

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	尾西商工会 (法人番号 410005009593) 一宮市 (地方公共団体コード 232033)
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	<p>I. 経営発達支援計画の目標</p> <p>尾西地区の現状と課題を鑑み、一宮市、愛知県商工会連合会、その他関係支援機関と連携して既存小規模事業者をはじめ、創業者、創業予定者等に対して持続的発展を目標とした伴走型支援を実施する。</p> <p>また、地域への裨益目標として既存事業者及び創業者の支援によって経営基盤の強化を図り、小規模事業者の持続的発展による地区内小規模事業者数の維持に努める。さらに、イベント実施による新たな販路開拓等を促進し、交流人口増加による地域経済の活性化を目指していく。</p>
事業内容	<p>II. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること 地区内小規模事業者への景況調査やRESASを活用した地域の経済動向を調査し、その調査結果を分析して今後の事業計画策定の材料として有効活用する。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること 事業者の商品開発状況や消費者へのアンケート調査を行い、調査結果を分析して事業者へフィードバックすることで今後の商品開発やマーケティング戦略の改良等に繋げる。また、事業計画策定の材料として有効活用する。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること 経営分析セミナーの開催や巡回指導・窓口相談により事業計画策定に取り組む事業者を掘り起こし、各種分析ツールを活用しながら経営分析を支援する。また、分析結果は事業計画策定の材料として有効活用する。</p> <p>4. 事業計画策定支援に関すること DX推進セミナーの開催や巡回指導・窓口相談により、目的をもって事業計画策定に取り組む事業者や創業者・創業予定者を掘り起こし、状況に応じて専門家と連携を図りながら着実に事業計画策定に繋げていく。</p> <p>5. 事業計画策定支援後の実施支援に関すること 事業計画策が着実に実行されるよう、計画策定後も経営指導員等による計画的な訪問実施による進捗状況管理を行い、遂行状況が思わしくない場合は第三者の視点を投入して対応策を検討する。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 各支援機関が主催・運営する展示会や商談会、アンテナショップやネットショップ等を活用して、事業者の実情や考え方に合わせた販路開拓支援策を提案し、新たな需要の開拓に繋がるよう支援する。また、ホームページやSNSなどの活用については個別相談で対応する。</p>
連絡先	<p>尾西商工会 〒494-0007 愛知県一宮市小信中島字川南36番地 TEL : 0586-62-9111 FAX : 0586-62-9112 E-mail : bisaishi@owari.ne.jp</p> <p>一宮市 活力創造部 産業振興課 〒491-8501 愛知県一宮市本町2丁目5番6号 TEL : 0586-28-9130 FAX : 0586-73-9135 E-mail : sangyo@city.ichinomiya.lg.jp</p>

(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

【立地】

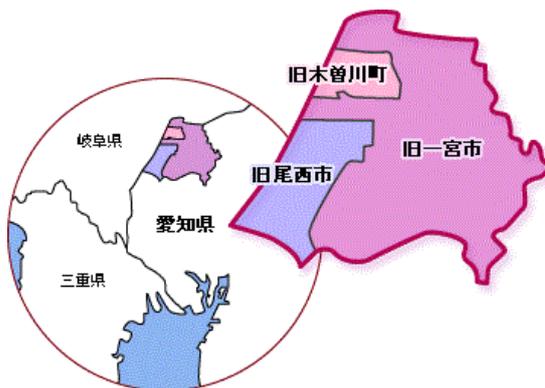
愛知県北西部に位置する尾西地区（旧尾西市）は、毛織物を中心とした繊維産業のまちとして発展してきた。

平成15年1月任意の「一宮市・尾西市・木曽川町合併検討協議会」、同年7月には、「一宮市・尾西市・木曽川町合併協議会」が設置された。平成16年8月9日に合併調印式が執り行われ、翌月24日には各市町議会で合併関連議案が可決され合併の合意を得て、平成17年4月1日に一宮市、尾西市、木曽川町が合併し、人口37万人、面積約114km²の新「一宮市」となり、令和3年には中核市となった。

新「一宮市」は、愛知県の北西部、名古屋市と岐阜市の間に位置し当商工会地区（旧尾西市）は市の南西部に位置する人口は約5万8千人、面積約22km²の地区である。

(図表1)

(図表1 一宮市位置図)



【交通】

交通は、東海北陸自動車道の尾西IC（北行きの入口と南行きの出口）が設置されている。また、主要地方道として地区を東西に走る岐阜県道・愛知県道18号大垣一宮線と地区を南北に走る岐阜県道・愛知県道14号岐阜稲沢線（西尾張中央道）が走っている。一宮総合駅（JR東海道本線尾張一宮駅・名鉄一宮駅）とはバスで結ばれる他、一宮総合駅から名鉄尾西線が通っており、開明駅と玉野駅がある。

(図表2)

(図表2) 尾西地区の公共施設図と交通網



【人口】

一宮市の令和5年8月1日時点での総人口は378,908人（男性185,006人・女性193,902人である。うち尾西地区の人口は58,011人（男性28,287人・女性29,724人）であり、平成18年をピークに減少傾向である。(図表3)

(図表3) 尾西地区の人口・商工業者数及び小規模事業者数の推移

	昭和61年度	平成8年度	平成18年度	平成28年度	令和4年度
人口(人)	56,234	57,578	59,870	58,928	58,250
商工業者数(件)	3,977	3,476	2,462	2,129	2,056*
小規模事業者数(件)	3,591	3,097	2,115	1,745	1,673*

(出典) 人口は市民課資料を、平成8年度までの商工業者数・小規模事業者数は事業所統計数値を参照
平成28年度以降は経済センサス数値を参照していますが、令和4年度の商工業者数・小規模事業者数は未発表の為、令和3年度経済センサス数値を参照している。

【産業】

・尾西地区の事業所の概要

「平成 28 年度経済センサス活動調査」による業種別の事業所数及び構成比を見ると、製造業が 557 件 (23.6%) と最も多く、次いで卸・小売業 454 件 (19.2%) の順となっている。しかしながら、減少数が最も多いのも製造業であり、平成 24 年の 643 件と比較すると 86 件も減少 (対平成 24 年比 86.6%) している。しかし、医療・福祉は平成 24 年の 154 件から平成 28 年には 202 件で 48 件も増加 (対平成 24 年比 131.2%) している。(図表 4)

