

平成 3 1 (令和元)年度
焼津商工会議所 経営発達支援計画
事業報告書兼事業評価書

令和 2 年 5 月

目 次	1 ページ
I 経営発達支援事業	
1. 地域の経済動向調査に関する事	2 ～ 3 ページ
2. 経営状況の分析に関する事	4 ページ
3. 事業計画策定支援に関する事	5 ページ
4. 事業計画策定後の実施支援に関する事	6 ページ
5. 需要動向調査に関する事	7 ～ 8 ページ
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事	9 ～ 12 ページ
II. 地域経済の活性化に資する取組	
1. 地域経済の活性化に資する取組	13 ～ 14 ページ
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事	15 ～ 16 ページ
2. 経営指導員等の資質向上等に関する事	16 ～ 17 ページ

委員評価基準

- A評価：目標に達していて、事業成果が認められる
- B評価：目標に達しているが成果としては向上の余地がある
- C評価：目標・成果ともにさらなる向上を期待する
- D評価：目標達成のための改善が必要
- E評価：事業の見直し又は、廃止

総合評価の基準

- | | |
|----------------------|-------------------------|
| 各項目評価のA評価が80%以上 | A評価：目標に達していて、事業成果が認められる |
| 各項目評価のA評価が70%以上80%未満 | B評価：目標・成果ともにさらなる向上を期待する |
| 各項目評価のA評価が70%未満 | C評価：目標達成のための改善が必要 |

経営発達支援事業の内容及び実施期間 (2019年4月1日～2020年3月31日)

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

(事業内容)

① 志太地区内経済状況の活用

データ：焼津信用金庫が毎月公表するデータをベースに四半期ごとに集計・グラフ化

調査項目：世帯・人口、雇用、焼津魚市場取扱高・カツオの平均単価など。

活用方法：小規模事業者や創業者支援を実施する上でのひとつの指標として活用

ホームページに掲載し管内小規模事業者への情報共有

掲載場所：焼津商工会議所ホームページ 地区内経済状況

2019年 1月～ 3月 2019年 5月掲載

2019年 4月～ 6月 2019年 8月掲載

2019年 7月～ 9月 2019年11月掲載

2019年10月～12月 2019年 2月掲載

2020年 1月～ 3月 2020年 5月掲載予定

※1月～3月分については、3月分のデータを集計後の掲載のため新年度となる。

② 商工会議所早期景気観測：LOBO調査

調査対象：18件

内 訳：建設業2件、飲食業1件、宿泊業1件、卸売業3件、小売業4件、製造業5件（食品3件・機械2件）、流通業2件

調査項目：当月の業況・売上・採算・資金繰り・仕入単価・従業員の状況を前年同月との比較、3か月後の見通し等の調査及び月毎にテーマを設定して付帯調査を実施

活用方法：本調査について、日本商工会議所がまとめた集計結果から、経営指導員等が関東地区の状況及び当地区の状況を比較・分析。結果は、依頼企業にはデータ又は紙媒体で報告、管内事業者には商工会議所ニュース及びホームページで周知した。

掲載場所：焼津商工会議所ホームページ早期景気観測調査（LOBO調査）

原則毎月掲載（調査翌月掲載） 4月～12月

調査結果より全国の傾向と焼津市内の傾向について記載

全国の調査結果（日本商工会議所）のページをリンク

会報掲載：2019年 1月～ 3月 7月号掲載

2019年 4月～ 6月 8月号掲載

2019年 7月～ 9月 10月号掲載

2019年10月～12月 2月号掲載

2020年 1月～ 3月 4号掲載予定

※3月分の全国結果の公表が4月のため、ホームページへの掲載は、新年度となる。

③ 個人事業者の財務状況実態調査

調査方法：確定申告個別指導期間に青色申告決算書をデータベース化する。

調査対象：個人青色申告事業者で青色申告特別控除65万円を受けている者

調査項目：売上、原価、控除前所得、人件費、借入金残高

活用方法：経営指標（全国）と比較し当地区の状況を把握する。

個人小規模事業者支援において同業種の数値と比較する。

分析手法：業種別の財務データを単年、経年（3年間）で比較を行う。

結果公表：ホームページ、会議所ニュースに掲載

2019年度：過去3年間（H28～30）のデータを焼津市と全国で比較した。

調査対象者を卸売業、小売業（食品・その他）、製造業（食品・その他）、建設業、飲食業、サービス業他の8分類に分けて売上高と原価率、売上高と営業利益率をグラフ化して比較、他の調査項目については表にして比較。

調査比較対象の全国データは、中小企業実態基本調査実績速報を使用している。

(数値目標)

項 目	現状	2018年度 実績	2019年度 目標	2019年度 実績	2020年度 目標
①志太地区内経済状況の分析回数	未実施	3	4	4	4
②L O B O対象件数	16	18	18	18	18
①②の調査結果の開示回数	11	17	16	16	16
個人事業者の財務状況実態調査実施回数	1	1	1	1	1
個人事業者の財務状況実態調査実施事業者数	151	148	150	147	150
個人事業者の財務状況実態調査結果のHP等での公表回数	未実施	0	1	1	1

事業評価委員からの評価等

①志太地区内経済状況の分析回数	A評価
②L O B O対象件数	A評価
①②の調査結果の開示回数	A評価
個人事業者の財務状況実態調査実施回数	A評価
個人事業者の財務状況実態調査実施事業者数	C評価
個人事業者の財務状況実態調査結果のHP等での公表回数	A評価

審査員からのコメント

①志太地区内経済状況の分析回数
目標値に達したことは評価できる

②L O B O対象件数
目標値に達したことは評価できる

①②の調査結果の開示回数
目標値に達したことは評価できる

個人事業者の財務状況実態調査実施回数
目標値に達したことは評価できる

個人事業者の財務状況実態調査実施事業者数

個人青色申告事業所数は何先か？（回答265件）、分母数によってはさらなる向上を期待する。

目標値に達したことは評価できる。

会計ソフトによる記帳及び決算書作成を指導し、事業者自ら確定申告ができることが理想であり、目標件数には達していないが、事業成果としては達成できている。

個人事業者の財務状況実態調査結果のHP等での公表回数

目標値に達したことは評価できる

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

小規模事業者に自社の市場におけるポジションを把握してもらい、経営課題(定数面・定性面)を明確にして次の段階(事業計画の策定、新たな需要の開拓)に向けた基盤固めとします。巡回及び窓口相談を通じて個社の経営状況の分析結果を把握しておく重要性を小規模事業者に認識させます。

