

令和 6 年度

経営発達支援計画 事業報告書

事業報告期間 令和 6 年 4 月 1 日 ～ 令和 7 年 3 月 3 1 日

焼津商工会議所

令和 7 年 4 月

■小規模事業者支援法に基づく経営発達支援計画について

平成26年に「商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律（以下「小規模事業者支援法」という。）の一部が改正され、商工会または商工会議所が行ってきた経営改善普及事業の中に、小規模事業者の経営発達に特に資するものとして「経営発達支援事業」が新たに位置づけられ、商工会または商工会議所が小規模事業者の経営戦略に踏み込んだ支援を実施する「経営発達支援計画」を経済産業大臣が認定する仕組みが導入された。

また、令和元年7月に小規模事業者支援法の一部が改正され、(1)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、(2)経済産業大臣が計画認定する際には都道府県知事の意見を聴く、(3)一定の知識を有する経営指導員が計画に関与する、といった内容が盛り込まれた。以上を踏まえ、焼津商工会議所では指針に基づき経営発達支援計画を作成し、経済産業大臣から計画が認定された。

現在は、この認定された計画に基づき、令和3年4月1日～令和8年3月31日までの5カ年計画で、事業を実施している。

経営発達支援計画事業評価委員会は、認定された計画に基づき実施した事項を、評価委員の皆様に評価・助言をしていただく場となっている。

■焼津商工会議所経営発達支援計画要約経営発達支援計画の概要

実施者名	焼津商工会議所（法人番号 9080005005417） 焼津市（地方公共団体コード222127）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	I.『水産都市としての確固たる地位の確立』 II.『経営基盤を強化し、自立した小規模事業者を輩出』 III.『生産年齢人口の減少や立地環境による企業流出の抑制』
事業内容	1. 地域の経済動向調査に関すること ①全国と管内エリアとの比較によるL O B O調査 ②個人事業所の実態調査である小規模事業者経営実態調査 ③当所分析の経済状況調査 ④焼津市と共同実施の管内景況調査 2. 需要動向調査に関すること ①当所管内の基幹産業である食品製造業者の自社開発商品の消費者動向調査 ②「地方銀行フードセレクション」等の全国規模の展示会や、地元食品商社が主催する商談会、自主開催商談会等でのアンケート調査 3. 経営状況の分析に関すること 既存の分析手法や当所独自の分析ツールを活用した経営分析 4. 事業計画策定に関すること 経営分析に基づく事業計画策定支援 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 個社の事業計画の進捗状況に応じた、計画的なフォローアップ 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①地方銀行フードセレクション等の全国規模の展示会へ出展 ②地元商談会への出展又は自主開催商談会等の開催 ③静岡県内全15商工会議所合同個別商談会への参加 ④プレスリリースによる販売促進事業の実施

1. 地域の経済動向調査に関すること

【地域の経済動向調査の考え方】

小規模事業者に対して的確な支援を行うためには、地域の経済動向を把握しておく必要がある。物価高騰、人手不足等、外部環境による経営課題は常に変化している。そのため、その時々課題に沿った調査が必要である。

適格な情報収集・分析を実施し、成果については事業所に情報提供していく。

また、市と商工会議所で調査結果を共有し、施策や事業所支援に活用していく。

【実施内容】

地域の経済動向調査を、調査対象者や調査テーマを変えて実施し、結果等を公表した。

【実施事項】

①全国と管内エリアとの比較によるＬＯＢＯ調査

調査対象：全 18 件

調査項目：毎月の業況、売上、採算、資金繰り、仕入単価、従業員の状況等を前年同月と比較 3 か月後の見通し等の調査と、月毎テーマを設定して付帯調査を実施。

調査結果：ホームページ、Facebook に掲載し会員企業、管内小規模事業者に周知した。

調査結果から経営指導員は小規模事業者の現状、課題の把握をすることができた。

②個人事業所の実態調査である小規模事業者経営実態調査

調査対象：管内小規模事業者で青色申告特別控除を受けている小規模事業者

調査項目：売上、原価、控除前所得、等

調査結果：ホームページ、Facebook に掲載し会員企業、管内小規模事業者に周知することができた。

調査結果から経営指導員は小規模事業者の現状、課題の把握をすることができた。

③当所分析の経済状況調査

調査対象：焼津市民（世帯・人口）、焼津公共職業安定所に求人を申し込んだ事業所（雇用）、焼津魚市場の水揚げ（市場取扱高）、食品製造業（練り製品生産量）

調査項目：世帯・人口、雇用、焼津魚市場取扱高、練り製品生産量

調査結果：ホームページ、Facebook に掲載し会員企業、管内小規模事業者に周知することができた。

調査結果から経営指導員は小規模事業者の現状、課題の把握をすることができた。

④焼津市と共同実施の管内景況調査等

調査対象：管内事業所約 2,019 事業所（有効回答数 229 件 有効回答率 11.3%）

調査項目：燃料価格・物価高騰の影響、離職防止の取り組み、後継者の状況、デジタル化の課題

調査結果：ホームページ、Facebook に掲載し会員企業、管内小規模事業者に周知することができた。

調査結果から経営指導員は、小規模事業者の物価高騰の影響や、デジタル化の課題等を把握することができた。

【事業結果と今後の方針】

(数値目標と実績)

