

令和6年度

姫路市商工会

経営発達支援計画

事業評価書

評価委員会実施日：令和7年2月5日

# 1. 地域の経済動向調査に関すること

## 【実施した事業内容】

### ①調査計画の策定

- ・指導先 50 社への聞き取り調査を職員が分担して行った。

### ②調査の実施

- ・全国商工会連合会が四半期毎に行う「小規模企業景気動向調査」8 社／四半期
- ・姫路市商工会が独自に選定した指導先「地域経済景気調査」50 社／四半期

### ③集計・データ化

- ・調査に基づき、独自の報告書を作成。

参考データ：月例経済報告(内閣府)、中小企業景況調査データ（全国商工会連合会）  
独立行政法人 労働政策研究・研修機構報告書  
当会管内雇用情勢（ハローワーク姫路）

### ④集計データの公表

- ・姫路市商工会 WEB サイト (<https://himeji-shoko.jp/>) にて公開

## 【当初の目標・実績】

	R6 年度 目標	12 月末 実績	今年度予定	達成率 (年度末見込)
①地域の経済動向分析の公表回数	1 回	3 回	4 回	300% (400%)
②景気動向分析の公表回数	4 回	3 回	4 回	75% (100%)
兵庫県の動向調査	1 回	3 回	4 回	300% (400%)

上記 3 調査全てに横断する項目を設けた調査書を作成。

それを用いて、四半期ごとに当会指導先 50 社（内訳：サービス業 12 社、製造業 11 社、卸小売業 15 社、建設業 12 社）を対象に調査を実施した。調査に基づいて、全国・兵庫県・当会管内の比較を施した景気動向調査報告書を作成し、当会 WEB サイトにて公開。

令和 6 年度は、4 月・7 月・10 月・1 月に調査を実施し、6 月・9 月・12 月・(3 月・予定) に報告書を公開した。

**【事業評価】**

事業評価	A B C D E
コメント等	地域経済動向調査は、中小企業の経営課題解決に不可欠な指針であり、その重要性は多方面から指摘されています。地域経済動向分析は当初目標を大幅に上回る回数で公表され、タイムリーな情報提供に貢献しています。全国・兵庫県のデータとの比較分析は、地域経済の特徴や課題を明確化する上で有効です。
【評価目安】	A：達成率 90～100%    B：達成率 70～89%    C：達成率 40～69% D：達成率 1～39%    E：未着手 0%

## 2. 需要動向調査に関すること

### 【実施した事業の内容】

#### (1) 情報収集

##### ①海外販路開拓事業 越境 EC「47storey(フォーティーセブン)」

- ・令和5年度に引き続き、海外市場ニーズ調査として、(株)JTBが運用する「Buyee」(※1)を活用した越境 EC「47storey(フォーティーセブン)」(※2)で商品の出品支援を行い、ECサイトでの購入動向から需要調査を実施。(令和6年9月末まで実施)

※1. 国内外の EC サイトから商品を購入するサポートを世界中に届けるサービス  
会員数 478 万人、流通総額 807 億円

※2. 株JTBが日本全国から商品を集めたインターネット上の海外向け Web ストア  
<https://shop.buyee.jp/47storey?lang=ja>

