

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>多気町商工会 (法人番号 5190005007546) 多気町 (地方公共団体コード 244414)</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和4年4月1日～令和9年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>中期はVISONのオープンにより、町や小規模事業者も活性化するものと考えられ、商工会としても、VISONとの共栄共存、またVISONを視野に入れた活動の支援を行う。 長期は、地域資源とVISONと木質バイオマスによる排熱活用の新産業が更に活用され、地域小規模事業者の経営の核となっていくように思われるため①医食同源のまちづくりを実現するための農商工連携・地域資源活用の推進②木質バイオマス事業に関連する新事業展開の推進③サブカルチャーの魅力発信と観光・特産品開発の推進を重点支援課題とし中心的に支援し、外部環境の変化に対応できる多気町に必要な活力ある小規模事業者の育成及び創業・事業承継者の創出を実現する。</p>
<p>事業内容</p>	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査に関すること 管内小規模事業者を対象に地域経済動向調査を行い、地域の経済状況や日々の経営に生かせる資料を作成する。多くの人に理解していただくため、商工会紙「たきたて」等に掲載し、分析結果を周知する。 2. 経営状況の分析に関すること VISONや三重県下商工会アンテナショップにおいてアンケート調査を行い、分析し、各事業所にフィールドバックする更なる改良等を行う。 3. 経営状況の分析に関すること 巡回・窓口相談やセミナー開催をし、自社の現状を把握するため経営分析を行うようにする。 4. 事業計画策定支援に関すること ①巡回、窓口相談時の事業計画策定指導の徹底②事業計画策定セミナー、個別相談会の開催③創業、第2創業、事業承継に伴う事業計画策定支援 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後、毎月職員が事所者へ訪問し、商工会外部専門家、各種団体とも連携し小規模事業者の課題解決を図っていく。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 町内施設や県外の商談会等に積極的に新たな需要の開拓を支援する。 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 事業検討員会を積極的に実施し、他機関が興味をもっていただくよう取り計らっていき、毎年度、本計画に記載した事業の実施状況や成果について、下記の方法により事業の検証、評価、見直しを実施する。 8. 経営指導員等の資質向上等に関すること 人事異動が少なかった多気町商工会において職員の高齢化進み、資質向上の好奇心が薄れていた。このため経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため研修会等を実施する。
<p>連絡先</p>	<p>多気町商工会 〒519-2181 三重県多気郡多気町相可1687-8 TEL 0598-38-2117 FAX 0598-38-2296 E-mail taki-s@ma.mctv.ne.jp 多気町役場 農林商工課 〒519-2181 三重県多気郡多気町相可1600 TEL 0598-38-1117 FAX 0598-38-1140 E-mail norin@town.mie-taki.lg.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. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

三重県多気郡多気町は、東に伊勢神宮で有名な伊勢市、西には松阪牛で知られる松阪市、南には世界遺産熊野古道がある熊野市等に囲まれ、県の中央に位置する町である。平成18年に旧多気町と旧勢和村が合併し、現在の多気町になった。(面積103.2 km² 人口約15,000人)伊勢市、松阪市へは共に車で約20分の距離にあり、松阪から尾鷲・熊野へ延びる国道42号線が町を縦断している。

平成7年にシャープ多気工場が始動し、総生産高・雇用が増加、製造業者の需要増、ビジネスホテルの建設、来町者数の増加等好影響をもたらした。

その後、国道42号線がシャープ工場沿線に移動したため、旧42号線沿いにある商店、飲食店は客数が減少した。近年は、シャープの事業縮小を受け、地域雇用の減少や下請事業者の売上減等の影響が及んでいる。平成17年には伊勢自動車道勢和多気ジャンクションが誕生し、平成27年には紀勢自動車道が尾鷲市まで延長されたため、多気町は、伊勢方面や尾鷲(熊野・東紀州)方面への通過地域となっしまい、多気町内を走る国道42号線の利用数も減少し、町内小規模事業者は顧客の減少等ダメージを受けている。

平成28年に木質バイオマス発電所「多気バイオパワー」が営業運転を開始し、森林事業の活性化をはじめ、排熱・排ガス中の二酸化炭素等の活用による植物栽培や新事業・雇用の創出など地域活性化が期待される。そうした中、木質バイオマス発電から排出される大量の二酸化炭素を活用して、機能性食品やバイオ燃料(航空機等に利用)に使用するミドリムシの培養を行う「バイオ燃料用藻類生産実証プロジェクト」が始まり、この事業で発せられる熱を利用した鮭の養殖も令和2年から始まり、鮭の肉質も良質で好評で、大量の養殖体制にはいる。また他の魚等の養殖も行っていくとも聞いており、今後この熱エネルギーを利用した養殖産業及び関係産業が拡大していくものである。

