

(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立地

輪之内町は、岐阜県の南部、濃尾平野の中心に位置し、東は羽島市に、西は養老町に、南は海津市に、北は大垣市及び安八町と接している。東経136度38分20秒、北緯35度16分52秒で、総面積は22.33平方キロメートルである。東の長良川、西の揖斐川の間形成された沖積平野であり、平均標高2.4メートルの北高南低の平坦地である。周囲を輪中堤防で囲まれた、西濃の穀倉地帯となっている。

また、北には名神高速道路の安八スマートインターが開通しており、また本町より10分の距離で岐阜羽島ICおよび大垣ICに到達できるなど、交通環境が良く、地理的環境に恵まれた地域といえる。



②人口動向

輪之内町では、人口は減少傾向である。平成30年に9,784人だった人口が令和3年1月時点で9,594人にまで減少しており、3年で200人が減少するなど大きく減少傾向となっている。逆に、世帯数においては、平成30年に3,272世帯だったものが、令和3年には3,445世帯に増加しており、人口減少が進む中で世帯数は拡大していることから、核家族化や単身世帯の増加が顕著となっている。また、生産年齢人口の減少と高齢者の増加が表裏一体で進んでおり、少子高齢化が進んでいる。

各年1月1日現在

	男			女			計			世帯数			
	日本人	外国人	計	日本人	外国人	計	日本人	外国人	計	日本人	複数国籍	外国人	計
H30年	4,702	194	4,896	4,752	136	4,888	9,454	330	9,784	2,979	25	268	3,272
H31年	4,650	250	4,900	4,740	147	4,887	9,390	397	9,787	2,985	28	330	3,343
R 2年	4,602	254	4,856	4,664	143	4,807	9,266	397	9,663	3,028	25	327	3,380
R 3年	4,545	270	4,815	4,607	172	4,779	9,152	442	9,594	3,057	360	28	3,445

出典：輪之内町「輪之内町統計資料編 2021～数字で見る輪之内町～」

③輪之内町の産業構造

ア) 事業所数

輪之内町の総事業所数は、平成21年時点で428事業所であったものが平成28年には425事業所まで3事業所が減少しており、おおむね横ばい傾向で進んでいる。一方で企業数は、平成21年時点で350事業所であったものが平成28年には329事業所まで減少しており、よって個人事業主である小規模事業者の割合が高まっていることが分かる。

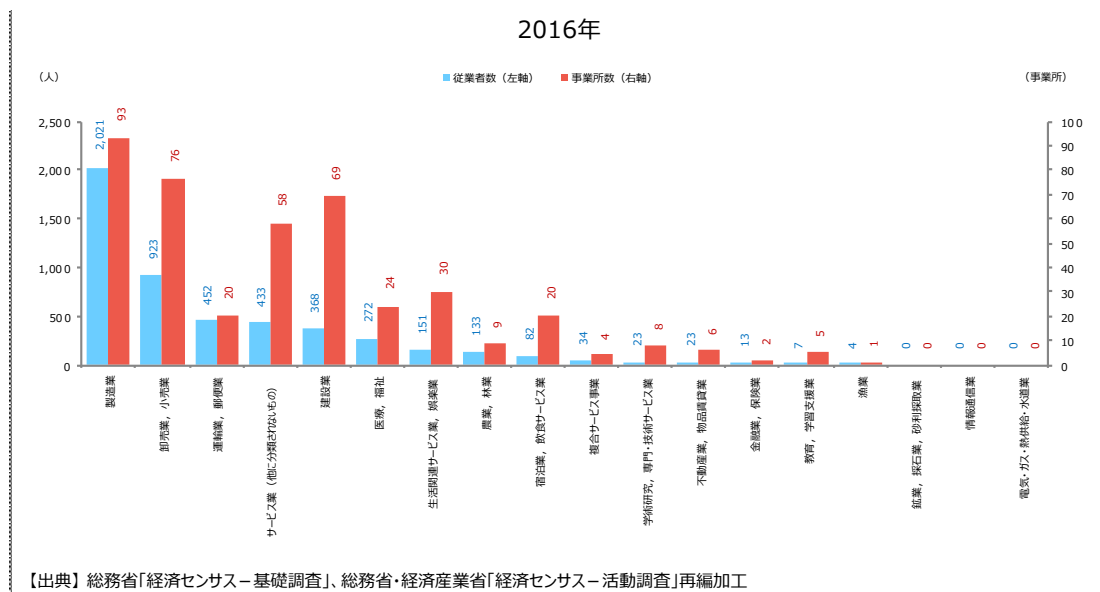
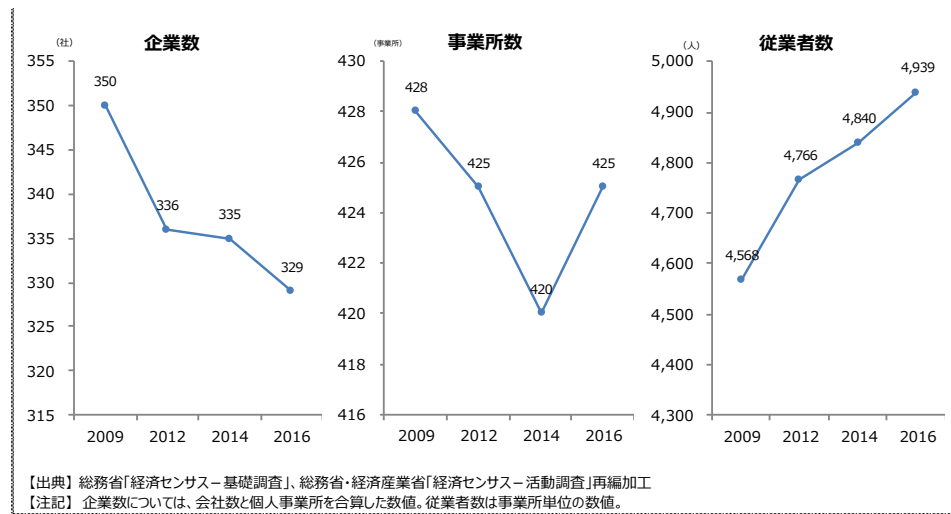
また事業所数が最も多い産業は、製造業で93事業所となっており、次いで卸小売業、建設業、サービス業の順で続くなど、製造業が中心の町となっていることが分かる。

イ) 従業者数

輪之内町の従業者数については、平成21年に4,568人であったものが、平成28年には4,939人で大きく増加しており、長期的に増加傾向にある。これらの要因は、企業数が減少し、事業所数が横ばいである中で、地域の中核企業となる比較的規模の大きい事業所が町内に進出したり、成長発展して従業者数を伸ばしていることが要因である。

さらに、産業別の割合をみると、製造業の従業者数が最も多く2,021人となって、次いで卸・小売

業が 923 人、運輸業 452 人、サービス業が 433 人の順となっており、製造業が主幹産業となっていることが分かる。



④主要産業の現状と課題

ア) 製造業

製造業は、平成 28 年時点で、事業所数 93 事業所、従業者数 2,021 人と構成比が全産業の中で最も高く、また製造品出荷額等は平成 21 年時点で 377 億円だったものが平成 30 年時点で 677 億円にまで拡大しており、本町の基幹産業となっている。先述した通り、本町は交通アクセスに優れていることから、未来工業(株)、(株)エフピコなどの大企業が事業所展開している。しかし、当地域の小規模製造業者は、これらの大企業と直接取引し利益を得ている事業所は少ない。

