

経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>愛荘町商工会（法人番号 5160005005734） 愛荘町（地方公共団体コード 254258）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和8年4月1日～令和13年3月31日</p>
<p>目標</p>	<p><b>経営発達支援事業の目標</b>          (1) 小規模事業者に対して、対話と傾聴による伴走型支援により、事業者の本質的な課題や想いを共有しながら、持続的経営につながるよう事業計画策定支援を行う。          (2) 地域経済の持続的な維持・発展のため需要開拓や生産性向上による売上や利益向上に繋がる支援を推進する。          (3) 地域活性化のため、愛荘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>事業内容</p>	<p><b>経営発達支援事業の内容</b>  <b>3. 地域の経済動向調査に関すること</b>          管内の小規模事業者の独自調査や「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。  <b>4. 需要動向調査に関すること</b>          展示会・商談会におけるバイヤーに対する調査支援と、顧客ニーズと市場の動向についての調査支援を行い、該当事業者に提供することにより、商品の改善改良に繋げる。  <b>5. 経営状況の分析に関すること</b>          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。  <b>6. 事業計画策定支援に関すること</b>          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。  <b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b>          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。  <b>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b>          販路開拓を目指す小規模事業者に対して、展示会や商談会の出展支援及びDX（IT）の活用による販路開拓支援を行う。</p>
<p>連絡先</p>	<p>① 愛荘町商工会          〒529-1331 滋賀県愛知郡愛荘町愛知川 72          TEL:0749-42-2719 FAX:0749-42-5608 E-mail:info-e@aisho.or.jp          ② 愛荘町役場 商工観光課          〒529-1380 滋賀県愛知郡愛荘町愛知川 72          TEL:0749-42-8017 FAX 0749-42- 6090 E-mail: shoko@town.aisho.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

I. 経営発達支援事業の目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

<位置・地勢>

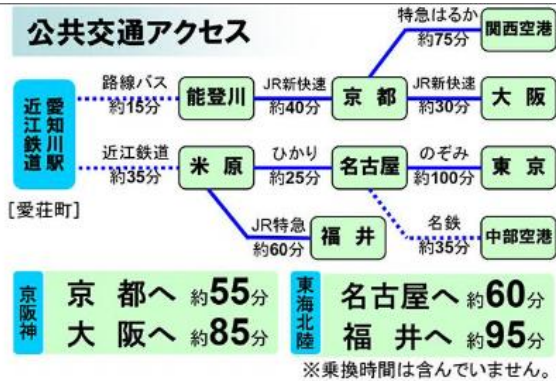
本町は、琵琶湖の東部・湖東地域に位置し、東西約13 キロメートル、南北約7 キロメートル、総面積は37.95 平方キロメートルで滋賀県全体の約1%を占めている。

標高は、最も高い南東部で約700メートル、低い北西部で95メートル、鈴鹿山系の山麓から西に広がる洪積丘陵と扇状地が湖東平野の一部を形成しており、南には一級河川愛知川が、中央部には一級河川宇曾川や岩倉川が流れている。



<交通>

町東部の山際には国道307と名神高速が、西部に広がる湖東平野には中山道と国道8号、近江鉄道、東海道新幹線が、それぞれ南北に縦断しており、交通の要衝地でもある。2013年10月には、名神高速の彦根―八日市IC間に湖東三山スマートインターチェンジ(以下湖東三山SIC)が開通し、湖東三山SICを利用すれば、京都へ約1時間、名古屋へ約1時間半でアクセスできるようになる。



<自然環境>

鈴鹿山系からの豊かな清水と自然に恵まれ、平成の名水百選に認定される宇曾川上流の「山比古湧水」など、古くから水との関わりが深く、田畑が町域の約4割を占めている。

この美しい自然環境が、農業を始めさまざまな産業を発展させ、おだやかな風が吹き、青い空が広がる春、太陽の光を受けて深緑のみどりがまぶしい夏、田園風景が小麦色に染まる秋、鈴鹿の尾根が白い雪をまとう冬、彩り豊かな自然と美しい水辺空間がまちを囲んでいる。

### <人口の推移>

国立社会保障・人口問題研究所による将来推計人口（令和 5（2023）年推計）結果によると、本町の人口は2020年（令和 2年）の20,893人をピークに、以降は一貫して減少傾向が続く。

約25年後の2045年（令和 27年）に2万人を切り、約50年後の2070年（令和 52年）には約1.6万人（現在の8割未満）まで落ち込むものと予測されます。

高齢化が急速に進み、2030年（令和 12年）には高齢化率25%を超え、2045年（令和 27年）には高齢化率30%を超えることが予測される。

将来推計人口（2023年社人研推計）



### <歴史文化、伝統>

この地域は古くから開けた土地制度で、古代の渡来系氏族「依智秦氏（えちはたうじ）」ゆかりの古墳群のほか、条里制による土地の遺構が多く残されている。

湖東三山として知られる金剛輪寺は聖武天皇の勅願により行基が開山。近世には中山道65番目の宿場として愛知川宿が栄えたほか、明治には郡役所や警察などの官公署が置かれ、近江鉄道が開通するなど、古くから地方の中心として発展してきた。

1955年、昭和の大合併では秦川村と八木荘村が合併して秦荘町に、また愛知川町と豊国村が合併して愛知川町となり、この秦荘町と愛知川町が2006年に合併し愛荘町が誕生、現在に至る。

交通の要衝として発展してきた愛荘町には、自然環境の豊かな恵みを活かした「秦荘のやまいも」や「近江上布」、「愛知川びん細工手まり」などさまざまな特産品・工芸品が、伝統の技とともに今に受け継がれている。



鈴鹿山系 伏流水



秦荘のやまいも



近江上布



愛知川びん細工手まり



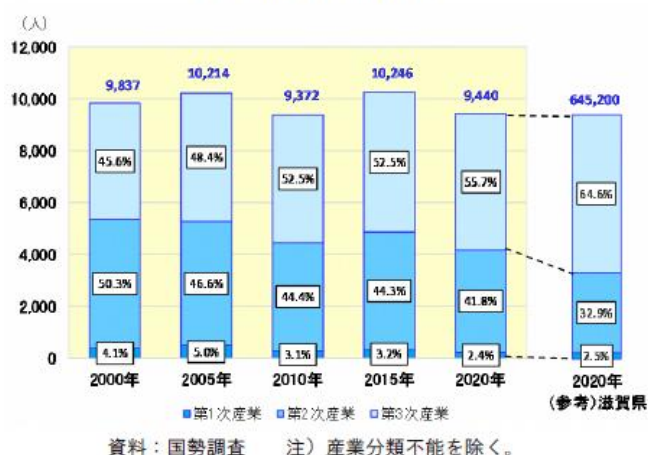
## <愛荘町の産業>

本町は、名神高速道路や国道等の広域交通網と愛知川伏流水の豊かな水源を背景として、各種製造業や商業などの産業集積が進んできた。

産業別就業構造は、2020年国勢調査では、第3次産業が55.7%を占めて最も多くなっており、次いで第2次産業が41.8%と高い割合を占めていることが特徴で、滋賀県（32.9%）と比較して高い割合となっている。

