

経営発達支援計画の概要

| | |
|------|--|
| 実施者名 | 太子町商工会（法人番号6140005006493） |
| 実施期間 | 平成29年4月1日～平成34年3月31日 |
| 目標 | <p>太子町商工会は地域経済の発展に不可欠な総合的経済団体として、小規模事業者の持続的発展を支えるために行政や金融機関・支援関係機関等と緊密に連携し地域事業所の経営力の向上と商工会の支援力強化を図ることを目標として実施する。</p> <p>創業相談室の常設と関係機関との連携による創業支援の実施。 事業者が自立できる指導体制の構築と伴走型支援強化。 複雑化する経営相談に対応するため、関係機関との連携や専門家派遣制度の活用。 事業計画の重要性の認識を高め、事業者自らが作成・実行できる支援体制の構築。 金融機関、行政、観光協会等と連携して地域経済を振興するための体制を構築。</p> |
| 事業内容 | <p>・経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査に関すること 西播磨地域景況調査報告や日本政策金融公庫等の指標により地域内の経済動向を分析して業種別の指導目標を設定する。 2. 経営状況の分析に関すること 巡回指導、窓口指導により小規模事業者の経営課題を洗い出し、保有する技術、ノウハウ、経営資源および財務等の経営状況の分析を行う。 3. 事業計画策定支援に関すること 経営分析結果を踏まえ、経営改善指導および経営革新支援など事業所のニーズにあった事業計画策定を支援して持続的な発展を促進する体制を構築する。 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 策定した事業計画に従い、当商工会の経営指導員等が情報共有し、組織一丸となって小規模事業者の経営課題解決に努める。 また県連合会の専門家派遣制度を活用して多岐にわたる相談に対応する。 5. 需要動向調査に関すること 小規模業者の販売する商品やサービスに係る需要の動向について情報収集と整理・分析を行い、小規模事業者に情報を提供して販路開拓につなげる。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 情報発信力の弱い小規模事業者に対し、商工会の情報発信機能を十分に発揮して販路拡大の支援をしていく。 現在実施している太子町マーケットを継続させ、地元事業所の商品・サービスを地域住民にPRする場の提供を行い、小規模事業者の認知度向上に努める。 <p>・地域経済の活性化に資する取り組み</p> <p>地域経済の発展のため、「企業・市民・行政」が協働する地域づくり。 行政、観光協会、金融機関等と連携して地域の産業振興や雇用対策、人材育成などを協議する地域連携会議を開催。 中小企業者および地域住民を対象とした教養・文化講演会を活用して小規模事業者の認知度向上を促進。</p> |
| 連絡先 | <p>太子町商工会 〒671-1523 兵庫県揖保郡太子町東南51-1 電話番号 079-277-2566 FAX番号 079-277-0068 メールアドレス shoutoku@taishi.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. 太子町の概況

太子町は、兵庫県南西部の播州平野が広がる西播磨地域に属し、東部・南部は姫路市に北部・西部はたつの市に隣接して人口は約 34,000 人、面積は約 22.62 平方キロメートルであり、人口密度は約 1,500 人/平方キロメートルの町である。

聖徳太子ゆかりの斑鳩寺をはじめ、町内には由緒ある歴史・文化遺産を多く有している。



道路網は国道 2 号線(太子竜野バイパス)、国道 179 号線の幹線道路が東西を貫き、交通の便は良い。

特に国道 179 号線沿いには東芝姫路工場をはじめ、企業の営業所、商業施設がロードサイドに集積し、町内経済の中心となっている。また、JR 山陽本線の網干駅が最寄り駅であり、近隣市町や京阪神地区への交通アクセスの良さなどから生活利便性は高い。

当地域の立地は都市圏型であり人口は微増の傾向であるが、太子町の将来の人口推移(下記図参照)によると平成 32 年(2020 年)をピークに人口の減少が見られ、高齢化率も現在「平成 26 年(2015 年)」の 23.8%から 26.1%に上昇すると予測されている。

当地域も人口減少や高齢化社会等の我が国経済の構造的変化に直面することは避けられない問題となっており、購買力の低下や労働者の確保等、小規模事業者は厳しい環境に直面するものと予想される。

また、太子町内の小規模事業者数は 966 である。(H21 経済センサスより)

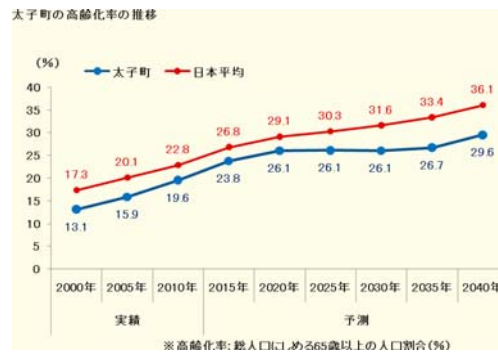
事業所数の減少は地域経済の衰退に直結するものであることから、地域活性化のためには小規模事業者の継続的な成長と創業者の育成が優先すべき課題である。

太子町行政も人口の減少を防ぎ、地元への就職を促進するなどの施策を検討しており、商工会も小規模事業者の持続的発展のため、行政との連携強化でこの課題に取り組む。

1. 太子町の人口と世帯数 推移表

| | 平成 8 年 | 平成 12 年 | 平成 16 年 | 平成 20 年 | 平成 23 年 | 平成 26 年 |
|-----|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 人口 | 31,820 人 | 32,620 人 | 33,186 人 | 33,876 人 | 34,208 人 | 34,613 人 |
| 世帯数 | 9,675 件 | 10,466 件 | 11,223 件 | 11,958 件 | 12,474 件 | 12,965 件 |

太子町ホームページ：住民基本台帳による人口推移



※【出所】総務省 国勢調査および国立社会保障・人口問題研究所 将来推計人口

2. 太子町の小規模事業者の現状と課題

(商業・サービス業)

当地域では約 22.62 平方キロメートルの狭い範囲に大型ドラッグストア 3 店舗、大手スーパーが 6 店舗、コンビニエンスストア 11 店舗、大手衣料品販売店、大手紳士服専門店等が多数出店している。

また、国道 179 号線には国内自動車メーカーのディーラーが多数出店しており、近年は顧客の囲い込みが激しくなっている。

知名度のある大手量販店、チェーン店等の町外から進出した企業は、折り込みチラシを頻繁に入れ、低価格戦略をとっている。そのため、資本力に乏しい地元小規模事業者は競合することもできずに大変厳しい状況であり、後継者不足等も影響して廃業するケースが増えている。

今後は、新規顧客の獲得や販路開拓の方法、新たな商品やサービス開発等の活性化策や後継者の育成支援が課題となっている。

(製造業・建設業)

製造業は、かつては東芝太子工場の企業城下町で恩恵を受けていたが、近年は産業の空洞化や新興国との競争から、東芝自体の太子町における影響力は減している。

また、当地域には大企業の下請け関係にある小規模事業者が数多く存在しており、これまでは大企業の受注依存度が高かったが、今後は『脱下請け』にシフトして小規模事業者自ら市場と向き合い、需要を獲得する必要に迫られている。

その上、為替や景気の影響を受けやすいため、既存事業の高度化や技術・製品開発力等自助努力の強化を図ることが重要な課題となっている。

建設業は、当地域において最も多い業種で太子町の商工業者数 1,248 事業所中 283 事業所と 22.6% を占めていることに加え、地域の雇用を支える重要な存在である。(H21 年経済センサスより)

しかし、公共事業の減少により価格競争にさらされ、職人不足による人件費や資材価格の高騰等が経営を圧迫しており、零細の建設業者は孫請け等で安定した利益が確保出来ないのが現状である。