当地域の小規模製造業者のほとんどが近隣にある大手メーカー等の下請業者で取引先の業績や方針により左右されることがあるため、各小規模製造業者が付加価値の向上および営業力の強化を通じて一社偏重や下請依存からの脱却を図ることが課題である。

イ) 建設業

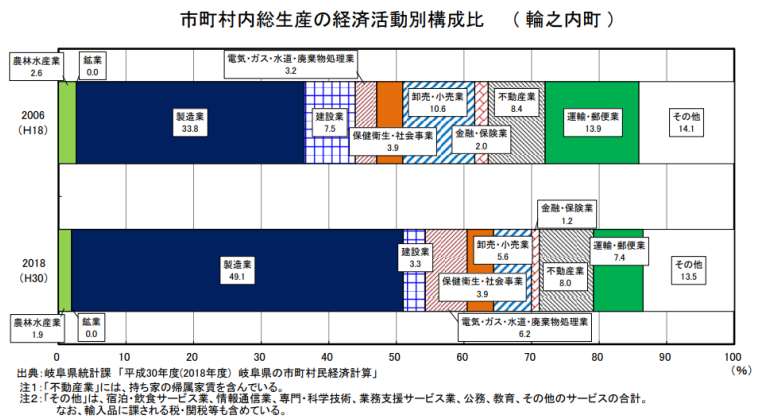
建設業における事業所数、従業者数は、平成 28 年時点で、69 事業所、368 人となっており、構成比は高い。全体的に地域内の建設業者は、従業者数も少なく家族経営もしくは一人親方として、大工工事を中心とした下請け事業者としての形態が多い。一社の取引先に依存している事業者が多く、そのため元請け事業者の業績に左右されやすく、近年の新築着工件数の減少から売上獲得も困難で苦戦を強いられている。課題としては、新たな取引先の獲得により一社への依存度を下げ経営基盤を強化するとともに、下請け事業で培ったノウハウを基に、元請け受注の獲得を目指すなど新事業を確立していくことが挙げられる。

ウ) 卸・小売業、宿泊・サービス業

卸・小売業の平成 27 年の商品販売額は、小売業が 63 億円、卸売業が 191 億円と数字的には大きい、大手スーパーとドラッグストアやコンビニエンスストアなどが町内に存在しており、商品販売額のほとんどがそういった大手フランチャイズの業績である。地域内の小規模卸・小売業店の店舗数は少なく顧客離れも顕著に表れている。

また、当地域の宿泊・サービス業については、喫茶店、飲食店、理美容店が多いが何れも小規模店舗で商品販売額は減少傾向である。

これらのことから、顧客のニーズを満たす商品・サービスの開発により個社の魅力を向上させること、効果的な販売促進により来店客数の増加を図ることが課題である。



⑤事業承継

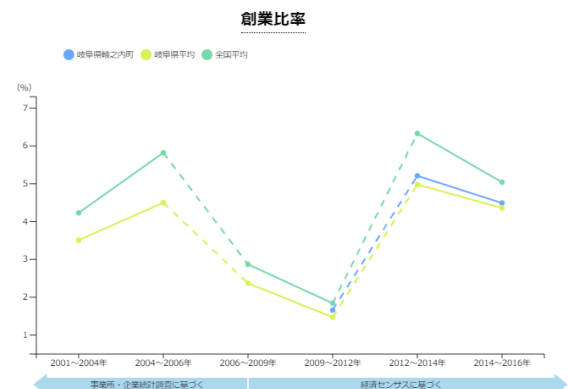
小規模事業者が 安定した経営を継続する要件として後継者の存在が重要視される。輪之内町商工会では、平成 30 年から令和 2 年に亘って当会員の 5 割にあたる 113 事業者に事業承継に関するアンケート調査を実施した。その調査票の中に 事業後継者の有無について確認する項目があり、そのデータをまとめた結果が次の表のとおりです。その結果、66%の事業所が後継者がいないと回答しており、またそのうちの 67%の事業者が第 3 者へ事業譲渡を行うことなく将来的に廃業することを考えているという結果であった。

項 目	割合
①後継者がいない、若しくは予定者がいない。	66%
②自身の代で廃業を考えている。(第 3 者へ任せない) (①の内数)	67%

これらのことから、地域経済力、雇用維持のために円滑な事業承継や第二創業を促進し、事業所数を維持していくことが課題である。

⑥創業

輪之内町の創業比率は、平成 26 年から平成 28 年で 4.49%となっており、岐阜県平均 4.36%及び全国平均 5.04%より高くなっている。岐阜県内 42 市町村中 11 位となっており県内でも創業比率が高い方であるが全国平均と比べると低い方である。



輪之内町は岐阜県の平野部にあり、岐阜市や大垣市、安八スマートインターチェンジを利用すれば名古屋市に 30 分ほどで行けるなど比較的アクセスしやすい立地環境であることから、魅力を伝えながら掘り起こしを行う事で更なる創業者を創出することが可能であると考えられる。

産業力強化法に基づく創業支援事業者をはじめ関係機関との連携を深めながら支援を行うことで創業促進を図ることが課題である。

⑦事業者が抱える共通課題

各業種の抱える課題は多様であるが、共通する課題は「売上・利益の向上」である。このアウトプット（＝売上・利益）に対するインプット（＝経営上の取組み）の課題を次に挙げる。

（ア）顧客ニーズを捉えた商品・サービスの開発や見直し

プロダクトアウトとなりがちで、顧客ニーズに合わせた商品・サービスの開発や見直しに取り組めていないため顧客獲得に苦戦している。顧客のニーズを探り、そのニーズを反映したマーケットイン型の商品開発・見直しによって集客力を向上させていくことが課題として挙げられる。

（イ）訴求力の高い PR 及び新たな販路の開拓

魅力ある商品・サービスを有しているものの、効果的な PR ができておらず、また人的リソース不足から積極的な営業活動がなされていない。自社の強みをしっかりと訴求できる広告宣伝や営業活動などのプロモーションに取組み、新たな販路を開拓していくことが課題として挙げられる。

