

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	大豊町商工会 (法人番号 1490005004624) 大豊町 (地方公共団体コード 393444)
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 大豊町は、人口減少・高齢化が急速に進んでおり、高齢化率58.4%と、全国にも例を見ないほどの超高齢化社会である。地域内の消費は低迷し、地域における商業機能の維持も危うい状況となっている。一方でジビエや自然と言った地域資源を活用し販路を拡大する事業者や、移住者による起業も増えてきている。このような現状を踏まえ、第8次大豊町総合計画にある小規模事業者振興の課題を解決するため、経営発達支援計画の目標を以下の通りとする。 (1) 各種分析・調査に基づく事業計画策定と実行支援 (2) 地域資源の活用と売上・利益の向上 (3) IT化・デジタル化による販路拡大と業務効率化 (4) 移住者等による創業・事業承継
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 国の提供するビッグデータ活用による地域経済動向調査、管内小規模事業者の景況調査を実施し、管内事業者に広く周知するとともに、事業計画の策定や地域経済活性化策の立案等に活用する。 4. 需要動向調査に関すること 地域資源を活用した商品について、ターゲットを明確にしたアンケート調査を実施し、ニーズを把握することで、商品の改良・開発を支援していく。 5. 経営状況の分析に関すること 財務分析（定量分析）と定性分析の両面を実施し、効果的な事業計画策定につなげていく。 6. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を実施した小規模事業者を対象として、経営指導員等が事業者とともに、問題点とその要因、問題解決のための課題の抽出を行い、実現性や実効性の高い事業計画策定の支援を行う。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した事業者に対し、定期的に進捗状況のモニタリングとフォローアップを実施し、必要に応じて計画の見直しなどを行い、計画の実効性を高めていく。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ネット等を活用した販路開拓支援に取組むとともに、小規模事業者が出展可能な展示会・商談会への出展を支援する。
連絡先	■大豊町商工会 〒789-0312 高知県長岡郡大豊町高須 235-3 TEL0887-72-0128 FAX0887-72-0374 mail : otoyoko@kochi-shokokai.jp ■大豊町 産業建設課 〒789-0392 高知県長岡郡大豊町津家 1626 TEL0887-72-0450 FAX0887-72-0474 mail : kouryu@town.otoyo.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)大豊町の現状と課題

①地理的条件

当地域は、四国山地の中央部に位置し、315.06平方キロメートルと広大な面積を有しており、約88%を山林が占めている。集落、耕作地はそれぞれ1%程度の山間地域であり、標高200m～800mまでの急傾斜地に民家が点在する集落形態である。そこに形成された産業は、林業を基軸とし、農・畜・林の複合経営によって支えられている。



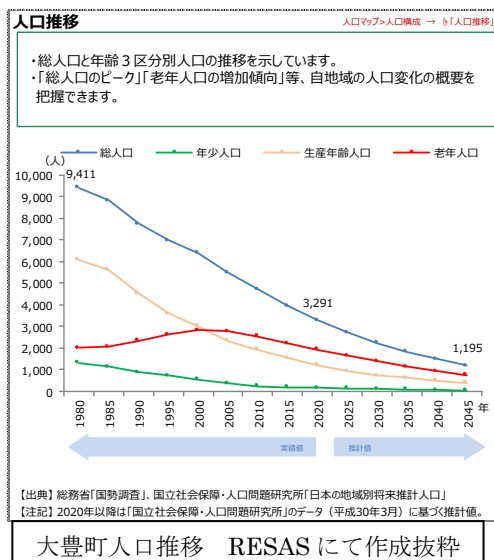
②人口推移

基幹産業である一次産業の低迷により、1980年には9,411人であった人口も減少の一途をたどり、2020年には3,291人となっている。さらに同年における高齢化率は58.4%であり、全国にも例を見ないほどの超高齢化社会となっている。

今後の推移についても、近い将来である2030年の総人口は2,236人（高齢化率62.8%）となることが予想されており、大豊町にとって大きな課題となっている。

一方で地域資源を活用した働く場の確保も進めており、2014年から2018年の5年間における移住者は51組と、年平均10組を超える状況が続いている。

今後も多種多様な創業や働き方を支えることで、UIJターン者の増加につなげていくことが必要とされている。



③交通

町内にはJR土讃線が走り特急停車駅を含め7駅、高速道路の大豊ICなど交通インフラは県内の他の中山間地域と比べ整っている。観光客や交流人口の増加等についてはプラス要素であるものの、高知市や南国市などへの消費の流出というマイナス要素も大きい。

