

経営発達支援計画の概要

実施者名	名張商工会議所（法人番号 3190005006269 ） 名張市（地方公共団体コード 242080）
実施期間	令和 3 年 4 月 1 日から令和 8 年 3 月 31 日
目標	市内小規模事業者の持続的発展を実現するため、経営状況の把握、分析等により抽出した経営課題を踏まえた事業計画の策定を支援し、事業実施、実施後のフォローまで伴走型支援することにより、小規模事業者の生産性向上や販路拡大に寄与する。また、行政との連携により、創業支援や事業承継にも積極的に取り組み、地域の発展を図る。
事業内容	<p>○経営発達支援事業の内容</p> <p>3-1. 地域の経済動向調査に関すること 小規模事業者の課題解決や持続的発展を達成するため、地域の経済動向分析、三重の景況調査と中小企業景況調査を実施し、分析結果を会報誌やホームページに掲載し、広く周知を図る。</p> <p>3-2. 需要動向調査に関すること 展示会出展時に、アンケート調査等を実施し、調査結果を分析し、フィードバックすることにより、消費者の需要動向を把握する。</p> <p>4. 経営状況の分析に関すること 経営支援システムの活用により経営状況の見える化を図り、事業計画策定を支援し、所内で内部共有することにより経営指導員のスキルアップを図る。</p> <p>5. 事業計画策定支援に関すること 補助金申請を入口に事業計画の策定の動機付けを行い、必要に応じて専門家を投入し、実現可能性の高い計画作成を支援する。</p> <p>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定事業者を定期的に訪問し、進捗状況を確認する。必要に応じて専門家等、第三の視点を投入し、対応策を検討し、フォローアップ頻度を変更する。</p> <p>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業 展示会出展支援等を通じ、小規模事業者の販路開拓支援等を行う。</p> <p>○地域経済の活性化に資する取組</p> <p>1 1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること 地域の行政や金融機関、学校等との連携により、地域経済の活性化を図るとともに、政策特別委員会の設置により、地域資源を活かした施設や商品の整備・開発に取り組んでいく。</p>
連絡先	<ul style="list-style-type: none"> ・名張商工会議所 経営支援課 担当者：濱田圭亮 三重県名張市南町 822-2 TEL:0595-63-0080, FAX:0595-64-3211 E-mail:hamada@nabari.or.jp ・名張市 産業部 商工経済室 担当者：西口英司 三重県名張市鴻之台 1 番町 1 番地 TEL:0595-63-7824, FAX0595-64-0644 E-mail:nishiguchi-e@city.nabari.mie.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

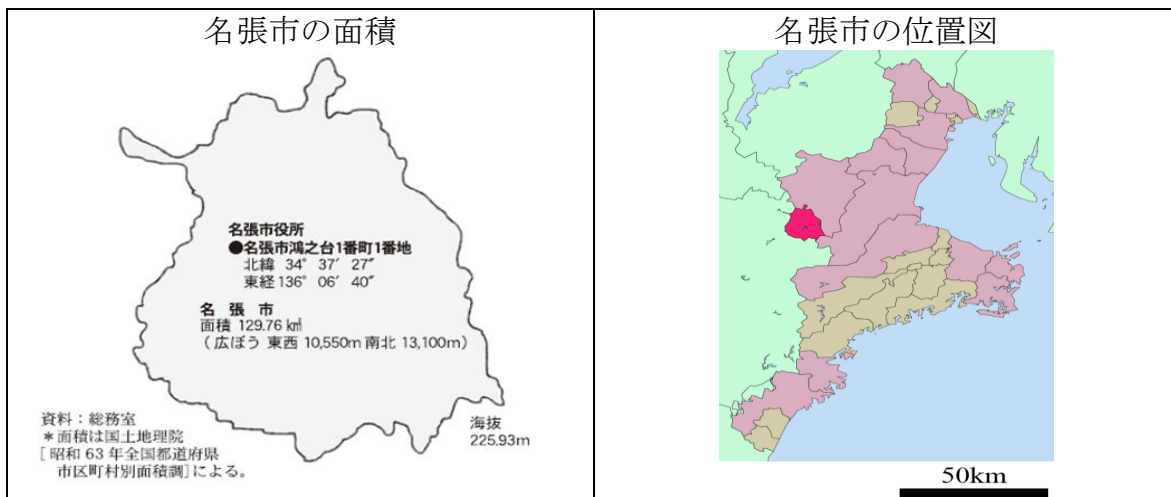
・位置と地理的特徴

名張市の地理的な特徴としては、名張市は三重県の北西部（奈良県との県境）に位置し、大阪市へ約 60km、名古屋市へは約 100km の距離にあり、近畿圏と中部圏の両圏域の結節点に位置している。

市域が山地に囲まれた盆地となっており、電車では、大阪、名古屋圏への利便性はよいが、道路は、高速道路が近隣になく、市外とは主要道路となる国道165号、368号の2本であり、比較的限られた方面との連絡が主体となっており、市外への連絡において地形的な制約を受けている。また、平野部が狭く台地や丘陵地が広く分布している。

