

経営発達支援計画の概要

実施者名	吉野川市商工会（法人番号 2480005006001） 吉野川市（地方公共団体コード 362051）
実施期間	令和8年4月1日 ～ 令和13年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標 吉野川市商工会管内の5年後の小規模事業者数約400の現状数の維持</p> <p>① 小規模事業者の自立力強化 ② 事業承継および創業支援による若手事業者の増加 ③ 地域資源を活かした新商品・新サービス創出及び県外販路の開拓による収益機会の拡大 ④ デジタル活用を軸とした経営リテラシー向上と生産性の抜本的強化</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 ビッグデータの内容を活用した情報提供や中小企業景況調査を四半期毎に調査することで吉野川市商工会管内を把握し、調査分析結果を当会ホームページで公開する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 地域資源を活用した商品等を対象に、展示会等を活用したアンケートによる需要動向調査を実施し、中小企業診断士等により分析した調査結果を事業者へフィードバックし、今後のマーケットイン型の商品改良等に役立てる。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 経営分析セミナーの実施によって、経営者自身による分析スキルの習得を目指すほか、支援対象事業者の発掘に取り組みつつ、当会が指定する重点支援先等に対して経営指導員と外部専門家による経営分析に基づく自走的な事業計画策定支援へ向けて、対話と傾聴を通じて本質的な課題を把握し、DX推進セミナー等による競争力の強化（業務効率化と販路拡大）へむけた支援も実施する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 新規創業や事業承継を考えている事業者等の発掘に取り組みつつ、当会が指定する重点支援先等に対して経営指導員と外部専門家による経営分析に基づく自走的な事業計画策定支援へ向けて、対話と傾聴を通じて本質的な課題を把握し、DX推進セミナー等による競争力の強化（業務効率化と販路拡大）へむけた支援も実施する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画の進捗確認を四半期ごとに行い、経営の自走化へむけてPDCAサイクルが自然と個社に根付くようにフォローアップを行う。事業計画との間にズレが生じている場合には、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上、フォローアップの頻度を変更して他機関との連携を図るほか、経営者のリテラシー向上に努める。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 収益性の向上を目指し、展示会や物産展への出展支援を行うほか、販路拡大を目的とした知財活用に向けた支援を行う。</p>
連絡先	<p>吉野川市商工会 〒779-3401 徳島県吉野川市山川町翁喜台 117 TEL:0883-42-5642 FAX:0883-42-5349 E-mail:tsci3000@tsci.or.jp</p> <p>吉野川市 商工観光課 〒776-8611 徳島県吉野川市鴨島町鴨島 115-1 TEL:0883-22-2226 FAX:0883-22-2237 E-mail:shoukoukankou@yoshinogawa.i-tokushima.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

ア. 吉野川市の概要

吉野川市は、徳島県を東西に流れる一級河川である吉野川の中流域南岸に開けた総面積144.19km²の市で、北は吉野川を挟んで阿波市、東は石井町、南は神山町、西は美馬市に接している。平成16年に鴨島町、川島町、山川町、美郷村の3町1村の合併により誕生した。

主要交通網は、国道192号線とJR徳島線があり、共に徳島市から吉野川市を経て三好市に向かっている。この路線は吉野川市の鴨島町、川島町、山川町を結び、市の交通の骨格をなしている。また、市東部からは徳島自動車道土成IC、市西部からは脇町ICが近く、徳島空港や高松空港が約30km圏内にあるなど、高速交通網へのアクセスが容易である。

本市鴨島地区(旧鴨島町)は、吉野川中流域の拠点的な町で、県内有数の商業地域でもある。マルナカやケーズデンキ、キョーエイ等の県内外の大手小売店が出店しており、飲食店も多い。本市の管内人口は約39,000人(令和2年国勢調査)で、鴨島地区に約22,000人(57%)、川島、山川、美郷地区の合計で約17,000人(43%)となっている。事業所数は、令和3年の経済センサスでは、鴨島地区に61%、川島、山川、美郷地区の合計で約39%となっており、事業所数と同様の割合となっている。



※吉野川市総合計画後期基本計画より



※吉野川市観光ガイドマップより

イ. 観光文化

本市山川地区には、四国百名山にも数えられ、秀麗な姿から「阿波富士」ともいわれる標高1,133mの高越山がある。頂上には阿波国修験道の発祥地として知られる高越寺があるほか、標高1,060m付近には国の天然記念物に指定されている樹齢300年ともいわれるオンツツジが群生する「船窪つつじ公園」があり、紅色の花が一斉に咲く5月中旬から下旬にかけて多くの観光客が訪れる。その他、本市山川町忌部山には延喜式神名帳(927年著、全国の官社神社の一覧)にも記載された古社、山崎忌部神社があり、新天皇の即位関連儀式である「踐祚大嘗祭」で天皇陛下がお召しになる大麻の織物「匳服(あらたえ)」は本社で織られ、献上される。

また、本市美郷地区は、西日本有数の梅の産地として知られており、青果での出荷のほか、梅干しなどの加工品にも利用されている。平成20年には構造改革特区制度を利用した全国初の梅酒特区に認定され、現在5つの業者が梅酒の製造販売を行っている。美郷地区は、他にもほたるの生息地として国の天然記念物の指定を受けており、ほたるの舞う季節には美郷ほたるまつりが開催され、多くの観光客が訪れる。美郷地区は、地域資源を活用した活動が積極的に行われている。



多くの観光客が訪れる「船窪つつじ公園」
※徳島県観光情報サイト阿波ナビより



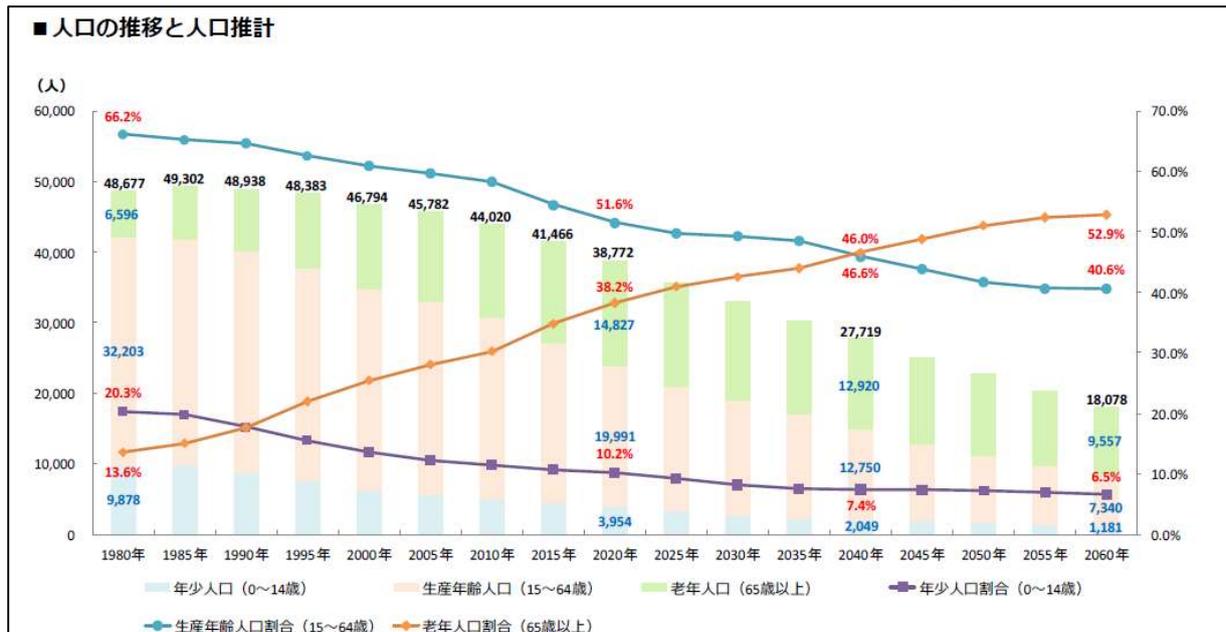
全国初の梅酒特区として製造販売している梅酒
※当会作成資料

ウ. 商工会と商工会議所

吉野川市商工会は、平成24年に川島町商工会・山川町商工会・美郷商工会が合併し、発足した。行政合併に伴い、1行政区に商工会と商工会議所が併存する状態となっている。本市鴨島地区を吉野川商工会議所、川島地区・山川地区・美郷地区（以下「当会管内」という。）を吉野川市商工会が管轄している。最近では、事業者が自然災害などの緊急事態に備え、事業を継続し、早期に復旧できる能力を高め、社会全体の強靱化に貢献することを目指すために吉野川商工会議所と連携を図り「事業継続力強化支援計画」の策定を行っているほか、地域商工業の発展へむけたイベント等の共同開催も行っている。

エ. 人口動向

吉野川市の人口は、1985（昭和60）年の49,302人をピークにゆるやかに減少が続いた後、1995（平成7）年以降はさらに減少傾向にあり、2020（令和2）年の推計人口は38,772人となっており、国立社会保障・人口問題研究所の推計では、今後も人口減少が続き、2040（令和22）年には、27,719人にまで減少する見込みとなっている。



※吉野川市人口ビジョン（令和7年3月改訂）より

オ. 産業

当会管内の令和5年度の商工業者数は619となっており、このうち小規模事業者540で商工業者の87%を占めている。業種別では、サービス業が最も多く134、小売業が124で、この2業種で全小規模事業者の48%となっている。建設業が100で全小規模事業者の16%、製造業が82で15%と続く。

令和5年度から過去8年の小規模事業者数の増減をみると業種による格差は無いが、平均して13%減少しており、事業主の高齢化や後継者不在等が深刻化していることが事業所減少（廃業）の全業種に共通する要因として考えられる。個別の業況については、①建設業では、住宅着工や公共工事の減少等による業況の悪化、②製造業では、需要減少と海外製品との価格競争の激化、③卸売業・小売業では、体質的に薄利多売の業種であり、大規模小売店の出店やネット販売の拡大による競争の激化、④飲食店・宿泊業では、景気停滞やライフスタイルの変化等による来店客・宿泊客の減少、⑤サービス業では、地域住民の減少による地域密着型サービス利用の減少などによって、各業種の事業者が減少していると考えられる。

