

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	中津川北商工会 (法人番号 4200005009574) 中津川市 (地方公共団体コード 212067)
実施期間	令和3年4月1日 ~ 令和8年3月31日
目標	<p>経営発達支援計画の目標</p> <p>(1) 小規模事業者の意識改革による経営力強化 経営状況の分析・把握を行ったうえで事業計画を策定することで意識改革に繋げ、経営力強化を図る。</p> <p>(2) 小規模事業者の新陳代謝促進 創業を目指す人材の育成や創業支援、事業を承継する後継者の育成支援を行うことで次世代の地域の担い手を創出する。</p> <p>(3) 小規模事業者の販路開拓 経済状況やニーズを踏まえた商品・サービスを磨き上げ、新たな販路開拓の支援により経営力強化・にぎわいのある地域を創出する。</p>
事業内容	<p>1. 地域の経済動向調査に関する事 ①国が提供するビッグデータの活用、②行政や金融機関が提供する調査データ、を整理・分析しレポートにまとめ広く情報提供・周知する。</p> <p>2. 需要動向調査に関する事 各種調査や展示会・イベントにおいて得た BtoB、BtoC 調査の実施により収集した情報を整理、分析したものをレポート形式にまとめたものを事業者提供に提供する。</p> <p>3. 経営状況の分析に関する事 経営分析の必要性を説明し、掘り起こした事業者に対し定量・定性分析し事業計画策定へ繋げる。</p> <p>4. 事業計画策定支援に関する事 管内小規模事業者に対し、事業計画策定セミナーや創業計画策定セミナーの開催などにより策定支援を実施する。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援に関する事 事業計画を策定した全ての事業者に対しフォローアップを行い、実行支援や効果を高めるためのPDCAを意識して支援を実施する。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事 商談会や展示会の出展に限定せず、ITを活用した販路開拓支援やプレスリリースの活用など、多様な手段を活用して販路開拓支援を実施する。</p> <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事 事業検証委員会を半期ごとに開催する。</p> <p>8. 経営指導員等の資質向上に関する事 研修会への参加、情報共有会議、支援中の状況をデータベース化し、担当外の職員でも一定レベルの対応が出来るようにする(支援の効率化)。</p> <p>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事 高度化する支援に対し、更なる支援レベルの向上を図るため、他支援機関との連絡協調、役割分担などの連携を今以上に密にする。</p> <p>10. 地域経済の活性化に資する取組に関する事 地域まちづくり団体等との連携を図ることで、地域全体の地域産業の活性化を図る。</p>
連絡先	<p>中津川北商工会 〒508-0351 岐阜県中津川市付知町 10832 番地 1 TEL : 0573-82-2560 FAX : 0573-82-2279 E-mail : nakakita@ml.gifushoko.or.jp</p> <p>中津川市商工観光部商業振興課 〒508-0032 中津川市栄町 1 番 1 号 TEL : 0573-66-1111 (内線 4265) E-mail : shougyou@city.nakatsugawa.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①地域の現状

【立地】

中津川市は、岐阜県の東南端に位置し、東は木曾山脈、南は三河高原に囲まれ、中央を東西に木曾川が流れている。市域は、東西に28 km、南北に49 km、面積は県内6番目の広さを誇る676 km²で、その約80%を森林が占めている。日本百名山の恵那山をはじめとした山々に囲まれ、木曾川、付知川といった清流が流れる豊かな自然と美しい景観に恵まれた地域である。

中津川市は平成17年2月に旧中津川市と近隣の旧7町村（加子母村、付知町、福岡町、坂下町、川上村、蛭川村、山口村）が合併し、現在の中津川市となり、この合併により、旧中津川市を区域とする中津川商工会議所と、旧7町村を区域とする中津川北商工会（平成18年4月合併）が併存する地域となっている。



【交通】

中津川市は、日本のほぼ中央に位置し、東京と大阪の2大都市や、三河地方（太平洋側）、北陸地方（日本海側）の間でもあり、文字通り日本の真ん中のまちである。奈良・平安時代には都と東国を結ぶ東山道がこの地を通り、江戸時代には江戸と京都を結ぶ重要な幹線道路として中山道が整備され、その宿場となった中津川は、中山道や木曾川沿いの地域、飛騨街道や商工会地域となる付知川沿いの地域を結ぶ経済の拠点となった。戦後の車社会を迎えた中では、国道19号の整備、中央自動車道の開通などによる交通アクセスの向上により、東濃東部の工業都市として発展してきた。未来に向けては、（仮称）リニア中央新幹線岐阜県駅（2027年開通予定）や当地域が切望している中津川市と下呂市を結ぶ濃飛横断自動車道の整備などにより、さらなる交通網の充実が見込まれている。

【人口動向の推移】

中津川市における人口は、平成26年4月の中津川市住民基本台帳によると81,820人であったが、令和2年4月には77,919人となり、6年間で3,901人が減少し、減少率は4.8%と、合併時から前回の計画策定時となる平成26年度の減少率（2.3%）と比較し倍増となっている。

また、商工会地域と会議所地域について人口減少率を比較してみると、商工会地域は12.4%、会議所地域は0.1%と商工会地域が圧倒的な減少率の増加となっている。

【人口の推移】

地 域	平成 26 年	令和 2 年	減少率
商工会地域	27,296	23,899	12.4%
会議所地域	54,524	54,020	0.1%
中津川市全体	81,820	77,919	4.8%

(資料：中津川市住民基本台帳)

【主な産業】

中津川市における主産業は、会議所地域においては名古屋都市圏の自動車産業をはじめとする関連産業が数多く立地し、電気機械器具なども含めて、ものづくり産業が盛んであり、近年では交通アクセスの向上や中核工業団地の整備によって各種製造業の立地が進み、県内でも上位の製造品出荷額を誇る工業都市となった。

商工会地域においては、水稻を中心とした農業に加え、特産の夏秋トマトや栗、なす、飛騨牛などの農畜産物の生産に力が注がれている。また、古くから我が国の代表的な寺院・城郭の建築や伊勢神宮式年遷宮の用材等を産出する木曾ヒノキや建築用の良材として知られる東濃ひのき、建築資材として活用される御影石の産地として、林業、木材業、建築業、木工業、石材業が地場産業として根付いている地域である。しかしながら、昨今では木造住宅・木工品・石製品のニーズの減少や地域ブランドとしてこれまで活性に努めてきた「東濃ひのき」や「御影石」の需要減少により、関連する多くの小規模事業者が売上の減少など経営に悩んでいる。他の業種においても大型店やチェーン店の進出、地域外への消費の流出、インターネット・ECサイトの普及による新たな販売形態など、多様化する経営環境の変化に対応出来ていないのが現状である。

【中津川市事業所数の推移】

中津川市全体における事業所数は、平成 24 年度が 4,186 事業所に対し、平成 28 年度には 4,047 事業所（減少率 3.3%）にまで減少している。商工会地域と会議所地域で比較してみると、人口動向と同様に商工会地域の事業所数の減少率が高くなっている。

【中津川市事業所数の推移】

地 域	平成 24 年度	平成 28 年度	減少率
商工会地域	1,575	1,490	5.4%
会議所地域	2,611	2,557	2.1%
中津川市全体	4,186	4,047	3.3%

(資料：平成 24 年度経済センサス活動調査、平成 28 年経済センサス活動調査)

【中津川北商工会の商工業者数（うち、小規模事業者数）】

中津川北商工会の商工業者数は、平成 24 年度が 1,429 件に対し、平成 28 年度には 1,325 件（減少率 7.3%）にまで減少している。うち、小規模事業者数は平成 24 年度が 1,267 件に対し平成 28 年度には 1,163 件となり、減少率が 8.2%と当地域において商工業者のうち事業規模で割合（96%）の高い小規模事業者の減少が高くなっており、当地域の経済を支えている小規模事業者の減少は、今後何もしなければ歯止めが利かないものと予測される。

【中津川北商工会の商工業者数、小規模事業者数の推移】

中津川北商工会	平成 24 年度	平成 28 年度	減少率
商工業者数	1,429	1,325	7.3%
うち小規模事業者数	1,267	1,163	8.2%

(資料：平成 28 年度経済センサス活動調査)

