

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	春野商工会 (法人番号 7490005000394) 高知市 (地方公共団体コード 392014)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>(1) 経営力向上を目指した事業計画策定と自浄能力の育成 実現可能な戦略的事業計画策定支援及び経営者のマインド育成に取り組む。また、事業承継並びに事業引継ぎを推進する。</p> <p>(2) 地域ブランドの構築と製造製品の地産外商支援 6次産業化された商品のブランド化の探求。また、地域内で製造された製品の国外・県外への地産外商に取り組む。</p> <p>(3) 観光関連の地域内小規模事業者情報の発信 地域内の観光資源に関連する地域内小規模事業者情報について、需要開拓を目指しマスメディア、関係機関を通じ情報発信する。</p> <p>(4) 創業支援を通じた新たな事業と地域の魅力の創出 地域の魅力と起業者の強みを活かした創業計画策定支援並びに経営安定するフォローを実施。</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域経済動向調査に関すること 地域経済分析システム (RESAS) と独自調査を交え、地域の経済動向分析、景気動向分析を実施し、広く公表すると共に個者支援に活用する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 国内外からバイヤーが多く集う展示会、商談会、また高知県地産外商公社から紹介されたバイヤーに対して、試食・アンケート調査等を実施し、販路開拓に繋がる商品企画改善等支援をする。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 新たな事業に取り組もうとする意志がある事業所を対象に、財務分析、非財務分析を実施し、効果的な活用ができるようにする。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 事業者の消極的なマインドを改善、自浄能力を育成する啓発セミナーを開催する。経営者としてのポジティブな意識を醸成し各調査内容を踏まえたうえ実現可能な事業計画策定を支援する。 また、起業者の安定経営を図る為、綿密な創業計画策定を支援する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業進捗の定時観測を基本4半期に1回を目安に実施するが、支援先の事業遂行レベルに応じた訪問頻度でフォローアップ支援を実施する。 また、事業者の自浄能力の育成を図り、PDCA サイクルでの改善方法を定着させる。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること アグリフード EXPO 東京、WEB 商談会等の BtoB 取引、SNS/EC セミナー、マスメディアへの掲載等 BtoC 取引について、ターゲット別に取組事業を構成し、支援対象者への効果的な需要開拓を実施する。</p>
連絡先	<p>春野商工会 〒781-0304 高知県高知市春野町西分 55 番地 TEL:088-894-2146 FAX:088-894-2461 mail:haruno@kochi-shokokai.jp</p> <p>高知市役所 商工振興部 商業振興課 〒780-8571 高知県高知市本町 5 丁目 1 番 45 号 TEL:088-823-9375 FAX:088-823-4024 mail:kc-151700@city.kochi.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

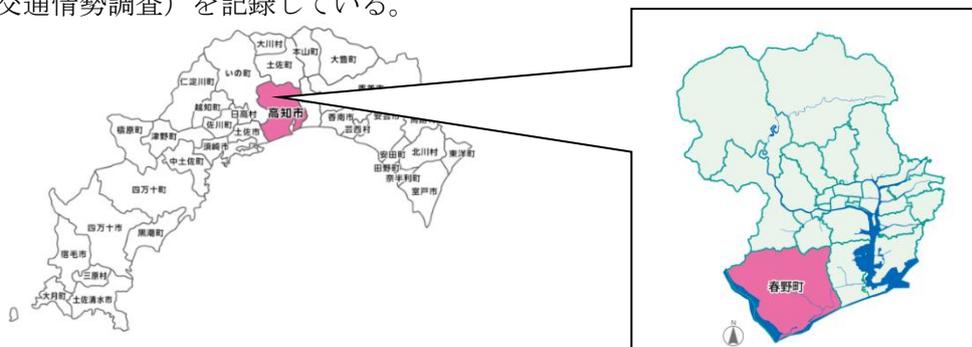
①現状

(ア) 立地、交通

春野町は、高知県の中央南部に位置し、南は土佐湾、西は水質日本一を誇る仁淀川を挟み土佐市、北は荒倉山を挟みいの町に囲まれた南北に約 7 km、東西に約 6 km、総面積 44.94 ㎩の吾南平野が広がる土地である。

吾南平野が広がる町域は、農業振興地域指定された生産性の高い優良農地が全体を占めており農地法による農地転用規制が影響し新たな道路、住宅、商工業者による開発が難しい地域である。

交通に関しては、町北部を県西部と高知市を結ぶ国道 56 号線が通過しており、四国 8 の字ネットワークで整備された高規格道路のバイパスとして、県内でも比較的流入出の往来が多い基幹道路となっており 24 時間交通量としては、約 26,500 台（出典：国土交通省 平成 27 年度全国道路・街路交通情勢調査）を記録している。

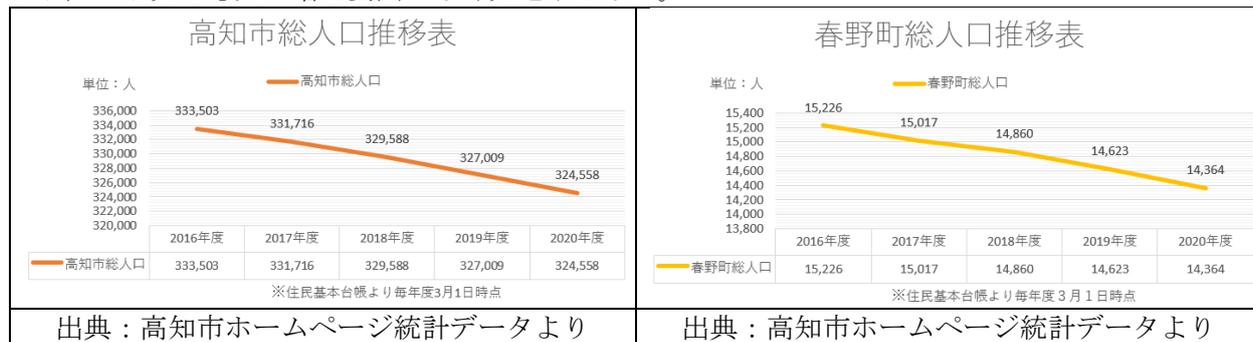


【出典：高知市より】

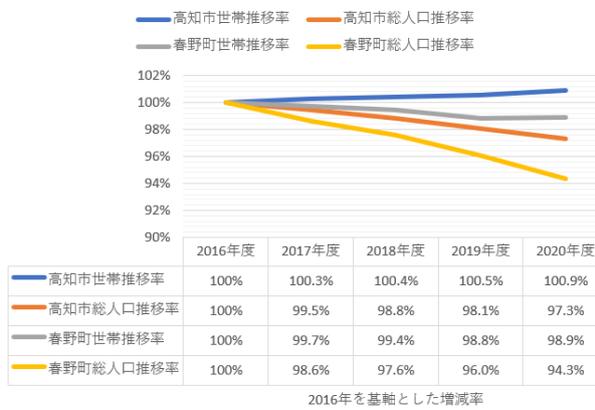
(イ) 人口

春野町の総人口は 2021 年 3 月 1 日時点では、14,364 人であり、年々減少傾向にある。高知市総人口も同じく減少傾向にあり総人口に占める春野町総人口の割合は、約 4.4%である。

流出人口としては、特に町内における住宅密集地である南ヶ丘団地、平和団地沿いを通る県道 36 号線が高知市中心市街地へ直結しており、アクセスの良さから高知市のベッドタウンとなっている。高知市の総人口推移率と比較すると、春野町の減少率が高く推移している。要因としては、(ア) 立地、交通でも触れた農地転用規制等の影響による住宅等都市開発の抑制が考えられている。高知市における将来的な人口推移としては、2030 年には 298,926 人まで減少し、春野町では 13,093 人（出典：高知市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン）と推測している。県内の他市町村と比較しても、減少幅は低く推移するが出生・死亡・転出・転入の実績値（下図：RESAS 人口マップ 人口増減より）から見ても人口増加要因がなく見込みはない。