項 目	申請時	R5年度 実 績	R6年度 目 標	R6年度 実 績	R7年度 目 標
① LOBO調査の公表回数	12回	12回	12回	12回	12回
② 個人事業者経営実態調査 の公表回数	1回	1回	1回	1回	1回
③ 当所分析の経済状況調査 の公表回数	4回	4回	4回	4回	4回
④ 焼津市と共同実施の管内 景況調査の公表回数	1回	1回	1回	1回	1回

全ての調査を計画通り実施し、当所のホームページやFacebookに掲載して、管内小規模事業者等に情報提供した。また、調査結果は当所の経営支援の参考資料として活用している。

焼津市との共同調査の結果からは、燃料や物価、最低賃金の上昇が続いており、価格転嫁できていない部分については、補助金としての支援を求める回答が多く見られた。また、設備導入費や設備修繕費、補助金では対象外となっているパソコン等の物品に対する支援を求める回答も多かった。

事業承継については、喫緊の課題であり、行政や商工会議所等が連携をして迅速に対応する必要がある。

2. 需要動向調査に関すること

【需要動向調査の考え方】

従来以上に消費者ニーズは大きく変化している。物価上昇の影響で、消費者は価格だけでなく、長期的な価値やコストパフォーマンスを重視するようになってきている。購入前に製品を比較する傾向が強まり、サブスクリプションや、まとめ買い等の消費行動も広がっている。このような外部環境の変化に対応した経営をしていかなければ、事業継続は難しくなる。

需要動向調査は、消費者ニーズの分析に欠かせない。しかし、小規模事業所が単独で調査するのは難しい。ターゲティング設定が適切なのかも含め、調査手法や実施手順等について伴走型の支援が必要である。

【実施内容】

高付加価値な水産商品の開発・改良支援のため、消費者需要の動向に関するマーケティング調査を実施した。

試食・アンケート調査は、展示会と自主開催商談会時にバイヤー向けアンケート調査を実施した。

【実施事項】

①消費者需要動向調査

調査事業者：3事業所

調査商品：ねぎまぐろ、本マグロの塩糍漬、まぐろ志ぐれ

調査対象者：関東地方の男女20歳～79歳（マクロミルモニタ）

事前調査 各年代の人口構成比に応じて回収（48,541サンプル）

本調査 各商品の購入意向者（927サンプル）

「買いたい」という購入意向者から 309 サンプルずつ抽出

調査方法：インターネットリサーチ

調査内容：コンセプトテスト、各商品の魅力度や訴求点、価格受容度等の調査を実施

成果物の活用：調査結果は、報告会を開催してマーケティング調査会社の担当者が助言・指導をした。具体的には、「見込まれる需要とターゲット像」、「訴求すべき価値」、「最適価格帯」、「需要拡大させるための改善点」の4点について重点的に説明した。

②「地方銀行フードセレクション 2024」でのアンケート調査

日 時：令和6年10月29日（火）10：00～17：00

30日（水）10：00～16：00

場 所：東京ビッグサイト 西1・2ホール

出展者：3事業所

アンケート結果：来場バイヤーに聞き取りのアンケートを実施

アンケート数は、A社23件、B社30件、C社29件

③焼津商工会議所自主開催商談会（京都中央物産と京阪百貨店の商談会）でのアンケート調査

日 時：令和7年2月4日（火）9：30～16：30

場 所：焼津商工会議所 会議室

参加者：12事業所（内小規模事業者6社）

アンケート結果：京都中央物産1名、京阪百貨店1名のバイヤーと専門家1名による記入式アンケートを実施。

参加事業所は、バイヤーと専門家から商談とアンケートを通じて商品の評価点や改善点等の助言をしていただいた。

【事業結果と今後の方針】

（数値目標と実績）

項 目	申請時	R5 年度 実 績	R6 年度 目 標	R6 年度 実 績	R7 年度 目 標
①新商品・改良商品の調査対象事業者数	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
②③試食・アンケート調査対象事業者数	6 社	7 社	7 社	9 社	7 社

需要動向調査に関する事業のうち

①「消費者需要動向調査」は、計画通り3社の商品について分析ができ、調査結果をそれぞれの企業の商品開発や商品改良に反映させることができた。

食材を買う時に、最も重視するものは、購入意向者/非購入意向者ともに「価格」を最も重視する人の割合が高く、次いで「安全性」「手軽さ」が続く。物価高騰による影響により、消費者の心理的にも価格を重視していることが分かる。

食に関するスタイルでは、購入意向者/非購入意向者ともに「なるべく料理の手間を減らしたい」が最も高い。この傾向はここ数年高くなっており、共働き世帯の増加等により、料理の手間を減

らしたいニーズが高いことが分かる。

今回の調査では、そのまま食べられる商品は、「開封後そのまま食べられること」をより強く訴求するのが効果的であった。調理が必要な商品は、パッケージや店頭でのポップで調理の How to を提示することにより、顧客が喫食シーンをより具体的にイメージでき、購入に繋がるという結果であった。

