

経営発達支援計画の概要

実施者名	勝浦町商工会（法人番号 3480005002395 ） 勝浦町（地方公共団体コード 363014）
実施期間	令和 7 年 4 月 1 日～令和 12 年 3 月 31 日
目標	経営発達支援事業の目標 【目標 1】 対話と傾聴により持続可能な伴走支援実施による経営支援 【目標 2】 地域資源を活かした商品開発と展示会等を利用した販路開拓支援 【目標 3】 創業者・創業予定者の支援と円滑な事業承継の支援 【目標 4】 生産性向上への取組や IT 導入・DX 化支援
事業内容	経営発達支援事業の内容 3. 地域経済動向調査に関すること 地域経済分析システム「RE S A S」を活用し、地域の経済動向分析を行うほか、管内の景気動向等について中小企業景況調査を実施し、その結果を商工会HPで公表する。 4. 需要動向調査に関すること 展示商談会等でバイヤーに対し開発・改良した商品についてアンケート調査を実施し、需要動向調査を行うことで事業計画策定に活用する。 5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者自身で、ビジョン・理念・目的・自社の商品・サービスの強み経営課題を把握するセミナー実施により事業計画策定に繋げる。 6. 事業計画の策定支援に関すること 事業計画策定の重要性を理解し、事業者の意識変化をつくれるように支援する。また、販路開拓や生産性向上を図るためDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 対話と傾聴により事業者自身の考えや行動を基に修正を行い成長できるように支援する。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 地域資源を活用した商品開発に取り組む食品関連業の掘り起こしを行い既存商品のブラッシュアップとフォローを行い、販路開拓を支援する。
連絡先	勝浦町商工会 〒 771-4305 徳島県勝浦郡勝浦町大字久国字久保田 5-7 TEL:0885-42-2319 / FAX:0885-42-2134 E-mail:tsci0100@tsci.or.jp 勝浦町 企画交流課 〒 771-4395 徳島県勝浦郡勝浦町大字久国字久保田 3 番地 TEL:0885-42-2552 / FAX:0885-42-3028 E-mail:kouryu@town.katsuura.lg.jp

(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

【勝浦町の概況】

【立地】

徳島県勝浦町は、県東部に位置し県都徳島市をはじめ 6 市町村に隣接しており、生活圏、商圈は四方に亘る。町面積は徳島県内でやや小さい 69.83 k m²で、東西 13 k m、南北 6 k m の細い帯状のまちであり、県都徳島市まで 22 k m という都市近郊地域にある。そのうち森林が 67.9% を占め、年平均気温 15.9 度、冬季には数回の積雪もみられる。町の中央には鮎釣りで人気の清流勝浦川が流れ、流域に農地と集落が広がり、その周りを標高 500～1,000m 級の山々が囲んでいる。



〔勝浦町位置図〕



写真：「かつうら創生」総合戦略より

【人口】

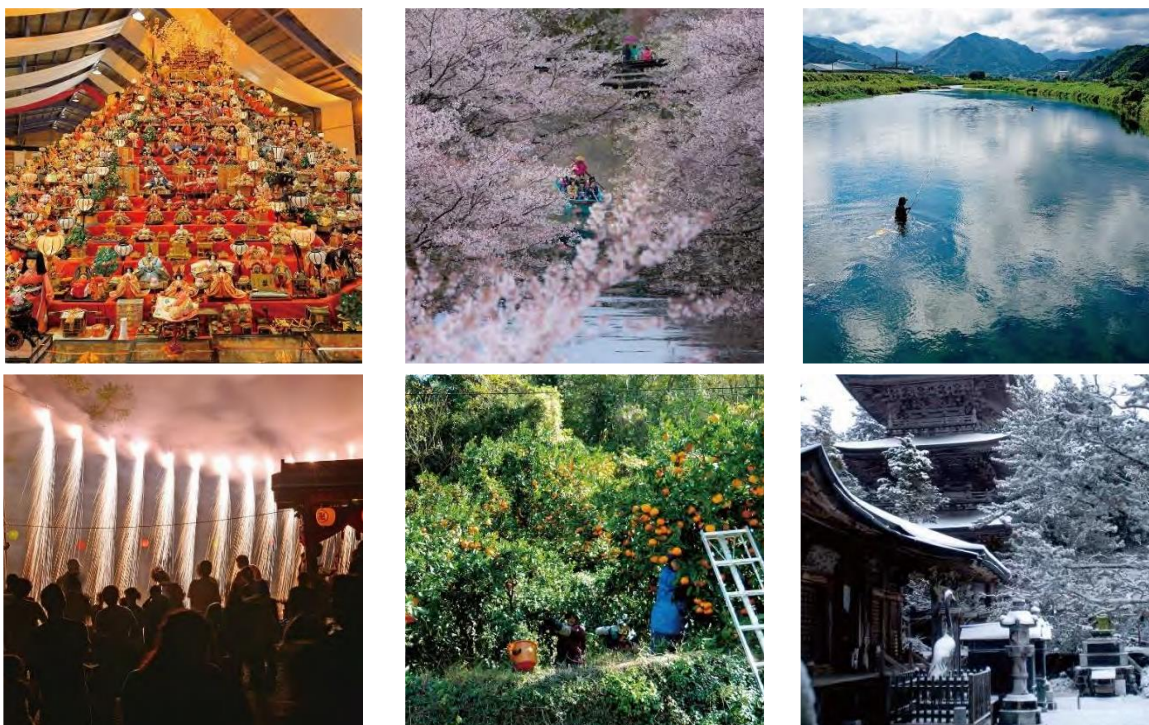
人口推移は、旧村合併当時（昭和 30 年）10,160 人をピークに、現在 4,604 人（令和 6 年 9 月末、住基）と約半数以下となり近年は減少率が拡大傾向にある。また、平均年齢 56.73 歳で高齢化率が 47.0% と高く、全国平均 29.1% を大きく上回っており、2030 年（令和 12 年）以降は本格的な人口減少になると予測されている。