- ・調査項目は、購買動機、購買障壁、価格帯、色、大きさ、見た目、パッケージ  
商品選択時の優先項目、各商品に関する詳細な設問等

- ・47storey (国内最大の海外向け購入サポートサービス Buyee の中でサービス展開)  
アクセス構成比率

性 別：男性 58%、女性 42%

年 齢 別：～24 歳 5%、25～34 歳 21%、35～44 歳 37%、45～54 歳 27%、55～64 歳 10%

国 別：アメリカ 20%、台湾 11%、香港 11%

以下インドネシア、韓国、メキシコ、カナダ、マレーシア、シンガポールの順

商 品 別：食品・菓子 40%、玩具・ゲーム 15%、ダイエット・健康 8%

以下キッチン用品、ファッション、キッズ・ベビー、飲料の順

購買状況：趣味 43%、食品 42% 以下 酒、アパレル、日用品、その他の順

##### ②バーチャル展示会 2024 (※1) での国際フロンティア産業メッセ出展

- ・バーチャル展示会事業の一環として、令和6年9月5日(木)、6日(金)に国際フロンティア産業メッセへの出展支援および来場者へのアンケート調査を行った。

※1. 姫路市商工会が運営する Web サイト上で、事業所間の商談促進を行う事業

令和6年度は、オンラインでの展示会に加え対面展示会への出展支援を実施

※2. 会場：神戸国際展示場 来場者数：15,400名

- ・調査項目は、知名度、関心度、関心がある理由等

#### (2) 情報整理・分析・提供

##### ①調査内容を経営指導員が分析し、当該支援事業所にフィードバック

②調査内容に基づいて、今後の海外展開や商品開発に関する意向等を確認。

③今後の展開に際して専門的な支援を必要とする場合は、中小企業診断士等の専門家派遣に

よる連携した相談対応が叶う旨を説明した。

【当初の目標・実績】

	R6 年度 目標	実績（見込含む）	達成率
① 新商品開発の調査対象事業者数	2 者	7 者	350%
② 新商品開発の調査対象者数	50 人	478 人	956%

※47STOREY アクセス数等は非開示情報のため、Buyee 全会員数の 0.0001%（100 万人に 1 人）で概数算出

【補足】

- ・ 47storey 対象事業者：(株) 下村酒造店、壺坂酒造 (株)、(有)キヤツスルレザー  
ヤマサ蒲鉾(株)、天晴水産(株)、日本玩具博物館

当該事業のプロモーションについては、下記のとおり。

羽田、成田、中部、関空、福岡の各国際空港の国際線到着口にあるインフォメーションセンター、大阪のなんば（関空より直結）の観光案内所、東南アジアの日本好き会員（グループ会社管轄）にそれぞれポストカードや SNS を通じて、47storey のストアサイトを訴求。

- ・ バーチャル展示会対象事業者：はだしの家. (株)

【事業評価】

事業評価	A	B	C	D	E
コメント等	<p>海外需要調査は、少子高齢化や円安が進む日本において、中小企業の海外展開を支援する上で非常に重要な取り組みです。複数の EC サイトの活用や大規模展示会への出展など、より多様で詳細な情報を収集する試みは、今後の事業展開に繋がる可能性を秘めています。Buyee を活用した調査は、効率的かつ広範囲な需要動向の把握に貢献しています。</p> <p>実績が目標を大幅に達成していることは評価に値しますが、今後は購買に繋げる仕組みづくりや商品開発の支援が重要となります。</p>				
【評価目安】	A：達成率 90～100%	B：達成率 70～89%	C：達成率 40～69%	D：達成率 1～39%	E：未着手 0%

### 3. 経営状況の分析に関すること

#### 【実施した事業内容】

(1) 日々の窓口・巡回指導に伴う事業所内の課題の把握と指導 (令和6年12月末現在)

令和6年度 巡回訪問件数	2,513
令和6年度 窓口相談件数	2,203
令和6年度 合計対応件数	4,716

※経営相談のみならず、税務・労務相談等の関連相談から経営相談に移り、経営状況分析に至ることも多々あるため、相談項目を問わず総数とした。

(2) マル経融資等に伴う財務状況の把握と指導 13 件 (令和6年度12月末推薦実績より)

また11月1日、(株)日本政策金融公庫姫路支店において開催されたマル経連絡協議会において、日本政策金融公庫の新型コロナウイルス感染症に関する取り組みや各団体との意見交換を実施。

(3) 各種セミナーの開催により経営分析のスキルを身につけることで自社の経営状況を把握し今後の経営に活かすための一助とした。

(主なセミナー)

開催日		セミナー	受講人数
令和 6年度	6/13	企業に求められるSDGs経営セミナー	8名
	7月	ひめじ創業塾	23名
	7/11	生成AIを活用した業務効率化(DXセミナー)	12名
	7/31	SNSを活用した販路拡大(DXセミナー)	7名
	10/25	事業承継個別相談会	3名
	11/14	事業計画作成セミナー	12名

(4) 専門家による個別相談事業 (各種専門家派遣事業、専門家窓口相談事業等)

※令和6年度のべ23事業所 (計画書作成・商品開発・経営革新・持続化・ものづくり等)

#### 【当初の目標・実績】

(令和6年12月末現在)

	R6年度目標	実績	達成率
① セミナー開催件数	3回	6回	200%
② 経営分析事業者数	10者	269者	2,690%

※セミナー参加は無くとも、個別での巡回・窓口相談対応にて補助金申請等のために経営分析を実施。

【事業評価】

事業評価	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">A</span> <span>B</span> <span>C</span> <span>D</span> <span>E</span> </div>
コメント等	<p>巡回訪問件数やセミナー開催回数が増加し、企業の課題解決に繋がる取り組みが前年以上に図れている点は評価できます。特に、経営分析事業所数が大幅に目標を上回ったことは、事業者の経営改善意識の向上に貢献していると考えられます。</p> <p>要因・効果について更なる分析や情報開示を行うことで、より効果的な事業運営に繋がる可能性があります。また、セミナー等の活用を経営分析等の支援に結び付けることや、目標設定を参加人数に見直すことも検討課題として挙げられます。</p>
<p>【評価目安】 A：達成率 90～100%      B：達成率 70～89%      C：達成率 40～69%</p> <p>D：達成率 1～39%      E：未着手 0%</p>	

