

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	長浜商工会議所 (法人番号 6160005003308)
実施期間	平成28年4月1日～平成33年3月31日
目 標	<p>長浜市産業振興ビジョンが目指すグローバル産業都市（産業のグローバルな展開とローカルの再構築）の基盤となる小規模事業者が、地域経済の牽引役・主役となり、その特質を磨き上げ、グローバルな視点をもって地域・ローカルで自ら経営革新・改善を行い、付加価値を高め、果敢に市場を切り開いていく事業経営を実現するため、当所は、ともに考え行動し、高度なノウハウで助言し、総合支援の体制を構築し、小規模事業者の持続的発展を支援していく。</p> <p>小規模事業者が考える自立的発展を目指す経営革新等の取組を継続的に支援 新分野開拓に向けた創業、第二創業に向けた総合的な取組支援 商工会議所を中心とする産・学・官・金の総合支援体制を確立し支援する 市産業振興ビジョンと中心市街地活性化の主要プロジェクト、販路拡大諸事業などにおいて、小規模事業者が主役として参画・活躍する支援を行う 数値目標で、本計画期間中は成果として経常利益3%以上の向上を目指す</p>
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に関すること 小規模企業等景況調査を四半期毎に実施、地域の景況の調査実施 他の機関の実施する調査から景況、経済指標の収集 景況等判断会議を設置、原則四半期毎に開催し、分析を行い提供する</p> <p>2 経営状況の分析に関すること 巡回訪問やセミナー、相談会を開催し、経営状況分析対象者を掘り起こす 対象者の財務分析、SWOT分析で経営上の問題、課題を抽出し提供する 事業主が現状を認識し自ら成長戦略を描き、その方向性を導く支援を行う</p> <p>3 事業計画策定支援に関すること 経済動向調査、経営分析調査のデータを提供し事業計画策定支援を行う 経営状況分析実施企業を対象に需要を見据えた事業計画策定支援を行う 創業塾により掘り起こした創業支援者の創業（事業）計画策定支援を行う 創業予定者には産・金・官連携協定による創業計画策定支援を行う</p> <p>4 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後、四半期毎に巡回訪問のフォローアップ実施 専門家派遣や改善策の指導により実施支援を行う</p> <p>5 需要動向調査に関すること 消費者、企業アンケートによる需要調査を年1回実施、事業者提供する マーケティングシステムを活用した商圈、売上予測等を調査し、提供する 各種展示会、商談会から商品テーマ、トレンド、ニーズ情報を収集し提供</p> <p>6 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること メッセ、当所海外展開事業、東京アンテナショップ、商談・展示会へ参加 公的オンラインマッチングシステム、ネットショップ等IT利用促進支援 よる支援拠点のコーディネート支援と販路開拓諸事業の取組支援</p> <p>・地域経済の活性化に資する取り組み 伝統産業（濱縮緬）の活性化と国際的テキスタイルブランド化の推進 地域資源（観音の里と郷土食）を活用した“食と観光”による観光推進</p>
連絡先	<p>長浜商工会議所 中小企業相談所 吉井康治 所在地 郵便番号 526-0037 滋賀県長浜市高田町10番1号 TEL 0749-62-2500 FAX 0749-62-8001 URL http://www.nagahama.or.jp 問い合わせフォーム</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

□ 長浜商工会議所地域の概況

長浜市は、滋賀県北部地域に位置し、北は福井県、東は岐阜県に接する人口約12万人、商業・観光、工業が主要な産業の都市。周囲は伊吹山山系の山々とびわ湖に面しており、中央には湖北平野と湖岸風景が広がり、県内でも優れた自然景観を有している。

平成22年1月に旧長浜市が近隣6町と合併し新長浜市となったが、長浜商工会議所は旧長浜市域を管轄エリアとしている。

当地域は、京阪神や中京、北陸の経済圏の結節点の位置にあり、京都市や名古屋市からは60Km圏域、大阪市からは100Km圏域にあり、JR北陸本線や北陸自動車道を主な広域交通軸として、これらの経済圏域と利便性高く結びついている。その良好なアクセス環境から、鐘紡、三菱樹脂、ヤンマー、日本電気硝子、キヤノンなどの大手企業が立地し、また、それを支える中小、小規模事業者が多く育った背景を持っている。

そうした都市としての成長から中心市街地は、商店街が形成され商業の核となり、その周辺に製造業等が立地し、県下有数の都市としての姿が形成されてきた。

しかしながら、今日までの経済情勢の変化の中、大規模化・グローバル経済の中、海外へ生産拠点を移す大企業、海外に工場を構える中堅企業が相次ぎ、優秀な技術力、開発力を持った産業の基盤たる小規模事業者の経営体力が徐々に減退し、事業主の高齢化や後継者難、ビジネスモデルの陳腐化、小規模なものづくり製造業では**受注量の減少・熟練工の減少**などの傾向が強く、廃業、休業などに追い込まれるケースも多くみられる。

また、商業・観光都市としての成長を続けてきたものの、近年、**観光客数の低迷、観光消費額の低下**による商業・サービス業の**売上減少**など、厳しい経営環境は全業種に見られる。

□ 当地域の小規模事業者の現状

当地域の商工業小規模事業者は、約2,500社、内、商業・サービス事業者が約1,200社、製造業が約600社となっており、それぞれの現状は次のとおり。

「商業・観光」

昭和50年代以前の疲弊した商店街を”商業観光”という観点からまちづくりを進め、特に明治時代の銀行建物を活用した「黒壁ガラス館」の事業効果が大きく観光都市としての成長が続いた。

しかしながら、経済情勢等の変化、商店主の高齢化、商品・サービスのビジネスモデルの陳腐化等により、中心市街地・黒壁ガラス館周辺への観光客数は平成18年の約230万人をピークに減少傾向にあり、これに伴って、**小規模事業者の販売額等も比例し**

当会議所区域



て減少傾向が続いている。

「工業」

平成27年2月に実施した小規模事業主アンケート・ヒアリング調査の結果では、大規模事業所の海外進出および国内事業所の製造品目の変化に伴う受注量の減少、廃業予定、後継者不存在などの実態がある。平成24年工業統計調査の数値（下表）においても、製造業全体の事業者数、従業者数とも平成21年調査と比較して減少しており、工業関係小規模事業者の実態が裏付けられている。

◆域内小規模事業者数

滋賀県商工会議所連合会まとめ

区分	管内商工業者数	小規模事業者数	比率
平成24年度	3,104	2,492	80.2%

◆域内小売商業の状況

商業統計調査

区分	事業所数	従業員数	年間販売額 百万円
平成26年	1,135	7,927	180,688
平成19年	1,472	8,796	133,320

◆域内工業の状況

工業統計調査

区分	事業所数	従業員数	製造品出荷額 百万円
平成24年	280	12,755	456,033
平成21年	309	14,835	460,094

□ 当地域の小規模事業者の課題

「商業・観光」

中心市街地小規模商業者およびサービス事業者の売りに大きく影響する観光客入込数増加と消費拡大を図るため、個店を基本としたまちの魅力向上、ニーズに合った商品の販売・サービスの提供、空き店舗対策、商店主の高齢化、後継者対策などが課題である。

【課題】

- ①小規模事業者の個店の魅力等向上のため、経営革新・改善計画の立案
- ②空き店舗解消、魅力ある店舗づくりのため、創業や第二創業の創出
- ③魅力ある商品、サービスによる販路拡大
- ④円滑な事業承継

「工業」

受注量の減少に伴う新たな販路開拓とそのための新商品・製品づくり、小規模事業主の成長意欲の具現化、高齢化する事業主の現状から円滑な事業承継が課題である。

また、小規模事業者の共通課題となっているICTの利用促進、中長期的な自社成長事業計画の立案が課題である。

【課題】

- ①小規模事業者の成長意欲を具現化した自社の経営革新・改善計画の立案
- ②新たな領域等での販路の拡大、新商品・新役務の開発
- ③新たな分野を開拓する創業、第二創業の創出
- ④製品、技術を広く広報宣伝するICTの利用

□ 長浜商工会議所の取り組みの現状

長浜地域の経済団体として、小規模事業者等を対象に一定の成果をあげつつある創業支援事業や空き店舗対策のほか、記帳や税務相談、融資、補助金申請事務等に係わっているものの、地域内の商工等業者の80%余りの多数を占める小規模事業者・個社が抱えるそれぞれの経営課題の把握や効果的な経営指導が全体としてできておらず、また、小規模事業者の成長を促進する“気づく、知る、考える、行動する、見直す”一連の段階でのPDCAサイクルで能動的かつ伴走型の支援ができていないのが現状である。

□ 当会議所の課題

小規模事業者の成長支援ができるよう、従来からの経営改善普及事業を高度化し、組織的（連携体制）で、かつ一貫した支援ができる組織に見直しすることが必要である。

小規模事業者が自ら自社の経営環境と財務内容等で強みと弱みを知り、そこから自社の成長戦略を描き、それを実行していくそれぞれの段階で支援していくことができる組織になることである。

このため、財務分析、経営分析手法（SWOT）などを用いて小規模事業者に気づきの機会を与えること、経営革新、改善の思いを具現化するための計画の立案、創業等を志す人や企業に初期の知識取得の段階から支援すること、その計画に従って進める販路拡大事業に対して様々な機会提供や新商品開発等の支援を行うこと、一貫した支援の体制を構築していくこと、が課題である。

また、商工会議所職員力にあっては“能動的に施策を届ける”という考え方で行動し、高度なノウハウの会得やマネジメント能力の向上、必要な情報収集と提供ができること、PDCAサイクルで計画事業の管理ができる経営指導力を向上させること、さらに、総合的、効果的な支援が行えるよう、長浜市の産業振興部局や関係産業支援機関・団体との連携体制構築を図りながら支援していくことが課題である。

【課題】

- ①小規模事業主の成長戦略具現化、経営革新・改善計画の立案支援
- ②経営分析による成長支援に必要な情報の提供
- ③販路拡大機会の提供、新商品開発等支援
- ④商工会議所の経営指導の高度化と個社への一貫した支援
- ⑤行政や産業支援機関、団体との連携体制構築

□ 当地域の中長期的な振興のあり方

〔基本的な考え方〕

小規模事業者は、当地域における経済や雇用の重要な担い手となっているが、小規模事業であるがゆえに経済環境の変化（大・中堅企業の海外進出など）に対して脆弱な体質である。

しかしながら、小規模事業者の特質である事業主や従業員の個性の発揮、地域の資源ともいえる小規模事業者の技術力、人財、雇用吸収力に着目して、小規模事業者の活力を最大限発揮させ、「持続的な発展」を目指すことは可能で必要なことである。