そのほか、最低賃金の引上げや原材料費の高騰により収益圧迫の危機に直面しているケースや、人材不足の常態化（特にサービス業や製造業）により省力化やデジタル化による生産性向上が不可欠となっている。また、市場環境は急速に変化しており、SNSを活用した情報発信やキャッシュレス決済、AI技術の普及が進んでいる。

カ. 産業別総生産

■小規模事業者数

業種	平成24年度 (A)	平成29年度 (B)	増減(%) 【H24・H29】	令和5年度 (C)	増減(%) 【H29・R5】
建設業	134	116	△13	100	△14
製造業	104	97	△7	82	△15
卸売業	14	10	△29	9	△10
小売業	182	149	△18	124	△17
飲食店・宿泊業	69	57	△17	49	△14
サービス業	152	146	△4	134	△8
その他	49	48	△2	42	△12
合計	704	623	△12	540	△13

※商工会事業実態調査より

製造業が最大の産業となり、機械・化学・食品関連など地域に根付いた中小企業が多く、県内外への出荷が活発であることが域内総生産の高い要因と考えられる。次いでサービス業では、医療・福祉、教育、小売、飲食など地域住民向け需要が安定しており、雇用も多いことから総生産が高いと考えられ、全体として、製造業とサービス業が地域経済の中心を担い、他産業との差が拡大している状況である。一方、不動産業は従業員数が多くないものの域内総生産が高く、従業員一人当たりの総生産が高いこともわかる。

■産業別域内総生産

単位：百万円

業種	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
農林水産業	2,393	2,215	2,537	2,827	2,669	2,218	2,180	2,157	2,045	2,065
鉱業	321	398	384	348	367	409	343	283	217	265
製造業	11,311	13,422	13,064	17,375	12,554	15,651	15,531	17,022	21,582	25,234
電気・ガス・水道業	2,269	2,626	2,955	3,356	3,475	1,596	1,612	1,923	1,938	1,951
建設業	5,079	5,033	4,371	4,775	6,202	7,423	6,744	7,394	5,031	5,618
卸売・小売業	8,896	8,656	8,368	8,407	8,104	10,923	11,139	12,338	12,806	13,482

運輸・通信業	運輸	4,922	4,549	4,460	4,527	4,617	5,375	5,530	4,449	5,301	5,331
	通信業	3,146	3,216	3,241	3,204	3,036	3,402	3,300	3,553	3,449	3,320
金融・保険業		3,480	3,409	3,674	3,473	3,707	3,636	3,746	3,551	3,932	4,076
不動産業		18,322	18,499	18,691	18,847	19,071	19,410	19,512	19,685	19,144	18,601
サービス業		23,851	24,090	24,891	24,903	25,050	24,451	23,905	22,016	22,345	23,175

※資料：徳島県市町村民経済計算

なお、「第3期吉野川市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（戦略期間：令和7年度から令和10年度まで）では、人口減少に歯止めをかけ、吉野川市が将来にわたり、活気と魅力あるまちとして継続的に発展していくために、商工業者の振興として、市内企業の大多数を占め、本市の地域経済や雇用を支える設備の老朽化や後継者不足など多くの問題に直面している小規模事業者等が多様で活力ある成長が図れるよう平成31年4月に制定した「吉野川市中小企業者、小規模企業者及び小企業者の振興に関する基本条例」に基づき、小規模事業者等に対して、①経営の革新及び創業を促進すること、②販路の拡大を促進すること、③人材の育成、雇用の確保及び事業環境の整備を図ること、④円滑な事業承継を促進すること、⑤地域内の経済循環を促進すること、⑥小規模企業者及び小企業者の経営の状況及び成長発展の状況に応じ、十分な配慮がなされることなど振興策について進めていくと示されており、以下の内容を掲げている（以下、関係部分抜粋）。

第3章具体的な施策の展開

基本目標1 しごとをつくり、安心して働けるようにする

(ア) 新しいしごとの創出

①新しいしごとづくりの支援

●重要業績評価指標（KPI）

指標名	基準値 R5	基準値 R10
お店開き応援事業（商業地域活性化支援事業・移住創業支援事業）による創業件数	14件 累計（R2～R5）	16件 累計（R7～R10）
「K i - D a」シェアオフィス新規入居社数	4社 累計（R2～R5）	4社 累計（R7～R10）
創業者無担保資金保証制度利用件数	6件	5件
6次産業化支援件数	-	8件 累計（R7～R10）

②企業立地の促進

●重要業績評価指標（KPI）

指標名	基準値（R5）	目標値（R10）
企業立地促進奨励金を活用した企業数	1社 累計（R2～R5）	2社 累計（R7～R10）
企業誘致計画の策定	-	R9 策定
「K i - D a」シェアオフィス新規入居社数（再掲）	4社 累計（R2～R5）	4社 累計（R7～R10）

(イ) 商工業等の振興

①中小企業等の振興

●重要業績評価指標（KPI）

指標名	基準値（R5）	目標値（R10）
市ブランド認証商品数	151品目	170品目
市ブランド認証事業所支援件数	7件	10件
短期事業資金保証制度利用件数	5件	5件
ふるさと納税返礼品数	337品目	900品目

そのほか、観光面の振興については、地域資源を活かした観光の推進として、市内にある多くの観光資源を活かした交流人口増加の取組みを加速していくと示されている。また、市内各地区において1年を通して多くのイベントが行われており、地域の活性化に寄与しているため、今後も引き続きイベント等を通じて地域のにぎわいの創出を図っていくと示している。

※吉野川市ブランド認証制度：吉野川市ならではの魅力ある特産品を吉野川市ブランドとして認証する制度。認証制度の詳細は後述「1.1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること」に記載。

②課題

・商業

当会管内の商業における大きな課題として、小売・卸売業の大規模店やネット販売との競争激化、サービス業の地域人口減による需要縮小、飲食・宿泊業の景気停滞やライフスタイル変化による客数減少などから中心市街地をはじめとする当会管内全ての地域においても空き店舗が増え、商業エリアの活力が低下していることが挙げられる。小売業やサービス業を支える小規模事業者は高齢化が進み、後継者不足も深刻化しており、事業承継が進まないまま廃業に至るケースが増えており、地域の商業基盤は年々縮小する傾向が見られる。

さらに、吉野川市は通勤・通学による市外への人口流出が多く、昼夜間人口比率が低い構造（令和2年度国勢調査の従業地通学地による人口・就業状態等集計結果参照）にあり、日中に市内に滞在する人口が少ないため、地元商店が安定した購買需要を得にくく、商業の持続性に影響を及ぼしている。

また、創業支援や移住促進の制度は整備されているものの、新たに開業した事業者が地域に根付き、継続して事業を発展させられる環境づくりが依然として課題であり、人口減少や居住者の減少傾向が進むなかで、地域の魅力向上や生活利便性の確保は、商業の活性化に不可欠な取組みとなる。

・工業

当会管内の工業分野における主な課題として、業種ごとの差は大きくないものの、事業主の高齢化や後継者不足が深刻化し、廃業につながっていることが共通要因となっており、事業所数や従業員数の減少が、地域の産業基盤を弱体化させ、生産力や雇用維持を困難にしている。製造業では需要減少や海外製品との価格競争の激化が続き、収益環境が厳しさを増している。また、建設業では公共工事や住宅着工の減少により経営環境が悪化している。

さらに、最低賃金の上昇や原材料費の高騰による収益圧迫、人材不足の慢性化といった構造的な課題も深刻であり、省力化やデジタル化による生産性向上が不可欠となっているが、投資余力の乏しい事業者も多く、対策が進みにくい現状である。

一方で、市の産業構造をみると、機械・化学・食品関連を中心とした製造業が域内総生産の最大産業となっており、県内外への出荷活動が地域経済を支えているが、第3次産業の比率が高く、第2次産業の比重が相対的に小さいため、工業を強化することは地域経済のバランス確保の面でも重要である。これらの状況から、当会管内の工業が持続的に発展していくためには、事業承継支援、人材確保、生産性向上、デジタル化・省力化支援、設備投資支援など、多角的な施策の強化が不可欠である。

・観光

吉野川市の観光における大きな課題として、当会管内の美郷地区が持つ梅や梅酒といった独自の地域資源の知名度が十分に高まっていないことが挙げられる。西日本有数の梅の産地として知られ、全国初の「梅酒特区」に認定された強みを持ちながら、その魅力が広域的に発信されきれておらず、ブランド力の確立に課題が残っている。梅の青果出荷や加工品、さらには5つの事業者による梅酒づくりといった地域資源は大きな観光コンテンツとなりうるものの、認知度の向上と戦略的なプロモーションが課題となっている。

また、美郷地区には国の天然記念物に指定されたほたるの生息地があり、初夏には「美郷ほたるまつり」が開催され多くの来訪者を集めているが、観光客の多くが日帰りでの来訪にとどまり、滞在型

観光へつながりにくい点も課題である。宿泊需要の拡大や、梅・梅酒を中心とした体験型・交流型プログラムの不足が、地域経済への効果を限定的なものにしている。

さらに、美郷地区を含む市内の一部では公共交通の便が十分ではなく、アクセスのしづらさが観光周遊を阻む要因となり、特に山間地域は自家用車依存が高く、観光客、とくに若年層や訪日客にとって利用しやすい移動手段が整っていない状況である。また、観光をきっかけに地域との継続的な関わりを生み出す仕組みも十分に確立されておらず、来訪者を関係人口や移住につなげる流れが限定的であることも課題といえる。

今後は、美郷地区の強みである梅・梅酒を核としたブランド力の強化、体験型・滞在型コンテンツの開発、交通利便性の向上などを総合的に進め、地域資源を活かした持続的な観光振興につなげていく必要がある。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

