

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	山縣市商工会（法人番号 3200005002183） 山縣市（地方公共団体コード 212156）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	<p>●経営発達支援事業の目標</p> <p>①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現する ②地域資源の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進する ③対話と傾聴を通じて、小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへつなげる</p>
事業内容	<p>●経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること ビッグデータ等も活用しながら、各種調査と分析により、地域経済動向等の情報提供を行う。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 事業計画策定時等に活用するために、各種調査と情報提供を行い事業者の販路開拓・新商品開発につなげる。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 定量、定性両面で各種分析を行い、結果をフィードバックすることで事業者の本質的な経営課題への気づきを与える。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 事業者が事業計画策定の本来の意義を理解し、実際に策定に至るまでを支援するために各種セミナー及び個別相談会を開催する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 策定した計画を着実に遂行するために巡回等による定期的なフォローアップを実施する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 販路開拓のために各種展示会や商談会に出展するための一連の支援を行う。また業務効率化等に繋がるDX化支援を推進する。</p>
連絡先	<p><山縣市商工会> 〒501-2105 岐阜県山縣市高富 2208-14 電話番号：0581-22-3939 / FAX:0581-27-2821 E-mail：yamagata@ml.gifushoko.or.jp</p> <p><山縣市 まちづくり・企業支援課> 〒501-2192 岐阜県山縣市高木 1000-1 電話番号：0581-22-2111 / FAX：0581-27-2075 E-mail：machi@city.gifu-yamagata.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) 地域の現状及び課題

①現状

・立地

山口市は、平成15年4月1日に、旧山県郡（高富町、伊自良村、美山町）の3町村が合併して誕生した。岐阜市の北側に隣接する位置にあり、JR岐阜駅から約9～34kmの範囲に広がっている。地勢は山地丘陵部が多く、北端の日永岳(1,216m)を最高峰として枝状の山地と、長良川支流の武儀川、鳥羽川、伊自良川沿いの平たん地で構成されている。森林が84%を占めており豊かな自然と美しい景観に恵まれている。南北方向約25km、東西方向約14kmの範囲に広がり、約222.04km²の面積を有している。



・人口（推移）

総務省「2020年国勢調査」によると、山口市の人口は以下の通り減少傾向にある。

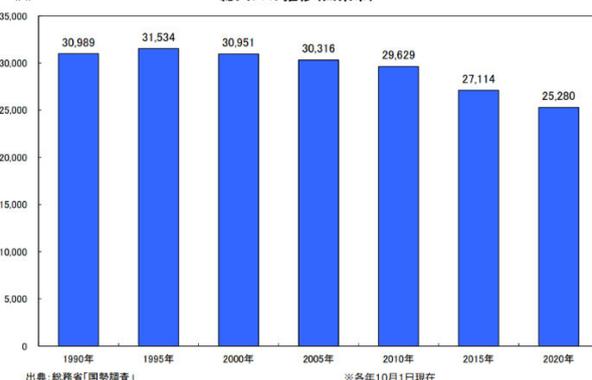
2010年：29,629人 → 2015年：27,114人（△2,515人）

2015年：27,114人 → 2020年：25,280人（△1,843人）

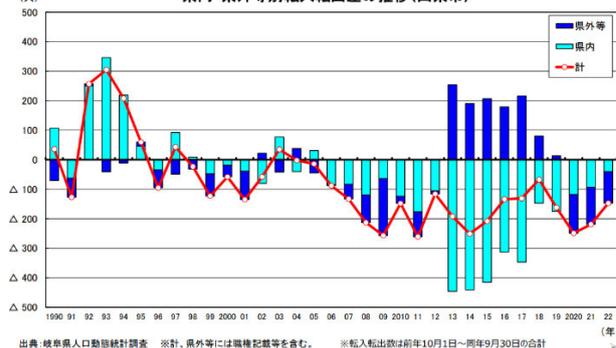
人口順位：県内22位 県人口に占める割合：1.5%（1990年）→1.3%（2020年）

また「岐阜県人口動態統計調査」によると2013年以降、県外からの転入超過傾向もあったが、全体では2005年以降、転出超過が続いている状況である。特に旧美山町にあたる市北部は過疎化が急速に進んでおり、「過疎地域の持続的発展の支援に関する特別措置法」に定める過疎地域として指定されている。

総人口の推移(山口市)



県内・県外等別転入転出差の推移(山口市)



●産業

・製造業

山県市の製造業は、3,949人の雇用を創出(構成比:36.5%)し、山県市の基幹産業であると考えられる。山県市は水栓バルブ産業発祥の地であり、製造業の中でも水栓バルブ産業に代表されるその他汎用機械器具製造業は、山県市を代表する産業である。

その大半は、従業員数20人以下の小規模な製造業者が多く、OEM生産が中心である。水栓関連メーカー及び住設関連メーカーの下請け事業者が多く、専門分野に関して高い技術力を持つにも関わらず、粗付加価値額が低いという問題がある。

その問題に対して、一部の小規模事業者においては、自社の高い技術力を活かし自社製品を開発・販売し、下請けからの脱却、粗付加価値額の向上を図っている。しかし、製品を開発したが、販売先が拡大せず、売上につなげることが難しいことや営業力が弱いことが問題としてあげられる。

そのため、下請け体質からの脱却、付加価値の向上、製造業の営業力を強化し販路開拓を行うなどの課題がある。

中小企業庁の市区町村別企業数(2016年時点)によると、山県市の中小企業者数は1,047者、うち小規模事業者は942者である。

産業構造については、経済センサスの企業数の調査によると以下の通りである。

製造業が減少している一方で、卸売業・小売業をはじめとした商業関係の事業者が増えており、企業数は2016年1,157社に対し、2020年1,314社と増加した。

2016年 製造業 336社 建設業 223社 卸売業・小売業 200社
サービス業 95社 宿泊業・飲食サービス業 78社
山県市の企業数 1,157社

2020年 製造業 328社 建設業 235社 卸売業・小売業 240社
サービス業 102社 宿泊業・飲食サービス業 83社
山県市の企業数 1,314社



山県市の製造業の出荷額推移（工業統計、経済センサスより） （単位：百万円）

2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
79,608	68,795	70,042	69,744	61,339

山県市の製造業の出荷額の推移をみていくと、直近3年間では70,000百万円周辺を推移していたが、2020年度はコロナ禍の影響もあり、減少している。
また、2013年の79,681百万円をピークに減少傾向にある。



