

経営発達支援計画の概要

実施者名	一宮商工会議所
実施期間	H27年4月1日～H32年3月31日
目標	「地域経済の活性化」を牽引しつつ、「地元小規模事業者に寄り添い、事業の持続的発展を図るための支援」(伴走型支援)を実施する。
事業内容	<p>・経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査【(別表1)(2)(各論)1.】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・景況調査、L O B O調査、繊維関連情報収集、地域金融機関との定期例会などを通じた地域の経済動向の把握 <p>2. 経営状況の分析(別表1)(2)(各論)2.】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・巡回訪問、窓口相談、セミナーの開催などを通じた経営状況の把握、経営分析、経営課題の抽出、「経営発達応援隊」を通じた課題解決 <p>3. 事業計画の策定・実施支援【(別表1)(2)(各論)3.4.】</p> <p>3-1 既存事業者に対する支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定関連セミナー・個別相談会の開催等による掘り起こし ・「経営発達応援隊」による事業計画の作成・実施支援 ・事業計画策定後の事後指導(モニタリング) 情報提供(フォローアップ) <p>3-2 創業・第二創業(経営革新)支援【(別表1)(2)(各論)3.】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「一宮商工会議所ビジネス支援センター」による総合的な創業支援 ・創業スクール・女性創業塾、及び西尾張創業塾の開催 ・「公的支援制度説明会」の開催等を通じた財務・経営革新等に関する支援 <p>4. 需要動向調査【(別表1)(2)(各論)5.】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者アンケート、繊維関連情報収集、地域金融機関との定期例会、来店者アンケートなどを通じた需要動向の把握、事業計画策定及び実施への活用 <p>5. 新たな需要の開拓に寄与する事業【(別表1)(2)(各論)6.】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「プレミアム付き商品券」(いちみん商品券)発行事業 ・「一宮総合食品フェア」 ・「お菓子フェア及び商談会」 ・「展示会への出展支援」 ・「アライアンスパートナー発掘市」・「尾張商談会」 ・「プレスリリースセミナー」・「新商品・新サービス合同報道発表会」 ・「ビジネス会員交流会」 <p>・地域経済の活性化に資する取組</p> <p>1. 一宮モーニングプロジェクト 【(別表1)(2)(各論)1.】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「一宮モーニング博覧会」等 <p>2. いちのみや食ブランド推進事業【(別表1)(2)(各論)2.】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「いちのみや食ブランド認定」等 <p>3. 一宮コスチュームタウン構想事業【(別表1)(2)(各論)3.】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「いちのみや七夕まつりコスプレパレード」等 <p>4. いちのみや秋まつり事業【(別表1)(2)(各論)4.】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「イベント情報の一元的発信、共同での広報活動、共同事業」等
連絡先	<p>一宮商工会議所 中小企業相談所 一宮商工会議所 ビジネス支援センター</p> <p>一宮市栄4丁目2番1号 一宮市栄3丁目1番2号</p> <p>尾張一宮駅前ビル(i-ビル)6階</p> <p>0586-72-4611 0586-85-7032</p>

経営発達支援計画

一宮商工会議所

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 当地域では、かつて毛織物王国といわれる程、毛織物産業が隆盛であり、現在でも、中小・小規模事業者がその大勢を占め {繊維工業 1,511 事業所、うち4人以下の事業所 (以下、小規模事業者という) 1,178}、繊維産業が一宮市の地場産業であることに変わりはない。

しかしながら、近年は国内市場の縮小や海外進出による空洞化により、企業の転廃業が続いている (繊維工業：平成 21 年度 1,846 事業所、うち小規模事業者 1,458 → 平成 24 年度 1,511 事業所、うち小規模事業者 1,178)。

このような現状に鑑みると、繊維産業がかつてのような隆盛を極めることは難しいといえる。

そこで、繊維産業の高付加価値を図ることによって、繊維産業の下降に一定の歯止めをかけつつ、繊維産業に代わる新たな産業の創出を目指すことが急務である。

一方、製造品出荷額等で見れば、繊維工業 (1,011 億円) に次ぐ産業として、食料品製造業 (703 億円) が位置している。また、当地域では、喫茶店のモーニングサービスという独特の食文化も発達しており、喫茶店を中心とした飲食店が多いこと (1,887 事業所、うち小規模事業者 1,197。喫茶店 618 事業者、うち小規模事業者 455)、衣料・飲食料品を中心とした小売業 (1,051 事業所、うち小規模事業者 639)、理・美容業 (693 事業所、うち小規模事業者 610) も多く、小規模事業者を中心に「生活産業」が活発であるという特徴がある。

一宮市は、大都市「名古屋」に近接し通勤圏内にあること、道路、鉄道の利便性が高いことから「都市化」し、住民の生活スタイルも多様化してきており、住民の目から見ると、「生活産業」へのニーズがより一層高まりつつあり、この点が「生活産業」が活発であることの背景にあるといえる。

ただ、経済の減退、人口減少などにより、事業所数が減少している (平成 21 年度 16,636 事業所、うち小規模事業者 10,589 → 平成 24 年度 15,652 事業所、うち小規模事業者 9,802)。

また、本所景況調査などによると、小規模事業者の業況、売上、採算とも低調に推移し、経営上の問題点に関しても、需要の停滞、売上・販売単価・製品 (加工) 単価の低下・上昇難、原材料価格の上昇、仕入単価の上昇、設備の老朽化による生産能力の減少などを上位に挙げている。

以上に鑑みると、小規模事業者にとっては、厳しい経営環境にあるといえる。(以上統計は、24 年度経済センサス・工業統計調査、本所及び日本政策金融公庫一宮支店の景況調査参考)

2. 上記のような一宮市の現状を踏まえ、小規模事業者支援機関、地域の総合的経済団体としての役割を担う「一宮商工会議所」においては、「長期行動指針」を策定し (平成 25 年 3 月)、5 つの視点、即ち、①「会員に満足・期待され、市民に信頼される商工会議所になる」、②「多様で複雑化する中小企業の経営課題解決に応えられる支援機関となる」、③「西尾張地域の中核都市に相応し

い産業拠点を形成する」、④「行政との連携・協働による活気と賑わいのある生活産業都市をつくる」、⑤「地域資源を活用した事業展開による都市のブランディングを図る」という視点に基づいて「アクションプラン」を設定し、現在事業を推進中である。

そこで、今回の「経営発達支援計画」策定・実施においても、「長期行動指針」における「5つの視点」を踏まえ、「地域経済の活性化」を牽引しつつ、「地元小規模事業者に寄り添い、事業の持続的発展を図るための支援」（伴走型支援）を重点的に実施することを目標とする。

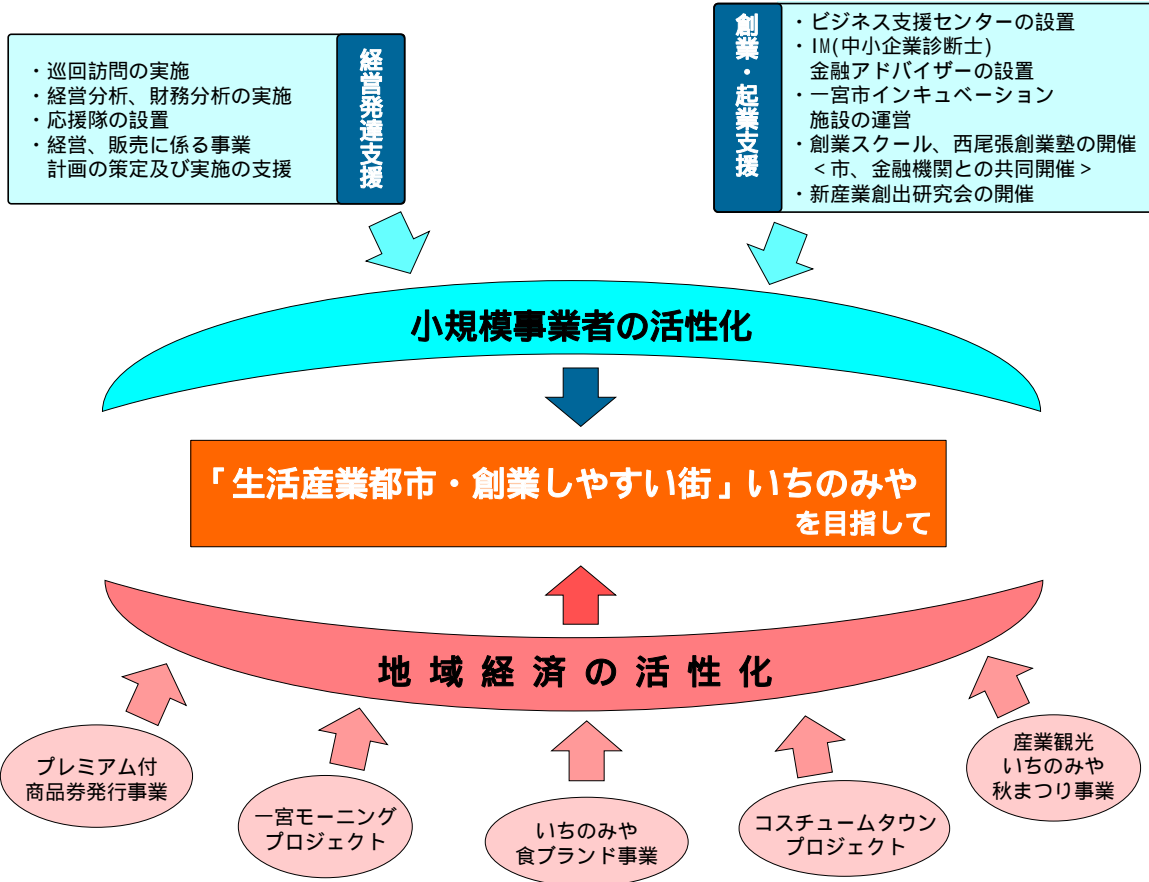
3. 当該目標を達成するに当たっては、繊維産業の高付加価値化を図るための支援を模索しつつ、小規模事業者を中心に「生活産業」が活発であるという一宮市の特徴を踏まえ、繊維産業に代わる新たな産業として「生活産業」を捉え、①「繊維の街・いちのみや」から「生活産業都市・いちのみや」への変貌を目指し、重点的に「生活産業」の創出、育成、定着のための支援（経営発達支援）を行うこと、及び管内事業所数の減少という課題を克服するため、②「創業しやすい街・いちのみや」を目指した総合的な「創業支援」を行うこと、③他の地域機関との連携を促進し、地域のブランド化、賑わいの創出（地域経済の活性化）に向けた支援を行うことを、事業推進の方針とする。

かかる方針に従い当該目標を達成するため、「経営発達応援隊」を新設し「支援能力の強化」を図ること、及び「経営発達応援隊」を中心として、複雑・多様化する企業の経営課題の解決を図ることを中核に、①「地域の経済動向調査」、②「経営状況の分析」、③「事業計画策定支援」、④「事業計画策定後の実施支援」、⑤「需要動向調査」、⑥「新たな需要の開拓に寄与する事業」を行う。

また、「地域経済の活性化」を図るため、行政・地域の他機関と連携・協働して、①「一宮モーニングプロジェクト」、②「いちのみや食ブランド推進事業」、③「一宮コスチュームタウン構想事業」、④「いちのみや秋まつり事業」を行う。

4. 以上を通じて、「地域経済の活性化」を牽引しつつ、「地元小規模事業者に寄り添い、事業の持続的発展を図るための支援」（伴走型支援）を重点的に実施するという目標を達成する。

●イメージ図



経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間

・平成27年4月1日～平成32年3月31日

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

注1) 指針①～④は以下を表す。

【指針①】：経営分析

【指針②】：事業計画策定・実施支援

【指針③】：需要動向（地域の経済動向・小規模事業者の需要動向）調査

【指針④】：販路開拓（新たな需要の開拓）支援

※ なお、各事業は「指針①～④の全て若しくは複数を含む」のが通常であり、また「連動して行う」ものであることから、(事業内容)中付記の【指針数字】は、主なものを付記する。

注2) 新規事業に関しては、【新規：開始年度】を記載する。

注3) ※数字は、別表4「連携する内容」の確認の際、参照として使用する。

(総論)

「小規模事業者の持続的発展」を支援するという目的を達成するため、「経営発達支援事業」の実施においては、企業の診断書ともいえるべき「事業計画の策定・実施」支援（【指針②】各論3.4.）を第一義に捉え重点的に実施する。その実施に当たっては、「経営発達応援隊」を創設するなど、実効性のある「事業計画の策定・実施」支援（【指針②】各論3.4.）を行う。

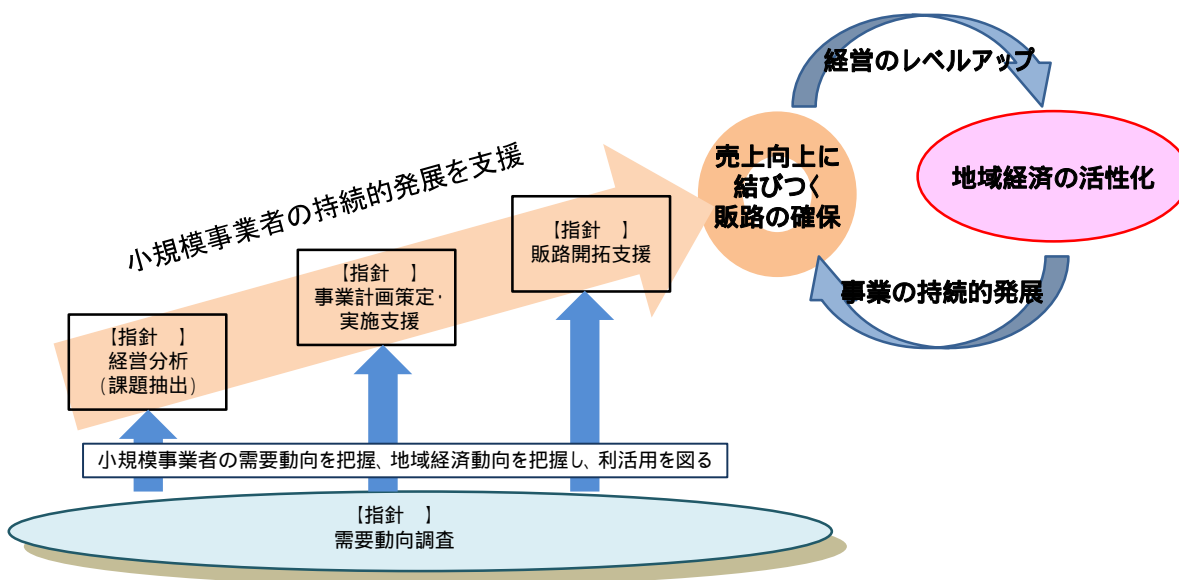
「事業の持続的発展」には売上向上に結び付く販路の確保（需要の拡大）が必要不可欠であることから、「事業計画の策定・実施」支援においては、「販路開拓」支援（【指針④】各論6.）を常に念頭に置いて行う。また、「事業計画の策定」に当たっては、小規模事業者の課題の把握・抽出が不可欠であり、かかる観点から、経営状況の把握、課題抽出・解決のための「経営分析」（【指針①】各論2.）が前提となる。それ故、担当エリアの中から対象事業所を選定し、定期的な巡回を行う「濃密巡回」の実施などを通じて経営課題の把握に努める。

