# 経営発達支援計画の概要

	経宮発達文援計画の概要
実施者名 (法人番号)	多賀町商工会(法人番号 6160005004974) 多賀町(地方公共団体コード 254436)
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 ①事業計画策定、実行による経営手法の確立 勘や経験に頼る経営手法ではなく、売上拡大・収益改善を図り持続的発展を目指すには、消費者動向を見極め自社分析の結果を基に事業計画書を策定し、計画に裏付けられた事業活動を実行する経営手法の確立が重要となる。実効性のある事業計画の立案・フォローアップ支援を伴走型で行う。 ②新商品・新サービスの開発と販路開拓支援 「新たな生活習慣」での消費者ニーズ及び市場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で新たな販路開拓をめざす。 ③地域産品や観光資源を活用した地域経済の活性化地域資源ブランドの確立と観光振興による地域経済活性化を推進する。
	経営発達支援事業の内容
事業内容	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・観光地での消費者アンケート調査 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 SWOT 分析・3C 分析の活用 ②分析結果のフィードバックとデータベース化 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・経営革新セミナーの開催 ③創業セミナー・個別相談会の開催 6. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①四半期毎の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(BtoB) ②地域イベントへの出展による販路開拓支援 11. 地域活性化に資する取組 ①町担当者との連絡会議の設置 ②地域資源の「多賀そば」ブランド確立の推進 ③絵馬通りの活性化を考える会会議への積極的参画
連絡先	①多賀町商工会 〒522-0341 滋賀県犬上郡多賀町多賀 230-1 TEL:0749-48-1811 / FAX:0749-48-2188 / E-mail:tagacho@mx. bw. dream. jp ②多賀町 産業環境課 〒522-0341 滋賀県犬上郡多賀町多賀 324 TEL:0749-48-8118 / FAX:0749-48-0549 / E-mail:shokan@town. taga. lg. jp

### 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

多賀町は、滋賀県の湖東地域に位置し、北部は米原市、西部は彦根市、甲良町、南部は愛荘町、 東近江市、東部は岐阜県大垣市、三重県いなべ市に隣接しており、彦根市、愛荘町、甲良町、豊郷 町とともに、湖東エリアを形成している。

#### 【多賀町の概要】

面 積 : 135.77 平方キロメートル 居住地面積 : 2.72 平方キロメートル

人 口 : 7,606 人(2,902 世帯 R 2.9 月末日現在)

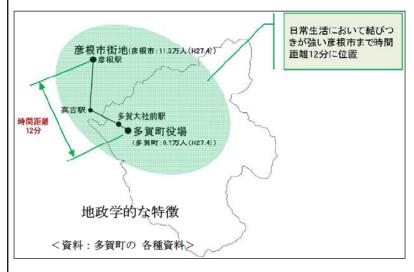
人 口 密 度 : 56.0人/平方キロメートル

接 府 県 : 岐阜県、三重県

#### 【多賀町の特長】

- 明治22年、町村制の施行により、多賀村、久徳村、芹谷村、脇ヶ畑村、大滝村が発足し、昭和16年に多賀村、久徳村、芹谷村が合併して旧多賀町となり、昭和30年に多賀町、脇ヶ畑村、大滝村が合併し、現在の多賀町が誕生した(今年度町制65周年)。
- ・湖東エリアに位置。
- 日常生活において結びつきが強い彦根市へは約6km、県庁所在 地の大津市へは45kmの位置にあり、町内を名神高速道路、国 道306号、307号が通り、京阪神や中京の大都市圏とも約1~2時 間で結ばれている。
- 東部には琵琶湖の水源となる霊仙山、鍋尻山、高室山、鈴ヶ岳、 三国岳などの標高1,000m内外の山々が連なる。
- 総面積の約86%が広大な山林。気象条件は、日本海側気候の影響下にあり、年間平均気温14.4℃、年間平均降雨量は1,600mm程度、冬には平野部で50cm程度の積雪をみる。



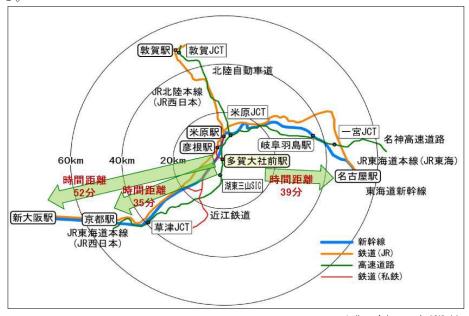


### 地政学的な特徴

日常生活において結びつきが強い彦根市へは約6km、県庁所在地の大津市へは45kmの位置にあり、町内を名神高速道路、国道306号、307号が通り、京阪神や中京の大都市圏とも約1~2時間で結ばれている。