【中津川市総合計画：中期】

基本構想の計画期間は、平成 27 年度から令和 8 年度までの 12 年間となっており、現在実施計画の中期 4 年間に位置する。

目的

中津川市基本計画基本構想に定める将来都市像「かがやく人々 やすらげる自然 活気あふれる中津川」の実現に向けて、令和元年度から令和 4 年度までの 4 年間（令和 5 年からは後期）に取り組む具体的な事業を掲げ、市政運営の指針とする。

構成

重点施策と基本施策の二部構成とする。

重点施策：総合計画に掲げる将来都市像実現に向け、特に優先的・分野横断的に取り組む施策で、まちづくりをけん引する核となる事業を位置づける。重点施策の趣旨としては、リニア中央新幹線開業予定まで 8 年となり、リニアの波及効果を市のまちづくりに活かすためには、開業までにリニア中央新幹線岐阜県駅（仮称）へのアクセス道路や駅周辺整備が重要となる。また、若者の市外への流出が深刻で、地域の活力が失われつつあるため、地域に若者がとどまり、市外からも集まってきてもらい活性化することが重要となる。そのため「リニア開業に向けた基盤整備」と「若者の地元定着・移住促進の強化」を重点施策とする。

基本施策：基本構想でまとめた 3 つの理念に基づき整理した各政策分野の施策で、重点施策に位置付けた事業以外の事業を位置づける。

〔基本構想の体系〕



行政との関り

中津川市が基本構想にある3つの理念を具現化するための施策を打ち立て展開している中、基本理念「3. 活気あふれるまち中津川」に掲げられている、「工業・商業・農林業の振興」、「地場産業の振興」、「地域外交流の推進」など、地域の小規模事業者の持続的発展に大きくかかわる施策であることから、中津川北商工会が行政との関わりの中で役割として担う。これまでも、中津川市が産業競争力強化法により取り組んでいる新規創業者の掘り起こしにおいても、地域内小規模事業者の育成に向けて商工会議所、関係機関と連携を図りながら、地域内の産業を活性化させ、小規模事業者の底上げを図ることで、中津川市の経済活性化に向けて取り組んでいる。

②地域の小規模事業者が共通として抱える課題

【市場や経済情勢の変化に対応できる経営力の強化】

当地域の小規模事業者は、市場や経済情勢が日々変化しているにもかかわらず、危機意識が乏しい小規模事業者が少なくない。これまでと変わらない経営を行っていくことに必死で、変化に対応するために、今何をすべきか、何から手を付けて良いのか正直わからないのが実情である。小規模事業者が個々で抱える経営課題を洗い出して解決していくために事業計画の策定につなげ、意識改革を進め、計画を実行していくことで経営環境の変化に対応していく、経営力の強化が課題である。

【新陳代謝の促進】

中津川市と連携し取り組んでいる、当地域で新規創業を目指す人材の育成や支援、地域に根付いている既存事業を承継する後継者の育成を行っていくことで、次世代の地域の担い手を創出することになり、当地域の小規模事業者数の減少に歯止めをかけることで、地域産業を維持し活性化していくことが必要であるため、新陳代謝の促進が課題である。

【小規模事業者の販路開拓による魅力発信】

当地域には、2027年にリニア中央新幹線が開通予定となっており、この開通によって工業集積やさらなる工業団地の整備により雇用の創出や他地域からの移住定住による人口流入、濃飛横断自動車道の早期整備による観光周遊を通じた観光人口の増加など大きな期待ができることで、中津川市と連携して地域の魅力発信に力を入れて取り組んでいるが、地域の活力を創出している小規模事業者が衰退や減少することは反比例することであり、魅力づくりの大きな損失であるため、地域を支えている小規模事業者の商品・サービスを磨き上げて、新たな販路を開拓し、売上・利益を確保し発展していくことが課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

テーマ

『地域の発展には事業者の発展が欠かせない・

地域と事業者は密接に繋がっている。』

小規模事業者（点）と地域（面）の両面を見据えた「経営力強化による地域内小規模事業者の底上げ」を図る伴走型支援によって「住みやすく魅力のある地域」「小規模事業者が発展しやすい環境」の創出による地域経済活性化を図る。

当地域の小規模事業者を含めて、ほとんどの事業者が地域密着型若しくは「木」や「石」といった豊富な地域資源を活用して事業を営んでいる。従って地域が衰退すれば自ずと地域内小規模事業者の

事業（商売）も成り立たなくなってしまうなど、地域の衰退と小規模事業者の事業の継続は表裏一体の関係であり、まさに「運命共同体」であると言える。今後、人口減少に歯止めをかけることは困難であると考えるが、当地域にはリニア中央新幹線の開通により、リニア駅や車両基地が建設予定のため、工業集積や工業立地の整備を推進することで新たな雇用の創出や、他地域からの移住やUターンなどによる定住への促進などその効果に期待が持たれている。

しかし、現状のまま何もしなければ、当地域内の小規模事業者の衰退や減少が今まで以上に悪化し、「欲しいものが買えない・買う人がいない」「働く場所がない」「住みたくない」「他所に出るしかない」などといった、とても住みにくく、魅力がない地域となってしまう、さらにはリニア中央新幹線開通に伴う効果も活かすことができない地域になってしまう。

そのような状況にならないためにも、小規模事業者には経営に対する意識改革を図っていくことにより、「やる気のある事業者」を増やすことで経営力強化につなげ、全体の底上げを図る。小規模事業者の底上げにより、「魅力ある商品・サービスが得られる地域」「にぎわいがある地域」「住みやすい地域」「地元で働きたいと思える地域」「他所へ自慢できる地域」など地域の活力増加と地域経済活性化が期待できる。小規模事業者の底上げが、住みやすく魅力のある地域づくりといった、地域経済の活性化に繋がり、地域経済が活性化することで、地域内消費の増加や地域外からも消費の流入や雇用の創出に期待ができる。地域が元気になること、イコール小規模事業者が元気になることで、心に余裕が生まれ地域貢献に対する意識も高まる。余裕が生まれることで、地に元々根付いている歴史や文化、自然などの観光資源等を上手く事業に活用することが期待できるなど、小規模事業者にとって地域でさらなる発展しやすい環境作りにつながるなど、当地域における小規模事業者の底上げ支援は10年を見据えて最も重要な支援になると考える。

②中津川市総合計画との連動制・整合性

中津川市総合計画（平成27年度～令和8年度）基本構想に定める将来都市像「かがやく人々 やすらげる自然 活気あふれる 中津川」の実現に向け、3つの理念を下記のとおり掲げている。

基本となる理念	政策の柱
1. 人々が かがやくまち 中津川	①将来を担う人材が育つまち ②健康に暮らせるまち ③温かい福祉のまち ④地域の活力があるまち ⑤いきいきと暮らせるまち ⑥歴史文化に魅力があるまち
2. やすらぐ自然に つつまれたまち 中津川	①災害に強い安全なまち ②きれいで豊かな自然を守るまち
3. 活気あふれるまち 中津川	①働く場があり住み続けられるまち ②便利に暮らせるまち ③世界に向けて情報発信するまち ④市外との交流が盛んで、訪れたいまち

中津川北商工会は赤枠で囲んだ、中津川市の基本理念「3. 活気あふれるまち中津川」に掲げている、①働く場があり住み続けられるまち《工業・商業・農林業の振興》、《地場産業の振興》、④市外との交流が盛んで、訪れたいまち《観光振興》、《地域外交流の推進》については、地域の小規模事業者の持続的発展に大きくかかわる政策でもあり、中津川北商工会が経営発達支援計画に掲げた、小規模事業者に対する長期的な振興の在り方にもあるように、中津川市総合計画との連動制・整合性が非常に高く、同じ方向を見据えた小規模事業者支援が実施可能となっている。

