

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	太子町商工会（法人番号 6140005006493） 太子町（地方公共団体コード 284645）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 ①事業計画策定支援への取り組み ②事業計画策定後のフォローを通じた持続的発展支援 ③小規模事業者の販路開拓支援に関する取り組み
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 各機関が実施する経済情勢や市場動向等、定量的・定性的に分析を行い、当地区の事業者が、中長期的に経営判断ができる様、情報提供を行う事を目的とする。 4. 需要動向調査に関すること 町内事業所、関係機関と連携し、飲食や観光、お買い物等に関する需要についてのアンケート調査を実施し、個社ニーズにマッチした情報の提供を行う。 5. 経営状況の分析に関すること セミナーや巡回を通じて、ローカルベンチマーク等、分析ツールで小規模事業者の経営分析を行い、事業計画の策定に活用する。 6. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を踏まえ、セミナーや専門家個別相談を活用して、小規模事業者の事業計画策定につなげる。 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小規模事業者に、計画通り進んでいるか、定期的に巡回を行い、状況を確認したうえで、必要に応じて追加の支援を行う。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 販路開拓を目指す小規模事業者に、自社にあった展示会、商談会の情報提供や出展等に際しての事前・事後フォローを行い、新たな販路開拓を支援する。
連絡先	太子町商工会 〒671-1523 兵庫県揖保郡太子町東南 51-1 TEL：079-277-2566 FAX：079-277-0068 e-mail： shoutoku@taishi.or.jp 太子町 経済建設部産業経済課 〒671-1561 兵庫県揖保郡太子町鶴 280-1 TEL：079-277-5993 FAX：079-277-6041 e-mail：sankei@town.hyogo-taishi.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

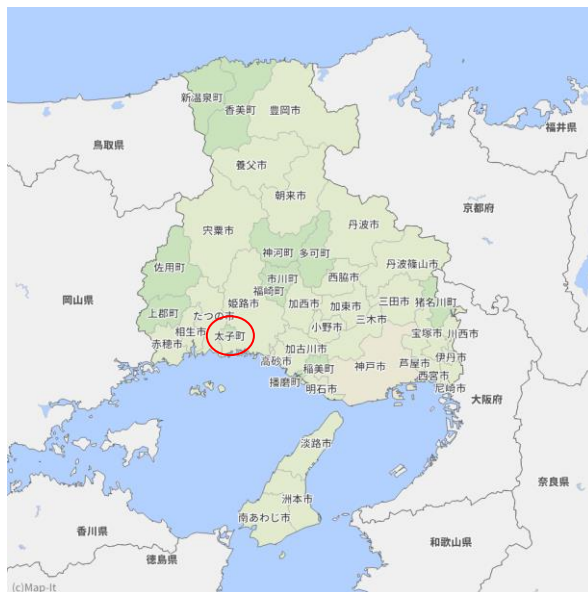
(1) 地域の現状及び課題

①太子町の現状

■地理

太子町は、兵庫県南西部の播州平野が広がる西播磨地域に属し、東部・南部は姫路市に 北部・西部はたつの市に隣接して人口は約 34,000 人、面積は約 22.62 平方キロメートルであり、人口密度は約 1,500 人／平方キロメートルの町である。道路網は国道 2 号線（太子竜野バイパス）、国道 179 号線の幹線道路が東西を貫き、交通の便は良い。特に国道 179 号線沿いには、企業の営業所、商業施設がロードサイドに集積し、町内経済の中心となっている。

また、JR 山陽本線の網干駅が最寄り駅であり、周辺地域の中心である姫路市へは約 10km、県庁所在地である神戸市中心部までは電車で 1 時間程度と近隣市町や京阪神地区への交通アクセスの良さなどから生活利便性は非常に高い。



■人口及び世帯数の推移

昭和 26(1951) 年の太子町の誕生以来、自然動態では出生数が死亡数を上回る「自然増」が続き、社会動態では転入が転出を上回る「社会増」が続いたため、自然増、社会増により大きく人口が増加した。しかし、近年は出生数が減少に転じていることに加え、死亡数が増加し、出生数と死亡数が逆転したため、自然増減はマイナスに転じており、住民基本台帳に基づく人口は平成 25(2013) 年 2 月 1 日の 34,720 人(住民基本台帳) をピークとして減少しつつある。

(単位：世帯、人口)

世帯・人口	平成 17 年	平成 22 年	平成 27 年	令和 2 年
世 帯	11,349	12,269	13,050	13,671
人 口	33,287	34,086	34,535	34,128
人口推移	—	799	449	▲407

[太子町住民基本台帳より引用]

■商工業

商業では、当地域約 22.62 平方キロメートルの狭い範囲に大型ドラッグストア 5 店舗、大手スーパーが 6 店舗、コンビニエンスストア 10 店舗、大手衣料品販売店、大手紳士服専門店等が多数出店している。また、国道 179 号線には国内自動車メーカーのディーラーが多数出店しており、近年は顧客の囲い込みが激しくなっている。知名度のある大手量販店、チェーン店等の町外から進出した企業は、折り込みチラシを頻繁に入れ、低価格戦略をとっている。

