

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	美波町商工会（法人番号 7480005006161） 美波町（地方公共団体コード 363871）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 ① ニーズを踏まえ、強みを活かした事業計画策定と策定後の支援 ② 情報発信と販路拡大支援 ③ 創業後5年以内事業者の重点支援と事業承継支援 ④ 職員の資質向上と支援体制の構築
事業内容	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 町内事業者からのヒアリングと業界団体・民間コンサルティング会社の調査情報や RESAS による地域経済情報などによる経済動向調査の調査結果を巡回時や本会ホームページで周知する。 4. 需要動向調査に関すること 展示販売会や商談会出展時に来場者やバイヤーに対しアンケート調査し調査結果をフィードバックするとともに、事業計画書作成やフォローアップ時に反映させる。 5. 経営状況の分析に関すること 経営指導員の巡回訪問時にヒアリングを行い、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、全国連の記帳システム「MA1」を活用し分析を実施する。 6. 事業計画策定支援に関すること 巡回時や各種補助金の案内チラシにて事業計画策定と DX への取組の必要性を認識してもらった上で、経営分析を実施した事業所を対象に、事業計画書作成を、専門家とともに伴走支援する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 四半期から半期毎に、事業計画の進捗状況確認と問題発生時には対策検討から対策の実施支援までを専門家とともに支援する。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 事業計画策定による販路拡大を目指す事業者を優先的に、展示会への出展準備から出店後のフォローや、IT を駆使した販路開拓の支援を行う。また、6次産業化により開発された新商品も「みなみふるさと便」のラインナップに加え広報を支援し、参加事業者の販路開拓を支援する。
連絡先	美波町商工会 〒779-2305 徳島県海部郡美波町奥河内字寺前 493 番地 6 TEL:0884-77-0759 FAX:0884-77-1179 E-mail:tscil400@tsci.or.jp 美波町 産業振興課 〒779-2395 徳島県海部郡美波町奥河内字本村 18-1 TEL:0884-77-3617 FAX:0884-77-1666 E-mail:sangyo@minami.i-tokushima.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

①現状

美波町は、平成 18 年 3 月 31 日に由岐町と日和佐町が合併して誕生した総面積 140.85 km²、令和 3 年 3 月末現在、世帯数 3,181 世帯、人口 6,370 人の町である。四国の南東部(「四国の右下」)に位置し、県都徳島市へは約 50 km の距離にあり、町の大部分を山地が占め、南東の海岸部は暖かい黒潮の良好な漁場を有する太平洋に面し、北は阿南市、那賀町、西は牟岐町、海陽町に隣接している。

沿岸部はリアス式海岸となっており、風光明媚な自然とアカウミガメの産卵地大浜海岸のある室戸阿南国定公園の中心部に位置している。

太平洋岸を黒潮が流れる豊かな漁場があるため、アワビ、サザエ、伊勢海老等の漁が盛んで、古くから漁業を中心に発達してきた。

また、弘仁 6 年(815 年)平城天皇の命により空海が厄除けの寺として創建された「薬王寺」は四国霊場 23 番札所でもあり、由緒ある名刹として老若男女が厄落としに訪れており、年間 65 万人の参拝客で賑わう。



【中央奥が美波町集落】



【出典：美波町 HP】

本町でも山間地域の特徴である過疎化・人口減少が進んでおり、高齢化率は 45%を越えている。

周辺地域へのアクセスは、徳島市に車で 70 分、隣接する阿南市中心市外地へは 40 分という立地にある。平成 23 年 7 月に地域高規格道路阿南芸芸自動車道の一部である「日和佐道路」が全線開通し、阿南市や徳島市へのアクセスが容易になった。

鉄道では、ＪＲ四国牟岐線が町東部から南西部に走り、駅は東から由岐駅、木岐駅、北河内駅、日和佐駅、山河内駅の５駅があり、夏の海水浴シーズンには海水浴場である田井ノ浜に臨時駅が開設されます。

しかし、ＪＲ牟岐線は赤字路線で減便が続き、令和３年４月現在で片道１１便まで減少しているため、通院や買い物でＪＲを利用する町民は減少している。

また、町内巡回バスによる町営病院への送迎サービスは充実しているが、買い物等に利用できず高齢化が進む中、買い物弱者が増加しつつある。

「第２次美波町総合計画後期基本計画」では美波町の特性として、

- １）海の恩恵を受けるまち。
- ２）風光明媚な自然があふれるまち。
- ３）観光交流資源を活用した交流が可能なまち。
- ４）歴史と文化が息づくまち。
- ５）サテライトオフィスが集積しているまち。

という５つの特性を記載している。

中でも「観光交流資源を活用した交流が可能なまち」として、四国八十八ヶ所霊場の２３番札所「薬王寺」をはじめ、日本渚百選の大浜海岸、国の天然記念物アカウミガメの産卵地、ひわさうみがめトライアスロン、２０２２年にはワールドマスタース関西トライアスロン、田井ノ浜海水浴場などの観光交流資源があり交流人口の増加や美波町の活力維持のため重要な役割をはたしている。

また、「サテライトオフィスが集積しているまち」として、平成１９年から海部郡３町で光ケーブル網の整備を行い、町内全域での高速インターネット接続が可能となり、郡内無料のＩＰ電話の整備も行うなど通信環境の整備を行い、都市部からのＩＴ関連を中心とした情報系企業の立地を推進しており、令和３年５月末現在２０社を誘致している。

【地域の産業状況】

第２次美波町総合計画記載の平成２２年度年国勢調査によると、美波町の就業人口のうち第一次産業従事者が約１６％、第二次産業従事者２０％、第三次産業従事者６２％となっており、一次、二次産業は減少傾向にあり、第三次産業従事者は増加傾向にある。

美波町の小規模事業者数は令和２年度末現在で３８１事業者、産業は、事業者数で見るとサービス業、不動産業（貸地、駐車場等含む）、卸小売業の割合が高く、特に観光関連の業種が多い。主要な観光施設の年間入込客数が８７万人（令和１年美波町資料）あり、風光明媚な海岸線にはホテルや民宿が建っている。四国八十八ヶ所霊場２３番札所「薬王寺」の門前町として栄えてきた桜町や国道５５号沿いには土産物店があり、美波町の特徴的な構造になっている。

門前町には、ここ数年で県外から移住し創業した事業者が８店舗あり、これらの事業者も巻き込んで「門前町商店組合」（全４７社）を設立し、商店街としての活性化を模索中である。

【業種別商工業者数：美波町】

(出典：徳島県商工会連合会 令和２年度商工会事業の実態)

	建設	製造	卸売	小売	飲食宿泊	サービス	その他
事業者数	66	48	19	96	72	60	24
割合	17.1	12.5	4.9	24.9	18.7	15.6	6.3

なお、総生産額においては、建設業、農林水産業、不動産業、サービス業、その他の割合が高く、その他には、主に保健衛生・社会事業に関する生産が入っているため高くなっている。