③中津川北商工会の役割

中津川北商工会は、小規模事業者（点）と地域（面）の両面を見据えた「経営力強化による地域内小規模事業者の底上げ」を図る伴走型支援と、「住みやすく魅力のある地域」「小規模事業者が発展しやすい環境」の創出による地域経済活性化を図っていく役割がある。中津川市や関係機関と連携し、最大限効果のある取り組みを実施していくことは言うまでもないが、この地域の小規模事業者を支援する最後の拠り所となる支援機関であることを改めて理解し、小規模事業者の現状をこれまで以上に理解することと、小規模事業者が抱える個々の課題を洗い出し共有して、その課題を解決するために寄り添い経営力強化につながる支援を実施し、改善・修正を加え、繰り返し伴走支援していくことで事業の継続を図っていく役割を果たす。

（3）経営発達支援事業の目標

中津川北商工会が、今後 10 年程度を見据えた小規模事業者の長期的な振興のあり方や役割を踏まえて、経営発達支援事業では今後 5 年間の目標を設定する。

目標 1 小規模事業者の意識改革による経営力強化

当地域の小規模事業者の意識改革を図っていくためには、まずは自社の現状を見つめ直す機会として経営状況を分析し、分析結果の理解を得ることをきっかけとして、今後自社をどうすべきか形に落とし込んでいく事業計画の策定につなげる。これまで事業計画を策定し実行してきた小規模事業者の声として多かったのは、事業に対する意識、経営に対する意識が変わったという声からも、小規模事業者自身で策定した事業計画は将来の姿を明確にすることができ、計画（目標）を基に経営を行うことが、結果自社の売上増加・利益向上につながり、事業の継続に役立つものとなる。策定した事業計画は経営環境等の変化により修正や改善が必要になると考えられるが、計画を確実に実行していくために、計画策定後のフォローは小規模事業者の背中を押せる後押し支援として重要となるため、伴走型による支援を実施し、小規模事業者の意識改革から経営力強化を図っていくことを目標とする。

【具体的な数値目標】

- ①小規模事業者へ地域の経済動向を整理・分析し情報提供を 5 年間で 5 回実施する。
 - ②小規模事業者の経営分析を 5 年間で 300 件実施する。
 - ③経営分析を実施した小規模事業者の事業計画を 5 年間で 260 件策定する
 - ④事業計画を策定した小規模事業者の計画策定後のフォローアップを 5 年間で 260 件実施する。
- ※フォローの頻度は重点的に支援が必要と判断した小規模事業者に対しては 1 か月毎に 1 回以上、計画が軌道に乗ってフォロー頻度を下げても差し支えないと判断した小規模事業者は年に 2 回以上の支援を実施する。事業計画を策定した小規模事業者のうち、年間売上増加 4 件、経常利益 1%アップ 4 件を目標とする。

目標 2 小規模事業者の新陳代謝促進

当地域において創業を目指す人材の育成や創業支援、事業を承継する後継者の育成と事業承継支援を実施することで、次世代の地域の担い手を創出して小規模事業者数の減少に歯止めをかけることが、地域力の継続に役立つものとなる。創業者については、産業競争力強化法の事業を取り組む中津川市が打ち出す施策を活用する等、行政と連携することにより、効果的な地域内創業者及び創業予定者を掘り起こすことができる。事業を承継する後継者は、困難な課題や解決方法など、伴走型支援により事業承継計画の策定につなげ、経営者としての知識やスキルの向上を図るなど、地域内における小規模事業者の新陳代謝を促進していくことを目標とする。

【具体的な数値目標】

- ①創業者の創業計画を 5 年間で 20 件策定し、創業につなげる。
- ②後継者の事業承継計画を 5 年間で 60 件策定し、事業承継につなげる。

目標3 小規模事業者の販路開拓

当地域にはリニア中央新幹線の開通により、リニア駅や車両基地が建設予定のため、工業集積や工業立地の整備が進むことで、新たな雇用の創出や、他地域からの移住やUターンなどによる定住への促進など、その効果に当地域も期待をしている。しかし、当地域内の小規模事業者の衰退や減少がこれまで以上に悪化し、魅力がない地域となってしまうと、リニア効果を活かすことができない地域になってしまう。そのような状況にならないためにも、【目標1】、【目標2】の取組みに加え、経済状況やお客様等のニーズなどを踏まえた小規模事業者の商品・サービスを磨き上げて、新たな販路を開拓していく支援により、売上や利益の増加を図り、小規模事業者の更なる経営力強化につなげ、全体の底上げに役立つものとなる。小規模事業者の底上げこそが、「にぎわいがあって住みやすい地域」となるため、経済動向や需要動向を調査し、新たな販路開拓を図っていくことを目標とする。

【具体的な数値目標】

- ①小規模事業者が地域経済における自社の状況把握のために、経済動向調査を5年間で5回実施する。
- ②需要動向として消費者ニーズ調査を5年間で20社を対象として実施する。
- ③新たな販路開拓支援については、プレスリリース5年間で25回掲載し年間売上を1社あたり10万円増、ビジネスマッチングのモールを活用して成約数5年間で10社、ECショップ等販売支援を5年間で40社実施し年間売上1社あたり10万円増をそれぞれ目標とする。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間 (令和3年4月1日～ 令和8年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

目標1 小規模事業者の意識改革による経営力強化支援に取り組む目標に対する方針

- ①小規模事業者の経営分析に有効な外部環境を国・県・市、関係機関のビックデータ等を活用して、地域の経済動向を分析し、情報提供することで自社の状況を見つめ直し意識改革を図る。
- ②巡回による個別支援やセミナーの開催を通じて小規模事業者の経営状況(売上、利益、顧客動向、経営課題等)を把握して分析する。分析結果を小規模事業者に分かりやすく説明し、今後自社をどうしていくのかを考えることにより「意識改革」「やる気アップ」につなげ、事業の持続的発展に活用する。
- ③事業計画策定は経営状況の分析結果の理解を基に、事業計画の基本から策定に至るまで、セミナーの開催や巡回による個別支援を通じて、小規模事業者自身の将来の姿を事業計画に落とし込み明確にする。策定した事業計画は経営環境等により修正や改善が必要になると考えられるが、計画に基づき実行することで事業の売上増加と利益向上を図る。
- ④事業計画策定後は計画の進捗状況や現状を小規模事業者と共に把握し、実行に向けて必要な施策の活用や情報を提供して課題の解決を図るなど、実行を継続していくために背中を押せる後押し支援を図る。

目標2 小規模事業者の新陳代謝促進支援に取り組む目標に対する方針

- ①創業を目指す人材育成と創業支援は、セミナーの開催を通じて創業ノウハウの習得や創業計画策定を支援して、創業意欲の向上により開業率を高める。また、産業競争力強化法の事業に取り組む中津川市の施策を活用する等、行政との連携により第二創業を含め支援していくことで小規模事業者の増加を図り地域経済の活性化を図る。
- ②事業承継を目指す人材育成と事業承継は、困難な課題や解決方法など具現化するために事業承継

計画の策定を支援し、経営者としての知識やスキルの向上につなげる。地域内における小規模事業者の事業を継続していくためにも事業承継支援の積極的な展開を図る。

③上記①、②の取組みにより地域内の新陳代謝を図り、次の時代を担う小規模事業者を育成して、当地域の維持継続を図る。

【目標3】 小規模事業者の販路開拓支援に取り組む目標に対する方針

①小規模事業者の経営力強化に必要な経済動向や需要動向については、国（全国連）、岐阜県、中津川市等が行う調査結果を踏まえ、小規模事業者に有益な情報を精査して地域内に必要な情報に加工して提供する。また、地元民間金融機関の調査レポートは地域の実情を網羅していることから有効活用する。

②小規模事業者が提供する商品・サービスのブラッシュアップ、新商品開発に反映させるため独自調査したデータや他機関のデータから地域性を考慮した消費者ニーズを分析し、情報提供を行い有効活用する。

③地域内の小規模事業者の新たな販路開拓支援は、小規模事業者全体の底上げ支援として重要な取り組みであるため、メディア戦略、有効な外部モールやサイトの活用、自社のECサイト立上げなど、小規模事業者の特徴を小規模事業者と共有した上で、販路開拓手法を選別し実行する。自社の製品や商品、サービスを見つめ直し、今後何をすべきか事業計画を策定し、計画に基づいた新たな販路を開拓し売上増加・利益向上を図る。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

