

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	御嵩町商工会（法人番号 2200005006433） 御嵩町（地方公共団体コード 215210）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	令和4年から5年間に於いて、小規模事業者の売上並びに利益の向上を図り経営力を向上させることを目標として、次の事業を実施する。 (1) 需要動向調査を実施する件数：210者 (2) 経営分析を実施する件数：170者 (3) 事業計画を策定する件数：102者 (4) 事業計画策定後の支援を実施する件数：82者 (5) 新たな需要の販路開拓を支援する件数：69者
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関する事 他機関等の経済・経営動向に関する情報の中から、地域内の事業所に該当する情報を収集して整理・集約し、その内容をレポートにまとめ、巡回時や会報誌、ホームページで広く情報提供する。</p> <p>2. 需要動向調査に関する事 個々の事業者が開発・販売する商品やサービスについて、直接的な顧客ニーズと一般的に公表されている2次データを併せて分析して、小規模事業者へ情報提供を行う。</p> <p>3. 経営状況の分析に関する事 経営分析の必要性や重要性を説明し、積極的に経営分析を実施し経営課題の発見や解決に繋げる。</p> <p>4. 事業計画策定支援に関する事 DXに関する意識の醸成や基礎知識の習得セミナーを開催する。 事業計画（事業計画、創業計画、事業承継計画）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。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援に関する事 策定した事業計画の着実な実行を後押しするとともに、成果に応じて取組み内容の修正や改善が図られるよう支援を実施する。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事 小規模事業者の販路開拓を目的に、展示会・商談会などへの出展、マッチング、IT活用、プレスリリース等の支援を実施する。</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組 御嵩町第五次総合計画の方向性に従って、商工会が貢献できる取り組みを関係機関と連携しながら実施していく。</p>
連絡先	御嵩町商工会 〒505-0116 岐阜県可児郡御嵩町御嵩 959-1 TEL:0574-67-1181 FAX:0574-67-4124 E-mail:mitake@ml.gifushoko.or.jp 御嵩町まちづくり課 〒505-0116 岐阜県可児郡御嵩町御嵩 1239-1 TEL:0574-67-2111 FAX:0574-67-1999 E-mail:matidukuri@town.mitake.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. 第2期の目標

(1) 地域の現状及び課題

【立地】

御嵩町は岐阜県の中南部に位置し、可児市、土岐市、瑞浪市、八百津町に隣接し、美濃加茂市との境には長野県から伊勢湾に注ぐ木曾川水系の本流が流れ南岸にあたる。町内には一級河川の可児川が流れている。東西に12.4 km、南北に8.9 km、町全体の面積は56.69 km²を有しており、樹木の生育に適した気候条件に恵まれ、町域の約60%を山林が占めている。

また、中部圏の中核都市である名古屋市及び県都岐阜市から35 km圏域に位置し、御嵩町の中心部は濃尾平野の端部であり、南は緩やかな丘陵地、北は小高い山が連なっている。



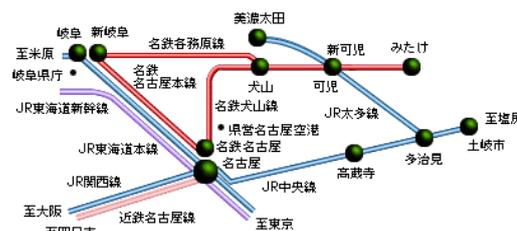
【交通】

中央自動車道「土岐IC」まで車で約20分、東海環状自動車道「可児・御嵩IC」まで車で約10分、公共交通機関では「名鉄広見線」があり、名鉄御嵩駅から名鉄名古屋駅まで75分、JR多治見駅経由でJR名古屋駅まで90分、中部国際空港（セントレア）まで約130分と乗換1回で行ける交通アクセスは利便性の高い町である。

但し、「名鉄広見線」は利用客の減少により廃線問題が継続している。「名鉄広見線」は、御嵩町内にある2つの県立高等学校生徒の通学にも欠かせない公共交通機関であり、可児市と御嵩町が赤字を補填して廃線を回避し、官民一体となって「名鉄広見線活性化協議会」を組織し、存続させるためにも試行錯誤して利用者の増加に向けて取り組んでいる。

* 御嵩町内にある県立高等学校

- ① 岐阜県立東濃高等学校
- ② 岐阜県立東濃実業高等学校



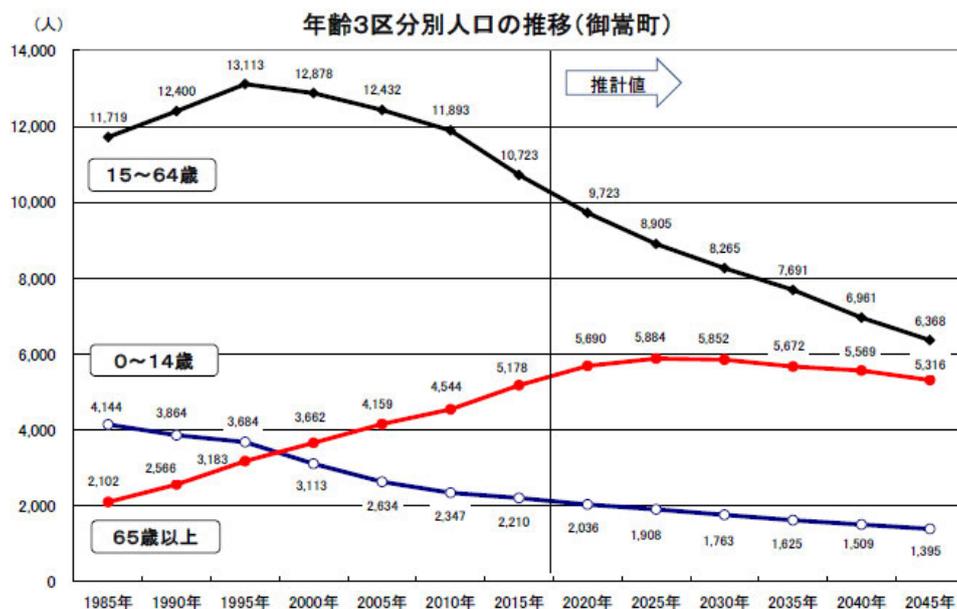
【人口】

岐阜県「統計からみた御嵩町の現状」(2021年7月更新)によると、御嵩町の人口推移は、平成7年(1995年)の19,980人をピークに、平成27年(2015年)には18,111人となり▲1,869人、令和3年(2021年)7月1日現在17,993人となり▲1,987人の減少を続けている。将来人口については、2030年には15,880人と想定されている。御嵩町の人口動態は、自然動態(出生数-死亡数)と社会動態(転入数-転出数)ともに減少傾向を示しており、これまでより速い速度で人口が減少していくものと予想される。

