

経営発達支援計画の概要

実施者名	設楽町商工会（法人番号） 4 1 8 0 3 0 5 0 0 7 4 8 7 設楽町 （自治体番号） 2 3 5 6 1 0
実施期間	令和 8 年 4 月 1 日～令和 1 3 年 3 月 3 1 日
目標	<ul style="list-style-type: none"> (1) 廃業率の抑制 (2) 事業承継及び創業支援 (3) 地域資源の活用と商品化
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 地域の経済動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> (1) 管内小規模事業者を対象とした経営動向調査による情報収集 (2) 国が提供する「RESAS」のデータ活用 2 需要動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> (1) 新商品開発の調査 3 経営状況の分析に関すること <ul style="list-style-type: none"> (1) 経営分析を行う事業者の発掘と経営分析 4 事業計画策定支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> (1) 専門家派遣による事業承継支援 (2) 創業塾の開催 (3) DXへの取り組みを推進するためのセミナーへの参加促進 (4) 経営指導員による事業計画策定支援 5 事業計画策定後の実施支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> (1) 事業計画策定後のフォローアップ (2) 専門家派遣によるフォローアップ (3) 金融制度活用によるフォローアップ 6 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ul style="list-style-type: none"> (1) 商談会への参加支援の実施 (2) 物産展への参加支援の実施 (3) SNSを活用した情報発信力向上のための支援の実施
連絡先	<p>設楽町商工会 〒441-2301 愛知県北設楽郡設楽町田口字上原 2 番地 6 電話番号 0536-62-0004 mail sitara@aqua.ocn.ne.jp</p> <p>設楽町役場 産業課 〒441-2301 愛知県北設楽郡設楽町田口字辻前 14 番地 電話番号 0536-62-0527 mail sangyo@town.shitara.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立地

設楽町は、愛知県の北東部に位置し、名古屋市中心部から90km、豊橋市及び豊田市の中心部から60kmの距離にあり、東は東栄町・豊根村、西は豊田市、南は新城市、北は長野県根羽村と隣接している。平成17年10月1日に旧設楽町と旧津具村が合併をして新しい設楽町となったが、商工会はそれぞれの地区に残っており、設楽町商工会と、津具商工会の2経済団体が併存している。

東西に22.4km、南北に19.7km、総面積273.94km²あり、総面積の約9割を占める山林は、1000m級の山々が連なり、豊川、矢作川、天竜川という3大水系の水源地ともなっている。行政、商業を担う町の中心地で、人家が連担している田口地区、まとまった平坦地が広がり、山間地域では有数の農業地帯となっている名倉地区及び津具地区、国の無形民俗文化財の田峯田楽をはじめとする数多くの郷土芸能を保有し、いくつかの河川沿いに小規模な集落が点在している清嶺地区と大きく3つの地域に分けることができる。

町の西部一帯には愛知県内最大級の規模を誇るブナ、ツガなどの林、きららの森「段戸裏谷原生林」が広がり、その景観は水源地のシンボルのひとつとなっている。

②人口推移

令和7年設楽町商工会管轄地区人口は、3,037人で平成17年の地区人口と比較すると2,000人減少し、人口減少が深刻な状況となっている。また、設楽町がまとめた将来の人口展望によると、現状維持の場合2060年には、1,111名となると推測。この危機的な状況に対応するために、設楽町では平成28(2017)年3月に「設楽町人口ビジョン」及び「設楽町総合戦略」を策定し、「子育て世帯(年間10世帯)の移住者を確保する」を目標とし、現在実施中である。



	平成 17 年	平成 22 年	平成 27 年	令和 2 年	令和 7 年
地区の人口	5,037 人	4,651 人	4,067 人	3,541 人	3,037 人
H17 年を 100%とした割合	100%	92.3%	80.7%	70.2%	60.2%
設楽町全域の人口	6,652 人	6,116 人	5,357 人	4,437 人	4,005 人
H17 年を 100%とした割合	100%	91.9%	80.5%	66.7%	60.2%

③小規模事業者数の状況

平成18年事業所・企業統計調査では事業所数が244事業所であったが、令和3年経済センサス活動調査では183事業所となり25%の減少。小規模事業者に至っては、27.6%の減少と厳しい状況である。

(商工業者数)

	建設業	製造業	卸・小売業	飲食店・宿泊業	その他	計
H18年	41	19	77	36	71	244(213)
H24年	36(32)	17(14)	63(54)	36(29)	83(74)	235(203)
H28年	30(27)	12(11)	52(43)	30(25)	62(52)	186(158)
R3年	31(28)	12(10)	49(48)	22(18)	69(50)	183(154)

