

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	七宗町商工会 (法人番号 4200005007157) 七宗町 (地方公共団体コード 215040)
実施期間	令和5年4月1日～令和10年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 1. 経営力強化に向けた経営分析及び事業計画策定支援 小規模事業者の経営力強化に向けて事業計画の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。 2. 売上拡大や利益向上に向けた販路開拓支援 事業継続さらには発展のため経営を改善させていくため、事業計画で策定した内容を着実に達成するため適宜適切なフォローアップ支援を行う。 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ことで、地域の事業所数維持と増加を図っていく。 4. 対話と傾聴を通じた課題設定型の支援 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す。
事業内容	経営発達支援事業の内容 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) や七宗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にまとめ情報提供を行う。 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事業展開においての判断材料として提供する。 3. 経営状況の分析に関すること 経営分析の重要性を説明し、定量分析と定性分析の双方を合わせて行う事で経営上の問題や課題の発見により解決や経営の改善に繋げる。 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計画策定を支援し計画的且つ確実性のある事業展開に繋げる。 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PDCA支援を行い、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。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 販路開拓を目的に地域イベントや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と繋げる。

連絡先	七宗町商工会 〒509-0401 岐阜県加茂郡七宗町上麻生 2277 番地 1 TEL : 0574-48-2080 FAX : 0574-48-1994 E-mail : hichisou@ml.gifushoko.or.jp 七宗町役場 ふるさと振興課 〒509-0492 岐阜県加茂郡七宗町上麻生 2442 番地 3 TEL : 0574-48-2291 FAX : 0574-48-2347 E-mail : kikaku@town.hichisou.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) 地域の概要

【七宗町の位置・地勢】

七宗町は、日本列島のほぼ中央岐阜県の中南部に位置し、加茂郡に属している。

美濃加茂市まで約 17 km、県都岐阜市まで約 45 km、名古屋市まで約 59 km の距離にあって、東西・南北はそれぞれ約 12 km の広がりを持ち、面積は 90.47 ㎢ある。

岐阜県にある 42 市町村の中で、面積は 21 位と中位であるところ人口は 40 位と低く、山林に囲まれた地域であると言える。

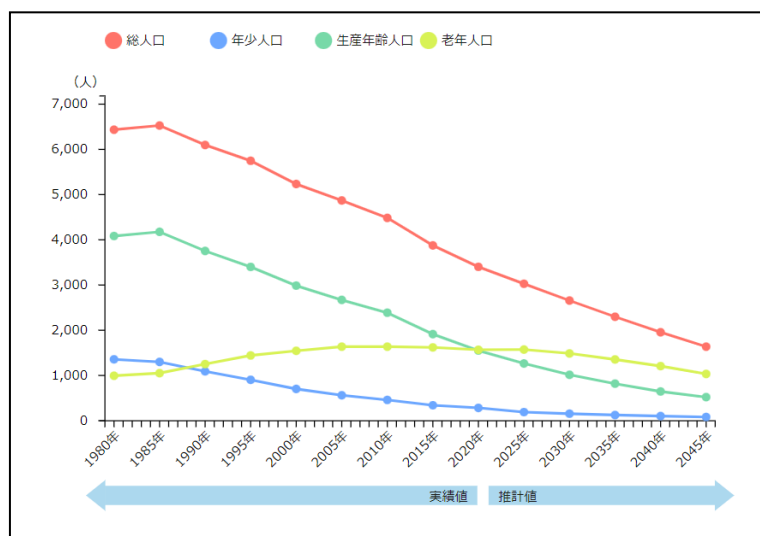
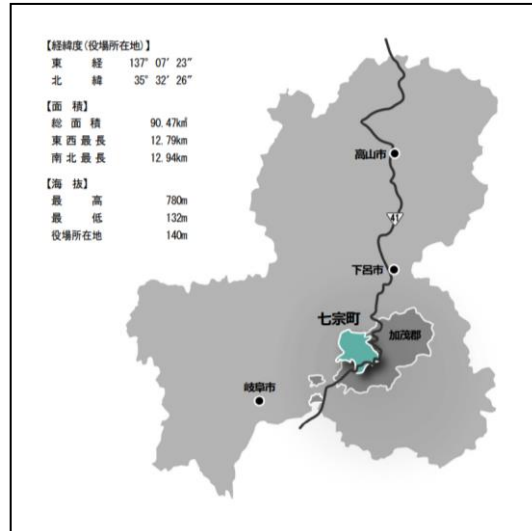
【交通】

