

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	阿久比町商工会（法人番号 8180005011728） 阿久比町（地方公共団体コード 234419）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 1 事業計画策定支援による販路拡大及び売上増加 2 デジタルトランスフォーメーションを活用した業務プロセス改善による生産性向上
事業内容	経営発達支援事業の内容 1 地域の経済動向調査に関すること 国や県が提供するビッグデータを活用した「地域の経済動向分析」と事業者の売上情報等を集約し分析する「地域の景気動向調査分析」を行い、纏めたものをホームページに掲載し広く周知する。 2 需要動向調査に関すること 新サービスの展開・新商品の開発における消費者ニーズ調査を実施し、事業者の事業計画策定支援に反映させる。 3 経営状況の分析に関すること 財務分析及び非財務分析を用いて事業者の経営状況を分析する。分析結果は、事業計画策定や今後の経営戦略の意思決定に活用する。 4 事業計画策定に関すること 経営状況の分析を行った事業者やDX推進セミナー受講者及び創業塾受講者に対し、事業計画の策定支援を行う。 5 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画の遂行状況に応じて必要なフォローアップを行う。 6 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会への出展支援、ビジネスマッチングサイトを活用した販路拡大、SNSによる情報発信及びホームページ・ECサイト開設の支援を行う。
連絡先	阿久比町商工会 〒470-2212 愛知県知多郡阿久比町大字卯坂字古見堂48番地 TEL 0569-48-7085 FAX 0569-48-6087 E-mail : agui-sci@kne.biglobe.ne.jp 阿久比町 産業観光課 〒470-2292 愛知県知多郡阿久比町大字卯坂字殿越50番地 TEL 0569-48-1111 FAX 0569-48-0229 E-mail shoko@town.agui.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阿久比町の現状



ア 地理

阿久比町は、知多半島のほぼ中央に位置し、半田市、常滑市、知多市、東浦町と接する。面積・地勢をみると、東西、南北ともに約6 km、23.8km²の面積を有する。

イ 交通

名古屋市中心部まで鉄道・道路のいずれを利用しても約30分、中部国際空港も車で約20分でアクセスできる交通利便性を有する。さらに、町内には知多半島を南北に貫く知多半島道路の阿久比インターチェンジがあるほか、主要地方道名古屋半田線、三河地区につながる衣浦大橋と知多半島の西知多産業道路を結ぶ東西方向の主要地方道西尾知多線など、近隣市町とのアクセスにも恵まれている。

鉄道では、4つの駅と市町境にも駅があり、利用者の多くが占める阿久比駅には特急が停車するなど、恵まれた交通条件を有している。

ウ 自然

阿久比町の中心部を阿久比川が流れ、川の両側の東西に農地が広がり、それを囲む丘陵地周辺に住宅街が立地し、さらに背面には樹木や農地が連なりみどりを形成している。

エ 住環境（子育て・歴史文化・地域への愛着度）

子どもを持つ若い世代の転入により、学童保育の増設、中学校卒業までの通院医療費無料化、幼保小中一貫教育を推進し、次世代を担う人材の育成に注力している。

町の歴史は古く、奈良県の藤原京からは「阿具比」と記載された木簡が出土し、1,300年以上の歴史が有している。さらに虫供養や山車祭りなど伝統行事が、町内の各地域で传承されている。こうした自然、子育て、歴史文化で特性がある阿久比町には、住民意識調査において75%以上の人が「まちへの愛着」を感じており、住民の郷土愛は非常に高い。

オ 人 口

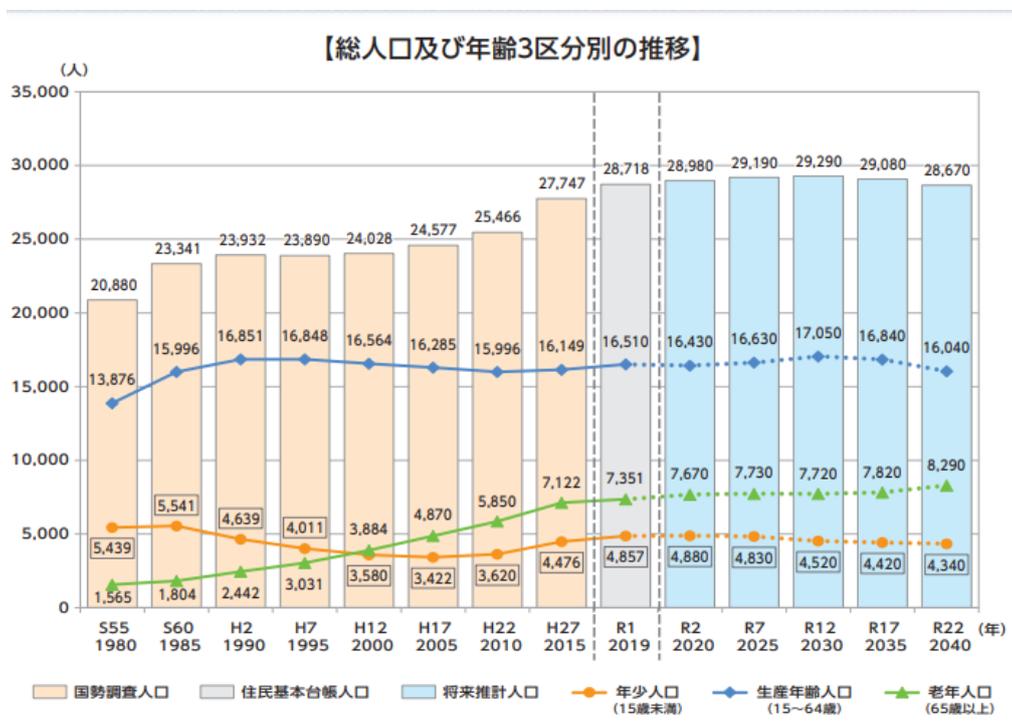
・阿久比町の総人口の推移は下表のとおりである。

	1970年 昭和45年	1980年 昭和55年	1990年 平成2年	2000年 平成12年	2010年 平成22年	2020年 令和2年
総人口（人）	18,449	20,880	23,932	24,028	25,466	28,693