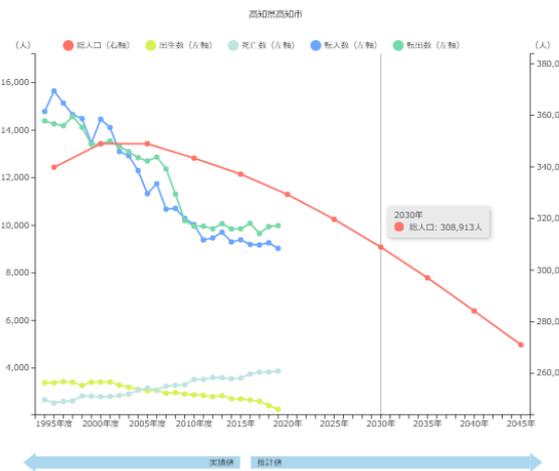


高知市・春野町人口動態推移率



出典：高知市ホームページ統計データより

出生数・死亡数 / 転入数・転出数



出典：RESAS 人口マップ 人口増減より

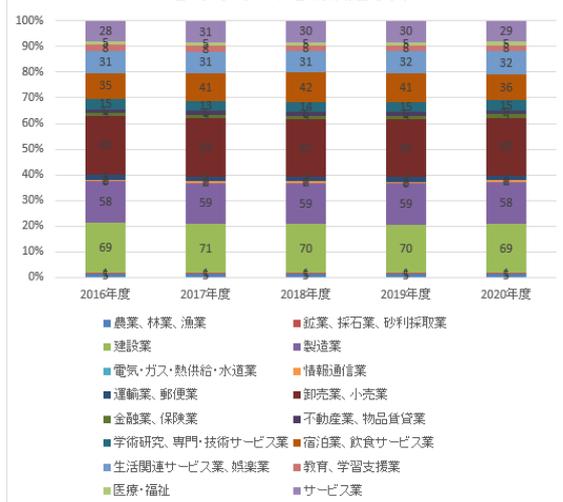
(ウ) 産業 (商工業者の推移)

春野町の産業としては、多くが農業振興地域である為、農業が基幹産業となっている。主な生産物としては、キュウリ、メロン、ナス、トマト等の施設園芸が盛んであり、地域由来品種である「弘岡かぶ」生産地としても有名である。

また、法人、個人合計して 511 事業所あり、高知市 1,568 事業所に占める割合では 32.6%と人口比率からも農業生産者が多い事が伺える。

商工業者は、2020 年度末時点では、357 事業所、内小規模事業者数は 302 事業所で約 84.6%を占めており、当商工会会員数は、191 事業所（定款 8、特別 10 を除く、商工会員数推移表参照）、組織率 53.5%で推移している。業種別の構成（令和 2 年度末時点）としては、卸売業・小売業 22.4%、建設業 19.3%、製造業 16.2%、宿泊業・飲食サービス業 10%、生活関連サービス業・娯楽業 9%となっている。

春野町商工業者構成推移表



出典：春野商工会による独自調査データより

商工会員数推移表



4業種推移表



出典：春野商工会による独自調査データより

業種別の特性については、卸売業・小売業・飲食サービス業は立地からか国道 56 号沿いのアクセス環境が良い弘岡上・弘岡中・弘岡下地区に集中しスーパーマーケット、コンビニエンスストア、ガソリンスタンド、自動車販売店、外食チェーン店、金融機関等軒を連ねており唯一の商業集積地となっている。製造業については、町内には工業団地等整備されてなく点在している状態である。開発規制もあることから工場増築の断念、別地域への工場増設又は移転を検討している事業所もある。また、近年では機械製造だけでなく農業事業所の 6 次産業化、食品製造業者による地域素材を活用した商品開発が進み販路開拓に取り組んでいる状況である。サービス業については、立地条件から実店舗数に限度がある為、最近では高知市内で実店舗を有したり無店舗型で広域に経営をする事業者が増加している状況である。

直近 5 ヶ年の商工業者推移表を見ると、小売業、飲食サービス業の減少が進行していることが分かる。(4 業種推移表参照) 県民消費動向調査(平成 28 年度)によると、町民の約 75%が最寄品等を町外で購入しており、高知市内への通勤・外出時に大型店舗(モール・スーパーマーケット・ドラッグストア等)の利用者増加、町内人口減少、高齢化世帯の増加により町内消費支出が減少していることが要因と考えられる。また、飲食業についても同様な傾向にあり最近では、新型コロナウイルス感染症の影響により厳しい経営を強いられており借入金、給付金等を活用し存続しているがポストコロナ、with コロナに向けた取組で持続できる経営が望まれている。