(図表 4) 尾西地区の事業所数

	平成 24 年度		平成 28 年度			
	事業所数 (件)	構成比	事業所数 (件)	構成比	事業所数 増減	対比
建設業	216	9.2%	215	9.1%	△1	99.5%
製造業	643	27.5%	557	23.6%	△86	86.6%
卸・小売業	433	18.5%	454	19.2%	21	104.8%
教育学習支援	77	3.3%	101	4.3%	24	131.2%
飲食業	266	11.4%	256	10.8%	△10	96.2%
医療・福祉	154	6.6%	202	8.6%	48	131.2%
サービス業	378	16.2%	394	16.7%	16	104.2%
その他	170	7.3%	183	7.7%	13	107.6%

(出典) 経済センサス活動調査 対比は平成 24 年度と平成 28 年度の比較

・工業

工業の状況については「令和 2 年 一宮市の工業 工業統計調査結果報告書 (令和 3 年 12 月作成)」によると、令和 2 年 (直近) の事業所数は 149 件 (対平成 26 年比 11 件減) だが、従業者数は 6,166 人 (同比 803 人増) で、製品出荷額も 19,066,042 万円 (同比 1,221,966 万円増) となっており、平成 16 年から事業所数は減少しているものの従業員数と製造製品出荷額は増加傾向にある。(図表 5)

当地区は江戸時代に東海道と中山道を結ぶ美濃路の宿場町として多くの人々が行き来する交易・文化の交流拠点として、また古くから絹・綿織物の産地として栄えていた。明治末期から大正初期にかけては動力織機の導入と毛織物への転換により、毛織物産地 (尾州産地) として発展して現在に至る。そんな当地区の地場産業と言える「繊維工業」は「令和 2 年 一宮市の工業 工業統計調査結果報告書 (令和 3 年 12 月作成)」によると、事業所数は 54 件 (対平成 16 年対比 85 件減)、従業者数は 1,298 人 (同比 966 人減)、製造品出荷額は 2,302,924 万円 (同比 1,846,503 万円減) となっており、地場産地の衰退が深刻な問題となっている。一方で、高度・多様化する市場ニーズに対応し、独自の技術力やノウハウを生かした素材の複合化や高機能化によるファッション分野以外への新たな市場開拓のための取り組みを展開している企業も出てきている。

(図表 5) 尾西地区の工業の推移

		事業所数 (件)	従業員数 (人)	製造品出荷額 (万円)
平成 16 年	製造業計	269	5,865	17,139,626
	繊維工業	139	2,264	4,149,427
平成 26 年	製造業計	160	5,363	17,844,076
	繊維工業	64	1,509	2,382,695
令和 2 年	製造業計	149	6,166	19,066,042
	繊維工業	54	1,298	2,302,924

(出典) 工業統計調査 (従業員 4 人以上の事業所の統計)

・その他の産業

名古屋市や岐阜市等の都市部へのアクセスが良いことから、建売住宅の建築が目立つ。

「平成 28 年度経済センサス活動調査」より尾西地区の全事業所 (2,362 件) のうち「卸・小売業」は 454 件 (全体の 19.2%)、教育学習支援は 101 件 (同 4.3%)、飲食業は 256 件 (同 10.8%)、「医療・福祉」は 202 件 (同 8.6%)、サービス業は 394 件 (同 16.7%) と“生活産業”と呼ばれるものが全体の 59.6%を占める状況となっている。また、高齢者の増加に合わせて「医療・福祉」の事業所数は平成 24 年度の調査から 48 件の増加となっている。

【観光・イベント】

地域の観光スポットはあまり多くないものの、三岸節子記念美術館や一宮市尾西歴史民俗資料館 (起宿脇本陣跡) など地域外から人が訪れる施設がある。(図表 2)

イベントは季節ごとに、春には『尾西あじさいまつり』、夏には『一宮市びさい夏まつり』、秋には尾西地域の一大祭『びさいまつり』が開催され、地元事業者が多数出店したり、ステージパフォーマンスなどで大いに賑わう。

②課 題

【工 業】

「令和 2 年 一宮市の工業 工業統計調査結果報告書 (令和 3 年 12 月作成)」によると、平成 16 年度に比べ事業所数は 149 件で 120 件減少 (対平成 16 年比 44.6%減)、従業員数は 6,166 人で 301 人増加 (同比 5.1%増)、製造品出荷額は 1,906 億 6,042 万円で 192 億 6,416 万円増加 (同比 11.2%増) となっている。(図表 5)

しかし、地場産業である繊維工業の事業所数・従業員数は減少傾向で、製造品出荷額についてもピーク時 (昭和 63 年の 937 億 1,301 万円) の 24.6%にまで減少しており、製造業の製品出荷額に占める繊維工業の割合は 12.1%にまで減少している。しかし、雇用面では従業員数の 21%を占めるなど、依然として地域にとって重要な産業となっている。(図表 5)

尾西地区の繊維工業をはじめ、製造業は下請けの事業所が多く、納期の短縮や単価の切り下げ要請の影響が大きく、独自技術を持つなどの競争力・優位性を持つ事業所以外は厳しい状況にある。そのため、独自技術を生み出せる開発力の強化や収益に繋げるための営業力の強化、また事業所同士で技術や受注の連携を図れるような関係性を構築することが課題となっている。

【その他の産業】

一宮市の小売商業施設は、郊外の幹線道路への大型店の立地が進むのと引き換えに、中心市街地における商業の衰退が続いている。

尾西地区においても経営者の高齢化や経営の近代化の遅れなどにより廃業が増え、小売商業施設 (小売業) における平成 6 年と平成 26 年の事業所数比較では 312 件減少 (55.6%減)、従業員数も 1,131 人減少 (59.1%減) となっており、小売業の衰退が加速している。商店街数も平成 6 年には 10 団体 (振興組合 6 団体、協同組合 2 団体、発展会 2 団体) あったが、平成 26 年には 4 団体 (振興組合 2 団体、協同組合 1 団体、発展会 1 団体)、令和 2 年には 1 団体 (協同組合 1 団体) にまで減少しており、現状では商店街としての集客機能や求心力を喪失している。(図表 6)

