

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	綾川町商工会（法人番号 2470005002348） 綾川町（地方公共団体コード 373877）
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 ① 小規模事業者の課題解決と経営力強化のための経営改善支援 ② 新商品や新サービスの需要開拓による地域の活性化 ③ 事業承継及び創業者への支援強化
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 「RESAS」（地域経済分析システム）や地区内小規模事業者の景況調査、決算書データからの景況分析を行って得た情報を本会ホームページに掲載すると同時に経営指導員の巡回の際の参考資料とする。 4. 需要動向調査に関すること 県内外のイベントや商談会などを活用し、新商品や新サービスの需要動向調査を行い、それにより得たデータで、商品・サービスの改良および改善に活かす。 5. 経営状況の分析に関すること 経営分析を行う事業者の掘り起こしのため、経営分析セミナーを開催する。セミナーで発掘した事業者に対して、財務指標の算出や経営状況の把握を個別に行い、事業計画の策定支援につなげる。 6. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を行った事業者に対して、経営指導員の巡回や専門家派遣を通じて経営課題を解決するための事業計画の策定を支援する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後は、経営指導員が 4 半期毎に巡回訪問を行い、策定した事業計画と現在の進捗状況が合致しているかを支援対象者と確認・評価し、双方の認識を一致させるとともに情報の共有化を図る。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること DXを活用した需要開拓セミナーの開催、綾川町商工会 YouTube チャンネルを中心とした PR 支援、展示会への出展支援等を通じて新たな需要の開拓支援を行う。
連絡先	綾川町商工会 〒761-2205 香川県綾歌郡綾川町東分乙 36-1 TEL:087-878-2190 FAX: 087-878-3125 E-mail: ayagawa@shokokai-kagawa.or.jp 綾川町 経済課 〒761-2392 香川県綾歌郡綾川町滝宮 299 TEL:087-876-5282 FAX:087-876-3120 E-mail: ayagawa@town.ayagawa.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

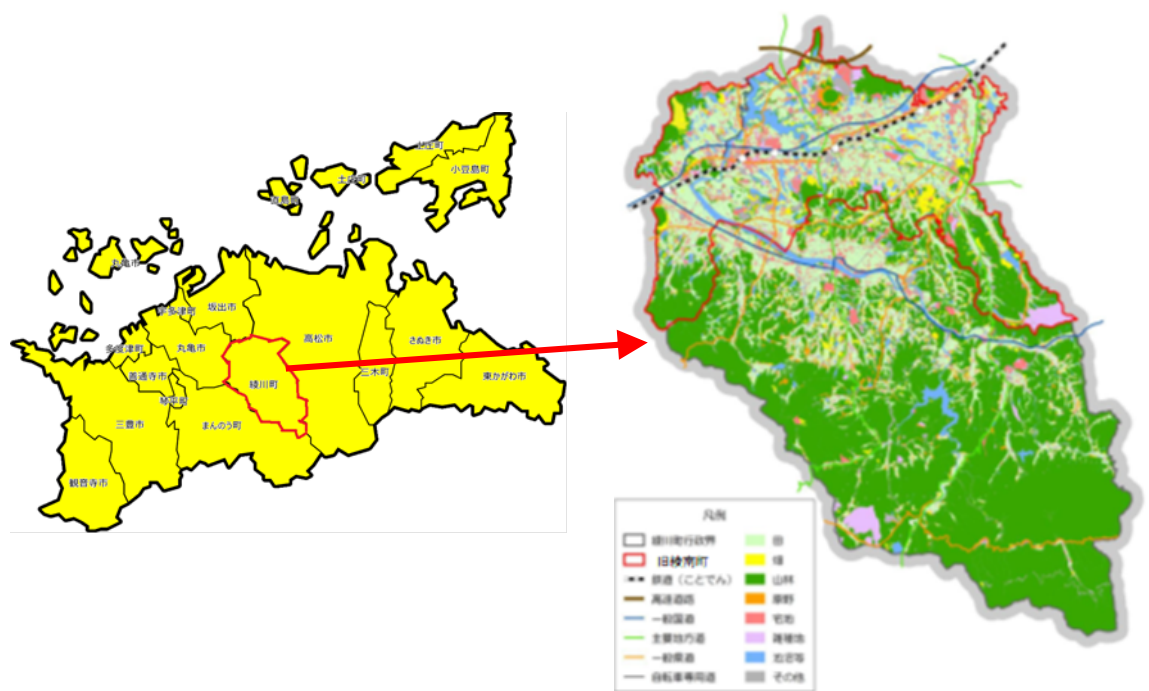
① 綾川町の概要

綾川町は、平成 18 年 3 月に綾南町と綾上町の 2 町が合併し誕生した町で、香川県のほぼ中央に位置し、約 110 k m²の町域を有している。

北部の旧綾南町地区(約 39 k m²)には、国道 32 号線バイパス、国道 377 号線が東西に走っており、県都高松市へのアクセスも良く、高速道路の府中湖スマートインターチェンジにも近く、さらに、国道 32 号バイパスの南側を高松琴平電気鉄道琴平線が平行に走っており、平成 25 年に新設された綾川駅を加え町内に 6 つの駅があり、また、平成 20 年に国道 32 号線バイパス沿いに、県内最大級のイオン綾川店・イオンモール綾川が開業したのを契機に、近隣にホームセンターコーナン綾川店、ケーズデンキ綾川店などの大型店が次々に開業するなど地域の活性化が進んでいる。

南部の旧綾上町地区(約 71k m²)は、面積は広いものの、山間部が多くて人口も北部の 3 分の 1 程度であり、過疎化の進展がみられ、交通インフラについては、町営のコミュニティバスやオンデマンドタクシーが運行されているものの、利便性は高くない。

(図表 1) 綾川町の位置



(綾川町都市計画審議会資料より作成)

② 綾川町の人口

本町の人口（図表 2）は、平成 27（2015）年が 23,610 人であるが、令和 42（2060）年の将来推計人口（図表 3）では、平成 27（2015）年のおよそ半数の 13,415 人（約 57%）になると想定されている。

また、年少人口（0～14 歳）、生産年齢人口（15～64 歳）はいずれも減少傾向にある一方で、老年人口（65 歳以上）は増加傾向にあり、令和 42（2060）年には、全体の約 42% を高齢者が占めると想定されている。

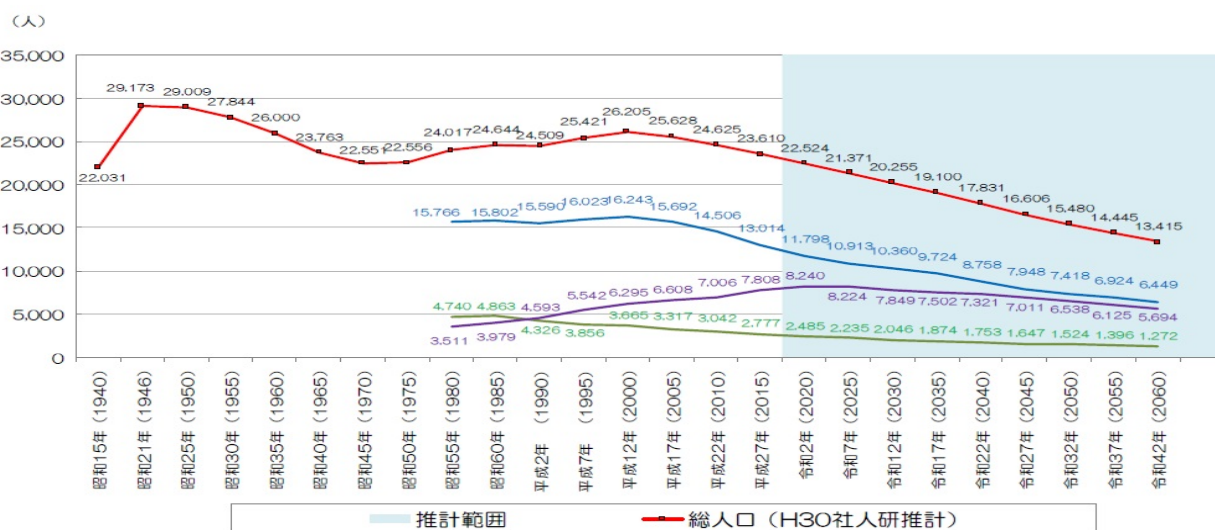
さらに、人口減少によって、地域経済の規模縮小、地域の活力が低下するとともに、生産年齢人口（15～64 歳）の減少は税の減収や地域で支えあう生活の維持が困難になるため、今後、人口減少に歯止めをかけるとともに、若い世代の人口流出の抑制と定住者を増やす取組みが重要となる。

