経営発達支援計画の概要

実施者名 （法人番号）	長浜町商工会（法人番号８５０００５００２９１７） 大洲市（地方公共団体コード　３８２０７８）
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経営改善、経営力向上による経営基盤の強化 ②地域資源等を活用した新商品の開発と販路開拓支援 ③経営指導員等の資質向上等による支援能力の強化
事業内容	**Ⅰ.経営発達支援事業の内容** **１.地域の経済動向調査に関すること** 地域経済動向の調査分析や景気動向調査を行い、経営計画策定時の参考にするとともに、その情報を商工会 HP に掲載する。 **２.需要動向調査に関すること** 地元特産品の販路拡大や新商品開発に取り組む事業者を対象に消費者ニーズ調査を行い、調査結果を分析したうえで当該事業者にフィードバックする。 **３.経営状況の分析に関すること** 経営分析セミナーの開催やローカルベンチマーク等を活用し、個別指導を通じてより精度の高い経営分析を行う。 **４.事業計画策定支援に関すること** 地域小規模事業者に対し事業計画の必要性を認識させるとともに DX セミナーや事業計画作成セミナーを開催し、計画の策定支援を行う。 **５.事業計画策定後の実施支援に関すること** 事業計画策定事業者に対し巡回指導時に進捗状況の確認を行うとともに 伴走支援によりフォローアップ支援を行う。 **６.新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること** 商談会への参加支援やＥＣサイトを活用した販路開拓支援を行うとともに、ＳＮＳを活用した販路開拓への取組支援や大洲市「大洲ええモンセレクション」の認定支援を行う。
連絡先	長浜町商工会 〒799-3401　愛媛県大洲市長浜甲 1030 番地の 3 Tel:0893-52-0312　Fax:0893-52-1526　Email:info@nagahama-sci.or.jp 大洲市環境商工部商工産業課 〒795-8601　愛媛県大洲市大洲 690 番地の 1 Tel:0893-24-1722　Fax:0893-24-1736　Email:shokosangyoka@city.ozu.ehime.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

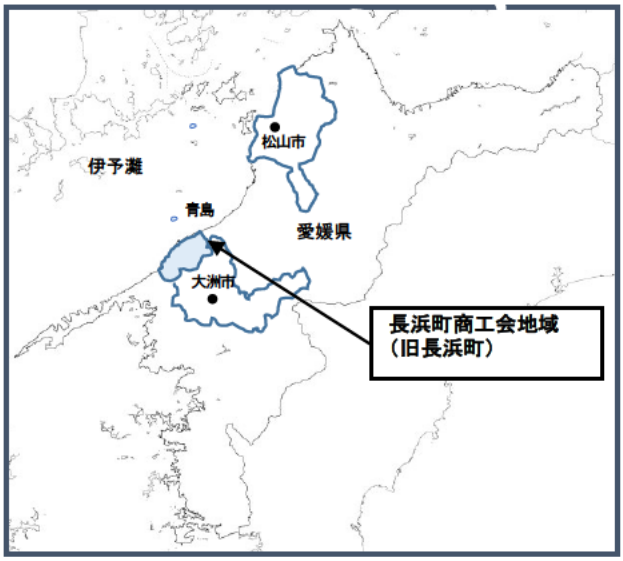
（１）地域の現状及び課題

〔現状〕

【立地・交通・歴史】

愛媛県大洲市は、平成１７年１月、一級河川である肱川流域の大洲市、長浜町、肱川町及び河辺村が合併し誕生したが、上流域の旧肱川町及び河辺村は川上商工会管内、中流域の旧大洲市は大洲商工会議所管内、下流域の旧長浜町は長浜町商工会管内と地勢的な問題等から１つの行政区域に１商工会議所と２商工会に分かれている。

長浜地域（面積：74.79 ㎢）は、県都松山市から約４０ｋｍ・大洲市中心部から約１８ｋｍの伊予灘に注ぐ肱川の河口に位置している。



資料：長浜町商工会作成

公共交通機関であるJR四国予讃線（伊予灘線）は、内子線経由の新線開業（旧国鉄最後の新線）まではこちらの方が鉄道ではメインルートであったが、内子線経由の新線開業により所要時間で不利なためメインルートでなくなり、普通列車のみの典型的なローカル線となっている。

古くは舟運の拠点として、肱川上中流のまち・むらと、海運で九州・山口や関西方面とつながり、木材・繭・和紙など流域の物資の集散地として栄え、特に木材は日本の三大木材集散地のひとつとして発展を遂げ、木材加工や建設、海運などで栄えた港町である。

昭和４０年代の高度成長期の頃から主産業である木材木製品製造業の低迷や海砂利採取禁止等に伴い、潤っていた町は衰退の一途を辿ることとなった。

このような背景を踏まえ、地域振興対策として、臨海部において、昭和４７年に第一次開発事業の「晴海工業団地」が、また、平成元年に第二次開発事業の「拓海工業団地」が完成し、多くの企業が立地した。

更に、昭和６２年に長浜町第三次開発事業基本計画が策定（平成１５年３月改訂）され、この計画は合併後の新市建設計画に引き継がれ、平成２９年策定の第２次大洲市総合計画においても、主要施策の一つとして位置づけられており、令和３年には臨港部の機能強化の一環として長浜漁協が移転するなど順次整備が進められている。

【観光の現状】

観光資源としては、現存する日本最古の道路可動橋「長浜大橋」（通称：赤橋）、

冬場、強風と共に霧が肱川を下る世界的にも珍しい自然現象「肱川あらし」、坂本龍馬が脱藩し長州へ出発した「江湖」の港と、その折龍馬が滞在した旧家を改装し、龍馬関連資料館と宿泊施設を兼ねる「冨屋金兵衛邸」などがある。

また、地元の愛媛県立長浜高校には、日本で唯一の「水族館部」があり、月１回の一般公開時には多くの来場者で賑わい、年間１万人を超えるなど観光名所となっているほか、水族館部の活動がテレビや新聞など様々なメディアに取り上げられ、全国的な長浜の知名度アップにも貢献している。

長浜高校の近辺には海水浴場があり、町の周辺の海岸沿いは至るところ好釣り場となっているほか、中心部から約６ｋｍのところには美しい滝と紅葉の見事さで知られる白滝公園、約２０ｋｍのところには開闢１３００年を超える金山出石寺（標高８２０m）、伊予市から長浜町までの国道３７８号線（通称：夕やけこやけライン）の海岸線は伊予灘断層海岸沿いにあり東西に風光明媚な景観が続いており、ドライバーやサイクリストの評判も高い。

また、近年、様々なメディアで取り上げられ、住民より猫の数が多い「猫の島」として知られる長浜沖の青島が人気のスポットとなっている。

特産品としては、長浜銘菓「しぐれ」や「残月」、伊予灘で獲れる夏のハモ・冬のフグなどが有名である。

日本最古の道路可動橋「長浜大橋」

肱川あらし

紅葉の名所「白滝公園」

長高水族館　※（一般公開）

資料：長浜町商工会 HP より

※　長浜高校水族館部が運営する水族館の名称

【農林水産業の現状】

長浜地域の農業は、主に中山間地域に散在する農地及び伊予灘に面した傾斜地で営まれており、コメ、野菜、柑橘類、キウイフルーツなどが基幹となっている。

総農家数は、減少を続けており、農地の維持や担い手不足の解消が課題となっている。

水産業は、長浜地域の各漁港からカレイやアジ、フグなどが水揚げされているが、資源の減少や輸入水産物による価格低下、後継者不足など厳しい状況にある。

今後は、農林水産業、商工業・観光業の他分野連携、事業者・各種団体との協働により、６次産業化を促進するとともに、農林水産物のブランド化を促進することが求められている。

【商工業の現状】

長浜地域の商業は、大洲市、松山市の郊外へ大型店舗、チェーン店が進出し、駐車場や複合施設の整備が進んだこと等により、松山、大洲方面への顧客流出が続き、長浜と白滝の商店街は人通りが減り、事業者の高齢化や後継者不足も相まって空き店舗が目立つなど衰退の一途を辿っており、地域の実情に応じた商店街づくりや、消費者ニーズに応じた商店街づくりが急務となっている。

工業は、先に述べた晴海工業団地、拓海工業団地が造成された当時は、外資系企業も含め多数の企業が進出したが、その後の経済不況による企業の撤退もあり、現在では、製材所、木材等加工業、鉄工所等地元企業が主体の工業団地として操業している。

【人口の状況】

最盛期には、２万人を超えていた長浜地域の人口も、急速に進行する少子高齢化により約６千人まで落ち込んでおり、この１０年で２０％以上減少するなど減少傾向に歯止めがかからない状況にある。