高齢化は全国的な事態であるが、本町でも同様に65歳以上が昭和60年(1985年)の2,102人から30年経った平成27年(2015年)には5,152人となり245%も増加し、総人口に占める割合も28.4%まで上昇しており、2025年まで増え続けると予想されている。

相対して14歳未満は昭和60年(1985年)4,144人であったのが、平成27年(2015年)には2,210人となり▲46.6%も減少しており、2045年には1,395人と予想されている。

労働生産人口(15歳～64才)も平成7年(1995年)の13,113人をピークに減少し続け、平成27年(2015年)には10,723人(▲18.2%)となり、将来の見通しも2045年には6,368人(▲51.4%)と、著しい減少が予想されていることから、地元での人材確保が更に困難を増すと危惧されており、御嵩町第五次総合計画でも、若い世代の受け入れに直結する施策として、子育て支援の充実や若者向けの雇用創出といった人口の定着を目指している。



出典：岐阜県「統計からみた御嵩町の現状」

(2) 産業の現状と課題

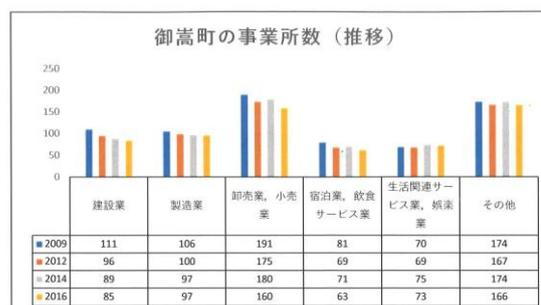
【事業所数と従業員数】

①事業所数

御嵩町の総事業所数は、2009年(平成21年)で733事業所あったのが2016年(平成28年)には644事業所となっており、7年間で89事業所(12.1%)減少している。2009年(平成21年)の事業所数では卸売・小売業に次いで建設業、製造業、宿泊・飲食サービス業の順で多かったが、2016年(平成28年)の事業所数は製造業が建設業より多くなった。

この7年間でいずれの主要産業も減少しており、事業主の高齢化で後継者不在を理由とする廃業が後を絶たない。

唯一、生活関連サービス業が微増しており、高齢者に対するサービス業が増加した。



出典：経済分析システム「RESAS」

②従業員数

御嵩町の事業者が雇用する従業者数は、2009年（平成21年）には6,904人であったが、2016年（平成28年）には7,284人と380人（5.2%）増えている。

雇用創出を牽引したのは製造業であり、2009年（平成21年）の3,098人から2016年（平成28年）には3,621人へと523人も従業者数を増やしている。他の主要産業がいずれも減少しており特に小売業と飲食サービス業の雇用が維持できていない。事業所数の減少とリンクしていると考えられる。



出典：経済分析システム「RESAS」

【主要産業の現状と課題】※出典：岐阜県「統計からみた御嵩町の現状」（2021年7月更新）

①製造業

御嵩町内の総生産（51.3%）、従業者数（49.7%）ともに構成比が断トツに高く、出荷額についても2012年（平成24年）の約1,100億円から2018年（平成30年）には1,384億円と増加傾向にあり、間違いなく御嵩町の基幹産業と言える。これは東海環状自動車道の開通と工業団地「平芝工業団地」と「グリーンテクノみたけ」の造成による企業誘致を行い、産業振興に取り組んだ成果として全区画が完売し、2つの工業団地に進出された輸送用機械、プラスチック製品、電気機械に携わる大手企業（24社）が牽引している。

しかしながら、町内の小規模事業者は、必ずしも工業団地に進出した企業の下請けという訳でもなく、可児市の自動車関連大手企業や各務原市の航空産業関連の大手企業などの下請けもある。

いずれにしても、大手一社の下請け受注体質では発注の減少等の影響を大きく受け、事業継続もままならない危険が伴うため、付加価値を高めた製品開発と営業力強化による新規取引先の獲得を通じて、下請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として挙げられる。

②卸・小売業

御嵩町内の小売業における商品販売額は、2006年（平成18年）の76億円から2015年（平成27年）には150億円と伸長推移しているが、これは御嵩町と可児市との境に出店した大型商業施設と食品スーパーの売上が大半を占めている。近年発行した地域振興券やプレミアム商品券の取り扱い実績からも実証されている。

町内の小規模事業者は、大型商業施設や食品スーパーでの取扱商品と同じでは対抗できないこともあり、後継者不在による廃業もある。そんな中でも中堅層の経営者は、御嵩町地域包括支援センターが取り組む「らくだネット」に登録して、車などの移動手段がない高齢の消費者を送迎したり、商品を配達したりと地域密着で頑張っている姿も見受けられるが、消費者の高齢化や人口減少による商圈の縮小で益々厳しい状況下に置かれている。消費者ニーズに合った商品やサービス内容の充実と、訴求力を持った販売促進への取り組みが課題となる。

※「らくだネット」とは、車の運転ができない等により、買い物や日常生活で不便を感じている高齢者や一般住民に対して、配達や送迎を可とする店舗情報を御嵩町地域包括支援センターが提供しているサービス。

③宿泊・飲食サービス業

宿泊業は、国定公園「鬼岩公園」が観光地の鬼岩温泉として機能していた頃は団体客も多く受け入れて活況を呈していたが、現在では近隣ゴルフ場へ訪れるゴルフ客の宿泊も少なくなり、少人数の家族やグループ客での利用へと消費者志向が変化している。また、「プロが選ぶ日本のホテル・旅館100選“日本の小宿”」に選ばれた1施設を除く2施設は老朽化と後継者不在によって設備投資の判断が難しい現状にある。