2020（令和2）年時点の吉野川市の人口は38,772人（当会管内人口は16,630人）であるが、人口推計によれば20年後の2040（令和22）年には27,719人へと11,053人の減少が見込まれている。年平均では552人、10年間では5,520人の減少となり、2030（令和12）年の吉野川市人口は33,252人にまで縮小する見通しである。

当会管内（川島地区・山川地区・美郷地区）の人口は市全体の約43%（令和2年4月1日現在）であることから、同率で推移すると仮定すれば、15年後には当会管内人口は13,111人程度となり、実に3,519人の減少が想定される。これに伴い、地域内の需要・消費の落ち込みは避けられず、特に販路が限定され地域密着で経営を行う小規模事業者にとっては、より厳しい経営環境が続くことが予測される。

さらに、ネット通販の加速や高齢化の進展（65歳以上人口比率は令和2年時点で約38.2%、令和22年には約46.6%に上昇する見込み）など、事業者を取り巻く環境変化は今後一層進むと考えられる。このような状況下では、意欲的に事業拡大を目指す事業者はもちろん、地域に根ざして事業を継続する事業者にとっても、経営力の向上や「稼ぐ力」の強化が重要課題となる。また、地域の活力維持のためには、新規創業者の確保も不可欠である。

こうした背景から、本会が最優先で取り組むべきは、既存事業者の経営基盤を立て直し、人口減少下でも安定して収益を上げられる小規模事業者の育成であると考え、既存の事業構造の見直しだけでは収益性の向上には限界があるため、新たな収益源の確立が必要となる。具体的には、吉野川市ブランド認証制度の活用などにより、地域産品を生かした新商品・新サービスの開発を促進し、新たな柱となるビジネスを育てるとともに、地産地消の推進を通じて地域経済への貢献を図っていきたいと考える。

以上を踏まえ、今後10年を見据えた小規模事業者振興の方向性を以下のとおり定める。

① 事業計画に基づく経営改善の定着

小規模事業者が自ら事業計画を策定し、PDCAサイクルに基づき継続的に経営を検証・改善できる仕組みを地域に根付かせることが重要である。そのための支援体制を強化し、計画的な経営の実践を通じて、財務基盤の安定化や事業承継の円滑化を図る。こうした取組みにより、廃業件数の抑制と事業者数の維持につなげ、地域経済の持続的な活力の確保を目指す。

② 円滑な事業承継と創業支援による若手事業者の増加

今後の地域経済を支える基盤づくりとして、事業承継と創業の双方を計画的に進める支援体制を強化する。親族承継のみならず、従業員承継や第三者承継（M&A）を含む多様な承継方法を提示し、円滑な世代交代を実現するとともに、創業希望者への伴走支援を充実させることで新たな担い手の確保を図る。これらの取組みにより、若手事業者の増加を促し、地域内での経営意欲の向上や新規事業への挑戦が活発化し、人材確保の動きが広がることで、地域経済の活性化につながる体制を構築する。

③ 地域資源を活用した新たな収益源の創出

地域に根ざした資源を活用した新商品・新サービスの開発を積極的に支援し、事業者が新たな収益の柱を確立できる体制を整え、吉野川市ブランド認証制度の活用や地産地消の推進を通じて地域内経済の活性化を図るとともに、県外や都市圏への販路開拓により市場を広げ、縮小傾向にある地域内需要を補完することで、売上の安定化と持続的な事業継続を実現する。

④ 地域内資金循環の強化と地域経済の活性化

小規模事業者経営の自走化に伴うデジタル活用を含む経営リテラシーの向上を図ることで、「稼ぐ力」の強化につなげる。事業者の収益力向上による地域内での資金循環を促し、ひいては地域経済全体の活性化を後押しする原動力とする。

(3) 経営発達支援計画の目標

当会管内の小規模事業者が抱える課題及び長期的な振興の方向性を踏まえ、本計画期間における目標を以下のとおり定める。推進にあたっては、経営資源が脆弱である小規模事業者に十分配慮しつつ、5年後の小規模事業者数については、現在の約400事業者の維持を数値目標とする。

人口減少の進行、少子高齢化、深刻化する人手不足、さらには大幅な賃上げに対応する必要性など、経営環境は急速かつ大規模な変化を遂げている状況下においては、小規模事業者が自らの特性や強みを発揮し、地域課題の解決も含めた新たな需要分野に積極的に挑戦していくことが重要である。

また、創出した付加価値に適切な価格を設定し、持続的に「稼ぐ力」を高めていくことが、事業者の自走化や地域経済全体の成長につながると考える。これは、地域を主体とした自立的な発展を図るという「地方創生」の理念にも合致する考え方である。

一方で、事業環境の変化に小規模事業者が単独で対応することは困難であり、伴走支援を行う商工会の役割は重要性を増していることから、商工会自身も人手不足や支援ノウハウの不足といった課題を抱えているため、支援体制の強化が不可欠である。

以上をふまえ、商工会として取り組むべき重点目標を以下のとおり設定する。

① 小規模事業者の自立力強化

事業計画の策定支援を通じて、経営者が自ら事業の現状と課題を適切に把握し、改善に向けた取り組みを継続的に進められるよう、PDCAサイクルの定着を促す。こうした計画的な経営の実践により、財務基盤の強化や事業承継の円滑化を図ることで、廃業件数の抑制と事業者数の維持につなげる。

支援計画の認定期間（5年間）：

KGI：小規模事業者数400者

KPI：事業計画書策定30者、金融支援40者

選定した理由：本計画では、人口減少や後継者不足により小規模事業者数が減少傾向にある中で、地域経済の持続性を確保するためには、現状の約400者を維持することが最重要であると判断し、これをKGIとして設定した。また、小規模事業者の自立力を高めるためには、経営者自らが現状と課題を適切に把握し、改善に向けてPDCAサイクルを実践できる体制づくりが不可欠であり、その起点となる事業計画書の策定は最も効果的な支援であることから、5年間で30者という達成可能かつ地域に必要な目標値をKPIとして設定した。さらに、計画的経営を実行するためには資金調達の確保が欠かせず、設備投資や販路開拓など実行支援に直結する金融支援は事業継続率や経営改善効果が高いことから、過去の実績と地域需要を踏まえた40者をKPIとして掲げ、これらの指標の達成を通じて小規模事業者の自立力強化と地域経済の基盤維持を図る。

② 事業承継および創業支援による若手事業者の増加

親族承継に加え、従業員承継や第三者承継（M&A）など多様な承継手段を提示し、計画的かつ円

滑な世代交代を促進する。これにより、若手経営者の増加を図るとともに、新たな事業への挑戦や人材確保の取組みが活発化し、地域経済の持続的な発展につなげる。

あわせて、創業希望者に対する相談支援、資金調達支援、事業計画策定支援を強化し、地域に新たな事業者を継続的に生み出す体制を整える。これにより、人口減少下においても地域を支える「新たな担い手」の確保を図り、地域経済の活力維持につなげる。

支援計画の認定期間（５年間）：

ＫＧＩ：若手事業者（５０歳未満）２５者創設

ＫＰＩ：事業承継計画書策定１５者、創業計画書策定１０者、金融支援１２者

選定した理由：本計画では、深刻な人口減少と事業者の高齢化が進む中、地域経済の持続には若手経営者の増加が不可欠であることから、５年間で５０歳未満の若手事業者２５者の創出をＫＧＩとして設定した。また、若手事業者を生み出すためには、円滑な世代交代を実現する事業承継の促進と、新たな担い手を確保する創業支援の両輪が必要であり、その基盤となる事業承継計画書１５者、創業計画書１０者の策定をＫＰＩとして位置付けた。さらに、承継・創業の実行段階では資金調達が不可欠であることから、金融支援１２者をＫＰＩとして設定し、これらの達成によって若手事業者の確保と地域経済の活力維持を図る。

③ 地域資源を活かした新商品・新サービス創出及び県外販路の開拓による収益機会の拡大

地域資源である梅酒特区などを活用した新商品・新サービスの開発を支援し、利益率の高い新たな事業の柱を構築する。あわせて、地産地消の推進と地域内経済循環の強化を図り、地域に根ざした持続的な収益機会の創出につなげる。

さらに、展示会出展支援や販路開拓支援を強化し、県外や都市圏への販売機会を拡大することで、縮小傾向にある地域内需要を補完し、売上の安定化と事業継続の確保を目指す。

支援計画の認定期間（５年間）

ＫＧＩ：売上高５％増加１０者

ＫＰＩ：新商品開発支援１０者、展示会等出展支援４０者

選定した理由：本計画では、地域内需要が縮小する中で事業者が持続的に成長するためには、地域資源を活用した高付加価値商品の開発と、県外販路の拡大による収益機会の確保が不可欠であることから、５年間で売上高５％増加を達成する事業者１０者をＫＧＩとして設定した。その実現には、まず新たな収益源となる商品・サービスの創出が必要であるため、新商品開発支援１０者をＫＰＩとして位置付けたうえで、販売機会を広げる展示会・物産展などへの出展支援を計４０者に実施することをＫＰＩに設定した。これらの取り組みを通じて、地域資源を活かした持続的な収益基盤の確立と県外販路の拡大による売上向上を図る。

④ デジタル活用を軸とした経営リテラシー向上と生産性の抜本的強化

小規模事業者の経営力向上に向けて、業務効率化やコスト削減、売上拡大につながるデジタル技術の活用や省力化の実践的スキル習得を促進する。

こうした経営リテラシーの向上を通じて、事業者が自立的に経営改善に取り組める体制を整え、「稼ぐ力」を高めることで、人手不足への対応力向上と持続可能な事業運営の実現を支援する。その結果として、事業者の収益力向上が地域内の資金循環を促し、地域経済全体の活性化へとつながる基盤づくりを推進する。

