

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	竜王町商工会（法人番号：5160005006880） 竜王町（地方公共団体コード：253847）
実施期間	令和2年4月1日～令和7年3月31日
目標	地域社会の発展に貢献する重要な存在である小規模事業者の成長発展および持続的発展が図られるために、商工会が地域経済動向、経営分析に基づいた事業計画策定を支援し、その計画実現のために他の支援機関とも連携しながら伴走型支援に取り組む。また、小規模事業者数維持のために、効果的な創業・事業承継支援を目指す。
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 管内小規模事業者への景況調査やRESAS活用による情報を収集・分析し、地域の経済動向を把握し、事業計画策定支援の外部環境データとして活用する。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の経営課題を抽出、その解決に向けた支援を行い、効果的な事業計画策定支援を行うために、経営状況の分析を行う。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること 経営状況分析を行った重点的に支援する事業所並びに創業予定者に対し、持続的発展につながる事業計画策定支援を行う。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後、計画の進捗状況の確認を行い、定期的にフォローアップし、必要に応じて専門機関と連携支援を行う。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること 事業計画策定を行う全ての事業者に対して、主要想定顧客層に応じた需要動向調査を行う。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 販路開拓を目指す小規模事業者に対して、展示会や商談会へ積極的な参加促進並びにIT活用支援による販路開拓支援を行う。</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組 町・観光協会・進出企業・金融機関等と連携をより深め、情報の共有を図り、各種事業の実施・参画により地域経済活性化を目指す。</p>
連絡先	<p>竜王町商工会 〒520-2552 滋賀県蒲生郡竜王町小口 20-2 TEL：0748-58-1081、FAX：0748-58-1470、E-mail：ryuoh@shigasci.net</p> <p>竜王町 商工観光課 〒520-2592 滋賀県蒲生郡竜王町小口 3 番地 TEL：0748-58-3718、FAX：0748-58-3730 E-mail：shokan@town.ryuoh.shiga.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

ア. 位置及び人口



竜王町は、滋賀県の東南部湖東平野に位置し、東に雪野山、西に鏡山という2つの山に囲まれている。北は近江八幡市、東は東近江市、南は湖南市、西は野洲市にそれぞれ接している。総面積44.55km²の約30%を占める水田からは良質な近江米が生産されており、農業のまちとして知られているほか、埋蔵文化財や史跡、社寺など、歴史的遺産が豊富に存在している。

また、町の中央部を名神高速道路が東西に横断しており、大津市とは約30km、京都市とは約40kmの距離にある。こうした立地条件を活かし、町域南部には大規模自動車工場等が立地している。

平成22年(2010)には名神竜王ICを核としたアウトレットモールが開業するとともに、まちの中心核としてタウンセンターエリアの商業施設開業・公民館リニューアル等により、町民の利便性向上や雇用の場としての産業立地、広範囲からの来訪者の増加が期待されるなど、新たな局面を迎えている。

人口は、平成7年(1995)までは増加傾向にあったが、その後はゆるやかな減少傾向にあり、平成27年(2015)では12,434人・4,266世帯となっている。高齢者(65歳以上)世帯数は年々増加しており、特に高齢者単身世帯、高齢者夫婦世帯が急増している。

人口推移(平成28年竜王町統計資料)

年	人口	総世帯数
平成7年(1995)	13,650	3,968
平成27年(2015)	12,434	4,266

高齢者世帯の状況（平成28年竜王町統計資料）

年	単身世帯数	夫婦世帯数
平成 7年（1995）	46	72
平成 22年（2010）	142	259

イ. 竜王町の地域資源

《1》豊かな自然と歴史

滋賀県の東南部蒲生平野に位置し、西は鏡山、東は雪野山に囲まれ、気候は比較的温暖で、田園風景や自然が広がる緑豊かな環境に恵まれている。

《2》充実した道路交通網

町域の北部を国道8号が、中央部を東西に名神高速道路が走り、町のほぼ中央に名神竜王ICがある。高速道路を利用すれば、京阪神、中京圏へ1時間余で移動可能である。

《3》農業、果樹、畜産などの特産品

農業を基幹産業として発展してきたまちであり、まちの平野部の大部分を農地が占め、良質な近江米の生産地となっている。また、丘陵地帯においては、観光果樹園や近江牛などの畜産も盛んで、こうした農業・果樹・畜産の生産物は特産品となっている。

