

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>甲良町商工会（法人番号 5160005004975） 甲良町（地方公共団体コード 254428）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和3年4月1日～令和8年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p>経営発達支援事業の目標</p> <ul style="list-style-type: none"> ①客観的な数値と分析に基づく 実効性を高めた事業計画の策定と実施支援 ②甲良町への新しい人の流れをつくる 需要を見据えた新事業推進支援 ③地域資源活用による地域経済の活性化
<p>事業内容</p>	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3-1. 地域の経済動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国等が提供するビッグデータの活用 ・甲良町独自データの収集, 分析 ・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 <p>3-2. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・展示会, 商談会出展による需要動向調査 (BtoB) ・観光地での消費者アンケート調査 (BtoC) <p>4. 経営状況の分析に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SWOT 分析, 3C 分析の活用 (定性分析) ・収益性, 安全性, 損益分岐点分析の活用 (定量分析) ・ローカルベンチマーク及び専門家の活用 <p>5. 事業計画策定支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画作成セミナーの開催 ・第二創業, 経営革新セミナーの開催 ・創業者支援の実施 <p>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・四半期毎の巡回訪問によるフォローアップ <p>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商談会, 展示会への出展支援による販路開拓 (BtoB) ・地域観光拠点, イベントへの出品, 出展支援による販路開拓 (BtoC) ・IT 活用支援 <p>11. 地域経済の活性化に資する取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・政策反映連絡会議の開催 ・建設業と農業との交流促進
<p>連絡先</p>	<p>①甲良町商工会 〒522-0244 滋賀県犬上郡甲良町在士 351 番地 4 TEL:0749-38-3530 / FAX:0749-38-3977 / E-mail:kousho@mx.biwa.ne.jp</p> <p>②甲良町 産業課 〒522-0244 滋賀県犬上郡甲良町在士 353 番地 1 TEL:0749-38-5069 / FAX:0749-38-5122 / E-mail:sangyo@town.koura.lg.jp</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

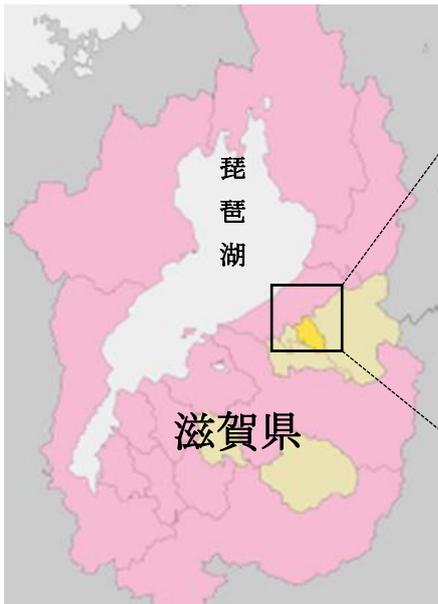
I. 経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

・立地



甲良町は、滋賀県琵琶湖の東部湖東平野に位置し、東は多賀町、北は彦根市、西は豊郷町、南は愛荘町に隣接しており、総面積は、13.63 k㎡である。彦根市、愛荘町、多賀町、豊郷町とともに、湖東エリアを形成している。

また、鈴鹿連峰より琵琶湖に向けて開けた地域で、東部は標高 130m、西部は 115m とゆるやかな傾斜をもつ平坦な地域である。また、犬上郡左岸扇状地に古くから開け、数多くの文化財を有する米作地帯であり、東部に名神高速道路、国道 307 号、西部には東海道新幹線、近江鉄道が通っている。

・交通



(1) 公共交通機関

町内の公共交通機関は、近江鉄道と湖国バスである。JR 東海道新幹線も町内を通過している。近江鉄道は、尼子駅が町内において営業している。

(2) 道路

町内の幹線道路としては、東部に名神高速道路が南北に通過し、国道 307 号が彦根市を起点に本町を通過して大阪府枚方市まで続いている。県道としては、主要地方道彦根八日市甲西線、一般県道として雨降野今在家八日市線、北落豊郷線、敏満寺野口線、甲良多賀線、高宮北落線の、1 主要地方道、5 県道が通っている。

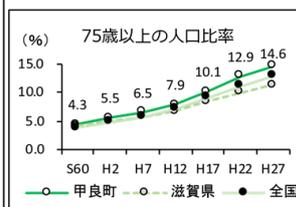
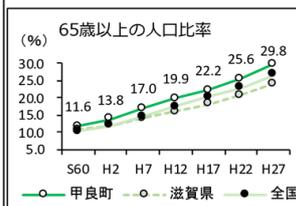
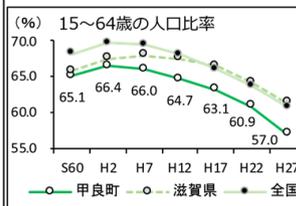
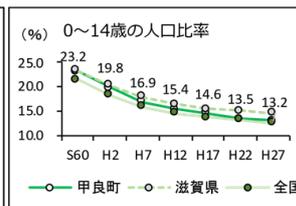
なお、町内国道 307 号沿いには、道の駅せらぎの里こうらがある。

