

経営発達支援計画の概要

実施者名	福生市商工会（法人番号 1013105000301） 福 生 市（地方公共団体コード 132187）
実施期間	令和 8 年 4 月 1 日～令和13年 3 月31日
目 標	経営発達支援事業の目標 （1）事業者の減少への対策 （2）経営基盤の脆弱な小規模事業者の底上げ支援 （3）地域の強みを活かした販路拡大
事業内容	経営発達支援事業の内容 3. 地域の経済動向調査に関すること 地域の経済動向を調査し、支援メニューや経営相談に活用する。 4. 需要動向調査 自社の経営状況の分析を踏まえ、需要動向に関する情報収集・分析・提供を行い、有効な情報の取捨選択を図れるよう支援する。 5. 経営状況の分析 商品・サービス等の需要動向を分析することにより、経営資源の効果的な活用を行い、事業者の持続的な発展を支援する。 6. 事業計画策定支援 経営相談を通じて事業計画策定の重要性を周知し、小規模事業者の持続的な発展に寄与する。 7. 事業計画策定後の実施支援 経営相談を通じて、計画遂行に向けたP D C Aサイクルの定着化を図り持続的な発展を支援する 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業 新たな販路開拓が図れるよう展示会等の情報提供や出展支援を行い、事業計画の着実な遂行に向けた支援を行う。
連絡先	福生市商工会 〒197-0022 東京都福生市本町 9 2 番地 5 TEL:042-551-2927 FAX:042-551-6179 E-mail:info@fussa-sci.com 福生市 〒197-0022 東京都福生市本町 5 番地 TEL:042-551-1699 FAX:042-553-7500 E-mail:f-sinkou@city.fussa.lg.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) 地域の現状及び課題

①現状

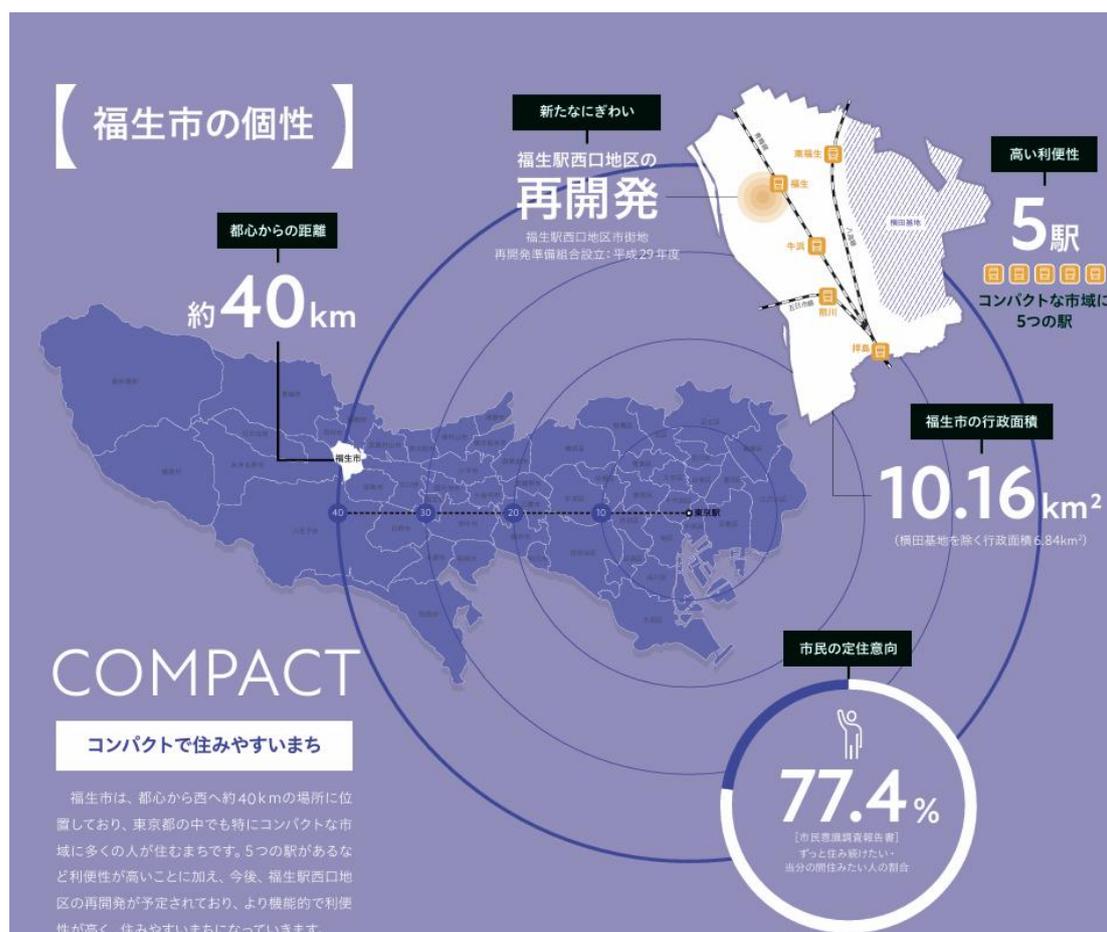
・位置と地勢

福生市は、都心から西へ約40キロ、武蔵野台地の西端に位置しており、JR東日本新宿駅から約1時間の距離にある。

市の西端を流れる多摩川の東側に東西約3.6キロ、南北約4.5キロにわたって広がり、面積は約10.16平方キロメートルである。

美しい奥多摩の山並みを望み、清流が戻りつつある多摩川では多くの野鳥を見ることができる。JR福生駅を中心に市全域に市街地が広がり、市の東北部には米軍横田基地があり、行政面積の32%を占めている。図表※ア参照

図表※ア 福生市の位置



福生市総合計画（第5期）後期基本計画より

・人 口

福生市の人口は、約5.6万人となっており、2002年の62,503人をピークとして、以降は減少傾向にある。図表※イ参照

図表※イ 福生市人口推移

基準年月日	人口数	世帯数
令和 7年(2025年)1月1日	56,582人	31,353世帯
<前回発達支援計画申請年> 令和 2年(2020年)1月1日	57,617人	30,415世帯
<現基準日から10年前> 平成27年(2015年)1月1日	58,553人	29,353世帯

・産 業 構 造

福生市の産業構造は、都内西多摩地区への玄関口として明治からJR福生駅近くに個人商店を中心とした小売業が集積し、昭和の半ばにかけて周辺地域から消費者が流入する商業地域として栄えた。

しかし、昭和の後半に入り、周辺地域への大型商業施設の出店など社会情勢の変化により商業地域としての相対的な地位が低下し、売上が減少した。

事業承継しないまま小売業や飲食業などで廃業する事業者が顕在化し、空き店舗が目立ち始めている。

・福生市の特徴

福生市内には、江戸時代から続く日本酒の酒造会社が2社あり、両酒造間は多摩川の自然を楽しみながら土手沿いを歩いて散策し往来することができる。

第二次世界大戦後、米空軍が横田基地に駐屯したこともあり、アメリカの雰囲気を活かした店舗づくりを進めている国道16号線沿いの商店街は、テレビ番組等でも紹介されている。

また、ハム・ソーセージを製造するメーカーも2社あり、この2つのメーカーが製造するソーセージを利用したご当地グルメ「福生ドッグ」事業は、当会が推進している。このような特徴を背景に、「和」と「洋」のそれぞれの特色を活かした地域振興事業を展開している。

・福生市総合計画（第5期）

福生市の生産年齢人口及び事業所数は減少傾向にあり、まちのにぎわいの低下やまちの発展の鈍化、地域の雇用の受皿の減少が懸念されているため、既存の事業所を支援するとともに、創業による事業活動を促すことでまちのにぎわいを生み出し、まちの発展につなげる取組みを行うこととしている。

