

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	町田商工会議所（法人番号 9012305000161） 町田市（地方公共団体コード 132098）
実施期間	令和2年4月1日～令和7年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 (1) 経営環境の変化への対応や新しい取り組みに前向きな小規模事業者を重点支援 (2) 小規模事業者が単独で実施することが難しい販売促進の側面支援 (3) 創業者の増加および創業者が実際に事業を軌道に乗せるための支援 (4) 各支援機関との連携を通じた支援力の強化 (5) 当市の魅力発信による地域活性化
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 2. 地域の経済動向調査に関すること ① RESAS や町田市統計書の活用 ② 町田市中心市街地通行量調査の活用 3. 経営状況の分析に関すること ① 対象事業者の掘り起こし ② 経営分析 ③ 分析結果の活用 4. 事業計画策定支援に関すること ① 事業計画策定支援 ② 創業計画策定支援 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること ① 事業計画策定事業者向けの伴走型フォローアップ ② 創業計画策定者向けの伴走型フォローアップ ③ 組織としてのフォローアップ体制の構築 ④ 金融斡旋 6. 需要動向調査に関すること ① 当所職員、フードコーディネーター等による試食・評価 ② 大型店等の商品仕入れ担当者、バイヤー等による商品の評価 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ① 広域連携ビジネス交流会（BtoB） ② プレスリリース支援（BtoC） ③ IT活用セミナー後の個別支援（BtoC） II. 地域経済の活性化に資する取組 8. 地域経済の活性化に資する取組に関すること ① 「町田市中心市街地活性化協議会」による意識の共有 ② キラリ☆まちだ祭 ③ まちだシルクメロンを活用した地域活性化
連絡先	町田商工会議所 企業支援部 〒194-0013 東京都町田市原町田3丁目3番22号 TEL: 042-724-6614 FAX: 042-729-2747 E-mail: sodan@machida-cci.or.jp 町田市 経済観光部 産業政策課 〒194-8520 東京都町田市森野2丁目2番22号 9階 TEL: 042-724-2129 FAX: 050-3101-9615 E-mail: keizai010@city.machida.tokyo.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状および課題

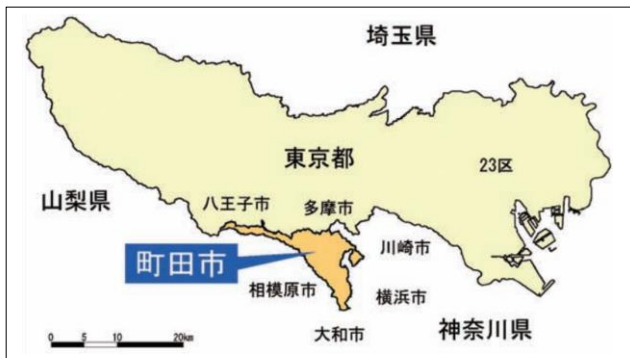
① 現状

ア) 概況

町田市（以下、当市）は、東京都多摩地域の南部に位置し、市域の北側で八王子市、多摩市と接しながら、神奈川県側に大きく突出した形状をしており、東から西に向かって、川崎市、横浜市、大和市及び相模原市と隣接している。

昭和 33 年 2 月の市制施行当時 6 万人程であった人口は、大規模団地の建設や土地区画整理事業をはじめとする宅地開発により、現在では 42 万人を超え、首都圏の中核都市として発展を続けている。

なお、町田商工会議所（以下、当所）の管轄エリアは当市全域であり、当市の管轄エリアと一致する。



イ) 交通

当市は、鎌倉幕府と武蔵国府（現：府中市）をつないだ「鎌倉街道」、江戸と大山を結んだ参詣道「大山街道」（現：国道 246 号線）、幕末から明治中頃まで生糸産地であった甲州（現：山梨県）や八王子と横浜港を結んだ「絹の道」（現：町田街道）といった歴史ある道が交わる地である。今日では、東名高速道路の横浜町田 IC、国道 16 号線などがあり、物流、交通の要衝を担っている。

また市内には、小田急線、JR 横浜線、東急田園都市線、京王相模原線が通り、それぞれ東京都心や横浜市の中心部と 30～40 分でつながっており、交通利便性に恵まれている。



ウ) 人口

令和元年 7 月 1 日現在の人口は 429,122 人。

昭和 30 年代後半から団地や住宅地の開発によりベッドタウンとして発展。駅周辺では中高層マンションが次々と建設され、若いファミリー層が増加し、当市全体の人口は微増傾向にある。

当市が行った将来人口推計では、2022 年（令和 4 年）までは人口の増加が続くものの、その後は減少に転じるとされている。また、生産年齢人口（15～64 歳）は平成 17 年をピークに減少が続いており、今後も同様の傾向が続くと推計している。

人口の推移



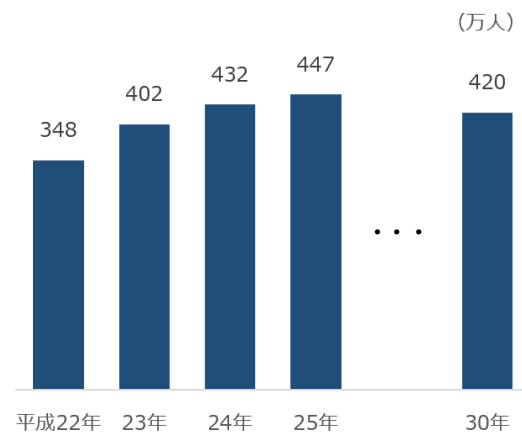
エ) 観光・交流人口

当市の中心地である町田駅周辺地域は、ターミナル機能の充実により利便性や快適性が高まり、多くの人が訪れている。また、当市北部の丘陵地域は、里山や田園風景が残り、鶴見川の源流を有するみどり豊かな自然が息づく首都圏の貴重な資産となっている。

平成 30 年の当市の観光入込客数は 420 万人。推移をみると、平成 23 年以降 400 万人前後で推移している（平成 26 年～29 年は調査未実施）。

今後は、令和 2 年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会と、大規模な国際大会の開催が続く。当市も、複数の国の代表チームの公認キャンプ地やホストタウンに決定しており、これらの大会が、地域産業活性化や観光振興等において大きなインパクトになることが予想される。

観光入込客数の推移



出典：町田市観光客数等実態調査

オ) 特産品

(A) まちだシルクメロン

当市には目立った特産品といえるものがなかった。そのようななか、精密機械や医療機器のメーカーなど市内の協力企業が持つ技術を農業の分野に応用し、高い付加価値を持つ農作物をつくりあげることで、地域の中小企業が今後を生き残っていくための新分野のビジネスを開拓するという想いのもと、メロンの水耕栽培にチャレンジ。当所が町田市内・市外の協力 10 企業と連携して試行錯誤したのち、「まちだシルクメロン」が完成した。平成 25 年には、東京都の地域産業資源に指定されている。

現在は、市内中小企業と協力の下、「まちだシルクメロン」や「まちだシルクメロン加工材料（ピューレ）」を活用した商品開発などに取り組んでいる。

(B) 町田ブランド

当市では、新規性・独創性のある商品やサービスを認定する「町田市トライアル発注認定制度」や、個性豊かな郷土色あふれる加工品や工芸品を認定する「町田市名産品」、魅力的な店舗を表彰する「町田私の好きなお店大賞」などの事業を通して、自社の技術や町田の特色を生かした取り組みを行う事業者を支援している。

今後は次のステップとして、販路拡大の支援を更に充実させ、町田産の商品・サービスの魅力を多くの方に知っていただき、「町田ブランド」の醸成を促す取り組みを進める。



カ) 大学

当市は、桜美林大学、昭和薬科大学、東京家政学院大学、法政大学、国士舘大学、玉川大学、和光大学、鶴川女子短期大学等、多くの大学を有する。

さらに、令和 2 年 4 月には、桜美林大学が、町田市本町田の「旧市立本町田中学校」と「本町田西小学校」の跡地に、延べ約 2.2 万平方メートルの新キャンパス（東京ひなたやまキャンパス）を開設する予定である。

キ) 株式会社町田新産業創造センター

平成 25 年 4 月に創業支援施設「町田新産業創造センター（運営：株式会社町田新産業創造センター）」が完成。起業・創業や経営に関する相談から、販路拡大や資金調達など専門的な相談まで、経験豊富なインキュベーションマネージャーが常駐してワンストップ型のきめ細かな支援を行っている。センターには目的や段階に応じて利用可能なインキュベーションフロアや個別ブース等の施設も充実しており、入居者はじめ外部との交流も深められる仕組みとなっている。

ク) 事業者の現状と経営課題

(A) 事業者数・小規模事業者数

産業別の事業所数割合をみると、建設業 9.2%、製造業 3.7%、卸売・小売業 24.8%、サービス業 59.3%である（平成 28 年経済センサス）。当市には、基幹産業となるものは無く、駅前を中心に商業施設が集結するといった典型的な都市近郊型の産業構造となっており、都市間競争の激化、大手チェーン店の進出により、商業・サービス業を取り巻く経営環境は厳しさを増している。工業についても、人口増加に伴う住宅建設が準工業地域にまで及んでいるため、「住工混在」により、工場の稼働環境が悪化している。

小規模事業者数は平成 21 年が 8,263 社、平成 28 年が 7,528 社となっており 7 年間で 8.9%減少している。

	建設業	製造業	運輸・通信業	卸売・小売業	サービス業	分類できないもの	合計
平成21年							
事業所数	1,316	601	424	3,203	7,082	3	12,629
従業員数	8,095	9,543	7,584	32,351	76,576	193	134,342
事業所数(小規模事業者)	1,274	505	284	1,877	4,322	1	8,263
従業員数(小規模事業者)	6,385	2,463	955	5,201	10,556	2	25,562
平成28年							
事業所数	1,114	452	360	2,990	7,159	3	12,078
従業員数	6,429	7,866	7,500	29,826	82,290	214	134,125
事業所数(小規模事業者)	1,065	367	243	1,656	4,197	0	7,528
従業員数(小規模事業者)	4,928	1,843	962	4,457	10,062	0	22,252
増減(平成28年－平成21年)							
事業所数	△ 202	△ 149	△ 64	△ 213	77	0	△ 551
従業員数	△ 1,666	△ 1,677	△ 84	△ 2,525	5,714	21	△ 217
事業所数(小規模事業者)	△ 209	△ 138	△ 41	△ 221	△ 125	△ 1	△ 735
従業員数(小規模事業者)	△ 1,457	△ 620	7	△ 744	△ 494	△ 2	△ 3,310