周辺住民にとって、買い物しやすい環境にあることから、大手資本の店舗周辺の道路は週末になると混雑している。こうした環境は小規模事業者にとっても、新規顧客を獲得するチャンスではあるも

の、情報発信不足等から十分に認知されているとはいえない。コロナ禍による外出自粛等も相まって大規模店舗・チェーン店と競合する BtoC の小規模事業者は、厳しい経営を強いられている。

工業については、かつては東芝太子工場（現在は東芝デバイス&ストレージ姫路半導体工場）の企業城下町で恩恵を受けていたが、近年の東芝の会社分割による事業分社化等により、東芝自体の太子町における影響力は逡減している。

また、当地域には大企業の下請け関係にある小規模事業者が数多く存在しており、これまでは大企業の受注依存度が高かった。今後は『脱下請け』にシフトして小規模事業者自ら市場と向き合い、需要を獲得する必要に迫られているものの、現状は、景況感が回復してきた大企業の経済活動に比例して、コロナからの回復も比較的早く、景況感は改善してきている。

町内事業者数 1,228、うち小規模事業者数 863（平成 28 年経済センサス）で、小規模事業者数が全体の 70.3%を占めている。

【産業分類別事業者数・従業者数の推移】

（単位：事業所、人）

業種	平成 24 年		平成 26 年		平成 28 年	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
第 1 次産業	1	1	1	6	0	0
鉱業、採石業、砂利採取業	0	0	0	0	0	0
建設業	178	983	172	954	173	900
製造業	100	2,774	93	3,150	92	2,251
電気、ガス、熱供給、水道業	0	0	1	13	0	0
情報通信業	9	58	7	49	6	28
運輸業、郵便業	28	691	25	1,020	26	1,008
卸売業、小売業	294	2,514	294	2,590	300	2,546
金融業、保険業	15	144	14	145	15	154
不動産業、物品賃貸業	80	218	72	201	79	226
学術研究、専門・技術サービス業	46	242	48	236	42	183
宿泊業、飲食サービス業	154	1,184	156	1,249	148	1,144
生活関連サービス業、娯楽業	118	516	120	529	115	522
教育、学習支援業	75	211	94	588	72	167
医療、福祉	65	857	83	1,078	80	1,108
複合サービス事業	9	76	8	70	9	72
サービス業	78	958	74	854	71	842
合計	1,250	11,427	1,262	12,732	1,228	11,151

〔経済センサスより引用〕

■観光

太子町の観光客は平成 30 年度 158,964 人となっており、令和 5 年度には 20 万人を目標としている。

町内には、聖徳太子ゆかりの斑鳩寺をはじめ、宮本武蔵生誕地、徳道上人堂などの観光資源があり、近年、特産品の太子みそや太子いちじくを活用した地域グルメなどが町内店舗の取り組みにより、数多く開発、販売されている。コロナ禍では、おうち時間のプチ贅沢として、地域グルメも購入されていることにより、販売数の大きな落ち込みはない。

また、町内に陸上競技場、テニスコート、グラウンド、公園を有する複合施設もあり、町外からの交流人口の増加に寄与している。

②太子町の課題

町内経済をけん引する中小企業事業所数のうち、商業・工業とも減少傾向である。

商業では、大規模小売店やコンビニエンスストアの増加が進む中、購買力を大手資本に奪われ、既

存の小規模店舗の集客力が低下している。後継者不足等により、廃業するケースも増えている。

今後は、新規顧客の獲得等の販路開拓、新たな商品やサービス開発等により収益力向上を図るとともに、後継者の育成・発掘が課題となっている。

工業では、町内には工業用地がほとんどなく、工場などの企業誘致は困難な状況。既存中小企業は、補助金、助成金を活用しながら、生産性や付加価値の向上、高度化による技術・製品開発力の強化等を図ることが重要な課題となっている。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年後の地域経済振興について

太子町は、平成25年の2月1日の人口34,720人（住民基本台帳）をピークに減少しつつある。

兵庫県の統計によると、2050年には太子町は、29,000人に人口減少することが予想されている。商圏人口、生産年齢人口の減少、大規模小売店の影響により、廃業等による小規模事業者の減少が予想される。

当会としては、既存の事業者に対し、旧態依然とした経営を続け、売上・顧客等漸減していくより、これから起こりうる課題に対応する新たなサービスの提供や新たなビジネスモデルの構築に向けた支援を強化し、環境変化を乗り越え、持続的発展を続けることができる強い企業になるように、事業計画策定等を通じて支援していかなければならない。

また、働き方の多様化によって高まる創業ニーズへの対応や働き方改革による女性や高齢労働者の人口の増加、後継者不在による黒字廃業の問題、また光る技術を次世代につなぐ事業承継支援等、様々なニーズを抱える小規模事業者の支援を通じて地域経済の維持・発展を図る。

②太子町との連携について（第6次太子町総合計画との整合性）

令和2年6月22日、太子町中小企業・小規模企業振興基本条例が施行され、中小企業・小規模企業の振興について、町及び議会の責務、事業者、地域経済団体等及び認定経営革新等支援機関の役割並びに町民の理解及び協力を明らかにするとともに、町の中小企業・小規模企業施策の基本となる事項等を定めることにより、中小企業・小規模企業の振興に関する施策を総合的に推進し、もって地域産業及び地域経済の発展を促し、町民生活の向上に寄与することを目的とすると記述されている。

