

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	東みよし町商工会（法人番号 8480005005815） 東みよし町（地方公共団体コード 364894）
実施期間	令和6年4月1日 ～ 令和11年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>(1) 対話と傾聴による信頼関係の構築と SWOT 分析強化による事業計画策定及び実行支援</p> <p>(2) SWOT 分析強化による小規模事業者へのブランド確立支援</p> <p>(3) 地域資源を活用した商品開発及び販路開拓支援</p> <p>(4) 職員の資質向上と小規模事業者へ DX 推進を強化するためのノウハウの習得</p> <p>(5) 創業者、事業承継者、新事業の取組に対する支援の強化</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 地域経済分析システム（RESAS）を活用して経済動向分析を行うほか、中小企業景況調査の分析によって管内における経済動向を把握し、それらの分析結果を商工会ホームページにて公表する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 商談会において、食品は試食会とアンケート調査実施、木工品はバイヤー向けにアンケート調査を実施する。調査結果は事業者へフィードバックし、今後の販促展開や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 小規模事業者が、経営分析の知識、実施スキルを習得して、対話と傾聴により事業者を支援実施する。</p> <p>6. 事業計画の策定支援に関すること 小規模事業者の課題解決には、SWOT 分析と DX 推進が必要となってくる。DX 推進を図り、その後に経営計画の策定を実施する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること フォローアップ支援を行うなかで、より専門性や緊急性の高い案件に関しては、中小企業診断士等を活用した個別支援を実施する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること FCP シート作成、パッケージデザインの改良等の支援を行うほか、商談会の事後指導として取引先の信用調査支援、商談成立に向けた実効性の高い支援を行う。</p>
連絡先	<p>東みよし町商工会 〒779-4701 徳島県三好郡東みよし町加茂 3360 TEL：0883-82-2177 / FAX：0883-82-4656 E-mail：tsci4300@tsci.or.jp</p> <p>東みよし町 産業課 〒771-2595 徳島県三好郡東みよし町昼間 3673 番地 1 東みよし町役場三好庁舎 TEL：0883-79-5339 / FAX：0883-79-3235 E-mail：sangyou01@higashimiyoshi.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 地域の現状

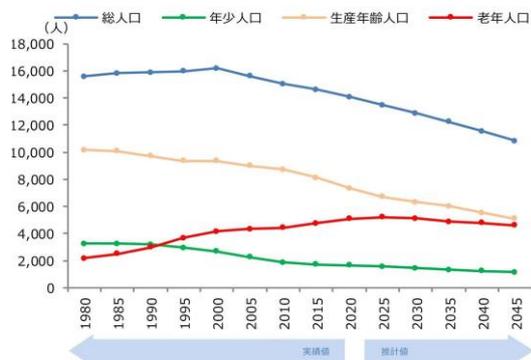
【立地】

東みよし町は、平成18年3月1日に三好町と三加茂町が合併して誕生した。徳島県の北西部、四国のほぼ中央部に位置し、北は香川県まんのう町と三豊市、東は三好市及びつるぎ町、南と西は三好市と接している。北には阿讃山脈、南には四国山地の急峻な山々を有し、中央部を吉野川が西から東へ流れる、豊かな水と緑に恵まれた温暖な気候の地域である。吉野川をはさんで北部と南部に町域が分かれ、北岸には四国縦貫自動車道(徳島自動車道)及び主要地方道鳴門池田線、名高い景勝地である「美濃田の淵」があり、南岸にはJR徳島本線及び国道192号が走り、その周辺部を中心に街並みが形成されている。

高速道の整備とともに、徳島自動車道吉野川ハイウェイオアシスにはETC専用インターチェンジも設置され、四国四県の県庁所在地へ1時間30分以内での移動が可能となった。さらに、本州への移動時間についても、岡山まで2時間、大阪までは3時間と以前に比べて大幅に短縮され、今後、中国圏域や近畿圏域との交流連携の拠点として発展が期待される。

【人口】

人口推移



【出典】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」
 【注記】2020年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ(平成30年3月公表)に基づく推計値。

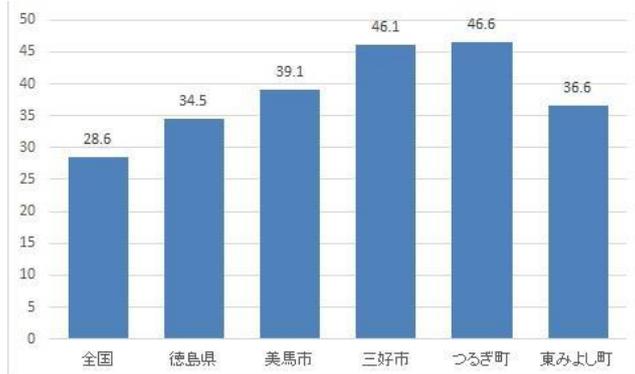
自然増減・社会増減の推移



【出典】総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数に関する調査」再編加工
 【注記】2012年までは年度データ、2013年以降は年次データ。2011年までは日本人のみ、2012年以降は外国人を含む数字。

東みよし町の人口は、1970年では16,176人で2005年までは16,000人前後の横這いで推移していたが、以降は微減傾向が続き、2015年には14,246人、2020年には13,622人となっている。東みよし町の現在までの人口推移に「出生・死亡による自然増減」「転入・転出による社会増減」の2つの要因が与えた影響を見ると、2001年頃までは社会増が自然減を補って、人口は増加から横ばいで推移していたが、2002年以降は社会増減も減少に転じ、町内人口の減少が進行している。

高齢化率の比較（徳島県西部他市町、全国、徳島県）

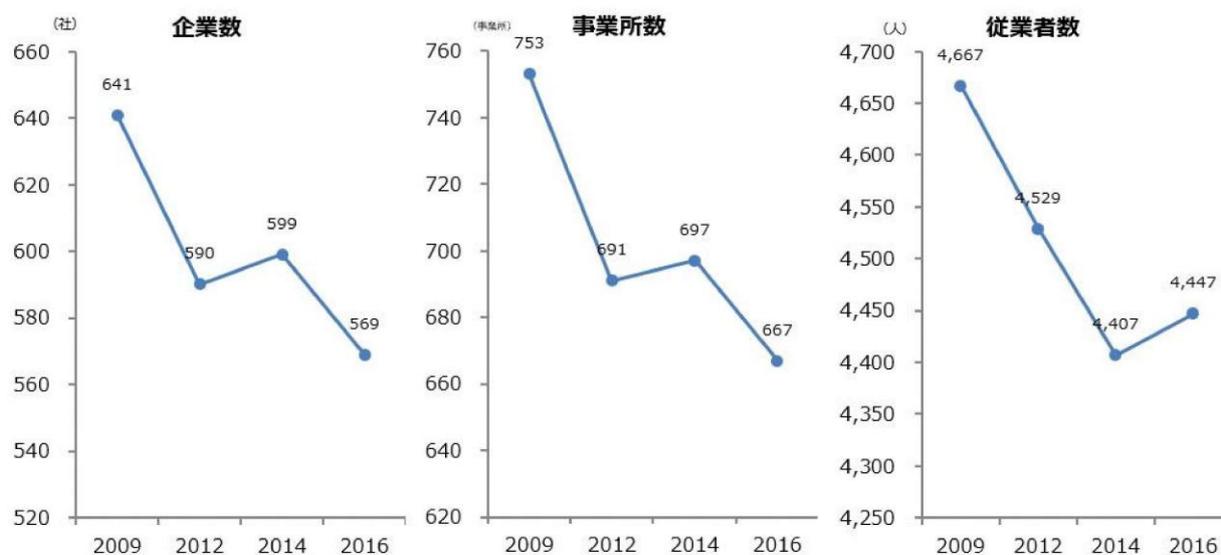


【出典】総務省「令和2年国勢調査」

東みよし町の2020年における高齢化率（65歳以上人口比率）は徳島県西部地域他市町と比較すると低めであり、高齢化の進行は比較的緩やかであることが分かる。徳島県全県と同程度であり、日本全国の平均値よりやや高齢化が進行している。