### •交通

最寄りの空港は、中部国際空港及び大阪国際空港で、鉄道については、多賀大社前駅から彦根市方面へ近江鉄道多賀線が通じている。なお、町域の西端部を近江鉄道本線及び東海道新幹線が走るが、町域内にそれらの駅はない。国道306号が町域を東西に貫き、西部でこれに国道307号が接続している。高速道路は、町域の西部を名神高速道路が南北に通じており、隣接する彦根市の彦根ICと愛荘町の湖東三山SICがある。また、2022(令和4)年には、町域内に多賀SICが開通予定である。



出典:多賀町の各種資料

# ・人口

総人口は終戦直後の 1947 (昭和 22) 年をピークに、若干の増減をしつつも 1970 (昭和 45) 年までは減少を続け、1975 (昭和 50) 年から 1985 (昭和 60) 年まではほぼ横ばいであったが、1990 (平成 2) 年以降は再び減少を続けている。1965 (昭和 40) 年には 1 万人を、2010 年 (平成 22) 年には 8,000 人を割り、7,761 人となった。更に減少傾向が続き 2015 (平成 27) 年 4 月 30 日時点で 7,656 人となっている。この減少傾向は続くと推計され、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。



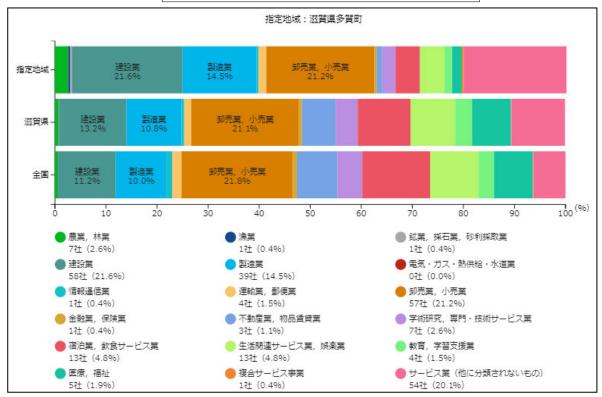
出典:総務省 国勢調査及び国 立社会保障・人口問題研 究所 将来推計人口

### ・産業

多賀町は、これまで農林業を基幹産業としてきたが、後継者や高齢化等の問題から農林業就業 者は減少しつつある。1980年代以降は、町のシンボルである多賀大社や河内の風穴などを中心と した観光・サービス業が事業所数、従事者数ともに増加傾向にあったが、現在は横ばい状態とな っている。

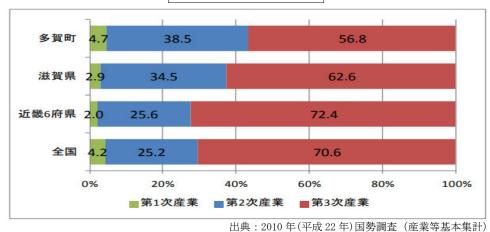
また、1999(平成11)年には企業の工場を誘致する目的を持った「びわ湖東部中核工業団地」 (1991年, 1999年)が整備された。更にこれに加えて2012(平成24)年には多賀第二工業団地の造 成が着工し、2013(平成 25)年から操業を開始している。産業構造を見てみると、「建設業」、「製 造業」、「運輸業・郵便業」、「複合サービス業」の比率が高く、特に男性は「農業、林業」、「公務」、 女性は「医療福祉」の比率が高いことが特徴となっている。

# 企業数から見た産業構造(企業単位の構成比)

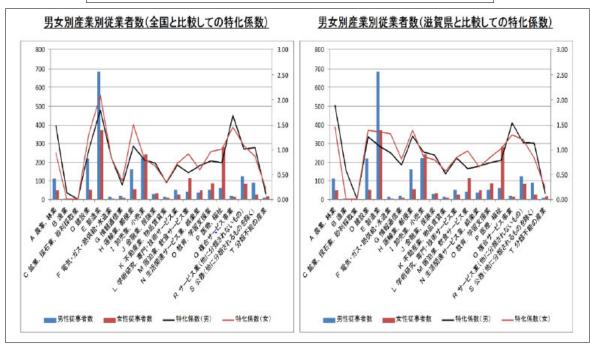


出典: 2016 年 「RESAS」

# 産業別就業構成比



# 男女別産業別従業者数(産業別従業者数構成比の特化係数)

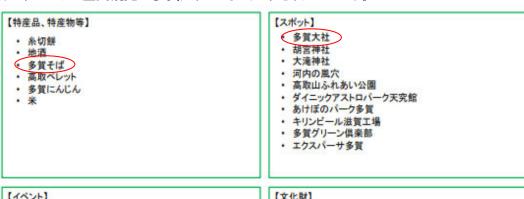


出典: 2010年(平成22年)国勢調査(産業等基本集計)

# ・観光資源と地域産品

多賀大社を中核に多くの自然、歴史文化資源並びに糸切餅や多賀そばをはじめとする地域産品 を有している。

観光入込客数は、2007(平成 20)年の 183 万人をピークに以降、170 万人前後を推移しており、 観光目的の95%が歴史観光で多賀大社がその大半を占めている。