・交 通

福生市は、都心から西へ約40キロの場所に立地しており、都内の中でもコンパクトな市でありながら、JR青梅線・八高線・五日市線、西武拝島線が乗り入れる拝島駅、JR青梅線の福生駅・牛浜駅、JR八高線の東福生駅、JR五日市線の熊川駅と5つの駅がある。また、福生駅・拝島駅を中心に民営で運行している路線バスが重要な交通の手段となっており、都内西部、西多摩地区の交通の要である。

②課題

福生市全体の業況は、経営者の年齢と事業後継者の有無により事業継続意欲に差が出てきており、その結果、業況にも違いが表れている。景気の低迷や既存の営業形態の見直しなどへの対応は、事業継続への情熱が薄れつつある事業者には大きな負担である。

以下、業種ごとの業況について記載する。

【建設業】

当会が実施している消費者向けリフォーム工事助成事業の活用もあいまってリフォーム工事等に携われる業種は好調である。大規模な戸建て住宅の開発などはないことから、市内事業者同士の取引慣習がない業種の事業者は受注機会の確保が厳しい状況である。

また、原材料価格の高騰や、令和6年から時間外労働の上限規制が適用され、作業時間や工期の見直しが必要となり、工期遅延やコスト増加の懸念が出ている。

【製造業】

福生市は、伝統的に商業のまちであることから、製造業者数は少なく約40件である。そのほとんどがメーカーではなく、下請けの加工業かつ小規模事業者であることから取引先の業況に自社の業況が左右されやすい。今後は、自社製品の企画販売など、今までとは違った取組みへの検討も必要である。

【小売業】

ナショナルチェーンやネットショップとの競合状況にさらされており、厳しい状況である。食料品を扱う事業者は、近隣住民の地元の安心感などもあり、一定の経営状況を維持している。今後は経営者の目利きや独自の仕入れルートの確保などによって仕入れた商品の販売力が試される。

また、小売業においても人手不足・後継者不足が顕在化している。

経営者の高齢化が進んでいることから、DX化が遅れている事業者も多い。

【飲食業】

令和2年に新型コロナウイルス感染症が流行後、飲食業における環境が大きく変化した。具体的には、夜間の飲食や大規模な会合が減少しており、全体的に厳しい状況である。また、福生市は古くから軒を連ねるいわゆる「夜の街の飲食店」も数多くあるが、原材料の高騰、最低賃金の大幅な引き上げ、および人手不足により多くの事業者が苦境に立たされている。

【サービス業】

新規開業が多い事業形態ではあるが、過当競争となりやすく廃業する事業者も多くいる。また、ITツールの導入が進んでいない事業者が多く、デジタル対応の差が、競争力の差として顕在化している。

サービス業は、事業者の独自性が大いに発揮できることからサービスの満足度向上策や消費者が安心してサービスを受けられるような環境作りが求められる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

福生市内の商工業者は上記「(1) 目標 ②課題」の中でも取り上げたように経営者の高齢化が進んでいる。

東京都商工会連合会が「多摩島しょ事業者経営動向調査」を令和6年9月30日から10月21日に実施を行い、福生市における回答者の平均は63歳であった。

回答者の事業方針として、現時点で約25%が廃業を検討しており、事業承継の予定についての質問については、過半数以上が自分の代で廃業すると回答した。そのため、事業承継について積極的に支援を行わなければ、市内の事業者が大幅に減少することが見込まれる。また、福生市商工会が実施した、事業承継アンケートにおいても同様に、事業承継を行わないことを予定している者が過半数を超えている。

事業承継を行わない理由としては、後継者がいないことが多く挙げられており、後継者を見つけることができれば、事業承継の可能性があることがうかがえた。

図表※ウ、図表※エ参照

図表※ウ 多摩島しょ事業者経営動向調査

- ・実施期間：令和6年9月30日～10月21日
- ・アンケート調査依頼数：170者（福生市内のアンケート依頼数）
- ・回答数：29者
- ・回答率：17.1%（福生市内の回答率）

問1(7) 経営者の年齢 平均 63.47歳

(47) 問 4(2) 今後の事業方針

No.	カテゴリー名	n	%
1	従来と変わらない (変えない)	9	32.1%
2	一部変えていく	10	35.7%
3	大幅に変えていく	1	3.6%
4	廃業を考えている	8	28.6%
-	不明	1	
	全体	28	100.0%

(50) 問 5(1) 事業承継予定

No.	カテゴリー名	n	%
1	事業承継する予定 (後継者あり)	6	21.4%
2	事業承継したい (後継者なし)	2	7.1%
3	自分の代で廃業する予定	16	57.1%
4	まだ具体的に考えていない	4	14.3%
-	不明	1	
	全体	28	100.0%

図表※エ 福生市商工会事業承継アンケート
郵送数 964 件 回答数 26 件

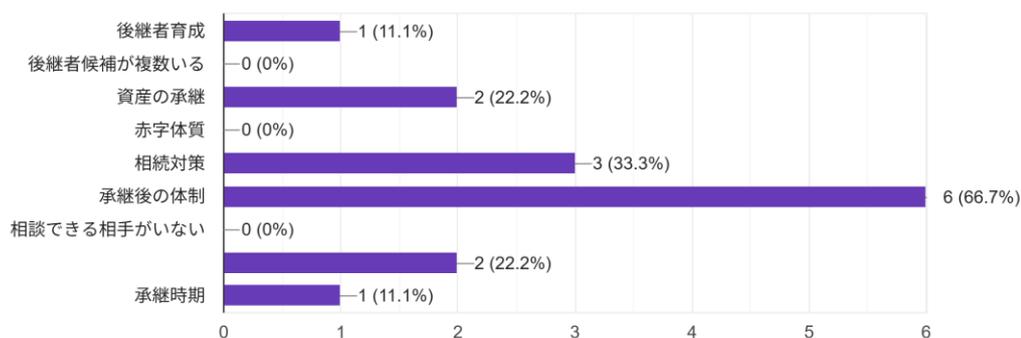
(1) 事業承継を考えていますか (N=25)

	カテゴリー名	n	%
1	考えている	11	44
2	考えていない	14	56

(2) 事業承継に向けた課題をおしえてください

事業承継に向けた課題を教えてください

9件の回答



(3) 事業承継の準備をすすめていますか (N=9)

	カテゴリー名	n	%
1	進めている	4	44.4
2	進めていない	5	55.6

当会では、1者でも多く事業者を存続させ、小規模事業者と地域経済の発展に寄与するため、活動目標を次の3つとする。

1. 事業者の減少への対策

1. (1) ①現状で記載したとおり、市内の人口が減少しており、事業者の高齢化に伴い、大幅に廃業することが予測される。そこで、事業承継支援を行い、経営資源の円滑な引継ぎを行う。また、地域における活力を高めるため創業支援を行い、地域活力維持につなげる。

2. 経営基盤の脆弱な小規模事業者の底上げ支援

事業計画策定支援やDX支援を通じて、経営基盤の底上げを図る。

地域をけん引する、積極的かつ挑戦的に取り組む事業者を的に支援する。

3. 地域の強みを生かした販路拡大

福生市の強みは以下のものがあげられる

- ・米軍横田基地が存在する国際色豊かなまち
 - ・2つの酒蔵、2つのハム工場、地ビール工場や観光名所など豊富な地域資源
 - ・多摩川などの自然環境や、4つの路線と交通アクセスの良さと交通の利便性
- 上記のとおり、福生市においては観光資源が多くあり、福生市は、令和7年から観光推進計画の策定に着手しており、令和8年には福生市観光協会が法人化する予定であり、今後観光振興が行われる。