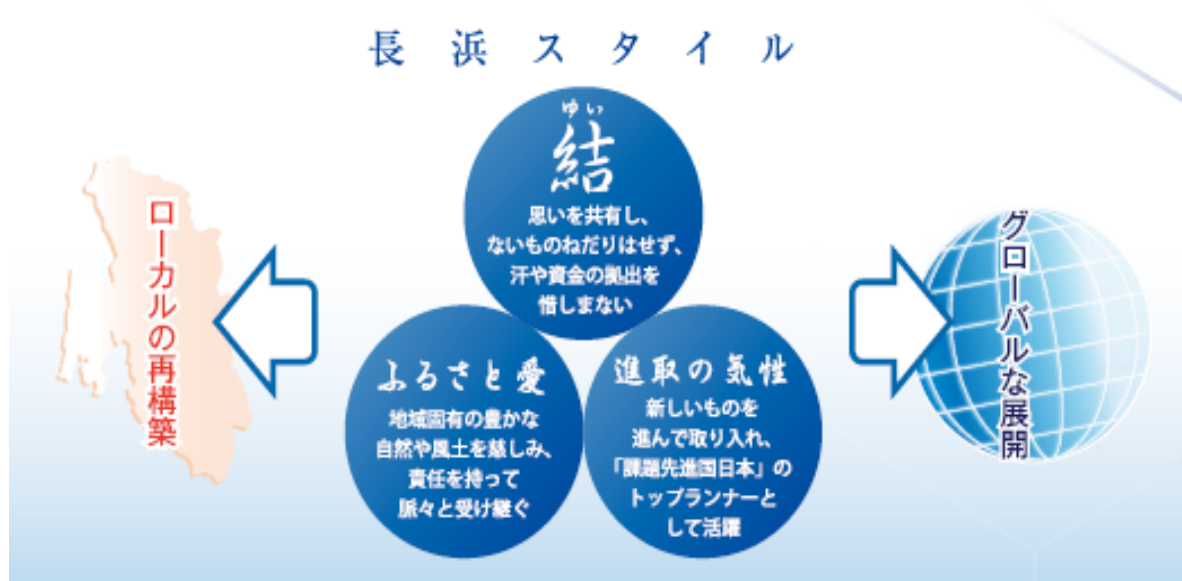
このため、当地域では、長浜市産業振興ビジョン（平成24年策定・5年毎改定）が中長期的に目指す産業都市長浜の姿：グローバル産業都市（産業のグローバルな展開とローカルの再構築）の実現をめざし、その基盤となる小規模事業者が、地域経済の主役

となり中堅企業に成長していくことはもちろん、資源たるモノづくり技術のブラッシュアップ、トップブランド化、戦略的経営基盤の強化、人財の育成、グローバル展開、バイオ産業の育成、などを通じてグローバル産業都市の中心となることを実現するため、行政、商工会議所、各種機関が支援の役割を果たすこととする。

小規模事業者が、特質を磨きあげグローバルな視点を持って地域（ローカル）で経営革新を繰り返しながら産業活動に取り組み、グローバル競争に勝ち抜くために付加価値を高めながら市場を切り開いていくことである。

また、当所にあっては、行政、関係支援機関と役割分担して中長期的に経営発達支援を継続的、広範に進めることにより、産業振興ビジョンが描く産業都市と小規模事業者の姿を実現できることから、ビジョンが定める諸事業実施においては小規模事業者がその計画事業の主体となり、経営発達支援事業と一体的に進め、小規模事業者が主体的に自社の経営方針を決定して果敢にチャレンジし、多くの小規模事業者が経営革新と経営改善、新事業の創出を行いながら、自立的で持続的な発展が図れるよう支援していくこととする。

長浜市産業振興ビジョン：グローバルの概念



グローバル産業都市に向けてなすべきこと



〔商業・観光〕

中心市街地の魅力向上と、その効果を市域に波及させて観光振興を持続的に進めるため、第2期中心市街地活性化基本計画事業（平成26年～30年度）に基づく観光の玄関口：JR長浜駅前の再開発後の商業展開や魅力ある個店の創出、商品のブランド化、農商工の連携、起業サポート事業、チャレンジショップ事業、ICT活用による観光・商品情報の発信などの各事業を小規模商業・観光事業者が事業計画に位置付け参画するよう支援していく。

[工業・全業種]

長浜市産業振興ビジョンに定める地域資源を活用した農商工連携事業やバイオ産業の育成、国際競争力のある製品づくり、長浜ブランドの育成などの諸施策活用のほか、事業者支援拠点となる仮称：長浜産業創造センター（平成31年度春開設で商工会議所他、各種産業支援機関が入居）の運営に向けて、開設前の準備と開設後の運営においては当会議所などが運営主体となる予定であることから、他の産業支援機関、行政等（産・学・官・金の体制）とともに、相談から始まり個社の成長を図る事業計画立案とその実施、フォローまでを産業支援拠点施設において総合力により一元的、効果的に行い小規模事業者を支援していく。

経営発達支援事業の中長期的計画									年度	
28	29	30	31	32	33	34	34	35	36	
← 小規模経営発達支援計画					→ P D C Aサイクルによる継続					→
27～ 創業支援事業計画 →					P D C Aサイクルによる継続					
26～中心市街地事業 →					P D C Aサイクルによる継続					
29 改定産業振興ビジョン ← 仮：長浜産業創造センターによる一元的事業対応 →										

■ 経営発達支援事業の目標

小規模事業者の抱える課題のとおり、個社の成長戦略等経営革新・経営改善計画の立案、販路拡大、新商品等開発、創業・第二創業事業、ICT活用の課題がある。

それらの課題に向かって事業主が行動できていない背景には、昨年2月に実施した小規模事業者アンケート・ヒアリングで聴取した際の実態として、計画立案に向けた知識、経験不足や下請け業態で受け身的立場であること、小規模事業であるがゆえの事業展開の人的限界の問題が背景としてある。

一方、商工会議所においては、経営改善普及事業の見直しにより、個社の経営革新・改善への一貫した支援、販路拡大等に資する情報提供、支援能力の高度化、行政等産業支援機関との連携体制構築などの課題がある。

これらの課題を解決して経営発達を進めていくとともに、前述の中長期的な振興の在り方のとおり、市産業振興ビジョン・中心市街地活性化・販路拡大諸事業などの主体となって活躍し、小規模事業者が地域経済の牽引役、主役となり、その特質を磨き上げ、グローバルな視点を持って地域で経営革新・改善を行い、付加価値を高め、果敢に市場を切り開いていく事業経営を実現するため、当所はともに考え行動し、高度で総合的な支援体制で小規模事業者の持続的発展を支援していく。

このため、次の5点を経営発達支援の目標とする。

- 1 小規模事業者が自ら考え自立的な発展を目指す経営革新・改善の継続的取組支援
- 2 創業・第二創業等新分野開拓に向けた総合的取組支援
- 3 商工会議所を中心とする産・学・官・金の総合支援体制の確立
- 4 産業振興関係ビジョン、プロジェクトにおいて、地域内全小規模事業者が主役として参画、活躍する支援
- 5 数値目標として、本計画期間中で事業者の経常利益3%以上の向上を目指す

[長浜商工会議所組織の制定目標]

参考

- ・ 「この人」にと、頼られる会議所職員になる
- ・ 企業と企業、企業と地域、企業と施策、シーズとニーズを結ぶ推進役になる
- ・ 顔の見える人間関係を築き多くの企業活動を知る
- ・ 熱意とセンスのあるコミュニケーションから事業者との信頼感を築く

□ 経営発達支援事業の取組方針

目標達成に向けて、次の方針により事業を実施する。

[1. 小規模事業者が、自ら自立的発展を目指す経営革新・改善への継続的取組支援]

- ①小規模事業者全体に小規模支援法に基づく経営発達支援事業趣旨の普及、啓発
- ②成長戦略等の思いを持つ小規模事業主の掘り起しと取組への誘導、その取り組みへの伴走型支援
- ③各業態の小規模事業主への支援策、情報の提供支援
- ④販路拡大に係る機会の提供と自ら販路拡大を考えるための提案等の情報提供支援
- ⑤事業承継・後継者確保の必要な小規模事業所への対応支援

[2. 創業、第二創業等新分野開拓に向けた総合的取組支援]

- ①創業、第二創業でのバイオビジネス創出支援団体との連携体制支援
- ②産・学・官・金・連携体制確立による創業支援

[3. 商工会議所を中心とする産・学・官・金の総合支援体制構築]

- ①商工会議所を主体として市、ビジネス支援機関、団体の組織化と活動推進
- ②創業分野における産・金・官のビジネス支援協定の適用実行
- ③商工会議所、金融機関、関係支援団体との連携による支援体制構築と能力の高度化

[4. 産業振興関係ビジョン、プロジェクトにおける小規模事業者の参画・活躍支援]

- ①商業・サービス業の振興を図る観光施策について、市と商工会議所、長浜まちづくり会社が連携した中心市街地活性化基本計画事業および産業振興ビジョンに基づく諸事業の実施に伴う小規模事業者の主体的参画支援
- ②特に工業の振興に大きく貢献する産業振興拠点施設（長浜産業創造センター：平成31年度開設）の開設前後とも、その運営が円滑かつ充実したものになるよう産業振興拠点施設開設前後における一元的、効果的な経営発達支援各種事業への主体的参画支援
- ③その他、地域経済の活性化、地方創生を目的とした小谷城スマートインターチェンジ（平成29年春開通予定）周辺の利活用にあたり、小規模事業者の具体的な計画事業に利用することを支援

[5. 数値目標の設定]

- ①本計画事業による販路開拓、経営改善等により、事業計画期間中の経常利益の向上は3%以上を商工会議所、事業主とも目指す

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28年4月1日～平成33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

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

[目標]

地域内の経済動向調査等を実施し、小規模事業者の持続的発展を目指し、調査結果を小規模事業者の経営状況の分析や事業計画策定支援における基礎データとして小規模事業者に提供、有効活用する。

[現状・これまでの支援]

現在までは、中小企業を対象とした地域の経済動向等を調査・分析することで小規模事業者を取り巻く環境変化やその影響、業種や規模別の経営実態、地域固有の課題、さらに支援ニーズ等の把握に努めている。

しかしながら、分析結果を小規模事業者の経営に役立ててもらふこと、相談、指導事業等において活用することは組織的に取り組めていない。

このことから、経済動向を踏まえた支援が十分に実施できていない。

[今後の取組と期待できる効果]

経済動向調査の分析結果は引続きプレスリリースや当会議所のホームページで公表するとともに、今後は、経営指導員が経営相談において紹介し、小規模事業者への周知を図り、経営の参考に活用することを勧め、経営状況の分析や事業計画の策定を支援する際の基礎情報として活用する。

