

経営発達支援計画の概要

実施者名	大府商工会議所(法人番号 9180005012428 )東浦町商工会(法人番号 8180005011785 ) 大府市 (地方公共団体コード 232238) 東浦町 (地方公共団体コード 234427)
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 (1) 経営環境の変化に対応した事業計画の策定と実践 (2) 伴走型支援による自走化の実現 (3) 「持続可能なものづくり集積地」の形成 (4) 創業・新産業創出による継続的な支援
事業内容	<b>経営発達支援事業の内容</b> <b>3. 地域の経済動向調査に関すること</b> (1) 経営指導員によるビッグデータを活用した地域の経済動向分析・周知 (2) 管内の景気動向調査「中小企業景況調査」の実施・周知 (3) 管内の景気動向調査「商工会議所 LOBO 調査」の実施・周知 <b>4. 需要動向調査に関すること</b> (1) 展示会等における需要動向調査とデータ分析・情報提供 (2) 会場調査補完のための WEB アンケートによる需要動向調査の実施 <b>5. 経営状況の分析に関すること</b> (1) 簡易分析の実施による事業計画策定事業者の掘り起こし (2) 経営分析セミナーの実施による現状分析の重要性の訴求 (3) 経営指導員による経営状況分析による事業計画策定の基礎資料への活用 <b>6. 事業計画策定支援に関すること</b> (1) 経営指導員による巡回窓口相談、専門家の活用による事業計画策定支援 (2) 事業計画策定セミナー・個別相談会の実施 (3) DX 推進の取組状況等により異なるニーズに合わせたセミナーの開催 (4) 創業支援セミナーや関係機関と連携したハンズオン支援の実施 (5) 円滑な事業承継の推進 (隣接地域との連携強化による需要掘り起こし) <b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b> (1) 経営指導員などによる計画的なフォローアップ (2) 製造業を中心とした生産性向上「基盤づくり」支援事業の実施 (3) 製造業を中心とした生産性向上「DX 推進」支援事業の実施 <b>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b> (1) 大府・東浦合同展示即売会の実施 (2) 異業種交流展示会への出展支援 (3) ふるさと納税返礼品への包括的支援の実施 (4) 大都市圏への地域産品 PR ショップへの出展支援 (5) 地域ポータルサイトによる情報発信支援
連絡先	大府商工会議所 474-8503 愛知県大府市中央町五丁目 70 番地 TEL:0562-47-5000 FAX:0562-46-9030 E-mail: info@obu-cci.or.jp 東浦町商工会 470-2103 愛知県知多郡東浦町大字石浜字岐路 28 の 2 TEL:0562-83-6123 FAX:0562-84-0425 E-mail: shoko@higashiura.or.jp 大府市 商工業ウェルネスバレー推進課 474-8701 愛知県大府市中央町五丁目 70 番地 TEL:0562-45-6227 FAX:0562-47-7320 E-mail: shoko@city.obu.lg.jp 東浦町 商工振興課 470-2103 愛知県知多郡東浦町大字石浜字岐路 28 の 2 TEL:0562-83-6118 FAX:0562-83-6117 E-mail: shoko@town.aichi-higashiura.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

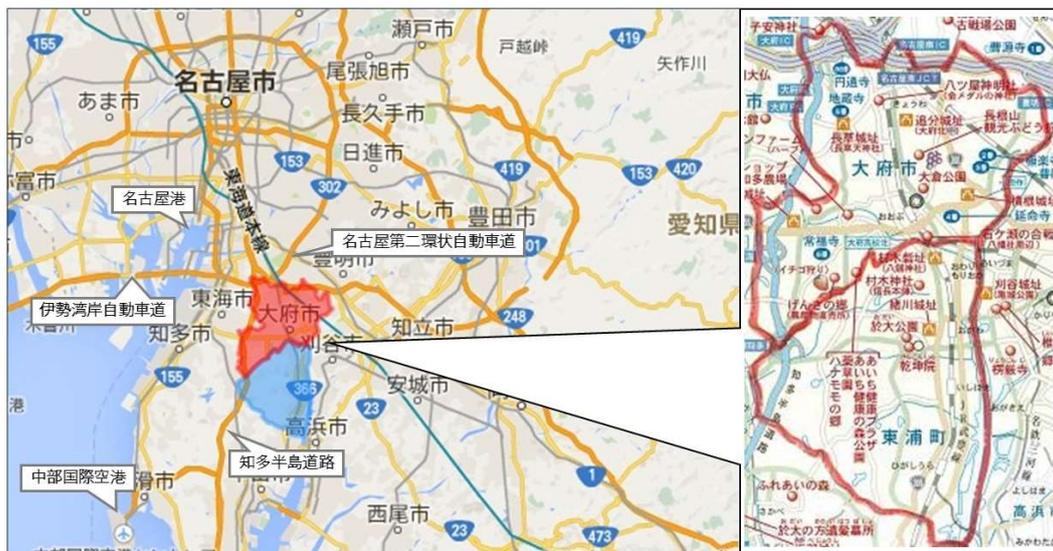
#### (1) 地域の現状及び課題

[現状]

##### ア. 立地

大府市と東浦町は名古屋市の南東部に隣接し、知多半島の付け根部分に位置する交通の要衝である。伊勢湾岸自動車道や名古屋高速道路、知多半島道路、そして主要国道の結節点であるほか、JR で名古屋まで 30 分圏内にあり極めて交通至便だけでなく、緑や水の自然環境にも恵まれた豊かな地域である。

図表 1-1 大府市と東浦町の位置関係



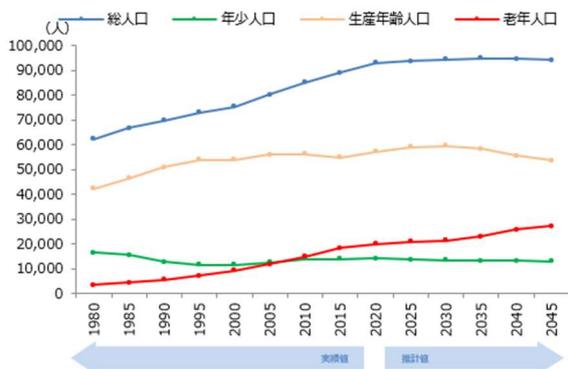
##### イ. 人口

大府商工会議所・東浦町商工会は、それぞれ大府市・知多郡東浦町全域を管轄地域としており、令和 6 年 5 月末時点の人口は、大府市が 92,996 人、東浦町が 50,175 人となっている。

当該地域は、名古屋市、刈谷市に隣接している利点を活かし、住環境の整備にも注力した施策を展開している。また、鉄道・高速道路等のインフラが充実していることから、依然として大府市では増加傾向にあり、将来的な推計人口もこの先緩やかな増加から維持が期待できる恵まれた地域といえる。東浦町に関しては、現状維持傾向にあり、将来的な推計人口は緩やかに減少することが予想されている。また、世代別に見ると両市町ともに 30～54 歳の年齢層が多いことから、現在はファミリー層による需要（住宅・教育・日用品等）が強い。（図表 1-2、1-3）

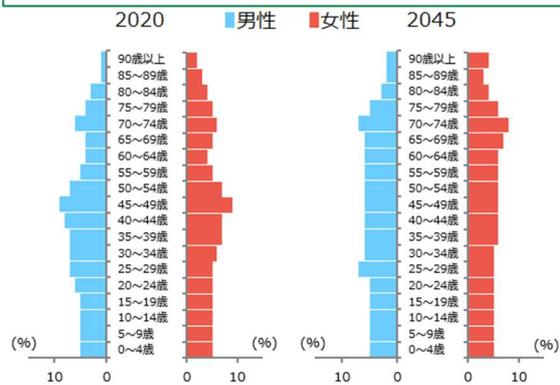
図表 1-2 大府市の人口推移と将来推計人口

・総人口と年齢3区分別人口の推移を示しています。  
 ・「総人口のピーク」「老年人口の増加傾向」等、自地域の人口変化の概要を把握できます。



【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」  
 【注記】2025年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（平成30年3月公表）に基づく推計値。

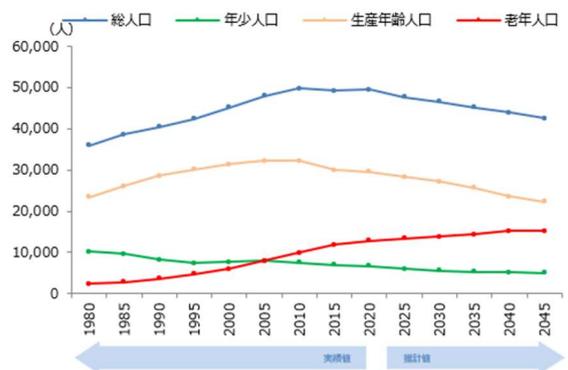
・男女別・5歳階級別にピラミッドで表示しています。  
 ・将来の高齢者層の大きさ、生産年齢人口の減少等も視覚的に把握することができます。



【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」  
 【注記】2025年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（平成30年3月公表）に基づく推計値。

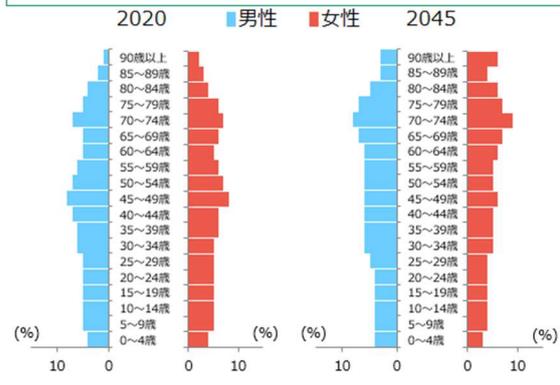
図表 1-3 東浦町の人口推移と将来推計人口

・総人口と年齢3区分別人口の推移を示しています。  
 ・「総人口のピーク」「老年人口の増加傾向」等、自地域の人口変化の概要を把握できます。



【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」  
 【注記】2025年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（平成30年3月公表）に基づく推計値。

・男女別・5歳階級別にピラミッドで表示しています。  
 ・将来の高齢者層の大きさ、生産年齢人口の減少等も視覚的に把握することができます。



【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」  
 【注記】2025年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（平成30年3月公表）に基づく推計値。

## ウ. 産業

### (ア) 製造業

産業別事業所数推移と売上高構成比から見ると、大府市では製造業が主要な産業の一つであり、特に輸送用機械器具製造業や金属製品製造業が多く事業所を占めている。その他にも、プラスチック製品製造業や電気機械器具製造業なども活発で、これらの産業が地域経済に大きく貢献している。

東浦町も大府市と同様に製造業が主要産業の一つであり、輸送用機械器具製造業や金属製品製造業が多く立地している。また、食料品製造業や家具・装備品製造業も町の産業構造の重要な部分を形成している。(図表 1-4～1-9)

図表 1-4 大府市 産業別小規模事業者数推移

(単位: 件)

産業分類 (大分類)	H24	H28	R3
総数	2,149	2,082	2,083
農業・林業	4	4	8
漁業	1	-	-
鉱業、採石業、砂利採取業	1	-	-
建設業	304	285	321
製造業	402	370	369
電気・ガス・熱供給・水道業	-	2	2
情報通信業	12	8	12
運輸業、郵便業	54	54	55
卸売業、小売業	409	381	356
金融業、保険業	28	28	33
不動産業、物品賃貸業	217	211	222
学術研究、専門・技術サービス業	75	73	89
宿泊業、飲食サービス業	226	221	181
生活関連サービス業、娯楽業	211	227	226
教育、学習支援業	90	99	92
医療、福祉	45	50	50
複合サービス事業	5	3	2
サービス業 (他に分類されないもの)	65	66	65
公務 (他に分類されるものを除く)	-	-	-

