

経営発達支援計画の概要

| | |
|------|--|
| 実施者名 | 多賀町商工会（法人番号 6160005004974） 多賀町（地方公共団体コード 254436） |
| 実施期間 | 令和8年4月1日～令和13年3月31日 |
| 目標 | <ul style="list-style-type: none"> ①起業・創業促進による地域産業の維持向上 ②事業承継による地域産業の持続的継続 ③人手不足対策に向けたDX・デジタル化推進による生産性向上 ④観光振興による地域経済の活性化 |
| 事業内容 | <p>I. 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」などの外部ビッグデータ及び独自調査によるデータを活用し、小規模事業者が取り組むべき課題を抽出、事業計画策定支援等に繋げる。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること</p> <ul style="list-style-type: none"> ①物産展、イベントなどの一般来場者(BtoC)に対する調査 ②展示商談会に来場するバイヤー(BtoB)に対する調査 ③体験型、回遊型モニターツアーによるアンケート調査 <p>上記、調査結果をニーズに即した商品、サービス、販路の開発に繋げる。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 多様な分析ツールを活用して「財務分析」「非財務分析」を行い、事業計画の策定等に活用する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 創業セミナーやDX推進セミナーを開催し、事業計画策定の意義や重要性の理解を促し、経営状況・経営課題の把握、事業者に意義や重要性を浸透させた実効性のある事業計画策定を支援する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定した計画の進捗状況等を定期的に確認し計画実行の支援を行う。課題等には、必要に応じて専門家と連携して原因解明と課題解決に繋げる。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示商談会等の情報提供、出展支援、体験型等の新たな観光コース開発、ツアー実施支援で、販路開拓拡大に繋げ、DX活用により効果的な情報発信で、販売力強化、利益確保に向けた支援を行う。</p> |
| 連絡先 | <ul style="list-style-type: none"> ①多賀町商工会 〒522-0341 滋賀県犬上郡多賀町多賀 230-1 TEL:0749-48-1811 / FAX:0749-48-2188 / E-mail:tagacho@mx.bw.dream.jp ②多賀町 産業環境課 〒522-0341 滋賀県犬上郡多賀町多賀 324 TEL:0749-48-8118 / FAX:0749-48-0549 / E-mail:shokan@town.taga.lg.jp |

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

経営発達支援事業の目標

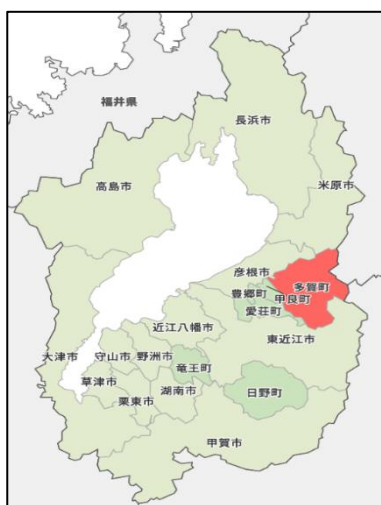
1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

【立地】

多賀町は、滋賀県の東部に位置し、豊かな自然と歴史文化が共存する町です。鈴鹿山系の山々に囲まれ、美林や清流が広がり、古代からの遺跡や文化遺産が数多く残されている。また、多賀大社を中心に、伝統行事やイベントが年間を通して行われ、住民の活気あふれる町である。



出所:多賀観光協会

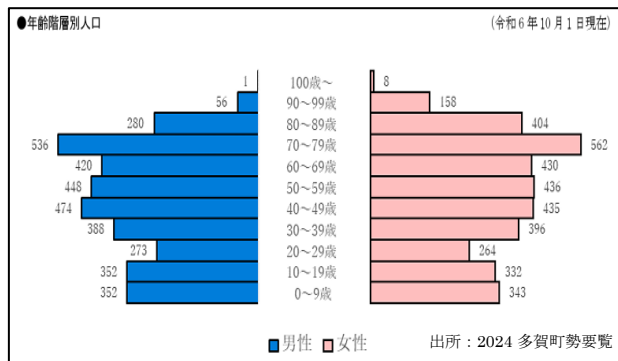
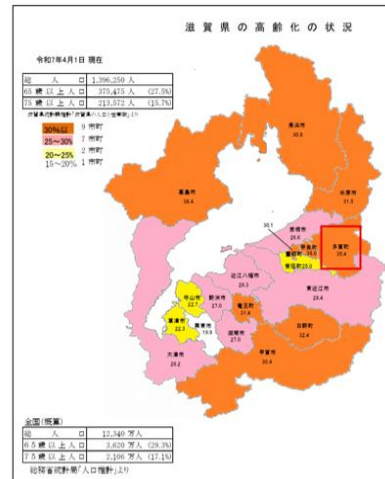
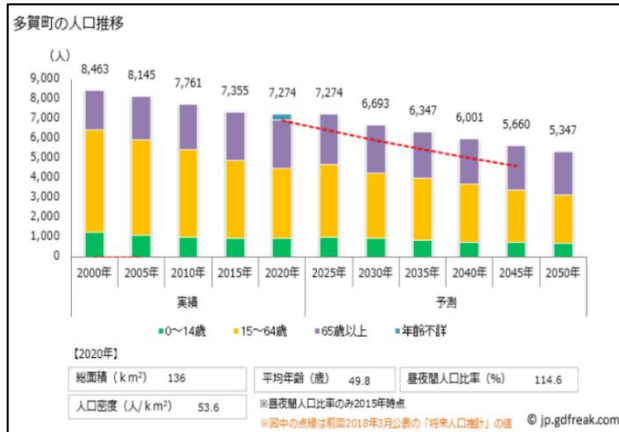
<交通>

最寄りの空港は、中部国際空港及び大阪国際空港で、鉄道については、近江鉄道多賀大社前駅から彦根市方面へ近江鉄道多賀線が通じている。なお、町域の西端部を近江鉄道本線及び東海道新幹線が走るが、町域内にそれらの駅はない。国道306号が町域を東西に貫き、西部でこれに国道307号が接続している。高速道路は、町域の西部を名神高速道路が南北に通じており、隣接する彦根市の彦根ICと愛荘町の湖東三山SICがある。また、2022(令和4)年には、町域内に多賀SIC下り線が開通し上り線についても2025(令和7)年度冬に開通予定である。

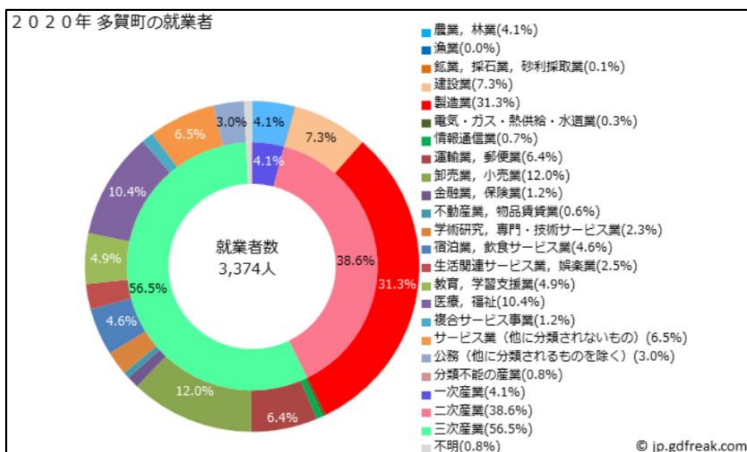
【人口】

多賀町では、第6次多賀町総合計画(以下:町産業ビジョン)が掲げる「持続可能な地域経済の創造」を実現するため、地域事業者を取り巻く環境の的確な把握と課題の整理が必要となってい

る。町の総人口は近年減少が続いており、多賀町のピーク時人口は昭和 35 年（1960 年）の 10,547 人で 2025 年 11 月 1 日時点 7,257 人へと縮小している。特に大字多賀・大字敏満寺・大字久徳地区など中心集落で若年層流出が顕著であり、生産年齢人口の比率は約 55%程度にまで低下している。この人口構造の変化は、域内需要の縮小、後継者不足、地域労働力の不足という形で事業者 zu 直接的な影響を及ぼしている。