### 【イベント】

- 多質大社古例大祭
- 多質大社古例祭
- 胡宮神社古例祭 お田植え祭り
- 多賀大社万灯祭
- 多質ふるさと楽市

#### 【文化財】

- 銅製五輪塔(重要文化財)
- 木造阿弥陀如来坐像(重要文化財)
- 紙本金地著色調馬·厩馬図六曲屏風(重要文化財)

出典:多賀町の各種資料

# <商工会と町とJAが連携して取り組んでいる多賀そば・6次産業化事業>

多賀町は80~クタールものそば栽培地が広がり、近畿地方でも指折りのそばの名産地である。 日本全国ご当地そば100選にも選ばれている多賀そばは、減農薬等の厳しい規定が定められており、 「環境こだわり農産物」として作られ、豊かな風味を持ち、本来のそばの味がしっかりと味わえるものとなっている。商工会、町、JA、事業者の4者が連携して6次産業化事業として取り組み、町おこしの一環としてもPR活動が行われている。

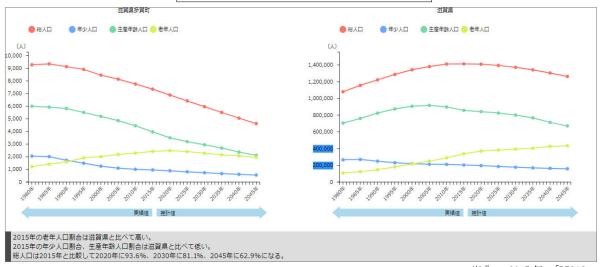




### ②課題

2015 (平成 27) 年の多賀町における総人口 7,655 人、年少人口 992 人(13.0%)、生産年齢人口 4,240 人(55.3%)、老年人口 2,423 人(31.7%) に対して、10 年後の 2025 年の推計では、総人口 6,424 人、年少人口 810 人(12.6%)、生産年齢人口 3,199 人(49.8%)、老年人口 2,415 人(37.6%)となっており、下記グラフの滋賀県全体の推移と比較してみて、人口減少は急速に進んでいることが分かる。

# 人口推移 (人口推移に対する考察)



出典: 2015 年 「RESAS」

人口減少の影響は、中心市街地の活力の低下、コミュニティが維持できなくなった集落の存在や経済活動の不振など地域活力の喪失にまで及ぶことが懸念されている。これまでのまちづくりについて見つめ直し、新たな多賀の活力を築く道筋を示すまちづくり計画を町民や多賀に関わる人々とともに策定することが求められている。

# <第一次産業>

- ・林 業・・・多賀町は面積の約85% (116.1 km) を森林が占め、かつては林業が基幹産業であり、それを取り巻く木材産業も盛んであった。しかし、労働条件の厳しさによる若者離れ、少子高齢化による後継者不足、外材の輸入などにより次第に衰退し、現在の林業就業者数は36人(就業率1%:平成26年)となっている。
- ・農業・・・多賀町には、「米、そば、にんじん」などの特産物がある。特に多賀そばは、町内10地区で生産され近畿地方でも屈指の生産量を誇っているが、生産されたそばの多くが滋賀県産そばとして出荷されており、多賀そばの指名度は決して高くない。付加価値を付けるためにも、多賀そばブランドの確立が求められる。また、生産者の高齢化が進んでおり、後継者育成が課題である。

### <第二次産業>

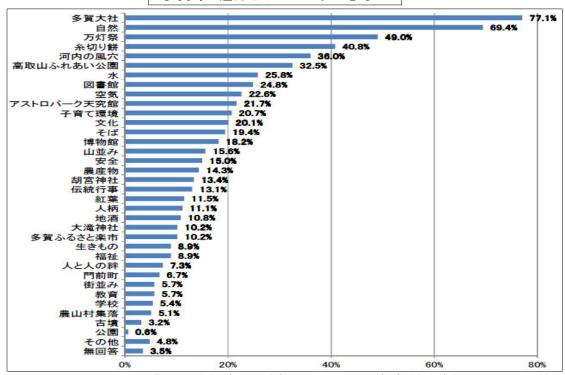
・建設業・・・現在町内の建設業許可認可事業は50社である。その多くが抱える課題として、技術者の高齢化と若者の建設業離れによる人手不足の深刻化が挙げられる。そのことより、後

継者不足などの技術・技能の伝承に支障が生じ、将来的にソフト面での技術力低下も懸念される状況である。また、小規模事業者については、資本力が乏しく生産性向上のための設備投資が停滞しがちで、ハード面での生産性低下が懸念される。

# <第三次産業>

・観光・飲食業・・・多賀町は、霊仙山などに連なる鈴鹿山系の山並み、河内の風穴など自然環境が豊かで、多賀大社をはじめ胡宮神社、大滝神社など歴史・文化遺産にも恵まれ、年間約170万人が訪れる、県内でも有数の観光地である。町の中核に位置する多賀大社にはその多くの観光客が足を運び、多賀大社から近江鉄道の多賀大社前駅まで続く「絵馬通り」と名付けられた表参道には飲食店が軒を連ね、観光客で賑わっている。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、観光客数は例年の2割程度に止まっており、感染症対策を万全にとりながら如何にして魅力ある観光開発を行うかが課題である。

