

## 経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	三田市商工会 (法人番号) 2140005015432
実施期間	平成 28 年 4 月 1 日 ~ 平成 33 年 3 月 31 日
目標	<p>中長期的な商工業振興の基盤とするため、ワンストップできめ細かな経営支援ができる体制を構築する。</p> <p>事業者の課題に応じて共同で支援を行う適切なチームの編成を通じた支援、併せて必要に応じ他の専門的な支援機関等につなぐ連携体制を整備し、全職員が一丸となった伴走型支援体制の構築により達成可能な経営発達支援計画を策定する。</p>
事業内容	<p style="text-align: center;"><b>経営発達支援事業の推進</b></p> <p>1. 地域経済動向調査 小規模事業者の事業計画策定支援や実施支援の際に活用するため整理分析し、課題解決及び事業の成長発展にとって有益な情報を継続的かつタイムリーに届ける。</p> <p>2. 経営状況分析 小規模事業者の財務状況や経営状況を把握し、必要な事業者に対して経営分析を行い、課題を抽出して支援内容を決定する。</p> <p>3. 事業計画策定支援 経営分析で抽出した事業者の経営課題を解決し、事業の持続的発展を実現するため、支援体制を整備し、需要を見据えた事業計画の策定を支援する。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援 策定した事業計画を計画通りに実施し、経営課題を解決して、事業の持続的発展を実現するために、指導助言を行い、継続的に支援する。</p> <p>5. 需要動向調査 商品、サービス、技術、等に関連する需要動向を収集し必要な情報をタイムリーに提供して販路開拓や新分野進出に繋げていく。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること マッチング商談会の開催、効果的な相談シート策定やWEBサイト構築の支援等を実施する。事後のフォローアップにも注力し、販路開拓を継続的に支援する。</p> <p style="text-align: center;"><b>地域経済の活性化に資する取組み</b></p> <p>1. イベントの開催（地域ブランドへの取組み） 地域ブランド化や地産地消推進のために、関係機関で構成される「さんだ地産地消プロジェクト委員会を通じ、地域活性化に関する方向性について共有し、目的実現のため以下のイベントを活用する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・三田バルイベント 三田ブランドの推進と飲食店のPRと地域活性化を図る。</li> <li>・さんだ朝マルシェイベント 消費者と生産者の交流の場を提供し、三田ブランドを浸透させる。</li> <li>・三田あきんどまつり 市街地5商店街の連携で賑わい創出を図り、旧市街地の良さを知ってもらう機会を創出する。</li> </ul> <p>2. 空き店舗調査研究・PR事業 商店街連合会との連携により個々の商店会単位の空き店舗情報を収集し、手作りマップを作成。空き店舗での開業支援に繋げる。</p>
連絡先	<p>住所 兵庫県三田市天神1丁目5番33号</p> <p>商工会 三田市商工会</p> <p>電話番号 079-563-4455</p> <p>FAX 番号 079-563-6675</p> <p>メールアドレス sandaskk@sanda.or.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. 三田市の現状と課題

三田市は兵庫県南東部に位置し、神戸市の市街地より六甲山系を越えて北へ約25km、大阪市より北西へ約35km、JRで約40分の圏域にある。

瀬戸内気候区に属しているが、盆地上の地形から内陸的な特性が強く、気温の寒暖差は比較的大きい。

昭和40年代に始まった大規模都市基盤整備の結果、ニュータウンへの入居を皮切りに急激に人口が増加。昭和62年から平成8年の10年間、人口急増率全国一を記録し、ベッドタウン最盛期人口は平成25年3月末で114,642名である。

交通アクセスの利便性と自然豊かな田園都市という好条件から、大阪・神戸の衛星都市として急激な発展を遂げた。

平成25年の民間機関発表の「住みよさランキング」では農村と都市の二つの顔を併せ持つ田園都市に好感がもたれ、近畿では17位に位置付けられている。

当市の年齢構成は0～19歳で22%、59歳までが56%と県下で高齢化率は最下位である。年齢階層別人口構成では40歳から60歳代に厚みがあることが特徴である。

農業振興地域は市域面積の20%を超え、阪神地域でも最も農業が活発な地域のひとつであり、質の高い多様な農産物が生産されている。

また、市内には製造業を中心とした大規模工業団地が存在し、地域経済の重要な拠点のひとつになっている。

市内には、兵庫県立施設である「人と自然の博物館」や「有馬富士公園」がある。「人と自然の博物館」は年間約83万人が来場し、「有馬富士公園」には年間約15万人が来場する。近郊には年間約650万人が訪れる「神戸三田プレミアム・アウトレット」、「めんたいパーク神戸三田（年間来場者数約10万人）」、「神戸フルーツ・フラワーパーク（年間来場者数約52万人）」がある。

#### 2. 小規模事業者の現状と課題

##### (1) 三田市商工業の現状と課題

##### (現状)

平成21年度経済センサスによると三田市の商工業者数は2,461、うち小規模事業者数は1,727であり、業種別構成は卸小売業が最も多く25.1%を占める。続いて宿泊飲食サ



