

経営発達支援計画の概要

実施者名	日野町商工会（法人番号 1160005006471） 日野町（地方公共団体コード 253839）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>① 小規模事業者の「個性」（専門性・オリジナリティ）を磨き、需要開拓・高付加価値化を通じて売上や利益確保を伴走型で支援する。</p> <p>② 地域活性化のため、日野町や関係団体との連携により、まちの魅力を活かしたにぎわい創出を図る。</p> <p>③ 地域経済の持続的な維持・発展のため事業承継支援及び創業者育成支援を行う。</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域経済動向分析を行うとともに管内小規模事業者の景況調査の実施を通じて、地域の経済動向を把握し、事業計画策定支援の外部環境データとして活用する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 商品・サービスの開発ならびに改良のために、一般消費者・取引事業者へのアンケート調査やヒアリング調査を実施する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者との対話と傾聴を通じて、本質的な経営課題を抽出し、その解決に向けた効果的な事業計画策定支援を行うために、経営状況の分析を行う。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を行った小規模事業者や創業予定者に対し、内発的な動機付けにより潜在力を発揮し課題解決に至るよう、事業計画策定セミナーや、DX（IT）セミナーを実施し、持続的経営につながるよう事業計画策定支援を行う。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後、事業計画の進捗状況を確認するため事業者に対し定期的にフォローアップを行い、必要に応じて外部専門家や専門機関と連携し支援を行う。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 販路開拓を目指す意欲ある小規模事業者に対し、展示会・商談会等への出展支援及びDX（IT）の活用による販路開拓支援を行う。</p>
連絡先	<p>日野町商工会 〒529-1602 滋賀県蒲生郡日野町河原一丁目1番地 TEL：0748-52-0515 FAX：0748-53-1859 E-mail：info@hino-shokokai.com</p> <p>日野町 商工観光課 〒529-1602 滋賀県蒲生郡日野町河原一丁目1番地 TEL：0748-52-1211 FAX：0748-52-2043 E-mail：kankou@town.shiga-hino.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

《立地・概況》

日野町は、滋賀県の南東部、鈴鹿山系の西麓に広がる湖東平野に位置し、総面積 117.6 km²の町である。綿向山を水源とする日野川と竜王山を水源とする佐久良川の流域に沿って集落が発達した農村地帯となっている。

昭和30年(1955年)に1町6ヶ村が合併し町制がスタートした。町内には、3つの工業団地が造成され、54ほどの企業が進出・操業している。町の中心部には、国道307号線と477号線が交差し、縦断する307号線は、他市町との連絡道路の役割もあり、1日上下で平均16,800台超の車が行きかっている。(一般交通量調査)その沿道には、大型店やチェーン店、飲食店の出店が多く見られる。

町域の北は東近江市(人口111,422人)、南は甲賀市(人口87,965人)の大きな市と接しており、半径約30km圏内となっている。また、50km圏内を見渡すと、草津市、大津市、彦根市などの県内の湖東・湖南地域と県外の京都市、四日市市、大垣市等がある。

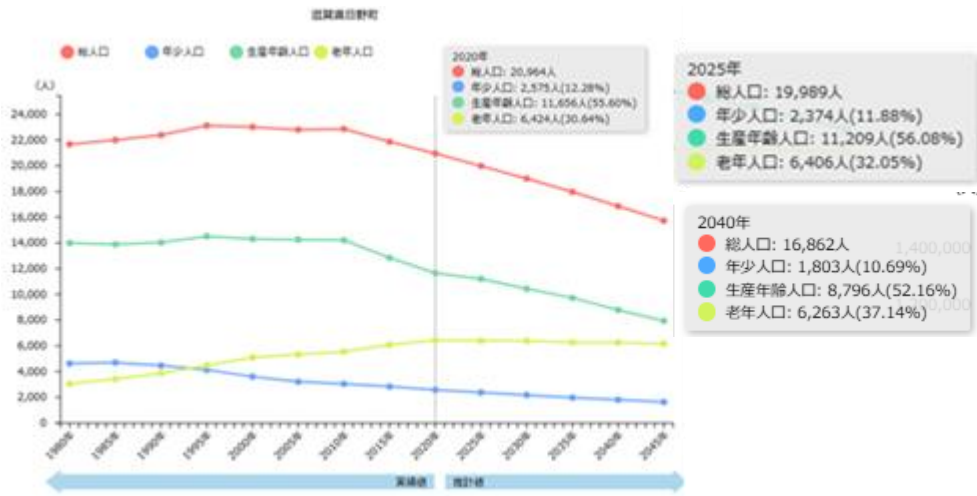


《人口》

町村合併時昭和30年(1955年)の総人口は、24,652人から、その後増減の繰り返しにより、平成7年(1995年)の23,022人を境に減少が続き、現在(令和6年(2024年)10月)では20,704人となっている。RESASでは、令和7年(2025年)には、20,000人を割り込み、令和22年(2040年)には、16,862人と今後大きく減少することが予測されている。

