

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	西尾商工会議所（法人番号3-1803-0500-6671） 西尾市（地方公共団体コード232131）
実施期間	令和2年4月1日～令和7年3月31日
目標	地域の経営課題である、垂直取引構造から成る、「営業力・開発力」の弱さを改善し、また、恵まれた地域であるが故の変化を好まない保守的経営からの脱却をはかり、時代の変化に対応できる経営体質を構築するため、『IT活用による生産性向上と計画経営による利益向上』を二軸目標とし、経営発達支援計画を実施する。
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>2. 地域の経済動向調査に関すること (1) 定期景況調査 (2) ビッグデータの活用</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること (1) 経営分析セミナーの開催 (2) 決算書分析</p> <p>4. 事業計画策定支援に関すること 西尾PSAS(ピーサス)サイクルによる事業計画策定 (1) Promotion 周知・告知 (2) Seminar セミナー開催 (3) Advice 個別相談 (4) Support 策定支援</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること (1) 事業計画進捗状況の確認 (2) 経営資源・財務などの状況分析 (3) 資金繰り、補助金、専門家支援</p> <p>6. 需要動向調査に関すること (1) 書面アンケートでの消費者調査 (2) Googleフォームを活用したWeb上での消費者アンケート調査</p> <p>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること (1) にしお産業物産フェア、メッセ名古屋、こだわり食品フェア出展 (2) umamill(ウマミル)を活用した海外展開支援</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <p>8. 地域経済の活性化に資する取組 にしお産業物産フェア及び三河観光GONの開催、雇用対策事業</p>
連絡先	西尾商工会議所 中小企業相談所 〒445-8505 愛知県西尾市寄住町若宮 37 番地 TEL:(0563)56-5151 FAX:(0563)57-0002 E-mail:info@nishio.or.jp 西尾市産業部商工観光課 〒445-8501 愛知県西尾市寄住町下田 22 番地 TEL:(0563)65-2168 FAX:(0563)57-1322 E-mail:nishio@city.nishio.lg.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

I. 西尾市の概要 ※西尾市第7次総合計画より

本市は、愛知県のほぼ中央を北から南へ流れる矢作川流域の南端に位置し、面積は160.34k㎡で、愛知県全体の3.1%を占めている。

中部圏の中心である名古屋市の45km圏域にあり、東は蒲郡市、幸田町、北は岡崎市、安城市、西は碧南市と接し、南は三河湾に面している。

矢作川が形成した岡崎平野の最下流域にあり、矢作川のかつての本流(現矢作古川)に沿って形成された標高10mまでの低地が広がっている。東部は標高348.8mの主峰三ヶ根山を頂点とする山地で、また三河湾内には、有人離島の佐久島や無人離島の梶島、前島、沖島が点在している。



交通アクセス



[ご利用交通機関]



- 名鉄名古屋駅より吉良吉田行き急行で約48分
- 名鉄蒲郡駅より名古屋西尾方面行き約45分
- 東名高速道路岡崎ICより車で約40分
- 東名高速道路音羽蒲郡ICより車で約30分
- 知多半島道路半田ICより車で約30分

広域的な幹線道路として国道23号岡崎バイパス(名豊道路)や国道247号が市内を東西に通過。名古屋をはじめ西三河や東三河の各都市や衣浦港、三河港や中部国際空港ともアクセスしている。しかしながら、高速道路(自動車専用道路含む)は通過していないため、高速道路のインターチェンジまでのアクセスに時間がかかる。

鉄道は名鉄西尾線が新城と吉良吉田をつないでいるほか、名鉄蒲郡線が吉良吉田と蒲郡をつないでいる。



II. 西尾市の現状と課題

(1) 人口

平成31年4月現在における西尾市の人口は172,424人である。自動車関連企業を中心とした製造業の好調感や旺盛な企業誘致等により、減少予想だった人口は、今のところ増加している。

しかしながら、我が国は人口減少時代に突入し、少子高齢化の進展は避けられない。当市の第7次総合計画後期計画に記した平成34年における人口の展望は、163,000人であり、減少の予測を立てている。現状を鑑みれば、ここまでの大幅な減少は考えられないものの、減少傾向は避けられないと思慮している。

西尾市は各年4月1日、愛知県及び全国は各年10月1日現在(単位:人)

区分	西尾市	増減率	愛知県	増減率	全国	増減率
平成26年	169,890人	+0.07%	7,462千人	+0.175%	127,083千人	△0.169%
平成27年	170,110人	+0.13%	7,483千人	+0.281%	127,095千人	+0.009%
平成28年	170,869人	+0.45%	7,507千人	+0.321%	126,933千人	△0.127%
平成29年	171,546人	+0.41%	7,526千人	+0.253%	126,706千人	△0.179%
平成30年	171,899人	+0.21%	7,539千人	+0.173%	126,443千人	△0.208%
平成31年	172,424人	+0.31%	-	-	-	-

●人口・世帯数の推移と推計(西尾市第7次総合計画後期計画より)

平成34年における人口の展望
163,000人 **59,400**世帯



(2) 歴史と文化・観光および地域の名産品等

① 歴史と文化

鎌倉時代に足利義氏がこの地に西条城(西尾城)を築き、吉良荘の支配を始めたのが西尾の発展の始ま

りだといわれている。「西尾」の地名が最初に現れるのは、『今川義元書状』に書かれている「西尾之御事」「西尾城」という記述である。1556年、今川氏が吉良氏を攻めたとき、今川義元は、「西条城」を「西尾城」と呼んだ。その後、戦国時代以降に城下町として栄え、江戸時代には六万石を誇っていたため、市内には歴史的に重要な文化財を有する寺院や史跡が密集している。

②観光

西尾市岩瀬文庫

明治41年に実業家・岩瀬弥助が「地域文化の向上と古い書物の継承」を願って、独力で設立した古典籍主体の私立図書館が始まり。蔵書は開館当初からあらゆる人に無償で公開され、美しく堅牢な赤煉瓦の書庫は文化のシンボルとして今も愛され続けている。

平成28年8月7日には、皇太子さまであった天皇陛下が岩瀬文庫を訪問され、展示室で貴重な古典籍などを鑑賞された。



西尾市歴史公園

六万石の城下町の威容を今に伝える歴史公園。西尾市歴史公園は、その一部を再建・復元した公園で、園内には本丸丑寅櫓(ほんまるうしとらやぐら)や二の丸の表門である鑰石門(ちゅうじやくもん)、数奇屋風邸宅の旧近衛邸や椿の庭、京風庭園が美しい尚古荘などが見学できる。旧近衛邸では西尾名産のお抹茶を飲むこともできる。

また、一角には西尾城時代の資料が展示された西尾市資料館もある。



③地域の名産品

伝統製法と最新技術の融合で、新時代を拓く「西尾の抹茶」



地域ブランド登録 第5204296号
Regional Collective Trademark No.5204296



農林水産大臣登録 第27号
Minister of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan registration No.27

温暖な気候、矢作川がもたらす豊かな土壌と川霧に恵まれた西尾は全国生産量約20%を占める日本一の抹茶の里。明治5年頃、宇治から茶種と製茶技術を導入し、地元農家も栽培を開始。大正後期には「てん茶」(抹茶の原料茶葉)の栽培・製造が主となり現在に至っている。

「西尾の抹茶」は平成21年に特許庁の地域ブランド(地域団体商標)に登録され、平成29年3月には全国で27番目に農林水産省の地理的表示(GI)に登録された。西尾の抹茶は、全国で初めて抹茶に限定した地域ブランドに登録され、飲用から加工品まですべてがブランドの対象になっている。

また、全国の有名店も御用達、全国トップクラスのシェアを誇るブランド「一色産うなぎ」や、百年以上の歴史を持つ「三河一色えびせんべい」も特許庁の地域ブランド(地域団体商標)に登録し、地域の名産品としている。