福生市の「福生ドッグ」や「地ビール」、「日本酒」等の観光資源を活用して、ブランディングを行い、付加価値の高い商品の販路拡大につなげていく。

②福生市総合計画との連動性・整合性

福生市総合計画では、市内の生産年齢人口及び事業所数は減少傾向にあり、既存の事業所を支援するとともに、創業による事業活動を促すこととしている。

令和7年4月から後期基本計画が開始されており、この中においても、地域の事業者や創業を志す人の創意工夫や努力を支援し、地域に関わる産業の成長を通じてまちのにぎわいや人々の交流を創出している。

数値目標として市内事業者数の減少幅を少なくすることと、都市型観光事業を推進することを目標としている。図表※オ参照

図表※オ 福生市総合計画

数値目標

数値目標	現状値	目標値	備考
市内事業者数	1,608事業者 (R3)	1,563事業者 (R11)	RESAS

KPI

基本事業	指標	現状値 (R5)	R11目標値
地域事業者の経営支援	中小企業振興 資金融資決定額	821,693千円	917,003千円
創業・雇用の促進	中小企業振興資金融資 開業資金利用件数	15件	20件
市内経済の循環	商店街等イベント 来場者数	91,100人	118,430人
持続可能な観光地域 づくりの推進	福生七夕まつり、ふっ さ桜まつり、福生ほた る祭の来場者総数	472,800人 (R6)	515,000人

(福生市総合計画 (第5期) 後期基本計画より)

なお、平成28年から令和3年の創業者数と廃業者数図表※カ参照を確認してみると1年間で40者程度が廃業しており、その一方で創業は10者程度である。

事業者数は差引年間30者が減少していることとなる。

(※商工会における廃業による脱退者は、令和6年度で31件であった。)

図表※カ

区分	事業所数	備考
存続事業所	約 2,100 者	調査時点で継続している事業所
新設事業所	約 50 者	調査時点で新たに開業した事業所
廃業事業所	約 200 者	調査時点で廃業した事業所

(令和3年経済センサスより)

福生市総合計画の目標においては、市内事業者数令和3年の1603者から令和11年の1563者では減少率が3%と、平成28年から令和3年までの調査の減少実績値（平成28年事業者数-廃業数+創業数）の割合の半分以下となっており、減少実績値より低く抑える計画となっている。

当会としても、福生市総合計画における目標を踏まえ、事業者の減少数を減らし、創業数を増加させる必要がある。

事業者の減少数を減らすためには、事業承継が必須であり、後継者の育成や第三者承継を実施する必要がある。

そこで、事業承継および創業を行うことのメリットについて周知することが重要となる。なお、事業承継について、第三者承継を使うことで既存のリソースを活用でき、創業の一形態となりうることを周知する。

③商工会としての役割

商工会は、地域に密着した唯一の総合経済団体の存在感および信頼感が増している。そのために、経営状況や事業承継等に関するセンシティブな情報に関しても開示してもらいやすい環境にある。

このような中、市内の商工業の現状・特徴・課題、地域の特徴と実情を踏まえ、当会は経営支援機関として、「小規模事業者から理解され、信頼され、利用される商工会」を理念として地域経済及び事業者の活性化を目指す。そして「商工会は、行きます！聞きます！提案します！」をモットーに事業者に対して積極的かつ親身な相談対応を行う。しかし当会だけでは全ての事業者の経営課題解決策の提案等は困難であるため、地元行政を始めとする行政機関等、東京都商工会連合会、地域金融機関などの支援機関と連携し小規模事業者の持続的発展による地域経済の活性化を推進する役割を担う。

上述のとおり、福生市においては観光推進を行っており、当会においては、観光に関連し、インバウンド需要にこたえる多言語化等DX支援を行う。

なお、福生市では創業支援として空き店舗対策や、創業融資における支援を行っているため、それを実行できるように、創業計画作成支援を行う。

(3) 経営発達支援事業の目標

小規模事業者支援における長期目標の基本方針及び活動目標から当会では、

令和8年度から12年度までの経営発達支援事業を下記のとおり実施する。

【目標①】事業者の減少への対策

KGI：事業者減少率を5年で1.5%に抑える。

KPI：事業承継相談件数30件/年、事業承継支援診断件数30件/年

事業承継施策使用件数2件/年、第三者承継支援件数1件/年

創業相談件数150件/年、創業支援件数5件/年

事業者減少は、以下が複合的に影響している。

- ・経営者の高齢化・後継者不足
- ・人手不足・人件費上昇
- ・売上減少・収益力低下
- ・競争激化（大手・EC等）
- ・経営環境変化への対応遅れ（DX・価格転嫁等）

上記「（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」の中でも記載したように、事業者の高齢化が進み、事業主は自分の代で廃業を決意している者が多くなっている。

廃業者が増加すると地域の活力が大幅に失われることになる。

こうした状況を乗り越えるためには、事業承継の推進と創業支援を実施することが不可欠となる。

KGI：5年間の事業者数減少率1.5%（福生市総合計画に基づく）

数値目標

数値目標	現状値	目標値	備考
市内商工会 会員数	985事業者 (R7.12)	970事業者 (R13)	経済センサスによる調査が5年毎であるので、市内商工会会員数を指標とする（任意脱会を除く）。

【事業承継支援】

事業者の減少を減らすためには、廃業数を減らすことが最も即効性がある。

そのため、当会においては、経営指導員が中心となって

- ・早期からの経営状況把握
- ・事業承継診断、後継者育成、第三者承継の支援
- ・黒字廃業を防ぐための「早期気づき」支援

を行う。

事業承継を実施するためには、情報の収集および分析が必要となるが、現時点で

は基礎情報が十分に整備されていない。

そのため、「事業承継診断」を実施し、事業承継に関する情報を整備する。

KPI（事業承継関連）は図表※キ参照

図表※キ

基本事業	指標	現状値（R6）	R12目標値
事業承継支援	商工会窓口における事業承継相談件数	5件	30件
事業承継支援	事業承継診断	3件	30件
事業承継支援	事業承継施策使用件数	2件	5件
第三者承継支援	第三者による事業承継支援件数	0件	1件

【創業支援】

福生市でも空き店舗補助金などで創業支援を行っていることから、市とも連携して支援を行う。さらには、廃業予定の事業者に対して、第三者承継を実施できるように支援を行う。

当会においても、人口減による割合より廃業数を減らした上で、創業数を増加させる。以下のとおり目標とする。KPI（創業関連）は図表※ク参照

図表※ク

基本事業	指標	現状値（R6）	R12目標値
創業窓口相談	当会窓口（よろず相談事業）における創業相談件数	106件	150件
創業塾	創業塾（共催含む）実施回数	2回	2回
創業支援件数	支援事業者が開業届を提出した件数	2件	5件

【目標②】 経営基盤の脆弱な小規模事業者の底上げ支援

KGI：経営診断対象事業者の利益率3%以上増加の事業者数を3者/年

KPI：BCP計画策定数3件/年、DXセミナー実施1回/年、DX導入支援5件/年

事業環境の変化の激しい現代において、事業者は、今まで以上に自社の経営課題に真摯に向き合って対応しなければならない。こうした状況を適切に乗り切るためには、自社の経営状況の把握と計画的な事業の推進が不可欠である。

ここで、「経営基盤が脆弱な」小規模事業者とは、

- ・売上規模が小さい
- ・利益率が低い
- ・経営管理が属人的
- ・環境変化（価格高騰・人手不足）への耐性が弱い

といった課題を抱えている小規模事業者を指す。

そのため、高度な成長支援よりも、まず「倒れない経営体質」をつくる支援を行っていく。

こうしたことから、当会では、

- ①経営の「見える化」支援
- ②収益力の安定化支援
- ③販路開拓支援、販路縮小防止支援
- ④業務効率化・省力化支援
- ⑤事業継続・リスク対応力の強化を実施する。

