

経営発達支援計画の概要

実施者名	岐南町商工会(法人番号 5200005003493) 岐南町(地方公共団体コード 213021)
実施期間	令和 8 年 4 月 1 日～令和 13 年 3 月 31 日
目標	<p>①経営状態(特に、利益や付加価値)を把握した上で、今後の事業環境の変化の兆しをつかみながら、事業計画策定支援と、実行段階での伴走型支援を行う 今後の事業環境の変化の兆しをつかみ、稼ぐ力(利益や付加価値)を意識した経営分析及び事業計画策定への意識付けをより重点的に実施し、自社の経営を分析・把握しながら将来を見据えた事業計画の策定を行い、同計画に基づいた経営の自走化が図れるよう、伴走型支援を推進することで稼ぐ力(利益拡大・付加価値)の向上につなげていく。</p> <p>②地域の特性を活かした積極的な事業展開や前向きな事業承継も含めた創業等の支援を行う 新たな事業展開のチャンスに恵まれている地域特性を活かした、創業を目指す地域内外の創業希望者の積極的な掘り起こしとともに、既存事業者の新たな事業展開を支援する。 同時に空き店舗の活用等を促進をすることで、事業承継による、あとつぎ型創業を支援する。</p>
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 地域経済動向調査を把握し、自社の経営課題への気づきを促す情報提供を行う。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること 個々の事業者の製品・商品・サービスに関して、個社の課題に合わせた需要動向調査と外部機関が公開する調査及びデータ等で得た情報を需要動向レポートとして作成し提供する。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること 収益性、安全性、生産性、成長性分析の結果、総合的な結論から導き出される、経営課題の把握に至るまでを支援する。</p> <p>4. 事業計画策定支援に関すること 事業計画(事業計画、創業計画)策定への動機づけから、策定に至るまでの支援を実施する。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 売上・利益増加計画によるKGI、KPIの達成度合いを検証し、事業の自走化、定着化を推し進める。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 製品・サービスの内容や課題に合わせて、最適なマッチングサービス等を選択して支援していく。</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組 「商工会企業展」を中心に、「ぎなんキッズニア事業」並びに「Web 版企業ガイド」を整備し、ともに連携を図りながら、継続的に推進していく。</p>
連絡先	岐南町商工会 〒501-6013 岐阜県羽島郡岐南町平成 1 丁目 3 番地 TEL:058-246-8722 FAX:058-246-8947 E-mail:ginan@ml.gifushoko.or.jp 岐南町 総合政策部 まちづくり推進課 〒501-6197 岐阜県羽島郡岐南町八剣 7 丁目 107 番地 TEL:058-247-1370 FAX:058-240-4568 E-mail: machi@town.ginan.lg.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

(1)地域の現状及び課題

①現状

1)立地

【岐阜と愛知の県境にあり、交通の要衝】

岐南町は、広大な濃尾平野の北部に位置し、なだらかな平坦地に広がる町で、総面積は7.91km²。

北と西は境川を隔てて岐阜市、東は各務原市、南は笠松町に接している。県庁所在地の岐阜市市街地へは国道21号で約5km、愛知県名古屋市へは国道22号で南へ約30kmの近距離にあり交通の便に恵まれている。

2つの国道が交差する岐南インターチェンジは県下一の交通量を誇り、町の東部には東海北陸自動車道の岐阜各務原インターチェンジがあるなど、奥美濃・飛騨方面や東名・名神高速道路へも容易にアクセスできます。交通の便にも恵まれているため、運輸業やサービス業の進出により都市化が進み、「岐阜県の表玄関」として著しい発展を遂げてきた。

現在では、交通の要衝としての経済機能とともに、岐阜経済圏の主要な住宅地域として、職・住とも利便性の高い地域となっている。

2)人口

【他地域に比べてゆるやかに減少】

国立社会保障・人口問題研究所に準拠して推計した岐南町の総人口の将来推計は、2025年の26,082人がピークとなり、2040年に25,417人、2050年には24,133人へと減少していくと見込まれている。また、労働力人口(15～64歳)でも、同様の傾向となっている。

なお、岐阜県と比べると、その傾向は緩やかなものと見込まれている。

3)産業

岐南町の産業構造を地域別に見ると、町内を十文字に貫通する東西軸の国道21号と、南北軸の国道22号の岐南インターチェンジ交差点を中心に、北に商業拠点エリア、南に産業拠点エリアが集積している。北の商業拠点エリアには、小売業を中心に飲食店なども多く展開している。また、南の産業拠点エリアには、道路貨物運送業や製造業が多く展開し

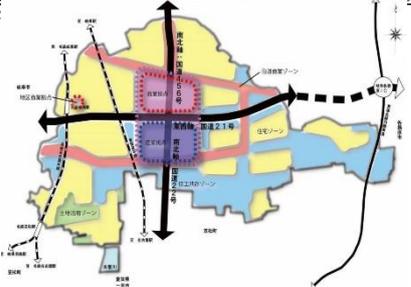


岐南町	総人口		0～14歳		15～64歳		65歳以上	
	実数	2020年比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
2020年(国勢調査)	25,881	100.0%	3,776	14.6%	16,207	62.6%	5,898	22.8%
2025年(予測)	26,082	100.8%	3,653	14.0%	16,397	62.9%	6,032	23.1%
2030年(予測)	26,052	100.7%	3,491	13.4%	16,320	62.6%	6,241	24.0%
2035年(予測)	25,828	99.8%	3,378	13.1%	15,864	61.4%	6,586	25.5%
2040年(予測)	25,417	98.2%	3,312	13.0%	14,897	58.6%	7,208	28.4%
2045年(予測)	24,833	96.0%	3,197	12.9%	14,188	57.1%	7,448	30.0%
2050年(予測)	24,133	93.2%	3,003	12.4%	13,569	56.2%	7,561	31.3%

出典:日本の地域別将来推計人口 令和5(2023)年推計(国立社会保障・人口問題研究所)

(参考)岐阜県	総人口		0～14歳		15～64歳		65歳以上	
	実数	2020年比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
2020年(国勢調査)	1,978,742	100.0%	242,504	12.3%	1,133,872	57.3%	602,366	30.4%
2025年(予測)	1,901,307	96.1%	212,552	11.2%	1,082,540	56.9%	606,215	31.9%
2030年(予測)	1,819,881	92.0%	186,909	10.3%	1,026,089	56.4%	606,883	33.3%
2035年(予測)	1,734,135	87.6%	172,240	9.9%	953,246	55.0%	608,649	35.1%
2040年(予測)	1,645,767	83.2%	164,889	10.0%	856,533	52.0%	624,345	37.9%
2045年(予測)	1,556,632	78.7%	155,850	10.0%	784,113	50.4%	616,669	39.6%
2050年(予測)	1,468,392	74.2%	143,426	9.8%	728,848	49.6%	596,118	40.6%

出典:日本の地域別将来推計人口 令和5(2)



ている。それらを取り囲むように、沿道の商業ゾーンには、サービス業や小売業、飲食店などが展開している。

【業種別構造～卸売業・小売業と製造業が中心だが、他地域からの進出が増加】

令和5年経済センサス(速報値)の結果によると、岐南町内の事業所数は、1,113事業所となっている。平成26年の同調査の985事業所、平成21年の同調査の879事業所に比べると、年々多くなっていることが伺われる。(事業内容等不詳を含むと、事業所数は1,437事業所)

	業種別事業所数(経済センサスR5)					R5/H26			業種別従業者数(経済センサスR5)			
	岐南町		(参考)岐阜県		岐南町と岐阜県の構成比差	事業所数増減	増減率	事業所数	岐南町		(参考)岐阜県	
	事業所数	構成比	事業所数	構成比				H26調査	従業者数	1事業所あたり	従業者数	1事業所あたり
AB 農林漁業	3	0.3%	859	1.4%	-1.1%	2	200%	1	8	2.7	9,432	11.0
C 鉱業、採石業、砂利採取業	0	0.0%	56	0.1%	-0.1%	0	-	0	-	-	390	7.0
D 建設業	116	10.4%	6,504	10.5%	-0.1%	15	15%	101	1,018	8.8	49,554	7.6
E 製造業	182	16.4%	8,301	13.4%	3.0%	-1	-1%	183	2,349	12.9	206,716	24.9
F 電気・ガス・熱供給・水道業	1	0.1%	206	0.3%	-0.2%	1	-	0	2	2.0	2,524	12.3
G 情報通信業	13	1.2%	566	0.9%	0.3%	8	160%	5	33	2.5	7,256	12.8
H 運輸業、郵便業	51	4.6%	1,568	2.5%	2.1%	-15	-23%	66	1,429	28.0	35,340	22.5
I 卸売業、小売業	298	26.8%	14,932	24.1%	2.7%	-67	-18%	365	3,524	11.8	145,631	9.8
J 金融業、保険業	18	1.6%	1,425	2.3%	-0.7%	13	260%	5	196	10.9	18,572	13.0
K 不動産業、物品賃貸業	65	5.8%	2,771	4.5%	1.4%	37	132%	28	298	4.6	11,974	4.3
L 学術研究、専門・技術サービス業	49	4.4%	2,793	4.5%	-0.1%	36	277%	13	227	4.6	21,923	7.8
M 宿泊業、飲食サービス業	68	6.1%	5,518	8.9%	-2.8%	20	42%	48	1,022	15.0	61,730	11.2
N 生活関連サービス業、娯楽業	53	4.8%	3,481	5.6%	-0.9%	-3	-5%	56	619	11.7	29,750	8.5
O 教育、学習支援業	22	2.0%	1,564	2.5%	-0.5%	-9	-29%	31	281	12.8	23,617	15.1
P 医療、福祉	89	8.0%	6,275	10.1%	-2.1%	63	242%	26	1,538	17.3	119,167	19.0
Q 複合サービス事業	3	0.3%	594	1.0%	-0.7%	3	-	0	40	13.3	7,267	12.2
R サービス業(他に分類されないもの)	82	7.4%	4,605	7.4%	-0.1%	25	44%	57	2,312	28.2	65,262	14.2
AR 全産業(公務を除く)	1,113	100.0%	62,018	100.0%		128	13%	985	14,896	13.4	816,105	13.2