令和3年4月三重県下最大級と言われるリゾート施設VISON(ヴィソン)が勢和多気インターチェンジ近くにオープンし、またこの地域初となるスマートインターチェンジも伊勢自動車道とVISONをつなぐ形で開通した。このスマートインターチェンジの名称をヴィソンインターとし、インターチェンジの名前はそこの地域名でなければならないということから、そこの地域名が「多気町字ヴィソン」となるなど、当町のVISONへの期待が伺うことができ、またVISONが中心となって観光産業を動き始めていくものと考えられる。VISONの年間来場見込み客は800万人である。多気町行政は、これらの企業誘致が起爆剤となり町の活性化につながることに期待を寄せている。多気町商工会としても、行政や各種団体とも連携し、「VISONとの共存共栄」や「バイオマス事業との連携」を推進するため、多気町の変化する地域経済動向や需要動向に対応したきめ細かな支援体制を構築し、小規模事業者等への伴走型の支援による活力ある小規模事業者の育成が必要となっている。



多気町の人口・商工業者・小規模事業者・商工会員数（三重県商工会連合会・商工会運営資料より）

項目 \ 年度	H29. 4	H30. 4	R01. 4	R02. 4	R03. 4
町内人口	14, 963	14, 727	14, 592	14, 491	14, 216
商工業者	500	511	487	473	486
小規模事業者	427	437	415	404	412
商工会員数（全体）	327	311	302	293	282
商工会員数 （小規模事業者のみ）	259	262	271	283	287

多気町には総合計画はなく、“ええまち”づくりプランで基本構想を述べている。これによると立地条件や環境の良さを活かして積極的に企業を誘致し、活力あるまちづくりを進めます。商工会や工業会と連携し、地産地消の推進をはじめ、地元商店の活性化や町内企業のマッチングに努めるとともに、リゾート観光施設開業による経済効果を狙った地域振興を進めますと記載している。

②課題

多気町内の状況は、高齢化・卒業生の地元への定着率の減少などで人口は減少し、後継者不在・新規事業者の減少により小規模事業者数は減少してきている。新型コロナウイルス感染症の影響により先行き不透明な景気により徐々に廃業する事業所も出てきている。多気町には大型小売店舗2店舗、地域有名中型2店舗があり、小売業の小規模事業者の経営は非常に頻拍している。また製造業において、多気町製造業の中心的事業者SHARPが事業縮小を行ったため地域の製造業者は得意先を失い経営難が続いている。多気町商工会は、新たな販路開拓などを見出すため地域の小規模事業者に経営策定支援を行う。三重県下最大級リゾート施設VISONがオープンし観光産業も盛んになってくるものと考えられ、町内業者とのマッチングなど共栄共存を目指す支援を行わなければならない。

（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

多気町を取り巻く経済・経営環境は、新しく誘致された企業によって大きく変化しようとしている。中期的にVISON関連で観光産業が活性化され、またそれに伴って地域産業も活性化していくものと考えられる。このためVISONとの共栄共存、またVISONを視野に入れた活動の支援を行う。また木質バイオマスによる排熱活用での養殖産業の関係事業所も増えることが予想され、今まで多気町に無かった魚卸業の創業や運送業の増加なども見込まれるなど、新たな局面を迎えるものと考えている。このため狭い地域である上の販路のバッティングに伴う価格競争の激化が予想され、より多くの販路開拓支援が必要とされるものと考えられる。また情報網を張りめぐり多くの情報収集とそれに伴う的確な判断が必要とされるので、職員の資質向上と小規模事業者への信頼関係の構築が必要となってくるものと思われる。

長期的に考えると今ある地域資源とVISONと木質バイオマスによる排熱活用の新産業が更に活用され、地域小規模事業者の経営の核となっていくように思われるため①医食同源のまちづくりを実現するための農商工連携・地域資源活用の推進②木質バイオマス事業に関連する新事業展開の推進③サブカルチャーの魅力発信と観光・特産品開発の推進を重点支援課題とし中心的に支援し、外部環境の変化に対応できる多気町に必要な活力ある小規模事業者の育成及び創業・事

業承継者の創出を実現する。また本経営発達支援事業により支援するすべての小規模事業者の需要拡大の実現、売上と利益の増進を達成し、活力ある魅力的な小規模事業者を育成することで地域経済社会に活気・元気を与えることを本発達支援計画の目標とする。

②多気町総合計画との連動性・整合性

多気町には総合計画はなく、簡素化された総合戦略があり、次のように記載されている。VISIONと既存町施設との連携による観光産業及び地元商工業者の活性化。相可高校や三重大学に、生産者が連携し、本町の伝統野菜や森林資源をはじめとしたバイオマスなどによる産業振興の促進と共に産業伝承するための後継者育成や生産性技術の向上に取組み働きたい人が身近で働くことのできる環境づくり。薬草・薬膳料理や豊かな自然環境で収穫された豊富な食材を食し、ガストロノミーの推進と誰もが健康で住み続けられる『医食同源』のくらしづくりである。

