

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	川辺町商工会（法人番号200005007135） 川辺町（地方公共団体コード215031）
実施期間	令和5年4月1日～令和10年3月31日
目標	<p>経営発達支援計画事業の目標</p> <p>1. 経営基盤の強化に向けた事業計画策定支援 小規模事業者の経営力強化に向けて事業計画を策定することの重要性は非常に大きく、策定にあたっては需要動向・経営分析を通じて課題を把握し、その解決に向けた事業計画策定の支援を実施する。</p> <p>2. 売上拡大や利益向上に向けた販路開拓支援 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、適宜適切な事業計画策定後の支援を行う。</p> <p>3. 事業承継及び創業の促進支援 経営力向上を通じた売上・利益向上に加え、確実な事業承継及び創業の促進を行う。</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済の動向調査に関すること 他機関等の経済動向調査（RESAS等）や、川辺町の景気動向調査を実施して収集した情報を整理・分析し、地域経済動向レポートとして情報提供を行う。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること 個々の事業者が開発・販売する商品・サービスに対する直接的な顧客ニーズを収集して提供する。</p> <p>3. 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、定量分析と定性分析の双方を合わせて行う事で、事業計画の策定に繋げる。</p> <p>4. 事業計画策定支援に関すること DXの活用を踏まえた事業計画や事業承継計画、創業計画策定支援を実施し、事業の持続的発展に向けて支援していく。</p> <p>5. 事業計画策定支援後の実施支援に関すること 策定した事業計画の見直しを定期的に行い、状況に応じた各種支援施策を活用したフォローアップを実施する。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 地域イベントやIT利活用、プロモーションツール強化支援を実施し、より効果的な販路拡大への支援を積極的に進めていく。</p>
連絡先	<p>川辺町商工会 〒509-0305 岐阜県加茂郡川辺町西栃井 1376-1 TEL:0574-53-2327 / FAX:0574-53-2390 E-mail: kawabe@ml.gifushoko.or.jp</p> <p>川辺町役場 産業環境課 〒509-0304 岐阜県加茂郡川辺町中川辺 1518-4 TEL:0574-53-7212 / FAX:0574-53-2374 E-mail:sangyou@kawabe-gifu.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①地域の概要

【川辺町の位置・地勢】

川辺町は、濃尾平野の北端に位置するとともに、岐阜県南部、美濃地方のほぼ中央にあり、美濃加茂市、七宗町、八百津町に隣接している。また、県庁所在地である岐阜市の中心へは約30km、中部経済圏の中心である名古屋中心部へは約40kmの距離に位置している。地勢は、町の中央部を南北に飛騨川が流れている。川辺ダム湖を中心として、その両岸に位置する標高100m前後の河岸段丘上の平地に、宅地や農地が広がっている。町域は、東西方向に、概ねV字型の地形となっている。北西部、東部は主に山地で、300～400mの山峰が連なり、町域の70%以上を山林（保安林を含む）が占めている。



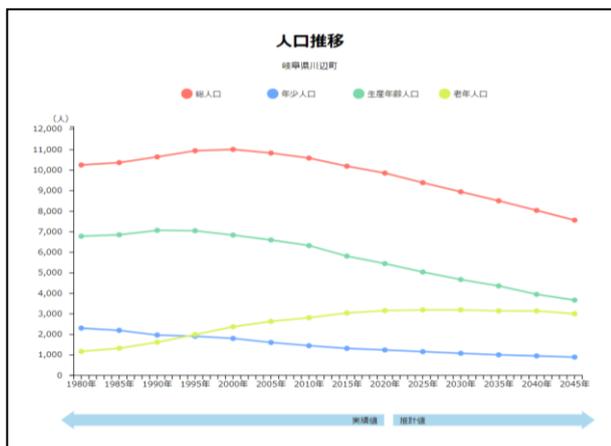
【交通】

川辺町では、広域幹線道路としては、飛騨川沿いを南北に通過する国道41号及び県道美濃加茂川辺線と、町域を東西に横断する国道418号があげられる。

公共交通機関としては、JR高山本線が飛騨川や国道41号及び県道美濃加茂川辺線と並行して走っている。町内には、中川辺駅と下麻生駅の2駅があり、貴重な公共交通手段として通勤・通学等に利用されている。

【人口】

川辺町の総人口は、年々減少しており、2020年には9,860人となっている。年齢別で見ると、0～14歳の年少人口、15～64歳の生産年齢人口は減少傾向にある。一方で、65歳以上の老年人口が増加傾向にあり、2020年には3,158人となっている。総人口に占める65歳以上の割合（高齢化率）は32.03%と3割を超えており、全国平均（30.01%）より2.02ポイント高い。



出典：経済分析システム「RESAS」

②川辺町の産業の現状と課題

【事業所数】

川辺町の産業の構造は、2012年で414事業所であり、2016年は379事業所で、4年間で35事業所減少している。

事業所数が最も多い産業は、製造業と卸売業・小売業であり、次いで建設業、宿泊業・飲食サービス業の順で続いている。

2012年から2016年にかけて、製造業と卸売業・小売業、建設業が減少しており、事業主の高齢化と後継者不在の事業所が多く、今後は急激に事業所数が減少していくことも考えられるため、地域創業者の促進と経営者の高齢化等の対策が必要である。

【従業員数】

川辺町の事業所が雇用する従業員数は、2012年は4,041人であったが、2016年は3,560人へと減少している。

突出して従業員が増加している訳ではないが、建設業では2012年の351人から2016年の421人へと増加している。一方、川辺町の建設業以外の主要産業の同年比較では、製造業は1,627人から1,364人へ、卸売業・小売業は647人から572人へ、宿泊業・飲食サービス業は、151人から123人へと、いずれの産業も減少している。