出典: 経済センサス-活動調査

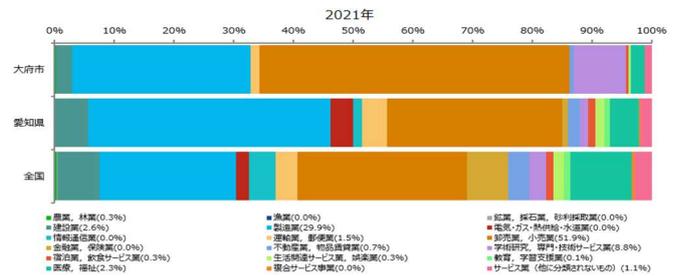
図表 1-7 東浦町 産業別小規模事業者数推移

(単位: 件)

産業分類 (大分類)	H24	H28	R3
総数	941	1,034	1,042
農業・林業	8	3	-
漁業	-	-	-
鉱業、採石業、砂利採取業	-	4	-
建設業	134	204	220
製造業	178	205	158
電気・ガス・熱供給・水道業	-	-	-
情報通信業	7	11	7
運輸業、郵便業	14	14	18
卸売業、小売業	202	179	172
金融業、保険業	16	14	13
不動産業、物品賃貸業	93	103	85
学術研究、専門・技術サービス業	40	53	69
宿泊業、飲食サービス業	69	78	79
生活関連サービス業、娯楽業	91	87	91
教育、学習支援業	35	19	49
医療、福祉	29	22	40
複合サービス事業	3	-	-
サービス業 (他に分類されないもの)	22	38	41
公務 (他に分類されるものを除く)	-	-	-

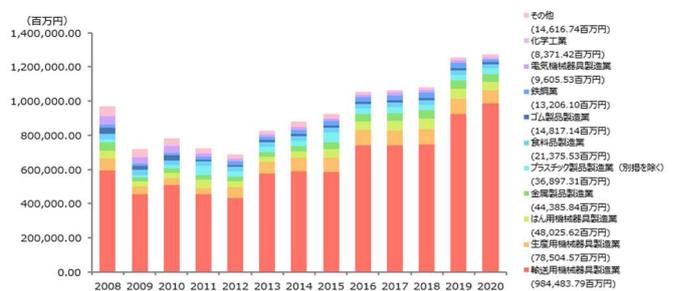
出典: H24 経済センサス-活動調査、H28・R3 東浦町商工会独自調査

図表 1-5 大府市 産業別売上高 (企業単位) 構成比



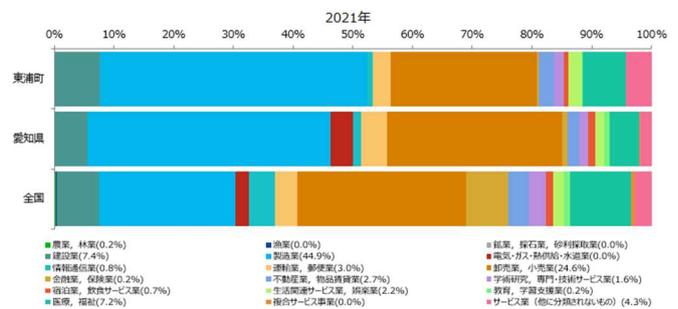
【出典】総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工  
 【注記】凡例の数値は選択地域の数値を指す。

図表 1-6 大府市 製造品別出荷額等の変化



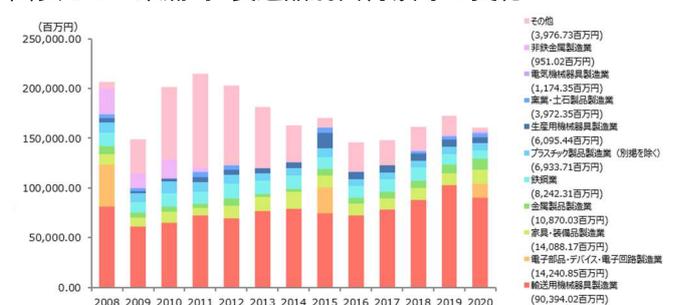
【出典】経済産業省「工業統計調査」再編加工、総務省「経済センサス-活動調査」再編加工、  
 総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」  
 【注記】凡例の数値は最新年の数値を指す。

図表 1-8 東浦町 産業別売上高 (企業単位) 構成比



【出典】総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工  
 【注記】凡例の数値は選択地域の数値を指す。

図表 1-9 東浦町 製造品別出荷額等の変化



【出典】経済産業省「工業統計調査」再編加工、総務省「経済センサス-活動調査」再編加工、  
 総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」  
 【注記】凡例の数値は最新年の数値を指す。  
 【その他の留意点】従業員数4人以上の事業所が対象。

以上のように、当該地域は名古屋市と豊田市・刈谷市の間に位置し、交通の要衝でもあることから、輸送機械器具製造業を中心に発展を続けている。

### (イ) 卸売業・小売業

卸売・小売業の事業所数は、ほぼ横ばいないし微増傾向にあるが、年間商品販売額は増加傾向にある。(図表 1-10、1-11)

図表 1-10

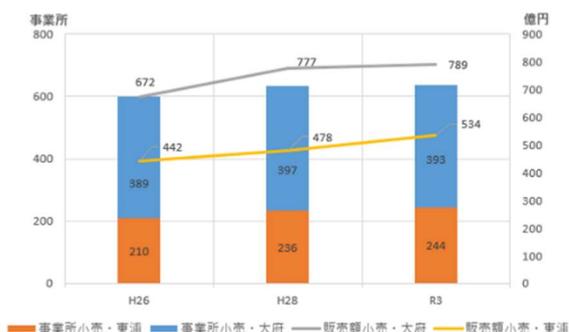
大府市・東浦町の卸売業事業所数の推移



出典：経済センサス

図表 1-11

大府市・東浦町の小売業事業所数の推移



出典：経済センサス

### (ウ) 農業

当該地域は、愛知県の知多半島の付け根に位置し、農業分野にも特色ある農産物がある。特に丘陵地を中心に県下有数のぶどうの生産地となっている(「令和4年市町村別農業産出額(推計)」によると県下大府市1位、東浦町2位)。巨峰を中心に多くの品種が栽培されており、旬の時期には直売所の開設やぶどう狩りも盛んに行われている。その他に大府市では、玉ねぎ・キャベツ・やまのいも、東浦町ではいちご・水稻などの生産が盛んである。

また大府市では、国の交付金を活用してスマート農機の導入による生産コストの低減など、スマート農業の推進に取り組んでいる。

## エ. ウェルネスバレー

両市町にまたがる「あいち健康の森」とその周辺地域には「国立長寿医療研究センター」や「あいち小児保健医療総合センター」、「あいち健康プラザ」を始め、健康・医療・福祉・介護関連施設が集積している。

両市町では、この地区を「ウェルネスバレー」と名付け、地区内関係団体と一体となって、ウェルネスバレーが健康・長寿の一大拠点に発展することを目指して、先駆的な取り組みと積極的な情報発信に努めている。

## オ. 行政との連携

大府市では、平成27年に「大府市中小企業の振興でまちを元気にする条例」を施行し、市と商工会議所との密接な連携の下に当地域の経済発展、雇用、地域の活性化に取り組んでいる。具体的には、本条例に基づき平成28年に「大府市中小企業振興アクション

ンプラン」が策定され、令和3年の「大府市産業振興基本計画」に引き継がれるかたちで産業の持続的発展の推進と経済的自立性の向上に取り組んでいる。

東浦町では、平成26年に「東浦町商業振興条例」を制定し、町・商業者・商工会が連携して、地域経済の活性化及び地域貢献のための施策を推進している。

また、大府市・東浦町・大府商工会議所・東浦町商工会の4者による「特定創業支援等事業」や事業承継における分野においても連携して事業に取り組んでいる。

## [課題]

### ア. 人口の減少と高齢化への対応

幸い当該地域の人口は増加傾向にあるが、その勢いは弱く、いずれ減少に転ずると予測されている。人口減少や高齢化に伴う労働力不足に対応するためには、労働生産性の向上と働き方改革による働く女性やシニアが活躍できる場の拡大、外国人の受け入れなどが課題である。

加えて、人口の推移により縮小する市場や需要の変化に対応した新たな市場の開拓や付加価値の創出が必要である。

### イ. IT化への対応

人手不足や働き方改革の推進などにより避けられない生産性向上への取り組みに加え、インボイス制度や定額減税などの税制改正への対応にもIT化による業務の効率化は有効である。現在、データとデジタル技術を活用して業務そのものを変革させるDX推進の普及を経済産業省も努めているが、既存業務をデジタル化するにあたりDX人材不足が課題となっている。

### ウ. 技術伝承と人材の育成

小規模事業者の中核を担う人材育成について、時間と若手人材の不足から、技術の伝承が円滑にできていない。技術習得への向上心と現場改善の志を持つリーダーの育成が課題となっている。

### エ. 事業承継と創業の推進

小規模事業者の高齢化や事業承継の困難化などを背景とした廃業による商工会・商工会議所会員の退会が増加している。地域経済の活性化には円滑な事業承継を進める他、新たな担い手となる創業者を増やして新陳代謝を促すことが必要である。

### オ. 資金調達の円滑化

小規模事業者は、「手持ち資金が少ない」「借入れ負担が大きい」などの理由から、資金調達ができなかつたり、設備投資を抑制したりする事例がみられる。また、経営者が抱えている問題について相談先が分からないといった課題も抱えている。行政や金融機関の各種助成金や融資制度等の周知強化が必要である。

### カ. リスクマネジメントの推進

近年、地震災害や豪雨による洪水・土砂災害などの自然災害が多発し、各地で甚大な被害をもたらしている。また、情報化の進展や新たな取引方法の出現により、事業活動

に影響するリスクが多様化・複雑化している。そのため、小規模事業者の危機管理意識をアップグレードする必要がある。

#### キ. 観光・誘客意識の醸成

当該地域は製造業で発展してきたこともあり、観光・誘客への取り組みが遅れている。地元消費・需要が伸び悩む中、観光振興による交流人口の拡大は地域経済の発展に不可欠である。

### (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

#### ア. 基本理念

当該地域の小規模事業者は、製造業では自動車関連産業を中心としたサプライチェーンを支える基盤として重要な役割を担っている。また、商業・サービス業においては、地域住民の日常生活を支える他、まちの賑わいづくりに大きな役割を果たしている。こうした小規模事業者の経営の改善発達を支援することにより、地域経済の持続的発展を目指す。

#### イ. 振興の方針

##### (ア) 関係機関との連携による一体的な支援

行政、地域の大企業・中小企業、金融機関、大学、研究機関、関係支援機関、NPO 及び専門家などと連携し、地域が一体となって小規模事業者の経営の改善発達を支援する。

##### (イ) 両市町の連携によるスケールメリットと多様性を生かした支援

両市町の産業は共に輸送機械器具製造業が中心であることから、地域外への販路開拓、新商品開発、人材育成などの分野で事業の共同実施によりスケールメリットを生かす。また、両市町が不得意な分野を互いに補うビジネスマッチングにより、親和性のある支援を行う。

##### (ウ) ウェルネスバレーを活かした地域内ビジネスの活性化

両市町にまたがるウェルネスバレー区域に立地する国立長寿医療研究センターやあいち小児保健医療総合センターなどの関係機関や産業界、行政、大学等が連携して、健康づくり、医療、保健、福祉、農と食、新産業育成など、様々な分野において関係者それぞれの知見を活かして、先駆的な取り組みを推進する。