第1次産業は2.4%と最も少なく、近年は減少傾向が最も深刻化している。

産業別就業者数の推移



## <企業数から見た産業構造（企業単位の構成比）>

愛荘町の小規模事業者数は、560事業所（商工業者数696事業所）である。業種別ではサービス業が最も多く（167事業所）、次いで製造業（157事業所）、小売業（137事業所）、建設業（102事業所）と続き、全体の小規模事業者が占める割合は80%となっている。

愛荘町の商工業者数推移

	平成28年度 商工業者数	令和元年度 商工業者数	令和6年度 商工業者数
建設業	127	102	102
製造業	171	157	157
卸売業	43	44	44
小売業	155	137	137
飲食・宿泊業	48	58	58
サービス業	162	167	167
その他	16	31	31
商工業者数合計	722	696	696
(内小規模事業者数)	584	560	560

出典：滋賀県商工会実態調査

## ＜商工会における地域活性化の取組み＞

### 【66 シリーズ】

東京日本橋から数えて 66 番目にあたる「中山道愛知川宿」の歴史と、本町の伝統野菜である「秦荘のやまいも」を組み合わせた「66 シリーズ」のブランド開発事業を、農商工連携人材育成事業・全国展開支援事業なども活用し、平成 21 年度より開始し 17 年目を迎える。

特産品の開発により本町のブランドに育て、全国に発信する目的の本事業の代表的な開発商品が「66 うどん」で、毎年度継続的に地域の魅力を活かし商品開発に取組み、66 シリーズは 6 商品まで拡大。本町の魅力を伝える商品として、ふるさと納税の返礼品に採用されている。



### ②課題

#### ・新規創業や起業意欲のある人材活用による担い手確保

中山道沿いの商店街は後継者不足による空き店舗等の増加により、まちの中心を担う商店街はかつての活気は失われている状況にあり、新規創業を促進し、起業意欲のある人材の活用によるにぎわいの創出が重要である。

#### ・経営者の高齢化による事業承継支援ニーズの掘り起しによる早期対応

秦荘東小学校区では、一貫して人口減少と世帯流出が進み、小規模事業者の事業主の高齢化が進んでいる。後継者不在による廃業リスクが高まっており、円滑な事業承継に向けて後継者の選定と確保に向け早期対応が必要となっている。

#### ・人材不足への対応による採用・定着力、省力化、生産性の向上

町内の製造・建設・サービス業を中心に人材の定着と確保難が常態化しており、働き方改革による人材確保や、省力化・デジタル化の取組みによる生産性向上等が必要となっている。

#### ・地域内の購買力低下と多様化する消費スタイルに対応した商業サービスの再構築

人口減少・少子高齢化で市場縮小が進むなか、常連客に依存し新規顧客の獲得が進んでいない。また、町内には大型スーパーやドラッグストア、ホームセンターとの差別化を図るための高齢者向けの商品・サービスの拡充の遅れや、オンライン市場への展開が不足しており、購買行動の変化に追従できておらず、デジタル活用によるサービス強化が喫緊の課題である。

また、町が目玉となるような観光資源が少ないため、町外からの観光客やインバウンドは個別の観光施設を訪れる。各観光資源は独自に観光客の誘客に動いており、十分な連携や活用ができていない状況である。

## (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

気候変動や最低賃金の引上げや物価上昇が続く社会経済情勢に対応するためには、小規模事業者自らが時代の流れ、消費者動向などの社会的ニーズを的確に把握し、商品・サービスの付加価値化や需要の開拓、生産性向上や競争力強化に取り組む必要がある。そのためには、自らの経営努力により主体的に取り組む小規模事業者や意欲ある創業者を、町と商工会が連携して重点的に支援することで、地域経済の活性化を目指すことが重要である。

また、地域全体の魅力向上には地場産業や伝統工芸、農林業などの振興を図ることが重要である。本町の伝統的工芸品である「近江上布」(経済産業大臣指定)、「愛知川びん細工てまり」(滋賀県知事指定)、鈴鹿山系から流れる伏流水の恵みや、町の伝統野菜である「秦荘のやまい

も」を活かした新たな商品・サービスの開発・提供及び販路開拓の支援を通じて、事業者の売上及び利益増加により地域経済の活性化を目指す。

## ②第2次愛荘町総合計画（後期基本計画）との連動性・整合性

第2次愛荘町総合計画（以下：後期基本計画）においては、目指すまちの姿とその実現のための基本方針を定め、まちづくりの基本方針の中で、特に重点的・戦略的に取り組む施策を「重点戦略プロジェクト」と位置づけ、地方創生の視点『ひとづくり』、『しごとづくり』、『まちづくり』のそれぞれの分野において、施策を定めている。

【重点戦略プロジェクト】（第2部 基本構想 第5章 重点戦略プロジェクトより抜粋）

- |                          |
|--------------------------|
| 重点戦略1. 次代を担う「ひとづくり」      |
| 重点戦略2. 誰もが活躍できる「しごとづくり」  |
| 重点戦略3. 未来を先取る活力ある「まちづくり」 |

【まちづくりの基本方針】第3部 基本計画 第1章 施策の体系より抜粋

- |                        |
|------------------------|
| 1. 健康でいきいき暮らせるまちづくり    |
| 2. 夢と志を育む学びのまちづくり      |
| 3. 活力あふれるにぎわいのまちづくり    |
| 4. 安全で心豊かな暮らしを支えるまちづくり |
| 5. 快適でうるおいのあるまちづくり     |
| 6. 町民が輝き活気にあふれるまちづくり   |

以上3つの重点戦略プロジェクトと10年後にめざすまちの姿の実現に向けた6つのまちづくりの基本方針を定めており、3番目の「活力あふれるにぎわいのまちづくり」において、「まちの魅力を町内外に効果的に発信していくことで、まちの知名度やイメージの向上に取り組むとともに、地域資源を活かした起業促進や産業連携による商工業・農林業の振興を図り、新たな人の流れやまちの魅力の創出に向けた取組を推進します。」とあり、地域に密着した商工業の発展と外部人材等を活かした起業を促進し、地域活力を生み出すことで、まちのにぎわい創出を図ることとしている。

当商工会が関係する主な施策・内容については以下のとおりである。

第2次愛荘町総合計画（第3部 基本計画 第2章 分野別計画より抜粋）
3 「活力あふれるにぎわいのまちづくり」
3-1. 農林業の振興
3-2. 商工業の振興
3-4. 観光まちづくりの推進
●農商工連携の推進、6次産業化を支援し、新たな特産品の創出やブランド化を推進します。
●中小企業等の先端設備の導入に支援措置を講じることで、生産性向上のための設備投資を加速します。

- 中小企業等が有する技術力や製品などの魅力を広く発信し、販路拡大や市場の開拓につながるよう支援します。
- 商工会との連携により、新規起業者に対する「創業セミナー」を開催するとともに、新規出店に必要な資金の貸付など各種支援制度の周知に努めます。
- 地域おこし協力隊等の外部人材を積極的に誘致し、地場産業や地域資源を活かした起業を促進します。
- 駅や中山道周辺のまちの中心市街地と位置づけ、空き家・空き店舗を活用した起業家や移住者の誘致に努めます。