（図表 2）綾川町の人口の推移

区分	昭和35年 実数	昭和50年 実数	増減率	平成2年 実数	増減率	平成17年 実数	増減率	平成27年 実数	増減率	令和2年 実数	増減率
総数	人 26,000	人 22,556	% △13.2	人 24,509	% 8.7	人 25,628	% 4.6	人 23,610	% △7.9	人 22,693	% △3.9
0歳～14歳	8,288	4,162	△49.8	4,326	3.9	3,317	△23.3	2,777	△16.3	2,618	△5.7
15歳～64歳	15,510	15,363	△0.9	15,590	1.5	15,692	0.7	13,014	△17.1	11,814	△9.2
うち 15歳～29歳 (a)	5,560	5,175	△6.9	3,838	△25.8	3,882	1.1	2,895	△25.4	2,543	△12.2
65歳以上 (b)	2,202	3,031	37.6	4,593	51.5	6,608	43.9	7,808	18.2	8,188	4.9
(a)/総数 若年者比率	% 21.4	% 22.9	—	% 15.7	—	% 15.1	—	% 12.3	—	% 11.2	—
(b)/総数 高齢者比率	% 8.5	% 13.4	—	% 18.7	—	% 25.8	—	% 33.1	—	% 36.1	—

（綾川町過疎地域持続的発展計画（令和 5 年 3 月変更）より転載）

（図表 3）綾川町の人口推計（平成 25 年 3 月）

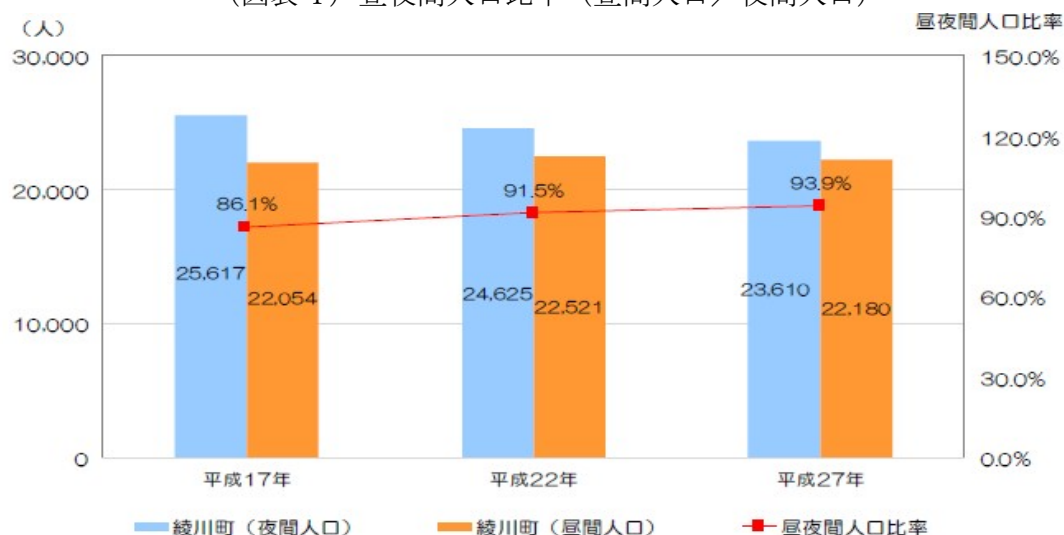


（第 2 期綾川町まち・ひと・しごと創生総合戦略より転載）

また、本町の昼夜間人口比率（昼間人口／夜間人口）（図表４）は、100％を下回っており、昼間は町外で就業・通学している人が多く、加えて、夜間人口の減少数に比べて、昼間人口の減少数はわずかであり、昼夜間人口比率は増加し続けている。

これは本町が県庁所在地である高松市に隣接しており、同市への通学・通勤が多いことを示しており、ベッドタウンになっていることが分かる。

（図表４）昼夜間人口比率（昼間人口／夜間人口）



（第２期綾川町まち・ひと・しごと創生総合戦略より転載）

③ 綾川町の産業の現状と課題

綾川町の小規模事業者数（図表５）を見てみると、令和３年の事業者数は平成２８年に比べて、全体で５.８％減少しており、業種別に見てみると、建設業は９.５％減少、製造業は６.８％減少、卸売業・小売業は１１.９％減少、飲食業・宿泊業は１９.２％の減少、サービス業は１.０％減少、その他は７２.２％増加となっている。

中でも、卸売業・小売業や飲食業・宿泊業の減少率が高いのは、イオンモール綾川などの大型ショッピングモールの出店や沿道型店舗が増加するなどによるものであり、逆に製造業においては、小規模事業者は減少しているものの、工業団地には優良な企業の誘致が進んでいるため、全体では減少率が低くなっている。

（図表５）綾川町における小規模事業者の業種別内訳

	小規模 事業者数	業種別内訳					
		建設業	製造業	卸売業 小売業	飲食業 宿泊業	サービス業	その他
平成２８年(者)	640	105	74	194	52	197	18
令和３年(者)	603	95	69	171	42	195	31
増減(者)	△37	△10	△5	△23	△10	△2	13
増減率(%)	△5.8	△9.5	△6.8	△11.9	△19.2	△1.0	72.2

（平成２８年、令和３年経済センサスより作成）

1) 卸売業・小売業

卸売業・小売業の事業者数を見ると、商工会業者数、小規模事業者数ともに減少しており、商工業者の減少率△9.7%と比較して、小規模事業者は△11.9%と2.2ポイントも減少率が高く小規模の卸売業・小売業の廃業が増加している。

これは、町内の大型店やコンビニエンスストアなどとの競合に加えて、人口の減少や高齢化などの影響で、地域の状況やニーズが変化してきているにもかかわらず、これに対応できなかったことが原因と考えられる。

(図表6) 綾川町における卸売業・小売業の現状

	平成28年	令和3年	増減率
商工業者数	298	269	△9.7%
小規模事業者数	194	171	△11.9%
小規模事業者率	65.1%	63.6%	

(平成28年、令和3年経済センサスより作成)

2) サービス業

綾川町は、県庁所在地である高松市に隣接しているものの、郊外のため比較的安価に店舗や事業場を設置できることから、新規開業が多く、商工業者数は微増しており、小規模事業者においては廃業が少なかったため事業者数は横ばいである。

(図表7) 綾川町における卸売業・小売業の現状

	平成28年	令和3年	増減率
商工業者数	249	254	2.0%
小規模事業者数	197	195	△1.0%
小規模事業者率	79.1%	76.8%	

(平成28年、令和3年経済センサスより作成)

3) 飲食業・宿泊業

コロナ禍によって一番打撃を受けた業種であり、商工会では、廃業を抑えるため、新たに「綾川町商工会 YouTube チャンネル」を開設して店舗紹介や集客支援を行うとともに、独自にテイクアウトを始めた事業者もあり、一定の廃業抑制となったものの、小規模店事業者では19.2%の減少と業種間で最も高い減少率である。

(図表8) 綾川町における飲食・宿泊業の現状

	平成28年	令和3年	増減率
商工業者数	85	78	△8.2%
小規模事業者数	52	42	△19.2%
小規模事業者率	61.2%	53.8%	

(平成28年、令和3年経済センサスより作成)