一方、尾西地区は公共交通拠点となっている一宮総合駅との近隣性もあり、近年では事業所の廃業・移転跡地の宅地化による住宅建築が増加してきているものの、人口減や高齢化の進展が想定される。そのため、今後は高齢化社会における消費動向や、ニーズを踏まえて生活支援サービス分野を中心に、特色ある商品・サービス・メニューなどの開発・提供による地域の魅力ある個店の発掘・育成と地域外への情報発信による地域への集客・求心力の向上を図っていくことが求められる。

(図表6) 尾西地区の小売業の推移

	平成6年	平成19年	平成26年	令和5年
事業所数(件)	561	381	249	— ※
従業員数(人)	2,768	2,294	1,637	— ※
商店街数(団体)	10	5	4	1

(出典) 一宮市の商業(卸売業・小売業) ※平成26年を最後に調査が実施されていない為不明

【観光・イベント】

尾西地区では季節ごとに集客を図れるイベント(6月＝尾西あじさいまつり、8月＝一宮市びさい夏まつり、10月＝びさいまつり)として地域住民に定着しているイベントや、三岸節子記念美術館・一宮市尾西歴史民俗資料館や貴重な史跡等があるが、地域の魅力発信や地域特産品等のPRに活かしていない。また、観光客から食事処や土産品を購入できる店舗の情報提供を求められても、観光資源や店舗情報を網羅したマップなど提供できるものが無く、地域外から訪れる観光客の取り込みが十分できていない。

【商工会の支援】

本商工会では、これまで金融指導や税務指導といった従来の経営改善普及事業を中心に小規模事業者への支援を行ってきたが、外部環境の急激な変化等によりこれまでの支援だけでは小規模事業者の持続的発達は極めて困難な状況になっている。ここ数年は経営改善普及事業と並行して、経営発達支援計画に基づいて小規模事業者の伴走型支援による経営力向上を目標に支援してきたこともあり、「会員数・組織率の推移」は、長らく続いていた減少も微減となっている。会員数減少のほとんどは事業主の高齢化や後継者不足等の廃業による法定脱退がほとんどである為、減少分を創業者等への積極的な支援により維持している。

(2) 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

本商工会地区は、地場産業の繊維産業並びに商店街の衰退に加え、経営者の高齢化や事業の将来性への危惧に伴う事業承継の断念などもあり、小規模事業者は減少傾向にあり、地域の産業・経済基盤の更なる低迷が懸念されている。

一方で、長年培ってきた技術・ノウハウを生かした新分野展開や第二創業による新たな市場開拓や経営基盤の再構築に取り組んでいる事業者も少なくない。こうした地域の現状や課題を踏まえ、中長期的な視点から小規模事業者の経営支援事業の在り方を以下のとおり、抜本的な見直しを行う。

① 商工会の10年ビジョン

本商工会では令和6年4月1日より開始する10年ビジョンを下記のとおりとする。

- ⑦昭和61年度をピークに減少し続けている小規模事業者数の減少に歯止めをかけ、増加に転じるよう小規模事業者の振興を図る。
- ④小規模事業者の潜在力・底力を最大限引出し、経営力の強化を図る。

②一宮市総合計画

一宮市では平成30年度から10年にわたる市政運営の基本となる計画「第7次一宮市総合計画」を策定している。これは一宮市を取り巻く社会潮流を背景に、都市将来像「木曾川の清流に映え、心ふれあう躍動都市 一宮」を目指すため、「5つのプラン」と「28の施策」として定めている。

また、「5つのプラン」を実行していく上での共通基盤として、「2つのマネジメント」と「7つの施策」を定めている。

産業政策におけるPlan4では、①既存産業や次世代産業の育成を支援します。②意欲を持って働けるよう就学支援を進めます。③女性の活躍できる環境をつくります。④魅力があり持続的発展性のある農業を支援します。⑤幹線道路の整備を進めます。以上5つの施策が掲げられている。

③本商工会の役割

一宮市の総合計画 Plan4 を踏まえ、地域小規模事業者の経営力強化を目的とした個社の現状把握と事業計画に基づいた経営課題解決の為の支援に取り組む。

さらに、地域における小規模事業者数の減少に歯止めをかける為、新たな創業者・創業予定者への創業支援、小規模事業者の事業承継支援、経営者の交代を機とした既存事業の経営改善支援や業態転換・新規事業の立ち上げなどによる後継者支援に重点を置く。これらを重点目標として地域経済の振興発展に貢献するということを共通理解として、全職員の資質向上に努めると共に、これまで以上に地域金融機関・他の支援機関・関係機関と連携を図りながら効果的・効率的に取り組んでいく。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記の方向性を受けて尾西地区の現状と課題を鑑み、経営環境の変化への対応や新たな取組みに積極的な小規模事業者（既存小規模事業者をはじめ、創業者、創業予定者等）に対して、対話と傾聴により気付きを促し、実現性の高い事業計画の立案とその後のフォローアップ等きめ細かな伴走型支援を実施することで経営基盤の強化を図り、自走化の為の自己変革力を身に付けていただくことで、小規模事業者の持続的発展による地区内小規模事業者数の維持に裨益することが期待できる。さらに、イベント実施によって新たな販路開拓等を促進し、交流人口増加による地域経済の活性化を目指していく。

①既存の小規模事業者の自律的な経営力強化による事業継続

②創業の実現と経営の安定による小規模事業者数の増加

③地域で培われた技術を活かした新たな産業の発掘と育成

④地域の魅力を活かした特色ある商品・サービスの発掘と育成

⑤イベントを活かした販路開拓と交流人口の増加による地域経済の活性化

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6年4月1日～ 令和11年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①既存の小規模事業者の自律的な経営力強化による事業継続

事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置いて、激変する経営環境変化に適応する為に財務データ等から見える表面的な経営課題だけでなく、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行って経営改善を図っていく。

また、将来的な自走化を目指して、多様な課題解決ツールを活用しながら事業者に深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していく為の支援を行う。

②創業の実現と経営の安定による小規模事業者数の増加

創業の実現と創業後の経営の安定を図る為に、創業計画書策定の支援を行い、必要であれば金融機関・専門家等と連携をして創業の実現を支援する。

また、「事業計画の策定能力」「決算書などの計数管理能力」「マーケティング能力」「各種手続きなどの実務能力」「組織や従業員の管理能力」といった創業者に求められるスキルと、創業に必要なマインドについてもセミナーを開催して創業者・創業予定者の育成にも取り組む。

