

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	高浜市商工会（法人番号 9180305005148） 高浜市（地方公共団体コード 232271）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	経営発達支援事業の目標 小規模事業者の経営課題を克服するための事業計画策定の支援 地域産業の活力強化のための創業支援と事業承継支援 既存事業者、創業者を問わず、事業計画策定後の定期的なフォローアップ 事業者間の取引拡大に向けた販路開拓支援 事業者のDX対策への支援 小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続の実現伴走型支援の強化
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 1. 地域経済動向調査に関すること 地域の経済動向調査を活用し、経営の方向性の指針となる情報提供を行う。 2. 需要動向調査に関すること 商品やサービスについて消費者ニーズ調査と地域資源を活用した商品に対する需要動向を調査し集計・分析し情報提供する。 3. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者に経営分析を啓発し、事業計画策定までにつなげる支援を行う。 4. 事業計画の策定支援 セミナー開催及び個別相談を通じ、事業計画策定能力を高めるための支援を行う。 5. 事業計画策定後の実施支援 事業計画策定事業者に対し、進捗状況の定時確認をし、フォローアップを行う。 6. 新たな需要の開拓支援 販路開拓に向けて展示会出展や、DX加速化の流れに即した販路拡大支援を行う。
連絡先	高浜市商工会 〒444-1333 愛知県 高浜市 沢渡町四丁目6番地2 TEL:0566-53-1827 FAX:0566-53-5661 e-mail:takahamaskk@katch.ne.jp

	高浜市 市民部 経済環境グループ
--	-------------------------

〒444-1398 愛知県 高浜市青木町 四丁目 1 番地 2

TEL:0566-52-1111 FAX:0566-52-1110

e-mail:keizaikankyo@city.takahama.lg.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) 地域の現状と課題

①高浜市の現状

高浜市は、日本のほぼ中央にある愛知県三河平野の南西部に位置している。中部地方の中心都市である名古屋市から南東へ25kmのところであり、東は安城市、西は衣浦港をへだてて半田市、南は碧南市、北は刈谷市に接している。市面積は、東西4.2km、南北5.5km、面積は13.11平方kmである(図1参照)。

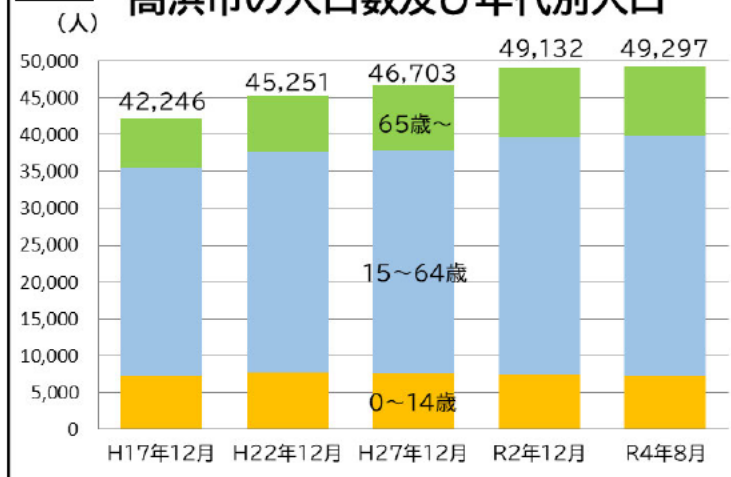
高浜市を含む衣浦東部地域は、ものづくりの拠点地域として工業集積が見られ、広域的な都市活動圏を構成している。都市機能を支える動線として、国道247号・419号、県道50号(名古屋碧南線)、県道47号(岡崎半田線)等の都市計画道路及び名鉄三河線が担っている。

人口については、令和4年8月1日現在、49,297人で増加傾向にあり、今後も人口増加が予想される(図2参照)。特に生産年齢人口(15~64歳の世代)の増加が大きくなっているのは、高浜市周辺市を含めて、輸送機器を中心とした企業立地による雇用確保や、工場跡地の住宅化が要因として挙げられる。

図1 高浜市の位置関係



図2 高浜市の人口数及び年代別人口

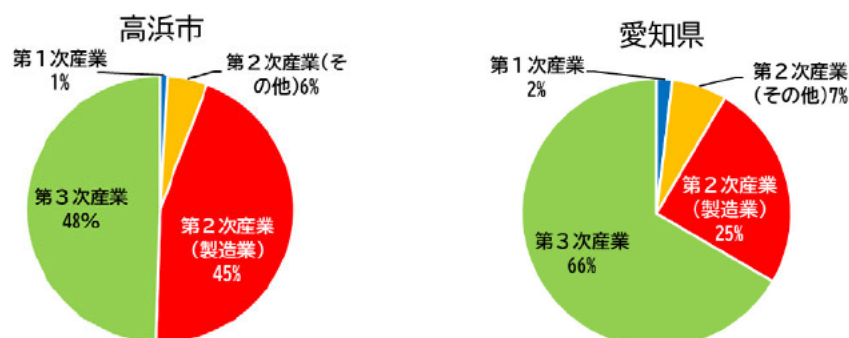


(出所：高浜市HP)

②高浜市の産業

愛知県三河地方は、大手自動車メーカーを中心とする国内ものづくり基地の中心であり、当市には輸送機器関連企業の生産拠点が多数立地している。隣接する刈谷市は、世界規模の部品メーカーの本拠地であり、碧南市、安城市にも生産拠点多く存在する。このような背景により、高浜市の産業別就業者割合は、愛知県平均と比較しても第2次産業（製造業）の比率が特に大きく、第2次産業への就業者割合が日本一となっている（図3参照）。

図3 高浜市内の産業別就業者割合(左)と愛知県平均(右)



高浜市内で製造業に従事する人の割合が愛知県平均の1.8倍

出所：令和2年国勢調査

ア) 製造業の現状

西三河地域には、トヨタ自動車及びそのグループ企業、三菱自動車の主力工場があることから、輸送用機械器具製造業を主体に、特長ある技術を有するものづくり企業が幅広い分野に多数存在している。高浜市においても、トヨタグループ企業並びに下請け事業所が多くあり、高浜市の製造品出荷額の内、約80%を占めている。

高浜市の地域的特徴として、窯業・土石製品製造業者が多数存在し、大半が瓦製造業である。高浜市を含む愛知県西三河地方で生産されている粘土瓦は、三州瓦（さんしゅうがわら）と呼ばれ、石州瓦、淡路瓦と並ぶ日本三大瓦産地の一つである。現在、三州瓦は全国生産量の70%のシェアを占めている。

高浜市内の製造業の事業所数については、リーマンショック以降、年々減少傾向にある。特に29人以下の小規模事業所数の減少が、市内全体の製造業事業所数の減少に直結している（図4参照）。

また、高浜市の製造業における業種別就業者割合を見ると、輸送用機械器具製造業、窯業・土石製品製造業、生産用機械器具製造業が上位を占めている（図5参照）。高浜市の就業状態は、景気による雇用変動（特に輸送用機械器具製造業）の影響を受けやすい状況にある。