【産業・観光】

基幹産業は、前述の地形と温暖な気候を利用した町の特産「温州みかん」を中心に、コメ、施設園芸の野菜などを栽培する農業である。

四国八十八ヶ所「20 番札所 鶴林寺」があり、町内各地では人形浄瑠璃などの伝統文化が受け継がれているとともに、町をあげてのひな祭り、桜祭り、秋祭り、ホタル、鮎など四季折々の多彩な自然や行事が催されるなどコミュニティ豊かなあたたかい町である。

近年では、およそ 1 億 3000 万年前の白亜紀前期にまでさかのぼる国内でも最古級の恐竜化石を含むボーンベッド（化石含有層）が発見され、徳島県内のみならず全国的な注目を集め、恐竜イベントやグルメを楽しむ恐竜フェスティバルを開催するなど新たな観光資源も出来ている。



勝浦町の四季折々の多彩な行事 等

写真：「勝浦町第六次総合戦略資料」より

【勝浦町の現状と課題】

【現状】

勝浦町は平成 2 年 4 月に過疎地域の指定を受け、まちの活性化対策として基幹産業である農業の基盤整備や近代化を目指し施策を展開してきた。過疎に歯止めがかからない状況において、まちづくりの方向として労働者人口と高齢者人口の割合が調和された人口構成が課題となっている。勝浦町の高齢者比率は、平成 2 年に 19.3%、平成 17 年では 32.0%、平成 27 年に 39.6%に達しているのに対し、15 歳から 64 歳までの人口は減少を続けている。

現在の国内の経済情勢などから、新たな企業の誘致の可能性は非常に困難な状況となっている。このため、近代化や省力化を進め、安定した魅力ある農業の育成とともに、雇用機能のある農業の創造を模索するなど、新たな分野での効果を生み出す施策の展開が必要となってくる。

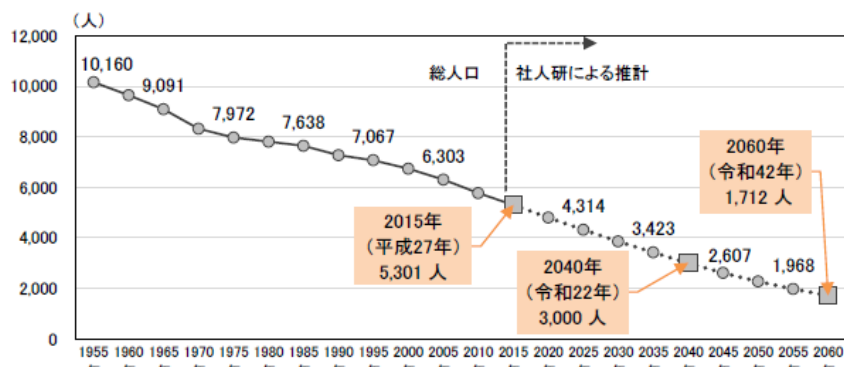
【課題】

勝浦町の総人口は、昭和 50 年の 7,972 人から平成 27 年の 5,301 人になり、40 年間で 2,671 人（33.5%）減少している。減少率の変化を見ると、昭和 50 年から平成 2 年までは緩やかに減少し減少率は 8.9%に留まった。しかし、平成 2 年から平成 17 年までの減少率が 13.3%、平成 17 年から平成 27 年までの減少率が 15.9%となり、ふたたび人口減少が加速しており、現状のままでは今後も減少傾向が続くことが予想される。

昭和 50 年から平成 27 年までの年齢階層別人口の推移をみると、特に 0 歳から 14 歳の階層の人口は 1,186 人（70.2%）減少し、15 歳から 29 歳の階層も 919 人（58.2%）減少している。一方、65 歳以上の高齢者階層については、1,101 人（110.1%）増加しており、少子高齢化の進行が顕著となっている。

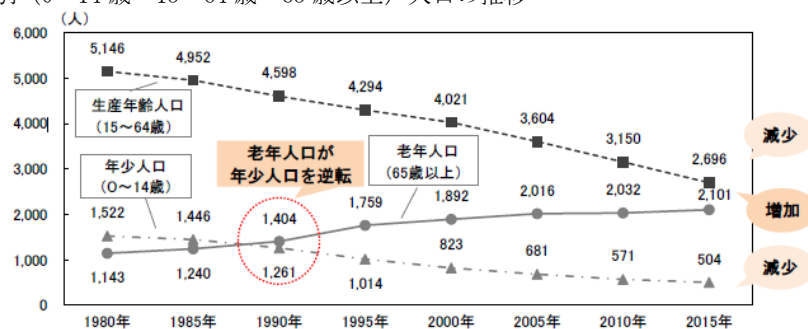
人口減少を抑制していくには、長期的な視点を持ち、着実に成果を積み上げていくことができるまちづくりが必要であり、これまでの取組をさらに強化するとともに、平成 27（2015）年に国連で採択された「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に向けた取組や、IoT、AI、ロボット等の技術革新を産業や生活のあらゆる分野に取り入れ課題を解決する society5.0 の実現に向けた取組等、新たな社会潮流を踏まえた見直しが求められる。