電車では、近鉄大阪線の沿線で、大阪都市圏へ約 60 分の位置にあり、中部圏（名古屋まで 1 時間 30 分）より利便性が高い為、行政区域は中部圏となっているが、生活動向は、関西圏となっている。

また、明日香・奈良の都に近く、古くは万葉の時代から東西往来の要所、初瀬街道の宿場町として栄え、江戸期から続く中心市街地の周辺に農山村地帯が広がり、日本の滝百選や森林浴の森 100 選に指定された赤目四十八滝や香落溪など自然豊かな景勝地にも恵まれている。



・人口動態分析

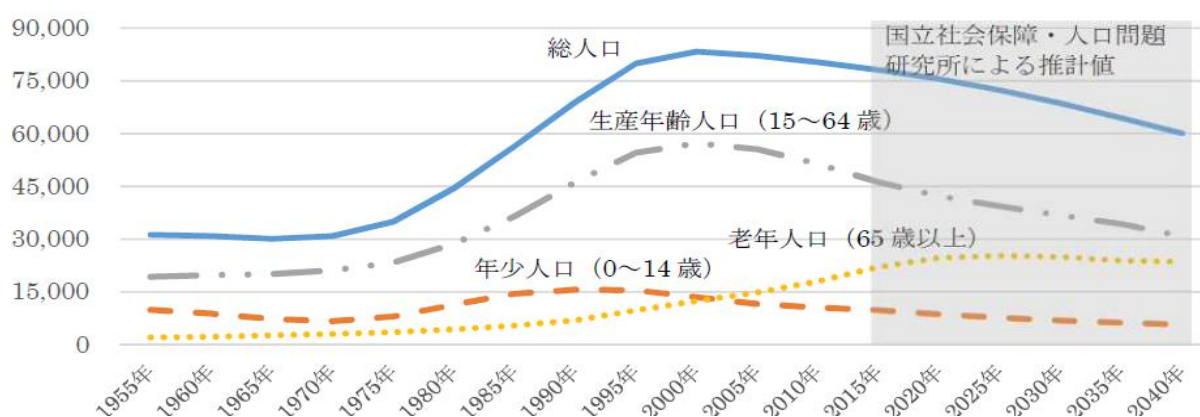
名張市は、昭和 30 年代の大規模住宅地開発を皮切りに、宅地開発が進むにつれ、大阪のベッドタウンとして発展してきた。大阪から特急で 1 時間程度の近距離に位置することから、市内の桔梗が丘地区を中心に多くの住宅地が造成され、昭和 50 年代後半から人口が急増してきた。

しかし、人口は平成 12 年（2000 年）にピーク（85,362 人）に達し、令和 22 年（2040 年）には 60,042 人（国立社会保障・人口問題研究所 推計値）に減少する見込みである。

人口動態の内訳では、転入者は昭和 63 年（1988 年）～平成 2 年（1990 年）頃がピーク（ピーク時は、年間約 5,300 人～6,300 人の転入）であり、平成 12 年に転出超過（転入者数 3,170 人 < 転出者数 3,342 人）に転じており、現在も転出超過は続いている。

人口全体では、生産年齢人口の減少率が総人口減少率より高く、老年人口が年少人口と逆転した平成 12 年（2000 年）以降その格差は拡大傾向にある。

名張市の人口の推移と今後の推計値



・雇用動向

雇用情勢については、伊賀管内の令和 2 年 6 月の有効求人倍率は 0.9 倍となっており、全国の有効求人倍率 1.11 倍を大きく下回る厳しい状況である。

・事業所数の推移

事業所・企業統計調査によると、事業所数は、平成 13 年より徐々に減少、増加を繰り返したが、直近の平成 28 年経済センサス基礎調査によると、180 事業所数が減少しており、廃業が開業を上回っている。

〈名張市事業所数の推移〉

	事業所数
平成 16 年	3,173
平成 18 年	3,257
平成 21 年	3,148
平成 24 年	2,818
平成 26 年	2,960
平成 28 年	2,780

出典：平成 18 年以前は事業所・企業統計調査
平成 24 年以降は経済センサス

・ 主要な産業の現状

名張市においては、関西圏の住宅地として開発が進む一方、第2次産業においては、産業振興施策と就業場所の確保を目的に「八幡工業団地」をはじめ、「蔵持工業団地」、「三ツ池工業団地」、「滝之原工業団地」などを造成し、出荷額順にはプラスチック製品、一般機械器具、金属製品等の企業が立地されている。

名張市を住所地とする就業者数の推移は、人口の推移とともに年々増加してきたが、平成12年から減少に転じている中で、産業大分類別では、第1次産業の就業者数が年々減少し、第2次産業の就業者数も平成12年から減少に転じ、第3次産業就業者数が年々増加している傾向がみられる。

また、名張市の産業を産業大分類別の比率で見ると、第3次産業が多くを占め、年々増加し、次いで第2次産業となり、第1次産業の比率はごくわずかで、0.3%となっている。

