

経営発達支援計画の概要

| | |
|----------------|--|
| 実施者名 (法人番号) | 大口町商工会 (法人番号 9180005009168) 大口町役場 (地方自治体コード 233617) |
| 実施期間 | 令和4年4月1日～令和9年3月31日 |
| 目標 | ①事業計画策定の重要性の周知と提案、策定の実施を促す。 ②自社のPRについての支援を図り、自社の販路拡大を図る。 ③創業者に対して、基礎知識や意欲向上につながる情報提供を図る。 |
| 事業内容 | <p>I. 経営発達支援事業の内容</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) 公的な景況調査やビッグデータによる調査 (2) 大口町及び商工会独自による調査 (3) 収集・分析した情報の共有、ホームページへの掲載 2. 需要動向調査に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) 既存顧客に対する調査 (2) 新たな需要開拓への分析と提案の実施 3. 経営状況の分析に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) セミナーや税務指導の開催 (2) 公的ソフトや会計ソフトを用いた経営分析の実施 4. 事業計画策定支援に関すること <ol style="list-style-type: none"> (1) セミナー開催による対象者の掘り起こし (2) 創業者に対するセミナーの開催 (3) 創業者に対する事業計画策定支援の実施 (4) SNS活用セミナーの開催 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) 巡回等による定期的な支援 (2) 分析を交えたフォローアップの実施 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) 販路拡大のためのセミナー開催及び支援 (2) 展示会への出展の提案の実施 |
| 連絡先 | <p>大口町商工会 事務局 電話番号 (0587-95-2557)、FAX (0587-95-6328) E-mail: ooguchi.shokokai@eos.ocn.ne.jp 大口町役場 まちづくり部 企業支援課 電話番号 (0587-95-1623)、FAX (0587-95-1641) E-mail: kigyoushien@town.oguchi.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

◆立地

丹羽郡大口町は、濃尾平野の北部、愛知県の西北部にあり「木の葉形」をした人口24,296人（令和3年10月1日現在）の町である。周囲は、北は丹羽郡扶桑町、東は犬山市、西は江南市、南は小牧市に面し、名古屋市から直線距離にしておよそ18キロメートルの近郊に位置している。

地形は、犬山扇状地の東南部にあり、町域は北端の海拔40メートルから南端の海拔15メートルへのゆるい傾斜になっているが、ほぼ平坦で大規模な河川もなく、これまで大きな風水害や土砂災害による被害をあまり受けたことがない。

また、1891（明治24）年に発生した濃尾地震では、建物の倒壊があったという記録があり、南海トラフ地震の防災対策推進地域には指定がされているものの、東海地震の強化地域には指定はされておらず、さらに沿岸部からも離れていることから、津波被害や液状化等を含めた大地震による被害リスクが比較的低い地域となっている。

気候は、夏の時期は雨が、また、冬は乾燥する日が多い地域で、気温は比較的温暖で一般的に暮らしやすい地域といえる。なお、1月から2月は冷たく乾いた北西風の「伊吹おろし」が吹くため、体感では気温以上に寒さを感じる。



五条川の桜並木



小口城址公園

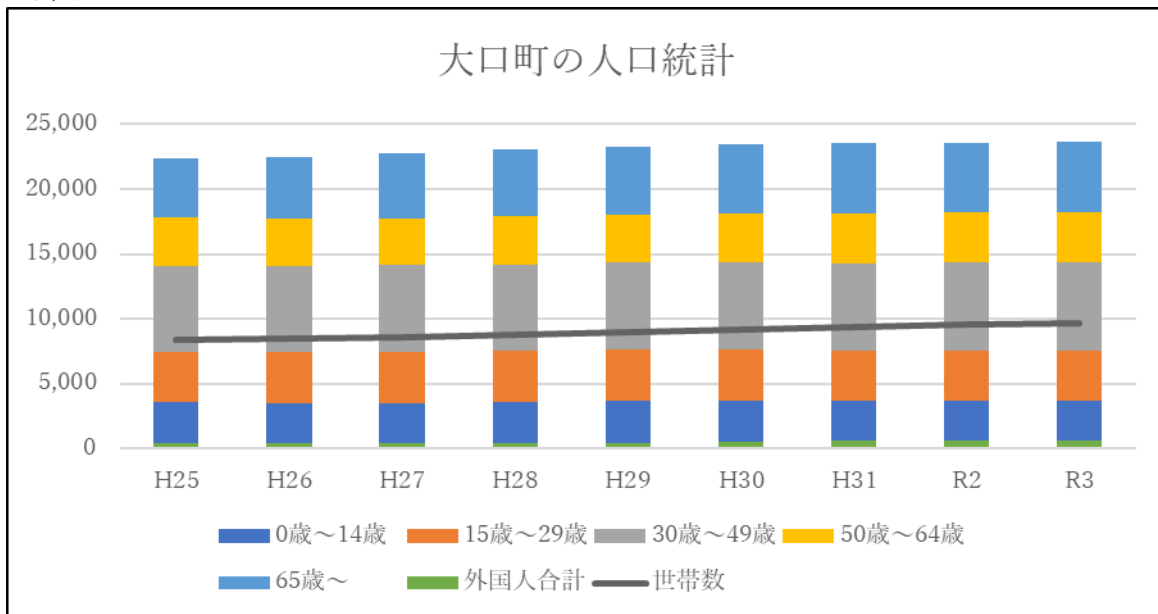
町の中央を流れる五条川は桜の名所として有名であり、川沿いには尾北自然歩道が整備され、約 2,000 本の桜並木になっている。この五条川の桜は、「日本さくら名所 100 選」にも選ばれ、例年 3 月下旬から 4 月上旬には桜が満開になり、住民の心を和ませるとともに、大勢の花見客が集う名所として賑わいをみせている。川端に整備された堀尾跡公園、小口城址公園は、散策、散歩コースとして人気のある場所となっている。

住環境面においても、前述の五条川をはじめとした恵まれた自然や、今なお市街地周辺にある田園環境が広がり、ゆとりある居住環境が享受できる良好な住宅地としての魅力も高まっている。

