

経営発達支援計画の概要

実施者名	いなべ市商工会（法人番号：2190005008489） いなべ市（地方公共団体コード：242144）
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) 小規模事業者の経営力向上のための事業計画の策定と経営支援 (2) 創業・第二創業等の支援による創業者の創出と事業承継の課題解決支援 (3) 地域資源や独自ノウハウ活用による新商品・新サービスの開発・販路開拓の実現 (4) IT・DXを活用した事業の見直し及びSNSの活用による情報発信による販路開拓支援
事業内容	<ol 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"> ・国が提供するビッグデータの活用 ・経営実態に関するアンケート調査 2. 需要動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・地域内需要動向調査(BtoB)及び地域外需要動向調査(BtoC) 3. 経営状況の分析に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・経営分析セミナーの開催 ・ローカルベンチマーキング等を活用した経営分析支援 4. 事業計画策定支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定支援等、専門家派遣及び個別相談会の実施 ・創業塾及び創業・第二創業事業計画の策定支援 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"> ・事業計画策定事業者に対し、アフターフォローの実施 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"> ・展示販売会(BtoB)及び商談会(BtoC)への出展支援 7. 事業の評価の見直しをするための仕組みに関すること <ul style="list-style-type: none"> ・経営発達支援計画評価委員会の開催、評価・検証・見直しの実施 8. 経営指導員等の資質向上に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・外部講習会等を積極的に活用し、経営指導員等の支援能力の強化 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 <ul style="list-style-type: none"> ・関係機関、他の支援機関との連携強化 10. 地域経済の活性化に資する取組みに関すること <ul style="list-style-type: none"> ・「いなべ市地域活性化会議」の実施
連絡先	いなべ市商工会 〒511-0428 三重県いなべ市北勢町阿下喜 1991 番地 TEL 0594-72-3131 FAX 0594-72-2355 E-mail:woodhead@m2.cty-net.ne.jp いなべ市 農林商工部 商工観光課 〒511-0498 三重県いなべ市北勢町阿下喜 31 番地 TEL 0594-86-7833 FAX 0594-86-7869 E-mail:shoukou@city.inabe.mie.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) いなべ市の現状と課題

①地域の現状

【立地】

いなべ市は、平成15年12月に北勢町、員弁町、大安町、藤原町の4町が合併し、平成の大合併では、三重県第1号として誕生しました。本市は三重県最北部(図1)に位置し、名古屋から25km圏内にあり、東部は桑名市と東員町、北部は岐阜県、西部は滋賀県、南部は四日市市と菟野町に隣接しています。市内を走る三岐鉄道三岐線と北勢線は、それぞれ四日市市、桑名市にアクセスし、市の中央を国道306号・365号、南部を国道421号が走っています。市域は、東西に17.07km、南北に21.46kmの広がりを持ち、総面積は219.58km²であり、北に養老山脈、西に鈴鹿山脈に抱かれ、市のほぼ中央を流れる員弁川を挟んで緑豊かな自然と平野に囲まれています。



(図1)

中でも、鈴鹿国定公園内にある藤原岳は全国屈指の「花の山」として登山客が絶えることなく、また、同公園内の竜ヶ岳が育む宇賀溪も鈴鹿の滝の景勝地として知られています。

また、平成31年3月には新しい時代「令和」を前に、いなべ市役所新庁舎が完成。その新庁舎に隣接して、令和元年5月18日に、いなべ市のまちづくり拠点「にぎわいの森」(図2)がオープン。「にぎわいの森」は、単なる誘客のための商業施設ではなく、農業振興や生業・就農促進、商業・観光振興、市民協働の促進など、まちづくり、ひとづくりの拠点として位置づけられています。

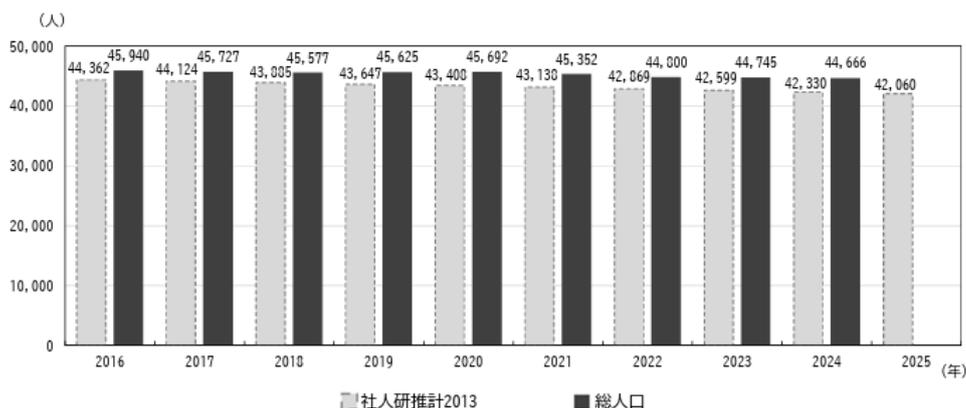


(図2)

【人口の推移】

本市の人口は、企業誘致や宅地造成を進めてきたことで平成20年頃まで概ね増加傾向で推移していましたが、以降は減少傾向となっています。本市も全国的な傾向と同様に少子高齢化が進んでいます。しかしながら本市の総人口は、令和7年3月現在で44,426人であり、平成25年に国立社会保障・人口問題研究所が公表した人口推計の42,060人より上回っており、減少は比較的抑えられていると考えられます。

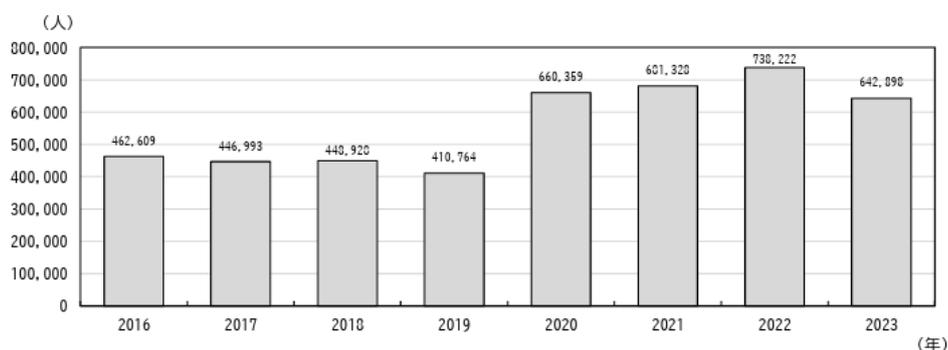
■第2次総合計画策定時の人口推計と総人口の推移



資料：平成25(2013)年国立社会保障・人口問題研究所推計及び住民基本台帳各年3月

本市は、自動車産業を中心とした企業誘致の成功等により、人口減少の抑制に成果を上げています。また、東海環状自動車道いなべインターチェンジ(IC)が令和6年度に開通し、企業活動の活性化や交流人口の増加が期待されています。今後は、自動車産業に次ぐ新たな産業の活性化にも取り組み、多様で魅力的な雇用の創出を図り、人口減少の抑制を継続する必要があります。そして、高齢期まで安心、安全に暮らすことができ、若者や子育て世代に選ばれる魅力的なまちづくりを推進する必要があります。観光交流人口は、令和元年度に開業した「にぎわいの森」の効果で増加傾向にあります。今後も地域資源の磨き上げを継続し、交流人口や関係人口の増加を図り、人口減少社会においても、まちの活力を維持・向上させていく必要があります。

■観光交流人口(観光レクリエーション入込客数)



【交通】

交通体系は、三岐鉄道北勢線・三岐線の鉄道各線とともに、国道421号・国道365号などの幹線道路により構成されています。

現在、市内に東海環状自動車道が延伸しており、平成31年3月には「大安 IC」が開通、令和7年3月には「いなべ IC」が開通しました。さらに、9割の工事が進んでいる岐阜県「養老 IC」と養老山地トンネル掘削による通り抜けが実現すると、愛知県、岐阜県、三重県の3県に跨がる全長約160kmの高規格幹線道路としての機能が整備されます。これにより、中京圏の放射状道路ネットワークを環状道路で結び、広域ネットワークが構築されることで、企業活動の向上、物流の効率化、観光活性化等の様々なストック効果が期待されています。