しかし、盆地特有の気候から、伊賀米、伊賀牛、ぶどうなどが三重県の地域資源に位置付けられ、こうした地域資源を活かした農商工連携や6次産業化など、今後期待できる分野となっている。

ア、製造業の現状

製造業は、事業所数・従業者数ともにここ10年はほぼ横ばいの状況である。製造の業種別では「プラスチック製品」が最も多く、次いで「木材・木製品」、「一般機械」、「電気機械」の順となっている。また、市民一人当たりの製造品出荷額を比較すると三重県全体の約5分の3、近隣の伊賀市と比較しても約2分の1という水準であり、工業全体の規模としては比較的小さいと言える。

製造業の事業所数・従業者数（従業者4名以上の事業所） （平成29年現在）

	事業所数（所）	従業員数（人）	製造品出荷額（万円）
名張市	99	7,003	27,154,469
伊賀市	303	18,836	70,407,900
三重県	3,498	197,322	989,547,800

出典：平成25年工業統計

「製造業の事業所数・従業者数」から見た市民一人当たりの製造品出荷額（平成29年現在）

	人口（人）	市民一人当たりの製造品出荷額（万円）
名張市	77,493	350.4
伊賀市	88,854	792.4
三重県	1,798,886	550.1



八幡工業団地



蔵持工業団地

イ、商業の現状

商業については卸売・小売業の1商店あたりの年間販売額は、三重県全体と比較すると若干下回っており、また、商店数は平成9年の963店舗をピークに、増加傾向から一転して、減少傾向をたどっている。

これは、大規模店舗の立地に伴って、従来の既成市街地や住宅地における商店数が減少していることを示唆しており、平成9年と平成26年を比較すると約40%減少している。

従業員数においては、同様に平成11年まで増加傾向、それ以後減少傾向となった。近年は商店の従業員数は微増傾向にあるが、これは地元資本の商店が減少する一方で、大規模店舗における雇用が発生していることに起因するものと考えられる。

平成10年以降で売場面積1,000㎡以上の大規模小売店舗の動向については、大規模資本による売場面積15,000㎡を超える総合スーパー、ホームセンターを含むパワーセンターの2店舗、8,500㎡を超えるスーパーを含むパワーセンター2店舗、1,500㎡～5,000㎡の家電小売や、スーパー等9店舗の出店が相次ぐ。撤退では、地元資本による家具店や、スーパー1,500㎡前後の3店舗と、大手資本による3,000㎡を超えるホームセンター1店舗、大手資本による百貨店8,500㎡の1店舗となっており、圧倒的な大手資本による売り場面積の増となっている。(大規模小売店舗立地法届出調べ)

商業の商店数、従業員数、年間商品販売額

	商店数(店)	従業員数(人)	1商店当たり 従業員数(人)	年間商品販売額 (百万円)	1商店当たり年間商品 販売額(百万円)
名張市	582	4,149	7.1	84,506	145.2
伊賀市	846	5,409	6.4	138,866	164.1
三重県	16,523	114,145	6.9	3,471,684	210.1

出典：平成26年 経済センサス活動調査)



市街地にあるイオン名張店



郊外型のMEGA ドン・キホーテ UNY 名張店

ウ、観光業の現状

名張市の観光地における延べ入込客数については、平成4年をピークに長年相対的に減少傾向にあり、その背景としては、県内外の新たな観光施設の登場や交通インフラの充実による消費者の選択肢の増加、また、当地における新たな観光ニーズへの対応の遅れや受動的運営などが要因と考えられる。

こうした厳しい状況のなか、(一社)名張市観光協会等による宣伝・誘客活動が功を奏し「日本の滝百選」や「森林浴の森日本100選」に選ばれたほか、観光業者とともに新しい企画や商品の開発を行っており、異業種と連携した観光産業やエコツーリズムなど、観光の新しい展開への模索が始まっている。

また、新型コロナウイルス感染拡大の影響から、新しい生活様式への対応を迫られ、感染防止策を講じた上での集客方法を検討し、個々の事業所においても新たな視点や従来の「良さ」を再発信する流れが起りつつあり、土産品や物産品等を中心に具体的な新規顧客獲得の動きが徐々に進み始めており、小規模事業者持続化補助金を活用した販促事業展開や、三重県版経営向上計画を活用した中短期経営計画の策定と実践に取り組み始める事業所が増えてきている。

観光地別観光客入込数

単位：人

	総数	赤目四十八滝	香落溪	青蓮寺湖
平成27年度	388,931	158,196	143,136	87,599
平成28年度	354,430	150,081	126,669	77,680
平成29年度	365,509	141,839	139,696	83,974
平成30年度	363,558	124,637	150,542	88,379
令和1年度	320,352	116,695	130,048	73,609