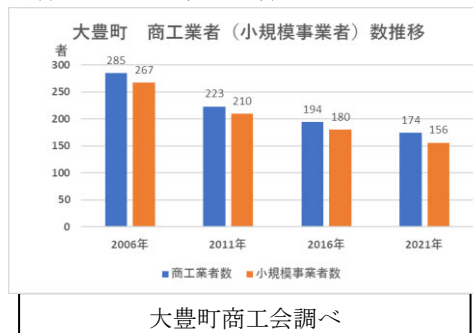
④商工業者数（小規模事業者数）の推移

人口減少と相俟って、地域内の消費は低迷し、直近15年間程度の商工業者数（小規模事業者数）は大幅に減少し、2006年から2021年の15年間で111者の商工業者が減少している。また小規模事業者についても同数の111者が減少しており、比較的体力の強い中小企業は生き残っているが、体力の弱い小規模事業者が淘汰されていると言える。

無店舗集落も増えており、移動手段を持たない高齢者の多くは、日常生活（買い物難民）に不便を余儀なくされている。地区内の多くの小規模事業者も高齢化が進んでおり、地域における商業機能の維持も危うい状況となっている。

<大豊町商工業者（小規模事業者）数推移>

年度	2006	2011	2016	2021
商工業者数	285	223	194	174
内小規模事業者数	267	210	180	156

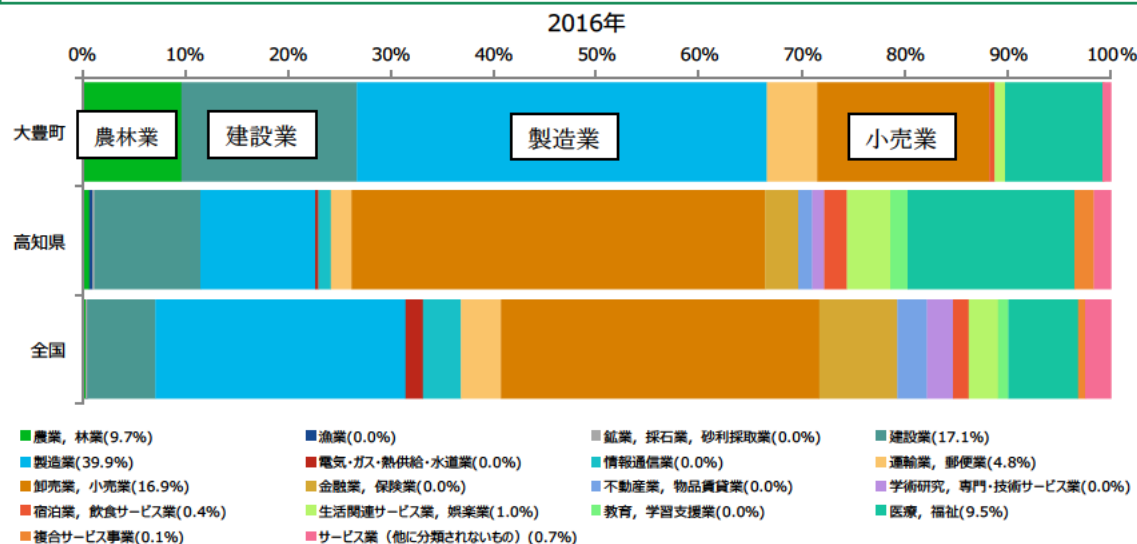


⑤産業

産業大分類別に見た売上高（企業単位）の構成比

産業構造マップ>全産業>全産業の構造 → 「横棒グラフで割合を見る」

- ・売上高（企業単位）について、産業大分類別の構成比を他地域と比較します。
- ・自地域において構成比の大きな産業、他地域と比較して構成比の小さな産業等、産業の特徴を概観できます。



【出典】総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」再編加工

【注記】凡例の数値は選択地域の数値を指す。

大豊町 産業別に見た売上高（企業単位）の構成比 RESAS にて作成抜粋（一部補足）

大豊町の産業構成を売上高（企業単位）に基づき見てみると、第1次産業である農林業が約10%、第2次産業である建設業・製造業が57%を占め、小売業・サービス業等の第3次産業は約33%に留まっている。このことから地域住民の生活を支える小売業・サービス業の衰退が、全国・高知県全体と比べても顕著であると言え、大きな課題となっている。

一方で商工業者数・小規模事業者数の構成は下記の通りであり、売上規模の小さな「卸・小売」「宿泊・飲食」「サービス」等の事業者が多く存在している。都市部から移住し、スローライフを楽しみながら、小さなビジネスで生計を維持する等、起業スタイルも多様化している。起業ニーズに沿った支援を実施していくことで、小規模事業者の維持を図っていく取組みが求められている。

<大豊町 業種別商工業者（小規模事業者）数 2021年4月1日現在 大豊町商工会調べ>

	建設業	製造業	卸・小売	宿泊・飲食	サービス	その他
商工業者数	28	20	45	22	38	21
内小規模事業者数	25	17	40	22	37	15

⑥地域資源

地域資源としては、400年の歴史を持ち、日本で唯一の伝統製法で作られている微生物発酵茶「基石茶」や、山間地ならではの間伐材や放置竹林等の炭のバイオマスを利用した環境配慮型農法“クールベジタブル”、年間1,700頭余り駆除されるシカ、イノシシ等の野生動物があげられる。これらの地域資源を活用した商品開発・さらには6次産業化の支援により、新たな起業・雇用が創出できる可能性をもっている。

