

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	岩倉市商工会 (法人番号 8180005011257) 岩倉市 (地方公共団体コード 232289)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	①支援先事業者の掘り起し、事業計画策定の認識を高める ②販路開拓につながる事業計画策定・フォローアップ支援 ③創業・事業承継等支援による小規模事業者の増加・維持策及び減少防止策 ④販路拡大の機会提供と支援
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 公的な景況調査や独自事業者調査の結果を分析し、その結果は事業者への情報提供やHPで公表することで経営判断に活用できる。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 個社の商品(製品)・サービスのニーズを調査、分析しその結果を該当事業者に提供し事業計画策定や販路拡大に活用する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 相談会や巡回を通じて対象事業者の掘り起し、経営自己診断システムやSWOT分析等を活用することで、経営分析を実施する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 販路開拓意欲の高い事業者に対してセミナー等を通じ、事業計画策定支援を実施する。また創業者に対しては創業相談会を通じ、創業計画策定支援を実施する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業者の状況に合わせて、一般対象者、重点対象者、安定対象者、緊急対象者に分けた上でフォローアップ支援を実施する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること DX推進に向けてITを活用したBtoC支援や、展示会等への出展によるBtoB支援により販路開拓につながる支援を実施する。</p> <p>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</p> <p>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 経営発達支援計画事業内容検討委員会を設置し、岩倉市や有識者など意見聴取し、PDCAを構築し翌年以降の計画に反映させる。</p> <p>10. 経営指導員等の資質向上等に関すること 外部研修等の参加や職員ミーティングによる情報共有を図る。</p>
連絡先	<p>岩倉市商工会 〒482-0042 愛知県岩倉市中本町西出口31番地1 TEL:0587-66-3400 FAX:0587-66-3417 E-mail:info@iwakura.or.jp</p> <p>岩倉市 商工農政課 〒482-8686 愛知県岩倉市栄町一丁目66番地 TEL:0587-38-5812 FAX:0587-66-6100 E-mail:shokono@city.iwakura.lg.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. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

【岩倉市の概要】

図1. 岩倉市の位置図



Copyright © 2012 AICHI Prefecture All rights reserved.

岩倉市は愛知県の北西部、名古屋市から北西 10 km 圏の位置にある人口 47,932 人（令和 3 年 8 月 1 日現在）のまちである。

市内には名古屋市と犬山市を結ぶ名鉄犬山線が通り、市の中心部に岩倉駅、北部に石仏駅、南部に大山寺駅の 3 つの駅を有している。岩倉駅から名古屋駅までは、特急を利用すれば最短 11 分で到着することができ、地下鉄鶴舞線が名鉄犬山線と相互乗り入れしていることから、乗り換えなしで名古屋市都心へ 20 分程度で到着できる。

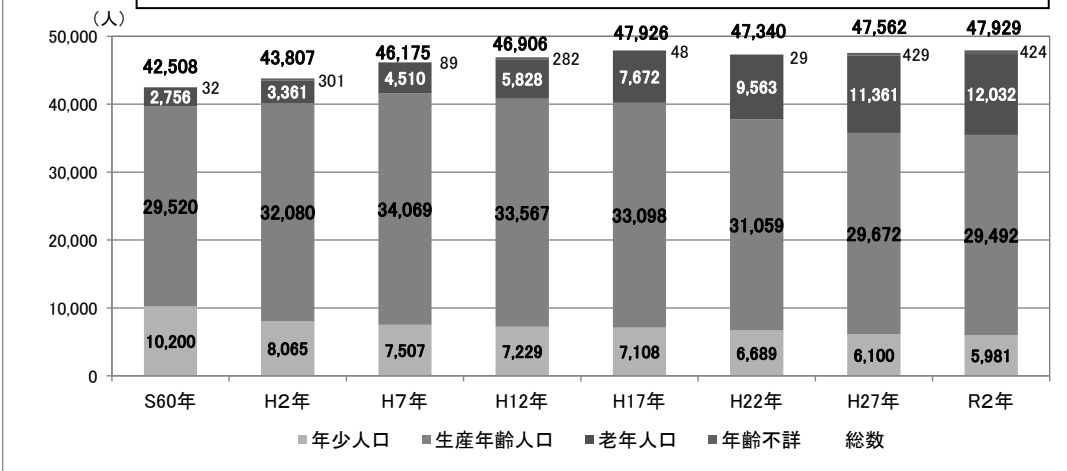
隣接する一宮市と小牧市に名神・東名高速道路のインターチェンジ、名古屋高速一宮線・小牧線の出入口も至近な場所にあり、交通アクセスに優れた利便性の高いまちである。

市制は昭和 46 年、南北 4.9 km、東西 3.9 km、総面積 10.47K m<sup>2</sup> とコンパクトな市域となっており、県内でも最も面積の狭い市で全国でも 10 番目に狭い市である。

昭和 40 年代における日本住宅公団（現在の UR 都市機構）岩倉団地の整備を機に急速に都市化が進み、子育て世代を中心として人口が急増した。その後も交通の利便性等を背景に民間マンション等の建設が進み、ここ数年は概ね微増を維持している状況である。通勤者は名古屋市をはじめ近隣市町へのアクセスが良いため、30 歳代から 50 歳代といった働き盛りの世代の占める割合が県内でも上位となっている。

市内のほぼ中央を流れる五条川の約 1,400 本の桜並木は「日本のさくら名所 100 選」にも選ばれるなど、全国的にも知名度も高く、毎年 4 月上旬に開催される「桜まつり」には市内外から約 30 万人の人が訪れる観光資源である。

図2. 岩倉市の人口及び年齢3区分別人口の推移（国勢調査）



岩倉市の人口は、平成17年に47,926人となるまで増加していたが、リーマンショックを期に一旦は人口減少に転じ、2010年（平成22年）には47,340人まで減少した。ところが、その後の経済環境の回復を受けて再び人口は微増傾向に転じ、2020年（令和2年）には47,929人（※推計値：あいちの人口）となっている。

【岩倉市の産業】 図3. 業種別事業所数の推移・割合（経済センサス基礎、活動調査）

業種	平成21年	平成24年	平成26年	平成28年 (21年比)	割合(%)
総数	1,819	1,660	1,721	1,609 (88.5%)	100
農業・林業	2	2	1	1 (50%)	0.1
建設業	143	124	117	111 (77.6%)	6.9
製造業	193	169	171	148 (76.7%)	9.2
電気・ガス・熱供給・水道業	8	6	6	6 (75%)	0.4
情報通信業	11	11	12	10 (90.9%)	0.6
運輸業	43	36	33	41 (95.3%)	2.5
卸売業・小売業	401	371	362	351 (87.5%)	21.8
金融業・保険業	20	21	20	20 (100%)	1.2
不動産業・物品賃貸業	207	202	213	197 (95.2%)	12.2
学術研究・専門・技術サービス業	43	38	45	4 (104.7%)	2.8
宿泊業・飲食サービス業	242	229	228	223 (92.1%)	13.9
生活関連サービス業・娯楽業	156	140	142	135 (86.5%)	8.4
教育・学習支援業	113	93	104	92 (81.4%)	5.7
医療・福祉	119	106	136	115 (96.3%)	7.1
複合サービス業	6	4	6	6 (100%)	0.4
サービス業	112	108	125	108 (96.2%)	6.7

岩倉市における事業所数の推移（図3）を見てみると、平成21年対比で88.5%となり多くの業種で減少している。その中で、「医療・福祉」は96.3%、「サービス業」は96.2%、「宿泊業・飲食サービス業」は92.1%と微減にとどまっている。しかしながら、令和元年の調査事業所数は1,752社となっており、平成21年の事業所数まで持ち直し、増加傾向にある。

平成26年の事業所数の割合（図3）では、「卸売業・小売業」21.8%、「宿泊業・飲食サービス業」13.9%、「不動産業・物品賃貸業」12.2%と続いており、事業所の構成として商業サービス業は66.8%と大きい割合の状況である。

全ての事業所のなかで小規模事業者数は1,108社（68.9%）である。

【岩倉市の地域経済の業況・景況感、課題】

岩倉市商工会では、平成27年以降から市内中小企業・小規模事業者を対象に毎年「地区内事業所に関するアンケート調査」を実施している。その結果の一部を抜粋して整理した内容である。

■業況、景況感について

業況・景況は全般的に厳しい状況（“悪化傾向”）にある。具体的には、「売上（収入）」と「収益率」については、平成29年から令和元年にかけて微減とはいえ一貫して低下（減少）していると同時に、「販売単価」の上昇（増加）以上に「仕入単価」や「人件費」、「在庫」が上昇（増加）しており、経営環境は悪化基調にあった。

