

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	北方町商工会 (法人番号 8200005003334) 北方町 (市町村コード 214213)
実施期間	令和4年4月1日 ~ 令和9年3月31日
目標	<p>①経営状態(特に、収益性指標としての利益)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</p> <p>(1) 経営分析を5年間で190件実施 (2) 事業計画を5年間で160件策定(既存150件、創業10件) (3) 事業計画を策定した事業者の内、10%の事業者の営業利益額を前年同期比で1%以上増加。</p> <p>②地域の特性を活かした積極的な事業展開や創業等の継続的支援を行う</p> <p>(1) 創業予定者/検討者の事業計画策定件数を、5年間で10件 (2) 積極的な事業展開に関連する事業計画策定件数を、5年間で150件 (3) 新商品・新サービスに対する需要動向調査を、年間10事業者に提供</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援計画事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること 独自の経営状況把握調査を実施して分析。またその分析結果を、二次データを活用した地域経済動向と比較分析をして、その結果を情報提供する。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること 商品・サービスのブラッシュアップや新商品開発のために、アンケート調査による1次データと、他機関が公表している2次データとを、分析した結果を提供する。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること 定量・定性分析を実施して目標設定の重要性を理解させ、事業計画策定に繋げる。</p> <p>4. 事業計画策定支援に関すること 既存事業者には事業計画策定の重要性を理解してもらい、計画策定・ブラッシュアップまでを支援する。創業検討者には、着想段階から計画策定、廃業検討者とのマッチング、さらには、創業後までを一貫して支援する。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した全ての事業者を対象として、計画策定後その計画が確実に実施されるよう、策定後の伴走支援を一貫して実施する。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会やショッピングモール等の展示即売会への出展、DXに向けた取組としてSNS情報発信、ネットショップの開設等、IT活用による営業・販路開拓に関する相談対応を行う。</p> <p>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 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 経営指導員等の資質向上等に関すること</p>
連絡先	<p>北方町商工会 〒501-0431 岐阜県本巣郡北方町北方 1857 番地の 18 TEL:058-323-1101 FAX:058-324-7652 E-mail : kitagata@ccn.aitai.ne.jp</p> <p>北方町・政策財政課 〒501-0492 岐阜県本巣郡北方町長谷川 1 丁目 1 番地 TEL:058-322-9936 E-mail : seisaku@town.gifu-kitagata.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

(1) 位置・地勢 【名古屋経済圏等への容易なアクセスと良好な都市開発】

北方町は、岐阜県の南西部、濃尾平野の北部に位置し、東に岐阜市、北に本巣市、南に瑞穂市と隣接している。そして、東西1.85 キロメートル、南北4.2 キロメートル、面積5.18 平方キロメートルと町全体が南北に細長くなっており、町の中には一級河川の天王川、糸貫川と普通河川の長谷川等の河川が南北に流れています。

交通の面においては、岐阜バス6路線、国道157号、主要地方道北方・多度線、岐阜・関ヶ原線がそれぞれ岐阜市方面あるいは大垣市方面へと結ばれており、これらの交通を利用して岐阜市中心部まで20分以内、大垣市へ30分以内、名古屋市まで60分内外で到達することができます。

このような恵まれた立地条件から、名古屋市をはじめとする中京圏の住宅都市として発展しています。2019年12月には、本町の西に位置する揖斐郡大野町に、東海環状自動車道の大野神戸インターチェンジ（以下IC）が開通し、2024年度には、本町の北に位置する本巣市に糸貫ICおよび本巣サービスエリアが開設される予定です。この東海環状自動車道西回り区間の開通に伴い、大きく交通環境が整備され、名古屋や豊田方面を含めた幅広い中京経済圏の一翼としての機能を持つ地域として期待されています。

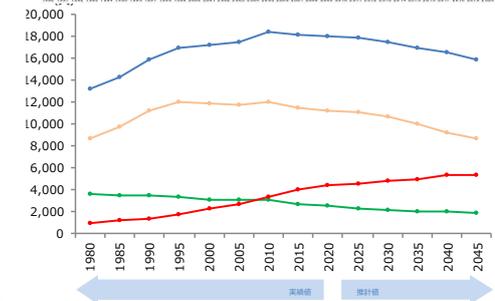
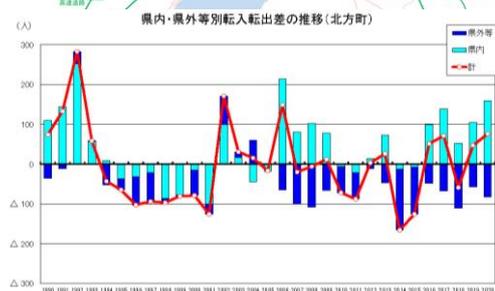
北方町は平安時代より門前町として形成され、明治時代旧本巣郡の郡都として西美濃北西地域一帯の中心市街地として周辺のまちから人々や物資が集まり商都として発展してきました。昭和40年代から、町は平坦な地形であることや岐阜・名古屋の通勤圏であることなどの立地条件を活かし、都市計画道路や土地区画整理事業の面的整備を促進し、住宅都市として発展してきました。

平成28年度末時点での上水道整備率は100%、下水道整備率は99.9%などの都市基盤整備により、良好な住宅地、沿道商業地など利便性の高い市街地を形成しているため、2016年以降では、転入超過の傾向になっています。

(2) 北方町の人口推移 【緩やかに減少傾向】

北方町の人口は、2013(平成25)年は、18,513人とそれまでは増加傾向になっていましたが、それ以降は、2020年(令和2年)で18,459人などと、18,400人前後で推移しています。

将来人口については、社人研の推計では、令和22年(2040年)の北方町の人口は、18,519人と現状と同じ18,000人台を維持する推計となっています。しかしながら、その先の2060年には16,669人となります。このように、現在から20年～30



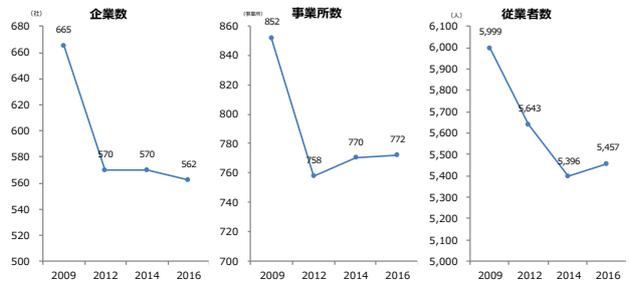
【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」
 【注記】2020年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（平成30年3月公表）に基づく推計値。

年後までは現在と同等の人口が維持できるということになります。

また、町独自推計として2015年の人口を18,320人と現状の数字に置き換えて算定すると、2040年の人口は17,225人、2060年の人口は14,861人となり今後は一貫して人口が減少することとなります。

(3) 産業の構造 【住宅都市を背景にした第三次産業が中心】

企業数は、経済センサスによると、2009年の665社から2012年に減少しましたが、以降は570社前後で推移しています。事業所数も同様の傾向ですが、従業者数は、2016年に回復傾向となっています。