ービス業11.2%、生活関連サービス業等8.5%、建設業8.8%、製造業7.0%と続く。

大規模工業団地（テクノパーク）は生産活動のみならず働く場所としての魅力も高く、製造業では市内従業者数の8割、出荷額の9割を占め、地域経済の重要な拠点のひとつになっている。

#### （課題）

三田市の工業者の大半を占める小規模零細事業所はほとんどが下請け事業所であり、依然として経済環境が厳しい状況が続いている。

商業・サービス業においては、三田駅周辺の市街地再開発事業により商業拠点としての魅力が更に高まり、飲食店を中心に創業者も多く、若者の事業意欲の高い地域として活性化している。三田市商工会が実施した創業者を対象にしたセミナーでは過去3年間、いずれも20名定員が満席で、うち15名が新規開業し、当会に入会した。

一方既存商店街は、郊外型大規模店舗の出店、事業主の高齢化や後継者不足により商店数は減少傾向であり早急な対策が必要である。

観光産業は自然、神社、歴史的建造物の観光資源があり、大阪や神戸等からも訪れやすいといった強みがあるが、観光名所として知名度の高いものはない。訪れる観光客は兵庫県立施設である「人と自然の博物館」や「有馬富士公園」などの利用が中心であり、経済効果には結び付いておらず総合的な三田ブランドの確立が必要である。

### （2）三田市商工会の現状と課題

#### （現状）

三田市商工会の平成11年当時の会員数は1,305名、平成27年3月末で1,055名。平成21年度経済センサスによる組織率は42.9%となり、2年前に50%を割り込んでいる。

補助対象職員は8名であり、経営指導員は3名。事務局長を除く職員の平均年齢は40歳である。

#### （課題）

現会員の約95%は三田市在住の小規模事業者であり商工会加入率は高い半面、人口増加に伴い、本社機能のない大型店や大手チェーン店の出店、更には事務所を開設しないIT関連事業者が増加したため商工業者数は増加したが、商工会活動への参加など地域経済や地域の活性化の一端を担うという気概は感じられない。結果、組織率も低下することとなり早急な対策が必要である。

若い経営指導員が多い半面、会員事業所の支援経験が浅く、会員事業所に対する情報提供や支援が十分とはいえず、支援力向上のためのスキルアップが必要である。

### 3. 目標及び方針

#### （中長期的な振興のあり方）

三田市第4次総合計画では基本目標に「心のふれあう田園文化都市」を掲げている。行政や関係機関と連携し、空き店舗対策等の魅力ある商店街づくり、後継者の育成や

市場動向に対応した製品づくり等を通じ、小規模事業者の自立を支援し、事業の持続的発展に寄与する。

(目標)

三田市の強みである立地環境を活かすことができる三田市第4次総合計画に基づき、地域の調和と交流をすすめ、基盤となる雇用の場や地域コミュニティを確立し、小規模事業者への伴走型支援により地域の活性化と小規模事業者の利益の増大を図ることを目標とする。

(経営発達支援計画の方針)

上記目標の達成に向けて、三田市商工会では、既存の小規模事業者の持続的発展とともに、未来の三田市商工業の担い手となる若手経営者、若手後継者が活躍できる環境を整備し、伴走型支援により自立した小規模事業者を増やすことを基本方針として経営発達支援計画を策定する。

(目標の達成に向けた取り組み)

集客力の高い「人と自然の博物館」、「有馬富士公園」などの地域資源を活用し、地域の活性化に寄与するための地域ブランドを確立し、新製品開発や販路開拓による小規模事業者の利益の増大を図るために下記の事業を実施する。

- ・ 事業計画策定支援・実施支援によるビジネス機会の創出
  - ・ 需要創造、新たな顧客層の獲得による小規模事業者の利益増大
- 具体的には商店街の賑わい創出、三田ブランドの定着を図る事業を実施する。

(目標数値)

短期的には小規模事業者の現状把握と分析に重点を置く。その結果を基に、中長期的な商工業振興の基盤として、ワンストップできめ細かな経営支援ができる体制を構築し小規模事業者を支援する。

また、課題に応じてチームで小規模事業者を支援し、必要に応じて専門的な支援機関等と連携した支援体制を整備し、全職員が一丸となった伴走型支援体制を構築し、小規模事業者の事業の持続的発展に資する。

事業内容	内容	単位	現状	H28	H29	H30	H31	H32
事業計画策定支援	経営分析、策定支援	件	40	50	60	70	80	90
経営革新計画策定支援	策定事業者数	件	4	8	10	12	15	17
	承認件数	件	2	4	5	6	8	10
商談シート策定支援		件	0	1	3	5	8	10
空き店舗対策の調査		回	2	4	4	4	4	4

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成28年4月1日～平成33年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

