

経営発達支援計画の概要

実施者名	越知町商工会（法人番号 5490005003515） 越知町（地方公共団体コード 394033）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<p><b>経営発達支援事業の目標</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 市街地の機能維持</li> <li>(2) 創業支援の強化</li> <li>(3) 事業承継支援の強化</li> <li>(4) DX推進による販路拡大と業務効率化</li> <li>(5) 地域ブランドの確立</li> <li>(6) 観光事業と連携した産業振興</li> </ul>
事業内容	<p><b>経営発達支援事業の内容</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>3. 地域の経済動向調査に関すること 管内小規模事業者への景気動向調査と国が提供するビッグデータを活用して小規模事業者の実態を分析把握すると共に、管内事業者に広く周知し、経営分析や事業計画策定支援に活用する。</li> <li>4. 需要動向調査に関すること 地域資源を活用した商品を対象に需要動向調査を実施し、結果を整理・分析し当該事業者にフィードバックすることで、商品開発等に活用する。</li> <li>5. 経営状況の分析に関すること 巡回訪問や窓口相談時のヒアリングや相談で得た財務諸表を活用し調査・分析を行い、事業計画策定に活用する。</li> <li>6. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を行った事業者を対象に、事業計画策定の重要性を啓蒙し事業者が自発的に経営計画策定を行うよう伴走型支援を行う。</li> <li>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、巡回訪問時等のヒアリングを通じて状況を随時把握確認し、必要に応じて修正を行い課題解決に取り組む。</li> <li>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 地域外需要を獲得するために展示会や物産展への出展支援を行う。併せてDX推進による販路開拓支援を実施する。</li> </ul>
連絡先	<p>越知町商工会 〒781-1301 高知県高岡郡越知町越知甲 1947-6 TEL：0889-26-1181 FAX：0889-26-2318 E-mail：ochi@kochi-shokokai.jp</p> <p>越知町産業課 〒781-1301 高知県高岡郡越知町越知甲 1970 TEL：0889-26-1105 FAX：0889-26-0600 E-mail：sangyou@town.ochi.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

【現状】

① 立地

越知町は県の中西部、高知市から北西約 32 kmに位置し、東北にかけて細長く伸びた地形で総面積 111.95 km<sup>2</sup>の約 83%を森林が占める自然豊かな町である。その中央部には全国屈指の水質を誇り「仁淀ブルー」で知られる仁淀川が流れ、周囲はいの町、仁淀川町、佐川町、日高村、津野町の 5 町村に隣接している。

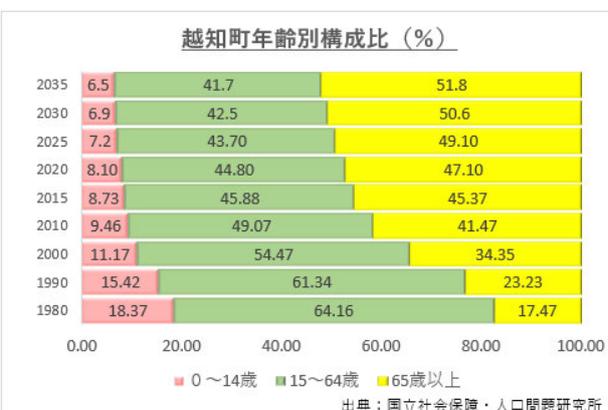
中心市街地は、『越知盆地』と呼ばれる仁淀川中流域で唯一開けた盆地に形成され、比較的温暖な気候であることから、農産物が豊富で山椒や柑橘類といった特徴的な産品を生産しており、近年では地域資源を活用した商品開発・販売に取り組む事業者も存在し、地域活性化の牽引役としても期待されている。

またアニメ映画「竜とそばかすの姫」の舞台にもなった「浅尾沈下橋」の聖地化やNHK連続テレビ小説「らんまん」の主演である植物学者「牧野富太郎」が研究のためによく訪れていた横倉山や博物館等の観光スポットが増加すると共に、仁淀川でのラフティングやカヌー等のアウトドア体験での観光事業も盛んになり交流人口も増加している。



