

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	あま市商工会 (法人番号 2180005015313) あま市 (地方公共団体コード 232378)
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 ①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 ②地域の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進 ③小規模事業者の持続的な発展に向けた支援体制の強化 ④創業者・事業承継予定者支援の強化により地域経済の維持・発展に貢献
事業内容	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 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。 4. 需要動向調査に関すること 商品やサービス、地域特産品について、消費者ニーズを調査・集計・分析し情報提供する。 5. 経営状況の分析に関すること 経営分析を行う事業者の発掘のためのセミナーを開催し、受講者の中から意欲的で販路拡大の可能性の高い事業者を選定し経営分析を行う。 6. 事業計画策定支援に関すること 「DX推進セミナー」「事業計画策定セミナー」「創業支援セミナー」「事業承継セミナー」を開催し、必要に応じてIT専門家等の派遣を実施する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した事業者を対象として、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップする。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること アンテナショップ、商談会への出展支援及びSNS・ECサイト・ネットショップの活用等により、成約件数や売上増加率の向上支援を行う。
連絡先	あま市商工会 〒490-1111 愛知県あま市甚目寺東大門8番地 TEL: 052-442-8831 e-mail: amask@clovernet.ne.jp あま市 建設産業部 商工観光課 〒497-8602 愛知県あま市七宝町沖之島深坪1番地 TEL: 052-441-7118 e-mail: shoko@city.ama.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

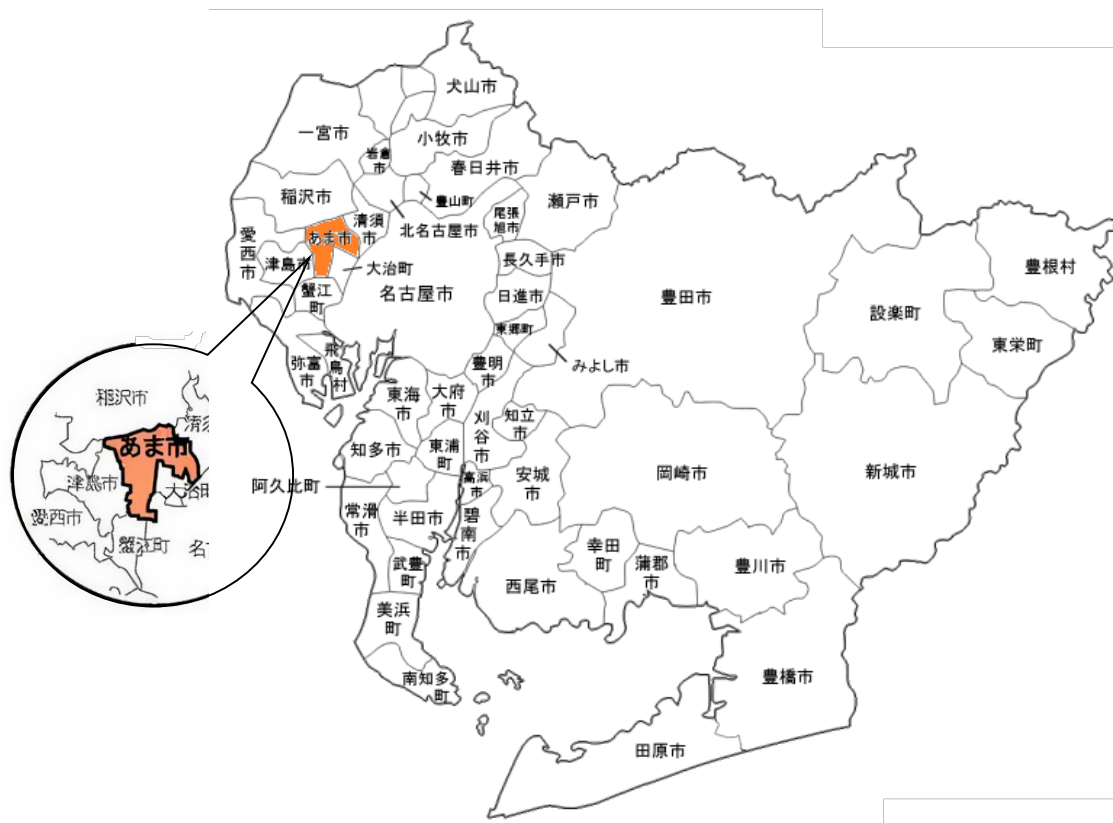
(1) 地域の現状及び課題

<あま市の現状>

■立地

あま市は、愛知県の西部に位置し、平成22年3月に七宝町、美和町、甚目寺町の3町が合併して誕生した。5市（名古屋市、清須市、稲沢市、愛西市、津島市）2町（大治町、蟹江町）に隣接しており、市域は東西約7.9キロメートル、南北約7.8キロメートルで、面積は27.49平方キロメートルである。