支援計画の認定期間（５年間）：

ＫＧＩ：従業員一人当たり売上高５％増加１０者

ＫＰＩ：デジタル技術活用支援３０者、補助金等活用事業者１２０者

選定した理由：本計画では、人口減少や人手不足が進む中で小規模事業者が持続的に成長するためには、デジタル活用による生産性向上が不可欠であることから、経営効率の改善度を示す「従業員一人当たり売上高５％増加」をＫＧＩとして設定した。その達成には、業

務効率化・売上拡大に直結する IT ツール導入やデジタル活用が重要であるため、具体的な支援として30者へのデジタル技術活用支援をKPIに位置付け、さらにデジタル投資を後押しする補助金等の活用促進を120者に対して実施することをKPIとして設定した。これにより、経営リテラシーの向上と省力化の実装を進め、事業者の「稼ぐ力」を高めて地域経済の活性化につなげる。

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 計画的経営の定着を軸とした小規模事業者の自立力強化

事業計画策定支援を本事業の中心に据え、計画策定の重要性を分かりやすく伝えながら、事業者による計画の作成と活用を強力に促進する。事業計画を策定することで、事業者は自社の目標を明確化するとともに、現状とのギャップを客観的に把握できるようになり、経験や勘に依存した経営からの脱却を図ることが可能となる。

さらに、PDCAサイクルに基づく戦略的な経営への転換を支援し、計画に基づく継続的な振り返りや改善の実践を通じて、事業者が自ら課題を把握し、主体的に経営改善を進められる体制を構築する。こうした取組により、事業者の自立的な経営力の向上を促し、地域経済を支える持続的な事業運営の実現につなげる。

本方針を掲げた理由は、小規模事業者が直面する人手不足や市場縮小などの課題を克服し、持続的な経営を行うためには、事業者自身が現状を把握し計画的に経営を進める体制づくりが不可欠であるためである。事業計画の策定とPDCAサイクルの実施は、経営課題の明確化と改善行動の定着に直結し、補助金活用や販路開拓など他の支援効果を高める基盤となる。このため、計画的経営の定着を支援方針の中心に据えて取り組むものである。

実施にあたっては、経営分析・事業計画策定支援・フォローアップを通年で行うほか、四半期ごとに景況調査や地域経済分析を実施し、事業者支援に反映させる。また、消費者調査やバイヤー調査を通じて需要動向を把握し、事業者の改善や新商品開発に役立てる。これらにより、事業者と地域双方のPDCAサイクルを確立し、持続的な経営基盤の強化を図る。

② 事業承継支援と創業促進による地域の新たな担い手の確保

徳島県事業承継・引継ぎ支援センターをはじめとする関係機関と連携し、事業承継に関する相談体制を強化し、先送りされがちな事業承継課題の顕在化と計画的な解決を図る。また、承継を検討する事業者に対しては、経営状況の分析を踏まえた事業承継計画の策定を支援し、親族承継に限らず、従業員承継や第三者承継(M&A)など多様な選択肢を提示することで、円滑な世代交代と事業の持続を後押しする。

あわせて、創業希望者に対する相談対応、資金調達支援、事業計画策定支援などを充実させ、地域に新たな事業者を継続的に創出する体制を整える。これらの取組を通じて若手経営者の増加を促し、新たな事業への挑戦や人材確保の動きが活発化することで、人口減少が進む中でも地域経済の活力を維持・向上させる基盤づくりにつなげる。

本方針を設定した理由は、人口減少と事業者の高齢化が進む中、地域の持続には既存事業者の円滑な世代交代と新規創業による担い手確保が不可欠であり、親族承継だけでは後継者不足を補えないため、従業員承継や第三者承継を含む多様な選択肢を提示し事業継続の可能性を高める必要があること、併せて創業支援を強化し新たな事業者を継続的に生み出すことで若手経営者の増加と地域活力の維持につなげることにある。このため、DX推進セミナーによるデジタル活用の基礎知識提供と専門家派遣、創業・事業承継個別相談会の通年実施による課題整理・事前支援、並びに中小企業診断

士等と連携した事業計画策定個別支援を組み合わせ、年間10件の創業・承継相談および11件の事業計画策定支援を行い、地域の新たな担い手創出と持続的な経営基盤の形成を図るものである。

③ 地域資源を活かした商品開発と販路拡大による持続的な収益基盤の強化

梅酒特区をはじめとする地域資源を最大限に活用し、地域ブランド価値の向上と新たな資源の掘り起こしを進める。これらを基盤として、新商品・新サービスの開発を支援し、事業者が利益率の高い新たな収益源を確立できる体制を整える。また、展示会出展や商談会への参加を通じて得られる市場評価・消費者ニーズを商品開発へ適切にフィードバックし、マーケットインの視点を定着させることで、実需に応える「売れる商品づくり」を後押しする。

さらに、グルメ&ダイニングスタイルショーや全国物産展など、県外・都市圏での展示商談会出展を支援し、販路開拓と販売機会の拡大を図る。これにより、縮小傾向にある地域内需要を補完し、新たな取引先の獲得やテスト販売の場を創出することが可能となる。多様な販路の確保と収益基盤の多角化を通じて、人口減少や景気変動など外部環境に左右されにくい、持続的に成長できる小規模事業者の育成を目指す。

本方針を設定した理由は、従来の支援では市場ニーズの把握不足により販路拡大に十分結び付かず、依然として供給者視点のプロダクトアウトに偏っていることから、地域資源を活かした商品開発をマーケットイン型へ転換し、県外販路を含む持続的な収益基盤の構築を進める必要があるためであり、その実現に向けて、毎年とくしまマルシェ（10月）での消費者調査およびグルメ&ダイニングスタイルショー春（2月）でのバイヤー調査を実施し、味・容量・価格・パッケージ等の需要動向を集計・分析して商品開発へ反映するとともに、食品展示会（2月）、非食品展示会（9月）、物産展（11月）への出展支援を通じて、事前準備（商談シート・説明書作成、目標設定）、出展支援（レイアウト設営・接客支援）、事後フォロー（来場者管理・見込み客対応、EC登録支援）を体系的に行い、さらにDX活用や知財セミナー（年1回）および専門家派遣によりブランド戦略と販路展開力を強化し、継続的な取引機会の創出と小規模事業者の収益力向上を図るものである。

④ デジタル活用を推進し、生産性向上と経営基盤強化を図る方針

小規模事業者の生産性向上と経営力強化に向けて、デジタル化・省力化の導入支援を体系的に進める。具体的には、ITツールの活用方法やデジタル技術の実践的スキルを習得できる講習を実施し、事業者が日々の業務効率化、コスト削減、売上拡大につながる施策を主体的に取り入れられる体制を整える。

また、経営データの見える化やオンラインを活用した販路・顧客接点の拡大など、経営課題の解決に資するデジタル活用の具体的事例を提示し、実践を伴走型で支援する。これにより、事業者自らが継続的な経営改善を進められる力を育成し、「稼ぐ力」の強化と人手不足への対応力向上を図る。こうした取り組みを通じて、個々の事業者の収益力強化が地域内の資金循環を促し、地域経済全体の活性化につながる持続的な発展基盤の形成を目指す。

本方針を設定した理由は、これまでの事業計画策定支援が補助金利用を目的としたものに偏り、本質的な課題抽出やPDCAの定着が不十分であったことから、計画的経営の定着とデジタル活用による生産性向上を同時に進め、小規模事業者が自立的に経営改善へ取り組める体制を構築する必要があるためであり、この実現に向けて、年1回のDX推進セミナーとIT専門家派遣を通じたデジタル活用力の底上げ、年間10件の「創業・事業承継個別相談会」による新たな担い手の発掘、年間11者の「事業計画策定個別相談会」による実効性の高い事業計画づくりを進めるとともに、策定後は四半期に一度のフォローアップ訪問と必要に応じた専門家投入により進捗管理と計画見直しを行い、さらに展示会（2月グルメ&ダイニングスタイルショー、9月ギフトショー、11月物産展）への事前・当日・事後の一体支援、加えて年1回の知財セミナーと専門家派遣を実施することで、デジタル・ブランド・販路戦略を総合的に強化し、事業者の「稼ぐ力」向上と地域経済の持続的成長につなげるものである。

⑤ 関係機関との連携強化と事業評価の高度化による支援効果の最大化

吉野川市、徳島県商工会連合会、徳島県事業承継・引継ぎ支援センターをはじめとする関係支援機関との連携を一層強化し、支援情報の共有、専門機関との協働支援、相談対応のワンストップ化を進めることで、事業者ニーズに対して迅速かつ的確に対応できる体制を整備する。また、各支援機関が持つ専門性を生かした伴走支援の連携を強化し、上記①～④で掲げる重点支援の実効性を高める。加えて、事業評価委員会を設置し、第三者の視点を取り入れながら事業内容や支援プロセスを定期的に検証することで、事業の成果や課題を明確化し、改善サイクルを継続的に回していく。これにより、支援の質を着実に向上させ、限られた資源の中で最大の効果を発揮できる体制を構築する。

さらに、職員の指導水準の向上にむけて、各種講習の受講や自主的な知識習得、業務で活用できるデジタルツールの習熟を推進し、支援スキルの高度化を図る。これらの取組を通じ、商工会内部の支援力を強化し、地域事業者に対する支援体制全体の総合力を高めることで、地域経済の持続的発展につなげる。

方針を設定した理由は、支援対象の多様化や課題の複雑化により、商工会単独では十分な対応が難しく、吉野川市・県商工会連合会・事業承継センター等との連携を強化して専門性を補完し、①計画的経営の定着、②事業承継・創業支援、③商品開発・販路拡大、④デジタル活用の各重点方針の実効性を高める必要があること、さらに第三者評価による支援プロセスの可視化と改善サイクルの強化が不可欠であるためであり、この実現に向けて、支援情報の共有会議を年2回開催し、創業・承継案件では事業承継センターと連携して個別支援を随時実施し、デジタル支援ではIT専門家派遣を年1回のDXセミナーと連動して行うほか、展示会出展支援や知財支援では関連機関との協働体制を整える。また、事業評価委員会を年1回開催し、支援内容・成果・改善点を検証し、翌年度の支援方針へ反映する。