全国商工会連合会の小規模企業景気動向調査や、行政、金融機関等が公表している資料による情報収集と職員間での共有、及び一部の事業者への情報提供に留まっており、管内小規模事業者に対し広く情報提供は行っていない。

【課題】

各種調査の公表データを活用して収集した情報を整理、分析し、管内の小規模事業者に対して広く情報提供を行うことにより、小規模事業者が地域経済における自社の状況を見つめ直すきっかけを与える。

(2) 目標

	現行	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
地域の経済動向分析の情報提供（回数）	—	1	1	1	1	1

(3) 事業内容

①国が提供するビックデータの活用

限られた経営資源の中で持続的発展が求められる小規模事業者にとって、自社が商圈としている地域内の外部環境を把握することは必要不可欠である。より地域に根差した情報を分かりやすく管内の小規模事業者に伝えるため、経営指導員が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行う。

【分析手法】

地域経済循環マップ-地域経済循環図

地域のお金の流れが「生産（付加価値額）」、「分配（所得）」、「支出」の三段階で「見える化」されているため、各段階の流出・流入の状況を把握することを目的に分析を行う。各段階の流出・流入の状況把握により、今後改善すべきポイントを検討する基礎資料とする。

地域経済循環マップ-生産分析

地域経済への貢献度（生産額・付加価値額・雇用者所得）の高い産業を把握することを目的に分析を行う。今後の産業振興の判断材料とする。

産業構造マップ

産業の現状把握を目的に分析を行う。分析により、地域で強みのある産業を特定することが出来、地域産業施策を検討する基礎資料とする。

まちづくりマップ-From-to 分析（滞在人口）

人の移動を平日・休日別、時間帯別、性別、年代別、流入元・流出元の観点で把握することを目的に分析を行う。様々な属性ごとの人の移動の動向を把握することで、自地域に人を呼び込む施策などを検討する基礎資料とする。

上記の項目を総合的に分析し情報提供することで、自社の経営に対して気づきを与え、経営分析の必要性を喚起する。

②行政や金融機関が提供する調査データの活用

行政や金融機関、地方自治体が提供している地域経済動向に関する調査データを収集し、地域の実情に沿って整理、分析を実施する。

[情報収集先及び分析を行う項目]

情報源	情報収集項目	収集目的
中小企業動向調査 (日本政策金融公庫)	全国的な中小企業の動向	中津川市内の主要産業の動向を 全国規模と比較する
岐阜経済レポート (岐阜県商工労働部)	景気動向、設備投資、個人消費、 観光、雇用	岐阜県内小規模事業者と比較し 中津川市主要業種の傾向分析
中小企業景況調査報告書 (岐阜県商工会連合会)	基調判断、業種ごとのDI 値	岐阜県内小規模事業者と比較し 中津川市主要業種の傾向分析
とうしん景況レポート (東濃信用金庫)	東濃地域の中小企業の動向 (従業員数、観光他)	中津川市及び近隣地域の傾向を 分析

(4) 成果の活用

①国が提供するビックデータの活用、②行政や金融機関が提供する調査データの活用で収集したデータを整理し、分析したデータをレポートにまとめ、当会のホームページに掲載することで、管内小規模事業者に対し広く提供する。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

行政や金融機関、第三者機関による消費動向調査のうち、地域内小規模事業者の経営に役立つような2次データを抜粋して提供しているが、一般消費者や対象顧客の生の声といった1次データを収集する調査はこれまで実施していない。

当地域の小規模事業者、特に地場産業である木材や石材業者の傾向として「職人気質」な事業者が多く、ものづくりの技術力は高い反面、「その商品が本当に消費者ニーズに合っていて求められている商品なのか」といった調査や認識が甘い。結果として「求められている商品・サービス」では無く「自分が売りたい商品・サービス」を提供し続け、思うように売上が伸びてないケースが多々散見さ

れる。

【課題】

消費者や対象顧客からのニーズ（生の声）を1次データとして収集し、2次データと掛け合わせて総合的に分析したものをレポートにまとめて個社に提供することで、マーケットインの考え方を反映した商品・サービスのブラッシュアップ、新商品開発に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

(2) 目標

	現行	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
消費者ニーズの調査対象事業者数	—	4	4	4	4	4

(3) 事業内容

個々の事業者が提供する商品・サービスのブラッシュアップ・新商品開発に反映させるべく、独自に収集した1次データと一般に公表されている他機関が調査した2次データを掛け合わせ、総合的に消費者ニーズを分析したレポートを事業者に提供する。

【想定される2次データの収集先】

内閣府が実施する「全国消費動向調査」	
情報の収集・分析	内閣府が発表している「消費動向調査」の結果を収集し、全国の一般消費者が消費に対してどのような考えを持っているか、またその推移を分析する。商業・サービス業など直接の保有商品等との関連がある小規模事業者に限らず、製造する部品が使用されている商品、保有する技術によって生み出されている商品等の情報を収集することで、最終商品を製造していない小規模事業者も活用することができる。
調査項目	消費者の意識（毎月）、物価の見通し（毎月）、旅行の実績及び予定（6、9、12及び3月）、自己啓発、趣味・レジャー・サービス等の支出予定（6、9、12及び3月）、主要耐久消費財等の保有・買替え状況（3月）、世帯の状況（毎月）
目的	「全国消費動向調査」を活用し、全国的な消費動向から消費者需要を確認する。独自調査によって収集した1次データの情報を合わせて検証することで小規模事業者の販売戦略・商品戦略・広報戦略の立案に活かしていく。

【想定される1次データの収集先】

市場情報評価ナビ「MieNa」	
情報の収集・分析	市場情報評価ナビ「MieNa」を活用し、個社に合わせた市場情報をマイクロ市場で収集、分析する。個社に合わせた商圏内での人口構成、世帯構成、購買力等の数値データを収集・分析することで地域内での需要を推測することができる。これによって個社に合わせた有益な情報提供を行うことができる。
調査項目	都道府県の経済動向、県内・市内の経済水準、指定範囲での市場規模、人口詳細（人口年齢別構成、世帯構成、世帯収入、流入流出、人口伸び等）、業種別事業所数等
目的	市場情報評価ナビ「MieNa」を活用しマイクロ市場での消費動向・購買力、近隣地域においてどのような分野で消費需要があるかを把握し、独自調査によって収集した1次データの情報を合わせて検証することで小規模事業者の販売戦略・商品戦略・広報戦略の立案に活かしていく。

※小規模事業者の業種・業態に応じて、調査の想定を BtoB、BtoC の 2 種類に大別する。
 ※下記に仮定した調査方法はあくまで例であり、業態・業種によって最も適している調査を行う。

【 B to B 】

商談会・展示会を利用したアンケート調査

調査対象小規模事業者が販路開拓のため商談会や展示会等に出展した際、ブースを訪れる企業に対して当該事業者の商品・サービスについてのアンケート調査を実施する。調査項目は事業者と相談したうえで決定しアンケート調査票を作成する。

調査対象	収集項目
商談会・展示会出展時 ブースを訪れる事業者	性能・品質・デザイン・価格・取引条件・改善提案 等

[想定される具体的な商談会・展示会]

イベント名	開催時期	来場者数	概要
IFFT/インテリア ライフスタイル リビング (東京ビッグサイト)	毎年 6 月上旬 ・ 11 月中旬	17,574 人 (2018 年 11 月実績)	ライフスタイル提案型のインテリア総合国際見本市。小売はもちろん、設計・建築関係、デザイナー、ホテル、レストランなどの来場者が多い。
Rooms EXPERIENCE (五反田 TOC ビル)	毎年 9 月上旬 ・ 2 月中旬	約 20,000 人	日本最大級のファッションとデザインの合同展示会

[想定される調査の具体例]