#### ウ. 商工会・商工会議所の役割

商工会・商工会議所は様々な業種の商工業者、介護福祉団体、教育機関、金融機関、農業団体、NPO 等を会員に持ち、地域で唯一の総合経済団体として住民や行政と連携して事業活動を展開してきた実績を有している。

個社の経営改善はもとより、こうした多様な主体との連携・協働・統合の中核として、行政とともに経営の改善発達の支援を通して地域経済の持続的発展を目指す。

### (3) 経営発達支援事業の目標

事業者が主体的に課題解決に取り組み、環境適応能力を身につけることが持続的経営の実現に不可欠である。このため、経営にかかる幅広い情報や資料の収集・研究に努める

とともに、小規模事業者に対してその周知・啓発、自走化に向けた内発的動機づけ醸成、事業計画策定、計画策定後のフォローアップなどきめ細かい対応が可能な包括支援体制を整備する。

#### **ア. 経営環境の変化に対応した事業計画の策定と実践**

経済情勢や経営状況の現状認識と危機感の共有を通して小規模事業者の意識改革・体質改善を促す。その後、事業計画の策定とその実践、フォローアップ支援により経営の安定化を図る。より専門的な課題には各種関係機関と連携を図り、計画的な支援を進める。

#### **イ. 伴走支援による自走化の実現**

事業者が主体的に課題解決を図る体制を構築するには、経営者の意識改革が必要であり、自走化による自己変革力の習得に向けた中期的な視座に立った伴走支援を実施する。

#### **ウ. 「持続可能なものづくり集積地」の形成**

当該地域の強みである輸送機械器具製造業と医療・福祉に関わる事業所を重点的に支援し、「ものづくり」の集積を促進する。またスタートアップの誘致・支援を実施し、「事業共創」することで地域の課題解決に繋げ、地域経済の持続的発展を実現する。

#### **エ. 創業・新産業創出による継続的な支援**

小規模事業者の企業ライフサイクル（創業期・成長期・成熟期・衰退期）それぞれに対応したきめ細かな支援に努め、創業から撤退まで包括的な支援を行うことで地域産業が持続的発展する好循環な基盤を構築する。

### **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7年4月1日～令和12年3月31日）

#### **(2) 目標の達成に向けた方針**

##### **ア. 経営環境の変化に対応した事業計画の策定と実践**

(ア) 小規模事業者の持続的発展に効果のある事業計画の策定を支援し、PDCA サイクルを回す仕組みづくりを行う。

(イ) 身の丈にあった IT 活用事例の紹介や DX セミナーの開催、先進的な事例視察などによる「気づき」を促す。

(ウ) 行政との連携による BCP 策定支援等（サイバーセキュリティ対策の推進・団体保険制度の普及・コンプライアンスの徹底等を含む）を図る。

(エ) 各種展示会、EC サイトへの出展支援による販路開拓・拡大の仕掛けづくりを行う。

(オ) 新事業展開・高付加価値化に資する新商品・新サービスの開発・提供支援を行う。

## イ. 伴走支援による自走化の実現

- (ア) 経済情勢や経営状況の現状認識と危機感の共有を通して小規模事業者の意識改革を促す。
- (イ) 本質的課題を特定して能動的に行動できる自走化の実現には、経営者自身が深い納得感と当事者意識を持つことが必要であり、伴走支援は双方向の対話を通じて時間を掛けて取組んでいく。

## ウ. 「持続可能なものづくり集積地」の形成

- (ア) 2S(整理・整頓)活動・生産性向上「DX 推進」支援事業により、生産性向上の支援を行う。
- (イ) ウェルネスバレーブランド認定品の創出支援及び医療・福祉の現場のニーズ・シーズと製販企業が有する市場性・専門的な知識・ノウハウのマッチング支援を行う。
- (ウ) 愛知県の「Aichi-Startup 戦略」に基づく事業と連携し、スタートアップの誘致・育成を推進する。スタートアップの実証機会を増やすため両市町合同での実証フィールドの提供などを支援する。
- (エ) 大府市・東浦町・大府商工会議所・東浦町商工会の4者が2024年のAICHI CO-CREATION STARTUP PROGRAMの地域パートナーに参加し、ウェルネスバレー推進協議会がSTATION AIのパートナー拠点になるなど、当地域においてスタートアップの活用・支援の機運が高まっている。当地域に集積している健康・長寿関連機関、自動車関連製造企業を中心にスタートアップとのマッチングを促進し、スタートアップのAI、IOT等先端技術を活用して小規模事業者のDX推進、イノベーション創出等に繋がるよう支援する。

## エ. 創業・新産業創出による継続的な支援

企業ライフサイクル（創業期・成長期・成熟期・衰退期）それぞれに対応したきめ細かな支援を行う。新たに参入する創業予定者と撤退予定の事業者を有機的に繋ぐことで円滑な事業承継による地域産業の持続的発展を下支えする。

## 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]

これまで大府商工会議所では、毎月1回「商工会議所 LOB0 調査」を管内の小規模事業者4社に対して実施し、日本商工会議所が取りまとめた報告書を公表している。東浦町商工会では、全国商工会連合会より委託を受けて四半期毎に実施する「中小企業景況調査」を管内の小規模事業者15社に対して実施し、愛知県商工会連合会が県内版として取りまとめた報告書を公表している。

また、公的機関や地域金融機関が公表する景況調査や巡回・窓口対応、役員会等により得られる情報も補完材料として整理・分析して、必要に応じて小規模事業者に提供している。

**【課題】**

公表した調査結果が、小規模事業者の事業計画策定など今後の取組を念頭に置いた有益な情報となるよう、整理・加工が十分になされていたとは言い難い。

また、国が提供するビッグデータ活用について、主に個社支援の際の活用にとどまっており、産業別の分析結果など広く有益な情報を地域の小規模事業者に対して効率的に提供できていない。

**(2) 目標 (大府・東浦共通目標)**

	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
①経済動向分析公表回数 (HP掲載)	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②中小企業景況調査公表回数 (HP掲載、会報誌掲載)	—	4回	4回	4回	4回	4回
③LOBO調査公表回数 (HP掲載、会報誌掲載)	12回	12回	12回	12回	12回	12回

**(3) 事業内容**

**ア. 地域の経済動向分析 (大府・東浦)**

小規模事業者が地域の経済動向を的確に捉え、効率的且つ効果的に事業計画の策定等が図れるよう、経営指導員が地域経済分析システム「RESAS」や政府統計ポータルサイト「e-Stat」を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回ホームページにて公表する。

「RESAS」は地域経済に関する様々なビッグデータを地図やグラフで分かりやすく「見える化(可視化)」したシステムであり、人的資源に余裕のない商工会議所・商工会においても効率的な分析が可能となる。

分析に当たっては、小規模事業者の事業計画立案等に有益な情報になり得るよう、必要に応じて専門家の知見を活用する。

**【分析手法】**

経営指導員が「RESAS」等のビッグデータを活用して、地域の経済動向分析を実施する。

**【分析項目】**

「RESAS」内に用意されている項目により、地域経済の産業構造や消費傾向、滞在人口等の動向について総合的に分析する。(図表 3-1)

図表 3-1 「RESAS」による主な分析内容

項目	分析内容
地域経済循環マップ	地域内の資金循環や地域経済への産業別貢献度等を分析
産業構造マップ	産業別の構造や項目毎の時系列推移を他地域と比較して分析
消費マップ	地域別の消費傾向や消費地別割合又は生産地別割合等を分析
まちづくりマップ	短期的な人口移動や滞在人口、事業所立地動向等を分析

#### イ. 景気動向調査「中小企業景況調査」(東浦)

「中小企業景況調査」を四半期毎に実施する。製造業、建設業、小売業及びサービス業に分類し、東浦町内より選抜された小規模事業者 15 社に対して調査を実施し、愛知県商工会連合会が県内版として取りまとめた報告書をホームページにて公表する。

公表に際しては、小規模事業者の取組に有益になるよう公的機関の景況調査なども併せて、公表内容を整理・加工するよう努める。

##### 【調査手法】

東浦町内 15 社を含めた県下 177 の小規模事業者に対して景況調査を実施し、愛知県商工会連合会が分析を行う。

##### 【調査項目】

四半期毎の売上額、資金繰り、採算などの現状と見通しの DI、設備投資の状況と計画、経営上の問題点を調査項目とする。

#### ウ. 景気動向調査「商工会議所 LOBO 調査」(大府)

「商工会議所 LOBO 調査」を毎月 1 回、製造業・建設業・小売業及びサービス業（理容）を経営する管内の 4 小規模事業者に対して実施する。

調査結果は日本商工会議所が取りまとめて報告書を作成し、ホームページと会報（毎月発行）で公表する。

##### 【調査手法】

商工会議所職員（含む経営指導員）が調査票配布を回収し、日本商工会議所が分析を行う。

##### 【調査項目】

当月の業況・売上・採算・資金繰り・仕入単価・販売単価・従業員の状況および、自社が直面している経営上の問題などを調査項目とする。

#### (4) 調査結果の活用

調査結果は、事業計画の策定や販売力強化への取組の基礎資料とするため、ホームページに掲載して、管内小規模事業者に広く周知する。

また、経営指導員等が経営改善普及事業や経営発達支援事業において、小規模事業者の事業計画策定などの伴走支援に活用する。

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

#### [現状]

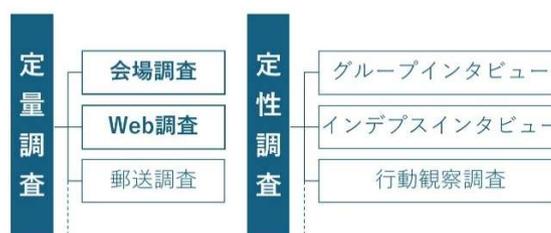
これまで、労力と費用の両面で十分な需要動向調査の実施が困難な小規模事業者に対し、独自に実施する展示会を通して来場者にアンケート調査を行い、消費者ニーズの把握と当該事業者への調査結果をフィードバックしてきた。しかしながら、商品又はサービスのブラッシュアップ、事業計画の PDCA サイクルなどへの活用が不十分である。

また、相対によるアンケートに比べて回答者の本音を引き出しやすいと展示会開催に併せて実施したWEBアンケートでは、十分な回答数を得られず、当該事業者への有益な調査結果に繋がられていない。

**【課題】**

経営環境が大きく変化する中で、これまで以上に小規模事業者が提供する商品又はサービスの需要動向について、情報を収集、整理・分析することが実現性の高い事業計画の策定には必要である。しかしながら、計画策定を念頭に置いた事業者の選定やマーケットインを念頭にフィードバックしたデータの有用性の認識や事業計画への反映において課題がある。

図表 4-1 アンケートの調査手法



また、ビッグデータで把握しきれない地域性を反映した消費動向の抽出や事業計画の策定を前提とした商品又はサービスに対する有益と考えられる調査項目について検討が必要である。

**(2) 目標（大府・東浦共通目標）**

	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
展示会等調査事業者数	10者	20者	20者	20者	20者	20者

※WEBアンケートによる需要動向調査は、展示会等における調査の補完的位置づけから目標は設定しない。

**(3) 事業内容**

**ア. 展示会等における需要動向調査**

需要動向調査において、二次データに比して収集に時間とコストがかかる一次データについて、展示会等を活用した会場調査の実施により効率的に収集する。併せて、一次データの収集を事業者自身が消費者等と相対して実施することで自身の扱う商品又はサービスに掛かる市場の動向等を直接把握する機会とする。

経営改善や自己変革力を高める意欲のある事業者や事業計画策定に取り組むべき小規模事業者を対象に、当該事業者の扱う商品又はサービスが市場や顧客のニーズの観点から開発・改良に繋げるための調査を実施する。収集したデータから属性別の傾向や特徴を詳しく分析することで、調査対象となる商品又はサービスの開発・改良を図る。

