

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	伊丹商工会議所 (法人番号 3140005018087) 伊丹市 (地方公共団体コード 282073)
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 【目標①】 小規模事業者が自社を取り巻く経営環境（外部環境）と自社の経営状況（内部環境）を理解した上で、進むべき方向性を定めること 【目標②】 上記を事業計画にまとめ、事業計画に沿って実行することで、売上拡大・利益拡大を実現すること 【目標③】 小規模事業者が IT ツールを活用した販売促進、業務効率化を行い、生産性を向上させること 【目標④（経営力再構築伴走支援に向けた目標）】 目標①～③を実現するために、当所が小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、小規模事業者の力を引き出すこと
事業内容	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 ・伊丹市内企業に対し、四半期ごとに景気動向調査を実施する。 4. 需要動向調査に関すること ・日本百貨店しょくひんかん（東京秋葉原）の「地域うまいもんマルシェ」や市内及び近郊のイベント・催事等を活用した商品・特産品の需要動向調査を実施する。 5. 経営状況の分析に関すること ・各種セミナー（伊丹市、伊丹市立産業振興センター、当所主催）の参加者、税務・金融相談者、各種補助金申請者を支援先対象として経営分析を実施する。 6. 事業計画策定支援に関すること ・経営分析を行った事業者を対象に事業計画策定を実施する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ・事業計画を策定した事業者を対象に四半期ごとのフォローアップを実施する。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ・日本百貨店しょくひんかん「地域うまいもんマルシェ」や会報誌等を活用したテストマーケティングを実施する。 ・SNS による情報発信支援を実施する。
連絡先	伊丹商工会議所 経営支援課 〒664-0895 兵庫県伊丹市宮ノ前 2-2-2 TEL: 072-775-1221 FAX: 072-775-1223 E-mail: icci21@itami.or.jp 伊丹市 都市活力部 産業振興室 商工労働課 〒664-8503 兵庫県伊丹市千僧 1-1 TEL: 072-784-8047 FAX: 072-784-8048 E-mail: syokorodo@city.itami.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

① 現状

ア 伊丹市の概況

伊丹市（以下、「当市」という。）は、兵庫県の南東部、大阪市から約 10 キロメートル、神戸市から約 20 キロメートルに位置し、東西 7.0 キロメートル、南北 6.5 キロメートル、面積は 25.0 平方キロメートルである。地形は平坦で、東部に猪名川、西部に武庫川という 2 つの大きな川が北から南へ流れている。

当市は、都と西国を結ぶ街道が通るなど、古くから交通の要衝として発展してきた。中でも「伊丹郷町」では、江戸時代より酒造業が栄え、その豊かな経済力を背景に俳諧文化が花開くなど、市域の随所に文化財や歴史を今に伝える景観が残っている。

大阪市や神戸市など、近隣への交通アクセスも至便で、東部を JR 福知山線・阪急伊丹線の 2 本の鉄道（計 5 駅が市内に所在）が走る。

また、市内全域をカバーするバス路線は、関西の空の玄関口である大阪国際空港（伊丹空港）へも繋がり、全国各都市へのアクセスも容易である。

当市には、令和 3 年経済センサスによると、5,717（うち小規模事業者 3,808）の事業所が存在するが、伊丹商工会議所（以下、「当所」という。）は、当市唯一の総合経済団体として、当市経済の活性化に向けた活動を展開している。

■ 伊丹市の立地・交通



イ 人口推移

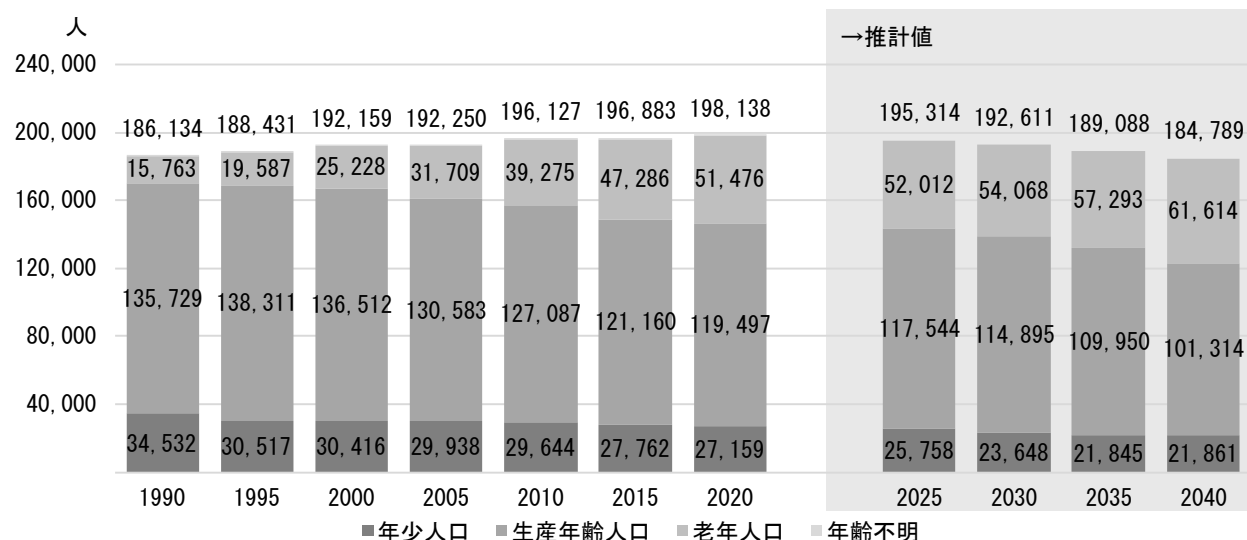
令和 6 年 11 月 1 日現在の人口は、195,002 人である。（住民基本台帳より）

国勢調査及び社人研推計によると、総人口は令和 2（2020）年の 198,138 人をピークに減少傾向に転じている。

年齢別では、今後、年少人口と生産年齢人口は減少傾向、老年人口は増加傾向での推移が予測されている。

高齢化率は、令和 2（2020）年の 26.0%から令和 22（2040）年に 33.3%に上昇し、一方で生産年齢人口比率は、令和 2（2020）年の 60.3%から令和 22（2040）年には 54.8%に低下する見込みである。