また、産業構造を徳島県全体の比率と比較してみると、農林水産業、建設業等の割合が高いのも特徴で、良質な漁場環境のもとで海産物の豊富さが漁業を支えており、海の恩恵を受けている町でもある。

【美波町総生産額】

(単位：百万円)

総生産額 [平成30年度市 町村総生産統 計より]	業 種	生産額	構成比率
	農林水産業	1,148	5.9%
	鉱業	0	0%
	製造業	730	3.7%
	建設業	1,740	8.9%
	電気・ガス・水道業	510	2.6%
	卸売・小売業	788	4.0%
	金融・保険業	269	1.4%
	不動産業	2,669	13.7%
	運輸業	1073	5.5%
	情報通信業	743	3.8%
	サービス業	3,830	19.7%
	その他	5,983	30.7%
	合 計	19,483	100%

美波町商工会は、平成25年4月1日に由岐商工会と日和佐商工会が合併し誕生した。[商工業者数 393 名 小規模事業者数 381 名 会員数 211 名 (令和2年4月1日現在実態調査)]、合併9年目の商工会である。

令和2年度より職員設置定数削減により経営指導員1名減となり、現在経営指導員2名、経営支援員2名体制になっている。

②課題

地域の課題として、美波町の総合計画後期基本計画において住民の満足度が大幅にマイナスになっているのが、

I・公共交通機関の便利さ II・買い物の利便性 III・就業の場や機会 となっている。

過疎化、少子化の上にＪＲ四国の減収、減益の影響もあり、列車の本数が年々減少している。更に高齢化が進むことで運転免許の返納が進み、買い物弱者が増加傾向にある。

一部老人ホームなどに入所している高齢者は、隣接する阿南市の商業施設などに定期的買い物ツアーに出かけるが、入所していない独居老人には、買い物に出向く手段が無いのが現状の課題である。

また、大学生やＵターン、Ｉターン希望者にとっても美波町内に就業の場所が少ないため地元就職希望者も徳島市、阿南市に出ていっている。

就労の場の確保のため、サテライトオフィスの誘致や事業承継・創業者支援、一次産業の担い手確保が雇用創出の課題である。

商工業における課題として、町内事業者の半数が経営がマンネリ化しており、自社の経営環境や強み、顧客ニーズなどの分析が行われず、当然事業計画、経営計画も作成されていないのが現状である。

売上増を目指す事業所には、経営分析と計画書作成の必要性を認識させるとともにPDCAサイクルを意識させることが重要である。

美波町内の事業者の課題として

- i) 美波町にある観光資源の集客力という強みを活かしていない。
初夏のアカウミガメ産卵期や1～2月の薬王寺初詣の参拝時期は混雑する。
また、3月頃から10月にかけて四国霊場巡礼の遍路客が観光客として来町するが、薬王寺に参拝するだけで、観光資源が集客した顧客を商店街や飲食店に呼び込めておらず購買に結び付けていないのが現状である。
これら遍路客を商店街にいかに呼び込むかが重要課題であり、人を呼び込む様々な企画や商品の品揃えが必要である。
- ii) 田井ノ浜、大浜海岸やウミガメ等の魅力的な観光資源があるものの、観光PRや情報発信が不足しており、観光関連産業の小規模事業者の経営や料理に対するレベルアップがはかられていない。
- iii) 水産物も干物関係の加工品が中心であり、販売方法も対面販売が中心で商品、販売方法が何年も変わっていないのが問題で、顧客ニーズや顧客ターゲットを分析し、SNSやITツールを利用し商品、販売手法を再構築する必要がある。
- iv) 四国霊場23番札所「薬王寺」へのお遍路さん等も外国人も含めて増加しているが、宿泊、飲食業の受け入れ態勢が不十分であり、お接待(おもてなし)の心をもって対応することが集客につながるため、インバウンド対応、サービス向上の対策が必要である。
- v) 人口減と高齢化、購買力の阿南市への流出等で、ここ10年間で小規模事業者が約56事業者、平成22年度比12.8%減少しており、住民の生活を守り地域の経済活動を維持し、持続的な発展を目指すためには、円滑な事業承継や、町と連携した創業支援が必要となっている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

地域の総合経済団体である商工会は、小規模事業者と行政、地域を結ぶパイプ役として、更には、会員事業者や地域の身近な相談窓口としての役割が期待されている。本会としては、美波町の小規模事業者全体を経営支援するが、特に主力産業の観光関連産業と新規創業者を中心に経営発達支援事業を実行する。

商工会は、金融・税務・経理等の従来の指導ニーズも未だに多いが、小規模企業振興基本法制定以来、経営計画作成支援や経営分析支援からの各種補助金申請や販路開拓等の伴走型支援のニーズが増え、商工会の重要な役割となっている。

創業や事業承継に対しては、商工会に「いつでも創業相談窓口」を設置し、美波町の「小規模事業者起業支援制度」を利用し、美波町と連携し町外からの創業者を募集し、開業時の「創業計画」から軌道に乗る5年間の情報発信力強化や販路開拓の伴走支援を行い創業計画から10年間の事業計画策定とフォローアップを支援する。

本会では、経営発達支援計画第一期以前（平成28年度以前）までは、県補助金、全国連補助金等を利用して新商品開発を実施し近隣市町村イベントや関西圏の物産展等で販路開拓を支援してきた。

経営発達支援計画認定後（第一期：平成29年度から令和3年度）は、本計画に基づく伴走型支援として専門家派遣による経営分析からの事業計画書作成や、持続化補助金を初めとする各種補助金申請のための計画書作成を伴走支援し、特に創業後5年以内の事業所に対して、1年以内に県内タウン誌等での情報発信、ホームページ作成等を支援、2年目から商談会・展示販売会への出店を支援、3年目以降からは、美波町ふるさと納税返礼品への登録や美波町ギフトの「ふるさと便」によるギフト販売など、コロナ禍でも売上確保が出来るよう支援し、事業を軌道に乗せる支援をしてきた。

更に、これからの経営発達支援計画第二期では、美波町の第2次美波町総合計画後期基本計画内の第4章まちづくりの基本テーマと重点施策にある

「雇用創出・起業支援・産業振興の推進」

若者にとって魅力ある雇用・就労の場と働きがいのある産業の創出を図るとともに、地域ならではの働き方ができる環境づくりを推進します。

（主な関連施策）

- 農畜産物の高付加価値化と販路拡大
- 水産物の高付加価値化とブランド化、流通対策の推進
- 事業承継、第二創業支援
- 特産品開発、新産業創出支援
- インバウンド対策の推進
- 広域観光体制の充実
- 起業・創業支援の充実
- サテライトオフィス立地促進・定着支援
- 関係人口の拡大「美波町のファンづくり」

という記述の中から、本会の取り組むべき施策と一致する事業を本経営発達支援計画を通じて以下の事業を実施する。

①起業・創業と5年間の重点支援

美波町が推進する古民家改修等による移住・定住を促進することによって、本会としては移住者、交流から定住した方の創業を支援しており、今後も美波町の「小規模事業者起業支援制度」の起業補助金を活用した創業と以後5年間の基礎的な経営改善普及事業と広報力強化、販路拡大を重点支援し、創業計画から10年後までの事業計画策定とフォローアップを支援していく。