【産業】

企業数・事業所数・従業者数の推移



【出典】総務省「経済センサス基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」再編加工

【注記】企業数については、会社数と個人事業所を合算した数値。従業者数は事業所単位の数値。

東みよし町の産業全体の推移を、企業数、事業所数、従業者数の推移により概観すると、企業数、事業所数は2014年に一旦回復後2016年は減少、従業者数は2014年まで減少を続け、2016年は増加に転じている。比較的規模が大きい企業、事業所へ従業者が集まっている状況といえる。

【第2次東みよし町総合計画】（計画期間：令和2年度～令和11年度）

東みよし町は令和3年3月に「第2次東みよし町総合計画」を策定し、政策目標3として「にぎわいのあるまち」を掲げている。

（分野別施策）

1 農林業の振興

- ①農業生産基盤の充実 ②担い手の育成 ③特産品の開発 ④地産地消の促進と販路の拡大

⑤交流・体験型農業の促進 ⑥林道、作業道の整備 ⑦計画的な森林整備の推進 ⑧地元産材の活用促進

2 商業の振興

①商工会との連携 ②近代的・魅力的な商業活動の促進

3 工業の振興

①中小企業の経営力向上・強化 ②事業者のグローバル展開 ③産業人材の確保・育成 ④産業拠点の確保

4 観光・交流の振興

①既存観光・交流資源の充実・活用 ②新たな観光・交流資源の創出 ③観光 PR 活動等の強化 ④広域的連携による観光の振興

5 雇用対策・勤労者福祉の充実

①雇用機会の確保と雇用の促進 ②勤労者福祉の充実 ③新たな働き方に対する機運醸成

【東みよし町中小企業振興ビジョン】（計画期間：令和2年度～令和6年度）

東みよし町は令和2年3月に、町の責務、中小企業者等の役割等を明らかにすることにより、中小企業の振興に関する施策を地域社会が一体となって推進し、地域経済の健全な発展と町民生活の向上に寄与することを目的とした「東みよし町中小企業振興基本条例」を制定した。この条例で示した理念を具体化するための方針として「東みよし町中小企業振興ビジョン」を同時に策定した。

（重点項目）

1 地域中小企業の経営力向上・強化

①「稼ぐ力」を付けるための経営診断・経営計画策定支援 ②情報化・IT導入支援 ③新商品開発・販路開拓支援 ④デザイン経営導入・知的財産活用支援 ⑤事業継続計画策定支援 ⑥地域資源活用促進・支援

2 産業人材の確保・育成

①企業の人材力強化 ②都市部からのUターン者等の人材確保 ③小中学校でのキャリア教育 ④起業創業に対する支援 ⑤事業承継に対する支援

3 関係人口等の創出

①サテライトオフィスの進出推進、サテライトオフィス進出企業と地元企業とのマッチング開催 ②吉野川ハイウェイオアシスの産業拠点化の検討 ③関西地区学生等と地域中小企業の交流プログラムの実施 ④都市部企業の社員研修受入プログラムの検討及び調査、受入体制の整備 ⑤観光関連事業の創出に向けた支援

4 地域中小企業のグローバル展開支援

①東みよし町発の先進SDGs事業推進 ②海外を含めた販路開拓への支援 ③海外市場へ向けた情報発信への支援

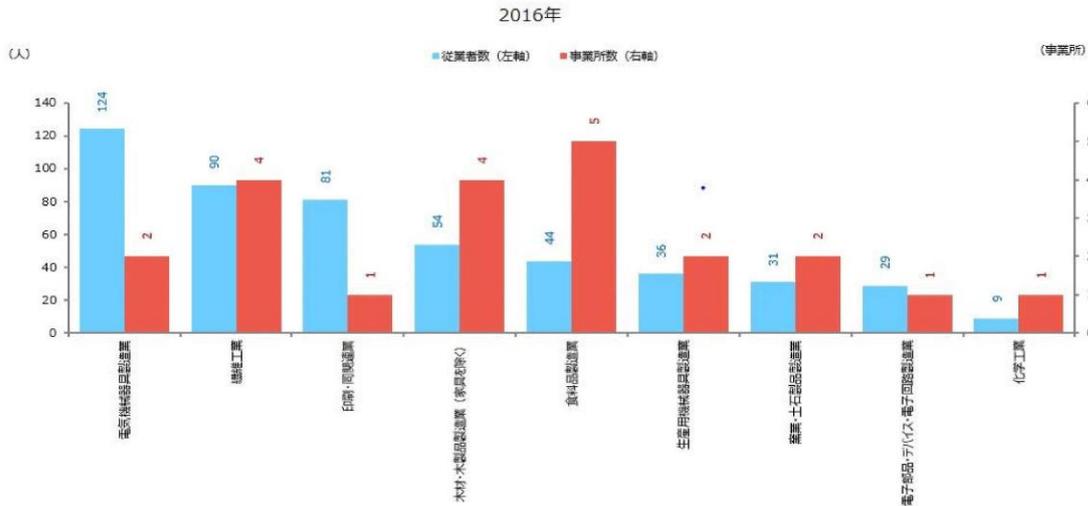
以上の重点項目は、本会と東みよし町産業課が連携をして、小規模事業者を補助金を通じて支援を行っている。当然のことながら、事業計画を策定して支援をしているが、簡易なSWOT分析を行い、小規模事業者が希望する事業内容で申請を行っている。事業費が少額であること、小規模事業者が実施したい内容が明確であることから概ね成果は上がっているものの、フォローアップ支援は少なく、これからの事業計画に対しての策定もないまま終わっている状況である。理由としては、1事業に対する補助金額が低いこと、小規模事業者の事業成果が上っていること、補助金申請書が比較的簡易なことが挙げられる。

この補助金事業は、本町の小規模事業者が初めて活用するケースが多く、事業計画策定に繋げるには、入口として充分活用できることから重要な支援策となる。従来は、簡易なSWOT分析であったが、今後はSWOT分析を強化して行き、小規模事業者が持続的に発展するように支援を行う。支援方法については、小規模事業者に答えがあるのもと「対話と傾聴」を通じてラポール（信頼関係）を築き、事業者の言葉に傾聴し、共感し、適切な質問により、事業者の思い、考えを整理して納得するように支援する。

②地域の課題

【産業別の状況】

産業大分類別に見た従業者数（事業所単位）と事業所数



【出典】 経済産業省「工業統計調査」再編加工、総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」再編加工、総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」

【その他の留意点】 従業員数4人以上の事業所が対象。

2016年の東みよし町の従業者数と事業所数を概観すると、事業所数では卸売業・小売業、生活関連サービス業・娯楽業、建設業が多数を占め、従業者数では医療・福祉、卸売業・小売業、製造業が多くなっている。

東みよし町の小規模事業者・従業者（2016年）

業種	建設業	製造業	卸小売業	飲食・宿泊業	サービス業	医療・福祉業	その他	合計
事業所	80	49	132	68	195	37	8	569
従業者数	454	706	527	306	731	889	50	3,663

【出典】 東みよし町商工会調べによる

イ) 工業

製造業にとっては従業員の不足、職人の定着率悪化がしばしば問題視されてきた。しかし、コロナ禍の影響は比較的少なかったものの、近年は燃料費・原材料費が歴史的水準まで高騰していることや、半導体不足に代表されるサプライチェーンの脆弱性が表面化するなど、製造業関係者を取り巻く環境は年々厳しさを増している。今後は、製造技術の可視化、技術・技能伝承の支援が必要である。しかし、全国でも有数の生産量を誇る桐下駄製造業者や天然木材を世界最高水準の薄さに加工できる技術を有する木材加工業者など、特色ある事業所は今後の成長が期待できる。このような事業者と連携して商品開発、販路開拓を行う必要がある。また、小規模事業者は販路開拓や収益性の向上が課題であるため、行政、商工会による各種の支援の実施が必要となっている。