## 4. 事業計画策定支援に関すること

### 【実施した事業内容】

#### (1) 創業・第二創業支援

当会管内は小規模事業者が年々廃業し、創業件数を上回っている。創業件数の増加により小規模事業者の減少を食い止めるため、姫路市の特定創業支援等事業として創業塾を開催した。セミナーでは参加者全員が開業計画書を作成し、必要に応じて専門家による個別相談を実施。

#### (2) 経営計画・経営革新計画作成セミナーの開催

開催日		セミナー	受講人数
令和 6年度	6/13	企業に求められる SDGs 経営セミナー	8名
	7月	ひめじ創業塾	23名
	7/11	生成 AI を活用した業務効率化(DX セミナー)	12名
	7/31	SNS を活用した販路拡大(DX セミナー)	7名
	10/25	事業承継個別相談会	3名
	11/14	事業計画作成セミナー	12名

#### (3) 巡回・窓口支援等

マル経融資や確定申告、補助事業の相談時に経営分析を実施。事業計画の策定が可能な事業者については策定を推進した。

#### (4) 各種補助金及び認証制度申請からの事業計画策定

各種補助金等の承認・採択を目指し、経営分析を行った小規模事業者を対象に事業計画策定を支援した。

(各種補助金申請相談数及び申請件数 ※のべ数値)

(令和6年12月末現在)

補助金等名称	相談事業者数	のべ相談件数	のべ申請件数
小規模事業者持続化補助金	7	21	1
事業再構築補助金	2	12	2
事業承継・引継ぎ補助金	2	8	0
兵庫県起業家支援助成金	2	8	2
酒類業振興支援事業費補助金	1	6	1
業務改善助成金	3	9	1
合計	17	64	7

申請件数を事業計画策定件数として計上。

【当初の目標・実績】

	R6 年度目標	実績	達成率
①DX推進セミナー	1回	2回	200%
②事業計画策定セミナー	1回	1回	100%
事業計画策定事業者数	4者	11者	275%
③創業塾	1回	1回	100%
事業計画策定事業者数	4者	23者	575%

【事業評価】

事業評価	A	B	C	D	E
コメント等	<p>事業計画策定支援事業は、各セミナー及び計画策定事業者数ともに目標を達成しており、特に創業塾において参加者全員が事業計画を策定できたことは大きな成果と言えます。</p> <p>一方で、経営分析の実績数に比べて事業計画の策定に至った事業者数が少ない点は課題として挙げられます。事業計画策定支援においては、事業者のニーズに合ったセミナー開催や巡回・窓口でのきめ細やかなサポートが重要です。</p> <p>創業塾における参加者全員の事業計画策定については、その具体的なプロセスや工夫について更なる情報共有を図ることで、他の事業者の支援にも繋がる可能性があります。</p>				
【評価目安】	<p>A：達成率 90～100%      B：達成率 70～89%      C：達成率 40～69%</p> <p>D：達成率 1～39%      E：未着手 0%</p>				

## 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

### 【実施した事業の内容】

#### (1) 支援プログラム作成と経営支援情報の共有

- ・システムを活用した経営支援情報のデータベース化

経営支援情報共有については、昨年度商工会のシステムを活用し、各種補助金申請や事業計画を内部共有かつアーカイブ化し、重複する市場データ・外部環境、補助事業計画等を有効活用できる仕組みを構築した。今年度は、令和元年から5箇年分の事業計画データ122件をシステムにアップロード・アーカイブ化し、検索機能の運用を開始した。これにより、必要な計画の情報を効率よく入手することが可能となり、支援ノウハウ、支援案件・申請案件の重複箇所等の流用・参考が叶う仕組みづくりにより商工会内でのDX推進を実現した。

- ・経営指導カルテの入力内容の統一

各職員が対応した経営支援情報を共有し、効率的・効果的な支援を図るとともに、職員の異動に伴う経営支援情報の引継ぎ等を円滑に図るために、日々の経営指導カルテの入力内容の統一を行った。加えて、入力した経営指導カルテを全職員に回覧することで、支援案件への協力体制の構築、効果的な連携に繋がった。

