

(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) 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。

北と西は境川をへだてて岐阜市、東は各務原市、南は笠松町に接しています。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ます。

2つの国道が交差する岐南インターチェンジは県下の交通量を誇り、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。

特に、昭和44年以降は、町を縦横に走る国道(濃尾平野を名古屋から岐阜へ南北に抜ける国道22号と、各務原・岐阜・大垣と岐阜県美濃地方の主要都市を東西に結ぶ国道21号)の開通により、交通の便にも恵まれ、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ました。

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ます。

2) 人口

【他地域に比べてゆるやかに減少】

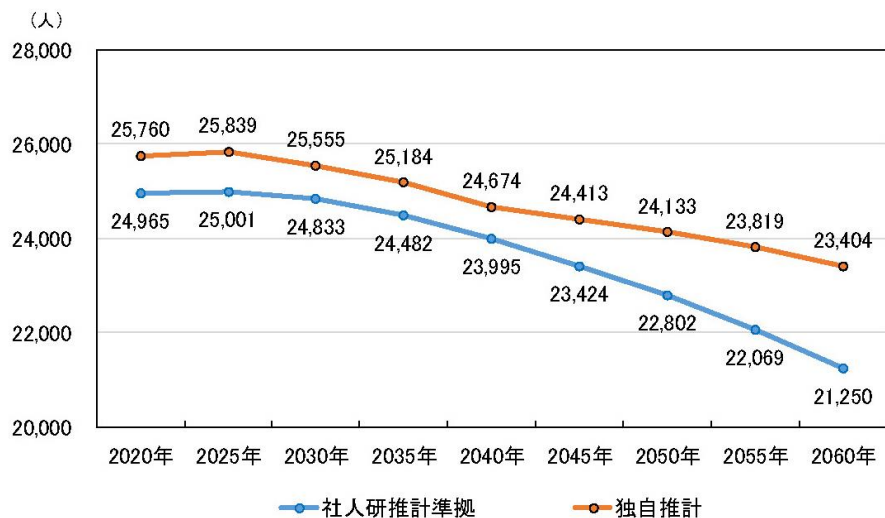
国立社会保障・人口問題研究所に準拠して推計した岐南町の総人口の将来推計は、2025年の25,001人がピークとなり、2040年に23,995人、2060年には21,250人となると見込まれます。

2020年から2030年までは、ほぼ横ばいとなりますが、2035年以降は減少スピードが若干加速する推計となります。

ただし、全国や岐阜県と比べるとゆるやかに減少することが見込まれています。

また、岐南町では、独自の人口推計をしており、岐南町内の合計特殊出生率の向上や社会移動の安定化をすすめることで、国立社会保障・人口問題研究所よりも、ゆるやかな人口減少を予測しています。





目標人口達成時の人口構造をみると、2040(令和22)年の人口ピラミッドの型は「星型」となっています。

年齢階級別では、65～69歳の階級層が最も高く、次いで60～64歳の階級層となっています。

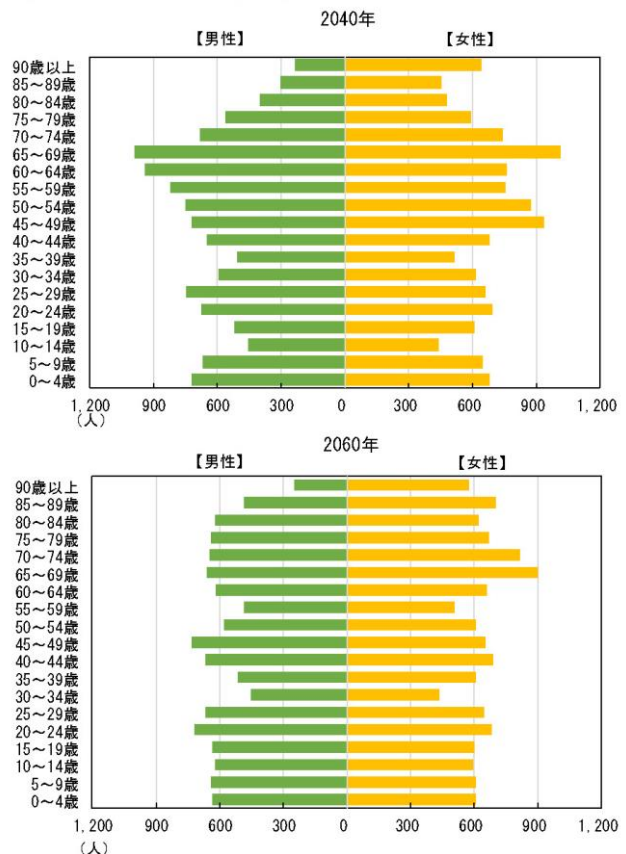
また、25～29歳の階級層より下の層に着目すると、10～14歳の階級層までは年齢が下がるにつれて減少傾向にありますが、9歳以下の階級層では増加に転じています。

また、2060(令和42)年の人口ピラミッドの型は「つりがね型」となっています。

年齢階級別では、65～69歳の階級層が最も高く、次いで70～74歳の階級層となっています。

また、25～29歳の階級層より下の層に着目すると、20～24歳の階級層を除き、ほぼ横ばいとなっています。

目標人口達成時の性別5歳年齢階級別人口ピラミッド



3) 産業

【卸売業・小売業と製造業が中心だが、生活密着業での他地域からの進出が増加】

岐南町内の事業所数は、552企業、985事業所(平成26年経済センサス)あり、平成21年に541企業、879事業所があったのに比べると、企業数で2%増、事業所数で12%増となっています。

全国と比較して構成比が高いのが、「卸売業・小売業」(37.1%)、「製造業」(18.6%)で計55.7%を占めており、また、事業所数の規模は幅広く特徴的なのは、「運輸業・郵便業」が6.7%と多く、「医療・福祉」が2.6%と少なくなっています。

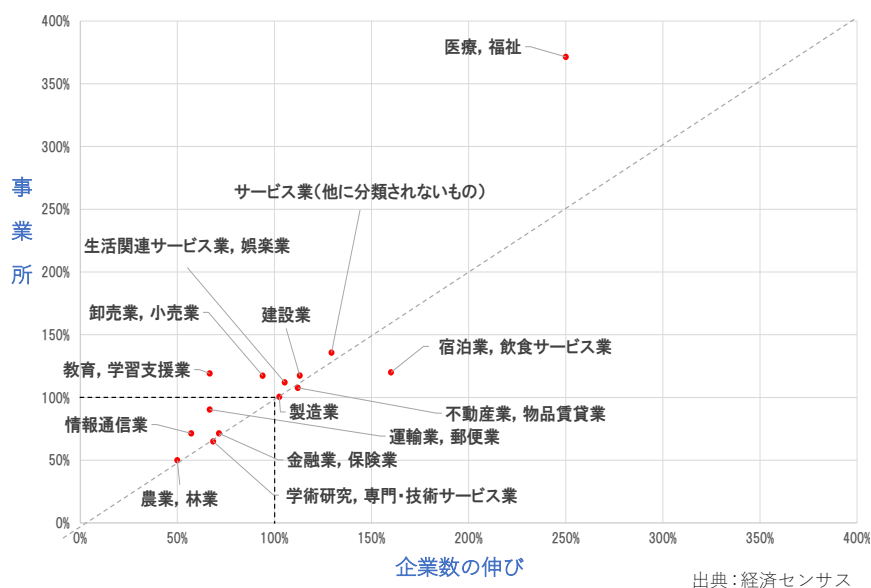
その中でも、特に、伸びが大きいのは、「医療・福祉」(企業数150%増、事業所数271%増)、「宿泊業・飲食サービス業」(企業数60%増、事業所数20%増)ですが、企業数が減少したにもかかわらず、事業所数が増えているのは、「教育・学習支援業」の企業数33%減、事業所数19%増、「卸売業・小売業」の企業数6%減、事業所数17%増となっています。

企業数よりも事業所数が多いという点では、他の地域の企業が岐南町に進出している傾向がうかがわれ、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ます。

