

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>北名古屋市商工会 (法人番号 2180005007772) 北名古屋市 (地方公共団体コード 232343)</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和4年4月1日 ～ 令和9年3月31日</p>
<p>目標</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 小規模事業者の持続的な発展に向けた一体的伴走支援 2. 小規模事業者の経営力向上に向けた支援体制の強化 3. 創業・事業承継予定者支援の強化による地域経済の維持・発展 4. 北名古屋市商工会地域情報ポータルサイトによる情報発信支援
<p>事業内容</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①地域事業者の売上、利益等の地域業況 など ②地域小規模事業者の景況感など ③生活関連サービス業・飲食サービス業・製造業の業界動向 2. 需要動向調査に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①日経テレコンPOSEYESを活用した需要動向調査 ②個社商品の調査 3. 経営状況の分析に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①基本項目（経営資源，組織，業務体制等）の分析 ②自社分析と市場分析 ③財務分析、SWOT分析、3C分析 4. 事業計画策定支援に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①DX推進に関する意識向上支援 ②事業の持続的な発展を目指す小規模事業者の事業計画策定支援 ③創業・事業承継予定者に対する事業計画策定支援 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①事業の持続的な発展に向けた事業計画フォローアップ支援 ②創業希望者・事業承継予定者の事業計画フォローアップ支援 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ol style="list-style-type: none"> ①展示会・商談会出展支援 ②ネットショップ・アンテナショップ出店支援 ③地域情報ポータルサイトによる販路開拓支援
<p>連絡先</p>	<p>○北名古屋市商工会 〒481-0041 愛知県北名古屋市九之坪竹田180番地1 Tel 0568-25-0001 Fax 0568-25-1822 E-Mail info@kitanagoya.or.jp</p> <p>○北名古屋市役所(西庁舎) 建設部 商工農政課 〒481-8531 愛知県北名古屋市西之保清水田15番地 Tel 0568-22-1111 Fax 0568-25-5533 E-Mail shoko@city.kitanagoya.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) 北名古屋市の現状と課題

①立地

平成18年3月に2町の合併によって誕生した北名古屋市は、名古屋市の北に隣接しており、名古屋市都心部まで約10kmの距離にある。市内全域が平坦な地形であり、子育て世代や高齢者などの徒歩や自転車での移動が容易で、日常生活に必要な買い物の場所や金融機関、病院などの地域医療が充実しているなど、生活しやすい居住環境が整っており、名古屋市のベッドタウンとして発展している。

②人口

全国的に人口減少が叫ばれるなか、市の人口は令和3年4月1日時点、以下のとおり人口は86,181人と堅調に増えているが、65歳以上の人口は20,707人と全体の24%に達している。14歳以下の人口は平成18年4月に比べ272人増加しているものの、65歳以上の人口に比べると増加が少ないことから年々高齢化が進んでいることがわかる。

単位：人（%）

	平成18年4月（割合）	令和3年4月（割合）	増減
総人口	78,713（100）	86,181（100）	7,468
うち65歳以上	12,850（16.3）	20,707（24.0）	7,857
15～64歳	54,005（68.6）	53,344（61.9）	△661
0～14歳	11,858（15.1）	12,130（14.1）	272

③交通

市中心市街地に西春駅と徳重名古屋芸大駅がある。名古屋鉄道と名古屋市営地下鉄が相互に乗り入れており、名古屋市の都心部まで約10分という利便性が大きな魅力となっている。通勤・通学者と高齢社会に対応した市民サービスとして、公共施設や医療機関、商業施設等や駅を経由しながら市内を循環する「きたバス」を運行して、市内の移動の足を確保している。



(西春駅)



(徳重名古屋芸大駅)

さらに、名神高速道路や名古屋第二環状自動車道などが市域を囲み、名古屋鉄道西春駅が県営名古屋空港への交通アクセス拠点となっているなど、広域交通の利便性にも優れている。

④産業

2018年度あいち市町村別総生産によると、市内総生産額は304,633百万円であり、産業別の割合をみると、最も高いのは製造業96,712百万円(31.7%)であり、次いで、卸・小売業36,707百万円(12%)、不動産業34,131百万円(11.2%)、建設業24,314百万円(8%)となっている。

主要な産業である工業の2016年度の製造品出荷額等は189,582百万円、商業の商品販売額は214,286百万円となっており、どちらも2014年度に比べ増加傾向である。

⑤商工業者

総務省統計局：経済センサスによると、以下のとおり平成24年の商工業者は2,989者であったが、平成28年には2,908者まで落ち込んでいる。少子高齢化や消費者ニーズの変化など厳しい経営環境が続くなかで、産業構造の変化など様々な要因が重なり廃業に追い込まれる事業者が多く、製造業の減少が大きい。小規模事業者も全体としても119件減少している状況である。

(単位:者)

	商工業者数	商工業者の内訳							小規模事業者
		建設業	製造業	卸小売業	飲食業	生活関連サービス業	サービス業	その他	
H24年	2,989	361	536	733	346	258	170	585	2,288
H28年	2,908	355	492	729	331	234	168	599	2,169
比較増減	▲81	▲6	▲44	▲4	▲15	▲24	▲2	14	▲119

平成28年の小規模事業者2,169者の産業分類では、卸小売業430者、製造業414者、建設業341者、飲食サービス業209者、生活関連サービス業202者と続いており、均等に分布してバランスの取れた産業構成であることがわかる。当地域には特色のある中心産業はなく、名古屋市のベットタウンでもあるため、住宅都市の性格から、市民の生活に欠かせない業種が多く、建設業や飲食サービス業、生活関連サービス業の小規模事業者の割合が高く、今後もこのような状況が続くと考えられる。

⑥商業

市内には西春駅に隣接する「パレマルシェ西春店」と「ヨシヅヤ師勝店」のショッピングセンター2店舗のほか、西春駅と徳重名古屋芸大駅に2つの商店街がある。ITの進展によるEC市場が拡大しているなか、消費者ニーズの変化や経営者の高齢化による廃業などで店舗数が減少し、活力が失われ商店街の業況はますます厳しくなっている。

幹線道路沿いや人口が増加している市内郊外にスーパーマーケットやドラッグストア、飲食店をはじめとしたチェーン店や生活関連サービ



(パレマルシェ西春店)

スの店舗が出店している状況である。

隣接する市町には「mozoワンダーシティ」や「エアポートウォーク名古屋」の大型商業施設が存在し、名古屋都心部の百貨店までの交通アクセスも良く、最寄品から買回品・専門品まで市外への流出が見受けられる。