また、昨今は建設事業の複雑化・高度化・多様化が求められており、それに対応できない事業所は今後ますます厳しい状況が続くことが懸念される。

3. 太子町商工会の取組みの現状と課題

太子町内の商工業者数は 1,248 事業者で会員数は 631 事業所である。(組織率 50.5%)

| 商工業者の業種別内訳 | | | | | | | |
|------------|-----|-----|-----|-----|---------|-------|-----|
| (合計) | 建設業 | 製造業 | 卸売業 | 小売業 | 飲食店・宿泊業 | サービス業 | その他 |
| 1,248 | 283 | 100 | 43 | 281 | 182 | 276 | 83 |

※H21 年経済センサスより

町外からの転入企業と商工会との関係の希薄化、企業の「地域への貢献・地域とともに」という意識が低くなっており、それらが組織率低下の要因の一つとなっている。

今回、経営発達支援計画策定にあたり、会員の現状や商工会への要望などを把握するために商工会員アンケート調査を実施した。

そして、会員全数調査 630 から 231 の回答を得た。 231/630 (回収率 36.6%)

○アンケートから抽出した客観データ

- ・小規模事業所割合 66%（従業員 5 人以下事業所：回答者全体に対する割合 2/3）
- ・営業年数 30 年以上割合 57%（地域営業年数、業歴）
- ・事業承継予定なし・考えたことなし 44%（全体の約半数が事業承継は困難と回答）

○経営上の主な問題点

- ・需要の停滞。
- ・競争の激化。
- ・顧客ニーズの変化対応が困難。

○商工会への要望、商工会事業への認知度（理解度）、情報入手方法

- ・要 望 情報提供 ⇒ 資金調達、補助金等制度活用など事業活動に有益な情報。
経営支援 ⇒ 小規模事業者の経営基盤を強化する支援。
- ・理 解 度 商工会事業の内容を理解していない事業所が多い。
- ・情報入手 主に紙媒体（商工会報など）から入手している事業所が多い。

上記アンケートの結果を受け、指導状況を概観すると、営業年数 30 年超で従業員 5 人以下の事業所割合が最も多く、経営改善普及事業として税務や経理、労務等の経営相談を通して小規模事業者と商工会が永年の良好な関係性を示す結果となっている。

一方で、商工会の業務内容を把握していない事業所の存在と今後の廃業件数増加の傾向がデータから読み取れ、今後の対策として地域内の全ての小規模事業者に小規模企業支援施策（経営改善普及事業）の実施機関としての商工会の役割を示すとともに、事業承継や創業支援等の対策が急務である。

また、大手量販店やチェーン店との競争等で地区内小規模事業者を取り巻く環境は非常に厳しい状態にあり、従来のような金融・税務・労務などの経営改善事業だけでは持続困難な状況になっている。そのため、今後は事業者が継続的に事業を運営できるよう商工会が経営課題の解決や販路拡大など専門的支援を可能にする体制が必要である。

【商工会の取り組み課題】

- | | |
|--------------------------|----------|
| ①地域経済環境と小規模事業者ニーズの実態把握 | （情報収集） |
| ②小規模事業者施策等の有益情報を事業者に周知徹底 | （情報提供） |
| ③行政や金融機関、関係機関との協働による支援 | （連携支援） |
| ④創業、第二創業、事業承継等の地域創業者支援 | （創業支援） |
| ⑤経営革新計画や小規模事業者の事業計画策定支援 | （伴走型支援） |
| ⑥よろず支援拠点やミラサポ、専門家派遣等の促進 | （支援制度活用） |

【今後の取り組み】

当地域の課題解決のため、以下の通り取り組む。

〔小規模事業者への重点支援〕

- ① 厳しい経済環境下で、小規模事業者が持続的な安定経営を実現するため、行政や金融機関、その他関係機関と連携し、個々の事業所の経営課題の抽出から事業計画の実施まで、継続的な伴走型支援を提供する。

- ② 意欲ある小規模事業者の発掘、新製品・サービス開発と新規顧客・市場の開拓、店づくり、商品構成、販売方法などマーケティングの各領域を専門家の活用により、ビジネスモデルの再構築と環境対応能力の向上に努める。
- ③ 創業（第二創業）、事業承継、経営力向上を目指す企業に注力し事業計画策定により育成支援を実施する。

4. 小規模事業者の中長期的な振興のあり方

太子町商工会では上記の課題解決に取り組むため、太子町が平成22年に策定した今後10年間に行う第5次太子町総合計画の重点目標のひとつである「産業の活気あふれるまちづくり」に基づき、地域唯一の総合経済団体として下記の通り役割を果たしていく。

- ①にぎわいある商業の推進として ⇒快適でにぎわいのある商業環境の構築。
⇒人と人が交流する拠点づくり。
⇒商品開発で特色ある太子ブランドの創出。
- ②活力ある地域工業の振興として ⇒工業地域の確保と企業誘致。
⇒積極的な創業者への支援。

すなわち、太子町における小規模事業者の中長期的な振興のあり方は、支援を行うことによる「にぎわいのある商業環境の実現」及び「地域工業の振興」を実現することである。

小規模事業者が中長期的な事業計画を立て、計画に基づいた経営を行うことで収益の向上と販路の拡大を後押しする。そのためには、小規模事業者への伴走型支援体制を構築すると同時に太子町役場や金融機関等の関係機関と連携しながら経営発達支援事業を推進していく。

また、中長期的には今後の10年間で太子町においても高齢化の課題が想定されるため、小規模事業者を支援することで地域経済の活性化と産業の振興を図り、高齢化に備えた体制を整備する。

5. 経営発達支援事業の方針と目標

太子町商工会は、当地域の中長期的な振興のあり方を踏まえながら、下記の目標実現のために行政・地元金融機関・支援関係機関等と連携する。また、小規模事業者と地域経済の発達に不可欠な総合的経済団体として、地域事業所の経営力の向上と商工会の支援機能強化を図り、太子町の経済活動の活性化に効果的な地域支援体制の構築を目指す。

- (1) 創業相談室の常設と関係機関との連携による創業支援の実施。
- (2) 事業者が自立できる指導体制の構築と伴走型支援強化。
- (3) 複雑化する経営相談に対応するための関係機関との連携、専門家派遣制度の活用。
- (4) 事業計画の重要性の認識を高め、事業者自らが作成・実行できる支援体制の構築。
- (5) 金融機関、行政、観光協会と連携して地域経済を振興するための体制を構築。

6. 目標の達成に向けた取組み方針

- (1) 創業支援や事業承継支援を強化することで後継者不足による廃業に歯止めをかけるとともに地域に新たな雇用を生み出す。
(創業相談室の常設と関係機関との連携による創業支援・事業承継支援の実施)
- (2) 事業者が自立できる支援体制の構築と経営革新計画等の事業推進のため市場調査・計画策定・販路開拓等の伴走型支援を強化する。
- (3) 関係機関との連携強化および専門家派遣制度等の施策の活用により、経営相談における対応力の強化を図る。
- (4) 持続的に経営を発展させていくために、小規模事業者が自ら事業計画書を作成することで、事業計画の重要性について認識を高め、計画に沿った事業を実行できるよう支援する。
- (5) 行政、観光協会、金融機関、自治会、その他地域団体と定期的に地域連携を目的とした会議を開催し、地域経済の振興発展を協力して構築していく。