#### (2) ブラッシュアップ

策定した事業計画書に応じて、経済状況や需要動向に合っているかを確認し、課題解決に繋がっている。専門的案件については、適宜専門家相談に繋がっており、各種補助金申請や経営革新申請などにもつなげている。

#### (3) フォローアップ・PDCAサイクルの実現

令和6年度にこれまでの補助金申請事業者及び創業支援者を巡回訪問し、適宜専門家相談等に繋げるなどのフォローを行い、事業計画の見直しを実施した。

### 【目標及び実績】

	R6年度目標	実績	達成率
フォローアップ対象事業者数	15者	44者	293%
頻度（延回数）	36回	132回	366%
売上増加事業者数	2者	12者	600%
利益率3%以上増加の事業者数	1者	6者	600%

【事業評価】

事業評価	<input checked="" type="checkbox"/> A    B    C    D    E
コメント等	事業計画策定後の実施支援事業は、フォローアップ対象事業者数、頻度ともに目標を大きく上回り、売上増加・利益率3%以上増加も高い達成率を誇り、伴走型支援の成果が目に見える形で現れています。 DX 推進による支援体制の効率化や、フォローアップの実施も評価できます。特に、売上増加事業所が目標を上回ったことは、事業の有効性を示す上で重要な指標となります。
【評価目安】	A：達成率 90～100%    B：達成率 70～89%    C：達成率 40～69% D：達成率 1～39%    E：未着手 0%

## 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事

### 【実施した事業の内容】

#### (1) 展示会出展事業 (BtoB)

##### ・バーチャル展示会 2024 の開催

開催期間：令和 6 年 9 月 1 日から令和 6 年 12 月 31 日 (WEB サイト公開)

国際フロンティア産業メッセ出展：令和 6 年 9 月 5 日 (木)、6 日 (金)

バーチャル展示会 WEB サイト出展者数：67 社 (内、福崎町 5 社、市川町 4 社、神河町 5 社)

WEB サイトアクセス数：3,138 件、商談申込件数：11 件、成約件数：1 件 (R6.12 月末現在)

(内容)

令和 2 年度に新型コロナウイルス感染症の影響により対面型の展示会への参加や商談が難しい状況を鑑みて、新たな営業・販促活動策として Web サイトを立ち上げ「バーチャル展示会」を開催した。

令和 5 年 5 月にコロナウイルスが 5 類感染症に指定され、対面の展示会にコロナ禍以前の客足や賑わいが戻ってきていることを受け、本年度は対面の展示会での製品 PR とバーチャル展示会サイト上での事業者の情報発信、商談促進を掛け合わせることで事業効果を高めることを見込み、国際フロンティア産業メッセへの出展支援を行い、出展者の販路開拓につなげた。

国際フロンティア産業メッセ出展事業者：はだしの家.(株)

##### ・地域産品掘り起こし事業

会員事業所の商品や製品の展示会出展を支援した。具体的内容は下記

[FOODSTYLE Kansai2025 出展 \(https://foodstyle.jp/kansai/\\_outline/\)](https://foodstyle.jp/kansai/_outline/)

開催日：令和 7 年 1 月 22 日 (水)、23 日 (木)

会 場：インテックス大阪 1・2 号館

来場見込：23,789 名 (FOODSTYLE Kansai2024 実績より)

出展事業者：2 社 (名城酒造 (株)、(株)アンジェリス)

##### ・海外市場ニーズ調査

(株) JTB が運用する「Buyee」を活用した越境 EC「47storey(フォーティーセブン)」(※1) で商品の出品支援を行い、EC サイトでの購入動向から各事業者の商品について需要調査を実施。(9 月末事業完了)

※1. (株)JTB が日本全国から商品を集めたインターネット上の海外向け Web ストア

<https://shop.buyee.jp/47storey?lang=ja>

対象事業者：(株) 下村酒造店、壺坂酒造 (株)、(有)キヤツスルレザー

ヤマサ蒲鉾(株)、天晴水産(株)、日本玩具博物館

・販路開拓事業（BtoC）

①プレスリリース支援個別支援

兵庫県商工会連合会チーフアドバイザー（以下、CA）派遣制度を活用した。

支援事業者数：4社（(同) 中塚建築、(株)和音、はだしの家.(株)、ローズカンパニー）、  
のべ支援回数：7回

②DX 推進セミナーの開催

生成 AI（ChatGPT 等）を活用した業務効率化、SNS を活用した販路拡大

開催日：令和6年7月11日(木)、7月31日(水)