①経営の「見える化」を実行するためには、事業計画書の策定支援を行い、経営課題の優先順位付けを行う。

また、事業計画を策定するだけでなく、実行支援ができるように事業計画策定後の実施支援を行う。なお、事業計画策定件数等については、後述する。

KPI（経営基盤強化）は図表※ケ参照

図表※ケ

基本事業	指標	現状値（R6）	R12目標値
DXセミナー実施	DXセミナー開催数	1回	1回
DX支援	DX支援件数	3件	5件
事業継続・リスク対応力強化支援	BCP計画策定数	0件	3件

【目標③】地域の強みを活かした販路拡大

KGI：地域ブランドの認知度調査で、「Fの店」および「福生ドッグ」の認知度を50%へ向上

KPI：Fの店加盟店の数 80者（令和12年時点）、
福生ドッグ取扱店 18者（令和12年時点）

地域の強みを活かした販路拡大とは、価格や規模での競争ではなく、地域ならではの価値を軸に顧客を獲得・拡大する取組である。

上記「（1）地域の現状及び課題 ①現状 ・福生市の特徴 ・交通」の中でも

記載したように福生市は、都内西多摩地区の玄関口であり交通の要所である。

福生市は、「和」と「洋」の風情を活かした店舗が混在しているエリアである。市内に在住している方向けの営業形態や自宅から2時間以内程度の近接地観光を目的として来街される方向けの営業形態など、福生市を拠点とした様々な試みを行いやすい環境である。

上記観光資源を活かして、「Fの店」の加盟店、「福生ドッグ」の取扱事業者増加や、「福生蔵開き事業」を通じて、地域資源のブランディングを行っていく。

KPIについては、**図表※コ参照**

図表※コ

基本事業	指標	現状値 (R6)	R12目標値
Fの店推進事業	「Fの店」加盟店数	78者	80者
福生ドッグ事業	福生ドッグ取扱事業者数	10者	18者

地域資源を活用することで、地域外からの販路拡大も見込め、取扱店が多くなることで、ブランド力も向上する。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和8年4月1日～令和13年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

●【目標①】達成のための方針

事業者の減少への対策として、事業承継の情報整備・事業承継支援、および創業支援を行う。

①事業承継支援

【現状】

市内会員事業者に対して、郵送にてアンケート調査を実施した。

【課題】

事業承継に関する情報はセンシティブであるため、回答率は低い状況であった。

【今後の方針】

事業承継の実態把握と意識喚起のために、従来から実施してきたアンケート調査とともに、経営指導員が中心となって巡回を行い情報収集する必要がある。

そこで、5年間、アンケートと巡回によるヒアリングで情報収集に努めつつ、事業承継支援件数を増やし、事業承継の成功件数も増やしていく。その際当会単独では限界があるので、東京都商工会連合会および日本政策金融公庫「事業承継マッチング支援事業」との連携強化を基本方針とする。

②創業支援

【現状】

東京都商工会と共催の「創業セミナー」を年2回実施する。
また、福生市の専門家による相談窓口において、創業計画策定支援を行っている。

【課題】

創業希望者が商工会の存在を知らない場合が多く、商工会の認知度を上げる必要がある。

【今後の方針】

創業希望者に、創業に必要な知識の習得や資金繰り、創業予定地周辺の商圈分析などについて支援し創業率の向上に寄与するとともに、地域産業の活性化を図る。さらには、福生市と連携として、福生市が主体として行っている「創業セミナー」の協力を行う。

【支援対象】 創業セミナーの受講者の他、創業相談に来られた相談者。

【手段・手法】 創業セミナーの受講者や窓口相談に来られた相談者に対し、経営指導員が担当制で支援し必要に応じて専門家派遣事業を活用して事業計画策定を行う。
併せて専門家による窓口にて事業計画策定支援を行う。

市内で創業を促すためには、次の3つを基本方針とする。

- (ア) 福生が創業地の候補先となるような情報の提供と創業者の発掘
- (イ) 創業者の想いを具現化できるような伴走型支援の実施
- (ウ) 創業者が孤立しないよう同業他社との交流、同時期に創業した方同士の交流、地域との交流といった場の提供を行う。

当会では、創業支援に関して、この3つの基本方針を起点として伴走型支援を通じ、少しでも創業に係る不安を払拭できるような支援を行う。

●【目標②】達成のための方針

経営基盤を盤石なものとするためには、事業内容を確認した上で、事業計画を策定することが重要である。

事業計画を策定するために、次の3つを基本方針とする。

- (ア) 正確に支援先事業者の現在の経営状況を把握する
- (イ) 市場における支援先事業者の立ち位置を把握する
- (ウ) 経営者が考える今後の方向性を明確化させる

当会では、この3つの基本方針を起点として事業計画策定支援を通じ、経営者に何から優先して取り組まなければならないか気づいてもらうことと、自発的に経営改善に取り組めるようにすることを基本的な考え方として取り組む。

具体的には、他の事例や施策等の情報提供しつつ、事業者の強みや課題を、

対話により気づいてもらい、目指すべき方向性を自ら考えて導き出してもらうようにする。

客観的な情報に基づき支援を行うために、RESAS・市場情報評価ナビ・日経テレコンなどを活用して支援を行う。

●【目標③】達成のための方針

上述のとおり、福生市においては今後都市型観光を推進する方針である。そこで、福生市の観光推進施策と連携し、販路拡大の相乗効果を出していく。

地域の強みを生かす販路拡大の支援をするために、次の3つを基本方針とする。

(ア) 需要動向調査を行い、商品・サービスの強みについて確認を行う。

(イ) 福生市の広報等を活用して、「福生ドッグ」など、地域ブランドを周知する。

(ウ) 市内における「福生ドッグ」などの地域ブランドの取扱店舗を増やし、より認知度を高める。

当会では、この3つの基本方針を起点として経営者と一緒になって考え、悩み、提案する支援者としての位置づけを行っていく。また、他の事業者への先進的な事例となるべく支援を行う。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

行政機関、民間金融機関の各種景況調査結果を活用した上で、経営指導員の相談業務からの聞き取り調査結果も踏まえて中小企業診断士が原稿を執筆しA4版2ページサイズにて年4回公表を行っている。公表内容は、都内多摩地域の景況感と業種ごとの経営状況と課題解決に向けたヒントなどを記載し、ホームページに掲載し周知している。

図表※サ参照

図表※サ 地域の経済動向調査（福生市商工会 経営だより）

福生市商工会 経営だより

多摩地域の小規模企業 業種別業況判断DIIの推移

注：製造業・建設業は19人以下を、卸売業・小売業・サービス業は4人以下を小規模企業としています。出典：多摩商工会連 多摩けいざいNo.114

注目の補助金・奨励金紹介

	小規模事業者持続化補助金 補助率2/3 最大50～250万円
	魅力ある職場づくり 推進奨励金 最大230万円
	業務改善助成金 最大補助率4/5 600万円

業種	今回	変化
全業種	-11	1▲
製造業	-17	5▲
卸売業	-7	6▲
小売業	-20	6▲
サービス業	-16	5▲
建設業	6	6▲
不動産業	-10	8▲

リファラル採用のススメ

リファラル採用とは現在働いている従業員から紹介している友人や知人を採用する手段です。人手不足の深刻化や求人広告費の高騰など厳しい採用環境の中で、リファラル採用は小規模企業者にとって有効な採用手法であると考へられます。リファラル採用のデメリットとして、紹介した社員が退職した場合、連鎖的に退職が生じるリスクがあります。一方で、入社後の定着率が高いことや、採用コストが抑えられることなどメリットが大きい取組みです。従業員への紹介制度の整備や、従業員への紹介報酬の導入や、退職金との組み合わせなど、リファラル採用の導入や運用について、ぜひ商工会にご相談ください。