【産業】

本市の産業の特徴は、企業誘致と交通網の発達もあり輸送用機械器具製造業が基幹産業となり雇用と税収を支えています。また、それに伴う製造業が盛んです。

一方、農業も盛んで、米や茶、野菜の生産が地域経済を補完しています。近年は、人口減少や人手不足への対応として、観光振興や企業誘致、6次産業化による付加価値向上が課題となってきています。再生可能エネルギーやアウトドア関連の取組みも進み、都市部からの移住促進と地域循環型産業への取組みも積極的に行われています。

②地域の課題

・少子高齢化への対応

本市でも少子高齢化が進行しており、経済活動や地域活動に大きな影響を与えています。まちづくり市民満足度調査では、「住みやすい」と感じる市民は7割であり、中学生・高校生が「住みやすい」と感じる割合は9割を超えています。理由としては「自然に恵まれている」「人情や気風が良い」といった理由が挙げられています。その一方、住みにくい理由としては「交通の便が良くない」「買い物に不便」といった理由が挙げられています。

今後、中高生が本市の担い手となり、まちの活力を生み出す世代でもあるため、定住し続けるためにも働く場の確保や生活環境の整備などが不可欠となっています。

さらに、次代のまちを担う子どもたちのためには、安心して子どもを産み育てることができる環境の整備や子どもたちが健やかに成長できる教育環境の充実が必要となっています。

・安心で安全な防災対策の推進

近年、各地で自然災害が起き、南海トラフ地震の発生が危惧されている中、企業と協働による応急対策の実施が必要です。また、発災時は多くの企業・事業者が同時に被災し、物流も停止することから、事前に防災に向けた事業継続力強化計画の策定や備蓄食料や資機材を確保することが必要です。平常時から防災意識の向上を行うため、企業・地域ごとで防災訓練の実施が必要です。

・都市拠点の創造とネットワーク化の推進

今後予定されている東海環状自動車道の全線開通により、多くの人が本市を訪れる可能性が高まっています。経済や産業面はもとより、観光や地域間交流、高度医療機関へのアクセス、災害時の交通確保など、様々な効果への期待が高まる中、効果的な活用策の確立が必要となっています。一方、まちづくり市民満足度調査では、住みにくい理由として「交通事情や交通の便が良くないから」「通勤、通学に不便だから」「買い物に不便だから」が多くなっており、公共交通の利便性の向上についても、市民ニーズに対応した継続的な対策が必要となっています。

③商工業者及び小規模事業者の現状

商工業者数の推移では、平成28年度と令和7年度の10年間で4事業者(0.2%)増加と、ほぼ変化はないものの、小規模事業者は18事業者増加しています。また当商工会員数は▲39事業者(▲4.0%)と減少傾向にあり、小規模事業者の商工会への加入が進まず、組織率の低下に繋がっています。また、令和6年に実施した管内小規模事業者から回答のあった約200件アンケート(景況調査:50事業者×4回実施)より、小規模事業者が抱える業種別の現状と課題は以下のとおりです。

※いなべ市の商工業者数・小規模事業者数・会員数の推移

	商工業者数	小規模事業者数 (小規模/商工業者)	商工会員数 (内小規模数)
H28年4月	1,675	1,539 (91.9%)	965 (906)
H31年4月	1,638	1,525 (93.1%)	933 (874)
R4年4月	1,654	1,535 (92.8%)	937 (873)
R7年4月	1,679	1,557 (92.7%)	926 (864)
H28とR7の 増減数・増減率	4 +0.2%	18 +1.2%	▲39 ▲4.0%

※いなべ市の業種別小規模事業者数の推移

	建設業	製造業	卸・小売業	飲食・宿泊	その他	合計
H28年4月	348 22.6%	356 23.1%	341 22.1%	121 7.9%	373 24.3%	1,539 100.0%
H31年4月	342 22.4%	348 22.8%	331 21.7%	117 7.7%	387 25.4%	1,525 100.0%
R4年4月	341 22.2%	340 22.1%	324 21.1%	123 8.0%	407 26.5%	1,535 100.0%
R7年4月	351 22.5%	317 20.4%	329 21.1%	126 8.1%	434 27.9%	1,557 100.0%
H28とR7の 増減数・ 増減率	+3 +0.9%	▲39 ▲11.0%	▲12 ▲3.5%	+5 +4.1%	+61 +16.4%	+18 +1.2%

・建設業

現状として、増加数は3件（対比0.9%）と大きな変化がないように見えますが、事業主の高齢化・後継者難により廃業となった事業者があるものの、コロナ禍以降は、従業員として雇うのではなく若年層を独立開業させ固定費を削減し、住宅設備関連工事や塗装業などの業種を中心に外注先とするケースが増加しています。そのため、業況としては好転しているといえます。

課題として、原材料価格、人件費等の経費の上昇が経営問題となっており、需要の停滞や熟練技術者の確保難も問題となっており、従来からの技術・技能の継承、新たな担い手の確保が難しくなっています。

・製造業

現状として、減少数は▲39件（対比▲11.0%）と減少傾向にあり、愛知県に近く、主に自動車関連部品の3次4次下請製造業が多く、世界情勢の悪化や物価高による受注減や価格転嫁難による相対的な加工賃の低下などにより厳しい環境の中での経営が続いています。

課題として、商品の需要は一定数あるものの、機械の更新が必要なケースにおいても高額な機械であることから導入しても資金の回収見込みがないとの判断をし、廃業されるケースが増えてきています。今後は、時代の流れを読み解き、消費者のニーズに合わせた経営が以前より求められています。

・卸、小売業

現状として、減少数は▲12件（対比▲3.5%）と減少傾向にあります。昨今のネット通販社会の急速な進展や、流通の普及、近隣の東員町・桑名市などにはFC加盟店舗や大型低価格量販店の進出が相次ぎ、消費者の購買形態の変化や、市外への購買流出が加速し、八百屋等の従来からある店の撤退が進んでいます。

その一方で、高齢化が進み、公共交通機関が不便であることから、「買い物難民」や交通弱者が増加しています。今後は、暮らしやすい地域を創っていくために、時代に即したサービスの提供が喫緊の課題です。

・飲食、宿泊業

現状として、増加数は5件（対比4.1%）とコロナ禍以降は増加傾向にあります。他業種と同様に経営者の高齢化により、事業縮小または廃業する店舗はあるものの、市の観光誘客の取組みもあり、飲食店を開業する事業者が増えています。しかし、仕入単価、水道光熱費の上昇などの経費の増加が深刻化しており、業況は悪化傾向にあります。

課題として、東海環状自動車道の「大安IC」や「いなべIC」が開通したことによる交通アクセスの向上により、名古屋市などの都市部の顧客をターゲットとした販促が可能となり、市場環境が急速に変化していることから、SNSを活用した情報発信、キャッシュレス決済等のデジタル化が急務です。また、市内や近隣の市町村の企業とも連携を行い、いなべ市の特産品を活用した独自商品の開発販売を行い、効率的に観光客にPRを行うことも課題です。

・その他（サービス業含）

現状として、増加数は61件（対比+16.4%）と年々増加しています。その要因としては、生活関連サービス（美容・エステ等）やITサービス業、医療・福祉サービス等の多岐に渡るサービス業の増加によります。特に自宅ですることのできる事業の場合、初期投資も少なく済ませることができる等のメリットがあります。また、コロナ禍以降、人との接触を減らす目的でプライベートサロンを選ばれる方が増えたことやデータの送信が可能なITサービス業においては場所を選ばなくなったことも影響しています。

一方農業では、兼業農家の後継者不足や高齢化により、集落の合意により指名された経営体を中心となって水稻・麦・大豆・そばの土地利用型農業が主体的に取り組まれており、農業の大型化が進んでいます。

また、いなべ市では、お茶の生産（石樽茶）が盛んで、栽培から製茶加工・商品化（6次化含）など、特産品開発・ブランド化への取組みを行っています。

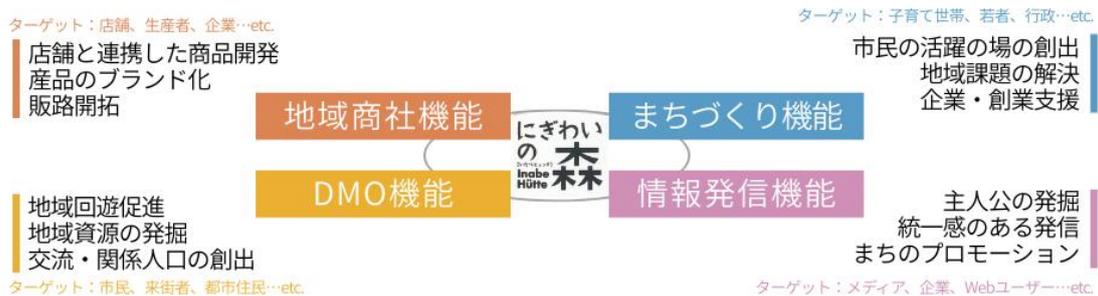
課題として、「飲食、宿泊業」同様、市場環境の変化に対応し、デジタル活用の強化をしていくことです。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