経営発達支援事業の内容および実施期間

- (1) 経営発達支援事業の実施期間（平成29年4月1日～平成34年3月31日）
【5カ年計画】

(I) 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

様々な機関から市場ニーズや経済動向についての調査発表が行われているが、これらの調査内容を踏まえ事業計画を作成し、その計画に基づいた事業を遂行している小規模事業者は少ない。

しかし今後の経営環境に即応していくには経済動向を正しく把握する必要がある。

そこで商工会としては様々なデータを蓄積し、小規模事業者の業種や業態に合った情報分析を行い、継続的かつ計画的に提供することにより、小規模事業者の経営判断、経営支援の参考資料として役立てる。

(現状と課題・今後の取り組み)

地域経済の動向把握については、小規模事業者への巡回指導や窓口相談による聞き取り調査、西播磨地域景況調査報告や日本政策金融公庫等の指標、兵庫県等連携先から提供される資料がベースとなっている。これらの情報を事業の発展につながるよう分かりやすく整理し、活用できていないことが課題である。

今後は商工会が得られる情報を有効活用し、小規模事業者の事業計画策定および各小規模事業者が様々な意思決定を行う際の重要な判断材料にする。

(事業内容)

【目的】

地域経済・経営・需要動向等の環境調査を行うことで、小規模事業者の売上や利益につながるよう経営計画策定の個別支援に活かし、より綿密で実現性が高い事業計画策定を伴走型で支援する。

【情報の収集先】

- ・兵庫県西播磨県民局が四半期ごとに行う「西播磨の経済指標」の調査結果
 - ※太子町内対象事業者数16社（サービス業・製造業・商業・建設業：各4社）×4回
 - ◇業種別DI値（サービス業、製造業、商業、建設業別の業況、売上高、採算状況、資金繰り、仕入単価、雇用状況、来期見込み）
 - ◇従業員別数DI値（2人以下、3～4人、5～9人、10人～19人、20人～29人、30人～49人、50人～99人、100人以上）
 - ◇資本金別DI値（～300万円、300万円超～1,000万円、1,000万円超3,000万円、3,000万円超～5,000万円、5,000万円超～1億円、1億円超、個人事業主）
- ・全国商工会連合会が四半期ごとに行う「中小企業景気動向調査」の調査結果
 - ※太子町内対象事業者数7社（製造業1社・建設業1社・商業2社・サービス業3社）×4回
 - ◇業種別DI（製造業、建設業、小売業、サービス業の前年同月比での業況、売上額、採算、資金繰り）
 - ◇景気動向トレンド
 - ◇景気レポート

・税理士会との連携（TKCが四半期ごとに行う業種ごとの経済動向調査のデータ）

◇業種別（206業種別で黒字企業件数、黒字企業割合、平均売上高、対前年比売上高比率、限界利益率、固定費、経常利益、売上高経常利益率、損益分岐点比率、生産性、平均従業員数）

・日本政策金融公庫姫路支店が四半期ごとに行う「景気動向調査」の調査結果

◇業種別（製造業、卸売業、小売業、飲食店・宿泊業、サービス業、情報通信業、建設業、運輸業の業況判断DI、売上DI、採算DI、資金繰りDI、雇用DI、経営上の問題点、設備投資の推移、価格動向の推移）

【活用方法と効果】

問題点や課題を抽出することにより、経営分析を行う際の参考資料と事業計画策定をする上での根拠として使用する。

整理・分析した結果は図・表を取り入れる等、小規模事業者に分かりやすくして、事業計画書を策定する上で、経営状況や外部環境を把握する資料として活用する。

収集したデータについてはデータベースとして保存し、一部公表することで小規模事業者が活用できる仕組みを構築する。

地域経済動向調査を分析することで「地域経済の現状把握」と「将来予測」ができるため、より実現可能な事業計画書の策定が提案できる。

【目 標】

小規模事業者の持続的発展に必要な経済動向や町内経済の情報収集と提供を行うことにより、実現性の高い事業計画を策定し、売上や利益につながる取り組みが行えるように伴走型支援を進めていく。

【数値目標】

| 項 目 | H29 年度 | H30 年度 | H31 年度 | H32 年度 | H33 年度 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| 兵庫県西播磨県民局が公表する「西播磨の経済指標」の収集分析回数 | 4 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 |
| 全国商工会連合会が公表する景気動向調査の収集分析回数 | 4 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 |
| 税理士会（TKC）が公表する経済動向調査の収集分析回数 | 4 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 |
| 日本政策金融公庫姫路支店が公表する「西播磨管内の景気動向調査」の収集分析回数 | 4 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 |
| 商工会が取りまとめる回数 | 4 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 |

【事業実施の効果】

地域の経済動向を複数の公的機関等から計画的に収集・整理・分析することで、地域経済の情報を迅速に把握することができる。

また、商工会が取りまとめて小規模事業者に情報を提供することで地域の状況を踏まえた事業計画の策定に繋がり、今後の経営の持続的発展に期待ができる。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

小規模事業者の持続的発展に向け、経営指導員等の巡回指導・窓口相談、各種セミナーの開催等を通じて、経営資源および財務等の経営分析を行うことにより、それぞれが抱えている課題を抽出する。

専門的な課題等については兵庫県商工会連合会のアドバイザー及び兵庫県よろず支援拠点の専門家等と連携して、小規模事業者の抱える経営上の相談を丁寧にサポートする。

（現状と課題・今後の取り組み）

融資申込や借入返済に関する条件変更、また補助金・助成金申請など必要に応じて小規模事業者の現状を捉えるため、経営分析を行ってきた。

しかしながら、それらは事業者の根本的な問題を解決するための取組には発展せず、経営分析＝現状分析に留まっていた。

今後は、経営計画策定が事業発展のための必須要件であることを事業者に浸透させ、経済動向や地域の環境変化に柔軟に対応できるよう、小規模事業者が自らをモニタリングできる的確な経営分析を行い伴走支援する。

【分析を行う項目】

※巡回指導や窓口相談、各種セミナーの開催等で小規模事業者へのヒアリングを行い、各事業所単位で下記の経営分析を実施する。

- ①財務諸表（損益計算書、貸借対照表、キャッシュフロー計算書）をもとにした定量的な経営分析を実施する。
- ②定性分析としてSWOT分析を活用して、個々の事業所の「強み・弱み・機会・脅威」を整理する。
- ③3C分析（市場分析・競合分析・自社分析）による企業戦略の分析を行う。
- ④PPM分析（商品の市場成長率と市場シェア）の分析をもとに商品構成を見直す。

※上記を分析することにより

- ①自社の収益性・効率性・安全性・生産性・成長性等の項目が分かる。
- ②自社の特徴、強みや弱点などの現状の把握が出来る。
- ③狙いとする市場の特定が分かる。
- ④商品やサービスの競争力の有無が分かる。

【分析したデータの活用】

- ①分析結果は経営カルテを通じて経営指導員等がより細かく共有していき、小規模事業者の利益の確保に資する有益な助言および事業計画策定に役立てる。
- ②上記の分析作業を通して小規模事業者の経営状況を把握することで対象事業者の課題抽出を図り、希望者には専門家による経営相談を実施し、成功事例からの波及効果を広げていく。

【目 標】

経営実態の把握及び分析を目的とした巡回指導、窓口相談、セミナーの実施により、提案する商工会を目指す。さらに経営分析をした事業計画を作成することで、小規模事業者の持続的発展を促す。