4) 建設業・製造業

令和3年頃から資材高騰や人手不足を受け、建設業は9.5%減、製造業は6.8%減となっており、経営が厳しくなっている。

建設業の多くは地元の公共工事に依存しており、また、民間工事については、元請からの2次・3次の下請けとして受注している。

(図表 9) 綾川町における建設業の現状

	平成 28 年	令和 3 年	増減率
商工業者数	111	104	△6.3%
小規模事業者数	105	95	△9.5%
小規模事業者率	94.6%	91.3%	

(図表 10) 綾川町における製造業の現状

	平成 28 年	令和 3 年	増減率
商工業者数	97	95	△2.1%
小規模事業者数	74	69	△6.8%
小規模事業者率	76.3%	72.6%	

(平成 28 年、令和 3 年経済センサスより作成)

このような状況を踏まえ、地域の小規模事業者の廃業を食い止めて、事業を継続させていくためには、個々の事業者が新商品や新サービスを開発して販路開拓を行うことで、売上や利益を確保していく必要があり、また、業種間連携による新商品や新サービスの開発も視野にいれる必要がある。

しかしながら、地域の小規模事業者がそれを独力で行うには、人材、知識、費用等の経営資源が不足しているため、経営指導員が地域の小規模事業者へ寄り添って持続的発展を計画的・継続的に支援していく必要がある。

④ 町の総合計画

綾川町では、これから10年間の町づくりの方向性を示す『綾川町第2次総合振興計画(平成29年～令和8年)』を平成29年3月に策定した。

この計画では、「いいひと、いいまち、いい笑顔」をこれから綾川町が目指す将来像に掲げ、この将来像を達成するために「誇り・愛着」、「思いやり」、「元気」の3つを理念とする9つの基本計画を策定している。

このうちの一つとして、「ヒトとモノの行き交うにぎわいのあるまち」を目指す計画のなかで、「地域に根づき、住民や地域のニーズに対応した商業・サービス業などが創出されている」ことを目指す姿とし、商工会への支援・協力や新たな事業や起業への支援などに取組むとされている。

その他、令和6年3月14日に香川県知事が綾川町千疋地区において、高松空港から車で5分と近く、豊富な地下水も期待できる15ヘクタール程度の好条件の遊休山林が確認できたため、工業団地の誘致を目指すことを発表した。

また、令和6年5月7日に廃校となった旧綾上中学校の跡地に、東京のベンチャー企業「ハイレゾ」がAI開発専用データセンターを設置することが決まったことを受けて、今後の居住人口や交流人口の増加、経済活性化が期待されるものの、この動きに対応した小規模事業者の在り方が問われる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

本会では、第1期の経営発達支援計画において、町の合振興計画に基づいて、地域に根づき、住民や地域のニーズに対応した商業・サービス業などが創出されることを目指して、小規模事業者支援に努め、小規模事業者の売上・利益の向上に一定の改善が見られた。

しかしながら、事業実施期間中に新型コロナウイルス感染症の流行によって、想定していた展示会などの計画は見送らざるをえなくなったため、新たに販売促進のツールとして「綾川町商工会YouTubeチャンネル」を開設して、動画配信を開始した。

当初は、コロナ禍で売上が大幅に落ち込んだ飲食店や綾川町が発祥とされるうどん店を中心に動画配信を行っていたが、後に町内観光地やイベント紹介なども配信するようになり、「綾川町」そのものを紹介、宣伝することで地域の小規模事業者の持続的発展の一助とする取組みとなっている。

加えて、本会YouTubeチャンネルと町内の小規模事業者の広報チラシ、各店舗のショップカード制作を絡めた「綾川町地域チャレンジショップ応援事業」の実施や、青年部主催のインフルエンサーを活用した販促企画に取り組むことで、小規模事業者への支援に取り組んでいる。

小規模事業者は、経営資源が限られており、計画的な経営が行われていない事業者が多いのが現状であるが、様々な変化に対応していくためには、事業計画の重要性を理解して、日々の事業をPDCAのサイクルで計画的に実行していく必要があり、そのためには、私たち商工会の経営指導員による伴走型の支援が必要不可欠であると考えます。

なお、支援に際しては、本会と綾川町が連携を図りながら、経営指導員が中心となって実施するものであるが、必要に応じて、香川県商工会連合会や（公財）かがわ産業支援財団などからの協力を得ながら取り組むことで、円滑な事業実施つなげる。

(3) 経営発達支援事業の目標

本計画では、綾川町第2次総合振興計画や小規模事業者に対する長期的な振興の在り方を踏まえて、厳しい経営環境にある小規模事業者の経営発達を支援するため、以下の3つの目標を掲げて小規模事業者への伴走型支援を行い、小規模事業者の持続的発展を目指す。

① 小規模事業者の課題解決と経営力強化のための経営改善支援

小規模事業者が安定した経営によって持続的発展するため、時代の変化に対応した経営分析を実施するとともに、消費者ニーズに対応した経営ができるよう「対話と傾聴」による課題設定を行い、事業計画策定支援や策定後の伴走型支援によって経営力の強化を図る。

② 新商品や新サービスの需要開拓による地域の活性化

新商品や新サービスを開発して販路開拓、販売促進を目指す小規模事業者の円滑な事業実施を支援することで、町の総合計画にも記されている「地域に根づき、住民や地域のニーズに対応した商業・サービス業の創出」を達成する。

③ 事業承継及び創業者への支援強化

小規模事業者の高齢化や後継者不足などによる廃業を抑えて、地域経済の衰退に歯止めをかけるため、事業承継および創業支援を行う。

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

① 小規模事業者の課題解決と経営力強化のための経営改善支援

小規模事業者が抱える多種多様な課題を解決し、経営力強化を図るため小規模事業者の経営分析並びに需要動向調査を踏まえた経営戦略や事業計画策定支援及び策定後のフォローアップを実施する。また、経営者との対話と傾聴を通じて、自発的な課題設定を促し、自走化につなげる。

② 新商品や新サービスの需要開拓による地域の活性化

町の総合計画の地域に根づき、住民や地域のニーズに対応した商業・サービス業の創出を達成するため、消費者ニーズに応じた新商品や新サービスの開発を支援するとともに、販路開拓、販売促進をするため物産展・商談会への出展を支援や、綾川町商工会 YouTube チャンネルの活用による小規模事業者の需要開拓に努める。

③ 事業承継及び創業者への支援強化

事業承継診断シートを活用し、事業承継相談が必要な事業者を発見し、香川県事業承継・引継ぎ支援センターとも連携して支援を行うとともに、新規創業を希望する者の円滑な開業への支援を行い、小規模事業者の廃業を抑え、地域経済の衰退に歯止めをかける。

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】 これまでは、国や県の機関が発表する調査報告により、大まかな傾向は把握していたが、ビックデータ等を活用した専門的な分析は行えていなかった。

【課題】 ビックデータ等を活用した専門的な分析ができていなかったため、地域情報システムや市場情報評価ナビを活用し、地域の経済情報を収集・分析するとともに、地域内小規模事業者の経済動向調査で得られる情報を加えて情報・分析の補正・補強を行い、支援・助言の基礎資料として活用する必要がある。

(2) 目 標

支 援 内 容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
ビックデータからの経済動向調査回数（回）	0	4	4	4	4	4
調査・分析結果の公表回数（回）	0	4	4	4	4	4

※調査・分析結果は、本会のホームページにて公表する。

(3) 事業内容

① ビッグデータからの経済動向調査の実施

地域の商圈や購買データを把握するために、町単位での商品別の販売額の推移やPOSデータの情報が収集できる「RESAS（地域経済分析システム）」や、株式会社日本統計センターが提供する地図などにマーケット分析などが行える「MieNa（市場情報評価ナビ）」を活用して、地域の経済情報等を収集・分析して、小規模事業者の状況に合わせて情報提供する。

《「RESAS（地域経済分析システム）」の活用》

調査回数	年間2回（4月、10月）実施
調査分析項目	『地域経済循環マップの生産分析』 産業ごとの生産額の変化と傾向の分析 『産業構造マップ』 卸売・小売業や飲食等のサービス業の購買（消費）金額、購入（利用）人数などの情報を収集して産業の現状等の分析 『まちづくりマップのFrom-to分析』 他市町からのまたは綾川町からの人の動き等の分析