《4》県下有数の工業生産地域

恵まれた交通条件を活かし、自動車産業を中心として、樹脂、食品加工、印刷などの工場・事業所が立地しており、県下有数の工業生産地域となっている。

《5》集客施設の充実

道の駅（アグリパーク竜王・竜王かがみの里）、竜王町総合運動公園（ドラゴンハット）、妹背の里などの施設があり、町内外から多くの来訪者がある。また、アウトレットモールの開業により、京阪神・東海圏からの年間600万人以上の来客が見込まれ、交流人口の増加が期待される。

《6》活発な地域コミュニティ活動

自治会活動や青年団をはじめとする社会教育団体など、町民活動が活発である。

ウ. 竜王町の産業

竜王町は、農業・畜産業が減少傾向にあるなか、平成22年（2010）にアウトレットモール、平成23年（2011）にタウンセンターエリアに商業施設が開業され小売業が大きく増加した。このことにより、平成21年（2009）～平成24年（2012）の創業比率が全国1位となった。しかし、既存の小売店は、競合が激化し、高齢化や後継者不足により衰退している。

製造業においては、滋賀竜王工業団地の整備が完了し、平成30年には進出企業が稼働した。今後も順調に企業の進出が予定されており、新たな企業活動や雇用創出により地域経済の活性化が期待できる。

エ. 竜王町の商工業者数

竜王町の小規模事業者数は、432事業所（商工業者数593事業所）である。

小売業・サービス業の比率が高いのが特徴であり、次いで建設業、製造業の順となっている。

竜王町の商工業者数（平成27年度、30年度商工会実態調査）

	平成27年度 事業所数	平成30年度 事業所数	平成30年度 構成比
建設業	98	94	15.9%
製造業	75	72	12.1%
卸売業	23	22	3.7%
小売業	191	183	30.9%
飲食・宿泊業	65	62	10.5%
サービス業	119	114	19.2%
その他	48	46	7.8%
事業所数合計	619	593	100.0%
(内小規模事業者数)	440	432	72.8%

②課題

- ・アウトレットモールや大型商業施設が出店し、既存の小規模小売店が衰退しており、小規模事業者の持続的発展を目指し、経営基盤の強化や経営の安定化が必要である。
- ・人口減少、少子高齢化の進展により、従事者の減少や後継者不足が加速し、地域の活力が低下しており、その解消に向けて、創業支援並びに事業承継支援に注力していかなければならない。
- ・町内では、新規出店並びに事業拡張に適した土地・賃貸物件が少ないため、小規模事業者の町外流出があり、今後の土地並びに空き家の有効利用、都市計画の大幅な見直しが課題である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

竜王町内の事業者は、減少傾向にあり、人口減少・少子高齢化の進展により、市場の縮小・地域経済の活力低下が予想されている。

このような経済環境の変化に、小規模事業者が対応していくことは困難を伴うと思われる。

しかし、これらの環境変化を経営革新（イノベーション）の契機として捉え、時代の流れ、消費者動向などの社会的ニーズを的確に把握し、生産性向上や販路開拓に取り組むことにより、事業を維持・拡大し持続的発展させることは可能である。

そのために、自助努力により経営の維持・拡大に取り組む小規模事業者並びに意欲ある創業者に対して、町と商工会が共同して重点的に支援していくことで、地域経済活性化を目指す。

②「平成23年策定の第5次竜王町総合計画」・「平成28年策定の竜王町まち・ひと・しごと創生総合戦略」及び「平成31年施行の竜王町中小企業・小規模企業振興基本条例」との連動性・整合性

ア. 平成23年策定の「第5次竜王町総合計画」の中で、竜王町の基本理念として4つの理念を掲げている。

〈基本理念〉

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. 豊かな自然と歴史を誇れるまちづくり2. みんなが安心して暮らせるまちづくり3. チャンスを活かすたくましいまちづくり4. 町民と行政の協働により築くオリジナルのまちづくり |
|---|

イ. 平成28年に「竜王町まち・ひと・しごと創生総合戦略」が策定された。総合戦略の方向として以下の取組を掲げている。

〈総合戦略の方向〉

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. 消滅回避戦略 14,000人をめざす戦略
目標1. 14,000人が暮らすまちをつくる
～定住に向けた受け皿づくり～
目標2. 「働く」「暮らす」希望がかなうまちをつくる
～人を呼び込む雇用の創出と町の魅力発信～2. 未来創生戦略
目標1. 竜王町で働く喜びを創生する
～産業の振興による安定したしごとをつくる～
目標2. 「ふるさと竜王」を創生する
～結婚・出産・子育て・教育の希望をかなえる～
目標3. 幸せな暮らしを創生する
～いつまでも安心して暮らせる活力あるまちづくり～ |
|--|