また、多賀町の高齢化率は 2020 年の総人口にしめる 65 歳以上の割合（高齢化率）が 35.2% で、すでに 3 割を超えており、全国平均（28.7%）よりも 6.5 ポイント高い。今後、2050 年までに 5.2 ポイント上昇し、40.4%に達し、おおよそ 10 人に 4 人が高齢者になると見込まれている。地域経済の活力維持のためにも事業承継の取組みが重要である。



【産業構造と主要産業】

就業者構成（2020 年時点）では、全就業者のうち第一次産業（農林水産業）が約 4.8%、第二次産業（主に製造業など）が約 38.0%、第三次産業（サービス・商業など）が約 57.2%。全国平均と比較すると、第二次産業の割合が高い構造が特徴である。

多賀町では、伝統的に農林業が地域経済の柱であり、現在も農林業が一定の存在感を持っている。



多賀そば畑



多賀にんじん出荷



材木の選別

また、町内には製造業が（中小・小規模規模を含め）複数存在。代表例として、ビール製造工場（Kirin Beer 系列のボトリング工場）や製パン工場（Fuji Baking Group 系列）等があり、地元の雇用や産業基盤として機能している。



麒麟ビール



エフベーカリー



びわ湖東部中核工業団地

多賀町は、古くより近江国の総社である「多賀大社」の門前町として発展してきた歴史を有している。多賀大社以外にも観光・文化・歴史資源が豊富で、町内には古代遺跡、神社仏閣、自然景観、洞窟（カルスト地形）、登山道やハイキング山域などがあり、これらは地域の観光資源となっている。



多賀大社



高取山ふれあい公園



河内の風穴

観 光

●町内観光地の入込客数状況

（単位：人）

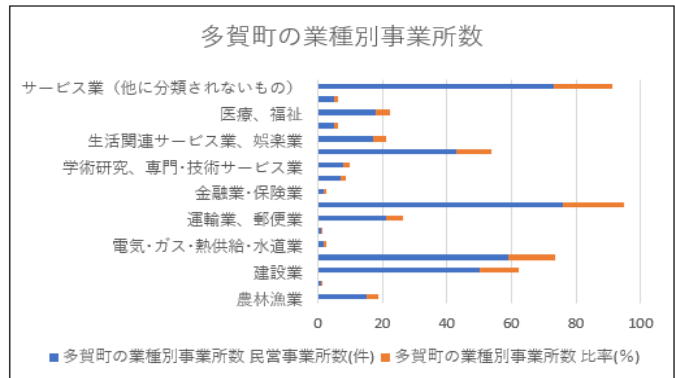
| 観 光 地 | 令和3年 | 令和4年 | 令和5年 | 令和6年 |
|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 多 賀 大 社 | 1,491,000 | 1,598,731 | 1,804,127 | 1,874,623 |
| アストロパーク天栄館 | 700 | 1,083 | 1,337 | 1,933 |
| 高取山ふれあい公園 | 6,200 | 7,768 | 9,358 | 8,802 |
| 河内の風穴 | 26,300 | 29,063 | 29,634 | 40,921 |
| 多賀町立博物館 | 10,800 | 11,676 | 12,506 | 13,996 |
| 麒麟ビール滋賀工場 | 400 | 7,550 | 15,150 | 18,670 |
| 多賀グリーン倶楽部 | 4,600 | — | — | — |
| 計 | 1,540,000 | 1,655,871 | 1,872,112 | 1,958,945 |

（観光入込客統計調査）

出所：2024年 多賀町統計資料

多賀町の業種別事業所数

| 産業大分類 | 民営事業所数(件) | 比率(%) |
|-------------------|-----------|-------|
| 農林漁業 | 15 | 3.7 |
| 鉱業・砕石業・砂利採取業 | 1 | 0.2 |
| 建設業 | 50 | 12.4 |
| 製造業 | 59 | 14.6 |
| 電気・ガス・熱供給・水道業 | 2 | 0.5 |
| 情報通信業 | 1 | 0.2 |
| 運輸業・郵便業 | 21 | 5.2 |
| 卸売業・小売業 | 76 | 18.9 |
| 金融業・保険業 | 2 | 0.5 |
| 不動産業・物品賃貸業 | 7 | 1.7 |
| 学術研究、専門・技術サービス業 | 8 | 2.0 |
| 宿泊業、飲食サービス業 | 43 | 10.7 |
| 生活関連サービス業、娯楽業 | 17 | 4.2 |
| 教育、学習支援業 | 5 | 1.2 |
| 医療、福祉 | 18 | 4.5 |
| 総合サービス業 | 5 | 1.2 |
| サービス業（他に分類されないもの） | 73 | 18.1 |



R3 経済センサスを加工

○主な強み

1. 産業の多様性

- ・農林業、製造業、観光・文化など、一次～三次産業がバランスよく混在。特に第二次産業（製造業）の就業比率が高く、地域経済の安定に寄与。
- ・伝統産業や地場産業に加え、大企業の関連工場が立地しており、外部資本と地元経済が協調。製造基盤があることは、地域への雇用還元や税収基盤の確保につながっている。

2. 自然・歴史・文化資源の豊富さ

- ・鈴鹿山系の山々、清流、洞窟、古代遺跡、神社仏閣など、自然と歴史が融合した地域特性があり観光資源としてだけでなく、地域住民の暮らしや文化の継承・再生にも資する。
- ・地域のアイデンティティとして「自然と文化の融合」「落ち着いた暮らし」「歴史の継承」が明確であり、これを活かしたまちづくり、産業振興の土台がある。

②課題

- ・小規模事業者の事業承継・後継者不足
 - 町内事業者の多くが家族経営・小規模企業で占められており、経営者の高齢化が進行している。一方で後継者確保は困難であり、地域産業の維持に支障をきたしつつある。
- ・販路拡大・市場開拓の遅れ
 - 町内事業者は地元需要に依存する傾向が強く、オンライン販売や県外市場への展開が十分に進んでいない。地域外への情報発信力も弱く、ブランド力の向上が課題となっている。
- ・観光産業の収益性向上と地域内経済循環の弱さ
 - 多賀大社を中心に来訪者数は一定の水準があるものの、町内消費の受皿となる商業・サービス業の体制整備が十分でなく、滞在時間の延長や消費額の増加につながりにくい状況である。
- ・人材不足・生産性向上への対応遅れ
 - 労働力人口の減少により、事業者からは採用難・人手不足の声が多い。業務効率化やデジタル技術の導入への関心は高まっているが、導入ノウハウの不足や投資余力の乏しさにより、取り組みが進んでいない。
- ・地域資源の活用不足と新事業創出の遅れ
 - 農産物、森林資源、文化資源など魅力的な地域資源を有しているものの、加工・商品化・体験型観光などへの活用が限定的で、事業者間連携や産学官連携による新産業創出が十分進んでいない。
- ・災害対応・レジリエンスの強化

自然災害の頻度増加に対応して、BCP 策定やサプライチェーンリスク管理が求められるが、小規模事業者では対応が遅れている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

～町産業ビジョン抜粋～

(5) まちの活力

- ・農林業、商工業、観光など多様な産業との連携を強化し、まちの立地環境や地域資源を活かした新たな事業所の創業、製品開発や経済循環を通じた既存事業所の活性化を図ります。
- ・エコツーリズムをはじめ、ポストコロナの新しい時代ニーズに合ったまちの環境・資源を活用し、回遊性や経済効果のある観光振興を推進します。
- ・産業の活性化や新規創業の支援を通じて多様な雇用機会を創出し、町民の安定的な生活の確保を促進するとともに、地元企業の人材確保を支援します。

<長期的な振興のあり方としては以下のようなものが想定される>

① 起業・創業促進による地域産業の維持向上

10年後における地域のあるべき姿：多賀町は、令和7年5月23日発行の毎日新聞（朝刊）にて、移住先で注目の人気県として滋賀県が全国2位、多賀町は全国12位（滋賀県1位）と移住先として高い関心を集めている。創業面でも、令和6年度も4件の創業があり、5年生存率は100%を維持する地域である。「中心市街地をはじめ、商業・集客機能が充実し、消費者・商業者が満足し、まちににぎわいが生まれる。」（町産業ビジョン）