［人口の推移］　（単位：人・世帯）

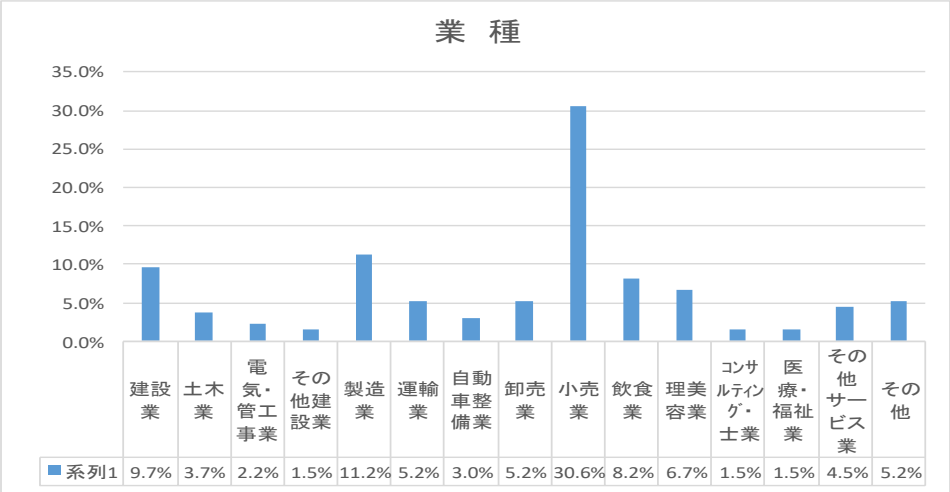
	人口			世帯数	１世帯当たり人口
		男	女		
令和 3 年	6,024	2,829	3,195	3,053	2.0
平成 30 年	6,578	3,071	3,507	3,154	2.1
平成 27 年	7,130	3,345	3,785	3,281	2.2
平成 24 年	7,575	3,544	4,031	3,336	2.3

資料　大洲市住民基本台帳人口・世帯（各年とも７月３１日現在）

【小規模事業者の現状】

長浜町商工会が平成２９年度に実施したアンケート調査（管内に事業所を有する小規模事業者２４０社を対象）結果では、業種別の構成比は、「小売業」３０．６％、「建設・土木業」１３．４％、「製造業」１１．２％で、全体の５５．２％を占めており、以下「飲食業」８．２％、「理美容業」６．７％と続いている。

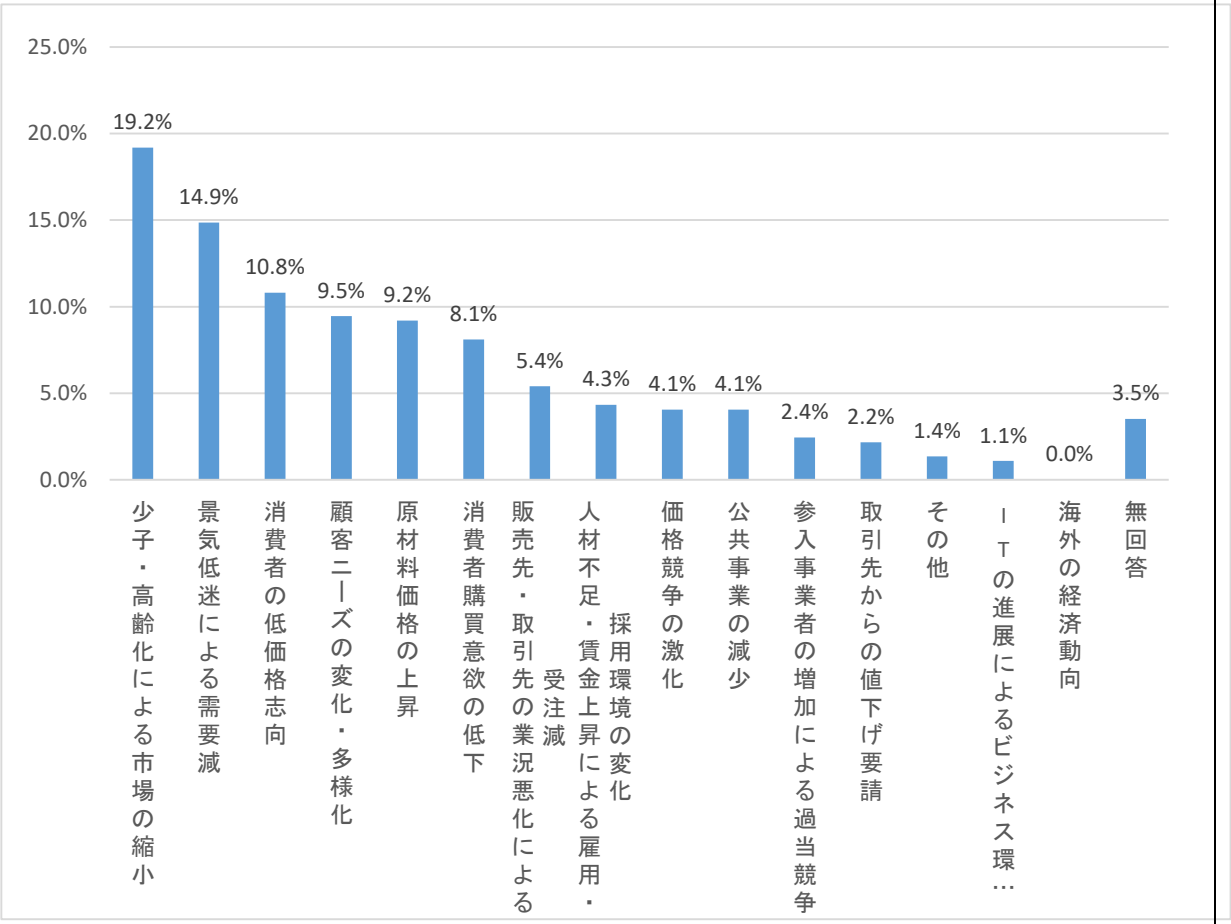
【管内事業所の業種別構成比】



資料：小規模事業者実態に関するアンケート結果（平成２９年度長浜町商工会実施）

調査項目で、「自社に影響を与えている外部環境」として回答が多かったのは、「少子高齢化による市場の縮小」１９．２％、「景気低迷による需要減」１４．９％、以下、「消費者の低価格志向」１０．８％、「顧客ニーズの変化・多様化」９．５％と続いている。

【経営に影響を与えているもの】



資料：小規模事業者実態に関するアンケート結果（平成２９年度長浜町商工会実施）

こうした人口減少による市場規模の縮小などの社会的構造変化や、産業の構造変化などの外部要因等により、管内の小規模事業者は減少傾向にあり、会員数の減少にもつながっている。

［商工業者数・小規模事業者数の推移］

区分	平成 20 年	平成 25 年	平成 30 年	令和 2 年
商工業者数	434 社	398 社	383 社	343 社
内小規模事業者数	390 社	342 社	320 社	279 社

資料：商工会実態調査

［会員事業所数の推移］

業　　種	平成 20 年	平成 25 年	平成 30 年	令和 2 年
建設業	４６社	４０社	４１社	４１社
製造業	４３社	３８社	３３社	２９社
卸売業	１８社	１５社	１１社	１０社
小売業	７９社	７０社	５７社	４９社
飲食・宿泊業	２５社	１９社	１６社	１９社
サービス業	４３社	４４社	３５社	３８社
その他	３０社	３０社	２８社	２９社
合計	２８４社	２５６社	２２１社	２１５社

資料：商工会実態調査

〔課題〕

当商工会は、地域唯一の総合経済団体として小規模事業者の経営改善に取組むとともに、長浜商店連盟や長浜まちづくり協議会の事務・事業などを通じて地域振興・地域活性化の推進にも取組んできた。

しかしながら、急速な少子高齢化、過疎化の進行により、事業所の減少や商店街の賑わいの喪失など地域活力が失われていることに加え、長引くコロナ禍による小規模事業者の経営環境悪化など厳しい状況が続いており、国、愛媛県、大洲市、関係団体等と密接に連携し、商工業の活性化、維持発展を図ることが喫緊の課題となっている。

また、観光振興面では、「赤橋」や「肱川あらし」、「坂本龍馬」ゆかりの名所旧跡等数多くの観光資源を有しながら、町外から訪れる観光客への受け皿（飲食店、宿泊施設、交流施設等）に乏しく、長浜の魅力の情報発信も十分でないなど、せっかくの観光資源を有効に活用できていない。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①１０年程度の期間を見据えて

地域の人口減少に歯止めがかからず、小規模事業者の減少も進んでおり、今後、事業者の高齢化・後継者不足等から廃業が加速することが予想されることから、今後１０年程度、事業計画に基づいた経営発達支援、事業承継支援、創業支援を重点的に実施し、併せて地域資源を活用した地域活性化を展開することで、管内小規模事業者の持続的発展を図っていく。

