

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	恵那市恵南商工会（法人番号 5200005009573） 恵那市（地方公共団体コード 212105）
実施期間	令和3年4月1日 ～ 令和8年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 ○小規模事業者の経営基盤の強化 ○地域経済の活力と発展の推進 ○伴走型支援拠点としての役割の拡大並びに拡充
事業内容	経営発達支援事業の内容 3-1. 地域の経済動向調査に関すること 国が提供するビッグデータの活用、管内地域経済動向調査の収集・分析を行い、レポートにまとめ小規模事業者に広く提供する。 3-2. 需要動向調査に関すること 展示会等に参加する事業者の商製品に対し需要動向調査を実施し、調査結果を分析し事業者にフィードバックを行う。また、外部機関の調査データを収集し事業者に提供する。 4. 経営状況の分析に関すること 経営分析実施事業者の掘り起こしを行い、経営分析の実施に繋げる。経営分析による事業計画策定を推進する。 5. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定セミナーや創業セミナーの開催による事業計画策定支援を行う。計画的な事業承継が行えるよう、経営指導員等による事業承継計画策定支援を実施する。 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画が計画に沿って実行出来るよう事業者に寄り添った伴走型支援を実施する。 7. 新たな販路開拓に寄与する事業に関すること 展示会やイベント等への参加を促進する。IT を活用した販路開拓支援やメディア戦略支援を実施する。
連絡先	恵那市恵南商工会 〒509-7731 岐阜県恵那市明智町443番地4 TEL：0573-54-2902 FAX：0573-54-3703 E-mail：enashikeinan@ml.gifushoko.or.jp 恵那市商工観光部商工課 〒509-7292 岐阜県恵那市長島町正家一丁目1番地1 TEL：0573-26-2111 FAX：0573-25-6150 E-mail：info@city.ena.lg.jp

(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現状

< 恵那市の概要 >

岐阜県恵那市は名古屋市の中心部からおよそ 60 キロメートル、岐阜県南東部に位置し、愛知県と長野県に隣接した、山紫水明の豊かな自然に恵まれた地域です。面積は 504. 24 平方キロメートルで、その約 78% を山林が占めています。東には恵那山、南には焼山、北には笠置山に囲まれ、また、山あいには木曾川や阿木川、矢作川などが流れ、四季折々の姿を楽しむことができます。大正 13 年に木曾川をせき止めて作られた大井ダムと恵那峡周辺は、県立自然公園に指定されています。その他、阿木川ダムや矢作川ダム、小里川ダムなどのダムもあり、ダムが多い市として知られています。

歴史的な観光資源としては、中心市街地を横断する中山道大井宿、南部には 800 年の歴史をもつ女城主の城下町の岩村町、レトロな雰囲気漂う日本大正村がある明智町があります。これらは、第三セクター運営されている全長 25. 1 キロメートルの明知鉄道によって結ばれています。

平成 16 年 10 月、旧恵那市と恵那郡の 5 つの町村（岩村町・山岡町・明智町・串原村・上矢作町）が新設合併し、新恵那市として誕生しました。

行政として一つになりましたが、経済団体としては、旧恵那市は恵那商工会議所、旧恵那郡（岩村町・山岡町・明智町・串原村・上矢作町）は恵那市恵南商工会が管轄しています。



管内地域	特徴
明智町	自動車関連・碼子等を中心とする製造業と観光産業で観光に力を入れている。 < 日本大正村年間入れ込み観光客数 > 平成 27 年：237, 278 人、平成 30 年：228, 539 人
山岡町	寒天と陶土関連産業が中心。天然細寒天は全国シェア約 80% であるが寒天業者は 11 業者と減少している。
岩村町	商業・観光産業で日本三大山城の岩村城址がある城下町で、全国で 48 番目に国の重要伝統的建造物群保存地区となっている。年間を通じて多彩なイベントを開催するなど、観光交流人口が増加している。 < 岩村城下町年間入れ込み観光客数 > 平成 27 年：99, 410 人、平成 30 年：334, 654 人 平成 30 年、NHK「連続テレビ小説」の舞台地になって以降、観光客が急増している。

上矢作町	林業関連。総面積のうち森林面積が 90%以上で、清流「矢作川」が流れ、かつては製材などの木材産業が活気をみせていたが、木材価格の下落により衰退している。
串原	温泉施設を中心として、ゴルフ場やオートキャンプ場等の観光に力を入れている。 <くしはら温泉ささゆりの湯年間入れ込み観光客数> 平成 27 年：95,872 人、平成 30 年：81,286 人

<交通>

恵那市は中央自動車道の恵那 IC と JR 中央線の恵那駅があり、それぞれ名古屋市まで 1 時間で行くことができます。商工会管内から恵那市中心地までは 15 分から 30 分程度で行くことができます。

恵那市の基幹道路として国道 19 号線があり、管内では国道 257 号線・363 号線・418 号線などの道路網により、恵那市内・瑞浪市・愛知県豊田市・長野県等の近隣地域へのアクセスが良い地域です。

その他に、恵那市内を縦断する第 3 セクターの明知鉄道が恵那駅から明智駅まで通っており、学生や沿線に住む市民が利用しています。

2027 年にはニア中央新幹線が東京から名古屋まで開業が予定されており、恵那市に隣接する中津川市西部に中間駅の岐阜県駅（仮称）と車両整備基地が設置されることになっています。首都圏をはじめとする全国各地とのアクセス環境が飛躍的に向上し、地域間交流の活性化によって地域の観光や産業等への幅広い波及効果が期待されています。

<観光>

恵那市の観光業の多くはゴルフ場や道の駅、恵那峡や大正村・岩村城下町などの観光地で観光交流人口は平成 24 年に 400 万人を超えている。

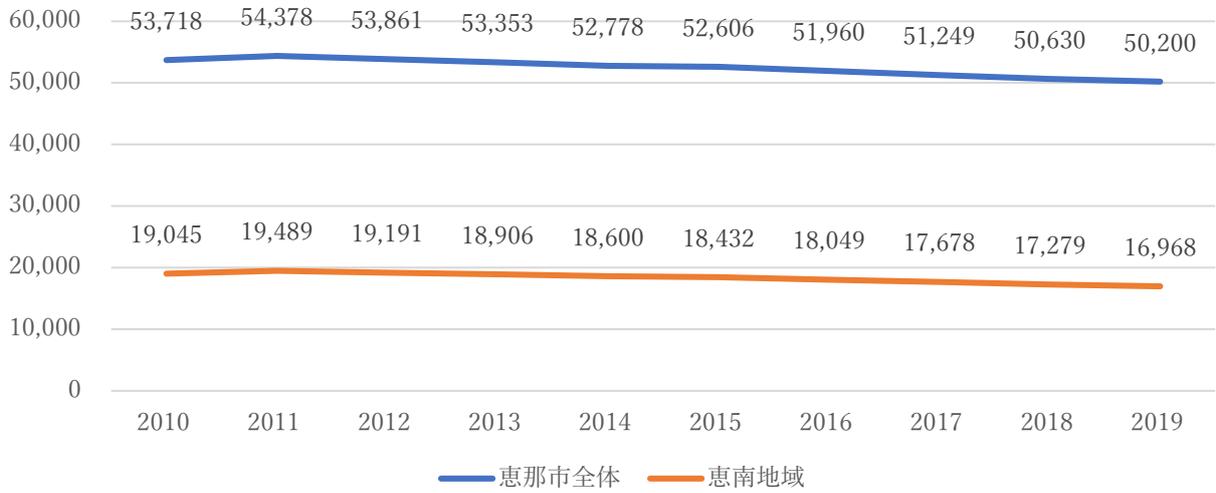
特に、岩村城下町や大正村は毎年一定数の観光流入人口があるが、岩村城下町が平成 30 年に NHK 「連続テレビ小説」の舞台地になって以降観光流入人口が急増しており、大正村のある明智町も令和 2 年の NHK 「大河ドラマ」の明智光秀ゆかりの地として注目され観光流入人口が急増している。

