

事業者の皆さん、

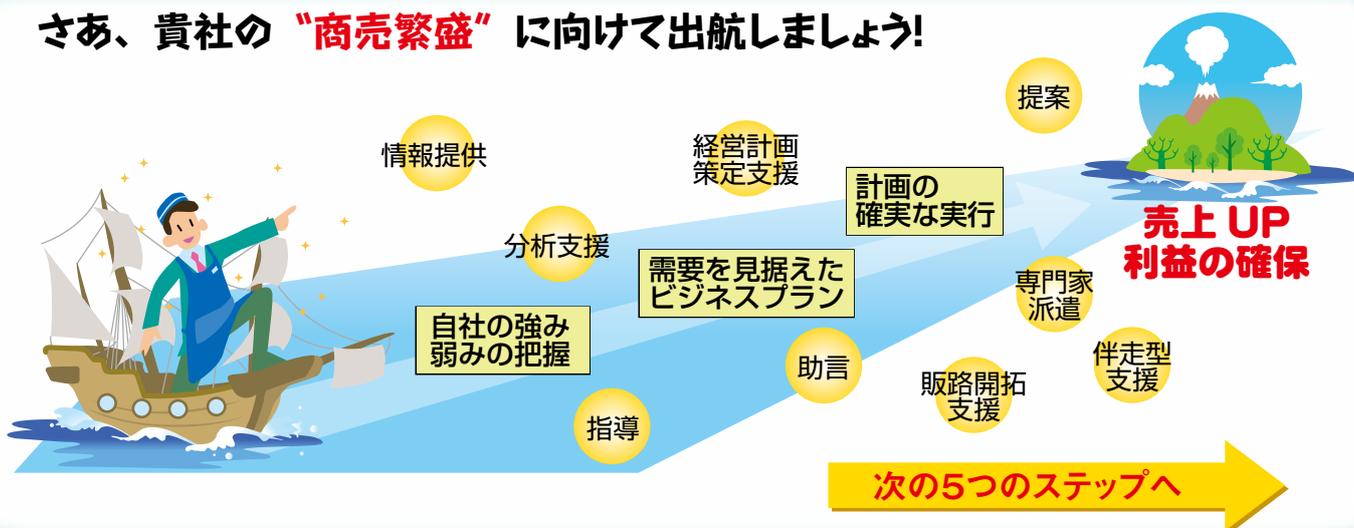
ご商売は
繁盛していますか？

今月の
売上は順調ですか？

経営に必要な
儲けは出ていますか？

商工会は 小規模事業者の皆さんの 「売上向上」「利益確保」を 支援します！

さあ、貴社の **“商売繁盛”** に向けて出航しましょう！



商工会では、**売上UP**や**適正な利益確保**を目指す、事業者の皆さんの**ビジネスプラン**（経営計画）づくりと、その**実行支援**を行っています。

平成28年度は、栃木県内35商工会 **1,053事業者がビジネスプランを策定**しました。

貴社も、新商品や新メニュー、新サービスの開発やネット販売、隣市町への進出など、**売上向上・利益確保**につながるビジネスプランをつくりあげ、“**経営の持続化**”に向けた取組みをスタートしましょう!!

商工会は、貴社のやる気を**伴走型で支援**します。

栃木県内全35商工会は、地域の小規模事業者の皆さんの売上や利益を確保するための支援（＝経営発達支援事業）に係る計画（＝経営発達支援計画）を作成し、経済産業大臣より認定を受けました。（※）

※ 県内全商工会認定は全国で4県、共同によらず単独申請によるものは本県のみ。（H29.3.31 現在）

※県内35商工会の計画全文は、中小企業庁のホームページでもご覧になれます。

中小企業庁

STEP 1

経営状況の分析

まずは、自社の経営状況を知りましょう。

(事業者が行う内容)

自社の強み・弱みの把握です。商品・サービス、技術・ノウハウ、従業員、財務などの経営状況を分析します。

(航海に例えるなら…)

船の大きさ・出力・装備品の状況とその優劣、出発港の位置、出港時の積荷、船員の人数・役割・能力の確認

(商工会が支援する内容)

各商工会において、分析手法の習得や、実際に自社の分析を手がけるセミナーを開催しています。また、自社の健康状態を個別診断する“企業ドック”も、市貝町ほか各商工会で始まっています。



STEP 2

売れる計画づくり

この商品・サービス・技術は売れるのか？
需要を見据えたビジネスプランをつくります。

(事業者が行う内容)

自社目的の明確化と目的を達成するための目標設定、活動計画づくりをします。

(航海に例えるなら…)

目的地の明確化、目的地までの航路(航海図)、寄港地での活動計画づくり

(商工会が支援する内容)

各商工会において、実際に自社の経営計画を作り上げるセミナーを、集団又は個別といった事業者に合わせてスタイルで開催しています。

経営計画を作成された事業者さんの声

合資会社小島酒造店さん (塩谷町商工会)