②第２次大洲市総合計画との連動性・整合性

大洲市の「第２次大洲市総合計画」では、主要施策に「地場産業の振興」、「企業誘致の推進と創業の支援」、「地元商業の活性化」、「雇用の創出と就労環境の改善」を掲げており、本商工会も、計画にある「大洲産業フェスタ」への参画や、「大洲ええモンセレクション」への認定支援等を通じて売れる商品開発と販路拡大に引き続き努めることとしているほか、創業支援、商店街の振興などにも取組んでおり、連動性・整合性は取れている。

③商工会としての役割

本商工会としては、多発する大規模災害や、新型コロナウィルスなどの感染症へのリスク管理や事業継続力の強化支援を行うとともに、DX の推進など社会経済環境の変化に対応した経営支援ができるよう、愛媛県、大洲市、その他の支援機関と更なる連携を深めた支援体制を強化していくとともに、支援力強化のため職員の資質向上に努める。

（3）経営発達支援事業の目標

第１次計画の取組みの反省と外部評価者からの指摘、管内の現状と課題等を踏まえ、支援対象とする事業者とその目指すべき将来像等を明確化させるとともに、具体的かつ実行可能な目標を掲げ、小規模事業者の持続的発展による地域経済の維持、発展を目指す。

①経営改善、経営力向上による経営基盤の強化
②地域資源等を活用した新商品の開発と販路開拓支援
③経営指導員等の資質向上等による支援能力の強化

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

①経営改善、経営力向上による経営基盤の強化

国が提供するビッグデータ「ＲＥＳＡＳ」を活用した分析調査や、小規模事業者に対する景気動向調査の分析結果を活用するとともに、ＤＸ推進セミナーや経営分析セミナー、ローカルベンチマークを取り入れた経営分析により、小規模事業者の事業計画作成支援を行い、小規模事業者の経営基盤の強化を図る。

②地域資源等を活用した新商品の開発と販路開拓支援

需要動向調査により消費者動向を分析し、地域資源を活用した商品開発・改良へ活用する。また、商談会への参加支援やＥＣサイトを活用した販路開拓支援を行うとともに、ＳＮＳを活用した販路開拓への取組支援や大洲市「大洲ええモンセレクション」の認定支援を行う。

③経営指導員等の資質向上等による支援能力の強化

職員として目指すべき能力目標を設定し、経営指導員、経営支援員それぞれのステージに応じた資質向上を図るほか、経営支援能力向上セミナーやＤＸセミナー等への積極的な参加や、ＯＪＴ、定期的な支援ノウハウの共有を図る。

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〕

第１期からの取り組みとしては、小規模事業者アンケート調査の実施や、四半期毎に全国商工会連合会が実施している中小企業景況調査において調査対象になっている管内１５事業者（製造業３・建設業３・小売業４・サービス業５）の調査結果並びに、愛媛県商工会連合会作成による県内景気動向報告、(独立行政法人中小企業基盤整備機構四国作成による四国内景気動向データ、全国商工会連合会が作成する全国景気動向報告）を一つにまとめて、ＨＰ上にて情報提供してきた。

〔課題〕

課題としては、地域内の経済動向の把握には１５事業者のみを対象とした調査では、偏った傾向になることもあったことから、本計画では調査対象事業数を３０社（管内小規模事業者の約１２％）に増やし実施するとともに、これまで実施していなかった国が提供するビッグデータ「ＲＥＳＡＳ」を活用した専門的な分析を行って小規模事業者の経営計画策定に活用可能な経済動向結果を提供する。

（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
①国が提供するビッグデータ「ＲＥＳＡＳ」を活用した分析調査回数	HP 掲載	―	1回	1回	1回	1回	1回
②小規模事業者に対する景気動向調査の公表回数	HP 掲載	―	4回	4回	4回	4回	4回
③統計資料等を活用した景気動向等分析調査の公表回数	HP 掲載	2回	2回	2回	2回	2回	2回

（３）事業内容

①国が提供するビッグデータ「ＲＥＳＡＳ」を活用した分析調査

産業構造等の変化が激しい本市の産業動向について、限られたマンパワーや施策支援を集中投下し、効果的な経済活性化を目指すため、経営指導員が国の提供するビッグデータ「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した管内の経済動向分析を行い、年 1 回、本会ＨＰ上に公表する。

分析項目	分析内容
大洲市の人口動向	人口増減、自然増減、社会増減の推移、年齢階級別純移動数の時系列分析的やまた要因分析等を行い、小規模事業者における顧客層の把握による販路開拓に活かす
産業構造マップ	管内の主要産業や域外からお金を稼ぐ産業等を分析するとともに、他地域と比較することで、自地域の業種別の強み・弱みや現在の 立ち位置（水準）を把握し、要因を分析することで、事業計画における顧客ニーズと市場の動向に反映させる。

②小規模事業者に対する景気動向調査

管内の景気動向を把握しミクロ的な見地に立った情報提供を行い、管内小規模事業者に広く周知するとともに、巡回指導を行う際の参考資料とすべく、小規模事業者に対しての景気動向調査を行う。

現行の１５者では、偏った傾向になることもあったことから、調査対象事業者を３０者とし、業種別景況をヒアリング調査・分析し、本会ＨＰにて年４回公表する。

実施１年目の令和４年度においては、全国商工会連合会の実施する中小企業景況調査の調査票フォームを使用する事業所１５者、独自に選定し独自に作成したヒアリング用調査表を使っての１５者の計３０者にて実施する。

令和５年度からは、全国商工会連合会の実施する中小企業景況調査が委託期間満了のため、独自に作成したヒアリング用調査表にて３０者すべて行うこととする。

＜独自に作成するヒアリング用調査表内容＞

項　目	内　　容
調査対象	管内小規模事業者３０者（製造業、建設業、小売業、サービス業から）
調査項目	売上高（工事高）・経常損益・在庫・雇用・資金繰りの 前期の比較と来期の見通し、 経営上の問題点と解決のための取組み内容 現状把握と課題の抽出に重点をおいたヒアリングシートとし、事業者への負担を最小限としつつ、経営分析、経営計画へとつなげていくための契機となることを目指す。
調査手法	経営指導員等の巡回訪問等によるヒアリング
調査回数	年４回
分析手法	経営指導員等が業種別経済動向の分析及び経営上の問題とその対応についての分析を行う

ヒアリングシート

景気動向調査表シート

長浜町商工会

質問１　今期の貴社の状況はいかがですか？
また、来期の見通しは今期と比較していかがですか？

		前期に比べて	今期に比べて来期は
イ	売上高	1．増加　2．不変　3．減少	1．増加　2．不変　3．減少
ロ	経常利益	1．増加　2．不変　3．減少	1．増加　2．不変　3．減少
ハ	在庫	1．過剰　2．不変　3．不足	1．過剰　2．不変　3．不足
ニ	雇用	1．過剰　2．不変　3．不足	1．過剰　2．不変　3．不足
ホ	資金繰り	1．容易　2．不変　3．困難	1．増加　2．不変　3．減少

質問２．　現在直面している経営上の問題点は？（複数選択可）

1	競争の激化	11	労働時間の短縮
2	新製品・新商品の開発	12	人手不足
3	在庫調整	13	人員過剰
4	受注の減少	14	人件費の上昇
5	仕入価格の上昇	15	設備の老朽化
6	販売価格の低下	16	消費者ニーズへの対応
7	販売生産数量の低下	17	その他
8	販売コストの上昇		
9	資金繰り		
10	金利負担		