資料 平成18年は事業所・企業統計調査、平成24年、平成28年、令和3年は経済センサスより作成。計の()は小規模事業者数。

④地域資源の現状

愛知県で指定された設楽町の地域産業資源は次のとおりである。

■工業品又は鉱工業品の生産にかかる技術

愛知の清酒、五平餅、こんにゃく、メープルシロップ、甘露煮

■農林水産物

米、天狗なす、トマト、絹姫サーモン、鳳来マス、三河材、ジビエ(イノシシ、シカ)、あまご、鮎、エゴマ、シクラメン、茶、段戸牛

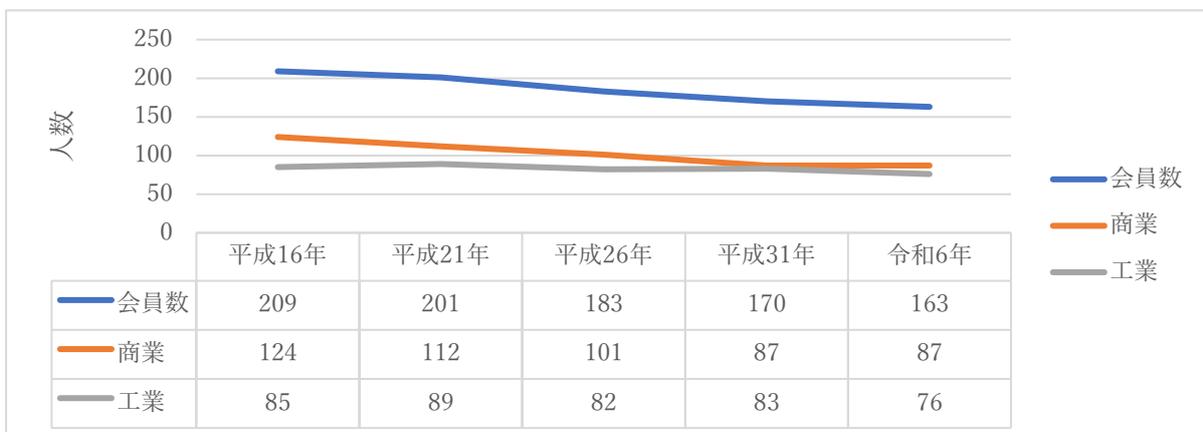
■観光資源

三河の田楽(田峯田楽、鳳来寺田楽、黒沢田楽、黒倉田楽)、きららの森、田峯城、参候祭、念仏踊り、百万遍念仏、棒の手、岩古谷山、清水のコヒガンザクラ、田峰観音奉納歌舞伎、寒狭川(ヤナ場)、田峰観音、花祭、面ノ木園地

⑤商工業の現況と課題

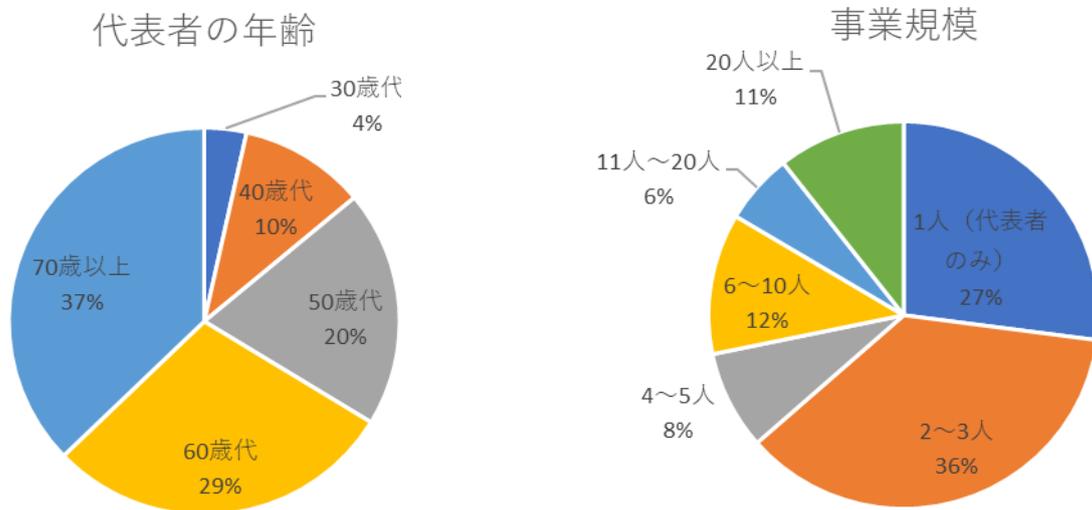
■商工業者の推移

平成16年時点の会員数は209事業者。令和6年の163事業者と比較すると22%減少している。商業者数は29.8%減少、工業者数は10.5%減少と小売業や飲食・宿泊、サービス業の減少が目立つ。令和6年6月に地区内にオープンしたドラッグストアゲンキーの出店により住民の利便性は向上したが、小規模事業者への影響は大きく更なる廃業が懸念される。



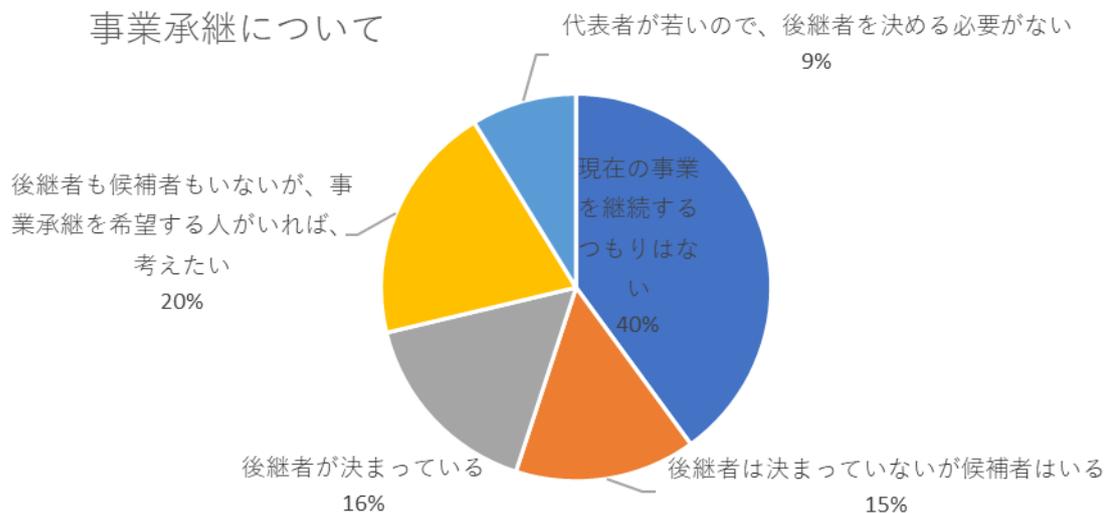
■事業主の年齢と事業規模

令和5年に実施した商工業者へのアンケートによると、事業主の年齢構成は70歳以上が37%と最も多く続いて60歳代、50歳代と続き、70～50歳代までで86%を占めており、高齢化が進んでいる。事業規模は3人以下が61%と多い。