また、世帯数は昭和45年(1970年)には、5007世帯から増加を続け、現在(令和6年(2024年)10月)では8,815世帯となり、核家族化が進んでいることを裏付けられる。

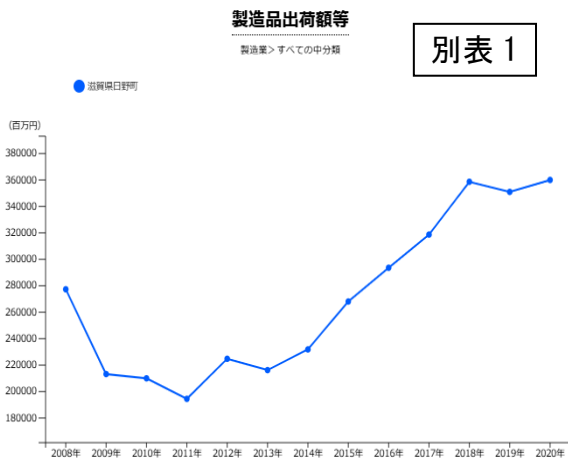
老年人口は、令和2年(2020年)には、30%を超え、現在(2024年)も進んでいる状態である。



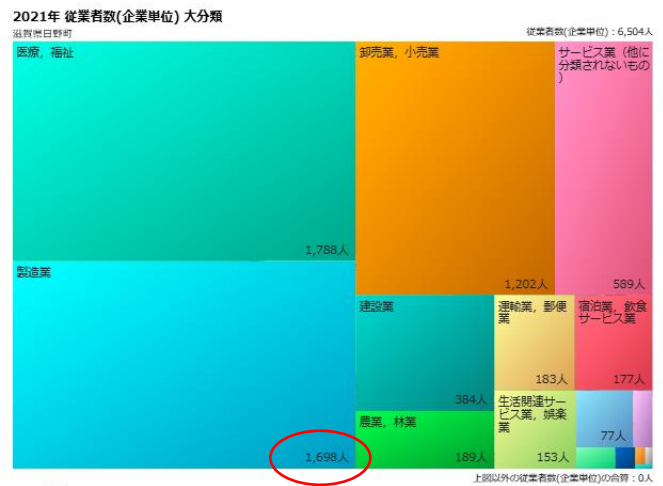
《産業》

【製造業】

日野第一工業団地、日野第二工業団地、寺尻工業団地と町内3つの工業団地や地域に点在する製造業者を合わせて70社を超える企業が立地され、町内の雇用や税収に貢献し、令和3年(2021年)では1,698人の雇用がされている。順次進出企業の増加に別表1の通り出荷高も伸びつつ、順調に推移している。(RESAS)



別表1



【商業】

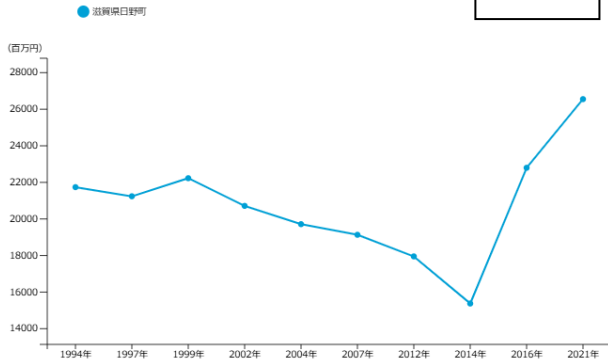
商業においては、既存商店街が、店主の高齢化等を理由に解散や個店の廃業など、減少傾向にあるものの、大型店、大手チェーン店の進出が相次ぎ、商品販売額が増加している。消費者動向がかわりつつ、商業構造が変化したものと思われる。別表2では、平成26年(2014年)に平和堂がフレンドタウンとする複合商業施設として進出し、その後、ドラッグチェーン店がコスモス薬品、くすりのアオキ、ホームセンターとしてナフコの進出出店による影響が大きいとみられる。

