

経営発達支援計画の概要

実施者名	猪名川町商工会（法人番号 1140005018089） 猪名川町（地方公共団体コード 283011）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>① 対話と傾聴を活かした伴走支援で経営者の自立を促進する ② 時代を見据えた販路開拓支援で収益力を飛躍させる ③ 創業・事業承継支援による地域事業者の持続的な経営を実現する</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「RESAS」を活用した地域経済動向調査の実施 ・管内の景気動向調査の実施 <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新商品開発に関する調査 ・展示会出展時のアンケート調査 <p>5. 経営状況の分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・巡回訪問や窓口相談を通じて、経営分析を行う事業者を発掘（経営分析セミナーの開催） <p>6. 事業計画策定支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・巡回訪問や窓口相談を通じて、DXの推進を図る ・事業計画策定セミナーの開催 ・いながわ創業支援セミナーの開催 ・計画策定時の専門家派遣 <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画を策定した事業者等に対するフォローアップ <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各種展示会・商談会への出展支援（BtoB） ・イベントへの出店支援（BtoC） ・SNS活用事業者の発掘
連絡先	<p>猪名川町商工会 〒666-0243 兵庫県川辺郡猪名川町柏梨田字前ヶ谷 158-1 TEL：072-766-3012 FAX：072-766-4531 MAIL：inagawa@wit.ocn.ne.jp</p> <p>猪名川町 地域振興部 産業労働課 〒666-0292 兵庫県川辺郡猪名川町上野字北畑 11-1 TEL：072-767-6253 FAX：072-767-7220 MAIL：sangyorodo@town.inagawa.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

(ア) 立地

猪名川町商工会が全域を管轄している猪名川町は、兵庫県南東部に位置し、北を丹波篠山市、東を大阪府能勢町、西を三田市、南東を川西市、南西を宝塚市に接している。面積は90.33km²で、東西に約8km、南北に約18kmと、南北に細長い町域となっており、面積の約80%を山林が占めている。また、猪名川町を源流とする猪名川が町の中心を北から南へ流れ、多くの支流が合流し、その周辺に平地が形成されている。

(イ) 交通網

交通体系は、平成30年3月に全通した新名神高速道路(神戸～高槻間)の川西ICが猪名川町から約2kmの位置にあることから、大阪・神戸・京都などの関西圏

はもとより、西日本から東日本までカバーできる優れた利便性を有している。

鉄道については能勢電鉄日生線「日生中央駅」があり、大阪・梅田まで約45分で接続するなど交通アクセスに優れた立地にある。

(ウ) 人口の推移

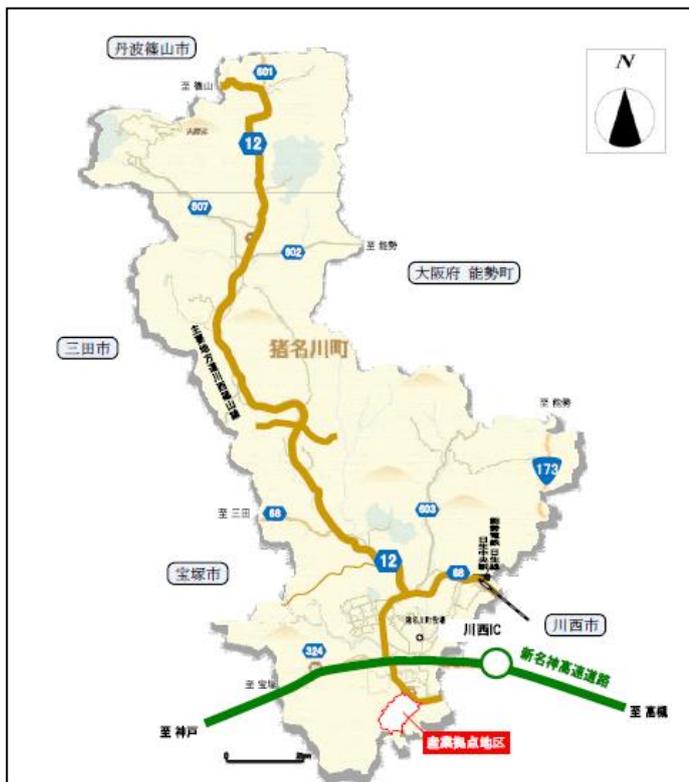
1889年(明治22年)に中谷村、六瀬村が創設され、その後、1955年(昭和30年)に両村の合併により猪名川町が誕生し、現在に至る。

高度成長期以降、京阪神地域の住宅地として、1970年(昭和45年)より町南部丘陵地を中心として大規模なニュータウン開発が進み、人口の増加とともに都市部の土地利用へと変化を遂げてきた。

しかし、人口の推移は2010年(平成22年)に32,659人に達しピークを迎えたものの、その後、2015年(平成27年)から人口減少へ転じた(令和6年3月末日現在 約2万9千人)。

町が平成28年3月に策定した「猪名川町人口ビジョン」では、転入・転出などの社会増減に関する条件が好転するものとして、2060年の人口を27,189人と推計していたが、予想以上に人口減少が進んでいる状況にある。

既に高度成長期に開発されたニュータウンでは高齢者の割合が高くなっており、オールドニュータウン化が進行している。ニュータウン以外のエリアでも、2000年(平成12年)以降、人口減少が続いており、高齢者の割合も4割を超えるなど、地域活力の維持が課題となっている。



▲猪名川町基本計画(第2期)より

【人口と世帯数】

	平成 17 年 3 月	平成 22 年 3 月	平成 27 年 3 月	平成 31 年 3 月	令和 6 年 3 月
人口	30,332 人	31,619 人	31,766 人	31,116 人	28,865 人
世帯数	10,182 戸	11,723 戸	12,141 戸	12,536 戸	12,480 戸

(猪名川町生活部住民課調べ)

(エ) 商工業者数と小規模事業者数の推移

平成 30 年度と令和 5 年度の商工業者数を比較すると、小売業以外はほぼ横ばいの状況にある。しかし、どの業種においても事業主の高齢化や人口減少による売上低下に起因し減少傾向にある。

【猪名川町の商工業者及び小規模事業者数】(単位：社)

年度	商工業者数	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	サービス業	その他
平成 30 年度	630	87	29	24	136	64	242	48
令和 5 年度	621	91	33	22	115	64	255	41
増減	▲9	4	4	▲2	▲21	0	13	▲7

(商工会実態調査調べ)

会員数については、コロナ禍により商工会の支援機関としての位置づけが明確化する中で増加傾向にあるものの、事業者の廃業(経営者の高齢化や後継者不足など)はこの数年で一定数あると見込んでいる。職員数は6名で、事務局長1名、経営指導員2名、経営支援員1名、臨時職員2名となっている。

現在、管内の商工業者は621社で、その内小規模事業者数は509社ある。商工会員事業者数は440社(令和6年3月31日現在 組織率70.8%)で、主な構成業種は下記の通りである。

●業種別構成商工会員数

(単位：社) 令和6年3月31日現在

	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食宿泊業	サービス業	その他	合計
全事業者数	91	26	11	84	56	147	25	440
小規模事業者数	86	18	10	78	54	131	21	398
全体に占める小規模事業者の割合	94.5%	69.2%	90.9%	92.8%	96.4%	89.1%	84%	90.4%