会場：姫路市商工会本所

講師：土原 翔吾氏

出席者：のべ19名

7月11日のセミナーでは、生成 AI をどのように活用するか理解を深めることを目的とし、企業の取組み事例を交えながら講義を行った。また、7月31日のセミナーでは、お客様目線の SNS の投稿や、どのような投稿がお客様に響くのか理解を深め、実践に即した内容の講義を行った。

フォローアップとして、Google ビジネスプロフィールの活用および DX 推進に向け兵庫県商工会連合会の IT 支援員制度を活用し、5社をのべ10回支援。

以下は個者支援から発展し、地域・他団体と連携、取り組んでいる販路開拓事例を列記

③兵庫県主催事業への参画

兵庫県が主催するマルシェ&ワークショップイベント「おーきに、ありがとぉ！」に兵庫の伝統工芸を代表し、有限会社キヤツスルレザーが参加。参加に係る「姫革細工絵付け体験」の実施支援を行った。具体的な開催内容は以下の通り。

開催日：令和6年10月13日(日)

会場：ディアモール大阪「ディースクエア」イベントスペース

内容：地域のマルシェ、ワークショップ、兵庫県魅力発信ブース（移住相談等）

※8月31日、9月1日にも東京都 KITTE 丸の内で開催予定であったが台風のため開催中止

④海外向けの販路開拓支援

姫路市安富町に所在する株式会社下村酒造店は、国内のみならず海外からも高い評価を受けている。商品の魅力はもとより、酒米づくりと清酒仕込みに同じ水を使用している点が海外から注目されており、この水と清酒の品質の高さが安富地域の豊かな自然を物語っている。この強みを活かし、安富地域全体の魅力を広く発信することで、酒蔵の評判をさらに高めていきたいと考え、商工会としても支援を行っている。

具体的には、国税庁の酒類業振興支援事業費補助金を活用し、多言語対応の WEB サイトや自社の説明動画を制作、郷土資料の展示等を行い、観光客対応を備えた上で姫路市観光コンベンションビューローとの連携を強化し、酒蔵に人を呼び込むための取り組みを積極的に行っている。

く予定である。

これらの取り組みを通じて、下村酒造店は自社をハブとした観光誘客による地域経済の活性化に貢献するとともに、日本の伝統文化である日本酒の魅力を世界に発信していくことを目指している。

#### ⑤地域の歴史・文化を題材とした、地域経済活性化を目指すプロジェクトの立ち上げ

姫路城周辺にて、招き猫をメイン商品とする小売店「ひめふく（代表山下氏）」では、姫路城をはじめとする地域の文化的資産と連携し、地域全体で魅力を発信することで、観光客の回遊性を高め、滞在時間を延ばすことを目指している。これにより、地域経済の活性化に貢献するとともに、自社の売上向上にも繋げたいと考えている。

具体的には、令和6年6月「猫」をテーマとした地域コミュニティを立ち上げ、歴史的資産を活用した様々なプロジェクトを推進。本コミュニティには、20代から70代までの幅広い年齢層の方々、一般消費者だけでなく製造業などの事業者も参画しており、活発な活動を行っている。上記活動内容は、令和7年1月8日発行の神戸新聞にも掲載された。（別添参照）

#### 【目標及び実績】

支援内容	R6 年度目標	実績	達成率
①「バーチャル展示会」出展事業者数	60 者	67 者	111%
成約件数	2 者	1 者	50%
②地域産品掘り起こし／調査数 ※展示会出展	10 者	9 者	90%
売上増加率／者	2%	3%	150%
③プレスリリース支援個別相談会参加事業者数	3 者	4 者	133%
成約件数	1 者	1 者	100%
④DX 推進セミナーの開催	1 回	2 回	200%
SNS 活用事業者	2 者	7 者	350%
売上増加率／者	2%	3%	150%
ネットショップの開設者数	2 者	6 者	300%
売上増加率／者	2%	3%	150%

【事業評価】

事業評価	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">A</span> <span>B</span> <span>C</span> <span>D</span> <span>E</span> </div>
コメント等	<p>展示会出展や販路開拓、観光客を対象とした魅力発信など、多岐にわたる支援事業が展開され、地域経済の活性化に貢献していることが評価できます。多くの地元産品が存在する地域において、幅広いPR活動を実施し、継続的な地域活性化に繋げていくことが期待されます。</p> <p>DX推進セミナーの開催など、顧客ニーズにマッチした効果的な手法も取り入れられており、特にSNS活用事業者及びネットショップ開設者数が多いことから、その有効性が示唆されます。</p>
【評価目安】	<p>A：達成率 90～100%      B：達成率 70～89%      C：達成率 40～69%</p> <p>D：達成率 1～39%      E：未着手 0%</p>

