

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	揖斐川町商工会（法人番号）1200005005907 揖斐川町（地方公共団体コード）214019
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p><b>(1) 新たなビジネスの創出に向けた事業計画策定支援</b> 豊富な経営資源を独自の視点で活用した新たなビジネスを生み出し、固有の戦略を持って売上及び利益の確保に努める小規模事業者を輩出するため、事業計画策定支援を行う。</p> <p><b>(2) 売上・利益獲得に向けた販路開拓支援</b> 事業計画で定めた方向性やターゲットに沿うよう多様な需要開拓手段を講じ、新たな顧客の獲得を通じた事業収益確保に導いていく。</p> <p><b>(3) 創業並びに事業承継支援による地域経済力の維持・向上</b> 創業を目指す人材の育成等の創業支援や事業承継に向けた計画書作成支援等を行い、地域経済力の維持・向上を図る。</p>
事業内容	<p><b>3. 地域の経済動向調査に関すること</b> 地域経済動向を把握し、自社の経営課題への気づきを促すため情報提供を行う。</p> <p><b>4. 需要動向調査に関すること</b> 対象事業者の商品・サービスに対する需要動向を収集・分析し、事業者が発信することで新商品・サービスの開発に繋げる。</p> <p><b>5. 経営状況の分析に関すること</b> 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。</p> <p><b>6. 事業計画策定支援に関すること</b> 経営課題を正確に認識し、課題解決に向けた戦略を立て、持続的な発展に繋がる事業計画策定とDX推進の支援を実施する。</p> <p><b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b> 策定した事業計画に基づく事業運営を行うため、進捗状況の把握・フォローアップ支援を実施する。</p> <p><b>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b> WebやSNS等のDXを活用した販路開拓支援、県内外のイベント・展示会・商談会への出展支援を行う。</p>
連絡先	<p>揖斐川町商工会 〒501-0603 岐阜県揖斐郡揖斐川町上南方165-1 TEL0585-22-6185 FAX0585-22-2561 E-mail : <a href="mailto:ibigawa@ml.gifushoko.or.jp">ibigawa@ml.gifushoko.or.jp</a></p> <p>揖斐川町 〒501-0692 岐阜県揖斐郡揖斐川町三輪133番地 TEL0585-22-2111 FAX0585-22-4496 E-mail : kankou@town.ibigawa.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. 第2期経営発達支援計画の目標

(1) 地域の現状と課題

①現状

【立地】

揖斐川町は、岐阜県の最西部に位置し、南は不破郡、揖斐郡池田町、大野町、東は本巣市、北は福井県、西は滋賀県と接しています。町域は、東西に約20km、南北に約35kmで南北に長い長方形を成し、総面積は803.44k㎡を有します。町の南西部から北西部にかけて標高1,000mを超える山々がそびえ、山間を縫うように揖斐川、坂内川、日坂川、根尾川、粕川などが流れています。町の南東部は濃尾平野の最北端に位置する平坦地で、市街地や田園地帯となっています。



【特徴】

揖斐川町は、平成17年1月に旧揖斐川町と谷汲村、春日村、久瀬村、藤橋村、坂内村の1町5村が合併し、新たな揖斐川町として歩み始めました。清流と山々の緑に育まれた豊かな自然と、各地域に受け継がれている歴史や伝統文化、多彩な観光資源や交流イベントなどがあり、これらが本町の最大の魅力となっています。

豊かな自然としては、町の中央部を流れる揖斐川を中心に、美しい揖斐峡、小津溪谷、夜叉ヶ池など自然豊かで風光明媚な景観を形成し、ヤシヤゲンゴロウや清流のシンボルであるイワナやアマゴ、アユなどの魚が生息する環境が保たれています。また、日本最大の総貯水容量を誇る徳山ダムをはじめ、町内には4つのダムがあり、水力発電による電力供給と治水の役割を果たすとともに、観光の場としても期待されています。

歴史と伝統文化については、谷汲山は県下でも有数の観光地であり、西国巡礼三十三番満願霊場である「華厳寺」は桓武天皇によって創建されたと言われています。多くの文化財を有しているほか、桜や紅葉の時期の美しい景観も大きな魅力となっています。春日地域など伊吹山の山麓地域は薬草の宝庫で、古くから自生する豊富な薬草を食用や飲用、入浴用などに活用し、独自の薬草文化を育んできました。また、この地では、江戸時代には既大量のお茶が生産されたと伝えられており、江戸幕府御用番茶を申し付けられ『美濃茶』が誕生したといわれています。明治初頭にかけて、美濃いび茶の名は広く知られることになり、現在でも、美濃いび茶の更なるイメージアップとブランド化に向けた取り組みが進められています。

観光資源及び交流イベントとしては、揖斐川町には、華厳寺や徳山ダム、星のふる里ふじはしや夜叉ヶ池の里さかうちなどの道の駅、揖斐川観光やなど、地域の魅力を活かした多彩な観光資源

があり、年間 180 万人の観光客が来訪しています。また、揖斐まつりや谷汲のさくらまつり・もみじまつり、いびがわマラソンなどの祭りやイベントにも多くの観光客が訪れています。特に、昭和 63 年から毎年 11 月に開催されている「いびがわマラソン」は、東海三県では初となる日本陸上競技連盟公認のフルマラソンコースを使用した市民マラソンであり、町全体に活気と賑わいをもたらしています。



徳山ダム



華厳寺



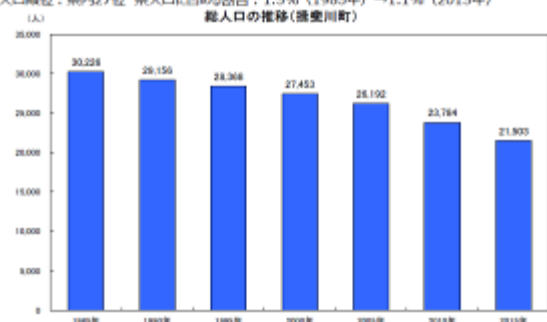
いび茶畑

## 【人口】

揖斐川町の人口は減少を続けており、2005 年に 26,192 人であった総人口が、2015 年には 21,503 人となっており、4 千人以上減少しています。人口減少とともに少子高齢化の進行も顕著であり、人口に占める 65 歳以上人口の割合は 35.2% となっています。一方、0～14 歳の子どもの数は減少を続けており、人口に占める割合は 11.1% であり、県平均の 13.2% を下回っています。

### 揖斐川町の人口は減少を続けている

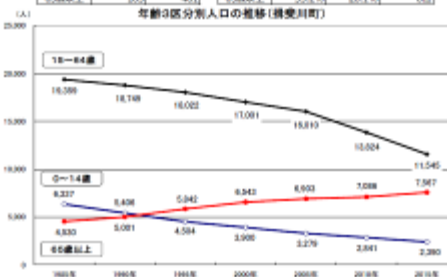
2005年：26,192人 → 2010年：23,784人 (△2,408人)  
 2010年：23,784人 → 2015年：21,503人 (△2,281人)  
 人口順位：県内27位 県人口に占める割合：1.5% (1985年) → 1.1% (2015年)



