

経営発達支援計画の概要

実施者名	古川町商工会（法人番号 2200005010311） 飛騨市（地方公共団体コード 212172）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目 標	<p>①小規模事業者の経営力向上のための事業計画策定支援を行う 小規模自称者の持続的経営のため経営状況を分析・把握し、事業計画策定支援を実施する。</p> <p>②経営資源を最大限に活用した販路開拓支援を行う 計画策定から実行支援まで一貫して伴走型支援を実施し、事業者の成長発展に向けた支援を積極的に行う。</p> <p>③創業の促進並びに事業承継の支援を行う 事業承継支援と併せ、創業者への支援をより充実させ地域内の小規模事業者の維持・向上に努める。</p>
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こと 関係機関による経済動向調査と管内景気動向調査から得た情報を整理・分析し、地域経済動向レポートにまとめ広く情報提供・周知する。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること 個々の事業者の商品・サービスに関する市場情報を収集・分析し需要動向レポートを作成、事業者に提供する。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること 事業計画（事業計画、事業承継計画、創業計画）策定の必要性の理解と推奨をし、現状の改善と展開に繋がる分析を行う。</p> <p>4. 事業計画策定支援に関すること 分析に基づいた個々の問題解決、課題克服を確実に展開できる経営計画を共に考え策定支援する。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画の進捗状況に応じてフォローアップ頻度の変更等を行い状況に応じた各種支援施策実施の支援をする。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会・商談会・物産展への出展参加の推進とECサイトを活用した販売拡大に貢献する。</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組 飛騨市の総合政策指針の方向性に従って商工会が貢献できる取組を関係機関と連携しながら実施していく。</p>
連絡先	<p>古川町商工会 〒509-4221 岐阜県飛騨市古川町若宮 2-1-66 TEL. 0577-73-2624 FAX. 0577-73-6123 E-mail : furukawa@ml.gifushoko.or.jp</p> <p>飛騨市商工観光部商工課 〒509-4292 岐阜県飛騨市古川町本町 2-22 TEL. 0577-62-8901 / FAX. 0577-73-6866 E-mail : syokokanko@city.hida.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

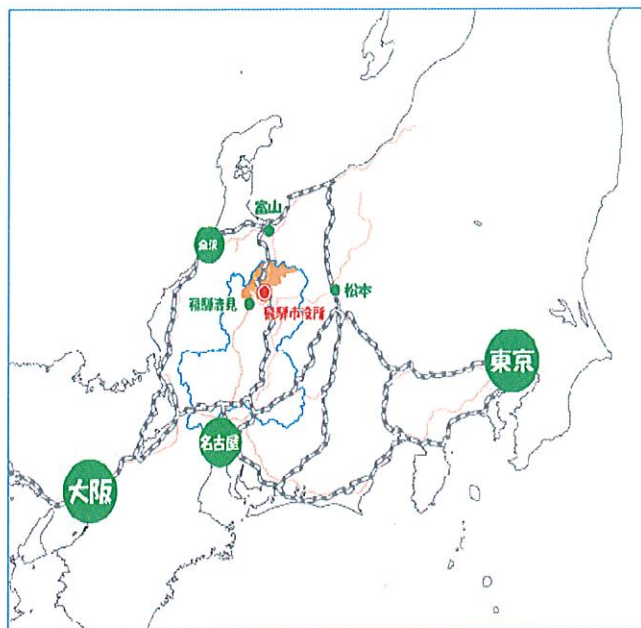
①現状

【立地と特徴】

飛騨市は、平成16年2月1日に、古川町、神岡町、河合村、宮川村の2町2村が合併して誕生した。経済団体は古川町に古川町商工会、神岡町に神岡商工会議所、河合町および宮川町には北飛騨商工会が存在していたが、北飛騨地区の事業者数減少が加速する状況の中で、支援体制の強化を図るため、令和2年4月1日に古川町商工会と北飛騨商工会が合併した。

飛騨市は、岐阜県の最北端に位置し、南には飛騨の小京都と呼ばれる高山市、西には世界遺産の白川郷、東には奥飛騨温泉郷、そして北には富山市という名だたる観光地に囲まれている。

古川町の市街地は山に囲まれた盆地にあり、河合町、宮川町は国道360号線沿いに集落が点在する豪雪地帯である。



【交通手段】

交通手段は平成20年に全線開通となった東海北陸自動車道を利用して、県庁所在地の岐阜市までは2時間、国道41号線や国道360号線を利用して、富山市までは約1時間50分、国道158号線を利用して長野県松本市までは2時間30分に位置している。また、JR高山線を利用して岐阜市までは2時間20分、富山市まで1時間20分であり交通の便は決して良いとは言えないが、平成27年3月に北陸新幹線が運行を始めたことにより、東京まで3時間30分と従来より1時間近く短縮された。

【歴史】

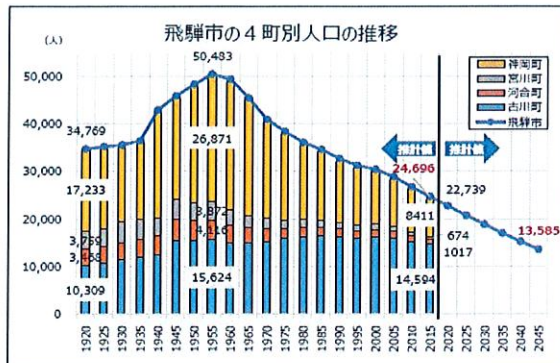
奈良期から平安期にかけて、飛騨は山国であるため、税としての米が取れないことから中央の官営による建築仕事の使役が課された。これが繰り返され、技術が蓄積し「飛騨の匠」といわれる建築技術者が生まれるきっかけになった。そして、明治37年の大火で市街地のほぼ全域が焼失し、その後、飛騨の匠によって建てられた町家建築は伝統をよく受け継いだ造りであり、新旧の建物が調和する独特の町並みが形成された。

飛騨地方は閉鎖された土地柄、独特な食文化が伝承されており例えばエゴマを使った食べ物などが現在も好まれている。

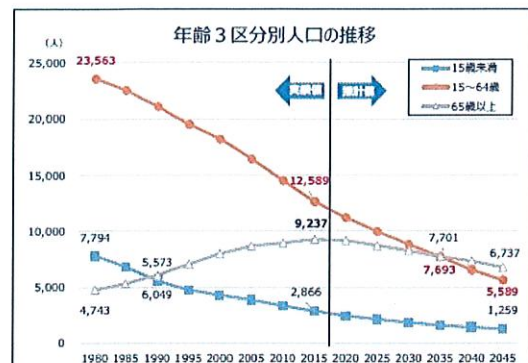
【人口】

飛騨市の人口は1995年をピークに減少の一途をたどり、現在の飛騨市の人口は、23,503人で、下図のように推計では飛騨市の人口は2045年には約11,000人に激減すると予想されている。