## 7. 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

### 【実施した事業の内容】

#### ①評価委員会の開催

当会の理事会と併設して、姫路市観光経済局長、兵庫県商工会連合会広域指導センター所長、外部有識者として中小企業診断士1名、但陽信用金庫香呂支店長及び西兵庫信用金庫夢前支店長、当会事務局長及び法定経営指導員各1名をメンバーとする「評価委員会」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評価を行う。

#### ②評価結果の公表

評価委員会の評価結果は、役員会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、HPへ掲載（年1回）することを計画しており、本評価委員会終了後速やかに公表を行った。

### 【事業評価】

事業評価	A	B	C	D	E
コメント等	引き続き、評価を反映した事業者支援を実施してもらいたい。 事業の評価及び見直しをするための仕組みを評価します。				
【評価目安】	A：達成率 90～100%	B：達成率 70～89%	C：達成率 40～69%	D：達成率 1～39%	E：未着手 0%

## 8. 経営指導員等の資質向上等に関すること

### 【実施した事業の内容】

外部講習会等の積極的活用

#### ①兵庫県商工会連合会が主催する商工会役職員等研修会

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、経験年数や職歴を考慮し、計画的に職員を派遣した。

(受講研修一覧・受講人数)

研修日	研修内容	受講人数
5月14日・15日	新任職員研修	1名
6月7日・8日	チーフコーディネーター研修	1名
6月20日	経営指導員等 SDGs 研修 (オンライン)	6名
7月4日	商工会管理者研修	1名
7月11日	コンプライアンス研修	7名
7月16日・7月25日	「商工会クラウド」オンライン操作研修会	3名
7月24日・8月21日	財務研修会	3名
7月31日	共済担当者研修会	3名
8月13日	商工会職員向けミモザ企業申請研修	6名
9月3日	定額減税に関するオンライン研修会	3名
9月9日・10日	金融審査委員等講習会	1名
9月10日	資質向上研修会	2名
9月12日	知的資産経営支援セミナー	1名
9月20日・10月10日	「グーペ」オンライン研修会	4名
10月9日	フォローアップ研修	1名
10月15日	若手職員向けマル経講習会	2名
10月17日	定額減税に関するオンライン研修会	6名
10月21日	人材確保を促進する企業セミナー	2名
11月27日・12月9日	支援力向上研修会	4名
12月3日・12月4日	管理マネジメント研修会	2名
12月6日	中播磨地区商工会職員金融研修会	3名
12月6日	「商工会クラウド」オンライン研修会	2名
12月18日・19日	チーフコーディネーター研修	1名
12月24日・25日	コミュニケーション研修	3名
令和7年1月30日	中播磨職員税務研修会	5名
2月14日	商工会管理者研修会	1名

(オンデマンド研修)

研修内容	受講人数
経営力再構築伴走支援	1名
サイバー攻撃の実態と中小企業における対策のポイント研修	2名

#### ②経営指導員等WEB研修システム

小規模事業者のニーズの高度化・専門化に対応、提案型支援スキルの取得のため、全国商工会連合会が運営する本研修システムを活用し支援ノウハウの習得を図った。

#### ③職員事例発表大会

令和6年12月5日(木)、鳥取県のANAクラウンプラザホテル米子にて、第12回経営支援事例発表全国大会が開催され、当会からは中村経営指導員が出場した。

本大会は、商工会の経営支援業務における優れた事例を発表・共有し、商工会組織全体の支援力向上を図ることを目的としている。大会は令和6年6月8日(土)の兵庫大会からはじまり、そこで中村経営指導員が兵庫県代表として選出され、令和6年10月18日(金)に滋賀県で行われた近畿大会でも、各府県を代表する7名の発表者の中から見事勝ち上がった。その後、全国大会では各地区代表の8名の発表者が、創意工夫あふれる支援事例を発表し、中村経営指導員は優良賞を受賞した。

また、参加職員は各地域の支援事例発表を通して、会員事業者の皆様への支援体制の強化、並びに支援力向上を図った。

研修日	研修内容	受講人数
6月8日	経営支援事例発表兵庫大会	9名
10月18日	経営支援事例発表近畿大会	6名
12月5日	経営支援事例発表全国大会	6名

#### ④中小企業大学校が主催する研修会

更に事業計画の策定件数の増加と、そのための支援能力の向上が指摘されているため、中小企業大学校が実施するセミナーへ毎年1人以上参加するように努めた。

研修日	研修内容	受講人数
10月24日、31日(2日間)	伴走型支援に役立つ相談対応力	1名

#### ⑤OJT制度の導入

ひめじ創業塾の受講生に対するフォローアップとして、支援経験の豊富な経営指導員と、経験が浅い職員や支援業務に携わってこなかった一般職員が2人1組でチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用してOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図った。