出典：総務省（国勢調査）

### 0～14歳の子どもの数が減少する一方で、65歳以上の高齢者が増加 15～64歳人口は大きく減少

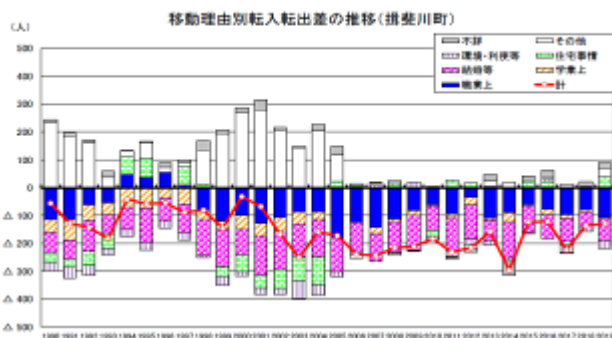
人口	2005年	2010年	2015年
0～14歳	△4,488	△4,881	
15～64歳	△2,198	△2,278	
65歳以上	1921	481	



出典：総務省（国勢調査）

人口動態においても、自然動態では、出生数が減少する一方、死亡数が増加しており、死亡数が出生数を上回る自然減少が続き、減少幅が拡大しています。社会動態では、転出者数が転入者数を上回る社会減が続いており、県内へも県外へも大幅な転出超過となっています。特に、20代や30代の若者において、就学就職や結婚などを契機とした転出傾向が顕著になっています。

### 職業上や結婚等を理由とした転出超過が続く



出典：岐阜県人口動態統計調査

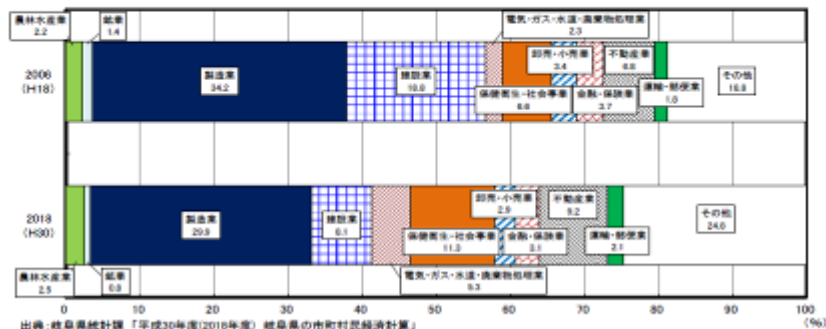
**【産業構造及び現状】**

揖斐川町の産業構造としては、総生産額（平成30年時点）で見ると製造業が29.9%と最も多く、その約4割は窯業・土石製品（生コン、ガラスサッシ、石材製品等）となっており、次に食料品、輸送用機械等が続いている。製造業の製造品出荷額については、一時のピーク時よりは落ちているが、近年も堅調な推移を見せている。建設業は8.1%となっているが、徳山ダム関連の事業完了に伴い、その割合は減少している。卸小売については、販売額は緩やかな減少傾向であるが、総生産に対する割合としては大きな変動はない。

**第2次産業が39%、第3次産業が58%を占める産業構造**

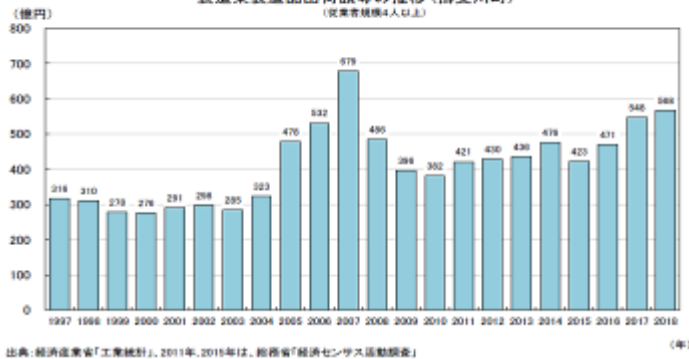
製造業、保健衛生・社会事業の割合が高い

市町村内総生産の経済活動別構成比（揖斐川町）



**2018年の製造品出荷額等は、568億円**

製造業製造品出荷額等の推移（揖斐川町）  
（従業員数4人以上）

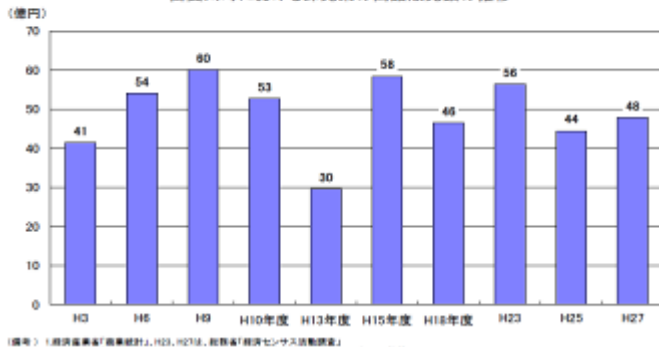


生コン、土石製品、ガラスサッシ等の主力分野を中心に堅調な推移となっています。

**商業（卸売業）の商品販売額**

注：経済センサスは、販売商品などが産業別分類の枠付けに必要な事項が明らかな場合、事業所を単位で集計されているなど、商業統計とは調査方法が異なるため、単純に比較できないことにご注意。  
 注：H18年度よりH25の商業統計調査の集計は継続しない。

揖斐川町における卸売業の商品販売額の推移

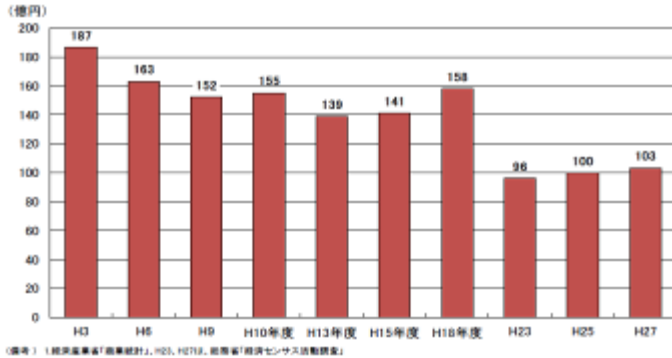


浮き沈みはあるが、横ばい傾向となっています。

**商業（小売業）  
の商品販売額**

注：経済センサスは、販売商品名など産業別分類の取付けに必要な事項が得られなかった事業者を除外して集計されているなど、商業統計とは調査や集計の方法が異なるため、単純には比較できないことに注意。  
注：H19年度よりH25の商業統計調査の結果は継続しない。