（資料出所：令和2年以外は国勢調査より）

人口は、昭和45年以降から上記のとおり増加している。近年の人口増加の要因としては、町東部で平成22年から始まった大規模開発による宅地分譲（名鉄陽なたの丘）により、30代を中心とした子どもを持つ若い世代が、多く転入したものと推測される。

また、年齢3区分別の推移では、年少人口（15歳未満）は、平成17年まで減少傾向だったが、平成17年以降は増加傾向となっている。一方、老年人口（65歳以上）は一貫して増加で推移しており、平成12年には年少人口を老年人口が上回っている。令和3年度～令和12年度まで29,000人程度の人口規模を維持を図る。



出典：「国勢調査」（昭和55年～平成27年） 「住民基本台帳」（令和元年10月1日登録人口）
「国立社会保障・人口問題研究所推計準拠値」（令和2年～令和22年）

カ 阿久比町の産業

阿久比町内の商工業者数、小規模事業者数は、平成13年～24年まで横ばいで平成28年には若干減少している。商工業者数としては、平成28年と平成24年と比較し2.9%減少した。内訳として概ね横ばい又は微減の業種が多いなか、サービス業は31%減少している。一方で建設業数においては15%増加している。

(阿久比町事業者数推移)

	商工業者数	小規模事業者数
平成13年	754	566
平成18年	720	536
平成21年	763	565
平成24年	756	565
平成28年	734	533

(阿久比町業種別事業者数推移)

	建設業	製造業	卸小売業	飲食業	サービス業・その他	計
平成13年	126	77	244	105	202	754
平成18年	113	62	230	100	215	720
平成21年	125	70	240	98	230	763
平成24年	118	63	235	99	241	756
平成28年	136	58	239	96	205	734

(資料出所：平成28・24・21年は経済センサス調査、平成18・13年は事業所・企業統計調査より)

農業【第1次産業】

本町の農業は、温暖な気候と阿久比川流域の肥沃な水田に恵まれ、古くから米の町と知られている。阿久比のブランド米「れんげちゃん」は、レンゲソウを土に鋤きこむことにより有機肥料として育てられ、環境にもやさしく安全安心な米として高く評価されている。また、農業用施設を利用した花き、粘土質の土壌で栄養価の高い野菜などの生産が行われている。しかしながら、近年では農業従事者の高齢化や後継者不足により、耕作放棄地の拡大といった課題も抱えている。

工業【第2次産業】

本町の工業は、かつて綿布業を基幹産業として発展してきたものの、海外との価格競争等により衰退した。平成に入ってから、阿久比西部整備地区において工業団地が整備され、先端産業が操業を開始するなど高付加価値産業への転換が進んでいる。現在阿久比町には、草木・中部・南部工業団地の3カ所の工業団地があり、工業団地内に10社が工場を構えている。ものづくりが盛んな愛知県において、産業拠点の一つになっている。

商業【第3次産業】

平成11年に大型ショッピングセンターのアピタ阿久比店が開店以降、本町の消費の中心となってきた。近年では、幹線道路沿いへの商店立地がすすみ、コンビニエンスストアやドラッグストア、スーパーマーケットの出店が相次いでいる。

また新型コロナウイルス感染症の影響により、消費者の購買行動に変化が表れている。インターネット通信販売の活用などにより、非対面での買い物方法が若い世代を中心に支持されている。一方で、ITに疎い高齢の世代では、店員と消費者との距離間が近く、買い物を通して地域の人々と交流ができる小売店での買い物に魅力を感じている町民も多い。

②阿久比町の課題

ア 人口減少・少子高齢化社会への対応

これまで人口増加が続いてきたものの、今後は緩やかに人口減少・少子高齢化の進行により、経済活動を支える生産年齢人口も減少し、購買・消費力や扶助機能の低下などの問題が生じる可能性が高い。

イ 次世代を担う人づくり

次世代を担う子どもたちの健全な育成のため、個性や能力、自立心や思いやりの心などを伸ばし育てる教育を行うため、学校・家庭・地域が連携して教育環境の充実を図ることが求められている。

ウ 災害に強いまちづくり

近年、地震や豪雨災害など多発しており、今後も気候変動の激化による災害の多発化・巨大化のリスクが高まることが想定され、避難所・避難場所等の整備など災害への強靱化対策が必要である。とりわけ南海トラフの巨大地震被害予測では、過去地震最大モデル（震度6強）では死者数約10人・建物の全壊等約300棟、理論上最大想定モデル（震度7）では死者数約200人・建物の全壊等約3,100棟が予測されている。なお、阿久比町においては最大で震度7が予想されている。

エ 豊かな自然と調和した快適な生活環境と賑わいを生み出す交流拠点の形成

阿久比町の魅力として、多くの住民が豊かな自然環境をあげている。

一方で、より快適に暮らせる利便性や自然災害に対する安全性、企業誘致は欠かすことのできない要素である。安全で利便性の高い道路網や犯罪や事故のない快適な生活環境と雇用創出のバランスのとれたまちづくりが必要である。

オ 市街地形成の整備

阿久比町は既存の集落を中心とした市街地と、民間事業者の宅地開発による市街地から形成されており、市街化区域が飛び地の状態で、市街地の連続性が欠如した状態となっている。こうした状況から点在した市街地に対し、既存市街地の生活サービス機能の維持・更新を図り、住環境の整備や公共交通サービス機能強化による移動できる幹線道路や生活道路の整備等の都市経営の安定化を進めていく必要がある。

③阿久比町商工会の事業者支援の現況と課題

【阿久比町の上記課題について】

人口減少・少子高齢化の影響は、購買・消費力の低下につながり商工業者にとっても課題である。次世代を担う人づくりや、豊かな自然と調和した快適な生活環境と賑わいを生み出す交流拠点の形成に商工業者も参画することが商工業の発展にもつながる。さらに、災害に強いまちづくりや市街化形成の一端を地元商工業者が担い、協力していかなければならない。そのためには、事業者のIT導入に関する支援、創業支援、新たに阿久比町に移り住んできた方への需要を喚起する新サービス・新商品の開発に取り組む事業者を支援し、商工業の発展が街づくりの一翼を担えるよう、計画性と実行性の高い事業計画の策定支援が必要である。