また、令和2年3月に策定した第6次太子町総合計画では、10年後の令和11年度目標実現のための施策として、①経営基盤の安定化と事業承継支援、②創業者の育成・支援、③魅力ある店舗等の誘致・集約、が掲げられている。この計画を踏まえ、太子町商工会は、太子町および関係機関と連携して、上記の条例、および総合計画の目標達成に向けて取り組む。

③太子町商工会としての役割

従来課題となっている後継者不在先の承継問題に加え、コロナ禍による外出自粛等、消費者の購買行動が変化したことにより、生活必需品は近くで購入しても、欲しいものはネット通販等で全国どここの店舗でも手軽に購入できるようになったため、顧客の欲求を満たす商品・サービスでないと、顧客も購入しなくなっている。こうした環境から、地域の小規模事業者にとっては、これまで以上に厳しい状況が続くものと予想される。

太子町商工会は、小規模事業者の中核的支援機関として、小規模企業に向けた様々な振興施策（国、県、町）をより多くの事業者が活用して、その事業の発展を実現できるように、事業者に寄り添った支援に取り組む。

具体的には、日々の継続的な情報提供、事業者の経営分析による課題の抽出、新商品、新サービスの開発、事業承継支援、創業支援についても力を入れる。

加えて、町内事業所の要望等を商工会として取りまとめ、太子町に対し、支援施策についても具申

する。

(3) 経営発達支援事業の目標

行政、および各支援機関とも連携し、経営発達支援事業を実施・推進することで、小規模事業者の持続的発展を促し、ひいては地域内資金循環、地域の雇用創出など太子町の発展にも寄与することを目標とする。

既存の事業者に対し、これから起こりうる課題に対応する新たなサービスの提供や新たなビジネスモデルの構築に向けた支援を強化し、環境変化を乗り越え、持続的発展を続けることができる強い企業になるように、事業計画策定等を通じて支援していく。

そのために、小規模事業者の経営状況、経営上の問題点、および課題を的確に把握する。

また、有益な施策情報を確実に浸透させるため、商工会の強みである巡回活動だけでなく、事業所と商工会のネットワークを構築するなどきめ細かく丁寧に対応する。

具体的には、以下の3項目を重点目標に定め、商業・サービス業を中心に支援を行い、計画に基づいた事業経営、および需要を見据えた経営を促進することで、経営の持続的発展に向けた支援に取り組む。

- ①事業計画策定支援への取り組み
- ②事業計画策定後のフォローを通じた持続的発展支援
- ③小規模事業者の販路開拓支援に関する取り組み

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

①事業計画策定支援への取り組み

地域の実態や時代等の変化に対応した地域の経済動向調査を行うとともに、事業者の強み・機会の発掘等、正確な事業環境をSWOT分析等の分析手法や需要動向調査を通してつかみ、持続的発展につながる実現可能な事業計画の策定支援を行う。

②事業計画策定後のフォローを通じた持続的発展支援

策定した事業計画の実行を通して事業者の持続的発展を支援するため、担当先業種の支援経験豊富な職員を配置する。事業計画の進捗をモニタリングし、実行段階で生じるスケジュール遅れや計画の変更等といった課題に担当職員が伴走型支援する。

③小規模事業者の販路開拓支援に関する取り組み

大規模小売店やコンビニエンスストア等が乱立する中で、競合する商業を中心にSNS・ECショッピング、展示会、プレスリリース等の販路開拓を支援する。消費者ニーズ等、分析を活用し、各業種にあった販路開拓、例えばターゲット層が若い女性ならInstagramのように、世代・性別等にマッチした販路開拓ツールをコーディネートしながら、伴走支援を図る。

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】

- ・地元金融機関や太子町（産業経済課）と情報交換を行う場を年2回設け、地域経済の動向、消費動向、空き店舗・空き家・イベント等の情報を交換するとともに、創業者や事業承継等の問題についても協議をしている。
- ・太子町、県民局、警察署、地元自治会他その他各種団体と毎月1回集まり、地域景況状況および商工会事業について情報交換を行っている。
- ・町内企業の景気動向を把握するため、全国連景況調査（7件）、西播磨県民局管内景気動向調査（12件）、太子町商工会職員巡回による調査（25件）を四半期に1回行い、業種別の景気動向把握に努めている。
- ・巡回や景気動向調査による情報を、個社に対し分かりやすく提供できるよう整理し、集計結果毎に商工会ホームページにアップしている。
- ・毎月初めに職員情報共有会議を実施し、情報や知識の共有の場を設けている。

【課題】

- ・調査結果は、ホームページ、窓口等で公開しているが、小規模事業者が調査結果を見に行くかたちのため、多くの小規模事業者に有効に活用されているとは言い難い。今後は、巡回、セミナー、窓口相談等において、折に触れて調査結果を紹介し、地域の経済動向を経営判断・経営計画策定の一助にさせていただくように努める必要がある。