■事業承継

令和5年度に実施した商工業者へのアンケートによると、「現在の事業を継続するつもりはない」と答えた事業者が40%、後継者有及び候補者有を合わせると31%が事業承継ありと推察される。新規創業や事業承継が進まない場合、商工業者の減少がさらに加速する恐れがある。



(2) 小規模事業者の中長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えた地域の存続

設楽町は高度経済成長を経て大きく変化したが、現在は人口減少とともに過疎化が著しく進行し、地域の存続が危ぶまれる状況である。住民の生活を支えてきた商工業は減少を続け、地域経済は深刻な衰退に直面している。これにより、雇用の場を失われ、子育て世代のさらなる流失を招き、地域社会の維持が困難になっている。加えて、教育や医療などの社会インフラも失われる危険がある。

②設楽町総合計画との連動性・整合性

設楽町は令和5年に、第2次設楽町総合計画2017～2026の中間見直しを策定した。その中でも、特に商工会が関与する「地域産業の魅力と活力にあふれるにぎわいのまちづくり」については以下のとおり示されている。

・現状と課題

地域産業の後継者不足や担い手が不足しているため、特に農林業で深刻な状況になっています。農業では担い手が不足することで、遊休農地の解消や農地利用集積面積の拡大に支障をきたしています。地域資源を活かすためには、移住者だけに頼るのではなく、企業等多様な担い手を考えていく必要があります。

観光の面でも受け入れ体制が整っておらず、活力ある地元事業所を活かしきれていません。設楽ダムの建設を含め、観光基盤を強化し、町内産業を維持・継続していく必要があります。担い手、さらには、関係者を増やすためには、町の知名度が低いいため、まず「設楽町」を知ってもらい町に来てもらう必要があります。オリエンテーリング等を介して「設楽町」を知ってもらい、町の関係人口が増えるような取り組みを行い、町の活性化につなげていく必要があります。

・施策の方向性

- ・商工業の振興
 - 商工業を担う人材の確保・育成を支援します。
 - 観光施設と連携し、町外からの集客を図ります。
 - 町内消費を促進します。
- ・資源活用のしくみづくり
 - 遊休農地や未間伐森林等を新たな地域資源として活用します。
 - 観光施設の適正な管理運営（経営）を進めます。
 - 地域特産品の発掘・改良に取り組みます。
 - 東三河森林活用協議会と連携し、森林資源の価値を高めつつ、需要拡大を図ります。
 - 観光まちづくりを担う人材の確保・育成を進めます。
- ・観光資源の発展と魅力発信
 - 観光基本計画に基づき、地域産業を活かし、地域づくりと連動した観光施策を推進します。
 - 特産品・地域資源の魅力を発掘・発信します。
 - 設楽ダム建設に伴う周辺整備や湖面利用について計画を策定します。

・重点施策

- 産業を担う人材の確保と育成支援
- 地域産業と連携し、かつ地域づくりと連動した観光振興
- 遊休農地の削減や、未利用農業施設等の有効活用の推進
- 低質材（チップ材等）の搬出量の増加及び有効活用の検討
- きららの森の新たな整備
- 道の駅をはじめとする観光施設と連携した、観光入込客を呼び込むための取り組み
- 商工会と連携した取り組みによる、町内商店等の利用の促進
- 関連事業者等と連携した、特産品や地域資源の発掘や情報発信等
- 設楽ダム周辺整備や湖面利用にかかる具体的検討
- 創業支援事業計画に基づく起業支援の実施

設楽町産業の行動指針の中で、特に商工業の振興において人材の確保や育成支援に関しては、創業や事業承継、雇用の創出などの分野で商工会が第一線に立ち、設楽町と連携して施策を推進する役割が求められている。この役割は、商工会の基本姿勢である小規模事業者に対する「伴走支援」と一致しており、小規模事業者の持続的な発展につながるものである。今後も町と十分な連携を図りながら、小規模事業者を支援していく方針である。

③商工会としての役割

上記の内容を踏まえて当商工会の小規模事業者の中長期的な振興のあり方は次のとおりである。小規模事業者の規模及びニーズから金融指導、税務指導を中心とした従来の経営改善普及事業の取組で小規模事業者への支援を行ってきたが、人口減少などの外部環境の変化によりこれまで同様の支援では、企業の持続的発達は期待できない状況になってきた。

今後は地域の課題を踏まえ、国・愛知県・設楽町の動向、経済動向や需要動向を見極めたうえで地域産業の活性化を図るため、個社の経営基盤の強化のための事業計画作成、新たな需要が喚起できる支援、新事業展開や創業支援、事業承継支援など小規模事業者への継続的な経営支援を行い、経営力の強化を図り、小規模事業者の減少に歯止めをかける必要がある。この内容は「あいち経済労働ビジョン2021-2025」の施策に示されている方向性や成果達成目標等に資するものである。

また、設楽町の地域産業資源や観光資源を活用し商品開発や地域の逸品として販路を拡大し、売上増を目指していく。特に令和16年完成予定である設楽ダムをビジネスチャンスと捉え、観光客増加を狙い、新商品開発や販路拡大支援を実施する。

(3) 経営発達支援計画の目標

これらの地域や小規模事業者の課題を踏まえ、商工会の経営発達支援計画の目標は以下のとおりである。小規模事業者の持続的な発展と利益確保を通じ、地域経済の活性化を図れるよう本事業を実施していく。

