

経営発達支援計画の概要

実施者	宇和島商工会議所（法人番号 7500005006183） 宇和島市（地方公共団体コード 382035）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目 標	経営発達支援計画の目標 (1) 地域の雇用と産業を支える小規模事業者の自立的経営力強化の実現 (2) 地域資源の魅力を活かした経済活性化 (3) 宇和島市の魅力的な商品およびサービス開発による需要の開拓 (4) 職員の資質向上と支援体制の強化
事業内容	1. 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 小規模事業者への中長期的な販売戦略や新分野進出に向けた取り組み等の際の参考データとして活用が必要である。業種や取り組みにより必要な情報が異なるため、今後は、支援事業者それぞれに必要な情報を、定量、定性ともに積極的にアウトプットし、事業計画策定に活用する。 4. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の販売する商品または提供する役務に対する個別の企業に応じた需要動向調査を実施し、事業計画策定における基礎資料とする。 5. 経営状況の分析に関すること 指導員による巡回・窓口相談、金融相談、税務指導、各種セミナーを通じて経営課題を抱える小規模事業者を掘り起した上で、経営分析ツール等を活用し、地域・全国の統計を参考とした経営分析を行うとともに、その分析結果に基づき、今後の支援策を検討する。 6. 事業計画策定支援に関すること 小規模事業者が課題解決に能動的に取り組めるよう「経営力再構築型(課題設定型)」の事業計画策定支援を実施する必要性がある。今後は、事業者自身が「自己変革力」を身に付けられるよう内発的動機付けを行いながら、実行可能な事業計画の策定支援を行う。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 計画実施にあたっては、経営指導員等が定期的に事業の進捗状況確認を行い、専門家等との連携によるフォローアップを実施。必要に応じて計画の見直しや追加策を検討するなど、伴走型支援を行う。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 地域資源を活用した魅力的な商品やサービスを発掘し、展示会・販売会への参加支援により、ノウハウの習得および商品を提案する機会を設け、ネット販売やSNSを利用した広告宣伝およびDXの推進など理解と認識を深めながら支援することにより、新たな需要の開拓を支援する。
連絡先	宇和島商工会議所 中小企業相談所 〒798-0060 愛媛県宇和島市丸之内 1-3-24 TEL : 0895-22-5555 FAX : 0895-24-6655 Email : ucci@uwajima-cci.or.jp 宇和島市 産業経済部 商工観光課 〒798-8601 愛媛県宇和島市曙町 1 TEL : 0895-49-7080 FAX : 0895-25-4907 Email : shoko2@city.uwajima.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現状

【位置・地勢】

宇和島市は、愛媛県西南部に位置し、東は1,000m級の山岳、西は宇和海に面し、入り江と半島が複雑に交錯した典型的なリアス式海岸が続く、5つの有人島と多くの無人島がある。春は日本列島の桜前線を知らせ、梅雨前線の影響や台風の通過により雨量も多く、冬には北西の季節風が吹き、積雪を見ることがある。

約100キロ離れている県都松山市以南では、最も大きな都市であり、高知県の一部を含む商圏を形成し、四国西南地域の商業拠点都市として発展してきた。

近年の高速自動車の整備により松山市等へ消費が流出しているほか、郊外の国道沿いへフランチャイズ店舗や全国展開のコンビニエンスストアなど大手企業が出店を進めている。



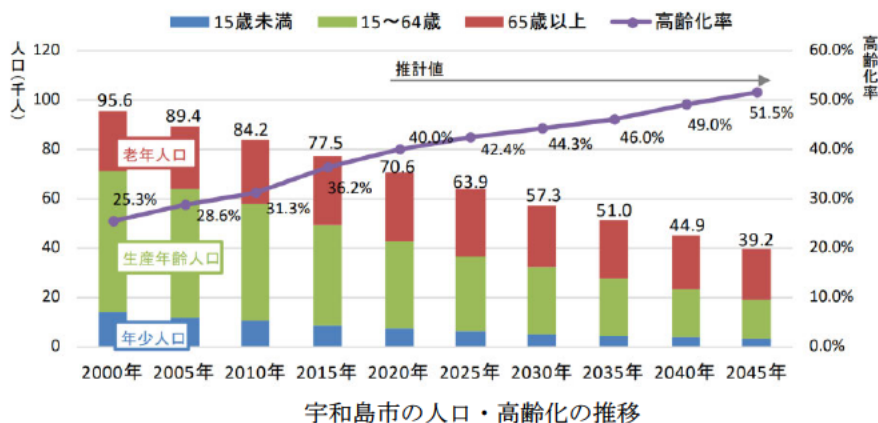
宇和島市の位置（出展：宇和島市）



伊達10万石の城下町。真珠や魚類の養殖で発展してきた。（出展：宇和島商工会議所）

【人口・小規模事業者数】

本市の総人口は、68,828人（令和5年10月現在）となっている。これまでの人口の推移をみると、2005年（平成17年）の市町村合併時には、89,444名であったが、令和5年2月には7万人を下回り、商工会議所管内の人口も同様に減少が急速に進んでいる。また、2020年の高齢化率（65歳以上の割合）は40%を超え、全国平均を大きく上回っている。



現在の宇和島市には宇和島商工会議所と津島町商工会、吉田三間商工会が併存している。宇和島商工会議所管内の小規模事業者数は2,457（平成28年経済センサス）であり、経営者の高齢化や後継者不足、コロナ禍における経営不振や原油・物価高騰の影響による廃業が増加し、減少傾向にある。加えて、購買機会の多様化、消費の低迷、商圏人口の減少によりさらに休廃業は増加すると思われる。

商工会議所管内人口

調査年	平成 17 年	平成 22 年	平成 27 年	令和 2 年
管内人口	57, 986	55, 195	51, 178	47, 443

(出典：国勢調査)

商工会議所管内小規模事業者数の推移

調査年	平成 21 年	平成 24 年	平成 28 年
小規模事業者数	3, 001	2, 529	2, 457

(出典：経済センサス)

【観光・食文化】

本市には、伊達政宗の長男、秀宗が宇和島藩初代藩主の城下町である。緑輝く山々と宇和海に包まれた優れた自然資源、現存する天守閣（国重要文化財）を有する宇和島城、天赦園や和霊神社に代表される伊達家ゆかりの歴史資源、全国的にも珍しい闘牛など、有形・無形の観光・交流資源が数多くある。



藤堂高虎が建てたお城。
その後、伊達家の居城となる
(出展：宇和島商工会議所)



種類豊富な柑橘類は宇和島
が誇る特産品
(出展：宇和島市)

