

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	木曽川商工会（法人番号 3180005009594） 一宮市（地方公共団体コード 232033）
実施期間	令和 6 年 4 月 1 日～令和 1 1 年 3 月 3 1 日
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を目標とする。 ② 一宮市産業地域資源の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりの推進を目標とする。 ③ 小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組へ繋げることを目標とする。
事業内容	経営発達支援事業の内容 3. 地域経済動向調査に関すること 小規模事業者に対して地域分析システム「RESAS」を活用してした経済動向分析を行い、情報提供を行う。 4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者に対して、新商品・サービスの需要動向調査を行い、事業計画、事業戦略に反映させる。 5. 経営状況の分析に関すること 外部専門家と連携をしながらセミナーを開催して、経営課題等を把握して、事業計画策定へ活用する。 6. 事業計画策定支援に関すること DX、事業計画、創業、経営革新セミナーを開催して、外部専門家と連携しながら支援をする。 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小規模事業者に対し、定期的にフォローアップを行い、必要があれば外部専門家と連携しながら支援をする。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者が商談会、展示会、ECサイトを活用して、新たな需要の開拓支援を行い販路拡大、販促支援をする。
連絡先	木曽川商工会 〒493-0001 愛知県一宮市木曽川町黒田字宝光寺東 2 0 番地 TEL：0586-87-3618 FAX：0586-87-3802 E-mail：shokokai@kisogawa.or.jp 一宮市役所 〒491-8501 愛知県一宮市本町 2 丁目 5 番 6 号 一宮市 活力創造部 産業振興課 TEL：0586-28-9130 FAX：0586-73-9135 E-mail：sangyo@city.ichinomiya.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

①現状

【一宮市木曽川町の概要】

明治39年5月10日に旧黒田町（曾根を除く）に玉ノ井村・里小牧村が合併して木曽川町の前身、新生「黒田町」が誕生し、明治43年2月に町名を木曽川町と定めた。

平成17年4月1日には、一宮市（一宮商工会議所が管轄）・尾西市（尾西商工会が管轄）・木曽川町（木曽川商工会が管轄）が合併し、新生「一宮市」が誕生し、一宮市木曽川町となった。

一宮市木曽川町の面積は、9.51 km²である。

一宮市木曽川町は、日本のほぼ中央に位置する愛知県の北西部にあり、名古屋市と岐阜市の中間にあって、木曽の清流と温和な気候、風土に恵まれた平坦地である。

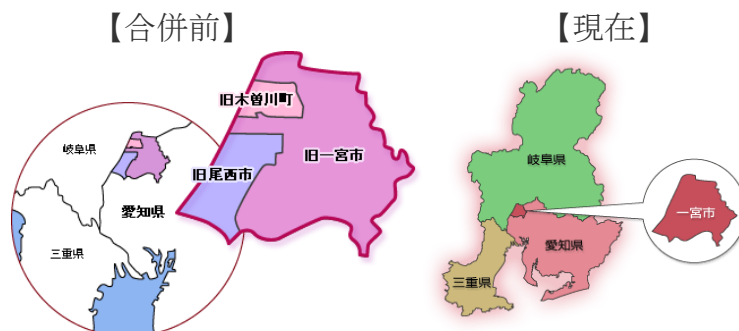
一宮市木曽川町の中央を南北にJR東海道本線・名鉄名古屋本線が通っており、西端には、名鉄尾西線(玉ノ井線)がある。

また、国道22号線（名岐バイパス）・県道6路線が走り、東端には東海北陸自動車道「一宮木曽川インターチェンジ」があり、交通の便に恵まれている。

また、織物の町として知られ、近隣の地域とともに古くから繊維産業を中心に発展した。

近年の社会経済動向の中で繊維産業は厳しい状況におかれながらも、繊維関連にかかわる人たちは、依然として多くの割合を占めている。最近では工場跡地に大型商業施設等が建設されるとともに、インター周辺には多くの企業が進出するなど、産業構造の転換が進み、新たな発展の息吹がかんじられるようになった。

一宮市木曽川町では、自然をできる限り本来の形で守り、子どもからお年寄りまでだれでも訪れることができる憩いの場所として木曽川緑地公園を整備する等、母なる木曽川とともに自然・歴史・文化の流れをはぐくんできたまちである。



【一宮市と木曽川町の人口推移】

一宮市の人口は、378,796 人、うち木曽川町は、33,955 人(令和 5 年 9 月 1 日現在)で、一宮市の約 8.9%の人口である。

一宮市全体の人口は、平成 17 年以降増加傾向にあり、平成 17 年から平成 22 年にかけては大きな伸びを見せている。

平成 27 年から一宮市の総人口は減少傾向であるが、木曽川町では人口が年々増加している。

人口増加の要因として、名古屋市に通勤通学に利便性が良い事と GMS (総合スーパー)の進出が挙げられる。

	平成 17 年	平成 22 年	平成 27 年	令和 2 年	令和 5 年 9 月 1 日現在
一宮市 (旧尾西市 含む)	339,674 人	346,141 人	347,671 人	346,544 人	344,841 人
木曽川町	32,013 人	32,427 人	33,197 人	33,529 人	33,955 人
合 計	371,687 人	378,568 人	380,868 人	380,073 人	378,796 人

※ 国勢調査・一宮市より抜粋

【一宮市木曽川町の観光・地域資源】

① 黒田城跡

黒田城（くろだじょう）は、尾張国葉栗郡黒田（現在の愛知県一宮市木曽川町黒田字古城）に戦国時代から安土桃山時代にかけてあった日本の城である。

一宮市指定史跡で、初代土佐藩主となった山内一豊の生まれた城である。

② 一宮市木曽川資料館

山内一豊を中心に、浅野長政、兼松正吉、奥村永福など一宮市ゆかりの戦国武将、史跡などを紹介している。

建物は、大正 13 年（1924）に竣工した旧木曽川町会議事堂で貴重な歴史的建造物としても現存している。

③ 法蓮寺

妙王山法蓮寺は明応二年に開基した日蓮聖人を本尊とする日蓮宗身延山久遠寺の直末寺である。

この寺は、山内氏の菩提寺となったが、古記録に「黒田城主山内但馬守盛豊、天文年間より、永禄二年まで城主」とあるところから、天文年間（1532～1555）岩倉城主織田信康の重臣として黒田城主に赴任した盛豊公は、永禄二年（1559）岩倉合戦で戦

死するまで、菩提寺として当寺を崇拝したものと考えられる。

弘治三年（1557）織田信長の夜討ちにあつて戦死した長男・十郎とともに当寺に墓が現存（宝篋印塔）しており、墓域は美しく整えられ、今日もなお歴史を物語っている。

また、法蓮寺の妙見堂は、日本三大妙見の一つに数えられる妙見菩薩で有名である。法華経の校本で日相本として世に知られる日相上人は、当地の生まれでこの寺の十三代の住職である。

④ 極早生たまねぎのたね

一宮市木曾川町で生産する玉葱の種子は、100%国産品種として外国産農作物等に対する競争力を有し、主力品種の「超極早生玉葱（ちょうごくわせたまねぎ）」の発芽率は95%以上で品質的にも国内トップである。