岐阜県全体と比較して構成比が多いのは、「卸売業・小売業」(26.8%)、「製造業」(16.4%)、「運輸業・郵便業」(4.6%)などである。また、構成比が少ないのは、「宿泊業・飲食サービス業」(6.1%)、「医療・福祉」(8.0%)となっている。

その中でも、特に、平成26年と比べて事業所数の伸びが大きいのは、「学術研究、専門・技術サービス業」「金融業・保険業」「医療・福祉」で、逆に事業所数が減っているのは、「教育・学習支援業」「運輸業・郵便業」となっている。

事業所数が増加しているという点では、他の地域の企業が岐南町に進出している傾向が伺われ、市場としての魅力や立地としての利便性が高いと評価されていると推察できる。

また、一事業者あたりの従業者数を見ると、構成比の多い「製造業」で12.9人と、岐阜県平均の24.9人に比べると半数程度となっており、小規模な製造業の事業所が多い、ということが伺われる。

逆に、「運輸業・郵便業」では、岐南町が28.0人で、岐阜県平均の22.5人とくらべると多く、やや規模の大きな事業所があることが伺われる。実際に、岐南インターチェンジ付近などで、交通の利便性を活かして、トラック運送業などが集積している。

【所得循環から労働生産性向上やエネルギー生産性向上が課題】

所得循環の構造からすると、岐南町での付加価値額は、1,024億円を創出している。労働生産性は、830.3万円/人と全国平均よりも低くなっているが、エネルギー生産性は、118.8百万円/TJと全国平均より高く、かつ、再生エネルギーのポテンシャルも473TJがある。

これらの数値は、事業者においては、労働生産性向上とともに、今後のエネルギー生産性の向上も課題となっていることが伺われる。

また、岐南町では、買物や観光等で消費が107億円流出しており、その規模はGRPの10.4%を占めてお



り、逆に、投資は6億円流入している。

これらの所得循環の結果、岐南町の1人当たり所得は420.0万円/人と全国平均よりも低く、全国で1,050位となっている。町民水準では、一人当たりの所得向上を目指すことが課題であり、事業者の従業員などを通じた、所得配分も課題となっていることが伺われる。

4)岐南町の総合計画と、まち・ひと・しごと創生総合戦略との連動

(1)「岐南町第6次総合計画」

岐南町では、2020年度から10年間を計画期間とした「岐南町第6次総合計画」を策定し、実行段階に入っている。

その中で、まちづくりの推進方針として、「すべての人が協力し、一緒にまちを創る」という方針の下で、「まちづくりの手法:協働」と「まちづくりの理念:共創」を掛け合わせて、岐南町に関わるすべての人と共に、誇りと魅力あふれる岐南町をつくっていくとの方向性が定められている。

その上で、岐南町の将来像として、「みんなで作る魅力あるまち・ぎなん」が掲げられている。

「岐南町第6次総合計画」の中で、商工関連の部分としては、基本政策4.「にぎわいと新たな活力を生むまちづくり」として、施策の方向性として「中小企業の経営安定への支援や次代を担う産業の創出・育成への支援を行い、にぎわいと活力にあふれたまちづくりを進めます。」とされている。また、この方向性のもとで、施策1.として「産業・雇用」として、1.商業環境の基盤整備、2.商工業の活性化の推進、が掲げられている。

数値目標として設定されているのは、商工業事業者数で、現状(2018年度)1,460事業所を、中間年(2024年度)に1,540事業所、目標値(2029年度)として1,580事業所としている。(なお、令和6年経済センサス(速報値)によると、岐南町の事業者数は、事業内容等不詳を含んで、1,437事業所となっている。)

これらの目標を達成するための取組みとして、下記の様な内容が掲げられて実行されている。

①商業環境の基盤整備

- ・様々な経営の支援に関する情報提供などを通じて、創業の支援に努めることで、新たな雇用の創出を促進する。
- ・創業支援機関との連携を強化し、創業を検討している方に対する支援を推進していく。

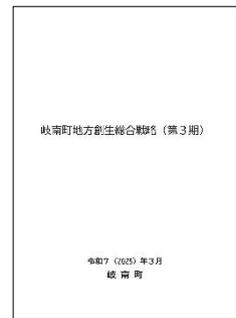
②商工業の活性化の促進

- ・中小商工業の経営近代化・合理化に向けた経営指導や異業種の商工業者相互の交流、情報交換が促進されるよう商工会を通じて支援を行う。
- ・創業支援機関との連携をより一層強化するため、支援機関が集まる会議を開催し、意見交換の場を設けることで、町内産業の振興に必要な支援策などについて提案を行える体制の整備を促進していく。
- ・空き店舗活用に向けた方策を検討し、商業の活性化を促進する。



(2)「岐南町地方創生総合戦略(第3期)」

- ・「岐南町第6次総合計画」を最上位計画として、他の関連計画との整合を図りつつ、2025年度から5年間の計画期間としたものとして、実行段階に入っている。
- ・「岐南町地方創生総合戦略(第3期)」では、「岐南町人口ビジョン」で設定した2060年の24,500人程度という目標人口を実現するための目標と構ずべき施策に関する基本的方向等を示している。
- ・基本目標として設定されているのは、「基本目標1.こどもが笑顔で育つまち」、「基本目標2.多様な夢が実現するまち」、「基本目標3.つながる安心安全なまち」、「基本目標4.ずっと住んでいたいまち」の4つで、その中でも、特に商工業等に関わるのは、「基本目標2.多様な夢が実現するまち」という目標である。
- ・数値目標として設定されているのは、(1)商工会加入事業所数で、現状(2023年度)897事業所を、目標値(2029年度)に900事業所、(2)就労系障害福祉サービスの利用者数(移行・継続・定着)現状(2023年度)105人を、目標値(2029年度)に130人となっている。
- ・また、重要業績評価指標(KPI)として、空き店舗対策事業補助金の交付申請件数について、現状(2023年度)6件を、目標値(2029年度)に10件、先端設備等導入計画の認定申請件数について、現状(2023年度)6件を、目標値(2029年度)に8件としている。
- ・これらの目標を達成するための取り組みとして、下記のような施策として、具体的な事業が実行されている。



(施策)地域産業の活性化、企業支援の強化

1. 商工会との連携強化

商工会との連携強化を図ることで情報発信力を高めるとともに、中小企業や小規模事業者の事業拡大に向けた支援を積極的に行う。

2. 空き店舗対策の推進

新規出店を促進し地域の活性化を図るため、空き店舗を賃借して営業を開始する事業主に対し、家賃の一部を補助する。

3. 先端設備等導入の推進

少子高齢化や人手不足、働き方改革への対応等、厳しい事業環境を乗り越えるため、生産性の高い設備導入を促し、中小企業の労働生産性の向上を図る。

4. 特定創業支援等事業

創業しようとしている方、創業後間もない方に対して、経済団体や金融機関等の創業支援機関がそれぞれの強みを活かした支援事業を継続的に実施していく。

②課題～地域や管内における産業別の状況、強み・弱み等を踏まえた課題等

(1)卸売業・小売業

(現状)

岐南町の卸売業・小売業の事業所数は、298事業所で、業種別構成比では、26.8%と岐阜県の平均24.1%などと比べても構成割合が大きくなっている。従業者数も3,524人と最も多い業種となっている。これは、名古屋経済圏の中で、交通の利便性が高い割には、住宅開発なども進み、流入人口が他の地域よりも多くなっているという背景がある。そのような中でも、平成26年比で事業所数は18%も減少しており、業界内の競争が激化しているとともに、全国的なチェーンなどの事業者の割合が増大し、小規模の事業者が廃業等に追い込まれている傾向が伺われる。実際に、最近進出している小売店は、地元資本の小売店ではなく、他地域の資本の小売店の「岐南店」というような案件が多いのが現状で、大規模な資本力に対抗できなければ、経営の継続が危ぶまれる、ということが伺われる。

(課題)

他の地域よりも安定した人口の流入などがある中で、既存の卸売業・小売業の持続的な経営を実現するためには、自社の強みを活かしながら、全国チェーンのような資本力には負けない差別化ポイントを随時磨きつづけ、その強みを活かして、新しい販売方法などを提案するなど小規模事業者のリテラシーの向上が求められる。

(2)製造業

(現状)