**【調査手法】**

展示会等の来場者に対して、取扱商品又はサービスの評価、改善点、要望等を相対でアンケート調査することで一次データを収集する。

調査対象となる商品又はサービスの属性別の傾向や特徴を経営指導員がクロス集計によりデータ分析する。

**【調査項目】**

年齢・性別等デモグラフィック属性や利用頻度・用途などビヘイビアル属性に係る設問と当該事業者の扱う商品又はサービスに適した調査項目（価格・内容量・デザイン・興味の有無・気づいた点等）を設定する。（図表 4-2）

**【活用方法】**

分析結果は当該事業者へフィードバックし、新商品又は新サービスの開発や既存商品又はサービスの改良、事業計画策定に役立てるとともに、収集したデータは匿名化して情報の機密性に配慮しつつ支援者側で情報共有を図り、他の小規模事業者への支援の際の参考資料にも用いる。

図表 4-2 アンケート調査の属性の種類

属性の種類	変数（データ項目）
デモグラフィック属性	性別・年齢・居住地域・職業・学歴・家族構成
ジオグラフィック属性	エリア・地域特有の気候・文化・人口規模・人口密度・都市化の度合い
ビヘイビアル属性	利用頻度・利用用途・購入履歴・行動範囲
サイコグラフィック属性	ライフスタイル・興味・価値観・趣味

**イ. WEB アンケートによる需要動向調査**

幅広い消費者の本音を効率的に情報収集し、会場調査による収集データを補完するために、インターネットによる WEB アンケートを実施する。あらかじめ想定した事業者に合致した設問内容を不特定多数のユーザーに回答してもらうことにより、会場調査におけるサンプル数の制約による分析結果のバイアスを回避する。

**【調査手法】**

Google フォームにあるアンケート作成機能で設問を作成・リンクを取得し、Instagram 等の SNS で拡散することで、不特定多数の消費者から一次データを収集する。収集したデータは、会場調査と同様に経営指導員がクロス集計によりデータ分析する。

**【調査項目】**

会場調査を補完するために同様の調査項目に加え、調査対象に想定する事業所が扱う商品又はサービスに関連した消費者ニーズ（お気に入りの飲食店、地元に来て欲しい店、地元店の良いところ・悪いところ等）や地域資源の活用についても調査項目に入れる。

**【活用方法】**

会場調査のサンプル数の制約による分析結果のバイアスを回避するための補完データとして活用する。会場調査のデータと合わせて分析を行い、分析結果は当該事業者へフィードバックする。また他の小規模事業者への支援の際の参考資料にも用いる。

**5. 経営状況の分析に関すること**

**（1）現状と課題**

**【現状】**

現在、小規模事業者の経営資源（ヒト・モノ・カネ・情報）を把握する手段として、経営指導員などによる税務相談や記帳指導、金融相談が主に行われている。これらの相談は、財務諸表に基づいた財務分析（狭義の経営分析）が中心である。決算書を用いた

経営状態の把握や融資案件の推薦材料としての簡易な分析にとどまり、経営戦略に資する深い分析が行われていないのが現状である。

また、経営状況を総合的に評価するためには、定量分析である財務分析だけでなく、数字や指標に表れない企業の適応力や経営力などの定性分析も必要である。定性分析により、企業の強みや弱み、市場でのポジショニングなど、競争優位の源泉を把握することができる。このような経営の可視化は、経営資源の乏しい小規模事業者にとって効率的な資源配分を行うために不可欠であるが、これまで十分に組み込まれていない領域である。

#### [課題]

課題としては、多くの小規模事業者が経営分析とその後の事業計画の重要性について認識が不足していること、認識はしているものの主体的に PDCA サイクルを回して一連の事業計画に取り組む自走化の実現が成されていないことが挙げられる。

支援者側では、担当する経営指導員の専門的な分析能力やその手法にバラツキがあり、得られた分析結果を経営指導員間で共有・管理する方法が明確でないこと、その解消手段の構築が挙げられる。

#### [支援に関する考え方]

現状と課題を踏まえ、小規模事業者による経営分析の重要性と理解度の向上はもとより、経営分析に基づく事業計画の作成から実行、評価に至る PDCA サイクルを将来的に小規模事業者自らが回していけるよう、経営指導員はコーチングによる伴走支援を意識して対応する。

### (2) 目標（大府・東浦共通目標）

	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①簡易分析事業者数	—	100者	100者	100者	100者	100者
②セミナー開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③経営状況分析事業者数	—	50者	50者	50者	50者	50者

### (3) 事業内容

#### ア. 簡易分析の実施による掘り起こし

経営指導員などの巡回訪問時に経営状況分析の必要性や重要性を説いて取り組むように促すとともに、記帳機械化対象事業者の一部にも計数管理の一環として、比較的短時間で効率的に実施できる独立行政法人中小企業基盤整備機構（以下「中小機構」という。）の提供する経営自己診断システムを活用して簡易な財務分析を行なう。ここでは、分析項目においてあまり専門的な説明にならないように配慮し、大まかな業況の把握に終始するように努める。これは経営分析の必要性を十分に認識していない事業者がその取り組み自体を敬遠する傾向にあるからである。

簡易な分析と業況の把握をすることで、経営分析を行なうことの有用性の訴求やより専門的な経営状況の分析とその内容を反映させた事業計画策定を希望する対象事業所の掘り起こしを行っていく。

#### イ. 経営分析セミナーの実施

事業計画の策定には、徹底した現状分析と事業予測が必要であり、具体的には、現状を把握し分析した結果と、あるべき姿とのギャップを正しく認識し、そのギャップを埋めるプロセスを可視化し計画を実施していくことで事業所の持続的発展を目指す。以上を踏まえ、計画策定の初期段階である現状分析の重要性に焦点を当てたセミナーを開催する。

セミナーでは、事業計画策定が小規模事業者の経営においても中長期的な発展に不可欠であることを理解してもらい、主体的に計画策定に取り組む姿勢を育成する。

開催にあたっては、商工会議所・商工会および市町行政の広報媒体を活用して広く周知し、年1回、20者程度の参加を見込む。

## ウ. 経営状況分析の実施

経営指導員による経営状況分析として財務分析及び定性分析を行なう。

具体的には、巡回指導や記帳機械化の事業者への簡易分析の実施や上記セミナーにて掘り起こした事業計画の策定に意欲のある事業者 50 者を対象に、中小機構の提供している経営自己診断システム（図表 5-1）や経済産業省のローカルベンチマークを使って財務分析を行う。また定性分析に活用するフレームワークとして、クロス SWOT 分析を中心にファイブフォース分析、バリューチェーン分析など対象事業者に適した手法で外部環境、内部環境の分析を行い、事業計画策定の基礎資料として活用する。（図表 5-2）

図表 5-1 中小機構「経営自己診断システム」個別指標診断項目

診断項目	指標名
収益性（8項目）	売上高総利益率、売上高営業利益率、売上高経常利益率、総資本営業利益率、総資本経常利益率、総資本償却前経常利益率、インタレスト・カバレッジレシオ、債務償還年数
効率性（3項目）	総資本回転率、売上債権回転日数、棚卸資産回転日数
生産性（3項目）	一人当り売上高、一人当り有形固定資産額、一人当り経常利益
安全性（10項目）	自己資本比率、流動比率、当座比率、固定長期適合率、減価償却率、手元現金預金比率、借入金月商倍率、借入金依存度、預借率、売上高支払利息割引率
成長性（3項目）	前年比増収率、総資本回転率増減、自己資本比率増減

【分析項目】財務分析は、「収益性」「効率性」「生産性」「安全性」「成長性」の各種指標

定性分析は、主にクロス SWOT 分析による「内部環境（強み、弱み）」「外部環境（機会、脅威）」の各マトリクスの組み合わせ

図表 5-2 各フレームワークの特徴

分析名	特徴
クロス SWOT 分析	内部環境と外部環境、それに対するプラス面、マイナスのマトリックスで構成された SWOT 分析に、各マトリックスで分析された各要素を組み合わせることで、より効果的な戦略立案が可能。
ファイブフォース分析	業界内の各プレイヤーの交渉力の強さから競争の度合いを分析し、業界の収益性の高さを把握するもので特定の業界を深く理解するために使われるフレームワーク。新規参入、代替品、買い手、売り手、競合の面から機会と脅威を模索。
バリューチェーン分析	事業を主活動と支援活動に分類し、どの工程で付加価値を出しているかという分析するためのフレームワーク。事業活動を細分化し、そこから事業の競合優位となる源泉を把握することが可能。

#### (4) 分析結果の活用

財務分析の各項目を各小規模事業者に解説し、指標が意味するものや業況についての確に把握してもらうと共に、定性分析による経営課題の把握や競争優位の源泉抽出により、その後の事業計画策定支援の基礎資料とする。

また経営指導員間においても分析結果や活用ノウハウなどを共有することで各人の指導能力向上に繋げると共に定期的に経営指導員間での分析結果やデータ活用などの情報交換の場を設けて、能力の底上げと平準化を図る。

商工会議所・商工会の職員の担当変更や異動への対応、多年度にわたる利活用を容易にするため、分析データの蓄積と管理方法の体制を整える。データの管理方法について商工会議所・商工会共通のデータベースの様式を整備する。操作及び管理が比較的容易であるエクセルを活用したデータベースを構築し、それぞれのローカルデータを定期的に結合させる。当面の間は双方においてデータの蓄積と定期的なデータ結合を行なうこととするが、最終的にはローカルデータをクラウド管理により相互共有を図る。

### 6. 事業計画策定支援に関すること

#### (1) 現状と課題

##### [現状]

支援者側においては経営指導員等による計画策定の支援の実績や研修会の受講、情報の内部共有によって必要なスキルは蓄積され、地域の専門家との連携もできていることから、支援体制は整備されている。

小規模事業者に対して計画策定の必要性に係る助言は平生行っているものの、動機づけに至るまでに時間を要している。毎年甚大な災害が起こる中で企業のリスクマネジメントが重要であることは理解していても、事業継続計画（事業継続力強化計画を含む、以下 BCP）の策定は小規模事業者にとって優先順位が低い傾向にある。また策定に至っても PDCA サイクルを回せずに本来の目的に沿った活用がされていない。

事業承継における取組みも経営者に切迫感がないのか必要性を感じていないのか掘り起こしに苦慮している。

##### [課題]

事業計画策定が事業の遂行に当たってどのように有益なのか、具体的な効果など本質的な理解が不十分であることが計画策定に取り組めない一因であり、引き続き理解の醸成に努める必要がある。策定の動機づけが補助金を強く意識したものであれば、主体性が乏しくなり計画の実効性や継続性に期待できないものが多くなる。事業計画は継続的に PDCA サイクルを回しながら中期目標を達成するものであり、小規模事業者が内発的動機づけにより自力で課題設定、解決が出来る自走化の実現に向けた伴走支援が必要である。創業支援や事業承継について個別に取り組んでいるが、企業のライフサイクルの視点による包括的な支援の整備が不十分である。

