

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>鈴鹿商工会議所 (法人番号) 2190005004018</p>
<p>実施期間</p>	<p>平成 28 年 4 月 1 日～平成 33 年 3 月 31 日</p>
<p>目標</p>	<p>事業計画策定から販路開拓まで、常に寄り添った「伴走型」支援を行い、小規模事業者の持続的発展を目指す「個社支援」に注力する。 地域ネットワークを活用し、オール鈴鹿が一丸となり強力に創業予定者への支援を行い、新たな企業育成と雇用創出を図る。 経営指導員等の支援能力強化を図り、小規模事業者からの様々な相談に対応できる体制を整える。 地域の活性化を目指す「面的支援」としてまちづくり・観光集客事業に取り組み、地場産業の振興を図る。</p>
<p>事業内容</p>	<p><b>・経営発達支援事業の概要</b></p> <p>1. 地域の経済動向調査 「景気動向調査」・「アンケート調査」の実施と調査結果の情報提供等</p> <p>2. 経営状況の分析 「経営聞き取り分析シート」の活用</p> <p>3. 事業計画策定支援 「三重県版経営向上計画」申請時、「小規模事業者持続化補助金」申請時、融資斡旋時、専門家派遣による、「小規模事業者経営発達支援融資制度」の斡旋、創業時などの支援</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援 経営指導員のアフターフォロー、専門家・関係機関等との連携による、「小規模事業者経営発達支援融資制度」の斡旋による、創業後の事業計画の見直し等</p> <p>5. 需要動向調査 客観的なデータに基づく需要動向に関する情報収集・分析及び提供</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業 「SUZUKA産学官交流会」との連携による支援、「デジタルショーケース」によるPR、当所HP・商取引サイト・会報等による情報発信、「得得クーポン」による販売促進、展示会等への出展及び三重テラスでの販売支援、「メイド・インSUZUKA応援補助金」の活用による支援、JETROとの連携による支援</p> <p><b>・地域経済の活性化に資する取組</b></p> <p>1. 「鈴鹿ブランド」の認定による情報発信</p> <p>2. 観光集客特別委員会による鈴鹿名物育成への取組</p> <p>3. 「鈴鹿ブランド」の認知度向上のための試食販売会等の開催</p> <p>4. 産学官連携等を活用した地元食材や伝統産業を取り入れた新製品開発</p> <p>5. 鈴鹿をPRするための「チェッカーフラッグ柄」を利用した事業の推進</p> <p>6. 鈴鹿をPRするための「ランドマークエリア創造事業」の推進</p> <p>7. 地元食材を使ったB級グルメ「鈴カレー」事業の推進</p> <p>8. 青年部・女性部が行う「若手後継者育成事業」への支援</p> <p><b>・経営発達支援事業実施の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組</b></p> <p>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</p> <p>2. 経営指導員等の資質向上のための研修会等の実施</p> <p>3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みの構築と公表</p>
<p>連絡先</p>	<p>鈴鹿商工会議所 中小企業振興部 〒513-0802 三重県鈴鹿市飯野寺家町 816 T E L : 059-382-3222 F A X : 059-383-7667 E - mail : soudan@scci.or.jp U R L : <a href="http://www.scci.or.jp">http://www.scci.or.jp</a></p>

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

・ 鈴鹿地域の特色と課題

1. 地理的条件

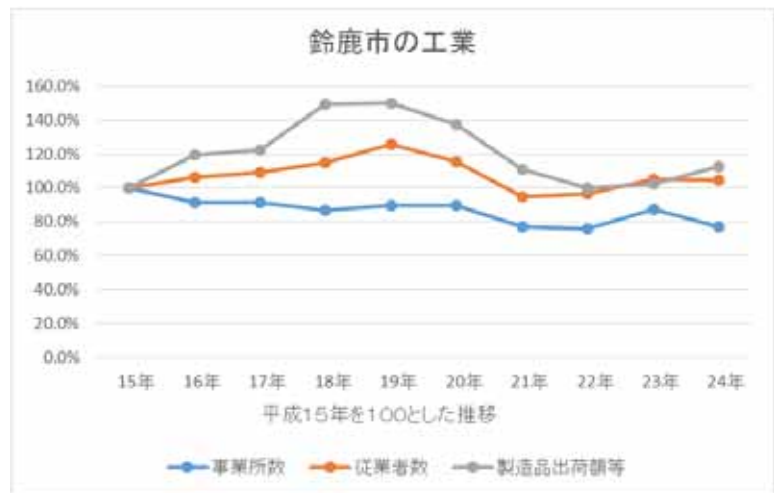
鈴鹿市（以下「当市」）は、中部圏と近畿圏に至便な地域に位置することから、古来東西に通じる交通の要衝として、伊勢国の政治・文化の中心として発展してきた。明治・大正期には、鉄道や国道の開通など陸上交通が整備され、その後の発展の基礎が築かれ、昭和 17 年 12 月に、2 町 12 か村が合併して市制を施行し、各種の軍事施設が広域的に建設されたことから人口が急増した。戦後も周辺村との合併や企業誘致により人口は大きく増加し、平成 27 年 3 月時点の人口は 200,338 人で県人口の約 11.06%、四日市市・津市に次いで県内第 3 位の人口規模となっている。面積は 194.67 km<sup>2</sup>で、県総面積に占める割合は約 3.37%である。当市の特徴は、かつて城下町として栄え、現在、市役所がある「神戸」、商業の中心として発展、現在、大型ショッピングセンターがある「牧田（平田）」、漁業や海運業など港町として賑わいをみせ、伊勢型紙・鈴鹿墨など伝統産業を守り続けている「白子」という成り立ちの異なる 3 地区を有している。

2. 産業構造

当市の農林水産業は、豊かで恵まれた自然環境から、古くから農業・漁業が盛んに行われている。また、北勢地域は、全国有数の工業エリアとして、自動車関連製品、液晶・半導体製品、石油・化学製品などを製造する我が国の“ものづくり産業”を代表する企業が多数立地する地域で、産業別就業者の割合(平成 22 年国勢調査)は、全国平均が第 1 次産業：4.0%、第 2 次産業：23.7%、第 3 次産業：72.3%、三重県が第 1 次産業：3.7%、第 2 次産業：31.1%、第 3 次産業：65.2%となっている中で、当市は、第 1 次産業：3.0%、第 2 次産業：34.6%、第 3 次産業：55.0%となっており、これまでの当市の発展を支えてきた第 2 次産業のウエイトが全国平均・県全体より高くなっている。

昭和 40 年代から、公的工業団地の造成にも着手し、交通の利便性や立地条件の良さを生かしながら、発展してきた。製造品出荷額等は 1,527,900,700 千円(平成 24 年工業統計調査)で、県内では四日市市に次ぐ第 2 位であり、20 万人都市としては全国的にも上位にランクされている。

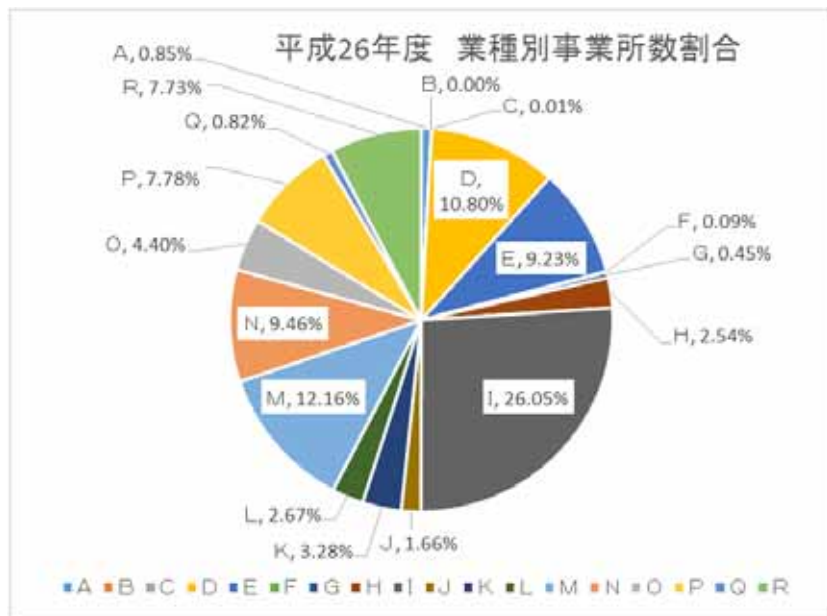
また、昭和 35 年、HONDA の国内 3 番目の工場である本田技研工業(株)鈴鹿製作所の立地に伴い、裾野の広い自動車産業の恩恵を受け、同社を頂点として、様々な素材を用いた自動車部品の製造・加工業等自動車関連産業の集積が進み、市内の製造品出荷額で輸送用機械器具製造業が約 7 割を占めるなど、当市の産業において大きなウエイトを



占めている。その他、AGF鈴鹿(株)・旭化成ケミカルズ(株)鈴鹿事業場・富士電機(株)鈴鹿工場・富士ゼロックスマニュファクチャリング(株)鈴鹿事業所などの日本を代表する大企業も進出している。

### 3. 業種別割合・事業所数の推移

当市の日本標準産業分類大分類による業種別事業所数割合は、以下の通りである。



●分類項目（日本標準産業分類より）

- 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・郵便業
- I：卸売・小売業 J：金融・保険業 K：不動産・物品賃貸業
- L：学術研究・専門・技術サービス業 M：宿泊・飲食サービス業
- N：生活関連サービス・娯楽業 O：教育・学習支援業 P：医療・福祉
- Q：複合サービス業 R：その他のサービス業

※経済センサスより抜粋

また、当市の事業所総数・従業員総数の推移は、以下の通りである。

	平成 21 年度	平成 24 年度	平成 26 年度
事業所総数	7,283 社	6,675 社	6,924 社
従業員総数	86,857 名	81,900 名	87,441 名