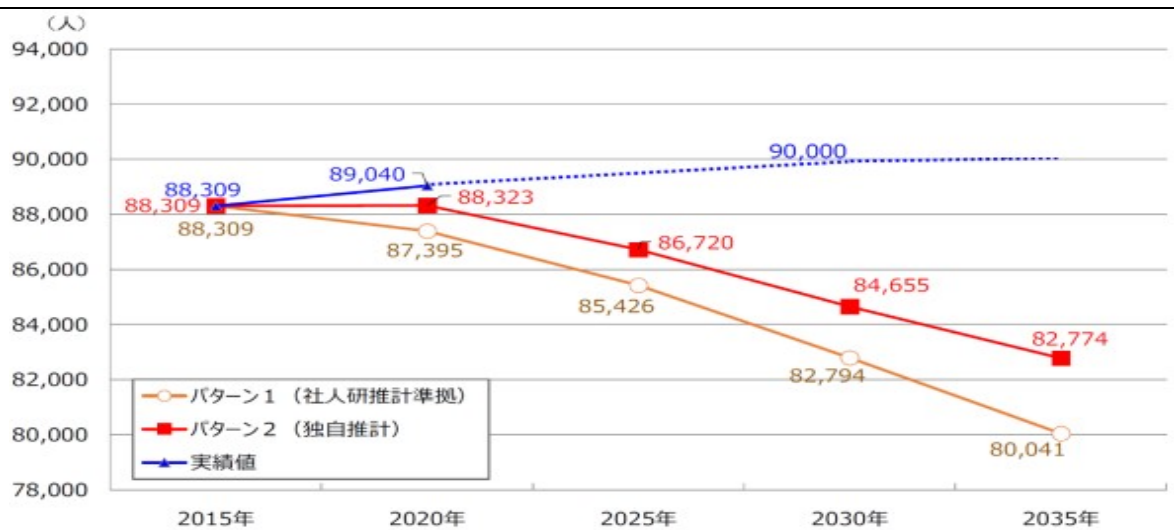
広大な濃尾平野とそこを流れる河川の恩恵を受けて、近郊農業を中心に発展してきたが、近年は名古屋市のベッドタウンとしても発展し、人口は約89,000人を擁している。名古屋市の中心部から公共交通機関で約15分という立地条件にありながら、田園風景と住宅地との調和がとれた緑豊かなまちを形成している。



■人口

微増を続けてきたあま市の人口も、「人口減少時代」の到来により減少の局面に転じることが予測されているが、世帯数についてはいまだ増加傾向にあり、あま市の都市計画マスタープランでは令和13年の人口フレームが90,000人に設定されている。

また、あま市では今後も土地区画整理事業や地区計画制度の活用、リニア中央新幹線の開業、外国人人口の増加など人口流入を大きく増加させる要因があるとともに、ますます我が国における社会的・経済的な重要性が増している名古屋圏に集約される都市機能を担っていく都市として飛躍することが望まれることから、あま市の今後の政策によっては人口増加への期待が持てる。



資料：パターン1・パターン2は、あま市人口ビジョン
実績値は、市民課（各年10月1日現在）

将来人口推計（第2次あま市総合計画より）

交通

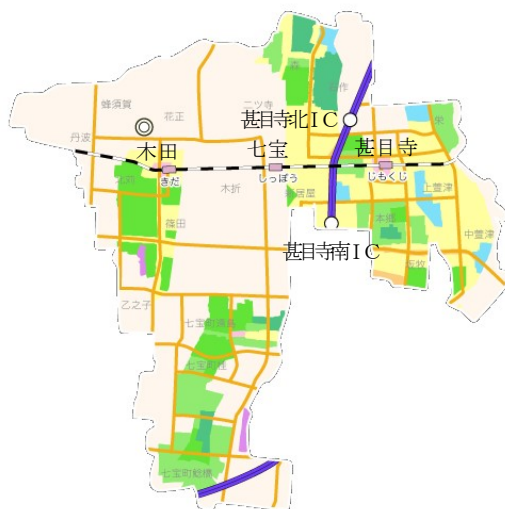
あま市内には、名古屋鉄道津島線（名鉄津島線）が東西に通っており市内に3駅（甚目寺・七宝・木田）を有している。市内3駅の一日常乗降人数【参考：表1】を合計すると20,233人であり、名鉄津島線沿線駅のなかでの鉄道利用者は群を抜いており商業ビジネス拡大の可能性を含んでいる。また、名古屋第二環状自動車道（名二環）が市内南北に通っており、甚目寺北ICと甚目寺南ICを有しているため、交通・物流インフラとしては充実しているといえる。物流を必要とする事業者にとっては経営しやすい環境にある。

【表1】名古屋鉄道の一日常乗降人数表

名鉄津島線の駅名	乗降人数（人）
甚目寺駅	9, 4 3 4
七宝駅	4, 6 6 2
木田駅	6, 1 3 7
青塚駅	2, 8 1 9
勝幡駅	3, 8 0 6
藤浪駅	4, 2 9 2
津島駅	9, 8 0 6

参考：「国土数値情報（駅別乗降客数データ）」
（国土交通省国土政策局・令和4年度）

市内を通る鉄道線と高速道路の位置図



特産品

あま市の特産品としては、工業製品では七宝焼、ハケ、七宝みそ、七宝しょうゆなどがあり、農産物では、越津ねぎ、小松菜、ミズナ、方領大根などがある。2018年には、ご当地麺として小松菜を練りこんだ「あま麺」が開発され、市内飲食店で提供が始まっている他、七宝焼とハケの生産量は日本一であり、これらの製品をいかに活用していくのかが地域を発展・PRしていくためには不可欠である。