質問３，　質問２，の課題解決のために取り組む優先順位は？

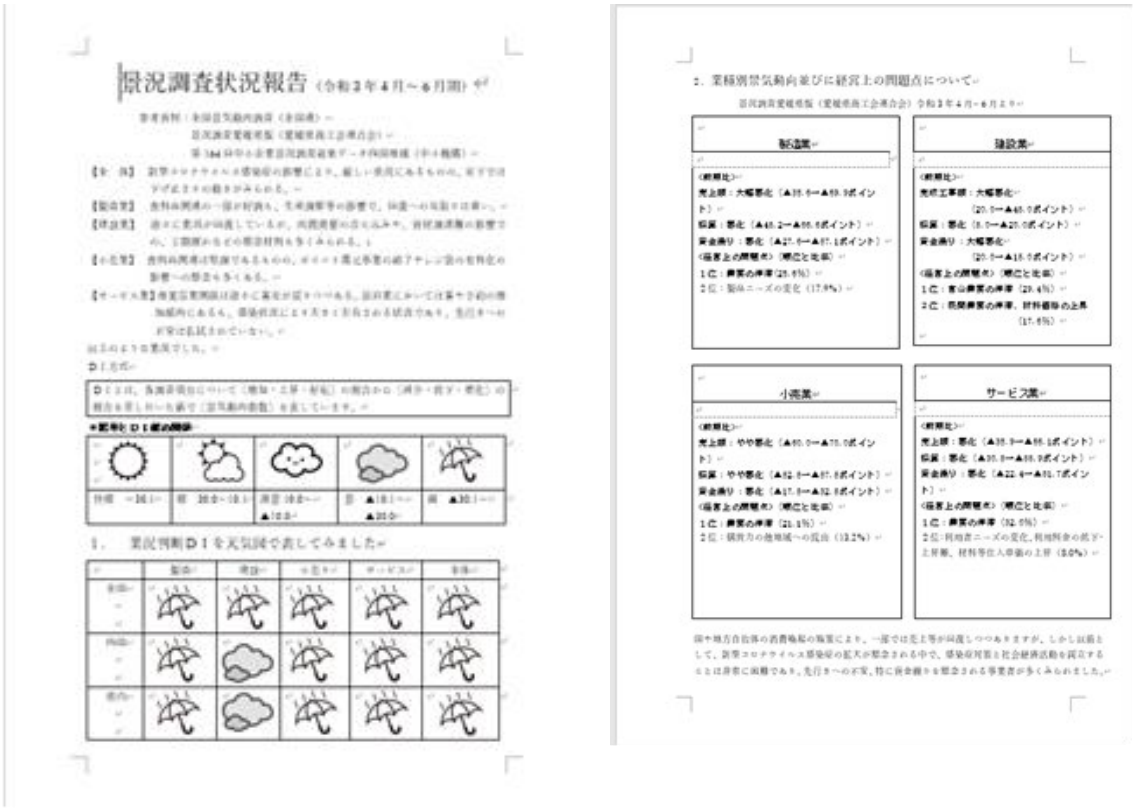
1	
2	
3	

③統計資料等を活用した景気動向等の分析調査

前期同様に、全国商工会連合会、独立行政法人中小企業基盤整備機構、愛媛県商工会連合会が提供する景気動向に関する資料を活用し、調査・分析。数値化やイメージ図により結果を本会ＨＰに年２回公表し、マクロ的見地からの景気動向等を広く管内事業者に周知するとともに、経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

調査項目	下記調査データをそれぞれのＨＰ上から入手して、範囲別の景気動向調査情報を提供する。 ・中小企業景気動向調査（全国商工会連合会作成） ・中小企業景況調査四国地域版 （独立行政法人中小企業基盤整備機構作成） ・中小企業景況調査愛媛県版（愛媛県商工会連合会作成）
分析手法	経営指導員が、全国的な状況や、四国の状況、県全体の景気動向と管内における景況との差異や消費購買動向、観光動向について比較分析を行う

（現行長浜町商工会にて作成し公表した情報提供資料）



景況調査状況報告（令和３年４月～６月期）

２．業種別景気動向並びに経営上の問題点について

製造業

建設業

小売業

サービス業

（４）成果の活用

上記調査で収集した情報は、専門家と連携して業種別・内容別等に分析整理し、本会ホームページに掲載し、広く地域小規模事業者等に周知するとともに、地域小規模事業者への巡回訪問及び個別相談の際に提供する。また、小規模事業者に対する事業計画作成支援等の基礎資料として活用する。

４．需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕

これまでの取り組みは、イベントでの不定期なアンケート調査のみであり、小規模事業者が取扱う商品等の情報は、需要動向調査として体系化しておらず、調査情報としては不十分であった。

〔課題〕

そのため消費者のニーズ・ウォンツと小規模事業者が思っている需要動向や、事業者や経営指導員が考える消費者ニーズ、動向に食い違いが生じてミスマッチを生じ、ビジネスチャンスを逃していることも多々ある。

また、せっかく収集した情報を事業者が有効に活用できるまでにいたっていない面もある。

（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
①管内特産品等に対しての消費者需要動向調査 ・調査回数	―	2回	2回	2回	2回	2回
・調査支援対象事業者数	―	3者	2者	2者	2者	2者
・品目	―	（志ぐれ）	（柑橘加工品）	（農産物加工品）	（海産物加工品）	（和菓子）
②管内特産品等に対しての業者需要動向調査 ・調査回数	―	1回	1回	1回	1回	1回
・調査支援対象事業者数	―	1者	1者	1者	1者	1者
③管内における商品券による消費購買需要動向調査	―	1回	1回	1回	1回	1回

（3）事業内容

今後は、マーケットインの考え方に基づき、市場で「今消費者が何を求めているか」というニーズやウォンツを確実に満たすため消費者の声や意見を起点に、事業者が商品開発やサービスを行っていかなければならない。

本会が管内の地域資源を活用した商品開発・需要の掘り起こし・販路拡大に取り組む事業者を支援する事を目的に「消費者」「バイヤー」を対象としたニーズ調査を行う。

各ターゲットの消費性向を絞り込む事で、有効な事業計画策定や商品開発・販売先の確立を目指す。

① 管内特産品等に対しての消費者需要動向調査

管内の事業者が製造する地域資源等を活用した特産品商品が、来場者にどのような評価を得ているのか、試食や商品評価を実施し、消費者の動向を分析したうえで、当該個社にフィードバックし、商品開発・改良へ活用、「売れる商品」にブラッシュアップする。

【実施場所・選定理由】

愛媛県立長浜高等学校「長高水族館」来場者受付横にて実施。

当管内には、道の駅や特産品販売所等、人が多く集まる施設等が無い。その中で、毎回 100 名以上の来館者があり、そのほとんどが域外からの来場者であ

るため、有効な調査結果が得られると思われる「長高水族館」にて調査を実施する。

【サンプル数】　「長高水族館」来場者 50 人 ／1 者あたり

【調査手段・手法】

毎年５月と 11 月の 2 回、長高水族館が開館する第３土曜日に実施し、来場客に調査事業者ごとに商品を店頭で試食してもらい、その場で記入してもらうアンケートを実施。

【分析手段・手法】

調査結果は、販路開拓等専門家（愛媛県よろず支援拠点コーディネーター等）に意見を聞き経営指導員が商品分析を行う。

【調査項目】

ⅰ）味、ⅱ）大きさ、ⅲ）見た目、ⅳ）食べやすさ、ⅴ）価格、ⅵ）パッケージ　その他

【分析結果の活用】

分析結果は、経営指導員等が当該関係事業者に直接説明する形でフィードバックし、特に域外からの来場者や観光客等のニーズ動向を検討していき、更なる改良等を行い、「売れる商品」に仕上げる。

② 管内特産品等に対しての業者向け需要動向調査

B to B 向けに、ブラッシュアップした商品を、愛媛県や愛媛県商工会連合会が開催する「商談会」において主催者の協力を得て来場するバイヤーに対し、試食、アンケート調査を実施する（年 1 回）。

【選定商談会】　「えひめが誇るすご味・すごモノ商談会」※１

【サンプル数】　来場バイヤー 10 人

【調査手段・手法】商品を試食してもらい、ヒアリング方式による意見を収集

【分析手段・手法】

調査結果は、販路開拓等専門家（愛媛県よろず支援拠点コーディネーター等）等に意見を聞き経営指導員が商品分析を行う。

【調査項目】ⅰ）味、ⅱ）大きさ、ⅲ）見た目、ⅳ）食べやすさ、ⅴ）価格、ⅵ）素材感　ⅶ）取引条件　等

【分析結果の活用】

分析結果は、経営指導員等が当該関係事業者に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行い、より魅力度をアピールできる商品とする。

③ 管内における商品券による消費購買需要動向調査

本商工会においては、管外への消費流出防止を目的とした、年間を通じて販売する「ながはま商品券」と年 1 回販売する「プレミアム付きながはま商品券」の 2 種類を販売している。

取扱い登録店舗数　約 60 店

年間販売実績（令和 2 年度）

「ながはま商品券」

販売額　約 2,200 万円　利用者数　約 1,200 人

「プレミアム付きながはま商品券」

販売額　約　760 万円　利用者数　約　390 人

それぞれにおいて、消費者の購買・消費需要動向、また、商品券が利用可能な取扱い登録店における利用状況や商品券を活用した販促手法等をアンケート調査形式にて実施する。

【調査目的】

管外へ消費流出が大きいと思われる、家電製品・家具をはじめドラッグストアーなどの量販店への消費者の動向を中心に調査・分析し、その結果を対象となる登録店にフィードバックすることにより、登録店においての課題の抽出や販売促進をはじめとする営業活動の強化に繋げていく。

【調査手段・手法】

調査方法として次の 2 通りにより行う。

（1）利用店においてアンケート調査表配布ならびに回収 50 名

（2）婦人会をはじめ、各種女性団体に調査協力を依頼し、協力調査対象者を抽出し、アンケート調査表並びに返信用封筒を同封して 100 名に郵送する。

回収した調査票より、商品券の使用状況をはじめ、消費者のニーズ等の調査分析を行い、登録店に情報を提供する。

1 年おきに、「ながはま商品券」・「プレミアム付きながはま商品券」それぞれに対してのアンケート調査を行う。

【分析結果の活用】

このアンケート調査結果を分析して、消費者が何に利用しているか、また消費者のニーズを商品券取扱い登録店に公開し、商品券を活用したサービスの展開等や取扱商品の見直し他、今後の販促事業への活用を通して、経営に活かしてもらうよう情報提供による支援を行っていく。