山県市の製造業の事業者数推移（工業統計、経済センサスより） （単位：者）

2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
176	161	154	144	140

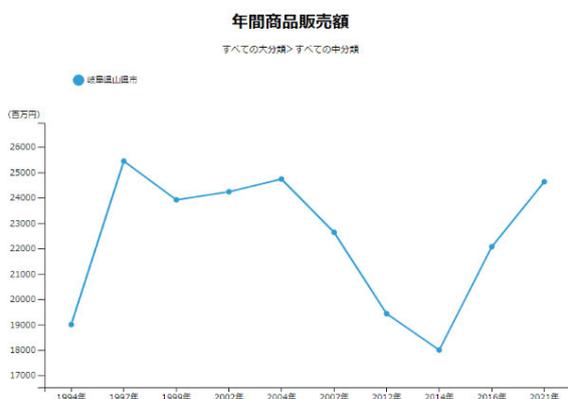
山県市の製造業の事業者は2015年度の176者から2019年度の140者へと減少傾向にある。

・卸売業・小売業

山県市の卸売業・小売業の商品販売額推移（商業統計、経済センサスより） （単位：百万円）

2014年度	2016年度	2021年度
18,011	22,082	24,644

2014年度の18,011百万円から、2021年度は24,644百万円と増加傾向にある。



山県市の卸売業・小売業の事業者数推移（商業統計、経済センサスより）（単位：者）

2014年度	2016年度	2021年度
211	222	212

山県市の卸売業・小売業の事業者数は2014年度から2021年度にかけてほぼ横ばいの傾向にある。

●山県市小規模事業者の景況感

山県市商工会が四半期ごとに市内小規模事業者に向けて実施している景況調査結果によると、比較的景況感が安定していた製造業、建設業や、コロナ禍からの回復傾向を見せていた卸・小売・飲食業においても、直近の調査（2023年6月調査）では景況感に悪化傾向がみられている。

（2023年6月調査）

回答	製造業		建設業		卸・小売・飲食業		サービス業		全業種	
	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)
良い	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
普通	1	12.5%	3	75.0%	2	25.0%	4	80.0%	10	40.0%
悪い	7	87.5%	1	25.0%	6	75.0%	1	20.0%	15	60.0%
計	8		4		8		5		25	

（2023年3月調査）

回答	製造業		建設業		卸・小売・飲食業		サービス業		全業種	
	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)
良い	0	0.0%	1	25.0%	1	12.5%	0	0.0%	2	8.0%
普通	5	62.5%	2	50.0%	3	37.5%	5	100.0%	15	60.0%
悪い	3	37.5%	1	25.0%	4	50.0%	0	0.0%	8	32.0%
計	8		4		8		5		25	

（2022年12月調査）

回答	製造業		建設業		卸・小売・飲食業		サービス業		全業種	
	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)
良い	1	14.3%	0	0.0%	3	42.9%	0	0.0%	4	17.4%
普通	3	42.9%	3	75.0%	0	0.0%	3	75.0%	9	39.1%
悪い	4	57.1%	1	25.0%	4	57.1%	1	25.0%	10	43.5%
計	7		4		7		4		23	

（2022年9月調査）

回答	製造業		建設業		卸・小売・飲食業		サービス業		全業種	
	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)
良い	1	12.5%	0	0.0%	2	22.2%	0	0.0%	3	12.0%
普通	4	50.0%	4	100.0%	1	11.1%	4	100.0%	13	52.0%
悪い	3	37.5%	0	0.0%	6	66.7%	0	0.0%	9	36.0%
計	8		4		9		4		25	

●山県市産業の特徴・特産品

・製造業

令和3年経済センサスによると山県市の製造業は、3,689人の従業者を創出（市内従業者9,806人における構成比：37.6%）し、山県市の基幹産業であると考えられる。また山県市の旧美山町は水栓バルブ産業発祥の地といわれており、産業集積として域内にサプライチェーンを構築している。したがって水栓バルブ産業に代表される製造業は、山県市の中核産業といえる。平成28年経済センサスによると、山県市の製造業の特化係数は全国比：2.45、県比：1.55と高い結果が出ている。

産業別事業所数、従業者数(H28)－経済センサス活動調査

産業別	事業所数	従業者数		産業別従業者数の構成比による特化係数	
		(人)	構成比	全国=1.00	県=1.00
総数	1,353	10,114	100.0	1.00	1.00
農林漁業	33	258	2.6	4.00	3.19
鉱業	1	12	0.1	3.47	2.17
建設業	231	931	9.2	1.42	1.34
製造業	365	3,689	38.3	2.45	1.55
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0	0.0	0.00	0.00
情報通信業	1	4	0.0	0.01	0.05
運輸業、郵便業	11	196	1.9	0.34	0.44
卸売業、小売業	264	1,755	17.4	0.83	0.89
金融業、保険業	8	123	1.2	0.45	0.49
不動産業、物品賃貸業	13	49	0.5	0.19	0.30
学術研究、専門・技術サービス業	28	96	0.9	0.29	0.42
宿泊業、飲食サービス業	92	536	5.3	0.56	0.56
生活関連サービス業、娯楽業	88	414	4.1	0.98	0.91
教育、学習支援業	23	106	1.0	0.33	0.43
医療、福祉	76	1,312	13.0	1.00	1.10
複合サービス事業	15	107	1.1	1.24	0.99
サービス業（他に分類されないもの）	104	346	3.4	0.41	0.50

出典：総務省「平成28年－経済センサス活動調査」
注：事業内従業者が不詳の事業所を除く。公営を除く。



・卸売業・小売業

以前は、高富天王通、谷合地区、岩佐地区の商店街が地域生活を支えていたが、近年では山県市南部の国道県道沿いに緩やかに新規出店が進んでおり、事業所の過半数は南部に集積している。しかし、車社会の定着、大型商業施設の出店等の影響や、高齢化や後継者不足により廃業する店舗が発生している。その一方で、てんこもり、ふれあいバザール及びラブイクの農産物直売所は市内外から訪れる人も多く、農商工が連携し市内の産業活性化に貢献している。

・交通

東海環状自動車道山県インターチェンジが令和2年3月20日に開通し、東海北陸道や東名高速道路とつながったため、名古屋市や豊田市からのアクセスが向上した。さらに令和6年には西側ルートの大野インターとの間が開通する予定で、名神高速道路にもつながり、西方面からのアクセスが向上することで、ビジネスや観光による来訪者の増加が期待できる。