さらに、職員の支援力向上のため、年間を通じて講習受講・自己研鑽・デジタルツール研修を推進し、経営支援レベルの底上げを図る。これらの取組により、関係機関との協働による総合支援体制を確立し、限られた支援資源の中で最大の効果を発揮する体制を構築するものである。

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

吉野川市商工会においては、全国商工会連合会の受託事業として「中小企業景況調査」を実施している。製造業・建設業・小売業・サービス業の計15事業所に対して四半期毎に調査を実施し、取りまとめた報告書を経営指導員等が調査対象事業所をはじめ、巡回指導等で活用して情報提供を行っている。

(2) 課 題

これまで中小企業景況調査による管内情報提供を行ってきたが、個社への情報提供にとどまっているため、2.(2)目標の達成に向けた方針の「① 計画的経営の定着を軸とした小規模事業者の自立力強化」に基づき、国が提供するビッグデータ等を活用した地域経済動向の分析を行って、調査結果を公表するように改善を図る。

(3) 事業内容

①「RESAS」を活用した情報の提供 ※国が提供するビッグデータの活用

(目 的) 地域の稼ぐ力を可視化し、重点産業を特定して補助金・販路開拓・人材育成を集中投下する。

(調査対象) 吉野川市内全産業

(調査項目) ア、産業構造 イ、稼ぐ力 ウ、企業数 エ、事業所数 オ、従業員数
カ、付加価値額 キ、労働生産性

(調査方法) 「RESAS」の産業構造マップ

(分析手法) 商工会事務局にて集計、分析

②中小企業景況調査

(目的) 短期的な当会管内の業況変化を把握して、資金繰り・価格転嫁・人材確保などの支援策を迅速に設計する。

(調査対象) 当会管内小規模事業者に対し四半期毎に年4回
建設業2、製造業3、小売業4、サービス業6

(調査項目) 売上高、仕入単価、受注、収益、資金繰り、雇用、設備投資、経営上の問題点等

(調査方法) 経営指導員等が対象事業所に対し、調査票に基づきヒアリングにて実施

(分析手法) 全国商工会連合会による「中小企業景況調査」の結果を公表

(4) 調査結果の活用

上記情報を収集・整理・分析した結果を今後の経営に活かすとともに、事業計画の策定のための資料として活用する。また、提供方法については、当会ホームページで管内小規模事業者等に提供する。

(5) 目 標

項目	現行	公表方法	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
①公表回数	—	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回
②公表回数	—	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現 状

これまで経営分析を行った小規模事業者の取り扱う商品やサービスに係る需要動向を収集・整理し、提供してきたが、市場ニーズや消費動向の把握が十分ではなく、小規模事業者が提供する商品・サービスの販路開拓に直接的に結び付かず、依然としてプロダクトアウト思考が強い。

(2) 課 題

小規模事業者の商品・サービスの需要動向を調査・整理してきたものの、市場ニーズの把握が不十分で、販路開拓には十分つながらず、依然として供給者側の発想（プロダクトアウト）に偏っていることから小規模事業者へマーケットインに取り組む姿勢を図るためにも、事業者の販売する商品及びサービスに対して、買い手である消費者及び取引先（バイヤー）のニーズ等の需要動向の提供を行う必要がある。そのためにも、2. (2) 目標の達成に向けた方針の「① 計画的経営の定着を軸とした小規模事業者の自立力強化」や「③ 地域資源を活かした商品開発と販路拡大による持続的な収益基盤の強化」に基づき、ヒアリングやアンケートを含む市場調査を組み合わせ、事業計画策定に直結する分析を行うことで改善を図る。

(3) 事業内容

(対象者)

事業計画を策定した事業者や過去に事業計画を策定した事業者のうち、新たな商品やサービスの開発を行う事業者や、吉野川市ブランド認証商品の販路開拓に資するため地域資源を活用した加工品等について消費者向けアンケートを実施する。

(手 法)

①「とくしまマルシェ」に出展し、来場する消費者などに梅酒特区の認定を受けている美郷地区の事業者が開発した梅酒や美郷地区の菓子等製造事業者で構成するスイーツ研究会

所属の事業者が開発した梅のし（黄熟した梅を煮詰めて伸ばし乾燥させたお菓子）、梅シロップ、ジャム等の商品について飲食アンケート調査を実施する。徳島県内や近隣府県の来場者が多い「とくしまマルシェ」の商品は、そのコンセプトから来場者も感度の高い若者が中心となる。四国や近畿地方など広い商圈を想定したものや、こだわりの商品・嗜好性の高い商品など高価格帯を意識した需要調査を行うには最適な場であると考えます。
 ※年1回10月に出席、3事業者を予定

【サンプル数】来場者50人

【調査手段・手法】試食・アンケート調査

【分析手段・手法】経営指導員が集計・分析を行うとともに、中小企業診断士等の専門家にも重ねて分析を依頼する。

【調査項目】①味、②内容量、③大きさ、④見た目、⑤価格、⑥パッケージ

【分析結果の活用】分析結果はサンプル提供事業者へフィードバックするとともに、今後のマーケットイン型の商品開発等の資料として活用する。

「とくしまマルシェ」とは

2012（平成24）年から徳島市の新町沿い「しんまちボードウォーク」で毎月最終日曜日に開催される食文化イベントで来場者数は平均10,000人。徳島県産のこだわりの農産物や加工品を直売し、生産者と消費者を直接つなぐことをコンセプトとしている。

②「グルメ&ダイニングスタイルショー春」（ビジネスガイド社主催）に出展し、来場するバイヤーなどにアンケート調査を実施する。全国から多くのバイヤーや外国人も来場する日本最大級の展示会で、ネットでの販売や全国的な展開、国外を意識した調査を実施することができる。あわせて、業界の最新のトレンドを掴むことも可能となる。

※梅酒特区である美郷地区で梅酒を製造している5事業者予定。グルメ&ダイニングスタイルショーについては、後述項目「8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること」で説明。

【サンプル数】来場者 10人/1日×5日=50人

【調査手段・手法】年1回2月に開催される「グルメ&ダイニングスタイルショー春」に出展し、来場するバイヤーに出展業者の商品等について試食してもらった上で聞き取り調査を行う。

【分析手段・手法】経営指導員が集計・分析を行うとともに、中小企業診断士等の専門家にも重ねて分析を依頼する。

【調査項目】①味、②内容量、③大きさ、④見た目、⑤価格、⑥パッケージ、⑦売れ筋商品（食品）、⑧今後欲しい商品（食品）、⑨吉野川市のイメージや観光資源等について

【分析結果の活用】分析結果はサンプル提供事業者へフィードバックするとともに、今後のマーケットイン型の商品開発等の資料として活用する。

(4) 目 標

項目	現状	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
①調査対象事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
②調査対象事業者数	1者	5者	5者	5者	5者	5者

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現 状

これまで経営指導員や外部専門家が事業計画の策定を希望する小規模事業者に対して、計画策定の基礎資料として財務分析・SWOT分析等を実施して、分析結果の提供及び内容説明を行ってきた。

(2) 課 題

これまで実施しているものの、表面的な財務分析や踏み込んだヒアリングによる本質的な定性分析ができていないため、さらに「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題の把握につなげる必要がある、このための支援者の指導水準を図ることも必要である。2. (2) 目標の達成に向けた方針の「① 計画的経営の定着を軸とした小規模事業者の自立力強化」に基づき、このような取り組みを通じて、経営者自身が日頃から自社の経営分析を行い、経営課題を正しく導き出す能力を身に付け、経営の自走化を図れるように改善を図る。また、経営分析まで踏み込み支援する事業者は経営に対する意識が前向きであるが、支援件数が限られてくるため意識の低い事業者をいかに支援対象事業者にしていくかも課題である。事業の拡大を目指す意欲的な事業者はもとより、事業を持続し地域を支え続ける事業者においても、時代の変化に応じて経営力を向上させ、これまで以上に「稼ぐ力」を高めていく必要がある、経営分析に興味を持つきっかけづくりへ向けた取組みも課題である。

(3) 事業内容

① 「経営分析セミナー」の実施（新規）

【目 的】小規模事業者が経営分析に興味を抱き、分析に関する基礎知識や実践スキルを習得するためのセミナー開催によって事業者の経営力強化に努めるほか、経営分析に関する潜在的ニーズや対象事業者の発掘に取り組む。

【募集方法】募集チラシを作成し、会員事業所に配布するほか、当会のホームページやSNS等による情報発信にも取り組み、広く参加者の発掘に努める。

【開催回数】年1回

【参加者数】15者/回

【講義内容】ローカルベンチマーク、経営計画ツール（中小機構「経営計画つくるくん」）等の操作体験、自社データ記入や簡易SWOTの作成

② 経営分析の実施

【対 象 者】下記事業者より掘り起こしを行う。12者

①巡回・窓口相談者、日本政策金融公庫融資相談者、記帳指導実施事業者から、経営状況が悪化している、若しくは近年減収減益が続いている小規模事業者

②開業間もない創業者など経営状態が不安定な小規模事業者

③事業承継予定者など経営体制が大幅に刷新される小規模事業者

④経営分析セミナー参加者

【分析項目】財務分析・SWOT分析

【分析手法】**定量分析**⇒事業者より損益計算書・貸借対照表を入手し、中小企業基盤整備機構の経営自己診断システム等を活用し財務分析を行う。収益性・効率性・生産性・安全性・成長性を標準値と比較し検証を行う。

定性分析⇒事業者の販売する商品やサービス、技術やノウハウ、従業員や経営資源の内容を対話と傾聴を通じてSWOT分析及びクロス分析を行い、事業の現状整理・分析、事業計画上の意思決定のための材

