

経営発達支援計画の概要

実施者名	安八町商工会（法人番号 5200005004260） 安八町（市町村コード 213837）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目 標	①経営分析・事業計画策定支援を行う 事業所者の問題点や課題の抽出、課題の解決方法などを明確にする経営分析を実施し事業計画の策定に繋げていく。 ②需要動向調査支援および新たな需要の開拓支援を行う 事業計画を策定した事業所の販路拡大や商品開発等を図ることを目的とした需要動向調査と、プレスリリースや SNS、商談会や展示会などを活用した新たな需要の開拓支援を実施する。
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 管内景気動向調査と関係機関による経済動向調査から得た情報を整理・分析し、地域経済動向レポートにまとめ広く情報提供・周知する。 3-2. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の製品・商品・サービスに関して、イベント・展示会等を活用した需要動向調査やモニター調査から得たデータと外部機関が公開する調査及びデータで得た情報を需要動向レポートとして作成し提供する。 4. 経営状況の分析に関すること 定性・定量面からの経営分析の重要性を伝えると共に、掘り起こした事業者に対して経営状況分析を実施し経営への活用を促す。 5. 事業計画策定支援に関すること 事業計画（事業計画、事業承継計画、創業計画）策定の推奨並びに策定支援を実施し、計画的且つ確実性のある事業展開に繋げる。 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定したすべての事業者を対象とし、計画に定めた取組事業の進捗状況を把握する。目標とした売上高や利益額を指標に効果を測定し、その結果に応じて適宜取組事業の見直しを行っていきけるよう働きかけていく。 7. 新たな販路開拓に寄与する事業に関すること 展示会・商談会・物産展への出展参加の推進とECサイトを活用した販路拡大、プレスリリース支援により、管内小規模事業者の販路開拓に貢献する。
連絡先	安八町商工会 住所：〒503-0121 岐阜県安八郡安八町氷取 159-1 TEL：0584-64-4811 FAX：0584-64-2789 E-mail：anpachi@ml.gifushoko.or.jp 安八町 まちづくり推進課 住所：〒503-0198 岐阜県安八郡安八町氷取 161 番地 電話：0584-64-7112 FAX：0584-64-5014 E-mail：anpachi@town.anpachi.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沿革

本町は、伊吹の霊峰を仰ぎ、揖斐・長良の清流に囲まれた豊穡な輪中に育まれてきたまちである。昭和30年には、結村、名森村、牧村の3村が合併し安八村となり、昭和35年の町制施行により「安八町」となった。その後40余年が経過した平成14年頃からは、国の推進も背景として、地方分権、悪化する財政事情への対応のため全国的に合併の機運が高まってきた。こうした中、本町においても近隣の市町との協議を進めてきたが、最終的には平成16年8月に合併を見送り、これまでどおり町単独で自立したまちづくりを進めていく方向を選択し、現在に至っている。

②立地

本町は、濃尾平野の西北部に位置し、揖斐川と長良川の一級河川に挟まれた南北約9km、東西約3kmの細長い地形であり、総面積は18.16km²である。県庁所在地の岐阜市と大垣市の県二大市部に隣接しているほか、名古屋都市圏にも近く、JR東海道新幹線、名神高速道路に直結する安八スマートインターチェンジなどにより周辺地域と結ばれており、地理的条件に恵まれた位置にある。地勢は、海拔4~6m内外の平地となっている。木曾三川からの流出土によって形成された沖積層からなっており、県下でも有数の肥沃な農耕地を形成している。

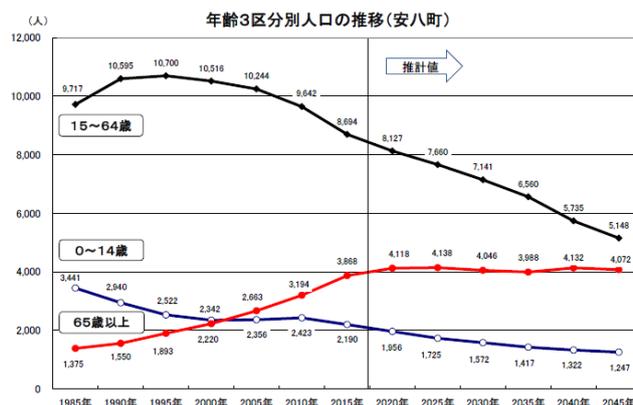


③人口動向

本町では、人口は減少傾向である。

生産年齢人口の減少と高齢者の増加が表裏一体で進んでおり、2020年時点の推計値では65歳以上の高齢者割合は、26.2%とおよそ3割に達している。0歳~14歳の年少人口は13.7%と全体の人口と共に減少傾向であり少子高齢化が進んでいる。

生産年齢人口については1995年以降減少傾向で、今後10年間でおよそ1000人が減少する予測が出ている。



④安八町の産業構造

ア) 事業所数

本町の就業人口は、増減を繰り返しているものの、長期的に減少傾向にあり、平成22年時点で7,598人となっています。

産業別の割合をみると、第3次産業の割合が最も高く平成22年時点で55.9%、次いで第2次産業が40.6%の順となっています。また、産業別の割合の推移をみると、第1次産業、第2次産業は減少傾向、第3次産業は増加傾向にあります。

	H7		H12		H17		H22	
	(人)	割合(%)	(人)	割合(%)	(人)	割合(%)	(人)	割合(%)
第1次産業	416	5.1	371	4.5	411	5.0	263	3.5
第2次産業	4,316	52.7	3,998	49.0	3,635	44.2	3,072	40.6
第3次産業	3,454	42.2	3,790	46.5	4,169	50.7	4,223	55.9
分類不能の産業	18	-	6	-	6	-	40	-
計	8,204	-	8,165	-	8,221	-	7,598	-

商工業者数

本町の商工業者数は以下のとおりとなっている。
一部の業種を除きほぼ減少傾向である。(2012年と2016年の差)

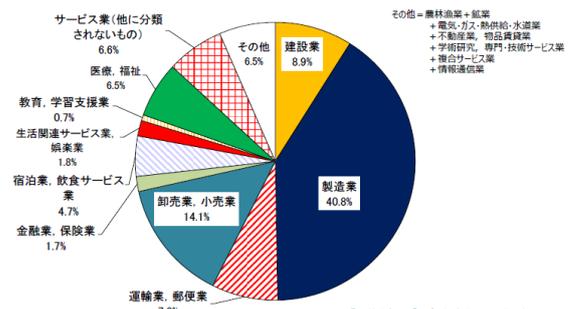
年度	事業所数	建設	製造	卸・小売	飲食	その他
2009	538	154	81	109	52	142
2012	462	129	70	93	46	124
2014	455	121	63	92	41	138
2016	448	116	62	94	39	137
差	-14	-13	-8	1	-7	13

イ) 従業者数

本町の就業人口は、増減を繰り返しているものの、長期的に減少傾向にある。

平成28年経済センサスによると全体の従業者数は4,975人となっている。右図の産業別の割合をみると、製造業の割合が最も高く40.8%、次いで卸・小売業が14.1%、建設業が8.9%の順となっておりこの3業種が雇用に貢献しているものの、製造業の減少に併せて製造業の従業者数の減少が顕著である。