●山県市総合計画の引用（商工・観光部分）

◆商業の活性化

《 現状と課題 》

地域経済を取り巻く環境は、少子高齢化の進展、規制緩和、経済のグローバル化等により大きく変化し、特に商業については、大規模店舗の立地などの周辺環境の変化や消費行動の多様化などの影響を受け、事業者にとっては厳しい経営環境が続いています。本市では、以前は、高富天王通、谷合地区、岩佐地区の商店街が地域生活を支えていました。しかし、近年は、駐車場を完備した大規模店舗や市外へ購買客が流れ、公共交通機関と連結していない商店街は廃業に追い込まれるなど、厳しい状況におかれています。また、北部地域では人口減少、高齢化等により商店経営が成り立たず、山県市シルバー人材センターや事業者などによる移動販売車での販売が主となっています。交通条件のよい南部地域でも、個人経営の商店営業は厳しい状況にあります。こうした結果、買物弱者と呼ばれる高齢者等の日常の買物がますます困難となっていることから、農商工が連携しながら、商業活動を促進することが求められています。

《 具体的施策の方針 》

山県市商工会と連携し、事業者の経営の発達を支援するとともに、小口融資制度など公的融資制度の活用により商業の活性化と経営の安定を図ります。「市中小企業・小規模企業振興基本条例」の理念に基づき、販路の開拓や拡大、新商品・新サービスの開発、経営の効率化及び事業承継等を積極的に支援します。

《 具体的施策の展開 》

①商業活動の促進

・山県市商工会が行う市内事業者の経営の発達、販路拡大、事業承継などを支援するとともに、県や金融機関など多様な支援機関との連携を強化します。

②中小事業者の支援

・山県市商工会と連携して、市小口融資制度など公的融資制度や国、県の助成制度を活用し、事業者の経営発達及び経営の安定を図ります。

・山県市商工会と連携して円滑な事業承継を推進し、地域住民に必要な商店等の存続を図ります。

・山県市中小企業等活性化補助金制度を創設し、市内事業者の持続的な経営の発展及び創業者の増大を図ります。

③創業の促進

・創業に関する相談窓口のワンストップ化を図るとともに、山県市商工会が行う創業塾を支援し、創業の促進を図ります。

④ 賑わい（にぎわい）の創出

・山県バスターミナル周辺に商業系事業所の立地を促進し、賑わい（にぎわい）の創出と都市機能の充実を図ります。

⑤ 新商品の開発促進

・山県市商工会や山県市観光協会などと連携し新たな土産物や新サービスの開発を促進するとともに、市内外へのPRを支援し商業活動の活性化を図ります。

◆工業の活性化

《 現状と課題 》

本市の工業は、水栓バルブ部品、衣料品、食料品及びプラスチック製品などの製造業が比較的盛んで産業大分類別就業者数を見ると、製造業の割合が約38%を占め、事業所数においても第2次産業の占める割合は44%を超えており、県平均の32%を大きく上回っています。また、製造出荷額の割合は、プラスチック製品が21.3%と最も高く、次いで金属製品14.3%、食料品12.1%、一般機械11.5%、木材・家具等が10.2%と上位を占めています。しかし、これらの製造業の多くが従業者数20人以下の小規模な下請企業であり、経済動向の影響を受けやすい経営体質のため、更なる経営の近代化と経営基盤の強化が必要となっています。また、近年は人手不足の状況が続いており、労働生産性の向上が必要不可欠な課題となっています。一方で、東海環状自動車道の山県ICの開通と、近い将来の西回りルートの特設開通は、運搬コストの縮減や異業種交流による事業拡大のチャンスでもあり、必要な設備投資等を促進する必要があります。

《 具体的施策の方針 》

市内企業が市内で工場等の増設又は移転等が必要な場合には、用地の確保等を支援し円滑な事業拡大を図ります。山県市商工会と連携して、国や県の有利な助成制度及び公的融資制度の周知に努め、設備投資による労働生産性の向上を図ります。また、本市独自の補助制度と労働関係機関との連携による人材の定着・確保対策を図ります。

《 具体的施策の展開 》

① 立地環境の促進

・市内企業の工場等の増設又は移転等が必要な場合には、市企業立地用地活用台帳登録制度の活用などで必要な用地の確保を支援し、事業の円滑な拡大と既存企業の市外への移転を抑制します。

・「市企業立地促進条例」に基づく工場等設置奨励金及び雇用促進奨励金制度により、工場等の立地促進を図り、地域経済の発展と就業機会の増大を促進します。

② 既存工業の育成

・山県市商工会と連携して、ものづくり・商業・サービス経営力向上補助金に代表される有利な国や県の助成制度や小口融資制度等の周知を行い、市内企業の経営の発達を支援します。

・山県市中小企業等活性化補助金制度を創設して、市内企業等の生産性の向上、経営の効率化、販路開拓及び人材の確保等を支援します。

・山県元気企業ナビを活用し、市内外の企業間連携や異業種交流を促進し、事業と販路の拡大を支援します。

・「市地域経済牽引事業計画」に基づいて、地場産業である水栓バルブ産業の発達を支援します。

・ハローワーク岐阜と連携して、市内企業の求人情報を就業希望者に周知する取組を進めます。

③ 中小事業者の支援

・市内中小企業の持続的な経営と事業の発達のため、山県市商工会と連携し、創業者を支援する「中小企業等活性化補助金制度」を創設し、自ら課題に取り組む中小企業を資金面で積極的に支援します。山県市商工会は中小企業に対し、経営発達支援を伴走型で行います。

製造品出荷額（年間） H29:688億円 ⇒ R5:716億円

◆観光振興と地域資源の有効活用の促進

《 現状と課題 》

市内は豊かな自然環境に恵まれ、こうした地域資源を活用してグリーンプラザみやま キャンプ場、四国山香りの森公園及び伊自良湖が主な観光・交流拠点として整備されています。また、てんこもり、ふれあいバザール及びラブ イクの農産物直売所は市内外から訪れる人も多く、本市の特産品や観光、歴史、文化等の情報発信機能を有しています。本市の観光拠点の入込客数は近年やや減少傾向にあり、これは全国的な傾向として観光客のニーズが多様化し、少人数で体験型の観光を好む傾向が増加していることも要因の一つと考えられます。このため、既存観光・交流拠点施設のみならず、周辺の地域資源を活用した様々な観光メニューを充実させ、これを有効に発信して観光客側の選択肢を増やすことが重要です。また、「明智光秀ゆかりの地」として事業展開を行ったノウハウを生かして、大桑城跡に象徴される歴史観光にも目を向けるとともに、民間事業者との連携による観光産業の創出及び育成を図ることが必要です。また、近い将来には、東海環状自動車道が全線開通する見通しのため、観光等のPR方法について、重点的に地域やターゲットを絞り込み、情報発信を効果的に行うことが重要となります。