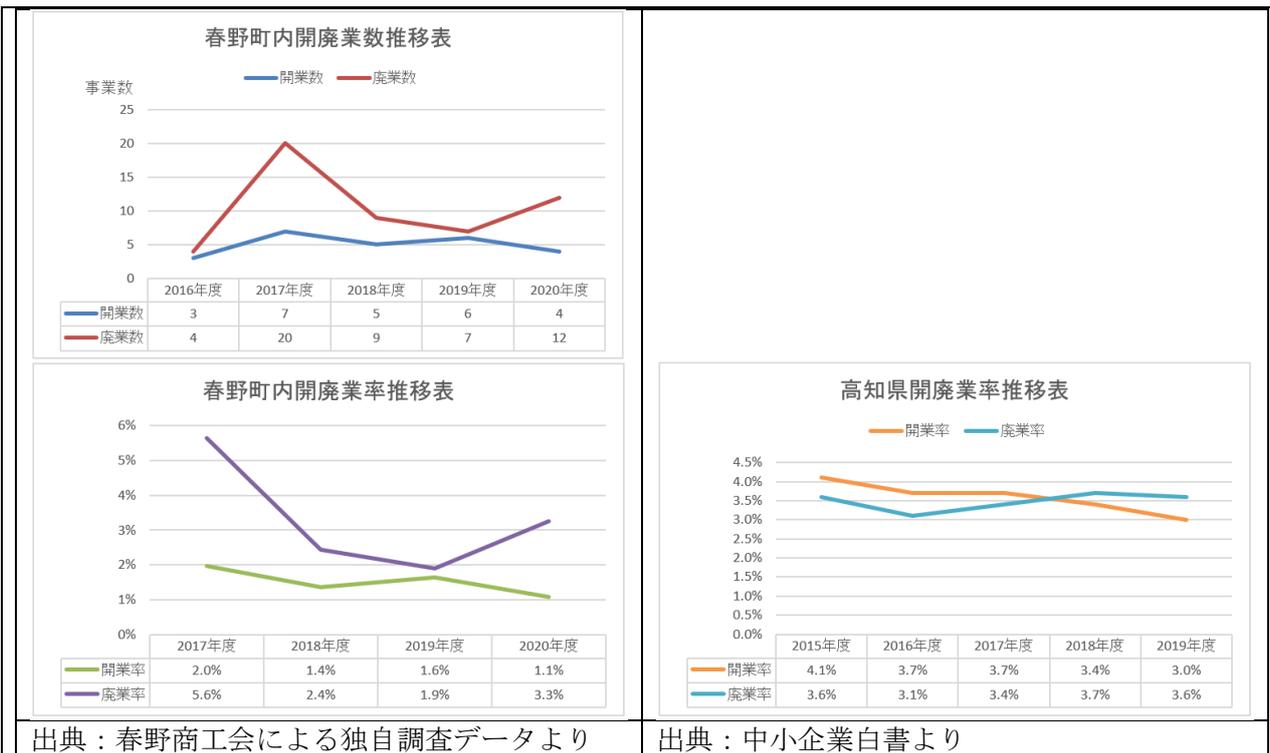
【直近 5 ヶ年商工業者数推移表】

業 種	2016年度		2017年度		2018年度		2019年度		2020年度	
	商工業者数	内小規模								
A 農業、林業、漁業	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
C 鉱業、採石業、砂利採取業	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
D 建設業	69	63	71	64	70	64	70	64	69	63
E 製造業	58	51	59	52	59	52	59	52	58	51
F 電気・ガス・熱供給・水道業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G 情報通信業	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
H 運輸業、郵便業	7	5	7	5	7	5	7	5	7	5
I 卸売業、小売業	80	64	84	67	82	65	83	66	80	64
J 金融業、保険業	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2
K 不動産業、物品賃貸業	5	3	6	4	6	4	5	3	5	3
L 学術研究、専門・技術サービス業	15	14	13	12	14	13	15	14	15	14
M 宿泊業、飲食サービス業	35	24	41	29	42	30	41	29	36	25
N 生活関連サービス業、娯楽業	31	31	31	31	31	31	32	32	32	32
O 教育、学習支援業	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
P 医療・福祉	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
Q サービス業	28	22	31	25	30	24	30	24	29	23
合 計	354	299	369	311	367	310	368	311	357	302

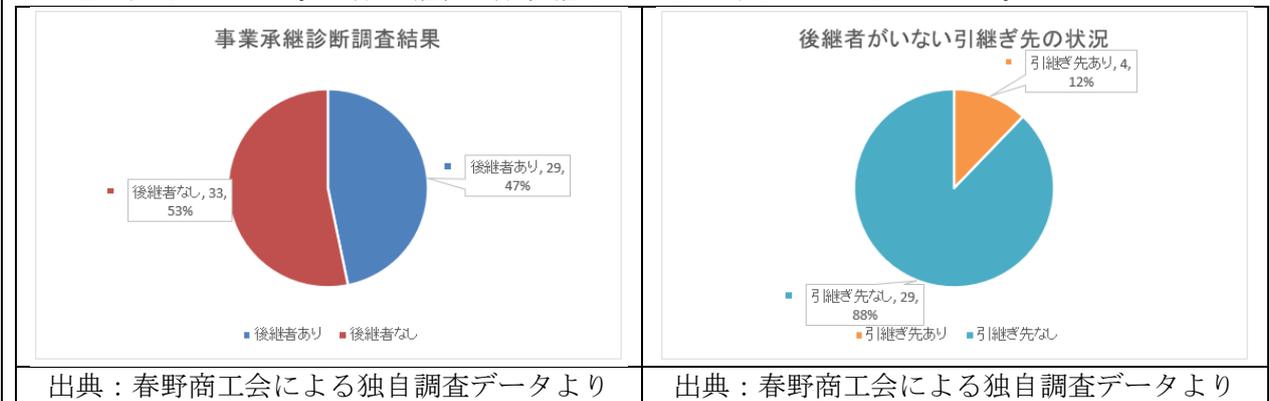
(出典：春野商工会による独自調査データより)

※2017 年度は、事業所調査方法変更により未登録事業所が発覚し新たに登録した為、増加しています。

開業・廃業の状況については、中小企業白書(2017 年度版から 2021 年度版)によると高知県の開業率は 2018 年度から廃業率が開業率を上回り事業所数が減少に転じている。(高知県開業率推移表参照) 直近 5 ヶ年の町内の推移については、下表のとおりであり高知県と比較しても開業率が低く、廃業率は県内平均で推移している状況である。



事業承継の状況については、中小企業白書（2021年度版）によると「未定」とする事業所が全体の28.3%と事業存続又は廃業について検討されてない状況である。当商工会においても平成30年度より対象となる事業所に対して「事業承継診断調査」を実施しており、調査結果から事業承継年齢の高齢化、**後継者がいない事業所の引継ぎ先未定**の状況が事業資産、技術等の経営資源を埋没させていることを認識している。事業承継、事業引継ぎの早急な対応が求められている。



(エ) 観光

町内には、四国遍路八十八か所「第三十四番 本尾山 種間寺」があり、約10万人/年間と言われる巡礼者が訪れているが、その人数は年々減少している。一方、近年では訪日客の増加と共に単に観光だけではなく、日本文化に触れる体験を目的に外国人の巡礼者が増加している。

また、県内を代表する「高知県立春野総合運動公園」では、年間を通して様々なスポーツ等イベントが催されプロ野球球団、Jリーグサッカークラブなど全国からキャンプ地として利用されている。直近の年間利用者・来場者数は、489,235人（出典：公益財団法人高知県スポーツ振興財団 令和元年度事業報告より）あり県内外から来場している。

これらの施設により、町内への流入人口が一定数あり宿泊施設、飲食店、小売店への利用を見込ん

だ事業所が創業している。最近では、訪日客の増加に伴う旅館業の規制緩和による民泊業の開業も増加している。

一方、新型コロナウイルス感染症による外出自粛により、巡礼者は激減、また運動公園利用者においては、約40%減少し関連事業所に与える影響は危機的なものである。

季節的な観光としては、6月頃に開催される「あじさいまつり」がある。弘岡用水路沿い約5kmに紫陽花が約1万本咲く「あじさい街道」を中心にウォーキング、足湯、フォトコンテストまた「味彩まつり」と称した地域グルメのイベントを開催している。昭和63年から開催されている当イベントは、令和3年をもって第33回目を迎え、来場者数も県内外より約2,000人と町を代表する名物イベントとなっている。

しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により令和2年度、令和3年度は中止している。



(オ) 高知市総合計画について

高知市は、2011年度から2030年度までの20年間のまちづくりの指針となる「2011高知市総合計画」を策定し、令和3年3月末に今後10年間で取り組むべき施策をまとめた改訂版となる「2011高知市総合計画 後期基本計画」が策定された。計画では、維新・創生8大エンジンとして特に商工会との関わりが深い産業・観光に係る内容については、「**地産外商、観光振興により、高知の強みと地域資源を活かした産業を興す**」をメインテーマに掲げ目標達成に向け関係機関と連携し取り組んでいるところである。

また、高知市内をゾーンで区切りゾーンの特性に合わせた都市環境の形成に取り組み、活力向上を目指している。

	<p>(ア) 立地、交通の参照図のとおり春野町は、田園地域ゾーン、一部周辺市街地ゾーンを含んでいる。</p> <p>【田園地域ゾーンの方針】 農業振興施策と連携し、優良農地の遊休・荒廃化を防ぎ、農用地の保全、集落の居住空間の確保に取り組む。農林水産業との健全な調和を図り周辺環境に十分配慮しながら活力ある地域づくりに繋がる土地利用を図る。(一部抜粋)</p> <p>【周辺市街地ゾーンの方針】 住環境の整備、地域特性や交通利便性等を活かした、就労環境の創出に資する産業基盤の充実を図り、周辺環境と調和の取れた有効な土地利用に取り組む。</p>
--	---

実現に向けての方針及び重点的な取組は、下記のとおりである。

【実現に向けての方針】

- ①地産の強化に取り組む、新市場開拓・販路拡大を通じた外商活動により、産業振興を図る。
- ②高知の豊かな観光資源を活かし、国内外からの観光客の誘致を図る。
- ③企業誘致と併せて、創業支援や地場企業への支援を行い、大学・専門学校などと連携しながら雇用を創出する。