■産業

あま市内で事業活動を行う者の変遷は以下「商工業者の業種別事業所推移表」【参考：表２】のとおりである。全体的に事業者が減少していることは一目瞭然ながら、そのなかで大きく目立つのは製造業と卸・小売・飲食業であることが読み取れる。

製造業については、多品種を扱うことができる設備を有する業者の進出により少品種製造業者が淘汰されたことが推察され、また、卸・小売・飲食業については、大型商業施設やネット通販による商流の変化の影響と新型コロナウイルス感染症による消費者の生活様式の変化を受けているといえる。

【表２】商工業者の業種別事業所推移表

(令和５年は独自調査、平成２４年までは、美和地区独自調査、その他平成２８年、２４年、２１年は経済センサス調査より)

	建設業	製造業	卸・小売・ 飲食業	金融 保険業	不動産 業	運輸 通信業	サービ ス業等	計	小規模 事業者数
平成 ２１年	327	688	1,034	22	232	50	550	2,903	2,381
平成 ２４年	334	666	1,008	22	231	51	535	2,847	2,338
平成 ２８年	322	553	839	18	203	66	494	2,495	1,945
令和 ５年	592	469	629	19	117	57	536	2,419	2,178

■行政の取り組み

このような状況の中で、あま市は、第２次あま市総合計画（計画期間：令和４年度～令和１３年度）、及び第２期まち・ひと・しごと創生総合戦略（計画期間：令和３年度～令和７年度）を策定し、「人・歴史・自然が綾なす セーフティー共創都市“あま”」を市民、事業者、各種団体、行政が総力を結集した「オールあま」で実施していくことを推進している。

<課題>

令和４年度に実施した地域内小規模事業者等経営状況調査によると、各業種に共通して挙げられる地域内事業者の経営課題は、「コスト高騰」、「売上減少」、「収益減少」の順で多く、昨今の物価高騰の影響を強く受けた結果となった。

「コスト高騰」を事業の課題として捉えている建設業・製造業者は多く、親会社や元請会社に依存しているため適正な価格転嫁ができず苦慮していることが伺える。「売上・収益減少」の課題を解決し、安定した経営をしていくために、下請構造からの脱却をし、中小企業・小規模事業者自身が商品開発から市場開拓まで一貫して行っていくことが課題である。

卸売業・小売業者では「売上・収益減少」を事業の課題として捉えている事業者が多く、大変厳しい経営環境であるため、需要の変化に対応した経営戦略の策定やインターネット等を通じた顧客との接点拡大により利益改善を進めることが喫緊の課題である。

いずれの業種においても、事業者が自社の強みや魅力を分析し広くＰＲしていくことが必要であり、また持続的発展のためには、時代の流れに合った事業計画の策定が求められている。

併せて、現在はインターネットを使った情報発信が主流で、企業経営をする上でビジネスチャンスに大きく影響を与えるため、ホームページの作成支援やＳＮＳの活用支援を行う必要性は高い。

（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

あま市商工会では、管内小規模事業所の持続的発展を図り小規模事業者の経営課題の把握に努め、伴走型支援による経営力の向上や販路拡大を図るとともに、創業希望者、創業予定者の早期事業化、安定化を図りあま市で創業したくなる環境を整え、地域振興に不可欠な小規模事業者の持続的発展を支える。

現在、地域の小規模事業者の多くは、原材料を始めとする物価の高騰に苦しみ、また、インボイス制度を始めとした各種制度改正への対応に追われる等大きな転換期を迎えている。

それに対応するためには、事業環境変化への対応が不可欠であり、商工会としても、従来の経営支援と併せて、事業承継やIT化・デジタル化によるDXの推進、事業再構築を含む支援を実施することが必要である。商工会はこれまで以上に身近な支援機関として「対話と傾聴」により小規模事業者の伴走型支援に取り組み、持続的な経営のサポートを実施することで、小規模事業者の事業振興の中心的役割を担っていく。

また、力強い地域経済の再生を図るため、関係機関との連携や会員相互の交流を推進することにより、新しい時代に相応しい地域総合経済団体として、地域経済の活性化に寄与していく。

②あま市総合計画との運動性・整合性

地域の経済状況等に対応するためにあま市が策定した第2次あま市総合計画では「ともに想いともに創る ずっと大好きなまち“あま”」を、第2次あま市まち・ひと・しごと創生総合戦略では、「人・歴史・自然が綾なすセーフティー共創都市“あま”」を将来像に掲げ、産業面においては、「自らの力で歩み続ける、活力あるまち」、「人材としごとをつくり、安心して働けるまちをつくる」、「あま市への人の流れとつながりをつくる」を基本目標に以下の施策を打ち出している。

