

経営発達支援計画の概要

実施者名	守山商工会議所
実施期間	平成 27 年 4 月 1 日～平成 32 年 3 月 31 日
目 標	<p>( 1 ) 守山市は住みよいまちとして人口が年々増加傾向にあるが、対照的に小規模事業者は年々減少してきている。その中でも特に落ち込みが著しい小売業者の中長期的経営支援が地域経済底上げのポイントであると考えられ、地域の経済動向や需要動向調査の結果を踏まえつつ事業計画の策定と事後の経営支援を進めるとともに、「守山市まち・ひと・しごと地方創生総合戦略」と歩調を合わせた中、守山市と充分連携を深め中長期的に支援し「住みよいまち守山」を目指す。</p> <p>( 2 ) 創業意欲のある人材の掘り起こしに注力し、中でも人口の増加している 3 0 歳から 4 0 歳代の女性に対するセミナー等を通じ、創業を支援する。</p> <p>( 3 ) 小規模事業者に対し、情報提供、中長期的な事業計画の策定支援、新商品開発支援、金融支援、販路開拓支援等を通じ、新たなビジネスモデルや商品アイデアを事業化する為の支援を行う。</p> <p>( 4 ) 地域産業資源を活用した商品開発や伝統産業の育成支援をすることにより、小規模事業者の独自の販路開拓を新たな需要を産み出す為の支援を行う。</p>
事業内容	<p><b>・経営発達支援計画の内容</b></p> <p>1．地域の経済動向調査 市内の小規模事業者を対象とした守山企業景況調査を四半期毎に実施し、地域の実情を把握する。</p> <p>2．経営状況の分析 地区内の小規模事業者への巡回指導時や金融相談時において分析する対象者を決め、経営状況や経営資源の内容、財務内容等についてヒアリングにより実施する。</p> <p>3．事業計画策定支援 当所においては、これまでの小規模事業者持続化補助金の申請で、県内商工会議所の中では最も採択率が高く、今後も地域の需要を見据えた事業計画の策定支援を行う。</p> <p>4．事業計画策定後の実施支援 伴走支援を効果的に進めるため、専門家等で構成されるネットワークを活用し、情報の収集・交換を行い、追加支援等変化に対応した措置を取る。</p> <p>5．需要動向調査 小規模事業者の需要動向を調査するため、「消費者ニーズ調査」「事業者の販売動向調査」「イベント時における需要動向調査」を行い、的確な情報を提供する。</p> <p>6．新たな需要の開拓に寄与する事業 需要開拓の機会として、次の独自事業を実施する。 「商品デザイン等魅力アップ事業」「おもてなし環境整備相談事業」「守山市駅前総合案内所と連携した新商品等販売事業」「WEBショップ等ITの活用」「守山市と連携した展示会事業」他</p> <p><b>・地域経済の活性化に資する取組み</b></p> <p>守山市やまちづくり会社、観光物産協会等と連携し、まちなかに賑わいと活力を創出する「歴史街道にぎわい事業」や地域資源を活用した「もりやまブランド化事業」、市民との交流機会の場でもある「まちなか活性化事業」を実施する。</p>
連絡先	<p>滋賀県守山市吉身三丁目 11-43 守山商工会議所 指導課 課長 鈴木繁幸 主幹 上田正法 主幹 中島 剛 電話番号 077-582-2425 F A X 番号 077-582-1551 メールアドレス info@moriyama-cci.or.jp</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

(守山市の現状)

守山市は滋賀県の南部、琵琶湖の東南部に位置し、面積 55.73 k m<sup>2</sup>、高低差 22m の平坦な地形で、市の南部には中山道が通過しており古くより交通の要所として商業が発展してきた。

J R で京都まで 25 分、大阪まで 55 分と利便性が高く、現在人口は 80,914 人、世帯数 30,125 世帯 (H27 年 7 月 31 日現在) で、ベッドタウンの性格を持ちながら、湖南地域の中核都市として現在も人口増加が続いている。

年代別構成をみると 30 代後半から 40 代の子育て世代 (17%) と、65 歳以上 (15.2%) が最も多く、20 年から 30 年後に急速な高齢化を迎えるが、世帯数では在来住民世帯が全体の 26% で、74% は新規住民世帯となってる事から人間関係の希薄化によるコミュニティの衰退や地域力の低下が懸念されているところである。

昭和 30 年代より、京 阪神・中京・北陸への交通の要衝であることと、野洲川の豊富な伏流水という利点から旭化成(株)、JNC ファイバーズ(株)、日本バイリーン(株)、ゲンゼ(株)、ダイハツディーゼル(株)、日本コカコーラ(株)などの化学・機械・繊維などの工場が立地している。

市街化地は駅前周辺と琵琶湖大橋周辺の 2 地域に分かれており、それぞれに都市化が進み、それに合わせて大型ショッピングセンターや大手量販店の出店が相次いでおり、市街地の 2 極化が進んでいる。

かつては良質な水のため守山のゲンジボタルは天然記念物の指定を受けていたが、水質悪化で指定解除される中、まちのシンボルとして市民あげての取り組みで改善され、駅周辺の市街地でゲンジボタルが飛び交う環境都市となっている。夏には、「守山ホテルパーク&ウォーク」としてホテル観賞とあわせて飲食店の食べ歩き・飲み歩きの



イベントを開催し、商店街の小規模事業者の活性化につなげている。

さらに、市中心部には、県立成人病センター、小児医療センター、市民病院等医療施設が充実しており、内閣府の「健康医療創生特区」に指定され、医工連携を進めている。また、教育機関として中高一貫校が市内に 2 校あることなどから、住みやすいまちとして評価されている。

中心市街地においては、平成 21 年度から国の認定を受けた中心市街地活性化事業を取り組んでおり、平成 27 年度からは第 2 期の認定を受け、「住みよいまち守山」の実現を目指している。

(守山市の商工業の現状・課題)

人口は増加しているものの、市内商工業者数は 2,669 事業所から 2,333 事業所へ減少し、そのうち小規模事業者は 1,936 事業所から 1,827 事業所へと 109 減少している。

さらにこの内、小売業は 572 事業所から 413 事業所へと 159 事業所が減少している。

これは、郊外の大型量販店の増加に伴う商店街の衰退とともに、小規模事業者の後継者不足も原因していると考えられる。

年間販売額では、121,040 百万円から 99,763 百万円へと 16%減少しており地域経済の減退になっている。

従業者数では、5,004 人から 3,820 人へ 1,184 人減少し、雇用の減少とあわせて地域社会の担い手不足を招いて行くことが懸念される（H24 経済センサス - 活動調査より。いずれも H21 と H24 の比較）。

こうした現実を踏まえ、守山市では現在、まち・ひと・しごと創生法に基づく地方版総合戦略として「守山市まち・ひと・しごと地方創生総合戦略」に取り組んでおり、中でもしごと部門を重点的に進めている。