七宗町では、国道 1 路線、主要地方道 3 路線、県道 2 路線を軸として、町道 197 路線が整備されている。

公共交通機関としては、JR 高山本線が岐阜方面、高山方面に向け走っており、JR 上麻生駅を拠点に町営バス 4 路線を運行している。なお、JR 上麻生駅の 1 日あたりの乗降客数は 118 人で、県内 59 ある JR 駅の中で 41 位と、路線を介した人の往来が少ない。

【人口】

七宗町の総人口は、年々減少しており、2020 年には 3,402 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 1,568 人となっており、総人口に占める 65 歳以上の割合（高齢化率）は 46.09% と 4 割を超えており、全国平均（30.01%）より 16.08 ポイント高い。



出典：経済分析システム「RESAS」

（２）七宗町の産業の現状と課題

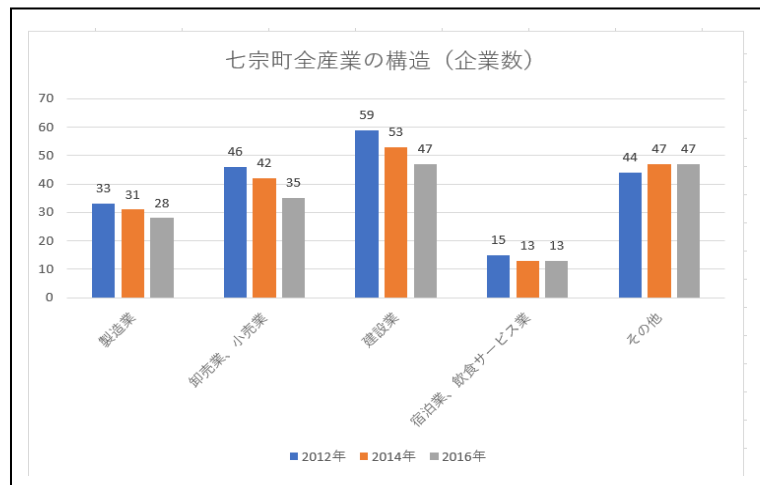
【事業所数】

七宗町の産業の構造は、２０１２年で１９７事業所であり、２０１６年は１７０事業所で、４年間で２７事業所減少している。

事業所数が最も多い産業は、建設業であり、次いで卸売業・小売業、製造業、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、建設業、卸売業、小売業の減少が顕著である。

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。



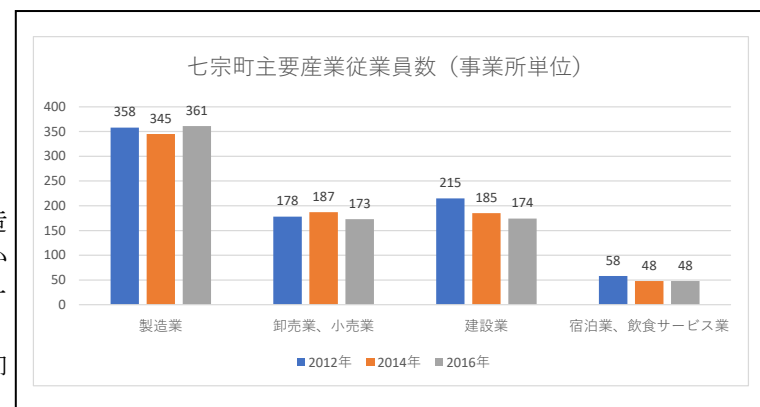
出典：経済分析システム「RESAS」

【従業員数】

七宗町の事業所が雇用する従業員数は、２０１２年は１，０７９人であったが、２０１６年は１，００５人へと減少している。

雇用創出をけん引しているのは製造業で、２０１２年から２０１６年にかけて、僅かとはいえ全産業の中で唯一授業因数を伸ばしている。

一方、他の産業の同年比較では、卸売業・小売業は１７８人から１７３人へ、建設業は２１５人から１７４人へ、宿泊業・飲食サービス業は、５８人から４８人へと、いずれも減少している。