[現状]

当商工会では平成28年の経営発達支援計画の認定を受け、その翌年の平成29年度～令和2年度までに年平均27件の事業計画書の策定支援を行ってきた。補助金申請＝事業計画書の策定が不可欠という認識がチラシ作成や各種補助金の申請により浸透し、事業計画の策定件数は年々増加傾向にある。さらに、事業者は策定した事業計画書をベースに、経営革新計画、経営力向上計画、先端設備等導入計画等策定にも活用し、一括償却時の節税や固定資産税の減免にも応用が進んでいる。

[課題]

- ・事業計画書の策定支援は継続的に実施してきたが、事業計画書に盛り込んだ売上高や利益額などの効果の検証については不十分である。
- ・補助金を採択されるための事業計画書となり、事業者自身の思いが欠落していたり、作成後は計画の見直しや経営に活かしていない事業者も多い。
- ・経営者自身の経験や過去の成功にとらわれ、時代の変化に対応できていない。
- ・ソフトウェアを活用した生産性向上やIT導入に関する活用支援が不十分である。
- ・事業者を支援するためのマンパワーが不足している。

(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

近年、町内事業者は、事業主の高齢化などによる廃業が増えてきた一方、IT関連サービス業など店舗を持たない形式の新規開業者もあり、町内の事業者数は、ほぼ横ばいである。しかし、将来的には少子高齢化による人口減少とともに、事業者数の減少が見込まれる。地域の経済活動を支える生産年齢人口が減少することは、購買・消費力の低下につながる懸念される。そのため、地域経済を活性化させるための根源である事業者を中心に創業者の支援を行い、地元住民に愛される事業者を創出し魅力ある多様性に富んだまちづくりに寄与する。

工業は、事業者間の活性化や産業間の促進により地域活力の向上をはかっていく。技術の蓄積や設備投資など、多大な時間と資金を要する工業分野には新規創業のハードルが高い。そのため、培ってきた技術力や人材といった無形資産を含めた事業承継により、小規模事業者の持続的発展を目指す。

また、実施にあたり以下のとおり連携しながら推進していく。

主要事業	実施団体等	事業概要
商業者の活力の向上	町・商工会	<ul style="list-style-type: none"> ・大型店との共存 ・小売業者の育成・経営強化 ・特産品の開発 ・創業支援
幹線道路沿い商業の発展	町・商工会	<ul style="list-style-type: none"> ・商業店舗の誘導
観光振興の整備	町・商工会・観光協会・民間	<ul style="list-style-type: none"> ・商業者、観光協会との連携 ・広域的な連携と観光資源の発掘 ・民間活力の導入による広域的な対流・交流拠点の促進

イ 工業

工業においては、既存企業の活性化や新たな産業開発などの促進が将来像として示されている。基本方針に伴う主要事業のうち、中小企業の経営強化及び農商工連携事業の推進について阿久比町と連携していく。

主要事業	実施団体等	事業概要
工業用地の確保	町	<ul style="list-style-type: none"> ・工業用地の確保・企業誘致
企業立地促進施策の推進	町	<ul style="list-style-type: none"> ・企業立地や促進施策の推進
中小企業の経営強化	町・商工会	<ul style="list-style-type: none"> ・商工業振興事業の充実
農商工連携事業の推進	町・商工会	<ul style="list-style-type: none"> ・特産品の開発

③ 商工会のビジョン

商工会は、小規模事業者の経営支援及び、地域商工業の発展に寄与するため、事業者への伴走型支援を積極的に実施していく。今後の方針としては、事業計画の策定支援を行うことをゴールとせず、販路開拓の具体的な手順やデータ分析に基づくデータの活用、具体的な数値目標の設定とその検証を継続的に実施していく。さらには、事業者の優位性を確保するためのデジタルトランスフォーメーション（以下：DX）についてのセミナーを開催し、アナログ経営からデジタル経営への脱却を図るための支援を実施する。

また、阿久比町と連携した商業地域の活性化や事業承継に伴う雇用の維持を図りながら、地域の活力向上を図るものとする。

(3) 経営発達支援事業の目標

これらを踏まえ、当商工会は職員の資質向上を図りつつ、事業者の経営力向上・販路拡大・生産性の向上を図るため、経営発達支援事業を実行する。具体的には、事業計画書に盛り込んだ売上高や利益額の目標を着実に達成するため、事業者の計画に対する進捗状況に合わせたフォローアップにより、経営基盤を強化する。将来の道しるべとなるべく、事業計画書の策定支援を通じ、地元住民に愛される事業所を創出し、魅力ある多様性に富んだまちづくりに寄与することを目的に支援事業を実施する。

【目標】

① 事業計画策定支援により小規模事業者の販路拡大及び売上増加

- ・事業計画策定には、内部外部における経営環境の状況を正確に把握する必要があり、事業者の強みや独自技術に着目しながら、今後の販路拡大方針を事業計画に盛り込む。
- ・事業計画策定にあたって、妥当性・将来性が十分に担保されたものにするため、外部専門家などの意見を取り入れながら実現可能なものにしていく。
- ・事業計画を策定することがゴールではなく、売上目標を達成することを目的とし、事業者に応じた的確なフォローアップを行っていく。

② デジタルトランスフォーメーションを活用した生産性向上

- ・新型コロナウイルス感染症の流行は、中小・小規模事業者を事業継続の危機にさらすとともに、デジタル化の重要性を再認識させるきっかけとなった。そのため、アナログ経営からデジタル経営への転換を支援し、他社との優位性を図る。
- ・ITツールシステムの活用により、これまでの業務やプロセスを大幅に見直し、事業環境の変化に迅速に適応する能力を身につけ、生産性の向上につなげる。