【重点的な取組】

重点的な取組	産業振興 【操業環境整備の推進】 産業団地の整備	観光振興 【地域資源の魅力創出】 「歴史」「食」を基軸とした観光振興	商業振興 【商店街の活性化】 中心市街地等の商店街活性化	事業の創出と企業誘致 【事業創出の支援】 新たな事業や設備投資への支援
	【地産外商の推進】 地場企業の販路拡大	【インバウンド観光の推進】 外国人観光客の誘致	【街路市の活性化】 生活市としての街路市の魅力、集客力及び利便性の向上	【企業誘致の推進】 優良な雇用の場の確保・若年者労働力の県外流出抑止
	【伝統産業の推進】 ブランド力・知名度向上	【効果的な情報発信】 県内の観光資源を効果的に結び付けた広域観光PRの実施	【商業等経営基盤の強化】 指導団体と連携した経営者支援・共同事業の支援	
	【産業技能の承継と向上】 伝統産業の後継者育成	【受入態勢の充実】 市民全体でのホスピタリティの育成・向上	【卸売市場の活性化】 空き店舗対策・市場開放等のイベント充実	

②課題

(ア) 春野町の商工業の現状と課題

【商業】

春野町の卸・小売業については、事業所数は減少しているものの、従業員数の増加、商品販売額の増加が見受けられる。卸売業については、特定事業所の規模拡大による大幅な従業員数、商品販売額の増加が影響していると思われる。小規模事業者については、流通形態の多様性により売上規模は減少傾向にある。

小売業については、店舗数、従業員数、商品販売額とも大幅に減少している。主な要因は①(ウ)産業(商工業者の推移)に記載してあるとおり、開発が難しい立地である為、これ以上の新たな小売店の増加は難しく最寄品等を扱う生活に必要な小売店の維持が必要と思われる。

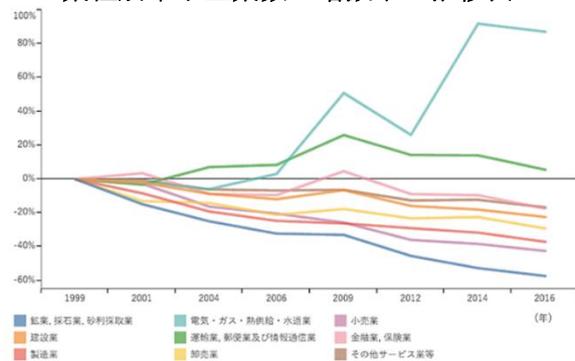
また、業種別中小企業数の増減率の推移(小規模企業白書 2020年版)を参考に、春野町内小売業の10年後を当商工会で独自分析したところ、29店舗と半減すると予測している。将来的には、周辺住民の生活利便性の低下、車を利用できない高齢者等買い物難民が発生すると予測される。

◆春野町内商店数・従業員数・商品販売額比較

区分	平成19年			平成26年		
	商店数	従業員数	商品販売額(万円)	商店数	従業員数	商品販売額(万円)
卸売業	12	59	122,500	12	166	557,276
小売業	94	414	570,900	60	335	381,172
合計	106	473	693,400	72	501	938,448

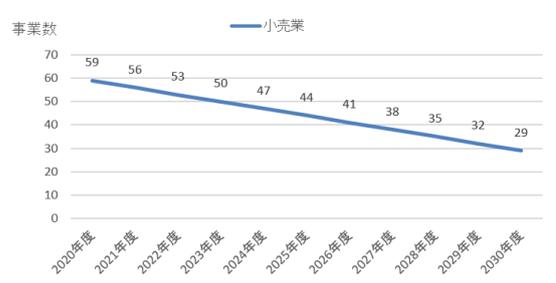
(出典：平成19年度高知県商業統計調査・平成26年高知市商業統計調査より)

業種別中小企業数の増減率の推移表



出典：小規模企業白書 2020年版より

小売業減少予測推移表



出典：春野商工会独自調査データより

【工業】

春野町の工業については、事業所数、従業員数が増加しているものの商品販売額が減少している

が、その約 92%を占めている大企業（上場企業）の年度売上高増減が影響しており、小規模事業者が占める割合は非常に少ない。その中でも業績を伸ばす事業所、減少する事業所に分かれており、前者の傾向としては、事業承継の完了、積極的な設備投資により新たな取引先との販路開拓に繋がっている。

しかし、一定規模より拡大できないのは、工場面積等の拡張が立地により抑制されている為であり、対応としては、飛び地での工場増設又は整備された立地への移転を検討しなければいけない状況である。

また、後者については、経営者の高齢化、後継者がいない等により受注先からの継続取引に不安があることや、世代間ギャップによるコミュニケーション不足で新たな事業への取組みができない等から徐々に取引が減少に至っている。

◆春野町内事業所数・従業員数・製造出荷額比較

区分	平成19年			平成26年		
	事業所数	従業員数	商品販売額（万円）	商店数	従業員数	商品販売額（万円）
製造業	14	591	1,438,836	21	613	1,392,332

（出典：平成 19 年度高知県商業統計調査・平成 26 年高知市商業統計調査より）

春野町の建設業については、土木・建築・設備・管工事業者等が存在しており、小規模事業者が約 91%を占めている状態である。特に土木工事業関連業種は、官公依存率が高く入札等の動向等に影響されており、また下請け割合が高く安定した利益確保が難しい状況であり経営リスクも高まっている。

景況調査では、全般的に資材価格の高騰、人材不足が経営課題としてあげられており、今後はコスト吸収できる仕組み（価格転嫁・生産効率向上・先端設備導入）づくりや、人材不足を補う同業者ネットワークを形成する取組が求められる。

（イ）これまでの商工会の取組み

当商工会は、平成 29 年 4 月 1 日から開始された経営発達支援計画において小規模事業者に係る経営分析、事業計画策定、需要動向に基づいた販路開拓、経営支援セミナーの開催等実施してきた。

経営分析、事業計画策定での支援目標から実績については、概ね達成しているが本来、経営者自らの自浄能力を育成する目的であったが、支援者側の一方的な計画策定、支援をしたことで、経営者側の能動的な行動が少なく取り残された感じであった。

需要動向に基づいた販路開拓については、町内産業構成からも分かるように農業事業者の 6 次産業化を積極的に支援し、県外・国外への展示会・商談会・コロナ禍ではWEB商談会へ参加し販路開拓、新商品開発支援に取組みました。販路開拓実績としては、トマトを加工したジュース、ケチャップ、特産品である柑橘類の文旦（ブンタン）、みかん、小夏を加工したジュースを主に「アグリフード expo（東京）」「シンガポール伊勢丹への商談会」へ出展し関東圏、国外輸出の足掛かりを作り各事業所が独自に広げてきた。新商品開発については、ブランド化された希少柑橘類ベルガモットのジュースや、町外の県内企業と連携したトマトビールなどが開発され好評を得ている。

また、専門家によるセミナー・個別支援による IT 支援を積極的に進めており現在では、町内事業所の約 20%が自社ホームページを運営し、内 EC サイトでの販売に着手した事業所は、売上高としては低いを着実に業績を伸ばしている。

観光については、「あじさいまつり」による交流人口増加、地域コミュニティの形成等に取り組む交流人口、認知度の向上の目標を達成しつつあったが、令和 2 年、令和 3 年と中止となったことで再開の見通しがたたない状況から今迄培ってきたものが失われつつある。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①2011 高知市総合計画 後期基本計画 (2021年～2030年)

実現に向けての方針及び重点的な取組は、下記のとおりである。(関連箇所のみ抜粋)

