

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>福崎町商工会 (法人番号) 5140005014596</p>
<p>実施期間</p>	<p>平成31年4月1日～平成36年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>福崎町商工会は、小規模事業者への伴走型支援を着実に実施するため、中長期的な経営発達支援計画を策定し、福崎町、地域の金融機関、中小企業大学校関西校、日本政策金融公庫、兵庫県よろず支援拠点、兵庫県商工会連合会等の支援機関と連携を図り、小規模事業者が将来に渡り持続的発展することを目標とする。</p>
<p>事業内容</p>	<p><b>I. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】</b>          国・県・金融機関等が行っている地域経済の動向や雇用情勢調査、中小企業景況調査等を整理・分析することで、商工会職員が支援する際の基礎資料として取り纏め、小規模事業者が事業計画を策定する際の外部環境情報として役立てる。</p> <p><b>2. 経営状況分析に関すること【指針①】</b>          商工会職員が、小規模事業者へのヒアリングを十分に行うことで経営状況を把握して成長または持続的発展を阻害する課題を解決するため経営状況の分析を行う。</p> <p><b>3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】</b>          地域の経済動向調査や経営分析の結果を踏まえ、小規模事業者の経営課題の解決を図り、将来に渡って持続的発展することを目的として事業計画策定支援を行う。</p> <p><b>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】</b>          事業計画を策定した小規模事業者に対し、商工会職員が定期的に巡回することで事業計画の進捗状況の把握を行い、計画が進んでいない所や新たな課題が見つかった所には、必要に応じ外部専門家とも連携してフォローアップなどを行い、事業計画実施に向けた支援を行う。</p> <p><b>5. 需要動向調査に関すること【指針③】</b>          小規模事業者が取り組む事業計画をより効果的に実施するため消費者アンケートや商談会等への出展支援を行い商品やサービスにかかる需要の動向調査を行う。</p> <p><b>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】</b>          小規模事業者が自社の商品、サービスに対して有効な販売促進活動の実践を支援するため、商談会・展示会への出展支援を行い商談件数の増加や収益の向上に繋げる。</p> <p><b>II. 地域経済の活性化に資する取組</b>          プレミアム商品券の発行による地域経済の活性化や、特産品の販路拡大、地域資源を活用したイベントの開催による観光交流人口の増加等による福崎町の経済活性化を目指す。</p>
<p>連絡先</p>	<p>〒679-2212 兵庫県神崎郡福崎町福田 116-1          福崎町商工会 経営支援課          電話 (0790) 22-0558 FAX (0790) 22-4354</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

## 経営発達支援事業の目標

### 1. 目標

#### (1) 地域の現状及び課題

##### ①福崎町の現状

福崎町は兵庫県南西部に位置し、周囲を緑の山にかこまれた人口約2万人弱の町である。

町内には、JR播但線福崎駅、中国自動車道と播但連絡道路のインターチェンジがあり、大阪から車で1時間圏内の立地にある。また、播磨地方の拠点都市である姫路市へ車で約30分のアクセスの良さから同市のベッドタウンでもあり、広域的な交通の要衝となっている。

この条件により上場している大手企業をはじめ43社の優良企業が町内の3つの工業団地で稼働しており、約4200名の従業員が働いている。(平成29年度福崎町調査)

さらに、中心市街地ではライフコーポレーションを始めとする大型商業店舗も多く出店しており、加えて、兵庫県立福崎高等学校、神戸医療福祉大学や中小企業大学校関西校など教育機関の充実からコンパクトで機能性の高いまちを形成している。

このことから、神崎郡神河町・市川町・朝来市生野町・姫路市北部・加西市等の周辺地域から買物や就労への求心力が高く、昼間人口比率が112.4%と兵庫県内一となっている。(資料/平成28年度国勢調査)

また、福崎町は、「民俗学柳田國男ともちむぎ麵のまち 福崎町」として民俗学の父と言われる柳田國男生誕の地と「もちむぎ麵」の2本柱を目玉として観光と特産品開発に力を入れている。平成25年にNHKで「もちむぎ」にダイエット効果があると放映されたのを機に「もちむぎ」ブームがおこり全国から注文を受けるようになった。また、柳田國男の著書にある河童や妖怪を使ったユニークな町おこしに取り組み、平成25年度は24万人だった観光客数が平成28年度には41万人と効果が出ている。



##### ②福崎町の課題

福崎町の商工業者数は、874社(平成28年度経済センサス)、そのうち小規模事業者数は635社で全体の約72.7%を占めている。平成21年度との比較では、商工業者数全体では79の減少となっているが、小規模事業者だけみると94の減少となっており、より厳しい状況がうかがえる。その大きな理由として、小規模事業者の経営者の高齢化と後継者不足があり、毎年廃業する事業所は多くある。

福崎町の産業別に関連する地域の小規模事業者の課題は次の通りである。

- ①製造業では、多くの優良企業が立地する福崎工業団地や姫路のものづくり企業からの1次・2次下請けが多く熟練した技術を有しているが、仕事の確保難と高齢化による廃業、更に後継者や労働力の確保など人材不足が課題となっている。
- ②建設業では、下請業者が多く、町外企業の進出による価格競争に巻き込まれ、福崎町内小規模事業者は疲弊の一途をたどり、平成21年度と28年度の事業所数においても一番多く減少している。
- ③小売業では、地域の消費者を主なターゲットとして事業を営んでいるが、大・中型店同士の競争に加え、大幅な増加が見込めない消費者の獲得競争に巻き込まれる結果となっており、十分な売上・利益を確保することが困難な状況である。経営不振と高齢化による廃業が増え建設業の次に減少数が多い。

④飲食・サービス業では、創業や開業が多くあるものの小規模事業者の廃業も多く、大中型店やフランチャイズ店との差別化が十分発揮できない企業が多い。神戸医療福祉大学があるためアルバイト等は確保しやすい環境にあるが、従業員の教育が課題となっている。

#### 福崎町の商工業者数及び小規模事業者数

年度	単位	商工業者数 (小規模事業者数)	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	サービス業
21年度	社	953 (729)	127 (125)	143 (103)	50 (30)	237 (144)	90 (58)	306 (269)
28年度	社	874 (635)	93 (91)	131 (88)	53 (30)	211 (130)	84 (54)	302 (242)
増減	社	△79 (△94)	△34 (△34)	△12 (△15)	3 (0)	△26 (△14)	△6 (△4)	△4 (△27)

(平成28年度経済センサス)

### (2) 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

福崎町が平成26年12月に策定した福崎町第5次総合計画では、「活力にあふれ 風格のある住みよいまち」をスローガンに、これからもさらに住みつけたいまちをめざし、一人ひとりを大切に、自律(立)のまちづくりを基本に参画と協働により、「住む、学ぶ、働く」の調和のとれたまちづくりを推進している。

福崎町の人口は、平成元年あたりから19,000人から20,000人あたりで推移しているが、少子高齢化がすすみ、平成35年の人口推計では18,420人となっている。福崎町第5次総合計画では、良好な住環境の充実や子育て支援をすすめ19,500人を目標としている。

