに伊豆地域の観光プロモーション招聘事業、エージェント招聘事業、中国人向け伊豆観光サイトを運営した。

一方で、地域の観光業界で外国人向けもてなしの意識が不足している。2020年東京オリンピックでは多くの外国人が訪れることが予想され、言語対応も含めて外国人観光客へのもてなしサービスの個店及び地域での強化が求められている。

《今回の申請における取り組みの方向性》

三島市の計画する「第4次三島市総合計画後期基本計画（平成28年度から平成32年度）」においては、地域の特性を活かした産業の振興と快適な都市機能の整備による、にぎわいと活力あるまちづくりが謳われている。三島商工会議所としても地域経済の活性化のためには商業・観光振興が有効な方策と考えている。

【数値目標・実績】

内 容	実施期間				
	30年度目標	30年度実績	元年度目標	元年度実績	2年度目標
関係機関との協議実施	4	6	4	20	4
出店イベント数	6	8	7	7	8
観光メニューの開発数	1	1	1	1	1

(計画)	(実績)
<p>1. 三島ブランド事業</p> <p>三島の特産品や観光資源等三島らしい地域産品を、当所が「三島ブランド」として認定している。平成28年度末で50品目が認定されている。</p> <p>申請の特徴としては、申請時に農産物・加工品からなる「商品・製品用」と、歴史文化等の「景観・催し物用」と分別している点がある。</p> <p>(中略)</p> <p>今後は認定申請の掘り起こしと、認定後の発信力の拡大、認定事業者のブランド認定をきっかけとした販促活動の促進に取り組んでいく。以って、ブランド価値の維持・向上を図る。</p> <p>(1)「三島ブランドの会」の開催</p> <p>認定事業と併せて販売促進を目的に認定事業者を対象とした会議を開催し、ロゴマークやのぼり旗、チラシ等を活用したブランドの認知度・価値向上に向けた環境整備等を行い、一層の発信力を強化する。</p> <p>また当所が行う新商品開発等の経営支援を通じて、認定に至った商品のブラッシュアップを行う。</p> <p>(2) 発信・販促を目的とした出店事業</p> <p>三島ブランドの売上、販路拡大を目的に、当所が主催または他団体等が主催する各種イベント等への出店を強化する。</p> <p>既存の食をテーマにしたイベントや地元金融機関である三島信用金庫等が行うビジネスマッチング事業への参加促進に加え、地元のショッピングセンターである日清プラザ等への出店を行う。</p> <p>商談会やイベント出店時においては陳列からPOP、声かけ等の支援を併せて行い、より効果的なものとする。</p> <p>また三島市の地域ブランド推進協議会との会議、イベントを通じて、三島ブランドの価値向上について、意識の共有化を図る。</p> <p>2. 箱根八里街道ツーリズム事業</p> <p>三島市の交流人口は平成28年度で年間786万人であり増加傾向にある。要因は三島の歴史・文化・水辺や花緑、食といった「観光資源」の掘り起こしと整備、三島市内郊外や近隣に新たな観光施設ができたことである。</p> <p>しかし、交通網の利便性や観光資源の財産を活かしきれていないため、伊豆・箱根の観光地への通過点となり、結果として滞在時間も短くなっている。</p> <p>そこで「三島をハブとした観光素材の発掘及びルート開発」を実施する。</p> <p>(中略)</p> <p>具体的には従来の「モノ消費」から「コト消費」を強化し、三島の歴史・文化・景観・食等のコンテンツに体験プログラムを組み合わせて付加価値を加え、ショートトリップ物語に仕立てた開発を行う。</p>	<p>1. 三島ブランド事業</p> <p>「三島ブランド」の認定品目数は、令和元年度末で53品目となっている。</p> <p>「三島ブランド」については10年を経過し、現在見直しの時期となっている。</p> <p>そこで、新規認定については見合わせることにしている。</p> <p>認定品の更新については第2期、第6期、第9期の認定品について令和元年度が更新時期に当たり、17品目が更新されている。</p> <p>(1)「三島ブランドの会」の開催</p> <p>令和元年度については、新型コロナウイルス感染症拡大により、「三島ブランドの会」は開催していない。</p> <p>なお、「三島ブランド」については当所まちづくり委員会の主管の下、三島ブランドの在り方、方向性は当該委員会にて検討されている。まちづくり委員会は令和元年度、4回開催した。</p> <p>(2)発信・販促を目的とした出店事業</p> <p>三島ブランドの売上・販路拡大を目的に、以下の7イベントに出店した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JR上野駅「伊豆産直市」 ・大通り商店街まつり ・みしま花のまちフェア ・第22回街中がせせらぎウォークぶらり〜 ・第24回武林祭 ・大通り宿場まつり ・三島フードフェスティバル <p>またお中元・お歳暮に合わせて、三島ブランドセットの販売も行った。</p> <p>例年通り、三島ブランドのカタログ製作も行った。</p> <p>2. 箱根八里街道ツーリズム事業</p> <p>(1)箱根八里街道を活かした観光開発の取り組み</p> <p>箱根八里街道観光推進協議会の総会、並びに日本遺産委員会に事務局が出席した。</p> <p>(2)「『箱根八里』自転車利用環境創出社会実験」</p> <p>また令和元年11月～12月に「東海道『箱根八里』における自転車利用環境創出社会実験」を行った。</p> <p>自転車の安心走行・快適走行環境の創出及び自転車での「箱根八里」周遊アクティビティの発信を目的に、路面標識や注意喚起サインの設置・バイシクルピットの設置などを実施した。</p> <p>計画並びに効果の検証については、箱根八里街道観光推進協議会 社会実験委員会にて実施した。</p> <p>合計4回の会議に出席した。</p>