# 多賀町の魅力としてPRすべきもの



出典: 2015年(平成27年)多賀町まち・ひと・しごと創生総合戦略 住民アンケート結果

・小売業・・・多賀町内の卸・小売業の総数は80社(平成26年経済センサス基礎調査)である。代表者の高齢化が進んでいる特徴がある。町内に大型量販店は進出していないものの若い世代を中心に自動車で近隣のスーパーなど量販店で買い物をするケースが多く、ここ数年商店街での売上は減少傾向が続いている。また、近年は廃業による空き店舗が目立ち、景観が損なわれることなどから空き店舗の活用が課題となっている。絵馬通りで観光客相手にみやげ物を販売する店などは、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けており、観光産業と一体となって、新たな商品展開、サービスの提供を行い、そのことを一般顧客に対しアピールする情報発信が必要である。

# (2) 小規模事業に対する長期的な振興のあり方

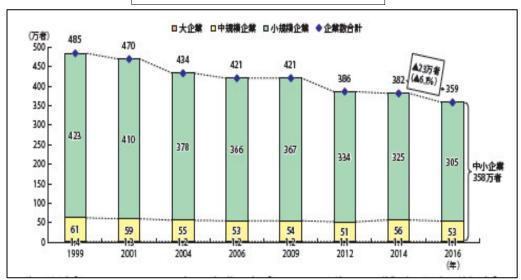
### ①10 年程度の期間を見据えて

前述の現状と課題を踏まえて、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ある。

i)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、中心市街地の衰退等を招き、今後、小規模事業者を取り巻く経営環境は

- 一層厳しいものとなると予想される。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、従来の勘や経験に頼った経営からの脱却を促し、厳しい経営環境にも対応できるようにするために事業計画に基づいた経営への意識変革を行うことで、自立できる事業所を増やしていく。
- ii)全国的にも多賀町においても小規模事業者数は減少傾向が続いている。町内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持って、町との連携による支援体制の構築に努める。既存事業所の存続に向けた経営革新、第2創業、M&A等の支援と新規創業支援の両面から伴走型支援を行う。

# 企業規模別企業数の推移



出典: 2019 年度版 小規模企業白書

# 多賀町における小規模事業者数の推移



出典: 2020 年度版商工会実態調査より加工

- iii)人口減少に伴う地域内経済循環の縮小を補うため、多賀大社を中心とした観光事業を推進することにより交流人口の増加を促し、観光客をターゲットにした地域資源を生かした魅力ある商品・サービス(多賀ブランド)を開発販売する事業者の支援を行政や関係支援機関と連携して取り組む。その際目指すのは次のとおりである。
  - ・観光客等の交流人口のニーズを基に地域資源を活用した商品の生産、サービスの開発を行い、 観光客等への提供を行う。
  - ・多賀そば等の地域ブランドの確立を図り、地産地消から地産外消の新たなビジネスモデルづく

りに取組む。

# ②第5次多賀町総合計画との整合性

平成23年度に策定された「第5次多賀町総合計画」(平成23年度から平成27年度)並びに後期基本計画(平成28年度から令和2年度)では、まちの活力をつくり出す地域産業の活性化のために以下の施策を提示している。

(以下多賀町第5次総合計画より引用 ~一部抜粋~)

# 第1章 第2節 新たな多賀の創造に向けた取組み

- (1)新たな地域産業の創出に向けた取組みを実施します。
- (2) 多賀ブランドの創出に向けた取組みを実施します。

# 第4章 第1節 まちの活力をつくり出す地域産業の活性化

- (1)中心市街地の商業・集客機能の充実を図り、にぎわいのあるまちをめざします。
- (2)魅力的な観光地づくり、地域資源を生かしたグリーンツーリズム の推進による地域住民、新たなビジネス展開および農林業の活性化、農林産物ブランド化に向けた取組みを実施します。
- (3) 中心市街地の活性化をめざします。

以上の産業振興施策と連動性・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する。

### ③商工会としての役割

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拡大や利益確保に寄与する経営力向上に繋がる経営支援を通じて、小規模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の面から町の活力向上に貢献していく。

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地域産品開発、観光振興、販路開拓支援等きめ細やかな支援を展開して、町内の小規模事業者の中長期的な振興を図る。そのためには、行政を含めた各支援機関との連携体制を構築することが必要であり、商工会は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」及び「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への支援を実施する。

# ①事業計画策定、実行による経営手法の確立

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、こらからは勘や経験だけで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である。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立案支援・定期的な計画実行の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し、売上の確保・拡大や収益力改善を図ることを目標とする。

# ②新商品・新サービスの開発と販路開拓支援

展示商談会の出展に慣れていない小規模事業者は、売りたい商品を漠然と並べるだけの展示に 止まることが多く、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が弱く、販路の開拓・維持が困難なケースも多く 見受けられる。