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) 目標達成に向けた方針

地域経済の活性化のためには、小規模事業者の持続的発展や新規開業が不可欠であり、これまで以上に伴走型支援の推進や関係機関との連携強化を図りながら地域産業の活性化に努める。とりわけ新型コロナウイルス感染症影響により地域経済の疲弊がみられるなか、DXなどのIT技術の導入は急務であり、デジタル経営へ転換することは、生産性の向上、競争優位性の観点からも強力に推進するものである。

[方針1] 経営体質の強化

小規模事業者の持続的発展のため、小規模事業者の意思や数値目標、事業実施のための具体的スケジュールが盛り込まれた事業計画策定支援を行う。

[目標数値] 事業計画策定事業者数 20者/年

[方針2] 販路開拓の拡大及び売上増加に対する支援

策定した事業計画に基づき着実に販路拡大につなげ売上増加に達成できるよう、外部専門家の助言を求めたり展示会等への出展支援を実施する。

[目標数値] 展示会等への出展者数 2者/年

マッチングサイトへの登録事業者数 2者/年

[方針3] デジタルトランスフォーメーションの活用

- ・DX推進セミナー等によりIT活用の販路開拓支援や生産性向上につながる取組みを支援する。
- ・商工会職員が積極的にDX等様々な研修に参加し資質向上に努め、小規模事業者のDX推進の支援を行う。

[目標数値] DXセミナー開催数1回/年・受講者数5名/年

SNS活用事業者3者/年

HPまたはECサイト開設者2者/年

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] 地域の経済動向の情報提供については、阿久比町商工会ホームページ上で愛知県による「あいち経済の動き」、中部経済産業局による「最近の管内総合経済動向」、内閣府による「月例経済報告」のホームページURLを掲載し、事業者自身が手軽に情報を入手できる環境を整備している。

[課題] 当商工会のホームページ上で、上記の経済動向を閲覧できる環境は整えてはいるものの事業者自身の経営に活用できるよう整理・分析ができていない。

(2) 目 標

項 目	公表方法	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度	
①地域の経済動向分析の公表回数	ア	HP 掲載	—	1	1	1	1	1
	イ	HP 掲載	1	1	1	1	1	1
②地域の景気動向分析の公表回数	HP 掲載	—	1	1	1	1	1	

(3) 事業内容

① 地域の経済動向分析

ア 国、県が提供するビッグデータの活用

効果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)、「経済動向統計データ」を活用し、地域の経済動向に関するデータを収集・分析を行い、年1回公表する。阿久比町の豊かな自然と調和した賑わいの創出や人口減少・少子高齢化にも対応できる経営の舵取りの支援につなげる。

【調査手法】経営指導員等が「RE S A S」等を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【分析項目】・「地域経済循環マップ・生産分析」

⇒町内の産業でどの分野の生産性が高いか等を分析

・「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

イ 阿久比町商工会のホームページ上で、愛知県による「あいち経済の動き」、中部経済産業局による「最近の管内総合経済動向」、内閣府による「月例経済報告」のホームページURLを掲載し、地域経済動向の情報について継続して提供を行う。

②地域の景気動向分析

小規模企業調査

記帳継続指導を実施している小規模事業者の中から一定程度の規模がある事業者を選定し、売上・利益などに関する情報を集約することで当該地域の小規模事業者の傾向を把握する。分析結果については、年に1回公表する。

【調査目的】当該地域で営業を行う小規模事業者の一次データを活用することで、小規模事業者の現状を洗い出す。

【調査対象】記帳継続指導を実施する小規模事業者20者

【調査項目】売上額、仕入額、営業利益

【調査手法】会計ソフトから必要情報を収集

【分析手法】会計ソフトから情報を収集し、業種ごとのトレンドを把握し、経営指導員等が分析を行う。

(4) 調査結果の活用

- 収集した情報は、ホームページに掲載し、広く事業者等に周知する。
- 支援担当者が巡回・窓口相談時の参考資料として役立てる。

4 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 時間的な制約やマンパワー不足などの理由から需要動向に関する情報収集はできていない。

[課題] 小規模事業者の持続的な発展のためには、需要と供給の関係をよく理解することが重要である。しかしながら、小規模事業者の業種は多岐にわたり、ターゲットとなる顧客も異なる。消費者意識の変化や購入状況を把握することは、事業計画を立てる上でもその後の経営改善を行う上でも不可欠な情報であるため、必要に応じて専門家とも連携し改善したうえで実施する。

(2) 目標

項目	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①-1 消費者ニーズ調査実施事業者数	0	2	2	2	2	2
①-2 試食、アンケート調査実施事業者数	0	2	2	2	2	2
アンケート回収数	0	30	30	30	30	30

(3) 事業内容

①-1 新サービス・新商品の開発展開における消費者ニーズ調査

消費者のニーズ（必要なもの）とウォンツ（欲しいもの）を的確に把握し、「消費者はなぜそのように行動するのか、その行動の背景にある理由を発見する」ことを目的に、一般消費者を対象に調査を実施する。消費者の需要を的確に把握し新サービスを展開していくことで、町内の生活サービス機能を維持するための一助とし住民の定着率の向上に結び付けたい。また、ひいては市街地形成の整備と事業者の発展にも寄与する。

[調査対象事業者] 新サービス・新商品の開発展開を行う予定の事業者
(但し、新商品で飲食物を開発しようとする者を除く)

[調査方法]

消費者のニーズを把握するために、事業所の店頭で消費者にアンケート調査を実施する。(アンケート回収数は、1事業所あたり15件とする)

調査項目については、商工会職員が事業所を伴走支援しながら作成する。各事業者が来店客に依頼して、その場で記入していただく。

[実施時期] 新商品・新サービスを開発展開する6ヶ月前

[サンプル数] 来店者15人

[調査項目] 商品・サービスの

①満足度 ②好感度 ③価格 ④サイズ ⑤改善点

①-2 試食、アンケート調査

阿久比町産業まつり等において、来場者に対し、試食、アンケート調査を実施する。

[調査対象事業者] 飲食物の新商品開発を行う予定の事業者

【調査方法】、【実施時期】、【サンプル数】、【調査項目】上記①-1に同じ

②調査結果の分析、提供について

上記で調査した内容は、支援する小規模事業者が需要動向を把握できるよう経営指導員等が調査内容を収集・分析加工したうえで小規模事業者に提供する。

[分析方法]