「事業計画の策定」（【指針②】各論3.4.）、その効果的な実施を確保する「販路開拓」（【指針④】各論6.）、「事業計画の策定」の前提となる「経営分析」（【指針①】各論2.）を効果的に行うには、「小規模事業者の需要動向」の把握、「地域の経済動向」の把握が必要不可欠である。それ故、「事業計画の策定・実施」支援（【指針②】各論3.4.）、「販路開拓」支援（【指針④】各論6.）、「経営分析」支援（【指針①】各論2.）に活用することを目的に、「小規模事業者の需要動向・地

域の経済動向」の調査・分析（【指針③】各論5. 1.）を実施する。

以上の関連性のもと、各論においては、各事業（指針【①】～【④】）を実現する具体的な（事業内容）につき記述する

●イメージ図



(各論)

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

「事業の持続的発展を目指す小規模事業者」を支援することを目的に、以下の方法（事業内容）を通じて、地域内の経済動向の調査・分析を行う【指針③】。

また、調査・分析の結果を活用し、小規模事業者の経営分析（下記2.【指針①】）、課題の抽出・解決（下記2.【指針①】）、事業計画の策定・実施支援（下記3. 4.【指針②】）、販路開拓支援（下記6.【指針④】）などを行い（「経営発達支援」）、「小規模事業者の持続的発展」を支援する。

(事業内容)

- 1) 四半期に一度、建設業、製造業（繊維製造業、その他製造業）、卸売業、小売業、サービス業を網羅した小規模事業者を含む100社に対して、業況、売上、採算、資金繰り、従業員などに関するアンケートを実施し、経済動向を把握する「景況調査」、及び毎月、建設業、製造業（繊維製造業、その他製造業）、卸売業、小売業、サービス業を網羅した小規模事業者を含む10団体に対して、業況・売上・採算・資金繰り・仕入単価・従業員などに関するアンケートを実施し、景気の早期観測を通じた経済動向を把握する「LOBO調

査」を活用し、管内の経済動向を調査し、管内事業所の課題把握を行う。結果を踏まえ、報告書を作成し、報告書の配布、ホームページへの掲載を通じて情報提供を行う【指針③】

- 2) 繊維業に関しては、**地元の企業信用調査会社に委託して情報収集**を行う。そこで得た情報を活用し、地域の経済動向を把握する【指針③】

また、繊維産業を代表とする尾張西部地域の地場産業の振興を図るため、一宮市が主体となり西尾張地域の各種繊維業界が出捐して設立された「**一宮地場産業ファッションデザインセンター（以下、FDC）**」との懇談会を通じて、繊維関連の経済動向を把握する。【指針③】

- 3) 平成 22 年から定期的に実施している日本政策金融公庫との「意見交換会」、平成 23 年から実施している一宮市及び地元信用金庫との「**一宮市地域振興懇談会**」を通じて情報交換を行い、地域の経済動向に関する情報収集を行う。
【指針③】※ 1

(目標)

	現状	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度
景況調査対象企業数、 実施回数	100 社 年 4 回	100 社 年 4 回	100 社 年 4 回	100 社 年 4 回	100 社 年 4 回	100 社 年 4 回
LOBO 調査対象団体等数、 実施回数	10 団体 年 4 回	10 団体 年 4 回	10 団体 年 4 回	10 団体 年 4 回	10 団体 年 4 回	10 団体 年 4 回
繊維関連情報収集回数	月 1	月 1	月 1	月 1	月 1	月 1
金融機関との定期例会 開催数	2	4	4	4	4	4

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

「事業の持続的発展を目指す小規模事業者」の課題を把握し解決することを目標に、巡回などを通じて小規模事業者の経営状況を把握し、課題の把握・解決を行う（経営分析【指針①】）。

その際、地域の経済動向・小規模事業者の需要動向調査（上記 1. 下記 5. 【指針③】）の結果を活用しつつ、販路開拓支援（下記 6. 【指針④】）を視野に入れて行う。

課題解決上、必要と判断した場合には、事業計画の策定・実施支援（下記 3. 4. 【指針②】）を行う（伴走型支援）。

経営分析においては、成長性・収益性・効率性・生産性・安全性の観点からの決算書分析、小規模事業者の強み・弱みの分析を行う SWOT 分析などを通じて行う。

(事業内容)

- 1) 巡回訪問、窓口相談、記帳指導・税務相談、融資相談、セミナーの開催などを通じて**経営状況を把握し、経営分析**を行う。
経営分析においては、成長性・収益性・効率性・生産性・安全性の観点からの決算書分析、小規模事業者の強み・弱みの分析を行うSWOT分析などを通じて行う。**【指針①】**
- 2) **日本政策金融公庫**と連携協定を締結(平成22年1月締結)し、定期的に「意見交換会」を開催し情報交換を行うとともに、随時「**同行巡回**」を実施する。
「同行巡回」に際し、経営状況の把握、経営分析を行うとともに、金融面での課題を把握し提案を行う(**課題提案型巡回**)。提案の結果、スピーディーな融資が必要と判断した場合、及びマル経では対応できない場合には、日本政策金融公庫と連携して創設した「**ICHIMO(イチモ)セーフティ融資**」を提案し斡旋を行う。**【指針①】※2**
また、「小規模事業者の持続的発展」を支援するにあたり特に融資が必要と判断した場合には、平成27年度創設の「**小規模事業者経営発達支援融資制度**」(日本政策金融公庫が、事業の持続的発展のための取組に必要な設備資金及びそれに付随する運転資金を低利で融資する制度)の活用を、日本政策金融公庫と連携し検討する。**【指針①】【新規:27年度開始】**
- 3) **愛知県信用保証協会**と連携し、融資に関する「**定例相談会**」を月1回行うとともに、随時「**同行巡回**」を実施する。「同行巡回」に際し、経営状況の把握、経営分析を行うとともに、金融面での課題を把握し提案を行う(**課題提案型巡回**)。**【指針①】※3**
- 4) 経営指導員は、担当エリアの中から対象事業所を選定し、定期的に巡回を行う。定期的な巡回を通じて事業主と信頼関係を構築し、経営課題の把握・抽出を行う(**濃密巡回**)。**【指針①】**
- 5) 抽出した課題に対し、**課題解決に向けた指導・助言**を行う。
指導・助言に際して、高度の判断を必要とするものについては、「**経営発達応援隊**」(別表2. **経営発達支援事業の実施体制(1)組織体制参照**)に報告し、「**経営発達応援隊**」において協議し、効率的・効果的な支援策を検討する。
検討した方向性に即し、各経営指導員が、「**インキュベーションマネージャー**(以下、「**IM**」という)」「**中小企業診断士**」「**事業計画策定アドバイザー**」(中小企業診断士)と連携して、課題解決に向けた支援を行う。
事案に応じて専門家を交えたチームを編成する。その際、必要に応じ、地域金融機関、あいち産業振興機構などと連携する。**※4**
IT関連の課題に対しては、ITベンダーとクライアントとのマッチングを行うとともに、経営指導員が相談者に寄り添いながらITベンダーへの提案などをサポートし、課題を解決する(伴走型支援)。
繊維関連事業者の製品開発などにおける技術上の相談に対しては、「**尾張繊維技術センター**」(あいち産業科学技術総合センター)と連携して、課題解決に取り組む。**※5**
課題解決に向けた支援の過程、及び結果については、「**経営発達応援隊**」

に随時報告し、「経営発達応援隊」において検証する。【新規：27年度から開始】【指針①】

6) 課題解決上、事業計画の策定が必要と判断した場合には、**事業計画の策定・実施支援**（下記3.4.）を行う（伴走型支援）。【指針①】【指針②】

7) 小規模事業者が持続的発展を実現するためには、自らの経営課題を把握し、経営分析を通じて、課題を解決することが必要不可欠である。

しかし、経営資源が十分でない小規模事業者にとって、単独で経営課題の把握・経営分析・課題解決を行うことは困難を伴う。

それ故、経営指導員が、以上の過程を通じて小規模事業者に寄り添い助言・指導を行うことで、「小規模事業者の持続的発展」を実現する可能性は高くなる。

（目標）

	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
巡回（実態把握）件数	3,500	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800
経営分析件数	30	60	60	60	80	80
セミナー開催件数 （参加者数）	13 (90)	14 (100)	14 (100)	14 (100)	15 (120)	15 (120)

※ 巡回（実態把握）件数が現状 3,500 件から 27年度 2,800 件に減少する理由は、管内事業所数が減少したこと（経済センサス参照）、それに伴い経営指導員の定数が 27年度に一人削減されるためである。

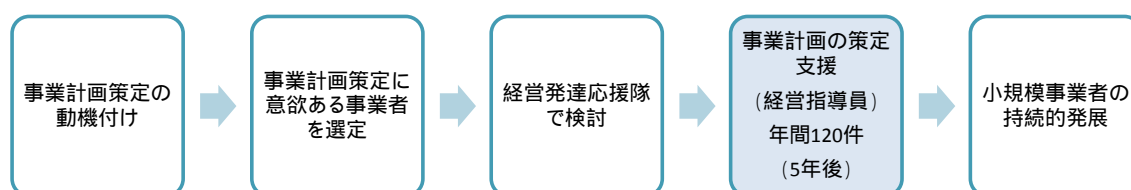
3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

3-1. 既存事業者に対する支援【新規：27年度から開始】

現状、「事業計画策定」支援に関しては未実施であるため、「事業計画策定」支援の実施体制、手段・方法の検討が急務の課題といえる。

そこで、本所としては、以下の方法を用いて課題に応え、「事業計画策定」支援を実施していくこととする。

事業計画策定支援に関する基本的な考え方



「上記2. 経営状況の分析【指針①】」の結果を踏まえ、小規模事業者の課題を解決し、「小規模事業者の持続的発展」を支援することを目的に、事業計画の策定支援【指針②】を行う。

即ち、小規模事業者が持続的発展を実現するためには、企業の診断書ともいえるべき「事業計画の策定」及び「実施」が必要不可欠である反面、経営資源が十分でない小規模事業者にとって、単独で事業計画を策定することは困難を伴う。

それ故、経営指導員が、小規模事業者に寄り添い助言・指導を行うことで、「新たな需要の開拓に寄与する」事業計画の策定を支援する。

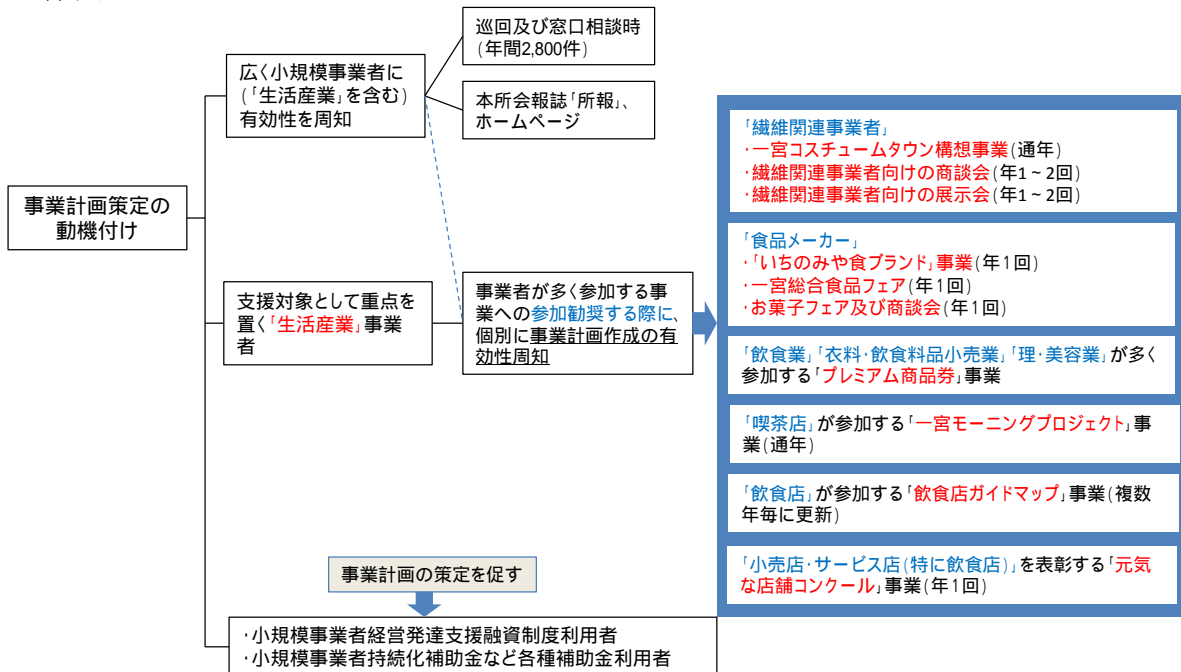
その方法としては、**事業計画策定の動機づけ**を行ったうえで、**事業計画策定に意欲ある事業者を選定**する。選定した事業者に対し、「需要動向調査」の結果（上記5.）をもとに、「経営発達応援隊」で検討した上で、**経営指導員が中心となって事業計画策定を支援**する方法を取る【詳細は下記（事業内容）に明記】。

また、現状、事業計画策定支援に関しては未実施であるため、当初は経営指導員の「事業計画策定支援能力の向上」に重点を置きつつ【方法に関してはⅢ. 2. 2）参照】、5年後には、事業計画策定支援事業者数年間120件を達成することを目標とする。

（事業内容）

1) 事業計画策定の動機づけ

全体図



① 年間2,800件を目標とする巡回及び窓口相談時に、本所専門相談員の支援成功事例の紹介などを通じて事業計画を策定する有効性の周知を行い、広く小規模事業者に対し事業計画策定の動機づけを行う。【指針②】

② 特に、本所が支援対象として重点を置く「生活産業」に関しては、以下の

方法で事業計画策定の動機づけを行う。

なお、本所の想定する「生活産業」とは、「繊維産業」（繊維製造業）を含めた「衣食住に関する生活に密着する産業」全般、例えば、「繊維製造業」、「衣料小売業」、「食品製造業」、「飲食料品小売業」、「喫茶店」を中心とした「飲食業」、「理・美容業」などをいう。