◆総人口の推移と将来推計



資料: 2015(平成27)年までは国勢調査、2020(令和2)年以降は社人研推計※より作成
 ※社人研推計: 国立社会保障・人口問題研究所の推計に準拠した推計

◆年齢3区分別 (0～14歳・15～64歳・65歳以上) 人口の推移



資料: 国勢調査
 ※総人口には年齢不詳が含まれるため、年齢3区分別人口の合計と一致しない場合がある。

【勝浦町事業所数と小規模事業者数】

産業中分類	平成 28 年			令和 3 年		
	事業所数	小規模事業者数	小規模事業者率	事業所数	小規模事業者数	小規模事業者率
農業, 林業	8	8	100.0%	9	9	100.0%
漁業	1	1	100.0%	1	1	100.0%
鉱業, 採石業, 砂利採取業	1	0	0.0%	1	0	0.0%
建設業	48	46	95.8%	50	48	96.0%
製造業	28	24	85.7%	26	23	88.5%
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0	－	5	5	100.0%
情報通信業	0	0	－	1	1	100.0%
運輸業, 郵便業	5	2	40.0%	5	0	0.0%
卸売業, 小売業	57	48	84.2%	66	56	84.8%
金融業, 保険業	3	1	33.3%	2	0	0.0%
不動産業, 物品賃貸業	1	1	100.0%	4	4	100.0%
学術研究, 専門・技術サービス業	7	7	100.0%	8	7	87.5%
宿泊業, 飲食サービス業	17	15	88.2%	18	13	72.2%

生活関連サービス業、娯楽業	21	21	100.0%	23	22	95.7%
教育、学習支援業	8	6	75.0%	13	8	61.5%
医療、福祉	11	5	45.5%	14	9	64.3%
複合サービス事業	7	4	57.1%	6	4	66.7%
サービス業（他に分類されないもの）	22	20	90.9%	23	22	95.7%
合 計	245	209	85.3%	275	232	84.4%

総務省「令和3年・平成28年経済センサス活動調査」より

【商工業の現状】

建設業と小売業で約5割を占めている。建設業は、公共事業の一定数の受注はあるものの不安定であり、人口減少に伴って民間需要も減速しており、資材価格の高騰や燃料費の高騰により先行き不透明な経済状況に加え、働き手の高齢化と共に当業種自体の深刻な担い手不足のため、技術やノウハウの継承、生産性向上への取り組みなどマンパワーを重要視した活動からデジタル技術活用へシフトチェンジを行う必要がある。

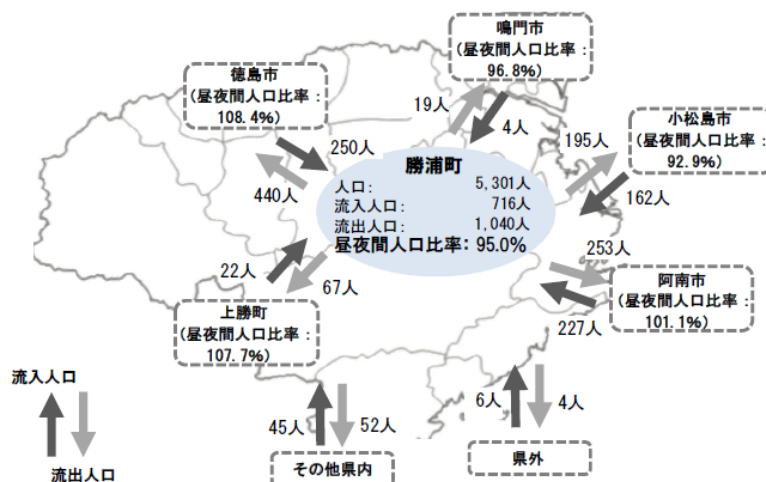
小売業においては、大きく分けて2地区（沼江・横瀬）で事業者が賑わいをみせていたものの、近隣地域に大型ショッピングモールやディスカウントストア等が相次いで進出してきたことから、その影響を大きく受けていることに加え、就業に伴う流出人口が多く、消費者の「価格」や「アクセスの良さ」といった利便性の重視や、従来の常連客の高齢化により顧客が減少している。

現在、周辺の大型店との競争にさらされている小規模事業者は家族経営が主であり、消費者ニーズの多様化やキャッシュレス決済への対応等、売上の維持や事業の継続に苦慮している。一方で、地域資源を活用した商品や魅力的な商品をECサイトにて販売をしている一部事業者については順調に売上を拡大している。

製造業者の多くは基幹産業である「みかん、ゆず、ゆこう等」の柑橘類を中心とした加工品が多いが、近年多発する気候変動、自然災害などが引き起こすサプライチェーンリスクや原材料費や輸送費の高騰などの影響を受けやすく、大手並み価格への追従ができないなど依然厳しさを増している。

販路開拓の意識を持っている事業者は販促事業への参加率が高く、売上へ結び付けようとする積極的な事業者もいるが、そうではない事業者も多く類似商品とどのように差別化をすればよいか、どこで優位性を持てるかなど経営戦略を模索する必要がある。

◆近隣自治体間における人口の流入出<2015（平成27）年>



資料: 国勢調査

勝浦町過疎地域持続的発展計画より抜粋（計画期間：令和3年度～令和7年度）

商工業について

勝浦町内の商店は、独立した小規模店舗でほとんどが点在しているため、一部を除いて商店街という区画は形成していない。このため、町外通勤者の増大や交通条件の整備などにより、購買力は町外へ流出している。従業者の高齢化、後継者不足などがみられるが、町外からの誘客は難しく、他の産業と連携した取り組みが求められる。地域資源を活用した商品開発への支援を行うほか、商工会等の創意工夫を凝らした事業に対して必要な支援を図る。