② 人口

少子高齢化が進む中、人口は昭和 23 年の 13,565 人をピークに減少の一途をたどり、令和 7 年 3 月には 4,622 人と約 3 分の 1 まで減少している。令和 2 年から令和 7 年を比較すると人口は 565 人、10.9%減少し、併せて年少者率も 8.1%から 7.2%に減少しているが、高齢化率は 47.1%から 49.1%に上昇している。また国立社会保障・人口問題研究所の分析値では 5 年後に年少者率は 6.9%に減少する半面、高齢化率は 50.6%と過半数を上回る見通しであり少子高齢化が進んでいる。



### ③ 商工業者・小規模事業者数・会員数の推移

越知町の商工業者数は令和7年4月1日現在246者、内小規模業者224者で約91%を占める。令和7年度に商工業者が大幅に減少しているのは令和6年度中に廃業者等を再調査し、数値を改めた結果である。

平成28年から令和7年の10年間を比較すると商工業者は75者、小規模事業者は79者の大幅な減少となっている。中でも建設業20者、小売業29者、飲食業14者は約30%の減少となっており、山間部における「買い物困難者」の増加、顧客の域外流出の要因となっている。

当会の会員においても過去10年間で退会者数が加入者数を大幅に上回り、31者16%の減少となっており、約6割が後継者不在、高齢化に伴う廃業による退会である。



越知町商工業者数の推移

出展：越知町商工会 商工業者台帳

業種	平成28年	平成29年	平成30年	平成31年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年	H28～R7比較
建設業	65	66	49	50	49	49	50	49	48	45	▲20
製造業	28	27	25	27	27	25	24	24	24	23	▲5
卸売業	11	11	11	12	13	12	12	12	11	10	▲1
小売業	95	96	112	111	106	88	82	82	80	66	▲29
飲食店・宿泊業	38	32	36	35	34	34	34	33	33	26	▲12
サービス業	68	61	30	55	62	62	61	62	65	58	▲10
その他	16	31	53	29	22	22	22	22	21	18	2
商工業者数	321	324	316	319	313	292	285	284	282	246	▲75
小規模事業者数	303	303	302	303	295	272	265	264	262	224	▲79
会員数	189	183	177	176	169	166	164	162	162	158	▲31
人口	5,962	5,847	5,714	5,605	5,453	5,521	5,209	5,054	4,892	4,939	▲1,023

### ④ 越知町の産業

越知町産業における総生産額は平成23年15,274百万円から令和3年には17,340百万円と2,066百万円113.52%の増加となっている。第一次産業は△4百万円△1.00%となっており、農業生産高に増減はあるものの生産額は維持している。第二次産業においては2,105百万円177.79%増と大幅に増加しており、建設業においては町内公共工事の発注額により変動はあるものの、実質的に越知町内の産業の牽引役を果たしている。一方製造業においては平成27年度以降減少傾向にあり平成3年度値においても大きく減少している。また令和7年度には町内最大手の製造工場が閉鎖され、生産額や雇用にも大きな影響を与えている。第三次産業は平成27年度をピークに減少しており、特に小売業・飲食業の減少が顕著であるが、近年ではアウトドア産業の誘致を積極的に行うと共に観光事業に注力しており、交流人口の増加と地域資源の開発にも取り組んでいる。

#### (建設業)

建設事業者は10年間で20者30.77%減少しているが、生産額は単年度毎の町内公共事業の予算により変動するものの順調に推移している。事業者は減少しているが廃業事業者は比較的小規模な事業者が多く、土木工事等の公共工事は大手事業者が受注を受けている為、構造変化が加速しているものの一定の安定はある。しかしながら建設業に係る人手不足は慢性的な状況となっており、人材確保が大きな問題となっている。

越知町

1 経済活動別市町村内総生産

(単位:百万円)