◆交通

大口町の東部を国道 41 号（愛知県名古屋市～富山県富山市）が縦貫し、南部には国道 155 号（都市計画道路北尾張中央道）が横断している。また、名古屋高速小牧北出入口、名神高速小牧インターチェンジまで 5 キロメートル以内と至近距離にあり、高速道路へのアクセスは非常に便利な地域といえる。高速道路の中でも、東名高速道路と中央自動車道とが接続する小牧ジャンクション、名神高速道路と東海北陸自動車道が接続する一宮ジャンクションが近くにあることから、東西南北さまざまな方面への移動が容易であり、交通利便性に非常に優れた場所に位置する町である。

◆人口



（大口町 HP 人口統計を参考にグラフ化）

人口は、1980（昭和 55）年以降増加し続けており、2015（平成 27）年国勢調査では 23,274 人、2020（令和 2）年の速報値では 24,262 人となっている。1990（平成 2）年から 2000（平成 12）年にかけては、土地区画整理事業などにより、転入者が増えて人口は急増し、その後も緩やかな増加傾向は続いている。この人口の伸び率は、国や愛知県を大幅に上回る形で推移している。現在においても、大規模な民間の住宅開発や民間事業者による子育て世代向けの住宅地整備が進められている状況を考慮すると、今後も緩やかな人口増加傾向は続くものと考えられる。しかし、その一方で全国的な少子高齢化は町も例外ではなく、2021（令和 3）年 10 月現在での 65 歳以上の老年人口は 5,603 人、23.1%となっている。

◆産業

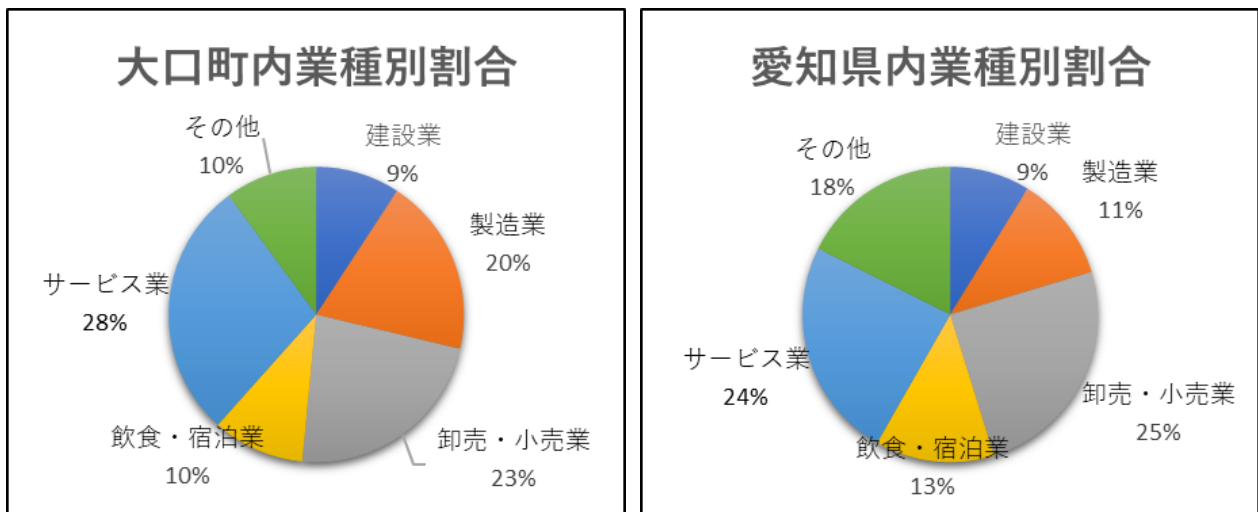
大口町は、昭和 30 年代頃までは、稲作と副業としての養蚕が中心の純農村地域であった。しかし、昭和 30 年代初頭に住民ぐるみで企業誘致に積極的に取り組んだことや同時期に前述の東名高速道路、名神高速道路とこれに接続する国道 41 号の開通したことが追い風となり、企業の進出が進むことになった。今日では、金属、繊維、工作機械や自動車関連企業を中心に、900 社を超える企業が立地する産業の町として発展し、世界的に活躍する企業や県内でも有数の大企業がいくつも立地している。

また、農業は、県内でも農地の利用集積が進んでいる地域であり、稲作を中心とした大規模な土地利用型の農業経営が行われている。なお、隣接する丹羽郡扶桑町とともに六条大麦の生産地を形成している。

商業については、純農村地域であったことから、いわゆる商店街は形成されていない。そのためか町内には郊外型の大型商業施設が町内にバランス良く進出し、地域住民の日常生活の利便性を支えている。

(グラフ 1)

(グラフ 2)



(平成 28 年経済センサスによる大口町と愛知県での業種別割合比較)

2016 (平成 28) 年の経済センサスでは、町内には 922 の事業所が所在している。業種別の内訳は、建設業 85 事業所 (9%)、製造業 180 事業所 (20%)、卸売・小売業 210 事業所 (23%)、飲食・宿泊業 93 事業所 (10%)、サービス業 261 事業所 (28%)、その他 93 事業所 (10%) となっている。

また、大口町の業種別割合 (グラフ 1) について、愛知県の業種別割合 (グラフ 2) と比較してみると、製造業が多く、飲食・宿泊業が少ない。特に製造業については顕著であり、「ものづくり王国 愛知」の中において、重要な地域であることがわかる。

大口町産業（大分類）別事業所数（参考：経済センサス）

| | 平成 21 年 | 平成 24 年 | 平成 28 年 | 増減状況 |
|----------------|---------|---------|---------|------|
| 農林漁業 | 3 | 5 | 6 | ↑ |
| 建設業 | 108 | 100 | 85 | ↓ |
| 製造業 | 213 | 206 | 180 | ↓ |
| 電気ガス水道業 | 1 | 0 | 0 | — |
| 情報通信業 | 2 | 0 | 0 | — |
| 運輸業 | 63 | 62 | 66 | ↑ |
| 卸売・小売業 | 225 | 212 | 210 | ↓ |
| 金融保険業 | 6 | 8 | 9 | ↑ |
| 不動産業、物品賃貸業 | 24 | 20 | 18 | ↓ |
| 学習研究、専門技術サービス業 | 19 | 20 | 16 | ↓ |
| 飲食・宿泊業 | 104 | 101 | 93 | ↓ |
| 医療・福祉 | 42 | 52 | 69 | ↑ |
| 生活関連サービス | 65 | 68 | 73 | ↑ |
| 教育・学習支援業 | 26 | 27 | 34 | ↑ |
| 複合サービス業 | 3 | 2 | 3 | → |
| サービス業 | 64 | 55 | 60 | → |