出典：名張市観光交流室



赤目四十八滝



青蓮寺湖ぶどう狩り

②課題

名張市は近畿圏と中部圏の両圏域の結節点に位置している地域であり、大阪のベッドタウンとして発展した地域の特性として、通勤による電車での利便性はよいが、道路の面では、大阪、名古屋間をつなぐ名阪国道から30分程度の距離があり、物流効率面の弱さから、他地域と比較し製造業の企業数が少ないため雇用が少なく、昼間流入人口6,406人に比べ、昼間流出人口16,493人と10,087人の流出超過（国勢調査 平成27年）となっており地域産業の創出や幹線道路網の整備等による昼間人口流出の減少阻止への取り組みが必要である。

また、若年者の県外転出の多さから、生産年齢人口の減少と高齢化が急速に進み、その結果、地域内での小売、サービス、建設業等地域住民対象の小規模事業者の事業に対する需要の減少が懸念されるため、持続的発展をしていくためには新分野進出や新サービスの提供など差別化を行い、既存顧客の深堀だけでなく、周辺地域への商圈拡大支援を進めることが課題である。

地域内の雇用情勢の厳しさと、人口減少傾向が続いている中、令和元年11月に当会議所が行ったアンケート結果から、個人・法人とも直面する経営ニーズで最も多かったものは、「営業・販売力の強化」であり、また、必要な支援策の2番目に「販路拡大支援等」が上がっている。そのことから、小規模事業者は、競争激化の状態となっていると見て取れ、定住者をターゲットとしている小売業、住民向け建設、サービス業などは、縮小する商圈に対して、新たな商品やサービスの提供を進めると共に、近隣の都市圏（大阪や、名古屋など）との利便性を活かした地域外に対しての需要獲得が課題であると同時に、地域内人口急減の現状を踏まえた地域外への外商による小規模事業者の需要拡大・販路開拓の取組が当地域の小規模事業者の持続的発展にとって必須の条件であることから、当商工会議所は、地域を支える小規模事業者が人口減少時代に対応した新しいビジネスモデルの構築等の課題解決に向けた継続的な支援を行う必要がある。

産業別に見ると、工業については市内の工業用地もほぼ満杯であることから、将来の産業構造を見据え、新たな工業用地の確保が課題となっている。また、名阪国道へのアクセスなど道路整備も課題となっている。

商業については、老舗と呼ばれる地元資本の商店における事業主の高齢化、後継者不足や、需要面では、関西圏のベッドタウンとして発展してきた本市では、消費者の多くがスーパーや家電量販店などの市内大型小売店又は関西圏を中心とした都市部の店舗で商品を購入していること、これに加え、インターネットを利用した通信販売の発達などにより、地元資本の商店の利用者数はますます減少傾向にあり、地域小売業の活性化が課題である。

観光業については、名張市における観光業を取り巻く課題として、近年の観光スタイルが個人型観光にシフトしている点や、滞在型・体験型など多彩な観光メニューへの対応が必要であるなど制度仕組やインフラ整備の重要性が考えられるが、一方、既述の「日本の滝百選」や「森林浴の森100選」といった日本有数の観光地としての素材を持ち合わせていながら、これらを取り巻く近隣の事業者の取組みが「個々」の展開に頼らざるを得ない状況にあることが問題であり、市内外への情報や商品の『発信』を強化する為にも、地域全体で関連事業者を集積できる仕組み等を整備、展開するなど、販路開拓への取組みが喫緊の課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

小規模事業者が商店街や自治会等をはじめとした地域社会の中心を担っている部分が大きく、小規模事業者の事業継続が、地域コミュニティ機能や雇用の創出を支えており、まちの賑わいに直結する。

大型店の台頭や人口の減少、少子高齢化の進展に由来する課題に直面し、また、小規模事業者自身の高齢化と後継者不足が深刻化し、事業の継続が懸念される。

このような厳しい経営環境の中、地域内の生活に関連した産業（小売・サービス・飲食業）の小規模事業者への支援と、近畿・東海両圏の結節点にある当地域の立地の利便性を活かした市場拡大支援を行う為、地域資源を活用し、強みを発揮することで、地域外へ商圈拡大型小規模事業者への課題解決支援を、地域に根差した総合経済団体として行っていく。

② 名張市総合計画との連動性・整合性

名張市総合計画の商工経済施策については、下記のとおりとなっている。

〈基本方針〉

1. 地域製品の活用や農商工の連携による新事業の育成、地産地消など地域内経済の循環促進を図り、商業・サービス業の振興さらには地域経済の活性化を図ります。
2. 中小企業等に対する資金調達、経営指導、各種融資制度や補助金などの財源確保の支援を通し、商工業の振興を図ります。

〈中小企業経営強化の主な取組内容〉

1. 中小企業の多角経営化、経営基盤強化を図るため、商工会議所と連携した経営指導等の支援を行います。
2. 中小企業に蓄積された経営資源が散逸することなく事業が承継されるよう、県と連携し、後継者の育成に対する支援等円滑な事業の承継を支援します。
3. 商工団体等の活性化を図るため、商工団体等が行う販売促進や商店街のにぎわい作り等の取組に対する支援を行います。
4. 新雇用創出事業において、事業者を対象に多角経営や経営革新にかかるセミナーを実施し、事業拡大や経営の安定化を促進します。
5. 民産学官連携を推進し、中小企業間での連携、相乗効果を発揮し、事業の拡大につながる仕組みづくりを行います。

