

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	播磨町商工会（法人番号2140005009368）
実施期間	平成30年4月1日 ～ 平成35年3月31日
目標	◇小規模事業者は、当地域内事業者の7割以上を占めており、正に地域経済を支えているは小規模事業者である。昨今事業所数が低減傾向にある現況下において、小規模事業者の経営環境の変化に対応し、雇用を維持して持続的発展を図るため、販路開拓、事業継承、経営革新及び創業支援等に係る事業活動全般への伴走型支援を行うことから地域経済の活性化に資することを目標とする。
事業内容	<p><b>I 経営発達支援事業の内容</b></p> <p>① 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 地域の経済動向を調査・分析し、小規模事業者に情報提供を行う事で、地域動向を踏まえた事業計画・経営方針の策定に寄与する。</p> <p>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、経営実態を把握・分析し、定量的情報のみならず、定性的情報からより効果的な支援を構築する。</p> <p>③ 事業計画策定支援に関すること【指針②】 経済動向調査・経営状況の分析結果を踏まえ、経営課題の解決を目的とする事業計画の策定支援を行う。</p> <p>④ 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 事業計画策定支援を行った小規模事業者に対して、定期的に進捗状況を確認しフォローアップ体制を構築する。</p> <p>⑤ 需要動向調査に関すること【指針③】 効果的・効率的な事業計画策定のため、小規模事業者の要望に応じた業種・商品及びサービスについての需要動向調査を実施する。</p> <p>⑥ 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】 展示会・商談会情報提供・助言等から商談成立確率を高め、小規模事業者の販売力強化に取組み需要開拓に貢献する。</p> <p><b>II 地域経済の活性化に資する取組</b></p> <p>※ソフト面の支援に加え、ハード面・制度面の環境整備を行い、「住」と「業」が承継される街づくりに能動的関与することで地域活性化を目指す。</p>
連絡先	<p>「播磨町商工会」 住所：兵庫県加古郡播磨町東本荘1-5-1 電話：079-435-1630</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

(1) 播磨町・小規模事業者の現状と課題

【播磨町の現状】

播磨町は、兵庫県の南東部に位置し、昭和37年に兵庫県最後の村から町制施行。加古川市と明石市の間に位置し、神戸市の中心部から西側に直線距離で約30kmの臨海部にあり、県内で瀬戸内海に面する唯一の町である。面積は9.13km<sup>2</sup>と県内市町で最も小さく、その3割が海を埋め立てた人工島(新島)であり、一般機械器具製造、化学工業を中心とする56社が操業している。また、町内にはJR山陽本線土山駅と私鉄山陽電鉄播磨町駅の2駅があり、神戸から30分、大阪から60分の位置にある交通至便な町である。

人口は約34,000人で現在も増加傾向にある。行政は、ハード面・ソフト面及び制度面から積極的に子育て支援を展開し「住みやすい街・働きやすい街・子育てしやすく何世代に亘り定着する街づくり」を進めている。



【地域・商工業者の現状】

播磨町は、東播磨臨海工業地帯の一角に位置しており、人工島及び沿岸部には製造業が存在している。内陸部には、卸・小売業、飲食業及びサービス業など小規模事業者等が存在しているが、町内への大型店の出店により、小規模事業者は弱体化しつつある。現在、商工業者数は1,004、小規模事業者数は746(平成21年経済センサス)で全体の74.3%を占めている。また産業構造は、1次産業は0.6%、2次産業33.9%、3次産業は65.5%となっている。商工業者数は平成18年事業所・企業統計調査時と比べ、4.2%の減少率となっている。特に、全体の小売業・飲食業は5.6%、サービス業は10.4%の減少率が目立っている。

町内小規模事業所の業種別内訳

建設業	製造業	小売業	飲食業	サービスその他	計
101	78	157	92	318	746

出典 (総務省「平成21年経済センサス - 基礎調査結果」)

### 【小規模事業者（商業）の現状と課題】

播磨町はベッドタウン化が進んでおり、人口は増加傾向にあるものの、昼間人口が少なく、人口比約13%が町外に流出している。これは、町内道路網の発達やバス・電車を利用することで大都市（姫路市、神戸市）へのアクセスが容易なためである。

加えて、近隣の加古川市や明石市には、大規模商業施設や商業集積地があるため、購買力を吸収されている状況が続いている。そのため町内の小売業者・飲食業者が自力で経営発達・経営維持していくことが非常に厳しい環境となっている。更に、経営者の高齢化や経営近代化の遅れにより廃業店舗が増加しつつある。

そこで、今後、当町の賑わいや活力を維持するためには、地域住民の需要を把握しそれに応えることができる「新たな事業形態（商品構成・販売方法）」の構築が喫緊の課題である。

### 【小規模事業者（工業）の現状と課題】

製造業者においては、新島及び臨海部の大企業（川崎重工業(株)や住友精化(株)等）や中堅企業からの下請け・孫請け事業者が大半である。

下請け・孫請け事業者においては、系列化が進んでおり、元請企業との取引を重視する経営を行っている。また、元請企業から様々な支援・指導を受けている事業所がほとんどで、個社単位で経営計画を作成する必要はなく、現時点では、個社が新たな取引先を開拓、拡大することの必要性がない。そのため、商工会の関与、および支援は極めて限定されることから、商業の支援を最優先（重点業種）に経営発達支援事業に取り組むことが町内の小規模事業者の持続的発展に繋がると考えられる。

### 【播磨町商工会の現状】

現状の商工会（事務局長、経営指導員2名、経営補助員1名、記帳指導員1名の5名体制）は、金融・税務・労務相談等の直面する課題に対して対症的な経営改善普及事業を中心として地域の小規模事業者の経営基盤の安定に注力してきた。

ただ、小規模事業者を巡る経営環境は厳しさを増し、従前の経営改善普及事業では経営状況の把握から事業計画策定及びその後の計画の実施まで十分な伴走型支援に至っていないことがほとんどである。また、現状の経営支援体制では、環境変化を乗り越えることのできる小規模事業者の育成に不十分であり、経営実態を把握・整理・分析し、小規模事業者の経営力強化を目的とした各々の事業者が抱える課題を解決し支援する取組を行うことが持続的発展に繋がる。

### 【播磨町商工会の課題】

- i) 小規模事業者の実態把握が不十分である。
- ii) 小規模事業者の経営課題の把握が不十分である。
- iii) 経営課題を解決するための計画的な持続的支援が不十分である。

## （2）小規模事業者の中長期的な振興のあり方

- i) 播磨町が平成23年度～平成32年度の10か年計画で策定した播磨町第4次総合計画の商工業の振興計画である「商業の活性化」と「中小規模事業者の振興（商業経営の強化）」を金融機関等と共有する。その上で、地域の課題や小規模事業者の実情を踏まえ、播磨町や金融機関と一体となって、小規模事業者の

持続的発展と創業の促進を図ることを長期（10年）的に取り組む。

- ii) 具体的には本経営発達支援計画に基づき、小規模事業者（商業）の現状を踏まえ小売業者・飲食業者を中心とした商業を戦略分野と位置づけ、その持続的発展と創業および事業承継を支援することで地域の活力と賑わいのあるまちづくりに貢献する。小規模事業者の支援の方向性は、計画に基づく戦略的な経営をおこなうことで、収益の維持・拡大を推進し、強固な経営基盤の構築を目指す。そのため、当商工会では、1) 地域住民の需要に応えることともに、近隣市町からも顧客を呼び込めるような「魅力ある店づくり」を支援する。2) 経営状態を全体感で把握するのではなく、事象を分類・分析し、問題解決の糸口や切り口を明確にすることで経営者意識の向上と利益を生む経営体質を変革する。「どんぶり勘定からの脱却」3) 地域の活力を維持し、事業所の減少を食い止めていくためには、小規模事業者の事業存続と新たな事業の創出を推進することが必要であり、「事業承継の推進」と雇用の創出にも繋がる「創業の推進」に取り組む。4) 異業種交流事業等を通して、自社の不足する経営資源を補う事業連携などに繋げる。これらの取り組みにより個社の経営基盤を強化しつつ、独自の新品やサービスの開発を進め、「地域ブランドの確立」へ繋げる。その結果、将来的には（10年後）、魅力ある個店が連携した新たな商店群が形成することを旨とする。

### **(3) 経営発達支援計画の目標**

上記の中長期的な振興のあり方を踏まえ、商工会としては、経営支援力と情報提供力を高めて本事業期間内（5年間）において、小規模事業者に寄り添いながら経営発達支援事業の効率的な実施を図り、小規模事業者の持続的発展を目指す。