●商工会員数の推移

(単位：社) 各年度の3月31日現在

	平成 16 年度	平成 21 年度	平成 26 年度	令和元年度	令和 5 年度
会員数	301	302	326	390	440

(オ) 産業構造

猪名川町は山間部を通る県道沿いに拓けた準農山村型の町で、拠点となるような商業集積エリアもなく、個店が点在しているのが特徴である。昭和40年代から住宅開発が進み、当時の阪急グループとジャスコグループそれぞれの大型商業施設が整備された。一方、小規模な小売サービス業は時代の流れとともに昭和60年以降次々と閉店を余儀なくされた。また、建設業は住宅開発の需要が平成6年頃まで順調に推移したものの、住宅開発にも陰りが見え徐々に減少。さらに平成16年頃からは公共工事の激減により廃業・縮小を強いられる状況である。

近年、町内の大型商業施設にも少子高齢化や人口減少の波の影響があり、それに加え、コロナ禍でより浸透したオンラインショッピングの普及による売上の落ち込みからテナントの退店が相次いでいる。これにより、地域の経済活動やコミュニティの活力が失われつつあり、再生策としては、地域密着型の店舗や体験型サービスの導入等が挙げられる。

町内産業を町内総生産で見ると、令和2年度6,189億円で、第1次産業は0.5%と低く、第2次産業9.3%、第3次産業89.3%と第3次産業が中心の産業構造となっている。

また、猪名川町の観光客入込客数はコロナ禍での減少がある中で99万人あり、町内で最も入込客数が多い道の駅いながわには年間約57万人が訪れている。(猪名川町基本計画(第2期)より)

(カ) 業種別の景況感

定期的(四半期ごと)に行っている中小企業景況調査と経営指導員の窓口相談及び、巡回訪問等での聞き取りによる業種別の景況感は次のとおりである。

建設業	町内事業者のほとんどが下請業者で物価高騰から全ての建材価格が上がっており価格転嫁が追い付かない状況にある。また、町外事業者の進出による価格競争も激化しており疲弊の一途をたどっている。
製造業	製造業者は町内に33事業所あり、金属加工業等が中心で景況感は全体的に堅調であるが、原材料の高騰等から利益確保が難しく、先行きは不透明で設備投資も進まない状況にある。
卸・小売業	大手との価格競争には勝てない小規模事業者にとっては、十分な売上・利益確保は困難であり廃業を考える事業所も増加傾向にある。また、高齢化やコロナも追い打ちをかけており今後事業所数は更に減少する。
宿泊・飲食業	飲食店は新型コロナウイルス感染症の影響から消費者のライフスタイルが大きく様変わりし、特に夜(ディナータイム)の売上が低迷している状況が続いている。また、原材料の高騰でなかなか価格に転嫁できずにいる事業者も多く利益率を下げている傾向にある。
サービス業	生活関連サービス業は、市場の縮小や多様化する消費者ニーズへの対応が課題となっており、売り上げが減少し、全体的な景況感は厳しい状況にある。一方で、介護・福祉関連サービスの需要は堅調に推移しているものの、利益が伴っていない状況にある。

(キ) 猪名川町第六次総合計画（令和2年度～令和11年度までの10年間）

町の将来像や、その実現に向けた取り組みの指針となる【第六次猪名川町総合計画（令和2年度～令和11年度）】を町は策定している。商工関係の重点計画（下記3項目は第六次総合計画からの抜粋）の内容について、商工会もその方向性を意識した支援を注力していく。

◆商工業の活性化と企業誘致の推進

商工会や金融機関等との連携を中心とした町内事業者に対する総合的な支援や、積極的な企業誘致などに取り組みます。

⇒産業振興の中心となる商工会の運営及び取り組み等への支援を行うとともに、関連する法律・制度を踏まえ、商工会や金融機関などの各種支援機関と連携して、様々な課題を抱える町内事業者に対する総合的な支援体制を構築・拡充します。

⇒地域ごとのニーズや抱える課題などを踏まえ、地域での生活の利便性を向上させ、にぎわいを創出する生活密着型商業の展開を促進します。

⇒地域の特性を生かして、高い付加価値を創出し、地域の事業者に対する経済的効果となる「地域経済牽引事業」を促進することを目的に国県町の施策を踏まえて総合的な支援に取り組みます。

⇒積極的な企業誘致に向けて、町内の民有地も含めた土地の確保やその活用に向けた制度の創業・運用について検討を進め、官民一体で企業が町内に進出できる機会づくりに取り組みます。

⇒進出企業に対する支援制度等を活用して、企業が町内に進出・定着しやすい環境づくりに取り組みます。

◆多様な起業・創業支援の展開

猪名川町において多様な起業・創業を可能にするための支援体制の強化に取り組みます。

⇒猪名川町商工会等の関係機関と連携し、創業希望者、創業者に対し、窓口相談、創業セミナー等の支援を行うとともに、地元金融機関等と連携し、各々の強みを活かした支援を行います。

⇒都市圏に近い位置的優位性を活かした郊外型サテライトオフィス等の立地促進により、働き手の創造性を育むような空間（クリエイティブ空間）の整備を検討していきます。

⇒地域において誰もが挑戦・活躍できるよう、商工会等と連携し、社会的課題を解決するためのビジネス（ソーシャルビジネス・コミュニティビジネス）のあり方を検討し、具体的な支援の仕組みを構築します。また、コワーキングスペースなどの起業・創業の場づくりに取り組みます。

◆雇用の促進と勤労者福祉の充実

町内での雇用機会の創出と雇用の促進、ワーク・ライフ・バランスの推進に取り組みます。

⇒ハローワークをはじめ、関係機関や地元企業等と連携した雇用促進に向けた取り組みを進めます。また、就労希望者に対する相談窓口の設置や、さんだ若者サポートステーションへの誘導を行い、就労希望者を対象とした就労支援に取り組みます。

⇒起業・創業支援の取り組みと連携し、新たな雇用の場の確保・拡充をめざします。
⇒ワーク・ライフ・バランスの推進に向け、企業等への労働条件の向上や働きやすい環境づくりに向けた啓発を進めます。また、子育て・介護などのライフステージにおける多様でかつ柔軟な働き方が可能となるように、関係機関と連携して情報提供・学習の場づくりに取り組みます。

②課題

(ア) 建設業の課題

町内の建設業界は、ほとんどが下請業者で構成されており、近年の物価高騰による建材価格の急激な上昇に対して、十分な価格転嫁ができていないという深刻な課題に直面している。この状況は、業界全体の経営を圧迫し、特に小規模事業者にとっては持続可能な経営が難しくなっている。さらに、価格競争の激化等、町内の建設業界は経済的に疲弊が進んでおり、これに対処するための支援策が急務となっている。

(イ) 製造業の課題

町内には33の製造業者が存在し、主に金属加工業を中心に展開している。景況感は全体的に堅調であるものの、近年の原材料価格の高騰により利益確保が難しい状況に陥っている。このため、経営者は今後の見通しに対して不安を抱えており、将来的な成長や競争力の強化に向けた設備投資が進まないという深刻な課題が浮上している。設備の老朽化や新技術の導入が遅れることで、生産効率や品質の向上が妨げられ、競争力の低下が懸念される。

(ウ) 卸・小売業の課題

小規模事業者にとって、大手企業との価格競争に勝つことは難しく、十分な売上や利益の確保が困難な状況が続いている。このため、廃業を検討する事業所が増加しており、業界全体での事業所数の減少が懸念されている。さらに、経営者の高齢化やコロナ禍の影響が事業運営に追い打ちをかけ、事業継続が一層難しい状況に陥っている。