H28(2016) 産業別従業者数の構成比(安八町)



⑤主要産業の現状と課題

ア) 製造業

製造業は、事業所数、従業者数、製造品出荷額等は、いずれも若干の増減を繰り返しながら長期的には減少傾向にある。平成28年時点で、116事業所、2,029人、630億円となっている。先述した通り、本町は交通アクセスに優れていることから、グリコマニュファクチャリングジャパン岐阜工場、岐阜日野自動車、住友化学、旭金属工業(航空機部品製造)などの大企業が事業所を展開している。しかし、当地域の小規模製造業者は、これらの大手企業と直接取引し利益を得ている事業所は少い。

当地域の小規模製造業者のほとんどが近隣にある大手メーカー等の下請業者で取引先の業績や方針により左右されることがあるため、各小規模製造業者が付加価値の向上および営業力の強化を通じて一社編重や下請依存からの脱却を図ることが課題である。

イ) 建設業

建設業は、事業所数、従業者数、生産額は、いずれも若干の増減を繰り返しながら長期的には減少傾向にある。平成28年時点で、62事業所、445人、58億円となっている。

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	448	4,975	100.0	1.00
農林漁業	3	69	1.4	1.74
鉱業	0	0	0.0	0.00
建設業	62	445	8.9	1.30
製造業	116	2,029	40.8	2.62
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0	0.0	0.00
情報通信業	1	6	0.1	0.04
運輸業、郵便業	14	390	7.6	1.36
卸売業、小売業	94	703	14.1	0.68
金融業、保険業	5	87	1.7	0.65
不動産業、物品賃貸業	6	100	2.0	0.78
学術研究、専門・技術サービス業	6	109	2.2	0.68
宿泊業、飲食サービス業	39	233	4.7	0.50
生活関連サービス業、娯楽業	32	90	1.8	0.43
教育、学習支援業	7	34	0.7	0.21
医療、福祉	25	321	6.5	0.50
複合サービス業	5	39	0.8	0.92
サービス業(他に分類されないもの)	33	330	6.6	0.79

出典：総務省「平成28年経済センサス活動調査」
注：事業内容等が不明の事業所を除く、公務を除く。

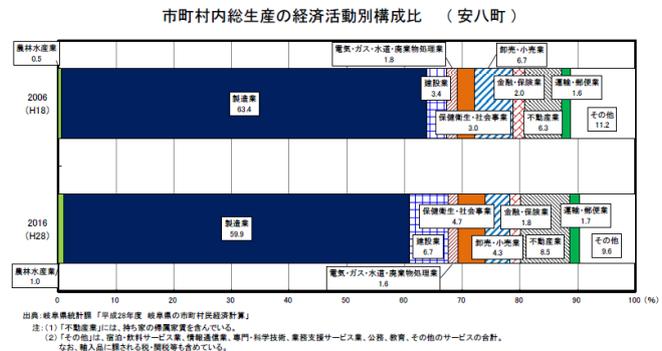
62 事業所の内、大手 10 事業所が安八町の指名業者となっている。全体的に地域内の建設業者は元請、下請にかかわらず公共工事に偏っている傾向が強いため、新規取引先の獲得などにより経営基盤を強固にしていくことが課題である。

ウ) 卸・小売業、宿泊・サービス業

卸・小売業の平成 27 年の商品販売額は、小売業が 125 億円、卸売業が 55 億円と数字的には大きいですが、大手ドラッグストアやコンビニエンスストアが町内に乱立しており、商品販売額のほとんどがそういった大手フランチャイズの業績である。地域内の小規模卸・小売業店の店舗数は少なく顧客離れも顕著に表れている。

また、当地域の宿泊・サービス業については、喫茶店、飲食店、理美容店が多いが何れも小規模店舗で商品販売額は減少傾向である。

これらのことから、顧客のニーズを満たす商品・サービスの開発により個社の魅力を向上させること、効果的な販売促進により来店客数の増加を図ることが課題である。



⑥事業承継

小規模事業者が 安定した経営を継続 する要件として後継者の存在が重要視される。安八町商工会では、平成 30 年に当会員の 2 割にあたるおよそ 70 事業者にアンケート調査を実施した。その調査票の中に 事業後継者の有無について確認する項目があり、そのデータをまとめた結果が次の表のとおりであり、過半数の事業所が、後継者がいない理由で将来的に廃業を考えているという結果であった。

項 目	割合
後継者が若しくは予定者がいない。	27%
自身の代で廃業を考えている。(第3者へ任せない)	23%

アンケート結果から、およそ 3 割近くの小規模事業者に後継者や予定者がおらず、将来的には事業継続の意思が無いことがわかる。

これらのことから、地域経済力、雇用維持のために円滑な事業承継や第二創業を促進し、事業所数を維持していくことが課題である。

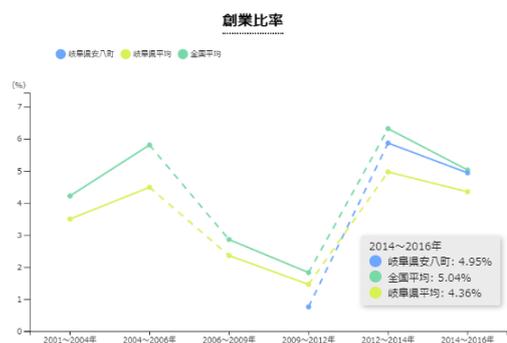
⑦創業

安八町の創業比率は、平成 24 年から 26 年で 4.95% となっており、岐阜県平均 4.36% 及び全国平均 5.04% より低くなっている。岐阜県内 42 市町村中 8 位となっており県内でも創業比率が高いほうであるが全国平均と比べると低い方である。