③地域で培われた技術を活かした新たな産業の発掘と育成

地域で培われた繊維工業の技術を活かして、業態転換や新分野展開など新しい挑戦に取り組む事業者を巡回・窓口相談で発掘し、補助金等の活用提案や申請支援を行い、事業の実現を後押しする。また、必要に応じて専門家や金融機関等と連携して、事業計画の策定から実行までを支援する。

④地域の魅力を活かした特色ある商品・サービスの発掘と育成

地域特産品や特色を活かしたサービスの開発・改善に取り組む事業者に、専門家派遣制度等を活用してより専門的な助言を行う。また、新商品やサービスは地域振興事業を通じて地域内外から訪れる来場者にPRすることで、域外需要も呼び込める魅力ある地域づくり・企業の育成に貢献する。

⑤イベントを活かした販路開拓と交流人口の増加による地域経済の活性化

2日間で地域内外から2万人の来場者があるびさいまつりを交流人口増加のチャンスととらえて、地元事業者の販路開拓に貢献すると共に、域外需要を呼び込める魅力あふれる地域づくりに貢献する。また、来場者に対して需要の調査を行うことで、事業者の商品・サービス開発に活用する。

I. 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

(1) 現状と課題

[現 状]

これまで、愛知県商工会連合会・各種団体等が実施した中小企業景況調査等の情報は巡回訪問（相談）の際に小規模事業者への具体的分析と補足説明を伴わない資料としての提供にとどまっており、経済動向の支援ツールとして活用できていない。

〔課題〕

RESAS（地域経済分析システム）を活用して地域の経済動向調査を実施し、収集した情報を整理・分析して、それを見た小規模事業者が自らの経営判断やより実現性の高い事業計画の立案に役立てることができる形にして提供することが課題である。

(2) 目標

項目	現状	公表方法	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①地域の経済動向分析の公表回数	未実施	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	未実施	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析

当地域において稼げる産業や事業者に対して限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指す為、国が提供する「RESAS（地域経済分析システム）」を活用した地域の経済動向分析を行い、地区内事業者年に1回公表する。

〔調査手法〕

経営指導員等が「RESAS（地域経済分析システム）」を活用し地域の経済動向分析を行う。

〔調査項目〕

人口マップ（人口構成・人口増加）、産業構造マップ（事業所数・付加価値額）
まちづくりマップ（流動人口）等

②景気動向分析

地区内小規模事業者の景気動向について瞬時に且つ詳細な実態を把握する為、全国商工会連合会が実施している「中小企業景況調査」を基にヒアリングシートを用いた独自調査を年4回行う。

〔調査手法〕

経営指導員等が巡回訪問時にヒアリングシートを活用して直接聞き取る。

〔調査対象〕

地区内小規模事業者75社（製造業20社、建設業15社、卸・小売業20社、飲食・サービス業20社）

〔調査項目〕

売上高、仕入単価、採算性、在庫水準、資金繰り、従業員、景況感、設備投資の状況
経営上の問題点等

(4) 分析結果の活用

分析結果を報告書にまとめて商工会ホームページに掲載し、地区内の小規模事業者に広く周知する。
また、小規模事業者の経営力向上を図る為に経営戦略・経営計画策定の参考資料として有効活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

これまで需要動向調査は実施していなかったが、びさいまつりの出店事業者に対する売上状況のアンケート調査と来場者に対するイベント全般についてのアンケート調査など、イベント評価の為の調査は実施してきた。

[課題]

これまでのアンケート調査では、事業者の商品開発についての調査項目や来場者に対しての需要動向についての調査項目が不足しており、アンケート調査の結果を事業者の販路開拓等に繋げることができていなかった為、調査項目を見直して改善したうえで実施する必要がある。

(2) 目標

	現状	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①新商品開発・販路開拓 の調査対象事業者数	未実施	40者	40者	40者	40者	40者
②来場者アンケート調査 対象数	未実施	22者	22者	22者	22者	22者

※現状は調査項目不足やイベント全般のアンケート調査となっている為、未実施とした。

(3) 事業内容

①新商品開発の調査

地域の魅力を活かした特色ある新商品の開発を支援する為、地域外からも多くの来場者がある「びさいまつり」に出店する小売業・飲食業に対して新商品開発の状況調査を実施して商品を掘り起こし、地域の事業者が需要をどのようにとらえているかを分析する。

[調査手法]

(情報収集)

びさいまつりの事前に行う出店説明会でアンケート票を配布して記入してもらう。

(情報分析)

調査結果は経営指導員等が取り纏める。

[サンプル数]

出店者 40者

[調査項目]

①商品内容 ②アピールポイント ③価格 ④ターゲット ⑤新商品の開発状況

⑥既存商品と新商品の違い(商品内容・ターゲットなど) 等

[調査結果の活用方法]

調査結果は経営指導員等が取り纏め、下記来場者アンケートの調査結果も踏まえて当該事業者へフィードバックすることで、商品開発やマーケティング戦略の更なる改良等に繋げる。また、事業計画策定の基礎資料としても活用する。

②来場者アンケート調査

来場者に対してびさいまつりで購入した商品(当地域で販売している商品)についてのアンケート調査を実施して、調査結果を分析したうえで事業者にフィードバックすることで、新商品開発及びマーケティング戦略に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

[調査手法]

(情報収集)

びさいまつりで実施しているショッピングラリー(会場内5店舗で買い物をすると抽選で賞品が当たる)の当選者に、会場内で事業者が提供していた商品についてのアンケート票を記入してもらう。ショッピングラリーの当選がインセンティブとなって、100%回答を得ることができる。

(情報分析)

調査結果は経営指導員等が分析する。

[サンプル数]

来場者 22 者

[調査項目]

- ①年齢 ②性別 ③居住地 ④購入商品 ⑤価格 ⑥購入の決め手 ⑦満足度 ⑧不満点
⑨今後購入してみたい商品 等

[調査結果の活用方法]

調査結果は経営指導員等が分析し、事業者へフィードバックすることで更なる改良等を提案する。
また、事業計画策定の基礎資料としても活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現 状]