飲食サービス業は、若手経営者はSNSを駆使して情報発信し、料理やメニューも創意工夫して昔ながらの地元客を大切にしながらも、周辺地域の同年代の消費者を呼び込もうと努力している

が、良い食材を使って相応の値段で提供したい飲食店は、コスパを重視する若者には受け入れられないという現実がある。

④建設業

御嵩町内の多くの小規模事業者は一人親方や個人事業者であり、昨今の土木建設業に於いては公共事業、民間事業の減少による売上高の減少、住宅建築業に於いては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、同じく売上高は減少傾向にある。

長年、地元で生業としてきた信頼と実績で、紹介・口コミ等により新規顧客を獲得してきたが、新興住宅地に移住してくるような若年層の施主は、大手ハウスメーカーに発注することが多く、小規模事業者自身も元請けとして受注できるような販売促進には力を入れておらず、大手ハウスメーカーの下請で生き残っていくしかないと考えている。

⑤事業者の抱える共通の課題

御嵩町を取り囲むように可児市、美濃加茂市、多治見市、土岐市、瑞浪市、八百津町と車で10分～30分移動すれば各市・町の中心地まで行ける。東海環状自動車道の可児・御嵩ICもあり中京圏へのアクセスにも恵まれており、町外への移動が容易なことが消費者にとってメリットであるが、事業者にとってはデメリットといえる。そのような状況において、町内の事業所が安定した経営を継続させるための共通した課題として次のようなことが挙げられる。

(i) 消費者ニーズを捉えた商品・サービスの開発や見直し

作り手の「いいモノは売れる」とした思いで提供・販売する商品・サービスが、必ずしも買い手に受け入れられるとは限らない。買い手が必要としているものを作るといった考え方を軸にしてニーズを探り、反映した商品開発・見直しをすることが課題として挙げられる。

(ii) 訴求力の高いPR並びに新たな販路の開拓

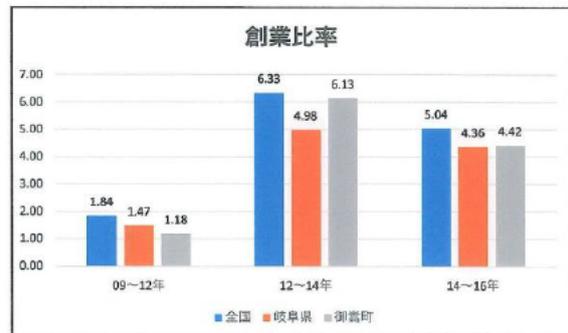
魅力ある商品・サービスを保有していても、消費者に届く効果的なPRが出来ていない。小規模事業者の多くが抱えている「マンパワー不足」によって、積極的な営業活動がなされていない。商品・サービスの魅力を訴求できる広告宣伝や営業活動に取り組み、新たな販路を開拓することが課題として挙げられる。

(iii) 後継者への事業引継ぎ

日本全体の課題でもある経営者の高齢化や後継者難による廃業が事業所数減少の最大の理由となっている。親族内での事業承継に拘らず第三者への事業引継ぎも柔軟に考える必要がある。

【創業者】

御嵩町の創業比率は、2009年（平成21年）～2012年（平成24年）が1.18%、2012年（平成24年）～2014年（平成26年）が6.13%、2014年（平成26年）～2016年（平成28年）が4.42%となっており、全国の比率は下回っているが、岐阜県では平均並みの新規創業者がある。年に数件の相談案件があり、御嵩町には今までなかった新しい業態への若年層の創業希望者（レンタルキッチンスタジオ、キッチンカー、ペットトリミングカー、エンディングカット）がある。※エンディングカットとは、故人を生前の姿で見送りたいとの希望により、身支度（カット、シャンプー、メイク、顔そり）を整えること。理美容施術を専門に勉強した技師。



出典：経済分析システム「RESAS」

【事業承継】

2017年（平成29年）から岐阜県商工会連合会が行った「岐阜県下統一商工会管内事業所アンケ

ート調査」によると、事業主の高齢化が顕著で「後継者候補が決定している事業所」は全体の31%であり、「後継者候補がない事業所」と「未回答」を併せて69%にもなる。自分の代で廃業と考えており潜在的廃業層が多く存在し、今後益々小規模事業者が減少してしまう。

また、後継者候補はあっても「引継ぎの準備を進めている」としたのは24.5%に留まっており、後継者のいない事業所あるいは引継ぎの準備を進めていない事業所に対して、早期に事業承継を推進しなければならない。

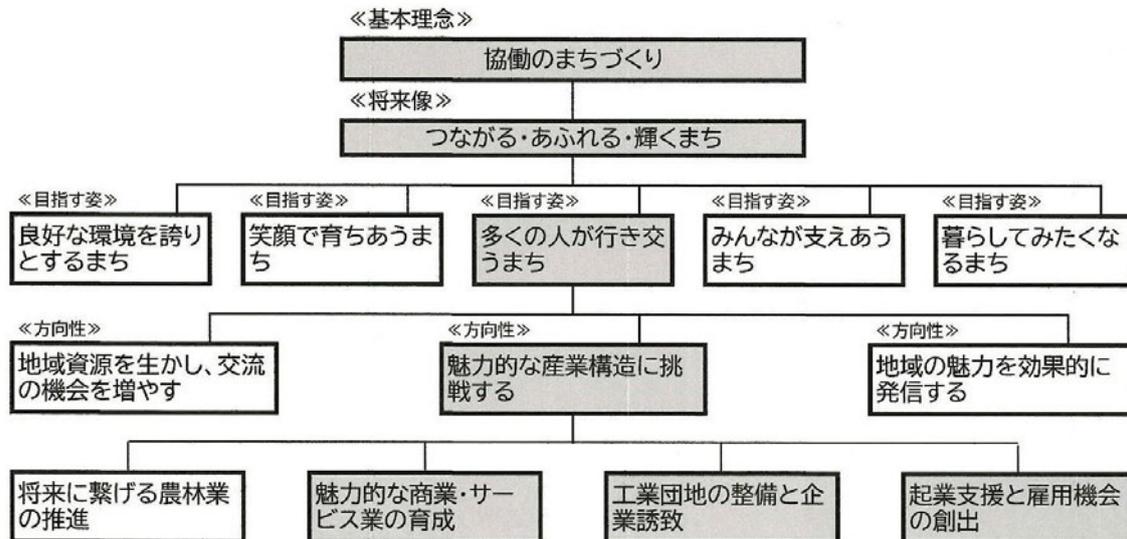
地域経済の維持向上には事業所数の維持が欠かせず、親族内承継の他にも親族外承継やM&Aなど多様な選択肢を提供しながら、円滑かつ確実に事業承継がなされるよう取り組んでいく必要がある。