出典：経済分析システム「RESAS」

【主要産業の現状と課題】

①製造業

製造業は、全産業において従業員数が最も多く、構成比は３５．９％である。また総生産も４０．３％と当町を経済面で牽引する業種である。なお、平成２２年には１２０人を雇用する（内８割が地元採用）工場の撤退があり、地元の雇用の場を失った経緯がある。

製品出荷額の６３．６％は家具関連の木材加工業で、その中心は大手数社によるものである。小規模事業者は、一般機械器具、電気機械器具、加工組立型産業が見られるが、大手企業との取引実績は少なく苦しい業績が続いている。

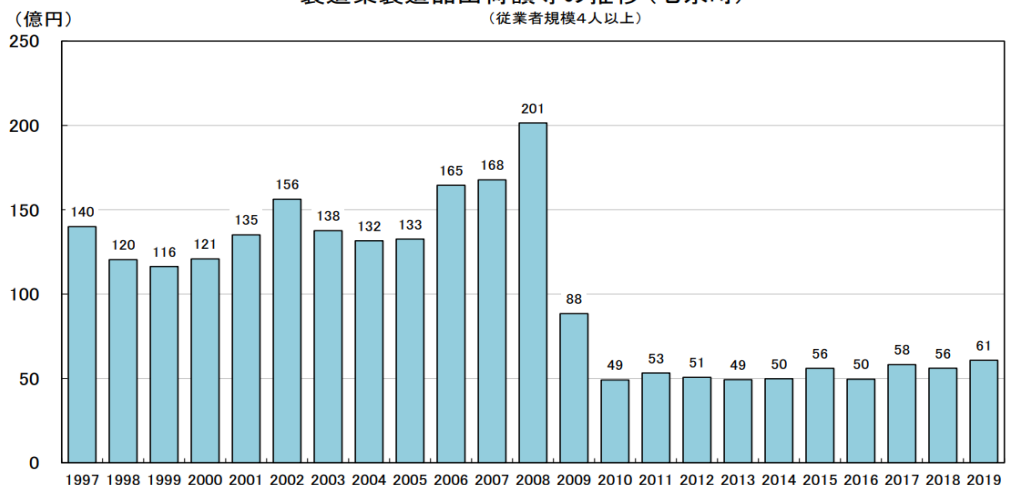
しかし、その中でも積極的な設備投資により付加価値を高めた製品開発や、事業の再構築による新たな市場への進出に活路を見出す小規模事業者も出てきている。

課題としては、付加価値向上と営業力強化による新規取引先獲得を通じて、一社編重、下請け依存からの脱却を図り、経営基盤を強化していくことが課題である。

※構成比、総生産割合、製品出荷額はH28 経済センサス調査より。以下、他の産業の出典も同じ。

2019年の製造品出荷額等は、61億円

製造業製造品出荷額等の推移（七宗町）
（従業員規模4人以上）



出典：経済産業省「工業統計」、2011年、2015年は、総務省「経済センサス活動調査」

（年）

➤17

②建設業

建設業は、全産業において事業所数が最も多い業種である。従業員数の構成比は17.3%で、総生産は8.8%となっている。事業所数が多いものの総生産構成比は高くなく、一人親方の小規模事業者が多くを占めている。山間地域で長年事業を営んできたことから、信頼や口コミで顧客を獲得してきたが、リフォーム事業にも大手ハウスメーカーが参入してきたことから苦戦を強いられている事業者が多い。

多くの小規模事業者が販売促進には力を入れておらず、営業力の強化が課題である。長年培った建設技術を活かした新たな取引先の獲得に取り組んでいく必要がある。

③卸・小売業・飲食サービス業

卸・小売業の従業者数構成比は17.2%、総生産3.3%となっている。また、飲食サービス業の従業者数構成比は4.8%、総生産は1.0%である。町内にはコンビニエンスストアが国道沿いに1店舗を構えるのみで、大手チェーンの商業施設は無く、小規模事業者が経営する小売・サービス店舗が多い。消費者の購買力は近隣市町の大型店や専門店へ流出が著しく、町内の小売業者は高齢化が進み売上の減少が続いている。