出典：総務省「経済センサス」

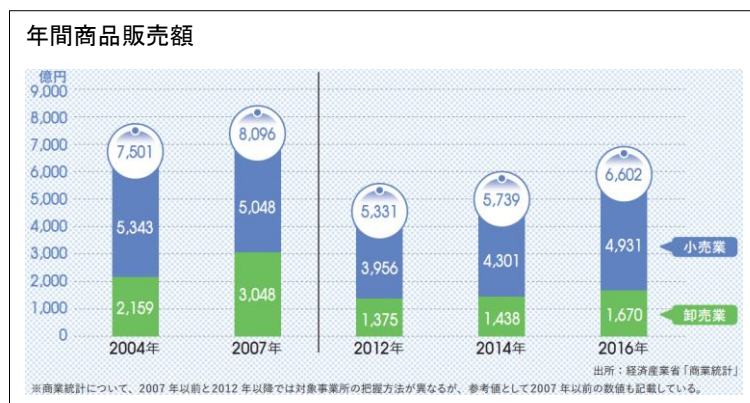
(B) 商業

【年間商品販売額】

商業統計に基づく 2016 年（平成 28 年）の年間商品販売額は 6,602 億円であり、2012 年（平成 24 年）以降は増加が続いている。なお、2004 年（平成 16 年）～ 2007 年（平成 19 年）の間は 7,000 億円を超える水準で推移していた。

2012 年以降、商業統計調査の対象事業所の把握方法が変更されたため、2007 年以前と 2012 年以降を単純に比較することはできないが、この間に年間商品販売額が大きく減少している可能性がある。

また、当市が平成 30 年 3 月に実施した「消費行動実態調査」では、当市に在住する回答者のうちネット通販を「まったく利用していない」との回答は 8.5%に留まっており、大多数の方がネット通販を利用していることが分かった。特に、書籍や CD については、主な購入先として約 4 割の方が「ネット通販」と回答しており、これらの結果が、年間商品販売額の動きに影響していると考えられる。



【小規模事業者数（商業）】

卸売・小売業の小規模事業者数は平成 21 年の 1,877 社から平成 28 年の 1,656 社へと 11.8%減少、サービス業は平成 21 年の 4,322 社から平成 28 年の 4,197 社へと 2.9%減少している。全産業の減少率は 8.9%であるため、卸売・小売業の減少率は全産業よりも高いが、サービス業は低いといえる。

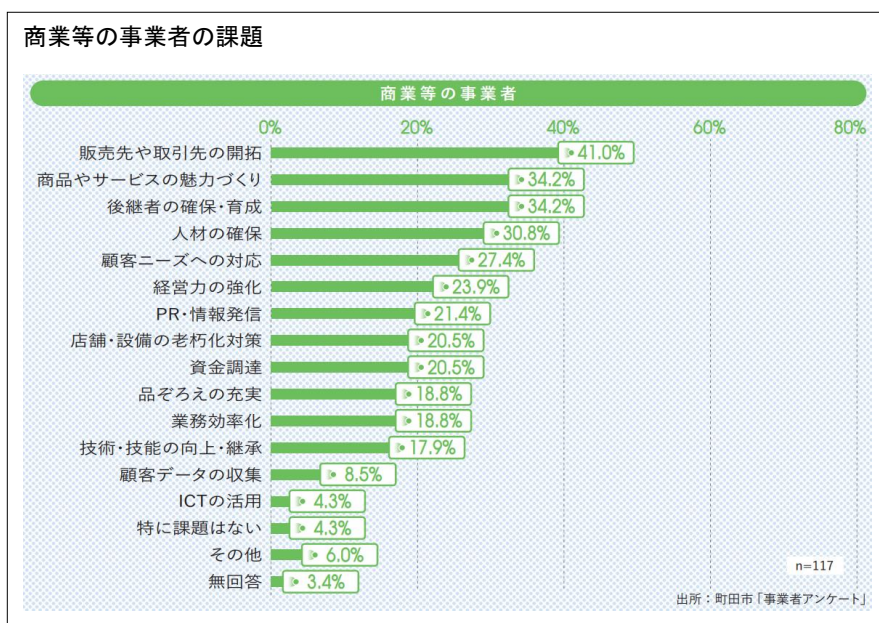
サービス業の減少率が低い理由として、当市の開業率の高さがあげられる。平成 26～28 年の当市全体の開業率は 6.4%となっている。内訳をみると、「教育・学習支援業」「医療、福祉」「情報通信業」「宿泊業、飲食サービス業」といったサービス業分類の開業率が高い。つまり、サービス業においても一定数の廃業はある一方で、開業する事業者も多いため、事業者数の減少割合が低いと考えられる。

【経営課題（商業）】

当市は、昭和 30 年代後半から団地や住宅地の開発によりベッドタウンとして発展。当時、各団地の近隣には商店街が構成され、消費者の需要に応じてきた。現在は、これらの商店街の事業者が高齢化しており、同時に団地の住民も高齢化して消費が衰退している。

一方、町田駅を中心とする中心市街地は上記の様相とは異なる。中心市街地は、利便性や快適性が高まっており、多くの人が訪れている。このなかには、若者も多い。しかし、中心市街地で長年営業する店舗は、この顧客層を上手に取り入れられていない。旧態依然とした経営スタイルと、若年層～中年層のニーズがマッチしていないという状況である。つまり、中心市街地の小規模事業者においては、顧客ニーズにあった商品やサービス提供という課題があるといえる。

また、平成 30 年 3 月に市内事業者を対象に実施したアンケート『「(仮称) 町田市産業振興計画 19-28」策定に係るアンケート調査』（以下、事業者アンケート）によると、商業の事業者の課題は、「販売先や取引先の開拓」が 41.0%でもっとも多く、「商品やサービスの魅力づくり」の 34.2%が続く。付加価値向上のための、商品づくりや店舗づくり。また、それらを活用した販路開拓が経営課題であることが読み取れる。



(C) 工業

【製造品出荷額等】

工業統計に基づく製造品出荷額等（従業者数 4 人以上の事業所）をみると、2010 年（平成 22 年）から 2012 年（平成 24 年）にかけて減少したのち、2013 年以降は増加傾向に転じ、2015 年（平成 27 年）には 1,287 億円まで増加した。

増加の要因としては、主に食料品製造業における出荷額の伸びが影響している。ただし、2015 年（平成 27 年）から 2016 年（平成 28 年）にかけては減少し、2016 年の製造品出荷額等は 942 億円となっている。

製造品出荷額等（従業者4人以上の事業所）



【小規模事業者数（工業）】

製造業の小規模事業者数は平成21年の505社から平成28年の367社へと27.3%減少、建設業は平成21年の1,274社から平成28年の1,065社へと16.4%減少している。全産業の減少率は8.9%であるため、製造業、建設業とも全産業の減少率を上回るペースで減少している。

【経営課題（工業）】

まず、建設業の課題をみる。当市が昭和30年代後半から発展してきたという背景のなかで、現在、当市の公共建築物（公団住宅、公営住宅含む）や住宅が老朽化。建て直しや修繕の需要が高まっている。しかし、公共建築物の建て直し等は大手ゼネコン等に受注が集中しており、小規模事業者の参入が難しい状況である。また、小規模な公共工事等は、小規模事業者にも入札のチャンスがあるものの、二の足を踏む事業者も多い。個人住宅の修繕やリフォームは、小規模事業者のビジネスチャンスとなっているが、これまで下請け中心で受注を行ってきた事業者が自ら販路開拓することは難しいとの声も多い。つまり、小規模建設業の課題は、従来の下請け受注からの脱却であるといえる。

製造業等の課題は、当市が実施した「事業者アンケート」によると、「人手不足」が45.4%でもっとも多く、「諸経費の増加」の36.8%、「国内企業との競争激化」の30.1%が続く。人手不足や経費の増加に対応するための、生産性向上や高付加価値化が課題であるといえる。

製造業等の事業者の課題

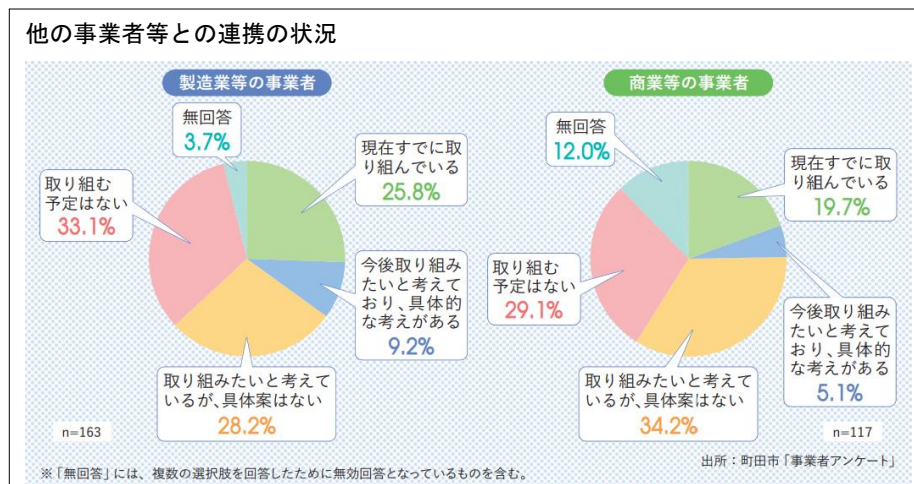


(D) その他

これまで、商業・工業にわけて、小規模事業者の現状と経営課題を分析してきた。最後に、商業・工業事業者に共通する課題を述べていきたい。

当市が実施した「事業者アンケート」によると、アンケートに回答した事業者の 7 割以上が新たな事業展開に関心を持っており、取り組みたい内容として「販路開拓」や「新分野への進出」などが多くあげられている。また、他の企業や研究開発機関と連携した取り組みについては、「取り組んでいる」または「取り組みたいと考えている」という回答が製造業等では 63.2%、商業等では 59.0%を占めている。