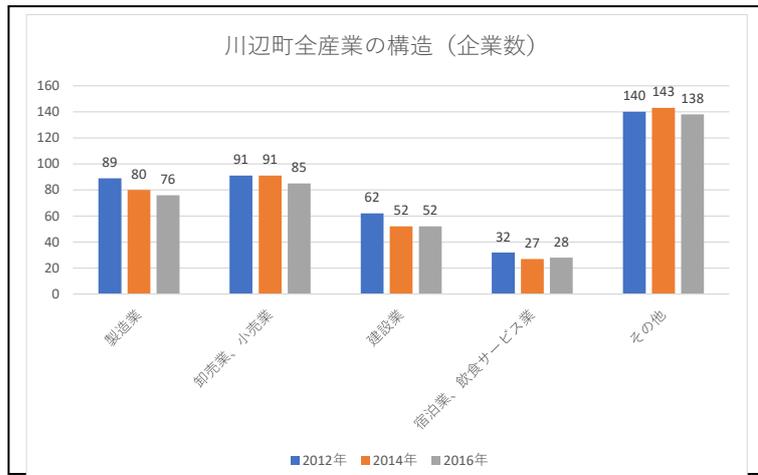
【主要産業の現状と課題】

①製造業

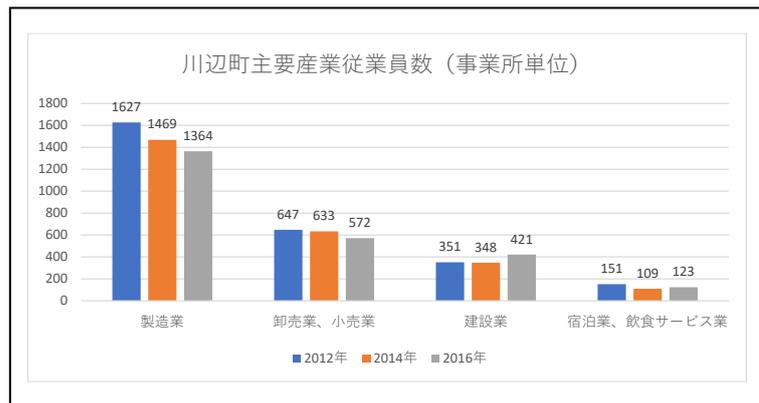
川辺町の製造業は、小規模事業者は下請けが多く、大手製造企業の下請発注の減少等の影響を大きく受けている。また、親会社の海外展開や海外からの輸入等によるコスト勝負では、到底太刀打ちすることはできない状態である。

そのため、工賃の値上げ交渉や下請けからの脱却、高度な加工技術の習得など技術力の高い付加価値製品の製造、経営革新の取り組みや、新分野への進出などが課題となっている。

また、仕事はあっても従業員の高齢化や職場環境の悪化による離職率の増加など事業の継続にも苦慮している現状で、新たな従業員の雇用や働きやすい職場環境整備をどのように進めるかということも課題となっている。



出典：経済分析システム「RESAS」



出典：経済分析システム「RESAS」

②建設業

川辺町内の多くの小規模事業者は一人親方、個人事業者であり、昨今の住宅着工件数の減少と大手ハウスメーカーの地方進出により減少傾向にある。地元で長年事業を営んできた信頼があり、紹介・口コミ等によりお客さんを獲得してきたが、ハウスメーカーの攻勢により苦戦している。特に、公共事業の減少により小規模な建設業者の撤退・減少が続いている。

③卸・小売業

長年地域を支えてきた食料品・小物雑貨等の買い回り品の販売を行っていた店が、景気悪化や価格競争の激化、後継者不足等により廃業を余儀なくされている。

20年前、中川辺駅前の商店街には77店舗あったが、現在では34店舗まで減少している。

近年では、近隣の美濃加茂市に大型ショッピングセンターや大手のスーパーマーケット・ホームセンター、町内にドラッグストアやコンビニが進出してきたことで顧客が奪われたことにより、個人商店での消費や売上が減少している。

個人商店だからこそ可能なサービスや機動性の高さ、それぞれの商店の強みなど、チェーン店にはない地元小規模事業者の魅力を高め発信し、集客に結び付けることが今後の課題となっている。

④飲食・宿泊サービス業

国道41号線の整備により隣接する美濃加茂市・可児市へのアクセスが容易となり、消費の流出が加速している。

昨今の消費動向は、ワンランク下の低価格帯とワンランク上のプレミアム価格帯の市場が成長する一方、マンネリ化して値打ち感のない中間価格帯の商品・サービスには目が向けられなくなっており、「高品質・高価格」か「低品質・低価格」のどちらかを求める価格の二極化が進んでいる。特に、飲食業や理美容においては顕著に表れている。

町内のほとんどの事業者は、「中品質・中価格」となっており、この二極化の流れから取り残されてしまい、顧客ニーズに対応できなくなっている。

また、医療・介護サービス業などにおいては、美濃加茂市より訪問サービスを行う事業者がエリアを拡大している中で、サービス面で競争に対応できない町内の事業者の景況は大変厳しいものとなっている。

しかしながら、美容室でまつ毛エクステやネイルといった新サービスを提供するなどといった、女性創業者が少しずつ増えてきている。

そこで、更なる顧客ニーズに対応した新商品・新サービス・付加価値サービスや、新規顧客の獲得、既存顧客の囲い込みなどが今後の課題として挙げられる。

また、個社の販売促進や広報活動の強化といった取り組みも大きな課題である。

【事業者が抱える共通の課題】

上記の通り各産業において抱える課題は多様であるが、共通した課題として挙げられるのは、売上や利益を獲得することである。この売上・利益に対する経営上の取組みの課題を次に挙げる。

(ア) 顧客ニーズを捉えた商品・サービスの開発や見直し

多様化する顧客ニーズを的確に把握できていないために、これまでの商品・サービスと変化がないため、顧客ニーズとのギャップが生じている。まずは顧客ニーズを的確に捉えた新たな商品サービスやサービスの提供へとシフトすることが課題となっており、商品開発においては、詳細なマーケティングや商品試作などの前段階の準備が不十分であることも課題として挙げられる。

(イ) 訴求力の高いPR及び新たな販路の開拓

魅力ある商品・サービスを有しているものの、効果的なPRができておらず、また人的資源の不足から積極的な営業活動がなされていない。自社の強みをしっかりと訴求できる広告宣伝や営業活動などの販売活動の促進に取組み、新たな販路を開拓していくことが課題として挙げられる。

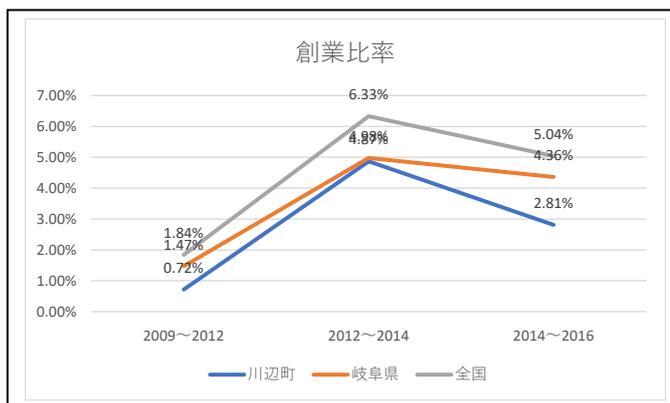
(ウ) 後継者への事業引継ぎ

当地域の小規模事業者は、どの業種においても後継者不足が深刻な問題となっている。円滑な事業承継は、地域の経営資源の逸失を防ぎ、地域の活力へとつながることからも、親族内承継だけでなく、第三者承継やM&Aなど事業承継への可能性を探りながら、事業承継の促進を図っていくことが課題となっている。

【創業者】

川辺町の創業比率は、2009～2012年が0.72%、2012～2014年が4.87%、2014～2016年が2.81%と一旦増加したが岐阜県・全国平均と同様に減少している。また、いずれも岐阜県・全国平均と比べても下回っている。

川辺町では飛騨木曾川国定公園に指定されている川辺ダム湖一帯は川辺町の観光や交流のシンボリックな場所として施設が整備されており、これらの施設が町内外の人々に受け入れられ、十分に機能していくことで、創業の掘り起こしにつなげていく必要がある。