⑦工業

当地域は名古屋高速道路の名二環道路清州東ICまでは約2.0km、11号小牧線豊山南ICまでは約1.5km、名神高速道路一宮ICへは約5.0kmという恵まれた道路環境ではあるが、住宅都市として発展してきたことから、工場等の立地には難しい条件もあり、これまで地域経済を牽引する程の製造分野はなく、金属製品や生産用機械、プラスチック製品、繊維などの下請け的な製造業が多い。

また、建設業は建設会社や工務店の下請的な小規模事業者が多く、下請け依存度が高いことから、取引先の動向で工事受注が左右される状況であるとともに、事業者の高齢化が進み、後継者不足が深刻な問題である。

北名古屋市都市計画マスタープランの重点施策の1つとして、市の活力の維持・向上を図るため、国道22号線・主要地方道春日井稲沢線に近接する北名古屋沖村西部地区を新たな工業系市街地として開発を進め、物流資材商社の(株)チューゲンや自動包装機械メーカーの(株)フジキカイ、プロツール販売会社のトラスコ中山(株)の企業誘致を成功させている。



(沖村西部地区企業立地ゾーン)

⑧北名古屋市総合計画

未来に向けた市政運営10カ年の指針として、2018年度に「第2次北名古屋市総合計画」を策定し、「健康快適都市」～誰もがいきいきと安全・安心に暮らせるまち～を目指すまちの姿としている。

視点の1つとして「地域の持続的発展に必要な産業の活性化」を挙げ、産業経済関連の取り組み方針では、リニアインパクトを名古屋大都市圏全体につなげるための名古屋市との連携、将来的に需要増加が見込まれる住宅や企業立地の受け皿づくり、市内企業の海外展開や販路開拓のサポート体制の強化を推進することとしている。

また、まちづくり方針の体系の1つに「魅力的で活力あるまちづくり」を位置づけ、「地元の業者が店舗や事業の魅力を高めて販路の拡大や顧客数の増加により、地域が活性化する。」「地元企業が活躍し、地域に新たな産業が生まれる。」ことを目標とする「まちの姿」として定めている。

⑨商工会

平成18年の町合併後、平成21年4月に2町商工会が合併して北名古屋市商工会が誕生した。合併当時の会員数は1,706名であったが、令和2年度末は1,573名、7.7%の減少となっており、ここ数年は会員の高齢化と後継者不在により脱退する会員が多くなってきている。

当商工会は、小規模事業者に対し税務・金融・労働等の経営改善普及事業を中心に経営支援を実施してきたが、事業者の「経営戦略に関する支援」が十分にできていない現状で

ある。少子高齢化や消費者ニーズ・産業構造の変化などの小規模事業者を取り巻く経営環境が厳しさを増すなかで、事業者が自ら経営課題を認識し、課題解決するための事業計画策定と計画達成を促す支援が求められている。

⑩当地域の課題

当地域の中小事業者の多くは、幹線道路などを中心に展開する大手チェーン店や市内ショッピングセンター、近隣市町にある大型商業施設との競争が激化しており、自ら集客力を向上できる取り組みを進め、個店の経営力強化を図ることが課題である。商店街をはじめとする事業者の多くが小規模事業者であることから、これまでの個店の自助努力に任せた補完的な支援から個々の店舗経営に寄り添った伴走的な支援に転じ、地域商業の実態や消費者の需要・動向を定期的に把握・分析し、魅力ある商品や品揃え開発やサービスの提供を支援するなど、より多くの小規模事業者について個店の集客力強化と経営力強化を進める必要がある。

また、市内製造・建設業者の多くは、下請け依存度が高いことが課題となっており、事業の持続的かつ健全な発展を図るために、中小企業および小規模事業者に対して、人材の育成や新技術・新製品の開発、下請け脱却などに積極的な取り組みを促し、市内外に向けた情報発信支援やマッチングによる販路開拓支援など、成長力と競争力を備えた企業体質の改善を図っていく必要がある。

したがって、当商工会は小規模事業者に対して経営計画を積極的に推進することで経営力の強化や事業承継問題などの解決に向けて、事業者に寄り添ったきめの細かい伴走型支援を実施することが必要である。同時に地域の総合経済団体として、他機関と連携を図りながら、小規模事業者の事業基盤である地域活性化に取り組むことも重要である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

人口の減少などの社会経済環境の変化により、地域の小規模事業者数の減少が進むなかで、北名古屋市の地域経済を支える小規模事業者が継続的に発展していくことが地域振興において重要であり、長期的な振興のあり方として位置付ける。

事業者が自ら経営課題を認識し、課題解決するための事業計画策定と計画達成を促進し、経営環境の変化への対応力を高め、経営力を向上させるスキームを強化することが、小規模事業者の事業の持続的発展に繋がると考えられることから、地域商工事業者が事業活動を維持・継続できるように、市と十分な連携のもと、国や県などの行政機関や関係機関とも協働し、地域全体で小規模事業者の持続的な発展を目指す。

これまで取り組んできた経営支援事業の見直しと再構築、支援体制の強化を図り、地域の小規模事業者のそれぞれの課題に応じた「個社支援」を強化し、きめ細かい経営支援に努める。そして、新たな起業を促進する創業支援及び事業承継の推進により事業者数を維持し、市の企業誘致事業と連携させて地域全体の経済の活性化に取り組む。

②北名古屋市総合計画との連動性・整合性

2018年度から2027年度までを定めた第2次北名古屋市総合計画では、以下の3つを基本理念とし「健康快適都市」～誰もがいきいきと安全・安心に暮らせるまち～を将来都市像として掲げ、「魅力的で活力あるまちづくり」をまちづくり方針の体系の1つに

位置づけ、産業活力分野の目標及び目標とするまちの姿が以下のとおり定められている。

- ・「こころ」と「からだ」と「まち」が健康で、活力あるまち
- ・便利で安全・安心な質の高いまち
- ・やすらぎと愛着を感じ、いつまでも住み続けたいまち

(産業活力分野の目標)

「多様な事業活動による地域の活性化や安定した雇用創出を図り、経済基盤を強化することが求められています。そのため、既存産業に対する市民の理解を深め、後継者育成や事業承継を図るとともに、農業・商業・サービス業、工業などの振興と地域の産業を支援します。また、名古屋に隣接し、県営名古屋空港や高速道路への交通アクセスに優れた本市の立地条件を活かし、企業誘致を推進します。さらに、新事業・新産業創出などによる事業者の経営基盤の強化やスモールビジネスなどの創業を支援します。」

(まちの姿)

- ・商業・サービス業：地元の中小事業者が店舗や事業の魅力を高めて販路の拡大や顧客数の増加により、地域が活性化しています。
- ・工業：地元企業が活躍し、地域に新たな産業が生まれています。