・人口

総人口は、1985（昭和60）年からゆるやかな減少傾向にあり、2000（平成12）年以降も再び減少を続け、2010（平成22）年には8,000人を割り込み、7,500人となった。更に減少傾向が続き、2015（平成27）年時点で、7,039人となっている。この減少傾向は今後も続くと推計され、年齢区分別では、年少人口、生産年齢人口が減少傾向で、老年人口は増加傾向となっている。



年	0~14歳			15~64歳			65歳以上		
	甲良町	滋賀県	全国	甲良町	滋賀県	全国	甲良町	滋賀県	全国
昭和60年	23.2	23.4	21.5	65.1	65.8	68.2	11.6	10.8	10.3
平成2年	19.8	20.4	18.2	66.4	67.5	69.7	13.8	12.1	12.1
平成7年	16.9	18.0	16.0	66.0	68.0	69.5	17.0	14.1	14.6
平成12年	15.4	16.4	14.6	64.7	67.5	68.1	19.9	16.1	17.4
平成17年	14.6	15.5	13.8	63.1	66.5	66.1	22.2	18.1	20.2
平成22年	13.5	15.1	13.2	60.9	64.2	63.8	25.6	20.7	23.0
平成27年	13.2	14.5	12.6	57.0	61.3	60.7	29.8	24.2	26.6



※総数には年齢不詳人口を含むため合計が合わない場合があります。

資料：国勢調査

・甲良町の産業

甲良町の小規模事業者数は、250 事業所（商工業者数 263 事業所）である。業種別では建設業が最も多く（98 事業所）、次いでサービス業（51 事業所）、製造業（50 事業所）となっている。

甲良町の商工業者数推移

	平成 2 6 年度 商工業者数	平成 2 8 年度 商工業者数	令和元年度 商工業者数
建設業	133	98	98
製造業	46	50	50
卸売業	15	14	10
小売業	49	51	40
飲食・宿泊業	6	11	8
サービス業	37	60	51
その他	12	6	6
商工業者数合計	298	290	263
(内小規模事業者数)	268	260	250

資料：商工会実態調査

製造業においては、平成 25 年から平成 30 年にかけて町内で働く製造業従業者数は 1,414 人から 1,472 人に増加している。また、製造業への就業者数は平成 22 年の 946 人から平成 27 年の 1,128 人と増加していることから、これまでの企業誘致による雇用拡大が、町民の町内就業の向上に大きく反映されている。

年次	平成 25 年	平成 26 年	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年	平成 30 年
従業員数	1,414 人	1,304 人	1,347 人	1,343 人	1,401 人	1,472 人
製造品出荷額等	3,930,124 万円	3,761,650 万円	2,646,782 万円	4,454,971 万円	4,508,319 万円	5,042,970 万円

資料：工業統計調査（平成 30 年）

表 2 産業別就業者数

年次	平成 22 年		平成 27 年	
建設業	409 人	26.1%	529 人	27.3%
製造業	946 人	60.3%	1,128 人	58.2%
サービス業	214 人	13.6%	280 人	14.5%
就業者数	1,569 人	100.0%	1,937 人	100.0%

資料：国勢調査（平成 27 年）

・甲良町の地域資源

(1) 歴史的な資源

甲良町には、紅葉シーズンに特に集中する国宝西明寺をはじめとして、勝楽寺、甲良神社などの歴史的建造物が多数現存している。また、佐々木道誉、藤堂高虎、甲良豊後守宗廣の甲良三大偉人や尼子氏を輩出した町であり、歴史的に伝わる数多くの民俗行事が町内各地に今も伝えられており、歴史的な資源には非常に恵まれている。

(2) 集客施設の充実

道の駅せせらぎの里こうらや食の拠点（ゆずのだいどこ、おだいどこ野幸、藤堂高虎ふるさと館和の家）などの施設がある。また、道の駅せせらぎの里こうらでは、大規模なドックランがあるため、ペットユーザーにも立ち寄っていただける施設となっており、令和元年度観光入込客数は 420,900 人で滋賀県観光入込客数ベスト 30 の施設にも数えられている。

②課題

<第一次産業>

- ・農業…甲良町における農産特産品として「甲良米、こうらの天然水、純米大吟醸酒」等が挙げられる。特に甲良米は、鈴鹿山系から流れる清らかな水と、肥沃な土地で育てていることから、付加価値を付けるためにも、甲良産の農産物ブランドの確立が求められる。また、道の駅指定管理者や生産者組合、JA 東びわこと連携し、新たな販路開拓、ふるさと納税返礼品開発などを通じて、全国展開を推進していくことも課題である。