また、街中では古民家を改築した飲食店、カフェなどの開業があり、旧住宅地でのコミュニティの場として活用がされている。

年間商品販売額

すべての大分類>すべての中分類

別表 2

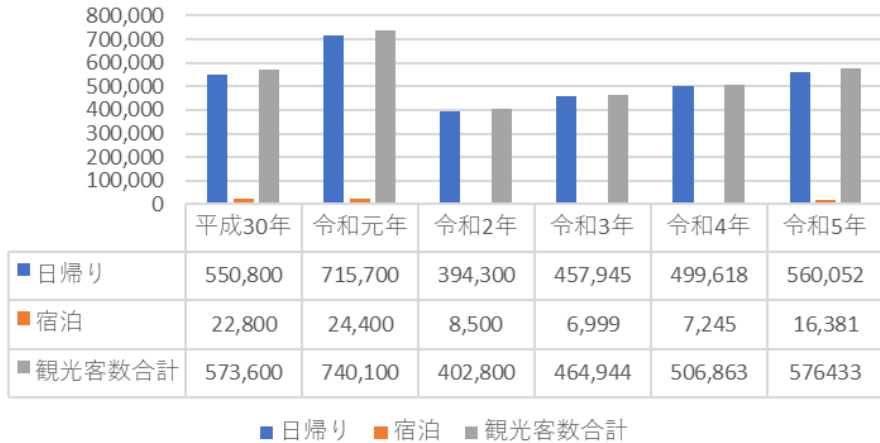


【観光】

平成9年（1997年）に創業した滋賀農業公園ブルーメの丘をはじめ、3つのゴルフ場、グリム冒険の森オートキャンプ施設、ダリア園など豊かな自然環境を生かした施設により、年間50万人の観光客を受け入れている。近年では、農業体験型民泊により修学旅行生や外国人の来町も増加しつつある。令和2年（2020年）時はコロナ禍で活動が自粛されていたが、現在では徐々に回復してきている。

日野町商工観光課調べ

日野町観光客数の推移（人）



滋賀農業公園ブルーメの丘



日野ゴルフ場



オートキャンプ場グリム冒険の森

《交通》

日野町の道路は、南北に国道 307 号が縦断、東西には、国道 477 号が横断し、これらの主要道路から、名神高速道路の八日市 IC や竜王 IC、蒲生 SIC へ、また、新名神高速道路の信楽 IC や甲賀土山 IC にアクセス出来る。車があれば比較的便利な場所に位置しているといえる。一方、公共交通機関については、近江鉄道と近江バスが JR 駅にアクセスするための手段となっている。車社会の中で、約 1 時間に 1 本の各上り下りの運行であり、乗車客も高校生の利用はあるものの、平均 430 人／日の利用となっている。(近江鉄道株データ引用) 公共鉄道の存続のため令和 6 年(2024 年) 4 月に滋賀県からの、上下分離方式の導入支援を受け、現在に至っている。

町内では、中央部に店舗、学校、病院等の施設があり、過疎部から自動車移動ができなければ生活が不自由となり、高齢化社会の中で公共交通に対する問題を抱えている。

【参考 日野町中心部の交差点通行量データ】

国道 307 号線 (フレンドマート交差点)	24 時間交通量 (上下計) (小型車) (台)	10,648
	24 時間交通量 (上下計) (大型車) (台)	3,722
	24 時間交通量 (上下計) (合計) (台)	14,370
国道 477 号線 (フレンドマート交差点)	24 時間交通量 (上下計) (小型車) (台)	2,907 (推定値)
	24 時間交通量 (上下計) (大型車) (台)	367 (推定値)
	24 時間交通量 (上下計) (合計) (台)	3,274 (推定値)

(一般交通量調査)

②課題

- ・人口減少や高齢化社会を迎え、商業では市場の縮小や経営者の高齢による廃業もあり、商品、サービスの供給体制が不安定な状態となっている。そのため、消費者は物足らなさから、消費や雇用の流出につながり悪循環となっている。そのようなことが、工業においても労働力不足として影響を受けている。
- ・商業では、大型店やチェーン店の進出により、商店街の衰退や個店の廃業につながっている。地域文化の継承等のため、地域密着型の地元店舗や事業所の存在は重要で、持続可能な経営体制の支援が必要である。さらには、新しく創業者への導きや、第三者承継などの取り組みが必要である。
- ・時代の変化に伴い、新しい経営感覚が必要となっている。単に物やサービスを提供するというだけでなく、個性(専門性・オリジナリティ)が重要となり、労働力不足や市場の拡大を図るため、業務効率化やDX能力が経営上必要となってきている。個店のもつ課題が多様化し、対話と傾聴の中で現状分析を行い、課題と対策を明確にし、中長期計画による改善支援が必要である。

(2) 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

小規模事業者が持続的な発展を続けるためには、経営環境の変化に対応していく必要がある。当会の長期的なビジョンとして、事業者に寄り添い傾聴と対話により信頼関係の構築を図りながら、個社のオリジナリティを引き出すために経営課題を把握し、各種セミナーや専門家派遣により経営スキルの向上を支援することにあると考えている。

日野町では本格的な高齢化社会に備えて、高齢者が安心して買い物ができるまちの維持が望

まれている。地域経済の持続的な維持・発展のため、事業承継や創業者の育成支援に重点を置き、関係機関との連携によりにぎわいの創出を図っていかなくてはならない。また、近年顧客の志向は急速に変化しており、競合先との差別化が求められ、小規模事業者はこの変化に対応していく必要がある。経営資源の少ない小規模事業者にとってこの変化に対応することは容易ではない。しかし、この変化に対応することが出来れば新たなビジネスチャンスの方が期待できる。そのため商工会は長期ビジョンのもと、国・県・町等の行政及び各種支援機関や金融機関と連携を図りながら、小規模事業者の伴走型の支援に取り組む。