料とする。なお、分析は経営指導員と外部専門家が対応するが、記帳指導実施事業者については、担当の経営支援員の協力を得て実施するとともに、デジタルツール「経営者支援専用育成AIシステム (keytas)」などの活用による指導水準の向上を図る。

(4) 分析結果の活用

分析結果については、窓口相談や巡回訪問を通じ当該事業者にはフィードバックする。あわせて、事業計画策定の重要性・必要性を説き計画策定を促し、PDCAサイクルによる自発的な改善が図れるよう経営の自走化を目指す。分析結果はデータとして共有のパソコンに保管し、職員全員が活用できるようにする。また、金融相談、経営革新申請、新商品開発、販路拡大、決算指導などの相談に来所した際の基礎資料や事業計画策定の資料としても活用する。

(5) 目 標

経営分析実施事業者数 5年計60者

項目	現状	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
経営分析セミナー開催数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
経営分析個別専門家派遣	12回	24回	24回	24回	24回	24回
経営分析事業者数	6者	12者	12者	12者	12者	12者

注釈：算出根拠 経営分析実施事業者数＝小規模事業者減少数＝事業計画策定件数合計

上記、「カ、産業別総生産、小規模事業者数」から623（平成29年度）－540（令和5年）＝83（7年間の小規模事業者減少数） $83 \div 7年 \times 5年 = 59.2 \div 60$ 件

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現 状

これまで創業や事業承継、融資斡旋時に係る計画策定はあるものの、小規模事業者持続化補助金などの施策活用を目的とした事業計画の策定が多数を占めている。一定の成果は上げているが、なかには本質的な課題の見極めが十分でなく、PDCAサイクルを回す動機が薄い案件も存在している。

(2) 課 題

事業者の目先の課題解決だけでなく、2. (2) 目標の達成に向けた方針の「① 計画的経営の定着を軸とした小規模事業者の自立力強化」や「② 事業承継支援と創業促進による地域の新たな担い手の確保」、「④ デジタル活用を推進し、生産性向上と経営基盤強化を図る方針」に基づき、対話と傾聴のなかから事業者の本質的な課題を導き出すことが重要であるとともに、小規模事業者が主体的に需要を見据えた事業計画策定の意義や重要性を理解して、経営の自走化へ向けて本質的な課題を克服する事業計画策定支援を行うための環境づくりが課題となっている。

(3) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識を容易に促せる訳ではないため、「5. 経営状況の分析に関すること」等を通じて、小規模事業者が自社の経営分析を行い、経営課題を正しく導き出す能力を身に付け、経営の自走化を図れるよう対話と傾聴をこれまで以上に重視して、経営分析を行った小規模事業者の5割程度/年の事業計画策定を目指す。

また、事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、DX推進やAIに係

る知識やスキルを習得することで経営者のリテラシー向上による小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

(4) 事業内容

①「DX推進セミナー開催・IT専門家派遣」の実施（新規）

【目的】DXに関する意識の醸成や基礎知識を取得し、実際にDXに向けたITツール（SNSなど）の活用やWebサイト構築等の取り組みをセミナーの開催やIT専門家派遣を通じた支援を行うことで小規模事業者の業務効率化と販路拡大を図る。

【支援対象】ITツール導入希望者、事業計画策定希望者など

【講義内容】DX総論、クラウドサービス・AIの活用事例、SNSやECの活用など

【講師】ITコーディネータなど

セミナー受講者で、取組み意欲の高い支援希望者に対してIT専門家派遣を実施する。

【開催回数】年1回

【参加者数】10者/年

②「創業・事業承継個別相談会」の実施（新規）

【募集方法】募集チラシを作成し、会員事業所に配付するほか当会のホームページや市広報誌への掲載（4月・10月の計2回）による情報発信にも取り組み、広く参加者の発掘に努める。

【目的】小規模事業者の減少のスピードを鑑みれば、既存事業者の立て直しだけでは小規模事業者数の維持は困難であり、地域経済の維持を図るためにも、第三者承継を視野に含めた後継者がいない事業者、新規創業者の発掘・育成を積極的に推し進める。

【支援対象】新規創業を考えている者や、後継者がいない事業承継を考えている事業者

【支援内容】経営指導員等によるヒアリングを行い、創業や事業承継へむけた情報の提供をはじめ、収集・整理・分析など事業計画策定へむけた事前整理を実施する。また、事業承継を考える事業者には、「徳島県事業承継・引継ぎ支援センター」との連携を行い第三者承継も視野に入れた、後継者人材バンクへの登録などにより支援強化を図る。

【開催期間】通年

【参加者数】10者/年

③「事業計画策定個別相談会」の実施（新規）

【目的】事業計画の実行性を高め、制度の高い計画書作成支援を行うため

【支援対象】「5. 経営状況の分析に関すること」で経営分析を行った事業者をはじめ、当会が指定する重点支援先（経営状況を把握しやすい巡回・窓口相談者、日本政策金融公庫融資相談者、記帳指導実施事業者から、経営状況が悪化している若しくは近年減収減益が続いている小規模事業者）や、上記②で支援を行った事業者を含め、年間11件の自発的な事業計画の策定支援を行うことで経営の改善発達を図る。

【支援内容】経営指導員と中小企業診断士等の専門家によるヒアリングを行い、地域の経済動向調査や経営分析及び前出の需要動向調査の結果を踏まえた着実に実行できる事業計画の策定につなげていく。

【講師】中小企業診断士など

(5) 目 標

項目	現状	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
DX 推進セミナー	-	1回	1回	1回	1回	1回
創業・事業承継個別相談件数	-	10件	10件	10件	10件	10件
事業計画策定事業者数	6者	11者	11者	11者	11者	11者

※事業計画策定経営分析実施事業所数の半分+創業・事業承継個別相談件数の半分

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現 状

事業計画策定後のフォローアップについては、巡回時の経営指導員のヒアリングや、策定事業者からの要請に応じて、実行支援や課題解決を図るために専門家派遣を適宜実施しているが、事業所によって内容や頻度のばらつきが生じている。

(2) 課 題

計画策定後の経営状況と計画書の相違が生じているケースも見られるため、2.(2)目標の達成に向けた方針の「① 計画的経営の定着を軸とした小規模事業者の自立力強化」や「④ デジタル活用を推進し、生産性向上と経営基盤強化を図る方針」に基づき、フォローアップの仕組みを見直し、進捗不良時の効果検証と事業計画の見直し（外部専門家等の第三者の視点含む）を行うなど改善が必要である。

また、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機付けを行い、潜在力の発揮につなげるというレベルには至らずPDCAサイクルの実行という点では課題を残したままの事業者がいることや、対話と傾聴により経営者の経営リテラシー水準を把握し、デジタル活用・知的財産等の支援を組み込むことも必要である。

(3) 支援に対する考え方

経営の自走化に重点を置き、伴走支援により経営者自身が課題と解決策を見出すプロセスの支援を図りつつ、現場の当事者意識醸成のために経営者と従業員の協働を促す。

事業計画を策定した全小規模事業者を対象としつつ、進捗・リスク・リソース状況に応じて支援を最適化する必要がある。PDCAサイクルの実行に課題を残した進捗状況が芳しくない事業者の場合は、訪問・面談を高頻度化して、対話と傾聴によって個社の状況や局面を適切に把握して、外部有識者の視点を取り入れ伴走支援を行うことで、経営者の内発的動機付けを行って潜在力の発揮につなげ、経営の自走化を図るとともに、経営リテラシー（デジタル等）の水準を把握して支援を行う必要がある。また、収集データの適正管理・秘密保持を徹底し、データに基づくPDCAで支援品質を継続的に改善する。

(4) 事業内容

現状では、事業計画の進捗確認等を行うため、支援先を不定期に訪問しているが、「四半期に一度の訪問」を基本的な考え方としてフォローアップ支援を行い、PDCAサイクルが自然と個社に根付くよう支援を行う。フォローアップの内容は、経営支援システムに入力し進捗状況を職員間で共有する。

なお、個社からの支援申し出があった場合や、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する場合には、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

事業計画の進捗確認や売上・利益等の推移を把握し、継続的な指導・助言を行うが、単年では経営指標が計測できないケースもあり、3か年ルールを設定して、支援後は2期の決算書の提出を行ってもらうように改善を図る。

なお、創業予定者を含む事業計画の実施事業者に対し、資金面の支援が必要な場合は、日本政策金融公庫との連携による低利な融資制度（マル経融資制度）や、持続化補助金、ものづくり・商業・サービス補助金の活用など事後支援を実施のほか、事業承継計画策定の事業者については、徳島県事業承継・引継ぎ支援センターとの連携により対応する。また、フォローアップでは対話と傾聴により経営者の経営リテラシー水準も把握し、「6. 事業計画策定支援に関すること（DX推進セミナー開催・IT専門家派遣）」や、後述項目「8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること（知財セミナー・知財専門家派遣）」によるデジタル活用・知的財産等の経営者のリテラシー向上にむけた支援を適宜行う。

(5) 目 標

項目	現状	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
フォローアップ対象 事業者数	6者	11者	11者	11者	11者	11者
経営指導員による フォロー延べ数	15回	44回	44回	44回	44回	44回
売上増加事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
利益率増加事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者

※売上増加事業者数は、今年度売上÷前年度売上>1となった事業者数

※利益率増加事業者数は、今年度営業利益率÷前年度営業利益率>1となった事業者数

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

これまで、事業計画を策定した事業者や過去に事業計画を策定した事業者で、新たな商品やサービスの開発を行う事業者や、吉野川市ブランド認証商品に対して、全国商工会連合会主催の全国物産展や市の主催するイベント等への出展支援は行っているが、販売場所の提供にとどまっており、継続した取引には至っていない。また、オンライン販路開拓に関心があるが、高齢化・IT知識不足・人材不足によりDXへ向けた取組みが進んでおらず、商圈は近隣に限定されECやSNS・データの活用ができていない事業者が多い。

