

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	足助商工会（法人番号） 7 1 8 0 3 0 5 0 0 6 2 1 4 豊田市（地方公共団体コード 232114）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>経営発達支援計画の目標</p> <p>（1）事業計画策定支援による事業者の経営力向上 事業者の掘り起こしにより、経営課題に対応した事業計画を策定支援し、フォローアップによる伴走型支援により事業者の経営力向上を図る。</p> <p>（2）経営課題の解決による経営改善 経営分析等により経営課題を把握し課題解決に必要な事項を明確にし、新たなサービス、販売開拓等に役立てて課題解決を図り事業者の経営改善を図る。</p> <p>（3）事業者への販路開拓による地域経済活性化 ITを活用した新たな販路開拓や、マスメディア等の広報手段を活用した広報の活用による支援により、事業者の販路開拓支援を実施し地域経済の活性化を目指す。</p>
事業内容	<p>1. 地域の経済動向調査に関すること 地域経済動向調査、国が提供するビッグデータ、行政や金融機関が提供する調査データを整理・分析しレポートにまとめ広く情報提供・周知する。</p> <p>2 需要動向調査に関すること 販路拡大や新サービス提供に活かせる情報として全国の売れ筋商品情報等を、対象事業者の業種に合わせ情報を整理、分析しレポートにまとめ事業者に提供を図る。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること 経営分析の重要性を説明し掘り起こした事業者に対し経営分析を行うことで、経営実態を把握し課題解決に必要な改善事項や支援を明確化にして事業計画策定へ繋げる。</p> <p>4. 事業計画策定支援に関すること 事業者の掘り起こしを行い経済動向調査と経営状況の分析を踏まえ事業者の発展を見据えた事業計画の策定の支援を実施する。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定支援後のフォローアップについては、事業計画策定事業者すべてを対象にし、支援実施については愛知県商工会联合会、中小企業 119 の専門家派遣事業等と連携し実施を行う。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ITを活用した販路開拓支援やプレスリリースの活用など、多様な手段を活用して販路開拓支援を実施し、事業者の売上増加や利益確保に結びつける。</p> <p>7. 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 毎年度事業計画の事業の実施状況及び成果について評価・検証を行い、経営発達支援推進委員会を4ヶ月に1度開催し、事業の進捗状況を確認し課題の抽出、見直しの検討を行う。</p> <p>8. 経営指導員等の資質向上等に関すること 研修会への参加、情報共有会議、データベース化による情報共有等により経営支援に関するノウハウを共有し、職員間で知識習得を図り事業者支援を組織全体として行っていく。</p> <p>9. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること 高度化する支援に対し、更なる支援レベルの向上を図るため、他支援機関との連絡調整、役割分担などの連携体制を構築して支援を行う。</p>
連絡先	<p>愛知県豊田市足助町西町48番地 足助商工会 TEL 0565-62-0480 FAX 0565-62-0993 メール asuke@asuke.aitai.ne.jp</p> <p>愛知県豊田市西町3丁目60番地 豊田市役所西庁舎7階 豊田市産業部商業観光課 TEL 0565-34-6642 FAX 0565-35-4317 メール houkan@city.toyota.aichi.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) 地域の現状及び課題

①現状

○立地

愛知県豊田市は愛知県北部のほぼ中央に位置し、その面積は 918.32 km²あり愛知県の約 18%を占めている。豊田市足助地区は、その豊田市のほぼ中央部に位置し面積は193.12 km²あり(因みに、名古屋市の面積は 326.4 km²)、そのほとんどが山に囲まれた自然豊かな土地となっていて、人口は足助の町並みといわれる所に集中している地域である。平成17年4月1日、近隣町村(藤岡町、小原村、下山村、稲武町、旭町、足助町)が豊田市に編入合併され、新たに「豊田市」として誕生した。江戸時代には尾張・三河と信州・美濃を結ぶ「塩の道」の交通の要衝として、人や物資が往来し商業が発展した中馬街道の宿場町として栄えた地区でもあり街道沿いの町の中心部の古い町並みを守る景観整備事業を行っている。また当地区は「香嵐溪」を中心とする日本有数の観光地であり、愛知県内で最初に「重要伝統的建造物群保存地区」に選定された古い町並み(商店街地区)があり、「香嵐溪」は紅葉のシーズンには約90万人が訪れる紅葉の名所として知られている。

愛知県



足助地区

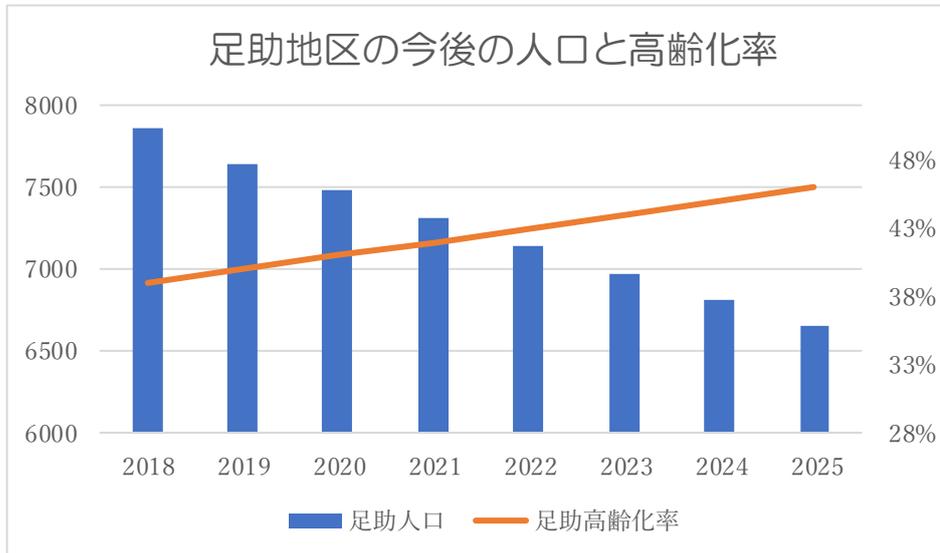


○人口

足助地区の人口は7,311人(令和3年4月1日現在)であり地区内の人口は減少傾向となり高齢化率も非常に高く約42%あり、豊田市全体の23%と比較しても約2倍となっている。人口の減少に歯止めがかからず若年層の定住は必要で望まれてはいるが雇用の場が少ないため、豊田市近郊へと就労せざるをえない状況にある。

また足助地区の人口は平成28年から令和3年までの傾向を基に推計すると、30年後(令和33年)の人口は40%減少することが見込まれ、また、30年後の高齢化率も50%近くにまで上昇すると予想されるため人口減少等への対策について、地域全体で考えていく必要性に迫られている。また年齢別人口を見ると、逆ひょうたん

型の形状となっており少子高齢化が進行している中で、若年層は20代後半から30代前半にかけては比較的少ない構成となっているため、就労等により地区外に転出している可能性がうかがえる。