これまで実施した経営発達支援計画においては、事業者が課題に直面してから支援を行うといった状況でした。今後は事業者が事前に課題に気づき、自走化できる経営へと導いていく必要があります。加えて、いなべブランドへの取組みとして「(一社)いなべ市観光協会」「(一社)グリーンクリエイティブいなべ」と協力し、いなべ市の特産品である“そば粉”や“お茶”や“お茶を活用した商品”をはじめとし、その魅力を SNS 等を通じて今後は発信したいと考えています。

※ (一社) グリーンクリエイティブいなべとは

いなべ市役所に隣接し設立されたにぎわいの森を中心に活動する各種機能をもった一般社団法人であり、現在はいなべ市が 100% 出資しています。



① 10年後のいなべ市を見据えて

本市は、近年の工業団地等整備の効果もあり、大手企業（トヨタ車体㈱・㈱デンソーほか）を中心とする企業立地が盛んであり、地域内における製造業を中心とする事業活動の活発化により、企業投資や税収の増加、地域内雇用の促進・拡大に寄与しています。

しかしながら、少子高齢化、人口減少の波は進んでおり、若者の市外流出、特に女性の流出は人口の減少につながっている現状があり、本市の 10 年後にめざす姿として、企業立地を進め、働く女性の雇用機会の充実を図るとともに次世代の若者が魅力的に感じる企業の誘致と産業用地の確保が必要です。

一方、高齢化を迎え、小規模事業者における後継者不足による廃業も加速傾向にあります。事業承継や創業支援に向けた推進にも注力する必要があります。

また、コロナ禍以降小規模事業者を取り巻く外部環境は大きく変化しました。今までにない物価高騰や賃上げは経営に大きく影響し、生産性向上や省エネ、人手不足に向けた取組みが必要不可欠な状況となってきています。それに対応するために IT・DX の活用に関する支援が必要です。こういった状況下で、いなべ市商工会においては、事業者が自社の課題に自ら気づき、自走化するよう導くための職員の支援スキルの向上が求められています。

② いなべ市の総合計画との連動性・整合性

総合計画では『「にぎわい・愛着」創生のまち』とし、本市の基幹産業である自動車産業を中心とした雇用促進に加え、地域特性を活かした農林・畜産業や商工業、観光産業の振興を通じて、まちの産業全体を活性化し、魅力ある雇用の場を創出していくと定めています。産業については『にぎわいのある商工業の振興』『魅力ある観光地づくりの推進』を目標とし、以下の施策を行うこととしています。

■いなべ市の産業施策の重要項目 ※第3次いなべ市総合計画(案)より引用

商工業	
いなべ市の施策	商工会としての整合性
商工会と連携し、経営支援、事業承継支援、小規模事業者支援、起業・創業支援などを推進することで、活気あふれたにぎわいのある商工業の振興を図ります。	商工会との連動性・整合性としては小規模事業者を対象とした事業計画策定セミナー・創業塾の開催・DXに対応したセミナーの開催が挙げられます。
観光	
いなべ市の施策	商工会としての整合性
市の観光を支える団体や事業者と連携し、SNSやメディア、イベントなどを活用した効果的なPRを実施するとともに、観光圏域の広がりを見据え、隣接する菰野町など周辺自治体とも連携した広域的な情報発信にも取り組みます。これにより、県内外からの来訪者の誘客促進と、滞在・消費の拡大を目指す。	商工会との連動性・整合性としては県内外からの来訪者の誘客促進・消費を目指すために消費者動向調査を行い、事業者へ結果のフィードバックを行います。また、「(一社)いなべ市観光協会」や「(一社)グリーンクリエイティブいなべ」と協力し、各種イベントへの参加や特産品である“そば粉”や“お茶”、お茶を活用したプリン(茶っぷりん)の販売、PRを行っていきます。

③ いなべ市商工会としての役割

いなべ市商工会は、地域で唯一の総合経済団体として、地域経済の活性化に向けて、「いなべ市」「(一社)いなべ市観光協会」「(一社)グリーンクリエイティブいなべ」などの地域経済の活性化を牽引する団体等と連携を密にしていきます。そして、いなべ市の小規模事業者の意識改革や事業の底上げ、新規創業・第二創業の創出・事業承継を図るため、従来の経営改善普及事業に加え、巡回時や個別相談における対話と傾聴を通じ、事業者が本当の経営課題とは何かという事に気づき、事業者自らが進むべき方向性を見つけられるように、事業者自らの考えと意思をもって潜在力を引き出し、自走できる伴走型支援が必要と考えています。

商工会は小規模事業者の支援の場として各種ネットワークを活用し、多角的かつきめ細やかな伴走支援により地域経済の活性化と持続的発展を推進します。

また、商工会は全国統一キャッチフレーズ「商工会は行きます 聞きます 提案します」を掲げており、小規模事業者の持続的発展に向けて、より身近で親しみのある商工会として、経営指導員等が主となり、役職員一丸となって小規模事業者への伴走型支援を担います。

そして、商工会職員においては資質の向上にも取り組み、より高度な支援を可能とすることで、小規模事業者の経営力の向上や、事業発展することを担います。

(3) 経営発達支援事業の目標

当商工管内の小規模事業者の現状・課題や中長期的な振興の在り方を踏まえ、本計画の期間における目標を下記の通りとします。

① 小規模事業者の経営力向上のための事業計画の策定と経営支援

地域の小規模事業者が抱える経営課題を経営分析などで明確にし、地域の経済状況や需要動向調査の結果を踏まえ、中長期的な事業計画策定を伴走型支援にて展開し、個々の小規模事業者の経営力の向上を図ることで、地域全体の商工業の発展・活性化に繋げることを目標とします。特に、近年落ち込みが激しい地域密着型の既存商工業者の経営支援が地域経済の底上げにつながると考えています。

事業計画策定後の支援としては、事業計画の進捗状況を確認しつつ、再度見直し、精度を高めることで経営力の向上を図ります。

支援計画の認定期間(5年間)

KGI：売上増加事業者 15 者/年、利益率 3%増加事業者 10 者/年

KPI：事業計画策定支援 50 者/年

② 創業・第二創業等の支援による創業者の創出と事業承継の課題解決支援

いなべ市では、創業の需要が高い中、創業意欲のある方の掘起こしに注力するため、創業塾・創業個別セミナー等を通じて起業、創業の後押しを行います。創業後の不安や事業も再度の見直しを図るため創業間もない事業者を対象とした事業計画策定支援も行います。併せて高齢化に伴う事業承継に関しては、巡回時や窓口での対応の際に課題の抽出を図り各種ネットワークを活用した専門家等と連携を図り課題解決を行います。

支援計画の認定期間（5年間）

KGI：年間創業件数 5 件、5 年存続率 70%、事業承継完了 5 件

KPI：年間創業計画策定数 7 件

③ 地域資源や独自ノウハウ活用による新商品・新サービスの開発・販路開拓の実現

いなべ市の地域資源や自社の保有するノウハウを最大限活用した新商品・新サービスの開発に向けた支援を展開することで、小規模事業者の経営力強化や収益改善に繋げ、小規模事業者及び、地域経済の持続的発展を目標とします。また、EC サイトを活用したふるさと納税返礼品の登録件数の拡充を図ります。

支援計画の認定期間（5年間）

KGI：出展商品（地域ブランド）売上 200 万円（出展時及び新規開拓等にて年間）

KPI：出店事業者 4 事業者/年、ふるさと納税登録商品数 200 点/年

④ IT・DX を活用した事業の見直し及び SNS の活用による情報発信による販路開拓支援

小規模事業者にとっての人材不足等の解決を図るために IT・DX の導入および活用支援を図ることで自走できる伴走支援を行います。加えて IT・DX を活用した支援および SNS 等活用した情報発信を行う事で広範囲な地域における需要の拡大を図ります。

支援計画の認定期間（5年間）

KGI：IT・DX への取組み事業者 10 社、EC サイト等活用による販路拡大事業者 3 社/年純増

KPI：IT・DX の活用推進セミナー回数 2 回/年

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

①小規模事業者の経営力向上のための事業計画の策定と経営支援

『達成方針』：自ら課題に気づき、自走化を促す

商工会では小規模事業者個々に対して、対話を通じて事業計画策定のきっかけとし、事業者自らが進むべき方向性を見つけられるように、事業者自らの考えと意思をもって潜在力を引き出し自走できる事業計画の策定支援を行います。