#### **個社支援（魅力ある店・利益の出せる店づくり）**

当地域における多くの小規模事業者が、地域の発展に併せて事業を維持・拡大（需要拡大に伴い自然と売れる）してきた従来型の経営手法から脱却していく必要性がある。

そこで、経営発達支援計画を推進することにより、地域内の小規模事業者や創業者が自社の内外の状況を正しく理解したうえでポジショニングを明確化し、「誰に、何を、どのように販売するか」という経営方針を打ち出した事業計画を策定、実施する。商工会は、この取り組みを補完するために各種情報収集や新たな需要開拓および、小規模事業者に密接な繋がる支援を行うことで地域経済の活性化に繋げていく。そして、今後当地域において想定される需要の低下や、大型店等との競合・共存にも対応しうる「小さくてもキラリと輝く、魅力ある店・利益の出せる店」として、小規模事業者の持続的な発展を目指していく。

### **(4) 経営発達支援計画の取組方針**

#### **i) どんぶり勘定からの脱却（経営支援）**

小規模事業者の大半は、ルーズな予算管理で日々業務に没頭している。このような状態では、経営課題を把握することが困難である。そこで、地域経済動向・消費購買動向を収集・整理・分析した資料を基に、魅力ある商品・サービスの提

供や経営分析から経営革新及び事業計画策定に役立てることにより「ビジネスプランに基づく経営」の促進を図り、放漫会計（どんぶり勘定）から分析会計（そろばん勘定）へ導く経営支援が小規模事業者の持続的発展に繋がる。

## ii) 魅力ある個店づくり（販促支援）

経営指導員等の計画的な巡回指導、金融・税務等の窓口相談機会を通じて、個店・小規模事業者の経営課題の掘り起しを行い、経営課題（需要動向・経営分析等）を解決するために、個社に合せた経営計画を策定する。そして、経営計画策定後も定期的にフォローアップを継続しつつ、販売促進の手法やマーケティングに基づく販売戦略の構築を行う。そのうえで、消費者に向けて、新商品やサービス等のプレスリリース・ロジックと感性を備えたプレゼンテーション手法等、個店・小規模事業者を伴走的に支援することによって、魅力ある個店と持続的発展力を持つ小規模事業者の育成を行う。

## iii) 個社の強みを活かして地域ブランドの確立へ

重点的に支援しようとしている小規模事業者（小売業、飲食業、サービス業）は、商品PRや販売力が弱いために地域へ浸透していない。そこで、当商工会が、商品等の認定基準を設けて、小規模事業者からの申請により製品・商品・サービスを審査して認定基準をクリアした、優れた又は特徴ある製品・商品・サービスを「推奨品」とする。商工会は町行政と連携して、認定した製品・商品・サービスを核に様々なプロモーションを支援することで小規模事業者の販売力の強化と製品・商品・サービスの地域ブランド化を支援する。

当商工会が、小規模事業者の製品・商品・サービスを認定することで、イベントや商談会等へ出展を促すほか、町行政や関係団体、町内の企業等を通じての販売路開拓が容易になる。また、認定基準を設けることで小規模事業者の意識変革を促す。このようにして商品のグレードアップや新商品開発等を通じ、個社の魅力を充実させて地域ブランド化に繋げることにより、やる気のある事業者の成長と地域経済の活性化を図る。

## iv) 事業承継・創業の推進

小規模事業者は、経営者・従業員の高齢化、後継者不足等により、廃業が増加する傾向にあり、地域経済にとって有用な経営資源の散逸を防ぐ必要がある。そこで、小規模事業者の新陳代謝を促し、多様な人材・新たな人材の活用による事業展開・創出から円滑な事業承継へと導き、個店・小規模事業者の経営力の強化を図る。また、播磨町行政・地域内金融機関と連携し創業塾を開催し、創業・第二創業の促進に取り組むことにより、雇用需要の増加が見込め、雇用機会を創出し地域経済の活性化が期待できる。

## 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30年4月1日～平成35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

#### 1 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

##### 【目的】

地域の経済動向に関する様々な情報を収集・整理・分析し、小規模事業者の抱える経営課題の把握に努めることにより、小規模事業者の売上げの向上や経営の近代化を促し、今後の経営の持続的発展に寄与する。

##### 【現状の取組】

全国商工会連合会が実施している中小企業景況調査4業種7事業所（小規模事業者）を対象にして、四半期毎に経営指導員等の聞き取りによる「中小企業景況調査」を実施し、売上高、景況状況、需要動向、資金繰り、設備投資計画及び経営上の課題等について把握するための調査を実施している。

##### 【現状の課題】

情報の収集は継続的に実施しているが、情報の整理・分析及び事業者への情報提供については不十分であるため、今後は情報の収集・整理・分析・情報提供を計画的に実施すると共に、兵庫県東播磨県民局、日本政策金融公庫明石支店および町内金融機関の統計情報も地域の経済動向として提供していく必要がある。

##### 【今後の取組】

従前、地域の経済動向を把握するために4業種7事業所を対象にして実施してきた「中小企業景況調査」を継続的に実施すると共に、より詳細に地域の経済動向を把握するために、小規模事業者の比率が90%以上の業種については、重点業種（卸・小売業、飲食業、サービス業）として定め、追加調査を実施する。また、県下小規模事業者の景気動向について、兵庫県東播磨県民局をはじめ、日本政策金融公庫明石支店および町内金融機関の統計調査の結果から情報提供する。

##### 【手段】

「小規模企業景気動向調査票」を使用し、四半期ごとに卸・小売業（157社）・飲食業（92社）・サービス業（151社）に対して、経営指導員等が巡回して聞き取り調査を実施する。必要に応じて中小企業診断士等の支援を仰ぎながら、収集した情報を整理・分析して、経営支援会議にて共有する。共有した情報は全職員が手分けをして巡回訪問、研修会により町内の小規模事業者へ定期的に情報提供する。また、その情報は小規模事業者がいつでも閲覧することができるように商工会報と商工会のホームページに掲載する。

**【情報種別】**

- i) 「小規模企業景気動向調査票」の調査結果
- ii) 町内金融機関5行が実施している調査レポートの調査結果
- iii) 兵庫県東播磨県民局が毎月実施する「東播磨の経済指標」の調査結果
- iv) 全国商工会連合会が四半期毎に実施する「中小企業景気動向調査」の調査結果
- v) 日本政策金融公庫明石支店が四半期毎に実施する「景気動向調査」の調査結果

**【分析項目】**

売上高、景況状況、需要動向、資金繰り、求人関係、及び経営上の課題

**【効果】**

地域の経済動向を計画的に収集・整理・分析・情報提供することで、小規模事業者は地域の経営環境を把握することができる。それにより、小規模事業者はより正確で効果的な事業計画の策定や売上げの向上に繋がる。併せて経営指導員等が行う伴走型支援の精度が高まり新たな事業の取組みを促すことができる。

**【成果の活用】**

整理・分析された情報は毎月開催する「経営支援会議」で全職員が共有する。共有した情報は定期的な巡回訪問や研修会で町内の小規模事業者に提供する。合わせてその情報は小規模事業者がいつでも閲覧できるように商工会報で年2回と商工会のホームページで四半期ごとに掲載する。巡回訪問においては、「小規模事業者活性化基盤整備事業」により配布されたタブレット端末を活用する。

**【目標】**

- ※ 「小規模企業景気動向調査」から、経営の状況（売上、仕入、設備投資、雇用状況等）の調査結果を経営分析に活用し、実現性の高い事業計画を策定できるように、兵庫県・全国商工会連合会・日本政策金融公庫の調査結果も併せ、定期的に情報発信することにより持続的発展に繋げていく。

『小売業（157社）・飲食業（92社）・サービス業（318社）』

	単位	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
調査結果提供数	社	7	400	400	400	400	400
調査結果の活用数	社	7	10	15	20	20	20
調査結果提供回数	回	4	4	4	4	4	4

**2 経営状況の分析に関すること【指針①】****【目的】**

経済動向調査結果・需要動向調査結果を踏まえ、経営指導員等の巡回指導、窓口相談、経営計画セミナー等を通じて小規模事業者の経営分析を行い、課題の抽出・解決をサポートすることにより、小規模事業者の持続的発展に繋げる。専門的な課題等については、兵庫県商工会連合会、ミラサボ等のコーディネーターと連携し、小規模事業者の抱える経営課題解決をめざし丁寧な伴走支援を行う。