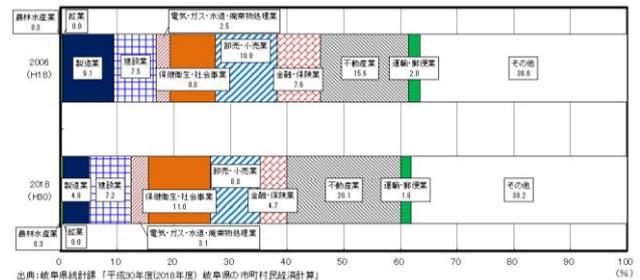


【出典】総務省「経済センサス-基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

【注記】企業数については、会社数と個人事業所を合算した数値。従業者数は事業所単位の数値。

住宅都市として発展した経緯から、産業構造としては、製造業の比率が少なく、より生活に密着した小売業やサービス業の比率が高くなっています。経済センサスによると、売上高では、製造業が12.2%で、それ以外は生活関連サービス業を含む第三次産業となっています。とりわけ、卸売業・小売業が28.7%、医療・福祉が10.7%、宿泊業・飲食サービス業が5.2%と他の地域に比べても高くなっています。

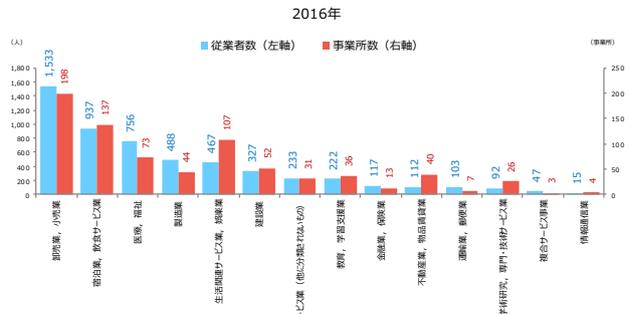
市町村内総生産の経済活動別構成比 (北方町)



【出典】岐阜県統計課「平成20年度(2008年度)岐阜県の市町村内総生産計算」

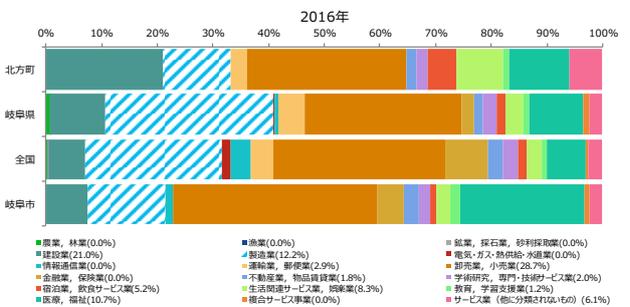
注1:「不動産業」には、持ち家の増減を含まない。
注2:「その他」は、宿泊・飲食サービス業、情報通信業、専門・技術支援サービス業、公務、教育、その他のサービスの合計。
なお、輸入品に課される経 済税率も含まれている。

北方町の産業を、事業所数と従業者数で見ると、最も多いのが、卸売業・小売業で198事業所、1,533人となっています。次いで、宿泊業・飲食サービス業で137事業所、937人となっています。それらに対して、製造業は事業所ベースで44社、488人となっており、第三次産業中心の産業構造になっていることがわかります。



【出典】産業大分類別に見た従業者数(事業所単位)と事業所数、総務省「経済センサス-基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

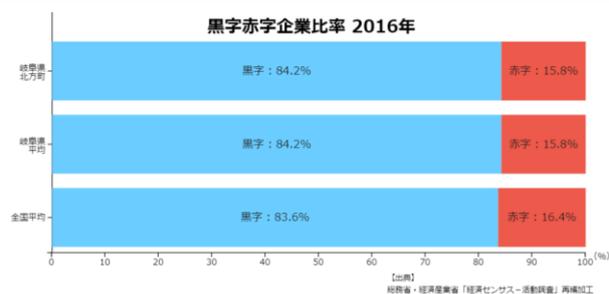
また、経済活動別の総生産額の構成比を見ると、製造業は、2016年には9.1%だったものが、2018年には4.8%と比率が下がり、不動産業が15.6%から20.1%へと増加、保健衛生・社会事業が8.0%から11.0%へと増加するなど、住宅都市としての産業構造となっています。



【出典】産業大分類別に見た売上高(企業単位)の構成比、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工
【注記】凡例の数値は選択地域の数値を指す。

(4) 収益状況【赤字企業の割合は平均的なレベル】

2016年の経済センサスによると、北方町内の事業者のうち、赤字企業の比率は15.8%となっています。この比率は、岐阜県の平均15.8%と同レベルであり、全国平均からはやや低くなっており、全体的に見て、収益状況は平均的となっています。



(5) 主要産業の状況と課題

①卸・小売業

岐阜市に隣接する立地上から、大手のスーパーやドラッグストアなどが当地域に出店を続けており、小規模事業者の経営は苦しい状況が続いています。そうした中でも、魅力ある品ぞろえから顧客を獲得したり、後継者の新たなチャレンジから新規客を創出したりする事業者も存在しています。商店街は機能しておらず苦しい状況は続いているが、顧客ニーズをとらえた商品・サービス内容の充実や訴求力を持った販売促進活動によって顧客獲得していくことが課題です。

②飲食サービス業

町内メイン道路沿いに大手資本のファミリーレストランやラーメン店が多く出店しており、店舗づくりやメニューで旧態依然とした店舗は、域外はもちろん域内消費者の飲食ニーズを満たせず、顧客獲得に苦慮しています。一方で、交通量の多さをうまく活かして顧客を取り込めている事業者も存在しており、特色あるメニューやサービス開発により、地域住民および域外消費者の夕食ニーズをとらえていくことが課題です。

③製造業・建設業

製造業及び建設業は家族経営が多く、少ない取引先に依存した下請事業者としての形態となっています。そのため元請け事業者の業績に左右されやすく、売上や利益をコントロールできず苦しい経営状況になっている小規模事業者が多くみられています。

下請け事業で培ったノウハウをもとに、新たな取引先の獲得や元請け受注への転換などを図り、経営基盤を強化していくことが課題です。

④小規模事業者の抱える共通の課題

業種によって状況及び課題は様々ですが、共通する課題として「売上・利益の獲得」が挙げられます。小規模事業者は経営資源の乏しさから商品・サービス開発など新たなチャレンジへの取組が不活性で、また効果的な販売促進活動も行えていません。

消費者ニーズを的確にとらえた商品サービス開発と、訴求力を持った販売促進活動、取引先獲得に向けた積極的な営業活動が共通する課題といえます。

⑤収益性に対する課題

赤字企業の比率は15.8%と、岐阜県の平均15.8%と同じレベルとなっています。赤字が大きいと、結果的に財務体質が弱くなり、長期的な経営が難しくなります。結果として、自社だけでなく、お客さまや取引先にも影響が出てくることにもなります。

また、北方町の転入が増加している傾向について、他地域の事業者からの参入なども増えてきているため、今後は競争も激化していくことが予想されます。

北方町内の平均的な赤字企業比率という数字としてではなく、個々の事業者の収益性を高めることは、結果的に地域の安定化・活性化にもつながることが期待できますので、個々の事業者にとって、収益性を高めていくための支援が潜在的に求められていると考えられます。