『設定した理由』

小規模事業者が日常抱える経営課題は必ず存在します。しかしながら、課題に気づきながら放置したまま経営を続けているケースが多くあります。そういった経営状況が続いてしまう事で、事業継続が不可能となるケースもあります。早期の課題解決に向けた支援を行う必要があります。

②創業・第二創業等の支援による創業者の創出と事業承継の課題解決支援

『達成方針』：地域経済の活性化

「創業塾」や個別相談会を開催し、地域経済の活性化のため創業支援を行います。事業承継に関しては年 1 回行うアンケート調査の中で事業承継の意思確認を行い、事業承継の意思のある事業者に関しては経営の棚卸を行うための事業承継計画策定支援を各種専門家とともに行います。

『設定した理由』

地域の小規模事業者数の維持・増加を図るうえで、創業・第二創業者の創出は欠かせない取組みとなっています。当商工会では、産業競争力強化法における創業事業支援計画に基づき、毎年秋に 5 日間コースの実践的な支援である「創業塾」の開催を行っています。受講者のフォローアップ支援として、職員や専門家による個別相談会を開催するなど重点的な支援も行っています。今後も、創業塾を継続していくとともに、創業事業計画策定や資金調達、販路開拓といった創業後の事業を軌道に乗せるための継続的な支援も重点的に展開します。加えて、事業承継に関しては早期に事業承継計画策定支援を行う事で、事業承継における課題の見える化が可能となり計画策定により、金融支援が受けやすく、税務リスクの軽減にもつながると考えています。

③ 地域資源や独自ノウハウ活用による新商品・新サービスの開発・販路開拓の実現

『達成方針』：販路の拡大とブランド戦略

地域資源や自社オリジナルの商品を市内だけでなく、近隣市町（菰野町、東員町）をはじめ、広く都市部へも商品の販路拡大を図ります。加えて、各商品のブランド戦略の一つとして商標登録の必要性を理解してもらい、登録までつなげます。

『設定した理由』

いなべ市の地域資源や自社が保有する技術・経営ノウハウを活用した新商品・新サービスの開発や、新たな販路開拓に取り組む小規模事業者に対し、新事業に対応した経済動向調査を実施し事業計画の策定や、需要動向調査を実施し、各種物産展やビジネスフェア・マッチングサイトなどの効果的な販路開拓支援を展開する必要があると考えています。加えて、ブランド戦略の一つとして自社商品を守るためにも商標の必要性を理解する必要があると考えています。

④ IT・DX を活用した事業の見直し及び SNS の活用による情報発信による販路開拓支援

『達成方針』：デジタル化による事業の見直し

小規模事業者にとって事業課題の解決を図るための手段として IT・DX の活用を図ります。属人化していた作業のデジタル化や情報発信について SNS の活用により、広域的な販路拡大を行います。

『設定した理由』

人材不足の対応における IT・DX の活用を進めることで生産性向上を図り利益の確保へとつなげる必要があり、各種ツール導入、活用により外部へ委託していた部分を内製化し、また属人化していた作業を自動化することでコストの減少を図ることが可能となります。

SNS 等による情報発信を行う事で市内及び市外へ販路開拓が可能となり、加えてより広い範囲からの意見の聴取も可能となります。

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]

経営発達支援事業を実行するうえで、地域の経済動向を正確に把握することは非常に重要な事です。当商工会では、業種別（建設業、製造業、小売業、飲食業、サービス業）の小規模事業景気動向調査を四半期に一度、管内5業種50事業者に直接調査を実施しています。調査結果は専門家へ分析依頼し、業種別に分析しています。

その結果についてはいなべ市商工会のホームページに掲載しています。

【課題】

回答率は巡回時等の依頼によりほぼ100%ではあるものの、調査内容があいまいなものも多く、詳細な状況がつかめていないのが現状です。また約870社の会員小規模事業者に対し、現在調査している会員小規模事業者数約50社程度であるため、今後は調査内容の見直し及び調査対象者の拡大が必要です。

今後は併せて、国のビッグデータが収集できる「RESAS」（地域経済分析システム）を積極的に利用し、データとして活用します。

（2）目標

実施項目	内容	公表方法	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①国ビッグデータ RESAS活用・分析	調査回数	HP	1	1	1	1	1	1
	公表回数	掲載	1	1	1	1	1	1
②経営実態に関するアンケート調査	調査回数	HP	4	1	1	1	1	1
	公表回数	掲載	4	1	1	1	1	1

（3）事業の内容

①国が提供するビッグデータの活用

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向調査を行い、年1回公表します。

【調査項目】 地域全体の産業別構成、地域の経済動向、商圏の人口など

【調査手法】 「人口マップ」・・・人口構成・人口増減を分析

「地域経済循環マップ・生産分析」・・・生産分析、地域の経済動向を分析

「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します。

②経営実態に関するアンケート調査

管内の小規模事業者の経営状況等を把握するため、独自の「いなべ市企業景況調査」の調査シートを作成し、調査を行います。小規模事業者の経営状況の把握とともに事業承継や現在抱えている課題、法制度の改正や施策などその時々々の事案について調査を行います。

また調査シートは、経営指導員が外部専門家と連携し、データ分析を行い、調査結果（経済動向）を 経営支援に役立てます。

【調査対象】 管内会員小規模事業者 全事業者

【調査項目】 売上額、仕入額、経常利益をそれぞれ過去1年間の実績との比較、事業の将来性、資金繰り、雇用人数、設備投資、経営上の課題、事業承継の予定 等

【調査手法】 調査シートを郵送し行います

【調査時期】 1回/年

【分析手法】 経営指導員が、外部専門家と連携し、収集したデータの分析を行います。

（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します。

また、経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とし、小規模事業者の経営状況の分析や、事業計画や販売戦略の策定時に、地域経済の動向を客観的に捉えた基礎データとして活用します。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

小規模事業者が持続的に発展していくためには、多様化する商品・サービスに対するニーズを的確に把握する必要があります。しかし、現状は物産展や各種イベントにて調査を行っていたが、分析を十分に行えていないため、需要動向データとしてあまり活かされていないのが現状です。加えて、地域ブランドに関する購買行動のデータが不足し商品開発や販路戦略に活かせずにあります。

[課題]

小規模事業者の多くは、市内の消費者の需要が把握できていません。そのため、消費者ニーズに合致しているか否かの把握がされておらず、経験と勘に基づいた経営が行われています。そういった経営を続けることで、大手スーパーマーケットやECサイトへ消費者が流れがちです。そこで、行政や商工会が開催するイベント各種物産展などへの来場者に対し、消費者ニーズ、商品・サービスについての調査は継続して実施し、分析を行うことで、消費者の需要動向を把握し、従来の経験則を重視した商品・サービス作りからの脱却を図ります。アンケートを含む市場調査と組合せ、事業計画策定へと直結する分析が必要です。

(2) 目標

	実施項目	現 状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①地域内 需要動向 調査 (BtoC)	調査対象 事業者数	1	4	4	4	4	4
	アンケート 実施回数	1	4	4	4	4	4

	実施項目	現 状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
②地域外 需要動向 調査 (BtoB)	調査対象 事業者数	1	1	1	1	1	1
	アンケート 実施回数	1	1	1	1	1	1

(3) 事業内容等

①地域内需要動向調査 (BtoC)

地域消費者並びに市外消費者のニーズを把握する目的で、いなべ市が主催するイベント等の開催時において、対面方式での消費動向に関するアンケート調査を実施し、収集された調査結果は、新商品開発及び既存商品の改善、更には、販路開拓等の経営戦略策定時において活用するため事業者へフィードバックします。

◎想定するイベント一例

「いなべ市商工まつり」(いなべ市商工会主催)

【開催時期】毎年 11月頃に開催

【来場者数】6,000名程度

【主な客層】ファミリー層

【調査数】200名程度

【調査方法】対面方式のアンケートにて情報収集

【調査項目】 買い物する際の①エリア②価格③頻度④重要視する点
ネット購入の頻度や目的等

【集計分析】 調査項目について経営指導員が集計後に分析を行います。

【調査結果の活用方法】 調査結果は管内小規模事業者へフィードバックを行うとともに、販路開拓時の事業戦略へ活用します。

②地域外需要動向調査 (BtoB)