※1

「えひめが誇るすご味」、「えひめが誇るすごモノ」データベース掲載事業者等を対象に県内外の百貨店・専門商社・セレクトショップ・量販店等のバイヤーを招へいしたマッチング商談会で、愛媛県並びに愛媛県商工会連合会共催にて例年、２月～３月にかけて開催されている。

令和２年度　出展企業 104 社　バイヤー114 社

令和元年度　出展企業 133 社　バイヤー70 社

平成 30 年度　出展企業 114 社　バイヤー65 社

が参加され、出展企業にとって、大きなビジネスチャンスとなっている。

５．経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

〔現状〕

第１期計画の取り組みとしては、自社の経営状況を把握し強みを活かした経営を推進するための経営分析の重要性の認識と経営者の意識改革を狙い、巡回訪問や経営分析セミナーを開催し、事業者の掘り起こしを行ったが、支援ターゲットが不明確であったこともあり、持続化補助金等の活用をきっかけとした簡易な経

営分析が多く、課題の抽出は出来ても自社の強みまで見出すことができず、経営基盤の確立に繋げる戦略策定を導くための経営分析に至っていないケースも多く見受けられた。

〔課題〕

分析手法も財務分析、ＳＷＯＴ分析、３Ｃ分析及びＰＥＳＴ分析等を活用した経営状況分析を計画していたが、事業者が求める目的の違いや経営指導員の分析手法の違いもあって統一的な分析がなされていなかった。

そのようなことから、現状と課題を踏まえて、経営実態から経営課題と強みを出すための「経営状況の分析」からスタートし、「経営計画の策定」、そして「新たな需要の開拓」へと一連した支援に繋ぎ、活力のある企業を育成する。

また、経営分析手法の見直しを図り、全経営指導員共有の分析手法として「ローカルベチマーク」を取り入れ、より経営の現状に踏み込んだ経営分析を行うとともに、統一的な支援が可能とする体制を整える。

（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
①経営分析セミナー開催件数	回数	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
	参加者総数	10 人	30 人	36 人	36 人	36 人	36 人
②経営分析事業者数		15 者	20 者	24 者	24 者	24 者	24 者

（３）事業内容

①経営分析セミナー開催による

経営分析を行う事業者の発掘のための周知・啓蒙活動

巡回訪問等やセミナー開催による経営分析の必要性や重要性の周知・啓蒙活動

小規模事業者が自ら経営分析の必要性・重要性を理解し、自社の「強み」「弱み」を把握し経営課題に気づき、事業者自身の経営分析力の向上を促すため、主に重点支援対象者を中心に経営指導員等が巡回・窓口相談の機会を活用し、随時、経営分析の必要性を小規模事業者に広く啓蒙を図る。

また、経営分析セミナーを開催し、変化する外部環境と自社の経営資源を踏まえた経営実態把握の重要性を認識させるとともに、経営者の意識改革に努める。

○経営分析セミナーの開催

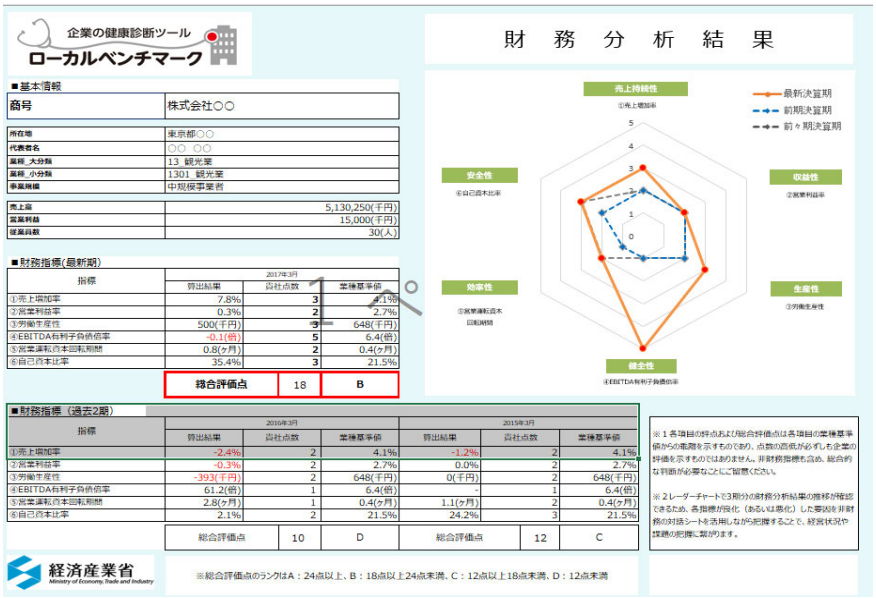
募集方法	チラシを作成し、新聞折込による配布及び本会ホームページで広く周知する。 巡回訪問による直接案内を行う。
内容	経営分析の必要性、財務分析の手法、自社の経営環境の分析手法等
開催回数	年２回
参加予定数	１回あたり１５名予定

②小規模事業者に対する経営分析の実施

小規模事業者の経営分析にあたっては、経済産業省のローカルベンチマークシートを活用。

分析手法を経営指導員が統一し、財務諸表による数的見地からの定量的分析と、定量的な項目分析では見出せない小規模事業事業者特有の定性的な項目について、当該事業者にヒアリングを行い、ＳＷＯＴ分析等を用いて自社を取り巻く外部環境や内部環境等による自社の現状等を分析し、実態課題の洗い出しを行う。

また、経営分析の過程で発生した専門的な課題や詳細な分析を要する場合には、愛媛県商工会連合会の経営支援グループや愛媛県よろず支援拠点等の専門家と連携し、課題内容に応じた高度かつ専門的な分析等も取り入れる。



（経済産業省　ローカルベンチマークシート：結果表示シート）

【対 象 者】

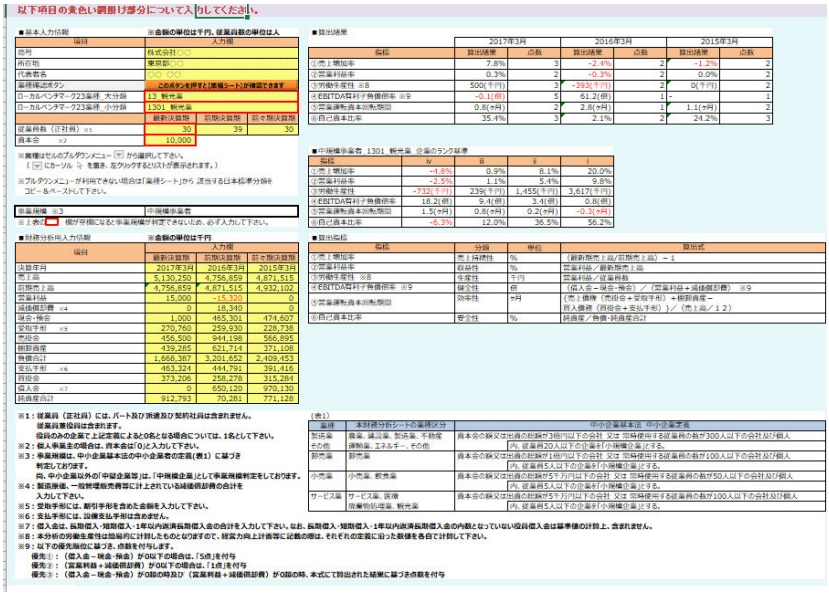
巡回訪問や窓口対応時及びセミナー参加者の中から意欲的な事業者　２０社選定する。選定にあたっては、持続化補助金等申請者、販路拡大の可能性の高い事業者、セミナー参加者を中心に行う。

【分 析 手 法】　ローカルベンチマーク「経営分析シート」による分析

□定量分析

項　　目	内　　容
分析目的	小規模事業者の現状を分析することにより、経営状態を把握することで、今後の支援策に繋げる。
分析項目	（経営分析シート１・・・6 項目） ・売上高（工事高）増加率（売上持続性）、 ・営業利益率（収益性）、 ・労働生 産性（生産性）、 ・EBITDA 有利子負債倍率（健全性）、 ・営業運転資本回転 期間（効率性）、 ・自己資本比率（安全性）、 その他 ・付加価値額（営業利益＋人件 費＋減価償却費） ・売上高総利益率、流動比率、損益分岐点、キャッシュ フロー など
分析方法	経済産業省が企業の健康診断ツールとして提供するローカルベンチマー クを活用するとともに、収益性、安全性、資本効率性、成長性に関する 指標については、財務情報から得られた内容から分析を行い、小規模事 業者の経営状態を把握する。