③ 商工会議所としての役割

小規模事業者の事業活動を支援するため、潜在する需要の掘り起こしやITの活用、設備導入による生産性向上、円滑な事業承継を促進させ、持続的発展につなげていく。

当商工会議所が自治体や関係団体との連携を密にし、「経営力向上」「人材確保」「販路開拓」「事業承継」に必要な情報の収集と提供、実現可能性の高い事業計画作成、計画実行のため、伴走型支援を行う。

(3) 経営発達支援事業の目標

小規模事業者の10年後を見据え、小規模事業者を地域活性化の原動力と位置づけ、地域社会に貢献する事業活動を支援していく。計画期間の5年間で需要動向を認識し、地域の強みを活かした高付加価値のサービス、商品の開発を行い、事業継続の基盤づくりとするため、事業計画策定及び実施について伴走型支援を行う。

具体的には、下記の4項目を重点的な支援目標として、巡回・窓口相談、専門家を活用したセミナー、個別相談によって支援していく。

さらには、名張市との連携により、事業者数の減少に歯止めをかけるため、創業・事業承継支援にも積極的に取り組む。

〈重点項目〉

- ア、経営分析、事業計画策定支援を通じた経営方針策定
- イ、新商品開発と販路開拓支援
- ウ、経済動向分析及びその提供
- エ、創業・事業承継支援

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3年 4月 1日～ 令和8年 3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

小規模事業者の創業、事業承継、金融支援、販路開拓等の諸課題の解決に対して、日常的な巡回・窓口相談に加え、多様な機会にて提案し、経営状況分析と事業計画策定を支援するため、以下の具体的な方針により目標達成に取り組む。

- ア、融資や補助金申請、記帳指導申込者等を対象に、決算状況把握による経営分析、事業計画策定支援を行い、企業の現状把握と課題解決策を検討・実施し、今後の経営方針策定を支援する。
- イ、地域資源等を活用した小規模事業者の商品やサービスを、事業計画策定から事業実施段階まで、切れ目のない伴走型支援を行うことで、小規模事業者の商品やサービスの需要拡大を実現し、売上と利益を向上させる。
- ウ、RESAS を活用した分析結果や、景況調査に基づく景況感、管内小規模事業者の現状と課題を把握し、分析結果を提供する。その上で小規模事業者それぞれに合った支援メニューを検討・実施する。
- エ、専門家や名張市と連携した創業セミナー、事業承継セミナーの開催及び、計画作成とその後のフォローアップ体制を構築し指導する。セミナー時には経営指導員のスキルアップと、伴走型支援を実施するため、指導員による講師フォローを行う。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

地域の経済動向に関する調査は、地域（三重の）景況調査（年2回実施 200事業者対象）と、中小企業景況調査（四半期ごと 10事業者）を行っている。これらの調査結果を会報誌に掲載することで公表している。

②課題

上記の定期景況調査は実施しているものの、国等が提供しているビッグデータ等を活用した専門的な分析ができていない。

(2) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
地域の経済動向分析の公表回数	—	1	1	1	1	1
三重の景況調査の公表回数	2	2	2	2	2	2
中小企業景況調査の公表回数	2	2	2	2	2	2

(3) 事業内容

①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。

【分析方法】

- ・「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管内の景気動向等について実態を把握するため、三重の景況調査及び中小企業景況調査を行い、それぞれ年2回ずつ調査・分析を行う。

調査名	内容
三重の景況調査	<p>○内容 事業者200社を対象に郵送で年2回調査を行っている。 ※三重の景況調査は県下の12会議所が合同で、上期(1~6月)と下期(7~12月)の2回景況感や今後の見通し等の調査を小規模事業者中心に実施している。近年の調査では、当地域は県下の他地域より悪い結果が出ている。</p> <p>○提供方法 地域特性に関する情報を巡回や窓口相談を通じて提供すると同時に、会報誌やホームページに掲載し周知する。</p> <p>○調査項目 前年度と今年度の業況や利益額、販売条件等の比較、及び来期の見通し。</p>
中小企業景況調査	<p>○内容 全国の商工会議所のうち152商工会議所において、中小企業約8,000企業を対象とした景況調査を実施している。当地域を代表する10事業者(サービス4社、小売4社、製造1社、卸売1社)を対象に巡回により四半期ごとに調査を行う。</p> <p>○提供方法 結果については独立行政法人中小企業基盤整備機構より送付される調査報告書を調査対象企業に配布すると同時に、会報誌やホームページに掲載し周知する。 ※近畿や、中部の業種別業況判断DIも掲載する。</p> <p>○調査項目 前年度と今年度の売上額や仕入額、人材の調達状況、借入難度等の比較、及び来期の見通し。</p>