① 廃業率の抑制

支援計画の認定機関（5年間）目標

- ・ K G I : 地域内小規模事業者の廃業率を現状比で20%抑制し、持続的な経営基盤を確立する。
- ・ K P I : 年1回以上の巡回訪問・面談実施率100%、年3回以上の経営セミナー開催、毎年4件以上の事業計画策定支援
- ・ 設定理由: 廃業率抑制という「成果」を5年後のK G I に据え、日常的に取り組める行動（訪問・経営セミナー・計画策定）をK P I にすることで、事業者が自律的にスキルを習得し、稼ぐ力を身に付け、持続可能な基盤を築けるようにするためである。

② 事業承継及び創業支援

支援計画の認定機関（5年間）目標

- ・ K G I : 毎年、事業承継・創業を合わせて15件以上を実現し、地域事業者数の維持を図る。
- ・ K P I : 承継計画作成支援を年2件以上、創業塾を年1回以上開催
- ・ 設定理由: 「事業者数の維持」という成果をK G I に置き、承継・創業といった具体的な行動をK P I に設定することで、事業者の世代交代や新規参入を円滑に進めるためである。この内容は「あいち経済労働ビジョン2021-2025」の基盤施策に示されている方向性や成果達成目標等に資するものである。

③ 地域資源の活用と商品化

支援計画の認定機関（5年間）目標

- ・ K G I : 設楽ダムや道の駅「したら」を活用し、40件以上の新商品・改良商品を市場投入する。
- ・ K P I : 新商品開発を年1件以上支援、既存商品のブラッシュアップを年2件以上支援、道の駅や設楽夜市での需要調査を年3件以上実施、販路拡大支援を年2件以上実施
- ・ 設定理由: 「新商品投入数」という成果をK G I に据え、開発・改良・調査・販路拡大といった行動をK P I にすることで、地域資源を活用した商品化が確実に進み、地域経済の活性化につながる。また、今後完成する設楽ダムを目的とした観光客を見据えた準備を進める。

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) 目標に達成に向けた方針

① 廃業率の抑制

達成方針1：毎年、全事業者への巡回訪問・面談実施率100%

商工会職員が年1回以上必ず訪問し、経営課題や要望を直接ヒアリングする体制を整える。
訪問記録を残し、未訪問事業者が出ないように管理する。

設定した理由

事業者との信頼関係を築き、課題を早期に把握することが持続的発展の基盤となる。

達成方針2：年3回以上の経営セミナー開催

簿記・会計、補助金申請、IT活用・DX化、SNS推進などテーマを分け、短時間で学べる経営セミナーを企画。

参加者のニーズをアンケートで把握し、内容を改善する。

設定した理由

経営管理・ITスキルを自律的に習得できる環境を整えることで、事業者の経営力強化に繋がる。

達成方針3：毎年4件以上の事業計画策定支援

伴走型支援を導入し、事業者と一緒に計画を作成。金融機関や専門家と連携し、実効性のある計画を策定する。

設定した理由

計画策定は事業の方向性を明確にし、持続可能な基盤を築くための重要な行動につながる。

② 事業承継及び創業支援

達成方針1：毎年、承継計画作成支援を2件以上

後継者候補への研修や承継計画の作成を支援。専門家を交えた相談会を開催し、承継の不安を軽減する。

設定した理由

事業承継を計画的に進めることで、廃業を防ぎ、地域事業者数の維持につながる。

達成方針2：毎年、創業塾を1回以上開催し、創業者を1件以上輩出

創業希望者向けに基礎研修を実施し、事業計画作成や資金調達の方法を指導。創業後も伴走支援を行う。

設定した理由

新規創業を促進することで、地域経済に新しい活力を生み出し、事業者数の維持につながる。

③ 地域資源の活用と商品化

達成方針1：毎年、新商品開発を1件以上支援

設楽ダムや地域資源を活用した商品開発を支援。試験販売やアイデアコンテストを通じて新商品を創出する。

設定した理由

新商品投入は地域経済の活性化に直結する成果であり、持続的な成長を促すため。

達成方針 2：毎年、既存商品のブラッシュアップを 2 件以上支援
既存商品の改良を支援し、パッケージ変更や品質改善を行う。消費者アンケートを活用して改良点を明確化する。

設定した理由

既存商品の競争力を高めることで、売上維持・拡大につながる。

達成方針 3：毎年、道の駅「したら」や設楽夜市での需要調査を 3 件以上実施

試験販売やアンケート調査を通じて消費者ニーズを把握。結果を商品開発や改良に反映。

設定した理由

需要調査は商品化の成功率を高め、無駄な投資を防ぐ。

達成方針 4：毎年、販路拡大支援を 2 件以上実施

町外イベントやECサイト出店を支援。商談会や展示会への参加を促進。

設定した理由

販路拡大は地域外からの収益を取り込み、地域経済の安定化に寄与する。

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、小規模事業者を対象に年 1 回、経営の状況についてアンケート調査を実施。地区内の経済動向の実態を把握し、ホームページにて公表してきた。

課題：これまで実施してきた内容では、ビッグデータの活用ができていなかったため、改善したうえで実施する。

(2) 目標

	公表方法	現行	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
①地域の経済動向分析の公表回数	HP 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②地区内の景気動向分析の公表回数	HP 掲載	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①管内小規模事業者を対象とした景況動向調査による情報収集

管内の景気動向についてより詳細な実態を把握するため、年 1 回、会員（小規模事業者）に対してアンケート調査を実施し、分析する。

調査対象：管内小規模事業者 9 社（建設業、卸小売業、サービス業から 3 社ずつ）

調査項目：売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、設備投資など

調査手法：調査票を郵送し返信用封筒で回収する。

②国が提供する「RESAS」のデータ活用

当地区の事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活動を目指すため、経営指導員が「RESAS」を活用した地域の経済動向分析を行い、年 1 回公表する。