③商工会又は商工会議所としての役割

多気町商工会の役割として、中期的にはVISIONを中心とした観光産業とそれに関連する事業者の育成と考える。VISIONにおいても需要動向調査などを実施、来場者から“生の声”を聞き、商品のブラッシュアップを行い、より洗礼された商品づくりを目指す。

長期的には、経済動向調査・需要動向調査・経営状況などを精密に分析し、小規模事業者の発展や魅力ある小規模事業者の育成に寄与していき、多気町が示す、産業伝承するための後継者育成や生産性技術の向上に取組み、働きたい人が身近で働くことのできる環境づくりとなるよう行う。また小規模事業者自らが策定した事業計画を進めるため、調査にて出た精密な分析結果を基に伴走型小規模事業者支援推進補助金などを利用し、販路開拓に努め、活気ある事業所づくりに支援していく。

(3) 経営発達支援事業の目標

中期的には、コロナ後で日本経済・地域経済が低迷されることが予想され、今までも売上高確保が難しいかった当地域小規模事業者は、今後廃業への拍車もかかるものと予想される。『小規模事業者の活躍による元気な地域社会』を目指すため、経済動向調査・需要動向調査・経営状況などを精密に分析し、当地域小規模事業者が進むべき道を見出し、支援していくことで、売上高と利益確保・増進を達成し活力ある魅力的な小規模事業者を育成することで地域経済に活気・元気を与えることを中期目標とする。

長期的には①医食同源のまちづくりを実現するための農商工連携・地域資源活用の推進②木質バイオマス事業に関連する新事業展開の推進③サブカルチャーの魅力発信と観光・特産品開発の推進を重点支援課題とし中心的に支援し、外部環境の変化に対応できる多気町に必要な活力ある小規模事業者の育成及び創業・事業承継者の創出を実現することによって、地域に活気があふれるようになることで、魅力のあるまちづくりに寄与する。

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

魅力的な小規模事業者を育成することで地域経済に活気・元気を与えることを目的とするため下記の事項を実施する。

①消費者動向、地域の現状をより精密（数値化）に分析

色々と調査をしてきているが、数値化した調査を実施してこなかったのが、客観的な分析結果となっている。コロナ後、新商品開発や販路開拓が進むものと考えられ、「この商品であれば、この市場で、このくらいのシェア（%）で、このような販路がこのくらいある（%）」といった精密な分析を行い、より具体的な支援を行えるツールとなるように実施する。

②精密な分析を事業者へフィードバック

新商品開発や販路開拓を目指す事業者に対し、数値化した調査分析を事業者に提供することによって、遠回りすることなく、目標達成できるように支援する。

③売上高と利益確保・増進を達成

コロナ禍・コロナ後、新商品開発や販路開拓を試みる事業所は多くみられ、数値化した調査分析を利用することによって、新商品開発や販路開拓などの早期の目標達成が出来る。目標達成することは利益増進となる。また利益増進するよう支援する。

④魅力的な小規模事業者を育成

新商品開発や販路開拓などの早期の目標達成することによって利益増進となる。利益増進となることによって、今まで以上に地域活性化の原動力ともなり、“魅力的な”事業所となるよう支援していく。

⑤小規模事業者活性化により地域経済に活気・元気を与える

“魅力的な”事業所が増えることによって小規模事業者が活性化し、新たな新産業等の創出も行われるようになる。このような波状効果によって地域経済に活気・元気を与えるよう支援する。

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]

従来の経営改善普及事業を行う中で、巡回・窓口指導を重点に行ってきた。巡回で三重県商工会連合会が実施している「景況調査」等各種の情報提供・情報調査を行い、地域経済動向の調査を聞き取りにて実施し、また年に一度アンケート調査を行い経済動向情報の収集・整理・分析を行ってきた。巡回指導を中心に毎月発行する商工会紙「たきたて」、商工会ホームページ、会員メール、Facebook ページ等で経済動向調査の成果を情報提供し、小規模事業者の経営計画策定に役立ててきた。

[課題]

巡回で聞き取り調査や年一度実施してきたアンケート調査の成果を、商工会紙「たきたて」、商工会ホームページ、会員メール、Facebook ページ公表してきたものの小規模事業者の事業策定には生かされてこなかった。このため年に一度のアンケート調査を聞き取り調査にし、より具体的な分析結果となるようにし、経営策定計画に充分盛り込めるような分析結果とする。このことにより融資などの決定率を向上させる。

(2) 目標

	公表方法	現行	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
①地域の経済動向分析の公表回数	商工会紙	1回	1回	1回	1回	1回	1回
〃	HP	0回	1回	1回	1回	1回	1回
〃	メール	1回	1回	1回	1回	1回	1回
〃	Facebook	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	商工会紙	4回	4回	4回	4回	4回	4回
〃	HP	0回	4回	4回	4回	4回	4回
〃	メール	1回	4回	4回	4回	4回	4回
〃	Facebook	1回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビックデータの活用）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「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い年1回公表する。