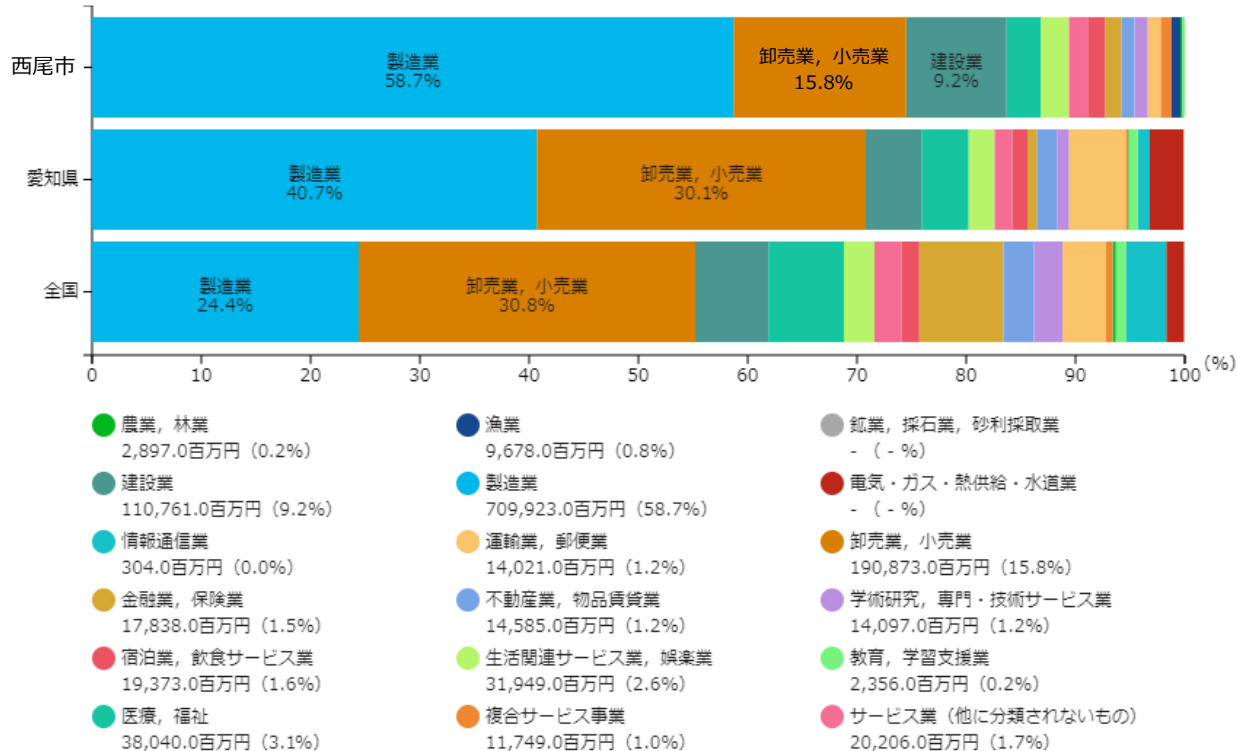
※「地理的表示(GI)保護制度」とは、長年培われた特別な生産方法や気候・風土・土壌などの生産地の特性により、高い品質と評価を獲得した地域の産品を知的財産として保護する制度である。

Ⅲ.商工業者の現状

(1)市内全産業の構造

西尾市内の全産業構造における2016年の企業単位売上高は1,210,033百万円であり、その58.7%を製造業が占める。全国屈指のものづくり産業の集積地である愛知県と比較しても多いことが伺える。

●売上高(企業単位)2016年(RESASより)



①工業の現状と課題

製造品出荷額等がダントツ1位の愛知で 県内5位の實力

愛知県は、全国屈指のものづくり産業の集積地であり、製造品出荷額等が昭和52年以来40年連続日本一の座を占めるなど、日本経済発展の原動力として大きな役割を果たしている。基幹産業は自動車産業であり、平成28年経済センサスによると、製造品出荷額等のうち輸送用機械においては全国シェア39.4%を誇っている。ほかにも、業務用機械、鉄鋼業、ゴム製品、プラスチック、電気機械、繊維、生産用機械、金属製品など多くの業種が全国シェア1位となっている。

上位5都道府県 製造品出荷額等				上位5市町村別 製造品出荷額等(輸送用機械器具製造業)			
第1位	愛知県	46兆 483億円	14.7%	第1位	豊田市	13兆3,282億円	52.3%
第2位	神奈川県	17兆4,772億円	5.6%	第2位	田原市	1兆9,375億円	7.6%
第3位	大阪府	16兆6,859億円	5.3%	第3位	岡崎市	1兆2,528億円	4.9%
第4位	静岡県	16兆3,720億円	5.2%	第4位	安城市	1兆2,033億円	4.7%
第5位	兵庫県	15兆4,457億円	4.9%	第5位	西尾市	1兆1,851億円	4.6%

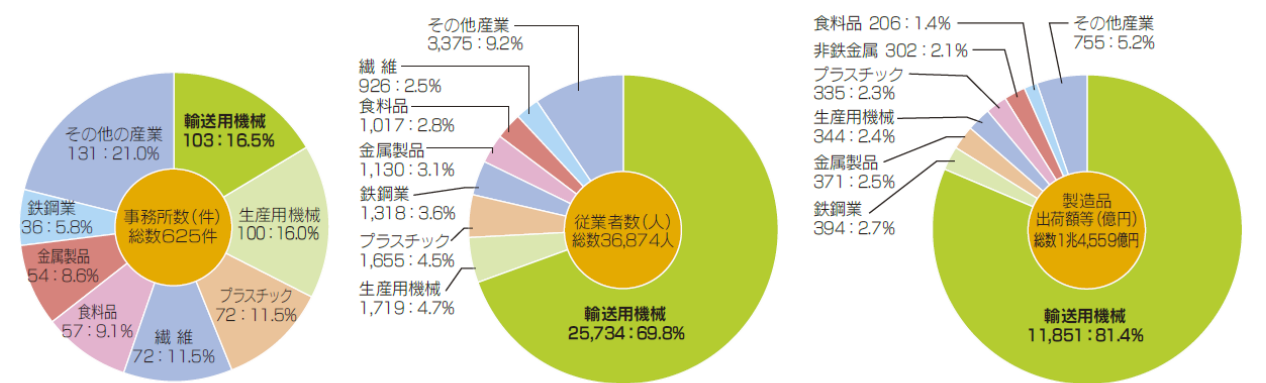
(資料:総務省・経済産業省 平成28年経済センサス) ※従業者4人以上の事業所

その愛知県南部にある西尾市は、自動車産業から食品加工用抹茶の製造を行う地場産業に至るまで県内有数のものづくりの集積地であり、アイシン精機(株)や(株)デンソーなどの大企業をはじめ、ものづくりの根幹を担う中小企業・小規模事業者が数多く立地している。

中でも、鋳造や鍛造、切削、研磨など金属加工技術を有する企業が多く集積しているのが特徴で、熟練の技術を継承する優秀な人材を確保できる雇用面での強みもあり、長寿企業が数多くある。

その実績は数字にも表れており、西尾市の製造品出荷額等は県内 54 市町村中第 9 位、うち輸送用機械については第 5 位で、愛知の自動車産業を支える重要な役割を果たしている。

自動車産業以外にも、生産用機械、鉄鋼業、プラスチック、金属製品、非鉄金属、食料品、繊維などの幅広い産業が集積している。



(資料:総務省・経済産業省 平成28年経済センサス)※従業者4人以上の事業所

このような状況の中、当市の工業は、事業所数が減少しているものの、従業者数や製造品出荷額等は増加している。これは、小規模事業者が減少していることがうかがわれる。

平成 20 年(2008 年)には世界的な経済不況の影響を受けて、工業生産も落ち込んだが、その後は順調に回復している。

工業統計調査結果

各年12月31日現在

年	事業所数(件)	増減	従業員(人)	増減	年間製造品出荷額(百万円)	増減
平成25年	626	△11	33,304	3,278	1,350,696	225,863
平成26年	607	△19	34,111	807	1,348,149	△2,547
平成28年	625	18	36,874	2,763	1,455,927	107,778
平成29年	574	△51	36,532	△342	1,508,836	52,909
平成30年	582	8	38,982	2,450	1,707,545	198,709

