（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

稲枝商工会として、経営発達支援計画を策定する目標

現行経営発達支援計画（平成２８年４月１日～令和３年３月３１日）は、彦愛犬地域の５商工会（愛荘町商工会・稲枝商工会・豊郷町商工会・甲良町商工会・多賀町商工会）で共同設置した「彦愛犬地域商工会広域連携事務局」の広域体制により、本計画を実施して来ましたが、今期より、本来の稲枝商工会の地域特性を活かし、彦愛犬地域商工会広域連携のスケールメリットを加えた効果的な実施体制を構築し、新たな経営発達支援計画を策定し、小規模事業者の強みや課題を反映した事業計画の策定を支援し、創業・第二創業、事業承継、地域資源を活用した商品開発や販路開拓に係る伴走型支援を実施する。

小規模事業者の持続的発展に繋がる支援を実施し、地域経済の活性化に寄与することを目標とする。

（１）地域の現状及び課題

【稲枝商工会地域の現状、概要】

当地域は、彦根市南部に位置し、南を愛知川、北を宇曽川・荒神山、西を琵琶湖に囲まれた豊かな自然環境のもとで、古来より肥沃な穀倉地帯として発展してきました。交通網としては、巡礼街道、湖周道路が通っており、市総面積 196．84ｋ㎡の内 26.6ｋ㎡と市全体の 13.51%地域です。また、地域人口は、令和２年（2020 年）４月現在、人口 12,269 人と市総人口 111,751 人 10.97%、世帯数 4,717 世帯は、彦根市総世帯 42,863 世帯の 11%の地域です。

昭和30年、滋賀県愛知郡の稲枝村・稲村・葉枝見村の３村が合併、稲枝町が誕生しました。その後、昭和43年4月1日に彦根市と稲枝町が合併し現在に至っています。

彦根市の位置

彦根市稲枝地域の位置

地域の概要

（１） 地域特性

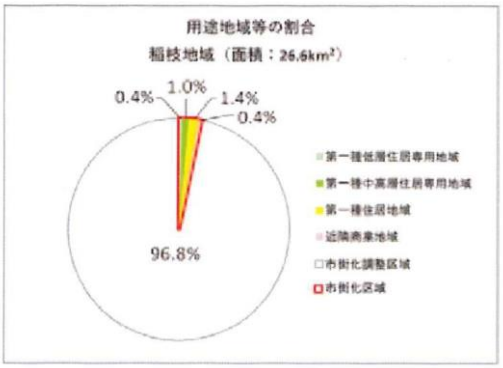
本地域は、ＪＲ稲枝駅を中心として一部が市街化区域に指定されています。日常生活圏レベルに対応したコンパクトな商業地や住宅地が形成されているとともに、聖泉大学、彦根市役所稲枝支所、みずほ文化センターなどの公共公益施設が点在して立地しています。また、その他の大部分の地域は、歴史ある農村集落が点在し、豊かな田園環境が拡がっているとともに、愛知川、宇曽川や荒神山などの自然、稲部遺跡といった歴史資産にも恵まれています。一方で、稲枝駅西口の開設や駅前広場の整備など、公共交通の利便性の向上が進められています。

地場産業と特徴

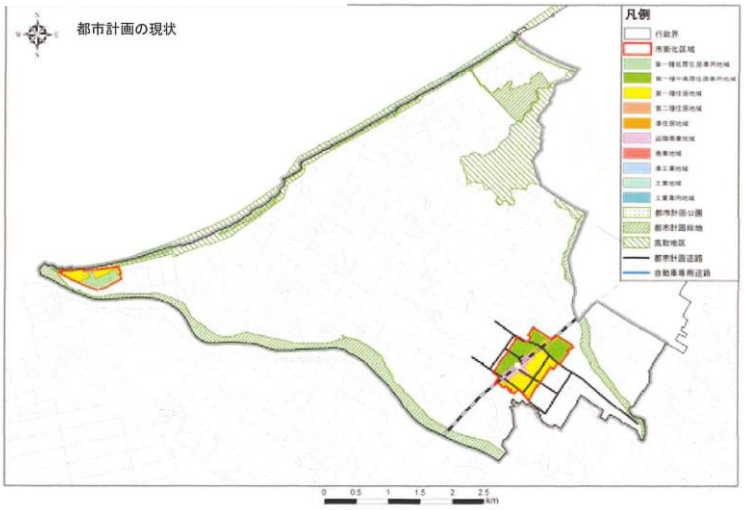
当地域の地場産業は、稲作の「わら」を原材料とした「たたみ床」生産が盛んな地域でした。「たたみ」は四季に応じて部屋の環境を自然に変化させる働きをするものです。「たたみ床」の原材料のわらは以前は豊富にありましたが、農業の大規模化・大型機械化により稲の「わら」の入手が困難となってきています。また、生活様式の変化から昔ながらの木造住宅の需要の減少と部屋の様式の変化に伴い畳需要は減少し「たたみ床」生産は極めて少なくなっています。

当地域は、農村地域であり昔から農業が主で稲作と一部裏作として麦、菜種等の生産が行われていました。近年では大型機械による作付面積の広大な大規模農家による農業生産に変わって行き又土地の構造改善事業も当地域では県下でも一早く取り組みされた先進的地域です。

（２） 数値による地域の姿



地域の約97%が市街化調整区域で、土地利用は大半が農地です。一方では、ＪＲ稲枝駅周辺と琵琶湖沿岸部の一部に市街化区域が存在します。また、琵琶湖岸や荒神山は、風致地区になっています。

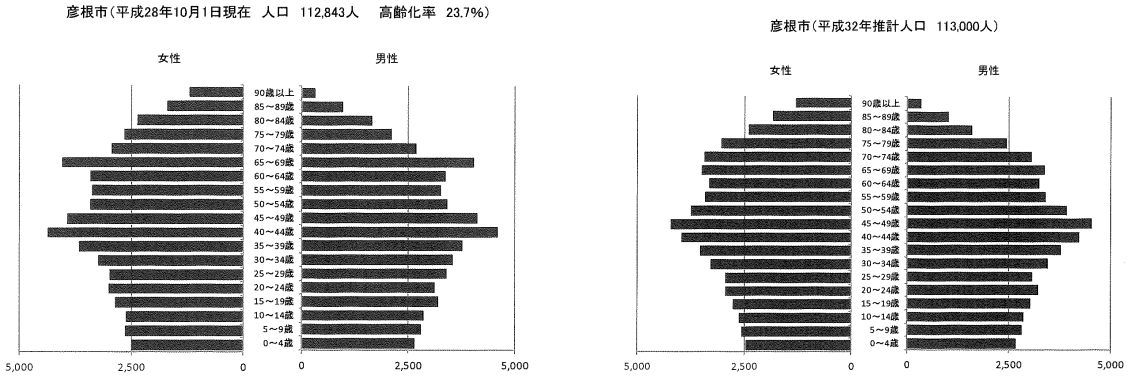


人口等の状況

（1） 彦根市の人口構成、状況

彦根市の人口は、平成 28 年 10 月 1 日現在 112,843 人で高齢化率は 23.7%（平成 23 年は 20.2%）です。近年は人口の増加傾向が鈍化しており、平成 32 年には人口約 113,000 人となりますが、その後減少傾向をたどると推計されています。

