

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>洲本商工会議所（法人番号 2140005019169） 洲本市（地方公共団体コード 282057）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和3年4月1日～令和8年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>経営発達支援事業の目標 自社の事業価値を把握し、地域内で存在感を放つ小規模事業者の育成 ・事業計画に基づく経営の推進 ・事業計画策定後のフォローアップ ・商談会等を活用した販路開拓機会の提供による経営振興を図る。 ・小規模事業者に評価される経営支援体制の構築</p>
<p>事業内容</p>	<p><u>I 経営発達支援事業の内容</u> 3-1. 地域の経済動向調査に関すること 地域の経済動向・景気動向について調査を行い、データを分析・整理し、特性を把握した上で事業者の支援時に活用する。また事業計画策定の基礎資料を提供し活用を支援する。 3-2. 需要動向調査に関すること 淡路島の農水畜産物を使用した新商品開発のための需要動向調査及び出展会に来場するバイヤーからの需要動向調査を実施し、分析結果を事業計画策定に活用し、効果的な販路開拓を実現する 4. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の持続的発展に向けて、職員の巡回訪問、窓口相談、セミナーを開催し、分析希望者を発掘する。必要に応じて専門家と連携して、事業者の経営状況を定量的・定性的に分析し、事業計画策定の基礎資料として活用を支援する。 5. 事業計画策定支援に関すること 小規模事業者が経営課題を解決するために経済動向調査の結果や需要動向調査の結果を踏まえて、経営状況分析の結果を活用した事業計画を策定するための支援をする。 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定をした小規模事業者に対し定期的にフォローアップを実施し、必要に応じた見直しを行い、事業計画が実施されることを支援する。 7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の販路開拓のために、各種展示会・商談会に出展し、商品や観光資源の知名度向上を図るための支援をする。</p>
<p>連絡先</p>	<p>洲本商工会議所 中小企業相談所 656-0025 兵庫県洲本市本町4丁目5-3 TEL:0799-22-2571/FAX:0799-24-1550 洲本市 産業振興部 商工観光課 656-0025 兵庫県洲本市本町3丁目4-10 TEL:0799-24-7613/FAX:0799-23-0978</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】

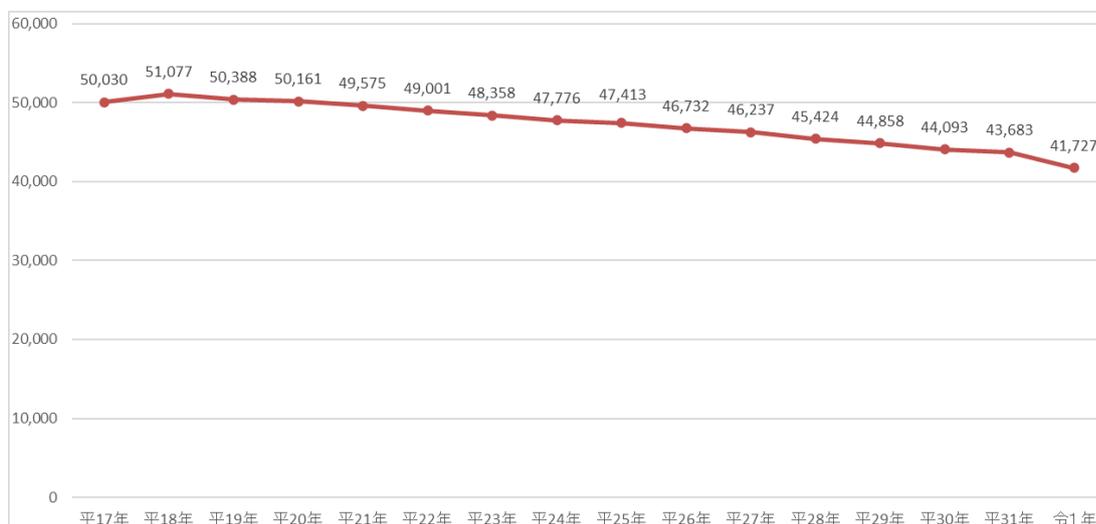
立地：兵庫県に属し、瀬戸内海に存在する淡路島の中央部に位置する。

人口：41,727人（令和1年10月1日現在）

平成18年をピークに減少の一途をたどっており、今後も少子高齢化が進行することが見込まれる。

<人口の推移>

(単位：人)



※平成18年2月 洲本市、津名郡五色町と新設合併

交通：神戸市とは明石海峡大橋で結ばれており洲本市中心部から車で約1時間。

高速バスが洲本バスセンターから神戸市三宮・学園都市・大阪市を結ぶ。

和歌山県深日港とは航路がある。(期間限定航路)

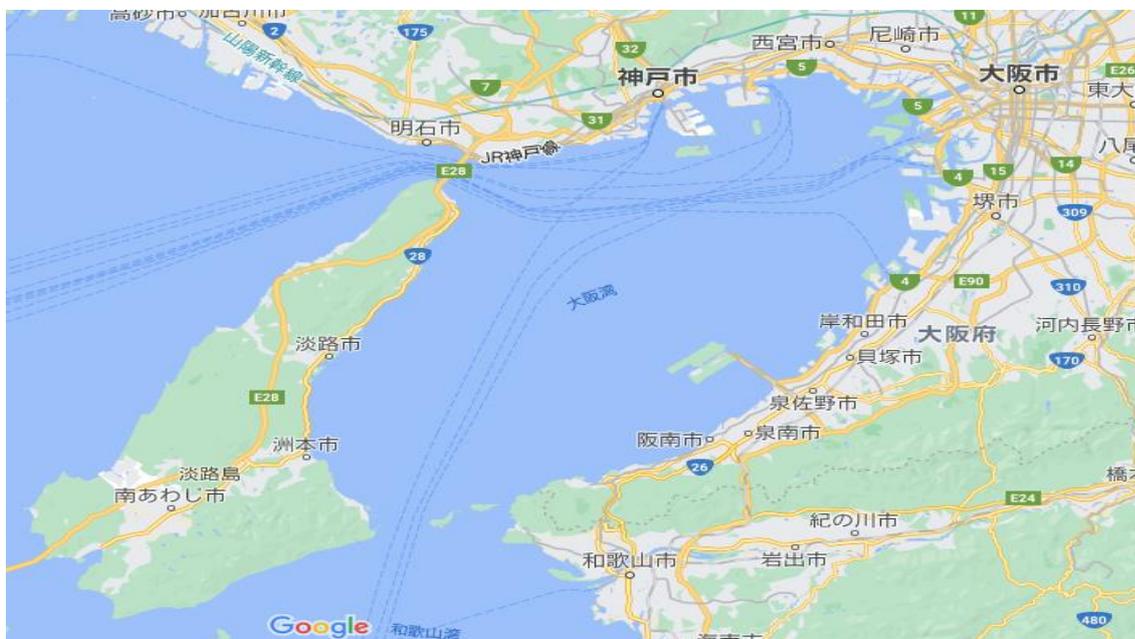
※現在は新型コロナウイルス感染症の影響により休止中

・当市が属する淡路島は、古くは「国生みの島」として記され、古事記の冒頭を飾っている。また、食の宝庫「御食国」として朝廷に豊富な食物を献上していたことで知られる。国指定史跡である洲本城や兵庫県唯一の神宮の格式を持つ「伊弉諾神宮」もあり、歴史的なスポットが数多くある。加えて、大浜海岸をはじめとして、島全体が海に囲まれているため海水浴や釣りといったレジャーに適している。