当地域の地場産業である木工品を製造し B to B にて販売を行う事業者を調査対象と仮定する場合、以下のような概要にて調査を行う。

調査概要	
調査対象	展示ブースを訪れたバイヤーや卸売業者等
調査手法	実際に商品を見て、触れて頂き、評価・意見を項目ごとにアンケート方式でヒアリングする。
調査項目	性能・品質・デザイン・価格・取引条件・改善提案 等
調査結果の分析 ・活用方法	調査結果は商品のブラッシュアップや新商品開発に活用する。単純集計だけでなく、調査項目から 2 軸を設定しポジショニングマップにプロットする等、各調査項目の関係性を分析することで製品評価を行う。
サンプル数	20 件 (1 社当たり)

【 B to C 】

地域内イベントを利用したアンケート調査

地域内の大型イベントにて、エンドユーザーに対しアンケート調査やテストマーケティングを実施する。各種イベントの来場客属性を鑑み、調査を実施するイベントを決定する。

[想定される地域内イベント]

イベント名	開催時期	来場者数	概要
つけち森林の市	毎年 5/3.4.5	約 10,000 人	木材・木工・林業・建築業を PR するイベント。飲食店も多数出店。老若男女問わず幅広い世代の消費者が集まる。

つけち全国レディースクラフトフェア	毎年 10 月第 3 土・日	約 15,000 人	全国の女性作家限定のクラフト作品を展示・販売し、RR するイベント。飲食店も多数出店し。世代は幅広く、女性客が多い。
-------------------	----------------	------------	--

[想定される調査の具体例]

当地域特産品である栗を使った新商品を開発するため、ターゲットである女性客に対してアンケート・テストマーケティングを実施すると仮定した場合、以下のような概要にて調査を行う。

調査概要	
調査対象	20 代～40 代の女性
調査手法	開発途中のスイーツを来場客に試食してもらい、率直な感想を聞き取り方式のアンケートで回答を求める。
調査項目	味、見た目、価格、改善してほしい点、自由意見
調査結果の分析・活用方法	調査結果は、商品のブラッシュアップに活用する。単純集計だけでなく、年齢・性別ごとにクロス分析を行う事で消費者ごとの傾向を把握する。これにより、自社商品を支持している消費者層と設定ターゲットに違いがないか確認することができ、商品の改良に役立てることができる。
調査場所	つけち全国レディースクラフト（来場者実績 15,000 人）
サンプル数	50 件（1 社当たり）

(4) 事業内容

調査の実施により収集した情報を整理、分析したものをレポート形式にまとめ、当該事業者に対し提供する。提供した情報を基に個々の商品・サービスのコアターゲット、市場のニーズにズレはないか、消費者のもつ客観的な意見やニーズを商品・サービスの改良や改善に活かすことができないかの検討材料とする。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状では、決算支援や巡回支援を通じて約 500 事業所について売上や利益の状況は把握できているが、機会があるに関わらずローカルベンチマーク等を活用した一歩踏み込んだ経営分析の実施件数は現状では限られており、経営分析の必要性について事業者理解をしていただく説明ができていない。

【課題】

経営状況分析は、自社の事業を客観的に把握するために有効な取り組みであるにも関わらず、これまで事業者に対して、あまり関心が示されず軽視されがちといった理由で経営分析の啓発に努めていただくための説明を積極的に行ってこなかった。今後は巡回、窓口相談時、各種セミナーや記帳指導等の機会に、経営全体の分析の必要性について積極的に訴えていくよう改善し、小規模事業者の経営分析に対する意識改革を図り、経営分析結果を事業者へフィードバックしていく。

(2) 目標

[経営分析の実施目標]

	現行	令和 3 年度	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度
経営分析数	9	52	56	60	64	68

(3) 事業内容

①経営分析実施事業所の掘り起こし

職員の巡回や窓口相談を受けた際に必要性を促し経営分析に興味・関心を持っていただき経営分析の実施へ繋げる。

掘り起こし手法について

- ・日々の巡回指導や窓口相談で経営分析の必要性を説明し関心を高めるように努める。
- ・記帳機械化システムの利用事業者に対する毎月の記帳指導時や決算申告指導時を活用して、数値の変動や比較を示すことで、経営分析への関心を高め、より多くの事業者へ経営分析の重要性を認識してもらう。
- ・業績が悪化傾向にある事業所や、金融相談、補助金申請相談等に絡む事業所には特に重点的な経営分析を推奨していく。
- ・地域経済動向レポートやホームページで経営分析の必要性を分かりやすく情報発信をし、経営分析に対する関心を高める。

②経営分析の実施

①にて掘り起こした事業者に対し、より詳細な分析結果が得られる経営分析の提案についても行っていく。

[分析を行う項目]

分析の種類	分析内容
定量分析	財務諸表情報から収益性、安全性、生産性、成長性、効率性について分析し、財務上の強みや弱みを事業者へフィードバックする。
定性分析	外部環境情報における機会と脅威について、内部環境における強みと弱みについて SWOT 分析を行い、クロス SWOT 分析により事業の方向性や課題を検討する。

分析手法

事業所状況（業種や事業規模）に応じて以下の分析手法等を選定し事業所の健康診断を行う。

- ・「ローカルベンチマーク」の活用。
- ・「事業所支援システム（岐阜県商工会連合会作成）」の活用。
- ・「経営自己判断システム（J-NET21）」の活用。
- ・「会計ソフト」の分析資料の活用。（記帳自計化、記帳機械化の事業所を想定）

③成果の活用方法

- ・経営課題等を把握して解決に必要とする経営改善事項、支援方針を明確化する。
- ・小規模事業者へ分析結果を书面化してフィードバックすることで、事業者の方に定性面・定量面の視点から現在の経営状況を理解していただく説明を行い、併せて事業計画策定の重要性について説明していくことで事業計画策定支援へと繋げていく。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状の事業計画策定支援は、補助金申請を契機に事業計画を策定するケースが多い。補助金の獲得が目的となってしまっており、本来の意義である自社の現状（強み・弱み等）や経営環境（需要動向・経済動向等）を見据えた事業計画の策定支援が継続的に行われていない現状である。

また、これまでも事業計画策定セミナーの開催や巡回・窓口相談の折に計画策定の重要性を訴えか

け積極的に支援に繋げてきたが未だ一部の事業者に限られており、管内事業所の多くの事業者が事業計画の策定を行っておらず、事業計画に基づいた計画的な経営を行えていないことが現状である。

【課題】

補助金申請を目的・契機として事業計画の策定を目指す事業者に対しても、本来的な事業計画の目的、自社の現状（強み・弱み等）や経営環境（需要動向・経済動向等）を見据えた計画的な経営を続けていくための事業計画策定の意義・重要性を訴えていく事業者の意識改革を促していくことが課題である。

これまでも事業計画策定の重要性を訴えかけてきたが、今後は巡回・窓口支援の際に事業計画策定の重要性の説明を一層強化して行っていく、より多くの事業者に計画的な経営を行っていくための継続的な支援を行っていくことが課題である。

（２）支援に対する考え方

事業者に対し事業計画策定の意義や重要性を説明するだけでは、意識改革を促せるわけではないため、事業計画策定セミナー内にて意識向上のカリキュラムを設けることや、セミナー内にて自身で計画策定を検討するカリキュラムを設け事業計画策定を目指す。

補助金申請を契機とした事業計画策定支援の際は補助金を目的とした計画策定とならないよう、本来的な事業計画の目的・必要性について事業者へ入念な説明を行い、事業計画策定の前段階の「3.」「4.」による分析を実施し経営上の課題解決に向けた本来的な事業計画策定支援を実行することを目指す。

（３）目標

事業計画、創業計画、事業承継計画の策定支援について下記の目標を定める。

内 容	現 行	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
事業計画策定件数	84	28	32	36	40	44
創業計画策定件数	13	4	4	4	4	4
事業承継計画策定件数	5	12	12	12	12	12
計画策定合計	102	44	48	52	56	60

※事業計画策定件数・創業計画策定件数の目標数値を下方修正した理由

現行（令和元年実績）については、補助金や融資等を契機とした本来的な事業計画とは言えない計画策定件数を含めた実績値となっている。本来の意義である自社の現状（強み・弱み等）や経営環境（需要動向・経済動向等）を見据えた事業計画のみを計画策定件数として計上する方針に変更するため、結果として目標数値を下方修正することとなった。