#### (2) 支援に対する考え方

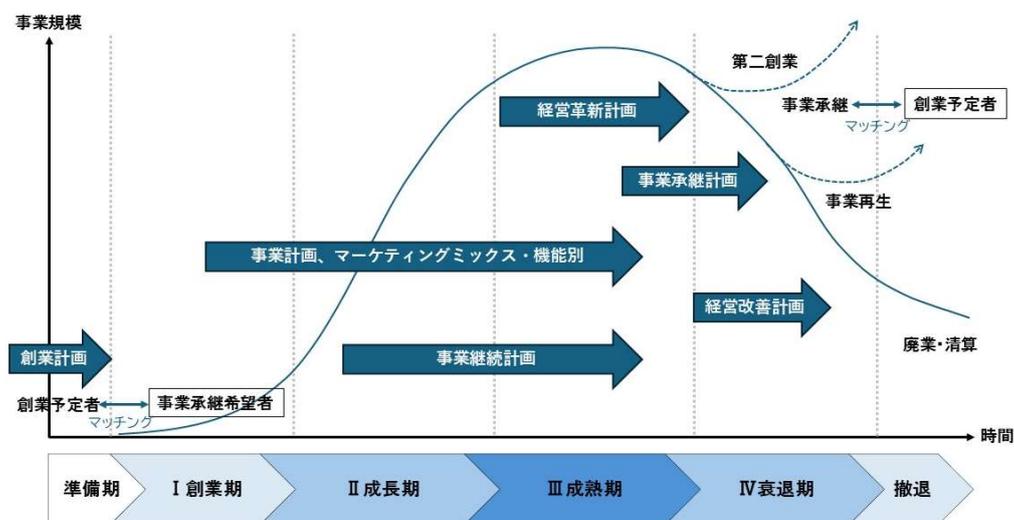
既述の「地域の経済動向調査」、「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえた上で、事業の持続的発展に向けた実現性の高い事業計画の策定支援について経営指導員を中心とした包括的な支援体制のもとで実施する。

事業計画の策定には、各事業における実行計画のみならず、BCP や事業承継計画、創業計画など経営に関わる計画をその対象とする。事業計画などの策定に際して経営計画の領域の検討が必要であると判断した場合はその策定についても支援する。

企業に対する社会的要請でもある DX 推進は、デジタル技術の活用による社会環境の変化に対応した企業文化の刷新であり、市場における競争上の優位性を確立するものである。多くの小規模事業者ではデジタルデバイドの解消が進まず、社内のデジタル化に遅れが生じているものの、コロナ禍を契機とした消費行動の変化などデジタル化への潮流は事業者にとって対応はもはや避けられない状況である。DX 推進のプロセスが計画策定における重要な要素になることから、小規模事業者の DX 推進に対する知識や必要性の理解醸成、個々のデジタル化の状況に合わせた効果的な個別支援を実施することで継続的な推進と自走を促進する組織へと変革する人材づくりに繋げる。

創業及び事業継続の支援において、企業のライフサイクルや円滑な事業継続の視点から、日常的な企業経営の前後に位置する創業期と撤退期の相互を繋げた一連のサイクルで考えることが成果に繋げるためには重要である。(図表 6-1) このような視座を持ちつつ創業支援や事業承継支援を地域内で相互連携するよう配慮しつつ実施する。第二創業も含めて計画策定の支援をする。

図表 6-1 企業ライフサイクルと計画策定支援



(3) 目標 (大府・東浦共通目標)

	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①事業計画等策定事業者数	46 者	50 者	55 者	60 者	65 者	70 者
②計画策定セミナー回数	3 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
③DX セミナー回数	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
④創業計画策定者数*	30 人	30 人	30 人	30 人	30 人	30 人
⑤事業承継計画策定事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

\*うち 20 人はハンズオン支援により 2 年以内の創業者数。

#### (4) 事業内容

##### ア. 巡回・窓口相談による支援（大府・東浦）

###### 【支援対象】

経営状況分析や各セミナーの参加などを通じて事業計画の必要性を認識し、主体的な策定に取り組む小規模事業者を対象とする。

###### 【手段・手法】

支援対象者の経営状況分析に基づき、顕在化している課題の整理や目標設定を事業者自身が主体的に取り組むことで実現可能性の高い計画策定に繋げる。また小規模事業者が自己変革力を高め、課題解決に向けた自走化の実現に必要な「内発的動機づけ」が得られるよう、継続的な伴走支援により信頼関係を構築するよう配慮する。

経営指導員による指導のフォローアップや BCP・事業承継計画などを含む高度の専門的知識を伴う支援については、積極的に専門家の活用を図り、経営指導員等が同席することでOJTによる専門的スキルの習得機会とする。

##### イ. 事業計画策定セミナーの開催（大府・東浦）

###### 【支援対象】

事業計画策定の必要性を認識し、取組みに前向きな管内小規模事業者をはじめ、商品開発や販路開拓など機能別の課題解決を図りたい者、災害時における事業継続計画の未策定の事業者などを対象とする。

###### 【手段・手法】

事業計画とは企業目標を達成するための具体的な行動計画であり、方向性の明確化や社内での情報共有などの効果を通じて、目標の実現可能性の向上に繋げるものである。このことについて、「事業計画策定セミナー」を開催して参加者の理解醸成を図り、事業者自身が主体となって事業計画策定に取り組めるよう支援する。

また、事業計画の策定・実行に当たっては、生産や販売などの各機能に落とし込む必要があることから、マーケティングミックスなど各機能別に細分化されたテーマについてセミナーを開催する。例えば、地域資源を活用した地場製品の開発や展示会出展セミナー、価格戦略セミナーなどがこれに当たる。

BCP 策定に至らない最大の理由は動機づけである。そこで被災地域の事業継続に係る現状などを情報収集・発信することで、地域事業者にとって計画策定の意義・重要性の啓蒙を図り、BCP セミナーの参加を通して作成支援を行う。

各事業者が作成した計画書を深化させるため、個別相談会を開催する。相談員は地域内の中小企業診断士など最適な専門家を招聘し、担当の経営指導員が同席することで相談後の円滑なフォローアップを実施する。

##### ウ. DX セミナー等の実施（大府・東浦）

###### 【支援対象】

DX 推進にあたり、「何から始めて良いのかわからない」、「業務に活かせる人材を育成したい」、「実践的な手法を習得したい」などと考えている小規模事業者を対象とする。

###### 【手段・手法】

DX 推進は、デジタル化による事業構造の変革と言う概念や考え方を意味するものであり、何をすれば正解かといった定型的なものはない。一方で白書によれば、既に DX 推進

に着手している事業者は「費用負担が大きい」「DX 推進の人材不足」の課題に対して、「補助金・助成金」や「情報提供」の他に「研修・人材育成」や「セミナー・シンポジウム」、「専門家派遣」といった支援策に期待する傾向がある。ついで、DX 推進に係る取組状況などにより異なるニーズ毎に相応したセミナーを企画することで実施効果を高めていく。具体的な課題解決のための取組には専門家派遣を実施する。

## エ. 創業支援セミナー等の実施（大府・東浦）

### 【支援対象】

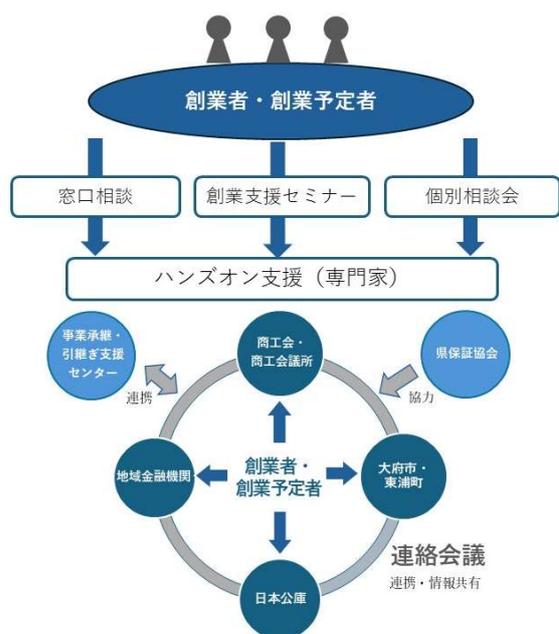
将来創業を検討している会社員・主婦など、創業準備中の者や創業後5年以内の管内小規模事業者。

### 【手段・手法】

産業競争力強化法に基づき認定された「創業支援等事業計画」により、創業支援セミナー「実践創業塾」を年1回実施する。受講者の経営全般に亘る知識の向上を図ると共に、専門家を相談員とした個別相談会の実施により、創業時の課題や不安を早期に解消できる機会を設ける。また、創業支援セミナー受講者、創業窓口相談者で専門的支援が必要と認められる者を対象に、専門家と経営指導員等が行政・金融機関などの関係機関とも連携して、ハンズオン支援を行う。（図表 6-2）

連携機関が相互に適切な機関へ誘導を図り円滑な支援に繋げると共に、作成した創業支援カルテは集約・一元管理して連絡会議にて情報共有を行う。創業予定者と事業承継を検討している事業者にかかる情報を積極的に収集し、連携機関内で地域内マッチングのスキームを検討すると共に、日本政策金融公庫の「事業承継マッチング支援」、愛知県事業承継・引継ぎ支援センターの「後継者人材バンク」なども積極的に活用する。

図表 6-2 創業支援の実施フローと関係図



創業支援セミナーの様子

## オ. 事業承継の推進（大府・東浦）

### 【支援対象】

経営者の年齢が 55 歳以上の中小企業者など

### 【手段・手法】

当地域に隣接する刈谷市、刈谷商工会議所及び愛知県事業承継・引継ぎ支援センターと連携して定期的に中小事業者向け事業承継個別相談会を開催する。事業承継にかかる潜在ニーズの掘り起こしや早期に取りかかる意識づけのため、専門家や承継経験者の講演による事業承継セミナーを開催する。円滑な事業承継のための事業承継計画の策定を支援する。

また事業承継を契機とした業態転換や新規事業進出を目指す第二創業（経営革新）の小規模事業者に対して、衰退期にある事業の成長サイクルへの転換を目的としたセミナーや個別相談会を開催し、経営革新計画の策定を支援する。

## 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】

事業計画策定後の支援については、一定数実施しているものの、計画的に実施できていない事と計画策定後のフォローアップの目標回数が明確になっていない。また、フォローアップが事業計画の進捗状況に関係ないタイミングで行われている。

#### 【課題】

環境変化のスピードが速く先行きが不透明なため、計画通りの実行が困難である。そこで、事業計画の進捗状況を確認し、変更・修正を考慮してフォローアップしていくことが求められる。

### （2）支援に対する考え方

これまで経営指導員などのフォローアップは、進捗状況の確認の際に支援が必要であると判断した場合に重点的支援を行ってきたが、その頻度は担当指導員の恣意的なものになっていることから、フォローアップの頻度に基準を設けて支援を行う。

また、生産性向上に向けた改善やその土台となる基盤づくりと改善ができる人づくりのためには、5S（整理・整頓・清掃・清潔・躰）や TPS（トヨタ生産方式）などが有効であるが、3次下請け企業以下は親会社の指導が行き渡っていないことも多く、且つ人的余裕がないのが現状である。これを踏まえ、各事業所でまずは改善ができる環境づくりに資するため、生産性向上基盤事業を実施する。

生産年齢人口の減少は、労働力不足や国内需要の減少による経済規模の縮小など様々な社会的・経済的問題となり、深刻化が懸念されている。このような状況を克服するには、IT を活用した業務の効率化・自動化によって生産性向上を図ることが重要である。経営資源の乏しい小規模事業者にとっても業務効率化のための IT を活用した DX 推進は喫緊の課題であることから、フォローアップを通じて情報提供・マッチングを図る。

### (3) 目標

#### 経営指導員等による計画的なフォローアップ（大府・東浦共通目標）

	現行	R 7年度	R 8年度	R 9年度	R10年度	R11年度
①対象事業者数	46者	50者	52者	54者	56者	58者
②頻度（延回数）	184回	200回	208回	216回	224回	232回
③売上増加事業者数	18者	18者	20者	20者	22者	22者
④生産性3%以上向上の事業者数	18者	18者	20者	20者	22者	22者