また観光面では、日本一の大杉や国宝の豊楽寺薬師堂など知名度の高い観光資源を有しており、近

年では急峻な四国山地を流れる日本有数の急流である吉野川など、圧倒的な自然を利用したラフティングなどのリバーアクティビティをはじめ、新たな人気の観光資源も生まれている。この様な資源を活用し、移住者による起業も出てきている。一方で、これら地域資源を十分に活用出来ている小規模事業者はまだ少なく、事業者や地域経済の活性化に結び付けていくための取組みや支援が必要である。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 第8次大豊町総合計画に掲げられている小規模事業者振興の内容

第8次大豊町総合計画は「第2期大豊町まち・ひと・しごと創生総合戦略」を組み込んだ総合計画となっており、計画期間は令和2年度～令和6年度までの5年間となっている。この計画内において小規模事業者振興に関連する課題と目標が以下の通り掲げられている。

【商工業分野】

「地域における商工業機能の維持・充実」「雇用の場の確保」「地域資源の活用などによる地域活性化」が課題にあげられている。また課題解決にむけ「商品券活用による町内消費喚起」「商工業者と宅配業者が提携した配送事業の推進」「地域における起業活動の支援」が目標とされている。

【農業分野】

「安全な農畜産物の地域ブランド化」「山村における地域営農システムの充実」が課題にあげられ、また課題解決にむけ「農産物加工部門の施設整備」「6次産業化への取り組み推進」「ジビエ肉（シカやイノシシ）の活用」が目標とされている。

【交流分野】

「交流からの地域の活力再生」が課題にあげられ、また課題解決にむけ「アウトドアスポーツと山の暮らしを組み合わせた商品（非日常アクティビティ）の販売」「情報発信のためのネット環境整備」「民泊事業の推進」「交流から定住に向けての多様な支援体制充実」が目標とされている。

（第8次大豊町総合計画「第2期大豊町まち・ひと・しごと創生総合戦略より抜粋」）

② 小規模事業者振興のあり方

大豊町の現状と課題、また第8次大豊町総合計画に掲げられている小規模事業者振興の内容、本会において求められている役割を加味し、今後10年の期間を見据えた小規模事業者振興ビジョンを以下の通り示す。

- ◎ 地域における商工業機能の維持・充実を担う小規模事業者が、域外顧客等にもターゲットを拡げることで売上・利益の維持向上が図れる様に支援を実施する。
- ◎ 豊富な地域資源を活用した特徴のある商品づくり、アクティビティ等を活用した魅力ある観光ビジネスの創出等を支え、外貨を稼ぐ小規模事業者を支援する。
- ◎ ITやデジタル技術を活用し、生産性の向上（業務効率の向上や付加価値額の上昇）を図ることでハンデのある中山間でも生き残ろうとする、意欲ある小規模事業者を育成し、DXにむけた意識の向上と経営の変革を図り、競争力を高めていく。
- ◎ 移住者等による多種多様な起業を支え、新たな小規模事業者を創出するとともに、その経営力強化を図る。

(3)経営発達支援事業の目標

前記で示した大豊町の現状と小規模事業者振興のあり方を勘案し、今後5年間の経営発達支援事業の目標を下記の通り設定する。

①各種分析・調査に基づく事業計画策定と実行支援

厳しい環境下においても、商圈やターゲットを拓げる等の戦略を通じ、自らの事業および地域商工業機能の維持・継続に意欲をもつ小規模事業者を増加させる。

②地域資源の活用と売上・利益の向上

各小規模事業者が持つ技術力・発信力等の強みと大豊町の地域資源を掛け合わせ、かつ市場調査結果等に基づいた「売れる商品・サービスづくり」を支援し、小規模事業者および地域の持続発展につなげる。

③IT化・デジタル化による販路拡大と業務効率化

各小規模事業者の状況とITスキルを加味したうえで、労働者人口不足を克服する業務効率化ソフト・アプリ導入、商圈内消費購買力の縮小を克服するSNS・ECサイト・HP活用を通じた付加価値額の上昇等、IT化・デジタル化を支援していく。

④移住者等による創業・事業承継

管内における移住者の起業が増加していることから、事業承継マッチング等を含めた多様な起業スタイルを支援するとともに、各小規模事業者のライフスタイルに沿った事業計画の作成と実行を支援し持続発展につなげる。