消費者ニーズの把握提供をするために、マーケットインの考え方に立ち、主として事業計画書の作成支援先である小規模事業者の内から選出し、オリジナル性の高い販売商品や提供サービスについて、商品ユーザーやサービス利用者から評価・改善点・アドバイスなどを収集し、個社商品の需要動向を調査し、顧客が満足する商品・サービスを提供し続け、既存顧客の満足度を維持するだけでなく、既存商品・サービスの改良や提供等を実施することで、新たな需要の開拓に繋げ新規顧客獲得に結びつけるための役割を担います。

【調査数】 1事業者1商品

【調査手段・手法】 1商品につき下記のイベント等で調査を実施します。

- ① 金融機関等主催の「展示会・ビジネス商談会」 9月～10月
- ② 自社開発商品製造・販売業（地場産品を活用した食品・商品）
- ③ 都市部にて開催されるイベントの出展・販売時（自社開発のオリジナル商品について）

【分析手段・手法】 調査結果は、販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行います。

【調査項目】

- ・商品（食品等）の味覚・触感、匂い、見た目、色、大きさ、量 等
- ・商品のパッケージデザイン、大きさ、利便性 等
- ・サービスの内容、価格、評価 等

【分析結果の活用】 商品の調査・分析結果を事業者にフィードバックすることにより、評価等を把握することが可能となり、実際にどう改善すべきか、アクションプラン＝事業計画の立案・実践に役立てます。

さらに、競争力のある新商品・新サービスへの改善・開発に繋げるとともに、参入すべき市場と目指すべきポジションを明確にすることで、小規模事業者の持続的な発展と、新たな需要の開拓に寄与することができます。商品・サービスと自社コンセプトの適合性を確認、改良することで、消費者への訴求力を高めます。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまでの経営分析は、税務申告時、制度融資斡旋時、補助金・助成金等申請時に決算書類等を参考資料として実施してきたのが大半であり、経営が悪化した後に事業者と職員で課題の共有が行われていました。そういった際の経営状況の分析であるため、財務指標の把握に偏り、非財務面（強み・弱み・外部環境・脅威等）の分析整理が不足していました。

セミナーの参加に関しては、業種やサービス内容によって小規模事業者が抱える経営課題はますます複雑化し、一般的なセミナーでは対応できていない現状があります。

【課題】

事業計画策定に向けての効果的な支援を行うため、小規模事業者が抱える課題を的確に捉え、現状の経営状況や、今後の方向性を導くための経営分析を実施する必要があります。

また、普段の巡回時から小規模事業者が自らの強み・弱みを把握し、経営資源、提供する商品・

サービス等を把握できるよう経営指導員等が個々に、積極的かつ継続的に支援を行うことにより、経営分析等の潜在的なニーズを掘り起こし、小規模事業者の経営の底上げを図る必要があります。更に、専門家とも連携を取り複雑化している経営課題の対応を行う必要があります。

(2) 経営分析の目標

実施項目	内 容	現 状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①経営分析セミナー等の開催	開催回数	2	3	3	3	3	3
	参加者数 (延べ)	13	20	20	20	20	20
	分析 事業者数	13	15	15	15	15	15
②個別経営分析 (財務、非財務)	分析 事業者数	-	10	10	10	10	10
③巡回・記帳指導の 経営分析	分析 事業者数	103	100	100	100	100	100
経営分析事業者数の合計		113	125	125	125	125	125

(3) 事業内容

①個別経営分析

経営分析を行う事業者を掘り起こすため、巡回・窓口指導時、または記帳指導対象者に職員が声掛けを行い、経営分析の必要性を理解する意欲のある分析対象者を選定します。

また、小規模事業者全体を対象とした「経営分析セミナー」もしくは「個別相談会」を開催し、巡回・窓口指導で選定した事業者を含めた20事業者の参加者を目標に管内事業者に参加を呼び掛け、経営分析を行います。

「経営分析セミナー」もしくは「個別相談会」

【募集方法】巡回・訪問時の声掛け、郵送案内、HP、Instagram

【開催回数】3回／年

【参加者数】延べ20事業者／年

「個別経営分析」

【専門性を有する分析】延べ10事業者／年

「巡回・記帳指導時の分析」

【巡回・窓口指導による分析】100事業者／年

②経営分析の内容

【対象者】経営分析セミナー参加者及び巡回・窓口指導等で掘り起こした意欲のある上記の125事業者を選定します。

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と定性分析たる「SWOT分析」の双方を実施

(定量) 売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率、労働生産性等

(定性) SWOT分析 → 自社の強みや弱みの内部要因や外部環境

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーキング」、中小企業基盤整備機構の「経営計画つくるくん」、全国商工会連合会「経営分析システム」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行います。

相談時には、経営指導員等が事前に経営カルテを活用し、過去の支援内容や事業内容を確認するほか、業種別辞典により、小規模事業者のビジネスモデルを理解し、スムーズで効果的な支援を心がけます。

また、経営分析が複雑化し、経営指導員等のみで経営分析が困難な場合は、職場内での共有や関係団体との連携、中小企業診断士等の専門家と連携し、本質的な課題の抽出を行います。

(4) 成果の活用

経営分析を実施することにより、総括的な課題が抽出できることから、これらのデータ・分析結果を事業者にフィードバックし、経営課題解決案及び改善案の策定、新戦略及び経営向上計画など、事業計画策定の具体的な成果につなげるための目標設定のために活用します。

また、巡回訪問・窓口相談の際の必須資料として活用し、分析した結果を内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用します。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

現状の事業計画の作成支援は、三重県版経営向上計画や国・県の各種補助金申請、金融機関等に提出する計画書が主で、補助金等の申請書や計画書のガイドラインに沿った作成支援を行っている程度です。

また、今まで事業計画書策定等の経営研修会を開催してきましたが、経営分析セミナー同様、参加者が少ないのが現状です。業種やサービスによっては、より専門的な事業計画の策定の必要性が出てきています。さらに近年は、AIを活用した事業計画の策定支援も求められるようになってきました。

創業相談者については、開業手続きや経理・税務処理等の事務処理等の基礎的な支援に終わることが多くなっています。当会が開催するいなべ創業塾を受講した方についても、実現可能な創業計画案は少なく、その場限りの支援で終わっています。

[課題]

このような状況から、事業計画策定に関しては厳しい経営環境が続く中、補助金申請での経営計画策定が主となってしまい、事業計画策定で得られるメリット等について理解を促すことが課題です。また、専門性が高い事業計画においては各種専門機関との連携が必要となってきます。今後はITやDXの取組みについての支援も課題です。また、創業や事業承継に関しても一過性のものにとどまらず継続的な支援が必要となってきています。

(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漠然と述べても、事業者の行動や意識の変化には繋がりにくいため、職員等による巡回訪問・窓口相談時に基礎的なことから始めることができる中小企業基盤整備機構が開発した「経営計画つくるくん」を活用し理解を高めたうえ、作成支援を行います。作成支援においては、「既存事業者」と「創業者・第二創業者」に区別して作成支援を実施します。

今後の事業計画には、IT活用やDX活用の重要性が増していることを理解・認識してもらい、ITやDXへの取組みを計画に盛り込んでいくように支援します。

また、事業承継支援については中長期的に支援を続ける必要があり、いなべ市商工会を含め地域の支援機関が一体となって事業承継支援の体制を構築し、地域の雇用や産業を守る仕組みづくりを並行して進める機会とします。

(3) 目標

実施項目	実施数	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①事業計画策定事業者数	件数	43	50	50	50	50	50
②IT・DX推進セミナー・個別相談会の開催	開催回数	1	2	2	2	2	2

創業者の創業事業計画策定数（経営分析なし）

実施項目	実施数	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
③創業塾	開催回数	5	5	5	5	5	5
	参加者数 (延べ)	55	50	50	50	50	50
	事業計画策定事業者数	11	7	7	7	7	7
④創業5年以内フォローアップセミナー	開催回数	-	1	1	1	1	1

(4) 事業内容

ア. 既存事業者

①事業計画策定支援（個別相談会、専門家派遣の実施）

経営分析を行った事業者や巡回時等の対応にて経営課題が挙がった事業者を対象に、個別相談会により事業計画策定支援を行います。更には、専門的な支援が必要な場合にはよろず支援拠点や三重県商工会連合会エキスパートバンク登録のコーディネーターやアドバイザーなどの専門家を招聘して個別支援を実施します。

【募集方法】：ホームページ掲載、SNS (Facebook・Instagram) の活用、毎月会員宅に配布する情報誌への同封。巡回での声掛け。

【回数】：1回(年間)