※経済センサスより抜粋

## 4．小規模事業者及び当地域の課題

### (1)小規模事業者が抱える課題について

今まで行ってきた経営手法で売上が伸び悩んでいる中、消費者ニーズを掴むために、顧客・知人との会話や商店会等から得る情報だけでは、広くニーズを把握することが困難な状況である。また、小規模事業者は、家族のみで事業を行っているところが多く、情報収集を行う時間的余裕もほとんどない。そのため、自社の経営分析を行う時間を取れず、強み・弱み・経営資源などを把握できていないのが現状であり、事業計画を策定することが難しい。また、事業主が高齢化及び後継者がいないため、近年廃業する事業所が目立ち始めた。今後小規模事業者数の更なる減少が懸念されている。

### (2)当地域が抱える課題について

当地域は、長引く不況に加え、予想を上回る円安や消費税率引上げによる影響及び仕入コストの上昇や売上の低下などにより、厳しい状況に置かれている。

特に、基幹産業である「自動車関連製造業」においては、価格競争による大幅なコスト削減などに対応するため、自社の利益を切り詰めている中、追い討ちをかけるように原材料費・光熱費の上昇や熟練工の不足など多くの課題が山積している。

その他、飲食業関連のフランチャイズ店や大規模小売店（大型店）の進出に伴い、小規模な飲食店や商店街にある小売店などは減少している。今後、小規模事業者が生き残るためには、フランチャイズ店や大型店にはない特長を出し差別化を図る必要がある。

#### ．中長期的な振興のあり方

当所は、10年後も既存の小規模事業者が事業を維持・継続できるよう、また、地域で起業する人や創業する企業が増え、事業所数や労働者（従業員）数も増えることにより、鈴鹿市全体が活性化する好循環が生まれるような地域振興を行っていく。

経営指導員は、小規模事業者に常に寄り添いつつも、最終的には小規模事業者等の自立が目標であるため、自分で考え、実践できるように成長を促す。例えるなら「空腹の人にその場しのぎの“魚を与える”のではなく、未来のために“魚の獲り方を教える”」という支援を実行する。

#### ．課題解決に向けた当計画の目標

当地域が抱える課題と小規模事業者が抱える課題解決に向けて、三重県・鈴鹿市・金融機関及び他の支援機関などと連携して、以下の4つの目標のもと、事業（支援）を実施していく。

- ①事業計画策定から販路開拓まで、常に寄り添った「伴走型」支援を行い、小規模事業者の持続的発展を目指す「個社支援」に注力する。
- ②地域ネットワークを活用し、オール鈴鹿が一丸となり、強力に創業予定者への支援を行い、新たな企業育成と雇用創出を図る。
- ③経営指導員等の支援能力強化を図り、小規模事業者からの様々な相談に対応できる体制を整える。
- ④地域の活性化を目指す「面的支援」として、まちづくり・観光集客事業等に取り組み、地場産業の振興を図る。

## ・目標達成に向けた方針

目標達成に向けて、実施する事業は以下のとおり。

### (1) 既存の小規模事業者

- ①地域の経済動向についての情報提供
- ②小規模事業者の状況を把握するための経営分析の実施
- ③事業計画策定のための支援を実施
- ④事業計画の進捗状況の確認とフォローアップの実施
- ⑤顧客ニーズの洗い出しとトレンド調査
- ⑥販路拡大のための支援

### (2) 創業予定者

- ①集団講習（創業塾）による基礎的な知識取得のための支援
- ②集団講習後の個別フォローアップ
- ③補助金申請の支援
- ④創業後のフォローアップ

### (3) 経営指導員等の資質向上

- ①所内及び所外研修会の実施・参加
- ②支援ノウハウの共有
- ③連携機関との情報共有

### (4) まちづくり・観光集客等の面的な支援

- ①鈴鹿の食や産品についてのブランド認定・育成・PRの実施
- ②伝統産業を活用した新製品開発の支援
- ③モータースポーツのまちのPR
- ④ご当地グルメの創出と地域活性化
- ⑤若手経営者の育成

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

経営発達支援事業の実施期間（平成28年4月1日～平成33年3月31日）

## ・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【指針】

当地域の経済動向を把握するため、「景気動向調査」及び「アンケート調査」を実施する。「景気動向調査」は従前より実施しているが、結果を公表するだけで小規模事業者への情報提供や支援策の検討などを行っていなかった。そこで今回より、「景気動向調査」に加えて新たに「アンケート調査」を実施し、小規模事業者の現状や経営課題・ニーズなどを把握・分析する他、業種別の対比・規模別課題の抽出等も行い、その情報を小規模事業者に還元するとともに、今後の支援事業にも反映させていく。また、その調査結果と国・県・金融機関等が実施した調査をリンクさせることにより、小規模事業者の経営力強化の基礎資料として活用する。

（事業内容）

(1) 小規模事業者を対象に「景気動向調査」を年2回（1月～6月を上期として7月に、7月～12月を下期として翌年1月に、県下12商工会議所が合同で調査）実施し、地域の

経済動向を把握・分析する。

- ・調査対象事業者数：約 1,100 件（過去平均値）
- ・調査時期：7 月・1 月
- ・回収率：約 30%（過去平均値）尚、回答事業者の約 80%が小規模事業者

①調査項目

業況、業況の見通し、売上状況、売上見通し、利益状況、販売条件、仕入条件、設備投資の有無、設備投資の予定、資金繰り状況、資金繰り見通し、借入状況、借入予定、経営上困っていることなど。

②活用方法

調査結果は、当所の会報・ホームページでの公表や業種別の部会会議での説明の他、経営指導員の巡回時に持参し情報提供を行い、経営目標や経営戦略等の作成資料として活用してもらう。また、調査結果から「自動車関連製造業」のみを抽出・分析することで、自動車関連製造業に特化した課題を把握し業界に即した支援に活用する。

# 鈴鹿地区企業の景況調査票

鈴鹿商工会議所・中小企業相談所

平成27年7月			
会籍所	№	地域別	
05			0

平素は種々ご協力を賜わり厚くお礼申し上げます。  
さて、当所では地区内企業の皆さんの実態を的確に把握し、問題点を抽出し適切な対策を図ることが重要な使命でもありますので下記項目について景況調査を実施いたします。  
つきましては、ご多忙のところ大変恐縮に存じますが7月3日までにご回答賜りますようお願いの程特にお願ひ申し上げます。

## I. 企業の概要 ※各設問に対して該当するものに○をして下さい。

- 業種(主たるもの1つ) ※必須項目
 

〈製造業〉	1. 食料品	2. 繊維品	3. 機械製品	4. 金属製品
	5. 木材木製品	6. 化学製品	7. 土石産業	8. 印刷・出版
〈建設業〉	10. 土木工事	11. 建築工事	12. その他	
〈卸売業〉	13. 食料品	14. 繊維・身の回り品	15. その他	
〈小売業〉	16. 繊維・身の回り品	17. 食料品	18. 家具・日用品	19. 電気製品
〈飲食業〉	21. 飲食店			
〈サービス業〉	22. 美容・理容	23. ホテル・旅館	24. 自動車整備	25. 不動産
〈交通運輸業〉	27. 交通運輸	〈その他〉	28. その他	
- 常時使用従業員(会社の役員・家族従業者・パートを除く) ※必須項目
 

1. 0~5人	2. 6~20人	3. 21~50人	4. 51~100人	5. 101人以上
---------	----------	-----------	------------	-----------

## II. 企業の経営状況について

- 現状について…平成27年1~6月の業況は前年同期に比べてどうでしたか。
 

1. 良い	2. やや良い	3. 変わらない	4. やや悪い	5. 悪い
-------	---------	----------	---------	-------

上記と答えた理由をご記入下さい。
- 今後の見通しについて…平成27年7~12月の業況は前年同期に比べてどうなるとお考えですか。
 

1. 良い	2. やや良い	3. 変わらない	4. やや悪い	5. 悪い
-------	---------	----------	---------	-------

上記と答えた理由をご記入下さい。

- 売上状況について、27年1~6月の売上は前年同期に比べてどうでしたか。
 

1. 増加	2. やや増加	3. 変わらない	4. やや減少	5. 減少
-------	---------	----------	---------	-------
- 売上の見通しについて、27年7~12月は前年同期に比べてどうなるとお考えですか。
 

1. 増加	2. やや増加	3. 変わらない	4. やや減少	5. 減少	6. わからない
-------	---------	----------	---------	-------	----------
- 利益状況について、27年1~6月は前年同期に比べてどうでしたか。
 

1. 増加	2. やや増加	3. 変わらない	4. やや減少	5. 減少
-------	---------	----------	---------	-------
- 販売条件(請求条件)について、27年1~6月は前年同期に比べてどうでしたか。
 

1. 好転	2. やや好転	3. 変わらない	4. やや悪化	5. 悪化
-------	---------	----------	---------	-------
- 仕入条件(請求条件)について、27年1~6月は前年同期に比べてどうでしたか。
 

1. 好転	2. やや好転	3. 変わらない	4. やや悪化	5. 悪化	6. 仕入なし
-------	---------	----------	---------	-------	---------
- 設備投資について
 

27年1~6月の実績	27年7~12月の予定	
1. 行った	2. 行わない	
	1. 予定あり	2. 予定なし
- 資金ぐりの現状について、27年1~6月は前年同期に比べてどうでしたか。
 

1. 好転	2. やや好転	3. 変わらない	4. やや悪化	5. 悪化
-------	---------	----------	---------	-------
- 資金ぐりの見通しについて、27年7~12月は前年同期に比べてどうなるとお考えですか。
 