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 各種分析・調査に基づく事業計画策定と実行支援

経営分析や地域経済動向調査の実施により、小規模事業者の強みや販路拡大等の機会を把握したうえで、事業計画の策定と実行支援に取組み、事業の持続発展につなげる。

② 地域資源の活用と売上・利益の向上

既に開発・提供されている地域資源を活用した商品・サービス、また開発予定の商品・サービスについて需要動向調査を実施し、その結果等に基づき改良・開発を支援していく。これにより商品・サービスの魅力を高めるとともに、事業計画の策定・実行支援により売上・利益の獲得までを支援していく。

③ IT化・デジタル化による販路拡大と業務効率化

魅力ある商品・サービスを地域内外に発信・販売していくために、関係支援機関や専門家と連携し、SNS・ECサイト・HPの活用支援や、WEB商談会への参画支援等を実施していく。また顧客管理・決済・会計等の業務効率化に資するソフトやアプリ等の導入支援を実施すべく、中小企業基盤整備機構の「ここからアプリ」等を活用した情報提供を実施し、導入・活用までを支援していく。

④ 移住者等による創業・事業承継

大豊町役場の移住相談担当、高知県事業承継・引継ぎ支援センターと連携のうえ、移住者による起業や事業承継の相談を実施する。また早期に経営が軌道に乗るように、事業計画の策定と実行を支援していく。

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

これまで実施していた地域経済動向調査では、各機関が公表する調査報告等から断片的に情報収集を行っており、RESASの活用も限定的であった。そこで実施方法を改善し、RESASをより効果的に活用し、効率的かつ専門的な調査を実施し、管内事業者に広く周知する。

(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 RESAS活用分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
② 景気動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3)事業内容

①R E S A S 活用分析

大豊町の現状を効率的・効果的に把握し、小規模事業者の経営力強化や地域活性化を目指すため、経営指導員がR E S A Sを活用した地域経済動向調査を実施し、年1回公表する。

【調査手法】経営指導員がR E S A Sを活用し地域の経済動向分析を行う。

【分析項目と内容】

分析項目	分析内容
人口の分析	大豊町の人口推移、ピラミッド、定住人口がどの都道府県から転入しているか等
産業の分析	大豊町の産業全体像、どの産業で稼いでいるか等
From-to 分析	大豊町への来町者に関する、居住都道府県別の宿泊者数や目的地等

上表の結果を総合的に分析し、事業計画策定支援や地域経済の活性化に活用する。

②景気動向分析

コロナ感染症の影響度や回復度合いを分析していく必要があるため、管内小規模事業者に対し、年1回、景気動向調査・分析を実施する。

【調査手法】調査票を郵送し、返信用封筒および巡回訪問時に回収する。

回収した調査票は、経営指導員が高知県商工会連合会の専門経営指導員と連携し集計・分析する。

【調査対象】町内全小規模事業者 ※目標回収率を50%とする。

【調査項目】売上高の増減・利益高の増減・仕入高や販売管理費の増減、コロナの具体的な影響、今後の事業展開、現在の課題 等

(4)調査・分析結果の活用

調査・分析結果は当会ホームページに掲載し、管内事業者に広く周知するとともに、小規模事業者の事業計画策定や地域経済活性化策の立案等に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1)現状と課題

これまで実施していた需要動向調査においては、消費生活に係る全体的なニーズ調査や、トレンド調査等が中心となったため、傾向は掴めたものの、小規模事業者の売上・利益の向上に直結させることができていなかった。そこで大豊町の地域資源を活かした「食」と「観光」にスポットをあて、魅力ある商品・サービスづくりに資する需要動向調査を実施する。

(2)目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①食に関する需要動向の調査 対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
②観光に関する需要動向の調査 対象事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者

(3)事業内容

①食に関する地域資源を活用したメニューに関する試食、アンケート調査の実施

地域内の小規模事業者が提供している、または今後提供を予定しているジビエメニュー・商品をよ

り魅力的なものとするため、ターゲットを明確にした試食・アンケート調査を実施する。アンケート調査結果は当該事業者フィードバックし、商品の改良・開発や訴求方法について検討し、売上・利益の維持・向上につなげていく。

【調査方法】

ジビエの特徴である高たんぱく、低カロリーを求める美容・健康に関心のある方をターゲットとすることから、高知市周辺のスポーツジムに協力を仰ぎ、当ジムの会員10名程度を招いた試食会を大豊町内で実施する。試食会には大豊町内3事業者のジビエメニューを提供し、アンケート調査に記入頂いたうえ、経営指導員がその他の自由意見を収集し集計・分析を行う。

【サンプル数】 10名×3事業者＝30件

【調査項目（共通事項）】

ジビエに関するプラスイメージ（美味しい・健康・筋トレ・美容・ダイエット・話題性 等）

ジビエに関するマイナスイメージ（美味しくない・臭みがある・固い 等）

【調査項目（個別事項）】

味・香り・見た目・臭み・固さ（噛み応え）・価格・食べ易さ・インスタ映え 等

【調査結果の活用】

調査結果は経営指導員が当該事業者の説明し、商品改良や訴求方法について検討、必要に応じて専門家と連携し売上・利益の向上につなげていく。

②観光に関する地域資源を活用したアクティビティ、特に吉野川を利用したラフティングに関する体験、アンケート調査の実施

【調査方法】

上記で大豊町に招いたジム会員に、地区内小規模事業者が提供するアクティビティ（ラフティング）を体験してもらい、アンケート調査に記入頂いたうえ、経営指導員がその他の自由意見を収集し集計・分析を行う。