揖斐川町における小売業の商品販売額の推移



人口減少の影響により、減少傾向となっています。

**【従業者数及び商工業者数】**

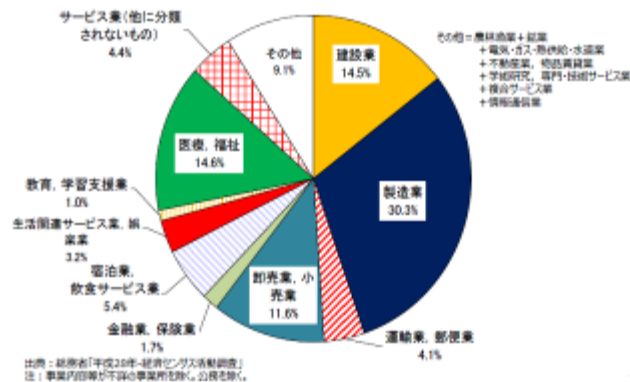
産業別の従業者数は、製造業が 30.3%と最も多くを占めており、次いで医療・福祉が 14.6%、建設業が 14.5%と続いています。

商工業者数は、平成 18 年事業者統計と、平成 24 年経済センサスの比較では、120 事業者、10%の減少。うち、小規模事業者数は 134 事業者、13%の減少となっています。平成 24 年センサスと平成 28 年センサスとの比較では、119 事業者、11%の減少。うち、小規模事業者数は 104 事業者、12%の減少となっています。

産業別の従業者数は、製造業が30.3%と最も多くを占める  
次いで医療、福祉が14.6%と多い

H28(2016)

産業別従業員数の構成比(揖斐川町)



揖斐川町	18年事業者統計	24年経済センサス	28年経済センサス
商工業者数	1,155	1,035	916
前回対比	—	-120	-119
前回対比 (%)	—	-10%	-11%
うち、小規模事業者数	996	862	758
前回対比	—	-134	-104
前回対比 (%)	—	-13%	-12%

### 【会員数の推移】

会員数は、平成30年度は微増となっているが、毎年減少している。減少している主な要因は、廃業となっており、今後も減少していくことが見込まれています。

	平成29年3月	平成30年3月	平成31年3月	令和2年3月	令和3年3月
会員数	748	726	731	715	707
前年対比	—	-22	5	-16	-8

建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業	宿泊業	サービス業	その他	定款会員	合計
239	77	12	154	52	6	119	41	15	715

【商工会実態調査集計報告書】組織状況 会員商工業者の内訳より（令和3年4月1日現在）

### 【揖斐川町第2次総合計画】

揖斐川町では「自然健幸のまち いびがわ」を将来像として見据え、まちづくりの主要分野に対応した4つの基本目標と、基本目標に基づくまちづくりを進めるための土台となる計画推進目標を定めています。

基本目標の一つである観光・産業振興では、地域資源の魅力向上回遊性強化、集客・誘客の促進・リピーターの確保、地域ブランド・特産品の開発・研究、農産物の地産地消・6次産業化の推進、支援体制の充実が施策として掲げられています。



### ②課題

本町の産業を牽引している一部の製造業（窯業・土石製品製造・一般機械）・建設業は、中堅中小企業を中心となっており、ネットワークを形成し安定しているが、それら以外の小規模事業者は非常に厳しい状況と言えます。先述の通り、本町は人口減少、過疎化が進んでおり、地域の消費活動も低迷しているため、地元住民が中心顧客の商業・サービス業も厳しく、停滞が続いています。これらの状況を踏まえ、今後は以下のことが小規模事業者にとって重要な課題であると考えられます。

#### ○安定産業分野における技術力・サービス力の向上

小規模事業者のうち、しっかりとした取引先や顧客を確保しており、安定的に仕事の受注が可能な分野に属する事業者はより高度な技術力やサービス力を保有していく必要があります。どの業界においても競争は激化しており、その中で安定した売上・利益を確保するためには現状に安住してはならない。今後の業界の動向や顧客の嗜好の変化等を踏まえ、他社に先んじて行動し、自社の競争力を高めるための中長期的な取り組みが必要になると考えられます。

### ○新たなビジネスの創出

本町は地域資源が豊富にあり、これらを活かした商品開発や事業開発は一部では行われているが、まだまだ途上であります。食関係ではいび茶、ジビエ、薬草等、観光関係ではダム、マラソン、温泉、サイクリング、歴史関連施設等、非常に豊富かつ魅力のある地域資源を活かし、独自のビジネスを開発する、または観光客を対象としたビジネスを考案することは十分に可能であります。これらの取り組みにより、新たな顧客を自ら創造していくことが必要になってくると考えられます。

これらの取り組みが活性化することにより、本町における地域産業と観光業との連動性が増し、観光客の増加や流入人口増加による経済効果も拡大すると考えられます。

### 【産業別の現状と課題】

#### (1)建設業

##### <現状>

揖斐川町の経済活動別構成比を見ると平成18年は18.8%であったが、平成30年は8.1%と大幅に減少している。徳山ダム関連の事業完了に伴う影響が大きく、併せて新築住宅の着工件数が減少している事が要因と考えられる。新築住宅の着工件数の減少は県内・外への転出超過によるものである。

##### <課題>

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必要である。

新築住宅の着工件数が減少している一方、古くからの家が多くありリフォームの需要は一定数あるため、需要動向を踏まえた経営に取り組む事が重要である。

#### (2)製造業

##### <現状>

一部の製造業（窯業・土石製品製造・一般機械）はネットワークを形成し安定している。平成30年の製造品出荷額等は568億円となっている。

保有設備に関して、修理をしながら使用している事業者がおり、計画的な設備投資が出来ていない状況である。

##### <課題>

堅調な推移となっているが、取引先の業績や方針により左右されることがあるため、技術力・サービス力を磨き・保有していくことが必要である。

また、製造工程の近代化や品質の維持を図るために設備投資を行っていく必要がある。

#### (3)商業

##### <現状>

人口減少の影響を受け、小売業やサービス業は厳しい状況となっている。また、近隣地への大型店の出店により、町外への消費流出がある。町内であっても大手スーパーやドラッグストアが進出しており、食料品や日用品を賄える状況にある。