2019年度の実績	企業数	相談回数	相談者全体
伴走型支援に係る経営状況の分析	36企業	53回	
うち専門家派遣による支援	8企業	18回	
その他の経営状況の分析			
①マル経融資 推薦企業件数	17企業 (8企業)	19回	(相談者33企業)
②小規模事業者向け補助金	34企業	46回	(相談者58企業)
③事業承継支援	10企業	10回	(相談者19企業)
④経営革新計画(認定)	2企業	5回	(相談者4企業)

経営状況分析は、相談内容に合わせ経営者へのヒアリングをベースに現状分析(SWOT分析)を行い経営課題等の問題点を抽出、必要に応じ、財務内容のローカルベンチマークを活用した分析、業種別審査事典の活用し同業他社との比較など具体的根拠を示しながら分析を行った。(分析のレベルは相談者により異なります)

経営者に、自社の現状、強み、環境の変化、財務状態などを改めて理解してもらい経営課題の解決、事業の継続的發展のための支援を進めた。

(数値目標)

項目	現状	2018年度 実績	2019年度 目標	2019年度 実績	2020年度 目標
経営状況分析事業者数	15	14	15	36	15
その他の経営状況分析事業者数	60	19	60	63	60

事業評価委員からの評価等

経営状況分析事業者数	A評価
その他の経営状況分析事業者数	A評価

審査員からのコメント

経営状況分析事業者数

調査対象の事業者数が、2018年度14社から2019年度36社へと大幅に増加。その努力は評価できる。

小規模事業者が自社の経営状況の分析結果を把握することは大変重要なことであり、多くの事業者がその重要性を認識できるよう引き続き指導をお願いしたい。

その他の経営状況分析事業者数

そのほかの経営分析企業数も、2018年19社から2019年度63社へと大きく増加した。その努力は評価できる。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

経営分析を行った小規模事業者及び事業の先行きが不透明、事業の見直しを行いたい小規模事業者に対し、ビジネスモデルの再構築のため、事業計画の策定支援を行い、持続的経営のための短期、中長期的ビジョンを持たせます。

2019年度の実績	企業数	相談回数	相談者全体
伴走型支援に係る事業計画の策定支援	24企業	35回	
うち専門家による派遣支援	5企業	11回	
その他の事業計画の策定支援			
①マル経融資	9企業	10回	(相談者33企業)
②小規模事業者向け補助金	25企業	35回	(相談者58企業)
③事業承継支援	1企業	1回	(相談者19企業)
④経営革新計画	2企業	5回	(相談者4企業)
⑤創業支援	30企業	50回	(相談者40名)
⑥事業計画作成セミナー	1回	15人	
※WEBセミナー受講アクセス件数は、3,290件(前年度+629件)			

事業計画の策定支援は、経営者の作成・イメージした事業計画プランを経営分析した結果を踏まえて、経営者とともに、より具体化、実現化させて実効性のあるものにブラッシュアップを行いました。(事業計画の作成レベルは、相談事業により異なります)

(数値目標)

項目	現状	2018年度実績	2019年度目標	2019年度実績	2020年度目標
事業計画の策定企業数	未実施	18	5	24	5
その他事業計画策定企業数	30	34	40	68	40

事業評価委員からの評価等

事業計画の策定企業数 A評価

その他事業計画策定企業数 A評価

審査員からのコメント

事業計画の策定企業数

2018年度18社から2019年度24社へと増加。その努力は評価できる。

今後の事業の計画を、より実効性のあるものとして具体化する取組は、持続的経営を図る上で必要不可欠なものであると考えるため、引き続き多くの事業者への働きかけを行っていただきたいと思ひます。

その他事業計画策定企業数

2018年34社から2019年度68社へと大きく増加した。その努力は評価できる。

今後の事業の計画を、より実効性のあるものとして具体化する取組は、持続的経営を図る上で必要不可欠なものであると考えるため、引き続き多くの事業者への働きかけを行っていただきたいと思ひます。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

事業計画に記された目標（定性面、定量面）においてスケジュール通りに進んでいるかを巡回・窓口指導を通して定期的に確認を行い、刷新、見直しをして事業の継続性を図り当初計画の実現につなげる。

2019年度の実績	企業数	相談回数
伴走型支援に係るフォローアップ	14企業	18回
その他の事業計画の策定支援		
①マル経融資	7企業	15回
マル経利子補給	3企業	3回
②小規模事業者向け補助金	13企業	37回
③事業承継支援	3企業	3回
④経営革新計画	2企業	2回
⑤創業支援	2企業	3回

事業計画策定後の実施支援（フォローアップ支援）は、当初の事業計画をベースに進捗状況と効果の確認と必要に応じて財務状況の確認及び計画の修正・見直しを行いました。

支援回数の目標達成できていない主な要因は、支援対象が単年度の事業で終了していることで、2年目以降のフォローアップが行き届かなかったことが大きな要因となっています。

(数値目標)

項目	現状	2018年度 実績	2019年度 目標	2019年度 実績	2020年度 目標
フォローアップ支援企業数	未実施	10	5	14	5
フォローアップ支援回数	未実施	13	30	18	40
マル経・補助金等に係るフォローアップ支援企業数	30	34	40	30	40

事業評価委員からの評価等

フォローアップ支援企業数	A評価
フォローアップ支援回数	C評価
マル経・補助金等に係るフォローアップ支援企業数	C評価

審査員からのコメント

フォローアップ支援企業数

目標値を大きく上回ったことは評価できる

フォローアップ支援回数

事業計画策定時に中期目標（2～3年）を支援することで会員への支援になると考えるが。

支援対象が単年度で終了したということだが、ほぼ目標値に到達したことは評価できる。

フォローアップは、事業の効果の定着・発展を図る上では、有効なものとするため、単年度の事業が終了した後も、その後の取組状況をフォローアップするなど、対象を拡大するなどの取組は検討できないでしょうか。

対象の拡大が適当でないという場合には、フォローアップの取組に係る評価指標を見直すことも考えられないでしょうか。

事業計画の実現に向けて、フォローアップ支援は重要である。定期的にフォローアップ支援を行うことで、目標数値の達成に努める。

マル経・補助金等に係るフォローアップ支援企業数

マル経の申込件数減少が主因と思いますが、補助金、マル経のPRを積極的に行う。

上記と同様、支援対象が単年度で終了したということで目標達成には届いていない。

フォローアップは、事業の効果の定着・発展を図る上では、有効なものとするため、単年度の事業が終了した後も、その後の取組状況をフォローアップするなど、対象を拡大するなどの取組は検討できないでしょうか。