このような、「生活産業」に属する事業者に対して、事業計画策定の動機づけを行うに当たっては、「生活産業」に関連する事業者が多く参加する事業、例えば、

「繊維関連事業者」が参加する「一宮コスチュームタウン構想事業」（通年）・「繊維関連事業者向けの商談会」（年1～2回）・「繊維関連事業者向けの展示会」（年1～2回）、

「食品メーカー」が参加する「いちのみや食ブランド」事業(年1回)・「一宮総合食品フェア」（年1回）・「お菓子フェア及び商談会」（年1回）、

「飲食業」、「衣料・飲食料品小売業」、「理・美容業」が多く参加する「プレミアム付き商品券」販売事業、

「喫茶店」が参加する「一宮モーニングプロジェクト」事業(通年)、

「飲食店」を紹介する「飲食店ガイドマップ」事業(複数年毎に更新)、

「小売店・サービス店（特に飲食店）」を表彰する「元気な店舗コンクール」事業(年1回)、

などに参加する事業者に対して、経営指導員が参加勧奨のため訪問する際などに、個別に事業計画を策定する有効性の周知を行い、事業計画策定の動機づけを行う。【指針②】

③ さらに、本所会報誌（「所報」）やホームページを通じて、事業計画を策定する有効性の周知を行い、広く小規模事業者に対する事業計画策定の動機づけを行う。【指針②】

④ また、「小規模事業者経営発達支援融資制度」の利用希望者や小規模事業者持続化補助金などの各種補助金活用希望者に対しても、事業計画の策定を促す。【指針②】

2) 意欲ある事業者の選定

上記のように事業計画策定の動機づけを行った上で、事業計画策定に意欲ある事業者を選定するため、事業計画策定に関するセミナー及び個別相談会を開催する。その後、「経営発達応援隊」の指示の下、経営指導員が巡回などを通じてフォローアップを行い、積極的に事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。

以上を通じて掘り起こした事業計画策定を希望する小規模事業者、経営分析の結果、課題解決上、事業計画の策定が必要と判断された小規模事業者（上記2.）などに対し、事業計画策定を支援する。【指針②】

3) 事業計画策定支援の手段・方法

① 事業計画作成に当たっては、支援対象として重点を置く「生活産業」においては、「製造業」「小売業」「サービス業」が中心となることから、本所「専門相談員」（中小企業診断士）の協力の下、本所が小規模事業者向けに「製造業」と「小売業・サービス業」とに分けて作成した「事業計画書」（「オリジ

ナルのフォーム) を活用して行う。

本所「事業計画書」は、「①売上・利益計画」、「②販路開拓計画」、「③販売促進計画」、「④行動計画」、「⑤要因計画」、「⑥事業承継計画」、「⑦生産計画」を内容とする。

「事業計画書」策定に当たっては、「生活産業」の実態に即した「新たな需要の開拓に寄与する」ため、業種・業態ごとに整理・分析した「需要動向調査」の結果(下記5.)を活用する。

② 事業計画策定支援の過程においては、以下の過程を踏む。

需要を見据えた事業計画を策定することを目的に、「経営状況の分析」結果(上記2.)及び業種・業態ごとに整理・分析した「需要動向調査」の結果(下記5.)を踏まえた上で、「経営発達応援隊」にて協議し方向性を検討する。

検討した方向性に即し、各経営指導員が、「IM」(中小企業診断士)、「事業計画策定アドバイザー」(中小企業診断士)と連携して、事業計画の作成を支援する。

支援にあたっては、経営指導員が、「IM」ないし「事業計画策定アドバイザー」とともに、小規模事業主と面談し、上記フォームを用いヒアリングを行い、整理・分析した上で指導・助言を行い、小規模事業主が事業計画を策定できるように支援する。

また、小規模事業主が、有効性・実効性のある事業計画を策定できるよう、この過程は、必要に応じて数回行う。

さらに、事案に応じて専門家を交えたチームを編成するなどし、実効性のある事業計画策定の支援を行う。その際、必要に応じて、地域金融機関、あいち産業振興機構などと連携する。※6

事業計画策定については、「経営発達応援隊」に随時報告し、「経営発達応援隊」において検証し、随時必要なアドバイスを行う。【指針②】

(目標)

	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
事業計画策定関連セミナー、個別相談会開催回数 (参加者数)	未実施	2 (40)	2 (40)	2 (40)	4 (80)	4 (80)
事業計画策定支援事業者数、計 (内訳)		10 内訳	60 内訳	80 内訳	100 内訳	120 内訳
繊維製造業	未実施	1	6	8	10	12
食品製造業		1	6	8	10	12
他の生活産業		8	48	64	80	96

3-2. 創業・第二創業(経営革新)者に対する支援【指針②】※7

創業支援に係る産業競争力強化法の認定を受け、一宮市と地元信用金庫二機関と

の四者による連携協定を締結し（平成 26 年 7 月締結）、創業スクールを始めとした充実した創業支援を行うとともに、女性創業塾、西尾張創業塾を開催する。創業後も経営指導員が定期的に巡回し進捗状況を把握し、必要な指導・助言を行うことにより、伴走型の支援を実施する。

創業支援においては、地域の経済動向・小規模事業者の需要動向調査（上記 1. 下記 5. 【指針③】）の結果を活用しつつ、事業計画策定・実施支援（下記 3. 4. 【指針②】）を主に、販路開拓支援（下記 6. 【指針④】）、創業後の経営分析支援（上記 2. 【指針①】）も視野に入れて行う。

以上を通じて、地域に根ざした活力ある事業所の創出、育成、定着を図る。

（事業内容）

- 1) 一宮市、地元信用金庫と連携し、平成 24 年 11 月、尾張一宮駅前ビル内に「一宮商工会議所ビジネス支援センター」を開設し、経営指導員、中小企業診断士、金融アドバイザーの連携による総合的な創業支援を行っている。
創業支援にあたっては、一宮市がハード面で「インキュベーションルーム」を提供し、本所がソフト面で「IM」（中小企業診断士）を設置。経営指導員との連携による伴走型支援を実施している【指針②】
- 2) 日本政策金融公庫、地元信用金庫などと連携し創業スクール、女性創業塾、及び西尾張創業塾を開催し、創業希望者の知識向上を図り、創業計画の策定支援を行う【指針②】
- 3) 創業後は、経営指導員、「IM」（中小企業診断士）による経営相談、税務相談、記帳相談を重点的に行うとともに、各種補助金の情報提供（フォローアップ）などを通じて伴走型の支援を行う。【指針②】
- 4) 「一宮市 SOHO インキュベータオフィス」入居者に対し、「IM」（中小企業診断士）による相談、助言・指導、及び地域金融機関との連携を行い、一宮市内での独立を支援する。【指針②】
- 5) 財務・経営革新や各種補助金に関する「公的支援制度説明会」を開催し、公的支援申請書の作成を支援する【指針②】
- 6) モノづくり産業の創出を目的に発足した「新産業創出研究会」において、主に次世代産業創出分野の研究シーズ、潜在ニーズなどをテーマとした勉強会、視察会を開催。また、参加する中小・小規模事業者の交流会を通じて連携可能性を探る場を提供する。

また、「農商工連携」や「農業の 6 次産業化」をテーマに、マッチング事例やビジネスモデルを勉強することを目的に「農商工ビジネスに関する研究会」を設置し、農業者と中小企業との連携、相互の経営資源の活用による新商品の開発、新分野への進出、新産業の創出の機会を提供する【新規：27 年度開始】

以上を通じて、新産業における創業、第二創業（経営革新）を模索する機会を提供する。【指針②、指針③】

(目標)

	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
創業スクール、女性創業塾開催回数 (参加者数)	14 (40)	14 (45)	14 (45)	14 (45)	14 (50)	14 (50)
創業支援者数	80	90	90	90	100	100
財務・経営革新等支援者数	12	14	16	18	20	22

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】【新規：27年度から開始】

(事業内容)

- 1) 事業計画策定後に、半期に1度巡回訪問し、進捗状況の確認を行うとともに、成長性・収益性・効率性・生産性・安全性の観点からの経営分析などを行い、策定された事業計画が実施されるよう必要な指導・助言（事後指導）を行う。

「小規模事業者経営発達支援融資制度」を活用した事案に関しては、日本政策金融公庫と同行巡回を行うなど、連携して事後指導を行う。

また、必要に応じて事業計画の見直しも行う。【指針①】、【指針②】

- 2) 事業計画策定後に、国、愛知県、一宮市の行う支援策などを所報、メルマガ、DMなどにより周知し、情報提供（フォローアップ）を実施する。【指針②】

- 3) 小規模事業者が持続的発展を実現するためには、企業の診断書ともいえるべき「事業計画の策定」及び「実施」が必要不可欠である。

しかし、経営資源が十分でない小規模事業者にとって、単独で事業計画を策定し実施することは困難を伴う。

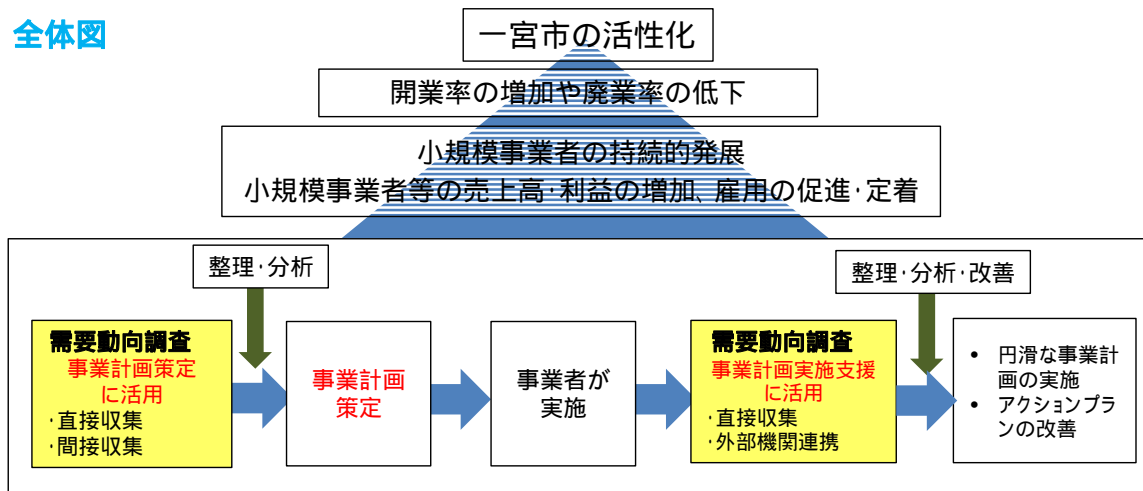
それ故、経営指導員が、以上の過程を通じて、小規模事業者に寄り添い、モニタリング（計画と現状との差異の発見）を行いながら、助言・指導を行うことで、「小規模事業者の持続的発展」を実現する可能性は高くなる。

(目標)

	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
周知によるフォローアップ件数	未実施	10	20	20	20	25

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

全体図



「新たな需要の開拓に寄与する」事業計画の策定・実施などを支援し、「小規模事業者の持続的発展」を図ることを目的に、「小規模事業者の販売する商品、提供する役務の需要動向」（以下、「需要動向」と略す）に関する情報の収集、整理、分析、提供を行う。（定量的な目標値に関しては（目標）欄参照）

「需要動向」調査に関しては、「事業計画策定に活用するもの」と「事業計画実施支援に活用するもの」とに分けて検討する。

「事業計画策定に活用するもの」に関しては、現状、アンケート調査、外部機関との連携による情報収集は行っているが、活用方法を意識した情報の収集・調査項目、整理、分析、提供となっているかは疑問である。

それ故、活用方法を意識した「需要動向」調査となるような仕組みづくりが課題であり、本所としては、5-1 「事業計画策定に活用するもの」（事業内容）に述べる方法で課題に応えることとする。

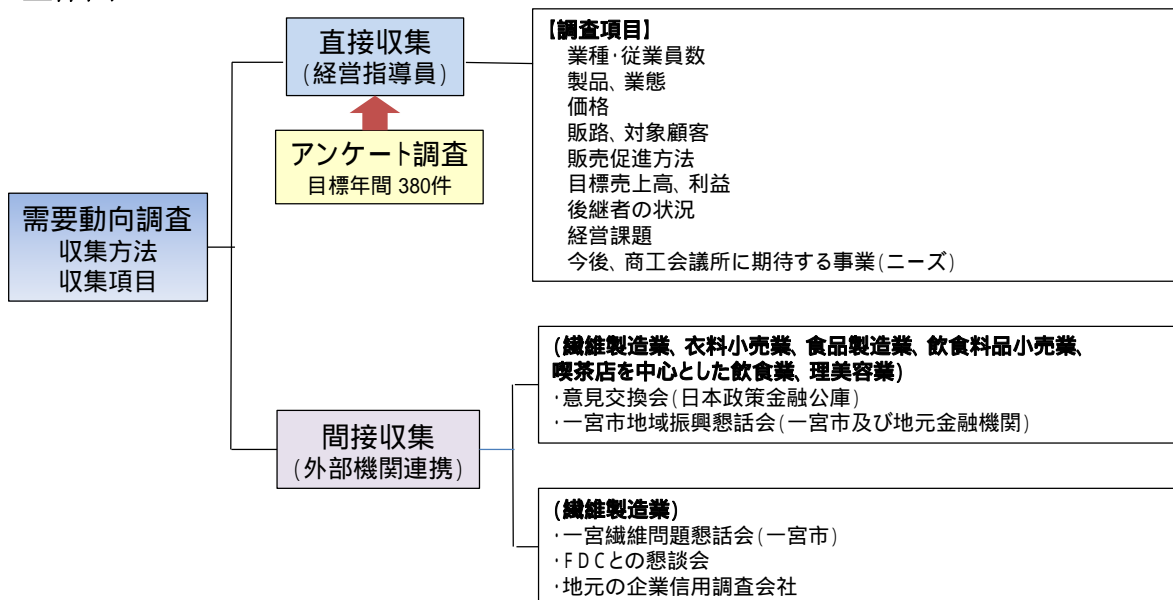
「事業計画実施支援に活用するもの」に関しては、現状では未実施のため、手段・方法を検討することが課題であり、本所としては、5-2 「事業計画実施支援に活用するもの」（事業内容）に述べる方法で課題に応えることとする。

5-1 「事業計画策定に活用するもの」

(事業内容)

1) 収集方法・収集項目【指針③】

全体図



「需要動向」に関する情報収集においては、①経営指導員の活動による収集(直接収集)と②外部機関との連携による収集(間接収集)を想定する。

①経営指導員の活動による収集(直接収集)

小規模事業者を対象とした年間 2,800 件を目標とする巡回及び窓口相談における対面でのヒアリングを通じたアンケートにより、「需要動向」に関する情報を収集する。

「生活産業」における「需要動向」を把握するため、「生活産業」に関連する事業者が多く参加する各事業【内容に関しては上記 3-1. 1)