1. 好転	2. やや好転	3. 変わらない	4. やや悪化	5. 悪化	6. わからない
-------	---------	----------	---------	-------	----------
- 借入の現状について、27年1~6月はどうでしたか。(借入された方のみ)
 

1. 容易	2. 普通	3. 困難
-------	-------	-------
- 借入予定はどうか。(27年7~12月)
 

1. 予定している	2. 予定していない
-----------	------------

(例14で1.に答えた方のみ)  
借入先は、どこを希望されますか。(主たるもの1つ)  
1. 民間の金融機関 2. 公的金融機関 3. その他  
資金使途は何を予定されていますか。(主たるもの1つ)  
1. 運転資金 2. 設備資金
- 現在経営上、困っているものは何ですか。あれば3つ以内選んで下さい。
 

1. 売上、受注の停滞減少	6. 設備・店舗の狭小老朽化	11. 競争激化
2. 製品・商品単価の下落	7. 売掛・債権回収の悪化	12. 人材育成
3. 人手不足	8. 人件費の増加	13. 立地条件の悪化
4. 過剰人員	9. 人件費以外の経費の増加	14. 法的規制等(緩和を含む)
5. 借入難	10. 原材料高及び不足	15. 税務・経理問題

1) 選択できない項目は「0」で記入してください。

## ※「鈴鹿地区企業の景況調査票」

### 1. 現状と今後の見通し

#### a) 現状(図-1・2参照)

全回答企業2,355事業所中、「良い・やや良い」が16.0%、「変わらない」が36.8%、「悪い・やや悪い」が47.0%で、D1値は△31.0(前回△27.0)となり前回より4.0ポイント悪化している。  
業種別のD1値では、小売業△49.2、卸売業△40.8、飲食業△32.4、サービス業△29.3、その他△27.4、製造業△27.0、交通運輸業△22.8、建設業△20.7の順となっている。  
地区別のD1値では、東紀州地区△51.8、南勢地区△36.5、中勢地区△36.4、伊賀地区△33.2、北勢地区△23.5であった。

図-1 現状について(業種別)

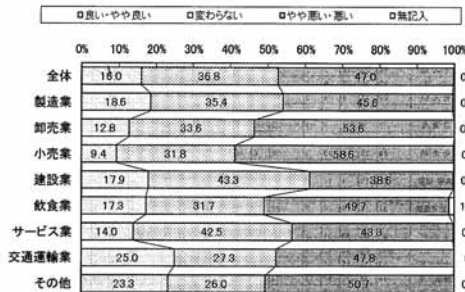
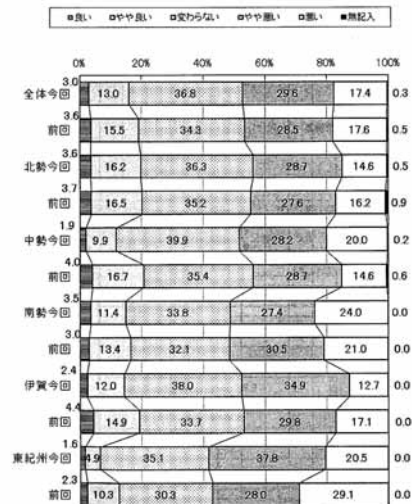


図-2 現状について(全体・地区別)



## ※「景気動向調査」調査結果の一部抜粋

(2) 当所会員のうち小規模事業者を対象に、27年度より「アンケート調査」を毎年1回実施し、地域の経済動向をはじめ経営課題・ニーズなどを把握・分析する。

- ・調査対象事業者数：約2,600件
- ・調査時期：10月～11月
- ・回収率：約40%（目標値）

①調査項目

経営課題、必要な支援策、販路開拓、事業承継、経営（事業）計画策定など。

②活用方法

小規模事業者の現状を把握し、課題解決の手段などを検討する際、基礎資料として活用する。また、事業計画策定をはじめ支援策の提供等に活用する。



## 鈴鹿商工会議所 平成27年度 アンケート調査票

鈴鹿商工会議所では、「アンケート調査」を行い、地域の経済動向や経営課題などを把握し、支援策等を講じてまいりたいと考えております。何卒ご理解・ご協力を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

尚、ご回答頂きましたら、返信用封筒又はFAX(059-383-7667)にて、当所までご返送頂ければ幸いに存じます。

以下の各設問に対し、原則該当するもの1つに○印をつけて下さい(複数回答可を除く、その他はご記入願います)。

問1. 事業形態を教えてください。

- ①個人 ②株式会社 ③有限会社 ④その他( )

問2. 最も近い主たる業種を教えてください。

- ①建設業 ②製造業 ③情報通信業 ④運輸業 ⑤卸売業 ⑥小売業 ⑦不動産業、物品賃貸業  
⑧学術研究、専門・技術サービス業 ⑨宿泊業、飲食サービス業 ⑩生活関連サービス業、娯楽業  
⑪教育、学習支援業 ⑫医療、福祉 ⑬サービス業(他に分類されないもの) ⑭その他( )

問3. 現在の従業員数を教えてください。

- ①家族従業員( )人 ②正社員( )人 ③非正規社員( )人 合計( )人

問4. 雇用状況について教えてください。

- (A) 正社員 ①増えた ②減った ③変わらない ④いない  
(B) 非正規社員 ①増えた ②減った ③変わらない ④いない

問5. 主な取引先、販売先、商圏について、最近の割合を教えてください。(合計で100%になるようにお願いします)

- ①鈴鹿市( )% ②四日市市( )% ③津市( )% ④亀山市( )%  
⑤桑名市( )% ⑥三重県全域( )% ⑦愛知県( )% ⑧国内全域( )%  
⑨海外( )% ⑩国内・海外問わず( )%

問6. 事業を親族や親族外に事業を引き継ぐ事業承継について現状を教えてください。

- ①事業を継続させたい ②まだ決めていない ③事業をやめたい ④まだ若く必要がない ⑤その他( )

問7. 短期や長期の経営に関する計画作成について教えてください。

- ①毎年作成している ②数年に1度程度作成している ③作成したことがない ④その他( )

問8. 直面する経営課題について教えてください。(複数回答可)

- ①営業・販売力の強化 ②人材の確保・育成 ③コストダウン ④財務体質の強化 ⑤技術力強化  
⑥新商品開発・新事業展開 ⑦自社ブランドの強化 ⑧設備増強等 ⑨海外事業展開  
⑩既存事業の絞り込み ⑪資金調達方法の多様化 ⑫その他( )

※「アンケート調査票」①

問9. 自社の経営に関する情報で重視しているものを教えてください。

- ①インターネット ②メールマガジン ③テレビ、ラジオ ④新聞雑誌書籍 ⑤取引先 ⑥その他( )

問10. 最近有効な伝達手段の一つとしてメールマガジンがありますが、それについて教えてください。

- ①複数登録している ②登録したことがある ③登録していない ④関心がない ⑤その他( )

問11. 現在(既存)の市場や販路の開拓(深堀)の取組について教えてください。

- ①積極的に行っている ②多少は行っている ③ほとんど行っていない ④その他( )

問12. 新規市場開拓の取組について教えてください。

- ①積極的に行っている ②多少は行っている ③ほとんど行っていない ④その他( )

問13. 過去1年間の売上の増減について教えてください。

- ①30%以上増加 ②20～29%増加 ③10～19%増加 ④10%未満増加 ⑤横ばい  
⑥10%未満減少 ⑦10～19%減少 ⑧20～29%減少 ⑨30%以上減少 ⑩その他( )

問14. 過去1年間の利益の増減について教えてください。

- ①30%以上増加 ②20～29%増加 ③10～19%増加 ④10%未満増加 ⑤横ばい  
⑥10%未満減少 ⑦10～19%減少 ⑧20～29%減少 ⑨30%以上減少 ⑩その他( )

問15. 資金調達について教えてください。

- ①十分な借入れができています ②借入れはできていますが、十分ではない ③必要があるが借入れができない  
④現在は借入れの必要はないが、今後必要になる ⑤現在も今後も借入れの必要がない

問16. 必要な支援策について教えてください。(複数回答可)

- ①設備投資への支援 ②販路拡大、開拓への支援 ③企業の人材育成・能力開発の取組みへの支援  
④新技術・新商品等開発への支援 ⑤新分野進出への支援 ⑥従業員向けセミナー開催等の支援  
⑦事業主向け経営セミナーの開催 ⑧経営相談についての体制の充実 ⑨その他( )

商工会議所へのご意見、ご要望等ございましたらご記入ください。

その他、ご意見、ご要望等ございましたらご記入ください。

～ご協力ありがとうございました～

※「アンケート調査票」②

(3)小規模事業者の経営向上に資するデータとして、国・県・金融機関等が実施した各種調査結果や統計などを活用するとともに、「景気動向調査」・「アンケート調査」の結果とリンクさせ、小規模事業者の経営目標や経営戦略の作成指標とするための情報提供を行う。

また、そのデータを金融機関等の関係機関へフィードバックし、情報を共有することで小規模事業者の課題解決に向け、必要な支援策の立案を連携して行う。

(目標)

項目	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
小規模事業者への情報提供件数	60	120	120	120	120
金融機関等への情報提供件数	3	6	6	6	6

## **2. 経営状況の分析に関すること【指針】**

小規模事業者に対して、経営指導員が巡回相談や窓口相談の際、事業内容・経営状況などについて、従前より聞き取り調査を行っていたが、あまり調査結果を反映していなかった。そこで今回より、経営課題や事業所の強みなどを浮き彫りにし、事業計画策定の手がかりを見つけ出すため、「経営聞き取り分析シート」を活用して、聞き取り調査を実施し、継続的支援や事業計画策定の基礎資料とする。また、その内容を経営カルテに記載し、経営指導員間で情報共有を行う。

(事業内容)