食に関しては、生の鯛を使った宇和島鯛めしや、さつま、ふくめん、ふか(サメ)の湯ざらしなどの郷土料理のほか、海の幸を使った練り製品のじゃこ天、蒲鉾などの特産品が豊富にある。

柑橘に関しても日本有数の生産地であり、近年の地球温暖化の影響により、原産地イタリアの気候に近づいた恩恵を受けて、ブラッドオレンジが栽培されるようになり、それらを活用した商品が開発されるなどしている。



鯛の身をタレと混ぜ合わせ、
そのままご飯にかけて食べる
宇和島鯛めし。
(出展：宇和島市)

【産 業】

・商工業、中心商店街

本市は、愛媛県西南地域の中核都市として、高知県の一部を商圈として発展してきた。しかしながら、高速道路の整備や郊外のロードサイド店、コンビニエンスストア・ドラッグストアの出店に加え、令和2年には中心商店街に立地していた地元資本のスーパーが倒産し、商店街への人出減少や地位低下が起こっている。中心商店街の店舗数は127店、空き店舗は45店で空き店舗率は36.3%（令和5年4月調査）であり、空き店舗率の上昇が続いている。また、店舗に替わって事務所、介護施設が増える傾向にあり、空き地や駐車場も増加している。

また、小売、サービス業においても、消費者ニーズの多様化やマーケットの成熟、さらにはインターネット通販による購入機会の増加に加え、人口減少により売り上げは減少している。近年は、物価高騰などによるコストの上昇分を、最終的な消費者価格に転嫁できない小規模事業者も多く、経営を圧迫している。さらに、事業主の高齢化、後継者不足等による廃業も増加している。

中心商店街の状況 店舗数と空き店舗数推移

平成 30 年度	
店舗数 127	
空き店舗数 32	率 25.2%
令和 5 年度	
店舗数 124	
空き店舗数 45	率 36.3%

(出展：宇和島商工会議所)

宇和島市内産業別企業数の推移

	平成 19 年	平成 22 年	平成 24 年	平成 28 年	
					平成 19 年比
建設業	428	363	345	323	△24.5%
製造業	241	231	245	226	△6.2%
卸売・小売業	1,202	1,058	957	888	△26.1%
宿泊業・飲食サービス業	645	563	547	519	△19.5%
生活関連サービス・娯楽業	466	425	412	393	△15.7%
サービス業（他に分類されないもの）	281	251	255	243	△13.5%
不動産・物品賃貸業	307	258	254	234	△23.8%
運輸業	83	72	66	62	△25.3%
金融業	29	21	22	20	△31.0%
医療・福祉	264	263	279	273	+3.4%
その他	319	278	281	273	△14.4%
合計	4,265	3,783	3,663	3,454	△19.0%

（出展：RESAS 地域経済分析システム）

工業は、縫製や食品加工、真珠加工、木材製品製造や造船を含む輸送用機械器具製造などの伝統的な地場産業によって構成されており、雇用の場の確保に貢献してきたが、取り巻く経営環境が依然として厳しい中で、事業所の撤退や縮小が進み、事業所数や従業員数、製造品出荷額等いずれも減少傾向にある。

じゃこ天や蒲鉾などの練り製品製造販売業も当地ならではの産業であるが、原料魚の安定的確保や仕入価格、資材の高騰に加え、後継者不足など問題は山積している。

・農林水産業

本市は、西部一帯に広がる恵み豊かな宇和海を生かした水産業の街として発展してきた。マダイやハマチ、フグなどの魚類養殖や、真珠、真珠母貝の養殖が盛んに行われており、全国有数の生産地として知られている。鮮魚は市内の水産卸会社が主に関西方面の市場へ出荷し、フィー（片身）に加工して出荷することもある。魚類養殖業においては、最近の消費者の魚離れや買い手主導



ハマチの水揚げ（出展：宇和島市）

の価格形成、不安定な需給バランスに加え、飼餌料の高騰など経営環境は厳しい状況にある。真珠・真珠母貝養殖業においては、真珠製品の海外需要増大や高品質品への評価の高まりから、真珠・真珠母貝ともに価格は安定しているものの、母貝養殖業者の高齢化や担い手不足が顕著であるとともに、令和元年から顕在化しているアコヤガイのへい死が大きな問題となっている。

農業は、みかんなど柑橘類の生産が大きい。柑橘も品種改良がなされ、他地域にはない柑橘の栽培が行われている。ブラッドオレンジや甘平（かんぺい）など、高級な柑橘を使ったジュースやスイーツ、調味料などの加工品も販売されている。

②課題

本市の景況はかねてからの長期的な停滞状況にあったところに、新型コロナウイルス感染症の長期化、さらには原油・物価高騰等の影響も加わり、非常に厳しい経済状況となっている。様々な業

種が悪影響を受け、多数の事業者が事業収入を大幅に減少させた。事業継続を問われる事業者も多数発生することとなり、近年稀にみる危機的な経済状況となっている。

【商工業における課題】

商業・サービス業は、少子高齢化により管内人口は減少し、加えて消費者ニーズの多様化やマーケットの成熟、さらにはコンビニエンスストアやドラッグストアの進出、インターネット通販による購入機会の増加など、市場が縮小する中で小規模事業者は激しい競争にさらされている。近年は、物価高騰などによるコストの上昇分を、最終的な消費者価格に転嫁できない小規模事業者も多く、経営を圧迫している。

経営資源の乏しい小規模事業者は過度な価格競争に巻き込まれることなく、地域の強みであるノウハウや人間関係構築力を活かしつつ、計画的で効果的な戦略を策定し、自社の持つ経営資源を最大限に生かす必要がある。一方で弱みである DX の推進については、身の丈に合った DX を進め競争力を向上させ、効率性を高める必要がある。

工業、特に地域の主要産業でもある練り物製造や柑橘類などの食品加工業においては、管内の市場が縮小する中、需要の開拓の必要性及び安定的な生産体制の確立が必要である。材料の安定的な調達や人材の確保、技術の継承など経営課題は多い。

観光振興においては、歴史・文化を柱とし、自然・食などの魅力的な観光資源が多くあるものの、戦略的な観光振興に取り組むことができていない。また、高速道路の整備は進んでいるものの、距離的アドバンテージは未だに存在している。行政は今後 Web を活用するなどデジタルマーケティング等による観光プロモーションに取り組みこととしており、それらと連動した商品開発や観光資源の活用など商工会議所、小規模事業者のみならず各支援機関と連携し観光振興を推進する必要性がある。