対象の拡大が適当でないという場合には、フォローアップの取組に係る評価指標を見直すことも考えられないでしょうか。

事業計画の実現に向けて、フォローアップ支援は重要である。定期的にフォローアップ支援を行うことで、目標数値の達成に努める。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

個社が提供している商品サービスに対する顧客のニーズや市場性について調査を実施し、整理分析して小規模事業者に提供することで新規顧客獲得や売上拡大につなげていきます。

(事業内容)

① 消費者モニター需要動向調査事業

調査目的：食品製造業所の販路拡大のために、商品のターゲットを把握する。
今後の改善点の確認のため、商品評価を行う。

事業期間：令和1年10月（参加事業所募集開始）～令和2年2月（報告会）
参加事業者に対する説明会 令和1年11月15日(金)15時～17時
事前調査 令和1年12月6日(金)～12月9日(月)
本調査 令和1年12月19日(木)～12月20日(金)
参加事業者に対する報告会 令和2年1月20日(月)15時～16時30分

参加事業所：3事業所

調査対象：関東地方在住の20～79歳の男女

調査商品：3事業所のまぐろの加工食品

調査方法：インターネットリサーチ

有効回答数：事前調査 20,000サンプル、本調査 834サンプル

調査実施機関：株式会社マクロミルに委託

調査内容：事前調査（スクリーニング）：販売プロモーションや商品（パッケージ等）の最適化等を行うため、各商品のターゲット像を明確化し、商品の評価を行った。

上記の情報を分析してターゲット層の仮説を立てた。その情報の分析結果と市場性等を考慮して最終的なターゲット層を絞り込んだ。

本調査：スクリーニング調査でターゲットとして抽出した層に加え、比較対象として一般層（男女20～70代）の調査を実施した。

商品別に喫食意向とその理由、魅力度とイメージ、価格バリエーション、最適価格帯等を調査した。

事業成果：本調査により各事業所が自社の強みや商品特性にマッチした適切なターゲットを絞り込むことができた。コンセプトやパッケージ、価格等、各事業所の商品課題も明確になった。

上記を踏まえ、ターゲットが明確になりニーズが確実にある市場や消費者を特定しての質の高いマーケティング戦略が策定できた。

商談成約件数4件の目標であったが、1件の成約が確定。目標数に達していない理由は、3事業所とも今回の調査で商品の見直し点が抽出されたためである。

このまま商談をしても結果には繋がらないため、現在、デザイナーに依頼し、パッケージの見直しや販売方法の見直しを行っている。

商品改良後は商談を重ねていく計画であり、長期的には商談成約に繋げていく見込み。

今後の支援：調査後のフォローアップは、当所経営指導員が継続支援している。報告会后に事業所を訪問し、調査結果を基に商品改良や販売戦略の見直し指導をした。今後、商談会への出展等を支援し、販路開拓のサポートをしていく。

② 志太3市商工会議所・商工会広域連携事業 首都圏販路拡大セミナーと商談会

主催団体：焼津・藤枝・島田商工会議所/大井川・岡部町・島田市商工会

実施目的：首都圏に販路開拓を考えている食品を取り扱う企業に対する機会の提供

開催時期：令和1年6月19日（水）

事業内容：首都圏販路開拓セミナー&FCPシートの書き方セミナー

講師：(株)大寿 代表取締役社長 大野孝将 氏

(株)販売促進研究所 代表取締役社長 杉山浩之 氏

実施場所：B i v i キャン（藤枝市）

参加事業所：全体 53名（焼津 14人）

内容：首都圏への販路開拓を目指す企業に神奈川県川崎市でスーパーを多店舗展開する

(株)大寿との商談会商談会参加を目的に大野社長の考える食と買い手が求める商品について。

商品の魅力を伝えるための伝え方、表現の仕方をFCPシートにどのように落とし込むかを学ぶ。

FCPシートの添削等は、各団体の経営指導員が行った。

開催時期：令和1年9月25日(水)

事業内容：(株)大寿との商談会

商談者：(株)大寿 代表取締役社長 大野孝将 氏

実施場所：焼津商工会議所

参加事業所：全体 12社 21商品(焼津 5社 9商品)

個別相談：FCPシート作成個別相談参加者 5社(小規模3社)

内 容：事前セミナー受講者の中から商談を希望しFCPシートの提出者の中から大野社長による事前書類審査通過者との商談

成 果 等：商談終了後全参加者に対するコメントを頂いた。

全体で4社4商品が受注、4社が見積提出に至った。

商談会の経験の浅い企業には、FCPシートの作成やバイヤーとの駆け引きなど今後に向けて大変参考になりました。

③ 外部データの情報収集による需要動向調査

日経テレコンの利活用拡大による支援幅の強化

日経テレコンの「POS情報」等を活用し、事業者が求めている商品開発および販路開拓に活用できるマーケット情報や売上動向等の情報収集に取り組み、「業種別」「品目別」に整理分析を行い出口戦略指導に活用します。

地域経済分析システム(RESAS)を活用した需要動向調査

小規模事業者に対して、視覚的に解りやすく需要動向情報(人口、世帯、消費、購買力等のデータ)を提供して事業計画策定や実行支援に役立てることを目的にRESAS(リサーチ)を活用します。

2019年度の実績

創業支援、事業計画策定支援を中心に必要に応じ相談者へのアドバイスの根拠として使用していますが、現状としては、活用機会は少なく模索している段階です。引き続き、効果的な活用について考えていきます。

(数値目標)

項 目	現状	2018年度 実績	2019年度 目 標	2019年度 実績	2020年度 目 標
消費者需要動向調査商品数	未実施	3	3	3	3
消費者需要動向調査依頼者数	未実施	118	110	834	100
商談会参加企業数	未実施	8	3	6	3
バイヤーアンケート調査数	未実施	8社-29人	3社-20人	6社-127人	3社-20人

事業評価委員からの評価等

消費者需要動向調査商品数	A評価
消費者需要動向調査依頼者数	A評価
商談会参加企業数	A評価
バイヤーアンケート調査数	A評価

審査員からのコメント

消費者需要動向調査商品数・消費者需要動向調査依頼者数・商談会参加企業数・バイヤーアンケート調査数
全項目とも「目標値に達したことは評価できる」

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

小規模事業者が自社の新たな取り組みや販路開拓実現のために有意義な商談会への参加と商談会参加後のフォローアップを図り持続的経営を図る。

消費者向け商品の取引をマスターさせることで脱下請け、自社商品を扱うメーカーへと発展してもらいます。

(事業内容)