安八町は岐阜県の平野部にあり、岐阜市や大垣市、安八スマートインターチェンジを利用すれば名古屋市に 30

分ほどで行けるなど比較的アクセスしやすい立地環境であることから、魅力を伝えながら掘り起こしを行う事で更なる創業者を創出することが可能であると考えられる。

産業力強化法に基づく創業支援事業者をはじめ関係機関との連携を深めながら支援を行うことで創業促進を図ることが課題である。



⑧事業者が抱える共通課題

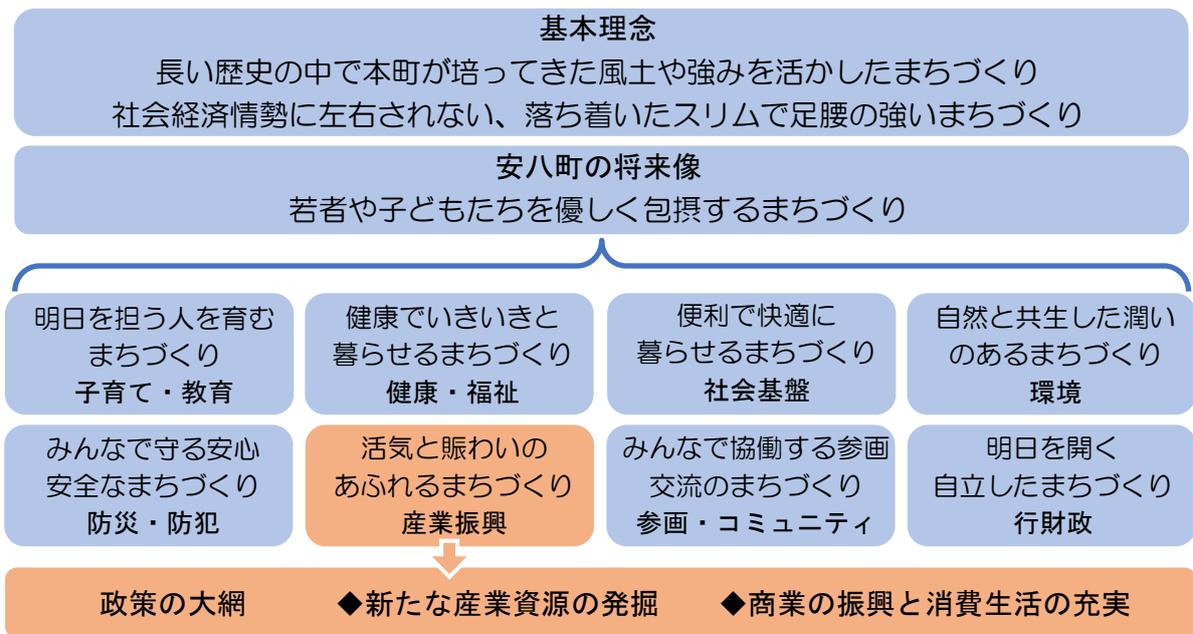
各業種の抱える課題は多様であるが、共通する課題は「売上・利益の向上」である。

⑨安八町第5次総合計画

安八町は、「子育て・教育」「健康・福祉」「社会基盤」「環境」「防災・防犯」「産業振興」「参画・コミュニティ」「行財政」の8項目の目標から構成される「安八町第5次総合計画」を策定している。

この計画の遂行に関し、商工会も関係しており総合計画遂行の一翼を担っている。（対象期間：平成27年度～平成34年度）。

安八町第5次総合計画の概略



◆活気と賑わいのあふれるまちづくり「産業振興」

安八町の第5次総合計画は、基本理念を基に設定した目指す将来の姿を達成するために、8つの基本目標を設定している。

その中で、小規模事業者の振興に商工会として貢献できる目標は「活気と賑わいのあふれるまちづくり（産業振興）」である。

その基本目標に基づく政策の大綱として「新たな産業資源の発掘」が掲げられており、安八スマートインターチェンジを最大限に有効活用した企業立地や既存企業の振興と共に雇用機会の拡充を図ることと、もう一つは「商業の振興と消費者生活の充実」と掲げられており、商工会等との連携強化により、地域に根ざした商業の育成と消費者生活の充実を図ると計画されており、その上で、こうした産業振興を通じて、「活力の源である地域産業が活発で、若者から高齢者までの働く場所が確保された、生涯をふるさとで働くことができるまちを目指す」と宣言しています。

（2）小規模事業者に対する中長期的な振興の在り方

①今後10年間を見据えた振興の在り方

＜中長期的な振興の在り方＞
「小規模事業者の経営力向上と創業の促進を図り、小規模事業者の維持と雇用の創出」

安八町内の小規模事業者数は毎年10事業所程の廃業により減少している。現在、町内の商工業者数は408であるがこのペースで減り続けると10年後では現在より100事業所少ない308事業所となる。

このように地域の小売店等の小売業者が減少すると町民の生活に影響を及ぼす他、従業員を雇用する小規模事業者が減少すれば安八町の経済が衰退することが予想される。

商工会では、安八町の地域経済を支える小規模事業者が永く存続するために、共通する課題となっている売上及び利益の増加を目的とした経営力向上と創業の促進を図り、小規模事業者の維持と雇用の創出を、10年先を見据えて中長期的に実施していく方針である。

②安八町商工会としての役割

小規模事業者が経営力を向上するには、自ら事業計画を策定してその事業を実施し、PDCAサイクルによる事業の評価と見直し等が求められる。

しかし、小規模事業者は事業計画の必要性・策定に対する意識が低いのが現状である。安八町商工会は小規模事業者に対して事業計画の策定支援、策定後の支援、そしてPDCAによる事業の評価や見直しに関する一連の指導を、小規模事業者に寄り沿った形の伴走型支援を実施することが役割となる。

③安八町第5次総合計画との連動性・整合性

安八町第5次総合計画において定められた8つの基本目標の内、当商工会の関わるべき基本目標は産業振興の「活気と賑わいのあふれるまちづくり」であり、この目標に定められる基本的方針「新たな産業資源の発掘」「商業の振興と消費生活の充実」と上記で定めた中長期的な振興の在り方の考え方は一致しており連動性・整合性は高い。そのため、町及びその他関係機関との連携が取りやすく、設定した中長期的な振興の在り方を達成するために事業者支援に対してより効果の高い支援を実施できる。

(3) 経営発達支援事業の目標

①今後5年間における事業計画の策定支援

個々の事業所の問題点や課題の抽出、課題の解決方法などを明確にする経営分析を実施し事業計画の策定に繋げていく。

経営分析結果については、事業者の説明し問題点や課題、経営改善の提案を行い、それに基づいた経営計画の策定を支援していく。

また、問題点や課題の解決に小規模事業者持続化補助金などの補助金活用提案し事業計画の策定に繋げていく。

なお、事業計画を策定した事業所に対しては、対象者ごとに訪問頻度を設定し策定後の支援を実施する。

それぞれの支援に対する目標値は次のとおりである。

- (1) 経営分析を実施する件数 176 件
- (2) 事業計画を策定する件数 132 件
- (3) 事業計画策定後の支援を行う件数 132 件
- (4) 営業利益率1%以上増加の事業者数 40 社

②今後5年間における需要動向調査支援および新たな需要の開拓支援

事業計画を策定した事業所の販路拡大や商品開発等を図ることを目的とした需要動向調査と、プレスリリースやSNS等の広報、商談会や展示会を活用したブランド形成・マーケティング、ECサイトなどを活用した新たな需要の開拓支援を実施する。

- (1) 需要動向調査を実施する件数 176 件
- (2) 新たな需要の開拓支援を実施する件数 39 事業所

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

本事業の目的の達成と効果的な事業とするために、次の方針にて事業を実施していく。

①今後5年間における事業計画の策定支援等について

ア) 経営分析の実施

- ・経営分析については経営指導員が中心となって行い、法定経営指導員が3か月ごとに支援実績の確認をしながら目標値を達成する。
- ・小規模事業者持続化補助金等の補助金申請に伴う事業計画を策定する小規模事業者に対し経営分析を行い効果的な事業計画策定を行う。
- ・経営分析手法のSWOT分析について指導員が行うが、必要に応じて複数の職員で行いあらゆる状況を捉え、内容の濃いものとする。

イ) 事業計画の策定支援

- ・経営指導員が小規模事業者に対し経営分析した結果、問題点や課題、経営改善案などを説明し、事業計画の策定に繋げていく。
- その他に、小規模事業者持続化補助金などの補助金制度を小規模事業者に周知し、制度の活用を促し申請に係る事業計画の策定支援を行う。
- ・事業計画策定時において、専門分野など経営指導員による改善案の提案等が困難な場合は、専門家派遣事業を利用し専門家の意見を聞き事業計画の策定支援を行う。