〔商工業の課題〕

【課題1】持続可能な小規模事業者の経営支援

勝浦町は6市町村に隣接しており、生活圏、商圏は四方に亘っているため、買い物の域外流出が続く小規模事業者にとっては厳しい経営環境が続いている。小規模事業者が持続的に発展していくためには、勝浦ならではの事業所とするため独自性、事業所の特長や強みを活かした経営が必要である。

【課題2】地域資源を活かした商品開発と販路開拓支援

地域資源である「みかん」及び「ゆず・すだち等の柑橘類」を利用した商品により販路開拓を行うことで地域ブランド化に繋げる。小規模事業者の課題である商品の企画・商品の開発力、消費者ニーズの把握のため、直に顧客と繋がることのできる展示会やICTの活用、ソーシャルメディアを活用したマーケティングを販路開拓支援と同時に行うことが必要である。

【課題3】創業者支援と事業承継支援

少子高齢化により勝浦町の高齢率が高くなる中、今後も事業者の高齢化は加速すると予測される。さらに、従業員の高齢化により後継者不足も深刻となる。廃業に歯止めをかけるためには伴走支援を通じ、事業承継のニーズを適切に把握し円滑な事業承継を支援する必要がある。また、空き店舗や創業・事業承継に関する施策や補助金、地域のニーズなど情報提供を行う必要がある。

【課題4】生産性向上支援とDXの支援

勝浦町の労働者人口が減少し高齢者人口が増加している中で、先には労働力不足が予測されることから、厳しい経営環境を克服するためビジネスモデルの変革を促進する必要がある。今後は自社の課題を明確化し課題の解決策として生産性向上への取組やDX化を進めることが必要である。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

⑩10 年程度の期間を見据えて

これまでの現状と課題を踏まえ、小規模事業者の長期的な振興のあり方を以下のとおりとする。

【Ⅰ】持続可能な小規模事業者の経営支援

小規模事業者へ事業計画の重要性を理解していただき、経営状況の分析、需要動向調査の結果を踏まえた実行可能な計画を策定し、目標・目的を持って事業計画を実行できるように支援し経営力向上に繋げる。

【Ⅱ】地域資源を活かした商品開発と販路開拓支援

勝浦町には、みかん・ゆず・ゆこう・すだち等の柑橘類、農産品、鮎、新種登録された勝浦ひな

桜・ひな祭り・恐竜・お遍路など誇らしい資源が多くある。地域資源を活用した商品開発や販路開拓を補うための支援は極めて広範囲に及ぶため、小規模事業者ごとの置かれているフェーズに合わせた支援メニュー、支援策をバランスよく展開し支援を進める。

【Ⅲ】創業者支援と事業承継支援

地域における人口減少や経営者の高齢化は、それに伴う廃業が増加するだけでなく小規模事業者の事業活動自体にも影響を与えるため、新規創業者の支援・後継者の育成を行い、地域経済の担い手づくりを行う。

【Ⅳ】生産性向上支援とDXの支援

人手不足による事業の縮小や倒産リスクも懸念されることから、生産性の向上やビジネスモデルの変革、AIやIoT・クラウドなどデジタル技術を駆使した業務の効率化や、新たなビジネスの創出を目指すDXの推進は必要なため事業者に見合った生産設備やDXの推進を行う。

②勝浦町第六次総合振興計画との連動性・整合性（計画期間：令和3年度～令和12年度）

勝浦町においては、令和3年に長期的な視野に立った持続可能なまちづくりの指針として、人口減少対策に特化した取組を含め、総合的かつ計画的な町政運営を図るべく、勝浦町第六次総合計画を策定。（以下抜粋）

i) 商工業の基本方針

商工業の振興・活性化に向け、商工会等とも連携し商店街の活性化、中小企業等への経営支援、創業支援、地域通貨やキャッシュレス決済の導入促進、空き店舗の利活用等に取り組むほか、地域の特性を活かした新たな産業の振興、県・関係機関と連携した企業誘致に取り組み、新たな雇用の場の確保につなげる。

ii) 勝浦町らしさを活かした地域ブランド化

勝浦町は「みかん」「ひな祭り」「恐竜」「お遍路」といった町外に誇れる魅力的な資源がいくつもある。地域ブランド化による観光振興や定住促進を地域活性化につなげるには、これらの資源を磨き上げることと、それぞれを点ではなく面で活用していく必要がある。経済効果を高める来訪者の滞在時間の延長や、魅力ある飲食店や店舗の誘致・起業につながる取組が求められる。また、来訪回数を増やすための通年の観光資源化の進展や、近隣自治体と連携した観光ルートの作成等、戦略的な考え方を持って展開していくことが重要である。

iii) 勝浦町の課題とするところ

小規模小売店の経営者の高齢化が進み、後継者不足が課題となっている。担い手の確保に努め、残された商店街の存続と「にぎわい」を取り戻すことが喫緊の課題となっている。地場産業の育成・振興については、中小企業の支援のため商工会と連携し支援の充実を図る必要がある。

③商工会としての役割

商工業の振興、活性化を図るため、地域のみで流通する「プレミアム商品券発行」、商店街の活性化を目的とした「お雛様の飾り付け」、基幹産業であるみかんの普及を促す「みかん狩り健康ウォークイベント」のほか、販路開拓支援・税務・金融・労務・経理等の経営改善普及事業を含めた経営支援を実施してきた。既存に加えて創業促進・事業承継支援・事業者に見合ったAIやIoT・クラウドなどデジタル技術を駆使した業務の効率化や、新たなビジネスの創出を目指す。また、小規模事業者の持続的な発展や、地域資源を利用し勝浦町らしさを活かした地域ブランド化を進め、勝浦町の活性化に寄与する役割を担う。