※個別相談会や専門家派遣は必要な都度開催する

【内容等】：三重県版経営向上計画、事業継続力強化計画等の事業計画策定、小規模事業者持続化補助金等の補助金申請に向けた事業計画の策定、経営課題解決に向けた事業計画の策定

【手段・手法】：少人数制、担当指導員による伴走支援、外部専門家の活用

②IT・DX活用セミナー、IT専門家派遣もしくは個別相談会等の開催

IT・DXに関する意識や基礎知識を習得するため、また、実際にIT・DXの導入を推進していくためにセミナーを開催します。また、専門的な支援が必要な場合において、よろず支援拠点や三重県商工会連合会のエキスパートバンクの登録コーディネーターやアドバイザーなどの専門家を招聘して個別支援を実施します。

【募集方法】：ホームページ掲載、SNS (Facebook・Instagram) の活用、毎月会員宅に配布する情報誌への同封。巡回での声掛け。

【回数】：2回(年間)

【内容等】：SNS ツール活用、AI 活用、IT・DX による販路開拓

【参加者数】：延べ 30 名

【手段・手法】：ITの専門家によるセミナーの開催
※個別相談会や専門家派遣は必要な都度開催する

イ. 創業・第二創業事業計画の策定支援

①創業塾における事業計画の策定支援

②創業5年以内のフォローアップセミナー

【支援対象】

創業塾受講者・窓口における個別相談者対象。創業後5年以内の事業者。

【支援手法】

創業塾等の受講者に対して、経営指導員等による策定支援を中心に行います。更には、専門的な支援が必要な場合にはよろず支援拠点や三重県商工会連合会エキスパートバンク登録のコーディネーターやアドバイザーなどの専門家を招聘して個別相談を実施します。

創業間も無い事業者に関しては既存事業者とは別に創業後のフォローアップセミナーを開催しません。

【募集方法】管内の住民を対象に創業塾開催チラシを新聞折込により周知、ホームページ掲載、SNS (Facebook・Instagram) の活用

【内容等】経営・財務・人材・販路開拓等・創業体験談など、創業時に必要とする知識の習得と、創業における事業計画の策定方法等

【開催回数】 5回／年

【参加予定】 延べ50人

【支援対象】 創業塾を受講した創業予定者を対象又は創業5年以内の事業者

【手段・手法】 創業計画の策定に意欲のある受講者を対象に、それぞれに経営指導員等が担当し、専門家とも連携し確実に事業計画の策定に繋げていきます。

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】

現在、経営指導員等の巡回・窓口支援において、事業計画策定事業者や創業者に対して事業の進捗状況についてのフォローを行っています。しかし、実施頻度や手法に関しては統一されておらず、担当者の裁量に任せている状態です。

【課題】

小規模事業者においては、日々の仕事に追われ、事業計画の執行や進捗管理がおろそかになることから、支援先である小規模事業者の事業計画策定後の進捗状況を確認・管理しながら、状況に応じた伴走型支援を定期的に行うことが出来るフォローアップ体制の整備が課題となっています。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の経営発展には、事業計画のP D C Aのサイクルを意識し、少ない経営資源を効率的に活用していくことが重要であり、段階的に目標の実現が図れるように支援を行うことが小規模事業者の経営力向上に繋がり、持続的発展を促すことに繋がります。

事業計画を策定した全事業者を対象として、データを収集、分析するとともに売り上げや利益に関する具体的なKPIを設定し、目標達成の点検、事業計画の効果検証を実施し、定期的なフィードバックを行います。また、小規模事業者の経営リテラシーの習得状況も確認し必要に応じて外部専門家を活用し、客観的な視点からのアドバイスを受ける等し、事業者全体で成長を図ります。

(3) 目標

①既存事業者

実施項目	現状	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	43	60	60	60	60	60
頻度 (延回数)	246	240	240	240	240	240
売上増加 事業者数	10	15	15	15	15	15
利益率3%以上 増加の事業者数	6	10	10	10	10	10

②創業者・第二創業者

実施項目	現状	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	-	4	4	4	4	4
頻度 (延回数)	-	16	16	16	16	16

(4) 事業内容

① 既存事業者

事業計画を策定した全ての事業者を対象としますが、事業計画策定後、定期的な巡回を行い、策定した事業計画における進捗状況を確認し、支援対象者である小規模事業者の状況に応じた支援を実施します。

その頻度については事業計画策定者に対して、年4回のペースで巡回訪問等を実施します。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応します。

また、経営状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じた場合、事業者へ問題提議し、その後経営指導員や外部専門家など第三者の意見を受け今後の対応策を検討します。

② 創業者・第二創業者

創業・第二創業者の現況や準備度合いに応じて、メール等によるアフターフォローの実施から、具体的に進展させている者については、訪問・窓口による進捗状況確認のためのヒアリング実施と指導・助言を実施します。

また、これらの事業者支援情報については、経営指導員等の中で共有し、担当者不在時にも対応が可能な体制作りも実施します。

その頻度については、事業計画策定者に対して、年4回のペースで巡回訪問等を実施します。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応します。

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]

小規模事業者の持続的経営を図るため販路開拓が重要であり、新規顧客の開拓・新たな販路開拓の必要性を感じているものの手法・手段を見つけられずにいるのが現状です。

現在は販路開拓に向けて、三重県商工会連合会や関係機関から展示会・商談会の案内を受け事業者にも周知を行ってきましたが、参加する事業者が固定化されてきているのが現状であり、事前準備のフ

フォローは行っているものの、事後のフォローは不十分であり、成果が限定的なものとなってしまっています。

【課題】

自社の商品を都心部での展示会の出展を希望する事業者が限定されています。

出展が単発的なもので終わり、事後のフォローが行えていないことで顧客獲得計画へとつなげられていません。出展に伴う知的財産の保護や活用に関する知識不足を解決し、自社のブランド戦略を考える必要があります。

(2) 支援に対する考え方

商工会独自の展示会等を開催するのは困難であるため、県内、都心部または海外で開催される展示・商談会への出展支援により、小規模事業者の販路拡大を目指します。

出展にあたり、商談成約の成果を確実なものとするため、専門家を招聘したセミナー開催や経営指導員等により事前、事後の出展支援を行い、出展期間中には陳列、接客などの伴走支援を行います。

(3) 目標

内 容	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
商談会 (BtoB) への参加回数	3	3	3	3	3	3
上記の出展事業者数	4	4	4	4	4	4
上記の商談成約件数	1	2	2	2	2	2
展示会 (BtoC) への参加回数	1	1	1	1	1	1
上記の出展事業者数	1	1	1	1	1	1
上記の売上額 (1社あたり) 単位：万円	17	10	10	10	10	10
ECサイト等活用事業者数	56	59	62	65	68	71
ECサイト ふるさと納税出品 アイテム数	196	200	200	200	200	200

(4) 事業内容

① 事業者の商談スキル向上 (個別支援)

新たな商品・サービス開発・販路開拓時など各種展示・商談会出展を目指す事業者について、専門家等を招聘して、商品開発のプロセス、マーケティング戦略、市場ニーズ、ターゲット設定、価格設定、商品ブラッシュアップにつながる専門的支援を実施します

またIT (WEB) を活用した需要拡大を図るため、自社ホームページの開設、ECサイトの活用などの支援を行います。

【手法】 専門家による集団指導並びに個別指導

② 展示会、商談会の出展支援

ア. 県内への展示・商談会へ出展 (BtoC および BtoB)

県内で開催される展示・商談会へ出展し、各事業者の有する商談スキル等を実践しながらバイヤーおよびエンドユーザーへの商品評価等を得るとともに、近隣同業者との情報交換等も行い、商品のブラッシュアップに努め、商品力の強化を図りながら成約を目指します。

イ. 県外および都市部への展示・商談会へ出展 (BtoC および BtoB)

都市部で開催されるイベントに出展し、いなべ市の事業者の特産品をPRして都市部のバイヤーやエンドユーザーの商品評価等を得ることで、市場ニーズに合致した商品開発・改良に繋げ、成約を目指します。また、海外への販路拡大も図る目的から海外のバイヤーが多く来場する展示・商談会への出展をし、いなべ市の特産品を海外へPRすることで、地域のPRにつながり観光誘客へとつなげるとともに成約を目指します。

【手法】 下記のような展示販売会・商談会に出展支援を想定

【展示販売会・商談会名】

〈地方銀行フードセレクション〉 BtoB

概要：地方創生型商談会として、地方銀行の取引先で全国に向けた販路拡大を希望する「食」関連の企業および団体と、地域色が豊かな安全で美味しい食材を求める百貨店、食品スーパーなどとの商談会を開催。