【調査手法】 経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】

- ・「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析
- ・「まちづくりマップ・From-to分析」→人の動き等を分析
- ・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②景気動向分析

管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、年4回調査・分析を行う。

【調査手法】 調査票を郵送し返信用封筒で回収する。
経営指導員等が回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う。

【調査対象】 管内小規模事業者15社（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から3社ずつ）

【調査項目】 売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等

(4) 調査結果の活用

調査した結果は、商工会紙「たきたて」、商工会ホームページ、会員メール、Facebookに掲載し、町内全体に周知する。

また経営指導員等が巡回指導を行う際の資料や融資推薦書作成での資料、補助金申請の際への資料とするなど、各事業所支援でのあらゆる場面での資料となるようにする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

新商品開発での支援やアンケート項目・分析の仕方などの支援は行ってきたものの、昨年が発生した新型コロナウイルス感染症の影響により全てのイベント中止となり、計画していた需要動向調査は実施できなかった。このため事業者が中心となり需要動向調査を行うよう支援した。

[課題]

需要動向調査を行わなかった結果、事業所に分析結果が残り、商工会に届くことがなかった。このため類似商品の開発でのデータが不足し、再度同じような需要動向調査を行わなければならなくなり、非常に時間の無駄が生じた。小規模事業者が商品開発を行い、マーケティング調査を行うことは非常に激務であるためと商工会保有データを多くすることによって幅広く深い支援ができるものであるため、調査項目を精査し実施する。

(2) 目標

	現行	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
①新商品開発の調査 対象事業者数	0者	1者	1者	2者	2者	2者
②試食、アンケート 調査対象事業者数	0者	2者	2者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

①新商品開発の調査

食品製造業者や飲食店は、V I S O Nがオープンし需要拡大があると考え、新商品を開発しつつある。特産品を生かした個店オリジナルの新商品を開発するよう支援し、その商品等の需要動向調査を実施していく。具体的にはV I S O N・三重県商工会連合会が行っているアンテナショップ・首都圏で開催の商談会等において試食・試飲アンケートを実施し調査結果を分析した上で、各事業所にフィードバックすることで新商品開発に資する。また当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【調査手法】

(情報収集) V I S O N・三重県商工会連合会のアンテナショップが最もにぎわう8月において、来場者に対し、新商品の試食・試飲をしていただき経営指導員等が聞き取りにてアンケート用紙に記入する。

(情報分析) 調査結果は、販路開拓や新商品開発の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】 来場者50名

【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

【調査結果の活用】 調査結果は、経営指導員等が当該飲食店に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

②試食、アンケート調査

首都圏への販売を求めている事業所が多いことからグルメ&ダイニングショー若しくはフードセレクションに参加し来場するバイヤーに対し、試食、アンケート調査を実施する。

【調査手法】 【サンプル数】 【調査結果の活用】 上記①参照

【調査項目】 上記①に加え、取引条件等

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

商工会では、巡回・窓口での金融・税務の相談時において、簡易な経営分析（売上総利益率、借入金回転期間等）は行うが、個々の事業所の具体的事情を踏まえた経営改善に向けての効果的な経営分析が不十分なため、経営手段・手法にまでは踏み込めていないのが現状である。

[課題]

これまで実施しているものの、高度・専門的な知識が不足しているため、中小企業診断士や税理士などの外部専門家等と連携するなど、情報収集や分析方法などを改善した上で実施する。

(2) 目標

	現行	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
①セミナー開催件数	6回	6回	6回	6回	6回	6回
②セミナーによる経営分析事業者	10件	12件	13件	14件	15件	15件
③巡回・窓口経営分析	10件	13件	15件	18件	20件	20件
④記帳対象者経営分析	10件	12件	12件	13件	13件	15件
⑤金融相談における経営分析	10件	13件	15件	18件	20件	20件
合計	40件	50件	55件	63件	68件	70件

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）

- 1) セミナーの開催を通じて、経営分析によって自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

【募集方法】チラシを作成し、ホームページで広く周知、巡回・窓口相談時に案内

- 2) 今後の方針などを打ち立てたいと巡回・窓口で相談があった場合に、自社の現状を把握するため経営分析を行うようにする。
- 3) 記帳継続指導対象者の多くは、会計ソフトを活用してる。会計ソフトには経営分析ができる機能があるため、自社の状態を知るためにも経営分析をすることを進める。
- 4) マル経融資（小規模事業者経営改善資金融資制度）推薦事業所について、個別案件毎に経営分析を実施し、今後の円滑な事業展開のための助言を行う。

②経営分析の内容

【対象者】セミナー開催の場合・・・参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い12者を選定。

巡回・窓口の場合・・・巡回や窓口相談にて、今後の方針等での経営分析が必要とされる事業者に対し行う。13者。

記帳対象者の場合・・・記帳対象者で、経営分析に興味のある12者を選定。

金融相談の場合・・・マル経融資申込者より13者を選定。

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

《財務分析》 直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析

《非財務分析》下記項目について、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

(内部環境)		(外部環境)
<ul style="list-style-type: none"> ・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織 	<ul style="list-style-type: none"> ・技術、ノウハウ等の知的財産 ・デジタル化、IT活用状況 ・事業計画の策定、運用状況 	<ul style="list-style-type: none"> ・商圏の人口、人流 ・競合 ・業界動向