ウ) 事業計画策定後の支援

- ・事業計画書を策定した事業所に対し、事業計画策定後の支援を行う。
- ・小規模事業者が策定した事業計画実施後については、経営指導員により効果の検証を行う。検証結果により売上に繋がらないなどの問題点があった場合は、専門家を交えて問題点を考慮した事業計画の策定支援を行い売上や利益の向上に繋げる。

②今後5年間における需要動向調査支援および新たな需要の開拓支援について

需要動向調査並びに新たな需要の開拓支援については、事業計画書を策定した事業所に対して実施する。

ア) 需要動向調査の支援

事業計画書を策定支援する際、又は策定後の支援において、経営指導員等並びに専門家により需要動向の必要性や効果などを説明し、商工会から提案する需要動向調査支援を実施し目標値を達成する。

イ) 新たな需要の開拓支援

事業計画書を策定支援する際、又は策定後の支援において、経営指導員等並びに専門家により新たな需要の開拓を図るための事業説明やその効果などの内容を説明し、提案することで目標値を達成する。

経営発達支援事業の内容

3-1 地域経済の動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

各機関が発行する調査レポートから有用だと思われるデータをまとめ、巡回・ホームページ・毎月発行の経営情報で四半期ごとに地域内の小規模事業者者に情報提供しているが、経営環境の把握や需要予測の指標となっておらず、直接の経営に活かされているとは言い難い。

【課題】

第2期においては、小規模事業者にとって有用な情報提供となるよう、各機関からの情報抽出にとどめることなく、地域内事業者へのアンケート調査から直接的な情報を収集するとともに、RESASなどの巨大データ群を活用しながら、地域の経済動向を伝えていくことが必要である。

(2) 事業内容

①管内の動向調査

地域内小規模事業者の経営状況や景況感を把握するため、調査対象事業者を選定し調査票をもとに直接ヒアリングを行う「管内景気動向調査」を実施する。小規模事業者が関心の高いと思われる当地域に特化した1次情報を収集し、分析・提供する。

管内景気動向調査概要	
調査対象	管内小規模事業者15社 (内訳 管内小規模事業者の構成割合に応じ、内訳を設定) 製造業 5件 建設業 3件 小売・卸売業 2件 サービス業 5件
調査項目	売上高、客単価、客数、資金繰り、仕入単価、在庫数量、採算、経常利益、従業員数、外部人材請負・派遣、業況、借入難度、借入金利など
調査方法	調査対象企業を選定。 経営指導員が企業を訪問し、面接、調査票を用いた聞き取りにより情報を収集・分析し管内小規模事業者へ情報提供する。
分析手法	・景況感DI値を用いて中小企業景況調査報告書との比較分析 ・管内小規模事業者の実績と見通しの比較分析
調査頻度	年4回(4半期ごとに1回実施)

②各種レポートを基にした地域内経済動向の調査

RESASの巨大データ群を活用して、地域内及び近隣のデータを収集する。それらデータは職員会議において共有し、その結果をまとめる。なお、情報収集は主に下図の資料を活用するものとし、当商工会地域の産業構造を踏まえて関連する業界・業態の景況情報等を収集する。情報源及び調査項目について、管内小規模事業者にとってより関心があり関係すると思われる内容に改善する。

(情報源及び調査項目)

情報収集先	情報収集項目	収集目的
地域経済分析システム 《RESAS》	付加価値額 労働生産性 産業構造 従業員数	全国や近隣地域との比較から 管轄地域の傾向を分析
県内中小企業景況調査 《岐阜県商工会連合会》	県下商工会地区産業の DI 値	岐阜県内小規模事業者の 傾向分析
西濃を中心とした地域 景況レポート 《大垣西濃信用金庫》	西濃地区産業の DI 値	西濃地域の小規模事業者の 傾向分析
業務月報 《ハローワーク大垣》	求人求職の状況、求人求職賃金 情報	雇用状況の動向分析

（３）地域経済の動向調査結果の活用

上記①、②で実施した調査結果は、グラフや図表、注釈を入れながらわかりやすい形で、地域経済動向レポートにまとめる。小規模事業者への周知は、職員による巡回のほかホームページにも掲載することで閲覧の機会を増やし、地域経済状況を把握できるようにするとともに、自社の経営について気づきを与え、個社ごとの経営及び事業計画策定の際に参考資料として活用していただく。

（具体的な周知方法）

- ・ 商工会職員の巡回時に 地域経済動向レポートを配付し説明する。
- ・ 毎月発行する経営情報に同封し周知する。
- ・ 当商工会ホームページに地域経済動向レポートを掲載する。

（４）地域経済の動向調査周知目標

方法内容	現状	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
レポート作成数	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回
巡回および郵送回数	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回
ホームページ掲載回数	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回

3-2 需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

【現状】

当初の計画においては、インターネットの各種情報サイトや国や業界団体の統計、日経テレコン POS 情報などを活用した消費動向やトレンドの調査、分析、結果の提供が需要動向調査の中心となっており補助金申請等の計画書作成には有用であったものの、事業運営への活用に関しては事業者の反応が弱いことも多く、必ずしも有用な情報の提供となっていない。

【課題】

小規模事業者が開発・販売する商品自体へのニーズや、パッケージの良し悪し、価格の妥当性など、一般消費者の生の声である 1 次情報を偏りなく調査、提供していく必要がある。

（２）需要動向調査実施目標

調査目標事業者数						
	現状	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
新商品・製品開発の調査対象事業所数	0社	1社	2社	3社	3社	4社
試食アンケート調査対象事業所数	30社	2社	3社	4社	4社	6社

(3) 事業内容

小規模事業者が開発・製品・販売する商品・新サービスへの直接的な一般消費者のニーズを収集して提供する。収集したデータから買い手のニーズを的確に把握するとともに、一般的に公表されている2次データを併せて総合的に分析することで、消費者ニーズを捉えられるか、競合への優位性を発揮できるか等の判断材料となる情報の提供を行う。

①展示会・イベントを活用した需要動向調査

ア) 展示会を活用したBtoB調査

商工会の販路開拓支援で展示会へ出展する小規模事業者及び独自で出展する小規模事業者に同行し、出展ブースを訪れる事業者に対して、個社ごとの商品・サービスにあわせた独自調査を実施し、顧客の持つニーズを収集する。

調査方法はアンケートによる聞き取り方式とし、調査項目は展示製品の特性を考慮し事業者と相談したうえで決定しアンケート票を作成する。

展示会を活用したBtoB調査	
調査の種類	展示会を活用した新商品・製品 BtoB 調査
対象業種	製造業
調査する対象	展示ブースを訪れる事業者
調査の方法	アンケートによる聞き取り方式
調査する項目	性能、品質、技術、デザイン、用途、価格、取引条件、改善要望 など
調査する展示会	メッセナゴヤ（毎年11月中旬に開催）（※例示）
サンプル数	30件