販売促進計画作成講習会・個別相談会

開催日時：講習会 基礎編 令和1年8月27日(火) 14時00分～17時00分

実践編 令和1年9月27日(金) 14時00分～17時00分

個別相談会 令和2年2月12日(水) 10時00分～18時00分

講習会カリキュラム：

(基礎編)：販売促進計画作成について・広報の基礎知識・プレスリリースの作成方法・売上UPのABC戦略等

(実践編)：プレスリリースの作成・グループワーク等

講師：株式会社マジックマイスターコーポレーション

大谷芳弘氏（中小企業庁よろず支援拠点全国本部サポーター）

開催回数：講習会2回、個別相談会1回

受講人数：（基礎編） 15名（小規模企業 13社）

（実践編） 6名

個別相談会（プレスリリースフォローアップ指導） 4名

日時	場所	相談事業所		派遣者	相談内容
		業種	従業員数		
2月12日(水) 11:00～12:30	焼津商工会議所	小売	0	大谷芳弘	ターゲットの見直し、既存商品との差別化要因の抽出
2月12日(水) 13:30～15:00	焼津商工会議所	塗装工事業	7	大谷芳弘	顧客にわかりやすい自社サービスの表現方法
2月12日(水) 15:00～16:30	焼津商工会議所	サービス・小売業	0	大谷芳弘	プレスリリースの表現内容の見直し、ネーミングの見直し
2月12日(水) 16:30～18:00	焼津商工会議所	水産加工業	1	大谷芳弘	類似商品との違いを洗い出す方法

講習会・個別相談会後のフォローアップ方法：

経営指導員が、参加企業の作成したプレスリリースや相談に対して助言した。今後も継続指導していく。

個別相談会を開催し、講師がプレスリリースのブラッシュアップ指導や販売促進活動の改善指導を実施した。

成果等：

販売計画書の作成、プレスリリース資料の作成については、目標数と同数の6事業所が完成、各事業所が計画に基づき、それぞれマスコミにプレスリリース資料を送付した。

マスコミへの掲載・テレビ放映回数については、目標数 5 件に対し、新聞掲載 2 件、テレビ番組放映 1 件、ラジオ放送 1 件であった。現在取材中の事業所もあり、目標数は達成の見込みである。今後更なるマスコミへの露出により、事業者や商品の知名度向上・売上増加が期待できる。

卸売業者・小売店との商談成約件数 2 社の目標に対し 3 社（カ所）と商談が成約した。現在各事業所が商談を継続しており、今後更なる販路拡大が期待できる。

商談前セミナーと展示・商談会への出展

《商談前セミナー》

開催日時：令和 1 年 8 月 30 日（金） 13 時 30 分～16 時 00 分

カリキュラムの内容：

展示会の基礎知識・展示会に出展するメリット・展示会の効果を最大化する 7 つの NO・出展は準備と計画が 9 割等

講師：株式会社エスト・コミュニケーションズ 代表取締役 弓削 徹氏

開催回数：1 回

受講人数：3 名

個別相談：展示会の演出等個別相談参加者 3 事業所

セミナー実施後のフォローアップ方法：セミナー終了後、講師を交え参加事業所と当日の運営、役割分担等について協議した。協議をする中で、当日の運営イメージを意識していただいた。参加事業所からの質問に対し回答していくことで、事業所の展示会前の不安や疑問点は解決した。

セミナー開催の成果：セミナーで事前準備や当日の対応方法、展示会終了後の対応方法等について学ぶことができ、展示会当日は円滑な運営ができた。

《展示・商談会》

展示会名：第 14 回地方銀行フードセレクション

日時：令和 1 年 9 月 19 日（木） 10：00～17：00

令和 1 年 9 月 20 日（金） 10：00～17：00

開催場所：東京ビッグサイト 南 1～4 ホール

出展社数：3 事業所

来場者数：13,412 人

展示会出展後のフォローアップ方法：現在、各社商談を継続している。商談中の案件が 29 件と多いが、商談先の絞り込みや商談方法等で継続的に助言をしている。

展示会の成果等：

商談件数 45 件、アンケート調査数 90 件の目標は達成し、126 件のアンケート調査を実施した。調査では、味や容量等のバイヤーニーズを収集した。

また、パッケージや使いやすさ等の改善点等も把握できた。これらの改善点は、各事業所が商品改良や、販売促進時に活用している。

ヒアリング調査では、商談先をランク付けした。「急ぎ営業訪問先」が 11 件、「営業訪問を打診する先」が 29 件と、好感触の商談見込み先が多かった。

その後各事業所が見込み先と商談を重ね、商談成約目標 4 件に対し、商談成約が 10 件と大きな成果であった。

売上目標の対前年売上額 3% 増加に対しては、商談成約後売上に反映されるまで時間が掛かることもあり、即効的な数字としては反映されなかった。事業期間が短いため、指標とし

て短期間では売上額を目標値としないほうが適切であった。

しかし、今回の事業を通じ佃煮製造業者が1社との取引成約分だけで年間200万円以上の売上見込みが立つなど、小規模事業所にとっての効果は大きかった。

新規成約先の売上が今後の事業発展に繋がることを期待できる成果であった。

④ 当所が共催・後援をしている商談会等（しんきんビジネスマッチング静岡、静岡県内全15商工会議所合同個別商談会）への出展支援を行います。

しんきんビジネスマッチング静岡／しんきんフェア静岡

開催趣旨：信用金庫の取引店を通じた希望先と面談の事前調整を活かした商談会

来場者数：12,000人 前年比 80%

出店者数：364社・団体

2019年度実績

開催日 令和1年10月29日 10時00分～17時00分

会場 ツインメッセ静岡 北・南館

出展状況 商談会への参加企業 小規模事業者 7社 水産食品関係 1社

特産販売会への参加企業 小規模事業者13社 水産食品関係 10社

近年の傾向は、商談会で販路拡大よりも特産品販売ブースに出店し直接消費者への購買を求める傾向が強い。

商談会参加者全体へのアンケートの結果、名刺交換の平均は、17枚、商談成約見込み企業は58%でした。

静岡県内全15商工会議所合同個別商談会

開催趣旨：「県内外に新たな販路を開拓したい」、「バイヤーと商談したいけれどアポイントが取れない」、「自社商品を積極的に販売していきたい」方の商談希望商品を登録し、バイヤーによる事前確認で商談の確認が取れたものに対する事前予約制の個別商談会

2019年度実績

開催日 令和1年11月12日（火） 9:00～17:00

会場 静岡商工会議所静岡支所 5階ホール

参加事業者 3社（中小企業者） 全体 72社 241商談

商談方法 事前マッチング制、個別面談方式 1商談30分(商談20分+入替10分)