・平成18年2月に洲本市と津名郡五色町が合併したことにより、現在の洲本市が誕生した。そのため、当市には当所と五色町商工会の2つの経済団体が併存している。

※当所の管区は旧洲本市地域である。

- ・海と山に囲まれ、食材の宝庫である。「淡路牛」、生産高日本第3位を誇る「玉ねぎ」、瀬戸内海での恵まれた環境で水揚げされる「赤ウニ」、「サワラ」、「桜マス」等多種の魚介類、養殖の「淡路島3年とらふぐ」が有名である。

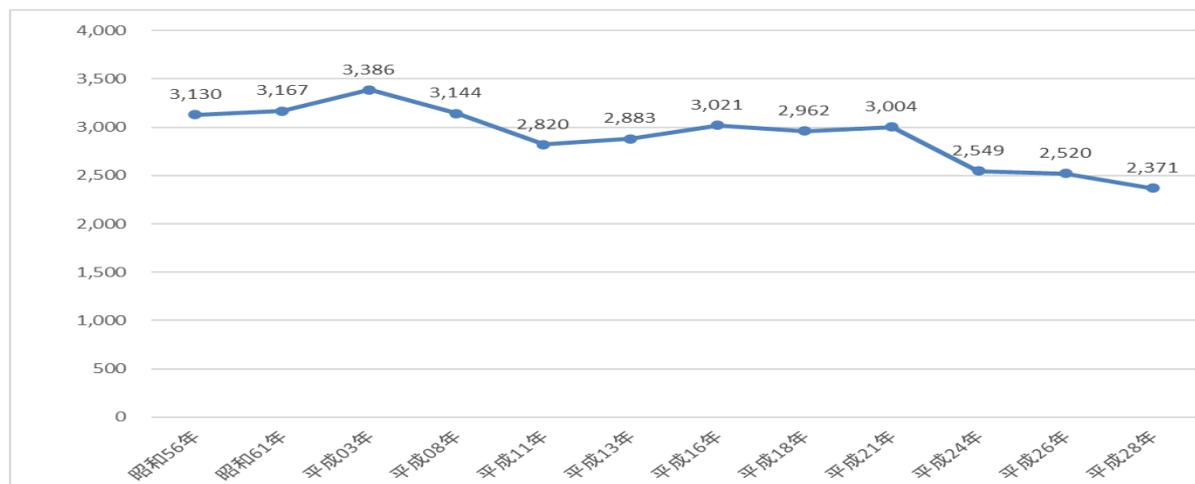


●市内事業所数・従業員数

平成28年6月1日調査時点において、洲本市内の事業所数（民営）は2,371事業所、従業者数（民営）は17,299人である。平成22年の事業所数は3,136事業所、従業者数は24,886人であり、平成22年からの推移をみると事業所数、従業者数共に一貫して減少傾向にある。（兵庫県市区町別主要統計指標）

今後も消費の島外流出、小規模事業者の高齢化と後継者不足等から事業所数の減少が予測される。

<事業所数推移>



●業種構成

平成28年6月1日調査時点において、事業者数・従業者数を産業大分類別にみると、事業所数の上位3産業は、「宿泊、飲食、サービス業」が343事業所（14.4%）、で最も多く、次いで「生活関連、サービス業、娯楽業」が203事業所（8.56%）、「建設業」が198事業所（8.35%）である。

従業者数の上位3産業は、「宿泊、飲食、サービス業」が2,749人（15.9%）、「医療、福祉」が2,638人（15.2%）、「製造業」2,415人（14.0%）である。（兵庫県市区町別主要統計指標）

	数値	備考
市内商工業者数（H28.6.1）	2,371事業所	兵庫県市区町別 主要統計指標
市内総生産（H29年度）	1,560億円	兵庫県市区町別 主要統計指標

②【課題】

歴史的スポットと海水浴・釣りに適した自然があり、また、サイクリング愛好家の来島も多く、観光客の入込数は年々増加傾向にある。そのため宿泊業を含む「宿泊、飲食、サービス業」は全産業の中で事業所数・従業者数共に最も多い。

しかし、京阪神から近く手ごろな観光地として位置づけられており、日帰り観光客が多い。観光名所等が点在していることをPRし、宿泊による滞在期間の拡大で、消費額の増加を図る必要がある。

また、「宿泊、飲食、サービス業」以外の業種については、他の地域同様大手チェーン店・コンビニエンスストアの進出、人口と管区内消費の島外への流出、市場の成熟化の進展による恒常的な売上減少が続いている。

当地域の小規模事業者の今後に向けた課題としては、経営環境変化への対応と事業モデルの再構築が挙げられる。大手中小企業にはできない、事業主の個人の意思を体現できる小規模事業者を増やす必要がある。これには小規模事業者自らが意識改革を行い、基本的には自助努力が必要であるが、日々の業務に追われ、また単独では解決が難しい課題もある。そこで当所が最も身近な支援機関として支援を行うとともに、他の支援機関と連携しながら地域全体で小規模事業者を支援する体制を構築する必要がある。

（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

小規模事業者を取り巻く経済社会環境は大きく変化しており、変化への対応が求められている。基本的には小規模事業者自らの自助努力であり、それを促す必要があるが、商工会議所としても小規模事業者の課題を自らの課題として捉え、解決していく支援機関として、行政や「よろず支援拠点」をはじめとする他の支援機関等と連携しながら、地域ぐるみで総力を挙げ、支援していく必要がある。具体的には以下の取り組みに注力することで、管区内の小規模事業者の長期的な振興を図っていく。

・事業計画に基づく経営の推進

今後、一層の国内市場の成熟化が予想され、さらに島内需要は減少傾向にある。また、労働人口の減少により、円滑な事業承継も困難となり廃業の増加も予想される。今後は、経営環境変化への対応とビジネスモデルの再構築が必要となってくる。従前からの事業の成長発展を目指すモデルに加え、小規模事業者ならではの事業価値を再度見つめ直し、限

られた商圈内で支持され、持続的に発展を遂げる事業モデルの構築が重要となる。それには顧客ニーズや自社の強み・弱みを踏まえた事業計画に基づく経営が必要となるが、日々の業務に追われる小規模事業者が自発的に計画策定を行うのは困難である。

そこで、当所が推進体制を整備し、事業者と伴走しながら、事業計画に基づく経営の重要性を伝え、事業計画策定を支援し、事業計画策定後もフォローアップを行うことで、事業計画に基づく経営の推進により管内の小規模事業者の長期的な振興を図る。

・ 売上や利益を確保し、経営の発達に資する支援の実施

小規模事業者の振興に向けては、売上・利益に直接つながる販路開拓や既存事業に加えて新規事業展開を促す取り組みも必要であるが、経営資源の限られる小規模事業者にとっては限界がある。

そこで、当所をはじめとする支援機関が商談会・販売会への出展による販路開拓や、広報支援、各種補助金・施策の活用支援を行うと同時に、地域経済の動向、消費者のトレンド等の経営判断に活かせる価値の高い情報を適切なタイミングで事業者を提供するなど、小規模事業者の売上・利益につながる支援を実施していく。