(2) 目標

【内容】	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業種別景況動向調査件数	76 件	76 件	76 件	76 件	76 件	76 件
②商工会独自の分析件数	100 件	100 件	100 件	100 件	100 件	100 件
③動向・景気動向分析結果の 情報発信（商工会 HP）	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

(3) 事業内容

①太子町内の景況調査の実施

町内企業の景気動向を把握するため、全国連景況調査（7件）、西播磨県民局管内景気動向調査（12件）を四半期に1回行い、業種別のDI値等の景気動向把握を行う。

【調査手法】経営指導員が巡回、聞き取り調査のうえ回収

【調査対象】町内事業者 76者（製造業、建設業、小売業、サービス業）

※業種別景況動向調査件数（7件+12件）×4半期＝76件

【調査項目】業況、売上、採算、資金繰り、仕入単価、雇用状況等

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」に独自の調査項目と西播磨県民局管内景気動向調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、毎年四半期毎に太子町商工会で設定した景況調査を行う。

【調査対象】管内小規模事業者25社（製造業、建設業、小売業、サービス業（飲食店）、サービス業（飲食店以外）から5社ずつ）を巡回訪問と回収を行う。

【調査頻度】四半期毎

【調査企業数】※太子町商工会独自の景況調査件数 5件×5業種×4半期＝100件
各業種5社×5業種（製造業・建設業・小売業・サービス業（飲食店）・サービス業（飲食店以外））

【調査項目】売上・仕入・経費・経常利益、資金繰り・引き合い・借入・採算他

(4) 成果の活用

- ・調査、分析を行った結果は集計結果毎に太子町商工会のホームページに掲載する。あわせて太子町商工会 LINE を活用して小規模事業者へ直接成果物を送ることにより、太子町の事業者へ周知する。
- ・法定経営指導員等が巡回した際の支援のための基礎資料として活用する等、事業計画、創業支援計画等を作成する際の資料として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

- ・毎年1回住民及び来町者、飲食や小売事業所中心にテーマを絞ってアンケート調査による情報収集を行っている。ただ、集計データは関係事業者等に報告しているが、事業者の販路開拓等に十分に活用されていないのが現状である。

[課題]

- ・ 今後は、調査においてはより具体的な項目を設定して、まずは事業者が強い関心を持ち、さらに販路開拓、商品構成の見直しなどに活用しやすいような調査方法を工夫する。

(2) 目標

【内容】	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需要動向 アンケート調査 既存事業者	0 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
②需要動向 アンケート調査 太子町民・来町者	0 件	100 件	100 件	100 件	100 件	100 件

(3) 事業内容

①需要動向アンケート

町内事業所、関係機関と連携し、住民や来町者を対象とした飲食や観光、お買い物等に関する需要についてのアンケート調査を実施する。また、既存事業者のアンケート結果のフィードバックを通して、他事業所に不足している点を「気づき」として提案する。

【調査対象】 ①既存事業者 20 者、②太子町民・来町者 100 件

【調査手段】 公共施設や飲食店を中心にアンケート用紙を設置し、来町者、住民、各施設の職員や事業所の従業員にアンケートを実施し、消費者のニーズを収集し、提供を行い特産品の開発や販路開拓の参考とする。

【調査頻度】 年 1 回

【サンプル数】 100 件

【調査項目】 (共通項目)

①年齢 ②職業 ③性別 ④来町手段 ⑤来町の目的

その他業種ごとに異なる調査項目を設定

(例：菓子店の場合) ①味（試食なし） ②価格 ③ボリューム ④見た目
⑤販売してほしい商品 等

【分析方法】 事業者のテーマに沿った内容に整理を行い、これから先に求められる物と求められない物を整理する。

【活用方法】 調査対象事業所や必要とする事業所へ巡回等においてフィードバックすることで販路開拓、商品構成の見直し等に活用していただく。
また創業予定者に対しては創業塾や開業相談時においてデータ提供を行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

- ・ 小規模事業者持続化補助金や事業再構築補助金を申請する事業者に対して経営分析を実施している。
- ・ 法定経営指導員間の情報共有により、重要度・緊急度等の観点から事業者をリストアップし、巡回等を通じて、経営分析での企業力強化を目的に、経営分析を内容に含む「事業計画策定セミナー」、「経営革新セミナー」への参加を呼び掛けている。

[課題]

- ・経営分析が、小規模事業者持続化補助金等を申請するためだけに行う結果となっており、本当の必要性についての認識が不十分である。また、財務状況については、分析ツールを活用しての分析までには至っていない。

(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	3回	3回	3回	3回	3回	3回
②セミナー参加 者の経営分析事 業者数	8者	15者	15者	15者	15者	15者
③個別相談での 経営分析事業者 数	12者	15者	15者	15者	15者	15者
④合計分析事業 者数 (②+③)	20者	30者	30者	30者	30者	30者

(3) 事業内容

①セミナーによる掘り起こし

巡回や窓口相談時に経営分析を内容に含む「事業計画策定セミナー」や「販路開拓セミナー」への参加者掘り起こしを通じて、経営分析件数の増加につなげる。加えて、職員間で経営分析の必要性の高い事業者をリストアップし、経営改善させるため、セミナー参加に導く。