**【現状の取組】**

金融斡旋、経営革新、補助金・助成金の申請に際して、経営分析を必要に応じて実施している。

**【現状の課題】**

経営状況の分析は定期的には実施しておらず、必要に応じてその都度対応しており、小規模事業者には経営分析の必要性と重要性の認識が不足している。

**【今後の取組】**

金融斡旋時、経営革新計画及び補助金申請時に実施していた経営分析を巡回指導、窓口相談、各種セミナーでの融資相談、消費税転嫁対策相談、マイナンバー相談及び経営相談等により、分析対象となる小規模事業者を選定し、下記の分析項目から経営課題を明確化し、経営状況を把握する。

**【分析項目】**

## i) 「SWOT分析」

・強み、弱み、機会、脅威の抽出

## ii) 「定量的分析」

・売上総利益、売上総利益率、営業利益、営業利益率他

小売業：売上総利益率 ・ 飲食業：FL比率 ・ サービス業：売上高対人件比率

**【手 段】**

- i) 兵庫県商工会連合会・ミラサポの各種専門家派遣事業を活用して、SWOT分析により経営課題を明確にする。
- ii) 地域の景気動向調査の結果を踏まえ、小規模事業者の経営環境を把握する。
- iii) 経営分析が可能な小規模事業者から、決算書類及び巡回等で得た情報を基に、中小企業基盤整備機構が運営している「経営自己診断システム」、全国商工会連合会が運営している「経営分析システム」を活用することで経営実態を把握する。

**【効 果】**

小規模事業者を経営指導員等が支援しながら経営状況を分析することで、自社の経営状況が正しく把握でき、かつ情報を共に共有することにより、中長期的な計画に基づいた伴走型支援が実施できる。加えて小規模事業者との信頼関係を構築することで、事業計画策定の意欲を高め経営課題の解消や新規事業への取組みに繋げ、小規模事業者の利益の確保に結び付ける。

**【成果の活用】**

把握した分析結果に基づき、今後の経営の方向性に沿った事業計画策定支援の資料として小規模事業者にフィードバックする。加えて重点業種（卸・小売業、飲食業、サービス業）は、動向調査の結果を共有し、市場のニーズを捉えた商品・サービスについては中小企業診断士や各支援機関と有機的に連携して、経営改善や経営革新に繋げることで、丁寧な伴走支援を行い、事業所の持続的な発展を支援する。



## 【目 標】

経営実態の把握・分析を目的とした巡回指導・窓口相談・セミナー等を開催し、経営分析に取り組むべき事業所の候補先を選定し、取組事業所先を決定する。

業 種	単位	現状	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度
セミナー開催数	回	2	3	4	4	4	4
巡回・窓口相談	件	100	150	200	200	200	200
個社支援派遣	回	10	20	30	30	30	30
経営分析数	回	3	6	9	12	15	18

## 3 事業計画策定支援に関すること【指針②】

### 【目 的】

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、経済動向調査・経営状況分析の結果を踏まえ、兵庫県商工会連合会、税理士、中小企業診断士、町内金融機関等の認定支援機関と連携を取りながら、事業計画の策定について伴走型の支援を行い、小規模事業者の持続的発展を図る。

### 【考え方】

事業計画策定支援については、経営状況の分析、市場動向調査結果等を考慮し、需要を見据えた事業計画を策定する。

### 【支援対象】

金融・税務相談で経営分析を実施した小規模事業者、経営改善・資金調達に取り組む小規模事業者、事業継承・創業を計画している小規模事業者を対象とする。

### 【現状の取組】

小規模事業者は事業計画策定の必要性は把握していても、時間・人的な経営資源が限られており、計画策定に取り組む機会を作れない状況にある。小規模事業者からの要請により、補助事業の申請、金融斡旋等の際に必要なに応じて経営指導員等が事業計画策定支援を実施してきた程度に留まっている。

### 【現状の課題】

事業計画策定は、経営が厳しくなった状況での支援が大半をしめており、銀行へ提出する経営改善計画や融資を目的とする資金計画の策定支援が中心となっており、小規模事業者の持続的発展に向けた事業計画の策定支援を計画的に行っていない。また、経営指導員等の計画策定に関する情報・テクニック・経験等も異なり、その必要性を適切に伝えられておらず、小規模事業者自らが計画を立案できる伴走型支援が実施できていない。

### 【今後の取組】

- i) 地域経済動向調査、経営状況の分析を踏まえ、兵庫県商工会联合会・支援機関等と連携し、セミナーを開催し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。
- ii) 巡回指導・窓口相談及び専門家派遣を通じて、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。
- iii) 事業計画の策定セミナーを実施し、計画的な事業計画策定の必要性を促す。

### 【手 段】

事業計画は、小規模事業者と経営指導員等が経営課題や経営目標を十分に理解、共有したうえで策定を支援する。経営指導員等は事業計画を策定支援するうえで、各支援機関や外部専門家と十分な連携を図る。

### 【効 果】

小規模事業者の経営目標、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課題の解決や新たな事業への取組みに繋げることができ、経営改善や経営力の強化が図られ、小規模事業者の持続的発展に結び付けていく。

### 【目 標】

小規模事業者と経営指導員等が経営課題・経営目標を十分把握・共有し、セミナー等の参加を促すことで、事業計画策定事業者数の確保を図る。

支援内容	単位	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
セミナー開催数	回	2	3	4	4	4	4
参加人数	人	20	30	40	40	40	40
事業計画策定	件	3	5	6	7	8	9
経営改善貸付	件	3	3	5	5	7	7

## 4 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

### 【目 的】

小規模事業者が経営課題を解決するために、経済動向調査、経営分析の結果を踏まえ作成した事業計画の進捗状況を確認する。そして事業計画の実現性を高めるために、事業の評価・改善を繰り返しながら伴走型の指導・支援を行い、小規模事業者の持続的発展を図る。

### 【現状の取組】

小規模事業者は時間・人的な経営資源が限られており、計画どおり事業ができていない場合が多い。

### 【現状の課題】

事業計画策定後の支援については、計画的に実施しておらず、経営指導員等も小規模事業者からの依頼により、金融斡旋・補助金申請に注力してしまい事業の進捗管理・フォローアップがおろそかになる傾向があり、小規模事業者からの相談にその都度対応を行っている。今後は事業計画に基づいた経営の重要性を事業者に浸透させ、事業計画に沿った伴走型の支援が重要である。

### 【今後の取組】

- i) 商工会報・商工会たより・HP等により、国・県・町の支援施策の情報提供を行うとともに、経営指導員等が巡回指導・窓口相談を強化することにより事業計画の進捗状況を確認する。必要に応じて専門家派遣制度を活用した指導・助言を行う。
- ii) 事業計画を策定した事業者の持続的発展を補助するために「小規模事業者経営発達支援融資制度」を活用し、円滑な資金繰り支援を行う。
- iii) 町内連携金融機関及び日本政策金融公庫と連携し、フォローアップ体制を強化する。

### 【手 段】

策定した事業計画が、着実に実施され、計画上の売上・利益が確保されているか、計画の進捗状況や目標達成度を巡回指導・窓口相談の強化によって継続的・定期的に確認する。また、専門性を有する課題に直面した場合には専門家派遣等の追加支援を検討する。資金繰りの支援が必要な場合は、町内連携金融機関等と連携して支援を行う。

### 【指導内容】

- i) 事業計画に基づきスケジュールを設定し1事業所につき四半期ごと、創業については2か月に1回の頻度で進捗管理を行い、計画が実行できるようにフォローアップ体制を整えた伴走型支援を検討する。
- ii) 計画売上、目標利益の達成度合いを確認し、未達の場合には原因を究明する。原因究明が困難な場合は支援機関や専門家を活用する。計画上の課題が判明した場合は新たに支援策を検討する。

### 【頻 度】

小規模事業者の計画内容やスケジュールを基に、指導頻度を設定する。事業計画策定事業者は、四半期毎のフォローアップを原則とし、経営改善に取り組む小規模事業者については、月1回を目途に伴走支援を実施する。

### 【効 果】

地域経済の動向調査、経営分析を踏まえて作成した事業計画の実施にあたり、商工会が支援機関と連携しながら伴走型の支援を実施することにより、定期的な進捗確認・検証作業が可能となり、計画の実現性が高まることにより小規模事業者の持続的発展に繋がる。

## 【目 標】

計画の進捗状況・目標の達成状況を巡回指導・窓口相談によって定期的かつ継続的に把握し、フォローアップを実施することで、経営の安定化に繋がり小規模事業者の持続的発展を目指す。

支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
事業計画策定支援事業所数 (創業計画策定支援事業所数)	6 (1)	8 (1)	11 (2)	12 (2)	15 (3)	16 (3)
事業計画フォローアップ回数	26	34	48	52	66	70