■人口推移



出典：総務省「国勢調査」および国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

ウ 特産品

当市の主な特産品は下表のとおりである。

令和 2 年度に日本遺産『「伊丹諸白」と「灘の生一本」下り酒が生んだ銘醸地、伊丹と灘五郷』が認定されるなど、清酒が最大の特産品となっている。

■主な特産品

特産品	概要
清酒 (清酒発祥の地)	六甲山を西に望む「伊丹」。伊丹市鴻池に建つ碑に、「鴻池家は酒造によって財をなし、慶長 5 年（1600 年）から 200 年も続いている。その初代は幸元で山中鹿之介の子であると言われている。鴻池家は、はじめて清酒諸白を製造し、江戸まで出荷した。」と刻まれている。白く濁った「濁り酒」ではない「澄み酒」が生み出された、「清酒発祥の地・伊丹」を伝える伝承である。 江戸時代、伊丹・西宮・灘の酒造家たちは、優れた技術、良質な米と水、酒輸送専用の樽廻船（たるかいせん）によって、「下り酒※」と称賛された上質の酒を江戸に届け、清酒のスタンダードを築いた。 ※江戸では、関西・上方から送られた諸産物を「下り物」として好んだ。なかでも酒は、「下り酒」として歓迎された。とりわけ伊丹の酒は、麴と掛米両方に精白米を惜しみなく使ったことから「伊丹諸白」と呼ばれて珍重され、江戸で人気を博した。 酒造家たちの技術革新への情熱は、伝統ある酒蔵としての矜持と進取の気風を生み、「阪神間」の文化を育んだ。六甲山の風土と人に恵まれたこの地では、水を守り米を育てる人々、祭りに集う人々、酒の香漂う酒造地帯を訪れ、蔵開きを楽しむ人々が共にあり、400 年の伝統と革新の清酒が造られている。
たみまるレモン	東野地区で産出されるマイヤーレモンを「たみまるレモン」として出荷している。

	マイヤーレモンは、レモンとオレンジまたはマンダリンの自然交配種と言われ、通常のレモンより一回り大きく、果汁が多い。また、果汁の糖度が高く、酸味が少ないのが特徴である。加えて、皮が薄く、それ自体の苦みが少ないため、皮ごと食べられ、料理や加工にも適している。
たみまるほしいも	東野地区・大野地区で生産された地元産サツマイモ 100%を使用することで「安心、安全」な食品としてアピールしている。 収穫後、じっくりと時間をかけて熟成させるため、甘みが強く、食感も柔らかく仕上がることで、老若男女問わず受け入れられている。

エ 観光資源

当市の主な観光資源は下表のとおりである。

■主な観光資源

観光資源	概要
大阪国際空港 (伊丹空港)	伊丹市・豊中市・池田市にまたがる敷地面積 311 万㎡の国内線基幹空港で、滑走路など基本施設の大部分と、旅客ターミナルビルの敷地の約 3 分の 1 は伊丹市に属している。旅客ターミナルビルはバリアフリー化され、おみやげ・雑貨・インテリアなどのショップ、レストランがある。屋上は全長 400m の開放感のあるウッドデッキで、花や緑のある憩いの場となっている。目の前の飛行機を眺めながら青空の下でお弁当を食べたり、夕景や夜景の中を散歩したり。また四季折々に子どもを対象としたイベントもあり、思い思いに楽しめる人気スポットである。
伊丹スカイパーク	大阪国際空港（伊丹空港）の西側に位置する公園で、広さは 9 ヘクタール。滑走路の間近にあり、航空機の離発着をダイナミックに楽しむことができる。園内では、付近の岩屋遺跡の出土品や航空関連の展示、車に乗ったまま離発着が見られる駐車場等があり、週末にはキッチンカーが出店するなど賑わいを創出している。
荒牧バラ公園	広さ 1.7 ヘクタールの南欧風の公園で、世界のバラ約 250 種類 1 万本が栽培されている。中には、当市発祥の品種「天津乙女」や「マダム・ヴィオレ」のコーナーもあり、春と秋の見頃には市内外より多くの観光客が訪れる。 園内には、3 本の柱からなる平和モニュメントがあるほか、花と緑の関する講習会や展示が行われる「みどりのプラザ」が隣接する。
伊丹市昆虫館	生きた昆虫を間近で観察できる昆虫館のチョウの温室では、1 年中南国の花々が咲き、約 14 種 1,000 匹のチョウが舞うように飛んでいて圧巻である。また、展望台からは昆陽池の中央にある日本列島の形をした島が見られる。
昆陽池公園	関西屈指の野鳥の飛来地で「都会のオアシス」。春には白鳥やカモが雛をつれて泳ぐ可愛い姿が、秋から冬にかけては約 5,000 羽を超すカモなどの渡り鳥が見られる。また、池のなかには、日本列島の形をした島があり、飛行機離陸時に機上よりその形を楽しむことができる。
市立伊丹ミュージアム	「酒と文化の薫るまち」を基本テーマとし、美術・工芸・俳諧・歴史と多彩な分野での展覧会や講座のほか、文化財建造物の継承と公開、地域とつながるイベントなど、「人」と「まち」をつなげる活動を行っている。
俳諧文化	清酒醸造で栄えた江戸時代の伊丹では、俳諧文化が華開き、文人墨客の往来も頻繁であった。「東の芭蕉 西の鬼貫」と称された上島鬼貫も伊丹で生まれた。このような背景のなか、日本三大俳諧コレクションの 1 つである「柿衛文庫」、俳句作品を対象としたコンテストである「鬼貫賞」、俳文学研究の進展を願って若手の俳諧研究者に贈られる「柿衛賞」などが設けられ、市民の間にも俳諧文化が根付いている。

その他、伊丹酒蔵通り、有岡城跡、現存する日本最古の酒蔵旧岡田家など街並みに歴史情緒を残している。参照:伊丹市観光物産協会 HP <http://itami-kankou.com/>

オ 産業

(a) 産業の概観（大規模店の集積）

当市においては大型店の進出が盛んなことが小規模事業者の経営に影響を与えている。

伊丹市が「中心市街地活性化基本計画（令和5年3月13日変更）」策定のために事業所を対象に実施したアンケートでは、売上高減少の理由として、「大型店の存在・進出」を挙げる事業所が20.4%を占めている。

また、当市の周辺都市においても、10,000㎡以上の大規模小売店舗が数多く立地している。

阪急西宮北口駅では、平成20年に阪急西宮ガーデンズ（約71,000㎡）が、JR尼崎駅では平成21年にあまがさきキューズモール（約42,000㎡）がオープンしている。また、当市内においては、平成14年にダイヤモンドシティテラス（現イオンモール伊丹）、平成23年にイオンモール伊丹昆陽（約38,000㎡）がそれぞれオープンしており、さらなる阪神地域でも有数の商業激戦区となっている。