理由：少子高齢化に加え、若者の都市部への流出で、事業の担い手が不足する中、多賀大社の門前町である絵馬通り商店街での商業の賑わいと、豊かな自然が残る大滝地区での新事業の創出をはかるため創業・起業を支援することで新陳代謝を促し、地域の稼ぐ力を再構築することが急がれる。支援は単発ではなく、創業における事業計画・資金繰り・販路開拓・労働・税務・空き店舗などの諸課題をワンストップ支援で、事業が軌道にのる5年間伴走型の視点で支え、定着をはかることが重要である。

②事業承継による地域産業の持続的継続

10年後における地域のあるべき姿：早期の事業承継計画の策定が定着し、親族内承継と第三者承継の両輪で、地域事業が次世代につながる体制が確立している。（町産業ビジョン）商工会を中心に、金融機関・専門家との連携によるワンストップ支援が整い、これにより事業承継が特別な取り組みではなく、通常の経営行動として浸透している。多賀町は、10年後には“事業承継に強い地域”“事業が続く町”としての姿を実現する。

理由：後継者不在による廃業が減少し、地域の生活サービスや雇用が維持される。また、承継後の経営改善・新規事業展開が活発化し、地域経済に新たな活力が生まれている。

③人手不足対策に向けたDX・デジタル化推進による生産性向上

10年後における地域のあるべき姿：日常業務（受注管理、在庫管理、労務管理、会計、発注など）をデジタルツール・システムで標準化・効率化し、属人的な業務や紙／手作業による管理が大幅に削減。（70%の負担削減）DXを通じた業務効率化だけでなく、新しいビジネスモデル・販路拡大が常態化することにより、「誰もがいきいきとやりがいをもって働いている。」（町産業ビジョン）

理由：今後も人口減少や高齢化、若年層の流出などにより、人材確保が困難になるといった構造変化が想定される中で、もし小規模事業者が現状のまま「手作業・アナログ中心・属人的な運営」を続けるだけでは、事業継続性・地域サービス維持は危うくなる可能性があり、DX／デジタル化を中核に据えて長期的に伴走支援することで、「少ない人手でも安定的に営める」「若者や新規参入者が参入しやすい」「地域経済が安定・多様化する」という、将来にわたる持続可能な経営、地域づくりの基盤が構築できるためである。

④観光振興による地域経済の活性化支援

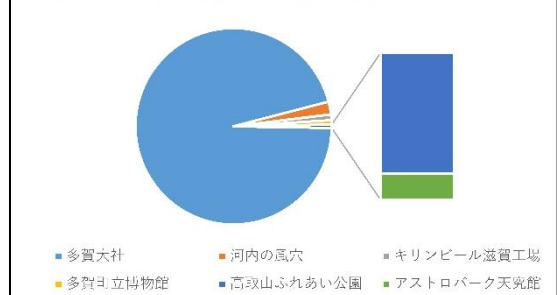
10年後における地域のあるべき姿：観光ニーズに対応した魅力的な観光地かつコンテンツの提供により、観光客が増加している。また、地域資源を活かしたエコツーリズムが観光システムとして定着し、地域経済振興の一つとして機能している。（町産業ビジョン）

理由：訪問型観光からガイド付き森歩き、信仰文化ツアー、地元食材の料理体験、アクティビティなどの回遊性を活かした体験型観光へと転換することで、回遊性を確保し、滞在時間の延長を図ることで、消費増が期待できる。また、町内事業者の横連携による観光体験プログラム造成をし（例：宿泊＋体験＋飲食等、季節に合わせたイベントの創出など）、閑散期での誘客対策で観光の質を高め、観光の裾野を地域小規模事業者に広く波及させ経済効果を得るためである。

町内観光地の入込客数状況 (単位：人)

| 観光地名 | 令和6年 |
|------------|-----------|
| 多賀大社 | 1,874,623 |
| 河内の風穴 | 40,921 |
| キリンビール滋賀工場 | 18,670 |
| 多賀町立博物館 | 13,996 |
| 高取山ふれあい公園 | 8,802 |
| アストロパーク天究館 | 1,933 |

令和6年度 町内観光地の入込客数状況 (単位：人)



出所：2024年 多賀町統計資料を加工

(3) 経営発達支援事業の目標

商工会として、多賀町の「町産業ビジョン」基本構想の実現に向けて、小規模事業者の経営力向上、地域経済の持続的発展のため、経営発達支援事業について以下の目標を掲げる。

①起業・創業促進による地域産業の維持向上

支援計画の認定期間（5年間）目標：

KGI：年間創業件数3件(5年合計15件)、5年生存率75%、創業後5年の平均売上高3,960千円/社

KPI：創業セミナー（全10回）年1回開催、事業計画策定3件、資金繰り支援2件、空き店舗・空き家活用創業1件/年、創業後のフォローアップ 巡回訪問年2回以上/全創業者（特

に経営が不安定な創業後1年間は、重点支援期間として巡回頻度を高める。)

設定した理由：創業希望者の発掘から事業計画策定、創業実行、創業後フォローまで一貫した支援体制を構築することで、年間創業件数3件、創業後5年生存率75%をKGIとし、創業相談30件、事業計画作成支援15件、空き店舗活用創業5件などのKPIを設定し、ワンストップの伴走型支援を実行することで、創業者の売上拡大、定着に直結する。

②事業承継による地域産業の持続的継続

支援計画の認定期間(5年間)目標：

KGI：承継完了5年10件、承継後2年で売上10%増・雇用維持率100%

KPI：意向把握・承継診断40件/年(5年200件)、事業承継計画の策定支援10件/年(5年50件)、親族内承継完了支援3件/年(5年15件)、第三者承継(マッチング)の成立件数1件/年(5年5件)、承継後のフォローアップ巡回訪問年2回以上/全承継事業所
(特に経営が不安定な承継後1年間は、重点支援期間として巡回頻度を高める。)

設定した理由：完了件数と事後業績は実効性の改修指標であり、多賀町商工会が確実に伴走できる件数として設定。意志把握→診断→事業計画策定→マッチング→フォローアップのKPIは継承プロセスのプロジェクト行程を可視化し、手痛い段階の特定と資源集中を可能とするためである。

③人手不足対策に向けたDX・デジタル化推進による生産性向上

支援計画の認定期間(5年間)目標：

KGI：主要業務の会計・受注・在庫・勤怠・顧客管理などのデジタル化率を現在の約20%から5年後に50%へ到達させ業務負担、効率化を図る。

KPI：DX導入相談100件、デジタル化導入支援60件(会計25件・勤怠労務管理15件・受発注、在庫管理デジタル化10件、顧客管理(CRM的)ツール導入10件)、DX研修・セミナー開催5回、生産性向上→①業務時間(デジタル導入事業者の平均改善効果)を20%削減(月120時間の事務作業を96時間へ削減)②1人当たり付加価値額：5年後に8%向上、③経費削減額：5年後年間15万円削減、④商談処理スピード改善：5年後に30%改善、⑤在庫ロス削減率：5年後15%削減、⑥事務作業時間削減：5年後に月30時間削減、⑦人手不足の圧縮効果：5年後に年150時間分をデジタルで代替⑧デジタルツール定着率：5年後80%(生産性向上のKPI測定を行う際には、DX導入前現在の作業時間、付加価値額等の①～⑧についてヒアリングを行い、導入後の巡回等によるフォローアップ時に導入後同様の質問を行い、差異分を確認する。)

設定した理由：多賀町では人口減少と高齢化により、今後も恒常的な人手不足が続くことが予想される一方で、小規模事業者の多くはアナログ業務や属人作業が多く、少人数での運営が困難になっている。そのため、デジタルリテラシー向上により、DX・デジタル化で業務効率化・省人化・見える化を進め、少ない人員でも事業継続できる体制を構築することが、人手不足対策として不可欠である。これは地域産業の持続性を高め、町の生活サービスを守り、地域経済を維持するために最も効果的な取組である。

④観光振興による地域経済の活性化支援

支援計画の認定期間(5年間)目標：

KGI：年間観光客数の20%増、1人当たり観光消費額の25%増(1,500円UP)、観光による年間経済波及額の30%増、体通年運用可能な体験型観光メニューの定着(10件)

KPI：滞在時間の延伸4.5時間(現在3時間)、体験型観光プログラムの開発数10件(現在0件)、回遊ルート(モデルコース)整備数6コース(春・夏・秋・冬季+テーマ型2種)、エコツアー参加者数1,200名、観光客誘客のPR・マーケティングWeb・SNS経由の観光情報閲覧数年間15万PV、SNSフォロワー数10,000人、：旅行会社・OTAとの連携プラン数8プラン(現状2~3程度)、閑散期イベントの開催件数年間6回(現在2