資料:工業統計調査(H28は経済センサス-活動調査 6月1日現在) ※H29からは6月1日現在。ただし製品出荷額は前年分

当地域は、切削加工、金型、鋳造などのものづくりの基盤技術の集積地という特色を有しており、好調な自動車産業を生産技術面で支えている地域である。しかしながら、「良いモノづくりさえすれば仕事がある」と恵まれてきた三河(西尾)近辺の企業も、近年、トヨタ自動車の国内生産拠点の県外拡大や、米中貿易摩擦の影響や英国のEU離脱の動向などの不透明感もあることから、企業活動の慎重化が懸念されているところである。

また、自動車業界は「100年に一度の大変革の時代」に入っているとされており、「電動化」「自動化」「コネクティッド」「シェアリング」などの技術革新は急速に進み、新しい競争ルールで、「生きるか死ぬか」の戦いが始まっている。西尾市内には、内燃機関やパワートレイン関連の下請け工場が多く、自動車の電動化における部品点数の減少は、当地域製造業、とりわけ小規模事業者にとっては死活問題である。

当地域製造業の特徴としては、長年に及ぶ垂直取引構造の結果、発注先から支給された図面や素材を基にした賃加工を中心に高い生産技術力を備えている反面、製品企画力・研究開発力・マーケティング力や営業力といった「製品開発、営業活動面での優位性」を持つ企業は少ない。生産専門工場的な特化が強みであると言えるが、それを売り込む営業活動面に課題がある。

また、ものづくりの「QCD:品質・価格・納期」に加え、「人手不足」「人材育成」「後継者育成」等人に係る課題も多く挙げられている。

②商業の現状と課題

西尾市の卸・小売業の事業所数は、15年前の平成16年と比較すると、減少が続き、商店数は30.4%、従業者数17.4%、年間商品販売額は2.1%減少した。年間商品販売額の減少率より商店数の減少率が高いのは、大型商業施設の新規参入及び、小規模事業者の減少が多いことがうかがえる。

商業統計調査結果(卸・小売業)

年	事業所数	増減	従業者数(人)	増減	年間商品販売額(百万円)	増減
平成16年	2,144	—	12,422	—	274,713	—
平成19年	1,988	△156	12,100	△322	279,147	90,711
平成24年	1,464	△524	9,191	△2,909	224,716	△54,431
平成26年	1,393	△71	8,646	△545	283,301	58,585
平成28年	1,493	100	10,580	1,934	268,954	△14,347

資料:RESAS 経済産業省「商業統計調査」総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」

※2007年以降、日本標準産業分類の大幅改定の影響や、「商業統計調査」と「経済センサス活動調査」の集計対象範囲の違い等から、単純に調査年間の比較が行えていない。

西尾市はかつて“三河三都”の一都として、豊橋、岡崎と共に栄え、発展を続け、商機能を担う商店街や大型店及び都市施設の多くが中心商業地に集中している。近年、中心商業地に外部資本大型店の出店が続き、商業関係者、小規模事業者の経営状況は厳しさを増している。

この状況の中「大型店との差別化」の生き残り策は必須であるが、社会環境の変化や、店主の高齢化、後継者不足等、様々な問題から、店主たちの意識は低迷している。

過去に西尾市商業協同組合が行った店主の意識調査によると、「今後の経営方針」と「販売促進」の設問では、「現状のままでよい」と答えた割合が6割あった。その結果、高齢経営者等は、ホームページやSNSによる、インターネットを通じた情報発信等のビジネス対応が遅れている店が多いことが課題である。

当所が毎年四半期に一度行う景況調査の結果を見ても、経営上の問題点として毎回トップに上げられる項目は「新規の顧客開拓」と「大型店との差別化」であり、地域小規模事業者の共通かつ永遠の課題である。

一方で、円滑な事業承継を行い、経営の若返りを図った商店や、SNSを積極的に活用し、個店の魅力を上手く発信出来ている事業者においては、新規顧客の獲得が出来ている。

現状維持の保守的事業者と円滑な事業承継に加え、的確な情報発信により、大型店との差別化が出来ている事業者との売上は、二極化の傾向にある。

(2)商工業者数と市内における担当支援地区

西尾市は、平成23年4月に旧西尾市と幡豆郡3町(一色町、吉良町、幡豆町)が合併し、現在の西尾市となり、市内には西尾商工会議所の他、一色町商工会と西尾みなみ商工会が存在する。(左下図参照)



旧西尾市・・・西尾商工会議所
 一色町・・・一色町商工会
 吉良町、幡豆町・・・西尾みなみ商工会

区分	平成24年 経済センサス	平成28年 経済センサス	比較増減
管内商工業者数	4,459	4,198	△261
小規模事業者数	3,477	3,146	△331
会員数(年度末)	1,947	1,990	43

当所は、昭和31年12月24日に法人登記。会頭1名、副会頭3名、常議員33名、議員100名、監事3名、専務理事1名、理事1名、職員12名、嘱託職員1名、パート4名で組織している。

IV.地域における小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

【小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方】

人口減少・高齢化、競争激化等厳しい経営環境の下で様々な課題をもつ当地域の小規模事業者は平成18年から24年にかけて4.8%、平成24年から28年にかけて9.5%減少し、減少幅が拡大している。地域雇用及び住民生活の両面において重要な役割をもつ小規模事業者をこれ以上減少させないために、小規模事業者自身を元気にする「個社支援」と、小規模事業者の活動の場である地域全体を元気にする、地域経済の活性化を通じた「面的支援」の両面をより一層充実させ、取り組む事が不可欠であると考えます。

今後10年程度の期間を見据えての中長期的な振興のあり方は、西尾市第7次総合計画後期計画の基本目標「(1)活力と魅力あふれる産業づくり(産業振興)」の基本目標を踏まえたものとする。合併により本市は豊かな自然と多様な地域資源に恵まれ、新たな産業の創出や農漁業、工業、商業、観光などの産業を有機的に連携することにより、まちの更なる活性化の可能性が高まっており、恵まれた地域資源を有効活用し、活力と魅力あふれる産業づくりを進めるとある。当所及び西尾市は同目標を共通目標ととらえ、地域支援機関と連携し、中核となって小規模事業者の持続的な発展を支援するものとする。

【商工会議所としての役割】

近年、地域総合経済団体である商工会議所の「存在意義」や「役割」は、時代や環境の変化に伴い変化してきた。小規模事業者の経営課題は、年々、多様化・複雑化してきており、求められるのは、『変化に対応できる・メリットを提示できる・課題解決できる』商工会議所である必要がある。商工会議所の強みである、様々な支援機関とのネットワークをフルに活用し、ニーズの多様化に対応し、面的支援を活用した個社支援体制を整えることが役割だと考える。

そこで、当所は、地域の小規模事業者が「明るく、楽しく、元気に」事業を続けられる様、やる気スイッチを入れられる「小規模事業者のパワースポット」となり、『包括的伴走支援』(地域支援機関と連携し、入口支援から出口支援まで、支援段階に応じた提案型伴走支援)を通じ、地域の小規模事業者の持続的な発展に向けた経営発達支援事業を実施する。

V.経営発達支援事業の目標

上記振興のあり方を踏まえ、当所は経営指導員の資質向上を図りつつ、愛知県、あいち産業振興機構、中小企業基盤整備機構、よろず支援拠点、地元金融機関と連携しながら、経営分析・事業計画作成・実行、フォローアップ・販路開拓等、支援段階に応じた提案型の伴走支援を行う。 ➡ 『包括的伴走支援』

近年、スマートフォンやタブレット等の普及に伴い、小規模事業者の周りには、手軽にITを導入するための環境が整い始めている。グローバル経済においても、決済のキャッシュレス化は進んでおり、その波は当然、当地域にも波及している。また、先の消費増税におけるキャッシュレス決済におけるポイント還元事業では、小規模事業者のIT化が進んだ半面、IT化の波にどうしても乗り遅れてしまう小規模事業者も多数あり、そこへの課題が見えてきた。