これらの調査結果を踏まえ、パッケージの改善や商談機会の提供等の継続支援をしている。

②「地方銀行フードセレクション」は、3社が来場バイヤーからのアンケート調査を実施した。来場バイヤーは食品製造業社が多く、総菜や弁当に使う具としての引き合いが多かった。求められている商品の具体的なイメージ（味付け、量、保存方法等）と活用方法をバイヤーから聞くことができ、参加企業の商品改良や販売促進活動に反映させることができた。

参加企業からは、本商談会は自社のターゲットになるバイヤーが多く、大きな可能性を見出せる商談会であったという感想であった。

また、当所のサポートが事前、事後に受けられることは単独で参加するよりも参考になる事が多いという評価を得た。

③「焼津商工会議所自主開催商談会でのアンケート調査」は、12社（小規模6）がバイヤーと専門家による調査を実施した。

今回も前回同様に、経営発達支援計画や補助金事業の対象外となってしまうが、小規模事業所以外も対象とした。商品力の高い事業所の参加もあり商談に繋がった。

補助事業の対象から外れてしまうため検討課題ではあったが、自己資金で小規模事業所以外も参加できるよう継続実施した。

なお、令和5年度の「需要動向調査に関すること」の支援先の継続支援の結果は、小規模事業者の商談成約が5件、マスコミ掲載が1件であった。支援も単発ではなく継続した支援をして成果が出ている。事業所には引き続き伴走型で支援をしていく。

3. 経営状況の分析に関すること

【経営分析の考え方】

経営分析は、その後の事業計画書の作成や販路開拓に繋がる重要な部分である。最初の相談では、事業者の財務状況、強み・弱みなど、当該事業者の状況をしっかりと把握する必要がある。経営分析を実施しないと思ひ込みの経営になり成果も見込めない。

小規模事業者は、経営分析の経験が無いことも多く、やり方の説明を含め、経営指導員のサポートは意義あるものとする。

【実施内容】

経営相談があった事業所に対して経営分析を実施した。分析は、各種分析ツールを活用して、定量的な財務分析と定性的な事業分析を実施した。

【実施事項】

分析項目：財務分析は、収益性、安全性、生産性、損益分岐点分析、等

事業分析は、SWOT 分析、ポジショニングマップ、等
結果の活用：分析結果は、事業者にフィードバックして、事業計画の策定に活用していただいた。

【事業結果と今後の方針】

(数値目標と実績)

項 目	申請時	R5 年度 実 績	R6 年度 目 標	R6 年度 実 績	R7 年度 目 標
経営分析件数	36 社	57 社	70 社	72 社	100 社

目標値は達成した。経営分析は、経営相談の最初のステップになる。質の高い事業計画を立案し実行していくためには経営分析が欠かせない。セミナーでローカルベンチマーク等の経営分析の話聞いたことがある事業所からは、実際に実施手法を学べたと好評であった。

経営分析の結果としては、昨年同様に財務状況が厳しい事業所が多かった。そのような事業所は、経営指導員の継続指導や信用保証協会、金融機関と連携して支援した。

経営分析から次の支援に誘導ができており、相談の入り口として定着している。

引き続き、経営分析の意義を事業者に伝えながら、その重要性を理解していただけるように周知活動を実施していく。

4. 事業計画策定に関すること

【事業計画策定の考え方】

経験や勘ではなく、経営分析を基に事業計画を作成し、進捗状況の検証や改善をしながら経営をしていくことで企業体質は強化されていく。

需要動向調査、経営状況の分析、事業計画策定、新たな需要の開拓、事業計画策定後の支援は、それぞれ関連があり一貫性が求められる。川上である調査・分析からフォローアップまで継続して支援を行い、川下である利益の獲得まで支援していくことが伴走型支援の在り方である。その点を意識して一貫性のある事業計画策定を支援していく。

【実施内容】

事業計画策定の意思を持った事業所に対し、各種の経営計画書策定ツールを基に支援した。策定支援は、経営発達支援事業の各支援と関連付け、事業所に対し一貫性のある支援を実施した。

【実施事項】

策定項目：経営計画策定ツールに経営理念、基本方針、全体戦略、個別戦略を順に記載していく形式で、経営計画の作成を支援した。

計画の活用：経営計画は、事業所の予実管理に活用していただいた。

また、作成した経営計画は、従業員への自社事業の説明資料としても活用していただいた。

【事業結果と今後の方針】

(数値目標と実績)

項 目	申請時	R5 年度	R6 年度	R6 年度	R7 年度
-----	-----	-------	-------	-------	-------

		実 績	目 標	実 績	目 標
事業計画策定件数	36 社	43 社	50 社	53 社	60 社

昨年目標を2件下回ったが本年は目標を3件上回った。補助金申請を契機に事業計画書の作成を勧め、作成に結びついている。

傾向としては、創業間もない段階で資金繰りが厳しくなる事業者が増加している。特に飲食業やサービス業等の比較的創業しやすい業種で顕著である。資金繰りが厳しくなる事業所は、創業計画書を作成していない場合が多く、作成していたとしても融資用に作成した売上根拠の乏しい計画が大半である。

