

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	長浜商工会議所 (法人番号 6160005003308) 長浜市 (地方公共団体コード 252034)
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	<p><b>経営発達支援事業の目標</b></p> <p>(1) <b>経営力・競争力の強化</b> 財務状況や強み・弱みの「見える化」、計画に基づく合理的・効果的な事業活動により経営力、競争力の強化を図る。</p> <p>(2) <b>創業・事業承継の促進</b> 創業支援の取組、事業承継支援の強化により新陳代謝を促進する。</p> <p>(3) <b>新市場・販路の開拓・拡大</b> 商品・サービスの新市場・販路の開拓・拡大を支援する。</p> <p>(4) <b>地域経済の活性化に資する活動の推進</b> 地域の賑わいの創出、域外需要を取り込むための取組を推進する。</p> <p>(5) <b>小規模事業者の支援体制の強化</b> 行政等との連携、協働と経営指導員の資質向上による支援体制を強化。</p>
事業内容	<p><b>I 経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>1 地域の経済動向調査に関すること</b> 当所実施の調査、ビッグデータの活用、他機関の経済状況調査の情報提供により経済状況を踏まえた的確、効果的な事業活動に役立てる。</p> <p><b>2 需要動向調査に関すること</b> 販売戦略に基づいた商品等の提供に資するよう、展示会出展事業者の商品等の需要動向の調査を実施。また、市場情報の評価分析システムを活用。</p> <p><b>3 経営状況の分析に関すること</b> セミナー、専門家や経営指導員による分析支援により、事業者の財務、強み・弱みを「見える化」し、事業計画の策定に繋げる。</p> <p><b>4 事業計画策定支援に関すること</b> セミナー、経営指導員の個別支援による計画策定支援、創業塾受講者等の創業、他機関等と連携した事業承継の計画策定支援を実施する。</p> <p><b>5 事業計画策定後の実施支援に関すること</b> 事業計画の進捗状況など個別の状況を踏まえた経営指導員によるフォローアップ、専門家の活用により、事業者の売上増加等を目指す。</p> <p><b>6 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b> 展示会・商談会・販売会の出展支援、Webによる販路開拓支援、広報周知支援により商品、サービスの販路開拓・拡大を目指す。</p> <p><b>II 地域経済の活性化に資する取組</b> 中心市街地活性化・商店街空き店舗解消のための支援、地域資源を活用したブランディング事業等により、地域経済の活性化を図る。</p>
連絡先	<p>長浜商工会議所 中小企業相談所 〒526-0037 滋賀県長浜市高田町12番34号 TEL. 0749-62-2500 FAX. 0749-62-8001 E-mail. <a href="mailto:cci@nagahama.or.jp">cci@nagahama.or.jp</a></p> <p>長浜市 産業観光部商工振興課 〒526-8501 長浜市八幡東町632番地 TEL. 0749-65-8766 FAX. 0749-64-0396 E-mail. <a href="mailto:syoukou@city.nagahama.lg.jp">syoukou@city.nagahama.lg.jp</a></p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1 経営発達支援事業の目標

(1) 現状

① 長浜市と長浜商工会議所の位置

長浜市は、滋賀県の東北部に位置し、北は福井県、東は岐阜県に接しています。  
 平成22年(2010年)1月1日、長浜市(旧長浜市、東浅井郡浅井町、東浅井郡びわ町)、東浅井郡虎姫町、東浅井郡湖北町、伊香郡高月町、伊香郡木之本町、伊香郡余呉町、伊香郡西浅井町の1市6町が合併したもので、その区域は図1において着色された部分です。  
 当所の区域は、旧長浜市の区域(下図2の着色された部分)です。これ以外の旧東浅井郡と旧伊香郡は、長浜市商工会の活動区域となっています。

図1. 長浜市の位置

図2. 長浜商工会議所の区域



② 長浜市と地域の人口と人口比率

滋賀県内においては大津市、草津市に次いで第3位の人口を有しており、湖北地域における経済の中心的な存在となっています。長浜市と当所、長浜市商工会の区域の人口と面積(表1)から人口比率を見ると、面積の8.4%である旧長浜市に、ほぼ半数の人口が集中しています。

表1 長浜商工会議所、長浜市商工会の活動区域の人口と面積

	人口(人)	比率(%)	面積(km2)	比率(%)
旧長浜市	61,632	52.6	45.50	8.4
旧東浅井郡	32,415	27.7	142.6	26.4
旧伊香郡	23,069	19.7	351.38	65.1
長浜市(合計)	117,116	100.0	539.48	100.0

※琵琶湖の面積を除く

③ 身近に存在する豊かな自然環境

長浜市は、滋賀県の東北部に位置し、北は福井県、東は岐阜県に接しています。長浜市の総面積は681.02 km<sup>2</sup>(うち琵琶湖の面積が142.42 km<sup>2</sup>)であり、滋賀県全体のおよそ17.0%を占

めています。

東北部には伊吹山地などの山々、西には琵琶湖が広がり、中央には伊吹山地を源とし琵琶湖に注ぐ姉川や高時川、余呉川などにより形成された豊かな農地がある湖北平野と水鳥が集う湖岸風景が広がり、県内でも優れた自然景観を有しています。

#### ④ 豊富な歴史資源と文化資源

長浜市の中心市街地は、戦国時代末期に豊臣秀吉公によって長浜城が築かれ、浅井長政の居城であった小谷城下から人々が移り住んだことに始まります。現在の長浜市内には小谷城跡、姉川や賤ヶ岳の古戦場などの戦国時代を代表する史跡、竹生島の寺社仏閣、渡岸寺の十一面観音等の国宝をはじめとする数多くの仏教文化財など多くの歴史的、文化的資源が存在しています。

長浜城が廃城された後は、琵琶湖上の輸送や北国街道・北国脇往還の往来が様々な交易を生み、姉川流域で豊富に生産される良質の生糸を原料と



長浜城（昭和 58 年再建）

した浜縮緬の生産によって、商品流通や工業生産等が栄え、自由な流通と経済活動により商工都市として発展するとともに、その経済力が町衆自治の気質を育んできました。

こうした商工業の発展に伴い、ユネスコ無形文化遺産に登録された長浜曳山まつり等の地域文化が培われてきました。長浜の豪華絢爛な曳山には国友鉄砲の技術力が生かされ、それが浜仏壇などの伝統工芸にも受け継がれています。



長浜曳山祭り

（平成 28 年ユネスコ無形文化遺産登録）

昭和 58 年に市民からの寄付をもとに長浜城が再興されたことを契機として、まちづくりの気運が高まり、平成元年には民間有志の出資によって株式会社黒壁が設立され、ガラス文化を核とした商業観光都市として年間 200 万人の来街者を誇る県内有数の観光地として、また全国の商店街活性化の手本となる観光商店街として賑わいを創出してきました。



黒壁スクエアと商店街のにぎわい

#### ⑤ 交通・物流の優位性

長浜市は、近畿と東海・北陸の経済圏域の結節点という恵まれた地理的条件を有しており、また、長浜市を中心とした湖北地域は、J R 北陸本線、J R 東海道本線、J R 新幹線、名神高速道路及び北陸自動車道路といった広域交通網が充実しています。国道 8 号、国道 365 号の主要幹線道路も存するなど、交通・物流の優位性を背景に各経済圏域と強く繋がっています。

#### ⑥ 産業構成・事業者の状況

直近の国勢調査の産業大分類別就業者数によると、平成 27 年の第 1 次産業就業者数 1,883 人 (3.3%)、第 2 次産業就業者数 20,688 人 (36.0%) 第 3 次産業就業者数 34,883 人 (60.7%)

となっています。滋賀県全体の第2次産業の就業者数の割合は32.6%であり、長浜市の割合はこれよりやや高くなっています。

一方、事業所及び従業者数とも、直近の状況は減少傾向にあると考えられます。



■長浜商工会議所の区域（旧長浜市域）の商工業者数（平成28年経済センサス）

商工業者数	うち小規模事業者数	小規模事業者の割合
2,787	2,143	76.9%

\*除外業種を除く。

■長浜商工会議所加盟数（令和2年10月1日現在）

繊維	一般製造	金融 証券 保険	料飲食 旅館	食品加工	卸・小売 商業	建設 不動産	機械・金 属加工	交通・運 輸	IT・情 報提供	計
21	96	24	79	29	265	245	71	31	225	1,086