出典：経済分析システム「RESAS」

【事業承継】

統計では2020年の全国・全業種の後継者不在率は65.1%であり、岐阜県においては68.1%と全国平均を上回っている。川辺町においても同じような状況であると推測され、3社に2社が後継者不足となる高水準であり、事業承継について取組みが進められていない。

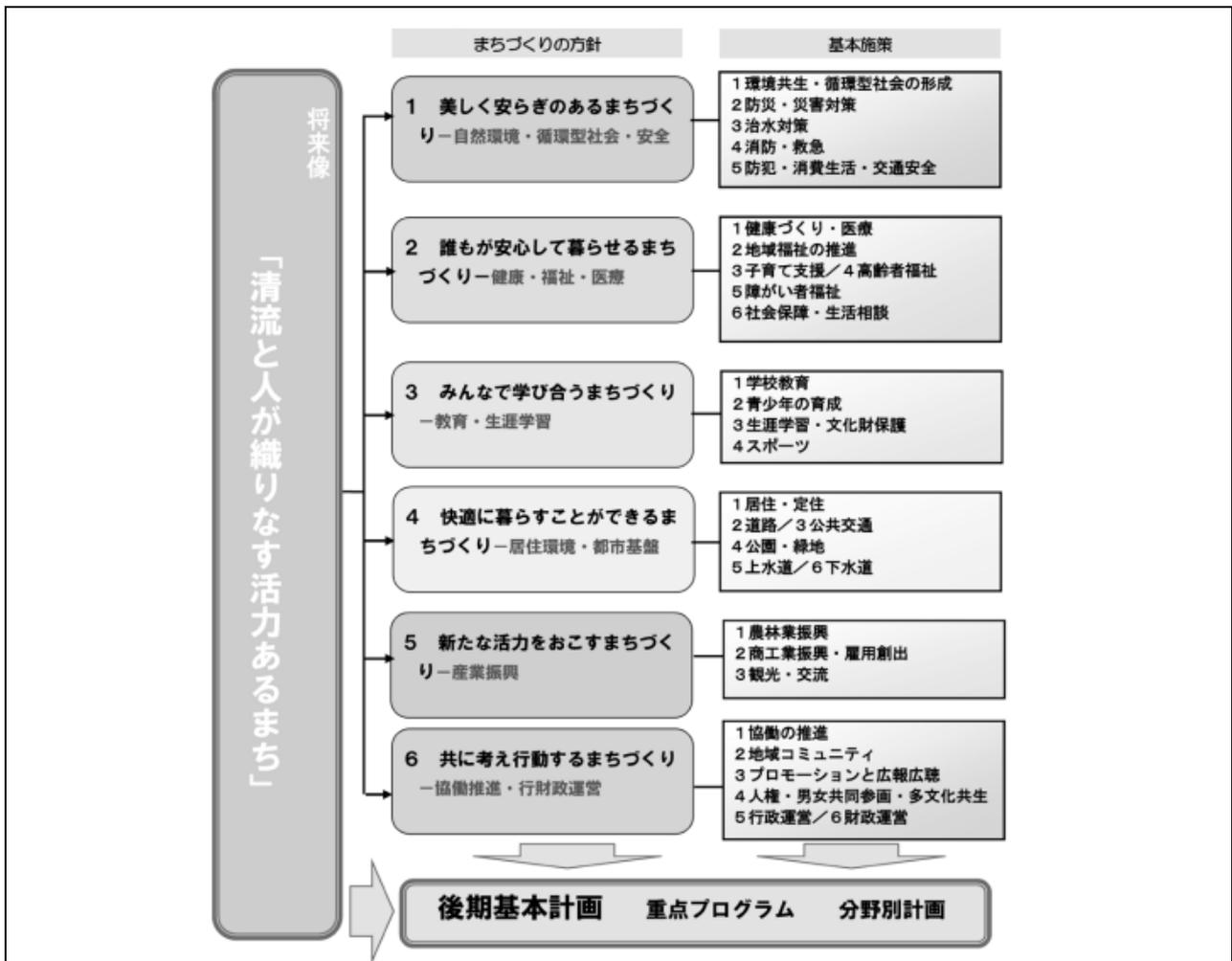
川辺町の事業者の多くは地域密着型の経営が中心であり、家族・親族に限らず、第三者への事業承継・後継者づくりを進めていかなければ、地域が活力を失い、人口減少と過疎化に繋がりがねないため、事業承継を円滑かつ確実に行われるようプッシュ型支援で取組み、事業承継支援により地域の活力を守ることに取り組んでいく必要がある。

【川辺町第五次総合計画】

川辺町では、今あるまちの資源を活かしながら、まちづくりを開始し（「漕ぎ出し」）、みんなで支え合い、「息を合わせて」協働でまちづくりに取り組む。これらの取組みを川辺町の財産として積み上げて、次代を担う若者が住み続け、町や地域コミュニティが持続するように成果を上げる（「軌跡を残す」）まちづくりを進めている。

こうした潮流を踏まえつつ、多様化する町民ニーズに的確に応え、町民の生活向上とまちの持続的な発展を図るため、「川辺町第五次総合計画」を策定している。

計画では、6つの基本目標のもと主要施策を掲げており、その1つである「新たな活力をおこすまちづくり」を目標において、町内における産業立地を促進すると共に、日常生活に支障をきたさないように商業・サービス業の振興を図る。



(2) 小規模事業者に対する中長期的な振興の在り方

① 10年程度の期間を見据えて

【中長期的な振興の在り方】

小規模事業者の経営力向上による「売上・利益」の安定確保と、それに伴う確実かつ円滑な事業承継を進めるとともに、創業の促進を行うことで、事業所数の維持と地域の雇用を創出する。

川辺町の小規模事業者数は減少が続き、それに伴い従業者数も減り続けている。管内の多くの小規模事業者に共通する課題は「売上・利益の減少」であり、その課題解決に苦慮し雇用の維持がままならない。また、「経営者の高齢化・後継者不足」も課題であり、後継者不足等の理由により事業継続を断念して廃業する事業所も存在する。

こうした状況において見据える10年間は、小規模事業者が変化する経営環境への対応力の向上を図ると共に、自社の経営課題を解決し経営基盤の強化を実現していくことで、売上・利益の安定した確保へとつなげる。売上・利益を獲得できるからこそ、次世代を担う後継者へ事業を引き継ぐ意欲が湧き、その後の事業継続や発展にも繋がっていく。多くの小規模事業者がそうした活発な事業活動を行うことで、川辺町で創業したいと考える創業者の増加にも繋がる。こうしたサイクルを生み出すことで、町全体の発展に繋げていくことである。

②川辺町第5次総合計画との連動制・整合性(川辺町第五次総合計画 第3編基本計画 第2節より)

川辺町第5次総合計画において定められた6つの基本目標のうち、当商工会に大きく関係する目標は「新たな活力をおこすまちづくり」である。川辺町が目指す、新たな技術を活用した事業展開の促進や、日常生活を支える商業・サービス業の振興を通じて、雇用の場の確保と雇用機会の創出を図るとする内容は、当商工会が上記に定めた小規模事業者の経営基盤の強化を図り、事業所数の維持増加や雇用の確保により町全体の発展に繋げるといった振興のあり方の考え方と一致している。