高浜市内の出荷額の80%を占める輸送用機械器具製造事業所については、製造技術の高度化や海外への代替生産が進展し、国内自動車製造業による取引先の選別が行われ、技術や提案力において元請企業の要求に対応しきれない事業所が廃業していると推察される。

また、コロナ禍や円安基調により、原材料と燃料価格の高騰が続き、今後も大幅なコスト増が見込まれることから、より収益悪化に繋がると推測される。

図4 高浜市内の製造業の事業所数推移

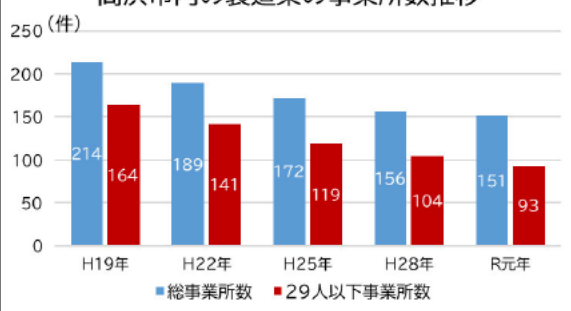


図5 高浜市の製造業における業種別就業者数の構成比 (上位3業種)

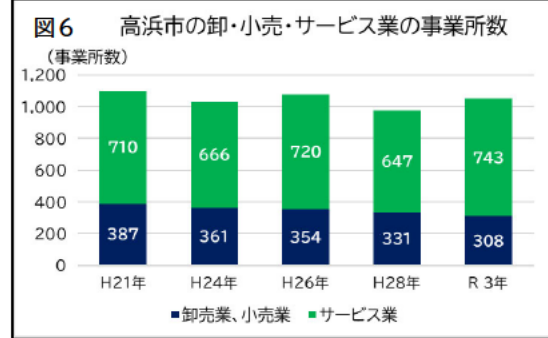
製造業業種	構成比
輸送用機械器具製造業	59.3%
窯業・土石製品製造業	7.4%
生産用機械器具製造業	6.5%

出所：図4、表5ともに経済産業省
令和元年工業統計調査

イ) 卸・小売・サービス業の現状

高浜市内の商業系事業所の多くが小規模事業者である。近年の消費マインドの低迷と、消費者のニーズの多様化、高浜市及びその周辺地域における大規模店舗の進出により経営環境が厳しいものとなっている。

図6のとおり、商業系の事業所数の変動は少ないものの、卸・小売業の事業所数は年々減少傾向にある。サービス業については、医療・福祉関連、教育・学習支援事業所の大幅増加に伴い、事業所数も増加傾向にある。



出所：総務省 経済センサス

(高浜市内の卸・小売業の業況)

「買回り品」については、近隣市である刈谷市、安城市、碧南市だけでなく、尾張地区への流出が顕著である。また、三河地方のほとんどの市町村で名古屋市への流出があるため、名古屋巨大商圏の影響は強い。「最寄品」は、スーパーマーケット・大型店の利用が最も多く、中型店がそれに続いている。「近くて便利」、「良い品物、新鮮な品物がある」、「価格が安い」等の購買理由によるものと考えられる。

このため、市内一般商店がこうした消費者のニーズに対応しきれず、苦戦している状況である。

(高浜市内のサービス業の業況)

令和3年の高浜市内のサービス業の事業所数は、平成28年比較で増加している。今後、事業所数が増えてきた場合には、既存の小規模事業者にとって「受注・販売量の確保」、「価格競争」が問題となってくる(事例：低価格帯の理容・美容店舗の増加により、従来店の理容・美容店舗の売上の確保が難しくなり廃業する)。

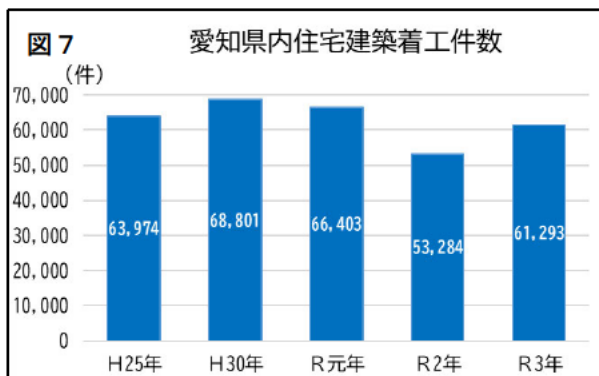
卸・小売業と同様に、消費者が地元の商店に魅力を感じず、自分の需要に合ったサービスを提供できる市外の事業所に移動していく。消費者の流動性が高いことから、消費者の需要に合ったサービスを提供しつづける必要がある。

ウ) 建設業の現状

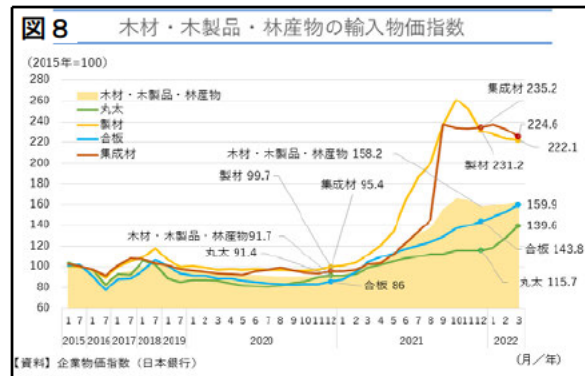
経済センサスによれば、高浜市内の建設業の事業所数は平成28年の133件から令和3年の133件と事業所数に変化はない。また、愛知県内の住宅着工件数に関しても、コロナ禍による住宅着工数減少から立ち直りつつある(図7参照)。

一方で、令和3年から続いている合板や製材、集成材の国内価格の急激な上昇(ウッドショック)の影響が令和4年以降も終息しておらず、「集成材や製材」の高止まりと「合板や丸太」の上昇継続の影響が懸念される(図8参照)。

このことから、住宅設備や木材以外の建材等の価格上昇なども重なり、新築住宅の取引需要が抑制される懸念が強い。



出所：愛知県 建築住宅着工統計



出所：経済産業省 HP

③高浜市の地域資源について

高浜市内には、地域の目を楽しませる名勝や、舌を楽しませる郷土料理等、伝統に基づく地域の文化が存在している（主な地域資源は、下の表を参照）。しかしながら、高浜市民には認知があるものの、市外の人にその存在を大いに認知してもらうまでには至っていない。地元の地域資源を活かした高浜市＝地元の企画を立て、発信できる体制づくりが求められている。

	「おまん和祭り」 江戸時代から続くお祭り。法被（はっぴ）に地下足袋姿の若者が、円形に組んだ馬場で、鈴や造花を背負って疾走する馬に飛びつき、人馬一体となって駆け回る勇壮なおまつり。春日神社・八剣社で開催されるものが特に盛大。（例年１０月第一日曜日とその前日の土曜日に開催）
	「とりめし」 高浜市で栄えた地場産業の一つとして吉浜地区の養鶏業がある。明治以降、卵の生産が盛んになると同時に卵を産まなくなった成鶏（廃鶏）も増え、次第にその廃鶏を地域で食べることが広まっていった。昔から各家庭、地域で食べられていた郷土料理が「とりめし」である。
	「鬼みち」 昔から窯業のまちとして栄えた高浜市は、「三州瓦」をはじめ数々のやきものの産業が発展した。昔ながらの家並み、街角にたたずむかわらやきもののモニュメント、市内をめぐれば懐かしい鬼瓦や親しみやすい彫刻などもあり、『瓦のまち』ならではの景観が楽しめる。
	「人形小路」 人形小路は、愛知県無形文化財「吉浜細工人形」と数々の名所を訪ね歩く散歩道である。吉浜細工人形は、約３６０年前が起源とされている。等身大で、着物の柄を貝殻、松かさ、竹、木の実などで細工して仕上げる。高浜市吉浜地区の各所に人形を設置し、見ごたえ十分の景観である。