⑦ 地域経済に寄与する製造業

昭和59年以降に9つの工業団地を整備したこと等により、長浜地域・びわ地域を中心に企業集積が見られ、大企業の工場も立地しています。前述のとおり第2次産業の就業者数の割合は県全域のそれに比べて高く、製品出荷額の推移は、企業の海外移転やリーマンショック等の影響を受けながらも、近年は増加傾向にあります。

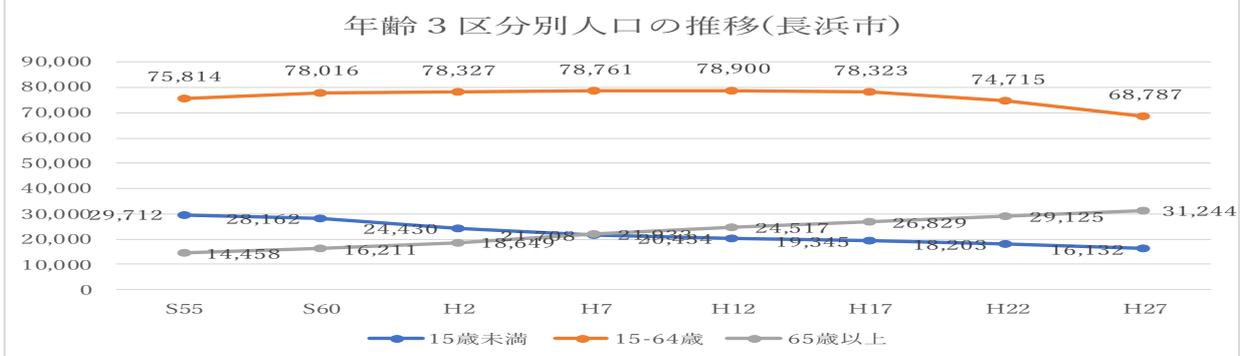


RESAS（地域経済分析システム）による長浜市の地域経済循環の状況を見ると移輸出額が多い（移輸入額 < 移輸出額）産業は下図の赤色で示されたとおり、製造業が大きく寄与しており、その額も大きいことが見て取れます。



図表 2. 年齢 3 区分の別人口推移（長浜市）

	S55	S60	H2	H7	H12	H17	H22	H27
15 歳未満	29,712	28,162	24,430	21,708	20,434	19,345	18,203	16,132
15-64 歳	75,814	78,016	78,327	78,761	78,900	78,323	74,715	68,787
65 歳以上	14,458	16,211	18,649	21,933	24,517	26,829	29,125	31,244

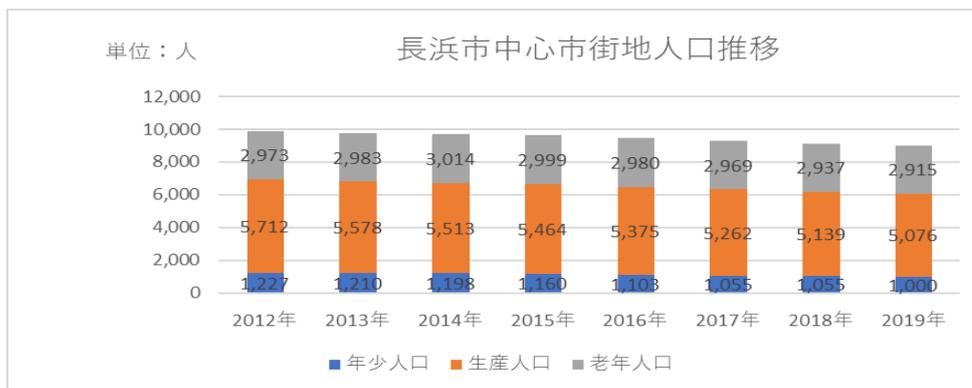


### ② 中心市街地・商店街の今後

前述のとおり黒壁を核とした中心市街地には、多くの来街者が訪れるようになり滋賀県を代表する観光スポットに成長しましたが、近年、長浜市への観光入込み客数は微減傾向にあります。中心市街地の人口減少、高齢化が進行しており、店主の高齢化とも相まって徐々に空き店舗が増加しています。

こうした状況に手を打たず空き店舗が加速的に増加し、いわゆる「ガレージ商店街」に至る事例は全国に数多く存在します。

商店街は、商機能はもとよりコミュニティ機能、防災・防犯機能など多面的な機能を果たしている観点から、観光客の来訪により中心市街地の賑わいを保つ上でも、早急に実効ある中心市街地活性化、商店街活性化に取り組む必要があります。



### ③ 基幹交通軸の変動が与える影響

北陸新幹線の金沢～敦賀間が 2022 年開業予定であり、リニア中央新幹線は東京（品川）～名古屋間が 2027 年、大阪までが 2045 年にそれぞれ開業の予定です。

また、新名神高速道路の神戸 JCT から大津 JCT が 2024 年 3 月に全面開通する予定です。

今後、これらの基幹交通軸の変動が、長浜市が現に有している交通・物流の優位性に与える影響を踏まえる必要があります。

#### ④ 持続的発展を目指す SDGs の取組

2015年9月の国連サミットにおいて、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標であるSDGsが採択されました。我が国においても「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のために『SDGsアクションプラン2020』が策定され、様々な取組が進められています。

その社会的意義から企業経営へのSDGsの取込みが不可欠であり、また経営の優位性に繋がるものであるということも踏まえて、SDGsの取組が求められます。

#### ⑤ デジタルトランスフォーメーションへの対応

急速に進展するデジタル化、自動化、AI、ロボティクス等のデジタルトランスフォーメーションへの対応は、地方の小規模事業者にとっても事業活動の持続的発展のために、人口減少・高齢化が著しい当地域における生産性向上の観点からも避けて通れないものとなっています。当地域において活動が活発なモノづくり系企業では発注先企業からの要請に応える必要性も高まるものと想定されます。

また、世界的なパンデミックを惹き起こした新型コロナウイルスの感染拡大により、我が国の特に行政分野のデジタル化の遅れが明らかになったところです。

#### ⑥ 新型コロナウイルス感染拡大の影響

新型コロナウイルスの世界的な感染拡大の影響により、様々な業種における急激な売上減少や雇用情勢の悪化など我が国の経済は甚大な影響を受けています。また、感染が収束した後はニューノーマル（新しい生活様式）に移行するとも言われています。こうした中で事業者には新型コロナウイルス感染拡大による経済的影響からの回復とともにニューノーマルへの対応が求められます。

一方で、今回の感染症拡大を通じて東京への一極集中のリスクが改めて認識され、「経済財政運営と改革の基本方針2020」においては、「東京一極集中型から多核連携型の国づくりへ」、「地域の躍動に繋がる産業・社会の活性化」が掲げられており、このことが地域活性化のチャンスとなることから、その環境づくりが求められます。

### (3) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

#### ① 10年程度の期間を見据えて

滋賀県全域においては人口減少、高齢化が比較的緩やかに進む中、当地域では県南部地域とは異なり人口減少、高齢化が著しく進んでいます。更なる生産年齢人口の減少に繋がるこうした状況に加え若年層の域外流出が多い滋賀県域の特徴も踏まえると、当地域の先行きは大変厳しい状況にあると言えます。

今後、一層進む人口減少・高齢化の中で、新型コロナウイルスの感染拡大による経済・社会へのダメージの回復を図りながら地域の活力を維持、拡大するためには、一定の「ダウンサイジング」を前提としつつも経済、産業の維持発展が必要不可欠です。

当所においては、小規模事業者支援法に位置付けられた経営改善事業における「経営発達」が「事業体として必要な一定の水準を超えた事業者が、技術やノウハウの向上、安定的な雇用維持等を行うことで、事業規模や収益性の拡大、経営の効率化を実現し、事業体としてさらなる成長を遂げる」と解されていることを踏まえ、ポスト・コロナの新しい時代も視野に入れて、この地域の10年後の躍動につながるよう、次の観点を重視して小規模事業者の持続的発展に繋がる支援を実施します。

#### ア 地域を支える小規模事業者の持続的発展

この地域における全事業者数に占める小規模事業者の割合は約8割であり、地域の生活を支える小規模事業者は大きな存在意義を有します。一方で、小規模事業者の減少率が高い状況（2020年版中小企業白書・小規模企業白書）は当地域においても同様と推察されます。