【実現に向けての方針】

- (ア) 地産の強化に取り組み、新市場開拓・販路拡大を通じた外商活動により、産業振興を図る。
- (イ) 高知の豊かな観光資源を活かし、国内外からの観光客の誘致を図る。
- (ウ) 企業誘致と併せて、創業支援や地場企業への支援を行い、大学・専門学校などと連携しながら雇用を創出する。

■連動性のある項目

	産業振興	観光振興	商業振興	事業の創出と企業誘致
重点的な取組	【操業環境整備の推進】 産業団地の整備	【地域資源の魅力創出】 「歴史」「食」を基軸とした観光振興	【商店街の活性化】 中心市街地等の商店街活性化	【事業創出の支援】 新たな事業や設備投資への支援
	【地産外商の推進】 地場企業の販路拡大	【インバウンド観光の推進】 外国人観光客の誘致	【街路市の活性化】 生活市としての街路市の魅力、集客力及び利便性の向上	【企業誘致の推進】 優良な雇用の場の確保・若年者労働力の県外流出抑止
	【伝統産業の推進】 ブランド力・知名度向上	【効果的な情報発信】 県内の観光資源を効果的に結び付けた広域観光PRの実施	【商業等経営基盤の強化】 指導団体と連携した経営者支援・共同事業の支援	
	【産業技能の承継と向上】 伝統産業の後継者育成	【受入態勢の充実】 市民全体でのホスピタリティの育成・向上	【卸売市場の活性化】 空き店舗対策・市場開放等のイベント充実	

【重点的な取組内容】

(ア) 地場企業の強みを活かした産業の振興

・地産外商の推進

展示会や見本市への出展、広告掲載に対する補助を行い、地場企業の販路拡大に取り組みます。

(イ) 魅力あふれる商業の振興

・商業等経営基盤の強化

高知商工会議所等の指導団体と連携した経営者支援を行うとともに、中小企業団体等が実施する共同事業の支援や融資制度の活用により経営基盤の強化に取り組みます。

(ウ) 新たな事業の創出と企業誘致

・事業創出の支援

市内中小企業が少子高齢化や人出不足、働き方改革への対応等の厳しい事業環境を乗り越えるため、国や関係機関と連携し、市内中小企業による新たな事業や設備投資の支援に取り組みます。公共施設の空きスペースをシェアオフィスとして活用するなど、市内事業者の創業支援に取り組みます。

(エ) 観光魅力創造・まごころ観光の推進

・効果的な情報発信

観光プロモーションについては、観光客動態調査や観光案内所運営によるニーズ等の分析により、県内の観光資源を効果的に結び付けた広域観光PRを実施します。また、歴史や食、よさこいなど本市の強みを活かしながら、関係団体やイベントなどを活用・連携し、首都圏や東アジア等への観光PRに取り組みます。

②2011 高知市総合計画 後期基本計画 (2021年～2030年) との連動性と商工会としての役割

2011 高知市総合計画 後期基本計画 (2021年～2030年) での当商工会の役割としては、現状と課題を踏まえ、目指すまちづくりの方向性を共有しつつ、その担い手となる地域小規模事業者に対して持続的な経営基盤の確立に向けた伴走型支援を継続的に実施し、活力ある企業の創出を図ることで地域の商業機能維持、ブランドの構築、魅力ある観光地づくり等へと繋がり、高知市が目指す将来像の実現に向け協働で推進していくことにある。

③当商工会における 2022 年から 2031 年の 10 年間を見据えて

上記を踏まえ、10 年間を見据えた長期的な小規模事業者の振興のあり方として次に掲げる項目について推進を図り、小規模事業者の持続的発展による地域経済活性化に努めていく。

(ア) 活力ある小規模事業者を育成するとともに、経営者による自立経営を目指す。

小規模事業者が安定・発展的な経営をする為には、変化する経営環境への対応力、経営革新等の弛まない経営力の向上を図ることが、活力ある小規模事業者育成において重要である。経営者自らが新たな需要開拓に向けた、事業計画策定に取組める伴走型支援を推進する。

(イ) 地域ブランドの構築及び地産外商の取組み

春野町の特性を活かし 6 次産業化の支援をしてきたが、ブランド認知度が進んでいない状況である。ブランド構築を積極的に取組むことで新たな農業生産者が参入する契機となり基幹産業の活性化が図られる。また、製造物の国外・県外への販路開拓を積極的に推進し、農商工連携、製造業者技術補完等今迄にない地域活動への取組みにより地域活性化に繋げる。

(ウ) 観光資源を活用した交流人口への情報発信

県内外・国外から観光施設を利用しようとする交流人口に対し、地域内事業所の利用促進、特産品紹介、物産販売に繋がる情報発信に取り組み地域活性化、販路拡大を支援する。

(エ) 創業を推進し新たな事業を創出することで、地域を活性化する

春野町の立地や特色を活かし創業を行う者に対し、計画に基づく経営をスタートさせ、魅力ある事業所を創出することで、地域の活性化につなげる。

(3) 経営発達計画支援事業の目標

小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、本計画の 5 年間は以下の目標に基づき、高知市並びに関係機関と連携のもと社会環境変化、消費者ニーズに対応した伴走型支援を実施し経営力向上に努める。

- ①経営力向上を目指した事業計画策定と自浄能力の育成
- ②地域ブランドの構築と製造製品の地産外商支援
- ③観光関連の地域内小規模事業者情報の発信
- ④創業支援を通じた新たな事業と地域の魅力の創出

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

前頁記載の経営発達支援計画の目標達成に向けた方針は下記の通りである。

①目標	経営力向上を目指した事業計画策定と自浄能力の育成
達成に向けた方針	<p>小規模事業者を取巻く環境は厳しいものであり、経営ビジョンを明確にした経営戦略が求められる。それには実現可能な事業計画が必要であり、経営者の取組むマインドが大事になる。啓発セミナー及び専門家派遣事業を活用した経営者の自浄能力の育成と、経営指導員を中心に各支援機関と協力し戦略的事業計画の策定推進支援、フォローアップしていくことで経営力向上を目指す。</p> <p>また、1.(1)①(ウ)に記載しているとおり事業承継先が未定である小規模事業所が多くある。早期に事業承継計画の策定、優良事業の引継ぎ、第二創業等新事業の創出を図る為、高知県事業承継・引継ぎ支援センターと協力し推進を図る。</p>
②目標	地域ブランドの構築と製造製品の地産外商支援
達成に向けた方針	<p>地域特性から農業生産者による6次産業化、販路開拓支援に取り組んできたが、地域ブランドとして構築されていない。ブランド化の可能性を探求し推進する。また、地域内で製造されている製品については、国外・県外への販路開拓を目指し国内外バイヤーが集う展示会・商談会へ参加し、地産外商への取組を積極的に実施する。</p>
③目標	観光関連の地域内小規模事業者情報の発信
達成に向けた方針	<p>地域内の観光資源に関連する地域内小規模事業者情報について、改めて整理し主に「宿泊業」「飲食業」「小売業」「サービス業」を交流人口に対し、マスメディア等を通じ発信する。また、特産品等の需要開拓機会と捉え、高知県観光コンベンション協会、高知市観光協会と情報共有し、地域活性化に寄与する。</p>
④目標	創業支援を通じた新たな事業と地域の魅力の創出
達成に向けた方針	<p>地域の魅力と、起業者の強みを活かした創業を創業計画で可視化することにより実現し、早期に経営が軌道に乗る様にフォローをしていく。</p>

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

年4回の景気動向調査に加え建設業、製造業、卸売業、小売業、サービス業全般に独自調査を計画事業所数取組む予定であったが、十分な調査数が確保できないまま不完全なものであった。