【美波町小規模事業起業支援事業の実績】

	平成28年	平成29年	平成30年	令和1年	令和2年
申請件数	4	1	1	3	4
起業件数	4	1	1	2	4

※ここ5年で13件の申請、内12件が起業し現在も事業継続している。

薬王寺を初めとする観光の町であることから、飲食業が7件と最も多くなっている。

②特産品開発と販路開拓による振興

水産資源を活用した料理、製品づくりや海を活かした体験、マリンスポーツ等の事業を充実することにより、主産業である観光関連事業者を中心とした発展をはかる。

また、ここ2～3年農業者が販路開拓の相談に来所することが増加傾向にある。

農協一本の系統農業から脱却し販路を広げるため、一次産品に付加価値をつけ特産品として、ブランド化をすすめ、オンライン商談会や美波町のギフト（ふるさと便）での販路開拓を支援することで6次産業化を進める。

美波町においては、漁業者も含めた一次産業者の6次産業化はここ2～3年で進展が見え始め、今後5年、10年と増加が見込まれるため、6次産業者を支援することで特産品開発とその販路開拓を支援する。

③事業承継支援

親族間の事業承継、代替わりは勿論、従業員への事業譲渡、第三者への事業売却等を支援するため、「徳島県事業承継・引き継ぎ支援センター」等と連携しスムーズな承継を支援する。

(3) 経営発達支援計画の目標

小規模事業者の中長期の振興をはかるために、主産業である観光関連産業の小規模事業者に対して、従来の経営から脱却し、自分の事業所の状況を理解、経営分析して販売促進、販路拡大させる事業計画を策定し、持続的な発展を続けていく支援を実施する。

そのために経営指導員2名、経営支援員2名が支援能力を向上し、町や関係機関と連携を強化して目標達成に向けた支援を行う体制づくりを構築し個社の伴走支援を実施する。

【目標①】 ニーズを踏まえ、強みを活かした事業計画策定と策定後の支援

基幹産業である漁業、農業者は 6 次産業化を支援し、アカウミガメの産卵地である大浜海岸、四国霊場 23 番札所「薬王寺」等の魅力ある集客性の高い観光資源の恩恵を受けている観光関連事業者や創業後 5 年以内の事業者、コロナ感染症拡大の影響で商品・サービス、業態の変革、事業の再構築の必要性に迫られた事業者を中心に、自社の経営状況を分析し、強みを活かし、需要を見据えた事業計画策定事業を 5 年以内に 60 社以上(小規模事業者の 15%以上)作成支援し、事業者に気づきを与え、IT ツールを駆使した計画実行と定期的な見直しを一貫してフォローし、顧客ニーズに応じた品揃え、サービス、店舗改善、変革に取り組み、競争上の優位性確保のための事業所支援を行う。

【目標②】 情報発信と販路拡大支援

一部の事業者を除いては、良い商品・サービスがあっても情報発信ができていない。特に県外やインバウンド顧客に対しては SNS を利用した PR は必須であるため、ホームページの整備や IT ツールの活用支援を徳島県産業振興機構よろず支援拠点の専門家とともに情報発信力向上を支援していく。

また、新商品やブラッシュアップ商品などを独立行政法人中小企業基盤整備機構、地元金融機関との連携による商談会や展示販売会での商談成立、販路拡大を支援する。

【目標③】 創業後 5 年以内事業者の重点支援と事業承継支援

美波町の人口減少が進み、事業主の高齢化も進んでいる。隣接する阿南市には、ショッピングセンターなどの商業施設が複数出店しており、本町から車で 30 分～40 分の距離にあるため、購買力の流出に歯止めがかからない状況が続いている。このような状況下で、後継者不在により廃業を余儀なくされそうな事業者が商店街地域に多く存在している。

事業者数の維持は地域経済の活力であるため、健全な事業所の円滑な事業承継を「徳島県事業引き継ぎ支援センター」の専門家と連携して実施する。

また、美波町の小規模事業起業支援事業による創業補助金利用を斡旋し、創業計画書作成を支援し、事業を軌道に乗せるべく創業後 5 年を目途に情報発信力・広報力の強化や販路開拓を伴走型小規模事業者支援推進事業補助金を使って支援する。

【目標④】 職員の資質向上と支援体制の構築

上記の目標を達成するために、ノウハウの蓄積とスキルの向上が不可欠となるため、中小機構、県連合会が主催する研修会に参加し資質向上に努めるほか、専門家や連携先、行政や他の支援機関との連携で得た情報等を職員間ミーティングで共有するとともに、データとしてクラウド型経営支援ツール「Bizミル」に保存、共有し、職員 4 名と限られた人数での支援体制を構築し、専門家との連携により事業所支援をする。

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4年4月1日～令和9年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標①】 ニーズを踏まえ、強みを活かした事業計画策定と策定後の支援

人口減少及び阿南市への購買力流出というマイナス要因はあるが、美波町の観光資源が交流人口を増やしているという強みもある。

ここ数年、増加傾向にある6次産業化事業者や、創業後5年以内の事業者、コロナ感染症拡大の影響で業態転換や事業再構築の必要に迫られている事業者を優先的に自社の経営状況を分析し、自社及び商品の強み、環境の強みを活かし、顧客ニーズに対応した事業計画を策定、また計画の実行を支援し、実行後のフォローアップや計画の定期的見直しまでを伴走支援する。

各種補助金申請は、この事業計画の必要性和ITツール・デジタル技術利用の必要性を理解してもらういい機会なので、経営状況の分析による自社の経営環境の把握や計画書に落とし込むことによる気付きと、中長期的な事業展開のイメージが描けることなどのメリットを、商工会窓口での相談や、経営指導員による巡回指導時、セミナー開催時に理解、認知してもらい事業計画策定に繋げる。

【目標②】 情報発信と販路拡大支援

本町の事業者は小規模事業者が大半で、事業主の高齢化も進み、情報化への対応が遅れている事業所も半数近く存在する。

一方、県外から移住し創業した事業者などは平均年齢も若くITツールを使いこなし自社や自社商品・サービス情報の発信に積極的である。

昔からの土産物店や高齢者、昔からの流れのままに経営している事業者はホームページ未対応、SNSの活用も無いという事業者も珍しくない。

観光資源が集客する顧客、特に県外顧客や外国人観光客に対しては、SNS等での情報発信は必須であることを、巡回指導やセミナーを通じて認識してもらい、無料のグルメサイト等も紹介し、徳島産業振興機構のよろず支援拠点の専門家派遣による指導を通じて、情報発信による販路拡大を支援していく。