数値目標（巡回・窓口相談・経営分析セミナーを通して事業計画書策定事業所を発掘する）

| 項 目 | 現状 | H29 年度 | H30 年度 | H31 年度 | H32 年度 | H33 年度 |
|-------------------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 経営分析のための巡回・窓口相談件数 | 185 件 | 200 社 | 220 社 | 240 社 | 250 社 | 260 社 |
| 経営分析セミナー受講者数 | — | 15 名 | 20 名 | 25 名 | 25 名 | 25 名 |
| 経営分析件数 | 17 件 | 20 件 | 22 件 | 24 件 | 26 件 | 28 件 |

【事業実施の効果】

本事業の取り組みから、正確な分析に基づいた経営上の課題やその優先順位が明らかになり、経営改善の効果や経営の安定化につながる。

2. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

小規模事業者が目指す経営目標の達成や経営課題を解決するために、前項の地域経済動向調査や経営状況分析の結果を踏まえ、太子町や町内金融機関、兵庫県商工会連合会等と連携して事業計画の策定支援を実施し、小規模事業者の持続的発展及び地域経済の発展を図る。

（現状と課題）

小規模事業者は事業計画を策定した経験が乏しく、その必要性に気付いていないことが多い。また現状を打破したいと思っている小規模事業者も時間や人的な経営資源に限りがあり、事業計画の策定が出来ない現状もある。

経営環境が著しく悪化する中、小規模事業者の持続的発展を図る為には、経営計画の策定は必要不可欠である。

（今後の取り組み内容）

※【指針①：経営状況の分析】と【指針③：地域経済動向調査】を踏まえ、兵庫県商工会連合会や関係機関と連携し、セミナー等の開催において事業計画策定の必要性について啓蒙し、事業計画策定の機運醸成を図る。

小規模事業者の支援については事業所ごとの状況に対応する。

【事業者支援・経営革新計画策定支援】

- ①個別相談、巡回指導時に小規模事業者からの相談等を受けるとともにやる気のある小規模事業者の掘りおこしを行う。
- ②現状分析から個々の事業者の経営資源を探り、強みや隠れた魅力を活かした持続的発展を図る支援を推進する。
- ③経営革新計画、経営改善計画、経営安定等それぞれの状況に応じて小規模事業者の現況に合った支援を行う。
- ④経営革新計画策定をテーマとしてセミナーを開催する。

【事業計画策定支援】

- ①経営計画作成の意義、経営計画立案の重要性、考え方、進め方を盛り込んだチラシ等を作成して小規模事業者に周知し、意欲の向上を促進する。

②小規模事業者が自ら経営計画を作成できるよう支援し、事業が継続発展するために県や国の支援施策を積極的に活用できるようサポートする。

【創業支援・事業承継】

- ①創業支援策として創業相談室の常設と関係機関・金融機関等との連携強化を図り、包括的な支援を実現する。
- ②事業の継続を目的とした親族・子息後継者や事業所内従業員等への事業承継の取り組みを支援する。
- ③創業（第二創業を含む）セミナーや個別相談会の開催、また創業後には巡回訪問強化による事業者の持続的サポートを行う。
- ④創業支援と事業承継計画策定をテーマにしたセミナーを開催する。

【目 標】

事業計画を策定した小規模事業者に対しては、事業の長期的課題を解決するため、経営指導員等を中心とした伴走型の支援を実施する。

| 支援内容 | 内容 | 現状 | H29 年度 | H30 年度 | H31 年度 | H32 年度 | H33 年度 |
|-----------------------------------|--------------|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 事業計画作成支援 (セミナーは経営革新支援と兼ねる) | セミナー | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| | 受講者数 | 10名 | 15名 | 20名 | 25名 | 25名 | 25名 |
| | 計画策定 | 5件 | 8件 | 10件 | 12件 | 12件 | 12件 |
| 経営革新計画策定支援 (セミナーは事業計画策定支援と兼ねる) | セミナー | - | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| | 受講者数 | - | 15名 | 20名 | 25名 | 25名 | 25名 |
| | 計画策定 承認件数 | 1件 | 3件 | 5件 | 7件 | 8件 | 8件 |
| 事業承継計画策定支援 | セミナー | - | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| | 受講者数 | - | 10名 | 10名 | 10名 | 10名 | 10名 |
| | 計画策定 実施件数 | - | 2件 | 2件 | 3件 | 3件 | 3件 |
| 創業支援 (第二創業含む) | セミナー | - | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| | 受講者数 | - | 10名 | 10名 | 15名 | 15名 | 15名 |
| | 計画策定 事業所数 | 1件 | 5件 | 7件 | 8件 | 8件 | 10件 |

【事業実施の効果】

- ①小規模事業者の経営目標や経営課題が明確化されることにより、小規模事業者の経営改善や経営力の強化が図られ、事業の持続的発展に期待が持てる。
- ②創業、事業承継を積極的に支援することで、創業促進を図ると共に、後継者育成や廃業を視野に入れている小規模事業者とのマッチングに期待が持てる。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

本事業では事業計画策定後に四半期毎の事業所巡回訪問を行い、事業進捗状況の把握・確認を行うとともに、未実施・未達成事項が確認された場合は追加的アドバイスや必要な指導・支援・助言を行う等のフォローアップを実施する。

【現状と課題・今後の取り組み】

現在、事業計画策定支援をしている小規模事業者の中には外部環境の変化によって計画実施が困難なケースが散見される。

今後は事業計画を策定した小規模事業者に対して、定期的に巡回し、立案した計画の進捗状況を確認して計画の修正やアドバイス等、必要に応じて追加的支援を行う。

【事業内容】

- ①事業計画策定事業所に対しては適時、経営指導員等が巡回し、目標達成に向けた伴走型支援を実施していく。
- ②高度な専門的相談については、兵庫県商工会連合会のアドバイザー制度や兵庫県よろず支援拠点の専門家と連携して課題の解決を目指す。
- ③事業計画に必要な資金については、日本政策金融公庫や地元金融機関の資金調達の支援を実施する。
- ④事業計画による指導実施にはP D C A（計画・実行・評価・改善）の手法を駆使して経営状況の確認や計画の見直しが必要であり、事業計画の実践状況を常に把握して、想定された売上、利益の達成状況等、目標達成の度合いを確認する。
目標達成の度合いを検証し、未達成の場合は改善策を小規模事業者と共に検討する。
それを踏まえて新たな事業計画策定支援を行う。

【進捗状況の検証】

想定された売上、利益の達成状況等、目標達成の度合いを確認し、未達成がある場合はその原因の究明を図る。原因究明が困難な場合等の状況に応じて、他の支援機関や外部専門家を活用し、目標や計画を組み直す等の追加支援を実施する。

【目標】

目標の進捗状況や達成状況を巡回・窓口相談によって定期的に把握し、経営の安定化につなげる。また、事業計画策定後、P D C Aサイクルを経た後、事業計画をステップアップして経営革新計画に繋げていく。

| 項目 | 現状 | H29年度 | H30年度 | H31年度 | H32年度 | H33年度 |
|-------------------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 事業計画 フォローアップ事業者数 | - | 8件 | 10件 | 12件 | 12件 | 12件 |
| 経営革新承認計画 フォローアップ事業所数 | 1件 | 3件 | 5件 | 7件 | 8件 | 8件 |
| 事業承継計画 フォローアップ事業所数 | - | 2件 | 2件 | 3件 | 3件 | 3件 |
| 創業計画 フォローアップ事業所数 | - | 5件 | 7件 | 8件 | 8件 | 10件 |

【事業実施の効果】

地域経済の動向調査や経営状況の分析によって作成した事業計画の実施において、商工会が他の機関と連携しながら伴走型の支援を実施することで、定期的な進捗確認や検証作業が可能となる。さらには計画の実現性も高まり、事業の持続的発展に繋がる。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