旧町村単位でみると、神岡町の減少が著しく、古川町・河合町・宮川町の減少は緩やかである。人口構造も大きく変化し、中でも15歳～64歳の現役世代の減少が著しく経済活動に支障をきたす事例が生じている。



出典：総務省「国勢調査」及び国立社会保障人口問題研究所推計人口（平成30年3月推計）より作成



出典：総務省「国勢調査」及び国立社会保障人口問題研究所推計人口（平成30年3月推計）より作成

【事業所数】

管内商工業者数：924

管内小規模事業者数：754（小規模事業者数の割合：82%）

業種別小規模事業者数の推移

業種別	H22年(人)	H28年(人)	H31年(人)
建設業	164	146	144
製造業	119	108	109
卸し・小売業	283	242	239
飲食・宿泊業	153	142	138
サービス業	211	171	163
その他	48	88	91
合計	834	762	754

「商工会実態調査集計報告書」

平成22年と比較し、その他の業種以外の小規模事業者数が減少している。

建設業、卸・小売、サービス業の減少が大きく、高齢化、後継者不在の事業者が多いため、減少の加速が懸念される。

製造業と飲食・宿泊業の減少は緩やかではあるが、高齢化等の課題は同様である。

【主要産業の現状】

(ア) 建設業

建設業は自然災害による復旧工事など公共事業が安定しているが、労働者不足は解消されない状況が続いており、特に若年層の不足が深刻化している。

住宅建築需要の減少傾向が続き後継者不在を理由とした廃業がある一方で新規創業が少なく、事業者数の減少が続いている。

下請け工事を専門とする事業者が増加し、新築等の元受けを行う事業者が減少している。

(イ) 製造業

事業所規模に関わらず人手不足が常態化しており、外国人技能実習生等の外国人材の確保・育成を行う企業が徐々にあらわれている。

個人向け展示イベント等へは事業者独自で参加するケースが増えてきているが、まだまだB to Bの展示会等に積極的に参加する事業者が少ない。

従来からの流通ルート以外にECサイトで自社商品の売上を伸ばしている事業者が徐々に増えている。

(ウ) 飲食・宿泊業

飲食業はJR駅前周辺に集中し繁華街を形成している。廃業から空き店舗となるも新たな事業者が開業するケースが多く、店舗数が維持されている。

観光客の入込数は2017年以降増加しているものの、観光額単価は全国平均・県平均と比較し非常に低い。宿泊施設のキャパシティが低いこと、飲食の訴求が弱いことが要因と考えられる。

近年、市街地の空き家を改修したゲストハウス（簡易宿泊施設）が増えており、インバウンドの受け皿になってきている。

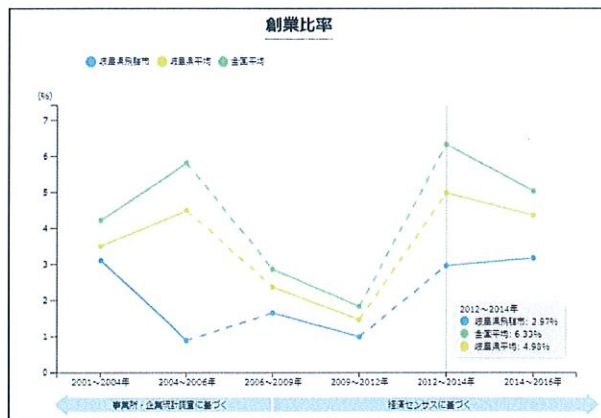
(エ) 卸・小売業

後継者不在を理由に廃業が相次いでおり、食料品や日用雑貨を扱う商店が減少している。近年、郊外にドラッグストアが相次いで出店したことは在来小売店にとって逆風となっている。河合町・宮川町・古川町の周辺部の小売店はほとんどが廃業し、移動手段が制限される高齢者にとって買い物ができない環境となっているが、こうした買い物弱者に対して複数の移動販売車が営業している。

【創業者】

飛騨市の創業比率は2012年～2014年で2.97%となっており、全国平均6.33%、岐阜県平均4.98%と比較し半分程度の低い水準となっている。

今後も潜在的創業者を掘り起こし、関係機関と連携しながら創業支援を行うことで事業所数の維持・増加に努める必要がある。飛騨市は産業競争力強化法に基づく創業支援等事業計画の認定を受け、「飛騨市創業支援ネットワーク」を組織し、起業実践セミナーや専門家による相談事業などを実施している。専門家による相談事業として飛騨市ビジネスサポートセンターを開設しており、起業実践セミナー等による創業者の掘り起こしや創業促進を図ることが課題として挙げられる。



参考資料：経済分析システム「REASAS」

②課題

【事業所数】

管内小規模事業者において高齢化・後継者不足、売上の低迷などの理由による廃業が増加傾向にあるため、地域経済力の維持・向上のために事業所数を維持する必要がある。そのためには円滑な事業承継の実施や第二創業の促進といった課題が挙げられる。

【主要産業の課題】

(ア) 建設業

建設業は若年層が少ない状態が続いていて、技術伝承・資格者の育成が課題である。

また、第三者承継に対する意識が低く、資機材や伝統技術を新たな創業者につなぐ仕組みづくりが課題である。

(イ) 製造業

常態化している人手不足に対して、求人募集や外国人技能実習生等の外国人材の確保・育成について事業者間に差が生じており、特に小規模事業者に関しては制度等の周知が十分ではない。

販路開拓については、独自に実施している事業者は少ない。展示会出展の経験がなく、市場ニーズに応じた商品広告展開等のノウハウ取得・蓄積が課題である。

(ウ) 飲食・宿泊業

I Tツールを活用できていない事業者が多く情報発信力の差が拡大しているため、こうした事業者への支援が必要である。

(エ) 卸・小売業

地元消費者は今後も減少が続くため、経営環境の厳しさは続くが、地域住民の生活インフラとして長く存続することが必要で、そのため消費者のニーズを的確に捉えた商品・サービスをいかにして充実させるかが課題である。

また、地域外への販路拡大では地域特性（飛驒のブランド力）を活かした展開を図り、商品力を高める工夫も課題となる。

【事業者の抱える共通の課題】

(ア) 人材の確保と育成

人手不足が続いており、飛驒市独自の調査では、常時約250人の人手不足が明らかになっている。U・I・Jターン者の定着、環境整備やI T・I o T活用による省人化の対策・実践が課題となる。