また、未だキャッシュレス未対応の観光関連事業者に対しては、必要性を巡回時に経営指導員が説明し、補助金等の利用も含めて導入を支援する。

【目標③】 創業後5年以内の事業者重点支援と事業承継支援

美波町の小規模事業起業支援事業による創業補助金を活用した創業を、支援してきた。関西圏からの移住による創業が多いのが本町の特徴であり、過去5年間の創業者の平均年齢も30代後半と若く、町内商業者に新しい風を吹かせてくれている。

今後の経営発達支援計画5年間も、美波町と連携し5年で10件以上の創業計画作成支援と創業後5年間の事業を軌道に乗せるための、基礎的な経営改善普及事業支援と情報発信力、広報力強化と販路開拓支援を行う。

事業承継においても、本町は人口減少と高齢化が進んでいる町で、これは商工業者においても同様である。令和3年4月現在、商工会で把握できているだけで25社には役員、家族に後継者がおり事業に従事している。事業主の年齢が70歳以上で後継者がいないのが22社ある。

廃業を考えている事業者が14社で、うち6社は相手が居れば、事業を譲渡してもよいと考えている。こういった現状を踏まえ健全な事業継続が可能な事業所には円滑な事業承継を推進すべく、徳島県事業引き継ぎ支援センター等の専門家と連携し、事業承継計画策定から実行を支援する。

【目標④】 職員の資質向上と支援体制の構築

昨年からのコロナ感染症拡大により、社会環境、経済環境、事業者の経営環境も大きく変わってきており、課題も多岐にわたり複雑化している。

これら多種多様な事業所からのニーズや、上記目標達成の為にITツールに関する研修他、各種研修会参加や専門家からの情報、ノウハウの供与を習得し、情報として職員間で共有するとともに、支援情報とともにデータとしてクラウド型経営支援ツール「Bizミル」に保存、共有し支援体制を構築する。

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]

これまで、中小企業景況調査を年4回（四半期毎）、製造業3社、建設業2社、小売業4社、サービス業6社の計15社に行っている。

調査結果は報告書として冊子を15社に巡回時に報告している。

また、公益財団法人徳島経済研究所の月刊誌「徳島経済レポート」を商工会カウンターに掲示するとともに、景況調査報告書とともに報告している。

[課題]

中小企業景況調査と徳島経済レポートで町内業種ごとの景況や県下、全国の大まかな景況感を掴めるものの、事業計画に必要な業種・取扱い商品・サービスに関する業況までを掴める調査内容にまではいたっていない。

そこで、民間業界動向研究結果「業界動向SEARCH, COM」などを活用して取扱い商品・サービスの動向を把握し、事業計画用の景況報告を提供する。

また、地域経済分析システムRESASを活用しての人口構成・推移、商圈・人流把握等情報を事業計画書に落とし込める地域経済動向調査結果として提供する。

(2) 目標

	公表 方法	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
景況調査分析 公表回数	HP 掲載	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
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

(3) 事業内容

① 景況調査分析

管内の小規模事業者の景気動向について把握するため、全国商工会連合会が行う「中小企業景況調査」に独自の調査項目を追加し、町内 15 社に年 4 回景況等について調査・分析を行う。

[調査対象] 小規模事業者 15 社(製造、建設、小売、サービス)

[調査項目] 景況、業況、売上額、客単価、客数、仕入れ単価、採算、資金繰り、雇用、設備投資、経営課題 等

[調査手法] 巡回時ヒアリング又は郵送後調査用紙回収
経営指導員等が専門家と連携し分析を行う。

② 地域の経済動向調査

事業計画策定時に地域経済の動向分析結果を収集、活用するため、地域経済分析システム R E S A S を活用し地域産業構成、交流人口、商圈把握などを総合的に分析し、事業計画作成に反映するとともに、年 1 回公表する。

[調査手法] 経営指導員が「R E S A S」(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] ・「まちづくりマップ・From-to 分析」⇒人の動きを分析
・「地域経済循環マップ・生産分析」⇒何で稼いでいるか等分析
・地域の産業構造⇒産業の現状を分析
これらの分析を総合的に分析し、事業計画策定支援に反映する。

(4) 調査結果の活用

上記の調査で収集した情報を総合的に分析した結果を巡回時に報告書として説明すると共に、本会ホームページにも掲載し、広く町内事業者に周知する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

経営発達支援計画第一期(平成 29 年度～令和 3 年度)での取り組みは、飲食業者とギフト商品取り扱い小売業者の販売、提供する商品、新商品について新商品開発や

販路拡大、事業計画作成の資料にする為、平成 30 年度には、町内イベントにて飲食業者 2 社と小売業者 3 社の需要調査を約 116 名に対し実施。

飲食店には、顧客属性と試食品の感想、見た目、お店選定基準、ランチに求めるもの、デザート、ドリンクに何を食したいか等の顧客ニーズを設問。

小売業者には、105 名の回答を得、ギフトとして送るなら、価格設定、容量等を設問し年末ギフト商品受注の資料とした。

以降、毎年ギフト商品に関するアンケート、需要調査は大阪天神橋筋商店街にて実施、毎年 2 日間で 110～120 名の調査回収を実施し、顧客名簿とともにギフト販売の売上向上に一役買っている。

経営発達支援計画第一期での需要調査報告件数目標は毎年 24 件（延べ件数）だったのに対し平成 29 年から 31 年の間は展示販売会参加事業者 10 社に対し 2 回の 20 件にとどまり、また令和 2 年においては、コロナ感染症拡大の影響で展示販売会・商談会への参加ができず、需要調査も実施できていない。

しかし、令和 2 年はコロナ感染症拡大の影響により、非対面販売で帰省できない親族へのギフト商品のニーズが増え、本会主催の「みなみふるさと便ギフト販売」（参加店 12 社）は対前年比 1.4 倍まで売上を伸ばした。

〔課題〕

同一事業所の同じ商品の需要調査が 2 年続き、後半は回答者の顧客名簿としての調査・アンケートになってしまった感がある。

また、令和 3 年には、需要調査対象の事業者と商品が発掘できたが、コロナ禍により展示会等の中止が続いており実施が困難と予想される。

マンネリ化しないためにも、6 次産業者も含め調査対象事業者及び新商品の発掘を進め需要調査を実施する。

(2) 目標

	現行	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
新商品・ブラッシュアップ商品の調査事業者数	1 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
バイヤーへのアンケート調査事業者数	0 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

(3) 事業内容

〔事業内容〕

①新商品・ブラッシュアップ商品の調査

管内飲食店及び食料品製造小売業者 3 者の開発した新商品やブラッシュアップした商品、ギフト用商品を地元開催の展示販売会や大阪天神橋筋商店街での展示販売会において試食、来場者アンケートを実施し、調査結果を分析した上で当該 3 者にフィードバックし、顧客ニーズとして事業計画書に反映する。

[サンプル数] 来場者 50 人

[調査手法] 地元開催の展示販売会と、大阪
天神橋筋商店街での展示販売会（10 月～
12 月開催）に おいて来場者アンケート
を実施、経営指導員等が聞き取りし、アン
ケート票に記入する。