融資の実訪調査時、税務や記帳の指導時、労働保険年度更新時などの巡回相談や窓口相談の際、経営指導員が経営分析を行う必要があると判断した小規模事業者に対してこの「経営聞き取り分析シート」を活用し調査を行う。

①調査項目

調査項目は、企業概要、経営理念・ビジョン、既存の商品・技術、財務状況、SWOT分析、他社との差別化要因・優位性、ターゲット、新商品・価格、販売促進・チャネル、目標、売上・利益目標など。

## 経営聞き取り分析シート

日付: \_\_\_\_\_  
社名: \_\_\_\_\_  
相談者: \_\_\_\_\_

企業概要(創業年・業種・従業員数など)	経営理念(経営者の思い)・ビジョン				
既存の商品(サービス)・技術(ノウハウ)	財務状況(現在の売上・利益など)				
ビジネスの強み(セールスポイント)	ビジネスの弱点				
ビジネスチャンス・顧客ニーズ	ビジネスの脅威				
他社との差別化要因・優位性	ターゲット	新商品(新サービス)・価格			
今後の目標	販売促進・チャネル				
<b>今後の売上・利益目標</b>					
	現在(時点)	1年目	2年目	3年目	最終目標
売上高	千円	千円	千円	千円	千円
営業利益	千円	千円	千円	千円	千円

※「経営聞き取り分析シート」

## ②活用方法

このシートを作成することにより、時間的余裕がなく、自社分析が苦手な小規模事業者でも、簡単に強み・弱みやビジネスチャンス・脅威などを「見える化」するとともに、自社が置かれている状況も把握する。

このシートを基に事業計画を策定することにより、今後、売上・利益を向上させるために必要な支援施策や最適なアドバイスを提供する。

このシートをデータ化・蓄積（経営カルテを含む）することにより、経営指導員間の情報共有だけでなく、様々なノウハウの習得を目指す。

（目標）

項目	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
巡回件数	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
窓口件数	750	750	750	750	750
調査件数	36	72	72	72	72

## 3. 事業計画策定支援に関すること【指針】

事業計画策定は従前より支援しているが、個別事案（融資・補助金申請等）に対する支援にとどまっていた。そこで今回より、小規模事業者の全体像を見据え、経営の様々な課題解決のため、「地域の経済動向調査」や「経営分析・需要動向調査」などの結果を踏まえて、小規模事業者に寄り添った中長期的な事業計画策定を支援していく。

（事業内容）

### (1) 「三重県版経営向上計画」の策定支援

平成26年4月1日に施行された「三重県中小企業・小規模企業振興条例」第16条に基づき、創設された「三重県版経営向上計画」の申請をより一層図るとともに、小規模事業者の経営の向上に対する努力を促進し、挑戦を後押しし、意欲を引き出すため、小規模事業者の発展段階に応じて、事業計画の策定を支援する。

### (2) 「小規模事業者持続化補助金」の策定支援

「小規模事業者持続化補助金」の申請における事業計画の策定は、補助金の獲得のみならず、小規模事業者にとって、経営資源を見直し今後どのように事業を継続していくかを考える良い機会であると捉えて支援するとともに、作成したものを活用し、経営革新計画及び「三重県版経営向上計画」申請を図る際に、事業計画の策定を支援する。

### (3) 融資斡旋時の事業計画策定支援

当所は、日本政策金融公庫（以下「日本公庫」）の小規模事業者経営改善資金（以下「マル経」）及び三重県信用保証協会（以下「保証協会」）の小規模事業資金などの融資斡旋時に行う事業所の実訪調査で、資金繰りや返済計画とともに、経営課題の抽出や事業目標・目標利益の設定などについて聞き取りをし、斡旋書等に反映させてきた。今後はその際に、事業計画の策定を支援する。

#### (4) 専門家派遣による事業計画策定支援

事業承継やリスクを含む経営改善など専門性が高く、難解な課題解決等を必要とする事業計画の策定は、専門家派遣制度などを活用し、個別で支援を実施する。尚、専門家派遣は、津商工会議所専門相談センター（三重県）、三重県産業支援センター（以下「産業支援センター」）、ミラサポなどを活用する。

#### (5) 「小規模事業者経営発達支援融資制度」の斡旋等

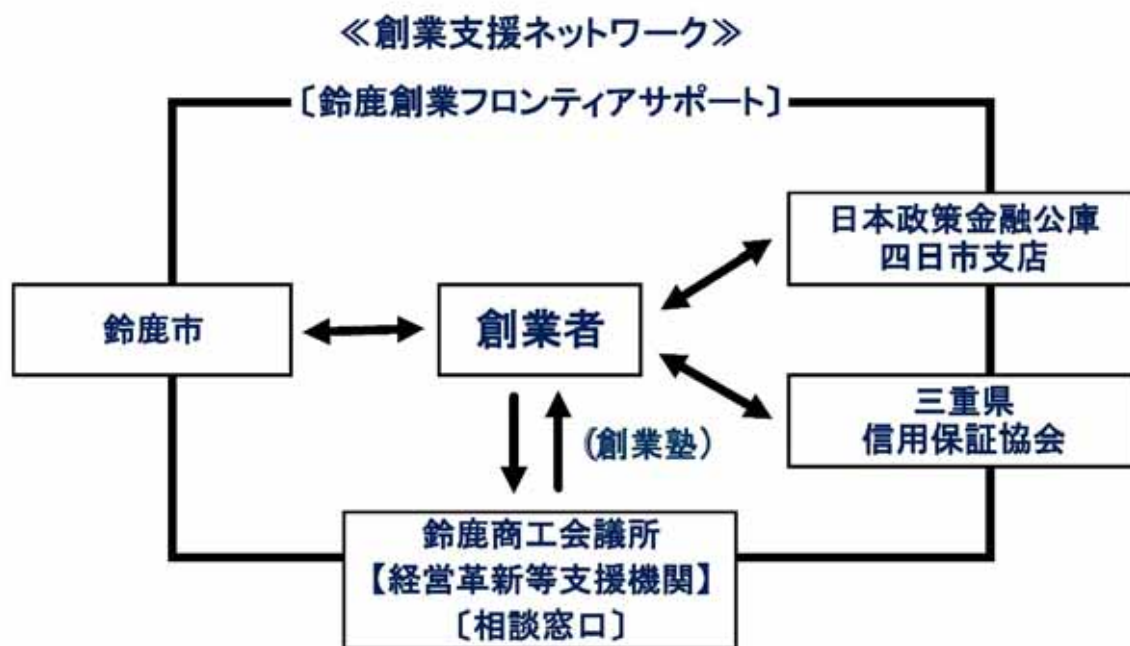
売上の増加や収益の改善、持続的な経営を希望する小規模事業者に対して、事業計画の策定の助言とフォローアップを適宜行うとともに、それらを受け一定の要件を満たした小規模事業者に対し、日本公庫が事業の持続的発展のための取組に必要な設備資金及びそれに付随する運転資金を低利で融資する「小規模事業者経営発達支援融資制度」の紹介・斡旋を行う。

#### (6) 創業時の事業計画策定支援

地域経済の安定や産業活力を高めていくためには、地域の開業率を引き上げ、雇用を生み出し、産業の新陳代謝を進めていくことが重要である。そこで、創業希望者等に対して「創業塾」など様々な創業支援事業を実施する。創業希望者等が、理想とする将来像・融資の調達方法・事業の見通しなどを加味した創業時の事業計画策定を支援する。

（支援内容）

- ① 当地域で、起業・独立開業を目指す人の支援・育成を目的として、平成 25 年 10 月、当所・市・日本公庫・保証協会等との支援ネットワーク「鈴鹿創業フロンティアサポート」を構築した。これにより創業窓口を当所に一元化、他の支援機関と連携し、開業資金調達をはじめとする総合的支援を実施することが可能となった。今後はこれを活用し、「創業塾」をはじめとする様々な支援事業を行う。



※ 「鈴鹿創業フロンティアサポート」組織図

②創業希望者及び創業後5年以内の者を対象に、年1回「創業塾」（全5回・10単位・定員40名）を実施し、経営・財務・人材育成・販路開拓の4つの知識の取得を図り、創業計画策定支援を行う。受講修了者数（全体の8割以上を受講）は定員の8割以上、かつその2割以上を1年以内（早期）に創業を実現させることを目標とする。  
 尚、「創業塾」は、産業競争力強化法に基づき国が認定した鈴鹿市の創業支援事業の一環として実施するもので、受講修了時に4つの知識が身についたと認められた者は、市より「特定創業支援事業」の認定証明書を授与し、株式会社設立時の登録免許税の減免や創業促進補助金の申請時加点などの優遇措置の適用を受けることができる。  
 また、創業塾の受講者を対象に、「ブラッシュアップ個別相談会」を実施し、各自が考えたものをより現実的かつ理想に近づけられるよう事業計画策定を支援する。

② 開業資金や補助金を必要とする創業希望者に対しては、日本公庫・保証協会などと連携し、融資書類や創業補助金申請書等作成時に、事業計画策定を支援する。

（策定件数の目標）

（単位：件）

項目	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
三重県版経営向上計画	6	12	18	18	18
小規模事業者持続化補助金	58	60	60	60	60
融資斡旋時の事業計画	48	54	60	60	60
専門家派遣による事業計画	8	10	12	12	12
経営発達支援融資制度の斡旋	3	6	6	6	6
創業時の事業計画	20	20	20	20	20
合計	143	162	176	176	176

#### 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】

##### (1) 目的

小規模事業者や創業者は、せっかく事業計画を策定しても、人・モノ・金・時間など様々な制約により、計画倒れになりがちである。当所でも事業計画策定後の支援は従前より実施しているが不定期である。そこで、今後は事業計画を策定した支援先に対し、定期的な状況確認を実施し計画が円滑に進むように、あるいは遂行上問題が発生すれば直ちに原因を究明し改善するように指導を行い、経営指導員が小規模事業者等に寄り添いながら「伴走型」支援を実施することで、小規模事業者等の持続的発展に寄与する。