これにより、調査結果を小規模事業者が経営方針等を立案する際の参考にしてもらふことができ、その後の需要を見据えた事業計画策定支援や実効性の高い販路開拓支援を行うことが可能になる。

[実施する調査事業等の内容]

(1) 長浜商工会議所が実施する「景況調査」等によるデータの収集

①小規模企業等景況調査

調査対象：商工会議所会員業種別小規模事業者等220社

調査時期：四半期毎にアンケート形式で実施

調査項目：業況、売上高、採算(経常利益)、取引の問い合わせ、長期・短期の資金繰りの難易度、従業員数、設備投資計画、仕入れ価格、在庫、従業員数・過不足、受注動向、来期の予測、

②中心市街地通行量調査

調査地点：中心市街単位商店街を基本に30ポイント

調査時期：年2回 午前10時～午後5時

調査対象：歩行者、自転車、バイク、車の通行量と歩行者等の男女別数を調査

(2) 他機関が実施する調査データの収集

- ①滋賀県商工政策課がまとめる「**滋賀県景況調査結果報告**」により、四半期毎の県内の景況等（企業からの景況感と個人消費からの景況感および経済指標）を収集整理する
 - ②滋賀県信用保証協会の「**景況調査結果報告**」により、半期毎の県内の景況感（県内保証協会利用企業の景況感）を収集整理する。
 - ③(株)しがぎん経済文化センターの「**滋賀県内経済概況**」により、毎月の県内の景気動向（経済動向、産業動向、消費動向）を収集整理する。
- (3) 長浜商工会議所設置の小規模企業支援振興員（会員企業から選出）12名に中小企業診断士、金融機関を加えた「**景況判断等会議**」を原則四半期ごとに開催し、景況分析と分野毎の経営課題の抽出と対応施策の検討を行う。
- (4) これらの分析結果は、経営相談において小規模事業者の経営状況の分析や事業計画策定支援を支援する際、「外部環境」に関する基礎資料として活用する。
- (5) 上記(3)の内容は、長浜商工会議所ホームページへの掲載、隔月発行の会報により事業者へ情報提供するとともに、関係機関等に情報提供する。

数値目標

調査内容	実施回数/年	実施対象者/回	延べ対象者数
小規模企業等景況調査	4	220社	880社
中心市街地通行量調査	2	市街地来訪者	調査期間中総数
他機関の調査の収集整理	毎月・半期・四半期	3機関	3機関
小規模企業景況判断会議	4	12名	48名

小規模事業者個社への調査データ提供件数				
平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度
600社	600社	600社	600社	600社

効果：前記(1)～(3)の多角的な動向把握と分析により、地域の経済動向の現状と課題の整理を行い経営指導員の巡回訪問の際の調査データの提供、指導・助言に活用することができる。前記(5)により全小規模事業者へ定期の情報提供をすることができる。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

【目標】

小規模事業者の経営安定と経営力向上(収益性、安全性、資金繰り、生産性、企業価値等の改善向上)を図るため、各事業者の抱える経営課題を抽出するとともに、自社の強み、弱みと現状を把握し、事業主の“気づき”(経営方針決定)に資するデータ分析を行い事業者へ提供することを目標とする。

具体的には個社の**財務分析**、**SWOT分析**を決算書や事業主ヒアリング等によりより経営指導員、中小企業診断士が分析を行い、小規模事業主が経営方針を検討するうえでの客観的データとして収集整理し、**経営上の問題点、課題を抽出して事業主に提供、認識**してもらい、事業計画策定につなげるとともに継続的な指導、助

言の際の個社の状況把握、事業展開の方向性、改善事項の進捗等の管理に活用していく。

[現状・これまでの支援]

小規模事業者の多くは、その経営課題解決のために財務分析、SWOT分析で個社の状況を把握し成長戦略を考える必要があるものの、小規模であるがゆえにその作業まで着手できていない、あるいは下請け等の受注に頼る業態から自社の経営分析を行っていない事業所が数多くある。

また、当会議所においてもマル経融資、補助申請業務支援、記帳指導等の機会にスポット的に分析と指導を行ってきたが、個社の一連の段階での成長支援という観点では能動的に全小規模事業者を対象とした考えで経営分析を進めてはこなかった。

[今後の取組と期待できる効果]

今後においては、経営分析の必要性を全小規模事業者に認識してもらうためのセミナーの開催、経営指導員の巡回訪問の際に事業主に助言することで、今まで経営分析に着手することのなかった多くの事業者に経営分析の機会を与えることができ、続く事業計画の策定までを誘導して、売上高の向上等など事業所の成長を促すことができる。

また、経営状況の分析作業を通じて事業者自ら経営分析できる能力を会得することが期待できる

[事業内容]

目標を達成するため、財務分析、経営分析の実施およびその重要性、必要性を認識してもらうためのセミナー開催や経営指導員の巡回、窓口相談において分析支援対象者の把握を行い、経営分析実施の指導を行う。専門領域には専門家の派遣や定期相談を実施している中小企業庁よろず支援拠点、滋賀県産業支援プラザ、国の認定支援機関：バイオビジネス創出研究会地域連携コーディネーター、地元金融機関、税理士等と連携し分析と問題点、課題、改善点の把握を行う。

[事業内容]

- (1) 小規模事業者に経営分析の重要性、必要性を認識してもらう内容に特化したセミナーを開催、合わせて個別相談会を実施し、経営分析を実施する小規模事業者を掘り起こし、経営分析の機会を提供する。
- (2) セミナー周知に合わせ、窓口相談（毎週木曜日は夜間相談日開設）の開設を周知するほか、税務指導、金融相談等の機会を利用して経営分析の実施を勧めるとともに、併せて個社の経営状況の経営課題等の情報を収集する。
- (3) 経営指導員、経営支援員等は、課題の多い商業・観光、工業の事業所を優先して6人体制で年間目標80社/人の巡回訪問・窓口相談等を実施する。
その際に、経営分析の重要性の説明や事業主の考え方、個社の課題、主力商品やサービス、保有する技術、人財などをリストに記録・収集するほか、経営分析の重要性を認識してもらい経営分析の実施につなげ、さらに把握した情報を内部共有できるようにデータベース化して分析および伴走型支援の基礎資料とする。
- (4) 前記(1)～(3)で分析対象とした小規模事業者には、委託する中小企業診断士と経営指導員が決算書等を基に財務分析、SWOT分析を行う。

- (5) 財務分析や聴取した事業主の考え方、経営環境、保有資源等から、SWOT分析手法により個社の強み・弱み・機会・脅威と戦略について分析する。
- (6) 以上の分析結果から、小規模事業者の経営課題を抽出し、改善すべき経営課題を事業者にフィードバックし、自社の強みやチャンスとなる機会を活かすため、経営改善と、状況に即した経営計画の策定につなげる。

◆財務分析内容

経営指導員、中小企業診断士は次の項目の分析により問題、課題の抽出を行い、財務指標等により個社の状況を把握する情報として提供する。

- ①収益性(売上高利益率、総資本利益率、自己資本利益率、損益分岐点など)
- ②安全性(流動比率、自己資本比率、固定比率、預貯金、当座比率など)
- ③資金繰り(在庫回転期間、売上債権回転期間、債権回転率など)
- ④生産性(一人当たり売上高、一人当たり有形固定資産額)

◆SWOT分析内容

加えて、経営指導員と中小企業診断士は、経営指導員の巡回訪問、専門家派遣時の事業主からのヒアリング、情報収集等により、小規模事業者が有する経営資源(人・物・金・技術・人財・ノウハウ・ホームページ活用、設備状況、売れ筋、死筋商品等)の内部環境(強み、弱み)や業界動向、経済動向、社会的動向等(外部環境)を確認し、SWOT分析を行い、その情報を事業主に提供する。

「内部環境」ヒト：事業主、従業員、後継者、幹部社員、組織

モノ：商品・製品、価格、設備、生産状況

カネ：収益性、安全性、成長性等

「外部環境」社会：社会・経済情勢的要因

市場：競合・規制・地域性などの要因

数値目標

支援内容	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
小規模巡回訪問件数	500	500	500	500	500
セミナー開催件数	3	3	3	3	3
経営指導員巡回分析数	50	50	50	50	50
窓口相談分析数	15	15	15	15	15
セミナー分析数	30	30	30	30	30
合計 経営分析件数	95	95	95	95	95

効果：巡回訪問およびセミナー開催等により経営分析の必要な企業に分析や調査の必要性の示唆を与えて経営分析実施企業の掘り起しを行い、これにより企業の財務分析、SWOT分析を行い必要な事業者に情報提供することにより事業主の経営方針決定を促し、経営力向上を図る事業計画策定につなげることが出来る。経営指導員にあっては、伴走型支援の個社分析データとして活用できる。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

【支援に対する考え方】

小規模事業者が事業計画を策定するのは、融資や補助金申請を目的としている場合が多いが、本来の意義は事業の持続的発展に向けた経営の安定化や事業拡大にあ

り、明確な「経営理念・経営ビジョン」「経営戦略」に基づいた事業計画策定が必要である。このため、小規模事業者が厳しい経済環境にも果敢に挑戦する意欲や事業計画が事業の持続的発展に重要であるという認識等、意識改革を図りながら実現性が高い事業計画の策定を伴走型で支援する。

支援にあたっては、必要に応じ中小企業診断士・税理士等の専門家や滋賀県の支援機関と連携し、多様な小規模事業者に最適な事業計画の策定指導、助言を行う。

[目 標]

経営状況の分析を行った全ての小規模事業者を対象に、個社の課題や現状を認識してビジネスモデルの再構築を行うことで経営革新・改善や新分野進出などにつなげていくことができるため、この視点から事業者の持続的な発展と需要を見据えた中長期的な事業計画策定の取組を支援することを目標とする。

なお、事業計画上の利益目標として、計画期間中は少なくとも3%以上の経常利益の増加目標を設定する。

また、当地域は産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」の認定を受けているため、創業、第二創業の計画策定目標を達成する。

◆事業計画の概要

目的：経営革新、経営改善、事業承継、創業・第二創業を行うため

内容：個社の経営革新・改善策、問題・課題、売上増加・経常利益向上目標、目標を達成するための手段・方策（事業承継等を行う具体方針と方策など）

期間：3～5年計画事業 ただし、進捗等により見直し変更あり

◆経営指導員の支援内容

周知方法：事業計画策定セミナー、巡回訪問、個別相談、ホームページ、リーフレット、創業塾で事業計画の内容、重要性を周知する

情報提供：需要動向、財務分析、経営分析・SWOT分析結果等の個社情報提供、各種支援策・制度紹介

計画策定：前述（事業計画の概要）の目的に従った項目の取りまとめを情報、データを使用し、身につけた高度な支援ノウハウで事業主に指導、助言、コーディネートを行い、事業計画策定を支援する