今後の人口減少社会において、売上・利益向上や人手不足等の経営課題に対する解決策としてIT導入は必要不可欠なものであり、あらゆる小規模事業者にとって避けては通れない環境整備であるため、当所はスマートCCI化を目指し、当所と小規模事業者のIT利用促進及びITリテラシーの向上を図る。

地域の経営課題である、垂直取引構造から成る、「営業力・開発力」の弱さを改善し、また、恵まれた地域であるが故の変化を好まない保守的経営からの脱却をはかり、時代の変化に対応できる経営体質を構築するため、『IT活用による生産性向上と計画経営による利益向上』を二軸目標とし、経営発達支援計画を実施する。

VI.目標の達成に向けた方針

西尾商工会議所は、行政・金融機関などの支援機関と連携しつつ、小規模事業者に元気を与えられる「パワースポット」となり、『包括的伴走支援』(地域支援機関と連携し、入口支援から出口支援まで、支援段階に応じた提案型伴走支援)を行い、以下の実施方針で「経営発達支援計画」を推進する。

1. 選択と集中による小規模事業者支援体制の強化(商工会議所職員のスキルアップ)

当所は『変化に対応できる・メリットを提示できる・課題解決できる』商工会議所を目指すことこそが、小規模事業者支援体制の強化に繋がると考える。当所の限られた経営資源を小規模事業者支援に有効活用する為にも、従来型の支援体制を抜本的に見直す必要がある。また、併せて小規模事業者が商工会議所へ求める支援は年々多様化・高度化しており、今後求められる職員像である、幅広い知識と複数の専門知識を有したスペシャリスト「π字型人材集団」を育成する。

2. 情報発信と情報収集・データベースの整備

小規模事業者を『包括的伴走支援』をする上で、重要となるのが情報の収集と発信である。企業概要だけでなく、小規模事業者個々の経営情報まで徹底的なヒアリングによる収集を行いデータベース化することで、小規模事業者支援に役立てる。情報発信では、既存の会報中心ではなく、SNSを活用して若い経営者にも届くように、小規模事業者支援に役立つ情報発信する仕組みづくりを行う。

3. 当所と小規模事業者のIT利用促進及びITリテラシーの向上

人手不足の状況下で、効果的なIT導入支援、IT利活用の支援がますます重要になる。支援機関である当所が率先して所内のIT活用をはかり、メリット等の情報提供することで、小規模事業者のIT導入を促していく。小規模事業者のIT導入においては、様々な課題があるが、間接業務の合理化に加え、売上・利益向上につながるIT利活用を進めるとともに、正確な情報提供や、各種セミナー等でITリテラシーを向上させる。

4. 他の支援機関との更なる連携強化

『小規模事業者のパワースポット』となるべく愛知県、あいち産業振興機構、中小企業基盤整備機構、よろず支援拠点、日本政策金融公庫、愛知県信用保証協会、地元金融機関等、様々な支援機関と小規模事業者の課題を共有し、課題解決に向け、支援段階に応じた「包括的伴走支援」を行う。

5. 地域「経済・文化・環境」の持続的発展のための創業・承継支援

当地域の「文化・経済」を持続的に発展させるためには、その「文化・経済」を支える主役である、小規模事業者の創業者を増やし、事業承継を円滑に進め、産業の新陳代謝を進めていかなければならない。そのために、商工会議所が気軽に何でも相談できる「小規模事業者のパワースポット」として地域での知名度と存在感を向上させ、様々な支援機関と連携し、積極的な創業・事業承継支援を行う。

課題

保守的経営・IT化の遅れ

垂直取引構造から成る
営業力・開発力の乏しさ

小規模事業者の
パワースポット

包括的伴走支援

段階的提案

支援機関の連携強化

職員のスキルアップ

目標

IT活用による **生産性向上**
計画経営による **利益向上**

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2年4月1日 ~ 令和7年3月31日)

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 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

(1) 現状と課題

地域の経済動向についての情報は、四半期ごとに行う定期景況調査の分析結果を巡回・窓口指導時に提供するとともに、地元報道機関を通じて、新聞掲載をしている。調査対象の事業者は、4業種10業界に区分し調査・分析し、業種ごとに取りまとめ、景況調査報告書として公表している。

現在の課題としては、当所が提供する情報は、景況調査報告書にとどまっており、小規模事業者等が地域の経済動向を把握するには情報が不足している。

今後は上記調査に加え、ビッグデータ等を活用した専門的な分析(RESAS)を実施する。また、その結果を会報誌やホームページに掲載、及び、SNSで発信し、経営判断に利用してもらう。

(2) 事業内容

① 定期景況調査

調査目的	地域景気状況の把握と提供。
調査手段・手法	小規模事業者の景気状況を把握するため、市内の4業種10業界、約200企業について四半期ごとに巡回及びFAXで調査。調査結果を集計し、経営指導員5人で集計結果をDI分析する。
調査業種	4業種10業界 小売業(衣服見廻品小売、飲食料品小売、日用雑貨小売)、製造業(輸送用機械器具製造、機械同部品製造、鋳物製造、金型製造、プラスチック製品製造)、飲食業、建設業
情報収集・整理、分析を行う項目	前年同期比較と今後の見通し ○動向調査 (小売業)業況、売上額、商品販売単価、商品仕入単価、採算、資金繰り (製造業)受注量、受注単価、売上額、原材料単価、採算 (飲食業)業況、売上額、販売価格、採算、資金繰り (建設業)受注量、完成工事高、材料仕入単価、採算、資金繰り、引き合い、業況 ○付帯調査 ・新規設備投資実施の有無と計画 ・直面している経営上の問題点と必要とする取組みについて

② 国が提供するビッグデータの活用(新規事業)

調査目的	ビッグデータを活用し、小規模事業者に現状の産業構造等を把握してもらう。この現状から地域産業の活性化に向けて分析し、新たな施策立案を行う。
調査手段・手法	地域経済分析システム「RESAS(地域経済分析システム)」を利用する。
情報収集・整理、分析を行う項目	【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。 分配分析 → 産業別の雇用者所得への分配を分析。

	支出分析 → 域外から稼いでいる所得を分析。 消費の域外への流出を分析。 【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】 全産業分析 → 全産業の全国、県平均と比較し、当市の産業特徴を分析。
--	--

(3) 成果の活用

上記分析結果をホームページ、新聞及び会報で提供するとともに、ホームページ掲載する。また、SNS を活用し、掲載したことを周知しより一層の周知に繋げる。巡回・窓口相談時には、調査結果の概要説明を行う。

(3) 目標

項目	現状	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
①定期景況調査公表回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回
②RESAS 分析公表回数 HP 掲載・SNS 活用	—	1回	1回	1回	1回	1回

2. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①セミナー

これまで実施していない。

②個別分析

現状では、地域内小規模事業者の財務内容における本質的な実態把握は、融資あっせん先や記帳指導先、各種補助金申請支援先に限られている。

同業他社比較の分析希望者には、ローカルベンチマークや経営自己診断システムを活用し、分析結果を提示しているが、専門的な知識が不足しているため、分析結果における適切なアドバイスが出来ていない状況である。

また、定性面の分析は小規模事業者持続化補助金申請時や経営革新計画等、経営計画策定時のみの分析になってしまっている事が課題である。

今後は日常的な会話から強みを引き出す等、定性的な分析を意識し、専門的な知識が必要な場合は、ミラサポ、よろず支援拠点等外部支援機関や専門家と連携するなど、改善した上で実施する。

(2) 事業内容

経営分析セミナー(少人数)の開催や巡回・窓口相談で対象事業者の掘り起こしを行う。

経営分析支援は、セミナーでの面的支援及び、事業所における意向を踏まえ、経営指導員や専門家の個別相談で対応する。

分析項目	①強み・弱み・機会・脅威の把握 ②財務分析(決算書・資金繰り・損益分岐点)
分析手段・手法	①SWOT 分析、ヒアリング(商品・サービスの強み、事業者自身の強み) 中小機構の「経営計画つくるくん」等のアプリを活用し、経営指導員が分析を行う。 ②決算書分析は、中小機構のインターネットサービス「経営自己診断システム」や「ローカルベンチマーク」を活用する。自社の値を個別に業界基準値と比較できる。また、「業