岐南町の産業構造

岐南町の産業構造 (出典:経済センサス)	平成21年		平成26年		平成26年/平成21年			平成26年/平成21年		平成26年/平成21年	
	企業数	事業所数	企業数	事業所数	(構成比)	(全国)	(岐阜県)	企業数 増減	(増減率)	事業所数 増減	(増減率)
農業、林業	2	2	1	1	0.1%	0.5%	0.6%	-1	-50%	-1	-50%
漁業	0	0	0	0	0.0%	0.1%	0.0%	0	-	0	-
鉱業、採石業、砂利採取業	0	0	0	0	0.0%	0.0%	0.1%	0	-	0	-
建設業	69	86	78	101	10.3%	9.5%	10.4%	9	13%	15	17%
製造業	162	182	166	183	18.6%	10.0%	14.4%	4	2%	1	1%
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0	0	0	0.0%	0.1%	0.1%	0	-	0	-
情報通信業	7	7	4	5	0.5%	1.2%	0.5%	-3	-43%	-2	-29%
運輸業、郵便業	27	73	18	66	6.7%	2.4%	1.7%	-9	-33%	-7	-10%
卸売業、小売業	148	311	139	365	37.1%	24.5%	24.4%	-9	-6%	54	17%
金融業、保険業	7	7	5	5	0.5%	1.6%	1.5%	-2	-29%	-2	-29%
不動産業、物品賃貸業	25	26	28	28	2.8%	6.9%	4.7%	3	12%	2	8%
学術研究、専門・技術サービス業	19	20	13	13	1.3%	4.1%	3.5%	-6	-32%	-7	-35%
宿泊業、飲食サービス業	15	40	24	48	4.9%	12.9%	12.6%	9	60%	8	20%
生活関連サービス業、娯楽業	19	50	20	56	5.7%	8.7%	8.6%	1	5%	6	12%
教育、学習支援業	3	26	2	31	3.1%	3.0%	3.1%	-1	-33%	5	19%
医療、福祉	4	7	10	26	2.6%	7.5%	6.6%	6	150%	19	271%
複合サービス事業	0	0	0	0	0.0%	0.9%	0.8%	0	-	0	-
サービス業(他に分類されないもの)	34	42	44	57	5.8%	6.1%	6.4%	10	29%	15	36%
計	541	879	552	985	100.0%	100.0%	100.0%	11	2%	106	12%

平成 26 年/平成 21 年 岐南町の企業数と事業所数の伸び/業種別

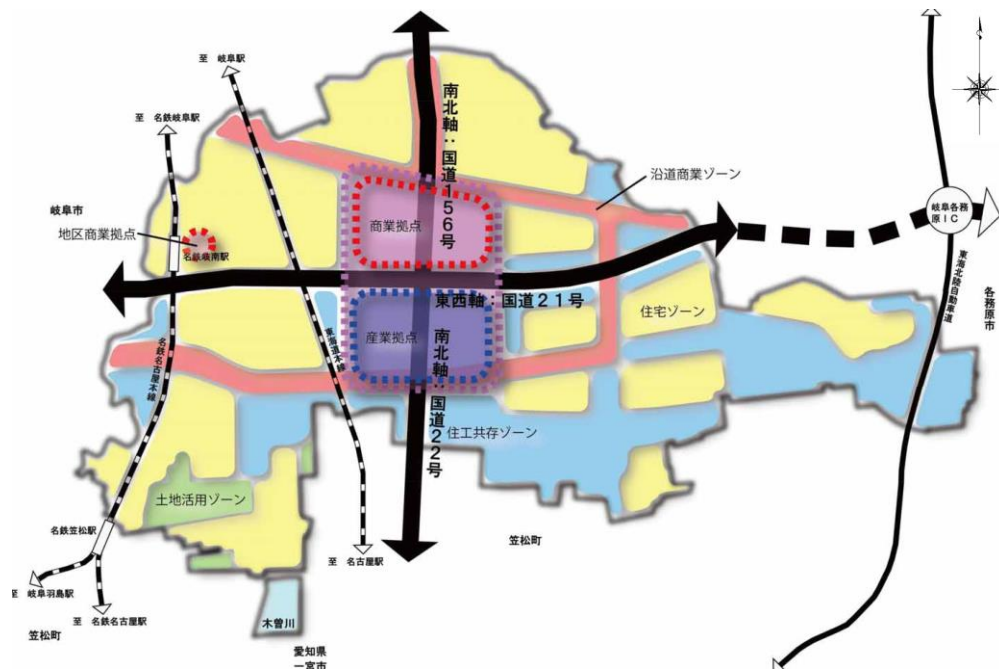


地域別に見ると、町内を十文字に貫通する東西軸の国道21号と、南北軸の国道22号の岐南インターチェンジ交差点を中心に、北に商業拠点エリア、南に産業拠点エリアが集まっています。

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ます。

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ています。

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ます。



出典：岐南町都市計画マスタープラン

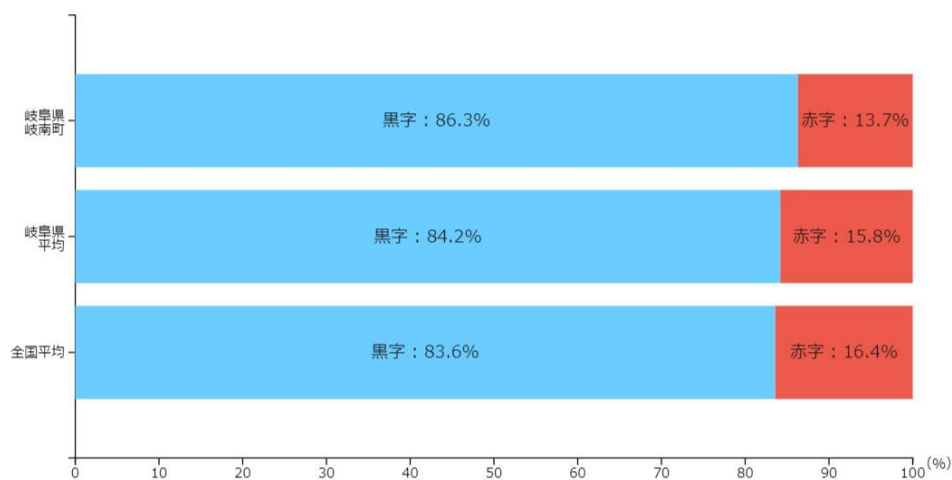
【黒字比率は高いが、付加価値額の増大が課題】

岐南町内の事業所の経営状況を見てみると、赤字企業が13.7%と全国平均の16.4%、岐阜県平均の15.8%と比べて赤字企業の割合が低くなっています。

2012年に比べると、岐南町内の赤字企業は、19.5%から大幅に改善してきています。

黒字赤字企業比率 2016年

産業：すべての大分類 > すべての中分類

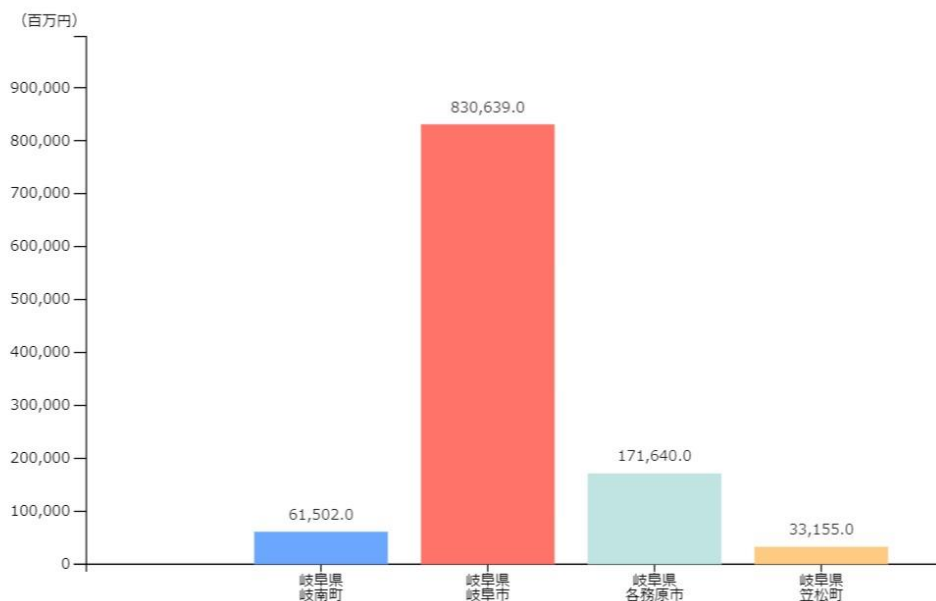


出典：経済センサス/RESAS

また、企業単位の付加価値額をしてみると、岐南町の企業単位の付加価値額は、61,502百万円と、隣接する岐阜市や各務原市と比べると低く、笠松町に比べるとやや高くなっています。