##### <課題>

顧客ニーズを満たす商品や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の増加を図ることが必要である。

#### (4)宿泊業、飲食業

## ＜現状＞

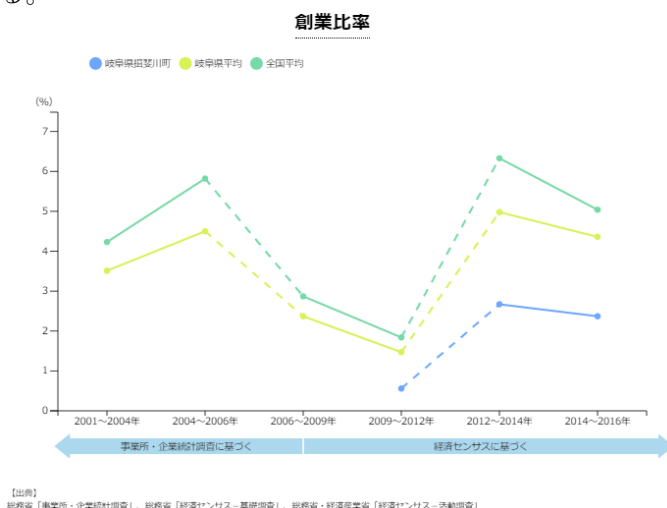
徳山ダムや華厳寺をはじめとする町内の観光資源が多くあり、谷汲のさくらまつり・もみじまつりの時期には多くの観光客が訪れ、華厳寺周辺の宿泊施設や飲食店は活気がある。きれいな景観や地元食材を使った料理でおもてなしをしており、東京や大阪など首都圏からも観光客が訪れている。

## ＜課題＞

イベント時期には多くの観光客が訪れるが、それ以外の時期は閑散としており、来客促進対策が求められている。他の観光施設との差別化を図るため、新たな特産品の開発・積極的なPR活動を行い、知名度及び集客力の向上に取り組んでいく必要がある。

## 【創業者】

揖斐川町の創業比率は、2009～2012年が0.56%、2012～2014年が2.67%、2014～2016年が2.37%といずれも岐阜県及び全国平均を大きく下回っており、創業者は低迷していると言える。豊富な経営資源があること、観光客が多いことなどのメリットを伝えながら創業者の掘り起こしを行っていく必要がある。



## 【事業承継】

揖斐川町商工会では、国が行う事業承継ネットワークの取組みとして、2018年から事業承継の現況や方向性を調査する事業承継診断を行っている。診断を行った327事業者の結果、「後継者不在」と回答した事業者は78%と、大多数が事業承継について大きな不安を抱えている。また、「後継者が決まっている、もしくは予定者がある」と回答した22%の事業者も、「具体的な引継ぎの準備を進めている」としたのは59%で、4割近くが事業承継への取組みを進められていない。地域経済の維持向上には事業所数の維持が欠かせず、親族内承継の他にも親族外承継やM&Aなど多様な選択肢を提供しながら、円滑かつ確実に事業承継がなされるよう取り組んでいく必要がある。

## (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

本町では、地域産業を支える小規模事業者の事業所数が減少しています。大きなテーマとしては、これに歯止めをかけることが必要と考えており、既存事業者への継続的な支援はもちろん、新たに事業を始める方が事業を持続させるための支援の充実・円滑な事業承継の実現をさせることで、事業所数の維持・増加につなげます。この実現のため以下の考え方で取り組みます。

- ・ 地域資源の魅力や価値を最大限活用した事業を展開する小規模事業者1社1社が、自立しながら互いに連携し合うことで、個社としての成長はもとより、地域経済の発展の中核を担う存在として、地位を確立させます。



- ・また地域経済を担う自負と責任感・使命感を持って取り組んで頂くことで、常に新しい可能性を追求し、地域資源豊かな環境の下で、新たなビジネスを創出し続ける風土の醸成を実現できるよう、地域の行政や他支援機関と連携した支援を行います。
- ・地域資源活用事業のモデル地区としてのブランド化を推進し、地域イメージの向上を図ることで多面的な経済効果を生み出します。

### ②揖斐川町第2次総合計画との連動性・整合性

当商工会が大きく関連する産業振興に関連する施策は以下のとおりとなっています。

地域資源を最大限活用した事業展開を実施して、常に新しいビジネスを創出できるよう支援に取り組むこと、展示会など多様な販路開拓支援を講じ、新たな顧客の獲得を通じた事業収益の確保支援に取り組むことといった振興のあり方と一致しています。

この連動性・整合性から、行政及び他の関係機関との有機的な連携が取りやすく、揖斐川町商工会が見据える10年間で達成するために、小規模事業者に対して一層効果の高い支援が実施できます。

### ◆揖斐川町の産業振興施策（抜粋）

基本施策	具体的施策	内容
観光交流の活性化	地域資源の魅力向上・回遊性強化	○徳山ダムや谷汲山華厳寺をはじめとする町内の観光資源について、観光拠点としての魅力向上を図るとともに、周辺整備とあわせた知名度、集客力の向上を図ります。 ○お茶畑のオルレなどのトレッキングコース整備の検討や、町の自然や文化、伝統芸能などを活かした特色あるイベントの開催など、地域資源を活かした取り組みを推進し、魅力向上に努めます。
	集客・誘客の促進・リピーターの確保	○民間事業者や各種団体等の連携により、グリーンツーリズム、エコツーリズム、田舎暮らし体験など、揖斐川町の魅力や強みを活かした観光メニュー・プログラムを開発し、町外からの集客・誘客を促進します。
タウンプロモーションの展開	地域ブランド・特産品の開発・研究	○他との差別化や、個性を発揮するため、いび茶をはじめ、地域の農産物や地域資源を活用した地域ブランド・特産品の開発・研究に取り組みます。 ○岐阜県や周辺自治体、関係団体と連携し物産展を開催するなど、特産品の周知・PRを図り、需要拡大を図ります。
農林業の振興	農産物の地産地消・6次産業化の推進	○ジビエなど6次産業の担い手を支援し、揖斐川特産物開発や、産物の販路開拓を進めます。
商工業の振興	支援体制の充実	○関係機関との連携により、中小企業や個人事業者の経営安定に資する各種支援制度の有効活用や相談会・研修会などの充実を図ります。 ○町内の商工業者の優れた技術や製品、特色ある商品のPRを推進します。 ○商工会と連携し、プレミアム付商品券発行による地元消費拡大の促進や、地域に根差した商業サービスの提供など魅力ある商店街づくりを支援します。

### ③揖斐川町商工会としての役割

小規模事業者の競争力を強化するには、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。

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現状がある。そのため、揖斐川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P D C A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) 経営発達支援事業の目標**

今後 10 年先を見据え商工会の役割を踏まえ、経営発達支援事業では今後 5 年間において、小規模事業者の売上並びに利益の向上を図るため、次の事業を実施することを目標とする。

#### **目標① 新たなビジネスの創出に向けた事業計画策定支援**

豊富な経営資源を独自の視点で活用した新たなビジネスを生み出し、固有の戦略を持って売上及び利益の確保に努める小規模事業者を輩出するため、事業計画策定支援を行う。

以前は、事業者側に事業計画に対する意識が全般的に低く、第 1 期計画を進める中で、小規模事業者持続化補助金などの補助金活用を機会として、自社の経営状況を把握して、事業計画を立て、計画に基づいた経営を行う重要性が伝わり始めました。第 2 期計画も、第 1 期計画同様に、事業計画策定の重要性を理解してもらいつつ、実現性の高い事業計画策定を推進していく。