経済センサスによる事業所数では、全体的に見ても減少傾向である。医療・福祉、生活関連サービス、教育・学習支援業といったサービス業については、増加傾向であるが、建設業や製造業といった、工業・建設業及び飲食・宿泊業については年々減少傾向にあることがわかる。

◆地域の特産品

地域の特産品としては、2008（平成 20）年から、地域資源活用促進法に基づく地域産業資源の指定を受けた「五条川の桜並木」の桜の花びらから採取した酵母菌を使用した清酒「おおぐち」、漬物、ブッセがある。さらに、2017（平成 29）年には、大口町の名物「桜」のエキスをを使用した桜味と、六条大麦をベースにした麦茶味の「ジェラート」と「あられ」が加わった。

また、六条大麦を使用した「麦茶五条川」も商品化している。



ジェラート



あられ

②課題

大口町は、町内に工作機械や自動車関連の企業が多数立地し、豊かな財政基盤に支えられた、全国的にみても財政力の強い町に発展した。これは、前述の昭和 30 年代から 40 年代にかけて先人が知恵と努力によって進めた企業誘致によって生み出されたものである。今後においても、急速に進む IT 化や働き方に対する意識の変化など、取り巻く社会情勢の動向に対応していかなければならず、この豊かさを承継するだけでなく発展させ、いかに将来世代に受け継いでいくかが第一義的な課題となる。そのため、交通の要所に位置し、交通便利性に優れる町の強みを最大限に生かした企業誘致に取り組む必要がある。それと同時に、これまで町内で活躍してきた企業の事業規模拡大による取組みや、経営基盤を支える体制を整えていかなければならない。

また、町内には優良な企業が多数立地することから、これら企業と取引し、協力関係を築いている中小企業も多い。中小・小規模事業者においても消費者の求めるニーズの多様化や急速に進む IT 化等、社会情勢の変化は例外ではなく、時代に対応した経営が求められる。しかしながら、経営者の高齢化や情報不足等により、時として対応が困難な場合があることから、事業者ごとに独自の「強み」を活かすための経営面に関する総合的な相談支援体制の構築が必要である。また、後継者不足に悩む中小企業者の存在も課題であり、これまでの事業で培われてきた技術、人財等の経営資源の喪失が懸念される。そのため、事業を継続させ、廃業を抑制すると共に創業を促し、事業所数の増加に繋げることが課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10 年後の大口町を見据えて

商工業振興のために、令和元年に制定した大口町小規模・中小企業振興基本条例に基づき開催する小規模・中小企業振興会議を通じて、商工会や町内の商工業者と大口町が協働して商工業の実態と問題点を調査するとともに、既存の商工業の振興策や創業支援策などを協議し、商工業の振興を図っていく。

経営基盤強化や経営革新に取り組む事業者に対しては、大口町及び商工会、金融機関で連携して国や県の支援制度及び大口町の補助制度を紹介するなど、最新の情報を提供していくことで、経営の改善・革新等への支援をしていく。

創業者に対しては、大口町、商工会、金融機関及び近隣市町と連携し、創業支援セミナーを継続して開催する。また、創業に係る資金面への補助制度の周知や相談機関に関する情報提供に努めることで、創業しやすい環境を整えていく。

②大口町総合計画との連動性・整合性

大口町では、2016（平成28）年度から2025（令和7）年度までを計画期間とした第7次大口町総合計画を策定している。総合計画では、先人のたゆまない努力の積み重ねによって培われてきた、豊かな暮らしを支える産業、心にうるおいを与えてくれる五条川の桜並木など、今の大口町を特徴づける魅力ある地域資源を将来世代に引き継ぐため、人口減少・超高齢化社会、多様化する環境問題等の社会を取り巻く諸課題に対応し将来にわたり持続可能な行政経営・地域経営を実現するための基本理念を「みんなで進める自立と共助のまちづくり」と定めている。

産業分野の目標として「活力ある産業づくり」をテーマに、大口町が持つ広域交通の要衝の地である優位性を活かして、「既存産業の売上アップ」、「将来世代の経済的な豊かさに寄与する新たな産業の立地誘導」、「優秀な労働力の持続的な確保」を掲げている。

そのうちの「既存産業の売上アップ」では、地元中小企業の売上と魅力アップのため、ビジネス相談支援や創業相談、セミナーの開催等を通じて経営改善や経営革新、技術・新商品開発、海外進出等のための各種支援制度の活用促進を図るとしている。

これらの視点から戦略的かつ分野横断的な総合行政及び商工会との連携によって産業振興を進めると策定している。

③商工会としての役割

商工会としては、地元小規模企業の売上と魅力アップのために、ビジネス相談支援や創業相談、セミナー開催等を進めるとともに、経営改善や経営革新、新技術・新商品開発、海外進出等のための各種支援制度を活用した事業計画の策定支援を中心に伴走型の支援を実施していく。

商業事業者に対しては、ホームページやSNS等の電子媒体の活用支援を行いながら、売上の向上及び販路拡大の支援をし、また、工業事業者に対しては、自社製品の開発による下請け体質からの脱却や情報発信による新規顧客の獲得等の支援を行い、売上の向上に寄与していく。

さらに、これまでで培われてきた技術や人材等の経営資源を維持、向上していくために、創業計画及び事業計画の策定支援を行い、創業、第二創業を促し事業者数の確保に取り組んでいく。こうした取組みを通じて、小規模事業者の支援を行うため、経営発達支援計画の策定を行う。