② 洲本市総合計画との連動性・整合性

洲本市では、平成20年度（2008年度）から平成29年度（2017年度）までの10年間を計画期間とした「洲本市総合基本計画」が終了し、平成30年度（2018年度）から令和9年度（2027年度）までの10年間を計画期間とする「洲本市総合計画」が策定された。洲本市の目指すべき将来都市像として「豊かな自然と優しさあふれる暮らし共創都市・洲本」を掲げ、実現するための基本目標の1つとして「活力を生む産業を育み元気で健やかに暮らせるまちづくり」を設定している。基本計画は基本構想に基づき、その実現を図るために基本的施策を体系的に示したもので「観光の振興」、「商工業の振興」、「地域資源を活かした新産業の創出」、「雇用・勤労者対策の充実」を定めている。

当所は、洲本市の基本計画に則り、管内の小規模事業者が市場動向や需要動向に応じた事業計画に基づき自ら事業目標（売上の増加や収益確保）を設定し、その目標達成のために事業計画を策定し、実行に移し改善を実施しながら自立した強固な経営基盤構築の実現を支援する。

年間事業計画策定24事業所を中心に「既存事業の活性化」、「円滑な事業承継」、「新規創業（第2創業）の増加・継続」支援により小規模事業者の「収益拡大」と「強固な経営基盤構築」を実現し、交流人口の増加や管区外からの消費獲得による地域全体の活性化を視野に入れた、伴走型支援業務に取り組む。

地域経済の活性化を図るには、個社支援と併せて、特色ある地域の魅力や独自性を国内外に打ち出す取り組みも不可欠である。そこで、地域総合経済団体である当所が主体性を持ち、行政をはじめとする関係者を広く巻き込んで地域活性化に向けた方向性を共有し、地域資源を使用した新商品のブランド化による付加価値づくりに取り組んでいく。

③ 洲本商工会議所としての役割

当所は、昭和4年に前身となる「洲本商工会」として設立され、昭和36年に淡路商工会議所と合併し「洲本商工会議所」として設立された。

業種や規模を問わない商工業者で構成される地域経済団体として、地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、あわせて社会一般の福祉の増進に資することを目的とし、①政策提言や要望活動等を通じて、国・県・市の政策と地元商工業者を繋ぐパイプ役を務めるほか、②小規模事業者を中心とする中小企業の支援、③行政と連携した地域振興や街

づくりなどに取り組んでいる。現在の会員数1,054事業所（内小規模事業者は703事業所）組織率58.9%。（令和2年9月30日現在）（旧洲本市管区内事業所は1,788事業所、内小規模事業者数は1,487事業所）

当所では中小企業相談所を設置し、経営指導員3名、経営支援員2名（以下経営指導員等と記載）を配置、巡回・窓口で相談対応を行っている。相談内容は金融相談を中心に、税務、労務、共済と多岐にわたる。また、その他の一般職員を含めた全員が担当地域を持ち、1年に少なくとも1回は全事業所を訪問し、施策の周知活動と経営課題のヒアリングを行っている。また、経営革新計画策定支援、小規模事業者持続化補助金申請支援に力を入れている。

中小企業の経営支援については、今般の「小規模企業振興基本法」制定、「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」の改正に伴い、より役割が増し、小規模事業者にとって最も身近な支援機関として、当所が支援の中核を担う。小規模事業者の課題を解決していく支援機関として、これまで以上に信頼を勝ち得ていく必要がある。

小規模事業者の支援に向けた課題としては、大きく①事業計画策定等に取り組む小規模事業者の掘り起しと動機づけ、②実際の事業計画策定支援と策定後のフォローアップ支援、③計画を策定した事業者の販路拡大支援、④支援を行う経営指導員の資質向上等が挙げられる。いずれの課題解決にも組織的に仕組みを構築していく必要がある。

小規模事業者の振興に向け、商工会議所が小規模事業者の最も身近な支援機関として、事業者の視点で伴走しながらきめ細かい対応を行っていくために、現場で活動する経営指導員の資質向上をはじめ、外部専門家と連携した専門的指導機能の強化、情報提供体制の整備などを行っていく。

一方、商工会議所単独での支援リソースは限られているため、国、県、市、ほかの支援機関等との連携が不可欠である。連携によりそれぞれの支援機関の強みを活かすことで面的な支援体制を整える。

（3）経営発達支援事業の目標

今後、小規模事業者が経済社会環境の変化に対応していくためには、自社の事業価値を再度見出し、地域で支持され持続的に発展を遂げる事業モデルの構築が必須となる。そのためには顧客ニーズや自社の強み・弱みを踏まえた事業計画に基づく経営が必要となるが、小規模事業者が自発的に計画策定を行うのは困難である。

そこで、当所が事業者に伴走しながら、事業計画に基づく経営の重要性を伝え、計画策定を支援し、計画策定後もフォローアップを行うことで、事業計画に基づく経営の推進を図る。加えて販路拡大支援、広報支援、各種補助金等の活用支援など、小規模事業者の売上・利益に直接つながる事業の実施を通じて、地域内で存在感を放つ小規模事業者群の育成を目指し、経営発達支援事業の目標として次の4点を掲げる。

①事業計画に基づく経営の推進

当所が小規模事業者に対する支援の中核機関としての役割を果たすため、「事業計画に基づく経営の推進」を念頭に小規模事業者との接点を増やし、巡回訪問、窓口相談、セミナー等あらゆる機会を通じて経営分析と事業計画策定の重要性を周知し、事業計画策定を希望する小規模事業者の発掘を進める。

事業計画策定支援にあたっては、地域の経済動向調査結果や需要動向調査結果に関する情報提供を行い、経営状況分析による現状把握と課題の抽出、その対応を図る事業計画の策定へと小規模事業者の意向を踏まえながら、売上や利益の確保につながる実効性のある支援を行う。

②事業計画策定後のフォローアップ

計画策定後は全ての支援先に対して、経営指導員等による伴走型の継続したフォローアップを行い、計画の実行と実行を阻害する課題を解決し、併せて融資・各種補助金等の施策も活用しながら計画を推進し、小規模事業者の売上増加や利益確保に向けて支援する。

③商談会等を活用した販路開拓機会の提供による経営振興を図る。

商談会等を活用した販路開拓機会の提供や広報支援等により小規模事業者の経営振興を図る。

管区内の小規模事業者が、専属の販路開拓や新商品担当の従業員を持つことは困難である。また、これまでの販売方法を大きく変換させる必要性を感じても取組方法がわからず売上増加や新商圏開拓の機会を逸している。そこで事業計画を策定した事業者に商談会等への出展機会を提供し、また当所会報誌・ホームページで広報を行い、消費者目線でのマーケットインの思考を定着させ、売上の増加を図る支援を実施する。

④小規模事業者に評価される経営支援体制の構築

商工会議所は小規模事業者に最も身近な支援機関として、事業者の視点で伴走しながらきめ細かい対応を行っていくことが求められる。それには直接事業者と接する経営指導員等の資質向上をはじめ、外部専門家と連携した専門的指導機能の強化、情報提供体制の整備が必要となる。巡回訪問等を通じて事業者のニーズを収集しながら、外部の評価等も活用し、これらを仕組みとして組織的に推進する事業モデルを作る。また、商工会議所単独での支援リソースを補完強化するため、「よろず支援拠点」をはじめとする国、県、市その他の支援機関等との連携を強化し、地域全体で小規模事業者を支援する体制を構築する。