回) 閑散期の底上げ+20%

設定した理由：多賀町では、観光を地域経済活性化の主要エンジンと位置づけており、目標を確実に達成するためには、単に来訪者数を増やすだけでは不十分であり、滞在時間の延伸・観光消費の創出・閑散期の底上げ・広域回遊の促進・情報発信力の強化といった複数要素を同時に改善することが必要。魅力ある観光コンテンツにより、切れ目のない集客が見込め地域経済に資するとの判断からである。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和 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起業・創業促進による地域産業の維持向上

達成方針 1：創業前段階の「裾野拡大」と計画策定支援の強化（掘り起し、知識習得）

創業前段階からの相談機会の確保、創業セミナー（全 10 回）の体系的実施すると共に個別相談体制を強化して、創業希望者の掘り起こしと創業者には対話と傾聴を通じ信頼関係を築きながら、経営力再構築伴走支援モデルを実践することで、事業計画策定支援を一体的な推進により、確実な起業・創業に繋げていく。

設定した理由：多賀町において創業希望者の絶対数が限られることから、創業裾野を広げる仕組み（セミナー、相談会、情報発信）が不可欠である。創業希望者の多くが事業計画策定に不安を抱えており、計画策定支援の充実が創業に直結する。また、創業セミナーを計画的に実施することで、創業準備の質向上と創業意欲の醸成を図り、高い質の創業セミナーを提供する。また、「特定創業支援等事業」による様々な制度で特例措置を受けられるように支援することで、創業件数の安定的確保に結び付く。

達成方針 2：空き店舗・空き家等地域資源を活用した創業環境整備（資源の利活用）

創業環境を整備として多賀町役場企画課、多賀門前町共栄会と連携して、増加する空き店舗・空き家の情報収集、物件マッチング、創業希望者に経営力再構築伴走支援モデルに則り、対話と傾聴を重ね、利活用のアドバイスを強化し、空き店舗・空き家の利活用を促すことで、創業コストの抑制や地域課題解決に寄与する。

設定した理由：空き店舗・空き家の増加が地域課題となっており、創業支援と空き物件活用を組み合わせることで地域活性化と課題解決が同時に解消されるメリットがある。物件活用により創業コストを軽減でき、創業希望者の参入ハードルが下がり、「空き店舗・空き家活用創業 1 件/年」の実現性が高まる。物件活用型創業は、商店街の賑わい創出や観光動線との連携を図りやすく、地域経済循環の拡大に資することになる。

達成方針 3：創業後の伴走支援体制の強化とフォローアップの制度化（事業の定着）

創業後の巡回支援（年 2 回以上/全創業者）を制度的に実施し、経営課題の早期把握、販路拡大支援、補助金・融資等の資金面のサポートを継続的に行う。

設定した理由：創業後 1～3 年は経営が不安定になりやすく、伴走支援の有無が事業の定着に大きく影響するため、定期巡回を行うことで、経営課題を早期に把握し、改善指導や資金繰り相談などにより、経営リテラシーを向上させ、廃業リスク低減と事業継続率を高める。創業後支援を体系化することで、日本政策金融公庫彦根支店、町内金融機関の滋賀銀行多賀支店、滋賀中央信用金庫多賀支店との連携強化や補助金採択率向上にも寄与し、創業支援施策全体の成果が高まる。

②事業承継による地域産業の持続的継続

達成方針 1：事業承継の早期段階（意向把握～診断）に対する体系的アプローチの強化

多賀町では小規模事業者の高齢化が進んでおり、後継者問題の顕在化前にアプローチすることで承継機会のロスを防ぐ効果があり、体系的な強化が必要である。

設定した理由：事業承継は「想いの整理 → 経営状況の可視化 → 課題抽出」という準備段階が成否を大きく左右するため、意向把握と診断件数を十分に確保することが必要である。

また、年 40 件・5 年間 200 件という KPI は、地域事業者の約 6 割強（※実数に応じて調整

可) を網羅でき、潜在的な承継ニーズを計画的に吸い上げるための実務的な目標である。

達成方針 2：親族内承継・第三者承継双方に対応した計画策定とマッチング支援の充実

承継計画の策定支援を通じて、資産・知的資産・金融機関調整など複雑な承継プロセスを可視化できることにより、計画策定→マッチング→金融支援調整という流れを一貫して支援することで、承継確率と承継後の成長可能性が期待でき、多賀町商工会×関係金融機関×滋賀県事業承継・引継ぎセンターと連携が取りやすくなるため失敗リスクが軽減できる。

設定した理由：人口減少が進む多賀町では、第三者承継（外部人材の呼び込み）は産業構造を維持するうえで不可欠であり、年間1件の成立は地域規模に即した実効的な目標であり、地域経済の維持につながる。また、親族内承継は地域内での事業基盤維持に直結し、年間3件・5年間15件は伴走可能かつ現実的で地域経済の活力を失わないための支援件数であり、地域経済の安定に寄与する。

達成方針 3：承継後の成長定着を目的とした伴走支援（フォローアップ）の継続実施

承継完了後2年間は、経営体制の刷新・従業員定着・取引先関係の再構築など最も不安定な時期であるため、年2回以上の定期訪問によりリスクを早期に発見し、売上向上施策・金融調整・補助金活用などをタイムリーに提供することで、承継成功率の底上げにつながる。

設定した理由：承継後2年間は経営体制の確立、従業員の定着、取引先再編など経営リスクが最も高い期間であるため、定期的な巡回支援（年2回以上）により、課題の早期発見と改善支援を実施する必要がある。また、KGI（承継後2年で売上10%増・雇用維持率100%）を達成するためには、承継完了後も成長段階まで伴走する体制整備が不可欠である。さらに、フォローアップにより収集した情報を分析し、次期支援に反映することで、地域全体の承継成功率の向上に資する。

③人手不足対策に向けたDX・デジタル化推進による生産性向上

達成方針 1：小規模事業者のデジタル化課題の可視化と段階的支援体制の構築

小規模事業者の業務実態やデジタル化状況を把握し、「課題診断→導入計画→ツール選定→導入→定着フォロー」のプロセスを標準化する。会計・勤怠労務管理・受発注・在庫管理・顧客管理（CRM）などの主要業務について、事業者ごとの成熟度に応じた段階的な支援により自走化に繋げる。

設定した理由：事業者のDX成熟度には大きな差があり、段階的支援体制を整備することでデジタルツール定着率（5年後80%）の向上が可能となるためである。また、課題可視化により、生産性8%向上、業務時間20%削減、在庫ロス15%削減等のKPI達成度を客観的に把握できた結果、効率性・質を高め生産性向上の実現に寄与する。

達成方針 2：小規模事業者のデジタル活用能力の底上げと基盤強化

小規模事業者のデジタルリテラシー向上を図るため、基礎から実務応用までの段階別研修を実施する。また、広く利用されている汎用的なデジタルツール（会計・勤怠・在庫・受発注・CRM等）の活用を促進しデジタル化の標準基盤を強化する。

設定した理由：デジタルリテラシーの差が大きい地域特性から、まず能力底上げを行うことが不可欠である。研修と個別支援の連動により、DX・デジタルツールが理解されることでデジタル化の定着が進み、事業者間の情報共有が促進され、多賀町商工会の支援効率も向上する。

達成方針 3：DX、デジタルツール導入後の運用状況を継続的にフォローし、操作支援、改善提案、効果測定を実施する。定着支援と改善サイクル（PDCA）を回し、導入効果の最大化を図る。

設定した理由：デジタル化は導入後の運用が成果を左右するため、フォローアップを行うことでPDCAサイクルを回し、効果検証の継続につなげKPIを実現させることにより、最終的なKGIであるデジタル化率50%の達成につながり業務負担の効率化に寄与できる。

④観光振興による地域経済の活性化支援

達成方針1：体験型観光コンテンツの創出・通年運用体制の確立

年間を通じて提供できる体験型プログラムを計画的に開発・定着させ、季節変動の影響を受けにくい安定的な集客を実現することで、観光消費額の増加および経済波及効果の向上につなげるために町行政、多賀観光協会と体験型コンテンツを創出し、閑散期を減らし、通年運用体制を確立する。