(エ) サービス業の課題

サービス業界では、新型コロナウイルス感染症の影響により消費者のライフスタイルが大きく変化し、特に飲食店ではディナータイムの売上が低迷する厳しい状況が続いている。加えて、原材料の高騰に対して価格転嫁が難しく、多くの事業者が利益率の低下に直面している。生活関連サービス業でも市場の縮小や多様化する消費者ニーズに対応しきれず、売上が減少し、業界全体の景況感は依然として厳しい状態にある。一方で、介護・福祉関連サービスは堅調に推移しているものの、サービス業全体では、変化する市場環境に対応するための支援や新たなビジネスモデルの構築が求められている。

(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

コロナ禍から正常化に進む一方で、原材料の高騰など時代の変化がますます激しさを増している中、小規模事業者を取り巻く環境は今後さらに厳しさを増すと予想される。このような状況に対して、商工会としては、地域経済を支える小規模事業者の持続的発展を支援することが地域振興において重要であると考えている。

このためには、事業者が自身の強みや特徴を理解し、高い付加価値を生み出せる事業者を増やすことが不可欠である。経営課題を把握し、必要に応じたDX（デジタルトランスフォーメーション）を推進することで、個々のニーズに合った伴走支援を実施していく。

さらに、商工会自体もDXを活用して相談業務の強化や事務局内の効率化を図り、小規模事業者を支援する体制を整えていく。また、道の駅いながわと連携し、地域全体としてのブランド力を向上さ

せ、町内外へも販路拡大する取り組みを進めていく。

10年先を見据え、持続可能で強靱な地域経済を築くために、今後も変化に対応しつつ、小規模事業者の成長を支える活動を続けていく。

②猪名川町総合計画との連動性・整合性

猪名川町は第六次総合計画において、「“つながり”と“挑戦” 幸せと笑顔あふれるまち 猪名川」とスローガンを掲げている。猪名川町商工会としても商工業の振興と連携の促進を図り、事業者の自助努力及び創意工夫による取り組みに寄り添った猪名川らしい“お店”づくりを念頭に、町のイメージアップを図り、行政や各関係機関と連携した支援を実施していく。

③猪名川町商工会としての役割

猪名川町商工会は、経営改善普及事業及び地域総合振興事業を中心に、創業者をはじめとした小規模事業者の育成、持続的発展に向けた地域経済の振興発展、雇用確保及び交流人口の増加を経営力向上につながる経営支援を通じて図っている。

(3) 経営発達支援事業の目標

本計画では以下の目標及び方針を踏まえ、経営環境の変化に柔軟に対応していくことが必要である。地域経済において重要な役割を担う小規模事業者への経営支援を強化し、地域小規模事業者の経営力強化を図ることで、持続的発展や地域経済の活性化につながると考える。

①対話と傾聴を活かした伴走型支援で経営者の自立を促進する

②時代を見据えた販路開拓支援で収益力を飛躍させる

③創業・事業承継支援で地域事業者の持続的経営を実現する

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

①対話と傾聴を活かした伴走型支援で経営者の自立を促進する

地域の経済動向調査や需要動向調査、経営分析等を実施し、そこで得られた情報（業界動向、市場規模、消費者ニーズ等）を小規模事業者へ提供する。これらの情報は、事業者が自身の経営環境の強みや弱みを把握し、経営基盤を強化して経営力を向上させるための事業計画策定に役立つものである。経営指導員等は、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、伴走型の支援を行う。

事業計画策定後も、経営指導員等は定期的に巡回訪問し、計画の遂行状況を確認・把握する。これにより、継続的な支援を行い、小規模事業者が計画どおりに進行できるようサポートする。また、経営指導員で対応が難しい専門的・高度な経営課題や、事業計画の変更が必要な場合には、関係支援機関と連携し、解決に向けたフォローアップを実施する。このように、一貫した支援体制を整えることで、小規模事業者の経営基盤を強化し、経営力の向上を図る。

最終的には、対話と傾聴を重視したきめ細かい支援を通じて、事業者が自律的に経営管理を行えるようになることを目指す。

②時代を見据えた販路開拓支援で収益力を飛躍させる

事業計画を策定した小規模事業者に対し、商談会等の需要開拓の機会を増やすとともに、商談獲得や顧客取り込みにつながるホームページの活用方法やDX（IT）のノウハウ提供をセットで実施し、小規模事業者の成長と発展を図る。

将来的には、事業者が自ら事業を運営できるよう、多様な課題解決ツールの活用を提案し、事業者が深い納得感と当事者意識を持つことを促進します。これにより、事業者が自らの事業計画を実行し、持続的な成長を遂げることが可能となる。

目標は、事業計画策定を通じて事業者が自己分析を行い、事業運営に対する理解を深め、具体的な行動計画を立てて実行できるようにすることである。このプロセスを通じて、事業者が自信を持って自らの事業を推進し、地域経済の発展に寄与することを目指す。

③創業・事業承継支援で地域事業者の持続的経営を実現する

創業支援としては、通年で創業に関する窓口を設置し、年1回の「いながわ創業支援セミナー」を実施している。今後も継続的に相談会やセミナーを開催し、创业者の発掘を進める予定である。

近年、相談希望者は増加傾向にあり、創業予定者には開業計画から融資まで幅広く対応している。今後は、創業予定者に「事業計画書」の重要性を伝え、事業発展と定着に向けた支援を強化する方針である。さらに、事業サイクル【創業期→成長期→成熟期】に応じたフォローアップ支援を行い、持続可能な事業展開を目指す事業者の育成に努める。

事業承継に関しては、日本政策金融公庫との事業承継マッチングサービスや兵庫県事業承継・引き継ぎ支援センター等の関係機関と連携し、小規模事業者の円滑な事業承継を支援する。具体的には、日々の支援業務で接点を持つ事業者のうち、特に高齢な経営者や廃業を検討している経営者に対して、事業承継に向けた意識改革や課題意識の醸成を図る。

目標として、創業期の支援強化および事業承継に関する課題解決支援を通じて、事業者の減少に歯止めをかける取り組みを進める。

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

小規模事業者に対する地域内の経済動向調査の提供について、これまでは中小企業景況調査や全会員事業所を対象としたアンケート、日々の巡回・相談・指導など通じて情報を収集し、地域経済動向調査として提供してきた。

しかし、収集した情報の提供は小規模事業者持続化補助金等の補助金申請時に必要な事業計画策定の際に限られており、その利用が限定的になっている現状がある。さらに、収集した情報を専門的に分析し、地域の小規模事業者に対して効果的に提供することができていないため、情報の収集・分析・活用、そして周知に関する改善が課題となっている。

(2) 目標

	公表方法	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地域経済動向調査公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②景況調査公表回数	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域経済動向調査の実施（年1回）

国のビッグデータ「RESAS」を活用して地域経済動向分析を行い、限られたマンパワーを集中して効率的な経済活性化を目指す。管内の小規模事業者を対象に、地域経済動向を分析し、専門家（中小企業診断士）や管内支援機関（行政や金融機関）と連携して実施する。

【調査手法】

猪名川町の各産業や人の動き等を詳細に把握するため、商工会員事業所（440社 ※令和6年3月31日現在）への調査を毎年6月に実施し、紙媒体やQRコードを用いたアンケート回収手法を活用して、回収率25%（現状の回収率をもとに120社程度に設定）を目標とする。「RESAS」を活用し、地域経済動向分析の詳細な分析を行う。

【調査項目】

- ・「地域経済循環マップ」 → 地域の経済状況の可視化
- ・「From-to分析」 → 地域間の人々の動きの分析
- ・「産業構造マップ」 → 産業構造の分析
- ・「商業販売データ」 → 商業活動の分析
- ・「人口移動分析」 → 人口動態と社会動向の分析
- ・「雇用動態マップ」 → 雇用状況の分析