岐南町の製造業の事業所数は、182 事業所で、従業者数は 2,349 人となっている。

業種別構成比では 16.4%を占め、上記の卸売業・小売業と同様に、岐阜県の平均(13.4%)と比べても構成割合が大きくなっている。特に、生産用機械器具製造業や金属製品製造業などをはじめ名古屋経済圏の中での、ものづくりサプライチェーンの一翼を担っている事業者が多くなっている。

(課題)

一部の技術力を持つ事業者や特徴ある製品を開発している事業者は、高い収益性を維持しているが、それら以外の、いわゆる下請的な位置づけでの製造業の事業者も存在するのが現実である。

これらの事業者にとっては、自社の強みを活かしながら、新たな技術開発を進め、新たな提携先などとの協働での新製品や新しい販路の拡大などにより、2 本目、3 本目といった事業を確立し、安定的な経営へと結び付け稼ぐ力を高めていくことが求められている。

(3)運輸業・郵便業

(現状)

岐南町の運輸業・郵便業の事業所数は、51 事業所で、事業所数の構成比では 4.6%と、岐阜県平均の 2.5%に比べると 2 倍弱となっている。従業者数も、1,429 人と多く、かつ、1 事業所あたり 28 人と規模も大きい事業所が多くなっている。

この背景としては、交通の要衝として立地が良いこと、さらには広大な車庫や運送拠点が確保できる土地の広さがあったことなどから、運送関係の事業者が本社を置いて展開している形が多くなっている。

(課題)

運輸業・郵便業は、雇用力だけでなく、収益力の面でも高いレベルを推移している。

一方、運転手の確保が難しくなっていることや運転の管理なども含めたデジタル(DX)化対応なども含めて、設備投資が負担になっている。また、CO2 排出量削減に向けた対応や、車両も含めたデジタル(DX)化の流れで、適切に設備投資ができ、時流に合った展開ができるような体制構築が求められている。

(4)建設業

(現状)

岐南町の建設業の事業所数は、116 事業所であるが、従業者は 1,018 人と比較的小規模な事業者が多くなっている。

岐南町内では、住宅開発が進んでいることや、既存住宅のリフォームなどの需要も多く、設備工事業などをはじめとした事業者が多く活動している。一方、大手ハウスメーカーの進出や修繕系のチェーンの進出などを背景として、単一事業所での売上の減少や仕入れ原価の高騰などによる収益率の低下などとともに、従業員の確保等においても苦しんでいるのが現状である。

元請け事業者の固定化により、下請け構造からの脱却ができなくなっている場合も多く、新しい取引先の獲得や施主からの直接請負などの可能性を広げていく必要があるとともに、収益単価の管理などにも疎いという側面も多くみられるため、原価管理や積算についてのノウハウ収集と実践ができるような仕組みづくりから稼ぐ力を高めることが求められている。

(5)宿泊業・飲食サービス業

(現状)

岐南町の宿泊業・飲食サービス業の事業所数は、68 事業所であり、従業員数は 1,022 人となっている。

特に、岐南インターチェンジの北側に位置する、商業拠点エリアには飲食店が集積して展開しているため、年々競争も厳しくなっており、撤退する店も多くあるが、逆に新規出店する事業者も多く、地域全体でスクラップ&ビルドが進んでいる。更に、町内には初の大型ビジネスホテルが開業するなどの動きもあり、事業所数も増加している。

(課題)

飲食業界は、激しい変化の中で、自店の強みを活かし、環境変化に対応できている事業所は生き残っている。

また、日々変化している環境変化に対応していくには、顧客の動向を把握し、顧客ニーズの変化の兆しを捉えて、新しい提案をすることで、経営の自走化が実現できる。

(6)創業

(現状)

岐南町の創業の状況については、確定した統計データは整備されておらず、岐南町の特定創業支援事業として継続的に創業支援を実施してきている。

特に、当会で開催している「岐南町版創業セミナー」には、2024 年度には、19 名、2025 年度には 16 名の方が参加しており、その後、創業計画を作成し、同計画を基に、創業の支援をしている。

なお、この創業の支援全体には、商工会だけでなく、金融機関や他の支援機関などとも連携して幅広い支援をしている。また、創業や新たなチャレンジへの支援として、岐南町が推し進めている空き店舗対策の推進も含めた形での支援も実施していく。

(課題)

地域として、特に、商業拠点エリアにおいて新陳代謝が早く、新たな創業のチャンスに恵まれた地域であるが、他地域のチェーン店などの進出に追いやられている傾向も伺われる。

そのため、積極的な事業計画策定を支援し、既存事業者の新事業への進出とともに、創業を支援することで、特に減少している小売業・飲食サービス業を増やすことでの岐南町内の産業の活性化を図り、地域の課題解決につなげていく。

2)課題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

基本的考え方

「小規模事業者の事業の利益拡大・付加価値向上、稼ぐ力を高め、岐南町の地域特性を活かし、名古屋経済圏を意識した事業展開や創業を支援し、経営の自走化と定着化を図り積極的な岐南町内の小規模事業者数の増加を図る」

経営発達支援事業の第Ⅱ期計画においては、その目標として、「①経営状態(特に、利益や付加価値)を把握した上での事業計画策定支援と、実行段階での伴走型支援を行う、②地域の特性を活かした積極的な事業展開や創業等の支援を行う」と設定して活動を展開してきた。

①「経営状態(特に、利益や付加価値)を把握した上での事業計画策定支援と、実行段階での伴走型支援を行う」の目標数値として設定した内容については、下記の通りの実績。(見込み含む)

(1)経営分析を 5 年間で 514 件実施

(2)5 年間で 340 社の事業計画を策定

(3)事業計画を策定した事業者の内、営業利益増加の事業者の割合 5.6%、付加価値額(営業利益

+人件費+減価償却費)1%以上増加事業者の割合 5.6%を実現

②「地域の特性を活かした積極的な新事業展開や創業等の支援を行う」の目標数値として設定した内容については、下記の通りの実績となっている。(見込み含む)

- (1) 創業による事業計画策定支援を、年間 24 件実施
- (2) 既存事業者による新事業への展開に関する事業計画策定支援を、年間 45 件実施
- (3) 創業や新事業に関係する需要動向調査を、年間 3 社に実施
- (4) 創業と既存事業者の新事業展開により、5 年後までに小規模事業者を 15 社増加

このような実績を踏まえ、また、岐南町の「岐南町第6次総合計画」、「岐南町地方創生総合戦略(第3期)」との連動を踏まえて、今後の計画に向けた課題としては、以下のような点に取り組む必要がある。

①事業環境に適応する経営革新への支援

今後の長期的な視点から、また、直近の経営を取り巻く環境変化への課題として、少子高齢化や人手不足、デジタル(DX)化、カーボンニュートラル対応、事業継続などの経営の強靱化等への対応等がある。変化が激しく、厳しい事業環境を乗り越えるため、より生産性の高い、そして、より強靱な経営環境を整えるために、新しい技術開発・製品開発や新しいサービスなどを実現していくための設備導入等を促し、中小企業の労働生産性の向上と稼ぐ力を高める必要がある。

②創業しやすい環境を活用した積極的かつ幅広い創業支援

新たな担い手として、創業をさらに促進していく必要がある。岐南町では、空き店舗対策事業も実施しており、空き店舗を活用することで、事業開始のリスク・コストを低減させることも期待できることから、創業支援の中で、空き店舗対策を活用する支援が効果的である。

また、後継者難という環境下で、事業承継も含めた、あとつぎ型創業という視点での支援も必要である。

②岐南町商工会としての役割

岐南町商工会は、地域内小規模事業者に対して最も身近に支援できる組織である。

そこで、以下の内容を踏まえながら、小規模事業者の抱える経営課題を解決するための支援を実施し、地域内小規模事業者の稼ぐ力を高めることでの経営の自走化支援への役割を担う。

① 経営状態(特に、利益や付加価値)稼ぐ力を把握した上での事業計画策定支援

・変化する環境に対応し持続的な経営を進めるため、自社の経営を客観的に捉える分析が重要であり、特に、稼ぐ力(利益や付加価値)を中心とした経営分析を確認した上で将来に向かった事業計画の策定支援を実施していく。

② 経営の自走化支援と、支援機関及び支援施策の活用推進

・計画策定から実行支援まで一貫して伴走型支援を実施し、事業者の成長・自走化に向けた支援を実施していく。計画の過程で生じる様々な課題に対して各種関係機関と連携し、また、有効な施策を活用し、課題解決を押し進めていく。

③ 地域の特性を活かした積極的な事業展開や創業等の支援

・岐南町内は、新陳代謝が早く、新たな事業展開のチャンスに恵まれた地域として、既存事業者だけでなく、創業を目指す地域内外の創業希望者の積極的な掘り起こしと計画策定及びフォローアップにより、地域資源や地域特性を活かした事業を行うことで、小規模事業者の増加を図る。

3)経営発達支援事業の目標

上記の内容を踏まえて、当商工会では、町内の小規模事業者の今後 10 年の中長期的な成長発展・経営の自走化を前提として、今後5年間における経営発達支援事業の目標を、①稼ぐ力の向上(特に、利益や付加価値)を把握した上で、小規模事業者のリテラシーの向上による、今後の事業環境の変化の兆しをつかみながら、事業計画策定支援と、実行段階での自走化支援を行う、②地域の特