（ウ）後継者への事業引継ぎ

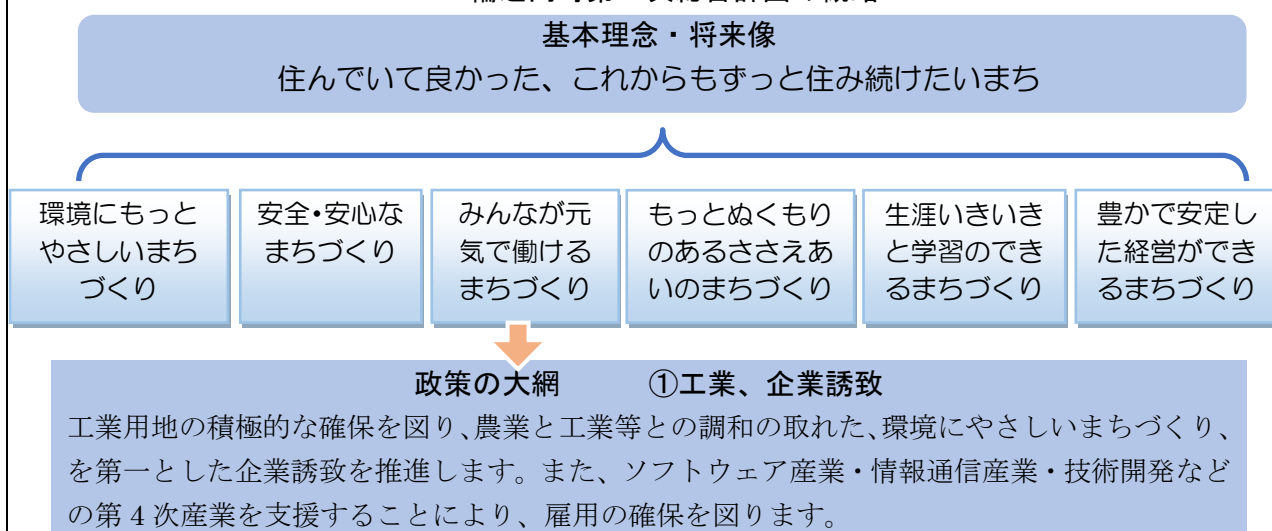
高齢化や後継者難による廃業が事業所数減少の大きな理由の一つとなっている。そのため、円滑な事業承継の実現に向けて後継者や後継する事業者の確保、また承継後の事業拡大に向けた新たな取組みを実施することが課題として挙げられる。

⑧輪之内町第 5 次総合計画

輪之内町は、「住んでいて良かった、これからもずっと住み続けたいまち」を基本理念と将来像に見据えた「輪之内町第 5 次総合計画」を策定している。

この計画の遂行に関し、商工会も関係しており総合計画遂行の一翼を担っている。（対象期間：平成 24 年度～令和 4 年度）。

輪之内町第 5 次総合計画の概略



政策の大綱 ②商業

地域商業の保護に努めるとともに、各種大型商業施設の進出にあたっては、地域商業との共生を図ることのできるよう協力を要請します。また、農業や工業との連携を図り、地域商業における後継者の確保と育成を支援します。

輪之内町の第5次総合計画は、基本理念を基に設定した目指す将来の姿を達成するために、6つの基本目標を設定している。

その中で、小規模事業者の振興に商工会として貢献できる目標は「みんなが元気で働けるまちづくり」であり、その基本目標に基づく政策の大綱として「工業、企業誘致」「商業」の項目が掲げられている。

その中で具体的には、安ハスマートインターチェンジを最大限に有効活用した企業立地や既存企業の振興と共に雇用機会の拡充を図ること。また、地域に根ざした商業の保護・育成と後継者の確保・育成を支援することが計画されています。

（２）小規模事業者に対する中長期的な振興の在り方

①今後10年間を見据えた振興の在り方

＜中長期的な振興の在り方＞

「小規模事業者の経営力向上と創業・事業承継の促進を図り、小規模事業者の維持と雇用の創出」

輪之内町においては規模が大きい企業の誘致によって事業所数は横ばい傾向にある中で、小規模事業者数は毎年5事業所程の廃業により減少している。平成28年の経済センサスによると、町内の商工業者数は286事業所であるがこのペースで減り続けると10年後では現在より50事業所少ない236事業所となる。

このように地域の小売店等の小売業者が減少すると町民の生活に影響を及ぼす他、従業員を雇用する小規模事業者が減少すれば輪之内町の経済が衰退することが予想される。

商工会では、輪之内町の地域経済を支える小規模事業者が永く存続するために、共通する課題となっている売上及び利益の増加を目的とした経営力向上と創業・事業承継の促進を図り、小規模事業者の維持と雇用の創出を、10年先を見据えて中長期的に実施していく方針である。

②輪之内町商工会としての役割

小規模事業者が経営力を向上するには、自ら事業計画を策定してその事業を実施し、PDCAサイクルによる事業の評価と見直し等が求められる。

しかし、小規模事業者は事業計画の必要性・策定に対する意識が低いのが現状である。輪之内町商工会は小規模事業者に対して事業計画の策定支援、策定後の支援、そしてPDCAによる事業の評価や見直しに関する一連の指導を、小規模事業者に寄り沿った形の伴走型支援を実施することが役割となる。

③輪之内町第5次総合計画との連動性・整合性

輪之内町第5次総合計画において定められた6つの基本目標の内、当商工会の関わるべき基本目標は産業振興の「みんなが元気で働けるまちづくり」であり、この目標に定められる基本的方針「工業、企業誘致」「商業」と上記で定めた中長期的な振興の在り方の考え方は一致しており連動性・整合性は高い。そのため、町及びその他関係機関との連携が取りやすく、設定した中長期的な振興の在り方を達成するために事業者支援に対してより効果の高い支援を実施できる。

（３）経営発達支援事業の目標

①今後５年間にける事業計画の策定支援

事業所が提供する商品やサービスのニーズなど市場情報を提供し、効果的な計画策定、販路拡大や商品開発等を図ることを目的とした需要動向調査を実施する。

その後、個々の事業所の問題点や課題の抽出、課題の解決方法などを明確にする経営分析を実施し事業計画の策定に繋げていく。経営分析結果については、事業者の説明し問題点や課題、経営改善の提案を行い、それに基づいた経営計画の策定を支援していく。

また、問題点や課題の解決に小規模事業者持続化補助金などの補助金の活用を提案し事業計画の策定に繋げていく。

それぞれの支援に対する目標値は次のとおりである。

- (1) 需要動向調査を実施する事業者数 113 者
- (2) 経営分析を実施する事業者数 84 者
- (3) 事業計画を策定する事業者数 79 者

②今後５年間にける計画策定後のフォローアップ支援及び新たな需要の開拓支援

事業計画を策定した事業所に対しては、対象者ごとに訪問頻度を設定し策定後の支援を実施する。

また、プレスリリースやSNS等の広報、商談会や展示会を活用したブランド形成・マーケティング、ECサイトなどを活用した新たな需要の開拓支援を実施する。

- (1) 事業計画策定後の支援を行う事業者数 79 者
- (2) 営業利益率１％以上増加の事業者数 23 者
- (3) 新たな需要の開拓支援を実施する事業者数 47 者

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）

(2) 経営発達支援事業の目標の達成に向けた方針

本事業の目的の達成と効果的な事業とするために、次の方針にて事業を実施していく。

①今後5年間における事業計画の策定支援等について

ア) 需要動向調査の支援

事業計画書を策定支援する際、又は策定後の支援において、経営指導員等並びに専門家により需要動向の必要性や効果などを説明し、商工会から提案する需要動向調査支援を実施し目標値を達成する。