設定した理由：現在の多賀町における観光形態は、通過型観光がほとんどであり、観光による活性化には、通過型観光から、町内でより多くの消費を伴う滞在型観光への転換が不可欠である。特に、自然・歴史・文化資源を活かした体験型観光の不足が、滞在時間および観光消費額の伸び悩みの一因となっており、年間を通じて提供できる体験型プログラムを計画的に開発・定着させることで、季節変動の影響を受けにくい安定的な集客を実現し、観光消費額の増加および経済波及効果の向上につなげる必要があると判断したためである。

達成方針2：広域回遊を促すモデルコース整備と観光動線の最適化

春夏秋冬の季節特性を踏まえたコースに加え、テーマ型モデルコースの整備を進め、観光客の行動選択肢を拡大することにより、回遊性を高め滞在時間4.5時間の達成を図る。

設定した理由：回遊性を高めることにより、地域内での飲食・土産・体験消費の増大が見込まれ、KGIである観光消費額および経済波及額の向上に寄与すると判断したためである。

達成方針3：マーケティング強化と情報発信力の向上による誘客拡大

公式サイトの情報発信強化を図り、SNSフォロワー10,000人の確保、閲覧数年間15万PVの達成を目標に、旅行会社・OTAとの連携拡大も含めた多面的な認知向上策を推進する。これにより、閑散期イベントの集客改善と年間を通じた来訪者数の底上げが図られ、結果として観光による地域経済活性化の実現に繋げる。

設定した理由：観光客数を持続的に増加させるためには、町内外への情報発信力の強化が不可欠である。特に、Web・SNSによるデジタルマーケティングが遅れていることが、潜在的な来訪層へのリーチ不足および来訪意欲の喚起不足につながっていると判断したためである。

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：

「RESAS」や町独自データの調査結果を地域内の業種毎にその動向を整理・分析して小規模事業者に適宜情報提供している。

課題：

調査項目によっては5年前国勢調査データとなり、直近のデータが得られず現状とは合わず、十分な活用が出来ていなかったことが課題である。

直近のデータが得られない場合は、事業者の関心が高い調査項目について独自調査をとり、ビッグデータと独自データを織り交ぜるなど工夫をして、提供する必要である。

(2) 目標

| | 現行 | R8年度 | R9年度 | R10年度 | R11年度 | R12年度 |
|------|----|------|------|-------|-------|-------|
| 公表回数 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

(3) 事業内容

①景気動向分析（独自データ）

管内の景気動向等について詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に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4回調査・分析を行い、多賀町商工会事務所に常に分析結果を備え付け閲覧可能な状態にしておく。

【調査手法】経営指導員が巡回訪問にて調査を行い、調査票を回収する。

経営指導員がデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う。

【調査対象】管内小規模事業者（建設業、製造業、小売業、サービス業から20事業所）

【調査項目】売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等

②産業分析 国が提供するビッグデータの活用（外部データ）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られた人材や経営資源を集中投下し、より効率的かつ効果的な地域経済の底上げを目指すため、「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、商工会HPにて公表する。

【調査項目】「地域経済循環マップ」→何で稼いでいるか等を分析

「マーケティングマップ」→産業別割合や事業所・店舗数の推移などを分析

「産業構造マップ」→産業構成や、付加価値額の構造を分析

【分析手法】経営指導員が上記の分析を行う。

(4) 調査結果の活用

・重点産業への集中伴走

RESAS分析で抽出した産業に対し、販路開拓・DX・人材育成を一体で支援するのに活用。

手法：

- ・RESAS分析で付加価値額・取引流入額の高い業種を抽出。
- ・該当業種の企業リストを作成し、販路開拓・DX・人材育成の支援計画を策定
- ・展示商談会出展支援時に活用。

・販路開拓・商品改良の実証

消費動向調査結果を基に、イベント・商談会で商品改良を検証。売上・客数・粗利の変化を定量評価し、次年度の支援計画に反映。

- ・消費動向調査を基に、商品改良案を提示
- ・イベント等で試験販売を実施
- ・売上・客数・粗利を比較し、効果測定をExcelでグラフ化
- ・成果を次年度支援計画に反映

また、調査、分析した結果は商工会ホームページ、多賀町広報等に掲載し、広く管内事業者等に周知すると共に、経営指導員が巡回、窓口相談時の相談参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状：

独自イベント（コトブキ市）や展示商談会等でアンケート調査による情報収集は実施しているが、情報収集に留まり、事業者へは発信は不十分であった。また、新たな需要開拓をするために活用効果の高い情報は得ておらず、有効な利活用に至らなかった。また、多賀町は、全国的な知名度を有する多賀大社を中心に、歴史・文化資源や鈴鹿山系の自然環境、地域農産物等の観光資源を有している。一方で、来訪者の多くは多賀大社参拝を主目的とした日帰り客であり、町内での滞在時間が短く、体験、回遊等の消費行動につながりにくい状況にある。

課題：

小規模事業者の新たな需要開拓につながる調査で、事業者に則した的確な情報収集と積極的な情報提供の取り組み強化が求められる。

(2) 目標

| | 現行 | R8 年度 | R9 年度 | R10 年度 | R11 年度 | R12 年度 |
|-------------------|----|-------|-------|--------|--------|--------|
| 調査対象事業者 (BtoC) | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 調査対象事業者 (BtoB) | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |

(3) 事業内容

①展示会、商談会出展にアンケートによる需要動向調査

新商品開発や商品改良、新サービス提供等を検討している小規模事業者 BtoC2 社、BtoB2 社を選定し、各事業者に応じたアンケート調査を実施して、調査結果を分析した上で当該事業者にはフィードバックすることで、当該調査の分析結果を事業計画の策定に繋げて、既存商品・サービスの改良、新商品・新サービスの開発、販売手法の見直しに反映させる。

【対象事業者】新商品（飲食等）の開発、商品のリニューアル、新たなサービスを計画する小規模事業者

【サンプル数】1事業者あたり30件（回収率を50%想定）

【調査方法】①BtoC 県内外での物産展、イベント等（町主催イベント、ここ滋賀等）においてエンドユーザーに対してアンケート調査を実施する。

②BtoB 県内外での展示会、商談会等（滋賀の小さな企業食としての魅力個別商談会、グルメショー等）においてバイヤーに対してアンケート調査を実施する。

【分析方法】商品開発等の調査結果を専門家の意見を聞きつつ、経営指導員が分析を行う。

【調査項目】満足度、利便性、機能性、味、硬さ、色、大きさ、価格、パッケージ等

②体験型、回遊型モニターツアー実施でのアンケート調査

町内小規模事業者（飲食業、農業、サービス業等）と連携し、多賀町の歴史・文化・自然・食をテーマとした体験型観光モニターツアーを実施して、ツアー参加者に対し、アン

ケート調査を実施する。回収したアンケートは集計・分析し、観光客のニーズに即した商品・サービスの提供を促進し、継続的な誘客と売上向上につなげる。

【対象事業者】多賀町内に事業所を有し、今後観光分野への展開を目指す小規模事業者

【サンプル数】1事業者あたり20件（回収率を90%想定）

【調査方法】モニターツアーに参加した観光客に対してアンケート調査を実施する。

【分析方法】ツアー開発等の調査結果を専門家の意見を聞きつつ、経営指導員が分析を行う。

【調査項目】来訪動機、ツアー内容の満足度、価格の妥当性、再来訪意欲等

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現状：

経営指導員による巡回または窓口相談により個社の現況や経営課題を把握するために、定量分析たる「財務分析」と定性分析たる「SWOT分析」の双方を行ったが、補助金申請書、融資返済計画の作成が目的化してしまっている。

課題：

今後は、経営分析結果への理解を促すことで、経営分析への意識づけや積極的な取り組みを推進する必要で、そのことをもって、実行性のある事業計画策定へと繋げていくことが課題である。

(2) 目標

| | 現行 | R8年度 | R9年度 | R10年度 | R11年度 | R12年度 |
|-----------|----|------|------|-------|-------|-------|
| 経営状況分析事業者 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |

(3) 事業内容

①前向きに経営分析を行う事業者の掘り起こし

巡回や窓口相談時にて、対話と傾聴により小規模事業者の経営状況を把握する中で、事業の成長・発展を目指し、新たな取り組みや経営改善等に前向きに取り組む事業者の掘り起こしを行う。

②経営分析の内容

【対象者】需要動向調査を行った事業者及び、事業計画策定支援、金融指導、税務指導等を行った事業者のうち、売上拡大や販路開拓等を目指す意欲の高い事業者、経営分析の必要性が高い事業者を選定する。

【分析項目】「定量分析」

《財務分析》直近3期分の収益性、生産性、安全性及び成長性を分析する。

「定性分析」

《非財務分析》対話と傾聴を重ね、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

【分析手法】事業者の状況に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構の「儲かる経営キック君」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。

③重点テーマ別分析

目的：テーマ別の指標・ヒアリング項目を設計。新規事業、販売促進、創業、事業承継の成果に直結する分析を実施する。

テーマ別の主なデータ：

- ・新規事業開発：顧客ニーズ、商圏・競合、テストマーケティングなどの必要指標データ。

- ・販促戦略：購買データ、SNS・ロコミ、競合ベンチマーク、在庫回転、季節指数などの必要な指標データ。
- ・起業・創業：初期費用、損益分岐点、商圈競合、消費トレンドなどの必要な指標データ。
- ・事業承継支援：後継者意向、役割移管計画、資金政策、金融支援、収益構造の再設計、事業承継税制などの必要な指標データ。

④データ整備（データの見える化）

目的：分析した指標を商工会職員が常時、継続把握、利用ができるデータシェア機能を構築することにより、支援の進捗・KPIを可視化し、事業者・支援者のPDCAを促進、連携機関との情報共有の円滑化を図る。

内容：匿名化データの蓄積、KPIトラッキング（売上・利益・CVR・在庫回転・資金繰り等）を内部共有することにより、経営指導員等のスキルアップに活用し、他の事業者への効果的な支援にも繋げる。

（4）分析結果の活用

①小規模事業者支援への活用

・事業改革策定への接続

分析結果は対象事業者にフィードバックし、事業計画の策定や見直しに活用する。

・KPI設定と伴走支援

粗利率、在庫回転率、回収サイトなどのKPIを設定し、適宜レビューにて進捗を確認し改善が遅れる場合は是正策を提示してPDCAサイクルを回す。

6. 事業計画策定支援に関すること

（1）現状と課題

現状：これまで事業計画策定セミナーや創業支援セミナー、経営指導員による伴走型支援などを通じて行ってきた。しかしながら、作成された事業計画は、補助金申請や融資の資金計画のために作成されたものが多く、小規模事業者にとって「正しい事業の方向性」を示す具体的で実現性のある事業計画になっていない現状がある。

課題：事業者に対して、事業計画策定の重要性を伝えきれず、事業計画の意味を理解し積極的に事業計画策定に取り組む事業者が少なかったことから、いかに少ないマンパワーの中で効率よく事業計画策定の重要性を伝えていくかが課題となる。

（2）支援に対する考え方

前述の（1）現状と課題を踏まえ、対話と傾聴を重ねながら創業セミナー（創業予定者や創業後間がない者）やDX推進セミナーを開催し、事業計画策定の意義や重要性の理解を促し、経営状況・経営課題の把握、事業者に意義や重要性を浸透させた実効性のある事業計画策定を支援することで、真の課題について小規模事業者自らが気づき、課題解決に主体的に取り組む自走化できるよう伴走型で支援を行うことにより有効で実効性のある事業計画策定に繋げる。

（3）目 標

| | 現行 | R8 年度 | R9 年度 | R10 年度 | R11 年度 | R12 年度 |
|---------------|----|-------|-------|--------|--------|--------|
| 創業セミナー開催(回) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| DX推進セミナー開催(回) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 事業計画策定事業者数 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |

(4) 事業内容

■創業セミナーの開催

| | |
|--------|---|
| 目的 | 地域内の創業希望者・創業後間がない小規模事業者を掘り起こし、創業に関する基礎知識の知識向上を図り、事業計画(創業計画)の重要性を学ぶことで、よりスムーズな創業と創業後の継続性のある事業活動に役立てるセミナーとする。 |
| 対象者 | 新規創業を志す者、創業間もない小規模事業者等 |
| 募集方法 | 商工会ホームページ、新聞広告、タウン誌掲載、町広報等で周知 |
| 講師 | 中小企業診断士等 |
| 参加者数 | 20名程度 |
| カリキュラム | 財務、マーケティング、資金計画、ビジネスモデルの構築他 (集団セミナー+個別相談会) |
| 支援の手法 | 集客効果も出ているため、出来る限り現在実施している近隣の商工会との共同開催で実施する。共同での開催が困難な場合は単独にて開催する。 |

■DXセミナーの開催

| | |
|--------|---|
| 目的 | 小規模事業者のDXを推進する人材の育成、最新のデジタル技術に関する知識やスキルを習得してもらうことで、有効な事業計画策定に繋げるためのセミナーを開催する。 |
| 対象者 | DXの推進に課題を抱える事業者、データやAIの活用、デジタルの導入による組織力向上や業務効率化、顧客体験の改善などを目指している事業者等 |
| 募集方法 | 商工会ホームページ、新聞広告、タウン誌掲載、町広報等で周知 |
| 講師 | 中小企業診断士・ITコーディネーター等 |
| 参加者数 | 20名程度 |
| カリキュラム | ・SNS活用(LINE・Facebook・Instagram等) ・生成AI活用(ChatGPT、Gemini、Claude等) (集団セミナー+個別相談) |
| 支援の手法 | 一方的な講義形式ではなく、参加者が主体的に関われるハンズオン形式のワークショップや、双方向のやり取りを増やすことにより学習効果を高める。また、意欲的にDX化に取り組む事業者には経営指導員が個別に支援し、より高度な実践支援は外部専門家と共に伴走型で支援を実施する。 |

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：

持続化補助金等をはじめ、補助金の申請が関わってくる事業者については事業計画策定後

もこまめな巡回等により事業者の状況を把握と中でも、創業個別相談会参加者には手厚くフォローアップを行っている。ただし、その他事業者については事業者からの相談があった場合に対応する程度にとどまっているのが現状である。

課題：

小規模事業者は、日々の業務に追われることが多く、計画の実行に対する検証や検証結果に基づく事業計画の見直しなど P D C A サイクルを確実に回していく事が難しい現状がある。また、商工会もマンパワー不足もあり支援頻度が不定期となっており、事業計画を策定した全ての事業者に対して、事業計画に基づいた経営の重要性についての内発的動機づけを行い、経営の自走化を促す計画的な支援が行えるよう支援体制の再構築が課題となる。

(2) 支援の考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、経営指導員のマンパワー不足補うために効率よく効果的な支援とするために必要に応じて専門家も入れながら事業計画の進捗状況や事業者の課題等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、対話と傾聴を通じて自走化に向けたフォローアップを行う。

(3) 目 標

| | 現行 | R8 年度 | R9 年度 | R10 年度 | R11 年度 | R12 年度 |
|---------------------|----|-------|-------|--------|--------|--------|
| 事業計画策定フォローアップ対象事業者数 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| 頻度 (延数) | 80 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |
| 売上増加事業者数 | 10 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| 経常利益 3%以上の増加事業者数 | 8 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |

算定件数 根拠・・・フォローアップの頻度 (延回数) の 8 社×6 回=48 回、
10 社×4 回=40 回、2 社×2 回=4 回の合計 92 回である。

(4) 事業内容

事業計画策定を行った全事業者を対象として、以下の①～③のとおり経営指導員等が巡回・窓口相談によるフォローアップを定期的実施する。フォローアップでは、計画とズレがある場合には、その原因を究明して、より現実的な事業計画となるよう見直しに向けた助言等を継続的に伴走型で支援を実施することで、課題解決を行う。

・フォローアップ巡回等の頻度

- ①現状と計画にズレが認められる事業者 ⇒ 2 カ月に 1 度以上の割合
- ②概ね計画遂行は順調であるが新たな課題が生じている事業者 ⇒ 3 カ月に 1 度
- ③計画遂行が順調と認められる事業者 ⇒ 6 カ月に 1 度