(6) 事業承継【後継者候補がおらず廃業を検討が多い傾向】

北方町内の事業者の事業承継に関わる状況として、当商工会のアンケート調査によると、事業承継については、「後継者候補がいる」が18%で、そのうち「準備をすすめている」のは66%となっています。逆に、「後継者候補がない」が82%となっており、そのうち「将来廃業を検討している」のは64%となっています。

この傾向は、全国的な調査結果よりも「将来廃業を検討している」事業者は多い結果となっています。（日本政策金融公庫総合研究所「中小企業の事業承継に関するインターネット調査」）

(7) 創業・事業承継に対する課題

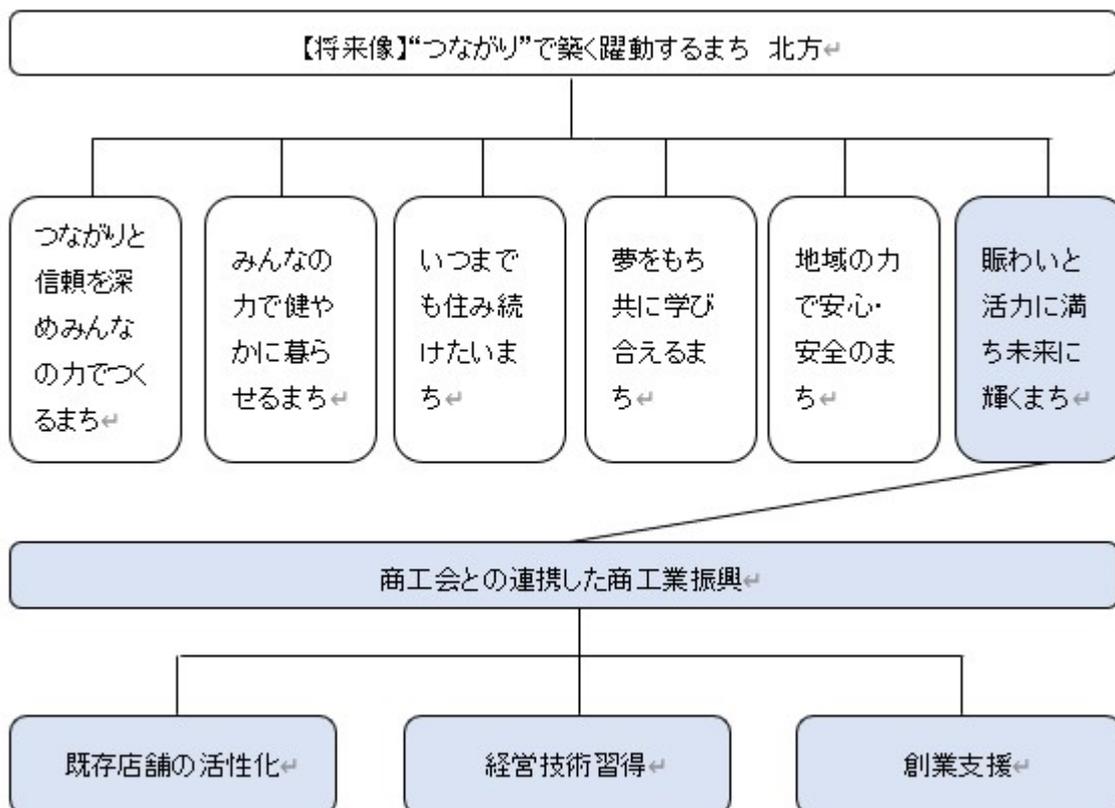
① 創業

北方町内は、各種の統計から見ると、住宅都市の形成を背景として、転入が転出よりも多くなっていることから、新しい住宅開発に伴い、若年層夫婦世帯の増加の流れがあります。その様な流れをビジネスチャンスとして捉えられるため創業が多い地域です。そのため、(a)創業の前段階での充実した支援、(b)創業期から安定的な経営に入るまでの経営のサポートが求められています。

② 事業承継

北方町内での事業承継に関する状況は、全国的な結果よりも厳しく、64%が廃業を検討している状況は改善していく必要があります。創業比率が高い地域だからこそ、岐阜県事業承継・引継ぎ支援センター等を活用しながら、創業予定者と廃業予定者とのマッチングなども含めた様々な選択肢を提案し、支援していくことが求められています。

(8) 北方町第七次総合計画



北方町では、「つながり」で築く躍動するまち 北方」を将来像に見据えた第七次総合計画を策定しています。

計画では、6つの基本目標を設定し、その一つである「賑わいと活力に満ち未来に輝くまち」の「商工業振興」において、町と商工会がより一層連携を強化することを掲げ、小規模事業者の支援によって既存店舗の活性化を図ること、事業者の経営技術の習得や各種調査への支援に努めること、町内で起業する者に対する創業支援を行うこと、を中心とした商工業振興を進めることで、雇用機会の創出を図り、賑わいと活力ある地域を目指そうというものです。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

積極的に事業展開する小規模事業者の増加を図り、収益性を高め、地域経済の活性化を通じて雇用確保・拡大へつなげていく

当地域の事業者数に大きな減少は見られず、赤字企業の割合も県平均と同レベルとなっていますが、小規模事業者の状況を見ると、売上・利益の獲得に苦戦しており厳しい経営が続いています。これは事業承継の後継者不在や廃業検討に高い割合を示す状況にも表れています。

こうした状況から、北方町商工会が見据える10年間は、住宅都市としての地域特性や東海環状自動車道開通などの環境変化を機会として捉え、積極的な事業展開により収益性を高め、末永く事業継続を図ることのできる小規模事業者を数多く生み出すとともに、創業および事業承継を活性化させることで、地域経済の活性化、地域雇用の確保・拡大へとつなげていくことを目指します。

②北方町第七次総合計画との連動性・整合性

第七次総合計画にて定められた6つの基本目標のうち、当商工会が大きく関係する分野は「賑わいと活力に満ち未来に輝くまち」です。北方町が目指す「小規模事業への支援により既存店舗の活性化を図るとともに、創業支援を行うことにより、雇用機会の創出を図る」といった商工業振興の内容は、当商工会が上記に示した「積極的な事業展開で収益性を高めるとともに、事業承継および創業を活性化させ、地域経済の活性化を通じて雇用確保・拡大へとつなげていく」とする振興の在り方の考えと一致しています。

この連動性・整合性から、行政及び他の関係機関との有機的な連携がとりやすく、北方町商工会が見据える10年間で達成するために、小規模事業者に対して一層効果の高い支援を実施できます。

(3) 経営発達支援事業の目標

以上の内容を踏まえて、当商工会では、町内の小規模事業者の今後10年の中長期的な持続的発展を前提として、今後5年間における経営発達支援の目標を、①経営状態(特に、収益性指標としての利益)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、と設定します。

① 経営状態(特に、収益性指標としての利益)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

- ・ 利益拡大を目指すためには、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ります。
- ・ 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り組んできたものの、特に、利益に注目した分析に基づいた計画策定が十分ではなかったという反省があります。
- ・ そのため、今回は、特に、収益性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強力に実施し、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、強力で伴走型支援を推進することで利益拡大につなげていきます。