イ) 経営分析の実施

- ・経営分析については経営指導員が中心となって行い、法定経営指導員が3か月ごとに支援実績の確認をしながら目標値を達成する。
- ・小規模事業者持続化補助金等の補助金申請に伴う事業計画を策定する小規模事業者に対し経営分析を行い効果的な事業計画策定を行う。
- ・経営分析手法のSWOT分析について経営指導員が行うが、必要に応じて複数の職員で行いあらゆる状況を捉え、内容の濃いものとする。

ウ) 事業計画の策定支援

- ・経営指導員が小規模事業者に対し経営分析した結果、問題点や課題、経営改善案などを説明し、事業計画の策定に繋げていく。
- ・その他、小規模事業者持続化補助金などの補助金制度を小規模事業者に周知し、制度の活用を促し申請に係る事業計画の策定支援を行う。
- ・事業計画策定時において、専門分野など経営指導員による改善案の提案等が困難な場合は、専門家派遣事業を利用し専門家の意見を聞き事業計画の策定支援を行う。

②今後5年間における計画策定後のフォローアップ支援および新たな需要の開拓支援について

計画策定後のフォローアップ並びに新たな需要の開拓支援については、事業計画書を策定した事業所に対して実施する。

ア) 事業計画策定後の支援

- ・事業計画書を策定した事業所に対し、事業計画策定後の支援を行う。
- ・小規模事業者が策定した事業計画実施後については、経営指導員により効果の検証を行う。検証結果により売上に繋がらないなどの問題点があった場合は、専門家を交えて問題点を検証し事業計画の策定支援を行い売上や利益の向上に繋げる。

イ) 新たな需要の開拓支援

事業計画書を策定支援する際、又は策定後の支援において、経営指導員等並びに専門家により新たな需要の開拓を図るための事業説明やその効果などの内容を説明し、提案することで目標値を達成する。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域経済の動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

各機関が発行する調査レポートから有用だと思われるデータをまとめ、巡回・郵送などで四半期ごとに地域内の小規模事業者へ情報提供しているが、経営環境の把握や需要予測の指標となっておらず、直接の経営に活かされているとは言い難い。

【課題】

第2期においては、小規模事業者にとって有用な情報提供となるよう、各機関からの情報抽出にとどめることなく、地域内事業者へのアンケート調査から直接的な情報を収集するとともに、RESASなどの巨大データ群を活用しながら、地域の経済動向を伝えていくことが必要である。

(2) 地域経済の動向調査周知目標

方法内容	現状	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
レポート作成数	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回
巡回および郵送回数	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回
ホームページ掲載回数	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回	年4回

(3) 事業内容

①管内の動向調査

地域内小規模事業者の経営状況や景況感を把握するため、調査対象事業者を選定し調査票をもとに直接ヒアリングを行う「管内景気動向調査」を実施する。小規模事業者が関心の高いと思われる当地域に特化した1次情報を収集し、分析・提供する。

管内景気動向調査概要	
調査対象	管内小規模事業者15者 (内訳 管内小規模事業者の構成割合に応じ、内訳を設定) 製造業 5者 建設業 4者 小売・卸売業 3者 サービス業 3者
調査項目	売上高、客単価、客数、資金繰り、仕入単価、在庫数量、採算、経常利益、従業員数、外部人材請負・派遣、業況、借入難度、借入金利など
調査方法	調査対象企業を選定。 経営指導員が企業を訪問し、面接、調査票を用いた聞き取りにより情報を収集・分析し管内小規模事業者へ情報提供する。
分析手法	・景況感DI値を用いて中小企業景況調査報告書との比較分析 ・管内小規模事業者の実績と見通しの比較分析
調査頻度	年4回(4半期ごとに1回実施)

--	--

②各種レポートを基にした地域内経済動向の調査

RESAS の巨大データ群を活用して、地域内及び近隣のデータを収集する。それらデータは職員会議において共有し、その結果をまとめる。なお、情報収集は主に下図の資料を活用するものとし、当商工会地域の産業構造を踏まえて関連する業界・業態の景況情報等を収集する。情報源及び調査項目について、管内小規模事業者にとってより関心があり関係すると思われる内容に改善する。

（情報源及び調査項目）

情報収集先	情報収集項目	収集目的
地域経済分析システム 《RESAS》	付加価値額 労働生産性 産業構造 従業員数	全国や近隣地域との比較から 管轄地域の傾向を分析
県内中小企業景況調査 《岐阜県商工会連合会》	県下商工会地区産業の DI 値	岐阜県内小規模事業者の 傾向分析
西濃を中心とした地域 景況レポート 《大垣西濃信用金庫》	西濃地区産業の DI 値	西濃地域の小規模事業者の 傾向分析
業務月報 《ハローワーク大垣》	求人求職の状況、求人求職賃金 情報	雇用状況の動向分析

（４）地域経済の動向調査結果の活用

上記①、②で実施した調査結果は、グラフや図表、注釈を入れながらわかりやすい形で、地域経済動向レポートにまとめる。小規模事業者への周知は、職員による巡回のほかホームページにも掲載することで閲覧の機会を増やし、地域経済状況を把握できるようにするとともに、自社の経営について気づきを与え、個社ごとの経営及び事業計画策定の際に参考資料として活用していただく。

（具体的な周知方法）

- ・ 商工会職員の巡回時に 地域経済動向レポートを配付し説明する。
- ・ 郵送にて配布し周知する。
- ・ 当商工会ホームページに地域経済動向レポートを掲載する。

4. 需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

【現状】

当初の計画においては、インターネットの各種情報サイトや国や業界団体の統計、日経テレコン POS 情報などを活用した消費動向やトレンドの調査、分析、結果の提供が需要動向調査の中心となっており補助金申請等の計画書作成には有用であったものの、事業運営への活用に関しては事業者の反応が弱いことも多く、必ずしも有用な情報の提供となっていない。

【課題】

小規模事業者が開発・販売する商品自体へのニーズや、パッケージの良し悪し、価格の妥当性など、一般消費者の生の声である 1 次情報を偏りなく調査、提供していく必要がある。

（２）需要動向調査実施目標

①調査目標事業者数

	現状	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
新商品・製品開発の調査対象事業者数	０者	２者	２者	３者	３者	３者
試食等アンケート調査対象事業者数	０者	３者	３者	３者	３者	４者

②国や金融機関等が公開する統計等を活用した調査事業者数

	現状	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	０者	１５者	１５者	１７者	１７者	２０者

（３）事業内容

小規模事業者が開発・製品・販売する商品・新サービスへの直接的な一般消費者のニーズを収集して提供する。収集したデータから買い手のニーズを的確に把握するとともに、一般的に公表されている２次データを併せて総合的に分析することで、消費者ニーズを捉えられるか、競合への優位性を発揮できるか等の判断材料となる情報の提供を行う。

①展示会・イベントを活用した需要動向調査

ア）展示会を活用したＢｔｏＢ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する。

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する。

展示会を活用したＢｔｏＢ調査	
調査種類	展示会を活用した新商品・製品　ＢtoＢ 調査
対象業種	製造業
調査対象	展示ブースを訪れる事業者
調査方法	アンケートによる聞き取り方式
調査項目	性能、品質、技術、デザイン、用途、価格、取引条件、改善要望　など
調査展示会	メッセナゴヤ（毎年１１月に開催）（※例示）
サンプル数	２０件