これらのことから、新規の事業展開や外部との連携を通じて、自社の競争力の強化や付加価値の向上、事業の拡大を図っていくことに前向きな事業者が多いといえる。



ケ) 町田市の計画

(A) 町田市基本計画「まちだ未来づくりプラン」

町田市基本計画（2012-2021 年度）の商工業振興に該当する箇所は下表のとおりである。小規模事業者に関する項目としては「商店街の活性化」「独自性のある技術・製品の研究・開発を行う事業者の支援」「起業・創業の支援」などがあげられている。

Ⅲ 賑わいのあるまちをつくる	
〈政策 1〉 活気ある商業空間をつくる	施策 1 商業拠点の戦略的な整備 施策 2 地域の商店街の活性化
〈政策 2〉 ものづくり産業を活性化する	施策 1 ものづくり事業者の経営の支援 施策 2 独自性のある技術・製品の研究・開発を行う事業者の支援
〈政策 4〉 事業者が活発に活動できる環境をつくる	施策 1 起業・創業の支援 施策 2 企業誘致の推進

(B) 町田市産業振興計画 19-28 チャレンジするなら TOKYO の町田から！

前述した町田市基本計画を上位計画に、当市は平成 31 年 3 月に「町田市産業振興計画 19-28」（計画期間：2019～2028 年度）を策定。現在、前期実行計画の取り組みが始まっている。

本計画では 4 つの施策の柱について個別施策を定めている。

将来像：ビジネスに、働く人に、心地よいまち	
施策の柱	目指す姿
『立ち上げる』チャレンジ	たくさんの新しい企業やビジネスが誕生し、起業・創業がしやすい風土が根付いている。
『広げる』チャレンジ	新分野・新技術への進出や異業種間連携等をきっかけに、市内事業者

	のイノベーションが促進され、自社や地域の強みを生かした他にはない新しい価値が生み出されている。
『つなぐ』チャレンジ	将来を見据えた人材育成と円滑な事業承継により、市内事業者の優れた技術・ノウハウが次世代に受け継がれている。
ビジネスしやすく、働きやすいまちづくり	それぞれのライフスタイルに合った多様な働き方が実現できるまちとして、多くの人に選ばれている。まちに賑わいがあり、ビジネスに適したまちとして多くの事業者選ばれている。

②課題

これまで記述してきた地域の現状をもとに、小規模事業者に対応が求められる地域の課題をまとめる。

人口面では、令和4年までの短期でみると、人口が増加。市内を商圏とする多くの小規模事業者にとっての市場拡大局面が続く。一方、中長期的には人口が減少に転じるとみられており、市場規模の縮小への対応が課題となる。また、平成17年以降、生産年齢人口が減少していることから、今後はさらなる労働力不足への対応も視野に入れる必要がある。

観光面では、令和2年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会の影響で観光客の増加、とりわけインバウンド需要の増加が予想される。事業者においては、特産品や町田ブランドを活用した商品づくりなどによる、観光客消費の獲得が課題となる。

消費面では、当市には大学が多いという特徴がある。現在、多くの事業者は経営者が高齢化しており、それに伴い各店舗の客層も高齢化している。既存店舗においても、大学生等の若者の消費獲得を検討していく必要がある。

既存事業者の経営課題をみると、商業では付加価値向上のための、商品づくりや店舗づくり。また、それらを活用した販路開拓を課題と考える事業者が多い。また、工業では、人手不足や経費の増加に対応するための、生産性向上や高付加価値化が課題として多くあがっている。

また、当市・当所が対応すべき地域の課題という面をまとめると、当市は開業率（平成28年～30年の開業率6.4%、東京平均6.2%、全国平均5.0%）が高いという特徴があるため、今後もこの開業率の高さを継続し、創業者に選ばれるまちづくりをすることが課題といえる。

加えて、当市の事業者には、新規の事業展開や外部との連携を通じて、自社の競争力の強化や付加価値の向上、事業の拡大を図っていくことに前向きな事業者が多いという特徴がある。そのため、これら新規事業展開の実現や連携の促進が課題となってくる。

最後になるが、多くの小規模事業者の活動範囲が当市内であることを考えれば、地域の活性化＝小規模事業者の経営基盤の構築といえる。そのため、中心市街地を含めた当市全体の活性化が課題となることは言うまでもない。

(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

当市の現状と課題、当市の政策、さらには当所が定めている「町田商工会議所 中長期行動計画書（2014年3月）」のビジョン『ヒトと共にヒトを創り、ヒトを活かす街をめざして（計画期間2014～2023年度、2024年度以降は、町田市産業振興計画に連動して当所の産業政策委員会での協議を経たうえで改定する予定）』を踏まえ、小規模事業者の長期的な振興のあり方（10年後の小規模事業者のあるべき姿）を以下の通り定める。

ア 経営環境の変化に対応できる「ヒト」が多いこと

当市の小規模事業者を取り巻く経営環境は大きく変化した。今後も、①将来的な人口の減少、②東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催による観光客（特にインバウンド需要）の増加、③大学生等の若者需要の増加等変化しつづけることが予測される。事業者もこの変化に対応していかなければならないと考えるが、実際は、この変化に対応している事業者もいれば、対応できていない事業者もいる。そこで、当所では、変化に対応しようとしている「ヒト」を重点支援。結果として、変化に対応できる事業者が地域を牽引し、地域全体の付加価値が向上されている姿を目指す。

イ 新しい発想を持つ「ヒト」が生み出されること

当市は、市内での開業率が高く、市内外の多くの方から、起業・創業の地として選ばれている。創業者をみると、AI サービスやアプリ開発などの先端分野から、ウェブ制作や留学コンサルタントなどのサービス分野、映画制作や紙芝居業などのコンテンツ分野まで、バラエティ豊かな構成となっている。今後も創業者向けの支援を強化し、創業者という新しい発想を持つ「ヒト」が生み出され、飛躍している姿を目指す。

ウ 「ヒト」と「ヒト」の連携が活発に行われていること

当市には比較的小規模な事業所が多く、その特徴である機動性を生かして他の企業等との連携に意欲的な事業者が多く存在する。また、事業者同士だけでなく、事業者と支援機関それぞれが顔の見える関係を構築し、仲間として一緒にステップアップしようという風土が強く根付いている。今後は、当所を中心に、企業同士や産学官の「ヒト」と「ヒト」が連携などを通じて、イノベーションを起こしている姿を目指す。

エ 「ヒト」が集う街であること

多くの小規模事業者の経済活動圏が当市内であることを考えれば、小規模事業者の活性化は当市の活性化に大きく依存するといえる。当所では、今後も事業者・行政機関・関係団体と連携しながら、地域が活性化されている姿やビジネスに適したまちとして多くの事業者に選ばれる姿を目指す。

②町田市基本計画／町田市産業振興計画との連動性

市では前述のとおり、町田市基本計画である「まちだ未来づくりプラン」を上位計画として、「町田市産業振興計画 19-28」を平成 31 年 3 月に策定した。

本計画の計画期間は平成 31 年度から令和 10 年度までの 10 カ年となっており、10 年後、更にその先の市の姿を見据えた産業振興の方向性を示している。また、具体的な事業とその取り組みを示す実行計画を別途策定しており、実行計画の計画期間は 5 年間（前期：平成 31 年度～令和 5 年度、後期：令和 6 年度～令和 10 年度）としている。

実行計画の個別施策は全 32 施策あるが、そのうち市と当所が共同で行う施策は 28 施策と全体の約 87% を占める。施策では新分野・新技術への進出の後押し、異業種・異分野との連携による新たな価値創出の支援などの競争力強化や、安定した事業継続のサポート、次代を担う人材育成や人材の確保などの支援をすることにより小規模事業者を含めた市内事業者を後押ししていく。

前述の「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」はこの方針に沿って策定したものであり、連動性がある。

③町田商工会議所の役割

総合経済団体である当所は、国・都・市等の行政と小規模事業者が多数を占める地域企業を結ぶパイプ役である。国・都・市等が実施する小規模事業者のための各種支援施策を理解・普及させるとともに、ニーズや課題などを行政に繋げ、行政が立案・実施する施策等に反映させるため、小規模事業者の声を届ける役割が期待されている。

また、地域経済を支える小規模事業者は需要の低下、売上の減少、経営者の高齢化による事業承継等の問題に直面しており、経営を持続的に行うための支援や施策が必要であり、事業計画の策定・実施・フォローアップなど今まで以上に小規模事業者に寄り添った経営サポートが求められている。特に、経営サポートでは、平成 27 年 4 月～平成 32 年 3 月を計画期間とした経営発達支援計画を実行。小規模事業者の売上増加等に一定の成果をあげてきた。今後は、本経営発達支援計画で掲げた「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を実現すべく、これまでの支援で得たノウハウをより多くの小規模事業者に展開することが求められている。

さらに「小規模企業振興基本法（小規模基本法）」「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の一部を改正する法律（小規模支援法）」が制定・改正されるなか、当所は数多くある地域の認定支援機関や中小企業支援機関の中核となるべく努力を重ね、また小規模事業者を面的に支援する体制を構築するため、地域の支援機関におけるリーダーシップの発揮を期待されている。

(3) 経営発達支援計画の目標および目標の達成のための方針

以上の地域の現状・課題や「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえたうえで、経営発達支援計画の目標および達成のための方針を以下のとおり設定・実行する。

【目標①】 経営環境の変化への対応や新しい取り組みに前向きな小規模事業者を重点支援

当市には多様な小規模事業者がいるが、そのなかには、経営環境の変化への対応に前向きな事業者や自社の競争力の強化、付加価値の向上、事業の拡大、新商品開発等を図っていくことに意欲的な事業者も多い。そこで、本計画期間は、まずはこれらの事業者を重点支援。事業者の売上増加や業績改善等を目標とする。また、この取り組みにおいては、当市でニーズの高い事業者同士の連携なども促進する。

(目標①達成のための方針)

将来的な人口減少等の経営環境の変化への対応や、特産品や町田ブランドを活用した商品づくり等による新しい取り組みなど、時代に合わせたビジネスモデルの再構築に前向きな小規模事業者を中心に、経営分析→事業計画策定→フォローアップという流れを徹底し、事業者の売上増加や業績改善が実現するまで、事業者と一緒に考えて考えながら支援を継続する。また、事業計画策定においては、「RESASや町田市統計書」「中心市街地通行量調査」といった地域の経済動向調査の結果や、個社商品の需要動向調査の結果を活用し、実現可能性の高い計画策定を行う。