《「MieNa（市場情報評価ナビ）」の活用》

調査回数	年間2回（5月、11月）実施
調査分析項目	特定市区町村レポートの特定市町村リストや購買力リストなどの情報を活用しマーケット分析を行う。

② 地区内小規模事業者の経済動向調査の実施

地区内のより詳細な景況感を知り、それにあった対策を立てるために、香川県商工会連合会から受託している中小企業景況調査へ、独自に調査数や調査項目を追加して調査を行い、本会ホームページにて年4回公表する。

《調査の概要》

調査数	管内30事業者 （製造業10社、小売・卸売業10社・飲食・サービス業10社）
調査内容	業種ごとの業況、売上額、採算、資金繰りの動向、設備投資の状況、経営上の問題点、新規事業への意欲、人員・資金の確保の可能性等
調査間隔	四半期ごと（年4回6月・9月・12月・3月）
調査手法	経営指導員が調査対象企業へ巡回訪問を行い、調査項目をヒアリングして調査を行う。
分析方法	調査項目毎にDI値（増加・上昇・好転の割合から減少・低下・悪化の割合を差し引いた値）を算出し、前年同期と比較して景況感を分析する。

③ 決算指導データからの景況分析

当商工会が決算事務を受託している小規模事業者の決算データを元に、年に 1 回景況分析を行い、本会ホームページで年 1 回公表する。

調査対象者	当商工会が決算事務を受託している小規模事業者約 120 業者
調査回数	年間 1 回（6～7 月）実施
調査項目	収入金額、常用従業員数、特前所得(利益) 等
調査分析方法	税務指導等を実施している個人事業者の決算書から損益状況を集計して、前年との比較・分析等を行う。

（４）調査結果の活用

調査、収集、分析した情報は、本会のホームページに掲載して周知するとともに、綾川町中小企業振興基本条例で定める綾川町中小企業振興会議に報告して、町の中小企業振興施策の検討資料とするとともに、経営指導員による小規模事業者への巡回指導の際の参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

- 【現状】 これまでは、国や県の統計データやインターネット上に公開されているシンクタンクの調査データからの需要動向の調査・分析にとどまっており、また、商品や新サービスの開発や改良等を行うためには、訴求対象者に応じた需要動向調査が必要であるが、個々の商品の需要動向調査は、実施していなかった。
- 【課題】 事業計画の策定に際して、個々の支援対象者が開発した新商品や新サービスに合った調査地点を選定して、訴求対象者への需要動向を調査して分析しマーケットインの考えのもと事業計画の基礎資料として活用する必要がある。

（２）目 標

支 援 内 容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
イオンモール綾川催事エリア（回）	未実施	1	1	1	1	1
支援事業者数	—	5	5	5	10	10
1 事業者当たりの調査回収数（枚）	—	40	40	40	40	40
あやがわサマーフェスティバル（回）	未実施	1	1	1	1	1
支援事業者数	—	5	5	5	10	10
1 事業者当たりの調査回収数（枚）	—	40	40	40	40	40
あやがわ駅バル（回）	未実施	4	4	4	4	4
支援事業者数	—	2	2	2	2	2
1 事業者当たりの調査回収数（枚）	—	40	40	40	40	40

ニッポン全国物産展（回）	未実施	1	1	1	1	1
支援事業者数	—	1	1	1	2	2
1事業者当たりの調査回収数（枚）	—	20	20	20	20	20
香川・愛媛せとうち旬彩館（回）	未実施	1	1	1	1	1
支援事業者数	—	1	1	1	2	2
1事業者当たりの調査回収数（枚）	—	20	20	20	20	20
香川食品商談会（回）	未実施	1	1	1	1	1
支援事業者数	—	1	1	1	2	2
1事業者当たりの調査回収数（枚） 県内業者	—	10	10	10	10	10
1事業者当たりの調査回収数（枚） 県外業者	—	10	10	10	10	10

（３）事業内容

① 県内消費者への需要動向調査

県内を商圈とした新商品や新サービスについて需要が読めない小規模事業者が、県内の消費者の訴求力を調査するため、地域イベントへの来場者を対象にして需要動向調査を行う。

《想定する地域イベントの概要》

あやがわサマーフェスティバル	綾川町観光協会の主催で、毎年９月中旬の日曜日に綾川町ふれあい運動公園で開催される地域の夏祭り。町内外から多数の来場があり、サンプル数が多く見込める。
あやがわ駅バル	綾川町いいまち推進室の主催により、毎年６月から１０月の最終金曜日に計４回開催されるバル。集客も多く、多数のサンプルが見込める。
高松空港催事販売支援事業	小規模事業者の販売力強化、商圈の拡大を支援するため、香川県商工会連合会が高松空港内ショップにて商工会専用の販売台を設置し、空港利用者に向けた商品ＰＲを行う事業である。 商品の売り方やデザイン等を工夫することで小規模事業者の商品力を高め、商工会としてのブランド化を図り、効果的な域外発信による販路拡大を目指している。
かがわ物産館栗林庵	香川県が中心となって設立した財団が運営しており、栗林公園の観光客などを中心に１日平均３００人程度が利用している香川県産品のアンテナショップである。

《調査手法》

サンプル数	上記の想定するそれぞれの地域イベントにおいて、40 枚／事業者
調査手段・手法	経営指導員が顧客から聞き取ってアンケート票に記入する。
調査項目	調査対象者の「年齢」「性別」「世帯の状況」「居住地区」等の基礎的情報 「味」「食感」「香り」「内容量」「パッケージデザイン」「購入する場合の価格」「改善点」等の個々の調査対象商品に対する情報等
分析手段・手法	調査結果は、かがわ産業支援財団のよろず支援拠点の商品開発／販路開拓の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員が分析を行う。
分析結果の活用	人気店、繁盛店の調査結果との比較や当該店舗の分析結果は、経営指導員が当該事業者に対して直接説明する形でフィードバックして、調査対象商品の改良・改善や新たな商品開発に活用する。

② 首都圏の消費者への需要動向調査

全国展開を考える新商品や新サービスについて需要が読めない小規模事業者が、首都圏の消費者の訴求力を調査するため、首都圏で開催される物産展等の来場者を対象にして需要動向調査を行う。

《想定する物産展等の概要》

ニッポン全国物産展	全国商工会連合会の主催により、毎年11月中旬の金・土・日の3日間、東京の池袋サンシャインシティにおいて開催される物産展であり、全国47都道府県の食品、名産品、工芸品が集まり、3日間で約150,000人の来場者がある。
香川・愛媛せとうち旬彩館	香川県と愛媛県が共同で東京新橋に設置しているアンテナショップ『香川・愛媛せとうち旬彩館』において、一般財団法人かがわ県産品振興機構の主催により、首都圏をはじめ国内外から訪れるお客様の消費者ニーズの収集等を行うためイベントスペースを活用する。

《調査手法》

サンプル数	上記の想定するそれぞれの物産展等において、20 枚／事業者
調査手段・手法	経営指導員が顧客から聞き取ってアンケート票に記入する。
調査項目	調査対象者の「年齢」「性別」「世帯の状況」「居住地区」等の基礎的情報 「味」「食感」「香り」「内容量」「パッケージデザイン」「購入する場合の価格」「改善点」等の個々の調査対象商品に対する情報 等
分析手段・手法	調査結果は、かがわ産業支援財団のよろず支援拠点の商品開発／販路開拓の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員が分析を行う。
分析結果の活用	アンケートを定量分析や定性分析したデータでフィードバックして、調査対象商品の改良・改善や新たな商品開発に活用する。

③ バイヤーへの需要動向調査

小規模事業者が開発した新商品や新サービスの販路拡大のためには、バイヤーからの意見をもとに開発・改良が必要であることから、県内で開催される商談会に来場するバイヤーへ需要動向調査を行う。

《想定する商談会の概要》

香川食品商談会	香川県、(公財)かがわ産業支援財団、県内金融機関が主催しており、「地場産業の中で重要な位置を占める県内食品産業の販路開拓を支援する」ことを目的に、9月頃に高松市内のホテルで開催される商談会であり、バイヤー60社程度、県内食品関連事業者90社程度が参加している。
---------	--