②日野町総合計画との連動性・整合性

令和3年策定の日野町第6次総合計画(2021年～2030年)において「時代の変化に対応し、だれもが輝き、ともに創るまち“日野”」の実現に向けて、生活の基盤となる町内産業の持続的な発展が必要不可欠となる。中小・小規模企業支援のめざす姿では「地元企業が持続的に発展し、地域内経済循環のなかで、多様な創業と事業承継があり、地域経済の活力あふれるまち」としている。

商工会は、日野町の基本方針と連動・整合性をもって、経営発達支援計画を策定し、小規模事業者の伴走型支援と共に地域経済の持続的な発展を目指し実施する。

③商工会としての役割

商工会は、上記の日野町のめざすべき将来像、中小・小規模企業がめざす姿を踏まえ、国・県・町等の行政及び各種支援機関や金融機関と連携を図り、町内小規模事業者の業種・業態等に応じて売上増加、経営力の向上、販路開拓、商品開発、創業支援、事業計画の策定・実行、フォローアップなど、持続的な経営発展のための伴走型支援に取り組む。今後ますます厳しくなることが予想される社会や経済情勢の変化に対応するため、小規模事業者自らが時代の変化や消費者動向などの社会的ニーズを的確に把握し、経営革新や創造的な活動への転換を図り、生産性向上や競争力強化に取り組む必要がある。事業者との対話と傾聴による信頼関係の構築を図り、内発的動機づけにより課題の解決に取り組み、強いては自走化による持続的な経営がされるよう伴走型の支援に取り組む。

(3) 経営発達支援事業の目標

前述の「(1) 地域の現状と課題」、「(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」、を踏まえ、地域への裨益及び小規模事業者の持続的発展を目的とし、経営発達支援事業の目標を設定し、小規模事業者に寄り添った伴走支援を実施する。

- ①小規模事業者の「個性」(専門性・オリジナリティ)を磨き、需要開拓・高付加価値化を通じて売上や利益確保を伴走型で支援する。
- ②地域活性化のため、日野町や関係団体との連携により、まちの魅力を活かしたにぎわい創出を図る。
- ③地域経済の持続的な維持・発展のため事業承継支援及び創業者育成支援を行う。

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7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

- ① 小規模事業者の「個性」（専門性・オリジナリティ）を磨き、需要開拓・高付加価値化を通じて売上や利益確保を伴走型で支援する。

小規模事業者との対話と傾聴を通じて、経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、事業計画策定の必要性を促すとともに、専門家派遣等を活用し事業計画の策定支援を行う。また、定期的なフォローアップ支援を行うことにより事業者の潜在能力を引き出し、PDCA サイクルを見直しながら将来的な自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行う。事業者が当事者意識を持ち、自らが事業計画を実行していくための伴走支援を実施し、売上や利益の拡大を図る。

- ② 地域活性化のため、日野町や関係団体との連携により、まちの魅力を活かしたにぎわい創出を図る。

日野町や関係団体と連携し、地域資源を生かした新商品・新サービスの開発を推進し、販路開拓支援を行う。また、体験交流型による着地型観光の推進、観光振興による交流人口の増加や年間のイベントを通じて町の魅力を県内外に発信し、にぎわいの創出とクーポン券や商品券等の利用による地域内循環の実現により地域経済の持続的な発展を図る。

- ③ 地域経済の持続的な維持・発展のため事業承継支援及び創業者育成支援を行う。

町内事業者の高齢化等による廃業は毎年増加している。事業承継の重要性の理解を深め、日野町との連携により(株)ライトライトを活用した事業承継支援に取り組む。また、滋賀県事業承継引継ぎ支援センターや日本政策金融公庫等とも連携し、親族内承継だけでなく、第三者承継を含めた具体的な支援に結び付けていく。また、事業を始めた意欲ある創業者に対して、日野町の創業支援事業計画と連動した創業セミナーを近隣市町との連携（Bエリア 甲賀市・湖南市・竜王町・日野町各商工会）により開催し、事業計画策定や資金調達等の支援を行う。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 地域経済動向調査として、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）のデータを活用し、事業計画策定支援等に反映をおこなった。また景気動向調査として、確定申告時、町内事業者の売上高や経常利益等のデータを収集・分析し、会員へ結果を会報で公表した。

【課題】 RESASのデータ分析とその結果を、事業計画策定支援先以外へ活用ができていなかった。事業計画策定支援先以外にも、調査結果が閲覧でき、自社の経営分析の材料になるよう、広く情報発信をおこなっていく必要がある。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