《 具体的施策の方針 》

グリーンプラザみやまキャンプ場等の観光・交流拠点施設については、良好な管理と民間ノウハウを活用したサービスの向上を図ります。また、拠点施設を核として周辺の自然、文化、歴史などの地域資源を発掘し、様々なニーズに対応できるよう山県市観光協会等と連携して情報発信に努めます。また、飲食、物販及びレクリエーション施設等を営む民間事業者等と連携して観光産業の拡大を図るとともに、名古屋市や岐阜市など比較的近い都市部でのPRを積極的に行います。

《 具体的施策の展開 》

① 観光拠点施設の整備

・本市の観光・交流拠点施設については、良好な維持管理に努めるとともに、民間のノウハウを生かした新しいサービスの創出によるリピーターの増加を図ります。

② 地域資源の活用

・グリーンプラザみやまキャンプ場を核として、円原川の伏流水、三名山、溪流釣りなどの自然資源を生かした観光メニューの開発に努めます。

・四国山香りの森公園を核として、大桑城跡、十五社神社、南泉寺など歴史資源を生かした観光メニューの開発に努めます。

・伊自良湖を核として、わかさぎ釣り、柿渋染、連柿づくりなどの体験型観光メニューの開発に努めます。

③ 情報発信

・市と山県市観光協会のホームページのリニューアルに合わせて、若者、女性、家族連れや歴史マニアなど各ターゲットに合った情報を充実し、分かりやすい情報発信に努めます。

・山県市観光協会と連携してSNSを活用したフォトコンテストを実施し、情報発信の多様化を図ります。

・名山めぐりイメージキャラクター山県さくらや山県市観光親善大使ナッチョルクんの活躍により若い世代や子ども連れに山県市のPRを行うとともに、更なる山県市の認知度向上のため新たな観光アンバサダーの委嘱を検討します。

・県や県観光連盟及び近隣市町が行うイベント等に参加して、市と市の観光産業をPRします。

・観光パンフレットをリニューアルし、時代に即した内容に進化させることや、多言語による観光マップの作成を検討します。

④ 観光産業との連携

・観光客向けの土産物や新メニューの開発など、山県市商工会等と連携して事業を展開し、観光を産業振興につなげるよう努めます。

・民間が行う観光やなや、バーベキュー場などと連携して、自然豊かな本市をPRすることにより観光誘客の増大を図ります。

・本市が整備するスターミナルに、情報発信機能や地域の特産品及び農産物等の販売を行うことで

新たな観光拠点とすることを検討します。

⑤ 地域資源のネットワーク化の推進

- ・民間事業者と連携、観光資源同士の周遊化などを促進し、県観光連盟と連携し、テーマに応じた情報発信に努めます。
- ・来訪者の市内滞在時間延長を図るため、コースを例示するなど周遊化を促進します。

②課題

・製造業

山県市の製造業は、水栓バルブをはじめとして市内産業の中核的な存在であるが、従業員数 20 人以下の小規模な製造業者が多く、OEM 生産が中心である。水栓関連メーカー及び住設関連メーカーの下請け事業者が多く、専門分野に関して高い技術力を持つにも関わらず、粗付加価値額が低いという問題がある。

その問題に対して、一部の小規模事業者においては、自社の高い技術力を活かした自社製品を開発・販売し、下請けからの脱却、粗付加価値額の向上を図っている。しかし、製品を開発したが、販売先が拡大せず、売上につなげることが難しい点や営業力が弱い点などが問題点としてあげられる。

また、生産性の向上を図るため、ロボット化や IoT 等のデジタル技術の活用を進め、小規模事業者への DX 推進を図ることが課題としてあげられる。

・卸売業・小売業

市内の特産品等を活用した農商工連携による新商品開発や、それらを地域外に拡販するため PR 活動を強化することが課題としてあげられる。具体的には、山県市の農産品等を活用した商品開発について、農業者、商業者、工業者らが連携して行う新商品開発を、山県市及び商工会が支援する。また、必要に応じて大学等の研究機関との産学連携の活用により商品化を目指す。さらに、商品の販路開拓に向けて、展示会等による PR や、EC サイト、WEB サイト、SNS 等の活用といった DX 推進を実現していく必要がある。

・観光・その他

東海環状自動車道の開通による交通アクセスの向上等を背景に、山県市の特産品や市内キャンプ場等の観光資源を活用し新商品や新サービス開発に取り組む小規模事業者を支援する必要がある。またこれらの事業化を進めるとともに、事業者間の連携を強化し、観光及び観光に関連する産業の活性化を図ることが課題としてあげられる。

(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

市内の小規模事業者の振興のため、地域資源を活用した新商品や新サービスの開発に向けて、経営分析や市場調査から、アイデアの検討、事業計画の立案、テストマーケティングや展示会への出展といった PR 活動、販路開拓に至るまでの事業化フローに関して持続的な支援の仕組みを構築する。

また、次世代の山県市産業の活性化を担う創業者支援や、円滑な事業承継の支援を行い、市内産業の新陳代謝を促すとともに、産業の継続的な発展を図る。

さらに、既存の小規模事業者においても DX 推進を図り、生産性向上や販路開拓等による売上・利益の増加を実現する。

以上の支援を通して、小規模事業者が自らの意思で経営計画、事業計画策定から実行、分析まで自走できるようになることが地域産業の発展につながる。

②山口市総合計画との連動性・整合性

山口市商工会では経営発達支援計画において、事業者が本質的な経営課題を把握し、これらの課題解決を図るために重要な指標となる事業計画策定を重点的に支援する。具体的には、事業計画策定の意義を理解するための各種セミナー及び個別相談会を開催し、さらに策定後のフォローアップを実施する。他方で、各種展示会や商談会に係る一連の支援による地域特産品を中心とした販路開拓や新商品開発への取り組み、創業支援及び事業承継支援による管内事業者の維持・発展への取り組み、DX化支援による小規模事業者の業務効率化等への取り組み、などの支援を実施し地域全体の活性化に貢献する。