これまでの、経営指導員等が小規模事業者への巡回・窓口相談時に経営分析の重要性について啓発しているものの、マル経資金をはじめとした融資相談時に資金計画を検討し、小規模事業者持続化補助金・事業再構築補助金などの申請で提出する経営計画書を作成する為の必要最低限の財務分析、経営分析に留まっており、対象者もこれらの制度利用を申し出た事業者に限られていた。

[課 題]

これまで行ってきた経営分析は、マル経資金や小規模事業者持続化補助金・事業再構築補助金といった制度を利用するために必要最低限な内容となっており、財務データを分析して見えてくる表面的な課題しか把握できていなかった為、今後はさらなる「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題の把握に繋げると共に、積極的に事業者の経営状況の分析に関与し、制度利用を申し出た事業者以外にも広く取り組んでいただけるようにする必要がある。

(2) 目 標

項 目	現状	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数	7者	30者	40者	50者	60者	60者

※経営分析事業者数は、令和9年度時点で経営指導員3名×20者になることを目標に毎年増加させる。

※セミナー参加者は1回あたり20名を見込んでいる。

※上記の「現行」は、令和元年度から令和5年度の5年間の平均で算出

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の選定

経営指導員等による巡回・窓口相談をする際に「対話と傾聴」を常に心がけると共に、参加者自らが経営分析を行うワークショップ型のセミナーの開催を通じて、経営分析に基づいた自社の強み・弱みといった気づきを与えることで経営分析の意義を感じていただき、継続的に経営分析に取り組む意識を醸成しながら、経営分析について理解のある事業者の掘り起こしを行い、経営計画策定による経営力強化に繋がるよう継続的に支援していく。

[募集方法]

創業者、創業予定者、補助金申請に取り組む事業者に関心を持っていただけるような内容で、セミナー開催の案内チラシを作成し、会員事業者にDMで送付する。また、販路開拓等に意欲があると思われる事業者などへは経営指導員等が巡回・窓口相談際に積極的に参加を呼び掛ける。さらに、会員事業者以外にはホームページ・SNSで情報発信することで、広くセミナー参加者を募集していく。

② 経営分析の内容

【対象者】

経営分析セミナー参加者の他、小規模事業者持続化補助金等の利用を計画している事業者、過去に小規模事業者持続化補助金等を利用したことのある事業者、経営指導員等の巡回・窓口相談の際の対話と傾聴から販路拡大に意欲のあることが認められた事業者、販路拡大が必要な事業者で、特に若手経営者、後継者を想定している。

【分析項目】

定量分析たる「財務分析」と定性分析たる「非財務分析」の双方を行う。

〈財務分析〉

直近3期分の収益性、生産性、安全性及び成長性の分析

〈非財務分析〉

下記項目について、対話を通じて事業者の内部環境における強み・弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威・機会を整理する。

内部環境		外部環境
・商品、製品、サービス	・技術、ノウハウ等の知的財産	・商圏内の人口、人流
・仕入先、取引先	・デジタル化、IT活用の状況	・競合
・人材、組織	・事業計画の策定、運用状況	・業界動向

【分析手法】

事業者の状況や局面に応じて経済産業省の「ローカルベンチマーク」や「経営デザインシート」中小機構の「経営計画つくるくん」等の分析ツールを活用して経営指導員等が分析を行う。非財務分析はSWTO分析のフレームで整理する。

(4) 分析結果の活用

分析結果は当該事業者へフィードバックし事業計画の策定等に活用する。また、分析結果をデータベース化して内部共有を図り、経営指導員等のスキルアップや地域内事業者の現状把握の為に統計データとしても活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまで、事業再構築補助金や小規模事業者持続化補助金をはじめとした補助金申請の際に小規模事業者の事業計画策定を支援してきたが、事業計画策定の重要性を十分に認識しているとは言えず、小規模事業者自らが熟考して実現性が高く効果的な事業計画を策定するには至っていない。

【課題】

事業計画策定の意義や重要性の理解が十分に浸透していない為、事業計画策定の重要性が理解できるセミナーを開催し、小規模事業者が経営分析に基づいて自社の現状を把握し、経営力強化の為に事業者が取り組まなければならないことに腹落ちした上で、当事者意識を持って事業者自身が能動的に事業計画策定に取り組めるよう支援を進めていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対して事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画策定」を目的としたセミナーを開催しても受講者は集まりにくい。その為、事業者の関心事である「DX推進セミナー」を実施し、IT活用に興味がある事業者や創業者及び創業予定者にITを活用した業務の効率化・競争力強化の取り組みを検討していただく。その中で、自ら経営分析を行って自社の強み・弱みと現状を正しく認識し本質的な課題に向き合うことで、事業計画策定（創業計画策定）の意義や重要性を理解して能動的に取り組めるようになり、その上で受講後のフォローアップによる対話と傾聴を通じて事業計画の策定に繋げていく。また、一宮市及び一宮商工会議所、日本政策金融公庫、愛知県信用保証協会と連携して実施する創業支援セミナーにも積極的な参加を促し、創業者として必要な知識の習得、資質向上や起業意欲の向上を図り、後のフォローアップで創業計画の策定を支援する。

(3) 目標

	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①DX推進セミナー	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定事業者数 (創業計画書を含む)	9者	12者	12者	12者	12者	12者

※上記の「現行」は、令和元年度から令和4年度の4年間の平均で算出

(4) 事業内容

①DX推進セミナーの開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得しつつ併せて事業計画策定について学び、実際に事業計画作成に取り組むことにより、自ら策定した事業計画に基づいた効果的なITツールの導入やWebサイト構築等に取り組み、業務の効率化や競争力強化を推進できるようセミナーを開催する。

[支援対象]

DXに興味・必要性を感じている事業者・創業者及び創業予定者

[募集方法]

チラシを作成してホームページ・SNSに投稿、会員事業者へはDMを送り、巡回・窓口相談時にも積極的に参加を呼び掛ける。

[講師]

IT専門家、中小企業診断士等

[開催回数]

年1回

[カリキュラム]

- ・DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活動事例
- ・顧客管理ツールの紹介
- ・SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイトの利用方法等
- ・事業計画策定に関する基礎知識の習得（財務分析、SWOT分析、経営戦略策定手法など）

[参加者数]

10名程度

[支援手法]