最近「カスタマーハラスメント」

「カスタマーハラスメント」という言葉を耳にする機会が増えました。顧客からの行き過ぎた要求などが働く人の大きな負担になり、社会問題となりました。東京都では、カスタマーハラスメントを防止するためのガイドラインを策定し、事業者への責任が明確になりました。

製造業

下請けなどの企業間取引では、「取引優位性」を背景にしたハラスメントが発生しやすいです。具体的には過大な納期短縮や頻繁な仕様変更などが考えられます。対策として、取引基本約書にカスタマーハラスメントを盛り込むことや、ホールドバック率を明示し、取引先と同等の関係を築く仕組みを作りましょう。

サービス業

サービス業では顧客との関係性が重要なポイントです。クレームなどが発生した場合、不快な思いをさせないように、申し訳ございません、と心づけて対応しましょう。一方で、ご迷惑をおかけし、申し訳ありません、は店員の態度を窺われる苦痛な経験があるかもしれません。また、安易な謝罪による不当な金銭的要求につながるリスクがあります。謝罪の言葉を使い分けることで、二次被害を防ぐように心がけましょう。

小売業

レジの打ち間違えや、商品陳列の不備などが過度なクレームにつながる可能性があります。クレームが起きた場合、まずは冷静に状況を把握し、謝罪を繰り返さず、具体的な解決策を提示しましょう。また、商品陳列の不備などが発生した場合、事前にチェックを徹底し、クレームを未然に防ぎましょう。

建設業

契約範囲外の追加工事を依頼する顧客や、手裏しを執拗に要求する顧客など、過度な要求のハラスメントが発生しやすいです。「言った/言わない」や「知らなかつた」が理由となるハラスメントを防ぎましょう。契約書に注釈を記載し、専門用語を明確にしましょう。「説明書」は顧客に「説明書」を交付し、その内容をよく読んでいただくように心がけましょう。

価格で選ばないファンづくり

原価高騰等の影響で適正な価格転嫁が進んでいます。一方で価格転嫁により、顧客が離れてしまう不安があります。そこで値上げをきっかけに新たなファンを増やすような取組を行いましょう。具体的には通常価格を上げつつ、特定の優良顧客が得をする仕組み作りを取組みます。例えば、飲食店であれば「新メニューづくりに優良顧客を参加させる」ことや、美容室であれば「カットモデルをお願いする」など、顧客との関係性をより強めることでより高い信頼感が醸成できます。価格で選ばれることを避けて、共感する顧客を大切に、質の高いファンを増やしましょう。ファンづくりの取組みについての相談も、ぜひ商工会の相談会をご活用ください。

中小企業診断士 古山スズ

【課題】

全国的な景況状況などの把握も必要であると思われるため、「RESAS」（地域経済分析システム）などの情報も活用したい。

(2) 目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①地域の経済動向分析の公表回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回
②景気動向分析の公表回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

- ①ビッグデータの活用及び各関係機関等の経済動向調査の活用
 - 国が公開している RESAS（地域経済分析システム）を活用した情報分析と民間金融機関等の経済動向調査結果を活用して地域の経済動向調査として公表する。

【分析手法】

○RESAS を活用し、経営指導員が分析する。

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」 →何で稼いでいる等を分析
- ・「まちづくりマップ・From-To分析」 →人の動き等を分析
- ・「産業構造マップ」 →産業の現状等を分析

○都内多摩エリア、都内全体、全国は、以下の調査報告書を参考とする。

- ・多摩エリア：中小企業景況調査報告（多摩信用金庫発行）
- ・都内全体：東京都中小企業の景況（東京都産業労働局発行）
- ・全 国：中小企業景況調査報告書（中小企業庁発行）

②福生市内の商工業者の景気動向調査の実施

市内事業者の実態を把握するため、地域の経済動向調査の公表に併せてアンケート調査を行う。

【調査対象】管内商工業者 約 900 件

【調査項目】売上状況、収益状況、資金繰り状況、補助金等施策活用状況
その他経営に関する相談内容等

【調査方法】調査票を郵送し、FAX返信またはインターネットから回答

【分析方法】経営指導員が分析を行う

③福生市内の商工業者の事業承継実態調査の実施

市内事業者の事業承継の実態を把握するため、アンケート調査・ヒアリング調査を行う。

【調査対象】管内商工業者 約 900 件

【調査項目】事業主の属性、事業承継実施意向、後継者候補、事業承継時期、
事業承継の課題、後継候補の探し方、
(廃業を希望の場合) 廃業の理由等

【調査方法】調査票を郵送し、FAX返信またはインターネットから回答

【分析方法】経営指導員が分析を行う

(4) 成果の活用

○情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。

○経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

経営分析を行った事業者に対して市場情報評価ナビによる競合店情報や業種ごとの消費動向について経営指導員が情報を収集・整理し提供しているが、消費者

等を対象とした分析調査までは実施できていない。

【課題】

アンケートは実施しているが、詳細な分析が実施できていない。回答されたアンケートのクロス分析等を実施する必要がある。

(2) 目 標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年 度	R11 年 度	R12 年度
①地域ブランド商品 アンケート調査対象 事業者数	11 社	12 社	13 社	14 社	15 社	16 社
②福生市魅力向上 アンケート調査事業	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①地域ブランド商品アンケート調査事業は、福生ドッグスタンプラリーを通じて販売する 11 事業者を対象に実施する。

アンケート調査は、以前より当会が行っている「Fの店 アンケートキャンペーン★1」のアンケート調査項目をブラッシュアップして11月頃から実施する。

★1 Fの店アンケートキャンペーン

「Fの店」は、お客様目線で経営を考える事業所で、当会会員で「8つのF」の趣旨に賛同されたお店。アンケートキャンペーンは、年に一度加盟店に来店者動向調査を行っているもの。

図表※シ参照

図表※シ アンケート調査項目(現在行っている調査内容)

お客様の貴重な声をお書き下さい。(該当する番号に ○をつけて下さい) ..
 全て記入下さった方の中から抽選で商品/換券を差し上げます。..

	全くその通り	どちらでもない	全くその逆ではない
A 店内と店員は感じが良かった。	5	4	3 2 1
B 商品・サービスに満足した。	5	4	3 2 1
C もう一度来たい、と思った。	5	4	3 2 1
D 友人に紹介したい、と思った。	5	4	3 2 1
E なくてはならないお店と思った。	5	4	3 2 1

●今までの来店回数は? 1.初めて 2. 2~10回 3. 10回以上

●何度か来店されている方にお聞きます、前回に比べお店は変化しましたか? ..
 1. 大変悪くなった 2. 悪くなった 3. 変化なし 4. 良くなった 5. 大変良くなった

●その一番の理由を具体的に教えてください ..
 1. 商品・サービス 2. 価格 3. 接客 4. その他 () ..

●新型コロナウイルス感染拡大防止にともない生活について教えてください ..
 ご自宅に居る時間は、変化しましたか? ..
 1. 減った 2. 変化なし 3. 増えた

このお店の来店回数は、変化しましたか? ..
 1. 減った 2. 変化なし 3. 増えた

 <<お客様についてご記入下さい。>> ..

●ご来店店名【 () 】 ..

●ご来店日時 ()月()日 午前/午後/夕方 ..

●どちらにお住まいですか、 1.福生市内 2.福生市外 ..

●ご職業 1.公務員 2.会社員 3.主婦 4.自営業 5.学生 6.その他 ..

●年齢 1.20歳未満 2.20歳代 3.30歳代 4.40歳代 5.50歳代 6.60歳以上 ..

★携帯電話【任意】() ..

★メールアドレス【任意】() ..

★携帯電話・メールアドレスについては、ご記入頂ければ、当選した際にご連絡させていただきます場合があります。アンケートのご協力、誠にありがとうございました ..

△～△全て記入されたことをご確認の上、切り離して郵便ポストに御投函下さい ..