<人口>

恵那市の人口は、令和 2 年 9 月 1 日現在 49,354 人、本会管内人口は 16,464 人となっている。恵那市は 1950 年（昭和 25 年）に 64,498 人と人口はピークを迎えたが、高度経済成長が始まった 1960 年（昭和 35 年）から減少期に入り、1970 年（昭和 45 年）から一旦増加に転じたものの、1985 年（昭和 60 年）から再び減少が始まり、今後もその傾向が続くと推測されている。

平成 26 年には地域により高齢者が多く高齢化率は恵那市全体で 31.0%、管内では 37.3%となっている。（岩村町 31.3%、山岡町 34.6%、明智町 36.5%、串原 40.7%、上矢作町 43.5%）

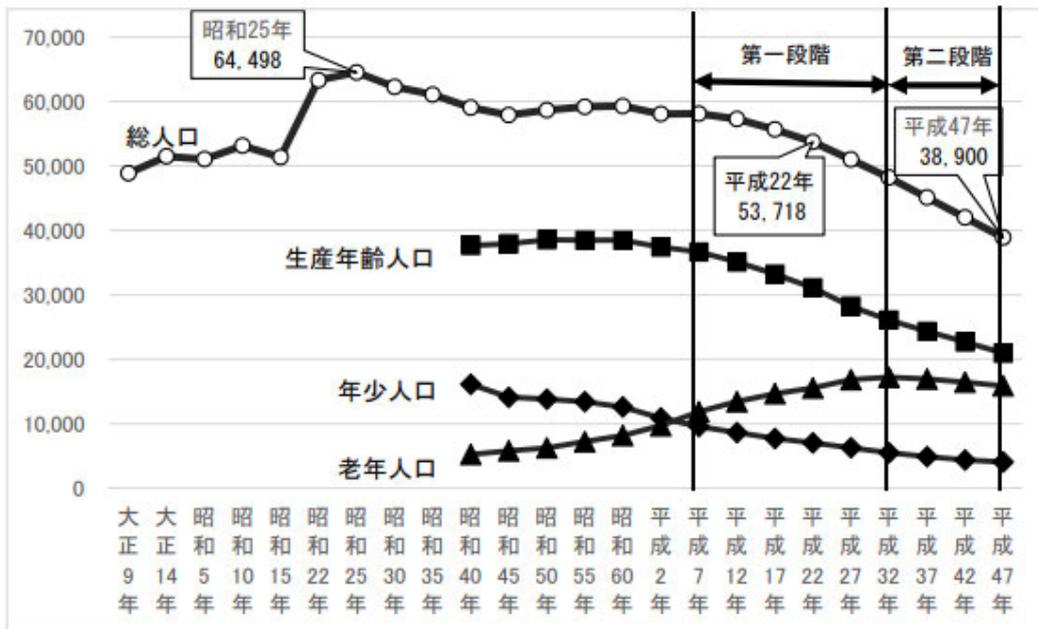
恵那市・管内人口推移



※各年4月1日現在 出典：恵那市統計書

また、1995年（平成7年）を境に、老年人口（65歳以上）が年少人口（0～14歳）を上回り、生産年齢人口は、1975年（昭和50年）をピークに徐々に減少に転じ、その減少幅は広がっている。

【総人口と年齢3区分人口推移】



恵那市の人口動態は、出生・死亡による人口の増減である自然増減については、1995年（平成7年）を境にほぼ一貫して出生数が死亡数を下回り、自然減の状態が続いている。死亡数が徐々に増加する一方、出生数は低下しており、年間の自然減数が年々拡大している。転入・転出による人口の増減である社会増減に目を向けると、転入・転出とも年によって多少の変動はあるものの、ほぼ一貫して転出超過（社会減）の傾向が続いている。

産業別従業者では、恵那市全体及び管内共に製造業の従業者数が最も多く、次いで卸・小売業となっている。特定の業種だけに重心がかかると、景気動向に左右されやすく、また、求人のある職種が限られることになるため、企業側の求人ニーズと求職者側ニーズにずれが生じ、人材の確保が難しくなり、仕事を理由とした市外への流出も懸念される。

産業別事業所数・従業員数（恵那市・管内）

	恵那市全体		うち管内	
	事業所数	従業員数	事業所数	従業員数
製造業	322	7,079	134	2,234
建設業	298	1,386	127	459
卸・小売業	608	3,893	204	1,016
宿泊・サービス業	358	2,291	96	388
生活関連サービス業	229	1,311	85	660
その他サービス業	199	1,643	63	283
医療・福祉	178	2,356	48	552
その他	428	2,618	95	564
合計	2,620	22,577	852	6,156

出展：令和元年版恵那市統計書を一部加工

②産業の現状と課題

○管内商工業者数・小規模事業者数

	商工業者数	小規模事業者数	比率
A～B 農林漁業	13	12	92.3%
C 鉱業、採石業、砂利採取業	3	3	100.0%
D 建設業	127	125	98.4%
E 製造業	134	110	82.0%
F 電気・ガス・熱供給・水道業	1	1	100.0%
G 情報通信業	2	2	100.0%
H 運輸業、郵便業	21	19	90.4%
I 卸売業、小売業	204	158	77.4%
J 金融業、保険業	5	5	100.0%
K 不動産業、物品賃貸業	7	7	100.0%
L 学術研究、専門・技術サービス業	25	23	92.0%
M 宿泊業、飲食サービス業	96	79	82.2%

N 生活関連サービス業、娯楽業	85	75	88.2%
O 教育・学習支援業	12	11	91.6%
P 医療、福祉	15	13	86.6%
Q 複合サービス業	12	9	75.0%
R サービス業<その他に分類されないもの>	15	12	80.0%
合計	777	664	85.4%

出典：平成28年経済センサスを岐阜県が加工したものを参照

小規模事業者の業種別構成比率の上位は、卸売業・小売業 23.7%、建設業 18.8%、製造業 16.5%、宿泊業・サービス業 11.8%、生活関連サービス業・娯楽業 11.2%となっている。

○小規模事業者数の状況

管内の商工業者数を平成18年と平成28年で比べると、1,016事業所から777事業所となっており、約23%減少している。うち小規模事業者数は873事業所から664事業所と約24%減少している。特に従業員数や年間販売額等は、建設業・製造業・小売業の減少が目立つ。恵那市総合計画によると、地域経済を支える工業は平成30年時点で従業員数4人以上の事業所数は164事業所、製造品総出荷額は約1,569億円となっており、工業製造品出荷額の業種編成は、プラスチック製品製造業 19.7%、パルプ・紙製造業 16.1%を占めている。

人口減少による市場縮小に対して、地域の持つ特有の「資源」の更なる磨き上げや活用によって、新たな販路開拓、市外・県外への販路開拓を図ることで、「売上・利益の減少」や「経営環境への対応」を主な原因とした厳しい事業環境の打破を図っていくことが必要である。

管内小規模事業者の推移

	平成18年	平成28年	減少率
商工業者数	1,016	777	23.6%
小規模事業者数	873	664	24.0%

○小規模事業者の現状と課題

<建設業>

(現状)