産業振興の取組として、「販路開拓に向けた支援の充実」、「企業・事業所・商工会の連携強化」、「中小企業・商工会に対する支援の充実」、「創業支援の推進」がある。

ウ. 平成31年4月1日に「竜王町中小企業・小規模企業振興基本条例」が施行された。

竜王町では、町内中小企業・小規模企業の振興について、基本理念を定め、町の責務その他関係者の役割を明らかにするとともに、基本的施策を推進することにより、中小企業・小規模企業の成長発展およびその事業の持続的発展ならびに地域経済の活性化を図り、もって町民の生活の向上に寄与することを目的に施行された。

□条例の主な内容

基本理念	中小企業・小規模企業の振興は、 1) 中小企業者・小規模企業者が、多様な分野における特色ある事業活動を通じて、地域経済の活性化を促進し、就業の機会を増大させる等地域社会の発展および町民の生活の向上に貢献する重要な存在であるという
------	---

	<p>基本的認識のもとに行わなければならない。</p> <p>2) 中小企業者・小規模企業者の経営の向上および改善に対する主体的な努力の促進を基本に行わなければならない。</p> <p>3) 中小企業・小規模企業の成長発展およびその事業の持続的発展が図られることを旨として行わなければならない。</p> <p>4) 町、県、国、中小企業者・小規模企業者、大企業者、商工会および金融機関が連携するとともに、町民が協力することを基本として行わなければならない。</p> <p>5) 中小企業者・小規模企業者の経営規模および形態に応じ、十分な配慮がなされることを基本として行わなければならない。</p>
基本的施策	<p>1) 経営基盤の強化および企業基盤を町内に維持しつつ行う新たな事業展開への支援に関すること。</p> <p>2) 事業承継の促進に関すること。</p> <p>3) 新事業の創出および企業支援に関すること。</p> <p>4) 人材の確保および育成のための雇用の促進ならびに職業能力の開発・向上に関すること。</p> <p>5) 中小企業者・小規模企業者以外との連携促進に関すること。</p> <p>6) 資金調達の円滑化に関すること。</p> <p>7) 調査および情報の収集、提供等に関すること。</p> <p>8) 前各号に掲げるもののほか、中小企業・小規模企業の振興に関する必要な事項。</p>
中小企業者・小規模企業者の役割	<p>中小企業者・小規模企業者は、</p> <p>1) 基本理念に基づき、主体的な経営の向上および改善を図るよう努めるとともに、その事業活動を通じて地域の振興に資するよう努めるものとする。</p> <p>2) 他の中小企業者・小規模企業者または町内の多様な主体と連携するよう努めるものとする。</p> <p>3) 商工会への加入に努めるものとする。</p> <p>4) 町が実施する中小企業・小規模企業の振興に関する施策に協力するよう努めるものとする。</p>
商工会の役割	<p>商工会は、基本理念に基づき、中小企業者・小規模企業者の経営の向上および改善に資するため、相互に連携を図りながら協力することにより、中小企業者・小規模企業者に対して積極的な支援を行うよう努めるとともに、町が実施する中小企業・小規模企業の振興に関する施策に協力するよう努めるものとする。</p>

③商工会としての役割

竜王町商工会では、上記の「竜王町総合計画」・「竜王町まち・ひと・しごと創生総合戦略」・「竜王町中小企業・小規模企業振興基本条例」を踏まえ、国・県・町等の行政及び各種支援機関や金融機関と連携強化を図るとともに、町内小規模事業者の業種・業態等に応じて売上増、経営力の向上、販路開拓、商品開発、新規創業者等のために、事業計画の策定、実施、フォローアップなど持続的な経営発展のための伴走型支援に取り組んでいく。

(3) 経営発達支援事業の目標

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年間で実現を目指す経

営発達支援事業の目標を下記のとおり設定し、小規模事業者に寄り添った経営支援を行う。

- ①小売店等の活性化、持続的発展への支援
- ②地域資源を活用した特産品の開発、販路開拓支援
- ③創業・事業承継の推進、円滑化
- ④地場産業の再興・発展

(4) 目標の達成に向けた方針

- ①小売店をはじめ小規模事業者の意識改革やリーダー育成を図る。企業の持続的発展のために、「経営分析」から「事業計画策定」を推進・支援する。
- ②地域農水産物加工に取り組む既存の製造業者及び農商工連携等を含めた小規模事業者に対し、特産品の開発から販路開拓までを伴走型支援にて行う。
- ③創業セミナーを開催し、意欲的な創業者を育成していく。また高齢の小規模事業者に対し、事業承継予定者がいる場合は、「事業承継計画」の策定を支援し計画的な事業承継を推進していく。事業承継予定者が不在で第3者への承継を希望する事業者に対しては、滋賀県事業引継ぎ支援センター等と連携し、事業承継を推進する。
- ④地域資源（近江牛・近江米・果樹・湖魚等）を活かした特産品の開発や後継者育成、販路開拓支援を行う。また町行政・観光協会等と連携し、地域ブランド化の推進支援を実施する。