②参照】において、参加事業者に対するアンケートにより、「需要動向」に関する情報を収集する。

上記アンケートにおいては、「個別事業者の課題、ニーズ」を把握するため、調査項目として、①業種・従業員数、②製品(製造業)、業態(小売・サービス業)、③価格、④販路(製造業)、対象顧客(小売・サービス業)、⑤販売促進方法、⑥目標売上高、利益、⑦後継者の状況、⑧経営上かかえている問題点(経営課題)、⑨今後、商工会議所に期待する事業(ニーズ)を記載した「小規模事業者の需要動向調査」用アンケート用紙を用いて行う。

②外部機関との連携による収集(間接収集)

小規模事業者と接し、「需要動向」について調査・分析を行っている日

本政策金融公庫との「意見交換会」、一宮市及び地元信用金庫との「一宮市地域振興懇談会」を通じて、「需要動向」についても情報収集を行う。

※8

繊維業に関しては、一宮市が主催し繊維関連の「需要動向」・経営課題を検討する「一宮繊維問題懇話会」、及び「需要動向」の把握・分析を行っている「FDC」との懇談会を通じて、「需要動向」に関する情報を収集する。

また、**地元の企業信用調査会社**に委託して情報収集を行い、「需要動向」に関する情報を収集する。

外部機関との連携による収集（間接収集）においては、「個別事業者の課題、ニーズ」のみならず、「業界の課題、ニーズ」関しても、情報収集を行うこととする。

2) 整理【指針③】

以上において収集した情報の整理を行う。

①直接収集（アンケート収集）

アンケートに関しては、集計作業を行う。

巡回及び窓口相談におけるアンケートにおいては翌月に、各事業におけるアンケートにおいては、事業終了後2週間を目途に、「経営発達応援隊」の指示の下、補助員が集計を行う。集計においては、業種・業態ごとの集計も行う。

②間接収集

日本政策金融公庫との「意見交換会」、「一宮市地域振興懇談会」、「一宮繊維問題懇話会」、「FDC」との懇談会（以下、「各会」と略す）の出席者から、「各会」で配布された「需要動向」に関する資料、記録を受け取り、会終了後1週間を目途に、「経営発達応援隊」の指示の下、補助員が情報を整理する。

以上により整理した情報は、データ化できるものは所内シェア（社内ネットワーク）に格納し、配布物などは書庫に収め、経営指導員が常時閲覧・活用できるようにする。

3) 分析【指針③】

①直接収集（アンケート収集）

業種・業態ごとに整理されたアンケート集計結果をもとに、整理後1ヶ月を目途に、「経営発達応援隊」にて分析を行い、業種・業態に応じた、事業者が抱える経営課題、ニーズ、新たな需要などを発掘する。

②間接収集

また、整理された「各会」の情報をもとに、整理後1ヶ月を目途に、「経営発達応援隊」にて分析を行い、例えば、繊維業においては、「デザイン（意匠・素材・色目など）の傾向・方向性」などを、「食品製造業」、「飲食料品小売業」、「飲食業」、「理・美容業」においては、「業態ごとの増減」、「流行の動向」、「消費・利用単価の傾向」などを把握する。

分析した情報は、所内シェア（社内ネットワーク）に格納し、経営指導員が常時閲覧・活用できるようにする。

4) 提供【指針③】

①経営指導員の活動などによる提供

以上により業種・業態ごとに分析された情報は、経営指導員が年間2,800件を目標とする巡回及び窓口相談を通じて、「新たな需要の開拓」に悩む小規模事業者の業種・業態に応じて提供する。

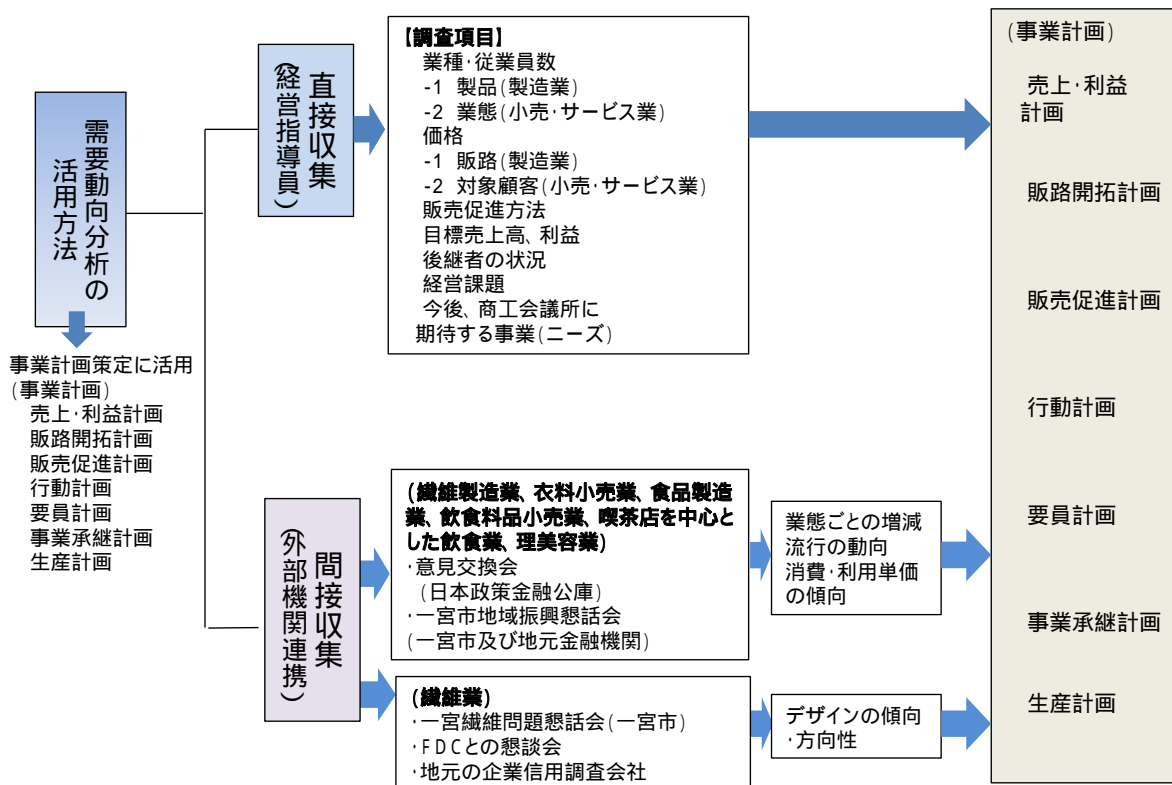
また、本所会報誌（「所報」）、ホームページを通じて、広く情報提供をする。

②連携する外部機関への提供

また、日本政策金融公庫、一宮市及び地元信用金庫、繊維関連団体、「FDC」に対しては、「各会」開催時に、本所が整理・分析した情報を提供し、各機関による情報発信及び小規模事業者支援への活用に使われる。

5) 活用方法【指針③】

全体図



以上により収集・整理・分析された「需要動向」に関する情報は、「①売上・利益計画」、「②販路開拓計画」、「③販売促進計画」、「④行動計画」、「⑤要因計画」、「⑥事業承継計画」、「⑦生産計画」を内容とする本所「事業計画」を策定する際に活用する。(「下記表」参照)

①アンケートにより収集した情報の分析結果

以下のように活用する。

即ち、アンケートにおける調査項目のうち、

「②製品（製造業）、業態（小売・サービス業）」の分析結果に関しては、「製品（製造業）」については、「①売上・利益計画」、「②販路開拓計画」を、「業態（小売・サービス業）」については、「①売上・利益計画」、「③販売促進計画」を策定する際に活用する。

「③価格」の分析結果については、主に「②販路開拓計画」、「③販売促進計画」を策定する際に活用する。

「④販路（製造業）、対象顧客（小売・サービス業）」の分析結果に関しては、「販路（製造業）」については、主に「②販路開拓計画」を、「対象顧客（小売・サービス業）」については、主に「③販売促進計画」を策定する際に活用する。

「⑤販売促進方法」の分析結果については、主に「③販売促進計画」を策定する際に活用する。

「⑥目標売上高、利益」の分析結果については、主に「①売上・利益計画」を策定する際に活用する。

「⑦後継者の状況」の分析結果は、主に「⑥事業承継計画」を策定する際に活用する。

「⑧経営上かかえている問題点（経営課題）」、「⑨今後、商工会議所に期待する事業（ニーズ）」の分析結果は、主に「④行動計画」を策定する際に活用する。

②「外部機関との連携による収集」から得た情報の分析結果

以下のように活用する。

即ち、「一宮繊維問題懇話会」、「FDC」との懇談会、地元の企業信用調査会社から得た情報の分析結果に関しては、繊維業の事業計画策定に、日本政策金融公庫との「意見交換会」、「一宮市地域振興懇談会」から得た情報の分析結果に関しては、主に「食品製造業」、「飲食料品小売業」、「飲食業」、「理・美容業」の事業計画策定に反映させる。

具体的には、例えば、繊維業の事業計画策定においては、分析の結果得られた「デザイン（意匠・素材・色目など）の傾向・方向性」を「⑦生産計画」の策定に、「食品製造業」、「飲食料品小売業」、「飲食業」、「理・美容業」の事業計画策定においては、分析の結果得られた「業態ごとの増減」、「流行の動向」、「消費・利用単価の傾向」を「①売上・利益計画」、「②販路開拓計画」、「⑤要因計画」、「⑦生産計画」の策定に反映させる。

また、各種支援策を検討する際にも活用し、小規模事業者の「新たな需要の開拓」に資する事業構築に役立てる。

		事業計画						
		売上利益計画	販路開拓計画	販売促進計画	行動計画	要員計画	事業承継計画	生産計画
直接収集 (経営指導員)	業種・従業員数							
	-1 製品(製造業)							
	-2 業態(小売・サービス業)							
	価格							
	-1 販路(製造業)							
	-2 対象顧客(小売・サービス業)							
	販売促進方法							
	目標売上高、利益							
	後継者の状況							
	経営課題							
今後、商工会議所に期待する事業(ニーズ)								
間接収集 (外部機関連携)	(繊維製造業、衣料小売業、食品製造業、飲食料品小売業、喫茶店を中心とした飲食業、理美容業) ・意見交換会(日本政策金融公庫)・一宮市地域振興懇話会(一宮市及び地元金融機関)							
	(繊維業) ・一宮繊維問題懇話会(一宮市)・FDCとの懇談会 ・地元の企業信用調査会社							

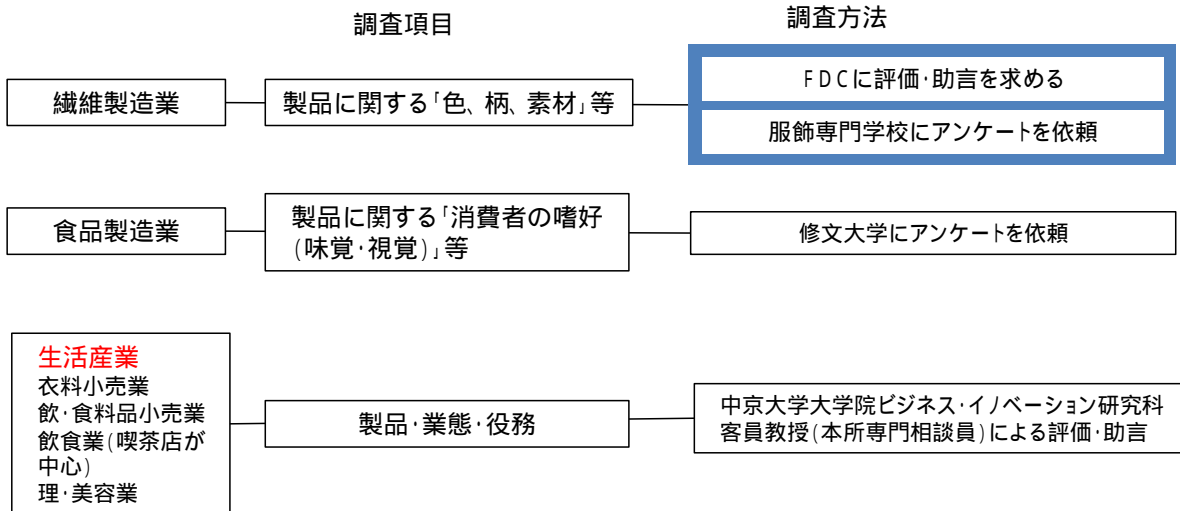
(目標)

	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
アンケート実施件数	380	380	380	380	380	380
繊維関連情報収集回数	月1	月1	月1	月1	月1	月1
金融機関との定期例会開催数	2	4	4	4	4	4

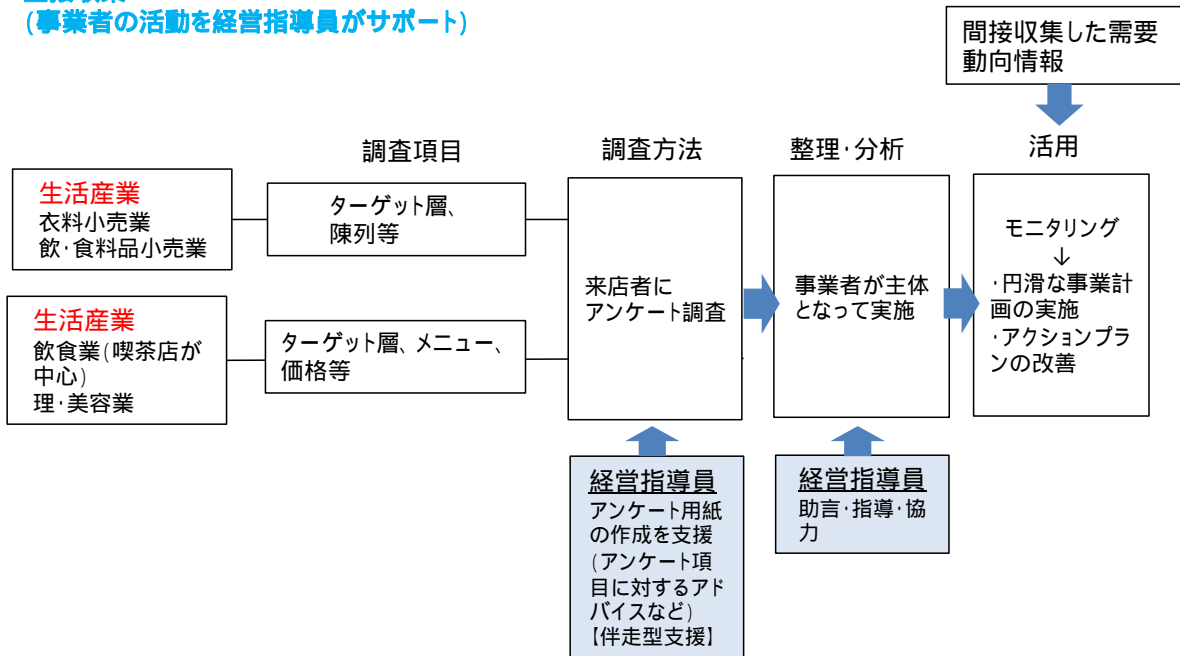
5-2 「事業計画実施支援に活用するもの」【指針③】【新規：27年度から開始】

全体図

間接収集
(外部機関との連携)