（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

地域経済を支える小規模事業者は、人材や資金といった経営資源に大きな制約があり、また、商圈や商品およびサービスが限定され価格競争や顧客ニーズへの対応力が弱いため、取り巻く環境の変化に影響を受けやすい。加えて、経営者の高齢化、後継者・人材不足等が経営の低迷や廃業を招き、地域経済の大きな問題となっている。

10 年後の宇和島市の人口は 5 万人程度と、現在より約 2 万人減少すると推測され、更なる市場の縮小と競争の激化が予想される。こうした問題に対処するためには、地域の特色・強み・課題を踏まえ、自ら「事業の持続的な発展」を目指す小規模事業者に対して、小規模事業者においても 10 年先を見据えた実行可能な事業計画の策定とフォローアップを行い、加えて、創業支援、新商品・サービスの開発、事業の引き継ぎなど、長期的・継続的に支援を行う必要がある。また、当所のみで実行できる経営支援には限界があり、行政や金融機関、専門家やその他の支援機関と連携して、事業者に寄り添った伴走型支援を行っていく。

②宇和島市総合計画（第 2 次後期）との連動制・整合性

第 2 次宇和島市総合計画後期基本計画の計画期間は、令和 5（2023）年度から令和 9（2027）年度までの 5 年間、宇和島市ならではの特性や資源を活用し、豊かな自然や歴史文化、第 1 次産業を中心とした産業など、魅力的な『宇和島ならではの』を 7 つの視点を中心に政策目標を掲げて街づくりを推進している。

その中の政策目標 1「にぎわい」における商工業・観光の振興の政策方針として下記事項を挙げている。

商工業の 政策方針	広域的な商業中心地としての機能の維持と工業の発展を図るため、商工事業者及び商工会議所等の関係機関・団体と連携し、市内商工業の活性化に向けた取り組みを推進します。また、「宇和島市中小企業・小規模事業者振興基本条例」に基づき、商工事業者の支援を図ります。加えて、地域活力の向上と雇用の場の確保を見据え、既存企業の活性化や起業を促進していくとともに、優良企業の誘致に努めます。
観光の 政策方針	国内外を問わない交流人口の増加、体験型・滞在型の観光コンテンツの開発、強化と PR 活動を中心とした多面的な取り組みを、観光物産協会や観光関連事業者等と一体となって推進していきます。 また、各観光施設が老朽化しており、人口減少時代において、市の規模に見合った施設整備や管理を行っていくため、将来を見据えた観光振興を計画的に図っていきます。

上記の通り、行政においても商工会議所等との連携による商工事業者の支援、観光振興を掲げており、今後も連携強化が必要である。

③宇和島商工会議所の役割

宇和島商工会議所は、大正 3 年、前身の宇和島商工会創立以来、地域総合経済団体として地域社会の発展を願い、商工業の振興をはじめ幅広い活動を実施してきた。

小規模事業者に対する各種情報提供、記帳指導、金融(資金調達)指導のほか、経営全般への指導を行うとともに、平成 31 年 3 月に認定された経営発達支援計画に基づき、新たなビジネスプラン等に基づく経営の推進、需要開拓、新事業展開や高付加価値化等、小規模事業者の経営戦略に踏み込んだ支援を行ってきた。

今後も、小規模事業者の経営課題が多様化する中、地域に密着した顔の見える、幅広い相談に応じることのできる「かかりつけ医」のように、地域から必要とされる総合経済団体であり続ける必要がある。さらに、引き続き行政等が実施する小規模事業者のための各種支援施策を普及させるとともに、地域商工業者の声を行政に届けるパイプ役を担っていかなければならない。

(3) 経営発達支援計画の目標

上記のような宇和島市の現状と課題、宇和島商工会議所の役割を踏まえ、地域の経済基盤を確立していくために、下記のとおり支援を実施する。

(1) 地域の雇用と産業を支える小規模事業者の自律的経営力強化の実現

- ①経営環境の変化に耐えうる個社の自己変革力向上
- ②身の丈に合った DX の推進
- ③移住定住を含めた円滑な技術継承と事業承継

(2) 観光資源の魅力を活かした地域の経済活性化

- ①にぎわいの創出による中心市街地及び周辺地域の経済活力の向上
- ②インバウンド回復に向けた地域ブランド力の向上支援

(3) 宇和島市の魅力的な商品およびサービス開発による需要の開拓

- ①6 次産業化による新商品等の開発や新規分野への参入支援
- ②地域外の需要開拓に向けた展示会や商談会への参加支援

(4) 職員の資質向上と支援体制の強化

- ①OJT および OFFJT と支援事例の共有によるスキルアップ
- ②専門家との帯同支援によるスキルアップ

2. 経営発達支援事業の実施機関、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

目標達成のため、経営指導員・補助員のほか、一般職員についても支援力・資質向上を図り、各支援機関と連携することにより支援体制を構築・強化し、小規模事業者に対し長期的、継続的に下記の方針で取り組んでいく。

①地域の雇用と産業を支える小規模事業者の自立的経営力強化の実現に向けた方針

当地域の小規模事業者の多くは、事業計画を作ったことがなく、決算書の見方も分からず、経験や習慣などに基づいたその場しのぎ的な「成り行き経営」が一般的であり、必然的に「何が問題なのか分からない」「何をすればいいか分からない」状況に陥り、事業を発展どころか持続することが出来なくなっている。また、それらを相談する相手や習慣がなく孤独で経営を行っている方々が多い。

そこで、経営者等との「対話と傾聴」を通じて、事業者の「本質的課題」に対する経営者の「気づき・腹落ち」を促すことにより「内発的動機づけ」を行い、事業者の「能動的行動・潜在力」を引き出し、事業者の「自己変革・自走化」を目指す、小規模事業者支援を行う。そのうえで、身の丈に合ったDXの推進や、技術の継承、事業継続支援も展開していく。

②地域資源の魅力を活かした経済活性化に向けた方針

毎年7月に開催される「うわじま牛鬼まつり」（宇和島市、宇和島市観光物産協会、宇和島商工会議所による共催）は、約7万人の人出でにぎわい、宿泊や飲食、お土産品の購入など、地域にもたらす経済効果は大きい。歴史・文化を柱とし、自然・食などの魅力的な観光資源を強みとし、それらを軸とした持続可能なにぎわい創出を行う。また、SNSや動画などの活用を促し、積極的な魅力発信による来訪者の増加を目指す。

③宇和島市の魅力的な商品およびサービス開発による需要の開拓に向けた方針

社会構造の変化により消費者ニーズは多様化している。地域資源を活かし、いかに付加価値を提供していくかが重要である。また、当地域の人口減少を食い止めることは困難であることから、市場の縮小は避けられない。このため、宇和島圏域外に市場を定めた経営支援を重点的に行う。