	種別業界情報」(350業種の経営指標(変動損益計算書の平均)を掲載)も比較検討に活用する。 <ul style="list-style-type: none"> ・変動損益計算書を活用した目標売上高設定 ・前年の決算書と比較し、売上・原価・利益の増減の原因を分析し、その対策を講じる。 ・損益分岐点売上高を分析し、利益目標を設定する。 ・財務指標を自社と同じ業種・規模の他社と比較分析し、財務上の強み・弱みを把握する。
提 供	・報告書や電子データでフィードバックする。
効 果	小規模事業者が自社の経営を見直すキッカケを与え、経営の方向性を見通すことができる。また、作成した分析結果を事業計画策定に役立てることができる。 経営計画つくるくん、経営自己診断システム、ローカルベンチマークは利用方法も安易なため、利用方法を教えることにより、適宜事業者自身で活用が可能となり、経営分析を日常化できる。

(3)成果の活用

- ・顧客が求める価値と自社が提供できる価値を分析し、バリュープロポジションの策定に活用する。
- ・売上向上に有効である強み・機会を踏まえた戦略プランの策定に活用する。
- ・必要売上高を設定し、それを達成する売上・原価・利益の増減対策、その他事業計画策定等に活用する。
- ・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。

(4)目標

項目	現状	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
経営分析セミナー	—	2回	2回	3回	3回	3回
分析件数	65件	70件	70件	75件	75件	80件

3. 事業計画策定支援に関すること

(1)現状と課題

平成30年度における事業計画策定支援は45件であった。当所の事業計画策定支援における課題は以下3点。

- ①計画作成支援が補助金申請支援に限られていることである。
- ②事業計画策定の意義や重要性をまだまだ伝えきれていないこと。
- ③経営分析を行えていないこと。

(2)支援に対する考え方

以上3点の課題を改善するため「西尾PSAS(ピース)サイクル」を実行する。

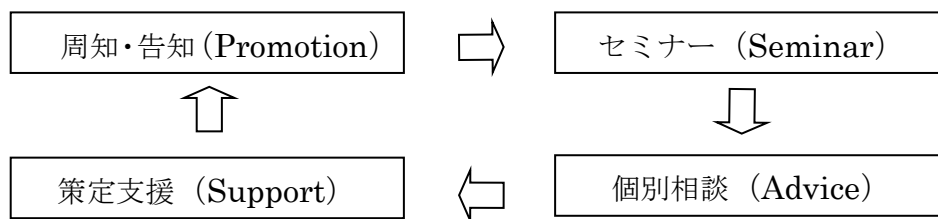
事業者が経営課題を解決するため、『見直す経営・見通す未来』のコンセプトのもと、後述の事業計画作成のメリットを継続的に伝えるとともに、伴走的な作成支援を行う。

【事業計画策定のメリット】

1. 今度の事業イメージを明確にすることができる
2. 事業イメージ実現に向けた道筋を描くことができる
3. 経営者の頭にあることを文書化することで、他者に対してより分かりやすく説明することができる
4. その結果、今後の事業の理解と納得を得て、他社の協力を引き出すことができる
5. 事業計画が計画の羅針盤となり、実行することができる
6. 実行後の検証(振り返り)が可能となり、更なる改善に向けたアクションを取りやすくなる
7. 基本となる事業計画を作成していることで、公的支援制度や融資等のための事業計画に活用できる
8. 事業計画を作成し、実行していることで対外的な信用力が向上する
9. 事業計画を作成していることで、対内的なベクトル合わせが可能となる

(3) 事業内容

＜事業計画策定スキーム＞ 西尾 P S A S (ピーサス) サイクルの実行



▶ P: 周知・告知 対象: 全小規模事業者

経営相談、巡回・相談時に呼びかけ経営分析、事業計画策定を促す。経営指導員の担当地区内の小規模事業者に「事業計画策定の重要性」を説明し、小規模事業者の理解度を高める。

また、当所会報（毎月1日発行）やホームページに、過去事業計画を策定し、計画に基づく経営を行うことで、利益率の向上等で経営の安定に繋がった方などの記事を掲載することにより、事業計画策定希望者の掘り起しを行う。

S: セミナー 対象: 経営分析を行った小規模事業者

経営分析を行った事業所を対象に事業計画策定セミナーを開催し、成り行き・思い付き・場当たりの経営からの脱却を促す。

具体的内容は、目標に対し何をすべきかが明確になるというメリットを伝えると共に、手順を伝える。

A: 個別相談 対象: 経営分析を行った小規模事業者

定例個別相談会を月1回開催し、経営分析及び事業計画策定を支援する。小規模事業者が、効果的で実現性の高い計画を策定するために、中小企業診断士等の専門家や「ミラサポ」、「よろず支援拠点」等の講師を活用し、経営分析、事業計画策定支援を行う。また、広域的な相談等には、西尾市5者連携（西尾市、一色町商工会、西尾みなみ商工会、西尾信用金庫、当所）事業で行う BCC240 (Business Communication Center Nishio) と情報共有し、総合的な支援体制をとる。尚、個別相談は経営指導員の資質向上の観点から必ず同席する。

S: 策定支援 対象: 経営分析を行った小規模事業者

個別相談後の伴走支援として、当所経営指導員が経営分析、事業計画策定まで伴走支援する。策定後は実施状況をヒアリングし、当所会報への掲載や、SNS で発信することにより策定のメリットを広く PR する。

(4)目標

項目	現状	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
事業計画策定セミナー	0回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画件数	65件	70件	70件	75件	75件	80件

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1)現状と課題

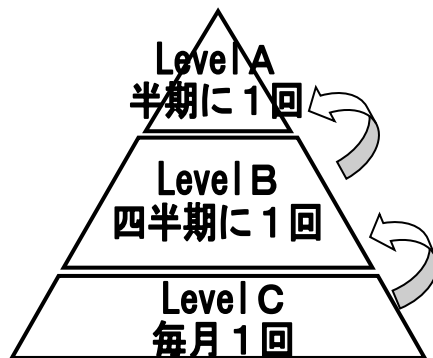
小規模事業者は、日々の活動に追われ事業計画を実行できない状況がある。また、これまでの当所の支援は巡回・窓口指導を実施していたものの、十分なフォローアップ支援を行っていなかった。事業計画策定後の事業者に対し、定期的な支援を行う仕組み作りが課題となる。

(2)事業内容と手法

全ての事業計画策定者は必ず事業計画策定後のフォローを行うことを前提とする。

事業計画策定後、相談事業案件について、中小企業相談所会議を開き、当該事業所の事業推進力を判断する。当所では、事業推進力をLEVEL A～Cの3階層に分け、フォローアップ頻度を調整する。

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、適宜所内ミーティングや必要に応じて専門家派遣等に対応する。当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。



Level A

過去に経営革新計画等の事業計画を策定しており、少ないフォロー頻度で事業計画推進が可能と判断できる小規模事業者。

Level B

マル経融資等の利用実績があり、当所において財務状況等を把握している小規模事業者。

Level C

過去に事業計画策定実績が無く、伴走支援が必要と判断される小規模事業者。

支援内容	<ul style="list-style-type: none">①事業計画の進捗確認②経営資源・財務の内容、その他経営状況の分析③資金繰り支援<ul style="list-style-type: none">小規模事業者経営改善資金(マル経資金)小規模事業者経営発達支援資金の斡旋④補助金支援<ul style="list-style-type: none">事業計画を策定した事業者に対し、各種補助金・助成金の申請支援を行う。経営発達支援計画認定後に活用できる制度を利用した支援を実施。⑤専門家の活用<ul style="list-style-type: none">中小企業庁が運営する「ミラサポ」やあいち産業振興機構等の専門家派遣を活用。
------	---