【目標②】 小規模事業者が単独で実施することが難しい販売促進の側面支援

当市には、観光客の増加（インバウンドの増加含む）や大学生を始めとした若者の増加等の事業者にとってのビジネスチャンスもみられる。一方、事業者のなかには「販売先や取引先の開拓」を経営課題とする事業者も多い。そのようななか、そこで、事業者が新たな取引先の獲得を行うため、展示会・商談会、マスコミ、IT等の活用を促進する。これらの取り組みにおいても、事業者の売上増加を目標とする。

(目標②達成のための方針)

事業者が新たな取引先を獲得するために、展示会・商談会の活用として「広域連携ビジネス交流会」への参加支援、マスコミの活用として「プレスリリース支援」、ITの活用として「IT活用セミナー後の個別支援」を実施する。これらの支援においては単に販売促進の方法を紹介するのではなく、売上増加に繋がるまで徹底支援を実施する。

【目標③】 創業者の増加および創業者が実際に事業を軌道に乗せるための支援

当市は、開業率（平成28年～30年の開業率6.4%、東京平均6.2%、全国平均5.0%）が高く、市内外の方から、起業・創業の地として選ばれているという特徴がある。そこで、これらの創業者の事業を軌道に乗せるための支援を実施。創業後の黒字化を目標とする。

(目標③達成のための方針)

創業計画策定→フォローアップという流れを徹底し、創業前後の継続支援を実施する。これにより事業を軌道に乗せる。支援においては、「創業スクール」「起業家カード」「町田市創業者向け融資支援（創業支援特例）」などの各種支援策を活用する。

【目標④】 各支援機関との連携を通じた支援力の強化

各事業は当所および当市のみで実施するよりも、関連機関や専門家と連携しながら面的な支援を行うほうが、効果が高くなる。そこで、各支援機関と連携を強化し、より大きな成果をあげることを目標とする。

(目標④達成のための方針)

「町田市」や「多摩ビジネスサポートセンター※」と連携しながら事業を遂行する。また、必要に応じて、外部専門家を活用する。

創業支援については、「町田創業プロジェクト」の連携機関や「株式会社町田新産業創造センター」と連携。地域活性化については、「町田市中心市街地活性化協議会」にて意識の共有を図る。

これらの各関係機関が持つノウハウやネットワークを最大限活用し、事業の成果を上げる。

※東京都では小規模事業者が、経営を大胆に見直し、世代交代や業態の転換、経営基盤の確立などを図りながら、地域で持続的な経営を続けていくことができるよう高度かつ専門的な支援を行うため、都内6か所に支援拠点を設置している。平成30年4月24日に多摩地域のサポート体制を強化するための拠点として新たに多摩ビジネスサポートセンターが開設。多摩ビジネスサポートセンターは、当市だけでなく、八王子市、武蔵野市、青梅市、立川市、府中市を活動エリアとしているが、当所内に設置されていることから、当所と強い連携を持っている。

【目標⑤】当市の魅力発信による地域活性化

当市の中心地である町田駅周辺地域は、ターミナル機能の充実により利便性や快適性が高まり、多くの人が訪れている。また、当市北部の丘陵地域は、里山や田園風景が残り、鶴見川の源流を有するみどり豊かな自然が息づく首都圏の貴重な資産となっている。今後も、当市の魅力を発信し、観光客を含む多くの交流人口を創出することを目標とする。

（目標⑤達成のための方針）

地域活性化に向けて、「キラリ☆まちだ祭」「まちだシルクメロンを活用した地域活性化」などの具体的な活動に加え、当市の魅力発信を実施し、小規模事業者にとっての事業基盤を強固なものにする。なお、取組みは当所単独で実施しても効果が低い。そこで、「町田市中心市街地活性化協議会」において地域における関係者間での意識の共有を図る仕組みを構築し、関係者の目線を合わせた上で、地域活性化へ取り組む。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和2年4月1日～令和7年3月31日）

I. 経営発達支援事業の内容

2. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

経営発達支援事業を遂行するうえで、地域の経済動向を把握することは重要である。当所では、日本商工会議所の LOBO 調査、中小企業基盤整備機構の中小企業景況調査、内閣府の景気ウォッチャー調査に協力しているが、この結果は全国値としてしか集計されず、当市の事業者の状況を把握できるものではなかった。今後は、「当市のデータ」に着目し、これらのデータを収集・分析。経営発達支援事業の施策反映や小規模事業者の事業計画策定（事業方針、販売施策、商品開発等）の基礎資料として活用する。

(2) 事業内容

① RESAS や町田市統計書の活用

現在、「当市のデータ」として、RESAS や町田市統計書でデータが公表されている。これらのデータは事業者にとって有益であるものの、十分な活用に至っていない。そこで、当所において、これらのデータのなかから活用してもらいたいデータを抽出・分析。当所 HP で広く周知するとともに、事業計画策定時などに個別に情報提供する。

調査	RESAS や町田市統計書の活用
目的	経営発達支援事業の施策反映や小規模事業者の事業計画策定時（事業方針、販売施策、商品開発等）に活用する。
時期	年に1度（5～6月）実施 ※町田市統計書が毎年1月前後に公表されるため
分析内容	■ RESAS の分析（以下の項目より事業者に役立つデータを抽出） 1. 人口マップ、2. 地域経済循環マップ、3. 産業構造マップ、4. 企業活動マップ、5. 観光マップ、6. まちづくりマップ ■ 町田市統計書の分析（以下の項目より事業者に役立つデータを抽出） 1. 土地・気象、2. 人口、3. 産業・経済
分析方法	経営指導員がこれらのデータを網羅的にみて、そのなかで事業者に役立ててほしいデータを抽出する。抽出したデータは事業者にわかりやすいよう、グラフにするなど工夫するとともに簡単なコメントを付す。分析にあたっては、中小企業診断士等の専門家の意見を聞く。
活用方法	分析結果は当所ホームページで公表し、広く管内事業者に周知。また、事業計画作成支援時には個別に説明しながら計画の基礎資料としても活用する。また、当所内でも共有し、経営発達支援事業の施策改善時の基礎資料とする。

② 町田市中心市街地通行量調査の活用

当市では毎年11月に町田市中心市街地通行量調査を実施している（実施主体：町田市中心市街地活性化協議会）。本調査は、町田駅周辺の主要地点（平成30年度は44地点）において、方向別・時間帯別の歩行者通行量を測定するものである。データをみると、どの時間帯に通行量が多いのかが明確になるため、中心市街地の事業者にとっては有益なデータであるものの、これまであまり活用されてこなかった。今後は、この結果を中心市街地の商業事業者の事業計画策定時（販売施策）などに役立てる。

調査	町田市中心市街地通行量調査の活用
目的	小規模事業者の事業計画策定時（販売施策）に活用する。
時期	毎年1回（2月）に実施 ※町田市中心市街地通行量調査は毎年11月に実施、12月に結果が公表されるため
分析方法	調査結果は単年の数値データしか公表されない。そこで、経営指導員が経年データおよび地点ごとの通行量の変化を分析する。

活用方法	分析結果は当所ホームページで公表し、広く管内事業者に周知。また、分析結果は中心市街地に立地する事業者の事業計画作成支援時に個別に説明しながら計画の基礎資料として活用する。具体的には、①方向別結果より、通行客がどの方向に多く動いているのかを看板の設置等、②時間帯別結果より、営業時間やセールの実施時間などの経営判断に役立てる。
------	--

(3) 目標

項目	現状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
① RESAS や町田市統計書の分析結果の公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
② 町田市中心市街地通行量調査の分析結果の公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回

3. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者が持続的な経営を実施するためには、経営環境の変化（外部環境）に応じて自社の強み（内部環境）を活かした施策を打ち出す必要がある。当所では、これまでも経営分析を通じて、事業者の内部環境分析を支援しており一定の成果をあげてきた。そこで、今後もこの経営分析支援を継続。分析結果は、その先の「事業計画策定支援に関すること」に繋げていく。

(2) 事業内容

① 対象事業者の掘り起こし

当所では今までも経営分析を実施。成果をあげてきた。課題は、これまでのノウハウを活かし、より広く経営分析支援を行うことである。そこで、以下の4つの方策により掘り起こし（小規模事業者への周知）を行う。

事業名	具体的な内容
経営相談を通じた掘り起こし	当所の経営相談は事業者十分に認知されており、相談件数も多い。実際、経営相談のひとつであるマル経融資の取扱件数は年間100件にのぼる。そこで、今後は経営相談時に経営分析の提案を徹底する。
中小企業活力向上事業※による掘り起こし	①毎年5月～7月にかけて折込広告（毎月）、②当所HP、SNSによる情報発信、③コーディネーターによる巡回訪問に掘り起こしにより、対象事業者へ周知する。
多摩ビジネスサポートセンターと協力しての掘り起こし	当所内にある多摩ビジネスサポートセンターに経営相談にくる事業者に対し、経営分析を提案する。
セミナーを通じての掘り起こし	当所では毎年多くのセミナーを開催している（令和元年度は19セミナー）。また、多摩ビジネスサポートセンターでもセミナーを開催している。これらのセミナー開催時に、経営分析の周知を行う。なお、セミナー自体の参加者を増やすために、当所情報誌（会報）、当所ホームページ、当市広報、巡回訪問・窓口相談などで市内の事業者へ広く周知。これにより、セミナー参加者600名（約20回×30名）に対し、経営分析の周知を行えるようにする見込みである。

※中小企業活力向上事業

東京都では、経営指導員等と中小企業診断士が連携して小規模事業者等を訪問し経営診断、事業計画の策定支援、計画の実行支援を行う事業を実施している。本事業では、まず中小企業診断士による診断の前に経営者自身が「中小企業活力向上チェックシート（経営者自身に自社の現状をチェックしていただくシート）」を記入。その後、中小企業診断士が診断報告書を作成し、経営指導員を通じて事業者へフィードバックを行う。

②経営分析

前述の「①対象事業者の掘り起こし」で経営分析に興味を持った事業者に対し、経営指導員が経営分析を実施する。経営分析は、財務諸表および経営者からのヒアリングで実施する。分析内容は、財務分析（売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等）および非財務分析（SWOT 分析等）である。また、単なる分析で終わらせず、課題やその改善方法を提案できるよう結果をまとめる。