商工会が実施するこれらの取り組みは、山口市が「第2次山口市総合計画後期基本計画及び第2期山口市まち・ひと・しごと創生総合戦略」で掲げる「商業の活性化」「工業の活性化」「観光振興と地域資源の有効活用の促進」と連動しており、整合性のある経営発達支援計画として山口市当局とも密に連携を取ることが可能となり、より効果的な事業者支援に繋がる。

③商工会としての役割

山口市の小規模事業者の振興のため、小規模事業者への伴走型支援を通して、小規模事業者が経営分析から経営計画、事業計画の策定、実行、評価を通じてPDCAサイクルの確立を図る。

そのため、市場調査や情報の提供、経営分析の手法や経営計画策定のステップをクチャーするとともに、事業者の事業環境に即した経営戦略のアドバイスを行う。

さらに、実行段階においては、進捗管理や事業に関する情報提供等により、円滑な事業化に向けた支援を継続的に行う。

(3) 経営発達支援事業の目標

①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現

・小規模事業者が自ら経営計画、事業計画の策定から実行、評価を通じてPDCAサイクルを確立し、自立的な経営力強化による事業継続を目指す。その結果、それぞれの小規模事業者が発展することにより地域産業の活性化につながることで地域への裨益が実現する。

・事業者との対話と傾聴を通じて、経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的な課題を反映させた事業計画策定の支援を行う。

②水栓バルブ産業等地域資源の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進

・水栓バルブ等のものづくり技術や、地域の特産品、観光資源等地域資源の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進する。

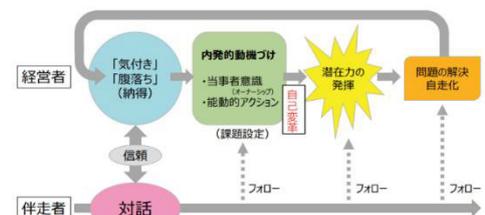
③小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへつなげる。

・管内巡回や相談窓口において、小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへつなげる。伴走型支援を進めるうえで、「経営力再構築伴走支援モデルの3要素（2023年版中小企業白書より）に基づき事業者に向き合い、「伴走者の対話を通じた、経営者の自己変革までのプロセス（2023年版中小企業白書より）」が継続的に行われる伴走型支援の体制を構築する。

経営力再構築伴走支援モデルの三要素

要素1	支援に当たっては対話と傾聴を基本的な姿勢とすることが望ましい。
要素2	経営者の「自走化」のための内発的動機づけを行い、「潜在力」を引き出す。
要素3	具体的な支援手法(ツール)は自由であり多様であるが、相手の状況や局面によって使い分ける。

伴走者の対話を通じた、経営者の自己変革までのプロセス



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

令和6年4月1日～令和11年3月31日

2. 経営発達支援事業の内容

①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現

激変する環境変化に対応し、業務改善を図っていく上で、財務データ等から見える表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行う。また、将来的な自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業者が深い納得感と当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を行う。

②水栓バルブ産業等地域資源の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進

地域特産品・サービスの開発・改善を支援し、IT技術を利用した提供方法の推進や山県市の施設を活用した販路開拓の支援等を通して、域外需要を呼び込める魅力あふれる地域づくりに貢献する。

③小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへつなげる。

人口減少社会において、地域経済の維持や持続的発展に取り組む上で、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決までを伴走支援し、経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、個社にとどまらず地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成する。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

現状は域内事業者の経済動向について、当会独自の調査票を利用して調査・分析を行った上で、ホームページによる情報提供等を行っている。しかし、この調査結果をもとに事業計画策定を行う等の有効活用はできていない。またビッグデータ等を活用した分析及び情報提供についても不十分である。

[課題]

地域の経済動向については、収集したデータを外部専門家等も活用しながら集計・分析し、事業者目線で分かりやすく利用しやすいポートとして提供する必要がある。

またこれまで実施できていなかった、ビッグデータ等を活用した専門的な分析及び結果の情報提供を行うことで、事業計画策定に有効活用できるようにする。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
②景気動向分析の公表回数	HP掲載	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

当地域においては基幹産業となる水栓バルブ産業を中心に、木工品や地域の特産品など特徴的な産業がある。これらを含む市内事業者が、限られたマンパワーや政策資源の中で、効率的に経済活性化を図れるよう、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。

【調査手法】

経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、外部有識者の助言の下、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】

- ・「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

上記の分析を総合的にとりまとめ、事業計画策定支援等に反映する。

②景気動向分析

管内の景気動向等について事業者へ情報提供するために、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」を参考に独自の調査項目を設定し、管内小規模事業者を対象に、年4回調査・分析を行う。

収集したデータは、日本政策金融公庫の「中小企業動向調査」や岐阜県の「ぎふ経済ポート」等のビッグデータも取り入れながら独自のポートとして事業者へ提供する。

【調査手法】

経営指導員等が調査対象事業者のもとへ巡回訪問し、ヒアリング調査を実施する。

【調査対象】

管内小規模事業者 25 社（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から偏りなく選出する）

【調査項目】

売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、後継者について など

(4) 調査結果の活用

- ・調査した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- ・毎月発行する会報誌にて調査ポートを配布する。（配布数は全商工会員 約 920 部）
- ・経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

また事業計画策定時等においても、事業者へ情報提供を行い管内の市場動向等の分析の参考資料として活用いただく。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまで調査自体は実施していたものの、事業計画策定を目的とした一般的なデータ収集が主であり収集したデータの細かな分析や事業者へのフィードバックが不十分であった。

[課題]

調査項目等が不足しており、分析内容が不十分なため、今後は販路開拓や新商品開発につながるよう、マクロデータ等を活用した独自の分析を実施したうえで、着実に事業者へフィードバックする体制を整える必要がある。

(2) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
展示会での調査 対象事業者数	2社	3社	3社	3社	3社	3社
地域イベントでの 調査対象事業者数	—	3社	3社	3社	3社	3社
データのフィードバック 件数	—	6社	6社	6社	6社	6社