課題としては、明確な調査対象者を想定しなかった為、調査分析数不足、個者支援が必要な業種への情報提供等の効果的な支援情報として欠落していた。

(2) ねらい目的

地域経済動向分析、個社支援対象となる業種への景気動向分析内容を、対象とする支援業種に事業計画策定、需要開拓へ効果的な取組となるよう実施する。

(3) 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地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載広報	—	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	HP掲載広報	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(4) 事業内容

①地域の経済動向分析

当地域である春野町だけを抜粋したデータ収集分析は困難である為、高知市全域を対象として経営指導員等が「RESAS」(地域経済分析システム)を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

調査項目	分析内容
地域経済循環マップ>生産分析	地域内における産業別稼ぐ力を分析
産業構造マップ>業種別産出額	業種別産出額推移による市場動向分析
観光マップ>From-to(宿泊者)	観光動向及び交流人口分析

②景気動向分析

当商工会では既に全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」を年4回実施しているが、本計画においては、独自調査として「新型コロナウイルス感染症の影響」「市場動向」「トレンド」について年1回調査分析を行う。

調査対象	製造業・小売業・宿泊業・サービス業 小規模事業者 140 事業所
調査項目	売上高・営業利益・資金繰り・市場動向・コロナ前比較・トレンド
調査方法	小規模企業景気動向調査については、巡回時独自調査については、調査票を郵送し FAX、メール、電話ヒアリングにて回収

	トレンドについては、中小機構「ジェグテック」の企業ニーズから公表されているキーワードを活用する。
調査頻度	年1回
分析手法	経営指導員が、高知県商工会連合会・外部専門家と連携し分析を実施。

(5) 調査結果の活用

地域の経済動向分析、景気動向分析については、会報、商工会 HP において公表し、特に景気動向分析については、統計データとして集計・加工・分析し公表するとともに、調査対象としている業種への個者支援の際、活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

第1期目の経営発達支援期間には、展示会、商談会への出展、WEB 商談会でのバイヤーまたは斡旋支援機関からのフィードバック等のアドバイスが直接、商品改善に結びつく効果があった。

需要動向調査については、商品開発段階では参考となり、実質市場取引においてはバイヤー等の意見が重要となることが理解できた。

課題としては、テストマーケティング、バイヤー商談会の実施及び出店不足により販売に影響を与える十分な需要動向調査ができていない。

(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試食、アンケート調査対象事業者数	2者	3者	3者	3者	3者	3者
②バイヤー需要動向調査対象事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

①試食、アンケート調査

6次産業化を図る製造業者を中心に、国外・県外への販路開拓を推進する為、「アグリフード EXPO 東京」に来場するバイヤーに対して試食、アンケート調査を実施する。

調査場所	「アグリフード EXPO 東京」開催期間中 東京ビッグサイト内出展ブース
調査時期	11月 (2日間)
来場者数	12,385人(平成31年参考)
調査項目	パッケージ、価格、量、味、取引条件 等
調査内容	聞き取りによるアンケート調査
調査分析	調査結果は、経営指導員が集計し事業者へフィードバックする。

②バイヤー需要動向調査

高知地産外商公社からの紹介によるバイヤーに対し、サンプル送付、試食、アンケート調査を実施する。

調査対象	関東・関西の百貨店、スーパー、セレクトショップ、道の駅
調査項目	パッケージ、価格、量、味、ロット数、値入率、取引条件 等
調査内容	・サンプル送付によるアンケート調査 ・WEB 会議システムを活用したインタビュー
調査分析	調査結果は、経営指導員等が事業者に直接説明。また、WEB 会議システムを活用したインタビューは経営指導員等が同席し、バイヤーからの意見の取りまとめを行い、商品改良等に繋がる支援をする。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

第1期目の経営発達支援期間には、小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金、事業再構築補助金、先端設備導入計画、経営力向上計画等の事業計画策定支援が契機となり経営分析に組み入りノウハウ蓄積してきた。

しかし、補助金申請等件数が増加した為、必然的に事業計画作成に傾注し、市場分析、事業化面に重点を置いた経営分析はできているが、財務分析について不十分であることが課題となっている。

(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	11者	15者	15者	15者	15者	15者

(3) 事業内容

①経営分析の対象者

巡回指導、窓口相談時に、現状を改善し新たな事業に取り組もうとする意志がある事業所を対象に経営分析を実施する。

②経営分析の内容

直近3期分の財務分析（定量分析）に加え、新たな事業取組を支援する為、フレームワークによる非財務分析（定性分析）を実施する。

【財務分析】

財務分析項目	指 標
収益性	売上高対総利益率、売上高対営業利益率 等
生産性	労働分配率、労働生産性（一人当たり売上総利益及び経常利益）
効率性	総資産回転率、売上債権回転率、棚卸資産回転率、仕入債務回転率 等
安全性	流動比率、当座比率、固定長期適合率、自己資本比率 等
成長性	対前年売上高比率、対前年営業利益増加額 等

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脅威、機会についてフレームワークを活用し整理する。

【非財務分析】

内部環境	外部環境	分析フレームワーク
<ul style="list-style-type: none"> ・商品、製品、サービス ・技術、ノウハウ等の知的財産 ・仕入先、取引先 ・デジタル化、IT活用状況 ・人材、組織、事業承継者 ・事業計画の策定・運用状況 	<ul style="list-style-type: none"> ・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向 ・経済動向 	<ul style="list-style-type: none"> ・SWOT分析 自社の内外要因を特定する為 ・3C分析 自社の成功要因を発見する為 ・PEST分析 自社を取巻く環境を把握する為

③分析手法

財務分析については、独立行政法人 中小企業基盤整備機構の経営自己診断システムを使用し、業界指標等を参考に目指す数値を示す。

また、非財務分析については、目的別に使用する分析フレームワークシートを準備し、ヒアリングにより作成する。分析結果をまとめ、効果的な活用ができるようにする。

(4) 分析結果の活用

分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画策定に活用する。

また、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

第1期目の経営発達支援期間には、上記5(1)に記載してあるとおり積極的な経営者を中心に、補助金申請を契機に事業分析から、事業計画策定支援に取組み一定の効果と実績があった。しかし、各施策に囚われない事業計画策定の支援件数が少ないことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

各施策を活用する事業者は、積極的な経営を志している事業者が多く事業計画策定後の推進能力は高いと思われる。また、事業計画策定後には経営状況の改善率が高いことが理解されており多くの事業者への普及が望まれている。また、如何に事業者の消極的なマインドを改善し、自浄能力の育成支援をする事で、より効果の高い事業計画策定が実現すると考える。

DX推進については、地域内の小規模事業者の高齢化によりITを不得手としている方が多く、セミナー開催による費用効果が得られないと思われる為、支援機関からのIT専門家派遣での推進を図り生産性・経営力向上を目指す。

(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事業計画策定啓発セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定事業者数	10者	10者	10者	10者	10者	10者
③DX推進・IT専門家派遣	—	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

①事業計画策定啓発セミナーの開催

経営者としてポジティブな意識を醸成し、経営力を向上させる事業計画策定から策定後に至る事業者の自浄能力を育成するセミナーを開催する。

支援対象者	経営分析実施済事業者であって事業計画策定を通じ、事業を維持・発展させようとする事業者
講師	タクティス 田村樹志雄 氏 (予定) 【プロフィール】 1) 上場企業勤務経験 (主に人事部門) 2) 経営学修士 (MBA) 3) ケースメソッド・インストラクター 4) 経営戦略・事業戦略の立案・実行の支援実績 5) 経営人材育成講座の継続的担当経験 6) 中心市街地活性化計画等の地域活性化計画の立案・実行の支援実績
回数	1回
カリキュラム	事業計画策定の必要性について
参加数	10者