④高浜市商工会の現況

上記の経済環境において、高浜市内の商工業者数は回復傾向にある（図９参照）。高浜市商工会においては微減ながらも会員数を維持している。会員数の減少の理由としては、後継者不在に伴う廃業が多数を占めている。

商工会員のうち、製造・建設業の工業系事業者の割合は全商工会員の４１％と全国平均値３０％を超えており、高浜市内の産業構造と類似した傾向となっている。商工会加入率を業種別に見ると、建設業及び製造業の工業系事業者の加入率は高いものの、サービス業４９％、飲食店・宿泊業５５％、卸・小売業３９％と商業系事業者の加入率が相対的に低い（図１０参照）。

図９ 高浜市内における各業種の商工業者数

調査年	全事業所数	建設業	製造業	卸売業、小売業	宿泊業、飲食業	サービス業	その他
平成２４年	１,５１４	１４７	３３８	３６１	１３３	５３３	２
平成２８年	１,４０５	１３３	２９４	３３１	１３２	５１５	０
令和３年	１,４８５	１３３	２９７	３０８	１２１	６２２	４

図１０ 高浜市商工会の業種別会員数及び加入率

	合計	内訳						定款・特別会員
		建設業	製造業	卸売業、小売業	宿泊業、飲食業	サービス業	その他	
会員数(件)	949	171	216	121	67	304	0	70
加入率	63.9%	128.6%	72.7%	39.3%	55.4%	48.9%	0.0%	—

⑤高浜市内の小規模事業者の課題

高浜市内の小規模事業者への現状を踏まえ、具体的に以下の課題がある。

今後の高浜市が「持続可能なまちづくり」を実現するうえで、各種産業の自立的発展による地域経済の活力が欠かせない。人口は増加傾向にあるが、長期的に減少傾向にある商工業者（特に小規模事業者）に対する産業振興策について、その集積と活性化に十分に結びついていない。

そこで、行政や金融機関等の支援機関及び関係団体との連携をさらに強化して、小規模事業者等に対する個者支援と地域振興策の両面において、効果的な支援体制の構築が必要となる。

ア) 製造業に対する課題	・自動車部品の減少・海外への生産拠点の移転や、元請けのコストカットへの個別対応（自動車部品製造業） ・住宅着工数の減少と他素材の屋根材との競合による新たな需要の掘り起し対策（窯業・土石製品製造業）
イ) 卸・小売・サービス業に対する課題	・大型店等の大資本の進出、消費者のニーズに対応しきれない地元商店の経営環境の改善対応
ウ) 建設業の小規模事業者に対する課題	・ウッドショックによる原材料高騰分の価格転嫁及びコンプライアンスの遵守
エ) 地域資源活用に対する課題	・高浜市の地域資源の認知度が向上できる観光PR対策
オ) 全業種に共通する課題	・市内事業者の広域的な受注機会の増大と新規顧客開拓を図り、事業者の経営基盤を強化する対策 ・競争力のある産業育成のために、地域の新たな創業や需要の喚起を促しつつ、雇用の創出を図る対策 ・個々の事業相談に対する専門的なアドバイス対策

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①高浜市の「高浜市まち・ひと・しごと創生総合戦略」と連動した支援

高浜市の現況及び課題と、「高浜市まち・ひと・しごと創生総合戦略（下記参照）」を踏まえ、高浜市商工会としては、高浜市が第２次産業への就業者割合日本一という「モノづくりのまち」の特色を活かし、自動車産業、瓦産業をはじめとしたモノづくり産業の活性化を図っていく上で、産業のすそ野を支える小規模事業者の支援が必要と考える。

高浜市まち・ひと・しごと創生総合戦略 一部抜粋

地域創生戦略④ 地域資源を活かし、産業が活性化するまち

高齢化の進行を緩和し、人口減少の可能性を未然に防ぐとともに、若年層の人口流出を是正し、市税収入や経済消費を支える生産年齢人口を維持していくためには、まち・ひと・しごと創生の好循環をつくりだす必要があります。

この好循環は、本市の産業を活性化することから始まります。そのためには、働く場や消費の場として市民の暮らしを支え、まちの活力を生み出す基盤である産業（農業・商業・工業など）、特に本市においては、第２次産業への就業者割合日本一という「モノづくりのまち」の特色を活かし、瓦産業をはじめとしたモノづくり産業を中心に活性化をはかっていく必要があります。

②高浜市商工会の役割

高浜市商工会は、小規模事業者が新たな製品・サービスを生み出すよう、事業者の話をしっかり聞き、対話を通じてよく考えながら提案をしていく。具体的には、製造業における新たな生産方法や新技術、コストカットなどへの対応、三州瓦ブランド化、消費者ニーズに合わせた地元商店の活性化、外部からの交流人口を増加させるための観光対策などの支援を小規模事業者の企業ステージ

（創業期、成長期、安定期、成熟期（事業承継））に合わせ、伴走支援を行い、地域振興を図る。

高浜市内の小規模事業者への支援課題及び具体的な取組を行うためには、高浜市商工会の単独の取組だけでは充分とは言えず、経営を幅広くサポートしていく体制の整備が必要不可欠である。幸い、高浜市及び市内の産業経済団体は創業関連において良好な連携体制が構築できている。そこで具体的な取り組みとして、良好な連携体制が構築できている高浜市、高浜市商工会、岡崎信用金庫、碧海信用金庫、西尾信用金庫、愛知県中央信用組合（以降、連携6者と呼ぶ）や、愛知県陶器瓦工業組合、三州瓦工業協同組合、高浜市観光協会等の産業団体との連携を強化して事業者支援を行う。

また、より高度な専門性が求められる分野については、適切な専門家や支援者とのネットワークを構築し、円滑な橋渡しを実施する。

（３）経営発達支援事業の目標

上記（１）及び（２）を踏まえ、地域における経営発達支援事業の目標を次の通り設定する。

- ア）小規模事業者の自己変革力、潜在力を引き出し、小規模事業者の経営課題の解決を実現
- イ）製造業を中心とした地域産業の活力を強化し、地域ににぎわいを創出
- ウ）小規模事業者の経営改善・発展を支援し、経済基盤の充実を図る
- エ）需要開拓に向けた支援により、地域一帯となった基盤を整備
- オ）DX対策への支援を行い、地域経済を支える小規模事業者を育成
- カ）対話と傾聴を通じて小規模事業者の自立的な経営力強化及び事業継続を実現