<p>3. 商店街活性化事業</p> <p>「三島市商工業戦略アクションプラン」(平成27年8月策定)において、商店街は観光客の増加により、訪れる客層も外国人を含めた観光客の割合が高くなってきたこと、その一方で地域住民、特に若い世代や子育て世代の商店街離れが進行している課題が明らかになった。</p> <p>そこで、「個店の活力を高める基盤の強化」「差別化マーケティングの推進」「ガーデンシティみしまでの暮らしを支える商店街づくり」「観光交流を拓げる“おもてなし”観光商業」の推進を目標に、イベント開催では集客と併せて国内外のインバウンド需要にも対応できる事業の実施により稼ぐ力を育成し、商店街のにぎわいの創出・地域活性化を目指す。</p> <p>具体的には、空き店舗の最新情報を常に発信すると共に、三島市の「空き店舗補助金」を積極的にPR、及び申請支援を強化し商店街への新規出店者を呼び込む。</p> <p>また商店街の店主がダジャレを交えて紹介する「おもしろポスター」の展示等も積極的に行う。プレミアムフライデーイベントとして商店街による旬の野菜や魚・菓子等を販売する「プレ金市」や、店主が講師となる「体験塾」で伝える店づくりを行う。</p> <p>活性化の方向性・意識の共有は三島市、当所の商業部会・飲食業部会、三島商店街連盟で行い、事業は事業毎に商店街、商工会議所、三島市、三島市観光協会、三島函南農業協同組合、事業者等と連携して実施する。</p>	<p>3. 商店街活性化事業</p> <p>商店街活性化を目的に下記の事業を実施した。</p> <p>(1)空き店舗対策補助金 申請件数:12件</p> <p>(2)みしまなりわい体験塾 小学生を対象に個店の魅力を伝える「体験型」の講座内容により実施した。 ・日時:令和元年7月24日～8月23日 ・協力店舗:市内22店舗／開催講座:26講座 ・参加者数:延べ503名</p> <p>(3)イベント出展促進事業 販促活動の一環として、行政や商店街等が開催する各種イベントへの出店を促進し、効率的に自店PR及び顧客拡大を図った。出店実績は以下の通り。 ・春の大通り商店街まつり(5/5):10事業所 ・みしま花まちフェアまんぷくや(5/25):23事業所 ・せせらぎウォークぶらり～(9/7):15事業所 ・秋の大通り宿場まつり(11/3):10事業所 ・みしまフードフェスティバル(11/23):14事業所</p> <p>(4)初詣客歓迎商店街イベント 三島市内9商店会が初詣に併せ、おもてなしイベント及び商店会PR活動を実施し、まちの活性化を図る目的で実施した。</p> <p>(5)会議の開催 上記の事業の実施に際し、以下の会議を実施 ・三島商工会議所 商業部会 幹事会:3回、その他会議:3回 ・三島商店街連盟 会長会議:4回、正月感謝祭実行委員会:2回</p>
--	--

Ⅲ. 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. 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

【計画の記載内容（抜粋）】

《第1期における事業実施の振り返り・改善点》

上記の通り評価委員からは概ね良い評価を頂いており、今後も継続して連携を深めてほしいとの意見であった。

一方で、評価の中に「今後も関係機関との連携により相乗効果を高め、小規模事業者のあらゆる課題に対応できる態勢を構築してほしい」との指摘もあり、今後は相乗効果の高い連携体制の構築が必要となっている。

現状の連携は、例えばA、B、C、Dという連携団体があるとする、Aと当所、Bと当所という連携体制は構築していたが、A、Bと当所、B、Dと当所という3者以上の連携体制は構築しておらず、“相乗効果を高め、小規模事業者のあらゆる課題に対応できる”までの体制構築には至っていなかった。