調査手法：経営指導員が「RESAS」を活用し、地域の経済動向分析を行う。

調査項目：地域経済循環マップ・生産分析 ⇒ 何で稼いでいるか等を分析

「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

※上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

実施回数：年1回実施

(4) 成果の活用

情報収集・分析した結果は、ホームページに掲載し、広く管内事業者に周知する。情報収集・分析した結果を、①巡回窓口指導時に紙媒体で情報提供を行い、地域の経済動向について把握してもらうとともに、事業計画を作成する際のツールとして活用する。②創業・事業承継支援時に地域経済情報として活用し、計画を作成する際のツールとして活用する。③新商品開発支持時に、地域資源・地域ニーズ情報として活用し、商品化の成功率を高めるツールとして活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状：小規模事業者は、自社製品や自社サービスに対する思いが強い一方で、消費者ニーズや市場動向、特に消費需要の把握が十分でないまま、自らの経験や勘に頼って商品やサービスを身近な市場に投入しているケースが多い。これまで、時間的な制約やマンパワー不足などの理由から、事業計画を策定する際に希望する事業者に対して、商品やサービスの需要動向に関する情報収集を支援してきたが、現状では2者のみ対応できている状況である。

課題：新商品や新サービスに関する情報収集は、巡回や窓口指導時に限られており、十分な情報を把握できていないのが現状である。小規模事業者が事業計画を策定し、新たな商品やサービスに取り組む際には、消費者や顧客のニーズにマッチしているかどうかを把握することが重要である。しかし、小規模事業者が自らニーズを把握する機会をつくるのは困難な場合が多いため、商工会が積極的にその支援を行う必要がある。

(2) 目標

	現行	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
新商品開発の 調査対象事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

新商品開発の調査

地域産業資源を活用した商品開発を目指す事業者を対象に、消費者へのアンケート調査を実施し、その結果を分析してフィードバックを提供することで、商品を改良し、販路の開拓や拡大を支援する。

調査手法：下記の中から対象商品に適した場所を検討する

① 商工会が開催するイベント（設楽夜市）及び道の駅「したら」において開発段階の商品の試食提供などを行い、来場者に対してアンケート調査を行う。（20枚のアンケートを回収予定）

② 商工会員等によるモニター調査（モニターは10名程度とする）

調査項目：①価格、②味、③デザイン、④内容量、⑤ネーミング、⑥パッケージなど

分析方法：調査結果は、専門家の意見を聞き、経営指導員が分析を行う。

(4) 分析結果の活用

新商品開発を行う事業者アンケートの分析結果を提供し、新商品やサービスにおける課題を把握し改善することによって、商品力を向上させる。また、商品の魅力を高めることによって、経営計画の実効性を強化する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現状：これまでは、融資に関する相談時、補助金・助成金に関する相談時、決算・確定申告に関する相談時に経営状況の分析を行ってきた。

課題：融資や補助金採択のための限定的な分析となっており、課題の抽出や解決策の検討までに至っていない。

今後は、経営分析から事業計画策定へと繋げるため、対話と傾聴を通じて事業者が抱える経営の本質的な課題を把握し、分析実施後の事業計画策定に繋げていく。

(2) 目標

	現行	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
経営分析件事業者数	3件	4件	4件	4件	4件	4件

(3) 事業内容

①経営指導員等による巡回指導、窓口相談により経営分析を行う事業者を発掘する。

②経営分析の内容

対象者：経営指導員等による巡回指導、窓口相談により意欲的で販路拡大の可能性の高い4社を選定。

分析項目：定量たる「財務分析」と、定性たる「SWOT分析」の双方を行う。

《財務分析》売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率

《SWOT分析》強み、弱み、脅威、機会

分析手法：中小基盤整備機構にある診断・計画作成ツールを活用し、経営指導員が分析を行う。

高度な専門的知識が必要な場合は、外部専門家と連携して実施する。

(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、事業計画の策定に活用する。

分析結果を職員間で共有することで、地区内の業種ごとの動向や地域特性を把握でき、職員のスキル向上につながるとともに、事業者支援にも役立てていく。

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、小規模事業者が事業計画を策定するのは、経営革新計画書や小規模事業者持続化補助金申請書、日本政策金融公庫のマル経融資、金融機関への融資申し込み時が多く、事業者が自発的に3～5年の中長期的な事業計画を策定することは少ない。

また、IT活用やDXの重要性が強調される中、小規模事業者の多くは、どこから手をつければよいのかわからないという声がよく聞かれる。

課題：今後は、経営状況の分析を行った事業者を中心に、事業計画策定の重要性を丁寧に説明し、経営セミナーへの参加を積極的に促しながら、事業計画の策定支援を行っていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

経営分析を実施した小規模事業者の中から、経営の持続的発展に向けて取り組む意欲のある事業者や、新たな挑戦を目指す事業者を対象に、事業計画策定の伴走支援を行う。伴走型の支援を通じて、事業計画書の策定に対するハードルを下げ、計画作成の過程で経営現況を把握し、経営全体を見直す機会を提供する。また、事業承継に取り組む事業者には、専門家派遣をして、承継に向けた具体的な計画策定や課題解決支援を行い、次世代への円滑な引継ぎを支援する。

さらに、新規創業者を積極的に発掘するため、創業塾への参加を促し、創業塾参加者にも事業計画の重要性を理解してもらい、策定支援を行う。また、事業計画策定の前段階において、関係機関や上部団体が主催するDX推進に向けた経営セミナーへの参加を推奨し、小規模事業者の競争力の維持・強化を図る。