(イ) 商品の魅力向上

伝統や自然等、地域の強みを商品に生かすための手法が不十分である。また、情報発信に対する意識の向上と仕組みの構築が課題である。

(ウ) 販路拡大

展示会に参加する事業者が固定化しており、新規出展の事業者の掘り起こしが課題である。

また、E Cサイト販売で売上増を図るための必要なノウハウを有している事業者が少ないため、I T関連の知識向上と効果的な販売促進等の取組みが課題である。

(エ) 事業承継

支援制度の活用による適切な事業承継の推進が必要であり、そのためには先ず事業者の意識化が課題である。

【飛驒市総合政策指針】

飛驒市総合政策指針は、10年後の2030年度を見据えつつ、2020年度から2024年度の5か年の目指す方向を示す基本的な指針である。政策重視の市政運営を図るため、飛驒市第2次総合計画の後継となる本指針を市の最上位計画として位置づける。

政策方針として、「元気で あんきな 誇りの持てるふるさと飛驒市」を掲げ、柱の一つである「元気な飛驒市づくり」は、人口減少の影響を軽減するため、地域外から所得を稼ぐ製造業、農林

畜産業、観光を振興しようとする取組を推進し、①商品(地域)の魅力を高め、②産業を支える人を確保するとし、下記の支援を行う。

最重要課題である人口減少による担い手不足の解消に対する支援

○多様な人材が活躍する産業の支援

全ての産業における人手不足対策の推進として、商工会議所や商工会、公共職業安定所等との連携を強化し、人手不足対策に関する情報やニーズを迅速に共有するとともに、事業所等が行う様々な人材確保対策、事業者等が事業を継続するための取組を支援する。

○少人数でも持続可能な産業の支援

効率的な事業経営とICT等の新技術の導入による省力化を推進する。

地域外需要の獲得に挑戦するまちを目指すための支援

○新たな事業・商品・サービスを創造する事業者の支援

新たなマーケット開拓、新たな革新技术による経営拡大の推進において、商工会議所や商工会等との連携を強化し、事業者に寄り添った経営指導や相談体制により、中小企業を支援する。

○自ら起業する人の支援と仕事づくり

新たな起業者の育成と受入れ環境の整備の推進等。

○地域資源を生かした産業づくり

豊富な地域資源である、広葉樹のブランディング、葉草やえごまなど飛騨市の特徴ある地域資源から新たな産業を生み出す。

交流人口・関係人口を拡大し所得を生み出せるまちを目指すための支援

○観光客のニーズに合わせた受入れ環境の整備

飲食や特産品等の新商品開発の支援。

(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た振興のあり方

－ 事業者の持続的経営を支援 －

事業者に寄り添った経営指導や相談体制により、人材確保対策、効率的な事業経営、新たなマーケット開拓等の推進により、管内中小企業者を支援。
地域資源を活かした商品開発等に対する支援。

第1期計画では、既存事業者の持続的発展に主眼を置いて情報収集・提供をはじめとする事業を実施した。管内事業者の経営状況分析を行い、展示会参加など販路拡大の取組を実施したが、一部の事業者に留まり広がりが見られなかった。

今後、人口減少の影響がますます広がる中で中長期的な振興の在り方として、「事業者が事業を継続するための様々な取り組みを実施」とし、小規模事業者の課題解決に向けて支援を実施していく。

② 飛騨市総合政策指針との連動制・整合性

商工会では、飛騨市の方針である、「①商品(地域)の魅力を高める、②産業を支える人を確保する」に沿って、人出不足対策、効率的な事業経営、新たなマーケット開拓等の推進により、事業者に寄り添い小規模事業者を支援する。

また、人材不足対策や新規創業者、地域資源を活かした商品開発に対する支援を行う。

小規模事業者の最も身近な相談相手である商工会として、飛騨市と同じ方向を見て、小規模事業者並びに地域の経済力の維持・活性化に向けてその役割を遂行していく。

③商工会としての役割

小規模事業者の抱える経営課題を解決するための支援を実施し、管内小規模事業者の経営力を向上させていくための下記の役割を担っていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

目標① 小規模事業者の経営力向上のための事業計画策定支援と計画実践支援を行う

小規模事業者の経営力向上のためには、自社の置かれている経営状況を分析・把握し、実現可能性の高い事業計画を策定し、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ます。

そして、人材確保・育成、新技術導入促進等を含め、事業継続に繋がる支援を多方面から実施する。

目標② 経営資源を最大限に活用した販路開拓の支援を行う

自社の持つ経営資源、及び地域特性を生かした商品開発、及び商品魅力の向上を図る取組を支援する。また、情報発信力を高めて新たな市場に対する販路開拓支援を行う。

目標③ 創業の促進並びに事業承継の支援を行う

地域の小規模事業者の維持のために飛騨市や近隣の商工会等と連携し、創業セミナーの開催や円滑な事業承継のための個者支援を実施する。事業承継計画の策定やビジネスマッチング施策の活用等による廃業の防止や、創業者の掘り起こしを行う事を含めて総合的に支援を実施していく。

創業・事業承継後についても定期的なフォローアップ支援を実施する。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和3年4月1日 ～ 令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

目標① 「小規模事業者の経営力向上のための事業計画策定支援を行う」に対する方針

持続的な経営を進めるためには自社の経営を客観的に確認するために分析が必要である。また、経営状況を確認した上で、将来に向けた事業計画の策定支援を行っていく。

（具体的な取組）

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

目標② 「経営資源を最大限に活用した販路開拓の支援を行う」に対する方針

計画策定から実行支援まで一貫して伴走型支援を実施し、事業者の成長発展に向けた支援を積極的に行う。計画の過程で生じる様々な課題に対して各種関係機関との連携を強化しながら事業者にとってよりよい選択ができるように導いていく。また、支援施策を積極的に活用することで事業者の課題に応じて対応するよう努める。これによって商工会の利用価値を高め、頼られる支援機関としての立ち位置を確立する。

（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 「創業の促進並びに事業承継の支援を行う」に対する方針

売上減少や後継者不在を理由とする事業者数の減少が今後ますます深刻となる。

事業承継支援と併せ、創業者への支援をより充実させ地域内の小規模事業者の維持・向上に努める。

（具体的な取組）

- ・新規創業者を掘り起こし、創業を促進する
- ・円滑な事業承継を推進し、廃業を減少させる

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

地域の経済動向を把握するために、巡回時のヒアリングシートによる調査、行政・公的機関の調査データ、税務申告時・労働保険の算定基礎届のデータをまとめ、巡回時や郵送にて配布することで情報提供及び周知を行った。