開催回数：年1回

出展する事業者：食品製造・販売業（自社ブランド製品）の2社程度を選定

出展規模：1,000社

来場者数：約 11,300人

〈しんきんビジネスマッチング「ビジネスフェア」〉 BtoB

概要：東海地区38信用金庫が主催で、ポートメッセなごやに自慢の商品、技術、情報、知恵を持ち寄って、展示・PRを行い、展示商談会を開催。

開催回数：年1回

出展する事業者：自社ブランド商品製造・販売業 3社程度を選定

出展社数：450社

来場者数：約 4,500人

〈みえアツマル物産展 in 近鉄四日市〉 BtoC

概要：三重県商工会連合会主催で、近鉄百貨店四日市店にて三重県内の商工会が連携して地域の特産品等を販路開拓・PRするための物産展を開催。

開催回数：年1回

出展する事業者：食品製造・販売業 1社程度を選定

出展社数：38社

来場者数：3,500人

③ 知的財産の保護・活用

小規模事業者のウィークポイントは、良い商品・良いサービスを開発しても商標や意匠への取組みが弱くそれに伴いブランド戦略もうまく行えていません。知的財産の保護・活用の手法としては個別相談にて対応を行い、必要に応じて知財支援相談窓口と連携し、登録の必要性の可否や登録申請支援を行い、企業価値を高めていけるよう支援を行います。

【手法】 専門家による個別指導、知財支援相談窓口との連携支援

④ ITを活用した需要拡大支援 (BtoC)

インターネットの普及により、いかに上手に内外に発信していくかが必要不可欠です。いなべ市内において特産品（水稲・お茶・しそ・そば・肉等）である食材や、歴史ある地場産業（鋳物ほか）や高い技術力（縫製製品ほか）を活用して、新商品の開発・製造・販売促進を手掛ける事業者を対象に情報発信するため、いなべ市のふるさと納税返礼品サイトへの登録を活用し、SEO対策等を施すことで効率の良い情報発信を行える仕組みを構築します。

【活用するサイト】 いなべ市が登録するふるさと納税返礼品サイト「さとふる」 外

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み

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]

毎年2回、有識者・行政・商工会関係者による経営発達支援計画評価委員会で、経営発達支援事業の実施状況や成果に対し、評価・見直しを行っています。各支援目標達成度においては、概ね目標値を達成する実績となっておりますが、評価結果を管内事業者が常時閲覧できる仕組みとなっております。

[課題]

目標自体が適正であるかの検証と、評価結果を受けての見直しも十分に行われていないことが課題としてあるため、事業評価及び、見直しについては、更なる外部評価者の的確な評価を受けながら、確実に見直しに結び付けるような仕組みを構築する必要があります。評価結果については毎年度1回以上HP等で公開する体制を整える必要があります。

(2) 事業内容

①経営発達支援計画評価委員会の設置

評価委員会を半期（年間2回）ごとに開催し、経営発達支援事業について、下記のPDCAサイクルに則り、半期ごとの進捗状況と、年度末に評価・検証・見直しを行います。

Plan： 目標設定した計画を当商工会の理事会にて承認
Do： 管内の小規模事業者等を対象に経営発達支援計画事業
(伴走型小規模事業者支援推進事業)を展開
Check： 評価委員会にて、事業の進捗状況・成果・効果の検証
Action： 評価委員会での検証をもとに見直し改善計画を策定

【経営発達支援計画評価委員会構成メンバー】

- ◇外部有識者 1名（学識経験者）
- ◇行政職員 1名（いなべ市農林商工部商工観光課）
- ◇金融機関 1名（いなべ市内）
- ◇関係団体 1名（(一社)グリーンクリエイティブいなべ）
- ◇商工会役員 正副会長 3名
- ◇商工会職員 事務局長1名（法定経営指導員） 経営指導員5名

②事業の評価

評価委員会の評価結果は、理事会に報告し承認を得たうえで、事業実施方針に反映させるとともに、商工会HPへの掲載や、事務所に常時備え付けることで、地域の小規模事業者等が常に閲覧することが可能な状態にします。

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]

経営指導員、経営支援員及び一般職員について個々の資質向上については、三重県商工会連合会や関係団体が開催する各職階向けや支援テーマごとの研修会には参加し、支援能力の向上に努めています。個人の能力向上だけで職員間における知識の共有が図られていないため、小規模事業者への支

援能力に格差が生じているのが現状です。加えて職員のITスキル、DX対応等新たな支援領域への知識の習得が遅れています。

【課題】

支援能力に格差が生じていることから、経営指導員等の間においていかに支援ノウハウを共有化していくかが課題となっています。また、小規模事業者にとって「価値を実感できる小さな成功体験」の積み重ねによる支援を行い、経営リテラシー向上と自走化に寄与する研修体形が必要です。

(2) 事業の内容

職員のスキル向上に関し、三重県商工会連合会、中小企業大学校瀬戸校、関係支援機関が開催する各種研修会への参加、小規模事業者への専門家派遣事業に同行し、現場での支援スキルの習得等を行い、さらに新しい支援情報や専門的知識を習得するための研修会等を開催し研鑽に努めます。

①外部講習会の積極的活用

三重県商工会連合会が主催するセミナーへの参加に加え、経済産業局や中小機構が開催するセミナー等に経営指導員だけでなく、職種ごとに職務に関係する内容を精査し、全職員が年2回以上参加することで支援能力の向上を図ります。研修内容の共有化については、各職員が参加した研修会資料を回覧し、職種ごとの職員ミーティング等で報告、情報共有を図ります。

また、いなべ市商工会が主催する小規模事業者向けセミナーにおいても、担当職員だけでなく関係する職員も積極的に参加し、知識の習得を図ります。

②OJT制度の活用

三重県商工会連合会が実施する職員向け集合型OFF・J T、または現地指導型OJTに参加し、中小企業診断士資格を保有する専門家（コーディネーター）が同伴し、経営指導員・経営支援員等が地域の小規模事業者へヒアリングを行い、経営課題を抽出し事業計画を策定、遂行支援するための対人関係スキル及び、事業計画策定能力のスキル向上を図ります。

③対話と傾聴を活かした支援能力の習得

小規模事業者の経営課題に気付きを促し、自走化へと支援を行うために、全ての職員の対話と傾聴のスキル向上を図ります。

④職員ミーティングの定期開催

定期的に職員ミーティングを開催し、経営支援に関する報告とアドバイス、事業の予定を報告し職員間の情報共有を図ります。また、研修会等の参加した内容を報告し、職員の支援能力の向上に努めます。

- ・職員全体ミーティング：毎週月曜日
- ・経営指導員、経営支援員 定例ミーティング：毎月25日（※必要に応じ随時開催あり）
- ・一般職員、臨時職員 定例ミーティング：毎月25日（※必要に応じ随時開催あり）

⑤支援内容等のデータベース化、情報の共有化

小規模事業者の支援に必要な経営情報については、基幹システム、事務処理効率化システムに事業者情報や支援内容を随時入力していくことで、商工会職員に支援内容の共有化を図っていきます。

1.1. 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]

定期的に、小規模事業者に対する経営支援、地域イベント等の施策や制度説明に関連する諸会議等では、三重県商工会連合会を中心とした商工会間の交流が中心で、他の支援機関や専門機関などへの広がりが少ない状況となっています。

また、日本政策金融公庫や三重県産業支援センター等が開催する連絡会議への出席においても地域情報の交換が主となっているのが現状で、小規模事業者の支援につながる体制づくりが出来ていないのが現状です。

[課題]

関係機関との会議、または情報交換を行った場合に、各支援機関が保有する支援ノウハウを組織内で共有化し、小規模事業者への伴走型支援に活かすことができる体制づくりが課題となります。これまで以上に各支援機関との連携を図っていく必要があります。

(2) 事業内容

①三重県商工会連合会（北勢ブロック）会議への出席（年5回）

1) 構成員：木曾岬町商工会・桑名三川商工会・いなべ市商工会・東員町商工会・朝明商工会・菰野町商工会・楠町商工会（全7商工会）

2) 内 容：三重県北部地域の7商工会において効率的かつ効果的な経営改善普及事業・経営発達支援事業・地域総合振興事業等を実践するため、協議・情報交換等を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努めます。