産業	年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	元年度	2年度	3年度
第一次産業 計		634	613	586	598	688	782	820	820	791	719	630
一次	農業	510	510	485	499	589	684	723	723	688	613	525
	林業	111	89	89	93	92	92	92	92	98	102	100
	水産業	13	14	12	6	7	6	5	5	5	4	5
第二次産業 計		2,706	3,237	3,689	3,850	3,328	3,241	3,752	3,554	4,495	3,405	4,811
二次	鉱業	156	202	375	485	466	352	381	385	304	324	291
	製造業	1,522	1,284	1,299	1,357	1,565	1,377	1,355	1,494	1,489	1,163	1,079
	建設業	1,028	1,751	2,015	2,008	1,297	1,512	2,016	1,675	2,702	1,918	3,441
第三次産業 計		11,839	11,964	12,345	12,258	12,402	12,047	12,091	11,960	11,827	11,304	11,702
三次	電気・ガス・水道・廃棄物処理業	697	617	669	744	784	820	778	825	852	796	821
	卸売・小売業	1,264	1,371	1,503	1,419	1,372	1,289	1,238	1,154	1,068	948	985
	運輸・郵便業	394	489	651	598	580	548	600	592	457	408	545
	宿泊・飲食サービス業	260	243	251	264	293	340	351	345	322	196	181
	情報通信業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	金融・保険業	266	256	257	252	244	225	227	237	245	241	238
	不動産業	1,714	1,731	1,729	1,663	1,648	1,595	1,558	1,520	1,513	1,493	1,472
	専門・科学技術、業務支援サービス業	200	225	266	335	259	149	169	194	237	280	356
	公務	1,448	1,415	1,426	1,392	1,500	1,462	1,556	1,564	1,620	1,598	1,635
	教育	726	734	725	771	737	704	665	627	598	570	551
	保健衛生・社会事業	3,973	4,017	4,032	3,962	4,172	4,199	4,218	4,207	4,200	4,143	4,267
	その他のサービス	897	866	836	858	813	716	731	695	715	631	651
	輸入品に課される税・関税	188	198	226	297	284	242	275	289	298	274	355
(控除)総資本形成に係る消費税	93	96	109	155	178	158	174	175	202	181	158	
計(総生産)		15,274	15,916	16,737	16,848	16,524	16,154	16,764	16,448	17,209	15,521	17,340

(出典:高知県 市町村経済統計書)

(製造業)

越知町は、従来から製造業が少なく、大部分が家内工業である。大量生産に対応できる事業者が地域資源を活用した商品の製造を行っているが、内1者が令和7年に工場を閉鎖したことにより町内生産額や雇用に影響を与えている。地域資源を生かした商品開発や観光事業との相乗効果を図り販路拡大を図る為にも家内工業等への投資拡大と生産性の向上が求められる。

(小売業)

小売業は、10年間で29者30.53%の減少となっている。令和6年に県外ドラッグストアの開業があったものの、事業主の高齢化による廃業が続き、靴屋・文具店・ホームセンター等の唯一店舗が廃業し町外へ顧客流出が進んでいる。また、山間部でも店舗の廃業が進み「買い物困難者」が増加しており、一部地域では移動販売車に対応してはいるものの解決には至っていない。

(飲食業・宿泊業)

飲食業においては、新型コロナウイルス感染症による売上減少と事業主の高齢化により、10年間で14者が廃業し37.83%の大幅減少となっている。また、既存店舗においても原材料費や人件費の高騰により事業の継続に深刻な影響を与えている。

宿泊業は、小規模ながら2者開業し3者となっており、田舎ならではの魅力を構築することで、県外・海外からの宿泊客の需要は大きい。団体観光客への対応できる事業者や施設が不足している。

(サービス業)

生活関連サービス業において、クリーニング業では廃業が進み現在唯一店舗となっている。理美容業は一定数の店舗はあるものの事業主の高齢化が進み今後の加速度的な減少が想定される。自動車整備業・葬儀業においては後継者問題が少なく事業の継続は期待されるが、町全体の人口減少による売上減少が懸念材料である。

#### ⑤ 中心市街地

越知町の中心市街地は国道 33 号線の北側にある旧国道筋（約 900m）の商店街を中心としている。最盛期には東町商店街・中町商店街・西町商店街と別れ 100 者を超えていたが、現在では商店街としての活動もほぼ稼働しておらず 57 者まで減少、令和 6 年度中にも 4 店舗が高齢化を理由に廃業した。既存の店舗においても平日営業は行っているが土日は人通りが極端に少なくなることから営業をしていない店が大多数である。