#### ⑥職員会議の開催

支所の職員を含め全員が一堂に会し職員会議（月1回、年間12回）を開催。

業務に係る情報を共有することはもとより、職員が経営支援事例を発表し、そのノウハウや情報を共有した。担当外の業務についても見識を深めるとともに、意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図った。

#### ⑦データベース化

昨年度商工会のシステムを活用し、各種補助金申請や事業計画を内部共有かつアーカイブ化し、重複する市場データ・外部環境、補助事業計画等を有効活用できる仕組みを構築した。今年度は、令和元年から5箇年分の事業計画データ122件をシステムにアップロード・アーカイブ化し、検索機能の運用を開始した。これにより、必要な計画の情報を効率よく入手することが可能となり、支援ノウハウ、支援案件・申請案件の重複箇所等の流用・参考が叶う仕組みづくりにより商工会内でのDX推進を実現した。

#### ⑧経営指導カルテ入力統一化

各職員が対応した経営支援情報を共有し、効率的・効果的な支援を図るとともに、職員の異動に伴う経営支援情報の引継ぎ等を円滑に図るために、日々の経営指導カルテの入力内容の統一を行った。加えて、入力した経営指導カルテを全職員に回覧することで、支援案件への協力体制の構築、効果的な連携に繋げた。

#### ⑨関係機関等が開催する研修会

近畿経済局や兵庫県、金融機関や民間企業等が開催する下記研修会に参加した

研修日	研修内容	受講人数
9月12日	但陽信用金庫 知的資産経営支援セミナー	1名
10月21日	人材確保を促進する企業セミナー	2名

#### 【事業評価】

事業評価	A	B	C	D	E
コメント等	研修参加やOJT、職員会議の実施など、指導員の資質向上に向けた積極的な取り組みは高く評価できます。中村経営指導員が全国大会で優良賞を受賞されたことは、日々の努力が結実した素晴らしい成果と言えるでしょう。 経営指導カルテの入力統一化は先進的な取り組みであり、県下商工会においても検討すべき課題です。ノウハウ共有を通じて、より多くの事業者を支援できる体制を構築することが期待されます。				
【評価目安】	A：達成率 90～100%	B：達成率 70～89%	C：達成率 40～69%	D：達成率 1～39%	E：未着手 0%

## 9. 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

### 【実施した事業の内容】

#### ①経営改善貸付連絡協議会

令和6年11月1日、(株)日本政策金融公庫姫路支店管内の商工会や商工会議所等を対象に開催された経営改善貸付連絡協議会に職員が参加。

管内の小規模事業者の現状・経営環境、資金状況等について情報交換・収集を行い、広範囲の経済動向や需要動向を把握し、経営発達支援事業に活用して小規模事業者への支援につなげた。

#### ②地域金融機関との連携

令和6年9月12日、但陽信用金庫主催の「知的資産経営支援セミナー」に職員が参加し、ローカルベンチマーク非財務部門や経営デザインシートの活用について学んだ。

セミナーの開催等の告知においては、管轄内金融機関に告知協力を要請するなど、小規模事業者支援をより効果的に実施した。

地域金融機関全体を介しての情報交換会は無いが、(株)日本政策金融公庫姫路支店とは11月1日に小規模事業者経営改善資金（マル経）連絡協議会及び11月15日に冬季一日金融相談会および12月6日の中播磨金融研修会後の情報交換会において、地域の経済や需要動向、金融動向等の情報を共有した。

また、但陽信用金庫香呂支店・溝口支店とは、年3回金融状況の情報交換を行った。

次年度以降も、地域の経済、金融動向等の情報を共有し地域の需要動向、支援ノウハウ等について有益な施策等について情報交換を行いたい。

#### ③中播磨地区の商工会との連携

令和6年12月6日、市川町商工会館にて中播磨地区商工会職員を対象とした金融研修会を実施した。研修では(株)日本政策金融公庫の職員を講師に招き、今後の創業支援に役立てることを目的とし、創業に係る支援のポイントについて講義をしていただいた。

また、前述のとおり「バーチャル展示会」では中播磨地区からも新規出展事業者が3社あり、国際フロンティア産業メッセには各商工会担当職員も参加し、会員事業所のフォローを行う等、連携した事業実施が叶った。