(3)目標

項目	現状	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
フォローアップ対象事業者数	65社	70社	70社	75社	75社	80社
頻度(延回数) ※4月はじまりと仮定した場合	—	294回	294回	315回	315回	336回
LevelA 全体の2割と仮定 (対象事業者数×20%×1回)	—	14回	14回	15回	15回	16回
LevelB 全体の4割と仮定 (対象事業者数×40%×4回)	—	112回	112回	120回	120回	128回
LevelC 全体の2割と仮定 (対象事業者数×20%×12回)	—	168回	168回	180回	180回	192回
売上増加事業者数 (35%目標)	—	25社	25社	26社	26社	28社
営業利益率増加の事業者数 (30%目標)	—	21社	21社	23社	23社	24社

6. 需要動向調査に関すること

(1)現状と課題

小規模事業者の経営状況は厳しさを増している中、当所管内の小規模事業者は積極的な営業活動に時間を費やせない現状がある。また、プロダクトアウトの考え方で販売形態が多くみられ、需要動向を見据えたマーケットインの発想での商品開発は十分にできていないことが多いと感じられる。

また、消費者調査においては、現状では、新商品を開発した小規模事業者から試食や意見を求められることがあり、所内でアンケート等を実施することもある。今後は需要動向調査の事業として行い、適切なフィードバック(当該事業者に対し)を行う。

当所では、上記のような課題を抱える小規模事業者に対し、効果的な販売促進施策を立案する支援をするため、ITを活用し、様々な需要動向調査を実施する。

(2)事業内容(手段・手法)

①書面アンケートでの消費者調査 B to C

②Google フォームを活用したインターネット上での消費者アンケート調査 B to C

新商品・新サービスの企画段階において、消費者からニーズを取り入れるために当所組織を活用したアンケート調査を行える仕組みをつくる。また、アンケート調査はターゲットになり得る客層に合わせ対象先を変え、ターゲット層の実態に合わせる。

消費者調査は売り手側の4Pと買い手側の4Cを意識し、消費者に受け入れられるかを調査する。

4P(調査内容の視点)	4C(購入する側の視点)
Product: 製品	Customer Solution: 買いたい価値は?
Price: 価格	Customer Cost: 納得できる価格は?
Place: 場所	Convenience: 買いやすい場所か?
Promotion: プロモーション	Communication: 販売促進活動はどのようなものが受け入れられるか?

支援対象	新商品を開発する小規模事業者 例) 地元の名産、「西尾の抹茶」を使用したスイーツを開発・企画する小規模事業者
実施時期	通年
サンプル数	商工会議所来所者 50 名(経営指導員 5 名 1 指導員あたり 10 名のアンケートをとる)
調査方法	①書面アンケート ②Google フォームを活用

調査項目	①味 ②甘さ ③硬さ ④色 ⑤大きさ ⑥価格 ⑦見た目 ⑧パッケージ等 小規模事業者と相談の上、適宜決定する。
活用方法	新商品・サービスを企画・販売する事業者において、その商品・サービスが対象とする市場に受け入れられるかを事前に調査し、開発や販売に役立てる。
提供方法	分析結果やアンケート結果を作成し直接該当店に説明する形でフィードバックし改良等を行う。
効果	新商品・サービスの市場性を把握する。

(3)目標

項目	現状	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
①書面アンケートでの消費者調査	－	5社	5社	5社	5社	5社
②Google フォームを活用したインターネット上での消費者アンケート調査	－	5社	5社	5社	5社	5社

7. 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、当所の販路開拓支援メニューは産業物産フェアや異業種交流会等、小規模事業者の中でも開発力のある事業者に向けられており、小企業向けにはセミナーの開催に限られている。新たな需要開拓における課題は以下3点。

- ①現状の販路開拓支援策の内容が全事業者にしっかり届いていない
- ②大型展示会などの出展対応が出来ていない
- ③海外展開支援が出来ていない

(2)事業内容

当所の経営発達支援計画では、小規模事業者の『計画経営による売上向上』を目標としている。

『売上向上』を実現させるため、事業者が抱えている問題を解決し、事業内容に適切で効果が高く、実現可能性の高い販路開拓策を提案する。

良い製品・商品・サービスを持つ、埋もれている小規模事業者の掘り起こしを行い、実態や経営状況、販路開拓の意向を把握した上で、適切な販路開拓メニューを提案し、売上の向上につなげる。

また、大規模展示会への共同出展にあたっては、単なる出展機会の創出にとどまらず、合せて開催するセミナー・勉強会を通じて効果的な出展方法を学ぶ機会や小規模事業者が出展しやすい出展方法の提案等を行い、出展経験の少ない企業でも負担なく最大限の効果を発揮できるよう出展をサポートする。さらに、展示会後にも勉強会を開催してフォローアップを行い、今後の継続的な出展に繋げることで当地域の販路開拓と企業営業力の強化を推進する。

加えて、小規模事業者の海外展開を支援するため、umamill(ウマミル:日本食輸出支援プラットフォーム)を活用し、誰もが海外店舗との取引に低価格・ノウハウ・言語不要で挑戦できる場を積極的に提案する。

①にしお産業物産フェア BtoC

展示会概要	西尾市内の産業物産の展示及び販売・体験を通じて産業振興を図る。
支援対象とターゲット	市内に販路開拓を検討する小規模事業者
手段	西尾市内事業者が出展し、産業物産の展示及び販売、体験を通じて新規顧客を開拓する。 売上だけでなく、広告宣伝の意識を伝える。
現状と効果	平成23年度より「にしお産業物産フェア」を年1回開催。平成30年度は、産

	業展に 29 社、物産展に 39 社の合計 68 社が出展。2 日間で来場者は約 1 万 8 千人であった。出展事業者アンケートでは、64%の事業者が『PR効果や売上に成果があった』と回答。また 82%の事業者が『次回も出展したい』と回答し、出展事業者にとって満足いく結果となった。効果として、30 年度アンケート結果からもあるように「売上増加とPR」が上げられる。
他の支援機関との連携	当所、西尾市、一色町商工会、西尾みなみ商工会、西尾茶協同組合が連携して開催。連携により出展事業者が増え、来場者・新規顧客開拓の増加効果が高まる。

②メッセ名古屋出展事業 BtoB

展示会概要	業種・業態の枠を越え、各出展者の持ちよる製品やサービスを愛知県名古屋から国内外に広く情報発信し、販路拡大や人脈形成を図る「国際総合展示会」。活発なビジネス交流を展開してもらう「異業種交流の祭典」。
支援対象とターゲット	主に中部地区に販路開拓を検討する小規模事業者
手段	出展事業所及び来場者へ自社のPRをし、受注機会の増大及び新規取引先の開拓を図る。また、事業者同士の情報交換を通じ、共同受注、共同開発、技術提供等の新たなパートナーを見つける。
現状と効果	平成 18 年から毎年 1 回開催。これまで 12 回開催。30 年度は 1,400 社が出展、来場者約 6 万人。令和元年度も約 1,400 社が参加予定。当所管轄内からは 2 社が出展予定。参加事業所からは成約につながり大変満足度の高い事業である。 効果として、県内外に広く情報発信できたこと、また商談につながった実績がある。

③こだわり食品フェア BtoB

展示会概要	地域の食品等にこだわった地域食品などの、より一層の販売促進を図るため、商品の情報発信の場、商談の場を設け、販路拡大につなげる。
支援対象とターゲット	全国に販路開拓を検討する小規模事業者
手段	出展事業所及び来場者へ自社のPRをし、受注機会の増大及び新規取引先の開拓を図る。また、事業者同士の情報交換を通じ、共同受注、共同開発、技術提供等の新たなパートナーを見つける。
期待と効果	平成 17 年から毎年 1 回開催。これまで 13 回開催。平成 30 年度は 192 企業・団体が出展、来場者は約 9 万人。 効果として、新たな取引先を見つけ全国への販路拡大につなぐことができることが上げられる。