当地の種子が優良と言われる背景には、木曾川からの川風が種子を採るための母球の育成に適度な湿度をもたらし、水はけのよい土壌と水利の便が良いなど外部環境に優れているのに加え、早くからの種子の一代交配化に取り組み効果的な品種改良を繰り返してきた結果、瑞々しく肉厚で甘みの豊富な品種「超極早生」の原点を開発できたからである。

現在の「超極早生玉葱」は、秋撒きで、数ある品種の中で最も早く2月から収穫可能な“早出し”として九州方面で栽培され、また早生系統としては稀な貯蔵性に優れた希少品種としても高く評価されている。

⑤ 木曾川町一豊まつり

戦国時代の武将として名高い山内一豊の生誕の地である木曾川町では、甲冑に身を包んだ一豊公と豪華絢爛の時代衣装を纏ったお千代様が戦国武将ら総勢400人以上で勇壮にパレードを行っている。

毎年9月の第3日曜日に開催し、地域住民参加型のイベントとして定着し市外からも多くの観光客が訪れている。

⑥ 一宮モーニング

一宮の街でとくに多いのが喫茶店である。朝の時間帯はドリンク代のみでトーストやゆで卵、サラダなどが付く「モーニングサービス」で全国的に評判となっている。

その起源は、ガチャマン景気に沸いた昭和30年代前半、織物工場を営む、いわゆる機屋（はたや）さんが商談や休息に昼夜を問わず頻繁に喫茶店を訪れていた。忙しい彼らへの朝のサービスとしてコーヒーにゆで卵とピーナツを付けたのが始まりある。

半世紀経った今でも日曜日の朝には家族揃って喫茶店へモーニングを食べに行く光景が多く見られ、総務省家計調査によると、全国都道府県所在地を対象にした一世帯当たりの年間喫茶代（平成18年～20年）で、岐阜市が1位の14,481円、2位が名古屋市で13,547円。両市の真ん中にある一宮市の統計はないものの、その傾向は充分推し量れると思われる。

また、一宮市の喫茶店数は平成 16 年の統計では 752 店舗、これを市の人口 38 万人で割ると、一万人当たり約 20 店舗とトップクラスである。

モーニングを単なる飲食店のサービスではなく、一宮で長年にわたって育まれてきた全国でも類い稀な文化であると考えられる。

【木曽川商工会地区の商工業者数の業種別内訳の推移】

	建設業	製造業	卸売業	小売業	サービス業	その他	合計
平成 18 年	110	387	51	341	403	141	1,433
平成 24 年	113	279	32	308	403	181	1,316
平成 28 年	113	228	374		421	174	1,310

※ 経済センサス H18、H24、H28 より抜粋

【木曽川商工会地区の小規模事業者数の業種別内訳の推移】

	建設業	製造業	卸売業 小売業	サービス業	その他	合計
平成 18 年	102	358	363	373	130	1,326
平成 24 年	108	257	197	285	153	1,000
平成 28 年	112	208	222	298	152	992

【木曽川商工会の会員数と組織率の推移】

	平成 19 年	平成 24 年	平成 30 年	令和 5 年
会員数	832	741	658	658
組織率	54.2%	51.7%	50%	50%

中心的産業であった毛織産業の衰退や卸売業、小売業の減少、さらには、後継者不足による廃業で企業数の減少で、会員企業数は減少傾向である。

また、商工会の経営支援業務が「情報提供型（施策の情報提供）」から「コンサルティング型（経営そのものの相談）」が答えのない支援にシフトしてきている。

さらに、支援ニーズの多様化、高度化、専門化、複雑化により、支援を活用する機関が増え、商工会を利用する会員企業が減少し、商工会の求心力も低下してきている。

【木曽川商工会地区の商業】

昭和 62 年頃、大型店舗タマコシ現在は「平和堂」が進出し、木曽川地域に大型店舗対策のため、木曽川連合発展会が発足した。発足当時は、6 発展会により構成されていた木曽川連合発展会は、現在は木曽川町銀座街発展会のみである。

木曽川町商業協同組合は、平成 9 年に組合員数 34 名で発足した。しかし現在は、廃業と脱退により 10 名で事業運営をしてきたが、令和 5 年 8 月 31 日に解散した。

平成 26 年 7 月 1 日現在の一宮市の商業統計調査では、全体の卸売業の、事業所数は 644 事業所、従業者数は 4,728 人、年間商品販売額は 47,560,421 万円である。

小売業については、事業所数は 1,899 事業所、従業者数は 14,960 人、年間商品販売額は 33,311,867 万円である。

当木曽川商工会地区の商業における卸売業については、事業所数は 27 事業所、従業者数は 120 人、年間商品販売額は 702,577 万円である。

小売業については、事業所数は 254 事業所、従業者数は 2,551 人、年間商品販売額は 4,837,548 万円である。

《卸売業》

	事業所数 (事業所)	従業者数 (人)	年間商品販売額 (万円)
平成 19 年 (内木曽川商工会地区)	857 (47)	6,918 (242)	52,600,086 (1,191,228)
平成 26 年 (内木曽川商工会地区)	644 (27)	4,728 (120)	47,560,421 (702,577)

《小売業》

	事業所数 (事業所)	従業者数 (人)	年間商品販売額 (万円)
平成 19 年 (内木曽川商工会地区)	2,785 (339)	20,547 (3,308)	37,283,016 (5,241,552)
平成 26 年 (内木曽川商工会地区)	1,899 (254)	19,960 (2,551)	33,311,867 (4,837,548)

※ 平成 19 年、平成 26 年一宮市の商業（卸売業・小売業）より抜粋

当木曽川商工会地区の卸売・小売業の事業者数・事業所数・年間消費販売額の推移をみると、年々減少傾向にある。

また、近年では、大型ショッピングセンターの進出により、地域の商店街で買い物をする顧客も減少し、商店の廃業、後継者不足による店舗の閉鎖等、地域の商店街が年々減少し、シャッター通り化している。

商店街では、地元での消費が減少傾向であるため、効率的な経営、魅力ある商品・販売することが必要である。

【木曽川商工会地区の工業】

当木曽川商工会地区の中心的工業は、尾州産地として知られる毛織物産業であった。

尾州産地の始まりは、江戸時代における綿栽培と綿織物にあるとされ、毛織物の産地としては、1890 年代に輸入毛糸で織物が製造されたのが始まりである。

一宮市木曽川産地の毛織物は、織り工程後のプリント加工が施される合織とは違い、色染め、撚糸をはじめとした高度で細かな技術に裏付けられた生地を生産しており、その付加価値は非常に高い。

尾州は、日本最大の毛織物産地として知られているが、近年は事業所数、従業員数、製品出荷額は軒並み減少傾向にある。

また、産地内企業が当産地で賄えなくなったと感じる工程がいくつか挙げられている。

要因として、一般的には、中国をはじめとしたアジアからの輸入の増加や社会の成熟化による需要の減退などが挙げられる。

令和 2 年 12 月 31 日現在の一宮市の工業（製造業）における従業者数 4 人以上の事業所数は 728 事業所である。前回調査の令和元年に比べ 10 事業所の減少、前年増減率△1.4%である。