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5年4月1日 ～ 令和10年3月31日）

(2) 目標達成に向けた実施方針

小規模事業者との対話と傾聴を通じて事業者の自立的な経営力強化を支援し、また事業継続ができる体制に導くために、高浜市商工会は経営発達支援事業の目標を以下の通り実施していく。

ア) 小規模事業者の自己変革力、潜在力を引き出し、小規模事業者の経営課題の解決を実現

経営指導員等の計画的な巡回指導、金融・税務等の窓口相談等の機会を通じて小規模事業者の経営課題の掘り起こしを行い、事業者自身による経営課題解決の実現に向けた事業計画策定の支援を行う。

イ) 製造業を中心とした地域産業の活力を強化し、地域ににぎわいを創出

高浜市の特徴である製造業を中心とした地域産業の新陳代謝を促し活力強化を図るために、行政等と連携して創業支援を行うとともに、円滑な事業承継を希望する事業者を対象に定期的にフォローアップをする等の伴走支援を行う。

ウ) 小規模事業者の経営改善・発展を支援し経済基盤の充実を図る

事業計画策定後においても、定期的なフォローアップを行うことで、持続的発展力を持つ小規模事業者の育成を行う。また、小規模事業者の扱う商品・サービスに係る需要動向を把握・分析した情報を基に、売れる商品・サービスの提供や新技術の開発に役立てる。

エ) 需要開拓に向けた支援により、地域一帯となった基盤を整備

事業者間でのマッチング・技術の連携を促進することによる取引機会の創出や、ITの活用支援をするなど、時代に合わせた販路開拓の方法を示すことで、販路開拓支援を行う。

オ) DX対策への支援を行い、地域経済を支える小規模事業者を育成

オンライン販売販促支援、電子申請の方法といった事業者十分に理解してもらうためのセミナーの開催や、個別支援等、事業者のDXへの対応強化の支援を行う。

カ) 対話と傾聴を通じて小規模事業者の自立的な経営力強化及び事業継続を実現

小規模事業者が自立して成長発展できる経営体質に変え、新展開、新分野進出等の事業継続に必要な知識、支援を適宜行う。

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]

景気動向調査では、全国商工会連合会「中小企業景況調査」を当商工会で実施し、同地域における小規模事業者が地域経済動向の把握をしている。他にも、行政、金融機関、全国商工会連合会が行っている中小企業景況調査のほか、法定経営指導員3名による巡回・窓口指導、各種会合でのヒアリング等から情報収集している。

しかし、情報分析を行うことなく、経営・税務・金融相談時に小規模事業者に口頭、あるいは資料の提示での提供のみに留まっている。

[課題]

関連機関の調査結果を収集整理し分析する中で、ビッグデータも活用した結果を事業計画作成など個別支援時に活用し、小規模事業者と内容を共有する。また、小規模事業者の経営状況については、各専門家に指導を受けながらアンケートにより収集、分析、提供を行い、今後の支援策に活用する。

これらの情報をホームページ等の媒体を通じて、高浜市内の小規模事業者に広く周知することが課題である。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①地域の経済動向分析の公表回数	H P 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②地域の景気動向分析の公表回数	H P 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析

高浜市を含む広域的な景気動向に関する国や関係機関のデータをホームページ等から収集、広域的な経済動向の推移等が把握できる情報として要約整備し、小規模事業者等に対し提供する。地域の経済動向および景況の調査・分析結果を基に、支援を要する業種に対する重点的な支援策を講じるとともに、経営計画策定に取り組む小規模事業者の掘り起こしに繋げる。

[調査方法]

- ・全国商工会連合会ホームページから小規模企業景況データを収集、活用。
- ・中部経済産業局経済動向・統計データの活用。
- ・「RE S A S (地域経済分析システム)」の活用。

[調査項目]

生産、設備投資、個人消費、雇用、公共投資、住宅投資などについて、推移を示すために昨年同時期と合わせて収集する。

②景気動向分析

高浜市内の実態を把握するため、小規模事業者等から収集した情報を業種別に分析・整備・提供することで、経営発達支援事業を効果的に推進する。

[調査方法]

管内の景気動向のより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」を活用し、小規模事業者の景気動向等について年4回調査・分析を行う。

毎年6月、9月、11月、3月に、商工会職員で巡回・窓口により調査を行う。時期収集については、全国商工会連合会が実施する中小企業景況調査に合わせることで、調査業務の効率化を図る。

[調査対象企業数及び選定方法]

建設業2事業所、製造業3事業所、小売業4事業所、サービス業6事業所、合計15事業所とする。選定方法は、高浜市内の中小企業景況調査対象業種から選定し、調査を依頼する。

[調査項目]

売上状況、仕入価格、採算性、資金繰り、雇用、業況

(4) 調査結果の活用

県内および国内の景況動向と高浜市内の景況動向と比較し、重点的に支援を要する業種の判別、新たな事業に取り組む小規模事業者の掘り起こしに活用する。また、巡回窓口相談時の資料とするほか、当会ホームページに掲載し、情報資料として提供する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状及び課題

[現状]

小規模事業者は、経営者の経験と勘に頼った販路開拓を行い、商圈や顧客層といったデータを活用しない販路開拓であっても、売上を向上させることが可能であった。そのため、小規模事業者がビックデータ等、客観的な需要動向データの重要性と必要性を認識しておらず、分析を行うデータを持っていない。

[課題]

小規模事業者の多くは、自社の商品及びサービスの売れ行き具合を消費者ニーズとして推測する程度に止まり、本格的な需要予測には至っていないことが多い。また、販路開拓・新商品・技術開発における有効な経営判断ができていないことが多いため、明確な基準となる定量的な情報収集と発信体制の構築が必要である。

(2) 目標

項 目	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
需要動向調査事業者数 (個社支援数)	—	5 者	5 者	10 者	10 者	10 者

(3) 事業内容

新たな事業展開を希望する小規模事業者、各種施策利用の事業者の中から、その商品・サービスの顧客対象となる消費者（顧客層）を対象に、アンケート調査を実施する。

なお、調査を行う全ての業種の事業者のアンケート項目の作成、分析の実施においては、県連エキスパートや嘱託専門指導員、ミラサポ派遣専門家、あいち産業振興機構よろず支援拠点、中小企業基盤整備機構専門家派遣制度、民間シンクタンクなど専門家の協力を得て行う。

①製造業の事業者

製造業の事業者の製品・サービスに関するアンケートについては、出展先の客やバイヤーを通じて下記アンケート調査を実施する（1事業所当たりの調査数5と想定）。

(アンケート項目)

- ①生産体制 ②生産コスト ③ロット数 ④品質、強度、安全性 ⑤形状
⑥流行性 ⑦価格 ⑧問題点、改善事項

＊上記のアンケート項目以外に、事業者が必要としている項目があれば追加して実施

②飲食業・サービス業・小売業の事業者

飲食業・サービス業・小売業の事業者の商品・サービスに関するアンケートについては、個店の来店客、一般消費者等を調査対象者とし、下記アンケート調査を実施する（1事業所当たりの調査数50と想定）。

(アンケート項目)

- ①来客者の性別 ②来客者の年齢層（10代、20～30代、40～50代、60代以上）
③顧客の居住地域(市内、市外) ④商品・サービスの満足度
⑤商品・サービスの価格評価 ⑥購入(利用)動機 ⑦購入(利用)時の参考情報源
⑧競合商品・サービスとの比較 ⑨購入(利用)理由 ⑩価格