管内の建設業者は一人親方あるいは家族経営など小規模事業者が多く、元請企業の一次下請け又は二次下請けの業者が多い。また、事業主が高齢であり後継者がいない事業所が多く、今後事業所数は減少していくものと考えられる。自社で売上がコントロールするのは難しく、元請企業の業況により売上が左右される現状である。

(課題)

下請企業が多いのが現状であるが、特定の元請企業に依存し過ぎず、取引先の分散による経営リスクの回避を図っていくことが課題である。

<製造業>

(現状)

自動車・碍子関連の小規模下請製造業や寒天などの季節的小規模製造業は、人材不足・人材育成の遅れ、納期短縮や単価の切り下げ、賃金格差による影響が大きく、技術力・競争力の弱い事業者には厳しい状況であり、技術力・経営基盤の強化と安定化が求められている。

管内の製造業者は魅力的な商品や高い技術力を持っている事業者が多く、創業 100 年を超える老舗企業もある。

(課題)

事業者は売上の増加、利益の確保に向けた魅力ある商品・サービスを提供し、事業所の育成とスムーズな事業承継ができ、持続的な発展をする事業者の育成が求められている。

また、魅力ある商品やサービスを持っているが PR 不足のため販路開拓方法が課題となっている。

<小売業・飲食業・サービス業>

(現状)

当地域は、人口減少・高齢化が進み、近年、国道 257 号線・363 号線の道路網の整備とともに近隣地域（瑞浪市等）の繁華街へのアクセスが便利になったことや、近隣地域に商業集積地が出来たことにより顧客の流出が続いている。それに伴い、事業者の売上減少や後継者不足により廃業をする事業者が増え、事業所の減少が続いている。

当地域では、明智町の日本大正村や明智光秀生誕の地、岩村町の城下町や酒蔵、串原の温泉やゴルフ場などに多くの観光客が流入している。一時は衰退傾向にあったが、近年、岩村町は平成 30 年に NHK「連続テレビ小説」の舞台地になったことや、明智町は令和 2 年の NHK「大河ドラマ」の明智光秀ゆかりの地として注目され観光客が大幅に増加している。これを契機に、ご当地グルメの五平餅や新たな商品開発など観光振興に取り組んでいる。また、上矢作町には清流矢作川や新緑・紅葉など自然が豊かで自然滞在型のコテージやモンゴル村などのキャンプ場や宿泊施設がある。

(課題)

ご当地グルメの五平餅や観光客向け商品・サービスが多く展開されているが、事業者の PR 不足により観光客向けに上手く周知出来ていない。需要動向調査などにより顧客ニーズを把握し商品のブラッシュアップを行い戦略的な事業展開を図ることが課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10 年程度の期間を見据えて

○ 恵南地域の目指すべき姿

管内事業者の多くが、人口減少・高齢化・社会構造の変化などによる需要の減少に直面している。経営者の高齢化問題や後継者不足などにより廃業が増加している。

恵南地域が目指すべき姿は、多くの小規模事業者の事業の持続的な発展である。

また、2027 年のリニア中央新幹線開通により、岐阜県駅の乗降者数は 1 日 4,932 名が予測され交流人口の増加や関東・関西へのビジネスチャンスの拡大が期待されることから、交通網の変化を見据えた支援を推し進め、行政や他の支援機関と連携して小規模事業者の経営力向上を継続的に支援することで小規模事業者の持続的な事業発展を図る。

② 第 2 次恵那市総合計画との連動性・整合性

第 2 次恵那市総合計画の概要（計画期間：平成 28 年度～令和 7 年度）

恵那市は、3 つの理念と 7 つの基本目標を定め、「人・地域・自然が輝く交流都市～誇り・愛着を持ち住み続けるまち～」を将来像として掲げ、サブテーマには、若い世代から出た「10 年後の恵那市に向けたメッセージ」が込められています。

第2次恵那市総合計画 理念と基本目標（将来像を構成する要素）

理 念	基 本 目 標	
＜安心＞ 個人や地域の実情に 対応し、安心して暮ら せるまちをつくる	安心して暮らす	子育て・雇用・健康など、日常生活で安心を得る
	生命と財産を守る	防災・防犯・交通安全などにより、生命や財産を守る
＜快適＞ まちの魅力を高め、便 利に暮らすことができ る	まちの魅力を高める	恵那市ならではの自然や伝承文化などを活かし、誇りと愛着を育むまちを形成する
	便利に暮らす	生活基盤を維持・向上し、便利な暮らしや、田舎ならではの不便さを楽しめる暮らしを送る
＜活力＞ まちの元気（人・団体・ 企業・地域など）が連 携し、活力を生み出す	いきいきと暮らす	自らを高める力や社会とつながる力など、社会全体で人を育む
	みんなでまちをつくる	地域自治力を高めるとともに、さまざまな人びとが連携し相乗効果を生み出す
	まちを元気にする	地域資源・産業が連携してヒト・モノ・カネが循環する社会を形成し、外需を呼び込む

第2次恵那市総合計画で定められた方向性から、恵那市恵南商工会が担うべき役割として下記の理念・基本目標が挙げられる。これは、“まちを元気にする”地域資源・産業が連携してヒト・モノ・カネが循環する社会を形成し、外需を呼び込む。と定められており、今後、恵那市恵南商工会が行う経営発達支援計画との連動性・整合性が高く、支援の実施が可能である。

【理念】活力

【基本目標】まちを元気にする

【目標1】産業を育成・支援する

- ・新分野産業の育成、既存企業の育成、農林業の経営基盤の強化など、産業の高度化・転換を推進し、安定した雇用と地域の活力を高めます。

【目標2】交流と連携で元気になる

- ・観光まちづくりや都市農村交流などを通じ、地域が主体となって地域資源の魅力を磨き上げ、内外にその魅力を発信し、まちの活力を高めます。

【目標3】持続可能型の社会をつくる

- ・6次産業化による付加価値向上や地域内消費の促進、再生可能エネルギーの利活用など、地域内で経済やエネルギーが循環する社会を形成し、地域の自立と活力を高めます。

③商工会としての役割

恵那市恵南商工会は、第2次恵那市総合計画の理念・基本目標を恵那市と共有・連携し、小規模事業者支援を実施していく。身近な支援機関として小規模事業者支援の中心的な役割を担い、恵那市との支援連携を図り、小規模事業者の抱える経営課題を解決するための支援を実施していく。

小規模事業者の持続的な発展に向け、競争力・収益体質の強化による経営力向上、売上の確保・拡大、地域活力の維持・発展のために支援事業を展開し、地域活力の源泉である小規模事業者の稼ぐ力の向上と新陳代謝の促進の側面から、地域創生の一助を果たす。

1. 小規模事業者の競争力・収益体質の強化による経営力向上

環境変化に対応したビジネスモデルへの転換を促し、儲かる仕組みづくりを支援することに

より、安定した収益体質の構築を目指し、競争力を高め、新たな収益を生み出せる事業分野の創出に向けたチャレンジを支援する。

2. 小規模事業者の売上の確保・拡大

IT 活用、インバウンド対策など多種多様な販路開拓の機会を創出し、小規模事業者のビジネスチャンス拡大を図る。

3. 地域経済活力の維持・発展

管内5地区の特徴ある地域力を活かし、各地区の魅力を向上させることにより、点から面へと地域経済力を効果的に融合させ、近隣の観光施設との連携を促す。また、管内観光施設等の集客力を向上させ、魅力ある個店や独自サービスなどを提供できる小規模事業者の経営基盤の強化を図る。