①事業計画策定支援

1)経営指導員による事業計画の策定支援

【支援対象】

地域内事業者

【支援手段・手法】

経営状況の分析を行った事業者へ対し事業計画の策定支援を実施する。

事業計画の策定については「3.」「4.」により分析から把握した経営上の課題を解決するための事業計画策定の推進を図る。

2) 事業計画策定セミナーの開催（既存取組の強化）

【支援対象】

地域内事業者（経営分析を行った事業者・事業計画策定に関心のある方）

【支援手段・手法】

経営分析を行った方、これから計画策定を検討している事業者を対象とした「事業計画策定セミナー」を開催し、事業計画の意義や重要性を理解していただき、事業計画の基本から策定までを行う。更なる計画へのブラッシュアップが必要な場合には職員によるフォローアップを行う。それでも困難な課題や解決方法が見出せない場合などは、各種支援機関との連携や、専門家派遣の活用により助言を受けながら支援を行う。

事業計画策定セミナーの概要

対象者	地域内事業者
開催目的	事業計画策定に向けた意識改革 参加者自身で事業計画を検討して策定いただく
募集方法	ホームページ、Facebook、商工会広報誌、個別 DM にて
カリキュラム	○事業計画とは ○自社の現状を知る ○事業計画を策定する① ○事業計画を策定する②
開催数	4回コース 年1回
参加者	10名ほど

②創業計画策定支援

1) 創業者の掘り起し

- ・チラシや広報誌、ホームページ、ブログ、Facebook などによる情報発信を行う。
 - ・創業支援に特化した産業競争力強化法の事業に取り組む中津川市や金融機関などと連携を図ること
- とで、より効果的な地域内創業者及び創業予定者の掘り起しを行う。

連携機関	連携による効果
中津川市	<ul style="list-style-type: none"> ・広報誌への掲載や折込みによる情報発信 ・窓口でのチラシによる情報発信 ・メール配信やホームページへの掲載による情報発信 ・市への創業相談者を商工会へ斡旋する
金融機関など	<ul style="list-style-type: none"> ・機関紙への掲載による情報発信 ・窓口でのチラシによる情報発信 ・ホームページへの掲載による情報発信 ・創業相談者を商工会へ斡旋する

2) 創業計画策定セミナーの開催

【支援対象】

当地域内での創業予定者や第二創業、創業間もない経営者

【支援手段・手法】

- ・5回コースのセミナーを開催し、創業の基本から計画策定までを行う。
- ・更なる計画へのブラッシュアップが必要な場合には個別支援にて対応する。
- ・創業における店舗設計、レイアウト、内装、外装、色彩などにおける専門分野に特化した支援については各種支援機関との連携や、専門家派遣を活用する。

創業計画策定セミナー概要	
対象者	創業予定者や第二創業、創業間もない経営者
開催目的	創業に対する準備を行い、円滑な操業を促進する
募集方法	ホームページ、Facebook、地域情報誌への掲載、新聞折込、各所へのポスター設置
カリキュラム	<ul style="list-style-type: none"> ○創業計画書の書き方 ○資金計画、収支計画の検討 ○今の自分を知る ○夢を描く、夢の具現化 ○創業計画の発表 ※ドリームマップ作成によるセミナーを想定
開催数	5回コース 年1回
参加者	10名ほど

③事業承継計画策定支援

1) 事業承継案件の掘り起し

- ・把握した小規模事業者の経営状況結果に基づき、事業承継や後継者育成が必要と思われる小規模事業者を中心に巡回や窓口支援において掘り起しを行う。
- ・チラシや広報誌、ホームページ、ブログ、Facebook などによる情報発信を行う。

2) 新陳代謝の促進支援（新規取組）

- ・事業主や後継者をターゲットとした事業継続や後継者育成に対する知識やスキルの向上を図る。
- ・困難な課題や解決方法が見出せない場合などは、各種支援機関との連携や専門家派遣の活用により助言を受けながら支援を行う。
- ・状況により円滑な事業廃止も視野に入れた支援を行う。
- ・後継者難により社外へ後継者を求めるなどの事業引き継ぎ案件については、「あとつぎデータバンク（岐阜県商工会連合会）」や「岐阜県事業引継ぎ相談窓口（岐阜商工会議所）」と連携して支援を行う。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現状は事業計画を策定した事業者に対し、必要性に応じた頻度にてフォローアップを行っている。しかし、事業計画のフォローアップとしては、補助金の進捗状況の管理に留まっているケースが多く、事業者の持続的発展に貢献するような伴走型支援に繋がっていないケースが多いのが現状である。

【課題】

フォローアップを実施する中で、事業者からの次の要望に応じることを待つ受け身の支援ケースが多く、当会から事業者に対し更なる事業発展に向けた取り組みや施策の提案など積極的なアプローチを行っていくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定したすべての事業者を対象にフォローアップを実施し、立案した事業計画における実行作の進捗管理や実行支援、その効果を高めるための検証・改善提案、定期的な計画の見直し等でPDCAを意識した事業者の更なる事業発展に向けた攻めの伴走型支援を行っていく。

(3) 目標

	現行	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
事業計画 フォローアップ 対象事業者数	11	28	32	36	40	44
創業計画 フォローアップ 対象事業者数	0	4	4	4	4	4
事業承継計画 フォローアップ 対象事業者数	17	12	12	12	12	12
フォロー対象 全事業者数	28	44	48	52	56	60
頻度 ※1	2～12回/ 件	2～12回/ 件	2～12回/ 件	2～12回/ 件	2～12回/ 件	2～12回/ 件
フォローアップ 延べ回数 ※2	49	176	192	208	224	240
売上増加事業者数	未実施	4	4	4	4	4
経常利益率1%増加 の事業者数	未実施	4	4	4	4	4

※1 フォローアップ頻度は重点的に支援が必要と判断した事業者に対しては1か月毎に1回以上、計画が軌道に乗っており頻度を下げても差し支えないと判断した事業者は年に2回以上の指導を行う。

※2 フォロー対象全事業者に、3か月毎に1回のフォローアップを行ったと仮定したときの回数。

(4) 事業内容

経営指導員によるPDCA支援

立案した事業計画における実行作の進捗管理や実行支援、その効果を高めるための検証・改善提案、定期的な計画の見直し等でPDCAを意識した事業者の更なる事業発展に向けた攻めの伴走型支援・新たな課題などの発生により対応が困難な場合は各種支援機関との連携や、専門家派遣の活用により助言を受けながら支援を行う。

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当地域では商品・サービスの技術力・商品力はあるものの、販路開拓の手法や必要性の認識が甘いことにより営業力・宣伝力が弱く、十分な販路開拓が行えていない小規模事業者が数多く散見される。これまで当会では商談会・展示会への出展支援やホームページ作成支援、その他個社ごとに販路開拓支援を実施してきたが「展示会に出展する」等の施策自体が目的になり、その後の成果の検証やフォローを怠ることが多々あった。また、経営指導員主導による一部の事業者に対する過度な支援により、管内小規模事業者の本質的な意識改革に寄与していない現状もある。

【課題】

販路開拓の必要性や手法を指導した上で実施する具体的施策と、実施後の効果検証・フォローによ

り、効果的な販路開拓支援を実施する。

(2) 支援に対する考え方

多様化する顧客ニーズに幅広く対応するため、支援内容は商談会・展示会の出展に限定せず、ITを活用した新たな販路開拓支援やプレスリリース等の広報手段を活用した販路開拓の支援等、多様な手段を使って小規模事業者の販路開拓支援を実施する。

また、販路開拓の成果を売上増加や顧客獲得という可視化された数字で小規模事業者に実感して頂くことにより販路開拓の必要性や手法に気付きを与え、小規模事業者自身で「稼ぐ力」を付けて頂けるような支援に重きを置く。