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2年4月1日～令和7年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

2. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

<第1期における取組と評価等>

【取組】外部データの収集と地域事業者データの収集を実施し、収集データの分析を行ったが、ホームページ等で情報公開するには至らなかった。

【評価】町内事業者データの収集を行い、経済動向調査手段は明確であったが、その調査結果から何が分かるのかという視点が欠けた計画であったために有用な調査結果を得ることができなかった。

【課題】他機関が公表している調査資料を有効活用しながら、地域の経済動向調査の目

的を達成するために必要な調査結果を得られる調査手段・手法を定め、情報収集・整理・分析を行った結果を、着実に公表することが課題である。

(2) 事業内容

① RESAS（地域経済分析システム）を活用したデータ収集

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すために、以下の調査手段・手法により情報収集・整理・分析を実施する。

(情報収集の方法)

RESASを活用して、地域の経済動向分析を行う。

(調査項目)

人口マップ（人口構成）、産業構造マップ（企業数・付加価値額）、企業活動マップ（創業比率・黒字赤字企業比率）など

(調査手段)

経営指導員等が、RESASを活用して、上記調査項目について調査分析を実施する。

② 町内事業者データの収集

町内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するために、以下の調査手段・手法により情報収集・整理・分析を実施する。

(情報収集の方法)

年1回、確定申告書作成支援時、金融支援時及び補助金申請支援時の財務書類およびヒアリングを基に地域の経済動向分析を行う。

(調査対象)

町内小規模事業者25社（製造業、建設業、卸小売業、飲食・宿泊業、サービス業）

(調査項目)

売上額、所得額、従業員数とし、前年対比で分析する。

(調査手段)

経営指導員等が、上記調査項目について情報収集を行う。

(3) 成果の活用

収集した情報については、経営指導員等が継続的に整理・分析し、事業計画作成時の経営環境分析等に活用するとともに、商工会ホームページを通じて公表する。

(4) 目標

	現状	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度
①調査回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
②調査回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
公表回数	未実施	1回	1回	1回	1回	1回

※①②をまとめたものを、年1回公表する。

3. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

〈第1期における取組と評価等〉

【取組】小規模事業者の有効な経営計画策定に繋げるために、商工会職員による経営診断を実施した。また、商工会職員が中小企業診断士とともに行う経営診断事業も実施した。

【評価】当初計画した数値目標については、ほとんどの項目で高い実績値を上げており充分評価できる内容であった。しかし、1人の経営指導員が対応できる企業数は有限であるにも関わらず、事業計画策定事業者数を重視する計画であったために、十分なコンサルティングができていなかった。また、支援事業者のモニタリングを前提として、「経営状況の分析」・「事業計画策定支援」・「計画策定後の実施支援」を一連のスキームとして実施していないケースが見受けられた。

【課題】支援事業者のモニタリングを前提として、「経営状況の分析」・「事業計画策定支援」・「計画策定後の実施支援」を、一連のスキームで実施していくことが課題である。

(2) 事業内容

①対象事業者の発掘・選定

巡回訪問や窓口相談を介して、記帳機械化事業所、若手経営者や後継者のいる事業所、経営に意欲的で販路拡大の可能性が高い事業者を選定する。

②経営分析の内容

【分析項目】

定量分析：財務分析（売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等）

定性分析：3C分析 A. 自社環境（経営理念、商品・サービスの強み等）

B. 市場環境・顧客（市場規模、顧客ニーズ等）

C. 競合環境

【分析手法】

全国商工会連合会の「分析システム」、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等を活用し、経営指導員等が分析を行う。

(3) 成果の活用

経営分析結果は、当該事業者フィードバックするとともに、必要な支援メニューを選択・提案し、課題解決に向けた事業計画策定支援に活用する。

また、分析結果は事務所内で情報共有し、経営指導員等のスキルアップに活用する。

(4) 目標

	現状	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
経営分析 件数	6社	15社	15社	15社	15社	15社