### I. 経営発達支援事業の内容

巡回や窓口相談時等に小規模事業者の経営分析を行い、抽出された経営課題の解決のために、地域経済動向や需要動向、支援策情報等の情報提供や事業計画策定支援を行う。また、計画策定後は計画を実施するために必要な販路開拓などについて伴走型支援を実施することにより、小規模事業者の持続的発展に資する。

#### 1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

(目標)

収集した情報を整理、分析せずにそのまま商工ニュースやホームページで提供しているため、小規模事業者にとって利用しやすい状態とはいえない。

そこで、景気動向や雇用動向等の地域の経済動向に関する情報を収集し、小規模事業者の必要な情報に整理し、課題に応じて分析する。その結果は、小規模事業者の課題解決及び事業の成長発展に資するよう、わかりやすく加工して継続的かつタイムリーに提供し、事業計画策定や実施支援の基礎資料として活用する。

(情報収集項目と手段)

##### ① 商工会が収集する情報

- ・職員が巡回や窓口相談で小規模事業者から、売上や収益などの業況、業界動向、資金繰り、景況感、等の情報を収集する。

##### ② 専門機関から入手する情報

- ・兵庫県が毎月発表する「県の経済・雇用情勢」
- ・三田市が2年ごとに行う「市内経済雇用動向調査」
- ・兵庫県商工会連合会が実施する管内景況調査
- ・中兵庫信用金庫が四半期ごとに行う「なかしん中小企業景気動向調査」

上記調査結果から売上、収益、資金繰り、設備投資、雇用（有効求人倍率、従業員の過不足等）、各種需要動向、金融情報、今期直面している経営上の問題点、等を収集する。

- ・神戸新聞等の地方紙面から、地域のイベントやトピックス情報を収集する。

(情報の整理・分析)

- ・収集した情報を、業種、企業規模、等を軸に整理し、小規模事業者が経営環境を正しく把握し、経営方針や事業計画を考える際に活用できるよう分析する。

(情報の提供・活用方法)

① 事業計画策定の参考資料

事業計画策定支援、実施支援の際に事業者の経営課題の解決に有益な情報を提供し、また、情報と照らし合わせて指導及び助言を行う。

② 巡回や窓口相談での情報提供・活用

事業者の「業種」「企業規模」に即した有益な情報を提供する。

③ 隔月発行の商工ニュース

④ ホームページへの掲載

必要な事業者が必要な情報を活用することができるようにタイムリーに提供する。

(目標件数)

	単位	現状	H28	H29	H30	H31	H32
情報分析・まとめ回数	回	9	12	12	12	12	12
商工ニュース発行回数	回	7	7	7	7	7	7

## 2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(目標)

小規模事業者の財務状況や経営状況を把握して正しい経営分析を行い、課題を抽出して支援内容を決定する。

(収集項目と手段)

経営指導員以外でも最低限の経営状況をヒアリングすることができる「統一ヒアリングシート」を三田市商工会で作成して、計画的、全体的な巡回によるヒアリングを実施し、小規模事業者の実態を把握する。ヒアリングでは下記の項目を収集する。

- ・製品、サービス内容
- ・保有する技術、資産、従業員等
- ・利益、資金繰り等の財務状況
- ・強み、脅威等の経営状況
- ・希望する販路、販売チャンネル等

(経営状況の分析)

ヒアリング結果をもとに、以下の項目を中心に経営分析を行い、課題を抽出する。

- ・財務内容：売上、利益、資金繰り、等
- ・経営内容：強み、脅威、販路、新事業展開、事業承継、人的活用、等

(活用方法)

収集した経営状況は事務局内で情報共有し、支援計画策定の基礎データとする。

経営状況分析の結果から事業者を下記のA、Bグループに分類し、事業者に必要な支援内容を決定、支援計画を策定する。

A. 支援計画作成グループ（経営改善を早急に必要とするグループ）

必要に応じて専門家と連携してより詳細な経営分析を行い、課題を明確にして、

支援計画を作成する。

B. 経過観察グループ（優良事業所等）

業種に即した情報提供（経済動向、セミナー、助成金、商談会など）を継続し、6ヶ月後に再訪して変化状況を確認する。

（目標件数）

項目	単位	現状	H28	H29	H30	H31	H32
巡回件数	件	1,200	1,300	1,500	1,700	2,000	2,200
経営状況分析事業者数	者	50	80	130	160	200	220

### 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

（目標）

現状でも小規模事業者の事業計画策定を支援しているが、その経営状況を十分に把握した上で、地域経済動向調査や需要動向調査を活用した事業計画策定支援ではなかった。

経営状況分析で抽出した事業者の経営課題を解決し、事業の持続的発展を実現するため、需要を見据えた事業計画の策定を支援する。

（支援対象）

- ・巡回訪問や窓口で、経営相談・分析を行った小規模事業者
- ・補助金申請者や金融相談者

（手段）

①セミナーの実施

事業計画策定の必要性や策定方法についてのセミナーを開催する。

セミナー内容	主な支援対象	連携先
中小企業会計	青色申告者、創業3年以上	兵庫県、税理士、金融機関 兵庫県商工会連合会
事業計画策定	A. 支援計画作成グループ	
経営革新計画策定	A. 支援計画作成グループ	