(3) 事業内容

管内事業者において、特産品の「水栓バルブ関連製品、木工品、柿、栗、ハヤシライス等」の販路開拓や新商品開発につながる各種調査を実施する。具体的には、「山県市ふるさと栗まつり」、「各種展示会」等において、試食及び来場者アンケート等を実施し、調査結果を分析した上で当該事業者へフィードバックすることで、販路開拓及び新商品開発等に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【調査手法】

(情報収集)

毎年10月に開催される市内最大級のイベントである「山県市ふるさと栗まつり」や東京ビッグサイトで開催される「機械要素技術展」などの各種展示会等にて、商品の感想・意見を経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

(情報分析)

調査結果は、外部専門家等の助言を受けながら経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】

来場者 50人

【調査項目】

(食品関係等)

① 味、②甘さ、③硬さ、④色、⑤大きさ、⑥価格、⑦見た目、⑧パッケージ など

(工業品等)

① 性能、②品質、③技術、④デザイン、⑤用途、⑥価格、⑦取引条件、改善要望 など

【調査結果の活用】

調査結果は、経営指導員等が当該事業者へ直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行うための基礎データとして活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

現状は、決算書などの財務諸表をもとにした定量的な分析が主であり、定性分析が不足していた。そのため事業者には本質的な課題や問題点への気づきを与えることが十分にできていなかった。

[課題]

これまでは、財務データをもとにした表面的な課題を中心に分析を実施していたが、今後は情報提供時に「対話と傾聴」を通じて、定性面も踏まえた経営の本質的課題について事業者が腹落ちできる説明を行う。

(2) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
経営分析事業者数	18件	45件	60件	60件	60件	60件

(3) 事業内容

経営分析の内容

【対象者】

経営指導員等の巡回訪問時や窓口相談時等において、経営状況の分析について、その必要性等を説明し、事業者が十分に腹落ちした上で実際に分析を行う事業者を選定する。

【分析項目】

数字により顕在化している経営課題を「財務分析（定量分析）」により検証するとともに、「非財務分析（定性分析）」により潜在化した経営の本質的な課題も検証する。

≪財務分析≫

直近期における損益分岐点等も踏まえた収益性、生産性、安全性および成長性の分析

≪非財務分析≫

下記項目等について、対話を通じて、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

(内部環境)	(外部環境)
<ul style="list-style-type: none">・商品、製品、サービス・仕入先、取引先・人材、組織・技術、ノウハウ等の知的財産・デジタル化、IT活用の状況・事業計画の策定・運用状況	<ul style="list-style-type: none">・商圏内の人口、人流・競合・業界動向

【分析手法】

岐阜県商工会連合会の専門経営指導員と共同で作成した独自の経営状況分析シートを用いて巡回や窓口での相談時に、直近の決算書及びヒアリング等により経営指導員等が分析を行う。必要に応じて外部専門家の助言も受けながら分析を実施する。

(4) 分析結果の活用

- ・分析結果を当該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。
- ・分析結果をデータベース化、内部共有を行い、経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

事業計画策定支援において、現状は主に課題解決型の計画策定にとどまっており、経営課題の本質を踏まえた事業計画策定支援は十分に実施できていない。

[課題]

これまで実施しているものの、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していないため、セミナーカリキュラムを見直すなど改善した上で実施する。

(2) 支援に対する考え方

事業者自身が事業計画策定の意義や重要性を十分に腹落ちした上で、実質的な行動や意識変化につながるよう「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫する。

「5. 経営状況の分析に関すること」で経営分析を行った事業者の中から、意欲のある事業者に対しては実際に事業計画策定に至るまでを支援する。

また、事業計画策定に取り組む事業者のうち、長期的かつ高額な設備投資を行うことを前提とした高度な事業計画を策定する事業者に対しては、中小企業診断士による専門的なアドバイスを実施するための個別相談会を開催する。

さらに、事業計画の策定前段階においてはDXに向けたセミナーを行って、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
① DX推進セミナー	—	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
② 事業計画策定セミナー (集団) ※創業支援含む	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回
③ 事業計画策定セミナー (個別)	月2回	月2回	月2回	月2回	月2回	月2回
事業計画策定事業者数	18社	35社	45社	45社	45社	45社

(4) 事業内容

① 「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」の開催

特に小規模事業者においては、DXへの取組は遅れている傾向が強いため、意識の醸成や基礎知識の習得を目的として、DXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組に関するセミナーを開催する。

- ・ 支援対象：経営分析を行った事業者
- ・ 募集方法：毎月発行している会報誌、商工会ホームページ及びSNS、市のメールマガジン など
- ・ 講師：中小企業診断士・ITコーディネーター等の外部専門家
- ・ 回数：年1回（参加者数：50者）
- ・ カリキュラム：DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例
クラウド型顧客管理ツールの紹介
SNSを活用した情報発信方法、ECサイトの利用方法 など

また、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による個別相談や経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

②「事業計画策定セミナー（集団）」の開催

事業者（創業者含む）が事業計画策定の意義と本質についての十分な理解をするとともに、事業計画策定のノウハウを習得するためセミナーを開催する。

- ・ 支援対象：経営分析を行った事業者
- ・ 募集方法：毎月発行している会報誌、商工会ホームページ及び SNS、市のメールマガジン など
- ・ 講師：中小企業診断士等の外部専門家
- ・ 回数：年 2 回（参加者数：50 者）
- ・ カリキュラム：事業計画の重要性
活用方法
書き方
成功事例 など

事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が伴走型で支援を行い、確実に事業計画の策定につなげていく。

③「事業計画策定セミナー（個別）」の開催

上記②の参加者のうち、長期的かつ高額な設備投資を行うことを前提とした高度な事業計画を策定する事業者に対しては、より専門的な指導が必要となるため専門家による個別相談会を開催する。

- ・ 支援対象：事業計画策定セミナー（集団）の受講者等
- ・ 募集方法：集団セミナー時に案内、毎月発行している会報誌、商工会ホームページ及び SNS、市のメールマガジン など
- ・ 講師：中小企業診断士等の外部専門家
- ・ 回数：月 2 回
- ・ カリキュラム：各種分析（SWOT 分析など）
資金計画
収益計画 など

なお個別相談会では、個社の事業計画策定に応じて専門的な指導を行うため、進捗状況によっては 1 社あたり複数回の受講も想定している。

7. 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、補助事業等の実施におけるアフターフォローにとどまっており、事業者の自走化を見据えた伴走支援に至っていない。