イ) イベントを活用したBtoC調査（試食等）

管内のイベントにおいて、事業計画を策定した小売・飲食サービス業を対象に、一般消費者の意見を収集するためのアンケート調査を実施する。アンケートは、製品等の特性を考慮し調査項目を事業者と相談し作成する。

地域イベントを活用したBtoC調査	
調査の種類	地域イベントを活用した新商品試食アンケート
対象業種	小売業・飲食サービス業
調査する対象	イベントへの一般来場者
調査の方法	アンケートによる聞き取り方式
調査する項目	味、質、デザイン、価格、感想、要望、年齢、性別 など
調査するイベント （※例示）	安八水まつり（毎年8月の第1日曜日に開催） 安八ふれあいまつり（毎年10月の第4土・日曜日に開催）
サンプル数	20件

②モニターを活用した調査

青年部員・女性部員を調査対象グループとして活用し、小規模事業者が開発・製品・販売する商品・新サービスへの直接的な意見を集約し分析する。また、商工会事務局への来訪者に対して、聞き取りやアンケート調査を行い、消費者目線で商品・サービスを考察してもらう。

モニター調査を活用した調査（BtoB、BtoC調査）	
----------------------------	--

調査の種類	モニター調査を活用した調査	
対象業種	製造業・小売業・飲食サービス業	
調査する対象	商工会青年部員・女性部部員 来会される会員事業者および関係機関の方	
調査の方法	アンケートによる聞き取り方式	
調査する項目	製造業	性能、品質、技術、デザイン、用途、価格、取引条件、改善希望 など
	小売業	味、質、デザイン、価格、感想、要望、年齢、性別 など
	飲食サービス業	
調査する場所	商工会青年部および女性部の会合時 商工会事務局内（※例示）	
サンプル数	20 件	

③国や金融機関等が公開する統計等の提供

必要に応じ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、行政機関や業界団体・金融機関等が実施している統計調査の結果を収集し事業者に提供する。収集する。収集した情報は、①展示会・イベントを活用した需要動向調査と合わせてレポートにまとめて各事業所に提供していく。

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、消費者の暮らし向きに関する考え方の変化や物価の見通しなどの推移を分析する。また、自社が開発・販売する商品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製品等の情報を収集し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（今後の暮らし向きの見通しなど、毎月） 物価の見通し（毎月） 主要耐久消費財等の保有・買替え状況（3月のみ） 世帯の状況（毎月） 等
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。

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・世帯データ、購買力データ・富裕層データ等の数値データを収集・分析することで設定したい商圏内での需要を推測することができ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・町内の経済水準、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。

日経POS情報「売れ筋ランキング」

情報の収集・分析	日本経済新聞社が独自に収集する全国のスーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストアなどからのPOS情報。 最新の消費動向・市場情報として、加工食品・酒類・日用品などの販売実績データが毎日更新されおり常に変化する市場の動向を速く、正確に把握することができる。また、自社が開発・販売する商品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製品等の情報を収集し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品・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
目的	日経POS情報・売れ筋ランキングから収集した情報を、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し、トレンドや流行を見極めることで、売れる商品開発、仕入れなどに活かしていく。

(4) 調査結果の活用方法

上記①及び②により収集したデータを基に、関連性の高い項目はクロス分析を行い、上記③にて収集した情報を付加して、事業者個々の製品・商品・サービスに関する需要動向レポートを作成し提供する。

提供した情報を基に、個々の事業者の商品・サービスが想定するターゲットニーズに合致しているか、更なる商品・サービスの改良改善に活かすことはできないか等の検討材料とし、必要であれば各関係機関と連携を図り、その後の商品開発・改良から新たな販路の開拓までを一貫して支援する。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者の持続的発展のため、経営戦略立案に役立つ経営分析セミナーを当会が主導的に実施している。また、セミナー開催と並行して、指導員による巡回・窓口相談、記帳・税務指導の機会に、収集した経済動向を踏まえ、経営分析の必要性を訴求し、意欲喚起を促すとともに、潜在需要を掘り起こしている。そして、各種分析手法や記帳機械化システムを活用して経営状況の分析を実施している。

【課題】

単独の経営分析セミナーを実施したが2年目以降の参加者は非常に少ない状況で、3年目以降は経営計画策定セミナーのカリキュラムに経営分析セミナーを組み込み実施した。

定量・定性分析を合わせて実施した方が課題の抽出等でより効果があったため、効果的な事業展開と経営体質の強化に結び付けるためには分析の質を高める必要があるが、管内小規模事業者の多くが定性・定量の両面から総合的な分析を行えていないことは課題として挙げられる。

(2) 目標

	現状	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
経営分析件数	30件	32件	32件	36件	36件	40件

(3) 事業内容

①経営分析実施事業者の掘り起こし

経営分析を実施する事業者の掘り起こしに向け、地域経済動向レポートの配布などの巡回時に経営分析の必要性や重要性を説明していく。また、記帳指導や決算指導、融資相談など業績数値と関連性が深い窓口相談時を絶好の機会ととらえ、積極的に経営分析に取り組むよう促していく。定量面を中心に経営分析への取組みを訴求し、それを入口として定性面の分析も併せて促していくことで、定量・定性の両面から総合的な分析を行っていきけるよう働きかけていく。

経営分析実施事業者の掘り起こし手法

- ・日々の巡回指導で経営分析の必要性を伝える。
- ・地域経済動向レポート配付時に、経営分析を勧める。
- ・記帳指導、決算指導において経営状況に不安を感じる事業者に経営分析を勧める。
- ・融資斡旋、補助金申請時に経営分析を行っていく。

②経営状況分析の実施継続

①の取組で掘り起こした事業者に対して経営状況分析を実施する。経営状況の分析には財務諸表を基に行う定量分析と財務諸表以外で行う定性分析の双方を合わせて行う事で経営状況分析とする。

経営分析の実施概要	
分析項目	財務分析（定量分析） 収益性・効率性・生産性・安全性・成長性分析を実施する。 各種分析（定性分析） ABC分析、3C分析、SWOT分析等のフレームワークを活用し分析を実施する。
分析手段	小規模事業者に対しては決算関連書類等財務諸表の確認とともに事業主からヒアリングを行い事業者の情報を収集し独自の経営分析フォームに落とし込み経営分析を実施し事業者に提供する。 経営分析では、業界事情に精通した専門家による支援が必要と判断した場合には専門家を派遣し対応する。専門家の選定・派遣については、岐阜県商工会連合会のエキスパートバンク事業（専門家派遣事業）や国のワンストップ総合支援事業（よろず支援拠点）を活用する。

（４）分析結果の活用

①経営課題の明確化

経営分析の結果から、自社の強みや弱みを客観的に捉え、事業者の持つ問題点や経営課題を明確化する。分析結果は今後の事業計画で定める内容に大きく影響することから、商工会職員だけでなく各関係機関等とも連携を図り、各分野の専門的視点から小規模事業者の経営課題を明確にしていく。

②分析結果のフィードバック

経営分析の結果は、岐阜県商工会連合会の作成した独自のシステム「事業者支援システム」やインターネットを利用した経理システム「ネットde記帳」並びに「経営分析システム」によってレポート形式で书面化し、個別に巡回を行い分析結果の導出課程や結果から判断できることを丁寧に説明する。説明の際には、専門用語をできる限り避けわかりやすく説明することで経営状態に関する理解を高めるように努め、分析から見える経営上の問題や課題を抽出し認識していただく。