事業計画策定の重要性を理解してもらう為に、事業のIT化に着手するにあたり自ら経営分析を行っていただく機会を設け、自社の強み・弱み、現状を正しく認識したうえで本質的な課題に向けた事業計画の策定とIT化に取り組めるように導くと共に、事業計画策定（創業計画策定）の意義や重要性を理解して能動的に取り組めるように意識変化を促す。さらに、受講後のフォローアップとして対話と傾聴を通じて最適な意思決定サポートなど、継続的な支援に取り組む。

②事業計画策定事業者に対する支援

[支援対象]

経営分析実施事業者、補助金申請者、地域内の創業予定者及び創業後3年以内の事業者 等

[募集方法]

DX推進セミナーの参加者及び巡回・窓口相談時に経営指導員等から直接募集

[策定事業者数]

12名程度（経営指導員3名×4件）

[支援手法]

①の取り組みによって事業計画策定の意義や重要性を理解した事業者を中心に、経営分析に基づいた本質的な課題解決を実現するために、地域の経済動向調査や経営状況及び需要動向調査の分析結果を踏まえた助言を行い、必要であれば専門家派遣を活用しながら着実に事業計画策定に繋げていく。

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]

これまでは、各種補助金の補助事業の進捗状況把握や融資返済中の財務状況把握など、事務的な現状把握に留まる場合が多く、現状を把握したうえで事業計画の見直しを提案するなど、小規模事業者の目標の実現性を高めるような支援はできていない。

[課題]

これまでのような最低限の状況把握に留まらず、日々の業務に追われる中でも事業計画が着実に実行し、課題を解決して発展を実現できるよう、それぞれの計画に寄り添った計画的な訪問実施による進捗管理など事業者寄り添った伴奏型支援を実施する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

経営者自身が「答え」を見いだすことや対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで事業所全体が当事者意識を持って取り組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行って潜在力の発揮と自走化に繋げる。

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や事業者の課題等により、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ない事業者を見極めた上で、フォローアップを行う。

(3) 目標

項目	現状	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
フォローアップ対象事業者数	6者	12者	12者	12者	12者	12者
頻度（延べ回数）	31回	48回	48回	48回	48回	48回
売上増加事業者数	-	4者	4者	4者	4者	4者
利益率3%以上増加の事業所数	-	4者	4者	4者	4者	4者

※上記、フォローアップ対象事業者数は、前述目標の事業計画策定事業者を想定

※上記の「現行」は、令和元年度から令和5年度の5年間の平均で算出

(4) 事業内容

事業計画を策定した全ての事業者を対象として、4半期に1度巡回訪問をし、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

なお、遂行状況が思わしくなく事業計画との間にズレが生じていると判断する場合は、他経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

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]

これまででは、新たな需要の開拓に寄与する事業に関する独自の事業は実施しておらず、相談があった際に事業者へ個別に金融機関やその他支援機関が取引拡大を目的として開催する展示会・商談会などの情報提供を行っているのみであった。

[課題]

今後は、職員が巡回訪問等で小規模事業者の強みの把握に努め、それぞれの事業者の事情に合った販路開拓の方法を積極的に提案する。また、これからの販路開拓にはSNS等のIT活用が必須な為、DX推進にも合わせて取り組んでいく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

当商工会が独自に展示会等を開催するのは困難な為、これまで開催してきたびさいまつりでの出店による販路開拓支援をはじめ、他の支援機関や関係機関が開催する展示会や商談会、アンテナショップやネットショップ等を活用して、事業者の実情や考え方に合わせた販路開拓支援策を提案し、新たな需要の開拓に繋がるよう支援する。また、DX推進の取り組みとして、全国商工会連合会がGMOペパボ㈱と提携して提供している無料のホームページ作成サービス「Goope」を活用したホームページ開設支援や、当商工会でも情報発信に活用しているLINE公式アカウントなどSNSの活用についても経営指導員等による個別相談に応じる。

(3) 目標

項目	現状	令和6年度	現行7年度	令和8年度	現行9年度	令和10年度
①「びさいまつり」新規出店事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率	-	3%	3%	3%	5%	5%
②展示会等出展事業者数	0者	1者	1者	2者	2者	2者
成約件数	0者	1者	1者	1者	1者	1者
③アンテナ・ネットショップ等出品事業者数	2者	3者	3者	4者	4者	4者
売上増加率	-	5%	5%	5%	5%	5%
④新規ホームページ・SNS活用事業者数	未実施	2者	2者	3者	3者	3者
売上増加率	-	5%	5%	5%	5%	5%

※上記の「現行」は、令和元年度から令和5年度の5年間の平均で算出

(4) 事業内容

①びさいまつりへの出店支援 (BtoC)

[支援対象]

当地区で創業して間もない事業者を中心として、自社の認知度向上を図りたい事業者
新商品・新サービス等のテストマーケティングをしたい事業者
新商品・新サービス等を地域内外の方々にPRしたい事業者
既存商品・サービス等を地域内外の方々へPRしたい事業者

[募集方法]

出店者募集のチラシを作成して会員事業者へはDMを送付して募集をする他、ホームページ・SNSに投稿して周知を図り、広く市内の事業者に対しても募集する。

その他、販路開拓等に意欲があると認められる事業者などへは経営指導員等が巡回・窓口相談際に新商品・新サービスのPRやテストマーケティングの場として積極的に出店するように呼び掛けを行う。

[支援方法]

イベントでの出店機会を提供する他、販売する商品・サービスの内容や自社のPR方法について事前相談に応じることで支援する。

また、来場者の需要動向に関するアンケート調査の分析結果などの情報提供することで、新たな商品・サービスの開発、既存の商品・サービスの改善に繋げる支援を行う。

[支援効果]

地域内外から訪れる来場者に対して自社や自社の商品・サービスの認知度向上を図ることでイベント後も来店客数増加・売上増加に繋がる他、需要動向に関するアンケート調査などの分析結果や、テストマーケティングの結果を参考にして、新たな商品・サービスの開発、既存商品・サービスのブラッシュアップに取り組むことで、販路拡大・売上の増加が図れる。

《イベントとその内容》

イベント名	内容
びさいまつり	一宮市尾西市民会館周辺で開催する秋の祭り 主 催：びさいまつり運営委員会（尾西商工会内） 後 援：一宮市・一宮市観光協会・尾西商工会 開催時期：10月第4日曜日とその前日（2日間） 出店者数：約70店 来場者数：2万人（2日間） 催し物：地域事業者等の出店、ステージイベント、パレード等