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

①事業計画に基づく経営の推進

・当所が小規模事業者に対する支援の中核機関としての役割を果たすため、「事業計画に基づく経営の推進」を念頭に小規模事業者との接点を増やし、巡回訪問、窓口相談、セミナー等あらゆる機会を通じて経営分析と事業計画策定の重要性を周知し、事業計画策定を希望する小規模事業者の発掘を進め経営状況分析を実施する。

・事業計画策定支援にあたっては、地域の経済動向調査結果や需要動向調査結果に関する情報提供を行い、経営状況分析による現状把握と課題の抽出、その対応を図る事業計画の策定へと小規模事業者の意向を踏まえながら、売上や利益の確保につながる実効性のある支援を行う。

②事業計画策定後のフォローアップ

・計画策定後は全ての支援先に対して、経営指導員等による伴走型の継続したフォローアップを行い、計画の実行と実行を阻害する課題を解決し、併せて融資・各種補助金等の施策も活用しながら計画を推進し、小規模事業者の売上増加や利益確保に向けて支援する。

③商談会等を活用した販路開拓機会の提供による経営振興を図る。

・商談会等を活用した販路開拓機会の提供や広報支援を行い、小規模事業者の経営振興を図る。事業計画を策定した事業所に商談会等への出展機会を提供し、また当所会報誌・ホームページで広報を行い、消費者目線でのマーケットインの思考を定着させ、売上増加を図る支援を実施する。

④小規模事業者に評価される経営支援体制の構築

・直接事業者と接する経営指導員等の資質向上をはじめ、外部専門家と連携した専門的指導機能の強化、情報提供体制の整備を行う。また、商工会議所単独での支援リソースを補完強化するため、「よろず支援拠点」をはじめとする国、県、市その他の支援機関等との連携を強化し、地域全体で小規模事業者を支援する体制を構築する。

3. 経営発達支援事業の内容

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

自治体が行っている調査・公表している統計情報など「地域経済動向」に関する情報の収集・分析は組織的になされておらず、経営指導員が個社支援で提供しているに過ぎない。

「地域の景気動向」については、現状当所はLOBO調査として月に1回各業界を代表する企業7社に景況感等についてアンケート調査を行っている。しかし調査項目が少なく、また分析も組織的になされておらず、地域経済動向分析というレベルには達していない。

【課題】

自治体が行っている調査・公表している統計情報等は個々に提供が行われているだけであったが、今後は経営指導員が分析し、その分析結果を管区内の小規模事業者が地域全体を見据えて、マクロの視点で事業を行えるように活用する。

「地域の景気動向」については調査項目を設定しアンケートを実施し、分析結果についてレポートにまとめ、事業計画策定の基礎資料として活用する。

また、調査結果を組織内で共有し、管区内の小規模事業者（非会員を含め）に対しても「地域経済動向調査」の意義を周知し、支援に繋げる。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
地域経済動向分析 公表回数	—	4	4	4	4	4
景気動向分析 公表回数	—	4	4	4	4	4

(3) 事業内容

①地域の経済動向調査

地元自治体である兵庫県が四半期ごとに行う「兵庫県の経済・雇用情勢」、洲本市が行う「統計書」等自治体が行っている調査・公表している統計情報は、事業計画策定の基礎資料とすべきものである。そこでREASAS等を活用し分析する。四半期ごとに分析結果のポイントを記載したレポートを作成し、巡回・窓口相談時に交付する。さらにホームページにも掲載することで地域の小規模事業者へ情報提供を行い、経営判断の材料として活用してもらう。

○調査対象

人口・産業・観光についての自治体統計データ
兵庫県産業労働部作成「兵庫県の経済・雇用情勢」
洲本市「統計書」

○調査項目

人口、産業、観光についての主要データ

○調査手法

経営指導員等によるREASAS等公表データ調査

○分析手法

経営指導員が分析を行う。

②管区内の景気動向調査

四半期ごとに管区内の景気動向についての実態を把握するため、当所独自の調査項目を設定し、アンケート形式で調査を行う。当所に入会した会員は、業種により11の部会の1つ又は複数に所属するため、下記に記載の通りほとんどの業界を網羅できている。11部会の部会長の事業所を対象に、調査票を郵送し、記入後訪問回収し調査を行う。経営指導員等が回収した調査票を集計・分析を行い、レポートにまとめる。

○調査対象

業種別に11社（食料嗜好品、繊維装身具、一般小売・家庭用品、卸、工業、建設業、交通運輸、観光、サービス、理財、一般）

○調査項目

- ・企業の現状（売上・資金繰り・仕入・在庫・採算・従業員の動向等）
- ・景況感
- ・設備投資の動向
- ・経営上の課題

○調査手法

調査票を郵送し、記入後訪問して回収する。

○分施手法

経営指導員等が分析を行う。

（4）成果の活用

- ・調査結果については、経営指導員等を通じて、巡回訪問や窓口相談時に小規模事業者に結果をまとめたレポートを交付し、経営判断の材料、事業計画策定の基礎資料として活用を図る。また、広く周知するために当所ホームページに掲載する。
- ・小規模事業者が経営判断をする上で判断材料となる調査結果を提供するだけでなく、職員間で共有・蓄積することで事業計画策定の支援をする際の基礎資料とする。
- ・将来的には小規模事業者自身が調査結果を利用して、より正確な地域の経済動向を考慮した事業計画が策定できるように支援する。

3-2. 需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

【現状】

小規模事業者の多くは商品やサービスを見直すことなく従来通りの経営を行っている。また日々の業務に追われ需要や市場動向について調査することはできていない。

当所については、巡回訪問や窓口相談等で個別に相談に乗り、また販路開拓を希望する事業者には展示会の案内をするにとどまっている。個々の事業者が自社に適した効果的な事業計画策定に活用できる需要動向に関する情報収集や提供は、体系的に実施しておらず、特に項目も定めていない。

【課題】

需要動向は小規模事業者の商品・サービス・業種・規模・顧客ターゲットにより異なり、リアルタイムで変化していくため、支援機関として様々な切り口・形態で事業者が求める価値の高い最新情報を提供できる体制を整備する必要がある。

(2) 目標

	現行※1	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①新商品開発 調査対象事業者数	—	5	5	5	5	5
②アンケート 調査対象事業者数	—	18	18	18	18	18
③情報提供事業所数	—	24	24	24	24	24

※令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、実施していない。

(3) 事業内容

①淡路島の特産品を使用した新たな商品開発のための需要動向調査

【目的】

当地域には、淡路島が誇るブランド牛である「淡路牛」、「玉ねぎ」、養殖の「淡路島3年とらふぐ」、水揚げされる「赤ウニ」、「サワラ」、「桜マス」等の魚介類といった認知度の高い農水畜産物はあるが、それを活かした商品の認知度は高くない。

そこで、「玉ねぎ」や「淡路牛」・魚介類を素材とした新商品を提供する飲食業者及び食品メーカーを5社選定し、淡路島の農水畜産物を活用した新商品を開発する。そのため消費者へアンケートを実施し、経営指導員が外部専門家（中小企業診断士）と共に分析し、当該5社にフィードバックし、事業計画策定や商品開発、販路拡大に活用する。

○調査支援対象者：飲食業者及び食品メーカー5社

○サンプル数：来場者50名（各メーカー10名ずつ）

○調査手段：例年10月に洲本市内の中心市街地で開催される「洲本 arukanka」の来場者に開発中の新商品を試食してもらい、経営指導員等が聞き取りの上アンケート用紙に記入する。