当商工会は、地域商工業者が身近で相談しやすい環境を整備し、小規模事業者のそれぞれの課題に応じたきめ細かい伴走型支援を行っている。経営発達支援計画では「事業計画策定支援及び計画達成支援」、「展示会出展支援や地域情報ポータルサイトによる販路開拓支援」を行う計画をしており、北名古屋市総合計画のまちの姿である「地元の業者が店舗や事業の魅力を高めて販路拡大や顧客数の増加により、地域が活性化しています」、「地元企業が活躍し、地域に新たな産業が生まれています」と連動している。また、北名古屋市商工農政課と適宜打ち合わせを行い、各種施策の情報交換や状況報告、事業のすり合わせを行い、北名古屋市総合計画との整合性を図る。

③商工会としての役割

地域住民の高齢化や地域経済の低迷などの構造的な変化が進展するなかで、当地域の小規模事業者は、売上減少や経営者の高齢化等の課題を抱えており、特に後継者不足により廃業する事業者が増加傾向となっているため、地域の活性化と元気な地元企業を育成することが役割である。

業種区分としては偏りなくみられる当地域にあっても、小規模事業者数は減少傾向にあるため、全業種にわたる支援が必要とされる一方で、名古屋市の北に隣接し、通勤や生活しやすい居住環境を魅力としている住宅都市の面からも、今後ますます生活関連産業等の業種が発展するものとみられ、生活関連サービス業と飲食サービス業を重点支援対象業種に位置付けて、販路拡大や顧客数が増加する取り組みを支援することで、まちのにぎわいや市民生活の利便性に貢献する。

今後、地域における環境・エネルギー関連、新ヘルスケアなどの新成長産業の企業誘致の推進によって、波及が小規模事業者にも及ぶことを見据え、成長産業への展開・参入を試みる既存小規模事業者や新規創業者への支援・育成に取り組むとともに、地域の経済環境の変化に対応しうる小規模事業者の創出を図って地域産業の活性化に資する。

また、市内商工業者の約75%を占める小規模事業者の持続的発展に向けた事業承継支援や北名古屋市商工会地域情報ポータルサイトによる個店の魅力などの情報発信に重点を置く。

そして、組織全体の支援能力並びに職員一人ひとりの資質向上を図るとともに、北名古屋市はじめ日本政策金融公庫、金融機関、税理士会、愛知県よろず支援拠点、愛知県商工会連合会などの支援機関と協力し、効果的・効率的に事業を実施していくことで、市内の小規模事業者と地域産業の振興における中核的な機能を担い、主導的な役割を果たすことに取り組んでいく。

(3) 経営発達支援事業の目標

本事業は、北名古屋市の商工業の課題や振興のあり方を踏まえ、地域の小規模事業者のそれぞれの課題に応じた、きめ細かい経営支援を実施し、店舗や事業の魅力を高めて販路の拡大や顧客数の増加を図るとともに、創業支援、事業承継の推進による事業者数の維持を目指すことで、北名古屋市の小規模事業者の持続的な発展と地域経済の活性化への裨益が期待できる。

また、経営発達支援事業の目標として次の項目を掲げ、5年間における本事業期間内において、重点支援対象業種である生活関連サービス業と飲食サービス業の小規模事業者を中心に事業計画策定支援などを効率的に実施する。

①小規模事業者の持続的な発展に向けた一体的伴走支援

小規模事業者の持続的な発展を図るため、経営分析、需要動向を踏まえた事業計画書の策定支援等を行い、目標達成に向けた販路開拓支援を一体的に伴走支援する。

〔目標数値〕 事業計画書策定事業者425件（85件/年×5年間）

②小規模事業者の経営力向上に向けた支援体制の強化

小規模事業者の経営力向上を図るため、支援機関並びに専門家等と一体となった支援体制を強化することで、経営課題の解決に取り組む。

〔目標数値〕 付加価値3%以上向上事業者75件（15件/年×5年間）

③創業・事業承継予定者支援の強化による地域経済の維持・発展

北名古屋市の地域経済の維持・発展を図るため、創業者及び事業承継予定者に対する事業計画策定支援を行うことで、開業する小規模事業者を増加させる。

〔目標数値〕 創業・事業承継の開業者100件（20件/年×5年間）

④北名古屋市商工会地域情報ポータルサイトによる情報発信支援

個店の魅力を高めて販路拡大や顧客の増加に繋げるため、当商工会が独自に制作した地域情報ポータルサイト（<https://kispo.jp/>）による情報発信の支援を強化することで、小規模事業者の経営力の強化を図る。

〔目標数値〕 新規情報発信事業者25件（5件/年×5年間）

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小規模事業者の持続的な発展に向けた一体的な伴走支援

個社の魅力を高め販路拡大に取り組む生活関連サービス業や飲食サービス業を中心とした小規模事業者を対象に、自社の現状把握（強みや弱み）を行うための経営分析を実施して、分析結果や需要動向を踏まえた事業計画策定と計画策定後のフォローアップを行うことで、目標達成に向けた販路開拓支援を一体的に伴走支援する。

②小規模事業者の経営力向上に向けた支援体制の強化

重点支援対象業種である生活関連サービス業や飲食サービス業を中心とした小規模事業者の事業の持続的発展を図るために、支援機関並びに専門家等と一体となった支援体制を強化することで、経営課題の解決に取り組み、付加価値（営業利益＋人件費＋減価償却費）が3%以上向上する小規模事業者を創出し、経営力の向上に繋げる。

③創業・事業承継支援の強化による地域経済の維持・発展

北名古屋市と連携して地域の潜在的創業ニーズを発掘し、セミナーへの参加を働きかけ市内での創業を促進する。創業者や既存事業者の事業承継予定者の事業計画策定支援を行うとともに、創業や事業承継後の支援を手厚くサポートすることで、経営を安定させ事業の持続的発展による地域経済の活性化を目指す。

④北名古屋市商工会地域情報ポータルサイトによる情報発信支援

大企業に比べ、圧倒的に情報発信力が乏しい小規模事業者に対し、当商工会が独自に制作した地域情報ポータルサイトによる情報発信の支援を強化し、個店の魅力を高めて販路拡大や顧客の増加に繋げることで、小規模事業者の経営力を強化し、事業の持続的発展に繋げる。また、地域情報ポータルサイトを市民に広く周知するため、北名古屋市と連携して事業を実施し、地域の小規模事業者の認知度向上を図る。

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]

平成28年度から令和元年度までの4年間、地区内の生活関連サービス業や製造業50社の景気動向調査を年1回実施していたが、それ以降は実施していない。平成30年度より全国商工会連合会から中小企業景況調査の委託を受け、15者、年4回の頻度で調査を行っており、調査結果を分析し、小規模事業者の経営相談や事業計画書策定等で必要な参考資料として活用している。

[課題]