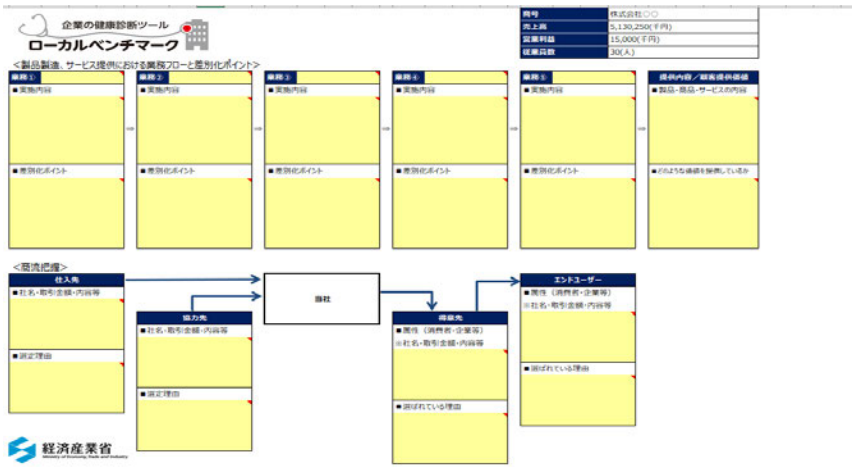
（経営分析シート 1）



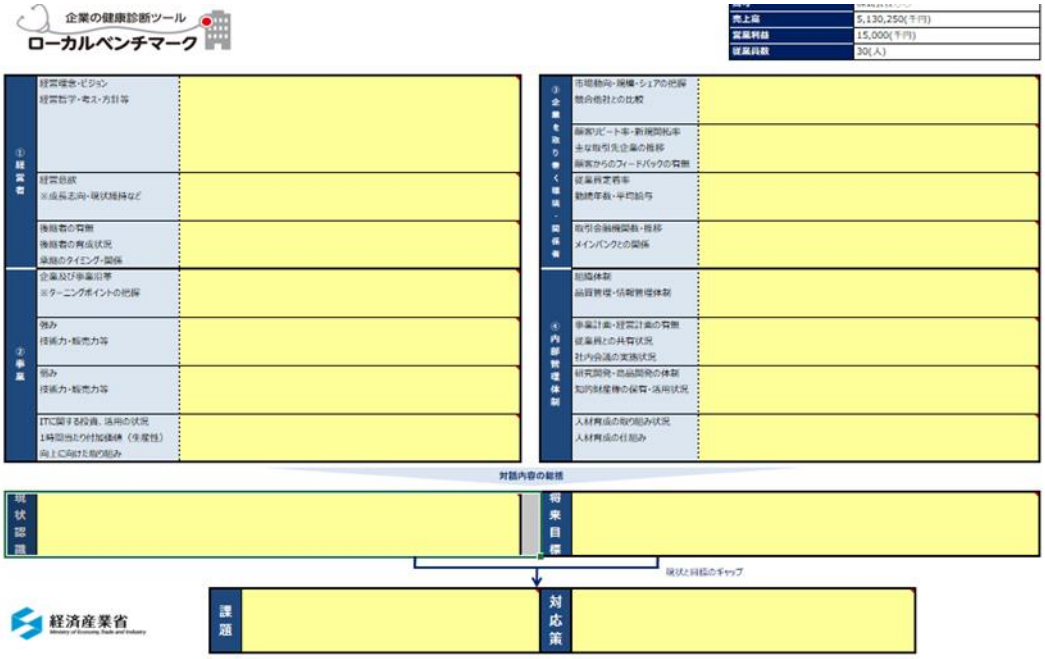
□定性分析

項目	内容
分析目的	小規模事業者に対する個社支援を実施するために、競争力の源として、人材、技術、技能、知的財産、組織力、ネットワークなど、財務諸表に は表れてこない『資産』を発掘する。この内部環境の把握に加え、外部 環境として、地域経済動向調査結果を踏まえることでＳＷＯＴ分析を行い、事業計画策定へと繋げ、将来的な業績の向上に結び付ける。小規模 事業者の現状を分析することにより、経営状態を把握することでき、今後の支援策に繋げる
分析項目	（経営分析シート２　、経営分析シート３　） ・業務フローや商流を再確認 自社の業務フローと他社との差別化ポイントを分解しながら整理する。例えば、「商品企画→商品開発→製造→デザイン→販売」といったフローに分け、各段階で分析を加える。 ・非財務情報の確認 企業の現在の姿を映して将来の可能性を４つの視点より評価する ⅰ）経営者　　ⅱ）事業　ⅲ）企業を取り巻く環境・関係者　ⅳ）内部管理体制 ・その他　SWOT 分析等
分析方法	「強み」と「経営課題」をはじめ内部環境の把握を行い、それを「見える化」し、地域経済動向調査の結果によって得られる外部環境を加味したＳＷＯＴ分析を経営指導員等が実施することにより、小規模事業者の業績向上へ繋げる。

（経営分析シート２）



（経営分析シート３）



（３）成果の活用

経営状況の分析結果については、当該事業所に対してフィードバックし、経営実態からどこに問題があるのか等の経営課題を明確化させ、事業計画策定支援などに活用していく。

また、個別の経営分析の結果は、業種別・分析項目別に整理し、必要な時にスムーズな提供が図れるよう経営指導員間で情報の共有を図り、巡回訪問や窓口相談を通して、情報の提供を図るとともに、事業計画策定の基礎資料として活用する。

６．事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕

第１期計画の取組みとしては、毎年度、事業計画策定セミナー及び個別相談会等を実施し、事業計画に基づく経営の重要性を周知し、事業計画策定を支援してきたものの、その大半は補助金申請に伴う簡易的な事業計画に留まっており、事業計画策定において、比較的支援者に任せきりとなり、事業者本人や関係者が主体的に考え作成していないケースが多かった。

創業・事業承継計画については、毎年 2，3 件の相談があり、その都度、経営指導員や必要に応じ専門家が個別に対応してきた。

〔課題〕

コロナ禍による経営環境の変化に対応し乗り越えていくためには、事業計画

策定の意義や重要性に対する理解をより浸透させていかなければならない。経営分析を実施した小規模事業者に対し、改善や改革を図っていく必要性を周知し、事業計画の作成支援につなげていく。

創業者や事業承継者については、経営に不慣れなこともあり、個別指導に重点を置き、よりきめ細やかな支援を実施する。

（2）支援に対する考え方

事業者自身が主体となり、事業計画を策定していくためには、必要性、重要性を認識してもらうことが必要である。そのための動機付けとなる内容のセミナーを実施し、小規模事業者自身が進んで目的を持った事業計画策定や計画推進に取りくめるよう支援する。

創業・第二創業予定者に対しては、大洲市の創業支援等事業計画に基づき、個別相談により創業計画策定を支援する。

事業承継支援については、愛媛県商工会連合会、愛媛県よろず支援拠点、愛媛県事業承継・引継ぎ支援センターと連携を図り、早期の事業承継に向けた事業計画策定を支援する。

事業計画の策定前段階においてＤＸに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

（3）目標

支援内容	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
ＤＸセミナー	－	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	7者	8者	8者	8者	8者	8者
創業・第二創業事業計画策定事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
事業承継計画策定事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者

（4）事業内容

①ＤＸ推進セミナーの開催

ＤＸに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にＤＸに向けたＩＴツールの導入やＷｅｂサイト構築等の取組を推進していくために、セミナーを開催する。

◎支援対象　事業拡大・販路開拓に意欲的な事業者
◎募集方法　チラシ配布・商工会ホームページ、ＳＮＳ掲載、巡回訪問による周知
◎講　　師　ＤＸに精通した専門家
◎回　　数　年１回
◎カリキュラム

・ＤＸ総論（ＤＸとは？・ＤＸの必要性・メリット等）や具体的な活用事例
・ＳＮＳを活用した情報発信方法
・ＥＣサイトの利用方法等

◎参加者数　　15名程度
◎支援手法　　セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてＩＴ専門家派遣を実施する。

②「事業計画策定セミナー」の開催

経営状況の分析を実施した事業所のうち、事業継続・拡大に前向きな事業者を対象とした事業計画策定セミナーを開催し、経営環境の変化を踏まえ、需要を見据えた事業計画を作成するためのノウハウの習得を図る。

◎支援対象　　経営分析を行った事業者のうち、事業継続・拡大に前向きな事業者
◎募集方法　　経営分析を実施した事業者に個別で周知
◎講　　師　　専門家（中小企業診断士）
◎回　　数　　年1回
◎カリキュラム　事業計画策定手法の基礎的な知識の習得
◎参加者数　　10名程度
◎支援手法　　事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、計画書作成を支援していく。また、計画策定の過程で専門的な課題が生じた場合には、中小企業診断士や愛媛県よろず支援拠点等の専門家と連携し、実現可能性の高い事業計画の策定につなげていく。