【サンプル数】 10名×1事業者＝10件

【調査項目】 面白さ・興奮度・スピード感・景色・難しさ・価格・安全性・体験時間 等

【調査結果の活用】

調査結果は経営指導員が当該事業者の説明し、サービス改良や訴求方法について検討、必要に応じて専門家と連携し売上・利益の向上につなげていく。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

経営分析については、主に巡回・窓口個別相談時に、その重要性を啓発し、管内小規模事業者への浸透が徐々に図れているが、特に定量面での分析がまだまだ浸透できていない。今後はより一層効率的かつ効果的に支援を実施するため、「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（中小企業基盤整備機構）」を活用した分析を実施する。

(2) 目標

	現行	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
経営分析事業者数	7者	7者	7者	7者	7者	7者

(3)事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘

事業者の発掘は経営指導員等による窓口・巡回相談時に実施する。その際「地域の経済動向調査」で実施する「景気動向分析」を活用し、各小規模事業者が抱えている課題や今後の展開を把握、課題解消や新たな展開に進むには、経営分析を行い、各経営指標を用いた正確な現状を掴むことが不可欠であることを説明し、発掘を行う。

②経営分析の内容

【対象者】 窓口・巡回相談時を通じて発掘した下記の小規模事業者を主な対象者とする

- ◎厳しい現状下でも、商圏、ターゲットを上げ難局を乗り越えようとする意欲をもつ事業者
- ◎地域資源を活用した商品・サービスの開発・改良に取り組もうとする事業者
- ◎デジタル化・IT活用により生産性向上に取り組む事業者
- ◎創業間もなく（5年程度）、軌道に乗るまでに重点的な支援が必要な事業者

【分析項目】

定量分析 直近3ヵ年における収益性・効率性・生産性・安全性・成長性を分析

定性分析 下記項目について、事業者の内部環境における強み・弱み、事業者を取り巻く外部環境の機会・脅威を整理する。

内部環境	外部環境
・商品、製品、サービス ・仕入先、販売先、提携先 ・人材、組織、後継者	・政策、規制、法改正等の影響 ・経済情勢、需要動向の影響 ・社会、環境問題等の影響 ・技術革新等の影響
・技術、ノウハウ等の知的財産 ・保有設備 ・デジタル化、IT活用状況	

【分析手法】

定量分析 「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（中小企業基盤整備機構）」を活用し、経営指導員が実施する。

※「経営自己診断システム」は、入力項目が少なく、ネット上で行えることから巡回時の簡易的な分析に用いる。

定性分析 当該事業者（代表者・役員・スタッフ）と経営指導員がSWOT分析のフレームワークで整理する。

【分析結果の活用】

分析結果は当該事業者にフィードバックし、事業計画の策定に活用する。また商工会内の共有フォルダにて内部共有し、経営支援員が経営指導員へとスキルアップできる環境を整える。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1)現状と課題

事業計画策定については経営分析を実施した先の大半に、その重要性を理解して頂き、浸透が徐々に図れている。一方でその実行面においては、ルーティーン業務が削減できない、商品開発や販路開拓に人材が回せない等の理由から、計画倒れになってしまうこともしばしばある。今後は業務効率化や効率的かつ効果的な販路開拓に資する、デジタル化、IT活用も念頭にいった事業計画作成支援を実行していく必要がある。

(2)支援に対する考え方

経営分析支援を受け入れた時点で、一定の意欲をもつ小規模事業者であると判断出来る。元々小規模事業者が少ない当町における貴重な見込先であるので、経営分析を実施した事業者については全て事業計画策定に結び付けていく。一方で実効性の高い計画とするために、デジタル化、IT活用を盛

り込んだ計画の重要性を認識している。「ここからアプリ（中小企業基盤整備機構）」を通じたアプリ等の紹介や、専門家派遣を活用し、具体的なデジタル化、IT活用、さらにはDXに向けた道筋を支援していく。

なお小規模事業者数の少ない当会においては、セミナー開催の費用対効果があまり良くないのが現状である。そこで高知県産業振興センター「デジタル化相談窓口」や「よろず支援拠点」と連携し、セミナーの紹介や専門家派遣を中心に実施していく。

また起業家については、各起業家のライフスタイルに沿った創業計画を策定支援していくことで、町内で小さなビジネスを育てていく。（起業家へのDX推進支援も上記同様）

（３）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事業計画策定事業者数	7者	7者	7者	7者	7者	7者
②創業計画策定事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
③DX推進にむけた専門家派遣	—	2回	2回	2回	2回	2回