地域に根付く小規模事業者の持続的発展なくして地域の活力の維持拡大は実現されないとの認識の下、効果的な支援に努めます。

#### イ デジタルトランスフォーメーション、革新的技術による生産性向上、新商品・新サービスの展開

小規模事業者においても実現可能なデジタルトランスフォーメーションへの対応を支援することで、当地域の小規模事業者の事業展開が社会全体のDX化の流れに遅れることのないようにするとともに、DX化により更なる事業の発展を目指す小規模事業者にとって効果的な支援を実施します。

#### ウ 活発な起業・円滑な事業承継

行政や他機関と連携した創業を志す者への支援の展開と併せて、創業後の自立までの成長を視野に入れた支援を実施します。

国においては平成29年度からの5年程度を事業承継支援の集中実施期間とし、支援体制、支援施策を抜本的に強化している中、当地域においては経営者の高齢化、後継者不足が大きな課題となっています。当所においては、各機関との連携及び専門家の活用を図りながら円滑な事業承継を推進します。

#### エ 地場産業・伝統産業の新たな展開も視野に入れた発展と技術の継承

かつて長浜の主要産業であった「浜ちりめん」をはじめとして、ビロード、輪奈ビロード、楽器糸など絹を原材料とした地場産業、伝統工芸品は生活様式の変化等から生産が大幅に減少していますが、品質の高さ、「用の美」は市場訴求性を十分に備えています。ろくろ工芸や浜仏壇などの伝統工芸・伝統的な産業を含め、これら技術の継承という観点からも、新たな商品の開発や海外展開等を視野に入れて支援を実施します。

#### オ 魅力ある個店を核とした商店街・中心市街地の活性化

近年の観光客の微減傾向や観光客の消費額の減少等により、中心市街地内に存する商店街に徐々に空き店舗が増えており、店主の高齢化等の状況と相まって今後の衰退が懸念されます。

こうした状況を踏まえ、観光客をターゲットとしたナショナルチェーン等に頼るのではなく、マグネット効果を発揮する魅力ある個店を商店街・中心市街地に埋め込むなどにより、その活性化を図ります。

#### カ 地域資源を活かした観光振興と交流人口の増加の観点に立った中心市街地・商業・サービスのおもてなし環境の向上

観光関係団体等による長浜の魅力ある地域資源を活かした広域観光・滞在型観光等の取組と相まって、交流人口を増やすことで経済効果が発現されるよう、中心市街地における外国人観光客への案内機能の強化等、おもてなし環境の向上に努めます。

### ② 市総合計画・市産業振興ビジョンとの連動性・整合性

当計画の策定に当たっては、平成29年3月に策定された計画期間を10年とする長浜市総合計画及びその分野別計画として同時期に策定された計画期間を5年とする「長浜市産業振興ビジョン【第2期】」との連動性・整合性を図るとともに、経営発達支援計画に位置付けた事業と市の取組の有機的・効果的な連携を図るために、市の担当課と10回の協議を重ねてきました。市の現産業振興ビジョンが令和3年度に最終年度を迎えることから、次期計画も視野に入れて計画の内容を確定したところです。

## 《長浜市総合計画・抜粋、要約》

### 〈まちづくりの重点テーマ〉

#### みなぎる

- ・地域固有の自然・歴史・文化といった資源や独自の産業を生かして、これまで以上に自立したまちづくりを進めるために、資源や産業に独自の魅力や強みといった個性的な価値を付加し、大きな吸引力を持った活性材料としていく。
- ・地域に関わる様々な主体が連携・協力して資源や産業を磨きあげ、都市の魅力と競争力を高めることで、仕事があり活力が“みなぎる”まちを目指す。

### 〈長浜まるごと「未来のシカケ」プロジェクト〉

#### 1) まちの新たな魅力を創出し、賑わいと活力づくりに取り組む。

##### 〔主な取組〕

- 中心市街地（長浜駅周辺）の活性化と北部地域の振興  
重点エリアに施設、店舗、住居等を集積することで、移住定住・交流人口の増加を図り、地域内の賑わいを創出

#### 2) 起業・創業支援と雇用促進、人材確保に取り組む。

##### 〔主な取組〕

- 地域資源を活用し、起業するローカルベンチャーの育成・支援  
クリエイティブ感覚を持つ人材を育成・誘致し、起業による移住定住や経済活性化を促進

#### 3) 長浜ならではの“おもてなし”とインバウンド観光の推進に取り組む。

##### 〔主な取組〕

- 長浜の魅力を活かした観光受入体制の整備による宿泊・滞在型観光の推進  
長浜でしか体験できない受入メニューを整備し、長期滞在による経済効果向上を促進
- インバウンド観光の推進に向けた外国人観光客に向けた着地型コンテンツの充実  
新たな誘客を図るため、今後、増加が期待できる外国人観光客向けの受入体制充実

## 《長浜市産業振興ビジョン【第2期】・「今後5カ年の目標と施策」より》

- ① 農商工+観光で取り組む地域資源の発掘とブラッシュアップ
- ② バイオクラスター裾野拡大に向けた事業化の促進
- ③ 国際競争力のある製品開発の支援と海外市場開拓の促進
- ④ 長浜企業のステップアップに適したインフラ整備
- ⑤ 連携を通じた企業家支援体制の充実

### ③ 商工会議所としての役割

#### ア 当所活動目標の実現に繋がる展開

当所が地域の企業にとって存在感のある支援機関となるために平成22年2月に定めた「長浜商工会議所の活動目標」の実現に繋がる支援を展開します。

#### 《活動目標の要旨》

- ・熱意とセンスのあるコミュニケーションにより事業者との信用と信頼感を築く
- ・顔の見える人間関係を築き多くの企業活動を知る
- ・企業と企業、企業と地域、企業と施策、シーズとニーズを結ぶ推進役になる
- ・「この人」にと、頼られる会議所職員になる

#### イ 地域に密着した経済団体・支援機関、小規模事業者の身近な存在であることに立脚した支援の展開

旧長浜市域を活動区域とする当所は地域において最も身近な支援機関であることから、ネットワーク軽くきめ細やかな支援を展開します。

#### ウ 市をはじめとした行政、(一社)長浜ビジネスサポート協議会、金融機関等との連携・協力した拡がりのある効果的な支援

改正された小規模振興基本法、小規模事業者支援法に基づき、国、県、市はいずれも小規模事業者の振興に関する施策を展開しており、中でも市は当地域の特性を踏まえた取組を行っています。また、当地域においては、商工会議所、商工会の区域を越えた市全域の産業振

興を図る目的で設立された（一社）長浜ビジネスサポート協議会が各種支援の取組を行っているところです。

小規模事業者の支援に関して目的を一にするこれらの機関、団体、さらには資金面から企業を支える金融機関、地域貢献の一端を担う大学等と当所が連携、協力することで、地域の小規模事業者の持続的発展に向け、より効果的な支援を展開します。

#### **（４）経営発達支援事業の目標**

##### **① 経営力・競争力の強化**

小規模事業者は、経営基盤が脆弱であり、資金、人材、商品開発力等の経営資源の制約もあり構造変化の影響を受けやすいことから、自らの財務状況や強み・弱みの「見える化」及び計画に基づく合理的・効果的な事業活動により経営力、競争力の強化を図ります。

##### **② 創業・事業承継の促進**

当地域においても減少に歯止めがかからない小規模事業者は地域に生活する人々にとって欠かせない身近な存在であることから、創業支援の取組による新規創業者の増加と併せて事業承継支援の強化により新陳代謝を促進します。

##### **③ 新市場・販路の開拓・拡大**

小規模事業者は地域における顔が見える人間関係に基づく取引に強みを持っています。また、大企業や中堅企業が応えられないニーズを捉えた商品やサービスを提供することができる可能性を有しています。一方で、縮小する地域を商圏のターゲットとするのみでは持続的発展をすることは難しくなります。