③事業計画策定への誘導

分析結果のフィードバックによって認識した経営課題を解決し、将来に向けて持続的な経営を営むことができるように事業計画の重要性を説明することで、事業計画の策定を推進していく。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

事業計画策定の支援については、経営セミナーを毎年実施しており、平成28年度から令和元年度まで4年間の延べ事業所数は46件であった。

経営計画策定件数の累計は77件で、その内訳は事業計画67件、創業5件、事業承継5件である。

また、それらのうち計画セミナーへの参加者持続化補助金申請件数は34件と、半数以上が持続化補助金等の補助金目的での計画策定であった。

経営セミナーなど計画策定の意識付けや具体的な個社支援などによって計画策定へ繋がられたケースがあるものの、補助金申請をするために事業計画策定をするケースも多くみられ、本来の事業計画策定の目的が事業者には伝わりきれていないのが現状としてある。

【課題】

こうしたことから、補助金を目的とした事業計画の策定となるのではなく、自社の将来を見据えた事業計画の策定としていけるよう、計画策定の意義や重要性を認識していただくことが課題となる。

(2) 支援に関する考え方

事業計画策定にあたっては、前工程である経営状況分析を行い、問題や課題を明確にした上で、これらの事業者には事業計画策定の提案を推進していく。事業計画策定支援では、個別相談及び指導員の巡回によって個社ごとに行うものとし、ブラッシュアップ支援の過程においては必要に応じて専門家による意見・アドバイスを取り入れる。これら支援の中では課題解決までの道筋を示し、事業計画の意義や重要性を認識していただけるように努める。

(3) 事業計画策定目標

事業計画策定目標

	現 状	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	15件	20件	20件	21件	21件	23件
事業承継計画策定件数	3件	3件	4件	4件	4件	4件
創業計画策定件数	1件	1件	2件	2件	2件	3件
合計	19件	24件	24件	27件	27件	30件

(4) 事業内容

①事業計画策定に関する意識づけ

ア)事業計画策定

経営状況の分析を行った小規模事業者に対して、個別相談の場を設け、経営上の問題・課題を解決し持続的発展をするために、取り組むべき内容を具体的に検討し書面に定めることの重要性を説明し、計画策定に対する意識付けを行っていく。

イ)事業計画セミナーの開催

事業計画策定を推進するために、事業計画策定セミナーを開催する。セミナーの目的は、事業計画に興味関心を持ってもらうことであり、事業計画の重要性や必要性の説明及び策定手順を主とした内容で行う。

②事業計画策定支援

経営状況の分析を行った事業者を対象とし事業計画策定支援を実施する。小規模事業者独自での計画策定は困難であるため、経営分析結果や需要動向調査の結果を踏まえながら、必要な項目をヒアリングし、それらを整理することを繰り返しながら計画策定支援にあたる。計画に定める内容は多岐にわたることが想定されるが、持続的発展に向けとりわけ顧客獲得に向けた事業収益確保のための具体的な取り組みを盛り込むとともに、小規模事業者の経営資源を考慮した実現可能性の面にも配慮していく。

③事業計画のブラッシュアップ支援

事業計画策定支援の過程では、高度な専門性が求められる項目などについては、必要に応じて専門家と連携を図り、事業計画の検討やブラッシュアップ支援を実施する。

各支援機関（岐阜県商工会連合会、岐阜県商工会連合会西濃ブロック広域支援室、岐阜県産業経済振興センター、岐阜県よろず支援拠点、金融機関、税理士、中小企業診断士、弁護士）等と連携し、各専門家の視点から小規模事業者が抱える経営課題の解決に向けた具体的な施策を計画に盛り込んでいく。

④事業承継計画策定支援

先述したとおり、本会が実施した事業承継アンケートでは、およそ3割が「後継者が若しくは予定者がいない」と回答しており、また「事業承継を考えているが具体的な取り組みができていない」事業者も同程度存在している。これらの事業者に対して、計画的な事業承継を実施できるよう、事業承継計画の策定支援を行うとともに、事業承継の計画策定のみならず承継後の事業継続・発展に向けたフォローアップ支援も併せて実施していく。

⑤創業計画策定支援

大垣市において「産業競争力強化法における市区町村による創業支援事業」の認定を受け開催する創業セミナーへの参加者を積極的に募り、創業計画策定支援や相談対応に努めていく。また、他の支援機関（大垣商工会議所および近隣商工会、地域内金融機関、岐阜県信用保証協会）との連携体制をとり創業者の支援に努める。

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事業所に対して、3ヶ月に1度の頻度で巡回指導を行い、進捗状況の把握や実行困難性などの確認作業を行っている。また、新たな問題や課題発生時にも各種支援施策を活用するなどこまめに支援するように努めているが、その多くが補助金の進捗管理を目的とした支援となっており、事業の成長発展に大きく貢献できる効果的な支援とはなっていない。

【課題】

こうした現状から、補助金の進捗管理ではなく、計画を実施していくうえで新たな課題や計画修正など多岐にわたる問題が発生してくる状況を把握し、事業者の成長発展に貢献できる支援を実施していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

計画を策定したすべての事業者に対し実施する。計画を実施していくうえで新たな課題や計画修正など多岐にわたる問題が発生してくる状況を把握するなど補助金の進捗管理となってしまうまいよう気を付け、事業者の成長発展に貢献できる支援を実施する。

(3) 事業計画フォローアップ目標

《事業計画策定事業者》

	現 状	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
対象事業者数	15件	24件	24件	27件	27件	30件
延べ回数頻度	60回	96回	96回	108回	108回	120回
売上増加事業者数	-件	7件	7件	8件	8件	10件
営業利益率1%以上増加の事業者数	-件	7件	7件	8件	8件	10件

(4) 事業内容

①経営指導員によるPDCA支援

事業計画を策定したすべての事業者を対象とする。支援においては、常に計画に定めた取組事業の進捗状況を把握するとともに、目標とした売上高や利益額を指標に効果を測定し、その結果に応じて適宜取組事業の見直しを行っていきけるよう働きかけていく。

なお、巡回頻度は基本3か月に1度とするが、進捗状況や事業者からの申し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した場合には、岐阜県商工会連合会広域支援室や外部専門家など第三者の視点を投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。

②各種支援施策及び制度の活用によるフォローアップ

経営指導員によるフォローアップ支援では課題解決が困難であると見込まれる場合には、専門家派遣事業により専門家と連携を図りながら支援にあたる。また、本政策金融公庫の融資制度など事業者の実情に応じた融資制度等の情報提供並びに資金調達支援を行い円滑に事業が実施できるようにフォローアップする。

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】

前回までの販路開拓支援は新聞社へのプレスリリースが中心で、リリースした企業は飲食・サービス業に偏っていた。本会主催の展示会の開催は難しいため、メッセ名古屋などの展示会出展について

促したが出店希望者がほとんど無く積極的に行っていなかった。また、計画していた異業種交流会部会での大企業事業所への商談ツアーについても地域内大手企業との調整がつかず実施できなかった。