②事業計画策定支援

経営分析を行った事業者を対象として、経営指導員等が担当制で実施する。経営指導員等は、地域経済動向調査・需要動向調査・経営分析結果を踏まえたうえ、俯瞰的な立場から、問題点とその要因、問題解決の為の課題抽出を行い、実効性の高い事業計画策定の支援ができるよう留意する。

また、DX推進を積極的に取り入れるよう策定項目に盛り込み、必要であればIT専門家派遣で可能性を探る。

【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、起業者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。

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

③DX推進・IT専門家派遣

公財)高知県産業振興センター デジタル化相談窓口及びよろず支援拠点へ事業計画策定の際、必要な場合に相談、派遣依頼を実施し、適時アドバイスを受ける。また、対処内容を事例として情報共有し支援ノウハウとして活用する。

【対象事業者】	【専門家派遣の事例】
・IT化による販路開拓に取り組む事業者	・SNSを活用した情報発信方法

・IT化による生産性向上に取り組む事業者

・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

第1期目の経営発達支援期間には、事業計画策定後対象となる事業者のフォローアップ支援に取り組んできたが、策定事業所全て漏れなく対応できたかというのではなく、支援優先順位においてフォローアップに至らないケースや、事業者マインドの低下において支援中止となる事業者もあった。

(2) 支援に対する考え方

基本的には、事業計画策定する事業者には、事業計画に基づいた経営活動を完遂していただく覚悟と経営指導員等支援者側との約束（宣誓書とまではいかないが）をしていただく。事業策定後の事業進捗状況を見極め支援レベル、順位を決め必要と思われる支援先のフォローアップを重点的に実施する。

(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
フォローアップ対象事業者数	10者	10者	10者	10者	10者	10者
頻度（延回数）	40回	40回	40回	40回	40回	40回
売上増加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者

(4) 事業内容

経営指導員等が事業進捗の定時観測を4半期に1回実施し、計画からの乖離がある場合は、目標達成に向けた原因追及と対策について協議しPDCAサイクルをルーティン業務とし、事業者レベルに応じて定時観測頻度を定め下表のとおりフォローアップ支援を実施する。

また、事業者の自浄能力の育成を図り、PDCAサイクルでの改善方法を定着させることで事業者レベルの引上げに繋がる。

【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）
自己完結レベル	25%	2回/年	0.5
通常支援レベル	50%	4回/年	2.0
重点支援レベル	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、県連の専門経営指導員や外部専門家など、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

第1期目の経営発達支援期間には、春野町の基幹産業である農業事業者の6次産業化を後押しする為、展示会・商談会・テストマーケティングに取組み、県外・国外の販路開拓、事業者売上高増加等の実績に繋がった。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により展示会・商談会・テストマーケティング等の需要の開拓機会が減少し、新たな手段としてWEB商談会を中小機構の支援を受けながら実施してきたがマッチング機会が不十分であった。

(2) 支援に対する考え方

前期での展示会・商談会・テストマーケティングにおいて一定の成果が得られているので引き続き出展を実施する。出展にあたっては、経営指導員等が事前、事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客、アンケート調査等の伴走型支援を実施する。

DXを推進する取組としては、事業者自らITを活用した販路開拓を進めるべく「SNS・EC」に関するBtoC取引拡大を目指したセミナー及び個人レベルに合わせて専門家派遣等の支援、またWEB商談会は引き続き継続支援をしていくが、事業者単体で実施できるよう自立型支援を目指す。

地域内来店型店舗（「宿泊業」「飲食業」「小売業」「サービス業」等）については、観光振興に資する可能性を有する事業者も多いことから、マスメディアを活用し特徴など強みとなるセールスポイントを分かり易く伝え利用者増加を図る。その際、高知県観光コンベンション協会・高知市観光協会とも情報共有し、事業者の発掘、魅力の発見、さらなる情報発信に協力して取組んでいく。

(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アグリフードEXPO 東京 出展事業者数 (BtoB)	2者	3者	3者	3者	3者	3者
成約件数	4件	6件	6件	6件	6件	6件
②WEB 商談会 出展事業者数 (BtoB)	6者	6者	6者	6者	6者	6者
成約件数	4件	4件	4件	4件	4件	4件
③SNS/EC セミナー 参加事業者 (BtoC)	—	5者	5者	5者	5者	5者
売上高増加額/者・年	—	100千円	100千円	100千円	100千円	100千円
④マスメディアへの掲載	13者	6者	6者	6者	6者	6者
売上高増加額/者・年	—	100千円	100千円	100千円	100千円	100千円

(4) 事業内容

①アグリフード EXPO 東京への出展 (BtoB)

前期での実績を考慮し引き続き 6 次産業化に取り組む小規模事業者を後押しする為、(株)日本政策金融公庫主催の国産農産物をテーマとした展示会に出展する。不慣れな出展事業者については、予め FCP シート作成、PR 動画、チラシ、パンフレット等の作成、商談等シミュレーション等を実施し支援する。出展中は、出展者に帯同し来場者に対して試食、アンケート調査を実施する。出展後のフォローとして、アンケート調査内容を取りまとめ、事業者と共に分析し課題の洗い出し等対策支援を実施する。

【展示会概要】

開催場所	東京ビッグサイト
開催時期	11月 (2日間)
来場者数	12,385 人
出展者数	668 社

②WEB 商談会 (BtoB)

新型コロナウイルス感染症の影響により取組んでいる、WEB 商談会について引続き出展する。主に 6 次産業化に取り組む事業者を対象に WEB 商談会の事前の企業紹介シート、品質管理情報シート作成支援と、経営指導員等が WEB 商談会に同席することで、成約に結び付けられるような支援を実施する。商談後には、バイヤー等から意見をヒアリング取りまとめ、事業者と共に分析し課題の洗い出し等対策支援を実施する。また、個者で取り組めるようノウハウを共有し自立型支援に繋げる。

③SNS/EC セミナーの開催 (BtoC)

DX 推進への取組の一環として、また新型コロナウイルス感染症の影響により、非接触型販売の需要拡大に伴い新たな販売チャネルでの BtoC を主とした販路開拓を支援する。実績ある専門家を講師として招聘し、セミナーによる考え方、手法を伝え開設を目指した支援をする。

支援対象者	新たに EC へ取組む事業者、既に開設しているが販路開拓支援を求めている事業者等
募集方法	地域内へチラシ配布、商工会 HP・会報への掲載
講師	池上幸男相談所 池上幸男 氏 【プロフィール】 10 年間、300 を超える HP の運用経験やインターネット広告を活用したウェブマーケティングの経験を元に、セミナー講師、商工会専門家としてのコンサルティングに従事。県内中小企業、個人事業主に対し、基本から支援してきた実績が多数ある。
内容	【1 日目】 ・ EC サイトの種類と活用方法 ・ お客さんにあなたの EC サイトを知ってもらう方法 【2 日目】 ・ お客さんに買ってもらう確率を上げる方法 ・ SNS を効果的に活用するために最低限知っておきたいこと 等
回数	全 2 回

カリキュラム	SNS を活用した EC による販路開拓
参加数	5 者

④マスメディアへの掲載 (BtoC)

地域に根差したマスメディアを活用し、主に宿泊業、小売業、飲食業、サービス業の来店型店舗に対して特徴等を可視化することで個者の魅力を伝え来店者数、売上高増加に繋がる支援を実施する。

内容においては、番組放送時間 6 分のうち 1 者 50 秒の放送時間内に、店名、所在地、連絡先、外観、内観、商品、メニュー、サービス内容等を紹介する。

春野町は高知県全域からのアクセスに恵まれていることから、まずはリピートにつながり易い高知県内の一般消費者に訴求し、新規顧客獲得につなげるとともに、持続的な売上確保を目指していく。