②個別支援

・巡回訪問や窓口相談時に事業計画の必要性を説明し、事業計画策定を支援する小規模事業者を発掘し支援する。

・補助金申請者や金融相談者に事業計画の必要性を説明し、目先の計画のみならず、中期的な視野に立った計画策定を支援する。

・計画の策定に際しては、調査で収集した地域の経済動向や需要動向を提供し、需要を見据えた事業計画策定を支援する。

### ③専門家の活用

必要な場合には専門家に依頼し、策定のアドバイスを受ける。

連携機関：ひょうご産業活性化センター、兵庫県商工会連合会、税理士

### ④資金調達に関する支援

#### ・融資

必要に応じて「マル経融資（経営改善貸付）」や「小規模事業者経営発達支援融資制度」等の活用を提案し、日本政策金融公庫との連携により融資制度利用のための計画策定を支援する。

#### ・補助金、助成金

事業計画の実施に活用できる補助金（小規模事業者持続化補助金、ものづくり・商業・サービス革新補助金、等）や助成金情報を提供し、事業計画策定を支援する。

（目標件数）

	単位	現状	H28	H29	H30	H31	H32
セミナー開催	回	4	6	6	8	8	8
セミナー参加者	人	70	80	100	120	130	130
事業計画策定支援事業者	件	40	50	60	70	80	90

## 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

（目標）

現状では、計画を策定した小規模事業者からの相談を待つなど、事業計画策定後のフォローアップが十分ではないため、計画の遂行状況を把握しきれていない。

今後は、事業者ごとの実施支援計画を策定し、定期的な巡回・窓口相談を実施することにより、適正な進捗管理を行う。事業計画と実績の差異を早めに知り、改善のための方策を取ることで、小規模事業者の経営改善と利益の確保を目指す。

このような伴走型の支援により、策定した事業計画を実施するとともに、小規模事業者自らが中長期的な視点でPDCAを実践し、経営環境の変化に対応できる自立した小規模事業者を育成する。

（指導内容、頻度）

#### ① 定期的な巡回及び窓口相談の実施による進捗管理

四半期に1回以上、経営指導員を中心に全職員で事業計画策定を支援した全ての小規模事業者に対して巡回及び窓口相談を実施する。その際に売上や利益の達成状況や取組みの進捗状況等を確認し、策定された事業計画と実績の差異の有無を明確にする。

計画が順調に実施されている場合も小規模事業者が気づいていない課題や地域や経済動向の変化について留意し、伴走型支援を実施する。策定された計画実施に関する課題や新たな経営課題が明確になった際には、専門家派遣等も活用しながら、早急に課題解決を図る。



## ② 専門的な課題の解決

専門的な支援が必要な場合は専門家と連携し、事業計画の実施および見直しを支援する。具体的には、ひょうご産業活性化センター（兵庫県よろず支援拠点）の相談員や、兵庫県商工会連合会のチーフアドバイザー等を活用する。

## ③ 各種支援策の活用支援

事業計画策定支援を行った小規模事業者に対して、計画策定後に発表された各種支援施策、補助金等で計画実行に活用できそうな支援策をタイムリーに紹介し、事業計画の実施を支援する。

## ④ 資金調達に関するフォローアップ

融資実行者に対しては返済状況についても確認し、策定した事業計画の実施状況により、問題が発生しそうな場合は金融機関等と連携し、計画の実施及び見直しを支援する。

（目標件数）

	単位	現状	H28	H29	H30	H31	H32
事業計画策定支援事業者	件	40	50	60	70	80	90
巡回・窓口相談回数	回	160	200	240	280	320	360

## 5. 需要動向調査に関すること【指針③】

（目標）

当会においては、需要動向の情報収集、分析、提供等を実施していなかったため、買い手のニーズを踏まえた新製品開発の支援が十分ではなかった。

今後は各種媒体を活用し、小規模事業者の商品、サービス等に関連する消費者ニーズ、市場動向等を収集、整理・分析し、販路開拓や新製品開発を目指す小規模事業者が事業計画を策定する際や事業計画実施支援の際に活用する。

（情報収集項目と手段）

### ① 三田市を訪れる方の需要動向調査

集客力の高い施設で商工会が来場者アンケートを実施することで三田市を訪れる方の需要動向を調査する。

市内には「人と自然の博物館」や「有馬富士公園」、近郊には「神戸三田プレミアム・アウトレット」「めんたいパーク神戸三田」「神戸フルーツ・フラワーパーク」などの集客力の高い施設がある。このような施設において、春又は秋の観光シーズンに年1回アンケートを実施し、飲食、買い物、観光、三田ブランドに関する需要動向について下記のような項目のアンケート調査を実施する。