(3) 経営発達支援事業の目標

小規模事業者の経営基盤の強化

- ① 個社に対し売上増加や利益の確保に向けて、各種調査を基にした市場動向等消費者ニーズの把握、経営分析等により持続的発展・成長を遂げる有効な事業計画策定の実施支援を行い、経営力・技術力、サービスの維持向上により持続的に小規模事業者の育成と経営基盤の安定を図る。
- ② 立案した計画に規定された実施事項が着実に実践できるよう、定期的に進捗状況を把握し、事業成果、評価及び見直しを行い、必要に応じて追加的支援を行う。
- ③ 地域活力の源泉である小規模事業者が年々減少しており、地域活力の維持・発展の観点から、創業希望者に対してセミナー等の開催、伝統ある事業と技術を伝承するために後継者を対象とした事業承継支援などを実施し、小規模事業者の育成と持続的な発展を図る。
- ④ 県内外への販路拡大のアプローチを充実・強化するよう、製品や技術等を提案する展示会・商談会等への参加を支援し、売れる商品力アップ支援と新たな販路開拓に繋げる。また、各種調査を基にして需要開拓につながる情報を一元的に集め、新商品開発や展示会出展などのノウハウを学ぶことで、新たな販路開拓等に取り組む小規模事業者に情報提供する。

地域経済の活力と発展の推進

- ① 地域産業の新陳代謝を促すため、5地区の特色あるブランドを活かした地域特性を活用し、地域資源の発掘、五平餅等のご当地グルメの地域ブランド化を促進し、新商品開発と販路開拓の推進を行う。また、観光交流人口の増加とインバウンド対策を進め、小規模事業者の経営意欲を高め、売上増加と利益確保を図り、創業及び第二創業の円滑な推進を促し、新たな産業の創出と雇用機会の拡大を図る。
- ② 地域特有資源を活かした活性化と観光事業との連携で販売促進を図る。
- ③ 地域内及び近隣地域がそれぞれ自然や歴史、文化といった地域特有の資源を有しており、それらの資源を連携させることで、地域間交流の活性化を促し、地域観光交流人口の増加を図ることで地域の観光や産業等への幅広い波及効果を図る。

伴走型支援拠点としての役割の拡大並びに拡充

- ① 商工会は地域総合経済団体であるという役割とともに地域経済に重要な小規模事業者を支える“使命”と経営支援を通じて事業者の未来に貢献するため、各支援機関等との連携を強化し、相互の情報交換に努めることで、地域の小規模事業者の要望・ニーズを的確に捉え、適時適切な伴走型支援を行う。
- ② 職員の支援力・資質の向上及び支援スキルの共有化を図るため、外部・内部研修の充実を図り、適時適切な個社支援体制を目指す。

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

小規模事業者の経営基盤の強化の目標の達成に向けた方針

- ①巡回及びセミナーの開催により、経営分析・事業計画策定の重要性を周知し理解に繋げる。
- ②経営分析による課題の抽出及び事業計画策定支援の実施により売上拡大・利益向上を図る。
- ③事業計画による進捗状況の把握及び計画実行に伴う施策の情報提供と活用により、課題の解決を図り、計画に基づいた事業運営を推進する。
- ④展示会・商談会などへの参加の重要性を周知し、参加による販路開拓と商品のブラッシュアップにより経営基盤の強化に繋げる。

地域経済の活力と発展の推進の目標の達成に向けた方針

- ①需要動向調査の実施・分析による事業者の新品（製品）・サービスへのフィードバックを行い、改善に向けた取り組みを推進する。
- ②創業ニーズの掘り起こしによる創業支援により地域経済の活力と発展を推進する。
- ③事業承継支援により、事業者の若返りと後継者不足を解消する取り組みを行い、地域経済の持続的発展を図る。

伴走型支援拠点としての役割の拡大並びに拡充の目標の達成に向けた方針

- ①商工会は地域総合経済団体として地域経済に重要な小規模事業者を支えていく“使命”を担っている。各支援機関等との連携を強化し、相互の情報交換に努めることで、地域の小規模事業者の要望・ニーズを的確に捉え、適時適切な伴走型支援を行っていく。
- ②職員の支援力・資質向上及び支援スキルの共有化を図るため、OJT・Off - JTの充実を図り、適時適切な支援体制を構築していく。

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]

外部機関が実施した調査を基に地域経済動向レポートを年間9回発行している。また、管内132事業者を対象とした本会独自の地域景況調査を実施している。この調査を基に経済動向の情報を収集・分析を行い、景況調査報告書を年間1回発行している。

従前の景気動向調査とは別に、平成29年度から管内事業者の景気動向、経営上の問題、事業承継等の調査を実施している。この調査により多くの景況データと経営上の問題点等を把握でき、事業所の課題を再認識し、支援計画立案の資料となっている。

[課題]

管内事業者を対象とした地域景況調査を継続して行うことが必要である。調査内容を分析し、管内事業者の経営動向や経営上の問題点などの基本的な事項を把握し、小規模事業者に対し適切かつ効率的な支援策を推進するための基礎的な資料として提供して必要がある。これにより自社の経営課題等について考え、経営課題解決のための分析資料として活用する。また、管内の情報を把握することで、その情報を活用し効果的な支援を実施していく。

(2) 目標

①国が提供するビッグデータの活用

	現行	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年
ホームページ掲載	0回	1回	1回	1回	1回	1回
メール便にて郵送	0回	1回	1回	1回	1回	1回
巡回による配布（件数）	未実施	300件	300件	300件	300件	300件

②管内地域経済動向調査

	現行	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年
ホームページ掲載	1回	2回	2回	2回	2回	2回
メール便にて郵送	1回	2回	2回	2回	2回	2回
巡回による配布（件数）	未実施	300件	300件	300件	300件	300件

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「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い、年1回公表する。

【分析手法】

- 地域経済循環マップ・生産分析 → 何で稼いでいるか等を分析
- まちづくりマップ・From-to分析 → 人の動き等を分析
- 産業構造マップ → 産業の現状等を分析

②管内地域経済動向調査の実施

管内小規模事業者の経済動向等について、詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」を独自に加工し、「地域経済動向調査」を実施する。調査対象事業者は管内小規模事業者から、主要産業の5%をサンプルとし半期ごとに調査・分析を行う。

この結果に基づき、個々の事業者が自社との認識の差を確認し、経営に対しての気づきに繋げる。商品やサービスについての判断材料として活用出来る分析を行う。

概 要	
調査対象	管内小規模事業者30社（製造業、建設業、小売業、サービス業）
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・事業概要（業種、事業内容、経営特性、後継者有無等） ・事業景況（売上、経常利益、資金繰り、雇用人数、設備投資、取引先） ・経営課題（直面している経営課題、今後実施したい取り組み） ・必要な支援策（販路開拓、資金調達、事業承継）
調査手法	<ul style="list-style-type: none"> ・調査票を郵送し、返信用封筒で回収する。 ・巡回訪問や窓口相談時に調査の趣旨を説明し聞き取りにより実施する。
分析手法	経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う。
調査頻度	年2回

(4) 成果の活用

(3) 事業内容の調査実施により収集した情報を整理し、分析したものをレポート形式にまとめ管内小規模事業者に対し広く提供する。レポートはグラフや図表等を使用するなど工夫し、ホームページ等で小規模事業者に提供する。

【レポートの活用・周知方法】

○小規模事業者が自社の事業経営等に活用

・小規模事業者が自社の経営を見直す気付きを与え、経営分析の必要性を深め、最新の地域経済状況を把握することで、事業経営及び事業計画策定時におけるデータとして活用する。

○個社支援時の活用

・小規模事業者支援を行う上で、地域経済の動向は必要な情報である。管内動向にあった情報の収集と分析を行い、経営分析や事業計画策定時におけるデータとして活用していく。全国・岐阜県・恵那市・商工会地域と比較しより有効的な情報として活用する。