事業計画書の作成が直接売上に結びつくわけではないが、作成を通じて自社の強みや、目指すべき方向性が明確になる。市場環境や競合、資金不足などのリスクに事前に気付くことができ、「計画と実績の差」を確認することで、改善のヒントも見えてくる。

このように事業計画書の作成は極めて重要である。今後も、上記のような作成意義を粘り強く伝えていく。

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

【事業計画策定後の実施支援に対する考え方】

事業計画は策定することが目的ではなく、計画を実行、検証、改善しながら、売上や事業の発展に結び付けていかなければ意味がない。事業計画策定後の支援（フォローアップ）は、事業計画策定支援以上に重要であると考え、小規模事業者を伴走型で支援し、売上を増加させるまで伴走型支援を丁寧に実施していく。

【実施内容】

事業計画の目標（定性面、定量面）に対しスケジュール通りに進んでいるかを窓口指導や訪問指導を通じて確認した。必要に応じて経営改善の指導も実施した。

【実施事項】

支援項目：事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画書の進捗状況により企業を区分けして、個社別に支援した。

支援方針：計画通りの進捗状況で、経営が順調な事業所には、より発展的な補助金や経営革新の申請を勧めた。業績の厳しい事業所には、経営改善計画書の作成を支援した。

【事業結果と今後の方針】

（数値目標と実績）

項 目	申請時	R5 年度 実 績	R6 年度 目 標	R6 年度 実 績	R7 年度 目 標
フォローアップ対象事業者数	14 社	46 社	50 社	54 社	60 社
頻度（延べ回数）	18 回	96 回	110 回	114 回	130 回
売上増加事業者数	未実施	19 社	20 社	23 社	25 社
利益率 1.5%以上増加	未実施	11 社	10 社	13 社	12 社

の事業者数					
-------	--	--	--	--	--

全ての項目で目標値を上回った。昨年同様に数字上では成果があったと判断できる。

経営状況の分析から、事業計画策定、事業計画策定後の実施支援（フォローアップ）までの一連の流れが確立されてきた。

事業計画策定後の支援も適時実施され、伴走型の支援ができています。売上や利益増加の成果も出ている。

傾向としては、コロナ関連融資等の返済が難しい事業所が増加している。これらの事業所の資金繰りは厳しく、返済猶予を繰り返して事業継続をしている状況である。原材料費や経費が高騰しているが、価格転嫁が遅れている小規模事業者も多い。基幹産業の水産加工業では、工場が老朽化していても設備投資資金が不足しており、衛生基準面の問題で商談が進まないことも多い。人手不足も顕著で、小規模事業者を取り巻く事業環境は非常に厳しい。

そのため、同じ事業所に何度も支援することになり、支援の時間も長くなっている。フォローアップ支援は、複雑で難しい判断が求められるようになってきている。

当所の方針としては、昨年同様に支援件数も重要であるが、経営状況の厳しい事業所には時間が掛かっても、丁寧な経営改善支援をしていく必要があると考えている。業務改善に取り組み、支援方法を工夫して、引き続きフォローアップ支援を強化していく。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

【支援に対する考え方】

重点支援先の水産食品製造業社は、脱下請けを実現するために自社商品を開発しているが、その後の販路を確立しなくてはならない。

小規模事業者は、営業の専門部署を持たず、担当者がいない事業者も多い。行政等の支援を受けて商品開発をしても、その後の販路開拓が課題になっていた。

そのため、販路を意識した商品開発を支援し、その後は、展示会への出展等を通じて販路開拓を伴走型でサポートしていく。

【実施内容】

商品開発後の支援として小規模事業者の販路開拓支援を実施した。

商談会への出展支援と、商談会で商談手法を学ぶ場を提供し、専門家等の指導を受けながらノウハウを習得していただいた。

販路開拓のためには、プレスリリースも非常に効果的である。事業者と一緒にプレスリリース資料を作成し、手法を学んでいただく支援を実施した。

【実施事項】

①地方銀行フードセレクション 2024・事前セミナー

日 時：セミナー 令和6年10月18日（金）15：00～16：00
 商談会 令和6年10月29日（火）10：00～17：00
 30日（水）10：00～16：00