彦根市の男女別５歳階級別の人口構成

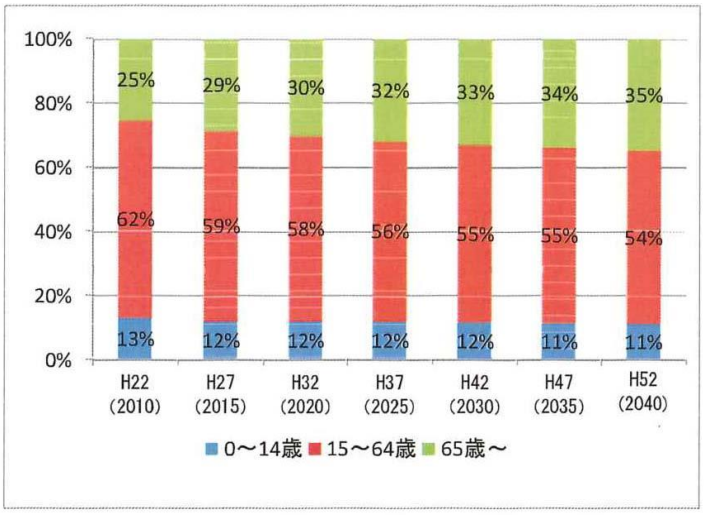


＜資料：彦根市統計書より作成　現状は平成 28 年 10 月 1 日現在　平成 32 年は彦根市総合計画による推計＞

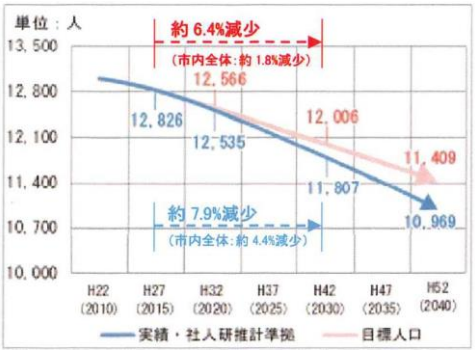
彦根市の人口動向と予測

市全体と比べて、15 歳から19 歳までの人口流出傾向が高くなっているため、市全体と比べて、今後も人口減少の割合が大きくなると予測されます。

年齢構成別の人口割合の推移



人口推移

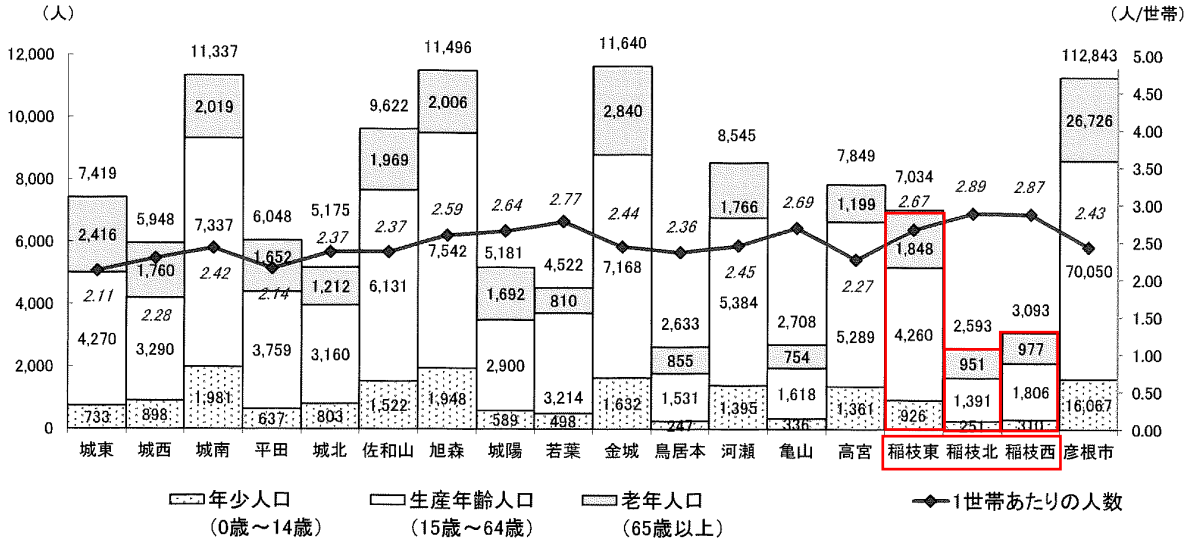


※市域全体の推計値と目標値を地域特性や取組方針に応じて配分して目標人口を算出

（２） 稲枝地域の人口状況

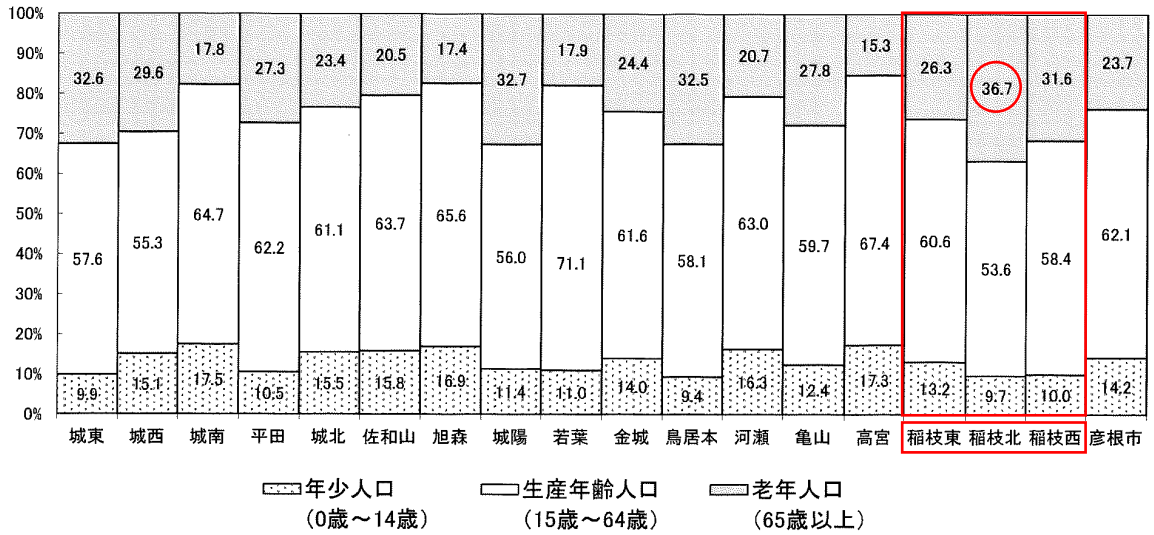
稲枝地域は、３学区に分かれており、学区別の人口は、次のとおり学区によって違いがあり、高齢化率は高宮学区の 15.3%から稲枝北学区の 36.7%まで大きな差があります。

学区別年齢3区分別構成と1世帯あたりの人数



資料：彦根市統計書より作成（平成 28 年 10 月１日現在）
※　グラフ中、右端の「彦根市」の人口は左目盛の 10 倍

学区別年齢3区分別構成比



資料：彦根市統計書より作成（平成 28 年 10 月１日現在）
※　端数処理しているため合計が 100%にならない場合がある。

地域の高齢化率と人口構成

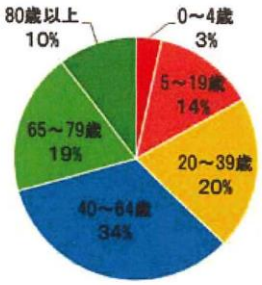
稲枝地区は、大きく分けると３学区あり、稲枝地区全体の高齢化率は、29.2%であり、彦根市全体の高齢化率 23.3%よりも高く、特に稲枝北学区の高齢化率は、35.9%と市内で最も高齢化が進んでいます。

稲枝地域世帯数・高齢化率　（平成 28 年１月末現在）

	稲枝東学区	稲枝北学区	稲枝西学区	稲枝地区	彦根市
人　数	7, 043人	2, 635人	3, 103人	12, 781人	112, 818人
世 帯 数	2, 642世帯	903世帯	1, 051世帯	4, 596世帯	45, 983世帯
年少人口の割合(0~14 歳)	13. 5%	9. 7%	10. 4%	11. 9%	14. 4%
高齢化率(65歳以上)	26. 0%	35. 9%	31. 0%	29. 2%	23. 3%
高齢者世帯数	618世帯	350世帯	402世帯	1, 370世帯	7, 919世帯
1人暮らし高齢者数	331人	188人	123人	642人	5, 741人

稲枝地域人口構成　（平成 28 年１月末現在）

年齢	0~4歳	5~19歳	20~39歳	40~64歳	65~79歳	80歳以上	合計
人数	431人	1, 729人	2, 596人	4, 285人	2, 406人	1, 334人	12, 781人
構成率	3. 4%	13. 5%	20. 3%	33. 5%	18. 8%	10. 4%	



稲枝東学区

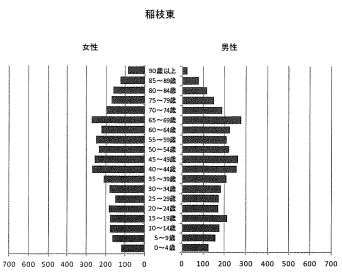
	0~4歳	5~19歳	20~39歳	40~64歳	65~79歳	80歳以上	合計
人数	239人	1, 076人	1, 496人	2, 401人	1, 248人	583人	7, 043人
構成率	3. 4%	15. 3%	21. 2%	34. 1%	17. 7%	8. 3%	