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、年1回公表する。

【調査手法】 経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】 ・「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
・「まちづくりマップ・From-to分析」→人の動き等を分析
・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析
⇒上記の分析を総合的に分析する。

②景気動向分析

町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、年1回、確定申告書作成支援時に財務状況、景況感のヒアリング調査をおこなう。

【調査手法】 経営指導員等が年1回、確定申告書作成支援時、金融支援時及び補助金支援時等の財務書類及びヒアリングを基にデータを収集・整理・分析を行う。

【調査対象】 町内小規模事業者80社（製造業、建設業、卸小売業、飲食・サービス業）

【調査項目】 売上額、売上総利益、経常利益（青色申告控除前所得金額）、従業員数の増減、景況感、設備投資等

(4) 調査結果の活用

収集した情報は、経営指導員等が整理・分析し、事業計画作成時の経済動向分析等に活用するとともに、広く当会HPを通じて公表する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 商品開発等マーケティング調査の実施支援として、「滋賀のちいさな企業 食の展示商談会」へ出店し、消費者の需要に精通しているバイヤーから、商品のアンケート調査をおこなった。

〔課題〕 アンケート結果は、「価格が高い」という価格競争に突入するような回答が多く、実際、結果を取り入れるよう勧められなかった。価格に左右されない、自社の強みとなるようなバイヤー視点の着眼点が得られるよう、アンケート項目を改良する。

(2) 目標

	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
①アンケート調査対象事業者数	3社	3社	3社	3社	3社	3社
②アンケート取得事業者数(バイヤー・取引先等)	10社	10社	10社	10社	10社	10社

(3) 事業内容

①商品・サービスに関するアンケート調査

小規模事業者の個性(専門性・オリジナリティ)や地域資源を活かした商品開発や改良のため、主として滋賀県商工会連合会が実施する「滋賀のちいさな企業 食と観光・サービス個別商談会」に出展する事業計画を策定した小規模事業者の商品に関するアンケート調査を実施する。

<滋賀のちいさな企業 食と観光・サービス個別商談会 概要>

主催：滋賀県商工会連合会 後援：滋賀県

概要：百貨店、食品卸業者、旅行会社等のバイヤー31社と249商談(令和6年度実績)

出店者数：県内34事業者出展(令和6年度実績)

【調査手法】 展示会・商談会に来場するバイヤー等に対し、試食や商品を見ていただき、経営指導員等が聞き取りアンケート調査を実施する。

【調査項目】 需要の多い商品・シーン・価格帯・デザイン・機能性・トレンド等、事業者の目的に合わせたものを設定する。

【調査結果の分析と活用】 収集したアンケートを、商品・価格・デザイン・トレンド等に細かく分析を行い、説明する。また、事業者との対話により、今後の商品開発における改善・改良点について話し合い、販路開拓につなげる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 これまで小規模事業者持続化補助金やその他各種補助金申請の際に、経営指導員の主導により、財務分析等を行ってきたが、補助金申請のための一過性のものになっていた。

【課題】 今後は、補助金申請のためだけの経営状況分析ではなく、事業者と時間をかけ現状分析を行い、事業者ごとの本質的な課題を見つけ、将来の展望を踏まえた事業計画策定を行うことが課題である。

(2) 目標

	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
経営分析 件数	20社	20社	20社	20社	20社	20社

(3) 事業内容

①経営分析の内容

小規模事業者が事業の継続・発展を行うために、日々の巡回・窓口指導のなかで、経営支援が必要な意欲的で販路拡大の可能性が高い事業者に対して、「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題の把握に繋げる。自社の経営状況の分析を通じて、将来の展望を踏まえた事業計画を策定できるようにする。

【対象者】 巡回等を通じて、経営支援が必要な、販路開拓に意欲的な事業者

【分析項目】 財務分析(定量分析)：売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率等

非財務分析(定性分析)：経営方針、経営理念、企業概要、SWOT分析、経営課題抽出など事業計画策定に必要な項目

【分析手法】 経済産業省の「ローカルベンチマーク」や全国商工会連合会の「経営分析システム」、中小企業基盤整備機構の「経営計画つくるくん」等を活用して、経営指導員等が分析を行う。

(4) 分析結果の活用

分析後、事業者と分析結果を共有し、自社の現状の把握、また、今後の事業計画策定に活用する。分析結果については、事業所ごとにデータベース化し、内部共有することで経営指導員等のスキルアップ、また担当者が代わった際もスムーズな支援が行えるよう活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 補助金申請のための一過性の計画策定を行う事業者が多く、補助金申請前に、会員事業所への事業計画策定支援を行ってきた。一過性の計画となってしまうため、事業所の本質的な課題解決のための計画となっていない事業者が多かった。