### ・創業支援

#### 10年後における地域のあるべき姿

本町は起業・創業が促進し、年間創業数が安定的に5件、5年定着率が60%以上の維持を想定している。財務・経営・人材育成・販路開拓を支援し、地域資源活用型ビジネスの創出を促進。

#### 理由

生産年齢人口の減少で事業の担い手が不足する中、創業により新陳代謝と産業の多様化を促し、地域の稼ぐ力を再構築する必要がある。単発支援ではなく、計画・資金・実行・検証の伴走体制を整備し、事業の持続性を高めることが重要である。

### ・事業承継支援

#### 10年後における地域のあるべき姿

後継者候補が確保され、第三者承継マッチングが進み、支援企業50%が計画的に承継完了する姿である。承継後の磨き上げ支援により、売上・利益の確保と雇用維持を実現する。

#### 理由

廃業を防ぐことは、地域の暮らしと雇用を守る要である。早期の承継準備を促し、承継専門機関との連携の仕組み化が不可欠であり、承継後の経営改善まで切れ目なく支援する必要がある。

### ・デジタル化推進

#### 10年後における地域のあるべき姿

デジタルと地域連携を融合させた「生活に寄り添う商業サービス」を提供し、高齢者・子育て世帯・働く世代すべてが安心して暮らせる、持続可能な地域商業のまちとして発展している。

#### 理由

人口減少と購買行動の変化により、来店依存型の従来商業は限界を迎えている。地域内外の需要を取り込み、利便性と付加価値を高める商業再構築が不可欠であり、デジタル活用と事業者連携によって持続可能な地域経済を実現することが求められる。

### ・人材不足対応（人材確保、省力化、自動化）

#### 10年後における地域のあるべき姿

デジタル活用と働き方改革により生産性が高まり、多様な人材が活躍できる職場モデルが実現し、定着率と採用力を備えた持続可能な産業エリアへと変革する。

#### 理由

人手不足が常態化する中、人数に頼る経営から仕組みで回る経営へ転換を図り、省力化と自動化の併用で生産性と業務改善が同時に促進し、賃上げ原資を生むためである。

## ・観光と連携した産業振興

10年後における地域のあるべき姿

観光資源のネットワーク化し体験交流型の観光コンテンツを確立し、体験・飲食・物販が回遊導線で結ばれ、観光消費単価が向上を実現する。平日・閑散期にも地元の資源に触れるツアーと需要の高い時期は最適な価格設定にすることで需給最適化を図る。

理由

来訪動機を体験価値に転換し、季節偏重の分散化が必須である。豊富な地域資源を活かした各種商品・サービスの提案により粗利を高め、観光の裾野を地域小規模事業者に広く波及させるためである。

### (3) 経営発達支援事業の目標

小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、今後5年間で実現する為に、下記のとおり本計画の目標とする。

#### ① 事業計画に基づく経営の推進による売上及び利益確保

小規模事業者の場合、経営者の勘や経験頼りの経営になりがちであるが、本質的な経営課題の認識と経営分析結果に基づき、需要を見据えた事業計画を策定し、計画が実行されることが重要である。商工会が専門家と連携しながら、対話と傾聴をとおして実効性のある事業計画の立案・定期的なフォローアップ支援を行うことにより、小規模事業者の課題別（業務効率化や生産性向上、人材の育成・確保、起業・創業及び事業承継等）の事業計画に基づいた経営の推進を支援し、売上の確保・拡大や収益力改善を図ることを目標とする。

#### ・起業・創業支援

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：年間創業件数5件、5年存続率60%、創業後3年の平均売上3,000千円/社。

KPI：創業計画策定5件、創業融資・補助金採択3件、空き店舗等入居2社、初年度キャッシュレス決済導入率80%。

設定した理由：KGIは創業の量と質（継続・売上）を示す成果指標である。KPIは「計画→資金→拠点→伴走→デジタル基盤」の創業プロセスを定量化し、課題の可視化と改善につなげるために設定、初期のキャッシュレス導入は売上機会の拡大と資金繰り改善に直結するためである。

#### ・事業承継支援

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：承継完了10件、承継後2年で売上10%増・雇用維持率90%。

KPI：承継診断実施15社、事業承継計画策定10社、マッチング成立3件、金融同意取得3件、後継者育成3人。

設定した理由：完了件数と事後業績は実効性の最終指標である。診断→事業計画策定→マッチング→金融同意→育成のKPIは承継プロセスのプロジェクト行程を可視化し、停滞段階の特定と資源集中を可能にするためである。

#### ・人材不足対応（人材確保・省力化・自動化）

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：省力化・自動化促進設備導入による労働生産性の向上率10%・離職率10%改善

KPI：経営力向上・先端設備導入計画又は小規模事業者持続化補助金（賃上げ引上げ特例）の支援事業者数を年3件以上

設定した理由：生産性向上や計画的な賃上げは人手不足克服の最も重要なポイントである。省力化・自動化促進設備の導入支援のKPIは現場改善に直接つながり、利益向上に寄与するものである。

## ② 新商品・新サービスの開発・提供と販路開拓支援

小規模事業者は、歴史・伝統工芸・伝統産業・農産物・食文化など独自性の高い地域資源を活かした商品の開発と需要開拓を促進するため、展示商談会への出展支援やデジタル活用による販路拡大支援を商工会が専門家と連携して行うことにより、売上及び利益を増加することを目標とする。

### ・デジタル化の推進

支援計画の認定期間（5年間）目標

KGI：売上増加率5%以上又は営業利益率3%以上増加

KPI：飲食店のセルフオーダーシステム導入支援を年2社、EC開設支援を年2社。

設定した理由：小規模事業者にデジタル投資の費用対効果を示すには、事業者本人がデジタル技術の理解と適切に活用すれば、業務効率化（時間短縮・ミス防止等）や競争力強化への関心を高めることが必要であり、導入支援数は売上・利益の向上に直結するKPIであり、購買利便性向上は収益改善と機会損失低減の成果を段階的に測定できるためである。

## ③地域資源を活かした観光振興による地域経済活性化

本町独自の豊富な地域資源（自然景観・歴史・伝統工芸・伝統産業・農産物・食文化・産業体験）の融合を図り観光資源として魅力の向上を図り、観光振興による交流人口を増加させることによって、賑わい創出と稼ぐ地域の実現によって地域経済を活性化させることを目標とする。

### ・観光と連携した産業振興

支援計画の認定期間（5年間）目標

KGI：観光入込客数（延べ）30%増（コロナ禍前の40万人の水準に回復する目標値）、観光関連売上15%増、観光客1人当たり消費額200円増。

KPI：観光コンテンツ造成2種類、本町内飲食店来店率10%、キャッシュレス対応率80%  
設定した理由：入込客数・売上・消費額は本町推進目標における指標である。造成数・決済・流通は集客・周遊・購買までの行動可能にするためである。

引用元：第2次愛荘町観光物産振興計画（令和7年3月）

## 2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和8年4月1日～令和13年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