付加価値額（企業単位） 2016年

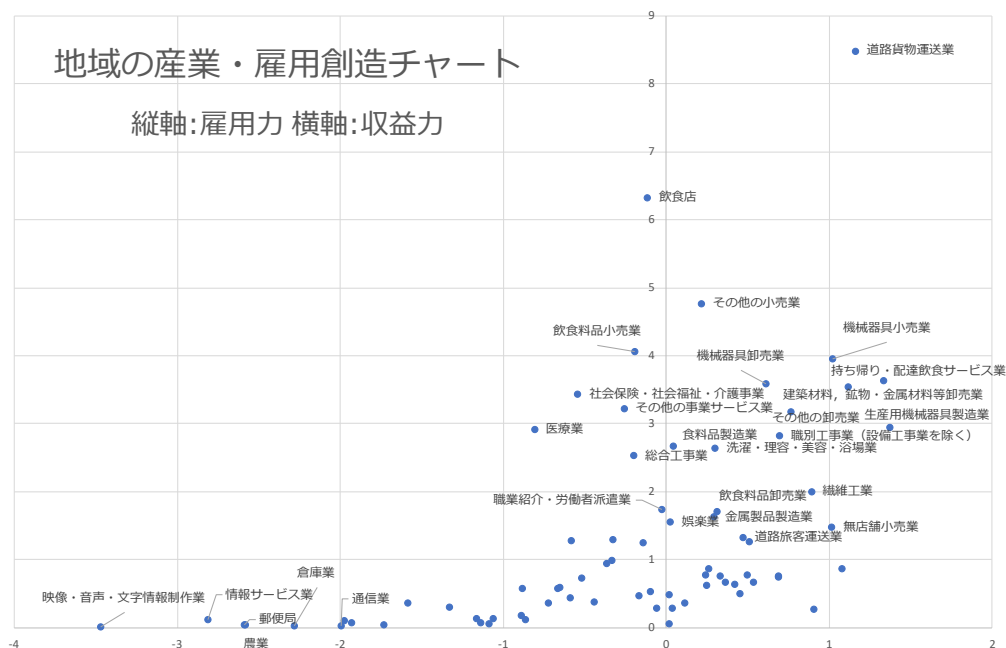
産業：すべての大分類 > すべての中分類



出典：経済センサス/RESAS

業種別に見ると、特に、道路貨物運送業が「稼ぐ力」も「雇用力」も大きく貢献しており、「稼ぐ力」では機械器具系の製造業・卸売/小売業や、持ちかえり・配達飲食サービス業などが貢献しています。

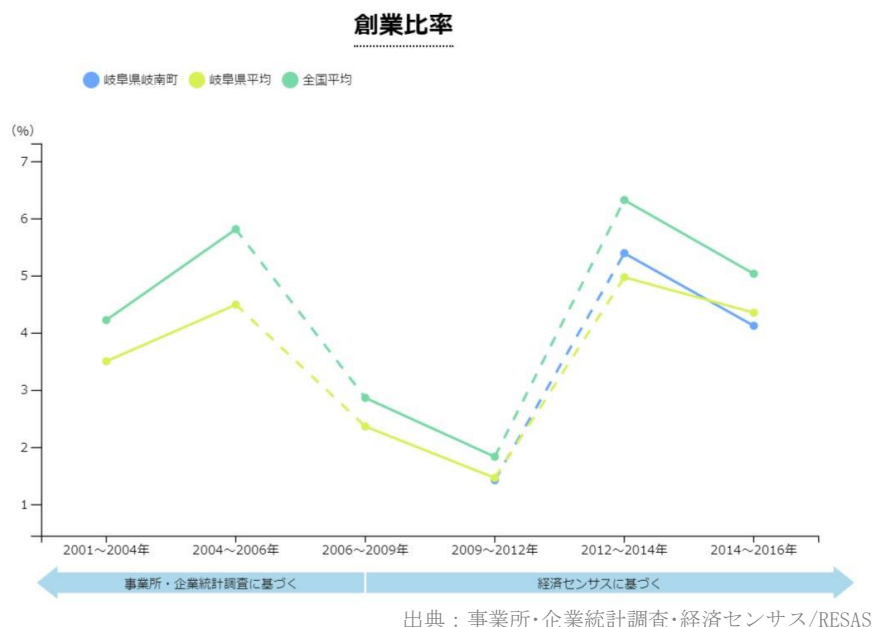
また、町内に多い飲食店は、「雇用力」において大きく貢献しています。



出典：経済センサス/RESAS

【創業比率は、やや低下傾向】

創業の状況については、岐阜県全体と比較すると高く推移していましたが、2014～2016年で岐阜県平均を下回りました。



【最低賃金及び有効求人倍率】

令和2年10月1日改正の地域別最低賃金の引き上げを、中央最低賃金審議会では都道府県を4ランクに分けて改定の目安額を示しており、Cランク:岐阜県では1時間852円に引き上げられ、隣接するAランク:愛知県では1時間927円に引き上げられ、両県の最低賃金の開きが75円となっています。

また、有効求人倍率では以下の表が示す通り、岐阜県と愛知県を比較した有効求人倍率及び新規求人倍率を比較しても、事業所にとって働き手が不足している状態となっています。

		元年8月	9月	10月	11月	12月	2年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
有効求人倍率	全国	1.59	1.58	1.58	1.57	1.57	1.49	1.45	1.39	1.32	1.20	1.11	1.08	1.04
	東海	1.80	1.77	1.75	1.73	1.71	1.59	1.48	1.42	1.36	1.22	1.11	1.04	1.00
	愛知	1.92	1.89	1.88	1.86	1.82	1.69	1.54	1.50	1.44	1.28	1.14	1.07	1.02
	岐阜	2.00	1.97	1.95	1.93	1.95	1.84	1.76	1.64	1.51	1.40	1.27	1.24	1.18
	三重	1.64	1.60	1.59	1.56	1.54	1.44	1.39	1.34	1.29	1.17	1.08	1.04	1.01
	静岡	1.56	1.54	1.51	1.47	1.47	1.38	1.27	1.22	1.17	1.06	0.96	0.90	0.88
新規求人倍率	全国	2.43	2.35	2.43	2.38	2.44	2.04	2.22	2.26	1.85	1.88	1.72	1.72	1.82
	東海	2.74	2.63	2.71	2.63	2.62	2.18	2.26	2.42	1.99	1.84	1.65	1.69	1.80
	愛知	3.00	2.90	3.02	2.90	2.73	2.41	2.45	2.66	2.20	1.92	1.71	1.76	1.84
	岐阜	2.83	2.77	2.80	2.82	3.07	2.25	2.44	2.51	2.07	2.07	1.81	1.93	1.88
	三重	2.35	2.22	2.31	2.23	2.19	2.01	2.09	2.09	1.76	1.79	1.57	1.60	1.76
	静岡	2.45	2.31	2.35	2.25	2.41	1.84	1.90	2.10	1.72	1.61	1.50	1.48	1.69

出典：厚生労働省愛知労働局（東海4県の求人倍率の状況）

【小規模事業者の割合はやや少なめ】

岐阜県内の事業所数は、平成28年経済センサスによると、1,040者で、そのうち中小企業は、1,037者ありますが、小規模事業者は、853者となっており、全体の事業所の82.0%を占めています。

全事業者における小規模事業者の割合は、岐阜県全体では86.6%、全国平均では84.9%となっており、小規模事業者はやや少なめの割合となっています。

【地元の特産品】徳田ねぎ

岐南町では、江戸末期から生産が続けられている「徳田ねぎ」を特産品として推進してきました。

その結果、岐阜県内だけでなく、広く東海地域にも「徳田ねぎ」の名前が知られているようになってきています。

岐南町の特産品は「徳田ねぎ」だけであり、今後、地域振興のために「徳田ねぎ」のさらなる認知度アップとともに、新たな地域ブランド特産品の開発が求められています。



徳田ねぎの農家
「生産者A様」



岐南町のマスコットキャラクター
「ねぎっちょ」

4) 岐南町の総合計画と、まち・ひと・しごと創生総合戦略

「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ます。

その中で、まちづくりの推進方針として、「すべてのヒトが協力し、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ヒトと共に、誇りと魅力あふれる岐南町をつくっていくという方向性が定められています。その上で、岐南町の将来像として、「みんなでつくる魅力あるまち・ぎなん」が掲げられています。