この連動制・整合性から、行政及び他の関係機関との連携が取りやすく、川辺町商工会が見据える10年間を達成するために、小規模事業者に対して一層効果の高い支援が実施できる。

③川辺町商工会としての役割

小規模事業者が経営力を向上させるためには、個社の強み・弱みを把握し経営課題に対応した経営計画を策定し、経営計画で策定したアクションプランを確実に実行へと移していくことである。

また、刻々と変化する環境変化に対応する取組を進めていくことは困難であるため、川辺町商工会では、小規模事業者の経営課題に対応した経営計画策定を支援し、計画の進行状況を把握しながら伴走型によりフォローアップしていくことが重要な責務であると捉えている。

(3) 経営発達支援事業の目標

目標①：小規模事業者の売上拡大・利益向上のための経営分析及び事業計画策定支援

小規模事業者の売上が「上がった」「下がった」という事業主の感性のみで「待ちの姿勢」という従来の経営スタイルでは、経営状況は一向に改善されず、事業収益確保を望むことはできない。自社の強み・弱みをしっかりと把握したうえで、経営の現状を把握することにより、現在実行すべきことが明確となり、事業主の活力にも繋がる。

このような小規模事業者の経営力強化に向けて事業計画を策定することの重要性は非常に大きく、策定にあたっては需要動向・経営分析を通じて課題を把握し、その解決に向けた事業計画策定の支援を展開していく。

(具体的取組)

- ・巡回により経営分析の重要性周知
- ・経済動向および需要動向調査と調査結果の効果的活用
- ・事業計画の策定と計画実行できる支援

目標②：売上拡大や利益向上に向けた販路開拓支援

感性のみによる経営状況の把握ではなく、事業計画に沿った取り組みを着実に行わなければ、販路拡大や顧客獲得など、売上・利益確保に繋げていくことは難しい。また、自社を取り巻く環境変化の波も早く、実施途中で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、取り組みが確実に実施されるとともに適宜適切な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、新たな顧客獲得による売り上げ・利益の獲得へと繋げていく。

(具体的取組)

- ・事業計画の定期的な実行支援
- ・各種施策及び関係機関に関する情報提供
- ・販路開拓の機会創出、提供

目標③：地域経済力の維持・向上に向けた事業承継及び創業の促進支援

上記の経営力向上を通じた売上・利益向上に加え、確実な事業承継及び創業の促進を行うことで、地域の事業所数維持と増加を図っていく。具体的な引継ぎの準備を進めていない小規模事業者に対して、事業承継計画策定と計画の実行を通じて後継者の確実な事業承継へと導いていくとともに、全国および岐阜県平均を下回っている創業を促進し創業者を増加させていく。

(具体的取組)

- ・新規創業者の掘り起こし
- ・円滑な事業承継の支援
- ・創業及び事業承継促進に向けた関係機関との連携

目標④：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繋げる。

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5年 4月 1日～令和10年 3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

目標①「小規模事業者の経営力強化に向けた経営分析及び事業計画策定支援」の達成に向けた方針
小規模事業者の売上・利益の確保および拡大を図るため必須となる事業計画策定を支援し、事業所に事業計画の必要性を認識してもらおう。現状において多くの事業者は場当たりのな経営体制になっており、自ら経営改善を積極的に行おうとする事業所は少ないのが現状である。そこで、事業者の意識改革を行うとともに、急速に変化する経営環境への対応や、自社の強み・弱みを把握し経営の現状課題を洗い出し、地域経済動向や商品・サービスの需要動向と経営分析を踏まえた事業計画の策定支援を行う。

今後の事業展開を明確にした中長期的な計画を策定し、事業計画策定後の実効性を高めるため、策定する意義や目的も十分に伝え意識改革を行っていく。加えて、各支援機関との連絡協調、各種施策の活用積極的に取り組みながら支援を行っていく。

目標②「売上拡大や利益向上に向けた販路開拓支援」の達成に向けた方針

計画策定後の支援では、定めた目標数値や取組み内容が確実に実行できるようP D C Aサイクルの意識を高めながら支援を展開していく。事業者において成果を出すことが難しいとされる販路開拓では、事業計画で定めた方向性やターゲットに沿うような効果的な需要開拓手段を講じ、新たな顧客獲得による事業収益確保に導いていく。事業者を取り巻く経営環境を考慮するとともに、展示会の出展やI Tの積極的な利活用など、小規模事業者へ効果的な販路開拓に向けた手法を促しながら支援を進めていく。

目標③「事業承継及び創業の促進支援」の達成に向けた方針

町の小規模事業者数を維持・増加させていくことが、地域の活力を守ることに繋がることから、事業承継支援および創業促進支援を行い、小規模事業者数の減少率の低減を図る。

町の小規模事業者は、事業承継に関する知識・関心が無い事業者も多いため、事業承継に知識・関心を持つ事業者を増加させていくことで、円滑な事業承継が行われるよう支援を行う。

創業者については、行政や金融機関等と連携を取り町内での創業者の掘り起こしを行う。

目標④ 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繋げる。

人口減少社会において地域経済の維持、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の伴走において、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. 地域経済の動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

経営発達支援事業を実行するうえで、地域の経済動向を正確に把握することは非常に重要である。これまでは、岐阜県商工会連合会が実施する中小企業景況調査等の情報を巡回時に小規模事業者に対して具体的な内容を伴わない資料としての提供に留まっていた。

また、公表された情報を加工、編集せずそのまま提供を行っていたため、わかりにくく小規模事業者が有効利用するまでに至っていない。

【課題】

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ことが必要である。

(2) 目標

提供内容	現状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
地域経済動向レポート発行回数	未実施	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回
ホームページ掲載	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回
地域経済動向レポート内容周知のための巡回または郵送	未実施	282者×4	282者×4	282者×4	282者×4	282者×4

※R4. 11月時点の会員数

(3) 事業内容

①他機関等の経済動向調査の活用（2次データの活用）

国、岐阜県、川辺町及びその他関係機関等から発表される経済動向や経営動向に関する情報から、当地域の小規模事業者に該当する情報を収集・整理・集約し、レポートにまとめ地域の小規模事業者へ提供することを目的とする。情報収集は、以下に示す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)

情報源	情報収集項目	収集目的
地域経済分析システム (RESAS)	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川辺町の経済動向を分析
景況指数調査 (株)OKB総研)	地域別景況予報	中濃地域の3ヶ月ごとに景況調査を行い、景況指数を分析
岐阜県統計情報	平均賃金の推移、ハローワーク別有効求人倍率の推移	岐阜県内の平均賃金や求人倍率から景気の傾向分析
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

②川辺町の景気動向調査

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	川辺町内小規模事業者 50 件
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 シートに入力して集計・分析を行う
調査頻度	年 1 回