（３）経営発達支援事業の目標

「地域の現状と課題」と「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」を踏まえ、経営発達支援事業の目標を下記のとおり定める。

- 【目標１】対話と傾聴により持続可能な伴走支援実施による経営支援
- 【目標２】地域資源を活かした商品開発と展示会等を利用した販路開拓支援
- 【目標３】創業者・創業予定者の支援と円滑な事業承継の支援
- 【目標４】生産性向上への取組や IT 導入・DX 化支援

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 7 年 4 月 1 日～ 令和 12 年 3 月 31 日）

（２）目標の達成に向けた方針

【方針①】対話と傾聴により持続可能な伴走支援実施による経営支援

経営状況の分析、需要動向調査の結果を情報提供し、対話と傾聴による実行可能な計画を策定し、目標・目的を持った事業計画を策定する。フォローアップを通して計画が実行できるように支援を行い、経営力向上に繋げ自走可能な状況へ導く支援を実施する。

【方針②】地域資源を活かした商品開発と展示会等を利用した販路開拓支援

対話と傾聴により得た小規模事業者の目指す販路開拓を行える展示会・商談会への出展支援を行う。それに伴い小規模事業者ごとの置かれているフェーズに合わせた商品開発・サービス内容・地域資源を利用した商品の提案や改善を支援し、販路開拓や売上増加に繋がる取組みを支援する。

【方針③】創業者・創業予定者の支援と円滑な事業承継の支援

創業者・創業予定者に対し、創業計画の立て方などの創業計画書作成支援や資金調達支援、税務・会計の支援、補助金・施策、創業セミナー等の情報伝達により事業が軌道に乗るための支援を行う。

また年齢の高い事業者を中心に、巡回により事業承継に対する後継者の状況を把握して親族内承継または第三者承継を、事業承継引継支援センターや専門家と連携をしながら承継支援を進め、廃業による雇用や技術の喪失を防ぎ円滑な事業承継を支援する。

【方針④】生産性向上への取組や IT 導入・DX 化支援

消費者ニーズの多様化や人手不足、デジタル技術の発展など事業環境の激しい変化に対応するため業務効率化に向けた DX を推進し、製品の正確性やサービスの変革を目指す事業者へ専門家と連携しながら支援する。また、DX を見据えた IT 化、キャッシュレス化の促進も併せて支援する。

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】

当商工会は年4回の巡回訪問により「製造業・建設業・小売業・サービス業」の15事業所に対し「小規模企業景気動向調査」を実施し、調査結果を事業所訪問時に提供している。収集した調査結果は、域内の指導に活用しているが内部データとして取り扱っている。

【課題】

これまでは小規模企業景気動向調査を実施し情報提供を行ってきたが、ビッグデータが活用出来ていない。域内の経済動向調査及び収集したデータの整理・分析を行い、小規模事業者役に役立つ情報を精査した上で、情報提供し経営発達支援に活用することが課題である。

(2) 目標

内 容	公表方法	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①地域経済動向分析の 公表回数	HP 掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の 公表回数	HP 掲載	—	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【調査手法】

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

【調査項目】

「RESAS」（地域経済分析システム）活用

- ・地域経済循環マップ：地域内のお金の流れを分析
- ・人口マップ：将来人口予測や年齢構成を分析
- ・まちづくりマップ：流入人口、滞在人口等の人の動きを分析
- ・産業構造マップ：産業の現状と構造を分析
- ・消費マップ：消費動向、消費傾向等を分析

②中小企業景気動向調査

管内の景気動向等について、詳細な実態を把握するため徳島県商工会連合会から受託する中小企業景況調査を年4回継続実施し、その結果を年4回公表する。

【調査手法】

経営指導員等が対象企業を訪問し、ヒアリング調査を行う。

【調査項目】

売上高、仕入単価、売上総利益、経常利益、引き合い、設備投資、従業員数、借入状況、景況感 等

【調査対象】

15 事業所（製造業 3 社・建設業 2 社・小売業 4 社・サービス業 6 社）

【分析手法】

全国各地で調査したデータを全国商工会連合会が集計し、全国的景気動向として分析を行う。

（４）調査結果の活用

- ・調査結果は当会ホームページへ掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- ・経営指導員等が巡回、窓口支援を行う際の業況判断材料とする。
- ・事業者の経営分析を実施する際や事業計画策定支援に活用する。

4. 需要動向調査に関すること**（１）現状と課題****【現状】**

東京ビッグサイトで開催されている大規模な商談会出展時に、商品評価や商品改良に向けて来場バイヤーへアンケート調査を実施したが一部商品のみであることと、データ化が出来ていないことから需要動向調査を実施しているとは言い難い。

【課題】

消費者に対してアンケート形式で独自の需要調査や分析を行っている小規模事業者はほとんどなく、消費者やバイヤーとの会話の中で情報収集を行っているためデータ化できていない。当会でサポートし、商品やサービスの需要調査をデータ化してフィードバックすることが必要である。まずは、販路開拓等に意欲のある小規模事業者の洗い出しを行い、展示会・商談会出展時に消費者やバイヤーへアンケート調査を実施するための参加体制を整えることが課題である。

（２）目標

内 容	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
アンケート調査 対象事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