<あま市総合計画>

○地域産業を活性し賑わいと活力あるまちをつくります

■商工業、農業、観光など各産業の振興や積極的な企業の誘致により、地域産業の活性化を図ります。

■国の指定を受けた伝統的工芸品である尾張七宝などの地域を代表する地場産業の活用と新産業との連携により、地域のブランド力の向上を図ります。

■雇用機会の創出や就業環境の整備など、勤労者福祉の充実を図ります。

<あま市まち・ひと・しごと創生総合戦略>

○商工業の振興

あま市の恵まれた立地条件は、企業や従業員にとって魅力的であると考えます。

そこで、企業誘致や市内に高度先端産業の工場等を新設、または増設する中小企業に対し奨励金を支給するなど、様々な方策による企業の立地を推進し、雇用の拡大を図る。

また、市内企業を応援するとともに、事業継承や後継者の育成、起業支援体制の構築により、本市の持続可能な地域産業の振興や地域経済の活性化に取り組む。

○地場産業の振興

あま市には、七宝焼や刷毛・刷子（ハケ・ブラシ）など、誇るべき地場産業があり、特に七宝焼（尾張七宝）は、平成7年に経済産業省の伝統的工芸品にも指定されており、日本を代表する工芸品である。これらの地場産業の現状把握を行い、活性化に向けて市内外へのPRを積極的に行うと同時に、次世代の職人育成にも力を入れる。

○観光まちづくり

あま市の観光資源を様々な手法でPRする。あま市観光協会を中心にあま市商工会、海部東農業協同組合及びその他関係団体と連携し、本市の観光と商工業・農業の市内産業全般の相乗的な振興を図る。また、新たな観光資源の発掘や観光に携わる担い手を育成しながら、観光まちづくりを推進する。広域的な観光については、他市町村と連携を進めていく。

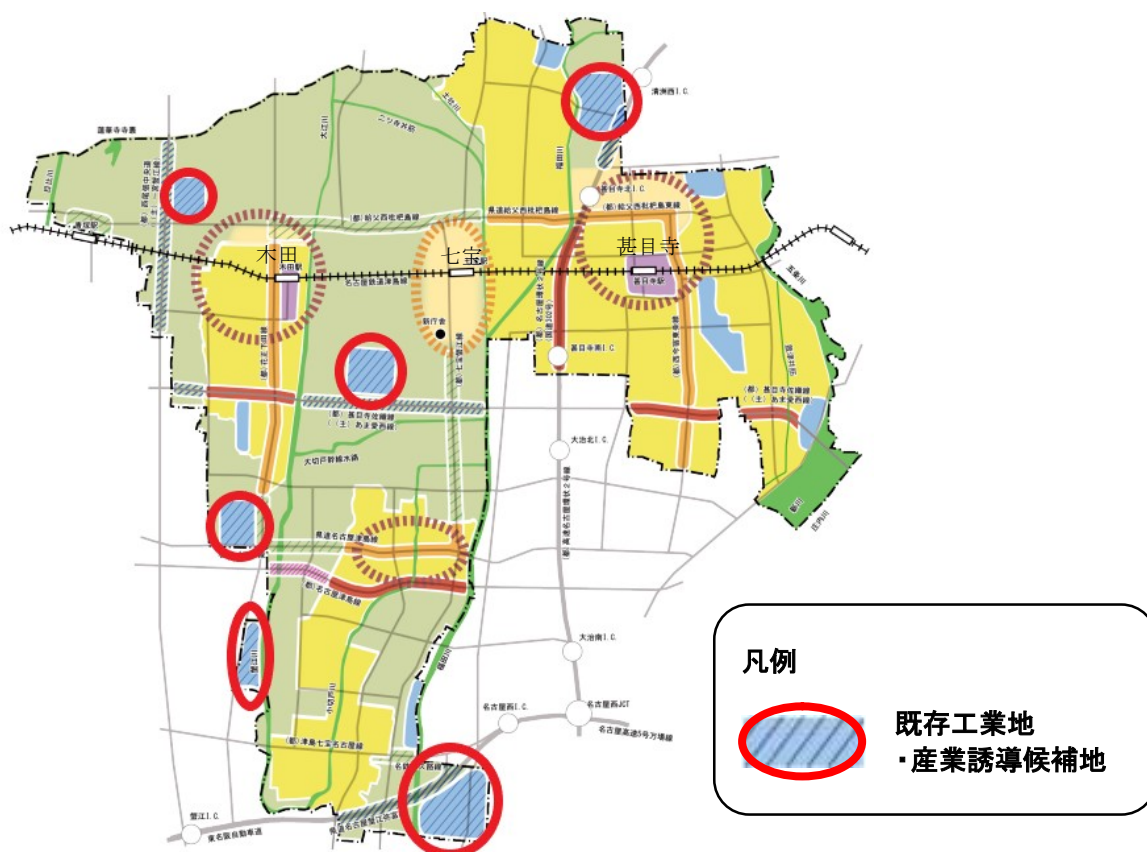
地域産業や地場産業の振興は、地区内における商工業の総合的な改善発達を図るという商工会の目的と合致するところである。

また、創業支援では、あま市や近隣商工会などの産業力強化法に基づくネットワークと連携を図りながら、創業予定者や創業間もない事業者に働きかけ、創業と創業後の事業継続に向けた支援を実施していく。

併せて、事業承継については、事業承継ネットワークとの連携を図りながら、早期に事業承継の準備に着手するよう事業者を促し、後継者へ確実に事業が引き継がれるよう支援を行っていくことで、後継者の育成や次世代の職人育成を推進する。

なお、あま市商工会は、あま市が推進する広域連携による観光振興事業にも連携機関として参画しており、特産品である地場産業の振興と、新ブランドの開発や地域のブランド力の強化について事業者支援の立場から推進していく役割を担っている。