※事業計画策定支援事業所数は、P9 ページの事業計画策定支援件数と経営改善貸付件数を合計した件数

※1事業所につき四半期ごと、創業については2か月に1回フォローアップを実施する

## 5 需要動向調査に関すること【指針③】

### 【目 的】

小規模事業者が地域住民のニーズに応えるとともに、近隣市町からも顧客を呼び込めるような「魅力ある店づくり」を実現するために、※重点業種（小売・飲食業）の支援をする。

計画1年目は、その中から製造小売業（例：洋菓子等）を対象とし、需要動向調査を実施する。製造小売業は、老舗の店舗が多く昔ながらの職人がKKD法（勘・経験・度胸）による商品づくりを行ってきた結果、殆どの店舗で売上の伸び悩みが見られる。

そこで、製造小売業が「取り扱い商品の見直し」、「魅力ある商品開発」、さらに「効果的な販売促進活動」を実現するために、商品についての需要動向を調査する。

2年目以降については、同様の趣旨から（スイーツ販売店・ベーカリー店・喫茶店等）を選定のうえ、各業種に沿った需要動向調査をおこなう。

※ P2 ページの経営発達支援事業の目標（小規模事業者の現状と課題）に掲げた商業の支援から選定しました。

### 【現状と課題】

播磨町は、交通の便も良くベッドタウンとして人口も増加傾向にある。特に消費意欲の旺盛な「子育て世代」が多い。消費者は日々の買い物を町内のスーパー、廉売店、もしくは近隣の大型店を利用する 경우가殆どである。

商工会においても地域の需要動向について、大まかな業種の動向調査に終わっており、個社（店舗）に活かせる調査は出来ていないのが現状である。

そのため、既存顧客および潜在顧客の声を収集し、顧客のニーズを反映した「商品構成・商品開発」「販売促進」に繋げ、買いたくなる仕組みづくりの確立が課題である。

### 【今後の取組】

小規模事業者の多くが日々の業務に追われ、需要動向や消費者ニーズについての確に掴みきれていない。

そこで、小規模事業者の既存顧客及び潜在顧客に対し、商品やサービスをどう感じ、求めるものは何かの調査を実施し、既存商品や商品構成とのギャップを可視化する。

当商工会は、小規模事業者とともに得られた調査結果を整理・分析することで課題を抽出し、その課題解決（商品構成の見直し・新商品開発）に取り組むことにより顧客獲得、売上UPを実現する。具体的な手段方法は下記のとおりである。

## 【手 段】

### i) 商工会が実施する個社別の「買い手」の意識・需要動向調査

小規模事業者の中から毎年重点支援先を5社程度選定し、顧客のニーズや市場の動向などの調査内容を説明したうえで、その取扱う商品について同調査を実施する。情報の収集（調査方法・調査項目）は下記のとおりである。

#### （調査方法）

- (I) 小規模事業者「重点業種（小売・飲食業）」の中から、調査1年目は製造小売業（食品）を選定し、その取扱う商品についてアンケート調査を実施する。
- (II) アンケート調査回数は、製造小売業（5店舗）の店舗の既存顧客、及び潜在顧客に対して2回実施する。
- (III) 標本数（アンケート回収枚数）は、各店舗100枚の情報収集を行う。
- (IV) 顧客（既存・潜在）調査は5店舗内でのアンケート調査に加え、店舗周辺にて直接聞き取り調査を実施する。

#### （調査項目）

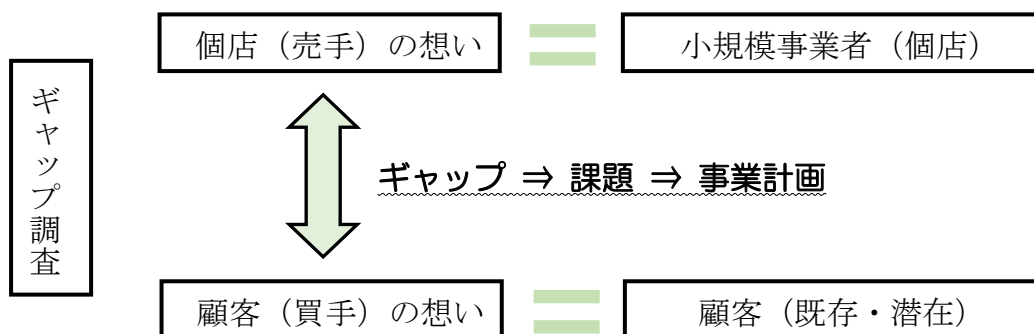
- (I) 味・食感・購入価格・来店動機・来店頻度・店内雰囲気・接客態度・パッケージ・あったら良いと思う商品など

#### （情報の整理・分析）

手順は下記のとおり

- (I) 調査結果を、事業所別、および取扱商品別の2種類に区別する。
- (II) 製造小売業（個店）の意識と顧客ニーズとのギャップを可視化する。

#### 「イメージ図」



## ii) 全国的な需要動向調査

全国的な展示会・商談会等に小規模事業者（重点業種）の積極的な参加を促す。そこで、バイヤーや消費者等との交流を通じて、情報の収集による需要動向調査を実施する。

(調査方法)

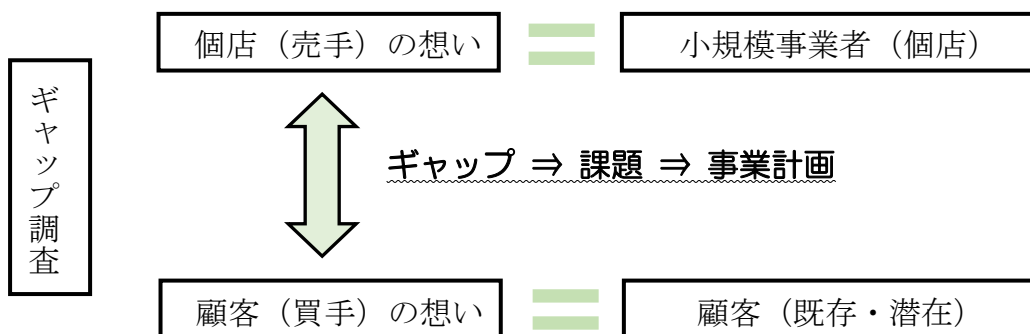
- (I) 展示会、商談会等においてバイヤーや消費者を対象にアンケートを実施する。
- (II) アンケート調査回数は、展示会、商談会毎に実施する。
- (III) 展示会において既存商品に対するバイヤーの評価を得るとともに、改善点などバイヤーからのニーズを聞き取り調査する。
- (IV) 商談会においては、各店舗50枚の標本数（アンケート回収枚数）の情報収集を行う。

「例」展示会（インターナショナルギフトショー等）（B t o B）  
商談会（ニッポン全国物産展等）（B t o C）

(調査項目)

- (I) 展示会におけるバイヤー調査（B t o B）  
価格・味・量・独自性・新規性・デザイン・納期・品質・トレンド  
機能・扱いかたなど
- (II) 商談会における消費購買動向調査（B t o C）  
価格・味・デザイン・ネーミング・パッケージ・売れ筋商品、  
消費者ニーズなど

「イメージ図」



## iii) 専門機関から入手する個社レベルの需要動向情報

- ・日経テレコンPOS情報の売れ筋商品ランキングデータの提供

日経テレコンのPOS情報から入手できる「売れ筋商品ランキング」のデータを、重点業種（小売・飲食業）の中から、計画1年目は製造小売業の個社支援先の取り扱い商品のジャンルに合わせ入手し、上位ランクイン商品のシェア、平均価格などのデータを紙ベースでやる気と実力のある飲食・小売店に提供し、現在消費者に支持されている商品の情報をもとに商品構成の見直し、さらには販路開拓、売上の向上に活用してもらう。

### 【活用方法】

町内、近隣市町、及び全国的な需要動向調査を計画的に収集・分析・整理することで、市場トレンドや消費者ニーズについての的確に情報を把握することが可能になり消費者ニーズを踏まえた商品開発、商品構成、販売方法の実現、並びに実効性の高い事業計画策定が可能になり、今後の小規模事業者の持続的発展に繋がる。

### 【目 標】

地域内の小規模事業者が自ら製造し提供する商品・サービス等について、ターゲットとなる消費者の嗜好を把握し、課題を抽出して解決することから更なる販路拡大に活かすため、需要購買動向に関する調査を実施する。これによって、小規模事業者が地域住民の需要に応えることともに、近隣市町からも顧客を呼び込めるような「魅力ある店づくり」を実現する。調査目標は下記のとおりである。