稲枝北学区

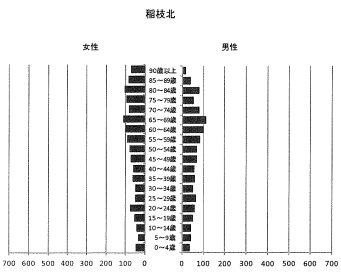
	0~4歳	5~19歳	20~39歳	40~64歳	65~79歳	80歳以上	合計
人数	80人	293人	495人	820人	539人	408人	2, 635人
構成率	3. 0%	11. 1%	18. 8%	31. 1%	20. 5%	15. 5%	

稲枝西学区

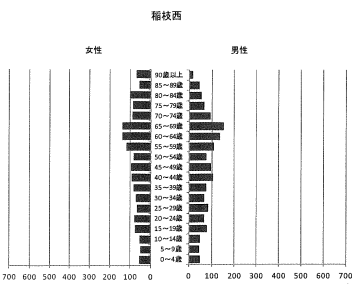
	0~4歳	5~19歳	20~39歳	40~64歳	65~79歳	80歳以上	合計
人数	112人	360人	605人	1, 064人	619人	343人	3, 103人
構成率	3. 6%	11. 6%	19. 5%	34. 3%	19. 9%	11. 1%	



彦根市全体の人口構成に近い。他の学区より農業の比率が高く、１世帯あたりの人数も多い。



高齢化率が高く、子どもの人口が少ない。１世帯あたりの人数は多い。



高齢化率が高く、子どもの人口が少ない。１世帯あたりの人数は多い。

地域の業種特徴

小規模事業者は、平成 20 年の 358 社から、令和 2 年には、312 社と 11 年の間に 46 社減と▲12.8%です。地域の商工業者数は、平成 20 年 410 社から令和 2 年 351 社と 59 社減▲14.39%で、特に、製造業の減少が 39 社減と突出しています。一方、その他が 11 社増、飲食・宿泊業が 8 社増と減少に歯止めを掛け、地域商工業者数の減少に歯止めを掛けています。商工業者の最も多い割合は、卸・小売業で 351 社の商工業者の中で、123 社と全体の 35%を占めている地域の特徴があります。また、昔からの農村地域であり農業が主で大規模に事業化している事業者の営みも特徴の一つです。

稲枝商工会地域　小規模事業者数・業種別商工業者数の推移

調査年	小規模事業者数	商工業者数						
		建設業	製造業	卸・小売業	飲食・宿泊業	サービス業	その他	合計
H20	358	77	92	150	10	50	31	410
H21	325	67	55	124	21	55	42	364
H22	325	67	55	124	21	55	42	364
H23	325	67	56	124	21	52	44	364
H24	317	68	54	125	21	50	44	362
H25	317	68	54	125	21	50	44	362
H26	298	63	52	120	19	43	41	338
H27	298	63	52	120	19	43	41	338
H28	310	68	54	126	21	50	44	363
H29	310	68	54	126	21	50	44	363
H30	310	68	54	126	21	50	44	363
R1	312	67	53	123	18	48	42	351
R2	312	67	53	123	18	48	42	351
増減数(R2-H20)	▲ 46	▲ 10	▲ 39	▲ 27	8	▲ 2	11	▲ 59
商工会会員数(R2.4.1)		43	31	60	9	35	17	195
構成割合(%)		22.05	15.89	30.77	4.62	17.95	8.72	100.0

＜資料：商工会実態調査より＞

地域の課題

稲枝地域には、少子高齢化や事業承継・後継者不足の課題のほかに、新しい商品・新サービスの開発と既存商品・サービスのブラッシュアップ、市場情報の収集機会の充実、“売れる仕組みづくり（マーケティング）”構築による新たな販路開拓の３つの地域課題があります。

課題①：新しい商品・新サービスの開発と既存商品・サービスのブラッシュアップ

稲枝地域の小規模事業者は、殆どが事業主１名、家族１名で経営されており、“ヒト”“モノ”“カネ”と“情報”の経営資源が乏しいことから、小規模事業者の永年の知識と経験により培われた独自の強み（暗黙知）を最大限に活かす、新しい商品・新サービスの開発と既存商品・サービスのブラッシュアップが課題です。

課題②：市場情報の収集機会の充実

稲枝地域の小規模事業者は、市場（マーケット）の動向を敏感に察知する手段に乏しく、タイムリーに情報を手に入れることが難しいことから、消費動向・需要動向等の市場情報の収集機会の充実が課題です。

課題③：“売れる仕組みづくり（マーケティング）”構築による新たな販路開拓

市場（マーケット）の動向を敏感に察知した情報を基に、新しい商品・新サービスの開発と既存商品のブラッシュアップを行い、“売れる仕組みづくり（マーケティング）”構築・強化による新たな販路開拓が課題です。

彦根市の方向性

・彦根市総合計画 基本構想

平成 23 年度に策定された「彦根市総合計画」(H23 年度から R2 年度)は、時代の潮流や彦根市を取り巻く状況を捉え、長期的な視点から各種政策を総合的かつ計画的に実施するための基本方針として策定している。

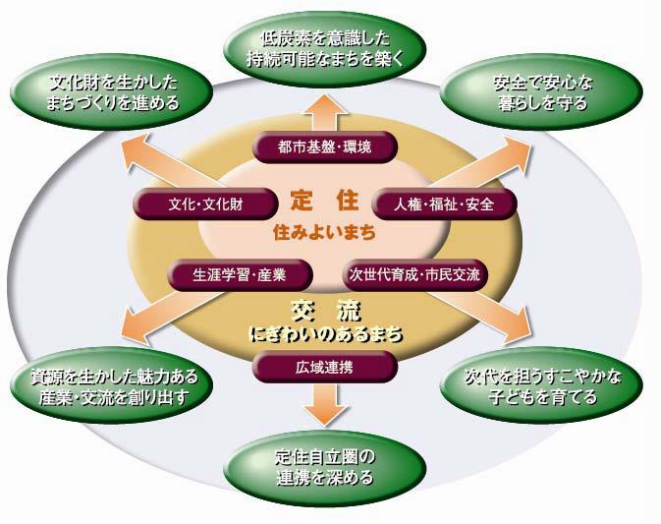
Ⅲ基本構想（彦根市総合計画 基本構想より抜粋）

１　基本構想のコンセプト　『　風格と魅力ある都市の創造　』

第４章　そのために取組むこと

第３節　時代に即した重点的な取組

● 資源を生かした魅力ある産業・交流を創り出す



【稲枝商工会としての彦根市への関わり方】

彦根市市総合計画（平成23年（2011年）３月）基本構想の「４．定住人口の維持増加策」のなかに④商工農林業振興による人口維持増加ついての基本的な考え方が示されています。彦根市総合計画実現に向けて、市と稲枝商工会が連携し、稲枝地域の小規模事業者の商工業振興に寄与します。

（２）小規模事業に対する長期的な振興のあり方

【地域として目指す１０年後の姿】

前述の地域の現状及び課題を踏まえて、地域経済を支える小規模事業者の持続的発展のため、今後 10 年先を見据えた長期的な振興のあり方は以下の通りです。

１．急速に進む少子高齢化による人口減少の影響は、マーケットの縮小による経営不振、後継者不足による廃業の増加等、小規模事業者を取り巻く経営環境は、今後一層厳しいものとなるため、商工会は小規模事業者に対して伴走型支援策として、経営分析や事業計画の立案とその後のフォローアップを通じ、従来の経営スタイルからの脱却を促し、厳しい経営環境にも対応できるうるために事業計画に基づいた経営への意識変革を推進します。

２．全国的にも稲枝地域においても小規模事業者数は減少傾向にある。小規模事業者の減少対策として、既存事業所の存続に向けた経営革新、第 2 創業、M&A 等への専門的支援を集中して行うことで、小規模事業者の減少を食い止め、地域経済の活性化に繋げるという意識をもって伴走型支援を実施します。

【彦根市総合計画との連動性・整合性】

平成 23 年度に策定された「彦根市総合計画」(H23 年度から H27 年度)並びに後期基本計画(H28 年度から R2 年度)では、活力ある地域産業の振興ために以下の施策を提示している。(彦根市総合計画より抜粋)