○調査項目：①味、②硬さ柔らかさ、③色、④大きさ、⑤匂い、⑥価格、⑦見た目
⑧パッケージ等

○分析手法：調査結果は経営指導員等が外部専門家の意見を聞きつつ分析を行う。

○分析結果の活用：分析結果を当該5社にフィードバックし、商品の更なる改良を行う。
併せて事業計画策定の基礎資料として活用する。

②「Fabex 関西」等展示会への出展に際してのバイヤーに対するアンケートと調査の実施

「Fabex 関西」等当所が年3回実施を予定する展示会への出展の際にブースに立ち寄り、スーパー、百貨店、専門店等のバイヤーを対象に試食及び売れ筋商品、商談希望商品、必要数量と併せて需要動向把握に役立つアンケート調査を実施する。アンケートの分析は経営指導員等が行い、出展事業者にフィードバックし、経営計画策定、新商品開発に役立てる。

○調査支援対象者：出展会参加者6社×3回

○サンプル数：バイヤー企業10社×3回

※年3回出展会に出展を行い、各回異なる事業所が参加し、異なるバイヤーに対してアンケートを行う。

○調査手法：来場したバイヤー企業に対して、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート用紙に記入する。

- 調査項目：売れ筋商品のジャンル、売れ筋の価格帯、売れる量、パッケージデザイン等について
提供ロット、量産、供給量、関心ある商品のブラッシュアップ等について
- 分析手法：調査結果は経営指導員等が分析を行う。
- 分析結果の活用：分析結果を出展者にフィードバックし、事業計画策定及び次回の出展に活用する。

③個社支援における需要動向に関する情報提供

小規模事業者が求めるレベルに応じて、各種新聞・書籍・専門誌・インターネット情報等により、小規模事業者が取り扱う商品・サービスに関する情報を収集・分析し、経営指導員が個々の事業者に提供し、需要動向を踏まえた事業計画の策定等に活用する。

また、専門的な需要動向の把握と提供については、業界動向に詳しい外部専門家等と連携し、個別に指導を行う。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

- ・現状、経営指導員の巡回・窓口相談、各種セミナーの開催など様々な機会を通じて、小規模事業者の経営状況の「把握」は行っている。また、個々の経営指導員により経営状況の「分析」は、融資相談時、補助金申請時に行われているだけである。加えて、明確に「経営状況」の「分析項目」についても定めていない。

- ・小規模事業者は人員が限られており、日々の業務に追われる中、自社の「経営状況分析」に関心を示さない、または関心はあるものの、取り組めていない事業者が多数存在する。

【課題】

課題としては、経営状況の分析を行う「業務フローの確立」と「分析項目の明確化」、小規模事業者に対する経営状況分析の「重要性の周知」と「動機づけ」による希望者の発掘が挙げられる。

(2) 目標

事業者との接触機会を活用し、より多くの小規模事業者事業者の発掘と経営分析を行う。

	現行※1	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
巡回相談件数	1,050	1,050	1,050	1,050	1,050	1,050
窓口相談件数	700	600	600	600	600	600
セミナー回数	10	18	18	18	18	18
経営分析件数※2	100※1	60	60	60	60	60

※1：現行の件数は、新型コロナウイルス感染症の影響により、「小規模事業者持続化補助金」申請に際しての経営分析件数が多かったために、令和3年度以降の件数より多い。

※2：算定根拠：20件×3人（経営指導員数）＝60件

(3) 事業内容

(ア) 小規模事業者の「発掘」に向けた取り組み

①巡回訪問及び窓口相談

経営指導員3名・経営支援員2名による窓口相談、全職員で実施する巡回訪問、記帳指導課職員による税務記帳巡回訪問を通じて、経営分析の重要性の周知と動機づけを行い、経営分析を希望する小規模事業者の発掘を行う。

②各種セミナー開催

小規模事業者が関心を持つ経営課題等をテーマとしたセミナーを開催し、経営分析の重要性の周知と動機づけを行い、経営分析を希望する小規模事業者の発掘を行う。

③各種相談会開催

各種専門家（弁護士・中小企業診断士・税理士・社会保険労務士）による個別事前予約制の相談会の開催を通じて、経営分析を希望する小規模事業者の発掘を行う。

(イ) 経営分析の内容

①経営革新、販路拡大、経営改善を図る小規模事業者に対する分析

上記(3)(ア)の取組により発掘した小規模事業者に対して現状の把握と分析を行い、それぞれの課題を抽出する。課題への対応と併せて次のステップである事業計画策定へとスムーズな移行を図る。

⇒ローカルベンチマーク等を活用し現状分析を実施する。自社を取り巻く外部環境、内部環境の整理、自社のポジショニングを確認し、経営上の課題を明確にし、需要を見据えた事業計画策定を促すために活用する。

○分析対象者

経営革新、販路拡大、経営改善を図る小規模事業者

○分析項目

- ・内部環境の整理（強み・弱み）、外部環境の整理（脅威・機会）⇒SWOT分析
- ・市場における自社の状況の整理（市場・競合先・自社の位置づけ等）⇒3C分析
- ・財務に関する情報（BS・PL・借入れの状況・資金繰り等）⇒財務分析

○分析手法

経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用し、経営指導員等が分析を行う。

②創業・事業承継相談者に対する分析

創業相談の際に、事業の実現可能性、資金計画の有効性等について分析を行い、創業時のリスクの低減に活用する。また、事業承継相談の際には、経営の現状把握を行い、新旧経営者間の円滑な事業承継に活用する。

⇒創業希望者については、開業を計画している事業の強み・弱みの整理、競合状況等の分析を行い、事業の実現性、継続可能性について助言を行うとともに、自己資金の財務分析を行い余裕のある資金計画の策定を支援する。

⇒事業承継相談者については、SWOT分析、3C分析、財務分析を行い、新旧経営者が正確な経営状況を把握した上で事業承継ができるように支援する。

③ 専門家派遣希望者に対する分析

専門的な経営課題については、ミラサポ plus・エキスパートバンク等を利用し、経営指導員が帯同する形で外部専門家（中小企業診断士、社会保険労務士等）を派遣し、各種アドバイスをを行い、相談内容によってそれぞれ経営分析を行う。

（４）分析結果の活用

・経営指導員等が行った分析結果を小規模事業者にフィードバックすることで、小規模事業者は経営状況を適切に把握し、今後の取り組みを具体的に検討することができる。これにより次のステップである事業計画策定へのスムーズな移行が可能となる。

・分析結果は、T O A S の経営カルテを使用してデータベース化し内部共有することで、経営指導員等の支援スキルの向上に活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

【現状】

小規模事業者の多くは、人員が限られており、日々の業務に追われる中、「事業計画の策定」に関心を示さない、または関心はあるものの、取り組めていない。実際に自発的に事業計画を策定している事業者は少ない。

当所でも融資相談時や、「小規模事業者持続化補助金」等補助金申請時に必要な事業計画策定支援に取り組んでいるだけである。

【課題】

小規模事業者に対し、「事業計画策定」、「事業計画に基づく経営」の必要性と重要性を周知することは必要であるが、漠然と述べるだけでは実際の行動や意識の改革には結びつかない。