場 所：セミナー 焼津商工会議所
 商談会 東京ビッグサイト 西1・2ホール

参加者：セミナー 3事業所
 商談会 3事業所

商談結果：9 件成約

②フーズ・ヘルスケアオープンイノベーションプロジェクト商談会の開催

主 催：(公財)静岡県産業振興財団、焼津市、焼津商工会議所

日 時：令和 6 年 8 月 22 日（木）10：30～16：25

場 所：焼津市役所 1 階 1 B 室

参加者：5 事業所（内小規模事業者 2 事業所）23 社と商談

商談結果：3 件成約（内小規模事業者 1 件）

※商談成約は小規模事業者の件数のみ成果計上。

③焼津商工会議所自主開催商談会（京都中央物産と京阪百貨店の商談会）の開催

日 時：令和 7 年 2 月 4 日（火）9：30～16：30

場 所：焼津商工会議所 会議室

参加者：12 事業所（内小規模事業者 6 社）

商談結果：5 件成約（内小規模事業者 3 件）

※商談成約は小規模事業者の件数のみ成果計上。

※①③の内 3 社は両方に参加して重複するため、実事業者数は 8 社になる。

④プレスリリース資料作成支援

支援事業者：13 事業所

掲載媒体：静岡新聞、TV 情報番組、等

売上増加事業者数：5 事業所

【事業結果と今後の方針】

（数値目標と実績）

項 目	申請時	R5 年度 実 績	R6 年度 目 標	R6 年度 実 績	R7 年度 目 標
①②展示会事前セミナー開催 件数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
①②③展示・商談会出展事業 者数	7 社	7 社	8 社	8 社	8 社
①②③成約件数	11 件	6 件	13 件	13 件	13 件
④プレスリリース資料作成支 援者数	未実施	5 社	11 社	13 社	13 社
④マスコミ掲載・放映件数	未実施	15 件	5 件	10 件	7 件
④売上増加事業者数	未実施	2 件	5 件	5 件	7 件

昨年度目標値を大幅に下回った商談成約件数は、令和 6 年度は目標値に達した。商談会で水産加工品が総菜や弁当の商材として上手くマッチしたため成約数が増加した。総菜や弁当需要は従来以上に高まっており、採算性はそれほど高くはないが、今後も有望な取引先として見込める。今回も、経営発達支援計画や補助金事業の対象外となってしまうが、小規模事業所以外も参加対象とした。制度上の制約はあるが、需要動向調査同様に、できるだけ規模に関係なく参加できるようにしていく。

①「地方銀行フードセレクション 2024」は、バイヤーから多数の意見・提案をいただいたき大変

参考になった。一方で、展示会の反応としては、昨年同様に価格面での対応が難しく、商品の評価が高くても値段で商談に進まない案件が多かった。この傾向は年々強くなっており、値段ではなく商品価値を評価してくれていた百貨店等の小売店でも厳しい対応になっている。

②「フーズ・ヘルスケアオープンイノベーションプロジェクト商談会」は、多くのバイヤーが遠方から焼津に集まってくれるため、参加者としてはコストパフォーマンスに優れた商談会である。事業主体の静岡県産業振興財団の意向により申し込み時点でバイヤーが公表されなかったため、参加を見送った事業者もある。共催者の静岡県産業振興財団と焼津市に対してバイヤーを公表できるよう協議していく。

③「焼津商工会議所自主開催商談会」は、京都から京都中央物産と京阪百貨店のバイヤーを迎えて実施した。自主開催商談会にて関西方面からバイヤーを迎えたのは本事業では初めてである。本商談にて商品改良のアドバイスをいただき、商談成立に向けて経営指導員が継続してサポートを行っている。嗜好の違いはほとんど無く、「調理の手間が少ない」「添加物不使用」「常温保存可能」「国産原材料」が求められているところは関東圏のバイヤーと同じであった。焼津の水産加工品は関西方面でも好まれる可能性があることが分かった。今後は商談先の地域を絞り込まず未開拓の地域での販促支援も実施していく。

④「プレスリリース資料作成支援」は、昨年度の検証をして、プレスリリース用の雛形を簡素化した。申し込みも不要で気軽な感じでプレスリリースを呼びかけ、当所でマスコミへの通知等も支援した。マスコミの担当者に直接連絡ができる関係を構築できたのと、プレスリリース資料の作成ノウハウが構築できたことが成果に繋がった。

全体としては、商談成約件数が目標値に達した。展示会参加事業所は効果を感じたようで、その後開催された自主商談会に全社が参加された。事業意欲の高い事業所を密に支援していくことで確実に成果が出ている。

商談や販促支援の傾向としては、卸売業者、小売店からの低価格圧力は年々強まっており、価格面で商談に至らないケースが従来以上に多くなっている。

小規模事業所では、大量仕入れ等による原価や経費削減も限界がある。価格転嫁も難しく、事業継続が困難な事業所も増加してきた。

原魚の高騰や、価格要求への対応の限界から、ビジネスモデルの再構築が必要な事業所も多いが、人や資金が限られた小規模事業所では簡単なことではない。

このような事業継続が難しい事業所に対しては、救済型 M&A の推進や卸売業者、小売店と連携した焼津商品の共同 PR 等、新たな視点での支援を検討していく。

また、個社支援だけでなく、焼津の街自体のブランド化も販売拡大には欠かせないことが展示会等を通じ把握できた。焼津という地名が商品ラベルに付されただけで商品価格を高めることができるような確固たる地域ブランドをつくる必要がある。個社支援と地域支援の両輪で支援に取り組んでいく。

今後は、行政や支援機関と連携し、業況の厳しい市内水産業者や小規模事業者を、一丸となって支援していく必要がある。

以下は、経営発達支援計画の小規模事業者支援以外の内容で、内部での研修体制や地域経済の活性化に資する当所全体の取組の報告になります。

7. 経営指導員等の資質向上に関すること

【事業方針】

経営発達支援事業の目標達成のために、職員の指導レベルの平準化を目指す。主に、静岡県商工会議所連合会の研修や、日本商工会議所、中小企業大学校の研修会に参加する。

【実施内容】

令和6年度の経営指導員等の資質向上の取組は、移動時間が不要なため、参加がしやすいWEBセミナーを積極的に利用した。日本商工会議所、中小企業大学校等の研修会及び内部研修に対し、7人の補助対象職員で25種類延べ56回の参加となった。参加した研修会は報告書を作成し、所内で回覧して、職員間で情報共有している。また、自主勉強会を開催し資質向上に努めた。