④umamill(日本食輸出支援プラットフォーム)を活用した海外展開 B to B

事業概要	英語不要。ノウハウ不要。簡単な食品輸出。 世界のバイヤーにサンプル品を届け、商談のチャンスを生むプラットフォーム。
支援対象とターゲット	海外(シンガポール)に販路開拓を検討する小規模事業者
手段	umamill のプラットフォームを活用する。
期待と効果	世界で急拡大する「日本食需要」に小規模事業者でも、コスト、ノウハウ、言語リスク無しで挑め、商談のチャンスが生まれる。
調査方法	海外バイヤーによる試食品評価を行い、その評価をフィードバックする。
調査項目	①味 ②サイズ ③仕入値 ④見た目 ⑤パッケージ ⑥キャッチコピー ⑦

	納期 ⑧日持ち等。小規模事業者及び、UMAMILL と相談の上、適宜決定する。
活用方法	現地(海外)飲食店への直接的なニーズ把握。
提供方法	契約成立の有無で判断する。
効果	海外の市場でのニーズを把握する。

(3)目標

項目	現状	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
①にしお産業物産フェア 出展小規模事業者数	25社	28社	30社	30社	30社	30社
売上額(万円)／全体(合計)	846万円	900万円	900万円	950万円	950万円	1,000万円
②メッセナゴヤ出展事業 出展事業者数	2社	2社	2社	2社	2社	2社
商談件数／社	—	20社	20社	20社	20社	20社
成約件数／社	—	1社	1社	2社	2社	2社
③こだわり食品フェア出展事業 出展事業者数	8社	8社	10社	10社	10社	10社
商談件数／社	—	20社	20社	20社	20社	20社
成約件数／社	—	1社	1社	2社	2社	2社
④UMAMILL(日本食輸出支援 プラットフォーム)を活用した海 外展開	—	2社	2社	3社	3社	3社

8. 地域経済の活性化に資する取組

(1)現状と課題

現状、西尾市工業面においては、自動車産業をはじめとした「ものづくり」が盛んな地域であるものの、トヨタ自動車の生産拠点の県外・海外への拡大や廃業等により事業所数が減少している。また消費動向としても消費額の約3割が市外へと流出している。「ものづくり」企業の競争力強化や販路拡大及び観光資源等を活用した地域活性化が課題である。

観光、地域資源に着目すると、「西尾の抹茶」「一色産うなぎ」「三河一色えびせんべい」の三つの地域団体商標(地域ブランド)を取得するなど、今までも地域の特産品を活かす取り組みが行われており、地場産品の高付加価値化と観光資源づくりを目指し、地域DMOを中心に新たな特産品開発にも努めている。県が進める「食と花の街道:いいともあいち食の街道」にも「抹茶」をコンセプトとした“西尾の抹茶街道”と「醸造」の“三河屋街道”の認定を取得している。しかしながら、特産品開発では、出来上がった商品を何処に販売しているか、販路の開拓・拡大が大きな課題となっている。



「いいともあいち食の街道」認定証

(2)事業内容

①にしお産業物産フェア

西尾の産業、物産の展示紹介及び販売、PRなど、産業振興を図るため、一色町商工会、西尾みなみ商工会、組合法人西尾茶協同組合と連携し、毎年10月頃に「にしお産業物産フェア」を開催する。事業開催に向けて、実行委員会を年間4～5回開催し、他団体の意見を反映させた事業を展開する。当所青年部や女

性会、(一社)西尾青年会議所も参画し、若い発想、女性視点からの賑わいの創出、より効果の高いイベント事業が開催できるよう協議している。

本事業の開催により「西尾の抹茶」、「一色産うなぎ」のブランド力強化をはじめ、西尾の産業技術、物産等をPR、発信することで、西尾の知名度を高め、地域経済の活性化につなげる。

②三河観光GON(蒲郡:G、岡崎:O、西尾:Nの頭文字)

平成26年度より岡崎、蒲郡、西尾の地域内の観光情報を共有及び発信し、交流人口の増加、地域経済の活性化を目指すため、岡崎商工会議所、蒲郡商工会議所、西尾市観光協会、蒲郡市観光協会、岡崎活性化本部が連携し、一体となって観光事業に取り組んでいる。

定例会議を毎月開催、会報に連携地域の観光情報を年4回発信し、観光情報を共有、事業の企画推進を行っている。

③若者の地元就職の為の雇用対策事業

西尾市雇用推進協議会や西三河の商工会議所等と連携し、新卒大学生や中途採用希望者向けに合同企業説明会を開催している。理工系大学生や地元高校生の人材確保を目的に「大学教授・高校教諭との情報交換会」を実施している。

④「西尾の抹茶街道」や「三河屋街道」の全国展開支援

大都市圏で開催されている展示商談会は課題解決ばかりでなく、商品開発のヒントが得られる機会として、また開発意欲の高揚につながるものとして大きな効果が期待される。今後も地域全体で、「西尾の抹茶」や「醸造」に係る「三河屋街道」の全国展開を展示会出展などでバックアップ出来るよう、西尾市、西尾市観光協会とともに支援する。

Ⅲ. 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.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、

西尾市内連携5者で創業支援等の目的に応じた会議は定期的で開催している。また、西尾商工会議所、西尾みなみ商工会、一色町商工会の西尾市内3団体による情報交換について今までも、事業ごとに協力が必要な場合は、その都度集まり意見交換を実施していたが、定期的な情報交換会はなされていなかった。

今後は小規模事業者支援に特化した、事業所支援の情報交換や課題解決に向けた取り組み、最新のITツール等の情報交換を積極的に開催し、更なる連携を図り、地域の支援能力向上に繋がる情報交換を行う。

(2)実施内容

①西尾市内連携5者による小規模事業者支援機関連絡協議会の開催(各年度半期に一回)

包括連携協定を結んでいる、市内支援機関5者(西尾市、一色町商工会、西尾みなみ商工会、西尾信用金庫、西尾商工会議所)で、小規模事業者に対する支援ノウハウ、支援の現状、現在抱えている問題点等についての情報交換会を年2回(4月と10月)を行う。

また情報交換会において商工会議所による支援実績の報告と小規模事業者支援に関する制度等の説明を行い、他の支援機関を通じた小規模事業者への周知と利用を促す。

②西三河地区商工会議所中小企業相談所長会議の開催(3カ月に一回)

西三河地区商工会議所(岡崎、豊田、刈谷、碧南、安城、西尾)の中小企業相談所長及び議題案件の担当者を交え、情報交換を行う。西三河商工会議所の横の連携を深めるとともに経営支援事業の効果的な実

施を図る。また、情報交換した内容を所に持ち帰り、管内の経営支援事業に活かす。

③東海税理士会西尾支部会議への出席(1年に一回)

東海税理士会西尾支部例会に出席し、商工会議所の施策を紹介するとともに、税理士が支援する現場での課題を把握し、支援ノウハウを習得し、小規模事業者支援に活かす。

先端設備等導入計画等、各種経営計画策定においては、税理士からの紹介も多く、税理士会との連携を深めることにより、支援先の掘り起こしを行うことが可能となる。

④公的支援機関との連携(随時)

中小機構中部本部やあいち産業振興機構、よろず支援拠点との連携し、時々状況に最適なセミナーの企画や支援を積極的に行う。各支援機関のコーディネーターと情報交換を密にして関係強化を行い、会員事業所のニーズに適時に対応できるようにする。また、国・県・市などの機関で行なわれている交流会などにも積極的に出席し、支援ノウハウの習得及び、スムーズな橋渡しが出来るよう人脈形成を行なう。

10. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1)現状と課題

現状経営指導員等の資質向上は、各職員に委ねられており、組織としてのルール作りがされていない。支援能力が各職員によってバラつきがある為、組織全体のレベルアップと能力の平準化が課題である。

(2)事業内容

①研修会・セミナーへの参加

日本商工会議所主催研修会や指導員研修に参加し、税務、財務、法務の基本知識を身につけると共に、経営指導員は積極的に西三河地区経営指導員研修会や地域実践型研修会など地域の研修会等に参加し、近隣の支援事例を吸収する。

