

**足利商工会議所**  
**令和6年度「経営発達支援計画」事業実施報告書**

当所では、小規模事業者の持続的な発展に向けて支援する「経営発達支援計画」を策定し、令和6年3月15日に経済産業省より認定を受けました。

この計画は、令和6年4月から令和11年3月の5ヵ年にわたり地域の経済動向等の調査を基に、小規模事業者の経営状況分析、事業計画策定支援など事業の持続的発展を支援するものです。令和6年度の事業実施結果について下記の通り報告致します。

- |                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| (1) 地域の経済動向調査                  | 総合評価【 A 】 |
| (2) 需要動向調査                     | 総合評価【 A 】 |
| (3) 経営状況の分析                    | 総合評価【 B 】 |
| (4) 事業計画策定支援                   | 総合評価【 A 】 |
| (5) 事業計画策定後の実施支援               | 総合評価【 A 】 |
| (6) 新たな需要の開拓に寄与する事業            | 総合評価【 D 】 |
| (7) 経営指導員等の資質向上等               | 総合評価【 A 】 |
| (8) 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 | 総合評価【 A 】 |

■評価基準

評価	評価基準
A	目標値を上回り、かつ効果が見られたもの
B	目標値を概ね達成(目標値の60%以上)し、かつ効果が期待できるもの
C	目標値を概ね達成(目標値の60%以上)した、または効果が期待できるもの
D	項目の目標値を大幅に下回り(目標値の60%未満)、かつ効果が期待できないもの
E	未実施

## 足利商工会議所

### 「経営発達支援計画」事業評価委員・事務局名簿

#### 【委員】

(敬称略)

役職	事業所名	事業所内役職	氏名
委員長	ふくとみ経営研究所	代表 (中小企業診断士)	内山 貢悦
委員	日本政策金融公庫 佐野支店	融資課長	岸田 和也
委員	足利市産業観光部 商業にぎわい課	課長	八長 克美
委員	足利商工会議所	専務理事	邊見 隆
委員	足利商工会議所	商業観光課長 (法定経営指導員)	柏崎 晃一

#### 【事務局】

役職	氏名
事務局長	川田 武志
工業課長	本島 良紀
工業課係長	五月女 博
工業課 (経営指導員)	須藤 裕太

## I. 経営発達支援事業の内容

### (1) 地域の経済動向調査

#### ■事業の目的

管内小規模事業者へ外部環境に係わる地域経済動向調査情報を提供することにより、事業計画策定支援・実施支援の際の外部環境情報として活用する。

#### ■事業内容

##### ① 景況アンケート調査

内容	年4回、四半期ごとに実施している景況アンケートの調査結果を、当所広報誌「友愛」や当所ホームページ、小規模事業者に随時提供できるようにし、商店街や小売・サービス事業者の課題抽出や今後の事業計画策定に役立てる。
実施結果	<ul style="list-style-type: none"><li>・調査時期:年4回(1月、4月、8月、10月)</li><li>・調査対象:209事業所(製造業:70、繊維工業:20、建設業・設備工事業:35、卸小売・飲食業:41、サービス業:43)</li><li>・調査手段:経営者へのアンケート調査</li><li>・調査項目:景況(前年同期比、前期3ヶ月比)、売上高(前年同期比)、仕入価格(前年同期比)、受注・販売価格(前年同期比)、製品(材料)在庫(前年同期比)、利益(前年同期比)、資金繰り(前年同期比)</li></ul> <p>調査結果を当所広報誌「友愛」及びホームページに掲載し情報提供することによって、小規模事業者の経営改善の参考にし、また、商工会議所の景気対策等に対する意見要望活動にも活用した。</p>
次期への対応	会員事業所、消費者の動きに対しての状況調査を継続して実施し、管内の景況を把握していく。

##### ② 経済・経営アンケート調査

内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・市内企業の399事業所を対象に、業況や今後の課題、SDGsへの取組み等について調査を実施する。</li><li>・景況感の変化を把握し、当所広報誌「友愛」や、ホームページで公開し広く周知する。(公表 年1回)</li></ul>
実施結果	<ul style="list-style-type: none"><li>・経営状況や今後見通しについてアンケート調査を行った。</li><li>・調査時期:12月～1月</li><li>・調査対象:市内企業の399事業所(卸・小売業:19、観光・サービス業:18、機械・金属・プラスチック・製造業:51、繊維品製造業:7、木工・建築業:18、運輸・交通業:3、情報・通信業:4、その他:20)</li><li>・調査項目:業況や今後の課題、SDGsへの取組み等について現在の業況に関し、「横ばい」あるいは「やや上向き」、「上向き」と回答</li></ul>