「事業計画策定」、「事業計画に基づく経営」の必要性と重要性が理解でき、受講後すぐに計画策定取り組めるようカリキュラムを工夫した「事業計画策定セミナー」を開催する。小規模事業者が抱える個々の課題の解決に対応した実践的なものとして、参加後すぐに計画策定が実施できるようにする。

（２）支援に対する考え方

「地域の経済動向分析」「管内の景気動向調査分析」や「需要動向調査の結果」を基礎資料とし、経営状況分析の結果を踏まえ、小規模事業者の経営課題の解決を図り、将来にわたって持続発展することを目的とした事業計画の策定支援に取り組む。

具体的には実際に管内で策定を行った事業者の実体験も含めた「事業計画策定セミナー」を開催し、経営分析を行った事業者の4割／年の事業計画を策定する。

（３）目標

事業計画策定セミナーを開催し、経営状況分析を実施した小規模事業者の事業計画策定を支援する。

	現行※1	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
策定セミナー開催数	—	3	3	3	3	3
受講者数（各回）	—	20	20	20	20	20
計画策定件数※2	70	24	24	24	24	24

※1 現行の件数は、新型コロナウイルス感染症の影響により、「小規模事業者持続化補助金」申請の事業計画策定件数が多かったために、令和3年度以降の件数より多い。

※2 件数には内数として創業支援、事業承継支援を含む。

<算定根拠>

- ・ 経営分析を実施した小規模事業者60件×4割＝24件
- ・ 8件×3人（経営指導員数）＝24件

（4）事業内容

①「事業計画策定セミナー」の開催

○対象

上記4で経営状況分析を行った小規模事業者を対象とし、各回20名とする。

○募集方法

経営指導員が経営分析を実施した小規模事業者に対し、個別訪問を実施し、重点的に事業計画策定の必要性を伝え、セミナーへの参加を促す。

○セミナーの内容

カリキュラムは事業計画の種別（販売促進・集客計画、経営革新計画、販路開拓に関する事業計画、事業承継計画、創業計画等）・経営課題別に区分し、実際に管区内で事業計画策定を行った事業者の実体験も聞ける等工夫したものとする。

事業計画の意義を理解させ、計画策定で必要なポイントを習得できるセミナーとし、受講後すぐに取り組めるような実践的なものとする。

②事業計画の策定

○対象

「事業計画策定セミナー」受講者を対象とする。

○手段・手法

3名の経営指導員がそれぞれ8社ずつ担当する。「地域の経済動向分析」、「管区内の景気動向調査分析」や「需要動向調査の結果」を基礎資料とし、経営状況分析の結果を踏まえ、小規模事業者と経営指導員が現状と課題を共有した上で、計画を練り、経営課題の解決を図り、将来にわたって持続発展できる事業計画を策定する。

また、必要に応じて外部専門家（中小企業診断士等）の派遣を行い、確実に活用精度の高い事業計画を策定する。

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

【現状】

現状、事業計画策定後の計画実施支援については、計画策定後に連絡があった場合等接触した際に状況を聴取する他は、フォローアップの申出があった場合にスポットで対応するだけで、定期的な訪問による事業計画の進捗管理及びフォローアップはできていない。

【課題】

事業計画策定者に対して担当者を定め、計画策定後の定期的な訪問による進捗管理とフォローアップの仕組みを構築し、全事業者が策定した計画通りに実行できるよう寄り添って支援する必要がある。

(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が、自ら策定した計画通りに事業が行えるよう指導し、自立した経営が行えることを目指す。

(3) 目標

	現行※1	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
事業計画策定件数	70	24	24	24	24	24
フォローアップ 対象事業者数	—	24	24	24	24	24
訪問回数※2	—	144	144	144	144	144

※1 現行の件数は、新型コロナウイルス感染症の影響により、「小規模事業者持続化補助金」申請の事業計画策定件数が多かったために、令和3年度以降の件数より多い。

※2 初年度訪問回数の算定根拠

4回×8社+12回×8社+2回×8社=144回

(4) 事業内容

① 定期的な訪問による事業計画の進捗管理とフォローアップ

・事業計画を策定したすべての事業者を対象として、事業計画策定を支援した経営指導員が担当となり、原則四半期ごとに1回定期的な巡回訪問を行い、立案した事業計画に沿って着実に実践されているかを確認し改善等の支援を行う。

・訪問による事業計画の進捗管理とフォローアップの頻度は四半期ごとに1回を原則とする。目標の通り経営力（売上・利益率等）の向上が図られていない場合等課題を有する事業者に対しては、毎月1回訪問しフォローアップを行う。一方で事業計画の進捗が順調な事業者に対しては、訪問を年2回とする。但し、事業者からの申し出により臨機応変に対応する。

・さらに必要に応じて、計画で定めた目標の通り経営力（売上・利益率等）の向上が図られていない場合等、事業計画と進捗の間にずれが生じており課題が高度または専門的であると判断できる事業者に対しては、外部専門家と共に原因の究明を図り計画の見直しを含めた支援を行う。

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

【現状】

- ・ 特色ある商品・サービスを有しながら小規模事業者は総じて情報発信力が弱く、大手企業との接触機会も少ない。これらの課題に対して多くのバイヤーが集まる商談会「Fabex 関西」や「グルメ&ダイニングスタイルショー春2020」（東京ビックサイト）等への出展機会を提供し支援を行っている。（両展示会ともBtoB）
- ・ 四半期ごとに発行する会報誌に「新入会員」及び「100年企業」等の記事を掲載し、特色ある小規模事業者に関する情報発信を行っている。

【課題】

- ・ 「Fabex 関西」への出展、「東京ビックサイト」への出展機会を提供しているが、年間2回の参加機会にすぎず、また、借上げブースの数や、小規模事業者の日々の業務との関係から、出展できる事業者数が限られる。
- ・ イベント出展後の分析や商談成立に向けた事後のフォローが不十分であり、商談成立の成功率は高くない。
- ・ 小規模事業者は総じて情報発信力が弱く、また、当所が発行する会報誌での情報発信も紙面の都合上年間を通じて数事業所に限られている。新たに紙面を拡大・充実させて、併せて当所ホームページも活用する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

当所が自前で展示会を開催することは困難なため、既存の展示会であり、例年出展している「Fabex 関西」への出展を今後も継続する。また、「東京ビックサイト」で開催される出展会への出展は回数を増やす。さらに新たにBtoC型の販売会への参加を実施する。出展にあたっては事前・出展期間中・事後の出展支援を行い、出展事業者が新たな販路を開拓し、売上の拡大を実現できるようにする。

また、会報誌で事業計画策定を実施した小規模事業者の紹介記事、特色ある商品・サービスを掲載し情報発信することで販路開拓の支援を行う。併せて当所ホームページにも掲載し広く情報発信を行う。

(3) 目標

	現行※1	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
Fabex 関西 出展事業者数	2	6	6	6	6	6
成約件数（1社）	—	2	2	2	2	2
東京ビックサイト 出展事業者数	—	12	12	12	12	12
成約件数（1社）	—	2	2	2	2	2
販売会 参加事業所数	—	3	3	3	3	3
売上高（1社） 単位：万円	—	10	10	10	10	10
会報誌掲載 事業所数	—	8	8	8	8	8
ホームページ掲載 事業所数	—	8	8	8	8	8
成約件数（1社）	—	1	1	1	1	1