また、福崎町では、平成27年4月1日に『福崎町商工業振興基本条例』を施行し、町・商工業者・商工団体及び町民の役割を明らかにすることにより、参画と協働による産業基盤の安定及び強化並びに地産地消による地域経済の循環及び活性化を図り、もって地域資源を活かした持続的な商工業の振興と健全で活力ある豊かな地域社会の創造並びに町民生活の向上に寄与することを目的とした基本方針を定め、町・商工業者・商工団体・地域住民の参画と協働による福崎町の中長期的な振興の在り方を目指している。

これを受けて福崎町商工会では、商工業者の自助努力及び創意工夫による取組みを寄り添って支援するなど、商工業の振興のための事業活動を通じて地域社会に貢献するよう努める。

具体的には、価格競争によって収益確保が困難な事業者に対しては、顧客の需要(ニーズ)等の市場環境に対応し、経営の磨き上げ、また経営革新を支援することによって、商品・サービスの高付加価値化を実現し小規模事業者の「収益の拡大」を図る。

加えて、後継者難、人手不足など人材面に課題のある事業者に対しては、事業承継支援、マッチング、労務環境の改善支援などを実施することで、小規模事業者の「経営基盤の強化」を図る。

また、平成28年度経済センサスの結果にもあるとおり、過去7年間において100社近い小規模事業者数が減少していることを踏まえ、福崎町や日本政策金融公庫、中小企業大学校関西校、金融機関、兵庫県よろず支援拠点、兵庫県商工会連合会など支援機関との連携や情報交換を密にして、小規模事業者の持続的発展に向けた支援を行う役割を担い、職員の支援能力、資質の向上を目指し経営発達支援事業を行う。

### (3) 経営発達支援事業の目標

福崎町は、工業団地へ進出する企業や大型店、フランチャイズ店が多く進出しており買物や就労に多くの方が来られている。そのため、買物ニーズや事業機会があるものの小規模事業者にとっては経営資源が不足しており大手企業との競争に巻き込まれ、売上低迷を余儀なくされ廃業される事業所や、後継者がいないため現経営者で廃業を考えている事業所が多くある。

これらの課題を解決するために商工会としては、地域資源を活用するなど他店と差別化を図り、特色ある品揃えや新商品、新サービスの開発、魅力ある小規模事業者を育てることで、売上・利益の維持拡大など強固な経営基盤を構築し持続的発展する事業者を増やす。

また、小規模事業所数の減少に歯止めをかけるためにも福崎町や支援機関とも連携を密にして創業者支援、事業承継支援にも力を入れるとともに、やる気があり元気な特徴ある小規模事業者の育成にも取り組むことで地域経済の発展を目指す。

この取り組みを円滑に実施するため職員の資質向上を図り、地域の支援機関と連携して小規模事業者の伴走型支援を着実に進める。

#### (4) 目標の達成に向けた方針

##### ①創業支援

地域経済の振興の基盤となる小規模事業者の減少及び衰退を抑え現状を確保するため、福崎町、地域金融機関、兵庫県よろず支援拠点などあらゆる支援機関と連携して創業希望者の掘起こしと、創業者から創業5年以内の事業者レベルに対応した支援を強化する。

##### ②若手経営者・後継者等の人材育成及び事業承継支援

青年部を中心とした若手経営者や後継者の人材育成、第二創業や事業承継について、講習会の開催や各種専門家派遣制度を利用するなど支援を実施する。

##### ③やる気があり元気な特徴のある小規模事業者への支援

やる気があり元気な特徴のある小規模事業者の発掘と自社の強みを活かしたい企業の持続的発展を実現させるため、事業計画策定により積極的に経営力強化を図ろうとする小規模事業者に対して、兵庫県よろず支援拠点や専門家派遣制度等を活用して経営革新の認定を受けるなど高度な支援を行い、本事業の実施期間である5年間で売上向上や販路拡大の支援を実施し、他の小規模事業者への波及効果を狙う。

##### ④観光・地域資源活用

昭和62年から取り組んできた町特産品の「もちむぎ麺」や、柳田國男生家の近くの池に登場する福崎町のリアルな河童や妖怪ベンチ等の妖怪レプリカがマスコミ・SNS等に取り上げられ注目を集めている。地域資源や観光資源を小規模事業者が活用することで、新たな商品・サービスの開発や販売促進に活用する等、町外からの集客や事業が成長する支援を実施する。また、地域資源等を活用した店舗をインターネットやマスコミ等を活用し広くPRを行い町外からの集客や需要の開拓に寄与していく。

##### ⑤小規模事業者役に役立つ経営情報の周知徹底

経営支援先を中心に小規模事業者にミラサポ登録及び活用を勧めることで、国等の役立つ施策や制度の周知徹底を図る。また、商工会ホームページや会報を活用して国・県・町の施策情報を広く町内事業所のPRを行う。これまで年3回発行してきた商工会報「やまもも」は地域のイベントや商工会活動を単に紹介する程度に留まっていたが、中小企業診断士などの専門家を活用して、小規模事業者役に役立つ経営情報誌として刷新し、施策の情報や活用事例、成功事例の紹介、経済動向調査や需要動向調査を掲載することで支援先の開拓や支援体制の強化を図る。

##### ⑥職員の資質向上による支援体制の強化

兵庫県商工会連合会主催の職員研修会等には、小規模事業者支援の向上を目的とした意識を個々の職員に持たせて積極的に参加させ、支援に於ける専門家のコーディネート力を向上させる。また、小規模事業者支援における専門家派遣時には、職員が同行し個々の支援力を高め、経営支援に役立つ情報は、経営カルテ（データベース）に入力し職員間の共有化を行い支援能力の向上に資する。

## 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 31 年 4 月 1 日～平成 36 年 3 月 31 日) 5 年間

### (2) 経営発達支援事業の内容

#### I. 経営発達支援事業の内容

#### 2. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

##### (現状と課題)

現状商工会は、製造業 2 社、建設業 2 社、小売業 2 社、サービス業 1 社の 7 社に対し、職員が巡回により全国商工会連合会が行う「中小企業景況調査」を実施しているが、小規模事業者に対する的確な指導を行うための活用については意識してこなかった。また、行政や金融機関が公表する調査結果についても、金融機関等から情報提供はあるものの、これまで小規模事業者への支援に対して活用できていなかった。

商工会においては、経営発達支援計画を実施していくうえで、調査結果を取りまとめ、組織的に職員間で共有する仕組みを構築して、小規模事業者の個社支援に有効活用していく必要がある。

##### (目的)

商工会の職員が、地域の経済・消費動向の現状を把握し、その情報を提供することで、小規模事業者が経営方針を明確にし、経営分析、および事業計画の策定に有効活用できるようにする。結果として、小規模事業者の売上や利益の増進に繋がるなど経営基盤の強化につなげることを目指す。

##### (今後の取組み)

今後は、現在行っている調査に加え、兵庫県、地域金融機関からの経済動向、景気動向調査等のデータを活用し、中小企業診断士等の外部専門家と連携して、小規模事業者でもわかりやすくポイントを示すなど取り纏めや分析を行う。

##### (手段、手法)

調査手段として、職員の巡回による聞き取り調査に加え、兵庫県、地域金融機関からの経済動向、景気動向調査等のデータを中小企業診断士等の外部専門家と連携して分析を行う。