(3) 御嵩町第五次総合計画

御嵩町では、「協働のまちづくり」を《基本理念》に、「つながる・あふれる・輝くまち」を《将来像》に見据えた『第五次総合計画』を策定している。

5つの《目指す姿》を掲げたうちのひとつである「多くの人が行き交うまち」の《基本施策》「魅力的な産業構造に挑戦する」において、①町民の暮らしに必要な店舗などを誘致・確保し、町の魅力化・個性化に繋がる商業・サービス業の育成、②既存工業団地に用地を有する企業には拡張しやすい環境を整えてIoTなどの新技術の導入支援と、新たな工業用地の計画を推進、③人材育成や創業支援などへの取り組みを強化し、地域資源を生かした新事業へのチャレンジを支援して雇用機会の創出につなげることで、「魅力的な産業創造に挑戦」しようとするものである。

御嵩町第五次総合計画



(4) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①今後10年間を見据えた振興のあり方

<中長期的な振興の在り方>

小規模事業者の環境分析から事業計画を策定し、自社の経営資源の選択や集中により収益力の向上を図り、事業継続や円滑な事業承継を進めるとともに、創業支援によって地域の好循環をつくり、事業所数の維持と地域の雇用を創出する。

事業所数の減少は従業員数の減少と相関関係にあり、事業所数の維持は大きな目標となる。多く

の事業者に共通する課題は「収益性の確保」であるが、その収益力は事業継続の意欲や事業承継へ直結する大きな要素である。収益が確保できない不安定な商売を、後継者へ引き継がせられないとためらっている事業者も多く存在している現実がある。

こうした状況において見据える 10 年間は、小規模事業者が自社の強みを活かしながらも、消費者ニーズを捉えた商品・サービスの開発や新たな販路の確保に向けた訴求力の高い PR 活動に取り組むことが重要となる。御嵩町内の多くの事業者が活発な事業活動を行うことにより、この地で起業を希望する創業者も増え始めると予想する。また、商工会が見据える 10 年間は、工業団地に進出した企業と町内の事業者との橋渡しを目的とした産業交流会を開催するなど、こうした好循環を着実に生み出すことであり、そのサイクル創出を通じて、事業所数の維持と地域の雇用を創出することである。

②御嵩町第五次総合計画との連動性、整合性

第五次総合計画において定められた 5 つの《目指す姿》のうち、商工会が大きく関係する分野は「多くの人が行き交うまち」であり、その中の 3 つの《方向性》のうちの「魅力的な商業・サービス業の育成」「起業支援と雇用機会の創出」「工業団地の整備と企業誘致」を通じて「雇用や就労の場の着実な拡大」を進めるといった内容は、商工会が上記に定めた、小規模事業者の経営力向上をもって事業所数の維持と地域の雇用を創出していくといった振興の在り方の考えと一致している。

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、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を実施する。

③御嵩町商工会としての役割

小規模事業者が事業を継続させるためには、自社を取り巻く内外環境を分析し経営計画を策定し、確実に実行へと移していくことが不可欠である。しかしながら、多くの小規模事業者は独自にこれらの取組みを進めていくことは困難であるため、商工会では、分析・立案・実行の各フェーズが確実に実行されるか、また効果を検証し更なる計画に繋げられるかを事業者に伴走支援し継続させることが重要な役割である。

(5) 経営発達支援事業の目標

目標①：経営力向上に向けた事業計画策定の支援

小規模事業者が経営力を向上させていくためには、事業計画を策定し計画に基づいた経営を行っていくことが重要であると考え。近年は本会においても事業計画策定に向けた支援を重点的に行っており、事業計画に基づいた経営も徐々に浸透してきた。しかしながら経営環境が大きく変わりつつある中、事業計画の策定や修正を行っていくことは今後も重要であると考え、今後も小規模事業者の経営力の向上に向けて、実現可能性の高い事業計画策定を広く推進していく。

<目標数値>

- (i) 需要動向調査を実施する件数：210 者
- (ii) 経営分析を実施する件数：170 者
- (iii) 事業計画を策定する件数：102 者

<具体的な取組み>

- ・ニーズ調査及び提供
- ・巡回による経営分析の重要性周知
- ・決算確定申告時等における経営分析機会の提供
- ・経営分析手法の提供
- ・事業計画策定支援

目標②：売上・利益獲得に向けた販路開拓の支援

小規模事業者が限られた経営資源の中、独自で新たな販路や顧客の獲得を行っていく事は困難であると言える。また良い商材をもった事業者も存在するが、営業力に欠け十分な販路開拓には至っていない。

このため商工会においては、積極的な販路開拓支援として、展示会・商談会への出展やネットショップ開設など多様な販路開拓支援を講じ、新たな顧客獲得による収益力の向上へ向けた支援を行っていく。

<目標数値>

- (i) 事業計画策定後の支援を実施する件数：82 者
- (ii) 新たな需要の開拓支援を実施する件数：69 者

<具体的な取組み>

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

目標③：事業承継支援及び創業の促進の支援

事業計画の策定や新たな販路開拓の支援を通じて、御嵩町の事業所数の維持を図っていく。事業所数の維持には、まだ引き継ぎ準備を行っていない高齢な事業者に対し、承継計画の策定支援を行う事で円滑な事業承継へとつなげる。事業所数が維持されることで地域の賑わいが保たれ、新たな事業を始めたいという創業意欲を高めるとともに、創業者の掘起しや創業計画の策定支援を行う。