《調査手法》

サンプル数	上記の想定する商談会において、20枚／事業者
調査手段・手法	経営指導員がバイヤーから聞き取ってアンケート票に記入する。
調査項目	「商談会等への来場頻度」や「求めている商品・予算」「商談の際に重視する点」「商品の選定ポイント」等のバイヤーの基礎情報 「市場のニーズ」や「競合他社品の動向」等のバイヤーが持つ需要動向の情報 「商品の見た目」「味・パッケージデザイン」「取引金額・予算」「内容量」等の個々の調査対象商品に対する情報 等
分析手段・手法	調査結果は、かがわ産業支援財団のよろず支援拠点の商品開発/販路開拓の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員が分析を行う。
分析結果の活用	アンケートを定量分析や定性分析したデータでフィードバックして、調査対象商品の改良・改善や新たな商品開発に活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 消費者のニーズに合った新商品や新サービスを開発して提供するためには、小規模事業者が自社の経営状態、販売する商品又は提供する役務、保有する技術又はノウハウの現状を十分把握しておくことが必要であるが、これまでは、決算指導時における決算書の数値だけを見た定量分析のみである。

【課題】 経営指導員による巡回訪問を通じて、経営状況の分析を行う事業者を発掘して、発掘した事業者に対して、決算データ等による定量分析に加えて、経営者との対話と傾聴から知ることができる強みや弱み、経営にかける思いなどによる定性分析も行うことで、より明確に経営課題を抽出して事業計画の策定につなげる必要がある。

(2) 目 標

支 援 内 容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
経営分析セミナー開催回数 (回)	1	1	1	1	1	1
経営分析事業者数 (者)	15	15	15	20	20	20

(3) 事業内容

① 支援対象者の発掘

経営指導員が小規模事業者を巡回訪問して、経営状況分析のメリットや課題解決につながった事例などを紹介するとともに本会ホームページで広く周知して支援対象者を発掘する。

② 経営分析セミナーの開催

経営分析を行う事業者の掘り起こしのため、経営分析セミナーを開催する。

本セミナーでは、単なる座学の開催だけではなく受講者自らが経営分析を行うワークショップ型のセミナーとして開催し、自社の強み・弱みなどの気づきを与えることで、自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等への活用 について理解を深める。

《経営分析セミナーの概要》

募集方法	経営指導員による巡回訪問の際に相談があった小規模事業者や窓口相談に訪れた小規模事業者に対して、経営分析の重要性や目的、メリット等を説明して、参加を促すとともに、本会ホームページで広く周知する。
開催回数	年 1 回
参加者数	10 名から 15 名
開催内容	経営分析の基礎知識のほか、分析の必要性や分析を行うことによる問題点の把握、事業の方向性が明確になった事例等に関する内容とし、経営分析を勧奨する。
講 師	中小企業診断士

③ 財務指標の算出 (定量分析)

①②で発掘したやる気のある小規模事業者に個別訪問を行い、貸借対照表や損益計算書、収支内訳書、申告書等の財務諸表を基にして、「ローカルベンチマーク」(経済産業省)や経営自己診断システム(独)中小企業基盤整備機構)等を活用して、収益性、安全性、成長性、生産性等のデータを算出する。

④ 経営状況の把握 (定性分析)

②で算出したデータを基に、経営指導員が小規模事業者から現在の取扱商品、保有資産や技術、競合他社の状況や今後の方向性、経営課題等を聞いて、事業者と共同してSWOT分析を行う。

中でも 60 歳以上の経営者に対しては、事業承継診断チェックリストを用いて、事業承継に向けた現状把握を行う。

⑤ 分析結果の活用・フォローアップ

分析結果は、当該事業者にフィードバックし経営指導員等とともに経営の強みや弱みなどを確認し、事業計画の策定を進める。

経営分析で、専門家の意見を求めた方が良い課題が抽出された場合は、香川県商工会連合会のエキスパート事業や経営改革サポート事業による専門家指導、(独)中小企業基盤整備機構の専門家指導、(公財)かがわ産業支援財団のよろず支援拠点のコーディネーター等と連携して支援する。

※エキスパート事業・経営改革サポート事業

香川県商工会連合会が実施する専門家派遣事業であり、商工会からの要請に応じて県連合会に登録している中小企業診断士や社会保険労務士などの専門家を、直接小規模事業者へ派遣して相談指導を行う事業である。

(4) 分析結果の活用

中小企業診断士等の専門家と経営指導員が定量分析と定性分析で導き出された分析結果を整理して経営課題等を抽出して報告書に取りまとめ、支援対象者に対して指導・助言を行うとともに、当商工会のサーバーにデータベース化して、職員間で情報共有する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】 これまでも、補助金や融資を目的とする事業計画の策定支援は行っていたが、開発した新商品や新サービスの販路開拓等のため、各種分析手法を用いて経営状況の分析を行うとともに、需要動向を踏まえた事業計画の策定支援は行えていなかった。

【課題】 小規模事業者に対して事業計画の作成の必要性を説き、定量・定性分析から導き出された経営課題に需要動向を踏まえて、経営戦略、マーケティング戦略、営業戦略等の計画策定を支援に努める必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対して、漠然と事業計画策定の意義や重要性を述べても計画策定にはつながりにくいため、経営指導員が小規模事業者へ巡回訪問して、事業計画の作成によって売上を伸ばした成功事例などを説明して理解を促し、経営分析を実施した小規模事業者を対象にして、個々の支援対象者毎の経営課題に応じた事業計画の策定を支援する。

また、経営者との対話と傾聴を通じて、経営者自身が課題に気づき、自発的に解決に意欲を持つように促す。

(3) 目 標

支 援 内 容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
事業計画策定事業者数 (事業者)	8	12	12	16	16	16

(4) 事業内容

① 支援対象者の掘り起こし

1) 経営状況の分析を行った小規模事業者のうち、収益性、安全性、成長性などの数値が悪く、将来的に経営が立ち行かなくなると考えられる者には、無計画での経営では事業の継続が難しいことを説明して理解を得るとともに、自社の強みや弱みや商品の消費動向などを調査分析し、自社の商品やサービスを地域のニーズに合ったものに改善していくことが必要なことを説明し、理解してもらう。

2) 収益性や安全性が確保されている小規模事業者については、自社の強みを生かした消費者ニーズへの対応や大型店や量販店に対抗したきめ細かなサービスの実施など、自社の強みを生かした新商品や新サービスの開発を支援する。

また、既存の商品やサービスも含めた販路開拓を行い、経営を発達させていくことが必要なことを説明し、理解してもらう。

3) 経営状況の分析を行った事業者のうち、事業者へのヒアリングにより、それぞれの地域にあった新商品やサービスへの取組みに対して意欲を有する者に対し、事業計画策定の必要性を説明し、事業計画の策定を促す。

なお、経営分析の実施に至らなかった事業者については、巡回訪問時や各種相談の際に、経営分析を行い、事業計画を策定することの重要性等を十分に説明し、再度、経営分析をして事業計画を策定するように説得する。

② 事業計画の策定の手法

1) 経営継続のための事業計画の策定を行う者は、古くから地元で営業し保守的な経営を行っている者が多いと考えられ、改善の余地は多いものの大幅な変更をすることには抵抗が大きいと思われる。

このため、既存の商品やサービスをさらに地元のニーズに合ったものに改善・改良することを基本とした事業計画の策定を目指す。

なお、策定に当たっては、本会の経営指導員等が小規模事業者を訪問し、支援対象者へ聞き取りを行い、経営指導員が主導し策定を支援する。その際に、支援対象者との対話と傾聴を大事にし、支援対象者に自発的な気付きを与えられるようにする。

2) 地域の特色や自社の特性を生かした新商品・新サービスの開発や販路開拓を行う小規模事業者については、これまでも補助金や制度資金の活用などで事業計画を策定した経験のある者が多いと考えられることから、事業計画の策定は、事業者に主体的に行ってもらうこととする。