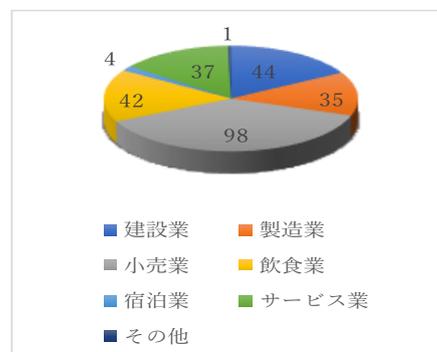
足助地区の人口（参照出典：豊田市統計）

○産業

当地区事業所の状況を見ると別図の産業概況とおり減少傾向が鮮明であり、主な減少産業としてはその他業種業が大きく平成21年と比較すると現在は半数以下となっている。また事業所の事業所数全体の減少傾向から、小規模事業所の厳しい経営環境や経営者の高齢化の進展の影響がうかがえる。

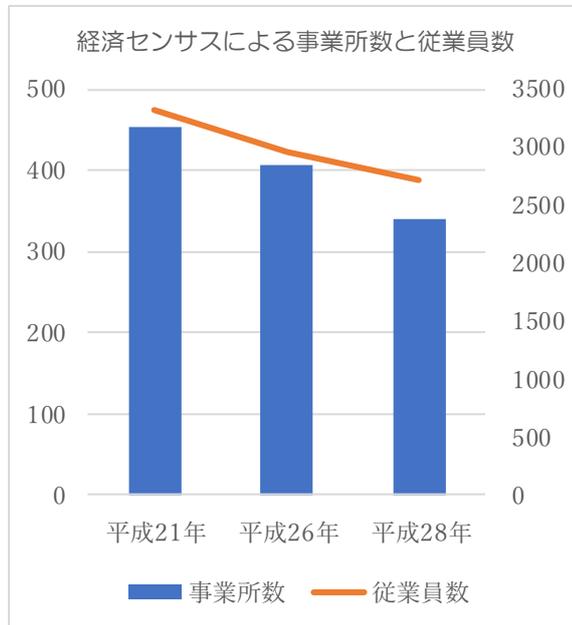
地区内の産業は主に観光業中心であり11月頃には紅葉の名所である香嵐渓により集客が見込めるが、年間を通じての集客が難しく人口が年々減少していくなかで、地域住民対象に事業を継続していくことが今後困難となる可能性が高く商業の活性化は急務となっている。地区内の小規模企業には後継者がなく、売上も年々減少傾向であるため将来的には廃業を検討する事業所も多いのが現状である。

商工会員数は261事業所（R3年4月）で、法人84事業所 個人177事業所である。業種別では、建設業44 製造業35 小売業98 飲食業42 宿泊業4 サービス業37 その他1 が事業所の構成である。小規模企業が大部分を占めて地域経済を構成している。



足助地区の産業概況（出典：平成 28 年 26 年 21 年経済センサス）

業種別	商工業者数		
	21 年	26 年	28 年
農業	3	4	3
建設業	82	68	69
製造業	50	43	35
運輸業	12	6	6
卸・小売業	124	113	106
不動産業	6	5	6
飲食・宿泊	56	53	51
医療福祉	14	14	2
教育	8	5	3
サービス	41	41	36
複合サービス	6	6	4
その他	52	50	20
総 数	455	408	341



○業種別の現状と課題

当地区の産業は、足助の町並みを中心とした小売、飲食業及び宿泊施設などの商業地域と地域全体の80%以上が山に囲まれているため林業、建設業の占める割合が高く、大工・左官業等が多い地域である。

・商業・サービス業

商業サービス業の店舗は地区全体に点在し地区の街中に商業集積地区が数か所存在している地域である。経営者の高齢化等により廃業が増え店舗が減少しており、地域の小規模小売業・飲食業者が自力での経営を継続していくことが非常に厳しい環境となっている。また町内の消費者は近隣の大型施設へと買い物へ行く機会が増え、小規模小売業・飲食業者は集客に苦慮している。商業環境も徒歩で買い物に行くことができない地域がほとんどで、商工会が支援を行っている高齢者等を対象にした買物弱者支援対策が行われている地域でもあり、魅力のある個店の育成や事業を継続できる持続的発展力を持つ事業者の育成が望まれている。

・工業・建設業

地区内の建設業者は、一人親方あるいは家族経営など経営規模の小さい小規模零細事業者が多いため大規模な建設工事を請け負っておらず、元請企業の一次下請あるいは二次下請の事業者が多い。そのため元請企業の業況によって、売上・利益等が左右される現状である。また工業者も小規模零細企業がほとんどであり、経済の低迷により厳しい状況が続いている。また下請業が多く独自の技術等を持つ事業者以外は原材料費の高騰、納期短縮、単価の切り下げなどの影響が大きい。工業建設業とも小規模

零細事業が多いため販路開拓などの多くの経営課題を抱えており、新たな販路拡大の必要性和売上利益の伸び悩みという問題を抱えている。

○交通

名古屋市から猿投グリーンロード経由で、また豊田市中心市街地や東海環状自動車道豊田勘八 I Cからいずれも車で45分ほどで着くことができる地域である。公共交通機関としては、豊田市駅及び岡崎駅からの名鉄バスと地域巡回バス（おいでんバス）しかなく、観光客及び地域住民のほとんどが自家用車等の利用をしている。

○観光

・足助の町並み

江戸時代、防火のため漆喰で軒先まで塗り固めた塗籠造りの町家が約2kmに渡り建ち並ぶ「足助の町並み」。平成23年6月に愛知県で初めて国の重要伝統的建造物群保存地区（重伝建）に選定された。

・香嵐溪

東海地方随一の紅葉の名所として知られる香嵐溪は、11月中旬から下旬が見ごろとなり約4,000本のもみじが彩りを見せ参道から香積寺まで続く「もみじのトンネル」やライトアップが美しい「巴橋」などが観光客に向けた絶景のスポットとなっている。



足助の町並み



香嵐溪

②商工会の事業者支援の現況と課題

商工会では、まちの賑わいの創出や地域貢献活動などを行いながら、地域に密着した経済団体として、商工業者の総合的な振興発展を図ってきて、これまでは小規模事業者への経営改善普及事業として、税務指導、金融相談、労務指導及び青年部・女性部の指導、地域振興事業として各種イベントの開催などの対処的指導を主に実施してきたのが現状である。また経営指導員等による経営改善として、経営計画の作成、金融融資斡旋等を行ってきたが受け身型の相談対応であったため限定的・単発的な支援となっていたのが課題となっている。

(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

小規模事業者への長期的な振興については、足助地区は香嵐溪や重伝建の町並みなど価値の高い地域資源があるものの、雇用の確保や増加に必要な産業振興が展開できていないのが現状である。今後の地区内事業者は減少し続けこのままでは地域経済の地盤沈下は免れないため、地域資源を最大限に活用し交流人口を増加し、地域経済の循環につなげて活性化を図る必要がある。