小規模事業者が確かな存在感を示し、持続的発展をするために、新商品・新サービスの開発を含めた新市場・販路の開拓・拡大を支援します。

##### **④ 地域経済の活性化に資する活動の推進**

地域に根差して事業活動を行う小規模事業者の持続的発展には、個々の事業者の支援だけでなく、地域全体の活性化が重要になります。

そのためには、地域の賑わいを創出するとともに地域の魅力を掘り起こし、域外にも広くその魅力を発信して域外需要を取り込むことが重要であり、こうした取組を推進します。

##### **⑤ 小規模事業者の支援体制の強化**

当所が小規模事業者の効果的な支援を行うためには、経営指導員の資質向上はもとより絶えず事業効果を把握して事業の改善、改良に努めるとともに様々な連携と協力が重要です。

P D C Aサイクルの観点からも行政、その他の支援団体等との連携、協働の強化と研修等を活用した経営指導員の資質向上により支援体制の強化を図ります。

## 2 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3年4月1日～令和8年3月31日

### (2) 目標の達成方針

#### ① 経営力・競争力の強化

財務状況及び強み・弱み等の経営分析、事業計画策定とそのフォローアップ等により、事業者の発展段階を踏まえた継続的・効果的な支援を実施します。

#### ② 創業・事業承継の促進

(一社)長浜ビジネスサポート協議会が主催する「創業塾」の開催・運営に係る連携と卒業生をはじめとした創業者の自立までを視野に入れた効果的な支援を実施します。

滋賀県事業引継ぎ支援センターや滋賀県事業承継ネットワーク、地域の金融機関との連携と専門家の活用による、技術・ノウハウをはじめとした経営資源の連続性を確保した、負担の少ない円滑な事業承継の支援を実施します。

#### ③ 新市場・販路の開拓・拡大

事業者の志向、取扱製品・商品・サービス、市場動向等を踏まえた効果的な展示会・商談会・販売会による支援を実施します。新型コロナウイルスの感染拡大やポスト・コロナの状況を踏まえて、リアルなものに代えてオンラインなどによるWEB、バーチャルな展示会・商談会等に対しても効果等を勘案しながら支援を行います。

製品・商品・サービスの周知・広報は小規模事業者にとってハードルが高いものであることから、効果的な方策・媒体による周知、広報の支援を実施します。

#### ④ 地域経済の活性化に資する活動の推進

観光客の微減傾向や観光客の消費額の減少等による懸念を払拭し、商店街・中心市街地の来街者の増加を狙った中心市街地、商店街の活性化を推進します。これに関連して、観光客、とりわけ外国人観光客に対するおもてなし環境の向上を図ります。

当地域に古くから伝わる伝統工芸・伝統産業やかつて隆盛だった地場産業の高い技術・品質及び既存の資源だけでなく新たな地域資源を活かした新商品開発や販路拡大によるブランディングを推進します。

#### ⑤ 小規模事業者の支援体制の強化

(一社)長浜ビジネスサポート協議会をはじめとした支援機関等と情報交換・連絡調整の場を設定するなどにより、さらなる連携強化を図ります。

経営指導員、経営支援員の実働期間、これまでの担当事務や経験等を踏まえた研修の受講、OJT等により資質向上を図ります。

## I 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) 現状と課題

##### 【現状】

独自調査として四半期ごとに220社を対象とした「長浜企業景況調査」を実施し、報告書の配布、HP掲載、メールマガジンの活用、プレスリリース、概要の会報掲載等により広く情報

提供するとともに、当該調査に加えて滋賀県、内閣府、中小企業庁などの景況に係る7調査の結果をHP上で情報提供するなど経営に資する情報として事業者に発信しています。

**【課題】**

独自調査をはじめ県内の調査は調査標本数が少ないので確度という点ではやや劣ることは否めません。そこで全国規模の調査の情報を提供することにより全国の業種毎の状況等を把握いただくとともに、独自調査における事業者の具体的な記述を報告書に掲載することで、客観性のある情報と地域における肌感覚の景況をもとに事業者の経営に役立てていただくよう工夫しています。

**(2) 事業内容**

四半期ごとに独自調査を実施するとともに国、県、市等が実施する景況に関する調査を情報提供することで経済状況を踏まえた的確、効果的な事業活動に役立てます。

**① 当所独自の「長浜企業景況調査」の実施**

当所において四半期ごとに景況調査を実施し、地域の経済動向と事業者の具体的な声を含めた景況感を把握し、その状況を域内の事業者に広く情報提供します。

当該調査においては、調査の精度向上を図るため、回答率60%以上を目指します。

調査対象	小規模事業者220社（製造業、卸売業、小売業、サービス業、建設業の域内の構成割合を基に調査対象数を設定）
調査項目	業況、売上高、採算（経常利益）及びその水準、資金繰り、従業員、販売価格及び仕入れ価格、業界動向、受注動向（建設業）、在庫量（製造業）、設備投資の計画、経済情勢や経営に係わるタイムリーな事項（ex. 新型コロナウイルス感染拡大の影響）
調査手法	FAX 又は e-mail
分析手法	経営指導員が外部専門家と連携して分析を行う。

**② 「RESAS」(地域経済分析システム) の活用**

経営指導員が経済情勢の多角的な情報を把握し、効果的な経営指導に繋げるため、「RESAS」(地域経済分析システム) を活用します。

**《分析手法》**

RESASにおいては多様な分析が可能ですが、モノづくり企業の割合が高いこと、観光関連の事業者が多いこと等から活用頻度が高いと考えられるものは次のとおりです。

分析項目	目的等
地域経済循環・生産分析	生産面からの分析により産業分類別の地域経済への貢献度を分析
From-to 分析	滞在人口の数、滞在者の出発地等を分析
消費マップ	商品の域外、域内消費の状況分析

**③ 他機関の実施する経済状況調査の情報提供**

国、県等が実施する景況に関する調査を情報提供することで経済状況を踏まえた的確、効果的な事業活動に役立てます。

＜情報提供する調査＞

調査機関等	名 称
滋賀県商工政策課	滋賀県景況調査報告書
(株)しがぎん経済文化センター	県内経済概況
内閣府	地域経済動向
内閣府	月例経済報告
中小企業庁	中小企業景況調査
日本銀行	短観

④ 長浜市が実施する雇用・景況アンケート調査の情報共有及び情報提供

長浜市が年1回実施する当該調査の概要をHP等で情報提供するとともに経営指導員の各種指導の資料として活用します。

(3) 目 標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
長浜企業景況調査の公表・情報提供回数	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
他機関調査の情報提供回数	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

(4) 成果の活用

① 当所独自の「長浜企業景況調査」

当所HP、メールマガジン、会報への掲載、プレスリリース、報告書の配布

② 「RESAS」(地域経済分析システム)

経営指導員の経営指導等に活用

③ 他機関の実施する経済状況調査の情報

当所HPに掲載(リンク)、4機関の調査概要を①の報告書別冊として整理

④ 長浜市が実施する雇用・景況アンケート調査の情報共有及び情報提供

当所HPに掲載、経営指導員の経営指導等に活用

3-2 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

現計画に掲げられた消費者や企業アンケートは規模や効果、実施場所等に鑑みると実施が難しく、または実施効果が低いことから実施していません。

市域より狭い範囲における需要の基礎となる人口分布、年齢構成、居住者に係る所得額の分布、消費動向、競合他社の分布等を分析する市場評価システムを活用して事業者の計画策定や事業戦略の立案等の支援を行っています。

【課題】

個別の商品・サービスの需要動向については特定の展示会を除いて実施していませんが、BtoCに係るものについては通常、消費者が購入後に商品の状況を把握するものであることから展示会等の現場でそもそも調査が行い得ないことも想定されるので、具体的な実施方法について工夫が必要と考えています。

市場評価システムは職員ごとに活用習熟度の差があり十分活用できているとは言えない状況から、習熟度を上げる研修等を実施する必要があります。

## (2) 事業内容

消費者のニーズに重点を置くマーケットインの販売戦略に基づいた商品、サービスの提供に資するよう、展示会等の出展・出品事業者の製品、サービスに対する需要動向の調査を実施します。

### ① 展示・商談会、展示・販売会におけるアンケート調査

当該計画の「新たな需要の開拓に寄与する事業」として実施する展示会・商談会、展示・販売会において、商品・サービスについてのアンケート調査を実施します。なおBtoCの食関連の展示・販売会においてはアンケートの効果的な回収方法について検討します。