《今回の申請における取り組みの方向性》

支援機関同士の連携については第1期同様、第2期においても密接に連携を取っていく。

また相乗効果の高い連携構築に向け、経営支援団体等が一堂に会する会への参加、また会の発足に着手している。「三島市ががんばる中小企業応援会議（以下「がんばる会議」）」への参加、「M-ステ連携会議（以下「連携会議」）」の立ち上げである。今後、高次の連携体制を促進するため両会議を中心とした事業を実施する。

【数値目標・実績】

※ 数値目標はなし

(計画)	(実績)
<p>1. 他の支援機関との連携</p> <p>(1) 静岡県及び三島市</p> <p>(2) 静岡県産業振興財団</p> <p>(3) 静岡県事業引継ぎ支援センター</p> <p>(4) 日本政策金融公庫</p> <p>2. 連携体による支援</p> <p>(1) 三島市ががんばる中小企業応援会議</p> <p>(2) M-ステ連携会議</p> <p>(3) 静岡東部地域中小企業支援ネットワーク</p> <p>※会議体の名称のみ。記載事項は省略。</p>	<p>令和元年度も、自治体・金融機関・支援機関等との連携により、支援を実施した。</p> <p>以下、特記事項を記載する。</p> <p>1. M-ステ連携会議</p> <p>市内の中小・小規模事業者の盛業化支援を進めるために、支援機関の連携会議を開催した。施策の活用や支援事例等を通じて情報の共有化を図った。</p> <p>(1)実施回数:2回</p> <p>(2)実 施 日:令和元年7月30日、12月24日</p> <p>(3)連携機関:</p> <p>静岡県中小企業団体中央会、静岡県事業引継ぎ支援センター、三島信用金庫、静岡県信用保証協会、三島函南農業協同組合、三島市、三島商工会議所</p> <p>2. M-ステフォーラム・記念講演会</p> <p>専門家を活用した経営支援の具体的事例を周知するための「M-ステフォーラム」を開催した。</p> <p>本事業実施により創業者育成支援の醸成並びに創業者増、創業者の持続的発展を図った。</p> <p>(1)日時:令和2年1月15日</p> <p>(2)場所:みしまプラザホテル</p> <p>(3)出席者:75名</p> <p>(4)内容:</p> <p>①連携支援事例発表</p> <p>②記念講演会</p>

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

【計画の記載内容（抜粋）】

《第1期における事業実施の振り返り・改善点》

経営指導員の資質向上については、一定の評価を受けている。一方で指導員の経験年数や能力等に応じた支援方法や継続性が求められている。支援による結果もただ単に支援して終わりではなく、多くの経験を積みながらよりハイレベルな結果を求められている。

小規模事業者が抱えている課題を明確にし、その課題を解決しながら、成功に導くためには、経営指導員や補助員の一定の知識と的確な判断及びコーディネート能力が不可欠である。

しかしながら経験年数や能力等に差が生じているため、均一的でないのが現状である。1期目より充実した経営発達支援計画を進めるためには、①小規模事業者のあらゆる課題を見つけ出し成功に導く一定の広く深い専門知識と、②必要に応じた専門家との連携や中小企業施策の活用等を行うコーディネート能力の向上が求められる。

また、支援先の要望や問題を解決するために活用した施策や専門家等を含んだ支援事例の情報共有が徹底されていないため、分野ごとの支援の質も偏っている現状がある。この問題を解決するために経営指導員の能力の均一化を図りながら、分野毎の支援ノウハウの共有化による質の向上に取り組む必要がある。

《今回の申請における取り組みの方向性》

今後、高いコーディネート力と時代のニーズに合った支援分野に対し、一定の専門知識を持ち合わせることで、経験年数や能力に応じ「広く浅く」から「広くさらに深く」支援でき、質の高い結果を残せる「骨太なゼネラリスト」を目指す。

具体的には、「ターゲット設定、経営分析、販路拡大等を的確に判断し遂行できる幅広い専門的な知識」と、「必要に応じて連携することになる専門家支援に欠かすことのできないコーディネート能力の習得」が経営指導員に求められる。小規模事業者の支援目的に応じた事業計画策定及び遂行を的確に実行できるノウハウとコーディネート能力を身に着けるため、個別研修や集合研修を実施し経営指導員の能力の均一化に取り組む。

また、経営革新、事業承継、販路拡大といった支援分野ごとのスキルも身に着けるために支援分野別の研修を実施する。支援機関や専門家との連携支援を実施するためのコーディネート能力や、経営者から様々な情報を引き出すコミュニケーション能力を身に付けることも必要である。これらのことを体系的にインプットし、実際に学んだ知識を応用してアウトプットすることによるOJTを組み合わせることで、個々の能力向上を図る。