<第二次産業>

- ・建設業…甲良町は、建設業への従事者比率が非常に高い町である。建設業に従事する就業者の割合は、27.3%（平成 27 年国勢調査）を占め、県平均（5.9%）の 4 倍以上の高い比率を示している。しかし、これら建設業者は零細な小規模企業が大半であり、経営体質の弱さが課題である。今後も建設需要の落ち込みが予測されることであり、そうした厳しい環境の中でも企業間競争に打ち勝つことのできる、足腰のしっかりとした経営体質を備えた企業に育成することが求められる。また、技術者の高齢化と若者の建設業離れや町外への転出超過が続いていることから、小規模企業者における人手不足や後継者不足も大きな課題である。

<第三次産業>

- ・観光, 飲食業… 町内には宿泊施設がなく通過型の観光地となっていること、及び観光資源と飲食業などの事業連携が乏しいことから、旅行者のみならず観光事業者からも観光地としての認知度が低い。そこで、町内の観光資源や飲食店を結ぶルートを複数定め、各観光施設での観光案内板、駐車場、休憩所などの整備により情報発信する必要がある。加えて甲良町の特産品をブランド化することにより、近畿地域や観光客を対象とした物品販売、宿泊機能の整備とあわせて、地域の新しい産業として観光産業を育てていくことが求められる。また、既存の小規模小売店、飲食店が減少、衰退しており、小規模企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。これからは商品、サービスにおける質の向上、そして効果的な集客が必要不可欠となる。まずは集客方法として、町内の観光施設を活用し、SNSやホームページを使い、情報発信による認知度の強化を行い、町内飲食業の集客へと繋げていくことが課題である。

(2) 小規模事業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

甲良町が抱える最も大きな課題は人口減少に伴う地域経済の縮小である。甲良町では、平成 28 年 2 月に「まち・ひと・しごと創生 甲良町人口ビジョン・総合戦略」を策定し、目指す人口規模を 2040 年に 5,000 人として基本視点を以下の通り定めた。

基本視点① 若い世代の就労・結婚・妊娠・出産・子育て・教育の希望実現

基本視点② 地域資源の活用による問題解決と地域振興

基本視点③ 近隣市町への転出抑制と東京からの転入促進

そしてこの基本視点に基づいた効果的な施策展開を行うため、当面 5 年間の基本目標と施策を、商工・観光部分においては以下の通り定めている。

安定した雇用を創出する

- ・地域資源を活用した産業振興・創業支援

- ・地元就職希望者の支援
- ・農業の稼ぐ力の向上支援

甲良町へ新しいひとの流れをつくる

- ・町の魅力の発掘・発信
- ・地域資源を活用した移住・定住の促進
- ・歴史・農村景観を生かした観光。交流の促進

時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守る

- ・若者が定着するまちづくり

今後 10 年を見据え甲良町の小規模事業者は、地域資源を活用した新商品・新サービスの開発、都市と農村とを結ぶ需要の開拓、地域農業との連携による生産性向上、若年者に魅力ある仕事・サービス作り等により人口減少局面に立ち向かわなければならない。この課題を契機と捉えて経営の発達を目指す小規模事業者を商工会が掘り起こし、商工会が伴走型で継続的な支援を、意欲ある小規模事業者へ集中的に効率よく実施する仕組みを構築する。

②甲良町総合計画との整合性

甲良町新総合計画（2010→2020）においては「農村ならではのまちづくり型産業の振興に取り組みます」として、以下の項目が掲げられている。

- ・環境と共存できる産業振興
- ・「農業・農村」を活かす産業の創造
- ・農業、商工業、観光が総合的に発展するまちづくり型産業の振興

そして現在甲良町が策定を進めている「第 4 期甲良町総合計画（仮称）」には商工会加入促進と経営指導による小規模企業の経営の近代化ならびに経営能力向上、道の駅せせらぎの里こうらの商業拠点機能の強化、及び特産品開発や販路拡大の支援等が盛り込まれる予定となっている。町と商工会は「甲良町人口ビジョン 総合戦略」、「甲良町新総合計画（2010→2020）」、「第 4 期甲良町総合計画（仮称）」と連動性・整合性をもった経営発達支援計画を共同で立案し、連携を密にして小規模事業者支援を実施していく。

③商工会としての役割・ビジョン

町内で唯一の総合経済団体である商工会は、小規模事業者の売上の拡大、利益の確保に寄与し経営力向上のための支援を実施する事により、小規模事業者の持続的発展を図る。地域経済の振興発展と雇用の確保を実現することにより産業面から町の活力向上、人口維持に貢献する。

具体的には事業計画に沿った経営の促進、消費者ニーズを捉えた特産品開発、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む。そのためには、行政を含めた各支援機関との連携体制が必要であり、商工会がその中心的役割を担っていく。

（3）経営発達支援事業の目標

前述の、「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 年間に於いて以下の目標を設定し小規模事業者への支援を実施する。

- ①客観的な数値と分析に基づく 実効性を高めた事業計画の策定と実施支援
- ②甲良町への新しい人の流れをつくる 需要を見据えた新事業推進支援
- ③地域資源活用による地域経済の活性化