【サンプル数】来店者500人

【調査手段・手法】「福生ドッグ」取扱店11事業者において、スタンプラリーの参加者にオンラインにてアンケートを実施する。

【調査項目】①属性(年代、性別、地域) ②好きな商品 ③来店動機 ④どのように福生ドッグを知ったか ⑤福生ドッグに一言

【分析手段・手法】調査結果は、経営指導員が分析を行う。

【調査・分析結果の活用】分析結果は、経営指導員等がホームページ等で公表する。

②福生市魅力向上アンケート調査事業は、福生市にある2つの酒蔵で本年11月に開催として新酒まつり「福生蔵開き」において、福生市の魅力や来場動機、イベント出展者(主に飲食業)の出品品目等についてアンケート調査を行うことにより来街者の動向調査と今後の新たな商品開発等を促進する。

【サンプル数】来店者500人

【調査手段・手法】イベント来場者にQRコードを配布し、インターネット上のアンケート調査票に回答していただく。

【調査項目】①年齢層 ②住所(市区町村) ③認知度 ④出展品目の味 ⑤出展品目の価格 ⑥日本酒に合う商品名の列記 ⑦市内への来街頻度 ⑧来街の目的 ⑨来店頻度の高い店

【分析手段・手法】調査結果は、事業終了後に経営指導員が分析を行う。

【調査・分析結果の活用】分析結果は、集団講習会や経営相談時に経営指導員等が情報提供するとともに個店の売上増につながるよう商品・サービスについてアドバイスを行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

経営指導員が行う経営相談時、集団・個別に行う講習会での経営指導を通じて事業者の発掘を行い、支援を行っている。事業意欲の高い事業者、第三者の視点により経営力を増しそうな事業者を選定した上で、東京都及び東京都商工会連合会と当会が行う専門家派遣事業を活用して定量・定性分析を行っている。

【課題】

経営分析は、事業計画策定への前段階となる大事な作業である。しかし当会では、周期的に人事異動などがあるため、特に新規任用の経営指導員とベテランの者とではヒアリング力にも差が出てくる。個々の職員の能力だけでなく経営分析が容易なツール（経済産業省のローカルベンチマーク、東京都が行っている中小企業活力向上プロジェクトネクストの分析ツール）を活用して実施する。

また、事業者が会計をはじめとして、経営ツールをDX化することでデータを容易に取得できるようになるので、DX化を推進することが重要である。

(2) 目標

	現行★2	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①集団講習会	8回	8回	8回	8回	8回	8回
②個別講習会	110回	110回	110回	110回	110回	110回
③経営分析件数	30件	30件	30件	30件	30件	30件

★2 令和7年度実績見込み

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

経営指導員が行う経営相談時、集団・個別に行う講習会の開催、専門家派遣事業による個別指導を通じ、課題抽出・経営分析の重要性を認識していただき第三者の視点による経営分析に関心のある事業者、分析が必要な事業者を発掘する。

集団・個別に行う講習会は、ホームページ、会報誌やチラシにより周知し、開催する。

②経営分析の実施

【対象者】巡回指導、窓口相談、集団・個別に行う講習会を通じ第三者の視点による経営分析に関心のある事業者、分析が必要な事業者

【分析項目】定量分析である「財務分析」と定性分析である「SWOT分析」の

双方向から分析する。

定量分析：売上高、売上総利益率、経常利益、損益分岐点

定性分析：強み・弱み・機会・脅威への対応方法

【分析方法】経済産業省「ローカルベンチマーク」、東京都「中小企業活力向上プロジェクトアドバンスプラス オンライン経営力自己診断」等を活用し、経営指導員等が分析を行う。

③DXに係るツールの導入支援の実施

経営相談時に、会計ソフト導入やクラウド会計など、DXによる課題解決が図れる場合には、当会が実施している生産性向上事業を活用し、DXを推進する。

(4) 分析結果の活用

○分析結果は当該事業者にはフィードバックし、事業計画策定に向けた支援へと繋げる。

○分析結果は経営指導員間で情報を共有し、各経営指導員が他の職員が支援している事例を直接学ぶことにより支援スキルの一層の向上を図る。

6. 事業計画策定に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

既存事業者には、事業計画策定支援を行ってきた。また、創業者についても資金繰り計画を始めとする創業計画策定の支援を行ってきた。

【課題】

当会では、東京都、東京都商工会連合会及び当会が実施する専門家派遣事業を通じて事業計画策定支援を行っている。マーケットインの視点や近年のネットを活用したマーケティングの視点など、事業者自身では欠けてしまう視点を第三者の視点から気づきを与えられるようにする必要がある。また、小規模事業者支援に注力する時間も限られていることから当会の支援体制及び支援方針に賛同してもらえるような試みも重要である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を説明するのみでは、行動や意識の変化を起こすことは難しいため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムにおいて他の小規模事業者の実際の成功事例を紹介するなどの工夫により上記「4 経営分析」で計画している事業者の約8割／年の事業計画策定を目指す。

併せて、当会で重点事業として位置付けている中小企業活力向上プロジェクトアドバンス（東京都事業 経営チェックシートによる経営者の自己採点に基づき経営診断を実施する事業）や持続化補助金の申請を契機として経営計画の策

定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定につなげていく。

(3) 目標

	現行★3	R8 年度	R9 年度	R10 年 度	R11 年 度	R12 年 度
事業計画 策定件数★4	27件	27件	27件	27件	27件	27件

★3 令和7年度実績見込み

★4 策定件数は、経営分析予定件数30件に対し、80%の比率で算出した上で、経営指導員3名が1者ずつ創業予定者等の創業計画策定を行うこととして設定

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナー

経営分析を行った既存事業者を主な対象とした「事業計画策定セミナー」を開催。募集方法は、ホームページや案内チラシを周知し年1回開催する。カリキュラムは、「ビジョンの明確化」「SWOT分析」「課題と解決策の策定」「行動計画の策定」等とする。なお、参加者は1回20名を目標とする。

【支援対象】経営分析を行った事業者の他、補助金や各種計画申請者を対象とする。

【手段・手法】事業計画策定セミナーの受講者や経営分析を行った小規模事業者、補助金や事業計画策定の申請者に対し、経営指導員が担当制で支援し必要に応じて専門家派遣事業を活用して事業計画策定を行う。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

事業計画を策定した事業者を対象に巡回・窓口指導、電話などにより現況確認し、伴走型での実行支援等を行っている。

【課題】

各事業者に対し四半期に一回程度フォローアップすることとしていたが、事業者により計画の進捗度合いにバラツキがあり、フォローアップの頻度を減らしても問題のない事業者と、より重点的にフォローすべき事業者を見極めて、メリハリをつけた実行支援を行う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障がない事業者と当会で見極めた上でフォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
フォローアップ対象事業者数★5	27社	27社	27社	27社	27社	27社
頻度（延回数）★6	126回	126回	126回	126回	126回	126回
売上増加事業者数	—	9社	9社	9社	9社	9社
利益率3%以上増加の事業者数	—	3社	3社	3社	3社	3社

★5 令和7年度実施見込（対象事業者は、R6年度 事業計画策定事業者数）

★6 令和7年度実施見込（対象事業者は、R6年度 事業計画策定事業者に対する相談件数）

(4) 事業内容

事業計画策定27社のうち、6社（経営指導員3名×2社）は毎月1回、6社（経営指導員3名×2社）は、四半期に1回、15社は、年2回とする。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にずれが生じていると判断する場合には、専門家派遣事業などを活用して第三者の視点を必ず投入し、当該ずれの発生要因及び今後の対応方を検討の上、フォローアップの頻度の変更等を行い実施する。

8. 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

【現状】

集団講習会や経営相談時に新たな需要開拓が必要な小規模事業者を発掘している。製造業者向けの支援策としてたま工業交流展、管内金融機関が実施するビジネスマッチングフェアへの出展支援を行っている。