（3）経営発達支援事業の目標

製造業の割合が多いという特徴を持つ大口町では、町内に立地する世界的な企業や県内有数の大企業との協力関係を持つ小規模事業者が多数所在する。これら小規模事業者は、地域経済の発展に不可欠な存在であり、小規模事業者自らが社会情勢の変化にも対応し自律した経営を続けていかなければならない。

経営発達支援事業では、小規模事業者が将来にわたり健全な経営状態を保つために、自らの経営状況を認識する手段となる事業計画の策定支援を行うことで、小規模事業者自らの強みと弱みを再確認し発展する契機となるよう取組みを進める。

また、前述したとおり、小規模事業者を取り巻く経営環境は、急速なIT化や高度化が進んでおり、特にSNSを活用する新しい経営手法への対応は急務である。そこで、多様化する情報発信や販路拡大の手段を獲得する機会とするため、セミナーの開催や自社のPRの場となる展示会への出展を提案する。

加えて、創業予定者や創業希望者に対する情報提供や創業計画の作成支援事業等を実施し、

事業所数の増加を目指す。

これらのことから、小規模事業者の自律した発展に寄与し、地域全体の商工業振興を図ることを目標に取り組んでいく。

①事業計画の策定の重要性の周知と提案、策定の実施を促す

小規模事業者に対し、現状と課題を洗い出して自社の分析を行い、長期的な視点での経営方針を定めることの重要性を認識してもらうべく、経営分析セミナーや経営計画策定セミナーを開催し、事業計画策定を促す。計画策定の重要性を周知し、策定を促すことで、小規模事業者の発展を図る。

②自社の PR についての支援を図り、自社の販路拡大を図る

町内企業を幅広く認知してもらえるような、情報発信についてのノウハウを習得する SNS 活用セミナーの開催を計画し、企業の PR 力の向上を図る。また、新商品の開発と自社の PR の場を設けるために展示会への出展の提案をし、小規模事業者の販路拡大と新規顧客獲得に努める。

③創業者に対して、基礎知識や意欲向上につながる情報提供を図る

創業予定者及び創業希望者に対して、経営塾を継続して開催し、創業の際に必要な基礎知識や創業意欲の向上につながる知識などの情報提供を行う。また、創業計画の策定支援及びフォローアップ、ブラッシュアップを定期的に行うことで総合的な支援に取り組む。

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当商工会全職員が、巡回・窓口指導による聴き取りの中で、相談事業所の経営状況を把握し、「強み」と「課題」を明確にすることで、これからのあるべき姿を明確にし、伴走型支援に取り組んでいく。経営計画は、事業者が主体となって作成することを説き、そのノウハウを習得するためのセミナーの開催を企画する。これらの取り組みから、自律し活力ある事業所を増やしていく。
- ②新たな需要の開拓に寄与するため、ホームページ作成とSNS活用、プレスリリースに関するDXセミナーの開催と展示会への出展の提案をすることで、事業者及び自社商品のPRと周知の強化を図る。
- ③現在実施している「おおぐち経営塾」の継続開催と創業予定者である受講者のニーズに対応したセミナー内容のブラッシュアップ、創業に関する基礎知識の提供や創業意欲の向上につながる支援体制の整備を図る。

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、全国商工会連合会及び愛知県商工会連合会による調査結果を活用している。大口町の企業情報については、会員懇談会と地区別懇談会を年1回交互に開催しており、そこでアンケートを実施して情報収集を行っている。

[課題]基本的に待ちの状態での情報収集に偏っている。会員企業に対するアンケートについても実施するのみの状況である。今後は、RESAS等のビッグデータの活用、吸い上げたアンケートの集計と分析を行い、町と商工会との情報交換を行っていく必要がある。また、収集した情報を公開できているとは言い難いため、ホームページにて公開していく必要がある。

(2) 事業内容

①中小企業景況調査報告書の有効活用

四半期ごとに発表される「中小企業景況調査」について分析する。業種ごとに分析結果が公表されることから、業種ごとの分析、ホームページによる公表を実施する。

【分析手法】国及び県の中小企業の業種ごとの景況状況を把握し、そのデータをもとに今後の展開を分析し、相談業務に活用する。

②RESAS等のビッグデータの活用

国が提供するビッグデータを活用することで、大口町及び近隣市町に関する経済動向分析を実施し、相談業務に活用する。

【分析手法】・「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

③小規模企業白書の活用

全国の小規模事業者の景況動向を調査する。業種ごとの景況や今後の情勢を把握し、職員間の情報共有と相談業務でのツールとして活用する。

【分析手法】業種ごとの実態、動向を分析する。また、成功事例等の記載があり、活用可能であれば、相談業務に取り入れる。

④大口町商工会独自のアンケート調査の実施

年1回、当商工会が独自作成したアンケートを地区内事業所へ依頼をする。収集した回答結果について分析を行い、公表する。

【調査対象】地区内小規模事業者 100 社

【調査項目】概要、景況感、自社の課題、今後の取組み、雇用 等

【調査方法】アンケートを郵送し、返信用封筒にて回収

【分析方法】商工会職員が大口町担当職員と連携して分析を行う

(3) 成果の活用

- 情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く地区内事業所に周知する。
- 相談業務時の定量的データとして活用する。

(4) 目標

◆公表回数

| | 現行 | R4 年度 | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 |
|--------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 中小企業景況調査報告書 | － | 2 回 | 2 回 | 4 回 | 4 回 | 4 回 |
| 商工会独自アンケート調査 | － | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 |

※RESAS 等のビッグデータ及び小規模企業白書については、非公表とするが、巡回窓口相談支援の際には支援の根拠資料として、積極的な活用をする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]大口町商工会主催によるプレミアム付商品券事業を毎年実施している。その参加店舗に対してのアンケートで、消費状況や消費者ニーズの質問をしている。

[課題]アンケート調査においても、現状は実施しているのみの状況で、集計と分析をして行く必要がある。また、より効果的な需要動向調査を考案し実施する必要がある。

(2) 事業内容

①消費・購買動向調査

大口町商工会と大口町まちづくり部企業支援課と連携しながら、プレミアム付商品券事業への参加店舗からランダムに選択した小規模事業者から顧客（消費者）に対してアンケート調査を実施する。また、そのデータを集計・分析し、公表する。