(3) 目標

	現行	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
①専門家派遣による事業承継支援者数	—	1名	1名	1名	1名	1名
②創業塾(セミナー)の開催	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③DXセミナー参加事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
④事業計画策定事業者数	3者	4者	4者	4者	4者	4者
うち事業承継計画	—	2者	2者	2者	2者	2者
うち創業計画	1者	1者	1者	1者	1者	1者

(4) 事業内容

①専門家派遣による事業承継支援

地区内事業者の廃業による減少を緩やかにするため、専門家派遣を活用し事業承継支援を行う。

支援対象：設楽商工会地区内において事業承継を検討している事業者

募集方法：巡回窓口指導時

講師：中小企業診断士・税理士等

支援者数：1名/年

支援手法：事業承継については、事業者ごとに異なる課題があるため、専門家による個別支援を行う。愛知県商工会連合会やあいち産業振興機構（よろず支援拠点）などの専門家派遣を活用し、事業者の支援を進めていく。

②創業塾の開催

新規創業者の掘り起こしと支援、事業計画策定のサポートを目的に、年1回の創業塾を開催する。創業塾は、新規創業予定者、創業後3年以内の事業者を対象に、チラシ及びホームページを中心に募集し、講師には中小企業診断士を予定。5日間程度のカリキュラムで構成し、創業の心構えから事業計画の策定まで一貫して指導を行う。

③DXへの取り組みを推進するためのセミナーへの参加促進

DXに関する意識や基礎知識を習得するため、経営意欲の高い事業者や若手後継者がいる事業者に対し、関係機関や上部団体が主催するDXセミナーへの参加を促進する。これにより、ITツールの導入やWEBサイト構築など、DX推進に向けた取り組みを支援する。

④経営指導員による事業計画策定支援

経営分析の結果を踏まえ、事業計画の策定および実行が必要な小規模事業者や後継者のいる事業者に対し、経営課題や内部・外部環境等について事業者と意見交換をしながら整理する。経営指導員が伴走型支援し、顧客ニーズや市場動向、自社の商品・サービス、将来の計画を反映した事業計画を策定する。さらに、事業の遂行に支障となる課題については、経営指導員が適切なアドバイスを行う。専門的な課題が発生した場合には、愛知県商工会連合会やあいち産業振興機構（よろず支援拠点）と連携し、専門家派遣制度を積極的に活用して課題解決を図る。

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、事業者ごとに取り組み姿勢に差があり、施策を利用するためだけに事業計画を作成した事業者については、計画の見直しが行われていないのが現状である。

課題：小規模事業者が事業計画を策定した後、事業者側から要望があった場合にはフォローアップを行っていたが、全ての事業計画策定者に対してのフォローアップを実施しておらず、十分ではないため、計画的なフォローアップを実施していく。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定したすべての事業者を対象とし、事業計画の内容、進捗状況、計画遂行能力に応じてフォローアップを行う。支援の頻度を増やして集中的に対応すべき事業者と、比較的少ない回数でも支障のない事業者を見極めたうえで、適切なフォローアップを行う。フォローアップ時には、事業者との対話を丁寧に行い、それぞれの事業者にあった支援を提供することで、内発的な動機付けを促進できるように意識した支援を行う。

(3) 目標

	現行	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
フォローアップ対象事業者数	2者	4者	4者	4者	4者	4者
うち事業承継計画	—	1者	1者	1者	1者	1者
うち創業計画	—	1者	1者	1者	1者	1者
頻度（延回数）	8回	18回	18回	18回	18回	18回
利益率3%以上増加の事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者

(4) 事業内容

①事業計画策定後のフォローアップ

事業計画を策定後、計画に基づいた事業の実施スケジュールに対する進捗状況の確認とフォローアップを行う。その頻度については、事業計画策定4者のうち、新規創業者は2か月に1回、

その他の事業者は3か月に1回とする。フォローアップの内容には、進捗状況の確認、売上、実施体制、資金繰り、そして課題のヒアリングが含まれる。

②専門家派遣によるフォローアップ

事業計画と進捗状況に差異が生じた場合、経営指導員が対話と傾聴を通じてその原因を探り、事業者が自立的に修正できるよう支援する。しかし、原因が不明であったり、自主的な修正が難しい場合は、専門家派遣制度を活用して今後の対応を検討し、必要に応じてフォローアップの頻度を見直す。

③金融制度活用によるフォローアップ

事業計画策定後、事業の進行に伴って資金調達が必要になった場合は、日本政策金融公庫の「小規模事業者経営発達支援融資制度」など、事業者に必要な金融制度を斡旋し、資金繰りの安定を図る。

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：小規模事業者の新商品開発や販路開拓について、これまで商談会や物産展への出展案内を通じて販路拡大を図ってきた。しかし、販売エリアは依然として地域内での事業展開が主流であり、大きな変化は見られていない。地区内の小規模事業者は「高齢化」「知識不足」「後継者不足」などの課題を抱えており、ITを活用したプロモーションや販路開拓といったDX（デジタルトランスフォーメーション）への取り組みが進んでいない状況である。

課題：販路開拓に向けた広報活動は、売上に直結するため小規模事業者からの要望が強く、商工会としても支援が必要であると認識している。しかし、具体的な取り組みにあたる人員や時間が不足しており、展示会などへの出展フォローが十分に行えていない現状である。今後は、事業者に対して新たな販路開拓にはDX推進が不可欠であることを認識してもらい、その取り組みを積極的に支援する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

設楽町では、人口減少や過疎化が進んでいるため、地域内の消費購買力だけに頼るのでは売上増加は難しい状況である。そのため、事業者が持続的に発展するためには、地域外への販路拡大が重要であり、物産展や商談会への参加が不可欠である。商工会は、そうした物産展の情報を事業者に提供し、自社の商品やサービスが広く認知される機会を増やすため、既存のイベントや展示会への出展を支援していく。