性を活かした積極的な事業展開や前向きな事業承継も含めた創業等の支援を行う。

①稼ぐ力の向上(特に、利益や付加価値)を把握した上で、小規模事業者のリテラシーの向上による、今後の事業環境の変化の兆しをつかみながら、事業計画策定支援と、実行段階での自走化支援を行う。

利益拡大・付加価値向上を目指すためには、自社の置かれている経営状況を分析し、そして将来を見据えた事業計画を策定することによって、計画に基づいた経営を行うことが重要となる。

これまでも経営状況の分析と、それを踏まえた事業計画の策定には取組んできたものの、急激な環境変化として、地政学的な変化、資材等の物価高騰、デジタル技術の革新的発展、人手不足の常態化、カーボンニュートラルへの必須対応、新規参入なども含めた競争環境の変化などの動きを先んじて取り入れることが必要である。

そのため、今回は、特に、今後の事業環境の変化の兆しをつかみ、稼ぐ力(利益や付加価値)を意識した経営分析及び事業計画策定への意識付けをより重点的に実施し、自社の経営を分析・把握しながら将来を見据えた事業計画を策定して、そして計画に基づいた経営を行うことができるよう、重点的に自走化支援を推進することで稼ぐ力(利益拡大・付加価値向上)につなげていく。

(具体的な目標数値 KGI、KPI)

KGI:

- (1) 自社の経営状況把握のため、経営分析(利益分析・付加価値分析等)を5年間で380件実施する。
- (2) 岐南町内の小規模事業者1,012社のうち、5年間で380社の事業計画を策定する。
- (3) 事業計画に基づいた積極的な自走化支援を推進し、事業計画を策定した事業者の内、10%の事業者の営業利益を前年同期比で増加させ、10%の事業者の付加価値額(営業利益+人件費+減価償却費)を前年同期比で1%以上増加させる。

KPI:

- (1) 事業計画セミナー集団指導9回/年、個別指導20回/年開催する。
- (2) 事業環境の変化を捉える景気動向の分析2回/年の調査結果を公表する。
- (3) 事業計画に基づいた目標値と実績値の差異を検証P.D.C.A2回/年

②地域の特性を活かした積極的な新事業展開や創業等の支援を行う

岐南町内は、新陳代謝が早く、新たな事業展開のチャンスに恵まれた地域として、これまでも創業者の支援を継続的に実施してきた。

今後、激変する事業環境の中で、創業者だけでなく、既存事業者においても、環境変化に対応して、既存事業についても随時見直し、必要なら新しい事業へと展開を進めていくことも重要である。

そのため、今回は、新たな事業展開のチャンスに恵まれているという地域特性を活かしながら、創業を目指す地域内外の創業希望者の積極的な掘り起こしとともに、既存事業者においても、新たな事業展開を支援していく。同時に、空き店舗等の活用などの促進を図るとともに、事業承継による、あとつぎ型創業の可能性も支援していく。

(具体的な目標数値 KGI、KPI)

KGI:

- (1) 年間操業件数5件を目標とする。
- (2) 既存事業者による新事業への展開支援を、年間1件を目標とし事業の定着化、自走化を図る。
- (3) 創業と既存事業者の新事業展開により、5年後までに小規模事業者を15社増加させる。

KPI:

- (1) 創業による事業計画策定支援を、年間10件実施する。
- (2) 既存事業者による新事業への展開に関する事業計画策定支援を、年間5件実施する。
- (3) 創業と新事業に関係する需要動向調査を、5年間115社に提供し、策定する計画に反映する。

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8年4月1日～令和13年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

今後5年間における経営発達支援の具体的方針を、下記の目標毎に設定し、積極的な支援を実施していきます。

＜①稼ぐ力の向上(特に、収益性指標としての利益や付加価値)と、経営者のリテラシーの向上から経営環境(特に、市場動向や競争環境)を把握した上での事業計画策定支援と、実行段階での自走化支援

- ・ 経営状態(特に収益性指標としての利益や付加価値)稼ぐ力と、経営環境(特に、市場動向や競争環境)を把握した上で経営者のリテラシーの向上からの事業計画策定支援と、実行段階での自走化支援を行う。
- ・ 巡回指導及びセミナー開催(集団指導・個別指導)
- ・ 個別指導により、経営環境の分析(特に、市場動向や競争環境)、経営状態の分析(特に、利益分析・付加価値分析)、事業計画策定の重要性を支援し、自走化につなげる。
- ・ 経営分析による経営課題の抽出及び、その経営課題の解決を推進する事業計画についての策定支援の実施により利益拡大・付加価値向上を図り稼ぐ力を高める。
- ・ 事業計画に基づく進捗状況の把握及び事業計画実行に伴う、支援施策の情報提供と活用により、課題の解決を図り、事業計画に基づいた事業実施を推進支援することで自走化を図る。

＜②地域の特性を活かした積極的な新事業展開や創業等の継続的支援＞

- ・ 地域の特性を活かした、創業や積極的な新事業展開等の支援を行う。
- ・ 創業を目指す地域内外の創業希望者の積極的な掘り起こしとともに、新事業展開を目指す既存事業者の事業計画策定及びフォローアップ支援により、地域内の小規模事業者の増加を図る。
- ・ 創業や新事業に関連する需要動向調査を実施し、当該事業者へフィードバックを実施することで、経営者のリテラシーの向上より効果的な販路拡大策や事業リスクの低減につなげ、利益拡大と付加価値向上にもつなげていくことで稼ぐ力を高める。
- ・ 創業支援や新事業への支援を、事業承継や空き店舗対策にも応用し、積極的に事業承継支援を実施し、小規模事業者の維持と自走化に結びつけていく。
- ・ 商談会・展示会等を用いたブランド形成及びマーケティング、電子商取引等を活用することで、効果的な販路拡大策の展開とともに、売上と利益の増加により稼ぐ力を高める。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状

- ① 経済動向調査の現状は、国や県、日本政策金融公庫、全国商工会連合会や岐阜県商工会連合会、地方金融機関(十六銀行・大垣共立銀行)などが実施している景況調査の活用・取りまとめに留まっており、地域の経済動向調査の分析とは言えないものであった。
- ② さらに、その取りまとめ報告書の周知に関しても会報による会員事業者への周知のみで、広く管内事業者への指導に適正に活用できているとは言えない状況であった。
- ③ また、行政機関等が取りまとめた統計調査等のビッグデータを活用した専門的な分析ができていなかったと共に、有効活用する仕組みができていない。

課題と解決方向

- ① 管内の経済動向を調査・分析することより、管内企業の経営活動の動き・様子および直面している経営上の問題点などの基本的な事項など、時流に応じたトピックスについての意見や情報などを把握・分析し、小規模事業者に対して適切かつ効果的な支援策を推進するための基礎的な資料としてより広く提供することで、自社の経営課題等の気づきを与え、課題解決のための経営分析につなげる。
- ② また、商工会として地域内の情報を把握することで、その情報を活用して効果的な小規模事業者支援へと結び付けていく。

(2) 目標

項目	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①地域の経済動向分析の公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回

(3) 事業内容

①国等が提供するビックデータの活用

管内において真に稼げる産業や事業者を増加させていくために、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的かつ効果的な経済活性化を目指すために、オープンデータを活用して、経済動向を分析し提供する。そのために、経営指導員等が、国等が提供するオープンデータとして、「RESAS」(地域経済分析システム;総務省・中小企業庁等)や「地域経済循環分析」(環境省・経済産業省等)などを活用し、地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【分析手法】

下記の様な課題に対して「RESAS」などで、総合的に分析し、管内の経済動向などの情報発信をする。

(1) 地域経済について

・「地域経済循環分析」、「生産分析」、「影響力感応度分析」など

(1) 産業構造について

・「産業構造分析」、「製品出荷額分析」、「経営環境分析」など

(2) 人口等について

・「人口構成分析」、「将来人口推移分析」、「将来人口メッシュ分析」など

(3) マーケティング等について

・「生活用品消費分析」、「事業所立地分析」、「将来人口メッシュ分析」など

②行政、支援機関等各種調査の活用

管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、国や県、日本政策金融公庫、全国商工会連合会や岐阜県商工会連合会、地方金融機関(十六銀行・大垣共立銀行)などが行う「小規模企業景気動向調査」、「経済動向調査レポート」等を、管内小規模事業者の景気動向として、年2回程度、公表を行う。

③管内事業者の独自の景況調査を実施

管内の事業者向けの景況調査のアンケートを年1回実施し、具体的な事業者の動向を把握する。

【調査対象】

管内小規模事業者50社

(製造業15社、建設業5社、卸売業・小売業15社、サービス業20社を基準として回収設定する)