※職員が同席し事業者のサポートを行う

参加バイヤー

県内 ー食品・雑貨ー食品のみー 15社

商業施設、百貨店、専門店、PA・SA…3店舗、通販・PA・SA、百貨店、通販・食品卸、スーパー、商業施設、食品卸

県外ー食品・雑貨ー、ー食品のみー 12社

専門店、PA・SA、駅ビル、通信販売、食品卸、専門店

商談数 A社… 2商談、B社… 4商談、C社… 2商談、 計 8商談

※ 参加者は、すべて中小企業であったため成果件数には含めていない。

⑤ ザ・ビジネスモールへの登録

大阪商工会議所が運営するITを活用した販路開拓支援への登録を促進し、営業マンがいな、時間がないという小規模事業者の商談機会を拡大させ販路開拓・販路拡大へとつなげていきます。

2019年度実績

登録件数123件 前年比較 17件増加

1件売り込み提案に対し1件の商談開始があった。

商談交渉をしたが成約には至らなかった。

登録者の増加に向けて新規会員に入会時にビジネスモールの説明を行い、登録を進める。既存会員には、会報でパンフレットを送付し登録を喚起しています。

(上記事業のための情報発信)

- ① 巡回、ホームページ、フェイスブック、会報等を通じて、共催・後援をしている商談会等（しんきんビジネスマッチング静岡、静岡県内全15商工会議所合同個別商談会）の開催情報を発信します。
- ② 巡回、ホームページ、フェイスブック、会報等を通じて、管内小規模事業者が販路開拓のために国内の商談会等に出展する際に必要となるノウハウの事前対策セミナー及び商談会後の商談相手に対するフォローアップ個別相談会についての情報発信をします。

2019年度の実績

展示会・商談会等の情報の提供

ホームページ 13回 / フェイスブック 3回 / 会報封入等 8回

需要開拓に関する情報提供

ホームページ 16回 / 会報封入等 4回

ホームページ、フェイスブック、会報掲載などの情報発信により、ザ・ビジネスモールの登録や商談会等への参加につながっている。

(数値目標)

項目	現状	2018年度 実績	2019年度 目標	2019年度 実績	2020年度 目標
商談会参加事業者数	7	8	10	7	10
上記商談件数	10	59	15	49	15
上記商談のうち成約件数	未確認	8	5	11	5
ザ・ビジネスモールへの登録企業数数(累計)	22	106	40	123	50
上記商談成約件数(単年度)	0	0	2	0	2
事前対策セミナー実施回数	未実施	1	1	5	1
事前対策セミナー参加企業数	未実施	8	12	20	12
個別相談会参加企業数	未実施	6	6	10	6
情報発信実施回数(巡回除く)	4	23	12	44	12

※商談会参加事業者は、15商工会議所合同個別商談会への小規模事業者の参加がなかったこととしんきんビジネスマッチング静岡への参加者が7社あったが本事業の対象となる食品産業が1件に留まったことから目標値に達しなかった。

※ザ・ビジネスモールについては、とりあえず登録はするが、現状では積極的な売り込みへと進んでいない状況です。

事業評価委員からの評価等

商談会参加事業者数	C評価
上記商談件数	A評価
上記商談のうち成約件数	A評価
ザ・ビジネスモールへの登録企業数数(累計)	A評価
上記商談成約件数(単年度)	C評価
事前対策セミナー実施回数	A評価
事前対策セミナー参加企業数	A評価
個別相談会参加企業数	A評価
情報発信実施回数(巡回除く)	A評価

審査員のコメント

商談会参加事業者数

焼津水産ブランド商品先への参加を積極的に依頼、1 ブース何社かでの合同参加（水産ブランド商品で）
ほぼ目標値に到達した。

商談会の参加は、販路拡大の機会を単独では確保しにくい小規模事業者にとって有用なものであるため、積極的な参加を促すとともに、事業者にとって参加しやすいよう工夫できる余地があれば、検討をお願いしたいと思います。また、食品産業事業者のみを対象とする目標としている点について、事業者のニーズと乖離が生じているということであれば、目標の見直しも含めて検討してはどうかと思います。

参加事業者数は、目標に達していないが、商談件数及び成約件数で成果が出ていることから、評価できる。商談会への参加の呼びかけを丁寧に行う。

上記商談件数

目標値を大きく上回ったことは評価できる。

上記商談のうち成約件数

目標値を大きく上回ったことは評価できる。

ザ・ビジネスモールへの登録企業数（累計）

目標値を大きく上回ったことは評価できる。

上記商談成約件数（単年度）

成約に至らなかったとはいえ、商談が開始されたことは大きな成果であったと思います。

他の商工会議所で商談成約事例があれば、成約情報を収集し、今後の商談参加者に生かしていけないか。

商談成立に向けたアプローチを再設計したほうが良いかも知れません。

新型コロナウイルス感染症を踏まえて示された新しい生活様式を踏まえれば、ネット上で商談ができるサービスであるザ・ビジネスモールは、単に遠隔地の企業と商談ができるという以上の価値を持っていると考えられるため、この機に会員にも積極的な活用を促していただきたいと思います。

事前対策セミナー実施回数

目標値を大きく上回ったことは評価できる。

事前対策セミナー参加企業数

目標値を大きく上回ったことは評価できる。

個別相談会参加企業数

目標値を大きく上回ったことは評価できる。

情報発信実施回数（巡回除く）

目標値を大きく上回ったことは評価できる。

II. 地域経済の活性化に資する取組

① 焼津みなとまつり実行委員会

水産加工品を中心とした地場製品のPR、販売促進に向けて「オール焼津」の組織で水産業の振興に取り組んでいます。

2019年度の取組状況

平成31年度 第65回焼津みなとまつり

開催日 平成31年4月14日(日)9時30分～15時30分(商店街10時～15時)

開催場所 焼津内港旧魚市場 商店街

来場者数 18,000人余

出店者数 110店舗(市外24 市内86)

実行委員会開催 平成30年7月3日～平成31年3月28日 4回開催

事業内容

実行委員会による冷凍カツオ・水産加工品等の地場産品が当たる抽選会、水産加工品販売やマグロ解体ショー、マグロ重量当てクイズ、みどりの福引抽選会(鉢植え・球根・花の種)などの水産振興、地域の活性化のための企画のほか、実行委員会参加団体による独自の企画で(おでん無料配布、スタンプラリー、駿河丸一般公開、鯉一本釣り体験、漁業資料館特別公開、3×3ストリートバスケットボール大会、焼津八丁櫓の展示、お楽しみ広場、ステージイベント)焼津の漁業・水産加工業の普及・促進が図られました。