調査結果を四半期ごとに取りまとめ、そのデータ等は職員同士で共有を図り地域小規模事業者の事業計画策定時に活用し、併せて小規模事業者も自らが経営判断できる指標として活用できるよう情報提供に努める。

##### (調査項目)

- ①現在行っている調査（製造業 2 社、建設業 2 社、小売業 2 社、サービス業 1 社）の取りまとめと分析
- ②兵庫県が四半期ごとに行う「経済・雇用情勢」の調査結果  
…業況・需要・生産・雇用・金融データから兵庫県内の景気動向を調把握
- ③みなと銀行、但馬銀行が発表する「景況調査」の調査結果  
…業況・売上高・採算・在庫・資金繰り・雇用データから兵庫県内の経営動向を把握
- ④地域の信用金庫が発表する「景況調査」の調査結果  
…業況・売上高・採算・在庫・資金繰り・雇用データから播磨地域の経営動向を把握

(活用方法)

上記の①～④の調査は共通して以下のとおり活用する。

- ①調査結果を四半期ごとにレポートとして取りまとめ、商工会ホームページ及び会報（町内新聞折込を行い広く情報提供を行う）への掲載や巡回訪問を通じて、小規模事業者へ地域の経済・消費動向等の情報を提供する。
- ②小規模事業者が経営判断するうえで判断材料となる情報を提供するとともに、職員が経営計画策定時の適切な助言をするための基礎資料とする。
- ③将来的には小規模事業者自身が調査結果を利用して、より正確な地域の経済動向を考慮した事業計画が策定できるように支援していく。
- ④福崎町及び関係機関と情報共有を図ることで、施策検討時の基礎資料として活用する。

(目標)

	単位	現状	31年	32年	33年	34年	35年
現在行っている調査の取りまとめと分析	回	未実施	4	4	4	4	4
兵庫県・経済雇用情勢調査活用	回	未実施	4	4	4	4	4
地域金融機関・景況調査活用	回	未実施	4	4	4	4	4
上述の調査を商工会が取りまとめ商工会HP及び会報において公表する回数	回	未実施	4	4	4	4	4

### 3. 経営状況の分析に関すること【指針①】

(現状と課題)

これまで、商工会では金融斡旋、経営革新、補助金や助成金の申請に対して経営分析を必要に応じて実施してきたが、相談のない小規模事業者に対して積極的に経営分析を行ってこなかった。そのため、経営不振から立ち直れない小規模事業者は、自ら事業の実態を把握できておらず、売上向上や経営革新に対する意識がない状態である。また、商工会も小規模事業者の強みや経営課題を的確に把握できていないために、経営不振にあえぐ小規模事業者に対して効果的なアドバイスや提案ができていない。

(今後の取り組み)

今後は経営状況の分析の重要性を伝え、小規模事業者が自身の強みや経営課題を的確に把握して事業展開できるよう、また、商品、サービスを顧客のニーズに合わせて変えていけるよう効果的な支援を行っていく。

(事業内容)

職員が、経営不振にあえぎ経営改善や経営革新が必要な小規模事業者へのヒアリングを十分に行うことで経営状況を把握して成長発展もしくは持続的発展を阻害する課題を解決するため経営状況の分析を行う。また、兵庫県よろず支援拠点と連携して参加者15名を目標に経営分析セミナー（年1回）を開催する。募集方法は商工会ホームページでの周知、新聞折込等を行い、新たに経営分析を行う事業所の発掘を行う。

①対象者

経営分析セミナー参加者に加え、過去に経営相談が行われた小規模事業者のうち課題が解決できていない小規模事業者、金融・税務相談を普段より受けている小規模事業者、事業承継が課題となっている小規模事業者、重要な経営課題を有する小規模事業者を中心に職員が巡回指導での経営分析の必要性を勘案して選定する。

## ②分析手法

経営指導員（2名）・経営支援員（1名）・記帳専任職員（2名）の5名の職員が経営分析目標を意識して、窓口相談や巡回等によるヒアリングにより経営実態の把握を行い課題の解決方法を導く形で行う。経営分析は、決算資料やヒアリング等を基に職員が行うが、支援経験の少ない職員については、ベテラン職員の同行、また、兵庫県よろず支援拠点等の支援機関や外部専門家と連携して効率的に実施する。経営分析結果及び指導内容は、経営カルテ（データベース）を活用して、職員同士がいつでも閲覧できるよう記録・保管方法を取り情報の共有化を図る。

## ③分析項目

- ・決算書や経営係数分析表に基づき、収益性、生産性、安全性等の財務分析（定量分析）
- ・事業所がもつ商品やサービス、技術やノウハウ、従業員の資質など経営資源、SWOT分析による、強み、弱み、脅威、機会など経営環境の把握や課題抽出（定性分析）

### （成果の活用方法）

経営実態や経営状況の分析結果は、小規模事業者へフィードバックを行い事業計画策定における基礎資料とするのに加え、商品構成の見直し、既存のサービス提供方法の改善等、事業所の今後の方向性を決めるための判断材料とする。さらに経営カルテ（データベース）に入力することで、職員同志の情報が共有され指導力向上としても役立つ。

これによって、効果的な伴走型支援が可能となり合理的で実現可能性の高い事業計画の策定、強みを生かした経営の実施により売上・利益の向上など、経営基盤の強化につなげる。

### （目標）

支援内容	単位	現状	31年	32年	33年	34年	35年
経営分析目標件数	件	未実施	30	30	30	30	30

## 4. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

### （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、その必要性を気付いていない。また、必要性を感じていても、日々の経営に追われて取組むきっかけを失うなど、計画策定に至っていない。

商工会においても、これまで経営相談のない小規模事業者の事業計画策定の支援に前向きに取り組んでおらず、かつ職員の計画策定支援に関する能力にも偏りがあり積極的に行ってこなかった。ここ数年は、持続化補助金などの相談により事業計画策定の必要性を認識するようになってきている。

平成30年度においては、外部専門家と連携を図りながら、持続化補助金への申請時に10件（内採択6件）、ものづくり補助金3件（内採択1件）、創業セミナーで3件の計16件の事業計画策定支援を行っている。

### （支援に対する考え方）

地域の経済動向調査や経営分析の結果を踏まえ、小規模事業者の経営課題の解決を図り、将来に渡って持続発展することを目的として事業計画の策定支援に取り組む。

### （事業内容）

#### ①支援対象

前述の資金の調達の実現性がある小規模事業者、事業承継が課題となっている小規模事業者、重要な経営課題を有する小規模事業者等、経営状況の分析を行った小規模事業所に加え、創業予定者を対象とする。創業予定者については、事業を開始しておらず、経営分析を行うことができ

ないため、経営分析を経ずに事業計画の策定支援を行う。

## ②手段・手法

支援対象者の掘り起しのために、兵庫県よろず支援拠点等と連携して、事業計画策定セミナーや事業承継セミナー、創業セミナー等の各種経営セミナーを開催し、事業計画策定の必要性、有効性を体験する機会を増やす。また、職員は経営分析を実施した小規模事業者などに対し、重点的に事業計画策定の必要性を伝え、各種セミナーに参加を促す。