ちなみに、当市内の大規模小売店舗（1,000㎡以上）数は、現在31件となっている。特に、中心市街地外の市内西部に大規模店舗を含めた、新たな店舗立地が見られる。

(b) 業種別の事業所数の推移

当市の事業所数は、経済センサスの結果によると、平成24年が5,610、令和3年が5,717となり、9年間で19.1%増となっている。一方で、小規模事業者数は、平成24年の3,867から令和3年の3,808へと1.5%減少している。

小規模事業者のうちでも、卸・小売業の19.7%減を筆頭に、宿泊・飲食業の14.7%減、製造業の6.1%減の3業種で減少が見られるが、その他の業種では事業所数は増加している。

■業種別の事業所数及び小規模事業所数

	建設	製造	情報 通信	卸・ 小売	宿泊・ 飲食	医療、 福祉	他サー ビス	その他	計
平成24年									
事業所数	491	491	42	1,506	804	479	1,237	560	5,610
小規模事業所数	467	345	28	905	523	191	918	490	3,867
平成28年									
事業所数	485	479	34	1,446	774	599	1,247	538	5,602
小規模事業所数	460	347	20	835	488	231	915	470	3,766
令和3年									
事業所数	566	453	51	1,298	692	677	1,343	637	5,717
小規模事業所数	541	324	35	727	446	240	946	549	3,808
増減(令和3年-平成24年)									
事業所数	75	△38	9	△208	△112	198	106	77	107
増減割合	15.3%	△7.7%	21.4%	△13.8%	△13.9%	41.3%	8.6%	13.8%	1.9%
小規模事業所数	74	△21	7	△178	△77	49	28	59	△59
増減割合	15.8%	△6.1%	25.0%	△19.7%	△14.7%	25.7%	3.1%	12.0%	△1.5%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」より一部加工

(c) 業種別の景況感

当所が実施する「伊丹市内企業の景気動向調査」の結果より業種別景況観を確認したところ、全業種にわたり、業況を「不振」とした事業所が「好調」を上回り、厳しい経営環境にあることを示す、DI値マイナス値で推移していることが分かる（下グラフ参照）。

特に運輸業においてその傾向が顕著であることが読み取れる。

■業況 DI（前年同期比、各年 4～6 月期）



出典：伊丹商工会議所「伊丹市内企業の景気動向調査」

(d) 業種別にみた小規模事業者の課題（経営課題）

i_商業

当市では阪急伊丹駅周辺のマンション建築により、働き盛りファミリー世代が流入することで、人口減少を補い人口が 20 万人前後で維持している状態である。阪急稲野駅近くの大手前女子大跡地に大規模マンションが建設されることでさらに人口の流入要因はあるが、一方で大阪及び兵庫近隣都市部への流出も見られる。

JR 伊丹駅前にはイオンモールがあり、休日はファミリー層が集まり賑わいをみせている。また阪急伊丹駅には駅ビル構内、及び周辺に小規模事業者が入居する商業施設などがあり日中の人通りも多い。

市内全体の車の通行量は多く、ロードサイドにお店が新規出店されている。また、店舗型、無店舗型問わず創業相談も多い。

小規模事業者の経営課題は増大するコストを価格転嫁しつつ、販路を拡大させ、収益を得ることである。また小規模事業者の多くは IT、特に SNS などの情報発信ツールの活用が不慣れであるので、その活用も課題となっている。また、経営指導員においても IT ツールの活用については、知識が充分でない場合があり、課題である。

ii_工業（製造業・建設業）

下請事業者では、他社との競合や適性価格の根拠提示で親会社への価格転嫁（交渉）に悩んでいる事業所も多く、収益の確保に苦慮されている様子が伺える。

また建設業では仕事はあるものの対応する人手不足・職人不足に悩んでいるという声も聴かれる。

工業では、生産性の向上や人材の採用・育成が課題である。

iii_観光業

株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」によれば、「イオンモール伊丹」「イオンモール伊丹昆陽」「伊丹スカイパーク」の検索階数が上位に挙がり、他地域からの当市への来訪目的が大型ショッピングモールもしくは大阪国際空港関連であり、1. (1)1 エで挙げた観光資源のうち、伊丹スカイパーク以外への関心が低いことが類推できる。

長く中心市街地のランドマークとなっていた伊丹シティホテルが令和 5（2023）年 3 月に廃業した。今後、当市観光資源の一層のブラッシュアップとともに、観光客の受け皿となる大型集客施設の誘致といった課題の解決が急がれる。

一方で小規模事業者が、主体的に自者の強みを W E B 上で広域に継続発信し市外からの来店を促すと同時に伊丹市の魅力も感じて頂くことも課題だ。

カ 第 6 次伊丹市総合計画

「第 6 次伊丹市総合計画（令和 3 年度～令和 10 年度）」の商工・観光に関する記述は下表のとおりである。

前期基本計画では、「郊外型の大規模小売店舗の立地やインターネット通販等の普及により、市民の買い物志向が多様化。市内の小規模小売店は、これら店舗等との競合により、厳しい経営状況にあるとともに、経営者の高齢化や後継者不足等が課題である。」と課題が記されている。

なお、前期基本計画の計画期間が令和 6 年度までとなっており、現在、後期基本計画を策定中であるが、商工・観光部分において大きな変更はない見込みである。

■基本構想（令和 3 年度～令和 10 年度）

〈将来像〉

人の^{きずな}絆 まちの輝き 未来へつなぐ 伊丹

〈政策大綱（商工・観光部分）〉

大綱 4 市民力・にぎわい・活力

まちづくりの担い手の発掘や人材育成に取り組むとともに、地域自治組織による地域自治の推進、多様な市民活動団体への支援を行い、市民力・地域力が発揮できる環境づくりを進めます。また、地域産業の振興、雇用の創出、地域資源の掘り起しや発信に取り組み、今後も持続的に成長・発展する、にぎわいと活力あるまちの実現を目指します。

■前期基本計画（令和 3 年度～令和 6 年度）

大綱 4 市民力・にぎわい・活力

施策 4-2 都市ブランド

基本方針

人々が、訪れたい・住みたい・住み続けたいと思うまち

取組の方向性（一部抜粋）

- ・市民がまちの魅力を実感し、愛着や誇りを持てるよう、市民や商業者、関係団体と連携・協力して、伊丹らしいイベントなどの地域資源を育て、活かすことにより、にぎわいと活力のあるまちづくりを進めます。