地域経済動向について、ビックデータ等を活用した専門的かつ客観的な分析が不足していたため、客観的なデータによる動向を把握することができていない。小規模事業者に対して的確な支援を行うため、ビックデータ等を活用した専門的な分析、地域経済・消費動向等の情報収集・分析・成果の提供を行うことが必要である。

(2) 目標

年度 項目	現行	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①地域経済動向 分析公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
②地域景気動向 分析公表回数	4回	5回	5回	5回	5回	5回

*②地域景気動向分析公表回数は中小企業景気動向調査（4回）と小規模事業景気動向調査（1回）とする。

(3) 事業内容

①地域経済動向分析

当地域における小規模事業者の売上や経営基盤の向上、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域経済分析を行い、年1回公表する。

（調査手法）経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

（調査項目）地域経済循環マップ [生産分析] ⇒ 何で稼いでいるか等を分析
まちづくりマップ [from-to分析] ⇒ 人の動き等を分析
産業構造マップ ⇒ 産業の現状等を分析
上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②地域景気動向分析

●中小企業景気動向調査

当地域の景気動向について、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「中小企業景況調査」を年4回実施して公表する。

（調査方法）調査票を配布し、FAXによる回答または対面でヒアリングし、愛知県商工会連合会で取りまとめ、全国商工会連合会にて分析する。

（調査対象）地域内小規模・中小企業者15者（製造業3者、建設業2者、小売業4者、サービス業6者）

（調査項目）売上額、仕入額、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資、経営課題等

●小規模事業景気動向調査

重点支援対象業種である事業者へ情報を提供するため、生活関連サービス業や飲食サービス業並びに新成長産業関連製造業の小規模事業者の景気動向調査を年1回調査・分析し

て公表する。

(調査方法) 調査票を配布し、FAX による回答または対面でヒアリングし、経営指導員が集計し、愛知県商工会連合会嘱託専門指導員と相談して分析する。

(調査対象) 地域内小規模事業者 75 者 (生活関連サービス業 25 者、飲食サービス業 25 者、製造業 25 者)

(調査項目) 売上高、客単価 (受注単価)、客数 (取引件数)、経常利益、雇用人員等

(4) 成果の活用

- 情報収集・調査、分析した結果は、当商工会のホームページに掲載し周知することで、商工業者が地域経済動向の参考資料として活用することができるようにする。
- 経営指導員等が巡回・窓口相談時、講習会・セミナー開催時に小規模事業者に情報提供を行い、経営支援に活用できるようにする。
- 事業計画を策定している小規模事業者に対して分析結果の情報を提供することで、実現性が高い事業計画策定支援の参考資料にする。
- 経営発達支援事業におけるセミナーのテーマ決めなど、支援内容を検討する基礎資料にする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

小規模事業者に対する需要動向調査の支援は、これまで、巡回や窓口相談等によって収集した市場ニーズの変化や市場動向に関する情報を断片的に収集し、個社支援で必要な統計データを提供する程度であった。また、小規模事業者の多くは、これまでの経験と勘を頼りにした商品販売やサービスの提供を行っている結果、顧客のニーズとはマッチせず、売上に繋がらないケースが多く見受けられる。

[課題]

小規模事業者に対し、販売する商品や提供するサービスが顧客ニーズを満たし、売上に繋がるように、プロダクトアウトから顧客の意見やニーズを基準としたマーケットインへの意識改革を図るため、需要動向調査の必要性を浸透させ、調査結果を商品販売やサービスの提供へフィードバックする支援体制を構築することが重要となる。

(2) 目標

支援内容 \ 年度	現行	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度	8 年度
① 需要動向調査 対象事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
② 個社商品調査 対象事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(3) 事業内容

①需要動向調査

小規模事業者が取り組む新たな商品や販路開拓に向けて、POS情報を活用し市場や新商品情報、伸びる市場等を調査し情報を収集する。さらに小規模事業者の事業計画策定や新商品開発、売場改善、販路開拓支援を行うための地域比較や時系列推移、ABCランキング等についてデータを分析・加工して情報提供を行う。

(調査対象) 重点支援対象業種である生活関連サービス業や飲食サービス業の小規模事業者を中心に、新た販売する商品や販路開拓に意欲がある事業者を対象として、毎年5者を選定する。

(調査項目) 加工食品や家庭用品等のPOS分析(売筋速報, 地域比較, ABCランキング) 商品詳細診断(商品基礎診断, 商品競合診断, レシート診断)

(調査・分析方法) 日経テレコンPOSEYESを活用して、販売する商品の需要動向に関する情報を収集し、各商品のトレンドや活気ある市場新製品の情報、ターゲットとなる年齢層や性別について、それぞれの小規模事業者に合わせた必要なデータを調査分析する。

(活用方法) 小規模事業者が取り組む新たな商品や販路開拓に向け、対象となる商品に関する市場や顧客の動向、傾向に関する情報提供を行い、売れ筋商品の背景や要因の分析に活用する。調査分析結果を仕入、生産、投資、資金、販売等の経営計画策定にフィードバックすることで、小規模事業者の限られた経営資源を需要動向に合わせて効果的に投下できるよう活用し、市場動向を踏まえた事業計画策定の参考資料として伴走支援に役立てる。

②個社商品の調査

商品・サービスの評価や消費者ニーズの把握をするため、個社商品の商品ユーザーやサービス利用者から評価・改善点・アドバイスなどを収集して需要動向を調査し、顧客が満足する商品・サービスを提供し続け、既存顧客の満足度を維持するだけでなく、新規顧客獲得に結びつけるための役割を担う。

(調査対象) 提供している商品・サービスの評価や消費者ニーズの把握をするために、マーケットインの考え方に立ち、主として重点支援対象業種である生活関連サービス業や飲食サービス業の小規模事業者を中心に、新たな商品開発やリニューアル、販路開拓に意欲がある事業者を対象として、毎年5者を選定する。

(調査項目) 【プロダクトコンセプト評価調査】

商品・サービスの満足度、商品・サービスの好感度、商品・サービスの価格評価などを収集項目とし、商品・サービスと自社コンセプトの適合性を確認して、改良することで、消費者への訴求力を高める。

【購買行動把握調査】

購入(利用)動機、購入(利用)時の参考情報源、競合商品・サービスとの比較、購入(利用)理由などを収集項目とし、購買過程における消費者接点を洗い出し、顧客に対して何が満足を与え、何が不満を与えたのか、購買促進要因と購買阻害要因を探る。