③分析結果の活用

分析結果は小規模事業者にフィードバックする。また、分析において顕在化した課題やその解決については、①一般的な課題解決であれば経営指導員が定期的に訪問しフォローアップ、②専門的な課題解決が必要であれば専門家と協力してフォローアップ、③課題解決に長期間を要する場合は事業計画を策定後、事業計画に沿ってフォローアップを行う。

また、分析結果は当所内の定期会議で共有を図り、経営指導員ごとの分析レベルの差をなくすとともに、ノウハウを共有する。

(3) 目標

現状の経営分析件数は 219 件であるが、財務分析のみの実施も多かった。今後は、事業内容のとおり、財務分析、非財務分析の両方を実施するため、目標値を再設定している。目標値は、経営指導員 10 名のなかで管理職を除いた経営指導員 7 名で 100 件を見込む。これは、ベテラン経営指導員 3 名×20 件＝60 件、経験の浅い経営指導員 4 名×10 件＝40 件により算出している。

項目	現状	2 年度	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度
経営分析件数	219 件	100 件	100 件	100 件	100 件	100 件

4. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

当市には、「販路開拓」や「新分野への進出」を志向する事業者が多い。また、当所では「経営環境の変化に対応できている事業者の増加」を目標に掲げており、これを実現するためには、事業者が現在のビジネスモデルを変化させる必要もでてくる。しかし、小規模事業者の実態をみると、経営者が多忙であることが多く、「販路開拓」や「新分野への進出」といった新たな取り組みを実施する前に自主的に事業計画を策定するということは少ないようにも感じる。当所でも、事業計画の重要性を啓蒙していたが、十分とはいえなかった点が課題といえる。

また、当市では開業率が高く、当所においても創業支援に力を入れている。これまでも、創業支援においては創業計画の策定などを支援してきたが、策定後のフォローアップが途切れて、計画の実現を確認できないこともあった。今後の課題は、経営指導員が今まで以上に親身になって創業計画の作成を支援し、創業者との関係性を構築。その後の計画実行まで継続して支援することである。

(2) 支援に対する考え方

新たな取り組みを実施する前に、事業計画を策定することは重要である。しかし、この重要性が伝わらず、事業計画策定支援に繋がらなかった点も否めない。そこで、今後は、経営分析を実施した事業者に対し、事業計画による経営課題の解決を提案。経営分析を実施した事業者の 50.0%※を事業計画策定に結びつける。

また、創業者が事業立ち上げを成功させるためには、創業計画策定を通じた事業内容の明確化等が重要である。そこで創業希望者に対しては創業計画の作成を提案。現状は「創業スクール」参加者（年平均 50 名程度）のうち、約 1 割に該当する 5 件/年の創業計画の作成を支援している。今後も支援を継続し、同程度となる 5 件/年の創業計画作成を支援する。

事業計画・創業計画を策定した事業者に対しては、徹底したフォローアップで成果を出すことで、「策定してよかった」と成功体験を提供。これにより、将来的には事業者が自主的に計画を策定し計画経営を実行することを目指す。

※現状、経営分析件数 219 件に対し、事業計画策定件数が 80 件（経営分析→事業計画策定の割合：約

36.5%)となっている。今後は、経営分析において、財務分析・非財務分析の両方を実施することでより分析結果の活用を提案しやすくする。さらに、経営分析を行った事業者への事業計画策定の提案を徹底することでこの割合を50.0%まで引き上げる。

(3) 事業内容

① 事業計画策定支援

経営分析を実施した事業者（既存事業者）に対しては、経営分析で顕在化した経営課題を解決するためや、経営指導員が新たな取り組みを実施するための事業計画策定を必ず提案する。また、多くの事業者は事業計画の必要性を理解していないことから、年1度の「事業計画策定セミナー」で事業計画の重要性について周知。セミナーの参加者を増やすために、当所情報誌（会報）、当所ホームページ、当市広報、巡回訪問・窓口相談などで市内の事業者広くセミナー開催を訴求する。加えて、「需要動向調査に関すること」や「新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること」で支援を行う事業者に対しても、取り組み前に事業計画の策定を提案する。

事業計画の策定を希望する事業者に対しては、その取組内容にあった事業計画の策定を支援する。具体的には、一般的な事業計画（単年度計画、中期計画）、経営力向上計画、経営革新計画、経営改善計画等を想定している。また、策定支援においては、「地域の経済動向調査」「需要動向調査」の分析結果や、経営分析の結果を活用する。

計画策定においては、その後のフォローアップも見据えた上で、アクションプランの策定は詳細に行う。特に、前述した経営力向上計画にはアクションプランの記載欄がないことから、別紙にて作成する。これにより、スムーズなフォローアップに繋がるとともに、フォローアップを通じて計画が形骸化することがないようにする。

② 創業計画策定支援

当市は、開業率が高く、市内外の多くの方から、起業・創業の地として選ばれているという特徴がある。そのなかで、当所は創業支援事業計画の認定を受けている「町田創業プロジェクト※1」の実施組織として「町田商工会議所プラットフォーム※2」（代表：当所、構成：8機関）を形成し、創業支援を行っている。

当市で創業の特典（創業融資の利子全額補助等）を受けるためには、当所もしくは株式会社町田新産業創造センターで「起業家カード」を発行し、各機関の支援記録をカードに記録する必要があるため、当所等に相談にきたり、「創業スクール」に参加する創業者は多い（創業スクールの参加者は平均50名/年程度、今後も同程度の参加者を見込む）。「創業スクール」では、経営に必要な知識だけでなく、創業計画書の書き方も指導している。

今後は、「創業スクール」で創業計画の書き方を指導するだけでなく、受講者が作成した創業計画書のブラッシュアップについての個別相談を実施。受講者が作成した創業計画を基に、経営指導員と一緒にブラッシュアップを行い、事業の実現可能性を高めていく。

また、実際に創業をした際は、創業計画に沿ってフォローを実施する。

※1 町田創業プロジェクト

平成26年1月に施行された産業競争力強化法において国から認定された創業支援事業計画に基づき、当市・当所・株式会社町田新産業創造センター・地域金融機関が連携して創業支援を行う事業。支援を受けて町田市長の証明を受けた方は、創業に関する各種特典（町田市制度融資の無利息化など）が適用される。

※2 町田商工会議所プラットフォーム

中小企業庁が認定する、地域の支援機関による中小企業・小規模事業者支援のための連携体。平成25年に当所が代表機関として「町田商工会議所プラットフォーム」を形成。現在、市内金融機関7行と創業支援機関1社で構成され、連絡会議等の開催を通じて情報共有を図っている。各機関が連携し、得意分野を活かし、地域で市内事業者をサポートしている。

(4) 目標

①事業計画策定支援

項目	現状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
事業計画策定件数	80件	50件	50件	50件	50件	50件

②創業計画策定支援

項目	現状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
創業計画策定件数	5件	5件	5件	5件	5件	5件

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

事業計画は策定することが目的でなく、実行し成果を上げることが目的である。当所でも、事業計画を策定した事業者に対し、定期的に訪問し進捗を管理してきた。

課題は、フォローアップの頻度である。現状は原則として半期ごとにフォローアップを行ってきたが、事業者によっては不足しており、計画が頓挫しているケースも見受けられた。今後は、訪問頻度をあげ、計画の実現を後押しする。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した事業者に対しては原則四半期ごとのフォローアップを実施。計画の遂行を支援し、成果を上げる。成果目標としては、当所でこれまで目標値として設定してきた「売上増加事業者数」「売上総利益率増加事業者数」を継続して設定。平成30年度実績ではフォローアップ対象事業者数に対する「売上増加事業者数」が15.6%（＝10社/64社）、フォローアップ対象事業者数に対する「売上総利益率増加事業者数」が15.6%（＝10社/64社）であったため、今後は支援を強化しいずれも20.0%を目指す。

また、創業計画を策定した創業者に対しても原則四半期ごとのフォローアップを実施。創業から1年後の黒字事業者数について40.0%になることを目指す。

※東京商工会議所が平成26年12月に実施した「創業の実態に関する調査報告書」によれば、創業1年目の黒字企業割合は19.6%となっている。当所では、これまで創業1年後の黒字事業者数について把握はしていなかったが、肌感覚としては、この19.6%より少し高い25.0～30.0%（4社に1社もしくは3社に1社）程度であると感じている。そこで、今後は創業計画に基づいた徹底した支援を実施することにより40.0%を目標として設定する。

〔表11〕業歴別

【収益状況(経常利益)】	全体		1年目		2年目		3年目		4年目		5年目	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
黒字	243	41.5%	11	19.6%	37	33.3%	69	46.0%	63	49.2%	63	44.7%
収支トントン	166	28.3%	9	16.1%	37	33.3%	36	24.0%	34	26.6%	50	35.5%
赤字	177	30.2%	36	64.3%	37	33.3%	45	30.0%	31	24.2%	28	19.9%
合計	586	100%	56	100%	111	100%	150	100%	128	100%	141	100%

出典：東京商工会議所「創業の実態に関する調査報告書」

(3) 事業内容

①事業計画策定事業者向けの伴走型フォローアップ

原則として、事業計画を策定したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。ただし、ある程度事業計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らす。一方、計画と進捗状況とがズレている場合（計画実施が何らかの理由により遅れている、停滞している等）は、訪問回数を増加するだけでなく、専門家などを活用しながら軌道に乗せるための支援を実施する。

②創業計画策定者向けの伴走型フォローアップ

創業者に対しても、原則四半期ごとのフォローアップを実施する。しかし、創業者の多くは、創業後は計画どおりに事業が実施できないことが想定される。このなかで四半期ごとのフォローアップでは不十分

なこともある。そこで、創業者に対しては、毎月、電話による連絡を取る。このなかで課題が発生していた場合は、巡回訪問により具体的な課題をヒアリングし、課題解決を図る。

③組織としてのフォローアップ体制の構築

フォローアップの際に顕在化した事業者の経営課題に対し、基本的には、担当する経営指導員が個人で対応する。しかし、個人で対応すると、最適な課題解決策を提示できているかの客観的な判断ができない。そこで、フォローアップの状況を他の指導員と共有し、他の指導員の意見も収集する。これにより、事業者によりよい解決策を提示する。