【課題】

展示会出展に関する支援は、東京都商工会連合会と連携した出展サポートを行っているもののそれ以外は効果的に支援ができていない。

(2) 支援に対する考え方

当会・東京都商工会連合会が主催・共催する展示会を中心として支援を行い、その他にも、主に東京都内で行われる既存の展示会への出展を目指す。

(3) 目標

	現行★7	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
① たま工業交流展 出展事業者数	0社	2社	2社	2社	2社	2社
成約件数/社	0件	1件	1件	1件	1件	1件
②産業交流展 出展事業者数	0社	2社	2社	2社	2社	2社
成約件数/社	0件	1件	1件	1件	1件	1件
③その他展示会	3社	3社	3社	3社	3社	3社
成約件数/社	1件	1件	1件	1件	1件	1件

★7 令和6年度出展数

なお、令和6年度においては、たま工業交流展は実施されなかった。

(4) 事業内容

①たま工業交流展（B to B）

当会が共催団体として参画しており、都内多摩地域内及び近接地域内の中小企業等との新たな需要開拓を行う事業者に対して出展事前・事後支援や名刺交換した商談相手へのアプローチ支援を行う。

【参考】「たま工業交流展」開催日程：令和8年2月19、20日の2日間。

開催概要：都内多摩地域の事業者が主に出展する展示会。

出展者数：約170社。

令和8年から東京都立多摩産業交流センター東京たま未来メッセにて開催する。

②産業交流展（B to B）

東京都が主催し、東京都商工会連合会が管内商工会地域の事業者を対象に共同出展しており、当会でも1社参加している。

首都圏内の主に中小企業が出展しており、共同出展者同士のマッチング支援や出展事前・事後支援や名刺交換した商談相手へのアプローチ支援を行う。

【参考】「産業交流展」開催日程：令和7年11月26日～28日の3日間。

開催概要：首都圏内の中小企業等が出展する展示会。

出展者数：約600社。

③ビジネスフェア（B to B）

西武信用金庫と主に取引のある事業者を出展対象者として行っている展示会。出展者同士のマッチング支援や出展事前・事後支援や名刺交換した商談相手へのアプローチ支援を行う。

【参考】「ビジネスフェア」開催日程：令和7年11月26日の1日間。

開催概要：西武信用金庫と主に取引のある事業者が出展する展示会。

出展者数：約290社。

④その他展示会（B to B）

国際展示場や東京ビッグサイトで実施している業界別の展示会について、出展費用の一部を助成する出展支援を行い、出展を促す。

9. 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

(1) 現状と課題

【現状】

経営発達支援計画委員会を組織し、事業を効果的に実施するため、年に2回委員会を開催し、当該年度の実施予定事業及び実施報告を行い、事業のブラッシュアップ等を図っている。

【課題】

事業の進捗が適切に進むよう管理し、PDCAのサイクルを回す仕組みをより徹底して行き、支援効果を高めることとする。

(2) 事業内容

○当会内に経営発達支援計画委員会を組織し、半期ごとに委員会を開催する。委員会では、経営発達支援事業の進捗確認及び効果について検証する。

委員構成は、商工会長、商工会理事（商業・工業・建設業部会長、青年部長、女性部長）、法定経営指導員、福生市シティセールス推進課長、外部有識者（中小企業診断士、日本政策公庫立川支店融資課長）、東京都商工会連合会職員とする。

○当該委員会の評価結果は、理事会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、ホームページに公開することで地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。

○事業の実施状況を定量的に把握する仕組みとしては、経営発達支援計画で示した数値に関する達成状況について、第1回の委員会で、前年度の状況について、第2回の委員会で、当該年度の12月までの状況を報告する。

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】

東京都商工会連合会が主催する研修会に20回以上参加した。研修会参加後は、報告資料を元に他の職員へのフィードバックを行っている。

【課題】

法改正、支援上の大事なテーマ、業種ごとの支援内容を理解する研修会に積極的に参加し、知識の習得に努め他の職員にもフィードバックしている。しかし、支援力をより高められるようなところでまで情報共有が図れていない。

(2) 事業内容

①経営指導員等向け研修会への参加

中小企業大学校及び東京都商工会連合会が主催する研修会に参加し、担当業務ごと及び各職員がより深い知識やノウハウなどを学ぶことができるよう職場内で参加する研修会を吟味した上で実施する。また、DX支援ができるように積極的に参加する。

②OJT制度の活用

東京都商工会連合会の支援経験豊富な経営指導員等の協力を仰ぎながら、経営相談時に一般職員も含めた商工会職員のOJTを積極的に行い、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

研修会に参加した経営指導員等が順番で講師を務め、適切な経営相談事業が行えるよう定期的にミーティング（四半期に1回）を開催し、意見交換を行うことで職員の支援能力の向上を図る。

④データベース化

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職員間で情報共有できるようにすることで担当以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。

⑤日本政策金融公庫との勉強会（年1回）

日本公庫の地区担当者より経営指導員が作成する「マル経融資」の推薦書を基に、記載内容、注意点について指導を受けながら情報交換することにより、ヒアリング力、支援力の向上を図る。

11. 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】

東京都商工会連合会が主催する商工会事務局長会議、都内西多摩エリアを中心とした事業推進会議、日本政策金融公庫が主催する会議に出席し、情報交換を図るとともに支援ノウハウの共有を行った。

【課題】

複数の会議において、同一の支援機関が参加しているので差別化を意識したうえで効果的なノウハウ等の情報交換を行う必要がある。

(2) 事業内容

①東京都商工会連合会 事務局長連絡会議への出席（年10回）

東京都商工会連合会が主催する事務局長会議に出席し、経営改善普及事業の実施方針に関する事項、経営改善普及事業に関する意見・要望事項等を協議するとともに、経営改善普及事業に関する情報交換を行う。

○参加団体

多摩地区21商工会、島しょ地区6商工会

②青梅線沿線クラスター協議会への出席（年11回）

参加機関（7商工団体、8行政機関）が中心となって関東経済産業局・一般社団法人首都圏産業活性化協会の協力を得ながら、企業内人材育成事業・合同企業説明会事業（人材確保と雇用率の向上を図る）などを実施している。

産業政策担当者の情報交換や地域産業の活性化を目指し、事業規模の効率化、支援ノウハウの共有と情報交換を行う。

○参加団体

青梅市、奥多摩町、羽村市、瑞穂町、昭島市、日の出町、あきる野市
福生市、青梅商工会議所、羽村市商工会、瑞穂町商工会、昭島市商工会
日の出町商工会、あきる野商工会、当会
関東経済産業局・一般社団法人首都圏産業活性化協会

③日本政策金融公庫連絡協議会への出席（年2回）

日本政策金融公庫が主催し、日本政策金融公庫立川支店管内の商工団体が一同に会する「経営改善貸付推薦団体連絡協議会」に出席し、地域の金融事情・融資制度の状況・資金ニーズ等を情報交換し支援ノウハウの共有を図る。

○参加団体

立川商工会議所、むさし府中商工会議所、青梅商工会議所、東大和市商工会
武蔵村山市商工会、小平商工会、東村山市商工会、国分寺市商工会
国立市商工会、昭島市商工会、羽村市商工会、瑞穂町商工会
日の出町商工会、あきる野商工会、当会

13. 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

【現状】

企業活動支援に取組む機関が情報や支援策を共有し緊密な連携を図ることで、福生市内において事業活動を続ける中小・小規模企業の経営力を強化するとともに、地域経済の活性化を推進する。