〔課題〕 補助金申請のための事業計画策定でなく、財務分析、SWOT分析など、事業所それぞれの経営分析や需要動向調査の結果に基づき、事業所ごとの本質的課題を見つけ、経営指導員と共に事業計画策定を行うことが課題となる。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が事業継続、発展を行うために事業計画策定は必須である。補助金申請の相談を契機に、事業計画を策定する重要性を説明し、事業者と共に経営分析、地域の経済動向調査、需要動向調査を踏まえ、策定支援を行う。事業者自らが、本質的課題を認識し、納得し、内発的動機づけを促せるよう、計画策定支援を行う。

さらに、事業計画策定セミナーを開催し、中小企業診断士等専門家を交え、事業計画策定支援を実施する。また、創業セミナーを開催し、専門家を交え創業計画の策定支援も実施する。

(3) 目標

	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
事業計画策定セミナー回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定社数	15社	15社	15社	15社	15社	15社
創業セミナー回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
創業計画策定社数	3社	3社	3社	3社	3社	3社

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

外部専門家を交え、小規模事業者に事業計画を策定することの重要性を認識してもらい、事業者自らが事業の本質的課題を認識し、課題に向き合い、事業計画策定に取り組めるよう、事業計画策定セミナーを開催する。

【支援対象】 補助金等の申請を目指す事業者、創業希望者等
経営状況分析や需要動向調査を実施した事業者、

【募集方法】 HP、SNS、メール、チラシ等

【講師】 中小企業診断士

【回数】 年間1回以上

【カリキュラム】 現状分析、目標設定、ビジョン、課題抽出、改善策、アクションプラン等

【参加者数】 10名

② 創業セミナーの開催

外部専門家を交え、開業間もない小規模事業者や、これから開業を考えている個人へ向けてBエリア(甲賀市・湖南市・竜王町・日野町)の4市町で合同開催を行う。漠然と創業したいと考えている個人や、開業間もない小規模事業者に、SWOT分析等自社分析を行い、創業計画書の策定できる内容とする。

【支援対象】開業後間もない小規模事業者や、開業を考えている個人

【募集方法】HP、SNS、チラシ等

【講師】中小企業診断士

【回数】年間1回 全8回シリーズ

【カリキュラム】経営・人材育成・販路開拓・財務の4テーマに沿って全8回で開催

【参加者数】30名

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者を対象とし、進捗状況の確認と支援策周知を行ってきたが、計画策定後の十分なコンサルティングまで至っていなかった。

〔課題〕 事業計画策定時には伴走型の支援により計画策定を行っているが、計画策定後のフォローアップについては、事業計画の進捗状況や売上・利益など状況を把握することとどまり、経営指標の推移やPDCAサイクルの見直しなどの継続的な経営に係る指導及び助言などができていないことが課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定事業者を対象とし、対話と傾聴を意識し、事業者自身の取組みの確認や自らが、課題を発見し、解決しようとすることができるよう事業者への内発的動機付けを行い、自走化に向けた支援ができるよう潜在能力を引き出す支援体制を確立する。

フォローアップ頻度は、事業計画の進捗状況や事業者の課題に応じて設定し、継続的な支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
フォローアップ対象事業者数	36社	18社	18社	18社	18社	18社
頻度(延回数)	212回	72回	72回	72回	72回	72回
売上2%以上の増加事業者数	10社	5社	5社	5社	5社	5社

(4) 事業内容

事業計画策定事業者に対して経営指導員等が3か月に1回程度巡回やオンライン等により事業計画進捗状況の確認・フォローアップを行い事業者の現状を把握し臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくない事業者については、中小企業診断士等の外部専門家の派遣などを通じて、フォローを行う。

目標数値の変更理由としては、今回の申請より、当該年度に計画策定を行った事業者のみを対象としたため減少した。(昨年までは前期と今期の2年間でフォローアップ)対象事業者へは、傾聴と対話による支援を行い、より質の高いフォローを行うと同時に自走化を促す。また、頻度についても、前期の支援で、毎月1回のフォローアップが必要な事業所がほとんどなく、また事業計画の進捗状況や売上・利益等の経営指標の推移の確認を行うにあたっては、効果測定にある程度の期間が必要であることから、今期の目標数値の変更を行う。

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] 前期の計画では、地域内外の展示会・商談会出展支援は、コロナ禍で機会が失われたこともあったが、コロナ禍後には滋賀県商工会連合会主催の食の展示・商談会等に参加事業者を募り、バイヤーとの商談機会を通じBtoBに対して出展支援が実施できた。また、BtoC支援に関しては、地域のイベントを活用し、地元消費者とのコミュニケーションを図りながら、自社のPRや商品販売による売上の増加の場として活用し、販路開拓を支援した。また、情報発信支援として、ITツールを活用したDX化に向けた取組みに対し伴走支援を実施してきた。