また、地域資源と観光産業の関わりを強化し、行政を含め数多くの小規模事業者が関連する事業を展開することで、本町への観光客の増加、それに伴う経済効果を拡大する。

#### **目標② 売上・利益獲得に向けた販路開拓の支援**

効果の見込まれる取組みが定まったとしても、着実な実行がなければ顧客獲得には到達できない。また、自社を取り巻く環境変化の波も早く、実行途上では計画の見直しが求められることも十分に想定される。しかし、経営資源の乏しい小規模事業者が、そうした行動に経営者一人で取り組んでいくことは困難である。したがって、事業計画策定時に見込んだ効果が持続的に発揮されるよう、取組みが確実に行われるとともに適宜適切なローリングを中心とする事業計画策定後の支援を行っていく。そして、展示会や IT 利活用など多様な販路開拓支援を講じ、最終目的である新たな顧客獲得による売上・利益の獲得へと到達させていく。

#### **目標③ 創業並びに事業承継支援による地域経済力の維持・向上**

創業支援に関して創業を目指す人材の育成や創業支援、創業間もない事業者の支援を行う。

事業承継に関して事業承継に向けた計画書の作成支援やフォローアップを行う。

創業及び事業承継支援により地域経済力の維持・向上を図る。

## 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4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

### I. 目標①「新たなビジネスの創出に向けた事業計画策定支援」に対する方針

- ・巡回及びセミナー開催により、経営分析、事業計画策定の重要性を周知し理解してもらう。
- ・経営分析による課題の抽出を行い、事業計画策定支援の実施により、売上・利益の確保を図る。
- ・事業計画による進捗状況の把握、計画実行に伴う施策の情報提供等により、計画に基づいた事業運営を推進する。
- ・各支援機関との連携、各種支援施策の活用に積極的に取り組みながら支援を進めていく。
- ・地域資源と観光産業の関わりを強化し、行政を含め数多くの小規模事業者が関連する事業を展開できるよう各関係機関との連携を図る。

### II. 目標②「売上・利益獲得に向けた販路開拓の支援」の達成に向けた方針

- ・計画策定後の支援では、目標数値や取組み時期を管理指標として、PDCAサイクルの意識を高めながら支援を展開する。
- ・事業者自身がPDCAサイクルを回せるよう促していく。
- ・販路開拓では、事業計画で定めた方向性やターゲットに沿うよう多様な需要開拓手段を講じ、新たな顧客の獲得を通じた事業収益確保に導いていく。

### III. 目標③「創業並びに事業承継支援による地域経済力の維持・向上」に対する方針

- ・創業予定者、事業承継者に対しては、蓄積した経済動向に関する情報提供やSWOT分析を中心とした経営分析の実施後に、事業計画の策定支援を行う。
- ・事業計画策定後に定期的な巡回を実施し、進捗状況の把握などフォローアップを行う。

## 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】

地域の経済動向調査としては、岐阜県商工会連合会や全国商工会連合会から委託される中小企業景況調査および小規模企業景気動向調査の実施に留まっている。

その取りまとめ報告書の周知に関しても、会報による会員事業者への周知や一部の事業者への周知のみであり、地域内の事業者への指導に活用できているとは言えない。

##### 【課題】

これまでの事業は、管内に密着した経済動向等の情報提供ができていないことにくわえ、単なるデータの寄せ集めとなりがちであったことから、事業者の関心を惹くことができなかった。

したがって、事業者にとって有用な地域経済情報の提供となるよう十分なデータ分析を行うとともに、読みやすくわかりやすいレポートに仕上げる必要がある。

## (2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①地域の経済動向分析の公表回数	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②他機関の調査結果の活用回数	未実施	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

## (3) 事業内容

### ①他機関等の経済動向調査の活用

岐阜県並びに関係機関から報告される経済動向や経営動向に関する情報の中から、当町の小規模事業者等に該当する情報を収集して整理、集約し、その内容をわかりやすくレポートにまとめ、町内の小規模事業者へ、巡回、当会発行の会報誌に同封、ホームページへの掲載によって幅広く情報提供する。

なお、情報収集にあたっては、以下に示す資料を活用するものとし、当地域の産業構造を踏まえて関連する業界・事態の景況情報等を収集する。

〈情報収集先及び調査項目〉

情報源	情報収集項目	収集目的
地域経済分析システム (REASAS)	産業構造、従業員数、マーケット対象となる地域の人口・世帯数など	全国や近隣地域との比較から揖斐川町の経済動向を分析
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	揖斐川町内の主要産業の動向を全国規模と比較する
ぎふ経済レポート (岐阜県)	住宅着工数、公共事業数、個人消費、雇用の傾向	岐阜県内の小規模事業者と比較し、揖斐川町の主要産業の動向を分析
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D I 値	岐阜県内小規模事業者と比較し、揖斐川町の傾向を分析

### ②揖斐川町の景気動向調査

景気動向をより地域の実情に対応した情報として地域内小規模事業者へ提供することを目的とし、地域内の事業所における景況動向・経営動向等に関する調査を実施する。

〈情報収集先、調査項目、分析方法〉

項目	内容
情報収集先	揖斐川町内小規模事業者 100 者（製造・建設・卸小売・サービスから 25 者ずつ）
調査項目	売上高、販売客数、客単価、仕入、資金繰り、利益状況、従業員数、設備投資、経営上の問題点、今後の経営上の取組み等
調査方法	調査票を郵送し、返信用封筒で回収する。
分析方法	回収した調査票を Excel シートに入力し集計して分析する

## (4) 成果の活用

上記①、②で実施した調査結果は、収集した情報を整理分析し数値のみではなく、グラフや図表、注釈を入れながら管内小規模事業者等にわかりやすい形でレポート形式にまとめ、広く周知する。①他機関等の経済動向調査②揖斐川町の景気動向調査で得た分析データの情報は、会報誌やホームページにより提供することで、最新の地域経済状況を把握できるようにするほか、自社の経営課題に対する気づきを与え、個社ごとの経営及び事業計画策定の参考資料として活用する。

## 4. 需要動向調査に関すること

## (1) 現状と課題

### 【現状】

これまで当商工会では、補助金の申請時に対象事業者の製商品・サービスに関する需要動向調査を行ったことがある。しかし、事業実施段階での需要の検証や経営戦略の見直し、修正に際しての需要動向の変化などの調査は行ってこなかった。

### 【課題】

個社が取り扱っている製商品・サービスの需要情報を収集・分析し、新たな市場の開拓や新商品・サービスの開発に役立ててもらえるよう需要動向を提供していく必要がある。

## (2) 目標

### ①展示会、地域イベント、モニターを活用した調査数

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
新商品・製品開発の調査対象事業者数	0 者	1 者	2 者	3 者	3 者	4 者
試食アンケート調査対象事業者数	12 者	13 者	14 者	15 者	15 者	15 者

### ②外部機関が公開するデータを活用した調査数

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
調査対象事業者数	24 者	51 者	51 者	57 者	57 者	60 者