(具体的な目標数値)

- (1) 自社の経営状況把握のため、経営分析を5年間で190件実施します。
- (2) 小規模事業者の利益拡大のため、事業計画を5年間で160件策定します。(既存事業者150件、創業予定者10件)
- (3) 事業計画に基づいた積極的な実行支援を推進し、事業計画を策定した事業者の内、10%の事業者の営業利益額を前年同期比で1%以上増加させます。

② 地域の特性を活かした積極的な事業展開や創業等の継続的支援を行う

- ・ 北方町内は、創業が多い地域として、これまでも創業者の支援を継続的に実施してきました。
- ・ 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の展開、または事業承継を進めていくことも重要になります。
- ・ そのため、住宅都市の更なる充実、ショッピングタウン型大型商業施設の出店など、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、積極的な事業展開を支援していきます。

(具体的な目標数値)

- (1) 創業予定者／検討者の事業計画策定件数を、5年間で10件とします。
- (2) 既存事業者による積極的な事業展開に関連する事業計画策定件数を、5年間で150件とします。
- (3) 新商品・新サービスに対する需要動向調査を、年間10事業者に提供します。

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

令和4年4月1日～令和9年3月31日（5年間）

(2) 目標の達成に向けた方針

目標①（経営状態(特に、収益性指標としての利益)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）の達成に向けた方針

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します。

収益性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強力に実施し、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、強力に伴走型支援を推進することで利益拡大につなげていきます。

目標②（地域の特性を活かした積極的な事業展開や創業等の継続的支援を行う）の達成に向けた方針

住宅都市の更なる充実、ショッピングタウン型大型商業施設の出店など、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、企業内起業なども含めた新たな事業展開を支援していきます。

I. 経営発達支援計画事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 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（大垣共立銀行・大垣西濃信用金庫・十六銀行）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した。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と、ホームページでの掲載のみで、広くかつ深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す。また、行政機関等が取りまとめた統計調査等の結果の活用はできていたものの、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ませんでした。

[課題] 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繋がります。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きます。今後利用が拡大する行政等のビッグデータ等を活用した専門的な分析ができるように体制を構築し、結果を効果的な小規模事業者支援へと結び付けていきます。

(2) 目標

内容	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
①「経営状況把握調査」(「独自調査」)による経営動向把握の結果公表	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
②二次データを活用した地域の経済動向との比較による情報提供	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回

(3) 事業内容

① 「経営状況把握調査」(「独自調査」)による経営動向把握

地域内の事業所の経営動向・景況動向などに関する情報を体系的に収集するために、以下の「経営状況把握調査」(以下「独自調査」と記載)を年1回実施します。同時に、地域内だけでなく、岐阜県内、全国等のレベルで、地域の経済動向や経営動向に関する情報を総合的に収集、整理します。これらの町内事業所の調査結果と、岐阜県内、全国等との比較をベースとした分析により、北方町内の特徴を抽出・分析し、結果を公表します。

【調査対象】

管内小規模事業者50社(製造業、建設業、卸売業・小売業、サービス業から町内の業種別構成比に合わせて、依頼する対象事業者数を配分)

【調査項目】

業種、景況感(短期・中期)、経営課題(売上/利益動向、財務動向、人材動向、事業承継動向など)など。(全国レベルでの事業者向けの経済動向の調査や、岐阜県商工会連合会が実施する「中小企業景況調査」(年4回)などの調査と比較できるようにする)

【調査手法】

調査票を郵送し返信用封筒またはFAX、Webアンケートにて実施します。

【分析手法】

経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行います。なお、経年変化分析定点観測が可能になるように調査項目をできるだけ固定化して、時系列の変化を比較分析するとともに、業種毎の比較により、業種毎の特徴を分析します。

② 二次データを活用した地域の経済動向との比較による情報提供

A) 下記の岐阜県レベル、全国レベルでの調査資料等を活用し、業種構成を踏まえ関連する業界、業態の情報を収集し、経年変化を分析します。さらに、可能な調査については、当商工会の「独自調査」との比較により、北方町内の特徴・傾向を分析し、年4回公表します。

- 「小規模企業白書」(中小企業庁)
- 「中小企業景況調査」(全国商工会連合会)
- 「経済センサス」(総務省統計局)
- 「ぎふ経済レポート」(岐阜県商工労働部;毎月)、「景況調査」(岐阜県産業経済振興センター;四半期)、「景気動向調査」(岐阜県中小企業団体中央会)、「企業動向調査」(十六総合研究所;四半期)、「共立地域景況インデックス」(共立総合研究所;四半期)、「だいしんビジネスてらすレポート」(大垣西濃信用金庫;四半期)。

B) 地域の経済動向分析に、国が提供するビッグデータを活用した情報を提供します。

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向分析を行い、上記①とともに年1回公表します。

【分析手法】

- 「地域経済循環マップ・生産分析」 →何で稼いでいるか等を分析
- 「黒字赤字企業比率」 →地域の事業者の収益性を分析
- 「産業構造マップ」 →産業の現状等を分析
- 「創業比率」 →創業の割合と動向を分析

上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映させていきます。

(4) 成果の活用

1. 情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知するとともに、北方町の広報誌でも案内します。
2. 経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料として活用します。
3. 個々の事業者においては、自社の意識と周囲との意識のギャップを確認していただき、事業者内の対策へと具体化すると共に、次期商品・サービスの開発投資の決定や、設備投資の判断にも役立つ内容にします。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 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ますが、それらの情報が、収益拡大のきっかけになった、または新製品・新サービスの開発といったところまでは至っていません。また、事業者の販売する個々の商品または提供するサービスの需要動向について、個別に把握する調査などは実施していません。

〔課題〕 地域の事業者の課題である収益性や持続的な経営という点に貢献できるような、個々の製品やサービスに対する需要動向に関する調査を実施し、この分析結果を事業者に情報提供して行く必要があります。

(2) 目標

展示会・地域イベントを活用した需要動向調査

内容	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
展示会調査 対象事業者数	-	2	2	2	3	3
地域イベント調査 対象事業者数	-	5	5	5	5	5
店頭調査 対象事業者数	-	3	3	3	3	3

外部機関が公開する調査及びデータ収集・提供

内容	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
調査対象事業者数	-	30	40	40	40	40

(3) 事業内容

個々の事業者が提供する商品・サービスのブラッシュアップ・新商品開発に反映させるべく、独自に収集した1次データと一般に公表されている他機関が調査した2次データを掛け合わせ、総合的に分析した結果を事業者に提供します。

①展示会・地域イベントを活用した需要動向調査

(ア) 展示会を活用したB t o B調査

商工会の販路開拓支援で展示会へ出展する小規模事業者及び独自で出展する小規模事業者に同行し、出展ブースを訪れる事業者に対して、個社ごとの商品・サービスにあわせた独自調査を実施し、顧客の持つニーズを収集します。調査方法はアンケートによる聞き取り方式とし、調査項目は展示製品の特性を考慮し事業者と相談したうえで決定しアンケート票を作成します。