(4) 成果の活用

上記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、注釈を入れながら地域内小規模事業者に分かりやすい形でレポート形式にまとめ年 4 回地域経済動向レポートとして提供し、自社の経営に気づきを与えるとともに、個社ごとの事業経営及び事業計画策定の参考資料として活用する。同時に、地域経済動向レポートの各調査報告の詳細な内容についてホームページにも掲載することで情報提供の機会を増やす。また、小規模事業者への個社支援を実施するうえでも、地域特性の確認、国・県・近隣地域などとの比較など、より有効的な情報として活用できる。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者の多くはプロダクトアウトの考え方が主流だったが、顧客の顕在化したニーズに合わせた商品サービスを提供するマーケットインの考え方が重視されてきている。これに対応できるように、商工会としては新商品開発セミナーの参加を促すことや、専門家派遣制度を活用する中で一部の事業者に対してマーケットインの考え方を指導してきた。しかし、考え方の説明のみに留まっており、行動に移すための具体的な支援を行っていない。

【課題】

小規模事業者は独自で情報を収集し、分析することは非常に難しい。今後は、考え方を示すだけでなく、個社に対応した具体的な需要動向調査実行までの方法を示した上で顧客が持つニーズの収集、分析までの支援を行い、その後、商品開発から販路拡大までを総合的に支援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 状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
展示会等調査対象事業者数 (BtoB)	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
地域イベント調査対象事業者数 (BtoC)	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
合 計	—	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者

②外部機関が公開するデータを活用した調査数

	現 状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
調査対象事業者数	—	16 者	17 者	18 者	19 者	20 者

(3) 事業内容

個々の事業者が開発・販売する商品・サービスに対する直接的な顧客ニーズを収集して提供する。これまで十分に調査収集が出来ていなかった1次データを収集し、地元消費者などにおける顧客ニーズを掴み、他機関から公表されている2次データを収集し、独自で収集した1次データと合わせて総合的な分析を行い提供することで、市場全体のニーズとの適合性や優位性の比較、更には今後の販路拡大など事業展開においての判断材料として提供する。

①展示会・地域イベントを活用した需要動向調査

(ア) 展示会等を活用した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。また、自社の取引先に対する調査を積極的に推進する。

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。

項 目	内 容
調査の種類	展示会・自社取引先への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・自社との取引先事業者
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 (※例示)	メッセナゴヤ (毎年11月に開催) フードセレクション (毎年10月に開催)
サンプル数	20 件

(イ) 地域イベント等を活用したBtoC調査

小売・飲食・宿泊・サービス業を対象に実施する。地域内の各種イベントにおいてターゲットとした顧客の意見を収集するためアンケート調査を実施する。調査項目は、ターゲット属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。

項目	内容
調査の種類	地域内観光客へのアンケートによるBtoC調査
対象業種	小売業・飲食業・宿泊業・その他サービス業
調査する対象	経営計画にて設定したターゲット属性の方
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	味、質、デザイン、価格、サービス、接客、感想、要望、年齢、性別など
調査するイベント (※例示)	川辺ふれ愛まつり(毎年11月に開催) 川辺おどり・花火大会(毎年8月に開催)
サンプル数	30件

②外部機関が公開する調査及びデータ収集・提供

行政機関や業界団体・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、①展示会を活用したBtoB調査や地域内観光客へのアンケートによるBtoC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、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との関連がある小規模事業者に限らず、製造する部品が使用されている商品、保有する技術によって生み出されている商品等の情報を収集することで、最終商品を製造していない小規模事業者も活用することができる。
調査項目	消費者の意識(毎月)、物価の見通し(毎月)、旅行の実績及び予定(6,9,12及び3月)、自己啓発、趣味、レジャー・サービス等の支出予定(6,9,12及び3月)、主要耐久消費財等の保有・買替え状況(3月)、世帯の状況(毎月)
目的	「全国消費動向調査」を活用し、全国的な消費動向から消費者需要を確認する。独自調査によって収集した1次データの情報を合わせて検証することで小規模事業者の販売戦略・商品戦略・広報戦略の立案に活かしていく。

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・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」を活用しミ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、常に化する市場の動向を速く、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）成果の活用方法

上記①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②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の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、事業計画の策定や商品開発・改良に活用するとともに、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】

定量・定性の両面から総合的に経営状況を分析することで効果的な事業計画策定に繋げることを目的としたものの、利益率など数値的な分析に偏りがちになっている。

【課題】

市場構造の変化・競合他社の有無等の外部環境と各種経営資源の内部環境を定量・定性の両面から広い視点で分析し、経営課題を明らかにすることが課題である。

また、小規模事業者は経営状況の分析についての必要性や係数概念が希薄であることや、やり方がわからないといった理由から、経営課題が把握できている事業者は非常に少ないため、経営分析の必要性を理解してもらい、分析方法等の指導を行わなければならない。

さらに、「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題の把握に繋げていくことが課題である。

(2) 目標

	現 状	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
経営分析事業者数	12 者	16 者	17 者	18 者	19 者	20 者

(3) 事業内容

①経営分析実施事業者の掘り起こし

金融支援や記帳及び決算支援だけでなく、日々の巡回や窓口相談時にも、経営分析の実施による現状の事業状況を正確に把握する事の重要性を説明し、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掘り起こしを行う。また、金融支援や記帳及び決算支援時など、特に売上高や利益の減少が著しい事業所や、融資斡旋・補助金申請支援での設備投資や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等を行う。

(想定される経営分析実施事業者の掘り起こし手法)

- ・日々の巡回及び窓口支援時に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必要性を伝え分析実施へと促す。
- ・金融支援、記帳指導及び決算指導において経営状況に不安を感じる事業者へ経営分析を勧める。
- ・設備投資計画や補助金申請作成時などにおいて経営分析を実施する。

②経営状況分析の実施

上記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、事業計画策定を希望する事業所	
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つの視点で財務分析を行う。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。 【分析指標の具体的内容】 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	<p>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 分析により、事業の方向性や課題を分析する。</p> <p>【具体的な調査項目】</p> <p>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、仕入れ先動向、販売先動向など）</p> <p>内部環境：知的資産（人的資産、組織・体制、ノウハウ、技術など） 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>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」や中小機構の「経営自己診断分析システム」などを活用し、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。</p>	

(4) 成果の活用

①経営課題の明確化

分析結果を踏まえて、対話と傾聴を通じて事業者の持つ問題点を正確に把握し、改善に向けた経営課題を明確にする。商工会職員だけでなく各関係機関や専門家等と連携し、各分野の専門的視点から小規模事業者の経営課題の明確化を図る。

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」や中小機構の「経営自己診断分析システム」などによってレポート形式で書面化し、個別に巡回を行い分析結果について丁寧に説明する。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。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまで川辺町商工会では、小規模事業者にも事業計画が必要であるという認識はなかったが、事業計画作成に積極的に踏み込むことが出来ず、事業者からの要望があった場合や、事業計画セミナー等における支援が中心であり、それほど多くの支援案件がなかった。

実際の支援は、単発的な支援であり伴走型支援とはなっていないのが現状である。

DXについては現状、デジタルを駆使した戦略を模索している企業はあるものの、単にDXの必要性は認識しているが、具体的に検討や取組みに至っている企業は数限られている。そのため、ビジネスをどのように変えるか具体的な検討がないまま、単にデジタルを駆使して何かできないかと考えてはいても取組めていない状況である。