○具体的な周知方法

- ・ホームページに掲載し管内の小規模事業者が情報を閲覧・取得できる体制を整える。
- ・メール便にて郵送する。
- ・経営指導員等の巡回を通して情報提供を行う。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

展示会や物産展、地域イベントなどを利用して小規模事業者が販売する商品やサービスについて顧客ニーズを調査し、活用可能なデータを提供している。市場調査には、民間事業者が提供している「商圈大勝」や「RESAS」を活用して必要なデータを提供している。しかし、個々の事業者に対し業界の傾向などの情報提供は行えているものの、事業者の個別商品等に対するニーズの収集は出来ていない。また、提供したデータに基づいた新商品開発等の提案や支援、事業計画策定時に活かされておらず情報提供に留まっているのが現状である。

[課題]

需要動向調査の提供については、支援を行う中で提供しているが、重要とされる情報の取り方や分析結果の説明については、指導員の個々のスキル任せになっているため、指導員等の情報共有が必要である。小規模事業者の新商品等の開発等に対する支援を行っていくために、各事業者にあった情報収集や調査結果の提供が必要である。

(2) 目標

①イベント・展示会等を活用した需要動向調査

	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年
(1) BtoB 調査 (対象事業者数)	3社	3社	4社	4社	5社
(2) BtoC 調査 (対象事業者数)	3社	3社	4社	4社	5社

(3) 事業内容

① イベント・展示会等を活用した需要動向調査の実施

小規模事業者が行う新商品（製品）開発や既存商品（製品）の改善を支援するため、県内外で開催される展示会や地域内で開催される産業祭等への出展時にアンケート調査を実施する。

調査結果を分析し事業者にフィードバックすることで新商品（製品）開発や既存商品（製品）の改善に資する。また、調査の分析結果を事業計画に反映する。

(1) BtoB 調査

事業計画策定支援をした事業者や新たな販路開拓に寄与するための展示会等に出展する事業者が展示会などに出展した際に、来場者に対して、アンケート調査を実施する。

(調査方法)

展示会等に出展する事業者と連携してアンケート調査を実施する。展示会を訪れる事業に対しアンケート調査を実施し、率直な意見とニーズを収集し、商品等の改良・開発に繋げる。目的・業種別に大型展示会などにてアンケート調査を行う。

(参加が見込まれる主な展示会)

イベント名	開催時期	出展者数	来場者数	概要
メッセナゴヤ	毎年11月	1,442社 (2019年実績)	62,422名 (2019年実績)	製造業を中心とした日本最大級の異業種交流展示会。

BtoB 調査概要

調査対象	展示ブースを訪れたバイヤー等
調査手法	展示ブースを訪れたバイヤー等に対し、当会経営指導員等や事業者が商品（製品）の評価・意見についてアンケートにより調査を行う。
調査項目	価格、デザイン、改善点、取引条件、自由意見等
分析手段	調査結果は専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。
結果の活用	分析結果は、経営指導員等が事業者に対して直接説明する方法でフィードバックし、更なる改善等を行う。
サンプル数	1社あたり20件

(2) BtoC 調査

事業者が地域内外のイベント等において個社の商品・サービスに対し設定したターゲット等の意見を収集するためにアンケート調査を実施する。

(調査方法)

事業計画を策定した事業者や出展による自社商品・サービスの調査・情報収集に意欲のある事業者を対象に、地域内外のイベントにおいて個社ごとの商品・サービスに対して設定したターゲット等の意見を収集するためのアンケート調査を提案・実施する。

BtoC 調査概要

調査対象	イベントブースを訪れた消費者等
調査手法	イベントブースを訪れた消費者等に対し、当会経営指導員等や事業者が商品（製品）の評価・意見についてアンケートにより調査を行う。
調査項目	味、価格、デザイン、改善点、自由意見等
分析手段	調査結果は専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。
結果の活用	分析結果は、経営指導員等が事業者に直接説明する方法でフィードバックし、更なる改善等を行う。
サンプル数	1社あたり5件

調査項目については、事業者とイベント内容にあった調査票となるよう事業者と相談しながらアンケート調査票を作成する。

②外部機関が公開する調査及びデータ収集・提供

国や地方自治体、業界団体や企業が実施している調査結果を収集し提供することで、客観的な視点で小規模事業者の保有する製品・商品・サービスの需要動向を把握する資料として収集する。収集した情報は当会で独自に実施する需要動向調査と併せて事業者を提供する。

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消費者に限らず、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に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）

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ミクロ市場で収集、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

日経 POS 情報「売れ筋ランキング」

情報の収集・分析	日経テレコンが公表しているデータを活用する。全国のスーパーマーケット店頭で販売されている加工食品・家庭用品のPOSデータ（商品1品ごとの販売データ）に基づく売れ筋商品ランキングを収集し、刻々と変化する市場の動向を早く、正確に把握する。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	小規模事業者の保有する製商品。サービスに応じて、商品分類ごとの商品別ランキング、金額シェア、平均価格

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

経営分析は、自社の経営状況を客観的に把握するために重要である。これまでセミナーの開催や巡回・窓口相談時などで経営状況の分析の重要性について周知してきたが、まだまだ小規模事業者にはその重要性が浸透しておらず事業者の関心が低いのが現状である。

補助金申請や融資のための事業計画策定・経営分析を行っているのが現状である。それ以外の事業者は経営分析をするだけで事業計画策定まで行えていないのが現状である。

[課題]

経営状況の分析は自社の事業経営を客観的に把握するために有効な取り組みであるため、経営分析の必要性を事業者に訴え、小規模事業者の経営分析に対する意識改革を図る必要がある。また、経営分析を行い、その分析結果を基に事業計画策定の道筋となるように支援していく必要がある。

(2) 目標

	現行	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年
経営分析件数	49件	50件	50件	55件	55件	60件

(3) 事業内容

①経営分析実施事業者の掘り起こし

経営指導員等による巡回や窓口相談時に経営状況の分析について重要性を説明し、経営分析に興味・関心を持っていただくことで、経営分析実施事業者の増加を図る。

また、記帳指導や決算指導時においても経営分析の必要性を説明する。

②経営分析の内容

概 要	
対象者	「管内地域経済動向調査」の実施事業者、経営分析に関心の高い事業者、金融斡旋事業者、補助金申請等に興味のある事業者等
分析項目	【財務分析】（定量分析） ①売上高増加率 ②営業利益率 ③労働生産性 ④営業運転資本回転期間

	<p>⑤自己資本比率</p> <p>【SWOT 分析】(定性分析)</p> <p><外部環境></p> <p>市場環境 (社会動向、政治動向、市場動向など)</p> <p>競合状況 (競合動向、仕入先動向、販売先動向など)</p> <p><内部環境></p> <p>知的財産 (人的資産、組織体制、経営方針、ブランド、技術、技能など)</p> <p>設備状況 (設備、遊休設備、不動産、工程、生産管理など)</p>
分析手法	<p>経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用し、経営指導員等による分析を実施する、また、「業種別審査事典」を活用し、業種別のビジネスモデルの把握や自社を取り巻く環境の把握に役立てる。</p>

(4) 分析結果の活用

分析結果は事業者にはフィードバックし事業計画の策定等に活用する。また、分析結果をデータベース化し内部共有することで経営指導員等のスキルアップに活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまで、経営指導員等による巡回やセミナーへの参加を通して事業計画の必要性や有益性の理解に繋げ、事業計画策定に取り組んできた。しかし、現状の事業計画策定支援の多くは補助金申請や資金調達を目的としたものである。一方で、多くの小規模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のが現状である。

[課題]