④職員の資質向上と支援体制の強化

小規模事業者が抱えている経営課題は多岐にわたるため、経営指導員をはじめとする職員は幅広い知識と経験が必要となっている。OJTやOFFJTでのスキルアップはもちろんのこと、支援ノウハウを組織内で共有する仕組みを構築し、支援力の平準化を目指す。

I. 経営発達支援計画の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当所が取得した情報は会議所ホームページや会報への掲載、伴走支援においては、指導員等が取得した広義的な情報をデータとして提供するにとどまっており、分析や活用が不十分ではない。

【課題】

小規模事業者に対する的確な支援を実施するには、地区内の経済動向や小規模事業者の経営状況の調査・分析、各種統計のほか、業界の推移や動向などの情報収集が必要となる。業種や取り組みにより必要な情報が異なるため、今後は、支援事業者それぞれに必要な情報を、定量、定性ともに積極的にアウトプットし、事業計画策定に活用することが必要である。

(2) 目標

事業内容	公表方法	現状	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
①「RESAS」分析・結果(回)	HP 掲載	-	1	1	1	1	1
②景況調査(回)	HP 掲載	4	4	4	4	4	4
③商店街通行量調査 (2年に1回)	HP 掲載	-	1	-	1	-	1
④商店街空き店舗調査(回)	HP 掲載	2	2	2	2	2	2

(3) 事業内容

①RESAS（地域経済分析システム）

【調査方法】

日本商工会議所が RESAS を活用して実施する地域診断サービスや、経営指導員等が個社に必要な地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】

1. 地域経済循環図
2. 地域の基本的な指標
3. 生産分析（産業構造）・分配分析（住民の所得）・支出分析（消費動向）

【調査結果の活用方法】

日本商工会議所が実施する地域診断サービスは、ホームページを通して年1回情報公開し、市域の景況把握の基礎資料とする。また、経営指導員が RESAS の情報を網羅的に把握し、事業者に役立つデータを抽出する。小規模事業者は地域の状況を把握したうえで、事業計画策定時の資料として活用する。

②日本商工会議所景況調査

【調査方法】

経営指導員が、地域の中小・小規模事業者の製造業・建設業・小売業・卸売業・サービス業から選定した50社を対象に四半期ごとに業況を調査する。

【調査項目】

1. 売上の状況（売上高・客単価・客数）

2. 仕入の状況（仕入額・仕入単価・在庫数量）
3. 財務の状況（資金繰り・借入金の状況）
4. 設備投資の状況（土地・店舗・什器備品）
5. 経営上の問題点（購買力の他地域への流出・消費者ニーズの変化への対応等）

【調査結果の活用方法】

日本商工会議所が産業別・地域別等を集計している。全国および当地域の各業界の現況や今後の動向、雇用の状況や設備予定、直面している問題点などが把握でき、会報やホームページをとおして年4回情報公開する。小規模事業者自身の経営状況の把握と、事業計画策定時の基礎資料として活用する。

③通行量調査

当所が、中心商店街の通行量調査を商店街の協力を得て2年に1度実施する。

【調査方法および項目】

1. 商店街の7箇所に調査場所を設置し、男女別、歩行者、自転車の通行量を調査する。
2. 平日および休日に実施する。（10時～19時・商店街内7か所）
3. 人出要因の参考として大型ホールのイベントおよび市内大型店のレジ通過客数を調査する。

【調査結果の活用方法】

通行量の推移をまとめ、中心商店街の現状を把握するとともに、各店の集客力や消費活動の推移を把握し、中心商店街への出店計画や事業計画策定時の基礎資料として活用するとともに、会報やホームページをとおして情報公開する。

④空き店舗調査

【調査方法及び項目】

経営指導員が、半年ごとに中心商店街を巡回しながら、市内中心地にある袋町、新橋、恵美須町、恵美須町2丁目、駅前通り、駅前南の各商店街の空き店舗率を調査。

【調査結果の活用方法】

各商店街の空き店舗率の推移や新規出店の動向についてまとめ、中心商店街への出店計画や事業計画策定時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】

小規模事業者は、人材や資金といった経営資源に乏しく、自ら需要動向や消費者ニーズを把握する機会もノウハウもなかった。また、買手のニーズや市場動向等を把握するなどして「売れる商品づくり」のノウハウに乏しく、「作り手がいいと思うもの」を作り、市場に導入するプロダクトアウトの売り方をしてきた。

【課題】

近年、顧客ニーズが多様化、高度化するなか、買い手のニーズを踏まえた商品開発、いわゆるマーケットインの考え方が必要不可欠となっている。今後は、小規模事業者の販売する商品または提供する役務に対する個別の企業に応じた需要動向調査を実施することが必要である。

(2) 目標

支援内容	現状	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
①域外飲食店を対象とした 調査対象事業者数 (件)	-	3	3	3	3	3
サンプル数 (件)	-	15	15	15	15	15
② バイヤーを対象とした 調査対象事業者数 (件)	5	5	5	5	5	5
サンプル数 (件)	-	25	25	25	25	25

(3) 事業内容

①域外飲食店を対象としたニーズ調査対象事業者数

事業者がもつ地域産品を首都圏または関西圏の飲食店でのニーズ調査を行う。飲食店での評価は事業者へフィードバックし商品のカスタマイズや新たな商品開発に活用する。

調査項目：味・品質・コスト効率性・地域特性・食材の汎用性・季節性・ロット・改善点

調査手段：首都圏や関西圏、九州地方の飲食店へ海産物や柑橘類などの地域産品を持ち込み、飲食店からの評価を回収する。具体的には、過去の商談会に来場した飲食店や専門家等を活用し、地域産品に興味を示した飲食店へ商材のサンプルを持ち込み又は送付する。

活用方法：商材として活用後に評価を回収する。評価結果は、専門家や経営指導員が整理分析し、事業者へフィードバックする。事業者が販路開拓、商品販売戦略の見直しの参考資料として活用するとともに、事業計画策定の際にも活用する。

サンプル数：15 件（小規模事業者 3 者の商品を、飲食店 5 店舗に対して調査を依頼する）

②バイヤーを対象としたヒアリング調査対象事業者

首都圏や関西圏、九州地方の商談会や展示会等を活用し、バイヤーや参加企業から出展者の商品や技術に関して調査を行う。

調査項目：バイヤーの声（商品の独自性、価格、話題性、自社の顧客へのマッチ度、時代とトレンドのマッチ度、安全性、改善の余地等）

調査手段：上記項目のほか、必要な情報収集項目を協議し、バイヤーに対するアンケートまたはヒアリングシートを作成する。

活用方法：回答結果は、バイヤー等の専門家や経営指導員が整理分析し、事業者へフィードバックする。事業者が販路開拓、商品販売戦略の見直しの参考資料として活用するとともに、事業計画策定の際にも活用する。