【調査事項(例)】

業況、売上高、仕入高、営業利益、減価償却費、人件費、販売数量、販売単価、資金繰り、雇用人数、設備投資予定、在庫増減、取引先増減、後継者の有無、業界情報、問題点等

【調査手法】

当会ホームページ上より、上記の調査項目について対象事業所より回答(入力)いただき、そのデータを基に分析・集計する。必要ならば、紙のアンケートも併用する。

【分析手法】

経営指導員等が外部専門家と連携し、業種別分析、年度推移分析(2年目以降)および、各年度の経済環境変化に対応して必要な視点での分析を行う。

(4) 調査結果の活用

上記の方法によって収集した情報を整理・分析し、地域の経済動向を把握したうえで、町内および町外の関係者にも広く公表し、小規模事業者支援に活用する。

また、地域経済動向レポートとしてまとめ、以下の通りの方法にて、周知・活用する。

【レポートの活用・周知方法】

①小規模事業者が、自社の事業経営等に活用

小規模事業者が自社の経営を見直すきっかけを与え、経営分析の必要性を深め、最新の地域経済状況を把握することで、事業経営及び事業計画策定時におけるデータとして活用する。

②個社支援時の活用

小規模事業者支援を行う上で、地域経済の動向は欠かせない。マクロ情報とマイクロ情報を意識しながら整理分析し比較検証するとともに、収集した情報の中から対象となる個社に合わせた情報を抽出し、経営分析、事業計画策定時におけるデータとして活用していく。全国、県、市町村、管内と比較することで、地域特性などを確認できるため、より有効的な情報として活用できる。

③具体的な周知方法

当会ホームページに地域経済動向調査結果を掲載(年間2回)し、小規模事業者(会員・非会員)に向けて発信する。

また、収集した情報は、毎週月曜日に行っている支援会議にて情報の共有し、管内の小規模事業者支援の課題抽出や検討資料として活用する。また、調査結果や情報は巡回指導を通して当該地域内小規模事業者へ提供する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状:

- ① 岐阜県の需要予測等調査や連携先金融機関、第三者機関による地域内(業態別)消費動向調査のうち当該地域内小規模事業者の経営に役立つ情報を抜粋して提供している。提供の方法は、個社に直接提供するとともに、業界の動向として、年6回発行している会報(商工ニュース)の配布によって提供している。

- ② 2019年度より岐阜県商工会連合会が導入した、「市場情報評価ナビ”MieNa”」を利用して、商圏調査等をするための基本的なデータを、既存事業者には、経営分析、巡回時や事業計画策定等の支援の際に提供している。また、現在は、巡回指導や補助金の申請などの際に、市場情報等の活字資料の提供や口頭などで情報提供しているが、それらの情報が、収益拡大のきっかけや新製品・新サービスの開発といったところまでは至っていない。
- ③ なお、小規模事業者の求める一般消費者や対象顧客の生の声を収集するような調査は、これまで実施できていない。

課題と解決方向

- ① 2次データの収集と抜粋の情報提供だけではなく、個社に対応した情報の分析を行い情報提供する。
- ② 地域の事業者の課題である稼ぐ力や自走的な経営という点に貢献できるような、新たな取組みに対する需要動向に関する調査を実施し、その取組みに対する潜在需要や市場性などについて情報提供して行く。なお、新たな取組みとしては、(1)新商品の開発又は生産(既存商品の改良を含む)、(2)新役務の開発又は提供(既存役務の改良を含む)、(3)商品の新たな生産又は販売方式の導入、(4)役務の新たな提供方式の導入、(5)事業転換による新分野への進出、(6)上記によらず、その他の新たな事業活動による販路拡大や新市場開拓等、収益性や持続的な経営という点に貢献できるような取組みを想定する。
- ③ 機会を捉え一般消費者や対象顧客からの生の声も1次データとして収集することに注力し、その内容を分かりやすく分析し、結果をレポートとして個社にフィードバックすることで、消費者の求めるニーズを踏まえた事業運営・新商品開発等につなげていく。

(2) 目標

項目	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
事業者の新たな取組みに関する需要動向調査提供事業者数	20社	21社	22社	23社	24社	25社

(3) 事業内容

個々の事業者の新製品・新サービスのターゲット層に対して、当該新製品・新サービスに対するニーズを確認するために、インターネット等を介してターゲット層の生の声を収集する。その当該調査の分析結果を、個々の事業者に提供し、当該新製品・新サービスの事業計画に反映していく。

[手段・方法・サンプル数]

新製品・新サービスの 카테고리やターゲット、解決できる課題などによって、最適な調査の手法は変わるため、例示として、下記のような方法を検討する。

①新製品・新サービスについて、または、それらの販売促進活動について、未発表の段階で、内部的に評価を確認して実効性を確認する調査手法の例

- ・確認したいことを調査項目として設定し、紙の調査票またはインターネット上の GoogleForm 等で調査票を設定し、ターゲット層となりそうな関係者商工会職員の知り合い等で守秘義務を守る方に依頼し、その回答を集計する。

- ・確認したいことについては、個々の事業者とともに確認して設定し、調査したい内容があぶり出されるような、また、仮説として設定している内容を検証できるものとする。

- ・数値や割合等の定量的な結果が必要と判断する場合は、回収サンプル数を 50 以上とするが、感

想や評価などの定性的な結果を求める場合には、最低で10サンプル程度でもよいものとする。

②ターゲットが足元の商圈に限定せず、生活者のニーズがどんなところにあるか確認し、新製品・新サービスの市場性を確認する調査手法の例

- ・インターネット調査会社のサービス「ミルトーク」の「きいてミル」サービスなどを活用して、ターゲット層の人々の生の声を集める。
- ・「ミルトーク」の「きいてミル」の概要:掲示板として、テーマを設定して、そのテーマに関する回答を収集するサービス。無料プランの場合100サンプル回収まで収集可能で、さらに、30サンプルまでの書き込みの閲覧は無料。有料で、データのダウンロードなども可能。テーマによっては、数時間で100サンプル回収できるサービスを活用することで、スピード感をもって、新製品・新サービスへの反映が可能になる。
- ・調査内容については、個々の事業者の新製品・新サービスに合わせて、知りたい情報がどんなことがあるのかを検討し、設定。例えば、新製品として中食系の「あたたかいうどん」を検討しており、具体的なレシピを決めかねている場合、「スーパーやコンビニで、あなたが購入したい惣菜（レンジで温めてすぐ食べられる）のうどんを教えてください」とテーマを投稿すると、「月見うどん、かき揚げうどん、肉うどん」といった声が返ってくる、といった実施方法とする。

(4) 調査成果の活用方法

回答として回収した内容やデータを前述の「3. 地域の経済動向調査」の事業内容に示す外部機関の2次データを合わせ、経営指導員から当該事業者フィードバックして提供するとともに、そのデータから検討している新製品・新サービスについての改良や販売促進の方法などを具体的に検討していく。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現状:

- ① 金融あっせんや記帳指導の際の決算書をもとにした定量的な財務分析については、対象事業者が83社あり、第Ⅱ期までの経営発達支援事業の中で積極的に分析を進めてきたため、その分析の存在自体は認知されるようになってきた。
- ② 定量的な分析だけでなく、定性的な分析の必要性については、補助金の申請の際など、対象となった小規模事業者にとっては、その必要性などを認識していただけるようになってきた。
- ③ 経営指導員の巡回指導、窓口相談、各種セミナーの開催を通じて、本質的で総合的な経営分析についての必要性も訴えてきたが、あまり関心が示されないことが多い。「経営分析」という形よりも、「自社の強みや弱みを考えよう」というような接点を持ちやすい形で、結果的に経営分析をしたようなプロセスを、できるだけ多くの事業者に体験していただくことが必要である。

課題と解決方向:

- ① 経営分析を、より接しやすい形、わかりやすい形で取り組んでいただくような体裁にして、できるだけ多くの事業者に対して、結果的に経営分析が実施されるような体制をつくる必要がある。
- ② 特に、稼ぐ力(利益額や付加価値額)に意識を持ってもらう財務分析とともに、それらにつながる売上と売上原価、販管費の構造にも関心を持ってもらうことが必要である。
- ③ 経営分析は、事業計画と一体化して考えてもらう必要があるため、経営分析の内容を必ず盛り込んだ形で、事業計画等に関する「セミナー」を開催することとする。また、経営分析のテーマとして、既存事業そのものだけでなく、各テーマ別として、創業、事業承継、事業継続などがあり、これらのテーマについても、経営分析の対象とする「セミナー」形式の開催が必要である。

(2) 目標

項目	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①セミナー(個別相談含む)の開催回数	9回	9回	9回	9回	9回	9回
②経営分析件数(社数)	76社	76社	76社	76社	76社	76社

(3) 事業内容

【巡回・窓口相談での分析】

経営指導員が巡回訪問する際に、PC・タブレット端末を持参し決算データにより中小企業基盤整備機構の「経営自己診断システム」を活用し、収益性・効率性・生産性・安全性・成長性を分析、同業種との財務指標の比較や、経営状況の把握を行う。定性分析については、自社の経営状況を把握するためにSWOT分析、販売分析を行い事業計画策定に活用する。

【セミナー開催と個別支援による分析】

経営分析は、事業計画と一体化して考えてもらう必要があるため、経営分析の内容を必ず盛り込んだ形で、事業計画等に関する「セミナー」を開催する。また、経営分析のテーマとして、既存事業そのものだけでなく、各テーマ別として、創業、事業承継、事業継続などがあり、これらのテーマについても、経営分析の対象とするセミナーとする。また、セミナーを踏まえて、個社の経営分析を実施し、事業計画策定支援へと結び付けていく。セミナーに日程的に参加できない場合は、個別相談の形でフォローし、セミナー同様のノウハウと意識づけを行い、事業計画を策定する。