このように、あま市商工会では、行政の施策を推進するとともに、連動して魅力的な地域づくりと地域産業の発展に寄与していくものである。



土地利用方針図（第2次あま市総合計画より）

③商工会としての役割

地域内小規模事業者を支援するためには、事業者が経営する上で抱えている問題や課題を、いかに引き出し事業者に寄り添ってサポートできる存在になることが重要である。

当商工会としては、職員の支援力を向上させ、職員間で事業者情報を共有できる環境を整備し、統一した認識を持ちながら、対話と傾聴に基づいて事業者の課題を引出して解決策を提案できる、地域に密着した相談窓口となれるよう、職員の支援スキルを高めていく。

地域内小規模事業者へは、これまでのビジネスモデルが崩壊しつつあることを気付いてもらうこととともに、新たな取り組みや改革を内発的に取り組めるように促し、高い競争力を備えられるような支援を実施し、意欲と魅力のあふれる事業者を輩出できるよう伴走型支援をしていくことで、地域内小規模事業者の持続的発展、地域経済の活性化につなげていく。

また、行政機関や他支援機関との連携を強化し、小規模事業者への有益な情報提供やアドバイスができるネットワークを構築し、小規模事業者が経営しやすく、あま市で創業したくなる環境を整える。

(3) 経営発達支援事業の目標

本事業では、あま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やかな経営支援を実施し、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り、持続的な発展に寄与する。同時に、創業・事業承継支援を推進し、地域の事業者数を維持し、地域経済の活性化に貢献するため、以下のとおり目標を定め、事業を実施する。

- ①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
- ②地域の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進
- ③小規模事業者の持続的な発展に向けた支援体制の強化
- ④創業者・事業承継予定者支援の強化により地域経済の維持・発展に貢献

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6年4月1日 ~ 令和11年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続の実現

小規模事業者が激変する環境変化に対応し、業務改善をはかっていく上で、財務データ等から見える表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を重ねながら経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的な課題を反映させた事業計画策定の支援を行う。

また、将来的な自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を行う。

②地域の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進

地域特産品・サービスの開発・改善を支援し、IT技術を利用した提供方法の推進や販路開拓の支援等を通して、域外需要を呼び込める魅力あふれる地域づくりに貢献する。

③小規模事業者の持続的な発展に向けた支援体制の強化

外部講習会等の活用や職員間の定期ミーティングなどにより、支援能力の向上や支援ノウハウの共有を図り、支援体制を強化し、対話と傾聴を通じて経営課題の解決に取り組む。

④創業者・事業承継予定者支援の強化により地域経済の維持・発展に貢献

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強化することで、新規に、または事業承継により開業する小規模事業者の増加を図り、事業者数の増加と地域経済の発展を図る。

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] 国、県の情報については全国商工会連合会、愛知県商工会連合会による調査結果を活用している。あま市の小規模事業者等景況調査については年1回のアンケートを実施して情報収集を行っている。

[課題] これまで実施しているものの、ビッグデータ等を活用した専門的な分析が出来ていなかったため、改善した上で実施する。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RE S A S」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【調査手法】経営指導員等が「RE S A S」（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景気動向分析（地域小規模事業者の景況感）

管内の景気動向等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「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、管内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。

【調査手法】調査票を郵送し返信用封筒で回収する。経営指導員等が回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う

【調査対象】管内小規模事業者100社（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から20社ずつ）

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等

(4) 調査結果の活用

○調査した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。

○経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状] イベントへの出展事業者や地域特産品製造事業者を対象に、イベント開催時に需要動向調査を計画したものの、初年度は想定外の人出により、対応が困難と判断し断念。その後はコロナ禍で実施できていなかった。

[課題] これまで実施出来ておらず、新規顧客の獲得や販路拡大を図る小規模事業者を支援するために必要な情報が不足していた。具体的なデータに基づいた支援体制を整えることが課題である。

(2) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①試食、アンケート 調査対象事業者数	—	10者	10者	15者	15者	15者
②地域特産品 調査対象事業者数	—	2者	2者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

①試食、アンケート調査

地域内の需要動向を把握するため、毎年11月に当商工会が実施するイルミネーションフェスタ（注1）点灯式へ出店する飲食業者及び食品製造業者が提供する商品やメニュー等について試

食、アンケート調査を実施する。

調査結果は分析した上で当該店にフィードバックすることで、新商品開発に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

（（注１）イルミネーションフェスタは、点灯期間中に約３万人の来場者があり、地域での認知度は高く、地域内外からたくさんの来場が見込めるイベント。地域内の小規模事業者へ出店の募集をし、例年１５社程度の飲食業者や食品製造業者の出店がある）

【調査手法】

（情報収集）毎年１１月に実施するイルミネーションフェスタ点灯式で、来場客に店頭で商品の試食、アンケート調査を実施する。

（情報分析）調査結果は、よろず支援拠点の販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】来場者５０人

【調査項目】①味、②甘さ、③硬さ、④色、⑤大きさ、⑥価格、⑦見た目、⑧パッケージ等

【調査結果の活用】調査結果は、経営指導員等が当該飲食店に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

②地域特産品の需要動向調査

地域の特産品である七宝焼製造業者とハケ製造業者に焦点を絞り、需要動向調査を実施する。かつては大きなマーケットがあり事業体として成り立っていた産業であるが、昨今は衰退の傾向にあるため、地域特有の伝統工芸を再度隆盛させるため、必要な調査を行い分析した結果の情報をもとに支援をしていく。