	支援内容	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
i)調査	支援対象事業者数(件) (重点業種の内:製造小売業)	0	5	5	5	5	5
	支援対象事業者周辺でのアンケート調査(回)	0	2	2	2	2	2
ii)調査	展示会への出展による調査(回)	0	1	1	1	1	1
	展示会への出展個社支援件数(件)	0	3	3	3	3	3
	商談会への出展による調査(回)	0	1	1	1	1	1
	商談会への出展個社支援件数(件)	0	2	2	2	2	2
iii)調査	専門機関調査(回)	0	1	1	1	1	1
	専門機関情報提供個社支援件数(件)	0	5	5	5	5	5

## 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】

多くの小規模事業者において、商談会（ニッポン全国物産展）、や展示会（インターナショナルギフトショー）への参加経験が乏しく、場合によっては存在すら知らないケースも予想される。そこで、新しい商材の発掘や仕入れ先を開拓する小規模事業者が、魅力的な商品構成やサービスを開発することで持続的発展に繋げる。

### 【考え方】

小規模事業者の適性を考慮して情報を提供する。単に出展を促すだけでなく、商談を効果的に行えるよう、事前、事後に必要な準備や取り組みをサポートし、自社の商品やサービスのPRが的確に行えるように支援していく。

**【支援対象】**

重点業種（飲食、小売業）を中心に、新たな商談や販売機会を求める小規模事業者を対象とする。

**【現状の取組】**

小規模事業者に対して地域の物産展・マッチングフェア、兵庫県の商談会・フロンティアメッセ等の情報提供、出展支援を行っていたが、需要動向に関する情報収集・分析は実施していなかった。

**【現状の課題】**

商談会・展示会など商談機会の情報を提供していたが、プレゼン資料の指導、支援やマスコミ4媒体（特にテレビ・雑誌）へのプレスリリース等の情報発信を支援する取組みを定期的に行っていなかった。

**【今後の取組】**

支援機関と連携を密に情報交換・連携会議を行い、需要開拓を目的とする商談会の様々な情報を入手する。加えて巡回指導・窓口相談から商談機会が必要な小規模事業者を選択し、出展サポート・プレスリリース指導を実施するとともに、情報提供・発信後のフォロー支援も実施することから商談成立件数を増やし、小規模事業者の持続的発展を支援する。

**【手 段】**

- i) 小規模事業者を対象とする展示会（ニッポン全国物産展）・商談会（インターナショナルギフトショー）の情報提供をする。また、事業計画策定事業者を選択し、販路開拓に関する支援ニーズが高い小規模事業者に重点的に情報提供を行う。

展示会・商談会	主 催	場 所	来場者数
ニッポン全国物産展	全国商工会連合会	サンシャインビル	約 15 万人
インターナショナルギフトショー	(株)ビジネスギフト社	東京マチャントイスマート	約 20 万人

- ii) 出展前支援として、商品の展示方法、説明資料の作成、プレゼン方法、プレスリリースについてアドバイスする。場合によっては支援機関・専門家と連携しながらサポートし、より多くの商談機会を提供する。加えて魅力ある商品、珍しい商品やサービスを広く周知させる目的で、地元ケーブルテレビや地方紙（神戸新聞）で紹介される機会を創出する。

- iii) 出展後支援として、商工会報で年2回、商工会のホームページで随時紹介するとともに、支援機関・中小企業診断士等と連携を図りながら、小規模事業者自らが商談成立確率の高い商談手法を習得できるように支援する。



### 【効果】

新たな取引先を開拓し商談機会を得ることで事業に関して意欲が高まる。また、商談成立により、売上の増加、収益の改善・安定化に繋がる。加えて、出展した結果をフィードバックすることにより、商品・事業計画の検証も出来、次回出展時の商談機会・成立件数増加に繋がる。

### 【目標】

支援事業者のターゲットとなる標的市場を選択した展示会・商談会に出展し、出展サポートや情報発信の支援を受け、新たな取引先を開拓し認知度を向上させる経験を通じて、商談成立確率を高め事業計画策定時の目標売上高・利益の達成に努める。

支援内容	単位	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
展示会等情報提供数	社	0	10	10	20	20	30
展示会出展サポート数	社	0	2	3	4	5	5
プレスリリース指導件数	社	0	2	4	6	10	10
商談成立数（BToB）	件	0	1	1	2	3	3
売上UP数（BtoC）	件	0	1	1	2	3	3

## Ⅱ. 地域の経済活性化に資する取組

播磨町、商工会及び金融機関は、平成27年10月に策定された播磨町まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本目標である「資源を活かした産業の振興でしごとを創る」に示された下記①～④の基本的方向を共有し、以下の取組を実施する。

- ①若者の就業機会の拡充
- ②地域経済の維持活性化
- ③事業者のイノベーションや新事業の創出
- ④女性の社会進出や働きやすい環境整備

### ◇播磨ブランディング事業

商工会では播磨町と連携して、小売業や飲食業を中心に町内事業所の持つ商品やサービスの価値を高めて、統一コンセプト（①健康、②安心・快適、③播磨らしい）による商品開発・育成を通じて地域ブランドに育てる事業を行う。

### 【現状と今後の取組み】

- i) 近年、播磨町は人口が微増しているが、購買意欲のある世代（平均年齢43歳）が多いが地域への関心が薄く、買い物も近隣の大型店や町外が多い。そのため、住民意識の向上と町内での消費拡大を目的に特産品開発に取り組み、飲食業者による地元産品（たこ、あなご）を活用した料理の提供を試みたが、供給側の問題（供給量、価格、期間）により限定的な結果となった。その一方で、町内の飲食店や食品製造小売者を紹介する冊子（2,000部作成）を作成・配布したところ大きな反響があった。

- ii) このことから直接、特産品開発を行うのではなく、行政と連携して推奨品認定制度を設けて、町内の事業所（飲食業、製造・小売業、サービス業）の持つ独自の商材や商品・サービス等を発掘、認定を行い、認定した商品のグレードアップや販路拡大を支援することで事業者の発達を促しながら地域ブランドへ育成する取組みを行う。

### 【手 段】

- i) 地元事業所の持つ商材（商品・サービス等）を発掘して地域ブランドに育てるために、外部有識者（地元大学等）、専門家、町行政、地域住民で構成する委員会を設置する。
- ii) 委員会は、町内事業者からの応募（参加）により、年2回開催して推奨品を認定する。
- iii) 認定基準について：味・製法・材料・形態等に優れ、また特徴があるもの
- ①健康、安全、快適とされているもの
  - ②播磨地域の産物を主な材料としたもの
  - ③播磨町のイメージを強く表したもの
  - ④事業所等が新たに研究し、創作したもの
  - ⑤その他、本制度の目的に合致するもの
- iv) 認定した商品・サービス等は、商工会等のホームページに掲載するとともに、商工会が提供する統一ロゴシール「播磨の食」を貼り、参加事業者が協働して販路拡大に取り組む。
- v) 認定した商品・サービス等は、商談会や地域イベントへの出展を促す。また、グレードアップを行うために専門家派遣等支援を行うとともに、認定事業所や専門家との情報交換の場を年1回以上設定する。

### 【効 果】

複数の事業所が参加することで、多彩な商品やサービスの開発と各事業所が持つ販路を活用した販売促進等が可能となる。ii) 委員会を設置することで、公正で公平な評価が得られ、商品開発な販路開拓に有益な意見が得られる。

### 【目 標】

参加事業所が統一テーマで協働することで、情報交換や商品開発、販路拡大等で共同プロモーションが可能となり、商品・サービスの増加を目指す。

支 援 内 容	単 位	現 状	30 年 度	31 年 度	32 年 度	33 年 度	34 年 度
認定事業所	社	0	3	5	7	8	10
認定件数	アイテム数	0	6	10	14	16	20
商談会出展	アイテム数	0	3	5	7	8	10

## ◇播磨町内金融機関（５行）と事業連携に関する協定締結

### 【目的】

小規模事業者が抱える課題は益々高度化・複雑化しており、その内容には地域特有の課題も存在する。そのため、小規模事業者の支援機関がこれまで以上に連携し、地域に根ざしたネットワークを構築、情報・ノウハウを共有することで、より効果的・効率的な経営支援を展開し、もって地域経済の安定・発展に寄与することを目的に「事業連携協定」を締結した。

### 【現状の取組】

- i) 地域内金融機関５行、日本政策金融公庫明石支店と連携し、小規模事業者支援を目的に地域内金融機関等連携協議会を設立し、創業者ニーズに合ったより効果的な施策提言を行う。
- ii) 播磨町が産業競争力強化法における創業支援事業計画の認定を受けており、播磨町・本会・協定締結金融機関５行及び日本政策金融公庫が連携し地域内における新規創業支援策を提案する。
- iii) 播磨町の協力を得て、本会に創業（起業）準備オフィスを３部屋、創業相談スペース及び商品展示スペースを設け、小規模事業者として創業、又は創業に向けての資金計画、創業計画及び経営計画等の経営支援を充実させ創業支援に積極的に取り組む。
- iv) 産業競争力強化法に基づく播磨町の創業支援メニューと経営発達支援計画に基づく本会の創業支援メニューを相互に関連付けることで、より効果的・効率的な創業支援施策の確立を目指す。