※算出根拠：経営指導員1名（法定経営指導員は除く）×15社

法定経営指導員は、必要に応じて経営指導員と共同して経営分析を実施するため、算出根拠から除外している。

4. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

〈第1期における取組と評価等〉

【取組】「事業計画策定セミナー」「第2創業(経営革新)セミナー」「創業セミナー」「商工会職員による事業計画策定支援」を行った。

【評価】当初計画した数値目標については、ほとんどの項目で高い実績値を上げており充分評価できる内容であった。しかし、1人の経営指導員が対応できる企業数は有限であるにも関わらず、事業計画策定事業者数を重視する計画であったために、十分なコンサルティングができていなかった。また、支援事業者のモニタリングを前提として、「経営状況の分析」「事業計画策定支援」「計画策定後の実施支援」を一連のスキームとして実施していないケースが見受けられた。

【課題】支援事業者のモニタリングを前提として、「経営状況の分析」・「事業計画策定支援」・「計画策定後の実施支援」を、一連のスキームで実施していくことが課題である。また、「事業計画策定セミナー」と「第2創業(経営革新)セミナー」の開催区分が不明瞭であるため、事業計画策定セミナーに統一して実施すべきである。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者にとって、事業の持続的発展には事業計画の策定は欠かせない。そこで、小規模事業者自らが事業計画を策定することの重要性を認識してもらうため、事業計画策定セミナーを開催する。3. で経営分析を行った事業者の7割程度の事業計画策定を目指す。

併せて、各種補助金の申請を契機として経営計画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。

また、町内の創業希望者を掘り起こし、創業希望者の知識向上を図り、創業計画策定により創業者を創出することを目的に、創業セミナーを開催する。

(3) 事業内容

①経営分析を行った事業者を対象とした事業計画策定セミナーの開催(年1回)

【支援対象】

経営分析を行った事業所等

【手段・手法】

年1回、全2回のセミナーを開催する。カリキュラムは、事業計画策定の必要性を説明し、「顧客ニーズと市場の動向」や「自社や自社の提供する商品・サービスの強み」から経営課題を整理するとともに、新たな需要の開拓の視点を取り入れ、事業計画の策定につながる内容とする。

事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、必要に応じて滋賀県商工会連合会等の専門家派遣事業を活用して、確実に事業計画の策定につなげていく。

②創業セミナーの開催

第1期広域連携した甲賀市商工会・湖南市商工会・日野町商工会とともに、年1回創業セミナーを開催する。

【支援対象】

町内の創業希望者

【手段・手法】

年1回、全4回のセミナーを開催する。カリキュラムは、創業準備としての創業計画の必要性を説明し、創業計画書作成に必要な経営、財務、人材育成、販路開拓等の知識が身につく内容とする。

創業セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

(4) 目標

	現状	R 2年度	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度
事業計画策定件数	6件	10件	10件	10件	10件	10件
創業計画策定件数	2件	3件	3件	3件	3件	3件

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること**(1) 現状と課題**

〈第1期における取組と評価等〉

【取組】 事業計画策定事業者への進捗状況確認と支援策周知によるフォローアップを行った。

【評価】 当初計画した数値目標については、ほとんどの項目で高い実績値を上げており充分評価できる内容であった。しかし、1人の経営指導員が対応できる企業数は有限であるにも関わらず、事業計画策定事業者数を重視する計画であったために、十分なコンサルティングができていなかった。また、支援事業者のモニタリングを前提として、「経営状況の分析」「事業計画策定支援」「計画策定後の実施支援」を一連のスキームとして実施していないケースが見受けられた。

【課題】 支援事業者のモニタリング機能を強化しながら、「経営状況の分析」・「事業計画策定支援」・「計画策定後の実施支援」を、一連のスキームで実施していくことが課題である。

(2) 事業内容

事業計画を策定した全ての事業者及び創業者を対象にフォローアップ支援を実施するが、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する。

具体的には、事業計画策定10社のうち、1社は毎月1回、5社は四半期に一度、他の4社については年2回とする。また、創業計画策定者3社のうち、1社は2か月に1回、1社は四半期に一度、他の1社については年2回とする。

ただし、事業者からの申し出等により、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場合には、滋

賀県商工会連合会や滋賀県よろず支援拠点等と連携し、さらに専門家派遣制度を活用しながら計画実現のためにフォローアップを行う。

(3) 目標

	現状	R 2年度	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度
フォローアップ対象事業者数	6社	10社	10社	10社	10社	10社
頻度(延数)	25回	40回	40回	40回	40回	40回
売上増加事業者数	—	3社	3社	4社	4社	4社
利益率1%以上の増加事業者数	—	3社	3社	4社	4社	4社
創業計画策定者のフォローアップ対象事業所数	2社	3社	3社	3件	3件	3件
頻度(延数)	4回	12回	12回	12回	12回	12回