アンケートについては、収集・整理・分析を行った上で小規模事業者へフィードバックする。

また、今後の新商品開発や販路拡大につながるように情報提供を行って支援していく。

【調査方法】プレミアム付商品券事業参加店舗に対して、購買状況やニーズについての聴き取り、アンケート票へ記入する。

【調査項目】①購入品目、②利用頻度、③求める品目

【調査結果の活用】集計の後、調査結果を対象店舗へフィードバックする。

②新商品の開発・試食・アンケート調査

特産品を活用した新商品を開発するため、町内飲食店において、特産品の「桜酵母」を活用した新たな商品を開発する。具体的には「夏のふれあいフェスティバル」、「ふれあいまつり」において、試食及び来場者アンケートを実施し、調査結果を分析した上で当該店舗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。

【調査方法】8月開催の「夏のふれあいフェスティバル」、11月開催の「ふれあいまつり」において、来場客に開発中の商品を試食してもらい、経営指導員等が聴き取りの上、アンケート票へ記入する。

【サンプル数】来場者20人

【調査項目】①味、③食感、④色、⑤量、⑥価格、⑦見た目 等

【調査結果の活用】集計の後、調査結果を対象店舗へフィードバックする。

(3) 目標

| | 現行 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 | R8年度 |
|-------------|----|------|------|------|------|------|
| アンケート実施事業者数 | — | 10者 | 10者 | 15者 | 15者 | 20者 |
| 新商品開発事業者 | — | 2者 | 2者 | 2者 | 3者 | 3者 |
| 調査対象事業者数 | — | 2者 | 2者 | 2者 | 3者 | 3者 |

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]巡回・窓口相談指導において、特に金融相談、税務相談の時に決算書を活用して分析するに留まっていた。また、専門家派遣等の個別相談や補助金申請による経営計画書作成支援時に経営状況を確認するに留まっていた。

[課題]SWOT分析、ローカルベンチマーク等を有効活用して、定量的データによる相談支援に取り組む必要がある。場合によっては、専門家派遣を積極活用して経営分析の支援体制を整える必要がある。

(2) 事業内容

①経営分析セミナーの開催

【募集方法】チラシを作成し、ホームページで広く通知、巡回・窓口相談時に案内

【支援対象】経営分析を必要としている事業者

②税務指導事業所に対する分析

【支援対象】セミナー参加事業者、地区内小規模事業者、記帳機械化委託事業所

【分析項目】《収益性》売上高利益率、売上高営業利益率、資産回転率

《安全性》流動比率・当座比率、固定比率、固定長期適合率、自己資本比率

《内部環境》事業者の強み、弱み（商品・人財・ノウハウ・運用状況等）の抽出

《外部環境》事業者を取り巻く機会、脅威（競合・流行・業界動向等）の抽出

《定性分析》内部環境、外部環境を踏まえた SWOT 分析の実施

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用する。

弥生会計ソフトの分析システムを活用する。

(3) 分析結果の活用

○分析結果は、当該事業者にフィードバックし、事業計画策定に対する落とし込み等に活用、反映していく。

○分析結果は、データベース化し共有フォルダ等、全職員に情報共有及び閲覧可能な状態で保存することで、円滑な支援体制を構築する。

(4) 目標

| | 現行 | R4 年度 | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 |
|-----------|------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| ①セミナー開催 | — | 1 回 5 者 | 1 回 5 者 | 1 回 7 者 | 1 回 8 者 | 1 回 10 者 |
| ②相談指導 | — | 1 回 | 1 回 | 2 回 | 2 回 | 2 回 |
| ③経営分析事業者数 | 40 者 | 40 者 | 40 者 | 42 者 | 44 者 | 48 者 |

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]補助金及び経営革新の申請による、事業計画策定を考えている事業者を対象に事業計画作成の支援を巡回、窓口にて支援している。事業計画策定セミナー等は開催しておらず、積極的に事業計画策定を目指す事業者のみへの支援に留まっている。

また、創業希望者及び創業予定者に対しては、「おおぐち経営塾」への参加を促し、そのセミナーにおいて、事業計画策定の重要性と策定支援を行っている。

[課題]セミナー開催による事業計画策定の必要性とその理解を小規模事業者に対して認知させていく必要がある。

また、創業希望者及び創業予定者に対しても引き続き事業計画の策定による円滑な創業と事業展開に結びつけていく必要がある。

(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、巡回・窓口支援の聴き取り等の中で、小規模事業者の「想い」や「知的資産」といったものをアウトプットしてもらい、自社の「強み」を洗い出していく。また SWOT 分析を活用し、小規模事業者の現状把握と今後の方針等の洗い出しを実施する。目

標設定を促し、実現可能な計画の策定を伴走型支援していく。

創業予定者に対しては、創業計画策定自体が未経験であることが考えられることから困難であると考えられる。そのため、例年開催している「おおぐち経営塾」において創業計画の各項目についての説明を踏まえながら、創業後の自身のあるべき姿が明確になるような創業計画書の作成支援を実施していく。

(3) 事業内容

①事業計画の策定支援

自社の強みとそれを活かした事業展開、併せて自社の在り方を見つめ直すために、事業計画策定セミナーを開催する。地区内小規模事業者には事業計画の策定について、理解と認知を促し、積極的に検討していきたいという意向のある前向きな事業者を掘り起こす。

【募集方法】セミナー案内チラシを新聞折込み、ホームページに掲載

【回数】セミナー1回、個別相談会1回

【カリキュラム】座学形式セミナー1回、個別相談会1回

【支援対象】セミナーによる事業計画の策定に積極的な事業者と経営状況分析を行った事業者

【手段・手法】経営指導員を中心とした商工会職員が、事業計画策定支援を実施していく。場合によっては、国及び県、愛知県商工会連合会等の専門家派遣制度を活用して、策定支援をしていく。策定支援した事業計画については、中小機構の「経営計画つくるくん」を用いて計画の実現可能性等の確認を行っていく。

②SNS活用セミナーの開催

今の時代、検索は常にスマートフォンにおけるSNSや検索サイトを活用しているのが現状である。そのため、ホームページやSNSサイトを利用しての自社の情報発信は必要不可欠であることから、セミナーを開催して基礎知識と必要性を習得してもらい、自社の販路開拓やPRに係る事業計画への落とし込みにつなげていく。