※新型コロナウイルス感染症の影響により、現行の件数は、出展会への出展1回のみでの件数である。（出展者は2社である）

(4) 事業内容

①関西（例：Fabex 関西）出展事業（BtoB）

淡路島内の3商工会と当所が共催で、年に1回開催される「Fabex 関西」への出展事業を今後も継続する。借上ブースを2コマとし、事業計画を策定した事業者のうち6社を優先的に出展させる。経営指導員等が以下の出展支援を行う。

<出展前支援>

自社や自社商品に関心を持ってもらえる商品の展示方法、FCP展示商談会シート（※1）等の説明資料の作成方法、プレゼン手法についてセミナーを開催した後、専門家と経営指導員で個別に支援を行う。準備や本番の体制についても可能な限りのサポートを行い、多くの商談機会が得られるように支援する。

※1 FCPシート：出展者情報、商品情報等を記載した効率的に商談を進めることを可能にした統一シート

<出展期間中>

経営指導員が展示会に帯同し、出展が商品の羅列になることがないように陳列し、接客・商談に関する助言等きめ細かな支援を行う。

<出展後支援>

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専門家と経営指導員で実効性のある支援を行い、商談成功確率を上げ販路開拓を実現する。

【参考】「Fabex 関西」

開催時期：例年10月中の3日間開催

開催場所：インテックス大阪

来場者数：延べ30,000人のバイヤーが来場

展示ブース数：450

②東京（例：東京ビックサイト）で開催される展示会に出展事業（BtoB）

東京で独自に商談会を開催するのは困難なため東京ビッグサイトで開催される商談会への出展事業を行う。

年2回（秋・春）に出展回数を増やす。また、借上ブースを2コマとし、参加企業数を4社から6社に増やし、事業計画を策定した事業者を優先的に参加させ、新たな需要の開拓を支援する。

経営指導員等が以下の出展支援を行う。

＜出展前支援＞

自社や自社商品に関心を持ってもらえる商品の展示方法、FCP展示商談会シート等の説明資料の作成方法、プレゼン手法についてセミナーを開催した後、専門家と経営指導員で個別に支援を行う。準備や本番の体制についても可能な限りサポートを行い、多くの商談機会が得られるように支援する。

＜出展期間中＞

経営指導員が展示会に帯同し、出展が商品の羅列になることがないように陳列し、接客・商談に関する助言等きめ細かな支援を行う。

＜出展後支援＞

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専門家と経営指導員で実効性のある支援を行い、商談成功確率を上げ販路開拓を実現する。

【参考】「グルメ&ダイニングスタイルショー春2020」（令和元年出展事業）

開催時期：2月の3日間

開催場所：東京ビックサイト

来場者数：延べ27,000人のバイヤーが来場

③販売会への参加事業（BtoC）

新たにBtoC型の事業として販売会への参加事業を実施し、新たな需要開拓と販路拡大を実現する。事業計画を策定した事業者のうち5社を優先的に選定して参加する。

参加前支援として商品の選定等のフォローアップ、参加期間中は経営指導員が帯同し陳列、接客などきめ細かな支援を行う。参加後は、事業者・経営指導員で売上等について分析を行い、改善点を洗い出す。課題を解決することで次回の販売会参加につながる実効性のある支援を行う。

【参考】兵庫特産品フェア（仮称）

開催時期：11月の2日間

開催場所：東京

来場者数：延べ20,000人の一般消費者が来場

④小規模事業者の広報・PR支援

当所が事業計画策定し、実施をフォローする小規模事業者の商品・サービスを紹介するコーナーを会報誌（年4回発行、各号2社）及びホームページ上に設け掲載する。

小規模事業者に広報・販路開拓の機会を提供するとともに、掲載内容の検討に経営指導員が関与することで、対外的な情報発信の内容や訴求ポイントのブラッシュアップを行い、小規模事業者の広報・PR機能の向上を図る。

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

【現状】

現状は発達支援計画の策定段階であり事業の実施を行っていないため、「発達支援計画評価委員会」は設置されていない。

【課題】

経営発達支援計画の効果的な実施のため、定期的に事業の評価と見直しを実施する仕組みを構築する。

(2) 事業内容

①チェックリストを作成し、全職員による事業の進捗状況の確認と評価を行い、経営指導員が「発達支援計画評価委員会」への報告資料を作成する。

②1年に1回定期的に、担当者及び外部有識者で構成される「発達支援計画評価委員会」は、提示された上記①の進捗状況と自己評価を基に経営発達支援事業の進捗状況及び成果について評価を行い、問題点を改善する見直し案を検討する。

「発達支援計画評価委員会」構成メンバー

洲本市産業振興部商工観光課長

法定経営指導員

淡路信用金庫支店長

中小企業診断士（外部有識者）

③「三役会」は、「発達支援計画評価委員会」より評価結果の報告と見直し案の提案を受け、見直し案について検討し決定する。

「三役会」構成メンバー

会頭（1名）・副会頭（4名）・専務理事（1名）

④事業の実施状況、「発達支援計画評価委員会」による評価、決定された見直し案は当所ホームページにおいて年1回公表し、地域の小規模事業者等が常に見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

【現状】

当所は経営指導員等を5名擁しているが、内4名は10年未満である。支援スキルについても平準化がされていない。

【課題】

経営指導員だけでなく、一般職員を含めた職員全体の支援能力向上のための研修への参加、OJTの実施定期的なミーティングによる情報の共有等により経営指導員を含めた全職員の支援能力の向上を図る。

(2) 事業内容

経営改善普及事業を行うための支援能力の向上、小規模事業者の売上・利益確保に資する支援ノウハウ等の習得に向け、研修受講とOJTを組み合わせることにより、経営指導員等含め全職員の支援能力向上を図る。

①研修

兵庫県商工会議所連合会が主催する「経営指導員等研修会」に経営指導員が年間3回以上（経営支援員は年間1回以上）参加することで、小規模事業者の売上・利益確保に対するニーズや経営課題の解決に対するニーズ等に応えうる支援能力の向上を図る。

【経営指導員等研修会（神戸商工会議所主催）】

1. 特別・専門コース（経営指導員歴10年未満）
2. 特別・専門コース（経営指導員歴10年以上）
3. 特別・専門コース（共通）

②OJT

ミラサポ plus・エキスパートバンク等の専門家派遣への帯同や「Fabex 関西」等の商談会に、担当経営指導員等が支援を受ける小規模事業者に帯同することで、専門的知見、専門的手法、ヒアリング方法、指導・助言内容、情報収集手段等を学ぶなどOJTにより伴走型支援能力の向上を図る。

【専門家派遣】

専門家派遣の際、経営指導員等が同席し、専門家による専門的知見、専門的手法、ヒアリング手法・指導内容・情報収集手段・提案資料等について学び、経営指導員の指導スキルの向上を図る。

【商談会への帯同】

大手小売りバイヤー等との個別商談会の際、商談に経営指導員等が同席し、最新の市場動向を踏まえたバイヤー企業が求める商品に関する情報、成約企業のプレゼン方法等を学び、売上向上を求める小規模事業者に対する経営指導に活用する。

③支援ノウハウ並びに小規模事業者の経営状況分析結果等を組織内で共有する体制

当所では、毎月1回開催される「中小企業相談所ミーティング」において、経営指導員のノウハウを共有する。また、個別の小規模事業者の経営状況分析結果（経営指導員）や支援内容等（全職員）について、TOASの経営カルテに内容を入力し、個々の事業者との接触・支援状況を組織全体で共有し、継続した支援に活用する。