第１部　第４章　生涯学習・産業

４－２－４　工業の振興

１．企業立地・産業集積の促進

２．地場産業の振興

４－２－５　商業サービス業の振興

１．魅力ある商業のまちづくり

２．中小小売商業サービス事業者の育成

３．物産の振興

４－４－１　雇用の促進と勤労者福祉の充実

１．雇用環境の充実

２．勤労者福祉の充実

３．健康で豊かな生活のための時間が確保できる社会の実現

以上の地域産業の振興と連動性・整合性をもった経営発達支援計画を立案し、小規模事業者の伴走型支援を実施していくものとします。

【稲枝商工会としての役割】

稲枝商工会は、地域の小規模事業者者を中心として売上の拡大、利益の確保に寄与し経営力向上のための支援を実施し、事業者の持続的発展を図り地域経済の振興発展と雇用の確保、交流人口の増加を実現することにより産業面から市の活力向上に貢献してい

きます。さらに、事業計画に沿った経営の促進、消費者ニーズを捉えた商品・サービスの開発、観光振興、販路開拓支援等きめ細やかな支援に積極的に取り組み、地域経済の活性化を推進する役割を担い、稲枝地域のＪＲ稲枝駅周辺における都市機能の充実、集落や地域コミュニティの維持充実、多様な交流機会の創出の３つの地域課題解決に繋げます。

（3） 経営発達支援計画の目標

稲枝商工会地域の「地域の現状及び課題」および「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえ、今後５年間において以下の目標を設定し小規模事業者の経営基盤強化のため、次の２つを目標として各種支援を実施します。

【目標】

１．事業計画の立案・定期的なフォローアップ支援

小規模事業者であればあるほど、経営者の勘や経験に頼って経営判断が行われるケースが見受けられる。しかし、勘や経験だけではこらからは持続的発展を望めない経営環境となっており、売上確保・収益改善を図るために、ビッグデータ等を活用して消費者動向を見極め、自社の状況分析を行うことで、「強み・弱み」を把握しながら事業計画書を策定し、その計画に基づいた事業を行うことが重要となるため、商工会が専門家と連携しながら実効性のある事業計画の立案・定期的なフォローアップ支援を実行することにより、小規模事業者が事業計画に基づいた経営を習慣化するよう支援し、売上の確保・拡大や収益力改善を図ることを目標とします。

２．展示商談会への出店支援

小規模事業者は、売りたい商品を単に並べるだけで良いと思いがちで、自社の商品が市場に求められているか否かを調査するマーケティング能力が低いのが現状である。

また、販売力や情報発信力も弱く、販路の開拓・維持が困難なケースも多く見受けられることから、展示商談会への出店支援、事後支援を商工会が専門家と連携して行うことにより、「新たな生活習慣」での消費者及び市場ニーズを見据えた新たな商品・新サービスの開発や既存商品のブラッシュアップを図ることにより、販路拡大につなげることを目標とします。

（4） 目標達成のための実施方針

経営発達支援計画の目標達成のため、以下を実施方針として各支援事業を実施します。

【実施方針】

１． 事業計画策定による小規模事業者の経営力強化を図ります。

小規模事業者が自社の現状と「自社の強み・弱み」を認識し経営課題を掘り起こすとともに「売れる仕組みづくり（マーケティング）」の重要性を意識した持続化経営に繋がる事業計画を策定できるよう、複数の職員の目を通して効果的な計画策定支援を行い、強くてたくましい事業者を育てていきます。策定後も計画の実行について伴走型支援を展開し、一緒に課題解決を考え支援する「良き伴走者」として、経営力の強化を図るとともに、事業承継や後継者問題など、事業継続につながる支援も同時に強化していきます。

２．新たな商品や新サービスの開発など経営革新につながる支援を強化します。

地域の特徴と自社の強みを生かし、新たな商品や新サービスの開発を推進します。農商工連携や６次産業化など、新たな連携を通じ、地域事業者間のマッチングの可能性も探っていきます。従来では気が付かなかった事業所の特徴等を、稲枝商工会職員全員で意見交換し、新鮮な切り口やアイデアにより新たな可能性や提案を行うことで、商品化や経営革新につなげていきます。

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

【方針】

①事業計画策定、実行による経営手法の確立

事業計画作成セミナーなどの各種セミナーや日々の巡回等を通じて事業計画策定の必要性の認識を促すとともに、個別相談会、専門家派遣を活用して計画策定を支援すると共に、定期的なフォローアップ支援を行うことにより、事業計画に基づく経営手法を定着させ売上拡大、収益確保を目指します。

②新商品・新サービスの開発と販路開拓支援

展示会・商談会等出展に向けて、中小企業診断士等の専門化と連携して小規模事業者に対し、商談会等の手段・ノウハウなどの基礎知識の習得、商品力の強化支援を行う。展示会終了後のフォローアップ支援として、展示会成果の結果をフィードバックすることで課題を整理していき、新商品・新サービスの開発と新たな販路開拓に向けて、商工会、専門家、小規模事業者が一体となって取組むことで、販路拡大につなげます。

３．経営発達支援事業の内容

３－１．地域の経済動向調査に関すること

【現状と課題】

①実施内容

現在は、各商工会の職員が、巡回指導時に各業種の代表的な事業所 80 社を抽出（当地域の小規模事業者の 5%）し、景況感、業界の業況、個社の業況、売上・経常利益の推移、資金繰りを調査項目として年 2 回（9 月、3 月）定期的な経済動向調査を実施している。

外部データとして、四半期ごとに行われている全国商工会連合会の「中小企業景況調査」における景況感、滋賀県の「滋賀県景況調査」における売上ＤＩ、経常利益ＤＩ、業況ＤＩ、資金繰りＤＩ、滋賀銀行の「県内企業動向調査」における自社の業況判断ＤＩを収集し、収集したＤＩは、共同申請を行った各商工会のホームページに掲載して、地域の小規模事業者に情報提供を行い、事業計画策定における経営分析の基礎資料としています。

②課題

タイムリーで見つけやすい情報提供のやり方や、より広く活用していただくために冊子を作成、配布するなどの工夫が必要であります。

【目標】

各調査結果の公表回数は下表の通りとします。

年　　度	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
公表回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

【事業内容】

効率的な経済活性化を目指すため、国が提供するビッグデータを活用した地域経済動向調査 地域経済分析システム（以下「RESAS」という。）等を活用し、地域内循環と外から稼ぐ力の現状を分析することで、当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、地域特性に応じた事業計画策定や課題解決に向けた支援をおこなう。調査結果は年 1 回商工会ホームページ等で公表します。

①ビッグデータを活用した地域経済動向調査

・分析使用データ

当地域の産業構造を知り、市を含む近隣の人口、年齢構成、民間事業所の業種割合、人の動き及び売上割合等について「RESAS」や彦根市独自調査のデータを使用します。

②データの分析

ビッグデータの活用と併せて滋賀県商工会連合会、滋賀県よろず支援拠点、ミラサポ等の専門家と連携して、業種ごとに景気動向調査のデータ分析を行う。分析結果は年 1 回ホームページで公表するとともに、巡回・窓口相談時に提供し、管内の小規模事業者の経営課題抽出や各種支援などの際の基礎資料として活用します。

【成果の活用】

「RESAS」や市独自データの調査結果に基づき、地域内における各業種の景気動向推移等を把握することで、取り組むべき課題や新たなビジネスの可能性や経営指導員等が小規模事業者に対して、経営指導員が事業計画策定支援ほか各種支援を実施する際の基礎資料として活用すると共に、地域の小規模事業者が誰でも閲覧できるように、商工会のホームページ等で広く公表します。

３－２．需要動向調査に関すること

【現状と課題】

①実施内容

小規模事業者が策定した事業計画の実効性を高めるために、個社が取り扱う商品及び提供するサービスに対する商品評価調査や、展示会でのマーケティング調査、 消費者ニーズ情報の収集、整理、分析等を実施して小規模事業者に提供しました。

商品評価調査ＢtoＣの取り組みとして、滋賀県立大学の「湖風祭」、全国町村会主催の「町イチ！村イチ！」を活用して実施した。伴走型でのサポートを行い、調査票を収集するとともに、出展事業者の情報発信に寄与しています。

②課題

市場情報の提供が目標を下回っている。コロナ禍の環境下において市場や消費者の動向がどうなっていくのか、優れた事例の紹介やこれまでに得られたノウハウの共有等、広義の需要動向についての情報発信が今後更に求められます。