サンプル数：25 件（小規模事業者 5 者の商品・技術を、バイヤー 5 名に調査を依頼する）

【想定される展示会場等】

展示会（事業）名・場所	主催（募集）	目的・内容
スーパーマーケットトード ショー 開催場所：幕張メッセ 2023 年 2 月来場者数 62,525 名（3 日間）	(社団)全国スーパーマーケット協会	スーパーマーケットを中心とする食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会。全国のスーパーマーケットを中心とした小売業をはじめ、卸・商社、中食、外食、海外などから多数のバイヤーが来場する。
FOOD STYLE Kansai 開催場所：インテックス大阪 2023 年 1 月来場者数	FOOD STYLE Kansai 実行委員会	西日本最大の食のマーケットの地で、フードビジネスに関わるあらゆる食材・飲料・設備・サービスが一堂に集結する商談会。

18,029 名（2 日間）		
<u>FOOD STYLE Kyushu</u> 開催場所：マリンメッセ福岡 2023 年 11 月来場者数 15,541 名（2 日間）	FOOD STYLE Kyushu 実行委 員会	九州地域のフードビジネスに関わる、あらゆる食材・飲料・設備・サービスが一堂に集結する商談会。
<u>FABEX 関西</u> 開催場所：インテックス大阪 2023 年 10 月来場者数 30,769 名（3 日間）	日本食糧新聞 社	関西圏の外食・中食、給食、カフェのほか、小売、通販、食品卸など一堂に集結する商談会。特に、大阪万博開催によるニーズの高まりを見据えたバイヤーに対してアプローチできる。

5. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

【現状】

金融相談、税務指導によるものから財務分析にとどまることが多く、加えて、指導員個々の考えや経験による経営分析、指導を行ってきた。また、窓口相談は事業者が直面する問題への対応に追われ、巡回指導は施策普及や情報提供を主としている。

【課題】

指導員による巡回・窓口相談、金融相談、税務指導、各種セミナーを通じて経営課題を抱える小規模事業者を掘り起した上で、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識できるよう、経営分析ツール等を活用し、地域・全国の統計を参考とした経営分析を行うとともに、その分析結果に基づき、今後の支援策を検討することが必要である。

（2）目標

これまで小規模事業者が評価されなかった知恵・工夫・経験などの無形資産等を含め、各種分析により事業者の強みを掘り起し、可視化・仕組み作り等に向けて小規模事業者に寄り添って分析・検討し、小規模事業者の経営分析を 5 年間で 300 件実施することを目指す。これまでの支援内容及び今後の目標数は、下表のとおりである。

事業内容	現状	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
経営分析事業者数（件）	40	60	60	60	60	60

※目標数の設定については、指導員 1 人当たり 15 件（指導員 4 名×15 件）とする。本経営発達支援計画の事業期間である 5 ヶ年を通じて職員の資質向上を図り、目標数以上の実績を達成できるよう取り組んでいく。

（3）事業内容

事業者掘り起しから経営分析、事業計画策定へのスキーム

（1）経営分析が必要な事業者の掘り起し

①経営指導員の巡回および会議所会報誌・ホームページによる掘り起こし

巡回指導計画に基づき、指導員 1 人につき月間 30 事業者を巡回訪問。加えて、窓口相談（金融・税務・労働等）および商店街の会議を通じて、会話の中から業況を聴き取り、見えざる経営課題を明らかにし、経営分析を行う小規模事業者を掘り起こす。

掘り起しのツールとして事業計画策定の重要性を解説した事業計画策定リーフレットを作成し、

接触時には理解を得やすくする。また、身近な成功事例を示すことや経営指導員や関係機関がサポートすることを伝えることで一歩前に進める気持ちを起こさせる。

また、年4回発行している商工会議所会報（会員1,900件）および会議所ホームページにおいて、小規模事業者に対し事業計画策定の重要性を啓蒙する。

②経営相談会からの掘り起し

毎月第1・3火曜日によろず支援拠点及び、毎月第4火曜日に中小企業診断士による個別経営相談会を開催しており、同相談会に来所した小規模事業者を対象に、専門家と連携して経営分析を行う小規模事業者を掘り起こす。

③データ管理システム導入支援による掘り起こし

モバイルPOSレジやデータ管理システムの導入支援を行うことにより、経営分析を行う事業者を掘り起こす。

(2) 経営分析の手法と項目

経営分析は、経営指導員が事業者からのヒアリング・提供資料を基に実施する。また、経営指導員のみでは十分な分析を行うことができない場合は専門家と連携して分析を行う。活用するツールは「ローカルベンチマーク」「経営デザインシート」を活用する。

①財務分析

直近3期分の収益性・生産性・安全性および成長性の分析

②非財務分析

強み・弱み：商品・製品・サービス、仕入先・取引先、技術・ノウハウ等の知的財産など

機械・脅威：商圏内の人口、人流、競合、業界動向など

(3) 経営分析結果の活用

分析の結果は、経営指導員により小規模事業者にフィードバックし、自社の強みや顧客ニーズ、経営課題や財務状況について認識してもらう。

加えて、分析結果を基に小規模事業者に対し積極的に事業計画書の策定を提案し、計画の実践まで結びつける。

(4) 専門家等との連携

経営不振により早急に対策が必要な場合や、より高度で専門的な課題が明らかになった場合は、他の支援機関や専門家等と連携し経営分析を行い、経営指導員も同席、帯同して解決支援を行う。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者持続化補助金をきっかけに、初めて事業計画策定を行った事業所や存在を認識する事業者が増えつつあるが、その重要性を真に認識している事業者は少ない。また、今までの支援は目先の課題に偏重する支援、いわゆる「課題解決型」であった。

【課題】

小規模事業者が課題解決に能動的に取り組めるよう「経営力再構築型（課題設定型）」の事業計画策定支援を実施する必要がある。今後は、事業者自身が「自己変革力」を身に付けられるよう内発的動機付けを行いながら、いかに実行可能な事業計画の策定支援を行えるかが課題である。

（２）支援に対する考え方

事業者との「対話と傾聴」を通じて、事業者自らが自社の強みや弱みなどの現状を正しく把握したうえで当事者意識をもって課題に向き合い能動的に事業計画策定に取り組むことを目指す。なお、事業計画策定にあたっては「地域の経済動向調査」や「経営状況の分析」及び「需要動向調査」の結果を踏まえることが必要であり、経営分析件数の約 2/3 の事業計画の策定を目標とする。