<目標数値>

- (i) 事業承継計画を策定する件数：10 者
- (ii) 創業計画を策定する件数：10 者
- (iii) 計画策定後の支援を実施する件数：20 者

<具体的な取組み>

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

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

目標①「経営力向上に向けた事業計画策定の支援」の達成に向けた方針

日々変化する競争環境の中で、変化に対応し持続的な経営を行うため、自社の経営を客観的に確認する分析が必要である。分析結果をもとに、持続的な経営にむけた事業計画の策定支援を行っていく。

事業計画は実現可能性の高い有用な計画書の策定を目指し、計画内容の確実な実行のため各種支援策の活用を積極的に行ないながら支援をすすめる。

(具体的な取組)

- ・ ニーズ調査及び提供
- ・ 巡回による経営分析の重要性周知
- ・ 決算確定申告時等における経営分析機会の提供
- ・ 経営分析手法の提供
- ・ 事業計画策定支援

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

計画の目標は収益性の向上であり、その手法の一つとして新たな販路開拓が必要である。計画の過程で生じる様々な課題に対して、関係機関との連携を強化しながら事業者にとって、より良い選択ができるように導いていく。事業計画で定めた方向性やターゲットに沿うように多様な販路開拓手段を講じ、新たな顧客の獲得を通じた収益の向上に導いていく。

(具体的な取組)

- ・ 経営計画の立案及び積極的な実行支援
- ・ 施策及び関係機関に関する情報提供
- ・ 販路開拓の機会の創出・提供

目標③「事業承継支援及び創業の促進の支援」の達成に向けた方針

事業承継支援では、県下統一アンケート等による事業者情報や日々の巡回によって掘り起こしを行い支援へとつなげる。岐阜県事業承継・引継ぎ支援センターとの連携を図りながら、積極的に事業承継の準備に着手するよう促し、後継者へ確実に事業が引き継がれるよう支援を行っていく。また、創業支援では、御嵩町や金融機関、産業力強化法に基づくネットワークなどの連携を図りながら創業予定者へアプローチし、創業後の確実なビジネスモデルの構築に向けた支援を行っていく。

(具体的な取組)

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

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

商工会独自の「地域経済動向に関するアンケート調査票」を作成して、巡回・訪問時に小規模事

業者から景況等について調査し、その結果を「地域経済動向調査トピックス」としてまとめ巡回時に提供するほか、商工会ホームページに掲載し情報発信を行っている。しかし、この「地域経済動向調査トピックス」を根拠のある経済動向情報として必要性を認識し、事業計画の策定に繋げる事業者は少なく、調査レポートが本来の役割を果たしているとは言い難い。

【課題】

これまでの事業は、地域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、事業者は流し見となり関心を惹くことができなかつた。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

	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
①地域経済動向調査トピックス作成回数	年1回	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回
巡回提供または郵送回数	400者×1回	400者×4回	400者×4回	400者×4回	400者×4回	400者×4回
ホームページ掲載回数	年1回	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回
②御嵩町の景気動向調査	—	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回

(3) 事業内容

①地域経済動向調査トピックス作成回数（改善）

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、御嵩町の小規模事業者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、商工会発行の会報誌同封、ホームページ掲載によって情報提供する。

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 (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御嵩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	地域内の主要産業の動向を全国規模と比較する
十六銀行経済月報 (十六銀行)	岐阜県・愛知県を中心とした金融経済に関する動向、十六銀行独自調査による企業に役立つ各種調査結果、先進的取り組み事例	岐阜県・愛知県内の小規模事業者と比較し、御嵩町の傾向を分析
とうしん景況レポート (東濃信用金庫)	東濃・可児加茂地区の全体及び業種別経済動向、東濃信用金庫が設定した課題に関する独自調査結果、先進的取り組み事例	東濃・可児加茂地区の事業者と比較し、御嵩町の傾向を分析

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、御嵩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、御嵩町の傾向を分析

②御嵩町の景気動向調査（新規）

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	地域内小規模事業者 30 者
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、または巡回時に配布し、返信用封筒で回収する。
分析方法	改修した調査票を Excel シートに入力し集計して分析する

(4) 成果の活用

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地域経済動向調査トピックス②御嵩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】

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総務省の家計調査情報、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いたため、一般公開されている情報でもあることから事業者の反応が弱く、必ずしも有用な情報の提供となっていない。

【課題】

事業者の開発・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、見込顧客の生の声である1次情報を偏りなく調査、提供していく必要がある。

(2) 目標

①展示会の活用及びみたけのええもんキャラバンに同行した調査数

	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
展示会調査対象事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

みたけのええもん キャラバン同行調 査対象事業者数	—	4者	5者	6者	7者	8者
合 計	—	6者	7者	8者	9者	10者

②外部機関が公開するデータを活用した調査数

	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
調査対象事業者数	20者	30者	30者	35者	35者	40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。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展示会の活用及びみたけのええもんキャラバンに同行した需要動向調査

(ア) 展示会を活用したB t o B調査 (継続)

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) フードセレクション (毎年10月に開催)
サンプル数	50件

(イ) 「みたけのええもん」キャラバンに同行し実施するB t o C調査 (新規)

御嵩町の特産品認定制度「みたけのええもん」をPRするキャラバンに同行し、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	「みたけのええもん」キャラバンに同行し実施するBtoC調査
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で、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、感想、要望、年齢、性別 など
調査するイベント (※例示)	「みたけのええもん」キャラバン※首都圏のイベントや商業施設で開催 (毎年2~3回程度、不定期)
サンプル数	20件

②外部機関が公開する調査及びデータ収集・提供（改善）

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・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、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。

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の展示会・イベントを活用した需要動向調査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の外部機関が公開する調査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各事業所に提供する。

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、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】

経営状況を定量・定性の両面から総合的な分析を行い、経営状態の把握を行ったうえで事業計画策定のきっかけを作ることを目的として、定量分析については決算・確定申告時と融資あっせん時にデータを入力し実施し、定性分析については事業計画策定支援時やそれに伴う専門家派遣時等に実施してきた。