【目標】

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①展示会、商談会での需要動向査対象事業者数（ＢtoＢ）	―	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
②イベント会場等での消費者アンケート調査対象事業者数（ＢtoＣ）	―	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社

【事業内容】

第１期の計画で実施した展示会・商談会出展支援や市場情報の収集を基に、消費者ニーズ「新常態」に対応する新商品・新サービスの開発に繋がる支援を以下のとおり実施します。

① 展示会、商談会出展による需要動向調査（ＢtoＢ）

当地域事業者が、需要動向調査や販路開拓などの機会をつくることのできる展示会は、主に２つある。一つは滋賀中央信用金庫と湖東信用金庫共同主催の「しんきんビジネスマッチングフェア」です。これは、県内７０の企業、団体、大学が出展し、独自の技術・サービスを紹介する２日間で約 2,600 人が来場する展示会である。来場者も多様なので、全体的な需要動向把握や想定販路の検証をすることに向いており、もう一つは、滋賀県商工会連合会が主催する「滋賀のち

いさな企業 食の展示商談会」です。これは、大津市で開催され、県内約４０の企業、団体が出展する展示商談会であります。特徴としては、バイヤー企業数約 140 社（来場バイヤー約 200 名）の多くが、滋賀の隠れた逸品を求めて来場されており、地域内事業者の販路開拓を促進するものとなっています。なお、出展展示会・商談会については、事業者の商品特性、ターゲット・市場を検討分析し、効果的な展示会・商談会に出展しアンケート調査を実施します。

想定している主な展示会・商談会は下記のとおりですが、これ以外の展示会・商談会等であって需要動向のアンケート調査ができる内容のものであれば出展し調査を実施します。

主催	展示会・商談会の名称	開催場所	主な来場者
全国商工会連合会	ニッポン全国物産展	東京都	一般消費者・流通関係者
（株）日本政策金融公庫	アグリフード EXP0	大阪府	食品関係バイヤー
滋賀中央信用金庫	しがちゅうしん ビジネスマッチング フェア	滋賀県	製造・卸・小売・物流事業者
（株）ビジネスガイド社	東京インターナショナル ギフトショー	東京都	住宅関連・物流事業者
（株）ビジネスガイド社	グルメ＆ダイニングスタイルショー	東京都	食品・小売・雑貨・その他 物流事業者
滋賀県商工会連合会	滋賀のちいさな企業食の展示商談会	滋賀県	小売・飲食・物流事業者

調査内容

調査サンプル数	40 サンプル（2 社×20 サンプル）
調査方法	各ブースにおいて、１事業者あたり 20 件程度を目標にアンケートを実施する。
分析手段・手法	分析手法等は事業者と状況を踏まえた上決定し、調査結果は該当する業種の専門家に意見を聞きながら、経営指導員が分析する。
調査項目	①性別 ②年代 ③価格 ④パッケージ ⑤ネーミング ⑥商品コンセプトに対する評価 ⑦取引希望の有無 ⑧保有課題やニーズ、⑨興味のある商材 ⑩展示製品の中で興味のあるもの、⑪工場訪問希望の有無
分析結果の活用	調査結果を整理分析し、当該小規模事業者に情報提供し、今後の商品開発、販売戦略の参考データとして活用する。

②イベント会場等での消費者アンケート調査（ＢtoＣ）

毎年 11 月に開催される「稲枝ふれあいフェスタ」は、稲枝産の地産地消を楽しめるイベントであり、約 20 の企業団体が出展し、稲枝の産品などを求めて毎年約 4 千人の来場者があり、地域特産品についてのアンケート調査を上記イベント会場にて来場者に対して実施します。

想定しているイベント会場以外であっても消費者アンケート調査ができるものであれば調査を実施して、消費者が求めるニーズを調査・分析し、その結果を事業者にフィードバックしながら、商工会、行政、事業者など関係者が一体となり、観光産業による継続的な地域経済の好循環を生み出すために以下のアンケート調査を行います。

調査サンプル数	90 サンプル（3 社×30 サンプル）
調査方法	事業者が来店者（購入者）に対して、30 件を目標にアンケートを実施する。
分析手段・手法	分析手法等は事業者と状況を踏まえた上決定し、調査結果は該当する業種の専門家に意見を聞きながら、経営指導員が分析する。分析結果は、事業者と共有する。
飲食店調査項目	属性【性別、年代、居住地（市内・市外)】、ニーズ【価格、味、見た目、量、ネーミング、好み料理】、消費行動【実店舗の認知、実店舗への来店歴、】等
物販調査項目	属性【同上】、【価格、機能性、品質、パッケージ、ネーミング】、消費行動【実店舗を知っているかの認知、実店舗への来店歴】
分析結果の活用	調査結果を整理分析し、当該事業者にフィードバックし、市場動向や消費者ニーズに対応した商品開発・販売戦略に活用する。

③総体的需要動向調査

上記の個別アンケート調査の補完調査として、商業・サービス業、建設等の各業界別および品目別の需要動向について広く情報収集と整理を行います。

調査方法	中小企業基盤整備機構や、日経テレコン、各業界団体が提供する業界情報の調査を行い情報収集する。
調査項目	・中小企業基盤整備機構(J-Net21):経営基盤ガイド 消費者利用動向 ・日経テレコン: 売れ筋ランキング ・民間調査データ：近畿日本ツーリスト、西日本建設業保証㈱等の民間調査データ
調査頻度	随時、小規模事業者へ情報提供を行う際に調査を行う。
情報整理	経営指導員等が収集した情報は、個社支援に合わせて業種別に整理・分析を行う。
分析結果の活用	展示会等出展による需要動向調査とイベント会場等での消費者アンケート調査の分析補完に活用し、ＰＤＣＡサイクルに基づく事業計画の見直しを行い、売れる仕組みづくり（マーケティング）の構築・強化を図り販路開拓支援に活用する。

４．経営状況の分析に関すること

【現状と課題】

①実施内容

事業者の売上増や利益確保、新規の販路拡大に繋がる事業計画書の作成に活用するため、概ね経済圏を一にする彦愛犬（げんあいけん）地域の愛荘町・稲枝・豊郷町・甲良町・多賀町の５商工会が広域体制により複数の職員で、多面的な視点での経営分析を実施しています。また、経営分析結果をわかりやすく説明することにより、経営者自身の自社に対する固定概念と市場ニーズとの乖離の認識ことで、新たな事業展開を希望する事業者や、経営改善に意欲的な事業者に事業計画策定への活用を図ることで、事業者自身の強みや経営課題を的確に把握することができており、持続化補助金、ものづくり補助金、経営力向上計画認定等の申請支援を行う過程で、事業者の意識改革と事業計画策定に役立てています。

②課題

今後はこれまでに蓄積された経営状況分析データを深掘りすることにより、経営内容の傾向や経営改善に繋がるデータとして提供、活用をすることが求められます。

【目標】

	現行(5 商工会)	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
経営分析件　数	85 件	15 件	15 件	15 件	15 件	15 件

【事業内容】

小規模事業者の持続的発展を可能とするために、経営分析を行うことで、自社の抱える経営課題等を明確化し「見える化」を行うことで、新たなビジネスやビジネスモデルの再構築に繋げることを目的に以下の事業を実施します。

① 対象事業者

第 1 期の経営発達支援事業での巡回訪問や窓口相談時のヒアリングを通じての手法が上手く機能しておりその手法継続する中で、やる気があり販路開拓の可能性の高い小規模事業者を 15 社程度選定して経営分析を行います。

②分析項目

定性分析については、VRIO 分析・SWOT 分析や 3C 分析を活用する。定量分析については、収益性分析や安全性分析の指標、損益分岐点等の財務分析を行い、小規模事業者のビジネスモデル俯瞰図や商品・サービスや保有する技術・ノウハウ等の内部経営資源や取り巻く外部環境の経営状況の把握を行います。

VRIO 分析：戦略に使える「強み」となる経営資源は何なのかを分析
SWOT 分析：強み、弱み、機会、脅威の 4 つを組み合わせて分析
3C 分析：市場環境・顧客、競合環境、自社環境
収益性分析：売上高総利益率、売上高営業利益率
安全性分析：流動比率、当座比率、固定比率、自己資本比率
損益分岐点分析：損益分岐点売上、必要売上高