「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。」とされています。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、が掲げられています。

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事業所としています。

これらの目標を達成するための取り組みとして、下記のような内容が掲げられて実行されています。

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します。
- ・創業支援機関との連携を強化し、創業を検討している人に対する支援を促進します。

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促進します。



- ・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ます。
- ・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します。

「岐南町第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」

- ・「岐南町第6次総合計画」を上位計画として、他の関連計画との整合を図りつつ、2020年度から5年間を計画期間としたものとして、実行段階に入っています。
- ・「岐南町第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、「岐南町人口ビジョン」で設定した2060年の23,404人という目標人口を実現するための目標と構すべき施策に関する基本的方向等を示しています。
- ・基本目標として設定されているのは、「基本目標1 ぎなんで育む!」、「基本目標2 ぎなんで働く!」、「基本目標3 ぎなんで交わる!」、「基本目標4 ぎなんで安らぐ!」の4つで、その中でも、特に商工・観光等に関わるのは、「基本目標2 ぎなんで働く!」という目標です。
- ・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(2018年度) 899事業所を、目標値(2024年度)に1,000事業所、(2)町内事業所等の従業者数で、現状(2018年度) 14,995人を、目標値(2024年度)に15,100人としています。
- ・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、具体的な事業と重要業績評価指標 (KPI) が掲げられて、実行されています。



(施策) 地域産業の活性化、企業支援の強化

- ① 商工会との連携による事業所や働く人の支援
 - ・行政と商工会が連携強化を図ることで情報発信力を高め、中小企業や小規模事業者の事業拡大のために支援を積極的に行います。
- ② 創業や新たなチャレンジへの支援
 - ・地域産業の振興に向け、空き店舗の有効活用をはじめ創業支援等を推進します。
- ③ 新技術の活用による産業振興
 - ・AIやIoT、RPA等の新技術の活用などについて随時情報を収集するとともに、町内企業等への支援を検討します。
- ④ 重要業績評価指標 (KPI)
 - (1) 企業支援の取り組みに参加した事業所数は、基準値(2018年度)累計33社を、目標値(2024年度)累計80社へ。
 - (2) 町内事業所数は、基準値(2018年度)1,460 事業所を、目標値(2024年度)1,540 事業所へ。
 - (3) 雇用、人材育成に関する取り組み数は、基準値(2018年度)1事業を、目標値(2024年度)3事業へ。

(施策) 多様な人材の活躍促進

- ① 子育て世代女性の就労支援
 - ・商工会、ハローワーク等と連携し、町内事業所において、子育て世代の女性が就業できるように支援を行います。
- ② 外国人住民の就労支援
 - ・外国人住民に対する就労支援を行うとともに、企業等に対する外国人材活用に関する情報提供や相談等を実施します。
- ③ 高齢者の就労支援
 - ・多様な働き方やボランティア活動等を希望する高齢者の活躍を促進します。
また、シルバー人材センターとの連携により、高齢者の就労の場を確保します。
- ④ 障害のある人の就労支援
 - ・障害のある人が就労できるよう、各種就労支援サービスの利用を促進するとともに、受け入れ企業等の拡

大を図ります。

⑤ 多様な就労支援

・就職氷河期世代や引きこもり等、中年層や若年層の就労支援に関して情報を収集するとともに、必要な支援を行います。

⑥ 大学等との協働連携の推進による人材育成

・大学等と連携し、地域の課題に関する調査・研究を行います。

また、調査・研究を通じて地域に関心を持ち、地域のために働く人材を育成します。

⑦ 重要業績評価指標(KPI)

・女性を対象とした就労支援サービスを活用して実際に就業した人数は、基準値(2018年度)17人を、目標値(2024年度)30人へ。

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、365事業所で、業種別構成比で全国や岐阜県の平均と比べても構成割合が大きくなっています。従業者数も4,183人と最も多い業種となっています。

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ります。

事業所数も増大していますが、企業数は減少しているという数字が経済センサスにより明らかになっており、業界内の競争が激化し、全国的なチェーンなどの事業者の割合が増大していることがうかがわれます。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す。

(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し続けていくことが求められます。

② 製造業

(現状)

岐南町の製造業の事業所数は、183事業所で、従業者数は2,787人となっています。

業種別構成比でもみると、上記の卸売業・小売業と同様に、全国や岐阜県の平均と比べても構成割合が大きくなっています。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ます。

(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ますが、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す。これらの事業者にとっては、自社の強みを活かしながら、新たな技術開発をすすめ、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ていくことが求められています。

③ 建設業

(現状)

岐南町の建設業の事業所数は、101事業所ですが、従業者は1,009人と比較的小規模な事業者が多くなっています。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ます。しかし、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す。

(課題)

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が求められています。

④ 運輸業・郵便業

(現状)

岐南町の運輸業・郵便業の事業所数は、66事業所と、宿泊業・飲食サービス業の構成比よりも高い割合となっています。もちろん、従業者数も、1,553人と多く、宿泊業・飲食サービス業の従業者数とほぼ同レベルになっています。

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ます。

(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維持しています。

しかしながら、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化対応なども含めて、設備投資が負担になっていることも多いとよく聞かれます。車輛も含めたデジタル化の流れで、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ます。

⑤ 飲食業

(現状)

岐南町の宿泊業・飲食サービス業の事業所数は、48事業所であり、従業員数は1,621人と、従業者数では、岐南町内では3番目に多い業種となっています。

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中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りますが、逆に新規出店する事業者も多く、地域全体でスクラップ&ビルドが進んでいます。

(課題)

地域として厳しい競争環境の中で、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ます。

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とらえて、他店よりも新しい提案をしていくことこそが、持続的な経営を実現できるポイントになっています。

⑥ 創業

(現状)

岐南町の創業の状況については、岐阜県全体と比較すると高く推移していましたが、2014～2016年で岐阜県平均を下回りました。

しかしながら、経済センサスの2016年調査以降において、継続的に創業支援を実施しており、岐南町商工会で開催している創業支援事業に関して、2019年度では年度内で5事業者の方が参加しており、その後、創業計画を作成し、それをもとに、創業の支援をしております。

(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すが、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あります。

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、岐南町内の産業界の活性化を図る事が必要になっています。

ちなみに、岐南町の総合計画にも事業を起こすことに関する支援などもあり、創業や新たなチャレンジへの支援として、地域産業の振興に向け、空き店舗の有効活用をはじめ創業支援等を推進する、という岐南町の方針も明確になっています。

(2)課題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

・基本的考え方

「小規模事業者の事業の利益拡大・付加価値向上に向けて、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、積極的な事業展開をする事業者数の増加を図る」

経営発達支援事業の第Ⅰ期計画においては、「地域産業の活性化、企業支援の強化」を主要な目標として設定し、中長期的な視点で、岐南町内の小規模事業者の経営課題となっている3つの重要テーマ

①「収益改善への支援」、②「人材雇用・後継者育成への支援」、③「創業支援」に重点を置きながら、その達成に向けて小規模事業者の成長発達段階に応じた、きめ細かい伴走型の支援を行っていく内容でした。その中の重要テーマとして設定していた、①「収益改善への支援」については、財務分析を中心とした経営分析を通じて、町内事業所への意識付けを継続的に実施してきました。

②「人材雇用・後継者育成への支援」については、行政との連携により実施してきた、「ぎなんフェスタ」や「ぎなんキッズお仕事探検隊」などの機会を活用して、人材の育成などの機会を積極的に活用するように支援してきました。

③「創業支援」については、継続的に創業セミナー等を開催し、目標以上の創業者の創出を実現してきました。しかし、特に、①「収益改善への支援」については、意識付けはできたものの、実態としての利益拡大や付加価値向上には結びついていない事業者が多く見られます。

そのため、今後は、事業者の利益拡大や付加価値向上を第一の優先支援課題として取り組み、岐南町の事業者が「魅力ある事業を展開している」という評価を獲得し、事業承継をスムーズに進めるとともに、創業者の増加を実現することで、地域全体としての魅力度をアップしていく取り組みを実施していきます。

②「岐南町第6次総合計画」、「岐南町第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」との連動性・整合性

