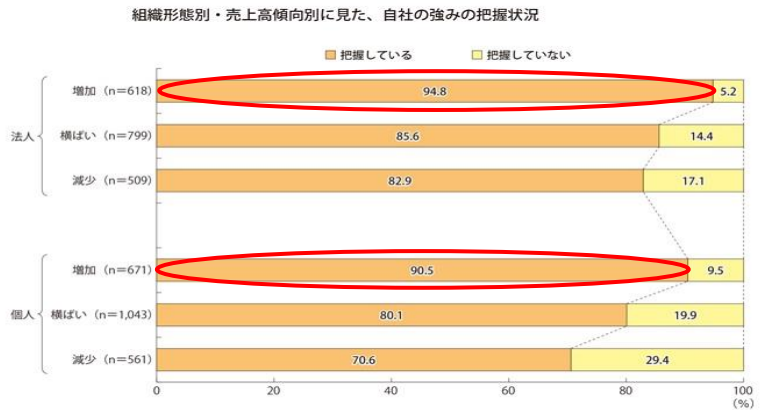


本レポートは経済産業大臣の認定を受けた経営発達支援計画に基づき作成・発刊致します。今回は「自社の強み」にフォーカスし、強みの把握の現状と効果、取り組みと課題について掲載いたします。掲載内容についての詳しい内容、具体的な活用方法等につきましては、商工会までお気軽にお問い合わせ下さい。

①自社の強みの把握の現状

中小企業であっても市場で生き残っていく何らかの「強み」があるはず。自社の弱みをできるだけ克服し、この「強み」をより大きく伸ばしていくことが、今後の市場競争を勝ち抜くためには重要になってくるのではないのでしょうか。

右図の「自社の強みの把握状況」によると、売上高が増加している企業で強みを把握している割合が法人では「94.8%」、個人では、「90.5%」といずれも高く、自社の強みを把握している事業者ほど売上高も増加傾向にあることが見て取れます。

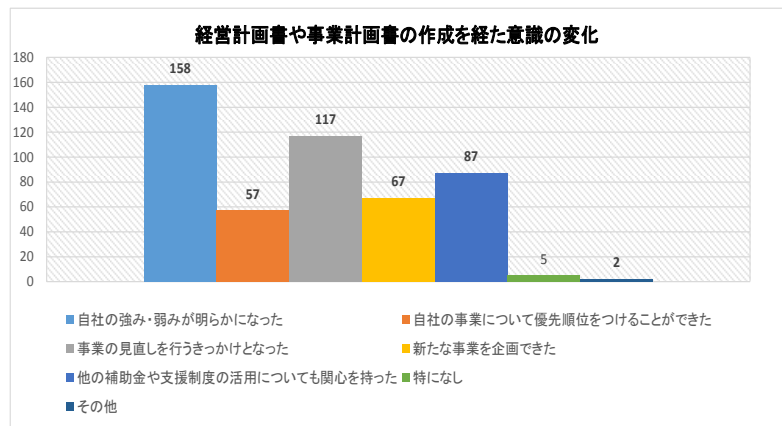


出典：小規模企業白書 2017

②強みの把握につながる経営計画の作成

経営計画や事業計画を作成することで自社の強みを把握することができます。

右図はH27年度補正小規模事業者持続化補助金の事業実施をした岐阜県内の方を対象として経営計画等の作成を経た意識の変化を調査したもので、「自社の強み・弱みが明らかになった」、「事業の見直しを行うきっかけとなった」との回答が多いです。このように実際に経営計画を作成したことにより、自社の強みの把握を実感している事業者が多いことが分かります。