ロ) 商業

本町においては商業集積の核となる大型商業施設が存在し、その周辺にはドラッグストア等の出店が相次ぐなど県西部においては“商業地”としての体をなしている。他の市町村からの買い物客流入も多いエリアであるが、買回り品は町外・県外の大型店やインターネットでの購入が増えている。特にコロナ禍においてはインターネットでの購入が多くなっている。地元小売店は品揃えや価格競争力の弱さから、家族経営で何とか維持している店が数店残っているだ

けである。また、後継者がいない店がほとんどであり、高齢を理由とした廃業は今後さらに増加することが予想される。

一方、飲食店や美容院の新規開業は比較的多く若い経営者が多い。特に飲食店は三加茂地区を中心に多く立地し、町外からも集客力があるが、コロナ禍での疲弊の影響は大きく、事業主の高齢化、従業員の確保難からも閉店を考えている事業所は増加している。美容関係は、従来はカットの専門店の創業が多かったが、コロナ禍の影響はありながらも、近年はエステサロン、ネイルなどの創業が多くなっている。

また、小規模事業者のDX 対応への遅れはあり、このまま放置すれば小売り・飲食・サービス業とも大手との格差が更に拡大する恐れがあるため、小規模事業者のDX 推進のために決済、情報発信等の支援を行う必要がある。

ハ) 観光

観光資源である「加茂の大クス」、「美濃田の淵」への観光客、パラグライダー愛好者の来訪は多くなっていたが、コロナ禍の影響により減少、さらに地元産品の販売は低下した。本町の観光の中心である吉野川ハイウェイオアシスもコロナ禍の影響を大きく受け土産物など地元産品の販売中止から休業状態となり、団体客の利用はゼロ、個人客の利用者も数名にとどまる日もあった。昨年からは、徐々に観光客も増加しており、個人客を中心に売上が伸びているが地域との関わりが弱く、地域産品を活用した商品開発、料理メニュー等を考えて地域の支援を得られる体制づくりが必要となっている。

宿泊業は民間のビジネスホテル2軒と町営の美濃田の淵バンガロー13棟、農家民宿5軒しかないうえに、コロナ禍の影響により売上は大きく落ち込んでいた。特に、農家民宿の経営者は高齢化しており、事業承継に関する支援が必要となっている。

【強み・弱み等を踏まえた課題】

プラス要因		マイナス要因		
Strengths : 強み ～地域事業者が持つ競争力～		Weaknesses : 弱み ～地域事業者が克服すべき課題～		
内部環境	ひと	近隣市町と比較した生産年齢人口の比率の高さ 近隣市町からの転入の多さ (町の住みやすさが評価) 小学校における先端的ICT教育の実施 (次世代育成の取り組み) 中学生・高校生の地元志向の増加傾向 関係人口創出への取り組み (都市部サテライト企業誘致、学生等交流イベントなど)	ひと	自然減 (少子化)、社会減 (都市部への人口流出) による人口減少 近隣市町への昼間人口流出超過 (通勤・通学) 若年層の流出による労働力不足。有効求人倍率の上昇。 事業の後継者不足 (事業承継への取り組みの遅れ) 農業従業者の高齢化
	産業構造	建設業、製造業、卸売・小売業、医療・福祉のバランスよい比率 医療・福祉業、製造業の付加価値額の高さ 特徴あるものづくり企業の基盤 (機械、金属、食品、木製品、繊維など) 小売業の堅調な売上傾向 (商品販売額が2012年以降伸長)	産業構造	農業：経営規模が近隣他市町より小さいこと 観光産業が未開発であり、国内、インバウンドともに来訪者数が少ないこと 企業数、事業所数の減少
	産業資源	四国各県へアクセスしやすい交通の要衝 (吉野川ハイウェイオアシス) 世界農業遺産 (にし阿波の傾斜地農耕システム) 潜在的観光資源 (加茂の大クス、美濃田の淵、特徴ある農家民泊、四国唯一のJAF公認サーキット、パラグライダー基地)	産業資源	立地の優位を活用しきれていないこと 有名観光地がなく、国内、インバウンドとも観光誘客できていないこと 観光資源の有機的連携、パッケージ化など活用の取り組み遅れ 地域で産出する工業品、農産物の販路開拓、都市部企業との連携が進んでいないこと
	企業	「品質」「技術力」「ブランド力・独自性」への自信 厳しい労働市場において、会社の魅力で人材確保ができていない企業が存在 業歴が長く地域に根を下ろした企業の多さ (創業30年以上が55%) 売上1億円以上の企業で業績伸長傾向 農業：肉用牛と野菜の産出額と6次産業化への取り組み、多様な販路開拓	企業	売るための取り組みが弱く、品質や技術力などの強みを活かしてきれていないこと 新たな創業が進んでいないこと 売上1億円未満の企業で業績伸び悩み 事業者の経営改善への意識不足 (強み、弱み、課題を認識していない事業者多い) BCP (事業継続計画)、ICT活用、海外関連事業への取り組み遅れ
Opportunities : 機会 ～地域事業者のビジネスチャンスになる状況～		Threats : 脅威 ～地域事業者の経営に逆風となる状況～		
外部環境	政治・政策	政府の地方創生戦略 (まち・ひと・しごと創生総合戦略) 生産性向上・デジタル化・働き方改革による地方活性化の可能性 政府のインバウンド戦略「明日の日本を支える観光ビジョン構想」	政治・政策	消費税増税後の消費支出減退の影響 高齢化による社会保障費負担の増加 人口減による税収減少、財政悪化
	経済状況	SDGs (持続可能な開発目標)、ESG (環境・社会・ガバナンス) 四国への訪日外国人観光客増加 (ガイドブック『Lonely Planet』の「2019年アジア太平洋の10の最高の場所」で四国が2位、近隣の3好市への外国人観光客増加) 高松空港の国際便増 グローバル化による海外市場の開拓	経済状況	交通機関など社会インフラの維持困難化 デフレの長期化 経済グローバル化による海外企業との競争 農業の担い手減少、耕作放棄地増、獣害 東京五輪後の景気後退懸念
	社会変化	働き方、価値観の多様化によるワークシフトへの意識 (Uターン、Iターン、副業解禁) 防災・減災対策 (都市部からのリスク分散)	社会変化	都市部への企業、人口、情報の一極集中 次世代の担い手不足 高齢化の進展
	技術革新	先端ICT技術の発達・普及 (AI、ロボット、IoT、バイオ、Fintech) キャッシュレス決済の普及	技術革新	先端技術導入への障壁 (知識、情報、人、資金)

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年後を見据えた小規模事業者に対する振興のあり方

小規模事業者は品質や技術力に強みを持つ一方で、売る力（マーケティング、販売）が弱いこと、ICT（情報化）やBCP（災害発生等を想定した事業継続計画）、経営計画の作成に取り組んでいないことから、各事業者の基礎的な経営力の強化による業績の向上が中小企業振興の方向性として第一に挙げられる。特に、事業継続計画、経営計画の作成にはSWOT分析が重要であるが、簡易にSWOT分析を行っており作成に至らないケースが多く見受けられるため、小規模事業者に対してはSWOT分析の重要性を説明し、効果的なSWOT分析を支援する。

東みよし町においては、にし阿波（美馬市、三好市、つるぎ町、東みよし町）の他市町より緩やかではあるが、人口減少、少子高齢化が進行しており、人口の将来推計においても、人口減少の継続が予測されている。就職や進学を機に東みよし町から流出する若者も多く、労働力、人材の確保は町内事業者にとって今後の事業継続に関わる重要な課題となっている。東みよし町は住みやすさ、環境の良さが強みであり、産業面でも特色ある企業が多数事業活動を行っており、今後、この地域の特色、強みを積極的に打ち出すことにより、就業機会の創出、創業、雇用の増加を図る。また、町内事業者の経営力向上のためには、現在働いている従業員の定着と活躍が重要であることから、小規模事業者が従業員の成長と能力開発に積極的に取り組めるよう、人材育成の支援を強化する。