自社の現状を客観的に把握した上で、マクロ的に市場動向を分析。新潟県での修業時代の経験をもとに、自分が目指すところを見極めました。

計画作成作業を通して、“作り手のこだわりよりもユーザーの立場に立った商品づくりが重要”であることが確認できました。

経営計画を作成することで“自分のやりたいこと”が明確になりました。



「栃木の地酒の定番としてブランド化することを目指す」と、専務の小嶋 拓さん

STEP 3

計画の確実な実行

計画ができれば、実行あるのみ。商工会は、事業者さんの思いを伴走型で支援します。

(事業者が行う内容)

事業を計画どおり実施し、目標達成を目指します。

(航海に例えるなら…)

航路計画どおりに航海を進め、目的の港を目指すこと

(商工会が支援する内容)

各商工会において、計画策定後、職員が四半期に一度訪問し、進捗を確認するほか“小規模事業者持続化補助金”“ものづくり補助金”等各種補助金制度の申請や“マル経融資”“県制度融資・経営発達貸付”などの施策利用支援を行っています。



STEP 4

情報の有効活用

事業を行う際には、色々な場面で経営判断が求められます。必要な情報をキャッチ!

地域の経済動向

(事業者が行う内容)

主な販売先である“地域”の経済動向に関する情報を得て、経営の判断材料として活用します。

(航海に例えるなら…)

航路における気候・天候、目の前で変化する風の強さ・波の高さ・周囲の船の状況認知

商品・サービスの需要動向

(事業者が行う内容)

取り扱う商品・サービスの需要動向に関する情報を得て、経営の判断材料として活用します。

(航海に例えるなら…)

積荷の売れ具合・見込み、積荷が売れている港町、売れそうな港町はどこかといった情報の認知

(商工会が支援する内容)

各商工会地域の経済動向調査、中心市街地通行量調査、空き店舗調査、住宅建設状況調査、外食需要動向調査、商品需要動向調査、経済波及効果調査などを行っています。結果は相談時に提供するほか、会報・ホームページで公表します。

STEP 5

新たな需要の開拓

取り扱う商品・サービスを多くの消費者に見せる・知らせる・直接売る!

(事業者が行う内容)

計画に基づいて、様々な販売先・販路を求めます。積極的な“売り”に出ます。

(航海に例えるなら…)

寄港地の市場で積荷の商品を売ることに、売り出しの案内を広告すること

(商工会が支援する内容)

- ・バーチャル商店街“やいたうん”の構築(矢板市)
 - ・グルメガイドマップ作成(下野市)
 - ・事業者PRガイドブック作成(うつのみや市・にのみや)
 - ・リフォーム展示相談会の開催(上三川町・栗野・市貝町ほか)
 - ・ローカルWEBメディア“イシロー!”における事業者紹介(石橋)
- 以上のほか、商工会ホームページのリニューアルによる事業者紹介、チラシの新聞折込、即売会・展示会の開催・出展支援などを行っています。



<http://yaitown.com/>



<http://ishilo.com/>



■経営発達支援事業とは

小規模事業者を支援する次に掲げる事業であって、小規模事業者の技術の向上、新たな事業の分野の開拓その他の小規模事業者の経営の発達に特に資するものです。(小規模支援法より)

- ① 経営資源の内容、財務内容等の経営状況の分析
- ② 事業計画の策定・実施に係る指導及び助言
- ③ 需要の動向、地域の経済動向に関する情報の収集、整理、分析及び提供
- ④ 広報、商談会・展示会・即売会等の開催・参加、需要開拓に寄与する事業

■経営の発達に資する支援とは

事業者が、売上や利益を確保するために行う支援のこと。ビジネスプラン等に基づく経営の推進、需要開拓に向けた支援、新事業展開や高付加価値化の支援等です。(基本指針より)

■経営発達支援計画とは

経営発達支援事業についての計画。目標、内容、実施体制のほか、地域経済の活性化に資する取組み、外部機関との連携等について記載しています。(小規模支援法より)

■経営発達支援事業の位置づけ

小規模事業者の事業の持続的発展に資するものとして、経営改善普及事業の中でも特に重点的に実施する事業です。(基本指針より)

■経営改善普及事業とは

商工会が、国の基本指針に即して実施する小規模事業者の経営の改善発達を支援する事業のことです。(小規模支援法より)

■国の基本指針

小規模支援法に基づき、小規模事業者の経営の改善発達を支援するための、商工会等に対する基本指針が定められています。直近のものは平成 26 年に告示されました。



お問合せ先 栃木県内市町商工会・栃木県商工会連合会

【栃木県商工会連合会】 TEL: 028(637)3731 E-mail: info_fed@shokokai-tochigi.or.jp