【目的】

小規模事業者を個社支援するために、支援対象の小規模事業者が販売する商品や役務の提供、サービスに関わる需要動向を調査・分析することで小規模事業者が気付いていない潜在顧客の存在を認識させ、新たな需要の開拓へつなげていく。

国、県、全国商工会連合会が調査している需要動向指数と地元小規模業者の販売する商品及びサービスを比較して整理・分析を行い、対象の事業者に情報を提供する。

【現状と課題・今後の取り組み】

スーパーやコンビニ等の大手企業はPOSシステムを活用して、常に商品の再構成を図っているが、小規模事業者は商品需要の情報源が限定されている。

そのため、需要や市場動向を把握することができず、従来通りの商品構成を行っていることが多い。

また、商工会においては需要動向の分析が行われておらず、活用できていないのが現状である。

今後は小規模事業者が市場のニーズを考慮した事業計画が作成できるよう、また個社が様々な意思決定を行う際の重要な判断材料になるように、需要動向を整理・分析して小規模事業者に幅広く情報を伝えていく。

取り組み方法としては、事業計画作成セミナーの受講者や巡回指導・窓口相談を通して、需要動向調査を実施するための個社を選定する。

【目標】

太子町を代表する地場産業として「太子みそ」の製造が広く知られている。

また、太子みそを使用した様々な料理などが町内外で浸透しており、太子みそを製造している小規模事業者を需要動向調査の支援対象に定める。

目標としては、小規模事業者がこれまでの経験に頼った判断をするのではなく、需要動向調査によるデータの重要性を認識してもらい、データに基づいた経営判断を行うことで消費者ニーズに合わせた経営をすることができるように支援する。

また、巡回やセミナーを通じて小規模事業者自らが需要を見据えた事業計画を策定するよう啓発する。

(需要動向調査の数値目標)

| 項目 | 現状 | H29年度 | H30年度 | H31年度 | H32年度 | H33年度 |
|----------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 需要動向調査件数 | - | 10回 | 10回 | 15回 | 15回 | 15回 |
| 調査結果提供件数 | - | 5件 | 10件 | 15件 | 15件 | 15件 |

【事業内容】

(1) 情報の収集

①物産展などでみそに関する市場調査を実施する。

手法としては、来場者や購入された方々にみその味、分量、価格、みそを使った料理は何が好きか、みそを料理に使う頻度などを尋ねるアンケート調査を行う。

②食品産業新聞が発行する味噌醤油年鑑、日本食料新聞や全国味噌工業協同組合連合会が公表している消費動向、生産動向、販売データなどで情報を収集する。

※収集する調査項目

・個人消費傾向（来店理由・購入商品・希望商品・リピートの可能性・購入価格・顧客の属性等）

（２）活用方法

①収集した情報を経営指導員が中小企業診断士などの専門家に協力してもらって、整理と分析を行い、小規模事業者にフィードバックする。

②国や県のマーケティング調査を活用し、豊富な情報量を整理して需要につながる情報を提供する。

③分析・整理した情報を効果的に活用するため、巡回時にはタブレットを活用して小規模事業者に最新の情報を提供する。

④分析・整理した情報は小規模事業者の持続的発展に向け、事業計画書の策定において最大限に活用する。

【事業実施の効果】

地域の小規模事業者が必要動向調査の重要性と有効性を認識していただくことで、市場の傾向や消費者ニーズ、今後の事業展開の方向を的確に把握することができる。

それにより、小規模事業者が実情を踏まえた中長期的な事業計画策定をすることに繋がり、今後の経営を持続的に発展させる期待ができる。

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】

【目的】

①小規模事業者の知名度アップや取引先とのマッチングのために関係機関が実施している商談会や展示会などの商談機会の情報を提供するとともに、アンテナショップ、展示会、商談会に出展する小規模事業者に対して、出展に向けてのアドバイスやプレゼン資料作成等、効果的な商談を進めるための商談会シートの作成支援を行う。

| 展示会名 | 場所 | 運営者 |
|------------|-----|----------|
| 西播磨ふるさと特産館 | 神戸市 | 西播磨県民局 |
| むらからまちから館 | 東京都 | 全国商工会連合会 |
| ニッポン全国物産展 | 東京都 | 全国商工会連合会 |

②例年、地域住民に事業所の商品やサービス等をPRする場として実施している太子町マーケットを継続発展させて、地元小規模事業者の認知度アップに努める。

【現状の取り組み】

地域小規模事業者の認知度の向上と住民の地元への関心を高めるために平成 22 年度より産学連携事業として太子町マーケットを開催している。

（産学連携支援事業：太子町マーケットとは）

- ・目的 町内には多くの大型店が乱立し、地元商店の客離れが深刻な状況にある。また近年新しく町内に移り住んで来た住民も非常に多く、地元小規模事業者の認知度を高めるために開催している事業である。

- ・ **実施体制** 商工会が中心となり、兵庫県立大学、町役場、地元小規模事業者、兵庫県商工連合会で構成する。
- ・ **事業内容** 事前に学生が出展者を訪れ、事業者の特長を取材しPR用チラシを作成する。マーケット開催前に再度出展者を訪問し、作成したチラシを参考に出展に対しての提案を行う。
- ・ **事業効果**
 - ①マーケット形式でのイベントを開催することによって、より多くの消費者に各店舗の認知度アップが図れるとともに、商品やサービスを幅広くPRできる。
 - ②消費者とのフェイス・ツー・フェイスのやりとりによって、出展者と消費者の距離を縮め、より詳細な商品情報の提供ができる。
 - ③学生が出展に際してのレイアウトや商品構成のアドバイスを行うことにより、出展者の新たな発見にも繋がる。

【課題】

小規模事業者は新規顧客を開拓するためのアプローチやターゲットとするべき顧客の選定に課題を抱え、自社や商品、サービスのPRに苦慮している。

商工会としてはこの課題を解決するために太子町マーケットを実施してきたが、今後は地域での販売だけでなく、広域的な販路拡大支援も実施していかなければならない。

そこで、ICT（情報通信技術）を活用した販路拡大や効果的な情報発信に関するセミナーの実施及び専門家派遣制度を活用した情報発信に関する伴走型支援の強化を進めていくことが求められる。

また、商品や技術力をPRする機会の少ない工業関係事業所に対しては、新たな需要開拓の提案の機会を実施していく必要がある。

【今後の取り組み内容】

- ①京阪神都市圏で事業展開を考えている事業所には神戸市にある西播磨特産館（県の事業）での販売、また首都圏で事業展開を考えている事業所には東京にあるむらからまちから館（全国商工会連合会の事業）での販売を支援する。
その他にも様々な物産展や展示会、商談会を活用して、新市場の開拓や新たな販売方式の構築を望んでいる小規模事業者に積極的に出展を促しながら新たな販路の開拓を推進する。
- ②情報発信力の弱い小規模事業者に対しては、商工会の情報発信機能を十分に発揮して共同広告やホームページ、フェイスブック等の活用で販路拡大の支援を図る。
- ③地域密着での事業展開を目指している小規模事業者は現在実施している太子町マーケットを継続発展させて、町内の新住民に地元事業所の商品やサービスの認知度向上に努める。

【目標】

- ①関係機関が実施する展示会や商談会に小規模事業者が自主的に出展するようにサポートしていくことで、新たな取引先の開拓や売り上げの向上、収益の持続的な安定化につなげる。