従業者数は、21,769 人と令和元年に比べ 328 人の減少、前年増減率は△1.5%である。

製造品出荷額等は 55,066,554 万円で令和元年に比べ 2,327,567 万円の減少、前年増減率は△4.1%である。

重化学工業の機械器具製造業（生産用機械器具製造業・業務用機械器具製造業）が新型コロナウイルス感染症の影響により、製造品出荷額が減少した。

当木曽川商工会地区の工業（製造業）における従業者数 4 人以上の事業所数は 49 事業所、従業者数は 994 人、製造品出荷額等は 1,532,066 万円である。

当地域の主力産業である繊維、衣服・繊維品の事業所数も従業員数もピーク時に比べると年々減少している。

	事業所数(事業所)	従業者数（人）	製造品出荷額等（万円）
平成 26 年 (内木曽川商工会地区)	825 (65)	20,543 (1,059)	52,991,449 (1,970,596)
平成 29 年 (内木曽川商工会地区)	803 (51)	20,898 (950)	54,954,227 (1,515,303)
平成 30 年 (内木曽川商工会地区)	773 (54)	21,806 (1,003)	56,564,519 (1,508,220)
令和元年 (内木曽川商工会地区)	738 (50)	22,097 (1,011)	57,394,121 (1,493,262)
令和 2 年 (内木曽川商工会地区)	728 (49)	21,769 (994)	55,066,554 (1,532,066)
対前年増減数	△10	△328	△2,327,567
対前年増減率	△1.4%	△1.5%	△4.1%

※ 一宮市の工業より抜粋

②課題

【木曽川商工会地区の商業】

当地区では、名古屋市・岐阜への交通の便が良い地域のため、人口は年々増加傾向である。

しかし、事業主の高齢化、後継者不足による働き手の減少、経営スタイルのマンネリ化、消費の低迷により事業の衰退が進み、顧客離れが進んでいる。

近年では大型スーパーGMSの進出により、地区内小売店での消費が大型店に奪われ、一人当たりの販売金額の減少により、収益が悪化している。

品数、品揃え、低価格により、大型店や地区外で買い物する人が多いのが現状である。

また、DX（デジタル化）、電子決済サービスの拡大による手数料負担、物価高騰に伴う仕入価の高騰に伴う価格転嫁が出来ない状況である。

その為、大型店とのサービス・差別化を図り、地区内の商店で買い物をしてもらえるようにするのが課題である。

【木曽川商工会地区の工業】

当地区は、地場産業・繊維振興情報の収集のため3つの組合（木曽川織物修整協同組合、尾州織物工業協同組合、尾北毛織工業協同組合）尾張繊維技術センター、一宮ファッションデザインセンターと連携をしている。

尾州織物の伝統的な尾州ブランドの強化、新商品開発、人材の誘致と育成等新し発想によるモノ作りで地域経済全体を盛り上げるのが課題である。

製造業では、円安によって材料等が値上がり、また人手不足、少子高齢化による若者の人材確保が困難である。

労働人口の減少、働き方改革、インボイス制度の導入、DX（デジタル化）、生産性向上が求められている中で、技術の伝承・事業継承の支援をし、いかに企業を存続させるかが課題である。

＜商工会の現状＞

当商工会は、地域の商工業者、小規模事業者の減少により、平成25年度正職員数7名（事務局長1名、経営指導員3名、補助員2名、記帳専任職員1名）から現在では、4名（事務局長1名、経営指導員2名、補助員1名）に職員が減少している。

その中、従来どおりのイベントや事業等を減らさず、小規模事業者に、税務、労務、金融、共済・取引・販路開拓、補助金申請、計画策定等を支援している。

事業主の高齢化、後継者不足による廃業により、小規模事業者の減少が年々進んでいる為、商工会会員企業も年々減少してきている。

今後、厳しい経済環境のなか、当地域には、一つの市に商工会議所と商工会が複数あるため、行政と支援機関と連携をし、経営発達支援事業を強化する必要がある。

＜商工会の課題＞

- ① 支援ニーズの多様化、高度化、専門化、複雑化、IT化により、職員一人に対応するのではなく、支援機関と連携をし、小規模事業者のニーズにあった支援体制をいかに構築すべきかが課題である。
- ② 商工会の支援教務が「情報提供型（施策の情報提供）」から「コンサルティング型（経営そのものの相談）」になり、答えのない支援が必要になり、事業者との対話を通じた伴走型での支援が課題である。
- ③ 小規模事業者への経営課題に対するニーズを把握するために、経営情報資料の収集や提供、伴走型支援をしていくかが課題である。
- ④ 需要開拓や経営承継等の小規模事業者の課題に対し、いかに事業計画の策定や着実な実施等を事業者に寄り添って支援する体制、小規模事業者へのフォローアップ・伴走型支援体制を確立していくかが課題である。
- ⑤ 愛知県内商工会、西尾張支部（尾西・平和町・祖父江町）商工会、支援機関（愛知県よろず支援拠点・中小機構）、専門家との連携後の職員間での情報、高度な専門的な知識・ノウハウの共有をいかに図っていくかが課題である。

（２）小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

① 商工会の１０年を見据えて

令和６年４月１日より商工会の１０年のビジョンを見据えると当地域の商工業者、小規模事業者は年々減少傾向である。

本格的な人口減少により、今後は、当地域を取り巻く経営環境等の見通しは非常に難しくなっている。

その原因として経営者の高齢化、後継者不足、少子・超高齢化社会による人手不足が考えられる。

また、団塊世代の経営者が引退時期にさしかかっているため、事業承継の支援していく必要がある。

地域の雇用を支える事業所の減少、小規模事業者、後継者が年々減少していく中、小規模事業者の抱える経営課題を洗い出し、事業承継の支援に向けての準備期間を活用して円滑に事業承継の支援を行っていく。

小規模事業者への伴走型支援により、事業者の廃業・減少に歯止めをかけ防ぐことによって、小規模事業者の現状維持に繋げる。

尾州というテキスタイルブランドを発信するために、尾州マークの認証制度を活用し、製品の差別化を図り、地域の活力を生み出し、既存産業や次世代産業の育成、創業予定者や女性の活躍できる支援、地場産業の持続的な発展（ジャパン・テキスタイル・コンテスト事業、FDC尾州モノづくり・プロモーション支援事業）等の支援を行う。

当地域では、名古屋市・岐阜への交通の便が良い地域のため、一宮市木曾川町の中央を南北にJR東海道本線・名鉄名古屋本線が通っており、「住みたい町」「働きたい

町」「創業したい町」として一宮市木曽川町が発展できるようにする。

一宮市木曽川町は、戦国武将「山内一豊公」の生まれ育った町、繊維の町「尾州織物」として広く知られている。

近年戦国時代ブームで国・内外でも人気の高い戦国武将・歴女等の注目が集まっている。

毎年9月の第3日曜日に『木曽川町一豊まつり』を開催し、一豊にちなんだ商品・製品を地域の商工業者と一体となって『一豊』ブランドの観光資源の知名度・認知度の向上、情報発信し、地域の観光資源をPRし、地域の活力を生み出す。