特に小規模事業者の支援の重要性から、(仮称)「守山市しごとはじめ支援協議会」の設立に向け当所も積極的に携わり提案しているところであり、充分連携を深めるとともに守山市と今後継続的・計画的に支援を進める。

また地域経済の活性化や雇用創出するためには、現在の小規模事業者の支援とともに守山市の特徴である 30 代から 40 代による創業は有効で、守山市の推める待機児童ゼロに向けての保育施設の充実などの施策と合わせて、創業意欲のある人材の掘り起しが必要である。

守山商工会議所としては H27 年 5 月国の経営革新支援機関の認定を受け、金融機関等外部の支援機関にゆだねていた支援を商工会議所でも支援できるよう努めているが、体制を含め十分ではない。

平成 25 年度から実施されている小規模事業者持続化補助事業を活用した中、25 年度・26 年度を通して申請 57 件中 31 件が採択され、採択率は全国的にも高く一定の評価を得ているが、経営分析・需要動向調査などにもとづく支援が不足している現状である。

地域資源の掘り起こし・開発としては、守山の特産であるバラを活かした「ロー<sup>ず</sup>酢」(バラを使った酢)、琵琶湖特産の鮎<sup>あな</sup>ずしを使った「鮎ずしパイ」など農水産業との連携を進め 6 次産業化を目指しており、また、伝統産業として「ふくさ」の技術を活かした現代の和雑貨としてのハニカム構造のカードケースの開発など、ものづくりとしても一定進んでいるが、一部の取り組みに終わっている。

これまで、消費者の目を既存小規模事業者へ向かせるためのアピールの場として、夏まつり、もりやまいち、もりやまバルなど小規模事業者を集めたイベント等を定期的に開催し、来場者数は安定的に増加してきている。一方で、経営計画に基づいた商品やサービスの育成が継続的体系的にできていない。

事業所同士のビジネスチャンス拡大事業として、事業所向け展示会の産業フェア等を定期的に開催するなど城内消費の拡大、デザイン力向上推進、販路開拓等の事業を展開しているところである。

一方、内閣府が進める地方創生への地域の取り組みとして、「守山市まち・ひと・しごと創生」の中でも「しごと」は地域の経済はもとより雇用・まちづくりにおいて中核を成すものとして位置づけ、特に地域を担う小規模事業者についての支援の場として、専門家等で構成されるネットワークを活用し、多角的・総合的な支援措置を取る。

## (目標)

- (1) 小規模事業者の中でも、特に落ち込みが著しい小売業者の経営支援が地域経済底上げのポイントであると考えられ、地域の経済動向や需要動向調査の結果を踏まえつつ事業計画の策定と事後の経営支援を進めるとともに、「守山市まち・ひと・しごと地方創生総合戦略」と歩調を合わせた中、守山市と充分連携を深め中長期的に支援し「住みよいまち守山」を目指す。
- (2) 創業意欲のある人材の掘り起こしに注力し、中でも人口の増加している30歳から40歳代の女性を含む創業セミナー等を通じ、創業を支援する。  
また守山市が推進する「守山市まち・ひと・しごと地方創生総合戦略」に基づく（仮称）「守山市しごとをはじめ支援協議会」と連携して、地域で働き暮らせる新たな仕事づくりに取り組む。
- (3) 小規模事業者に対し、情報提供、中長期的な事業計画の策定支援、新商品開発支援、金融支援、販路開拓支援等を通じ、新たなビジネスモデルや商品アイデアを事業化する為の支援を行う。
- (4) 地域産業資源を活用した商品開発や伝統産業の育成支援をすることにより、小規模事業者の独自の販路開拓を新たな需要を産み出す為の支援を行う。

## 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

### 経営発達支援計画の内容

#### 1. 地域の経済動向調査に関すること【指針】

##### (現状)

管内小規模事業者等5業種（製造・建設・小売・サービス・卸）71社を対象とした「守山企業景況調査」を、平成22年1月より四半期毎に継続し実施しており、毎回90%以上の回答を得ている。調査結果は専門家に分析依頼し、業種別に分析している。

調査項目は「業況」「売上」「客数」「仕入れ」「受注」「採算」「資金繰り」「在庫」「従業員」「引き合い」「借入状況」「設備投資」等（前年同期比、前期比、翌期見通し）及び経営課題等である。

その内、「業況」「売上」「採算」「資金繰り」については、5業種毎の調査結果概要と過去からの推移が分るように折れ線グラフにして当所広報紙に掲載し当所会員に周知している。

個々の小規模事業者に対して、この経済動向調査分析結果を利用した個別相談・個別指導には活用出来ていない。

##### (目的)

経済動向の調査・分析結果から管内小規模事業者の経営上の問題点、課題等を抽出し、効果的な経営指導の実施のための資料として活用し、個々の小規模事業者の気づきと今後の取り組みの方向付けに用いる。また、当商工会議所が取り組むべき小規模事業者のための事業計画に活用する。

##### (情報の収集)

当所が独自に実施をしている「守山企業景況調査」だけではなく、日本商工会議所の「商工会議所早期景気観測調査」、近畿財務局大津財務事務所の「滋賀県内の法人企業景気予測調査」の2調査も活用し、多角的な視点からより効果的に支援出来るように情報を収集する。

(目標)

調査実施目標は年4回とする(1～3月期、4～6月期、7～9月期、10～12月期)

「守山企業景況調査」、「商工会議所早期景気観測調査」、「滋賀県内の法人企業景気予測調査」の3調査を整理し、当所広報紙及びホームページに年4回掲載するとともに、個々の小規模事業者に対して、経営指導員等の巡回時や個別相談時に、小規模事業者の属する業界の実態把握と管内の景況から、今後取り組むべき事業計画策定の参考として活用とする

## 2. 経営状況の分析に関すること【指針】

(現状)

小規模事業者経営改善資金申込者に対しては、過去2期分の決算内容を分析するなど、経営状況を把握の上推薦しているが、その他の小規模事業者については経営状況の分析は出来ていない。

(目的)

小規模事業者の持続的発展のため、個々の事業者の経営環境や経営課題の抽出を図り、改善策の示唆および事業計画策定時の注力ポイントを明らかにする。

(情報の収集)

地区内の小規模事業者に対する経営指導員等の巡回時や、小規模事業者経営改善資金をはじめとする金融相談時、申告相談等の窓口相談時、各種セミナー開催時等を通じて、分析対象となる小規模事業者をピックアップし、経営状況や経営資源の内容、財務内容等についてヒアリングを実施し把握する。

また、必要に応じて各分野の専門家や連携する支援機関から情報収集を行う。

(分析)