さらに、経営指導員が様々な手段で支援したノウハウや支援ツール等の実績を支援事例としてデータ化し、組織内で共有する仕組みを構築する。以って円滑な支援と質の向上、支援の均一化も図り、高い満足度が得られる伴走支援を目指す。

【数値目標・実績】

※ 数値目標はなし

(計画)	(実績)
<p>1. 外部研修の活用 (1) 日商・県連主催の研修会 (2) 中小企業大学校専門研修 (3) 経営指導員等 WEB 研修</p> <p>2. 所内における会議と研修による支援力の強化 (1) 経営指導員会議 (2) 課題解決研修会 (3) 支援ノウハウや事例の共有化</p> <p>3. 資格取得の奨励</p> <p>※研修事業の名称のみ。記載事項は省略。</p>	<p>職員の資質向上を目的に、外部研修並びに所内における研修会を実施した。</p> <p>1. 外部研修の活用 経営指導員・補助員・記帳専任職員10名について、延べ18回の外部研修を受講した。</p> <p>2. 支援能力向上研修事業 経営指導員向けに経営支援能力の向上のため、内部研修を3回実施した。 (1) 経営発達支援計画と伴走型推進事業 (2) jSTAT MAP活用講座 (3) 経営計画策定研修</p> <p>3. BIZミルの利用による情報の共有化</p>

3. 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

【計画の記載内容（抜粋）】

《第1期における事業実施の振り返り・改善点》

前述の①～③の方法で評価・検証を行い、3年間の経営発達支援計画を遂行しながら、小規模事業者に対し一定の貢献ができた。また、前年度の事業評価・検証を予定通り適切に実施することで、次年度の経営発達支援計画の改善にもつなげることができた。

《今回の申請における取り組みの方向性》

厳しい状況にある小規模事業者の経営課題に対応するには、経営発達支援計画を確実に実行する必要がある。そこで2期目においては、1期目の評価システムのブラッシュアップを進める。

経営発達支援計画の実施状況及び成果について、事業評価や検証を行い、PDCAサイクルを確実に回しながら改善を行う。

併せて事業の実施結果等については、当所のホームページ等で公開し小規模事業者へ向けて見える化を図る。

【数値目標・実績】

※ 数値目標はなし

(計画)	(実績)
<p>1. 目標数値の設定及び確認 経営発達支援計画の事業ごとの目標値及び、巡回件数・経営革新計画承認件数・事業承継成約件数・マル経推薦件数等の当所独自で設定した年間の目標件数について、毎月行う経営指導員会議等で遂行状況を確認する。</p> <p>2. 経営発達支援計画実施事業へのアンケート調査 経営発達支援計画で実施した事業において支援した小規模事業者に対し、アンケート調査を行い、事業評価の参考にすると共に、事業改善につなげる。</p> <p>3. 外部有識者による評価会議及び見直し案の提示 三島市、中小企業診断士、税理士、静岡県信用保証協会等による外部有識者評価会議を毎年1回開催し、経営発達支援計画の実施状況や成果についての評価を受け、見直し案の提示を行う。</p> <p>4. 正副会頭会議による評価・見直し案の決定 経営発達支援計画の実施状況、それに伴う成果の評価や見直し案について、当所の正副会頭会議に報告し、承認を受ける。</p> <p>5. 事業評価の公表 経営発達支援計画の成果や評価、見直しが、地域の小規模事業者を中心に誰でも見ることができるよう、当所のホームページで公開すると同時に、当所掲示板等でも自由に閲覧できるようにする。</p>	<p>令和元年度において、経営発達支援計画の事業の評価及び見直しを実施した。 以下、実施事項について記載する。</p> <p>1. 経営発達支援計画評価会議 経営発達支援計画に記載された平成30年度における事業の実施状況について、評価会議を行った。評価委員から目標について充分若しくは概ね達成しているとの評価を受けた。 (1)日時:令和元年7月8日 (2)場所:三島商工会議所 (3)評価委員: ・三島市産業文化部 部長 渡辺 義行 氏 ・三島信用金庫 元気創造部 部長 永松 歳雄 氏 ・(一財)企業経営研究所 常務理事 中山 勝 氏 ・静岡県信用保証協会 沼津支店 市川 真弘 氏</p> <p>2. 正副会頭会議 令和元年度に開催された6回の正副会頭会議において、経営発達支援計画の進捗状況を報告した。</p> <p>3. 第3期経営発達支援計画 令和元年度の小規模事業者支援法の改正で、商工会または商工会議所は市町村と共同で計画を作成することになった。そこで、第2期計画の中途であったが、三島商工会議所と三島市は共同で第3期経営発達支援計画の策定・申請を行い、経済産業大臣から認定を受けた。 (1)申請日:令和元年11月8日 (2)認定日:令和2年3月16日 (3)実施期間: 令和2年4月1日～令和7年3月31日(5年間)</p>