次年度に向けた実行委員会の開催 令和1年7月3日～令和2年3月18日までに4回開催
令和2年4月12日の開催に向けて、イベント内容等を計画してきたが新型コロナウイルス感染症拡大による影響を重要視して開催中止を3月の実行委員会で決定しました。

② 焼津市水産業クラスター協議会

さかなの町焼津として、水産食料品の付加価値化や認知度向上を目指し「オール焼津」となって地域経済の活性化に向けて取り組んでいます。

2019年度の取組状況

協議会の開催 令和1年7月 2日(火)

令和2年2月26日(水)

焼津水産ブランドの認定

認定企業件数 30企業・1高校

認定商品数 61商品(含同一シリーズ商品4品)

令和1年度新規認定商品数 一般申請 6企業 8商品

焼津水産ブランド認定証書授与式(令和1年度の認定) 令和2年3月25日

認定商品のPR活動

- ・焼津水産ブランドホームページ
- ・焼津市カレンダーへの広告掲載
- ・焼津水産ブランド一般審査員募集ポスターの作成 100枚
- ・イオンリテール(株)イオン焼津店に出展
 - 「うまいもの静岡」 8月2日～4日 7企業
 - 「17周年祭」 11月8日～10日 5企業1高校
- ・富士山静岡空港 しずおかマルシェでの販促 7企業1高校
- ・JR焼津駅内の「焼津地場産品展示コーナー」での商品PR 2ブース8企業(入替制)
- ・商談・展示会への出店補助 申請企業 1企業
- ・焼津みなとまつりへの出店補助 4月14日(日) 4企業
- ・焼津さかなセンター内(一社)焼津市観光協会ブースへの展示 12企業
- ・焼津水産ブランドシールの販売 販売数 181,000枚

- ・焼津水産ブランド販促カードの配布（焼津水産ブランド認定商品の販促カード）

当所の役割である焼津市水産業クラスター協議会の運営、焼津水産ブランド認定審査会の開催焼津水産ブランドの認定商品の管理、焼津水産ブランド認定商品の普及、・販路拡大・PR活動が年間を通じて実施できました。

PR活動の成果として、ブランド認定企業数 2 社、認定商品数 7 商品、焼津水産ブランドシール販売が 3 5 5 0 0 枚前年度よりも増加することができました。

③ 中心市街地活性化推進会議

中心市街地の活性化及び焼津駅南側の再開発について市、事業者、住民等が共通の認識で 5 年後、10 年後の持続的に発展するまちづくり計画に取り組めます。

2019 年度の実行状況

焼津市中心市街地活性化推進会議（第 4 回）

開催日時／場所 令和元年 7 月 24 日（水）15 時～ 焼津市役所 603 号室

出席者

委員：商工会議所、漁業協同組合、市商店街連合会、地元自治会観光協会、青年会議所、金融機関、ホテル旅館組合、学識経験者（大学）、行政

オブザーバー：焼津警察署、タクシー会社、農協、銀行、漁港管理事務所、バス会社

アドバイザー：中心市街地活性化推進アドバイザー

事務局：焼津市

内容：推進会議では、第 1 回推進会議以降の経過報告及び議題として、活性化実現に向けた事業について、焼津市新庁舎、ターントクルこども館の建設進捗状況について、まちづくり勉強会及び駅南口再開発事業の進捗状況について協議された。

現状：平成 30 年 12 月に焼津駅南口の再開発事業が正式発表され、焼津駅南口 A-1 街区市街地再開発準備組合が設立。今後、都市計画の決定、事業組合の設立認可に向けて進む。

商工会議所の役割：焼津市中心市街地活性化推進会議への委員派遣、中心市街地活性化基本計画推進委員会を設置し、市担当者から中心市街地活性化推進会議の内容報告を受け、商工会議所として情報の共有を図り、中心市街地の再開発事業等に関する意見集約を行い、持続的に発展できる中心市街地となるよう商店街等と連携・協力し事業の実現に向け要望・提案等を進めていく。

事業評価委員からの評価等

- | | |
|-----------------|------|
| ①焼津みなとまつり実行委員会 | A 評価 |
| ②焼津市水産業クラスター協議会 | A 評価 |
| ③中心市街地活性化推進会議 | A 評価 |

審査員からのコメント

①焼津みなとまつり実行委員会

焼津市内における様々な機関を統合する「オール焼津」の組織において、必要な情報共有や調整機能を果たし、合理的且つ効率的な事業運営が行われている。

実施に向けての苦労は多い事とは思いますが、今後も焼津市の産業を PR することのできる取組としていただければと思います。

焼津市を代表する春のイベントとして市民だけでなく市外からも多くの来客がある。焼津の魅力を知っていただく機会を提供している。

②焼津市水産業クラスター協議会

焼津市内における様々な機関を統合する「オール焼津」の組織において、必要な情報共有や調整機能を果たし、合理的且つ効率的な事業運営が行われている。

引き続き本事業を通じて、焼津ブランドを更に県内外に発信し、販路拡大に繋げていただくことを期待しています。

認定企業が積極的にブランドシールを商品に貼ってくれるようになり、販促効果があがっているように思う。引き続き販路拡大、PR 活動の充実に期待する。

③中心市街地活性化推進会議

関係する連携組織によって、合理的且つ効率的な事業運営が行われている。

中心市街地の活性化は、市全体で一丸となって進めていく必要があるものであるため、引き続き、持続的に発展するまちづくりに向け、民間の知見・アイデアを発信いただきたいと思います。

焼津駅南口の再開発準備組合の設立や駅前通りに3丁目ガーデンに店舗がオープンするなど、少しずつではあるが動き始めている。市役所新庁舎やこども館の建設工事が牽引となって、さらに中心市街地の活性化が進むことが期待される。

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 志太3市商工会議所・商工会広域連携相談事業

狙い：焼津市、藤枝市、島田市の商工会議所、商工会6団体による小規模事業者に対する販路開拓支援を中心とした現状・課題の把握のための打ち合わせ会と共通課題の解決のための志太経営塾（セミナー）の開催

2019年度の実績

参加者 焼津・藤枝・島田の商工会議所、商工会の経営指導員等

会議 担当者会議 6回開催

内容 2019年度事業及び2020年度事業について

事業 「首都圏への販路開拓」

セミナー1 2019年6月19日

①大野屋が考える日本の食と買い手が求める商品とは

講師 (株)大寿 代表取締役社長 大野孝将 氏

②商品の魅力の伝え方・表現の仕方

講師 (株)販売促進研究所 代表取締役社長 杉山浩之 氏

参加者 全体 53名(当所会員 14名)

商談会 2019年9月25日

(株)大寿との商談(食料品)