「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。」とされています。

なお、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、が掲げられています。

また、「岐南町第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」においては、特に商工・観光等に関わるのは、「基本目標2 ぎなんで働く!」という目標で、「地域産業の活性化、企業支援の強化」として、商工会との連携による事業所や働く人の支援、創業や新たなチャレンジへの支援、新技術の活用による産業振興の施策を展開する、といった施策を展開することになっています。

また、「多様な人材の活躍促進」として、いろいろな層の就労支援や大学等との協働連携の推進による人材育成、といった施策を展開することになっています。

これらの内容は、当商工会が取り組む、経営発達支援計画との連動性・整合性が高く、行政とも連携した支援の実施が可能です。

③ 岐南町商工会としての役割

当商工会は、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す。

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経営力を向上させていくために、次の役割を担います。

・経営状態(特に、利益や付加価値)を把握したうえ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とらえる分析が重要であり、特に、利益や付加価値を中心とした経営分析を確認したうえで将来に向けた事業計画の策定支援を行います。

・積極的な伴走型支援と、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、事業者の成長発展に向けた支援を実施します。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、課題解決を図ります。

・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支援により、地域資源や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ります。

(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年間ににおける経営発達支援の目標を、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、と設定します。

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

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、利益や付加価値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、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・付加価値向上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(利益分析・付加価値分析を含む)を5年間で360件実施する。
- (2) 岐南町内の小規模事業者360社のうち、5年間で338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%増加させる。

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と展開を進めていくことも重要になります。

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きます。

(具体的な目標数値)

- (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41件実施する。
- (3) 創業や新事業に関係する需要動向調査を、年間10社に提供し、策定する計画に反映する。
- (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社増加させる。

2. 経営発達支援計画事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

今後5年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。

- ・経営状態(特に、利益や付加価値)を把握したうえ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
- ・巡回及びセミナー開催により、経営分析(特に、利益分析・付加価値分析)、事業計画策定の重要性を周知し、理解につなげる。
- ・経営分析による課題の抽出及び、その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・付加価値向上を図る。
- ・事業計画による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。
- ・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
- ・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、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、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。
- ・創業支援や新事業への支援を、事業承継にも応用し、積極的に事業承継支援を実施し、小規模事業者の維持にも結びつけていく。
- ・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や売上増加にもつなげていく。

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：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ク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：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3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7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
②景気動向分析の公表回数	3回	3回	3回	3回	3回	3回

(3) 事業内容

① 国が提供するビックデータの活用

当該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、年1回公表する。

【分析手法】

- ・「地域経済循環マップ」－生産分析 → 産業構造・構成割合（生産額等）稼ぐ産業把握
- ・「地域経済循環マップ」－地域経済循環図 → 稼いだ付加価値の循環状況把握
- ・「産業マップ」－全産業花火図（付加価値額（企業単位）） → 稼ぐ産業把握
- ・「企業活動マップ」－黒字赤字企業比率（産業分類別） → 収益状況の把握
- ・「産業マップ」－全産業花火図（従業員数（事業所単位）） → 雇用を支える産業把握
- ・「産業マップ」－産業別花火図（生産額等） → 過去の推移、景気変動の影響を把握
- ・「産業マップ」－産業別花火図（事業所数） → 過去の数値、事業所数の推移を把握
- ・「産業マップ」－稼ぐ力分析（グラフ分析） → 特化係数の高い産業、稼ぐ産業把握
- ・「人口マップ」－社会増減 → 人口構成、人口推移、転入・転出等の人の動きを把握

➡上記の分析結果を総合的に分析し、地域の経済動向をまとめ、事業計画策定支援等に反映する。

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」等に加え、独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、年3回調査・分析・公表を行う。

【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 5 社、小売業 15 社、サービス業 10 社）

【調査事項】

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、CSV データにて集計を行う

(補足)「地域経済の活性化に資する取組に関すること」に記載通り、地域内雇用の維持、推進に向けた取り組みの中で、地元高校生の新卒採用に向けた取り組みを WEB 展開する計画であり、同 WEB サイト上に掲載する事業所からフィードバックとして、上記の調査項目に回答いただく仕組みを予定している。なお、同施策の内容が変更等になった場合には、同施策と連動せずとも実施することとする。

【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) 成果の活用

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。なお、把握した情報を小規模事業者へ広く周知する。具体的には、上記の方法にて年 1 回動向分析を行い、年 1 回公表する。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気づきを与え、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うえで、地域経済の動向は欠かせない。マクロ情報とミクロ情報を意識しながら整理分析し比較検証することで、当該地域に合わせた情報として商工会が保有し、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、当該地域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

- ・会報(商工ニュース:新聞折り込み)に地域経済動向調査専用紙面を設け、年間 3 回地域内小規模事業者(会員・非会員)に向けて配布する。
- ・当会ホームページに地域経済動向調査結果を掲載(年間 3 回)し、小規模事業者(会員・非会員)に向けて発信する。
- ・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を徹底し、当該地域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。

3-2. 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。

②2019 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、商圈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。

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、これまで実施してきていない。

課題：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機会を捉え一般消費者や対象顧客からの生の声を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3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①【会報】需要動向調査対象事業者数		2社	2社	2社	2社	2社
②【展示会等】需要動向調査対象事業者数		1社	1社	2社	2社	2社

(3) 事業内容

① 会報（商工ニュース）を活用したマーケティング調査（新規）

【対象事業者】

小規模事業者持続化補助金申請者より、下記の「展示会・商談会等を活用した需要動向調査」と合わせて、年間3～4事業所を抽出する。特に、自社の強みを把握し、事業計画として、強みを活かせる市場を捉えている（または今後捉えることができそうな）事業者を優先する。なお、業界が偏らないように、製造業、建設業、卸・小売業、サービス業、といった産業分類の中から抽出する。

【調査手段・手法】

会報（商工ニュース）の専用紙面に、自社の商品・サービスが解決できる（今後、解決をしたい）悩みや不満について、または、自社の売り（既存の商品・サービス等）についての情報を掲載し、マーケティング的な視点からの課題を明らかにするアンケート調査を実施する。

【目標回収サンプル数】

会報の配布事業者による調査対象（30事業所）を母数として、回収率70%の20サンプルを目標回収サンプル数とする。

【分析手段・手法】

経営指導員等が外部専門家と連携し、アンケートの目的に合わせて、事前の調査企画から集計・分析までを行う。

【想定する調査項目】

悩み・不満、改善ニーズ、情報収集方法/ルート、購入/契約ルート、購入先/契約先の決定要因、受容する価格帯、商品/サービスの評価（認知、理解、購入意向、購入経験、反復意向）、企業イメージ等、アンケートの目的に合わせて設定する。

【調査・分析結果の活用】

対象事業者の課題に合わせて、例えば、新商品/サービスの開発の市場性チェックの裏付

けデータとする、開発中の商品/サービスの改良に反映する、販売ルートを見直す、商品/サービスの価格設定を見直す、事業者の企業イメージ改善の具体的な方向性を探る、など、具体的な事業活動への判断材料と活動内容について具体的な支援に活用する。

② 展示会・商談会等を活用した需要動向調査（新規）

【対象事業者数】

当商工会が関係する展示会や商談会等への出展者より、上記の「会報（商工ニュース）を活用したマーケティング調査」と合わせて、年間 3～4 事業所を抽出する。特に、自社の強みを把握し、事業計画として、強みを活かせる市場を捉えている（または今後捉えることができそうな）事業者を優先する。なお、業界が偏らないように、製造業、建設業、卸・小売業、サービス業、といった産業分類の中から抽出する。

【調査手段・手法】

当商工会が関係する展示会や商談会等への出展事業所を対象に、出展時に紹介する商品・サービス等に関する評価について、アンケート調査を実施する。なお、商談会・展示会の出展内容によって、質問票（紙ベース、Web ベース）によるものだけでなく、出展時の商談やインタビュー内容を自由回答とする調査手法とする場合もある。

【目標回収サンプル数】

商談会・展示会等の出展時において、名刺交換等をした事業者等のうち、アンケートにご協力頂いた方とする。名刺交換した中から、アンケートに協力していただける方の割合の目標を 50%以上とする。

【分析手段・手法】

経営指導員等が外部専門家と連携し、商談会・展示会等の目的に合わせて事前の調査企画から集計・分析までを行う。また、分析結果は経営指導員等が直接説明し、事業者へフィードバックすることで、更なる改良等を行う。

【想定する調査項目】

相手先事業者の課題、不足している領域、出展事業者の商品/サービスへの評価、出展事業者の商品/サービスへの改善提案、出展事業者の商品/サービスへの採用意向、出展事業者の企業イメージ等など、調査の目的に合わせて設定する。