そして足助地区の観光に関わる地域資源の魅力を戦略的なPRによるイメージアップを図り、地域経済の振興につなげて香嵐溪等の価値の高い地域資源を連携させ、消費者にとって魅力的な観光商品を開発・販売することで地域の観光産業の活性化を図り総合的な産業振興に取り組み小規模事業者の持続的発展を目指す。

②豊田市総合計画との連動性・整合性

豊田市は、2040年に42万人の将来人口と30%を越す高齢化率を想定し「つながるつくる暮らし楽しむまち・とよた」を目指して第8次総合計画（2017年～2024年）を策定している。この計画は、2021年度から2024年度までの4か年を「後期実践計画」として重点的に取り組む3つの重点施策として「(1) 超高齢社会への適応」「(2) 「ひと」と「しごと」が集まるミライへの投資」「(3) まちの課題解決力の強化」があり、取組を8つの分野で整理した「基本施策」で構成されている。

当商工会として連動できる施策は、基本施策のV 産業・観光・交流 であり、施策には足助地区のことが記載され上記で記載した長期的な振興のあり方との考え方は一致しており連動性・整合性は高い。

<第8次豊田市総合計画施策体系と商工会の取組み>

重点施策	(2) 「ひと」と「しごと」が集まるミライへの投資 施策の柱① 産業拠点としての機能強化 施策の柱② 住み続けたいまちづくり (3) まちの課題解決力の強化 施策の柱① 多様な「つながり」による豊かな暮らしの創出 施策の柱② 持続可能な地域経営		
基本施策	V 産業・観光・交流 「多様な資源が生かされ、未来に挑戦する活力のあるまちの実現」		
小分野	施策名	施策の柱	商工会としての関与
4 商業・サービス業	(2) 地域特性に応じた商業環境の整備	①地域コミュニティを担う商業機能の強化	○
		②満足感ある生活ができる商業環境の整備	○

5 観光・交流	(2) 地域資源を生かしたまちづくりの推進	①地域資源の発掘と磨き上げの促進	○
		②地域資源を支える基盤の拡充	○

市町村との連携事業

- ・創業支援等事業計画に基づく、ワンストップ相談窓口の設置や創業サポート連絡会の運営等。
- ・「おいでん！とよたの特産品展」等の展示会を通じた販路拡大事業他

③商工会としての役割

足助地区における小規模事業者は、地域経済の活性化や地域社会の活力を維持していく上でも重要な役割を担っている。しかし衰退に歯止めをかけ今後の改善発達を図るためには、地域内の経済活動を活発にして経営資源を地域内循環させるような新たな事業展開や事業者育成に力を入れ、地域を将来に引き継いでいくことが必要であり、また少子高齢化の進行と生産や消費の縮小など、生産と消費の両面において深刻な影響が懸念される中、小規模事業者が経済社会状況の変化に柔軟に対応し、顧客ニーズや自らの強み・弱みを踏まえた事業計画に基づく経営を推進していくことが必要とされている。

商工会は、小規模事業者の売上回復を目指して経営者が長期にわたり持続的に事業を営むことができるよう事業計画策定支援、販路開拓支援に取り組み地域経済の活性化に寄与することが求められているが、小規模事業者を取り巻く経営環境の変化のスピードが加速するなかで、商工会組織自体も指導目標や指導戦略を定めて組織として計画的に支援計画を策定する必要がある。

(3) 経営発達支援事業の目標

①事業計画策定支援による事業者の経営力向上

計画的な巡回指導や窓口相談等を通じて、小規模事業者の経営課題の掘り起こしにより経営課題に対応した事業計画を策定支援し、定期的なフォローアップによる伴走型支援によって事業者の経営力向上を図る。

②経営課題の解決による経営改善

経済・需要動向調査や経営分析により経営課題を抽出し、詳細な経営実態を把握するにより経営課題等を把握して課題解決に必要な経営改善事項を明確にして、新たなサービス、新たな販売開拓等に役立てて小規模事業者の経営課題の解決を図り事業者の経営改善を図る。

③事業者への販路開拓による地域経済活性化

IT を活用した新たな販路開拓支援や、マスメディア等の広報手段を活用した広報の活用の支援等を使い、事業者の販路開拓支援を実施し地域経済の活性化を目指す。

2. 経営発達支援事業の内容及び実施期間

(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事業計画策定支援による事業者の経営力向上の達成に向けた方針

(1) 計画的な経営を実施するためには、事業計画の策定は重要であるため地区内の事業者の経営状態等を把握し、計画的に支援を図るため巡回による支援や関係機関等と連携して事業計画策定支援を行う。策定した事業計画は経営環境等により修正や見直しが必要となるが、計画を作成し実行することにより売上増加や利益向上を図る。

(2) 事業計画策定後は計画の進捗状況や現状を事業者と把握し、計画実行に向け必要な施策活用や情報を提供して事業計画の遂行を継続していくためのバックアップ支援を図る。

②経営課題の解決による経営改善の達成に向けた方針

(1) 経済動向調査や需要動向調査により、国が提供するビックデータ等を活用した調査データをまとめ情報を収集し整理・分析したものを事業者等に対してわかりやすく提供を行う、また調査データを事業者の業種に合わせて提供することにより、販路拡大や新サービスの提供に活かせる情報として事業活動に反映させる。

(2) 事業者の掘り起こしにより経営分析の機会を創出し小規模事業者の経営分析に対する意識改革を図るとともに、経済産業省のローカルベンチマーク等を活用して、小規模事業者の経営状況を詳細に把握し経営課題の解決に繋げる。

③事業者への販路開拓による地域経済活性化の達成に向けた方針

(1) 事業者への販路開拓支援は、地域経済全体の底上げとしても重要であり、メディア戦略、ITの利活用など多様な手段を使って事業者の販路開拓支援を実施し事業者の売上増加等により地域経済活性化に繋げる。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

毎年、地区内小規模事業者5業種（建設、製造、卸・小売、宿泊・飲食、サービス）30社に対し、年1回の「地域経済動向調査」を実施していて、調査結果については、経営指導員が整理、分析を行いレポート形式にまとめ地区内小規模事業者等へ提供している。しかし、国が提供するビックデータの活用や地方自治体、金融機関等が提供する調査データの収集は実施しておらず、小規模事業者に対しては細部の経済に関する情報提供は出来ていないのが現状である。

【課題】

国が提供するビックデータの活用や地方自治体、金融機関等が提供する調査データの情報収集を実施し、分析した調査結果を地区内小規模事業者に広く提供することが

課題である。また現在実施している「地域経済動向調査」に関しても、調査対象、地区別の事業者による業種の偏りがみられるため方法の改善を図ることも課題となっている。

(2) 目標
(数値目標)

支援内容	公表方法	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①経済動向調査の公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②③ビッグデータ等を活用した調査の公表回数	HP掲載	未実施	4回	4回	6回	6回	7回