（３）事業内容**大規模展示商談会でバイヤー等へのアンケート調査の実施**

「地方銀行フードセクション」等の展示商談会に来場されるバイヤーに対し、試食、アンケート調査を実施し、その結果を基に商品の開発及び改良に繋げる。

【調査対象】

新商品や試作商品、ブラッシュアップした既存商品等で、販路開拓を目指す食品製造業等の小規模事業者。

【調査手法】

「地方銀行フードセクション」等の大規模な商談会出展時に、出展商品の試食・試飲を行った来場者へ経営指導員等がヒアリング又はアンケート調査を実施する。

【調査項目】

パッケージ、見た目、味、量、価格、満足度、ブランドイメージ他

【情報分析】

当会にて集計し、中小企業診断士等の専門家を活用しながら経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】

来場者やバイヤーなど 15 人（1 事業者あたり）

【想定する展示商談会】

＜地方銀行フードセレクションの概要＞

東京ビッグサイトにおいて 2 日間開催される地域の個人事業主や中小企業をメインターゲットとした地域の食品メーカーだけが出店する商談会

【対象出展者】 全国の食品企業 874 社（2023 実績）

【来 場 者】 6,782 名（2023 実績）

商社・百貨店・ホテル・スーパー・コンビニ等の食品バイヤー

※その他、効果が期待できる同規模の展示商談会

（４）調査結果の活用

調査結果は、経営指導員等が対象事業者にフィードバックし、経営分析支援や販路開拓支援、既存商品・サービスの改良・改善、新たな商品の開発等に繋げる。また、小規模事業者の事業計画策定等に活用する。

5. 経営状況の分析に関すること**（１）現状と課題****【現状】**

当会の経営分析支援も補助金申請に関する計画策定や、事業者と個別相談会による経営分析を実施している。また、決算書の内容から読み取れる定量的な財務分析を行っている。

【課題】

補助金申請や資金調達を目的とし事業計画を策定している小規模事業者がほとんどで、事業計画や経営分析の必要性を理解している小規模事業者は少数である。「対話と傾聴」を通じて必要性を理解していただき、ビジョン・理念・目的・自社の商品・サービスの強みや特徴・市場環境や競合の状況等をヒアリングしながら事業の将来の目標を具体化し実行するまでの過程が課題である。

（２）目標

内 容	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①経営分析セミナー開催回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数	10者	15者	15者	15者	15者	15者

（３）事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）

小規模事業者自身で、ビジョン・理念・目的・自社の商品・サービスの強みや特徴を考えるセミナーを開催することで経営課題を把握し事業計画策定に繋げる。

【募集方法】

セミナーチラシでの案内・ホームページでの案内で広く周知するとともに、巡回・窓口相談時に直接案内する。

【セミナー参加者数】

15者

【開催回数】

年1回

②経営分析の内容

【対象者】

経営分析セミナー参加者や景気動向調査対象事業者、巡回・窓口相談による支援で課題がある事業者や意欲の高い事業者

【分析項目】

- ・定量分析（財務分析）収益性、生産性、安全性、成長性の分析
- ・定性分析（非財務分析）対話によるSWOT分析の実施及び整理

【分析手法】

- ・経済産業省の「ローカルベンチマーク」等を活用し、中小企業診断士等の専門家及び経営指導員等が分析を行う。
- ・SWOT分析フォーマットを活用し、対話と傾聴により中小企業診断士等の専門家及び経営指導員等が作成し整理する。

（４）分析結果の活用

経営分析を行った事業者の結果のフィードバックを行い、自社の強み・弱みに気づきを与え自社の状況を理解してもらうことで事業計画策定に繋げる。また、経営分析結果についてはデータベース化し、内部共有することでフォローアップや継続支援を可能にする。

6. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

【現状】

専門家を交え個別相談にて事業計画を策定している。また、小規模事業者持続化補助金の申請時に事業計画策定支援を行っている。現状は目的ありきとなっており、補助金申請や資金調達がある場合の支援として、計画策定を実施しているのがほとんどである。

【課題】

小規模事業者が事業計画策定支援のみを目的として策定することはほとんどない。これは事業計画の重要性の理解が少ないことや、取引やサービスに追われ時間がなく成り行き経営になっている

ため、事業計画の重要性や策定の意義について理解を得ることが課題である。また、計画策定支援により自社の現状や課題を明確にし、DXを取り入れ省人化・省力化に繋げられる支援も必要である。

（２）支援に対する考え方

人口減少や高齢化、人員不足など小規模事業者を取り巻く経営環境が激変していることから、小規模事業者が経営環境の変化に対応できるよう、自らが考える顧客ニーズや自社の強み・弱みを踏まえた事業計画の策定が必要である。書類づくりではなく、計画策定の重要性を理解した上で作成し事業者の内発的動機づけを行い、意識変化をつくることが重要である。

また、事業計画の策定前段階において経営環境の変化に対応でき、販路開拓や生産性向上を図るための DXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

（３）目標

内 容	現行	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
①DX等推進セミナー 開催回数	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定 事業者数	5者	10者	10者	10者	10者	10者