イ）イベントを活用したＢｔｏＣ調査（試食等）

管内のイベントにおいて、事業計画を策定した小売・飲食サービス業を対象に、一般消費者の意見を収集するためのアンケート調査を実施する。アンケートは、製品等の特性を考慮し調査項目を事業者と相談し作成する。

地域イベントを活用したＢtoＣ 調査	
調査種類	地域イベントを活用した新商品試食等アンケート
対象業種	小売業・飲食サービス業
調査対象	イベントへの一般来場者
調査方法	アンケートによる聞き取り方式
調査項目	味、質、デザイン、価格、感想、要望、年齢、性別　など
調査イベント	例：ふれあいフェスタ（毎年１０月に開催）
サンプル数	２０件

②モニターを活用した調査

青年部員・女性部員を調査対象グループとして活用し、小規模事業者が開発・製品・販売する商品・新サービスへの直接的な意見を集約し分析する。また、商工会事務局への来訪者に対して、聞き取りや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う。

モニター調査を活用した調査（BtoB、BtoC 調査）		
調査種類	モニター調査を活用した調査	
対象業種	製造業・小売業・飲食サービス業等	
調査対象	商工会青年部員・女性部員 来会される会員事業者および関係機関の方	
調査方法	アンケートによる聞き取り方式	
調査項目	製造業	性能、品質、技術、デザイン、用途、価格、取引条件、改善希望 など
	小売業 飲食サービス業	味、質、デザイン、価格、感想、要望、年齢、性別 など
調査場所	商工会青年部および女性部の会合時 商工会事務局内（※例示）	
サンプル数	20 件	

③国や金融機関等が公開する統計等の提供

必要に応じ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、行政機関や業界団体・金融機関等が実施している統計調査の結果を収集し事業者を提供する。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、消費者の暮らし向きに関する考え方の変化や物価の見通しなどの推移を分析する。また、自社が開発・販売する商品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製品等の情報を収集し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る。
調査項目	消費者の意識（今後の暮らし向きの見通しなど、毎月） 物価の見通し（毎月） 主要耐久消費財等の保有・買替え状況（3 月のみ） 世帯の状況（毎月） 等
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する。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く。

市場情報評価ナビ「Miena」	
情報の収集・分析	市場情報評価ナビ「Miena」を活用し、個社に合わせた市場情報をミクロ市場で収集・分析する。個社に合わせた商圏内での人口・世帯データ、購買力データ・富裕層データ等の数値データを収集・分析することで設定したい商圏内での需要を推測することができ個社に合わせた有益な情報提供を行うことができる。
調査項目	都道府県の経済動向、県内・町内の経済水準、指定範囲での市場規模、「人口詳細（人口年齢別構成、世帯構成、世帯収入、流入流出、人口伸び等）、業種別事業所数等
目的	市場情報評価ナビ「Miena」を活用しミクロ市場での消費動向・購買力、近隣

	地域においてどのような分野で消費需要があるかを把握し、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く。
--	---

日経POS情報「売れ筋ランキング」	
情報の収集・分析	日本経済新聞社が独自に収集する全国のスーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストアなどからの POS 情報。 最新の消費動向・市場情報として、加工食品・酒類・日用品などの販売実績データが毎日更新されおり常に変化する市場の動向を速く、正確に把握することができる。また、自社が開発・販売する商品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製品等の情報を収集し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る。
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く。

（４）調査結果の活用方法

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各事業者に提供する。

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、必要であれば各関係機関と連携を図り、その後の商品開発・改良から新たな販路の開拓までを一貫して支援する。

5. 経営状況の分析に関すること

（１）現状と課題

【現状】

小規模事業者の持続的発展のため、経営戦略立案に役立つ経営分析セミナーを当会が主導的に実施し、その中で経営分析を実施している。また、セミナー開催と並行して、補助金等の申請を支援する事業者に対して、経営指導員による巡回・窓口相談の際に経営状況の分析を実施している。

【課題】

単独の経営分析セミナーを実施したが参加者は少ない状況であり、また、定量・定性分析を合わせて実施した方が課題の抽出等でより効果があったため、効果的な事業展開と経営体質の強化に結び付けるためには分析の質を高める必要があるが、管内小規模事業者の多くが定性・定量の両面から総合的な分析を行っていないことは課題として挙げられる。

(2) 目標

	現状	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
経営分析事業者数	13者	15者	15者	17者	17者	20者

(3) 事業内容

①経営分析実施事業者の掘り起こし

経営分析を実施する事業者の掘り起こしに向け、地域経済動向レポートの配布などの巡回時に経営分析の必要性や重要性を説明していく。また、記帳指導や決算指導、融資相談など業績数値と関連性が深い窓口相談時を絶好の機会ととらえ、積極的に経営分析に取り組むよう促していく。定量面を中心に経営分析への取組みを訴求し、それを入口として定性面の分析も併せて促していくことで、定量・定性の両面から総合的な分析を行っていただけるよう働きかけていく。

経営分析実施事業者の掘り起こし手法

- ・日々の巡回指導で経営分析の必要性を伝える。
- ・地域経済動向レポート配付時に、経営分析を勧める。
- ・記帳指導、決算指導において経営状況に不安を感じる事業者に経営分析を勧める。
- ・融資斡旋、補助金申請時に経営分析を行っていく。

②経営状況分析の実施継続

①の取組で掘り起こした事業者に対して経営状況分析を実施する。経営状況の分析には財務諸表を基に行う定量分析と財務諸表以外で行う定性分析の双方を合わせて行う事で経営状況分析とする。

経営分析の実施概要	
分析項目	財務分析（定量分析） 収益性・効率性・生産性・安全性・成長性分析を実施する。 各種分析（定性分析） A B C分析、3 C分析、S W O T分析等のフレームワークを活用し分析を実施する。
分析手段	小規模事業者に対しては決算関連書類等財務諸表の確認とともに事業主からヒアリングを行い事業者の情報を収集し独自の経営分析フォームに落とし込み経営分析を実施し事業者を提供する。 経営分析では、業界事情に精通した専門家による支援が必要と判断した場合には専門家を派遣し対応する。専門家の選定・派遣については、岐阜県商工会連合会のエキスパートバンク事業（専門家派遣事業）や国のワンストップ総合支援事業（岐阜県よろず支援拠点）を活用する。

(4) 分析結果の活用

①経営課題の明確化

経営分析の結果から、自社の強みや弱みを客観的に捉え、事業者の持つ問題点や経営課題を明確化する。分析結果は今後の事業計画で定める内容に大きく影響することから、商工会職員だけでなく各関係機関等とも連携を図り、各分野の専門的視点から小規模事業者の経営課題を明確にしていく。

②分析結果のフィードバック

経営分析の結果は、岐阜県商工会連合会の作成した独自のシステム「事業者支援システム」や国・支援機関が提供する経営分析システムによってレポート形式で書面化し、個別に巡回を行い分析結果の導出課程や結果から判断できることを丁寧に説明する。説明の際には、専門用語をできる限り避けわかりやすく説明することで経営状態に関する理解を高めるように努め、分析から見える経営上の問題や課題を抽出し認識していただく。