##### (2) 事業内容

###### 経営指導員の巡回等によるフォローアップ

事業計画策定後、3ヶ月に1回程度巡回等を行い、進捗状況やPDCAサイクルどおり遂行しているかなどを確認すると共に、計画値を下回っている場合は、その原因を調査し支援を行う。また、実施にあたり、一定の要件を満たした小規模事業者が設備資金及びそれに付随する運転資金が必要となった場合は、低利で融資する日本公庫の「小規模事業者経営発達支援融資制度」の斡旋（紹介を含む）等のフォローアップも併せて行う。

### 専門家等との連携によるフォローアップ

小規模事業者が策定した事業計画を遂行上難解な問題が発生した、あるいは専門性の高い課題であると判断した場合は、専門家派遣制度の活用及び産業支援センター等関係機関との連携により支援を行う。

### 創業後のフォローアップ

創業後は早期に事業が軌道に乗るように1ヶ月に1回程度の濃密な支援を行う。また、実際、創業すると当初策定した事業計画とずれが生じる場合や景気・社会情勢の変化に伴い、事業計画を変更せざるを得ない場合が出てくる。そのような時は事業計画の見直しや新たな事業計画策定等についても支援を行う。

(目標) 事業計画策定後のフォローアップ件数

項目	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
経営指導員による	143	162	176	176	176
(内) 専門家等との連携による	8	10	12	12	12
(内) 創業後	20	20	20	20	20

## 5. 需要動向調査に関すること【指針】

### (1) 目的

小規模事業者は、時間や費用がかかるなどを理由に、新商品や新サービスの需要動向調査について、ほとんど行っていないのが現状である。そこで、情報源や手段などに乏しい小規模事業者に代わって、経営指導員が業種・業態、扱う製品・商品やサービスに応じて、客観的なデータに基づく需要動向に関する情報収集・分析を行い、把握したトレンド・顧客ニーズ・ターゲットなどを小規模事業者に提供する仕組みを構築すると共に、事業計画策定後の事業遂行時にずれがあれば修正し、改めて情報収集を行うなどをその実施方法も含め支援する。

### (2) 手段・調査項目

- ①地域経済分析システムを活用し、地域の人口構成・将来推計、所得水準、経済構造などの基本的な情報を収集・分析し、小規模事業者が事業活動を行うために有利となる地域を割り出し、その情報を提供する。
- ②小規模事業者が、新商品や新サービスを開発するために、必要となる指針の参考となるようなトレンド情報や売れ筋商品ランキングなどの調査を行うために、業界団体等が公表している需要動向調査、市場調査会社等が提供しているPOS情報、売れ筋商品ランキング(日経MJ・楽天等)、当所に届く業界誌などからトレンド情報や商品の販売動向などを経営指導員が収集・分析し、把握する(必要に応じて当所にて需要動向調査を行う)。また、当所と小規模事業者とのパイプ役である「地域モニター」(各地区1名計18名)から地域の新店舗出店や廃業及び連携する地元の金融機関等から需要動向情報などを経営指導員が収集・分析し、把握する。これら把握した需要動向等情報を必要に応じ、適宜小規模事業者に提供していく。



③市場動向やトレンドなど、世代別・男女別等の消費者ニーズに精通する専門家によるセミナーを開催し、最新情報の提供及び将来売れると思われるものを掴むためのノウハウを教授する。また、希望者には、専門家による個別相談を実施し、アドバイスする。

### (3) 活用方法

事業計画に沿って商品開発を進めていく上で、需要調査で浮き彫りとなった問題点を踏まえて事業計画の方向性などを微調整することに役立てる。

### (目標)

項目	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
地域経済分析システムを活用した情報提供件数	47	56	63	63	63
POS情報・売れ筋商品などのトレンド情報提供件数	47	56	63	63	63
専門家によるセミナー受講者数	40	40	40	40	40
専門家による個別相談件数	9	10	10	10	10
合計	143	162	176	176	176

## 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針】

小規模事業者は、経営資源が乏しいため、単独での製品（商品）・技術開発が困難であり、新製品・新技術等を開発しても、個々でそれを周知・PRすることが難しい。

そこで、小規模事業者の技術向上や新製品開発を目的とした事業、保有する技術や設備等の情報提供事業、「モータースポーツのまち＝鈴鹿」の特性を活かした事業、他の支援機関と連携した展示会への出展支援事業、インターネット等を活用した情報の提供事業、販路開拓等補助金支援事業、海外展開支援事業などを行う。

支援を行うのは、事業計画を策定した小規模事業者や「経営聞き取り分析シート」・「景気動向調査」・「アンケート調査」などの分析結果から販路開拓支援が必要であると判断した場合や巡回時等の相談内容から判断する。

### (事業内容)

(1)小規模事業者は、個別での新製品・新技術等の開発へ至ることが難しいばかりか、経営資源として保有している技術・アイデアといった有効な情報を活用できていないのが現状である。そのため、当所は「SUZUKA産学官交流会」(※)を組織し産学官の連携を活性化させ、新製品や新技術等の開発促進を目的に活動している。小規模事業者には同会に参画を促し、教育研究機関や異業種企業との交流などを通じて、経営資源の有効活用や新製品・新技術の開発に向けた研究を進められるよう支援を行う。

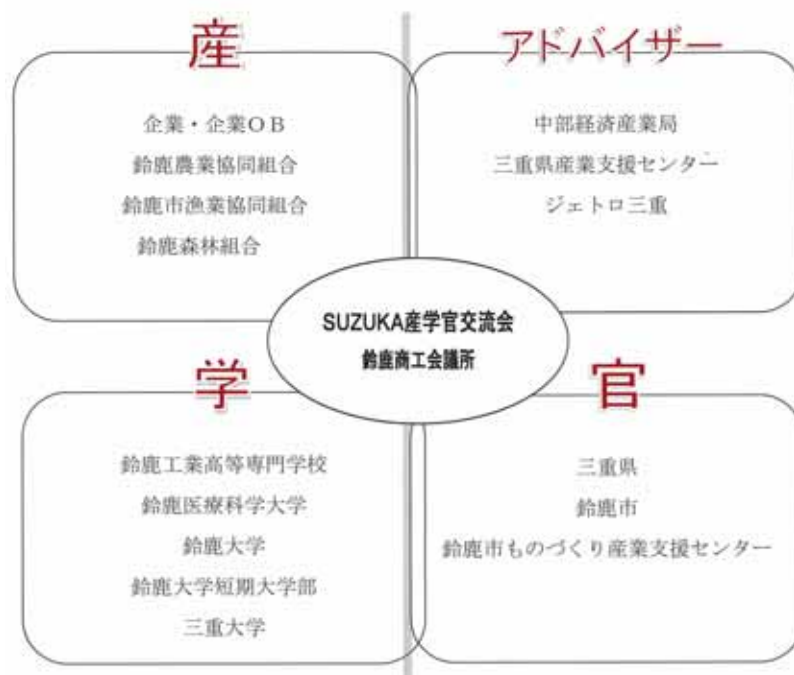
### ※SUZUKA産学官交流会

当市には、自動車産業を中心とする多数の製造業が立地し、長年に亘って培われた高度な技術力が集積されている。また、市内及び近隣地域には、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・三重大学等の特色ある教育研究機関が立地している。そこで、産・学・官で連携し、新製品・新技術等の開発を促進することを目的として、当会は平成11年7月に設立された。当地域の小規模事業者から新製品・新技術などを誕生させ、県下屈指の“産学官連携組織”として認知されており、直近では、農業・水産業・林業などとの連携も促進し、地域資源を活用した新製品開発や6次産業化等にも取り組んでいる。また、三重県が主催する総合見本市「みえリーディング産業展」には、当会で取りまとめを行い、第1回より共同出展を行っている。(現在の会員数は99社・団体)

(産学官交流会で開発・研究した実例)

- ・地元水産業者とあられ製造業者とのコラボレーションによる、伊勢湾産のコウナゴを使用した「鈴鹿小女子あられ」の開発。(実績：商品単品として、年間約1,000個販売し、売上は約300千円増加)
- ・鈴鹿大学・鈴鹿大学短期大学部、鈴鹿農業協同組合、地元飲食店などとの連携による「鈴鹿バーガー」の開発。
- ・伊勢型紙業者と地酒製造業者との連携による伊勢型紙文様を地酒のラベルデザインに起用。(実績：取引先が約10%、対前年比売上が約5%増加)
- ・伊勢型紙業者とオートバイ部品製造業者との連携による、「伊勢型紙文様のiPhoneアルミケース」・「伊勢型紙文様のアルミ製名刺ケース」の開発。



(2)当所では、インターネットを利用し、液晶モニターを使って様々な情報を流せる広報システム「デジタルショーケース」をロビーに設置しており、店舗や観光地などの情報を画像としてランダムに放映している。(来訪者の希望により情報の検索も可能)。小規模事業者はこのシステムを利用することにより、自社の事業内容や製品・技術等をリアルタイムにビジュアルでPRすることが可能であることから、このシステムを有効活用するように勧めていく。液晶モニターは、市役所の他、集客力の高い4施設に設置しており、高いPR効果が期待できるとともに、放映する映像は、より多くの商品情報やサ

ービス内容を提供できるよう季節毎に内容を変更するよう指導している。

(目標)

項目	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
掲示事業所件数	22	24	26	28	30

→  
商  
工  
会  
議  
所  
ロ  
ビ  
ー  
に  
設  
置  
の  
「  
デ  
ジ  
タ  
ル  
シ  
ョ  
ー  
ケ  
ー  
ス  
」  
用  
モ  
ニ  
タ  
ー