【課題】

このような現状から、支援対象業種を限定せず、事業計画を策定した事業者には広く販路開拓支援を実施していく必要がある。また、支援内容は多様な手段を使って地域内小規模事業者の販路開拓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

現状と課題を踏まえ、第1期計画の事業内容を見直す。展示会や商談会の出展参加に限定することなく、新たな支援メニューを創出して多様な業種の販路開拓支援を実施していくことを取組方針とする。

(3) 目標

	現 状	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展示会・商談会への出展事業者数	-社	1社	2社	3社	3社	4社
成約数/社	-	1件	1件	1件	1件	2件
②物産展への出展事業者数	1社	1社	2社	3社	3社	4社
売上/社	-	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
③ECサイトを活用する事業者数	-社	2社	2社	3社	3社	3社
売上/社	-	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
④プレスリリースを活用する事業者数	3社	3社	3社	3社	3社	4社
売上/社		10万円	10万円	10万円	10万円	10万円

(4) 事業内容

①展示会・商談会への出展

新たな需要の開拓を図るため、製造業者や建設業者の市場開拓先に応じて適切な展示会等を提案し、出展を斡旋する。必要に応じて補助金を活用し出展を後押しする。

(斡旋する展示会・商談会等の例)

イベント名	概要	来場者	出店者数
メッセナゴヤ	対象企業：全業種 会場：ポートメッセ名古屋 時期：11月 主催：名古屋商工会議所	62,000人	1,400社
岐阜県商社マッチング	対象企業：製造業 会場：県内施設 時期：2月 主催：岐阜県産業経済振興センター	商社8社	25社
ぎふのいいモノ 発掘プロジェクト商談会	対象企業：製造業、卸売業 会場：県内施設 時期：11月 岐阜県商工会連合会	-	10社
ギフトショー	対象企業：製造業、卸売業	200,000人	2,400社

	会場：東京ビッグサイト 時期：9月 2月 主催：(株)ビジネスガイド社		
--	---	--	--

②物産展・商談会への出展

新たな授業の開拓を図るため、消費者向け新製品・新商品を開発した製造業者や飲食業者の市場開拓先に応じて適切な商談会・物産展を提案し、出展を斡旋する。必要に応じて補助金を活用し出展を後押しする。

(斡旋する物産展の例)

イベント名	概要	来場者	出店者数
ニッポン全国物産展	対象企業：食品製造業 会場：池袋サンシャインシティ 時期：11月 主催：全国商工会連合会	150,000人	350社
岐阜県観光物産展	対象企業：食品製造業 会場：金山駅・セントレア空港 時期：6月 11月 12月 主催：(一社)岐阜県観光連盟	-	17社

③ECサイトの活用

楽天やヤフーショッピング、アマゾンなどの民間ECサイトや、全国商工会連合会が開設するニッポンセレクトへの出店・出品を支援することで販路開拓を行う。また、自社のWEBサイトにショッピング機能を追加し自社ECを推進していく。

(想定するEC活用)

概要	
民間企業ECサイト	楽天、ヤフーショッピング、アマゾンなどへの出店支援
全国連ECサイト	ニッポンセレクトへの出品支援
自社EC	自社でWEBサイトを有する事業者

④プレスリリースの活用

販路拡大を行う上で商品の話題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。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商工会からプレスリリースを実施する。また、近年では、インターネットメディアが話題創出や情報拡散に非常に有効であるため、これらの活用も積極的に推進し支援を行っていく。支援対象は、一般消費者向けに商品・サービスを提供する小売業、飲食業者を中心とする。

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

8. 事業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】

①前回における取組

前回において本会総務委員会が評価委員会を兼ねており、1年間の実績を評価委員会（総務委員

会)・理事会で報告した。

また、経営発達支援計画に基づいた支援の実施内容のPDCAを図るためには、外部有識者から経営指導員に対し、経営発達支援事業の問題点を指摘してもらい一部の事業について見直しを行った。

【課題】

今回から、経営発達計画に対し行政と法定経営指導員の連携が求められているため、これまでの評価委員会では問題がある為、評価委員を各関係者の他、行政担当者を加えた組織で運営する。

(2) 事業の内容

①経営発達支援計画評価委員会の実施

経営発達支援計画評価委員会	
目的	経営発達支援計画が計画通りに実施されているか確認を行い、その実施内容が地域内の小規模事業者に対して効果的な支援である評価を行い、合わせて次年度事業の見直しを行うことが目的である。 ※PDCAのサイクルの実施
組織・メンバー	・安八町まちづくり推進課 ・外部有識者(中小企業診断士) ・安八町商工会長、副会長 ・小規模事業者代表 ・事務局長、法定経営指導員
開催時期	年度終了後3ヵ月以内
公表時期	評価委員会の開催後1ヶ月以内

②経営発達支援計画の見直し及び改善

評価委員会での評価結果を受けて改善の必要性が指摘された点や、日頃の計画実施にあたって問題が発生した点について見直し及び改善を行う事で小規模事業者に対してより効果的な支援を実施できるようにしていく。計画の見直しを行った事項については、理事会及び総会の承認を受けた上で実施していくものとする。

■ Plan (計画)

・当会にて、今までの実績や将来を予測して、経営発達支援計画書を作成する。

■ Do (実施・実行)

・計画書に基づいて、当会で経営発達支援業務を実施する。

■ Check (点検・評価)

・当会の支援者に対して、CS調査(プロセス満足度と総合満足度)を行う。その結果に基づき、経営指導員等が中心となって点検や反省を行う。CS調査及び経営指導員等の点検反省結果は「経営発達支援事業評価委員会」にて最終評価を行い、見直し案を提示する。

・なお、経営指導員等で実施する月1回実施する職員会議にて、支援状況の確認等内部でのチェックを随時実施する。また、事業進捗状況についても同委員会でチェックを行う。

■ Action (処置・改善)

・「経営発達支援事業評価委員会」で提示された評価結果に基づき、改善案を示し改めて同評価委員会の指示を受ける。

③評価結果の公表

各年度の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共に、報告書を当商工会ホームページ上で公表することで地域の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

【現状及び課題】

本事業の計画推進には、小規模事業者から真の言葉を引き出す「対話能力」と「経営支援に資する能力」が必要である。「対話能力」については、ベテラン・若手経営指導員や職員問わず更に磨く必要がある。一方、「経営支援に資する能力」については、各種情報収集から、経営分析、事業計画策定、その後のフォローアップまで、独自の力で体系立てて支援をすることは、どの経営指導員・経営支援員についても現状では難しい。

【事業内容】

本事業では、経営支援に資する能力を習得し、小規模事業者に対する伴走型支援を実施するため、以下の取り組みを実施する。

（１）OJTによる支援ノウハウの向上

①専門家への同行

岐阜県商工会連合会西濃ブロック広域支援室と連携して、専門家派遣事業に同行し、OJTによる企業支援能力（ヒアリング手法、支援の進め方、分析の視点、事業展開の手法等）を高める。