③事業計画策定への誘導

分析結果のフィードバックによって認識した経営課題を解決し、将来に向けて持続的な経営を営むことができるように事業計画の重要性を説明することで、事業計画の策定を推進していく。

6. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

【現状】

事業計画策定の支援については、主に補助金申請に向けた巡回や経営計画作成セミナーを通して、経営計画策定を支援しており、令和2年度の経営計画策定者数の合計は13者で、その内訳は事業計画11者、事業承継計画2者である。

また、それらのうち持続化補助金申請件数は11者と、大半が持続化補助金等の補助金目的での計画策定であった。そのため、計画策定の意識付けや具体的な個社支援などによって計画策定へ繋がれたケースがあるものの、補助金申請をするために事業計画策定をするケースが多くみられ、本来の事業計画策定の目的が事業者に伝わりきれていないのが現状としてある。

【課題】

こうしたことから、補助金を目的とした事業計画の策定となるのではなく、自社の将来を見据えた事業計画の策定としていけるよう、計画策定の意義や重要性を認識していただくことが課題となる。

（２）支援に関する考え方

事業計画策定にあたっては、前工程である経営状況分析を行い、問題や課題を明確にした上で、これらの事業者には事業計画策定の提案を推進していく。事業計画策定支援では、個別相談及び経営指導員の巡回によって個社ごとに行うものとし、ブラッシュアップ支援の過程においては必要に応じて専門家による意見・アドバイスを取り入れる。これら支援の中では課題解決までの道筋を示し、事業計画の意義や重要性を認識していただけるように努める。

（３）事業計画策定目標

事業計画策定目標

	現 状	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 策定事業者数	11者	11者	11者	12者	12者	12者
事業承継計画 策定事業者数	2者	2者	2者	3者	3者	3者
創業計画 策定事業者数	0者	1者	1者	2者	2者	2者
合 計	13者	14者	14者	17者	17者	17者

(4) 事業内容

①事業計画策定に関する意識付け

ア)事業計画策定

経営状況の分析を行った小規模事業者に対して、個別相談の場を設け、経営上の問題・課題を解決し持続的発展をするために、取り組むべき内容を具体的に検討し書面に定めることの重要性を説明し、計画策定に対する意識付けを行っていく。

イ)事業計画セミナーの開催

事業計画策定を推進するために、事業計画策定セミナーを開催する。セミナーの目的は、事業計画に興味関心を持ってもらうことであり、事業計画の重要性や必要性の説明及び策定手順を主とした内容で行っていく。

②事業計画策定支援

経営状況の分析を行った事業者を対象とし事業計画策定支援を実施する。小規模事業者独自での計画策定は困難であるため、経営分析結果や需要動向調査の結果を踏まえながら、必要な項目をヒアリングし、それらを整理することを繰り返しながら計画策定支援にあたる。計画に定める内容は多岐にわたることが想定されるが、持続的発展に向けとりわけ顧客獲得に向けた事業収益確保のための具体的な取り組みを盛り込むとともに、小規模事業者の経営資源を考慮した実現可能性の面にも配慮していく。

③事業計画のブラッシュアップ支援

事業計画策定支援の過程では、高度な専門性が求められる項目などについては、必要に応じて専門家と連携を図り、事業計画の検討やブラッシュアップ支援を実施する。

各支援機関（岐阜県商工会連合会、岐阜県商工会連合会岐阜西濃ブロック広域支援室、岐阜県産業経済振興センター、岐阜県よろず支援拠点、金融機関、税理士、中小企業診断士、弁護士）等と連携し、各専門家の視点から小規模事業者が抱える経営課題の解決に向けた具体的な施策を計画に盛り込んでいく。

④事業承継計画策定支援

先述したとおり、本会が実施した事業承継アンケートでは、およそ6割が「後継者が若しくは予定者がいない」と回答しており、また「事業承継を考えているが具体的な取り組みができていない」事業者も同程度存在している。これらの事業者に対して、計画的な事業承継を実施できるよう、事業承継計画の策定支援を行うとともに、事業承継の計画策定のみならず承継後の事業継続・発展に向けたフォローアップ支援も併せて実施していく。

⑤創業計画策定支援

大垣市において「産業競争力強化法における市区町村による創業支援事業」の認定を受け開催する創業セミナーへの参加者を積極的に募り、創業計画策定支援や相談対応に努めていく。また、他の支援機関（大垣商工会議所および近隣商工会、地域内金融機関、岐阜県信用保証協会）との連携体制をとり創業者の支援に努める。

⑥DXの推進に向けたIT専門家派遣を通じた支援の実施

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するために、また実際にDXに向けたITツールの導入やWEBサイト構築等の取り組みを推進していくために、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う。その中で、取り組み意欲の高い事業者に対しては必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

支援対象	事業計画策定を行う中でDXの活用が重要であると考えられる事業者
募集方法	事業計画策定支援を行う中で必要に応じて対象者を募る

講師	岐阜県商工会連合会エキスパートバンク登録のIT分野の専門家、よろず支援拠点コーディネーター、中小機構ITコーディネーターなどDXに関して専門知識を所有する専門家を講師とする
回数	2回/社
内容	・DX総論、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
参加者数	4事業者/年

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】

事業計画を策定した事業所に対して、3ヶ月に1度の頻度で巡回指導を行い、進捗状況の把握や実行困難性などの確認作業を行っている。また、新たな問題や課題発生時にも各種支援施策を活用するなどこまめに支援するように努めているが、その多くが補助金の進捗管理を目的とした支援となっており、事業の成長発展に大きく貢献できる効果的な支援とはなっていない。

【課題】

こうした現状から、補助金の進捗管理ではなく、計画を実施していくうえで新たな課題や計画修正など多岐にわたる問題が発生してくる状況を把握し、事業者の成長発展に貢献できる支援を実施していくことが必要である。

（２）支援に対する考え方

計画を策定したすべての事業者に対し実施する。計画を実施していくうえで新たな課題や計画修正など多岐にわたる問題が発生してくる状況を把握するなど補助金の進捗管理となってしまうまいよう気を付け、事業者の成長発展に貢献できる支援を実施する。

（３）事業計画フォローアップ目標

《事業計画策定事業者》

	現 状	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
対象事業者数	13者	14者	14者	17者	17者	17者
延べ回数頻度	40回	56回	56回	68回	68回	68回
売上増加事業者数	-者	4者	4者	5者	5者	5者
営業利益率1%以上増加の事業者数	-者	4者	4者	5者	5者	5者

（４）事業内容

①経営指導員によるPDCA支援

事業計画を策定したすべての事業者を対象とする。支援においては、常に計画に定めた取組事業の進捗状況を把握するとともに、目標とした売上高や利益額を指標に効果を測定し、その結果に応じて

適宜取組事業の見直しを行っていきけるよう働きかけていく。

なお、巡回頻度は基本3か月に1度とするが、進捗状況や事業者からの申し出等により臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断した場合には、岐阜県商工会連合会広域支援室や外部専門家など第三者の視点を投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。