⇒これら分析結果を事業計画策定支援等に反映する。

②全国商工会連合会景況調査の実施（年4回）

四半期ごとに4業種（製造業・建設業・小売業・サービス業）を対象に調査し、全国約8,000企業の情報を分析する。管内では5社を対象とし、その結果を集計し、地域内の業種別景況動向を整理する。これを事業計画策定支援の基礎資料として活用する。

【調査手法】

業種別の記入用紙を使用し、3ヶ月に1度経営指導員によるヒアリング調査を実施。

【調査項目】

①業況 ②売上 ③採算 ④資金繰り ⑤借入難易度 ⑥設備投資 ⑦経営上の問題点 等を調査項目として実施

これらの調査結果を活用することで、管内の景況感をリアルタイムに把握することができる。また、調査結果は町内事業者への情報提供や行政への施策提案においても貴重な資料として活用可能である。地域特有の課題や問題点を浮き彫りにし、具体的で効果的施策提案が可能となる。

調査結果は、事業者にとって経営戦略の見直しや新たなビジネスチャンス発見のための有用な情報源となり、経営の安定化や事業の拡大に寄与する。

(4) 調査結果の活用

情報収集・分析結果は、商工会ホームページに掲載し、広く管内事業者等へ周知する。また、調査結果は事業計画策定等の際にも活用し、経営支援の参考資料としても提供する。

4、需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者が売上を確保するためには、提供する商品及びサービスの需要動向を調査・分析し、将来の予測を立てた上で事業計画を策定することが重要である。しかし、このような調査分析を完璧に実施している小規模事業者はほとんど存在しない。本商工会においても、経営指導員などが経営支援に際して小規模事業者から売れ筋商品やサービスなどの顧客情報をヒアリングする程度にとどまっており、商工会として組織的・継続的な需要動向調査の取り組みは行っていない現状がある。

この状況を改善するためには、積極的な小規模事業者を対象に消費者アンケート調査や展示会展出時のアンケート調査を実施し、需要動向の情報収集と分析を行うことが求められる。このデータを基に、より精度の高い事業計画を策定し、小規模事業者の売上向上を図ることが課題である。

(2) 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新商品開発の調査対象事業者数	3社	2社	2社	2社	2社	2社
②各種展示会等アンケート調査対象事業者数	未実施	2社	2社	2社	2社	2社

※今後、管内事業者も減少へと転じることが予測され、そのことを加味した支援目標である。

(3) 事業内容

①【BtoC】新商品開発の調査（道の駅いながわを活用したチャレンジショップ事業や、大手百貨店催事の活用）

年間約60万人近い集客のある道の駅いながわの活用や、近隣大手百貨店への催事出店での地域

内の消費者が期待する品揃えやサービスに関する情報を収集するための調査項目を盛り込んだアンケートを作成する。経営指導員が伴走型で支援を行い、既存客のニーズ等を収集し提供することで、事業計画策定時やフォロー時に効果的に活かせるようにする。また、調査結果を分析し、当該事業者へのフィードバックを行うことで、マーケットインの商品開発を支援する。調査結果は事業者の意思決定や戦略立案に重要な役割を果たし、持続可能な成長サポートを促すことができる。なお、前回はアンケートサンプル数を30人としていたが、事業者の運営体制の負担を軽減するため、今回はサンプル数を20人に減らす。

【対象・目的】

小売・飲食・サービス業等の小規模事業者において、消費者の需要動向を把握するため、道の駅いながわ等に新店出店の際に利用された消費者へのアンケート調査を行う。

【想定事業所】

主に小売・飲食・サービス業を想定する。

【サンプル数】

事業規模に応じて、1事業者あたり20人を目標とする。

【調査項目】

1、年齢 2、居住 3、購入商品・サービス 4、価格 5、購入動機 6、リピート有無など

【調査手法】

事業者が消費者等に試食やサンプルを提供し、実際に食べたり使用したりしてもらうことで意見や感想を引き出すアンケートを実施する。アンケートは原則として紙媒体で行うが、事業者のSNSに対する理解度に応じてSNSを活用したアンケート手法も取り入れる。

【分析手法】

調査結果は事業者と経営指導員が分析を一緒に行う。また、詳細な分析が必要な場合は、専門家へ依頼し分析等を実施する。

【調査結果の活用方法】

調査結果は、事業者へのフィードバックするほか、経営指導員の事業計画策定支援やフォローアップ等の経営支援に活用する。

【直近の商工会が関わった催事実績】

令和6年 4月 川西阪急にて“パンフェス”へ出店

令和6年 4月 宝塚阪急にて兵庫県町村会協力による“12STARS物産展”へ出店

令和6年 9月 川西阪急にて兵庫県町村会協力による“12STARS物産展”へ出店

令和6年10月 川西阪急にて“かわにし パン&スイーツフェス”へ出店

令和6年10月 宝塚阪急にて兵庫県町村会協力による“12STARS物産展”へ出店

② 【BtoB】 展示会（FOOD STYLE Kansai 等）におけるアンケート支援

商品やサービスに改良が必要な事業者に対し、需要動向に関する情報を適宜収集できるように、商品やサービスの調査項目を盛り込んだアンケートの作成と調査を行う。経営指導員が伴走型で支援を行い、消費者に直接ヒアリングすることで、需要動向を把握。この情報は販路開拓を見据

えた基礎データとしての活用し、さらに消費者のニーズに合った商品やサービスのブラッシュアップに活用する。

【対象・目的】

販路開拓を目的として開催される展示会等に出展する小規模事業者（主に、食品関係を扱う事業者）に対して、ニーズ把握のためのアンケート調査を実施する。具体的には、「FOOD STYLE Kansai」等に出展する事業者のブースに来場した、バイヤーに対してアンケート調査を実施する。

【サンプル数】

出展した小規模事業者1者につき、20人を目標とする。

【調査項目】

1、興味のある商品 2、価格 3、納期 4、取引条件 5、対応 など。

【調査手法】

展示ブースに来場したバイヤーを対象に、アンケート調査票を手渡し、ヒアリングを行いながら記入してもらう。

【分析手法】

調査結果は事業者と経営指導員が分析を一緒に行う。また、詳細な分析が必要な場合は、専門家へ依頼し分析等を実施する。

【調査結果の活用方法】

調査結果は、事業者へフィードバックするほか、経営指導員の事業計画策定支援やフォローアップ等の経営支援に活用する。

5、経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

巡回訪問や窓口相談時、またマル経融資などの金融相談時に、決算書の内容から読み取れる経営指標に基づく経営分析を行っているが、その分析は財務分析に重点が置かれることが多い。各種補助金の申請において、この経営分析は一定の成果を上げている。しかし、多くの小規模事業者にとっては、経営状況の分析の必要性についての認識が乏しく、彼らが独自に専門的な経営分析を行い、自らの課題を抽出し解決することは非常に困難である。

(2) 目標

	現状	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経営分析セミナー開催	実施なし	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数 ※決算書を商工会が把握できる事業者が対象と見込む	30社	20社	20社	20社	20社	20社

※今後、管内事業者も減少へと転じることが予測され、そのことを加味した支援目標としている。

※マル経実績は、令和4年度…14件 令和5年度…11件 令和6年度（9月末まで）…14件

※経営分析事業者数の内訳は、経営分析セミナー受講者とマル経融資申請者、また経営指導員及び経営支援員が個別対応した事業者の合計とする

※経営分析事業者数には重点支援先4社も含む

(3) 事業内容

①経営分析セミナーの開催

小規模事業者を対象に経営計画や経営分析に関するセミナーを開催し、小規模事業者にとって経営分析の必要性を説くと共に、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小企業基盤整備機構「経営自己診断システム」などの分析ツールの利用方法なども説明する。