②三重県商工会連合会主催事務局責任者会議への出席（年2回）

1) 構成員：三重県下全23商工会

2) 内 容：三重県23商工会における効率的かつ効果的な経営改善普及事業・経営発達支援事業・地域総合振興事業等を実践するための協議・情報交換等を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努めます。

③北勢地域みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会及び、分科会への出席（年2回）

1) 構成員：三重県・木曾岬町・桑名市・いなべ市・東員町・朝日町・川越町・四日市市・菰野町の行政及び商工会等経済団体、金融関係機関、三重県産業支援センター、三重県よろず支援拠点等の支援機関

2) 内 容：三重県中小企業・小規模企業振興条例に基づき、中小企業・小規模企業の振興や中小企業・小規模企業が抱える課題の把握及び解決策の検討、情報交換等を行うことで、支援ノウハウの一層の向上に努めます。

④小規模事業者経営改善資金貸付推薦団体連絡協議会への出席（年2回）

1) 構成員：(株)日本政策金融公庫四日市支店、三重県商工会連合会（木曾岬町商工会、桑名三川商工会、いなべ市商工会・東員町商工会・朝明商工会・菰野町商工会・楠町商工会）

2) 内 容：小規模事業者経営改善資金貸付の推進、金融情勢や地域情報の交換を実施し、小規模事業者等の金融改善に向けての協議や、支援ノウハウの一層の向上に努めます。

⑤ その他

三重県産業支援センター及び、三重県よろず支援拠点などの支援機関が、地域内の小規模事業者に経営課題解決のため個別訪問を行う際には経営指導員も同行し、互いの支援能力を駆使し課題解決、経営力向上のための指導・助言を行います。またその経営指導に対しての指導方法や企業情報などの情報交換を行い、今後の経営指導に役立てることに努めます。

1.2. 地域経済の活性化に資する取組みに関すること

(1) 現状と課題

[現状]

いなべ市では、年間を通じて集客を図るイベント（あげきのおひなさん、梅まつり、ツアーオブジャパン、いなべ市商工まつり、新そばまつりほか）が多く開催されています。これらのイベント実施は市外からの来場者も多く一定の集客と成果があり、地域活性化の一助となってはいるが、地域の商工業者への波及効果（販売額、販促対策ほか）はイベントへの出店などで一時的にはあるものの、市内の地域経済の活性化に十分に寄与しているとは言えない状況です。

[課題]

上記のイベントは、季節性や一過性のものが多く、年間を通じて市内を回遊することが目的ではないイベントとなっています。市内への再来訪（リピーター）に繋がる取組みがなされておらず、地域活性化や地域商工業者の売上増加が図られず、地域の魅力発信や地域の特産等のPRに活かしていません。これらの取組みを総合的に検討し、地域の商工業活性化に繋げることが課題です。

(2) 事業内容

「いなべ市地域活性化会議」の開催（年2回）

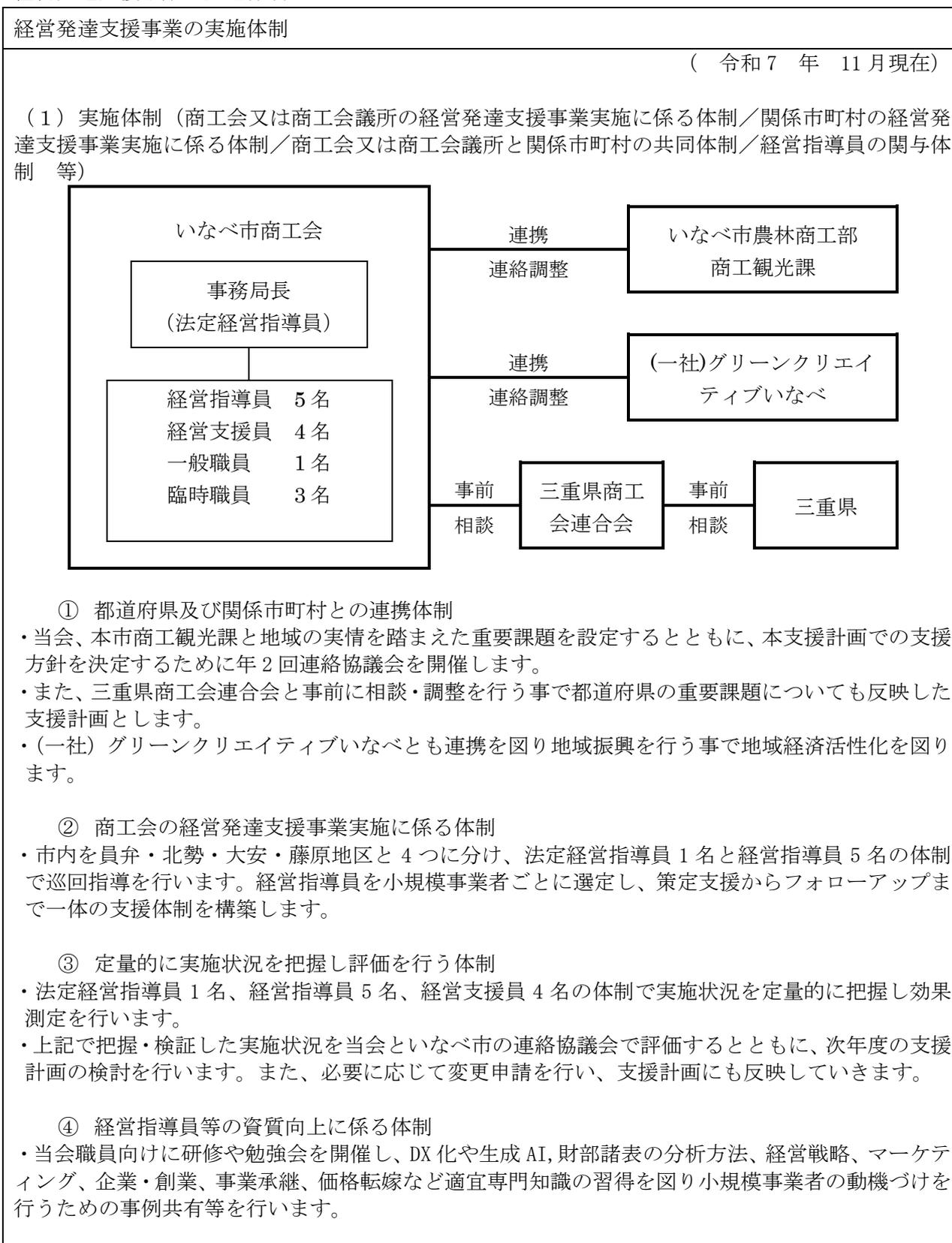
地域への来客者誘致による観光・商工業の活性化、地域資源の活用による6次化産業化など、いなべ市の活性化を協議するため、経営発達支援計画評価委員会メンバー（外部有識者・いなべ市・金融機関・関係団体・商工会役職員）にて構成し、経営発達支援計画評価委員会の開催と同時に年間2回開催します。

【いなべ市活性化会議 構成メンバー】

- ◇外部有識者 1名（学識経験者）
- ◇行政職員 1名（いなべ市農林商工部商工観光課）
- ◇金融機関 1名（いなべ市内）
- ◇関係団体 1名（（一社）グリーンクリエイティブいなべ）
- ◇商工会役員 正副会長 3名
- ◇商工会職員 事務局長1名 経営指導員5名

(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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏名： 伊藤 章子

■連絡先： いなべ市商工会 TEL:0594-72-3131

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）

経営発達支援事業の実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業評価・見直しをする際の必要な情報の提供を行います。

③広域経営指導員の可否

申請書に記載する経営指導員・伊藤章子は施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。

(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

〒511-0428

三重県いなべ市北勢町阿下喜 1991 番地

いなべ市商工会

TEL:0594-72-3131 FAX:0594-72-2355

E-mail: woodhead@m2.cty-net.ne.jp

③ 関係市町村

〒511-0498

三重県いなべ市北勢町阿下喜 31 番地

いなべ市 農林商工部 商工観光課

TEL:0594-86-7833 FAX:0594-86-7869

E-mail: shoukou@city.inabe.mie.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	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500
◇事業計画策定支援					
・セミナー開催費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
・専門家派遣費	500	500	500	500	500
・広報費	600	600	600	600	600
◇新たな需要の開拓					
・展示会等出展費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
◇経営指導員等の 支援能力向上等					
・専門家派遣費	400	400	400	400	400

(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
①三重県 小規模事業支援費補助金 ②いなべ市 運営補助金 ③会費収入 ④賦課金収入 ⑤各種手数料収入 ⑥国・三重県の補助金制度の活用

(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。