[現状・これまでの支援]

前記「経営状況の分析・目標」のとおり、経営分析から事業主が自ら成長戦略を決定し、その実現のための個社の事業計画を策定する必要があるが、下請け業態や人的対応の困難性などから一步踏み出す事業主が極めて少ない状況があると考えられる。

また、当商工会議所においても経営革新計画の承認申請、持続化補助金等申請支援業務、マル経資金融資の段階において、限られた事業所にのみしか売上高向上を目的とした事業展開（計画策定）の指導、助言を行ってこなかった。

[今後の取組と期待できる効果]

経営分析から個社の経営状況把握とSWOT分析により経営戦略を気づき、考える事業主が数多く増えることが期待でき、また、潜在的に成長戦略の考えを持ちながらもその実行段階に至っていなかった事業主が本事業により実行段階の事業計画策定に着手することが期待できる。

このため、当会議所は、事業計画策定に必要な情報の提供と事業計画策定支援を巡

回訪問、セミナー、個別相談会などの機会に能動的に行っていく。

また、創業、第二創業は、引き続き創業塾の開催からの一貫した支援、連携体制で、創業計画策定を進めることができる。

[事業内容]

- (1) 事業計画策定に関するセミナーや個別相談会を開催し、事業計画策定および創業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起しを行う。
- (2) 経営指導員の巡回相談、専門相談時に小規模事業者からの相談等を受けるとともに、事業計画策定および創業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起しを行う。
- (3) 事業計画策定を目指す、あるいは関心のある事業者には、個別相談や経営指導員によるヒアリングを行うとともに、他の支援機関や専門家によるアドバイスをを行う。
- (4) 経営指導員は、経営状況の分析を実施したすべての小規模事業者に対して、地域の経済動向調査や経営状況分析結果を活用しながら事業計画策定の支援を行う。
- (5) 経営指導員は、小規模事業者毎の経営分析内容や販路拡大、新分野進出等事業運営上の課題に対応する金融、補助金制度や販路拡大、新商品等開発、新分野進出等の具体の支援策の指導、助言を行い事業計画策定の支援を行う。
- (6) 金融や販路開拓等相談の際に事業計画策定の意義を指導し策定支援を行う。

[新分野進出による創業・第二創業個別事業]

- (1) 必要な基礎知識を習得できる創業塾と個別相談会を開催することにより、創業を目指す者の知識向上支援と支援対象者の把握を行う。
- (2) 創業、第二創業予定者の取り組みを支援する旨の「**ビジネスチャレンジ相互連携協定**」を地元金融機関、長浜商工会議所、長浜市とで平成26年に締結したことから、**産・金・官の連携**により、効果的な支援体制を適用して支援対象者の事業計画策定を支援する
- (3) 支援対象者には、財務の指導や市場調査等のデータを提供し**年間10件以上の事業計画の策定支援**を実施する。

数値目標

支援内容	現 状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
セミナー（兼相談会）開催回数	0回	2回	2回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	3	95	95	95	95	95
創業塾開催回数	2期	2期	2期	2期	2期	2期
創業計画(事業計画)策定数	15	20	22	24	25	26
事業計画策定数計	17	115	117	119	120	121

効果：経営分析実施事業者が、提供を受けた各種情報を基に適切な需要を見据えた事業展開の事業計画策定を行うことができる。創業予定者には、一貫した支援と情報提供で創業（事業）計画策定を行うことができる。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

[目 標]

事業計画策定後は、個社の事業計画の**進捗管理**を行うことはもとより、売上、利益の状況に応じたアドバイス、販路開拓、資金調達状況などの**フォローアップ**を**四半期ごと**に行うことにより事業計画の**実現性と実効性を確保**することを目標とし、また、実行段階では諸般の事情により計画通り事業が進捗しないことなど問題が生じた場合は必要に応じ随時、専門家を交えて適切な対応を行う。

[現状・これまでの支援]

経営革新計画承認、補助金申請に係る事業計画事務支援等を行った小規模事業者に対して、その後の進捗の確認、問題の発生に対する必要時の対応は、定期に行うことなく事業主からの相談があった場合のみ対応していた状況で、継続的なフォローは行ってこなかった。

[今後の取組と期待できる効果]

今後は、事業計画策定事業者への**定期の巡回による進捗確認、問題等発生時の必要時の訪問指導**、巡回訪問時の指導において情報提供など一連の切れ目のない助言・指導と事業計画策定後支援を行うことから、事業計画の円滑な実施と実行性の確保を行うことができる。

[事業内容]

- (1) 事業計画策定後には、実施支援として**四半期に一度のフォローアップ**の巡回訪問により事業者の売上高、利益率の推移、個別事業の進捗状況を確認し、計画に定める販路開拓諸事業、新商品づくり、補助制度活用等の展開に係るコーディネート、指導・助言を行い、中小企業診断士や商工会議所連合会および滋賀県産業支援プラザの専門家派遣制度を利用し、各機関と連携して**問題の解決、改善策の指導**を行う。
- (2) 事業計画実施により持続的な経営を目指す小規模事業者が、財務内容等から経営発達支援融資、マル経資金の活用や地元金融機関から資金調達の必要性があれば、随時関係機関と協議し対応する。
- (3) 事業計画の進捗に伴う問題、課題の発生等に対応して迅速な対応が必要な場合に随時策定事業者訪問を行いそれに対応する。

数値目標

支援内容	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度
事業計画実施フォローアップ事業所数	115	117	119	120	121

効果：事業計画実施後に、経営指導員による巡回訪問ヒアリングを行い事業の進捗、未実施事業の原因となる問題と課題、財務内容の確認により、適時に適切な指導、助言を与えられ、円滑な事業計画の実施を図ることができる。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

[目 標]

小規模事業者が販売する商品や提供する役務、サービスについての需要動向に関する情報を収集し、整理・分析することは、策定した事業計画の実効性を向上し、販路開拓するために有効な手法である。

小規模事業者が策定した事業計画の実行や新しい販路を開拓するためには、まず自らが販売する商品や提供するサービスについての需要動向調査が必要不可欠である。顧客のニーズ、課題に対応した需要動向に関するデータや情報を的確に提供するとともに、収集したデータや情報を整理・分析し、顧客の開拓や新商品の開拓等を支援するための基礎資料として活用する。

[現状と課題]

当地域の小規模事業者には、取引先からの情報や発注（ニーズ）による受け身の経営を行っている事業者や、長年の経験と勘による需要や相場感から経営する事業者がいまだに多く、下請け主体の業態から抜け出せない、あるいはニーズとのミスマッチな経営を行っている事業者が多い。

一方、当会議所においては、取引先の紹介、新商（製）品の発表・出展、ホームページなどにより需要の開拓支援を行ってきたが、小規模事業者が的確な経営判断ができる基礎資料及び活用可能なデータとして提供できていなかった。

[今後の取組と期待できる効果]

当会議所が共催する環境ビジネスメッセなどの販路開拓向けのメッセや商談会、販路開拓セミナーにおいて、バイヤーや来場企業へ需要に関するアンケート調査を行い、業種ごとに整理・分析し、調査結果を小規模事業者へフィードバックする。

また、小規模事業者とともに需要の動向について考え、調査を行うことにより、小規模事業者自ら需要動向の情報収集、分析方法を会得させることができる。

需要動向調査により得た情報は、今後の出展（店）希望者や事業計画策定希望者などの事業計画策定時の基礎資料としても活用し、経営指導員の需要を見据えた指導のための支援力向上や経営指導の面にも活用することが期待できる。

[事業内容]

(1) アンケートおよびヒアリングの実施

小規模事業者の商品、サービスの需要動向について、小売業やサービス業にあつては一般消費者、観光客に商品価値、サービスの評価、価格、購入動機、商品に求めるもの、有効な宣伝媒体等をアンケート方式で収集し、製造業にあつては、一般消費者や企業顧客、選定した業種別中小企業を対象として商品価値、機能、サービスの評価、価格(加工費)、品質、付加すべきもの、満足度(既製品)等についてアンケート方式およびヒアリングで調査し小規模事業者への支援内容に応じてデータを提供支援する。

- | | |
|------------------|--|
| ①【消費者・企業アンケート】 | 市民・観光客のアンケート調査 |
| 調査対象者：[商業・サービス業] | 市民消費者 1,000人 観光飲食店利用者 300人 |
| [工業] | 製造品目別中小企業選定 300社 |
| 調査項目：[商業・サービス業] | 購入品、価格、購入動機、選定理由、商品に求めること、買いたい商品、サービス評価等 |
| [工業] | 製造品目、求める製造品、求める機能、価格帯、 |

求める技術、メンテナンス、納期、維持費等

調査時期：観光客・選定企業は**毎年実施** 市民は**原則隔年実施**

調査方法：原則郵送(店頭では直接配布)アンケート用紙での調査に、補充の街頭ヒアリングを加える。その他、大型量販店での入店者配布、回収を行う

②【企業アンケート】 毎年10月開催の「びわ湖環境ビジネスメッセ(会場:長浜)」での出展企業、来場者企業へのアンケート調査

調査対象者：メッセ出展企業約320社 来場企業関係者約36,000人

調査項目：求める環境製品および技術と価格帯、設備投資の予定とその規模(額)、機能、求める取引先、提携先の内容とその技術、取り組む環境分野、業界のトレンド、求めるメンテナンスサービス、各社が環境以外でその他に求める商品・製品の内容、技術、メンテナンスサービス、価格帯、維持費、新たな領域進出の意向

調査時期：毎年10月下旬の3日間の開催時

調査方法：出展者企業 出展企業300社各ブースへ配布と回収
来場者企業 入場者3万6千人の内の企業人を対象に、受付の際にアンケート用紙配布と退場時の回収

③前記①、②の独自調査に加えて、他の機関が実施する調査の滋賀県消費購買動向調査・長浜市中心市街地活性化基本計画の商業観光関係のニーズ調査・日経ビジネス等経済紙からの情報収集を行う。

(2) 事業連携する滋賀県産業支援プラザや中小企業基盤整備機構の持つビジネスニーズの収集・整理と滋賀県産業支援プラザの持つマーケティングシステムを活用した商圈等情報の収集と事業者への提供を行う。

【マーケティングシステムの活用】

滋賀県産業支援プラザの所有する「商圈分析システム」を活用して県内における業種別(品目)の商圈、消費額予測、売上目標予測、販売重点地域の情報を収集する。

【ものづくり商談会・ビジネスマッチング・セミナーのデータの収集活用】

滋賀県産業支援プラザ、県内金融機関等の主催する「ビジネス商談会、ビジネスマッチング会、ものづくり発注ニーズ展示会」における国内製造企業の求める製品、技術情報を収集する。