地域ブランド事業については、福生Fの店推進事業を展開しており、現

在 78 店舗が加盟しており、福生ドッグの取扱店は 11 店舗である。

【課題】

福生地域の企業活動支援を行っている機関相互の交流は大事なことであるとの考えにたち、様々な支援機関を含めて交流を図っていく。

(2) 事業内容

① F の店推進事業

福生・F の店は、お客様目線で経営を考える事業所で、当会会員で「8 つの F ★8」に賛同したお店を当会で認定し、ホームページへの掲載や加盟店舗を紹介する冊子の発行を行っている。1 年に 1 度、お客様の声を聞くために加盟店全体の取組としてアンケート調査を実施し、お客様の声を経営に活かす取組を行っている。この趣旨に賛同するお店の掲載数を増加させる取組を行う。

★8 「8 つの F」

1. Friendly (親しみやすく)
2. Faithful (誠実で)
3. Fashionable (ファッションナブルで)
4. Fresh (新鮮で)
5. Fortunate (福の生まれる)
6. Fusan shop (福生のお店)
7. F-Flag (わくわく福生の旗印)
8. F+○○に自信があります

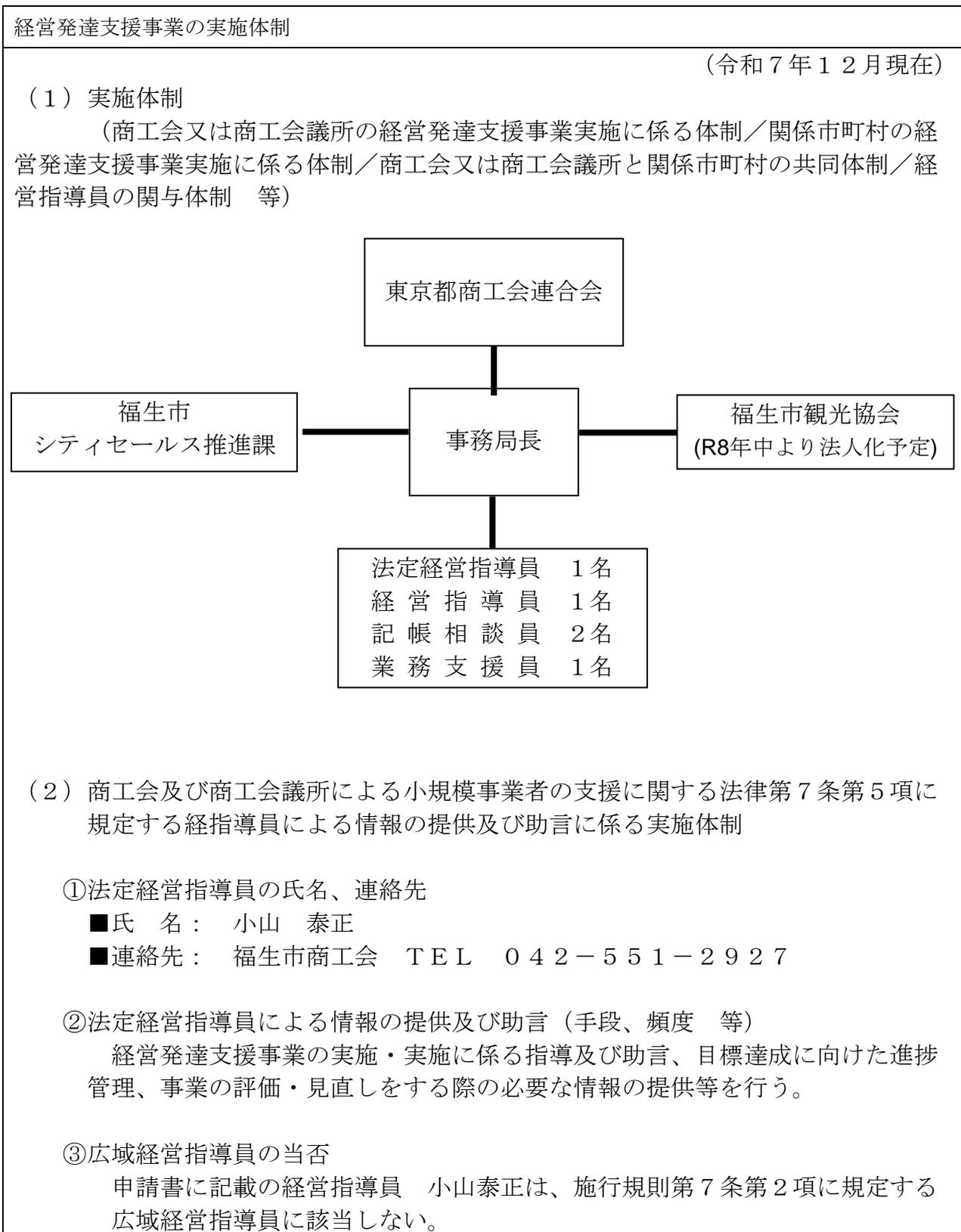
② 福生蔵開き事業

福生市内における地場産業の発展・育成及び観光資源による誘客促進に寄与するため、国内外から観光資源として注目度が高い「日本酒」を基軸とし、2 つの酒蔵（田村酒造場・石川酒造）を拠点にしたイベントを実施する。

この事業は、地場産業の発展に寄与することを目的としているため、酒蔵の紹介にとどまらず福生市内の特徴のあるお店を発掘育成することも視野に入れている。令和 7 年度においては、クラフトビールフェスも実施し、西多摩地域における酒のイベントを行っており、今後も福生市・福生市観光協会・JR 東日本旅客鉄道等の関係者により「福生蔵開き実行委員会」を組織し実施に向けた検討を行う。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

〒197-0022

東京都福生市本町92番地5

福生市商工会

TEL:042-551-2927 / FAX:042-551-6179

E-mail:info@fussa-sci.com

②関係市町村

〒197-0022

東京都福生市本町5番地

福生市

TEL:042-551-1699 / FAX:042-553-7500

E-mail:f-sinkou@city.fussa.lg.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8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
必要な資金の額	94,400	96,300	98,300	100,300	102,300
経営相談事業費	45,000	46,000	47,000	48,000	49,000
一般事業費	29,100	30,000	31,000	32,000	29,100
管理費	20,300	20,300	20,300	20,300	20,300

(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
国補助金 東京都補助金 福生市補助金 事業受託費(国・都・市等からの受託金) 会費収入

(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
①東京都商工会連合会 東京都昭島市東町3丁目6番1号 会長 山下 真一 ②一般社団法人東京都中小企業診断士協会 東京都八王子市東町1-10 グランド Heights 八王子801 三多摩支部 支部長 城 裕昭
連携して実施する事業の内容
①別表1における「3. 経営状況の分析に関する事」「5. 事業計画策定に関する事」「9. 経営指導員等の資質向上等に関する事」 ②別表1における「3. 経営状況の分析に関する事」「5. 事業計画策定に関する事」
連携して事業を実施する者の役割
①東京都商工会連合会が実施している専門家派遣事業の支援メニューの活用、業種・相談内容に沿った専門家の選定に関する支援。この支援を通じて適材適所の支援メニューの活用と、適任専門家の派遣により、円滑な相談体制を構築できる。 新任経営指導員等の資質向上を図るためのOJT教育支援。この支援を通じて、当会だけでは目が行き届かない点を補完してもらい、当会の相談対応力の強化につなげる。 ②当会独自の専門家派遣事業を実施するため、都内西多摩地域に精通する専門家の選定に関する支援。この支援を通じて事業者の現在置かれている立場や経済環境を十分に把握することができ、きめ細かな伴走型支援を実現することができる。
連携体制図等
①東京都商工会連合会 <pre> graph LR A[当会] -- "相談・メニュー実施申請" --> B[東京都商工会連合会] B -- "相談・メニュー実施承認、研修実施" --> A </pre>
②(一社)東京都中小企業診断士協会 <pre> graph LR C[当会] -- "相談・専門家派遣要請" --> D["(一社)東京都中小企業 診断士協会"] D -- "専門家派遣" --> C </pre>