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

①客観的な数値と分析に基づく 実効性を高めた事業計画の策定と実施支援

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、勘や経験だけでは今後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は、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。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策定支援と定期的なフォローアップ支援を実行することにより、小規模事業者自らが事業計画に基づいた経営を習慣化するよう支援し、小規模事業者の売上拡大や収益力改善を図る。また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について認識を促し、経営発達に意欲ある小規模事業者を掘り起こす事で、より有効な支援へ結びつける。

②甲良町への新しい人の流れをつくる 需要を見据えた新事業推進支援

小規模事業者は、売りたい商品を単に並べるだけにとどまり、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中小企業診断士等専門家と連携して行う。加えて、コロナ禍における「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。そして展示会終了後のフォローアップ支援によって現状の課題を整理する。展示会等販路開拓支援にあたっては、商工会、専門家、小規模事業者が一体となって取組む事で計画的、持続的に実施する。前項①のビッグデータ等活用で見極めた消費動向と、本項目における支援で集計される需要の実態を重ねて分析する事で、実現可能性を高めた第二創業支援、経営革新支援を実施する。小規模事業者の販路を効果的に拡大し、新規雇用を促進して交流人口の増加を進める。

③地域資源活用による地域経済の活性化

商工会が中心となって甲良町の強みである歴史資源や農産品を活用した甲良町産新メニューや新特産品開発を推進する。ここでも前々項①と前項②による支援の連続により、消費動向と需要実態を見極めた新特産品、新メニューの開発を支援する。

また、甲良町の大きな課題である建設業、農業双方の人手不足や後継者不足に対応して、建設業と農業両者の強みを生かした事業連携を町と商工会が主体となって進め、建設業の雇用安定と農業効率化によって若年者層の町外流出や農業離れを阻止して地域を活性化する。

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、共同申請を行った彦愛^{げんあいけん}大地域 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）の商工会職員が、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D I、経常利益D I、業況D I、資金繰りD I、滋賀銀行の「県内企業動向調査」における自社の業況判断D Iを収集し、収集したD I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る。

②課題

タイムリーで見つけやすい情報提供の行い方や、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る。

【目標】

各調査結果の公表回数は下表の通りとする。

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】

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て効率的な経済活性化を目指すため、ビッグデータを集約した地域経済分析システム（以下「RESAS」という。）等を活用する。地域内循環と外から稼ぐ力の現状、地域内景況動向を経営指導員等が分析する。調査結果は年1回商工会ホームページ等で公表する。

①ビッグデータを活用した地域経済動向調査

・使用データ

当地域の産業構造を知り、町を含む近隣の人口、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」を使用する。

・分析手法

「まちづくりマップ From-to 分析」 → 人の動き等を分析

「地域経済循環マップ」 → 何で稼いでいる等の分析

「産業構造マップ」 → 産業の現状等の分析

②甲良町独自データの収集

管内の景気動向等について詳細な実態を把握するため、当会記帳機械化支援先および電子申告支援先の財務状況データの収集・分析を実施する。更に確定申告支援時に景況感のヒアリングを実施して結果をとりまとめる。

調査対象	管内小規模事業者 25 社（建設業、製造業、卸小売業、飲食業、サービス業）
調査項目	売上高、売上総利益、経常利益、景況感、従業員の増減、設備投資の有無
調査手段	経営指導員等が記帳機械化データ、確定申告データ、確定申告相談時のヒアリングを基に収集する。

③データの分析

収集したデータを基に、滋賀県商工会連合会、滋賀県よろず支援拠点、ミラサボ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する。

【成果の活用】

「RESAS」や町独自データの調査結果による、地域内における現状や業種別景気動向を経営指導員等が継続的に整理・分析する事で小規模事業者が取り組むべき課題を抽出し、新たなビジネスの可能性を見出して事業計画策定支援等の基礎資料として活用する。調査結果は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で広く公表する。

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る。

②課題

事業計画の策定支援を行う際の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ている。

【目標】

各年度の調査対象数の目標は下表の通りとする。

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①調査対象事業者数 需要動向調査 (BtoB)	—	2 社	2 社	2 社	2 社	2 社
②調査対象観光拠点数 消費者アンケート調査 (BtoC)	—	2	2	2	2	2

【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に加え、都市との交流地点となる観光地において地域の消費者のみならず観光客をもターゲットにした小売店や飲食店に対しての観光需要調査を行い、コロナ禍の影響で変わっていく消費者ニーズにおける「新常态」に対応する新商品・新サービスの開発、地域特産品開発へと繋ぐ支援を以下のとおり実施する。

①展示会、商談会出展による需要動向調査 (BtoB)

当地域において、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」である。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 2,000 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いる。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」である。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る。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しており、地域内事業者の販路開拓を促進するものとなっている。

上記展示会にて、地域資源を生かした新商品・新サービスを製造開発する事業者に対して需要動向レポートを提供するため、バイヤー向けアンケート調査を実施する。

調査サンプル数	40 サンプル(20 件×2 社)
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協議の上決定し、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、当該小規模事業者へ情報提供し、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観光地での消費者アンケート調査（BtoC）