【課題】

今後の小規模事業者の持続的発展に向けて重点支援ポイントであり、小規模事業者経営課題を解決していくため、やる気のある小規模事業者の掘り起こし・経営の底上げを図るべく重点的に取り組むことが今後の課題である。

DXについては、企業が外部の業者にシステムの開発や運用を委託しており、社内で高いITスキルを持つ人材を育成できていない。しかし、近年では消費者もビジネス側もサービスを利用する際の行動が大きく変化してきている。こうした変化に対応するため現状を正しく認識し、そうした変化に対応する適切なDXを導入できる人材の育成をしなければならない。

(2) 支援に対する考え方

経営分析結果の提供時やセミナー開催時、又は補助金の申請時などにおいて、どのような事業計画を策定していくのかといったことの前に、「なぜ事業計画を策定する必要があるのか」「それが自社にどのような効果をもたらすのか」といった事業計画本来の目的や意義を理解してもらうための意識づけが重要である。

その上で、「経営分析から事業計画書策定」へと段階を踏み、事業計画を「絵に描いた餅」で終わらせないために、経営意欲の高い事業者へ事業計画策定を促すとともに、積極的なフォローアップや専門家派遣による個別支援も取り入れながら効果的な支援を実施していく。

また、事業計画策定の前段階において、小規模事業者の多くが苦手とされているデータとデジタル技術を活用するためのDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の強化を図る。

その上で、事業計画の策定段階においては、支援室・専門家との連携を図りながら、対話と傾聴を通じて課題解決に向けた効果的かつ実現可能性の高い取組内容が定められるよう支援していく。

(3) 目標

	現状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
事業計画策定事業者数	8者	11者	12者	13者	14者	15者
事業承継計画策定事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
創業計画策定事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
合計	11者	14者	15者	16者	17者	18者

①事業計画策定事業者の掘り起こし

(ア) 事業計画策定への意識づけ

経営状況の分析を行った小規模事業者に対し、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策定へと誘導する。その際に、事業計画策定の必要性や有益性を説明し、事業計画に対する意識づけも合わせて行うことで、効果的に事業計画策定支援へと繋げる。

(イ) 「DX活用セミナー」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、下記の内容でセミナーを開催することにより、DX活用への意識が高まり、効果的な活用に向けた事業計画策定へと誘導していく。また、セミナーを受講した事業者の中から取組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応により、事業計画策定支援へと誘導する。

支援対象	小規模事業者
募集方法	チラシ、商工会ホームページ掲載
講師	IT 専門家
回数	年 1 回
カリキュラム	<ul style="list-style-type: none"> ・ D X 総論、D X 関連技術（クラウドサービス、A I 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 ・ S N S を活用した情報発信方法 ・ E C サイトの利用方法等
参加者数	1 0 者程度

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に事業計画策定支援を実施する。地域経済の動向や、需要動向を踏まえながら事業計画策定に必要な検討事項に基づいて、事業者の考えを聞き出し、経営指導員が伴走して事業計画策定支援を進めていく。事業遂行に支障となる実施上の課題解決方法をアドバイスし、具体策を提案することで実現性の高い計画を策定する。

また、事業の持続的発展のためには、確実な利益確保が必要であることから、利益を確保するための具体的な取り組みを含む計画策定を支援していく。

③事業計画のブラッシュアップ支援

事業計画策定支援を実施する中で、経営指導員自身では対応が難しい分野など、専門的なノウハウが必要な場合には専門家派遣を活用して支援を行う。専門家とともに、事業者の意思と実現可能性を考慮して、最終的な目的、目標、達成手段を確認し、事業計画のブラッシュアップ支援を実施する。

また、各支援機関（岐阜県商工会連合会中・東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）等と連携し、各専門性の視点から小規模事業者の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創業計画策定支援

川辺町、金融機関等町内の支援機関と連携し、情報提供を受け、新規創業者へアプローチする機会を増やす。支援にあたっては対面指導にて創業計画の重要性を説明し、創業前の準備から創業後 3 年～5 年程度の計画を策定し、資金融資への活用等円滑な創業・開業後の事業経営に向けて支援を行っていく。

⑤事業承継計画策定支援

地域内事業者の高齢化が年々進んでおり、事業者に対して、計画的な事業承継を実施できるように事業承継計画の策定支援を行うとともに、事業承継に関する計画のみならず、承継後における事業継続・発展に向けた事業計画策定支援も合わせて実施していく。また、後継者がなく廃業を検討している事業者に対しては、岐阜県事業引き継ぎ支援センター等他機関と連携しながら他社への承継等を含めて地域内事業所数の維持に努めていく。

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】

川辺町商工会では事業計画策定後の支援を行ってきたが、計画的な進捗状況管理が出来ておらず、基本的には小規模事業者まかせで、巡回訪問時に口頭での確認に留まっており、正確な事業計画の進

捗・実績がつかめていなかった。

【課題】

今後は定期的に進捗状況の確認を行うとともに、必要に応じて中小企業診断士等の外部専門家、各種団体とも連携し、事業計画に定めた数値目標等を管理指標として、取り組みの進捗を確認するとともに、成果に応じて計画のローリングを含めた支援を実施していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定後の支援は、事業計画を策定した全ての事業者を対象とし、事業者それぞれの計画内容や事業状況、経営環境、事業者の資質などにより、巡回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のない事業者を見極めたうえで、フォローアップ頻度を設定する。

事業計画策定事業者へのフォローアップ頻度は、事業者の状況を勘案し、2ヶ月に1回、4ヶ月に1回、6ヶ月に1回のフォローアップを行いながら、事業者からの要望も踏まえ臨機応変に対応する。事業承継計画策定者におけるフォローアップ頻度は年2回とし、創業計画策定事業者においては、2ヶ月に1回とする。

自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことによって現場レベルで当事者意識をもって取り組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げる。

(3) 目標

(事業計画策定事業者)

	現 状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
対象事業者数	8者	11者	12者	13者	14者	15者
延べ回数(頻度)	20回	42回	44回	47回	53回	55回
売上増加事業者数	—	5者	5者	6者	6者	6者
経常利益率1%以上増加の事業者数	—	5者	5者	6者	6者	6者

※事業計画策定11社(R5年度)のうち、4社は2ヶ月に1回、4社は4ヶ月に1回、3社は6ヶ月に1回の頻度とする。

(事業承継計画策定事業者)

	現 状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
対象事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
実施頻度	年1回	年2回	年2回	年2回	年2回	年2回
延べ実施回数	2回	4回	4回	4回	4回	4回

(創業計画策定者)

	現 状	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
対象事業者数	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
実施頻度	年 5 回	年 6 回	年 6 回	年 6 回	年 6 回	年 6 回
延べ実施回数	5 回	6 回	6 回	6 回	6 回	6 回