直接収集
(事業者の活動を経営指導員がサポート)



(事業内容)

事業計画を実施している当該製品・業態・役務に関し、「需要動向」調査を実施する。

調査にあたっては、以下の方法で収集を行う。

繊維製造業に関しては、当該製品に関する「色、柄、素材」などについての評価・助言をFDCに求める。また、服飾専門学校に、当該製品に関する「色、柄、素材」などについてのアンケートを依頼し、情報を収集する。

「食品製造業」に関しては、当該製品に関する「消費者の嗜好（味覚・視覚）」などについてのアンケートを修文大学に依頼し、情報を収集する。

「衣料小売業」、「飲・食料品小売業」、「喫茶店を中心とした飲食業」、「理・美容業」などの「生活産業」に関しては、中京大学大学院ビジネス・イノベーション研究科客員教授である本所「専門相談員」に、当該製品・業態・役務についての評価・助言を求める。

また、来店者に対してアンケートを実施することにより情報を収集する。

「衣料小売業」、「飲・食料品小売業」に関しては、当該業態、例えば「ターゲット層、陳列」などについて、「喫茶店を中心とした飲食業」、「理・美容業」に関しては、当該業態・役務、例えば「ターゲット層、メニュー、価格」などについて、調査を行う。

来店者へのアンケートに関しては、実施支援の一環として、経営指導員がアンケート項目などに対するアドバイスを行い、アンケート用紙の作成を支援する。

収集した情報をもとに、整理・分析を行う。

整理・分析に関しては、経営指導員の助言・指導、協力のもと、事業者が主体となって実施する（「伴走型支援」）。

分析した結果は、モニタリングの際に活用し、円滑な事業計画の実施、アクションプランの改善などに活用し、小規模事業者などの売上高・利益の増加、雇用の促進・定着につなげ、小規模事業者の持続的発展を図ることにより、開業率の増加や廃業率の低下に役立て、一宮市の活性化に資するものとする。

（目標）

	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
外部機関との連携による情報 収集（間接收集）		(年)	(年)	(年)	(年)	(年)
繊維製造業	未実施	2回	2回	2回	2回	2回
食品製造業		2回	2回	2回	2回	2回
他の生活産業		12回	12回	12回	12回	12回
来店者に対するアンケート実 施支援者数、計		10	60	80	100	120
（内訳）		内訳	内訳	内訳	内訳	内訳
繊維製造業	未実施	1	6	8	10	12
食品製造業		1	6	8	10	12
他の生活産業		8	48	64	80	96

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

「事業の持続的発展を目指す小規模事業者」を支援することを目的に、商品券参加店舗の周知、ガイドマップ・ガイドブックへの掲載、販売会、商談会の開催と参加、マッチング支援、プレスリリースセミナー、合同報道発表会、ビジネス会員交流会の開催などを通じて、小規模事業者の販路開拓と認知度の向上を図り、「小規模事業者の持続的発展」を支援する。

販路開拓支援【指針④】は、地域の経済動向・小規模事業者の需要動向調査（上記1. 5.【指針③】）、経営分析（上記2.【指針①】）、事業計画策定・実施支援（上記3. 4.【指針②】）の結果として行うとともに、販路開拓支援【指針④】を契機として、地域の経済動向・小規模事業者の需要動向調査（上記1. 5.【指針③】）、経営分析（上記2.【指針①】）、事業計画策定・実施支援（上記3. 4.【指針②】）も行う。

（事業内容）

- 1) 一宮市、尾西商工会、木曾川商工会、及び地元信用金庫と連携し「プレミアム付き商品券」（いちみん商品券、以下「いちみん商品券」という）を販売。折込広告及び専用ホームページによる参加店の周知を通じて、小規模事業者である小売業、サービス業（理・美容業など）を中心とした参加店の認知度の向上と新規顧客の獲得などの販路拡大、及び「地域経済の活性化」を図る。
また、「いちみん商品券」の販売に際しては、小規模事業者のみで使用できる「一般事業者専用券」を一部作成し小規模事業者での消費を確保すること、小規模事業者を対象とした「いちみん商品券」活用セミナーを開催し、小規模事業者で多くの「いちみん商品券」が使用されるよう、「いちみん商品券」を積極的に活用する方法や取り組みを啓発する。【指針④】※9
- 2) 中心市街地にある飲食店を紹介する「飲食店ガイドマップ」、地元の商店主が自信を持ってお勧めする逸品を紹介する「いちのみや一押し・逸品ガイドブック（仮称）」【新規：27年度から開始】を作成・配布し、小規模事業者を中心とした飲食店、地元商店の経営意欲の向上を図るとともに、認知度の向上と新規顧客の獲得などの販路拡大を図る。【指針④】
- 3) 魅力的な繁盛店を表彰し、メディアに広報することを目的に「元気な店舗コンクール」を実施し、小規模事業者である小売店・サービス店（特に飲食店）の認知度の向上と新規顧客の獲得などの販路拡大を図る。【指針④】
- 4) 名鉄一宮駅構内にて会員企業の食品メーカーが自慢の商品や新製品などを即売する「一宮総合食品フェア」を開催し、小規模事業者を主とした食品メーカーの販路開拓と認知度の向上を図る。【指針④】
- 5) 「いちのみや食ブランド」（以下「食ブランド」という。内容は※14参照）の認定を通じて、「食ブランド」のブランド力を高めるとともに、広報の強化・充実、「一宮総合食品フェア」への出展、メッセナゴヤ、6次産業化・地産地消ビジネスフェアなどへの出展を通じて、商品のPR活動を行い、小規模事業者を中心とした「食ブランド」認定事業者の認知度の向上と販路拡大

大を図る。【指針④】

- 6) 食品関連事業者に向けては、地元信用金庫と共催で「お菓子フェア及び商談会」を開催し、「フェア」への出展、及び「商談会」への参加を促進することにより、地元信用金庫と連携して、小規模事業者を中心とした和洋菓子店の販路開拓と認知度の向上を図る。【新規：27年度から開始】【指針④】※10
 - 7) 繊維関連事業者に向けては、一宮地場産業ファッションデザインセンター（以下、「FDC」という）と連携し、繊維関連事業者向けの商談会を開催し、商談会への参加を促進することにより、FDCと連携して、単独で行うのが難しい小規模事業者に、商談の機会を提供し、販路開拓と認知度の向上を図る。【新規：27年度から開始】【指針④】※11
 - 8) 繊維関連事業者、食品関連事業者向けの展示会などへの出展を支援することにより、単独で出展するのが難しい小規模事業者の販路開拓と認知度の向上を図る。【新規：27年度から開始】【指針④】
 - 9) 愛知県内の22会議所が実施する事前調整型のビジネスマッチング支援サービス「アライアンスパートナー発掘市」への参加を促進することにより、中小・小規模事業者の販路開拓と認知度の向上を図る。【指針④】
 - 10) あいち産業振興機構及び尾張地域の各商工会議所との共催で、「尾張商談会」を開催する。「商談会」への参加を促進することにより、尾張地域を中心とした中小・小規模事業者の受注機会の増大と新規取引先の開拓を図る。【指針④】
- ※12
- 11) 地域の企業情報の紹介を目的に、金融機関と商工会議所が連携し開設した愛知ビジネスポータルサイト「愛知ビジネスパークいざ検索!」、並びに全国の商工会議所・商工会が共同運営する中小企業の取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」を通じて、ITを活用したビジネスマッチングの場を提供し、経営資源が十分でない小規模事業者の販路開拓と認知度の向上を図る。【指針④】
 - 12) 「プレスリリースセミナー」を開催し、上手なプレスリリースの仕方を伝授するとともに、報道機関を招いた「新商品・新サービス合同報道発表会」を開催し、小規模事業者単独では難しい「新製品・サービスを紹介する仕組み」を構築し、小規模事業者の販路開拓と認知度の向上を図る。【指針④】
 - 13) 「ビジネス会員交流会」を開催し、会員企業の交流を通じ、小規模事業者により有益な販路開拓と認知度の向上の機会を提供する。【指針④】
 - 14) 小規模事業者が持続的発展を実現するためには、販路開拓（需要の拡大）が必要不可欠である。

しかし、経営資源が十分でない小規模事業者のみでは、販路開拓（需要の拡大）を図ることが難しい。

それ故、経営指導員が、小規模事業者に寄り添い、(1)～(13)の施策の提案、参加に向けた勧誘、段階に応じた適切な助言・指導を行うことで、「小規模事業者の持続的発展」を実現する可能性は高くなる。

(目標)

	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
プレミアム付き商品券 参加事業者数	702	800	800	800	850	850
一宮総合食品フェア 出店者数	16	16	16	16	16	16
お菓子フェア出展・ 商談会参加事業者数	未実施	5	5	10	10	15
繊維関連・食品関連事業者向 け展示会等の出展者支援数	未実施	10	10	10	15	15
アライアンスパートナー発掘市/ 尾張商談会参加事業者数	27	30	30	30	40	40
プレスリリースセミナー、 合同報道発表会開催回数 (参加者数)	4 (28)	4 (60)	4 (60)	4 (60)	4 (70)	4 (70)
ビジネス会員交流会 開催回数 (参加者数)	2 (50)	2 (60)	2 (60)	2 (60)	2 (70)	2 (70)

II. 地域経済の活性化に資する取組

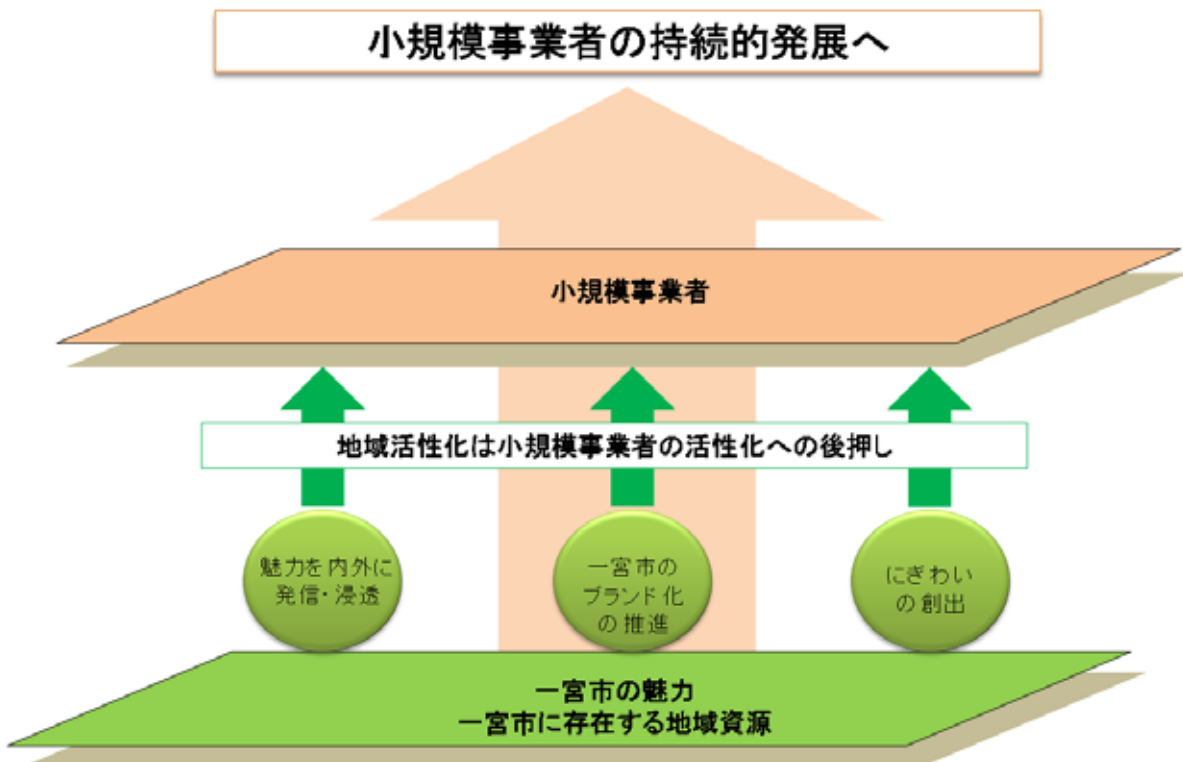
(総論)

小規模事業者は管内事業所の8割を占め、地域に根ざした事業活動を行っており、その「小規模事業者の持続的発展」を図るには、「地域経済の活性化」が不可欠といえる。地域経済を活性化するには、地域に存在する魅力ある地域資源を掘り起こし、創造的な発想・取組により、地域の魅力を内外に対して広く発信し浸透させていくことで、地域をブランド化し、にぎわいを創出することが求められる。

それ故、「小規模事業者の持続的発展」を支援することを目的とする本所の「経営発達支援計画」においても、「小規模事業者の持続的発展」を促進、下支えするという見地から、各種機関と適切に連携し、一宮市の魅力ある地域資源を掘り起こし、一宮市の魅力を内外に対して広く発信し浸透させていくことで、一宮市のブランド化、にぎわいの創出を図り、以って「地域経済の活性化の取り組み」を行うこととする。

以上の趣旨のもと、(各論)の事業を実施する。

●イメージ図



(各論)

1. 一宮モーニングプロジェクト ※13

一宮市においては、「喫茶店のモーニングサービス」という独特の食文化が発達していることに着目し、「一宮モーニング」をブランド化し、賑わいの創出を図ることで、小規模事業者を中心とした「喫茶店」の持続的発展を支援し、“朝から元気な街・一宮”を合言葉に「地域経済の活性化」を目指すという目的のもと、本所、一宮市、地域の学校関係者、食品関係者らで構成する「一宮モーニング協議会」を設置。