また、調査、収集、分析した情報は職員で共有し、経営課題を有している事業者を見出し、個別指導に繋げた。

使用したデータは高山市など広域のものが含まれ、管内の小規模事業者が興味を持ってない情報提供になっているのが現状である。

【課題】

小規模事業者が将来の予測を立て、より良い事業運営を行うためには地域の経済動向を正しく把握・認識する必要がある。第1期では飛騨地域や飛騨市といった比較的広い範囲での調査データの抽出・提供を行ったが、管内地域に密着した経済動向などの調査事業を実施できていない課題がある。

第2期においては管内小規模事業者に一層関心を持っていただき参考となるような調査データの収集・分析を行い、情報提供方法を見直し多くの事業者に地域の経済動向を伝えることが必要である。

(2) 目標

提供内容	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
地域の経済動向レポート発行回数	年 4 回	年 4 回	年 4 回	年 4 回	年 4 回	年 4 回
ホームページ掲載	年 4 回	年 4 回	年 4 回	年 4 回	年 4 回	年 4 回
セミナー等で配布	-	3 回	3 回	3 回	3 回	3 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	300 件×4	300 件×4	300 件×4	300 件×4	300 件×4	300 件×4

(3) 事業内容

①関係機関による経済動向調査（継続・改善）

岐阜県や飛騨市、その他関係機関などから発表される経済動向に関する情報から、年4回、管内の小規模事業者該当する情報収集・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にわかりやすい形で周知・提供する。情報収集は、以下に示す資料を活用するものとし、当商工会の産業構造を踏まえて関連する業界・業態の景況情報等を収集する。情報源及び調査項目について、管内小規模事業者にとってより関心があり関係すると思われる内容に改善する。

(情報源及び調査項目)

情報源	情報収集項目	収集目的
REASAS : 地域経済分析システム (経済産業省・内閣官房)	付加価値額、労働生産性、産業構造、従業員数	全国や近隣地域との比較から管轄地域の傾向を分析
県内中小企業景況調査 (岐阜県商工会連合会)	県下商工会地区産業のD I 値	岐阜県内小規模事業者の傾向分析
飛騨市景気動向調査 (飛騨市)	飛騨市内の企業約 190 社(無作為抽出)の景気動向(販売(売上)の動向、雇用の状況、設備投資)	飛騨市の地域傾向と小規模事業者が抱える課題の分析

②管内の景気動向調査（継続・改善）

全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、調査・分析する。

また、管内小規模事業者に対し巡回時のヒアリングから詳細な情報を収集し調査・分析を行う。

管内景気動向調査概要	
調査対象	管内小規模事業者15社（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業から3社ずつ）
調査項目	売上高、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資 等
調査手法	調査対象企業を選定。経営指導員が企業を訪問し、面接、調査票を用いた聞き取りにより情報を収集・分析し管内小規模事業者へ情報提供する
分析手法	・景況感DI値を用いて中小企業景況調査報告書との比較分析 ・管内小規模事業者の実績と見通しの比較分析
調査頻度	年4回（4半期ごとに1回実施）
サンプル数	60件

管内事業者アンケート調査概要	
調査対象	管内小規模事業者120社（地域ごとに抽出）
調査項目	売上高、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資 等
調査手法	調査対象企業を選定。経営指導員等が企業を訪問し、面接、調査票を用いた聞き取りにより情報を収集・分析し管内小規模事業者へ情報提供する
分析手法	・管内小規模事業者の実績と見通しの比較分析
調査頻度	年1回
サンプル数	120件

(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にわかりやすい形、地域経済動向レポートにまとめ広く周知する。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、目にする機会を増やす。①他の機関の経済動向調査及び②管内景気動向調査等で得た分析データの情報提供を行う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、個者ごとの経営及び事業計画策定の際に参考資料として活用していただく。

（具体的な周知方法）

- ・商工会職員の巡回時に地域経済動向レポートを配布し説明する。
- ・各種セミナーでの配布及び説明を行う。
- ・管内小規模事業者に向けて郵送にて地域経済動向レポートを配布する。
- ・当商工会ホームページ上でダウンロードできるように地域経済動向レポートを掲載する。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第1期計画では総務省の家計調査、観光庁の外国人観光客動向調査等、二次データを管内事業者提供していた。

一次データとしては、商工会所有の「飛騨古川さくら物産館」で実施した試作品の販売及び調査では、消費者から直接情報を得られ有用なデータとなったが、実施件数が少なかった。

専門バイヤー等による最終消費者の購買ニーズ等の情報提供、商工会組織によるアンケートモニターの実施も同様に実施件数が少なかった。

【課題】

管内事業者にとって求めている一次データの収集・分析を実施することが求められていることが分かった。

一次データの収集はサンプル数が少ないため、集客が見込まれる展示会等での調査が必要であり、調査項目が不足や分析内容が不十分な点を改善した上で実施する。

(2) 目標

(調査目標事業者数)

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
調査対象事業者数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
レポート提供事業者数	—	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
1 事業者あたり サンプル収集数	—	50 件	50 件	50 件	50 件	50 件
延べサンプル数	—	150 件	150 件	150 件	150 件	150 件

(3) 事業内容

個々の事業者の商品・サービスに関する市場情報を、経営指導員が主体的に収集し提供する。

独自に収集した一次データから買い手からのニーズを的確に把握し、これに加え一般的に実施されている他機関が調査した二次データを収集し、一次データと合せて総合的に分析することで ①市場全体でのニーズに適合しているか、 ②優位性が持てるか の判断ができる資料の提供を行う。

①イベント・展示会等を活用した需要動向調査（継続・改善）

個者ごとの商品・サービスに合せた独自調査を実施し、顧客の持つ顕在化・潜在化したニーズを収集する。調査方法は、聞き取り方式アンケート調査とする。調査対象は、業種業態、経営計画策定時に想定した顧客ターゲットとなる対象に応じて、B to B 調査、B to C 調査の 2 種類を想定する。

(ア) B to B 調査

事業計画を策定した小規模製造業者が展示会などに出展した際にブースを訪れる事業者に対して出展する事業者の製品についてのアンケート調査を実施する。調査項目は、展示製品の特性を考慮し事業者と相談した上で決定しアンケート調査票を作成する。

対象業種	調査対象	調査項目
製造業	展示会等出展時にブースを訪れる事業者	性能、品質、デザイン、価格、技術、改善希望、製品ニーズ、取引条件 等

(調査方法)