②各種支援施策及び制度の活用によるフォローアップ

経営指導員によるフォローアップ支援では課題解決が困難であると見込まれる場合には、専門家派遣事業により専門家と連携を図りながら支援にあたる。また、日本政策金融公庫の融資制度など事業者の実情に応じた融資制度等の情報提供並びに資金調達支援を行い円滑に事業が実施できるようにフォローアップする。

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】

前回までの販路開拓支援は、計画策定事業者が輪之内ふれあいフェスタに出店して地域住民に自店の内容をPRすることが中心で、事業者は飲食・サービス業に偏っていた。また、本会主催の展示会の開催は難しいため、メッセナゴヤなどの展示会出展について促し、出展サポートを行ったが、出展事業者は固定的であった。その他の支援内容であるWEB活用支援やマスメディアの活用支援は、参加事業者がほとんど無く積極的に行っていなかった。

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、「高齢化」、「知識不足」、「人材不足」等の理由により、ITを活用した販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、商圈が近隣の限られた範囲にとどまっている。

【課題】

このような現状から、支援対象事業者や業種を限定せず、事業計画を策定した事業者には広く販路開拓支援を実施していくことが必要である。また、支援内容は多様な手段を使って地域内小規模事業者の販路開拓支援を行っていくことが課題である。

また、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、取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

現状と課題を踏まえ、第1期計画の事業内容を見直す。展示会や商談会の出展参加に限定することなく、新たな支援メニューを創出して多様な業種の販路開拓支援を実施していくことを取組方針とする。また、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、ECサイトの利用等、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う。

(3) 目標

	現 状	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展示会・商談会への出展事業者数	0 者	1 者	1 者	2 者	2 者	2 者
成約数/者	0 者	1 者	1 者	1 者	1 者	2 者

②物産展への 出展事業者数	0 者	2 者	2 者	3 者	3 者	3 者
売上/社	0 万円	8 万円	8 万円	8 万円	8 万円	8 万円
③ECサイト・SNS を 活用する事業者数	0 者	3 者	3 者	4 者	4 者	4 者
売上/社	0 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円
④プレスリリースを 活用する事業者数	0 者	1 者	1 者	2 者	2 者	2 者
売上/社	0 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円

※現状の数値である令和2年度の実績については、新型コロナの影響によって、メッセナゴヤや輪之内ふれあいフェスタなどへの出展が実施できなかったため実績が0者となった。

(4) 事業内容

①展示会・商談会への出展

新たな需要の開拓を図るため、製造業者や建設業者を対象者として市場開拓先に応じて適切な展示会等を提案し、出展を斡旋する。必要に応じて補助金を活用し出展を後押しする。

(斡旋する展示会・商談会等の例)

イベント名	概要	来場者	出店者数
メッセナゴヤ	対象企業：全業種 会場：ポートメッセ名古屋 時期：11 月 主催：名古屋商工会議所	62,000 人	1,400 社
岐阜県商社マッチング	対象企業：製造業 会場：県内施設 時期：2 月 主催：岐阜県産業経済振興センター	商社 8 社	25 社
ギフトショー	対象企業：製造業、卸売業 会場：東京ビッグサイト 時期：9 月 2 月 主催：㈱ビジネスガイド社	200,000 人	2,400 社

②物産展・商談会への出展

新たな需要の開拓を図るため、消費者向け新製品・新商品を開発した製造業者や飲食業者対象者として市場開拓先に応じて適切な商談会・物産展を提案し、出展を斡旋する。必要に応じて補助金を活用し出展を後押しする。

(斡旋する物産展の例)

イベント名	概要	来場者	出店者数
輪之内ふれあいフェスタ	対象企業：食品製造業・サービス業 会場：輪之内文化会館前駐車場 時期：10 月 主催：輪之内ふれあいフェスタ実行委員会	20,000 人	50 社
ニッポン全国物産展	対象企業：食品製造業 会場：池袋サンシャインシティ 時期：11 月 主催：全国商工会連合会	150,000 人	350 社
岐阜県観光物産展	対象企業：食品製造業 会場：金山駅・セントレア空港 時期：6 月 11 月 12 月	-	17 社

③ECサイト・SNSの活用

ECサイトを活用して広域的な販路開拓に取り組む事業者を対象者として、楽天やヤフーショッピング、アマゾンなどの民間ECサイトや、全国商工会連合会が開設するニッポンセレクトへの出店・出品を支援することで販路開拓を行う。また、自社のWEBサイトにショッピング機能を追加し自社ECサイトを推進していく。

また、現状の顧客が近隣の商圈に限られている事業者も多いことから、より遠方の顧客の取込のため、取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

(想定するEC活用)

概要	
民間企業ECサイト	楽天、ヤフーショッピング、アマゾンなどへの出店支援
全国連ECサイト	ニッポンセレクトへの出品支援
自社EC	自社でWEBサイトを有する事業者

④プレスリリースの活用

販路拡大を行う上で商品の話題性は重要な要素となる。特にマスメディアの発信する情報は、多くの消費者に伝わりやすく話題創出にもたらす影響は非常に大きい。小規模事業者が個社でメディアに取り上げてもらえるように依頼することはハードルが高いため、話題になりそうな商品・サービスを提供する事業者の中で希望する事業者を対象者として、商工会からプレスリリースを実施する。また、近年では、インターネットメディアが話題創出や情報拡散に非常に有効であるため、これらの活用も積極的に推進し支援を行っていく。支援対象は、一般消費者向けに商品・サービスを提供する小売業、飲食業者を中心とする。

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】

①前回における取組

前回においては、1年間の実績を評価委員会を開催して評価し、その後、理事会で報告した。

また、経営発達支援計画に基づいた支援の実施内容のPDCAを図るためには、外部有識者から経営指導員に対し、経営発達支援事業の問題点を指摘してもらい一部の事業について見直しを行った。

【課題】

今回から、経営発達計画に対し行政と法定経営指導員の連携が求められているため、これまでの評価委員会では問題がある為、評価委員を各関係者の他、行政担当者を加えた組織で運営する。

(2) 事業の内容

①経営発達支援計画評価委員会の実施

経営発達支援計画評価委員会	
目的	経営発達支援計画が計画通りに実施されているか全ての項目に対して目標件数と実績の比較を行い、その実施内容が地域内の小規模事業者に対して効果的な支援である評価を行い、合わせて次年度事業の見直しを行うことが目的である。

	※P D C Aのサイクルの実施
組織・メンバー	・ 輪之内町産業課 ・ 外部有識者（地元金融機関支店長） ・ 輪之内町商工会長、副会長 ・ 小規模事業者代表 ・ 事務局長、法定経営指導員
開催時期	年度終了後3ヵ月以内
公表時期	評価委員会の開催後1ヶ月以内

②経営発達支援計画の見直し及び改善

評価委員会での評価結果を受けて改善の必要性が指摘された点や、日頃の計画実施にあたって問題が発生した点について見直し及び改善を行う事で小規模事業者に対してより効果的な支援を実施できるようにしていく。計画の見直しを行った事項については、理事会及び総代会の承認を受けた上で実施していくものとする。