消費者から収集したアンケートは、集計・図式・グラフ化し消費者ニーズの傾向を分析し、データベース化する。必要な場合は外部専門家を交えて、小売・サービス業者の価格設定、商品の分量、使い勝手、利用頻度、利便性、再購入の意向等に関する意見を集約し分析を行う。

[調査結果・成果の活用]

調査結果は、経営指導員等が当該小売・サービス業者に直接フィードバックし、更なる改良等を行う材料とする。

さらに上記消費者ニーズの分析結果、及び専門家を交えた分析結果をもとに、①新商品の開発または生産、②新役務（サービス）の開発または提供、③商品の新たな生産または販売方法の導入、④役務（サービス）の新たな提供方法の導入等の際の参考データとして活用する。

5 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

巡回・窓口相談時に経営分析の必要性を説明している。具体的には、大きく以下の2つ機会を用いて経営分析を行っている。

- ① 事業計画書を策定する際の参考データと用いるため、(独)中小企業基盤整備機構の「経営自己診断システム」を活用し、同業他社のデータと比較することで、自社の強み・弱みや内部・外部環境について経営分析を行っている。
- ② 日本政策金融公庫の小規模事業者経営改善資金の相談時に、経営分析の必要性を十分に説明し、事業所の経営課題の抽出に努めている。

[課題]

経営分析については、経営指導員等がその重要性を時間をかけ説明したうえで取り組んでいる。言い換えれば、経営分析に必要性を感じていない事業者が多く、数字に関心をもってもらうしくみが必要である。決算書が税金を計算するためだけの資料になっている事業者が多いため、経営分析の重要性を認識してもらうことが必要である。

(2) 目 標

内容	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
経営分析事業者数	30	30	30	30	30	30

(3) 事業内容

巡回・窓口相談時における経営分析

ア 経営分析を行う事業者の発掘

経営指導員を中心とした普段の巡回・窓口相談時やチラシを作成し周知することにより、経営分析を行う小規模事業者の掘り起こしを行う。巡回・窓口相談時に経営分析の必要性を説明し、必要な資料を収集して後述の項目について経営分析を実施する。

【募集方法】チラシを作成し、巡回・窓口相談時に案内する。また商工会のホームページ、会報等により広く周知する。

イ 経営分析の内容

【対象者】意欲的で販路拡大の可能性が高い30者を選定

【分析項目】

○財務分析〔分析には事業者の直近の決算書を用いる〕

・売上高総利益率

売上売上高に対する売上総利益（粗利益）の比率（粗利益率）。比率が高いほど良く、売上総利益はすべての利益の源泉となる利益となる。

・売上高営業利益率

売上高に対する本業からの利益（営業利益）の比率。同業他社と比較することによって、生産活動および販売活動、管理活動の効率性を判断する。

・売上高経常利益率

売上高に対する企業の経常的な活動からの利益（経常利益）の比率。比率は高いほど良く、財務活動なども含めた通常の企業活動における利益率で、金融収支なども含めた収益力を表す。

・総資本営業利益率

総資本（資産合計）に対する営業利益の比率。比率が高いほど収益性が高くなる。

・総資本経常利益率

総資本（資産合計）に対する経常利益の比率。総資本の収益性を示す。臨時的な特別損益を除外した経常利益を用いて、企業の総合的な収益性を判断する。

・総資本償却前経常利益率

総資本（資産合計）に対する経常的なキャッシュフロー（経常利益＋減価償却費）の比率。比率が高いほど総資本が効率的に利用されている。

○非財務分析

SWOT分析

自社を取り巻く外部環境と、自社の資産やブランド力、さらには価格や品質といった内部環境をプラス面、マイナス面にわけて分析することで、今後の経営戦略やマーケティングの意思決定、経営資源の最適化などを行う参考データとする。

【分析手法】

○財務分析

経済産業省の「ローカルベンチマーク」や中小企業基盤整備機構「経営自己診断システム」も活用し、経営危険度の点検をしたり、中小企業信用リスク情報データベースに蓄積された同業他社の大量データと比較する。

経営指標については、専門用語をわかりやすい言葉に置き換えて説明をするよう心掛ける。決算書の数字を経営分析にフィードバックする意識を持ってもらうよう数字の示す意味を説明することを心掛ける。

○非財務分析

自社の強み・弱みや内部・外部環境について経営分析を行い、今後調整できる市場領域や事業課題を洗い出し、今後の経営戦略の方策とする。

(4) 分析結果の活用方法

- ・分析結果は、事業者へ提供し、事業計画策定に役立てる。
- ・分析結果をデータベース化することで、職員間で共有し、経営指導員等のスキルアップにも活用する。

6 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]当商工会では、平成29年度～令和2年度までに年平均で27件の事業計画書の策定を支援している。支援先の事業者の多くが事業承継の重要性についての認識を持っていない。

[課題]構想を紙に書くことが苦手な事業者が多く、事業計画策定にあたっては、経営指導員が主体であたることが多く、事業者の意思がしっかり反映されているとは言い難いことが課題である。今後は、事業者自身が事業計画書の必要性・有効性を認識したうえで、経営力向上に向けた計画書を策定する必要がある。

(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説明しても、その意義を理解してもらうことが難しい。さらに、自身の考えや自社の状況について文章にしたりする機会が少なく、決算書の内容も理解していない事業者も多い。事業者の理解度や意欲に応じて個社支援に注力し、年間20件の事業計画の策定を目指す。事業計画策定事業者数は、これまでの平均を下回るものの、最近では新型コロナウイルス感染症の影響に伴う施策や補助金申請に