### 【目標】

創業希望者を積極的に支援することで、創業促進を図るとともに、後継者不在により廃業を視野に入れている小規模事業者とのマッチングを図る。

支援内容	単位	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
連絡協議会開催回数	回	2	3	4	4	4	4
創業相談件数	件	20	20	30	30	40	40
創業オフィス利用数	件	2	3	3	3	3	3
創業件数	件	2	3	3	3	4	4

## 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

#### 【目的】

播磨町、外部支援機関、及び外部専門家等と連携し、各地域の小規模事業者や需要の動向、支援ノウハウ等を情報交換・共有することで、円滑な実施体制の構築を図る。

**【事業内容】**

- i) 小規模事業者の経営や資金面での実態を把握するために、町内の全金融機関（みなと銀行、但馬銀行、但陽信用金庫、姫路信用金庫、日新信用金庫）と四半期ごとに播磨町を交えた連絡会議を開催する。会議では、小規模事業者の経営環境、資金状況等についての情報交換・収集を行い、経済状況を共有する。

支援内容	単位	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
金融機関等連絡会議	回	3	4	4	4	4	4

- ii) 郡内唯一の商工会（稲美町商工会）と経営指導員が年1回経営支援事業を通じて、小規模事業者の支援ノウハウ等について情報交換・収集を行い、互いに切磋琢磨し、支援能力の向上を図る。

支援内容	単位	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
郡内商工会情報交換会	回	1	1	1	1	1	1

- iii) 日本政策金融公庫明石支店管内の商工会・商工会議所を対象に実施する連絡協議会において、小規模事業者の現状・経営環境、資金状況等について情報交換・収集を行う。会議には、管内の支援機関（7商工会、6商工会議所）が参加することから、広範囲の経済動向や需要動向が把握できる。

支援内容	単位	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
マル経推薦団体連絡協議会	回	1	1	1	1	1	1

**【効果】**

町内から管内まで幅広く情報収集を行うことで、小規模事業者に対してより精度の高い伴走型支援が可能になるとともに、連携体制を構築することで、ワンストップでスピーディな支援を行うことができる。

**2 経営指導員等の資質向上等に関すること**

従来の経営改善普及事業に必要な記帳指導・税務指導・融資斡旋等の能力向上のみならず、小規模事業者の売上増加・利益確保に資する専門的な知識・手法・情報・経験等の習得を図り、習得したノウハウ及び小規模事業者の分析結果等を組織内で共有する体制の構築を目指す。そのために、播磨町商工会職員資質向上のため、下記の事項を実施する。

**【事業内容】****i) OJT**

- ① 専門家による課題解決のための計画策定の機会に同席することで、解決までの手順や手法を繰り返し学ぶことから、支援に役立つ知識を習得する。
- ② 多数の専門家の指導に同席することから、様々な指導スタイル、方法を学び小規模事業者にあった伴走型の支援を行う。

## ii) OFF-JT

- ①兵庫県商工会連合会が定めた「階層別コース」「相談業務基礎コース」「経営支援専門コース」を職階別に、必須講義は必ず受講して支援能力の向上に取り組む。
- ②全国商工会連合会が運営する「経営指導員等WEB研修システム」を活用し、経営支援の基本知識を習得するとともに、マーケティングや新規事業開発等小規模事業者の売上増や利益確保に繋がる支援ノウハウの習得を図る。
- ③中小企業基盤整備機構が実施する小規模事業者支援人材育成研修（特に、経営革新・販路開拓・創業支援・補助金関係等の内容は優先受講）に参加し、小規模事業者の支援能力向上を図る。

## iii) 組織内で情報共有する体制

組織内で経営指導員を中心に「経営支援会議」を毎月開催し、日々の相談事例や支援の収集・整理を行い、小規模事業者の業績向上に繋がった事例等の情報を全職員が共有するとともに、小規模事業者が求める経営指導ニーズを議論し共有することから、組織としての経営指導能力の向上を目指す。経営指導員等が巡回指導・窓口相談で習得した支援方法やノウハウ及び小規模事業者の経営分析結果等の情報は小規模事業者活性化基盤整備事業にて配布されたタブレットにて共有することで、全職員が職場、町内事業所で、いつでも、どこでも閲覧できる体制を目指す。

支援内容	単位	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
OJT回数	回	4	12	12	12	12	12
OFF-JT回数	回	10	10	10	10	10	10

## 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

経営発達支援事業を計画どおり実施するにあたり、事業の有益性、適格性を検証するために、年2回の外部評価委員会で本計画に記載の事業実施状況及び成果について、下記の方法により評価・検証を行う。

### 【委員構成】

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、及びアドバイスを得る場とする。委員構成は事業の効果や支援効率を高めるために、外部有識者等を起用した下記の構成とする。

区分	対象者
外部有識者	地元大学教授（兵庫大学）、中小企業診断士
行政	兵庫県東播磨県民局、播磨町
連携機関	地元金融機関（但陽信用金庫）
商工会	会長、副会長、内部委員会各委員長