市街地においても小規模事業者の廃業に伴い空き店舗・空き家・空地の増加により空洞化が進んでいるが、山間部においても点在していた小規模小売店等も廃業が続き「買い物困難者」が増加している。

現在、商店街にはコミュニティスペースや地域おこし協力隊の事務スペースなどが併設されているチャレンジショップ「おちぞね」があり、起業希望者の支援を行っている。

#### ⑥ 観光事業への取り組み

平成 24 年NHKスペシャル番組の放送をきっかけに、奇跡の清流と言われる仁淀川の青みがかかった水の色「仁淀ブルー」は一躍有名となり、その後のアウトドアブームにはカヌーやラフティング、アユ釣りやキャンプを目的に県内外から多くの観光客が訪れるようになった。また仁淀川流域市町村と共同で「仁淀ブルー」関連商品等のブランド化に取り組んでいる。

平成 30 年には㈱スノーピークと提携しアウトドア施設「スノーピークおち仁淀川キャンプフィールド」、平成 31 年に「スノーピークかわの駅おち」が開業、令和 3 年アニメ映画「竜とそばかすの姫」の舞台にもなった「浅尾沈下橋」等への聖地巡礼、令和 5 年放送のNHK連続テレビ小説「らんまん」の主演である植物学者「牧野富太郎」が研究のためによく訪れていた横倉山や博物館への観光客等の交流人口も増加し、観光産業は一定の成長を遂げている。

しかしながら、観光業の発展を他の産業に波及させ相乗効果を生み出し、地域経済の活性化に取り組むことには至らず、来訪者の利用は国道沿いの特定の店舗に限られている。

### 【課題】

#### ① 人口減少地域における生活関連サービスの維持

食料品、日用雑貨等日々の生活に密接した最寄品に関しては地元購買率 5 割を超えているものの、靴屋・文具・歯医者等、町内で唯一の店舗の廃業が進んでいる。特に山間部に点在していた食料品等の小売店の廃業が続き、高齢者の日常生活に支障をきたす事例も生じており「買い物困難者」が増加している。

#### ② 空き家、空き店舗を活用した賑わい創出

小規模事業者の高齢化が進み、高齢化と担い手不足による廃業が進んでいる。越知町商店街内の廃業は著しく、空き店舗や空き家、更地、一部住宅が大部分を占めており、中心市街地としての形を成していない。空洞化が進む商店街に賑わいを創出するために、空き家・空き店舗を活用した起業支援、チャレンジショップへの取り組みが必要である。

#### ③ 新規創業者の確保と起業支援

越知町全域での少子高齢化が進み、特に出生者数の減少は著しく非常に大きな問題となっており、急速な少子高齢化で町内人口が減少している中で、地域おこし協力隊の定住やU I ターン者、移住者等の起業を支援し、新規創業者の確保が必須である。

#### ④ 経営者の高齢化による事業承継ニーズの増加

小規模事業者の高齢化と後継者不足に伴い、町内廃業者が増加している。親族内承継は一定順調に進んでいるが、不在の事業者にはM&Aも視野に入れた後継者確保、事業の存続が急務である。

⑤ 市場環境の変化への対応（情報発信、電子決済、商圈拡大）

小規模事業者の高齢化が進む中、市場環境は大きく変化している。町内でSNSを活用した情報発信やキャッシュレス決済に対応できている事業者はごく一部に限られている。町内人口が減少している中で商圈を域外に拡大するためにもデジタル化の推進が喫緊の課題である。

⑥ 地域資源を有効活用した商品開発等

近年、アウトドアブームの効果及びアニメ映画の舞台やNHK連続テレビ小説の影響もあり交流人口が増加傾向にあるものの、小規模事業者への波及効果が十分に得られておらず、地域資源を有効に活用した商品開発等を行うことが急務である。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