6. 需要動向調査に関すること【指針③】

(1) 現状と課題

＜第1期における取組と評価等＞

【取組】「商圈情報調査」「マーケティング調査の実施支援」「経営状況分析時における商品または役務の需要動向調査」を行った。

【評価】支援事業者の販売する商品又は提供する役務の需要動向を効果的に把握するためには、事業内容（調査分析手段・手法）を計画時に固定しておくのではなく、ある程度柔軟性を持たせた計画にしておくべきであった。

【課題】調査分析手段・手法については計画時に固定しておくのではなく、ある程度柔軟性を持たせた計画にし、支援事業者に最適な情報に絞って提供していくことが課題である。

(2) 事業内容

事業計画策定を行う全ての事業者に対して、主要想定顧客層に応じて以下の需要動向調査を行う。

①店頭やイベント会場等での消費者アンケート調査（BtoC 向け）

地域資源（近江牛・近江米・果樹・湖魚等）を活かした食品を製造する事業者に対して需要動向レポートを提供するために、以下のアンケート調査を実施する。

【調査方法と分析結果の活用】

ア) 事業者と経営指導員等がターゲットとなる顧客を想定し、アンケートを作成する。

- イ) 事業者は、店頭等でターゲットとなる顧客に対して、アンケート調査を行う。
 ウ) 経営指導員等は、事業者が収集したアンケート結果を集計・分析し、簡潔なレポートにまとめ、事業者にフィードバックし、更なる改良提案を行う。

【調査項目】

味、価格、容量、パッケージデザイン、他社製品との比較、商品の満足度、要望等。

【その他】

食品製造事業者以外の需要動向調査が必要な場合は、経営指導員等がアンケートを作成し、店頭やイベント会場等でアンケート調査を実施する。

②展示商談会でのバイヤー向けアンケート調査（BtoB向け）

地域資源（近江牛・近江米・果樹・湖魚等）を活かした食品を製造する事業者に対して需要動向レポートを提供するために、以下のアンケート調査を実施する。

【調査方法と分析結果の活用】

- ア) 展示会等に出展する事業者と経営指導員等が展示会等の内容に合わせた商談シート等を作成する。

イ) 事業者は展示会等において、来場したバイヤーに対して商談を行う際に、商談シートに予め記しておいて調査項目に基づきアンケート調査を実施する。

- ウ) 経営指導員等は、事業者が商談で作成した商談シートを集計・分析し、簡潔なレポートにまとめ、事業者にフィードバックし、更なる改良提案を行う。

【調査項目】

機能や味、取引条件（価格、納期、ロット、配送条件等）、デザイン、他社製品との比較、商品の満足度、要望等。

【その他】

食品製造事業者以外の需要動向調査が必要な場合は、経営指導員等が商談シートを作成し、展示商談会でアンケート調査を実施する。

③各種情報媒体による情報収集・整理・分析・提供

上記①②の補完調査として、全国的な売れ筋商品や新技術、消費者トレンドなどの情報を提供する。「どのような情報が」「いつ活用できるか」想定できない場合もあるので、経営指導員等は、情報収集の際はあまり絞り込まず収集し、項目別・内容別に整理しておき、事業計画策定・実施支援の際に、有効と思われる情報を提供していく。

資料名	内容	調査目的
家計調査	・消費項目別の1か月の支出	・消費者の消費行動 ・嗜好の変化
日経テレコム POSEYES	・POS 情報分析	・最新の消費動向 ・品揃え活用
工業統計調査	・品目別出荷額	・製造業の需要動向の把握
日経 MJ 日本経済新聞 業界紙	・流行商品、新技術 ・新商品 ・消費者のトレンド	・品揃え活用 ・提供するサービスのヒント ・消費者意識
新設住宅着工件数	・地域別住宅着工戸数	・地域別の住宅需要

【分析結果の活用】経営指導員等は、事業計画策定支援の際に外部環境の資料として活用する。また、事業計画策定後の実施支援の際に参考情報として提供し、需要動向を意識した品揃えやサービスの提供を促していく。