### ① 事業計画に基づく経営の推進による売上及び利益確保

業務効率化、生産性向上、人材の育成・確保、起業・創業及び事業承継等の課題に対して、事業計画作成セミナーなどの各種セミナーや、日々の巡回等において対話と傾聴を通して事業計画策定の必要性の認識を促すとともに、個別相談会、専門家派遣を活用して計画策定を支援する。また、定期的なフォローアップ支援により、事業計画に基づく経営手法を定着させることで売上及び利益の拡大を図る。

#### ・起業・創業支援

##### 達成方針1：創業前後のワンストップ支援体制の強化

創業セミナーを実施し、創業前後の計画策定から、資金調達、出店支援、創業後の伴走支援までを一体的に行い、切れ目のない支援体制を構築する。

設定した理由：創業者は計画不足・資金調達問題・販路不足・孤立による相談先不在が主な廃業要因である。計画→資金→伴走の一貫支援により、失敗要因を事前に解消し、KGIである創業件数増加と存続率向上に直結させるため。

##### 達成方針2：空き店舗活用とデジタル基盤整備による早期売上創出

創業初期の課題である場所の確保と売上の早期確保に重点を置き、空き店舗へのマッチング支援やキャッシュレス導入支援により、市場参入障壁を下げる。

設定した理由：創業初期は固定費負担と売上確保が最大のリスクである。空き店舗活用により初期投資を抑え、キャッシュレス導入による機会損失防止・回転率向上・資金繰り改善を実現する。

#### ・事業承継支援

##### 達成方針1：早期診断と事業承継計画策定

60歳以上の経営者に承継自己診断を実施し、準備の必要性の認識を図る。5年計画テンプレートを提供し、関係者・金融機関の合意形成する場を設定する。課題別に税務・法務の専門家を配置する。

設定した理由：可視化がなければ承継は停滞するためである。事業承継計画策定により関係者の期待が整合し、金融支援も得やすくなる。早期着手は選択肢を広げ、税務リスク低減や価値向上につながるため効果が高い。

##### 達成方針2：専門家機関等との協働による承継プロジェクト体制の構築

承継支援に精通した専門機関と商工会が連携し、支援体制を強化し、承継プロセスを伴走型で支援する。財務、人材育成、金融など段階ごとの課題解決を一体で支援する。

設定した理由：承継は経営・財務・人材・感情調整など多面的な課題が絡むため、単独支援では停滞が生じやすい。専門機関との支援体制構築は、円滑な承継を後押しするため。

#### ・人材不足対応（人材確保、省力化、自動化）

##### 達成方針：省力化・自動化による生産性向上の伴走型支援の推進

人手不足を補うため、IT・デジタル技術や省力化設備の導入を促進し、導入前から定着まで一貫して伴走支援する。

設定した理由：生産性向上による負担軽減に向けて補助金・助成金（省力化投資、デジタル化等）の活用支援と導入後の効果検証までを含めたフォローアップするため。

## ②新商品・新サービスの開発・提供と販路開拓支援

販路開拓に意欲のある小規模事業者がマーケットインの視点での地域資源を活かした新たな商品サービスの開発・提供と販路獲得を支援するため展示商談会・販売会の出展やデジタル活用による販路開拓を商工会、専門家、小規模事業者が一体となって取り組む。

### ・デジタル化推進

#### 達成方針1：デジタルシステムの活用による顧客満足度向上

飲食店のセルフオーダーシステム導入支援により、業務効率化と人手不足克服により利益率と顧客満足度の同時向上を図る。

設定した理由：人手不足の解消、業務効率化、売上向上の近道で、働きやすい職場環境づくりに寄与する。

#### 達成方針2：販路拡大と収益改善を目的としたEC活用とキャッシュレス普及の強化

EC開設支援やオンライン決済環境整備を通じて、販売機会の拡大と購買行動の変化に対応し、売上のデジタル比率向上と利益率改善を実現する。

設定した理由：EC・キャッシュレスは顧客接点と売上の拡張に直結し、購買利便性向上は収益改善と機会損失低減につながる。

## ③地域資源を活かした観光振興による地域経済活性化

本町独自の豊富な地域資源（自然景観・歴史・伝統工芸・伝統産業・農産物・食文化・産業体験）の融合による観光資源として魅力の向上を図り交流人口の増加させることによって、賑わい創出と稼ぐ地域の実現による地域経済の活性化を行政、商工会、関係団体、事業者が連携して取り組む。

### ・観光と連携した産業振興

#### 達成方針1：地域資源を活かした観光コンテンツの開発と磨き上げ

歴史文化、自然、農産物、ものづくり等の地域資源を活かした観光コンテンツの造成と磨き上げを行う。ふるさと納税を通じたつながりの創出や、参加・体験・交流を通じた付加価値向上により、観光客の滞在時間延長と消費喚起を図り、観光需要の拡大につなげる。

設定した理由：観光コンテンツの開発は滞在時間と支出を拡大できるためである。

#### 達成方針2：町内事業者、各種団体、行政等による効果的な広報PR活動

町民や町内事業者、農家、各種団体、行政等が一体で行う効果的な情報発信を推進する。

設定した理由：町外の観光客が本町を認知できるよう、町全体が一体となって情報発信やメディアの積極的に活用し効果的な広報PR活動につながる。

## 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

- ・RESASを活用しデータ収集し、情報収集・整理・分析を実施し、調査結果を商工会ホームページで公表しているが、データ連携や活用が限定的である。
- ・全国連景況調査（四半期毎実施）に基づき、町内小規模事業者6社（製造業、建設業、卸小売業、サービス業）の巡回等でヒアリングと、確定申告期による情報収集が主で、景況感の把握に留まっている状況。

##### 課題

- ・RESASの活用の際し、基礎データの更新が進まなかったため、調査内容のアップデートが十分に実施できていなかった。
- ・独自調査の結果分析と公表が年度後半であるため、新規事業開発、販促戦略、起業・創業支援、事業承継支援等の目的別の活用が不十分。

#### (2) 目標

	公表方法	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①景気動向分析	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②産業構造分析 (RESAS活用)	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

#### (3) 事業内容

##### ① 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、以下の調査手段・項目により情報収集・整理・分析を実施する。

調査対象：町内小規模事業者25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、採算、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等

調査手法：経営指導員等が年1回、確定申告・決算書作成支援時、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。

##### ②産業構造分析（RESAS活用）

調査対象：地域全体の産業別構成、企業間取引、付加価値額

手法：RESASの「産業構造」「地域経済循環」「マーケティングマップ」機能を活用

- ・「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
- ・「マーケティングマップ」→人の動き・消費等を分析
- ・「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し、事業計画策定支援等に反映する。

#### (4) 調査結果の活用

収集した情報については、経営指導員等が継続的に整理・分析し、新規事業開発、販促戦略、起業・創業支援、事業承継支援等の経営環境分析等に活用するとともに、地域の小規模事

業者が閲覧できるように、商工会のホームページで広く公表する。

#### 4. 需要動向調査に関すること

##### (1) 現状と課題

###### 現状

個社の取扱商品に対して、展示会（BtoB）での調査を行い、収集、整理、分析等を実施して小規模事業者に提供しているが、課題に対する対応は十分ではなかった。

商品評価調査（BtoC）の取り組みとして、地域イベントの「愛荘66かまど祭」や滋賀県情報発信拠点「ここ滋賀」を活用して実施し、調査結果に基づき商品や販売戦略の改善を促しているが、十分に活かせていない。