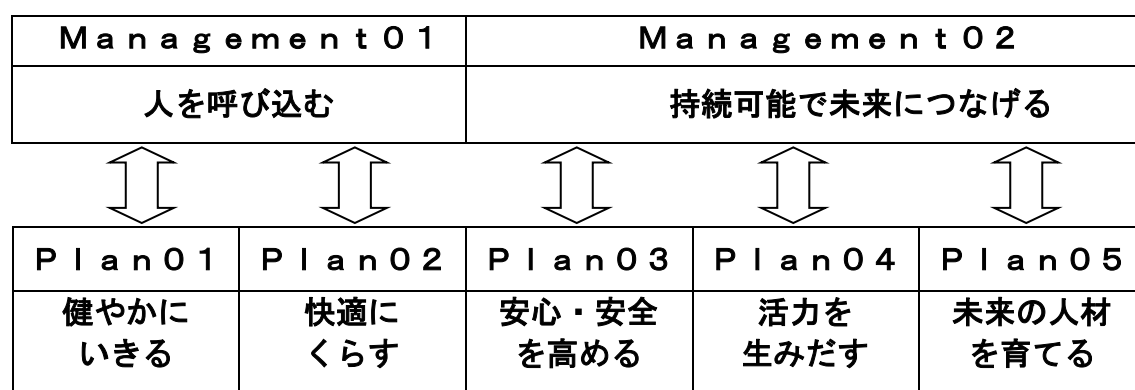
②一宮市総合計画

一宮市において、一宮市総合計画(第7次 平成30年度～平成39年度)として、都市将来像の実現に向けて『今から、できること』『今から、やっておくべきこと』を、『5つのプラン』1. 健やかにいきる 2. 快適にくらす 3. 安心・安全を高める 4. 活力を生みだす 5. 未来の人材を育てるとして定めている。

また、『5つのプラン』に掲げる施策を着実に進めるためには、将来にわたり安定的な市制運営をしていかなければならない。

そのためには、行財政基盤の強化はもちろん、市民と行政がそれぞれの立場で力を発揮し連携することなども必要となっている。

『5つのプラン』を実行していく上での共通基盤として、『人を呼び込む』『持続可能で未来につなげる』の『2つのマネジメント』がある。



③商工会としての役割

当商工会は、市の支援施策等を活用して、繊維技術の継承しつつ繊維産業の衰退を防ぎ、安価な輸入繊維製品との差別化を図るため、高品質な商品開発への支援を行う。

地場産業である繊維産業については、人材育成や海外競争力のある製品の開発に対して支援をする。

また、様々な業種の企業や創業者を支援することにより、産業構造の多様化を図り、中小企業に対する融資などにより、経営体制や経営基盤の良好な中小企業を増やす。

当商工会地域の現状と課題を踏まえ、自治体、行政、金融機関、他の支援機関との

連携を図り、販路拡大・伴走型支援を行い地域の活性化に取り組む必要がある。

事業者の高齢化、後継者がいない事業所には、事業承継支援を行い、廃業事業所数の歯止めを食い止め、小規模事業者の現状維持を目標に支援を行う。

『尾州織物』『一豊』『一宮モーニング』『極早生たまねぎのたね』ブランドを発信するために、当地域の産業・観光・資源の認知度・知名度を向上させる。

当地域での新規開業者や開業予定者を洗い出し、自立して経営が行えるように、経営分析、経営計画策定支援を行い、新規創業事業者数を増やす。

(3) 経営発達支援事業の目標

- ① 小規模事業者の自律的な経営力強化による事業継続を実現。
- ② 一宮市産業等地域資源の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進。
- ③ 小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる。

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 小規模事業者の自律的な経営力強化による事業継続を実現。

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通じて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 一宮市産業等地域資源の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進。

地域特産品『尾州織物』『一豊』『一宮モーニング』『極早生たまねぎのたね』・サービスの開発・改善をし、IT技術・DXを利用した提供方法の推進や、一宮市の施設を活用した販路開拓の支援等を通じて、地域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 小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる。

人口減少社会において地域経済の維持、持続的発展に取り組む上で、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決の伴走において、経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、個社にとどまらず地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成する。

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」

当地域の事業者は、限られた経営状況の中で活動していて、経営指導員等が巡回・窓口等で情報の収集や分析等を行っているもの、まだ外部の情報が不足している。

これまで当商工会では、地域内事業者への情報提供を目的とした経済動向調査を実施していない。

全国商工会連合会の委託事業である景気動向調査で、建設業、製造業、卸売業、小売業、サービス業の売上額、仕入単価、採算、資金繰り、業界の業況のデータ収集を行って報告しているが、十分に有効活用できていないのが現状である。

「課題」

小規模事業者に継続的調査結果を全国的な数値と当地区の比較分析をする必要があるため、調査結果資料を有効活用できるように、継続的にビッグデータ等を活用した専門的な分析をすることが課題である。

今後は、愛知県商工会連合会の中小企業景況調査報告書、金融機関等が行っている経済動向調査を収集し、調査結果を整理した上で、小規模事業者に情報提供を実施していくことが課題である。

(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、木曽川商工会地区内の産業の活性化のために、「産業マップ」「観光マップ」「人口マップ」「自治体比較マップ」を活用し、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、経営指導員が「RESAS」（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「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 景気動向分析

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、管内小規模事業者の景気動向等について、年1回調査・分析を行う。

	建設業	製造業	卸売業 小売業	サービス業	その他	合計
平成 28 年	112 企業	208 企業	222 企業	298 企業	152 企業	992 企業
調査割合	5%	5%	5%	5%	5%	5%
調査件数	6 件	10 件	11 件	15 件	8 件	50 件

【調査手法】 調査票を郵送か全職員体制で、巡回、窓口配布をして、返信用封筒で回収する
経営指導員が外部専門家と連携し分析を行う

【調査対象】 地区内小規模事業者 50 社（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業）の小規模事業者 992 企業合計の 5%

【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）事業内容

○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」

これまでは、小規模事業者持続化補助金申請等に必要な情報を各種関係機関の統計資料等収集して提供していた。個社の需要動向調査は実施していなかった。

「課題」

需要動向調査を実施していなかったため、需要動向収集を行い、いかに小規模事業者に対して情報提供をするのが課題である。

したがって、今後は商品やサービスの動きを把握し、ユーザー、ターゲット層への小規模事業者への新商品・サービスの提供を需要動向調査し、事業計画、事業戦略に反映させることで、円滑な事業実施を推進させ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 来店者（既存商品） の調査対象事業者数	—	30 社	35 社	40 社	45 社	50 社
② 来場者（バイヤー） の調査対象事業者数	—	10 社	10 社	10 社	10 社	10 社
③ 知名度（喫茶店）の 調査対象事業者数	—	6 社	7 社	8 社	9 社	10 社
④ 試食、アンケート 調査対象事業者数	—	2 社	2 社	2 社	3 社	4 社
⑤ 繊維業3組合への 調査対象事業者数	—	30 社	30 社	30 社	30 社	30 社
調査対象事業者 合計	—	78 社	84 社	90 社	97 社	104 社

(3) 事業内容

① 来店者の調査

木曽川町の事業者（卸売業、小売業、サービス業）が販売する商品や提供する役務・サービスについて、需要動向に関する情報、地域経済動向に関する情報を整理・提供することで、事業計画の策定や商品開発、新たな情報を得るためのきっかけづくりを提供し、アンケート調査を実施し、調査結果を分析した上で情報提供をする。