しかし、売上高や利益額など数値を伴う定量分析に興味を示した事業者であっても、強みや弱みの深掘りや、自社を取り巻く環境といった定性分析の必要性や手法を認識している事業者は少なく、現状では定量定性両面の分析支援が思うように進んでいない。

【課題】

定量のみならず十分な定性分析を合わせて実施したうえで策定する事業計画の方が高い効果が見られるため、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出すことで、定量分析はもとより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ことが課題である。

(2) 目標

	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
経営分析事業者数	20 者	30 者	30 者	35 者	35 者	40 者

(3) 事業内容

①経営分析実施事業者の掘り起こし（改善）

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、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を増加させていく。日々の巡回時に自社の経営状態を把握する重要性を説明し、経営分析に興味関心を持つ事業所を掘り起こす。また、巡回時だけではなく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>

- ・日々の巡回指導時に経営分析の必要性を伝える
- ・地域経済動向調査トピックス配布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（継続）

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こと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、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 分析により、事業の方向性や課題を分析する。SWOT 分析の際には、モレ・ダブリ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
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
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、サーバーなど

(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。商工会職員だけでなく、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、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認識した経営課題を解決し、将来に向かって持続的な経営を営むことができるよう、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】

事業計画策定セミナーの開催と経営分析結果の提供を中心に、経営計画を策定する事業者の掘り起こしを行ってきた。また、策定段階では専門家を交えた相談会を開き、個別に事業計画の策定支援を行ってきた。現在までに、84事業所が事業計画（事業計画75、事業承継5、創業4）を策定したが、そのうち持続化補助金申請件数は77と半数以上が補助金獲得を目的としたものであった。

補助金申請をするために事業計画策定をするなど、本来の事業計画策定の目的が事業所に伝わり切れていないのが現状としてある。

【課題】

こうした現状から、補助金目的の単発的な事業計画を策定するのではなく、将来にわたった事業継続に向け、達成すべき目標に至るロードマップの役割としての事業計画策定支援を行うことが必要である。そうした、短期単発ではない中長期的な計画策定を促すため、その意義や重要性、期待される効果をしっかりと伝えていくことが求められる。また、事業計画未策定事業者に対しては、事業計画の必要性を認識していただくことが課題となる。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定前には、前工程として5.経営状況の分析に関することで行う経営状況分析を行い、問題・課題を明確にしたうえで、これらの事業者に事業計画策定の提案を推進していく。事業計画策定は、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過程において必要であれば専門家による意見・アドバイスを取り入れ、課題解決までの道筋を示すことで、なぜ計画をつくる必要があるのか、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十分に意識付けていく。

その上で、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。策定段階においては、専門家との連携を図りながら、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	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
DX推進セミナー	-	1回	1回	2回	2回	2回
事業計画策定事業者数	13者	14者	14者	17者	17者	20者
創業計画策定事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
事業承継策定事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

①事業計画策定に関する意識づけ

(ア) DX推進セミナー開催・IT専門家派遣（新規）

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。

支援対象	小規模事業者
募集方法	チラシや会報、ホームページ
講師	専門的な知見を有する講師
回数	年1～2回
カリキュラム	DXの総論からDX関連技術、ツールの活用方法 WEBサイトの構築やSNSを活用した情報発信方法、ECサイトの利用方法

	D X 関連技術の情報収集を行うほか、巡回時にニーズを参考に選定する
参加事業者	5 者

セミナー参加者を中心に、D X 活用の意識が高まり、効果的な活用に向けた事業計画策定へと誘導していく。必要に応じ I T 専門家の派遣を行いより効果を高めていく。

(イ) 事業計画策定の推奨（改善）

巡回や窓口指導で経営状況の分析を行った小規模事業者に対して、分析から把握した経営課題を解決するためのロードマップとなる事業計画を策定するよう推奨する。補助金の申請希望者にも、申請に必要なヒアリングの中で事業計画の必要性を説明し、計画策定への意識を高めていく。また、それぞれの説明の中では、計画策定の具体的な流れのフォーマットを示しながら説明し、事業計画に対する意識的ハードルを和らげ、計画の策定意欲を喚起していく。

② 事業計画策定支援（継続）

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。策定段階では課題解決策の考え方や具体的な取組みを提案し、事業計画のストーリーについては事業者の考えを聞き出し、経営指導員が伴走して効果的かつ実現可能性の高いものを策定していく。なお、持続的発展に向け、事業収益確保のための具体的な取組みを含む計画となるよう支援していく。

③ 事業計画のブラッシュアップ支援（継続）

事業計画策定支援をする中で、専門的なノウハウが必要であると判断される場合には、専門家と連携を図り、事業計画の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）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 創業計画策定支援（改善）

御嵩町、金融機関（日本政策金融公庫含む）等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（新規）

地域内の事業者の高齢化が進んでおり、商工会が実施した事業承継アンケートの結果から、事業承継を考えているが具体的な取組みができていないと回答した経営者が全体の約 3 割で、事業承継に関する取組みが進んでいないことが明らかになっている。これらの事業者に対して、早期に承継準備に着手し計画的に取組みを進めていけるよう事業承継計画の策定支援を行い、確実に事業承継が果たせるよう支援していく。また、岐阜県事業承継・引継ぎセンターなどのネットワークを活用しながら、事業承継に関する計画のみならず、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。

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】

事業計画を策定した事業者に対して、1 カ月に 1 回程度の巡回指導時に計画の進捗状況の把握と新たな問題の発生や困難の有無などの確認作業を実施している。また、状況に応じて専門家派遣など各種支援施策を活用してきた。しかし、その多くは補助金事業の実行管理や事務的サポートが中

心の支援となりがちで、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現状がある。

【課題】

こうした現状から、補助金事業実行のための支援でなく、計画を実施していく上で新たな課題や計画の修正など多岐にわたる問題が発生してくる現状を把握し、事業者の持続的発展に貢献できる支援を実施していくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とする。事業計画の進捗状況により、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巡回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、事業者からの要望も踏まえ臨機応変に対応する。