参加者 12事業所(当所会員 5事業所)

事業 新たなビジネスモデルの構築

セミナー 2019年7月3日・10日・18日

会社が生き残るために今何をすべきか

新たなビジネスモデルを創出し次なる経営戦略の一步を踏み出しませんか

講師 ヒロパートナーズオフィス 代表 五島宏明 氏

参加者 全体 延べ68名(当所会員 延べ14名)

成果等：商談終了後、全商談品に対するバイヤーコメントを頂き各社の商品の方向性を見ることができた。全体で4社4商品が受注、4社が見積提出に至った。

商談会の経験の浅い企業には、FCPシートの作成やバイヤーとの駆け引きなど今後に向けて大変参考になった。

新たなビジネスモデルの構築に参加した企業は、現状からの脱却や事業承継に

向かい新たな方向性をどのように考えるか勉強になった。

② 日本政策金融公庫との情報交換会

日本政策金融公庫主催による公庫職員と中部地区商工会議所・商工会との情報交換会
2019年の実績

開催日 第1回 2019年6月14日
第2回 2020年1月30日

参加者 静岡市～御前崎市間の商工会議所・商工会の経営指導員等

会場 日本政策金融公庫静岡支店 会議室

内容 静岡支店管内の商工会議所・商工会におけるマル経の推薦状況
日本政策金融公庫国民生活事業の取り扱い制度資金について
静岡支店管内の商工会議所・商工会の実施事業の取組状況について
マル経融資の活用推進についての意見交換など

当所主催による経営指導員・補助員・マル経審査委員と公庫職員による情報交換会

開催日 2020年3月9日

※本年度は、役員改選もあり3月の開催予定でありましたが新型コロナウイルス感染症の
拡大により開催を見合わせました。

成果等 公庫の取り扱う制度の確認や中部地区商工会議所、商工会の金融支援の動向など
の確認を職員へ共有させることができた。

③ 静岡県信用保証協会との情報交換会

信用保証協会主催の保証協会職員と中部地区商工会議所経営指導員との情報交換会
2019年の実績

開催日 2019年10月11日

参加者 静岡・焼津・藤枝・島田の商工会議所経営指導員等

会場 静岡県信用保証協会静岡本店 会議室

内容 信用保証の現状、協会の取引等利用状況等について
中部地区4商工会議所の金融支援、地域の動向等について

成果等 保証協会の利用状況等を職員間で共有させることができた

事業評価委員からの評価等

- | | |
|-------------------------|-----|
| ① 志太3市商工会議所・商工会広域連携相談事業 | A評価 |
| ② 日本政策金融公庫との情報交換会 | A評価 |
| ③ 静岡県信用保証協会との情報交換会 | A評価 |

審査員からのコメント

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

近隣の商工会議所及び商工会との連携、並びに主な金融機関との連携を通じて、必要な情報共有
や調整機能が果たされている。

他の支援機関とは日頃から連携を密にし、きめ細やかな事業者への支援を行えるよう、引き続き
情報交換を行っていただきたいと思います。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(研修事業の内容)

2019年度の経営指導員等の資質向上のための取組は、県連合会主催の必須研修、日本商工会議所、中小企業大学校などが主催の任意研修及び内部研修会への参加が7人の補助対象職員で75回あり、中期行動計画の目標数値4回/年(1人)に対し2.7倍の結果となり昨年度に引き続き補助対象職員の資質向上に対する目的が十分に達成されました。

また、貿易関係証明業務やBCP指導者養成講座など新たな人材への研修が進み、支援体制の幅が広がりました。

① 静岡県商工会議所連合会が実施する必須研修会への参加

経営指導員研修 一般コース	7/11・12	3名
	7/23・24	2名

研修内容 中小企業強靱化法と経営指導員支援のポイント、小規模支援法の改正案等、消費税軽減税率等について、県の商業振興施策、小規模企業のIT支援の進め方

経営指導員研修 特別コース

事業計画策定支援 10/16・17 2名

IT活用支援 11/11・12 1名

事業継続計画策定支援 11/18・19 1名

補助員研修 12/ 5・ 6 1名

研修内容 消費税軽減税率制度・新税率消費税申告書の作成・キャッシュフロー
コミュニケーション・調整力向上

記帳専任職員研修 11/26 1名

効果的な記帳指導の実施、経営支援に活かす記帳・税務指導

法定経営指導員研修

中小企業診断基礎研修1・2 12~2月 5名

行政事務研修 12~2月 5名

災害リスクマネジメント研修 12~2月 5名

県下経営安定特別相談室商工調停士研修会(富士宮CCI) 8/7 1名

県下経営安定特別相談室商工調停士研修会(焼津CCI) 2/14 3名

② 中小企業大学校が開催する研修会への参加

専門研修 顧客に愛される高収益な会社づくりの支援 10/23~25 1名

③ 日本商工会議所が開催する一般職員、経営指導員向けの研修会への参加

G S 1事業者コード登録受付業務担当者説明会 5/24 1名

消費税軽減税率対策窓口相談等事業オンラインセミナー

(制度概要学習編) 6/4 6名

消費税軽減税率対策窓口相談事業経営指導員向けブロック別研修会

(直前対策編) 6/5 1名

商工会議所貿易関係証明業務担当者研修会 7/8~10 1名

経営支援分析力向上研修会(進捗管理指標の設定と策定法) 8/22・23 1名

関東ブロック中小企業支援先進事例普及研修会 10/21 1名

消費税軽減税率対策窓口相談事業経営指導員向けブロック別研修会

経理処理対策編 11/22 1名

11/29 1名

オンラインセミナー(簡単にできる動画撮影と編集の基本) 12/ 4 5名

景気に関する調査担当者研修会 1/28 1名

マネーフォワード操作研修会 2/ 6 1名

④ 各支援機関が主催する勉強会、情報交換会等への参加

創業支援担当者向け初任者研修 5/21 1名

事業承継支援スキル向上研修会 6/18 2名

モラロジー道経一体セミナー 7/18 1名

BCP指導者養成講座	10/7・24・11/7・21・12/5	1名
創業支援担当者向けテーマ別研修会	12/4	1名
青申会商工会等合同年末調整研修会	11/25	5名
青申会商工会等合同確定申告研修会	1/22	6名
小規模事業者支援データ活用研修（BIZミル研修）	2/6	6名
事業継続力強化支援計画策定支援説明会	2/6	1名

事業評価委員からの評価等

- | | |
|-----------------------------------|-----|
| ①静岡県商工会議所連合会が実施する必須研修会への参加 | A評価 |
| ②中小企業大学校が開催する研修会への参加 | A評価 |
| ③日本商工会議所が開催する一般職員、経営指導員向けの研修会への参加 | A評価 |
| ④各支援機関が主催する勉強会、情報交換会等への参加 | A評価 |