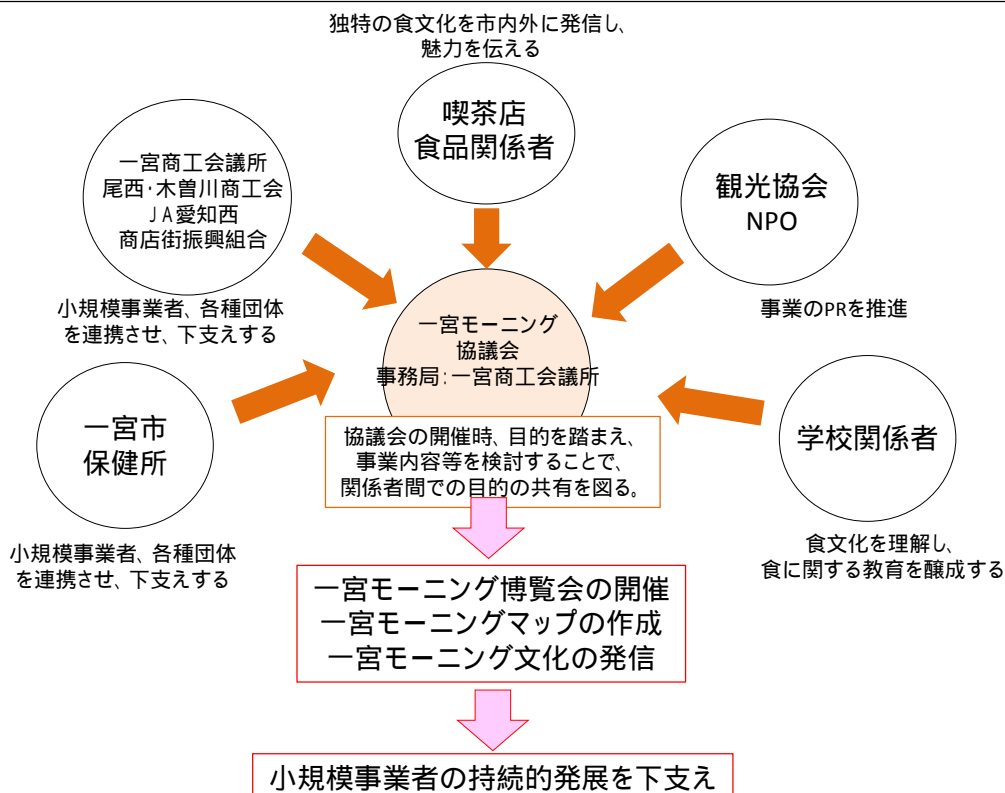
当該協議会において、「地域経済の活性化」を目指し、各事業の展開を検討し実施する。

また、当該目的は、定例の「一宮モーニング協議会」の開催時に、当該目的を踏まえて、事業内容、実施方法などを検討することを通じて、関連機関の間で共有するものとする。

その上で、「一宮モーニング」のPRを目的とした「一宮モーニング博覧会」を開催するなどにより、「地域経済の活性化」を図る。

●イメージ図

「一宮モーニング」をブランド化し、賑わい創出を図ることで、小規模事業者を中心とした「喫茶店」の持続的発展を支援し、“朝から元気な街・一宮”を合言葉に「地域経済の活性化」を目指す



(事業内容)

- 1) 本所、一宮市、地域の学校関係者、食品関係者らで構成する「一宮モーニング協議会」を計3回行い、「一宮モーニング」を中心とした「地域経済の活性化」の方向性について検討する。
- 2) 「一宮モーニング」のPR、一宮市の知名度向上や活性化を目的とした「一宮モーニング博覧会」を、尾張一宮駅前ビルにて開催し、賑わいの創出を図る。
- 3) 市内の喫茶店に「一宮モーニング」を周知し、プロジェクトへの参加を促す。その後、プロジェクト参加店の情報をまとめた冊子「一宮モーニングマップ」を発行し、観光案内所、市内金融機関、プロジェクト参加店舗、各種イベントなどで配布する。同時に公式ホームページでの情報公開を行い、市内外からの人口流入を図る。
- 4) モーニング参加店を実際に回ってもらうことを目的に「モーニングスタンプラリー」を実施し、「一宮モーニング」を中心とした「地域経済の活性化」、及び参加店の新規顧客の獲得、認知度の向上を図る。
- 5) 女性によるモーニングの応援隊「一宮モーニングエンジェルズ」を結成し、ブログなどで喫茶店情報を配信するほか、各地域イベントに参加・出演し、モーニングのPRに努める。

(目標)

	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
実行委員会開催回数	2	3	3	3	3	3
博覧会来場者数	700	700	700	700	700	700
参加店舗数	103	120	120	120	125	125

2. いちのみや食ブランド推進事業 ※14

一宮市を中心とした西尾張地域には、特産品である農水畜産物が多数存在することに着目し、「いちのみや食ブランド」(以下「食ブランド」という)として差別化し、そのブランド力を以って販売することで、小規模事業者を中心とした「食品メーカー」の持続的発展を支援するとともに、「食の観点」から「地域経済の活性化」を目指すという目的のもと、本所、一宮市、JA愛知西、地域の学校関係者などで構成する「いちのみや食ブランド推進協議会」を設置。

当該協議会において、「地域経済の活性化」を目指し、各事業の展開を検討し実施する。

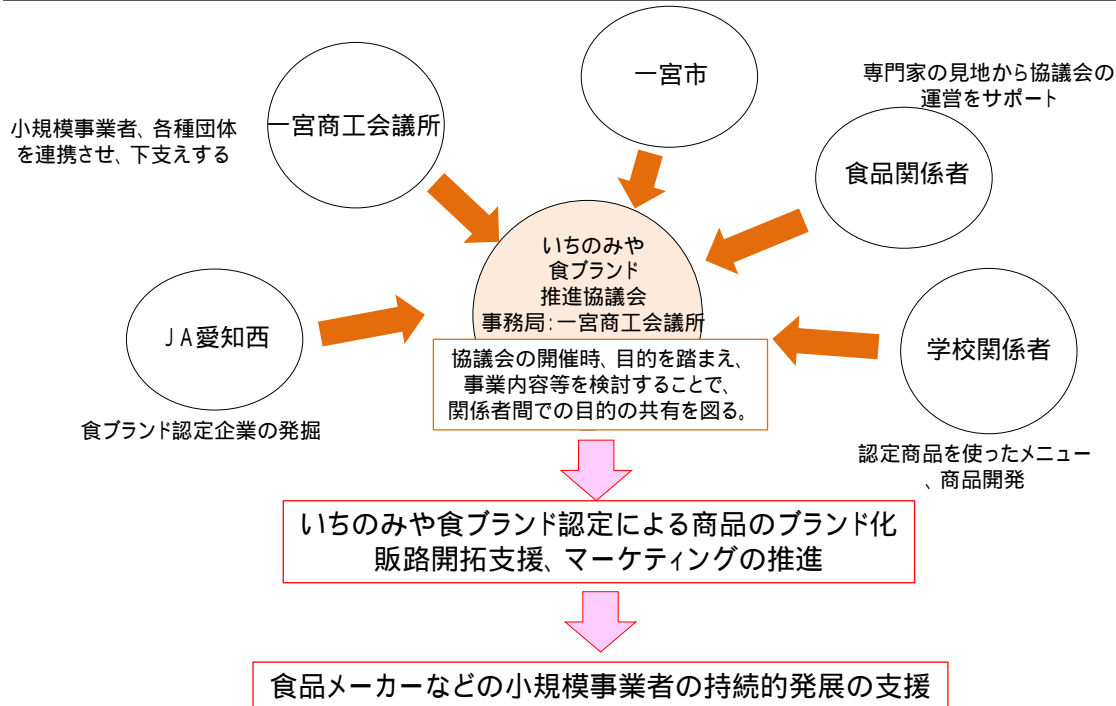
また、当該目的は、定例の「いちのみや食ブランド推進協議会」の開催時に、当該目的を踏まえて、事業内容、実施方法などを検討することを通じて、関連機関の間で共有するものとする。

その上で、広報の強化・充実などにより、「食ブランド」のブランド力を高める

とともに、名鉄一宮駅構内で行う「一宮総合食品フェア」など各種イベントへの出展を通じて、「食の観点」から「地域経済の活性化」を図る。

●イメージ図

一宮市を中心とした西尾張地域には特産品である農水畜産物が多数存在することに着目。それらを「いちのみや食ブランド」としてブランド化、販売することで、小規模事業者を中心とした「食品メーカー」の持続的発展を支援し、「食の観点」からの「地域経済の活性化」を目指す。



(事業内容)

- 1) 一宮市を中心とする西尾張地域の農水畜産物やそれらを使用した商品で一宮の歴史・文化が感じられるとともに、安定した供給が見込まれるものを「食ブランド認定商品」とする。
- 2) 大学、高等学校と市内和洋菓子店による「食ブランド」の共同開発、並びに新商品・土産品の開発普及を図る。
- 3) 一宮総合食品フェア、メッセナゴヤ、6次産業化・地産地消ビジネスフェアなどへの出展や、公式ホームページでの情報発信を通じて、商品のPR活動を行い、ブランド力の強化を図る。

(目標)

	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
いちのみや食ブランド認定商品数	44	50	55	60	65	70

3. 一宮コスチュームタウン構想事業 ※15

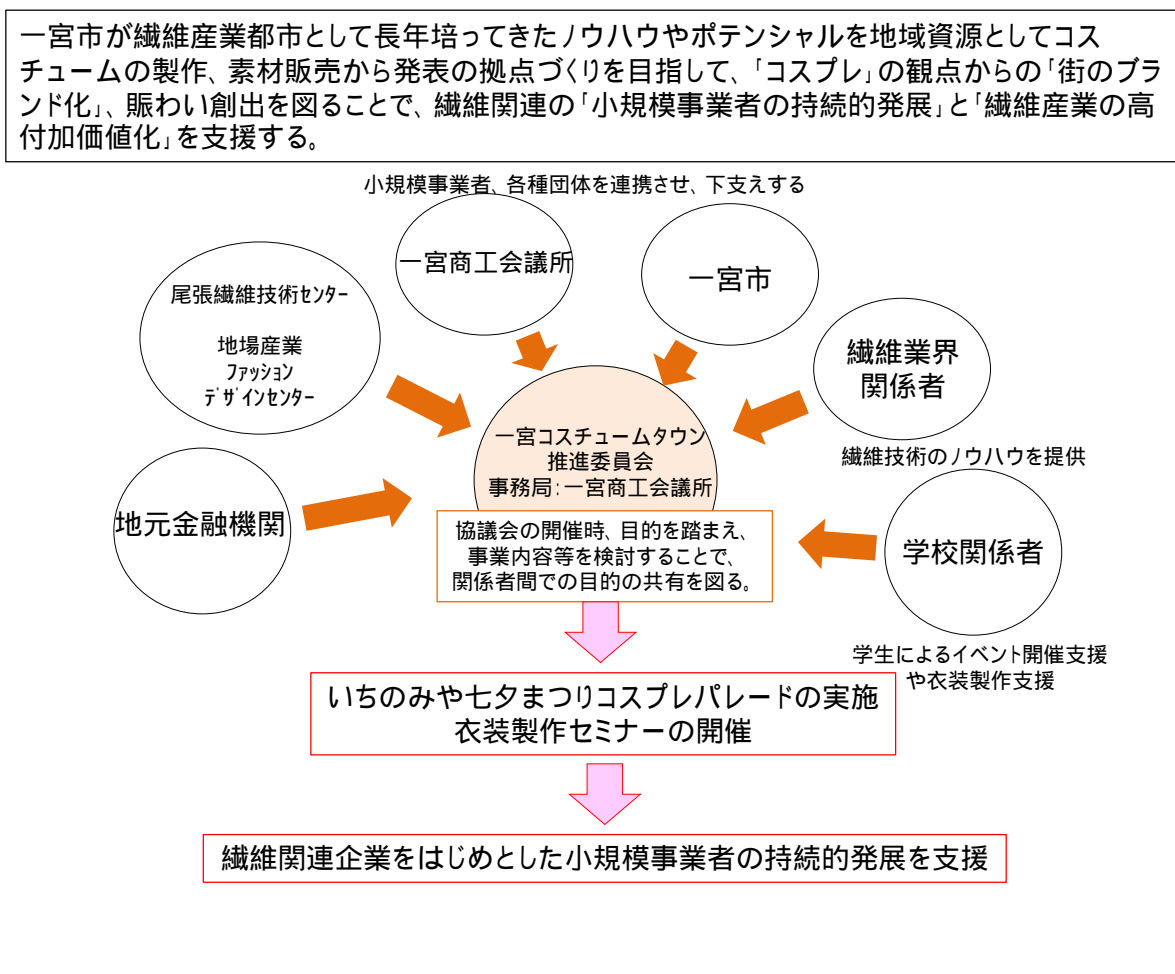
当該事業は、一宮市が繊維産業都市として長年培ってきたノウハウやポテンシャルを地域資源として、コスチュームの制作、素材販売から発表の拠点づくりを目指して、「コスプレ」の観点から「街をブランド化」し、賑わいの創出を図ることで、繊維関連の「小規模事業者の持続的発展」と「繊維産業の高付加価値化」を支援することを目的とする。その推進組織として、本所、一宮市、地域金融機関、繊維業界関係者などで構成する「一宮コスチュームタウン推進委員会」を設置。

当該協議会において、「地域経済の活性化」を目指し、各事業の展開を検討し実施する。

また、当該目的は、定例の「一宮コスチュームタウン推進委員会」の開催時に、当該目的を踏まえて、事業内容、実施方法などを検討することを通じて、関連機関の間で共有するものとする。

その上で、「いちのみや七夕まつりコスプレパレード」の実施や「仮装コスチューム制作セミナー」の開催などにより、「地域経済の活性化」を図る。

●イメージ図



(事業内容)

- 1) 毎年7月に4日間開催される「おりもの感謝祭一宮七夕まつり」の中心イベントの一つとして、「一宮七夕まつりコスプレパレード」を開催する。コスプレイヤーだけでなく、市内を訪れる観光客をターゲットとして、イベントを開催することによって交流人口の増加を図る。
- 2) 生地購入から、衣装の作成のための助言、披露の場を提供する「**仮装コスチューム制作セミナー**」を開催し、子どもからお年寄りまで仮装衣装で楽しむことのできる風土を形成し、「地域経済の活性化」、賑わいの創出を図るとともに、地場産業である繊維産業を活性化させる。

(目標)

	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
委員会開催回数	2	3	3	3	3	3
パレード参加者数	360	360	380	380	400	400
セミナー開催数	6	7	7	7	8	8

4. いちのみや秋まつり事業 ※16

一宮市内においては、10月に各催事団体により「数多く」のお祭りや催事が「個別に」行われていたことに着目し、10月を秋まつり月間と位置づける。秋まつり月間に開催される各種行事・イベントを「秋まつり」というテーマで結びつけ、各種行事・イベント情報を一元化し共同での広報活動や共同事業を行い、一体感とパワーアップを演出することで、10月における「いちのみや秋まつり」をブランド化し、以って、交流人口の増加、観光振興、賑わいの創出を図る。以上を通じて、「小規模事業者の持続的発展」の下支えとなる「地域経済の活性化」を目指すことを目的に、本所が中心となり「一宮市内で開催される各催事の主催団体」を構成員とした「**いちのみや秋まつり実行委員会**」を設置。