【募集方法】セミナー案内チラシを新聞折込み、ホームページに掲載

【回数】セミナー1回

【カリキュラム】・SNS活用のメリット

・SNS活用による成功事例の紹介

・SNSを登録してみる

【支援対象】SNS活用に積極的な事業者

【手段・手法】セミナーを受講した事業者の中から取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、伴走型支援を実施し、必要に応じて専門家派遣を実施する。

③創業予定者及び創業希望者への支援

岩倉市、大口町、扶桑町による1市2町の創業支援協議会の創業支援計画に基づき、大口町商工会としては「おおぐち経営塾」を実施する。開催目的として、創業や第二創業の際に重要となる明確なビジネスプランについての知識を身につけてもらうためのカリキュラムを取り込み、実施する。

【募集方法】セミナー案内チラシを新聞折込み、ホームページに掲載

町役場、商工会窓口、金融機関窓口においても同チラシを設置。

【回数】2日間の開催

【カリキュラム】1日目：①創業体験を聴こう

②資金計画と資金調達について考える

③創業の基礎知識を知る

④創業・商品売るためのポイント

2日目：①人を雇用する上での注意事項について

②起業する上での心の持ち方

③事業を継続・発展させるためのポイント

【支援対象・人数】創業予定者、創業希望者、第二創業を目指す事業者 10名/年

【手段・手法】経営塾講師が、創業予定者に対して、経営塾のカリキュラムを通して創業計画書の作成手法を支援する。受講後は、経営指導員等が分析・聴き取りを行って行く中で、創業計画書への落とし込み、策定へと支援を図っていく。

④近隣市町主催の創業支援セミナーへの共同開催

- ・3市2町創業支援セミナー（江南市主催）

大口町及び大口町商工会としては、「共催」という位置づけにおいて、創業の基礎知識や資金調達、ビジネスプランの立て方などをカリキュラムとしたセミナーを開催する。

- ・とうしゅん創業塾（東春信用金庫[本社：小牧市]主催）

大口町商工会としては、「共催」という位置づけにおいて、創業希望者への支援を通じて地域経済の活性化を目指すとともに、創業のノウハウについてのセミナーを全5回にて開催する。

- ・西尾張創業塾（いち信用金庫[本社：一宮市]主催）

大口町商工会としては、「共催」という位置づけにおいて、専門家による講義と演習、創業成功者による創業体験談等、創業するための基礎知識から事業計画書の作成まで、創業に関する情報を習得するセミナーを全5回にて開催する。

（4）目標

| | 現行 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 | R8年度 |
|------------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| 事業計画策定セミナー | — | 1回 5者 | 1回 5者 | 1回 7者 | 1回 7者 | 1回 10者 |
| 事業計画策定事業者 | 11者 | 13者 | 13者 | 15者 | 15者 | 15者 |
| SNS活用セミナー | — | 1回 5者 | 1回 5者 | 1回 7者 | 1回 7者 | 1回 10者 |
| おおぐち経営塾 | 1回 5者 | 1回 7者 | 1回 8者 | 1回 10者 | 1回 12者 | 1回 15者 |
| 創業セミナー | 1回 2者 | 1回 2者 | 1回 2者 | 1回 2者 | 1回 2者 | 1回 2者 |
| とうしゅん創業塾 | 1回 1者 | 1回 1者 | 1回 1者 | 1回 2者 | 1回 2者 | 1回 2者 |
| 西尾張創業塾 | 1回 1者 | 1回 1者 | 1回 1者 | 1回 2者 | 1回 2者 | 1回 2者 |
| 創業計画策定事業者 | 0者 | 2者 | 2者 | 3者 | 3者 | 4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] 補助金申請者や融資活用事業者、定期的な接触のある事業所には、巡回・窓口指導でフォローアップ支援を実施してきた。フォローアップ支援の成果として、次へのステップアップとなる計画を行い、相談に訪れることで新たな支援を行っている。創業者については、相談に対応するという形態のみで、積極的フォローアップはできているとは言いがたい。

[課題] 全職員による多角的なフォローアップが必要である。また、フォローアップ状況を共有するための仕組みの構築が必要である。フォローアップ支援から段階を上げた「提案」についても実行できるようにしていきたい。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した事業者又は事業計画策定セミナーを受講した事業者を対象に、事業計画の進捗状況の確認及び計画の遂行に際して生じた課題等に対して、巡回訪問や窓口支援を行っていく必要がある。そこで、踏み込んだ支援が必要である事業者、支援の間隔や回数を減らしながら、継続支援を行う事業者に分類し、フォローアップの頻度等を設定していく。

創業予定者に対しても、おおぐち経営塾の参加による創業計画を策定している者、おおぐち経営塾には参加できなかったが、積極的な創業・事業展開を考えている者と窓口相談の頻度を設定し、フォローアップしていく必要がある。

(3) 事業内容

事業計画を策定した事業者について、2ヶ月に1度の頻度で巡回訪問を行い、聴き取りと進捗状況の確認を行う。その際に生じている課題については、分析等を交えたフォローアップを行い、計画通りであれば、次なる提案をしていく。また、場合によっては、国及び県、愛知県商工会連合会等の専門家派遣制度を活用して、事業計画策定後に支援に望んでいく。フォローアップ支援のデータについては、全職員が情報共有できて把握できるように管理する。

事業計画と進捗状況においてズレが生じていると判断する場合については、原因と課題を抽出し、対応方策を検討し提案する。併せて、国及び県、愛知県商工会連合会等の専門家派遣制度を必要に応じて活用して、フォローアップを図る。

創業者についても、創業計画や事業計画の策定支援を行っている。定期的な巡回訪問等の接触を試みてフォローアップ支援及び早期廃業を防ぎ、大口町の活性化に寄与することを目指す。

【支援の手段・手法】 経営指導員の巡回訪問によるフォローアップ支援を実施する。支援職員においても接触してフォローアップ支援を実施する。また、場合によっては、国及び県、愛知県商工会連合会等の専門家派遣制度を活用して、フォローアップ支援を実施する。