施策 4-4 商工業

基本方針

商工業の活力が持続・発展するまち

取組の方向性

- ・市民生活を支える地域の小売店の経営安定化に向け、商工会議所等の関係機関と連携し、商店街の魅力向上につながるイベント等への支援を行います。
- ・起業や経営に関するセミナー等の開催により創業支援を行うとともに、中小企業者への各種融資や生産性向上につながる支援を行います。
- ・産業振興センターを産業支援と交流の拠点施設として活用し、各種相談や情報発信、人材育成、後継者育成支援等を行います。
- ・既存企業の発展や新規雇用の創出などにつながるよう、事業所訪問等による支援活動を推進します。

②課題

前項にて述べた地域の現状から、特に小規模事業者のための対策が必要な地域課題を以下にまとめる。

当地の人口は、令和 2（2020）年の 198,138 人をピークに他地区と同様に減少局面に突入した。従来、近隣に居住する消費者を主なターゲットとする小規模事業者にとって、これは売上減少、ひいては事業の縮小を意味する。

今後、人口が増加に転じる可能性はほぼなく、当市の小規模事業者にとって、今後数年が顧客ターゲットの拡大（地理的拡張）を検討するなど、これまでのビジネスモデルの転換を図る逼迫した段階にあることは言を待たない。

自社を取り巻く経営環境（外部環境）と自社の経営状況（内部環境）の理解を今一度深めた上で、自社の進むべき方向性を見定めることが、まず取り組むべき最大の経営課題となると考える。

加えて、人口減少の中でも、生産人口の減少が顕著であることから、今後、事業を担う人材の不足が加速することが予想される。特に小規模事業者は人材の確保が大手企業の後手に回るため、IT ツールの活用により、業務効率化や生産性向上を図ることが肝要である。

特産品として、昔より当市では「清酒」の名が全国的にも通っているが、長年それを超える特産品が生み出されずに今に至っている。

当市には大阪国際空港という交流人口を増やす有効な施設が存在し、これにより販路拡大のチャンスが生まれる可能性は高い。当市を象徴するような新たな特産品の創出に官民挙げて取り組む必要がある。

地域経済の活力を維持するためには、事業所数の維持が大きな役割を果たす。当市の小規模事業者数は、平成 24 年の 3,867 から令和 3 年には 3,808 と 9 年間で 1.5%減少している。先に述べた事業維持への取り組みと同時に、創業や事業承継を推進することが、当市として取り組まなくてはならない地域課題である。

これらの地域課題解決への取組とともに、当所では、小規模事業者個々の経営課題として、増大する諸コストの価格への転嫁、人材不足への対応、個店の魅力アップによる大型店との差別化、顧客ターゲットの拡大、デジタルツールを活用した情報発信や業務効率化等に事業所と手を携えて取り組む必要があると考える。

(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

今後、当市では一層の人口減少と高齢化が進行し、経営環境の悪化は避けられない。このような状況下で、当所としては「売上を拡大し、所得を得ることで事業を維持・成長させ、雇用を創出していること」を今後 10 年間の継続した小規模事業者のあるべき姿として掲げ、経営支援に取り組む。また、個者支援を市内全域において着実に実施するとともに地域振興を進めることで、当市での起業・創業をさらに促したい。上記を実現するために、小規模事業者が以下の項目を実現することを目指す。

- ア 自社を取り巻く経営環境（外部環境）と自社の経営状況（内部環境）の理解を深めていること
- イ 上記に基づき、自社の進むべき方向性を見定めていること
- ウ 事業計画に基づき PDCA サイクルを起動し、自社に変革をもたらしていること
- エ 自社の商品・サービスの強みを再認識するとともに、SNS 等広域に発信する手段を身につけていること
- オ DX の導入等により業務効率化を実現し、人手不足に対応していること

②第 6 次伊丹市総合計画との連動性・整合性

第 6 次伊丹市総合計画では、その政策大綱（商工・観光部分）において、「地域産業の振興、雇用の創出、地域資源の掘り起こしや発信に取り組み、今後も自足的に成長・発展する、にぎわいと活力あるまちの実現を目指す」としている。

前項で当所が掲げた今後 10 年間の継続した小規模事業者のあるべき姿「売上を拡大し、所得を得ることで事業を維持・成長させ、雇用を創出していること」は、同大綱と軌を一にする目標であり、第 6 次伊丹市総合計画と本計画は連動制・整合性がある。

③商工会議所としての役割

ア 商工会議所の長期ビジョン

当所の長期ビジョンは、地域産業の振興と雇用創出を通じて、持続可能で活力あるまちの実現を目指すことにある。また、地域資源の活用や観光振興、DX 導入による持続可能な発展も軸に据えている。域内の企業と連携し、当市がにぎわいと活力を持ち続ける地域として発展するための役割を担う。

イ 商工会議所としての役割

当所は、昭和 21 年 11 月に市内商工業者の振興と地域の総合的な発展を目指して設立された。令和 6

年3月末現在2,122会員を擁し、当市唯一の地域総合経済団体として、会員組織を基盤に商工業者の意見・要望を代表し、産業・経済はもとより、文化・福祉を含む国民生活の健全な発達を目的に諸事業を展開している。

世界情勢の不安定さが増す中、足元の経済は、為替の乱高下に加え、原材料高騰、人件費負担上昇等に起因するコストアップなど、その成長に対する阻害要因が顕在化している。

しかし、この状況下でこそ中小企業・小規模事業者は、自己変革に果敢に挑戦し、未来を自力で切り拓くことが求められる。当所は、中小企業・小規模事業者の自己変革の先にある新たな付加価値の創造を目指し、全力で伴走型支援に取り組むことをその役割として期待されるものである。

(3) 経営発達支援事業の目標

(1) 地域の現状及び課題、(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえた上で、以下の4つの目標を定める。