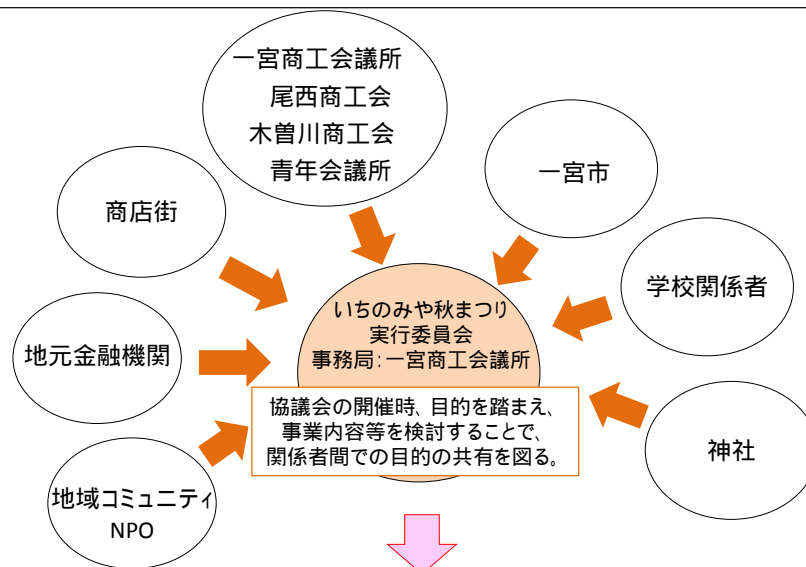
当該協議会において、「地域経済の活性化」を目指し、各事業の展開を検討し実施する。

また、当該目的は、定例の「いちのみや秋まつり実行委員会」の開催時に、当該目的を踏まえて、事業内容、実施方法などを検討することを通じて、関連機関の間で共有するものとする。

その上で、「秋まつり」月間に開催される各種行事・イベント情報の一元的発信や共同事業を行うなどにより、「地域経済の活性化」を図る。

●イメージ図

秋まつり月間に開催される各種行事・イベントを「秋まつり」というテーマで結びつけ、各種行事・イベント情報を一元化して発信し、共同での広報活動や共同事業を行い、一体感とパワーアップを演出することで、「いちのみや秋まつり」をブランド化し、もって交流人口の増加、観光振興、賑わい創出を図る



イベント情報を一元化して発信することで、交流人口の増加、観光振興、賑わい創出を図る

一宮市内の小規模事業者の持続的発展を支援

(事業内容)

- 1) 本所、10月に一宮市内で開催される各催事の主催団体、一宮市、新聞などメディア関係者を中心とした「いちのみや秋まつり実行委員会」を計5回開催し、「地域経済の活性化」の方向性について検討する。
- 2) 秋まつり月間に開催される各種行事・イベント情報を一元化し、チラシ、パンフレット、ポスターなどの広報物及び公式ホームページを作成し、情報発信を行う。
- 3) 「秋まつり」というテーマのもと、商店街をはじめとした各催事団体が連携して各種行事・イベントを行うことで、一宮市内全体において「一宮を盛り上げ」、一宮市の秋における新たな観光振興、魅力の創出を図る。

(目標)

	現状	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
開催回数	5	5	5	5	5	5
参加団体数	20	25	25	25	30	30
来場者数	260,000	300,000	300,000	300,000	350,000	350,000

Ⅲ. 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

1. 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) 支援体制の充実・強化を図る目的のもと、尾張地区の8商工会議所を対象とする「尾張地区商工会議所経営改善普及事業研究会」や「尾張5市商工会議所会議」において、尾張地域の小規模事業者の実態や需要の動向、支援ノウハウ、支援の現状、今後の課題と対策などについて情報交換を行う。
また、合同企業説明会の開催や各機関が実施する広報、商談会、展示会などの小規模事業者支援施策について連携・協力することで、他地区への販路開拓の途を確保するなど、尾張地域における新たな需要の開拓を進める基盤の構築を模索する。
- 2) 支援体制の充実・強化を図る目的のもと、小規模事業者と常に接し支援を行っている「日本政策金融公庫」及び「地元信用金庫」との「勉強会」、「意見交換会」を開催し、管内の小規模事業者の実態や需要の動向、支援ノウハウ、支援の現状、今後の課題と対策などについて情報交換を行う。
また、各機関が実施する広報、商談会、展示会などの小規模事業者支援施策について連携・協力することで、管内を中心とした新たな需要の開拓を進める基盤の構築を模索する。
- 3) 「ミラサポ（未来の企業応援サイト）」を活用する際、派遣される「専門家」、本所が委託している「専門相談員」（中小企業診断士、税理士など）とも連携し、専門家の把握している小規模事業者の実態や需要の動向、支援ノウハウ、支援の現状、今後の課題と対策、販路開拓支援方法などについて情報交換を行い、支援体制の充実・強化、新たな需要の開拓を進める基盤の構築を模索する。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

- 1) 愛知県主催義務研修（一般・特別コース 36 時間）、中小企業大学校の研修、指導員等Web研修、日本商工会議所主催の各種研修などへ積極的に参加し、支援能力の向上を図る。
- 2) 本所においては、「日本政策金融公庫との勉強会」を実施する。
また、「経営発達支援計画実施において中心的役割を担う経営発達応援隊（※）」において、新規に、月2回ほどの勉強会を実施する。
勉強会においては、「持続的発展を目指す小規模事業者」の事業計画づくりの質及び量を高めることを目的に、専門家である中小企業診断士2名を交えて行い、「事業計画書作成」に関する内容、分析のポイント、分析方法、需要を見据えた事業計画作成の手順・方法、需要動向の把握の仕方・方法などを中心に、「小規模事業者の経営発達支援事業を実施するに当たり必要となる支援ノウハウ」について、知識の習得、定着、集約を図る。
また、必要に応じて、各関係機関から専門家を招致し、講義を通じて専門的知識の向上を図る。
その上で、当該勉強会で培われた支援ノウハウを、定期的に行う経営指導員

会議、「経営発達応援隊」が主体となって行う個別勉強会などを通じて、順次、全ての経営指導員に情報提供し、情報の共有、経営指導員の資質の向上を図る。

また、各経営指導員が、研修で習得した支援ノウハウ、経営分析、事業計画策定を通じて習得した実践的な支援ノウハウや小規模事業者の経営状況の分析結果などを、随時、「経営発達応援隊」に報告し、「経営発達応援隊」において情報の集約を図るとともに、定期的に行う経営指導員会議、「経営発達応援隊」が主体となって行う個別勉強会などを通じて、順次、全ての経営指導員に情報提供し、情報の共有、経営指導員の資質の向上を図る。

このように、「経営発達応援隊」は、支援ノウハウや小規模事業者の経営分析結果などの情報集約、発信機関としても機能する。この機能を通じて、経営指導員が取得した支援ノウハウ、及び小規模事業者の経営状況の分析結果を組織内で共有する体制を構築する。【新規:27年度開始】

※「経営発達応援隊」構成員

- ・経営指導員（4人）
- ・「IM」（中小企業診断士）（1人）
- ・「事業計画策定アドバイザー」（中小企業診断士）（1人）

3. 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

毎年度、本計画に記載する事業の実施過程及び結果について、以下の方法により評価・検証を行う。その際、小規模事業者の経営発達支援にとって「効果的か否か」、「適切か否か」の観点を以って行う。

- 1) 事業の評価及び見直しを行う機関として、新たに「発達支援計画推進協議会」(※)を設置する。【新規:27年度から開始】
- 2) 事業の実施状況及び結果を「発達支援計画推進協議会」へ報告し、成果の評価を行うとともに、必要に応じ見直し案の提示を行う。
- 3) 提示を受けた見直し案について、「経営発達応援隊」において検討を行う。
- 4) 「経営発達応援隊」における見直しの結果については、「発達支援計画推進協議会」へ報告し、承認を受ける。
- 5) 事業の成果、評価及び見直しの結果を本所ホームページ (<http://www.ichinomiya-cci.or.jp/>) で計画期間中公表し、地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態にする。

※「発達支援計画推進協議会」の構成員

- ・一宮市経済部長（1人）
- ・本所中小企業委員会担当副会頭（1人）
- ・本所中小企業委員会正副委員長（3人）
- ・本所専務理事（1人）
- ・本所中小企業相談所所長（1人）
- ・「発達支援計画策定アドバイザー」（中小企業診断士）（1人）

(別表2)

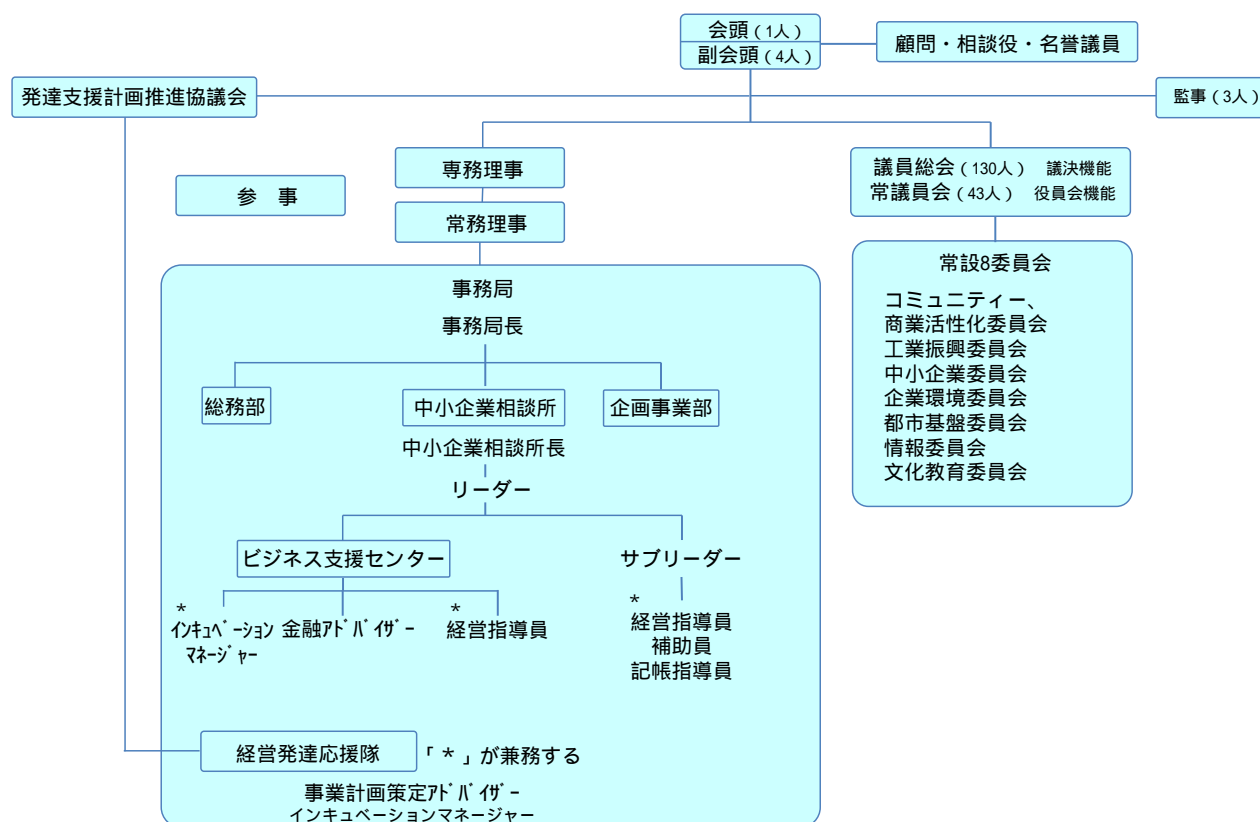
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(27年9月現在)

(1) 組織体制

1. 組織図



2. 経営発達支援事業を実際に実施する組織・人数

- ・「中小企業相談所」が主体となり、「企画事業部」と協力して実施
 - ・経営指導員（10人）
 - ・補助員（3人）
 - ・記帳指導員（4人）
 - ・「企画事業部」職員（嘱託含む）（7人）

※中小企業相談所内に「経営発達応援隊」を設置【新規：27年度から開始】

・構成員

- ・経営指導員（兼務：4人）
- ・「IM」（中小企業診断士）（兼務：1人）
- ・「事業計画策定アドバイザー」（中小企業診断士）（1人）【新規：27年度から】

【開始】

・役割

主な役割、活動内容は、(別表1)「I. 2. 経営状況の分析(5)」、「I. 3. 事業計画策定支援 1)(5)」、「III. 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること. 2)」参照

3. その他、商工会議所の職員数

- ・専務理事(1人)
- ・常務理事(1人)
- ・参事(1人)
- ・事務局長(1人)
- ・「総務部」職員(嘱託含む)(8人)

※必要に応じて、「経営発達支援事業」への協力を行う。

4. 経営発達支援事業を検証する組織・人数

- ・「発達支援計画推進協議会」を設置【新規：27年度から開始】

・構成員

- ・一宮市経済部長(1人)
- ・本所中小企業委員会担当副会頭(1人)
- ・本所中小企業委員会正副委員長(3人)
- ・本所専務理事(1人)
- ・本所中小企業相談所所長(1人)
- ・「発達支援計画策定アドバイザー」(中小企業診断士)(1人)

(2) 連絡先

1. 一宮商工会議所 中小企業相談所

一宮市栄4丁目2番1号
0586-72-4611

<http://www.ichinomiya-cci.or.jp/>

2. 一宮商工会議所 ビジネス支援センター

一宮市栄3丁目1番2号
尾張一宮駅前ビル(i-ビル)6階
0586-85-7032

(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)

	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
必要な資金の額	446,786	448,658	450,607	452,555	454,540
(相談所事業費)	(97,586)	(99,458)	(101,407)	(103,355)	(105,340)
・人件費	73,608	75,080	76,582	78,114	79,676
・アドバイザー	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
・旅費	660	670	700	710	720
・事業費	20,318	20,708	21,125	21,531	21,944
(商品券事業)	(337,600)	(337,600)	(337,600)	(337,600)	(337,600)
・商品券発行費	330,000	330,000	330,000	330,000	330,000
・事業費	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
・事務費	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600
(モーニング事業)	(4,800)	(4,800)	(4,800)	(4,800)	(4,800)
(コスプレ事業)	(2,500)	(2,500)	(2,500)	(2,500)	(2,500)
(秋まつり事業)	(4,300)	(4,300)	(4,300)	(4,300)	(4,300)
	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
収入額	446,786	448,658	450,607	452,555	454,540
(相談所事業費)	(97,586)	(99,458)	(101,407)	(103,355)	(105,340)
・補助金	77,696	79,568	81,517	83,465	85,450
・経営発達支援事業補助金	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
・事業収入	9,750	9,750	9,750	9,750	9,750
・一般会計より	6,140	6,140	6,140	6,140	6,140
(商品券事業)	(337,600)	(337,600)	(337,600)	(337,600)	(337,600)
・事業収入	307,600	307,600	307,600	307,600	307,600
・交付金	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
(モーニング事業)	(4,800)	(4,800)	(4,800)	(4,800)	(4,800)
・分担金	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
・一般会計より	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
・その他の収入	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
(コスプレ事業)	(2,500)	(2,500)	(2,500)	(2,500)	(2,500)
・分担金	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
・一般会計より	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
(秋まつり事業)	(4,300)	(4,300)	(4,300)	(4,300)	(4,300)
・分担金	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
・一般会計より	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
・その他の収入	800	800	800	800	800