それを新型コロナウイルス感染症の感染拡大が追い打ちをかけ、「売上」と「収益率」は、令和元年から令和2年にかけて、それぞれ39.8ポイント、30.5ポイントも低下（悪化）している。「資金繰り」についても25.4ポイントも低下（悪化）している。

図4-1 現在の業況・景況感（経年比較：「売上」「仕入単価」「販売価格」「在庫」）

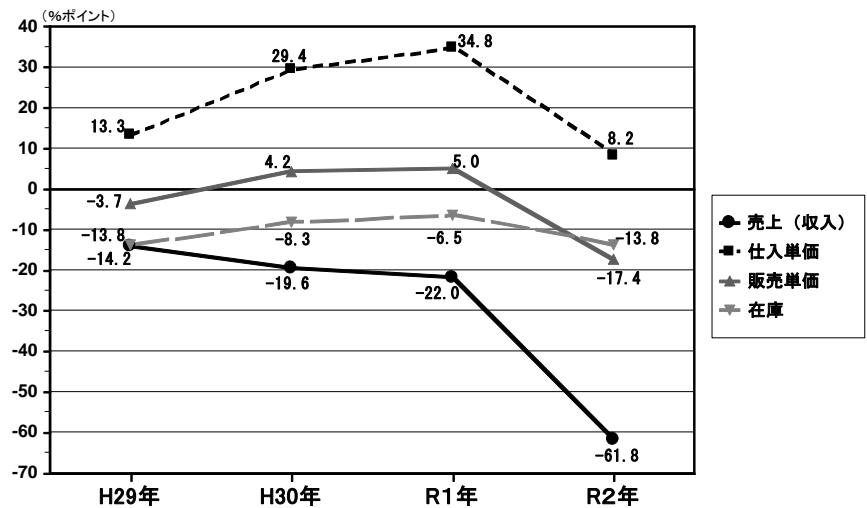
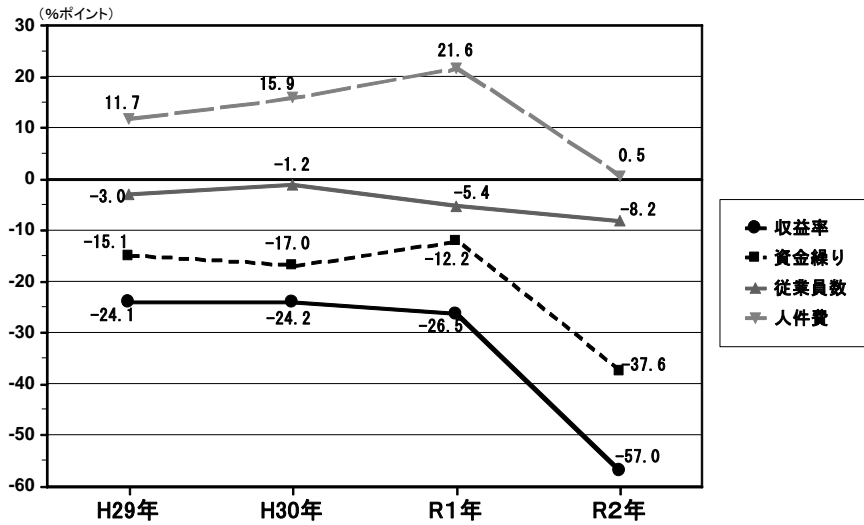


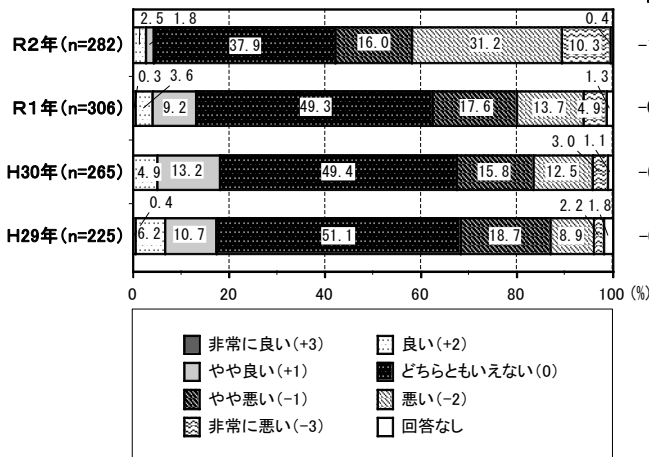
図 4-2 現在の業況・景況感（経年比較：「収益率」「資金繰り」「従業員数」「人件費」）



■ 来年（来期）の業況の見通しについて

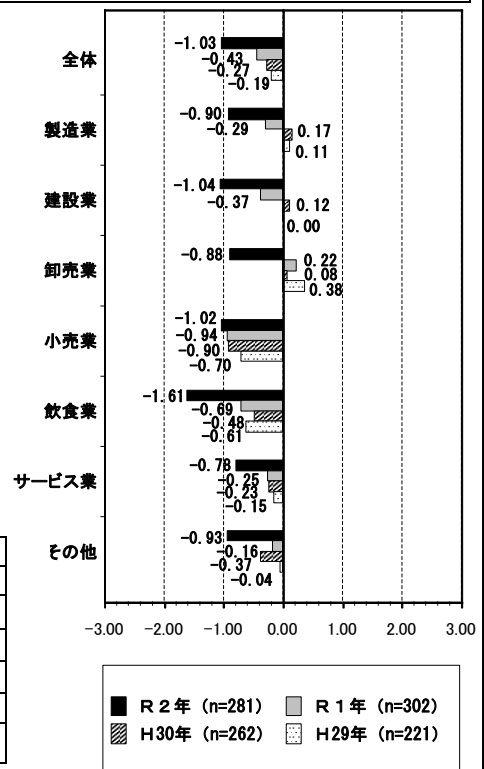
来期の業況見通しは、これまで「悪化見通し」と回答した事業所が微増する傾向にあったが、令和元年から令和2年にかけて「悪化見通し」と回答した事業所が大幅に増加した。「好転見通し」と回答した事業所は僅か4.3%に対して、「悪化見通し」と回答した事業所は57.5%とかなりの割合を占めている。「好転見通し」が持てないほど新型コロナウイルス感染症の影響が表れている。特に飲食業が大打撃を受けている状況が見受けられる。

図表 5-1 来期の見通し（経年比較）



非常に良い	+3
良い	+2
やや良い	+1
どちらともいえない	0
やや悪い	-1
悪い	-2
非常に悪い	-3

図表 5-2 来期の見通し（経年比較：平均値）



### ■経営上の課題について

経営上の課題については、「売上の伸び悩み」が 53.5%と最も多く、しかも前回調査よりも 14.0 ポイントも上昇している。次いで、「先行きの不安」が 44.0%、「利益の減少」が 33.7%、「人材の確保・育成」が 27.7%、「設備（店舗等含む）の老朽化」が 25.2%、「販路開拓・拡大」が 15.6%と続いている。

多少の順位の変動はあるものの、上記の 5 つの項目は毎年の調査で上位にあがっている経営上の課題となっている。

前回（令和元年度）と比較すると、「人材の確保・育成」については 6.0 ポイント低下している。コロナ禍で人材確保・育成まで手が回らないという経営状況がうかがわれる。

一方、「売上の伸び悩み」をはじめ、「先行きの不安」や「利益の減少」などについては割合が増加しており、新型コロナウイルス感染症の影響がここにも表れていることがうかがわれる。

図 6 経営上の課題（上位 7 位：経年比較）

順位	令和2年	割合	順位	令和1年	割合
1	売上の伸び悩み	53.5	1	売上の伸び悩み	39.5
2	先行きの不安	44.0	2	先行きの不安	38.9
3	利益の減少	33.7	3	人材の確保・育成	33.7
4	人材の確保・育成	27.7	4	利益の減少	29.1
5	設備（店舗等含む）の老朽化	25.2	5	設備（店舗等含む）の老朽化	19.3
6	販路開拓・拡大（H28,H27カテゴリなし）	15.6	6	販路開拓・拡大（H28,H27カテゴリなし）	16.3
7	消費者ニーズの変化への対応	14.2	7	原材料価格の上昇・コストの増加	15.7