(4) 目標

| | 現行 | R4 年度 | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 |
|----------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| フォローアップ事業者数 | 5 者 | 5 者 | 7 者 | 8 者 | 10 者 | 10 者 |
| フォローアップ頻度 | 30 回 | 30 回 | 42 回 | 48 回 | 60 回 | 60 回 |
| 売上増加事業者数 | 2 者 | 2 者 | 3 者 | 4 者 | 5 者 | 6 者 |
| 利益率 5%以上増加事業者数 | 2 者 | 2 者 | 3 者 | 4 者 | 5 者 | 6 者 |

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] 五条川の桜並木の桜花から採取した酵母菌を使用した、清酒「おおぐち」、漬物、洋菓子（ブッセ）、ジェラート、あられと地域特産品を開発、活用してきた。特産品によって個社独自商品としての売り出し、取扱店舗による販売、商工会が窓口になってのロット受注等、PR できているとは言い難く、また、大口町全体に普及しているとも言い難い。

[課題] 大口町は、地域の特産品が必然的に存在している訳ではないため、特産品へのこだわりは高くない。そのため、自社の PR について広く周知させる必要がある。大企業の下請けとしての位置づけの企業が多く、その脱却のための自社製品の開発とその周知を情報媒体等によって行う支援を実施することが必要である。

(2) 支援に対する考え方

新たな需要の開拓するためには、ターゲットとなる顧客のニーズや情報を収集するために活用するツールが何かを考える必要がある。近年では、インターネット環境が整備されたこと、スマートフォンの普及による、いつ、どんな時でも求めるものを検索できる環境になったこと、ひいては日本全国という範囲でターゲットとなる顧客が存在するといえる。

事業者には「自社を知ってもらう」を意識付けさせる観点から、ホームページの作成支援、SNS の活用支援、プレスリリースの活用支援、展示会への出展提案を各事業者に適応した支援策で支援を行っていく必要がある。

(3) 事業内容

① ホームページ作成支援事業

【目的】 ホームページを作成することで、近年の情報化社会に適応させるとともに、自社及び自社商品を知ってもらうことで新規顧客の獲得を目指す。

【支援対象】 ホームページ作成の意欲のある事業者、リニューアルを考えている事業者

【支援内容】 ホームページ作成サイトを紹介し、作成支援をする。また、ホームページ作成セミナーを開催し、参加を促す。周知方法としては、セミナー案内チラシを新聞折込み、ホームページに掲載で行う。また、小規模事業者持続化補助金の活用提案により作成支援をする。必要に応じて専門家派遣事業を活用し、ホームページ作成支援をする。

② SNS 活用支援事業

【目的】 SNS を活用することで、近年の情報化社会に適応させるとともに、自社の情報発信

を容易に可能にすることとなり、自社及び自社商品の知ってもらうこと、ホームページと関連付けさせることで、検索エンジンの上位に位置づけさせることを狙い、新規顧客の獲得を目指す。

【支援対象】 自社商品を作成した、作成している事業者、新規顧客開拓を目指す事業者

【支援内容】 SNS について、主に SNS 活用セミナーを受講した事業者を対象に有効な活用方法について伴走型支援を行う。また、必要に応じて専門家派遣事業を活用し、SNS 活用支援をする。

③プレスリリース支援事業

【目的】 プレスリリースを活用することで、自社商品を大きく PR することを可能にし、電子媒体、広告媒体の両面で新規顧客を獲得できる手段であることを事業者に理解と活用できるようにしていくことを目指す。

【支援対象】 自社商品を作成した、作成している事業者

【支援内容】 プレスリリース作成セミナーを開催し、参加を促す。周知方法としては、セミナー案内チラシを新聞折込み、ホームページに掲載で行う。また、その後にフォローアップを行い、新聞社や各業種専門誌の発行会社に連絡を取って、掲載を依頼するなどの支援を行う。必要に応じて専門家派遣事業を活用し、プレスリリース活用支援をする。

④展示会出展支援事業

【目的】 中部圏において開催される展示会の出展を提案、促すことで、新商品やサービスの PR や新規顧客の獲得を目指す。併せて、新商品やサービスの市場導入の促進を目指す。

【支援対象】 新商品を開発した商業事業者、自社商品を作成した工業事業者

【支援内容】 ≪商業事業者≫ 金融機関が開催するフェアに商工会が出展枠の確保を行った上で新商品の出展を促し、新たな需要の開拓を支援する。

≪工業事業者≫ メッセナゴヤに商工会が出展枠の確保を行った上で自社商品の出展を促し、新たな需要の開拓を支援する。

また、ブース作成の支援、必要に応じて専門家派遣事業を活用してのブース作成の支援をする。場合によっては大口町と連携を図り、展示会参加に係る助成等を施す。

(4) 目標

| | 現行 | R4 年度 | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 |
|--------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①ホームページ作成事業者 | — | 2 者 | 2 者 | 3 者 | 3 者 | 4 者 |
| 売上増加率/者 | — | 3 % | 3 % | 5 % | 7 % | 10% |
| ②SNS 活用事業者 | — | 2 者 | 2 者 | 3 者 | 3 者 | 4 者 |
| 売上増加率/者 | — | 3 % | 3 % | 5 % | 7 % | 10% |
| ③プレスリリース支援 | — | 2 件 | 2 件 | 2 件 | 3 件 | 3 件 |
| 売上増加率/者 | — | 5 % | 5 % | 5 % | 10% | 10% |
| ④展示会出展支援 | — | 1 件 | 1 件 | 1 件 | 2 件 | 2 件 |
| 成約件数/者 | — | 1 者 | 1 者 | 2 者 | 4 者 | 5 者 |
| 売上額/者 | — | 2 万円 | 3 万円 | 5 万円 | 8 万円 | 10 万円 |

9. 事業の評価及び見直しをする為の仕組みに関すること

(1) 現状と課題

[現状]事業評価等年度ごとに振り返りは行っているが、その結果を踏襲して次年度での事業実施はされていないのが現状である。

[課題]事業評価協議会の組織化と定期開催の実施が必要である。事業評価協議会の開催により、経営発達支援計画の実績報告と精査を行い、次年度へのブラッシュアップへとつなげていく必要がある。