海外関連事業に関しては、町内事業者の製造業を中心に自社商品の輸出、商品や原材等の輸入、海外企業と生産や販売に関する業務委託契約を締結したビジネス展開、海外に自社の生産・営業拠点を直接投資した事業所がある。他の業種でも商品もしくは原材料の輸入、営業拠点の直接投資をしている事業所があり、さらに取引の拡大、海外展開する事業所数の増加が見込まれる。このような状況を踏まえ、どのような業種、業態、規模でも海外市場開拓の可能性、方法があることを地道に啓発し、具体的な支援を行う。

総務省「令和5年版情報通信白書」によると、2030年頃の来たる未来の姿は、「少子高齢化による労働人口減少等の社会経済環境の変化、AIやロボット等の情報通信技術の進展を踏まえると、2030年頃には、サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）とが高度に融合・一体化し、また、サイバー空間が新たな「社会」の一形態にもなり、これまでの生活空間が拡張される未来が予想され、人はより本質的な活動に集中でき、あるいは全国どこにいてもそれぞれのライフスタイルやニーズに合った豊かな暮らしを営むことができる」といった、Society5.0の実現が期待される。」とある。これからは、すべての人とあらゆるモノがつながり、環境情報や機器の作動状況、人の情報などがセンサーを介して自動的に収集されサイバー空間に蓄積されて、収集された情報はAIによって解析され、さまざまな形でフィードバックされる社会になると思われる。また、近年問題となっている人手不足はロボットの活用により解消されると思われる。直近では、総務省「情報通信白書2021」によると、2020年には13歳から49歳の各年齢におけるSNS利用率は全て80%を超え、70代においても47.5%がSNSを利用していることが明らかとなっており、マーケティング手法やお客様へのアプローチの方法は10年前と大きく変わってきた。また、全ての年代を通して6割近い方がインターネットによる商品・サービスの購入を行っており、電子決済の利用率も29.7%となるなど、取引の形態も様変わりしている。こうしたデジタル化の流れや技術革新、消費者の購買行動の変化は今後ますます加速することが予想される。さらに、AI、IoTによる物流の変革、宇宙ビジネス、働き方改革など、地域の小規模事業者がこのような流れから取り残されることを防ぎ、激しい環境変化に対してデータやデジタル技術を駆使しながら事業者自らの製品やサービス、またビジネスモデルそのものを変革することの重要性が増加している。商工会としては、管内事業者のDX化推進、経済環境の変化に積極的に取り組み、小規模事業者が組織や企業風土・生産販売プロセス等を変革し、競争上の優位性を確立するための支援に注力する必要がある。

②第2次東みよし町総合計画及び東みよし町中小企業振興ビジョンとの連動性・整合性

「第2次東みよし町総合計画」の分野別施策につき、商工会が大きく関与するのは「商業の振興」及び「工業の振興」であり、また、「東みよし町中小企業振興ビジョン」の重点項目においては、その全項目である。

「第2次東みよし町総合計画」において、主な施策に商工会との連携が明記されている。本会としても東みよし町が掲げる目標や課題をしっかりと認識し、経営発達支援計画にもその内容を反映しながら管内商工業者の育成や支援活動を行う必要があり、東みよし町が目指す将来像の実現に向け、町と協働で推進することが求められている。

③ 商工会としての役割

小規模事業者が抱える経営課題は多岐にわたっており、経営指導員及び経営支援員の支援スキル向上や職員間の情報共有はもちろん、他の支援機関との連携支援、支援ノウハウに関する情報交換等を実施するなど、多様化する支援ニーズに対応するための「伴走型支援体制の確立」を目指す必要がある。特に、不確実性の時代としては、「経営力」が重要となるため SWOT 分析を強化して支援し、小規模事業者の課題設定の支援、課題解決の支援、PDCA サイクルによる検証に注力する。さらに、町の活性化や新陳代謝を進めるうえで欠かすことのできない「創業率の向上」や「円滑な事業承継」、また出口戦略としての「販路開拓支援」を実行するうえで、商工会の果たすべき役割や重要性が増加している。今後は、いままで以上に商工会が本町や他の支援機関との連携を密にすることによって第2次東みよし町総合計画の実現に向けた取り組みを着実に進めることが必要となっている。商工会としては小規模事業者に答えがあるとのもと、十分な信頼関係を築き、事業者の言葉に傾聴、共感により、事業者の考えを整理して自ら納得する答えが出るように支援する。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記に記載した地域小規模事業者に対する長期的な支援のあり方を踏まえ、本計画の5年間の計画について以下の目標を掲げて、特に、小規模事業者に対する支援を強化する。

目標① 対話と傾聴による信頼関係の構築と SWOT 分析強化による事業計画策定及び実行支援

創業者及び事業承継者を含めた管内小規模事業者の SWOT 分析に重点を置いて自社の分析を行い、対話と傾聴による信頼関係のもと、事業者自ら経営課題を明らかにした上で自社の強みと市場の動向を見据えて事業計画策定支援及び計画実行支援を行う。また、計画実行支援においては、計画に掲げた売上、利益率の目標が達成されているかを検証して PDCA サイクルによるフォローアップ支援を行う。

目標② SWOT 分析強化による小規模事業者へのブランド確立支援

創業者及び事業承継者を含めた管内小規模事業者の SWOT 分析に重点を置いて分析を行い、小規模事業者との対話と傾聴による信頼関係を構築し、事業者とともに、自社の経営資源（ヒト、モノ、資金、技術、ノウハウ等）の優位性を分析する。その結果、事業者自ら自社の世界観を明確にして、ブランド化を図るための支援を行う。

目標③ 地域資源を活用した商品開発及び販路開拓支援

町内の農産物を活用した加工品、地域に根ざした歴史のある食品（しょいのみ）、全国有数の産地となっている桐下駄、世界で唯一の技術を有する木材加工技術など、東みよし町のオンリーワン商品の開発と販路開拓支援を行う。

目標④ 職員の資質向上と小規模事業者へ DX 推進を強化するためのノウハウの習得

各種補助金の電子申請、届出、事業者の取引における IT 化の流れは急速に拡大しており、小規模事業者の支援を行う職員の資質向上は必須となっている。特に、事業者の経営に関わる部分では、AI、IoT などの動きも活発化しており、全職員が各種の研修に参加して DX 支援が

行えるように必要な知識、情報を習得する。この習得した知識、情報を小規模事業者へも支援して、業務の効率化、労働生産性の向上へ活かせるように支援を行う。

目標⑤ 創業者、事業承継者、新事業の取組に対する支援の強化

本町においては、今後、高齢化による廃業が多くなることが予想される。特に、後継者が不在との理由で廃業を考えている事業者もあり、事業の継続支援が大きな課題となっている。一方で、創業者も年間5件ほどあり、創業者が事業を継続できるように支援する必要性も高まっている。特に資金調達に関するハードルが高い状況であるので、事業計画書の必要性、計画書の策定支援を強化し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6年4月1日～令和11年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

目標① 対話と傾聴による信頼関係の構築とSWOT分析強化による事業計画策定及び実行支援

小規模事業者の内部環境分析として、事業者が自社の強み、弱みを見つけるためと取り組みたい内容を支援者が傾聴し、小規模事業者の中にある課題を導き出す。そのためのヒアリング（コーチング、ファシリテーション）に関する能力を強化する。特に注意することは、支援者の思い込みによる乖離が発生しないようにするため、答えは小規模事業者にあるとのもと、事業者自ら課題を設定し、解決するように支援し、事業者の自己変革へ繋げる。