＊上記のアンケート項目以外に、事業者が必要としている項目があれば追加して実施

③建設業の事業者

建設業の事業所の商品・サービスに関するアンケートについては、公共団体や、元請企業、シンクタンクを通じて調査を実施する（１事業所当たりの調査数５と想定）。

（アンケート項目）

- ①生産体制 ②生産コスト ③品質、強度、安全性 ④使い易さ ⑤流行性
⑥価格 ⑦信頼性

＊上記のアンケート項目以外に、事業者が必要としている項目があれば追加して実施

（４）調査結果の活用

個社商品の調査及び分析によって自社商品・サービスのニーズや評価等を把握し、当該事業者にはフィードバックさせ事業計画の改善に役立てる。分析結果から自社の商品・サービスの参入すべき市場と目指すポジションが明確になるようブラッシュアップを重ね、小規模事業者の持続的な発展と新たな商品、サービスの開発、販売をする際の参考とする。

5. 経営状況の分析に関すること

（１）現状及び課題

〔現状〕

高浜市商工会は、巡回窓口相談を年間 2,000 件から 2,300 件程度実施している。巡回窓口相談指導の第１段階として、相談者の事業状況についてしっかりと話を聞いている。事業状況の確認後、第２段階として相談内容の専門性に応じ、愛知県商工会連合会、ミラサポ、あいち産業振興機構、中小企業基盤整備機構の専門家やコーディネーターを活用し、経営分析を行っている。

〔課題〕

小規模事業者の経営分析に対する相談案件は増加しているものの、大半が漠然とした相談内容であり、自身の経営状況を踏まえた相談内容に深化させるまでに時間が掛かり過ぎている。

今後は、対話と傾聴をする中で、小規模事業者に自身の経営分析を通じて自身の経営状況を把握しておく重要性を認識してもらうと同時に、経営分析により、的確に経営課題を抽出して、事業計画策定に繋げる必要がある。

（２）目標

項 目	現行	令和５年度	令和６年度	令和７年度	令和８年度	令和９年度
経営分析セミナー回数	３回	３回	３回	３回	３回	３回
経営分析事業者数	３０者	４０者	４０者	４０者	４０者	４０者

（３）事業内容

①支援対象者の掘り出し

小規模事業者自身の経営状況を把握し、経営課題を抽出する目的で経営分析セミナーを年３回開催する。商工会会報、HP、６者連携の関係者から会員、非会員を問わず募集し、参加者数は１回当たり１０人を想定している。

経営分析セミナーの参加者には、個別の経営上の悩みや課題を抱える小規模事業者の掘り起こしを目的とするアンケートを実施する。アンケート結果にて自社の経営分析を希望する事業所に対し、もれなく巡回窓口相談指導にてフォローアップをし、経営分析の取組を行う。

経営分析セミナー参加、非参加に関わらず、新事業を考えている小規模事業者や経営上の悩みや課題を抱える小規模事業者の話を傾聴し、経営分析を提案するための個別相談を随時行う。

②経営分析の手法

中小企業基盤整備機構の「経営自己診断システム」を活用して、経営指標の内、「収益性」「効率性」「生産性」「安全性」「成長性」の5つの指標を分析し、相談事業者の経営状況把握を行う。

また、全国商工会連合会が提供している経営分析システムを活用して、小規模事業者に対して「収益改善計画試算」や「所要資金額算出」といった9つの分析の中から抽出し、経営状況把握を行う。

加えて、相談事業者の事業ライフサイクルステージ（導入期 or 成長期 or 成熟期 or 衰退期）の把握や、SWOT分析を行うことで、個々の事業者の強み・弱み、機会、脅威を把握するよう提案し、事業者の内部環境の分析を図る。

上記分析を通じて、今後の経営に活かすことができるが、事業者自身では気付いていない経営資源の自己認識（潜在力）の喚起、自社が置かれている経営状況を再認識してもらう。

事業者の経営課題の抽出・整理は、個別相談会若しくは巡回・窓口指導を通じて行う。専門的な経営課題の抽出・整理が必要な場合は、愛知県商工会連合会やあいち産業振興機構、中小企業基盤整備機構の専門家やコーディネーターと連携して分析を行うこととする。

（4）経営分析の活用方法

事業者には前述の業種別の課題に対応した経済動向レポートを活用し、大まかな業種の業況を把握してもらう。上記の経営分析結果より、現在の経営状況（強み・弱み）や同業他社とのデータの比較分析、経営課題について対話し、当該事業者にフィードバックさせた上での事業者の経営課題の抽出・整理を行い、より良い事業計画策定に繋げる。

6. 事業計画策定支援に関すること

（1）現状及び課題

〔現状〕

前述の高浜市役所、地元金融機関との連携（連携6者）とともに、既存の事業者に対する事業計画策定についても密な連携を図るとともに、本計画に基づき、連携6者の長所を活かした指導を行いつつ、事業計画策定支援の取組強化、支援策の有効的な情報発信等を行っている。

前述の経営課題を抽出した事業者に対し、事業計画策定について「経営」「財務」「人材育成」「販路拡大」など事業運営に必要となる要素に応じて、関係機関の強みを生かした適切な助言を行う。より高度な事業計画策定相談に対しては、愛知県よろず支援拠点等の国・県の専門家派遣・相談事業を活用している。

〔課題〕

小規模事業者の経営分析に対する相談と同様に、大半が漠然とした相談内容であり、自身の経営状況を踏まえた本質的な課題が何か、深化させるまでに時間が掛かり過ぎている。

今後は、対話と傾聴を通じて小規模事業者に自身の経営分析を通じて事業計画の必要性を認識してもらうと同時に、経営分析により、自らが的確に経営課題を抽出して、事業計画策定に繋げる必要がある。

（2）支援に対する考え方

本事業を効率的に実施するため集団指導講習会として開催し、連携する支援機関などの専門家を招聘し、事業計画策定に対する理解と実践をテーマに開催する。なお、関連する国、県、市が講じる施策等の活用についての情報提供を併せて行うことで事業計画策定の意欲喚起を行う。

同時に、事業支援個別相談窓口を高浜市商工会に設け、事業者から相談を受けた際に、実施内容、実施時期、実施形態など、どの支援が必要か等を「対話」・「傾聴」し、「提案」を行う。

特にDXの進展が目覚ましいことから、今後の事業計画策定にDXへの取組について付記することを勧めるとともに、事業者のDXの知識の量に合わせた継続的な支援を行う。

(3) 目標

項 目	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
ア) たかはま経営塾	1回	1回	1回	1回	1回	1回
イ) 事業計画作成セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
ウ) DX推進セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	30者	40者	40者	40者	40者	40者
創業計画策定事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
事業承継計画策定事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者

(4) 事業内容

①事業計画策定に必要なセミナーの実施

市内事業者、創業希望者及び事業承継者を対象に、事業に必要な知識を身につける事を目的とした、中小企業診断士等による1回3時間以上の全5回（指導期間1ヵ月以上）の連続講座で構成する少人数制セミナー「たかはま経営塾」を開催する。