【募集方法】 会員向けセミナー開催案内郵送、新聞折込、巡回・窓口相談での募集、商工会ホームページ・フェイスブックによる周知

【回数】 事業計画策定セミナー、販路開拓セミナー等
※事業計画策定セミナー・販路開拓セミナー 各1回以上

【参加者数】 各セミナー10名

②経営分析の内容

金融相談時等に、分析ツール（【経済産業省】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）により経営分析を行い、フィードバックする。また、巡回等により職員が聞き取った事業者情報を経営カルテに入力し、職員間で経営状況の見える化を行う。

【対象者】 セミナー参加者や事業計画策定を行う小規模事業者

【分析内容】 定量分析…売上持続性、収益性、生産性、健全性、効率性、安全性の分析
定性分析…SWOT分析（強み、弱み、機会、脅威）等

【分析手法】 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の「経営自己診断システム」を活用し、法定経営指導員等が分析を行う。

内部環境	外部環境
・人材、組織体制 ・技術、ノウハウ ・商品、サービスの価格 ・品質 ・コスト ・IT利活用	・市場規模 ・競争優位性 ・規制、法律 ・業界動向 ・商圏の人口、交流人口

③中小企業診断士による個別相談の開催

中小企業診断士による個別経営相談会を定期的に開催し、経営分析を行う。

【募集方法】 巡回・窓口相談での周知、会員向けセミナー開催案内郵送

【開催回数】 年間 20 日（1 日 5 者）

【参加者数】 太子町内の小規模事業者 延べ 100 人（実質 50 事業者）

（４）分析結果の活用

- ・分析結果は、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。
- ・分析結果で、緊急度・重要度の高い経営上の課題が浮かび上がった小規模事業者に対し、専門家を派遣を活用し、経営課題の解決を図る。
- ・分析データを商工会内部でデータベース化して共有することで、職員が継続的に経営支援する中で活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕 小規模事業者が抱える経営課題の解決や顧客ニーズを踏まえた創業・事業承継・事業計画等、各作成セミナーを開催して、事業計画策定支援をしている。しかし、小規模事業者は、事業計画を策定した経験がほとんどなく、いまだその必要性に気づいていないことが多い。

〔課題〕 経営計画を策定している事業者は、策定していない事業者に比べて売上高が増加傾向という統計もある。一度も事業計画を策定したことがない小規模事業者にいかに関与するにセミナーに参加してもらうか、そしてセミナーを受けるだけに終わらせず、事業計画策定までいかに導けるかが課題である。

（２）支援に対する考え方

これまで事業計画の策定経験がない小規模事業者は、セミナーに受講しただけで、計画を完成させることは極めて困難と思われる。セミナー受講者の事業計画策定を確実に進めていくため、中小企業診断士等の個別相談をセットで展開していく。セミナーに参加する小規模事業者は、事業計画を策定したいと思って来ているはずなので、セミナー終了後、1 か月以内には専門家等の個別相談を設定する。これにより、小規模事業者のモチベーション維持を図りながら、事業計画策定につなげる。セミナー受講者に法定経営指導員等、担当を割り振り、担当が責任をもって事業計画策定までサポートする体制を構築する。

年 1 回の事業計画策定セミナーでは、必ずしも事業計画策定を希望する町内小規模事業者のニーズに完全に答えることができないため、個別相談会を別途開催して、様々な経営上の相談を通して、事業計画を策定したい、または事業計画の策定の必要性に迫られている小規模事業者に対応できる環境を整備する。

さらに、事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力強化を目指す。

(3) 目標

事業計画策定件数	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事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②創業セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③DXセミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
④セミナー受講者による 事業計画策定者数 (①+②+③)	8者	13者	13者	13者	13者	13者
⑤個別相談による事業 計画策定者数	12者	13者	13者	13者	13者	13者
⑥事業計画策定者数 (④+⑤)	20者	26者	26者	26者	26者	26者

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

セミナー前半は事業計画の必要性や全体像・ポイント等について説明。後半は、実際に事業計画を策定する。

【支援対象】経営分析を行った事業者を対象とする。

【募集方法】商工会ホームページ・フェイスブックへの掲載、巡回訪問・窓口相談時の周知、町内新聞折込チラシ、太子町広報誌への同封チラシ

【講師】中小企業診断士等

【開催回数】年1回 10名（策定者数は5割の5者）

【カリキュラムの事例】

- ・事業計画の策定の必要性について
- ・事業計画の作成方法・手順について

②創業セミナーの開催

失敗しないための事業計画について、自分の経験・ニーズ・販促活動、資金計画等、内容や事例を踏まえながら、事業計画を策定する。

【支援対象】経営分析を行った事業者を対象とする。

【募集方法】商工会ホームページ・フェイスブックへの掲載、窓口相談時の周知、太子町広報誌への同封チラシ

【講師】中小企業診断士等

【開催回数】年1回 10名（策定者数は5割の5者）

【カリキュラムの事例】

- ・創業の心構えと経営理念
- ・決算書の読み方と儲けるための仕組み
- ・商品と市場、販売戦略
- ・創業に必要な資金と資金調達
- ・人事、労務、税金
- ・創業支援策について