[調査項目] 味、価格、容量、食材・原材料、
ニーズ、購入動機、感想・改善点

[調査結果の活用] アンケート結果、分析結果は、
経営指導員等が当該事業所に直接説明し
フィードバックし改良等を行う。

需要アンケート調査票（洋菓子用）

商店名 _____
 商品名 _____
 解答者 住所 _____
 性別 男 _____ 女 _____
 年齢層 10代 20代 30代 40代 50代 60以上

項 目	内 容		
価 格	高い	適正	安い
容 量	多い	適正	少ない
食 材			
要 求	ボリューム ヘルシー 他 ()		
購入動機			
感 想			
改良点			

【調査票・アンケート一例】

②バイヤーへのアンケート調査

地元金融機関の徳島大正銀行が主催する商談会、展示販売会においてバイヤーに
対し、試食・アンケート調査を実施する。

[サンプル数] 来場バイヤー数 5 社

[調査方法] バイヤーの試食感想を聞き取り。

[調査項目] 上記に加え、改善点、ターゲット、取引条件

[調査結果の活用] 当該商談会参加事業者とバイヤーからの意見、アドバイス、
アンケート調査結果を踏まえ、商品の改良を重ね販路開拓計画を構築する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

経営発達支援計画第 1 期の令和 2 年までの 4 年間の
経営分析支援に関しては、持続化補助金等の各種補
助金申請時や経営力向上計画作成時に、中小企業診
断士等の専門家を交えての SWOT 分析や、生産性向
上のための財務分析を実施した。

当初平成 29 年度から令和 2 年度までの 4 年間での
目標数値は、経営分析聞き取りシート作成 98 件、財務
分析件数 62 件だったのに対し、実績は聞き取りシート
33 件、財務分析件数 41 件にとどまっている。

補助金申請や、事業計画書作成の為の経営分析に
留まり、経営分析セミナー開催にも興味を持って
もらえず、補助金申請という機会がなければ経営
分析にも至らない事業所が多いのが現状である。

経営状況分析シート

社名 _____ 住所 _____

①企業概要

売上構成・取扱商品			
主力商品			
商圏			
従業員数	本年見込	前年	前前年
直近 3 期の売上高	〃	〃	〃
売上総利益	〃	〃	〃
〃 粗益、用益	〃	〃	〃
〃 販管費	〃	〃	〃

②現状分析

強み・支持されている理由

立地	
商品	
販売力 1. 7 活用	
人的魅力 人脈	

競争環境

業種・ 市 場 動向	プラス要因	マイナス要因
立地		
商品		

商品力・売上構成

	商品名	月間売上高	売上構成割合 %
1 位			
2 位			
3 位			
4 位			
5 位			

顧客層

	年代別	性 別	来店割合 %
1 位		〈男性〉 〈女性〉	〈家庭〉
2 位		〈男性〉 〈女性〉	〈家庭〉
3 位		〈男性〉 〈女性〉	〈家庭〉
4 位		〈男性〉 〈女性〉	〈家庭〉
5 位		〈男性〉 〈女性〉	〈家庭〉

顧客ニーズ（お客様の声）

事業主・又は会社としての経営理念、モットー

【経営状況分析シート】

[課題]

経営課題の把握、気づきを与えるため、事業計画書作成への準備・ステップとしての経営分析の必要性を認識してもらう必要がある。

令和2年の事業所得の決算で、多くの個人事業主がコロナ対策の補助金等の雑収入を得たことで利益率が向上し、反面休業等で経費支出が減少し例年より所得が発生し納付税額が増加した。

決算、確定申告をし初めて「なぜ」という疑問が生じ、今回幸いにも決算内容、経営内容を改めて確認する機会となったことで、財務分析の必要性に気づき、決算終了時に分析したいという事業所も現れた。

今後も、経営分析、財務分析の必要性を説き、ローカルベンチマーク等のツールを利用することで比較的簡単にできることを実感してもらう必要がある。

(2) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
経営分析 事業者数	13 者	20 者	20 者	20 者	20 者	20 者
専 門 家 派遣件数	2 回	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

経営指導員等が巡回により経営環境に変化があった事業所や、前年決算内容に大きく変化があった事業所に対し、経営分析の必要性を説明し、事業所を発掘する。

発掘した事業所に対し、税理士、中小企業診断士等専門家とともに、経営分析の個社支援を行う。

[発掘、募集方法]巡回時に経営分析の必要性を説明することで発掘し、ホームページにて経営分析の必要性・メリットを周知し対象事業者を募集する。

②経営分析の内容

[対象者]経営環境が変わったり、前年決算内容に大幅な変化があった事業者、販路開拓を進めるための事業計画策定を目指す事業者には、経営環境・商品構成の分析やSWOT分析を進める。

[分析項目]財務分析では売上高、粗利(率)、販管費率、労働生産性、損益分岐点等SWOT分析では強み、弱み、機会、脅威について分析する。

[分析手法] 経済産業省の「ローカルベンチマーク」、全国商工会連合会の記帳システム「MA1」等の経営診断ツールを活用し経営指導員等が財務分析を行うとともに、前述した「経営状況分析シート」へのヒアリングにより専門家と共に、経営環境やSWOT分析を行う。

(4) 分析結果の活用

経営分析により、財務状況、経営・競争環境、商品構成、強み・弱み、機会・脅威や経営課題を事業所に認識してもらうため、分析結果は、当該事業者にフィードバックし、対策、改善策、事業計画書作成を支援する。

改善策、対策が不明、複雑な場合は税理士、中小企業診断士等専門家と連携し、対策を模索提案し、事業者には経営課題を認識してもらう。

また、事業計画策定者には分析結果を事業計画書に落とし込み、計画書作成を支援する。

得られた分析結果をクラウド型経営支援ツール「Bizミル」に入力保存することで、データの蓄積を図り、職員間で情報共有し今後の支援に活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

経営発達支援計画第一期のこの4年間の事業計画策定支援は、経営分析支援同様、補助金採択にむけての「経営計画書」「補助事業計画書」が殆どで、他加点対象の「経営力向上計画」5件、「事業継続力強化計画」が1件という状況になった。

補助金ありきではあったが、令和3年5月末現在で、32社が77の計画書を策定しており、第一期での事業計画書策定目標が5年間で79件に対し、現在77件に達しているので当初目標達成可能と思われる。

また、計画策定時に業況確認や景気動向、経営環境分析や自社の強みや顧客ニーズ、経営方針等を改めて確認することで自社の経営状況を再認識する機会となり、事業展開を書面に落とし込むことで、事業主の意識づけにもなっている。

ただ、現在のコロナ禍において、販売業態が大幅に変わった飲食業者も多く、これらの事業所は、コロナ禍、コロナ終息後を見据えての事業計画作成が急務である。

[課題]

事業計画は補助金申請の有無にかかわらず、中期的な事業の経営発達、経営改善の指標、道しるべであるということを巡回訪問時に提唱し、意義や重要性を理解してもらう。

現在、コロナ禍で経営形態、販売形態が変わってきている事業所も多く、経営環境が変化している今、ITツールやデジタル技術を駆使し経営課題を解決することが求められている。