【実施事項】

静岡県商工会議所連合会が実施する研修会への参加	3種類	9名
中小企業大学校が開催する研修会への参加	2種類	5名
外部機関と連携した勉強会への参加	4種類	12名
各支援機関が主催する勉強会、情報交換会等への参加	14種類	17名
DX推進支援研修への参加		7名
経営力再構築伴走型支援能力向上研修への参加		6名
※各人数は延べ参加人数		

【事業結果と今後の方針】

当所は、日常業務が多岐に渡るが、職員が少ないためOJTの時間が確保できないことが長年の課題である。ベテラン経営指導員が少なく、相談所は経験年数の浅い職員が多い人員構成になっている。経営支援ノウハウの円滑な承継ができておらず、研修は重要な機会である。

当所全体で、人事考課制度の見直しを検討しているので、キャリアパスを明確にして職員別の育成方針を明確にしていく。

8. 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

【事業方針】

他の支援機関との連携は、主に「①近隣商工会議所との連携」、「②③公的資金を扱う日本政策金融公庫・信用保証協会との連携」、「④税理士会との連携」、「⑤行政との連携」になる。情報交換を密にして連携しながら事業所支援をしていく。

【実施内容】

計画にある以下5つの連携事業を実施した。

【実施事項】

①志太3市商工会議所・商工会広域連携相談事業（事業 年1回）

平成15年度より焼津・藤枝商工会議所でスタートし、その後大井川商工会、岡部町商工会、島田商工会議所、島田市商工会を加え6団体の相談所広域連携業務として経営指導員が参加し運営している。

志太3市の事業者が抱えている共通課題の解決を6団体というスケールメリットを生かし志太経営塾（セミナー、販路拡大事業）を行っている。

・経営塾（セミナー）

日 時：令和6年8月1日（木）14：00～16：00

場 所：BiVi キャン

テーマ：経営力の鍵となる自己思考の力

講 師：ビジネスコンサルタント・著述家 細谷 功 氏

受講者：23名

②日本政策金融公庫との情報交換会（年3回）

・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経営指導員との情報交換会
《第1回》

日 時：令和6年6月14日（金）15:30～17：00

場 所：日本政策金融公庫 静岡支店

参加者：静岡～島田の商工会議所・商工会の経営指導員等

会 場：日本政策金融公庫静岡支店 会議室と各団体会議室

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
マル経融資の活用推進についての意見交換など

《第2回》

日 時：令和6年12月13日（金）15:30～17：00

場 所：日本政策金融公庫 静岡支店

参加者：静岡～島田の商工会議所・商工会の経営指導員等

会 場：日本政策金融公庫静岡支店 会議室と各団体会議室

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
マル経融資の活用推進についての意見交換など

・当所主催による金融審査委員、経営指導員・補助員と公庫職員による情報交換会（勉強会）

日 時：令和7年3月19日（水）13：30～14：30

会 場：焼津商工会議所 会議室

参加者：金融審査委員、経営指導員・補助員

日本政策金融公庫静岡支店国民生活事業 担当者

内 容：小規模事業者経営改善資金（マル経）にかかる電子契約への対応

③静岡県信用保証協会との情報交換会（年1回）

・静岡県信用保証協会、島田商工会議所、焼津商工会議所 合同勉強会・情報交換会

日 時：令和6年11月15日（金）15：00～17：00

会 場：静岡県信用保証協会本店7階会議室

参加者：静岡～島田の経営指導員、信用保証協会職員

内 容：各商工会議所の会員企業の状況・取組等、信用保証協会の取組等

④税理士会と藤枝税務署管内関係団体との打ち合わせ会（会議年1回 5月）

東海税理士会藤枝支部主催の情報交換会に参加。前年度の実施結果等の意見交換を行い当該年度に反映した。税理士会主催の税務支援事業、確定申告支援事業について連携した。

・東海税理士会藤枝支部と藤枝税務署管内関係団体との意見交換会

日 時：令和6年5月2日（木）15：30～17：00

場 所 小杉苑

内 容：税理士会より各支援機関に対する担当税理士、令和6年度の税理士派遣計画等について説明、各支援機関の令和6年度における税務支援内容について説明

参加者：藤枝・焼津商工会議所、大井川・岡部町商工会、焼津・藤枝・岡部・大井川青色申告会、藤枝法人会、JA大井川、藤枝税務署

⑤焼津市経済部との定例会議（年4回 5月・9月・12月・2月頃）

当所と焼津市経済部、大井川商工会が実施する事業等について、意見や情報交換を行った。

参加者：焼津市 部長・課長・係長等

商工会 事務局長・経営指導員

商工会議所 専務理事・事務局長・課長・相談所長・係長

開催数 2回(5月・3月)