経営分析の基礎となる流動比率、自己資本比率、総資本回転率、売上高総利益率、売上高営業利益率、損益分岐点、労働分配率等の経営指標と、SWOT分析による個社の強み・弱み・機会・脅威について、経営分析シートを作成し経営分析を行う。また、中小企業基盤整備機構の「経営自己診断システム」などの経営支援ツールを用いて経営改善に向けた情報を提供する。

外部中小企業診断士等による個別指導に加えて、各種専門家による相談会の開催、並びに専門知識を有する守山市、金融機関、産業支援プラザ、専門家等支援機関と連携し、小規模事業者の商品又は提供する役務の内容、保有する技術・ノウハウ、従業員等の経営資源等を元に、経営全体にわたる分析を行う。

(効果)

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ながら、自社の強みや機会を活かすための経営改善と、状況に見合った経営計画の策定につなげる。

(目標)

分析対象先とは定期的にコミュニケーションを取る事が重要であり、支援者と相談者の人間関係を構築する中で、相互に信頼関係を作らなければならない。そして次のステップとして、各種補助金や経営革新に向けた事業計画書等の作成などを旨とする。

件数として下記の指導件数と経営分析件数を目標とする。

支援内容	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
巡回・窓口件数	1,159	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
指導件数	1,159	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
経営分析件数	15	30	40	50	60	60

### 3. 事業計画策定支援に関すること 【指針】

#### (現状)

小規模事業者経営改善資金や開業資金など融資を目的とした小規模事業者や、小規模事業者持続化補助金事業申請事業者については、事業計画を含む一定の支援をしている。

しかし事業計画に沿った経営の重要性についての啓蒙活動など積極的な事業計画策定支援については実施できていない。

#### (目的)

小規模事業者や創業意欲のある方に対して、事業計画の必要性を説き、地域の需要を見据えた事業計画の策定支援を行うことで経営指針を明確に示す。以後の経営の安定と持続的発展の礎を作ることを目的とし以下の支援を行う。

#### (対象事業所)

- (1) 当所開催の事業計画策定セミナーへ参加する創業予定者または小規模事業者
- (2) 経営改善の必要な小規模事業者
- (3) 事業承継の必要な小規模事業者

#### (手段)

当所の指導員等と小規模事業者が個別に相談しながら、経営改善の必要な小規模事業者や創業者及び創業予定者に対し地域経済動向・需要動向・中小企業庁のミラサポなどの有益な情報を取り込み、なおかつ小規模事業者の特徴を活かした事業計画を策定する。

また事業承継の必要な小規模事業者には、その必要性を説き、ヒト・モノ・カネ・知的資産などをスムーズに引き継ぐための手法を専門家で構成するネットワーク（別表 4-1）と相談しながら実行し、事業承継後の事業計画を策定する。

#### (目標)

事業計画策定に係る年度別数値目標

支援内容	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
事業計画策定者数	0	30	36	36	36	36
事業計画策定セミナー参加事業者数	0	20	40	40	40	40
販売動向調査から導く経営改善の必要な小規模事業者数	0	18	18	18	18	18

#### 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】

##### (目的)

事業計画を策定後、小規模事業者が実際に事業計画に従って事業展開がなされているか検証しつつ、PDCAの手法を活用し必要に応じて追加指導や追加支援等伴走型指導・助言を行い経営の安定と持続的発展を確実にする事を目的とする。

##### (手段)

事業計画策定した小規模事業者に対して、計画策定後の事業展開について6カ月に1回程度事業の進捗状況を確認し、事業計画に沿った経営が行われているか、更に地域経済動向や需要動向、業界等の最新情報をフィードバックし、専門家で構成するネットワーク（別表4-1）を活用しながらデザイン開発・販路開拓などの追加指導や、それに伴う小規模事業者経営改善資金や県制度融資など必要な融資支援のフォローアップを実施する。

##### (効果)

事業計画の策定により方向性を明確にし、具体的目標を持つことで実際の経営を安定的持続的発展をより確実なものとする事ができる。

また地域経済動向や需要動向などをフィードバックし、状況の変化に対応しつつ伴走型支援措置をとる事が可能となる。

##### (目標)

事業計画策定後の実施支援に係る年度別数値目標

支援内容	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
巡回による相談・ヒアリング件数	0	60	72	72	72	72
電話・メール等による相談支援件数	0	120	144	144	144	144

#### 5. 需要動向調査に関すること【指針】

##### (目的)

当市は人口が増加するという好条件にあるものの、小規模事業者における消費者ニーズの多様化や製造業における国内外の競争激化に直面しており、小規模事業者の経営は依然厳しい状況にある。

こうした小規模事業者が安定した経営を展開するためには、消費者が求める商品や役務・サービス等をはじめ、技術開発や販路拡大に係る需要動向を地域の課題として抽出する必要がある、これらを整理、分析しつつ旬の地域の情報を把握し、事業計画の策定支援を行った事業所並びにその他の事業所に対して当該情報を提供する。

当所においては、これまでこうした需要動向を目的とした調査事業は殆ど出来ていないのが現状で、小規模事業者への密着した支援策の第一歩として、経営状況の把握をはじめ業者間や消費者サイドから経営に関する的確な情報を集めるため次の調査を実施していく。

特に、落ち込みの著しい小規模小売業者については、当初の5カ年を集中的に支援するもので、既存の住民や他市町より新たに住まわれた方をはじめ、守山市を商圏とされる近隣都市の方々を対象に購買動向やニーズ調査を実施する。併せて地元小規模事業者の存在を示しつつ特徴や魅力の掘

り起こしと、強みを生かした経営戦略をアピールするなど、需要動向調査結果で得られる情報を活用しつつ経営改善に導くことを目的とする。

#### (項目・手段)

消費者ニーズ調査により小規模事業者の落ち込みの要因を追及し、小規模事業者への指導用資料として活用すると共に、大型店との差別化を図る手段として、客層を絞りつつ小規模事業者や地域ならではのこだわりと信頼関係を深める素材を見出すもので、認知度を高めつつ個店への誘客増加につなげる。

調査内容については、食料品をはじめ最寄り品や買回り品が揃う大型店において、男女や年齢に偏りのないよう実施するもので、多くの業種に対応できる情報を収集する。

販売動向調査については、小規模事業者の顧客情報と併せて人口増加の傾向にあつて小規模事業者が減少する地域の問題点の要因について調査する。

また、イベント時における需要動向調査においては、事業者間における物品の売買やサービスの提供に係る状況把握に努めると共に、消費者（来場者）に商品等に係るニーズを直接聞く機会として調査していく。