#### 《調査項目》

##### ア 食関連の展示・販売会 (B to C)

調査対象者	商品の購入者
調査手段・手法	購入者にアンケート用紙を手交し、当所あて郵送を想定
調査項目	味、量、外観、価格、パッケージデザイン、商品の感想（自由記載）等
調査分析手法	経営指導員が調査結果をとりまとめ、分析を行う。
結果の活用	直接、出品事業者の結果をフィードバックし、商品の改良、新たな販路開拓等に活かしてもらう。

##### イ モノづくり系の展示・商談会 (B to B)

調査対象者	ブース来訪者のうち関心を示した者
調査手段・手法	ブースにおいて聞取りによりアンケート表に記入
調査項目	来訪者の業態、興味のある製品、価格、機能、製品の感想（自由記載）等
調査分析手法	経営指導員が調査結果をとりまとめ、分析を行う。
結果の活用	直接、出品事業者の結果をフィードバックし、製品の改良、新たな販路開拓等に活かしてもらう。

##### ウ 地域資源、地場産業、伝統産業の展示・商談会 (B to B)

調査対象者	ブース来訪者のうち関心を示した者
調査手段・手法	ブースにおいて聞取りによりアンケート表に記入
調査項目	来訪者の業態、興味のある商品、価格、デザイン、商品の感想（自由記載）等
調査分析手法	経営指導員が調査結果をとりまとめ、分析を行う。
結果の活用	直接、出品事業者の結果をフィードバックし、商品の改良、新たな販路開拓等に活かしてもらう。

### ② 地域の市場情報の評価分析システムの活用

市域より狭い範囲でマーケットの様々な分析が可能な当該システムは、商圏が狭い小規模事業者にとって有用なツールであり、経営力向上計画や先端設備等導入計画等の計画策定支援など小規模事業者の支援件数が年々増加している状況を踏まえ、経営指導員に対する操作研修会を実施するなどにより操作スキルを高めて、積極的な活用を図ります。

#### 《システムの主な機能》

- ・ 500m, 1km, 3km, 5kmの商圏を設定して、
- ・ 年齢状況、就業状況、世帯構成等の状況、消費購買力、競合事業者の存在等を分析
- ・ 表、グラフ、地図で表示

### (3) 目 標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
食関連の展示・販売会 (B toC)	－	10 社				
ものづくり企業系の展示・商談会 (B toB)	－	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
地域資源・地場産業・伝統産業の展示・商談会 (B toB)	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
地域の市場情報評価分析システムの分析情報の提供	11 社	30 社	35 社	40 社	40 社	40 社

### (4) 成果の活用

- ① アンケート結果を出展者、出品者にフィードバックし、商品・サービスの開発や改良、販路拡大等に繋がります。
- ② 出店、販路開拓・拡大、商品・サービスの開発・改良等を行おうとする事業者へ情報提供し、戦略的な計画策定や販路開拓等に活用します。

## 4 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

定量的、定性的分析を基に事業計画や経営計画を立案することは小規模事業者が合理的な経営・事業展開を図る上で極めて重要なことから、財務分析、経営分析を実施する事業者の掘り起こしのため財務分析・経営分析のセミナー及び個別相談会を開催しています。

計画策定や補助金活用の意向を有する事業者、当該セミナー受講者、(一社)長浜ビジネスサポート協議会が主催する創業塾の卒塾生を中心に経営指導員による個別支援に加え、事業者が3回にわたり無料で中小企業診断士を活用できる個別分析の事業を実施しています。

#### 【課題】

セミナー及び相談会については、創業塾の卒塾生等に紹介するとともに個別に事業者にも声を掛けていますが、結果として受講者が少人数に留まっています。

これまでの支援の効果もあり経営指導員による支援件数は確実に増加している一方で、中小企業診断士を活用した分析の活用件数は少数に留まっています。

### (2) 事業内容

#### ① 財務分析・経営分析セミナー及び個別相談

事業者が財務分析・経営分析の重要性を認識するきっかけとなり、具体的な分析に繋げるために財務分析・経営分析の意義・重要性、具体的な方法を伝えるセミナーを開催します。セミナー終了後に時間を設けて講師による個別相談を実施します。

#### ② 専門家による財務分析・経営分析支援事業

①の受講者や計画策定の意思がある事業者について、定量分析である財務分析および定性分析であるSWOT分析等を行うため、専門家による複数回にわたる個別支援を実施します。

#### ③ 経営指導員による分析支援

各種補助金の申請や計画策定の意思がある事業者に対して、経営指導員が経済産業省の推奨するローカルベンチマークや中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフト、RESAS、地域の市場情報の評価分析システム等を活用して個別支援を実施します。

### (3) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
財務分析・経営分析セミナー及び個別相談開催回数	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回
専門家による財務分析・経営分析支援事業による分析件数	2 件	7 件	8 件	9 件	10 件	10 件
経営指導員による分析支援による分析件数	—	39 件	39 件	40 件	41 件	41 件

### (4) 成果の活用

- ① 財務分析・経営分析セミナー及び個別相談  
受講者に対し②、③の支援を行うことにより具体的な分析に繋がります。
- ② 専門家による財務分析・経営分析支援事業
- ③ 経営指導員による分析支援  
分析結果を当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等の活用に繋がります。

## 5 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

計画策定の意義、経営力向上計画、先端設備導入計画等のメリットのある計画制度の説明、計画策定の実践的な方法やワークシートを使った策定演習を採り入れた 2 回にわたるセミナー・相談会を実施しています。

各種補助金や創業計画に係る計画策定の支援に加え、経営力向上計画、先端設備等導入計画等の認定申請、ものづくり補助金の事業計画策定等の支援に努め、現計画における目標をほぼ達成するとともに、これら支援の結果として補助金の採択件数や計画の認定・承認件数が確実に増えています。

#### 【課題】

セミナー及び相談会については、創業塾の卒業生等に個別に紹介するとともに金融機関の窓口における紹介を依頼していますが、結果として受講者が少数に留まっています。

認定・承認を前提とした計画、モノづくり補助金、事業承継に関しては経営指導員の支援に偏りがあり、専門家の効果的な活用と経営指導員の資質向上を図っていくことが必要です。

### (2) 支援に関する考え方及び事業内容

まずセミナーにおいて事業計画の意義や制度の概要及び具体的な策定方法を伝え、経営分析を行った者や計画策定の必要な各種補助金や認定、承認等が必要な各種計画の策定意思のある事業者を中心に個別支援を行うことにより、小規模事業者の持続的発展に資する計画策定を支援します。

地域経済・社会の維持発展には、小規模事業者数の減少に歯止めをかけることが重要との観点から、創業計画、事業承継計画の支援にも注力します。

#### ① 事業計画策定セミナー

計画策定の意義、経営力向上計画、先端設備導入計画等のメリットのある計画制度の説明、計画策定の実践的な方法、策定演習を内容とした 2 回シリーズのセミナーを開催します。

#### ② 経営指導員による計画策定支援

経営指導員が、必要に応じよろず支援拠点等の専門家も活用しながら経営革新計画、経営力

向上計画、先端設備等導入計画、滋賀の新しい産業づくりチャレンジ計画、ものづくり補助金の事業計画等の策定の個別支援を行います。

また、(一社)長浜ビジネスサポート協議会が主催する「創業塾」の運営に経営指導員が参画し、受講生の創業計画の策定を支援するとともに、市起業支援事業補助金や市創業支援融資制度に基づく融資等における創業計画の策定を支援します。

滋賀県事業引継ぎ支援センターや滋賀県事業承継ネットワーク、地域の金融機関と連携を図り、必要に応じて専門家を活用することによって、事業承継計画の策定を支援します。

### (3) 目 標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
事業計画策定セミナー及び個別相談会	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
経営指導員による計画策定支援による策定件数	—	47 件	47 件	47 件	48 件	48 件
うち創業計画策定件数	—	15 件				
うち事業承継計画策定件数	—	3 件	3 件	3 件	4 件	4 件

\* 創業計画を除く計画策件数については、経営指導員の分析支援による分析件数の7割超を目指します。

\* 創業計画策定件数は、創業塾卒塾生等の数を踏まえて設定。

## 6 事業計画策定後の実施支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

巡回訪問および窓口において、計画策定を前提とした補助事業の実施に係る支援、マル経融資実行後の経営指導、経営力向上計画、先端設備等導入計画等の策定後の税の優遇措置の情報提供などのフォローアップに努めています。