そのため、商工会が専門家と連携して展示商談会への出展支援、事後支援を行うことにより、 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り、販路拡大に繋げることを目標とする。

# ③地域産品や観光資源を活用した地域経済の活性化

多賀町は、古くから「お多賀さん」の名称で親しまれる多賀大社の門前町として発展を遂げた歴史的特徴がある。当町には、現在も多賀大社前にはみやげ物を扱う商店や飲食店が多く立ち並んでおり、多賀大社を中心とする年間約170万人の観光客を迎えている。しかし、目下のコロナ禍の影響により、その観光客数の8割が減少するなど過去最悪の打撃を受けている。

地域資源である「そば」は、近畿地方でも屈指 の生産量を誇るが、「多賀そば」としての認知度 は低く、ブランドが確立されていない。高付加価 値を付けて販売するにはブランド確立が求めら



れるため、今後は「多賀そば」ブラントの確立(認知度向上)に向けた取り組みを町行政と推進する。

「多賀そば」と観光事業をリンクさせて、情報を広く発信することで、新たな販路・需要の開拓を目指し、地域産品、観光資源に携わる生産者・事業者の売上向上を通じて、地域経済の活性化へ繋げることを目標とする。

### 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 ( 今和 3年 4月 1日 ~ 今和 8年 3月31日 )

# (2) 目標の達成に向けた方針

### ①事業計画策定、実行による経営手法の確立

小規模事業者に対して、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を認識させ、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、計画実施のための定期的なフォローアップ支援を行うことで、事業計画に基づく経営手法を定着させ、売上拡大と利益改善に繋げる。

# ②新商品・新サービスの開発と販路開拓支援

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ながら、小規模事業者に対して、展示商談会等出展に向けた伴走型支援を展開する。出展前に中小企業診断士等の専門家と連携して、展示手段・商談ノウハウなどの基礎知識の習得、商品力の強化支援を実施する。展示商談会終了後も出展成果のヒアリングや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解決しながら、商工会、専門家、小規模事業者が一体となり新商品・新サービスの開発と新たな販路開拓に向けてフォローアップ支援に取組む。

# ③地域産品や観光資源を活用した地域経済の活性化

地域産品の「多賀そば」について、商工会が運営する「多賀そば地域協議会」が中心となり、新たに SNS 等の IT を使った情報発信等に取り組み、「多賀そば」のブランド確立を目指す。ブラント確立により、町内飲食店での活性化を支援し、さらに町内で最大の観光資源である多賀大社を中心とする商店街振興に取り組み、交流人口の増加、地域産品の販売促進を図る。

# 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犬地域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る。

# 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る。

#### 【目標】

各年度の調査結果の公表回数は下表の通りとする。

年 度	現状	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
公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回

# 【事業内容】

効率的に経済活性化に繋がる支援を行うため、国が提供するビッグデータを活用した地域経済 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行う。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

分析使用データ

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」や多賀町独自調査のデータを使用する。

• 分析手法

「観光マップ・まちづくりマップ」 → 外国人の訪問、滞在人口の分析等 「地域経済循環マップ」 → 何で稼いでいる等の分析等

「産業構造マップ」 → 産業の現状等の分析等

### 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。分析結果は小規模事業者が活用しやすいように加工して、年1回商工会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。

### 【成果の活用方法】

- ・「RESAS」や町独自データの調査結果を地域内の業種毎にその動向を整理・分析して小規模事業者に適宜情報提供する。
- ・経営者自身による経営実態の把握のほか取り組むべき課題や新たなビジネスの可能性の気づき に役立つ地域特有の情報を広く情報提供する。
- ・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や町広報等で広く公表 する。
- ・経営指導員等が小規模事業者に対して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 として積極的に活用する。

# 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(BtoB)、消費者ニーズ情報(BtoC)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】

各年度の調査対象別調査対象事業者数は下表の通りとする。

年 度	現状	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
①調査対象事業者数 需要動向調査 (BtoB)		1社	2 社	2社	3 社	3 社

②調査対象事業者数	9 社	3 社	2 7L	2 7L	2 74
消費者アンケート調査 (BtoC)	2 仁.	3 仁	3 仁	3 仁	3 任

# 【事業内容】

多くの観光スポットを抱える多賀町の地域特性に応じて、第 1 期の計画で実施した展示商談会の出展支援や市場情報の収集に加え、地域の消費者のみならず観光スポットの交流人口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う。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する。

# 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として出展できる展示商談会は、主に二つある。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人が来場する展示商談会である。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、地域内の食品事業者の販路開拓を促進するものとなっている。

上記展示商談会にて、多賀町の主力地域産品である「そば」「多賀にんじん」「木材」などを活かした食品や製品を製造する事業者に対して需要動向のブースレポートを提供するため、来場者やバイヤーに対してアンケート調査を実施する。