経営指導員は、新商品・新サービスの内容が需要動向調査の結果を踏まえたものであるかどうか、人員や財務などの企業規模や実施期間などから見て計画が現実可能なものであるか、また資金計画に無理がないかどうか、などの観点からアドバイスを行い計画のブラッシュアップを行う。

3) 経営状況の分析結果から、事業承継が必要となる支援対象者に対しては、中小企業庁の「事業承継ガイドライン」を活用して、支援対象者へ、人・物・金・情報の経営資源や経営者自身の資産の状況、後継者候補等の状況をヒアリングして整理し、事業承継の方法や時期を確定させて、事業承継計画の策定を支援する。

4) 創業希望者に対しては、中小企業庁の「夢を実現する創業」を活用して、創業希望者に対して「経歴」「創業動機」「創業分野」「取扱う商品やサービス」「取引先」「雇用の有無」「現在の資金の状況」「開業に必要な資金と調達法」「事業見通し(収支計画)」等のヒアリングを行い、その結果を取りまとめて創業計画の策定を支援する。

③ 専門家の活用

事業計画の策定の際に、支援対象者と経営指導員の意見が一致しない場合や経営指導員だけでは解決できない課題に対しては、香川県商工会連合会のエキスパート事業や経営改革サポート事業、(独)中小企業基盤整備機構の専門家派遣制度の活用や(公財)かがわ産業支援財団のよろず支援拠点のコーディネーター等を活用して課題解決を図る。

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】 これまでは、補助金や融資を目的とする事業計画の策定支援を行った後の実施支援には取り組んでいなかったため、事業計画どおりに実施できているかどうかの把握ができていなかった。

【課題】 事業計画の策定を支援した小規模事業者に対して、経営指導員が事業の進捗状況を確認し、必要に応じて補助金の活用や法認定の取得などを支援するとともに、専門家の知見も活用などして円滑かつ充実した支援に努める必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画の策定を支援した小規模事業者全てを支援対象とし、支援対象者毎に事業計画の実行時期に合わせて巡回訪問を行い、円滑に事業が進んでいる支援対象者とそうでない対象者への巡回訪問の頻度を変えることで、事業計画が円滑に実行できるよう支援する。その際に、支援対象者との対話と傾聴を通じて、計画が推進できるよう自発的な動機付けを与えられるようにする。

(3) 目 標

支 援 内 容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
フォローアップ支援対象者数(事業者)	8	12	12	16	16	16
フォローアップ延べ回数(回)	32	48	48	64	64	64
売上高2%以上の増加事業者数(事業者)	4	8	8	12	12	12

(4) 事業内容

① 進捗状況の確認・評価

事業計画策定後は、経営指導員が4半期毎に巡回訪問を行い、策定した事業計画と現在の進捗状況が合致しているかを支援対象者と確認・評価し、双方の認識を一致させるとともに情報の共有化を図る。

特に、地域独自のニーズや個々のニーズへの対応が十分かどうか、商品やサービスの利用者が満足しているかどうかを新商品の販売や新サービスの実施に伴う売上高の変化や新商品や新サービスの利用者に対する聞き取り調査結果などを基に確認・評価する。

なお、巡回訪問の回数は事業計画の進捗状況等をみて、支援対象者と相談し、臨機応変に変更する。

また、新商品や新サービスの開発や販路開拓の内容により、補助金や融資制度が利用できる可能性がある場合は、利用に必要な条件整備や事業計画書、申請書の作成などを支援し、スムーズに補助金や融資制度の利用が行えるようにする。

② 問題があった場合等の対応

進捗が遅れている場合には、事業計画が確実に実行できるよう、経営指導員がその原因を支援対象者と一緒に確認して改善策を検討するとともに、巡回訪問回数の頻度を増加させて、逆に、順調に進捗している場合は、その頻度を減少させて、進捗が遅れている支援対象者への支援に注力する。

なお、何れの支援対象者に対しても、補助金等の実績報告や補助事業期限終了後の実施報告がある事業者には特に頻度を増やして対応する。

また、進捗状況が思わしくなく、原因等について経営指導員と支援対象者との認識にズレが生じていると判断する場合は、香川県商工会連合会のエキスパート事業や経営改革サポート事業、(独)中小企業基盤整備機構の専門家派遣制度の活用や(公財)かがわ産業支援財団のよろず支援拠点のコーディネーター等の専門家の意見を聞き、原因の確認と今後の対応方法を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。

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】 小規模事業者においては、時間やノウハウが十分ではなく、販路開拓のための展示会やアンテナショップ、商談会への出展を行っている事業者は少ない。
また、本会の支援においては、小規模事業者へ物産展や商談会の情報提供を行い、相談があつて初めて支援を行う待ちの支援であり、支援対象者も固定化される傾向にある。

【課題】 小規模事業者の取り扱う商品やサービスの需要動向調査の結果に基づいて、経営指導員が事業者毎の訴求対象に応じた物産展や展示会などを選定するとともに、出展前・同行・出展後のそれぞれの場面に応じた伴走型支援を行う必要があり、併せて、本会独自の「綾川町商工会 YouTube チャンネル」も活用することで、小規模事業者の円滑な需要開拓への支援に努める必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画の策定を支援した事業所のうち、今までの商圈外に対する販路開拓を必要とする事業者に対して、POP 広告、新商品のチラシ・パンフレット等の作成を支援するとともに、綾川町商工会 YouTube チャンネルを活用した需要開拓に努める。

また、訴求対象者に応じた地域イベントや県内外で開催される物産展や商談会等に対して、出展前・同行・出展後の各支援を行うことで支援対象者の需要開拓を支援する。

(3) 目 標						
支 援 内 容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
D X活用セミナーの開催回数 (回)	1	1	1	1	1	1
POP 広告、チラシ・パンフレット等の作成を支援事業者数 (事業者)	0	3	3	3	3	3
POP 広告、チラシ・パンフレット等の作成を支援による売上増加率 (対前年度比)	0%	1%	1%	2%	2%	2%
ホームページの作成支援事業者数 (事業者)	0	2	2	2	2	2
ホームページの作成支援による売上増加率 (対前年度比)	0%	1%	1%	2%	2%	2%
YouTube チャンネルの活用掲載事業者 (事業者)	3	5	5	5	5	5
YouTube チャンネルの活用掲載支援による売上増加率 (対前年度比)	0%	1%	1%	2%	2%	2%
地域イベントへの出展事業者数 (事業者)	0	5	5	5	10	10
地域イベントへの出展による売上増加率 (対前年度比)	0%	1%	1%	2%	2%	2%
県内アンテナショップ等への出展支援事業者数 (事業者)	0	3	3	5	5	5
県内アンテナショップ等への出展による売上増加率 (対前年度比)	0%	1%	1%	2%	2%	2%
首都圏物産展等への出展支援事業者数 (事業者)	0	1	1	2	2	2
首都圏物産展等への出展による売上増加率 (対前年度比)	0%	1%	1%	2%	2%	2%
商談会への出展支援事業者数 (事業者)	0	1	1	2	2	2
商談会への出展による売上増加率 (対前年度比)	0%	1%	1%	2%	2%	2%

(4) 事業内容

① DX活用セミナーの開催

DXによる販路開拓や業務効率化による売上アップを目的とし、DXを活用した需要開拓を支援するため、セミナーを開催する。

《DX活用セミナーの概要》

募集方法	セミナーチラシを作成して、経営指導員等の巡回訪問によって小規模事業者へ配布して受講者を募集するとともに、本会ホームページで広く周知する。
開催回数	年1回開催
参加者数	10名から15名
開催内容	DXの総論や重要性、活用事例の説明、オンライン取引や、SNS活用、ホームページ作成の等による需要開拓への取組み等
講師	ITコーディネーターや中小企業診断士

② 商品やお店のPR支援

新商品やお店のPR方針に従い経営指導員が中心となって支援対象者と協議して、新商品やお店の効率的なPRの方法を決定する。

1) お店のPOP広告、新商品のチラシ・パンフレット等の作成支援

経営指導員が県内の繁盛店やチェーン店等のお店のPOP広告や新商品のチラシ、商品パッケージ、販売方法等の情報を収集して、支援対象者に提供するとともにその情報をもとに経営指導員と支援対象者が協議し、当該店舗のPOP広告やチラシ・パンフレットの作成を支援する。