(3) 目標

①事業計画策定事業者

	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
対象事業者数	13 者	14 者	14 者	17 者	17 者	20 者
延べ回数 (頻度)	52 回	58 回	58 回	76 回	76 回	94 回
売上増加事業者数	—	5 者	5 者	6 者	6 者	7 者
経常利益 1%以上増加の事業者数	—	5 者	5 者	6 者	6 者	7 者

※事業計画策定 14 者 (R 4 年度)のうち、6 者は 4 カ月に 1 回、4 者は 3 カ月に 1 回、4 者は 2 カ月に 1 回の頻度とする。R 5 年度も同様で、R 6 年度以降、対象事業者数の増加分は 2 カ月に 1 回とする。

②創業計画策定者

	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8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 4 回	年 4 回	年 4 回	年 4 回	年 4 回	年 4 回
延べ実施回数	4 回	8 回	8 回	8 回	8 回	8 回

③事業承継計画策定者

	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8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

(4) 事業内容

①経営指導員による支援 (改善)

巡回時には、計画で定めた取組み実施時期と数値目標を管理指標として、着実な実行を後押しす

るとともに、成果に応じて取組内容の修正や改善が図られるよう支援を実施する。また、最終的には事業者自身がPDCAサイクルを回すことができるよう促していく。

なお、取組みが計画通りに進められている、目標数値を達成できているなど、順調に進捗する事業者は巡回頻度を落とし、取組みに遅れが生じたり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、巡回頻度を高め集中的に支援していく。

②各種支援施策の活用による支援（改善）

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。専門家派遣制度の活用や、各種支援機関等とのネットワークを活かした支援を実施し、事業計画が円滑かつ効果的に実施できるよう支援する。

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】

現状では、ア) 展示会・商談会・物産展への出展支援、イ) プレスリリース支援、ウ) ITを活用した販路開拓支援の3点をメインに取り組んできた。

展示会等への出展では、これまでに延べ8者を支援し、主にBtoB取引の成約を中心に成果を上げることができている。また、プレスリリースも延べ14者を支援し、新聞等の話題性や信頼性の高さから新たな取引の獲得に繋がっている。

その一方で、ITを活用した販路開拓では、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等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、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圈が近隣の限られた範囲に留まっている。

【課題】

効果が得られている展示会やプレスリリースに関する支援を継続していくとともに、効果の乏しいITを活用した販路開拓については更に深い支援を展開していく必要がある。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・認識してもらい、取組を支援していく必要がある。

（2）支援に対する考え方

販路開拓に向けては、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）に応じて、展示会や商談会に偏ることなく多様な支援手段を講じていく。

DXに向けた取組として、SNSを活用した情報発信方法やECサイトの利用方法等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

（3）目標

	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
展示会・商談会・物産展への出展事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
展示会・商談会成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
物産展売上額/者	—	100千円	100千円	100千円	100千円	100千円
事業者マッチング支援者数	—	1者	1者	2者	2者	2者

成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件
ネットショップの開設者数	2者	3者	3者	3者	4者	4者
売上増加率	—	5%	5%	5%	5%	5%
プロモーション支援者数	4者	5者	6者	6者	6者	6者
売上額/者	—	150千円	150千円	150千円	150千円	150千円
プレスリリース支援者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
売上額/者	—	50千円	50千円	50千円	50千円	50千円

(4) 事業の内容

①展示会・商談会・物産展への出展支援（拡充）

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っていく。

支援の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、出展準備から当日の運営、その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 令和1年度実績：出展社数1,442社、来場者数62,422名 令和2年度実績：中止
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 令和1年度実績：出展社数1,031社、来場者数13,412名 令和2年度実績：データ商談会のみ。リアル商談会中止
バイヤーニーズ型商談会 (商談会)	9月～翌年2月、岐阜県商工会連合会にて実施 販路開拓コーディネータを介し、バイヤーニーズに沿った商品を揃えた商談会
しんきんフェア (物産展)	10月、ポートメッセなごやにて開催 東海地区36信用金庫の取引先企業が出展 令和1年度実績：出展社数390社、来場者数3,370名 令和2年度実績：中止
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 令和1年度実績：出展社数約150社、来場者数約10万人 令和2年度実績：出展社数約139社、来場者数約1.5万人※事前登録者のみ。

②事業者マッチング支援（改善）

比較的近隣の域内でのB to B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、年一回開催される御嵩町産業交流会にて工業団地進出企業と町内の小規模事業者との橋渡しをはかり、取引の成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。

③ネットショップの開設支援（新規）

店頭のみでの販売には限界があり、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・認識してもらい、取組を支援していく。

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。なお、DX推進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。

<想定するネットショップの開設支援>

- ・IT利活用が進んでいない事業者：ホームページ開設、SNS活用支援
- ・IT利活用が進んでいる事業者：サイト内でのショッピング機能追加& SNS活用

④プロモーション支援（拡充）

近隣域内の顧客獲得による販路開拓の意向が強い事業者を対象に支援を行っていく。

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、チラシ、フリーペーパー、看板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支援>

- ・新聞折込チラシ、フリーペーパー、サインボードなど広告宣伝ツール
- ・パンフレット、企画提案書など営業用ツール
- ・のぼり、POP、店内イベントなど販売促進ツール

⑤プレスリリース支援（拡充）

新聞などマスメディアの発信する情報は、話題性や信頼性が高く販路拡大への情報発信としては非常に効果的である。しかしながら、小規模事業者が独自にメディアに取り上げてもらうよう働きかけることはハードルも高いため、独創性の強い商品・サービスを提供する事業者を対象に商工会からプレスリリースを行っていく。

<想定するマスメディア>

- ・新聞社：岐阜新聞、中日新聞、中部経済新聞
- ・テレビ：ぎふチャン、ケーブルテレビ可児

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

【現状】

評価機関である「御嵩町経営発達支援計画評価委員会」は御嵩町商工会正副会長、商工会事務局長、法定経営指導員及び経営指導員、外部からは御嵩町役場担当者、中小企業診断士等の有識者を