また、DXの知識習得及びDXへの対応セミナーや、国等の各種施策に特化した講習会を時機に応じて開催する。

セミナー終了後には個別指導を行い、事業計画作成希望者に対して、より明確、精細な事業計画書のアドバイスを行う。

ア) 事業計画作成セミナー「たかはま経営塾」

開催回数：1回

内 容：事業に必要な4つの知識「経営」、「財務」、「人材育成」、「販路開拓」について学ぶ

講 師：中小企業診断士、金融機関担当者

支援対象：市内小規模事業者及び創業希望者

支援手法：たかはま経営塾の受講者に対して、経営指導員が分担して事業計画の策定に必要な情報、手法を伝えつつ、本格的な事業計画策定に繋げる

イ) 事業計画作成セミナー

開催回数：1回

内 容：経営・金融・税務・労務・情報など時機に応じた内容で開催

講 師：中小企業診断士、社会保険労務士など内容に応じて招へい

支援対象：市内事業者

支援手法：当該セミナーの受講者に対して、経営指導員が分担して事業計画の策定に必要な情報、手法を伝えつつ、本格的な事業計画策定に繋げる

ウ) DX推進セミナー

開催回数：1回

内 容：DXの基礎知識、DX関連技術、DX導入事例について学ぶ

講 師：中小企業診断士または情報処理技術者等の専門家

支援対象：市内事業者、特に小規模事業者等を対象とする

支援手法：当該セミナー受講者はDXの知識に差があるため、継続的な支援を要すると判断される小規模事業者等に対して、経営指導員等による相談指導を実施する。必要に応じて専門家を招へいし、指導に繋げる。

②支援対象者の絞り込み

セミナー参加者や事業支援相談窓口を通じて事業者から相談を受けた際に、実施内容、時期、実施形態など、必要な支援について聞き取る。高浜市商工会の経営支援カルテに随時記録し、高浜市商工会職員において情報共有ができる体制を確立する。「対話」「傾聴」から得た情報により、連携6者にて検討、当該事業者のニーズにあった支援策を紹介する。

③資金調達支援事業の実施

事業計画時において必要となる、原材料費、販路開拓費などの運転資金や、機械設備費などの設備資金に対して、連携6者が相談事業者のニーズに合った融資商品を紹介、「事業計画策定事業」で策定した事業計画書を基本として、融資の事業計画書作成支援を行う。なお、必要に応じて日本政策金融公庫など政府系金融機関の創業者向け融資商品等も併せて紹介を行う。

本支援事業では、事業計画時はもちろんのこと、事業実行後も必要に応じて運転資金及び設備資金等の活用状況を調査する。調査に基づいて追加の資金調達の支援、他の支援事業の実施を促すなど、連携6者による資金調達実行後のフォローアップを積極的に実施する。

④「事業計画策定支援事業」の実施

事業計画作成セミナー等を通して、「経営」、「財務」、「人材育成」、「販路開拓」の必要な4つの知識を身につけ、経営指導員が主体となり、1回につき2時間程度の指導を計4回以上で実施する「事業計画策定支援事業」を随時行う。計画づくりを通じて本質的な経営課題の認識、そして自身による経営課題への対応を促す。事業計画は、連携6者の意見も交え策定していくものとする。

連携6者にて対応しがたい計画書作成の課題点については、連携6者がそれぞれ保有する連携先外部機関や、愛知県よろず支援拠点の専門家相談及び中小企業診断士、税理士、社会保険労務士などの専門家派遣制度を活用する。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状及び課題

[現状]

令和4年度については、高浜市商工会では事業所向け補助金や金融支援の申請手続きを通じて、事業計画策定支援の実施件数を30件と予定している。事業計画策定支援を行った先の実施支援については、事業者向け補助金の場合は新たな課題が発生した場合、金融支援の場合は事後指導の相談業務が主となっており、商工会は受け身の状態である。事業者の要望がなければ実施指導は行われていないのが現状である。

[課題]

補助金申請そのものを事業計画策定のゴールと考える小規模事業者が少なくない。加えて、事業計画の策定後の進捗状況についての助言を行うものの、売上や利益目標等、より踏み込んだ計画の進捗状況の確認や計数管理へのサポートが十分ではない。このサポートの強化が今後の課題である。

(2) 支援に対する考え方

「事業計画策定支援」を受けた事業者を中心に対話と傾聴をすることで内発的動機付けを行い、自身の潜在力を促すフォローアップ支援を行う。具体的には、事業者自身によって事業計画策定時の経営課題の再認識、その経営課題への対応といった計画の遂行状況の確認をしてもらい、状況確認の際に判明した課題を事業者と共に解決する等の支援を行う。

この新たに判明した課題については、連携6者、状況に応じて愛知県商工会連合会、あいち産業振興機構、中小企業基盤整備機構等の専門家を招聘し、連携して課題解決に向けた支援を行う。

(3) 目標

項 目	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①事業計画策定後のフォローアップ指導事業者数	30者	40者	40者	40者	40者	40者
頻度（延べ回数）	120回	160回	160回	160回	160回	160回
②小規模事業者経営発達支援融資制度の活用助言事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
頻度（延べ回数）	6回	10回	10回	10回	10回	10回
③創業計画策定後のフォローアップ指導事業者数	3者	5者	5者	5者	5者	5者
頻度（延べ回数）	18回	30回	30回	30回	30回	30回
④事業承継計画策定後のフォローアップ指導事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度（延べ回数）	4回	4回	4回	4回	4回	4回
売上増加事業者数	6者	8者	8者	8者	8者	8者

(4) 事業内容

①事業計画策定後の事後指導

事業計画策定後に年4回の巡回・窓口指導を実施し、「対話」、「傾聴」及び「資料確認」することで事業計画の進捗状況の確認を事業者とともにを行う。また、事業計画の実施中に判明した課題に対して、その都度、事業者自身による課題解決に向けて必要な指導や助言等の支援を行う。高度かつ専門的な指導が必要と判断した場合は、専門家を活用し、課題に応じた支援を行う。

②小規模事業者経営発達支援融資制度等の利用勧奨

資金的支援が必要な事業者に対し、(株)日本政策金融公庫の小規模事業者経営改善資金や、小規模事業者経営発達支援融資制度及び連携する金融機関の各種制度融資の利用勧奨を行うとともに、小規模事業者持続化補助金や経営革新等の施策ツールの活用を提案し、課題解決に応じた支援を行う。

融資実行後は、年2回程度を目安に巡回・窓口指導を行う。

③創業計画策定後の事後指導

創業計画策定後1年間は、年6回程度を目安に巡回・窓口指導を行う。事後指導は、「対話」、「傾聴」及び「現場確認」等により計画の進捗状況を把握、経営全般、金融、労務、税務等の課題を事業者自身によって解決に導けるよう必要な指導や助言を行う。高度かつ専門的な指導が必要と判断した場合は、専門家を活用し、課題に応じた支援を行う。