## (3) 事業内容

小規模事業者が開発・製造・販売する商品・新サービスに対する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、新商品・サービスの開発の参考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B t o B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B t o B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	20 者

#### イ) イベントを活用したB t o C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、商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。

イベントを活用したB t o C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	いびがわの祭り（毎年8月に開催） 産業フェスティバル（毎年11月に開催）
サンプル数	20者

### 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・製造・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 飲食サービス業	味、質、デザイン、価格、感想、要望、年齢、性別 など
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者	

### 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提供に提供する。

収集した情報は、上記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。
<b>日経POS情報「売れ筋ランキング」</b>	
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て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次データの情報と合わせて検証し、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、分析結果を経営指導員等が当該事業者に対して直接説明する形で提供する。

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。

### 5. 経営状況の分析に関すること

#### (1) 現状と課題

##### 【現状】

現在、経営分析に関するセミナー等は開催しておらず、要望のあった地域の小規模事業者に対して、経営指導員等が個別の対応をするのみに留まっている。需要に対して、一定の成果は見られてはいるが、小規模事業者の目先の課題解決に終始している状態であり、受動的な活動になっている。

##### 【課題】

目先の課題解決のみに留まらず、積極的に経営分析実施事業者の掘り起こしや分析実施の機会をつくりだすことで、定量分析・定性分析の重要性を訴え、それら経営分析を通じて経営課題の発見や解決に繋げていく必要がある。

#### (2) 目標

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
経営分析者数	24者	51者	51者	57者	57者	60者

### (3) 事業内容

#### ①経営分析実施事業者の掘り起こし

職員の巡回・窓口相談時に、定量・定性両面での経営分析の必要性や重要性を説明し、興味・関心を喚起することで経営分析実施事業者を増加させていく。また、記帳指導や決算指導時には、関心の惹きやすい定量分析を入口として定性面への分析へと繋げていく。とりわけ、売上高や利益額の減少が著しい事業所、融資あっせんや設備投資で経営改善を図る事業所には、積極的に経営分析を推奨し、業績低迷の原因究明や投資効果の検証を行う。

#### ＜経営分析実施事業者の掘り起こし手法＞

- ・巡回指導時に経営分析の必要性を伝える
- ・記帳指導、決算指導において経営状況が悪化している事業者に経営分析を勧める
- ・融資あっせんや設備投資など経営改善相談時に経営分析を勧める

#### ②経営状況分析の実施

上記①の取組みによって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両面をあわせて行う。

経営状況分析の実施概要		
主な対象者	経営分析に関心の高い事業所、業績低下が著しい事業所、近年設備投資を行った事業所	
分析項目	(ア) 定量分析	個社の財務諸表から収益性、安全性、生産性、成長性、効率性の5つの視点で分析を行う。単年度分析ではなく、経年変化を考慮した分析結果を提供するために過去の財務諸表も合わせて分析を行い、財務上の強み・弱みを確認し分析結果をフィードバックする。
	(イ) 定性分析	外部環境から受ける「機会」と「脅威」、内部環境の「強み」と「弱み」を分析する SWOT 分析を行い、そこからクロス SWOT 分析を行い、事業の方向性や課題を分析する。SWOT 分析の際には、モレ・ダブりがないように多様なフレームワークを活用し各要素を抽出する。
分析手法	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」を活用し、上記の分析項目を含み、定量面及び定性面から事業所の経営状態を経営指導員が分析を行う。場合によっては、専門家に意見を求めより詳細で精度の高い分析を行っていく。	

#### ＜分析項目の詳細＞

##### (ア) 定量分析

診断項目	具体的な指標 (※例示)
収益性	売上高総利益率、売上高営業利益率、売上高経常利益率など
効率性	総資本回転率、棚卸資産回転日数など
生産性	一人当たり売上高、一人当たり経常利益など
安全性	自己資本比率、流動比率、当座比率など
成長性	前年比増収率、総資本回転率増減など

##### (イ) 定性分析

調査項目	具体的な内容 (※例示)	
外部環境	市場環境	社会動向、政治動向、市場動向、技術動向など



	競合状況	競合動向（顕在潜在）、仕入れ先動向、販売先動向など
内部環境	知的財産	人的資産、組織・体制、経営方針、顧客ネットワーク、ブランド、ノウハウ技術・技能、特許・知的財産など
	設備状況	設備、遊休設備、不動産、工程/生産管理、ネットワークなど

#### (4) 分析結果の活用

##### ①経営課題の明確化

分析結果から、事業者が抱える問題点や課題を明確にする。必要に応じて、支援機関や専門家との連携を図り、各々の専門的な視点から事業所の問題点を深掘りし、解決すべき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独自システム「事業者支援システム」にてレポート形式で書面化し、個別に巡回を行って分析の導出過程や結果を説明する。説明の際には専門用語をできる限り避け、事業者にわかりやすく説明することで経営状態に関する理解を深められるように努め、分析結果から見える経営上の問題や課題を認識していただく。

##### 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捉えた経営課題を解決し、将来に向かって持続的な経営を行っていくことができるよう、事業計画の重要性を訴えることで計画策定を推進していく。

### 6. 事業計画策定支援に関すること

#### (1) 現状と課題

##### 【現状】

小規模事業者が経営課題を解決するためには、中長期的な事業を見据えた事業計画策定の必要性を伝え、小規模事業者持続化補助金や岐阜県の各種助成金獲得等に向けた事業計画の策定支援を行ってきた。

しかし、大部分が補助金・助成金の獲得という目的になりがちで、発展的な事業計画の策定支援にはなっていない。

##### 【課題】

小規模事業者が経営課題を解決するためには、中長期的な事業を見据えた事業計画策定の必要性を伝えてきてはいるが、まだまだ事業計画策定の意義や重要性の理解は浸透していないため、「事業計画策定セミナー」を開催して、小規模事業者の意識変化を促す必要がある。地域の経済動向調査や需要動向調査の結果を踏まえ、地に足の着いた、中長期的な事業計画の策定を支援しなければならない。

#### (2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を述べても十分に理解してもらえない。また、理解されても実質的な行動や意識変化には、結びついていけないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムや対象者・参加人数等を十分検討して開催することで、事業者の理解に繋げていく支援を行っていく。

小規模事業者の経営課題を解決していくために前記 5. で経営分析を行った事業者の 8 割程度の事業計画策定を目指す。また、小規模事業者持続化補助金や各種助成金等の申請を機に、事業計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定する。事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

### (3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①DX推進セミナー	-	3回	3回	3回	3回	3回
②事業計画策定セミナー	-	1回	1回	1回	1回	1回
③事業計画策定者数	22者	35者	35者	38者	38者	41者
④創業支援による創業計画者数	1者	3者	3者	3者	3者	3者
⑤事業承継支援による承継計画者数	1者	5者	5者	5者	5者	5者