(3) 目標

	現状	R 2年度	R 3年度	R 4年度	R 5年度	R 6年度
調査対象事業者数	5社	10社	10社	10社	10社	10社

※事業者の業種により適切な調査が異なるため個別の目標設定はせず、目標数値は①②③の合計値とする。

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

(1) 現状と課題

＜第1期における取組と評価等＞

【取組】「商品開発支援」「地域内外展示会・商談会出店支援」「自社ホームページ・SNSによる情報発信支援」を実施した。

【評価】地域外展示会・商談会出展支援事業が積極的に展開されたことは評価できるが、合同事業であったため各商工会地域で重点的に支援したい事業者にあった支援が機動的に実施できないことがあった。

【課題】重点的に支援すべき事業者に合致した地域内外展示会・商談会出店支援事業を実施するとともに、展示会・商談会以外の実効性のある販路開拓支援を実施することが課題である。

(2) 事業内容

①地域内外展示会・商談会出展支援

特産品等の製造業者のうち事業計画策定支援を行った事業者を対象に、販路の開拓と認知度の向上を図るために、出展支援を行う。支援を行う展示会は、国・県・町・金融機関等が販路開拓を支援する目的で開催されるものとする。

出展事業者に対しては、経営指導員等・滋賀県商工会連合会・滋賀県産業支援プラザ等と連携し、事前指導（ブースレイアウト、商談方法等）や商談フォローを実施し、出展効果を高める。

☆想定している展示会・商談会の詳細

展示会・商談会名（主催者）	概要等	場所	来場者数	出展者数	開催時期
ニッポン全国物産展（全国商工会連合会）	地域特産品展示（BtoC）	東京	150,000人	350社	11月
東京ギフトショー（株）ビジネスガイド社	パーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市	東京	50,000人	4,000社	9月 2月

	(BtoB)				
地方銀行フードセレクション(地方銀行フードセレクション実行委員会)	食品展示 (BtoB)	東京	14,000人	1,000社	9月

※支援事業者に対して、上記以外の展示会・商談会への出展効果が高いと見込まれる場合は、別途展示会・商談会を選定し出展支援を行う。

② IT活用支援

人口が少ない当地域で、販売網や商圏範囲が狭い事業者において、県内外への情報発信に意欲的に取り組む事業者を対象に、ECサイト(楽天・Yahoo等)による販路開拓支援を行う。

またECサイト活用と並行して、事業者自身で実践できるSNS(Facebook、twitter、YouTube等)の活用についても販路開拓に繋がるよう支援し、必要に応じて滋賀県商工会連合会や滋賀県よろず支援拠点等と連携し、専門家派遣を活用する。

(3) 目標

	現状	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
① 展示会 出展事業者数	2社	2社	2社	2社	2社	2社
成約件数 /社 (BtoB)	—	2件	2件	2件	2件	2件
売上額/ 社 (BtoC)	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
② IT活用 支援事業者数	0社	3社	3社	3社	3社	3社
売上額/ 社	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円

II. 地域経済の活性化に資する取組

8. 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

＜第1期における取組と評価等＞

【取組】行政・他の団体等による経済連絡会議に参画し、小規模事業者の地域産業振興の基本的方向に基づく事業を実施した。

【評価】地域活性化のために多種多様な事業を実施していることは充分評価できる。関係者間で今後の地域経済活性化の方向性を共有できる「仕組み」も明確化されたい。

【課題】他の支援機関等関係者の中で今後の地域活性化の方向性を共有できる「仕組み」の構築を行うとともに、方向性に従った商工会が担うべき事業を効果的に実行することが課題である。

(2) 事業内容

①「竜王町経済交竜会」への参画

地域における他の機関との地域経済活性化の方向性を検討し、それぞれの立場の情報を交換し共有に努めるため、年1回開催される竜王町経済交竜会（経済連絡会議）へ参画する。

参加する機関は、商工会および町行政と観光協会・進出企業・地元金融機関・農協等。

②地域ブランド化推進への取組

竜王町の「スキヤキ」を全国に売り出し、商工会・町行政・観光協会・道の駅等が一体となって「スキヤキ」のまちづくりに取り組む過程を通じて、畜産、農業、商業、観光等の産業活性化による新たなしごとの創生、新たな人の流れの創出に繋げる。

Ⅲ. 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

9. 他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

〈第1期における取組と評価等〉

【取組】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を行った。

【評価】滋賀県よろず支援拠点等の連携を通じて、引き続き支援ノウハウ等の情報交換に努められたい。

【課題】引き続き各種支援機関等との定期的な情報交換を継続して、各種支援ノウハウの向上に努めることが課題である。

(2) 事業内容

①日本政策金融公庫と近隣商工会との協議会への出席（年2回）

日本政策金融公庫彦根支店、滋賀県商工会連合会、近隣商工会の関係者が参画する協議会に出席し、県内および近隣府県の小規模事業者の資金需要・支援ノウハウ等について情報交換を行う。