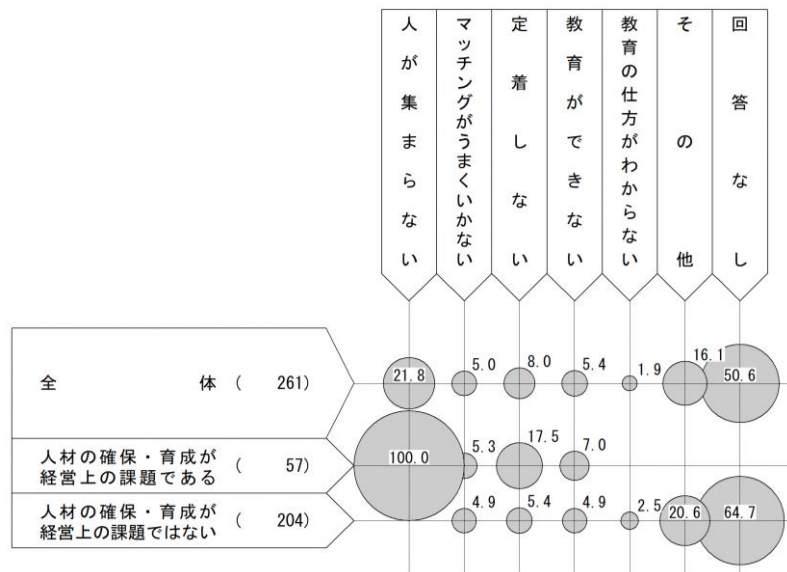
順位	平成30年	割合	順位	平成29年	割合
1	売上の伸び悩み	37.4	1	売上の伸び悩み	42.7
2	先行きの不安	35.8	2	人材の確保・育成	38.7
3	人材の確保・育成	32.8	3	先行きの不安	38.2
4	利益の減少	27.2	4	利益の減少	28.4
5	設備（店舗等含む）の老朽化	21.5	5	設備（店舗等含む）の老朽化	18.7
6	原材料価格の上昇・コストの増加	20.4	6	販路開拓・拡大（H28,H27カテゴリなし）	17.3
7	販路開拓・拡大（H28,H27カテゴリなし）	17.7	7	原材料価格の上昇・コストの増加	14.7

順位	平成28年	割合	順位	平成27年	割合
1	売上の伸び悩み	42.6	1	売上の伸び悩み	46.0
2	先行きの不安	42.2	2	利益の減少	37.3
3	人材の確保・育成	33.3	3	先行きの不安	35.7
4	利益の減少	32.9	4	人材の確保・育成	31.3
5	設備（店舗等含む）の老朽化	18.6	5	原材料価格の上昇・コストの増加	18.3
6	後継者問題	16.0	6	設備（店舗等含む）の老朽化	16.7
7	需要の低迷	13.5	7	後継者問題	15.7

### ■人材確保・育成の課題について

経営上の課題を抱えている 261 事業所に対して、人材確保・育成の観点から現在どのような課題があるか尋ねたところ、「人が集まらない」が 21.8%と最も多く、次いで、「定着しない」が 8.0%、「マッチングがうまくいかない」が 5.0%と続いている。

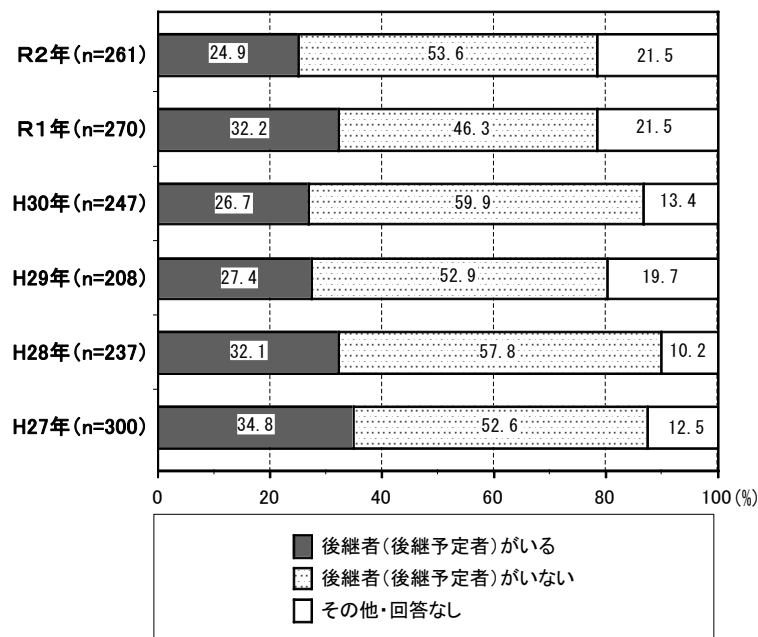
図7 人材の確保・育成の有無別「人材確保・育成の課題」(令和2年度)



■事業後継者の有無について

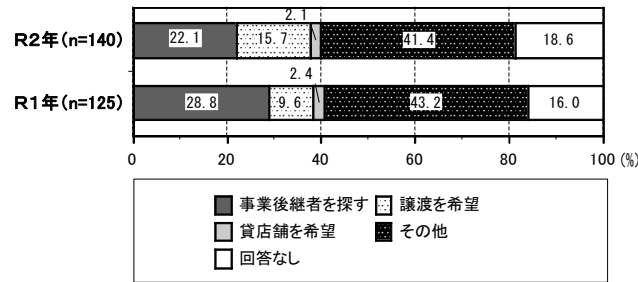
「後継者(後継予定者)がない」事業所が53.6%を占め、「後継者(後継予定者)がいる」(24.9%)を上回っており、後継者不足を抱えている事業所が依然として多い状況である。後継者を探すという意欲は少し低下している反面、譲渡を希望する事業所は増加している(図8-2)。

図表8-1 事業後継者有無について(経年比較)



※H29, H30, R1, R2: 設問「経営上の課題」で課題があると回答した事業所  
 ※H28, H29: カテゴリ「その他」有り(回答なしを含む)

図 8-2 事業後継者について（経年比較：今後の課題・対応策）

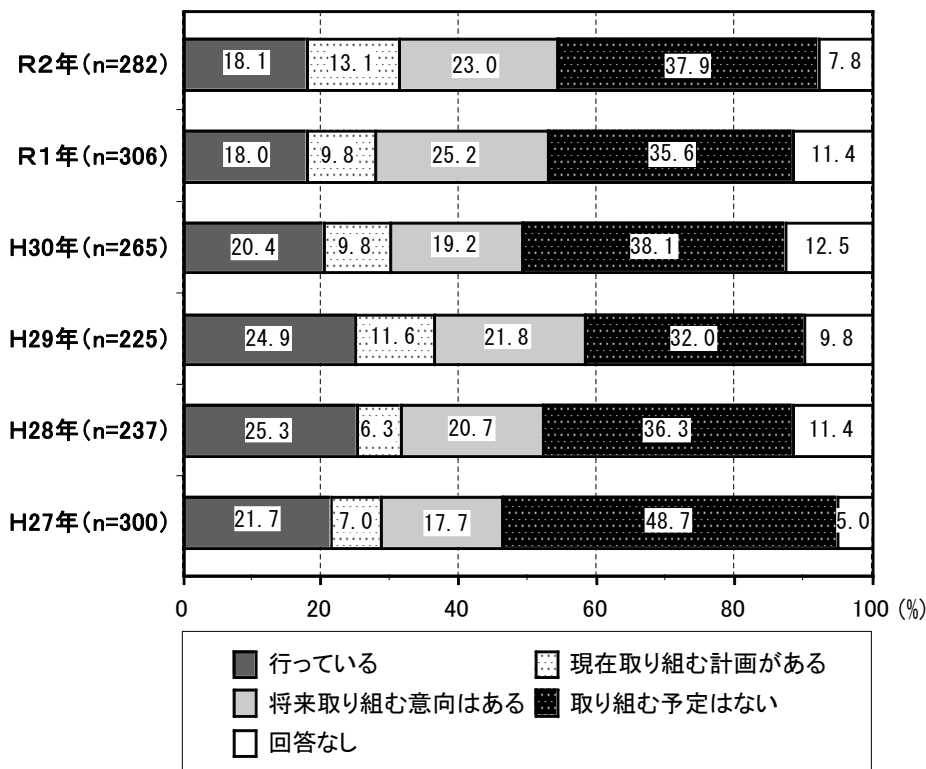


■新商品、新サービスなど新たな事業活動の取組について

新規事業などの取組を「行っている」という事業所は 18.1%、「現在取り組む計画がある」が 13.1%、「将来取り組む意向はある」は 23.0%、「取り組む予定はない」が 37.9%となっている。

経年的な大きな変化はみられないものの、「行っている」と「現在取り組む計画がある」と「将来取り組む意向はある」を合わせた割合は、平成 27 年から平成 29 年にかけては増加基調にあったが、平成 30 年度には一旦減少し、それ以降は再び増加基調に転換している。そして、令和元年度の結果に比べて令和 2 年度では「現在取り組む計画がある」の割合が若干増加している。コロナ禍にある中、何か取り組まなくてはならないという意欲が少ないながらも強くなっている状況がうかがえる。