《第1回》

日 時：令和6年5月20日（月）16：00～17：00

場 所：焼津市役所本庁舎 会議室 1B

内 容：R6年度当初予算概要

観光施策について

焼津商工会議所・大井川商工会からの報告

《第2回》

日 時：令和7年3月17日（月）15：40～16：40

場 所：焼津商工会議所 会議室

内 容：R7年度当所予算概要

【事業結果と今後の方針】

他支援機関との連携は、今後も継続し強化していく。

①「志太3市商工会議所・商工会広域連携相談事業」は、他にも3市の連携事業が複数あり、内容を検証した結果令和6年度で廃止となった。今後は人手不足対策事業等で連携していく。

②「日本政策金融公庫との情報交換会」は、担当職員が参加して管内、及び近隣の企業動向や金融情報について説明を聞いた。勉強会では、電子契約の手続きや対応方法について学んだ。引き続き日本政策金融公庫と情報共有を密にしていく。

③「静岡県信用保証協会との情報交換会」は、計画通り実施した。信用保証協会の制度概要、企業の返済動向、支援策等について説明を聞いた。

静岡県信用保証協会とは連携体制が構築できている。事業所を共同で支援し、金融面以外でも柔軟に対応をしていただいている。今後も、事業所支援を協力して実施していく。

④「税理士会と藤枝税務署管内関係団体との打ち合わせ会」は計画通り実施した。引き続き情報共有を密にしていく。

⑤「焼津市経済部との定例会議」は、例年より実施回数が少なかった。担当者レベルでは適時情報共有に努めているが、組織全体で情報の共有化を進める等、改善の余地はある。定例会議は事業所情報の共有の場として貴重な機会であり、計画的に実施していく必要がある。

9. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること

【事業方針】

当市は、水産加工品のブランド化、新商品の開発支援が課題である。関係機関と連携し、情報発信力を強化して販路拡大へ結びつける機会を提供する。

また、人口減少、少子・高齢化に伴い、労働力不足が問題となっている。採用活動の支援を通じて、事業所の人手不足対策を支援していく。

【実施内容】

焼津市の水産ブランドを強化するためのイベントと商品認定事業等を実施した。

事業所の採用活動を支援するため、合同企業ガイダンスと個別相談会及び個企業の見学マッチング支援を実施した。

【実施事項】

①令和6年度第70回焼津みなとまつり

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むために「焼津みなとまつり実行委員会」を開催した。委員会では、「焼津みなとまつり」について協議した。「焼津みなとまつり」は、海鮮丼や黒はんぺんフライ、冷凍マグロ（ロイン）、水産加工品の販売等、焼津ならではのグルメが堪能できるイベントとなっている。また本年度は70回目の節目となることから、来場者にカツオダシの試飲を1,000杯、マグロ一口カツの試食を700本用意し振舞った。ステージでは、マグロやカツオの食べ比べセットなどミニセリが行われた。

日 時：令和6年4月7日（日）9：30～14：30

場 所：焼津内港旧魚市場、商店街（駅前・昭和・神武）

出店者数：77店舗（市外16 市内61）

来場者数：11,000人

内 容：特設ステージ（総合司会：久保ひとみ）

おどり広場（運営：群舞の会／みなと群舞を中心に踊りの共演）

地場産品（ツナ缶ほか）大福引き

みどりの広場（運営：焼津環境緑化事業（協）・市都市整備課／鉢植え・球根・種子が当たる福引き、緑化相談）

カツオー一本釣り体験（運営：焼津水産高校）

ウエルカムだし（運営／焼津鯉節水産加工業（協）・志太鉄工機械工業（協）さつき会）

ウエルカムマグロかつ（運営／焼津市魚仲水産加工業（協）・（一社）焼津青年会議所）

焼津ミニセリ（運営：焼津漁業（協））

県外都市出店（岐阜県土岐市・埼玉県秩父市）

②焼津水産ブランド事業協議会

日本一を誇る焼津市の漁業・水産業の更なる繁栄・発展を促進するために焼津市内で生産、販売される水産食料品をブランド化し、産業の活性化を図ることを目的としている。

協議会は、焼津水産ブランド認定評価審査会を設け、焼津水産ブランドに申請のあった商品を一般審査員、専門審査員による評価審査を行い、合格した商品をブランド認定している。

(取組み状況)

焼津水産ブランド事業として、以下の事業を実施している。

- ・焼津水産ブランドの認定
- ・焼津水産ブランド品販売の拡充
- ・焼津水産ブランドの認知度向上と認定商品の情報発信 PR など

(会議所の役割)

- ・審査会の開催と協議会の運営
- ・認定商品の管理
- ・ブランドの普及、PR

(協議会の運営)