（４）事業内容

①事業計画策定支援

経営分析を実施した小規模事業者を対象とし、経営指導員がヒアリングを重ねながら、事業者とともに事業計画を策定していく。なお事業計画に盛り込む項目は基本的に以下の通りとするが、各小規模事業者の実情や業種によって項目を変更、実行に移しやすい内容にしていく。

また地域経済動向調査・需要動向調査・経営分析結果をふまえた計画とすることで、実現性や実効性を高めていく。

項目	内容
事業領域	誰に（ターゲット）何を（顧客価値）どのように（独自技術）
マーケティング戦略	商品（サービス）・価格（コスト）・販促・販売チャネル
計数計画	今後3～5年間の損益・CF予測
アクションプラン	実行策・担当者・スケジュール

※デジタル化、IT活用による業務効率化・付加価値向上の観点をアドバイスし、計画に盛り込んでいくことで実効性を高めていくこととする。

例）マーケティング戦略の販促について、限られた人材の中、これまで展示会・相談会への出張参加ができなかった事業者に対し、WEB商談会への参加を入れ込む 等

②創業計画策定支援

経営指導員がヒアリングを重ねながら、起業家とともに創業計画を策定していく。なお創業計画に盛り込む項目は、基本的に日本政策金融公庫の創業計画書フォーマットに基づき以下の通りとするが、各起業家の実情や業種によって項目を変更、実行に移しやすい内容にしていく。

項目	内容
創業の動機	創業の目的と動機について
経営者の略歴等	事業経験・取得資格・知的財産等の強みを整理
取扱商品・サービス	商品（サービス）の内容と売上構成・セールスポイント・販売ターゲット・販売戦略・競合・その他市場環境
取引先・取引関係等	販売先、仕入先、外注先のシェアおよび取引条件
従業員	役員および従業員の雇用計画
借入状況	個人を含んだ借入残高・年間返済額（必要利益の算出）

必要資金と調達方法	設備資金・運転資金の内訳 自己資金・借入の内訳
計数計画	創業当初および1年後の月間損益予想

※デジタル化、IT活用による業務効率化・付加価値向上の観点をアドバイスし、計画に盛り込んでいくことで実効性を高めていくこととする。

なお大豊町内で引退を予定している事業者と起業予定者を、大豊町役場の移住相談担当、高知県事業承継・引継ぎ支援センターの協力を得てマッチングすることで、継業という起業スタイルについても支援していく。

③DX推進にむけた専門家派遣

管内小規模事業者のDXを段階的に推進していくため、デジタル化、IT活用に関する専門家派遣に積極的に取り組む

＜専門家派遣の事例＞

- ・SNSを活用した情報発信方法
- ・ECサイトの利用方法
- ・HP作成、改良
- ・WEB商談会への参加
- ・POSレジ、顧客管理システム等の導入

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

これまでのフォローアップ活動においては、巡回訪問時の課題を断片的にヒアリングし、対処していく活動が主となり、折角作成した事業計画についてPDCAを回していく取組みとはなっていなかった。また都度出てくる課題に対処していたため、フォローアップ頻度のみが突出し、支援効果が高かったとは言い難い面がある。今後は計画と実績のズレを定期的に把握しながら、効果的なフォローを実施していく。

(2)支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての小規模事業者を支援対象とする。なおフォローアップ頻度については、事業計画の進捗状況等を勘案し、頻度を増やす事業者と減らしても支障のない事業者を見極め、頻度設定を行う。

(3)目標

◎既存小規模事業者へのフォローアップ

	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
対象事業者数	4者	7者	7者	7者	7者	7者
頻度（延回数）	60回	28回	28回	28回	28回	28回
売上増加事業者数		3者	3者	3者	3者	3者
営業利益額増加事業者数		3者	3者	3者	3者	3者

◎創業者へのフォローアップ

	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
対象事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
頻度（延回数）	15回	4回	4回	4回	4回	4回

目標売上達成事業者数		1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
目標営業利益達成事業者数		1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

(4) 事業内容

経営指導員が巡回により事業所を訪問し、計画の達成度合い・アクションプランの実行度合い等を定期的に確認し、必要なフォローアップを行う。

なおフォローアップ先は、「自己完結型事業者」「通常の事業者」「要支援事業者」に3分類し、各々の訪問頻度を変えていくこととする。ただし事業者の支援要請を妨げない様に、その頻度については臨機応変に対応する。

<事業者分類の定義>

「自己完結型事業者」：当初の計画通りに計画を実行しており、人的・時間的余裕のある事業者

「要支援事業者」：計画の進捗が思わしくなく、専門的なアドバイスが必要な事業者

「通常の事業者」：上記以外の事業者

<フォローアップ頻度一覧表>

支援先区分	①想定構成比	②訪問頻度	①（構成）×②（頻度）
自己完結型事業者	25%	2回／年	0.5
通常の事業者	50%	4回／年	2.0
要支援事業者	25%	6回／年	1.5
平均訪問頻度	—	4回／年	4.0回／年