(3) 事業内容

①「地域経済動向調査」の実施

地区内の小規模事業者の経済動向等について詳細な実態を把握するため、「地域経済動向調査」を引き続き実施する。調査対象事業者については、小規模事業者311社のうち、主要産業の各5%をサンプルとする。現状、実施している30社は業種別に選定した事業者であり、サンプル調査としては業種・業態に偏りが見られることから下記の通り、地区内小規模事業者の業種別割合に応じた調査を実施する。なお調査結果については、経営指導員が整理・分析をして年1回公表を行う。

調査対象	<ul style="list-style-type: none"> ・足助地区における主要産業のうち、各業種おおむね5% (30社) の事業者を対象とする。 (内訳：建設業5社、製造業4社、卸売業4社、小売業4社、飲食業4社、サービス業4社、運輸業1社、技術サービス1社、その他3社)
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・事業概要 (業種、事業内容、販売商品) ・事業景況 (売上高、収益状況、今後の見通し) ・経営課題 (経営課題、今後実施したい取組) ・必要な支援策 (販路開拓、資金調達、事業承継等)
調査手法	<ul style="list-style-type: none"> ・巡回・窓口相談時での回収やWeb アンケートシステムの活用を行う。
分析手法	<ul style="list-style-type: none"> ・経営指導員が外部専門家と連携し分析を行う。

②地方自治体や金融機関等が提供する調査データの活用

小規模事業者は社会的・経済的環境変化など外的要因の影響を受けやすいため、地方自治体や金融機関、支援機関が提供している地域経済動向に関する調査データを活

用し、地域の実情に沿った情報収集・整理、分析を実施し公表する。

あいち経済の動き (愛知県)	景気動向、住宅建築投資、個人消費、雇用等
中小企業景況調査 (独立行政法人中小企業基 盤整備機構)	基調判断、各地域における産業別の動向
全国中小企業動向調査 (株)日本政策金融公庫)	小企業の景況、業況判断DI(全業種・地域別)、 経営の問題点等
とよしん景況レポート (豊田信用金庫)	業況判断DI、価格動向、資金繰り状況

③国が提供するビックデータの活用

限られた経営資源の中で持続的な発展が求められる小規模事業者にとっては、自社が商圈としている地域内の外部環境を把握することは必要不可欠な要素である。そこでより地域に根ざした情報を分かりやすく地区内の小規模事業者に伝えるため、経営指導員等が「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う。

【分析手法】

①地域経済循環マップー地域経済循環図

地域のお金の流れが「生産(付加価値額)」、「分配(所得)」、「支出」の三段階での見える化が把握できるため、各段階での流出・流入の状況を確認することを目的に分析を行う。

②地域経済循環マップー生産分析

地域経済への貢献度(生産額・付加価値額・雇用者所得)の高い産業を把握することを目的に分析を行う。

③産業構造マップ

産業の現状把握を目的に分析を行い、分析により、地域で強みのある産業を特定することができる。

④まちづくりマップーFrom-to分析(滞在人口)

人の移動を平日・休日別、時間帯別、性別、年代別、流入元・流出元の観点で把握することを目的に分析を行い、様々な属性ごとの人の移動の動向を把握することで、地域に人を呼び込む施策などの検討資料とする。

(4) 成果の活用

上記の動向調査等の実施により、収集した情報を整理・分析したものをレポート形式にまとめ小規模事業者等に対して広く提供を行い、レポートはグラフや図表を入れ分かりやすい形での提供を図る。また、国が提供するビックデータの活用、行政や金融機関が提供する調査データの活用で収集したデータを整理・分析したデータをレポートにまとめ当商工会のホームページに掲載し地区内小規模事業者に対して広く情報

提供を図る。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

事業者に対し業界の最新情報などの提供は行っているが、事業者の個別の商品等に対するニーズ収集は行えずに情報提供に留まっているのが現状である。また行政や金融機関、第三者機関による消費動向調査のうち、地区内小規模事業者の経営に役立つようなデータを抜粋して提供はしているが、一般消費者や対象顧客の生の声といったデータを収集する調査は実施していないのが現状である。

【課題】

消費者のニーズが多様化している中で、マーケットインの考え方を小規模事業者に浸透させていくことが課題であり、そのために業界のトレンドなどの情報提供を図るとともに、個別の事業者の対象顧客からニーズの収集を行っていくことが課題である。

(2) 目標

(数値目標)

支援内容	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
商品開発の調査分析を行う事業者数	未実施	5者	6者	6者	7者	8者
商品開発の調査分析を行う商品数	未実施	20品	25品	30品	30品	35品

(3) 事業内容

事業者が提供する商品やサービスのブラッシュアップ、新商品開発に反映させるため、独自に収集を行ったデータと一般に公表されている他機関が調査したデータを合わせ、総合的に消費者ニーズを分析したレポートを事業者に提供する。

	内閣府が実施する「全国消費動向調査」
情報の収集・分析	内閣府が発表している「消費動向調査」の結果を収集し、全国の一般消費者が消費に対してその推移を分析する。
調査項目	消費者の意識、物価の見通し、旅行の実績及び予定、趣味・レジャー等の支出予定、主要耐久消費財等の保有・買替え状況、世帯の状況
目的	「全国消費動向調査」を活用し、全国的な消費動向から消費者需要を確認する。独自に収集したデータの情報を合わせて検証することで小規模事業者の販売戦略・商品戦略の立案に活用する。

市場情報評価ナビ「MieNa」	
情報の収集・分析	市場情報評価ナビ「MieNa」を活用し、個社に合わせた商圏内での人口構成、世帯構成、購買力等の数値データを収集・分析することで地域内での需要を推測することができる。
調査項目	都道府県の経済動向、県内・市内の経済水準、指定範囲での市場規模、人口詳細(人口年齢別構成、世帯構成、世帯収入、流入流出、人口伸び等)、業種別事業所数等
目的	市場情報評価ナビ「MieNa」を活用し消費動向・購買力、近隣地域においてどのような分野で消費需要があるかを把握し、独自に収集したデータの情報を合わせて検証することで小規模事業者の販売戦略・商品戦略の立案に活かしていく。

日経 POS 情報「売れ筋ランキング」	
情報の収集・分析	日経テレコンが公表しているデータを活用する。全国のスーパーマーケット店頭で販売されている加工食品・家庭用品の POS データ（商品 1 品ごとの販売データ）に基づく売れ筋商品ランキングを収集し、刻々と変化する市場の動向を正確に把握する。
調査項目	小規模事業者の保有する製商品・サービスに応じて、商品分類ごとの商品別ランキング、金額シェア、平均価格
目的	日経 POS 情報「売れ筋ランキング」を活用し全国のスーパーマーケット店頭で売れ筋商品ランキングを収集し、刻々と変化する市場の動向を正確に把握し、独自に収集したデータの情報を合わせて検証することで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していく。

(4) 成果の活用

観光関連業者である小売業や飲食業者に、販路拡大や新サービスの提供に活かせる情報として、全国的な売れ筋商品情報を提供するなど、小規模事業者の業種に合わせて、調査データから事業者に関係ある情報を上記の調査により収集した情報を整理、分析したものをレポート形式にまとめ対象事業者に対し提供する。レポートは、グラフや図表を入れるなどの分かりやすい形での提供を図り市場開拓の可能性など、実際に事業活動へ反映させることができるようにアドバイスを行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまでの小規模事業者に対する経営状況の分析は、金融支援等において財務分析を実施しているのが現状であり、売上や販路開拓等に関する分析まで行ってないため