【調査手法】

（情報収集） 1 2 月に開催する【一豊&千代商店街】事業参加店の来店者アンケート調査を行う

（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、経営指導員が分析を行う。

【サンプル数】 【一豊&千代商店街】事業参加店(30 社)×10 人

【調査項目】

卸売業・小売業 ①来店時間、②年齢、③性別、④品目、⑤購入金額、⑥購入口数、⑦ニーズ、⑧満足度(価格を含む)

サービス業 ①来店時間、②年齢、③性別、④来店回数、⑤地域、⑥金額
⑦サービス、⑧ニーズ⑨接客

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が当該業種の店に直接情報提供をし説明する形でフィードバックし、情報提供を行う。

② 来場者の調査

木曽川町の事業者（建設業、製造業(繊維以外)）が製造する商品や提供する役務・サービスについて、経営指導員等が展示会やビジネスフェア等において、来場するバイヤー等に聴き取り調査を行い、需要動向に関する情報、地域経済動向に関する情報を整理・提供することで、事業計画の策定や商品開発、新たな情報を得るためのきっかけづくりを提供し、アンケート調査を実施し、調査結果を分析した上で情報提供をする。

【調査手法】

（情報収集） 展示会・ビジネスフェア来場者に対しアンケート調査を行う。

（情報分析） 調査結果は、専門家、支援機関（よろず支援拠点、中小企業 1 1 9）と連携し、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】 地区内小規模事業者の展示会出店企業

建設業 5 社×5 人
製造業(繊維以外) 5 社×5 人

【調査項目】

建設業 ①売上額、②仕入単価、③採算、④受注額、⑤採算、⑥資金繰り、⑦人材、⑧業界の業状、⑨公共工事の割合、⑩受注エリア、

製造業 ①売上額、②仕入単価、③品質、④受注額、⑤採算、⑥資金繰り、⑦人材、⑧業界の業状

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が当該業種の店に直接情報提供をし説明する形でフィードバックし、情報提供を行う。

③ 知名度の調査

木曽川町にとって、喫茶店は身近な存在である。休日には家族連れで朝食代わりにモーニングを食べに喫茶店に通う文化が残っている。名古屋市と岐阜市の中間の位置する当地域の喫茶店のモーニングについて、来場者にアンケート調査を実施し、調査結果を分析した上で、フィードバックし改良等を行う。

【調査手法】

(情報収集) モーニング発祥の地、一宮において、一宮モーニングプロジェクト「テイクアウトモーニンググランプリ」5月の開催時に来場者が店内で提供されるモーニングのブランド・知名度の調査を行う。

(情報分析) 専門家、支援機関（よろず支援拠点、ミラサポ）と連携し、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】 喫茶店（6 社）×喫茶店来場者 100 人

【調査項目】 ①価格、②味、③見た目、④料理数、⑤サービス、⑥モーニングの時間帯、⑦客層、⑧所在地、⑨店内の雰囲気等

【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。

④ 試食、アンケート調査

一宮市木曽川町で生産する玉葱の種子は、100%国産品種として外国産農作物等に対する競争力を有し、主力品種の「超極早生玉葱（ちょうごくわせたまねぎ）」の発芽率は95%以上で品質的にも国内トップである。

管内地区の和菓子・洋菓子店2店舗で「超極早生玉葱（ちょうごくわせたまねぎ）」を活用したスイーツを開発し、店舗、観光協会で販売している。

店内来客者にアンケート調査を実施し、調査結果を分析した上で、フィードバ

ックし、改良等を行う。

【調査手法】

(情報収集) 店内来店者に試食をしてもらい、アンケート調査する。

(情報分析) 専門家、支援機関（よろず支援拠点、ミラサポ）と連携し、専門家に意見を聞きつつ、経営指導員が分析を行う

【サンプル数】 超極早生玉葱販売店舗（2社）×店舗来店者数 40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におい⑨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和菓子・洋菓子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。

⑤ 繊維業【3組合】へのヒアリング調査の実施

当地区の繊維業の小規模事業者を対象に、個社の該当需要動向調査を行っている一宮ファッションデザインセンター、尾州織物協同組合、尾北毛工協同組合、木曽川織物修整協同組合との情報交換を通じて、情報を収集する。

当地域は尾州産地の為、尾北毛織工業協同組合が11月に開催される尾州産地春夏合同展示会に参加し、来場者にアンケート調査を実施し、調査結果を分析した上で、フィードバックし、改良等を行う。

組合加入者への今後の方向性・販路開拓・価格戦略、販売戦略、商品戦略、広報戦略、商品開発、価格情報について戦略を分析する。
ヒアリングした内容を取りまとめ、個社の、事業計画策定、販路開拓支援に繋げる。

【調査手法】

(情報収集) 尾州織物協同組合、尾北毛工協同組合、木曽川織物修整協同組合・尾張繊維技術センターを通じて調査する

(情報分析) 専門家、支援機関（よろず支援拠点、ミラサポ）と連携し、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】 製造業（繊維）組合・展示会参加者 3組合×10社×10人

【調査項目】 ①糸、②テキスタイル、③ニット、④素材、⑤品質、⑥加工、⑦業種、⑧職種、⑨産地、⑩価格等

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が小規模事業者の販売戦略・商品戦略・広報戦略の立案に活かす

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

「現状」

当地域の小規模事業者は、長年の経験と事業主の勘で事業を行っていることがほとんどであるため、自社の客観的な経営分析はこれまで実施していない。

当商工会では、これまで企業からの金融相談、補助金申請、記帳相談、決算・申告書を確認して、簡易な経営分析を実施している。

また、小規模事業者の経営分析を行い、企業の問題点をチェック、分析して、問題や改善点の支援もこれまで実施していない。

「課題」

今後は、小規模事業者の持続的発展のため、高度・専門的な知識が必要のため、外部専門家等と連携するなど、経営戦略立案に役立つ経営分析を商工会から提案し、実施していくことが課題である。

(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 セミナー 開催件数	—	1 回	1 回	2 回	2 回	2 回
② 経営分析事 業者数	—	15 者	15 者	20 者	30 者	50 者
③ 記帳機械化 事業者数	—	10 者	20 者	30 者	40 者	50 者
分析件数合計	—	25 者	35 者	50 者	75 者	100 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】 地区内の小規模事業者にセミナーの実施が分かるように商工会ホームページに広く周知・掲載し、巡回・窓口相談時に案内をして参加者の募集を図る。

② 経営分析の内容

【対象者】 地区内の小規模事業者

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

《財務分析》 売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率、収益性、安全性、成長性の分析

《ABC分析》 在庫管理の分析

《3C分析》 市場、顧客、競合、自社の分析

《SWOT分析》 自社の強み、弱み、機会、脅威の分析

《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・技術、ノウハウ等の知的財産 ・仕入先、取引先 ・人材、組織	・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向
・デジタル化、IT活用の状況 ・事業計画の策定・運用状況	

【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。等

③ 記帳継続対象事業者に対する経営分析

【対象者】 記帳継続対象事業者75企業の中から意欲的で販路拡大の可能性の高い10企業を選定

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

《財務分析》 売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率、収益性、安全性、成長性の分析

《ABC分析》 在庫管理の分析

《3C分析》 市場、顧客、競合、自社の分析

《SWOT分析》 自社の強み、弱み、機会、脅威の分析

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

【分析手法】記帳継続対象者は、会計ソフトを活用して、財務諸表や決算書をコンピュータで作成し、データをもとに、経営改善の提言をする。会計ソフトを活用し、経営分析指導を行い、自社の内部環境の理解や経営計画策定時に役立て、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。等