### 【評価方法】

#### i) 情報収集

評価者は支援を受けた小規模事業者とし、アンケート・ヒアリングを実施する。内容は定量的に分析・整理できる項目を可能な限り増やす。

#### ii) 事業評価

実施できた事業成果を評価、事業の進捗状況を考慮し、必要に応じて事業計画を是正する。委員会は、事業の成果を評価し改善点を指摘する。

#### iii) 事業の見直し

委員会より受けた意見をもとにして、前年度事業の成果と改善点を整理する。継続及び改善に関する意見をもとに内容を検討し、事業計画に反映させる。

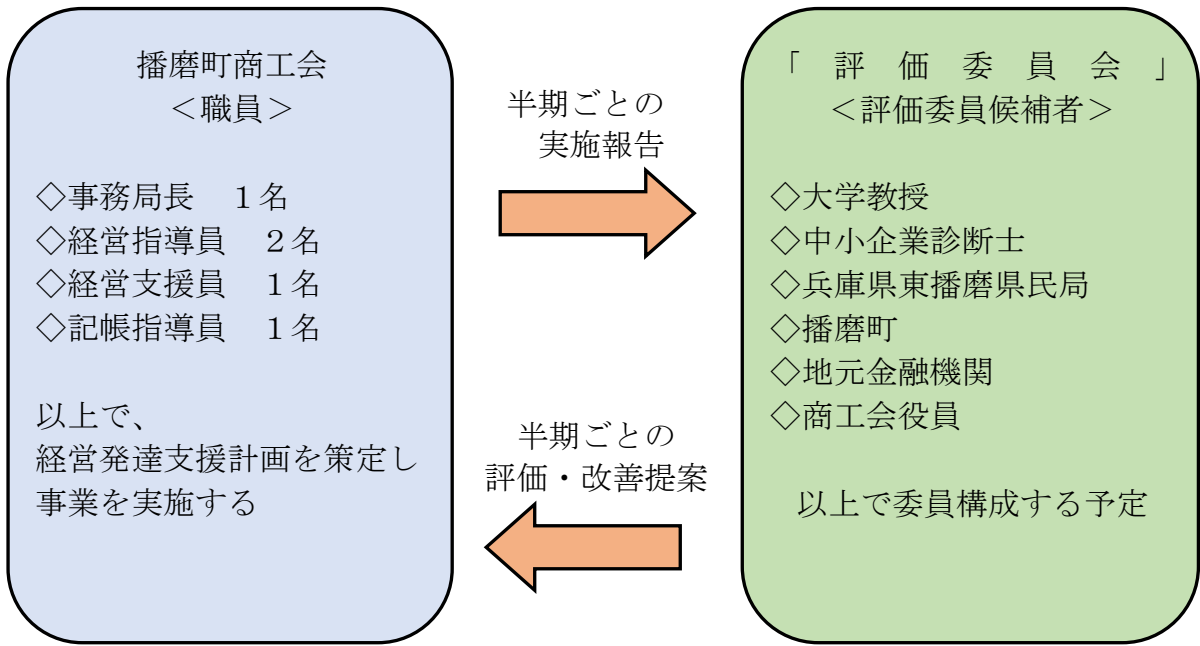
#### iv) 公表方法

委員会より受けた評価並びに改善点については、ホームページにて年2回公開する。

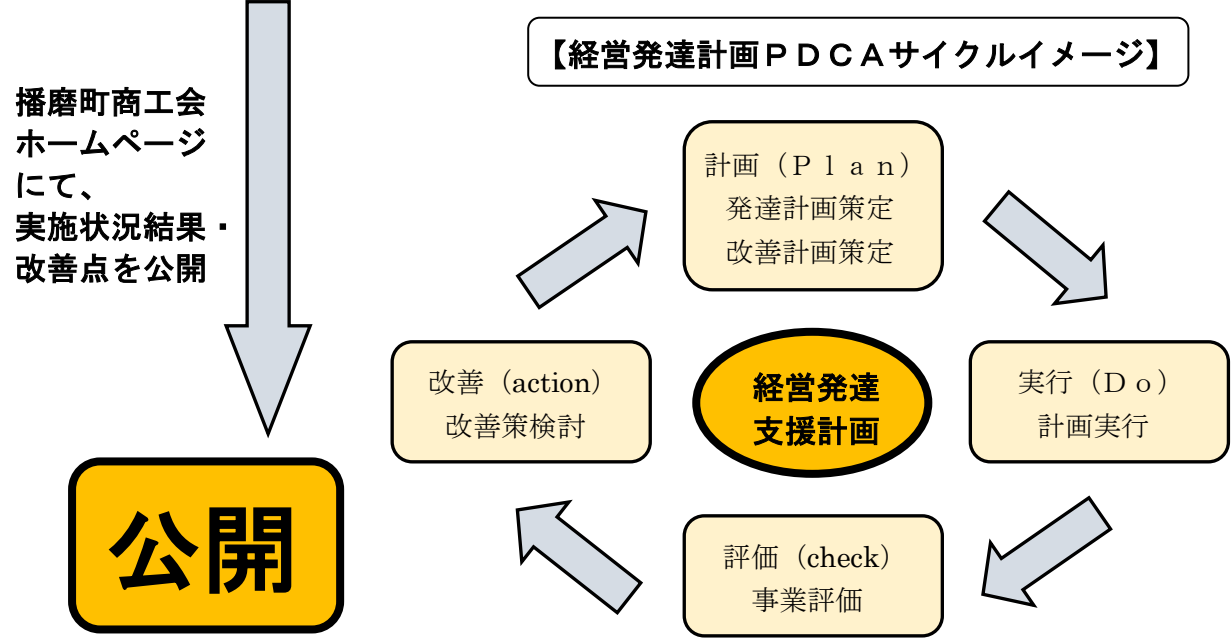
### 【評価及び見直しのためのPDCAサイクル】

上記の委員構成で評価委員会を設置し、半期ごとの事業の実施結果について評価を受け、その受けた評価をもとに、支援計画を改善し、より効果のある支援に努める。また、委員会より受けた評価並びに改善点については、本会のホームページにて公開する。(http://www.harima-sci.or.jp)

**【事業評価及び検証体制図】**



**【経営発達計画PDCAサイクルイメージ】**



(別表 2)

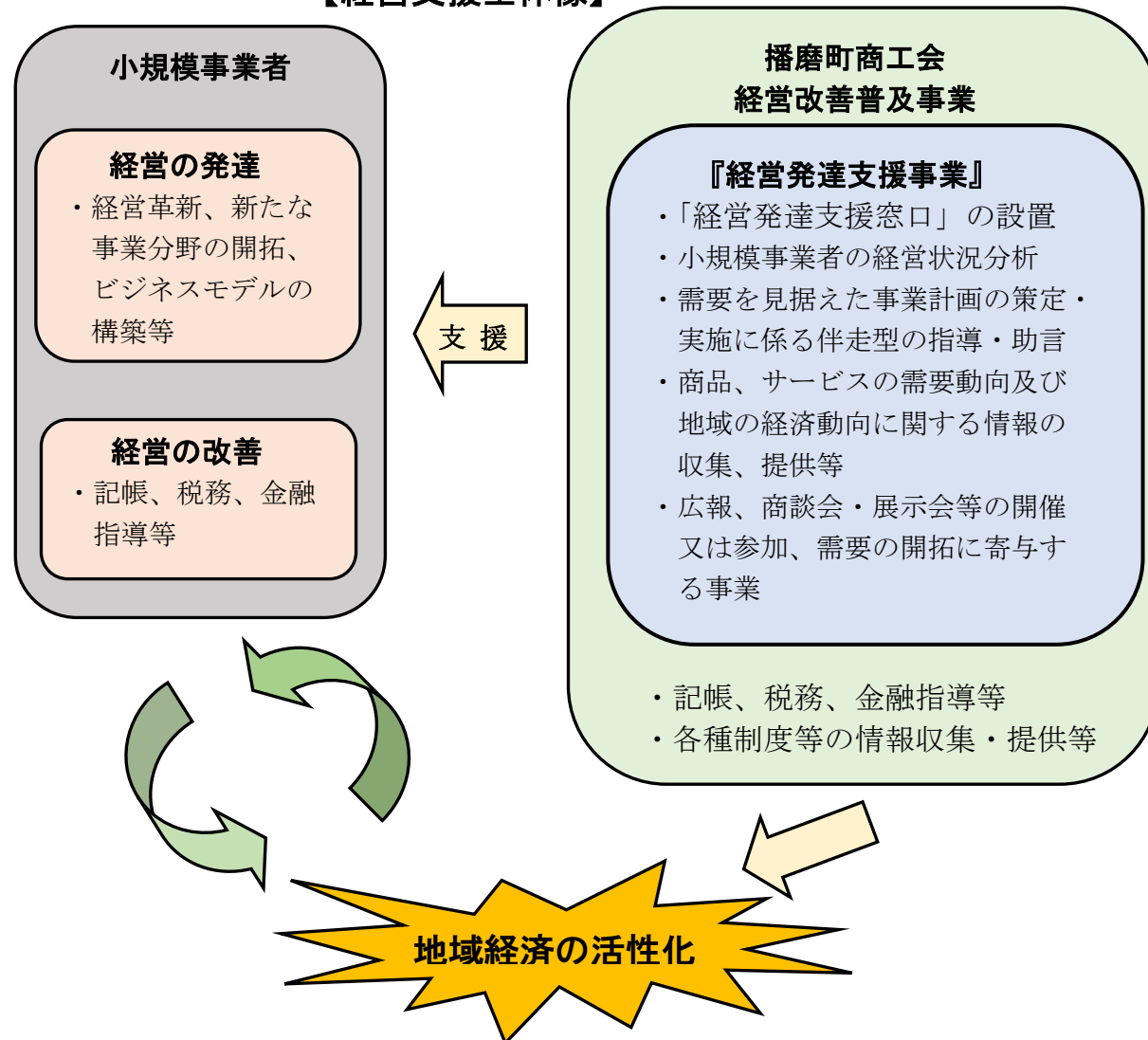
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(平成 29 年 1 1 月現在)

(1) 組織体制

【経営支援全体像】



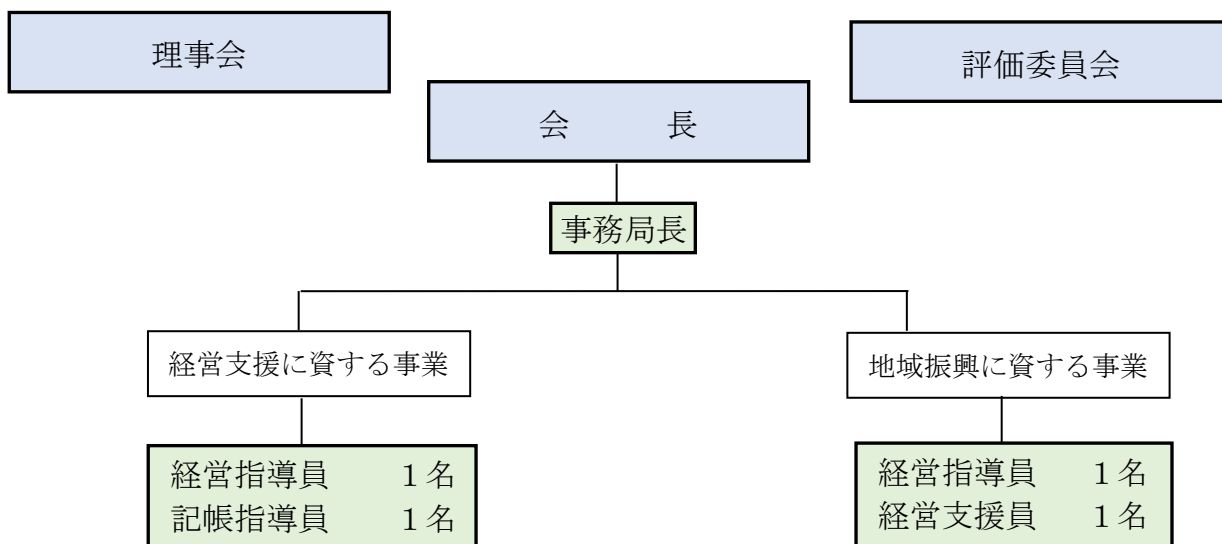


○経営発達支援事業を促進するため、「経営発達支援窓口」を設置する。その周知方法としては商工会報、商工会たより、ホームページ及び新聞折込みにて行う。経営発達支援窓口への誘導は、経営指導員2名を中心に、事務局長、及び補助員、記帳指導員の3名並びに商工会役員の協力により行う。