（４）事業内容

①DX ・IT等推進セミナーの開催

【支援対象】

- ・DX推進やデジタル化の推進に意欲的な事業者
- ・業務の効率化や生産性向上に課題がある小規模事業者

【募集方法】

当会ホームページ、案内チラシ等で広く周知する

【講 師】

DX に精通した専門家（ITコーディネーター等）

【開催回数】

年1回（2時間程度）

【講習内容】

DX推進の具体的な事例紹介、SNS・ECサイトの活用事例、クラウド型業務ツールの紹介など

②専門家による事業計画策定個別相談

【実施目的】

自らが考える顧客ニーズや自社の強み・弱みを踏まえた事業計画の策定

【支援対象】

- ・経営分析セミナー受講者
- ・事業計画の重要性を理解した事業者

【開催回数】

年10回

【講 師】

中小企業診断士等の専門家

【支援手法】

自社の現状や課題が明確となった経営分析をふまえ専門家と経営指導員等が支援し事業計画を策定する。

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】**

補助金申請支援に伴う事業計画策定を実施した事業者に対して、事業進捗状況の確認を兼ねたフォローアップや資金調達者の現状確認のフォローを必要に応じて実施している。事業計画策定後に計画の進捗状況の確認や、内容の再検討など依頼があった場合に対応を行っている。

【課題】

補助金申請のための事業計画となっていたため、計画策定後のフォローアップや新たな問題や課題を確認し見直しを行う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

策定した計画の進捗状況の確認や問題を支援するが、対話と傾聴により事業者が自ら考え行動や修正を行い成長できるようにフォローアップすることが必要である。事業計画等の進捗状況や発生した問題により巡回数を増やして集中的に支援すべき時期をつくり、事業者の状況に合わせた支援が必要である。

(3) 目標

内 容	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
フォローアップ対象 事業者数	5 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
頻度（延回数）	20 回	40 回	40 回	40 回	40 回	40 回
売上増加目標 達成事業者数	2 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(4) 事業内容**フォローアップ体制の構築**

事業計画を策定した事業者を対象として、巡回訪問や電話等で策定計画の進捗状況の確認を行い、適宜フォローアップを実施する。その頻度については、事業計画策定 10 者のうち 3 者は 2 か月に 1 回、4 者は四半期に 1 回、その他 3 者は半年に 1 回とする。

ただし、ある程度事業計画の進捗状況が順調な事業者に対してはフォローアップ回数を減らし、事業計画の進捗状況が思うように進んでいない場合は、フォローアップの頻度を増やし、課題等の把握を行い専門家等の活用をしながら計画と乖離している部分の対応を実施する。

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】

東京ビッグサイトで開催されている大規模な商談会「地方銀行フードセクション」で新たな販路開拓に取り組んでいる。参加意欲がある事業者は数件あるが、現状の商圏から出ない（出られない）事業者も多数ある。EC サイトの構築により販路拡大に取り組む事業者もいるが、ほとんどの小規模事業者は高齢化や人手不足により、販路開拓の余力や IT スキルがなく一部事業者に限られているのが現状である。

【課題】

大規模な商談会の出展支援については、当会も経験不足なところもあり事前準備の支援や事後フォローが不十分なところがある。事業者と同じく当会も販路開拓支援の経験を重ねることが必要である。EC サイトでの販路開拓は、商品管理や商品・サービスの登録作業、業種により在庫の管理や梱包・出荷など一定のスキルと時間の確保を伴うため小規模事業者が運用するための課題は多い。小規模事業者ごとに支援メニュー、支援策をバランスよく展開し支援を進める必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定支援を行った販路開拓に意欲のある事業者の中で、特に「地域資源を活用した商品開発」に取り組む食品関連業の掘り起こしを行い、効果的な展示会への出展を目指す。地域資源を活用した商品開発や既存商品のブラッシュアップを支援するとともに、経営指導員等が展示会出展前の準備支援、展示会出展後の事後のフォローを行う。

また、DX に向けた取り組みとしては、データや統計による販売促進、SNS での情報発信、EC サイトの構築、IT を活用した販路開拓の効果が理解できるセミナーを実施し、新たな販路開拓には、DX 推進が必要であるということを理解・認識した事業者に対し、その事業者のフェーズに合った販路開拓の支援を実施する。

(3) 目標

内 容	現行	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
①商談会等出展 支援事業者数	2 者	3 者	4 者	4 者	4 者	4 者
①商談成立件数	4 件	6 件	8 件	12 件	12 件	12 件
②DX 等による販路 開拓支援事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
②新規活用事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

(4) 事業内容

①展示会出展事業（B to B）

【支援対象】

- ・各種計画策定支援を行った小規模事業者で、地域資源を活用した商品開発に取り組む食品関連業
- ・販路開拓に意欲的に取り組む小規模事業者

【支援内容】

「地方銀行フードセクション」への出展支援、または同規模の展示会出展支援

※「地方銀行フードセクション」概要については上記「需要動向調査に関すること」欄で記載

【出展前支援】

経営指導員等及び専門家によるレイアウト指導や商品のブラッシュアップ指導を実施し、販路開拓や商談成立に向けた実効性のある支援を実施する。

【出展後支援】

商談相手へのアプローチ支援、商談経過中のフォローアップ支援、商品等のブラッシュアップ支援を実施する。

②DX 等推進による販路開拓支援**【支援対象】**

事業計画に基づき IT を活用した販路開拓を目指す小規模事業者、販路開拓を目指す意欲のある小規模事業者

【支援内容】

小規模事業者でも参加しやすい SNS や DX 活用事例を交えたセミナーを開催し、DX の推進や SNS を活用した支援を行う。また、経営指導員等により事業者毎の IT スキルを把握した上で EC サイトの提案も行う。また、IT 専門家が個別指導により、サイト構成や商品写真のアドバイス支援を実施し、効果的に販路拡大支援を行う。

【募集方法】

当会ホームページ、案内チラシ等で広く周知する

【講師】

ITに精通した専門家（ITコーディネーター等）

【開催回数】

年1 回（2 時間程度）

【講習内容】

SNS・ECサイトの活用事例、サイト構成や商品写真の紹介など

Ⅱ．経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組**9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること****（1）現状と課題****【現状】**