②展示会等への出展支援 (BtoB)

[支援対象]

自社の技術力を活かして取引を拡大したい事業者
製造業を中心に下請けからの脱却を検討している事業者
新たな商品開発・販路開拓の為に新たな連携先を探している事業者

[募集方法]

出展募集のチラシを作成して会員事業者へはDMを送付して情報提供することで出展者を募集する他、ホームページ・SNSでも情報発信して出店者を募集する。

また、販路開拓等に意欲があると認められる事業者などへは経営指導員等が巡回・窓口相談際に積極的に出展の呼び掛けを行って募集する。

[支援方法]

名古屋商工会議所が主催する「メッセナゴヤ」や東海地区の信用金庫が主催する「しんきんビジネスフェア」、地元信用金庫が主催し当商工会も後援する「びしんビジネスマッチング」等に関する情報提供を行い、出展及び来場していただくことで新規取引先の獲得、新たな連携により生まれる新たな商品・サービス展開や新たな市場への販路開拓による新たな需要の開拓を図る。また、出展に際しては申込手続きの支援の他、出展計画や出展ブースの作成支援等を行う。

[支援効果]

展示会等へ出展することで多くの来場者（不特定多数）に、自社の商品・技術・サービス等をアピールする機会を提供でき、自社の認知度向上を図ることができる。

結果として、既存の市場での販路開拓だけでなく、下請け体質からの脱却や新たな連携による新たな市場への販路開拓も図れる可能性があり、売上拡大と併せて経営力強化が図られる。

《展示会・商談会とその内容》

展示会・商談会名	内 容
メッセナゴヤ	日本最大級の異業種交流展示会 主 催：メッセナゴヤ実行委員会 開催時期：11月（年1回 4日間） 出展社数：1,400社 来場者数：6.5万人
しんきんビジネスフェア	東海地区信用金庫の取引先展示会・商談会 主 催：ビジネスフェア実行委員会 開催時期：9月（年1回 1日） 出展社数：東海地区38信用金庫の取引先400社 来場者数：3千人
びしんビジネスマッチング	尾西信用金庫の取引先展示会・商談会 主 催：尾西信用金庫 開催時期：10月（年1回 1日） 出展社数：尾西信用金庫の取引先20社 来場者数：500人

③ アンテナショップ等への出店支援（BtoC）

[支援対象]

尾西地域の特産品的要素のある商品を有している事業者の他、食品製造小売事業者や小物製造小売事業者を中心に、新たに販路（地域外）を拡大したい地域内事業者

[募集方法]

ネットショップやアンテナショップへの出品募集のチラシを作成して会員事業者へはDMを送付して募集をする他、ホームページ・SNSでも情報発信して出品者を募集する。

その他、販路開拓等に意欲があると認められる事業者などへは経営指導員等が巡回・窓口相談際に積極的に出品を呼び掛けて募集を行う。

[支援方法]

全国商工会連合会が運営するネットショップ「ニッポンセレクト.COM」や物産館「むらからまちから館」、愛知県商工会連合会が運営するアンテナショップ「まるっと！あいち」等への出品によって販路開拓に取り組めるよう、出品者募集の情報提供、初めて出品する事業者に対しては出品する上での注意事項の説明や申込手続き、更新手続きの支援等を行う。

[支援効果]

食品製造小売事業者や小物製造小売事業者を中心に、販路開拓を支援する為にネットショップやアンテナショップへの出品を後押しすることで、地域外の広い範囲に自社の商品をPR・販売することが可能となり、商圏拡大が図れる。また、地域内では得られない商品に対するフィードバックが得られ、今後の商品開発に活かすことで今後の更なる需要の開拓に繋げることができる。

《ネットショップ・アンテナショップとその内容》

ネットショップ・アンテナショップ名	内 容
ニッポンセレクト.COM	全国の産直お取り寄せネット通販サイト 主催：全国商工会連合会 アイテム数：約12,000アイテム
むらからまちから館	全国の特産品が一堂に会する東京にある物産館 主催：全国商工会連合会 アイテム数：約1,400アイテム
まるっと！あいち	愛知県内の特産品を集めた県営名古屋空港内にあるアンテナショップ 主催：愛知県商工会連合会 アイテム数：約300アイテム

④ホームページ・SNSの活用支援

[支援対象]

新規顧客開拓及び来店頻度の向上を図りたい事業者、事業計画策定事業者

[募集方法]

ホームページ・SNS活用に関してチラシを作成して、会員事業者へはDMを送付する他、ホームページ・SNSでも情報発信して活用を呼び掛ける。

また、経営指導員等が巡回・窓口相談際に積極的にホームページ・SNSを事業に活用するよう呼び掛ける。

[支援方法]

新規顧客の獲得及び来店頻度向上を図る為、無料のホームページ作成サービス「Goope」やLINE公式アカウント等のSNSを活用して情報発信に取り組めるよう、アカウント取得～開設までの導入支援や運用中の相談に個別に応じる。また、ホームページ・SNSの活用の効果を高めるため、商工会からの各種セミナー情報提供や、必要な場合は専門家派遣を活用しながら伴走支援を行う。

[支援効果]

事業者がホームページやSNSを活用した情報発信に取り組めるよう支援することで自社や自社の商品・サービスの認知度向上や既存顧客の来店頻度の向上と、地域内外からの新たな顧客獲得・需要の開拓・売上拡大が図れる。

また、専門家派遣による支援を受けることで、更なる経営力強化が図られる。

II. 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. 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]

これまでは、事業計画の実施状況及び成果については、毎年2月頃に協議会を開催して説明を行い、事業の評価・見直しを行っているが、評価結果については一部の会員しか閲覧できない状態となっている。

[課 題]

今後は、目標達成に向けてPDCAサイクルによる評価・見直し体制を強化・構築すると共に、評価結果を誰でも閲覧できるように整備することが課題である。

(2) 事業内容

商工会正副会長、商工会事務局長、一宮市活力創造部産業振興課職員、法定経営指導員、商工会職員、外部有識者（中小企業診断士）で構成する「協議会」を毎年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等に「A.計画通り実施できた」「B.おおむね実施できた」「C.計画通り実施できなかった」「D.全く実施できなかった」の4段階評価を行う。当該協議会の評価結果は、理事会等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、ホームページ及び会報へ掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態にする。