④金融斡旋

事業計画の実行段階において資金需要が発生した場合、「小規模事業者経営発達支援資金」や「小規模事業者経営改善資金（マル経融資）」等の融資の活用を提案する。また、創業者に対しては、「町田市創業者向け融資支援（創業支援特例）」や、連携する株式会社町田新産業創造センターが運営するクラウドファンディングの活用も提案しながら、事業計画を策定するために最適な資金調達を実現する。

(4) 目標

①事業計画策定事業者向け

項目	現状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
フォローアップ対象事業者数	64 社	50 社	50 社	50 社	50 社	50 社
頻度（延回数）	240 回	200 回	200 回	200 回	200 回	200 回
売上増加事業者数	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社
売上総利益率増加事業者数	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社

②創業計画策定者向け

項目	現状	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
フォローアップ対象事業者数	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
頻度（延回数）	20 回	20 回	20 回	20 回	20 回	20 回
創業から1年後の黒字事業者数	－	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社

6. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

当市には大型店やチェーン店等の出店も多く、市内の小規模事業者、とりわけ飲食店や食品小売店が生き残りを図るためには、大型店等との差別化や市外へ売れる商品づくり等、自社の「強み」を活かした商品開発が必要である。一方で、小規模事業者は、自社の製品・商品・サービスの需要動向調査をできていないことが多く、そのノウハウもない。そのため、商品の改良や製品のニーズ発掘などのマーケットインの視点を持った取組みが不十分となっている。当所においても、需要動向調査の支援の必要性は感じていたが、現状実施できていなかった。

そこで、小規模事業者の商品等が市場においてニーズがあるかについての調査を支援する。これにより、商品にマーケット視点のブラッシュアップを加え、売れる商品作りを後押しする。

(2) 事業内容

①当所職員、フードコーディネーター等による試食・評価

小規模の飲食店や食品小売業は、従業員等が少ないため、試作開発した食品等について多面的な意見を求めることができない。そのため、当所に「感想を聞かせてほしい」と持ち込まれる商品等も多かった。そこで、これを事業化。当所職員およびフードコーディネーター等が試食・評価を行い、事業者には消費者の声としてフィードバックを行うことで、商品の改良に繋げる。

調査	当所職員、フードコーディネーター等による試食・評価
目的	小規模事業者が開発した試作開発品(主に食品)の試食を行うことで、事業者には消費者の声を届け、商品のブラッシュアップに繋げる。

対象	飲食店、食品小売業（市内での販売を強化したい商品）を対象に年間 5 社の商品について調査を実施する。なお、年間 5 社の算出根拠は、これまでの支援実績より当所に「感想を聞かせてほしい」と持ち込まれる試作開発される食品等が年平均 3～5 点ほどあったためである。
調査方法	本事業を事業者に周知。事業者から持ち込まれた試作開発品を、当所職員およびフードコーディネーター等が評価用紙を使用して評価する。評価に有意性を持たせるため、最低 20 人の評価（サンプル数 20）を実施する。
調査時期	事業者の依頼に基づき随時調査を実施する。
調査項目	全体的な満足度（総合評価）、味、見た目、量、価格、新規性・独自性、購入意向どのような販売方法が良いか、その他
分析方法	調査結果は、経営指導員が男女別、年齢別にクロス集計を実施。結果より、満足度の高い顧客層（ターゲット顧客）を抽出する。また、各項目の評価から、改善点を分析する。
活用方法	分析結果は、事業者にフィードバックする。その後、商品のブラッシュアップ等を事業計画に沿って伴走型で支援する。

②大型店等の商品仕入れ担当者、バイヤー等による商品の評価

小規模の食品小売業のなかには、自社の商品等を大型店等に納入したい希望がある事業者もいる。また、大型店等のなかには、地元の特産品や地場産物を扱う催事の開催が増やしている店舗もあり、これらの店舗は、新規参加店舗や地域の店舗とのつながりを求めている。

一方で、小規模事業者の多くは大型店等の商品仕入れ担当者やバイヤー等（以下、バイヤー等）との接点がなく、バイヤー等が求める商品ニーズがわからない。そこで、当所では、繋がりがあるバイヤー等に事業者の商品の評価を依頼。事業者にフィードバックを行い、商品への改良に繋げる。

調査	大型店等の商品仕入れ担当者、バイヤー等による商品の評価
目的	バイヤー等に小規模事業者が開発した試作開発品（主に食品）の評価を依頼することで、商品のブラッシュアップに繋げる。
対象	食品小売業（市外への販売を希望する商品）を対象に年間 5 社の商品についてバイヤー等の評価を実施する。なお、年間 5 社の算出根拠は、これまでの支援実績よりまちだシルクメロン等を使った新商品について商品化に繋がった事例が年間 5 件程度であったためである。
調査方法	本事業を事業者に周知。事業者から持ち込まれた試作開発品を、当所と繋がりがあるバイヤー等（1 名以上、サンプル数 1）に持ち込み評価を依頼する。
調査時期	事業者の依頼に基づき随時調査を実施する。
調査項目	・味：味・食感・香り等の良さと全体的なバランス ・デザイン：商品との整合性や売場での目の引きやすさ ・独自性・新規性：独自性や目新しさがあるか ・コンセプト：ターゲット層、想定シーンは明確か ・トレンド感：トレンドを先取りしているか ・原材料：原材料は魅力的か ・安心・安全：品質・表示ラベル・衛生面等の信頼性 ・取引条件：ロット対応、納期、支払条件等について ・価格競争力：市場価格に対応できるか。値入状況はどうか ・取扱意向：上記を踏まえた総合評価・取扱意向
分析方法	バイヤー等には自由記入により各項目のアドバイスを頂く。その声を経営指導員が報告書としてまとめる。
活用方法	分析結果は、事業者にフィードバックする。その後、商品のブラッシュアップ等を事業計画に沿って伴走型で支援する。

(3) 目標

項目	現状	2 年度	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度
①当所職員、フードコーディネーター等による試食・評価の調査対象事業者数	－	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
②大型店等の商品仕入れ担当者、バイヤー等による商品の評価の調査対象事業者数	－	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者の多くには専門の営業人員がいないため、販路拡大のための商品・製品・サービス PR が不十分である。そのため、固定客との取引や限られた商圈の範囲内での営業活動となり、新しい顧客の増加や、新規の受注獲得といったビジネスチャンスをつかむことが難しくなっている。当所においても、新たな顧客増のための施策を実施してきたが、その成果を確認するには至っておらず、PDCA サイクルを回せていなかった。

今後は展示会・商談会への出展や IT を活用した PR の他、新たにマスメディアの活用といったメニューを追加し、事業者を支援し、販路拡大および取引機会の拡大を支援する。

支援においては、単に支援策を「紹介」するのではなく、実際に「売上に結びつける」ことを目標に PDCA サイクルをまわす。

(2) 事業内容

①広域連携ビジネス交流会（BtoB）

当所では、「企業同士や産学官が連携などを通じてイノベーションを起こす」ことを目指している。そこで、広域連携ビジネス交流会を通じて連携を促進させる。広域連携ビジネス交流会とは、当市と、隣接する 2 つの市の商工団体（町田、相模原、八王子各商工会議所）が連携し開催する交流会である。毎年、各商工会議所で 30 社ずつ、イベント全体ではおよそ 90 社が参加して新たなビジネスチャンス創出のきっかけ作りとなっている。

対象	全業種
内容	グループ交流会では、グループに分かれ、1 社 1 分程度で自社の事業内容説明や PR をするとともに、グループ内での名刺・情報交換を行う。グループ編成は 2～3 回入れ替わり、自由に異業種交流・名刺交換・マッチングの場を提供する。希望者はパンフレットやチラシの配布や、自社製品の持ち込みが可能である。
当所の支援内容	事前準備として参加にあたっての目的設定、パンフレット等の整備、短時間での商品等アピール方法を支援する。また、参加後は、名刺交換をした相手に対する、フォロー方法を指導する。これらの支援により、連携や新たな取引の創出を目指す。
効果	周辺地域の様々な企業と交流を通じて、新規顧客との成約やビジネスパートナー発掘のきっかけ作りが見込める。

②プレスリリース支援（BtoC）

事業者が販路拡大を目指す際、マスコミ等の活用は効果的である。当所でも、「広報初心者のためのプレスリリース活用セミナー」などを開催し、この活用方法を周知しているものの、小規模事業者の十分な実施に至っていない。そこで、当所がプレスリリースの個社支援を実施。マスコミ等の利用を促進する。

対象	全業種（新商品の開発等を行った場合は重点支援）
訴求相手	全国の消費者
実施内容	年 1 回「プレスリリース活用セミナー」を開催。参加者のなかで、実際にプレスリリースを発信したい事業者に対しては、経営指導員が個別支援を実施する。また、参加者以外に対しても、日頃の経営支援のなかでプレスリリースの活用が好ましい場面では、積極的に

	活用を推奨する。
当所の支援内容	プレスリリース作成時に、取り上げてもらいやすいプレスリリースの書き方などを経営指導員が支援し、取材に繋がる確率をあげる。また、取材につながった場合は、顧客増に対応した商品の販売体制や、一時の顧客増に終わらせないリピート需要の獲得などについて支援を行う。
効果	取材を受ければ、全国に情報が発信される。これにより多くの消費者からの注文が見込める。

③IT 活用セミナー後の個別支援（BtoC）

当市の中心市街地では、若年層～中年層の客層も多い。これらの客層に向けた情報発信では IT の活用が効果的である。当所でも、「SNS 関連セミナー」「IT 活用セミナー」等を実施し、すぐに実施できる IT 活用方法などを指導しているが、それでも、小規模事業者の IT による情報発信は不十分であると感じる。そこで、今後は IT 活用を促すセミナーを実施するだけでなく、実際に IT を活用する事業者には個別支援や専門家派遣を実施する。

支援対象	SNS や HP による情報発信を強化したい事業者
訴求相手	消費者
内容	当所では、以下のとおり IT 活用に関するセミナーを実施している。 〈令和元年 実績〉 ・5 月 SNS 使い分けセミナー ・6 月 IT を使って商売繁盛・業務効率アップ！セミナー ・7 月 中小企業のためのクラウドファンディング活用セミナー ・9 月 ～顧客心理を掴め！～売上拡大のための HP 活用術 今後も IT 関連セミナーを行う予定であるが、セミナーで知識を提供するだけでなく、実際に取り組む事業者に対しては、経営指導員の個別支援や専門家派遣を実施する。
当所の支援内容	IT を活用したい事業者に対し、当所経営指導員が寄り添って支援を実施する。また、必要に応じて専門家派遣や管内の IT 事業者の紹介なども実施する。
効果	IT を活用して売上拡大する効果が見込める。