事業計画策定にあたっては、原則として職員が支援するものとするが、経営課題等によっては、外部専門家と連携を図り、精度の高い事業計画書策定に取り組む。

事業計画策定により、小規模事業者は、目標が明確になり、その目標達成に必要な取り組みも明確になる。これによって、効率的な事業運営、ビジネスモデルの再構築が可能になる。

職員にとっても、計画書において経営課題が明確化され、目標が設定されていれば、各種施策の活用など、有効な支援が可能になる。

## (目標)

これまで支援してきた事業所を中心に職員は1人当たり3件以上を目標として、事業計画策定セミナーに参加する事業所を選定し経営改善のための事業計画策定支援を行う。また、事業承継セミナー、創業セミナー等の参加事業所に対しても職員による伴走型支援を行い、職員1人当たり5件以上を目標として年間25件の事業計画策定を目標とする。

項目	年度	30年	31年	32年	33年	34年	35年
事業計画策定セミナー開催数	回	未実施	1	1	1	1	1
受講者数・事業計画策定件数	人	未実施	15	15	15	15	15
事業承継セミナー開催数	回	未実施	1	1	1	1	1
受講者数・事業計画策定件数	人	未実施	5	5	5	5	5
創業セミナー開催数	回	1	1	1	1	1	1
受講者数・事業計画策定件数	人	3	5	5	5	5	5
事業計画策定件数	件	16	25	25	25	25	25

## 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

### (現状と課題)

小規模事業者は経営資源が限られており、これまで補助金等申請時に策定した事業計画についても商工会がフォローしてあげなければ実践できないところが多くある。また、職員も補助金申請事務の支援だけに注力しがちであり、支援した小規模事業者に対し立案した事業計画の進捗状況について計画的な巡回によるモニタリングを行い事業の進捗管理及びフォローアップができていないのが現状である。

今後は、職員が支援計画を事業所ごとに策定し、定期的な巡回指導や窓口相談によりフォローアップを実施し、PDCAサイクルによる支援を効率的に実施することが課題である。

### (支援内容)

#### ①定期的なモニタリングによる事業の進捗管理及びフォローアップ

事業計画を策定した全ての事業者を対象として職員により四半期毎に定期的な巡回訪問等において、立案した事業計画に沿って、着実に実践されているかを確認して改善等の支援を行う。

#### ②進捗状況の検証及びフォローアップ

上述①において把握した状況を検証し、必要に応じて外部専門家と課題解決に向けた原因の



究明を図る。経営力の向上が図れていない場合は、原因と課題について経営者と検討し課題対策支援を行い計画の見直し支援を行う。また、課題解決の重要度が高いものについて支援頻度を増やし事業の進捗状況の把握や事業計画の売上等の目標達成度について確認を行い、経営の安定化に向け事業の進捗管理及びフォローアップを強化した伴走型支援を行う。

経営が安定した小規模事業者で経営改善に積極的な事業所に対して経営革新計画や事業承継計画などの支援を行い、元気で特徴ある小規模事業者へ育成する。

### ③施策等の周知について

フォローアップをしていく中で、小規模事業者の目的に応じた、国、県、町行政の支援策や日本政策金融公庫の小規模事業者経営改善資金融資制度等のパンフレットなどで説明し支援施策の活用を促す。

### (頻度)

事業計画策定事業者に対しては、四半期毎のフォローアップを原則とし、経営改善等の重要かつ緊急性の高い経営課題を有する事業者に対しては、必要に応じて兵庫県よろず支援拠点制度や専門家派遣制度等を活用して外部専門家と連携して集中支援先とし、連続して毎月1回ペースで3回以上（必要に応じてそれ以上）集中的に支援を行う。

### (目標)

事業計画を策定した25社の事業所を対象に四半期ごとに1回以上巡回によるモニタリングを実施することを目標として、事業計画の進捗度合等の確認を行う。

項目	年度	30年	31年	32年	33年	34年	35年
フォローアップ対象事業者数	社	未実施	25	25	25	25	25
職員による訪問延件数	件	未実施	100	100	100	100	100

## 6. 需要動向調査に関すること【指針③】

### (現状と課題)

小規模事業者の中には、持続的発展のため前向きに取り組んでいる事業所がある一方、現状を打破するため経営改善が必要であると感じているが、商品需要等の情報が乏しく経験と勘に頼ったこれまで通りの経営をする事業所も多くある。商工会としても小規模事業者にとって市場や需要動向の重要性を認識していながら、需要動向に関する情報の収集や分析をこれまで実施できていなかった。また、ここ数年の間に大型商業施設やフランチャイズ店、コンビニが福崎町内に多く出店しており、地元の小規模な小売店や飲食店は大きな打撃を受けている。

### (事業内容)

実施する需要動向調査により、小規模事業者の商品をマーケットインの発想に切り替えて、消費者ニーズに応じた商品構成、および販売方法を確立する。また、展示会や商談会等での販路開拓に役立つ。

#### ①消費者アンケート調査の実施

【調査対象】 これまで経営分析、事業計画策定支援等を行った事業所を中心として、新たな商品開発や販路開拓に意欲があるが、売上が伸び悩んでいる小規模小売店や飲食店を対象として、毎年、2店舗を選定し、来店者（一般消費者向け）アンケート調査を実施して分析した上で当該2店舗にフィードバックする。

【サンプル数】 来店客1店舗当たり50人

**【調査項目】**

- ・顧客属性  
居住地、年齢、性別、来店曜日・時間・頻度、来店動機等の事項。
- ・商品属性  
(飲食店) 注文いただいたメニューに対しての味、量、価格、色合い、食材の適否等  
(小売店) 購入いただいた商品に対しての色、サイズ、価格、パッケージ (見た目)、用途、使い勝手等

**【調査分析の手段・手法】**

調査結果は、顧客属性と商品属性のクロス分析など、専門家を交え経営指導員が分析する。

**【成果の活用方法】**

外部専門家と連携をしてアンケート調査結果を分析した上で当該2社にフィードバックすることで、商品構成、および販売方法の見直し、ならびに新メニューの開発につなげる。

**②商談会やビジネスマッチング等でのアンケート調査**

- 【調査対象】** これまで経営分析、事業計画策定支援等を行った事業所を中心として、やる気があり元気な特徴のある製造業2社(食品製造業・加工品製造業を想定)を対象に金融機関や支援機関が行う商談会やビジネスマッチング等に出展し、既存商品および新商品の試食、テスト販売、来場者を対象としてのアンケートの実施を行う。

**【サンプル数】** 1商談会当たりの来場者 50人

**【調査項目】**

- ・業者属性  
業種、会社規模、取扱商品、取引条件
- ・商品属性  
(食品製造業) 味、歯ごたえ、臭い、色、大きさ、価格、見た目(パッケージ含む)等  
(加工品製造業) 色、サイズ、価格、パッケージ(見た目)、用途、使い勝手等

**【調査分析の手段・手法】**

調査結果は、業者属性と商品属性のクロス分析など、専門家を交え経営指導員が分析する。

**【成果の活用方法】**

アンケート調査結果を分析した上で当該2社にフィードバックすることで、既存商品の改良・新商品の開発につなげる。

(目標)