【新価値創造展における製品、サービス、技術の傾向分析】

中小企業基盤整備機構の主催する「新価値創造展:ものづくり・食品・ギフト」の開催テーマ、トレンドおよび国内外の出展企業情報の分類データを収集整理する。

(3) 以上の結果を基に、売れ筋、死筋商品の明確化、企業の求めるもの、消費者の求めるもの、適切な商圈把握、求められる技術と製品、業界トレンド等を明らかにし、その情報を小規模事業者提供することにより売上高向上を目指す経営方針立案、事業計画策定の参考データに活用する。

併せて、業種別組合組織にも情報として提供する

数値目標

支援内容	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度
消費者等アンケートの実施	1回	1回	1回	1回	1回
企業アンケートの実施	1回	1回	1回	1回	1回
マーケティングの実施	事業計画策定者毎に随時	事業計画策定者毎に随時	事業計画策定者毎に随時	事業計画策定者毎に随時	事業計画策定者毎に随時
マッチングニーズの把握	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎	半期毎
新価値創造展情報の収集整理	開催期毎	開催期毎	開催期毎	開催期毎	開催期毎
調査結果のフィードバック件数	600	600	600	600	600

効果：消費者、事業者、支援機関等専門家の情報を収集、整理、分析することにより、小規模事業者の商品・製品づくり、ミスマッチ防止、商圏の検討、新商品・サービスづくりに対する情報を小規模事業者に提供することができる。また、事業者の需要判断能力の向上を図ることができる。

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】

【目標】

小規模事業者の現状、課題記載のとおり、**販売額、受注量の減少**などから、新たな需要の掘り起し、ニーズに合った商品の提供等販路拡大の早急な対応として、事業者が未進出・未分野の国内外でのマッチング会参加、展示会参加、広報宣伝事業の実施などの販路開拓事業実施が早急に必要となっている。

しかしながら、これら販路開拓事業は、社長自らも現場に従事する小規模事業者が単独で実施することが難しいことから（事業主ヒアリングの実態）、商工会議所が主体となり支援機関、行政とともに連携して、成長意欲をもって販路開拓を行おうとする小規模事業主に応え支援するため、様々な**需要開拓の機会を提供あるいは個社が自ら企画実施する際の提案支援**を行い、新たな需要の掘り起し、売上の増加等に資することを目標とする。（数値目標は後記）

【現状】

小規模事業者へは売上増加、販路開拓に資する見本市、商談会、補助金制度の活用などを当会議所の会報誌やリーフレット、ホームページ、個別相談会で広報・周知し希望者には支援を行ってきた（引き続き実施）。また、当会議所地域連携コーディネーターの年間100社程度の企業訪問の際には、事業主の考えに沿った既存の商談会や補助制度の案内を行ってきた。

しかし、全小規模事業者を対象とした巡回による案内、助言のレベルにまでは達していなかったのが現状である。

また、企業訪問の際に事業主との話し合いの中では、販路を拡大する既存の商談会等の存在、新商品づくりに対する補助制度の存在そのものを知らない事業所が数多くあることも実態である。

[今後の取組と期待できる効果]

経済動向の分析結果、経営分析の結果、消費動向調査などの情報提供とともに売上増加、販路拡大に資する様々な機会の提供とその実施支援や連携するよろず支援拠点の相談から始まり、事業主の構想を実現化していくまでの一貫支援などを活用することにより、新たな販路拡大を自ら考え実施する事業所も増加すると考えられる。

このことから、当会議所も巡回訪問や個別相談、セミナーの機会を利用して様々な販路拡大機会や制度等の案内を行い、事業計画に盛り込まれた事業の効果的な実施の支援を継続的に行っていく。

[事業概要]

小規模事業者が意欲的に策定した事業計画に沿って販路拡大、広報宣伝活動を行う場合や、経営指導員等の訪問、ヒアリングの中で広く全国に紹介、適切な販売エリアを検討すべきものとピックアップし、その展開を指導した場合、これを支援することにより売上高の増加、利益率の向上につなげるため、その機会として各種展示会、アンテナショップ販売、中小企業基盤整備機構の主催する展示・商談会、オンライン取引、ネットショップ出店の機会を周知するとともに出展（店）・マッチングの機会等様々な売上増加につながる**販路拡大等の手段を提供**していく。

[事業内容]

(1) **びわ湖環境ビジネスメッセ**で、当所が小規模製造販売事業者出展示の共同ブースを確保、製品の展示を行い、環境機器の製品購入を目的に会場から全国からの企業に小規模製造事業者の環境製品の販路拡大を会場に常駐し支援する。

メッセの概要：滋賀県、長浜市、当所等で長浜ドームを会場に開催。全国の環境機器製造企業**320社**が展示と商談を行う。来場企業関係者**36,000人** 毎年10月の3日間開催。

支援対象事業者：衛生機器、健康機器、自然材料製品を製造する事業者**6社**程度

想定販売対象者：全国からの環境負荷軽減機器を求める企業 **36,000人**

支援内容：ブース確保と展示・紹介、バイヤーとの商談立ち合い支援

(2) 当所主催の**東南アジアでの海外販路開拓事業**に、日本からの機器部品調達と技術を求める現地企業、日系企業に、金属部品加工、製造する小規模事業者**15社**程度が参加、紹介の機会を設け商談成立、販路拡大を同行して支援する。

海外事業概要：現地支店を持つ地元金融機関の全面協力を得て、現地製造企業を招待、商談を行う。中堅企業と支える小規模事業者が参加。

支援対象者：市内中堅企業とともに精密機械部品を製造する小規模事業者

想定販売対象者：産業機械、電気機器製造、プレス加工を行う現地企業

参考事項：東南アジア企業が、製品、技術の調査に長浜へ来訪、問い合わせの実績、銀行現地支店の調査で需要があることを確認。

支援内容：製品の搬送、展示、技術紹介、現地企業仲介のコーディネート

(3) 県の東京アンテナショップである①有楽町の「ゆめプラザ滋賀」、②秋葉原「ちやばら」内の「日本百貨店食品館」において、長浜ならではの食品等を製造販売する小規模事業者の商品を展示販売し、多くの消費者、商業者の目に触れることにより大消費地での魅力ある商品の販路を開拓する。

事業概要：2か所のアンテナショップに長浜ならではのオンリーワンの食品、伝統工芸品を通年委託販売し、販路拡大を支援する。

支援対象者：地酒、近江牛・鴨肉製品、ちりめん工芸等の事業者30社(点)

販売対象者：びわ湖長浜の“食と工芸”に関心を持ってもらえる消費者

支援内容：出店案内、出店から販売、供給、改善のコーディネート支援

(4) 中小企業基盤整備機構の運営するサイトJ-GoodTech・ジグテックを活用、オンラインで小規模事業者等の設計、製造等の技術とその技術等を求める大企業や海外企業とマッチングと**実際の展示・商談会**での商談成立を支援する。

事業概要：サイト・ジグテックに登録して国内外の大企業と設計、製造の技術マッチングと年2回開催される「中小企業総合展：ギフトとフード」展示・商談の機会を活用、販路拡大を支援する

支援対象者：①設計、製造において先進的とピックアップした事業者5社
②総合展大阪、東京会場へ魅力ある食等を製造する事業者10社

販売対象者：①国内外大企業 ②来場する全国の事業者

支援内容：①ピックアップと登録支援 ②参加から展示、商談の全体調整

(5) 全国規模の公益的ネットショップ「ニッポンセレクト・com」などの通販サイトを活用して、自ら通販サイトを運営できない地域限定の農水産物、工芸品を製造販売する小規模製造販売事業者の販路拡大支援を行う。

事業概要：全国の逸品をネット通販するサイトに、農水産物、伝統工芸品、長浜限定商品を登録、委託販売する。他のサイトより有利。

支援対象者：長浜オリジナルの食品、ちりめん等商品を販売する事業者10社

販売対象者：びわ湖・長浜の商品に関心を持ってもらえる消費者・商店

支援内容：商品ピックアップ、サイトの案内と募集・登録事務の調整支援

(6) よろず支援拠点の相談から事業計画実施までの一貫した支援、コーディネート支援機能を活用して、小規模事業者が策定、計画した販路開拓事業の実施にあたり、新たな需要に的確につながるよう販売対象者や訴求ポイント、広告宣伝などの有効かつ具体の参考事例や広範なノウハウの提供や販路開拓補助制度内容を紹介、コーディネートし、的確な販路開拓事業の実施を支援する。

事業概要：よろず支援拠点、小規模事業者、経営指導員の三者で的確に需要に結び付く販路開拓事業実施をコーディネートする

支援対象者：的確な販路開拓事業実施を希望する事業者

販売対象者：小規模事業者保有商品等の対象となる消費者、企業

支援内容：需要開拓につながるよう計画事業の具体的なコーディネート

(7) 滋賀県産業支援プラザ、中小企業基盤整備機構、地元金融機関がテーマを持って定期に開催する、マッチング会、商談会、展示会を活用し、事業趣旨に合致した小規模事業者の参加を促進し、商談成立等の販路開拓を支援する。

事業概要：産業支援機関等の開催する機械器具、精密機械、IT、サービスなどの目的別商談会に対象小規模事業者が参加

支援対象者：商談会等のテーマ別に対象となる業種の小規模事業者

販売対象者：商談会等参加の企業

支援内容：参加の案内から、展示、広告資料、商談の進め方の全体調整

数値目標

項目	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
メッセの開催	1回	1回	1回	1回	1回	1回	1回
来場企業・者数	35,940	33,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000
地域小規模事業者出展件数	4件	6件	6件	7件	7件	8件	8件
海外商談会開催	2回	2回	2回	2回	2回	2回	2回
海外商談会参加企業数	13	15	15	15	15	15	15
海外商談会成約件数	3件	4件	4件	5件	5件	5件	6件
東京アンテナショップの販売(出店)者数	未実施	6	30	30	30	40	40
J-g o o d T e c h登録	0	1	5	5	5	5	5
マッチング・展示・商談会参加	0	0	8	8	10	10	10
ネット通販サイト登録	0	2	10	10	10	10	10

効果：事業計画を策定した小規模事業者への新たな販路を拡大するための多くの機会を提供すること、加えて自ら販路拡大事業を企画実施することにより、事業計画の円滑な実施が図れ、目標である新たな需要開拓による売上の増加、経営力向上を支援することができる。

II. 地域経済の活性化に資する取り組み【指針④】

「ちりめん」の日本の二大生産地のひとつである長浜では、伝統産業の維持、発展を目的として、長浜市が主体で、当商工会議所、浜ちりめん工業協同組合、工業会、長浜観光協会、商店街連盟、和装関係業者が一体（長浜市が実行委員会設立済み）となって和装需要喚起の取り組みを行っており、既設イベントの「長浜きもの大園遊会事業」もその重点事業である。