また、連携6者による金融実務担当者会議を開催することで、金融支援が必要な事例や、その支援方法などの情報交換を行い、創業後の支援に役立てる。

(5) 事業承継計画策定後の事後指導

事業承継策定後に、年4回程度の巡回訪問指導を行い、「対話」、「傾聴」、「現場確認」及び「関連資料確認」等により進捗状況の確認を行い、相談事業所内の内部組織や税務、労務、金融等の課題を事業者自身によって解決に導けるよう必要な指導や助言を行う。高度かつ専門的な指導や助言が必要と判断した場合は、愛知県商工会連合会やあいち産業振興機構、中小企業基盤整備機構等の専門家を活用し、課題に応じた支援を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事

(1) 現状及び課題

[現状]

これまでの小規模事業者は、経営者の経験と勘に頼った販路開拓を行い、商圈や顧客層といったデータを活用しない販路開拓であっても、売上を向上させることが可能であった。そのため、小規模事業者が需要動向データの重要性と必要性を認識しておらず、分析を行うデータの持ち合わせが非常に少ない。

[課題]

地域内の小規模事業者の多くは、需要動向分析を行うデータがないこと、インターネット上で需要開拓を行うメリットを理解しながら、人材などの経営資源やノウハウを持っていないことから、新たな需要開拓への対応が遅れている。

現状、商工会が持っている需要動向データの情報伝達方法は、巡回及び窓口相談時の口頭提供のみである。そのため、小規模事業者等が販売する商品や提供するサービスの需要ごと（新商品、新サービスも含む）に調査分析を行い、付加価値を加味した上で地域内外に効果的に訴求するための支援強化が課題となる。

特に小規模事業者の新たな販路開拓に対して、D Xについての理解と認識を深め、D Xによる販路開拓等の取組に注力しなければならない。

(2) 支援に対する考え方

前述の需要動向調査支援を行った事業者を重点支援し、関係団体や支援機関との連携による見本市への出展支援、メディアへのプレスリリース支援、有名ブランドへの取引あっせんを行う。

また、D X対応の取組として、データ活用による顧客管理や販売促進、E Cサイトの利活用等に関する支援を、「6. 事業計画策定支援に関する事」で実施するD Xセミナー等を活用して、意欲醸成から実践に繋げる伴走支援を行う。

上記支援を通じて、新たな需要開拓の方法が分からなかった小規模事業者が、需要動向調査の結果を踏まえて、自社の製品、商品、サービスの強み、顧客ターゲット、適正な価格、流通ルートを見直し、どのように開拓していくべきかを意識付けする。

(3) 目標

項 目	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①展示会等への出展支援者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上・成約金額／者	—	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
②EC サイト利用支援者数	—	3 者	3 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率／者	—	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %
③プレスリリース支援者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率／者	—	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %

(4) 実施事業

①展示会等への出展支援

業種ごとの小規模事業者の販路開拓計画に沿う形で、地域や規模等の条件に合った展示会への参加勧奨を行う。

ア) 支援対象

「4. 需要動向調査に関する事」「6. 事業計画策定支援に関する事」の実施事業において

新商品・サービスの開発を支援した小規模事業者や今後販売を拡大したい商品・サービスを持つ事業所のほか、出展を希望する事業者に対して支援を行う。

(参加勧奨例) 製造業…メッセナゴヤ、東京インターナショナルギフトショー
卸・小売・サービス業…東京インターナショナルギフトショー
建設業…メッセナゴヤ、建築・建材展

【メッセナゴヤ】

概要：愛知県、名古屋市、名古屋商工会議所の共同開催。愛知県内及び国内外に広く情報発信し、販路拡大や人脈形成を図る異業種交流展示会

開催時期：毎年11月 出展者数：約800事業所 来場者数：約40,000人

【東京インターナショナルギフトショー】

概要：国内外の製造業と小売、卸流通業の事業者との販路拡大や、人脈形成を図る異業種交流展示会

開催時期：毎年2月、9月 出展者数：約2,100事業所 来場者数：約145,000人

【建築・建材展】

概要：東京ビッグサイトにて開催される国内の建築関連事業者向けに、材料や住宅設備機器、インテリア、エクステリア製品など最新の建築技術を紹介する建築総合展

開催時期：毎年3月 出展者数：約190事業所 来場者数：約40,000人

イ) 支援方法

出展前のパンフレット作製、DM発送、レイアウト等の準備についてのアドバイス、出展中に行うアンケート調査項目についての精査や、商談会シートを作成するに当たっての助言を行う。展示会当日のPR活動の応援や、調査対象者への聞き方、アンケート協力依頼のやり方についての助言も行う。出展後は、商談内容などの聞き取りや、アンケート調査を集計・分析の支援を行うことで、販路拡大に向けた相談支援を行う。

出展後の分析により新たな課題が発生した場合で、高度かつ専門的な指導や助言が必要と判断した場合は専門家を活用し、課題に応じた支援を行う。

②ECサイト利用支援

DXに取り組むため、コストや運用管理の障壁が低い他者より提供されるECサイトの利用を推進し、販路開拓に資する支援を行う。売上高の推移を検証し、効果的な電子商取引の支援を行う。

ア) 支援対象

「4. 需要動向調査に関すること」「6. 事業計画策定支援に関すること」の実施事業において、新商品・サービス開発を支援した小規模事業者や今後販売を拡大したい商品・サービスを持つ事業所のほか、EC利用を希望する事業者に対し支援を行う。

イ) 支援方法

事業計画に基づいて、販路拡大、取引増加に取り組む小規模事業者等に対し、各種ECサイトを紹介し、端末操作や運用、決済などの管理に係る支援を行う。

なお、小規模事業者に対しては、売上高調査や「4. 需要動向調査に関すること」で行うアンケート調査など効果測定に係る支援を経営指導員等が行う。

③プレスリリース支援

マスメディアへのプレスリリースは掲載される確率は低いものの、自社の新商品・新技術・新サービスの情報が掲載されればその効果は極めて高くなるため、その支援を行う。

ア) 支援対象

「4. 需要動向調査に関すること」「6. 事業計画策定支援に関すること」の実施事業において

新商品・サービス開発を支援した小規模事業者や今後販売を拡大したい商品・サービスを持つ事業所のほか、プレスリリース掲載を希望する事業者に対し支援を行う。

イ) 支援方法

高浜市商工会職員が小規模事業者に対し、自社の新商品・新技術・新サービスのプレスリリース資料の作成方法の指導を行い、完成した資料を商工会から各メディア（中日新聞、中部経済新聞といった地元新聞社、フリモかわら、チャオ等の地元ミニコミ誌、地元ケーブルテレビのキャッチネットワーク）へ配信するプレスリリース支援事業を行う。

Ⅱ. 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

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]

当商工会の経営発達支援計画の実施事業の精度を高め、合理的かつ効果的に運用しながら目標達成するために、年度毎に進捗状況及び成果等について検証・評価する機会を設けている。

[課題]

経営発達支援計画の評価について定量的な実績値だけでは、小規模事業者の持続的成長に資する効果の有無について判断が困難な側面がある。今後は、小規模事業者の満足度などの定性的評価を評価検討の参考として活用していく。

(2) 事業内容

経営発達支援事業有識者会議の運営

[事業評価]