###### 課題

事業計画の策定支援を行う際のBtoCでの調査情報の提供が目標を下回っている。物価高において市場ニーズと消費動向がどうなるか、出展で得られたノウハウを共有し需要動向調査方法の精度を高めることが求められている。

##### (2) 目標

	現状	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
① 調査対象事業者数（BtoB）	3社	3社	3社	3社	3社	3社
② 調査対象事業者数（BtoC）	3社	5社	5社	5社	5社	5社

##### (3) 事業内容

事業計画策定を行う全ての事業者に対して、想定顧客層に応じて以下の需要動向調査を行う。

###### ① 展示会、商談会出展による需要動向調査（BtoB）

地域資源を活かした商品等の開発や改良のため、滋賀県商工会連合会が主催の「滋賀のちいさな企業 食の展示商談会」、ビジネスガイド社が主催の「東京ギフトショー（グルメショー）」、朝日新聞社が主催の「GOODLIFE フェア」に出展する小規模事業者の商品等の需要動向調査を実施し、経営指導員が調査結果をもとに整理分析し、今後の商品開発、販売戦略の参考データとして提供する。

調査手法	各ブースにおいて、1事業者あたり20件程度のバイヤーに向けて調査を実施する。
調査サンプル数	30サンプル（3社×10サンプル）
調査項目	機能や味、取引条件（価格、納期、ロット、配送条件等）、デザイン、サイズ、商品の満足度、要望等。
調査結果の活用	調査結果を整理分析し、当該小規模事業者に情報提供し、今後の商品改良、販売戦略の参考データとして活用する。また、調査で得られたバイヤーが求めるトレンドやニーズ等の共通する情報を、会報等にて広く情報提供する。

###### ② 地域イベントでの消費者アンケート調査（BtoC）

1) 当商工会青年部主催の本町を代表する地域イベント「愛荘66かまど祭」が例年11月

に開催され、約 10,000 人の来場者がある。秋に収穫された農産物加工品をはじめ、出店事業者の商品についてのアンケート調査を来場者に対して実施する。調査結果を、経営指導員が出店事業者にフィードバックし、今後の商品の改良や新商品開発におけるブラッシュアップに活用する。

調査手法	事業者が来店者（購入者）に対して、1 事業者あたり 20 件を目標にアンケートを実施する。
調査サンプル数	40 サンプル（2 社×20 サンプル）
調査項目	属性【性別、年代、居住地】、ニーズ【味、価格、容量、パッケージデザイン】、消費行動【認知度、購入先、他社製品との比較】等
調査結果の活用	調査結果は、経営指導員が事業者にフィードバックし、今後の商品の改良開発やブラッシュアップに活用する。

2) 滋賀県情報発信拠点「ここ滋賀」の催事企画や中京圏の催事拠点において、滋賀県愛荘町の地域資源を活かした商品開発・提供に取り組む事業者の首都圏や中京圏等でのテストマーケティングの実施を支援する。調査結果を経営指導員が出展事業者等にフィードバックし、今後の商品の改良や新商品開発におけるブラッシュアップに活用する。

調査手法	事業者が来店者（購入者）に対して、1 事業者あたり 30 件を目標に試食アンケートを実施する。
調査サンプル数	90 サンプル（3 社×30 サンプル）
調査項目	属性【性別、年代、居住地】、ニーズ【味、価格、容量、パッケージデザイン】、消費行動【認知度、購入先、他社製品との比較】等
調査結果の活用	調査結果は、経営指導員が出展事業者等にフィードバックし、今後の新商品開発や改良にブラッシュアップに活用する。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### （1）現状と課題

#### 現状

巡回・窓口指導業務での金融、補助金申請、会計ソフト入力支援をとおして、事業者の財務状況や事業内容を個別に把握し、これらの支援により一定の分析結果を蓄積し、経営状況分析を実施しているが、ローカルベンチマーク等の経営計画ツールが十分に活用をされていない。

#### 課題

- ・セミナーの受講者数が目標どおり確保できず、セミナーでの分析支援者数が限られた。
- ・財務面と非財務面からの分析手法が体系化されておらず、データベースの標準化も未整備

### （2）目標

	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
① 経営分析セミナー (事業計画セミナー併用)	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
② 個別経営分析 (財務+非財務)	—	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者

### (3) 事業内容

#### ① 経営分析セミナー（事業計画策定セミナー併用）

**目的：**参加者が自社データを用いて財務・非財務を可視化し、強み・課題・機会・脅威を自ら抽出。分析の意義と具体的活用法を体験し、個別支援につなげる入口を形成する。

**募集方法：**チラシ・ホームページ・メール配信、巡回・窓口相談時の個別案内、関係機関（金融機関・支援機関）と広報を連携

**開催回数：**年2回（各回定員10名、計20名）

**内容：**ローカルベンチマーク、中小機構の経営自己診断システム等の操作体験

- ・自社データ記入、SWOT・3C・収益性・安全性・生産性・成長性分析など
- ・個別分析支援への案内

#### ② 個別経営分析（財務+非財務）

**目的：**小規模事業者の状況を正確に把握するため、対話と傾聴を通じて、財務状況の把握、過去の推移分析や、強み・弱み、販路やマーケティング戦略、設備や人材活用状況を財務と非財務の分析を実施する。

**対象者：**セミナー参加者から意欲・効果見込みの高い参加者の選定に加え、巡回・窓口での金融相談、補助金申請支援などで得られた既存分析データを追加（計20者）

**分析項目：**

- ・財務分析（直近2期）：収益性（売上総利益率・営業利益率等）、生産性（労働生産性等）、安全性（自己資本比率・流動比率等）、成長性（売上高増加率等）

- ・非財務分析（SWOT・3C分析）：

強み（Strengths）：事業者独自の技術・ブランド、顧客基盤

弱み（Weaknesses）：人材不足、販路限定、資金力不足

機会（Opportunities）：市場拡大、地域連携、新規事業の可能性

脅威（Threats）：競合動向、原材料費上昇、地域人口減少

自社（Company）、競合（Competitor）、顧客（Customer）

**分析手法：**

経営状況分析はローカルベンチマーク、中小機構の経営自己診断システム（J-Net 21）等を活用し、財務面と非財務面の分析を組み合わせて経営指導員が実施するが、必要に応じて中小企業診断士等の専門家と連携支援を行う。

### (4) 分析結果の活用

- ・経営状況分析結果をもとに小規模事業者の事業計画策定に直結させ、事業者自身が課題や取組内容を検討・選択できるよう支援する。また改善策の優先順位を明確化し、短期（資金繰り改善）、中期（販路拡大）、長期（設備投資）の視点で伴走支援を実施する。

- ・分析を通じて蓄積したデータは、ローカルベンチマークなどを基本の統一フォーマットで分析内容を整理し、クラウドストレージ（Google ドライブ）で一元管理することで情報共有とナレッジ化を行い、職員間で継続的に活用できる分析体制を構築し、経営発達支援の基盤とする。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