(3) 目標

	現行	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①メディア戦略支援						
①-1 メディアへの掲載数	—	5回	5回	5回	5回	5回
①-2 売上額/社	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②ITを活用した販路開拓支援	—	5社	5社	6社	6社	7社
②-1 (BtoB) マッチング成約数	—	2件	2件	3件	3件	4件
②-2 (BtoC) 支援事業者数	—	8社	8社	8社	8社	8社
②-2 (BtoC) 1社あたりの売上増加額	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円

(4) 事業内容

①メディア戦略支援

新商品・新サービス開発、創業、新たな事業展開時等、小規模事業者の様々な局面で販路開拓に寄与する話題創出のためのメディア戦略を実施する。具体的には、個別案件ごとに商工会からマスメディア（新聞社、テレビ局）に対してのプレスリリース実施、また小規模事業者自身が効果的で訴求力の高いプレスリリースが作成できるように作成方法の指導を行う。

概 要	
対象者	新商品や新サービス開発、創業、新たな事業展開時等、訴求案件がある事業者（全業種）
内 容	<p>プレスリリースの基礎知識、記事の作成方法等などについて、必要があれば専門家派遣も利用しながら個別指導を実施する。また、小規模事業者が個社でメディアに取り上げてもらえるように依頼することはハードルが高いため、話題になりそうな商品・サービスを提供する事業者の中で希望する事業者には当会からプレスリリースを実施する。</p> <p>(当会発信の主なプレスリリース先)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・メ〜テレ報道部 ・中京テレビ報道部 ・東海テレビ報道部 ・NHK 多治見報道室 ・岐阜新聞、岐阜放送 ・三野新聞社 ・中日新聞 ・朝日新聞 ・読売新聞 ・毎日新聞

②IT を活用した販路開拓支援

多様化する現代の市場、また新型コロナウイルス感染症がもたらした「新たな日常」が商談会や展示会の在り方が形を変える昨今において、販路開拓における IT 活用は必要不可欠となっている反面、当会管内の小規模事業者の多くが、IT に対する知識や活用ノウハウが不足している現状である。これを踏まえ、小規模事業者が自身で IT を用いた販路開拓をすることができるよう、当会が支援を実施する。

※小規模事業者の業種・業態に応じて、販路開拓の施策を BtoB、BtoC の 2 種類に大別する。

【 B to B 】

ザ・ビジネスモールによる WEB 上でのビジネスマッチング支援

※ザ・ビジネスモールとは・・・日本全国の企業を応援する商取引支援サイト。日本全国 400 超の商工会議所・商工会（登録団体）が会員事業所の経営支援を目的に共同で運営。商工会議所・商工会の会員企業同士のビジネスマッチングを促進する。

概 要	
対象者	B to B を販路とする事業者
内 容	ザ・ビジネスモールへの企業情報登録を斡旋し、商工会のネットワークを活かした全国規模でのビジネスマッチングを推進する。また、ビジネスマッチングに際して WEB 上での効果的な自社 PR 方法や営業手法についても個別支援を実施する。

【 B to C 】

EC サイト活用による販路開拓支援

EC サイトの新設・運用に関しては、全国商工会連合会が開設する「ニッポンセレクト.com」や民間の EC プラットフォーム、また自社 EC サイトの立ち上げを支援することで、近隣地域だけでなく全国規模の販路開拓を行う。EC サイトの立ち上げだけでなく、WEB 広告や SNS を用いた集客手法、効率的な運用方法についても個別に指導を行う。

概 要	
対象者	B to C を販路とする事業者
内 容	小規模事業者が自社で IT を活用し販路開拓を行えるようにするため個別支援を実施する。EC サイトに関しては、個々の事業者の業態に合わせたプラットフォームの選択や、運用方法、SNS の導入・活用を含めた販売戦略等について、必要があればぎふネットショップ総合支援センターの活用や、WEB マーケティングの専門家の意見も取り入れながら支援を行う。

8. 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

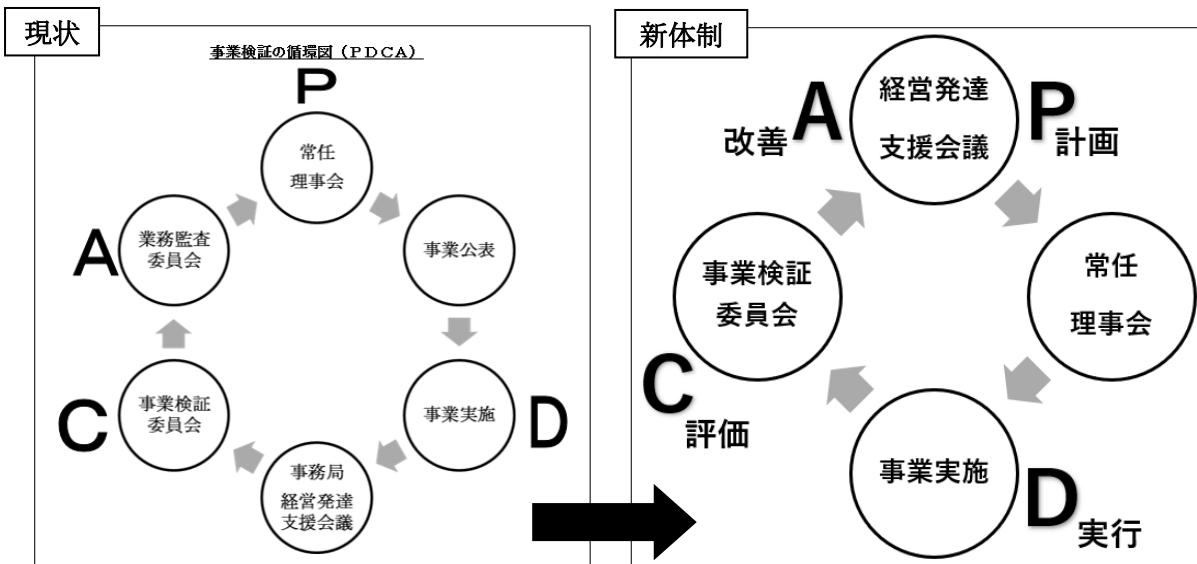
(1) 現状と課題

【現状】

中津川北商工会では、事業の評価及び見直しに関して事務局段階（経営指導員等）での支援業務内容の共有や意見交換はできているが、検証までに至っていない現状がある。さらに、事業検証委員会は、商工会組織内の部会や委員によって構成されているだけで、当初計画の行政関連や地域団体・専門家等を交えての評価・検証は実施できておらず、業務監査委員会への提案や委員会からの会長への提言もできていない。

【課題】

当初計画の事業検証 PDCA サイクルを現実的な形式に変更し、全体的な実施体制を再検討することが課題である。



- ※経営発達支援会議・・・事務局長と法定経営指導員と経営指導員で構成される。
- ※常任理事会・・・常任理事と事務局長と法定経営指導員と経営指導員1名で構成される。

(2) 事業内容

- ・経営発達支援事業の進捗状況や検証・評価を行うために、当会の常任理事と中津川市商工観光部長等、法定経営指導員、外部有識者である中小企業診断士等をメンバーとする「事業検証委員会」を半期ごとに開催する。
- ・事業検証委員会の評価結果は、当会理事会にて報告を行い、事業実施方針等を反映させるとともに、HP を活用して地域小規模事業者が閲覧可能な状態とすることで周知を行う。

[中津川北商工会事業検証委員会の概要]

概 要	
構成人員	中津川北商工会 常任理事 (8名) 会長・副会長 2名・支部長 5名 中津川北商工会 事務局長 中津川北商工会 法定経営指導員 中津川北商工会 経営指導員 (3名) 中津川市商工観光部 部長 中津川市商工観光部 商業振興課 課長 中津川市商工観光部 工業振興課 課長 中津川市商工観光部 観 光 課 課長 【外部有識者】 中小企業診断士 (1名)・・・5年間委嘱予定
開催頻度	半期ごとに開催

9. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

経営指導員等の支援スキル向上を目指し、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び岐阜県商工会連合会主催の「経営支援に関する研修会やセミナー」に計画的に参加、その他必要に応じて国・岐阜県・中津川市・各団体が主催するセミナーなどへ参加する事で、経営支援に必要な知識・教養を習得し組織全体の底上げを図っている。