[課題]

これまで事業計画を策定した事業者の多くは、一過性の事業計画の活用となるケースが見受けられるため、策定した計画について PDCA 検証を実施し、着実に目標達成に至るよう伴走支援を実施する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業者自身に事業計画の策定をきっかけとして、自走化に向けて以下の気づきを与えることを目標とする。

- ・自ら「答え」を見いだすこと
- ・対話を通じてよく考えること
- ・経営者と従業員が現場レベルで当事者意識を持って取組むこと
- ・次の本質的な経営課題を自ら考える力を身に付けること
- ・内発的動機付けを行い潜在力の発揮につなげること など

対象は、事業計画を策定した全ての事業者とするが、事業計画の進捗状況や事業者の課題等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者とを見極めた上で適宜フォローアップを行う。

また、商工会としても経営指導員が定量的な事業成果を確実に把握することで、次の事業展開も踏まえた伴走型の支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
フォローアップ 対象事業者数	18社	35社	45社	45社	45社	45社
頻度（延回数）	116回	140回	180回	180回	180回	180回
売上増加 事業者数	—	10社	15社	15社	20社	20社
利益率1%以上 増加の事業者数	—	10社	15社	15社	20社	20社

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営指導員が巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

その頻度については、事業計画策定者全てを対象とし四半期に一度程度とする。ただし、事業計画の進捗状況や事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、必要に応じて岐阜県商工会連合会の専門経営指導員やエリアマネージャー、あるいは外部専門家など第三者の視点も活用し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

8. 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]

これまでの取組では各種展示会や商談会に参加後の事業成果を個別具体的に把握しきれていないのが現状である。また、過疎化が進む当地域においては商圏内の内需だけでは販路に限界があるため、オンライン等による広域な販路開拓の必要性が高い。しかし地域内の小規模事業者の多くは、その必要性を概ね認識しているものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでいない。

[課題]

これまで展示会出展支援等は実施しているが、特に事後のフォローによる成果検証等が不十分であったため、改善した上で実施する。

DX化支援においては、新たな販路の開拓や業務効率化等につながるDX化の必要性を十分に理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

経営状況の分析、事業計画策定支援を行った意欲ある事業者を重点的に支援する。

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、首都圏などで開催される既存の展示会等への出展を支援する。出展にあたっては、経営指導員等が出展に関する一連の支援を行うとともに、出展後には、成果の検証・分析を含めたきめ細かな伴走支援を行う。

DXに向けた支援は、SNS情報発信、ECサイトの利用等の初歩的な支援から、データに基づく顧客管理や販売促進等の高度な利活用まで幅広く対象とする。支援にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った対応をする。

(3) 目標

	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
① 展示会出展事業者数	2社	3社	3社	3社	3社	3社
売上額/者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
② 商談会参加事業者数	2社	3社	3社	3社	3社	3社
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
③ SNS活用支援事業者数	4社	5社	5社	5社	5社	5社
売上増加率/者	—	3%	3%	3%	3%	3%
④ ECサイト開設事業者数	4社	5社	5社	5社	5社	5社
売上増加率/者	—	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①、②展示会・商談会出展事業 (BtoB、BtoC)

業種や商品に応じて対象となる展示会等が異なるため、次に列記する展示会等への出展を中心に支援を行う。

【出展を想定する展示会等】

名 称	概 要
メッセナゴヤ (展示会)	<ul style="list-style-type: none"> ●開催時期：10月頃 ●会場：ポートメッセなごや ●来場者数：約45,000人 ●出展社数：約900社 ●内容：業種、業態を問わず多様な製品技術サービスが集結する
機械要素技術展 (展示会)	<ul style="list-style-type: none"> ●開催時期：6月頃 ●会場：東京ビッグサイト ●来場者数：約65,000人 ●出展社数：約1,800社 ●内容：主に製造業の加工技術、表面処理など技術系（BtoB）の展示会
国際ガーデン& アウトドア EXPO (展示会)	<ul style="list-style-type: none"> ●開催時期：10月頃 ●会場：幕張メッセ ●来場者数：約35,000人 ●出展社数：約1,000社 ●内容：主にアウトドア、園芸、空間デザイン分野の総合展
「ぎふブランド」 大都市圏発信 プロジェクト (商談会)	<ul style="list-style-type: none"> ●開催時期：通年（不定期開催）年10回程度 ●主催：十六銀行 ●内容：県内企業と首都圏の有名バイヤー企業による商談会
しんきん ビジネスフェア (商談会)	<ul style="list-style-type: none"> ●開催時期：10月頃 ●主催：東海地区36信用金庫 ●来場者数：約3,000人 ●出展社数：約400社 ●内容：各信用金庫の取引先企業が出展するビジネス商談会
飛騨・美濃文化産業 フェスティバル (展示販売会)	<ul style="list-style-type: none"> ●開催時期：11月頃 ●会場：飛騨・世界生活文化センター ●来場者数：約3,000人 ●出展社数：約80社 ●内容：岐阜県産品の優れた商品が出品される展示販売会

③ SNS 活用支援事業

SNS の活用による広域での販路開拓を推進するために必要となる支援を実施する。支援にあたっては外部専門家も積極的に活用し、新商品などの効果的な販路開拓の達成を目指す。

< 想定する支援内容 >

- ・ SNS の活用による販売促進、販路開拓のための支援
- ・ 生成 AI（ChatGPT 等）の活用による業務効率化等のための支援 など

④ EC サイト開設支援事業

既存商圏の枠を超えた広域の販路開拓による事業拡大に繋がるよう、EC サイトの開設に至るまでの一連の支援を実施する。また EC サイトの開設にあたっては、より効果的なサイトとなるよう市場分析や顧客の需要動向等も踏まえた支援を実施する。

< 想定する支援内容 >

- ・ 大手 EC サイトである Amazon、楽天市場等のストアページ開設支援
- ・ 自社 EC サイト開設のための BASE、STORES 等の活用支援
- ・ Google ビジネスプロフィール等の活用によるオンラインマーケティング支援 など

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 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]

評価機関である「経営発達支援事業評価委員会」は現在、役職員のほか山県市まちづくり・企業支援課長及び外部有識者（中小企業診断士、社会保険労務士）並びに岐阜県商工会連合会担当職員で構成しており、年に1回評価委員会を開催している。委員会での評価結果は商工会ホームページで公開し会員事業者等がいつでも閲覧できる仕組みとなっている。