＜支援対象＞

事業主体として一定の水準を超え、かつ事業の成長(売上の拡大)を目指す小規模事業者

＜目標＞

【目標①】

自社を取り巻く経営環境(外部環境)と自社の経営状況(内部環境)の理解を深め、自社の進むべき方向性を見定める。

【目標②】

目標①の方向性を事業計画にまとめ、PDCAサイクルの起動のもと実行することで、自社に変革をもたらし、売上拡大・利益拡大を実現する。

【目標③】

IT ツールを活用した販売促進や業務効率化など、DXの導入等により生産性を向上させる。

＜地域への貢献目標＞

目標①～④の達成により、当市が商工業の活力が持続・発展し続けるまちとなることに寄与すること、並びに雇用を創出し、地域の雇用基盤の強化に寄与することを目指す。

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

【目標①】 小規模事業者が自社を取り巻く経営環境（外部環境）と自社の経営状況（内部環境）を理解した上で、進むべき方向性を定めること

＜達成のための方針＞

小規模事業者が自社を取り巻く経営環境（外部環境）と自社の経営状況（内部環境）を理解するために、経営分析により各事業者の経営状況を明らかにする（60者/年）。経営分析では、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自身が本質的課題に気づき、納得することに重点を置く。また、別の視点での内部環境分析として、小規模事業者の商品について消費者の需要動向を把握するため、消費者アンケート調査を実施する（3者/年）。

その後、分析結果を活用（クロス SWOT 分析など）しながら、事業者と伴に今後の進むべき方向性を定めるための支援を実施する。

また、当所として外部環境を把握するため、「伊丹市内企業の景気動向調査」を実施する（4回/年）。

【目標②】上記を事業計画にまとめ、事業計画に沿って実行することで、売上拡大・利益拡大を実現すること

＜達成のための方針＞

前項で定めた方向性を事業計画にまとめる（40 者/年）。さらに、事業計画策定後は伴走型でフォローアップを行い、売上拡大・利益拡大を実現する（売上拡大 12 者/年、利益拡大 12 者/年）。

これらの PDCA サイクルを繰り返しながら、将来的には小規模事業者が自律的にこの取組を行い、外部環境の変化へ自律的に対応できるようにする。

【目標③】小規模事業者が IT ツールを活用した販売促進、業務効率化を行い、生産性を向上させること

＜達成のための方針＞

(a)経営分析支援の際に、事業者の IT 活用の状況を分析する、(b)事業計画策定支援の際に、IT ツール導入に意欲的な事業者を対象に IT 専門家派遣を実施する、(c)販路開拓支援において、SNS による情報発信支援を実施する（支援対象 5 者/年、売上増加率 10%/者）。

また、効果的な支援に向けて、DX（デジタルトランスフォーメーション）推進の相談・指導を行う当所職員の能力向上を図る。

【目標④】目標①～③を実現するために、当所が小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、小規模事業者の力を引き出すこと

＜達成のための方針＞

経営分析、事業計画の策定、事業計画策定後の実施支援の各局面で、経営力再構築伴走支援モデルによる支援を実施する。具体的には、経営課題の設定から課題解決を支援するにあたり、小規模事業者との対話を通じて個々の課題を伴に見出し設定し、事業者に自走化のための内発的動機付けを行い、その潜在力を引き出す。

また、これを実現するために、経営力再構築伴走支援に係る経営指導員等の資質向上を実施する。

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】

景気動向調査に関しては定期的に実施、会報誌やホームページへの掲載ができています。

ビッグデータ等の活用に関しては、RESAS で抽出した伊丹市の資料のみホームページ上で掲示している。それ以上に関しては着手できていない。

【課題】

景気動向調査について、これまでも結果を会報誌やホームページで広く市内企業に公表してきたので、今後も継続する。一方、当所内での活用が十分とはいえなかったため、今後、これまで以上に支援施策の立案等に活用していくことが課題である。

(2) 目標

項目	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
伊丹市内企業の景気動向調査 公表回数	HP 掲載	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

(3) 事業内容

事業名	伊丹市内企業の景気動向調査
目的	伊丹市内景況の短期的観察結果を把握することで、的確な支援を行い、小規模事業者の収益性の拡大や、経営の効率化を実現する。
調査内容・調査の手法	市内の中小企業（小規模事業者）を対象にアンケート調査を実施する。調査は、年4回、郵送法にて実施する。対象は、市内の中小企業（小規模事業者）約150者とする。なお本アンケートは、一般工業、食料品工業、商業、建設業、運輸業、サービス業でクロス集計を行うため、これらの業種からバランスよく回収を行う。
調査項目	経営動向（前年同期比）、景気動向（前期比）、その時々々のトレンドに関する設問
分析の手法	経営指導員（もしくはその他の職員）がデータを集計・分析（業種別分析や経年分析等）し、分析結果に対し簡単なコメントを付ける。分析にあたっては、必要に応じて外部専門家と連携する。
調査結果の活用方法	分析結果は当所ホームページで公表し、広く市内小規模事業者に周知する。また当所でも、結果を施策の立案や支援に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

地域特産品の需要動向調査への関与は、現在不十分な状況である。

【課題】

当所が毎年出店している日本百貨店しょくひんかん（東京秋葉原）の「地域うまいもんマルシェ」や、その他の催事等を活用し、小規模事業者の個別商品を試食して頂いた上で、その感想等をアンケートで聴き取るような機会を設ける。この際、調査項目については事業者との調整により、今後の商品改善に活かせる項目とすることが課題である。

(2) 目標

項目	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
消費者アンケート調査 調査対象事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

事業名	消費者アンケート調査
目的	小規模事業者が開発・販売する商品・サービス（以下、「商品等」という。）の需要動向を把握することや、魅力を高めることを目指す。
対象	小規模事業者の商品等、3商品/年（1者あたり1商品等）を対象とする。 なお、対象商品等の選定にあたっては、経営分析・事業計画策定支援を行った事業者の商品等や、特産品を活用した商品等、SNS等を通じて販路を広げたい商品等を優先する。
調査の手法	調査対象となる商品等の性質によって、以下の手法により調査を実施する。なお、調査は、経営指導員（もしくはその他の職員）と事業者が協力して実施し、1商品あたり30名以上からアンケート票を回収する。調査票は、紙アンケートにWebアンケート（Googleフォーム等）を併用するなど、回収数が増加するような取組を行う。 ＜首都圏など広域への販売を強化する商品等の場合＞ 当所で出店を支援している日本百貨店しょくひんかん「地域うまいもんマルシェ」や市外で行われる催事等を活用して試食・アンケート調査を実施する。 ＜市内での販売を強化する商品等の場合＞ 商品等を販売する店舗内や、市内で開催されるイベント等を活用して試食・アンケート調査を実施する。