P（計画）商工会正副会長会議において評価・見直しの方針を決定する。
↓
D（実行）当会の経営発達支援計画に基づき事業を遂行する。
↓
C（評価）協議会にて経営発達支援系事業の進捗状況・成果等の評価を行う。
↓
A（改善）事業の成果、評価、見直しの結果を事業実施方針等に反映させる。
↓
また、商工会理事会へ報告して承認を受ける。
Pへ

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]

愛知県商工会連合会や他団体が主催するセミナーへの参加と、専門家派遣等による小規模事業者支援に積極的に同行することで専門性の高い支援スキルを学び、個々の支援力向上に取り組んでいる。

[課題]

職種によってセミナーの受講機会に偏りがある為、セミナーで学んだ支援ノウハウを組織内で共有することで、職員全体の支援力向上を図る必要がある。また、今後はDXに向けた相談が増えることが予想される為、重点的にDXに向けた支援能力の取得に取り組む必要がある。

(2) 事業内容

[愛知県商工会連合会等が主催する職員向け研修等の活用]

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上の為、愛知県商工会連合会やその他の支援機関が主催する研修会に対して、計画的に経営指導員等を派遣する。

特に、事業計画策定やDXがテーマとなったセミナーには優先的に参加する。

その他、全国商工会連合会が運営する「経営指導員等WEB研修」などのオンラインセミナーも積極的に受講して、職員の支援レベルの向上を図る。

[DX推進に向けたセミナー]

DX推進に向けたノウハウの習得にあたっては、経営指導員及び一般職員のITスキルを向上させ、多様なDXに対応した相談・指導を可能にする為、下記のようなDX推進の取り組みに係る相談・支援力の向上の為のセミナーに積極的に参加する。

<DXに向けたIT・デジタル化の取り組み>

ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取り組み

RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子決済システム等のITツール、オンライン会議対応、ペーパーレスによる業務デジタル化、情報セキュリティ対策 等

イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取り組み

ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用
オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム 等

ウ) その他の取り組み

オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャットツール導入 等

[職員間ミーティングの実施]

職員間の支援ノウハウ向上と情報共有を目的として毎月1回ミーティングを実施し、月内に受講したセミナーの内容、経営支援に関する事例の報告を行い、各職員の経営支援のノウハウを共有して職員全体の支援能力の向上と小規模事業者への経営支援の円滑化を図る。また、毎月発行される月刊「商工会」の経営支援に関する記事から他商工会の取り組みを学び経営支援に役立てる。

[専門家派遣時の職員同行]

専門家派遣による相談時に職員が同行することで、小規模事業者の課題解決に資する高度で専門的な知識・支援ノウハウを習得する。また、専門家が作成した指導日報等を基に支援内容等を職員間ミーティングで報告し、職員間で情報共有を図って職員全体の支援能力の向上を図る。

[指導カルテ（データベース）の整備]

担当職員が指導内容を入力する基幹システムを適宜・適切に扱い、伴走支援の実施→事例の蓄積→ノウハウ・エッセンスの抽出→支援能力の向上というPDCAサイクルを回す為の土台となるデータベースを構築することで、着実に組織全体の支援力向上に繋げる。

また、支援中の小規模事業者の状況を職員間で相互共有できるようにすることで担当外職員も一定の対応ができ、経営支援の円滑化が図れると共に相談者の利便性も向上する。

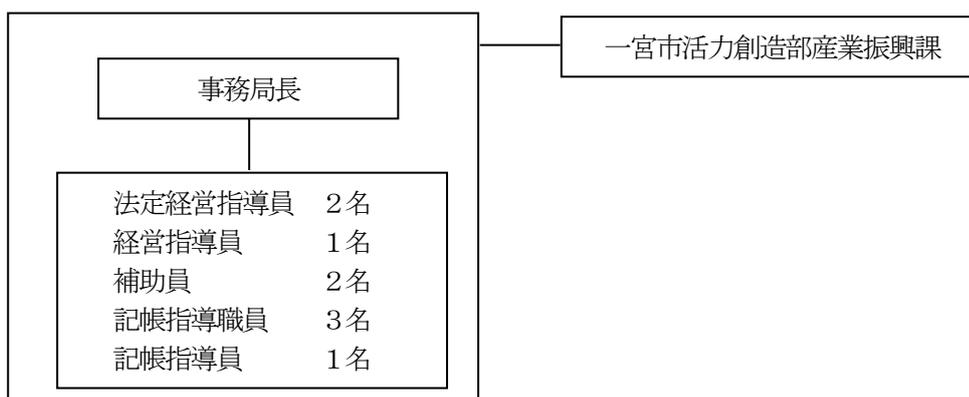
(別表2)

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7年4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法定経営指導員の氏名、連絡先

氏名：玉腰 和成

後藤 正樹

連絡先：尾西商工会 TEL：0586-62-9111

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際必要な情報提供等を行う。

当計画の法定経営指導員については、緊急事態があった場合に備え、円滑にこの事業に対応できるよう2人体制とし、2名の配置を行うこととする。

- (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

〒494-0007 愛知県一宮市小信中島字川南36番地

尾西商工会

TEL：0586-62-9111 / FAX：0586-62-9112

E-mail：bisaishi@owari.ne.jp

②関係市町村

〒491-8501 愛知県一宮市本町2丁目5番6号

一宮市 活力創造部 産業振興課

TEL：0586-28-9130 / FAX：0586-73-9135

E-mail：sangyo@city.ichinomiya.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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
必要な資金の額	67,500	69,500	71,500	73,500	75,500
1. 委員会開催費	500	500	500	500	500
2. 調査等事業費	500	500	500	500	500
3. 講習会等開催費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
4. 人件費 (10名分)	65,500	67,500	69,500	71,500	73,500

(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
1. 愛知県小規模事業経営支援事業費補助金 (人件費・事業費) 2. 国、全国連等の補助金 (事業費) 3. 一宮市補助金 (商工会運営補助金) 4. 会費収入 (補助金不足分を補填) 5. 参加者負担金 (講習会・展示会等)

(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 並びに法人にあつては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等