#### 消費者ニーズ調査

調査対象 市内の大型店で買い物をする消費者（500名程度：中心市街地エリア人口の約1%）

調査方法 無記名アンケート

調査項目 年齢・性別・住所（市内在住年数）・商品分野別の購入先とその理由

調査回数 年1回

#### 事業者の販売動向調査

調査対象 市内の小規模事業者（180事業所程度：市内小規模事業者数の約10%）

調査方法 記名アンケート

調査項目 販売品目・顧客年齢層・性別・販売数傾向とその理由・後継者の有無・第二創業の意向・経営者の年齢・経営の特徴（差別化）

調査回数 年1回

#### イベント時における需要動向調査

調査対象 もりやま産業フェア及びモ・リ・シェ出展者並びに来場者

調査方法 出展者：記名アンケート、来場者：無記名アンケート

調査項目 出展者：デザイン思考、新商品開発、取引状況、ビジネスマッチング  
来場者：年齢・性別・住所（市内在住年数）・関心のある商品とその理由

調査回数 各年1回

#### (分析方法)

消費者ニーズ調査、事業者の販売動向調査、イベント時における需要動向調査の結果に基づき、年齢階層別、性別、商品群別等の観点で収集したデータを整理分析し、小規模事業者と消費者の意識のギャップを明らかにすると共に、小規模事業者の優位点や劣等点を探り出す。

調査の実施に際しては、基本的に経営指導員等をはじめとして職員が対応するもので、調査対象者への依頼、調査、回収、集計を担当する。

また、調査結果の分析については経営指導員等と専門家が連携して行うもので、消費者ニーズ調査においては買い物年代別及び来店頻度によるクロス集計により正確かつ的確な回答を見出す。

なお、調査の際に実施体制や調査方法、項目についてその都度見直しを図り、より正確かつ適正な答えが得られる調査となるよう改善する。



(提供・活用方法)

巡回訪問指導時においては、直近の需要動向調査の結果に伴う情報提供は勿論、経営者や現場担当者に対して個々の経営体力、経営資源、将来性についてもヒアリングを行い、個店独自の経営戦略について活用する。

上記を整理分析することで得られた結果を市内の小規模事業者に周知するため、当所のホームページならびに当所広報紙に掲載すると共に、経営指導員等が巡回指導時に情報提供することで販路拡大の資料や事業計画策定の基礎資料として活用する。

また、計画策定後の事業者に対しても同様に情報を開示し、事業の進捗フォローの際の改善点、修正点を見出すための参考資料とすることで、継続可能な事業展開の適切な改善、修正を行う。

さらに、これと平行して通常行われる事業者への経営指導にあたっては、当該資料を開示しつつ的確な経営指導を行う。

(目標)

当所が計画する経営分析件数をはじめ、事業計画策定者数や巡回・窓口相談時において経営計画の策定が必要と想定される事業者への販路開拓等に係る経営資料として開示し、小規模事業者への経営改善に反映させる。

消費者ニーズ調査

調査内容	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
回数	0	1	1	1	1	1
件数	0	500	500	550	550	600
報告書の活用	0	300	350	350	350	350

事業者の販売動向調査

調査内容	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
回数	0	1	1	1	1	1
件数	0	180	180	200	200	220
報告書の活用	0	300	300	350	350	350

イベント時における需要動向調査

調査内容	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
回数	0	1	1	1	1	1
産業フェア 出展者調査数	0	40	40	40	45	45
産業フェア 来場者調査数	0	120	120	120	135	135
モリシエ 出展者調査数	0	20	20	25	25	30
モリシエ 来場者調査数	0	200	200	250	250	300
報告書の活用	0	300	300	350	350	350

なお同調査については、調査項目や実施時期等の様式を統一し毎年度計画的に実施するもので、各項目における年次毎の推移を比較した結果を当所のホームページや当所広報紙にも掲載しつつより多くの小規模事業者への資料提供とする。

## 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針】

### (目的)

小規模事業者が生産する商品、サービスの新たな需要の開拓に寄与するためには、消費者あるいは関連事業者に認知され、その売り先を確保しなければならない。そのために当該売り先を確保し、商品やサービスを育て、それを生み出した事業所の発展に寄与しようとするものであり、既存事業の改善や新たな事業により、需要開拓の機会を増やすため以下の事業を実施する。

### (手段)

#### (1) 商品デザイン等魅力アップ事業 (デザインを核とした商品開発力向上事業) **新規**

伝統産業として「ふくさ」の技術を活かした現代の和雑貨としてのハニカム構造のカードケースが誕生しているが、消費者が求める商品など需要動向調査で得られたデータを参考にしながら、新たな商品パッケージや製品のデザインを新しく魅力あるものにすることから販路拡大につなげる取り組み。プロダクトデザインやグラフィックデザインを手掛ける専門家と連携し、個別相談事業を新たに実施する。また、事業実施にあたり、中小企業庁のミラサポの専門家派遣事業も利用することで、新商品開発による新たな需用開拓の支援を行う。

#### (2) おもてなし環境整備相談事業 **新規**

守山市まち・ひと・しごと地方創生総合戦略の中で、小規模事業者の環境整備を進めることがあげられている。その中でも主に小規模事業者の飲食店トイレを改修する取り組みで、店の清潔感アップと守山市のイメージアップを図り、守山市外の観光客などの新規顧客獲得を目指すことで小規模事業者の需要開拓を推進する。当所では事業推進のための相談窓口を担当し、守山市と協力して、小規模事業者への施策普及に努める。

#### (3) 守山市駅前総合案内所と連携した新商品等販売事業

市民や観光客などに守山の観光地や施設などを案内する守山市駅前総合案内所と連携して、事業計画に取り組む小規模事業者が、守山の特産である「バラ」や観光資源である「ホテル」などをテーマに研究開発した商品を中心に展示販売することに注力し、守山の地域色を出せるよう改善する。この事業により消費者に商品だけでなく、守山の地域をアピールし、新規顧客の獲得、商品販売のチャンスに結びつく支援を行う。

また、モ・リ・シェ「もりやまマルシェ」で当事業を紹介し、更なる需要の開拓につなげる。

#### (4) モ・リ・シェ「もりやまマルシェ」(地域の優れた特産品等の逸品を周知・販売。)

守山市、守山商工会議所、守山市観光物産協会、(株)みらいもりやま 21(※)で実行委員会を設け、守山の優れた特産品等を集めたもりやまマルシェ「モ・リ・シェ」を守山市内大型商業施設で開催し、商品の周知を図ると共にカタログを製作、配布するだけでなく、実際に商品を販売することで、新たな需要開拓につなげる。また、事業終了後は、参加店舗を訪問し、消費者の商品への反応や意見などを確認し、新たな支援策や相談事業につなげることで小規模事業者を支援する。

※ (株)みらいもりやま 21・・・守山市・守山商工会議所・民間企業が出資するまちづくり会社で、中心市街地活性化の事業を担っている。

#### (5) もりやま産業フェア (守山市と連携した展示会事業)

守山市と連携し、守山市内企業を中心とした製品展示商談会を開催し、展示製品を中心に関連事業者を紹介する場を設けるとともに、ビジネスマッチングの相手先が開拓できるよう即日商談の機会を設ける。また、他府県や他地域で開催される展示会の出展者募集情報等を積極的に紹介し、ビジネスチャンスを広げるための支援や、展示会での効果的なプロモーションについて専門家と連携して指導支援していく。