場 所	項 目	対象数	回数(年)
市内及び近郊の集客施設	居住市、性別、年代、 来訪目的、来訪手段、 飲食の要望（種類、場所、価格帯） 土産物の要望（種類、価格、購入場所） 三田で興味のある場所・物・したいこと 三田と聞いて連想する場所・物 観光地の情報収集媒体	各所 300名	各所 1回

## ② 専門機関から収集する情報

専門機関から三田市民の需要動向や国内外の需要動向を収集する。

- ・毎年三田市が実施する市民意識調査（市内在住 20 歳以上、票本数対象人数の約 3%）市民の価値観や行動志向情報の中から、商工業に関する要望等の情報を収集する。
- ・日経テレコン 21 の最新 POS 情報  
小売業を対象に売れ筋商品情報を収集する。
- ・業界新聞（中小企業振興等）や業界紙（商業界等）  
新商品情報や消費者アンケート調査結果等、広く需要動向に関する情報を収集する。

### （情報の整理・分析）

アンケート調査で収集した飲食や土産物の要望、三田ブランドのイメージについては、性別、年代、商品・サービス内容、価格帯、等をもとに整理し、小規模事業者がターゲットや品揃え、価格設定、新製品開発、広報手段、販路開拓等を考える際に活用できるように分析する。

専門機関から収集する情報については、業種ごとに整理し、市場動向を分析する。また可能な場合は、性別や年代ごとに整理し、市場動向を分析する。

### （情報の提供・活用方法）

#### ①事業計画策定の参考資料

小規模事業者が必要を見据えた事業計画を策定できるよう、ターゲット顧客の設定や売上・利益計画立案などの計画立案の参考資料として提供・活用する。

#### ②巡回や窓口相談での情報提供・活用

小規模事業者が必要動向調査結果を提供し、新製品開発や販路開拓、事業計画策定・実施支援に役立てる。

#### ③隔月発行の商工ニュース

#### ④ホームページへの掲載

小規模事業者が必要な時に必要な情報をタイムリーに収集できるように、ホームページで需要動向調査結果を提供する。

(目標件数)

	単位	現状	H28	H29	H30	H31	H32
アンケート実施回数	回	0	5	5	10	10	10
情報分析・整理回数	回	0	1	1	2	2	2

## 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

(目標)

現状では、小規模事業者の販路開拓状況を十分把握しているとはいえない。

今後は、小規模事業者の経営状況に応じた商談会情報の提供、事業の特徴やターゲット顧客を明確にしたマスメディアへの共同プレスリリース、ソーシャルメディアやホームページを活用した販路開拓を継続的に支援する。

(支援対象者)

主に若手経営者や経営革新計画認定者を支援対象とする。

(内容)

- ①全国商工会連合会、兵庫県商工会連合会、神戸商工会議所等の主催するものを中心に、業種に即した商談会や展示会の情報を提供する。
- ②商談シート策定支援とフォローアップ  
商談会・展示会の出展サポートとして次の支援を実施する。
  - ・「商談会成功セミナー」を開催し、事業者のやる気を喚起する。
  - ・商談会に応募する事業者に、効果的な商談シートの策定支援を実施し、商談成立件数を増やす。
  - ・終了後に成果や問題点を共有し、継続的にフォローアップを行う。
- ③インターネットを活用した販路開拓支援
  - ・「SNSを活用した販路開拓セミナー」を開催する。
  - ・効果的なホームページやネットショップについて、開設から運用、検証までを継続的に支援する。
- ④プレスリリースの活用支援  
事業所にあったマスメディアを選定し、プレスリリース作成について個別支援を行う
- ⑤事例の紹介  
販路開拓に成功した小規模事業者や経営革新計画承認事業者を事例として効果的な媒体で公表することで、事業者やその商品、サービス等のPR及び知名度アップを図り、販路拡大を支援するとともに、他の事業者への販路開拓実施の動機づけとして活用する。公表媒体は事例事業所、事例内容に応じて、マスメディア（プレスリリース：神戸新聞）や、商工ニュース、ホームページとする。

(目標件数)

	単位	現状	H28	H29	H30	H31	H32
商談会・展示会の情報提供	者	3	5	8	10	15	20
商談会成功セミナー開催	回	0	1	1	2	3	4
商談シート策定支援	者	0	1	3	5	8	10
商談成立件数	件	0	1	2	3	5	5
SNS活用セミナー開催	回	2	3	3	4	4	6
プレスリリース指導件数	者	3	3	5	5	8	10

## II. 地域経済の活性化に資する取組み

(地域の方向性)

市外から多くの方々が訪れる立地環境だが、三田市の観光動態調査によると95%が通過型である。都市近郊である三田で生産される農産物の特色、商店街や個店等について、市内外に情報発信を行うことで、地域経済活性化に寄与する。