焼津商工会議所重点事業特別委員会 食と観光の賑わいづくり推進委員会の事業のひとつ委員の構成は、副会頭、観光・飲食業部会長、水産業部会長、議員職務者の6名

令和6年度の取組状況

焼津水産ブランドの認定

認定企業件数 21 企業・1 高校

認定商品数 44 商品

令和6年度新規認定商品数 一般申請 1 企業 2 商品

募集商品は、冷凍、冷蔵、常温品

焼津水産ブランド認定証書授与式(令和6年度の認定) 令和7年3月24日

更新商品 17 社・1 学校 26 商品 更新辞退 2 社 2 商品

認定商品のPR活動

焼津さかなセンター焼津市観光協会内設置陳列ケースへの展示

展示企業 9 社 11 商品

JR 焼津駅構内「地場産品展示コーナー」への展示

展示企業 3 社 4 商品

2024 年度版 焼津観光ロードマップへ広告掲載 6 万部

すろーかる 8 月号「やっぱり魚派!!だんぜん肉派!!」6 万冊

掲載商品 5 社 6 商品

焼津市民カレンダー 12 月に広告掲載 5 万部

焼津市ふるさと納税返礼品への認定セット商品の登録

3 セット 10 社 15 商品(対象:とくさんプラザ取引商品)

焼津ツナ食べ比べ 3 社 6 品 寄付額 10,000 円

焼津さば味自慢 3 社 4 品 寄付額 10,000 円

焼津三昧ご飯のおとも 7 社 10 品 寄付額 14,000 円

令和6年度寄付額 95 件 974,000 円

ケーブルテレビ「トコチャンネル」出演

第16回新規認定商品 2 社 2 商品、ブランド商品おでんの具

イベント出店(焼津みなとまつり)

5 社 (株)STI サンヨー、(株)いちまる、(株)新丸正、(株)カネヨ、水産高校「魚国」

焼津水産ブランドホームページ

やいづとくさんプラザとの連携

水産ブランド商品販売 13 社 17 商品

ふるさと納税お礼品の発送等

やいづとくさんプラザ「やいづ海街マルシェ」と焼津水産ブランドホームページ相互リンク

焼津水産ブランドシールの販売

美食のまちやいづ事業「焼津沖駿河湾海中熟成ワイン」試飲会 11/26 昼・夜

ワインの試飲にあわせる食品として、焼津水産ブランド品を提供

令和 6 年度の成果等

当所の役割である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・P R 活動が年間を通じて実施できた。

ふるさと納税のお礼品登録については、現状登録可能な商品のセットを 3 品用意しリスタートした。過去最高の成果を上げることができた。

③志太 3 市（焼津・藤枝・島田市）合同企業ガイダンス

3 市の商工会議所、商工会、行政が共催で年 1 回のガイダンスを実施した。

志太 3 市合同企業ガイダンス担当者会議を開催し、事業内容を協議した。

対象：大学院、大学、短大、高専、専門学校の 1 年～4 年

大学等の就職支援担当者、高校の就職支援担当者

（商工会議所の役割）

- ・ガイダンス開催の計画作成・周知・実施
- ・参加企業に対する企業紹介動画の制作支援

（連携組織）

藤枝・島田・焼津商工会議所、岡部町・大井川・島田市商工会

藤枝・島田・焼津市、焼津・島田公共職業安定所、静岡県中部地域局

（令和 6 年度の報告）

日 時：令和 6 年 5 月 21 日（火）・24 日（金）・28 日（火）10:20～16:45

開催方法：オンラインによる WEB ガイダンス

参加企業：全体 29 社 焼津市 10 社（他、焼津市役所）

参 加 者：申し込み 45 名 視聴 34 名

④令和 6 年度地元企業魅力発見事業

前年度までは、企業の人材確保と学生の地元定着の促進を図るため、市内の企業に就職を希望する学生を対象とした企業見学バスツアーを年 1 回実施していた。令和 6 年度は、対象者は変えずに、学生等を対象とした個別相談会及び個企業の見学マッチング支援を開催した。

志太 3 市地元企業魅力発見事業担当者会議で事業内容の協議を行った。

参加対象

- ・大学 1～3 年生、短期大学生、専門学校生、転職希望者、企業情報の直接把握及び企業との面識を持っていただくことを目的に大学、高校等のキャリア支援担当者も参加対象とした。

商工会議所の役割

- ・企業募集及び学生等の募集のため大学等の訪問
- ・事業の周知活動を実施
- ・会社見学を希望する学生と企業との間の調整

連携組織

・藤枝・島田・焼津商工会議所

(令和6年度の報告)

【個別相談会】

日 時：令和6年12月7日(土) 9:30～12:15

専門家：社会保険労務士（職業紹介等）、フリーアナウンサー（接遇支援）

相談スタイル：上記専門家が同じテーブルに着き、相談を受付ける

相談者：4名（全て既卒者）

【マッチング支援事業】

期 間：令和7年1月15日～2月14日

登録企業：45社（内、焼津管内の企業14社）

申込学生：0名

【事業結果と今後の方針】

事業は計画通りに実施できており、地域経済の活性化に向けて今後も各支援団体等と連携して事業推進していく。

①は、焼津の風物詩として地域に根差したまつりとなっている。地場産品等の販売コーナーは毎年楽しみにしている方も多く、賑わいをみせた。

②は、焼津の水産品の認知度向上、販路開拓のための事業で、詰め合わせセットは、ふるさと納税でも一定の売上を計上している。

③④の採用支援については、人手不足が企業の大きな課題になっており、従来のガイダンスと内容を変えて実施した。当所の担当課と相談所が連携すべき事業もあるので、令和7年度は連携して事業を実施していく。