「道の駅 せせらぎの里 こうら」、「藤堂高虎公ふるさと館 和の家」等町内観光地において、観光客の新たなニーズを調査・分析し、その結果を地域の小規模事業者等甲良町の農産品、歴史資源を活用した新商品開発や現行商品のブラッシュアップに意欲ある事業者へフィードバックし、今後の新商品や新サービスの開発に活用するために以下のアンケート調査を実施する。

調査サンプル数	観光客 100 サンプル（道の駅、藤堂高虎ふるさと館等）
調査方法	アンケート票を店頭または来店客のテーブル等に事前に準備し、記入されたものを事業者が回収する。観光シーズンには、経営指導員が現地にて直接観光客等にヒアリングまたは調査票への記入をお願いする。
分析手段・手法	分析手法等は事業者と協議の上決定し、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。
調査項目	属性【居住地、年代、性別、同行者（人数）交通手段、情報入手方法】、観光地【目的、訪問回数、滞在日数、イメージ、他の立ち寄りエリア】、評価【景観（自然・街並み）、宿泊（町内・町外・施設接客サービス）・日帰り、観光施設（接客サービス含む）、飲食・物販（接客、土産品、品揃え含む）】、その他【満足したこと、不満に感じたこと（改善点）、今後求める商品・サービス（土産品、飲食、施設、体験観光）】
分析結果の活用	調査結果は、経営指導員が甲良町の農産品、歴史資源を活用した新商品開発や現行商品のブラッシュアップに意欲ある事業者や関係機関へフィードバックする。商工会、行政、事業者、農業者など地域関係者が一体となり、新商品や新サービスの開発を推進する。

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う。

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(株)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	収集・整理・分析された情報を個々の事業者提供し、PDCAサイクルに基づき事業計画の見直しなど、マーケットインの考え方の重要性を理解してもらうとともに、商品・サービスの開発支援や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る。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を認識することで、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りながら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る。

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る。

【目標】

各年度の経営分析件数は下表の通りとする

	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

算定件数根拠・・・ 巡回・窓口指導での掘り起こし **7件**

事業計画策定セミナー参加者 20名/5商工会の **4件**

第2創業・経営革新セミナー参加者 20名/5商工会の **4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する。

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、その手法を継続する中で下記セミナー参加者も含めた、経営改善に意欲的で販路開拓の可能性の高い小規模事業者を選定して経営分析を行う。

- ・「事業計画策定セミナー」を年1回開催し、その参加者。
- ・「第二創業・経営革新セミナー」を年1回開催し、その参加者。

(各セミナー開催についての詳細は「5. 事業計画策定支援に関すること」で説明する。)

②分析項目

定性分析たるSWOT分析や3C分析を活用して対象事業者の商品・サービス、保有する技術・ノウハウ等の内部経営資源、経営環境を取り巻く外部環境を把握し、定量分析たる収益性分析や安全性分析、損益分岐点分析等を活用して対象事業者の財務状況を把握する。

SWOT分析：強み、弱み、機会、脅威の4つを組み合わせ分析

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する。また、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う。

【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する。
- ・ 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、経営状況分析に関する理解度を深め、スキルアップに繋げる。

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、創業に関する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った。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る。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る。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た。

【支援に対する考え方】

小規模事業者にとって、事業の持続的発展のために事業計画の策定は欠かす事ができない。については小規模事業者自らが事業計画を策定する事の重要性を認識してもらうため、日常の巡回訪問・窓口指導による事業計画策定支援に加えて事業計画策定セミナーを開催し、事業計画策定の必要性和有効性への理解を進める事で意欲ある事業者の掘り起こしを行う。受講者にはセミナー終了後も経営指導員による地域経済動向調査、需要動向調査の分析結果を踏まえた、実効性のある伴走型支援を実施する。さらに「第二創業・経営革新セミナー」参加者のうち新規事業計画の策定に意欲的な事業者、および別事業において開催する「創業セミナー」参加者のうち創業を実現した者に対しても事業計画策定セミナーと同様に伴走型で事業計画の策定支援を実施する。

【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	10件	10件	10件	10件	10件

策定件数根拠・・・経営分析を実施した事業所数15件の内、意欲ある約半数の8件
創業セミナー参加者20名/5商工会の4件(参加者)の内、創業を実現した約半数の2件

【事業内容】

事業者には事業計画を策定することの重要性を浸透させるため、以下の事業を実施する。

①支援対象者

- ・巡回訪問や窓口相談時のヒアリングを通して経営分析を行った事業者。
- ・「事業計画策定セミナー」を年1回開催し、その参加者。
- ・「第二創業・経営革新セミナー」を年1回開催し、その参加者。
(各セミナーについては、スケールメリットを生かし、第1期の計画で実績が残せたこともあり、稲枝商工会・愛荘町商工会、豊郷町商工会、多賀町商工会との合同開催とし、新型コロナウイルス感染症対策として、ソーシャルディスタンス、消毒等を徹底し、参加者数は各セミナー20名以内とする。)
- ・産業競争力強化法に基づいて開催する「創業セミナー」に参加し、創業を実現した者。