(a)事業計画策定セミナー

【支援対象】

管内小規模事業者

【支援手段・手法】

事業計画を策定するためには、

- ① 定量的/定性的の両面から外部環境の分析と、自社の経営全般とともに、財務分析とSWOT分析を通じて、自社の強み/弱みを確認し、課題を整理する。
- ② 経営資源ヒト・モノ・情報・カネを活用して、市場の機会に、どのように強みを活かしていくかを具体的な事業計画としてまとめる。
- ③ 目標とする稼ぐ力(利益額や付加価値額)、それらを生み出す売上高などの指標KGIを設定する。
- ④ 計画の実施においては、目標の達成具合 KPI を検証しながら、改善や修正をすすめて自走化へと押し進めていく。

上記のステップが必要であることと、それを実践することをセミナー形式と、その後の個別支援へとつなぐ支援によりKGIの達成を実現する。

特に、①の経営分析においては、定量的な分析としては、財務面で、中小企業基盤整備機構の「経営自己診断システム」を活用し、市場環境面では、各業界の発表する市場データや業界分析レポート等を活用する。また、定性的な分析としては、自社の強み/弱みを整理し、競争環境の中でSWOT分析を活用して、今後の方向性を検証していく。

なお、今後の事業環境の変化の兆しも先取りして、カーボンニュートラル対応、デジタル(DX)対応、人手不足/省力化対応などの視点も踏まえて、計画策定の内容として盛り込む。

以上について、各年度、経営分析を含めた事業計画セミナーと、その後が続いて、個別の立案支援

を実施する。その上で、策定した事業計画の実施について、個別に支援することで自走化を図る。

その結果として、目標設定した指標 KPI の達成度合いを検証し、改善や修正をすすめて持続的な事業へと押し進めていく

【概要】

事業計画策定セミナーの概要	
開催目的	経営分析の重要性と具体的な分析、事業計画の必要性と有益性の浸透を図る
支援対象	地域内小規模事業者
募集方法	チラシ配布(QRコード入り)、商工ニュース及びホームページへの掲載、役場や各支援機関窓口でのチラシ配布
回数	セミナー3回(経営分析から、ヒト・モノ・情報・カネの計画策定まで) 個別20回※各2時間
カリキュラム例	<ul style="list-style-type: none"> ・経営全般、経営理念、経営戦略、事業計画策定全般等の分析と計画 ・財務、会計、経理、税務、資金繰り、資金調達等の分析と計画 ・従業員の雇用、人材確保、人事、労務管理、人材育成の分析と計画 ・商品開発、マーケティング、店舗演出、販売促進、販路開拓の分析と計画 ・目標と実績の差異を検証し、次年度計画へ反映・策定
目標参加者数	各回20名程度

(b)創業計画策定セミナー

【支援対象】

町内での創業予定者や第二創業、創業間もない経営者(創業後5年未満)

【支援手段・手法】

産業競争力強化法に基づき、各支援機関との連携強化により、創業に関するワンストップ相談窓口を創設し、同時に連携支援機関の創業関連の資料やリーフレットを設置・配布するとともに、商工会や町の広報紙やホームページで創業計画策定セミナー(特定創業支援事業)の開催等について告知し、創業希望者の掘り起こしを行う。

また、町内事業者を、2024年度に1,540事業所、2029年度に1,580事業所を目標として、各年度内に3事業所を町内で創業できるよう重点的に支援する。(事業所数の増加の内、創業が5分の1~3分の1の割合)

【概要】

創業計画策定セミナーの概要	
開催目的	創業に対する準備を行い、円滑な創業を促進する 併せて雇用機会の創出と地域経済の活性化に寄与する
支援対象	町内での創業予定者や第二創業、創業間もない経営者(創業後5年未満)
募集方法	町広報誌での告知、チラシ配布(QRコード)[役場・各支援機関窓口]、商工会ホームページへの掲載
回数	集団4回(経営、財務、人材育成、販路開拓、PDCA) 個別20回※各2時間

カリキュラム例	<ul style="list-style-type: none"> ・創業全般、経営理念、経営戦略などの創業計画 ・財務、会計、経理、税務、資金繰り、創業資金調達等の財務計画 ・従業員の雇用、人材確保、人事、労務管理、人材育成などの人材計画 ・商品開発、マーケティング、店舗演出、販売促進、販路開拓等の販売計画 ・目標と実績の差異を検証し、次年度計画へ反映・策定するPDCAサイクル等 <p>なお、資金が必要な場合は、日本政策金融公庫、岐阜県信用保証協会と連携し創業支援制度活用(創業資金)における創業計画書の作成を支援する。</p>
目標参加者数	各回10名程度

(4) 分析結果の活用

上記の巡回・窓口相談やセミナーにおいて、下記のような経営分析の内容・項目・手法を活用する。

経営分析 の内容	[①定量×外部] 市場環境の分析	[③定性×外部] 市場環境の分析
	[②定量×内部] 自社の財務分析(決算資料)	[④定性×内部] 自社の強み/弱みの分析
経営分析 の項目	[①定量×外部] 市場規模(過去および今後の予測)客単価×客数等の市場構成 他社/業界の財務指標等	[③定性×外部] ターゲット顧客の意識や判断基準参入事業者等の動向等
	[②定量×内部] 決算データからの財務指標売上/利益構成比等	[④定性×内部] 知的資産経営の項目(見える価値だけでなく、見えない価値までも含む)
経営分析 の手法	[①定量×外部] 各業界の発表する市場データや業界分析レポート等を活用	[③定性×外部] 各業界の発表する市場データや業界分析レポート等を活用
	[②定量×内部] 自社の財務面で、中小企業基盤整備機構の「経営自己診断システム」を活用し業界との比較をする	[④定性×内部] 競争環境の中で自社のSWOT分析を活用する
上記の分析を踏まえて、自社の方向性を検討する。		

なお、事業環境の変化に合わせて、必要なテーマについては、適宜集団指導や個別指導を実施する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

現状:

集団指導や個別指導を通じて、事業計画の必要性を啓蒙し、実際に支援してきたが、補助金・融資を獲得することが主目的となった事業計画の策定支援が中心となっており、また、結果的に売上高増加を目標にした事業計画策定が中心となっていた。

課題と解決方向:

これまでに実施しているものの、結果的に、稼ぐ力(利益額や付加価値額)などの増加に結びついておらず、自走化する経営計画となっていないことが反省点である。

今後、人材不足、省力化、デジタル(DX)化、カーボンニュートラル対応などの事業環境変化もあり、

市場環境も厳しくなる中で、稼ぐ力(利益額・付加価値額)へとシフトした経営計画策定が求められ、その実効性をよりレベルアップすることで経営の自走化につなげていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

「地域の経済動向調査」「需要動向調査」「経営分析」の結果を踏まえて、個々の事業者の抱える経営課題を分類、課題解決の優先順位を把握した上で、取り組みの工程表(アクション・プラン)を作成、将来の姿である財務状況がどのようになっているのか、特に、稼ぐ力(利益額・付加価値額)を明確にするとともに、予想損益、予想キャッシュフロー、予想貸借対照表を作成し将来像を明瞭化し、小規模事業者が存続・自走化できるよう事業計画策定を支援していく。

(3) 目標

項目	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
事業計画策定件数	45社	46社	47社	48社	49社	50社
創業計画策定件数	12社	12社	13社	13社	14社	14社
合計	57社	58社	60社	61社	63社	64社

(4) 事業内容

- ① 経営分析を行った事業者を対象とした、事業計画策定等の集団指導及び個別指導の開催
 - ・「4. 経営状況の分析に関すること」に記載した、(a)事業計画策定セミナー、(b)創業計画策定セミナーを開催し、経営状況の分析から、事業計画策定までを支援する。
(詳細については、上記の項目に記載の内容で実施する)
- ② 上記セミナーに参加できなくても、経営分析を行った事業者への個別の事業計画策定支援を実施
 - ・上記対象者へ、その知見を経営指導員が指導することができる体制を構築し、個別に経営状況の分析から、事業計画策定までを支援する。

7. 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:

事業計画策定後は、既存事業者においては3カ月に一度、創業事業者においては2カ月に一度、計画的に巡回指導を行い、進捗状況の確認を行うとともに、指導・助言・情報提供を行っているが、回数的には問題ないが、不定期になっていたりと、タイミングがずれていたりとあり、事業者の満足度を高める余地がまだある。

課題と解決方向:

各種の事業計画策定後は、定期的なフォローのスケジュールを事前に事業者とも設定し、定期的な巡回指導とともに、商工会が伴走してくれているという安心感をもってもらい、事業に専念できる体制を構築する必要がある。また、アウトカムとして、売上増加、および営業利益額の増加が確実に実現できることを目標として、アウトカムを意識しながら、自走化支援する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定後は、定期的なフォローのスケジュールを、事前に事業者と設定し、定量的な経過だけでなく、定性的な情報なども含めて、定期的に伴走支援する。