調査項目	☐ 商品の総合評価（直感的な評価） ☐ 味（食品の場合） ☐ パッケージ（食品の場合） ☐ 独自性（伊丹らしさ） ☐ 価格 ☐ 今後の購入意向 ☐ その他改善点等 ※商品等の特性に応じて調査項目の調整を行う
分析の手法	経営指導員（もしくはその他の職員）がデータを集計・分析（男女別、年齢別のクロス分析）し、商品等のターゲット顧客や改良点などを抽出する。分析にあたっては、必要に応じて外部専門家と連携する。
調査結果の活用方法	分析結果は、経営指導員（もしくはその他の職員）が簡易なレポートにまとめたうえで、対象事業者にフィードバックする。その後、事業者との対話と傾聴を通じて改善点を抽出し、商品等のブラッシュアップやマーケティング施策に活用する。なお、これらの支援にあたっては、必要に応じて、経営分析や事業計画策定支援もあわせて実施する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまで目標値を上回る多くの経営分析を実施してきたが、コロナ・ポストコロナの各種補助金の申請やマル経の申込に伴う経営分析が殆どである。それ以外では経営改善の必要性を感じている事業者を対象に、年1回セミナーを実施。個別に専門家によるフォロー相談も実施している。

【課題】

上記の体制でこれまで実施しているものの、事業者の資金調達自体が目的になっている様子が伺え、事業者自身の本質的な課題にはたどり着いていないと感じている。専門家に頼ることも多く、本来の目的を再認識し、経営指導員自身が「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題を把握することが課題である。そのため、今後は本来の目的に沿った事業者に絞り（前回の実績より目標件数も落とし）、経営指導員の巡回を基礎に経営分析の機会を得る必要がある。

(2) 目標

前述【課題】にあるように、今後は「対話と傾聴」を通じて小規模事業者が本質的課題に気づくような支援を実施する。これを実現するためには、1者あたりにかかる時間が増加するため、実現可能性を加味し、目標件数を60者/年に減少させる。

項目	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
経営分析事業者数	107 者	60 者	60 者	60 者	60 者	60 者

(3) 事業内容

事業名	小規模事業者の経営分析
目的	小規模事業者が本質的課題に気づき、納得することを目指す。
支援対象	小規模事業者（業種等問わず）
支援対象の掘り起こし	各種セミナー（伊丹市、伊丹市立産業振興センター※、当所主催）の参加者、税務・金融相談、各種補助金申請者を支援先ターゲットとして掘り起こしを実施する。 ※伊丹市立産業振興センター 伊丹市が設置、当所が指定管理者となって運営している施設である。貸室事業、市内企業の相談事業、人材育成事業、交流事業、創業支援事業計画に基づく支援の他、経営課題の解決に資するセミナーや講習会・講演会などを実施している。
分析の実施手法	経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。ヒアリングにあたっては、対話と傾聴を通じて、小規模事業者自身が本質的課題に気づき、納得することを重視する。 分析は、事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるくん」などを活用する。

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実施する。 ＜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（SWOT 分析等）＞ 強み・弱み（商品・製品・サービス、仕入先・取引先、人材・組織、技術・ノウハウ等の知的財産など）、機会・脅威（商圏内の人口・人流、競合、業界動向など）、その他（IT 活用の状況、事業計画の策定・運用状況など）
分析結果の活用方法	・経営分析の結果は事業者にはフィードバックする。また、事業計画策定に活用する。経営分析により経営課題が顕在化した場合は、内発的動機付けにより事業者の潜在力を発揮させ、課題解決に至るよう側面的に支援する。専門的な経営課題の場合は専門家派遣により解決を図る。 ・分析結果は、商工会議所トータル OA システム（TOAS）に集約。経営指導員個人の保有する知識・ノウハウを他の職員に共有することで、経営指導員以外も含めた組織としての支援能力の向上を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状の実績をみると、小規模事業者補助金や県の補助金等、補助金に関する事業計画策定支援の割合が多い。本来の事業計画策定の意義や重要性についての理解が浸透していないようにも感じる。

【課題】

経営指導員自らの巡回による経営分析ニーズ発掘の後に、事業計画策定に繋げる仕組みづくりを組織内に構築することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえ、事業計画策定を支援。経営分析を行った事業者の約 7 割の事業計画策定を目指す。支援では、事業者が本質的課題を認識、納得した上で、当事者意識を持ち自らが課題に取り組むこと（内発的動機づけ）を促す。

また、事業計画の策定に意欲的な事業者を対象に IT 専門家派遣を行い、小規模事業者の IT ツールを活用した販売促進、業務効率化の促進や、これによる競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

項目	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
事業計画策定事業者数	84 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者

(4) 事業内容

事業名	事業計画策定支援
目的	経営分析により顕在化した本質的課題を解決することを目指す。
支援対象	原則として経営分析を実施した事業者
支援対象の掘り起こし	経営分析のフィードバック時に事業計画の意義や重要性について訴求し、事業計画策定に繋げる。また、補助金を契機とした事業計画策定の提案も実施する。
支援の手法	①小規模事業者が作成した事業計画に経営指導員がアドバイスする方法、②小規模事業者と経営指導員が協力して作成する方法の 2 つの方法で支援する。また、必要に応じて専門家派遣を実施する。支援では、経営者が取り組むべきことに納得し、当事者意識を持って能動的に行動を起こすことに重点を置く。

	<DX に向けた取組> 事業計画策定に意欲的な事業者を対象に経営指導員による相談対応・経営指導や IT 専門家派遣を行う。これにより、事業計画中の取組のひとつとして DX や IT 活用を促進する。
--	---

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】

事業計画策定後の実施支援が不足している。経営状況についても定量的に把握できていない先が多い。

【課題】

事業計画策定支援を実施した支援先への定期的なアプローチおよび財務状況の把握をするための、組織内での仕組みづくりが課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。これにより、フォローアップ対象事業者に対する売上増加事業者や経常利益増加事業者の割合が 3 割（売上増加事業者と経常利益増加事業者は重複する場合もある）になることを目指す。

フォローアップでは、事業計画実行上の課題に対し、課題解決を図るための支援を実施する。支援では、事業者への内発的動機づけを行い、自走化に向けて潜在力を引き出すことで、支援期間中の事業者の一連の取組を一過性の取組とさせず、事業者が事業環境の変化に合わせて、持続的に発展できる蓋然性を高める。