③分析手法

経営分析は、随時経営指導員等が実施するが、必要に応じて、中小企業診断士等の専門家を活用し、効果的な経営相談会へ誘導し行う。経営状況分析の入口として、経済産業省の「ローカルベンチマーク」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行います。

【分析成果の活用方法】

・経営分析で得られた結果及び課題は、経営指導員等が対象事業者へデータまたは資料を提供・説明し、フィードバックすることで事業計画の策定等に活用します。
・分析結果は、データベース化するとともに職員の誰もがいつでも、内容共有できるように管理し、経営状況の分析に関する理解度・スキルアップに繋げます。

５．事業計画策定支援に関すること

【現状と課題】

①実施内容

事業計画作成セミナーの開催、新たな事業展開のための第２創業・経営革新セミナーの開催、創業に関す知識の習得と創業者の輩出のための創業セミナーの開催、商工会職員による経営分析後の事業計画策定支援により、小規模事業者が経営課題を解決するための事業計画策定支援を実施しました。

セミナーに関しては、受講者人数確保と魅力あるテーマ設定が課題であり、そのため事業計画セミナーは小規模事業者持続化補助金の応募に関する内容で、創業セミナーでは創業の心構えから成功させるための秘訣についての内容にして、様々なメディアを活用した広報活動を行う

ことで受講者確保に焦点を置く内容となったが、職員が同席したり、ワークに加わったり、個別相談を設けたりするなどきめ細かな相談を行うことで、創業セミナーにおいては、参加者 21 名の内 6 名の起業に繋がり、実現性の高いビジネスプランの立案の支援が実施できました。

②課題

彦愛犬地域 5 商工会共同実施で全体としては目標を達成していたが、セミナーの受講人数等では各商工会でのバラツキが見られました。原因は、経済動向調査・経営状況の分析・需要動向調査結果を踏まえた伴走型支援が弱い商工会があったことがあげられます。また、事業計画策定の意義や重要性の理解が十分には浸透していないと思われ、告知・集客やきめ細かな支援等ノウハウの共有の課題を残しました。

【支援に対する考え方】

前述の「経営状況の分析に関すること」で経営分析を行った者の事業計画策定を実施します。

また、事業計画策定の必要性と有効性を理解してもらうために事業計画策定セミナーを開催し、意欲のある小規模事業者の掘り起こしを行います。意欲ある受講者にはセミナー終了後も個別相談等を行い、経営指導員による伴走型支援を実施します。

【目標】

	現行(5 商工会)	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
事業計画策定件数	145 件	15 件	15 件	15 件	15 件	15 件

※策定件数根拠・・・経営分析を実施した事業所数 15 件

【事業内容】

事業者に事業計画策定セミナー等や日々の巡回・窓口相談を通し、事業計画の重要性を浸透させ、事業計画策定支援を実施します。

①支援対象者

・経営分析を行った事業者を対象とする。

②手段・手法

支援事業者に対して、経営指導員が担当制により伴走型支援を実施し、必要に応じて県連、よろず支援拠点等の支援機関派遣の専門家と連携を図り、各小規模事業者に応じた事業計画策定の支援を行います。

6．事業計画策定後の実施支援に関すること

【現状と課題】

①実施内容

第 1 期の計画では、事業計画を策定した事業者全てに対して、原則３ヵ月に１回、巡回訪問をして進捗状況の確認を行うとともに情報提供を行い助言、支援を行い、創業セミナー受講者については、創業時には１ヵ月に１回、６ヵ月経過後は、２ヵ月に１回巡回を行いフォローアップと進捗状況の確認をすることとなっていたが、事業計画の策定支援は補助金申請や金融支援など必要に迫られて実施しているのが現状であり、計画策定後の見直しや改定などを計画的に行っておらず、伴走型支援が行われているとは言えない状況です。

経営分析後の事業計画策定事業者や持続化・ものづくり等補助金申請時の計画策定事業者に対する支援は、計画件数を上回るフォローアップ・窓口相談ができていますが、創業セミナー・第二創業セミナーに関しては、目標件数を下回っており改善していく必要があります。

②課題

創業セミナー関係以外では、数量的な目標は達成できているが、今後はフォローアップでの相談内容等を検討しながら、フォローアップの質的向上、セミナーを受講しない事業者層への支援等が課題です。

【支援に対する考え方】

事業計画策定をした者に対して、原則２ヵ月に１回、巡回訪問をして進捗状況の確認を行うとともに情報提供を行い助言、支援を行う。事業計画の進捗状況の確認を定期的に行い、計画と実績との差異を徹底的に考え、事業計画に基づく経営手法の習慣付ける土壌形成を行う。進捗の確認は、原則 4 半期毎に巡回訪問しフォローアップを実施します。

【目標】

支援内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
フォローアップ対象事業者数	26 社	15 社	15 社	15 社	15 社	15 社
フォローアップの頻度（延回数）		90 回	90 回	90 回	90 回	90 回
売上増加事業所数	―	4 社	5 社	5 社	6 社	6 社
利益率２％以上増加の事業所数	―	2 社	3 社	3 社	4 社	4 社

【事業内容】

事業計画を策定した全ての事業者を対象に、事業計画が計画通りに実施され　一定の成果が得られるよう以下の事業を実施します。

① 具体的支援

事業計画策定事業者 15 社に年 6 回（隔月）フローアップを実施する。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応しながら、原則四半期ごとに巡回訪問を実施し計画の進捗状況を確認すると共に差異分析を行い、計画遂行上の課題を把握し、PDCA サイクルに基づき課題への対応方法を事業者と共に検討します。

②手段・手法

小規模商工会でマンパワーにも限りがある中において、最大限の効果を発揮できるよう年間計画に基づいた巡回訪問を経営指導員が伴走型で実施します。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間に差異が生じていると判断する場合には、よろず支援拠点等の外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、差異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います。

７．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

【現状と課題】

① 実施内容

ⅰ)展示会等への出展支援、ⅱ）商談会等でプロモーションをサポート支援、ⅲ)ホームページの作成、リニューアル、SNS の活用支援よる情報発信支援、ⅳ）テレビ、新聞、雑誌等のマスメディアや各種広報誌を使った広報支援を実施することで、販路開拓と小規模事業者が自社の強みや魅力を的確に把握し、情報発信力の強化をはかりました。

展示商談会の出展支援は、専門家と連携して出展前の準備から出展後のフォローまで手厚い支援を実施できましたが、商談件数は目標を下回りました。IT を活用した売上確保等のセミナーを開催してが、広報支援は目標を下回っており、各支援の目標件数が何故達成できなかったかの分析、改善が求められます。

②課題

展示商談会等への出展や広報活動により販路開拓をしようとする小規模企業を掘り起こすことは以前からの課題でした。各種施策の情報発信に努めるとともに継続した取り組みが必要であり、加えてコロナ禍におけるネット上での情報発信、プロモーション、販路開拓等に関する支援等にも手を打つ必要があります。

【支援に対する考え方】

展示会・商談会出展に慣れていない小規模事業者は、売りたい商品を単に並べるだけで良いと思いがちで、どの様にすれば分かり易くアピールするか等の工夫が乏しいのが実情あり、展示会・商談会等出展に向けての前段準備として、経営指導員と専門家（中小企業診断士、販売士等）が個別支援をすることで、小規模事業者にとって不足している商談会等の手段・手法・ノウハウなど基礎知識の習得（営業力の強化）を図るとともに、販売チャネルに合わせた商品の選定や「売れる商品づくり」のための商品ブラッシュアップ支援（商品力の強化）および展示会・商談会出展中には、バイヤーへのアンケート調査を行います。

また、展示会終了後のフォローアップ支援として経営指導員と中小企業診断士等専門家が、展示会成果のヒアリングを行うとともに、アンケートの結果をフィードバックすることで課題を整理し、今後の商品改良計画や販路開拓計画を、よろず支援拠点等の支援機関と連携しながら見直し、小規模事業者の販路開拓・販路拡大に繋げます。

【目標】

年　度		現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
商談会(BtoB)出展支援	支援者数	―	2	2	2	3	3
	成約件数/社	―	1	1	1	2	2
イベント(BtoC)出展支援	支援者数	―	3	3	3	3	3
	売上額/社	―	3 万円	3 万円	3 万円	5 万円	5 万円