(3) 小規模事業者の取組内容（新製品・新サービスなど）を当所の会報・ホームページから情報発信を行う仕組みを構築すると共に、発信すべき情報内容等の支援を行う。また、「ザ・ビジネスモール」(※)等商取引サイトへの登録を勧め、これを利用することにより自社の技術のPRや販路開拓などがスムーズに行えるよう支援する。

(目標)

項目	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
ザ・ビジネスモール等登録件数	31	33	35	37	39

※ザ・ビジネスモール

商工会議所・商工会が共同運営する日本最大級の企業情報サイト（大阪商工会議所が事務局）。現在約 24 万社が登録しており、「自社の技術・強みを知ってもらいたい、販路を拡大したい」など、小規模事業者の様々な経営課題の解決を目指している。

(4) 当地域の最大の特長であるモータースポーツ「F1」のイベントに合わせ、市民と観光客をメインターゲットとした「得得（とくとく）クーポン」（平成 27 年度実績：B3 両面 2 色刷、62,000 部、掲載事業所 65 件）を発行する。自社商品やサービスなどを市・県内外にPRすることを目的とし、割引や粗品プレゼントのクーポン券を一つにまとめ掲載したチラシで、新聞折込の他、鈴鹿サーキット園内や近鉄白子駅案内ブース等で配布する。また、掲載店は「F1 サポートショップのぼり（チェッカー柄）」を店頭に掲揚することで、集客を図り、来店客数の増加へつなげる。小規模事業者にとっては、知名度アップ・販路拡大などプラスの影響が大きいので、参加・活用を促す。また、チラシ掲載による販促効果について調査を行い、各店舗の状況を把握・分析するとともに、その結果をフィードバックすることにより、今後の販促活動を指導・支援する。

(目標)

項目	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
掲載事業所件数	65	65	65	65	65
得々クーポン発行回数	1	1	1	2	2

→ 「得得(とくとくとく)クーポン」のチラシ



(5) 「三重県内の企業等と商談や取引をしたい」という販路開拓を目指す小規模事業者には、三重県と連携し、「みえリーディング産業展」(※)へ出展支援を行う。当所の部会事業として行うことで、費用が軽減される(当所が負担する)仕組みを整える。

「東海地方や日本国内の企業等と商談や取引をしたい」という広範囲の販路拡大を目指す小規模事業者には、名古屋商工会議所と連携し、最先端の技術・サービスや新製品開発にも触れられる日本最大級の展示会「メッセナゴヤ」(※)へ出展支援を行う。「三重県内で獲れた食材等で作った商品を全国的に販売したい」という小規模事業者に対しては、「三重テラス」(※)での販売支援を行う。

(目標)

項目	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
みえリーディング産業展 出展支援件数	11	11	12	12	12
メッセナゴヤ出展支援件数	1	1	2	2	2
三重テラスへの出展支援件数	14	14	15	15	15

※みえリーディング産業展

三重県が主催となり、三重県の中小企業を中心に、県内外から地域資源を活用した産業や先端産業など多様な分野の方が一堂に集まり、各中小企業が魅力を発信する「三重県最大級の総合見本市」。平成27年には第13回を迎え、全11ゾーンに約200団体が出

展し、来場者数は2日間で4,800名を超えた。「新結合」のきっかけとなる有益な情報交換や交流の場として、商談や新たなビジネスチャンスを提供している。



←「みえリーディング産業展」の  
出展風景

#### ※メッセナゴヤ

愛知県・名古屋市・名古屋商工会議所で構成される実行委員会が主催する日本最大級の異業種交流会。製造業・サービス業・各種団体・情報通信業など幅広い分野の中小企業が出展。出展者は愛知県だけでなく岐阜県・三重県など東海地方をはじめ、日本全国・世界から1,300社超が集結。平成27年には第10回を迎え、来場者数は4日間で63,800名を超えた。中小企業が自らの新しい製品・サービス・技術を展示し、広く情報発信をすることで、ビジネスマッチングがより活発に行われることが期待されている。

#### ※三重テラス

三重県の首都圏営業拠点（アンテナショップ）として東京都中央区日本橋に2013年9月28日にオープンした複合施設で、三重の「食」・「風土」・「歴史」・「伝統」・「文化」などの様々な魅力を伝える約1,100点の商品などを展示・販売等している。

(6)「メイド・インSUZUKA応援補助金」(※)について、当所のHP等で積極的な活用を周知・PRすると共に、希望者には、申請書の書き方などのアドバイスを行う。

#### ※メイド・インSUZUKA応援補助金

鈴鹿市の中小企業等が鈴鹿市の地域資源を活用した新商品の開発や販路開拓を行う事業に対し交付されるもので対象事業は2つある。1つは鈴鹿市の地域資源を活用し新たに商品の開発を行う「新商品開発事業」で、補助率は補助対象経費の50%（10万円以上50万円以内）である。もう1つは鈴鹿市の地域資源を活用した商品の魅力を高め市内外のマーケットで通用するブランド力を確立するため販路開拓を行う「販路開拓事業」で、補助率は補助対象経費の50%（10万円以上90万円以内）である。

(7) 海外向けの事業展開を検討している小規模事業者については、当所の部会等で実施している海外視察への参加を促すと共に、具体的な事業展開については、JETROと連携し、必要な情報の収集・提供を行い、販路開拓の支援を行う。

## ・地域経済の活性化に資する取組

(1) 鈴鹿のイメージが商品に反映されており、素朴な持ち味、鈴鹿に伝わる伝統や味・製法などで、鈴鹿らしさを生かした質の高い優良な食の産品はもとより、食以外の伝統工芸の伊勢型紙のデザインやチェッカー柄を使った製品なども今後「鈴鹿ブランド」として認定、当所の会報やホームページなどの情報発信を行う。主なものとして、

- ・ 鈴鹿産の小麦及び鈴鹿抹茶・緑茶粉末を練り込んで仕上げた「鈴鹿抹茶めん」。
- ・ 伊勢型紙の伝統工芸士が表面に金箔をあしらった「伊勢型紙金箔かすていら」。
- ・ 市内で唯一の酒蔵が地元のお米で醸す地酒「鈴鹿川」。
- ・ 江戸時代からある伝統的な素朴な和菓子「小原木」など。

(目標)

項目	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
鈴鹿ブランド認定件数	29	30	30	31	32



(2) 観光集客特別委員会（市、観光協会、漁協、鈴鹿サーキット、市内大型店、公共交通機関など観光に関連した団体・企業を中心に構成した当所内委員会）等を年数回開催し、鈴鹿ブランドの認定や土産づくり（鈴鹿名物育成事業）などに取組。

(3) 鈴鹿ブランドの認知度の向上を図るため、市内大型店（イオンモール鈴鹿など）で試食販売会を開催。その他、イベント時に出店・PRを行い、観光集客とともに「地産地消」を図る。

- ・ 「JA鈴鹿農協まつり」に販売ブースを出店する。
- ・ F1開催時に鈴鹿サーキット園内の当所青年部ブースでPRする。
- ・ 三重県商工会議所連合会主催の三重テラス（※）での商談会に参加する。
- ・ 三重県観光交流会（※）のイベントに出店する。

(目標)

項目	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
イベント出店回数	3	4	4	5	5

※三重テラス

三重県の首都圏営業拠点として東京日本橋に2013年9月28日にオープン。「三重県への旅のきっかけ・準備する場」、「三重県への共感を呼ぶ・三重県ファンづくりの場」「三重県民・県出身者などが“自分ごと”として活用できる場」をコンセプトにした複合施設。1階は三重県の産品約1,000点が並ぶショップと三重県の自慢の食材が味わえるレストラン、2階が多目的ホールとなっている。

※三重県観光交流会

平成26年度は「三重の森の恵み」をメインテーマに、メディアや旅行会社などの関係者に本年の三重県の注目トピックスを紹介し、更なる魅力発信につなげていくことを狙いとした。また、県内市町や観光事業者等が一同に会し、各々の魅力をPRすることで、現在実施中の「三重県観光キャンペーン～実はそれ、ぜんぶ三重なんです！～」の一端として、三重観光の魅力を体験する場を提供している。

(4)小規模事業者に向けた産学官連携やコーディネート等を積極的に展開し、地元の食材や伝統産業等の地域資源を活用した新製品を開発する。

(事例)

- ・地元水産業者とあられ製造業者とのコラボレーションによる、伊勢湾産のコウナゴを使用した「鈴鹿小女子あられ」の開発。
- ・鈴鹿大学、鈴鹿大学短期大学部、鈴鹿農業協同組合、地元企業との連携による、鈴鹿発の新野菜「セイロン瓜」を活用した「セイロン瓜入り蔵人のごはん味噌」や「セイロン瓜カレー」等の開発。
- ・鈴鹿大学、鈴鹿大学短期大学部、鈴鹿農業協同組合、地元飲食店との連携による、「鈴鹿バーガー」の開発。
- ・鈴鹿工業高等専門学校との共同研究による芍薬の消臭抗菌効果を活用した「学校制服」や「消臭ミストピオニッシュ」の開発。
- ・鈴鹿工業高等専門学校と伊勢型紙業者との連携による、伊勢型紙の文様のデジタルデータ化による保存と活用の研究。

→ 伊勢型紙文様のアルミ製名刺ケース



← 伊勢型紙文様のiPhoneアルミケース

- ・伊勢型紙業者と地酒製造業者との連携による、伊勢型紙の文様のラベルデザインへの活用。
- ・伊勢型紙業者とオートバイ部品製造業者との連携による、「伊勢型紙文様の iPhone アルミケース」や「伊勢型紙文様のアルミ製名刺ケース」の開発。