【調査・分析結果の活用】

商談先との今後の展開の検討や、商品/サービスの改善提案、企業イメージの改善提案など、具体的な事業の支援に活用する。

4. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

現状：①現在、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 38 者あり、第 1 期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また、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しかし、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：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また、その上で、特に、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なお、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はなく、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3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①セミナーの開催件数	9回	9回	9回	9回	9回	9回
②経営分析件数	66社	68社	70社	72社	74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、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います。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役立てます。

【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はなく、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。

(a) 事業計画策定セミナー

【支援対象】

地域内小規模事業者

【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その上で、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その上で、目標とする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を設定する。④計画の実施においては、目標の達成具合を検証しながら、改善や修正をすすめて持続的な事業へと推し進めていく、という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伴走支援へとつなぐ活動により実現する。

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、今後の方向性を探っていく。

なお、今後の新型コロナウイルス感染拡大防止のため、サプライチェーンの再構成、非対面型ビジネス、IT化/リモート化などの対策についても、計画策定の内容として盛り込む。

以上について、各年度上半期に第1部事業として、経営分析を含めた事業計画セミナーと、その後に続いて、個別の立案支援を実施する。その上で、下半期に、第1部事業で策定した事業計画の運用を第2部事業として、個別に伴走支援する。その結果として、目標設定した指標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推し進めていく

【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、事業計画の必要性和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	・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
参加者数	毎回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	・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 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。
参加者数	各回20名程度

(c) 事業承継計画策定セミナー

【支援対象】

地域内小規模事業者

【支援手段・手法】

小規模事業者の次世代経営者への引継ぎを支援する個人・法人税制措置の創設・拡充がなされ、支援方針として同制度の普及を図り事業承継を推し進める。

実施方法として、①事業承継に関わる課題、②自社の事業承継に関する経営分析、③早期の事業承継対策の必要性、④事業承継計画の策定方法、⑤事業承継に関する支援施策(税制、経営者保証関連等)について、セミナーを開催し、個別支援へと結び付けていく。

岐南町内は、経営者個人の相続対策の一環として事業承継を考えている経営者が多く、支援アプローチとして、自社の経営状況の分析をベースに、自社株式贈与・相続税に携わる納税課題を先に解決し、その後具体的な後継者への承継計画を策定支援することが有効的であると鑑み、事業承継税制(特例含む)の活用を踏まえながら支援していくこととする。

【概要】

事業承継計画策定セミナーの概要	
開催目的	小規模事業者の次世代経営者への引継ぎを支援
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）、商工ニュース及びホームページへの掲載、各支援機関窓口チラシ配布
回数	セミナー1回 個別15回 ※2時間
カリキュラム	①事業承継に関わる課題 ②自社の事業承継に関する経営分析 ③早期の事業承継対策の必要性 ④事業承継計画の策定方法 ⑤事業承継に関する支援施策(税制、経営者保証関連等)
参加者数	各回20名程度

(d) 事業継続力強化計画策定セミナー

【支援対象】

地域内小規模事業者

【支援手段・手法】

事業におけるリスクマネジメントに関する計画は、経営計画の一部であるという認識が増えてきている中で、事業活動に影響を与える自然災害等を事前に分析し、その想定に基づいて、事業継続リスクへの対応能力の強化を図る計画として「事業継続力強化計画」がある。「事業継続力強化計画」も事業計画について、リスクマネジメントという面からの計画であり、事業計画とは別個の計画ではないという認識が必要である。そのための意識付けとともに、具体的な活動を事業の中で進めていくことを推進するために実施する。また、事業継続力強化計画並びに簡易版 BCP 計画を取引先等へ提出することで売上増加に結びついている。

実施方法として、①岐南町が作成する「洪水ハザードマップ」、「地震防災マップ」より、当該地域内事業所において、どのような自然災害に見舞われる可能性があるか、各事業所のリスクについて分析し、そのリスクが発災した際の被害想定(ビジネスインパクト分析)をする、②この被害想定に向けて、災害等発生前(事前対策)事前にやらないといけないこと、災害等発生時(初動対応)絶対にやらないといけないことについて、ひと、モノ、カネ、情報に分けて整理する。③また、日常的に実施する訓練や計画の見直しも検討する。これらの①～③についてまとめた「事業継続力強化計画」の策定支援をセミナーと個別支援というステップで支援する。

なお、岐南町において、自然災害に想定される被害は、沿岸部などに比べるとさほど大きくはないと想定されていることから、この地域の強み・自社の事業継続リスクへの対応能力を BCP 計画、事業継続力強化計画より、川下製造業者及び新規取引先等に対して示すことで、新たな販路開拓、サプライヤーとしての位置づけ(順位、取引額増加)にも効果をもたらした実績があるため、当該地域内事業者へ積極的に計画策定を推進していく。

(参考) 某製造事業者は、川下製造企業へ国が承認した事業継続力強化計画を提出したことで、サプライチェーンの強化より取引額が増加した。近年増加している自然災害や今後想定される南海トラフ巨大地震などに備え、部材、製品調達環境について川下製造企業が精査していることに大きく関係していることが推察できる。

【概要】

事業継続力強化計画策定セミナーの概要	
開催目的	小規模事業者の自然災害に対する事前対策(防災・減災対策)による事業継続リスクへの対応能力の強化を図ることでの売上増加、販路開拓を図る
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)、商工ニュース及びホームページへの掲載、各支援機関窓口チラシ配布
回数	セミナー1回 個別15回 ※2時間
カリキュラム	・事業活動に影響を与える自然災害等の想定 ・地震水害等のハザードマップ等からの被害想定(ビジネスインパクト分析) ・災害等発生前(事前対策) ・災害等発生時(初動対応) ・日常の訓練と見直し ・事業継続力強化計画書の作成 ・新たな販路開拓、サプライヤー:アピールツール(順位、取引額増加)の有効活用
参加者数	各回20名程度

(4) 経営分析の内容・項目・手法

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

(5) 分析結果の活用

- ①分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
 - ②分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導等のスキルアップに活用する。
 - ③分析結果は、事業資金(融資/元金)返済に必要な目標利益を算出するために活用する。
- ※創業・事業者の目標利益を算出する際に、限界利益率(損益分岐点)分析等を活用

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

現状： セミナーや個別支援を通じて、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、結果的に売上高増大を目標にした事業計画が中心となっていた。

課題： これまでに実施しているものの、結果的に、利益額や付加価値額などの増加に結びついておらず、持続的な経営計画となっていないことが反省点である。

今後、人口減少などもあり、市場環境も厳しくなる中で、利益額・付加価値額へシフトした経営計画が求められ、その実効性をよりレベルアップする必要がある。

(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、将来の会社の財務状況がどのようになっているのか、特に、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・発展できるよう事業計画策定を支援していく。

(3) 目標

項目	現状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①事業計画策定件数	39	41	42	43	44	45
②創業計画策定件数	10	10	11	11	12	12
③事業承継計画策定支援	5	5	6	6	7	7
④事業継続力強化計画策定支援	6	6	7	7	8	8
合計	60	62	66	67	71	72

(4) 事業内容

- ① 経営分析を行った(行う)事業者を対象とした、事業計画策定等のセミナーの開催
「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、(c)事業承継計画策定セミナー、(d)事業継続力強化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計画策定支援を実施
上記セミナーに参加できなくても、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。

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： 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・第二創業事業者においては2カ月に一度、計画的に巡回訪問し進捗状況の確認を行うとともに、指導・助言・情報提供を行う予定にしておりましたが、回数は十分に目標を達成していますが、不定期になっていたり、タイミングがずれていたりという点があり、事業者の満足度を高める余地がまだある。

課題： 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、定期的な伴走支援とともに、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、地域の課題である利益額・付加価値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。

(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	現状	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①フォロー対象事業者数 (事業計画策定)	39	41	42	43	44	45
②フォロー対象事業者数 (創業計画策定)	10	10	11	11	12	12
③フォロー対象事業者数 (事業承継計画策定)	5	5	6	6	7	7
④フォロー対象事業者数 (事業継続力強化計画策定)	6	6	7	7	8	8
合計	60	62	66	67	71	72
頻度	2~10 回/件	3~5 回/件	3~5 回/件	3~5 回/件	3~5 回/件	3~5 回/件
フォローアップ 延べ回数	247 回	250 回	260 回	270 回	280 回	290 回
売上増加事業者数		5 件	5 件	5 件	6 件	6 件
営業利益額 1%以上 付加価値額 1%以上		5 件	5 件	5 件	6 件	6 件