現状を踏まえ、補助金活用や資金調達といった必要に迫られた事業計画を策定するのではなく、将来の展望を見据えた事業運営や地域の特性を踏まえた戦略的な事業計画策定支援を行うことが課題である。経営分析を行った事業者に対しては、事業計画策定までを支援を行っていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画は漠然と意義や重要性を述べても実質的な効果は得られないため、前項4. で経営分析を行った事業者等を対象に事業計画策定の必要性を周知し事業計画策定を目指す。併せて、地域資源や特性を踏まえた事業運営や新商品開発を目指す事業者や、創業を目指す創業希望者に対して支援を実施する。

(3) 目標

	現行	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年
事業計画策定件数	27件	30件	33件	36件	39件	42件
創業計画策定件数	16件	10件	10件	10件	10件	10件
事業承継計画策定件数	5件	3件	3件	3件	3件	3件
合計	48件	43件	46件	49件	52件	55件

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

小規模事業者を対象に事業計画策定の推進を図るために事業計画策定セミナーを開催する。事業計画策定の本来の目的である将来の展望を見据えた事業計画の必要性や有益性の伝わる内容にし、策定手順の説明を主としたわかりやすい内容で構成する。

事業計画策定セミナーの概要	
対象者	管内小規模事業者
開催目的	事業計画策定の必要性や有益性の浸透を図る。
募集方法	ホームページ、メール便
内容	・事業計画とは ・事業計画の必要性と有益性 ・事業計画の作成手順 など
開催回数	1回（4日間）
参加数	10名程度

②創業セミナーの開催

創業予定者や第二創業・創業間もない経営者を対象にした創業セミナーを開催する。創業に向けての経営の基礎を学び、創業に向けて計画を立てることで円滑な創業を促進し、開業後の事業経営に向けた準備を行う。

創業セミナーの概要	
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	創業に向けて計画を立てることで、円滑な創業を促進し、開業後の事業経営に向けて準備を行う。
募集方法	ホームページ、新聞折込チラシ、関係機関にチラシを設置し募集する。
内容	・創業の心構えと経営の基本、創業計画の概要 ・事業の仕組みとしてのマーケティングと販売戦略 ・事業活動における会計税務、採用育成の基礎 ・創業計画について
開催回数	1回（4日間）
参加者	10名程度

③事業承継計画策定支援

管内事業者の高齢化が進んでおり、管内小規模事業者の多くが事業承継の局面を迎えている。これらの事業者に対して計画的な事業承継が実施できるように事業承継計画の策定支援を行う。また、岐阜県事業承継ネットワークを活用しプッシュ型事業承継支援事業にて事業承継コーディネーターとの巡回や各支援機関と連携し管内小規模事業者の事業承継計画の策定支援を実施していく。

④経営指導員等による事業計画策定支援

経営状況の分析を行った事業者に対し、分析から把握した経営上の問題・課題を解決するための道筋となる事業計画を策定するよう推進する。また、巡回や窓口相談時に事業計画策定の重要性を説明

し、事業計画策定に対する意識づけを行う。

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]

事業計画を策定した小規模事業者が計画に基づいた事業を遂行するためにフォローアップを実施し必要に応じて専門家派遣による指導を実施してきた。しかし、事業者の必要に応じてフォローアップを行っており、効果的なフォローアップや検証・見直し等が十分とは言えない状況であった。

[課題]

フォローアップは事業者からの支援依頼を待つことが多く、当会から事業者に対して次のステップアップに向けた取り組みや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

事業計画における実行策の進捗管理や実行支援、そして効果を高めるための改善支援を行い、事業の持続的な成長と発展に貢献することを事業計画策定後の実施方針とする。

策定した事業計画に沿った事業が行えるよう経営指導員等による定期的な巡回訪問・窓口相談にてフォローアップの充実に取り組む。

事業計画遂行にズレや問題が発生していないか細かくチェックを行い、事業計画と進捗状況にズレや問題が生じている場合は、発生原因の分析と解決方法について提案しフォローアップの回数を増やし、経営指導員等では解決できない問題が発生したときは、速やかに専門家に相談するなど、事業者が事業計画を円滑に遂行できるように支援を実施する。

(3) 目標

	現行	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年
フォローアップ 対象事業者数	60件	43件	46件	49件	52件	55件
頻度（延回数）	143回	172回	184回	194回	208回	220回
売上増加事業者数	—	3件	4件	5件	5件	6件
利益率1%以上 増加事業者数	—	3件	4件	5件	5件	6件

(4) 事業内容

①経営指導員等によるフォローアップ支援の実施

事業計画策定を行った事業者に対して3か月毎に1回以上の定期的な巡回訪問・窓口相談を基本とする。巡回等により重点的な支援が必要と判断した事業者に対しては頻度を増やし支援を行う。また、計画が順調に進んで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半年毎に1回以上の支援を行う。但し、事業者からの支援依頼や計画遂行状況により柔軟に対応する。

事業計画の実施状況を確認しながら次の展開に向けた支援策を提案していく。事業計画の乖離や変化に気を配り確認することで発生している問題や事業を進めるうえで発生しうる問題を考え、適切なフォローアップを行い、事業の持続的な成長と発展に向けて支援を行う。

②専門家派遣による支援の実施

経営指導員等では解決が困難な課題やより専門的な分野でのフォローアップが必要となった場合

や計画と進捗状況に大幅な遅れや停滞が発生し、計画の見直しが必要である場合は、随時、専門家派遣制度を活用したフォローアップを実施する。

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]

これまで展示会等の出展により販路開拓の拡大を目指そうとしている小規模事業者を対象に、展示会出展のノウハウを学ぶ販路開拓セミナーを開催してきた。展示会等を通じた販路開拓に必要な知識、ノウハウを学び、出展計画を検討する機会となった。参加者は展示会出展に向けてのノウハウを学び、自社の出展意欲の高揚になった。

[課題]

継続して販路開拓セミナーを開催し、展示会等の出展におけるノウハウを学び、販路開拓に対する意欲を高めていくことが課題である。効果的なPR方法や出展後のアフタフォローの踏み込んだ支援を実施していくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、県内外で開催される既存の展示会への出展を目指す。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細やかな伴走支援を行う。

また、継続的に販路開拓セミナーを開催し、展示会等の出展ノウハウを習得する。展示会等への出展に際し、ブースの展示方法や効果的なPR手法についての支援を行うとともに、展示会終了後のフォローアップ支援を行い実効性のある支援を行う。

管内の小規模事業者の販路開拓に広く寄与できるよう、ITを活用した新たな販路開拓支援やソーシャルメディア等を活用した販路開拓を行っていく。

(3) 目標

①展示会・商談会等への参加促進

	現行	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年
出展事業者数	6社	3社	3社	3社	3社	3社
成約件数	—	1件	1件	1件	1件	1件
売上額(1社あたり)	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円

②IT を活用した新たな販路開拓支援

	現行	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年
支援件数	1社	3社	3社	4社	4社	5社
売上額（1社あたり）	—	10万円	10万円	14万円	14万円	18万円

③新たな需要開拓のためのメディア戦略支援

	現行	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年
支援件数	—	3社	3社	4社	4社	5社
売上額（1社あたり）	—	10万円	10万円	14万円	14万円	18万円

（４）事業内容

①展示会・商談会等への参加推進

事業計画を策定した事業者や本会が開催したセミナーを受講した事業者から優先的に出展を募り、展示会・商談会等のテーマにあった商品・製品・技術サービスを持つ事業者に対して重点的に展示会・商談会等の情報提供を行い、併せて出展費用の一部助成を行う。