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。
非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

(4) 分析結果の活用

- 当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
- データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまで商工会では、小規模事業者にも事業計画策定の必要性を検討するうえで、事業者からの要望があった場合や、経営計画セミナー等におけるフォロー支援などが中心となっており、それほど支援件数は多くなかった。

小規模事業者と商工会との接点も少ない事業所がまだあり、相互の意思の疎通が出来ず認識のずれにもつながっているのが現状である。

[課題]

今後の小規模事業者の持続的発展に向けて、多気町商工会として支援能力の向上は必須であり、小規模事業者が経営課題を解決していくための最重要課題として、上記の『4. 需要動向調査に関すること』『5. 経営状況の分析に関すること』の結果を踏まえて、経営力の向上やビジネスモデルの再構築を図ろうとする“やる気”のある小規模事業者等を支援対象とする。

事業計画策定支援は、補助金等の申請にも必要とされ始め、少しずつではあるが浸透してきている。このため多気町商工会が中心となり、よろず支援拠点、税理士・社会保険労務士・中小企業診断士等の外部専門家、町内の金融機関、各種関連機関と連携し、伴走型支援を実施しすることにより更に実現性の高い事業計画策定を目指す。

(2) 支援に関する考え方

補助金申請や借入申込で、事業計画などの記載が必要とされてきており、事業計画策定が少しずつではあるが浸透してきている。しかし今まで『4. 需要動向調査に関すること』『5. 経営状況の分析に関すること』にも記載したが、数値化してこなかったため正確さに欠けている。今後はより正確なデータづくりを行い事業計画の策定につなげていく。事業計画の内容を濃くするため「事業計画の策定セミナー」のカリキュラムを工夫し 5. 経営状況の分析に関することで記載した事業者の50%程度を1年間とおしての事業計画策定件数とする。

DXを用いてセミナーを行い、時間が無いという参加者でも参加できるように行い事業計画の策定を浸透の幅を広げ深める。そのことによって小規模者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

	現行	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
①DX推進セミナー 開催件数	—	2回	2回	2回	2回	2回
②事業計画策定セ ミナー	6回	6回	6回	6回	6回	6回
事業計画策定事業者 数	10者	12者	13者	14者	15者	16者

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」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推進していくために、セミナーを開催する。

【支援対象】 『4. 需要動向調査に関すること』『5. 経営状況の分析に関すること』で支援した事業所

【募集方法】 チラシを作成し、地域内への新聞折り込みによる

【講師】 中小企業診断士・税理士、また地域内で事業策定を行い実行している事業所代表

【カリキュラム】 ・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、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

【支援対象】 セミナーを受講し、更にレベルアップしたい事業者

【募集方法】 巡回・窓口相談時において、経営指導員等が説明する

【講師】 三重県商工会連合会エキスパートバンクに登録あるIT関係の専門家

【回数】 年9回、3事業所

【カリキュラム】 専門家派遣であるため、事業所の要望やレベルに応じて行う。

②「事業計画策定セミナー」の開催

【支援対象】 経営分析を行った事業者を対象とする

【支援手法】 事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

【講師】 中小企業診断士・税理士、また地域内で事業策定を行い実行している事業所代表

【回数】 6回

【カリキュラム】 ・自社分析（強み・弱み・機会・脅威）

・市場・顧客分析

・競合の分析

・自社分析（強み・弱み・機会・脅威）、市場・顧客分析、競合の分析を実施する際のポイント

・事業計画書の作成

【参加者数】 15者

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、経営指導員等が定期的に巡回訪問し事業の進捗状況を把握している。計画と実績の比較や検証、指導・助言を行い必要に応じ事業の再検討を行っている。

[課題]

事業計画策定後、毎月職員が事所者へ訪問し話し合いはしている。ただ進捗状況の数値化を行っていないため、事業者の感覚での進捗状況となっている。商工会外部専門家、各種団体とも連携し小規模事業者の課題解決を図っていく。

(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等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

(3) 目標

	現行	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
フォローアップ対象 者事業者数	10 者	13 者	14 者	15 者	16 者	17 者
頻度（述回数）	20 回	36 回	36 回	36 回	48 回	48 回
売上高増加事業者数	1 者	3 者	3 者	5 者	5 者	7 者
利益率5%以上増加 の事業者数	0 者	2 者	2 者	3 者	3 者	5 者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が独自様式のフォローアップシートを用いて巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

その頻度については、事業計画策定6者を2ヶ月に1回訪問し、分析を数値化し進捗状況の把握を行う。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、他地区等の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

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]