なお、上記①のケースにおいては、差異の発生要因及び今後の対応方策を検討のうえ、必要に応じて専門家と同行して必要な支援を実施する。その際には、臨機応変に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：

これまでの新たな需要開拓に対する取り組みに関しては、各種展示会・商談会への出展を紹介して、出展支援を実施してきたが、需要開拓支援に関する支援効果の測定効果も十分と

は言えず、地域内の小規模事業者の多くは I T を利用した販売開拓等の D X に向けた取り組みが進んでいない。また、多賀大社や霊仙山をはじめとする自然・歴史・文化資源、豊かな農林業や伝統食文化など、多様な地域資源が存在している。しかし、多賀町は通過型観光となっており、滞在時間が短く消費金額も少ないのが現状である。

課題：

小規模事業者に対して今後より少子高齢化、人材不足が進むと予想される中で、経営環境の変化に合わせた顧客ニーズの変容を十分に把握して新たな需要開拓繋げるために、積極的に D X 活用を取り入れ効率性と有効性を高める必要であり、展示会・商談会後のフォローアップ支援、測定効果を行いマーケットインの発想のもと新商品開発に取り組んでいく必要があると共に、販路開拓における D X の重要性を理解してもらい、小規模事業者が自発的かつ継続的に販路開拓に D X 活用を行える支援体制づくりと、多賀町の観光は体験観光のプログラムの体系化が出来ておらず、周遊ルートが未整備なこともあり、多賀大社の参拝のみで完結し町内回遊が少ない。デジタル活用不足で、情報発信が弱く観光資源が十分に活かされていないため、予約・発信・データ分析が進んでいないのが課題である。

(2) 支援に対する方針

・ **地域の重要課題を踏まえ、重点支援エリア・業種、業者を設定：**

「人口減少や高齢化といった課題に対応しつつ、地域の特性を生かした産業の育成を目指しています。」(出展：多賀町山村振興計画より抜粋)

エリア：大滝地域

業種：食品加工、観光サービス、地域資源活用型製造業

対象者：D X 未導入だが販路拡大意欲が高い小規模事業者

・ **販路開拓支援：**県内外で開催される既存の展示会・商談会、物産展への出展支援。出展前にあっては、経営指導員等が商品ブラッシュアップ、商談シートや商品カルテの作成など、当日についても、商品の陳列やブースの装飾、接客・商談手法などを出展後については、バイヤーへの継続的なフォローアップ、取得した情報の分析、効果測定などを伴走型で支援を行う。また、観光関連事業者に対しては、町観光協会や関連団体と連携し、体験型等の新たな観光ツアー開発、モニターツアー実施、満足度等の調査支援を行い、得られたデータを新たな商品・サービス開発につながる支援を伴走型で行う。

・ **D X 推進支援：**顧客管理データに基づく販売促進、SNS 情報発信、その他 I T 活用による販路開拓と情報発信を積極的に行い、必要に応じて I T 専門家による支援も実施する。

(3) 目標

| | 現行 | R8 年度 | R9 年度 | R10 年度 | R11 年度 | R12 年度 |
|----------------|------|-------|-------|--------|--------|--------|
| ①展示商談会参加事業者数 | 3 者 | 3 者 | 3 者 | 3 者 | 3 者 | 3 者 |
| 成約件数/者 | 20 件 | 22 件 | 22 件 | 22 件 | 22 件 | 22 件 |
| ②物産展出展事業者数 | — | 2 者 | 2 者 | 2 者 | 2 者 | 2 者 |
| 売上額/者 | — | 10 万円 | 10 万円 | 10 万円 | 10 万円 | 10 万円 |
| ③ D X に向けた取組支援 | 15 者 | 18 者 | 18 者 | 20 者 | 20 者 | 20 者 |
| 売上増加率 | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% |
| ④観光コンテンツ開発支援 | — | 3 者 | 5 者 | 5 者 | 5 者 | 5 者 |
| 売上額/者 | — | 9 万円 | 15 万円 | 15 万円 | 15 万円 | 15 万円 |

(4) 事業内容

目的：小規模事業者が自力では得にくい販路開拓機会を確保し、事業の成長につながる商談や顧客接点を創出することにより、売上向上、取引先の拡大、マーケットニーズの把握、製品改善につなげ、DXを活用した情報収集・発信を支援することで、事業者の営業力・PR力の向上を図り、持続的な経営基盤の強化に繋げる。

①展示商談会参加事業（BtoB）

■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37社（令和7年度実績）
- ・出展者数：県内43事業者（令和7年度実績）
- ・特徴：県内で開催される商談会で、百貨店、食品・飲料卸業者、スーパー、旅行者等のバイヤーが地域の特産品・商品を求めるバイヤーの来場がある。距離も近く、これまで商談会への出展経験が少ない小規模事業者にとって参加障壁が低く、経験がなくても参加しやすい商談会となっている。

■グルメショー秋

- ・主催：株式会社 ビジネスガイド社 後援：農林水産省、全国商工会連合会 他
- ・概要：既存食品流通バイヤーはもちろん、新規参入が著しい異業種バイヤーも多数の来場がある。来場者数31,042名（令和7年度実績）*同時開催共催展含
- ・出展者数：2,769社（令和7年度実績）
- ・特徴：食品だけでなく生活雑貨やインテリアなど幅広い商材の仕入れ・商談ができる。異業種のバイヤーや新たなビジネス創出、地域活性化、最新の食トレンド発見など、多くのメリットを得られる。

②物産展出展参加事業（BtoC）

■ニッポン全国物産展

- ・主催：全国商工会連合会
- ・概要：全国の中小・小規模事業者が各地の特産品やご当地グルメを販売し、販路開拓・売上向上を目指す物産展となっており、3日間で約8万人が来場（令和6年度実績）
- ・出展者数：地域特産品の販売ブースを約200社（令和6年度実績）
- ・特徴：首都圏においての大規模な物産展で、地域経済を支える中小・小規模事業者等がテスト販売、新規顧客獲得等を通じて売上増加、販売力向上を図ることが期待できる。

③DXに向けた取組支援（BtoB、BtoC）

DXを活用して販路開拓に意欲のある小規模事業者の中から経営指導員が事業所の課題を検討し、課題解決にDXが有効的であると判断した場合において、事業者ごとの状況を考慮した最適なDX活用法を提案し、事業者自らがDXを活用して販路開拓ができるようになるまで伴走型で支援を行う。

【支援対象】

DX推進セミナー受講者、事業計画策定支援を行った小規模事業者で、DXを活用した販路開拓販路開拓を目指す事業者

【支援内容】

販路開拓を目指す事業者の実情に即した、オンラインでの情報発信、ウェブサイトやECサイトを構築、SNS活用商談等を滋賀県商工会連合会が行うスーパーバイザー派遣事業を活用し、中小企業診断士、ITコーディネーター等専門家を交えた支援により、事業者の自走化を図る。

④体験型観光コンテンツ開発・造成支援

多賀観光協会や多賀町と連携して、地域資源を活用した体験型観光と周遊プランを開

発して、通過型観光から滞在型観光への転換を目指すことで、多賀町観光ブランドを高めることにより、観光消費額の増大が期待される。業者間の連携強化により、地域全体の「稼ぐ力」の向上支援を行う。

【支援対象】

地域資源とDXを活用した新たな体験型観光、周遊プログラムの開発を希望しようとする小規模事業者。

【支援内容】

体験型観光コンテンツ、周遊プラン開発、モニターツアーの実施やDXを活用した予約・決済システム導入、ウェブサイトやSNSを活用したプロモーション強化支援を多賀観光協会、多賀町と連携を強め中小企業診断士、観光プランナー／ツーリズム専門家等を交えた支援を実施する。

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) 現状及び課題

現状

- ・年度事業終了時に、中小企業診断士、日本政策金融公庫、民間金融機関、多賀町担当課の外部有識者で構成された事業評価委員会を年1回開催している。
- ・事業の実施状況、事業成果の評価を実施し、その評価結果を当会理事会に報告し承認を受けている。
- ・評価結果の公表は限定的で、地域事業者が常時閲覧できる仕組みが不十分である。

課題

- ・事業評価委員会では計画の実施状況は定量的評価に留まっており、定性的評価も必要であり、定性面、定性面も意識した支援体制の整備が課題である。
- ・K P I・成果指標を用いた定量的評価の仕組みの再構築が必要。
- ・毎年度1回以上の評価・見直しの定期化と結果を公開する体制の確立。