	<p>答した事業所は、全体の65%と昨年(前年度:73.9%)と比較して8.9ポイント減少したほか、2025年に掲げる経営上の重点課題(複数回答)では、「人材確保と人材育成」が55.7%と人材確保・育成に注力している結果が明らかになった。有効回答:140事業所(回答率:35.1%／2025.1.10現在)</p> <p>調査結果を経営基礎データとして、ホームページや広報誌により広く周知した。</p>
次期への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業動向を定期的に調査することで管内の景況感を把握していく。</li> <li>企業の経営の一助として、調査結果をホームページや広報誌にて公開する。</li> </ul>

### ③市内消費アンケート調査

内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域活性化イベントの来場者124名に消費動向(買物をする店舗や頻度、主に購入する品目等)についてアンケートを実施する。</li> <li>消費動向の現状を把握し、ホームページで公開し広く周知する。</li> </ul>
実施結果	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費動向について幅広くアンケートを行った。</li> <li>買物購入場所の把握にあたり、市内の商店街や大型店、市外大型店など具体的な場所を提示して消費動向を調査した結果、「足利市内の大型店やスーパーで買物をする」が68.5%と、大型店やスーパーでの消費機会が多いことが明らかになった。</li> <li>調査結果をホームページにて広く周知した。</li> </ul>
次期への対応	消費者の動向を継続して状況調査し、管内での消費状況を把握していく。

### ■定量目標および実績

	目標回数	実績回数	達成率	備考
①景況 アンケート調査	年4回	年4回	100%	
②経済・経営見通し アンケート	年1回	年1回	100%	
③市内消費 アンケート調査	年1回	年1回	100%	

### 総合評価【 A 】

評価コメント:県単位の調査結果は公表されているが、市単位の調査結果は少ないため、貴重である。調査結果は、ホームページ等での公表以外にも関係機関へのプレスリリースなどを行い、より効果的に活用できるようにすると更に良い。

## (2)需要動向調査

### ■事業の目的

全国規模の展示商談会に出展した際に、来場バイヤーに商品のアンケート調査を実施し、分析結果を出展者にフィードバックすることで商品の改良や新商品開発に役立てていただく。

### ■事業内容

#### ①展示商談会での需要動向調査

内容	全国規模の展示商談会に出展した際に、来場バイヤーに商品のアンケート調査を実施し、分析結果を出展者にフィードバックすることで商品の改良や新商品開発に役立てていただく。
実施結果	<p>①とちぎけんアンテナショップ「とちまるショップ」へ出店 (8月30日～9月2日、9月9日～9月12日)</p> <p>両期間中、アグリバンク、増田縫製、足利浪漫、日東産業の4者の商品を販売した他足利ブランドパンフレットを来場者へ配布し足利のブランドを周知した。</p> <p>来場者へのアンケート調査は実施できなかったが、出店者自らが出店することで直接消費者に呼びかけができたこと、また商品の改良につながる意見が聞くことができた。</p> <p>②鎌倉姉妹都市物産展へ出店(10月11日～12日)</p> <p>足利浪漫の会、日東産業、アグリバンク、虎蔵、舟定屋本店、マスダ縫製、香雲堂本店の7者の商品を販売した。</p> <p>観光客、地元消費者を対象にしたアンケート調査を実施した。「物販」3者の商品。</p>
次期への対応	<ul style="list-style-type: none"><li>・鎌倉物産展でアンケート結果は、物販3者へフィードバックしていく。</li><li>・鎌倉という観光地での消費者ニーズを、イベントを活用した情報収集、鎌倉物産展での消費者アンケートにより需要動向を調査していく。</li></ul>

### ■定量目標および実績

	目標件数	実績件数	達成率	備考
①商談会での調査 対象事業者数	3 者	3 者	100%	

### 総合評価【 A 】

評価コメント:バイヤー向けのアンケート調査をする機会がなかったということで、消費者向けのアンケート調査となったが、商品に関するアンケート調査を行ったことについては評価できる。今後は、アンケート結果を事業者にフィードバックした後に商品開発に繋がったなどの結果まで、追跡調査をする必要がある。