商工会の販路開拓支援で展示会に出展する小規模事業者及び独自に出展する小規模事業者に同行し出展社ブースを訪れる事業者に対して事業者と商工会職員等が協力してアンケート調査を行うことで事業者が感じる率直な意見とニーズを収集し、改良・製品開発に活かしていく。アンケート調査は次に例示するような展示会等で行う。

イベント名	開催期間	来場者数	概要
グルメ&ダイニング スタイルショー (東京ビッグサイト)	10月上旬	来場者：32,000人	出展対象：食品、雑貨メーカー等 来場対象：小売り、飲食、サブライヤ等
中小企業 新ものづくり・ 新サービス展 (東京ビックサイト、 インテックス大阪)	大阪： 11月初旬 東京： 12月初旬	来場者：14,000 ～18,000人	食料品、金属製品、製造業や小売業、宿泊業と幅広い分野の出展
岐阜県観光物産展 in 金山 (名古屋市金山総合駅)	1月下旬		岐阜県内の物産品の展示販売

(イ) BtoC調査

事業計画を策定した製造・小売・飲食及びサービス事業者を対象に地域内の物産館において個者ごとの商品・サービスに対して設定したターゲット等の意見を収集するためにアンケート調査を実施する。調査項目は、個々の業種形態、製品・サービスごとのターゲット属性を考慮し事業者と相談した上で決定しアンケート調査票を作成する。

対象業種	調査対象	調査項目
製造業	経営計画作成時に想定したターゲット等	商品評価（機能性、デザイン、価格）年齢、性別、感想、ニーズ等
小売業	経営計画作成時に想定したターゲット等	商品評価（味、デザイン、価格）年齢、性別、感想、ニーズ等
サービス業	経営計画作成時に想定したターゲット等	年齢、性別、住所、サービスの質、価格適正、設備、雰囲気、感想、ニーズ等

(調査方法)

BtoC調査は、事業計画策定時に想定したターゲット属性に併せて次に示す方法で調査を実施する。

・古川町商工会が運営しているさくら物産館を活用した調査

観光地域にある「飛騨古川さくら物産館」では食品から工芸品といった地元物産を展示販売しており、地域住民はもとより、地域外からの観光客も多く訪れるため、地域外の消費者から直接情報が得られる。

施設名	実施時期	実施数	概要
飛騨古川さくら物産館	4月、7月	50件 (平均来館者 500人/月)	来館者が増加する4月、7月に試食等によりアンケート調査を実施する

・商工会組織を活用した調査

飛騨古川さくら物産館での調査は年齢などに偏りがあるため、商工会のネットワークを生かし、個々の商品・サービスに合ったターゲット属性を限定したアンケートを役職員、女性部員、青年部員などに対して実施することでニーズの収集を行う。

例えば、飲食店の場合、事前に調査票を準備した上で若い男性をターゲットにする場合は青年部の会議の際に試食会を実施、40代から60代の女性をターゲットにする場合は女性部の会議の際に試食会を実施してアンケート調査を行い、率直な意見を収集することでメニューの改良に繋げて

いく。

②外部機関が公開する調査及びデータ収集・提供（継続・改善）

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ために、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する。収集した情報は、①イベント・展示会等を活用した需要動向調査と合わせてレポートにまとめ各事業者を提供していく。

内閣府の実施する「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出来る。
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・買換え状況（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一次データの情報を併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、刻々と変化する市場の動向を把握する。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など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・サービスに応じた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一次データの情報を併せて検証し、トレンドや流行り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

「①イベント・展示会等を活用した需要動向調査」の結果は、関連性の高い項目はクロス分析を行い、「②外部機関が公開する調査及びデータ収集・提供」で収集した情報を付加し、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製品・商品・サービスのコアターゲット、市場のニーズにズレはないか、消費者の持つ客観的な意見やニーズを商品・サービスの改良や改善に活かすことはできないか検討材料とし、必要であれば各関係機関と連携を図りその後の商品改良・開発支援から新たな販路の開拓まで一貫して支援を行う。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

巡回時や税務申告時に収集した情報を基に分析を行い、経営課題が見受けられる事業者に対して改めて巡回等による調査を行い、事業計画策定に、融資と補助金申請が目的とした分析が大半を占めており、事業者の掘り起こしに繋がっていない。

【課題】

事業者に対し経営分析の必要性を理解させ、分析の実施とその結果の認識把握をさせることが課題である。

(2) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
経営分析件数	20 件	33 件	39 件	45 件	51 件	60 件

(3) 事業内容

①経営分析実施事業者の掘り起こし（継続）

職員の巡回・窓口相談時に、定性・定量面から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の増加を図る。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者を掘り起こす。また、巡回時だけでなく記帳指導、決算指導時にも経営分析の実施を勧めていく。特に、売上高や利益の減少が著しい事業所や融資あっせん・補助金申請支援で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。

（経営分析実施事業者の掘り起こし手法）

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

②経営状況分析の実施（継続・改善）

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」、外部環境の「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	「経営自己診断システム」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。
------	--

〔補足：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	知的資産	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

分析結果を踏まえて、事業者の持つ問題点や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を明確にしていく。

②分析結果のフィードバック

経営分析の結果は、岐阜県商工会連合会の作成した独自のシステム「事業者支援システム」や「経営自己診断システム」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の導出過程や結果から判断できることを丁寧に説明する。説明の際には、専門用語を避けわかりやすく説明することで経営状態に関する理解を高めるように努め、分析から見える経営上の問題や課題を抽出し認識していただく。

③事業計画策定への誘導

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

5. 事業計画作成支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

事業計画策定件数はR1年度実績が24件（事業計画17件、創業5件、事業承継2件）であり、持続化補助金申請件数は9件と4割近くが補助金目的での計画策定であった。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者に伝わり切れていないのが現状である。

【課題】

このような現状から、補助金申請が目的の単発的な計画策定という状況からの脱却が課題である。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させることが課題となる。

(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漠然と説明しても実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、4.で経営分析を行った事業者の9割程度/年の事業計画策定を目指す。

併せて持続化補助金の申請を契機として経営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し、事業計画の策定につなげていく。

(3) 目標

	現状	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度	R 7年度
事業計画策定件数	17件	20件	30件	36件	42件	51件
事業承継計画策定件数	2件	4件	4件	4件	4件	4件
創業計画策定件数	5件	5件	5件	5件	5件	5件
合計	24件	29件	39件	45件	51件	60件