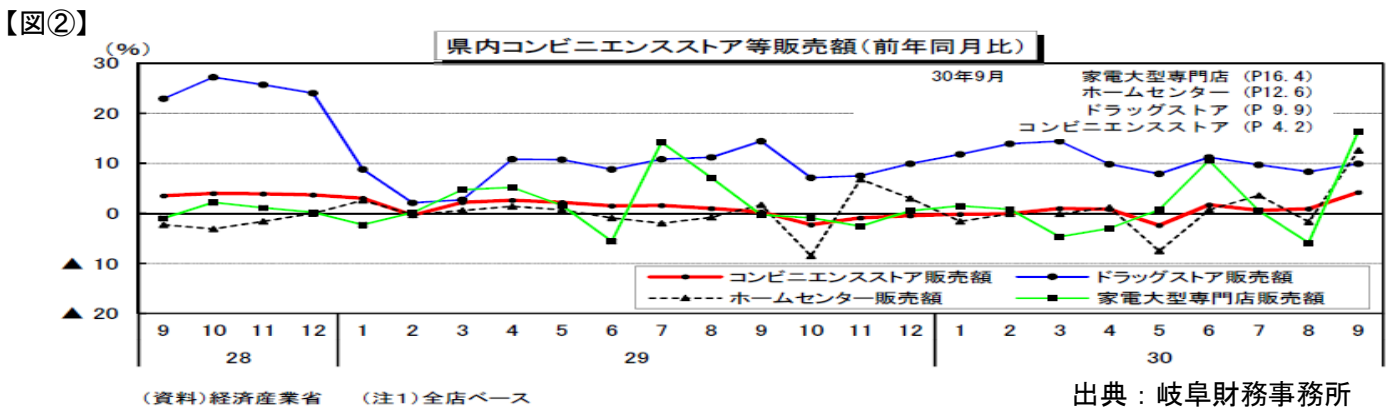
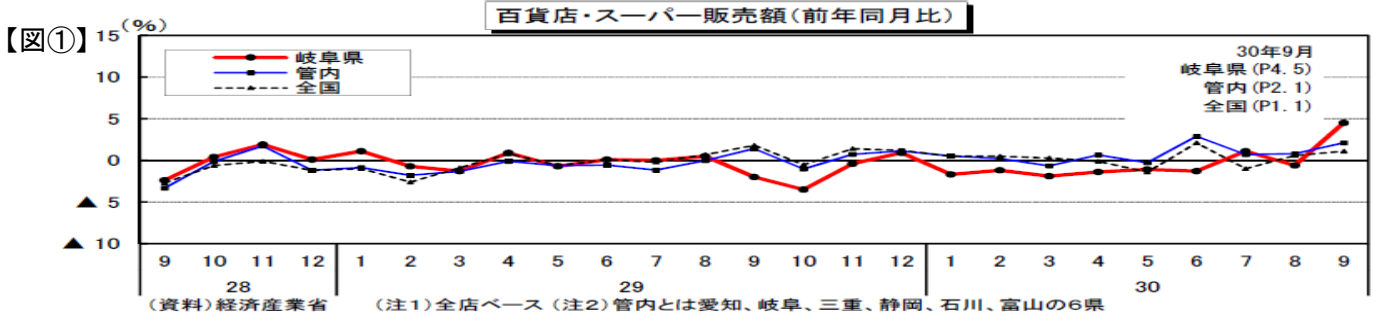


③小規模事業者持続化補助金に挑戦してみませんか

上記の内容から経営計画を作成する事により自社の強みを把握することができ、自社の強みを把握することで売上の増加が見込めることが分かってきました。しかし、経営計画をどのタイミングで、どのように作成したらよいか分かりません。そこで、国の施策として、「小規模事業者持続化補助金」という制度があります。小規模事業者持続化補助金とは、小規模事業者が、店舗の改装・改修やチラシ・カタログの作成費用など販路開拓に取り組む費用を支援しています。支援に当たっては、「経営計画書」の添付を要件とし、小規模事業者自らの経営計画に基づく経営を促しています。経営計画を作成することで自社の強みや外部の環境を把握し今後の方向性を考えるととも販路開拓に向けた補助を受けることができます。経営計画書の作成につきましては、商工会でもサポートさせていただきますのでご相談ください。

#### ▶④事業活動の動向

下図①は百貨店・スーパーの販売額の動向を示しています。衣料品が減少しているものの、主力の飲食料品が前年を上回っていることから、販売額は全体では前年を上回っています。下図②は県内コンビニエンスストア販売額の動向を示しており、コンビニエンスストア販売額はおおむね横ばいとなっています。ドラッグストア販売額では、30年の1月～3月は前年を上回っているが、他の月については前年と同様の販売額となっています。ホームセンター販売額は月によっては前年を下回っている月もあれば、前年を上回っている月もあります。家電大型専門店販売額では、30年8月は前年を多く下回っているが、その反動もあってか30年9月は前年を大きく上回っています。業種によって動向はまちまちであるので、消費者ニーズやトレンド、季節を考慮した販売計画を立案することが好ましいです。



#### ▶⑤生産活動の状況

鉱工業指数は、生産、出荷、在庫に関する諸活動を体系的にとらえるもので、工場などは様々な製品を生み出していますが、それらの多様な生産活動を表す総合的な指標として鉱工業生産指数が作成されており、経済指標の中では最も重要なものの一つとなっています。GDPに占める鉱工業の割合は約18%で、鉱工業の関連産業も含めると約4割を占め日本の経済活動に占める割合が大きいです。鉱工業指数には、季節変動(月ごとに繰り返される動き)が含まれ、あらかじめ1年間の季節パターンを推計してその影響を取り除いた季節調整後の指数が公表されています。岐阜県では、全国を下回っていますが、29年3月、30年8月は全国を上回っています。岐阜県内の指数が増加傾向にあることから、今後、生産活動が活発になる可能性があります。そこで、仕事を逃さないために、更なる生産性向上が必要になってくると考えられます。