[課題]

継続的に、第三者である外部有識者の視点も含めて毎年検証し、PDCA を実施していくことが重要である。

(2) 事業内容

- ・役職員のほか、山県市まちづくり・企業支援課長及び外部有識者ならびに岐阜県商工会連合会担当職員で構成する評価委員会を年に1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況等について4段階評価（A～D評価）を行い、次年度への改善対応を図る。
- ・評価委員会による評価結果は、役員会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、ホームページへ掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

10. 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]

外部講習会や中小企業大学校研修などへの参加により、資質向上につながる取り組みを実施している。また、職員間での勉強会を行い、主に実務の資質向上及び標準化を図っている。

[課題]

資質向上の主な目的が実務的な内容に重点を置いており、事業者支援において最重要ともいえる対話と傾聴などコミュニケーション力向上についての内容が不十分である。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、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「経営支援能力向上セミナー」へ計画的に経営指導員等を派遣する。

【中小企業大学校支援担当者研修】

中小企業大学校で開催されている「事業計画策定セミナー」、「事業承継セミナー」、「DX活用支援セミナー」等の専門研修に積極的に参加し資質向上を図る。

【DX推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、次のようなDX推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組>

ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子決裁システム等のITツール、オンライン会議対応、ペーパーレスによる業務デジタル化、情報セキュリティ対策

イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用 オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム

ウ) その他取組 オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャットツール導入 等

【コミュニケーション能力向上セミナー】

対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を実施することにより、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上を図り、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

【小規模事業者課題設定力向上研修】

課題設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得することで、その後続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

②OJT制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員や岐阜県商工会連合会担当エリアマネージャーと一般職員とがチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③職員勉強会の開催

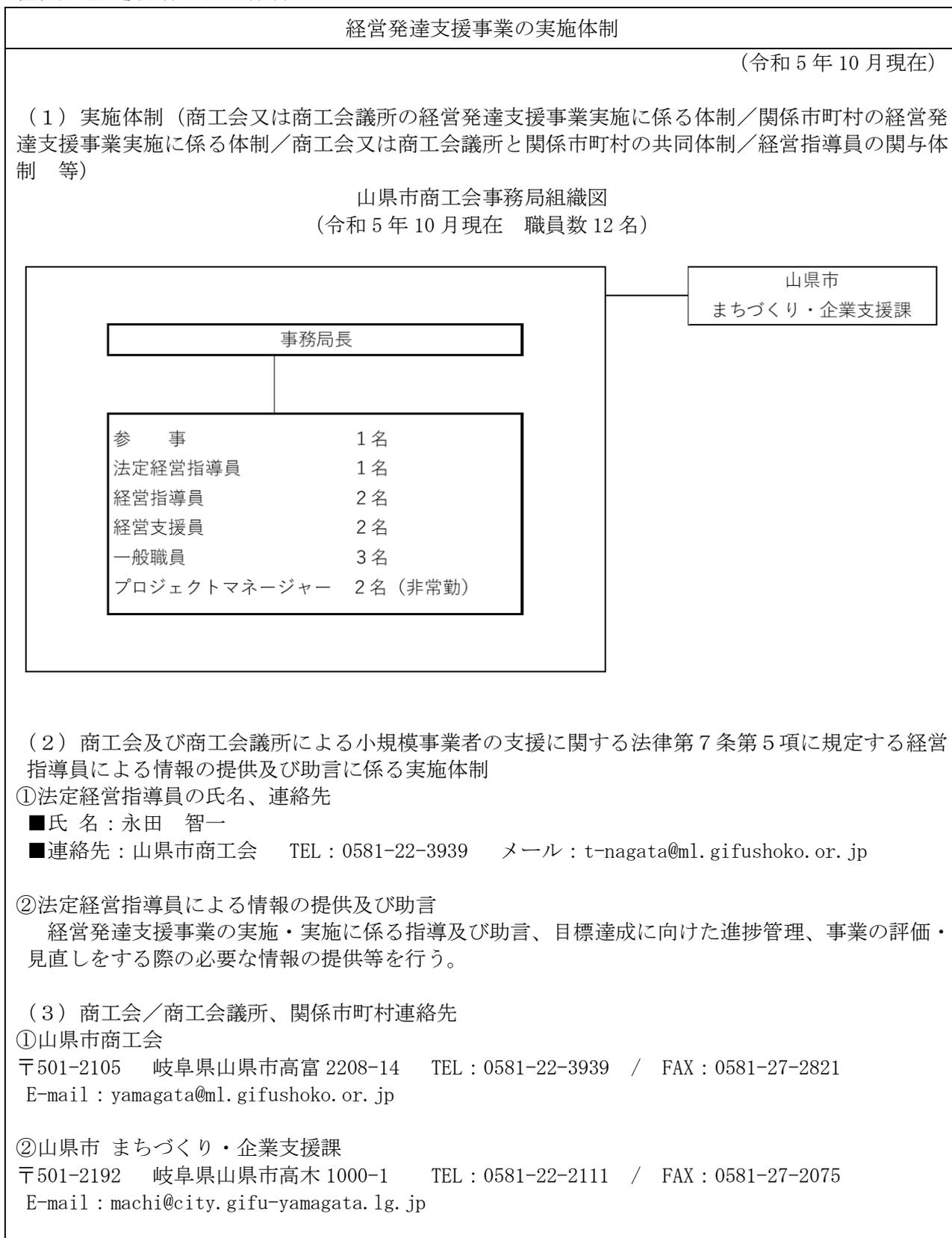
研修会へ出席した職員が講師を務め、学んだ内容をフィードバックすることで商工会全体の支援能力向上につなげる。研修会の内容以外でも、IT等の活用方法や各種支援ツール等についての紹介、経営支援の基礎から話の引出し術など、職員が講師となり毎月1回程度実務面や情報共有のための勉強会を実施する。

④データベース化

担当経営指導員等が基幹システムや経営支援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有できるようにすることで、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とともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

(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)

	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
必要な資金の額	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
①経済動向調査	200	200	200	200	200
②需要動向調査	400	400	400	400	400
③事業計画策定 支援	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
④新たな需要の 開拓に寄与する 事業	350	350	350	350	350
⑤委員会等開催 費	50	50	50	50	50

(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、県、市からの補助金 ・商工会自己財源(会費、手数料収入等)

(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。