#### 【課題】

計画の進捗の遅れや行き詰った状況に対して、柔軟で効果的な支援がまだ十分ではありません。

### (2) 支援に関する考え方及び事業内容

#### ① 経営指導員によるフォローアップ

事業計画を策定した事業者全てを対象としてフォローアップを行います。

実施に当たっては、各計画の計画期間や計画の難易度等を踏まえるとともに、計画実施の初期段階においては手厚い支援が必要であることから、計画初年度の頻度を高く設定し、徐々に頻度が少なくなるという考え方の下、現行のフォロー支援の成功事例の頻度も勘案しながら計画期間の類型ごとに下表のとおり支援頻度を設定します。

計画の進捗状況や遅れの原因、事業者のスキル等により、さらなる支援が必要なものに関しては、臨機応変に頻度を上げて手厚い支援を実施します。

支 援 期 間	支 援 頻 度
3年間～5年間（計画期間と同じ） ・経営革新計画 ・モノづくり補助金 ・経営力向上計画 等	1年目 3社 四半期に1回 2年目 年2回 3年目以降 年1回
3年間 ・創業計画 *自立までは3年程度が必要と想定	1年目 10社 四半期に1回、5社 年2回 2年目 10社 年2回、 5社 年1回 3年目 年1回
2年間 ・事業承継 ・小規模事業者持続化補助金 等	1年目 四半期に1回 2年目 年2回
1年間 ・県、市補助金 ・経営改善 ・融資案件 ・展示会出展事業者 等	5社 四半期に1回 4社 年2回

## ② 専門家の活用

商工会議所は「かかりつけ医」と称されるように、経営指導員は幅広い分野の対応を行う必要があることから一般的に専門性が低い状況にあります。

そこで、必要に応じて、よろず支援拠点、滋賀県商工会議所連合会のエキスパートバンク、（一社）長浜ビジネスサポート協議会等の費用負担が生じない専門家派遣を活用し、事業者のニーズや状況を踏まえた支援を行います。

## (3) 目 標

	現行	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	—	47件	85件	104件	107件	108件
フォローアップ頻度（延べ回数）	—	170回	241回	263回	267回	268回
売上増加事業者数	—	17社	31社	37社	38社	39社
利益率増加企業	—	14社	25社	30社	31社	32社

## 7 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

#### ① 展示会等への出展

びわ湖環境ビジネスメッセ、日本百貨店しょくひんかんにおいて商工会議所がブースを設置して展示、展示販売をそれぞれ実施しています。その他各種の展示会において事業者の出展を支援しています（R元年度：8社）。

#### ② 海外販路開拓事業

海外に販路を求める小規模事業者は少数であり、市の委託事業で予算状況等にも左右されたことから平成30年度、令和元年度の2年間は事業を実施していません。

#### ③ J-GoodTechの活用支援、全国規模の通販サイトの活用支援

モノづくり補助金や各種計画の紹介及びこれらへの取組を働きかける企業訪問においてJ-GoodTechを積極的に紹介するとともに当所ロビーに案内・申込書を備え置き、周知を図っています。通販サイトについては各サイトのチラシ・パンフレットを当所ロビーに備え置くとともにWEBでの販売を考える事業所に個別に紹介しています。

## 【課題】

### ① 展示会等への出展

びわ湖環境ビジネスメッセは出展希望者数が少なく、また成約に至る件数も少数に留まっています。なお、令和2年度は当該メッセの開催は休止されました。

当地域において経済、雇用の核となっているモノづくり系事業者に焦点を当てた展示会支援が十分とは言えません。

### ② 海外販路開拓事業

海外に販路を求める事業者が少ない現状において、予算を確保した販路開拓支援事業を実施する意義は低い状況にあります。

### ③ J-GoodTech の活用支援、全国規模の通販サイトの活用支援

周知の成果もあり着実に登録者数は増加していますが、事業者における登録効果を把握できておらず、効果的なフォローに繋がっていません。

## (2) 支援に関する考え方

商工会議所が主催して展示会を開催することは経費やマンパワーの状況から困難であるので、域外への販路拡大、取引拡大を意図した都市圏での展示会等において当所がブース・スペースを確保して出展支援を行います。これらには経営指導員等が開催前、開催後の支援を行うとともに、出展期間中はディスプレイの調整、接客などのきめ細やかな伴走型支援を行います。

また、年々市場が拡大するEコマースやインターネットによる取引に事業者が対応できるよう、情報提供等の支援を行います。

加えて、小規模事業者は販路拡大のための広報・周知が効果的に行い得ないため、自社の製品・商品・サービスの効果的な周知ノウハウの習得等の支援を行います。

## (3) 事業内容

### ① 展示会・商談会・販売会の出展

販路開拓・拡大に意欲のある事業者に対して「食関連」、「モノづくり」、「地域資源、地場産業、伝統産業」のそれぞれについて展示会・商談会・販売会の出展を支援します。

いずれにおいても、支援対象製品、商品の類型（例えばモノづくりにおいて、金型、素材、加工等）の選定や伴走型小規模事業者支援推進事業費補助金の補助事業期間、ターゲットとする商圏、展示会等の今後の存続状況等によって出展する展示会等は流動的となるため当該計画において特定はできませんが、以下、候補として想定している展示会も併せて例示します。

#### ア 食関連の展示・販売会（B to C）

当所がブース・展示スペースを借り上げて、当地域の食の魅力を伝える訴求力のある食品を製造・販売する小規模事業者で域外への販路開拓に意欲のある者を参加対象として食関連の展示・販売会を実施します。

当該出展については、当地域で製造・販売されるカトラリー、テーブルウェア等食にまつわる商品の出展を併せた展開も視野に入れます。

<候補として想定している会場等>

・日本百貨店しょくひんかん（東京・秋葉原）

会場概要	“モノづくり” と “日本のスグレモノ” をテーマに日本全国からモノづくりにこだわった職人の手による商品を集め、販売する日本百貨店が運営する食品専門館
主催者	イベントスペースを借りて当所が主催
来場者数	土日祝日 約3,000人/日（店舗情報）
出展者数	* 展示会場ではなく店舗

・販路開拓支援拠点 むらからまちから館（東京・有楽町）

会場概要	全国の中小企業の地域特産品を扱うアンテナショップで、日本唯一の公設地域総合専門館。全国商工会連合会が運営
主催者	イベントスペースを借りて当所が主催
来場者数	土日祝日 約2,500人/日（店舗情報）
出展者数	* 展示会場ではなく店舗

・ここ滋賀（東京・日本橋）

会場概要	滋賀の魅力をさまざまな角度から伝えるイベントや、特産品・伝統工芸品などの販売等を行う滋賀県が運営するアンテナショップ
主催者	イベントスペースを借りて当所が主催
来場者数	土日祝日 約3,000人/日（店舗情報）
出展者数	* 展示会場ではなく店舗

・金山総合駅連絡通路橋イベント広場（名古屋）

会場概要	世界デザイン博覧会の交通拠点として総合駅化したのを契機に、名古屋市より整備された公共通路内において（公財）名古屋まちづくり公社が運営するイベント広場
主催者	イベントスペースを借りて当所が主催
来場者数	連絡橋の一日の利用者数：約40万人（名古屋市統計）
出展者数	* イベントスペースを借りるもので展示会ではない。

イ モノづくり系の展示・商談会（B to B）

モノづくり企業が多く出展する展示・商談会において当所がブース・展示スペースを借り上げて、元気なモノづくり系企業から出展者を募り、最終製品も視野に入れた高付加価値な製品の販路開拓・拡大を支援します。

<候補として想定している展示会等>

・メッセナゴヤ（名古屋）

概要	中小企業の販路拡大と異業種交流を目的に10の要素技術を対象とした国際総合見本市
主催者	愛知県、名古屋市、名古屋商工会議所で構成する実行委員会
来場者数	62,422名（2019年実績）
出展者数	1,422社・団体（2019年実績）

・新価値創造展（東京ビッグサイト）

概要	全国の中小企業が持つ優れた製品・技術・サービスを展示し、ビジネスマッチングを行う総合展示会
主催者	(独法) 中小企業基盤整備機構
来場者数	21,187人(2019年実績)
出展者数	375社・機関(2019年実績)