### (3) 経営状況の分析

#### ■事業の目的

経営分析の重要性を理解してもらうとともに課題解決に取り組み意思のある事業者を選定する。また、経営の本質的課題の把握や中長期的な目標に向かって取り組めるよう、経営分析の支援を行う。

#### ■事業内容

内容	<p>①経営分析を行う事業者の発掘</p> <p>様々な分析手法を学ぶ、経営分析を行うセミナーを開催することで、経営課題の把握や、事業計画策定等への活用について理解を深めるとともに、課題解決に取り組み意思のある事業者を発掘する。</p> <p>また、巡回相談や窓口相談の際の「対話と傾聴」を通じて、経営分析の重要性を理解してもらうとともに、課題解決に取り組み意思のある事業者を発掘する。</p> <p>②経営分析の内容</p> <p>BIZミル(経営支援基幹システム)を活用し、過去の決算書を基に経営分析を行いデータ化する。さらに、ヒアリングによる情報収集を行い、経営課題の抽出やSWOT分析等を行う。</p> <p>分析結果は事業者にフィードバックし、経営改善や事業計画策定に活用する。</p>
実施結果	<p>①経営分析を行う事業者の発掘</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・創業塾（2回） 第1期(9月13日～10月18日 計7回開催・参加者46名) 第2期(2月13日～3月21日 計7回開催・参加者25名) 創業塾の講座内で、内部環境分析、外部環境分析、SWOT分析などの手法や重要性に関する講演を実施し、課題解決に取り組み意思のある事業者の発掘に繋げた。</li><li>・マル経融資や補助金などの相談の際に経営分析の重要性を理解してもらうとともに、課題解決に取り組み意思のある事業者の発掘に繋げた。</li></ul> <p>②経営分析</p> <p>経営の本質的課題の把握や中長期的な事業計画策定に繋げるため、BIZミル(経営支援基幹システム)を活用し、14者の経営分析表を作成した。分析結果は事業者にフィードバックし、経営改善や事業計画策定に活用した。</p>
次期への対応	創業関係のセミナーは、関心も高く、取り組み意思のある事業所が多いため継続して実施し、経営分析や事業計画策定に繋げていく。

	融資や補助金の際には、経営分析や事業計画が必要となることから、融資や補助金に関心のある事業所を中心に経営分析の重要性を伝えていく。 経営の本質的課題の把握が難しい場合などは、積極的に専門家相談を活用する。
--	---

#### ■定量目標および実績

	目標件数	実績件数	達成率	備考
①セミナー 開催回数	2回	2回	100%	
②経営分析 事業者数	20者	14者	70%	

#### 総合評価【 B 】

評価コメント: 目標件数には達しなかったものの、経営の参考となる分析シートが作成されている。次年度は、目標件数達成を目指す必要があるが、件数だけ追い求めて、経営分析が疎かにならないように取り組んで欲しい。

#### (4) 事業計画策定支援

##### ■事業の目的

事業計画策定の意義や重要性の理解の浸透を図り、事業計画策定とPDCAサイクルを回すことで経営力向上に繋げていく。

##### ■事業内容

###### ①事業計画策定セミナー

内容	事業計画策定セミナーを開催することで、計画策定事業者の掘り起こしを行い、事業の継続・発展のための事業計画を立案する。また、取り組み意欲の高い事業者に対しては、的確な計画策定がなされるよう、経営指導員等が個別に支援する。
実施結果	<p>①創業塾（2回） 第1期（9月13日～10月18日 計7回開催・参加者46名） 第2期（2月13日～3月21日 計7回開催・参加者25名） 創業塾の講座内で事業計画の策定方法について説明。 第2期の創業塾では、実際に参加者一人一人が事業計画書を作成する内容とした。</p> <p>②創業フォローアップセミナー（8月27日（火）開催・参加者18名） 創業フォローアップセミナーにおいて、日本政策金融公庫佐野支店の融資課長から“事業計画の必要性”や“事業計画の作り方”などの講話を行った。</p> <p>③個別支援 経営指導員等が、事業計画策定の意義や重要性の理解の浸透を図り、事業計画策定とPDCAサイクルを回すことで経営力向上に繋げた。また、必要に応じて、外部支援機関や専門家等との連携による支援を実施した。</p> <p>④事業計画策定 小規模事業者の課題解決や今後の需要を見据えた実効性のある事業計画策定支援を行い、22者の事業計画を策定した。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・BIZミル（経営支援基幹システム）を活用した、事業計画書を策定 14者</li><li>・小規模事業者持続化補助金申請に伴う事業計画策定 4者</li><li>・創業計画策定 3者</li><li>・事業転換に伴う事業計画書策定 1者</li></ul>
次期への対応	<ul style="list-style-type: none"><li>・一方的な講義形式のセミナーだけでなく、少人数で対話型のセミナーも実施し、事業計画策定に取り組む意思のある事業者の掘り起こしを行う。</li><li>・経営分析を行った事業者や融資や補助金申請を契機として事業計</li></ul>