また、「販路拡大」や「売上アップ」の方法をアドバイスできる能力を身につけるため、当所主催のIT活用セミナー等に参加する。

開催月	内容	得られる効果	参加対象
6	経営指導員等応用研修(一般)	知識向上・経営指導支援能力	経営指導員
6・7・8	経営指導員等応用研修(特別)	知識向上・経営指導支援能力	経営指導員
12	中堅職員研修会	知識向上・経営指導支援能力	全職員
12	若手職員研修会	知識向上・経営指導支援能力	全職員
未定	西三河地区経営指導員研修会	他会議所の支援事例を学ぶ 情報交換	経営指導員
未定	地域実践型研修会	他会議所の支援事例を学ぶ 情報交換	全職員
年3回	IT活用セミナー	情報化支援力向上	全職員

②名古屋商工会議所スーパーバイザー制度を活用した勉強会

ベテラン経営指導員が不在の当所にとって、支援する視点と知識を得る機会として、名古屋商工会議所スーパーバイザー制度を活用し、スーパーバイザーを講師に迎え、支援力を磨く。毎月開催

③資格取得による能力向上

毎年全職員(臨時職員、パート職員含め)が目標を設定し、不足している能力を補うため資格取得に挑戦することで自己啓発に努力している。

④研修・セミナー参加報告会(情報共有)

研修会やセミナー等に参加した職員は、必ず翌日の朝礼で得た知識を全職員に報告し、他の職員と共有する。特に支援能力に関わる、IT活用セミナーや販路拡大セミナー等に参加した場合は、報告書を基に意見交換をし、巡回指導時に活かす。

⑤勉強会(情報共有)

職員が持ちまわりで講師となり、月に1度、実際に自分自身が対応した事例や疑問などを題材に、時期に応じた内容の勉強会を行っている。

全職員対象に参加を促し、各自が対応した課題を他に教えることで、知識を深め合い、全職員が同程度の知識水準を保持できるようにしている。

また、毎月経営指導員を対象に地元信金支店長経験者である事務局長が講師となり、金融機関目線での支援ポイントについて事例を交え勉強会を開催している。

⑥相談所会議・巡回におけるOJT(情報共有)

毎週金曜日、経営指導員が全員集まり、各自が担当している案件を報告し合う。

特に補助金の申請状況、会員支援に関する情報について、他の経営指導員と共有し、それぞれが保持する知識量、情報量の水準を高める。

また、巡回指導時に先輩指導員と若手指導員がチームを組んで支援することにより、カウンセリング内容、情報収集方法を学ぶなど、若手経営指導員の支援能力を育成するとともに、先輩指導員の意識を高め、単独での巡回に生かす。

⑦データベース化(情報共有)

経営指導員等が巡回や窓口相談を行った際に TOAS へ相談内容を入力することで、全職員と情報の相互共有が図れる為、担当外の職員でも一定レベル以上の対応が出来るようにする。

11. 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

現状事業の評価及び見直しする為の仕組みがない。事業の評価及び見直しする為の仕組みがない為、事業で得られた効果等が分からず、改善されないことが課題である。

(2)事業内容

本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

①毎年度、経営発達支援事業の評価を行う。評価の項目は、自己評価(事業の必要性、満足度)と目標達成度とし、ABCDの4段階とする。さらに、「得られた効果」「今後の展開・改善点」を検討する。

②経営発達支援計画検討・評価委員会に事業の実施状況を報告し、必要に応じて見直し案の掲示を行う。

【経営発達支援計画検討委員会(年一回)】

本計画の策定を行うため、令和元年度に設置。

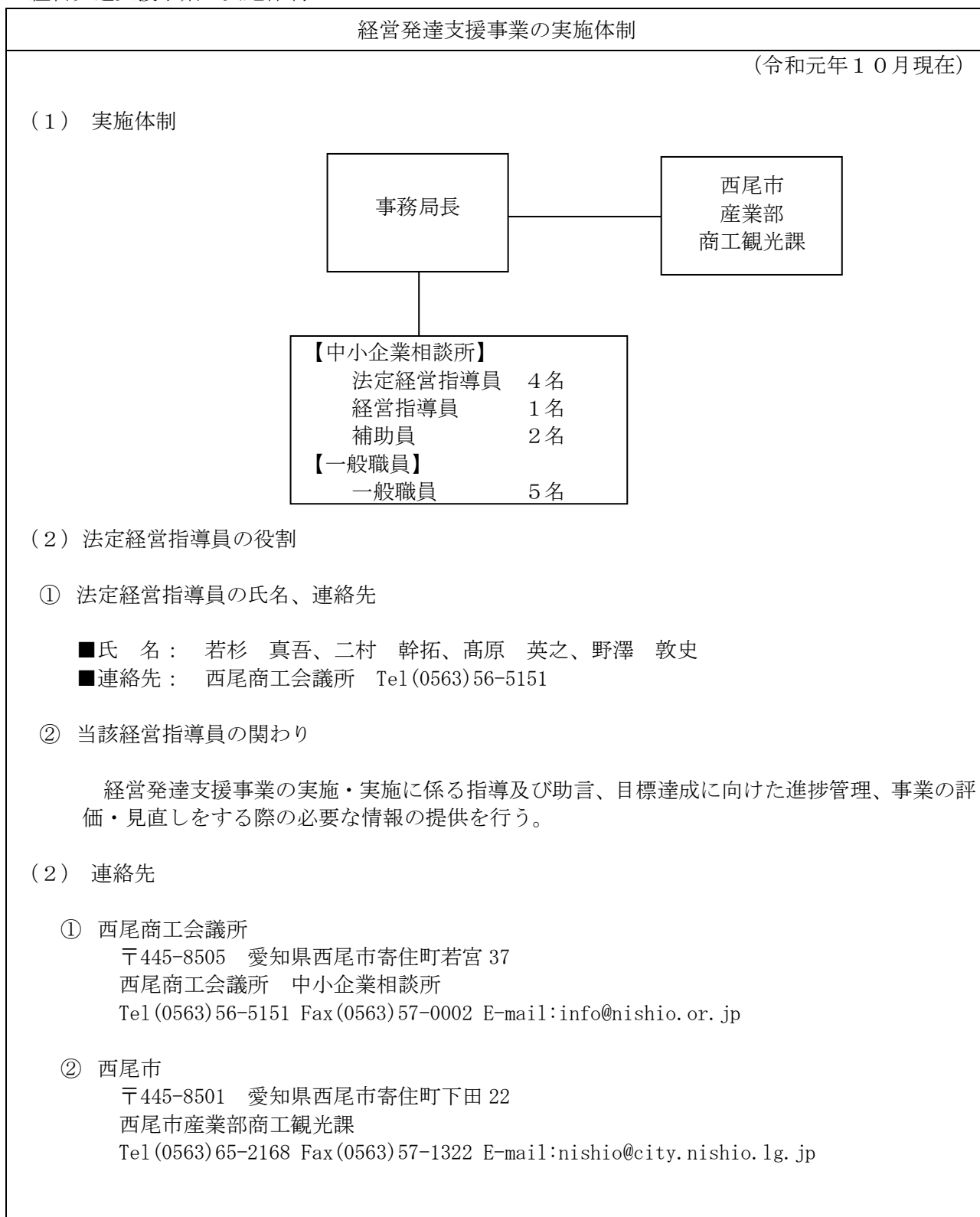
当所法定経営指導員及び西尾市産業部商工観光課担当とする。また、県政との連携を図るため、策定後は、外部委員として愛知県西三河県民事務所産業労働課担当を新たに委員として依頼する。

③正副会頭会議や常議員会において、事業の成果を報告し、見直しを含め方針の決定をする。

④事業の成果・評価・見直しの結果を当所ホームページ(<http://nishio.or.jp/>)に公表(年1回)する。

(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)

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
必要な資金の額	54,120	54,120	54,120	54,120	54,120
【中小企業相談所】 事業費	5,700	5,700	5,700	5,700	5,700
管理費	41,820	41,820	41,820	41,820	41,820
【一般会計】 産業物産展事業費	6,600	6,600	6,600	6,600	6,600

(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、西尾市補助金 ・会費、事業収入

(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