## (6) WEB ショップ等 IT の活用

インターネットの活用は新たな需要開拓の有効な手段としてとらえ、小規模事業者を対象に効果的なインターネットサイトの構築やオンラインショップへの出店等について専門家によるセミナーを実施する。また、中小企業庁ミラサポの専門家派遣事業の活用により、個別相談にも対応し、専門家との連携により効果のあるインターネットを活用した新たな需要の開拓の支援を行う。

新たな取組みとして、当所内で新たに開講するパソコン教室運営会社と連携し、Web ショップ等活用の実務的な支援を行う。

## (7) マスメディアを活用した広報支援事業

事業計画に基づき小規模事業者が生み出した新商品や新技術、サービスなどを中心に、ニュースや地域経済に効果がある話題を会議所から各種報道機関へ情報提供を行い、中小企業の PR 支援に取り組む。また、地域のフリーペーパー（株式会社中広モリス編集室、有限会社守山新聞センター）への掲載等についても支援していく。この事業により、守山市内外に新商品や新サービスを情報発信し、新たな需要開拓に結びつける支援を行う。

(目標)

事業名	項目	26 年度	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度
商品デザイン等 魅力アップ事業	相談数	5	5	5	5	5	5
おもてなし環境整備 相談事業	相談数	0	0	5	5	5	5
守山市駅前総合案内所 と連携した新商品等販 売事業	出店数	20	20	24	26	28	30
モ・リ・シェ 「もりやまマルシェ」	出店数	30	30	30	30	30	30
守山市と連携した 展示会事業 (もりやま産業フェア)	出店数	30	30	35	40	45	50
	来場者	400	400	500	600	800	1,000
	商談 件数	97 ※2 日開催	39 ※1 日開催	50 ※1 日開催	70 ※1 日開催	80 ※1 日開催	100 ※1 日開催
WEB ショップ等 IT の活用	出店数	4	4	8	10	12	14
マスメディアを活用 した広報支援事業	情報 提供数	10	10	20	20	30	30

## ・地域経済の活性化に資する取組み

平成 21 年 3 月から中心市街地活性化事業に取り組み、平成 27 年 3 月からは第 2 期の中心市街地活性化事業に取り組む中で、守山商工会議所は、守山市、(株)みらいもりやま 21、守山市商店街連盟、地域金融機関等市内の各種団体と連携して、地域経済の活力を取り戻すべく更なる検討を行う。

また、平成 27 年度より守山市観光物産協会の拠点を商工会議所内に移転。今まで以上に連携を密にして、イベント等の情報発信で集客を担い、商工会議所が地域産業の掘り起こし・新商品の開発等をイベント等に取り入れることで、相乗効果を上げ、効率的に地域経済の活性化を進める。

(事業内容)

## 1. 歴史街道にぎわい事業

### (1) 中山道一七 (いいな) めぐり

(街道沿いの比叡山にゆかりのある東門院、市民のコミュニティを目的としたにぎわい広場、元内閣総理大臣宇野宗佑氏生家のまち家「うの家(け)」の3会場をメインとした回遊イベント) 毎月17日に中心市街地エリアである中山道周辺において、守山市観光物産協会や(株)みらいもりやま21と小規模事業者が連携し、お土産品販売や参加型事業などを展開することで、回遊性の向上や中心市街地へのリピーターの増加を図る。

### (2) もりやまいち

(600年の歴史ある市で、守山の歳末の風物詩となっている。)

守山市観光物産協会や商店街等が歴史・文化資源の豊かな中山道を軸に、歳末市として地産地消に資する地元産品の販売を行う中で、当商工会議所は守山市内中学生による商い体験事業を実施し、中学生に商いを体験してもらうとともに、事業のにぎわいに寄与することで、中心市街地の小規模事業者と新たなまちづくりに向けての人材発掘や育成を目指す。

(目標)

事業名	項目	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
中山道一七 (いいな) めぐり	出店数	2	2	3	3	4	4
もりやまいち	出店数	30	30	30	30	30	30

## 2. もりやまブランド化事業

守山市PRキャラクター『もーりー』

### (1) もーりーブランド化事業 (ゆるキャラ「もーりー」による守山市PR事業)

(ホテルのまち守山を提唱し、ほたるのゆるキャラ「もーりー」がイベント等に出演することで守山市の情報発信を行うとともにグッズの製作・販売を行う)

本市のPRキャラクターである「もーりー」のブランドを確立することで、ホテルのまち守山のPRを行う。特に、守山市が主体となる事業に、積極的に「もーりー」が出演し、商工会議所や守山市のホームページ、守山市駅前総合案内所のブログ「もーりーのひとりごと」で活動報告をすることで、守山市内外に守山の情報発信を行う。

また、関連グッズを製作し様々な商品にロゴやイラストをプリントするなどして、商品の魅力や、価値を高めながら新たな商品を製作販売していくことで、守山のブランド力を高める。

新たな取組みとして、守山市の知名度をさらにアップするため、守山市と「もーりー守山ふるさと大使」を創設し、大使を通じて、守山市の魅力を全国に情報発信する。



### (2) 地域資源活用した商品開発事業 (新規)

守山市では産官学連携による伝統工芸品の新商品「カードケースハニカム」や滋賀県の特産品ふなずしを使った洋菓子「ふなずしパイ」などが誕生しているが、更に地域資源を活用した商品開発を小規模事業者が取組み、守山市や守山市観光物産協会のホームページなどを通して、守山市地域の特産品として紹介していくことで、守山市のPRにつなげるだけでなく、将来的には新たな守山市の新特産品の誕生につなげる。

### (3) 邪馬台国近江説を活用した地域振興事業

歴史的な文化資源を活かして、守山ブランドを情報発信するもので、守山市観光物産協会と共催して、卑弥呼コンテスト等を開催するなどして、まちなかへの集客につなげる。

また、小規模小売業や小規模飲食業における卑弥呼をイメージした新たな商品開発やメニュー展開などを行うことで、消費者がまた守山に訪れたいとなる環境を目指す。

※ 邪馬台国近江説・・・邪馬台国が守山にあったのではないかとする発掘調査にもとづくまちおこし事業



邪馬台国近江説

### (4) もりやま冬ホテル

(ほたるのまち守山を PR するためLEDの電飾をホテルの灯りになぞらえて実施しているイベント)

市内商店街のイルミネーション点灯に合わせて、守山市の中心市街地である守山駅前にホテルを彷彿させるイルミネーションにより四季折々の守山の良さを感じ、市民が愛着を持って住み続けたいとなる環境整備を図る。毎年、イルミネーション点灯イベントを実施。