現在は、コロナ禍とコロナ終息後を見据えた中期的な事業計画の必要性を認識してもらう絶好のタイミングでもあるため、この機に計画策定個別指導会の周知方法を見直すなど、改善し実施する。

(2) 支援に対する考え方

コロナ禍を経験し、飲食・宿泊等サービス業や小売業は販売形態や商品構成においてコロナ以前と大きく変わってきているため、場当たりの、その場しのぎの経営ではなく、経営分析、事業計画書の必要性は事業所も感じている。

この機をとらえ、コロナ対応により変えた経営形態の市場調査、経営分析を行った5割以上の事業所に、コロナ終息後の経営形態をどうするかという事業展開を考えながら、現実的で実効性のある事業計画書の策定を支援する。

更に、経営課題解決のための手段としてITツールやデジタル技術等が必要となってくると思われるため、ツールの情報提供やセミナー開催、利用・導入に際しての実演会・体験会や専門家派遣によりITツール、デジタル技術の活用を支援する。

また、持続化補助金等の申請を契機に経営計画策定を目指す事業所の中から、実効性の高いものを選定し、事業計画策定につなげていく。

また、今回のコロナ感染症拡大の影響で、地方移住、地方での創業が加速すると思われるため美波町と連携し、引き続き「いつでも創業相談窓口」を開設し、新規創業者への創業計画作成を支援し、事業を軌道にのせる為、創業後10年間の事業計画策定とフォローアップ、計画実行を重点支援する。

(3) 目標

	現状	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年	令和8年
DX・IT 専門家派遣	0	2回	2回	2回	2回	2回
ITツール 実演会	0	1回	1回	2回	2回	2回
事業計画策 定専門家派 遣	3回	5回	5回	5回	5回	5回
事業計画策 定数	6者 8月現在	12者	12者	12者	12者	12者
創業計画支 援数	1者	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

① DX. IT 専門家派遣

DXに関する基礎知識習得のため、実際にDXに向けたITツール導入やWebサイト構築等の取組を推進するため専門家と共に個別指導を行う。

【支援対象】経営分析・事業計画作成を目指す事業者

【募集方法】専門家派遣案内チラシ、及びHPにて募集

【講師】ITコーディネーター

【回数】2回

【内容】SNSを活用した情報発信

【参加者数】3者/1回 合計6者

② ITツール実演会

ITコーディネーター等を講師にスマートフォン、タブレットを使ったSNS活用の実演会を開催する。

- 【支援対象】経営分析実施者及び実施予定者
- 【募集方法】実演会開催案内チラシ及びHPにて募集
- 【講師】ITコーディネーター
- 【回数】1～2回
- 【カリキュラム】DX総論、SNS活用による情報発信、ECサイト活用方法 等
- 【参加者数】10者

③ 事業計画策定専門家派遣

巡回訪問時や各種補助金のPRチラシにて事業計画の必要性と計画策定支援について広報し、事業計画書作成希望者を発掘、募集すると共に、特に6次産業化を目指す事業者、創業後5年以内の事業者、持続化補助金等の申請希望者やコロナ禍で営業形態が大幅に変化した事業者には、経営状況の分析に関する項目で添付した「経営状況分析シート」への記載を求め、シート記入時に、経営指導員と一緒に経営分析を進めた後、分析結果を事業計画に落とし込み、計画策定を支援する。

また、経営分析後に課題や今後の方向性を明確化した事業者に対して、今後どのようにして事業をすすめていくのか、課題解決の手段としてITツールやデジタル技術が重要になってくると思われるので、事業者向けのITセミナー、ITコーディネーター等の専門家派遣、ITツールの実演会等を開催し、事業計画策定に際しどのようなITツールやデジタル技術があるのかを知ってもらい、それらを踏まえて事業計画策定を支援する。

- 【発掘・募集方法】 補助金申請募集案内チラシにて計画書作成者募集(年3回)
持続化補助金申請者には、引き続き事業計画策定を支援
- 【支援対象】経営状況分析シートへの記載等経営分析を行った事業者
- 【手法・方法】事業計画策定希望者全てに経営状況分析シートへの記入を経営指導員と共に実施することで、経営環境、競争環境、商品構成、自社の強み・弱み、顧客ニーズ、経営課題等を把握してもらい、事業計画書の何処に何を落とし込むかをアドバイスする。
その上で後日、中小企業診断士等専門家と共に巡回訪問し、経営課題、目標を達成するため売上向上、収益改善等の売上計画を作成支援する。
- 【参加者数】3者/1回 合計12者

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]

事業計画策定後の実行支援と実行後の成果確認までは行えているが、実行1年後、2年後といった定期的な事業計画の見直し、フォローアップまでは実行できていない。

[課題]

事業計画の定期的見直しのスケジューリングができていない。

どの事業所がいつ計画書を作って、いつ成果確認を行い、次にいつ定期的な確認に行くのかというスケジュールの情報共有ができていないため、事業所毎に計画の実効性を判別し、進捗度合いによって巡回訪問による確認頻度を設定し、スケジュール表を組み、職員の退職、人事異動にも対応できるよう、情報共有した上で実施する。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況等により、訪問回数を増やし集中的に支援すべき事業者と、順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を判別した上で、フォローアップ頻度を決定し、巡回訪問のスケジュールを組む。

(3) 目標

	現行	令和 4 年	令和 5 年	令和 6 年	令和 7 年	令和 8 年
フォローアップ対象 事業者数	10 者	12 者	12 者	12 者	12 者	12 者
頻度、延回数	15 回	38 回	38 回	38 回	38 回	38 回
売上増加事業者数	3 者	5 者	5 者	6 者	6 者	7 者
利益率 3%以上増加 事業者数	2 者	4 者	4 者	5 者	5 者	6 者

(4) 事業内容

事業計画策定事業者 12 社のうち、7 社は四半期毎の年 4 回、他の 5 社は半期毎の年 2 回のフォローアップを、スケジュールを組んで、経営指導員等が巡回訪問により実施する。

なお、進捗状況が思わしくない場合、事業計画との間にズレが生じている場合は、中小企業診断士等の外部専門家と連携し、当該ズレの要因、対策を検討の上フォローアップ頻度の変更を行う。

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]

平成 29 年から令和 1 年までの 3 年間は、地元金融機関と連携して展示販売会への出店や商談会への出品を支援してきた。その間、商談会での商談成立は 2 件、展示販売会参加事業者は 3 社で 3 年間延べ 8 社、出品事業者は 3 年間で延べ 20 社、品目 33 品目となっている。

展示販売会来店顧客に対し、新商品やギフト商品に関するアンケートを実施するとともに、お歳暮シーズン用のダイレクトメールを送るための顧客名簿作成に協力頂いた。令和 2 年のお歳暮シーズンには、美波町のギフト詰合せ「みなみふるさと