②手段・手法

経営指導員が担当制により支援対象者に張り付き、地域経済動向調査、需要動向調査の分析結果を踏まえ実効性の高い事業計画策定支援を伴走型で実施する。支援にあたって高度かつ専門的な知見を要する場合には滋賀県商工会連合会、よろず支援拠点等の支援機関派遣の専門家との連携を図り、確実に事業計画の策定へ結びつける。

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カ月に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、支援を行った。創業セミナー受講者については、創業時には1カ月に1回、6カ月経過後は、2カ月に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ある。

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2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る。

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事業の進捗や相談内容等を検討しながら、選択と集中による支援の効率化や質的向上、および事業計画とのズレへの対応が課題となる。

【支援に対する考え方】

事業計画策定をした全ての事業者に対して、事業計画策定後の実施支援を原則4半期毎に行う。事業計画の進捗状況に応じて、集中的な支援の必要な事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても差し支えない事業者とを見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

【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	—	10社	10社	10社	10社	10社
フォローアップの頻度(延回数)	—	54回	54回	54回	54回	54回
売上増加事業所数	—	2社	2社	3社	3社	4社
利益率2%以上増加の事業所数	—	3社	4社	4社	5社	5社

※フォローアップの頻度(延回数)の算定根拠は、3社×10回=30回、5社×4回=20回、2社×2回=4回の合計54回。

【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する。

①具体的支援

事業計画策定事業者 10 社のうち、3 社は年 10 回（繁忙期を除く毎月）、5 社は四半期に一度、順調と判断できる 2 社については頻度を落として年 2 回とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。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する。

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計画的に実施する。

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、よら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う。

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 の活用支援による情報発信支援、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った。

展示商談会等の出展支援は、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ているが、商談件数は目標を下回っている。IT を活用した売上確保等のセミナーを開催したが、広報支援は目標を下回った。

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課題であった。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る。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る。

【支援に対する考え方】

単一商工会が自前で商談会等を開催するのは困難である。安定した集客が見込まれる既存の商談会、施設への出展、出品を支援する。出展、出品にあたっては経営指導員が専門家と連携して事前・事後の出展支援を行い、きめ細かな伴走型支援の実施により販路開拓を推進する。

【目標】

		現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
①商談会出展支援 (BtoB)	支援者数	—	1 社	2 社	2 社	3 社	3 社
	成約件数/社	—	1 件	1 件	1 件	2 件	3 件
②地域内出品・ 出展支援 (BtoC)	支援者数	—	2 社	3 社	3 社	3 社	3 社
	売上額/社	—	2 万円	3 万円	3 万円	5 万円	5 万円
③IT・SNS の 活用支援	支援者数	—	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
	売上増加額 年/社	—	12 万円	12 万円	15 万円	15 万円	18 万円

【事業内容】

①商談会・展示会への出展支援（BtoB）

甲良町の農産品、歴史資源を活用した新商品開発や現行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、金融機関、滋賀県商工会連合会等が主催する展示商談会への出展を支援し、新たな需要の開拓支援を行う。想定される商談会・展示会は以下の通り。

○アグリフード EXPO

開催地：東京、大阪

来場者数：12,000～15,000人

出展社数：470～670社

MEMO：(株)日本政策金融公庫主催。国産農産物をテーマにした国内最大級の展示会商談会。海外や都市部への販路開拓に有効である。

○しんきんビジネスマッチングフェア

開催地：県内（彦根市、近江八幡市）

来場者数：約2000人

出展社数：約70社

MEMO：滋賀中央信用金庫と湖東信用金庫による共同主催。県内の企業、団体、大学が出展し、独自の技術・サービスを紹介する。来場者も多様なので県内で全体的な需要動向把握や想定販路の検証を実施することに向いている。

○滋賀のちいさな企業 食の展示商談会

開催地：県内（大津市）

来場者数：バイヤー約140社

出展社数：約40社

MEMO：滋賀県商工会連合会主催。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しており、地域性のある商品についての商談成約率が高い。出展負担が軽いことから地域内事業者が販路開拓を図る最初のステップとして活用できる。

このような既存商談会・展示会の特性と需要動向調査、経営状況分析を踏まえ、支援先の販路開拓に最適な商談会・展示会を提案する。

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）、並びにブースや商品へ人を引き付ける為のDM・チラシ・POP作成支援と展示ブースの演出や商品PR支援（プロモーション力の強化）を行う。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、経営指導員が各出展者別にブースレポートを作成する。

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、ブースレポ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事業者、商工会、よろず支援拠点等の連携支援機関担当者とともに作成する。

②道の駅への出品、地域内イベントへの出展支援（BtoC）

事業計画策定支援を実施した事業者、甲良町の農産品、歴史資源を活用した新商品開発や現行商品のブラッシュアップに意欲ある事業者の中から2～3事業者を選定し、「道の駅 せせらぎの里 こうら」への出品や同道の駅で毎年10月に開催される「甲良町せせらぎフェスタ」（出展者数約15、来場者数約500人）への出展を支援する。出品、出展にあたっては①商談会・展示会の出展支援と同様、経営指導員が専門家と連携して事前・事後の出品・出展支援を行い、PDCAサイクルにより商品をブラッシュアップする。新商品開発、既存商品のブラッシュアップを通して新規顧客を獲得し、売上高を拡大する。