(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。

地域の課題である利益額・付加価値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。

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： 第1期の計画段階では、時代の変化に合わせて、①IT活用(ホームページ、SNS等)、②マスコミを活用した販路開拓、③商談会等のビジネスマッチングの活用を通じて、小規模事業者が効率的に販路を開拓できるよう、啓蒙・動機付けから実施に至るまで伴走型支援によって実現していくとしており、結果は啓蒙・動機付け止まりとなっていた。また、商工会が開催する企業展では、事業・商品(製品)PRを主としており、商談・契約にまで至っていない状態である。

現状： 小規模事業所の「強み」は、事業所自体に存在するのではなく、個々の従業員に備わっており、超高齢化が進展している小規模事業所においては、その強みを承継していく後継者が存在していない状態である。また、技能・技術承継ができない小規模事業者は、事業領域が狭くなり自社完結ができず外注先に依存する傾向にある。

課題： 更なる IT 環境の充実化を図り、ホームページでの効果的な商品 PR、EC サイトによる売上拡大に対応する必要がある。また、商工会企業展においての事業・商品（製品）PR より、ビジネスマッチングに発展させていくことで地域内小規模事業者の販路開拓支援を行っていく必要がある。

また、出展ノウハウの乏しい小規模事業者を中心に利用度向上につながる支援を実施していくことが必要である。

課題： 小規模事業所内での強み、技術・技能承継等が円滑に図れるよう中長期的な課題としての人的資産の課題に対応する必要がある。また、事業領域が狭くなった小規模事業者間のマッチングや連携体構築を図ることで、お互いの強みを相互補完しながら生産・供給体制の摺合せを通じて、小規模事業者の喫緊の経営課題を満たしていく。

（２）支援に対する考え方

第Ⅰ期計画の事業内容を継続して実施するとともに、新たな支援メニューを創設し多くの小規模事業者へ販路開拓支援を実施していくことを取組方針とする。具体的には、既存の商工会企業展をビジネスマッチングに発展させていくことで地域内小規模事業者の販路開拓支援を行っていく。

また、人材マッチング・地域内小規模事業者への雇用促進としても展開していく。

（３）目標

項目		現行	令和３年度	令和４年度	令和５年度	令和６年度	令和７年度
①	ビジネスマッチング支援		２社	２社	２社	３社	３社
	累積成約件数／社		１社	１社	１社	２社	２社
②	人材マッチング支援		３社	３社	３社	４社	５社
	累積採用者数／社		１社	２社	２社	３社	３社

（４）事業内容

① ビジネスマッチング支援事業（商工会企業展）

商工会が独自に開催する「企業展」に全業種を対象に受発注事業所を 13 社募集し、受発注事業所との契約締結・技術協力につながる良きパートナーとの出会いの機会として提供することで、地域の枠を越えた事業展開・事業拡大を支援し地域経済の活性化を図る目的で開催する。

また、域内受注能力の向上に資する取り組みとして、域内中核企業（バイヤー企業）のニーズを把握し、そのニーズに適したサプライヤー探索支援事業として展開していく。

② マッチング支援ツール（企業概要動画制作）

超高齢化が進展する小規模事業所内での技術・技能承継が円滑に図れるよう、承継人材の確保を支援していく。また、当会が制作する Web 版企業ガイドと企業 HP 及び企業概要動画（製品・商品・保有設備等）をリンクすることで、小規模事業所の「仕事の内容」をビジネスマッチング（BtoB）ツール及び地元高校生の新規採用等に向けて、動画にて詳細に情報発信することで、小規模事業所への商談ツールとして引き合いや売上増加並びに就職率（定着率）向上につながる。

さらに、ビジネスマッチングにおけるアンマッチや求職者、採用者間のミスマッチによって起こり得る早期離職などの防止にもつながり、ひいては、当該地域の中小企業・小規模事業者への新たな取引拡大、売上増加並びに雇用推進が図れる。

こうした、技術・技能承継とマッチング、雇用推進において小規模事業所の喫緊の経営課題が解消され、最良な商品（製品）、役務の提供が可能となり、事業の持続的発展、成長が図れる。

8. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(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、見直しを実施するサイクルが回っている。

ただし、この体制では「本当に経営課題の解決に結びついているか」について事業評価が客観的にできる体制になっていないのが現状である。

【課題】

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、数値的にも成果を評価するという視点で見直す必要がある。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。

(2) 事業内容

中小企業診断士（外部有識者）・岐南町住民経済教育部長等・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。

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】

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きている。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。また、職員間の情報共有や計画的な教育・訓練も実施できていないのが現状である。

【課題】

職員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、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

① OJT 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、伴走型支援を行っていく。

また、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により、職員の支援能力向上を図る。

② OFF-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研修計画を作成する。

・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とらえた経営支援手法を学びスキルを高める。

・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)を強化する。

10. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

「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」は、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実施してきている。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おこなってきた。

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、事業者に提供し続けていく必要がある。

【課題】

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

情報交換先		最低頻度	内容
全国	① 経済産業省 ② 中小企業庁 ③ 中小企業基盤整備機構 ④ 日本政策金融公庫 ⑤ 全国商工会連合会	年1回	全国レベルでの事業者向け支援施策情報や、支援機関向け施策情報について情報交換(補助金・税制・制度融資・支援施策・専門家派遣などの情報、マッチング情報など)
地方	① 中部経済産業局 ② 中小機構中部本部	年1回	支援施策情報等について随時、情報交換。 特に、中小機構中部本部とは、経営発達支援計画実施の支援協力体制を構築するとともに、窓口相談・専門家派遣等の協力(補助金・税制・制度融資・支援施策などの情報、経営発達支援計画実施のフォローや他地域事例など)

県	① 岐阜県	年 2 回	① 県の支援策についての情報交換(県の助成金、重点施策、支援施策、県内の経済動向等)
	② 岐阜県商工会連合会	随時	② 県内商工会との情報共有(他地域の事業者の動向、支援事例、施策動向、展示会等の情報提供など)
	③ 岐阜県産業経済振興センター	月 1 回	③ 具体的支援策の相談や専門家派遣(県の助成金・支援策、専門家派遣、デザインや海外展開などの支援、成功事例等)
	④ 岐阜県よろず支援拠点	月 1 回	④ 専門家への相談協力・セミナー実施(コーディネーター等との相談連携、共同セミナー等の開催など)
広域	⑤ 岐阜県中小企業団体中央会	月 1 回	⑤ 業界団体等の動向や支援策相談(組合活動を活用した個社支援や個別支援策など)
	⑥ 岐阜県信用保証協会	月 1 回	⑥ 融資保証の斡旋、保証の依頼等(保証、経営改善指導など)
	①岐阜県商工会連合会 岐阜・西濃ブロック広域支援室	随時	①個別事業所支援の側面的等(専門家の選定及び専門家派遣同行支援、支援事例集作成など)
	②名古屋税理士会岐阜南支部 ③日本政策金融公庫岐阜支店	年 1 回 月 1 回	②個別事業所支援への協力支援(支援機関同士の連携、財務面からの経営改善指導など) ③融資の斡旋、紹介等(制度融資、創業セミナー・創業支援、財務面からの経営改善指導、管内景況、資金需要の動向など)
地域	①金融協会(地域金融機関)	年 2 回	①融資の斡旋、事業支援の相互協力(町内への揭示・金融同行、設備投資意欲、創業に関する情報、融資の紹介、経営改善計画策定支援、経営発達支援計画における課題と解決策など金融機関としての専門家派遣等)
個別	税理士、弁護士、中小企業診断士、弁理士、司法書士、各種専門家等	随時	事業者の課題やセミナー実施等における個別テーマでの依頼

1 1. 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しての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。

また、厚生労働省令で定める当該地域の最低賃金は、中央最低賃金審議会による C ランクに位置付けられ、岐南町と隣接する愛知県は A ランク地区であり、こうした一面からも当該地域内の小規模事業者は慢性的な人手不足に陥っている。

なお、求人広告・ハローワークから採用に至るケースは少ない状態である。

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。

【課題】

地域経済の活性化は、創業無関心者の掘り起こしと並行して、求職者と地元事業者へのマッチング支援を行っていかねばならない。当会では将来の起業及び地域内労働への関心を高める機会を提供する場を構築していくことが必要となる。