②経営指導員同士の同行

ベテラン経営指導員に若手経営指導員が同行し、小規模事業者との接し方を学ぶとともに経営支援に関するノウハウを断片的に学ぶこととする。また、経営分析に関する支援においては、経営支援員をはじめ経営指導員以外の職員も同席してノウハウを身に付け、記帳指導や決算指導時の経営分析実施事業者の掘り起こしを行えるようにしていく。

（２）OFF-JTによる支援ノウハウの向上

①研修参加によるノウハウの習得

岐阜県商工会連合会が主催する研修に積極的に参加し、企業支援ノウハウを習得する。
経営指導員以外も同会が主催する課題別研修に参加し資質を向上させていく。

②専門家講師によるセミナー参加

経営指導員、職員問わず、専門家が講師を務めるセミナーには参加し、経営支援に関するノウハウの習得に努める。

（３）朝礼での情報共有

組織内での企業支援ノウハウを共有する。経営指導員のみならず、他の職員が担当する支援、担当団体の運営上から得た情報を朝礼で共有し支援に役立てる。なお、日々の指導後には指導カルテを作成し、データ化して常に閲覧できる状態にしておく。

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

【現状】

小規模事業者の経営課題に対し本会経営指導員が効果的な支援を行うため、他の支援機関と連絡を取り合い情報交換の場を設けるなど各機関の支援方法や支援策の情報共有ができる体制が整えられている。

【課題】

小規模事業者に本会経営指導員が効果的な支援を行うために他の支援機関と連携し、最新の情報交換を行っていくことが課題である。そこで、引き続き現在行っている会議等の情報交換の場を定期的

に設け他の支援機関との関係をさらに密に行い、小規模事業者支援に役立つ最新情報を常に収集していくことが必要である。

①岐阜県商工会連合会岐阜・西濃ブロック広域支援室との情報交換

概要	
開催頻度	年2回・支援室職員来会時
参加機関	岐阜県商工会連合会岐阜・西濃ブロック広域支援室
目的	情報交換及び支援方法の共有化を図る。
内容	支援事例、支援施策の情報共有及び情報交換行う。
効果	最新情報の収集により小規模事業者に対し適切な支援を実施できるほか、経営指導員のスキルアップを図ることができる。

②金融機関との情報交換

日本政策金融公庫

概要	
開催頻度	年2回（本会金融懇談会 マル経協議会）
参加機関	日本政策金融公庫岐阜支店
目的	小規模事業者の円滑な融資を実施するため。
内容	県内・地域内の融資状況や返済状況の確認。 日本政策金融公庫における融資制度やその他の取組などの情報収集。
効果	小規模事業者に対し適切な融資の実施を行うことができる。 また、支援員の資質向上を図ることができる。

近隣の金融機関

概要	
開催頻度	年4回（個別対話方式による）
参加機関	大垣共立銀行安八支店 十六銀行安八支店 大垣西濃信用金庫墨俣支店
目的	小規模事業者の円滑な融資を実施するため。
内容	管内の景況や融資状況などの情報交換及び情報共有。
効果	小規模事業者に対し適切な融資の実施を行うことができる。 また、支援員の資質向上を図ることができる。

③プッシュ型事業承継支援高度化事業地域事務局連絡会議

概要	
開催頻度	年2回
参加機関	岐阜県内の事業承継支援に係る支援機関
目的	円滑な事業承継を推進するための情報共有。
内容	専門家による事業承継支援内容の把握、事業承継支援事例の情報共有。
効果	事業承継に関する情報収集を図ることができる。

(別表2)

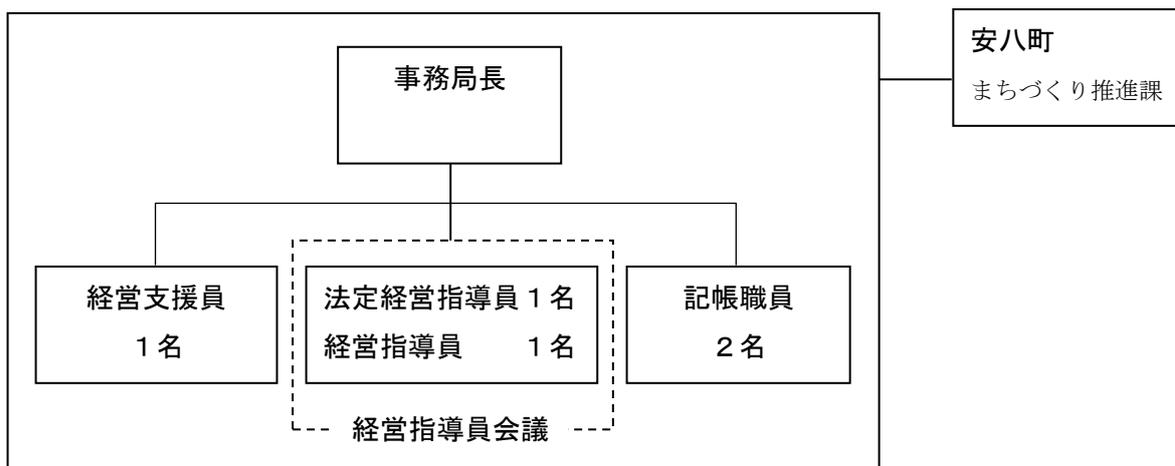
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和6年4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)

①組織体制



担当職	現在の主な事業分掌	発達支援計画事業の事業分掌
事務局長	①商工会の運営 ②事務局の統括・外郭団体関連 ③補助金・会員体連携	・事業全体の統括 ・事業における行政、支援機関等の調整 ・事業の収支予算の管理 ・研修会の受講等のスキルアップ関連
経営指導員	①経営改善普及事業 ②講習会 ③各種共済・決算指導	・事業の円滑な推進に関わる業務全般 ・支援機関との調整に関わる業務全般 ・事業推進のためのデータ管理
経営支援員	①軽微な経営改善普及事業 ②各種共済・決算指導	・事業の円滑な推進に関わる業務の補助 ・事業の推進に関わる事務全般 ・データ収集・管理に関する業務
記帳職員	①記帳指導 ②軽微な経営改善普及事業	・記帳指導におけるデータ収集及び分析 ・データの管理と共有データの作成

(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法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：森島優貴

■連絡先：安八町商工会 TEL：0584-64-4811

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

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安八町商工会

住所：〒503-0121岐阜県安八郡安八町氷取159番地の1

電話：0584-64-4811

FAX：0584-64-2789

E-mail：anpachi@ml.gifushoko.or.jp

②関係市町村

住所：〒503-0198岐阜県安八郡安八町氷取161番地

安八町役場 まちづくり推進課

電話：0584-64-7112

FAX：0584-64-5014

E-mail：anpachi@town.anpachi.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	3,700	4,700	5,800	6,300	6,300
小規模企業対策事業費					
①セミナー開催費	500	500	500	500	500
②調査研究費	1,000	1,000	2,000	2,000	3,000
③旅費・事務費	2,000	3,000	3,000	3,500	3,500
④資質向上費	100	100	200	200	200
⑤評価委員会開催費	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
・補助金（国、岐阜県、安八町） ・商工会自主財源（会費収入、手数料収入等） ・賦課金収入

(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 並びに法人にあっては、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	