【調査手法】

（情報収集）七宝焼アートヴィレッジで、来場客に店頭でアンケート調査を実施する。バイヤーに対して、アンケート調査を実施する。

（情報分析）調査結果は、よろず支援拠点の販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】来場者３０人、バイヤー２０人

【調査項目】①購入目的、②色、③大きさ、④パッケージ、⑤価格、⑥改善点等

【調査結果の活用】調査結果は、経営指導員等が当該事業者に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

５．経営状況の分析に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕これまで経営革新計画や各種補助金申請の支援時に経営分析を行ってきたが、簡易的な経営分析に留まっており、経営課題の把握に十分な活用ができていなかった。

〔課題〕これまで実施しているものの、「利益率の改善」といった財務データから見える表面的な課題のみに着目していたため、さらに「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題の把握につなげる。

（２）目標

	現行	令和 ６年度	令和 ７年度	令和 ８年度	令和 ９年度	令和 １０年度
①セミナー 開催件数	２回	４回	５回	５回	５回	５回
②経営分析 事業者数	—	２０者	４０者	６０者	８０者	８０者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）

実際に参加者自らが経営分析を行うワークショップ型のセミナーを通じて、自社の強み・弱みなどの気づきを与えることで、自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等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こしを行う。

【募集方法】チラシを作成し、ホームページで広く周知、巡回・窓口相談時に案内

②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い20者を選定

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う

《財務分析》直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析

《非財務分析》下記項目について、対話を通じて、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

(内部環境)	(外部環境)
・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織	・技術、ノウハウ等の知的財産 ・デジタル化、IT活用の状況 ・事業計画の策定・運用状況
	・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向

【分析手法】事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

(4) 分析結果の活用

○分析結果を当該事業者にフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。

○分析結果をデータベース化、内部共有を行い、経営指導員等のスキルアップに活用する。等

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]これまで経営革新計画や各種補助金申請の支援時に事業計画策定支援を行ってきたが、その目的を達成するためのものに留まっており、十分な活用ができていなかった。

[課題]これまで実施しているものの、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していないため、セミナー開催方法を見直すなど、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、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、5.で経営分析を行った事業者の7割程度／年の事業計画策定を目指す。また、持続化補助金の申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定につなげていく。

事業計画の策定前段階においては、DXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

5.で実施するワークショップ型のセミナーを通じて、自ら経営分析を行い、事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得、現状を正しく認識した上で、分析に基づき、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

また、創業者・事業承継予定者については、実現可能な創業計画を策定することでスムーズな事業化・事業承継とその後の事業継続につなげるため、創業支援セミナー・事業承継セミナーを実施し、計画の策定を支援する。さらに、意欲の高い者については、継続支援することで事業者数の維持・増加に寄与し、地域経済の維持と活性化につなげる。

(3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①D X推進セミナー	—	2回	2回	2回	2回	2回
②事業計画策定セミナー	1回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	—	15者	30者	45者	60者	65者
③創業支援セミナー	—	1回	1回	1回	2回	2回
創業計画策定者数	—	5者	5者	5者	10者	10者
④事業承継セミナー	—	1回	1回	1回	2回	2回
事業承継計画策定者数	—	5者	5者	5者	10者	10者

(4) 事業内容

①「D X推進セミナー」の開催及びI T専門家派遣

D X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D Xに向けたI Tツールの導入やWEBサイト構築等の取り組みを推進していくために、セミナーを開催する。

また、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてI T専門家派遣を実施する。

【支援対象】管内小規模事業者

【募集方法】チラシの配布、商工会ホームページ掲載、巡回窓口相談時に紹介

【講師】I Tコーディネーターなど

【回数】セミナーは年2回、I T専門家派遣は随時

【セミナーのカリキュラム】

- ・D X関連技術や具体的な活用事例

- ・SNSを活用した情報発信方法

【参加者数】10者

②「事業計画策定セミナー」の開催及び専門家派遣

事業計画策定の本来の意義や重要性の理解を深めるため、事業計画策定セミナーを開催する。

また、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じて専門家派遣を実施する。

【支援対象】管内小規模事業者

【募集方法】チラシの配布、商工会ホームページ掲載、巡回窓口相談時に紹介

【講師】中小企業診断士など

【回数】セミナーは年2回、専門家派遣は随時

【セミナーのカリキュラム】

- ・事業計画策定の目的

- ・事業計画の作成方法と活用事例

【参加者数】20者

③「創業支援セミナー」の開催及び専門家派遣

創業支援ネットワークを活用した創業セミナーを開催し、創業に関する知識の習得を行うとともに創業を促す機会の創出・提供等を行う中で、計画的な創業を支援するとともに、専門家による個別相談や経営指導員によるフォローアップでの着実な創業計画策定へつなげる。

【支援対象】創業希望者及び創業後5年目程度の創業後間もない者
 【募集方法】チラシの配布、商工会ホームページ掲載、窓口相談時に紹介
 【講師】中小企業診断士など
 【回数】セミナーは年1回、専門家派遣は随時
 【セミナーのカリキュラム】
 「経営」（創業計画書の作成）、「財務」、「人材育成」、「販路開拓」
 【参加者数】10者