図 9 新たな事業活動の取組み（経年比較）





**【岩倉市商工会の会員数の推移】**

当商工会の会員数も 1,000 事業所を切り、特に卸売業・小売業の減少数が高く、製造業では減少率が高くなっている。特に小売業については、当地域の高齢化や人口減少と相まった傾向を示している。

また、会員減少の 9 割以上が廃業による脱退ということで、市の事業所数と同様、小規模事業者の減少に歯止めが掛からない状況にある。しかしながら令和 2 年では会員数は増加しており、その要因は、新型コロナウイルス感染症の影響による未加入者からの相談の増加によるところである。

**当商工会の会員数の推移**

※ 括弧内の数字は小規模事業者数

	会員数	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
平成 16 年	1,005(886)	102(91)	121(114)	412(361)	184(162)	97(79)	89(79)
平成 27 年	816(676)	90(78)	79(72)	318(262)	153(122)	84(63)	92(79)
令和元年	799(599)	85(73)	73(65)	318(265)	138(108)	90(66)	95(49)
令和 2 年	806(630)	83(71)	72(64)	313(259)	145(116)	96(72)	97(48)
増減 H16→R2	-199(-256)	-19(-20)	-49(-50)	-99(-102)	-39(-46)	-1(-7)	8(-31)

・減少率 (平成 16 年→令和 2 年) 19.8% 1,005→806(-199)  
 製造業 40.4% 121→72(-49) 卸売業・小売業 24.0% 412→313(-99)

**【岩倉市第 5 次総合計画】**

◆まちづくり戦略 3 中小企業・小規模企業の振興と創業・事業承継支援等の推進

中小企業・小規模企業の売上アップを目的とした岩倉市ビジネスサポートセンターの機能強化を図り、創業支援や事業承継支援を含めた伴走型の支援に努めます。

兼業・副業やテレワークといった多様な働き方や働き方改革、女性や外国人など多様な人材を活用して生産性の向上等を図ろうとするダイバーシティが日本社会共通の目標になっている状況を踏まえ、兼業・副業やテレワークの促進とそのための社会基盤整備、仕事と家庭や子育ての両立のための環境整備、若者・女性の起業支援等を推進します。

～第 5 次岩倉市総合計画 P46 より～

**【岩倉市の中小企業・小規模事業者への支援施策】**

岩倉市では令和 2 年 4 月、「中小企業・小規模企業振興基本条例」が制定され、下記の 3 項目の基本理念のもと、これまで地域経済を支えてきた中小企業とりわけ小規模企業への持続的発展を促す基礎が確立された。これを受けて市全体として中小企業・小規模企業を支え、岩倉市地域産業全体を活性化させていくという機運が高まっている。

- ・中小企業等の自らの創意工夫及び自主的な努力が尊重されること。
- ・地域経済の発展、雇用の創出及び市民生活の向上に資すること。
- ・市、市議会、中小企業等、大企業、商工会、金融機関、支援機関等、教育機関及び市民が中小企業等の果たしている役割の重要性を理解し、連携及び協力すること。

現在、岩倉市は中小企業・小規模企業振興基本条例に基づき中小企業・小規模企業の振興を推進するため、当商工会と連携して商工会内の岩倉市ビジネスサポートセンター相談支援窓口によ

る支援施策（岩倉市がんばる中小企業等応援補助金）を実施している。

この補助金では、販路拡大として展示会の出展、人材確保として合同企業説明会の出展、BCP（事業継続計画）策定の支援をおこなっている。

## ②課題

### （商業の現状と課題）

本市は名古屋市のベッドタウンであるが故に昼間人口も少なく、交通アクセスの良さもあり名古屋市をはじめ近隣市町にある大規模商業施設や商業集積に顧客を吸引されている状況が続いている。かつては市内に9発展会が存在していたが、経営者の高齢化や顧客ニーズの変化などにより廃業店舗が増え、令和2年には5発展会にまで減少しており、地域の小規模小売業・飲食業が自力で経営継続していくことが厳しい環境となっている。特に当市の玄関口となる岩倉駅東地区では、平成20年に岩倉駅東地区北街区市街地再開発事業が完成し、岩倉の新たな顔として駅前街区が生まれたが、経営者の高齢化や後継者不足によりかつてあった商店街（店舗）が住宅・駐車場に変化しており、まちの活力の低下に拍車がかかっている。

また、当市の最大のイベント「桜まつり」は一過性のものとなっており、最大の地域資源を活かした商業の活性化が図れていない状況にある。

そのような中で、当市の交通アクセスの良さもあって、岩倉駅東地区・西地区ともに近年は飲食チェーン店をはじめ新規出店がみられ少しずつ賑わいが作られている。

以上のことを踏まえると、賑わいのある街づくりのためには、魅力のある個店の育成と売上・利益を確保でき持続的発展のできる事業者の育成が必要となる。そのため、小規模事業者の魅力のある商品やサービス提供など、販路開拓できる事業の育成、地域資源を活かした商品開発・展開による地域商業の活性化を図り、地域内外からの消費の獲得を促進することが課題である。

### （工業の現状と課題）

当市においては、中小企業・小規模事業者が多くを占めており、下請事業者が多く、納期の短縮や単価の切り下げ要請の影響が大きく、独自技術を持つ等の競争力や優位性を持つ事業者以外は厳しい状況に追い込まれている。

小規模事業者の中でも、技術力や特色のある製品・サービスを持っている事業者もあるが自社の強みに気づいていない、営業力不足や販路を広げることの知識や行動力がない実情がある。

以上のことを踏まえると、個社では技術や製品・サービスのニーズをつかみ新たな販売先の開拓や企業体質の見直し改善、人材育成を含め特色のある地場産業の育成や事業者同士で技術や仕事の連携を図れるような関係性の構築による持続的発展につなげていくことが課題である。

## （2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### ①10年程度の期間を見据えて

岩倉市内の事業所数は、平成28年経済センサス活動調査数値によると1,609事業所となっており、平成24年調査と比較すると51事業所が減少している。

事業所数の推移は、平成8年の事業所・企業統計調査数値2,060事業所をピークに減少傾向にあり、平成8年と平成28年の数値を比較すると、20年間で451事業所が減少している。しかしながら令和元年の調査では1,752事業所となっており、平成21年の事業所数まで持ち直し増加となっているが、その先を見据えると減少していくことも予測され、減少に歯止めをかけて持続的発展できる経営へと育成し導いていく。

商業関連業種に対しては、小規模事業者が既存店舗における顧客の維持・新たな獲得を図るため、魅力のある商品やサービス提供など、販路開拓できる事業の育成、地域資源を活かした商品開発・展開による地域内外から消費の獲得を促進していく。

工業関連業種に対しては、個社では技術や製品・サービスの販売先の開拓や企業体質の見直し改善、人材育成を含め特色のある地場産業の育成や事業者同士で技術や仕事の連携を図れるような関係性の構築による持続的発展につなげていく。

また、高齢化や後継者不在などの廃業による事業所数の減少への対応として、全ての業種を対象とした事業後継者の育成と創業者支援を実施していき面的な地域の魅力向上に努める。

### ②岩倉市総合計画との連動性・整合性

人口推移から将来的に岩倉市の人口は減少に向かい続けていくことが予測される。そのため、2021年（令和3年）からの第5次岩倉市総合計画では各種施策・事業の政策的な推進による人口増加要因を加味し、目標年度である2030年（令和12年度）の人口を48,500人と推計する。その実現に向けた商工業の基本目標として、利便性が高く魅力的で活力あふれるまちを進めるため、まちの成長力の源となる地域産業の活性化と雇用の促進や特色ある地域資源を生かした観光や交流を推進していく目標が発表された。

本市では、平成28年7月に岩倉市と商工会、市内金融機関を構成メンバーとする岩倉市地域産業活性化推進協議会を立ち上げ、連携して地域産業の活性化に取り組んでいる。令和2年4月、「中小企業・小規模企業振興基本条例」が制定され、これまで地域経済を支えてきた中小企業とりわけ小規模企業への持続的発展を促す基礎が確立された。そして第5次岩倉市総合計画では、とりわけ商工業の施策のうち既存の事業所への支援・創業支援においては、岩倉市ビジネスサポートセンターを中心とした、中小企業・小規模企業の振興に軸足を置き商工業振興や創業支援等を進め、経済の地域内循環の充実に向けていくことを言及している。当会としても市との連動性と整合性を高めた体制を強めて、地域経済発展のための支援に取り組むものとする。