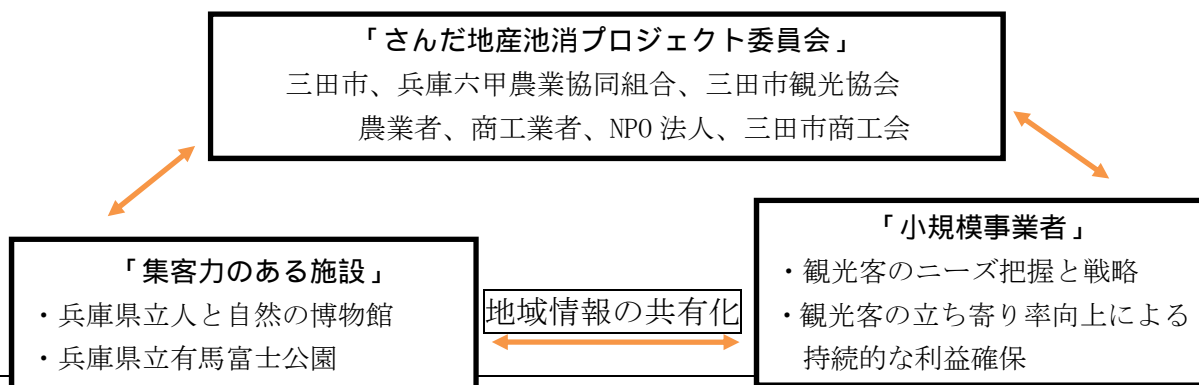
三田市、兵庫六甲農業協同組合、三田市観光協会等の関係機関と地域の方向性を共有した取組みを行うことで地域経済活性化に資する。

### ① 地域ブランドへの取組み

地域ブランド化や地産地消推進のために、三田市、兵庫六甲農業協同組合、三田市観光協会および三田市商工会等の関係機関で構成される「さんだ地産地消プロジェクト委員会」が組織されている。この委員会では地域の課題である観光振興と地域ブランド情報発信力の強化、観光分野の強化など、今後の地域活性化に関する方向性について検討し、意識を共有する。

委員会の連携を通じて三田ブランドを明確にし、マスメディアやソーシャルメディア、ホームページ等で広く情報発信することで認知度向上を図る。

〈関係機関との連携図〉



(具体的事業内容)

地域ブランド化として「三田ブランド」を確立し、認知度向上を図るとともに、にぎわい創出のためにイベントを開催する。

## (1) 三田ブランド推進による賑わい創出

### ① 「三田バル」イベントの開催

地産地消を推進する飲食店PRのための事業として三田バルを開催し、食の地域ブランド化を推進する。地域ブランドである三田牛等の食材を使用する飲食店では「三田ブランド」のステッカーを貼付し三田市内外の方に「三田ブランド」を認知していただく。

また、地産地消で食べ歩き、飲み歩きをすることで、三田の秋の味覚を広く紹介し、三田ブランドの推進と飲食店のPRと地域活性化を図る。

三田バルイベント実行委員会は以下の多種多様メンバーで構成されており、意見交換の場として積極的な交流を行う。

#### 「三田バル実行委員会」

(構成メンバー)

三田市、三田肉流通振興協議会、兵庫六甲農業協同組合、  
小規模事業者(飲食店経営者)、三田市商工会

### ② 「さんだ朝マルシェ」の開催

三田バルの関連イベントとして、三田産の野菜を活用した飲食店のPRと生産者と消費者との交流の場を定期的に提供することを目的に「さんだ朝マルシェ」を開催する。

住宅街にある大手量販店の協力を得て、日頃接点の少ない消費者と生産者の交流の場とし、飲食店の広報にもつなげることで、三田ブランドを浸透させる。

### ③ 「三田あきんどまつり」の開催

市街地賑わいイベントとして、「三田あきんどまつり」を実施する。商店連合会との連携により、福引抽選会や商店会単位のイベント事業の企画・運営と調整・指導を実施し、賑わいの創出を図る。また市内外の来訪者に旧市街地の良さを知ってもらう機会とする。

## (2) 空き店舗対策による地域活性化

商店連合会との連携により個々の商店会単位の空き店舗情報を収集する。

IターンやUターンを含む創業予定者向けの手作りマップを作成し、紙面には創業に関する補助金の情報なども掲載する。作成したマップは最新の空き店舗情報を提供するため、年4回更新し、その情報はホームページでも公開し、新規入居者数の増加を目指す。

(目標件数)

取り組み	単位	現状	H28	H29	H30	H31	H32
三田バル	回	1	1	1	1	1	1
さんだ朝マルシェ	回	6	6	6	6	6	6
三田あきんどまつり	回	1	1	1	1	1	1
空き店舗対策の調査	回	2	4	4	4	4	4
新規入居者数	人	0	1	1	2	2	3

### Ⅲ. 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

#### 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

地域外の商工会や金融機関、支援機関、専門家等との連携、情報交換により、事業計画書策定の精度を向上し、地域を超えて事業計画実施を支援することで、小規模事業者の新たな需要開拓が期待できる。