(4) 成果の活用

- 情報収集・調査、分析した結果は会報誌やホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- 経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

小規模事業者が、経営革新計画や三重県版経営向上計画、小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金、三重県の各種ファンド事業（補助金）活用支援などの計画策定をする中で、当該商品の需要動向調査が必要とされる要件がある場合に行っている。

②課題

これまでは主に事業計画を作成した小規模事業者に対して随時情報提供を行ってきたが、小規模事業者が開発した新しい商品やサービスに対する消費者のニーズを適切に把握し、マーケットインの考え方を、商品やサービスに反映させていく必要がある。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
試食・アンケート調査対象事業者数	1 社	3 社	6 社	6 社	6 社	6 社

(3) 事業内容

地元信用金庫が開催する「しんきんビジネスフェア」や、都市部で開催される食品展示会（こだわり食品フェアを想定）において、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。調査結果については、経営指導員が分析し、当該事業者フィードバックし、更なる改良を行う。

【対象事業者】 食品を取り扱う事業者

【サンプル数】 来場者 50 人

【調査手段・手法】 上記展示会の来場者に、展示ブースにおいて試食してもらい、経営指導員が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

【調査項目】 ①味、②大きさ、③パッケージデザイン、④価格、⑤取引条件 等

【調査・分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員が当該事業者に対して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。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状

小規模事業者自らが経営状況の分析に取り組むことは少なく、これまでは三重県版経営向上計画やマル経融資、小規模事業資金、各種補助金申請の際に作成し、経営指導員がヒアリングを重ね分析に取り組んできた。

②課題

これまでの経営状況の分析においては、経営革新や、三重県版経営向上計画、マル経融資や、小規模事業資金、各種補助金申請における一過性の分析となっており、実際の経営に十分な活用ができていなかった。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
分析件数	20	40	60	80	80	80

※経営指導員 4 名による目標数値

(3) 事業内容

金融相談や補助金相談、記帳指導等を入口に、経営支援システム (BIZ ミル、TOAS) を活用し、経営指導員の経験年数や力量に左右されない画一的な分析ができる仕組みを構築し、事業者の事業計画策定等に活用する。

○経営分析の内容

①対象者：経営、金融、補助金等の相談者の中から、意欲的で経営の向上に資する取り組みを行う見込みのある小規模事業者を選定する。

②分析手法：経営指導員が巡回・窓口での相談時にヒアリングし、事業者の経営状況や課題を整理・分析する。

③分析項目：財務分析と SWOT 分析の双方を行う。

〈財務分析〉売上高、経常利益、粗利益率、損益分岐点等

〈SWOT 分析〉強み、弱み、脅威、機会

(4) 分析結果の活用

分析結果は、当該事業者へフィードバックし、事業計画策定等に活用するとともに、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。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

①現状

小規模事業者は日々の業務に追われ、自ら事業計画策定を実践することは少なく、これまで事業計画策定のきっかけは、小規模事業者持続化補助金をはじめとした補助金申請に係るものがほとんどであり、こちらからの積極的な働きかけは実施してこなかった。

②課題

事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していないため、自ら実践することは少なく、また当商工会議所内においても、体系的な支援体制ができていないことから、積極的な働きかけができていない。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を述べても、意識を変え行動に移すことは難しいため、補助金申請等における事業計画策定を契機に、計画的に事業を実施していくことの重要性を理解してもらい、経営分析を行った事業者の事業計画策定を目指す。

(3) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
事業計画策定件数	20	40	60	80	80	80

※経営指導員4名による目標数値

(4) 事業内容

経営分析を行った小規模事業者を中心に、以下のとおり事業計画策定を支援する。

- ①会報やホームページ、Facebook を活用し、小規模事業者持続化補助金をはじめとした補助金等の支援施策に係る情報を周知し、動機付けを行う。
- ②事業計画の作成やブラッシュアップの段階において、必要に応じて専門家を活用し、実現可能性の高い計画となるよう指導する。
- ③創業予定者に対して、専門家や名張市との連携によりセミナーを開催し、創業計画の作成と、その後のフォローアップ体制を構築する。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

①現状

事業計画策定後のフォローアップについては、目標設定がされておらず、経営指導員任せになっていることから、支援内容や頻度は、支援先によってバラツキがあり、事業計画策定後の実施支援まで至っていないケースもある。

②課題

支援先によって支援頻度や内容にバラツキが生じているため、所内での情報共有やフォローアップの標準化、目標設定を行い取り組んでいく。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況により、集中して支援すべき事業者と、ある程度順調に計画通り進んでいると判断し訪問回数を減らし、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	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
フォローアップ対象事業者数	20 社	40 社	60 社	80 社	80 社	80 社
頻度(延回数)	40 回	160 回	196 回	320 回	320 回	320 回
売上増加事業者数	4 社	8 社	12 社	16 社	16 社	16 社
利益率の向上事業者数	4 社	8 社	12 社	16 社	16 社	16 社