項目	単位	30年	31年	32年	33年	34年	35年
①調査対象事業者数 (BtoC)	件	未実施	2	2	2	2	2
②調査対象事業者数 (BtoB)	件	未実施	2	2	2	2	2

**7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】**

(現状と課題)

これまで商工会では、各地で開催されている商談会や展示会については、会員へのDM発送の中に案内を入れる程度で積極的に活用してこなかったが、数年前から、近隣の商工会(姫路市商工会、神河町商工会、市川町商工会)と合同で国際フロンティア産業メッセや大阪ギフトショーへの出展支援を行うようになり、商談会や展示会への出展が販路拡大に繋がるチャンスである

と認識するようになってきた。しかし、出展者への事前・事後のフォローが不十分であったため、出展するだけに留まり、新たな需要の開拓にまで至っていない。

(支援に対する考え方・支援対象)

小規模事業者が、単独で自社のターゲットに見合う展示会や商談会に出展し、新たな販路の開拓に繋げていくことは困難なため、需要動向調査を行った小規模事業者を対象として商談会や展示会への出展サポートや情報発信の支援を行う。

(事業内容)

小規模事業者が自社の商品、サービスに対して有効な販売促進活動の実践を支援するため、商談会・展示会への出展支援を行い商談件数の増加や収益の向上に繋げる。また、新聞社やテレビ局へプレスリリースを行うことで小規模事業者について売上拡大に繋げていく。

①展示会・即売会への出展支援 (BtoC)

需要動向調査で消費者アンケートを実施した小規模始業者を対象として、展示会・即売会への出展支援を行う。消費者等への陳列や展示方法などを売上に繋げるため事前に外部専門家と連携して個別相談を行い、展示会・即売会では職員が同行して販売・PRの支援を行う。

また、事後に職員が事業所に巡回訪問を行い、売上が増加したか等の出展効果の確認を行い、効果が見られない場合は、外部専門家と連携して商品の改良や見せ方販売方法等の改良支援を行う。小規模な小売店、飲食店は、地域密着型の店舗が多いため福崎町周辺及び播磨地域を中心とした商圈とするため想定する展示会は次のとおり。

展示会名	開催場所	時期	出展数	来場者数
	内容等			
ふくさき産業祭	福崎町エルデホール周辺	11月	50	5,000人
	福崎町が主催する秋まつりの一環として商工会が産業祭を実施する。展示即売会、ステージイベント等を開催し地域住民に福崎町の産業をPRする。			
ご当地グルメ大集合！姫路食博	姫路大手前公園	11月	70	3日間で15万人
	姫路食文化協会が主催する世界のおでんや地酒、ご当地グルメなどが集まる播磨地域最大のフードイベント。			

※時期、出展数、来場者数は前回開催分の実績

②商談会への出展支援 (BtoB)

需要動向調査で②のアンケート調査を実施した小規模始業者を対象として、商談会等への出展支援を行う。出展して成約率を高められるようバイヤー等へのプレゼン方法や資料作成、商談方法など外部専門家と連携して個別支援を行い、商談会では職員が同行し商談のアドバイスを行う。事後支援として、外部専門家と連携して成約後のフォロー、契約手続きのアドバイス、成約できなかった商品などの改良支援などを行う。

出展を想定する商談会は次のとおり。

商談会名	開催場所	時期	出展数	来場者数
	内容等			
大阪インターナショナル・ギフトショー	大阪マーチャндаイズ・マート	9月	148社	21,000人
	株式会社ビジネスガイド社主催の関西で唯一の雑貨と販促品の総合見本市。			
国際フロンティア産業メッセ	神戸市：国際展示場	9月	546社	30,000人
	国際フロンティア産業メッセ 2018 実行委員会主催の企業や大学・研究機関による先端技術の紹介や新事業創出の基盤となる製品展示を中心に、基調講演、特別講演、各種セミナーや交流会など多彩なプログラムを展開し、技術交流・ビジネスマッチングを進める西日本最大の商談展示会。			

※時期、出展数、来場者数は前回開催分の実績

(目標)

月間売上 5 万円増を目標として展示会・即売会への出展支援を行う。また、同様に商談会への出展についても成約件数を 1 件以上の目標を持って出展支援を行う。

項目	単位	現状	31 年	32 年	33 年	34 年	35 年
① 展示会・即売会の出展者数	者	未実施	2	2	2	3	3
② 支援後の月間売上増加額/者	万円	未実施	10	10	10	10	10
③ 商談会の出展者数	者	1	2	2	2	2	2
④ 成約件数/者	件	未実施	1	1	1	2	2

## II. 地域経済の活性化に資する取組

### 8. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(現状と課題)

昭和 6 2 年頃から福崎町産「もち麦」を使った、町特産「もちむぎ麺」の販路拡大や、民俗学の父である「柳田國男」の著書に出てくる河童や妖怪を使ったまちおこしに取組んでいる。「もち麦」が平成 2 5 年にダイエット効果があり健康食品として、また、柳田國男の生家の近くにある辻川山公園の池から「河童」が出てくる仕掛けなどがマスコミやメディア、SNS に取り上げられたことから全国的に有名となり、福崎町に来られる観光客数が平成 2 5 年度は 2 4 万人であったが、平成 2 8 年度には 4 1 万人と大きく膨れあがった。

平成 2 9 年 4 月に「銀の馬車道・鉱石の道」が日本遺産に認定され、現在は中播磨県民センターを中心として域外や海外からの観光客の増加を図るための事業に取組んでいる。

このような事から、福崎町においては、地域外からの流入が多くあり小規模事業者にとっても、ビジネスチャンスとなりうる機会が多くある。

しかし、観光客の多くは、メディアに取り上げられた所や、福崎町特産品を販売している「もちむぎのやかた」だけで買物して帰られる等、地域全体への経済効果は得られていない。

また、福崎町では、中核都市からのアクセスが良く、交通の要衝となっていることから、大型店やフランチャイズチェーン店の進出が相次ぎ、地域の小規模小売店は大きな打撃を受けている。このことから福崎町商工会では、福崎町から補助金を得て、地域の中小事業者でしか利用できない「福崎町なっ得商品券」(プレミアム商品券)を平成 1 1 年度から毎年発行しており、町内の消費拡大と中小事業者への支援としてある程度の成果を挙げている。

(今後の取組み)

商工会では、福崎町が策定した第 5 次総合計画で定めた基本構想「活力にあふれ 風格のある住みよいまち」の理念にのっとり、産業振興に取組み地域経済の活性化に寄与する。

具体的には、福崎町観光協会、中小企業大学校関西校、株式会社もちむぎ食品センター、福崎町もち麦生産組合、地域の生産者が連携し、健康食品の「もちむぎ麺」や、民俗学の父「柳田國男」が研究した「妖怪」などの地域資源を活用し、生産者の 6 次産業化や小規模事業者の商品開発と販売促進に繋げ、地域のブランド化を促進させて町内外への PR 活動を推進する。