また、進捗が芳しくない場合は、新たな支障が生じているとの推定のもと、直ちに巡回指導を行い、課題の把握とその解消に向けた指導・助言をする。

(3) 目標

項目	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
フォロー対象事業者数(事業計画策定)×4回/年	45社 180回	46社 184回	47社 188回	48社 192回	49社 196回	50社 200回
フォロー対象事業者数(創業計画策定)×6回/年	12社 72回	12社 72回	13社 78回	13社 78回	14社 84回	14社 84回
フォロー回数合計	57社 252回	58回 256回	60回 266回	61回 270回	63回 280回	64回 284回
売上増加(前期比)(前期比)事業者数	6社	6社	6社	7社	7社	7社
営業利益額1%以上伸長(前期比)事業者数	6社	6社	6社	7社	7社	7社

(4) 事業内容

事業計画策定後は、定期的なフォローのスケジュールを事前に、事業者と設定し、定量的な経過だけでなく、定性的な情報なども含めて、定期的に伴走支援する。また、進捗が芳しくない場合は、新たな支障が生じているとの推定のもと、直ちに巡回指導を行い、課題の把握とその解消に向けた指導・助言をする。

アウトカムである、売上額、営業利益額の増加が確実に実現できることを目標として、伴走支援する。

なお、資金の調達が必要な場合は、日本政策金融公庫や岐阜県信用保証協会、町内金融機関と連携して、低利な資金を斡旋するとともに、資金調達後のフォローも3カ月に一度実施する。

また、専門家派遣が必要な場合は、「エキスパートバンク」「ミラサポ」「よろず支援拠点」「中小機構」等の専門家派遣制度を活用し積極的・継続的にアドバイスを受けられるよう支援する。

8. 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:

商工会が開催する企業展の開催を前提としていたが、開催自体が見送りになるなどの状況があり、計画通りの支援ができていない。代替手段として、他の展示会などを紹介したりする形で、薦めているが、事業者側の課題とのマッチングが上手くいかないこともあり、期待した程の成果にはなっていない。

その結果、商談・契約についても、目標にまでは完全に至っていない状態である。

課題と解決方向:

事業者の個々の課題に対して、需要の開拓や販路の開拓ができる機会をフレキシブルに対応でき体制をつくる必要がある。そのためには、商工会関連の展示会などに限らず、幅広くマッチングや販路開拓の機会を事業者へ情報提供することが必要になる。当然ながら、そのためには、事業者の計画策定に基づき、課題を確認していることが前提であり、自走化支援の一環として、需要開拓の活動を進

める必要がある。

今後、新たな販路の開拓には、ITツールを活用した販路開拓の推進が必要であるということを理解・認識してもらい、経営者のリテラシーの向上に取組み支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

特に、BtoBの新しいビジネスマッチングが実現でき、収益性の高い新製品や新サービスが提供できる体制が構築できることを目標に、東京・大阪・名古屋で開催されるテーマ型の見本市や商談会の案内や出展支援に加え、インターネット上でのオンライン商談会やマッチングサイトでの活動も推進する。

また、ITツールを活用した販路開拓の推進の取組として、顧客データや購買データを活用したデータに基づく顧客管理や販売促進、ネットでの情報発信、SNSでの情報交流、ECサイトの利用等、IT活用による営業・販路開拓に関する集団指導や個別指導を行い、事業者の理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

また、販路開拓にとどまらず、事業環境の変化のテーマに合わせて、人材マッチング、仕入先マッチング、産学連携なども含めた他社連携やコラボレーションなども、幅広い意味での新たな需要開拓として捉え、それらの課題に対しても適切な支援を展開していく。

(3) 目標

項目	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
マッチング促進 活動参加企業数 (IT支援による案 件も含む)	8社	8社	8社	8社	8社	8社
成約件数(商談レ ベルとして検討、 見積もり依頼など も含む)	5社	5社	5社	5社	5社	5社
売上増加(前期 比)(前期比)事業 者数	-	1社	1社	1社	1社	1社

(4) 事業内容

① 管内外の事業者とのマッチングを促進する活動

管内外の事業者幅広くネットを活用してアピールする場として、製品・サービスの内容や課題に合わせて、最適なマッチングサービス等を選択して支援していく。

例えば、製造系は、中小企業基盤整備機構の「J-GoodTech」やJETRO「国際ビジネスマッチング」への登録、食品販売系は「バイヤーズガイド」や、ふるさと納税対象品としての登録を前提とした各種サイトへの参加などを進める。また、アピールの場として、様々な商談会や展示会への出展を進めていく。製品・サービスの内容や課題に合わせて、中小企業基盤整備機構の「新価値創造展」「中小企業総合展」や、東海地区最大の「メッセナゴヤ」、金融機関なども参画する「ビジネスフェア」や「フードセレクション」などへの出展により、新しい商談先を獲得する活動を支援する。

個別事業者の事業展開に合わせて、出展先は検討し、複数の共同出展の可能性等、幅広に対応する。出展にあたっては、参加させるだけではなく、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前研修を行うとともに、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

[展示会等の規模、内容]

展示会等名	出店者数	内容
新価値創造展	約600者	中小企業の製品等をリアル展示会とオンライン展示会に分けて1カ月提示し、ビジネスマッチングを支援
中小企業総合展	50～90者	ギフトショー、FOODEX等様々な形態で開催され、中小企業の開発した製品を展示し、ビジネスマッチングや販路開拓、業務提携の支援
メッセナゴヤ	約2,000者	日本最大級の製造業、サービス業、情報通信業等の異業種交流展示会(オンラインあり)であり、新規の販路開拓、契約受注等を支援
ビジネスフェア	様々	全国各地で様々な形態で開催されており、パートナー、後継者探し、新契約等のビジネスマッチングが主目的
フードセレクション	約1,000者	食品を扱う事業者(製造、加工、販売)が一同に集結し、新商品等、アイデア商品等を展示、PRし(オンラインあり)、著名度向上や収益増加等を図る。

②インターネットを活用した販路開拓を促進する活動

事業計画を策定した事業者のうち、ホームページを有していない事業者へはHP開設を勧め、すでにHPを運営している事業者へは、SNSの活用をはじめ、サイト内でのショッピング機能の追加、ECモールへの出店を促していく。また、折込チラシやフリーペーパーなどアナログ媒体での販売促進に取り組んでいる事業者に対しては、インスタグラムやフェイスブックなどSNS活用を新たな広告宣伝手法となるよう推進していく。キャッシュレス決済や顧客管理ツールの導入も含め、事業者の業種やITスキルに合わせて、デジタル技術の活用による多様な販路開拓策を講じていく。なお、DXの取組支援には技術的スキルを要することから、必要に応じて専門家と連携を図りながら進めていく。

<想定するインターネットを活用した販路開拓推進活動>

- ・ホームページの開設、SNSの活用
- ・ネットショップの構築、ECモールへの出店
- ・キャッシュレス決済の導入
- ・顧客管理ツールの導入と顧客との絆づくり施策

Ⅱ. 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. 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:

現在、商工会事業の全体評価については、三役会・理事会にて検討し、総会にて承認する形となっている。また、経営発達支援事業の評価については、第三者を含めた委員によって構成される「経営発達支援事業評価委員会」によって評価され、見直しを実施するマネジメントサイクルを回転している。

課題と解決方向:

今後は、小規模事業者の経営支援として、経営課題の解決が得られたのか、商工会の活動に対して満足を得られたかなど小規模事業者の声を拾い上げ、数値的以外でも成果を評価するという視点で見直す必要がある。

(2) 事業内容

本計画に記載の事業実施状況及び成果について、毎年、事業年度終了後以下の方法により評価・検証を行う。

中小企業診断士(外部有識者)・岐南町総合政策部長等・岐阜県商工会連合会企業支援課長・商工会正副会長等・地域金融機関の代表者・法定経営指導員による「経営発達支援事業評価委員会」を組

織し、年1回以上、事業実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。

その提示に基づき、岐南町商工会定例理事会および岐南町において、評価・見直しの方針を決定する。事業の成果・評価・見直し・達成度の結果について、岐南町商工会のホームページ(<http://www.gifushoko.or.jp/ginan/>)と岐南町のホームページ(<https://www.town.ginan.lg.jp>)で公表するとともに年6回発行している商工会の会報誌「岐南商工ニュース」にも掲載する。

また、岐阜県商工労働部商工労働政策課へ報告する。

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

現状:

全職員が、職域に応じた岐阜県商工会連合会の主催する研修会に毎年参加しており、経営指導員においては中小企業大学校の主催する研修を受講するなど、能力の向上に努めている。

しかし、職員の経験年数に応じた計画的な研修内容でなかったり、専門的な分野まで踏み込んだ内容になっていなかったりと、実務としてのノウハウまで定着・共有できるまでできていない。

課題と解決方向:

経営指導員等及び次世代を担う職員に対し中長期的な育成の視点から計画的なスキルアップを目指し、OJTではノウハウや情報の共有化をすすめる、Off-JTでは、個々の「強み」と「弱み」を確認して能力向上を行っていく。

(2) 事業内容

①OJTによる資質向上

- ・経営指導員等による経営支援会議（毎月1回以上開催、必要に応じて適時開催）において、担当指導員が講師となり、小規模事業者の経営課題解決に向けた情報交換を行い、支援能力の向上を図る。
- ・全職員で情報共有を図るための打ち合わせ会を週1回開催し、支援力の向上を図る。
- ・小規模事業者ごとに、巡回・窓口指導おける指導カルテを作成し、データベース化することにより、支援ノウハウの情報共有と職員相互の支援スキルを高め、自走化支援を行っていく。
- ・高度な支援事例については広域支援室が事例集として取りまとめ、支援能力の向上と事業者の満足度向上に役立てていく。
- ・専門家派遣を行う際には、必ず本会経営指導員が同席することで、職員の支援能力向上を図る。