・ものづくりワールド（大阪又は名古屋）

概要	製造業の「短期開発、生産性向上、品質向上、VA/VE、コストダウン」に寄与することを目的に開催される展示・商談会
主催者	リード エグジビション ジャパン株式会社
来場者数	40,000名(2019年実績 大阪)
出展者数	1,250社(2019年実績 大阪)

ウ 地域資源、地場産業、伝統産業の展示・商談会（B to B）

展示・商談会において当所がブース・展示スペースを借り上げて出展者を募り、地場産業や伝統工芸、これらの技術から派生する例えば浜仏壇の製作を担う木彫、彫金、漆塗り等をベースにした新商品、既存の地域資源のみならず新たに生み出される地域資源を活用した商品、サービスの販路開拓・拡大を目指します。

<候補として想定している展示会等>

・東京インターナショナルギフトショー

概要	日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市
主催者	(株) ビジネスガイド社
来場者数	270,062人(春2020年実績)
出展者数	3,100社(春2020年実績)

・京都ギフトショー

概要	出展・商談という従来の見本市に加え、伝統産業をより深く知りビジネスに繋がるプログラムを擁しバイヤーを誘致。
主催者	(株) ビジネスガイド社
来場者数	24,711人(2019年実績)
出展者数	307社(2019年実績)

② Webによる販路開拓支援

ア J-GoodTech, 「滋賀の名品」、「feel NIPPON B to B」等への登録支援

各情報を窓口に備え置くことと併せて巡回訪問、窓口指導、セミナー等様々な機会を捉えて、事業や商品・サービスに合致したサイトを紹介し、販路開拓・拡大に繋がります。

イ クラウドファンディング等の活用支援

事業資金の獲得とPR効果を併せ持つクラウドファンディングの効果的な活用を図るために、セミナーの開催、情報提供、専門家への橋渡し等により支援を実施します。

③ 広報周知支援

ア パブリシティ・広報戦略セミナーの開催

商品やサービスの広告・宣伝に多額の費用を投じることが困難な小規模事業者の効果的な

PR手法の一つがパブリシティ（PRの一種でプレスリリースやインタビューへの応対などを通じてメディアに報道として自社に関する内容を取り上げてもらう活動）です。

そこで、お金を掛けない効果的なPR手法であるパブリシティを学ぶセミナーを開催し、商品・サービスの販路開拓・拡大に繋がります。

#### イ プレスリリース等の支援

地域資源を活用した取組や地域のアピールに繋がる事業者の取組等について、当所と市が連携を図りながら、プレスリリース等により側面的支援を図ります。

#### (4) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
食関連の展示・販売会 参加事業者数	13社	15社	15社	15社	15社	15社
売上額	38.5万円	30万円	30万円	30万円	30万円	30万円
イベント後に受注又は店舗の常設 販売に繋がった商品数	1品	2品	2品	2品	2品	2品
モノづくり系の展示・商談会 参加事業者数	—	3社	3社	3社	3社	3社
成約件数／社	—	1件	1件	1件	1件	1件
地域資源、地場産業、伝統産業の展 示・商談会 参加事業者数	—	3社	3社	3社	3社	3社
成約件数／社	—	1件	1件	1件	1件	1件
パブリシティ・広報戦略セミナーの 開催	—	1回	1回	1回	1回	1回

### 8 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

#### (1) 現状と課題

##### 【現状】

外部委員と内部委員からなる事業評価検討会を年2回開催し、各委員からの意見をより良い事業の実施に向けて反映するとともに、実施結果の評価を常議員会に報告し、併せて当所のホームページおよび会報に掲載して内容の周知を図っています。検討会における委員の意見はより良い事業展開に大きく寄与しています。

##### 【課題】

各委員の意見を事業の実施に反映することにより効果的な事業展開に繋がっている一方で、意見の反映が執行段階における工夫に留まっており事業予算にどう繋げていくかが課題となっています。

#### (2) 事業内容

中小企業診断士(外部有識者)、市の職員等の外部委員、内部委員からなる事業評価検討会を年1回以上開催し、経営発達支援計画に係る事業の評価を行い、必要な見直しを行った上で事業に反映するなど、より良い事業の実施に繋がります。

実施結果の評価を常議員会に報告し、併せて当所のホームページおよび会報に掲載して内容を周知します。

当該検討会の委員の意見のうち予算への反映が前提となるものについては、市及び当所の予算編成時期を勘案してあらかじめ予算化の必要性や妥当性等を協議し、より良い事業に繋がるものについては予算への反映に努めます。

### ＜事業評価検討会の構成想定＞

外部評価委員	市担当課職員、中小企業診断士、金融機関役職員
内部評価委員	副会頭、小規模企業支援振興委員

\* 法定経営指導員も執行側の一員であり、かつ執行に関与するものであることから、評価の客観性の観点から執行に係る説明者・委員からの質疑対応者として事業評価検討会に出席します。

## 9 経営指導員等の資質向上等に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

すべての経営指導員、経営支援員が自らの資質向上に役立つ内容の研修を選択して、以下の目標時間以上の研修を受講しています。

- ・対象経営指導員 4名 20時間以上
- ・対象経営支援員 2名 10時間以上

#### 【課題】

滋賀県の補助金において経営指導員、経営支援員に義務付けられている滋賀県商工会議所連合会、中小企業大学の研修を主に受講しており、経営指導員、経営支援員の段階的な資質向上のプロセスを意識した他の研修への受講は必ずしも十分とは言えない状況です。

### (2) 事業内容

#### ① 外部講習会等の積極的活用

事業者の支援をより実のあるものにするために、経営指導員、経営支援員の経験年数、習熟度、担当事務、費用対効果等を勘案して、支援レベルの段階的な向上に繋がるよう、以下の講習会等を効果的に受講させます。

新型コロナウイルスの感染状況やニューノーマルの進展状況も踏まえ、WEB研修の積極的な活用も検討します。

##### ア 日本商工会議所主催

- ・ マル経基礎研修会
- ・ 商工会議所経営指導員全国研修会

##### イ 中小企業大学校

- ・ 基礎的研修
- ・ 専門研修

##### ウ 創業に関する研修

##### エ 事業承継に関する研修

#### ② OJT制度の実施

経験の浅い経営指導員には指導内容の理解度、習熟度に応じ、巡回指導や窓口相談を活用してOJTを実施します。新入職員や経営指導員就任1年目の職員には「エルダー制度」により実務の指導を行います。

#### ③ 定期的を開催する内部ミーティング

経営指導員が保有する支援に有用な情報・ノウハウ、抱えている課題やその解決策、行政施策の内容等を共有するとともに、より良い支援に資する自由な意見交換を行うために月1回の定期的なミーティングを実施します。

## 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

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

現計画では、「〔仮称:小規模事業者支援力会議〕を立ち上げ経営指導員4名と長浜インキュベーションセンター・インキュベーションマネージャー3名、地域連携コーディネーター（創業のほか、新商品等開発、販路開拓支援所管）1名の計8名を基本に情報交換、研究する。」とされているが実施していません。

#### 【課題】

新しい場を設定することが必ずしも効果的とは言えないことから、関係機関と実施している既存の会議等を有効活用することが現実的です。

支援を行う上で重要な連携先である（一社）長浜ビジネスサポート協議会とは、支援ノウハウ等の情報交換を主眼とした会議は開催していません。

### (2) 事業内容

#### ① 経営改善貸付推薦団体連絡協議会（年2回）

マル経制度融資に関する推薦や貸付状況、実務上の課題や対応等について情報共有するとともに事務レベルの向上を図るために日本政策金融公庫彦根支店、当所を含む4商工会議所による標記協議会に出席します。

#### ② 滋賀県中小企業振興資金融資制度に係る意見交換会（年1回）

県制度融資に関する情報共有と事務レベルの向上を図るとともに、事業者のニーズに合致した県制度融資の改正に係る意見を述べる機会として、滋賀県商工観光労働部中小企業支援課、県北部地域の商工会議所、商工会、2市の職員が参加する標記意見交換会に出席します。

#### ③ 長浜市、一般社団法人長浜ビジネスサポート協議会、長浜市商工会との情報交換会（年1回以上）

行政や支援機関の連携した支援と市域における整合性のある重複のない効果的な支援を実施するために新たに開催し、情報交換、意見交換を行う標記情報交換会に出席します。

## II 地域経済の活性化に資する取組

### 11 地域経済の活性化に資する取組に関すること

#### (1) 現状と課題

#### 【現状】

地場産業である「浜ちりめん」のブランド化については目標が観光客等にPRする機会を想定したものとなっていたので、和装業界以外の新たな市場開拓も視野に入れた商品開発、展示会出展を実施し、販路開拓を目指しています。