項目	内容
調査の種類	展示会を活用したB t o B調査
対象業種	卸・製造業
調査する対象	展示ブースを訪れる事業者
調査の方法	アンケートによる聞き取り方法
調査する項目	性能、品質、技術、デザイン、用途、価格、取引条件、改善要望 など
調査を予定する展示会	メッセナゴヤ (毎年 11 月に開催) フードセレクション (毎年 10 月に開催) バイヤーニーズ型商談会 しんきんフェア ニッポン全国物産展
サンプル数	1 事業者あたり 50 件

(イ) 地域イベントを活用したB t o C調査

小売・飲食サービス業を対象に実施する。地域内の各種イベントにおいてターゲットとした顧客の意見を収集するためアンケート調査を実施します。調査項目は、ターゲット属性を考慮し事業者と相談したうえで決定しアンケート票を作成します。

項目	内容
調査の種類	地域イベントを活用したB t o C調査
対象業種	小売業、飲食サービス業
調査する対象	イベントへの一般来場者
調査の方法	アンケートによる聞き取り方法
調査する項目	味、質、デザイン、価格、感想、要望、年齢、性別 など
調査予定のイベント	歩行者天国 (毎年 8 月 10 日に開催) 未来タウン北方ふれあいまつり (毎年 11 月の第 2 日曜日に開催)
サンプル数	1 事業者あたり 30 件

②店頭での調査

小売業、飲食サービス業を対象に実施します。実際に店舗に来店される一般消費者に対して、アンケート調査を行い、消費者目線で商品・サービスを考察してもらいます。

項目	内容
調査の種類	店頭での調査 (B t o C調査)
対象業種	小売業・飲食サービス業
調査する対象	来店された一般消費者
調査の方法	アンケートによる聞き取り方式
調査する項目	味、質、デザイン、価格、感想、要望、年齢、性別 など
調査する場所	各店舗

サンプル数	1 事業者あたり 30 件
-------	---------------

③外部機関が公開する調査及びデータ収集・提供

行政機関や業界団体・企業が実施している調査結果を収集し提供することで、客観的な視点で小規模事業者の保有する製品・商品・サービスの需要動向を把握する資料として収集する。収集した情報は、①展示会・イベントを活用した需要動向調査及び②店頭での調査と合わせてレポートにまとめて各事業所に提供していく。

内閣府が実施する「全国消費動向調査」	
情報の収集・分析	内閣府が発表している「消費動向調査」の結果を収集し、全国の一般消費者が消費に対してどのような考えを持っているか、またその推移を分析します。商業・サービス業など直接の保有商品との関連がある小規模事業者に限らず、製造する部品が使用されている商品、保有する技術によって生み出されている商品等の情報を収集することで、最終商品を製造していない小規模事業者も活用することができます。
調査項目	消費者の意識（毎月）、物価の見通し（毎月）、旅行の実績及び予定（6, 9, 12 及び 3 月）、自己啓発、趣味、レジャー・サービス等の支出予定（6, 9, 12 及び 3 月）、主要耐久消費財等の保有・買替え状況（3 月）、世帯の状況（毎月）
目的	「全国消費動向調査」を活用し、全国的な消費動向から消費者需要を確認します。独自調査によって収集した 1 次データの情報を合わせて検証することで小規模事業者の販売戦略・商品戦略・広報戦略の立案に活かしていきます。

日経 POS 情報「売れ筋ランキング」	
情報の収集・分析	日経テレコンが公表しているデータを活用します。全国のスーパーマーケット店頭で販売されている加工食品・家庭用品の POS データ（商品 1 品ごとの販売データ）に基づく売れ筋商品ランキングを収集し、常に変化する市場の動向を速く、正確に把握していきます。商業・サービス業など直接の保有商品等との関連がある小規模事業者に限らず、製造する部品が使用されている商品、保有する技術によって生み出されている商品等の情報を収集することで、最終商品を製造していない小規模事業者も活用することができます。
調査項目	小規模事業者の保有する製品・商品・サービスに応じて、商品分類ごとの商品別ランキング、金額シェア、平均価格
目的	日経 POS 情報・売れ筋ランキングから収集した情報を、独自調査によって収集した 1 次データの情報を合わせて検証し、トレンドや流行を見極めることで、売れる商品開発、仕入れなどに活かしていきます。

(4) 成果の活用方法

上記①及び②により収集したデータを基に、関連性の高い項目はクロス分析を行い、上記③にて収集した情報を付加して、事業者個々の製品・商品・サービスに関する需要動向レポートを作成し提供していきます。

提供した情報を基に、個々の事業者の商品・サービスが想定するターゲットニーズに合致しているか、更なる商品・サービスの改良改善に活かすことはできないか等の検討材料とし、事業計画の策定や商品開発・改良に活用するとともに、新たな販路の開拓までを一貫して支援します。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題と解決の方向性

[現状] 北方町内の事業者の収益性の改善のために、財務分析を中心とした定量的な経営状況の分析をすすめることで、経営課題への意識を高めていますが、決算情報以外のこととなると重要性を感じていないなどの反応があり、分析をしたすべての事業者が経営計画策定にまで足を踏み出すまでは至っていません。

[課題] これまで実施しているものの、事業者にとってよりわかりやすく、自社の課題が明確になるような結果報告ができるように改善し、経営計画策定への意識を高めていくことが必要です。

(2) 目標

内容	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
定量的/定性的経営状況分析事業者数	38	30	40	40	40	40

※ 新型コロナウイルス感染症の影響により事業を見直したいという事業者のニーズがあったため、今年度の分析件数は突出して増加した。目標数値については、当商工会のこれまでの実績を踏まえて設定した。

(3) 事業内容(分析を行う項目、分析手段・手法)

① 定量的分析～財務情報を収集・分析

- 記帳指導(特に記帳機械化)をしている事業者については、商工会で比較可能な業種別データとの比較により簡易的な財務分析をし、診断結果をフィードバックします。
- 記帳指導している事業者以外(非会員含む)については「ローカルベンチマーク」(経済産業省)、「経営自己診断システム」(中小企業基盤整備機構)等を活用した簡易財務分析をし、診断結果をフィードバックします。
- 決算書分析の際には、売上・原価・利益の増減原因、同業他社との比較、商品別や得意先別売上高および売上総利益額を主たる分析項目とします。その分析項目のギャップから、財務上の強み・弱みを確認していくこととします。なお、創業の場合は、事業収支等の財務シミュレーションとして活用します。

② 定性的分析～事業者の強みと市場の機会を発見

巡回指導、窓口指導を通じて、下記のような項目について情報収集し、定量的な分析とともに、定性的な経営分析を行います。

[市場] 環境社会動向、政治動向、市場動向、技術動向など

[競合状況] 競合動向(顕在/潜在)、仕入先動向、販売先動向など

[知的資産] 人的資産、組織・体制、経営方針、顧客ネットワーク、ブランド、ノウハウ、技術・技能、特許などの知的財産など

[設備状況] 設備、遊休設備、不動産、工程/生産管理、ネットワーク、サーバーなど

[後継者状況] 後継者の有無、後継者の育成度合、廃業予定など

[創業の場合] 創業の背景(経歴・キャリア、動機、将来目標)、ビジネスモデル、協力会社など

(※なお、定量的分析と、定性的分析が前後する場合があります)