しかしながら、町内を流れる飛騨川の鮎を原料とする加工品の開発はじめ特色ある商品をラインナップして上手く顧客を獲得している事業者も存在している。

課題としては、消費者ニーズを的確に捉えた商品・サービス内容の充実と、訴求力を持った販売促進の取組が挙げられる。

なお、町内の小売店舗の廃業により食料品や日用品の買い物が困難となっている高齢者が見受けられる。山間部に位置する当町において、生活を支える物資の供給先となっている小売業、飲食サービス業の維持は地域インフラの観点からも重要な課題となっている。

【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

作り手の理論や計画を優先しがちで、顧客ニーズに合わせた商品・サービスの開発や見直しに取り組めていないため顧客獲得に苦戦している。顧客のニーズを探り、その消費者の声や意見を反映した商品開発・見直しによって集客力を向上させていくことが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。

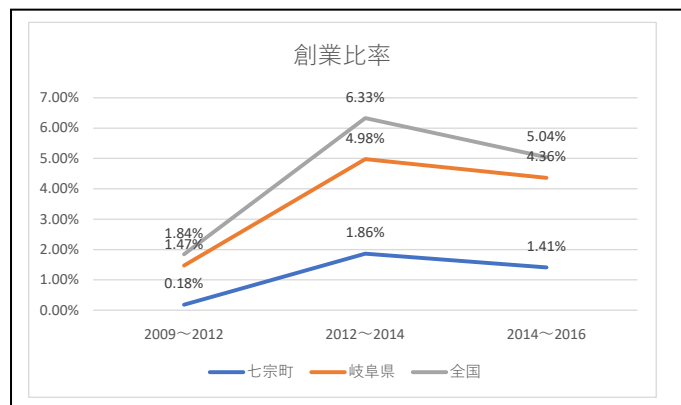
（ウ）後継者への事業引継ぎ

当町における事業承継の詳細については後述するが、事業主の高齢化、後継者難による廃業が事業者数減少の大きな理由の一つになっている。

【創業者】

七宗町の創業比率は、2009～2012年が0.18%、2012～2014年が1.86%、2014～2016年が1.41%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。

七宗町では「創業支援事業補助金交付制度（事業所開設支援：最大100万円、事業所賃借支援：最大月額家賃5万円）」を設け創業を後押ししている。商工会も町行政との連携を密にして、本制度をPR・活用しながら、積極的に創業者を掘り起こしていく必要がある。