【事業内容】

① 商談会への出展支援（ＢtoＢ）

事業計画策定を行った小規模事業者の中から新商品開発や現商品のブラッシュアップに意欲ある事業者の中から 1～3 事業者を選定し、滋賀中央信用金庫と湖東信用金庫共同主催の「しんきんビジネスマッチングフェア」、滋賀県商工会連合会が主催する「滋賀のちいさな企業 食の展示商談会」等への展示商談会へ出展させ、新たな需要の開拓支援を行います。

また、「支援の考え方にある」出展への事前支援から終了後のフォローアップ支援まで経営指導員等と専門家が一貫したアドバイスを実施します。

② 地域イベントへの出展支援（ＢtoＣ）

事業計画策定を行った事業者の中から新商品開発や現商品のブラッシュアップに積極的な 2～3 事業者を対象に、稲枝商工会が主催する「稲枝ふれあいフェスタ」へ出展させ、新たな顧客開拓支援を行います。

また、経営指導員が出展前に商品パッケージ、試食のさせ方について、より効果が上がるよう支援すると共に、開催当日は経営指導員等が商品を試食・販売し、アンケートの聞き取り等行い、改善点等の内容をまとめ、後日小規模事業者にフィードバックをし、新商品開発や新たな顧客の確保等に繋げます。

想定している主な展示会・商談会は下記のとおりですが、これ以外の商談会等であっても直接バイヤーと商談できる内容や新たな販路開拓に繋がるものであれば支援の対象とします。

展示会・商談会の名称	展示会等の概要	来場者数	出展者数
アグリフードEXPO （開催場所：大阪府）	主催：(株) 日本政策金融公庫 大規模な国産農産物展示商談会(BtoB) 来場者：食品関係バイヤー	15,892人 （2019 年実績）	470社 （2019 年実績）
しがちゅうしん ビジネスマッチング フェア （開催場所：滋賀県内）	主催：滋賀中央信用金庫 活力あるビジネスチャンスの創出と新たな事業展開フェア（BtoB） 来場者：製造・卸・小売・物流事業者	2,625人 （2019 年実績）	73社 （2019 年実績）
東京インターナショナルギフトショー （開催場所：東京都）	主催：(株) ビジネスガイド社 日本最大級のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市（BtoB） 来場者：住宅関連・物流事業者	181,584人 （2020 年 2月実績）	2,179社 （2020年2月実績）
グルメ＆ダイニングスタイルショー （開催場所：東京都）	主催：(株) ビジネスガイド社 新しいマーケットとライフスタイル・食文化を創造する見本市・展示会（BtoB） 来場者：食品・小売・雑貨・その他物流事業者	27,395人 （2020 年 2月実績）	596社 （2020年2月実績）
滋賀のちいさな企業食の展示商談会 （開催場所：大津市）	主催：滋賀県商工会連合会 食品の製造業者に対してのマッチングの場として展示商談会（BtoB） 来場者：小売・飲食・物流事業者	約200人 （2019 年実績）	約40社 （2019 年実績）
滋賀県立大学 湖風祭 （開催場所：彦根市）	主催:滋賀県立大学 湖風祭実行委員会 地域住民と事業者の交流の場（BtoC） 来場者：一般消費者	約10,000人 （2019 年実績）	約50社 （2019 年実績）
稲枝ふれあいフェスタ （開催場所：彦根市）	主催：稲枝商工会 地域の事業者と住民のふれあいの場（BtoC） 来場者：一般消費者	約40,000人 （2019 年実績）	約20社 （2019 年実績）

経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

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

【現状と課題】

① 実施内容

毎年度事業終了後に、市商工担当課職員、中小企業診断士等の有識者により構成する評価委員会において、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行いました。

経営発達計画に記載されている定量的目標は概ね達成しましたが、今後は支援内容の充実や、支援先である事業者にとっての成果をより高める等、支援の質的向上を目指す必要があります。

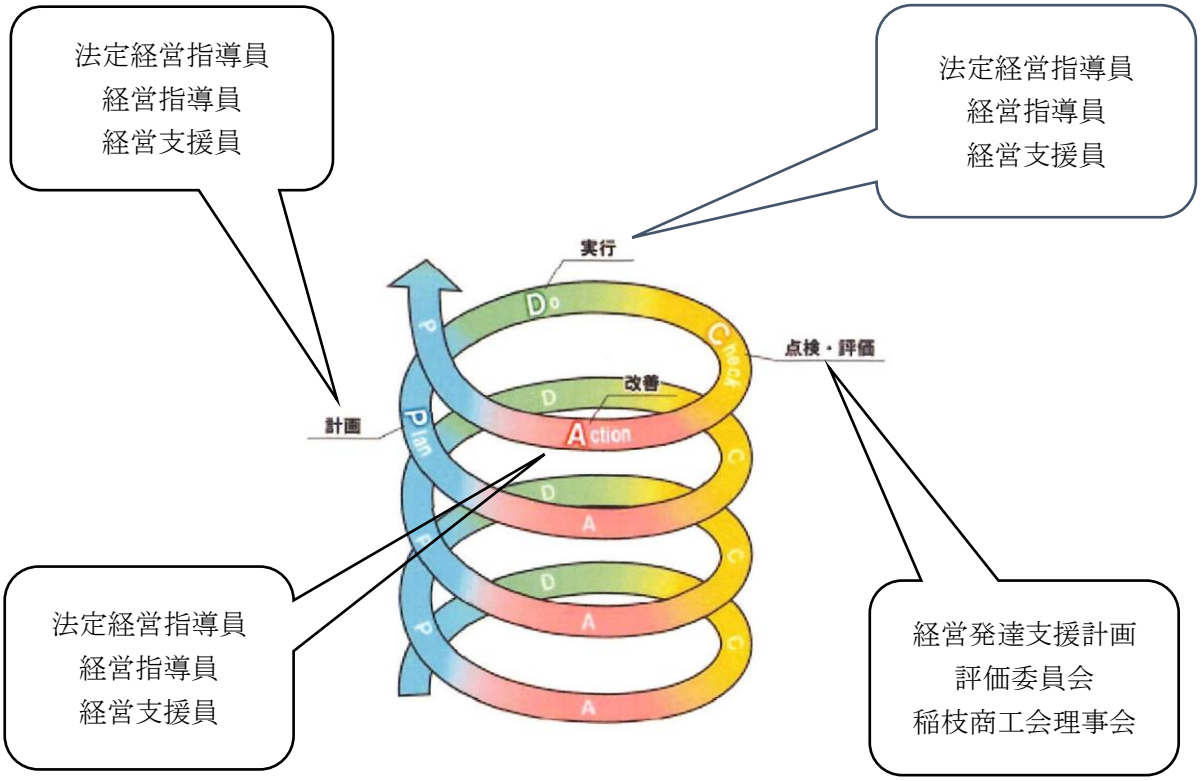
②課題

事業評価委員会が 5 商工会合同で設置されていたため、各事業の定量的評価にとどまってしまい、各商工会地域の実情に見合った具体的な事業見直しが行われなかった面があり、今後は、これまでの成果の「見える化」と、各商工会地域における課題を整理・検討した上で、早急に計画内容に反映することが必要です。

【事業内容】

当会の理事会と併設して、市地域経済振興課長、法定経営指導員、稲枝商工会理事、滋賀銀行稲枝支店長、滋賀中央信用金庫稲枝支店長、外部有識者として中小企業診断士等をメンバーとする「事業評価委員会」を半期ごとに開催（中間評価及び年度評価）し、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行います。

当該委員会の評価結果は、当会の理事会にフィードバックした上で、事業計画等に反映させるとともに、市および商工会ホームページへバックナンバーを含み掲載（年１回）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します。



９．経営指導員の資質向上等に関すること

【現状と課題】

①実施内容

「滋賀県商工会連合会職員研修プログラム」に基づいた職員研修会の受講および職員の職務歴に応じて中小企業大学校が実施する研修会への職員の派遣の２事業を実施しました。また、支援成果については、「経営支援事例報告書」に記録し、「見える化」を図り組織内でのノウハウ共有を行いました。

②課題

上部団体である滋賀県商工会連合会が主催する義務研修への参加以外に、当会職員に不足する IT 分野の支援能力の早期の獲得と、個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組みの構築が課題であり、事業内容を一部改善のうえ実施する必要があります。

【事業内容】

①外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」および滋賀県商工会連合会主催の職員研修等を活用し、職員の支援レベルに