(4) 分析結果の活用方法

- 分析結果については、個別に分析結果を訪問して説明することになりますが、特に財務分析の結果等については、どんな点に、経営としては目を向けるべきなのか、について実感して

いただくとともに、他社との比較の重要性や、自社の経営上の基準や目標の設定の大切さを理解してもらいます。

- 経営分析の手法としては、上記の項目をベースに、外部環境からの「機会」と「脅威」、内部環境からの「強み」と「弱み」を分析する SWOT 分析を行い、そこから、クロス SWOT 分析により、経営課題の方向性を探っていくステップとします。さらに、自社の強みと市場の機会から事業者の進むべき方向性を定めます。
- これらの成果から、事業計画策定の重要性を理解していただくとともに、事業計画策定のセミナーなど、計画策定の段階へと促していきます。
- 分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップにも活用します。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 既存事業者において事業計画については、補助金申請や融資目的での策定が中心となっています。また、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでいません。また、北方町内の創業率は高いものの、現在の商工会活動の中では、年に数件の窓口での相談にとどまっているのが現実です。

[課題] 管内の事業者全体に対して、事業計画の策定の意識づけと策定支援が必要になっています。創業予定者に対しては、その着想段階からの支援ができるような体制構築が求められています。加えて、今後の事業計画には、ITツールを活用したDXの推進の内容を盛り込む必要があるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要があります。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、経営状況の分析から具体的な事業計画策定・ブラッシュアップまで、創業検討者に対し、着想段階から創業計画策定、廃業検討者とのマッチング、さらには、創業後までを一貫して支援していきます。

(3) 目標

内容	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
事業計画策定セミナー (DXの活用を含む)	-	3	3	3	3	3
創業セミナーまたは個別相談会	-	1	1	1	1	1
事業計画策定事業者数	49	28	29	30	31	32
創業計画策定事業者数	-	2	2	2	2	2

※ 新型コロナウイルス感染症の影響により各種補助金を活用したいという事業者のニーズがあったため、現行の事業計画策定件数は突出して増加した。目標数値については、当商工会のこれまでの実績を踏まえて設定した。

(4) 事業内容(支援対象・手段・手法)

《既存事業者への支援》

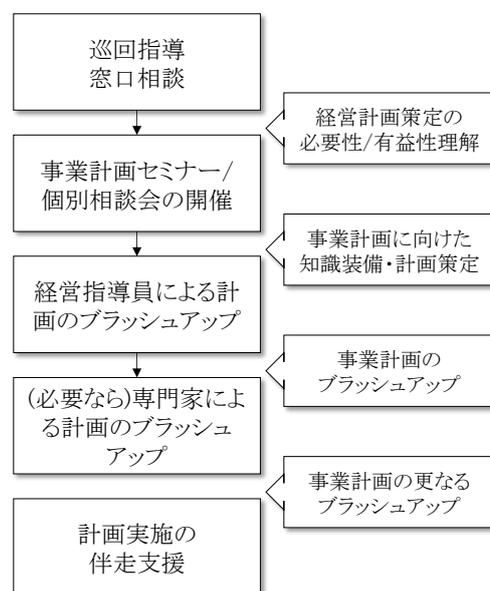
【支援対象】

経営分析を行った事業者を対象とします。

【手段】

巡回指導や窓口相談の際に、事業者に対して、事業計画策定の意識づけをし、分析を行った事業者を中心に、事業計画策定のセミナー（個別相談会含む）への参加を通じて、事業計画書策定の「必要性」や「有益性」を理解して頂き、検討すべき事項を明確化してもらいます。同時に、個別相談により、事業者の計画策定への動機付けを深めていきます。事業計画書策定において検討すべき事項として、「事業への想い」「市場の機会/脅威」「自社の強み/弱み(定性・定量ともに)」「目標(利益水準等)」「達成手段」「実施上の課題」などについての理解もすすめていきます。また、事業承継についても意識させ、「長期的な事業の引き継ぎ」、そのための「人材の育成」「事業承継を意識した組織体制」などについても理解をすすめていきます。

さらに、事業計画の策定において検討すべき事項として、DXに向けた内容も盛り込むことを必須とすることで、生産性向上と競争力強化ができる計画への理解と、具体的な計画策定へと結び付けていきます。具体的には、事業計画策定セミナー内にDXの活用に関する内容を含め、DXに関する意識の醸成や基礎知識の習得を促す。また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組について、DX総論、中小機構のIT戦略マップの活用、DX関連技術（クラウドサービス、AI等）や具体的な活用事例、クラウド型顧客管理ツールの紹介、SNSを活用した情報発信方法、ECサイトの利用方法等について具体的な内容を提供していきます。



【手法】

①「事業計画策定セミナー（DXの活用を含む）」の開催

支援対象：経営分析を行った事業者

講師：中小企業診断士・ITコーディネーターなど

回数：年3回

募集方法：商工会の会報誌、商工会ホームページ、町の広報ツールなど

カリキュラム：事業計画の重要性、活用方法、書き方、成功事例など

参加者数：30者

②経営指導員による計画策定支援

事業計画策定に必要な検討事項(事業承継に関わる内容も含む)に基づいて、事業計画書のストーリーを、事業者の考えを聞き出しながら、経営指導員が伴走して計画策定を支援します。支援時には、特に、管内の事業者の課題である収益性の向上や新事業への進出、事業承継等を意識し、その上で、事業の遂行に支障となる実施上の課題について、課題の解決方法をアドバイスします。

特に収益性の課題については、持続的な発展のために、現在の利益の獲得状況をベースにして、次の活動へつながる利益確保についても計画策定の内容として支援していきます。参考指標として、「ローカルベンチマーク」（経済産業省）、「業種別経営指標」（中小企業実態基本調査報告書）、「小企業の経営指標調査」（日本政策金融公庫）などを参考にし、適正な利益水準のレベルをアドバイスしていきます。

後継者のいない事業者については、早期に事業承継計画を策定するよう支援します。

③ 専門家によるブラッシュアップ（必要に応じて）

経営指導員は、専門家と共に、事業者の意思と実現可能性を考慮して、最終的な目的、目標、達成手段を確認し、事業計画をブラッシュアップ支援していきます。

また、計画策定セミナーを受講した事業者の中から、DXについて取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてIT専門家派遣を実施し、具体的な計画策定へと落とし込んでいくこととします。