·	· "
	1年目20サンプル(1社×20サンプル)
調査サンプル数	2~3 年目 40 サンプル (2 社×20 サンプル)
	4~5年目60サンプル(3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
<b>副宜万伝</b>	実施する。
八七二年,工汁	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
分析手段・手法	門家に意見を聞きながら、経営指導員等が分析する。
	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
調査項目	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
八七年の江田	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
分析結果の活用	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・観光地での消費者アンケート調査 (BtoC)

毎年10月に開催される「多賀ふるさと楽市」は、多賀産の地産地消を楽しめるイベントであり、約50の企業団体が出展し、多賀の産品などを求めて毎年約3千人の来場者がある。「多賀そば」をはじめとする地域産品についてのアンケート調査をイベント会場の来場者に対して実施する。

また、年間約170万人の観光客を有する多賀大社や河内の風穴などの観光スポットにおいて、コロナ禍における観光客の新たなニーズについてのアンケート調査を実施する。

上記の調査・分析結果は事業者にフィードバックして、商品開発等の支援に活用する。 その他、商工会、行政など関係者が一体となり、地域経済の活性化に向けた「魅力的な観光地づくり」に取り組む際に活用する。

・②-1 多賀ふるさと楽市での消費者アンケート調査

調査サンプル数	1年目60サンプル(2店舗×30サンプル)
前直リンフル剱	2~5 年目 90 サンプル(3 店舗×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、経営指導員等が分析する。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	調査結果は、経営指導員等が当該飲食店や製品加工事業者等にフィードバックし、今後の商品開発やブラッシュアップに活用する。

# ・②-2 観光地での消費者アンケート調査

調査サンプル数	観光客 100 サンプル (多賀大社、河内の風穴等)
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、経営指導員等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、経営指導員等が分析する。分析結果は、事業者と共有する。
飲食店調査項目	属性【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、経営指導員等が観光関連事業者等にフィードバックし、 今後の新商品や新サービスの開発に活用する。

# ③相対的需要動向調査

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、建設等の各業界別及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。
=III	・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
調査項目	・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	収集・整理・分析された情報を個々の事業者に提供し、PDCAサイクル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。

年 度	現行	令和	令和	令和	令和	令和
	(5 商工会)	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度
経営分析 件 数	85 件	20 件	20 件	20 件	20 件	20 件

算定件数根拠・・・巡回訪問・窓口相談時のヒアリングでの掘り起こし・・・・・16件 事業計画策定セミナーの受講者の内 意欲のある者・・・・・・2件 第2創業・経営革新セミナーの受講者の内 意欲のある者・・2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、経営分析を行い自社の現状把握を行う。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「巡回訪問や窓口相談時のヒアリング」、また「セミナー受講者の内意欲ある者のピックアップ」を通じての対象事業者を掘り起こす手法が上手く機能している。この手法を継続する中で、意欲があり販路開拓の可能性の高い小規模事業者を20社選定して経営分析を行う。

### ②分析項目

定性分析については、SWOT 分析や 3C 分析を活用して内部環境と外部環境の経営状況を把握する。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活用する。加えて、ビジネスモデル俯瞰図を活用することで、現状と経営課題の可視化を図り、事業計画作成支援の一助とする。

・活用する主な分析手法と分析項目

定性分析	SWOT 分析	強み、弱み、機会、脅威の4つを組み合わせて分析
上生	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
定量分析	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
見える化	ビジネスモデル俯瞰図	ビジネスの流れを把握し儲けの仕組みを明確にする

# 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う。

# 【分析成果の活用方法】

- ・経営分析で得られた結果及び経営課題は、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。
- ・職員の誰もがいつでも内容共有できるように分析成果をデータベース化して管理を行う。組織 的に分析結果を共有することで、職員の経営分析に関する理解が深まり、対象事業者の経営課 題抽出などが効率化され経営計画策定の支援にもスムーズに移行できる。

# 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

「事業計画策定セミナー」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た。

セミナーに関しては、受講者人数の確保と魅力あるテーマ設定が課題であった。そのため事業計画策定セミナーは補助金等の申請にも対応する事業計画策定に関する内容で開催した。

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幅広い内容で開催し、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係る工夫を行った。職員が参加者に寄り添って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商工会ごと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】

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事業者並びに創業セミナー参加者で創業予定者及び創業者に対して、経営分析の結果を活用して、事業計画策定を実施する。

巡回訪問・窓口相談時のヒアリングで掘り起こせていない潜在的な支援対象者についても、事業計画策定の必要性と有効性を理解してもらうための「事業計画策定セミナー」及び「第2創業・経営革新セミナー」を開催して、支援対象者の掘り起こしを図る。受講者の内、意欲のある小規模事業者をピックアップして、セミナー終了後も個別相談等を行 、経営計画策定の伴走型支援を実施する。その他、「創業セミナー」参加者で創業予定者及び創業者に対しても同様にセミナー終了後に個別相談等を行い、伴走型支援を実施する。

事業計画策定支援は、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 活用し行う。

# 【目標】

各年度の事業計画策定件数は下表の通りとする。

年	度	現行 (5 商工会)	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
事業 策定	計画件数	145 件	22 件	22 件	22 件	22 件	22 件