(3) 目標

項目	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
フォローアップ対象事業者数	78 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者
頻度 (延回数)	半期毎 (136 回)	四半期毎 (160 回)	四半期毎 (160 回)	四半期毎 (160 回)	四半期毎 (160 回)	四半期毎 (160 回)
売上増加事業者数	-	12 者	12 者	12 者	12 者	12 者
経常利益増加事業者数	-	12 者	12 者	12 者	12 者	12 者

(4) 事業内容

事業名	事業計画のフォローアップ
目的	事業計画どおりの成果を上げることを目指す。
支援対象	事業計画を策定したすべての事業者
支援の手法	経営指導員が、事業計画を策定したすべての事業者を対象に、四半期ごとのフォローアップを実施する。具体的には、支援先ごとに担当者を割り振り、当該担当者が責任を持って四半期ごとのフォローアップを実施することをルールとする。また、フォローアップの結果は、商工会議所トータル OA システム (TOAS) で他職員に共有すると併せて、月 1 回の経営指導員会議で情報共有と意見交換を行い、検証・改善を実施する。 フォローアップ回数については、ある程度計画の推進状況が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らす。一方、事業計画と進捗状況とがズレている場合（計画実施が何らかの理由により遅れている、停滞している等）は、訪問回数を増やす、専門家派遣を実施するなどにより、頻度に幅を持たせる。 フォローアップでは、事業計画の進捗状況の確認、売上・利益等の経営指標の把握を行う。また、事業計画実行上の課題に対し、課題解決を図る。課題解決にあたっては、単に「答え」を提供するような支援を行うのではなく、事業者自身が「答え」を見出すこと、対話を通じて事業者もよく考えること、事業者内のチームと一緒に作業を行うことによ

り、事業者が事業環境の変化に合わせて自ら変革を続けていける力（自走化する力）を付けられるようにする。

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】

前回計画では「地域うまいもんマルシェ」の出店、「阪神間四商工会議所ビジネス大交流会」の交流支援、「ザ・ビジネスモール」の積極的活用推進を実施していたが、「地域うまいもんマルシェ」以外については、効果を感じられていない。

【課題】

支援の角度を変え、広く小規模事業者を募り、SNS の活用等、販路開拓での DX を推進する。その過程で適切な WEB マーケティングを支援していくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

本計画では、小規模事業者の事業の成長（売上の拡大）を目指している。そこで、これに寄与する事業を実施する。

事業の実施目的、期待する効果等は次のとおりである。

- ・売上の拡大に向けてマーケティング活動は欠かせない。一方、小規模事業者が特産品を活用した新たな商品等を開発しても、すぐにテストマーケティングを行うことは難しい。そこで、当所において「テストマーケティング支援」を実施し、商品の販売促進や認知度向上を目指す。
- ・近年、売上を拡大させるためには IT を活用した情報発信が有効な手段となっている。小規模事業者においても、自社の商品・サービスの強みを整理・再認識し、SNS 等を通じて広域にそれらを発信する手段を身につける必要がある。そこで「SNS による情報発信支援」を実施し、商圏拡大、集客等の強化を目指す。

上記を実現するための具体的な手法は、以下『(4) 事業内容』のとおりである。

なお、ここでは経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。

(3) 目標

項目	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テストマーケティング支援 支援事業者数	-	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上額/者	-	3 万円	3 万円	3 万円	3 万円	3 万円
②SNS による情報発信支援 支援事業者数	-	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率/者	-	10%	10%	10%	10%	10%

(4) 事業内容

①テストマーケティング支援（BtoC）

事業名	テストマーケティング支援
目的	小規模事業者が特産品を活用した新たな商品等を開発しても、すぐにテストマーケティングを行うことは難しい。そこで、当所においてテストマーケティングの機会を提供し、商品等の販売促進や認知度向上を図ることを目指す。
支援対象	食料品製造業等 ※対象商品の選定にあたっては、経営分析・事業計画策定支援を行った事業者の商品や、特産品を活用した商品、SNS 等を通じて広域に販路を広げたい商品などを優先する。
訴求相手	消費者
支援内容	調査対象となる商品等の性質（ターゲット顧客）に応じて、日本百貨店しょくひんかん「地域うまいもんマルシェ」への出店、その他催事への出展、当所の組織網を活用した販

	売（会員事業所の従業員に向けた販売等）、会報誌等を利用した PR などによりテストマーケティング支援を実施する。
支援の手法	テストマーケティングを希望する事業者を掘り起こす。その後、催事等でのテストマーケティングを実施する。実施後は、販売実績やお客様の声などを活用しながら、商品等のブラッシュアップや事業者が独自に販路を開拓できるような支援を実施する。

②SNS による情報発信支援（BtoC）

事業名	SNS による情報発信支援
目的	近年、SNS を活かした情報発信を行っている事業者が売上を拡大させている。そこで、小規模事業者による SNS の利活用を支援し、商圏拡大、集客等の強化を目指す。
支援対象	自社 SNS を保有しておらず、かつ SNS を活用した販路開拓に意欲がある小規模事業者 ※業種等は問わないが、基本的に店舗を想定している。 ※経営分析・事業計画策定・需要動向調査の支援を行った事業者を優先的に支援する。
訴求相手	観光客、地元住民
支援内容	経営指導員等が SNS の開設・運用を支援する。
支援の手法	経営分析支援やその他の個者支援にて支援対象事業者を掘り起こす。 その後、SNS の選定（Instagram、X、Facebook、LINE、google ビジネスプロフィール等）から導入、運用までをハンズオンで支援する。支援にあたっては、必要に応じて IT 専門家を派遣する。また、成果を確認するため、売上・利益等の経営指標の把握を行う。

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

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】

多様なメンバーから構成する「伊丹商工会議所経営発達支援事業推進委員会」を設置し、年 1 回（6 月）の会議において経営発達支援計画の進捗状況・成果等の報告、具体的な支援事例を報告している。また、委員から意見聴取し、計画の実施改善を行っている。

【課題】

経営発達支援計画を実施するなかでコロナ禍となり、当初計画策定時と外部環境が変化したため、手つかずの状態になっている事業もある。その点については、委員から改善のご指摘を頂いている。今回、実現可能性の高い計画に見直しを実施。KPI の発表については手短に、実際の支援事例等の発表について更に充実させることが課題である。