③ IT活用支援

IT活用をされていない事業者を対象に、ITの基礎知識の習得からコロナ禍において事業の持続的発展を実現するために、更には販路開拓に新しく取り組む小規模事業者を掘り起こすために、ECサイト開設、テレワーク導入などIT・ICTの利活用による新しい営業形態に対応した販路開拓や生産性向上、コスト削減など業務改善を進めるセミナーを開催する。

参加者はスケールメリットを生かし彦愛犬地域5商工会の共同実施で、入門編20人、活用編を10人とする。募集方法は、町の広報紙、町及び商工会のHPを活用する。当町内参加事業者目標は表の通り5社とする。

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、町商工担当課職員、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・見直し案の提示を年1回行った。

経営発達計画に記載されている定量的目標は概ね達成されているが、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べきである。

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う、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る。

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必要がある。

【事業内容】

甲良町産業課長、甲良町産業課担当職員、商工会役員、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士、滋賀中央信用金庫高宮支店長、滋賀銀行高宮支店長、日本政策金融公庫彦根支店長等をメンバーとする「事業評価委員会」を毎年度1回開催し、経営発達支援事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。

当該委員会の評価結果は、当会の理事会への報告、承認を経て当会の総会へ報告する。更に評価結果を反映した事業計画を毎年総会に諮り、承認を得て実施する事でPDCAを年度単位で適切に回す仕組みを構築する。

また評価結果を甲良町および商工会ホームページへ掲載（年1回更新）し、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

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」を図り組織内でのノウハウ共有を行った。

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る。

【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た職員研修に計画的に参加させる。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う。

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る。

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、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③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を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。

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る。しかしながら、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らなかった。

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できたが、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っている。

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る。

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必要がある。

【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う。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う。

②地域金融機関との連携（年1回）

滋賀中央信用金庫高宮支店、滋賀銀行高宮支店、滋賀銀行甲良出張所、日本政策金融公庫彦根支店の各支店長等を招聘して「甲良町金融・地域問題懇談会」を開催し、各金融機関と商工会役職員並びに法定経営指導員が各金融機関、支援機関の取り組みや金融支援の状況、地域が抱える課題について情報交換を行い、甲良町内における事業者支援ノウハウの共有を行う。

③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回の会議を開催する。

④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】が集う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る。

1.1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

【現状と課題】

①実施内容

彦愛犬地域商工会広域連携事務局が主となり、当地域内の行政（愛荘町、彦根市、豊郷町、甲良町、多賀町）の首長と産業課担当者、商工会の正副会長、事務局責任者が、年に1回行政懇談会を開催することで、地域経済活性化のための方向性を共有、連携して事業の実施にあたった。

地域経済の活性化に資する事業として、滋賀県立大学の「湖風祭」、全国町村会主催の「町イチ！村イチ！」、NHK大河ドラマ「麒麟がくる」関連の物産イベントへの出店支援、地元事業者の产品介绍、販路開拓、地域情報の発信については、目標を概ね達成することができている。

②課題

今後はコロナ禍において、イベントに依存しなくても効果的な地域活性化の取り組みを模索する必要がある。

【事業内容】

①政策反映連絡会議の開催（年12回）

地域特有の課題を抱える小規模事業者へ、町による細やかな支援が行き届くよう、甲良町小規模企業振興基本条例の制定を前提に置き、町と商工会による連絡体制と支援体制を構築する。具体的には甲良町産業課担当者と商工会の意見を集約した法定経営指導員とが毎月1回のコンパクトな会議を開催し、これまで以上の強力な連携をとる。毎月の地域経済動向、需要動向の情報共有及び事業遂行における課題などについて検証と対策の検討を行う。またこの協議結果から甲良町産業課での課内会議を経て、3か月ごとに開催される町議会への政策提言に反映することで毎月のPDCAサイクルを踏まえた、きめ細やかな町独自の小規模事業者振興対策をタイムリーに実施する。地域の事業者支援が行き届かせる事で地域経済を活性化させる。

②建設業と農業との交流促進

従事者の比率が滋賀県平均の4倍以上と、際立って高い町内建設業の活力を生かすため、町内建設業者と町内農業者・農業法人とを結びつける事業を町と商工会が主体となって実施する。すでに県内においても甲賀市では建設業者と農業法人とが連携した異業種交流が進展している。

まずは1年目に甲良町商工会建設事業部と甲良町内集落営農法人とが合同で、甲賀市への研修・交流事業を、滋賀県湖東農村事務所、東びわこ農業協同組合の協力を仰ぎながら実施する。この研修・交流事業を通して甲良町の地域情勢を踏まえた建設業と農業との連携について両者の協議を深める。

2年目以降からは農業機械オペレーターとして建設業従事者の活用、農業者のノウハウと建設業者の経営資源（重機・労働力）を活用した休耕田の再活用等連携事業を町と商工会が連携して推進する。