これまで三重県・三重県商工会联合会・地方銀行などが実施する物産展や展示会またアンテナショップについて、六次産業化の小規模事業所や地域特産品を利用して製造している小規模事業所や今後地域特産品になりうる素材を活用し製造している小規模事業所などに情報提供し、参加を促し、販路開拓の機会を提供してきた。また展示会前などにブランディングセミナーや商談会接客セミナーを開催し、事業の活性化を図っている。

[課題]

具体的な成果をあげた企業はあまりない。そこで今回の経営発達支援事業では、経営状況の分析を行った事業所や事業計画の策定を行った事業所を支援対象とし、徹底した伴走型の販路開拓支援を行う。積極的に展示会・商談会の参加を進め販路拡大の支援を行う。

データベース化した小規模事業者のそれぞれの事業の内容、商品やサービスの強み、現状の取引先などを分析し、市場動向や顧客ニーズの分析結果を踏まえて、小規模事業者への巡回・訪問時に、それぞれの小規模事業者に合致した販路開拓方法を伴走型で助言・提案する。また、より専門的な課題に対しては、中小機構の販路開拓支援の活用や、三重県商工会連合会、三重県産業支援センターの専門家派遣事業を活用しながら、商品のブラッシュアップやブランディング、プレスリリースによるパブリシティの活用等積極的に活用し支援することで小規模事業者の新たな需要の開拓につなげる。

また、三重県や三重県産業支援センター・三重県商工会連合会が開催する販路開拓セミナーの開催や展示会の開催などの販売促進事業等を、ホームページや広報誌等により情報提供し、小規模事業者に販路開拓の機会を提供していく。

他にも、商工会、町行政や観光協会販売促進イベントについて小規模事業者に情報提供し、経営分析の結果を踏まえ、それぞれの小規模事業者にあった販路開拓・販売促進の方法を提案するなど様々な方向から伴走的に支援することで効果を高めていく。

今後、新たな販路の開拓にはD X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

多気町内において三重県下最大級のリゾート施設V I S O Nや三重県商工会連合会運営のアンテナショップがあり、町内外・県外から多数の来場者があるため、まずはここで消費者ニーズ等を掴む。更なる販路確保のため首都圏で開催される既存の展示会への出展を目指す。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。また内需・外需拡大をするための販促ツール等作成の支援を行う。

D X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、I T活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてI T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

	現行	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
①町内での展示会	—	6者	6者	6者	6者	6者
売上額/者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②県外での商談会	5者	5者	5者	7者	7者	8者
成約件数/者	—	3件	3件	5件	5件	7件
③SNS活用事業者	—	3者	3者	5者	5者	5者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
④ECサイト利用事業者数	—	3者	3者	5者	5者	5者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
⑤ネットショップの開設者数	—	1者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①町内での展示会 (BtoC)

i) 商工会がVISONマルシェの3ブースを借り上げ、事業計画を策定した事業者を優先的に出展し、新たな需要の開拓を支援する。

【参考】VISONでは年間800万人の来場者を見込んでおり土曜日・日曜日は15程度の展示ブースが並ぶ。

ii) 三重県商工会連合会アンテナショップでの展示会 (BtoC)

三重県商工会連合会アンテナショップでは2階を催事場としており、常時使用できるようにしている。これを活用し事業計画を策定した事業者を優先的に出展し、新たな需要の開拓を支援する。

【参考】特産品の出荷時期になると、1日300人の来場者がある。このため多気町内での販路拡大には最適な場所である。

②県外での商談会 (BtoB)

町内業者は都市部圏での商談会出展の望んでおり、グルメ&ダイニングショーなどへの参加を希望している。ただ参加させるだけではなく、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前研修を行うとともに、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

③SNS活用 (BtoC)

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込のため、取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

④三重県商工会連合会アンテナショップECサイト利用 (BtoC)

本年11月からアップされる三重県商工会連合会が運営するショッピングサイト等の提案を行いながら、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影、商品構成等の伴走支援を行う。

⑤自社HPによるネットショップの開設（B to C）

ネットショップの立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR方法等WEB専門会社やITベンダーの専門家等と連携し、セミナー開催や立ち上げ後の専門家派遣を行い継続した支援を行う。

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み

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]

毎年度、本計画に記載した事業の実施状況や成果について、下記の方法により事業の検証、評価、見直しを実施している。

[課題]

経営発達支援計画の周知を充分に行ってきていなかったため、町行政や地域内金融機関も関心がなく、外部メンバーの評価は得られなかったため、今後は充分に周知し多気町商工会の経営発達支援計画に興味を持っていただけるように働きかけていく。