(4) 事業内容

①事業計画策定に関する意識づけ（継続）

(ア) 事業計画策定の推奨

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上の問題・課題を解決するための道筋となる事業計画を策定するように推奨する。聞き取りを行う中で事業計画の必要性を説明し、事業計画に対する意識づけを行う。

(イ) 個者支援

事業計画を策定するために、経営指導員が個者支援を行い計画書の策定支援を行う。事業者の経営分析を実施した結果、抽出した経営課題の解決、事業計画策定と一貫した支援を実施する。

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とし、事業計画策定支援を実施する。地域経済の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、事業計画書のストーリーについて事業者の考えを聞き出し、経営指導員が伴走して計画策定を支援していく。事業遂行に支障となる実施上の課題の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、持続的な発展のためには、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組を含む計画づくりを支援していく。

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、必要であれば専門家と共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。

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

④事業承継計画策定支援（継続）

管内事業者の高齢化が進んでおり、岐阜県商工会連合会が実施した事業承継アンケートの結果から、計画的な事業承継を実践していると回答した経営者は全体のわずか22%で事業承継に関する取組が進んでいないことが明らかになった。取組の遅れている事業者に対して、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の事業継続・発展に向けたフォローアップ支援も合わせて実施していく。

⑤創業計画策定支援（継続）

飛騨市において「産業競争力強化法における市区町村による創業支援事業」の認定を受け開催する起業セミナーへの参加者を積極的に募り、創業計画策定支援や相談対応に努めていく。また、他の支援機関（市内金融機関、岐阜県信用保証協会）との連携により創業者の支援に努める。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

事業計画策定は補助金申請が目的であるため、補助事業実施のためのフォローが主となり、単発的な計画に対する支援にとどまっている。

【課題】

事業期間3年～5年といった本来の事業計画に基づく「あるべき姿」を目指すための個別支援が課題となる。

(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が、事業計画の進捗状況等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、事業者からの申し出等により臨機応変に対応する。

(3) 目標

(事業計画策定事業者)

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
対象事業者数	17件	20件	30件	36件	42件	51件
延べ回数（頻度）	89回	104回	156回	190回	224回	261回
売上増加事業者数	-	5件	5件	6件	6件	7件
経常利益率1%以上増加の事業者数	-	5件	5件	5件	5件	5件

R3年度目標値の事業計画策定20件の内、6社は毎月1回、6社は四半期に1回、他の8社については年1回のフォローアップを行う。

(事業承継計画策定事業者)

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
対象事業者数	2件	4件	4件	4件	4件	4件

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	8 回	8 回	8 回	8 回	8 回

(創業計画策定者)

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
対象事業者数	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
実施頻度	年 3 回	年 3 回	年 3 回	年 3 回	年 3 回	年 3 回
延べ実施回数	15 回	15 回	15 回	15 回	15 回	15 回

(4) 事業内容

①経営指導員によるP D C A 支援

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、ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

②各種支援施策及び制度の活用によるフォローアップ

経営指導員だけの支援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、飛騨市小口融資制度、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。

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

商品の露出・PR力を高め販路拡大を実施するため、展示会や商談会、ECサイトを積極的に活用している事業者は売上高の拡大などの成果が表れているが、ホームページを持たない事業者に対する作成支援などが不十分である。

【課題】

展示会や商談会などは、どのように進めていくかわからない部分が多いため、出店に踏み切れない小規模事業者が多い。展示会や商談会で得られる成果や商工会からの手厚い支援を行うなどをPRし、出店を促すことで展示会や商談会での販路拡大を進めていく必要がある。

IT活用支援では未だホームページを有していない事業者が多くあるため、ホームページ作成、ECサイトを活用した販路拡大の支援強化が課題である。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、首都圏で開催される既存の展示会の出展を目指す。出店にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

ECサイトを活用した販路拡大支援として、ECサイトへの出店・出品を支援することで近隣地域だけでなく全国規模の販路開拓を行う。また、ECを行える環境整備を推進していく。

(3) 目標

(展示会・商談会・物産展推進目標)

		現状	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
展示会出展	出展事業者数	-	2社	2社	2社	2社	2社
	見積提案数 (1社あたり)	-	1件/社	1件/社	1件/社	1件/社	1件/社
商談会参加	参加事業者数	-	1社	1社	1社	1社	1社
	成約件数 (1社あたり)	-	1件/社	1件/社	1件/社	1件/社	1件/社
物産展出店	出店事業者数	-	2社	2社	2社	2社	2社
	売上額 (1社あたり)	-	5万円/社	5万円/社	5万円/社	5万円/社	5万円/社

(ECサイト活用支援目標)

		現状	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
ニッポン セレクト	出品事業者	-	1社	1社	1社	1社	1社
	売上額 (1社あたり)	-	1%増加/ 社	1%増加/ 社	1%増加/ 社	1%増加/ 社	1%増加/ 社
ECサイト	出品事業者	-	1社	1社	1社	1社	1社
	売上額 (1社あたり)	-	5%増加/ 社	5%増加/ 社	5%増加/ 社	5%増加/ 社	5%増加/ 社
自社 WEBサイト	環境整備	-	1社	1社	1社	1社	1社
	売上額 (1社あたり)	-	3%増加/ 社	3%増加/ 社	3%増加/ 社	3%増加/ 社	3%増加/ 社

※売上額の増加は、事業所ごとの前年売上高に対する増加率とする。

(4) 事業内容

①展示会・商談会・物産展への出展参加の推進（継続・改善）

小規模事業者にとって大規模展示会・商談会・物産展に事業者のみで参加することは人手、ノウハウ、費用等様々な障壁が存在し困難である。そこで事業計画を策定した小規模事業者の中から展示会・商談会のテーマに合った製品・商品・技術・サービス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拡大を目指す。事業者が参加を希望する場合には、PRツール作成等、出店準備から当日の運営、その後の商談成立に向けて一貫して支援を行っていく。

②ECサイトを活用した販路拡大支援（改善）

ECサイトを活用した販路拡大支援として、全国商工会連合会が開設する「日本セレクト.com」や民間企業のECサイトへの出店・出品を支援することで近隣地域だけでなく全国規模の販路開拓

を行う。また、自社のWEBサイトにショッピング機能を追加するなどECを行える環境整備を推進していく。

(出展参加を想定している主な展示会・商談会・物産展)