出典：経済分析システム「RESAS」

【事業承継】

商工会では、国が行う事業承継ネットワークの取組として、2018年から事業承継に現況や方向性を調査する事業承継診断を行っている。

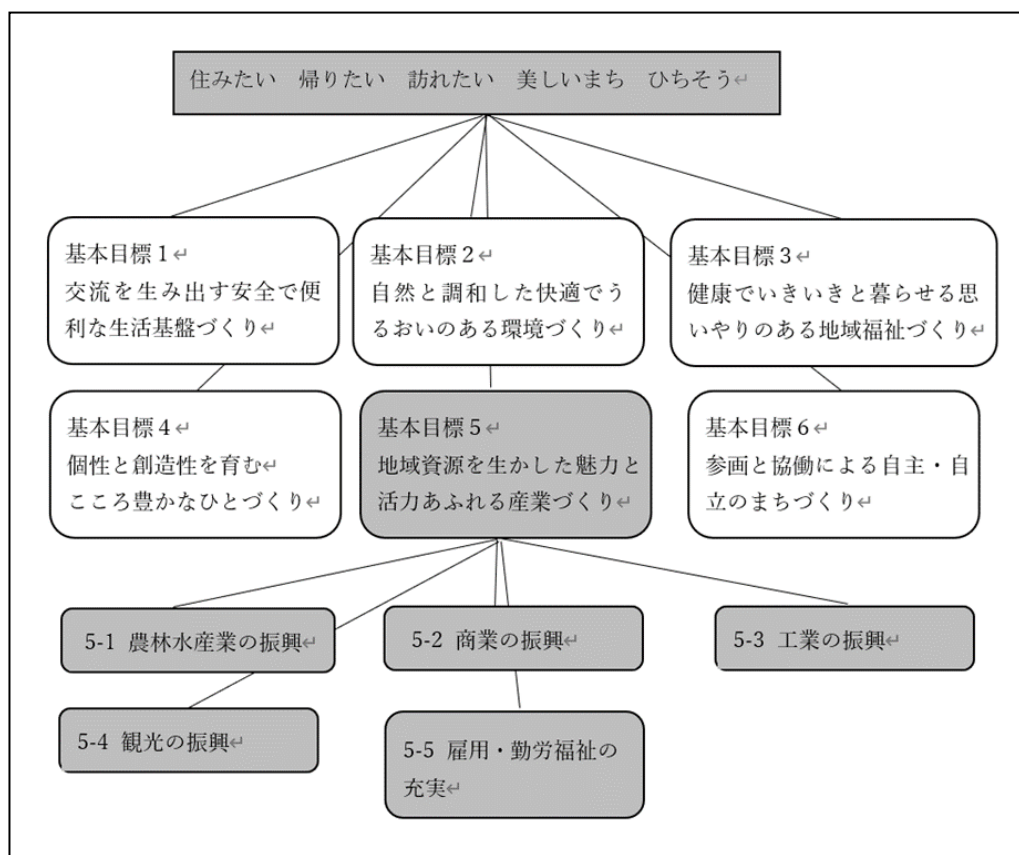
診断を行った83事業所（小規模事業者数の約56%）の結果、「後継者不足」と回答した事業者は72.8%にのぼる。これは全国平均の65.1%より7.7ポイントも高く、極めて多くの事業者が承継について多くの不安を抱えている。また、「後継者が決まっている、あるいは予定者がある」とした内の約4割近くが「事業承継への取り組みに着手していない」と回答しており、後継者がいたとしても具体的な取組みを進めている事業者は少ない。

地域経済の活力を維持するためには、事業者数の維持が欠かせない。後継者がいる事業者については、確実に承継できるよう実効性の高い計画策定を後押しするとともに、後継者による新たな事業展開を支援する必要がある。また、事業所固有の知的財産を保有しているなど事業価値が高い、もしくは従業員を多く雇用する事業所については第三者承継の選択肢を積極的に取り入れるよう働きかけていく必要がある。

（３）七宗町第五次総合計画

七宗町では、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、「七宗町第五次総合計画」を策定している。

計画では、「住みたい 帰りたい 訪れたい 美しいまち ひちそう」をコンセプトに、6つの基本目標を掲げている。その一つである「地域資源を活かした魅力と活力あふれる産業づくり」において、「豊かで自立的なまちづくりに向けて、第1次産業から第3次産業まで多様で調和のとれた魅力と活力あふれる産業振興を推進する」こととしており、地域資源を活用した産業開発や既存企業の経営強化、後継者育成などによる産業づくり通じて、雇用機会の創出や地域コミュニティの維持・活性化を目指そうというものである。



（４）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、確実な事業承継、創業の促進を図り、事業所数の維持による雇用の創出と地域インフラを守る。

山間部で人口の少ない当町において、多くの小規模事業者は売上・利益の獲得に苦慮し、高齢化した事業主の事業承継も進んでいない。結果、事業所数は減少を続け、地域での雇用機会が失われるとともに、当町に暮らす人の生活基盤が不安定になっている。

こうした状況において商工会が見据える10年間は、小規模事業者が自社の強みを最大限に発揮し、経営力を高め、新たな需要を獲得することで、売上・利益を確保できていることである。また、親族内外への積極的な事業承継が行われるとともに、新たな経済の担い手である創業活動が活発になされていることである。こうした精力的な事業活動によって、事業者数が維持、増加する状態を生み出し、地域での雇用を創出していく。また、生活になくてはならない買い物場所が一つでも多く継続されることで、地域のインフラ機能が保たれる環境を維持していく。

②七宗町第5次総合計画との連動制・整合性

七宗町第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、当商工会大きく関係する目標は「地域資源を生かした魅力と活力あふれる産業づくり」である。七宗町が目指す、「商業の振興」「工業の振興」「観光の振興」による産業づくり通じて、雇用機会の創出や地域コミュニティの維持・活性化を目指そうという内容は、商工会が上記に定めた小規模事業者の経営力向上を図り、事業所数の維持増加による雇用の創出と地域インフラの堅持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、七宗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る。