### (4) 事業内容

#### ①「DX推進セミナー・IT相談会」の開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。また、IT化が進んでいない小規模事業者に向けて、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サイトの利用方法等のカリキュラムを提供し、個々の支援に対応するためITの相談日設ける。

【支援対象】小規模事業者

【募集方法】チラシ（商工会報）やホームページにて幅広く周知

【講師】ITコティネーターやIT専門家

【回数】セミナー（2時間×1回）  
IT相談会（3時間×2回）

【内容】セミナー：主にDXに関する意識の醸成、基礎知識の習得、ITの活用事例  
IT相談：相談日を設け個々の様々な相談に対応

【参加人数】セミナー：10者  
IT相談会：6者

#### ②「事業計画策定セミナー」の開催

経営分析支援を行った事業者全てに対し、将来を見据えた事業計画の重要性を説明し、事業計画策定の提案を行う。また、セミナーへの出席を促し、事業計画策定の意義や重要性をセミナーで学んでもらい、意欲喚起を行い事業計画策定につなげる。

【支援対象】小規模事業者

【募集方法】巡回・窓口時やチラシ（商工会報）・ホームページにて幅広く周知

【講師】中小企業診断士

【回数】セミナー（2時間×1回）

【内容】事業計画策定を推進するためにセミナーを開催する。内容としては、簡易的な様式で事業計画が策定できるようなカリキュラムを組み、策定の流れや視点を掴んでいただくことで策定に向けたハードルを低くする工夫を行う。

【参加人数】10者

#### ③事業計画の策定支援

巡回・窓口やセミナーなどで事業計画の策定を提案した小規模事業者に対して、「事業計画策定に必要な項目に関するヒアリングを行い、それらを整理する」という作業を繰り返し行っていく。その際には、経済動向の情報や経営分析結果を活かすとともに、小規模事業者の意見をしっかり取り入れることで納得していただきながら進めていく。なお、実現性の高い事業計

画とするため、目標数値とそれを実現する取り組みとの整合性を確認する。特に、販売戦略における取り組み成果は不透明な側面が大きいため、市場性やニーズに関しては念入りに確認し指導する。また、岐阜県商工会連合会の専門経営指導員やエキスパートバンク専門家派遣事業のサポートや、国のワンストップ総合支援事業（よろず支援拠点・ミラサポ）による専門家派遣の活用、日本政策金融公庫・金融機関等と連携し計画実行の際の資金面での支援も実施する。

**④創業者（第二創業含む）・⑤事業承継者向けの事業計画の策定支援**

創業予定者、事業承継者に対しては、蓄積した経済動向に関する情報提供やSWOT分析を中心とした経営分析の実施後に、事業計画の策定支援を行う。

創業予定者の内、予備知識が全くない小規模事業者に対しては、大垣商工会議所が定期的に開催している創業セミナーへの参加を促し、参加後、事業計画策定の支援を行う。

事業承継者は、円滑な事業承継が実施できるよう岐阜県事業承継・引継ぎ支援センターとの連携を図り、事業承継計画の策定支援を実施する。

**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】**

これまで事業計画の策定支援を行ってきた事業者に対しては、巡回を中心に状況の確認を行ってきた。しかし、全ての事業者に対して平準に行っておらず、事業者から新たな要望や支援依頼がある場合にサポートをする程度の関わりであった。

また、経済情勢の急激な変化等により計画が滞ることもあり、そのまま現状に甘んじてしまい、事業計画が中途半端な状況の事業者もいた。小規模事業者の持続的発展に貢献する効果的な支援になっていない。

**【課題】**

フォローアップを実施する中で、事業者からの支援依頼を待つことが多いため、当商工会から支援者に対し、実施に係る次のステップに向けた取組や、施策の提案等を、適時行う事が必要である。

また、支援の相談をしやすくするために、事業計画の策定から実施まで、担当制をとり、伴走型支援をしていかなければならない。

担当者は、主担当者だけではなく副担当者も決め、常に情報を共有し、事業者からの支援依頼に素早く対応ができるようにする体制を整備しなければならない。

**(2) 支援に対する考え方**

策定した事業計画が、絵に描いた餅にならないように、主・副担当者が連携し、フォローアップの充実を図っていく。

担当者だけでなく、職員間での情報共有を図り、いつでも、誰でも相談を受けることができるよう努めていくことで、小規模事業者の躓きに素早く対処できるよう支援を行う。

また、困難な問題が起きた時や専門分野の見直し、事業計画と進捗状況とのズレが生じた時には、事業計画の見直しを行うために外部の専門家によるフォローアップを実施する。

**(3) 目標**

**①事業計画策定事業者**

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
対象事業者数	22 者	35 者	35 者	38 者	38 者	41 者

頻度（延回数）	44回	140回	140回	152回	152回	164回
売上増加事業者数	—	10者	10者	11者	11者	12者
経常利益 3%以上増加の事業者数	—	10者	10者	11者	11者	12者

※支援事業に対してのフォローアップは、3ヶ月ごとに1回のペースで年間4回以上行う。

## ②創業計画策定者

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
対象事業者数	1者	3者	3者	3者	3者	3者
実施頻度	年3回	年6回	年6回	年6回	年6回	年6回
延べ実施回数	3回	18回	18回	18回	18回	18回

※創業者に対してのフォローアップは、既存の事業者とは違い、きめ細やかな支援が必要と思われるため、2か月ごとに1回のペースで年間6回以上行う。

## ③事業承継計画策定者

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
対象事業者数	1者	5者	5者	5者	5者	5者
実施頻度	年2回	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回
延べ実施回数	2回	20回	20回	20回	20回	20回

※支援事業に対してのフォローアップは、3ヶ月ごとに1回のペースで年間4回以上行う。

## (4) 事業内容

事業計画を策定した事業所において、経営指導員等がそれぞれの事業所の状況を、巡回及び窓口指導にて確認し支援を行う。

策定された事業計画の内容が計画通りに実施されているか、適宜進捗状況の確認を行う。確認の結果、事業計画に対する進捗状況が悪い事業所については、経営指導員等がその原因を追究し円滑な事業の推進を図る。

経営指導員等が円滑な推進が出来ないと判断した場合は、岐阜県商工会連合会とも連携を図り、必要に応じて専門家派遣による支援を行い、事業が停滞している原因の追究、今後の対策を検討してフォローアップの回数を増やして対応する。

特に、事業計画と進捗状況とのズレが生じている場合は、経営指導員等のフォローアップの他に、ズレが生じた原因の追及、修正計画の策定や事業計画の見直しなど、外部の専門家によるフォローアップも実施した支援を行う。

## 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】

今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、メッセナゴヤ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、地域内の小規模事業者においてオンラインによる販路開拓等の必要性を感じているが、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】

このような現状から、事業計画を策定した事業者に広く販路開拓支援を実施していくことが必要である。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。また、今後、新たな販路の開拓にはDX推進が必要であるということ