#### 製造業を中心とした生産性向上「基盤づくり」支援事業（大府目標）

	現行	R 7年度	R 8年度	R 9年度	R10年度	R11年度
①当該年度対象事業者数	8者	8者	8者	8者	8者	8者
②改善立会頻度	40回	40回	40回	40回	40回	40回
③フォローアップ対象事業者数	8者	8者	8者	8者	8者	8者
④フォロー頻度	8回	8回	8回	8回	8回	8回

#### 製造業を中心とした生産性向上「DX推進」支援事業（大府目標）

	現行	R 7年度	R 8年度	R 9年度	R10年度	R11年度
対象事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者

### (4) 事業内容

#### ア. 経営指導員等による計画的なフォローアップ（大府・東浦）

##### 【支援内容】

小規模事業者の計画進捗状況に合わせた計画的なフォローアップを実施する。フォローアップの実施は事業計画を策定した事業者すべてを対象として、原則四半期に1回の頻度で巡回窓口指導により実施する。

##### 【手段・方法】

事業計画の進捗状況については事業所による格差が大きく、画一的なフォローアップは非効率な面があるため、当初計画よりも明らかに進んでいる事業所と遅れている事業所はその頻度に違いを持たせる。具体的に前者は半年に1回のフォローアップと頻度を通常の半分に減らす反面、後者を隔月に1回とその頻度を増やすことで、効率的に実施計画の遅れを取り戻すように努める。

図表 7-1 フォローアップの頻度の基準

計画進捗度	フォローアップ頻度
進捗速い	6ヶ月毎
計画通り	3ヶ月毎
遅れ気味	2ヶ月毎

支援した事業者に最新の公的支援策などの情報提供をすると共に、売上・利益率などの状況をヒアリングシートにより把握する。

また、計画的な実施が出来ているか可視化するために計画表を作成するとともに、実施の遅れや計画に問題が発生した場合などは積極的に専門家も活用してその原因を特定し、目標達成に向けた支援を行う。

#### イ. 製造業を中心とした生産性向上「基盤づくり」支援事業（大府）

##### 【支援内容】

製造業を中心とした2S（整理・整頓）活動では、企業から育成をしたい塾生を募り、専門家の指導の下、全塾生・グループごとに現場の課題を共有、課題解決方法を検討したうえで、改善に着手するなど改善活動に至るプロセスを共有する。

支援した小規模事業者のフォローアップについては、前年度卒業生のいる事業所全てに対して学んだことを活用し、更なる改善を継続する動機づけをねらい、「その後の活動巡回点検記録シート」を基に点検し、改善された職場での2S維持状況とその後の改善を現認し、必要なアドバイスを継続して実施する。

**【手段・方法】**

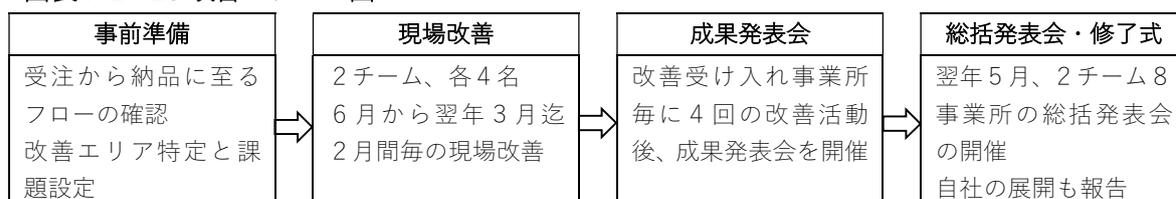
毎年度、8事業者から各事業者1名ずつ、8名の定員に達するまで塾生を募集する。

募集にあたっては、事業者の職場を持ち回りで改善会場に使用できること、特段の理由がない限り6月から翌年3月までの全日程の参加が可能なことを条件とする。

改善の継続を希望するリピート事業者と新規事業者を混成した各チーム4名の2チームで改善活動を実施する。そして次年度はフォローアップの段階へと移行する。

新規塾生は、総括発表会に参加して具体的な改善内容を把握すると共に、開講式を経て、改善における基本を学ぶ座学研修を受講する。チーム編成・現場改善スケジュールを確認し、6月から改善活動を開始する。

図表 7-2 2S 改善のフロー図



**ウ. 製造業を中心とした生産性向上「DX 推進」支援事業（大府）**

**【支援内容】**

毎年実施している会員向けアンケートでは、課題の多くが DX 推進の必要性を認めるような結果となっている。（図表 7-3）

会員地域の先導的企業の事例を参考に自社の生産性向上・DX 推進を図るため、各種セミナーや視察研修を実施する。

生産性向上に繋がった DX 推進に取り組む企業を視察することで、参加した小規模事業者に対して現地・現物の「成功事例・成果」、「取組工程での課題」、「経験談」により、気づきときっかけづくりの場を提供する。そして参加事業者の「気づき」をいかにして生産性向上に繋げていくかが肝要であることから、その後の状況確認のためフォローアップを実施する。

図表 7-3 中小企業の課題と具体的支援ニーズ

課題（回答数の多かった順）	具体的支援ニーズ（回答数の多かった順）
①人材不足解消	①エネルギーコスト対応への補助金制度
②人材育成	②生産性向上、省力化（負荷低減）の情報提供
③原材料価格・電気代高騰への対応	③先進工場見学の斡旋

④生産性向上への取り組み	④生産性向上のための設備導入費用などの補助金制度
⑤販路開拓	⑤エクセル・ワードのセミナー
⑥情報発信	⑥生成 AI・Chat GPT の活用方法

【手段・方法】

「6. 事業計画策定支援」にある DX セミナーや DX 推進にかかる先進地視察を実施する。事業実施後は、生産性向上に意欲ある事業者として継続なフォローアップを実施する。事業者にも効果的な事例を情報提供すると共に企業とのマッチングを図り、課題解決に繋げていく。



先進的 DX 取り組み企業の視察



協働ロボットにかかるミーティング

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】

新たな需要開拓に資する支援として、大きく2つの軸により実施している。一つは、地域外の展示会等への出展勧奨の他、管内の大型商業施設を活用した独自開催の展示会による販路開拓支援である。もう一つが、「6. 事業計画策定支援」にて既述のとおり、各機能別に細分化したテーマのセミナーや専門家活用を通しての商品・サービスの「磨き上げ」や SNS・IT を活用した販売促進能力の向上、価値創出に向けた支援である。

【課題】

多くの小規模事業者にとって、独自に新たな需要開拓に取り組むには経営資源の面からの課題も多く、出展に二の足を踏んでしまう。また展示会の出展により知名度の向上等に一定の成果を上げられても、顧客獲得のためのアプローチ方法や展示ノウハウ、WEB媒体の活用にかかる知識不足などもあり、費用対効果の低い結果になることが多い。

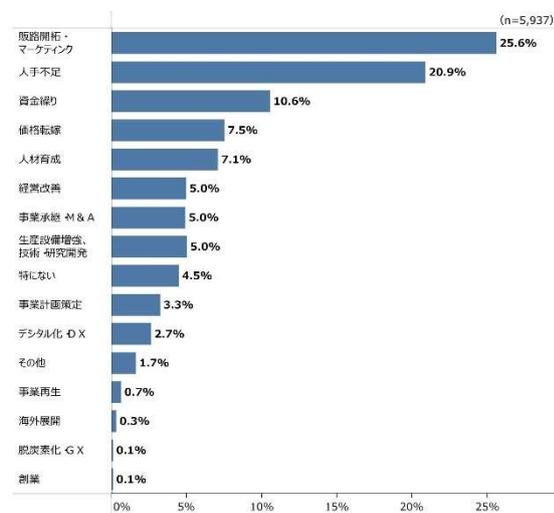
## (2) 支援に対する考え方

小規模事業者は、限られた経営資源の中で効率的かつ実現性の高い取り組みを行うことが求められる。そこで厳しい経営環境に置かれている事業者に対して、取扱商品又はサービスの販路開拓にかかるブラッシュアップ、事業者のマーケティング力向上の支援と併せて、地場・広域（首都圏・大都市圏）の市場に向けた展示会等の出展支援による機会の創出を行う。

2024年版中小企業白書・小規模企業白書によると、小規模事業者が最も重要と考える経営課題として、「販路開拓・マーケティング」を挙げている。（図表 8-1）それは、ターゲット顧客の明確化の有無が売上高の増減に相関があるとの分析結果から、客観的にもこれを裏付けている。（図表 8-2）

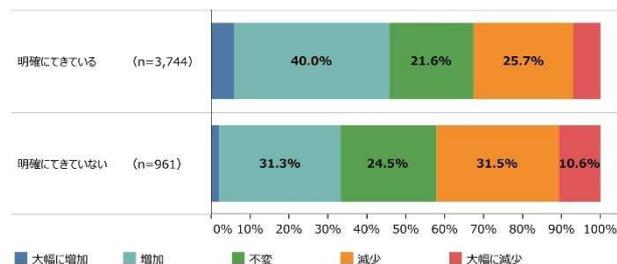
既述のとおり、小規模事業者が新たな需要を開拓し、市場競争力を向上させるにはマーケティングによる事業計画の策定が重要であり、展示会の出展など販路開拓事業の取組みを見越した経営指導員による巡回窓口指導やセミナーの開催、専門家派遣を実施することが重要である。それらを活かして、展示会出展や SNS・EC 等の WEB 媒体を通じた新規需要の開拓を図る。

図表 8-1 特に重要と考える経営課題



出典：2024年版小規模企業白書

図表 8-2 2023 年年間売上高見通し（顧客ターゲットの明確化状況別、2019 年比）



出典：2024年版小規模企業白書

## (3) 目標（大府・東浦共通目標）

	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①大府・東浦合同展示即売会	40 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
売上額/者	—	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円
②メッセナゴヤ参加事業者数	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
成約件数/者	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
③ふるさと納税新規登録事業者数	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
件数/者	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件

## (4) 事業内容

近隣地域の市場をターゲットとした展示会の開催やより大きな市場に対する需要開拓を行なうため、首都圏や大都市圏で開催される展示会などへの出展勧奨・支援を行う。また SNS や WEB の活用により、新たな需要の開拓や商品又はサービスの情報発信を効果的に行なう機会を創出することで、販売機会の拡大を図る。

#### ア. 大府・東浦合同展示即売会 (BtoC) (大府・東浦)

広域連携によるスケールメリットを活かし、管内の大型商業施設や名古屋市内のアンテナショップ・イベントスペース等において、大府市・東浦町内の BtoC 向け商品又はサービスを扱う小規模事業者を対象にした合同展示即売会を開催する。

開催に当たっては、事前に事業者参加型の企画会議や専門家による販促方法の指導等を行うことで、小規模事業者の資質向上や事業者間交流を促進し、アイデア創出にも繋げていく。

#### イ. メッセナゴヤ (BtoB) (大府・東浦)

名古屋市で開催される業種の枠を越えた日本最大級の異業種交流展示会に出展支援し、BtoB 向け製品・技術にかかる販路開拓と認知度向上を図る。また商工会・商工会議所にて出展ブースを借り上げ、管内の製造・建設業の事業者を優先的に出展支援する。本展示会の合同出展は来場者との商談以外に、出展者同士の交流の機会にもなり、幅広い潜在顧客への販路開拓が期待できる。

なお、商談会の出展をより効果的なものにするよう、展示方法や新規顧客の開拓手法、展示会後の商談相手との交渉手法について、専門家を活用した支援を行なう。

#### ウ. ふるさと納税返礼品 (BtoC) (大府・東浦)

令和5年度のふるさと納税による全国の寄付総額は、過去最高の約1兆1,175億円に達し、寄付件数は、約5,895万件と前年度比約1.14倍と拡大している。

地域資源を活用した地場産品の開発などによるふるさと納税返礼品の登録支援の他、大府商工会議所では、大府市の「ふるさと納税特産品開発補助金」を活用し、新たな返礼品開発に取り組む小規模事業者に対してアイデア出しや「磨き上げ」、PR活動ではふるさと納税返礼品掲載サイトにおける助言など包括的な支援を行うことで、事業者の販路拡大に繋げる。

