

平成 29 年度 川崎商工会議所 経営発達支援計画 実績報告

1. 目 的

平成 26 年 6 月の「小規模事業者支援法」一部改正に伴い、小規模事業者の事業の持続的発展を支援するため、商工会及び商工会議所が、小規模事業者による事業計画の作成及び実施、地域活性化にもつなげる取組を促進するために作成する支援計画のうち、小規模事業者の経営の発達に特に資するものについて経済産業大臣が認定した計画

2. 認 定 日 平成 29 年 3 月 17 日

3. 実施期間 平成 29 年 4 月 1 日～平成 34 年 3 月 31 日

4. 本計画に記載事業の実施状況及び成果について、毎年度、評価・検証を行う。

5. 事 業

[達成度／S：100%以上 A：80%～99% B：30%～79% C：30%未満]

内 容	目 標	実 績	達 成 度
1. 地域の経済動向調査に関すること			
(1) 商工会議所の L O B O 調査 (調査事業所数)	10	10	S
(2) 中小企業景況調査 (調査事業所数)	80	80	S
(3) 川信「中小企業動向調査」の情報収集と活用	4 回	4 回	S
(4) 統合調査分析結果	1 回	1 回	S
2. 経営状況の分析に関すること			
(1) 簡単財務分析診断シートによる分析件数	300	165	B
(2) 経営自己診断システムを活用した分析件数	175	134	B
(3) 外部専門家による本格的経営分析件数	10	12	S
3. 事業計画策定支援に関すること			
市内事業者に対する事業計画策定件数	175	140	A
4. 事業計画策定後の実施支援に関すること			
事業計画策定後フォローアップ件数※初年度につき判定せず	700	148	—
5. 需要動向調査に関すること			
(1) 消費者需要動向アンケート調査の実施	300	306	S
(2) 調査結果に基づく個社支援の実施	25	41	S
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること			
(1) 「B u yかわさきキャンペーン」事業による販路開拓支援	118	152	S
(2) 「川崎ものづくり商談会」による商談成立件数	150	175	S
(3) I T を活用した販路開拓支援事業者数	150	171	S

(4) 国際化に向けた販路開拓支援	10	11	S
(5) OB人材を活用した販路開拓事業	10	7	B
(6) メディアを活用した販路開拓のためのプロモーション支援	26	26	S
7. 地域経済の活性化に資する取組			
(1) かわさき市民祭りへの名産品等他販促取組からの出展数	10	24	S
(2) ものづくりブランド（認定製品累計）	100	121	S
(3) 地域活性化支援商店街	22	19	A
(4) エリアプロデュース事業	6	5	A
8. 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み			
<p>(1) 日本政策金融公庫川崎支店との定期的な連絡協議会・勉強会を各年2回、神奈川県信用保証協会との勉強会を年1回、中小企業施策推進委員連絡会議を年2回開催し、経営指導員と外部金融機関及び業界・団体代表による意見交換などを実施し情報交換を行った。また、かながわ中小企業支援プラットフォームとの連携による情報交換を随時行っている。</p> <p>(2) 神奈川県商工会議所連合会の「小規模事業者経営力向上支援事業」に7名の経営指導員が参加し、スーパーバイザーのアドバイスを受けながら、各種補助金の申請や伴走型支援について研修を行った。</p>			

6. 事業に対する意見

- (1) 日 時 平成30年6月13日（水）
- (2) 場 所 川崎商工会議所 会議室

事業評価委員意見

- (1) 小規模事業者の支援を的確に行うために地域の状況を計画に基づき適切に実施されており、経営指導員の巡回およびホームページを通じた情報提供と活用に努めていると考えられる。
- (2) 小規模事業者における経営改善において事業計画の策定は非常に重要なポイントである。セミナーや補助金申請等を通じておおむね目標を達成されている。継続的な活動とフォローアップが期待される。
- (3) 川崎発の名産品・土産品に対する市場調査をアンケートで実施し、小規模事業への経営指導員の積極的な姿勢が個社支援の目標をクリアする実績につながったと考えられる。
- (4) 研修を通じた経営指導員の資質向上の取り組みが評価される。今後実践での活動を通じて一層の顧客満足とレベルアップが期待される。

7. 今後の事業方針

(1) 日 時 平成30年6月15日(金)

(2) 場 所 川崎商工会議所 会議室

事務局経営発達支援計画検討委員意見

平成29年度目標件数が未達成であった項目も含め、年度毎の目標件数の達成を目指し、件数だけでなく小規模事業者が支援によって得た成果(アウトカム)を出すことに主眼を置いていく。更に客数の増加や売上、利益のアップ等結果として表れる様、事業計画の策定やその後のフォローアップを積極的に行い、組織一体となった伴走型支援を実践していく。