(5)「モータースポーツのまち＝鈴鹿」をPRするためのチェッカーフラッグ柄を活用した事業を推進する。

当所青年部は、長年にわたり鈴鹿サーキットにて、「鈴鹿8時間耐久レース（以下『8耐』）」の開催時期に、国内最大級の交通安全啓蒙パレード「出会いふれあいフェアバイクであいたいパレード」を、F1の開催時期に、本市へ来たモータースポーツファンと「まち」をつなぐ活動を行ってきた。今後、更に「モータースポーツのまち＝鈴鹿」をPRするため、チェッカーフラッグ柄を活用した以下の事業を行う。

- ・当所が製作した「チェッカーフラッグ柄ピンバッジ」の着用及び配布。
- ・市内の物産店での「チェッカーフラッグ柄の包装紙」の使用の推進。
- ・「チェッカーフラッグ柄のネクタイ」の着用によるイベントへの参加。
- ・「チェッカーフラッグ柄の車両用ステッカー」の作成。
- ・「チェッカーフラッグ柄ののぼり旗」の作成及び各種イベント時に掲示。

→  
チェッカーフラッグ柄の  
ピンバッジとネクタイ



(6)「モータースポーツのまち＝鈴鹿」をPRするためのランドマークエリア創造事業を推進する。(5)と同様に、モータースポーツ及びF1を愛している市民と本市を訪れた世界中の人々との交流の場の“創造”を行うため、F1の表彰選手（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本市の玄関口である近鉄白子駅に設置する。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、過去に鈴鹿で開催されたF1の記録(日付・選手名・タイム・チーム名・国籍)を刻印する。

(7)全国的にも、地元食材を使用したいわゆる「ご当地グルメ（B級グルメ）」が注目を集めている中、当所では飲食部会を中心とした「鈴カレーグランプリ」（※）等を開催することにより、地産地消の必要性を訴えるとともに「食」をテーマとした観光集客を図り、地域の活性化につなげる。

※鈴カレーグランプリ

鈴鹿の新しい名物を模索していた際、①国民食として人気があり、レシピの自由度が高



く、低コストで商品開発ができること、②食材としてふさわしいー肉・野菜・卵ーなどが鈴鹿で多く生産していること、③「鈴鹿」を逆から読むと「鹿鈴(カレー)」になること、などから「カレー」をご当地グルメ（B級グルメ）にすることを決定した。

平成 24 年より、当所飲食業部会を中心に「カレー粉（市販のルーも可）と鈴鹿産の食材を 1 品以上使用」を要件とし、「鈴カレーグランプリ」を毎年開催している。

通常は「F 1 ウィーク」だが、平成 26 年は、鈴鹿ハンターにて、11 月 9 日に開催。今回の出店は、7～8 月に鈴鹿市内の飲食店 40 店舗で開催した「鈴カレースタンプラリー」の人気投票の上位の 12 店舗で、値段は 1 食 200 円、各店舗 250 食を用意。

来場者に 3 店舗程度のカレーを食べてもらい、気に入った店舗に「鈴」を投票、その数でグランプリなど上位 3 店舗を決定した。（来場者数は約 3,000 人）



↑ 鈴カレーグランプリに並ぶ来場者

(8) 青年部・女性部が行う「若手後継者育成事業」を支援する。

①当所青年部は、市内商工業の若手経営者等で組織され、中小企業の総合的振興・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のため、様々なイベントやセミナーの開催及び他都市の青年部と連携した活動など、以下のような事業を実施している。

- ・毎月 1 回、例会を開催し、様々なテーマの講演会などを行う。（過去のテーマ）「未来につながる健康管理」、「真のモータースポーツの街でみた鈴鹿の地域文化振興の大いなるヒント」、「地域特性を活かした地域ブランドの創造」など。
- ・「出会いふれあいフェアバイクであいたいパレード」を行う。8 耐ファンと市民・企業・行政が一体となって「感動の共有」を目指し、「モータースポーツのまち＝鈴鹿」にふさわしい交通安全とマナーアップを推進し、継続的な地域経済・モータースポーツの活性化を図るため、市内バイクパレードを実施。出発会場の鈴鹿ハンターの駐車場周辺では、市内産品展示即売会や協力・協賛企業の PR（飲料サンプリング配布等）及び同趣旨に賛同する店とのコラボした事業の開催（「ツイッター割（ツイッターの提示による割引）」、8 耐ウィークに協賛店のみ利用できる「地域振興券」の発行、市内観光案内マップ作成など）。
- ・F 1 観戦来訪者を対象に、鈴鹿の特産品やグルメ等 PR イベントを開催する。

②当所女性部は、女性ならではの視点で、鈴鹿の魅力のPRに努め、女性経営者育成及び自己研鑽のため、ネットワークづくりや交流活動、様々なテーマの講演会や勉強会を実施する。尚、過去のテーマは、「健康を支える食とは何か」、「伊勢型紙の現状と今後の課題」など。

## ・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組

### 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

(1) 中小企業診断士等の専門家、三重県中小企業・小規模企業振興条例に基づく三重県版経営向上計画への取組を促進するために配置された地域インストラクター、産業支援センターに設置されたよろず支援拠点コーディネーターなどの支援機関と連携して小規模事業者の支援にあたることで、経営指導員の支援力向上を図る。また、支援ノウハウ等の情報交換を行い、それを経営カルテに記載・蓄積し、経営指導員間で情報共有することで効率的な支援を目指す。

(2) 金融機関（経営革新等支援機関）などと「支援機関連絡会議」を年1回以上開催。各機関より支援の実例・ノウハウ・課題などの情報交換を行う。

(3) 日本公庫等支援機関との経営改善貸付推薦団体連絡協議会（年2回開催）で、各地域の経済動向や創業などについて情報交換を行う。また、日本公庫と共同で、資金繰りや融資に関することをワンストップで解決するための相談会「一日公庫」を年2回開催し、管内の小規模事業者の資金需要に応える。

(4) 中小企業相談所長会議（年4回程度開催）をはじめ、様々な県下商工会議所の会議等に出席し、県内の小規模事業者への支援について情報共有を行う。

(5) よろず支援拠点のコーディネーター、地域インストラクター、三重県の商工担当者、県下商工会・商工会議所の経営指導員等によるネットワーク会議（年3回程度開催）で、事例研究や情報交換を行い、支援力向上を図る。また、県下の経営指導員等が現在支援している販路拡大・商品開発・創業などの事例を持ち寄り、数名によるグループ討議（分科会）を実施し、課題解決の糸口を模索したり、新たな気づきを発見したりすることで、経営指導員等の支援力向上を図る。

(6) 産業支援センター、金融機関、三重大学、三重県工業研究所、県下商工会議所などによる中小企業支援機関等連携促進会議（年2回開催）で、特に知的財産における支援ノウハウ等について情報交換を行う。また、管内の小規模事業者のために「産業財産権相談会」を定期的で開催し、弁理士による特許権・実用新案権・意匠権・商標権などに関するアドバイスをを行う。

(7) 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、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共に、その支援ノウハウ等について情報交換を行う。

### 2．経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 日本商工会議所・三重県商工会議所連合会が主催する研修会への出席に加えて、中小企業大学校が主催する研修会や連携している金融機関が主催する行員との共同研修会に経営指導員が年1回以上参加することで、売上・利益の確保することを重視した支援能力や事業融資の支援能力の強化を図る。

(2) 経営発達支援事業の円滑な実施のため、当所に小規模事業者から相談があった場合、経営指導員等が直接指導・助言を行う他、多様化・複雑化する経営課題を解決するため、ネットワークを活用し、相談内容にマッチした支援メニューを連携者が提供することにより、総合的なサポートが受けられ、様々な支援制度を活用できるようにする。

主に日本公庫・保証協会・金融機関からは融資、中小企業診断士・社会保険労務士・税理士等からは専門かつ高度なもの(経営改善・労務・税務等・・・専門家派遣による)、産業支援センター〔よろず支援拠点〕・当市からは施策(補助金)などについて、当所と連携し小規模事業者の事業計画の策定や実施を支援する(他の経営革新等支援機関との連携は、主に県内の商工会議所・商工会との情報交換)。また、販路開拓や地域活性化等についても、連携者と情報を共有することにより、支援ノウハウを集約し、希望する小規模事業者に対して支援する。

(3) 平成 26 年 10 月、研修について連携協定を締結した第三銀行の行員(職員)向け研修会に、経営指導員が参加する。これにより、金融機関からの融資の見方等を学習すると共に当所のキャッシュフロー重視の考え方など意見交換を行い、相互のスキルアップ並びに、方向性を統一し小規模事業者に協同で支援にあたる。

(4) 研修会で習得した支援ノウハウについては、後日経営指導員にフィードバックすることで共有を図るとともに、小規模事業者の経営状況の分析結果等についても、必要に応じて一般職員に情報提供し共有を図る。

(5) 税務・労務・法律など支援に必要な最低限の基礎知識の習得を目的とし、税理士・社会保険労務士・弁護士等を講師とした「職員研修会」を年 1 回以上開催、経営指導員他、一般職員も参加することで全職員が支援できる体制の構築を目指す。

(6) 若手経営指導員については、税務相談や補助金相談などにおいて、ベテラン経営指導員とペアで小規模事業者の支援にあたることで指導ノウハウを学ぶなど、OJTを活用し伴走型支援能力の向上を図る。

### 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

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) 地域経済に精通している中小企業診断士等による有識者会議を年 1 回以上開催、事業の遂行状況・成果を把握し、評価及び計画とずれがないかなどの検証を行う。

(2) 幹部会議(毎月 1 回開催)にて、評価及び検証に基づき、目標・計画の見直しを行う。

(3) 事業の成果・評価・見直しの結果については、正副会頭に報告し、承認を受ける。

(4) 事業の成果・評価・見直しの結果を当所のホームページ(<http://www.scci.or.jp>)で、計画期間中公表する。

(別表 2)