(4) 事業内容

①経営指導員によるP D C A支援

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業者それぞれの計画内容や事業状況、経営環境、事業者の資質などにより、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がない事業者を見極めた上でフォローアップ頻度を設定してフォローアップを行う。また、事業者からの申し出等による場合は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支援

経営指導員では課題解決が困難な場合や、計画の見直しが必要である場合には、状況に応じた各種支援施策を活用したフォローアップを実施する。専門家派遣制度だけでなく、各種経営支援機関等とのネットワークを活かした支援を実施することで事業計画を円滑に実施できるように努める。

また、小規模事業者の借入に対する利子補給、日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。

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】

川辺町内の小規模事業者について、取扱商品・サービス・取引先などの詳細について全体を把握するまでには至らず、一部の把握に留まっている。

また、新たな需要開拓に繋がるセミナーや展示会・物産展への出展なども行ってきておらず、それぞれの小規模事業者が独自で販路開拓・情報発信を行っているのが現状である。

一方、各種補助金を用いた販路開拓支援については、E CサイトやH Pの構築など、前向きな取り組みを実施し、一定の成果を上げているものの、現状の支援対象事業者については、商業・サービス業に偏りがあり、業種によっては販路開拓に貢献出来ていないのが現状となっている。

また、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓に関心があるものの、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、D Xに向けた取り組みを実施している小規模事業者は限定的となっている。

【課題】

今後はセミナーや展示会等の情報を積極的に周知するとともに、商工会が積極的にはたらきかけて出展の支援を行うことが課題である。

また、これからの新たな販路開拓にはD X推進が必要であるということを理解・認識してもらい、D Xに向けた取り組みを積極的に支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

支援においては、事業者の業種（取引形態）や事業計画で定めた方向性（販売する商品・サービスやターゲット）に応じ、多様な支援手段を講じていく。特に、今後の販路拡大において重要視されるDXに向けた取り組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等の理解を深め、より効果的な販路拡大への支援を積極的に進めていく。

また、事業者のニーズに応じて適宜、専門家派遣などの支援施策を活用することで効果的な支援へと繋げていく。

(3) 目標

	現 状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
展示会・商談会への出展事業者数	0者	0者	0者	1者	1者	1者
成約件数/1者	—	0円	0円	100千円	100千円	100千円
物産展への出展事業者数	0者	0者	0者	1者	1者	1者
売上額/1者	—	0円	0円	50千円	100千円	100千円
SNS活用支援者数	0者	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率	—	5%	5%	5%	5%	5%
ECサイト活用支援者数	1者	2者	2者	3者	3者	3者
売上額/1者	—	100千円	100千円	150千円	150千円	150千円
プロモーションツール支援者数	0者	2者	2者	2者	2者	2者
売上額/1者	—	150千円	150千円	150千円	150千円	150千円
事業マッチング支援者数	0者	1者	1者	1者	1者	1者
売上額/1者	—	50千円	50千円	50千円	50千円	50千円
合 計		7者	7者	10者	10者	10者

(4) 事業内容

①展示会・商談会・物産展への出展支援

製造業のほか、小売業・飲食サービス業の中でも域外へ広く販売していく意向の強い事業者を対象に支援を行い具体的な内容として、小規模事業者にとって大規模な展示会・商談会・物産展への個社独自での参加対応は、人手やノウハウ、費用など様々な面で困難なことから、事業計画を策定した事業者の中から、展示会や商談会のテーマに合致する製品や技術を持つ事業者に対してピンポイントで情報提供を行い、出展参加を促すことで販路の開拓を目指す。事業者が参加を希望する場合は、PRツールの作成等、出展前の準備から当日の運営、出展後の商談成約に向けて一貫して支援を行っていく。

<想定する展示会・商談会・物産展>

イベント名	概要
メッセナゴヤ (展示会)	11月、ポートメッセなごやにて開催 業種業態の枠を超え、多様な製品技術サービスが集結 出展者数 840社・団体(2021年実績) 来場者数 36,868名(2021年実績)
フードセレクション (商談会)	9月、東京のビッグサイトにて開催 全国に向けた販路の拡大を希望する食関連の企業・団体が出展 出展者数 388社(2021年実績) 来場者数 3,121名(2021年実績)
郡上ビジネスマッチング (商談会)	11月、郡上市商工会により開催 郡上市商工会が主催する地域性の高いビジネスマッチング 出展者数 69社(2018年実績)
ニッポン全国物産展 (物産展)	11月、池袋サンシャインシティにて開催 全国の商品を集めた大規模物産展 出展者数 141社(2020年実績) 来場者数 14,384名(2020年実績)
かわべふれ愛まつり (物産展)	11月、川辺町が主催する地域性の高いイベント バザー出店による販売 来場者数 2年間コロナのため未実施
川辺おどり・花火大会 (物産展)	8月、川辺町が主催する地域性の高いイベント バザー出店による販売 来場者数 2年間コロナのため未実施

②SNS・ECサイト活用支援

自社HPの活用のみならず、フェイスブックやインスタグラムなどのSNSも含めたIT利活用による情報発信強化の支援を行っていく。

支援の具体的な内容として、事業計画を策定した事業者のうち、HPを有していない事業者へはHP開設を勧め、すでにHPを運営している事業者へはSNSの活用やサイト内でのショッピング機能の追加を促すといったように、事業者の現状にあわせて段階的なステップアップを図っていく。

また、業種や取扱商品などによっては、楽天などが運営するショッピングサイト等の提案を行いながら、効果的な商品PR及び販売促進に向けた支援も行っていく。

なお、IT利活用の支援には技術的なスキルも必要となるため専門家と連携を図りながら進めていく。

③プロモーションツール強化支援

近隣域内の顧客獲得への販路開拓の意向が強い事業者を対象に支援を実施していく。

こうした事業者は来店客数の増加が目指す指標となるため、展示会や物産展などではなく、情報発信、チラシ、フリーペーパー、看板、POPなど域内の見込顧客へ働きかけるプロモーションツールの支援を中心としていく。支援の具体的な内容として、自社の商品・サービスの特徴やメリット、競合店との違いなどを明確化し訴求力のあるPRとなるよう内容のブラッシュアップ支援を行っていく。

<想定するプロモーションツール支援>

ツールの種類	具体的内容
広告宣伝ツール	・HPによる情報発信、フリーペーパー、折込みチラシなど
営業用ツール	・パンフレット、企画提案書など
販売促進ツール	・のぼり、POP、店内イベントなど

④事業者マッチング支援

比較的近隣の域内でのBtoB取引拡大の意向が強い事業者を対象に支援を行っていく。

支援の具体的な内容として、バイヤーとなりうる商業施設や事業者の情報を提供し、取引の制約に向けて直接的な営業を行っていく。直接営業にあたっては、営業ツールの作成から営業当日の同行まで成約に向けて一貫して支援を行っていく。

<想定する商業施設等の一例>

商業施設等	概要
川辺町アンテナショップ 川湊の里	国道41号線沿いに位置し、地元産野菜や様々な加工品、土産物を販売している。立地の良さを活かし、地元住民はもちろん、週末や祝日は愛知県等遠方からの来客も多い。