審査員からのコメント

経営指導員等の資質向上等に関すること

今後参加予定の研修会についても、参加と情報共有を行ない、職員全体の資質向上を期待致します。

経営指導員の資質向上のため、様々な研修活動を施しており、その成果の共有も組織レベルで執り行われ、運営においても工夫がみられます。

事業者への支援・指導は、経営指導員の資質等に大きく左右されるため、今後も積極的な研修への参加等を行い資質向上に努めていただきたいと思います。

事業評価委員からの総合評価

総合評価

A評価：36項目中31項目がA評価であり、全体の86.1%が目標に達成している。

審査員からのコメント

設定目標に対し、きめ細かく調査・分析され、ほとんどの項目において着実に目標をクリアしていると思います。経済情勢の変化や消費者ニーズの変化にも目を配り、柔軟かつ速やかに対応しながら、引き続き事業を推進して頂きたいと思います。

目標項目が全体で26項目、目標達成項目が21項目（80.7%）、全体としてはA評価に値すると思われる。

目標未達の項目については、各事業所の向上のため支援策の改善を検討していく。

昨年度と同様に、本事業を評価するにあたり、対象企業の具体的なイメージを持つことが出来なかった点を課題として挙げる。例えば、小規模事業者とは、具体的にどのような業種を指しているのか。業種ごとに置かれるPLC（Product Life Cycle）は異なるため、総合的な共同事業の提案は難しい。勿論、商工会議所側で個別フォローをしているということは、その配慮が施されていることは推測できるが、対象企業の業種別構成割合は資料の提示が望ましい。

本年度も昨年同様、マーケットリサーチに力点が置かれている。インターネットによる東京圏の消費者調査、川崎市のローカルチェーン経営者、バイヤーの意向調査等多岐にわたっている。ターゲットと流通チャネルの流れが整理できると、さらに現実味が増し理解されやすい。是非今後はチャネル戦略の構造把握に期待する。

一つのアイデアとして、焼津商工会議所が東京圏の小売店へ、戦略イメージを提案するということも考えられる。つまり東京圏の小売店に対する戦略提案を焼津商工会議所が行うということである。

る。焼津は既にブランド力を持っており、東京圏の消費者も焼津というキーワードからマグロやカツオといった遠洋漁業を連想する。小売店側からすると、消費者への訴求が容易である。昨年と同様の意見ではあるが、将来の環境変化（5～10年先）を読み取り、それに対応した競合地域（函館や気仙沼など）のブランドデザインを読み取り、それら競合条件の中で焼津ブランドが優位性を持つコンセプトを探し出し、東京圏の小売店に提案するということである。例えば、「超高齢社会と少子化がますます進み、健康志向や質のこだわりが期待される中、伝統的な魚加工技術に裏付けられた焼津独自の食文化を召し上がってもらおう」などとすれば、商品開発、販売経路、イベント、情報発信など、様々な取り組みで、より顧客に接近することができる。消費者モニター調査やバイヤー調査に至っても、意味合いが変わることが理解できよう。

2018年度より岩本研究室は、NEXCO 中日本との連携事業を通じて、焼津地区の地域活性化モデルの開発を進めている。既に全体構造は出来上がり、2020年度は内容の充実とエリア拡大に向けた連携を構築する計画である。またこの活動は、焼津市、焼津商工会議所、大井川商工会との情報交換や調整が不可欠である。「Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組」に加えて頂けると更に良いと思う。

最後にコロナウイルスが与える業界インパクトとその対応に関して、議論を深めることが望まれる。私の専門とする研究分野は「流通システム論」だが、その観点から今後の変化を読み取れば、社会における流通機能（商流、物流、情報流など）は変わらないが、その機能を担う流通主体（製造業、卸売業、物流業、小売業など）はコロナウイルス対策に順応し合理性効率性を得た企業だけが生き残ることになると予測している。勉強会などを企画し、産業界の皆さんと意見交換ができると有意義であろう。

小規模事業者への支援として、各種事業に適切に取り組んでいただいていると考えますが、事業計画のフォローアップ支援など、個別の対応については、やや改善の余地があるように思います。また、商談会などの新たな需要の開拓に寄与する事業については、各事業者の取組や、個々の商取引に依拠する点が多いものの、事業者の参加等を積極的に促進するとともに、実現性のある商談となるよう、引き続き、支援に取り組んでいただきたいと思います。

また、地域経済の活性化に資する取組として、みなとまつりや水産業クラスター協議会、中心市街地活性化推進会議などに主体的に取り組んでおり、焼津市の活性化に必要な重要な役割を果たしていただいていると考えています。

新型コロナウイルス感染症の影響により、個々の事業者の取組のみでは、事業の継続・発展に当たって厳しい局面も生じてくることが予想されるため、会員企業の発展・地域の活性化のために、引き続き中核となる取組を期待します。

事業計画策定後のフォローアップ支援や商談会参加事業者数など一部で目標を達成できていない事業はあるが、経営状況の分析や事業計画策定支援、商談実績など成果を上げていることから、小規模事業者への伴走型支援として評価できる。小規模事業者に対して支援を続けることで、経営者の意識改革にも繋がっていくことに期待する。

次年度に向けて

委員の皆様が記入した評価・コメントは、事業を進める上で大変重要になってくるので、できる限り反映させていく。

岩本研究室のNEXCO中日本と共同研究(地域産業の活性化のため地域の優れた逸品を発掘し、東京の消費者への情報発信)の地域経済の活性化に資する取組への反映(現状は、海外の方の反応が大きい)

令和3年度からの計画作成に向けた取り組み内容の方向性について

マーケティングリサーチと実際の販売に力を入れていると思いますが、小売店に対して機能強化できる、いわゆる販売力を活かせるような提案を焼津市の方からバイヤーの方に仕掛けていった方がよい。

今現在、バイヤーに紹介して買ってもらっているがむしろバイヤーに東京圏の消費者に対してアピールできる販売力を持ったマーケティングを焼津市の方から小売店に提案されるとちょっと違ってくるのではないか

水産加工は優れているし、地域資源では「さばの糍漬」糍は、焼津ならではの食材で、糍が健康や旨味にどう影響があるのか、この食文化を東京の消費者に知ってもらい売り方をこちらから小売店に持って行くと小売店は、他の産地のものとの差別化ができ変わってくる。

新計画を作成するうえで、どの産業に対して、どのようなアプローチを行っていくかを商工会議所と市で協議検討する。