#### 現状

事業計画作成セミナーの開催、新たな事業展開のための第2創業・経営革新セミナーの開催、創業に関する知識の習得と創業者の輩出のための創業セミナーの開催、商工会職員による経営分析後の事業計画策定支援により、小規模事業者が経営課題を解決するための事業計画の策定を支援した。

#### 課題

年数回の事業計画策定セミナーと創業セミナー開催や単発的な補助金等の申請支援に依存しているため、事業計画策定の意義や重要性が小規模事業者十分に浸透しておらず、中長期的な計画策定の取組も限定的となっている。セミナーの内容や支援手法の見直しが必要。創業や事業承継等に関する計画策定支援を体系化し、伴走支援をとおして小規模事業者のデジタル技術の理解と適切な活用を促し、主体的に取り組む環境づくりが求められる。

### (2) 支援に対する考え方

- ・小規模事業者が事業計画策定の意義や重要性を理解し、主体的に取り組めるカリキュラムとなるよう工夫を凝らし、経営分析（4.経営状況の分析に関することに記載）と事業計画策定を連動したセミナーを開催し、新規事業開発、販促戦略、事業承継等に対する事業計画策定を支援する。
- ・創業予定者および創業者に対しては、創業セミナーを開催し、実現可能性の高い事業計画策定を支援する。
- ・後継者不在による廃業リスクの回避に向けて、事業承継セミナーを開催し、円滑な事業承継に向けて後継者の選定と確保に向け早期対応を支援する。
- ・事業計画策定の段階ではDXや業務効率化の検討も促し、ITツールの導入や業務プロセスの改善を通じて実現可能性の高い計画の作成を後押しする。
- ・意欲ある受講者には事業（承継）計画及び創業セミナー終了後も個別支援等を行い、経営指導員による伴走型支援を実施する。必要に応じて滋賀県商工会連合会、事業承継・引継ぎ支援センター等の支援機関派遣の専門家と連携を図る。

### (3) 目標

	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
① DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
② 事業計画策定セミナー（経営分析併用）	1回	2回	2回	2回	2回	2回
③ 創業セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
④ 事業承継セミナー（個別型）	—	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	28者	20者	20者	20者	20者	20者

策定件数根拠・・・事業計画策定セミナー参加者10者の内5者  
創業セミナー参加者20名内の創業予定者の内3者  
DX推進セミナー参加者20名の内2者  
事業承継セミナー参加者10名の内2者

## 巡回・窓口指導での掘り起こし8者（内創業予定者含）

なお、計画数値が現行の数値を下回っているのは、「事業計画策定事業者数を重視するあまり、フォローアップが売上や利益の増加に関する数値目標が未達であった」という反省を踏まえて、策定後のフォローアップ支援に重点を置いたためである。

### 【事業内容】

小規模事業者には事業計画に基づく経営の推進を浸透させるため、以下の事業を実施する。

#### ①支援対象者

- ・経営分析を行った事業者。
- ・「DXセミナー」（年1回開催）に参加した者。
- ・「事業計画策定セミナー」（年2回開催）に参加した者。
- ・「創業セミナー」（年1回開催）に参加した創業希望者。
- ・「事業承継セミナー（個別型）」（年1回開催）に参加した60歳以上の経営層。

#### ②手段・手法

支援事業者に対して、経営指導員が担当制により伴走型支援を実施し、必要に応じて滋賀県商工会連合会、事業承継・引継ぎ支援センター等の支援機関派遣の専門家と連携を図り、各小規模事業者に応じた事業計画策定の支援を行う。

#### ③重点事項

- ・支援事業者に対して、対話と傾聴による内発的動機づけを重視し、事業者が自ら主体的に取り組む姿勢を促す。
- ・事業計画策定段階でDXや業務効率化の検討を促し、実現可能性の高い計画の作成を支援
- ・経営分析と連動し、計画の効果を最大化。

## 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

前期の計画では、事業計画を策定した事業者全てに対して原則4半期毎に巡回訪問しフォローアップを実施する頻度が統一されていたが、事業計画の策定支援は補助金申請や金融支援など必要に迫られて実施している現状であり、担当指導員の業務の都合や時期により訪問／面談回数に差異が生じている。フォローした支援内容が十分に記録されていない。経営分析後の事業計画策定事業者や補助金申請時の計画策定した支援事業者数は計画件数を上回っているが、フォローアップ件数や売上や利益の増加に関する数値目標が未達となっている。

#### 課題

- ・事業計画策定支援事業者数が数名の経営指導員に偏っており、時間的制約と合わせて対応するマンパワーに限度があり、今後はフォローアップの質的向上と合わせて、フォーマットの整備、セミナー未受講の事業者層への支援が課題である。

### （2）支援に対する考え方

- ・事業計画策定後の実施支援は、巡回訪問や面談による定期的な進捗確認と計画と実績との差異を財務データに基づく検証、必要に応じた計画見直し、DX・ITツールを活用した効率的なモニタリングや外部専門家との連携支援組み合わせ、成果創出に向けた伴走支援体制を強化し課題に即応できる仕組みを整える。
- ・事業者の経営リテラシー（財務、人材、知的資産、DX等）に応じ、負担の少ない形で実施支援を進める。

### (3) 目標

支援内容	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
フォローアップ対象事業者数	43者	20者	20者	20者	20者	20者
頻度（延回数）	114回	80回	80回	80回	80回	80回
売上増加事業所数	6者	5者	6者	6者	7者	8者
営業利益率3%以上増加の事業所数	4者	5者	6者	6者	7者	8者

※フォローアップ頻度の算出根拠

重点支援（6者程度）：2か月に1回目安（年6回）

通常支援（8者程度）：4半期に1回（年4回）

順調な事業者（6者程度）：年2回

頻度を落とした理由：現行事業では延べ114回であった支援頻度を80回へ再設計したのは、クラウド会計でデータ共有による毎月数値のチェックを行える体制であるため、訪問頻度を下げても予兆管理が可能である。これにより、重点支援先に支援回数を手厚くし、限られた人的資源でも支援効果の最大化を図ることを目的とする。

### (4) 事業内容

事業計画を策定した小規模事業者を対象に、経営指導員が独自の簡易フォローアップシートを用いて事業計画の進捗状況を確認するとともに、策定した事業計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

事業計画策定事業者の支援頻度は上記の体制で訪問またはオンラインで実施するが、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間に差異が生じていると判断する場合には、県商工会連合会や県内支援機関等の外部専門家を投入し、差異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。

## 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

町内の小規模事業者は、地域需要（常連客）への依存する傾向があり、新たな市場や域外への販路開拓は行う事業者は限定的である。県内外で開催する展示商談会や販売会の出展やSNS・IT活用の需要開拓支援において一定の成果が得られているが、事業者の商品力、発信力、セールストークによって差が生じており、展示商談会等の出展前後支援体制は確立しているが、期待した成果が上げられていない事業者がいるのも実情である。SNS・IT活用支援については意欲のある事業者に限定されている。