(調査・分析方法) 消費者(利用者)からのニーズをアンケート用紙及びWebアンケートによ

って把握し、サンプル（試供品，試飲，試食）を用いて、消費者から個社商品の調査を行い、外部専門家と協力してクロス集計、CPポートフォリオ分析等によって分析する。

（活用方法）アンケート調査結果の分析・整理を行い、該当事業所にフィードバックすることで、商品開発及び商品構成、販売戦略の見直しの参考データとして活用する。また、自社商品・サービスのニーズや評価等を把握することにより、実際にどう改善すべきかのアクションプラン＝事業計画の立案・実践に役立てる。競争力のある新商品・新サービスへの改善・開発に繋げ、参入すべき市場と目指すポジションを明確にさせて新たな需要開拓に繋げる。

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の支援は、これまで、経営革新計画や補助金申請書の作成時に簡易的な経営分析にとどまっていた。また、分析後の検証や改善策の支援ができていなかったため、分析結果が十分に理解でない小規模事業者が多く、自社のビジネスモデルの再構築に十分活用できていないのが現状である。

〔課題〕

事業計画策定に向けた効果的な支援を行うため、経営分析の支援により現在の経営状況や今後の方向性を導き、事業者自らの強みや弱みを把握させることが重要で、小規模事業者が抱える問題を的確に捉え、課題を解決するために市場分析や業界動向の知識が高い外部の専門家と連携し、積極的かつ継続的な支援を実施することが必要である。

（2）目標

年度 項目	現行	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①経営状況分析 事業者数	—	75者	75者	75者	75者	75者

（3）事業内容

①経営状況の分析

小規模事業者の事業面や財務面などからの経営状況の分析を行うため、経営指導員等の相談業務や講習会セミナー参加者から掘り起こした、意欲的で販路拡大の可能性が高い小規模事業者の経営状況等を把握し、中小企業基盤整備機構の「経営自己診断システム」やローカルベンチマーク（経営診断シート）を活用して経営分析を行う。また、必要に応じて専門家と連携して経営分析を行う。

（対象者）本事業の目標に掲げた重点支援対象業種である生活関連サービス業や飲食サービス業、新成長産業関連製造業をはじめとする地域の小規模事業者を対象として、75者を選定する。

（分析項目）【基本項目】

経営資源の分析、組織（後継者状況）、業務体制、財務状況、マネジメント状況（特に製造業種）、商品サービス内容（商業・サービス業種）

【経営状況把握度が低い小規模事業者】

自社分析（取扱商品製品・サービス、経営資源、課題、売上構成、利益）
市場分析（業界動向、顧客ニーズ、ターゲット）

【経営状況把握度が高い小規模事業者】

財務分析（キャッシュフロー、損益分岐点、売上高営業利益率、流動比率、売上総利益率、労働生産性、自己資本比率等）
SWOT分析、3C分析、今後のビジョン

（４）分析結果の活用

小規模事業者の持続的な発展に向けた一体的な伴走支援を実施するために、事業面や財務面などからの経営状況の分析結果を事業者にフィードバックし、その結果を基に、問題・課題の抽出とその解決策を提案し、事業計画の策定支援等により、小規模事業者の経営力向上・販売力強化・売上高の増加を図り、持続的な経営発達支援や新たな事業展開を小規模事業者とともに探る手掛かりとする。

6. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕

小規模事業者の事業計画策定支援は、これまで、小規模事業者持続化補助金はじめ、各種補助金活用、金融支援等の機会を通じて実施しているため、補助金申請等に向けた支援となっている。自社の経営を見直し事業を持続に発展させていく事業計画策定の必要性の理解を促す支援ができていない。また、補助金における電子申請など、DXの基盤に向けた支援が遅れているのが現状である。

〔課題〕

小規模事業者の多くは、需要動向の変化に大きく影響を受ける一方で、顧客のニーズや自社の強み・弱みなどの経営状況を十分に把握できていないことから、自社の経営を見直し事業の持続的な発展を図るために、3年から5年間の中長期的な事業計画を策定する意義や重要性を浸透させ、実質的な行動や意識変化を促していく支援が必要である。また、今後、小規模事業者にも消費者や顧客、行政などの電子手続きの普及など様々な局面で、DXに向けた取り組みが重要であると理解・認識させることが必要である。

（２）支援に対する考え方

経営状況の分析対象事業者を中心に、経営指導員等による相談業務や各種講習会等の参加者で販路拡大の意欲が高い小規模事業者に対し事業計画策定支援を行う。セミナーでの集団支援で小規模事業者にDXに向けた意識の向上を図り、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行い、その後、個社支援に繋げるスキームを構築する。個社の魅力を高め販路拡大に取り組む各小規模事業者に、地域経済動向調査や需要動向調査、経営分析の結果を踏まえ、実現性の高い事業計画策定支援に繋げていく。また、当市の小規模事

業者を継続的に増加させるために、北名古屋市と連携して創業希望者及び事業承継予定者への支援も重点に置いて支援していく。

(3) 目標

支援内容 \ 年度	現行	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①DX推進セミナー開催回数	—	2回	2回	2回	2回	2回
②事業計画策定セミナー開催回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	—	60者	60者	60者	60者	60者
③創業・事業承継予定者セミナー開催回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
創業計画策定事業者数	—	15者	15者	15者	15者	15者
事業承継計画策定事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者

(4) 事業内容

①小規模事業者のDXに関する意識向上の推進

●DX推進セミナーの開催（集団）

専門家によるDX推進をテーマとしたセミナーを開催し、小規模事業者にDXに関する意識の醸成と基礎知識を習得させることで、DX推進の必要性を浸透させていく。また、実際にDXに向けたITツールの導入の取り組みを推進して、小規模事業者の意識向上を図るとともに、情報発信や販売促進ツールの個社支援を実施する。

（回数等）年2回 1回あたりの参加者20名程度

（対象者）DXの導入が進んでいない生活関連サービス業や飲食サービス業を中心とした小規模事業者

（内容）DX総論、情報発信・販売促進ツール（ネットショップ・地域情報ポータルサイト）の概要および操作、活用事例などDX関連技術等

②事業の持続的発展を目指す小規模事業者の事業計画策定

●事業計画策定セミナーの開催（集団）

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、小規模事業者に事業計画を策定する意義や重要性を説明し、事業計画策定の必要性を浸透させて事業計画策定へと誘導し、事業の持続的発展を図る。

（回数等）年2回 1回あたりの参加者20名程度

（対象者）事業計画策定に意欲が高い生活関連サービス業や飲食サービス業を中心とした小規模事業者

（内容）自社の経営環境や事業構造の分析、実現性の高い事業計画策定のポイント等

●事業計画の策定支援（個別）

地域経済動向調査結果や需要動向調査、経営分析から抽出した経営課題の解決や経営の方向性を基に具体的な事業計画策定を支援していく。

（対象者）経営分析と事業計画策定を行った小規模事業者60者

（手段）経営指導員等による伴走型の事業計画策定支援を行い、外部専門家とともに事業計画を検証することで、実現可能性を高める。

③創業・事業承継予定者に対する事業計画策定

●創業・事業承継予定者セミナーの開催（集団）

産業競争力強化法に基づく創業支援等事業計画の認定を受けている北名古屋市や（株）日本政策金融公庫、愛知県信用保証協会等と協力し、創業希望者・事業承継予定者のセミナーを開催し、創業・承継の基礎知識や創業計画（事業承継計画書）の重要性を浸透させる。