事業者の利益増に役立てることができなかった。

なお経営分析は、自社の経営状況を客観的に把握するために重要であり、巡回・窓口相談時などで経営状況分析の重要性についての周知啓発を図ってきたが、小規模事業者にはまだ重要性が浸透しておらず事業者の関心も低いのも現状である。

【課題】

経営状況の分析が事業の経営にとって重要であることを認識してもらうために、今後は巡回、窓口相談時、記帳指導等の機会に経営分析の必要性について積極的にPRしていくよう改善し、経営分析の機会を創り出し小規模事業者の経営分析に対する意識改革を図るとともに、事業者の掘り起こしを図り経営分析の結果を事業者へフィードバックさせていくことが課題となっている。

(2) 目標

(数値目標)

支援内容	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①巡回等による分析案件の掘り起こし事業者数	25者	35者	35者	40者	45者	45者
②経営分析事業者数	18者	23者	25者	32者	35者	35者
③専門家派遣事業者件数	未実施	3者	3者	5者	5者	5者

(3) 事業内容

①経営分析事業者の掘り起こし

経営指導員等により巡回・窓口相談時に経営状況の分析の重要性を説明し、経営分析に興味や関心を持ってもらうことで経営分析事業者の増加を図るとともに、日頃の巡回や「地域経済の動向調査に関すること」で作成した分析したレポートの配布等により、自社の経営状態を把握する重要性を説明し事業者の掘り起こしを行う。

また、巡回時だけでなく記帳指導、決算指導時にもおいても経営分析を勧め、特に売上や利益の減少が著しい事業者や金融斡旋・補助金申請支援で設備投資や経営改善を行った事業者には積極的に経営分析を推奨して、その際には、経済産業省の「ローカルベンチマーク」などを活用する経営分析に繋げていく。

②「ローカルベンチマーク」を活用した経営分析

上記①の取り組みで掘り起こした事業者に対し、自社の経営状態を把握してもらうため、経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用した商工会職員等による経営分析を実施する。全国共通のツールを活用することで、職員の支援レベルの差に影響されない分析、指導・助言を行えるようにして、経営分析を行う際はローカルベンチマークの活用方法を小規模事業者に指導しながら、将来的には小規模事業者が自ら経営分析を行えるように支援していく。

対象者	「地域経済動向調査」の実施事業者、経営状況の分析に関心の高い事業者、金融斡旋、補助金申請等に興味のある事業者など
-----	--

分析項目	【財務情報】 ①売上高増加率（売上持続性） ②営業利益率（収益性） ③労働生産性（生産性） ④ EBITDA 有利子負債倍率（健全性） ⑤営業運転資本回転期間（効率性） ⑥自己資本比率（安全性）	【非財務情報】 ①経営理念・ビジョン、経営意欲、後継者の有無 ②企業及び事業沿革、強み・弱み、設備に関する投資、活用状況 ③市場動向、シェアの把握、顧客リピート率、取引金融機関数 ④事業計画・経営計画の有無、研究開発・商品開発の体制、人材育成の取り組み
分析手法	経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用し、商工会職員による経営分析を実施する。また、一般財団法人金融財政事情研究会が発刊する「業種別審査事典」を活用し、業種別のビジネスモデルの把握や自社を取り巻く環境の把握に役立てる。	

③外部専門家の活用

経営分析を行う事業者に対して、経営分析手法や経営分析についての指導が必要な場合は職員によるフォローアップを行い、経営分析の結果や分析による課題が明確化して更なる助言が必要な場合には、各種支援機関との連携や専門家派遣の活用による助言を受けながら経営へのフィードバックを行う。

（4）成果の活用

小規模事業者の経営状況を分析することで、詳細な経営実態を把握することができ、経営課題等を把握して課題解決に必要とする経営改善事項や支援方針を明確化することができる。また補助金や公的融資資金、各種施策等の活用を小規模事業者に提案することにより事業計画の策定に繋げることができる。

6. 事業計画策定支援に関すること

（1）現状と課題

【現状】

事業計画策定支援は、補助金等の申請を機に事業計画を策定するケースがほとんどとなっていて、補助金の獲得が目的で本来の自社の現状や経営環境を見据えた事業計画の策定支援を行っていない。

これまでは専門家による事業計画策定支援相談の開催や巡回・窓口相談の際に事業計画策定の重要性を説明し策定支援に繋げてきたが一部事業者に限られ、地区内事業者の多くが事業計画策定を行っておらず、事業計画に基づいた計画的な経営を行っていないのが現状である。

【課題】

補助金申請を目的として事業計画の策定を目指す事業者に対して、本来の事業計画

の目的や自社の経営環境を見据えた計画的な経営の継続のための事業計画策定の重要性を認知する事業者の意識を変えていく必要がある。

これまでも事業計画策定の重要性を周知してきたが、今後は巡回・窓口支援の際に事業計画策定の重要性の説明を重視して、事業者の経営の問題の課題解決を図れるようにし、より多くの事業者の計画的に繋げていくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業者に対し事業計画策定の重要性を説明するだけでは、事業者の意識を変えることができないため、事業者の掘り起こしを行い経済動向調査と経営状況の分析を踏まえ事業者の発展を見据えた事業計画の策定の支援を行う。また事業者が事業計画策定を行うにあたりDXの知識が必要となるため、IT化やDXについてのセミナー等を開催するとともに、それぞれの事業や経営課題に合わせて事業者に寄り添った経営計画の策定を支援し事業者の持続的発展を図っていく。

また創業者や事業承継を目指している事業者の事業計画策定支援は、事業計画の目的・必要性について説明を行い、経営上の課題解決に向けた事業計画策定支援を実行することを目指す。

(3) 目標

(数値目標)

支援内容	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①事業計画策定支援相談数	17者	18者	20者	22者	24者	25者
②DX推進セミナー	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
③事業計画策定事業者数	17者	18者	20者	22者	24者	25者
④創業事業計画策定事業者数	未実施	1者	1者	2者	2者	2者
⑤事業承継事業計画策定事業者数	未実施	2者	3者	3者	4者	4者

(4) 事業内容

①事業計画策定支援相談会の開催

事業計画の策定を推進するため事業計画策定支援相談を引き続き継続的に開催を行う。事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしによって事業計画策定相談により事業計画策定の意義や重要性を理解してもらうことを目的として開催する。

【支援対象】

経営分析を行った事業者・事業計画策定に関心のある事業者

【支援手段・手法】

経営分析を行った事業者、これから計画策定を検討している事業者を対象とした事業計画策定支援相談を開催し事業計画の策定支援を行う。また更なる計画へのブラッシュアップが必要な場合には職員によるフォローアップを行い、それでも困難な課題