また、大型店等の進出により地域にある多くの小規模小売店が廃業していることを鑑み、現在発行している「福崎町なっ得商品券」の発行を継続させ、地域の中小事業者の売上拡大につなげていく。

(取組内容)

#### 1. 福崎町、地域の金融機関、工業団地に進出する企業と連携して、「福崎町なっ得商品券」(プレミアム商品券)の継続的な発行

これまで、福崎町商工会で単独して発行してきた「福崎町なっ得商品券」ではあるが、地域金融機関(みなと銀行・但馬銀行・播州信用金庫・姫路信用金庫・但陽信用金庫・兵庫西農業

協同組合)とプレミアム商品券発行事業連携会議(仮称)を年1回開催し、使いやすく利用しやすいものに改善を行う。

また福崎町に進出する大手製造業などで働く従業員が福崎町内で消費してもらえよう工業団地協議会(工業団地で稼働している43社で組織する協議会)にも連携会議に参加を呼びかけ、商品券のPR等を行う。また、事業を継続的に行い、発行額を拡大するため福崎町への要望を行い町内の消費拡大、及び小規模事業者の売上拡大を目指す。

## 2. 福崎町、観光協会等と連携した福崎町特産の「もちむぎ麺」の販路拡大、民俗学の父「柳田國男」を活用した観光産業への支援

ダイエット効果など健康食品としてマスメディアに取り上げられたことによりによる「もち麦」ブームや河童や妖怪による町おこしが一定の効果をあげる中で、小規模事業者が、それにちなんだ商品の取扱いや新商品開発を行うなど支援を行うとともに、もちむぎグルメマップの作成やSNSでの情報発信などにより町外から来られる観光客の増加を図り小規模事業者で買物ができる仕組みづくりを行う。

そのために、年2回開催される、もち麦産地振興協議会(福崎町、商工会、観光協会、株式会社もちむぎ食品センター、もち麦生産組合等で組織)に参加して参加団体と連携した支援を実施する。

## 3. 日本遺産「鉱石の道・銀の馬車道」を活用した地域おこし

年2回開催される銀の馬車道ネットワーク協議会(中播磨県民センター、中播磨地区にある市町や商工会、神戸新聞社、JR西日本、兵庫県立大学等の学識経験者で組織)と連携して、平成29年4月に日本遺産に認定された、「銀の馬車道・鉱石の道」を活用して地域の小規模事業者、観光資源や産物のプロモーション活動を行い交流人口増加による経済活性化事業に取り組む。具体的には、インバウンド対策や多種多様な観光客の増加を想定して、中播磨地域の小売業、飲食店や宿泊業などに対して「おもてなしセミナー」や「インバウンド対策セミナー」などを開催し受入体制の強化や、中播磨地域の観光マップやグルメマップ、観光アプリなどによる地域のお店への誘導やPR活動を行う。

## 4. 地域イベント「ふくさき産業祭」の充実

福崎町商工会では、毎年11月に、消費者と地元事業者等がふれあう場として「ふくさき産業祭」を開催し、展示即売会に多くの企業に出店してもらっている。年2回開催する、ふくさき産業祭実行委員会(商工会内部組織)に福崎町や観光協会などにも参加を呼びかけ連携して地域の特産品や地域資源を活用したイベントを実施し、町内外からの集客を図り出店した企業の売上拡大を図る。また、新たな需要に寄与する事業として小規模事業者が売上拡大は販路開拓に繋げられる場として一般消費者への呼びかけや周知方法など活用を考える。

## 5. JR福崎駅周辺における商業の活性化

当商工会では、平成18年度から12月~1月の夜間に賑わいと防犯を兼ねた、ふくさき駅前ルミネール(イルミネーション)の点灯を行い、駅前地域の活性化に取り組んできた。

また、平成26年から平成30年度の5か年計画で福崎駅前周辺整備事業が行われており、交通網が整備されるなど福崎駅へのアクセスが便利になる。現在、駅周辺で買物できるお店が無く、地域住民から必要とされる商店等の誘致や周辺の空き家・空き店舗の有効活用に着手する。

具体的には、福崎町、商工会、地域住民、学校関係等の有識者で組織する「福崎駅周辺地域をよくする会」(仮称)を設置して商業施設の誘致、空き店舗活用、地域活性化等について年2回協議を行う。

# 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

(現状と課題)

他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウの情報交換については、必要に応じて実施してい

るものの小規模事業者の個社支援を意識して計画的・組織的には実施しておらず、個別の案件について個々に対応しており蓄積される支援ノウハウ等の情報交換は担当者レベルで把握している程度で極めて限定的である。

#### (今後の取組み)

小規模事業者の個社支援に繋げていくために必要な需要の動向、支援に係るノウハウ等に関して恒常的に情報交換を行い情報の共有を強化して、相互の課題を掘り下げながらより有効な情報収集及び情報交換に努める。そして、それらの情報を他の職員にも共有化を図るため、月1回の職員支援者会議を開催し小規模事業者の個社支援を図る。

#### (事業内容)

##### ①広域支援機関との連携

県下 28 商工会の事務局長及び県連幹部職員が参加する兵庫県商工会連合会事務局連絡会（年2回）及び中播磨地区商工会連絡協議会（姫路市商工会・神河町商工会・市川町商工会・福崎町商工会）が実施する事務局連絡会（年6回）に参加して商工会同士の連携を深め、先行して認定を受けている商工会からの経営発達支援事業における支援ノウハウ等の情報を得る。

##### ②専門家及び兵庫県よろず支援拠点との連携

これまで商工会で開催してきたセミナーや専門家派遣等により中小企業診断士・税理士等の専門家や兵庫県よろず支援拠点とは、情報交換しやすい環境が整っており経営発達支援事業を進めるうえで連携を強化していく。また、これまで行ってこなかった経済動向調査並びに需要動向調査にも専門家を活用し小規模事業者の経営分析や事業計画策定支援に取り組む。

特に兵庫県よろず支援拠点とは、創業セミナー、事業承継セミナー等の各種セミナーを連携して開催しているため年度当初、年度途中、年度末の年3回の情報交換を行い、効果的かつ効率よく小規模事業者への支援に繋げる。

##### ③地域金融機関との連携

福崎町及び町内金融機関（株式会社みなと銀行、株式会社但馬銀行、播州信用金庫、但陽信用金庫、姫路信用金庫）との情報交換を年2回開催する。金融支援他、創業や経営改善における事例や課題などについての情報交換を行い、今後の支援に対する方向性の共有を図りながら連携して個社支援に取り組む。

##### ④株式会社日本政策金融公庫姫路支店との連携

株式会社日本政策金融公庫姫路支店管内の商工会・商工会議所による連絡会議（年1回）において、金融支援他、各地域の資金需要動向や地域経済動向について情報交換を行っている。また、小規模事業者等から金融相談を受けた時は、迅速に対応するため、普段から公庫職員と商工会職員の情報交換を図り、公庫職員が商工会職員に同行して小規模事業者を訪問するなど、よりきめ細かな支援を目指す。