（回数等）年2回 1回あたり参加者10名程度

（対象者）市内在住及び市内で創業を希望する者や事業承継予定者

（内容）創業や承継の基礎知識、ビジネスプラン作成のポイント、市場分析と販路開拓のポイント、資金計画と調達方法、創業・事業承継関連融資制度等

●事業計画の策定支援（個別）

地域での創業を希望する方や事業承継を予定している事業者を対象に、実現性の高い創業計画書・事業承継計画書の策定を伴走型で支援する。

（対象者）地域で創業を希望する者15者

経営分析を行った事業者で事業承継を予定している者10者

（手段）経営指導員等による伴走型の事業計画策定支援を行い、外部専門家とともに事業計画を検証することで、実現可能性を高める。

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]

小規模事業者持続化補助金の採択者に対して、事業計画策定後、補助金実績報告時や巡回・窓口相談の機会を活用し、事案が発生する都度の助言や指導にとどまっている。事業計画の進捗状況を把握しているものの、定期的にフォローアップを実施することや計画の未達成事業者への再計画策定支援までには至っていない。

[課題]

事業計画策定後のフォローアップのタイミングが不定期で、計画と現状のズレが生じている事業者に対する対応が十分でなかったため、実現性のある訪問計画を立て、事業計画の進捗状況に応じた計画的なフォローアップを実施することが必要である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定後のフォローアップは、事業計画を策定した全ての小規模事業者を対象とし、4か月ごとに事業計画の進捗状況について定期的に支援する。進捗状況や達成度等がある程度順調で、頻度を減らしても支障ないと判断した事業者についてはフォローアップの頻度を適切に設定し、計画が未達成で、より密接な伴走が必要と判断される事業者についてはフォローアップの頻度を上げるなど、進捗状況等に応じて幅を持たせた支援を実施することで、事業者の売上高と付加価値の増加を図る。

経営指導員等の支援だけで解決できない場合は必要に応じて、愛知県商工会連合会登録のエキスパートや嘱託専門指導員、中小企業119派遣専門家、あいち産業振興機構よろず支援拠点のマネージャーやコーディネーター、中小企業基盤整備機構の専門家派遣制度などを活用し、専門家の協力のもと計画達成に向けた支援を実施する。また、資金不足が生じた場合には、(株)日本政策金融公庫の「小規模事業者経営発達支援融資制度」「経営改善資金融資制度」の融資斡旋や愛知県信用保証協会、金融機関などとの連携により、事業計画の実行を補完する。

(3) 目標

①事業の持続的発展を目指す小規模事業者のフォローアップ支援

支援内容 \ 年度	現行	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
フォローアップ 対象事業者数	—	60者	60者	60者	60者	60者
頻度(延回数)	—	180回	180回	180回	180回	180回
売上高 増加事業者数	—	15者	15者	15者	15者	15者
付加価値3%以上 増加事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者

②創業後・事業承継後の小規模事業者のフォローアップ支援

(創業後の小規模事業者)

支援内容 \ 年度	現行	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
フォローアップ 対象事業者数	—	15者	15者	15者	15者	15者
頻度(延回数)	—	45回	45回	45回	45回	45回
売上高 増加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
付加価値3%以上 増加事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

(事業承継後の小規模事業者)

支援内容 \ 年度	現行	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
フォローアップ 対象事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
頻度 (延回数)	—	30回	30回	30回	30回	30回
売上高 増加事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
付加価値3%以上 増加事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

①事業の持続的発展を目指す小規模事業者のフォローアップ支援

(対象者) 事業計画を策定した全ての小規模事業者60者

(頻度) 経営指導員等が4か月に1回(年3回)巡回訪問し、進捗の確認を行うとともに、必要な助言・指導を行う。事業計画の進捗状況等により訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障がない事業者を見極め、フォローアップ頻度を臨機応変に対応する。なお、事業計画と進捗状況とのズレが生じている場合は、外部専門家を活用した支援を行うことで改善策を講じ、フォローアップの頻度の変更と支援を行う。

(確認内容) 現状認識、事業計画の進捗状況、課題、今後の展開、計画実現に向けた新たな方策等

②創業後・事業承継後の小規模事業者のフォローアップ支援

(対象者) 創業計画を策定した全ての小規模事業者15者
事業承継計画を策定した全ての小規模事業者10者

(頻度) 経営指導員等が4か月に1回(年3回)巡回訪問し、進捗の確認を行うとともに、必要な助言・指導を行う。創業計画や事業承継計画の進捗状況等により訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障がない事業者を見極め、フォローアップ頻度を設定し、事業者からの申出等により臨機応変に対応する。なお、創業計画や事業承継計画と進捗状況とのズレが生じている場合は、外部専門家を活用した支援を行うことで改善策を講じ、フォローアップの頻度の変更と支援を行う。

(確認内容) 現状認識、創業計画(事業承継計画)の進捗状況、課題、今後の展開、計画実現に向けた新たな方策等

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]

小規模事業者の中には需要開拓に向けた戦略に乏しく、また展示会の出展に際しても、出展料の経済的負担が大きいものとなっており、積極的な出展を阻む障壁となっている。そのため、出展にあたっては、単独出展よりも出展料負担が少ない愛知県商工会連合会の共同出展を提案し、経営指導員が展示会の事前・事後出展の支援を行っている。また、市内で商品や製品を製造している小規模事業者の需要開拓として、愛知県商工会連合会が運営しているアンテナショップ「まるっと！あいち」への出店支援を行っている現状である。

[課題]

展示会に出展した小規模事業者の多くは、出展することが目的になってしまっており、実際に商談や成約に至った事業者が少なかつたため、成約件数や売上高の増加などの成果数値等目標設定を促し、実績数値の把握や今後の需要開拓方法の検討の出展後のフォロー体制の改善が必要である。独自性がある商品や製品の販路開拓意欲が高い小規模事業者に対する新たな需要開拓の支援強化を図るために、ネットショップやアンテナショップへの出店とITツールを活用したDXに向けた支援を行うことが必要である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の新たな需要開拓の取り組みを支援するため、愛知県内等で開催される既存の展示会や商談会を活用して、新規取引の獲得・成果の実現と売上高の増加に導き、経営力の強化を目指す。また、DXに向けた取り組みとして、小規模事業者の自社オリジナル商品（製品）や優れた技術等を当商工会が独自に制作した「北名古屋商工会地域情報ポータルサイト」による情報発信を強化し、需要開拓に繋げるとともに、ネットショップ・アンテナショップ出店支援を実施する。個社の状況に合わせた効果的な伴走型支援を行うことで、小規模事業者の個社の魅力を高め、取引拡大を図って事業の持続的発展に寄与する。