（４）分析成果の活用

- 小規模事業者の経営分析をすることで、自社の経営状況を事前にチェックし、詳細な経営状況を把握し活用する。
- 小規模事業者への経営情報として活用し、経営計画策定時に活用する。
- 分析結果は、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。
- 分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

「現状」

当地区の小規模事業者は、事業計画策定の必要性、有益性の理解をしていない。

当商工会は、従来の金融、税務、労務、共済等の相談が多い。

事業計画策定支援では、経営革新の申請、融資申請、小規模事業者持続化補助金・ものづくり補助金・事業再構築補助金等の申請時に会員企業と一緒に事業計画策定支援を実施している。

「課題」

小規模事業者に対し、融資や補助金申請時しか事業計画策定を実施してこなかったため、事業計画策定の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。

今後は、セミナー等を開催・実施することで、いかに事業計画策定支援の重要性を説明し、地区内の中小・小規模事業者に対し策定を促していくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

当地域の小規模事業者の課題の洗い出し、掘り起しを行い、事業計画の必要性をPR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うなが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ことで、取組みに対するハードルを下げる。

5. で経営分析を行った事業者の2割程度／年の事業計画を目指す。

また、持続化補助金、ものづくり補助金、事業再構築補助金等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サポートを行う。

併せて、補助金申請予定企業を対象に、事業計画を策定し、補助金等を活用し事業計画が実現できるように、専門家、支援機関と連携をし、改善策の立案、提案を支援・指導して行く。

小規模事業者が存続・発展できるよう事業計画策定支援を既存事業者だけではなく、創業予定者を含め支援・指導して行く。

(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 D X 推進セミナー	—	1 回	2 回	2 回	3 回	3 回
②事業計画策定 セミナー回数	—	1 回	2 回	2 回	3 回	3 回
③創業・第二創業 セミナー回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
④経営革新セミナー 回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
セミナー回数 合計	1 回	4 回	6 回	6 回	8 回	8 回
② 事業計画策 定事業者数	—	3 者	3 者	4 者	6 者	10 者
③ 創業計画策 定事業者数	—	1 者	1 者	2 者	2 者	2 者
④ 第二創業策 定事業者数	—	1 者	1 者	2 者	2 者	2 者
⑤ 経営革新策 定事業者数	1 者	2 者	2 者	3 者	3 者	3 者
⑥ 事業承継策 定事業者数	—	1 者	1 者	3 者	3 者	3 者
策定事業者合計	1 者	8 者	8 者	14 者	16 者	20 者

(4) 事業内容

① D X推進セミナー開催・I T専門家派遣の開催

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W e bサイト構築等の取組を推進していくため、セミナーを開催する。

【支援対象】 事業計画の策定前段階の事業者

【手段・手法】 事業計画の策定前段階の事業者に対し、経営指導員が担当制を敷き、外部専門家も交えてD Xの事業計画の策定に繋げていく。

【セミナー（カリキュラム）の事例】

- ・D X総論、D X関連技術（クラウドサービス、A I等）や具体的な活用事例
- ・クラウド型顧客管理ツールの紹介
- ・S N Sを活用した情報発信方法
- ・E Cサイトの利用方法

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IT専門家派遣を実施する。

② 事業計画策定セミナーの開催

小規模事業者は、自社を取り巻く外部環境、内部環境の分析をする機会が少ないため、事業計画策定の必要性を理解していない。

そのために、事業計画書の「意義」や「必要性」を理解していただき、検討すべき事項を明確化してもらう。

そこで、小規模事業者に対し、事業計画策定のセミナーをホームページ、チラシ、巡回・窓口等で参加者の募集をし、年1回開催し、事業計画の重要性を説明し、自社を取り巻く環境の分析、経営資源の分析を行う。

【支援対象】 経営状況の分析を行った事業者

【手段・手法】 事業計画策定セミナー参加者に対し、経営指導員が担当制を敷き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定に繋げていく。

③事業計画策定支援

事業計画策定に必要な検討事項に基づき、事業計画書のストーリーについて小規模事業者の考えを聞き出しながら経営指導員等が伴走して支援をする。

また、事業の遂行に支障となる実施上の課題について、課題の解決方法をアドバイスする。

【支援対象】 経営状況の分析セミナーに参加した中の事業計画策定支援希望者

【手段・手法】 事業計画策定支援希望者に対し、各支援機関【ミラサポ119、エキスパート、よろず支援拠点】・専門家【中小企業診断士】と協力をして、事業計画策定を支援する。

④創業・第二創業策定支援

当商工会を窓口として、一宮商工会議所、尾西商工会とともに各支援機関、金融機関等との連携・協力による創業・第二創業セミナーの共同開催による意欲ある企業の発掘を行い、事業計画の策定と併せ、事業計画の具現化のための各種公的支援施策の活用のための提案・支援を行う。

そこで、新規創業・第二創業計画策定希望者に対しセミナーを開催し、事業計画の重要性を説明行う。

創業・第二創業計画策定について必要な検討事項に基づき、計画書のストーリーについて小規模事業者の考えを聞き出し、経営指導員等が伴走して計画策定を支援する。

そのうえで、事業の遂行に支障となる実施上の課題について、課題の解決方法をア

ドバイスする。

また、創業・第二創業に興味のある方等を、支援機関へ紹介をし、一緒に伴走型の支援をする。

- 【支援対象】 創業・第二創業支援希望者
【手段・手法】 地区内全域の中小企業、小規模事業者に対し、商工会のホームページを活用しセミナーの周知を行う。
創業・第二創業支援希望者に対し、各支援機関【ミラサポ119、エキスパート、よろず支援拠点】・専門家【中小企業診断士】と協力をして、創業・第二創業計画の支援をする。

⑤経営革新策定支援

当商工会を窓口として、一宮商工会議所、尾西商工会とともに各支援機関、金融機関等との連携・協力による経営革新セミナーの共同開催による意欲ある企業の発掘を行い、経営革新計画の策定と併せ、事業計画の具現化のための提案・支援を行う。

そこで、経営革新計画策定希望者に対し中小企業、小規模事業者が、自社にとって初めて行う取組みを行う事により、経営の相当程度の向上を図ることを目的に、セミナーを開催し、経営革新・事業計画の重要性の説明を行う。

経営革新計画策定について必要な検討事項に基づき、今後の経営指針となる計画を作成し、既存事業と、新規事業の違いを経営指導員等が小規模事業者の考えを聞き出し、策定支援をする。

- 【支援対象】 地区内の経営革新支援希望者
【手段・手法】 地区内の中小企業、小規模事業者に対し、商工会のホームページを活用しセミナーの周知を行う。
経営革新支援希望者に対し、各支援機関【ミラサポ119、エキスパート、よろず支援拠点】・専門家【中小企業診断士】と協力をして、経営革新計画の支援をする。