絡み、突発的に事業計画書の策定支援の希望者が増加したためである。新型コロナウイルス感染症の収束を見越し、事業計画の策定支援を実施していく場合には、20者を目標として設定する。

また、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。

(3) 目標

項目	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①ア DX推進セミナーの開催回数 〃 受講者数	—	1回 5名	1回 5名	1回 5名	1回 5名	1回 5名
①イ 創業塾の開催回数 〃 受講者数	1回 —	1回 2名	1回 2名	1回 2名	1回 2名	1回 2名
② 事業計画策定事業者数	27者	20者	20者	20者	20者	20者

(4) 事業内容

①セミナー等の開催

アDX推進セミナーの開催

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

【支援対象】DXによる競争力の維持・強化に前向きな小規模事業者

【募集方法】チラシ・会報・ホームページ掲載による周知

【講師】DXについて専門知識を有する専門家

【回数】1回/年

【受講者数】5名/回

【想定するセミナー内容】

- ・DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI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
- ・SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイトの利用方法等

またDXの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、経営支援を行うなかで必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

イ 創業塾事業

産業競争力強化法に基づく創業支援事業の一環として、阿久比町とその近隣市町（半田市、武豊町、美浜町、南知多町）及び商工会・商工会議所（阿久比町商工会、武豊町商工会、美浜町商工会、内海商工会、豊浜商工会、師崎商工会、半田商工会議所）と共同で創業塾事業を開催し創業者を支援する。創業者支援により、新規出店を促進することで次世代を担う人づくりにも貢献する。

【募集方法】阿久比町広報の掲載による町民への周知、及び商工会・行政窓口でのチラシ配布による周知・PR。

【回数】年1回

【講師】外部コンサルタント、日本政策金融公庫職員 他

【カリキュラム】

座学及び参加者同士によるディスカッション

○第1回 立志編

・起業家の心構え ・起業家の基礎知識 ・起業準備に向けて 等

○第2回 実践編1

・経営とは? ・経営者の心構えと実践 ・マネジメントの基本 等

○第3回 実践編2

・3年後の目標、3年間の事業計画 ・社員採用の実務と人材育成 等

○第4回 実践編3

・営業計画の作成と具体的な行動計画 ・計画の発表 等

【支援対象】創業を予定している者

【参加者数】2名/年

【手段・手法】創業予定者に対し、カリキュラムを通して創業計画書の策定支援をする。基本的には講義を受講、講義における課題の抽出を繰り返す形で最終的な創業計画書を完成させる。完成させた創業計画書については、プレゼンテーションによる発表を行う。

②事業計画策定の支援

【支援対象】経営状況の分析を行った事業者を中心に、DXセミナー・創業塾受講者、小規模事業者に対し支援を行う。

【手段・手法】

事業計画の策定ポイントの設定

実際に事業計画策定支援を行ううえで、計画を策定する時のポイントを定める。

- ・ストーリー重視の計画書 → 計画数値の根拠が明確
- ・経営理念から方策まで、一貫性のある計画書 → 実現可能性が高い
- ・独自の強みを深掘りした計画書 → 社内外への自社PR、信用力強化に役立つ
- ・社員一人ひとりにスポットを当てた計画書 → 社員のヤル気と仕事力がUP
- ・銀行担当者が進んで融資稟議書を作成したくなる計画書 → スムーズな資金調達
- ・一度作成したら繰り返し何度も使える計画書 → 進捗チェックや手直しが容易
- ・黒字経営の仕組み化を、念頭に置いた計画書 → 実践的経営スキルの習得

事業者が抱える課題などによっては外部専門家を交えながら、より実効性の高い事業計画を策定していく。

7 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]事業計画策定後の支援を行っている。しかしながら、人員及び時間の制約があるなかでフォローアップの回数にムラがあることが現状である。

[課題]支援に当たっては愛知県商工会連合会、あいち産業振興機構やミラサポの専門家等と連携していくなど、小規模事業者の課題に応じた伴走型の指導・助言を行い、小規模事業者の持続的発展を支援する。

また、フォローアップにムラがでないよう、計画性をもって事業者と接するよう改善する。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況や計画に対する遂行能力により、フォローアップの頻度を増やし集中的に支援する事業者と、ある程度回数を減らしても支障ない事業者を見極めたうえで、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

項目	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
事業計画策定後のフォローアップ対象事業者	29	20	20	20	20	20
頻度(延回数)	84	52	52	52	52	52
売上増加事業者数	—	6	6	6	6	6
営業利益3%以上増加の事業者数	—	3	3	3	3	3

(4) 事業内容

①事業計画策定後のフォローアップ

事業計画策定後、ヒアリングと計画書に盛り込んだ事業実施スケジュールに対する進捗状況のチェックを行う。フォローアップの内容としては、進捗状況の確認のほか、売上、実施体制、資金繰り、課題等を聞き取る。課題が生じている場合には必要な支援を行う。高度かつ専門的な支援・助言が必要と判断した場合、愛知県商工会連合会・よろず支援拠点・ミラサポ等課題に応じた専門家を活用した支援を行う。年度あたりのフォローアップについては、以下の頻度で行うものとする。

フォローアップの頻度(延回数)の積算根拠

- ・ 6者(3ヶ月に一度) ⇒ 6者×4回=24回
- ・ 14者(6ヶ月に一度) ⇒ 14者×2回=28回

合 計 52回

②事業計画と進捗状況とがズレが生じた場合の対処法

フォローアップの頻度を変更し、短期間での修正を図る。商工会職員のみでの支援では困難な場合や高度かつ専門的な指導・助言が必要と判断した場合は、愛知県商工会連合会・よろず支援拠点・ミラサボ等、課題に応じ、専門家派遣制度を活用した支援を行うことで具体的かつ高度な改善策を講じ、修正を図る。また資金不足が生じた場合には、日本政策金融公庫の「小規模事業者経営改善資金」や「小規模事業者経営発達支援融資制度」の利用を勧奨することで、経営支援の充実を図る。