進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じている場合には、高知県商工会連合会の専門経営指導員や税理士や中小企業診断士等の外部専門家など、第三者の視点を投入し、当該ズレの発生要因および今後の対応策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更や、必要に応じて計画の見直しを行う。

また計画実行時に専門的なアドバイスが必要な際にも伴走型小規模事業者支援推進事業による専門家派遣を活用し、計画の実行性を高めていく。

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

① 現状

これまでの支援活動においては、展示会・商談会等の情報提供等により、需要開拓に意欲的な小規模事業者の発掘に努めてきたが、情報提供活動に留まり、具体的な出展等につながらない事案が多かった。特に従業員が殆どいない大豊町の小規模事業者にとっては、県外等に出張し需要開拓活動を行うことに、ハードルが高いことが現状となっている。

② 課題

効率的な需要開拓にはDXの観点が必要であるとの理解を深めて頂き、まずはITを活用した販路開拓手法を広く浸透させ、具体的に需要開拓効果をあげていくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

リアルでの展示会・相談会への出展支援（BtoBを想定）については、各小規模事業者のターゲットや出展の費用対効果を想定のうえで、個別に情報提供していく。出展にあたっては経営指導員等が各段階において出展支援を行う。

DX取組みへの出発点の一つとして、WEB商談会への出展支援、SNSまたはHP（開設・改良）

での情報発信やECサイト利用等について専門家派遣を通じて支援し、対象事業者の売上高増加につなげる。

(3) 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展示会・商談会（リアル）出展		—	1 者	—	1 者	—
成約件数／者		—	2 件	—	2 件	—
②WEB 商談会（相談会）出展		2 者	1 者	2 者	2 者	2 者
成約件数／者		2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
③SNS・HP情報発信		1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
売上増加率／者		5 %	5 %	5 %	5 %	5 %
④ECサイト利用		1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
売上増加率／者		5 %	5 %	5 %	5 %	5 %

※管内小規模事業者の多くは、従業員のいない事業者であり展示会等への出展期間は実店舗を休業する必要があるため負担が大きい。そのため展示会・商談会（リアル）出展目標を隔年としている。

(4) 事業内容

①展示会・商談会（リアル BtoB を想定）

事業計画を策定した事業者（過年度含む）または策定が見込まれる事業者の中から、地域資源を活用した特色ある商品を開発している小規模事業者で、出展が実現できかつ効果的と思われる事業者・展示商談会を選定し、情報提供したうえで、下記の出展支援を行う。

- ＜事前＞ 出展目的とターゲット明確化・出展商品の選定・販促ツール作成支援・見込顧客への事前案内 等
- ＜出展中＞ 顧客反応の収集・アンケート集計・商品説明補助・競合調査 等
- ＜出展後＞ 成約までの必要なフォローアップ

○想定される展示会等

展示会等	概要	対象者	規模
アグリフードEXPO （東京・大阪）	(株)日本政策金融公庫主催 の国産農水産物や加工品 に特化した展示商談会	国産農水産物や、そ れらを主原料とした 加工食品の生産者	東京会場（2018 年実績） 来場者数：12,385 人 出展社数：672 社 大阪会場（2019 年実績） 来場者数：15892 人 出展社数：470 社
FOOD STYLE Kansai （旧[関西]外食ビ ジネスウィーク）	外食・中食・小売業界を 網羅する、フードビジネ スの商談展示会	フードビジネスに関 わる、あらゆる食 材・飲料・設備・サ ービス事業者	2019 年実績 来場者数：30,405 人 出展社数：350 社
高知県産品商談会	高知県内の食品事業者が 出展する商談会	県内外に販路を拡げ たい食品事業者	2020 年実績 出展社数：100 社 参加バイヤー：88 社

②WEB 商談会

リアル商談会への出展が難しい小規模事業者に対し、DX取組みへの出発点の一つとして、WEB商談会への出展支援を実施する。事前に作成支援した商品シートやPR動画等を、中小企業基盤整備機構・高知県地産外商公社等へ送付し、中小企業基盤整備機構・高知県地産外商公社等が主催するオ

ンライン商談に対応している商談会等への出展支援を行う。

③ SNS・HP情報発信

インターネットを活用した販路開拓を模索する小規模事業者には、比較的取り組みやすい情報発信手段である SNS の活用について支援し、集客効果・宣伝効果等を高めていく。また HP については、商工会員にむけ無料プランを提供している HP 作成サービス「グーペ」を利用した開設支援や、既に作成している HP の改良等について、IT 専門家の知見を入れながら支援していく。