⑥事業承継策定支援

小規模事業者、中小企業者の経営者の高齢化が進み、事業承継の必要性は理解しているが、事業承継対策を先延ばししている後継者未定の経営者がいる。

そこで、小規模事業者に対し事業承継の必要性等を説明し、問題になる前にできるだけ早く対策が出来るよう、各支援機関の専門家を活用して、事業承継支援をする。

当商工会を窓口として、一宮商工会議所、尾西商工会ともに各支援機関、金融機関等連携し、経営指導員等による巡回、窓口、会報、ホームページの掲載、リーフレットの配布により、事業承継に必要な検討事項に基づき、小規模事業者の考えを聞き出しながら、経営指導員等が伴走して事業承継の支援をする。

そのうえで、事業の遂行に支障となる実施上の課題について、課題の解決方法をアドバイスする。

【支援対象】 地区内の事業承継支援希望者

【手段・手法】 事業承継支援希望者に対し、各支援機関【ミラサポ119、エキスパート、よろず支援拠点】・専門家【中小企業診断士】と協力をして、事業承継の支援をする。

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」

当商工会は、これまで小規模事業者持続化補助金申請時のみにしか事業計画を実施していない。

経営指導員等の限られた人数で補助金申請、事業計画策定支援を行っているため、充分に対応出来ていない。

経営指導員等が巡回、窓口相談時に事業計画の進捗状況を定期的に把握、確認し、指導しないといけないが、個々の職員により、事業計画策定後の小規模事業者へのフォローアップが不十分である。

「課題」

経営指導員等が実施しているフォローアップも不定期であったり、訪問回数も少なかったため、今後は、訪問回数等の改善をおこない、他の支援機関と連携し、いかに小規模事業者に寄り添った伴走型支援に取り組むことが課題である。

（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、経営者と従業員が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、潜在力の発揮に繋げる。

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
① フォローアップ(巡回訪問)対象事業者数	—	15 者	25 者	40 者	50 者	60 者
① 頻度(延回数)	—	60 回	100 回	160 回	200 回	240 回
② フォローアップ(専門家)対象事業者数	—	15 者	25 者	40 者	50 者	60 者
② 頻度(延回数)	—	15 回	25 回	40 回	50 回	60 回
売上増加事業者数	—	5 者	5 者	6 者	6 者	6 者
利益率 1%以上増加の事業者数	—	5 者	5 者	6 者	6 者	6 者

(4) 事業内容

①巡回訪問による事業計画進捗状況のフォローアップ支援

事業計画を策定した全ての事業者を対象とし、経営指導員等が概ね四半期に一度の頻度で巡回訪問のうえ、事業の進捗状況の確認、改善等の支援を行う。

経営指導員が独自様式のフォローアップシートを用いて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 者を四半期に一度とフォローアップを行う。ただし、事業者から申出等により、臨機応援に対応する。

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専門家によるフォローアップ支援

小規模事業者への事業計画策定実施にあたって必要となった専門分野に関する支援については、愛知県商工会連合会エキスパート、ミラサポ、よろず支援拠点等と連携支援を行う。

各課題に対応する専門家派遣制度の積極的な活用を愛知県商工会連合会と相談しながら、小規模事業者の課題解決が図れるよう伴走型支援をする。

その頻度については、事業計画を策定した全ての事業者を対象とし、経営指導員等、専門家が年 1 回巡回訪問のうえ、フォローアップ支援を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

「現状」

当地域の小規模事業者における需要の開拓の支援では、「木曽川町一豊まつり」「木曽川町商工まつり」への自社の商品のPR、販路拡大に繋がるように、事業者の出店募集をしているが、近年では参加出店者の固定化が進んでいる。

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等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のDXに向けた取組が進んでおらず、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっている。

「課題」

今後は、小規模事業者が「木曽川町一豊まつり」「木曽川町商工まつり」への出店において、販路開拓、新規顧客獲得、売上増加に繋がる支援を行っていくのが課題である。

また、小規模事業者への情報発信の強化、展示会出店への支援、アンテナショップの活用も課題である。

今後、新たな販路の開拓に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。

(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なった意欲ある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、地元尾西信用金庫が主催で開催しているびじん（尾西信用金庫）ビジネスマッチングへ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。

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あった支援を行う。

(3) 目標

項 目	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 びしんビジネスマッチング出店事業者数	—	3 者	3 者	4 者	4 者	5 者
売上額／者	—	10 万円	10 万円	12 万円	12 万円	15 万円
② びじんビジネスマッチング商談会参加事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
成約件数／者	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
③ SNS活用事業者数	—	10 者	10 者	10 社	10 社	10 者
売上増加率／者	—	2%	2%	2%	2%	2%
④ グーペECサイト利用事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率／者	—	2%	2%	2%	2%	2%
⑤ ネットショップの開設者数	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
売上増加率／者	—	2%	2%	2%	2%	2%
⑥ 「一豊まつり」出店事業者数	28 者	28 者	29 者	29 者	30 者	30 者
⑥ 「商工まつり」出店事業者数	25 者	25 者	26 者	26 者	27 者	27 者
売上増加率／者	—	2%	2%	2%	2%	2%
⑦ 「展示会等」出展事業者数	—	3 者	3 者	4 者	4 者	5 者
売上額／者	—	10 万円	10 万円	12 万円	12 万円	15 万円
⑧ 「まるっと！あいち」出店事業者数	—	1 者	2 者	3 者	3 者	3 者
売上額／者	—	10 万円	20 万円	30 万円	30 万円	30 万円

(4) 事業内容

① びしん（尾西信用金庫）ビジネスマッチング出展PR

商工会がびしん（尾西信用金庫）ビジネスマッチング出展事業をPR・周知をおこない、新たな需要の開拓を支援する。

びしん（尾西信用金庫）ビジネスマッチングは、尾州地域の地元企業を中心に取引先の販路拡大、マッチング商談会、ビジネスニーズの共有、地元の優れた製品の成長・支援など、皆様のビジネスチャンスの機会となる「出会いの場」の提供をする。

② びしん（尾西信用金庫）ビジネスマッチング商談会参加事業（B to B）

尾西信用金庫主催の「びしんビジネスマッチング」に毎年、管内の主要業種である製造業者3社を選定し参加させる。参加させるだけでなく、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うとともに、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。

③ SNS活用

現状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組のため、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。

④ グーペECサイト利用（B to C）

グーペが運営するショッピングサイト等の提案を行いながら、効果的な商品のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

⑤ 自社HPによるネットショップ開設（B to C）

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、セミナー開催や立ち上げ後の専門家派遣を行い継続した支援を行う。

⑥ 木曽川町一豊まつり、商工まつりへの参加、出店支援による売上増加（B to B）

販路拡大を目指す小規模事業者に当地域で毎年開催している、「木曽川町一豊まつり」「木曽川町商工まつり」への出店を商工会ホームページ、フェイスブック等のSNSを活用して、積極的に出店のPRをして、出店を促す。

小規模事業者へ出店の機会を与え、自社の製品・商品のPR、販路拡大、新規顧客の獲得、売上増加の拡大を図る支援を行う。

⑦ 展示会出店支援（B to C）

展示会出店支援として「メッセなごや」出店ブースのPRし、小規模事業者に出展を促し、自社商品のPRをして新規の販路拡大・売上の拡大を図る。

一宮商工会議所の「一宮だいたいフェスタ」等への物産展への出店をPRし、木曽川町の商品や技術をPRして新規の販路拡大・売上の拡大を図る。

織物組合と連携し、地場産業である尾州織物のジャパン・ヤンフェアや商談会出店を促し、自社商品のPRをして新規の販路拡大・売上の拡大を図る。

大型GMS（総合スーパー）と連携をし、展示イベント等の行事がある時に、商工会会員企業が出展をし、来店者に自社商品のPRをして新規の販路拡大・売上の拡大を図る。

⑧ アンテナショップ(まるっと！あいち)等の活用（B to B）

愛知県内の特産品を一堂に集め、県営名古屋空港に設置されているアンテナショップ「まるっと！あいち」の情報を小規模事業者の説明PRをし、出店を促し、新規の販路拡大・売上の拡大を図る。