③DX セミナーの開催

YouTube 等動画活用や SNS で成果につながる発信方法、EC サイトの活用等、経営課題解決に向けてデジタル・IT 活用を促進する。

【支援対象】経営分析を行った事業者を対象とする。

【募集方法】商工会ホームページ・フェイスブックへの掲載、巡回訪問・窓口相談時の周知、町内新聞折込チラシ、太子町広報誌への同封チラシ

【講師】IT アドバイザー等

【開催回数】年 1 回 10 名（策定者数は 3 割の 3 者）

【カリキュラムの事例】

- ・DX 関連技術（クラウド、AI、RPA 等）や具体的活用事例
- ・YouTube 等動画活用や SNS を活用した情報発信方法

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〕 事業計画を策定した小規模事業者の支援については、定期訪問（年 2 回）に加え、問い合わせがあったとき、課題や要請に対応している。

〔課題〕 計画の進捗状況に応じて、集中的に支援する先には、巡回頻度を高めたり、課題に適した専門家派遣するなど、メリハリのある支援が必要である。

（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して、1～2 ヶ月程度経過した時点で巡回による事業計画の進捗確認を行う。進捗状況により、巡回回数を増やして支援をしていく必要がある事業者とそうでない事業者とを見極める。巡回頻度を増やして支援していく事業者については、計画がうまく進んでいない原因を分析し、課題に適した専門家の派遣を通して、問題解決・軌道修正を図っていく。

（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事業者数	—	26 者	26 者	26 者	26 者	26 者
頻度（延回数）	—	78 回	78 回	78 回	78 回	78 回
売上 10%以上増加事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
営業利益率 5%以上増加事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

（4）事業内容

- ・事業計画を策定したすべての事業者に対し、概ね 1 ヶ月経過した時点で、進捗状況や課題を把握する。
- ・事業計画策定後、概ね 6 ヶ月を経過した段階で、進捗状況や目標達成度に応じて分類する。
- ・事業計画の計画からの乖離等、進捗が思わしくない場合は、外部専門家等の第三者チェックを行い、原因の分析および今後の対応策を検討し、実行する。
- ・1 年間の事業進捗状況を確認する。その時、決算書等を比較して売上や利益率の増減をチェックする。次年度以降も支援が必要な場合、法定経営指導員等に相談してもらう。
- ・頻度については、事業計画策定 26 者の策定後、概ね 1 ヶ月、6 ヶ月、1 年の年間 3 回とする。ただし、事業者からの申し出等により、臨機応変に対応する。

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]

- ・販路開拓支援については、兵庫県商工会連合会のチーフアドバイザー派遣制度や IT アドバイザー等、専門家派遣制度を活用した個社支援が中心となっている。また、神戸市で開催されている「国際フロンティア産業メッセ」に西播磨地域の商工会で毎年共同出展しているため、会員企業の出展を促している。
- ・その他の展示会やマッチングの情報は、内容が事業所のニーズに合致しそうなものを拾い出し、法定経営指導員等が周知している。
- ・IT を活用した販路開拓等の DX に向けた取組が進んでいない。

[課題]

- ・展示会に出展した小規模事業所に対し、簡単な事前説明は行っているが、事後の支援はほとんどできておらず、出展内容や展示方法について事業者任せになっていることから、出展時のレイアウトやプレゼン方法のアドバイス等を行うことが必要と考えている。
- ・展示会において、名刺交換はできているものの、その後の営業活動で成約に結びつく件数が少ない。
- ・販路開拓の手段として、業種によっては、DX の必要性は理解しているものの、売上の主力にしようとする意識が低く、DX による販路開拓の強化には至っていない。

(2) 支援に対する考え方

様々な業種の事業所が属している商工会で単独の展示会を開催するのは、困難であるため、各事業所のニーズに合致しそうな展示会を案内する。その際、ブースのレイアウトやプレゼンテーション等、事前に説明するようにし、効果の高い出展・商談になるように支援を行う。必要があれば、専門家派遣を通じての支援も行う。

DX の取組として、兵庫県商工会連合会の IT アドバイザーを活用し、小規模事業者が Google マイビジネスへの登録や SNS での情報発信、EC サイトの利用の相談支援を行う。

(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国際フロンティア産業メッセ	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
商談成約件数	—	1 者	1 者	1 者	2 者	2 者
②SNS 活用事業者	—	7 者	7 者	7 者	7 者	7 者
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%
③EC サイト利用事業者数	—	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

【支援対象】

事業計画策定済の事業者の中で、新サービスや新商品開発を前向きに行っている事業所を中心に展示会出展等を支援する。あわせて、資金力やマンパワーに乏しい小規模事業者にとって、SNS や動画、EC サイトは親和性が高いことから、兵庫県商工会連合会の IT アドバイザーを活用した相談対応を行う。

①国際フロンティア産業メッセ等への出展（B to B）

- ・兵庫県商工会連合会の出展費補助の活用や西播磨地区商工会連絡協議会が運営する出展ブースへ参画することにより、効果的な販路開拓を支援する。
- ・展示会に参加にあたって、初めての出展でも不安のないように、展示会の事前事後対策セミナーを実施、その後の個別相談によって、プレゼンテーションや展示方法の支援を行い、効果的な商談になるようにサポートする。