《創業予定者への支援》

【支援対象】

創業予定者／検討者を対象とします。

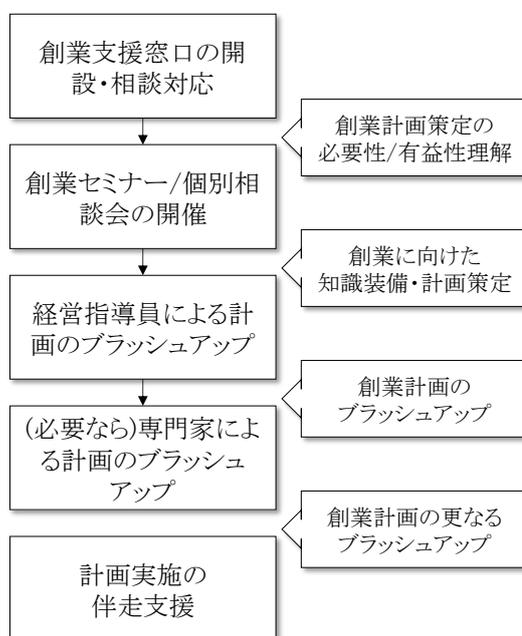
【手段】

① 創業支援窓口の認知度向上

創業予定者/検討者とのワンストップの窓口としての認知度を高めるために、商工会の広報ツール(ホームページやパンフレット等)や北方町の広報誌、ホームページなども活用して、着想段階の創業予定者の方が気軽に相談する先としての認知度を高めていきます。その結果として、創業計画策定までを支援できる関係性を当商工会と創業予定者の間で構築します。

② 創業セミナー/個別相談会の開催

当商工会として、創業予定者向けに、「創業セミナー」または「創業に関する個別相談会」を開催します。その内容は、創業・開業に向けた心構え、先行事例、必要な知識、手法を取得するとともに、最終的に、創業計画を具体的に策定してもらうというものです。



【手法】

①「セミナー」または「個別相談会」の開催

- ・創業セミナー/創業に関する個別相談会

支援対象：創業予定者/検討者

講師：中小企業診断士など

回数：年1回

募集方法：商工会の会報誌、商工会ホームページ、町の広報ツールなど

カリキュラム：創業計画の重要性、書き方、成功事例など

参加者数：5者

②経営指導員による計画策定支援

創業計画策定に必要な検討事項に基づいて、創業セミナーや個別相談会で作成した計画書を、創業予定者/検討者の考えを聞き出しながら、経営指導員が伴走して計画のブラッシュアップを支援していきます。その上で、廃業予定者とのマッチングの検討、事業の遂行に支障となる実施上の課題の解決方法についてアドバイスしていきます。

③専門家によるブラッシュアップ（必要に応じて）

支援依頼を受けた経営指導員は、必要であれば、専門家と共に、創業予定者/検討者の意思と実現可能性を考慮して、最終的な目的、目標、達成手段を確認し、創業計画をブラッシュアップ支援していきます。

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] 事業計画の実施については、前述の通り、策定自体の数は増えてきていますが、策定後の伴走支援については、補助金等の実施段階等にとどまっているのが現実です。

[課題] 地域の経営状況の課題である収益性の向上や創業後の持続的な経営の実現のために、事業計画策定後の伴走支援の充実が必要になっています。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象として、計画策定後その計画が確実に実施されるよう、策定後の伴走支援を一貫して実施します。

(3) 目標

内容	現行	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
事業計画策定後フォローアップ対象事業者数	35	28	29	30	31	32
創業計画策定後フォローアップ対象事業者数	-	2	2	2	2	2
頻度(のべ回数)	140	120	124	128	132	136
営業利益額の前年比1%以上増加の事業者数(事業計画策定の対象事業について)	-	3	4	5	5	6

※ フォローアップ頻度については、1事業者当たり年4回を基本とするが、事業者からの申出や事業計画の進捗状況が思わしくない場合等においては臨機応変に対応する。

※ 新型コロナウイルス感染症の影響により各種補助金を活用したいという事業者のニーズがあったため、現行のフォローアップ対象事業者数は突出して増加した。目標数値については、当商工会のこれまでの実績を踏まえて設定した。

(4) 事業内容(手法・頻度)

【手法】

① 経営指導員によるフォローアップ 《四半期に一度》

経営指導員は、事業計画を策定した事業者全てを対象に、計画書策定が完了したら、四半期に一度程度、巡回指導及びその他の方法により、進捗状況を把握して、カルテに記録して、共有します。特に、収益性の拡大と持続的な経営の実現を意識し、その進捗が芳しくない場合または収益状況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、課題を把握するとともに、その解消に向けた指導・助言を行います。経営指導員で解消が困難な課題である場合、専門家派遣等を実施していきます。

② 専門家派遣によるフォローアップ 《必要に応じて》

支援依頼を受けた経営指導員は、相談カルテ、策定された事業計画書に基づいて、対象となる小規模事業者の意向により、専門家とともに事業計画の実施上での課題解決だけでなく、経営革新計画や経営向上計画についての国、県の法承認、認定などについても手厚く支援していきます。

③ 資金面での支援・フォローアップ 《必要に応じて》

立案・実施している事業計画を元に、必要な資金の調達においては、日本政策公庫や地域金融機関と連携して、小規模事業者が持続的に事業を発展させていくために低利な資金を斡旋していきます。同時に、調達後のフォローも随時実施していきます。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題と解決の方向性

〔現状〕 北方町内の円鏡寺で毎月 21 日開催されているふれあい市「門前市」で、管内の事業者が出店し、販売機会を提供しているとともに、商品・サービスに対する評価も獲得する活動をすすめています。しかし、集客も減少傾向になり、昔ながらの対面販売方式のため IT を活用した販路開拓等の DX に向けた取り組みが進んでおらず、新型コロナ禍により開催自体が中止されるなど、活動としての限界が来ています。

〔課題〕 これまで実施してきたものの、社会情勢の変化に対応できなくなったため、新たな手法での需要開拓に寄与する事業へ転換が必要です。今後、新たな販路の開拓には DX 推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取り組みを支援していく必要があります。

(2) 支援に対する考え方

商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、既存の展示会やショッピングモール等の展示即売会への出展を目指します。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行います。

DX に向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS 情報発信、ネットショップの開設等、IT 活用による営業・販路開拓に関する相談対応を行い、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います。

(3) 目標

内容	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
展示・商談会出展事業者数	-	2	2	2	3	3
成約件数/者	-	1	1	1	1	1
即売会出展事業者数	-	2	2	2	3	3
売上額/者	-	10 万円				
SNS 活用事業者	1	10	10	10	10	10
売上増加率/者	-	5%	5%	5%	5%	5%
ネットショップの開設者数	9	4	4	4	4	4
売上増加率/者	-	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

① 展示・商談会への出展事業 (B to B)

商工会が展示・商談会において 2 ブース借り上げ、新たな需要開拓を支援します。

【想定する展示会・商談会・物産展】

イベント名	概要
メッセナゴヤ (展示会)	11 月、ポートメッセなごやにて開催 業種業態の枠を超え、多様な製品技術サービスが集結 出展社数 1,442 社 (R1 実績) 来場者数 62,422 名 (R1 実績)
フードセレクション	9 月、東京のビッグサイトにて開催

(商談会)	全国に向けた販路の拡大を希望する食関連の企業・団体が出展 出展社数 1,031 社 (R1 実績) 来場者は 13,412 名 (R1 実績)
バイヤーニーズ型商談会 (商談会)	9 月～翌年 2 月、岐阜県商工会連合会にて実施 販路開拓コーディネーターを介し、バイヤーニーズに沿った商品 を揃えた商談会
しんきんフェア (物産展)	10 月、ポートメッセなごやにて開催 東海地区 36 信用金庫の取引先企業が出展 出展社数 372 社 (R1 実績) 来場者は 3,254 名 (R1 実績)
ニッポン全国物産展 (物産展)	11 月、池袋サンシャインシティにて開催 全国の商品を集めた大規模物産展 出展社数約 150 社 (R1 実績) 来場者数約 10 万人 (R1 実績)