(2) 課 題

これまで行ってきた展示会等への出展が、販路拡大のための場として活用できていない。出展前の準備や出展後のフォローアップが不十分でバイヤーや消費者に対するPRも十分とは言えず、展示会等の機会を十分に活かしてきていない。

2. (2) 目標の達成に向けた方針の「③ 地域資源を活かした商品開発と販路拡大による持続的な収益基盤の強化」や「④ デジタル活用を推進し、生産性向上と経営基盤強化を図る方針」に基づき、「吉野川市ブランド認証商品」に取り組むことによって、町内の優れた商品の発掘や事業者の支援ニーズの把握につながるなど一定の成果は上がっているものの、ブランディングの方向性や出口戦略について見直しを図り、展示会出展を単発で終わらせず、事前・事後の販路戦略と顧客獲得計画を組み込む必要がある。また、認定商品を製造する事業者自身が今後積極的に販路展開を行うためのDX導入についても支援を行う必要があり、DX推進の理解促進と実装支援を体系化することや、販路拡大に伴う知的財産の重要性や保護・活用に

関する知識不足を解消し、ブランド戦略を強化することも必要である。

(3) 支援に対する考え方

基本方針としては販路開拓に取り組む全ての小規模事業者に対し、商工会が側面的な実行支援を行うべきであり、対象は必ずしも特産品に限るものではないが、第3期吉野川市まち・ひと・しごと創生総合戦略に沿った「吉野川市ブランド認証商品」の新商品開発や付加価値化を中核（とりわけ梅酒特区の認定を受けた美郷地区で梅酒を製造している5事業者）に置きつつも、個社の状況や取扱品目に合わせて、展示会（B to B）や物産展（B to C）への出展を通じて、事前準備（アンケート作成、商談シート作成、商品説明書作成、成約件数等の目標設定など）や出展中（専門家による展示レイアウト設営や運営支援、接客対応など）、事後（来場者リスト製作、礼状作成、見込み客へのアプローチなど）を含めた新たな開拓支援を行う必要がある。

「6. 事業計画策定支援に関すること」DXに関する意識の醸成や基礎知識を取得し、実際にDXに向けたITツール（SNSなど）の活用やWebサイト構築の取り組みに係るセミナーの開催や、必要に応じてIT専門家派遣を通じた支援を行うことで小規模事業者の業務効率化と販路拡大を図る。

また、販路拡大に伴う知的財産の重要性や保護・活用に関する知識不足の解消を図るために、セミナーの開催や、必要に応じて「徳島県知財総合支援窓口」を通じた専門家派遣を行うことで、ブランド戦略を強化することも必要である。

吉野川市ブランド認証品とは

吉野川市ならではの魅力ある特産品を、学識経験者等で組織される「吉野川市ブランド認証委員会」が認証基準に沿って審査を行い、評価基準を満たした商品を「吉野川市ブランド」として認証し、安全・安心な商品として県内外に広くPRする。また、認証された商品に認証マークを表示することができる制度。認証品としては、「梅のし」、「美郷桑茶」、「あまさけ（甘酒）」、「るみちゃんのおかずみそ」、「梅シロップ」、「手作りポン酢ゆずの郷」、「ブルーベリージャム」、「ぶっとび焼梅」、「白竜峡（梅酒）」、「藍染和紙」等がある。

(4) 事業内容

【支援対象】事業計画を策定した事業者や過去に事業計画を策定した事業者で、新たな需要の開拓に取り組む事業者や吉野川市ブランド認証品に認定された商品等を取り扱う事業者

【支援内容】①想定する展示会・物産展

ア) 展示会(食品関係)：「グルメ&ダイニングスタイルショー (B to B)」出展
年1回2月に開催されるグルメ&ダイニングスタイルショー春に出展し、支援対象者の首都圏を中心とした全国的な販路開拓へむけて、事前準備（アンケート作成、商談シート作成、商品説明書作成、成約件数等の目標設定）や出展中（専門家による展示レイアウト設営や運営支援、接客対応）、事後（来場者リスト製作、礼状作成、見込み客へのアプローチ）の支援を行う。

グルメ&ダイニングスタイルショーとは

東京ビッグサイトで開催される地域のプレミアムフードが集まる品質・ライフスタイル志向の食の見本市で2025（令和7）年2月開催の来場者数は4日間で延べ35,980人、404社の出展があった。B to Bの商談を重視した見本市で、食を切り口に優良バイヤーが業界を超え集まる。

イ) 展示会 (非食品)「東京インターナショナルギフトショー (B to B)」出展

毎年1回9月に開催されるインターナショナルギフトショー秋に出展し、支援対象者の首都圏や海外展開を含めた販路開拓へむけて、事前準備(アンケート作成、商談シート作成、商品説明書作成、成約件数等の目標設定)や出展中(専門家による展示レイアウト設営や運営支援、接客対応)、事後(来場者リスト製作、礼状作成、見込み客へのアプローチ)の支援を行う。

東京インターナショナルギフトショーとは

東京ビッグサイトで開催される日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市で、2025(令和7)年9月開催の来場者数は3日間で延べ143,548人、2,084社の出展があった。B to Bの商談を重視した見本市で、世界中のバイヤーが業界を超え集まる。

ウ) 物産展 (食品&非食品)「ニッポン全国物産展 (B to C)」出展

毎年11月に東京で開催される『ニッポン全国物産展』への出展による新たな販路開拓へむけて前述同様に事前準備(商品説明チラシの作成支援、運営計画支援)や出展中(出展ブースの設営、運営支援、購入者アンケート)、事後(来店者分析)を含めた支援を行う。なお、出展後には、物産展での消費者とのコンタクトを継続できるように、将来の顧客としての取り込みの強化を図るため、全国商工会連合会が運営する「ニッポンセレクト.com」などECサイトへの登録支援を行う。

ニッポン全国物産展とは

本物産展は、各地域の特色を活かした産品を全国から集め、消費者や流通業者に紹介することで新たな出会いの場を提供し、市場開拓を支援するとともに、中小・小規模事業者の商品展開力・販売力向上、地域経済の活性化を図ることを目的に毎年11月に開催される。全国から約350社が参加し、3,000点以上のグルメ・特産品・工芸品などの販売が行われる。来場者は、3日間で約15万人。

ニッポンセレクト.comとは

中小・小規模事業者等が、魅力ある地域産品等について、ウェブを通じて紹介・販売し、中小・小規模事業者の商品展開力・販売力の向上等を図ることを目的とした全国商工会連合会公式のサイト。

②「知財セミナー・知財専門家派遣」の実施(新規)

【目的】知財に関する意識の醸成や基礎知識を取得し、販路開拓に向けた知財活用の取り組みをセミナーの開催や知財専門家派遣を通じた支援を行うことで小規模事業者の取り扱う商品等の知財保護とブランド戦略による販路拡大を図る。

【支援対象】上記「想定する展示会・物産展」の出展者など

【講義内容】商標・意匠・著作権の基礎、ブランド構築法など

【講師】知的財産管理技能士など

セミナー受講者で、取組み意欲の高い支援希望者に対して知財専門家派遣を実施する。

【開催回数】年1回
 【参加者数】10者/年

(5) 目 標

項目	現状	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
知財セミナー開催数	—	1回	1回	1回	1回	1回
①展示会出展支援 事業者数	4者	5者	5者	5者	5者	5者
商談成約件数	0件	2件	2件	2件	2件	2件
②物産展出展支援 事業者数	1者	3者	3者	3者	3者	3者
売上額／1者	15万円	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円

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

これまで経営発達支援事業の進捗確認については、理事会や総会での報告や外部有識者から意見聴取を行っているが、行政側の意見が反映されていなかった。このため、当初予定していた取組み状況について当会ホームページでの公表は行っていない状況である。

(2) 課 題

評価や意見を聴取する場が分散的であり、外部有識者（中小企業診断士など）や行政を交えた第三者視点の評価体制が未整備であること、KPI・成果指標を用いた定量的評価の仕組みを構築することが課題である。また、評価結果の公表を地域事業者が常時閲覧できる仕組みも不十分であり、2.（2）目標の達成に向けた方針の「⑤ 関係機関との連携強化と事業評価の高度化による支援効果の最大化」に基づき事業評価委員会を設置し、第三者の視点を取り入れながら事業内容や支援プロセスを定期的に検証できる体制を構築する必要がある。

(3) 事業内容

- ・外部有識者・法定経営指導員・行政を含む協議会体制の整備
- ・毎年度1回以上の評価・見直しの定期化

①事業評価委員会の開催（年1回）

本会正副会長及び吉野川市商工観光課、中小企業診断士等の有識者に加え、本会事務局長と法定経営指導員等で構成する事業評価委員会を開催して、事務局から下記「評価事項」に基づく成果や反省点を含めた報告の後、委員からの評価（5段階評価で、1＝不十分・3＝妥当・5＝非常に良い）と改善提案を受け、計画を見直し次年度に反映させる。

《評価事項》

事業内容	定量的指標
地域経済動向調査に関すること	地域経済動向分析結果公表回数
需要動向調査	需要動向調査対象事業者数
経営状況の分析に関すること	経済分析セミナー開催数 経済分析個別専門家派遣回数

	経営分析事業者数
事業計画策定支援に関すること	D X推進セミナー開催数 創業・事業承継個別相談件数 事業計画策定件数
事業計画策定後の支援に関すること	フォローアップ対象事業者数 経営指導員によるフォロー延べ数 売上増加事業者数 利益率増加事業者数
新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること	展示会出展事業者数/商談成約件数 物産展出展事業者数/売上額（1者）

②事業評価・見直しの報告・承認

本会理事会において、事業評価委員会の評価結果を報告して、承認を受ける。

③結果の公表

理事会にて承認を受けた評価結果については、本会総会議案書にて全会員に報告するとともに、当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ができるようにする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現 状