しかしながら、和装としての需要喚起、産業の維持という視点の事業展開では限界があり、近年、ちりめんの洋装への取組、優れたテキスタイルブランド「濱ちり

めん」を国際テキスタイルにする新たな視点で活路を開拓する方向性の取組が伝統産業振興事業・イベントの課題であり改善事項となっていた。

このため、浜ちりめん業界が目指すちりめんの洋装化、海外活路開拓事業を支援する下記（１）のイベント実施を当所が実行委員会の中で役割分担し、この課題解決からちりめん業界、和装関連事業者の振興を図ることにより経済の活性化を図る。

また、長浜市産業振興ビジョンに定める“グローバル産業都市：”長浜”の実現に向けた５つの戦略のひとつ、「オール長浜による地域資源の発掘とブランド化」の具体的取り組みとして、商業観光都市：長浜の維持、発展に資する長浜の優れた観光資源と食文化資源を活用した下記（２）の「おもてなしの観光地づくり事業」を市の事業支援を得ながら、長浜商工会議所・市内３商工会（以上主たる実施者）、長浜市、観光協会、観光商業・サービス業界が一体（事業推進委員会設立済み）、役割分担して全国展開し、１次～３次までの観光関連産業の振興を図ることにより地域経済の活性化を図ることとする。（平成２７年度は事業推進組織による調査研究、平成２８年度は全市域で具体的な観光資源宣伝と食の提供事業実施）

（１）伝統産業の活性化とブランド化の推進事業

古来より、長浜は「浜ちりめん」の産地として白生地を生産する日本有数の一大生産地である（他に京都の丹後地方）。

しかしながら、近年の和装離れ、生活様式の変化からその需要は極端に落ち込み最盛期の１割にも満たない状況となっている。

このため、既設のイベント「長浜きもの大園遊会事業」に新しい視点として①伝統の美を発信する「きものコンテスト」、伝統美と素材の高級感を現代のライフスタイルの衣服に取り入れる「シルクライフショー」の開催と、これを手段として国際的テキスタイル市場のフランスなどに活路を開拓するための情報発信事業を実施することにより、シルク・伝統的絹織物の高級感を前面に出しながらキモノの美の演出、チリメンの国際テキスタイルブランド化、新たな活路開拓を目指しイベントを実施する

[事業内容]

① 長浜きもの大園遊会事業

実施時期 １０月中旬１日

実施内容 全国からきもの女性を約１，０００人募集し、古い街並みの中心市街地一帯を散策し、歴史のまちを体感するとともにきもの似合う街を演出する「長浜きもの大園遊会（既設イベント）」に、浜ちりめんの活路を開拓するための「きものコンテスト」「シルクライフショー」「海外情報発信事業」を新たな視点として加え、中小規模の浜ちりめん業界の振興を図る。

新たな事業

- ① イベント内容に「きもの女王コンテスト」を新たに加え、高級素材浜ちりめんと日本の伝統美を広く情報発信する。
- ② イベント内容に「シルクライフショー」を新たに加え、高級シルクを今日のライフスタイルに合わせた利用の仕方を広く情報発信する。
- ③ 新たな活路開拓としてこのイベントを活用しながらテキスタイル

の本場、フランスなどの海外にもアピールする情報発信を行う。

目標数値

支援内容	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
コンテスト・シルクライフショー	各1回	各1回	各1回	各1回	各1回
需要開拓 情報発信	海外展開支援 制度活用	海外展開支援 制度活用	海外展開支援 制度活用	海外展開支援 制度活用	海外展開支援 制度活用
集客数	50,000	51,000	52,000	53,000	54,000
きもの参加者	750	800	850	900	950

(2) 地域資源の活用と全国展開による観光振興事業

① 戦国の舞台と観音の里：おもてなしの観光地づくり事業

商業・観光、製造業、農水業の振興に寄与することを目的に、地域資源の活用、地域資源のブランド化、地域内循環、六次産業化、広域周遊観光の促進の視点から仮称：「戦国の舞台と観音の里：おもてなしの観光地づくり事業」を平成28年度から実施する。地域資源を活用した食の開発、観光ルートの開発を行うもので、食の開発の試作、広域周遊観光のモデル開発までの試作、実験段階までを平成27年度に実施したものである。

この事業の実施により、郷土の食文化の観光利用、地域農産物の利用促進と産業化、戦国の歴史や観音の里という特化した観光資源の活用および受け観光の充実が具体的に期待でき、観光都市長浜の活性化に寄与できるものである。

【プロジェクト委員会参加者】

小規模宿泊・飲食・製造販売事業者9名、中規模宿泊事業者2名、滋賀県農産普及課、長浜市商工振興課・観光振興課・農政課、長浜観光協会、奥びわこ観光協会、滋賀県調理短期大学校、滋賀県立長浜農業高校、道の駅代表、長浜地方卸売市場（青果、水産）

事務局：長浜商工会議所 共同事務局：市内3商工会 事業支援：長浜市

(事業内容)

- (1) 郷土の食文化、地域の農産物を利用した観光食メニューおよび土産品の試作開発を平成27年度に実施したことから、平成28年度以降は、市内の小規模事業者を中心とする宿泊施設、飲食店でこの観光食メニューの利用拡大と商店での土産菓子の販売拡大を行う。
- (2) 土産菓子の製造にあたっては、地元の未利用の野菜を活用していることから、生産流通の体制作りを長浜地方卸売市場、市内の「道の駅」で行う。
- (3) 長浜商工会議所は、「食と観光」の広報宣伝を旅行業者向けにリーフレット等で行う他、滋賀県の観光ホームページ、長浜商工会議所ホームページで行う。関係業者のホームページにもリンクして広く広報する。
- (4) プロジェクトに参加している市内の2観光協会、長浜市観光振興課においても前記(4)と同様の観光宣伝活動を行う。

- (5) 広域周遊観光実施に事業連携している（一社）北びわ湖ふるさと観光公社は、食と旅をセットに外国人を含めた観光客誘致とツアーを実施する。

目標数値

区 分	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
事業参加事業者数	25	35	40	45	50
ツアー誘客数	800	1,200	1,500	1,800	2,100

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み

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) 計画事業の実施に向けた商工会議所支援力の向上を図るため、四半期毎に開催する「仮称:小規模事業者支援力会議」を本年度に立ち上げ、経営指導員4名と長浜インキュベーションセンター・インキュベーションマネージャー3名、地域連携コーディネーター（創業のほか、新商品等開発、販路開拓支援所管）1名の計8名を基本に、金融機関、県東北部工業技術センター、長浜バイオ大学、中小企業診断士、長浜市を招聘し、地域の経済動向や経営発達支援事業各段階の円滑な推進を図るための情報共有と、その中での小規模事業者に適した支援ノウハウ等に関する情報交換・研究を行い、自らの支援能力向上と事業者の販路拡大に資するオール長浜体制での支援体制を構築する。

【共有化する情報】

- ①景況調査等経済動向調査結果とSWOT分析内容
- ②個社の経営分析の進捗とその結果に基づく公約数的傾向と対策
- ③事業計画策定の進捗とその中の比率の高い計画事業と支援制度等
- ④需要動向調査の結果とその結果に基づく指導助言の留意点
- ⑤具体的な事業計画事例をベースに指導、助言すべき考え方、活用手段の整理
- ⑥販路開拓支援事業等の利用状況
- ⑦経営発達支援事業各ステージでの支援課題と対策
- ⑧事例に応じた効果的な支援方策

- (2) 月例の当所事務局経営指導員による**経営支援会議**を開催し、支援案件に関係した専門家、支援機関の職員を招聘して事例研究、支援ノウハウの共有を行う。

【共有化する情報】

- ①前記①～⑦までと同項目
- ②巡回訪問指導、助言・事業計画策定・セミナー等開催計画の目標に対する進捗
- ③各経営指導員の担当する小規模事業者への一貫した支援の中での問題点と課題、その解決に向けた有効な指導、助言方法と支援策、活用すべき支援制度

- (3) このほか、円滑な資金調達に向けた事例研究、あるいは制度の創設研究のため、**制度融資連絡会**で地元金融機関担当者、滋賀県信用保証協会担当者、市金融担当者による融資制度検討会議を毎年開催し、金融情報交換等金融に関する事業者の支援態勢を充実する。

【共有化する情報】

- ①前記①～⑦までと同項目

- ②金融機関貸出状況の推移、保証協会の信用保証の推移(金額、件数)
- ③「産・金・官：ビジネス支援協定」の運用状況と改善点の協議
- ④県・市制度融資の運用状況と改善点、制度化すべき制度の提言協議

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

[目標]

資質向上にあたっては、今までの相談等業務対応から当会議所に不足していると考えられる販路開拓、マーケティング、専門家のコーディネート、経営改善、事業再生の分野について研修等で支援能力を高める。

[現状]

現状の経営指導員の活動は、主に記帳や税務相談、金融支援、補助金等の申請補助の分野が多く、また、相談に来られた小規模事業者への対応という、いわば受け身の姿勢が強かったことは否めない。

[今後の取組]

経営指導員が“訪問する”“施策を届ける”という伴走型支援を積極的、能動的に活動できるよう業務執行の変革とともに小規模事業者の売上や利益の確保、経営状況把握に資する前述目標欄記載の分野の能力向上に向けて研修等を進めていく。

[研修等内容]

- (1) 滋賀県商工会議所連合会が主催する「**経営指導員研修会**」は、研修時間、経営指導員20時間以上、経営支援員10時間以上と定められているが、売上増加に資する指導、助言ができるノウハウの取得を主眼に、それ以上に参加し支援能力の向上を図る。
- (2) 日本商工会議所、**中小企業基盤整備機構**および**中小企業大学校**が開催する**研修会**や**セミナー**に参加し、小規模事業者の利益増加、マーケティング等、事業再生につながる支援能力を習得するため次の研修に参加する。
 - ・中小企業基盤整備機構、中小企業大学校が主催する各種経営関連研修に1年に1名が必ず参加する。
 - ・日本商工会議所が主催する販路開拓、売上増加、経営革新、創業等の伴走型支援の研修会に1年に2名が参加する。
- (3) 経営指導員などが海外での商談会や見本市の出展、およびアンテナショップでのイベント企画や**出展業務**を通して、またその現場を経験することで、マーケティングに対しての**スキルや支援能力の向上に努める**。
- (4) 経営指導員を中心に毎月1回、2時間程度の販路拡大や需要開拓の知識を習得・討議する**職場研修会**を開催しノウハウの共有を図るとともに、事業計画策定案件の**ブラッシュアップ会議**を随時開催することで、スキルアップと平準化を図る。
- (5) 各経営指導員が担当した事業計画策定までの経過とその後のフォローについて、その実績を職場研修会で報告し、**情報の共有と有効な指導、助言の参考とする**。
- (6) 若手指導員の支援能力を高めるため、四半期毎の事業所訪問や個別相談にベテラン指導員とともに参加するなどの**OJT**を取り入れる。