イベント名	概要	開催期間	規模
グルメ&ダイニング スタイルショー (東京ビッグサイト)	出展対象：食品、雑貨メーカー等 来場対象：小売り、飲食、サプライヤ等	10月 上旬	出展：100社/150小間 来場者：32,000人
中小企業 新ものづくり・ 新サービス展 (東京ビックサイト、 インテックス大阪)	食料品、金属製品、製造業や小売業、宿泊業と幅広い分野の出展	大阪：11月初旬 東京：12月初旬	出展：400～500社 来場者：14,000～18,000人
岐阜県観光物産展 in 金山 (名古屋市金山総合駅)	岐阜県内の物産品の展示販売	1月下旬	合計売上： 約2百万円

8. 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】

年に1回「経営発達支援計画評価委員会」を開催し事業評価をしている。専門家である中小企業診断士等を外部有識者として招へいし、客観的な評価や改善点など様々な視点から意見をいただいている。

その結果を踏まえ次年度の事業内容の見直しを行い改善しながら実行している。

【課題】

年1回の事業評価(次年度の終了間際に実施)のため、年度途中において計画実施の進捗状況やその修正や改善ができにくい。

よって、「経営発達支援計画評価委員会」の開催を前期と後期の2度の開催を行い、中間報告を行うことで支援計画の中間実績の把握ができ後期の実施に反映させる。

合併に伴い北飛驒地域での実態把握や支援課題を明確にするために飛驒市宮川振興事務所・河合振興事務所の担当者にも出席をしていただく。

また、岐阜県商工会連合会の広域支援室職員(ブロックまたはエリアマネージャー：BMまたはAM)にも出席を願い、他の商工会での先進的な取り組みや国・県の支援方針の方向性等についてのアドバイスも受け、計画実行に反映させる。

(2) 事業内容

①経営発達支援計画評価委員会の開催

古川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しているか確認すると共に、古川町商工会が支援機関として管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。
委員会構成メンバー	・中小企業診断士等の専門家(外部有識者) ・飛驒市商工観光部商工課長及び担当職員、飛驒市2振興事務所担当者(河合・宮川)

	<ul style="list-style-type: none"> ・岐阜県商工会連合会飛騨支援室職員（BM・AM） ・法定経営指導員、経営指導員、事務局長 ・小規模事業者代表 2～3 名 ・商工会役員（正副会長）
評価・見直しの頻度	年に 2 回以上（半期に 1 度程度）
委員会開催評価時期	中間（10 月）、年度終了前後 1 ヶ月以内（3 月～4 月）
評価結果公表時期	評価委員会終了後 1 カ月以内

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、指摘された点の改善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。そしてより効果的な支援を小規模事業者に実施できるよう強化を図る。

なお計画の見直し改善を行った事項については、理事会及び総代会に報告し承認を受け実施していく。

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、報告書及び改善内容を当商工会ホームページ上で公表し、常に地域の小規模事業者が閲覧できる状態とする。

9. 経営指導員の資質向上などに関すること

(1) 現状と課題

【現状】

岐阜県商工会連合会主催の指導員課題別研修会、中小企業大学校の基礎研修に留まり、内部での OJT ができていない。また、飛騨ブロック広域支援室の活用が少ない。

【課題】

職員の知識及び支援スキルの向上を図っていくことため、OJT の強化及び飛騨ブロック広域支援室を活用し当商工会全体の支援レベルを向上させる必要がある。

(2) 事業内容

①OJT による知識の習得及び支援スキルの向上（継続）

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古川町商工会としての支援レベルの底上げを図っていく。

②O f f - J T による知識の習得及び支援スキルの向上（改善）

O f f - J T による知識の習得は、役職や個々の支援スキルに併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。O f f - J T 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	O f f - J T 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積極的に受講する。

	<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 ・他の支援機関主催研修 ・全国商工会連合会 WEB研修 等
業務職員	<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には積極的な受講に努めることで経営指導員のサポートを行う事が出来るようになる。</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 ・他の支援機関主催研修 ・全国商工会連合会 WEB研修 等

③職員の定期ミーティングの開催（継続）

経営指導員研修会へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、経営支援の基礎から話の引き出し術に至るまで、定期的なミーティング（月1回、年間12回）を開催し意見交換などを行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

10. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

高山信用金庫主催の支援機関職員勉強会及び情報交換会、飛騨地区商工会協議会（職員協会）連携会議に参加している。

【課題】

飛騨市ビジネスサポートセンター、岐阜県よろず支援拠点との連携が不足しており、事業者への伴走支援が出来ていないため、情報共有などの連携を図ることで事業者への継続的な支援に繋げていく必要がある。

(2) 事業内容

事業者信のノウハウ、支援の現状などについて他の支援機関と連携をとり情報収集するため、近隣商工会との情報交換の開催、商工会以外の支援機関との情報交換会、懇談会などを定期的に行い支援力向上に努めていく。具体的には、下記の各組織と連携、情報交換を図ることで円滑な経営発達支援事業の推進を行う。

①飛騨地区商工会協議会（職員協会）連携会議

概 要	
主 催	飛騨地区商工会協議会、職員協会
開催頻度	年3回
参加機関	古川町商工会、高山北商工会、高山西商工会、高山南商工会、白川村商工会、飛騨ブロック広域支援室
目 的	飛騨地区内における各商工会の支援力向上に資するための情報交換、情報共有と業種別集団講習会の開催を目的とする
連携内容	各種事業の共同実施、地区内における情報交換、職員研修会の実施
効 果	<ul style="list-style-type: none"> ・飛騨地区内の商工会指導員等の支援スキル向上を図ることができる ・個々の商工会では実現できない業種別の集団講習会を開催し地域内事業者の経営力向上に貢献できる

②飛騨市商工観光部商工課及び経済団体との懇談会

概 要	
開催頻度	年2回、担当者会議は必要に応じて不定期開催
参加機関	古川町商工会、神岡商工会議所、飛騨市商工観光部長、商工課長、商工課職員
目 的	市内事業者及び産業の振興を図るため、山積する諸課題に関する現状の情報共有と分析等を行い、対応策協議の実施を目的とする
連携内容	日常から情報共有を行い双方が抱える課題や振興策を取りまとめ、会議で対応策等の協議を実施する。
効 果	双方が持つ情報をすり合わせることによって、市側は市内事業者の実態を、商工会・会議所側は市の取組や方針を理解して、より効果的な施策に取組むことが可能となる

③日本政策金融公庫岐阜支店との情報交換会

概 要	
開催頻度	年1回
参加機関	古川町商工会、高山北商工会、高山西商工会、高山南商工会、白川村商工会、日本政策金融公庫岐阜支店
目 的	地域内小規模事業者における円滑な融資の促進を目的とする
連携内容	地域内小規模事業者における融資件数及び融資金額及び返済状況の確認、融資制度の理解増進に関する資料提供
効 果	地域内小規模事業者に対して、適切な融資の実施を行う体制を構築することができる