③七宗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事業者独自で進めていくことは、経営資源に乏しい小規模事業者にとっては困難であるため、商工会では、小規模事業者の経営課題に対応した事業計画策定を支援し、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。

（5）経営発達支援事業の目標

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

小規模事業者の「売上・利益」の増減について感覚的な従来までの経営スタイルでは経営状況は改善されていかず、事業収益確保はできていかない。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見える化することにより、現在実行するべきことが明確にすることができ、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

感覚的ではない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、小規模事業者が厳しい社会環境の変化に対応するには、事業計画で策定した内容を着実に達成していくことであり、そのために適宜適切なフォローアップ支援を行っていく。そして展示会への出展やDX活用支援など、経営環境の変化に対応した多様な

販路開拓支援策を講じて、事業継続に向けた販路拡大や顧客獲得により売上・利益の確保に繋げていく。こういった取り組みにより、当地域にある経営資源、地域資源を最大限に活用し、今後のさらなる人口減少が予測される中でも経営を持続できるような小規模事業者の育成に繋げていく。

（具体的取組）

- ・事業計画の定期的なフォローアップ支援
- ・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、事業承継計画と実行を通じて後継者へと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及び利益の拡大を図るために必須となる事業計画策定を支援し、事業者の意識改革も行っていく。現状の多くの事業者は感覚的な経営体制になっており、自らが分析を行い経営改善に向けての取り組みを行っている事業所は限られている。そこで、事業者の事業計画の重要性を認識し意識改革をしてもらうとともに、事業者を取り巻く変化していく経営環境への対応や、自社の強み・弱みを把握し現状の課題を見出し、地域経済の動向や商品・サービスの需要動向と自社の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、事業計画の策定の意味や重要性を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、各種施策の活用に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、PDCAサイクルの意識を高めながら定めた目標数値や取組内容が着実に実施できるよう支援していく。また、将来的には事業者自身がPDCAサイクルを自ら回して取り組んでいけるよう促していく。

また販路開拓においては、展示会の出展やDX活用支援など、経営環境の変化に対応した販路開拓支援に取り組みながら、事業計画で計画した内容の達成を目指し、新規顧客の獲得を通じた事業の収益確保を図っていく。

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」の達成に向けた方針

地域内の小規模事業者数を維持・増加させていくことにより、地域経済の維持や向上に繋がることから、事業承継支援及び創業者支援を行い、小規模事業者数の減少率の低減に努める。

地域内の小規模事業者は、事業承継に関する知識や関心が薄い事業者も多いため、事業承継に関心を持ってもらえる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図り地域内での創業者の掘り起こしに取り組んでいく。

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】

経済動向については、全国商工会連合会や岐阜県商工会連合会が実施する小規模事業者関係の景況調査など数多くある。これまで景況調査をはじめ各種動向等の情報提供を行ってきた。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な十分なデータ分析を行うとともに、読みやすくなりやすいレポートに仕上げる必要がある。

(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	145 者×4	145 者×4	145 者×4	145 者×4	145 者×4

※令和4年11月時点の会員数145者

(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、七宗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七宗町の経済動向を分析
景況指数調査（櫛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

②七宗町の景気動向調査

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	七宗町内小規模事業者 40 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であったが、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。

【課 題】

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の説明のみに留まり、行動に移すための具体的な方法を支援していなかった。

(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
展示会調査対象事業者数	—	0 者	1 者	1 者	1 者	1 者
地域イベント調査対象事業者数	—	5 者	5 者	5 者	6 者	6 者
合 計	—	5 者	6 者	6 者	7 者	7 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。

項 目	内 容
調査の種類	展示会を活用した 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 (※例示)	メッセナゴヤ (毎年 11 月に開催) 郡上ビジネスマッチング (毎年 10 月に開催)
サンプル数	10 件

(イ) 地域イベントを活用したB t o C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)	おいでよひちそうふる里まつり（毎年 10 月に開催） 七色マルシェ（初春に開催予定） 青年部や女性部の会議にて（青年部は毎月 1 回開催）
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 B t o B 調査や地域内観光客へのアンケートによる B t o C 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、常に変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】