さらにDX推進に向けて、データに基づく顧客管理や販売促進、SNSによる情報発信、ECサイトの利用など、ITを活用した営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応も行う。事業者がこれらの取り組みを理解しやすいようにサポートし、必要に応じてIT専門家の派遣などを通じ、事業者の段階に合わせた支援を行っていく。

(3) 目標

年度	現行	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
①商談会参加事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数/社	—	1件	1件	2件	2件	2件
②物産展出展事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者

売上額／社	5万	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
③ SNS活用事業者数	－	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率／者	－	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①商談会への参加支援の実施（BtoB）

豊橋商工会議所主催の「地域の絆商談会」や豊川信用金庫主催の「かわしんビジネス交流会」への参加を支援し、毎年2者程度の参加を目指す。商談会に向けては、資料作成や商談の進め方に関する相談や支援を行い、外部専門家の指導を受けながら、商談がスムーズに進むようサポートする。

また、出展後はバイヤーからの指摘やアドバイスをもとに商品の改善を行うため、フォローアップを実施する。高度かつ専門的な指導が必要な場合には、愛知県商工会連合会やミラサポ、愛知県よろず支援拠点などの支援機関から専門家を招き、指導を仰ぐ。

②物産展への参加支援の実施（BtoC）

毎年開催されるFieldstyleや一般社団法人ほの国東三河観光ビューローが出店する地域外でのイベントへの参加を促す。Fieldstyleは日本最大の遊びの祭典でありアウトドアや防災、車やバイクなどみんなが楽しめる体験型のイベントであり県外からの来場者も多区48,000人が来場する大規模なイベントである。一般社団法人ほの国東三河観光ビューローが出店するイベントは、東三河エリア8市町村の観光魅力を情報発信している団体であり、イオンや道の駅などでイベントを開催している。出展を奨励し、新たな需要開拓を支援する。

③ SNSを活用した情報発信力向上のための支援の実施（BtoC）

DXの一環として、SNSやネットショップを活用し、地域外の新たな商圏を開拓する支援を行う。SNSでの情報発信と売上推移を定期的に検証し、効果的な活用方法を支援する。

また、SNSやネットショップの広報活動や販売において、細かなデータ収集が可能なため、データの分析や活用方法について相談があった際には、愛知県商工会連合会の専門家派遣制度を活用して、事業者をサポートする。

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：経営発達支援計画の実施状況については、年度末に理事会で報告を行い、総会誌には定量的な数値を記載して報告している。

課題：経営発達支援計画の実施状況は、理事会や総会での数値報告にとどまっており、年度終了後に事業実施後の課題を抽出し、見直し方法を検討する話し合いが行われていない。そのため、PDCAサイクルが十分に機能していない状況である。

(2) 事業内容

毎年度、経営発達支援計画に基づく事業の実施状況および成果について評価・検証を行う。職員に対しては、毎週始めに実施状況や成果を確認し、PDCAサイクルの意識を高める取り組みを行う。

さらに、新たに「経営発達支援事業評価委員会」を設置し、年度末に1回、事業実施状況の確認、成果の評価、および見直し案の提示を行う。委員会のメンバーは、商工会役員、設楽町役場産業課担当者、中小企業診断士（外部有識者）、法定経営指導員の4名で構成する。

事業実績報告については、総会にて報告するとともに、商工会事務所に常時備え付け、小規模事業者等が自由に閲覧できるようにする。

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：当会では、愛知県商工会連合会主催の研修会や職員協議会、愛知県などが主催する研修会・講習会に参加し、経営指導員等の支援能力向上を図ってきた。また、事務局内では日々の相談事務において、初めての経験や調べた内容を職員同士で話し合い、情報の共有と職員の資質向上に努めている。

課題：当会は職員数が少ないため、経営発達支援事業の実施にあたっては、全職員体制で取り組む必要がある。しかし、各種研修会で習得した知識や情報等については復命書などで簡単に報告するのみとなっている。今後は職員間で情報共有を強化し、支援能力の向上を図ることが重要である。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上に資するセミナー】

経営指導員をはじめ、職員の支援能力の向上を目指し、中小企業大学校が主催する「経営計画策定セミナー」や愛知県商工会連合会が実施する「職員研修会」、その他の関係団体が実施する研修に計画的に参加する。これにより、小規模事業者の持続的な発展を支える支援能力の向上を図る。

【DX推進に向けたセミナー】

地域の小規模事業者のDX推進は喫緊の課題である。そのため、職員4名のITスキル向上を目指し、DXに関する研修会やセミナーに積極的に参加する。以下のDXに向けた取り組みにより、小規模事業者の課題やニーズに応じた支援を実現する。

《DXに向けたIT・デジタル化の取組》

ア) 業務効率化に資するテーマ

自計化による会計ソフトの活用、電子マネーや電子商取引システム、ITツールの活用、テレワークの導入、情報セキュリティ対策等

イ) 需要開拓等に資するテーマ

ホームページ等を活用した販路開拓・情報発信、ECサイトの構築・運用、オンライン展示会、SNSを活用した情報発信、モバイルオーダーシステム等

ウ) その他のテーマ

オンライン経営支援等の方法

【コミュニケーション能力向上セミナー】

事業者が持続的に発展していくためには、自らが課題を発見し、解決する能力（自律的な経営管理能力）が必要である。事業者をこうした方向性に導くには、職員のコミュニケーション能力の向上が不可欠である。そのため、コミュニケーションスキルを高めるセミナーに積極的に参加し、高いレベルの対話と傾聴力を身につけて小規模事業者の支援を行う。