小規模事業者にとって、とっつきにくいテーマであるため、「3年後のなりたい自分へ 売上を伸ばす・稼ぐヒントを得ませんか？」等演題を工夫して、経営分析の重要性を伝える内容で開催する。

【募集方法】

本会ホームページや会報誌、チラシ作成により周知する。

【開催回数】

1回

【参加予定数】

6社

【想定内容】

経営指標であるROA（総資産利益率）等を用いて、収益性・安全性等を算出し、儲かる会社の仕組み等を読み解く内容で開催する。

【想定講師】

中小企業診断士

②経営分析の実施

【対象者】

経営分析セミナー参加者や伴走対象個社の中で、経営分析を希望する事業者に対して実施する。また、巡回相談や窓口相談時に「経営状況の分析」の重要性を説明し、経営指導員等が主導して小規模事業者の経営分析を実施する。

【目標数】

14社

【分析項目】

《財務分析》収益性、生産性、安全性および成長性を分析

《非財務分析》対話を通じて、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（SWOT分析）

●財務情報を分析する6つの指標

- 1、売上高増加率（売上持続性）
- 2、営業利益率（収益性）
- 3、労働生産性（生産性）
- 4、EBITDA有利子負債倍率（健全性）
- 5、営業運転資本回転期間（効率性）
- 6、自己資本比率（安全性）

●非財務情報に着目する4つの視点と手法

《視点》1、経営者 2、事業 3、関係者 4、内部管理体制

《手法》1、SWOT分析（外部・内部環境の強み・弱みから市場環境を分析）

2、PEST分析（政治・経済・社会・技術のマクロの外部環境からの影響度合いを分析）

3、3C分析（顧客・競合・自社の3項目より経営環境における現状の経営課題等を分析）

【分析手法】

事業者の状況や局面に合わせて分析ツールを活用。ローカルベンチマークを活用する場面が多く、比較的短時間で分析データを提供することができる。

（4）分析結果の活用

経営状況の分析結果を対象事業者へフィードバックする際、一方的な説明ではなく、必要に応じて専門家を交えての対話を重視するカタチを取る。この対話を通じて、経営の問題点や課題を明確化し、事業計画策定の資料として活用する。また、経営戦略の立案に必要な分析項目を整理し、巡回訪問や窓口相談を通じて情報を提供する。さらに、分析結果をデータベース化して内部で共有することで、継続的な支援を可能にし、このプロセスにより、事業者が経営課題を具体的に把握し、適切な対応策を講じられるよう支援する。

6、事業計画策定支援に関すること

（1）現状と課題

事業計画策定については、これまでに事業計画策定セミナーやいながわ創業支援セミナー、経営指導員による伴走支援などを通じて個別対応を行ってきた。しかし、作成された事業計画の多くは、各種補助金申請や融資のための資金計画に限定され、小規模事業者にとって「正しい事業の方向性」を考慮した具体的で実現可能な事業計画とはなっていない現状がある。多くの小規模事業者は日々の業務に追われており、定期的に事業計画を作成し見直すための環境が整っていないことが課題となっている。

（2）支援に対する考え方

経営分析を行った小規模事業者や経営基盤強化に取り組む小規模事業者に対して、事業計画策定の意義や重要性を単に漠然と述べるだけでは、実質的な行動や意識の変化を促すことが困難である。そのため、地域の経済動向調査および経営分析結果をわかりやすく伝える手法を工夫しながら、事業計画の策定支援を実施する。

また、各種補助金（小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金など）申請や事業承継支援制度を活用する小規模事業者で、事業計画の内容が専門的かつ高度な場合には、兵庫県商工会連合会などの関係支援機関の専門家派遣制度を積極的に活用し、専門的な支援を提供する。これにより、小規模事業者が必要とする高度な知識や技術に基づいた事業計画を作成できるようサポートする。

さらに、事業計画の策定前段階として、各事業者の特性やニーズに応じたDX（IT化）支援を実施し、小規模事業者の競争力の維持・強化を図る。これには、各事業者が抱える具体的な課題を把握し、最新のデジタル技術やマーケティング手法を活用するための個別コンサルティングを提供することが含まれる。事業者が自社のビジネスモデルを革新するための知識とスキルを習得できるよう、丁寧にサポートする。

なお、前項目の【5、経営状況の分析に関すること】で実施する経営指導員による周知・分析

を通じて、小規模事業者が自ら経営分析を行い、自社の強み・弱みなどに気づきを得ることが重要である。これにより、事業者は現状を正しく認識し、当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むことが可能になる。対話と傾聴を通じて、事業者が最適な意思決定を行えるようサポートし、実行性のある事業計画の策定を支援する。

(3) 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事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②いながわ創業支援セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③事業計画策定者	27社	24社	24社	24社	24社	24社
内訳、 事業計画策定セミナー		6社	6社	6社	6社	6社
いながわ創業支援セミナー		6社	6社	6社	6社	6社
マル経融資等個別で経営指導員等が事業計画策定をフォローした支援先		12社	12社	12社	12社	12社
④事業計画策定等の専門家派遣※DX推進サポートも含む	—	30回	30回	30回	30回	30回
内訳、 事業計画策定セミナー		18回 (6社×3回)	18回 (6社×3回)	18回 (6社×3回)	18回 (6社×3回)	18回 (6社×3回)
いながわ創業支援セミナー		6回 (2社×3回)	6回 (2社×3回)	6回 (2社×3回)	6回 (2社×3回)	6回 (2社×3回)
マル経融資等個別で経営指導員等が事業計画策定をフォローした支援先		6回 (2社×3回)	6回 (2社×3回)	6回 (2社×3回)	6回 (2社×3回)	6回 (2社×3回)

※今後、管内事業者も減少へと転じることが予測され、そのことを加味した支援目標としている

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナー開催

事業計画の重要性を理解し、経営分析により導き出された経営課題の解決、新たな需要開拓、持続的成長を図るための事業計画策定につながるセミナーを開催し、知識や手法を習得する。

【支援対象】

事業計画策定前段階に経営分析及びDX推進サポートを受けた事業者。

【募集方法】

- ・経営分析を実施した小規模事業者を対象として、巡回訪問・窓口相談を通して掘りおこしセミナー参加を促す。
- ・セミナーチラシ、ホームページ等で広く周知する。

【支援手法】

事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等がそれぞれ担当し、内容によって専門家も交えて確実に事業計画策定につなげる。

【講師】

中小企業診断士

【回数】

1回（2時間×1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
- ・戦略的分析、事業領域の明確化
- ・事業計画書の策定

【参加予定数】

6社

②いながわ創業支援セミナー開催

創業計画策定の重要性を理解し、経営分析により導き出した経営課題の解決と新たな需要開拓を図り、持続的な経営の実現につながるセミナーを開催する。

【支援対象】

町内創業予定者、創業間もない者、商工会ワンストップ窓口相談者

【募集方法】

- ・窓口相談を通してセミナー参加を促す
- ・セミナーチラシの町内全戸配布や商工会ホームページ掲載で広く周知する

【講師】

中小企業診断士

【回数】

年1回開催 全5日間開催（1日あたり4時間×5日間）

【カリキュラム】

創業に向けての基礎知識、マーケティング活用により事業計画の策定、事業コンセプトの明確化 など。

【参加予定数】

12者

③事業計画策定支援

事業計画策定を希望する小規模事業者に対して、事業計画の策定支援を実施する。

【支援対象】

事業計画策定希望の小規模事業者

【支援手法】

経営分析や各セミナーでの事業計画策定への理解度から、事業者ごとに経営指導員が担当となり、経済動向や需要動向を考慮して具体的な施策に落とし込み、小規模事業者と一緒に事業計画を策定する。