や課題解決が難しい場合には、各種支援機関との連携や専門家派遣の活用により助言を受けながら支援を行う。

②DXセミナーの開催及びIT専門家派遣の開催

事業者が事業計画策定を行うにあたりDX（デジタルトランスフォーメーション）に関する基礎知識が必要となるため、実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を行うためIT化やDXについてのセミナー及び相談会を開催する。

【支援対象】

IT化やWebサイト構築等を検討している事業者・事業計画策定に関心のある事業者

【支援手段・手法】

IT化やDXによる計画策定を検討している事業者を対象としたIT化やDXについてのセミナーを開催し、DXに関する基礎知識の習得やITツールの導入を推進するセミナーを開催し事業計画の策定支援を行う。また更なる計画へのブラッシュアップが必要な場合には、各種支援機関との連携や専門家派遣の活用により助言を受けながら支援を行う。

③事業承継に伴う事業計画策定支援

(1) 事業承継案件の掘り起し

把握した小規模事業者の経営状況等の結果に基づき、事業承継や後継者育成が必要と思われる小規模事業者を中心に巡回や窓口支援において掘り起しを行う。

(2) 内容・手法

収集した情報や分析結果により把握した小規模事業者の経営状況により、巡回計画を立て支援先を選定し、課題に対して専門的な指導・助言が必要と判断した場合には関係機関等と連携した支援を行って事業承継計画策定支援を行う。

④創業・第2創業支援に伴う事業計画策定支援

(1) 創業案件の掘り起し

創業希望者の情報収集のため、豊田市役所等の各種団体等とも連携してシニア創業やコミュニティビジネス等の創業も視野に入れ対象者の掘り起しを図る。

(2) 内容手法

第2創業・事業承継の対象となる事業者には、巡回時に現状と課題等についてのヒアリングを行い、課題に対して専門的な指導・助言が必要と判断した場合には関係機関等と連携した支援を行って創業事業計画策定支援を行う。

また、創業・第2創業については、平成27年7月に豊田商工会議所、豊田市と豊田信用金庫と豊田市内6商工会他と締結した包括連携協定により創業塾を開催して、創業希望者の知識向上を図り創業計画の策定支援を行うことにより創業支援を図る。

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】

現状では事業計画を策定した事業者に対し、必要に応じて商工会職員等によるフォローアップを行っているが、事業計画のフォローアップは補助金等の進捗状況の確認に留まっているケースが多く、フォローアップが一過性なものとなっており事業者に対しての効果的な支援に繋がっていないのが現状である。

【課題】

フォローアップを実施する中で事業者からの支援依頼を待つことが多く、事業者に対し、次のステップアップに向けた取り組みや施策の提案など積極的なアプローチが出来ていないのが課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定支援におけるフォローアップについては、事業計画策定事業者すべてを対象として、その支援に当たっては愛知県商工会連合会、中小企業 119 の専門家派遣事業等と連携を図っていく。また日頃から事業者とコミュニケーションをとって相談しやすい環境を整えて、策定した事業計画が実現できるように経営指導員等によるフォローアップの充実を図る。

(3) 目標

(数値目標)

支援内容	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
事業計画策定後フォローアップ対象事業者数	17者	18者	20者	22者	24者	25者
頻度(延回数)	51回	54回	60回	66回	72回	75回
創業・事業承継フォローアップ対象事業者数	1者	3者	4者	5者	6者	6者
頻度(延回数)	3回	9回	12回	15回	18回	18回
専門家派遣事業者数	未実施	4者	5者	5者	6者	7者
売上増加の事業者数	3者	5者	6者	7者	9者	9者

(4) 事業内容

①経営指導員等によるフォローアップの実施

事業計画策定後に、3ヶ月に1度の巡回訪問によりヒアリングと資料確認により進捗状況のチェックを行うとともに、実情に応じた課題解決に必要な指導・助言を行う。事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者とある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障がない事業者を見極めた上でフォローアップ頻度を設定する。また、フォローアップの状況を事務局内部でも情報共有し、進捗状況の把握や計画に大きなズレが生じていないかなどのチェックを図る。

②外部専門家の活用

事業者へのフォローアップを実施していく中で、事業計画と進捗状況とがズレが生じている場合に関しては、経営指導員等のフォローアップの頻度を変えるなどの対応を行っていく。また経営指導員等では問題解決が困難な場合には、愛知県商工会連合会が実施機関である「経営・技術強化支援事業（エキスパートバンク）」や中小企業庁の「中小企業 119」の専門家派遣制度を活用し、進捗状況のズレの発生要因の解決や今後の対応策について検討を行う。

③創業支援後のフォローアップ

創業者に対する支援として、創業支援も他の事業計画策定後のフォローアップ同様、3ヶ月に一度の巡回訪問を行い経営全般やマーケティング、金融・労務・税務等といった課題解決に必要な指導・助言を行っていく。また、専門的な指導や助言の必要と判断した場合は外部専門家を活用し課題に応じた支援を行う。

④事業計画策定後の成果の検証・把握

事業計画策定を支援した事業者に対し、定性的な成果の把握はしていたものの具体的な成果に関しては事業者ごとに差異が生じている。そこで今後は事業計画策定支援を行った事業者に対しては、決算報告書や確定申告書等の数字が把握できる書類の提出を求め成果の把握に努めていく。また得られた情報を基に経営指導員等による成果の検証を行い事業者の次のステップアップへの支援を行う。

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】

当地域では商品力やサービス力はあるものの、販路開拓の方法が分からないことにより営業力・宣伝力が弱く、十分な販路開拓が行えていない小規模事業者が多くみられる。これまでは商談会・展示会への出展支援やホームページ作成支援等の販路開拓支援を実施してきたが商談会等への出展が目的になり、その後の成果の検証やフォローを行えていないのが現状である。

【課題】

現在では販路開拓における IT 活用は必要不可欠であるが、小規模事業者の多くは IT の知識、ノウハウが不足していることが多いため、小規模事業者が IT を用いた販路開拓ができるように支援を実施していくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

商工会に求められる役割は、事業者への新たな販路開拓支援でありその支援は小規模事業者の売上増加や利益確保に結びつける必要がある。また、足助地区の小規模事業者が持続的発展に活用できるような事業として、重伝建地区選定による活用・支援及び買い物弱者を対象とした移動販売事業の拡大などの積極的な推進により小規模事業者の利益に繋がる事業が求められている。

また多様化する顧客ニーズに幅広く対応するため、支援内容は展示会等の出展に限定せず、IT を活用した新たな販路開拓支援やプレスリリース等の広報手段を活用した販路開拓の支援等、多様な手段を使って小規模事業者の販路開拓支援を実施する。

(3) 目標
(数値目標)