(3) 目標

項目	現状	2 年度	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度
① 広域連携ビジネス交流会 出展事業者数	30 社	30 社	30 社	30 社	30 社	30 社
新規顧客との成約件数/社	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
② プレスリリース支援 実施事業者数	—	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
売上金額/社	—	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
③ IT セミナー後の個別支援 実施事業者数	—	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
売上金額/社	—	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円

Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

8. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

当市は昭和 30 年代後半から人口増加に併せて商業が発展し、商店会数も 60 商店会を数えるに至った。しかし、近年では商店会の会員店舗の廃業や経営者の高齢化などから会員だけでなく役員の担い手も減少し、休会や解散などが生じている。さらに周辺都市の開発により都市間競争が激化している。このことを考えると、小規模事業者が持続的な経営を行うためには、地域の活性化を図ることや域外へ売れる商品づくりを強化させることが急務である。

今後は、地域活性化に向けた具体的な活動に加え、当市の魅力発信を実施し、小規模事業者にとっての事業基盤を強固なものにする。この取組みは当所単独で実施しても効果が低い。そこで、地域における関係者間で意識の共有を図る仕組みを構築する。

(2) 事業内容

①「町田市中心市街地活性化協議会」による意識の共有

当市の地域活性化を協議・意識の共有を図るため「町田市中心市街地活性化協議会※」（年 2 回開催）にて、地域化活性化を議題として取り上げる。当協議会は、当所が事務局となっている。

※町田市中心市街地活性化協議会

町田の中心市街地のまちづくりを総合的に推進する組織。当市の取り組みと軌を一にし、中心市街地の活性化について密接な関係を有する事業者、地域住民代表者などが連携を図りつつ、一体的に推進する組織である。当所、町田まちづくり公社、当市、各商店会、大手百貨店などから構成されている。

②キラリ☆まちだ祭

「キラリ☆まちだ祭」は、過去に別々で開催されていた「まちだ産業観光まつり」と「町田市農業祭」、「町田夢舞生ッスイ祭」を復活、融合した総合イベントである。「町田市産業振興基本条例」に基づく施策「町田市産業振興計画 19-28」の取り組みのひとつであり、まちの魅力を高め、発信する役割を担う。

毎年 11 月上旬に開催されるこのイベントには、町田の農業、商業、観光資源が一堂に集まり、当市の魅力と活力を多くの来場者に知ってもらう機会となっている。

市内の農産物や商品を PR 販売する「マルシェ・まちだの市」をはじめ、市内の農業生産者と商店・飲食店が連携して開発したオリジナル商品の販売や「町田市トライアル発注認定商品」の紹介・体験など町田ブランドを広くアピールするコーナーが多数ある。

平成 30 年度には 130,450 人の来場者を記録、当日には来場者アンケートを実施して会場内の回遊状況やイベントに対する意見などをヒアリングした。

今後も当市、当所、町田市農業協同組合、町田市観光コンベンション協会が毎年情報共有会議を年 5 回程度実施し、意識を共有しながら事業を推進する。さらに、毎年同時期・同会場での継続的な開催によってイベントの認知度を高めつつ企画・PR をより一層充実させ、来場者数アップと販売促進を目指す。

③まちだシルクメロンを活用した地域活性化

まちだシルクメロンとは、町田式新農法という、土を使わない水耕栽培により栽培されたメロンである。高級メロンのような食感や糖度の高さが魅力で、平成 25 年には、東京都の地域資源に認定されている。同年には、「まちだシルクメロン」の商標を取得。事業者が開発した「まちだシルクメロン」や「まちだシルクメロン加工材料（ピューレ）」を活用した商品のなかで、毎年 1 回以上開催している審査会（審査員：当所、当市、町田市観光コンベンション協会、株式会社まちだシルク農園、学識経験者等）で協議し、許可を得た商品はこの商標や公式認定シールの使用が可能となる。

今後は、毎年 1 回以上開催される審査会において、商品の認定に留まらず、「まちだシルクメロン」自体の認知度を上げるための PR 活動についても意識を共有し、「まちだシルクメロン」を活用した地域活性化を実施する。

また、現在、メロンを使った洋菓子などが 12 品誕生しているが、今後も、商品数を増やすべく、事業者と共同で商品開発などに取り組む。

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

9. 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) 現状と課題

現状、経営指導員が集まる研修時や金融機関との会合時に、各経営指導員が支援ノウハウ等の情報交換を個別に実施している。しかし、短時間での情報交換となるため、困っている内容の相談や、個人的に興味のある内容の相談に留まっており、小規模事業者への支援力向上にはつながっているとはいえないという課題がある。

そこで、小規模事業者支援に関する支援ノウハウ等の情報交換を組織的に実施する。また、それぞれの情報交換では目的を明確にする。

(2) 事業内容

① 町田市、金融機関、支援機関との情報交換（年 2 回）

町田商工会議所プラットフォームの構成員である、当所、株式会社きらぼし銀行、株式会社横浜銀行、城南信用金庫、株式会社町田新産業創造センター、株式会社日本政策金融公庫、株式会社山梨中央銀行、西武信用金庫、多摩信用金庫に加えて当市、中小企業基盤整備機構と年 2 回、町田創業プロジェクト会議を実施。創業者の状況、創業融資の状況、創業支援のノウハウ等について情報交換を実施している。情報交換だけでなく、創業者の紹介等の成果にも繋がっていることから今後も継続。これにより単なる情報交換でなく、地域内で面として創業者を支援できる体制構築の効果を狙う。

② 日本政策金融公庫との情報交換（年 2 回）

現在、日本政策金融公庫とは、緊密な連携関係を構築しており、融資制度などの勉強会を年 2 回開催している。日本政策金融公庫は創業から経営改善にいたる小規模事業者への金融支援を数多く取り扱っており、融資の審査や融資後のフォローアップにおけるスキルなど、多くの事例を持っている。

今後もこれまでの連携を基本とし、支援事例やノウハウについての情報交換を勉強会の中で実施していく。その中で、小規模事業者の成長・持続的発展に結び付く経営課題の掘り起し手法などを学び、現場に生かしていく効果を狙う。また「小規模事業者経営改善融資制度」についても、他団体の具体例を交えながら情報交換をしていく。

③ 市内金融機関との情報交換会（年 1 回）

当所、金融機関（株式会社みずほ銀行、株式会社三菱 UFJ 銀行、株式会社三井住友銀行、株式会社りそな銀行、株式会社横浜銀行、株式会社東日本銀行、株式会社きらぼし銀行、株式会社山梨中央銀行、城南信用金庫、横浜信用金庫、西武信用金庫、多摩信用金庫、芝信用金庫、町田市農業協同組合、日本政策金融公庫）、証券会社（野村證券株式会社、大和証券株式会社、SMBC 日興証券株式会社、藍澤證券株式会社）、生命保険会社（アクサ生命保険株式会社、第一生命保険株式会社、日本生命保険相互会社、大樹生命保険株式会社、住友生命保険相互会社、朝日生命保険相互会社）、損害保険会社（東京海上日動火災保険株式会社、損害保険ジャパン日本興亜株式会社、三井住友海上火災保険株式会社、あいおいニッセイ同和損害保険株式会社）と年 1 回、金融懇談会を実施している。最新の金融動向、小規模事業者支援のノウハウについて情報交換が実施できていることから今後も継続していく。これにより、地域産業等に関する情報交換の活性化を図り、連携体制の強化を狙う。

④ 市内大型店との情報交換会（年 1 回）

当市の中心市街地大型店（株式会社小田急百貨店 町田店、株式会社東急百貨店 SC 運営部 町田店、株式会社ルミネ 町田店、株式会社ユニカ 町田ジョルナ店、株式会社丸井グループ 丸井町田店、株式会社ファーストリテイリング ミーナ町田）と当所との懇談会を年 1 回実施。各店舗の客数の動向から分野別の動向、売れ筋商品、今後の方向性、競合他社の動向など、かなり細かい事情まで情報交換を実施しており、支援にも役立っているため今後も継続実施する。

情報交換の内容は、小規模事業者支援（特に小売業、飲食業）に有益であるため、今後は、情報交換の内容を、経営指導員全体で共有。主に小規模小売店、飲食店支援時にこの情報交換で得た内容を活用することで、有効なアドバイスができるという効果を狙う。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

現状、東京都や東京商工会議所、中小企業大学校等の研修等に参加し資質向上に取り組んでいる。そのため、事業計画策定などの一定のスキルはある。一方、本計画では、①経営者と共に考えることができるコミュニケーション能力、②小規模事業者に必要な事業機会や事業リスクを見いだせる洞察力、③実現可能性の高い事業計画を立案する能力、④事業者ごとに必要な販売促進を見極めアドバイスする能力、⑤金融支援などの知識などが必要になる。

そこで、今後は、東京都等が実施する研修会に積極的に参加し、本計画実行に必要なスキルを身につけるだけでなく、専門家から OJT 指導を受けるなど支援力の向上を図る。また、研修で得たノウハウを情報共有する仕組みを構築し、組織全体としての支援力向上を図る。

(2) 事業内容

①経営指導員会議の開催による情報共有

週に1度、小規模事業者支援に向けた会議を開催する。会議では、小規模事業者支援の進捗状況だけでなく、ノウハウ交換や研修等で得た知識の共有も実施する。経営指導員同士は、日常的にノウハウの交換を行っているが、部分的なノウハウ交換となっている。そこで、それぞれの指導員が強みを活かして、体系的にその保有するノウハウを交換する場を作る。これにより、指導員同士のスキルの差を埋める。

また、「経営指導員会議」に補助員や記帳相談員の他、一般職員も参加させ、経営指導員のみならず記帳相談員、一般職員も含めた組織全体としての支援能力の向上を図る。

②情報のデータベース化

担当経営指導員等が基幹システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を経営指導員のみならず補助員、記帳相談員の他、一般職員も含めた組織全体で相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにする。

③東京商工会議所の研修参加による基礎知識・ノウハウの習得

経営指導員は東京商工会議所の研修会へ参加することにより「経営分析」「事業計画策定」「事業計画のフォローアップ」「販売促進」「地域活性化」等の本計画実施に必須な知識・ノウハウの習得を図る。