### ③商工会としての役割

商工会は、地域の小規模事業者にとって最も身近な経営の相談相手である。事業者にとっては、前述したように売上の伸び悩みが一番の課題である。「売上が立つ」経営に小規模事業者を導いていくため、事業計画の策定を中心に伴走支援に取り組む。商業関連業種では賑わいのある街づくりのため、魅力のある個店の育成と売上・利益を確保でき持続的発展のできる事業者の育成に寄与していく。

工業関連業種では技術や製品・サービスの販売先の開拓を図る展示会や商談会への出展はじめ販路開拓支援や事業者同士で技術や仕事の連携を図れるような関係性の構築による持続的支援を実施していく。

また、全ての業種を対象とした事業後継者の育成と創業者支援を実施していく。

### (3) 経営発達支援事業の目標

岩倉市内事業所数の減少に歯止めをかけ、持続的発展及び増加を図るために、岩倉市ビジネスサポートセンターをはじめ各種事業により、「売上が立つ」経営へと導いていく。その中で、事業計画を策定した新たな取組みによる販路開拓支援及び創業支援・事業承継支援により、賑わいのある街づくり実現に向けて、魅力のある商品・サービス等の開発を通じた個社育成や地域のブランド力向上による地域産業の活性化へと繋げていく、下記の4項目について取り組んでいく。

#### ①支援先事業者の掘り起し、事業計画策定の認識を高める

経営指導員等は巡回・窓口支援およびセミナーなどを実施していく中で、販路開拓意欲の高い小規模事業者を選定し、重点支援先として事業者の経営状況を理解したうえで経営課題

を把握し、事業計画策定の意識付けを目指す。

②販路開拓につながる事業計画策定・フォローアップ支援

事業計画策定には内部環境として、経営状況を理解したうえで経営課題を把握し事業者の強みに着目し、外部環境では地域の経済情報と需要動向を十分に把握したうえでブラッシュアップを繰り返し事業者と伴に作り上げる。計画策定後は、計画どおり進むことを進捗管理するため、フォローアップ支援に取り組み経営力の向上を目指す。

③創業・事業承継等支援による小規模事業者の増加・維持策及び減少防止策

創業者に対しては事業実施に必要な基礎知識の提供によりビジネスが成り立つことを目指し、第二創業・事業承継・既存事業者に対しては他の支援機関と連携により販路拡大につながる支援を行うことで小規模事業者の増加および減少の防止を目指す。

④販路拡大の機会提供と支援

I Tを活用したデジタル化経営の導入を推進すべく情報提供、事業者が挑戦できる機会を作り販路拡大につながる支援に取り組む。商業関連事業者には魅力ある商品・サービスの育成および地域資源を活用した商品開発に取り組むことで個社・地域のブランド力向上へとつながる支援を目指す。工業関連事業者には独自技術や製品・サービスの販売先の開拓を図る展示会や商談会への出展による販路拡大につながる支援を目指す。

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4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①支援先事業者の掘り起し、事業計画策定の認識を高める

巡回訪問・窓口支援などの機会により事業者との関係強化を図っていく。

②販路開拓につながる事業計画策定・フォローアップ支援

小規模事業者の持続的発展のため、全職員体制での巡回・窓口支援を通じた伴走型支援を実施していく。

③創業・事業承継等支援による小規模事業者の増加・維持策及び減少防止策

創業には相談できる体制作り、維持・減少に歯止めをかけるため他の支援機関との連携による個社支援を実施していく。

④販路拡大の機会提供と支援

I Tを活用したデジタル化経営による販路拡大を支援するほか、商業関連事業者には個社の商品サービスの磨き上げによるブランド力の向上、工業関連事業者には販路開拓となる展示会・商談会への出展支援していく。

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】 県内の業種別景況調査については、四半期毎の全国商工会連合会「中小企業景況調査報告書（愛知県版）」を紙面により年4回情報提供している。岩倉市内の地域経済情報は毎年一度の小規模事業者を中心として、「地区内事業所に関するアンケート調査」の実施により、報告書を作成し紙面により情報提供している。

【課題】 小規模事業者等が地域の経済動向や景気動向を把握するには情報が不足しているため、今後は上記調査に加えて、RESAS はじめビッグデータを活用し当該地域の経済動向を分析・情報提供するように改善する。また、年1回実施している「地区内事業所に関するアンケート調査」はこれまで6回おこなった中で、回答いただく事業者の業種に偏りがあるため、事業者の業種を一定に改善した上で実施する。

#### (2) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①地域の経済動向分析の公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②RESAS 活用の経済動向分析の公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
③景気動向調査の公表回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回

毎年1回、地域の経済動向分析の公表を行うとともに、年4回の景気動向調査の公表を行うことで経営判断時や事業計画策定時に活用してもらう。公表は、紙媒体とHP掲載によりおこなう。

#### (3) 事業内容

##### ①地域の経済動向分析

地区内の小規模事業者の実態や地域経済の動向を明確にするため、小規模事業者のうち200社を対象に、郵送配布・郵送回収方式による経済動向調査「地区内事業所に関するアンケート調査」を年1回実施する。

【調査手法】 調査票を郵送し返信用封筒で回収する。回収できない事業者は巡回・窓口相談の機会を捉えて聴き取りにより実施する。

【調査対象】 地区内の小規模事業者200者（製造業20者、建設業20者、卸売業40者、小売業40者、飲食業40者、サービス業20者、その他業種20者）

【調査項目】 ・自社概要（業種、従業員数、主要商品サービス、代表者の年齢等）  
・自社の景況（業況感、今後の見通し）  
・経営上の課題（選択制、販路開拓の取組み、人材の確保育成、後継者の有無等）  
・必要とする支援内容、新たな取組み、時流の課題  
・商工会へ要望、意見

【分析手法】 回収した調査票を入力し、外部機関により集計し経営指導員等と外部機関で分析をおこない報告書にまとめる。

##### ②RESAS 活用の経済動向分析

売上向上となる経営基盤の向上や生産性高く効率的な経済活性化を目指すため、経営指導

員等が RESAS（地域経済分析システム）等を活用した地域の経済動向分析をおこない、年 1 回公表することで、目指すべき企業像に近づけるための経営判断に活用してもらおう。なお、参考とする調査報告書等については、次の資料を総括的にまとめることで情報提供をおこなう。

【調査目的】国のビッグデータから岩倉市の経済活動実態の分析をおこない販路拡大や事業計画策定の検討に活用する。

【分析手法】地域経済巡回マップ・生産分析：地域が何で稼いでいるか等の分析  
まちづくりマップ・From-to 分析：どの地域から来る人が多く滞在しているか等の分析

産業構造マップ：地域の産業の現状等の分析

3つの項目について、経営指導員等が分析をおこなう。

### ③景気動向調査の提供

愛知県商工会連合会が四半期毎に愛知県内商工会地区 180 企業の業種別の景況調査を集計・分析した結果の情報提供を活用して、調査報告書を小規模事業者の今後の経営の見通しや対策など事業計画策定の基礎資料として活用してもらおう。

【調査項目】事業者の景況：売上、採算、資金繰り等

設備投資の状況：生産設備、建物・店舗・付帯設備、車両等

経営上の問題点：需要動向、消費者等ニーズ、材料・仕入価格等

## （4）調査結果の活用

### ①小規模事業者に対する活用

得られた情報については、集計・分析を行い調査結果報告書としてまとめ、商工会のホームページに掲載するとともに、定期的な郵送物と併せて送付する。巡回指導・窓口相談指導の際には、紙面あるいはタブレットで情報提供し、外部環境の変化について理解を深め、経営判断に利用してもらおうとともに、経営分析及び経営計画の策定の資料として活用が可能となる。

### ②商工会に対する活用

また、地区内事業所に関するアンケート調査は記名式で実施することにより、個別に得られた情報については、経営カルテにデータを入力管理し、職員全体で情報共有を図るとともに、今後の事業者支援のあり方について検討する基礎資料として活用する。

更に、「経営上の課題」や「必要とする支援内容」から得られた事業者の情報については、支援先事業者の掘り起しにつながり販路開拓意欲の高い小規模事業者を選定する資料としても活用することが可能となる。

## 4. 需要動向調査に関すること

### （1）現状と課題

〔現状〕事業計画策定支援の際に対象事業者が新商品（新技術）開発・新サービスの提供にあたって、市場情報評価ナビ Miena を活用した人口やマーケットの商圏分析したものを提供しているのが現状である。

〔課題〕事業者の内部データとなる顧客情報を十分に収集している事業者は、需要予測の分析が可能であったが、顧客情報が少ない事業者では十分な分析ができない状況であった。また、新商品（新技術）開発・新サービスへの需要予測となると個社の商品・サービスへの消費者調査やバイヤーに対する調査は不足しており、調査方法が不十分な