##### (1) 阪神地区商工会（三田、猪名川、芦屋、川西）との連携強化

年3回定例開催されている阪神地区商工会職員の会合時に情報交換の場を新たに設け、近隣地域の需要動向や支援のノウハウを共有することで、新たな需要開拓に資する基盤を構築する。

##### (2) 金融機関との連携強化

最新の金融情報や有利な制度融資情報の収集に努める。新たに会員金融機関による情報懇談会を企画し、得られた情報を業種ごとに仕分け、整理し、分析結果を巡回時に伝えることにより小規模事業者の計画策定、実行支援に役立てる。

##### (3) ひょうご産業活性化センター等の専門家情報の情報共有による連携強化

専門家派遣制度を利用する際に最適な専門家を選ぶことができるように関係機関が連携して専門化情報を共有する。専門性や満足度、規模別業種別の得意不得意分野など、書面ではわかりにくい情報を共有する。

(目標件数)

取り組み	単位	現状	H28	H29	H30	H31	H32
情報交換会（阪神地区）	回	3	3	3	3	3	3
情報懇談会（金融機関）	回	0	1	2	2	2	2

#### 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

職員の経営支援能力を向上させ、小規模事業者の利益の確保に資するため、以下の資質向上対策を実施する。

(1) 外部研修と内部講習会・セミナー等の受講 (OFF-JT)

兵庫県商工会連合会や中小企業基盤整備機構などが開催する研修会に全職員が参加する。従来の支援能力の向上に資する知識を深めるとともに、伴走型支援を可能にするために計画策定能力や経営分析能力、コミュニケーション能力向上のための研修を受講する。研修参加後は研修資料や復命書を閲覧可能な状態にし、内部共有できる体制を整える。

また、商工会で開催する小規模事業者向けの講習会やセミナーには必ず参加し、知識の向上を図る。

(2) ペア対応による人材育成 (OJT)

個別支援をする際に、経験のある職員と若手職員がペアで対応することで、経験のある職員の支援手法のノウハウを共有し、若手職員が経験値を高めることで、人材育成を図る。経験のある職員は専門家派遣に同席し、ヒアリング能力や提案力向上のための支援能力向上を図る。

(3) 組織内での情報共有の推進

組織全体の支援力向上、及び組織内で支援ノウハウの共有を図るため、月1回の職員会議時に小規模事業者の経営状況の分析結果や支援策、支援事例などを報告する場を設ける。支援ノウハウ共有に有効である事例については、職員を講師とした内部研修会を実施する。朝礼を有効に活用し、日常の情報共有を綿密に行い、支援カルテや巡回記録などの紙媒体を整備し、閲覧を可能とすることで、情報共有体制の構築を図る。

(目標件数)

内容	単位	現状	H28	H29	H30	H31	H32
外部研修(県連等主催)	1人/回	4	5	6	6	6	6
内部研修(商工会主催)	1人/回	1	2	3	3	4	4
職員会議(情報共有)	回	12	12	12	12	12	12

3. 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

毎年度、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、PDCAサイクルを意識して以下の方法により、評価・検証を行う。

(手法)

- ①外部有識者等から、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。
- ②プロジェクト委員会を設置し、評価・見直しの方針を決定する。  
(PLAN) 目標設定と計画および (DO) 具体的な行動
- ③事業の成果・評価・見直しの結果については、総代会へ報告し、承認を受ける。  
評価と見直しは毎年度行うこととする。  
(CHECK) 評価と検証
- ④事業の成果・評価・見直しの結果を三田市商工会のホームページに掲載。  
計画期間中公表し、地域の小規模事業者が常に閲覧出来る状態にする。  
(ACTION) 見直しを加えて再計画のプロセスへ。

(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

(平成 27 年 4 月現在)

(1) 組織体制

商工会事務局職員 8 名、臨時職員 2 名

役職	人数	共通	主担当
事務局長	1 名		事務統括、関係機関調整
経営指導員	3 名	巡回、窓口相談による課題抽出	経営発達支援事業推進 創業支援、セミナー等企画運営 専門家との連携、職員資質向上対策
補助員	2 名		広報対策、セミナー等企画運営
記帳専任職員	2 名		雇用支援、セミナー等企画運営
			商店街空き店舗対策、記帳指導
臨時職員	2 名		雇用支援、記帳指導
			商店街情報収集、広報補助、HP 管理

三田市商工会組織

会員数 1,055 名 (平成 27 年 3 月末)

総代数 100 名

役員 会長 1 名、副会長 2 名、理事 30 名、監事 2 名

事務局体制 事務局長 1 名、経営指導員 3 名、補助員 2 名、記帳専任職員 2 名  
臨時職員 2 名

(2) 連絡先

三田市商工会経営発達支援チーム

住 所 兵庫県三田市天神 1 丁目 5 番 33 号

電話番号 079-563-4455

FAX 番号 079-563-6675

ホームページ <http://www.sanda.or.jp/>

E-Mail sandaskk@sanda.or.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)