③創業・第二創業支援

創業・第二創業予定者については、経営指導員による個別相談を実施し、創業計画の策定支援を行う。創業資金については大洲市中小企業者・小規模事業者応援事業創業支援事業補助金や、日本政策金融公庫の制度の利用を推進し、円滑な創業が行えるよう支援する。

④事業承継支援

小規模事業者の高齢化が進展するなか、将来にわたって持続的な経営を行っていくためには、後継者に対する円滑な事業承継が重要な課題である。

日々の巡回訪問等で、事業継続の必要な事業所の掘り起こしを行い、愛媛県商工会連合会、愛媛県よろず支援拠点、愛媛県事業承継・引継ぎ支援センターと連携を図り、早期の事業承継に向けた事業計画策定を支援する。

事業を承継して間もない若手経営者については、経営分析セミナー、事業計画策定セミナーへの参加を促すなど事業計画策定に必要な財務分析等の知識の習得を図り経営者としてのスキルアップを支援するとともに事業目標の設定や計画策定についての意識づけをし、事業計画策定について、より分かり易く寄り添いながら伴走型の支援を行う。

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〕

事業計画策定が補助金申請にあたっての簡易的なものが多いことから、事業実施についても補助事業実施に対するフォローアップに手いっぱいとなり策定した計画の進捗状況の確認や見直しまで行えていない。

〔課題〕

事業計画策定後、実施にあたっての課題等の早期発見、解決のためにも定期的な巡回訪問を行い、外部環境への対応を踏まえた進捗状況の確認や予定と実行の乖離への対応等に対する支援を実施し、事業計画策定から実施まで伴走型の指導・支援を行い事業者の持続的な発展を図ること、また、専門的課題については専門家の個別指導によるフォローアップを実施することが必要である。

（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、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

また、創業者については、巡回訪問を強化し、記帳・税務・労務・金融等基礎的な指導を行いながら事業計画の進捗状況を確認、経営基盤確立に向けたよりきめ細やかなフォローアップを行う。

（３）目標

支援内容	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
フォローアップ 対象事業者数 ※	－	10者	10者	10者	10者	10者
頻度（延回数）	－	72回	72回	72回	72回	72回
売上増加事業者数	－	2者	2者	2者	2者	2者

※　4事業所（毎月1回）　→4者×12回＝48回
　　6事業所（四半期に一度）　→6者×　4回＝24回

（４）事業内容

事業計画策定後、四半期に１度以上巡回訪問を行い、進捗状況の確認を行うとともに、ＰＤＣＡサイクルを回すことで、事業内容の見直し等を行い、確実な事業実現に向けて必要な指導・助言を行う。

また、必要に応じ、専門的課題については、チームえびす、愛媛県よろず支援拠点、えひめ産業振興財団、愛媛県事業承継・引継ぎ支援センター等他の支援機関や専門家と連携しながら個別指導によるフォローアップを実施する。

なお、事業計画と進捗状況にズレが生じている場合や、新たな問題・課題が発生している事業者に対しては、愛媛県よろず支援拠点等の専門家と連携しながら、ズレが発生した要因や対応方策等を検討し、フォローアップの頻度変更や計

画の見直しを図るなど、支援対象事業者の状況に応じた適切な支援を伴走型で行う。

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

第１期計画の取組みとしては、伴走型小規模事業者支援事業補助金を活用し、首都圏での特産品販売、IT を活用した販路開拓支援として、ホームページ作成支援、SNS 活用セミナーなどを行ってきた。また、ウィズコロナ社会へ対応できるよう企業 PR 動画の作成支援を現在行っている。

今後は、さまざまなツールをいかに活用し販路開拓に繋げていくかであるため、十分な事後のフォローを実施していかなければならない。

（２）支援に対する考え方

ホームページ作成、企業ＰＲ動画作成支援を行った事業者を中心に、経営分析、事業計画策定を行い販路開拓に意欲的な事業者に対し、域外の需要を喚起し販路を拡大していくために、商談会への出店支援、ホームページやＳＮＳ、オンライン等を活用した新たな需要の開拓を支援する。

（３）目標

支援内容	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
①商談会への参加 支援事業者数	1 者	1 者	1 者	2 者	2 者	2 者
成約件数／者	0 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
②ＥＣサイト利用 事業者数	0 者	1 者	1 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率／者	0%	5%	5%	10%	10%	10%
③SNS 活用事業者	－	2 者	2 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率／者	－	5%	5%	10%	10%	10%
④大洲ええもんセレクション申請支援事業者数	－	1 者	1 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率／者	－	5%	5%	10%	10%	10%

（４）事業内容

①商談会への参加支援（ＢtoＢ）

令和3年度の事業において企業ＰＲ動画を作成した事業所のうち製造業を中心に愛媛県・愛媛県商工会連合会主催の「えひめが誇るすご味・すごモノ商談会※１」に参加を促す。また、中小企業基盤整備機構主催の Web 商談会※２へ

は食品加工業の参加を促し支援を行う。参加させるだけではなく、商談シートの作成支援や商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう商談手法などの事前研修を行うとともに、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

※１
「えひめが誇るすご味」、「えひめが誇るすごモノ」データベース掲載事業者等を対象に県内外の百貨店・専門商社・セレクトショップ・量販店等のバイヤーを招へいしたマッチング商談会で、愛媛県並びに愛媛県商工会連合会共催にて例年、２月～３月にかけて開催されている。
令和２年度　出展企業 104 社　バイヤー114 社
令和元年度　出展企業 133 社　バイヤー70 社
平成 30 年度　出展企業 114 社　バイヤー65 社
が参加され、出展企業にとって、大きなビジネスチャンスとなっている。

※２
独立行政法人中小企業基盤整備機構四国本部主催により令和2年度より実施されている販路開拓支援。個別商談会・随時開催。
ロット数にこだわらないバイヤーの招聘のため、小規模・零細事業者も参加可能であり、経営指導員同席するため、参加しやすくなっている。
令和2年度　参加バイヤー　37社

②ＥＣサイトを活用した販路開拓支援（ＢtoＣ）
全国商工会連合会が運用する「ニッポンセレクト」、県が運用する「愛媛百貨店」等のインターネット販売への掲載をネット販売による販路拡大に前向きな製造小売業を中心に巡回等で推進し、掲載手続き・掲載後の事務補助等の支援を行う。また、ＥＣサイトにおける商品の訴求力を高めるノウハウの提供やその対策、売上拡大事例の紹介などについて情報提供を行い、販路拡大に取り組む。

③ＳＮＳ活用による販路開拓の取り組み支援
地域小規模事業者に対し「Instagram」や「Twitter」等ＳＮＳを活用した企業商品情報等の発信の有効性等について、経営指導員等の巡回訪問を通じて理解の促進に務める。また、導入を希望する小規模事業者に対しては、全国商工会連合会が実施しているＥＣ化支援セミナー（Web セミナー）の積極的な受講呼びかけやＩＴ専門家による個別指導を実施し、ＳＮＳ活用の取り組みを支援する。

④大洲ええモンセレクションへの申請支援
大洲市は、大洲の優れた産品を「大洲ええモンセレクション」として認定し認知度アップ・流通の拡大に取り組んでいる。この認定制度は平成２４年度に開始され、現在長浜地区から８品が認定されているが、地域特産の伝統的名菓である「しぐれ」や「和菓子」は申請に至っていない。

認定されると、市の広報誌やホームページでＰＲ・推奨されるほか、市が主催、共催する物産展等へ優先的に出展できることから、物産展等への積極的な参加を促し、町外に向けての知名度アップ、販路開拓を図るよう支援する。大洲市及び関係事業者と連携のうえ、年１件以上の申請を目指す。

【大洲ええモンセレクション認定者販路開拓支援】令和 2 年度実績
◎市単独フェアの開催出展
場所　松山市内のスーパー4 店舗
◎県内におけるキャンペーン販売
場所　県内商業施設 3 店舗
◎バイヤー招聘小規模商談会（オンライン）
参加者　バイヤー　首都圏 4 社、4 認定事業者
◎首都圏販路開拓商談会（第 55 回ｽｰﾊﾟｰﾏｰｹｯﾄ・ﾄﾚｰﾄﾞｼｮｰ 2021）
出展者　愛媛県ブース　3 認定事業者

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〕
第１期計画における事業の評価及び見直しをするための仕組みについては、商工会役員、中小企業診断士等の外部有識者等で構成する経営発達支援推進・評価委員会を年１回以上開催し、計画期間中における各年度の事業内容・成果について評価・見直し案の提示をいただき、理事会へ報告するとともに、ＰＤＣＡサイクルによる検証を行い、計画のブラッシュアップを図ってきた。
〔課題〕
本計画においても、この仕組みを継続実施していくが、コロナ禍によって急速に普及してきたテレワークや E コマースなどデジタル技術を活用したビジネス環境の変化に鑑み、IT・デジタル技術に精通した有識者を新たに追加することで、DX の推進に向けた支援の評価・見直しが出来るよう体制強化を図る。