また、事業計画の策定前段階において、DX 推進に向けたセミナーや個別相談会を行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

（３）目標

小規模事業者の事業計画策定を 5 年間で 200 件実施する。これまでの支援内容及び今後の目標数は、下表のとおりである。

支援内容	現状	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
D X 推進セミナー（回）	0	1	1	1	1	1
事業計画策定個別相談会（回）	12	12	12	12	12	12
事業計画書策定事業者数（件）	30	40	40	40	40	40

※目標数の設定については、経営分析事業者×2/3＝40 者、指導員一人当たり 10 者。

（４）事業内容

①DX 推進セミナーの開催（新規）

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

【募集方法】チラシを作成し、ホームページ等で広く周知、巡回・窓口相談時に案内

【支援対象】管内小規模事業者

【回数】年 1 回

【想定するカリキュラム】

- ・DX 総論
- ・経営におけるクラウドサービス、AI 等の活用事例
- ・SNS を活用した情報発信
- ・EC サイトの利用方法等

【講師】DX 支援に実績のある講師を選定予定（IT コーディネータ等）

【参加者数】20 名程度

また、セミナー受講者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員による相談対応のほか、IT 専門家の派遣を実施する。

②事業計画策定個別相談会

事業計画の重要性、計画策定のノウハウ等について理解を深めてもらうことで、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行うため個別相談会を開催する。

【募集方法】チラシを作成し、ホームページ等で広く周知、巡回・窓口相談時に案内

【支援対象】事業計画策定に意欲のある小規模事業者

【回数】年 12 回

【想定するカリキュラム】

- ・ビジョンとミッションの確立（事業目的と価値提供の明確化等）

- ・目標設定と戦略（SWOT 分析等）
- ・ターゲット市場と顧客分析（市場の特定と定義、顧客ニーズの理解等）
- ・競合分析（競合優位性・競合他社の強みと弱み等）
- ・マーケティングと販売戦略（ブランディングとプロモーション戦略、販売計画等）
- ・実行とモニタリング（実行と進捗の追跡・検証と改善、次のステップ行動計画の確立等）

【講師】 中小企業診断士

【参加者】 3 名/1 回

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】

計画策定後は不定期的な巡回・進捗状況の確認で、かつ、定量的な達成率なども確認はせず、順調に進んでいるかという問いかけが多く、フォローアップを十分に実施できていなかった。

【課題】

事業計画策定後は、策定事業者すべてに対し原則 3 ヶ月に 1 度は巡回訪問し、進捗状況の確認を行い、常に PDCA サイクルを念頭に置いた指導・助言を行う。経営環境は常に変化しており、現実と計画のギャップが生じる可能性は高く、必要に応じては頻度を上げ、状況の変化に即時対応できるよう伴走型の支援を行う必要がある。

（2）支援に対する考え方

今後は、事業計画を策定した全ての小規模事業者に対して、定期的にフォローアップするとともに、個々の事業者の進捗状況等により、巡回指導の回数を調整してフォローアップを行う。

フォローアップにあたっては、PDCA サイクルを継続して取り組み、そのサイクルが効果を発揮しているか、それを通じて会社組織内に新たな取り組みに着手しようという意欲が醸成されているかを確認しながら、事業者の自走化による成果の創出、見える化をし、事業者が自分たちで変革を成し遂げたという達成感を得られるようフォローする。

（3）目標

事業計画策定事業者に対しては 3 ヶ月に 1 度、5 年間で延べ 800 回のフォローアップを行う。また、経常利益増加件数の目標を定め、目的意識を高く持ったフォローを行う。これまでの支援内容及び今後の目標数は、下表のとおりである。

支援内容	現状	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（件）	30	40	40	40	40	40
フォローアップ頻度 延べ数（回）	30	160	160	160	160	160
経常利益率 3%以上増加事業者数（件）	未調査	16	16	16	16	16

事業計画策定事業者の 40%の事業者を、経常利益率 3%以上増加を目指す。

（4）事業内容

（1）モニタリングで進捗確認

事業計画策定事業所に対しては、3 ヶ月に 1 度フォローアップのためのモニタリングを行う。マイルストーン（中間目標）を基準とした進捗状況の確認を実施し、現実と計画のギャップがあれば原因を明確にする。目標との乖離が大きい場合は、さかのぼって課題、アクションを見直し、追加策を考える。あるいは目標の修正を検討し、必要によっては計画全体を見直す。修正・見直しに関しては、外部専門家のサポートを受け、支援を行う。

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】

一定の商圈に守られてきた当地域の小規模事業者にとって、人口減少や競争の激化は、既存商圈で減少する需要を奪い合う形となっている。また、当所でもこれまで海産物や柑橘類など地域産品を取り扱う小規模事業者は商談会や展示会などへの出展支援を行ってきたが、出展してもすぐに成果につながらないこともあり、成果の検証とその後の支援を十分に行えていなかった。

また、近年ネットショップを開設した事業者においても情報の発信や更新が行われず、稼働していない EC が地域内でもあふれている。

【課題】

需要の開拓は、多くの事業者が抱える最大の問題であり、その時に売るだけではなく、反復、継続して売れる仕組みづくりを、経営全体の中で検証する必要がある。今後は、長期的な目線で成果目標を明確にし、成果が出るまで継続的に支援を実施することが必要である

また、EC サイトにおいては開設しているだけのものも多く、SNS との連動など Web マーケティングを含むデジタルマーケティングや、DX への理解や認識を深めながら身の丈に合った IT・DX 推進を支援できるかが課題である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が独自に域外への需要の開拓を行うことは難しく、首都圏や関西圏、九州地方等今後も需要が拡大する地域の商談会への出展を支援する。当地域には養殖漁、真珠、練り製品、柑橘、和洋菓子などの特産物を生産加工販売する小規模事業者も多く、それらの事業者を中心に出展事業者を募集する。出展にあたっては、経営指導員や専門家が出展計画の策定や成果の検証など事前・事後の支援を行うとともに、出展期間中は、陳列、接客など、きめ細やかな伴走支援を行う。

加えて、IT 活用及び DX に向けた取り組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS 等による情報発信や EC サイトとの連動などの個別相談会を行い、必要性・効果等を理解したうえで、導入実施にあたっては必要に応じて IT 専門家等の派遣を行うなど、個々の事業者の身の丈に合った導入支援を行う。

(3) 目標

食品、非食品ともに、それぞれの実情にあった販路開拓支援を体系的に実践し、他の支援機関等と連携を図りながら、効率的かつ効果的な企業のマーケティング活動を下支えし、土台づくりを支援していくことで、個社の足腰強化のみならず、地域商業振興などの地域経済全体の活性化を図ることを目標とする。これまでの実施項目ならびに今後の実施項目および目標数は、下表のとおりである。