【参考】国際フロンティア産業メッセ

西日本最大級の総合展示会で、環境・エネルギー／健康・医療／ライフスタイル／ロボット・AI・IoT／ICT・クラウド／電気・電子／ものづくり／航空・宇宙等、様々な展示内容で行われる。

本年度は、令和3年9月2日・3日の2日間、神戸市・神戸国際展示場1・2号館（神戸ポートアイランド）で開催された。2020年度実績 289社・団体／355小間で来場者は約1万人あり、会場では、効果的な販路開拓につながる。

②ITアドバイザーの活用による販路開拓支援（SNS活用、ECサイト利用等）

兵庫県商工会連合会のITアドバイザーを活用した相談対応や法定経営指導員による伴走型支援により、全業種に対して小規模事業者のIT習熟度を高める。具体的には、新規顧客の獲得、リピート率の向上などにGoogleマイビジネス、Instagram、LINE公式アカウント等の活用を支援する。

最終年度には、事業者自らが顧客サービス向上、需要開拓等のために必要なアプリ・システム等を探し、使いこなせるようにするため、DX推進を継続支援していく。

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〕

事業の評価及び見直しについて、PDCAサイクルを回し、見直しを行う仕組みづくりまで確立できなかった。そのため、経営発達支援計画の定量・定性評価及び検証は十分できていない。

〔課題〕

経営発達支援計画の目標を達成できるように、毎年1回事業評価委員会を開催し、その進捗状況、実施状況の評価・検証、および計画の見直し等を実施してPDCAサイクル構築により目標達成できる仕組みを構築する。

（２）事業内容

①委員会構成

行政（太子町経済建設部産業経済課長）	1名
法定経営指導員	1名
中小企業診断士	1名
日本政策金融公庫姫路支店長	1名
事務局長	1名

②評価方法

- ・法定経営指導員が、事業成果の調査し、事前に事業報告書を取りまとめる。
- ・事業評価委員会を年1回開催し、事業報告書をもとに、外部有識者の評価を加える。加えて、次

年度以降の改善点をまとめる。

③改善方法

事業評価委員会で示された改善点を踏まえ、法定経営指導員は、理事会で報告した上で、次年度の事業計画を立案する。また、職員会議において、職員間の事業の進捗や情報共有を図る。

④公表

経営発達支援計画の事業実施、事業報告並びに事業評価については、商工会に設置し、常時閲覧できる状態にするとともに、毎年商工会のホームページに掲載する。

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]

全国商工会連合会 WEB 研修の受講や兵庫県商工会連合会が主催する研修（経営計画・経営革新、販路開拓、創業支援、IT 等）に参加を通じて、支援能力の向上を図っている。受講後は、研修資料の閲覧や報告等により、研修内容の共有を図っている。

[課題]

当会は、経営指導員 2 名が経営支援の中心となって行っている。少人数の組織であるため、3～5 日間コースの研修への多人数の参加は困難である。今後は、経営指導員だけでなく、経営支援員等の職員の支援能力向上を図る組織的仕組みづくりが必要である。

(2) 事業内容

①外部講習等の積極的活用

経営指導員等の支援能力の向上のため、兵庫県商工会連合会が開催する各種研修会に参加する。経営支援員等、経営指導員以外の職員の事業計画策定能力を高めて、組織全体の経営支援能力の底上げが必要である。

経営指導員については、成果の高い経営支援事例発表のある職員育成研修会を通じて、様々な業種の支援に対応するための能力を養う。さらに、経営指導員が支援業務の中で、目に見える成果を上げるために、足りないと感じる専門的な知識の習得を目的として、各業種の支援に特化した内容を中心に中小企業大学校の各種研修会に参加する。

中小企業大学校	兵庫県商工会連合会
ものづくり企業の支援力 飲食業支援の進め方 <u>web マーケティング支援の進め方</u> <u>小規模事業者の IT 導入支援の進め方</u> 等	経営計画・経営革新研修会 創業支援研修会 販路開拓・販売促進支援研修会 職員育成研修会（経営支援事例発表大会） <u>IT 研修会（販路開拓）</u> <u>クラウド会計研修（業務効率化）</u> 等

【DX 推進に向けた外部講習等の活用】

IT の利活用が遅れている小規模事業者への支援業務にあたっては、経営指導員等職員が IT スキルを向上させ、様々なニーズの相談に積極的に応じることで、遅れている IT の利活用を前進させる。そのために、職員の DX 推進の取組に対応する相談・支援能力の向上を図るための研修（IT 研修会、クラウド会計研修）についても積極的に参加する。

受講した職員は受講内容を報告書にまとめ共有、ノウハウの蓄積を図ることで、組織として効率

的な伴走型支援に繋げていく。

②OJT 制度の導入

組織全体の支援能力の向上を目的に、経営指導員と経営支援員等が、チームで巡回・窓口相談にあたることで、経営指導員の支援ノウハウを経営支援員等へ継承する。これにより、副次効果として支援業務の効率化と支援業務の拡充が図れる。