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]町内の小規模事業者は、口コミや紹介によって需要を開拓している事業者もある。事業者の商品やサービスを知ってもらい、その魅力を発信することで利用したいという消費者は多い。こうした口コミや紹介のみで販路を開拓してきた事業者は、SNSやECサイトの活用に消極的でITを活用した販路開拓等のDXにむ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]広報活動については小規模事業者からも要望が強く、商工会でも支援が必要であると考ええる。

今後、新たな販路開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

商工会のホームページ、インスタグラム、You Tube を活用して広く周知していきたい。そのほか販路開拓につながる愛知県商工会連合会が主催する物産展等の開催情報を事業者に提供し、活用方法の提案や支援策の提示を行っていく。その結果、小規模事業者であっても住民の目に触れる機会を格段に増すことができる。

またメッセナゴヤ等の展示会などへの出展を促し、新商品等の需要を直接収集できる機会を創出する。

さらに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、理解度を深めたうえで、導入にあたっては必要に応じ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

項 目	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①展示会等への出展事業者数	0	2	2	2	2	2
売上額/者	—	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
②マッチングサイト登録事業所数	0	2	2	2	2	2
成約件数/者	—	1	1	1	1	1
③ア SNS活用事業者	—	3	3	3	3	3
売上増加率/者	—	3%	3%	3%	3%	3%
③イ HPやECサイトの開設者	—	2	2	2	2	2
売上増加率/者	—	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

① 各機関主催の展示会への出展支援 (B to B)

愛知県・名古屋市・名古屋商工会議所主催によるメッセナゴヤへの出展を支援する。事業計画書を策定した事業者の出展を優先的に支援し、愛知県商工会連合会が斡旋する出展者スペースを活用する。出展時には、会場内で効果的にPRできるようブースの演出方法等を支援し、ノウハウの提供に努める。

また、来場者のアンケートの集計結果を整理・分析し、新商品の開発・改良につなげ販路開拓に結び付けられるよう支援する。

[参 考]メッセナゴヤは、毎年11月に4日間ポートメッセ名古屋で開催される。東海地方の製造業を中心に1,400社以上が出展し、62,000名もの来場者がある。新型コロナウイルス感染症の流行以降は、オンラインで実施している。

[対象業種]製造業

阿久比町は他市町と比較して、製造業が少ない。製造業者の販路開拓を支援し雇用を維持するために製造業を重点支援する。

[対象者数]2事業者/年

② インターネットビジネスマッチングサイトを活用した販路開拓 (B to B)

日本政策金融公庫が運営するインターネットビジネスマッチングサイトは、14,629名(2021年9月10日時点)もの商工業者が会員登録しており、そのサイト上で取引したい商品・サービスがデータベース化され公開されており、自由に商談できるものである。このホームページを活用し、利用の促進を図ることで国内全域での販路拡大を支援する。

[対象業種]製造業(阿久比町は他市町と比較して、製造業が少ない。製造業者の販路開拓を支援し雇用を維持するために製造業を重点支援する。)

[対象者数] 2事業者/年

③ DXを活用したSNS情報発信・ホームページの開設について

ア SNSを活用した情報発信（B to C）

阿久比町内では、小売業・サービス業の割合が多いものの、SNSに対し抵抗感を持つ事業者が多い。特に業歴が長く固定客に支えられている事業者ほどその傾向が高い。より遠方の顧客を取込むため、一般消費者の魅力を感じてもらえるようなSNSの発信と宣伝広告を向上させるための支援を行う。

DXセミナーを受講したうえで、必要があればIT専門家を派遣し、より効果的な広告宣伝について支援する。

[想定するSNS] Facebook、Twitter、LINE、Instagram、You Tube、Tik Tok 等

[情報の発信内容] 新商品・新サービスのPR、イベントやセールスの告知、
特典サービス

[対象業種] 小売業・サービス業

[成果目標] 売上高の前年同月比3%増を目標とする

イ ホームページやECサイトの開設支援（B to C）

商圈を拡大し販路を拡大するため、ホームページの開設支援を行う。口コミや顧客からの紹介のみで販路を拡大している事業者にとっては、商圈の狭さが課題となっている。具体的には、事業計画書を策定し、ホームページの活用方法を理解するなど開設することが目的とならないための支援を行う。必要があればIT専門家を派遣し、より効果的な広告宣伝について支援する。

[対象業種] 小売業・サービス業

[成果目標] 売上高の前年同月比3%増を目標とする

II 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

[現状] 事業評価については、目標に対する実績数値を取りまとめ、中小企業診断士に依頼し、評価結果を三役会(会長・副会長・監事)で報告している。

[課題] 現行の評価基準は実績のみで、小規模事業者の売上や利益に資するための支援実績や成果まで踏み込んだ評価ができていないことが課題である。

(2) 事業内容

経営発達支援事業を推進するにあたり、事業の実施状況、成果の評価、スクラップアンドビルドを含めた見直し案の提示を行うための会議を年に1回開催し、PDCAサイクルにより事業の評価及び見直しを行って改善に努め、結果は速やかに小規模事業者に公表する。

①構成員

- ・ 中小企業診断士 1 名〔外部有識者〕
- ・ 阿久比町産業観光課担当職員 1 名
- ・ 商工会会長
- ・ 商工会副会長 2 名
- ・ 事務局長
- ・ 法定経営指導員 2 名

②事業の成果・評価・見直し結果の公表

評価結果は、フィードバックしたうえで事業の成果、評価、改善方針を商工会のホームページで公表し、小規模事業者が閲覧できるようにする。

ホームページアドレス <http://agui-sci.com/>

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などが開催する様々なオンライン・WEB 研修等へ参加し、支援能力の向上を図っている。研修後は、学んだこと、参考になったこと、当商工会と違った取り組みなどを翌日の朝礼や職員会議で発表したり、説明資料の回覧を行うなどして職員内で情報の共有化を図っている。

[課題]事業者の課題を的確に把握し対応するには、今後もさらなる向上が必要で、さらに全職員体制で実施していくため、そのノウハウを職員間で共有し、経営指導員のみならず全職員が経営分析や経営計画の策定に対する支援力を向上させていかなければならない。情報共有はできているが、個々の資質向上に繋げるための研修会を受講する時間を十分に担保できていない。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上に資する研修会・セミナー】