支援内容	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①マスメディアを活用した支援事業者件数	未実施	3者	5者	5者	5者	6者
売上増加率/者	—	5%	7%	7%	8%	9%
②IT を活用した販路開拓支援事業者数	1者	4者	4者	5者	5者	6者
売上増加率/者	—	7%	7%	10%	10%	12%
③アンテナショップ等への出展事業者数	2者	3者	4者	4者	5者	6者
月間売上額/者	—	10万	12万	13万	18万	20万
④重伝建地区活用によるイベントへの参加事業者数	35者	36者	36者	37者	37者	38者
売上増加率/者	—	5%	7%	8%	8%	10%
⑤移動販売事業の実施事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
売上増加率/数者	—	3%	5%	6%	7%	8%

(4) 事業内容

①新たな需要開拓のためのメディアの活用支援

新たな需要開拓を行う上で商品の話題性は重要な要素となり、特にマスメディアの発信する情報は、多くの消費者に伝わりやすく影響は非常に大きいため、小規模事業者がメディアに取り上げてもらえるように、プレスリリース等の広報手法の活用支援を実施する。

②IT を活用した販路開拓支援

多様化する市場や、新型コロナウイルス感染症により新たな市場開拓が困難になっている現在において、販路開拓における IT 利活用は必要不可欠となっているが、小規模事業者は、経営資源が脆弱であるため自力での販路開拓の活動に限界がある。

なお IT を活用した販路開拓が有効であるが、小規模事業者の多くが IT を導入するための知識、ノウハウが不足していることが多いため、小規模事業者が自身で IT を用いた販路開拓ができるよう支援を実施する。

また、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 活用による販路開拓等に関するセミナーの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 ネットショップやアンテナショップ等への参加支援

豊田市の行う特産品展等へ土産物を販売する小売業者等への参加支援をしてきたが、地域特産品等の更なる販路拡大のため全国商工会連合会のネットショップ「ニッポンセレクト.com」、愛知県商工会連合会の県内物産品のアンテナショップ「まるっと！あいち」等への出品参加勧奨を行い販路開拓と事業者の認知度向上を図る、また出店後は、商談内容などを聞き取りし販路拡大に向けたフォローアップを行う。

④ 重伝建地区に選定された町並みを活用した事業実施

豊田市、足助地区中央商店街協同組合と連携し、重伝建地区に選定された町並みを活用した事業の実施により需要拡大の支援を継続して行っていく。観光客を誘客するため重伝建地区である足助の古い町並みを通過型から滞在型への移行を目指したイベント等を実施して町並みとしての商店街全体での新たな販売方法を通して需要拡大を図るとともに、将来的には商店街全体としての販路拡大や地域のブランド化を目指していく。

・お店めぐりスタンプラリー

2月～3月に商店街で商品の購入や食事をすると粗品がもらえるお店めぐりスタンプラリーの実施

・足助マルシェ市（月1回開催）

地元農家の新鮮な野菜や木工製品などを出品するマルシェ市を定期的実施

⑤ 移動販売事業の実施による買い物弱者支援

足助地区は中山間地域のため日常の買い物に不便を感じている高齢者が多く、高齢者を対象にしたいわゆる買い物弱者への支援として、移動販売車による買い物機会を提供する事業を継続して地区内事業者との連携により行っていく。

事業は移動販売車2台を使用し週5日の毎日違うルートで、1日2ルート運行による販売を行い日常の買い物に不便を感じている高齢者等に対して地域に不可欠な事業として定着をしているが、今後は新規顧客開拓を目指し宅配事業の検討も行っていく。

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】

経営発達計画の事業報告は理事会で審議され総会で承認を受け実施しているが、各事業の進捗状況の報告を行う「経営発達支援計画委員会」の開催により、各年度の経営発達支援事業の実施状況の評価を行っている。

【課題】

理事会での経営発達支援事業の取り組みについては報告がされ、「経営発達支援計画委員会」の開催により評価・検証も実施している、また事務局内部での経営発達支援事業実施に向けたPDCAが回る仕組みが構築出来ておらず、商工会職員個々の目標設定・業務への反映が課題である。

(2) 事業内容

①内部的な事業評価

(1) 経営指導員等への評価

経営発達支援事業を実施していくためには、経営発達支援事業担当者個々の目標設定や業務の反映が必要とされている。基本的には、法定経営指導員が中心となって経営発達支援事業を実施しているが、職員一丸となって取り組んでいく。また、定期的な事務局長と面談により、取り組み状況の評価・フィードバックを行う。その結果、当会の支援レベルが向上し小規模事業者の持続的発展に寄与することが出来る。

毎年度、本事業計画に記載の事業の実施状況及び成果について、下記のPDCAサイクルにより評価・検証を行う。

(1) 足助商工会において、今回の経営発達支援事業計画に基づいて、年度における目標を設定した実行計画書を作成する。[P(計画)]

(2) 上記実行計画書に従って事業を実施する。[D(実行)]

(3) 経営発達支援推進委員会を4ヶ月に1度開催し、事業の進捗状況を確認し、課題の抽出、見直しの検討を行う。[C(評価)]

(4) (1)・(2)・(3)の検討結果を踏まえて、事業を実施する。[A(改善)]

(5) 足助経営発達支援推進委員会により事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を会議開催の都度行う。

(6) 中小企業診断士を外部有識者として活用し、豊田市商業観光課及び豊田信用金庫と連携して事業の実施状況、見直し案、成果の評価の提示を行う。

(7) 事業の成果、評価、見直しの結果を理事会及び総会へ提出し承認を受ける。

(8) 事業の成果、評価、見直しの結果を足助商工会のホームページに実施期間中公表する。[akibito.jp/asuke_shokokai/]

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、名古屋商工会議所が合同で主催する経営指導員等応用研修やその他の研修会、中小企業大学校研修への受講も含め積極的な参加及び各自がweb研修等に参加し、自身のスキルアップやレベルアップを目指しているが、職員の資質向上等に関しては、個人レベルに任せている状況であり、組織として資質向上に向けた仕組みが構築されていないのが現状である。

【課題】

経営発達支援事業の実施については、事業の実施の中心となるのは経営指導員ではあるが、職員間での認識にはバラつきがあり経営発達支援事業を職員全体の取り組みとして意識の共有を図っていくことが課題である。

また職員間で知識の習得を図り、事業者の情報や経営支援に関するノウハウを共有し小規模事業者の支援を組織全体として行っていくことが課題である。

(2) 事業内容

①研修会及びセミナーへの積極的参加

経営指導員等及び職員全体で従来の経営改善普及事業に必要な知識・教養に加え、小規模事業者の持続的発展や経営改善に資する支援ノウハウの習得に有益な中小企業大学校等で行われる経営指導員対象のセミナーや研修会へ年2回以上参加し、参加後に職員間での情報共有を図り組織全体での支援スキル向上を図る。

②職員間の定期ミーティングの開催

経営指導員等が研修会やセミナーなどにより習得したノウハウや、事業者支援により得た小規模事業者の経営分析結果などを共有し、更なるスキルアップに繋げるために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。

③データベース化による情報共有

経営指導員等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情報共有が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とれるとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで共有の支援が図れるようにして支援能力の向上を図る。

④事業者のDX推進に向けた研修等への参加

地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、職員のITスキルを向上させて事業者の支援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に関連する相談・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を行う。