	画策定に取り組む意思のある事業者に対して事業計画策定支援を行う。 ・事業計画策定にあたっては事業者が当事者意識をもって取り組むよう「対話と傾聴」を通じたサポートを行う。
--	---

## ②DX推進セミナー

内容	デジタル活用の推進・啓発を目的としたセミナーを開催し、DXに関する意識の醸成を図る。
実施結果	<p>①売れるホームページ・SNS活用法セミナー (12月3日(火)・参加者21名) 売上アップに繋げるためのSNS活用法や集客率をあげるWebサイトのポイント等について説明した。</p> <p>②今さら聞けない！業務効率化の神アプリ3選 (12月12日(木)・参加者14名) 業務時短と省略化を目的としたアプリケーションの効果的活用法について説明した。</p> <p>③SNS、Webマーケティング (2月20日(木)・参加者21名) SNS、Webマーケティングの手法について説明した。※あしかが創業塾の講座として開催した。</p>
次期への対応	事業者等のDX推進を進めることで、業務効率向上や新事業への取組を支援して競争力の維持、強化につなげていく。

## ■定量目標および実績

	目標件数	実績件数	達成率	備考
①事業計画策定セミナー	3回	3回	100%	
事業計画策定事業者数	11者	22者	200%	
②DX推進セミナー	3回	3回	100%	

## 総合評価【 A 】

評価コメント:販路開拓や創業計画など意欲を持って取り組もうとする事業者の事業計画策定支援が行えている。

## (5) 事業計画策定後の実施支援

### ■事業の目的

中長期的な目標に向かって、持続的な発展のためのフォローアップを行う。対話と傾聴を徹底することで、経営者の自走化にも繋げていく。

### ■事業内容

内容	事業計画を策定した小規模事業者に対して、フォローアップを行う。事業所の抱えている課題の難易度や進捗状況によって、支援の頻度を柔軟に対応するが、基本は四半期に1回のペースで実施する。
実施結果	事業計画の円滑な遂行に向けて事業の進捗状況の確認を行いつつ、補助金等の情報提供を実施した。 創業者支援においては、創業後の進捗状況や補助金の活用指導等を行った。
次期への対応	売上や利益率増加事業所数は目標を上回ったものの、新型コロナウイルスの影響からの回復という面もあるため、継続したフォローアップ支援を行っていく。 計画通りに事業の維持・発展に繋がっている事業所については、対話と傾聴を徹底することで、徐々に経営者の自走化に繋げていく。

### ■定量目標および実績

	目標件数	実績件数	達成率	備考
フォローアップ 対象事業者数	11 者	24 者	218%	
頻度 (延べ回数)	44 回	64 回	145%	
売上増加 事業者数	3 者	9 者	300%	
利益率 1%以上増加 の事業者数	3 者	8 者	267%	経常利益率