事業計画策定から必要に応じて次の補助金等の申請支援も実施する。

- ・小規模事業者持続化補助金
- ・ものづくり商業サービス生産性向上促進補助金
- ・経営力向上計画
- ・経営革新計画
- ・IT導入補助金
- ・事業承継補助金
- ・小規模事業者経営改善資金融資（マル経融資） など

④-1 事業計画・創業計画策定時の専門家派遣

策定支援において生じた専門的な課題解決や事業計画策定のブラッシュアップにおいて、専門家を派遣し、実現可能な事業計画策定を支援する。

【支援対象】

事業計画の策定希望する小規模事業者 など

【支援手法】

小規模事業者の課題や方向性に応じて、事業レベルに合った（DX化も含め）内容を確認しながら伴走型で事業計画書の策定支援を行う。

【回数】

1社×3回（1回あたり2時間）

【専門家】

中小企業診断士

④-2 巡回訪問・窓口相談を通して周知するDX推進サポートの実施

各事業者が抱える業務上の課題や目標をヒアリングし、DX（IT化）の導入によって解決できるポイントを必要に応じて専門家と共にサポートする。

【支援対象】

事業計画策定前の経営分析が終了したDX化に関する活用課題がある事業者

【募集方法】

- ・巡回訪問・窓口相談時の対話と傾聴で対象者を発掘し参加を促す。
- ・セミナーチラシ、ホームページ等で広く周知する。

【専門家】

中小企業診断士または兵庫県商工会連合会ITアドバイザー

【回数】

1社につき1回2時間を基本とする。

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**

小規模事業者に対する事業計画策定支援は、主に各種補助金申請や融資の場面で行われることが多い一方、事業計画の進捗状況や成果の確認までのフォローアップが十分に行われていない状況にある。

今後は、事業計画を策定した全ての事業者を対象に、計画の目標達成を念頭において、計画と実績の管理、定期的な状況確認などを実施する。このようなフォローアップ体制の強化により、事業計画の策定を支援した事業者の数に応じて、事業者への内発的動機づけを行い、経営の自走化を促す。

(2) 支援に対する考え方

経営指導員による伴走支援は、事業計画の進捗状況に応じた見直しやフォローアップをきめ細かに実施していく。実施にあたっては、経営者の自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見出すことを促していく。対話を通じて経営者に深く考える機会を提供し、経営者とスタッフが共に作業を行うことで、現場レベルでの当事者意識を持った取り組みを奨励していく。これにより、計画の進捗フォローアップを通じて経営者への内発的動機づけを行い、潜在力の発揮を促進する。

対象となる事業者については、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や事業者が抱える課題に応じて、巡回回数を増やして集中的な支援を実施する。一方で、計画が順調に進んでいると判断できる事業者については、巡回回数を減らしても支障ないケースも出てくるが、そのあたりは各事業者の状況を見極めた上で、フォローアップを行うことで、効率的かつ効果的な支援を行う。

さらに、フォローアップの過程で顕在化した高度な課題に対しては、関係支援機関と連携して専門的なフォローアップを実施する。例えば、特定の技術的な問題や法的な課題については、専門家の知見を活用し、事業者が直面する問題を解決するサポートを行う。これにより、策定した事業計画の実現性を高め、事業者が目標を達成するための具体的な手助けとなることを見込める。

全ての事業計画を策定した事業者を対象とし、事業計画の進捗状況や事業者の課題に基づいて、巡回回数を増やすべき事業者と、ある程度順調と判断できる事業者を見極めてフォローアップを行う。このアプローチにより、限られたリソースを有効に活用し、最大限の支援効果を引き出すことができる。

(3) 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フォローアップ対象事業者	27社	24社	24社	24社	24社	24社
②フォローアップ頻度	108回	96回	96回	96回	96回	96回
③売上増加事業者数	4社	4社	4社	4社	4社	4社
④売上昨対110%増加の事業者数	4社	4社	4社	4社	4社	4社

※今後、管内事業者も減少へと転じることが予測され、そのことを加味した支援目標としている

※フォローアップの頻度は1社について年4回が基本スタンスである

※フォローアップ対象事業者のうち重点支援先を4社ピックアップし売上増加事業者としてフォローする

(4) 事業内容

【支援対象】

事業計画を策定した全ての小規模事業者

【支援内容】

事業計画を策定した全ての小規模事業者をフォローアップの対象とし、定期的に巡回相談や窓口相談を行う。原則として、1事業者につき年4回のフォローアップ支援を実施する。このフォローアップの目的は、事業計画の実施状況を定期的に確認し、計画に基づいたPDCAサイクルの定着と経営目標の達成を伴走型で支援することである。具体的なフォローアップ内容としては事業計画の進捗確認、売上高や利益率などの計画対比の確認、計画との差異の原因究明などがある。また、収益目標に関しては、昨年対比売上を指標とし、計画で設定した目標の110%以上を達成基準とする。特に、昨対売上110%以上の達成を目指す重点支援先として4事業所を設定し、集中的なサポートを行う。これにより、事業者が現実的かつ達成可能な目標を持ち、持続的な成長を遂げられることが見込める。事業者が直面する課題については、経営指導員が密接に連携し、適切な解決策を提案し、必要に応じたアドバイスや支援を提供する。

また事業計画の進捗が芳しくなく、計画の見直し・変更が必要であると判断する場合には、外部専門家などの第三者視点も交えた支援を実施し、進捗が遅れている原因の発生要因や対応策の検討を行い、フォローアップ頻度等の支援体制の変更を行う。

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

当会では、現状として地域外で行われている展示会や商談会への十分な出展支援ができておらず、展示会の情報提供や案内にとどまっている状況である。そのため、参加企業も限定的になりがちである。特に、小規模事業者の多くは、ネット販売等のITを活用した販路開拓に関心があるものの、高齢化や知識不足といった理由から実際の取り組みが進んでいない。このような背景から、新たな販路開拓にはDXの推進が不可欠である。DXを通じて、効率的な販路開拓を図るためには、まず事業者にはDXの必要性和その利点を理解してもらうことが重要である。

今後は、地域内外を問わず、小規模事業者が積極的にDXを活用し、効率的かつ効果的に販路

を拡大できるよう支援を継続する。

(2) 支援に対する考え方

当会では、自前で展示会や商談会を開催することが難しいため、首都圏で開催される東京インターナショナル・ギフト・ショーや関西圏で開催されるFOOD STYLE Kansaiなどへの出展を販路開拓支援の一貫として小規模事業者へ促している。事業者の出展に関しては、単に出展するだけでなく、出展前から出展後に至るまでの包括的な支援を行う。具体的には、出展に関する準備段階から始まり、展示会終了後のフォローアップまで、出展に伴う一連のプロセスをサポートする。

さらに、外部の専門家と連携し、伴走型の支援を提供することで、小規模事業者の需要を開拓し、売上向上や商談成立といった具体的な成果を上げられるよう努める。これにより、出展が一時的な活動に終わることなく、持続的な成長につながると見込んでいる。

加えて、DXの推進に向けた取り組みとして、ホームページを活用した情報発信やECサイトの利用促進を支援する。これにより、小規模事業者がデジタル技術を活用して効率的に販路を拡大できるよう支援していく。具体的な支援内容には、ホームページの構築やリニューアル、ECサイトの運営サポートなど。また、専門性の高い課題については、必要に応じて専門家を派遣し、個別に対応することで、問題解決を図る。