経営指導員をはじめとした職員の支援能力の一層の向上を図るため、中小企業大学校が主催する「経営計画策定研修」及び愛知県商工会連合会主催のテーマ別に沿った「職員研修会」に対し、計画的に参加することで、小規模事業者の利益増加につながる能力向上を図る。

【DX推進に向けた研修会・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、経営指導員をはじめとした全職員の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・支援能力向上のための講習会・セミナーについても積極的に参加する。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組>

ア 事業者にとって業務効率化につながるテーマ

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

イ 事業者にとって需要開拓等につながるテーマ

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

ウ その他のテーマ

オンライン経営支援等の方法

②OJT制度の導入

支援経験が豊富な経営指導員等とその他の職員とペアで小規模事業者を支援することで、支援・助言内容、情報収集を学ぶなど、OJTを基本とした支援能力の向上に努める。

③専門家派遣指導への同行による支援ノウハウの吸収

事業者に対する愛知県商工会連合会やミラサポの専門家派遣において経営指導員が同行・同席し、支援ノウハウを吸収することにより支援能力の向上を図る。

④職員間の情報共有化

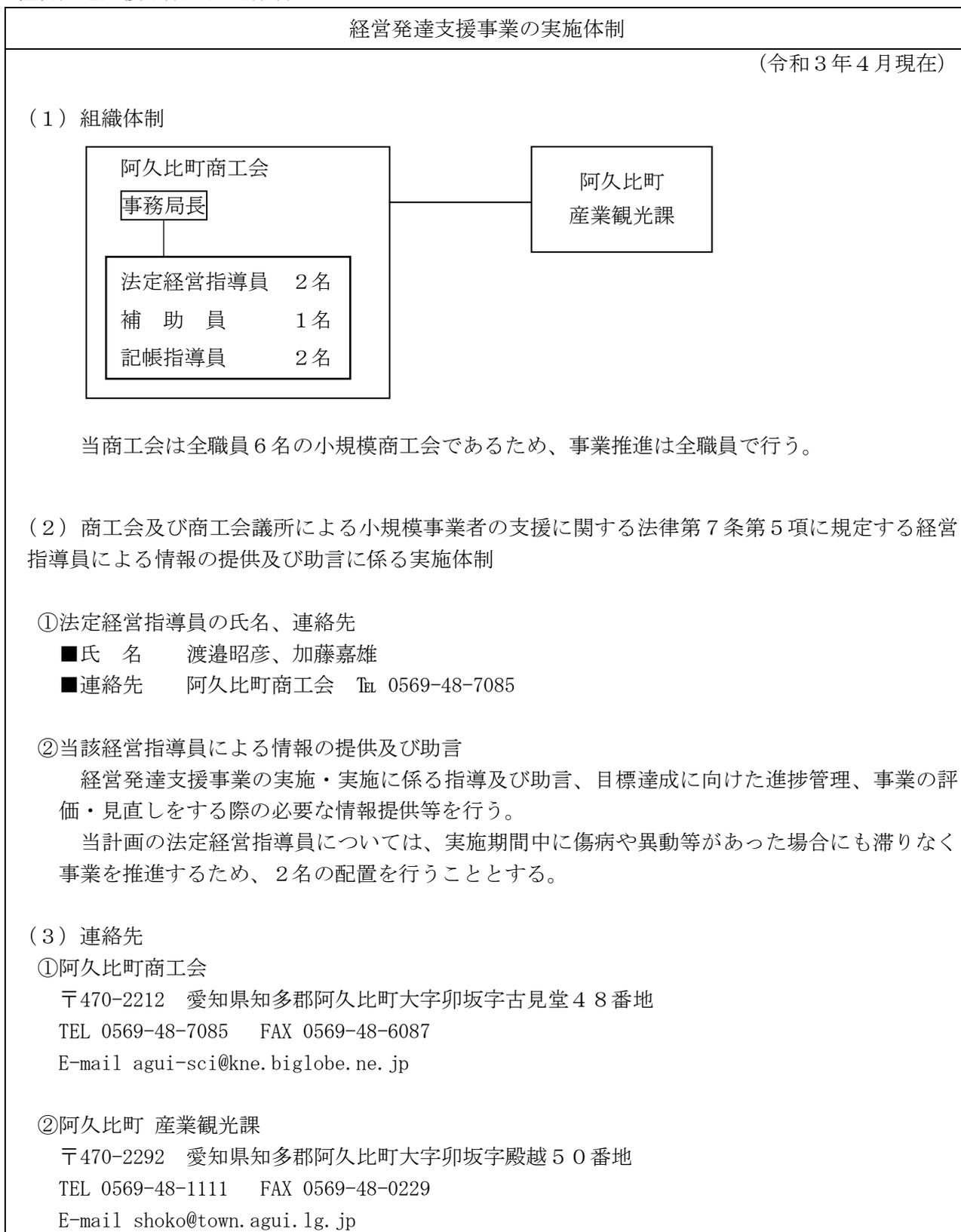
IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引き出し方法にいたるまで、朝礼や職員会議で報告し共有化する。また、研修会参加後は、学んだこと、参考になったこと、当商工会では未実施の取組み事例なども翌日の朝礼や職員会議で発表し、説明資料の回覧を行うなどして職員内で情報の共有化を図る。

⑤データベース化

経営指導員等が基幹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ための環境整備を行う。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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	30,536	30,536	30,536	30,536	30,536
小規模事業経営支援事業費					
1 経営支援事業費	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
2 講習会等開催費	240	240	240	240	240
3 研修事業費	30	30	30	30	30
4 人件費等	28,766	28,766	28,766	28,766	28,766

(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
1 愛知県小規模事業経営支援事業費補助金
2 国・全国商工会連合会等の補助金
3 阿久比町補助金
4 会費収入

(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	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携体制図等	
①	
②	
③	