計画策定については、外部環境分析として地域経済分析システム（RESAS）等のデータを活用して地域の経済動向、消費傾向等を分析しながら事業者と支援者による事業計画の策定を行う。

計画実行支援については、目標達成の確認、事業の効果についてのPDCAサイクルによる検証を行うことが重要となる。そのために、小規模事業者を訪問する時期、訪問者等を明文化して支援方法の見直しを図る。

目標② SWOT分析強化による小規模事業者へのブランド確立支援

支援者は小規模事業者と対話と傾聴による信頼関係を築き、小規模事業者が取り組みたい内容を傾聴し、小規模事業者の中にある取り組みたい内容を導き出す。特に注意することは、支援者の思い込みによる乖離が発生しないようにすることと小規模事業者自らたどり着いた答えが適切でないこともあるので、この場合は支援者が少し踏み込んで支援を行う。小規模事業者のブランドの確立は、持続的に発展するうえにおいては必須であるが、小規模事業者自身で解決できるものではないので、専門家等（中小企業診断士、クリエイター）と連携して支援を実施する。

目標③ 地域資源を活用した商品開発及び販路開拓支援

全国で本町内にしかない歴史のある食品（しよいのみ）、1年中いちごが収穫できるという強みでは全国でも数少なく、この強みを活かした洋菓子づくり、SDGsとなる山間部での鳥獣被害による猪、鹿を捕獲した後の肉の活用、全国有数の企業となっている桐下駄の製造、世界でもっとも薄く樹をスライスできる技術を有する木材加工技術など、東みよし町のオンリーワン商品の開発と販路開拓支援を行う。具体的には、小規模事業者と対話と傾聴による信頼関係を築いたうえで、専門家等を交えながら商品開発から支援を行い、常に販路を考えた商品開発とする。販路開拓についても専門家等を交えながら、町内での販路開拓、町外及び県外での販路開拓に分けて支援に取り組む。

目標④ 職員の資質向上と小規模事業者へDX推進を強化するためのノウハウの習得

職員の資質向上は、各種研修会等への参加による知識習得を行う。特に専門家を招聘しての小規模事業者への支援時には、複数名の支援者が帯同してノウハウの習得に努め、常に小規模事業者の支援ができるようにする。小規模事業者への支援については、具体的にITツールの導入、活用が効果的になっているかどうかの確認と導入の必要性の確認を行う。特に、小規模事業者がツールを導入したが使用頻度が低い場合もあるので、その場合は、理由等の確認をして専門家による支援の継続支援等を実施して解決を図るとともに、今後の支援に活用する。

目標⑤ 創業者、事業承継者、新事業の取組に対する支援の強化

本町と商工会では、特定創業支援等事業の連携を継続して実施し、創業相談窓口設置の役割を担う。創業者へ専門家による支援を実施するとともに、本町の創業支援補助金の活用を行い対話と傾聴による信頼関係を築き伴走型の支援を行う。具体的には、創業者の創業イメージを整理し、創業者が納得して創業計画書が作成できるように支援する。

事業承継者については、徳島県事業承継・引継ぎ支援センター、中小企業基盤整備機構と連携して円滑な事業承継に努めるように支援する。特に、事業承継がスムーズに進まない場合は廃業するケースが多々あるので、常に、他の支援機関と情報共有を図りながら、適切なタイミングで踏み込んだ支援を実施する。

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・・・徳島県商工会連合会が四半期ごとに売上・仕入額、景況感、設備投資予定等を調査する中小企業景況調査の結果を分析し、巡回指導や窓口指導での事業所支援に活用している。

課題・・・中小企業景況調査によるDI（業況判断）に関する調査と報告の実施に留まり、町内の経済動向を分析するには至っていない。今後は、国が提供する地域経済分析システム（RESAS）を活用して地域経済動向の分析を行い、その結果を公表するようにする。

(2) 目標

内容	公表方法	現在	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
景気動向分析の公表回数	HP掲載	—	年2回	年2回	年2回	年2回	年2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）

新規創業者への創業支援、既存事業者の新たな事業展開など、小規模事業者が新たに取り組むには、地域の経済動向を把握する必要がある。しかし、限られた人員の中では効率的に地域経済の動向を把握することができない。そこで、地域経済分析システム（RESAS）を活用して経営指導員等が分析を行い年1回公表する。

【調査手法】

経営指導員等が地域経済分析システム（RESAS）を活用して地域経済動向の分析を行う。

【調査項目】

産業構造マップ・・・管内の産業構造や推移状況、消費傾向等を確認

地域経済循環図・・・地域内のお金の循環や地域外への流出状況などを俯瞰
将来人口メッシュ・・・地域における人口分布と今後予想される変化を把握

②景気動向分析

徳島県商工会連合会が四半期ごとに売上・仕入額、景況感、設備投資予定等を調査する中小企業景況調査の結果を分析する。

【調査目的】

徳島県商工会連合会が調査する中小企業景況調査は、全国商工会連合会で取りまとめを行い、結果を分析している。徳島県商工会連合会でも同じように結果を分析しているの
で、本町の結果分析と全国の結果分析、徳島県の結果分析を対比することにより、地域
の実情に合った分析結果を町内の小規模事業者へ提供して、SWOT 分析の外部環境に活
用して商品開発、販路開拓等に活用していただくことを目的に実施する。

【調査手法】

経営指導員がヒアリングした内容を整理して、外部の専門家と分析を行う。

【調査対象】

10 事業所

【調査項目】

売上高、仕入単価、在庫数、設備操業率、引き合い、人件費、設備投資等

(4) 調査結果の活用

情報収集、調査、分析をした結果は本会ホームページへ掲載して町内の事業者へ周知

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状・・・グルメ&ダイニングスタイルショー、LIFE&DESIGN への出展により調査を実施するこ
ととしたが、コロナ禍により出展ができなかった。その代替としてバイヤーツアーを
2回開催してバイヤーから情報を得た。

課題・・・バイヤーツアーは4名のバイヤーが本町へ来て小規模事業者を巡回した。現地訪問の
ため商品の改良点、提案など充実しているが、バイヤーが少ないため情報が限られて
いる。木工品関係は、各社異なる商品のためにバイヤーツアーには向いていない。

(2) 目標

内 容	現在	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
バイヤー向けアンケート調査対象事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(3) 事業内容

①バイヤー向けアンケート調査

首都圏での販路開拓を目指すには販社との良好な関係を築く必要がある。そのために、対象商
品の評価、改善点に対する助言を展示会、バイヤーツアーでバイヤーからいただく機会とする。

【サンプル数目標】

1 商品あたり 5 名のバイヤー

【調査手段、手法】

展示会（商談）、バイヤーツアー（現地商談）へ来場したバイヤーに対して試食会とアンケ
ート調査を実施する。なお、非食品についてはアンケートのみとする。

【分析手段、手法】

調査結果については専門家等の意見を聞いたうえで経営指導員が分析をする。

【調査項目】

食品・・・味、見た目、価格、パッケージ、表示内容、取引条件、改善ポイント
 木工品・・・見た目、価格、取引条件、改善ポイント

※調査にあたっては、食品、木工品ともに新商品、小規模事業者が特に販売したい商品を優先的に調査する。

※食品については、本町にしかない「しょいのみ（発酵食品）」製造、1年中いちごが収穫できる強みを活かした「洋菓子（地元産原材料）」製造、SDGsになる鳥獣被害の「猪と鹿の肉の加工品」製造等を想定