※グーペ:店舗のホームページに必要なコンテンツがあらかじめ用意されているホームページ作成 ASP のウェブサービス

④ EC サイト利用

全国商工会連合会が運営している日本全国の魅力ある地域産品を産地直送で販売する「ニッポンセレクト」等のショッピングサイト提案を行いながら、専門家派遣を活用し、効果的な商品紹介のリード文・写真撮影・商品構成等の支援を実施する。

II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

現状では事業の実績（実施したこと）に関する報告に重きがおかれ、事業の見直しに関する取組については不十分であったと思われる。今後は事業を実施した結果、小規模事業者の経営および地域にどのような影響を与え、また今後どうすべきか、これまで以上に町担当者とも連携し、検討を重ねていく必要がある。

(2) 事業内容

① 評価委員会の開催

当会会長・副会長・法定経営指導員・大豊町産業建設課長・金融機関職員または出身者等（外部有識者）等をメンバーとする「評価委員会」を年1回開催し、経営発達支援計画の進捗状況等について、評価および改善提案を受ける。

② 評価結果の公表

当評価委員会による評価結果は、理事会にフィードバックした上で、事業実施方針や大豊町への施策提言等に反映させるとともに、商工会事務所への備え付け及び当会 HP に掲載することで、小規模事業者が常に閲覧可能な状態にしておく。

10. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1) 現状と課題

当商工会は経営指導員1名地区であることから、他地域と比べ、研修への参加が困難な場合が多いのが現状である。オンラインセミナー等、研修参加手法が多様化している機会をとらえ、これまで以上に積極的に研修に参加していく。また支援員についても事業計画策定・実行等に深く携わっていく必要があることから、組織全体で資質向上につなげていくことが課題である。

(2)事業内容

①階層別研修会への参加

経営指導員・事務局長・経営支援員、各々の支援能力向上のため、高知県商工会連合会が実施する階層別研修会に参加し資質向上を図る。

例) 支援事例発表会 等

②通信教育講座への取組み

高知県商工会連合会が実施している支援スキル向上のための通信教育講座について、各職員の支援レベルや課題にあわせた講座に取組み、組織的な支援力の向上を計画的に図っていく。

例) 創業支援講座、経営支援アドバイザー養成講座 等

③他機関研修会への参加

中小企業庁・中小企業基盤整備機構等が主催する研修会に主に経営指導員が参加し、資質の向上を図る。また参加した経営指導は受講した内容を他の職員に伝達し、組織的な支援力の向上を図っていく。なお参加するテーマについて、DX推進に関する知識・ノウハウが不足していることから、当該テーマで開催される研修会には、特に積極的に参加し、事業者の業務効率化・販路開拓・セキュリティ対策等を支援していく。

<DX推進に係るセミナー例>

項目	セミナー例
業務効率化	POS・電子決済・予約管理・販売在庫管理・顧客管理システム等の導入 等
販路開拓	HPやSNS活用での情報発信・ECサイトへの参加、構築・WEB商談会への参加 等
セキュリティ	情報セキュリティ自己診断と対策 等

④OJTの実施

経営指導員が経営支援員にOJTを実施（経営指導の場に経営支援員が同席）し、組織的に支援能力をあげていく。一方、当商工会は経営指導員1人地区であるため、県連スーパーバイザーの協力を得て、経営指導員のOJTを実施していく。

⑤共有フォルダでの支援情報共有

経営指導員等が実施した支援案件について、共有フォルダに保管・共有していく。これにより支援ノウハウを共有し、経営支援員等においても一定レベルの支援が実施できるような体制を整えていく。

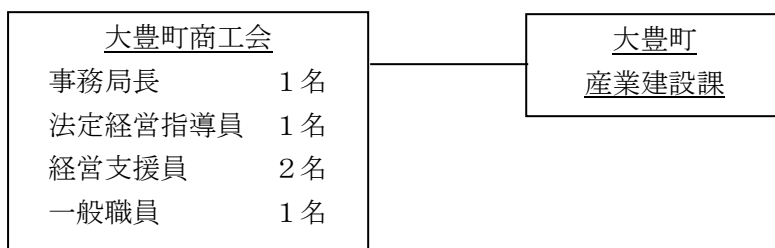
(別表2)

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5月末現在)

(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：仙頭 秀雄

■連絡先：大豊町商工会 TEL 0887-72-0128

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

〒789-0312 高知県長岡郡大豊町高須 235-3

大豊町商工会

TEL : 0887-72-0128 FAX : 0887-72-0374

E-mail : otoyo@kochi-shokokai.jp

②関係市町村

〒789-0392 高知県長岡郡大豊町津家 1626 番地

大豊町産業建設課

TEL : 0887-72-0450 FAX : 0887-72-0474

E-mail : kouryu@town.otoyo.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	730	730	730	730	730
専門家派遣費	100	100	100	100	100
評価委員会運営費	30	30	30	30	30
展示会等出展費	300	300	300	300	300
広報費	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
伴走型小規模事業者支援推進事業補助金・会費収入 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