#### 課題

- ・展示会出展の事前・事後の支援において、必ず中小企業診断士等専門家による連携支援を行っているが、初出展や新たな商品・サービスの出展を計画する事業者には、商談サポートや顧客獲得の実現に向け出展当日の専門家の現地支援も組み込む。
- ・マーケットインの商品開発を促進し、オンライン販売による売上額の増加。

## (2) 支援に対する方針

### ① 需要獲得のための販路開拓支援

- ・地域資源を活かした新商品・サービスの開発に意欲ある小規模事業者の販路獲得を支援する。
- ・単独での商談会の開催が難しいため、知名度と信頼性が確保された首都圏や都市部の展示商談会の出展や、アンテナショップへの出店を推進する。
- ・出展前（商品選定・価格戦略・販促資料）、出展当日（陳列・接客・ブースレポート）、出展後（商談フォロー・商品改良・販路支援）まで経営指導員と中小企業診断士等専門家が伴走支援する。

### ② IT活用・DX支援による情報発信力の向上

- ・小規模事業者向けの SNS、写真・動画撮影、デジタルチラシ作成、EC サイト、セルフオーダーシステム、キャッシュレス等を、継続的に支援。
- ・IT活用セミナーや県商工会連合会の小規模事業者DX推進伴走支援事業の活用し、伴走支援を行う。

### 【目標】

	現状	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
① 展示会出展支援者数 (B to B)	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
成約件数/者	2	3	3	3	4	5
② アンテナショップ等出展 支援者数(B to C)	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上額/者	—	15 万円	15 万円	15 万円	20 万円	20 万円
③ IT・DX活用支援者数	1 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
売上増加額/者	3 万円	3 万円	4 万円	4 万円	5 万円	5 万円

### 【事業内容】

#### ① 商談会への出展支援 (B to B)

事業計画策定支援を行った小規模事業者の中から新商品開発や現商品のブラッシュアップに意欲ある事業者を選定し、知名度と信頼性のある首都圏や都市部で開催の展示商談会へ出展支援を行う。また、独立行政法人中小企業基盤整備機構のB to Bのビジネスマッチングサイト「J-Good Tech (ジェグテック)」も活用し、販路開拓の支援を行う。

#### ② アンテナショップ等の出店支援 (B to C)

事業計画策定支援を行った小規模事業者の中で、地域資源を活かして開発した商品を東京日本橋の情報発信拠点(ここ滋賀)や中京圏の販売拠点にてテストマーケティングと需要開拓支援を行う。

※①、②の出展(店)希望者に対する事前支援から終了後のフォローアップ支援まで経営指導員と中小企業診断士等の専門家が一貫した助言指導を行う。

### ③ IT活用、DX支援

- ・ITの有効活用されていない小規模事業者を対象にSNS活用、写真・動画撮影、デジタルチラシ作成、ECサイト、セルフオーダーシステム、キャッシュレス等の営業形態に対応した販路開拓や業務効率化に繋がるセミナーと個別支援を実施し、継続的に支援。
- ・県商工会連合会の小規模事業者DX推進伴走支援事業の活用により、専門家と連携し、事業者の課題解決につながるDX・IT活用を強力に推進する。

## 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

外部有識者（中小企業診断士等）で構成する事業評価委員会を年1回開催し、支援事業の成果・課題について意見を聴取している。評価結果は商工会理事会および総代会へ報告し、事業の進捗や実施状況を共有する仕組みは整備されている。

##### 課題

計画全体として概ね目標を達成していたことから、評価委員会・理事会・総会への報告が形式的となり、KPI・KGIに基づく進捗評価や、事業環境の変化を踏まえた見直しが十分に行われていなかった。その結果、評価内容を次年度計画へ反映する仕組みが弱く、PDCAとして求められる改善サイクルが十分に機能していなかった。

#### (2) 事業内容

当会の理事会と併設して、愛荘町商工観光課長、同課担当職員、商工会副会長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士、日本政策金融公庫 彦根支店長等で構成する「事業評価委員会」を設置し、毎年4月にKPIを用いた年次評価を行う。

当該委員会の評価結果は、当会の理事会にフィードバックした上で、事業実施計画等に反映させるとともに、評価の結果については、愛荘町商工会に常時備え付けておくことで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。総（代）会へ報告し、翌年度の事業計画へ反映することで、年度単位のPDCAサイクルを確実に運用する。

### 10. 経営指導員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が実施する職員研修会の受講や中小企業大学校が開催する研修への派遣も実施しているが、一般職員を含めた資質向上が不十分。
- ・支援ノウハウの組織内で共有するため「伴走型先進支援事例報告書」に記録し、支援内容の「見える化」に取り組んでいる。

##### 課題

- ・中規模商工会のため、職員個々の業務内容の分業化が図られ、財務会計、デジタル化、販路開拓などの相談対応が個人に依存する傾向があり、経営指導員と一般職員双方の支援スキルを計画的に向上させることが必要。
- ・経営リテラシーの向上に対する取組み体制も未整備。

#### (2) 事業内容

##### 目的

経営指導員と一般職員の支援能力を体系的に高め、ノウハウを組織内で共有し、属人化を防ぎOJTを通じて相談対応の平準化する。さらに、小規模事業者の経営の自走化に向け、支援体制の環境整備し、経営リテラシー向上に寄与する。

① 滋賀県商工会連合会（以下：県連）の職員研修への参加

個々に必要かつ不足しているスキル(デジタル化、財務分析、対話・傾聴姿勢、創業・事業承継、販路開拓)を明確にし、目的に沿ったテーマ別研修を計画的に選択して20時間以上の受講を必修とし支援の質向上と平準化を図る。

② IT・DXセミナーへの参加

小規模事業者DX推進伴走支援事業を始めとして、支援機関が実施するセミナーへ参加し、デジタル化支援にかかる知識取得と支援スキルのアップデートを図る。

③ 支援方法の見える化・事例の記録と共有

経験豊富な指導員等と一般職員が共同で、巡回指導・窓口相談で実践型OJTを実施。OJTによる共同支援とフィードバックを継続的に行う。支援内容は随時基幹システムに入力を適時・適切に行い共有する。単独様式によるヒアリングシート、伴走型先進支援事例報告書はクラウド型ファイルサーバーに保存して常に共有できる状態とする。

④ 経営者リテラシーの向上への寄与

- ・ 県連職員研修、全国商工会連合会WEB研修の受講やOJTを通じ、小規模事業者の経営の自走化に向けたプロセスを支援。
- ・ 経営戦略、人材育成、価格転嫁、デジタル活用など知識習得と自ら学び考えるプロセスを示し、向上を促す。

## 1.2. 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

本町は、製造業・建設業・小売業・サービス業など多様な産業で構成されており、地域経済における小規模事業者の比率が高いのが特徴である。町内には、歴史・文化・自然環境など多様な地域資源が存在するものの、商工業との連携が必ずしも十分ではなく、地域資源を活用した商品開発や観光動線上での消費創出は限定的である。

また、人口減少や少子高齢化が進行する中、地域内消費は緩やかに縮小しており、来訪者の町内滞在時間も短い傾向にある。地域内での消費循環が弱く、地域経済全体に広がる波及効果を十分に生み出せていない。