②OFF-JTによる資質向上

- ・事務局長が、職員一人ひとりの「強み」と「弱み」を把握し、それらを踏まえて、それぞれ職員の期待される能力や目標を明確にし、毎事業年度開始前に職員ごとの課題、目標を作成する。
- ・岐阜県商工会連合会、ソフトピアジャパン等が随時開催する研修に参加し、積極的に資質向上を図る。
- ・独立行政法人中小企業基盤整備機構が主催する「経営指導員向け小規模事業者支援研修」等に参加し、小規模事業者の需要を捉えた経営支援手法を学び支援スキルを高める。
- ・小規模事業者支援に必要な経営指導員の公的資格取得を促し、早期合格のための支援（岐阜県商工会連合会が実施する公的資格取得のための補助制度の活用や勉強会）を活用する。

11. 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:

岐阜県商工会連合会をはじめとする岐阜県単位の組織との情報交換は、随時または定期的に行われている。特に、マル経協議会（日本政策金融公庫）や金融懇談会（地元金融協会）での情報交

換、税務懇談会(税理士協会)など、近隣商工会の職員を集める会議やセミナー等で行ってきた。

経営環境が大きく変化する中で、最新の支援ノウハウ等については、随時、各支援機関との連携で入手または提供し、事業者提供し続けていく必要がある。

課題と解決方向:

継続的に、情報交換を行うテーマの設定、事業者支援のノウハウ、支援の現状などを互いに協議し、近隣商工会との情報交換会の開催だけでなく、商工会以外の支援機関との情報交換、懇談会などを随時または定期的に行い、事業者の支援を行う際の解決力向上につなげていく。

(2) 事業内容

- ・国レベルおよび地方レベルの管轄官庁・支援機関等とは、年1回以上の情報交換の場を持つ。
- ・岐阜県レベルの行政機関・支援機関等とは、月1回以上の情報交換の場を持つ。
- ・県内の広域レベルでの支援機関等とは、随時情報交換の場を持つ。
- ・地域レベル、町内レベルでは、随時情報交換の場を持つ。
- ・地域の金融機関全体とは、年2回の金融協会を活用して、情報交換の場を持つ。個別では、個々の金融機関と随時、情報交換する。

12. 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:

現在、岐南町では、ワンストップ相談窓口や創業支援セミナーなど創業希望者に対する支援は行われているが、創業を希望する者が少なく、潜在的創業者の掘り起こしが急務となっている。

創業支援機関として、創業無関心者の若年層(小学生から高校生)が、創業に関する理解と関心を深める機会を提供しなければならない。

一方、県内高校生らは、地元企業への就職を望んでおり、企業名、企業規模を問わず「仕事の内容」を重視して就職先を選定している。また、企業側は一般的な企業概要書(会社案内)、自社ホームページ等を作成しているが、両社の接点が少なくミスマッチが発生している。

これらのミスマッチを解決するために、「Web版企業ガイド」を作成している。当該地域の中小企業・小規模事業者より、掲載企業を約50社募集し、事業内容(業種、業態)、基本情報、会社PR・特徴、採用に関する詳細事項、採用実績・計画、インターンシップ情報、先輩社員のメッセージ、問い合わせ先等の掲載より、岐阜県内の求職者に対して、特に地元高校生へ情報発信を実施している。

また、「ぎなんキッズニア事業」として、子ども達が大人になりきって好きな仕事やサービスを体験できるイベントも実施している。小規模事業者に本事業への出展を促す事で、参加者に自社の魅力や地域における役割などを知ってもらい、将来、同分野での起業や就職という思いを宿らせることで地域における人材確保の可能性を高めている。

課題:

これらの活動を実施していても、「売り手市場」の状況であるため、採用に至るまでには至っていないというのが現状である。ただし、これらの課題は、継続的に実施していくこと、そして、そもそも、事業者が自社の経営に磨きをかけることが必要となっている。魅力ある事業者になれば、それ自体が魅力となって、関心度が高まることから、採用先としての選択肢に入ることを目指した、経営支援が必要になっている。

(2) 事業内容

「商工会企業展」を中心に、「ぎなんキッズニア事業」並びに「Web版企業ガイド」(町内企業への就職支援事業)を実施し、ともに連携を図りながら、継続的に推進していく。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

(令和7年11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)

経営発達支援計画実施体制

岐南町商工会事務局組織図
(令和7年11月1日現在 職員数:計7名)

- 経営発達支援計画を主な役割とする者：事務局長、法定経営指導員、経営指導員
- 経営発達支援計画におけるサポートを主な役割とする者：業務職員
- 経営発達支援計画を共同で支援する者：岐南町総合政策部まちづくり推進課

担当職名	現在の主な事務分掌	発達計画支援事業の事務分掌
事務局長	① 商工会の運営 ② 事務局の統括・外郭団体関連 ③ 補助金・会員管理及連携	① 事業全体の統括 ② 事業における行政、支援機関等の調整 ③ 事業の収支予算の管理 ④ 研修会の受講等のスキルアップ関連
経営指導員	① 経営改善普及事業 ② 講習会 ③ 各種共済・決算指導	① 事業の円滑な推進に関わる業務全般 ② 支援機関との調整に関わる業務全般 ③ 事業推進のためのデータ管理
業務職員	① 軽微な経営改善普及補助事業 ② 経理事務等 ③ 記帳指導 ④ 各種共済	① 事業の円滑な推進に関わる業務の補助 ② 事業の推進に関わる事務全般 ③ データ収集・管理に関する業務 ④ 記帳指導におけるデータ収集及び分析 ⑤ データの管理と共有データの作成

①岐阜県及び岐南町との連携体制

- ・当会、岐南町総合政策部まちづくり推進課が連携し、地域の実情を踏まえた需要課題を設定するとともに、本支援計画での支援方針を決定するため、年3回、連絡協議会を開催する。
- ・また、岐阜県と事前に相談・調整を行うことで、県の重要課題についても反映した実行性の高い支援計画事業を実施する体制とする。

②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

- ・岐南町内を3地区に分け、法定経営指導員1名と経営指導員2名の体制で巡回指導を行う。経営指導員を小規模事業者ごとに選定し、事業計画書策定からフォローアップまで一体の支援体制を構築する。

③定量的に実施状況を把握し評価を行う体制

- ・法定経営指導員1名、経営指導員2名、経営支援員3名の体制で、実施状況を定量的に把握し効果測定を行う。

④経営指導員等の資質向上に係る体制

- ・岐阜県商工会連合会が、当会職員に向けて研修や勉強会等を開催し、デジタル(DX)化や生成AI、財務諸表の分析手法、経営戦略、マーケティング、起業・創業、事業承継、価格転嫁など適宜専門知識の習得を図り、小規模事業者の内発的動機付けを行うための実践的スキルの向上、事例共有などを行う。

(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法定経営指導員又は広域経営指導員の氏名、連絡先

- ・氏名: 山田 潤
- ・連絡先: 岐南町商工会 〒501-6013 岐阜県羽島郡岐南町平成一丁目3番地
- ・TEL: 058-246-8722 Email:j-yamada@ml.gifushoko.or.jp
- ・FAX: 058-246-8947

②法定経営指導員又は広域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。

当計画の法定経営指導員又は広域経営指導員については、経営指導員設置定数の理由により、1名の配置を行うこととする。

③広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員・山田 潤は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。

(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

岐南町商工会

〒501-6013 岐阜県羽島郡岐南町平成一丁目3番地

TEL 058-246-8722 FAX058-246-8947 E-Mail ginan@ml.gifushoko.or.jp

<https://www.gifushoko.or.jp/ginan/index.html>

②関係市町村

岐南町 総合政策部 まちづくり推進課

〒501-6197岐阜県羽島郡岐南町八剣七丁目107番地

TEL058-247-1370 FAX058-240-4568 E-Mail machi@town.ginan.lg.jp

<https://www.town.ginan.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8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
必要な資金の額	50,810	50,860	51,360	51,860	52,660
①経営指導員等 人件費	46,000	46,500	47,000	47,500	48,000
②地域経済動 向調査関係及 び需要動向調 査関係	250	250	250	250	550
③経営状況の 分析関係及び 事業計画策定 支援関係	1,460	1,460	1,460	1,460	1,460
④事業計画策 定後の実施支 援関係	600	150	150	150	150
⑤販路開拓に 寄与する事業 関係	500	500	500	500	500
⑥地域経済活 性化に資する 取組関係	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000

(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

①小規模事業指導費補助金 ⇒ 岐阜県

②地域振興事業費 ⇒ 岐南町

③会費収入 ⇒ 会員事業所より普通会費(規程額)として年1回(6月)に口座振替等にて収入

④特別賦課金 ⇒ Web版企業ガイド(動画制作費用)などの受益者負担分を規程により振込徴収

⑤伴走型小規模事業者支援推進事業 ⇒ 国

(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。