(目標)

事業名	項目	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
もーりー ブランド化事業	出演数	100	100	100	100	100	100
	商品数	20	20	20	22	22	22
地域資源を活用 した商品開発	商品数	0	3	4	4	5	5
邪馬台国近江説を 活用した地域振興 事業	メニュー数	20	20	22	23	24	25
	コンテスト 来場者数	3,000	3,200	3,500	3,700	3,800	4,000
もりやま冬ホテル	点灯イベン ト来場者数	200	220	250	270	280	300

## 3. まちなか活性化事業

### (1) もりやまバル

(飲食店とまちの活性化を目指した食べ歩き・飲み歩きのイベント。当日は会社の同僚や友達同士、家族づれで賑わい、色々なお店を巡りながらまちあるきが楽しめる。)

中心市街地エリアを中心とした飲食店を(株)みらいもりやまと協力して参加店を募り、共通チケットで飲み歩きを可能とするイベントを定期的に継続実施することで、中心市街地の回遊性を高めると共に、小規模飲食店への継続的な来店につなげる。

### (2) 得する街のゼミナール (通称まちゼミ)

(まちゼミ・店主が講師となり、プロの技術を消費者に直接伝授する。)

「まちゼミ」開催での市民との交流を通して商店のファンづくりから新規顧客の獲得につなげるだけでなく、参画する小規模事業者の人材の発掘・育成等を図る。近隣地域の草津商工会議所・栗東市商工会・野洲市商工会と合同で事業を開催する。

(目標)

事業名	項目	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
もりやまバル	出店数	30	32	35	37	40	45
得する街のゼミナール	出店数	20	20	20	20	20	20

## ・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り組み

### 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

日本商工会議所が主催し、全国の経営指導員が集う「経営指導員フォーラム」や滋賀県商工会議所連合会が主催する「指導員研修」等の研修会に積極的に参加することにより、他の市町村が取り組む小規模事業者支援の現状、問題、解決策について情報交換をし、取り入れ可能な施策については積極的に取り入れ、支援力の向上に努める。また、各地域の小規模事業者の需要の動向について積極的な情報交換を行う。

小規模事業者の支援を担当する守山市役所商工観光課と定例会を開催し、商工会議所が抱える小規模事業者の現状を報告するとともに、経済動向調査や需要の動向調査について結果を公表し域内の現状を共有し、守山市と連携して支援策や解決方法について検討する。

また、行政からの支援策について、いち早く情報を入手するとともに、地域の小規模事業者への有益かつ効果的な施策実施について協議を行い、行政と連動した展示会、商談会の実施や補助事業の説明会等を企画し、小規模事業者の新たな需要の開拓や販路拡大に繋がるよう取り組む。

### 2. 経営指導員等の資質向上に関すること

職員の意識改革を図り、商工会議所がこれまで以上に小規模事業者の課題を自らの課題として捉え、小規模事業者への支援をより充実させていく。記帳指導・税務指導といった従来の経営指導に必要な能力向上に加え、小規模事業者の悩みを聞き出し、指導していく為のコミュニケーション能力の向上を目的とした所内研修会を実施していく。また、日本商工会議所や滋賀県商工会議所連合会、中小企業基盤整備機構が開催する研修会について、経営指導員に限らず全職員が積極的に参加し知識の向上を図る。販売促進やマーケティングといった小規模事業者の利益の確保に直結する知識、能力の向上を図るとともに、金融機関等の協力を得ることにより、決算書や貸借対照表、損益計算書といった指導業務の基本となる財務諸表を読み解くスキルの底上げを図る。

個社情報について、企業情報、経営分析状況、事業計画をファイリング、データとして記録・整理することで、職員の誰もがすぐに個社状況を確認出来る体制を取り、担当している職員が不在になった場合においても、対応した職員が相談に対応出来るよう、組織内の情報の共有化を図る。

また、中小企業診断士等、専門家による小規模事業者の指導の際には、経営指導員等が専門家の指導方法や指導内容を自らの今後の指導に活かせるよう取り組み資質向上を図る。

指導方法や指導状況については2カ月に一度、会頭、副会頭に状況を報告し、役職員含め組織一丸となって小規模事業者への支援体制を構築し指導にあたる。

### 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

事業の評価及び見直しについては、毎年度実施する。評価には外部有識者に依頼し客観的視点に基づき事業の評価を行う。

事業の評価及び見直しの結果については、正副会頭会議、常議員会で報告、承認を得た後、地域

の小規模事業者が常に見ることができるよう、当所窓口にて常に見覧可能とする他、当所ホームページにて公開する。また評価を受けた内容については、経営発達支援担当課をはじめ、全職員一体となり改善策を検討し、翌年度の小規模事業者の支援に繋げていくものとする。