(3) 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展示会・商談会出展支援 (BtoB)	2社	1社	1社	1社	1社	1社
①-2 成約件数	-	1社	1社	1社	1社	1社
②イベント等出展支援 (BtoC)	2社	2社	2社	2社	2社	2社
②-2 出展時売上目標	-	3万円	3万円	3万円	3万円	3万円
③SNS等活用事業者支援	未実施	6社	6社	6社	6社	6社
③-2 売上増加率	-	10%	10%	10%	10%	10%

※今後、管内事業者も減少へと転じることが予測され、そのことを加味した支援目標としている

※SNS等活用事業者支援については、個々の課題における解決難易度に差が生じることが多いことからセミナー等よりも個社対応における課題解決を行う

(4) 事業内容

①展示会・商談会出展支援 (BtoB)

商社やバイヤーへの需要開拓を図るため、小規模事業者に対し、展示会・商談会開催情報の提供と各種支援施策を活用することにより、展示会等への出展、需要開拓を支援する。

【支援対象】

食料品等の製造業で需要開拓を目指す事業計画を策定した小規模事業者

【支援内容】

関係支援機関と連携し、大都市圏で開催する各種展示会、商談会への出展斡旋や出展情報の提供を行う。出展に際しては、課題設定を事前に行い、開催中から事後で切り分け、事業者の意向を踏まえて伴走支援する。

【想定する展示会等】

ア、東京インターナショナル・ギフト・ショー

概要：日本最大規模のパーソナルギフトと生活雑貨の展示会で、毎年春と秋の2回、東京ビッグサイトで開催される。パーソナルギフト、生活雑貨、インテリア、ファッション、食品、健康関連商品など多岐にわたるカテゴリーが展示され、バイヤーと出展者を結びつけるビジネスマッチングプログラムや、最新トレンド情報の提供なども充実している展示会である。

出展社数：2, 939社（2024.2春 開催実績）

来場者数：223, 040人（2024.2春 開催実績）

イ、FOOD STYLE Kansai

概要：関西地域で開催する食の総合展示会で、食品業界の最新トレンドや商品を紹介する展示会である。年1回、インテックス大阪で開催され、食品メーカー、飲食店、流通業者、小売業者、バイヤー、飲食店経営者などが参加し、調理機器、厨房機器など多岐にわたるカテゴリーが展示されている。新規顧客の獲得や市場調査、ブランド認知度の向上が期待できる展示会である。

出展社数：755社（2024.1 開催実績）

来場者数：23, 789名（2024.1 開催実績）

②イベント等出展支援 (BtoC)

猪名川町らしさ（都会から車で約1時間の距離にありながら、田舎らしい風景を楽しめる町）を発信する地域資源の検討・発掘・見直しを行い、より一層の活性化に繋げていく取り組みを実施。年間60万人近い集客のある施設、“道の駅いながわ”へ出店できるチャレンジショップ事業を展開や、近隣大手百貨店への催事出店紹介等、業種を問わず猪名川町内で事業をしている小規模事業者が出店できる販売促進支援である。

【支援対象】

BtoCの販路開拓を目指す、または事業計画を策定した小規模事業者（主に、食品製造販売業や小売業、サービス業を想定する）

【支援内容】

出店を希望する小規模事業者には、商品やサービスの質を向上させるための支援を積極的に行う。希望があれば、専門家派遣事業を活用し、集中的にブラッシュアップを支援する。この取り組みにより、各事業者が持つ魅力や独自性を最大限に引き出し、事業者自らの事業の成長や新たな展開を図ることにつなげる。

③SNS等活用事業者支援

SNSはDXの一部とみなした支援内容とする。SNSを使ったマーケティング活動も、事業者がデジタル技術で顧客関係を変革する一環として取り入れる場合、それはDXの一環と成り得る。従って、DXは包括的な変革で、SNS活用はその一部に位置づけられると考える。

【支援対象】

SNS等を活用して需要開拓を目指す小規模事業者

- ・地域密着型の小売業や飲食店
- ・個性的な体験型サービスを提供する事業者
- ・若年層をターゲットとするサービス事業者
- ・施工後のビフォーアフターや料金体系など信頼獲得・認知度向上をねらう建設・製造業者

【支援内容】

- ・ホームページの改善やPR効果の高いコンテンツの活用等に対する支援
- ・課題に応じた専門家（ITアドバイザーや中小企業診断士など）と連携を図り支援

※支援の一例として、昨今の郵送料金アップによる紙の契約書等から電子契約等への切り替えによるデジタル化なども十分業務効率改善につながるDX化である。

※過去には、特定の業種に焦点を当てた販促ツールの作成や、インスタグラムを活用した事業者支援、また、デジタルスタンプラリー事業においても、利用者からのフィードバックを丁寧収集し、それを基に事業の改善や発展に役立てた実績もある。これらの取り組みを通じて、SNSやデジタルツールの重要性を地域の事業者に広く認識してもらうことが見込める。今後も、SNSやその他のデジタルメディアを積極的に活用し、地域の事業者が自らの事業を効果的に発信できるよう、意識の醸成と実践的な支援を継続していきたい。

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、年2回（6月と10月）、経営発達支援事業を進めるあたり経営発達支援事業委員会を開催しており、事業が計画通り実行されているか等の進捗・評価を図る場を設けている。外部有識者として、管内金融機関、商工会顧問税理士、中小企業診断士、法定経営指導員、猪名川町役場商工担当者等。そこに正副会長3名を加えた計8名で組織している。経営発達支援事業委員会で計画内容の見直しの際には、法定経営指導員が実施内容の説明を行っている。

課題としては、役員等に対して経営発達支援計画の内容を理解してもらうための説明が行き届いておらず、事業内容等の理解度を深められるような説明が必要である。また、事業評価が定量的な評価に偏りがちで、定性的な成果等の分析もできるよう整備していきたい。

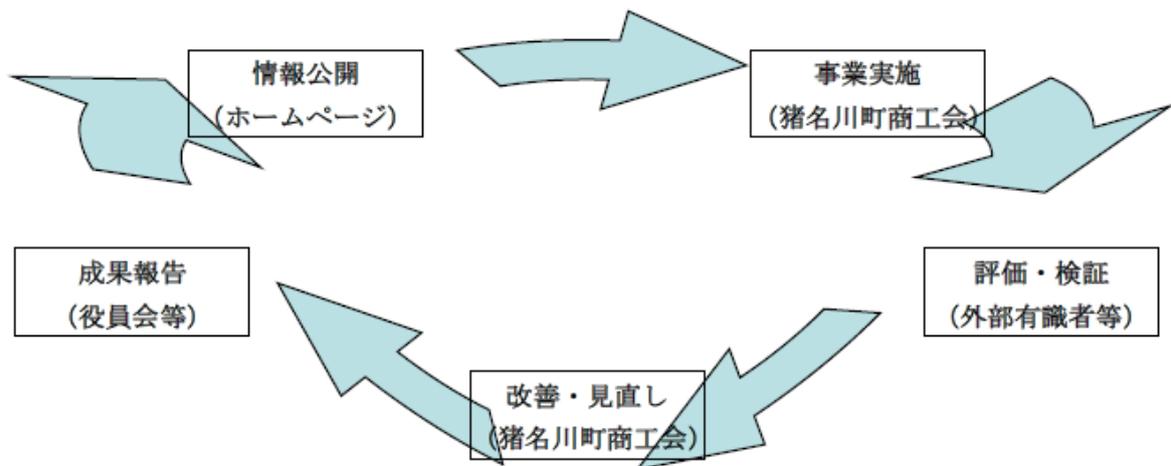
(2) 事業内容

①事業評価の手法と事業の評価・見直しを行う頻度

外部有識者として、管内金融機関、商工会顧問税理士、中小企業診断士、法定経営指導員、猪名川町役場商工担当者等。そこに正副会長3名を加えた計8名で構成する経営発達支援事業委員会を設置。年2回（6月と10月）開催し、経営発達支援計画の進捗・評価を行う。