#### ④但馬地区の商工会との意見交換

令和6年12月23日に福崎町商工会館にて但馬地区の商工会職員と、広域連携の動向や支援事業の共有を通じて、次世代の連携可能性を切り拓くための知見を深めることを目的とした意見交換会を実施した。このような広域連携体制の構築は、各商工会の支援活動を加速させるとともに、リソース不足という課題への解決策となることが期待される。

#### ⑤行政との情報交換

令和6年11月26日、姫路市役所秘書課応接室において、山田副市長ならびに大前観光経済局長、石井課長と姫路市商工会副会長はじめ役職員2名による地域経済に関する懇談会を開催。

地域商工業者支援について意見を交換し、双方にとって実りのある取組に向けた意識の醸成が図れた。

⑥専門家・他の支援機関との情報交換

会員事業所への専門家派遣時には職員が同席し専門家と情報交換を行った。セミナー開催なども同様に情報交換を行っている。各種支援機関とも情報交換を行っている。

【令和6年度】

	専門家等連携事業	詳細指導	相談者 (のべ件数)
経営一般	情報発信支援員派遣	DX 推進、SNS 活用、コミュニティ運営、広報	6
	チーフアドバイザー派遣事業	プレスリリース、経営改善計画立案、酒類業振興支援事業費補助金、SDGs、展示会出展	13
	課題別経営サポート事業	元請けへの提出資料作成支援	1
	事業環境変化対応型支援事業	小規模事業者持続化補助金、事業再構築補助金、起業家支援事業、経営力向上計画、事業継続力強化計画立案等	28

【事業評価】

事業評価	A	B	C	D	E
コメント等	地域金融機関、中播磨・但馬地区商工会等に加え、行政や隣接商工会とも連携し、広範囲な情報収集を行う体制は評価できます。専門家派遣も積極的に行われ、連携体制が構築されていることが伺えます。今後は、既存の関係機関に加え、今まで交流のなかった機関との関係性を構築することで、より多くのノウハウを獲得し、支援の幅を広げることが重要です。				
【評価目安】	A：達成率 90～100%	B：達成率 70～89%	C：達成率 40～69%	D：達成率 1～39%	E：未着手 0%

## 10. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

### 【実施した事業の内容】

#### (1) 銀の馬車道を活用した地域おこし

兵庫県中播磨県民センターと中播磨地区の商工会や行政等で構成する「銀の馬車道ネットワーク協議会」と連携し、地域の小規模事業者に地域資源や観光資源のPR活動を行い、地域経済の活性化に取り組んだ。具体的な実施内容は下記のとおり

##### ① 銀の馬車道

銀の馬車道沿線において、地域外、特に海外からの誘客を図るため、観光スポットや宿泊施設などを紹介する動画を日本語版・英語版で作成し、下記 Youtube チャンネルにて配信を行った。

・中播磨地区商工会連絡協議会 Youtube チャンネル

<https://www.youtube.com/@nakaharima-pr>

##### ② 銀の馬車道グルメ&観光ガイドブックの内容更新

中播磨地区商工会では、令和4年度に銀の馬車道グルメ&観光ガイドブック電子版の発行を行った。2025年の大阪・関西万博開催を控え、インバウンド等の増加が予測されることから、銀の馬車道ガイドブックの内容更新を行い、観光客等へのPR体制の整備を行った。

#### (2) はりまもちこ倶楽部の支援

はりまもちこ倶楽部への支援として、今後の自走化に向けた伴走支援を実施した。

神戸市の飲食店等から引き合いがあるなど成果に繋がっており、支援を継続している。

具体的な支援内容は下記のとおり

実施日	内容
7月10日	・新たな販路の開拓として、ふるさと納税返礼品の登録についてアドバイスを実施。
10月1日	・新商品のパウンドケーキの開発について相談・助言を実施。

### 【事業評価】

事業評価	A	B	C	D	E
コメント等	地域振興事業は、観光客へのPR活動や販路開拓支援を通じて地域経済の活性化に貢献する重要な取り組みです。日本遺産「銀の馬車道・鉱石の道」を活用した継続的な取り組みは、地域資源を最大限に活かすという点で評価できます。一方で、YouTubeチャンネルの視聴回数の低迷や、ガイドブックの配置先と反響に関する情報不足は課題として挙げられます。費用対効果の観点からも、ターゲットやPR手法の見直し、効果測定の実施が求められます。				
【評価目安】	A：達成率 90～100%	B：達成率 70～89%	C：達成率 40～69%	D：達成率 1～39%	E：未着手 0%