経営発達支援事業として実施した各事業の実績値と到達度（４段階評価）を基に事業評価を行う。この事業評価に基づき、事業計画の軌道修正を施すなど適切に対処することで経営発達支援計画の効率化を図り、目標達成に繋げる。

[経営発達支援事業有識者会議の構成]

事業評価は、外部有識者である中小企業診断士１名、高浜市役所担当１名及び事務局総括である事務局長と法定経営指導員３名で組織する経営発達支援事業有識者会議にて実施する。その結果について、高浜市商工会三役会において、評価・見直しの方針を決定する。

ア) 経営発達支援事業評価委員会の開催期

年度実績評価および見直し等の検討を行うため年度末に１回開催する。

イ) 評価に係る検討項目

①定量的評価

到達度：目標値に対する評価時における到達度

②定性的評価

実施方法の適切性：被支援者側の評価と支援担当者による評価を定量的評価に換算し、実施方法の適切性、今後の方向性について評価する。

ウ) 経営発達支援事業評価内容の公表

総合評価および経営発達支援計画の改善内容について、当会ホームページにて公表する。

以上の事業評価に基づき、年度毎の実績・評価から計画の改善事項などを検討し、より効果的な事業を推進できるよう、経営発達支援計画の運用をPDCAサイクルにより管理する。

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]

経営指導員や担当職員の支援力の向上と支援ノウハウの蓄積を図るため、必要に応じて連携6者のノウハウ活用や、愛知県よろず支援拠点、ミラサポなどの専門家を積極的に活用した。これらの試みにより、指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなど、OJTによる伴走型の支援能力の向上を図っている。

愛知県商工会連合会が主催する研修会及び経営支援事例発表会の参加に加え、愛知県が主催する経営指導員応用研修会等の参加を通じ、経営指導員等の支援能力の向上を図っている。

[課題]

商工会組織としての支援体制強化を図り、経営発達支援事業を円滑に推進するために、経営指導員のみでなく、それ以外の職員にも個社支援ができる体制づくりが必要である。そのため、若手職員が、先輩職員の行う職務に対して補佐する形を基本として支援能力の底上げを図る必要がある。

(2) 事業内容

①各種研修会への受講

職員の支援能力を一層向上させるために、愛知県商工会連合会、愛知県商工会職員協議会が主催する研修会及び経営支援事例発表会の参加に加え、愛知県が主催する経営指導員応用研修会、中小企業基盤整備機構、あいち産業振興機構、中小企業大学校の主催する各種セミナーに経営指導員が年間1回以上参加する。

また、外部資格の取得や、全国連認定経営支援マネージャーの認定取得を目指すことで、経営計画策定や販路開拓を重視した支援能力の向上を図る。

(支援能力向上活動の取組み)

- ・愛知県職員協議会 職員研修会 (年2回)、中堅職員・若手職員 (各年1回以上)
- ・日商・全国連経営指導員等WEB研修
- ・全国連認定経営支援マネージャーの認定取得
- ・経営支援事例発表会 年1回開催
- ・西三河経営指導員会研修会
- ・中小企業大学校 専門研修
- ・外部資格習得のための勉強

②DXに関するセミナーの受講

小規模事業者のDX推進の対応ができるように、経営指導員、補助員、記帳指導職員、臨時職員等のITスキル向上を図り、小規模事業者の多様な相談に対応するためにDX関連の各種セミナーを積極的に受講する。

③商工会職員間のOJTによる資質向上

商工会として経営発達支援事業に取り組む際には、主担当、副担当というように複数の職員が対応し、若手職員の知識やノウハウの向上に繋げる。また、月1回開催している全職員参加の職場会議で、伴走型支援に必要なタイムリーな情報の交換や支援事例に関する情報について意見交換することで、職員の資質の向上とレベルアップに取り組む。

④コミュニケーションセミナーの受講

小規模事業者への対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を受講することで、支援の基本姿勢(対話と傾聴)の習得・向上を図る。セミナーの受講を通じ、事業者との対話による信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践に繋げる。

⑤支援事例の共有化

属人的な業績になりがちな支援ノウハウや成功事例、個別の分析結果等については事例ごとにファイル化する。共有すべきファイルを施策ごとに分類して共有サーバーへ入力することで、小規模事業者の支援状況についての全職員の共有化を図る。

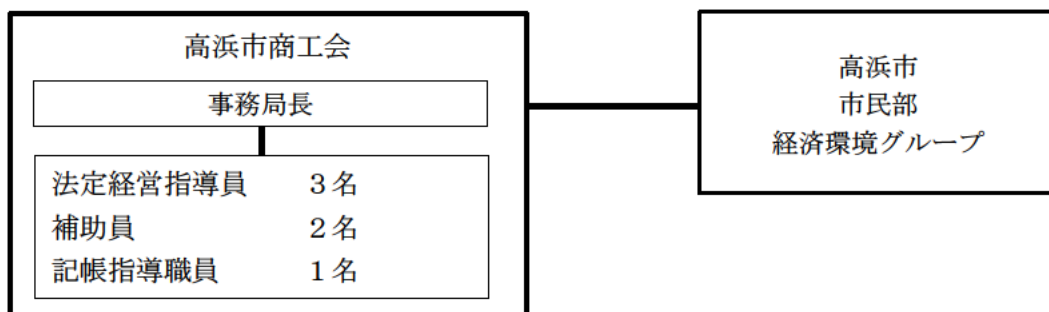
(別表 2)

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

(令和 4 年 1 1 月現在)

- (1) 実施体制（商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制等）



- (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法定経営指導員の氏名、連絡先

氏 名：中川豊文、杉山博昭、上田晋也

連絡先：高浜市商工会 TEL 0566-53-1827

②法定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・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しする際の必要な情報提供を行う。

当計画の法定経営指導員については、人事異動に対して計画の円滑な遂行を行うほか、複数の事業を効率的に分担することで濃密な支援を実施するために 3 名を配置する。

- (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

〒444-1333 愛知県高浜市沢渡町四丁目 6 番地 2

高浜市商工会

TEL 0566-53-1827 / FAX 0566-53-5661 E-Mail takahamaskk@katch.ne.jp

②関係市町村

〒444-1398 愛知県高浜市青木町四丁目 1 番地 2

高浜市 市民部 経済環境グループ

TEL 0566- 52-1111 / FAX 0566- 52-1110 E-Mail keizaikankyo@city.takahama.lg.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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
必要な資金の額	57,356	57,356	57,356	57,356	57,356
講習会開催費	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
金融指導事務費	40	40	40	40	40
創業支援事業費	525	525	525	525	525
地域総合振興費	855	855	855	855	855
商業振興費	415	415	415	415	415
工業振興費	100	100	100	100	100
建設業振興費	200	200	200	200	200
サービス業振興費	250	250	250	250	250
地場産業振興費	1,025	1,025	1,025	1,025	1,025
経営・税務対策費	10	10	10	10	10
雇用対策費	2,930	2,930	2,930	2,930	2,930
情報対策費	1,740	1,740	1,740	1,740	1,740
記帳機械化対策費	100	100	100	100	100
人件費	47,866	47,866	47,866	47,866	47,866

(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、会費、県補助金、市補助金、手数料、共済受託料、使用料

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名	
連携なし	
連携して実施する事業の内容	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
① ② ③	