(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
<p>経営発達支援計画を実施するに当たり、必要な資金の調達方法としては、国や県、市からの補助金、事業受託金、商工会議所会員からの会費、及びその他手数料等を想定している。</p> <p>また、①事業計画策定アドバイザー（中小企業診断士）に係る専門家謝金、②事業計画策定関連セミナー・個別専門家派遣、③販路開拓支援としての展示会などへの出展支援費用に関しては、今回の経営発達支援事業に関する補助金の活用を検討している。</p> <p>平成 27 年度の商品券事業は、国の地方創生に係る交付金の活用により大幅に増額される見込みである。</p>

(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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
注1) 各連携機関の役割、連携することによる効果も含めて記述する。
注2) 経営発達支援事業を遂行するに当たり、「様々な機関」と「直接的・間接的に様々な連携をする」ことになるが、下記においては、主要機関との主な連携につき記載する。
注3) 【※数字】は、(別表1)内の※数字の場所を表す。
1. あいち産業科学技術総合センター 尾張繊維技術センター
1) 連携する内容
・ 繊維関連の試験研究・技術支援への協力【※5】
2) 連携者の役割
・ 繊維関連の技術相談・技術指導
・ 繊維関連の共同研究
3) 連携による効果
・ 公的な専門機関の試験研究・技術支援を受けることができ、「モノづくり」への充実した支援が可能となる。
2. (公財) あいち産業振興機構
1) 連携する内容
・ 専門的課題対応、解決【※4、※6】
・ 「尾張商談会」の共催【※12】
2) 連携者の役割
・ 専門的な課題解決に必要な専門家の派遣、アドバイス。
・ 商談会の共催、広報の充実。
3) 連携による効果
・ 専門的な課題などに対しても支援が可能となり、伴走型の支援が実現できる。
・ 広域の商談会の開催が可能となり、小規模事業者の販路拡大が図れる。
3. 一宮市
1) 連携する内容
・ 定期的な「一宮市地域振興懇談会」の実施【※1】【※8】
・ 「一宮商工会議所ビジネス支援センター」を通じた総合的な創業支援【※7】。

- ・ 「創業スクール」を始めとした総合的な創業支援【※7】
- ・ 「プレミアム付き商品券発行事業」の実施【※9】
- ・ 「一宮モーニングプロジェクト」の実施【※13】
- ・ 「いちのみや食ブランド推進事業」の実施【※14】
- ・ 「一宮コスチュームタウン構想事業」の実施【※15】
- ・ 「いちのみや秋まつり事業」の実施【※16】

2) 連携者の役割

- ・ 公的な立場での情報提供。
- ・ 財政面での援助。
- ・ 創業に関する情報の「一宮商工会議所ビジネス支援センター」への集約と共有。
- ・ 創業支援者に対する国などの支援策の情報提供。
- ・ 創業後のフォローアップ支援。
- ・ 本所が実施する施策のPR及び広報。
- ・ 地域活性化の方向性に向けた各種支援。

3) 連携による効果

- ・ 行政機関が把握している「小規模事業者の実態・需要動向」に関する情報の収集が可能となる。
- ・ 財政面での援助を通じ、総合的な創業支援の達成、「プレミアム付き商品券発行事業」の円滑な実施などが図れ、各実施事業の円滑な運営が可能となる。
- ・ 一宮市全体での地域活性化が可能となる。

4. (株)日本政策金融公庫一宮支店

1) 連携する内容

- ・ 定期的な「意見交換会」の実施【※1】【※8】
- ・ 「同行巡回」の実施【※2】
- ・ 「ICHIMO（イチモ）セーフティ融資制度」の創設、斡旋【※2】

2) 連携者の役割

- ・ 情報提供。
- ・ 迅速な融資対応、金融機関の目から見た融資判断へのアドバイス。

3) 連携による効果

- ・ 小規模事業者に密着した公的な金融機関が把握している「小規模事業者の実態・需要動向」に関する情報の収集が可能となる。
- ・ 迅速な融資対応が可能となり、小規模事業者の支援に役立つ。
- ・ 融資に関する意見交換、融資案件の摺合せが可能となり、融資スキルの向上につながる。
- ・ 効果的な資金需要の掘り起こしが可能となる。

5. 愛知県信用保証協会

1) 連携する内容

- ・ 「定例相談会」の実施【※3】
- ・ 「同行巡回」の実施【※3】

2) 連携者の役割

- ・ 迅速な融資対応、金融機関の目から見た融資判断へのアドバイス。

3) 連携による効果

- ・ 迅速な融資対応が可能となり、小規模事業者の支援に役立つ。
- ・ 融資に関する意見交換、融資案件の摺合せが可能となり、融資スキルの向上につながる。
- ・ 効果的な資金需要の掘り起こしが可能となる。

6. いちい信用金庫

1) 連携の内容

- ・ 定期的な「一宮市地域振興懇談会」の実施【※1】
- ・ 「一宮商工会議所ビジネス支援センター」を通じた総合的な創業支援【※7】
- ・ 「創業スクール」を始めとした総合的な創業支援【※7】
- ・ 「プレミアム付き商品券発行事業」の実施【※9】
- ・ 「お菓子フェア及び商談会」の共催【※10】
- ・ 「いちのみや秋まつり事業」の実施【※16】

2) 連携者の役割

- ・ 情報提供。
- ・ 金融面でのアドバイス。
- ・ 創業に関する情報の「一宮商工会議所ビジネス支援センター」への集約と共有。
- ・ 創業支援者に対する国などの支援策の情報提供。
- ・ 創業後のフォローアップ支援。
- ・ 本所が実施する施策のPR及び広報。
- ・ 「プレミアム付き商品券発行事業」における現金管理及び換金。
- ・ 販路開拓、及びバイヤーの確保。
- ・ 「小規模事業者の実態に精通し、市内全域に支店を有する」地元信用金庫の視点での地域活性化へのアドバイス。

3) 連携による効果

- ・ 地元の小規模事業者に密着した金融機関が把握している「小規模事業者の実態・需要動向」に関する情報の収集が可能となる。
- ・ 金融面での支援が可能となり、総合的な創業支援を達成できる。
- ・ 専門家による現金管理及び換金を行う結果、「プレミアム付き商品券発行事業」を円滑に行うことができる。
- ・ 金融機関の信頼度、知名度を活用した「フェア」のため、来場者も多数にのぼる

こと、商談会のバイヤーも広域から集まることから、小規模事業者にとっては、売上向上、知名度の向上、販路拡大が期待できる。

- ・ 市内全域に支店を有し「数多くの小規模事業者が信頼を寄せる」地元信用金庫が、「地域活性化事業に参加する」ことにより、「市内全域の小規模事業者」を巻き込んだ地域活性化事業の推進が可能となる。

7. 尾西信用金庫

1) 連携する内容

- ・ 「創業スクール」を始めとした総合的な創業支援【※7】
- ・ 「プレミアム付き商品券発行事業」の実施【※9】
- ・ 「いちのみや秋まつり事業」の実施【※16】

2) 連携者の役割

- ・ 創業に関する情報の「一宮商工会議所ビジネス支援センター」への集約と共有。
- ・ 創業支援者に対する国などの支援策の情報提供。
- ・ 創業後のフォローアップ支援。
- ・ 本所が実施する施策のPR及び広報。
- ・ 「プレミアム付き商品券発行事業」における現金管理及び換金。
- ・ 「小規模事業者の実態に精通し、市内全域に支店を有する」地元信用金庫の視点での地域活性化へのアドバイス。

3) 連携による効果

- ・ 金融面での支援が可能となり、総合的な創業支援を達成できる。
- ・ 専門家による現金管理及び換金を行う結果、「プレミアム付き商品券発行事業」を円滑に行うことができる。
- ・ 市内全域に支店を有し「数多くの小規模事業者が信頼を寄せる」地元信用金庫が、「地域活性化事業に参加する」ことにより、「市内全域の小規模事業者」を巻き込んだ地域活性化事業の推進が可能となる。

8. (公財) 一宮地場産業ファッションデザインセンター

1) 連携する内容

- ・ 「商談会」の共催【※11】

2) 連携者の役割

- ・ 専門的立場からの情報提供。
- ・ 販路開拓、及びバイヤーの確保。

3) 連携による効果

- ・ 西尾張地域の各種繊維業界が出捐機関の為、業界内での広域な商談会が期待できる。

9. 名古屋文理大学、修文大学・女子高校、一宮商業高校、木曾川高校

1) 連携する内容

- ・ 「一宮モーニングプロジェクト」の実施【※13】
- ・ 「いちのみや食ブランド推進事業」の実施【※14】
- ・ 「いちのみや秋まつり事業」の実施【※16】

2) 連携者の役割

- ・ 教育機関の視点、学生の視点での地域活性化へのアドバイス。
- ・ モーニング博覧会への出店。
- ・ 「食ブランド」の共同開発、新商品の研究・開発。
- ・ 「修文祭」の開催、「オープニング、フィナーレイベント」への参加。

3) 連携による効果

- ・ 学生の視点での「モーニング」「食ブランド」の共同開発、新商品開発が可能となる。
- ・ 地域をあげての商品開発によるブランド力の向上とマーケティングの推進が図れる。
- ・ 「地域活性化事業」に学生が参加することで、若い世代の地域への関心、愛着を醸成でき、将来を見据えた地域活性化が可能となる。

連携者及びその役割

注1) 各連携機関の役割、連携することによる効果は、前述「連携する内容」で記述。

1. あいち産業科学技術総合センター 尾張繊維技術センター

センター長 加藤 和美 一宮市大和町馬引字宮浦 35 TEL 0586-45-7871

2. (公財) あいち産業振興機構

理事長 森 鋭一 名古屋市中村区名駅 4-4-38 TEL 052-715-3061

3. 一宮市

市長 中野 正康 一宮市本町 2-5-6 TEL 0586-28-8100

4. (株)日本政策金融公庫一宮支店

支店長 牧山 匡朗 一宮市大志 2-3-18 TEL 0586-73-3131

5. 愛知県信用保証協会

理事長 小川 悦雄 名古屋市中村区椿町 7-9 TEL 0120-454-754

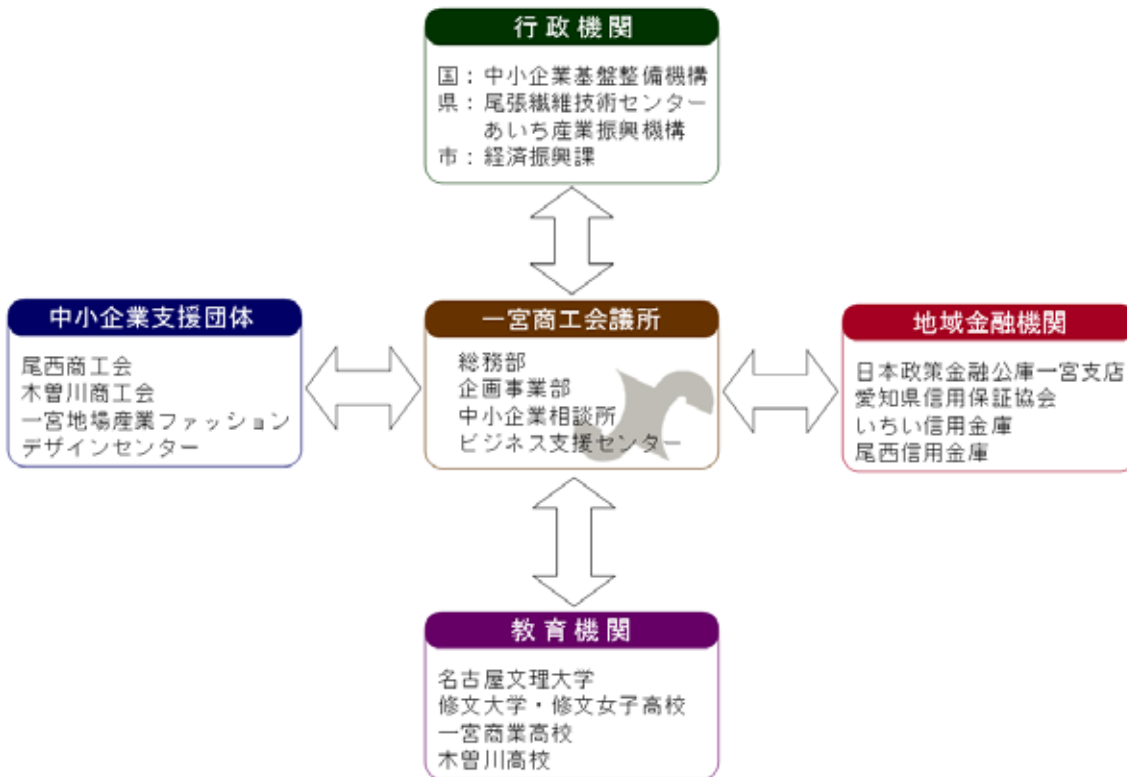
6. いちい信用金庫

理事長 栗野 秀樹 一宮市若竹 3-2-2 TEL 0586-75-6200

7. 尾西信用金庫
理事長 木村 孚男 一宮市籠屋 1-4-3 TEL 0586-45-1110
8. (公財) 一宮地場産業ファッションデザインセンター
理事長 中野 正康 一宮市大和町馬引 字南正亀 4-1 TEL 0586-46-1361
9. 名古屋文理大学
学長 景山 節 稲沢市稲沢町前田 365 TEL 0587-23-2400
- 修文大学
学長 佐々木 直 一宮市日光町 6 TEL 0586-45-2101
- 修文女子高校
校長 猶村 七甫 一宮市日光町 6 TEL 0586-45-2101
- 一宮商業高校
校長 国枝 裕 一宮市文京 2-1-7 TEL 0586-73-7191
- 木曾川高校
校長 岩田 博文 一宮市開明字樋西 11-1 TEL 0586-62-6155

連携体制図等

●経営発達支援ネットワーク



●創業支援に関する4機関の連携図