### 総合評価【 A 】

評価コメント: 事業計画や創業計画策定先について、きめ細かなフォローアップ支援ができておらず、売上や利益率増加という結果にも繋がっている。

頻度は企業毎で違いがあるが、フォローアップが自走化に繋がっているということがないので問題ない。

事業計画等は、策定がゴールではないため、次年度以降も必要に応じて支援機関と協力しながらフォローアップ支援を継続して欲しい。

## (6) 新たな需要の開拓に寄与する事業

### ■事業の目的

展示・商談会出展にあたっては、バイヤーからのアンケート分析結果を基に、商品の改良や販売方法の検討などアフターフォローを強化する。

### ■事業内容

内容	<ul style="list-style-type: none"><li>①展示会出展(BtoB)</li><li>②足利ブランド認定事業者及び小規模事業者の新商品開発と販売促進の支援(BtoC)</li><li>③ITを活用した販路開拓支援(BtoC)</li><li>④ふるさと納税產品登録支援(BtoC)</li></ul>
実施結果	<ul style="list-style-type: none"><li>①展示会出展 実績なし</li><li>②足利ブランド認定事業者及び小規模事業者の新商品開発と販売促進の支援<ul style="list-style-type: none"><li>・とちぎけんアンテナショップ「とちまるショップ」へ出店 (8月30日～9月2日、9月9日～9月12日) 両期間中、アグリバンク、マスダ縫製、足利浪漫、日東産業の4店舗の商品を販売した他足利ブランドパンフレットを来場者へ配布し足利のブランドを周知した。 来場者へのアンケート調査は実施できなかったが、出店者自らが出店することで直接消費者に呼びかけができたこと、また商品の改良につながる意見が聞くことができた。</li><li>・鎌倉姉妹都市物産展へ出店(10月11日～10月12日) 足利浪漫の会、日東産業、アグリバンク、虎藏、舟定屋本店、マスダ縫製、香雲堂本店の7店舗の商品を販売した。 観光客、地元消費者を対象にしたアンケート調査を実施した。「物販」3店舗の商品。</li><li>・新商品開発 足利ブランド認定事業者(マスダ縫製)が、認定されている商品「和禪」の三つ編み部分を改良し肌に優しく、よりフィット性を高めることができた。8月10月に出展する展示会(とちまるショップ・鎌倉物産展)に向けて春先から開発し、販売に至った。</li><li>③ITを活用した販路開拓支援(BtoC) 実績なし</li></ul></li></ul>

	④ふるさと納税産品登録支援(BtoC) 実績なし
次期への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・とちぎけんアンテナショップでの出展については、会場のスペースの問題やブースの場所が目立たないところにあるため要検討。しかし他の展示会(グッドライフフェア)等での出展について伴走型支援事業補助金を活用して販路開拓支援をしていきたい。</li> <li>・姉妹都市鎌倉物産展においては、今後も継続して足利ブランドの認定事業者に対して積極的な参加を促していきたい。</li> </ul>

#### ■定量目標および実績

	目標件数	実績件数	達成率	備考
①展示会出展 事業者数	2 者	0 者	0%	
成約件数	1 件	0 件	0%	
②新商品開発 事業者数	3 者	1 者	33%	
売上増加率／者	5%	0%	0%	
③ITを活用した販路開拓に取り組む事業者数	3 者	0 者	0%	
売上増加率／者	5%	0%	0%	
④ふるさと納税 産品登録事業者数	2 者	0 者	0%	
売上増加率／者	5%	0%	0%	

#### 総合評価【 D 】

評価コメント:新商品開発やITを活用した販路開拓、ふるさと納税産品登録などのニーズはある。しっかりと事業者の掘り起こしを行う必要がある。  
まずは足利ブランド認定店などを中心に展示会出展でだけでなく、IT活用やふるさと納税産品登録などを勧めるべきである。

## 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

### (7) 経営指導員等の資質向上等

#### ■事業の目的

「事業承継」や「DX」など事業所の様々な課題解決および経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上のための取組。(職員全員)

#### ■事業内容

内容	<ul style="list-style-type: none"><li>①外部講習会等の積極的活用</li><li>②チーム制による支援体制の強化</li><li>③職員間での情報交換会の実施</li><li>④データベース化</li><li>⑤DX推進に向けたセミナー</li><li>⑥DXに向けたIT・デジタル化の取組み</li></ul>
実施結果	<p>①外部講習会等の積極的活用 県連が開催する各種研修会への参加や、他の支援機関が主催するセミナー・研修会などに参加することで各自の支援能力の向上に努めた。</p> <p>4月5日 県連主催「令和6年度商工会議所新規採用職員研修会」1名 4月8日 (株)あしぎん総合研究所主催「新入社員セミナー」1名 7月18日 日本政策金融公庫佐野支店主催 「マル経賃上げ貸付利率特例制度に関する説明会」7名 7月25日・26日 日商主催「マル経等基礎研修会」3名 8月20日 県連主催「栃木県内商工会議所経営指導員等研修会」4名 8月29日 県連主催「組織強化に係る研修会」1名 9月2日 栃木県主催「令和6年度伴走型支援に係る研修会」1名 9月5日 栃木県信用保証協会主催「事業者支援スキルアップキャラバン2024」1名 9月17日～18日 県連主催「令和6年度前期経営指導員等県外先進地調査研修」2名 9月18日 県連主催「栃木県内商工会議所経営指導員等研修会」4名 10月1日～3日 中小企業大学校東京校主催「2024年度中小企業支援担当者研修専門研修」1名 10月3日 県連主催「経理担当職員研修会」2名 10月9日～11日 中小企業大学校東京校主催「2024年度中小企業支援担当者等研修専門研修」1名 10月9日 県連主催「令和6年度生成AI活用研修会」1名</p>