(4) 事業内容

事業計画策定 80 社のうち、12 社は毎月 1 回、20 社は四半期に 1 回、他の 48 社は年 2 回とする。ただし、進捗状況や事業計画との間にズレが生じている場合等は、臨機応変に対応し、担当経営指導員とは別の経営指導員や専門家など第三の視点を投入し、当該ズレの発生要因及び対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更を実施する。

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

①現状

当地域の人口減少に対し、交通の利便性を活かした、大阪、名古屋の大都市圏に需要拡大していく為には、地域外への発信強化・営業強化が不可欠である。

現状の取組みは、小規模事業者の新商品開発、新役務提供や、既存商品、サービスの改良に伴う事業計画策定支援、補助金活用支援のほか、展示会出展支援を行っている。

②課題

実施後のフォローアップが不十分であったため、成果を十分把握できていない。展示会出展に関しても、思うように売上に繋がらず、地域の知名度向上に対する取組みも必要であると考えます。

(2) 支援に関する考え方

小規模事業者1社では対応しきれない部分において、商工会議所の会員組織力やネットワークを活かし、各種団体や行政、金融機関との連携を図り支援し、これまで不足していた実施後のフォローアップを徹底する。

(3) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
展示会出展事業者数	6	6	6	6	6	6
成約件数/社	1	1	1	2	2	2
売上高/社	200 千円	300 千円	400 千円	600 千円	600 千円	600 千円

(4) 事業内容

当商工会議所が展示会においてブースを借り上げ、事業計画を策定した食品を取り扱う事業者を対象に出展させ、新たな需要の開拓を支援する。

出展する展示会には、経営指導員も同行しての販路開拓支援や、出展後のフォローアップを行う。

また、展示会出展時には行政との連携により地域の PR も併せて行い、地域の知名度向上とブランド力の強化を図る。

《想定する展示会》

- ①こだわり食品フェア…会場：幕張メッセ、来場者数：約 80,000 人、出展者数：193 社
- ②しんきんビジネスフェア…会場：ポートメッセなごや、来場者数：約 3,000 人、出展者数：390 社

8. 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

①現状

経営指導員が計画の進捗管理を行い、毎年度外部有識者へ実施報告を行い、評価・検証を行ってきた。

②課題

事業実施状況の評価・検証にとどまり、計画の見直しまで至っていない。

(2) 事業内容

名張市産業部商工経済室長、北伊勢上野信用金庫名張支店長、法定経営指導員をメンバーとする「協議会」を年1回実施し、経営発達支援計画の進捗状況等について評価・検証・見直しを行う。

協議会の検証結果について、正副会頭会議にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、HPに掲載することで、地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。

9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

①現状

日本商工会議所主催の研修会をはじめとした各種研修会への参加や専門家派遣実施に伴う専門家への随行等、実践の支援能力を向上させてきた。

また、当所会員向けセミナーに経営指導員も参加しスキルアップを図っている。

②課題

研修会等への参加後に、所内での情報共有が不十分であるため、経営指導員によって知識にバラツキがある。

(2) 事業内容

現状の資質向上研修に加えて、支援機関との連携による専門的支援業務により経営指導員の支援スキルの向上を図り、吸収した支援スキルを共有する仕組みづくりを定期的なミーティングで実現する。

小規模事業者の事業計画策定スキルについては、「支援ツール」を活用し、上記ミーティングと合わせて勉強会を開催していくことで、職員全体の資質向上を実現し、伴走型支援ができる体制を実現することと、経験の少ない職員へのアドバイスにより、支援サービスの質を落とさないよう取り組む。

10. 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

①現状

上野商工会議所や伊賀市商工会、名張市、各金融機関等と逐次情報交換を行い、支援ノウハウの蓄積を図っている。

②課題

これまでも各種団体等と意見交換を行い、支援ノウハウ等の蓄積を図っているが、継続性や頻度等、仕組み作りが十分でなく、また経営指導員によっても情報量にバラツキがある。

(2) 事業内容

①伊賀地域みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会への出席（年1回）

三重県、名張市、伊賀市、伊賀管内商工団体、株式会社百五銀行、北伊勢上野信用金庫、三重県産業支援センター等が参画する「伊賀地域みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会」に中小企業相談所長が出席し、伊賀管内の経済動向等を把握するとともに、参加者相互の支援ノウハウの交換を行うことで、支援ノウハウの向上に努める。得た情報は課内会議において経営指導員で共有する。

②経営改善資金推薦団体連絡協議会への出席（年1回）

伊賀市商工会、上野商工会議所、日本政策金融公庫津支店が参画する「経営改善資金推薦団体連絡協議会」に経営指導員が出席し、融資貸出状況等について意見交換を行い、金融支援等のノウハウの共有及び向上を図る。

③名張市経済好循環推進協議会運営委員会への出席（年4回）

名張市、伊賀ふるさと農業協同組合、近畿大学工業高等専門学校、公益社団法人名張市シルバー人材センター、名張市金融団、三重県信用保証協会、三重県が参画する「名張市経済好循環推進協議会運営委員会」に経営指導員が出席し、市内の経済動向、融資状況、雇用等について意見交換し、支援ノウハウの向上に努める。