## 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

#### (現状と課題)

現状では、兵庫県商工会連合会の職階別、業務別経営支援研修会及び中小機構等が主催する研修会に積極的に参加している。しかし、人事異動等により比較的若い職員や、経営支援に関して経験不足な職員が多く、小規模事業者の支援に不可欠な経営実態の把握や経営状況の把握、及び事業計画策定支援に関するスキルが不足しているとともに、職員同士での支援に関する情報の共有化が図られていない。

#### (今後の取組)

職員が積極的に小規模事業者に対しての伴走型支援を展開し、収益の確保や経営状況の把握等に努めるため、支援能力向上に向けた研修会等に参加する。また、若い職員が巡回する際は、ベテラン職員が同行してOJTを行う等、支援経験の少ない職員の支援力向上を図る。また、支援事例などを職員間で共有するため支援会議を月1回実施し、参加した研修会で役立つ情報や支援した内容などの共有化を図る。これらの取組は経営指導員だけでなく全職員を対象とする。

#### <支援能力の向上>

- ①兵庫県商工会連合会等が主催する職責、相談業務、経営支援に必要な専門知識の習得と課題解決に向けた提案力を身に着ける為の研修に年 2 回以上参加し、経営実態の把握や経営状況の把握及び経営計画策定など、小規模事業者の利益確保に繋がる支援能力の習得を図る。また、他の参加者の支援事例や講師の専門性を見極め、専門家活用におけるコーディネート力の向上に努める。
- ②職員の職務歴に応じて中小企業大学校が主催する研修に年 1 回参加する。
- ③創業支援に必要な機関の研修を受講し、支援力の向上に努める。
- ④小規模事業者に専門家を派遣する際には、担当職員が同行し、専門家の指導、助言ノウハウなど高度な支援力を学ぶ。
- ⑤ベテラン職員は、支援経験の少ない職員が伴走型支援を行う際に、専門家のコーディネートや支援手法など OJT により育成に努める。
- ⑥商談会や展示会、アンテナショップに出展する小規模事業者に同行し、バイヤーとの交渉や消費者への PR 方法などを通じ、マーケティングに対してのスキルや支援力の向上に努める。

#### <情報共有による資質向上>

- ①支援に関する巡回時の記録、事業者の経営状況分析結果等を経営カルテとして蓄積し、情報の共有化を図ることで経営支援体制を構築する。
- ②支援会議を月 1 回の頻度で開催し、実際に関わった支援の進捗状況、専門家派遣の内容報告を共有し、支援先の優先順位などを含め全員で意見交換し、支援ノウハウと意識の共有化を図る。
- ③職員会議を月 1 回の頻度で開催し、研修等で習得した小規模事業者の支援事例や支援に有効なノウハウを紹介し共有化を図る。

### **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**

経営発達支援計画を円滑かつ効果的に進めるために、行政や支援機関等の外部有識者による事業評価委員会を設置し、年 1 回事業の成果、評価及び見直しを行うとともに、その結果を当会のホームページにより公表し、商工会の実施する経営発達支援事業の効果的な P D C A サイクルを構築する。

#### (取組み内容)

事業評価委員会のメンバーとして、福崎町地域振興課長、株式会社日本政策金融公庫姫路支店長、中小企業大学校関西校校長、中小企業診断士に外部有識者として 1 名ずつ委員を委嘱し、兵庫県商工会連合会広域指導センター所長、正副会長 3 名の計 8 名にて委員会を構成する。

#### (評価方法)

- ①事業ごとに設定した数値目標に対する実績並びに実施した内容を明記する。また、実施した事業（セミナー等）に対する参加者からアンケートを取りまとめる。
- ②外部有識者から①を基に事業成果に対する評価・見直し案について提示を受ける。
- ③評価・見直し案作成のうえ、評価委員会にて事業評価を実施。事業見直し案を作成する。

#### (改善方針の決定)

正副会長会において評価・見直し案を提出、改善方針を決定する。

#### (事業の成果・評価・見直しの結果の報告及び承認)

理事会・総代会に報告し、承認を受ける。

#### (公表)

商工会ホームページにて事業評価及び見直した事業計画を公表する。

(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

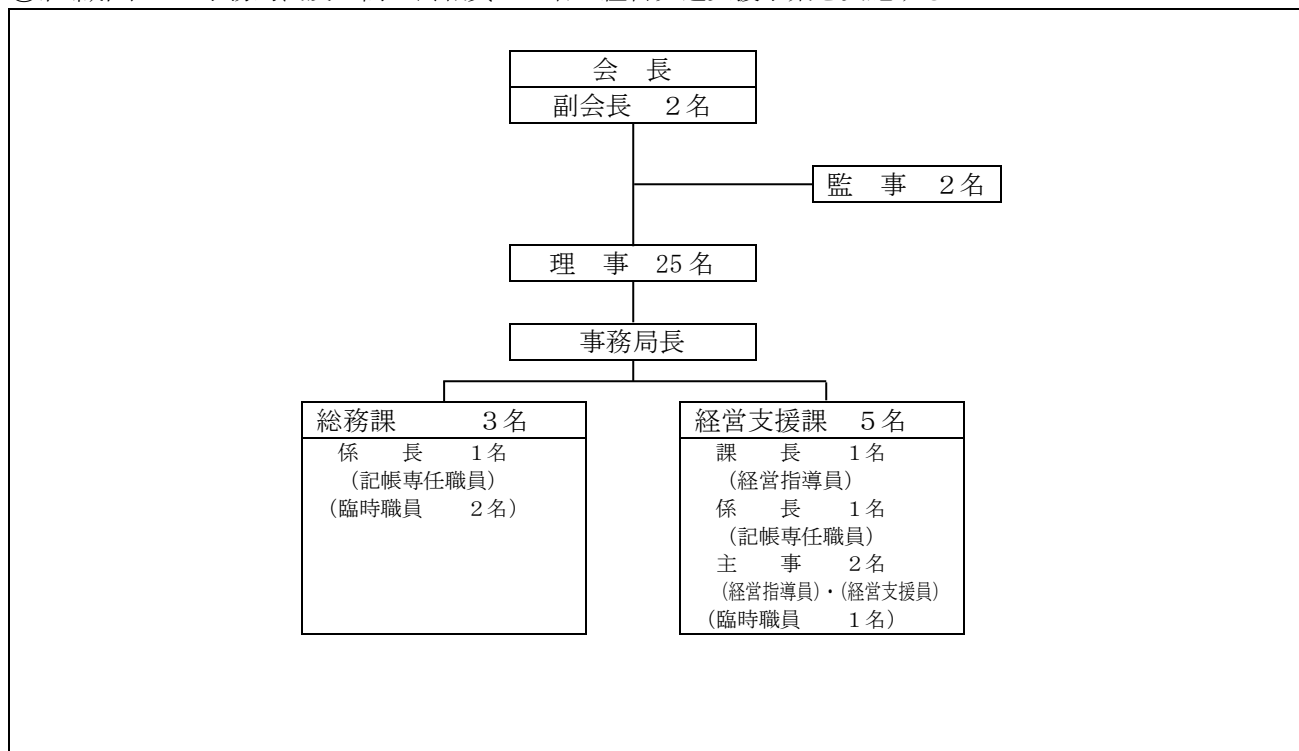
(平成 30 年 10 月現在)