②兵庫県商工会連合会のアドバイザーおよび情報推進員を通して、ICT活用による、新規顧客開拓のためのアプローチ方法やターゲットの拡充を図る。

【数値目標】 太子町マーケット

| 項目 | 現在 | H29年度 | H30年度 | H31年度 | H32年度 | H33年度 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 出店者数 | 24社 | 26社 | 28社 | 30社 | 32社 | 34社 |
| 来場者 | 1200人 | 1300人 | 1500人 | 1700人 | 1800人 | 1900人 |

| 支援内容 | 現在 | H29年度 | H30年度 | H31年度 | H32年度 | H33年度 |
|-----------------------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 展示会の情報提供 (ターゲット会社にアプローチ) | — | 5社 | 7社 | 8社 | 8社 | 10社 |
| 展示会出展件数 | | 1社 | 2社 | 3社 | 5社 | 8社 |
| ICT活用による販路拡大支援 | — | 3社 | 5社 | 5社 | 7社 | 8社 |

【事業実施の効果】

本事業により、地域内のみならず、県内外における販路開拓支援で小規模事業者の生産量・販売額が増加するとともに、小規模事業者の情報発信能力向上が期待できる。

(II) 地域経済の活性化に資する取り組み

当会では地域活力増進事業等の補助金により当地域の特産物である太子みそや太子いちじく等の商品開発等や販路開拓の事業を観光協会と連携して実施してきた。

また、聖徳太子ゆかりの地を町内外に幅広くPRするためにマスコットキャラクターのたいしくん・あすか姫を作成・活用して太子町の活性化に努めてきた。

今後太子町、太子町観光協会、金融機関、自治会、その他地域団体と協力し、今後の地域経済活性化の方向性を検討する。

そして既存のイベントのリニューアル等による再活性化を実現し、地域内事業者の商品・サービス・技術や観光資源を積極的に来場者や地域住民へPRすることにより、地域ブランド、にぎわい創出等による地域経済活性化を図る。

さらに、今後太子町の経済が継続発展していくためには、地域の企業にも地域活性の役割を促す必要がある。

【現状の取り組み】

太子町商工会では「和のまち太子町」をPRしていくため、町内外から多くの人を訪れる太子春会式の中心的な役割を担い、夏祭りである太子夏会式は太子町商工会青年部が中心になって実施し、地域振興に寄与している。

また、太子町を代表するイベント「太子あすかふるさとまつり」の運営にも太子町と連携して関わっており、住民主体のイベントで地域経済の活性化に取り組んでいる。

また、地域住民を対象とした教養、文化講演会も開催している。

この事業は太子町の小規模事業者の知名度アップを目的として実施している。

講演会に来場するには応募ハガキが必要であり、応募ハガキを小規模事業所に設置することにより、従来の顧客に併せて応募ハガキを求める方々が多数来店され、地域住民

に喜んでいただくと同時に、小規模事業所のアピールにも大きく貢献している。

毎年、太子町文化会館（800 席）に対して 3500～4500 枚の応募ハガキが送られてくる。応募ハガキの枚数が住民の関心の高さを示すバロメーターとなっており、これまでに多くの著名人を講師として招いている。

今後も上記の事業を継続発展させていくことにより太子町に他地域の住民を呼び込むための PR と小規模事業者の知名度アップに取り組んでいく。

【課 題】

・太子夏会式・春会式・太子あすかふるさとまりについては、住民に喜んでいただくためのイベントとして地域に貢献しているが、どのイベントにおいても、当日の一過性の効果を得るに留まっており、今後はイベント終了後においても継続的な地域消費につながるような仕組みづくりを検討・実行して必要がある。

【今後の取り組み】

①当会では毎月 1 回、管内の情報交換の場として連絡会を設けており、メンバーは町長、商工会会長、連合自治会長、警察署長、地元高校の校長や郵便局長、金融機関等、企業関係者等で構成されている。

地域連携会議の性格を有するこの連絡会で地域の産業振興における雇用対策、人材育成、地域資源の活用方法等に意見をいただくことで相互の連携を深めて意識の共有を図り、今後の地域の方向性を定めていく。

②地域社会に貢献する会社・事業所を掘り起こし「企業・市民・行政」がともに助け合い、発展していく地域づくり・まちづくりを目指す。

【事業実施の効果】

太子町、太子町観光協会、各種地域団体と連携することにより、商工業者のみならず地域住民をはじめ多くのステークホルダー（利害関係者）のニーズなどを捕捉し、これに応える施策が具現化する。

商工会単体ではカバーしきれない領域を連携することによって捕捉し、より広域で継続的な事業推進により、地域経済の活性化に資する確率は以前に増して高いものになると確信する。

（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

当地域における小規模事業所の経営課題や地域活性化に資する取り組みを円滑に実施するには、関係機関との連携を通じた支援ノウハウ等の共有が必要である。

経営課題が高度化、複雑化する中での単独組織での支援には限界がある。

そこで、行政、外部支援機関および専門家等と連携をし、各地域の小規模事業者の成功した支援事例や支援ノウハウを共有することで、支援力の強化を図る。

（支援ノウハウの情報交換について）

①西播磨地区の商工会により構成する西播磨地区商工会連絡協議会において、各商工会が取り組む支援事業内容やセミナーの開催内容および地域活性化事業等の取り組み

状況の情報交換を行うことで、支援ノウハウや新たな需要開拓に関する情報収集体制を構築し、経営発達支援計画の円滑な実施にむけた支援力の向上を図る。

- ②兵庫県商工会職員協議会主催の「経営支援事例発表会」への職員参加を積極的に進めていき、事例研究や他の商工会との意見交換を深めることで職員の支援ノウハウのスキルアップを図る。
- ③日本政策金融公庫姫路支店、地元の金融機関や商工会役員及び太子町担当課との金融懇談会で景気情報や融資状況等の情報交換を実施しているが、今後は小規模事業者への支援事例や状況を踏まえた支援方策、活用ツール、支援ノウハウについての連携を図る。
そうすることで、当会では有していない支援の視点やノウハウ・新たな需要動向・実施の事例等について学び、更なる支援力の向上につなげるための基盤と支援機関の連携による円滑な支援が実施できる体制を構築する。
- ④ひょうご活性化センターや中小企業基盤整備機構、ミラサポ等とは電話やネットを活用してこれまで以上に専門家派遣等の支援ノウハウに関する情報交換を行い、経営発達支援事業における小規模事業者の課題解決のためのツールとして、各機関が持つ専門家派遣制度を有効に活用した支援を実施する。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

小規模事業者の経営環境、中小企業施策等が大きく変化する中で、商工会に求められる経営支援ニーズも多種多様化しており、時代の変化に対応しながら小規模事業者への経営支援が効率的、効果的に行えるように、支援力の向上を図ることが不可欠である。

そこで当会では経営支援の基礎的知識及び専門的支援能力の向上、特に売上や利益を確保することを重視した支援力を身に付けるために下記の取り組みを行い、同時に職員会議等を通じて組織内で知識の共有を図る。

【資質向上のための取り組み】

- ①兵庫県商工会連合会が主催する研修の参加に加え、中小企業基盤整備機構が開催する「事業承継・経営者保証ガイドラインセミナー」や中小企業大学校が主催する研修に積極的に参加して支援能力の向上を図る。
- ②全国商工会連合会WEB研修（eラーニング）の受講により、小規模事業者の経営支援体制を高めることに努め、問題点および課題の把握・的確なアドバイスや多様化するニーズの対応に応じられる能力を身に付ける。
- ③兵庫県商工会職員協議会の資格取得奨励金制度への取り組みを実施する。
（公的資格の取得を積極的に行い職員の資質向上に努める。）
- ④兵庫県商工会連合会が実施しているチーフコーディネーターを経営指導員全員が取得できるように取り組み、OJTを通して全職員が支援能力の向上が図れるような仕組みを構築する。