ため、改善した上で実施する。

(2) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①新商品開発の調査 対象事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
②アンケート調査対 象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

①新商品開発の調査

商業関連事業者を中心とした新商品・新サービス開発や新規顧客獲得を支援するため、消費者ニーズを的確に把握することを目的として一般消費者を対象に調査を実施し、調査結果を分析した上で当該事業者にはフィードバックをおこない、新商品開発や事業計画策定に活用する。

【支援事業者】 事業計画策定（予定）事業者、販路開拓意欲の高い事業者

【調査分析手法】 事業者の店頭および出張販売で新商品・サービスなどを試食等した消費者30名へアンケート調査を実施する。調査結果は、経営指導員等が分析をおこなう。

【調査項目】 事業者の品目に合わせた調査項目とする。

基本項目として、①性別 ②年齢 ③住所

※食品関連事業者の場合

④味・甘さ・硬さ・色・大きさ・価格・見た目・パッケージなど

※サービス事業者の場合

④サービス内容・サービス時間・価格など

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が支援事業者に直接説明する形でフィードバックをおこない、新商品開発や経営判断に活用していく。

②アンケート調査

工業関連事業者の新製品開発や新規顧客獲得を支援するため、異業種交流展示会「メッセナゴヤ」やしんきんビジネスマッチング「ビジネスフェア」などの展示会や商談会の出展機会を促進して、製品の市場ニーズを的確に把握することを目的として来場事業者には調査を実施し、調査結果を分析した上で当該事業者にはフィードバックをおこない、新製品開発や事業計画策定に活用する。

【支援事業者】 事業計画策定（予定）事業者

【調査分析手法】 メッセナゴヤはじめ展示会や商談会の出展において、各事業者がブースで、訪問者30名に直接聴き取る形でアンケート調査を実施する。調査結果は、経営指導員等が分析をおこなう。

【調査項目】 事業者の品目に合わせた調査項目とする。

①機能の妥当性 ②価格の妥当性 ③予定する納期 ④製品の使用用途 ⑤追加してほしい機能など

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が支援事業者に直接説明する形でフィードバックをおこない、新製品開発や経営判断に活用していく。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

[現状] 小規模事業者に対する経営分析支援は、融資斡旋事業者や記帳指導事業者、補助金申請事業者が多く、分析の際には経営自己診断システム等を通じて結果を提示しているのが現状である。また、記帳指導事業者には財務分析相談会を開催して、収益性・生産性・安全性・成長性などの財務分析を実施している。

[課題] これまで上記の内容は実施しているものの、定量分析・定性分析すべての経営分析には至っていない事業者も多く不十分なため、経営状況分析の動機付けのアプローチと分析手法など、改善した上で実施する。

### (2) 目標

	現行	令和4年度	令和4年度	令和4年度	令和4年度	令和4年度
①財務分析相談会の件数	4回	4回	4回	4回	4回	4回
②経営分析事業者数	16者	20者	20者	20者	20者	20者

### (3) 事業内容

#### ①財務分析相談会（対象事業者の掘り起し）

記帳指導対象者に対して、事業の現状に関する正確な情報を読み取り、経営の改善や販路拡大のための事業計画の策定への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起しをおこなう。

【対象者】 記帳指導事業者 50 者

【開催回数】 4 回

【専門家】 岩倉市内の税理士

#### ②経営分析の内容

【対象者】 上記の相談会参加者および販路開拓意欲の高い事業者 20 者

【分析手法】 定量項目は経営指導員等が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、定性項目は経営指導員等が SWOT 分析・3C などの分析手法を活用しながら分析をおこなう。

【分析項目】 定量項目

収益性、効率性、生産性、安全性、成長性の 5 項目

定性項目

SWOT 分析（強み、弱み、機会、脅威）

3C 分析（市場・顧客、自社、競合）

### (4) 分析結果の活用

分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、経営指導員等が説明することで事業計画の策定等に活用する。また、分析結果は経営カルテに入力しデータベース化することで、内部共有を図り職員のスキルアップにつながる。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

[現状] 現在の経営発達支援計画にもとづき事業計画を策定した事業者は、延べ 112



社（令和3年8月31日時点）であり目標数値は達成しているが、経営革新計画・経営力向上計画など国県への認定申請や小規模事業者持続化補助金はじめ補助金申請の際に必要な迫られて事業計画を策定している状況である。

[課題] これまで実施はしているものの小規模事業者自らのビジネスモデルの再構築するための事業計画の策定までには至っていない。事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していないことから、セミナー開催方法の見直しや成功事例を増やし巡回・窓口支援の際に周知していくなど、改善した上で実施する。

## (2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、実現可能な計画策定、販路拡大・売上増加を意識した計画策定支援をおこなうため、事業計画策定の意義や重要性の理解に主眼を置き、事業計画の素案が作成できる能力を高めるための支援を実施する。支援にあたっては中小企業基盤整備機構の「経営計画つくるくん」や独自資料等の具体例を提示し、理解度の高い支援をおこなうよう心掛ける。経営指導員等は経営分析では、決算書などから財務情報を分析し、事業者の現状把握をおこなう中で定性情報の分析などの経営分析を実施した結果を事業計画に反映していく。さらに、地域の経済動向調査や需要動向調査結果などをもとに事業者とともに検討し、事業計画策定の支援につなげていく。また、創業者支援にも重点を置くため、創業予定者の掘り起しとともに他の支援機関とも連携を図りセミナー開催や創業者側に立った相談会を積極的に開催し、岩倉市の10年先を見据えた事業者の育成を実施していく。

事業計画策定の前段階においてDX（デジタルトランスフォーメーション）に向けたセミナーをおこない、社会変化へ対応するため小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

## (3) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①DX推進セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
専門家相談会	7回	8回	8回	8回	8回	8回
②事業計画策定セミナー	1回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定相談会	2回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	17者	20者	20者	20者	20者	20者
③創業セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
創業相談会	—	2回	2回	2回	2回	2回
創業計画策定事業者数	1者	5者	5者	5者	5者	5者

## (4) 事業内容

### ①DX推進セミナー・IT専門家相談会

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やwebサイト構築等の取組みを推進していくためにセミナーを開催する。

【支援対象】 事業計画策定予定の事業者、販路開拓意欲の高い事業者

【募集方法】 チラシの配布、商工会HP掲載、商工会公式LINEの配信

- 【講師】 中小企業診断士・ITコーディネーターなどの専門家  
【回数】 セミナー1回 ※シリーズ化として時流にあったプログラム  
相談会 8回
- 【カリキュラム】・DX 総論、DX 関連ツールや具体的な活用事例  
・SNS を活用した情報発信方法  
・EC サイトの利用、ネットショップ開設の方法など
- 【参加者数】 30 者

## ②事業計画策定セミナー・相談会

専門家による事業計画策定をテーマとしたセミナーを開催することで、小規模事業者にも事業計画を策定する意義や重要性を理解させ、事業計画を策定する入口策として実施していく。次に、出口策として専門家による事業計画策定相談会を開催して、経営指導員等とともに伴走支援により事業計画策定につなげていく。

【支援対象】 事業計画策定予定の事業者、販路開拓意欲の高い事業者、経営分析をおこなった事業者

【募集方法】 チラシの配布、商工会 HP 掲載、商工会公式 LINE の配信

【講師】 中小企業診断士

【回数】 セミナー2回  
相談会 2回

【カリキュラム】・経営計画作成の目的とその内容について  
・自社の現状分析、自社の経営戦略、経営計画書の作成  
・計画的な経営を目指すには  
・販路開拓に取り組む事業計画書の作成

【参加者数】 30 者

【支援手法】 事業計画策定セミナーの受講者および策定希望事業者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、専門家による相談会も活用しながら確実に事業計画策定につなげていく。経営指導員等は経営分析では、決算書などから財務情報を分析し、事業者の現状把握をおこなう中で定性情報の分析などの経営分析を実施した結果を事業計画に反映していく。さらに、地域の経済動向調査や需要動向調査結果などをもとに事業者と伴に検討し、事業計画策定の支援につなげていく。

## ③創業セミナー・創業相談会

岩倉市・大口町・扶桑町創業支援協議会（岩倉市・扶桑町・大口町・岩倉市商工会・扶桑町商工会・大口町商工会・各市町の代表金融機関で構成）の創業支援事業計画に基づき、やりたいことが明確になった創業予定者を対象として創業セミナーを開催し、創業者の掘り起しをおこなう。そして、当会では岩倉市と連携して岩倉市ビジネスサポートセンター相談窓口として常時創業相談に取り組んでおり、セミナーと相談会により効率的に創業計画策定への支援を進めていく。

