

本報告書は、秦野商工会議所経営発達支援計画の事業実施について秦野商工会議所が作成した「経営発達支援計画実施事業報告書（令和４年４月１日～令和５年３月３１日）」に基づき外部専門家委員として報告書にまとめたものである。

１．総合評価

２０２２年度は、新型コロナウイルス感染症（以下、コロナ）に対し、社会的な意識や行政等の対応策が緩和される方向に変化する中で、イベントや事業者支援でもコロナの状況を見つづ柔軟な対応を行った。秦野商工会議所経営発達支援計画実施事業の評価を総括的に整理すれば、下表の自己評価の通り、ほぼ目標をクリアしており、その成果は評価できる。

表１．自己評価一覧表

数値目標を達成できた (A 基準)	☐ 地域の経済動向調査に関すること ☐ 経営状況の分析に関すること ☐ 事業計画策定支援に関すること ☐ 事業計画策定後の実施支援に関すること ☐ 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ☐ 経営指導員の資質向上等に関すること
数値目標を概ね達成できた (B 基準)	
数値目標を半分程度しか達成できていない (C 基準)	
目標をほとんど達成できなかった (D 基準)	☐ 需要動向調査に関すること

2. 事業別にみた評価

(1) 地域の経済動向調査に関すること

秦野市を把握する意味で、国のビッグデータ（RESAS）を活用することは評価できる。その結果をホームページに掲載されることで、閲覧の機会が増えるとともに、市内の消費者動向を把握したい事業者にとって活用しやすいという利便性が向上した。

また、景況調査で、今回より「飲食業」を追加した。「商業」の括りでは業種の幅が広すぎるため、調査結果にどうしても偏りが出たが、飲食業を加えたことで、より細かい分析が可能となることが期待される。

事業者への景況感に関するアンケートでは WEB 入力方式を採用するなど、「手軽さ」を感じられるツールの活用により回答率を向上させる検討が今後の課題と思われる。

(2) 需要動向調査に関すること

新商品開発等の調査で残念な結果となった。コロナ禍から十分抜け出せていない中で、コロナによる影響が多く残り、目の前の課題への向き合い方を模索する事業者が多く、新商品への開発まで眼が届かないことが原因と思われる。今後のフォローアップを通じて、事業者自身が新商品開発や新しい販売先の必要性を感じていただけることが、当該項目のクリアにつながると思われる。

自己評価では「D」としているが、5社に対して事業者別の需要動向調査を実施しており、その評価は厳しいと思われる。

(3) 経営状況の分析に関すること

コロナ禍で状況が不確定な中、セミナーを集約して実施したことは評価できる。セミナーの中身は起業して間もない方に絞り、自社の経営分析や事業計画策定の話をするだけでなく、事業者一人ひとりにフィードバックを行ったことは、今後の成長、発展を考えたときに効果的である。

(4) 事業計画策定支援に関すること

当所独自の「ステップアップ経営塾」では、参加者はやる気を感じられ、効果が高かったものと評価できる。4回のセミナーが終了した後も個別支援をされた事業者もあり、創業して間もない事業者が抱える課題が把握できた。「需要動向調査」の対象企業に「ステップアップ経営塾」の参加者が選定されるなど、セミナーと支援という事業の連動性が発揮され、「伴奏支援」の1つのあり方として参考になる事例と思われる。

開業サポートセミナーは、コアなファンをつくるためのコンセプトづくりを学んだが、リピート客を作り出すのは難しい中で、事業者自身で考えてもらうということは、一方通行なセミナーが多い中で評価できる。

DX セミナーは、今年度より DX・IT 活用の個別相談会を始め、事業者にとって DX

や IT 活用を身近に感じてもらうことが、今後のセミナー開催への足掛かりになると思われる。

(5) 事業計画策定後の実施支援に関すること

事業計画を策定後、そのまま放置せずフォローアップを行っていることは評価できる。事業者にとっても大変心強いと推察できる。頻度も目標値を大きくクリアしており、経営指導員の方の努力も窺えた。売上増加事業者数、利益 2 % 以上増加の事業者数は、残念ながら目標値をやや下回ったものの、世の中はコロナ禍の影響を受けており、その中での実績数は評価に値する。今後も、事業者に寄り添った伴走型支援が望まれる。

(6) 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

コロナ禍が長引く中で、イベント関係も実施可能かどうかを測りづらく、苦慮されたと思う。新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、今年度も秦野市商工まつりは中止となった。いっぽう、今までのランチのみからディナーも加え、新しくなった「秦野にぎわいグルメフェスティバル」では参加店が感染防止対策を徹底しながら開催し、その売上増加事業者数では前年より 22 件上回る 32 件となった。

また、工業関連の展示会、テクニカルショウヨコハマについては 12 社の企業が参加し、5 件の成約に至った。新たな事業としても DX につながる取組みとして「はだの LINE でつながるスタンプラリー」を開催し、参加店舗の約半分にあたる事業者が売上増加につながった。

商流や物流が停滞する中で困惑している事業者が多い中で、WEB を活用して少しでも秦野市の経済や事業者の活性化につながる取り組みを行ったといえる。

(7) 経営指導員の資質向上等に関すること

神奈川県商工会議所や中小企業大学校が行う研修へのオンラインを活用した積極的な参加、毎年変わる補助金制度の研修会は評価に値する。環境が不確定な中、日々最新の情報を取り入れることは事業者にとっても有益であり、的確な事業者支援につながると考えられる。

今後キャッシュレス化がますます進んでいく中において、経営指導員が電子商品券事業に参加することは、事業者にとって心強いことだと思われる。デジタル化が進んでいく中で、後れを取る事業者が出てくることも想定される。そんな事業者にも手を差し伸べるのが、市内の DX 化推進を一層進めることができる要素となるであろう。

以上