#### 事務局職員（平成29年11月）

事務局長	1名	経営指導員	2名	経営支援員	1名
記帳指導員	1名			以上	5名

#### 商工会組織



#### (2) 連絡先

兵庫県加古郡播磨町東本荘1丁目5-1

播磨町商工会：(松田・中西)

電話番号：079-435-1630 FAX：079-435-1634

メールアドレス：harima@harima-sci.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)

	平成30年度 (30年4月以降)	平成31年度	平成32年度	平成33年度	平成34年度
必要な資金の額	3,000	3,000	3,500	4,000	4,000
①個社支援事業費	2,000	2,000	2,300	2,500	2,500
②地域支援事業費	1,000	1,000	1,200	1,500	1,500

(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
【補助金】 国・兵庫県・播磨町 【受託費】 兵庫県商工会連合会 【自己財源】 会費・手数料他

(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

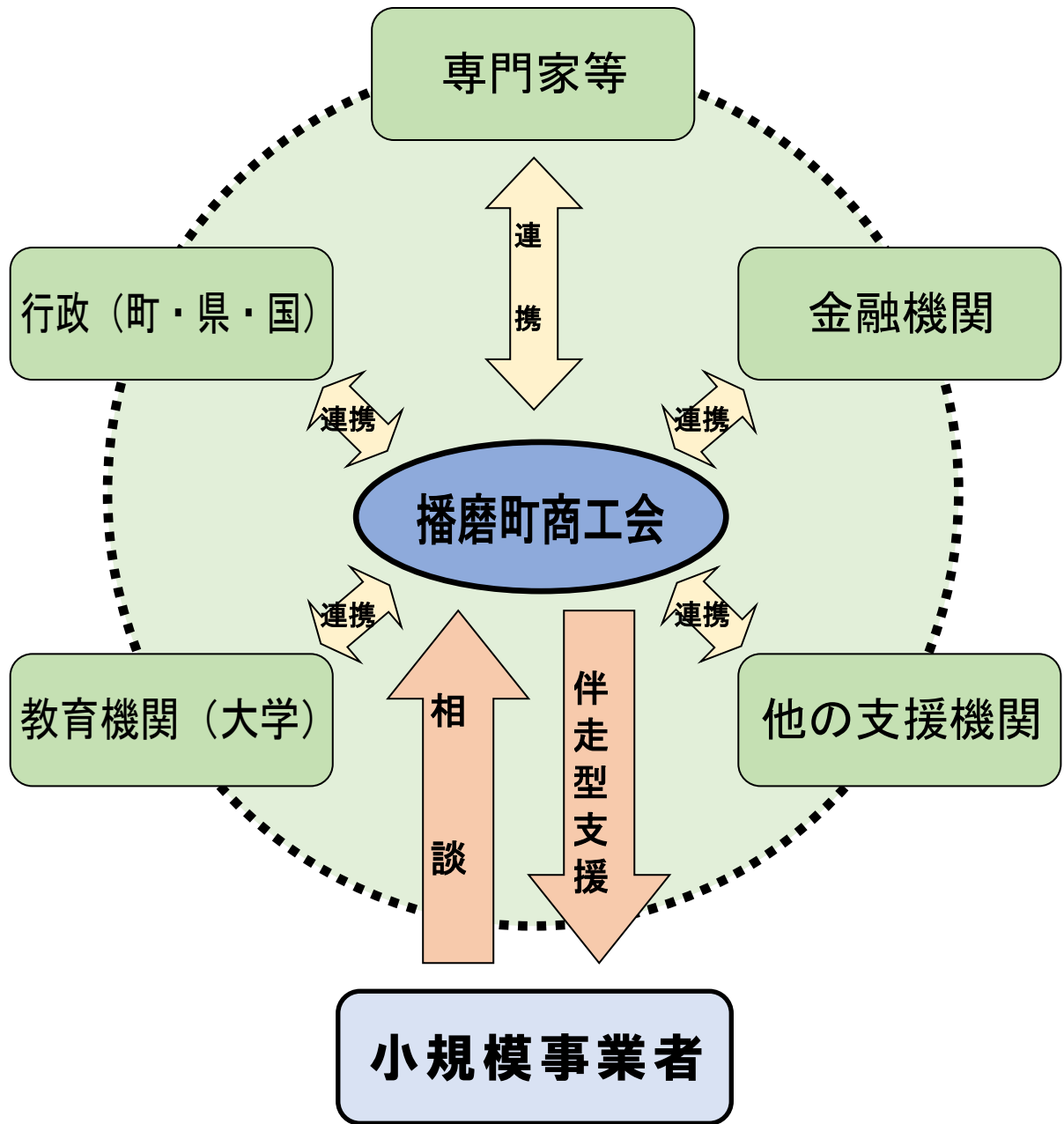
連携する内容		
<p>○経営指導員等による伴走型支援に際して、専門的な課題については、中小企業基盤整備機構、兵庫県よろず支援拠点、兵庫県商工会連合会、と連携して、専門家等による支援・指導を実施して課題解決を図る。</p> <p>○町内支援連携機関及び日本政策金融公庫明石支店と連携して小規模事業者経営発達支援融資等の低利融資制度を積極的に活用し、利息負担の軽減を図ることから経営安定化・円滑な事業の実施支援を行う。また融資・税務相談会の定例開催及び金融制度・創業支援・需要開拓・補助金申請等に関する情報交換会を実施する。</p> <p>○播磨町と町内小規模事業者等の各種動向調査に関して情報交換を実施し、今後の小規模事業者支援施策等についての定期的会合を開催し、緊密な連携支援体制を確立する。</p>		
連携者及びその役割		
【連携者一覧表】		
名称 / (代表者)	住所 / (電話)	連携内容
中小企業基盤整備機構近畿 (小淵 良男)	大阪府中央区安土町 2-3-13 大阪国際ビルディング 27 (06-6264-8611)	専門家による経営分析 事業計画策定支援 販路開拓支援 他
兵庫県よろず支援拠点 (藤田 勉)	神戸府中央区雲井通 5-3-1 サンパル 6 階 (078-230-8110)	専門家による経営分析 事業計画策定支援 販路開拓支援 他
但陽信用金庫 本荘支店 (佐々野 達生)	播磨町北本荘 1-10-15 (079-435-2055)	資金調達 支援情報の交換
姫路信用金庫 土山・本荘支店 (福井 繁樹)	明石市魚住町清水 2179-1 (078-943-0088)	資金調達 支援情報の交換
みなと銀行 本荘支店 (西川 健一)	播磨町宮北 2-4-3 (079-437-3606)	資金調達 支援情報の交換

但馬銀行 播磨支店 (横山 康広)	播磨町北本荘 2-7-28 (079-437-5125)	資金調達 支援情報の交換
日新信用金庫 本荘支店 (中園 匡通)	播磨町南野添 1-2-1 (079-437-0686)	資金調達 支援情報の交換
日本政策金融公庫 明石支店 (江藤 睦)	明石市樽屋町 8-36 (078-912-4114)	資金調達 支援情報の交換
播磨町 (清水 ひろ子)	播磨町東本荘 1-5-30 (079-435-0355)	創業者支援 地域経済活性化支援
全国商工会連合会 (石澤 義文)	千代田区有楽町 1-7-1 有楽町電気ビル北館 19 階 (03-6268-0088)	情報提供 (施策・補助金) 展示会・商談会斡旋
兵庫県商工会連合会 (志智 宣夫)	神戸市中央区花隈町 6-19 (078-371-1262)	情報提供 (施策・補助金) 展示会・商談会斡旋

**【連携による効果】**

- 専門家による適切・効果的な指導
- 小規模事業者への動向調査・分析結果を活かした有益な情報提供
- 経営指導員等の資質向上
- 商工会の支援能力の向上

連携体制図等



- 連携支援体制網のように小規模事業者の相談に対し、連携先からの情報提供を交えながら伴走型支援（ハンズオン支援）を行っていく。
- 連携機関同士のネットワークにより、更なる連携強化が図られる。