- ・越知町中心市街地活性化計画（第二次計画） 抜粋

基本方針	基本となる取組
町内外にファンがいっぱいいるまち	Ⅰ. 商店街の人やモノの魅力の情報発信 Ⅱ. 食や特産品を通じて町内外の人が交流できる場の創出・充実 Ⅲ. 空き家・空き店舗の利活用
二層仕立ての自然が楽しめるまち	Ⅰ. 自然の地域資源を活用したにぎわいの創出 Ⅱ. 自然と教育を絡めた「自然×知」の体験メニューの提供

- ・越知町まち・ひと・しごと創生総合戦略（第3期） 抜粋

基本目標	基本方針	背策の概要
地域資源を生かし雇用を創出（商業の振興）	1. 起業を促進し市街地のにぎわいを創出	市街地活性化拠点とにぎわいの創出
	2. 商業の担い手の確保・育成	商業事業者への経営支援

① 市街地の機能維持

10年後における地域のあるべき姿	理由
活力ある事業者を市街地の空き店舗・空き家に誘致し、地域住民とのコミュニティの核とする。また特色あるイベントを開催し、個者のみならず地域全体での活力創造の場とする。	越知町商店街内の廃業は著しく、空き店舗や空き家、更地、一部住宅が大部分を占めている。また、商店街だけでなくその周辺地域も生活関連サービスの縮小が進み、域外への顧客流出が増加の一途であるため、市街地としての機能維持が重要である。

② 創業支援の強化

10年後における地域のあるべき姿	理由
空き店舗・空き家を活用し、年間創業件数を3件、5年生存率60%を維持する。商工会・公庫・銀行・役場が連携して融資・補助・計画作成・雇用等総合的に支援する。	小規模事業者の高齢化・後継者不足により事業者数の減少が続く中、地域おこし協力隊の定住やUIターン者等、移住者等の起業を支援し、新規創業者の確保が必須である。

③ 事業承継支援の強化

10年後における地域のあるべき姿	理由
後継者不在の事業者に対しての後継者候補の斡旋・育成、及び第三者承継を可能とする体系の構築。また、山間部等人口減少地域の事業所への事業継続を可能とする。	高齢化している事業者の大多数が後継者不足の状況であり、事業継続のためには早期に事業承継計画策定、専門家連携の仕組みづくりが不可欠である。

④ DX推進による販路拡大と業務効率化

10年後における地域のあるべき姿	理由
小売・飲食・サービス業を行う40代以下の事業主に対し、SNSでの情報発信、キャッシュレス導入を80%以上とする。卸売業と建設業に対しては、業務効率化や生産性向上につながる設備投資等の取り組みを支援する。	小売・飲食・サービス業については、小規模事業者が大多数であり高度な取り組みを必要としている事業所は少ないが、HP・EC・SNS・キャッシュレス等、家族経営事業者でも事業の効率化、コスト削減を可能とする取り組みである。卸売業と建設業については、人口減少に伴う人手不足の慢性化への対応が必要である。

⑤ 地域ブランドの確立

10年後における地域のあるべき姿	理由
仁淀川流域6市町村が一体となり「奇跡の清流仁淀川」＝「仁淀ブルー」というブランドを活用する。各団体が広域で連携することで、交流人口の拡大、地域経済の活性化など観光振興の効果を最大限発揮できるように取り組む。	地域事業者が一体となり、相互に売上向上が図れる仕組みづくりの事業として機能することが可能であり、参画する個者が販路開拓・売上向上を積極的に展開し地域資源を有効に活用することが出来る。

⑥ 観光事業と連携した産業振興

10年後における地域のあるべき姿	理由
観光・体験・飲食・宿泊・物販を一体型とした観光としての動線を構築し、地域全体の活性化を図る。また、一過性の観光では無く地域住民との交流を通じて、リピーターや将来的な移住・定住まで可能とする仕組みづくりを行う。	観光業と商工業が個別に存在し、町名での取り組みが一体化されていない。観光地としての確立、町内観光事業以外の事業者への波及効果を形成するためにも地域一帯となった観光ビジネスの確立が必要である。