算定件数根拠・・・経営分析を実施した事業所数・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・20件

巡回訪問・窓口相談時のヒアリングでの掘り起こし・・・・16 件「事業計画策定セミナー」受講者の内 意欲のある者・・・・・2 件「第2創業・経営革新セミナー」受講者の内 意欲のある者・・2 件

創業セミナー参加者 20 名/5 商工会の内 創業予定者・創業者・・・・・・2 件

# 【事業内容】

事業者に事業計画を策定することの重要性を浸透させるため、以下の支援を実施する。

### ①支援対象者

経営分析を行った事業者。

巡回訪問・窓口相談時のヒアリングでの掘り起こした事業者。

「事業計画策定セミナー」を年1回開催し、その受講事業者の内、意欲のある事業者。

「第2創業・経営革新セミナー」を年1回開催し、その受講事業者の内、意欲のある事業者。

・「創業セミナー」を年1回開催し、その参加者で創業予定者・創業者。

(セミナーにつ 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、甲良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。)

# ②手段·手法

支援事業者に対して、経営指導員等が担当制により伴走型支援を実施し、必要に応じて滋賀県 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連携を図り、小規模事業者に応じた 事業計画策定の支援を行う。

必要に応じて、経営状況分析を繰り返し行う等して、実効性の高い事業計画の策定支援を行う。

# 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、支援を行っている。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ヵ月経過後には2ヵ月に1回、巡回訪問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るが、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、原則四半期毎に巡回訪問し事業計画策定後の支援(フォローアップ)を実施する。

# 【目標】

各年度の事業計画策定後の支援(フォローアップ)の数値目標は下表の通りとする。

支援内容	現状	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
フォローアップ対 象事業者数	26 社	22 社	22 社	22 社	22 社	22 社
フォローアップの 頻度(延回数)	四半期毎	96 回				
売上増加事業所数	_	18 社				
利益率2%以上増 加の事業所数	_	18 社				

算定件数根拠・・・フォローアップの頻度(延回数)の8社×6回=48回、 10社×4回=40回、4社×2回=8回の合計96回である。

# 【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のうち、22 社のうち8社は年6回(隔月)、10社は四半期に一度、残りの4社については年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

小規模商工会で人的資源に限りがある中において、事業計画策定後の実施支援(フォローアップ)が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等が伴走型で 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図った。

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ているが、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、改善が求められる。

# 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】

展示商談会の出展に慣れていない小規模事業者は、売りたい商品を漠然と並べるだけの展示に止まることが多く、来場者に何を認知してもらいたいのかはっきりせずに、商品情報を分かり易

くアピールする工夫が乏しいのが実情である。展示商談会の出展に向けての前段準備として、経営指導員等と専門家(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展示商談会の手段・手法・クロージングの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)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等が各出展者別にブースレポートを作成する。

また、展示商談会終了後のフォローアップ支援として経営指導員等と中小企業診断士等専門家が、展示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、小規模事業者の着実な販路開拓・販路拡大に繋げる。

# 【目標】

各年度の展示商談会等の出展支援の数値目標は下表の通りとする。

年	度	現状	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
商談会(BtoB)	支援者数	_	1社	2 社	2 社	3 社	3 社
出展支援	成約件数/社	_	1件	1件	2 件	2 件	3 件
イベント(BtoC)	支援者数	_	2 社	3 社	3 社	3 社	3 社
出展支援	売上額/社	_	2 万円	3万円	3万円	5 万円	5 万円
IT·SNSの	支援者数	2 社	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
活用支援	売上増加額 (月)/社	_	5 万円	5万円	10 万円	10 万円	10 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 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」(県内 70 の企業、団体、大学が出展、2 日間で約 2,000 人が来場)、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」(県内約 40 の企業、団体が出展、バイヤー企業数約 140 社、来場バイヤー約 200 名)等の展示商談会へ出展させ、新たな需要の開拓支援を行う。

また、前述の「支援の考え方」に示す通り、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行う。

# ②地域イベントへの出展支援(BtoC)

事業計画策定を行った食品、菓子製造小売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、多賀ふるさと楽市実行委員会主催の「多賀ふるさと楽市」(約50の企業、団体が出展2日間で約2,500人が来場)、滋賀県立大学 湖風祭実行委員会が主催する「湖風祭」(模擬店では県内50の企業、団体等が出展、2日間で約10,000人が来場)へ出展させ、新たな顧客開拓支援を行う。

また、経営指導員等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。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を行い、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て、新商品開発や新たな顧客の確 保等に繋げる。

### ③IT・SNSの活用支援

コロナ禍における経営課題を乗り越えて事業の持続的発展を行うために IT・SNS の重要性が高

まっている。まだ IT・SNS を十分活用できていない町内小規模事業者を対象に、IT・SNS 活用セミナーを開催する。参加事業者に対して、経営指導員等と専門家(中小企業診断士、販売士等)が具体的な IT・ICT の利活用を個別支援することで、販路開拓や生産性向上、コスト削減などの業務改善に繋げる。ネットショップやオンライン営業の導入などの広報分野(プロモーション、情報発信等)もフォローして、売上増加を達成できるように支援する。