(図表 8-3)

図表 8-3 大府市ふるさと納税特産品開発補助金の概要

概要
この補助金は、ふるさと納税の返礼品を開発する事業者に対し、開発に係る費用の一部を補助することにより、地域資源の発信強化及び市内産業を振興することを目的とします。(2021年度から2026年度まで)
対象事業
以下の事業が補助対象事業です。 ・ふるさと納税返礼品の開発(既存の商品又はサービスの改良を含む。)を行う事業 ・ふるさと納税返礼品を提供するための資材等の製作事業 ・ふるさと納税返礼品の情報発信強化及び普及促進に係る事業 ・ふるさと納税特産品の開発、製造又は加工に必要な設備等の購入に係る事業

出典：大府市 HP (抜粋)

#### エ. 大都市圏へのテストマーケティング (BtoC) (大府)

東京や大阪等の大都市圏において、日本商工会議所等が企画する地域産品 PR ショップへの出展を支援する。大都市圏へ販路を拡大したい BtoC 向け商品を扱う小規模事業者を対象とする。出展にあたっては、セミナーや専門家による個別相談等の支援やフォローを実施する。

## オ. 地域ポータルサイトによる情報発信支援（IT活用）（大府）

小規模事業者の情報発信の課題として、自社の強みや他社にはない特長があるにもかかわらず、潜在顧客に対する効果的な周知ができていないことが挙げられる。

この課題を解決するため、大府商工会議所が運営する地域ポータルサイト「まっちふる大府」を活用し、小規模事業者が開発した商品又はサービスについて情報発信を支援する。具体的には、ポータルサイトに自社サイトである外部リンクを貼ることでSEO対策を施し、さらにポータルサイトの内容については、経営指導員が事業者の魅力や強みを引き出し、ストーリー性を持たせた文面や写真掲載について助言する。事業者の特長を「見える化」し、潜在顧客に届けることで小規模事業者の商品又はサービスの認知度向上と販路拡大が期待できる。

## カ. 個店の販路開拓支援（BtoC）（大府・東浦）

上記以外にも、個店の魅力を潜在顧客へ発信するため、共同パンフレットや動画等の作成ほか、SNSの活用や関連イベントを企画することで効果的な情報発信に取り組む。

セミナーや専門家による個別相談により支援を行う場合は、小規模事業者による自走化実現に向けて自己変革力が身につけられるよう十分に配慮する。



「まっちふる」の様子



動画でPR事業（イメージ）



店舗共同パンフレット（イメージ）



## 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]

大府商工会議所及び東浦町商工会は、年に一度議員あるいは総代が集まる会議の際に、経営発達支援事業の事業報告を行ってきた。大府商工会議所では「通常議員総会」、東浦町商工会では「通常総代会」の議事の中で、1年間実施してきた経営発達支援事業の内容を報告し、承認を受けている。

##### [課題]

事業評価に当たっては、経営発達支援事業における項目ごとの評価はできているものの、小規模事業者への支援計画の実現のために各項目の取組みがあるという意識が希薄になりがちである。そのため、事業に対する評価や意見を小規模事業者から吸い上げる仕組みを構築することが必要である。

#### (2) 事業内容

##### ア. 事業評価委員会の設置（大府・東浦）

中小企業診断士、日本政策金融公庫熱田支店等の外部有識者を始め、大府市及び東浦町の担当者、大府商工会議所及び東浦町商工会の事務局長と法定経営指導員を構成メンバーとする「事業評価委員会」を年1回開催する。

取りまとめられた事業計画の実施状況等について評価・検証を行い、改善すべき事項について適宜見直しを図る。

##### イ. 法定経営指導員による進捗状況の確認（大府・東浦）

大府商工会議所及び東浦町商工会の法定経営指導員の中からそれぞれ責任者を定め、半期ごとに各組織間で取り組んでいる事業計画の進捗状況を共有するとともに、課題等に対する改善策を協議する。

協議結果は「事業評価委員会」にて実施状況等とともに報告を行い、委員からの意見を伺った上で改善を加えていく。

##### ウ. 事業の見直しと常議員会及び理事会への報告（大府・東浦）

事業評価委員会の結果を受けて、法定経営指導員を中心に事業の見直しを図り、改めて経営発達支援事業の目的実現を図る。

事業評価委員会の評価結果と見直しを図った事業内容について、定例で開催される常議員会（大府商工会議所）及び理事会（東浦町商工会）にて報告する。

##### エ. ホームページによる評価結果の公表（大府・東浦）

評価結果と事業の見直しについて、地域の小規模事業者等が常に閲覧できるよう大府商工会議所及び東浦町商工会のホームページにて公表する。

なお、評価方法については、閲覧者が理解しやすいように数値化して事業評価委員会による「自己評価」、「目標達成度」と小規模事業者による「満足度」、「必要性」の項目ごとに点数制を採用して公表する。(図表 9-1)

図表 9-1 経営発達支援事業評価点数表

点数	自己評価	目標達成度	満足度	必要性
4	満足	達成度 100%以上	満足	高い
3	どちらかといえば満足	達成度 75%以上-100%未満	どちらかといえば満足	どちらかといえば高い
2	どちらかといえば不満足	達成度 40%以上-75%未満	どちらかといえば不満足	どちらかといえば低い
1	不満足	達成度 40%未満	不満足	低い

## 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]

経営指導員として受講が義務づけられている経営指導員等応用研修（一般コース・特別コース）をはじめ、商工会・商工会議所職員を対象としたWEB研修などによる基本的知識の習得・更新から、中小企業大学校の支援担当者研修や中小機構などが主催する各種研修など、職員の必要性に応じて基礎から専門的分野に至るまで、広く受講することで職員の資質向上に努めている。

#### [課題]

義務である経営指導員等応用研修以外の受講については、ある程度各職員に委ねられているため、資質向上に個人差が生ずる。また、習得した知識を小規模事業者支援において実践的に活用できているか評価が不十分である。

さらに、経営指導員の転勤や配置転換などの人事異動による支援レベルの維持も大きな課題である。

### (2) 事業内容

#### ア. 愛知県などが開催する各種研修会の活用（大府・東浦）

経営指導員が受講する経営指導員等応用研修会を始め、日本商工会議所や愛知県商工会联合会等が主催する全職員を対象とした各種研修会への参加を奨励し、支援能力の向上に努める。

また、愛知県商工会職員協議会が年1回開催する経営支援事例発表会に参加することで、小規模事業者支援の模範となる事例ノウハウを習得する良い機会となり、支援レベルの向上に繋がる。

#### イ. OJT による支援能力の向上（大府・東浦）

現状は、難易度の高い経営課題の解決には専門的な知識が必要で、そのような課題に対する経験がまだ十分に備わっていない。

そこで、小規模事業者の伴走型支援にあっては、職員が専門家や経験豊富なコーディネータに同行することを基本とし、OJTによる支援業務を通じて指導・助言内容、情報収集方法とその利活用を学ぶことで、経営指導員等の支援能力向上、組織内へのノウハウの蓄積及び継承を図る。

## ウ. 指導業務の標準化に資する勉強会の実施（大府・東浦）

研修会の参加や小規模事業者への伴走型支援などを通じて習得した知識や支援ノウハウの属人化を避け、経営指導員等による指導業務の標準化を推進するため、経営指導員とコーディネータによる支援事例などを共有する勉強会を行い、組織全体の指導能力の底上げを図る。

### 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]

スタートアップは、IoT、AIなどの最先端の技術を活用し、新しい革新的なビジネスモデルを用いて急成長を目指す企業である。愛知県ではスタートアップ支援拠点「STATION Ai」が開所し、スタートアップと地域企業とのオープンイノベーションの促進が期待されている。

大府商工会議所では2023年よりスタートアップに注力するようになり、県・市と連携を図り、愛知県のAichi-Startup推進ネットワーク会議に加入、「AICHI CO-CREATION STARTUP PROGRAM」に参加し、続いて東浦町商工会も2024年より同プログラムに参加している。また大府市・東浦町が事務局を担い、大府商工会議所・東浦町商工会も参画しているウェルネスバレー推進協議会\*はSTATION Aiパートナー拠点に位置付けられる（県内2ヶ所目）など、スタートアップの機運が高まりつつある。

一方で、労働人口の減少は、中小企業の人材確保を困難にしており、働き方改革の進展と大企業との人材争奪戦は、この状況をさらに悪化させている。また求職者と企業のミスマッチも深刻で、人手不足は中小企業の生産性低下やサービス品質低下を引き起こし、地域経済に少なからぬ影響を与えている。

\*大府市及び東浦町では、国立長寿医療研究センターなどの健康長寿分野関連機関が集積する「あいち健康の森及びその周辺地区」を「ウェルネスバレー」と名付け、ウェルネスバレー推進協議会を中心に、主にヘルスケア分野のスタートアップ創出・育成・誘致に取り組んでおり、地域の特色を活かしたスタートアップ支援体制を構築している。

##### [課題]

スタートアップに対しては、社会課題の提供を始め、ビジネスパートナーとなりえる企業の紹介や実証の場の提供が必要である。また管内企業にはスタートアップの新たなアイデアや製品・サービスを紹介する機会を創出する。

雇用のミスマッチに対しては、周辺地域の市町や雇用対策協議会等との連携体制を整備しつつ、ミスマッチの要因を踏まえた求人支援の体系化が必要である。

## (2) 事業内容

### ア. スタートアップ実証支援と課題解決を図る企業マッチング支援事業（大府・東浦）

県・市のスタートアップ支援プログラムをきっかけ（軸）に、商工会議所・商工会としてスタートアップとの接点を持ち、そのスタートアップが目指す取り組み・サービスが地域の社会課題、企業の課題解決に繋がるサービスなのか否かを選別・選定する。そのうえで、スタートアップが求める、その取り組み・サービスの実証の場（企業・人・物・場所）のマッチングを図る。

また、企業とスタートアップとのマッチングのため、企業訪問などでのヒアリング、DXセミナー、スタートアップ交流会、会報での情報発信を行う。

愛知県主催「CO-CREATION PROGRAM」に参加し、地域に根ざしたビジネスアイデアをもつスタートアップと繋がる。実証フィールドを求めるスタートアップの取り組み・内容を商工会議所・商工会のホームページ・会報などで広く周知すると共に企業支援を行う管内中小企業診断士・税理士・金融機関とも連携しタイアップ企業の発掘を行う。そして、関心を寄せた企業とのマッチングを図る。（図表 11-1）

図表 11-1 これまでの連携事例

#### 事例①

テーマ：中小企業の脱炭素化と地域創生の実装プロジェクトの実証

企業：(株)テックシンカー（スタートアップ）とアルメック(株)（管内企業）

内容：CO<sub>2</sub>排出量の可視化に取り組む(株)テックシンカーと脱炭素（ゼロカーボン）に取り組むアルメック(株)が連携を図り、事業に使用するエネルギー使用量の見える化と使用量の削減を図り、削減しきれなかったエネルギー使用量の一部をカーボンオフセットした事例。

#### 事例②

テーマ：企業の健康経営に関する取組促進に向けた実証

企業：MIRAERA(株)（スタートアップ）と大府商工会議所

内容：企業の健康経営に関する支援に取り組む MIRAERA(株)と企業の健康経営を推進する商工会議所が連携を図り、「健康経営無料相談窓口（オンライン）」を開設した。健康経営の取り組みは従業員の心身の健康状態改善による生産性向上、組織の活性化、企業価値の向上が図られるなどその効果は高い。商工会議所として健康経営を推進するにあたり、企業の健康経営に取り組む前の悩み、取り組んだ後の悩みなど解決を図る場を創出するため、個別相談会を設け実証。