【組織内で情報共有する仕組み】

組織内で経営指導員を中心とした「経営支援力勉強会」を毎月開催し、小規模事業者の業績向上につながった事例等の情報を共有するとともに、小規模事業者が求める支援業務をすべての職員が体験する。

さらにその情報を交換することにより組織として経営指導能力の向上を目指す。

日々の支援やOJTを通じて得られた手順や手法など、共通の記録様式で作成し、定期的に報告・相談する機会を設ける。

実際の案件を題材とした討議を行うなど情報交換のみではなく、経営支援能力、知識等を習得する場として活用する。

3. 事業の評価およ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および成果について、以下の方法により評価・検証を行う。それにより、「効果的なPDCAサイクルの構築」を図る。

- ① 外部専門家（県連合会アドバイザー等）や商工会理事で構成する委員会により毎年度の実施状況、成果の評価、見直し案を検討する。
- ② 正副会長会において委員会の確認事項を決裁する。
- ③ 事業の成果・評価・見直し案を会長から理事会へ報告し意見を徴求する。
- ④ 理事会で承認を得た見直し案を最終決定機関である総代会の承認を受ける。

【事業評価と結果の公表】

商工会事務局は実施している事業の成果や必要な情報を数値および報告書として事前に委員会に提出をおこない、委員会は経営発達支援事業がより効果的なものにするために、事業の評価およびアドバイスを得的場とする。

この委員会は総括的な開催をし、事業の評価、見直しを実施し、経営発達支援計画のPDCAサイクルを実践する。

委員会結果を正副会長会に報告、決裁を得て会長から理事会に報告。最終決定機関である総代会の承認を経て、事業評価と次年度計画をホームページに掲載。

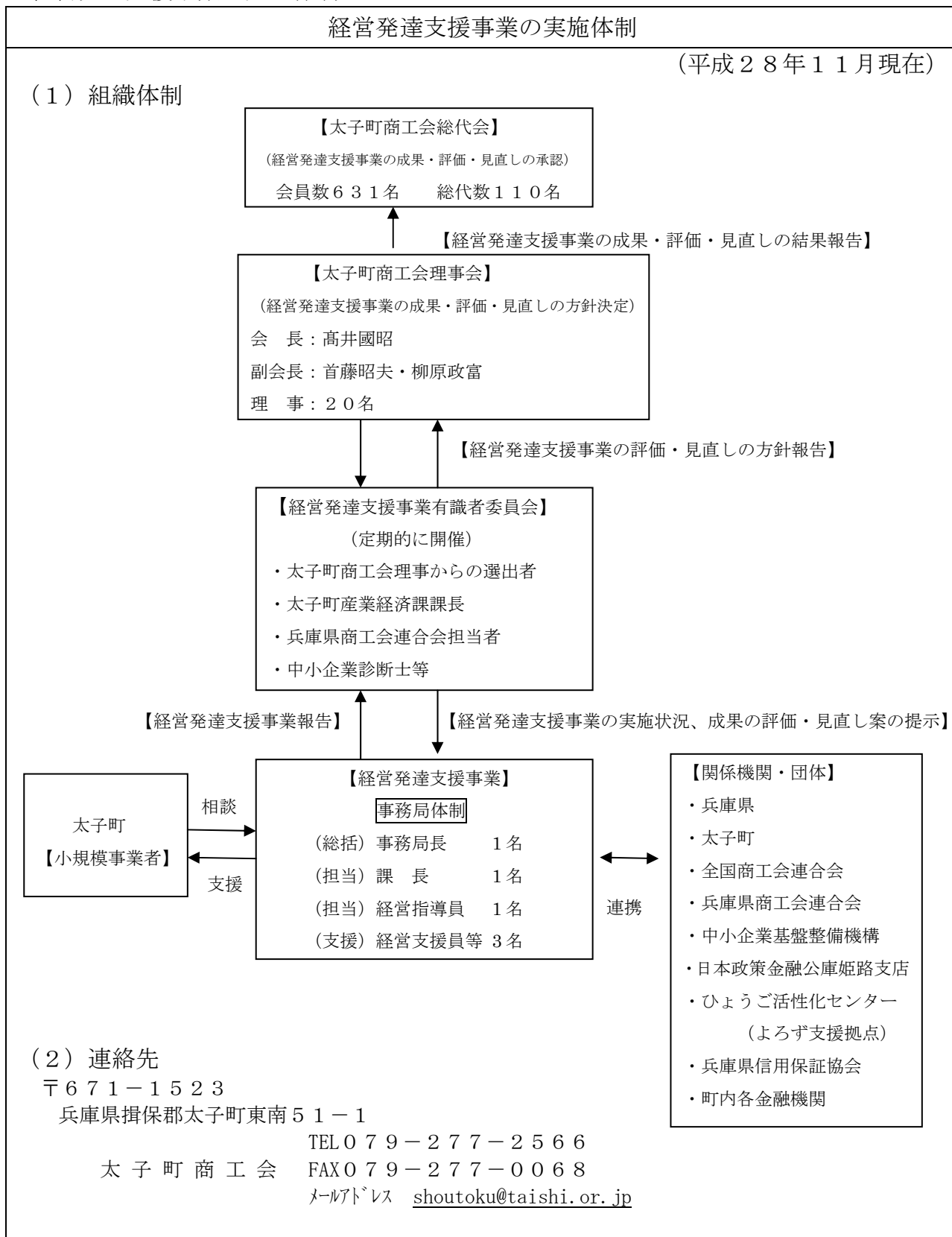
【委員会の構成】

委員会は経営発達支援事業をより効果的なものにするための諮問機関と位置づけ、事業の評価およびアドバイスを得的場とする。

委員会の構成メンバーは会長が任命した商工会役員および小規模事業者の代表者、外部有識者（中小企業診断士・コンサルタント等、中小企業施策に詳しく、事業評価を適切にできる方）、太子町の担当者、兵庫県商工会連合会からの派遣者等で構成する。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



(別表 3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額およびその調達方法

(単位千円)

| | 平成 29 年度 | 平成 30 年度 | 平成 31 年度 | 平成 32 年度 | 平成 33 年度 |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| 必要な資金の額 | 6,000 | 7,000 | 7,200 | 7,400 | 7,400 |
| 地域の経済動向調査事業費 | 150 | 200 | 200 | 250 | 250 |
| 経営状況の分析事業 | 300 | 350 | 350 | 400 | 400 |
| 事業計画策定支援事業費 ・創業、事業承継セミナー ・事業計画作成セミナー等 | 1,000 | 1,300 | 1,500 | 1,500 | 1,500 |
| 事業計画策定後の支援事業費 ・フォロー：経営革新計画に繋げる | 300 | 350 | 350 | 400 | 400 |
| 需要動向調査に関する事業費 | 50 | 60 | 60 | 70 | 70 |
| 新たな需要の開拓に寄与する 事業費 | 2,000 | 2,500 | 2,500 | 2,500 | 2,500 |
| 地域経済活性化事業費 | 2,000 | 2,000 | 2,000 | 2,000 | 2,000 |
| 経営発達試験事業の円滑な実 施に向けた支援向上事業費 | 200 | 240 | 240 | 280 | 280 |

(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 |
|--------------------------------|
| 県補助金・町補助金・県連合会受託事業・会費収入・手数料等収入 |

(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)