応じ計画的に参加させます。特に当会職員に不足する IT 分野については、「IT 活用支援リーダー養成研修」に参加させて、研修成果のレポート提出、成果発表の中で習得度の管理を行います。

また、中小企業大学校東京校が実施する「中小企業支援担当者等研修（専門・上級研修)」へ職員別に日常の支援業務を通じて、支援能力不足と思われる分野を指定して派遣することにより、計画的な支援能力向上を図ります。

②ＯＪＴ制度の導入

滋賀県商工会連合会が実施する「スーパーバイザー派遣事業」による現地指導型ＯＪＴを活用して、支援経験の豊富な中小企業診断士等の専門化と経営指導員とがチームを組成し、巡回指導の機会にＯＪＴを計画的に行い、組織全体の支援能力向上を図ります。

③データベース化

担当経営指導員等が基幹システムに支援データの入力を適時・適切に行い、支援の状況等のデータベース化を行い、職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにします。

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

【現状と課題】

① 実施内容

当地域内の金融機関とは、担当者レベルで緊密な連携をとり、地域の金融動向、融資状況、支援の現状等の情報交換共有し、効果的な金融支援に繋げていますが、滋賀県よろず支援拠点等の支援団体と連携しての地域ニーズの把握、支援ノウハウ等の共有、新たな需要等の開拓を進める支援体制の構築は十分に機能するまでに至りませんでした。滋賀県、信用保証協会および地域の金融機関との連携は計画通り実施しましたが、よろず支援拠点については、今年度も情報提供程度にとどまりました。

これまでの他の支援機関と連携して実施した事業成果の「見える化」を図ることで、見えてくる課題を整理・検討した上で、第 2 期の計画内容に反映する必要があります。

②課題

各連携支援機関との会議や情報交換の場に対して積極的に出席することで、収集した情報・ノウハウをデータ化するなど整理・活用しながら、職員間で支援ノウハウを共有することにより、個人ではなく商工会組織として小規模事業者支援に繋げることが課題です。

【事業内容】

① 事務局長・事務局責任者会議への出席（年 4 回）

滋賀県商工会連合会主催による連絡会議において、県内の支援ノウハウ、支援の現状、他の支援機関の取組み事例等について情報交換を行いながら会議では、行政職員、他機関の支援担当者、専門家を招聘し需要の動向、支援ノウハウ等に関する情報交換を図るとともに、グループ討議により支援事例の共有を行います。

② 彦愛犬地区 5 商工会法定経営指導員連絡会議（年 4 回）

経営発達支援計画の円滑な推進に向けて、彦愛犬地域「愛荘町、稲枝、豊郷町、甲良町、多賀町」の 5 商工会間で、支援ノウハウ、事業者支援の状況、各商工会が直面している課題等について意見交換を行い情報の共有化を図るため法定経営指導員が中心となり、4 半期毎に 1 回の会議を開催します。

③ 日本政策金融公庫との連携（年 2 回）

日本政策金融公庫彦根支店管内の商工会【多賀町、愛荘町、稲枝、豊郷町、甲良町、日野町、竜王町、安土町、東近江市、米原市、長浜市】・商工会議所【近江八幡、彦根、長浜】が集い経営改善貸付推薦団体連絡協議会に出席し、東近江、湖東、湖北地域の金融情勢並びに景況情報の交換や他の地域における貸付実績やマル経推進時の留意事項・各地区の商業振興・活性化等の取組み等の情報交換と共有をすることで金融支援等に役立てます。

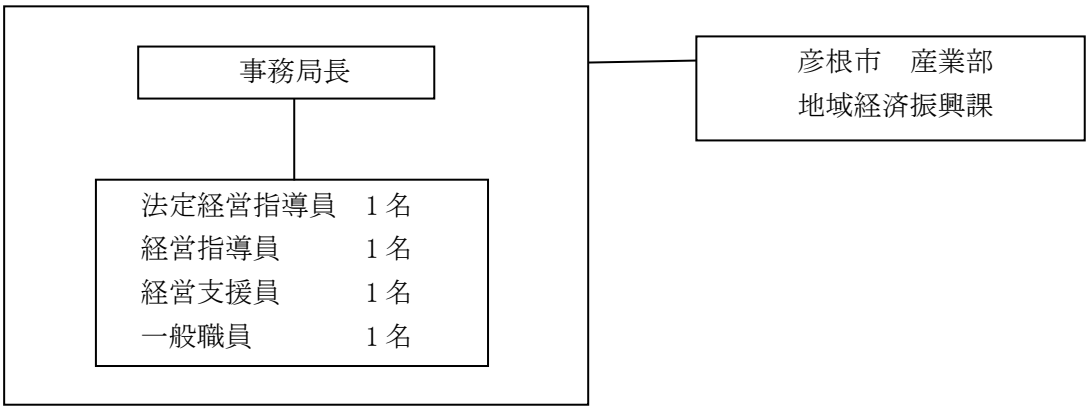
（別表２）

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７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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏　名：山口　浩之

■連絡先：稲枝商工会　TEL:0749-43-2201

②当該経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度　等）

経営発達支援事業の実施・実施にかかる指導及び助言、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などを行う。

（３）商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

稲枝商工会

〒522-1113

滋賀県彦根市稲部町 607-1

TEL:0749-43-2201 / FAX:0749-43-6338

E-mail ： inaeskk@pearl.ocn.ne.jp

②関係市町村

彦根市 産業部 地域経済振興課

〒522-8501

滋賀県彦根市元町４番２号

TEL:0749-30-6119 / FAX:0749-24-9676

E-mail ： shoko@ma.city.hikone.shiga.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）

	Ｒ３年度	Ｒ４年度	Ｒ５年度	Ｒ６年度	Ｒ７年度
必要な資金の額	1,350	1,350	1,350	1,350	1,350
3-1. 地域の経済動向調査	50	50	50	50	50
3-2. 需要動向調査	200	200	200	200	200
4. 経営状況分析	50	50	50	50	50
5. 事業計画策定支援	500	500	500	500	500
6. 事業計画策定後実施支援	50	50	50	50	50
7. 新たな需要の開拓に寄与する事業	500	500	500	500	500

（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
会費収入、彦根市交付金、滋賀県補助金、国補助金 等

（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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等

経営発達支援計画の概要

実施者名 （法人番号）	稲枝商工会（ 法人番号 4160005004976 ） 彦根市（地方公共団体コード 252026 ）
実施期間	令和３年４月１日～令和８年３月３１日
目標	**経営発達支援事業の目標** 本来の稲枝商工会の地域特性を活かし、彦愛犬地域商工会広域連携のスケールメリットを加えた効果的な実施体制を構築し、新たな経営発達支援計画を策定し、小規模事業者の強みや課題を反映した事業計画の策定を支援し、創業・第二創業、事業承継、地域資源を活用した商品開発や販路開拓に係る伴走型支援を実施する。小規模事業者の持続的発展に繋がる支援を実施し、地域経済の活性化に寄与することを目標とする。 １．事業計画の立案・定期的なフォローアップ支援 ２．展示商談会への出店支援
事業内容	**経営発達支援事業の内容** **3-1. 地域の経済動向調査に関すること** ①国等が提供するビッグデータの活用 ②支援機関と連携した業種ごとの景気動向調査データ分析 **3-2. 需要動向調査に関すること** ①展示会、商談会出展による需要動向調査 ②イベント会場等での消費者アンケート調査 ③総体的需要動向調査 **4. 経営状況の分析に関すること** ①ローカルベンチマークや VRIO 分析・SWOT 分析・3C 分析の活用 ②経営相談会の実施 **5. 事業計画策定支援に関すること** ①事業計画作成セミナーの開催 ②第２創業・経営革新セミナー・創業セミナーの開催 **6. 事業計画策定後の実施支援に関すること** ①隔月巡回訪問によるフォローアップ **7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること** ①商談会への出展による販路開拓支援（BtoB） ②地域イベントへの出展による販路開拓支援（BtoC）
連絡先	① 稲枝商工会 〒521-1113 滋賀県彦根市稲部町 607 番地 1 TEL:0749-43-2201 / FAX:0749-43-6338 / E-mail: inaeskk@pearl.ocn.ne.jp ② 彦根市　産業部　地域経済振興課 〒522-8501　滋賀県彦根市元町 4 番 2 号 TEL:0749-30-6119 / FAX:0749-24-9676 / E-mail:shoko@ma.city.hikone.shiga.jp