便」は、顧客のリピー率向上、各種メディアによる広報もあり、売上個数 287 個、売上金額 2,198,668 円に達し年々売上を伸ばすことが出来ている。

ギフト商品の満足度も高く、年々利用客のリピーター化が図れている。

また、新規開業店舗やお歳暮商品ギフトなどの PR のためチラシ作成配布や地元タウン誌への掲載による広報支援を行ってきた。

しかし、令和 2 年度から現在までは、コロナ感染症拡大の影響により当初予定していた展示販売会や商談会が開催されず実施に至っていない。

オンラインによる販路開拓に関心があるものの、高齢化や知識不足等の理由により IT を活用した販路開拓等 DX に向けた取り組みが進んでいないため商圏、顧客の開拓が限定的になっている。

[課題]

令和 2 年度以降、対面での展示販売会も商談会にも出展できない状況が続いている。これらの状況も踏まえ本会では、令和 3 年度よりオンライン商談会への参加や「みなみふるさと便」のネット販売も実施している。

今後も、新たな販路開拓のためには DX 推進が必要であるということを理解、認識してもらい販路開拓の取組を支援する。

平成 29 年からの経営発達支援計画期間の 4 年間で、展示販売会への参加事業者は 2 社～3 社で固定化してきている。他にも 6 次産業化に積極的な事業者なども出てきており、これらの事業者には、商談会への参加も見込めるため、もっと幅広く参加募集をする必要がある。

また、展示販売会等への参加事前指導は行っているが、事後指導については、アンケート集計結果のフィードバックのみで、結果に基づいた改良支援までは十分に行えていない。

(2) 支援に対する考え方

6 次産業化を進める事業者、創業後 5 年以内の事業者、コロナ禍で経営形態・販売形態に変化があった事業者の事業計画に沿った販路拡大を支援する。

本会単独で展示会開催は困難なため、大阪、東京等での展示会への出展を目指すとともに、中小企業基盤整備機構や地元地銀の主催する商談会、オンライン商談会へ出品を支援する。

出展、出品にあたっては経営指導員が事前、事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には陳列、接客などきめ細かな伴走支援を行う。

コロナ禍、アフターコロナにおいて対面での展示販売会・商談会の開催が難しくなっており、今後は非対面でも全国的に顧客獲得を図れるよう、DX の推進に取り組み、SNS 活用や EC サイトの利用、ホームページ作成によるネット販売などの支援が重要になる。

(3) 目標

	令和 3 年見込	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
大阪展示会出 展事業者数	3 者	8 者	8 者	8 者	9 者	9 者
売上額/社	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
東京展示会出 展事業者数	予定なし	3 者	3 者	4 者	4 者	4 者
売上額/社	—	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
SNS 活用事業 者	—	6 者	6 者	6 者	6 者	6 者
売上増加率	—	10%	10%	10%	10%	10%
オンライン 商談会参加 事業者数	1 者	2 者	2 者	3 者	3 者	3 者
成約件数/社	—	2 件	2 件	2 件	3 件	3 件
ふるさと便 ネット販売数	300 件	320 件	330 件	340 件	350 件	360 件
ふるさと便 ネット販売額	230 万円	245 万円	250 万円	255 万円	260 万円	265 万円
オンラインシ ョップ登録数	開設準備	5 者 10 品	8 者 15 品	10 者 20 品	12 者 23 品	13 者 25 品
売上増加率/者	—	10%	10%	10%	10%	10%

※ふるさと便販売額は、登録店 13 事業者の夏・冬ギフトシーズンでの年間総販売額

(4) 事業内容

①大阪方面展示会出展事業（BtoC）

大阪天神橋筋商店街にて本会と大阪シティ信用金庫との連携により、商店街の空き店舗を利用し展示販売会を実施する。

事業計画作成事業者を優先的に出店支援し、新たな需要の開拓を支援する。

出店前にメディアへのプレスリリースを支援、またPOP広告作成、パッケージデザイン等も事前支援し、期間中は商品やパッケージデザイン等のアンケート実施と「みなみふるさと便」のチラシ配布と予約受注を実施、事後にはアンケート結果に基づき、商品、デザインの改良等とふるさと便の顧客名簿の更新をする。

※大阪天神橋筋商店街展示販売会（予定）

来場者数見込み 2,000 人

出展予定数 8 者 委託販売を含む出品事業者数 11 者

販売額見込み 1,000,000 円

② 東京方面展示会出展事業（BtoC）

東京有楽町にて、地元金融機関である徳島大正銀行等が主催する「徳島・香川 トモニ市場～トモニマルシェ～」に、事業計画書作成事業者を優先的に出店支援し、新たな需要開拓を支援する。

事前にPOP広告作成や接客について支援し、期間中は近隣アンテナショップへの商談と商品ブラッシュアップのためのアンケートを実施、事後にアンケート結果に基づき商品改良を支援する。

※徳島・香川トモニ市場（予定）

来客見込み数 10,000 人

出展予定数 3 者 委託販売を含む出品事業者数 5 者

販売額見込み 500,000 円

③ SNS活用

現状の顧客、商圈が地元や近隣市町村に限られていることから、より遠方の顧客を取り込むため、取り組みやすいSNSを活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

④ オンライン商談会参加事業（BtoB）

中小企業基盤整備機構の主催する「中小機構Web商談会」と徳島大正銀行の主催による「トモニ mini 商談会」に、「みなみふるさと便」商品取扱事業者と6次産業事業者で事業計画作成者2社を参加させる。参加前に「商品紹介シート」の書き方や、商談会でのプレゼンテーション手法、商談後には、商談相手や紹介販路先へのアプローチ支援、商談相手から頂いたアドバイスに対するフォローアップ等を支援し商談成立を支援する。

※中小機構Web商談会（令和2年実績）

参加バイヤー 33 者

参加者数 125 者

※トモニ mini 商談会（令和1年実績、令和2年は中止）

バイヤー 近鉄百貨店、四国管内道の駅、SA 等

募集者数 13 者

⑤ 「みなみふるさと便」ネット販売による販路拡大事業（BtoC）

6次産業者で事業計画策定者の販路拡大支援のため、「ふるさと便」でのネット販売を、効果的な商品紹介文・写真撮影、価格設定等の伴走支援をする。

夏と冬に美波町特産品詰合せセットの「みなみふるさと便」を既存の顧客名簿と地元新聞社、TV局などメディアによる広報で申込を受けた新規顧客を対象に詰合せギフトを送っており、年々送付件数、受注金額も増加し詰め合わせセットへの参加事業者の売り上げ増につながっている。

令和3年度よりホームページ上でネット販売も行っており、新規顧客獲得を

狙う。今後、更に6次産業化により開発された商品などもセットに加え、「みなみふるさと便」の広報をし、参加事業者の売上増加を支援する。

※みなみふるさと便	参加事業者数	13 者	(令和 2 年実績)
	品目数	17 品	(令和 2 年実績)
	売上額	2,198,668 円	(令和 2 年実績)
	受注数	287 個	(令和 2 年実績)

⑥ オンラインショップ開設による需要開拓 (BtoC)