※木工品については、木箱製造、木製雑貨製造、家具等製造、桐下駄製造、世界で最薄の樹のシート製造等を想定

【分析結果の活用】

経営指導員が出品事業者へ直接説明を行うとともに、専門家も帯同して商品の改良、新商品の開発に役立てる。

5. 経営状況の分析に関すること**(1) 現状と課題**

現状・・・これまでは経営指導員が事業計画策定を希望する小規模事業者に対して財務分析、SWOT分析等を実施して内容の説明を行ってきた。

課題・・・これまでににおいては、事業計画策定が柱となっていたが、小規模事業者が自社の経営分析（財務・SWOT）を行ってはいない。本会のセミナーにおいても経営分析のセミナーは実施していない。小規模事業者が自社を知るためにも経営分析のセミナーが必要である。特に、SWOT分析に重点をおいたセミナーとする。また、これまでは小規模事業者から答えを導き出すのではなく、支援者がヒアリングをしながら計画策定をしていた。今後は、答えは事業者にあるとのもと、対話と傾聴による信頼関係を構築して、経営者に気づきを与え、自ら課題を設定、解決を図れるように支援して自走化できるように支援する必要がある。

(2) 目標

内 容	現在	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
経営分析セミナー開催	—	1回	1回	1回	1回	1回
経営分析事業者数	8者	12者	12者	12者	12者	12者

(3) 事業内容**①経営分析セミナーの実施**

小規模事業者を中心とする経営者自身が、経営分析の知識、実施スキルを習得して自社の経営状況を把握することに関心をもつ事業者を発掘し支援を実施する。

【募集方法】

募集チラシを会員企業へ配布、商工会のホームページからの案内、SNSによる情報発信、本町の防災無線を活用して情報発信を行う。

【開催回数】

年1回

【参加者数】

12者/回

②経営分析の実施

経営分析セミナーの参加者、事業計画策定を希望する小規模事業者、資金調達を考えている小規模事業者、経営計画策定後のフォローアップを進めている小規模事業者のうち12者を選定して実施する。

【分析項目】

(定量分析)・・・財務分析(収益性、安全性、成長性、生産性)

(定性分析)・・・SWOT分析(自社を取り巻く強み、弱み、機会、脅威)

【分析手法】

経済産業省「ローカルベンチマーク」を分析ツールとして利用する。また、小規模事業者が自らも分析ができるように支援する。

(4) 分析結果の活用

分析結果は当該事業者に説明支援し、事業計画の策定に活用する。さらに、商工会基幹システムに格納して本会の職員で情報共有を図り、日々の支援に活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

現状・・・事業計画策定を希望する小規模事業者は、補助金の活用、特に、小規模事業者持続化補助金の施策活用を目的とした事業計画策定が大部分を占めている。ある程度の効果はみられるものの経営課題が明確になっていない小規模事業者も存在する。

課題・・・本来は、経営課題が明確になり、課題解決のために必要な投資を行うこととなるが、小規模事業者が取り組みたいことが優先されている。対策としてはSWOT分析に重点をおいて支援するとともに、小規模事業者と信頼関係を構築し、一歩踏み込んだ支援を行う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が、これから持続的に発展していくにはDXに対応した事業計画の策定が必要となってくる。まずは、小規模事業者の導入事例等に関するDXセミナーを開催して、DXに取り組む意識の醸成と自社でDX推進に取り組む内容を決められるように支援する。また、本会では事業計画策定セミナーを年間9回開催しており、既に事業計画書の必要性は小規模事業者に浸透していると考えている。今後はSWOT分析を強化して小規模事業者の個別支援を強化し、小規模事業者が納得できる事業計画書の策定を目指す。そのために、DXに取り組むべき内容を気づき、11頁の前項「5. 経営状況の分析に関すること」を踏まえて事業計画書の策定支援を行う。支援方法については、答えは小規模事業者の中にあるとのもと、対話と傾聴による信頼関係の構築を重視して、SWOT分析を活用して小規模事業者の考えを整理し、自ら課題設定を行い、課題解決をして自走化できるように支援を行う。

(3) 目標

内 容	現在	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
①DX推進セミナー開催	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定個別支援	10者	12者	12者	12者	12者	12者
③事業計画策定事業者数	8者	9者	9者	9者	9者	9者

(4) 事業内容

①DX 推進セミナーの実施

小規模事業者の課題解決には、DX 推進が必要となってくる。その点から考えると、まずは小規模事業者に対して DX 推進を図り、その後に経営計画の策定を実施する。留意することは、小規模事業者との信頼関係を構築して小規模事業者の考えを引き出すようにする。

【募集方法及び開催回数・参加者数】

募集チラシを会員企業へ配布、商工会のホームページからの案内、SNS による情報発信、本町の防災無線を活用して情報発信を行う。実施回数は1回/年とする。参加者数は12者。

【実施目的】

DX に取り組む意識の醸成と DX に取り組むための具体的な支援活動を行うことを目的とする。

【内 容】

DX 総論、DX 活用事例、DX による生産効率化、DX による販路拡大他

②-1 専門家を活用した「事業計画策定個別支援」の実施

【実施目的】

小規模事業者が事業計画を立案して実効性のある事業計画にすることを目的とする。

【支援対象】

経営分析を行い経営課題の抽出を行い、課題のプライオリティができた小規模事業者

【支援手法】

専門家と担当経営指導員による事業計画策定個別支援の実施（15回/年）

②-2 事業計画策定支援

【支援対象】

経営支援を行っている中で、特に重点的に支援が必要な小規模事業者と専門家を活用した「事業計画策定個別支援」のフォローアップ対象者を経営指導員等が支援する。

【支援手法】

信頼関係の構築を行ってから支援に取り組む。特に、仮説の検証を行いながら小規模事業者が抱えている大きな悩み、本来、小規模事業者が取り組むべき内容の確認を行う。留意点は、支援者の考えが正しいとは限らないことと支援者の思い込みに注意し、客観的な視点で支援を行う。

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・・・経営指導員等が事業計画策定後の小規模事業者に対するフォローアップ支援は適宜実施しているが、支援先の小規模事業者によって支援内容、支援回数にバラツキがあり効果が薄くなっている。

課題・・・各経営指導員等が業務の都合で小規模事業者のフォローアップ支援を行っているが、小規模事業者に対する支援体制や支援方法、支援内容の明確化を行うなど、支援に関する改善を行い実施する必要がある。今後は、小規模事業者の DX 推進も加味してフォローアップ支援を行う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

答えは事業者の中にあるとのもと、対話と傾聴による信頼関係を強化しながら、SWOT 分析を通して小規模事業者の頭の中の整理を行い、小規模事業者自らが気づき、納得する答えを導き出すことができるように支援する。この時に、小規模事業者に対して内発的な動機づけを促し、潜在力を引き出し、小規模事業者の自己変革を身に着けて自走化できるように支援する。

本来は、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、課題の重要

度により訪問回数を増やしたり、集中的に支援を実施する小規模事業者と、事業計画に対して順調に進めている小規模事業者、訪問回数を減らしても問題のない小規模事業者を見極めてフォローアップを実施する。

(3) 目標

内 容	現行	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度
フォローアップ対象事業者数	—	12者	12者	12者	12者	12者
頻度（延回数）	—	70回	70回	70回	70回	70回
売上増加事業者数	—	6者	6者	6者	6者	6者
利益率3%以上増加事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

※事業計画策定支援を行う重点支援先12者のうち、半数である6者が売上増加を達成し、更にその約半数である3者が利益率向上を達成すると想定し目標値を算定した。

(4) 事業内容

①職員による定期的な巡回訪問の実施

経営指導員等は事業計画の進捗確認等を行うため、小規模事業者の支援先を不定期に訪問しているが、支援先事業者の自ら計画を推進する小規模事業者と重点的な支援が必要な小規模事業者とでは支援内容に差を設けて支援する。支援内容としては、基本的にはフォローアップ支援を行い、事業計画の進捗確認や売上・利益等の経営指標の推移を把握し、継続的な指導・助言を行うこととなるが、「経営力再構築伴走支援」の考えのもと、対話と傾聴を強化して信頼関係の構築を図ったうえで内発的な動機づけを促し、潜在力を引き出す支援を実施する。