④高山信用金庫主催の支援機関職員勉強会及び情報交換会

概 要	
開催頻度	年1回
参加機関	各支援機関
目 的	地域内小規模事業者における円滑な融資の促進や支援力の向上を目的とする
連携内容	飛騨地区内における各支援機関の支援力向上に資するための情報交換、情報共有と集団講習会の開催
効 果	地域内小規模事業者に対して、適切な融資の実施を行う体制の構築と経営力の向上に貢献することができる

⑤名古屋税理士会高山支部情報交換会

概 要	
開催頻度	年1回
参加機関	古川町商工会、高山北商工会、高山西商工会、高山南商工会、白川村商工会、下呂商工会、下呂市馬瀬商工会、萩原町商工会、小坂町商工会、金山町商工会、高山商工会議所、名古屋税理士会高山支部
目 的	高山税務署管内の事業者に向けた税務指導・支援、情報共有化、申告時期の税理士派遣協力を行うことを目的とする
連携内容	高山税務署管内の事業者に対し、円滑な税務指導及び支援を行うため税理士派遣に関する確認・調整、税法改正等の税務情報に関する情報提供
効 果	適切な決算申告指導を行うための知識を補充し、税理士協力のもと地域内事業者が正確な申告を行うことが出来る

11. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当商工会は、飛騨市古川町を管轄地域とする古川町商工会と 飛騨市河合町、宮川町を管轄としていた北飛騨商工会とが合併し広域となった。

従前の旧古川町証拠会第1期経営発達支援計画における「地域経済活性化に資する取組」は、以下の5つの事業の展開で地域振興を図る計画を立てていた。

- ①飛騨とらふぐの活用で交流人口の増加事業
- ②「薬草でまちおこし」の拡充と交流人口増加事業
- ③「教育」との連携による人づくり・企業づくり事業
- ④おかみさんによるダイバーシティ事業
- ⑤オープンファクトリーによるファンづくり事業

また旧北飛騨商工会における「地域活性化に資する取組」は、次の2事業であった。

- ⑥地域特産の「ぼっかさ便（宮川町地域）」「山中便（河合町地域）」による地域振興
- ⑦外国人観光客誘致客の取組み

合併前の2商工会でこの7事業を計画していたが、⑤⑦においては計画実施の優先順位が低下しており、当初の計画を実践することなく経過している。

『得するまちのゼミナール』事業は、年々参加事業所と受講消費者は顕著に増加している。

【課題】

①については商工会としての役目は終了したと考えている。

②は継続して飛騨市行政と共に、事業主体となっている団体や構成事業者の支援を展開する。

③については、飛騨市が新設大学の誘致に取り組んでおり、新たな大学生の消費需要、労働力の供給、地域の担い手としての期待など、大きな経済的波及が見込める。この効果を最大限に生かすための取組みを計画・実行することが課題となる。

④についても、労働力不足を補完するため、女性の力を活かす取組みを継続させることが課題である。

『得するまちのゼミナール』事業は、衰退化しつつある小売業者を中心に積極的・計画的に活動を実施しているが、「手段」（実施すること）が目的化してきているのが現状であるため、本来の「目的」（個店の売上増・新規顧客増）への展開を図ることが課題である。

また、合併し広域となったが、地域内の状況をつかみ取れていない現状があるが地域課題を共有するための仕組みが構築されていない。飛騨市役所との情報交換などは本庁舎商工課と適時行っているが、河合振興事務所、宮川振興事務所との連携がなく情報共有がなされていない課題がある。

(2) 事業内容

- 「薬草でまちおこし」の拡充については、事業主体となる団体や飛騨市行政との連携を深め、交流人口増加を目指す。
- 上記事業に関連した「えごま商品」の開発・販売などについては、「飛騨えごまの里推進協議会」での事業活動への事業参加と構成員である事業者への支援を行う。
- 新設大学設置構想の進捗に応じた、事業活動の計画策定と実施を行う。
- 「女性の力」をフル活用するため、商工会女性部等の活動を促進する。
- 『得するまちのゼミナール』事業による個店の売上増・新規顧客増への展開を促進する。
- 飛騨市（商工課）、河合・宮川振興事務所、飛騨市観光協会を交えた情報交換を、年に2回程度実施する。

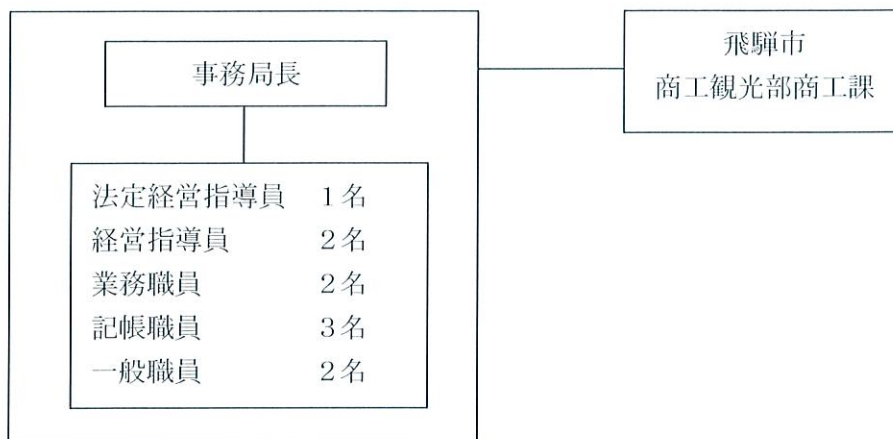
(別表2)

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)



(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： 大村 賢一

■連絡先： 古川町商工会 TEL. 0577-73-2624

②法廷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を主に巡回によりその都度行う。

(3)商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①古川町商工会

住所 : 〒509-4221 岐阜県飛騨市古川町若宮 2-1-66

電話 : 0577-73-2624

FAX : 0577-73-6123

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

②飛騨市商工観光部商工課

住所 : 〒509-4292 岐阜県飛騨市古川町本町 2-22

電話 : 0577-62-8901

FAX : 0577-73-6866

E-mail : syokokanko@city.hida.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3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	1,150	1,250	1,250	1,250	1,250
セミナー等開催費	500	500	500	500	500
専門家派遣費	300	300	300	300	300
販路開拓支援費	200	300	300	300	300
需要動向調査費	100	100	100	100	100
委員会開催費	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
伴走型補助金の活用、または自己財源

(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 並びに法人にあつては、その代表者の氏名
連携して実施する事業の内容・連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等