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、町及び商工会のホームページを活用する。町内参加事業 者は目標のとおり 5 名とする。

# 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事業評価 委員会を開催して、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。

事業評価委員会は、「経営発達計画に記載された定量的目標は概ね達成できているが、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」と評価した。

### 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止まってしまい、 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】

当会に、多賀町産業環境課長、法定経営指導員、多賀町商工会理事、滋賀銀行多賀支店長、滋賀中央信用金庫多賀支店長、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」を設置する。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う。

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、多賀町及び商工会のホームページに掲載(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。

# 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及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二つの事業を実施した。

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」及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た職員を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、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、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・上級研修)」へ派遣することにより、計画的に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 0JT 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等とがチームを組成し、巡回指導の機会に 0JT 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。

また、滋賀県、信用保証協会及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止まっている。

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多賀町地域活性化対策会議への出席(年4回)

多賀町、多賀町商工会、滋賀銀行多賀支店、滋賀中央信用金庫多賀支店、多賀観光協会等の関係者が参画する「多賀町地域活性化対策会議」に出席し、多賀町の最新の経済動向等を把握するとともに、参加者相互の支援ノウハウの一層の向上に努める。

当会では、事業評価委員会において、情報提供程度に止まっており、他機関と一層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、事業計画策定支援、販路開拓支援へ繋げる必要があると指摘されているため、経営指導員等を本対策会議に順番で参加させ、関係機関との情報を交換・共有することにより、支援ノウハウを向上させることに主眼を置いている。

# ③彦愛犬地域 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 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)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、四半期毎に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【愛荘町、稲枝、豊郷町、甲良町、多賀町、日野町、竜 王町、安土町、東近江市、米原市、長浜市】・商工会議所【彦根、長浜、近江八幡】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。

### 11. 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展支援、地元事業者の産品紹介、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町担当課との連携会議の開催(年12回)

多賀町産業環境課と毎月1回「事業推進会議」を開催し、情報の共有化及び地域経済振興における課題などについて検討・協議を行い、更に強力な連携をとる。

# ②多賀そばブランド確立と発展的継続事業(年2回)

地域資源の活用及び販路開拓を推進する為に、平成20年より商工会、町、多賀観光協会、生産者等の関係者が連携して、「多賀そば地域協議会」を発足させ「多賀そば」の生産拡大とブランド化を実施してきた。現在、生産面積は80~クタールまで拡大し、近畿地方でも屈指の「そば」の生産地に成長するまでに至った。しかしながら「多賀そば」は、長年「滋賀県産のそば」として県外で販売されており、ブランド確立にまでは至っていない。高付加価値を付けて販売するにはブランド確立が求められるため、今後は「多賀そば」ブラント確立に向けてIT等を活用した情報発信、生産者の高齢化対策として、若手生産者の発掘、後継者育成等の取組を「多賀そば地域協議会」の場において、多賀町商工会が中心的な役割を果たしながら、将来にわたり安定的な事業となるよう支援をする。

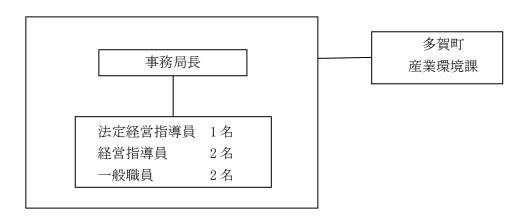
# ③絵馬通りの活性化を考える会への積極的参画(年4回)

現在の多賀門前町地域周辺は、居住、買い物、働く場、観光、交通、歴史文化、福祉、教育、行政機能などが集積している。多賀町での中心性を維持・増強させながら、多賀町の「中心地」として、また多賀大社の門前町として、将来にわたり、自立的に活動し、発展し続けるまちを目指すため、多賀町役場、多賀町商工会、多賀観光協会、多賀門前町共栄会等関係者が積極的にまちづくりに参画し、その輪を広げていくとともに、当地域での活動のうねりや活性化の成果を多賀町全体に波及・作用させる。

# 経営発達支援事業の実施体制

(令和6年1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:三田 剛史
    - ■連絡先:多賀町商工会 TEL:0749-48-1811
  - 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

**〒**522−0341

滋賀県犬上郡多賀町多賀 230-1

多賀町商工会

TEL:0749-48-1811 / FAX:0749-48-2188

E-mail: tagacho@mx.bw.dream.jp

②関係市町村

〒522-0341

滋賀県犬上郡多賀町多賀324

多賀町 産業環境課

TEL:0749-48-8118 / FAX:0749-48-0549 E-mail: shokan@town.taga.lg.jp

(別表3) 経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

		令和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, 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、多賀町補助金、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
並びに法人にあっては、その代表者の氏名
並らではかくてもかっている人でもからなけ
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
<b>建场件的</b> 因号