[課題] 地域の小規模事業者は既存顧客に依存したビジネスモデルが多く新たな需要(顧客)の開拓に関しては、限られた資金や人員の問題で十分に取り組めていない事業者が多い。展示会や商談会への出展や、販路開拓をしようとする小規模事業者を掘り起こすことは以前から課題であった。巡回指導による聞き取りや情報収集により、事業者のニーズを的確に把握し出展へ繋げる必要がある。また、地域イベント出展支援については、販売が目的となり自社のPRや新商品の開発にまで至らないこともあった。ITツールの活用についても、事業者の知識・人材等の不足により進まないことが課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

事業者の中で自社商品の販路を広げるため、事業計画を策定するなどの取組みを行う意欲ある小規模事業者に重点を置いた支援を行うため、滋賀県商工会連合会が主催する商談会や首都圏で開催される展示会への出展を支援する。特に製造小売業種を重点に支援を行い、個性的で付加価値の高い商品の開発と販路開拓を目指す。出展にあたっては事業者に対し、経営指導員が滋賀県商工会連合会等の支援機関と連携し、事前指導(ブースレイアウト、商談方法等)や事後のフォローなどきめ細やかな伴走支援を実施し、出展効果を高める。地域イベントを活用した販路開拓事業では、地元消費者とのコミュニケーションを図りながら、イベント終了後も店舗利用につながるよう工夫を凝らした自社のPRを行い、売上額の増加と新規顧客の開拓を行う。また、ITツールを活用した取組みとして、自社ホームページの作成やSNSの活用、キャッシュレス化等を推進し、事業所の理解を高めた上で、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の支援を行う。

(3) 目標

	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
① 展示商談会等 出展事業者数	3社	3社	3社	3社	3社	3社
成約社数/社	2社	2社	2社	2社	2社	2社
② 地域イベン ト出店者数	2社	10社	10社	10社	10社	10社
売上額/社	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
③ IT活用支援 事業者数	2社	2社	2社	2社	2社	2社
ITツール導 入数/社	2社	2社	2社	2社	2社	2社

(4) 事業内容

①県内外で開催される展示会等への出展事業〔BtoB〕

滋賀県商工会連合会主催の「滋賀のちいさな企業 食と観光・サービス個別商談会」や首都圏で開催される「ニッポン全国物産展」や「東京ギフトショー」等の情報提供を行い新たな販路開拓を伴走支援により実施する。

<展示会等の概要>

- ・滋賀のちいさな企業 食と観光・サービス個別商談会

主催：滋賀県商工会連合会 後援：滋賀県

概要：百貨店、食品卸業者、旅行会社等のバイヤー31社と249商談(令和6年度実績)

出店者数：県内34事業者出展(令和6年度実績)

- ・ニッポン全国物産展

主催：全国商工会連合会

概要：47都道府県のご当地フードや昔ながらの名産品、お持ち帰りいただける物販商品などが集結
参加事業者：約200者

来場者数：約8万人

- ・東京インターナショナル・ギフトショー

概要：パーソナルギフトと生活雑貨等が集まる見本市

参加事業者数：2939者出店(令和6年度春の実績)

来場者数：223,040名(3日間合計、令和6年度春の実績)

効果：出店経験の少ない小規模事業者が展示会や商談会等へ出店することにより、商談スキルとコミュニケーション能力の向上や、自社の製品やサービスについて見直す機会となり、オリジナリティや差別化のポイントを再確認する機会になる。また、展示会への出展を通じて販路開拓やブランドの強化、業界関係者とのつながりによりビジネスチャンスが拡大することが期待できる。

②地域のイベントを活用した販路開拓事業〔BtoC〕

日野祭り(来町者数 約30,000人)や氏郷まつり夏の陣(来場者数 約9,000人/出店数35店)・楽市楽座(来場者数 約4,000人/出店数35店)など、地域イベントを活用し販路開拓支援を継続的に行う。地域の小規模事業者が新商品のテスト販売や自社PRの場として活用し、地元消費者とのコミュニケーションを図りながら新たな販路開拓を支援する。また、町・観光協会と連携して実施する観光キャンペーンやふるさと納税寄附の返礼品取

扱事業者の掘り起こしについても、新たな需要の開拓や販路開拓につながる支援を伴走型で行う。

効果：地域のイベントを活用した販路開拓事業では、地元消費者との直接的な交流を通じて、自社PRやテスト販売を行うことにより、イベント終了後も消費者の店舗利用につながり、売上増加や新規顧客の獲得が期待できる。また、町・観光協会との連携により新たな需要の開拓が期待できる。

③ IT活用事業

ITツールを活用し、社内のDX化及び消費者向けの情報発信支援を行う。具体的には自社ブランドの認知度・信頼性の向上のためのホームページの作成や新規顧客の獲得やリピータ増加のためのSNSの活用、また人的コストや手間の削減・業務の効率化のためのAIの導入やキャッシュレス化の取り組みなど事業者ニーズに応じて、当会ITアドバイザーやIT専門家が個別に伴走支援を行う。