【課題】

指導員数の見直しにより 10 年前と比較すると指導員数は半減して 4 名となっているため、従来どおりの小規模事業者支援を行うための支援力向上と支援の効率化が課題である。

(2) 事業内容

①研修会及びセミナーへの積極的参加

経営指導員等及び職員全体で従来の経営改善普及事業に必要な知識・教養に加え、小規模事業者の持続的発展や経営改善に資する支援ノウハウの習得に有益なセミナーや研修会へ年 2 回以上参加し、参加後に職員間での情報共有を図り、組織全体の支援スキル向上を図る。

②経営指導員等会議

経営指導員等の個々が研修会やセミナーなどにより習得したノウハウや、個社支援により得た小規模事業者の経営分析結果などを共有し、更なるスキルアップに繋げるために定期的（週 1 回、年間 40 回）に経営指導員等会議を開催する。

③データベース化

担当経営指導員等が基幹システムに窓口と巡回で行った経営支援内容について商工会独自のルールに従って適宜入力し、職員全体で支援中の小規模事業者の状況を共有することで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにする（支援の効率化）。

10. 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) 現状と課題

【現状】

これまでの取組は①岐阜県商工会連合会支援室との連携により、経営指導員等が巡回などを通じて小規模事業者の支援要望や内容把握をし、連携しての支援や状況に応じて専門家派遣による支援を実施してきた。また年 3 回支援室との打合せ会議で連携を密にし、支援内容の共有、職員研修を必要に応じて行うことで支援レベルの向上が図られた。②行政との連携を密にした結果、中津川市創業者補助金の創設や補助制度創設前の素案作成に関わるなど成果があった。

【課題】

高度化する小規模事業者支援に対し、更なる支援レベルの向上を図るため、他の支援機関との連絡調整、役割分担など連携を今以上に密にして支援を行うことが課題である。

(2) 事業内容

事業者支援のノウハウ、支援の現状などを他の支援機関との連携を行うため、岐阜県商工会連合会との情報交換会の開催、行政との情報交換を定期的に行い支援力向上に努めていく。具体的には下表の各組織と連携、情報交換を図ることで円滑な経営発達支援事業の推進を行うこととする。

①岐阜県商工会連合会との情報交換会

概 要	
開催頻度	年 5 回（岐阜県商工会連合会×1 回、広域支援室×4 回）

参加機関	中津川北商工会、岐阜県商工会連合会、岐阜県商工会連合会、ブロック広域支援室
目的	商工会職員の支援力向上に資するための情報交換、情報の共有と講習会等各種事業の共同開催の実現を目的とする。
連携内容	地域内の支援動向・経済動向などについての情報交換、各種事業・施策の情報交換、職員研修会の実施による支援ノウハウの取得を目的に実施。
効果	職員の支援スキル向上により、より高度な支援の実施が可能となる。

②行政・地域内経済団体連携会議

概 要	
開催頻度	年 2 回
参加機関	中津川北商工会、中津川市商工観光部、中津川商工会議所
目的	中津川市内商工団体として中津川市の施策対応、支援事業について市商工観光部（部長、各課長）、中津川北商工会・商工会議所（事務局長、指導員代表）による情報交換、打合せ会議を実施。
連携内容	中津川市施策の円滑な実施に向けた内容協議、地域内小規模事業者には有益な施策の提案。
効果	意見交換を行うことで行政、商工団体の意思疎通を図り、市施策の円滑な実施が行われる。

1 1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当地域では後継者不足や売上減少による廃業等により小規模事業者が減少し、地域経済の活力が失われつつある。これまでは地域経済活性化のためには小規模事業者（点）と地域（面）の両面から、伴走型支援により持続的発展が図られるよう①地場産業活性化支援（既存取組の強化）として地域の特産品販売イベントの実施、②木材業、建築業活性化事業として地域直送住宅 PR 事業、③女性のものづくり PR と地域外交流推進事業、④石材業活性化事業 といったイベントを中心とした支援と、商店街活性化事業支援を通じて地域商業振興や地域経済活性化を図ってきた。

【課題】

商工会職員の減少により事務局として地域イベントへの参画することが難しくなり、今後地域活性化イベントは、商工会役員や地域まちづくり団体を中心とした実施体制を確立していく必要がある。商工会職員は小規模事業者に対する支援による地域活性化に軸足を置いていく必要がある。

(2) 事業内容

地域活性化イベントの事務局移行までに伴うノウハウの提供を「北部地域まちづくり連絡協議会」と連携を密にしながら 1～3 年間かけて行い、今後も実行委員会への参画することによりイベントの効果を高める実施サポートを行う（下表参照）。

新たな取組として中津川市総合計画にもある「活気あふれるまち中津川」に掲げられた①工業・商業・林業の振興、②地域産業の振興、③地域外交流の推進、について中津川市と連携を図り実施していく。

【北部地域まちづくり連絡協議会との連携】

概 要	
開催頻度	年 1 回
参加機関	中津川北商工会、中津川北部地域まちづくり各団体

目的	連絡協議会の運営について随時協議を行い、年1回地域情報、産業情報などについて情報交換を行う。
連携内容	各地域の団体に商工会役員が団体役員として参画する。
効果	各地域の産業の振興、各種事業の提案など、住民団体と連携して行うことで北部地域まちづくり連絡協議会の事業が活性化し、北部地域全体の地域産業の活性化が図られる。

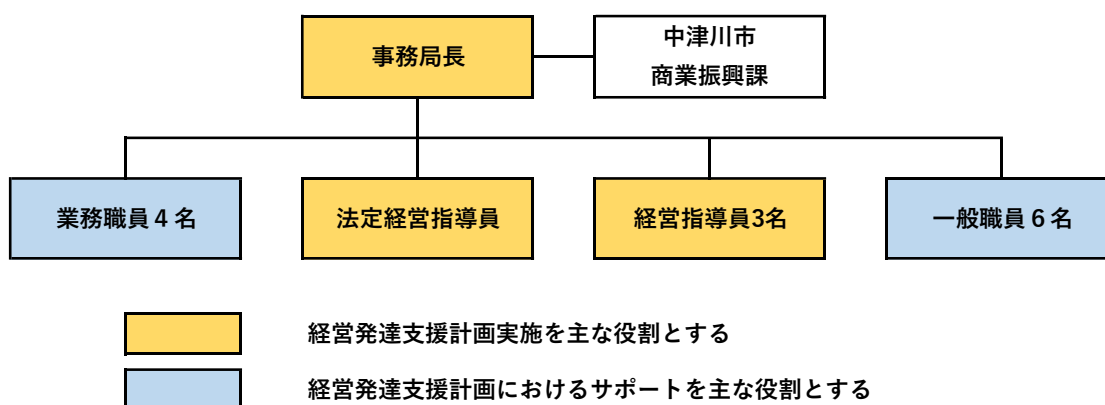
(別表2)

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

(令和2年11月現在)

(1) 実施体制 (商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制等)



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

① 当該経営指導員の氏名、連絡先

氏名：松下 暁紀

連絡先：中津川北商工会 TEL：0573-82-2560

② 当該経営指導員による情報の提供及び助言 (手段、頻度 等)

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

① 商工会／商工会議所

中津川北商工会

〒508-0351

岐阜県中津川市付知町 10832-1

TEL：0573-82-2560 / FAX：0573-82-2279

E-mail：nakakita@ml.gifushoko.or.jp

② 関係市町村

中津川市 商工観光部 商業振興課

〒508-0032

岐阜県中津川市栄町1番1号 中津川市にぎわいプラザ4階

TEL：0573-66-1111 (内 4266) / FAX：0573-65-3367

E-mail：shougyou@city.nakatsugawa.lg.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)

	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
委員会等謝金・旅費	50	50	50	50	50
専門家謝金・旅費	850	850	850	850	850
職員旅費	150	150	150	150	150
通信運搬費	400	400	400	400	400
印刷製本費	350	350	350	350	350

(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
国補助金、岐阜県補助金、中津川市補助金、会費収入、事業収入

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあつては、その代表者の氏名	
連携して実施する事業の内容	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
①	
②	
③	