■Plan（計画）

- ・ 当会にて、今までの実績や将来を予測して、経営発達支援計画書を作成する。

■Do（実施・実行）

- ・ 計画書に基づいて、当会で経営発達支援業務を実施する。

■Check（点検・評価）

・ 当会の支援者に対して、CS調査（プロセス満足度と総合満足度）を行う。その結果に基づき、経営指導員等が中心となって点検や反省を行う。CS調査及び経営指導員等の点検反省結果は「経営発達支援事業評価委員会」にて最終評価を行い、見直し案を提示する。

・ なお、経営指導員等で実施する月1回実施する職員会議にて、支援状況の確認等内部でのチェックを随時実施する。また、事業進捗状況についても同委員会でチェックを行う。

■Action（処置・改善）

・ 「経営発達支援事業評価委員会」で提示された評価結果に基づき、改善案を示し改めて同評価委員会の指示を受ける。

③評価結果の公表

各年度の経営発達支援事業の評価については、理事会及び総代会で報告すると共に、報告書を当商工会ホームページ上で公表することで地域の小規模事業者等が常に閲覧できる状態とする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

【現状及び課題】

本事業の計画推進には、小規模事業者から真の言葉を引き出す「対話能力」と「経営支援に資する能力」が必要である。「対話能力」については、職員問わず更に磨く必要がある。一方、「経営支援に資する能力」については、各種情報収集から、経営分析、事業計画策定、その後のフォローアップまで、独自の力で体系立てて支援をすることは、どの経営指導員・経営支援員についても現状では難しい。

【事業内容】

本事業では、経営支援に資する能力を習得し、小規模事業者に対する伴走型支援を実施するため、以下の取り組みを実施する。

（1）OJTによる支援ノウハウの向上

①専門家への同行

岐阜県商工会連合会岐阜西濃ブロック広域支援室と連携して、専門家派遣事業に同行し、OJTによる企業支援能力（ヒアリング手法、支援の進め方、分析の視点、事業展開の手法等）を高める。

②経営指導員の巡回への経営支援員の同行

経営指導員に経営支援員が同行し、小規模事業者との接し方を学ぶとともに経営支援に関するノウハウを断片的に学ぶこととする。また、経営分析に関する支援においては、経営支援員をはじめ経営指導員以外の職員も同席してノウハウを身に付け、記帳指導や決算指導時での経営分析実施事業者の掘り起こしを行えるようにしていく。

（２）OFF-JTによる支援ノウハウの向上

①研修参加によるノウハウの習得

岐阜県商工会連合会が主催する研修に積極的に参加し、企業支援ノウハウを習得する。経営指導員以外も同会が主催する課題別研修に参加し資質を向上させていく。

②専門家講師によるセミナー参加

経営指導員、職員問わず、専門家が講師を務めるセミナーには参加し、経営支援に関するノウハウの習得に努める。

③DX推進に向けたセミナー参加

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、経営指導員及び経営支援員の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、下記のような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する。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組>

ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム等

ウ) その他取組

オンライン経営指導の方法等

（３）朝礼での情報共有

組織内での企業支援ノウハウを共有する。経営指導員のみならず、他の職員が担当する支援、担当団体の運営上から得た情報、IT等の活用方法や具体的なツール等についての紹介を朝礼で共有し支援に役立てる。なお、日々の指導後には指導カルテを作成し、データ化して常に閲覧できる状態にしておく。

(別表2)

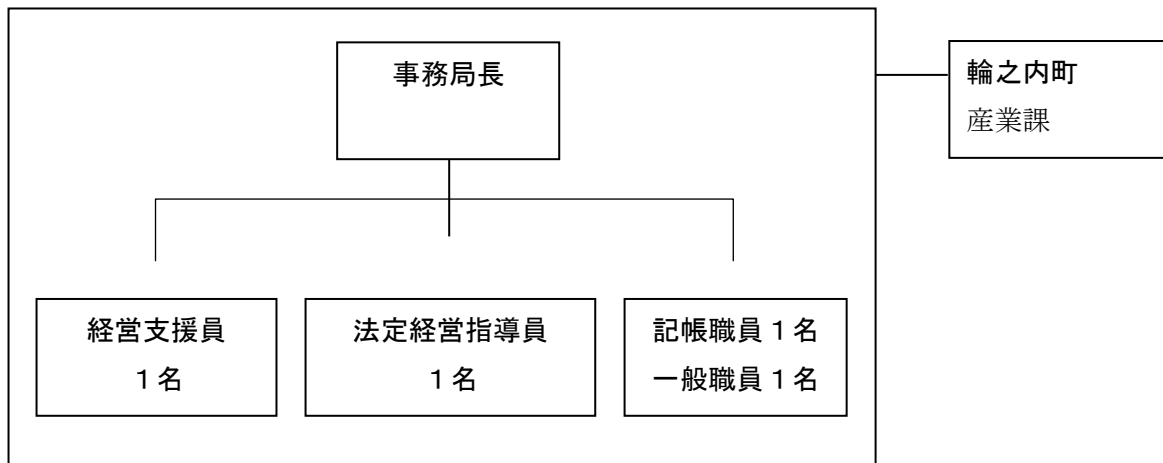
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(2021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)

①組織体制



担当職	現在の主な事業分掌	発達支援計画事業の事業分掌
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・会員体連携	・事業全体の統括 ・事業における行政、支援機関等の調整 ・事業の収支予算の管理 ・研修会の受講等のスキルアップ関連
法定経営指導員	①経営改善普及事業 ②講習会 ③各種共済・決算指導	・事業の円滑な推進に関わる業務全般 ・支援機関との調整に関わる業務全般 ・事業推進のためのデータ管理
経営支援員	①軽微な経営改善普及事業 ②各種共済・決算指導	・事業の円滑な推進に関わる業務の補助 ・事業の推進に関わる事務全般 ・データ収集・管理に関する業務
記帳職員 一般職員	①記帳指導 ②軽微な経営改善普及事業	・記帳指導におけるデータ収集及び分析 ・データの管理と共有データの作成

(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法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：竹中弘

■連絡先：輪之内町商工会 TEL：0584-69-2188

②法定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。

（３）商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①輪之内町商工会

住所：〒503-0204 岐阜県安八郡輪之内町四郷2520番地

電話：0584-69-2188

FAX：0584-69-3953

E-mail：wanouchi@ml.gifushoko.or.jp

②関係市町村

住所：〒503-0292 岐阜県安八郡輪之内町四郷2530番地1

輪之内町産業課

電話：0584-69-3138

FAX：0584-69-3119

E-mail：sangyou@town.wanouchi.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	450	450	500	500	500
① 事業計画策定に係る専門家派遣費	200	200	200	200	200
② 需要動向調査費	100	100	100	100	100
③ 販路開拓支援費	100	100	150	150	150
④ 委員会等開催費	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
・ 補助金 (国、岐阜県、輪之内町) ・ 商工会自主財源 (会費収入、手数料収入等) ・ 賦課金収入

(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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等