※ 展示・商談会の実績については、新型コロナウイルス感染症の影響のためリアル開催された令和 1 年を記載しました。

- ② ショッピングモール等での展示即売会出展事業 (B to C)
令和 5 年に北方町内にイオンタウンが開業予定のため、本事業ではイオンタウンへの出展を想定する。ただし、令和 4 年は近隣のショッピングモール等での出展を想定しています。
- ③ SNS 活用 (B to C)
B to C 事業者に向けた SNS を活用する認知度向上・新規顧客獲得支援を行います。
- ④ 自社 HP によるネットショップ開設 (B to C)
ネットショップの立ち上げから、商品構成、ページ構成、PR 方法等 WEB 専門会社や IT ベンダーの専門家等と連携し、立ち上げ後の専門家派遣を行い継続した支援を行います。

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] 当商工会の理事会と併設して、北方町政策財政課長、北方町金融協会(北方町内に支店を有する金融機関の支店長の組織)、専門家として中小企業診断士、および商工会会長、副会長、事務局長、法定経営指導員、経営指導員をメンバーとする「経営発達支援計画評価委員会」にて、年に一回、事業の成果報告および評価と見直しをしていただき、その結果は商工会のホームページに掲載し、小規模事業者等の閲覧と質問に供しています。

[課題] 継続的に、第三者の視点も含めて PDCA を回していく必要があります。

(2) 事業内容

- ① これまでの評価および見直し体制を継続する形で、当商工会の理事会と併設して、北方町政策財政課長、北方町金融協会(北方町内に支店を有する金融機関の支店長の組織)、専門家として中小企業診断士、および商工会会長、副会長、事務局長、法定経営指導員、経営指導員をメンバーとする「経営発達支援計画評価委員会」にて、年に一回、事業の成果報告および評価と見直しをしていただきます。
- ② その結果は総代会に報告するとともに、商工会のホームページに掲載し、商工会事務所内に常時備え付け、小規模事業者等の閲覧と質問に供していきます。

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] 当商工会では、経営指導員・経営支援員が主体となって事業者支援を行う体制となっています。また、喫緊の課題であるDX推進については、その進化発展を把握し活用する努力をしていますが、まだまだ未達の部分もあります。

[課題] これからの事業者への手厚い経営支援を実行していくには、職員全員が攻めの姿勢を持つことと幅広い知識の習得、及び相談事例の一元管理による情報の共有化が必要になってきます。特にDX推進に向けては、最新情報の収集など今後の拡がりも含めた継続的なキャッチアップによる活用推進が必要となっています。

(2) 事業の考え方

全国商工会連合会・岐阜県商工会連合会が主催する研修に加え、中小企業大学の主催する研修に経営指導員が参加することで、売上げや利益を確保することを重視した支援能力の向上を図ることに加え、岐阜県商工会連合会および岐阜・西濃ブロック広域支援室と協力した育成施策とともに、当商工会の業務内において事例検討会やOJTを通じた情報共有をすすめ、支援能力の向上をはかります。

(3) 事業内容

商工会として独自に取り組む活動として、「事例検討会」を通じて、職員相互の能力開発と資質向上を図ります。また、同時に、共有した情報は、組織のノウハウ資産としてカルテ・データベースとして、ストックし、いつでも見直したり、活用したりできる体制を充実していきます。

【方法】

- ① 中長期的な視点での資質向上のために、カルテ・データベースを活用して、全職員による「事例検討会」を月1回実施します。
- ② 経営指導員が、様々な経営課題・業種にも対応でき、経営分析、事業計画策定・実施支援まで一貫してできるように案件を担当します。同時に、経営指導員以外の職員とも、カルテをデータベースとして共有する形として、支援情報の共有をしていきます。
- ③ OJTや「事例検討会」を通して支援策を検討することにより、各職員の支援業務に必要な「対話力」「診断力」「構想力」「編集力」「突破力」の5つの力のランクアップを目指します。
- ④ 専門家派遣の際には、専門家と同行して支援することにより、専門家のノウハウを吸収し、自身の支援ノウハウとして活用していきます。
- ⑤ 経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、IT等の活用方法や具体的なツール等について紹介、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、「事例検討会」に合わせたミーティングを開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図っていきます。
- ⑥ 経営指導員及び一般職員の支援能力一層の向上のため、中小企業庁や中小企業大学校が主催する経営支援能力向上セミナー等を受講します。
- ⑦ 喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、DX推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加します。

(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7年5月現在)											
(1)実施体制(商工会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/商工会と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制等)											
<table border="1"><thead><tr><th>北方町商工会</th><th></th><th>北方町</th></tr></thead><tbody><tr><td>事務局長 1名</td><td rowspan="5" style="text-align: center;">↔</td><td rowspan="5" style="text-align: center;">政策財政課</td></tr><tr><td>法定経営指導員 1名</td></tr><tr><td>経営指導員 1名</td></tr><tr><td>経営支援員 1名</td></tr><tr><td>臨時職員 1名</td></tr></tbody></table>	北方町商工会		北方町	事務局長 1名	↔	政策財政課	法定経営指導員 1名	経営指導員 1名	経営支援員 1名	臨時職員 1名	
北方町商工会		北方町									
事務局長 1名	↔	政策財政課									
法定経営指導員 1名											
経営指導員 1名											
経営支援員 1名											
臨時職員 1名											
(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:清水 優											
連絡先:北方町商工会											
〒501-0431 岐阜県本巣郡北方町北方 1857-18 電話:058-323-1101											
メール:kitagata@ml.gifushoko.or.jp											
②当該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います。											
(3)商工会、関係市町村連絡先											
①商工会											
連絡先:北方町商工会											
〒501-0431 岐阜県本巣郡北方町北方 1857-18											
電話:058-323-1101 メール:kitagata@ml.gifushoko.or.jp											
②関係市町村											
北方町 政策財政課											
〒501-0492 岐阜県本巣郡北方町長谷川1丁目1番地											
電話:058-322-9936 メール:seisaku@town.gifu-kitagata.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4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	3,050	2,550	2,550	2,550	2,550
①経済・需要動向調査費	200	200	200	200	200
②事業計画策定に係る専門家謝金	300	300	300	300	300
③販路開拓支援費	2,500	2,000	2,000	2,000	2,000
④評価委員会開催費	50	50	50	50	50

(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補助金(岐阜県、北方町)、商工会自主財源(会費収入、手数料収入等) ②補助金(国、岐阜県、北方町)、商工会自主財源(会費収入、手数料収入等) ③補助金(国、岐阜県、北方町)、商工会自主財源(会費収入、手数料収入等)、賦課金収入 ④補助金(岐阜県、北方町)、商工会自主財源(会費収入、手数料収入等)

(備考)調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

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

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名	
連携して実施する事業の内容	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携して事業を実施する者の役割	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携体制図等	
①	
②	
③	