(2) 事業内容

1. 定量的把握

- ・K P I 設定：事業計画策定件数、販路開拓支援件数、セミナー参加者数、D X推進件数、売上増加率10%増加、経常利益率3%増加。
- ・データ収集：会員アンケート、フォローアップシート、相談カルテのデータを集約し、データベース化し可視化する。

2. 定性的把握

- ・事業の進捗、達成度：目標の達成度合いを数値だけでなく状況や事例で示す。
- ・事業環境への適応、柔軟性：外部環境の変化への対応力や改善への取り組み対応。
- ・課題、今後の改善：定性的に見て、改善が必要な点や課題の抽出し改善へ繋げる。

3. 評価手法

- ・外部有識者（中小企業診断士）、日本政策金融公庫彦根支店長、滋賀銀行多賀支店長、滋賀中央信用金庫多賀支店長、多賀町産業環境課課担当者、本会役員、法定経営指導員等をメンバーとする。
- ・半年ごとに進捗確認、事業評価委員会を年1回開催し、定量的・定性的な視点から事業の進捗状況等の評価を行い、事業ごとに総合評価を実施
- ・評価は5段階評価＋改善提案方式で、次年度支援計画に反映。

4. 評価・見直しの頻度

- ・年1回以上の総合評価＋半期レビュー。
- ・必要に応じて臨時総会を開催し、地域の産業ビジョンにおける重要課題（D X推進、販路開拓等）を論議。

5. 結果の公表方法

- ・評価結果は多賀町商工会に常時備え付けておくことで、地域の事業者が常時閲覧可能な状態を確保する。

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：現在、滋賀県商工会連合会主催の研修会並びに中小企業大学校研修へ職員派遣や近隣の5商工会合同の独自研修会により、事業者支援に必要なスキルアップを図っている。それ以外の専門的かつ幅広い知識の習得は、基本的には個々の意識に委ねているのが現状である。

課題：研修会等で各職員が学んできた内容について職員間での共有が図られていない点に加え、自己研鑽を積んでいる職員とそうでない職員間の支援能力にばらつきがあり、組織全体の支援能力の向上と平準化が課題であり、支援ノウハウを組織内で共有する仕組みの構築も必要である。

(2) 事業内容

目的

経営指導員の支援能力を体系的に高め、ノウハウ共有とOJTを通じて組織力を強化する。さらに、小規模事業者が成功体験を積み、自ら考えるプロセスを支援することにより、経営リテラシー向上に寄与する。

①外部講習会等の積極的活用

滋賀県商工会連合会が職員の支援レベルに応じ実施する研修会や中小企業大学校が開催課題テーマ別研修会に計画的出席し、職員個人の資質向上を図る。

②DX推進にあたってのセミナー受講

経済環境変化の影響を受けやすい小規模事業者が変化に対応しながら、効率的な経営を持続するにはDXに対応が喫緊の課題であり、小規模事業者のニーズに合わせたDX支援が必要となってくるため、DX推進にあたっては、経営指導員はもとより、商工会の全職員がITスキルを向上させ、滋賀県商工会連合会が実施する「IT活用支援研修会」や「DXをテーマとした職員研修会」、中小企業基盤整備機構等の外部機関が実施する「DX関連セミナー」を積極的に受講することで、支援スキルを向上させる。

③OJTによる支援能力向上

若手職員で経験年数が浅く未経験の分野や職員の不得意分野を支援経験が豊富な職員が巡回や窓口支援時を活用して、OJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を向上させる。

④支援内容のデータベース化によるノウハウの共有

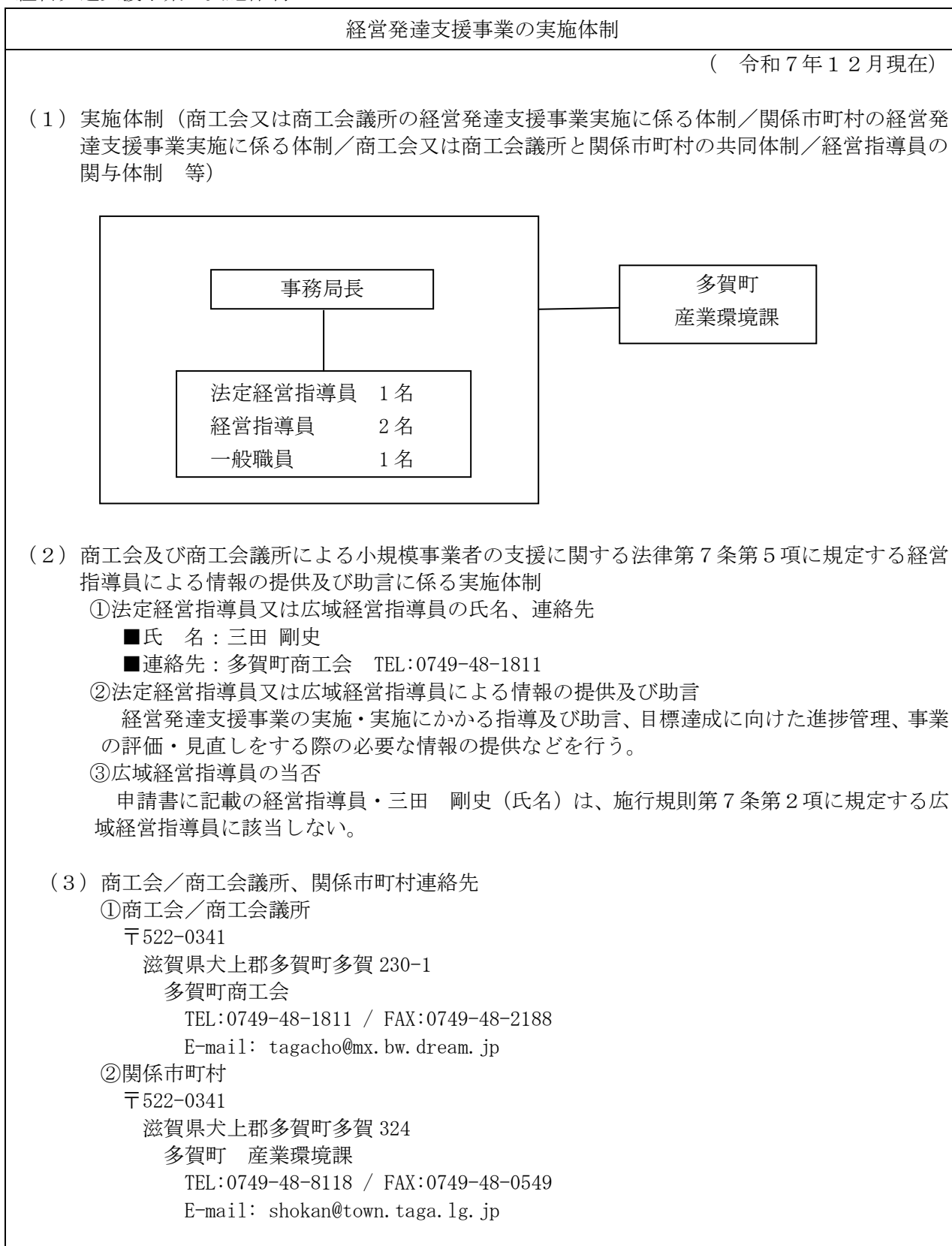
滋賀県商工会連合会が運営する基幹システムの経営カルテに各職員が支援情報を詳細に入力することにより支援ノウハウ・情報の蓄積を行う。支援情報が蓄積された基幹システムをとおすことにより、効的に支援ノウハウ・情報の共有ができ、また、支援担当職員の不在時や人事異動があった場合でも、他の職員が支援を引き継ぎの情報の活用が図られる。

⑤経営リテラシー向上への寄与

研修・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。

(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 | 1,690 | 1,690 | 1,690 | 1,690 | 1,690 |
| ○事業評価委員会運営費 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| ○専門家派遣費 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| ○セミナー開催費 | 550 | 550 | 550 | 550 | 550 |
| ○販路開拓費 | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 |

(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 |
|-----------------------------------|
| 国補助金、滋賀県補助金、多賀町補助金、全国連補助金、会費手数料収入 |

(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。