④「事業承継セミナー」の開催及び専門家派遣事業承継支援

事業承継を円滑に行うためには早い段階からの計画的な取り組みが必要である。そのため、経営者に早期の準備の必要性を認識してもらい、計画的に取り組むを進めていけるよう事業承継計画の策定支援を行い、確実に事業承継が果たせるよう支援していくとともに、専門家による個別相談や経営指導員によるフォローアップで着実な事業承継につなげる。

【支援対象】事業承継者
 【募集方法】チラシの配布、商工会ホームページ掲載、窓口相談時に紹介
 【講師】中小企業診断士など
 【回数】セミナーは年1回、専門家派遣は随時
 【セミナーのカリキュラム】
 ・事業承継計画策定の目的
 ・事業承継計画の作成方法と活用事例
 【参加者数】10者

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]これまで事業計画の策定支援を行ってきた事業者に対してのフォローアップは、不定期に巡回訪問するのみにとどまっており、計画的に実施してこなかった。

[課題]これまで実施しているものの、不定期であり、そもそも訪問回数が少ないため、改善した上で実施する。

(2) 支援に対する考え方

自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで現場レベルで当事者意識を持って取り組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮につなげる。

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況や事業者の課題等により、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ない事業者を見極めた上で、フォローアップを行う。

(3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
フォローアップ 対象事業者数	—	15者	30者	45者	60者	65者
頻度（延回数）	—	75回	150回	225回	300回	325回
創業者フォローアップ 対象事業者数	—	5者	5者	5者	10者	10者

頻度（延回数）	—	30 回	30 回	30 回	60 回	60 回
事業承継予定者 フォローアップ 対象事業者数	—	5 者	5 者	5 者	10 者	10 者
頻度（延回数）	—	30 回	30 回	30 回	60 回	60 回
売上増加 事業者数	—	5 者	7 者	7 者	10 者	10 者
利益率 3 %以上 増加の事業者数		5 者	7 者	7 者	10 者	10 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

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員等が巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

その頻度については、事業計画策定 15 者について、事業計画策定直後の 6 ヶ月間は、2 ヶ月に 1 回、6 ヶ月を経過したあとは 3 ヶ月に 1 回とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

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には、他地区等の経営指導員等や外部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及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

②創業者のフォローアップ支援

創業者・創業予定者が創業計画策定後、創業プランに沿ったアクションを起こしているかを、創業計画策定後 2 ヶ月に 1 回の頻度で巡回訪問や窓口相談等により把握・確認をする。その結果、困難な問題や障壁が確認できた場合には、経営指導員等が問題解決に向けた提案をし、伴走型支援により開業までの後押しと開業後のフォローアップを行う。

③事業承継予定者のフォローアップ支援

事業承継予定者が事業承継計画策定後、事業承継プランに沿ったアクションを起こしているかを、事業承継計画策定後 2 ヶ月に 1 回の頻度で巡回訪問や窓口相談等により把握・確認をする。その結果、困難な問題や障壁が確認できた場合には、経営指導員等が問題解決に向けた提案をし、伴走型支援により事業承継までの後押しと事業承継後のフォローアップを行う。

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] 地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、IT を活用した販路開拓等の DX に向けた取り組みが進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。

[課題] これまで実施しているものの、展示会出展の事前・事後のフォローが不十分であったため、改善した上で実施する。また、IT を活用した販路開拓等の DX に向けた取り組みが進んでいないため、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、取り組みを支援していく必要がある。

（２）支援に対する考え方

経営状況の分析、事業計画策定支援を行った意欲ある飲食・小売・製造業を重点的に支援する。商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、既存の展示会への出展を目指す。出展に

あたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

また、DXに向けた取り組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、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合った支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①アンテナショップ 出展事業者数	2者	3者	3者	4者	4者	4者
売上額／者	—	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
②商談会 参加事業者数	—	4者	4者	4者	4者	4者
成約件数／者	—	1件	1件	2件	2件	3件
③SNS活用事業者		10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率／者		10%	10%	10%	10%	10%
④ECサイト 利用事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加率／者		10%	10%	10%	10%	10%
⑤ネットショップの 開設者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率／者		10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①アンテナショップ出展事業（BtoC）

地域の特産品（七宝焼・ハケ・ブラシ）や、逸品を取り扱いながら地域近隣エリアのみの販路しか有しない事業者に対しては、愛知県商工会連合会により運営されているアンテナショップ「まるっと！あいち」への出展を勧奨し、露出頻度の増加と認知度向上により売上拡大を図る。

【参考】アンテナショップ「まるっと！あいち」は、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。愛知県内57商工会地域から特産品を集めて販売している。100社298品目が出品中（令和4年度末実績）。

②商談会参加事業（BtoB）

当商工会が主体となり、金融機関や他団体が実施するビジネスマッチングフェア（しんきんビジネスマッチングフェア・異業種交流展示会メッセナゴヤ）等のブースを借り上げるにより、地域小規模事業者の参画を勧奨する。魅力ある製品等を有する事業者に対して、自社製品をPRする機会を提供し、ビジネスチャンスの機会創出支援を行う。併せて、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前研修を行い、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

【参考】

●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）が主催する展示会であり、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。