(3) 目標

支援内容 \ 年度	現行	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①展示会・商談会出展支援事業者数	—	4者	4者	4者	4者	4者
成約件数/者	—	2件	2件	2件	2件	2件
②ネットショップ・アンテナショップ出店支援事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
売上高/者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
③地域情報ポータルサイト新規情報発信支援事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
売上高増加事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

①展示会・商談会出展支援

需要動向調査・事業計画策定支援を実施した小規模事業者から生活関連サービス業や飲食サービス業、製造業を中心に4者選定して、他地域の商工会・商工会議所や金融機関が開催している以下の展示会・商談会等の情報を提供して勧奨し、参加を仲介しながら出展準備や当日のPR・商談、事後アプローチまで、商談成立に向けた実効性のある需要開拓の支援をする。小規模事業者に新たなビジネスパートナーとの「出会いの場」を提供することで、販路開拓や受注確保の機会創出をバックアップし、事業者の持続的発展を図る。

●メッセナゴヤ

メッセナゴヤ実行委員会（愛知県・名古屋市・名古屋商工会議所）が主催する業種・業態の枠を超え、日本全国・世界から意欲溢れる企業が集結する展示会である。

（対象者）優れた自社製品や技術力がある製造業等の小規模事業者

（規模）2021年(オンライン・リアル開催) 出展規模800社超出展（11月開催）

2020年(オンライン開催) 出展規模576社・団体

2019年(リアル開催) 出展規模1,442社・団体：来場者数62,422人

●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信用金庫の取引先が自慢の商品、技術、情報などを展示・PRする展示会・商談会・交流会である。

（対象者）自慢の商品（製品）やサービス、技術などを持っている生活関連サービス業や飲食サービス業、製造業等の小規模事業者

（規模）2021年（中止）

2020年（中止）

2019年(リアル開催) 出展規模392社・来場者数3,370人

●多治見ビジネスマッチング「企業お見合い」

当商工会が後援している岐阜県多治見市が主催する企業同士がお互いのニーズを十分に把握したうえで参加する高密度型ビジネスマッチングである。

（対象者）発注や販路開拓などのニーズをもっている、それらのニーズに応えられる生活関連サービス業や飲食サービス業、製造業等の小規模事業者

（規模）2021年(リアル開催) 出展規模100社予定（10月開催予定）

2020年(リアル開催) 出展規模108社・団体：商談数286件

2019年(リアル開催) 出展規模109社・団体：商談数259件

●いちいお菓子フェア

いちい信用金庫が主催する愛知県尾張エリアの和菓子・洋菓子・お菓子メーカーとバイヤーとの個別商談会及び一般消費者への展示即売会である。

（対象者）独自性がある商品の販路開拓意欲が高い飲食サービス業等で和洋菓子を製造販売している小規模事業者

（規模）2021年(オンライン開催) 出展規模48社

2020年(オンライン開催) 出展規模48社

2019年(リアル開催) 出展規模76社・団体：来場者数 約20,000人

②ネットショップ・アンテナショップ出店支援

需要動向調査・事業計画策定支援を実施した生活関連サービス業や飲食サービス業の小規模事業者を中心に3者選定し、マーケティング力と商品認知度の向上に向けた支援を行うことで、地域外消費者の消費喚起を図り、以下のネットショップ・アンテナショップへの出店を促し、手続きや更新・入替をサポートし、販路拡大へと繋げる。

出品予定品と類似する他社掲載(陳列)商品は、取寄せ～リサーチ研究を事業計画に盛り込み、必要に応じて外部専門家とともに、自社製品との比較検討を行って、掲載する商品の選定、価格設定、陳列レイアウト若しくは掲載画像等をアドバイスして円滑な出店運営を伴走支援する。

●ネットショップ「ニッポンセレクト.com」

地域経済を支える中小企業・小規模事業者が農商工連携や地域資源の活用により開発した商品等や魅力ある隠れた地域産品等を販売する全国商工会連合会が運営するDXの取り組みによるネットショップである。

●アンテナショップ「まるっと!あいち」

愛知県内57商工会地域から特産品を集めた県営名古屋空港のターミナルビル1階にある愛知県商工会連合会が運営するアンテナショップである。

③地域情報ポータルサイトによる販路開拓支援

需要動向調査、DXに向けたIT販売促進ツールの導入支援を行った意欲ある生活関連サービス業や飲食サービス業を中心に、自社オリジナル商品(製品)や優れた技術等を有する小規模事業者を5者選定し、当商工会が独自に運営している「北名古屋市商工会地域情報ポータルサイト」(通称:KISPOキスポ)(<https://kispo.jp/>)への登録・掲載を推進することで、一般消費者に向けた販路開拓の取り組みを支援する。また、北名古屋市と連携して、市内全体に広く周知できる「広報北名古屋」に広告記事を定期的に掲載することで、地域情報ポータルサイトの閲覧数を増加させ、地域の小規模事業者の認知度向上を図る。

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]

従来は、理事会を経て年1回総代会時に会員に対して事業報告をしているが、詳細な各事業の内容について、評価及び検証までされていない現状である。

[課題]

今後は、経営発達支援事業の進捗状況等を確認・評価し、その事業実施方針等に反映させるためにも、毎年度事業実施状況について検証・見直しを行う仕組みが不可欠である。

(2) 事業内容

経営発達支援事業を進めるにあたり、経営発達支援事業の実施状況について定量的な指標をもって把握し、PDCAサイクルにより外部有識者（中小企業診断士）を中心とした「経営発達支援事業評価検証委員会」を組織し、年間1回の検証会議の中で事業の評価及び見直しを行って改善に努め、結果は速やかに地域の小規模事業者公表する。

(構成員)

中小企業診断士1名、北名古屋市商工会事業財政委員会委員1名、北名古屋市商工農政課職員1名、法定経営指導員1名

(3) 事業の成果・評価・見直し結果の公表

当該委員会の評価結果は、理事会にフィードバックしたうえで、北名古屋市商工会ホームページで計画期間中公表する。(http://kitanagoya.or.jp/)

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]

これまでの経営指導員等の資質向上に向けた取り組みとしては、専門家派遣の帯同による事業者への実践的な支援を通じて、専門家の支援や課題解決スキルを学ぶとともに、愛知県商工会連合会が主催する職員研修や個々の職員が職責に応じた研修等への参加を中心に行っている。

[課題]