### イ. 「ウェルネスバレー推進協議会」構成機関としての取組（大府・東浦）

大府市と東浦町では、あいち健康の森とその周辺をウェルネスバレーと称し、当該地区に医療機関や関連企業などを誘致し、健康・医療・福祉・介護分野などの新産業分野の一大集積地を目指しており、本構想を具体的に推進していくための組織として、ウェルネスバレー推進協議会を設けている。また協議会には下部組織として運営委員会、ヘルスケア産業振興ワーキンググループ、交流・にぎわいワーキンググループが設置されている。（図表 11-2）

商工会議所・商工会は、組織の構成メンバーとして参加し、両市町にとって新産業創出の促進と県内外からの企業誘致、ものづくりを行う小規模事業者とのマッチング支援を行うための情報収集に努める。

具体的な取り組みは以下のとおりである。

#### (ア) 医福工連携マッチング

医療・福祉機関の課題解決と企業の新商品開発の実現を目的とした医福工連携マッチングに取り組んでいる。アイデアボックスを活用した医療・福祉機関発のニーズや企業シーズ発の実証事業の推進を連携マッチングし、同産業商品・サービスをウェルネスバレーブランドとして認定することで普及啓発に繋げている。中小企業基盤整備機構中部本部との連携により「サイン倶楽部」（中部地域のものづくり企業約 210 社が参加）を通じた共同開発・商品化の加速化を図る。

また、愛知県から STATION Ai パートナー拠点に位置付けられたことでスタートアップ支援機能を強化し、一体となったイノベーションを創出する。

図表 11-2 ウェルネスバレー推進協議会構成団体等

構成団体	国立研究開発法人 国立長寿医療研究センター あいち健康の森健康科学総合センター あいち小児保健医療総合センター 大府商工会議所 東浦町商工会 株式会社げんきの郷 社会福祉法人仁至会 あいち健康の森公園管理事務所 至学館大学 大府市 東浦町
オブザーバー (関係機関)	中部経済産業局 愛知県
事務局	大府市 東浦町



ブランド認定マーク



ウェルネスバレーブランド新規認定商品

#### (イ) ウェルネスバレーめぐり

ウェルネスバレーの認知度向上、ウォーキングによる健康の保持増進などを目的としたスタンプラリーイベント「ウェルネスバレーめぐり」を秋期に開催している。関係機関が実施する地域イベントによる相乗効果もあり、当該地区への誘客効果によるにぎわい創出に繋がっている。

(ウ) 土地利用の促進

「ウェルネスバレー構想」により計画された健康産業ゾーンへの健康長寿関連産業の集積を図るため、産業用地の開発や道路インフラの整備について行政へ粘り強く働きかける。(図表 11-3)

図表 11-3 ウェルネスバレーの土地利用計画



出典：大府市 HP

ウ. 人材不足解消に向けた求人支援（大府・東浦）

慢性的な人手不足や雇用のミスマッチ解消のため、雇用対策協議会や知多地域学生就職情報センターと連携をして企業の雇用活動や学生等の就職活動を支援する。特に高等学校の就職担当教諭との面談や管内事業所への見学会、採用担当者と就職担当教諭とのマッチングを通じて雇用のミスマッチ解消に努める。(図表 11-4)



就職担当教諭の管内事業所見学



就職担当教諭と管内事業所とのマッチング

図表 11-4 求人支援にかかる事業と連携機関

事業内容	連携機関
工業高校での企業合同説明会	大府市雇用対策協議会
担当教諭への管内事業所見学会	
担当教諭と管内事業所とのマッチング説明会	
合同企業説明会「地元企業就職ガイダンス」	尾張東部・西三河市町、各協議会
「刈谷・大府企業就職フェア」	大府市雇用対策協議会・刈谷市雇用対策協議会
「刈谷・安城・知立・高浜・東浦就職フェア」	刈谷市雇用対策協議会、商工会・商工会議所
「るびあん合同会社説明会」	知多地域学生就職情報センター

## 12. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

### (1) 現状と課題

#### [現状]

大府市ではかつてバイオリン製造の産地であったことから、バイオリンを中心とした「音楽のまちづくり」の推進している。大府商工会議所では、地域活性化を目的に大府市や観光協会、他団体と連携しながら、様々な事業を実施している。

東浦町は徳川家康の母「於大の方」出生の地であり、町内には於大の方にちなむ寺院や史跡が多数残っている。観光分野における貴重な歴史的資源として、「於大まつり」やマスコットキャラクター「おだいちゃん」を活用して町内外への情報発信を関係団体と連携して実施している。

#### [課題]

駅周辺のにぎわい作り、観光振興を目的としたこれらの事業が地域経済並びに小規模事業者にとって経済効果のあるイベントとしては昇華していない。関係機関とPDCAを回しながら事業のブラッシュアップを図っていく。また、本業活動を通して各団体や機関との交流を促し、各団体と地域経済の発展を目指す。

### (2) 事業内容

#### ア. 駅前にぎわいづくりに向けたイベントの開催（大府）

大府商工会議所は、市と商業団体と連携し、年に2回駅前夜市の共催やイルミネーションイベントの支援を実施する。夜市では地元の移動販売車やテント出展による飲食物の提供や弦楽器を中心とした演奏会、バイオリン製造会社による体験イベント等を行う。

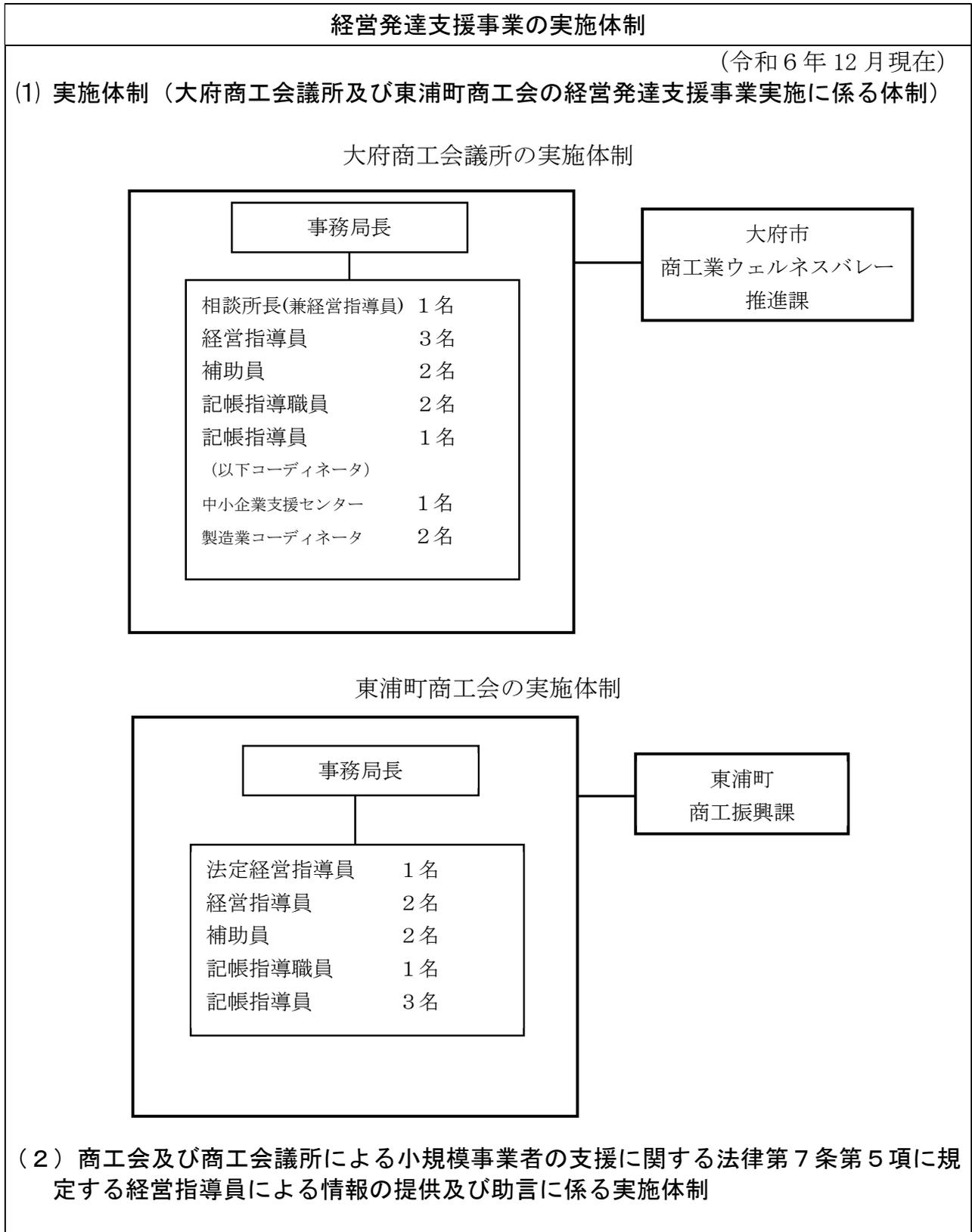
イルミネーションイベントでは、実施する商業組合や実行委員会に対して資金的・人的支援を行うことで、にぎわいづくりに貢献する。

#### イ. 於大の方生誕500年記念事業の実施（東浦町）

東浦町商工会では、令和10年に於大の方が生誕500年を迎えることから、記念事業の実施を東浦町及び東浦町観光協会と連携して検討する。記念事業の機運を高めるため、令和10年に向けて毎年イベント等企画立案をするとともに、於大の方の縁のある地方自治体や団体と共に記念事業を実施できるような協力体制の構築を模索する。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



①法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名： 武藤 宗洋

■連絡先： 東浦町商工会 TEL:0562-83-6123

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援計画の実施・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の提供を行う。

(3) 会議所、商工会及び関係市町連絡先

①大府商工会議所

〒474-8503 愛知県大府市中央町五丁目 70 番地

TEL:0562-47-5000 / FAX: 0562-46-9030 E-mail: info@obu-cci.or.jp

②東浦町商工会

〒470-2103 愛知県知多郡東浦町大字石浜字岐路 28 の 2

TEL:0562-83-6123 / FAX: 0562-84-0425 E-mail:jimukyoku@higashiura.or.jp

③大府市 商工業ウェルネスバレー推進課

〒474-8701 愛知県大府市中央町五丁目 70 番地

TEL:0562-45-6227 / FAX: 0562-47-7320 E-mail: shoko@city.obu.lg.jp

④東浦町 商工振興課

〒470-2103 愛知県知多郡東浦町大字石浜字岐路 28 の 2

TEL:0562-83-6118 / FAX: 0562-83-6117 E-mail: shoko@town.aichi-higashiura.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 (大府・東浦)

(単位：千円)

	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	7,300	7,700	8,000	8,000	8,000
地域経済動向調査費	150	150	150	150	150
需要動向調査費	100	200	200	200	200
経営状況分析事業費	50	50	50	50	50
事業計画策定支援費	500	600	600	600	600
計画策定後実施支援費	3,300	3,400	3,500	3,500	3,500
新需要開拓事業費	2,600	2,700	2,800	2,800	2,800
資質向上事業費	600	600	700	700	700

(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 (人件費・事業費)
2 国・日商・全国連等の補助金・受託金 (事業費)
3 市町村補助金 (経営改善普及事業・育成指導事業補助金、商工業振興事業費補助金等)
4 会費収入 (補助金不足分を補填)
5 参加負担金 (講習会・展示会等参加者負担金等・産業文化まつり参加費)

(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。