③職員間の定期的なミーティングの開催

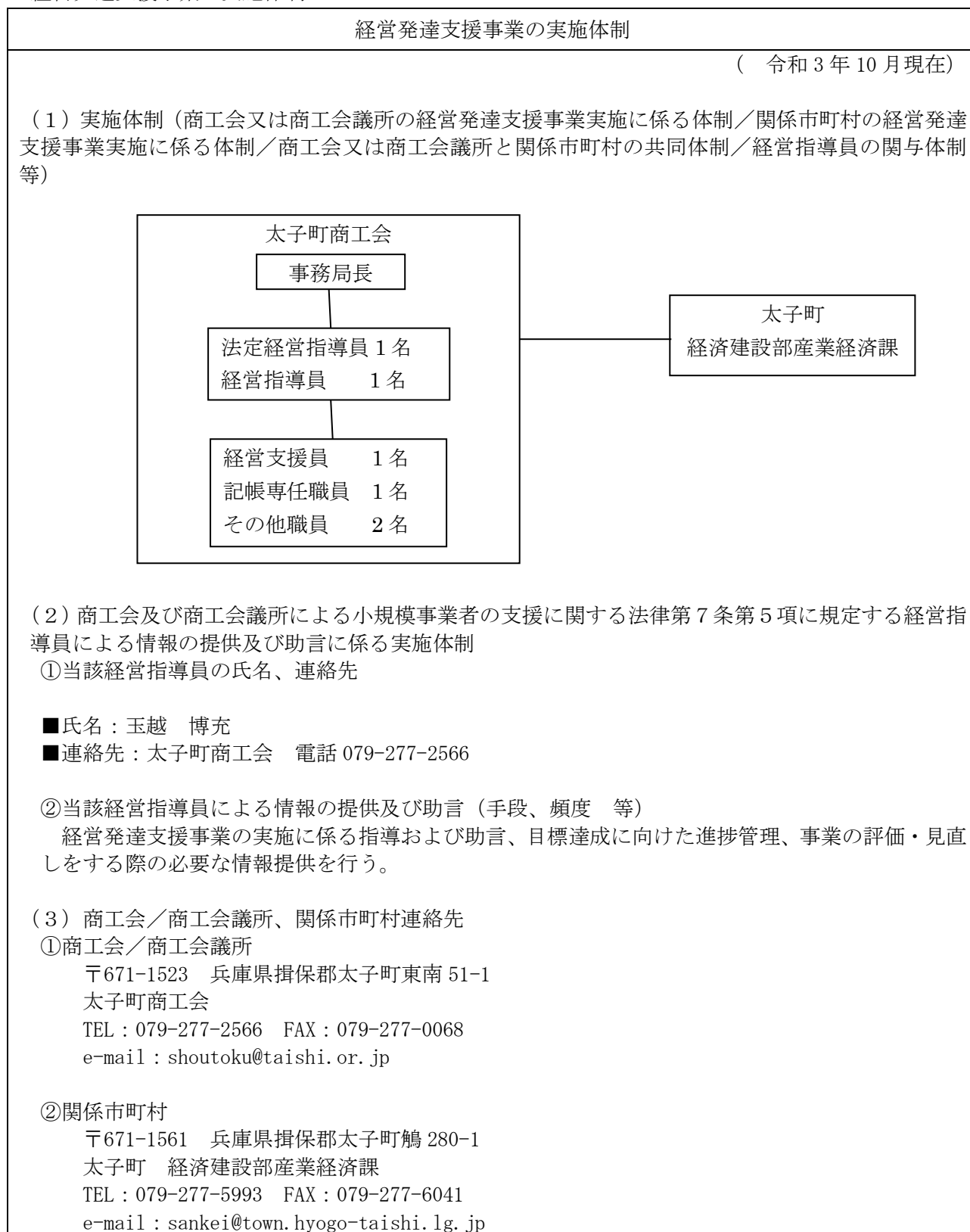
定期的なミーティング（月 1 回・年間 12 回）を開催して、経営指導員等職員間の各小規模事業者の支援情報の共有を図る。また、商工会内部で職員向けの資質向上研修を行う（年 1 回）。さらに必要に応じ、経営指導員が講師役を務め、OFF - JT の形で、事業計画の策定や新たな支援策、IT を活用した支援で利用したツール等の説明も行うことで、職員間の資質向上を通じた組織力強化を目指す。

④小規模事業者支援システムの活用によるデータベース化

小規模事業者支援システムによる経営カルテのデータ入力を生きた情報として活用するため、適時、誰が見てもわかるように支援内容を入力し、経営指導員等職員間で共有する。担当外の小規模事業者でも支援の概要を把握した指導ができ、また人事異動や担当が変わった際にも、新たな担当経営指導員等が継続的な支援に取り組むことができるようなデータベースを構築する。

(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 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	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200
セミナー開催費	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350
専門家派遣費	600	600	600	600	600
情報交換開催費	200	200	200	200	200
事業評価委員会 運営費	50	50	50	50	50

(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・手数料収入、太子町補助金、兵庫県補助金、伴走型小規模事業者支援推進事業費 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	
連携者なし	
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	