②評価結果の公表方法

経営発達支援計画に係る評価・検証結果については、当会総務委員会（会長、副会長、商業部長、工業部長）で意見を集約し、見直し等があれば理事会へ提案する。理事会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、商工会のホームページへ掲載（年1回）し、地域の小規模事業者等が常時閲覧できる状態とする。



【事業実施に際しての主なP D C Aサイクルの流れ】

1.0. 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、兵庫県商工会連合会が開催する職員研修（職階別、業務別研修）や、独立行政法人中小企業基盤整備機構が実施する中小企業支援担当者等研修に参加し、職員の資質の向上等を図っている。

しかし、小規模事業者を取り巻く経営課題は多様化し続けており、従来の支援の取り組みだけでは十分ではない。特に「DX化に向けた支援」や「経営力再構築伴走支援（対話と傾聴）」の観点から全職員の資質向上に資する支援ノウハウを共有するための仕組み作りは喫緊の課題である。

(2) 事業内容

①全職員の支援ノウハウ習得

全職員を対象に、兵庫県商工会連合会が開催する職員研修（職階別、業務別研修）に加え、独立行政法人中小企業基盤整備機構が実施する中小企業支援担当者等研修を毎年受講し、商工会職員として必要な知識を身につけることを推進している。また、経営力再構築伴走支援やDXに対応する支援を充実させるため、下記の研修等に積極的に参加。受講者は定期ミーティング時に研修内容を他の職員にフィードバックし、情報共有を行うことで、全体のスキル向上と組織内の知識の循環を図る。これにより、職員全体が最新の支援ノウハウを習得し、小規模事業者への支援においてより効果的な対応が可能となる。

ア. 兵庫県商工会連合会主催研修への参加

経営指導員及び経営支援員は、専門的支援能力の強化を目的として、兵庫県商工会連合会が開催する各種職員研修に参加する。

イ. 独立行政法人中小企業基盤整備機構中小企業支援担当者等研修への参加

経営指導員及び経営支援員は、効果的な中小企業支援を推進するための「共通認識の上に立った共通基盤を作る」ことを目的とした、独立行政法人中小企業基盤整備機構が開催する中小企業支援担当者等研修へ参加し、支援に対するスキルアップを図る。

ウ. 専門家支援（ITアドバイザー※情報発信支援員）への同行

DX推進に対応するため、業務効率化のITツール（クラウド会計、キャッシュレス、セキュリティ関連等）導入等の専門家派遣での小規模事業者への支援の際は、経営指導員及び経営支援員が同行し、専門家の指導・助言内容・指導ノウハウ等を習得する。

エ. D Xに向けた I T ・デジタル化の取り組み

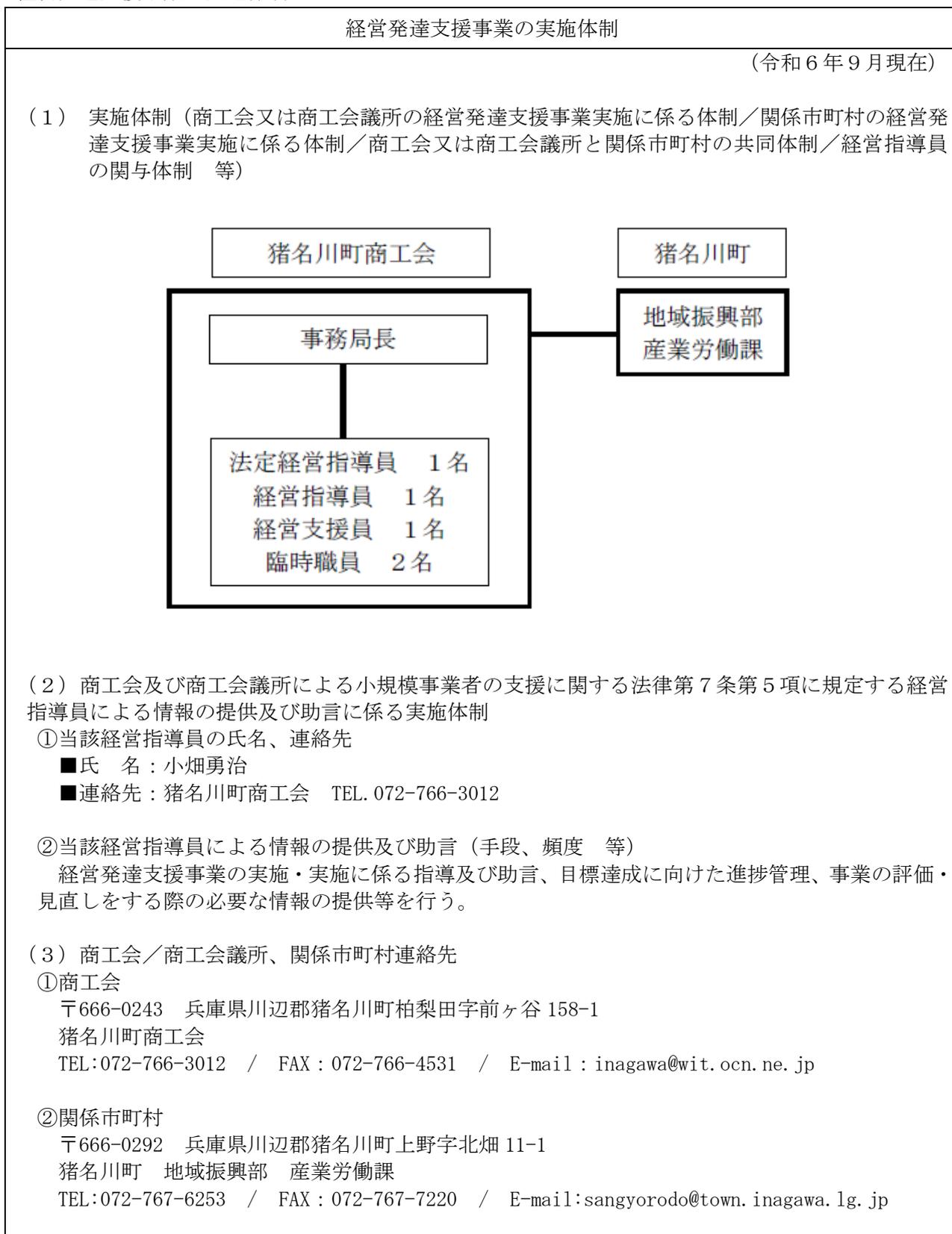
経営指導員及び経営支援員は、D X推進のため、支援者向けの I T ツール説明会やセミナーへは積極的に参加し、小規模事業者が活用する I T ツール、支援者として活用する I T ツールの知識を常に最新に保つ。

②情報共有による資質向上（データベース化）

経営指導員及び経営支援員は基幹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全職員が相互共有できるよう整備する。支援担当者以外の職員でも一定レベル以上の対応が出来るよう体制を整えるとともに、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



(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	5,000	5,000	5,300	5,300	5,300
専門家派遣費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
講習会開催費	800	800	800	800	800
新たな需要動向に寄与する事業費	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
地域活性化対策費	700	700	1,000	1,000	1,000

(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、兵庫県補助金、猪名川町補助金、会費収入、手数料収入 等 から充当する予定

(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。