また、平日に相談できない創業者を対象として週末創業相談会を開催して、どの創業予定者に対しても平準な伴走支援体制を整えて創業計画策定につなげていく。

【支援対象】 やりたいことが明確になった創業予定者

【募集方法】 案内チラシの新聞折込、商工会HP掲載

【講師】 税理士、成功を収めている起業家

【回数】 セミナー1回

相談会 2 回

【カリキュラム】・創業の基礎知識とビジネスプランの立て方  
・経営者の心構え（先輩创业者の成功体験など）

【支援対象人数】10 名（年間）

【支援手法】週末創業相談会や窓口での常時創業相談により、創業前・創業時・創業後に必要となる資金並びにノウハウ等の習得を支援し、専門家と経営指導員等により確実に創業計画策定につなげていく。

## 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

### (1) 現状と課題

[現状] 現在の事業計画策定後の実施支援として、巡回・窓口相談にてフォローアップ支援をおこなってきた。フォローアップ支援件数は、年平均 148 回・1 者あたり 8.2 回の実績数値であり目標件数を上回る支援を実施してきた。また、創業計画策定後の実施支援として、計画策定に至る创业者は少なく 1 者あたり 7 回のフォローアップ支援を実施している。

[課題] フォローアップ支援は、目標件数は達成しているものの計画的な支援はおこなえておらず、事業者毎では支援頻度の多い事業者と少ない事業者がある。今後は支援を計画的に実施できる体制作りとして、経営指導員のみならず経営指導員以外職員も従事できるようにすることで支援頻度の量と質を確保する必要があり、手法を改善した上で実施する。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象として、事業計画及び創業・第二創業計画に基づいた目標が達成できるよう、事業計画の実施状況等により、訪問回数の増減を調整して事業者個々の状況を判断しフォローアップ方法を設定する。方法として重点的に支援すべき事業者や順調の進めて一定の成果が見られる事業者等を見極めた上で、総合的な判断の下、フォローアップ頻度を設定する。フォローアップ支援については、重点支援対象者、一般支援対象者、緊急支援対象者、安定支援対象者に分け多くの事業者のフォローアップに取り組めるとともに、効率的かつ効果的な支援へと繋げることができる。なお、職員の支援だけでは解決できない場合は、専門家など第三者の視点を投入し、発生要因の追求および今後の対応策の検討をおこなう。

### (3) 目標

	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
フォローアップ対象 事業者数	18 者	25 者	25 者	25 者	25 者	25 者
フォローアップ延回 数	148 回	150 回	150 回	150 回	150 回	150 回
売上増加事業者数	14 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
利益率 3%以上増加 事業者数	—	5 者	6 者	7 者	8 者	10 者

### (4) 事業内容

事業計画および創業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員等がフォローアップ計画に基づいて巡回訪問等を実施し、策定した事業計画が着実に実行されているか、ヒアリ

ングにより進捗状況を確認し、その際に課題解決に必要な指導助言をおこない定期的かつ継続的にフォローアップを実施していく。

その頻度については、事業計画策定（創業計画策定を含む）25者のうち重点支援対象者5者は2ヶ月に1回、一般支援対象者5者は四半期に1回、安定支援対象者5者は年2回、緊急支援対象者5者は毎月1回、創業支援対象者5者は2ヶ月に1回とする。ただし、事業者からの申し出や新たな経営課題の対応が必要な場合は随時支援を実施する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合は、担当職員以外の経営指導員等や専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因および今後の対応策を検討した上で、フォローアップ頻度の変更をおこなう。想定する事業や専門家は、商工会職員のみでの支援では困難な場合や高度かつ専門的な指導助言が必要な場合は、愛知県商工会連合会・よろず支援拠点・中小企業119等の専門家派遣制度を活用した支援を速やかに実施していく。

- ・重点支援対象者 5者2ヶ月に1回 → 5者×6回=30回
- ・一般支援対象者 5者四半期に1回 → 5者×4回=20回
- ・安定支援対象者 5者1年に2回 → 5者×2回=10回
- ・緊急支援対象者 5者1か月に1回 → 5者×12回=60回
- ・創業支援対象者 5者2ヶ月に1回 → 5者×6回=30回

## 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

### (1) 現状と課題

[現状] 平成29年度よりHP作成セミナーやSNS活用セミナーを通じて、ITを活用した販路開拓意欲のある事業者へIT専門家による相談会を通じてHP開設延べ14者、SNS開設延べ7者の支援をおこなっており、集客につながる成果が表れている。異業種交流展示会「メッセナゴヤ」などの展示会や商談会は情報提供に留まっており、その後の出展の支援には至っていない。また、ビジネスマッチングについては大阪商工会議所が運営するザ・ビジネスモールへ参加し、地域事業者の需要開拓ツールの一つとして活用している。

[課題] HP・SNSは開設後も活用の支援をおこなっているが今後は、これまでの支援事業者だけでなく多くの事業者へ新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。また、展示会や商談会については販路開拓の機会であることを認識した上で、積極的に出展を促していく必要がある。

### (2) 支援に対する考え方

DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用やネットショップ開設、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催（前掲、事業計画策定支援のDX推進セミナー）や相談対応をおこない、理解度を高めた上で導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階にあった支援をおこなう。また、商工会議所・商工会運営の商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」ECサイトを活用することでネット上でのビジネス交流を促進する。

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、異業種交流展示会「メッセナゴヤ」などの都市部で開催される展示会や商談会への出展を補助制度の周知をしながら提案をおこなっていく。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援をおこなうとともに、出展期間中には陳列・周知方法など、きめ細やかな伴走支援をおこなうことで、販路開

拓につながる支援を実施する。

(3) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①展示会・商談会 出展事業者数 成約件数/者	— —	3者 2者	3者 2者	3者 2者	3者 2者	3者 2者
②ECサイト登録事業 者数 新規取引先開拓数	2者 —	5者 3者	5者 3者	5者 5者	5者 5者	5者 5者
③HP 開設・SNS 活用 事業者数 売上増加率/者	21者 (延数) —	5者 5%/3者	5者 5%/3者	5者 5%/3者	5者 5%/3者	5者 5%/3者
④ネットショップ 開設事業者数 売上額	— —	2者 10万円	2者 10万円	2者 10万円	2者 10万円	2者 10万円

(4) 事業内容

①展示会・商談会出展支援 (BtoB)

【支援対象者】 事業計画の策定 (予定) 事業者や販路開拓意欲の高い事業者

【支援内容】 工業関連事業者の新製品開発や新規顧客獲得を支援するため、異業種交流展示会「メッセナゴヤ」はじめ展示会・商談会の出展情報を提供していくことで事業者の新たな需要開拓を支援する。また、展示会に出展する事業者に対しては、経営指導員等が事前・事後の出展支援をおこなうとともに、出展期間中には陳列・周知方法など、きめ細やかな伴走支援をおこなうことで、販路開拓につながる支援を実施する。

【参 考】 異業種交流展示会メッセナゴヤ

2006年にスタート、ポートメッセなごやで開催される日本最大級の異業種交流展示会として、2019年は4日間の開催で出展規模は1,442社、小間数1,727、来場者数62,422名であった。2020年は新型コロナウイルス感染拡大により初のオンライン開催で出展規模は576社・団体、来場者数9,666名であった。また、メッセナゴヤ以外にも、事業者の規模に応じ下記の展示会等への出店情報を提供することで新たな需要の開拓を支援する。

展示会・商談会名	詳細
しんきんビジネスマッチング「ビジネスフェア」	東海地区34信用金庫の取引先対象、ポートメッセなごやで開催される商談会。2019年の出展規模392社、入場者数3,370人であった。
あいち産業振興機構主催商談会	随時開催
J-Net21 展示会・商談会	全国の展示会・商談会開催情報

②ECサイト支援

【目的】 ネット上での電子商取引を考えている事業者に対して、事業者の製品やサービス情報や強みなどの情報発信をサイト上にできることで、商談・受注機会の拡大を図る。

【支援対象者】 事業計画策定 (予定) 事業者やネット上での電子商取引による販路拡大を考

えている事業者

【支援内容】全国の商工会議所・商工会が参加する商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」ECサイトを活用することでネット上でのビジネス交流、商取引機会の拡大を図る。経営指導員等が同事業のPRをおこなうとともに販路拡大を目指し情報発信する項目・内容などについて整理し、ECへの取組みを支援していく。