(1) 組織体制

①実施体制 統括責任者 事務局長

内 容	事 業	主担当	副担当	担当
経営発達支援計画	地域経済動向調査	経営支援課長 (経営指導員)	経営支援課係長 (記帳専任職員)	経営支援課主事 (経営指導員) (経営支援員)
	経営状況の分析			
	事業計画策定支援			
	事業計画実行支援			
	需要動向調査			
	販路開拓事業			
地域経済の活性化に資する取組	地域製品の P R		総務課係長 (記帳専任職員)	
	にぎわい創出事業			
支援力向上のための取組	支援機関との情報交換			
	職員の資質向上研修			
評価・見直し	事業評価委員会			
	事業計画見直し			

②組織図 事務局長及び商工会職員の 6 名で経営発達支援事業を実施する



(2) 連絡先

兵庫県神崎郡福崎町福田 116-1  
 福崎町商工会 経営支援課  
 電話 0790-22-0558、F A X 0790-22-4354



(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)

年度	30年	31年	32年	33年	34年	35年
必要な資金の額	11,720	15,100	15,100	15,100	15,100	15,100
講習会等開催費	2,630	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
資質向上対策費 (職員研修費等)	180	300	300	300	300	300
施策普及費 (会報発行・HP運営費等)	910	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
地域経済活性化 (プレミアム商品券発行事業等)	8,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000

(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・県・町・兵庫県商工会連合会等 【自己財源】会費・手数料収入等

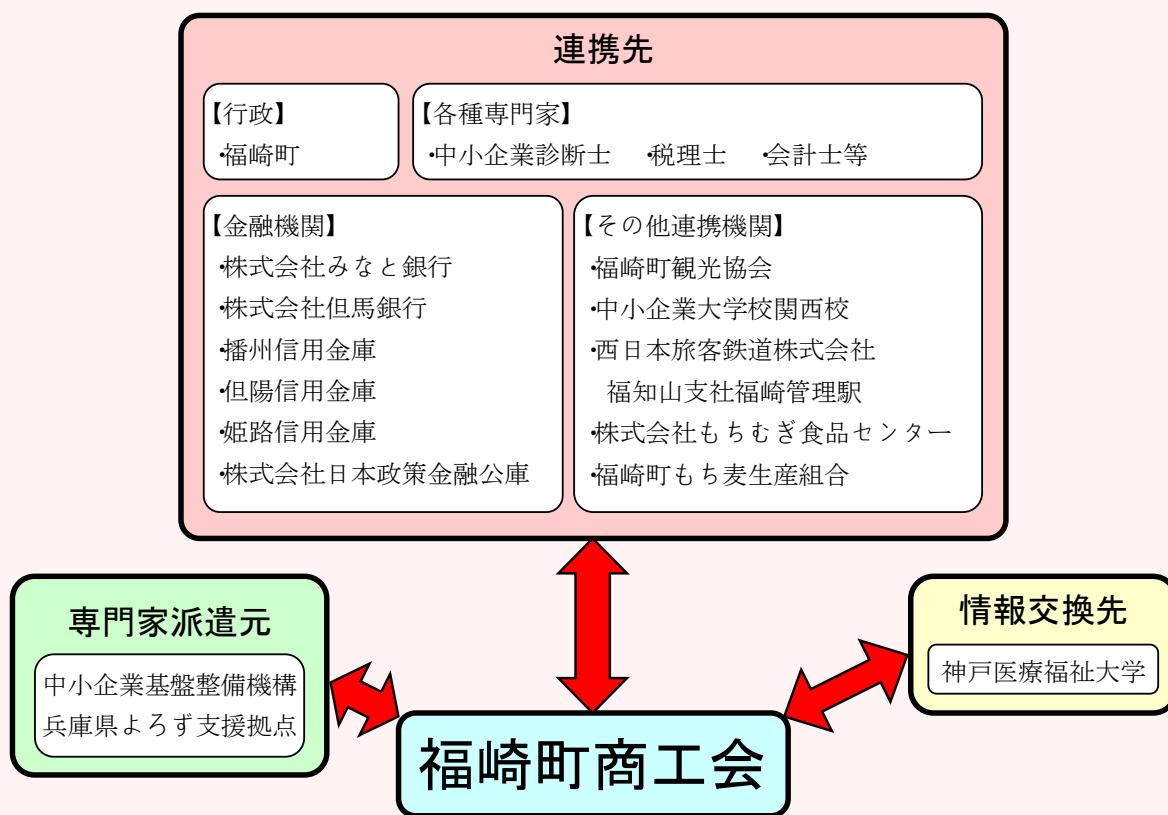
(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

## (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. 経営状況の分析に関すること【指針①】 ・専門家による助言・支援 2. 事業計画策定支援・実行に関すること【指針②】 ・専門家による助言・支援 3. 経済動向並びに需要動向調査に関すること【指針③】 ・情報交換 ・専門家による助言・支援 4. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】 ・専門家による助言・支援		
連携者及びその役割		
名称	住所	役割
公益財団法人ひょうご産業活性化センター 理事長 榎本 輝彦 (兵庫県よろず支援拠点)	神戸市中央区東川崎町1丁目 8番4号 神戸市産業振興センター 1階・2階・7階	専門家による助言・支援 ・経営分析 ・事業計画策定、実行支援 ・販路開拓 ・新規創業
中小企業基盤整備機構近畿本部 本部長 赤木 正明	大阪府中央区安土町2-3-13 大阪国際ビルディング27階	情報交換
中小企業大学校関西校 校長 山中 和彦	神崎郡福崎町高岡1929	
神戸医療福祉大学 学長 都築 明寿香	神崎郡福崎町高岡1966-5	情報交換
株式会社みなと銀行福崎支店 支店長 松岡 誉明	神崎郡福崎町福田313-3	資金調達支援 新規創業支援
株式会社但馬銀行福崎支店 支店長 木下 元宏	神崎郡福崎町西田原1406-1	地域経済動向に係る情報交換 販路開拓
播州信用金庫福崎支店 支店長 高橋 宏	神崎郡福崎町西田原1370-1	
但陽信用金庫福崎支店 支店長 浅原 亮太	神崎郡福崎町西田原1403-1	
姫路信用金庫福崎支店 支店長 稲見 和哉	神崎郡福崎町南田原3132-1	
株式会社日本政策金融公庫 姫路支店 支店長 山脇 智博	姫路市忍町200	
福崎町 町長 橋本 省三	神崎郡福崎町南田原3116-1	創業支援に係る情報交換 地域経済活性化事業の共同開催
福崎町観光協会 会長 後藤 雅一	神崎郡福崎町南田原3116-1	地域経済活性化事業の共同開催
西日本旅客鉄道株式会社福知山支社福崎管理駅 駅長 田畑 勝	神崎郡福崎町福田302-11	地域経済動向に係る情報交換
株式会社もちむぎ食品センター 代表取締役 橋本 省三	神崎郡福崎町西田原1022-4	地域経済活性化事業の共同開催
福崎町もち麦生産組合 組合長 山口 譲	神崎郡福崎町南田原3116-1	地域経済活性化事業の共同開催

連携支援体制の構築



支援



小規模事業者