(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) 2022年(オンライン・リアル開催) 827社・団体、来場者数 41,445 人
(オンラインのみ 33社・団体)

2021年(オンライン・リアル開催) 出展規模 840社・団体

2020年(オンライン開催) 出展規模 576社・団体、来場者数 36,868 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。

(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) 2022年(リアル開催) 出展規模 390社、来場者数 2,900 人

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

③SNS活用

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込のため、取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

④ECサイト利用(BtoC)

全国商工会連合会により運営されている「産直お取り寄せニッポンセレクト」等の提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

⑤自社ホームページによるネットショップ開設(BtoC)

GMOペパボによるホームページ作成サービス「グーペ」等の提案を行いながら、ネットショップの立ち上げから商品構成、ページ構成、PR方法等WEB専門会社やITベンダーの専門家等と連携して伴走支援し、立ち上げ後も継続した支援を行う。

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] 従来は、事業評価検討委員会での評価を経て、直近の理事会で役員に、年1回の総代会で会員に対して事業報告をしているが、コロナ禍でここ数年事業評価検討委員会が開催できず、代わりに商工会正副会長・監事による幹部会で確認後、理事会及び総代会での事業報告を実施している。

[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

○当会の理事会と併設して、あま市商工観光課長、法定経営指導員、外部有識者(中小企業診断士など)、いちい信用金庫支店長等をメンバーとする「事業評価検討委員会」を年に1回以上開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行い、次年度への改善対応を図るなど、PDCAサイクルを適切に回す。

○事業評価検討委員会の評価結果は、役員会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、ホームページ及び会報へ掲載することで、地域の小規模事業者等が常に関覧可能な状態とする。

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]愛知県商工会連合会や中小企業大学校などが開催する研修に参加する他、専門家派遣への同行による実践的な支援を通じて資質向上を図っている。

[課題]不足しがちなD X推進支援能力やコミュニケーション能力について重点的にセミナー等に参加し、資質向上を図ることが課題である。また、個々の持つ支援ノウハウや事例について、職員間での共有を図る必要がある。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員及びその他職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」、中小企業基盤整備機構主催の中小企業支援担当者等研修、愛知県商工会連合会主催の「経営支援能力向上研修会」等に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

【事業計画策定セミナー】

当会では、事業計画の策定支援能力向上のため、中小企業大学校が実施する「事業計画策定セミナー」への参加を優先的に実施する。

【D X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D X推進への対応にあたっては、経営指導員及びその他職員のI T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D X推進取り組みに係る相談・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。

＜D Xに向けたI T・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

クラウド会計ソフト、オンライン会議対応、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

ホームページ等を活用した自社P R、オンライン展示会、S N Sを活用した広報等

ウ) その他取組

オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有等

【コミュニケーション能力向上セミナー】

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実施することにより、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上を図り、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

②O J T制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員とその他職員とがチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したO J Tを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が内容を持ち帰り、月1回職員間で共有することで、職員の支援能力の向上を図る。

④データベース化

担当経営指導員等が基幹システムのデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

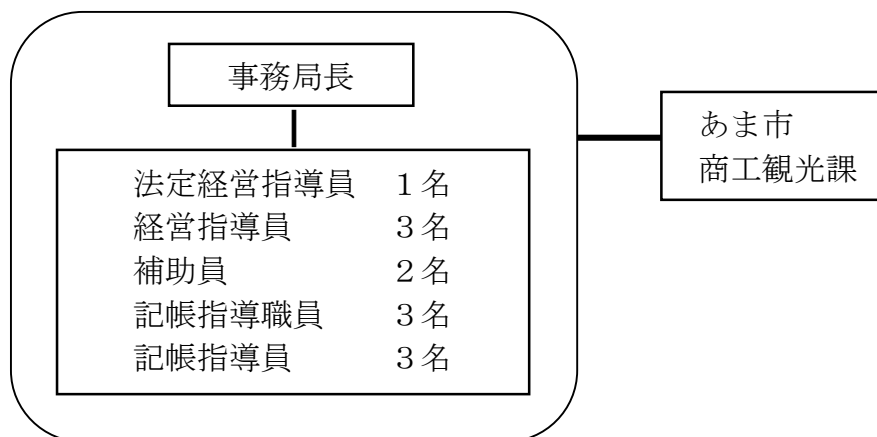
(別表2)

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5年10月現在)

(1) 実施体制(商工会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： 加藤 志英

■連絡先： あま市商工会 TEL：052-442-8831

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/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会

〒490-1111 愛知県あま市甚目寺東大門8番地

あま市商工会

TEL：052-442-8831 FAX：052-443-1515 e-mail：amask@clovernet.ne.jp

②関係市町村

〒497-8602 愛知県あま市七宝町沖之島深坪1番地

あま市 建設産業部 商工観光課

TEL：052-441-7118 FAX：052-441-8387 e-mail：shoko@city.ama.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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
必要な資金の額	800	800	800	800	800
動向調査分析費	50	50	50	50	50
各種セミナー開催費	150	150	150	150	150
需要開拓・販路開拓事業費	500	500	500	500	500
資質向上事業費	100	100	100	100	100

(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
商工会費収入 事業賦課金収入 愛知県小規模事業経営支援事業費補助金 あま市小規模事業補助金 あま市商工会事業費補助金

(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	