頻度については、事業計画策定12者のうち、4者は毎月1回、4者は四半期に1回、2者は年2回、他2者は年1回とする。なお、小規模事業者からの支援依頼があった場合は臨機応変に対応して支援する。

②専門家活用による事業計画フォローアップ個別支援の開催

フォローアップ支援を行うなかで、より専門性や緊急性の高い案件に関しては、中小企業診断士等を活用した個別支援を適宜実施し、事業計画の実効性を高めながら売上の拡大、利益率の改善支援を実施する。さらに、小規模事業者からの支援依頼があった場合や、経営指導員が事業計画と進捗状況にズレが生じていると判断した場合には、中小企業診断士など第三者の視点を交えてフォローアップ支援の強化を行う。

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・・・東みよし町商工会では、「にし阿波ブランド」で販路開拓を実施している。ブランドマークも作成して展示会、物産展等で販促ブランドとして展開している。過去3年間はコロナ禍により展示会、物産展へ参加していなかったが、コロナ禍前には「にし阿波ブランドマーク」の認知度は比較的高かった。

課題・・・「にし阿波ブランド」を活用して販路拡大に取り組んでいるが、9月に開催された「グルメ&ダイニングスタイルショー」では、1事業者が現地でのPRで出展した。従来通り「にし阿波ブランド」で展開したが、今後は、参加する小規模事業者のブランドと「にし阿波ブランド」を並立させて出展する必要があると考えられる。理由としては、常に「にし阿波ブランド」で出展するわけではないので、小規模事業者のブランドが大切になる。そのため、専門家等（中小企業診断士、クリエイター）を活用してブランド化を図る必要がある。

(2) 支援に対する考え方

支援する対象はSWOT分析を行い、事業計画策定支援を行い、食品に関してはFCPシートを作成して販路開拓、新商品開発に意欲のある小規模事業者を優先的に支援する。具体的には、本町にしかない「しょいのみ」発酵食品製造業、1年中いちごが収穫できる強みを活かした「洋菓子」製造業、SDGsになる鳥獣被害の「猪と鹿の肉の加工品」製造業等を対象とする。木工品については、木箱製造、木製雑貨製造、家具等製造、桐下駄製造、世界で最薄の樹のシート製造等を対象とする。

出展する展示会については、首都圏等で開催される展示会へ出展する。具体的には、食品はグルメ&ダイニングスタイルショー等、木工品はインターナショナルギフトショーLIFE & DESIGNへ出展する。出展時には、支援者が出展前、出展後の支援、陳列、接客対応等の支援を信頼関係を築いて行う。

バイヤーツアーについては、首都圏等からバイヤーを招聘するためにコーディネーターと情報共有を図り、小規模事業者に適するバイヤーを招聘する。小規模事業者には事業前の支援、事業後の成約に向けてのフォローアップ支援を行う。

DXに向けた取り組みは、データに基づく売上管理、顧客管理、販売促進（バナー広告、メールマガジンに割引券付与、売れ筋商品の拡充等）、SNS、ECサイトによる情報発信等、小規模事業者が必要とするものの中から、導入順位をつけて導入する。また、DXという専門性の高さから、必要に応じてIT専門家を派遣して小規模事業者の実情に合った支援を行う。

(3) 目標

内 容	現行	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①展示会出展事業者数	4者	4者	4者	4者	4者	4者
新規成約件数/者	4件	5件	5件	5件	5件	5件
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
②バイヤーツアー	11者	11者	11者	11者	11者	11者
新規成約件数/者	6件	7件	7件	7件	8件	8件
売上増加率/者	3%	5%	5%	5%	5%	5%
③-1SNS活用事業者数	—	4者	4者	4者	4者	4者
売上増加率/者	—	3%	3%	3%	3%	3%
③-2ECサイト 利用事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率/者	—	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①展示会出展支援 (BtoB)

【支援対象】

食品関係の小規模事業者（2者）、木工関係の小規模事業者（2者）

【支援内容】

想定する展示会

（食 品）グルメ&ダイニングスタイルショー 等

（非食品）インターナショナルギフトショーLIFE&DESIGN 等

【支援方法】

商談会におけるプレゼンテーションがスムーズに行えるよう、FCPシート（食品）、商品説明書（木工品・本会作成）の作成支援やパッケージデザインの改良、キャッチコピーの作成等の支援を行うほか、事後指導として名刺交換先へのフォローアップ対策支援、取引先の信用調査支援を行い、商談成立に向けた実効性の高い支援を行う。

〈グルメ&ダイニングスタイルショー〉

【概要】

会場：東京ビッグサイト

会期：9月6日(水)～8日(金) ※2023年秋の催事内容

特徴：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

【対象者】

食品・雑貨・厨房機器・フードサービス等の各種メーカー等

【規模】

開催規模：約280社/300小間

来場者数：約20,000人

〈インターナショナルギフトショーLIFE & DESIGN〉

【概要】

会場：東京ビッグサイト

会期：2月6日(火)～8日(木) ※2024年春の催事予定内容

特徴：暮らし方から住まいをデザインする、リノベーションとデザイン・ものづくりの見本市(家具・インテリア・内装等)

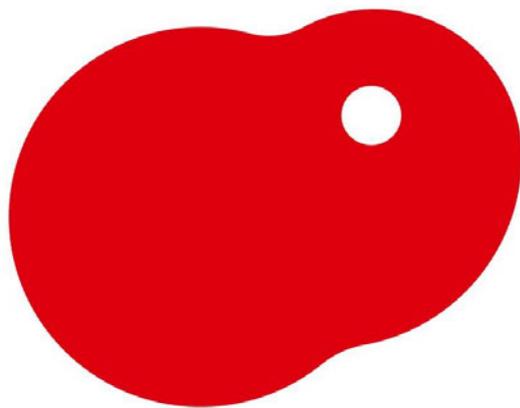
【対象者】

パーソナルギフトマーケットに携わる国内外の流通関係者・住宅関連産業関係者

【規模】

開催規模：約500社/400小間

来場者数：約30,000人



NISHI-AWA

このロゴマークは「にし阿波(美馬市、三好市、つるぎ町、東みよし町)」をイメージしているマークである。赤い部分は四国をイメージし、白い丸の部分は「にし阿波」をイメージしている。このマークは、本会が商標登録を行い販路開拓のために実施する「展示会」「物産展」等で活用している。本町のみ「展示会」「物産展」等でも活用しており、「にし阿波の中の東みよし町」という位置づけで販促ツールとして活用している。

本会は、コロナ禍では東京での「展示会」「物産展」等への出展は控えていたが、コロナ禍前は、「展示会」「物産展」等での認知度は高く、「展示会」では、バイヤーからは「昨年も出展しましたね」とのコメントを多くいただいた。理由を伺

うと、この「にし阿波」のマークを覚えていた」との理由でした。今後も販路開拓を実施する上では必要な販促ツールであるので、「展示会」「物産展」等で引き続き活用する計画である。本事業においては課題にも記載したように、参加する「小規模事業者のブランド」と「にし阿波ブランド」を並立させて出展する必要があるため、中小企業診断士、クリエイターを活用して効果的な販促ツールとする。



グルメ&ダイニングスタイルショー2023 秋
(本会出展ブース)



ギフトショーLIFE×DESIGN2020 春
(本会出展ブース)

②バイヤーツアー（現地商談会・BtoB）

【支援対象】

食品関係の小規模事業者（7者）、木工関係の小規模事業者（4者）

【支援内容】

（食品）バイヤー5名、コーディネーター1名を招聘して小規模事業者の現場で商談
（非食品）バイヤー2名、コーディネーター1名を招聘して小規模事業者の現場で商談

【支援方法】

小規模事業者に必要なバイヤーを招聘するために、支援者である経営指導員は対話と傾聴により、気づきを促して必要なバイヤー像を決められるようにする。その上で、コーディネーターと対話と傾聴を繰り返して信頼関係を築き、必要なバイヤーを招聘する。商談会におけるプレゼンテーションがスムーズに行えるよう、FCPシート（食品）、商品説明書（木工品・本会作成）の作成支援やパッケージデザインの改良、キャッチコピーの作成等の支援を行うほか、事後指導としてバイヤーから指摘のあった事項については、フォローアップ支援、専門家派遣等を実施して実効性の高い支援を行う。