また、事業者の高齢化や後継者不足、人口減少による市場縮小、デジタル活用の遅れなどにより、単独事業者の努力だけでは販路拡大や売上向上に結び付きにくい状況にある。さらに、町内の観光資源・伝統工芸・歴史遺産が点在しているものの、商工業との一体的な活用が進んでおらず、地域内周遊や消費拡大につながる仕組みが不足している。

### (2) 事業内容と目標

① 愛荘町観光物産振興推進会議の開催

令和7年3月に策定された愛荘町観光物産振興計画（以下「計画」）に基づき、「まちの魅力を知って、見て、味わう～愛荘町一丸となった観光まちづくり～」を基本方針とし「愛荘町を知る」、「愛荘町を見る」「愛荘町を味わう」を柱に掲げた数値目標や主要施策の進捗状況等、計画に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、関係団体（町行政、商工会、観光会、事業者、農業関係者等）の連携によるネットワークの確立を図るための会議を設置し、観光振興目標の実現に取り組む。

解決する課題

観光まちづくりの機運醸成、観光コンテンツの造成、交流人口・関係人口の増加、移住・定住の促進

② 愛荘町内空き家等利活用及び適正管理の推進

愛荘町内の空き家等の適正な管理の促進や利活用の推進を図ることにより、住民が安全に安心して暮らすことができる住環境を確保と、地域の活性化を目的とし、令和5年3月に「愛荘町空き家等対策計画」を改定し、空き家等対策を「空き家等の利活用」、「空き家等の適正管理」を2本柱として取り組んでいる。商工会は町と空き家対策を推進するため協定を締結し、空き家バンク登録に伴う物件調査とバンク登録後の所有者とのマッチングを専門業者の協力を得て支援し、利活用困難な空き家等の解消のサポートを行う。

**解決する課題**

空き家発生抑制、空き家・空き店舗の活用による起業、移住の促進

③ 観光・交流人口増加につながる地域イベント等への支援

観光協会・行政・商工会の実行委員会制により中山道愛知川宿の拠点エリアで開催される宿場まつりや、町内のスイーツ店の周遊企画イベントに参画し、商工会女性部が開発した「秦荘のやまいもを活用した特産品「66 うどん」をはじめ66シリーズ（菓子類）の提供によるアピールや、まちの中心エリアへの集客によるにぎわい創出支援。

**解決する課題**

来町動機の創出、特産品の魅力発信、6次産業化の推進、地域商業の活性化、地域住民の交流の促進

④ 働き方改革および多様な人材の働く場に向けた支援

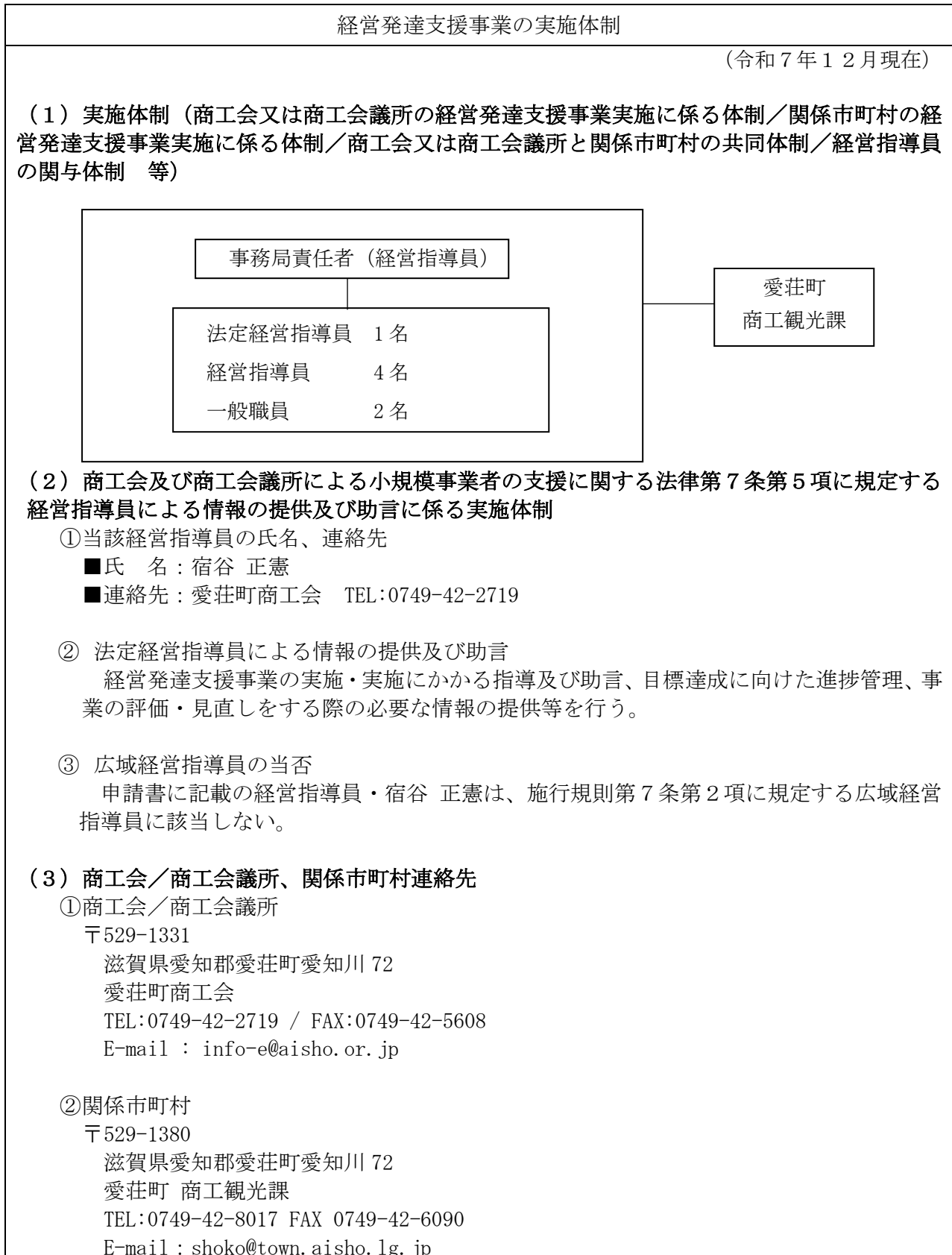
労働力人口の減少に伴う人材不足の解消に官民一体で取組みを推進するとともに、働き方改革推進支援センターと連携して、労働環境改善や勤務形態の柔軟化に関する研修・コンサルティングや助成金制度の施策普及を実施。主に製造業・建設業・サービス業が取り組む多様（高齢者・女性・若者等）な人材が活躍できる職場づくりの支援。年2件以上の支援を目標とする。

**解決する課題**

人材不足、多様な（高齢者・女性等）人材の活用促進

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
必要な資金の額	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
3-1. 地域の経済動向調査	50	50	50	50	50
3-2. 需要動向調査	300	300	300	300	300
4. 経営状況分析	100	100	100	100	100
5. 事業計画策定支援	500	500	500	500	500
6. 事業計画策定後実施支援	50	50	50	50	50
7. 新たな需要の開拓に寄与する事業	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入、滋賀県補助金、伴走型小規模支援推進事業補助金 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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等