構成員として組織している。これまでは当該年度途中の2月に開催していた。年度末に近い時期での開催ではあったが、事業年度を終了してからの評価委員会ではなかった。

また、経営発達支援計画事業に関する議題よりも地域振興事業に関する議題に比重が置かれ、当初の事業目的から外れることがあった。

【課題】

「御嵩町経営発達支援計画評価委員会」は“経営発達支援計画事業の実施状況を評価し改善していく”という本来の事業目的に立ち返り、開催時期を当該年度が終了した6月に変更し、経営発達支援計画事業の実施状況、支援機関としての商工会の有り方を客観的に評価し、次年度への改善点を洗い出し、経営発達支援計画事業の更なる発展を図る。

(2) 事業内容

①御嵩町経営発達支援計画評価委員会の開催

御嵩町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、御嵩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し、改善への提案を行う
構成メンバー	中小企業診断士等の専門家（外部有識者） 御嵩町まちづくり課長 御嵩町商工会長・御嵩町商工会副会長 商工会事務局長、法定経営指導員及び経営指導員
委員会開催時期	毎年6月、年1回開催
評価結果の公表時期	委員会開催後1カ月以内

②経営発達支援計画の見直しと改善

本委員会での評価結果として改善の必要性が指摘された点については、次年度にて見直し及び改善を行うことを徹底し、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。計画の見直しについては理事会の承認を受けた上で実施するものとする。

③評価結果の公表

本委員会の評価結果は理事会にて報告し、事業実施の方針等に反映させるとともに、商工会ホームページに掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

10. 経営指導員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きた。経営発達支援に携わる機会が増したため、研修での学びを実際の支援現場に活かすことができるようになってきている。また、経営支援員など経営指導員以外の職員にも支援施策の情報共有を図ることで、窓口相談時において事業者へ情報提供することができてきている。

【課題】

小規模事業者の発展に向けては商工会職員の指導力が不可欠であり、とりわけ事業収益を確保することを重視した支援能力の向上が求められる。

(2) 事業内容

①OFF-JTによる資質向上

これまで同様に、まずは各種の研修会やセミナーの受講によって支援スキルを身に付けていく。岐阜県商工会連合会や他の支援機関が主催する研修会にくわえ、とりわけ中小企業大学校主催の各分野における専門的知識の習得が期待できる専門コースの受講をOFF-JTの中心に据え、経営指導員の現状スキルを考慮するとともに、経営分析や事業計画策定、販路開拓をテーマとした専門コースを受講していく。

役職	OFF-JTによる知識習得の考え方
経営指導員	小規模事業者の持続的発展に向けた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する ・中小企業大学校 専門コース ・岐阜県商工会連合会 指導員課題別研修 ・他の支援機関主催の研修会 ・全国商工会連合会WEB研修
経営支援員	小規模事業者の持続的発展に向けた支援に関する知識を習得し、経営指導員のサポートを行うことができるようにする ・岐阜県商工会連合会 全職員対象課題別研修 ・他の支援機関主催の研修会 ・全国商工会連合会WEB研修

また、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・指導能力向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

(ア) 事業者にとって内向き（業務効率化等）の取組

電子マネー商取引システム等のITツール、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き（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

SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

(ウ) その他の取組

オンライン経営指導の方法等

②OJTによる知識向上

専門家との連携時には、経営分析による課題の抽出や課題解決に向けた事業計画の策定手法を学ぶことで、職員個々の支援スキルを高めていく。また、経営指導員以外の職員も税理士による経営分析などの案件には同行してスキルの向上を図る。

③職員間による共有

支援内容の共有化を図るため、毎月1回の支援会議を実施する。研修会等に参加した職員が講師を務め、DXの推進方法や具体的なツール等についての紹介、職員が携わった支援情報を一元的に管理してデータの共有化を図る等により、商工会全体での支援レベルを向上させていく。

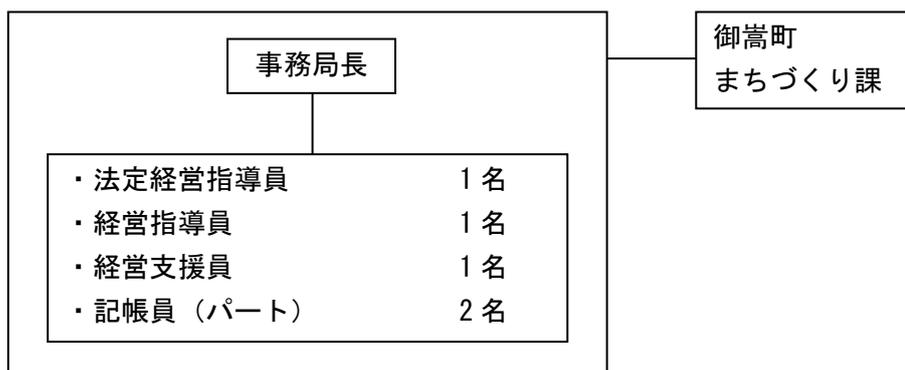
(別表2)

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4年4月現在)

(1) 実施体制



(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当該経営指導員の氏名、連絡先

○氏名：伊藤 達彦

○連絡先：御嵩町商工会 TEL:0574-67-1181

②当該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、関係市町村連絡先

①商工会

御嵩町商工会

〒505-0116 岐阜県可児郡御嵩町御嵩 959-1

TEL : 0574-67-1181 / FAX : 0574-67-4124

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

②関係市町村

御嵩町役場 まちづくり課

〒505-0192 岐阜県可児郡御嵩町御嵩1239-1

TEL : 0574-67-2111 / FAX : 0574-67-1999

E-mail : matidukuri@town.mitake.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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	2,470	2,470	2,470	2,470	2,470
・事業計画策定(専門家派遣)	200	200	200	200	200
・需要動向調査費	100	100	100	100	100
・販路開拓支援費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
・委員会等開催費	50	50	50	50	50
・職員研修費	120	120	120	120	120

(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
<ul style="list-style-type: none"> ・「専門家派遣」は、岐阜県商工会連合会「専門家派遣事業」等を活用する。 ・「需要動向調査費」「委員会等開催費」「職員研修費」は、御嵩町補助金と自己資金(会費収入)にて賄う。 ・「販路開拓支援費」は、全国商工会連合会「伴走型小規模事業者支援推進事業」で実施する。

(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。