また、来店者に対し、アンケート調査を実施し、経営指導員が集計後、個者へフィードバックし改善支援をする。

なお事業実施の際には高知県観光コンベンション協会・高知市観光協会とも情報共有し、事業者の発掘、魅力の発見、さらなる情報発信に協力して取組んでいく。

【企画概要】

媒体	テレビ番組
放映時期	11 月・12 月 2 カ月間、毎週土曜日、昼時
視聴率	7.8%
視聴者数	高知県民 68 万人×視聴率 7.8% 53,040 人

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

第1期目の経営発達支援期間には、当初事業評価委員会にて成果報告から講評を経て改善計画での運営をしていたが、期間中度重なる経営指導員の人事異動により事業引継ぎ等の不手際が発生し事業評価委員会の運営が止まり、計画改善に至っていなかった。また、事業実績については、商工会理事会・総会での報告に留まり情報開示が不十分であった。

(2) 事業内容

年1回、当商工会正副会長、事務局長兼法定経営指導員、高知市商工振興部商業振興課長、高知県商工会連合会専門経営指導員、外部有識者として中小企業診断士を委員とする評価委員会を開催し、成果の評価・見直し案の提示を受け、次年度以降の改善・計画修正を実施する。計画の成果・評価・次年度計画の修正内容を当商工会ホームページにて公表し、広く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

第1期目の経営発達支援期間には、経営指導員が高知県商工会連合会の支援を受け事業所への支援状況を共有し、適時、適切なアドバイスによるOJTを中心とした重点指導事業に取組み経営指導スキルを育成してきた。また、経営指導員以外の経営支援員の資質向上を図るべく、階層別カリキュラムに基づいた研修を契機に、組織立った支援能力の向上、経営指導員への登用を図り支援レベルの底上げに取り組んでいる。

しかし、経営指導に求められる内容が多岐にわたっており、個人の知見では見落とす可能性がある為、知識不足の習得、支援体制、情報共有方法について課題があると考えている。

(2) 事業内容

(ア) 講習会の活用

①高知県商工会連合会が実施する職員階層別研修会

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。

②中小企業庁・中小企業基盤整備機構が実施する支援者向けセミナー

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経営指導員等が参加し、資質の向上を図る。また参加した経営指導員等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

③事業計画策定啓発セミナー

階層別職員研修会では、事業計画策定までの研修カリキュラムがない為、当商工会が開催する事業者向けセミナーへ職員も同席し事業計画策定に係る支援スキルを向上させる。

(イ) 支援体制

事業者支援については、基本1名の職員で対応しているが、経験値不足、配属間もなく信頼関係が築けていない等十分な支援体制に至っていない事を想定し、職員間で相互補完できるよう2名チームで対応し効果的な支援向上を図る。

(ウ) 情報共有方法**①職員間の定期ミーティング**

研修会、セミナーへ出席した職員が講師となり、他職員への伝達講習を実施。また、支援対象事業者情報、経営支援方法等を協議し改善に繋げ効率的、効果的な支援向上を図る。(月1回/年12回)

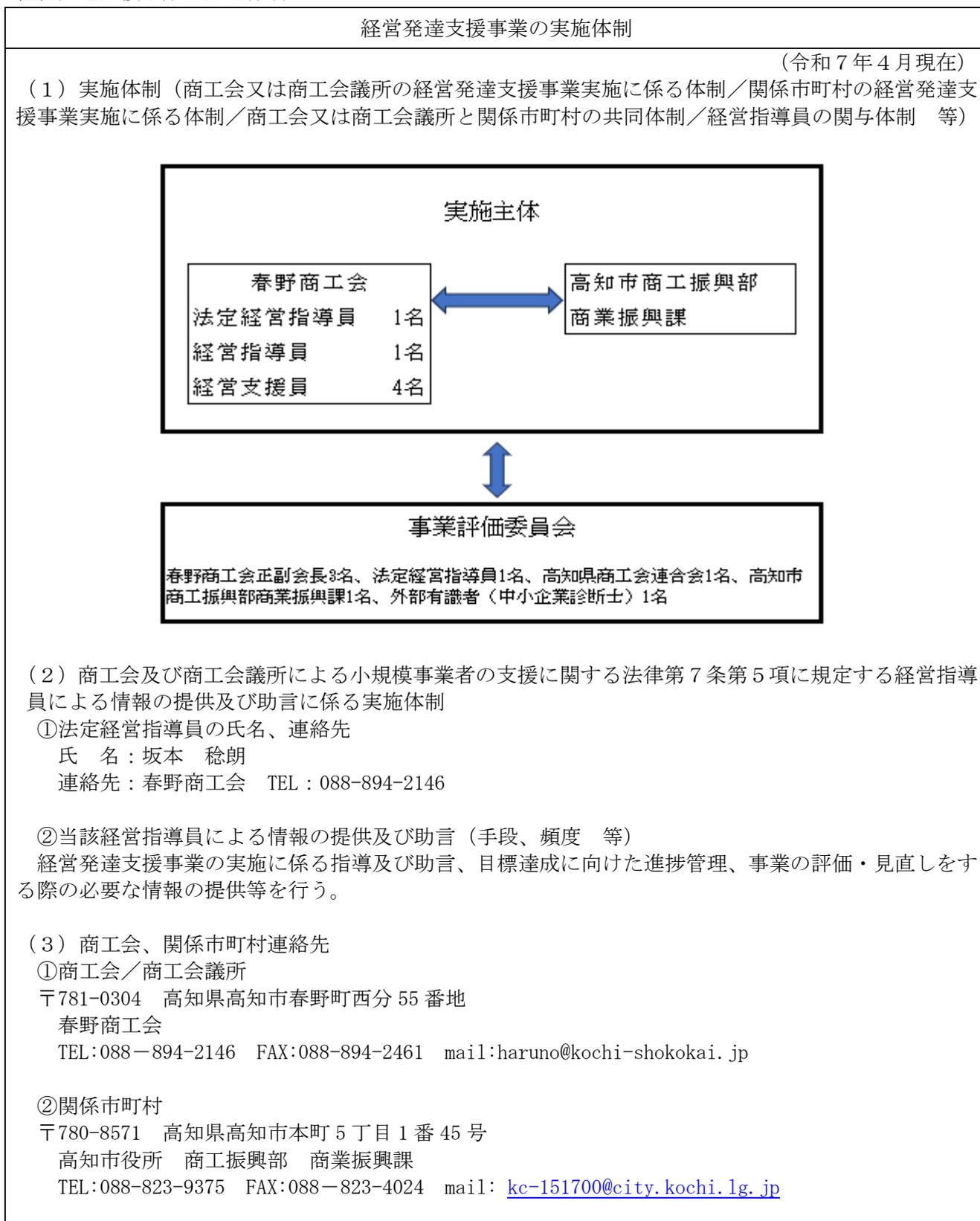
②データベース化

支援事業者の支援内容については、基幹システムに「経営指導カルテ」としてデータ入力を適時・適切に行い、支援中の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、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにしている。

また、当商工会ファイルサーバーへ事業者フォルダーを作成することで、基幹システムに登録できない電子ファイル情報を保管し、相互共有することで効率的・効果的な支援向上を図る。

(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)

	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	2,410	2,410	2,410	2,410	2,410
4 需要動向調査	100	100	100	100	100
6 事業計画策定支援	300	300	300	300	300
8 新たな需要の開拓	2,010	2,010	2,010	2,010	2,010
①出展・商談会	800	800	800	800	800
②WEB 商談会	10	10	10	10	10
③セミナー	300	300	300	300	300
④メディア掲載	900	900	900	900	900

(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

(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