【相談所ミーティング】

毎月1回中小企業相談所所属の職員により開催。1か月間の支援内容について報告し、質疑応答を行うことで、メンバー間が指導ノウハウを共有する。

【TOASの経営カルテの活用】

- ・当所と接触のあった全事業所の基本情報、指導履歴（指導日、指導内容、担当者名）等を記録しておくことで全職員が共有できる。
- ・経営発達支援計画で実施する個別の小規模事業者の経営状況分析結果や課題、支援内容についても担当経営指導員（経営支援員）が入力することで、個別事業者への支援状況を共有・蓄積することができ、組織的に継続した支援が展開できる。

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

【現状】

他の商工会議所・支援機関とは、支援メニュー、支援ノウハウ、需要動向に関する情報等についての情報交換は支援機能を強化する意味で非常に重要であり、従前より定期的に行っている。

【課題】

互いに連絡を取り合うことで、各機関が実施する小規模事業者の需要開拓に向けた事業の周知を行えるほか、連携を現状以上に強化することで、互いに強みを活かした支援メニューを小規模事業者に提供することが可能となり、当所単独の支援リソースを補完強化し、地域全体で小規模事業者を支える面的な支援体制を整えていくことが必要である。

(2) 事業内容

①県内商工会議所中小企業相談所長会議

兵庫県内の18商工会議所で構成する「中小企業相談所会議」において、管内の経済動向、各商工会議所の特色ある事業の紹介や課題のあった事業所に対する解決方法等の支援ノウハウ、支援の現状等について情報交換を行い、お互いの経営支援機能の向上と連携強化を図る。（定期会合：年2回）

【参加商工会議所】

洲本、神戸、姫路、尼崎、明石、西宮、伊丹、西脇、相生、赤穂、三木、豊岡、高砂、龍野、加古川、小野、加西、宝塚商工会議所

②東播淡地区商工会議所連絡協議会

管内の経済動向、各商工会議所の特色ある事業の紹介や課題のあった事業所に対する解

決方法等の支援ノウハウ、支援の現状等について情報交換を行い、お互いの経営支援機能の向上と連携強化を図る。(年2回)

【参加商工会議所】

洲本、明石、西脇、三木、高砂、加古川、小野、加西商工会議所

③淡路地域商工会・商工会議所連携会議

淡路島島内の3商工会と当所で構成されており、島内の経済動向、各団体の特色ある事業の紹介や支援ノウハウ、支援の現状等について情報交換を行い、互いの経営支援機能の向上と連携強化を図る。淡路島島内の3商工会と当所が共催で、年に1回開催される「Fabex 関西」への出展事業を実施している。

【構成メンバー】

洲本商工会議所、淡路市商工会、五色町商工会、南あわじ市商工会

④(公財)ひょうご産業活性化センター等

兵庫県よろず相談拠点が設置されている(公財)ひょうご産業活性化センター等他の支援機関との連携を図り、互いに強みを活かした事業内容、支援ノウハウ、支援メニューについて情報交換を図る。

(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)

- ・ 経営発達支援事業は小規模事業者と接点を持つ中小企業相談所が統括し、全部署が連携し、事務局一丸となって事業推進に取り組む。
- ・ 洲本市産業振興局商工観光課と連携して事業推進に取り組む。

洲本商工会議所 事務局体制

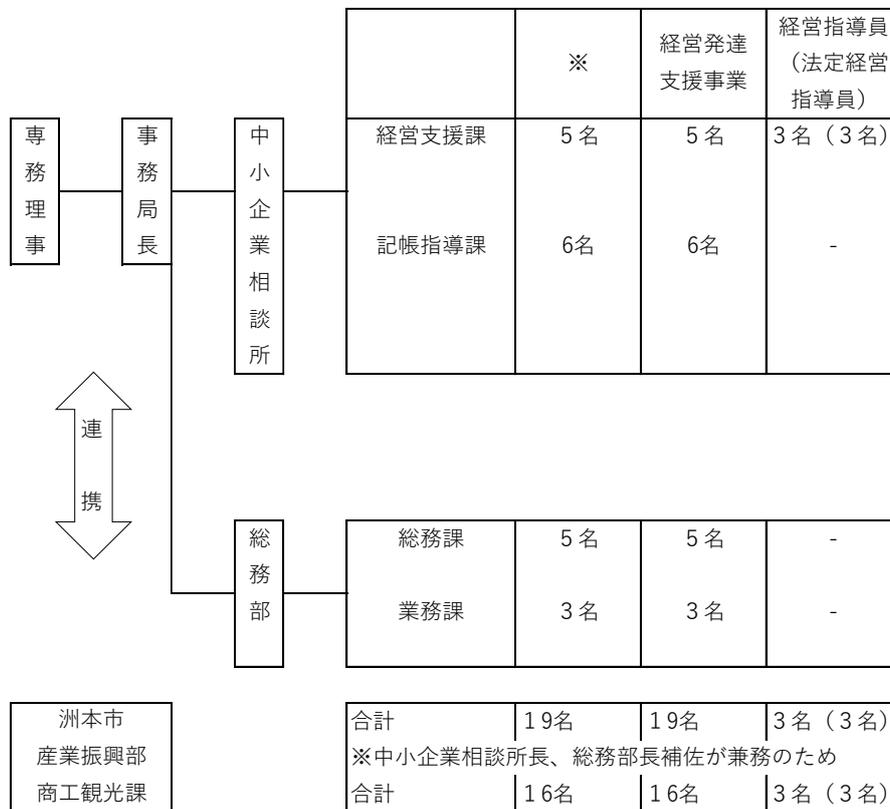
部署名	職員数
専務理事	1名
事務局長	1名
中小企業相談所 経営支援課	5名(3名)
中小企業相談所 記帳指導課	6名
総務部 総務課	5名
総務部 業務課	3名
合計	18名

※総務部長補佐、中小企業相談所長が兼務のため重複

※カッコ内は経営指導員数

【組織図】

令和2年11月1日現在



専務理事	1名	-	-
事務局長	1名	-	-
経営指導員 (法定経営指導員)	3名	3名	3名(3名)
経営支援員	2名	2名	-
一般職員	11名	11名	-
合計	18名	16名	3名(3名)

(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：伊藤 一三・福田 和也・串谷 健一

連絡先：洲本商工会議所中小企業相談所 TEL:0799-22-2571

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提供を行う。

(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

中小企業相談所 経営支援課	656-0025 兵庫県洲本市本町 4-5-3 TEL:0799-22-2571 FAX:0799-24-1550 E-mail:k-kushitani@sumoto-cci.org
---------------	--

ホームページ : <http://www.sumoto-cci.org>

②関係市町村

洲本市役所 商工観光課	656-0025 兵庫県洲本市本町 3-4-10 TEL:0799-24-7613 FAX:0799-23-0978 E-mail:shoukou@city.sumoto.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	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
①地域の経済動向調査事業	0	0	0	0	0
②需要動向調査事業	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
③経営状況分析事業	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
④事業計画策定、実施支援事業	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
⑤展示会開催費	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
⑥発達支援計画評価委員会開催費	500	500	500	500	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、国補助金、兵庫県補助金、洲本市補助金、手数料収入、事務委託費

(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。