②OJT制度の導入

専門家が派遣される際には、職員が必ず同行して専門的なスキルを学ぶ。また、職場内では、

支援経験が豊富な経営指導員に補助員が同行し、巡回指導や窓口相談を通じたOJTを導入して、組織全体としての支援能力の向上を図る。さらに、愛知県商工会連合会のエリアマネージャーと中小企業診断士による人材育成制度・現地指導型OJTも活用し、さらなる支援能力の向上を図る。

③ 専門家派遣への同行による支援ノウハウの吸収

相談内容が専門的で職員では対応が難しい場合、愛知県商工会連合会やミラサポの専門家派遣を活用する。職員は専門家の指導に同行し、支援ノウハウを吸収することで支援能力の向上を図る。

④ 職員間の情報共有化

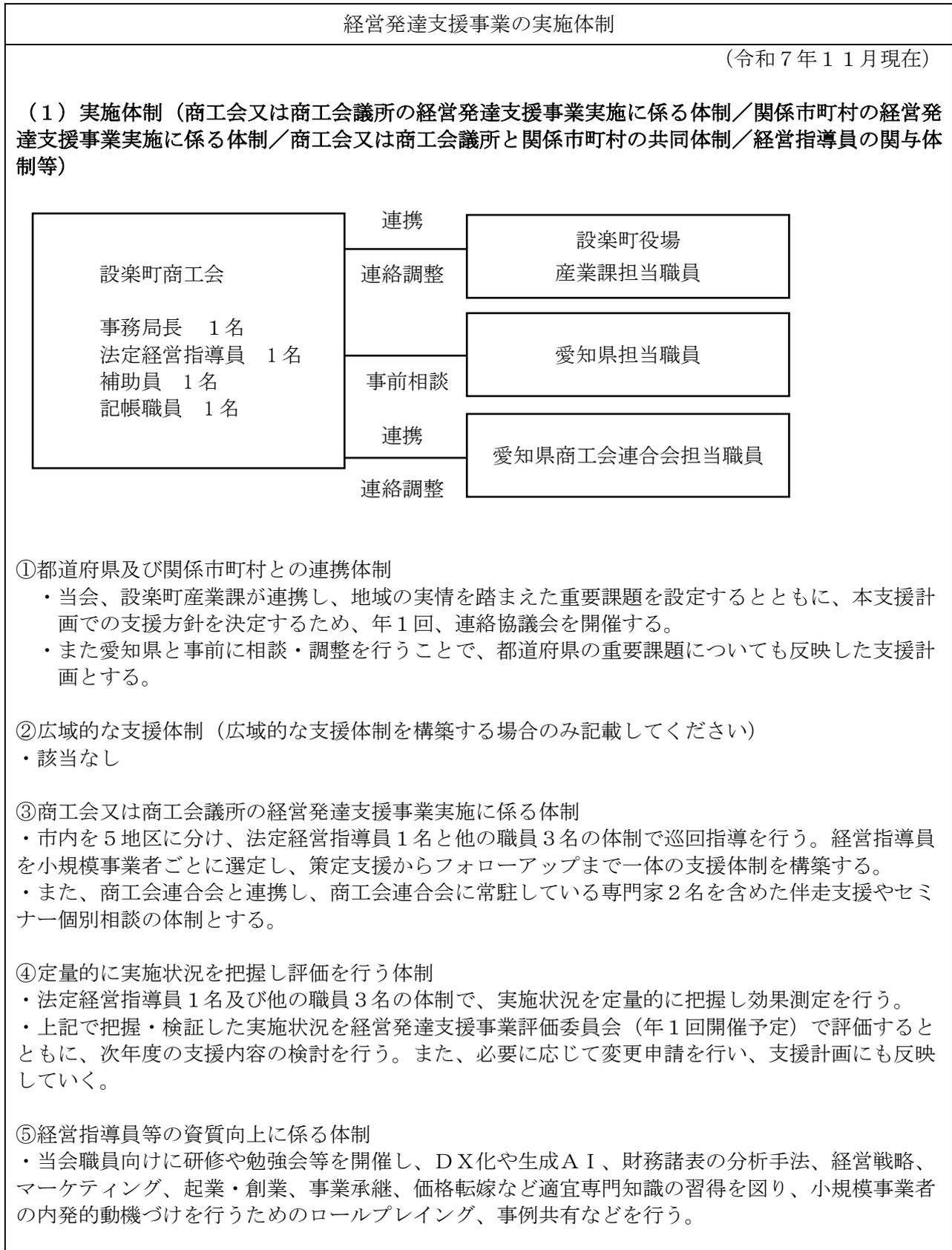
当会は、職員4名の小規模な組織である。毎日行う朝礼で相談指導時に得た事業者ごとの特別な情報、効果的だった指導方法、役立つツールなどの情報を共有化する。また、研修会で得た知識も復命書に資料等を添付して共有し、組織全体の支援力向上を図る。

⑤ データベース化

基幹システム上の経営支援カルテに、支援中の小規模事業者の状況を適時・適切にデータ入力し、職員全員が相互に共有できるようにする。これにより、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し、支援データを蓄積して組織全体の支援能力を向上させる。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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：加藤 智己

■連絡先：設楽町商工会 TEL. 0536-62-0004

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・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(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

〒441-2301 愛知県北設楽郡設楽町田口字上原2番地6

設楽町商工会

TEL. 0536-62-0004 / FAX. 0536-62-1504 e-mail sitara@aqua.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒441-2301 愛知県北設楽郡設楽町田口字辻前14番地

設楽町 産業課

TEL. 0536-62-0527 / FAX. 0536-62-1675 e-mail sangyo@town.shitara.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	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
調査費	400	400	400	400	400
支援費	300	300	300	300	300
セミナー開催費	300	300	300	300	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

- ①小規模事業経営支援事業費補助金（愛知県）
- ②商工会活動費補助金（設楽町）
- ③会費（商工会員）
- ④手数料収入、使用料収入

(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。