支援内容		現状	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
(国内) 展示会出展支援者数 (件)		5	6	6	6	6	6
	商談件数 (回/1 者あたり)	25	25	25	25	25	25
	成約件数 (回/1 者あたり)	4	5	5	5	5	5
EC セミナー Web・SNS 個別相談会	新規活用事業者数 (件)	－	12	12	12	12	12
	売上増加事業者数 (件)	－	6	6	6	6	6

(4) 事業内容

(1) 商談会 (B to B) 出展支援および補助金の活用推進

養殖漁、真珠、練り製品、柑橘、和洋菓子などの特産物を生産加工販売する小規模事業者を対象に、市外の市場をターゲットとした販路開拓、業務提携といった企業間の取引を実現するビジネスマッチングの機会を提供するイベント展示会への積極的参加を推進する。事業への取組意欲、実現性を高めるために、補助金活用（宇和島市補助制度あり）を提案する。

◆想定される展示会等

展示会（事業）名	主催（募集）	目的・内容
スーパーマーケットトード ショー 開催場所：幕張メッセ 2023 年 2 月来場者数 62,525 名（3 日間）	(社団)全国スーパーマーケット協会	スーパーマーケットを中心とする食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会。全国のスーパーマーケットを中心とした小売業をはじめ、卸・商社、中食、外食、海外などから多数のバイヤーが来場する。
FOOD STYLE Kansai 開催場所：インテックス大阪 2023 年 1 月来場者数 18,029 名（2 日間）	FOOD STYLE Kansai 実行委員会	西日本最大の食のマーケットの地で、フードビジネスに関わるあらゆる食材・飲料・設備・サービスが一堂に集結する商談会。
FOOD STYLE Kyushu 開催場所：マリンメッセ福岡 2022 年 11 月来場者数 15,541 名（2 日間）	FOOD STYLE Kyushu 実行委員会	九州地域のフードビジネスに関わる、あらゆる食材・飲料・設備・サービスが一堂に集結する商談会。
FABEX 関西 開催場所：インテックス大阪 2023 年 10 月来場者数 30,769 名（3 日間）	日本食糧新聞社	関西圏の外食・中食、給食、カフェのほか、小売、通販、食品卸など一堂に集結する商談会。特に、大阪万博開催によるニーズの高まりを見据えたバイヤーに対してアプローチできる。

(2) EC セミナー、Web・SNS 等個別相談会

小規模事業者の IT 活用を推進する。日々拡大する全国のインターネットユーザーをターゲットとした販売力の向上をめざした支援を行う。お店情報の発信、新規顧客の獲得、ネット通販の活用などについてのセミナーを開催し、目まぐるしく進歩する Web・SNS の活用については個別相談会を開催するなど、最新の情報提供をするとともに、事業者にあった IT 活用を IT コーディネーターの協力を得ながら、支援および IT 活用の普及を行う。

1. EC 経営塾（塾生 15 名程度により 2 ヶ月に 1 回開催）を受け皿とし、地域の IT 活用の底上げを行い、成功事例を作り、そこからの発信などにより地域 IT 活用の浸透を図る。
2. Web・SNS 等活用個別相談会を開催し、積極的にデジタルコンテンツを有効活用することで企業の発信力等を強化し経営力強化につなげる。

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】

経営発達支援計画の各事業の実施状況及び成果については、一定の評価検証は実施してきたものの、見直しや変更についてまでの踏み込んだ検証は不十分であった。

【課題】

外部有識者等を含めた評価委員会を組織化し、PDCA サイクルがうまく回っていくよう改善していくことが必要である。

(2) 事業内容

「経営発達支援事業評価委員会（仮称）」の設置による評価・検証・見直し案の検討

当所の専務理事、事務局長、法定経営指導員、宇和島市商工観光課、その他外部有識者として中小企業診断士等で組織する標記委員会を、年に1回開催し、事業の実施状況等を説明して、必要に応じて評価・検証・見直しを行う

次の手順で毎年度実施し、円滑で効果的かつ継続的な取り組みを進めていく。

①進捗管理 【Check】

当事業の進捗状況を取りまとめ、年間2回以上、専務理事、事務局長、相談所長に対して報告する。

②外部有識者による評価・検証・見直し案の提言（2月中旬）【Check】

当該年度の事業の実施状況、成果に対する評価・検証を行い、改善事項を明らかにする。

③改善案の検討（2月下旬）【Action】

事務局により外部有識者の提言のもと、翌年度の事業計画について改善案を検討するとともに、次年度計画への反映内容を策定する。

④当所の執行機関である正副会頭会への報告および改善案の承認（3月上旬）【Plan】

事業の成果および、評価・検証結果、改善案について報告し、次年度事業計画を決定する。



評価・見直し方針を反映させ次年度事業計画を実施する。【Do】

⑤事業の成果・評価・見直し結果について公表（3月下旬）

当商工会議所会報、ホームページ等地域小規模事業者に対して計画期間中広く公表する。当年度事業計画についても公表。

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】

小規模事業者数の減少により令和2年より経営指導員が1名減少し、現在は4名体制となっている。経営発達支援事業における事業者の支援は、経営指導員が中心となり実行しており、OFFJTを中心にスキルアップを行ってきた。

【課題】

経営環境が大きく変わる中、経営指導員等の役割は増加し多岐にわたるため、知識や経験のみならず、やる気や機動力も必要となる。

また、今後はDX化に向けた相談・指導能力が必要なスキルとなるため、時代の変化に即した資

質向上・知識習得を図る必要がある。加えて、経営指導員・補助員のほか、一般職員も含めた組織全体の支援力向上という課題に対し、より効果のある支援を行える体制づくりが必要である。

（２）事業内容

【外部研修】

長期的な観点から伴走支援を行う上で経営指導員のみならず、補助員、一般職員含めた商工会議所全体の支援力の底上げが必要となってくる。そこで、下記研修等により組織全体としての支援力向上を目指す。