②県商工会連合会事務局責任者会議（年4回）

県商工会連合会が4半期毎に開催する「事務局責任者会議」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事例等について情報交換を行う。

③滋賀県よろず支援拠点との情報交換会（年1回）

滋賀県よろず支援拠点との情報交換会において、県内および近隣府県の需要動向について情報収集を行い、小規模事業者の新たな需要開拓に向けたノウハウを共有し、協力

連携して支援する体制を構築する。

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

＜第1期における取組と評価等＞

【取組】滋賀県商工会連合会が定める研修会の受講、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に職員を派遣した。また、支援成果については、滋賀県商工会連合会が定める「経営支援事例報告書」に記録し「見える化」を図り、職員間でノウハウを共有した。経営指導員等の資質向上等に関する事業を実施した。

【評価】滋賀県商工会連合会主催の職員研修等を活用し、引き続き資質向上に取り組まれない。

【課題】滋賀県商工会連合会主催の職員研修等を活用し、引き続き資質向上に取り組むとともに、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る。

(2) 事業内容

①滋賀県商工会連合会主催の職員研修等の活用

滋賀県商工会連合会主催の職員研修等を活用し、支援能力の一層の向上を目的に職員のレベルに応じて、年度内20時間の受講を義務付ける。

また、職員の不足している能力を特定した上で、それを補うために中小企業大学校が実施する「中小企業支援担当者等研修（専門・上級）」に職員を派遣する。

②職場内研修（OJT）の実施

支援経験豊富な経営指導員と職員がチームを組み、巡回指導や窓口相談の機会を活用した職場内研修（OJT）を積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

職員研修会等へ出席した職員が順番で講師を務め、習得した経営支援の基礎から専門的知識等を職員間で共有する定期的なミーティング（月1回）を開催し、意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

④データベース化

担当経営指導員等が基幹システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等について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する。

11. 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

＜第1期における取組と評価等＞

【取組】事業評価委員会を開催し、事業の評価及び見直しを行った。

【評価】事業評価委員会が4商工会合同で設置されていたため、各商工会地域の実情に見合った事業見直しが行われなかった面がある。

【課題】竜王町商工会単独で事業評価委員会を設置し、地域の実情に見合った事業見直しが行われるようにすることが課題である。

(2) 事業内容

①事業評価委員会の設置

毎年度1回、町商工観光課課長、法定経営指導員、商工会役職員、中小企業診断士等の外部有識者により構成する事業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う。

②評価結果の公表

評価結果については、当会理事会にて報告し承認を得て、総代会へ報告するとともに、商工会ホームページへ掲載（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。

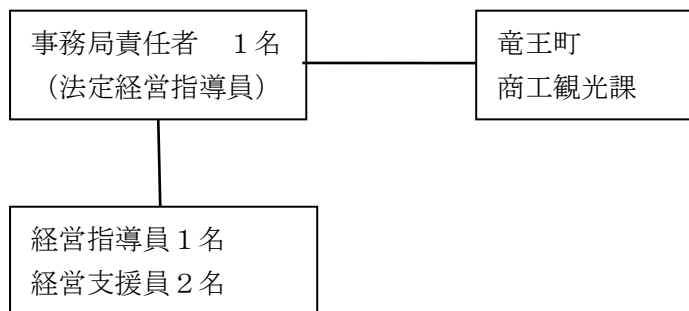
(別表2)

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

(令和元年11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法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：金子 春生

■連絡先：竜王町商工会 TEL. 0748-58-1081

②法定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) 連絡先

〒520-2552

滋賀県蒲生郡竜王町小口20-2

竜王町商工会

TEL. 0748-58-1081 / FAX. 0748-58-1470

E-mail : ryuoh@shigasci.net

〒520-2592

滋賀県蒲生郡竜王町小口3番地

竜王町 商工観光課

TEL. 0748-58-3718 / FAX. 0748-58-3730

E-mail : shokan@town.ryuoh.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)

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
必要な資金の額	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200
2. 地域の経済動向調査	100	100	100	100	100
3. 経営状況分析	200	200	200	200	200
4. 事業計画策定支援	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
5. 事業計画策定後実施支援	300	300	300	300	300
6. 需要動向調査	100	100	100	100	100
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、各種手数料、町補助金、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