2) ホームページの作成支援

既にホームページを作成している事業者については、新商品等を重点的にアピールできるものに内容を更新する。

ホームページを作成していない事業者に対しては、全国商工会連合会が全国の商工会と会員のネットワークをサポートするための事業として実施しているグーペのインターネット事業者支援機能を活用してホームページの作成を支援し、新商品やお店のPRを行う。

また、それぞれの店の常連客や関係者にインスタ映えする写真を提供しSNS等で情報を拡散してもらうなど、効果的で費用負担の少ない方法を検討し、提案する。

3) 綾川町商工会 YouTube チャンネルの活用

現在、本会 YouTube チャンネルの登録者数は1,000名を超え、町内関係者が多く登録していて、視聴している方も多いため、効率的なPR効果が狙えることから、事業計画に基づき事業者の店舗情報や取扱う商品やサービスの情報などを撮影・編集してYouTubeチャンネルへ公開して需要開拓を支援する。

4) 新商品の普及支援

綾川町や本会が行うイベント等の賞品として新商品を活用するようにし、町内消費者の認知度向上を図る。

③ 消費者を対象として需要開拓（B to C）

地域の小規模事業者には、出展ノウハウや経験が少なく、本会としても情報提供や展示会への出展支援は行ってきたが、支援対象者が固定化される傾向にある。

本計画では、事業計画に基づき新商品開発をした小規模事業者の需要開拓に向けて、支援対象者の物産展等への出展経験に加えて、それぞれの商品に応じた訴求対象者や小規模事業者が目指す販路先などに応じた物産展や展示会等への出展を支援するとともに、展前・同行・出展後の各場面で伴走型支援を行う。

1) 物産展・展示会等へ出展経験のない事業者等への出展支援

これまでに県内外で開催される物産展等への出展経験がない小規模事業者や町内の消費者を対象に需要開拓を目指す小規模事業者には、まず経験を踏んでもらう観点から町内で実施される「あやがわサマーフェスティバル」「あやがわ駅バル」の2つのイベントへの出展を支援し、地域内での認知度の向上を図る。

《出展を支援する地域イベントの概要》

あやがわサマーフェスティバル	綾川町観光協会の主催により、毎年9月中旬の日曜日に綾川町ふれあい運動公園で開催される地域の夏祭りであり、町内外から多数の来場が見込まれる。
あやがわ駅バル	綾川町いいまち推進室の主催により、毎年6月から10月の最終金曜日に計4回開催されるバル。

2) 展示会等へ出展経験があり、県内消費者を訴求対象とする事業者への出展支援

これまでに物産展・展示会等へ出展経験があり、主に県内の消費者を訴求対象として需要開拓を目指す小規模事業者には、県内アンテナショップ等への出展を支援する。

《出展を支援する県内アンテナショップ等の概要》

高松空港催事販売支援事業	小規模事業者の販売力強化、商圈の拡大を支援するため、香川県商工会連合会が高松空港内ショップにて商工会専用の販売台を設置し、空港利用者に向けた商品PRを行う。 商品の売り方やデザイン等を工夫することで小規模事業者の商品力を高め、商工会としてのブランド化を図り、効果的な域外発信による販路拡大を目指す事業である。
かがわ物産館栗林庵	香川県が中心となって設立した財団が運営しており、栗林公園の観光客などを中心に1日平均300人程度が利用している香川県産品のアンテナショップである。

3) 首都圏の消費者へ販路開拓を行う事業者への出展支援

首都圏の消費者に向けて新たな販路の開拓を行う小規模事業者には、首都圏で開催される物産展等への出展を支援する。

《想定する首都圏での物産展等の概要》

ニッポン全国物産展	全国商工会連合会の主催により、毎年11月中旬の金・土・日の3日間、東京の池袋サンシャインシティにおいて開催される物産展であり、全国47都道府県の商品、名産品、工芸品が集まり、3日間で約150,000人の来場者がある。
香川・愛媛せとうち旬彩館	香川県と愛媛県が共同で東京新橋に設置しているアンテナショップ『香川・愛媛せとうち旬彩館』において、首都圏をはじめ国内外から訪れるお客様の消費者ニーズの収集等を行うためイベントスペースを活用する。

4) 出展に係る場面毎の支援

各物産展や展示会等への出展に際して、支援対象者へ、出展前・同行・出展後の各場面で伴走型支援を行う。

《出展前：ワークショップの開催》

小規模事業者は、物産展等への出展経験が少なく、出展を尻込みしたり出展で十分な効果を上げることができなかつたりする場合があるので、物産展やアンテナショップへの出展で十分な効果があげられるよう出展前にワークショップを開催する。

ワークショップでは、出展品の選定や出展の際のブースの構成や陳列方法、商品・製品の説明内容、キャッチコピーなどについて検討し決定する。

また、出展申請や備品の調達、各種届出などについても支援する。

《同行：物産展等への同行》

小規模事業者の多くは人員に余裕がなく、物産展等では商品の販売に力が入り消費者の意見や反応を確認することや他の出展者の情報の収集を行うことができないと考えられるため、物産展等で得られた情報を有効に活用し、販路開拓や商品改善を進めることができるよう、経営指導員が同行してアドバイスや情報収集を行う。

《出展後：ワークショップの開催》

物産展等への出展後ワークショップを開催し、新商品等に対する消費者等の評価や反応、また、他の出展者の情報を集約・分析し、今後の販路開拓や商品改良、PRの方法等について、協議・決定する。

また、出展実績や需要動向調査などの結果などから事業計画の見直しを支援するとともに、計画に基づき、次のステップの物産展等（地域イベント→県内アンテナショップ等→首都圏での物産展等）への出展を検討する。

⑤ バイヤーを対象とした需要開拓（B to B）

地域の特色や自社の特性を生かした新商品や新サービスを開発した小規模事業者がその売上を確実に増加させるためには、商談会に出展し新たな販路を開拓する必要があることから、新商品を開発した小規模事業者に「香川食品商談会」へ出展を支援する。

なお、商談会での成果が上がるよう次の支援を行う。

《出展支援する商談会の概要》

香川食品商談会	香川県、(公財)かがわ産業支援財団、県内金融機関が主催しており、「地場産業の中で重要な位置を占める県内食品産業の販路開拓を支援する」ことを目的として、9月頃に高松市内のホテル開催される商談会で、バイヤー60社程度、県内食品関連事業者90社程度が参加している。
---------	---

1) 出展に係る場面毎の支援

商談会でのバイヤーとの商談をスムーズに行えるよう、支援対象者へ、出展前・同行・出展後の各場面で伴走型支援を行う。

《出展前：ワークショップの開催》

ワークショップでは、経営指導員が、出展品の選定や商品のブラッシュアップの方法、また、会場でバイヤーに注目されるようなブースデザインや仕組みづくり、商談を成功させるための商談ツールの作成方法などをレクチャーする。

《同行：商談会への同行》

地域の小規模事業者には、商談会を経験した者が少なく、また出展時に同行できる従業員も少ないことから、バイヤーへの説明やバイヤーの意見やアドバイスの収集が十分行えず、商談会の成果が出せない場合が多いと考えられる。

このため、経営指導員が商談会に同行し、商品説明の支援を行うとともに商品改良に役立つバイヤー等の意見やアドバイスの収集を行う。

《出展後：ワークショップの開催》

商談会で収集したバイヤー情報のデータ化の方法や商談したバイヤーへの商談成立見込度に応じたフォローの方法等について協議・決定する。

また、商談会でのバイヤーの意見やアドバイスを整理し、商品改良や次回の商談会への活用などについて、協議・決定する。

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み

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】 経営発達支援計画を適切に実施していくためには、PDCA サイクルを適切に回すことが必要であり、特にチェックが重要であるが、現在はそのための仕組みが確立されていない。
- 【課題】 経営発達支援計画実施状況を効果的に検証、議論するためには商工会関係者の他に行政関係者、伴走支援に詳しい有識者の協議会を設置して、議論する必要がある。