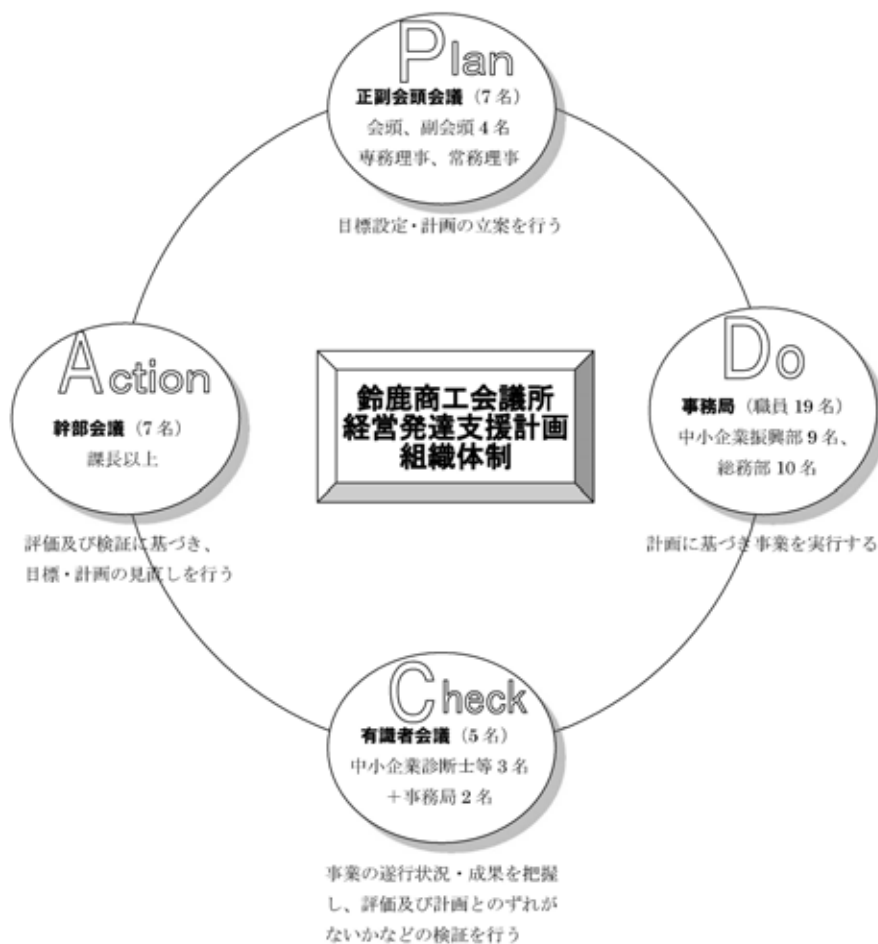
## 経営発達支援事業の実施体制

### 経営発達支援事業の実施体制

(平成 27 年 4 月 1 日現在)

#### (1) 組織体制

経営発達支援事業の目標設定・計画の立案を行うのは「正副会頭会議【7名】」(P l a n)、その計画に基づき事業を実行するのは「事務局【職員 19 名 (中小企業振興部 9 名、総務部 10 名)】」(D o)、事業の遂行状況・成果を把握し、評価及び計画とのずれがないかなどの検証を行うのは「有識者会議【中小企業診断士等を含む 5 名】」(C h e c k)、その評価及び検証に基づき、目標・計画の見直しを行うのは「幹部会議【7名】」(A c t i o n)を組織体制とし、P・D・C・Aサイクルで、上手く回していくようにする。



#### (2) 連絡先

鈴鹿商工会議所 中小企業振興部

〒513-0802 三重県鈴鹿市飯野寺家町 816

T E L : 059-382-3222

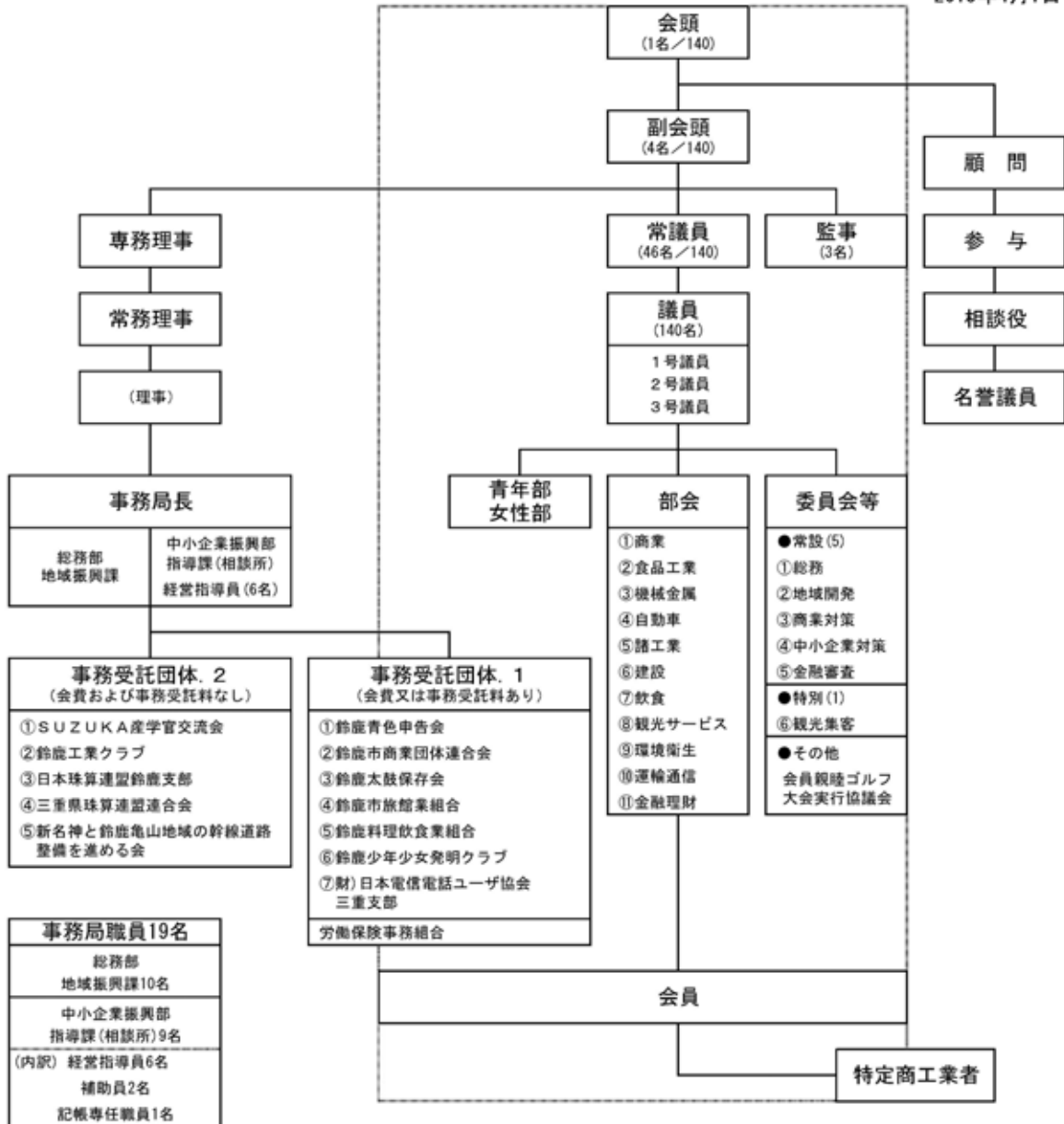
F A X : 059-383-7667

E-mail : [soudan@scci.or.jp](mailto:soudan@scci.or.jp)

U R L : <http://www.scci.or.jp>

# 鈴鹿商工会議所 組織図

2015年4月1日



(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)

	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
必要な資金の額	79,340	80,133	80,934	81,743	82,560
小規模企業対策費(中小企業相談所)	44,020	44,460	44,904	45,353	45,806
地域振興事業費	35,320	35,673	36,030	36,390	36,754

(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、国補助金、県補助金、市補助金、事業受託費、参加費

(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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
<p>経営発達支援事業の円滑な実施のため、当所に小規模事業者から相談があった場合、経営指導員等が直接指導・助言を行う他、多様化・複雑化する経営課題を解決するため、ネットワークを活用し、相談内容にマッチした支援メニューを連携者が提供することにより、総合的なサポートが受けられ、様々な支援制度を活用できるようにする。</p>
連携者及びその役割
<p>(連携者)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 鈴鹿市 市長 末松則子 鈴鹿市神戸 1-18-18 TEL059-382-1100</li> <li>・ 日本政策金融公庫四日市支店 支店長 坂番勝太郎 四日市市元町 9-18 TEL059-352-3121</li> <li>・ 三重県信用保証協会 会長 安田敏春 津市桜橋 3-399 TEL059-229-6021</li> <li>・ 三重県産業支援センター 理事長 山川進 津市栄町 1-891 TEL059-228-3326</li> </ul> <p>(役割)</p> <p>主に日本政策金融公庫・三重県信用保証協会・金融機関からは融資、中小企業診断士・社会保険労務士・税理士等からは専門かつ高度なもの（経営改善・労務・税務等・・・専門家派遣による）、三重県産業支援センター〔よろず支援拠点〕・鈴鹿市からは施策（補助金）などについて、当所と連携し小規模事業者の事業計画の策定や実施を支援する。（他の経営革新等支援機関との連携は、主に県内の商工会議所・商工会との情報交換）また、販路開拓や地域活性化等についても、連携者と情報を共有することにより、支援ノウハウを集約し、希望する小規模事業者に対して支援する。</p>
連携体制図等
<p style="text-align: center;">《経営発達支援ネットワーク》</p>