また同時に効果的な PDCA サイクルを構築し経営発達支援事業の円滑な実施を図る。

#### 外部評価員

京都橘大学（中小企業経営学）

滋賀県中小企業診断士協会

税理士

金融機関

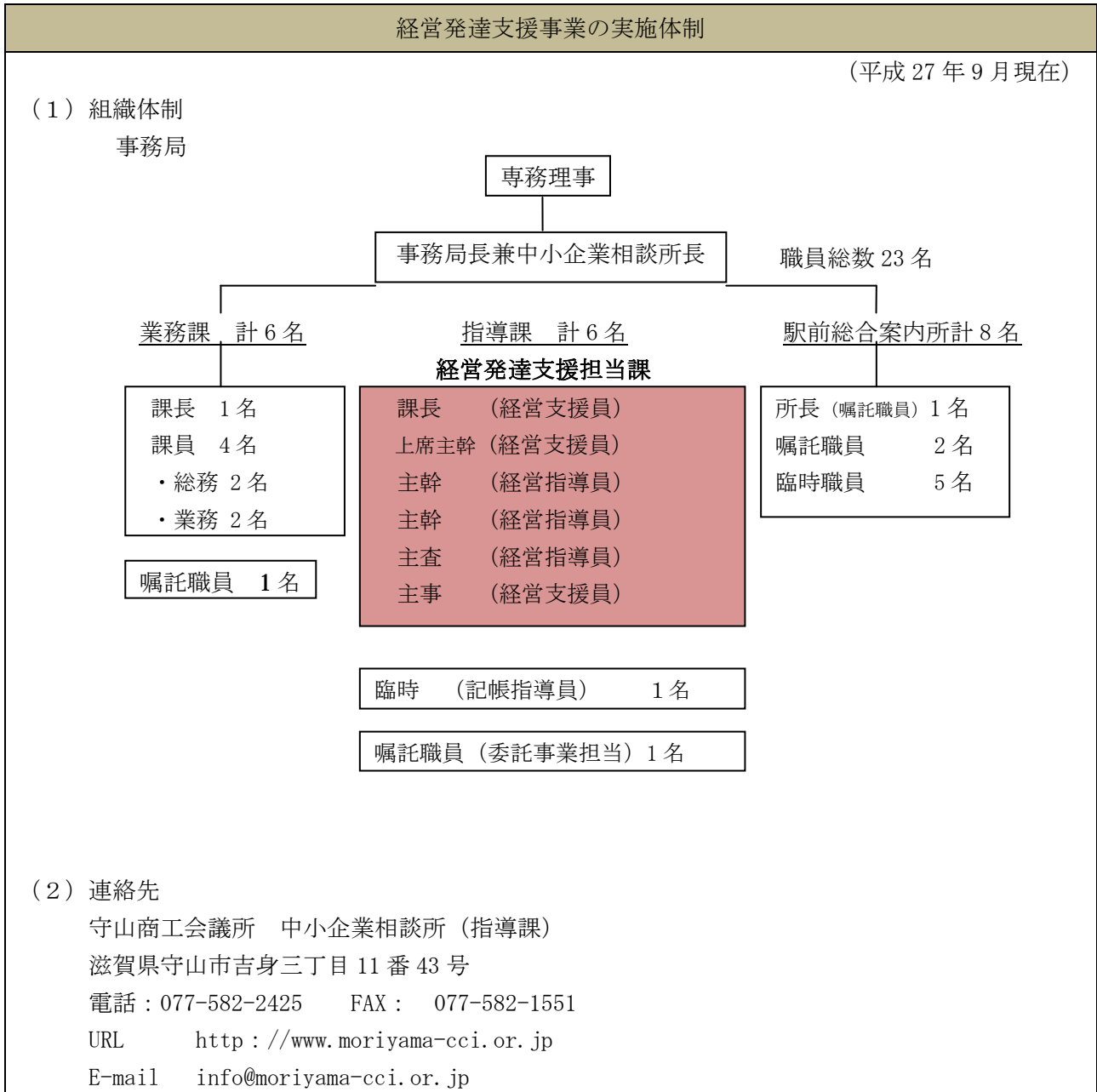
#### 見覧場所

守山商工会議所窓口（業務時間内）

守山商工会議所ホームページ（<http://www.moriyama-cci.or.jp>）

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制





## (別表3)

## 経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
必要な資金の額	56,686	62,493	61,993	62,193	62,393	62,593
経済動向調査事業費	0	250	250	250	250	250
需要動向調査事業費	0	250	250	250	250	250
事業計画策定等個別 相談事業費	0	500	500	500	500	500
需要の開拓に係る 支援事業費	0	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
販路開拓支援事業費	1,500	1,500	1,000	1,000	1,000	1,000
地域活性化事業費	5,969	6,700	6,500	6,500	6,500	6,500
小規模対策事業費	49,217	52,293	52,493	52,693	52,893	53,093

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

## 調達方法

会費・国補助金・県補助金(小規模事業経営支援事業費補助金)・市補助金・事業収入・  
事業受託収入

(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。

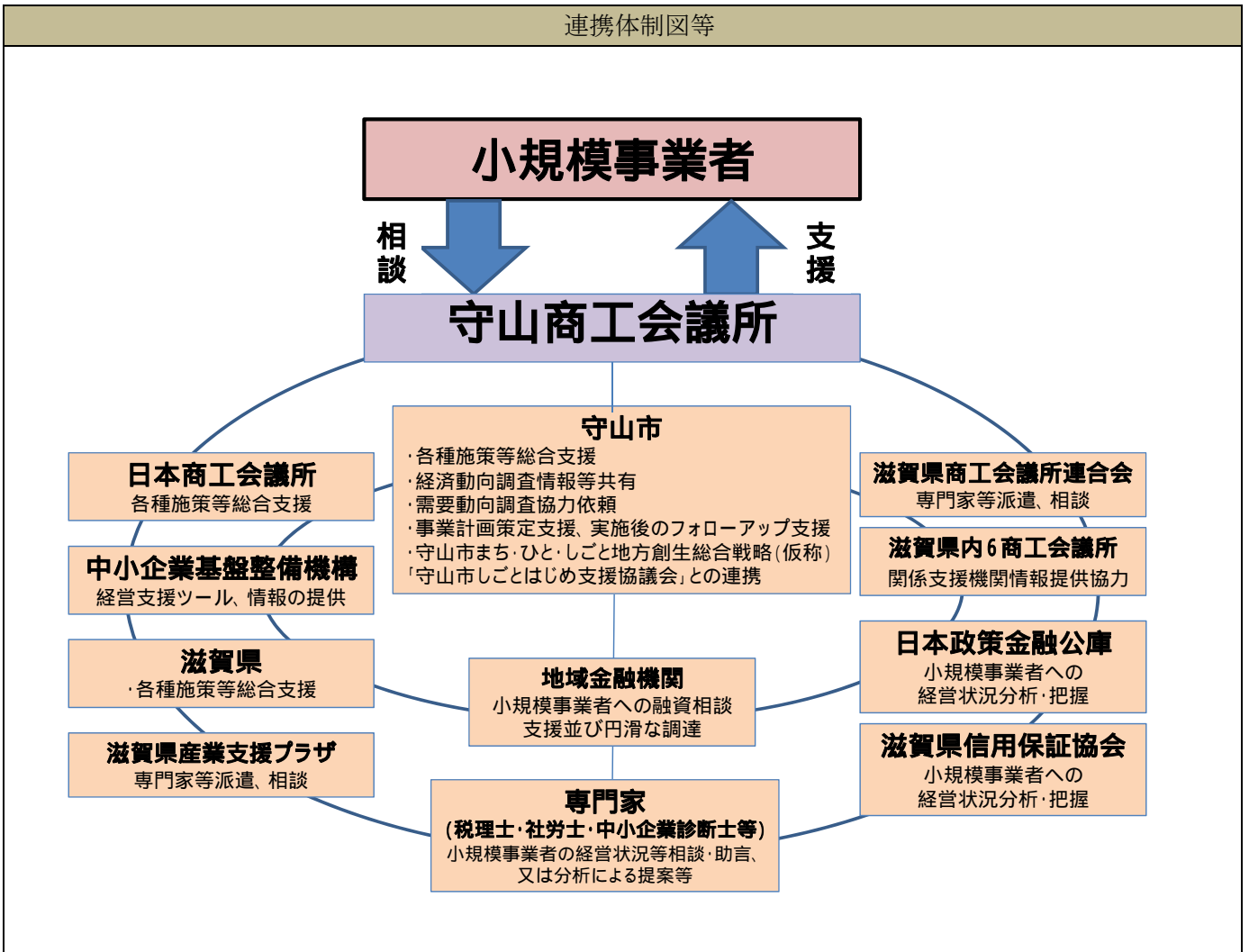
(別表4-1)