参加が見込まれる主な展示会等

名 称	概 要	来場者数	出展社数
メッセナゴヤ	製造業を中心とした日本最大級の異業種交流展示会。	62,422人	1,442社
ニッポン全国物産展	全国の物産が集まる大規模物産展	約10万人	約150社

②IT を活用した新たな販路開拓支援の実施

小規模事業者は様々な方法で販路開拓を行っているが、IT を活用した販路開拓とはホームページを開設することであると認識している事業者が多いのが現状である。近年ではSNS等のITを活用した様々な販路開拓方法があるが、小規模事業者はITを活用した販路開拓を行う上での知識不足や情報不足が見受けられる。そのため、本会ではITを活用した販路開拓等の支援を実施しITを活用した販路開拓方法についての考え方を小規模事業者に浸透させていく。

管内の意欲ある飲食サービス業・小売業を中心にSNS等の活用を推進する。

③新たな需要開拓のためのメディア戦略支援

新たな需要開拓を行う上で、商品やサービスの話題性・先進性は重要な要素となる。特にマスメディアの発信する情報は多くの消費者に伝わりやすく、話題創出にもたらす影響は非常に大きいものである。小規模事業者がメディアに取り上げてもらえるよう、プレスリリース等の広報支援を実施する。

	概 要	メディア
プレスリリース	商品やサービスの話題性・先進性についてマスメディアを対象にプレスリリースを行う。	新聞各社、ケーブルテレビ等の報道機関

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]

「経営発達支援計画評価委員会」を開催し、外部有識者や市担当者を変え経営発達支援事業の実施状況の評価を行っている。外部有識者等からの客観的な評価や改善点など様々な視点から意見を頂いている。評価委員会の意見・提案・指摘事項を参考にして、次年度事業の改善・見直しを図っている。評価結果については、理事会・総代会にて報告し、ホームページで公表している。

[課題]

経営発達支援計画評価委員会を継続して開催し、計画実施についての評価・改善していただいた結果を検討し、小規模事業者に対して効果的な支援を実施して行くことが課題である。そのため、経営発達支援計画のPDCAの検証を年度ごとに行いより効果的な支援を実施していく。

(2) 事業内容

①経営発達支援計画評価委員会の開催

外部有識者や市担当者を変えた「経営発達支援計画事業評価委員会」を開催する。

恵那市恵南商工会経営発達支援計画評価委員会	
開催目的	経営発達支援計画が計画的に実施されているか確認するとともに、恵那市恵南商工会が支援機関として管内小規模事業者に対して効果的な支援を実施できているかを評価し、計画の見直し・改善等の提案を行う。
評価委員	<ul style="list-style-type: none"> ・経営コンサルタント 1名 (中小企業診断士) ・恵那市商工観光部商工課長 1名 ・恵那市商工観光部商工課担当者 1名 (経営発達支援計画担当者) ・小規模事業者代表 2名 ・商工会長 1名 ・事務局長 1名 ・法定経営指導員 1名
開催時期	年度終了後2か月以内 (年1回開催)
評価結果公表時期	評価委員会終了後1か月以内

PDCA サイクル

Plan	経営発達支援計画の策定	
Do	経営発達支援計画に基づいた支援の実施	
Check	計画の実施状況进行评估し、改善提案を行う	
Action	改善提案を踏まえた計画の見直し改善	

②経営発達支援計画の評価結果の公表

経営発達支援事業の評価については、理事会及び総代会で報告するとともに、恵那市恵南商工会ホームページ上で公表することで小規模事業者等が常に閲覧できる状態とする。

9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

第1期支援計画により通常総会や行政・関連団体を招いた支援事例報告会にて、経営指導員が取り組んだ支援事例を発表し経営指導員の資質向上を図った。

岐阜県商工会連合会が開催する研修には積極的に参加しているが、外部機関が開催する研修等には参加できていない。職員の資質向上は個人に任せている状況であり、組織全体として資質向上に向けた取り組みが構築されていないのが現状である。

[課題]

小規模事業者の持続的な事業の発展に貢献できる支援を実施していくために、経営指導員等の知識や支援能力などの資質向上を図っていくことが課題である。様々な経営課題の解決するために、支援能力や手法についての知識の習得や職員間での知識や情報の共有を図り、支援体制の均一化を図る必要がある。

(2) 事業内容

①職員の支援能力向上に向けた取り組み

○経営発達支援計画の取り組みに関する意識の共有

経営発達支援計画は全職員で推進・実行していくため、全職員での意識の共有を図る。

②支援に必要な知識の習得と支援能力向上に向けた取り組み

○OJTによる知識の習得及び支援能力の向上に向けた取り組み

専門家派遣制度への同行を行い、経営課題の抽出から課題解決までの支援の流れや手法を学ぶことで個々の知識と支援能力の向上を図る。業務職員や一般職員等も支援に同行する機会をすることで支援能力を身につけ、商工会としての支援能力を向上させていく。

○Off - JTによる知識の習得及び支援能力の向上に向けた取り組み

個々の支援能力に合わせて必要な外部研修を受講し支援能力を身につける。

- ・ 中小企業大学校主催 専門コース
- ・ 岐阜県商工会連合会主催 課題別研修会
- ・ 全国商工会連合会 WEB研修 など

③職員間での支援事例や支援ノウハウの共有

担当経営指導員等が基幹システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共通できるようにする。また、小規模事業者に関する支援の共有化を図るために、職員間で支援内容や課題抽出から解決までの手法を共有し、職員全体の支援能力向上を図る。

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]

事業者の複雑化する経営課題に対し、より効果的な支援を行うため、他の支援機関との定期的な情報交換の場を設けることで、いつでも連絡を取り合い支援ノウハウや情報共有ができる体制を整えることができている。

[課題]

管内小規模事業者に効果的な支援が実施できるよう、他の支援機関との連携を深め、常に最新の情報交換を行っていくことが課題である。

(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、近隣商工会や商工会議所・他の支援機関との情報交換会を定期的に行い、支援ノウハウの一層の向上に努めていく。

①東濃地区商工会連絡協議会との情報交換会

概 要	
目 的	東濃地区商工会連絡協議会を組織する、中津川北商工会・笠原町商工会の役職員との情報交換会を実施する。これにより、商工会が実施している小規模事業者支援に対する支援方法や支援内容のノウハウを共有することを目的とする。
開催頻度	年2回開催
対 象 者	各商工会の正副会長、事務局長、経営指導員
得られる効果	地域内の支援動向や経済動向等についての情報交換を行い、他の商工会の小規模事業者支援に対する支援方法や支援内容について共有することにより職員間の支援スキルの向上を図る。

②近隣商工会・商工会議所との職員勉強会・情報交換会

概 要	
目 的	中津川北商工会、笠原町商工会、恵那商工会議所、中津川商工会議所との合同勉強会を開始する。支援の成功事例や具体的な支援ノウハウを共有し、また、単独では開催が難しい講習会などを共同実施し支援スキル向上を目的とする。
開催頻度	年2回開催
対 象 者	中津川北商工会、笠原町商工会、恵那商工会議所、中津川商工会議所
得られる効果	近隣の支援機関が実施している支援方法や支援ノウハウについて、各支援機関の成功事例を共有することで支援スキルの向上を図る。 講習会の実施により、職員の支援スキル向上と支援レベルの平準化を図る。

③日本政策金融公庫多治見支店との情報交換会

概 要	
目 的	融資を通じて、管内小規模事業者の経営状況を把握している日本政策金融公庫多治見支店の融資担当者等との情報交換会を開催する。日本政策金融公庫の融資動向から見た地域経済の現況や小規模事業者等に関する情報交換を行い、小規模事業者の抱える課題を共有しながら、事業者支援に役立てる。
開催頻度	年2回開催
対 象 者	公庫支店長・融資担当者、商工会事務局長・経営指導員
得られる効果	金融機関側から見た小規模事業者の支援や融資判断の視点について情報共有を行い、マル経融資や小規模事業者経営発達支援資金の融資を行う際に役立てる。