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、本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、外部評価員、内部評価員で構成する事業評価検討会を組織し、以下によりPDCAサイクルにより実施評価・検証、見直しを行う。

- (1) 外部評価員と当所内部評価員で構成する**事業評価検討会**を設置する。検討会議は年間2回開催し、事業の実施状況、評価と検証、見直し案の提示・検討を行う。

※予定する検討会委員

外部：長浜市商工振興課長 長浜金融協議会代表 よろず支援拠点チーフコーディネーター 長浜みらい産業プラザ会長 長浜商店街連盟会長

内部：副会頭（小規模事業担当） 小規模企業支援振興員2名

事務局：専務理事、経営指導員代表

- (2) 事業評価検討会において、評価・見直し方針を決定する。
- (3) 事業の成果・評価・見直しの結果については、当所常議員会へ報告し、承認を受ける。また、その結果は、会報および当所ホームページで公開する。
- (4) 事業の成果・評価・見直しの結果は、計画期間中、当所窓口において閲覧可能な体制をとる。
- (5) 事業の進捗状況及び成果発表については会報および当所ホームページで公開し、地域内事業所からの意見を求める。

(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

(平成28年1月現在)

(1) 組織体制

a) 経営発達支援事業実施体制

役職員総数 12名 (経営指導員4名/経営支援員2名/その他職員6名)

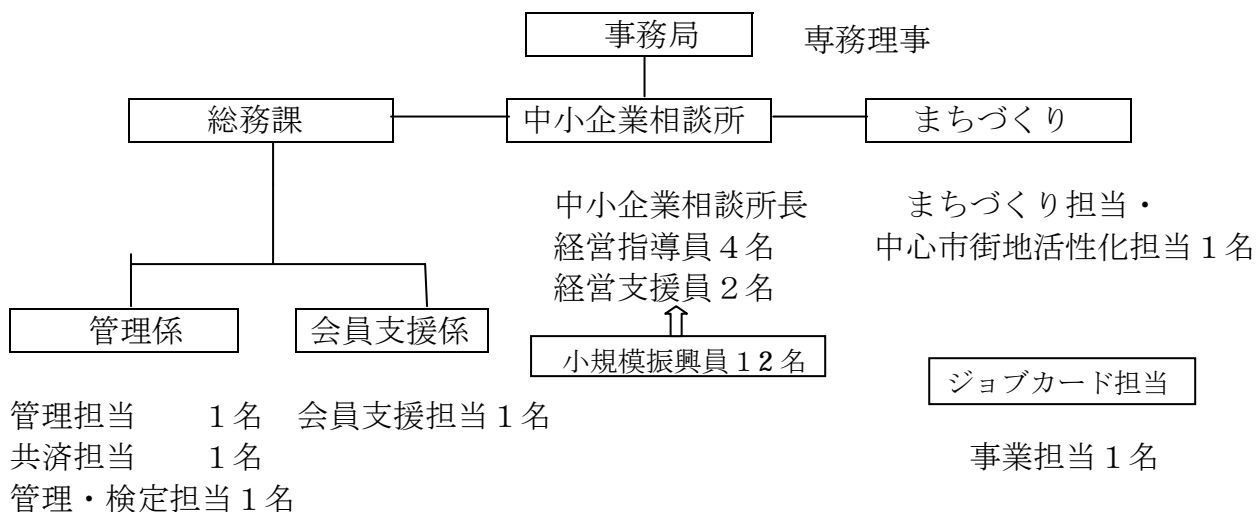
- ◆経営発達支援事業には次の6名が直接従事する
中小企業相談所 合計6名 (経営指導員4名 / 経営支援員2名)
- ◆一般職員2名が各種事務等を補助する
- ◆経営発達支援事業側面支援 (関連事業者需要調査など訪問) を1名が行う
地域力創出コーディネーター 1名 (長浜市より出向のため職員数から除外)

・役職員等

専務理事、理事 (中心市街地活性化担当) 2名 / 総務関連職員 4名
ジョブ・カードサポートセンターコーディネーター 1名

b) 事務局組織図

- 本経営発達支援事業は、中小企業相談所の経営指導員4名、経営支援員2名が担当し、業務により総務課職員が支援する。



※経営発達支援事業に伴い①小規模事業者支援力会議、②事業評価検討会を別途設置する。また、職場内では「職場研修会」を設ける。
※広報業務、会計業務、情報化業務、労働保険業務は上記職員で兼務

(2) 連絡先

・中小企業相談所 連絡先 : 〒526-0037 滋賀県長浜市高田町10番1号
電話番号 : 0749-62-2500
F A X : 0749-62-8001
ホームページ : <http://www.nagahama.or.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)

	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度
必要な資金の額	17,050	17,050	17,050	17,050	17,050
小規模企業対策事業費					
経済動向調査費	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
経営分析支援事業費	2,900	2,900	2,900	2,900	2,900
事業計画策定事業費	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
市場調査支援事業費	2,900	2,900	2,900	2,900	2,900
創業等支援事業費	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
販路開拓支援事業費	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
地域活性化支援事業費	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800
指導員資質向上事業費	350	350	350	350	350

(備考) 必要な資金の額については、見込み額

調達方法

会費、国補助金、滋賀県補助金、長浜市補助金、長浜市からの受託金など

(備考) 調達方法については、想定される調達方法

(別表4)

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

1 地域の経済動向調査

- ・ 地元金融機関(長浜金融協議会)

2 経営分析

- ・ 滋賀県税理士会長浜支部
- ・ 滋賀県社会保険労務士会長浜支部
- ・ 滋賀県中小企業診断士協会会長浜支部
- ・ 滋賀県商工会議所連合会
- ・ 滋賀県産業支援プラザ
- ・ よろず支援拠点

3 事業計画の策定支援

- ・ 地元金融機関(長浜金融協議会)
- ・ 認定支援機関((一社) バイオビジネス創出研究会)
- ・ 滋賀県税理士会長浜支部
- ・ 滋賀県中小企業診断士会
- ・ 滋賀県社会保険労務士会
- ・ 長浜バイオ大学
- ・ 長浜市産業経済部

4 事業計画策定後の支援

- ・ 滋賀県中小企業診断士協会会長浜支部
- ・ 滋賀県税理士会長浜支部
- ・ 滋賀県税理士会長浜支部
- ・ 滋賀県商工会議所連合会
- ・ 滋賀県産業支援プラザ
- ・ 長浜ビジネスサポート協議会(長浜商工会議所・市内商工会他)

5 需要動向調査

- ・ 滋賀県産業支援プラザ
- ・ 長浜市産業経済部
- ・ 滋賀銀行長浜支店

6 新たな需要開拓に寄与する事業

- ・ 滋賀銀行長浜支店
- ・ 長浜市産業経済部
- ・ 長浜ビジネスサポート協議会(長浜商工会議所、市内商工会他)
- ・ 長浜バイオクラスターネットワーク
- ・ 長浜まちづくり(株)
- ・ 長浜市都市建設部
- ・ 滋賀県産業支援プラザ
- ・ よろず支援拠点

II 地域経済の活性化に資する取り組み

- ・ 長浜市産業経済部
- ・ 長浜観光協会
- ・ 浜縮緬工業協同組合
- ・ 長浜商店街連盟

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

- ・ (一社)バイオビジネス創出研究会
- ・ 専門家
- ・ 地元金融機関(長浜金融協議会)
- ・ 滋賀県信用保証協会
- ・ 長浜市産業経済部商工振興課
- ・ 長浜みらい産業プラザ
- ・ よろず支援拠点

連携者及びその役割

1 地域の経済動向調査—景況調査分析

連携者: 地元金融機関(長浜金融協議会)

○景況調査における地域の動向把握において、金融機関の持つ資金需要動向および金融機関の景況判断の資料提供と意見を求める

2 経営分析—財務内容等分析・SWOT分析

連携者: 滋賀県税理士会長浜支部、滋賀県社会保険労務士会長浜支部、滋賀県中小企業診断士協会長浜支部 (SWOT分析含む)、滋賀県産業支援プラザ・商工会議所連合会(専門家派遣)、よろず支援拠点、金融機関は専門領域の改善点等課題検討(中小企業診断士協会は委託業務)

○専門的領域の経営分析や指導、助言の必要のある案件があれば専門家(派遣)として経営指導員とともに同行して財務内容分析の指導助言を得る

3 事業計画の策定支援—資金計画の分析、ビジネスプランの分析

連携者: 地元金融機関(長浜金融協議会)、滋賀県税理士会長浜支部、滋賀県中小企業診断士会長浜支部、滋賀県社会保険労務士会長浜支部、認定支援機関(一社)バイオビジネス創出研究会 ・長浜バイオ大学 ・長浜市産業経済部

連携者: 地元金融機関(長浜金融協議会)

○事業計画の金融上の指導、助言 ・創業者のビジネスチャレンジ支援(協定)

※創業者のビジネスチャレンジには、市内金融機関、長浜市、長浜商工会議所で産・金・官による支援を行う協定締結済み

連携者: 認定支援機関・(一社)バイオビジネス創出研究会

○事業計画構成の指導、助言(業務提携協定済) ・創業者の研修会、創業塾開催

連携者: 長浜バイオ大学

○創業、第二創業のシーズ提供、研究成果提供、共同研究

連携者: 長浜市産業経済部

○創業支援計画に基づく創業者認定と相談窓口 ・創業支援補助金の活用

・創業者のビジネスチャレンジ支援(協定) ・長浜バイオインキュベーションセンターの利用(地域連携コーディネーターの指導、助言および補助金活用指導)

4 事業計画策定後の支援—フォローアップに伴う専門領域の指導、助言

連携先: 滋賀県中小企業診断士協会長浜支部、滋賀県税理士会長浜支部

○フォローアップにおける財務内容等専門領域の指導、助言

連携者: 滋賀県商工会議所連合会、滋賀県産業支援プラザ

○フォローアップに伴う専門領域に関する指導、助言の専門家派遣

5 需要動向調査—マーケティングに係るデータ収集

連携者: 滋賀県産業支援プラザ

○事業計画策定事業者の商品・製品、巡回訪問等でピックアップした商品のマーケティング(商圈等把握)、マーケティングシステムを利用したデータ収集、提供

連携者：長浜市産業経済部

○東京アンテナショップにおける売れ筋商品等のデータ収集、提供

6 新たな需要の開拓に寄与する事業—商談、マッチング機会等の提供、提案

連携先：滋賀銀行長浜支店

○東南アジアでの海外販路開拓・年2回において、銀行の現地支店による地元経済界との商談の場の設置とバイヤー招聘協力

連携先：よろず支援拠点

○小規模事業者の販路開拓事業に適した支援制度のコーディネートと実施支援

II 地域経済の活性化に資する取組一次の①、②の事項

① 「長浜きもの大園遊会」拡大新規事業

連携者：長浜市産業経済部・長浜観光協会・浜ちりめん工業協同組合・長浜商店街連盟

○長浜きもの大園遊会実行委員会メンバーとして、既設のイベント開催に加えて「きものコンテスト」「シルクライフショー」「海外等情報発信事業」を行う

② 戦国の舞台と観音の里：おもてなしの観光地づくり事業

連携者：「戦国の舞台と観音の里：観光食メニュー等検討委員会」

○平成27年度に当会議所と小規模事業者等のプロジェクトとして試作開発された観光食メニューおよび観光開発ルートについて、平成28年度は販路拡大、全国ブランド化を図る