9. 事業の成果、評価及び見直しの実施に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

川辺町商工会が実施する事業は、年度当初に事業計画を立案し、総代会により承認を得て実施し、年度末に事業報告を行うという基本的な仕組みであり、事業の見直しのための、事業成果や進捗状況等の評価は行われていない。

【課題】

事業見直しのため、事業成果や進捗状況等の評価を行わない事が、毎年同一内容の事業等を行うことの原因となっており、評価等に基づく改善策や事業計画の見直しに反映されるようにすることが課題である。

(2) 事業内容

①川辺町商工会経営発達支援計画評価委員会の開催

川辺町商工会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的に実施されているか確認すると共に、川辺町商工会が支援機関として地域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評価を行い、改善への提案を行う。
委員会 構成メンバー	<ul style="list-style-type: none"> ・川辺町商工会会長 1名 ・川辺町商工会副会長 2名 ・川辺町役場産業環境課課長 1名 ・中小企業診断士等の専門家 1名 (外部有識者) ・川辺町商工会事務局長、法定経営指導員
委員会開催 評価時期	年1回開催 年度終了後3カ月以内

評価結果
公表時期

経営発達支援計画評価委員会終了後 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する。必要に応じて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。

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、理事会及び総会で報告すると共に、報告書を当商工会ホームページ上に公表することで地域の小規模事業者が常に関連できる状態とする。

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】

川辺町商工会では、岐阜県・岐阜県商工会連合会等が主催するセミナー・研修会等へ参加し、支援ノウハウの習得を行っており、小規模事業者に対する基礎的な知識の習得にはつながっているが、多様化する小規模事業者のニーズに対応しきれていないのが現状である。DXについては、これからの厳しいビジネス環境を勝ち残るためにはデジタル技術を活用したビジネス変革が必要であることは共通理解である。しかしDXの本質について詳細に示されている記事や事例が少ないため企業に対しても推進できていない。

【課題】

経営発達支援計画を実施していくにあたり、個々の支援力の向上は必要不可欠である。小規模事業者への支援力に直結することから、職員一人ひとりがスキルアップし、全体の資質が向上することによる川辺町商工会としての支援力の底上げを図ることが必要である。

DXについては、企業が業績を伸ばすためにはデジタル技術の導入・活用は重要な課題であるとは認識しているが職員の知識及び支援スキルの向上はあまり出来ていない。DX導入の動きを検討する企業が今後増えてくることが予想されるため、そのニーズに応えるためにも職員も情報収集・知識の習得が必要である。

(2) 事業内容

①OJT による知識の習得及び支援スキルの向上

ベテラン職員の窓口相談や日々の巡回、専門家派遣時に同行し、経営課題の抽出から課題解決に繋げるまでの支援の流れや手法を学ぶことで職員個々の知識と支援スキルの向上を図っていく。経営指導員に限らず、業務職員にも支援に同行する機会を作ることで徐々に支援スキルを身に付けてもらい川辺町商工会としての支援レベルの底上げを図っていく。

②Off-JT による知識の習得及び支援スキルの向上

Off-JT による知識の習得は、役職や個々の支援スキルに合わせて必要な外部研修を受講することによって身に付けていく。積極的に外部研修を受講することで様々な分野の知識を習得し、指導員による支援レベルに差が出ないように対応していく。Off-JT を受講するにあたっての基本的な考え方と研修項目は以下に示すとおりである。

役 職	Off-JT による知識習得の考え方
経営指導員	<p>経営発達支援計画に基づいて小規模事業者の伴走型支援を実施するため、関連する専門的知識を計画的に習得し、指導能力を高めるための専門的知識を身に付ける研修を受講する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 指導員課題別研修会 ・ 全国商工会連合会主催 Web 研修 他
業務職員及び一般職職員等	<p>記帳指導等の日々の業務に関する事に加え、経営発達支援計画の実施に係る支援スキルを身に付けるための研修を受講することで経営指導員のサポートを行う事ができるようにする。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 岐阜県商工会連合会主催 全職員対象課題別研修会 ・ 他の支援機関主催 各種研修会 ・ 全国商工会連合会主催 Web 研修 他

③DX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、経営指導員及び経営支援員の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>

- 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

④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・向上をはかり、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。

⑤職員間における情報共有

支援内容や管内小規模事業者の状況などの共有化を図るため、毎月1回の支援会議を開催する。また、職員が携わった支援情報を管理してデータでの共有化を図り、組織内での支援力の向上を図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

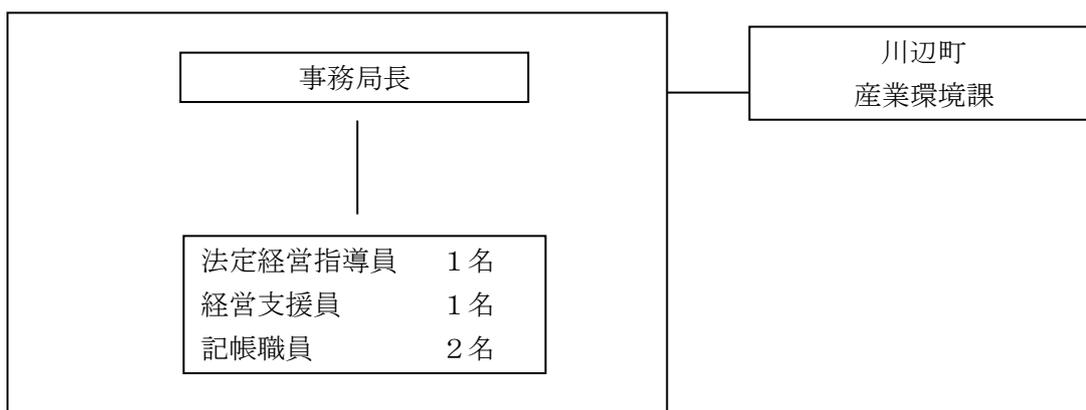
経営発達支援事業の実施体制

(令和5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)

川辺町商工会事務局体制

(令和5年4月1日現在 職員数5名)



(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：大藪 綾美

■連絡先：川辺町商工会 TEL:0574-53-2327

②法定経営指導員による情報の提供及び助言 (手段、頻度 等)

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

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①川辺町商工会

〒509-0305 岐阜県加茂郡川辺町西栃井 1376-1

TEL:0574-53-2327 / FAX:0574-53-2390

E-mail: kawabe@ml.gifushoko.or.jp

②川辺町役場 産業環境課

〒509-0304 岐阜県加茂郡川辺町中川辺 1518-4

TEL:0574-53-7212 / FAX:0574-53-2374

E-mail: sangyou@kawabe-gifu.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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
必要な資金の額	650	700	750	750	750
事業計画策定に係る 専門家派遣費	200	200	200	200	200
セミナー開催費	200	200	200	200	200
需要動向調査事業費	100	100	100	100	100
販路開拓支援事業費	100	150	200	200	200
評価委員会開催事業 専門家謝金等	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
会費・県補助金・町補助金・特別賦課金(事業参加負担金)・受託手数料

(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。