①中小企業大学校研修への参加

補助員は５年以内を目途に受講を終了させる。

※中小企業大学校研修

- 税務・財務診断（旧基礎研修Ⅰ）
- 経営診断基礎（旧基礎研修Ⅱ）
- 専門研修 １回

②経営指導員向け小規模事業者支援研修への参加

対 象：経営指導員、補助金、一般職員

開催内容：見習研修、ITスキル向上等研修、地域支援型研修

③愛媛県経営指導員等研修会への参加

対 象：経営指導員

開催回数：一般コース、特別コースの年間２回

④愛媛県商工会議所補助員研修会への参加

対 象：補助員

開催回数：年間１回

⑤本商工会議所 WEB 研修の活用

対 象：経営指導員、補助員、一般職員

※以上のような外部研修の参加後は、支援担当職員全員参加のもと報告研修を実施し、支援情報、支援ノウハウ等の共有化を図る。

【内部研修】

内部研修については、次のような内容で段階的に実施していく。

①DX 推進に向けた職員の資質向上

地域の事業者の DX 推進への対応にあたっては、経営指導員及び補助員、一般職員の IT スキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のような DX 推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

《DX に向けた IT・デジタル化の取組》

1. 事業者に向け（業務効率等）の取組みクラウド会計ソフト・電子マネー商取引システム等の IT ツール・補助金の電子申請・情報セキュリティ対策等
2. 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組みホームページ等を活用した自社 PR・情報発信方法・EC サイト構築・運用・オンライン展示会・SNS を活用した広報・モバイルオーダーシステム等
3. その他取組 オンライン経営指導の方法等

②コミュニケーション能力の向上

対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を実施し、支援の基本姿勢（対話・傾聴）の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼を醸成、本質的課題の掘り下げの実践に繋げる。

③先輩経営指導員から若手経営指導員へコーチングとティーチング

経営相談の手法や事業計画策定支援など、先輩経営指導員と若手経営指導員と積極的にディスカッションしながら、指導ポイントについて、コーチングとティーチングを行う。

④ミーティングによる情報交換

毎月1回のミーティングにより、情報を共有。新しい制度や補助金については、担当者から説明を行い、経営指導員全員が事業者に対して対応できるようにし、補助員は取次ができるようにする。

⑤セミナー参加と終了後の講師との交流

各担当者が企画するセミナーだけに興味を持つのではなく、全てのセミナーに目を向け参加する。担当者は、さらに、セミナー終了後、講師との交流会を企画し、講師と親睦を深めながら、講師のノウハウを取得する。

⑥専門家との帯同支援による実践研修

愛媛県よろず支援拠点や専門家派遣と連携し、信頼できる専門家との帯同支援による支援ノウハウの習得を行う。相談から問題解決に至るまで、専門家と一緒に伴走することで、一連の支援プログラムを体験する。専門家の目の付けどころ、支援の方法、接し方、施策情報など多岐にわたるスキルを実践経験することで個々の支援力をアップする。

⑦補助員・一般職員の資質向上と役割

商工業者の減少により指導員の減員は避けられず、サービスの低下を防ぐためには、補助員・一般職員も経営指導員に準じた業務に対応できるような知識が必要になってくる。今まで WEB 研修の受講は経営指導員に限られていたが、補助員・一般職員も受講し知識を身につけスムーズな経営指導員への登用を促す。

⑧組織として共同で取り組む仕組み

限られた資源（ヒト・モノ・カネ）は、地域の商工業者と同じである。「誰かがやる」ではなく計画に基づいて共同で行う意識作りから、それが仕組みに代わるよう組織力を高めていく。

⑨職員間での情報の共有化

各種情報を全職員で共有し、経営支援スキルの均一化を図る。

（２）情報共有の取り組みについて

社内ネットワークを活用して、企業情報の更新や共有、支援事例の蓄積や共有により、支援ノウハウ等の情報交換など支援体制を強化する。

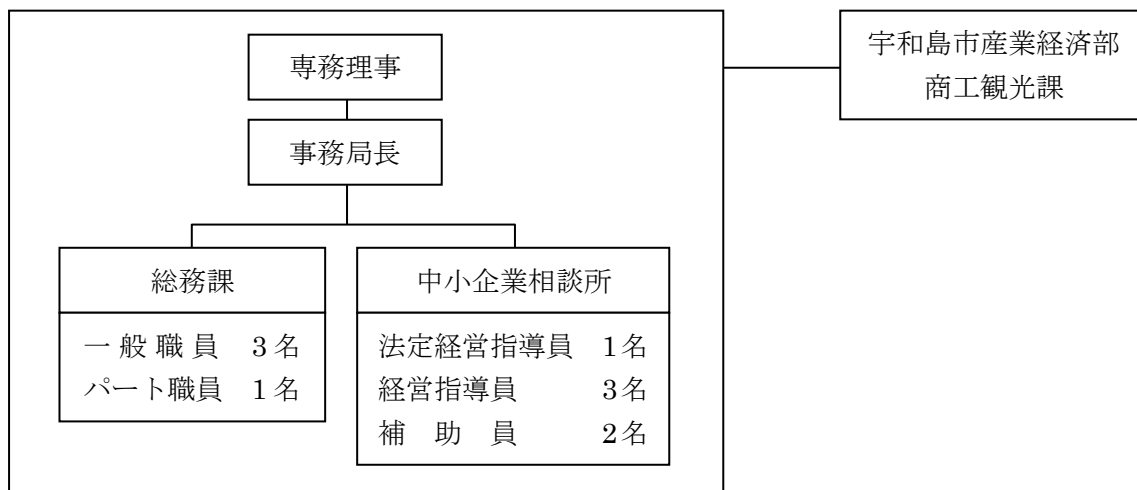
(別表 2)

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 1 1 月現在)

(1) 実施体制



事業実施については、経営指導員 4 名、補助員 2 名が中心となって実施するが、一般・パート職員との連携を図り、組織全体を挙げて事業を円滑に進める。

(2) 商工会及び商工会議所による小規模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およ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：原井川 哲志
連絡先：宇和島商工会議所 TEL:0895-22-5555

② 法定経営指導員による情報の提供および助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導および助言、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提供等を行う。

(3) 商工会議所、関係市町村連絡先

① 宇和島商工会議所

〒798-0060 愛媛県宇和島市丸之内 1-3-24
宇和島商工会議所
TEL : 0895-22-5555 FAX : 0895-24-6655 Email : ucci@uwajima-cci.or.jp

② 宇和島市

〒798-8601 愛媛県宇和島市曙町 1
宇和島市 産業経済部 商工観光課
TEL : 0895-49-7080 FAX : 0895-25-4907 Email : shoko2@city.uwajima.lg.jp

(別表 3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	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	7,370	7,370	7,370	7,370	7,370
DX 推進セミナー	100	100	100	100	100
専門家派遣費	800	800	800	800	800
事業計画策定・実施支援	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
商談会出展支援	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
指導員・補助員研修旅費	420	420	420	420	420
事業評価会運営費	50	50	50	50	50

(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、県補助金、市補助金、事業委託費、伴走型補助金

(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 並びに法人にあつては、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