	28年度 (28年4月以降)	29年度	30年度	31年度	32年度
<b>必要な資金の額</b>	<b>1,100</b>	<b>2,000</b>	<b>2,700</b>	<b>3,400</b>	<b>3,600</b>
<b>【個社支援】</b>					
経営分析	200	300	300	500	500
経営計画	200	200	300	400	500
セミナー	100	200	200	200	200
研修会	100	200	200	200	200
経営力強化	100	100	200	200	200
販路開拓	0	100	200	200	200
出展支援	0	100	200	400	500
その他	100	100	200	200	200
<b>小計</b>	<b>800</b>	<b>1,300</b>	<b>1,800</b>	<b>2,300</b>	<b>2,500</b>
<b>【地域支援】</b>					
空き店舗調査	100	200	300	500	500
調査研究	100	200	200	200	200
PR	0	100	200	200	200
その他	100	200	200	200	200
<b>小計</b>	<b>300</b>	<b>700</b>	<b>900</b>	<b>1,100</b>	<b>1,100</b>

(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、兵庫県補助金、三田市補助金、会費、事業受託費

(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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

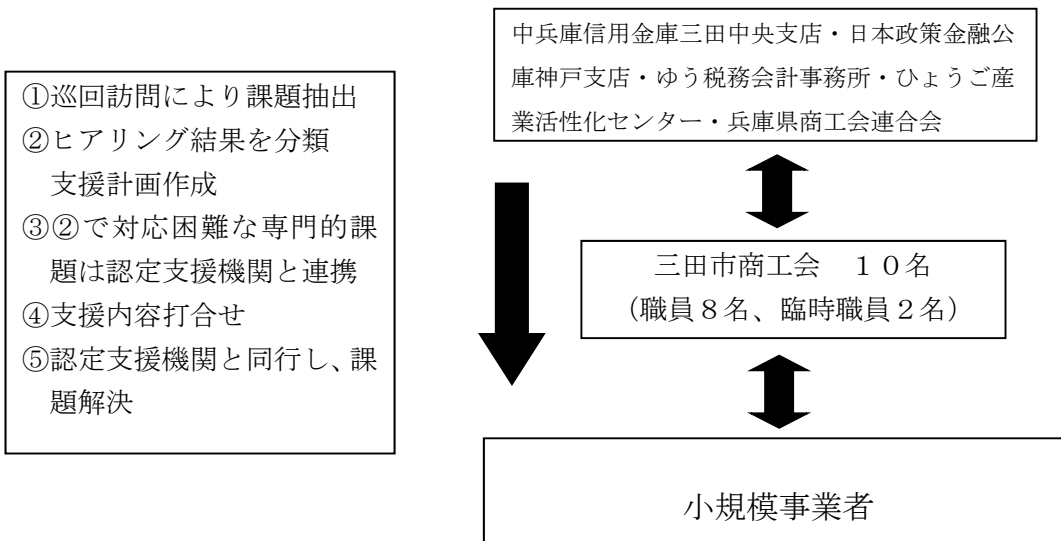
連携する内容			
① 地域の経済動向調査に関すること ② 経営状況の分析に関すること ③ 事業計画策定支援に関すること ④ 事業計画策定後の実施支援に関すること ⑤ 需要動向調査に関すること ⑥ 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ⑦ 地域経済の活性化に関すること			
連携者及びその役割			
連携者	代表者名	住所	役割
中兵庫信用金庫三田中央支店	支店長 小玉 敏史	三田市中央町 5-16	経営計画、事業計画、地域情報
日本政策金融公庫神戸支店 国民生活事業	業務統括 向原 光一	神戸市中央区東川崎町 1-7-4	経営計画、事業計画、経営分析
ゆう税務会計事務所	代表 富岡裕子	三田市天神 1-5-33	経営分析 事業計画
(公財) ひょうご産業活性化センター	理事長 榎本輝彦	神戸市中央区雲井通 5-3-1	経営計画 経営分析 商店街支援 製品・商品開発 サービス開発
兵庫県商工会連合会	会長 木南岩男	神戸市中央区花隈町 6-19	経営計画 経営計画 販路開拓
兵庫県阪神北県民局 商工労政課	県民局長 多木 和重	宝塚市旭町 2-4-15	雇用情報 地域情報 広報宣伝
三田市商工観光振興課	市長 森 哲男	三田市三輪 2-1-1	雇用情報 地域情報 広報宣伝
兵庫県立人と自然の博物館	館長 中瀬 勲	三田市弥生が丘 6	地域情報
兵庫県立有馬富士公園	所長 川田 学	三田市福島 1091-2	地域情報
神戸新聞北摂総局	総局長 前島紳作	三田市三輪 2-1-9	地域情報 広報宣伝

## 連携体制図等

三田市商工会が経営支援のワンストップ窓口となる。  
専門的、高度な経営支援は連携先の指導を仰ぎ、小規模事業者を支援する。

### 1) 連携内容

経営計画、事業計画作成、経営分析、商店街支援、販路開拓、地域情報



### 2) 連携内容

雇用情報、地域情報、広報宣伝