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み・支援力会議立上げ

- ・融資制度検討会
- ・事業評価検討会

連携者：(一社)バイオビジネス創出研究会、招聘専門家、機関・団体

○仮称：「小規模事業者支援力会議」による支援ノウハウの共有と支援方法の研究

連携者：滋賀県信用保証協会、長浜市産業経済部、地元金融機関(長浜金融協議会)

○「制度融資連絡会」による金融情報の交換と金融支援態勢の検討

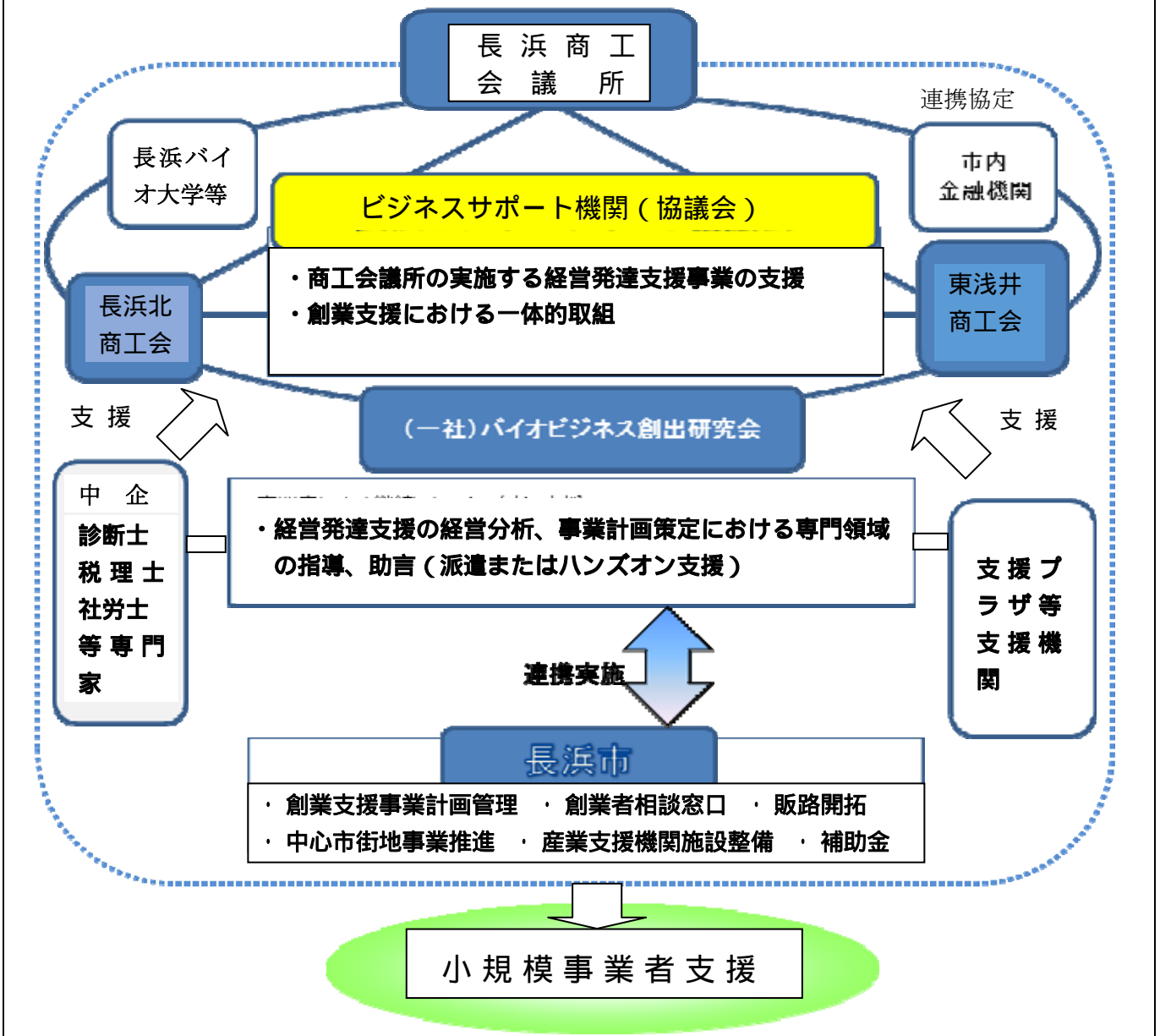
連携者：長浜市産業経済部商工振興課、地元金融機関(長浜金融協議会)、長浜商店街連盟、よろず支援拠点

○「事業評価検討会：外部評価員」設置に伴う外部評価員

連携先機関・団体名称等一覧

名 称	住 所	代表者名	電話番号
[長浜金融協議会]			
滋賀銀行長浜支店	長浜市高田町 9-10	根尾裕之	0749-62-1020
長浜信用金庫本店	長浜市元浜町 3-3	横田幸造	0749-63-3321
関西アーバン銀行長浜支店	長浜市八幡東町 35-1	清水一記	0749-64-1855
大垣共立銀行長浜支店	長浜市高田町 4-2	野々村健俊	0749-62-1800
滋賀県税理士会長浜支部	長浜市三ツ矢町 12-5	川上喜全	0749-62-4022
滋賀県産業支援プラザ	大津市打出浜 2-1 コラボ滋賀内	田口宇一郎	077-511-1410
バイオビジネス創出研究会	長浜市田村町 1281-8	大塚良彦	0749-65-8808
長浜バイオインキュベーションセンター	長浜市田村町 1281-8	市長藤井勇治	0749-65-8808
滋賀県中小企業診断士協会 (長浜支部)	大津市打出浜 2-1 コラボ滋賀内	広田光政	077-511-1370
滋賀県社会保険労務士会	大津市打出浜 2-1 コラボ滋賀内	中岡健二	077-526-3760
長浜バイオ大学	長浜市田村町 1266	若林浩文	0749-64-8100
長浜市産業経済部	長浜市八幡東町 632	市長藤井勇治	0749-62-4111
浜縮緬工業協同組合	長浜市祇園町 871	吉田和生	0749-62-2695
戦国の舞台観音の里：おもてなしの観光食等検討委員会	長浜市公園町 4-25	委員長：岸本一郎(観光協会会長)	0749-62-4111
長浜観光協会	長浜市八幡東町 632	会長 岸本一郎	0749-65-6521
長浜市都市建設部	〃	市長藤井勇治	9749-62-4111
長浜まちづくり(株)	長浜市元浜町 7-5	大塚敬一郎	0749-65-3935
長浜商店街連盟	長浜市高田町 10-1	沢田昌宏	0749-62-2500
長浜みらい産業プラザ	長浜市高田町 10-1	国友隆房	0749-62-2500
長浜北商工会(協議会組織)	長浜市木之本町木之本 1952	西村豊和	0749-82-5051
東浅井商工会(協議会組織)	長浜市内保町 301	押谷小助	0749-74-0194
びわ商工会(協議会組織)	長浜市落合町 680-3	森 善昭	0749-72-4349
よろず支援拠点	大津市打出浜 2-1 コラボ滋賀内	田口宇一郎	077-511-1425
滋賀県信用保証協会	大津市打出浜 2-1 コラボ滋賀内	羽泉博史	077-511-1300
滋賀県商工会議所連合会	大津市打出浜 2-1 コラボ滋賀内	大道良夫	077-511-1460
日本政策金融公庫彦根支店	彦根市佐和町 11-34	長瀬昭一	0749-24-0201

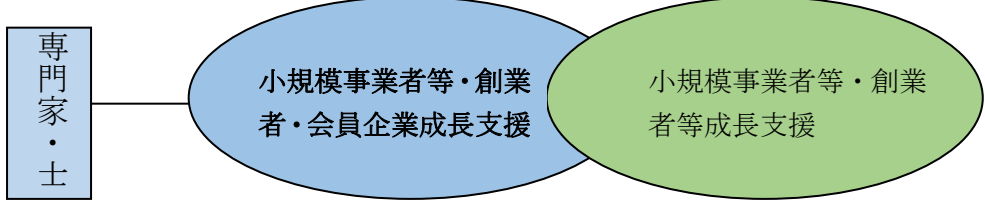
連携体制図等



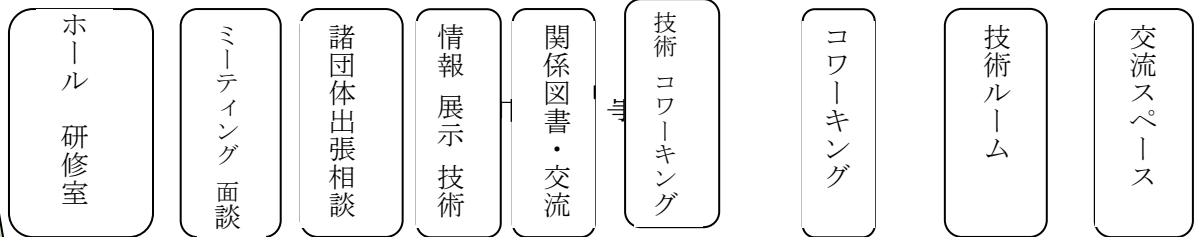
平成31年度～産業支援拠点施設で実施
（同機能でさらに一元的・ワンストップ）

連携体制図等（平成31年度～の産業支援拠点機能・連携図 ～31年度までは準備・事前運用）

運営主体 **長浜商工会議所** **商工会** **市産業創造センター** 施設整備・長浜市



動機付・啓発⇒相談指導 ⇒ 学 習 ⇒ 体 験 ⇒ 準 備 試 験 交 流



小規模事業者等・創業者総合的支援



フリールーム（カフェ、軽食、起業商品・製品展示、マッチング等）

県・関係事業団体の県北部拠点（支援プラザ、中小企業団体予定）

商工会議所・商工会青年部、女性部、事業部会地域経済活動拠点



関係支援機関・団体

産業支援機能・体制全体