1 1. 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

①現状

人口の急激な減少をうけて、外需をいかに取り組むかを念頭に置き、地域の各種イベントに企画段階から参画し、魅力あるイベント開催に向けて取り組んでいる。

②課題

イベント日当日の賑わいには一役買ってはいるものの、継続した経済活動に繋がっていない。

(2) 事業内容

①名張市民産学金官連携推進協議会への出席

近畿大学工業高等専門学校、三重県、名張市、伊賀ふるさと農業協同組合、名張市金融団名張市八幡工業団地が参画する「名張市民産学金官連携推進協議会」へ出席し、技術や研究機関等と地域産業界、市民及び行政が連携し、地域産業の活性化や活力ある地域づくりの推進を図る。

②産学官連携伊賀研究拠点 WG 会議への出席

国立大学法人三重大学、名張市、伊賀市、公益財団法人三重県産業支援センター、伊賀ふるさと農業協同組合、伊賀市文化都市協会等が参画する「産学官連携伊賀研究拠点 WG 会議」へ出席し、三重大学が有する「知」と、企業や地域が有する「地域資源」が人・もの・情報・知識の各段階で、有機的に連携・協働し、「環境・食・文化」に関する調査、高付加価値型の新商品開発研究等を軸とし、地域的優位性等も活かした新産業育成を図るとともに、文化的啓発活動を通して地域活性化や教育・研究の拡充、雇用機会の増大などを目指す。

③名張商工会議所政策特別委員会の開催

地域の活性化を目的に政策特別委員会を立ち上げ、2つの小委員会を設置する。

ア、かわ景観検討小委員会

名張川と宇陀川の合流点において、自然環境を活かした水辺と、親しめる「親水空間」等の整備により、地域活性化を図る。周辺の歴史的な景観に配慮した名張の玄関に相応しいにぎわいを創出できる広場や交流施設の整備、利便施設として駐車場やトイレの整備、道の駅や川の駅等地域経済の活性化に寄与できる施設等を検討し、関係機関に提言していく。

イ、ブランド認証小委員会

名張市の豊かな自然、歴史、伝統文化等の地域資源や高い技術力等によって生み出された商品等の中から、特に優れた商品等をブランド認定し、情報発信することにより、名張市の産業及び観光の振興や、地域経済の活性化に資することを目的として取り組んでいく。

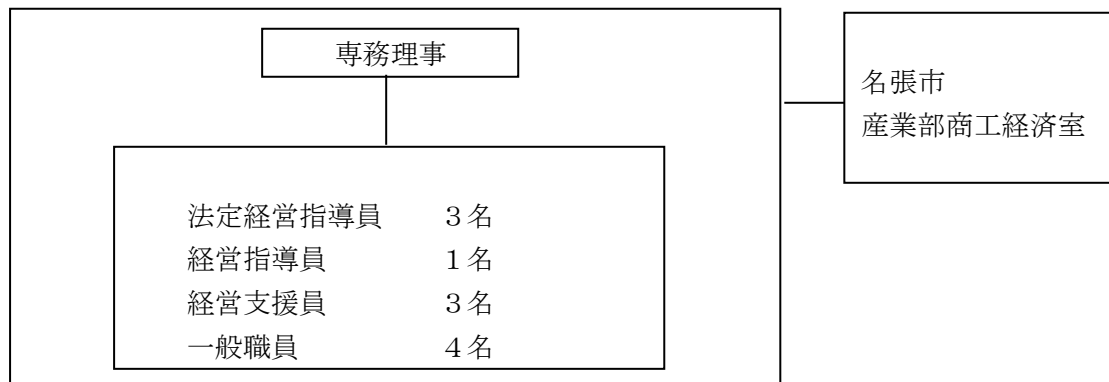
(別表2)

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2年11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:住田 厚志

■氏名:柿迫 智博

■連絡先:名張商工会議所 TEL. 0595-63-0080

■連絡先:名張商工会議所 TEL. 0595-63-0080

■氏名:山本 みゆき

■連絡先:名張商工会議所 TEL. 0595-63-0080

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

〒518-0729

三重県名張市南町 822-2

名張商工会議所 経営支援課

TEL: 0595-63-0080/FAX: 0595-64-3211

E-mail: ncci@nabari.or.jp

②関係市町村

〒518-0701

三重県名張市鴻之台 1 番町 1 番地

名張市産業部 商工経済室

TEL: 0595-63-7824/FAX: 0595-64-0644

E-mail: syokou@city.nabari.mie.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3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	3,650	3,650	3,650	3,650	3,650
①専門家謝金	500	500	500	500	500
②セミナー開催費	500	500	500	500	500
③広報費	150	150	150	150	150
④展示会出展費	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500

(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
会費収入、名張市補助金、三重県補助金、伴走型小規模事業者支援推進事業補助金 等

(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	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
①	
②	
③	