(2) 事業内容

○経営発達支援事業評価協議会の組織化を行う。評価協議会の開催は、年1回2月頃に開催し、経営発達支援事業及び伴走型支援推進事業の事業実績報告を行う。また、PDCA サイクルによる事業の評価及び見直しを行って、次年度へのブラッシュアップを行う。

○組織人員は下記の通りとする。

- ・ 商工会長
- ・ 副会長
- ・ 理事若干名
- ・ 振興委員長
- ・ 大口町企業支援課長
- ・ 有識者（中小企業診断士）
- ・ 事務局長
- ・ 法定経営指導員

○事業実績報告及び評価協議会による評価結果については、年に1回、大口町商工会ホームページにて掲載する。(https://www.ooguchi.or.jp)

10. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1) 現状と課題

[現状]愛知県商工会連合会及び関係機関が実施する研修会に参加することで、資質の向上に努めている。研修内容は復命という形式で情報共有している。

[課題]ここ数年職員の入れ替わりが多く、ベテラン職員と若手職員、転籍間もない職員とで職員間における経験の差や地域との順応の差が顕著である。自身の経験や他の商工会での経験等を共有して、次の世代を担う職員に伝えていく必要がある。併せて、職員各々が講習会等に積極的に参加することで得た知識等を職員間で共有する必要がある。

(2) 事業内容

①外部講習会等への積極的参加

【愛知県商工会連合会等が実施する研修会及び講習会】

各職員がテーマを持ち、経営指導員及び補助員、記帳指導職員の資質向上のため、必要と感じる研修会及び講習会に積極的に参加し、知識の習得及び職員間の相互共有を図る。また、伴走型支援における実践における活用を図る。

【関係機関が実施する研修会及び講習会】

愛知県商工会連合会等が実施する研修会及び講習会以外でも、資質向上に必要であるセミナーがあれば積極的に参加する。各職員がテーマを持ち、必要と感じる研修会及び講習会に積極的に参加し、知識の習得及び職員間の相互共有を図る。また、伴走型支援における実践における活用を図る。

【DX 推進に向けたセミナー】

地域の小規模事業者のDX 推進への対応について、経営指導員及び補助員、記帳指導職員のIT スキルの向上のため、また、相談支援を可能にするためにDX 推進取組に係る相談支援能力向上のためのセミナーへ積極的に参加、知識の習得及び職員間の相互共有をし、支援能力向上を図る。

・業務効率化に資するセミナー

テレワーク導入や情報セキュリティ対策等の事業者の内部に関する取組みへの支援能力の向上を図るセミナーへの参加

・需要開拓等に資するセミナー

売れるようになるEC サイト運営及びSNS 活用に関することやその魅せ方等、基礎的考え方から集客、販路拡大といった、小規模事業者の売上向上に繋がる支援能力の向上を図るセミナーへの参加

②OFF-JT による知識の共有と資質向上

商工会職員による全体ミーティングにおいて、愛知県商工会連合会及び関係機関が実施する研修会及び講習会やDX 推進に向けたセミナーで得た知識や情報をアウトプットし、共有と資質向上を図る。(1 回/月)

③データベース化

担当経営指導員等が基幹システムや経営支援に係るデータベース上にデータ入力を適時・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。

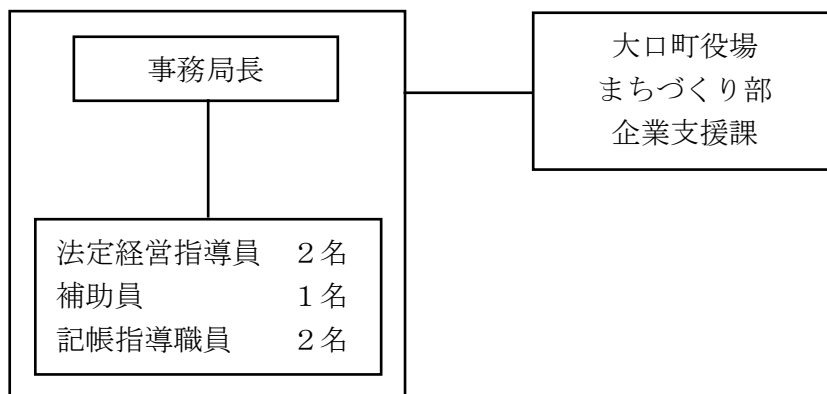
(別表2)

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3年10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：遠藤 季晃
- ◆ 連絡先：大口町商工会 Tel:0587-95-2557
- ◆ 氏名：神野 裕生
- ◆ 連絡先：大口町商工会 Tel:0587-95-2557

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)

月に1度開催する職員間ミーティングの折に、経営指導員及び経営支援員が実施する支援に対しての進捗状況の報告、それに対する多角的な助言を実施する。
当計画の法定経営指導員については、支援の多角化を図ることを理由に、2名の配置を行うこととする。

(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

〒480-0145
愛知県丹羽郡大口町丸二丁目8番地
大口町商工会 事務局
Tel:0587-95-2557 / Fax:0587-95-6328
E-mail:ooguchi.shokokai@eos.ocn.ne.jp

② 関係市町村

〒480-0144
愛知県丹羽郡大口町下小口七丁目155番地
大口町役場 まちづくり部 企業支援課

Tel:0587-95-1623 / Fax:0587-95-1641
E-mail:kigyoushien@town.oguchi.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 | 2,000 | 2,000 | 2,100 | 2,600 | 2,700 |
| ・講習会開催費 | 300 | 300 | 350 | 350 | 400 |
| ・創業塾開催費 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 |
| ・チラシ作成費 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| ・アンケート郵送費 | 100 | 100 | 110 | 110 | 120 |
| ・展示会出展費 | 500 | 500 | 500 | 1,000 | 1,000 |
| ・専門家派遣費 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| ・予備費 | 100 | 100 | 140 | 140 | 180 |

(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 ・愛知県小規模事業者経営支援事業費補助金 ・大口町商工業振興事業費補助金 ・会費、手数料等収入 |

(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 | |