なお、超高齢化が進展する中、慢性的な人材不足であり後継者育成、人材開発が重要課題であるため、当該地域内事業所の特徴並びに魅力を発信できる機会を提供することが必要である。

今後、さまざまな環境変化が急速に起こる中で、その環境変化に対応するだけでなく、中長期的な課題としての人的資産の課題に対応する必要がある、令和3年度から計画している「Web版企業ガイドと町内企業への就職支援事業」を維持発展させていくことで、事業者の経営課題としての人的資産の需要を満たしていく。

また、就職希望者、事業者がともに満足する人材マッチングができる環境を整えることで、地域の中小企業・小規模事業者への就職率および定着率向上を図る。

(2) 事業内容

① Web版企業ガイドと町内企業への就職支援事業

「WEB版企業ガイド作成」

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する。

【事業の新規性及び独自性】

企業ガイドブック（冊子）は、掲載情報が陳腐化していくが、WEBサイトにて展開することで、絶えず最新の採用情報の掲載サイトとしての運用が可能となる。

また、掲載情報については企業側が管理することで、円滑な情報更新と求職者からの問い合わせなどにも即座に対応が出来る仕組みである。

最大の特徴は、WEBサイト内に「企業情報：仕事の内容」を高校生自らが、企業等へ赴き、取材した、企業等の特徴などを動画制作しリンクすることで、就職先候補として強い関心を向けさせることが可能となる。更に、当WEB版企業ガイドへの閲覧、アクセスが県内高校生より見込める。

上記掲載企業より有料（2万円/1企業；想定 変更の可能性あり）にて、約3社程度の企業紹介用動画を制作する。

- 1) 「仕事の内容」を重視している高校生の就職ニーズに応えるため、動画「企業情報：仕事の内容」を高校生自らが、企業等へ赴き、取材することで、企業等の特徴を理解し、就職先候補として関心を向けさせる。
- 2) 求職者、採用者間には独自の先入観、固定観念があり、就職の際の障壁となっており、それを払拭するツールとして展開する。

更には、就職後に求職者、採用者間のミスマッチによって起こり得る早期離職の防止などにもつながり、ひいては、当該地域の中小企業・小規模事業者への就職定着率向上を図る。

② 地域内創業の推進、創業無関心者に向けた取り組み

「ぎなんキッザニア事業」

産業競争力強化法における創業支援に基づき、若年層を創業無関心者として位置づけ、将来的に起業やものづくりに携わる可能性を高めるために、普及啓発を兼ねた人材育成・販路開拓事業（岐南町版キッザニア運営事業）を行う。

「キッザニア」とは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子どもが主役の

商業施設の名称であり、リアルな社会体験を通して、子ども達に生きる力を育ませる。

岐南町商工会では、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る。

③ 地域内雇用の維持、推進に向けた取り組み

「岐南町商工会企業展」

岐南町が主催する秋のイベントと連携し、合同企業説明会を開催する。

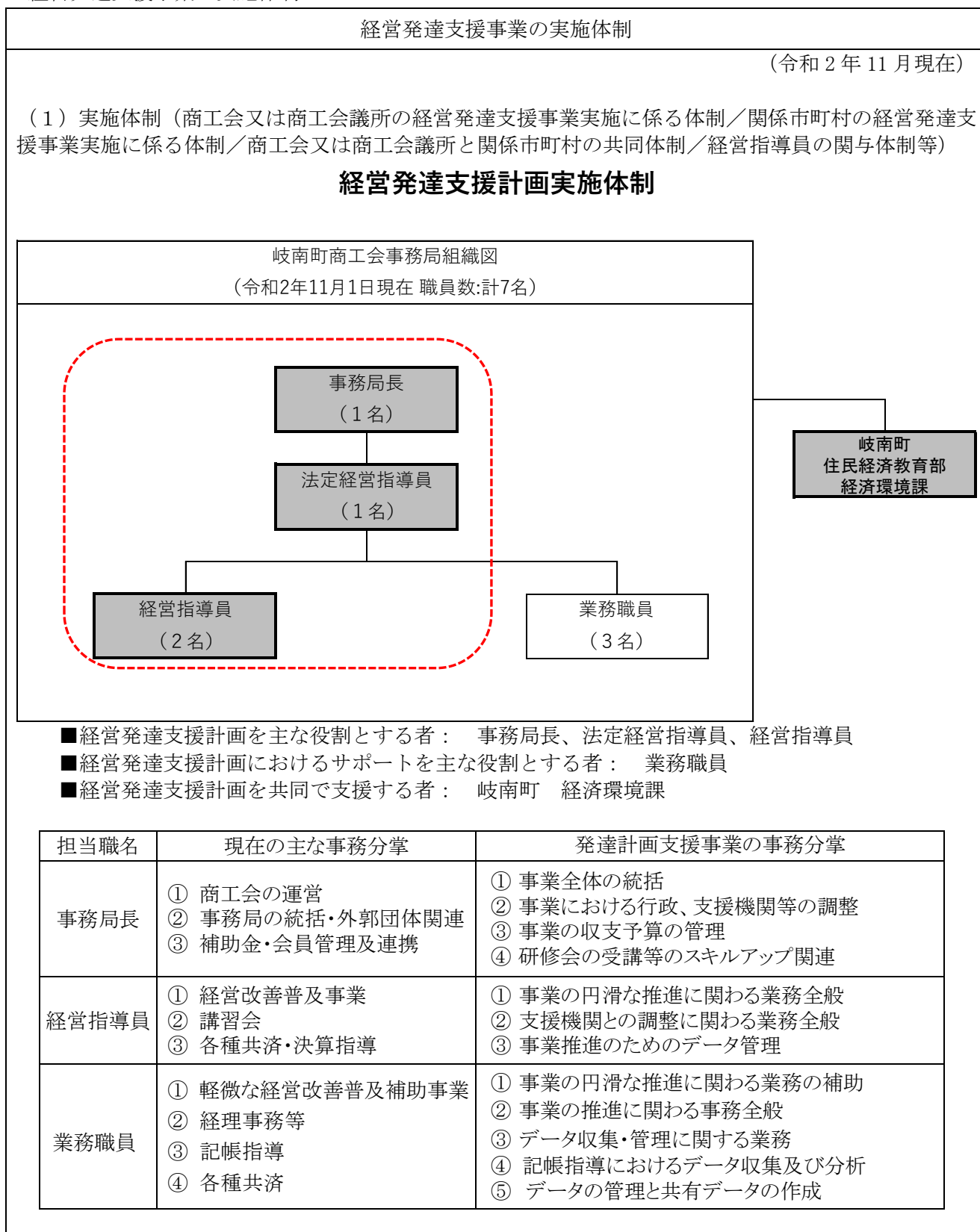
少子化により、地域の核となる企業、中小企業及び小規模事業者を長期的に支える若年層の人材確保が難しい状況にあり、人材確保のためのマッチングを展開する取り組みである。

なお、地元高校生等の採用募集の場として、学校関係へは教育員会教育長より周知を図る。

また、「ぎなんキッズニア事業」並びに「Web 版企業ガイドと町内企業への就職支援事業」との連携を図ることで、さらなる相乗作用を目指すものである。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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: 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 E-Mail j-yamada@ml.gifushoko.or.jp

FAX 058-246-8947

②当該経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度 等)

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、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。

(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 FAX 058-246-8947 E-Mail ginan@ml.gifushoko.or.jp

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

②関係市町村

岐南町 住民経済教育部 経済環境課

〒501-6197 岐阜県羽島郡岐南町八剣七丁目107番地

TEL 058-247-1370 FAX 058-240-4568 E-Mail keizai@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	52,695	51,120	50,810	52,120	52,620
① 経営指導員 等人件費	43,000	43,500	44,000	44,500	45,000
② 地域経済動 向調査関係及 び需要動向調 査関係	900	900	900	900	900
③ 経営状況の 分析関係及び 事業計画策定 支援関係	1,650	1,650	1,650	1,650	1,650
④ 事業計画策 定後の実施支 援関係	570	570	570	570	570
⑤ 販路開拓に 寄与する事業 関係	3,500	2,000	2,000	2,000	2,000
⑥ 地域経済活 性化に資する 取組関係	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
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。

(別表 4)

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

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあつては、その代表者の氏名	
連携して実施する事業の内容	
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	