令和 3 年度中に本会でオンラインショップを開設する。

令和 4 年度より本格始動し、6 次産業化商品、創業後 5 年以内事業所やコロナの影響で業態変換した事業者の新商品、ブラッシュアップ商品の中で事業計画策定者を優先的に、当初最低 15 品の出品をめざし早期に 25 品以上を目指す。

オンラインショップへの出品のための商品構成、商品紹介文、写真での商品の見せ方等を伴走支援する。

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) 現状と課題

[現状]

本会理事から 3 名、外部から美波町産業振興課 1 名、徳島県商工会連合会担当者 1 名と法定経営指導員の合計 6 名で、年 1 回の経営発達支援事業の実施状況報告、成果評価、見直し案の検討を年度末の「委員会」にて実施している。

本委員会の評価結果は、年度末の理事会にてフィードバックした上で、次年度の事業実施方針に反映させている。

[課題]

委員会での評価を理事会にまで報告しているが、会員、地域の小規模事業者に対しての周知まで至っていない。また、外部委員が美波町と徳島県商工会連合会職員なので専門的な意見が集約できてないため、外部有識者として美波町内事業者の事業内容に精通している中小企業診断士を招聘し効果的な評価、改善が図れる委員会体制を再構築する必要がある。

(2) 事業内容

○事業委員会組織の再構築

現在の本会会長を含む役員 3 名と美波町役場担当職員、徳島県商工会連合会担当職員、法定経営指導員の総数 6 名の委員に外部有識者として中小企業診断士に参加してもらい、外部専門家としての意見を評価、見直しに反映させる。

毎年度末に事業評価委員会を開催し、委員会での協議事項、報告事項を商工会の理事会に報告する。

○事業評価と見直し結果のホームページへの掲載

理事会にて報告、承認された評価、見直し結果について、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能にするため、年度末に本会ホームページに掲載する。

【経営発達支援事業のプロセス】



10. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

経営指導員等の資質向上の取組は、徳島県商工会連合会、中小企業基盤整備機構四国本部の主催する研修会の受講により、支援能力向上を図るとともに、専門家派遣時には常に帯同することで支援スキルの習得に努めた。受講後、及び実施後には、職員間でその内容について共有を図るとともに、管内小規模事業者への支援状況等についても週2回のミーティングで情報共有を図った。

[課題]

法改正や各種補助金が多種多様化しており、補助金申請の電子化等IT化も加速している。またコロナ禍で経営環境も大きく変わり事業転換や再構築の必要性にも迫られている事業者も少なくない。このような状況下で事業者の競争優位性を確立するため、IT・デジタル技術を用いての変革が求められる。

我々経営指導員等職員も事業者の優位性確立のため多種多様な知識が求められ、デジタル化・IT化に関しても研修会等で知識を習得し、事業者にフィードバックすることが求められる。

しかし、少ない人員での支援体制であるため全員が研修に参加出来るわけではないので、情報共有は必須である。

徳島県商工会連合会や中小企業基盤整備機構主催の研修会に積極的に参加し、知識習得に努め、受講後の情報共有も行うが、集団研修で学べるテーマがその時の支援テーマと合致するとは限らず、その不足する部分を個々に習得する必要もある。

経営環境の厳しさが増し、小規模事業者が抱える課題が一層複雑化するなかで、職員個々の支援能力の向上はもちろん、それを結集して一丸となって課題解決への支援体制を構築する必要がある。

(2) 事業内容

① O J T による資質向上

経営指導員及び経営支援員がともに現場での支援ノウハウを習得できるように、巡回・窓口を問わず専門家派遣時には可能な限り帯同し、専門家による小規模事業者への指導やアドバイスについて、その手法やアドバイス内容について習得し、職員間で習得した内容を週 2 回のミーティングで意見交換し、情報共有することで支援能力向上を図る。

② O F F - J T による資質向上

徳島県商工会連合会や中小企業基盤整備機構四国本部が主催する「経営支援能力向上研修」「事業計画策定研修」等の研修会に参加するとともに、全国商工会連合会の実施する「経営指導員 w e b 研修」も積極的に受講する。

また、「社会動向や消費者ニーズを察知し、新たな需要開拓を提案する能力」や「創業・事業承継に関する支援能力」、I T ・デジタル化に対応するため「経営指導員向けの I T に関する研修会」に積極的に参加する。

しかし、上記団体研修で多種多様な支援能力の研修を網羅できる訳ではないので、職員個々が受講し、情報、知識の習得を図り、支援能力の向上を図る。

③ D X 推進に向けたセミナー

喫緊の課題である地域の事業者の D X 推進への対応について、経営指導員等の I T スキルを向上させ、ニーズに合わせた指導を可能にするため下記のような研修会に積極的に参加する。

ア) 業務効率化の取組に関するセミナー

クラウド型会計ソフト、電子マネー商取引システムの I T ツール
補助金の電子申請、システム

イ) 需要開拓の取組に関するセミナー

ホームページを活用した情報発信、E C サイトの構築・運用
オンライン展示会、S N S を活用した広報、モバイルオーダーシステム

ウ) その他の取組に関するセミナー

オンライン経営指導の方法

④ 組織内での支援ノウハウの共有

研修会、O J T で得た情報、知識を復命書や報告書の回覧で済ませず、ポイントとなる事項については、週 2 回の全職員ミーティングにおいて、口頭での説明、報告を行い全職員が同一の知識、情報を共有する。

⑤ データベース化

日頃の支援の中で得た情報やデータ、支援内容について経営支援ツール「Bizミル」に保管し、職員全員が常に事業者への支援状況やデータを確認できるよう情報共有する。また、この支援内容のデータベース化により、職員の退職、異動にも対応できる情報共有を目指す。

(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 2 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)	
美波町商工会 法定経営指導員 1 名 経営指導員 1 名 経営支援員 2 名 美波町産業振興課	
(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 : 大西 弘志	
■連絡先: 美波町商工会 TEL 0884-77-0759	
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・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・見直しをする際の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	
〒779-2305 徳島県海部郡美波町奥河内字寺前 493 番地 6	
美波町商工会	
TEL. 0884-77-0759 / FAX. 0884-77-1179	
E-mail : tsci1400@tsci.or.jp	
②関係市町村	
〒779-2395 徳島県海部郡美波町奥河内字本村 18-1	
美波町 産業振興課	
TEL. 0884-77-3617 / FAX. 0884-77-1666	
E-mail : sangyo@minami.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 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
必要な資金の額	2, 050	2, 050	2, 150	2, 270	2, 270
○専門家派遣	300	300	300	400	400
○セミナー 開催費	200	200	200	200	200
○広告掲載費	100	100	200	200	200
○展示会出展費	1, 200	1, 200	1, 200	1, 200	1, 200
○委員会開催費	30	30	30	30	30
○資質向上 研修費	50	50	50	70	70
○支援ツール 導入費	170	170	170	170	170

(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、手数料、国補助金、県補助金、町補助金、各種助成金

(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