(2) 事業内容

事業名	事業の評価及び見直し
目的	経営発達支援事業の成果を拡大させることを目指す。
事業評価の手法	以下の取組により、経営発達支援事業の PDCA を回す。 【PLAN】（事業の計画・見直し） （a）前年度の【ACTION】を受け、事業内容や目標を設定（修正）する。 （b）上記目標を個人（経営指導員等）ごとに落とし込み、個々の成果目標を設定する。 【DO】（事業の実行） （c）経営指導員等は、個々の成果目標を達成するために事業を実施する。 （d）経営指導員等は、実施した内容を商工会議所トータル OA システム（TOAS）に適時入力する。

	【CHECK】（事業の評価） (e) 日々の業務の中で、法定経営指導員は、商工会議所トータル OA システム（TOAS）により各経営指導員等の指導状況を確認する。 (f) 月 1 回の定期ミーティングにて、法定経営指導員や経営指導員が相互に進捗状況の確認および評価を行う。 (g) 年 1 回の「伊丹商工会議所経営発達支援事業推進委員会」にて、外部有識者等からの評価を受ける。なお評価は、経営発達支援計画に記載したすべての事業を対象とする。 ※「伊丹商工会議所経営発達支援事業推進委員会」の実施の流れ i 伊丹市商工労働課長（もしくは担当者）、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士等）をメンバーとする「伊丹商工会議所経営発達支援事業推進委員会」を年 1 回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について「A」～「E」の評価を付ける方法（A：達成、B：概ね達成、C：半分程度達成、D：未達成、E：未実施）で定量的に評価する。 ii 当該「伊丹商工会議所経営発達支援事業推進委員会」の評価結果は、常議員会に報告する。また、当所ホームページ（https://www.itami.jp/）へ掲載（年 1 回）することで、地域の小規模事業者等が常に関連可能な状態とする。 【ACTION】（事業の見直し） (h) 「伊丹商工会議所経営発達支援事業推進委員会」の評価を受け、次年度の事業の見直しを行い【PLAN】に戻る。
--	---

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】

中小企業基盤整備機構（中小企業大学校）の研修会へ年 1 回参加し、必須である経営分析・販路開拓・生産性向上等の伴走型支援に必要な能力を習得し、指導力の向上に努めている。また、伊丹市立産業振興センターでは定期的に市内事業者に向けた IT ツール活用、生産性向上のための取組等をテーマとした有益なセミナーを実施している。これらの中から自らの資質向上につながるセミナーを各職員が選択し受講している。

また、月 2 回ペースで各職員が自分の業務内容等を職員全体の前で発表する勉強会を実施している。

【課題】

現状、経営指導において DX に関する知識や支援が不足している様に感じている。そのため、従来の任意での学習テーマに加え、DX に関するテーマについてのセミナー受講を必須とする必要がある。

(2) 事業内容

①経営指導員（法定経営指導員含む）のみならず一般職員も含めた支援能力の向上に向けた取組

参加者	すべての職員
目的	経営発達支援計画の実行に必要な知識・ノウハウを習得することを目指す。
不足能力の特定	経営発達支援事業の適切な遂行のために特に以下の能力向上が必要である。 ・ 伴走型支援により、小規模事業者の売上・利益向上といった成果を実現する能力 ・ 小規模事業者の新たな需要開拓を実現する能力 ・ DX に向けた相談・指導を行う能力 ・ 経営力再構築伴走支援の基本姿勢等
内容	経営発達支援事業の適切な遂行および上記の不足能力の向上を図るため、以下（ア～ウ）の研修・セミナーに積極的に参加し、資質向上を図る。具体的には、日本商工会議所や兵庫県商工会議所連合会といった上部団体が主催する義務研修（経営指導員研修）に参加するだけでなく、中小企業基盤整備機構（中小企業大学校）の研修会の受講や、独自に講師を招聘しての所内研修などを開催する。 また、これまでこれらの研修へは経営支援専門員が中心に参加していたが、今後は、すべ

	ての職員が積極的に参加する。 ア 小規模事業者の売上・利益向上支援、新たな需要開拓支援の資質向上 これまで、経営分析支援、事業計画策定支援、販路開拓支援等の外部講習には参加してきたが、知識の更新のため、これらの研修には引き続き参加する。 イ DXに向けた相談・指導能力の習得・向上 DX 関連の動向は日々進化していることから、DX 関連の相談・指導能力向上に資するセミナー・研修に参加する。 ウ 経営力再構築伴走支援の資質向上 「対話と傾聴による信頼関係の構築」、「気づきを促す課題設定型コンサルテーション」、「経営者の自走化のための内発的動機付けと潜在力の引き出し」のような経営力再構築伴走支援の能力向上に資する研修に参加する。
--	--

②個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組み

目的	個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有することを目指す。
内容	ア 情報共有 月 1 回の定期ミーティングのなかで前述の研修内容や支援状況を共有する。具体的には、①研修等へ参加した経営指導員等による研修内容の共有、②支援のなかで発見した経営支援手法や IT 等の活用方法、具体的な IT ツール等の共有を実施する。また、各人の支援状況等を確認し、経営発達支援計画の進捗管理を実施する。 その他、月 2 回ペースで各職員が自分の業務内容等を職員全体の前で発表する勉強会を実施する。 イ データベース化 担当経営指導員等が商工会議所トータル OA システム (TOAS) に支援に関するデータ入力を適時・適切に行う。これにより、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員で相互共有し、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6年12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）	
伊丹商工会議所 事務局長 法定経営指導員 1名 経営指導員 4名 経営支援員 2名 一般職員 8名 伊丹市 都市活力部 産業振興室 商工労働課	
(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法定経営指導員の氏名、連絡先 氏 名：廣岡貴之 連絡先：伊丹商工会議所 TEL. 072-775-1221	
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 〒664-0895 兵庫県伊丹市宮ノ前 2-2-2 伊丹商工会議所経営支援課 TEL：072-775-1221 ／ FAX：072-775-1223 E-mail：icci21@itami.or.jp	
②関係市町村 〒664-8503 兵庫県伊丹市千僧 1-1 伊丹市都市活力部産業振興室商工労働課 TEL：072-784-8047 ／ FAX：072-784-8048 E-mail：syokorodo@city.itami.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 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	3,500	4,000	4,500	4,500	4,500
1. 調査事業費	200	200	200	200	200
2. 販路開拓事業費	500	500	500	500	500
3. 講習会開催費	500	500	500	500	500
4. 専門家派遣費	2,000	2,500	3,000	3,000	3,000
5. 資質向上対策費	200	200	200	200	200
6. 事業推進委員会開催費	100	100	100	100	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
国・県・市・日本商工会議所委託料・補助金、参加者負担金

(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。

(別表 4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等