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]

買い物支援や秋のイベントPRなど管内の地域振興を通じて小規模事業者の役割を果たすことで地域経済の活性化に資する取り組みを行ってきた。また、郷土料理である「五平餅」の販路拡大に向けた「恵南五平餅スタンプラリー」を開催し地域経済の活性化に資する取り組みを行ってきた。

単なる地域イベントではなく、これらの地域振興事業を活用して小規模事業者の販路拡大等の一助になる事業内容に変化してきており、観光部門については、特に地域のみならず広域的な連携による地域振興の取り組みに変わってきたことでますますの期待感が生まれている。

[課題]

広域振興への取り組みを行政や近隣の支援機関と一体となってい活性化してきたが、商工会が支援機関として経営支援を重点的に展開していることで、多くの地域イベント等の地域振興事業への関わり方が変化してきている。今後は広域的視野に立っての事業が必要になってくる。

(2) 事業内容

①管内の事業継続支援による取り組み

地域内の消費の維持や拡大に向けて、商工会では地域になくてはならない事業所を存続させる取り組みを実施している。具体的に、恵那市では地域を支える事業者を応援する「恵那市商工振興補助金」制度があり、事業継続に必要な“恵那市ブランド新商品開発支援”や“事業拡大支援”等の多くのメニューを事業者が活用できるよう制度化している。この制度の活用により事業継続に必要な支援が可能となり、地域経済を存続させるとともに、地域の魅力向上に繋げていく。

②新たな担い手の発掘と育成（創業支援）

創業セミナーの開催

創業予定者や第二創業・創業間もない経営者を対象にした創業セミナーを開催する。創業に向けての経営の基礎を学び、創業に向けて計画を立てることで円滑な創業を促進し、開業後の事業経営に向けた準備を行う。

創業セミナーの概要	
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	創業に向けて計画を立てることで、円滑な創業を促進し、開業後の事業経営に向けて準備を行う。
募集方法	ホームページ、新聞折込チラシ、関係機関にチラシを設置し募集する。
内容	<ul style="list-style-type: none">・創業の心構えと経営の基本、創業計画の概要・事業の仕組みとしてのマーケティングと販売戦略・事業活動における会計税務、採用育成の基礎・創業計画について
開催回数	1回（4日間）
参加者	10名程度

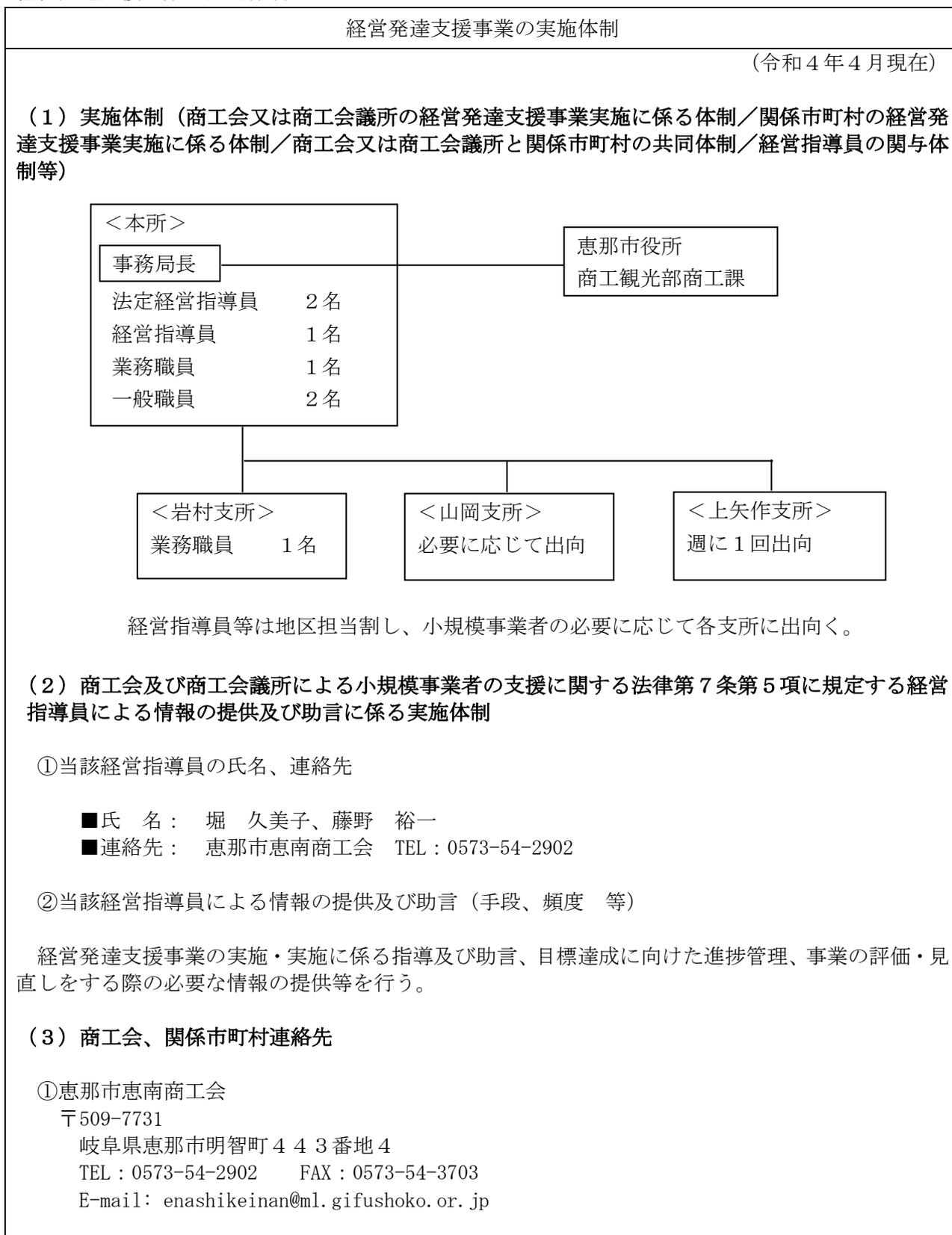
③管内消費拡大に向けた商品券の発行

地域内の消費拡大に向け、商工会管内の加盟店で使用できる共通商品券の運営を行う。共通商品券は管内イベントなどの景品や贈り物として活用されており、管内の資金循環の一役を担っている。

恵南ふるさと券（商品券）の発行	
目的	恵南地域の消費拡大と経営資源の地域内循環を図り、地域経済の活性化に寄与するものである。
事業内容	恵南地域で使用可能な共通商品券の発行・精算事務

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



②恵那市役所商工観光部商工課

〒509-7292

岐阜県恵那市長島町正家一丁目1番地1

TEL : 0573-26-2111 FAX : 0573-26-2861

E-mail : info@city.ena.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	3,900	3,900	4,600	4,600	5,300
経済動向調査	100	100	100	100	100
需要動向調査	300	300	500	500	700
経状況営分析	100	100	100	100	100
事業計画策定 支援事業	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
事業計画策定 後の実施支援	200	200	200	200	200
新たな需要の 開拓事業	2,000	2,000	2,500	2,500	3,000
事業評価委員 会など	100	100	100	100	100
地域経済活性 化事業	100	100	100	100	100

(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
会費収入、恵那市補助金、岐阜県補助金、国補助金、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。