（２）事業内容
○「経営発達支援推進・評価委員会」による事業の評価・検証・見直し案の検討
商工会三役、商工会工業部部長・副部長、商工会商業部部長・副部長、大洲市商工産業課長、長浜まちづくり協議会各部会長、本商工会の法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士、IT・デジタル技術の専門家による「経営発達支援推進・評価委員会」を年１回開催し、事業の実施状況、成果の評価・検証を行うとともに、必要に応じ見直し案の検討を行う。
○当該評価委員会の評価結果は、理事会にフィードバックした上で、事業実施方針に反映させるとともに、ホームページに掲載（年１回）することで、地域の小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。

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〕

第１期における経営指導員等の資質向上の取組は、愛媛県商工会連合会等が実施する専門 研修等の参加を中心に支援知識の習得を図っており、また定期的に開催している職員会議等において、習得した支援知識や地域内小規模事業者の支援状況、事業のスケジュール等について職員間で情報共有を行ってきた。

〔課題〕

しかしながら、職員ごとに支援内容や能力に偏りが見られ、更に職員の退職による職員の入替が激しかったこともあり、組織全体の支援能力の向上は大きく上がったとは言い難い状況にある。地域小規模事業者が抱える経営上の問題は、より複雑化・高度化しているなかで一貫性の ある伴走型の支援が求められていることから、職員個人の資質向上はもちろん、職員全体による支援ノウハウ等の共有を図るなど、更なる支援能力の向上必要である。

（２）事業内容

愛媛県商工会連合会が主催する研修会への参加に加え、中小企業庁や中小企業基盤整備機構、中小企業大学校が主催する小規模事業者支援研修等へ経営指導員を派遣させ、必要となる知識・能力の習得、支援ノウハウの共有など、支援スキルの向上を図る。

また、毎月開催している職員会議において支援ノウハウの共有と小規模事業者支援システムを活用した支援情報の集約により、組織全体の支援能力向上に努める。

①外部研修会等への参加による資質向上

＜経営支援能力向上セミナーへの参加＞

事業計画策定や生産性 向上、事業承継などの小規模事業者の実態に応じた伴走型支援のスキルをはじめ、経営指導員等の支援能力の一層の向上を図るため以下のセミナーへの参加を行う。

◎中小企業庁（全国商工会連合会へ委託）が実施する経営指導員等向け小規模事業者支援研修（経営発達支援・ＩＴスキル向上・販路開拓手法等）へ参加する。

◎中小企業基 盤整備機構や中小企業大学校が主催する中小企業支援担当者研修会等へ経営指導員を計画的に参加させ、特に環境変化を捉えた事業計画の策定、新たな需要開拓による売上・利益の 確保を重視した支援能力の向上に努める。

◎愛媛県商工会連合会が実施する経営指導員等研修に経営支援員も積極的に派遣。特に本計画の中枢をなす事業計画策定に関する経営支援能力向上においては、愛媛県商工会連合会、中小企業大学校が実施するセミナーに経営支援員も全員参加させ、その策定数の増加と実現性の高い計画策定の支援が出来るよう支援スキルの向上に努める。

〈ＤＸ推進に向けたセミナーへの参加＞

コロナ禍の影響を受け、どの事業者においても、自社の業務やマーケティング活動において、ＤＸ(デジタルトランスフォーメーション)が求められている。

ＤＸ化は今や「したほうがいい」改革ではなく、「しなければ(時代に・競合に)取り残される」と言っても過言ではないほど、経営者にとって不可避の領域となっている。このように喫緊の課題である地域の事業者のＤＸ推進への対応が必要となっている。

そのため、経営指導員等はITスキルを向上させるなど、ニーズに合わせた相談指導を可能にするため、下記のようなＤＸ推進の取り組みに係る相談指導能力の向上のためのセミナーに積極的に参加する。

（ＤＸ研修内容）

◎会計を起点(内部業務効率化等)

労務管理／生産管理／在庫管理／販売管理等に紐づくビジネスプロセスなど業務効率のための基幹系プロセスへの支援対応のために、RPA※１、クラウド会計等への対応セミナーやビジネスモデル改善を企画＆実践できるDX人材育成への対応セミナーへの参加を行う。

◎顧客（市場）を起点（外部販路拡大等）

デジタル集客／名刺管理等顧客回りプロセス支援への対応等CRM※２・SFA※３による売上アップや利益率の向上など業績アップのための活用支援ツールへの対応セミナーへの参加を行う。

②ＯＪＴによる資質向上

経営指導員等の支援力を高めるために積極的にＯＪＴの機会を設け、巡回・窓口相談時において、必要に応じて若手職員はベテラン職員とともに小規模事業者の支援にあたり、指導・助言の内容、情報収集の方法について互いのスキルを学ぶとともに、支援ノウハウを指導員全体で共有するなどＯＪＴによる伴走型支援能力の向上を図る。

更に、本計画で実施する小規模事業者を対象とした経営計画セミナーや創業セミナー等も 支援スキル向上のための絶好の機会と捉え､担当経営指導員のみならず全職員の受講にも努める。

③職員間ミーティングの開催による一丸化と支援能力の向上

毎月 1回定期的に職員ミーティングを開催し、全職員が研修会等で得られた支援ノウハウや国・県 等の新たな支援策、巡回訪問で得られた地域内小規模事業者の経営状況や課題、支援の状況 等の情報を職員全員で共有することで、組織全体における支援能力向上を図るとともに､効果的な小規模事業者支援の推進を図る。

④データベース化による支援情報の共有

担当経営指導員等が、基幹システムや経営支援システム上のデータ入力を適時・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一定レベル以上の対応ができるようにする

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。

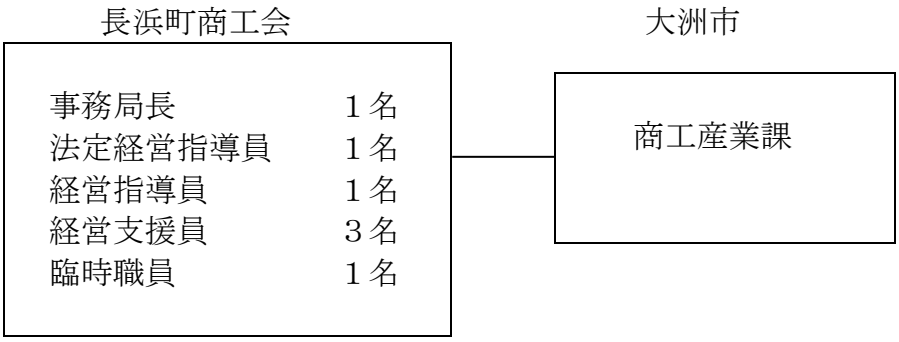
※１．　ＲＰＡ（Robotic Process Automation)・・・・人間がコンピューター上で行っている定型作業を、ロボットで自動化することをいい、別名「仮想知的労働者（デジタルレイバー)」と呼ばれている。
※２．ＣＲＭ　・・・・顧客情報を一元管理するシステム。
※３、ＳＦＡ（Sales Force Automation（営業支援）の略)・・・営業活動を支援するためのシステム。SFA（営業支援システム）とは、一元管理された顧客情報を基に、実際の営業活動をアシストする役割を果たす。

（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４年４月現在）

（１）実施体制



（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よる実施体制

①法定経営指導員の指名、連絡先
■氏　名：　大嶋　哲矢
■連絡先：　長浜町商工会　ＴＥＬ　０８９３－５２－０３１２

②法定経営指導員による情報の提供及び助言
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
〒７９９－３４０１
愛媛県大洲市長浜甲１０３０番地の３
長浜町商工会　ＴＥＬ　０８９３－５２－０３１２
ＦＡＸ　０８９３－５２－１５２６
Ｅｍａｉｌ　info@nagahama-sci.or.jp

②関係市
〒７９５－８６０１
愛媛県大洲市大洲６９０番地の１
大洲市環境商工部商工産業課
ＴＥＬ　０８９３－２４－１７２２
ＦＡＸ　０８９３－２４－１７３６
Ｅｍａｉｌ　shokosangyoka@city.ozu.ehime.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	1,010	1,010	1,030	1,030	1,030
地域経済動向調査	80	80	80	80	80
経営状況の分析	100	100	100	100	100
需要動向調査	150	150	200	200	200
事業計画策定支援	230	230	150	150	150
事業計画策定後のフォロー	150	150	200	200	200
新たな需要の開拓に寄与する事業	300	300	300	300	300

（備考）必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
国補助金、全国商工会連合会補助金、大洲市補助金 長浜町商工会管理費（会費、手数料等）

（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）

経営発達支援事業を共同して作成する商工会及び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ものの指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