事業の実施と報告について、経営指導員等が取りまとめた内容を理事会等で報告し次年度以降の事業計画に反映させている。勝浦町担当課へは、当会理事会で決定した事業計画を確認いただき、実施後は事業結果を報告し確認と意見をいただきながら共同で進めているが、外部有識者の意見を交えた客観的な評価、見直しまでは現状できていない。

【課題】

外部有識者を交え、事業内容を評価見直しするための評価委員会の運用が必要である。

（2）事業内容

経営発達支援計画に関する進捗状況や事業報告を行う評価会議を年 1 回開催する。メンバーは、

本会会長、副会長、法定経営指導員及び経営指導員、勝浦町担当者、外部有識者として中小企業診断士で構成する。評価会議による評価結果は当会内で共有し、事業実施方法等の改善の参考として活用するほか、理事会等に適宜報告し事業の方針決定に反映させるとともに、事業内容と報告を事務所へ常時備え付け小規模事業者が常に閲覧可能な状態にする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

徳島県商工会連合会が主催する各種研修や徳島県、中小企業基盤整備機構四国本部等の関係機関が実施する研修の受講を行っている。また、地区商工会の職員で年1回、税理士や中小企業診断士等を講師として研修会を開き実務に必要な知識や経営支援のノウハウの習得及び能力の向上を図っている。

【課題】

小規模事業者の課題は経営環境の変化とともに年々増加しており、急速な社会情勢の変化に対応できる職員の支援能力の維持・向上・情報共有が必要である。

事業者支援に必要な支援や情報を職員間で共有した上で、支援体制の構築を行うことが必要である。また、社会環境の変化に伴い、DXやIT等の情報スキルに関し、事業環境の変化に迅速に対応できると体制の構築と、環境変化に対応する職員の資質向上に努めることが課題となる。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員等の支援能力の一層の向上のため、独立行政法人中小企業基盤整備機構四国本部が主催する経営発達支援計画認定支援機関向け支援能力向上講習会や徳島県商工会連合会が主催する経営指導員研修会等に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。また、小規模事業者が抱える様々な経営課題に対し、提案型支援スキルの取得のため、全国商工会連合会が運営する経営指導員等WEB研修も活用し知識の習得を図る。さらに、経営力再構築伴走支援を実施するにあたり、対話と傾聴の習得と向上をはかるためのセミナーへ積極的に参加する。

【DX推進に向けたセミナー】

今後課題となり得る地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び経営支援員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、DX取組に向けたセミナー、IT・デジタル化の取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組>

・業務効率化等への取組

RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、補助金等の電子申請、情報セキュリティ対策等

・需要開拓等への取組

ホームページ、SNS等を活用した自社広報の情報発信、ECサイト構築、運用、オンライン商談・展示会、モバイルオーダーシステム等

【コミュニケーション能力向上セミナー】

経営指導員及び経営支援員は、対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修に参加し、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上を図り、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げのスキルを身に着け実践に繋げる。

【小規模事業者課題設定力向上研修】

経営指導員及び経営支援員は、課題設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得することで課題解決を実践できるスキルを身に着けることを目的とする。

②OJT 制度の導入

経営指導員等のみならず、経営支援員も含めて経験の浅い職員とベテラン職員が帯同し、巡回指導や窓口相談の機会を活用した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図る。また、中小企業診断士等の専門家が経営支援を実施する際に同席し、職員全体の支援能力向上を図る。

③職員間の定期ミーティングでの情報共有

経営指導員等と経営支援員で毎月1回ミーティング会議を実施し、支援に係る具体的な計画・課題・結果等について協議する。経営発達支援事業に係る支援事例の成果報告、事業者へのフォローアップ状況、支援内容の検討等について発表し情報共有を徹底する。また、その際に各セミナーへ出席した職員が講師としてセミナーのポイント等を説明・報告する事で職員の更なる支援能力の向上を図る。

④データベース化

職員全員が「経営支援システムPlus」のデータ入力（経営指導カルテ）を適時・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、担当以外の職員でも状況を把握し情報共有するとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制	
(令和6年12月現在)	
(1) 実施体制（商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制等）	
勝浦町商工会 法定経営指導員 1名 経営指導員（補） 1名 経営支援員 1名 勝浦町 企画交流課	
(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制	
①法定経営指導員の氏名、連絡先 氏名：星加 真志 連絡先：勝浦町商工会 TEL：0885-42-2319	
②法定経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度等） 経営発達支援事業の実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際に必要な情報の提供を行う。	
(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先	
①商工会 〒771-4305 徳島県勝浦郡勝浦町大字久国字久保田 5 -7 勝浦町商工会 経営発達支援事業担当 TEL:0885-42-2319 / FAX:0885-42-2134 E-mail:tsci0100@tsci.or.jp	
②関係市町村 〒771-4395 徳島県勝浦郡勝浦町大字久国字久保田 3 番地 勝浦町役場 企画交流課 TEL:0885-42-2552 / FAX:0885-42-3028 E-mail:kouryu@town.katsuura.lg.jp	

(別表 3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	7 年度	8 年度	9 年度	10 年度	11 年度
必要な資金の額	2,700	2,700	2,700	2,700	2,700
専門家派遣費	600	600	600	600	600
セミナー開催費	500	500	500	500	500
展示会出展費	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
支援ツール導入費	100	100	100	100	100

(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、県補助金、市補助金、会費収入、手数料収入、雑収入 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
連携者なし
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