商工会およ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 市場調査支援・経済動向の把握に関する連携 |
| ② 経営状況の分析に関する連携 |
| ③ 事業計画策定・実施支援に関する連携 (創業支援・事業承継支援) |
| ④ 新たな需要の開拓に起用する事業に関する連携 |
| ⑤ 地域経済の活性化事業に関する連携 |

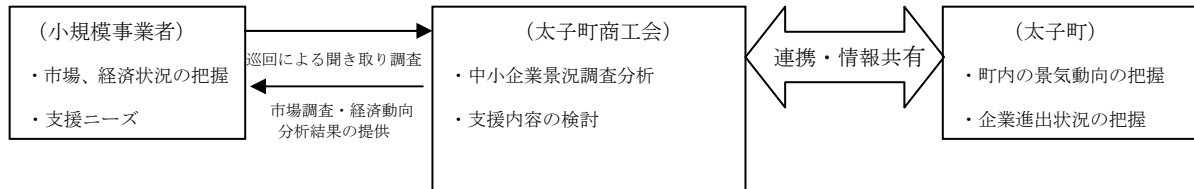
連携者およびその役割

連携者一覧（主な連携者）

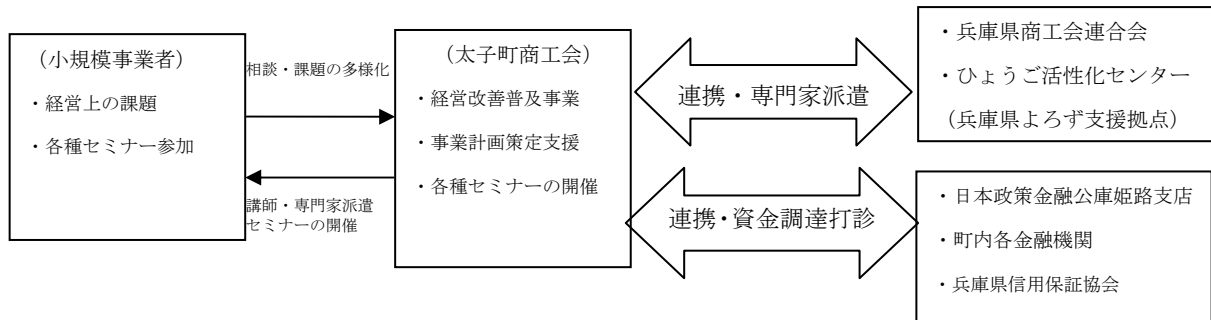
| 名 称 | 代表者名 | 住 所 |
|--|----------------------------------|--------------------------|
| | 連携する内容 | |
| 兵庫県 | 井戸 敏三 | 神戸市中央区下山手通 5-10-1 |
| | 中小企業施策の情報提供・補助金申請支援 | |
| 西播磨県民局 | 早金 孝 | 兵庫県赤穂郡上郡町光都 2-25 |
| | 西播磨圏内の経済動向および需要動向の共有 | |
| 公益財団法人 ひょうご産業活性化センター (中小企業庁 兵庫県よろず支援拠点) | 榎本 輝彦 | 神戸市中央区雲井通 5-3-1 サンパル |
| | 中小企業施策の情報共有・専門家派遣事業・創業支援の連携 | |
| 太子町 | 服部 千秋 | 兵庫県揖保郡太子町鵜 280-1 |
| | 太子町内の小規模事業者への施策支援および地域活性化支援の連携 | |
| 全国商工会連合会 | 石澤 義文 | 東京都千代田区有楽町 1-7-1 有楽町電気ビル |
| | 中小企業施策の情報提供・補助金申請支援 | |
| 兵庫県商工会連合会 | 志智 宣夫 | 神戸市中央区花隈町 6-19 |
| | 中小企業施策の情報提供・専門家派遣事業・各種補助金申請支援 | |
| 株式会社 日本政策金融公庫 姫路支店 | 菅井 雄一 | 兵庫県姫路市忍町 200 |
| | 太子町内の小規模事業者の金融支援 | |
| みなと銀行網干駅支店 | 野田 英司 | 兵庫県揖保郡太子町糸井 188-6 |
| | 太子町内の小規模事業者の金融支援 | |
| 西兵庫信用金庫太子支店 | 飯塚 裕二 | 兵庫県揖保郡鵜 58-1 |
| | 太子町内の小規模事業者の金融支援 | |
| 兵庫信用金庫太子支店 | 藤本 努 | 兵庫県揖保郡鵜 1327 |
| | 太子町内の小規模事業者の金融支援 | |
| 播州信用金庫太子支店 | 安積 省吾 | 兵庫県揖保郡東保 21-3 |
| | 太子町内の小規模事業者の金融支援 | |
| 姫路信用金庫太子支店 | 西田 勝一 | 兵庫県揖保郡東南 365-1 |
| | 太子町内の小規模事業者の金融支援 | |
| 兵庫県信用保証協会 | 杉本 明文 | 神戸市中央区浪花町 62-1 |
| | 太子町内の小規模事業者の金融支援 | |
| 兵庫県立大学 | 清原 正義 | 神戸市西区学園西町 3-2-1 |
| | 太子町内の地域活性化に資する取り組みの連携(太子町マーケット等) | |
| 太子町観光協会 | 高井 國昭 | 兵庫県揖保郡太子町東南 51-1 |
| | 太子町内の地域活性化に資する取り組みの連携(観光事業等) | |

連携体制図等

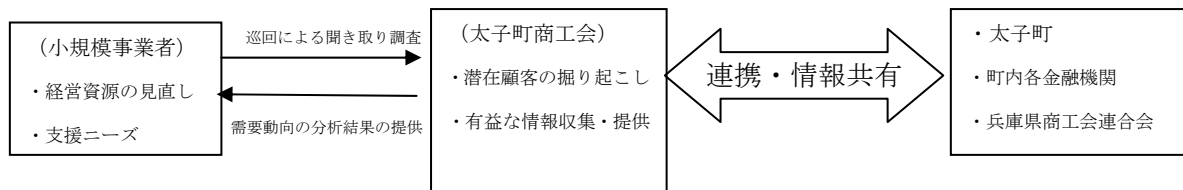
・地域の経済動向調査事業



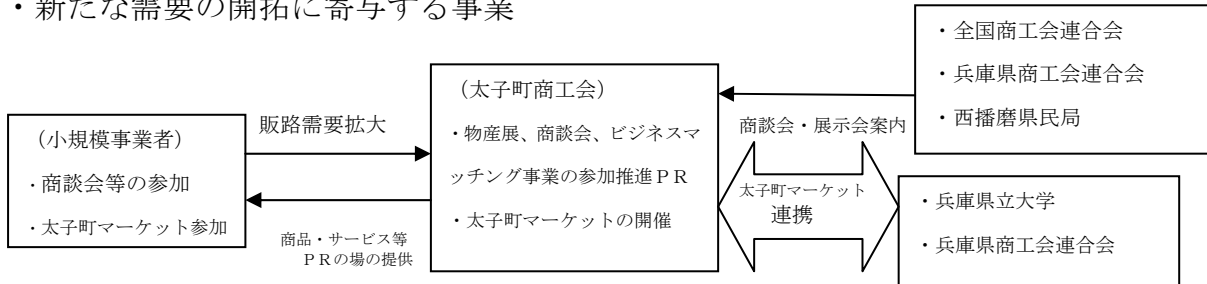
・経営状況の分析事業 ・事業計画の策定支援事業 ・事業計画策定後の実施支援事業



・需要動向調査に関する事業



・新たな需要の開拓に寄与する事業



・地域経済の活性化に資する取り組みに関する事業