昨今、経営指導員のみならず全職員が補助金等の申請に附随する事業計画の策定を支援する機会が増加している。しかし、経験年数が少ない職員にあっては、新規の相談者に対して、正確なヒアリングにより課題を抽出する技術が乏しいため、多くの支援事例に接することと、過去の支援事例から解決策を提案できる環境を構築することが課題となっている。また、経営指導員等が小規模事業者のDX推進支援に対する知識や経験が乏しいため、DX推進に向けた知識とITツール等の導入事例を修得し、事業者からの相談に対応、指導できる能力を向上させることも課題となっている。

(2) 事業内容

①外部研修会への参加による支援能力の向上

●経営支援能力向上セミナー

経営指導員等の支援能力向上に向けた取り組みとして、これまで経営指導員を中心に参加していた全国商工会連合会・愛知県商工会連合会等が主催する研修の対象を全職員に拡大し、支援能力の一層の向上と知識の更新を図る。また、中小企業基盤整備機構等が主催する「小規模企業支援能力向上研修」などの研修へも積極的に参加する。

●事業計画策定セミナー

経営指導員等の支援能力向上に向けた取り組みとして、事業計画を策定するうえで必要

となる新たな事業の分野の開拓等に寄与する情報の提供やマーケティング調査手法の修得と知識の更新を図るため、これまで経営指導員を中心に参加していた全国商工会連合会・愛知県商工会連合会が主催する研修会への対象を全職員に拡大し、支援能力の一層の向上と知識の更新を図る。また、中小企業基盤整備機構等が主催する「販路開拓のためのメディア戦略支援」コースなどの研修へも積極的に参加する。

●DX推進に向けたセミナー

経営指導員等の支援能力向上に向けた取り組みとして、小規模事業者からのDXに向けた相談・支援能力の修得とF i n t e c h等の新たな技術情報の収集を図るため、全国商工会連合会・愛知県商工会連合会が主催する研修会に加え、中小企業基盤整備機構等が主催する「IT導入とデータを活用した支援の進め方」コースなどの研修へ積極的に参加する。

②OJTによる支援能力の向上

●職員間の同行による支援能力の向上

経営指導員及び一般職員等の支援能力向上に向けた取り組みとして、支援経験が浅い職員に対して、効率的に支援能力の向上を図るため、可能な限りベテラン職員を巡回訪問や窓口相談に同席させ、経営支援の基礎となる関係性を構築するためのコミュニケーション手法の修得を図る。

●専門家や外部支援機関同行による支援能力の向上

経営指導員及び一般職員等の支援能力向上に向けた取り組みとして、専門的な相談への支援能力の向上を図るため、法律・税務判断を含む相談などについては、専門家派遣や外部支援機関と連携し、OJTにて課題解決に向けた提案の手法(ヒアリング手法・支援の進め方・分析の視点・事業展開の手法・専門的支援知識等)の修得を図る。

③組織内での支援ノウハウの共有

●事務局会議の開催

事務局全職員による会議を週1回開催し、研修会に参加した内容や各自担当する事例での支援ノウハウを紹介することで、各職員の業務に対する習熟度をベテラン職員が確認し職員の育成を行い、支援能力の向上と情報の共有化を図る。

●経営指導員会議の開催

全経営指導員による会議を週1回開催し、難易度の高い支援事例を紹介し、意見交換及び調査研究結果を報告することで、支援スキル・ノウハウを高めるとともに、共有すべき知識や情報を施策ベース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手法について、全職員の共有化を図る。

●支援のデータベース化

個社支援の記録(事業者情報、支援記録、事業計画書、財務分析書類)について、日々、全国商工会連合会の基幹システム(クラウド)の経営カルテ及び共有サーバー(ファイヤーウォール、ウイルスソフトによるセキュリティ対策済)に入力し、月次で入力状況を確認することで、小規模事業者の支援状況について、全職員の共有化を図る。

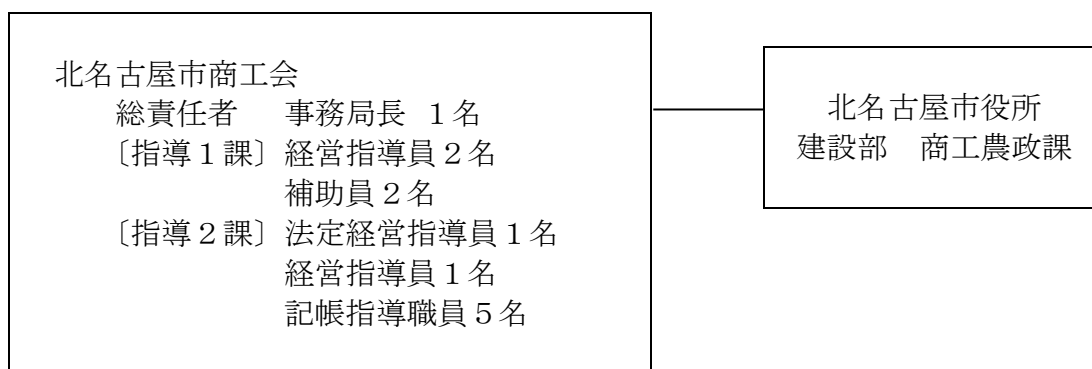
(別表 2)

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 6 年 5 月現在)

(1) 経営発達支援事業の実施体制



(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 今井 昭夫

○連絡先 北名古屋市商工会 T e l 0 5 6 8 - 2 5 - 0 0 0 1

② 法定経営指導員による情報の提供及び助言

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・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会・関係市町村連絡先

① 商工会

〒 4 8 1 - 0 0 4 1 愛知県北名古屋市九之坪竹田 1 8 0 番地 1

北名古屋市商工会

T e l 0 5 6 8 - 2 5 - 0 0 0 1 F a x 0 5 6 8 - 2 5 - 1 8 2 2

E-Mail info@kitanagoya.or.jp

② 関係市町村

〒 4 8 1 - 8 5 3 1 愛知県北名古屋市西之保清水田 1 5 番地

北名古屋市役所 (西庁舎) 建設部 商工農政課

T e l 0 5 6 8 - 2 2 - 1 1 1 1 F a x 0 5 6 8 - 2 5 - 5 5 3 3

E-Mail shoko@city.kitanagoya.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)

	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
必要な資金の額	900	900	900	900	900
[経営発達支援 事業費]					
1. 経済動向 調査費	50	50	50	50	50
2. 需要動向 調査費	150	150	150	150	150
3. セミナー 開催費	300	300	300	300	300
4. 展示会・商談会 出展支援費	400	400	400	400	400

(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

愛知県小規模事業経営支援事業費補助金、北名古屋市商業団体等事業費補助金、
会費収入、賦課金収入

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

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
連携者なし
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等