(2) 事業内容

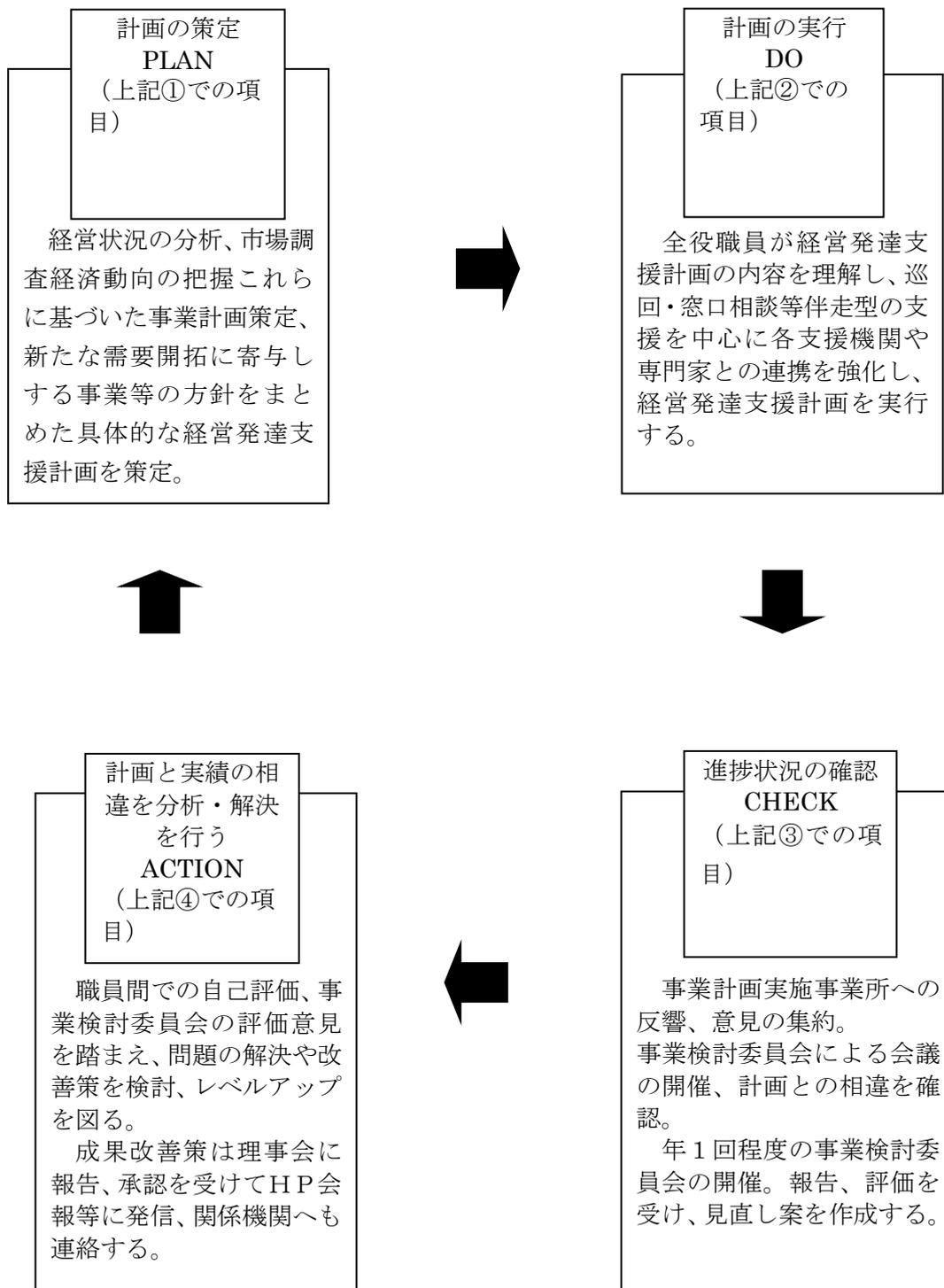
①PDCAサイクルのPLANにおいて、事業の評価・見直しについては、各目標について事務局が月々の進捗管理を行い、毎月1回の職員会議で、事業の進捗状況のチェックを行うとともに、評価、意見、対応策などについて話し合い、課題につて協議し、問題があれば対応策を検討する。（毎月1回開催）

②PDCAサイクルのDOにおいて商工会役員、職員、中小企業診断士、多気町役場役農林商工課長等による事業検討委員会を設置し、事業の計画から推進計画、進捗状況、結果の評価、見直し案策定を行う。（年1回程度開計画の実行催）

③PDCAサイクルのCHECKにおいて、事務局内での評価や事業検討委員会の評価・意見については、本会の理事会の議案事項に上程し、経営発達支援計画の推進状況として報告する。（年2回程度開催）

④PDCAサイクルのACTIONにおいて最終の理事会において、外部の専門家等による事業検討委員会から提出された事業の成果・評価・見直し結果の最終報告案を検討・承認し決定する。なお、事業の成果・評価・見直しについては、毎年1回実施する。

【事業の評価及び見直しをするための効果的なPDCAサイクルの構築】



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]

人事異動が少なかった多気町商工会において職員の高齢化進み、資質向上の好奇心が薄れていた。このため資質向上の取り組みがなされていなかった。3年前から多気町商工会も人事異動が毎年1名以上あり、若返りを図ってきたため今後は資質向上の取組みを積極的に行っていく。