効果：IT活用事業では、事業のDX化を進めるため社内システムの効率化や自社ホームページの作成・SNSの活用・キャッシュレス化等の取り組みを推進し、当会のITアドバイザーやIT専門家が個別に支援することで、業務の効率化と生産性の向上が期待でき、結果として売上増加や競争力強化が期待できる

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] 毎年度事業終了後、事業評価委員会を開催し、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を年1回行っている。

[課題] 事業評価委員会は年1回開催し、事業の実施状況の報告や成果を定量評価により行い、各委員による事業評価がされていた。評価結果については、支援にあたる全職員が目標を再確信し、課題を整理・検討したうえで次年度の支援に活かすことができるかが課題になっている。

(2) 事業内容

①事業評価委員会の開催

外部有識者（中小企業診断士等）、日野町商工観光課長、商工会正副会長、法定経営指導員等により構成する事業評価委員会において、年1回、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。また、評価委員会の結果を踏まえて全職員が課題を整理・検討し共通認識のもと支援に取り組む。

②評価結果の公表

評価結果については、当会理事会にて報告し承認を得て、総代会へ報告するとともに、商工会ホームページにて公表し、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

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] 滋賀県商工会連合会職員研修会に計画的に参加し、年間20時間の研修を受講している。他にも必要に応じて外部主催の、IT・事業承継・創業・共済等の各支援に関する研修会にも参加し、資質の向上に取り組んでいる。

[課題] 職員研修会に参加することで、経営指導員の基礎知識の向上は一定程度図られているが小規模事業者を取り巻く経営環境は複雑化しており、中でもITに関する支援は喫緊の課題となっている。また、研修会への参加により得た知識やノウハウを組織内で共有し、全体のレベルアップを図れるかが課題である。

(2) 事業内容

① 滋賀県商工会連合会の職員研修への参加

滋賀県商工会連合会職員研修等を活用し、全職員が個々の支援能力に応じて年間20時間受講する。また、必要に応じて外部主催の研修会や中小企業大学校での研修会へ参加し、職員の支援能力の向上を図る。

② IT活用推進に向けた研修会への参加

ITの推進に向けて、小規模事業者への情報提供や経営指導を行うには、まず支援する側の経営指導員の知識の習得が必要である。ホームページ作成やECサイト利用に関するセミナーやSNS・電子決済システム(キャッシュレス)等の講座など、外部の各種研修会へも積極的に参加し、支援能力の向上を目指す。また、研修内容の情報共有により、職員全体のITスキルの向上を図る。

③ 職員間の定期ミーティングの開催

個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有するため、朝礼等で経営支援事例や研修会で習得した内容を発表し意見交換を行い職員の支援能力の向上を図る。また、必要に応じてミーティングを開催し、組織内での支援の情報共有を図る。

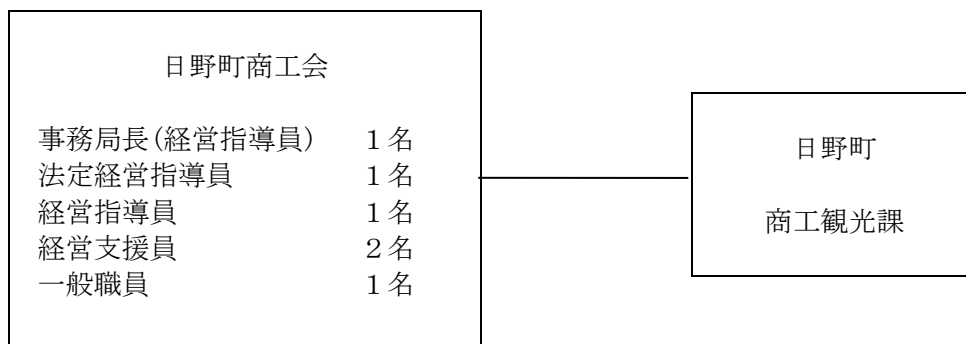
(別表2)

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6年12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)



- (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：奥村 卓

連絡先：日野町商工会 TEL：0748-52-0515

② 法定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・見直しをする際に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

〒529-1602 滋賀県蒲生郡日野町河原1丁目1番地

日野町商工会

TEL：0748-52-0515 / FAX：0748-53-1859

E-mail：info@hino-shokokai.com

② 関係市町村

〒529-1602 滋賀県蒲生郡日野町河原1丁目1番地

日野町 商工観光課

TEL：0748-52-1211 / FAX：0748-52-2043

E-mail：kankou@town.shiga-hino.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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600
・ 専門家派遣費	200	200	200	200	200
・ セミナー開催費	500	500	500	500	500
・ 需要動向調査費	100	100	100	100	100
・ 展示会等出展費	800	800	800	800	800

(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
会費、日野町補助金、滋賀県補助金、国補助金、各種手数料等

(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。