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	
<p>○ 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>○ 経営状況の分析に関すること</p> <p>○ 需要動向調査に関すること..... &lt; I の 1. 2. 5 &gt;</p> <p>○ 事業計画策定支援に関すること</p> <p>○ 事業計画策定後の実施支援に関すること &lt; I の 3. 4 &gt;</p>	
連携者及びその役割	
連 携 者	役 割
日本商工会議所（会頭：三村明夫） 東京都千代田区丸の内3-2-2	各種施策等総合支援
独立行政法人中小企業基盤整備機構 （理事長：高田坦史） 東京都港区虎ノ門3-5-1	経営支援ツール、情報の提供
滋賀県（知事 三日月大造） 滋賀県大津市京町四丁目 1-1	各種施策等総合支援
守山市（市長 宮本和宏） 滋賀県守山市吉身二丁目 5-22	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の経済動向調査情報等共有</li> <li>・需要動向調査協力依頼</li> <li>・各種施策の要望や事業の展開</li> <li>・補助事業等の取り込み</li> <li>・守山市まち・ひと・しごと地方創生総合戦略に基づく(仮称)「守山市しごとはじめ支援協議会」連携</li> </ul>
滋賀県商工会議所連合会（会長：大道良夫） 滋賀県大津市打出浜 2-1	・専門家等派遣、相談
大津商工会議所（会頭：大道 良夫） 滋賀県大津市打出浜 2-1 コラボしが 21 草津商工会議所（会頭：伊藤 定雄） 滋賀県草津市大路二丁目 11-51 近江八幡商工会議所（会頭：秋村田津夫） 滋賀県近江八幡市桜宮町 231-2 八日市商工会議所（会頭：田中 敏彦） 滋賀県東近江市八日市東浜町 1-5 彦根商工会議所（会頭：小出 英樹） 滋賀県彦根市中央町 3-8 長浜商工会議所（会頭：大塚敬一郎） 滋賀県長浜市高田町 10-1	・関係支援機関等による小規模事業者のための補助事業等情報提供並びに伴走型支援に係る協力
日本政策金融公庫大津支店（事業統括 山崎 郁夫） 滋賀県大津市梅林 1-3-10 滋賀ビル	小規模事業者の経営状況分析・把握 融資斡旋実行
滋賀県信用保証協会（理事長 羽泉 博史） 滋賀県大津市打出浜 2-1 コラボしが 21	小規模事業者の経営状況分析・把握 融資斡旋支援
（地域金融機関） 滋賀銀行守山支店（支店長 四方 清文） 滋賀県守山市梅田町 6-1 関西アーバン銀行守山支店（支店長 野々村 昇）	小規模事業者への融資相談支援並びに円滑な調達

<p>滋賀県守山市守山四丁目 13-10  滋賀中央信用金庫守山支店（支店長 大寄 秀久）  滋賀県守山市守山六丁目 7-16  京都信用金庫守山支店（支店長 阿部 賢治）  滋賀県守山市梅田町 3-19  おうみ富士農業協同組合吉身本店  （代表理事理事長 西田直樹）  滋賀県守山市吉身三丁目 7-6</p>	
<p>公益財団法人滋賀県産業支援プラザ  （理事長：高橋宗治郎）  滋賀県大津市打出浜 2-1 コラボしが 21  近畿税理士会草津支部（代表 鷹羽 稔郎）  滋賀県栗東市小柿 10-7-15  滋賀県社会保険労務士会（会長 中岡 研二）  滋賀県大津市打出浜 2-1 コラボしが 21  滋賀県中小企業診断士協会（会長 廣田 光政）  滋賀県大津市打出浜 2-1 コラボしが 21</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小規模事業者の経営状況等相談・助言、 又は分析による提案等</li> <li>・小規模事業者の事業計画や資金金繰り等計画 について専門家等と連携を取りながら事業者 に寄り添った伴走型の支援、助言指導を行う</li> </ul>

※役割を「連携体制図」に記載



(別表4-2)

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	
○新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること < I の 6 >	
連携者及びその役割	
連 携 者	役 割
中小企業庁 (長官 豊永厚志) 東京都千代田区霞が関一丁目 3-1	ミラサポ支援
プラン&デザイン WEST (代表 西元照幸) 滋賀県守山市古高町 64-404	商品デザイン等魅力アップ事業支援
有限会社ジャパン・クリエイティブ (クリエイティブ・ディレクター大山 真) 滋賀県守山市梅田町 2-1 セルバ守山 2F	商品デザイン等魅力アップ事業支援
守山市都市活性化局商工観光課 (市長 宮本和宏) 滋賀県守山市吉身二丁目 5-22	おもてなし環境整備相談事業支援 もりやま産業フェアへの出展支援
三機工業株式会社モリーブ (運営事務所長 岡村敏誠) 滋賀県守山市播磨田町 185-1	新商品等販売事業 (展示即売) 支援
合同会社アンビエントガーデンモリヤマピエリ守山店 (総支配人 山崎和義) 滋賀県守山市今浜町 2620-5	新商品等販売事業 (展示即売) 支援
守山市駅前総合案内所 (守山商工会議所会頭 清原 健) 滋賀県守山市梅田町 1-9	新商品等販売事業 (展示即売) 支援
株式会社みらいもりやま 21 (代表取締役 大崎裕士) 滋賀県守山市守山一丁目 8-7	地域の優れた特産品等の逸品を周知 協力支援 (モ・リ・シェ)
守山市観光物産協会 (会長 中西 隆彦) 滋賀県守山市吉身二丁目 5-22	地域の優れた特産品等の逸品を周知 協力支援 (モ・リ・シェ)
大阪商工会議所 (会頭 佐藤茂雄) 大阪府大阪市中央区本町橋 2 番 8 号	WEB ショップ等 IT の活用支援 (ザ・ビジネスモール)
公益財団法人滋賀県産業支援プラザ (理事長: 高橋宗治郎) 滋賀県大津市打出浜 2-1 コラボしが 21	WEB ショップ等 IT の活用支援 (skki)
全国中小企業取引振興協会 (会長 桑原茂樹) 東京都中央区新川 2-1-9 石川ビル 2 階	WEB ショップ等 IT の活用支援 (BIZMACHSTATION)
株式会社ビット (教育事業部滋賀エリア部長 黒川理子) 滋賀県草津市西大路町 2-2	WEB ショップ等 IT の活用支援 技能向上支援
守山市政策調整部秘書広報課 (市長 宮本和宏) 滋賀県守山市吉身二丁目 5-22	マスメディア等による広報支援
株式会社中広 モリス編集室 (代表取締役 後藤一俊) 滋賀県守山市吉身四丁目 1-23 南井産業第三ビル	マスメディア等による広報支援
有限会社もりやま新聞センター (代表取締役 太田義人) 滋賀県守山市吉身二丁目 4-13	マスメディア等による広報支援

※役割を「連携体制図」に記載

連携体制図等