これまでは、金融斡旋や補助金申請書への記載事項として必要であることから経営状況の分析を行うことはありましたが、小規模事業者の経営改善に向けた分析については行っていなかった。

【課題】

金融斡旋や補助金申請書での経営分析を必要に迫られて行っていたが、「利益率の改善」といった財務データから見える表面的な課題のみに着目していたため、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	10 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	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。 【具体的な調査項目】 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） 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）
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」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。	

(4) 成果の活用

①経営課題の明確化

分析結果を踏まえて、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】

事業計画の立案・策定については、一部の事業者が関心を持っているだけで、そもそも“事業計画とは何か？”という理解を得られていないのが実情で支援としても行っていない。現在は小規模事業者持続化補助金等の申請のための支援指導の中で必要にかられ事業計画策定をしているだけである。

D X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D X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】

地域内小規模事業者に対し“事業計画とは何か？”“事業計画がなぜ必要か？”ということを周知・啓蒙し重要性の認識を促すことで、自社の経営の持続的発展に有効な手段となることを理解させる。

D X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I T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D X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、事業計画が「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D X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	1 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	10 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) 「D X活用セミナー」の開催

D X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D Xに向けたI Tツールの導入やW e b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。

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	I T専門家
回 数	年 1 回
カリキュラム	・ D X総論、D X関連技術（クラウドサービス、A I 等） ・ 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

これにより、D X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。

「D X活用セミナーの内容」

- ・ 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

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。

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、事業計画書の話の流れを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（岐阜県商工会联合会中・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

七宗町、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から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行く。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】

これまでの事業計画策定は、融資の実行と補助金申請のための策定であり、補助金をもらうことだけが目的となっていました。結果として、計画策定時に検討した事業のあるべき姿に向けての外部環境、内部環境の分析結果を事業に反映されることが出来なかった。

【課題】

事業計画を実施する際に、小規模事業者の発展に向けた伴走型支援体制が整っていないことが課題であり、しかも課題解決となる専門家等の情報体制が整っていなかった。

（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いての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。

計画策定段階に続き、策定後のフォローアップにおいても、事業者へ内発的動機づけを行い、自走化に向けて潜在力を引き出す支援手法を導き出していく。

(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)	35 回	33 回	36 回	39 回	42 回	45 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	—	3 者	3 者	4 者	4 者	4 者

(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	1 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	1 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1回	年4回	年6回	年6回	年6回	年6回
延べ実施回数	4 回	4 回	6 回	6 回	6 回	6 回

(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】

これまで、七宗町と連携して、地元イベントや国・県主催の物産展等に参加し、地元製品の販路拡大を図ってきた。

一方、各種補助金を用いた販路開拓支援については、ECサイトやHP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、DX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】

地元イベントや国・県主催の物産展等について、ともすれば一時的な売上の創出だけに終始し、その後の継続的な取引に結び付けることが出来ていなかった。

また、これからの新たな販路開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、DX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	1 者	1 者	1 者	1 者
成約件数／1 者	—	0 円	1 件	1 件	1 件	1 件
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
I T 活用支援者数	1 者	2 者	3 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	5 者	4 者	4 者	4 者	5 者
売上額／1 者	—	100 千円	150 千円	150 千円	150 千円	150 千円
合 計		7 者	8 者	9 者	9 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性が高いことから、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)
ビジネスプラス展 inSEKI	5 月 関市総合体育館(アテ工業アリーナ サブアリーナ内) 企業の優れた技術力や、高品質な製品づくりなどを発表する 出店者数 72 社 来場者数 3,100 人 (2022 年実績)
「き」業展	2 月 セラミックパーク MINO 会場 多治見市近辺の活力ある企業が集結 出店者数 125 社 来場者数 4071 人 (2021 年実績)
おいでよひちそうふる里まつり (物産展)	10 月 七宗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 3 年間コロナのため未実施

②IT 利活用支援

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、町広報、フリーペーパー（隣接する地区に配布される“きらら”、“かにさんくらぶ”など）、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 や SNS による情報発信、フリーペーパー、折込みチラシ等
営業用ツール	・ パンフレット、企画提案書等
販売促進ツール	・ のぼり、POP、店内イベントなど