ア) 事業者の業務効率化

RPAシステム、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) 事業者の需要開拓

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を活用した広報等

(目 標)

支援内容	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①愛知県商工会連合会等研修	6回	7回	8回	8回	10回	10回
②中小企業大学校研修	1回	1回	1回	2回	2回	2回
③DX化推進研修	未実施	2回	2回	4回	4回	5回
④職員支援能力向上研修会	未実施	2回	2回	2回	3回	3回
⑤職員間定期ミーティング	未実施	24回	24回	24回	24回	24回

1 1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまでの情報交換等の取組は、上部団体である愛知県商工会連合会との連携が中心であり、他の支援機関との連携はほとんど行われていないのが現状である。なお事業者の経営課題が高度化、複雑化していくなかで、専門的でより広範囲的な対応が必要とされているため、経営指導員等が巡回などを通じて小規模事業者の支援要望や内容把握をし、連携しての支援や状況に応じて専門家派遣による支援を行ってきたのが現状である。

【課題】

高度化する小規模事業者支援に対し、更なる支援レベルの向上を図るため他の支援機関との連絡協調、役割分担などの連携体制を構築して支援を行うことが課題である。

(2) 事業内容

事業者支援のノウハウ、支援の現状などを他の支援機関との連携を行うため、近隣商工会との情報交換会の開催、商工会以外の支援機関（金融機関など）との情報交換を定期的に行い支援力向上に努めていく。

①商工会連合会豊田支部の職種別連絡会議への出席による情報交換の開催

定期的に支部内の各職種（経営指導員、補助員、記帳関係職員）ごとに連絡会議を継続開催し、支援ノウハウや支援に役立つ情報等について情報交換をおこなう。情報交換をすることにより各商工会の小規模事業者支援に対する支援ノウハウを共有し、新しい考え方や支援体制を構築することにより組織活性化に繋げて、個々の支援の現場においても経営指導員等のスキルアップに繋がり支援レベルの向上を図ることができる。

②「地元金融機関との情報交換」（年1回）

豊田信用金庫、愛知県信用保証協会並びに愛知県商工会連合会豊田支部（みよし、藤岡、小原、足助、下山、旭、稲武）の7商工会は「小規模事業者に対する経営改善支援への取組みに関する覚書」を締結した。それを踏まえ、足助商工会では小規模事業者の経営改善計画策定等の経営改善に向けた支援の実効性を高めるため、地元豊田信用金庫と年1回以上の定期的な情報交換会の実施により連携を深める。

「地元金融機関との連携」で情報交換する主な項目

- ①地域内開廃業の現状
- ②融資における現状
- ③個社支援の情報共有による事業性評価と融資の促進状況分析

③「各関係機関との連携強化」(年1回)

日本政策金融公庫と西三河地域の14商工会で実施するマル経連絡協議会(年1回開催)で各地域の経済動向、金融需要動向についての情報交換を行う。また、愛知県商工会联合会、あいち産業振興機構(よろず支援拠点)、中小企業基盤整備機構の専門家派遣制度を積極的に活用し、小規模事業者へ専門家と経営指導員が同行することにより、小規模事業者の高度化、多様化する支援ニーズに対応した支援ノウハウの修得をはかる。また支援ノウハウは経営カルテやワークシート等でデータベース化し、全職員で情報共有することにより支援先の支援に役立てる。

(目標)

支援内容	現状	4年度	5年度	6年度	7年度	8年度
①連携機関情報交換会	未実施	2回	2回	2回	2回	2回
②商工会関係情報交換会	15回	15回	16回	16回	16回	16回

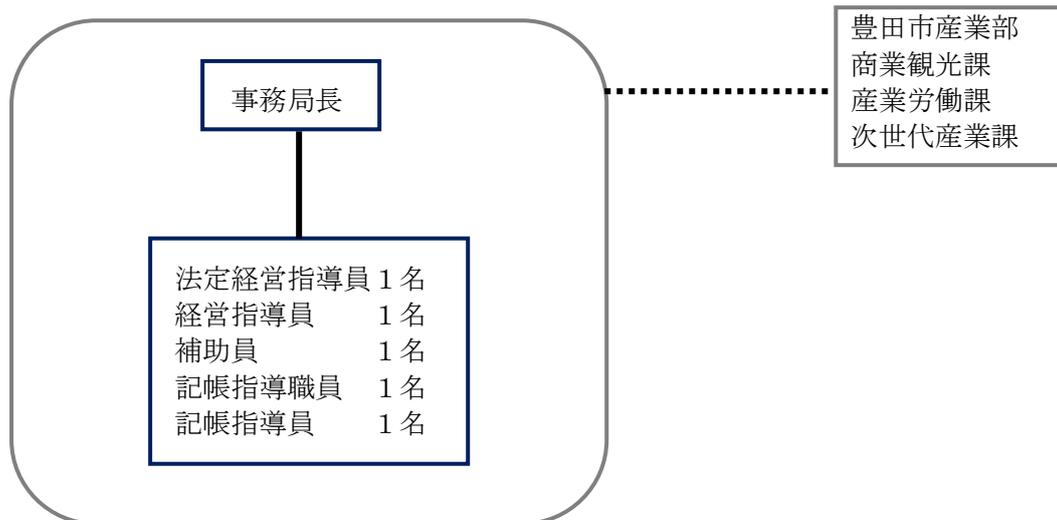
(別表 2)

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 9 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当該経営指導員の氏名、連絡先

氏名：川島 敬朗

連絡先：足助商工会 TEL 0565-65-2540

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／商工会議所

〒441-2513

愛知県豊田市足助町西町 4 8

足助商工会

TEL 0565-62-0480 FAX 0565-62-0993

Email asuke@asuke.aitai.ne.jp

②関係市町村

【豊田市産業部】

〒471-8501

愛知県豊田市西町 3 丁目 6 0 番地

豊田市役所西庁舎 7 階

豊田市産業部商業観光課

TEL 0565-34-6642 FAX 0565-35-4317

Email shoukan@city.toyota.aichi.jp

〒471-8501

愛知県豊田市西町3丁目60番地

豊田市役所西庁舎7階

豊田市産業部産業労働課

TEL 0565-34-6641 FAX 0565-35-4317

Email sangyou@city.toyota.aichi.jp

〒471-0023

愛知県豊田市挙母町2丁目1番地1 ものづくり創造拠点SENTAN2階

豊田市産業部次世代産業課

TEL 0565-47-1250 FAX 0565-47-1252

Email monozukuri-sozo@city.toyota.aichi.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	1,410	1,430	1,430	1,430	1,500
経営改善普及事業費					
講習会等開催費	100	120	120	120	120
事務費	50	50	50	50	50
旅費					
施策普及費	10	10	10	10	10
経営発達支援費	500	500	500	500	500
一般事業費					
総合振興費	150	150	150	150	150
商工まつり事業	500	500	500	500	500
管理費					
会議費	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
国補助金、愛知県補助金、豊田市補助金、一般会計事業費、特別賦課金

(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。