(2) 事業の内容

① 「経営発達支援事業推進協議会」の設置

本会に、綾川町経済課長、綾川町商工会正副会長、事務局長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士をメンバーとする「経営発達支援事業推進協議会」を設置する。

② 「経営発達支援事業推進協議会」での評価

「経営発達支援事業推進協議会」を半年ごと（毎年4月・11月）に開催して、経営発達支援事業の進捗状況等について評価を行う。

③ 理事会への報告・実施方針の見直し

「経営発達支援事業推進協議会」での評価を受けた後、その結果を本会理事会に報告するとともに、次期の事業実施方針の見直しを行う。

④ ホームページでの公表

本会のホームページ (<https://r.goope.jp/sr-37-3738710002/>) で事業の成果・評価、事業実施方針を公表して、地域の小規模事業者がいつでも閲覧できるようにする。

10．経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

- 【現状】 香川県商工会連合会などが実施する各種研修会へ、経営指導員等が参加して知識の習得を図るとともに、また専門家指導の際には同行して支援ノウハウの習得に努めている。
- 【課題】 小規模事業者が抱える経営課題は、年々高度化、複雑化しており、専門性の高い相談も増加しているため、引き続き、経営指導員等を研修会などへ参加させて支援能力の向上を図るとともに、専門家との同行支援による支援ノウハウの習得などを行うことで、小規模事業者が抱える課題解決のための経営指導員等の支援能力の向上に努める必要であり、それらの取り組みによって習得した知識はミーティングを通じて情報共有して各職員の資質向上に努める必要がある。

(2) 事業内容

① 商工会連合会の研修の活用

香川県商工会連合会が職種ごとに実施する研修会(基本コース)に、基礎的知識の徹底的な習得を図るとともに、最新の中小企業施策等の情報収集を行う。

また、応用コースでは、各自が興味のある研修を受講することで、より専門的な知識の取得と支援能力の向上を図る。

② 中小企業大学校への派遣

中小企業大学校が実施する中小企業支援担当者向けの研修に経営指導員等を参加させ計画的に育成を図るとともに研修に参加した全国の支援担当者とのネットワークの構築を図る。研修により取得した分析手法などの知識を伴走型支援に活用することで、支援対象者の事業計画策定・実行の確実性を上げる。

③ 各種専門家派遣事業の活用

日本政策金融公庫の訪問指導や各種専門家派遣事業を活用した小規模事業者の支援に際して必ず経営指導員を同伴させ、実地に即した専門家の指導・支援手法を学ばせる。

④ 職員間の定期ミーティングの開催

情報交換会や研修会等へ出席した経営指導員等が順番で講師を務め、情報交換会や研修会等で取得した情報やノウハウ等について、定期的なミーティング(繁忙期月1回、閑散期月2回、年間18回)を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

⑤ 情報の共有化

定期的なミーティングの資料や意見交換の内容などを記録し、全員が閲覧できる共用サーバーに保存する。

また、各指導員等が経営発達支援計画に基づき伴走型支援を行ったケースを基幹システム上に随意・適切に入力するとともに毎週の朝礼で支援状況の概要を報告することで、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。

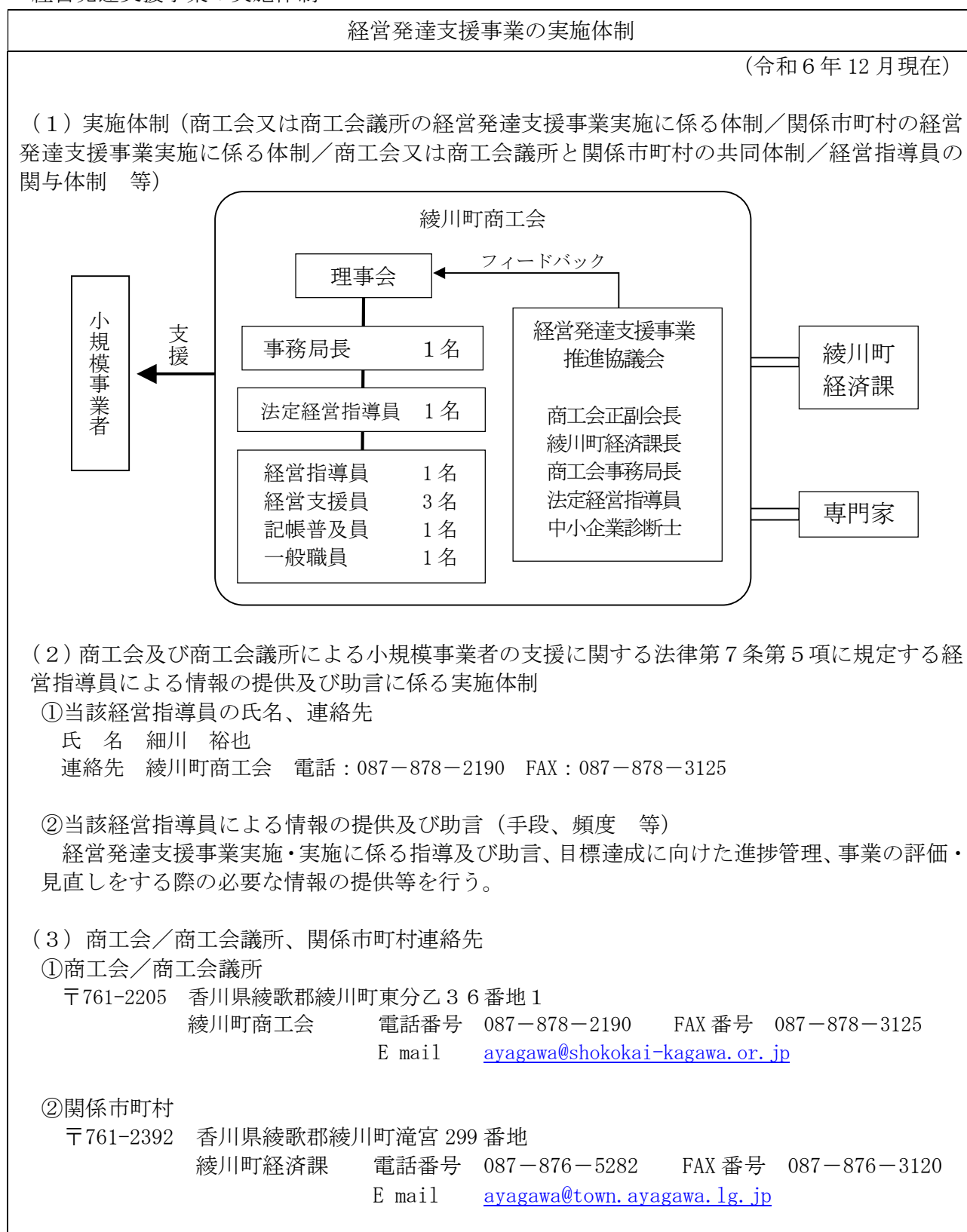
これにより、担当者以外の職員の資質向上と支援中の小規模事業者への対応の充実を図る。

⑥ 資格取得の奨励

職員の資質向上を推進するため、経営発達支援事業の実施に有効と認められる中小企業診断士、税理士等の資格取得に対し、本会独自で報奨金制度を設ける。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



(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)

	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
必要な資金の額	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
地域の経済動向調査費	50	50	50	50	50
経営状況の分析費	100	100	100	100	100
事業計画策定支援費	200	200	200	200	200
事業計画実施支援費	100	100	100	100	100
需要動向調査支援費	100	100	100	100	100
需要開拓支援費	200	200	200	200	200
専門家派遣費	100	100	100	100	100
セミナー開催経費	200	200	200	200	200
チラシ作成経費	150	150	150	150	150
振興会議運営費	60	60	60	60	60
協議会運営費	40	40	40	40	40

(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、香川県補助金、綾川町補助金、事業受託費、受益者負担

(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	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
①	
②	
③	