### ③HP開設・SNS活用支援

【目的】情報発信ツールとして自社HPの開設やSNS開設・活用することにより、情報発信手段ができネット検索・閲覧による商品購買につなげることができる。

【支援対象者】事業計画策定（予定）事業者、販路拡大のために新たにHP開設する事業者やSNS開設・活用する事業者

【支援内容】自社の商品・サービスを情報発信する自社HPの開設やHPリニューアルを検討している事業者、SNS開設や活用を検討している事業者に対して、経営指導員等はHP・SNSのコンセプトやコンテンツ内容などを事業者とともに検討し、愛知県商工会連合会・よろず支援拠点・中小企業119等の制度を活用しIT専門家と連携して支援をおこなう。必要に応じ小規模事業者持続化補助金等も活用しながら検討する。

また、商工会HP作成支援サービス「グーペ」などHP作成支援ソフトの活用を促すことで、HP作成を支援し、新たな需要開拓を促進する。

### ④ネットショップ開設支援

【目的】今後はオンラインが確実なスタンダードでありお客様の利便性を考え、ネット上での商品販売やサービス提供の機会として、ネットショップを開設することにより、販路拡大につなげることができる。

【支援対象者】事業計画策定（予定）事業者、販路拡大のためにネットショップ開設する事業者

【支援内容】ネット上での商品・サービスの販売を検討している事業者に対して、経営指導員等は自社ネットショップの開設にあたり商品構成、ページ構成、PR方法、SNS経由でのお店とお客様の関係値作りなど事業者とともに検討し、愛知県商工会連合会・よろず支援拠点・中小企業119等の制度を活用しIT専門家と連携して支援をおこなう。必要に応じ小規模事業者持続化補助金等も活用しながら検討する。

また、ネットショップ作成サービス「カラーミーショップ」などネットショップ作成サービスの活用を促すことで、ネットショップ作成を支援し、新たな需要開拓を促進する。

## 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】経営発達支援事業の実施状況については、毎年2回、岩倉市商工農政課・外部有識者として中小企業診断士・岩倉金融協会会長・本会正副会長・理事から構成される経営発達支援計画事業内容検討委員会において、事業の実施状況の成果・評価・見直し等の意見を受けて、翌年の計画に反映して計画を実施している。

【課題】本計画が効果的で効率の良い事業実施していくため、より多くの新たな意見を吸収することが課題である。

## (2) 事業内容

事業内容の評価等については、毎年2回、岩倉市商工農政課・外部有識者として中小企業診断士・岩倉金融協会会長・本会正副会長・理事・法定経営指導員から構成される経営発達支援計画事業内容検討委員会を開催して事業の成果・評価・見直しを検証していく。なお、十分な実施体制となっている中でより多くの意見を吸収するために、理事会にて事業報告する機会での意見聴取を実施していく。また、事業実績報告については年1回、商工会 HP に掲載する。

## 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] 愛知県が定める法定研修、愛知県商工会連合会が実施する経営支援に関する研修、愛知県商工会連合会中尾張支部で実施する職種別研修に参加する他、事務局内で毎週金曜日に開催する職員ミーティングを実施し、各職員の業務情報などの情報共有を図っている。

[課題] 新たな施策情報や日々更新される既存施策の情報収集、経営支援に必要となる外部講習会に積極的に参加して知識の研鑽を図り、事務局内では経営指導員等が現在抱えている支援事業者の案件について情報共有を図っていく必要がある。また、ニューノーマル時代への支援者の対応として、小規模事業者の IT リテラシー向上を図れるよう事業者からの相談等に対応するため、DX に向けた相談・指導能力の習得および向上に取り組んでいく必要がある。

### (2) 事業内容

～経営指導員等の支援能力向上に向けた取組

#### ①外部講習会等の積極的な活用

売上向上につながる最新の販路拡大策に関する研修や販路拡大に大きな成果を収めた成功事例発表会等に積極的に参加するとともに、当地域においても本計画の方針に掲げた事業者支援のテーマとなりうる「創業」「事業継続 (BCP)」「事業承継」等の研修会に参加していく。そのため、中小企業大学校が開講する経営支援担当者研修の専門研修の中でも「販路開拓」に関する研修や愛知県商工会連合会等が実施する経営指導員等応用研修会特別コースのうち「創業」「事業継続 (BCP)」「事業承継」に係る研修や外部機関がおこなう同様の研修にも参加する。

また、経営支援の経験が少ない職員については、愛知県商工会連合会が実施する基本能力研修などの基礎知識を学ぶ研修会、経営革新計画策定支援のための中堅職員研修、現地指導型 OJT 制度を活用することで資質向上を図るものとする。

#### ②DX 推進に向けたセミナー

喫緊の課題である地域の事業者の DX 推進への対応にあたっては、経営指導員等の IT スキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のような DX 推進の取組みに係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

<DX に向けた IT・デジタル化の取組>

ア. 事業者にとって内向け (業務効率化等) の取組

RPA システム、クラウド会計ソフト、POS レジシステムの導入、電子マネー商取引システム等の IT ツール、テレワークの導入、補助金電子申請、情報セキュリティ対策等

イ. 事業者にとって外向け (需要開拓等) の取組

HP 等を活用した自社 PR・情報発信方法、EC サイト構築・運用、オンライン展示会、SNS を活用した広報、モバイルオーダーシステム等

ウ. その他取組

オンライン経営相談の方法等

～支援ノウハウを組織内で共有する仕組み～

③職員ミーティングの開催

毎週金曜日に開催している職員ミーティングを継続し、経営指導員等が現在抱えている支援事業者の案件について現状報告と今後の支援の確認をおこない情報共有することで、組織全体の支援能力向上を図る。また、連絡会議や外部研修会等において得た情報や習得した知識を発表することで、支援ノウハウ等の共有を図る。

④データベース化

経営相談の支援内容は活用しているカルテシステムの詳細欄に指導内容を明記しており、支援中の各事業者の状況等について職員全員で相互共有ができるようにする。それにより、担当職員が不在であっても対応できることから、担当外職員でも一定レベルでの対応が可能となる体制を整える。



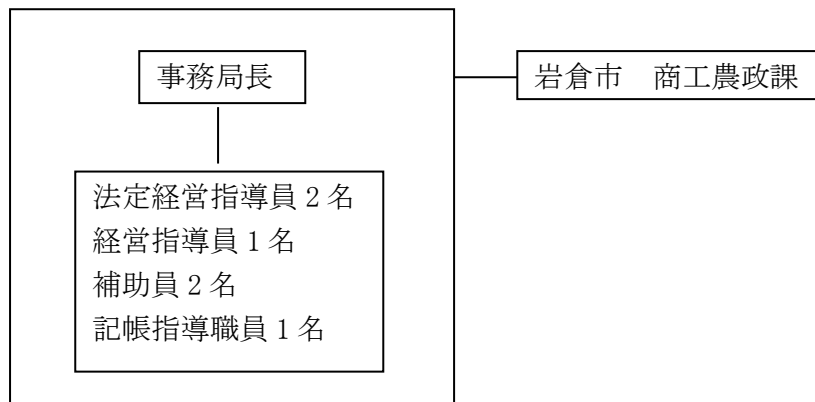
(別表2)

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3年11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当該経営指導員の氏名、連絡先

◆氏名：野田 友紀

◆連絡先：岩倉市商工会 TEL. 0587-66-3400

◆氏名：川合 隆義

◆連絡先：岩倉市商工会 TEL. 0587-66-3400

②当該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、事業評価・見直しをする際の必要な情報の提供等をおこなう。

当計画の法定経営指導員については、本事業を分担して実施し週1回の職員ミーティングによる情報の共有を図るため、2名の配置をおこなうこととする。

(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

岩倉市商工会

〒482-0042

愛知県岩倉市中本町西出口31番地1

岩倉市商工会 事務局

TEL: 0587-66-3400 FAX: 0587-66-3417 E-mail: info@iwakura.or.jp

②関係市町村

岩倉市 商工農政課

〒482-8686

愛知県岩倉市栄町一丁目 66 番地

岩倉市 商工農政課

TEL : 0587-38-5812 FAX : 0587-66-6100 E-mail : shokono@city.iwakura.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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	3,892	3,892	3,892	3,892	3,892
地区内アンケート調査費	710	710	710	710	710
分析調査郵送費	660	660	660	660	660
ソフトウェア・システム使用費	95	95	95	95	95
専門家相談費	653	653	653	653	653
セミナー開催費	1,210	1,210	1,210	1,210	1,210
セミナーチラシ送付費	424	424	424	424	424
セミナーチラシ印刷費	140	140	140	140	140

(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
伴走型小規模事業者支援推進事業費補助金、国助成金、会費収入、手数料収入他

(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)

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	