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】

「経営発達支援計画評価委員会」では、外部有識者である中小企業診断士等の専門家を交え評価することで、客観的な評価や改善点等など多様な視点から意見を頂き事業内容の見直しと改善に繋がっている。

【課題】

第1期計画において組織した「経営発達支援計画評価委員会」を継続して開催し、計画実施状況の評価、改善提案を頂いた内容を検討しながら、地域の小規模事業者に対してより効果的な支援を実施していく必要がある。

(2) 事業内容

①七宗町商工会経営発達支援計画評価委員会の開催

七宗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、七宗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

	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	・七宗町商工会長、副会長 2名 ・七宗町役場ふるさと振興課課長 1名 ・中小企業診断士等の専門家：1名（外部有識者） ・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】

事業団研修や各種セミナーの受講を中心に資質向上を図っている。経営発達支援に携わる機会が増加していることで、得た知識やスキルを支援において活用できるようになってきている。また、経営指導員以外の職員においては、研修会やセミナーなど資質向上の機会が少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】

今まで以上に地域の小規模事業者に貢献できる支援を実施していくため、職員の知識及び支援スキルの向上を図っていくことが課題であり現在行っている OJT・OffJT のレベルを上げながら継続的に実施して当商工会全体の支援レベルを向上させる必要がある。また、経営指導員以外の職員においても、経営発達支援を中心とした個社支援の資質向上を図っていくことも必要である。

DXについては、企業が業績を伸ばすためにデジタル技術の導入・活用は重要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不足が課題であり、職員の知識向上が出来ていない。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によって徐々に支援スキルを身に付けてもらい七宗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	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。 ・ 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
経営支援員及び 記帳職員等	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。 ・ 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

③D X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D X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 I T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D X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。

<D Xに向けた I T・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

R P A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 I T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P R・情報発信方法、E Cサイト構築・運用
オンライン展示会、S N S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、毎週 1 回の週礼会議にて情報共有をする。

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

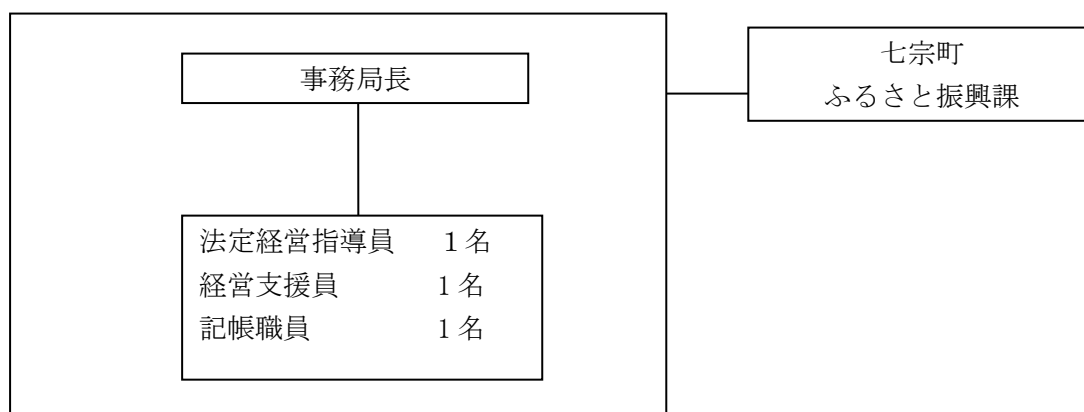
経営発達支援事業の実施体制

(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)

七宗町商工会事務局体制

(令和5年4月1日現在 職員数4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：井藤 裕子

■連絡先：七宗町商工会 TEL:0574-48-2080

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

①七宗町商工会

〒509-0401 岐阜県加茂郡七宗町上麻生 2277-1
TEL:0574-48-2080 / FAX:0574-48-1994
E-mail: hichisou@ml.gifushoko.or.jp

②七宗町役場 ふるさと振興課

〒509-0401 岐阜県加茂郡七宗町上麻生 2442 番地 3
TEL:0574-48-2291 / FAX:0574-48-2347
E-mail:kikaku@town.hichisou.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 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。

(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	