[課題]

職員の若返りが始まっただけであるだけに、経験年数の違いがあり、どの経験年数層をターゲットにして良いかが分からないためセミナー等の開催ができないところにある。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び三重県商工会連合会主催の「経営支援能力向上セミナー」に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

【事業計画策定セミナー】

当会では、P D C A評価委員会において、事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上が指摘されているため、中小企業大学校瀬戸校や三重県産業支援センター等が実施する「事業計画策定セミナー」への参加を優先的に実施する。

【D X推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の事業者のD X推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のI T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D X推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

<D Xに向けたI T・デジタル化の取組>

ア) 事業者にとって内向け(業務効率化等)の取組

R P Aシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のI Tツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

イ) 事業者にとって外向け(需要開拓等)の取組

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

ウ) その他取組

オンライン経営指導の方法等

②多気町商工会職員の講習会の開催

専門家を交えた勉強会を年6回開催する。一般の職員に対して、専門家による勉強会を年2回開催し、記帳業務等を活かした財務分析や経営分析の手法や知識を習得させる。また、このとき経営指導員についても参加してもらい復習し、高度な支援の基本知識を全職員が共有する。

次に、経営指導員を対象に小規模事業者の売上や利益を確保するために必要な事業計画の策定や買い手ニーズを捉えた販路開拓の具体的な事例研修を年3回開催する。またこのとき、一般の職員も参加可能とし、参加できない職員に対しては、研修資料にメモ書きを付したものを回覧することで情報共有を図る。

③経験の浅い職員へのOJT学習

高度な経営支援の経験が浅い職員については、ベテラン経営指導員や専門家とともに巡回するなど、小規模事業者への支援を通じて指導・助言内容、情報収集方法等を学ぶOJTによる学習を行うことで、全職員の支援能力の向上を図る。

④職員間の定期ミーティングの開催

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、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出し術に至るまで、定期的なミーティングを1回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。

⑤データベース化

担当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相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

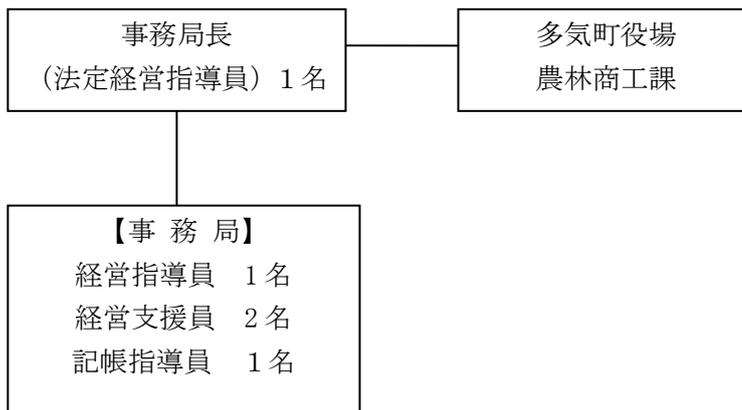
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和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)



経営発達支援計画を確実に実施するため事務局長が進捗管理を行い、経営指導員・経営支援員・記帳指導が中心となり事業を推進する。地域巡回を利用した会員事業所への動向調査、データ入力、分析は職員全員が当たる。

当商工会は、全職員7名の小規模商工会であるため事業推進は全職員で行い、商工会内で理事会等での報告意見収集を行いながら、三重県、三重県産業支援センター、よろず支援拠点、三重県商工会連合会、多気町、町内金融機関との連携を図りながら事業を推進する。

(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 堀江勝昭

●連絡先 多気町商工会

(TEL:0598-38-2117 FAX:0598-38-2296 e-mail:taki-s@ma.mactv.ne.jp)

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状況、事業評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(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

多気町商工会

〒519-2181 三重県多気郡多気町相可 1687-8

TEL 0598-38-2117 FAX 0598-38-2296

E-mail taki-s@ma.mactv.ne.jp

②関係市町村

多気町役場 農林商工課

〒519-2181 三重県多気郡多気町相可 1600

TEL 0598-38-1117 FAX 0598-38-1140

E-mail norin@town.mie-taki.lg.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和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	6,530	6,640	6,720	6,860	7,070
専門家派遣費	1,360	1,400	1,450	1,500	1,500
旅費	210	230	230	240	240
通信費	240	250	260	270	270
印刷製本費	80	80	80	90	90
ソフトウェア費	170	170	170	170	170
展示会出展費	1,870	1,880	1,900	1,900	2,000
広報費	2,530	2,550	2,550	2,600	2,700
委託・外注費	70	80	80	90	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
①三重県「小規模事業支援費補助金」 ②多気町「商工団体運営補助金」 ③会費収入 ④手数料収入 ⑤国の補助金制度の活用 ⑥伴走型補助金

(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。