※10頁「4. 需要動向調査に関すること（1）現状と課題」の課題には、「バイヤーツアーは、4名のバイヤーが2回本町へ来て小規模事業者を巡回した。時間が充分あることから、商品の改良点、新商品開発への提案など充実しているが、バイヤー数が少ないため情報が限られている。また、木工品関係は、製造する商品が各社異なるためにバイヤーツアーには向いていない。」と記載しているが、少ないバイヤーと1時間から2時間の商談を行うと、成約数も増えることと、有益な情報を得ることができ将来の売上増にも繋がる。特に、木工品関係は製造する商品が各社異なることから実施できないと記載しているが、4社の木工品製造業者では「土産物、雑貨、生活用品等」関係の商品を製造販売しており、課題は解決し、より有益なバイヤーツアーになると判断し実施することとした。

③販路拡大を目的としたDX導入支援

【支援対象】

展示会出展支援（上記①）を受ける小規模事業者、DX推進セミナーの受講者等4者程度/年

【支援内容】

- ・データに基づく売上管理、顧客管理（BtoB・BtoC等）、販売促進（バナー広告等）
- ・オンライン商談（オンライン商談会への出展支援及びZoom等による商談の実践支援）
- ・SNSとECサイトの活用（SNS活用による情報発信・オンラインショップへの対応）等

【支援方法】

「6. 事業計画策定支援に関すること（2）支援に対する考え方」にある通り、小規模事業者が、これから持続的に発展していくにはDXに対応した事業計画の策定が必要となってくるとの考えから、DX導入を目指す小規模事業者に対しては、ITコーディネーター等の専門家を派遣して個別相談形式により、小規模事業者の実情に合った支援を行う。

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・・・現状では、本会正副会長・商業部長・工業部長、外部有識者の町産業課・町企画課・県西部総合県民局の担当者が出席する経営発達支援事業の評価会議を行うこととしている。その結果を次年度に反映することとしている。

課題・・・評価会議を6月に実施しており、伴走型補助金事業等の次年度の事業計画に反映されにくい状況となっている。評価委員会を3月に実施するようにする。

(2) 実施内容

本事業計画の実施状況と成果について、以下の方法により毎年度、評価・検証を行う。

① 経営発達支援事業評価会議の開催（3月）

本会正副会長・商業部長・工業部長及び中小企業診断士、東みよし町産業課・東みよし町企画課・徳島県西部総合県民局の担当者に加え、本会事務局長、法定経営指導員が出席する経営発達支援事業の評価会議を開催し、以下の項目を検証する。

- ・年度目標に対する実績報告
- ・事業の成果や効果、未達成の理由等を評価・検証
- ・推進方法の見直し

② 結果の公表（3月～）

評価・見直しの結果を本会ホームページで公表する。

東みよし町商工会HP（<http://www.shokokai.or.jp/higashimiyoshi>）

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・・・現状における経営指導員等の資質向上の取り組みは、徳島県商工会連合会や徳島県、中小企業基盤整備機構四国本部等が主催する研修の受講や、美馬・三好地区商工会広域連携協議会を主体とする経営指導員研修・経営支援員研修を実施し、支援に関する知識やノウハウの習得に努めている。また、専門家派遣等の実施時には必ず担当職員が帯同し、OJTによって得られた知識を他の職員と情報共有する他、新たな支援先で活用するなど、支援能力の底上げを図っている。

課題・・・小規模事業者が取り組むべき課題は年々多様化・複雑化しており、新たな事業分野への対応や、販路開拓を行う際の情報収集など、あらゆる分野でいままでも以上に情報収集が求められている。また、デジタル化の対応も求められており、AIやIoTなどの活用に関する知識の習得等、職員全体として取り組みを進める必要がある。また、伴走支援を遂行するにあたり、支援先事業者との信頼関係の強化についても知識やノウハウの習得に努める必要がある。

(2) 事業内容

これからは、小規模事業者のDX推進支援、小規模事業者の販路開拓のためのマーケティング

支援、さらにはDXを活用した販路開拓、小規模事業者のブランディング支援、パッケージデザイン改良支援、商品開発支援等のノウハウが必要となる。すでに経験済みの職員が講師等となり、資質向上に努める必要がある。

① OJT

- ・ 中小企業診断士等の専門家が事業者を個別相談する時に、経営指導員等が同行し、専門家が持つ支援ノウハウを習得する。
- ・ 定期的に他の職員と一緒に巡回訪問や窓口相談での経営指導を行い、支援ノウハウの習得と支援スキルの向上を図る。

② OFF-JT

- ・ 経済三団体主催の経営指導員等研修会や徳島県商工会連合会主催の研修会（内容：小規模事業者の支援方法、支援内容、小規模事業者に関する制度改正情報の習得等）に積極的に参加し、資質向上を図る。
- ・ 公益財団法人とくしま産業振興機構や金融機関等が主催する経営革新や創業支援セミナー、DX推進セミナー等に積極的に参加し、資質向上を図る。
- ・ 美馬・三好地区商工会における経営指導員等の研修会（年4回開催）に出席し、地域の企業活動、経済状況の情報収集や小規模事業者への経営支援ノウハウの共有を図り資質向上に努める。

③ ノウハウの共有方法

- ・ 小規模事業者に対して実施した支援内容、経営状況の分析結果は、担当した職員が「商工会基幹システム」に入力し、職員全員が支援内容等の情報を閲覧・共有できるようにする。
- ・ 各種研修会等で得た知識、日々の巡回訪問等で得た小規模事業者に関する問題や情報について、毎週月曜日に開催する職員連絡会議で共有する。

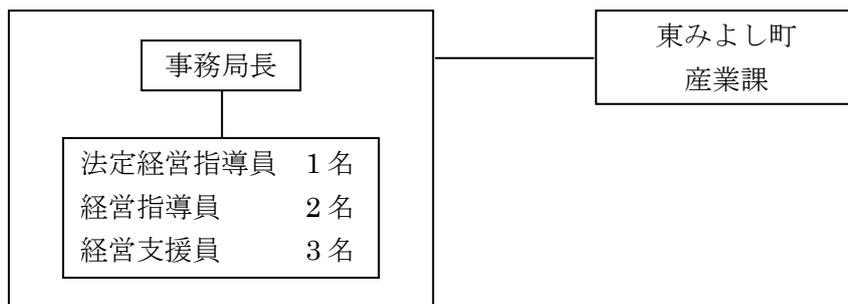
(別表2)

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5年11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)



(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：塩田 計英

連絡先：東みよし町商工会 TEL:0883-82-2177

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等を行う。

(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

〒779-4701 徳島県三好郡東みよし町加茂 3360

東みよし町商工会

TEL : 0883 - 82 - 2177 / FAX: 0883 - 82 - 4656 / E-mail : tsci4300@tsci.or.jp

② 関係市町村

〒771-2595 徳島県三好郡東みよし町昼間 3673 番地 1 東みよし町役場三好庁舎

東みよし町産業課

TEL : 0883-79-5339 / FAX: 0883-79-3235 / E-mail : sangyou01@ higashimiyoshi.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6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
必要な資金の額	4,720	4,720	4,720	4,720	4,720
セミナー開催	2,600	2,600	2,600	2,600	2,600
専門家派遣	310	310	310	310	310
展示会出展	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600
委員会運営	30	30	30	30	30
支援ツール導入	180	180	180	180	180

(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
会費収入、手数料収入、国補助金、県補助金、町補助金 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