	<p>10月29日 県連主催「栃木県内商工会議所経営指導員等研修会」2名</p> <p>11月7日～8日 県連主催「商工会議所管理者研修会」 1名</p> <p>11月12日 栃木県「令和6年度伴走型支援に係る研修会」 1名</p> <p>11月18日～19日 県連主催「令和6年度商工会議所新規採用職員継続研修会」 1名</p> <p>11月25日 県連主催「栃木県内商工会議所経営指導員等研修会」5名</p> <p>12月5日～6日 県連主催「令和6年度後期経営指導員等県外先進地調査研修」 2名</p> <p>12月18日 県連主催「栃木県内商工会議所経営指導員等研修会」3名</p> <p>1月17日 県連主催「令和6年度 TOAS 機能強化に関する研修会」2名</p> <p>1月17日 両毛五市商工会議所協議会主催「両毛五市商工会議所職員研修会」 1名</p> <p>1月30日 日商主催「中小企業関連施策に関するオンラインセミナー」 1名</p> <p>2月4日 日商主催「持続化補助金に係るオンライン説明会」 5名</p> <p>3月4日 日商主催「マル経総合研修会」 1名</p> <p><b>②チーム制による支援体制の強化</b> 窓口相談・巡回相談の際にOJTを随時実施することで、支援能力の向上と平準化を図った。 また、「経営発達支援計画に基づく伴走支援スキルアップ研修」を実施し、「傾聴と対話」など伴走支援に関する研修を実施した。 ・「経営発達支援計画に基づく伴走支援スキルアップ研修」 (10月4日(金) ・参加者13名)</p> <p><b>③職員間での情報交換会の実施</b> 各担当者が参加した研修の内容等をスタッフ会議での報告や、結果報告書を共有することで随時、情報共有を図った。</p> <p><b>④データベース化</b> 支援情報については、経営支援基幹システム(BIZミル)およびTOASにより、経営相談内容及び支援履歴情報の共有に努めた。</p> <p><b>⑤DX推進に向けたセミナー</b> ・「経営発達支援計画に基づく伴走支援スキルアップ研修(生成 AI (Keytas)を用いた傾聴と対話研修)」10月28日(月)・参加者13名</p>
--	---

	<p>⑥DXに向けたIT・デジタル化の取組み 令和6年度から商工会議所でも電子決裁システムを導入し、業務効率化およびペーパーレス化を図った。</p>
次期への対応	<p>経営発達支援計画を実施する上で不足するノウハウを研修等により習得する。 研修内容については、職員間で情報共有を実施する。</p>

### 総合評価【 A 】

評価コメント:研修会への積極的な参加など、経営指導員等の資質向上に取り組めている。  
支援情報のデータベース化も行われており、組織として経営発達支援事業の円滑な実施に取り組めている。

(8)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

■事業の目的

「事業承継」や「DX」など事業所の様々な課題解決および経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上のための取組。(職員全員)

■事業内容

内容	①足利市創業者支援ネットワーク ②栃木県事業引継ぎセンターと連携 ③日本政策金融公庫と事業承継に係る連携
実施結果	①足利市創業者支援ネットワーク 足利市主催の足利市創業サポート連絡会議に参加し、行政や金融機関、支援機関等と創業支援に関する情報交換を実施した。  ②栃木県事業引継ぎセンターと連携 支援先情報の共有と連携を隨時、実施した。 ・事業承継巡回相談 6件延べ6事業所 ・事業承継出張相談会 3件延べ3事業所  ③日本政策金融公庫と事業承継に係る連携 ・6月17日～6月21日「事業承継マッチング支援相談会」を開催。 (1事業所) ・11月21日「一日公庫を」開催し、管内事業者の金融支援や情報交換を行った。(融資相談10事業所)
次期への対応	各支援機関との連携を図り、支援ノウハウ、地域の課題や解決方法について情報交換を行うことで支援能力向上に繋げていく。

総合評価【 A 】

評価コメント:各支援機関との連携が図られている。支援機関ごとにそれぞれの強みがあるため、より効果的な小規模事業者支援を継続するためにも連携を継続して欲しい。