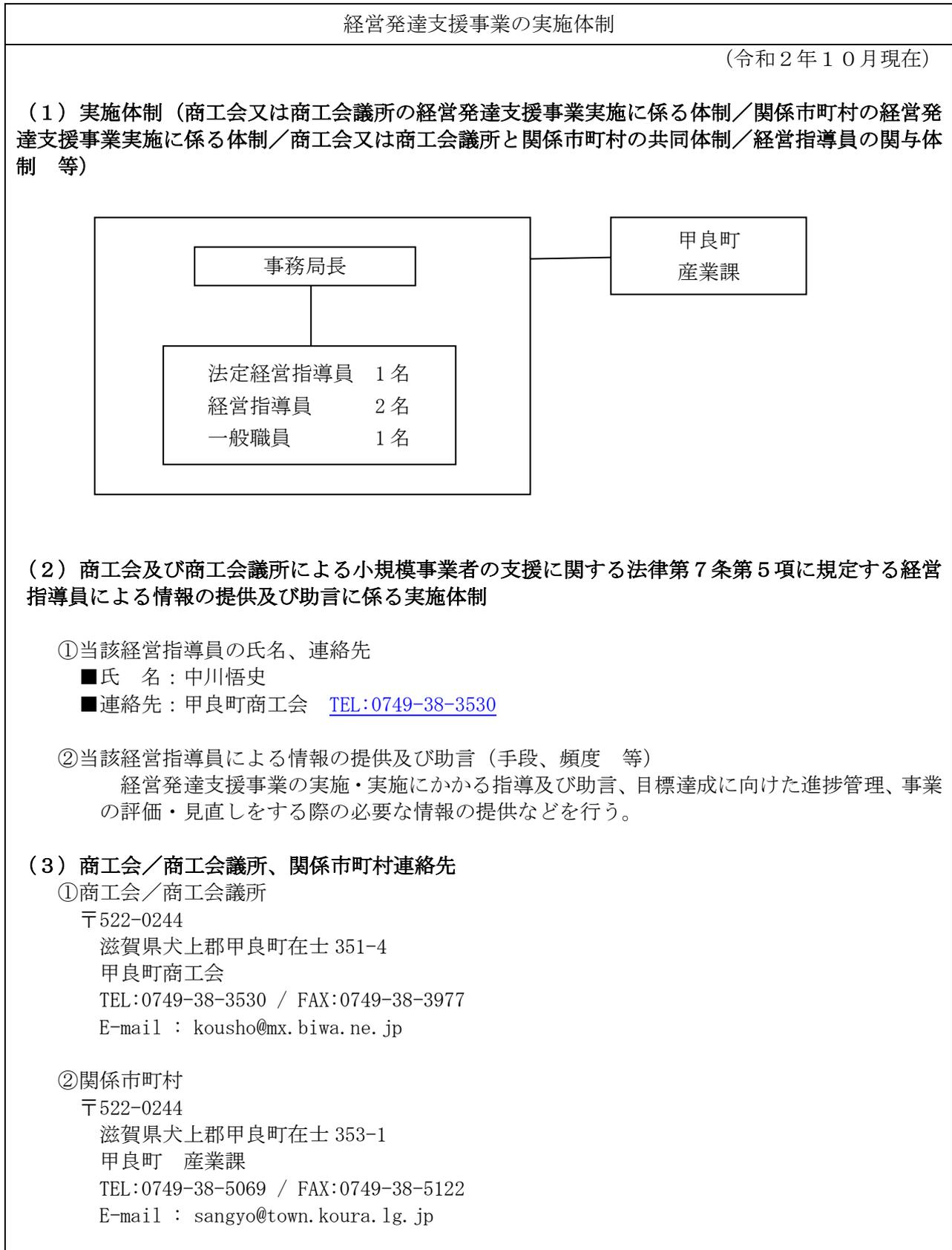
建設業者にとっては継続業務の獲得により安定的な雇用を創出することができ、農業者にとっては高効率化が進むことで量産化や新商品作物の生産を実施でき、甲良町ブランドの確立が進み収益も上がることとなる。両者が活気づくことで若者の建設業離れを防ぎ、農業者の後継者難にも対応できる。しいては若年者層や労働力の町外流出をくい止めて流入人口増加への転換を図り、甲良町が抱える地域課題を解決する。この取り組みにより、地域の経済基盤を底上げて経営発達支援事業の効果を高める。

行動計画

- | | |
|-------|--|
| R3年 | ◆建設業者と農業者との交流事業開催 |
| R4年 | ◆建設業従事者を農業機械オペレーターとして養成・活用する事業の実施
◆農業者と建設業者共同による休耕田の耕作、再活用事業の実施 |
| R5年以降 | ◆政策反映連絡会議等のPDCAサイクルによる既存事業の改善に加えて、新規事業についての計画・実施・評価・対処を反復して継続的に行う。 |

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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	500	500	500	500	500
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	200	200	200	200	200

(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、甲良町補助金、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