を理解・認識してもらうことが課題である。

## (2) 支援に対する考え方

現状と課題を踏まえ、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

	現行	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①展示会・商談会への出展事業者数	—	2者	2者	3者	3者	4者
成約数/者	—	1者	1者	1者	1者	2者
②物産展への出展事業者数	—	2者	2者	3者	3者	4者
売上/者	—	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	—	3者	3者	4者	4者	4者
売上/者	—	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
④SNSを活用する事業者	—	5者	5者	6者	6者	6者
売上/者	—	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
⑤プレスリリースを活用する事業者数	1者	6者	6者	7者	7者	7者
売上/者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
合計①～⑤	1者	18者	18者	23者	23者	25者

## (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、域外へ広く進出を目指す製造業や建設業を中心として市場開拓先に応じた適切な展示会等を提案し、出展を斡旋する。必要に応じて伴走型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	62,422人 ※2019年実績	1,442者 ※2019年実績
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者 ※2019年実績	25者 ※2019年実績
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 主催：岐阜県商工会連合会	—	10者 ※2019年実績
ギフトショー	対象企業：製造業、卸売業 会場：東京ビッグサイト 時期：9月、2月	200,000人 ※2019年実績	2,400者 ※2019年実績

主催：(株)ビジネスガイド社

## ②物産展・商談会への出展

一般消費者向け新製品・新商品を開発した食品製造業や小売飲食業を中心とする市場開拓として適切な商談会・物産展を提案し、出展を斡旋する。必要に応じて伴走型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・小売飲食業 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 ※2019年実績	350者 ※2019年実績
岐阜県観光物産展	対象企業：食品製造業・小売飲食業 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者 ※2019年実績

## ③ECサイトの活用

ネットを活用してモノやサービスの販売を拡大していく意向が強い事業者を対象に支援を行う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、事業者のWEBサイトにショッピング機能を追加し推進していく。

なお、当地域はお茶の栽培加工販売が盛んであるが、近年、需要の低下、売上不振、後継者不足により当該事業者の廃業が増加している地域の実情と課題を踏まえ、幅広いマーケット需要が見込まれるECサイトの活用を重点支援する。

(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
事業者EC	WEBサイトを有する事業者

## ④SNSの活用

BtoC取引が中心で、広く販路開拓をしていく意向が強い事業者を対象に支援していく。現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客の取込のため、取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

また、リピーターの確保に向けて、双方向のコミュニケーション能力を高め、当該事業者のファン獲得に向けた支援も行う。

## ⑤プレスリリースの活用

地域資源を活用した地域色の強い商品・サービスを提供する小売業、飲食業を中心とする。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。

## 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】

商工会の正副会長、小規模事業者代表（各部会の部会長）、金融機関、外部有識者（中小企業診断士）、揖斐川町商工観光課の課長を評価委員として1年間の実績を評価委員会及び理事会で報告した。

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実施内容について見直しを行った。

#### 【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い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実施

経営発達支援事業評価委員会	
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か評価を行い、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	<ul style="list-style-type: none"><li>・揖斐川町商工観光課</li><li>・外部有識者（中小企業診断士）</li><li>・金融機関（大垣西濃信用金庫揖斐川支店の代表）</li><li>・揖斐川町商工会長、副会長</li><li>・小規模事業者代表（各部会長）</li><li>・事務局長、法定経営指導員</li></ul>
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、理事会及び総代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。  
・経営指導員等で月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にてチェックを行う。

■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。

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】

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、独自の力で体系を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難しい。

【課題】

地域の小規模事業者に、より貢献できる支援を実施していくために、経営指導員のみならず、経営支援員・記帳職員の支援能力の向上に向け、岐阜県商工会連合会や各種団体が開催する研修等に積極的に参加し、知識の習得に努め、その習得した知識を実際の支援に生かしていけるようにする。

(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】

経営指導員及び経営支援員・記帳職員の支援能力の一層の向上のため、岐阜県商工会連合会主催の「基本実務研修」「経営指導員研修」等に対し、計画的に受講し、資質向上に繋げ、地域の小規模事業者支援に活用できるようにする。

【中小企業大学校支援担当者研修】

独立行政法人 中小企業基盤整備機構 中小企業大学校瀬戸校や東京校が実施する「事業計画策定セミナー」「創業支援セミナー」等の専門分野の研修へ派遣し、支援の多様性を学ぶ。

【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、下記のような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・デジタル化の取組事例>

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、電子マネー商取引システム等のITツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

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サイトの構築・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等

ウ) その他取組オンライン経営指導の方法等

<想定されるセミナー>

商工会WEBセミナー、指導員WEBセミナー、県連ECセミナー等

## ②OJTによる支援ノウハウの向上

専門家への支援同行による支援力の向上。

岐阜県商工会連合会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。

## ③上席経営指導員との同行

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で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。

## ④職員間の定期的な情報共有

毎週月曜日の朝礼で今週の事務打ち合わせを全職員で行い、その折、日々の業務の中で知りえた情報や改善した方がいい点などを職員間で共有するとともに、毎月初旬に1回、経営発達支援計画実施について進捗状況報告等を行う。

また、大学校研修等に参加した職員が講師となり、実際使用した資料を基に、他の職員に対し説明を行うことで、相互スキルの向上を図る。

その他、必要に応じ職員間の打ち合わせを開催するなど、様々な機会を設け、意見交換やIT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介を行うことで、職員の支援能力向上や事務局内で気軽に相談できる体制づくりを行う。

## ⑤データベース化

岐阜県商工会連合会が導入している『基幹システム』『事業所支援システム』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共有できるようにすることで、担当以外の職員でも、ある程度の対応が出来るようにする。

(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6月現在)		
<p>(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)</p> <p style="text-align: center;">揖斐川町商工会事務局組織図 (令和6年6月1日現在 職員10名)</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD     A[事務局長 1名] --- B[法定経営指導員 2名 経営支援員 2名 記帳職員 5名]     A --- C[揖斐川町 商工観光課]             </pre> </div>		
担当職	現在の主な事業分掌	経営発達支援事業の事業分掌
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
<p>(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</p> <p>①当該経営指導員の氏名、連絡先 氏名：七里 美波 連絡先：揖斐川町商工会 TEL0585-22-6185</p> <p>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。</p>		

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①揖斐川町商工会

〒501-0603

住 所：岐阜県揖斐郡揖斐川町上南方 165-1

電 話：0585-22-6185 / FAX：0585-22-2561

E-mail：ibigawa@ml.gifushoko.or.jp

②揖斐川町商工観光課

〒501-0692

住 所：岐阜県揖斐郡揖斐川町三輪 133 番地

電 話：0585-22-2111 / FAX：0585-22-4496

E-mail：kankou@town.ibigawa.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)

	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
必要な資金の額	1,100	1,100	1,100	1,150	1,150
セミナー等開催費	300	300	300	300	300
専門家派遣費・旅費	400	400	400	400	400
販路開拓費	300	300	300	350	350
委員会等開催費	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、揖斐川町) ・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。