④中小企業大学校の研修参加による応用知識・ノウハウの習得

上記法定研修では基本的な知識・ノウハウを習得する。これに加え、本計画で目標値として設定しているアウトカム（定量目標）を実現するため、中小企業大学校が開催する「経営計画策定」「創業支援」「営業・販路開拓支援」等についての研修に、経営指導員が積極的に参加する。

⑤経営指導員等に不足しているスキルの充足

本計画の実行には、①経営者と共に考えることができるコミュニケーション能力、②小規模事業者に必要な事業機会や事業リスクを見いだせる洞察力、③実現可能性の高い事業計画を立案する能力、④事業者ごとに必要な販売促進を見極めアドバイスする能力、⑤金融支援などの知識などが必要になる。これらの能力は、前述の研修等での習得を図るが、必ずしも必要な研修等が見つからない場合も想定される。

そこで、年1回、全職員を対象とした支援力向上研修（所内研修）を実施。毎年、もっとも不足している能力を見極めたうえで、必要な外部講師を招聘する。

⑥派遣専門家との帯同によるスキル習得

専門家派遣を実施する際、経営指導員が必ず帯同し、専門家の行う指導、助言内容、情報収集方法を学ぶ。現状は、単なる同行となっている場合もあったが、これを OJT の機会であると共通認識を持つ。帯同する経営指導員は、指導等のエッセンスを「経営指導員会議」で発表する。また、指導等の内容のなかで、自らに不足する資質を分析し、中小企業大学校等の研修でその資質向上に当たる研修がある際は、積極的に参加する。将来的には、経営指導員が専門的なアドバイスができるよう、知識・ノウハウの研鑽に努める。

11. 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

本計画に記載の事業の進捗状況及び事業の成果について、年1回、以下の方法により評価・検証を行う。

- (1) 当市経済観光部産業政策課、法定経営指導員（日下啓太、三堀陽平）、東京税理士会町田支部推薦の税理士、町田市経営診断協会推薦の中小企業診断士、外部有識者として玉川大学等市内大学教授等で組織する「経営発達支援評価会議」を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況、事業の成果等について評価を行う。
- (2) 当該評価会議の評価結果は、事業実施方針等に反映させるとともに、当所のホームページ（<http://www.machida-cci.or.jp>）へ掲載（年1回）することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

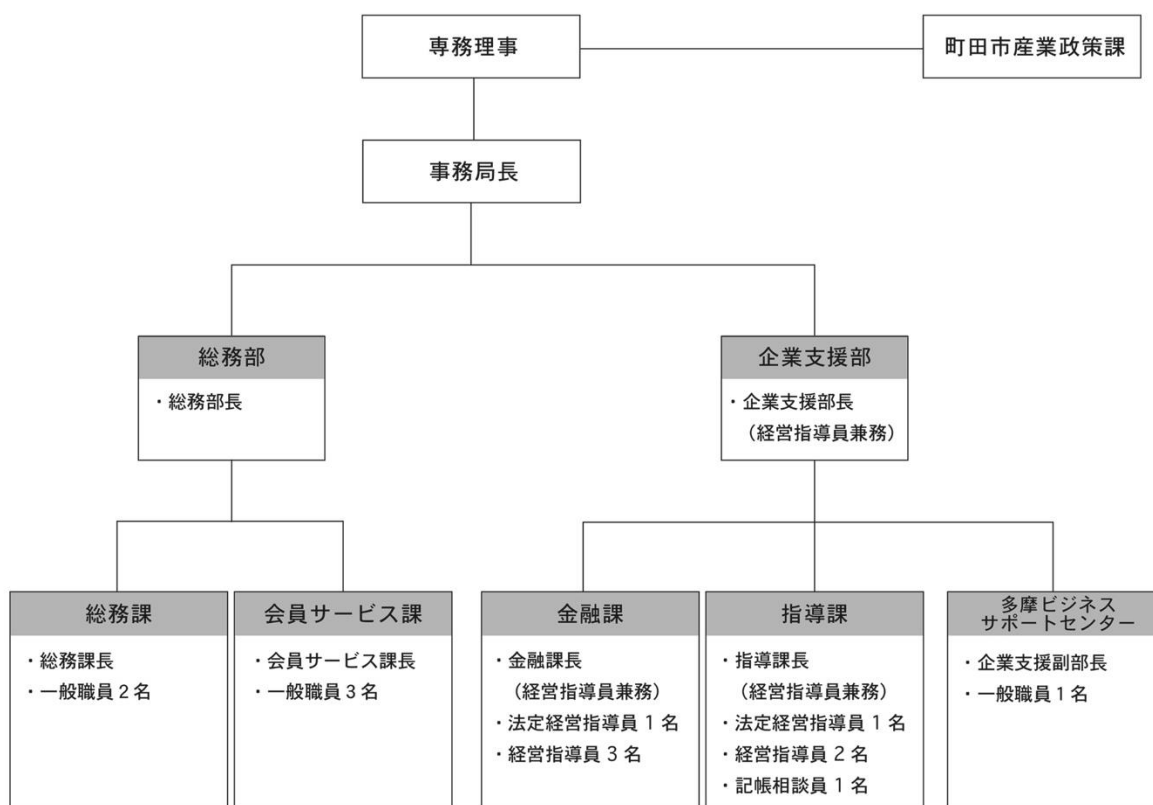
(別表 2)

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

(令和元年 11 月現在)

(1) 実施体制(商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制等)



(2) 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第 7 条第 5 項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①当該経営指導員の氏名、連絡先

氏 名： 日下 啓太 三堀 陽平

連絡先： 町田商工会議所 TEL：042-724-6614

②当該経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

ア) 日々の小規模事業者支援において経営指導員・一般職員等に助言を行う

イ) 週 1 度の「経営指導員会議」において、本計画の進捗管理を行う。

ウ) 年 1 度の「経営発達支援評価会議」において、本計画の進捗・事業の成果等について、情報の提供を行う。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

〒194-0013

東京都町田市原町田3丁目3番22号

町田商工会議所 企業支援部

TEL : 042-724-6614 / FAX : 042-729-2747

E-mail : sodan@machida-cci.or.jp

〒194-8520

東京都町田市森野2丁目2番22号 9階

町田市 経済観光部 産業政策課

TEL : 042-724-3296 / FAX : 050-3101-9615

E-mail : keizai010@city.machida.tokyo.jp

(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)

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
必要な資金の額	43,940	43,940	43,940	43,940	43,940
指導事業費	5,880	5,880	5,880	5,880	5,880
業務費	2,680	2,680	2,680	2,680	2,680
講習会開催費	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200
資質向上対策費	110	110	110	110	110
小規模企業施策普及費	2,030	2,030	2,030	2,030	2,030
活性化事業費(創業)	3,640	3,640	3,640	3,640	3,640
中小企業活力向上事業費	9,990	9,990	9,990	9,990	9,990
中小企業対策費	2,510	2,510	2,510	2,510	2,510
商工業活性化事業推進費	3,780	3,780	3,780	3,780	3,780
経営発達支援事業費	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
産業振興催事事業費	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000

(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
会費収入、国補助金、東京都補助金、町田市補助金

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名		
Ⅰ) 3. 経営状況の分析に関する事 ①対象事業者の掘り起こし		
連携先	住所	代表者
多摩ビジネスサポートセンター	町田市原町田 3 丁目 3 番 22 号	会頭 深澤 勝
Ⅱ) 4. 事業計画策定支援に関する事 ②創業計画策定支援 町田商工会議所プラットフォーム		
連携先	住所	代表者
(株) 町田新産業創造センター	町田市中町 1-4-2	代表取締役 木島 暢夫
Ⅲ) 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事		
連携先	住所	代表者
相模原商工会議所	神奈川県相模原市中央区中央 3-12-3	会頭 杉岡 芳樹
八王子商工会議所	東京都八王子市大横町 11-1	会頭 田辺 隆一郎
Ⅳ) 8. 地域経済の活性化に資する取組に関する事 町田市中心市街地活性化協議会		
連携先	住所	代表者
(株) 町田まちづくり公社	町田市原町田 4-10-20	副会長 米増 久樹
キラリ☆まちだ祭 情報共有会議		
連携先	住所	代表者
町田市農業協同組合	町田市森野 2-29-15	副組合長 木目田 守
(一社) 町田市観光コンベンション協会	町田市原町田 4-10-20	副会長 山口 昭
まちだシルクメロン 審査会		
連携先	住所	代表者
(一社) 町田市観光コンベンション協会	町田市原町田 4-10-20	会長 清水 行雄
(株) まちだシルク農園	町田市小山ヶ丘 2-2-5	代表取締役 林 大輔
YK FOOD STYLE	町田市本町田 1507-3	委員長 川崎 泰代
Ⅴ) 11. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関する事		
連携先	住所	代表者
東京税理士会町田支部	町田市森野 1-34-10 第 1 矢沢ビル 4 階	支部長 福島 昭宏
町田市経営診断協会	町田市南つくし野 2-27-38	理事長 太細 貞治

連携して実施する事業の内容
I) 3. 経営状況の分析に関すること ①対象事業者の掘り起こし 連携して経営分析の対象事業者を掘り起こす。 II) 4. 事業計画策定支援に関すること ②創業計画策定支援 ・産業競争力強化法において国から認定された創業支援事業計画に基づき創業支援を実施する。 ・各機関が連携しながら得意分野を活かし、市内事業者をサポートする。 III) 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 連携して「広域連携ビジネス交流会」を開催する。 IV) 8. 地域経済の活性化に資する取組に関すること 地域活性化に資する取り組みにおいて、目線を合わせながら面として実行する。 V) 11. 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 事業成果の評価・検証を行う。
連携して事業を実施する者の役割
I) 3. 経営状況の分析に関すること ①対象事業者の掘り起こし 経営相談時やセミナー開催時に、商工会議所の経営分析支援を紹介する。 II) 4. 事業計画策定支援に関すること ②創業計画策定支援 「創業スクール」の開催の他、それぞれの得意分野を活かした創業者支援に協力する。 III) 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 「広域連携ビジネス交流会」開催に協力する。 IV) 8. 地域経済の活性化に資する取組に関すること 地域経済の活性化において協力する。 V) 11. 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 事業成果の評価・検証に協力する。

連携体制図等