これまで徳島県商工会連合会をはじめ、徳島県、中小企業基盤整備機構、近隣商工会で組織する阿波吉野川地区商工会広域連携協議会が実施する講習会や全国商工会連合会が行うWeb研修に参加して支援能力の向上を図るとともに、専門家派遣を実施した際は、必ず担当職員が同行して支援スキルの習得に努めた。

(2) 課 題

小規模事業者を取り巻く事業環境は、めまぐるしく変化し、事業者が抱える課題も多様化・複雑化している。2. (2) 目標の達成に向けた方針の「⑤ 関係機関との連携強化と事業評価の高度化による支援効果の最大化」に基づく喫緊の課題としては、経営管理や業務効率化、販路開拓へ向けたIT活用など小規模事業者の経営リテラシー向上と自立課題設定力の醸成による経営の自走化に寄与するため、商工会自身も含めたDX推進の取組へ向けたセミナーや自発的な知識習得による職員一人一人の支援能力の向上と、支援ノウハウの組織内での共有による職員一丸となった支援体制を整える必要がある。

(3) 目 的

経営指導員をはじめ、全職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で、経営リテラシー向上に寄与する。

(4) 事業内容

【外部研修・セミナーの計画的活用】（新規）

①経営支援能力向上セミナー

経営指導員をはじめ、全職員の支援能力の一層の向上を図るため、徳島県商工会連合会をはじめ、徳島県、中小企業基盤整備機構、阿波吉野川地区商工会広域連携協議会が実施す

る研修会に対して、計画的に職員の派遣を行うとともに、全国商工会連合会が実施する「経営指導員資質向上Web研修」を活用する。

②DX推進セミナー

喫緊の課題であるDX推進の取組みへむけた職員のITツール（RPA、クラウド会計、EC、SNS）やAIツールの活用支援力の強化を図り、ニーズに合わせた相談と指導を可能にするため、徳島県商工会連合会や中小企業基盤整備機構が実施する研修会に計画的に職員の派遣などを行う。

【OJT制度の導入】（新規）

経験の浅い職員については、徳島県商工会連合会が実施する「スーパーバイザー派遣事業」を活用して、商工会職員の経験豊富なOB職員によるOJTを実施することで小規模事業者への支援能力の向上に努める。

【支援ノウハウの共有】（新規）

上記「外部研修・セミナーの計画的活用」の受講後は、速やかに復命書を作成して他の職員へ報告を行ったり、日々の経営支援から生じた成功や失敗事例については週1回実施する職員間ミーティングにおいて共有を図る。

【データベース化】（新規）

担当指導員が行った支援業務について、「経営支援システム plus」にデータ入力を適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるように支援情報のデータベース化に取り組む。

1.1. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現 状

吉野川市美郷地区の各種団体が、梅酒まつりやほたるまつりなど、地域資源を活用した地域経済活性化のための取り組みを行っている。

(2) 課 題

吉野川市美郷地区は、合併以前より住民が一体となって国の天然記念物であるほたるや特産品である梅などの地域資源を活用した地域振興活動を積極的に行っており、県内外に広く認知されている。平成20年には、全国初となる「梅酒特区」に認定されるなど、一定の成果も上がっている。本会においても、吉野川市の補助金を活用し支援を行っている。今後も、こうした活動を継続し、梅酒特区や美郷ブランドのさらなる向上と特区や特産品である梅等を活用した地域振興に取り組んでいく。ただ、活発な地域経済活性化の取組みは行われているものの、地域経済の活性化につなげるための仕組みづくりができておらず、知名度の向上にはつながっているが、地域経済への波及は限定的なものとなっている。こうした取組みを地域経済の発展にどう結びつけるかが今後の課題である。

(3) 事業内容

①美郷地区の特産品や観光資源を活用した地域活性化

吉野川市美郷地区の特産品である梅を使った特産品の開発や特区認定を受けている梅酒、また、国の天然記念物の指定を受けているほたるなど、美郷地区特有の地域資源を有効に活

用し、地域の振興発展につなげるため、下記事業に委員として参加し運営に尽力する。実施にあたっては、美郷ほたる館や吉野川市など事業内容に応じた団体をメンバーとした実行委員会を組織し、効果的な実施体制の構築に努める。こうした取組みにより、梅酒特区、美郷ブランドのさらなる向上と特区を活用した新規開業・新商品開発・販路拡大を図っていく。

事業名 梅の花まつり
内 容 梅の花PR、地域物産等のテスト販売、新商品PR
時 期 3月下旬開催予定
運営体制 NPO法人美郷、NPO法人美郷宝探し探検隊、吉野川市などで組織する実行委員会にて運営

事業名 美郷ほたるまつり
内 容 美郷のほたるPR、地域物産等のテスト販売
時 期 5月末～6月上旬 開催予定
運営体制 NPO法人美郷、NPO法人美郷宝さがし探検隊、吉野川市などで組織する実行委員会にて運営

事業名 梅酒まつり
内 容 梅酒試飲会、新商品PR、観光PR
時 期 11月最終土日に開催予定
運営体制 美郷梅酒会、・吉野川市、・美郷ほたる館などで組織する実行委員会で運営

②吉野川市ブランド認証制度の活用

吉野川市ならではの魅力ある特産品を吉野川市ブランドとして「吉野川市ブランド認証委員会」が特産品の種別ごとに定める認証基準に沿って審査を行い、評価基準を満たした商品を吉野川市ブランドとして認証している。本会経営指導員も委員として参加しており、吉野川市との連携を図りながらブランド認証を効果的に活用し、本市特産品のブランド力の向上に努めるとともに、市内外への本市特産品の訴求力の強化を図っていく。

吉野川市ブランド認証委員会委員

徳島文理大学、徳島県農協、吉野川商工会議所、吉野川市商工会
徳島県経済産業部経済産業政策課、吉野川保健所、徳島県東部農林水産局
吉野川市

(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7年12月現在)
<p>(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)</p>		
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>吉野川市商工会</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px auto; width: 80%;"> <p>事務局長 1名</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px auto; width: 80%;"> <p>法定経営指導員 1名 経営指導員 1名 経営指導員補 1名 経営支援員 3名</p> </div> </div>	<p>連携 調整</p> <p>事前相談</p> <p>連携 調整</p> <p>連携 調整</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>吉野川市 産業経済部商工観光課</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>徳島県 経済産業部経済産業政策課</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>徳島県事業承継・引継ぎ支援センター</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>徳島県知財総合支援窓口</p> </div>
<p>①徳島県及び吉野川市との連携体制</p> <p>当会、本市商工観光課が連携し、地域の実情を踏まえた重要課題を設定するとともに、本支援計画での支援方針を決定するため、年1回、事業評価委員会を開催する。また、徳島県と事前に相談・調整をおこなうことで、徳島県の重要課題についても反映した支援計画とする。</p>		
<p>②商工会の経営発達支援事業実施に係る体制</p> <p>当会管内地域を、法定経営指導員1名と経営指導員1名、経営指導員補1名の体制で巡回指導を行う。経営指導員を小規模事業者ごとに選定し、策定支援からフォローアップまで一体の支援体制を構築する。また、徳島県事業承継・引継ぎ支援センターとの連携(当会管内地域を担当する専門家1名程度)や、徳島県知財総合支援窓口との連携(当会管内地域を担当する専門家1名程度)を行い伴走支援やセミナー個別相談の体制を図る。</p>		
<p>③定量的に実施状況を把握し評価を行う体制</p> <p>法定経営指導員1名と経営指導員1名、経営指導員補1名、経営支援員3名の体制実施状況を定量的に把握し効果測定を行う。なお、上記で把握・検証した実施状況を当会と吉野川市の事業評価委員会(年1回以上開催予定)で評価するとともに、次年度の支援内容の検討を行うとともに、必要に応じて変更申請を行い、支援計画にも反映していく。</p>		
<p>④経営指導員等の資質向上に係る体制</p> <p>当会職員向けに研修や勉強会等を開催し、DX化や育成AI、財務諸表の分析手法、経営戦略、マーケティング、起業・創業、事業承継、価格転嫁など適宜専門知識の習得を図り、小規模事業者の内発的動機づけを行うためのロールプレイング、事例共有などを行う。</p>		
<p>(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</p>		
<p>①当該経営指導員の氏名、連絡先</p> <p>■柳川 剛大 吉野川市商工会 TEL:0883-42-5642</p>		
<p>②当該経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)</p> <p>経営発達支援事業の実施にあたり、事務的統括を行う。上記法定経営指導員が担当部門を定</p>		

め、計画の遂行及び進捗状況を管理する。

また、市商工観光課との連携に努め、経営発達支援計画と市の経済政策や総合計画との協調に努める。

③広域経営指導員の可否

申請書に記載の経営指導員柳川剛大は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。

(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

〒779-3401

徳島県吉野川市山川町翁喜台117

吉野川市商工会

TEL:0883-42-5642 FAX:0883-42-5349

E-mail:tsci3100@tsci.or.jp

②関係市町村

〒776-8611

徳島県吉野川市鴨島町鴨島115-1

吉野川市産業経済部商工観光課

TEL:0883-22-2226 FAX:0883-22-2237

E-mail:shoukougankou@yoshinogawa.i-tokushima.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 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	7,240	7,240	7,240	7,240	7,240
経営支援事業費	3,790	3,790	3,790	3,790	3,790
指導事務費	420	420	420	420	420
指導事業費	350	350	350	350	350
地域振興対策事業費	3,020	3,020	3,020	3,020	3,020
地域総合振興事業費	3,450	3,450	3,450	3,450	3,450
総合振興費	1,950	1,950	1,950	1,950	1,950
商業振興費	50	50	50	50	50
工業振興費	100	100	100	100	100
観光振興費	100	100	100	100	100
金融対策費	100	100	100	100	100
経営税務対策費	300	300	300	300	300
労務対策費	150	150	150	150	150
部会等対策費	400	400	400	400	400
広報・情報化推進事業費	300	300	300	300	300

(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

本会自主財源(会費・手数料等)、国・県・市補助金

(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 並びに法人にあつては、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