（一社）長浜ビジネスサポート協議会が取り組む観光食メニュー、土産品の試作開発については、前者としてさば寿司のブランド化が一定、取り組まれたところです。

現計画においては、商店街や中心市街活性化の方策が具体的には示されていません。

#### 【課題】

「浜シルク」の新商品開発は成果が現れてきており、今後、効果的な市場開拓の取組を進める必要があります。

昨年度はさば寿司の取組が進まず、また土産物の商品開発は着手されていません。

産業、経済振興、事業者の持続的発展という観点から、当所が主体となった中心市街地や商店街の活性化の取組を計画にも位置付け実施することが求められます。

## (2) 事業内容

### ① 中心市街地活性化・商店街空き店舗解消のための魅力ある個店の創業・開業・開店支援

前述のとおり市の中心市街地の商店街においては徐々に空き店舗が増えている状況にあり、早急に効果的な中心市街地活性化、商店街活性化に取り組む必要があります。

魅力ある個店がマグネット効果を発揮する点に着目し、市と連携したモデル的な取組として、公募により空き店舗に魅力的な個店を開業させ、事業継続に繋がる支援を実施する仕組みを構築するなど、効果的な支援を実施します。

### ② 中心市街地・商店街における観光客のおもてなし環境向上支援

長浜市総合計画に掲げられた「宿泊滞在型観光の推進」や「インバウンドを含む新たな観光客獲得」に向けて市や観光協会が取り組む広域観光化や外国観光客対応と連動して、当所の活動区域内とりわけ中心市街地において、外国人の観光案内やセミナーの開催、携帯型翻訳装置の貸出などによる店舗におけるおもてなしの充実等に取り組みます。

### ③ 夏まつりの開催支援

当所の青年部が実質的な主体として実行委員会形式で開催され、年々賑わいを増している夏まつりへの支援と長浜商店街連盟とも連携して商店街の各店舗が当日だけでなく持続的なメリットを感じることができるような取組を支援します。

### ④ 地域資源を活用したブランディング事業

浜ちりめんや輪奈ビロードの技術を基にした「浜シルク」の新商品、新分野の販路拡大とブランド化をはじめ、農商工連携や新たな資源開発なども含めた地域資源を活用した商品・サービス、例えば浜仏壇にまつわる木彫、彫金、漆などの技術を活かした新商品の展開等も想定した伝統的な工芸・産業の販路開拓、ブランディング化を前述の展示会等による販路開拓事業も活用しながら推進します。

(別表2)

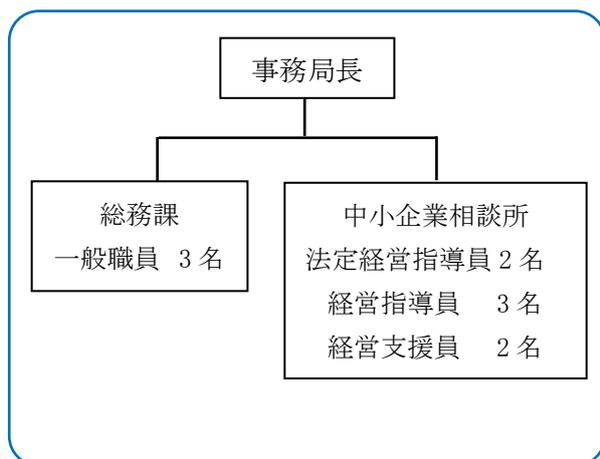
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

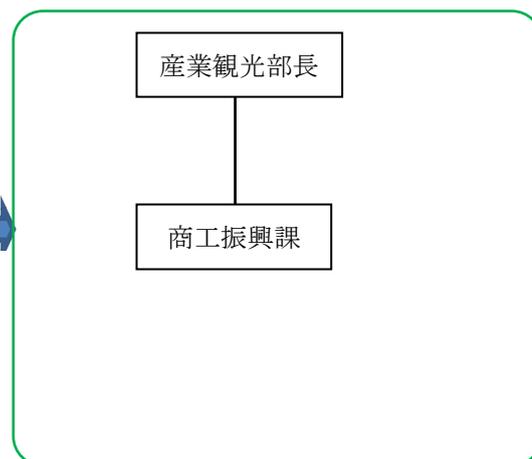
(令和2年11月現在)

(1) 実施体制

【長浜商工会議所】



【長浜市】



連携

協働

(2) 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

ア 氏名： 川村 好典、吉井 康治

イ 連絡先 長浜商工会議所 TEL 0749-62-2500

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）

各担当者に当初予算編成時に経営発達支援事業の具体的執行を想定した予算案を作成させたうえで、年度当初に大まかな年間スケジュールを策定させ、これらを基にして実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理を適時行い、事業の評価、見直しの際に必要な情報の提供や助言を行います。

(3) 商工会議所、関係市連絡先

① 商工会議所

長浜商工会議所 中小企業相談所

〒526-0037 滋賀県長浜市高田町12番34号

TEL. 0749-62-2500 / FAX. 0749-62-8001 / E-mail. [cci@nagahama.or.jp](mailto:cci@nagahama.or.jp)

② 関係市

長浜市 産業観光部商工振興課

〒526-8501

長浜市八幡東町632番地

TEL. 0749-65-8766 / FAX. 0749-64-0396 / E-mail. [syukou@city.nagahama.lg.jp](mailto:syukou@city.nagahama.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	7,700	8,350	8,800	8,950	8,950
経済動向調査費	600	600	600	600	600
需要動向システム費	500	500	500	500	500
セミナー開催費	600	600	600	600	600
専門家派遣費	1,000	1,150	1,300	1,450	1,450
展示会等出展費	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
商店街モデル事業費	500	1,000	1,500	1,500	1,500
事業評価検討会開催費	100	100	100	100	100
職員研修費	400	400	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
国補助金、滋賀県補助金、長浜市補助金、商工会議所自己財源

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
一般社団法人長浜ビジネスサポート協議会 滋賀県長浜市高田町 12 番 34 号 代表理事 大塚 敬一郎
連携して実施する事業の内容
① 経営状況の分析に係る連携 ② 事業計画策定支援に係る連携 ③ 事業計画策定後の実施に係る支援 ④ 支援ノウハウ等の情報交換
連携して事業を実施する者の役割
① モノづくり系企業の個別の経営分析に係る主に技術的領域のアドバイス ② ・モノづくり系企業の事業計画の策定に係る主に技術的領域のアドバイス ・創業塾の主催者であり、当該受講者の連携した支援 ③ ・モノづくり系企業の実施に係る主に技術的領域のアドバイス ・卒業生に対する連携した支援 ④ 長浜市、一般社団法人長浜ビジネスサポート協議会、長浜市商工会との情報交換会や随時の打合せによる具体的な小規模事業者支援方策の効果的な役割分担と連携の検討と実施
連携体制図等
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: 45%;"> <p style="text-align: center;"><b>【長浜商工会議所】</b></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <input type="checkbox"/> 経営状況の分析  <input type="checkbox"/> 事業計画の策定  <input type="checkbox"/> 事業計画策定後の実施支援                      モノづくり系企業の技術的領域                 </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <input type="checkbox"/> 事業計画の策定  <input type="checkbox"/> 事業計画策定後の実施支援                      創業塾の受講生・卒業生                 </div> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: 45%;"> <p style="text-align: center;"><b>【一般社団法人長浜ビジネスサポート協議会】</b></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px; text-align: center;">                     モノづくり系専門家                 </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">                     事務局職員                 </div> </div> </div> <div style="text-align: center; margin: 10px 0;"> <div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; gap: 20px;"> <div style="border: 2px solid blue; padding: 5px; background-color: #e0f0ff;"> <b>アドバイス</b> </div> <div style="border: 2px solid blue; padding: 5px; background-color: #e0f0ff;"> <b>連携した支援</b> </div> </div> </div> <div style="border: 2px solid yellow; padding: 10px; text-align: center; margin: 10px 0;">                 情報交換会、随時の打合せによる具体的な小規模事業者支援方策の効果的な役割分担と連携の検討と実施             </div>