県営名古屋空港に設置されているアンテナショップに出店することで、空港利用のお客様等に、新製品・新装品の知名度の向上、売上の増加、販路拡大に期待できる。

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能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

「現状」

当商工会では、新型コロナウイルス感染症の影響で、地域の事業者に対して更なるサービス向上と今後の商工会事業のあり方を検討するため、業務や事業内容のアンケート、意見や要望等のアンケート調査を実施できなかった。

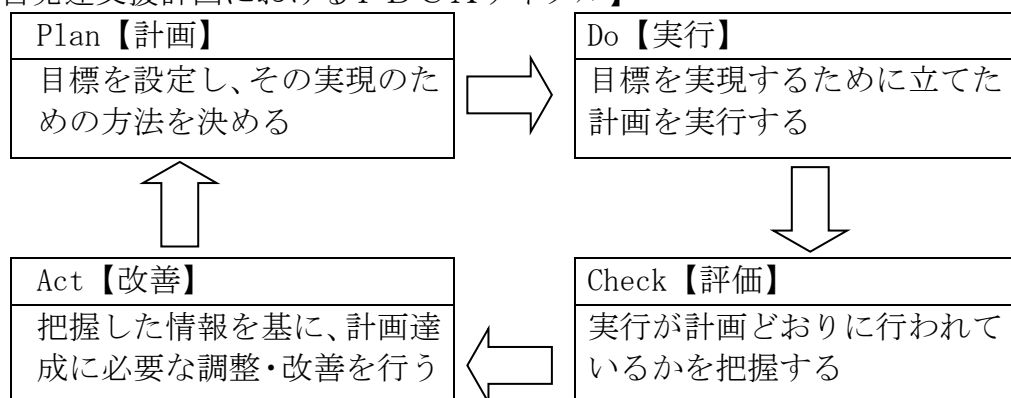
「課題」

アンケート調査の結果の公表や、事業内容の評価や見直しをする必要があることが課題である。

(2) 事業内容

- ① 経営発達支援事業評価委員会を年1回開催し、外部有識者(中小企業診断士)で構成する有識者会議(行政【愛知県・一宮市】・専門家・会長・副会長・商工会職員で構成)、ワーキンググループ(支援企業・専門家・理事・商工会職員で構成)を立ち上げ、経営発達支援事業の進捗状況等について5段階評価を行い、毎年事業の実施状況、成果の評価、検証、その結果を取りまとめ、理事会に見直し案を上程して、次年度へ改善対応を図る。
- ② 本会理事会は、経営発達支援事業評価委員会の意思決定機関として、有識者会議より上程された報告及び見直し案の承認及び修正を行う。
- ③ 事業の報告及び見直し案について、評価調書を作成し、木曽川商工会のホームページに公開をし、意見を求める。

【経営発達支援計画におけるPDCAサイクル】



10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

「現状」

職員の資質向上については、経営指導員、補助員は愛知県商工会連合会等が主催する研修会に参加をしている。

研修等で身に付けた、現場力の高いスキル、ノウハウ、専門的知識を身に付け、小規模企業や地域のニーズに即応できる必要がある。

「課題」

研修会に参加した職員が、研修終了後自らが講師になり、内部研修を行い知識の共有化をし、レベルアップに取り組み、ITリテラシーの支援能力向上、DXに向けた相談・指導能力の向上を図ることが課題である。

（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】

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の資質向上には、経営指導員は、愛知県商工会連合会が主催している経営指導員等研修（一般コース）（特別コース）、補助員は、基本能力研修会に計画的に参加をして支援能力の向上、資質向上を図る。

また、年代別の研修会として、将来管理職として、組織づくりを担う職員に対し、管理職養成研修会、商工会の中核を担う職員に対し、中堅職員研修会、情報提供のツールの活用を担う職員に対し、情報化推進要員研修会、職員協議会が主催の研修会等に積極的に参加をして支援能力の向上、資質向上を図る。

【事業計画策定セミナー】

当会では、PDCA評価委員会において、事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上が指摘されているため、中小企業大学校が主催する、中小企業を支援する上で必要な基礎知識・理論・手法を習得する為の基礎研修、中小企業を支援する上で必要な専門知識ならびに実践力・分析力を習得する為の専門研修等中小企業支援担当者向け研修を受講し、経営指導員等の支援能力の向上、資質向上を図る。

【DX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、経営指導員及び一般職員の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推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについて積

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（事業効率化等）の取組

R P Aシステム、クラウド会計ソフト、電子決裁システム等の I T ツール、オンライン会議対応、ペーパーレスによる業務デジタル化、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 ・情報発信方法、E C サイト構築・運用
オンライン展示会、S N S 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

オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャットツール導入等

【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・向上をはかり、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。

【小規模事業者課題設定力向上研修】

課題設定に焦点を当て、そのポイントと手段を習得することで、その後に続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

② O J T 制度の導入

専門的な支援スキルを吸収するために、愛知県商工会連合会の専門家派遣制度、小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業、企業診断、経営・技術強化支援事業（エキスパートバンク）、ミラサポ 1 1 9 等の専門家派遣事業に職員が支援する現場に同行し、専門家の支援テクニック、支援手法等の指導、ノウハウを吸収し、支援能力の向上、資質向上を図る。

また、支援経験の豊富な経営指導員と一般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

経営指導員研修等へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、I T等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング（月2回、年間24回）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

④ データベース化

担当経営指導員が基幹システムや経営支援システム上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）

事務局長	1名
法定経営指導員	2名
補助員	1名
記帳指導職員	1名
記帳指導員	2名
一般職員	1名

一宮市 活力創造部 産業振興課

(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：杉野 育男・早川 昌宏

■ 連絡先：木曽川商工会 TEL. 0586-87-3618

① 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行う。

当計画の法定経営指導員については、事業実施を分担して行い、事業の効率化をして実施をする為に、1名の法定経営指導員ではなく、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 木曽川商工会

〒493-0001 愛知県一宮市木曽川町黒田字宝光寺東20番地
TEL：0586-87-3618
FAX：0586-87-3802
E-mail：shokokai@kisogawa.or.jp

② 一宮市役所

〒491-8501 愛知県一宮市本町2丁目5番6号
一宮市 活力創造部 産業振興会
TEL：0586-28-9130
FAX：0586-73-9135
E-mail：sangyo@city.ichinomiya.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	1, 250	1, 400	1, 400	1, 450	1, 450
専門家派遣費	100	150	150	200	200
協議会運営費	100	100	100	100	100
セミナー開催費	500	600	600	600	600
チラシ作成費	50	50	50	50	50
人件費	500	500	500	500	500

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
国補助金、愛知県補助金、一宮市補助金、会費、手数料収入

(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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等