(3) 経営発達支援事業の目標

① 市街地の機能維持

	支援計画の認定期間（5年間）目標	選定した理由
KGI	市街地での創業者数5者 (内空き店舗での開業件数2者)	年間1者の市街地での創業を目標とする。年間1者
KPI	創業者年間平均売上1,000万円	当域内過去3カ年創業者平均売上を基準とする。

② 創業支援の強化

	支援計画の認定期間（5年間）目標	選定した理由
K G I	創業件数 10 者 5 年生存率 60%	当域内過去 3 カ年創業者数を基準とする。
K P I	承継診断実施 40 件 事業承継計画策定 5 件	創業者の半数以上の事業計画取り組みを目標とする。

③ 事業承継支援の強化

	支援計画の認定期間（5年間）目標	選定した理由
K G I	事業承継完了 5 件 承継後 2 年で売上 5%増	当域内過去 3 カ年において高齢に伴う廃業が年間 5 件を超えており内 3 割以上の継続維持を目標とする。
K P I	承継診断実施 40 件 事業承継計画策定 5 件	60 歳以上で後継者不在の事業所を対象に承継診断を行い、優先度の高いものから承継計画を策定した上で、支援を行っていく。

④ DX 推進による販路拡大と業務効率化

	支援計画の認定期間（5年間）目標	選定した理由
K G I	オンライン売上増加率 15% 営業利益率 10%	域内需要の停滞による売上増加の為。
K P I	SNS 導入件数 15 件 キャッシュレス決済導入件数 15 件 EC サイト構築件数 5 件	40 歳以下の事業主で SNS・キャッシュレス・EC サイト未導入の小規模事業者を対象とする。

⑤ 地域ブランドの確立

	支援計画の認定期間（5年間）目標	選定した理由
K G I	地域ブランド売上 1 億円	域内需要の停滞による販路拡大の為。
K P I	展示会・物産展への出展 15 者 EC サイト構築件数 5 件	地域外への販路拡大に意欲を持つ事業者を対象とする。

⑥ 観光事業と連携した産業振興

	支援計画の認定期間（5年間）目標	選定した理由
K G I	観光売上関連売上高 20%増	観光消費の拡大・地域経済の活性化の為。
K P I	観光関連商品・サービスの開発提供事業者数 10 者	観光関連サービス・小売・製造業を対象とする。

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8年4月1日 ～ 令和13年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

① 市街地の活性化

達成方針 1	<p>高齢化・後継者不足により越知町の中心地に位置する商店街の小規模事業者の廃業が続き空洞化している。商店街の賑わいを創出するためにも年1件の空き家・空き店舗の入居を目標とし、新規出店者に伴走型支援を実施する。</p> <p>【設定した理由】 域外への顧客流出を抑制し誘客を促すため。</p>
達成方針 2	<p>商店街の魅力向上、賑わいの創出、交流人口の拡大を図り、地域経済の活性化につなげる為、越知町・地域住民を巻き込み商工会主催でイルミネーション事業に取り組んでいる。令和7年度の出店商工業者は5者であったが、年1者以上の増加を目標とし、観光事業との連携も図り商店街に誘客する。</p> <p>【設定した理由】 域外への顧客流出を抑制し誘客を促すため。</p>

② 創業支援の強化

達成方針 1	<p>越知町及び高知県事業承継・引継ぎ支援センター・金融機関等と連携情報共有を行い、地域おこし協力隊任期満了後の定住起業やU I ターン者の起業支援を促進し年2事業者の創業を目標とする。</p> <p>【設定した理由】 企業支援補助金の活用を促し創業を促進する。</p>
達成方針 2	<p>創業希望者の中心市街地空き家・空き店舗への入居や利用の促進を実施するため、越知町産業課と連携して令和8年度に空き店舗調査を実施し、令和9年度以降は各年度で動向を確認する。</p> <p>【設定した理由】 空き店舗への効率的な利用促進を促すため。</p>

③ 事業承継支援の強化

達成方針 1	<p>60歳以上の小規模事業者を対象に高知県事業承継・引継ぎ支援センター診断シートを活用し年8者のヒアリング調査を実施する。家族内承継・第三者承継等を踏まえ、事業承継の重要性を説明、事業承継に向けた意識を醸成し、事業承継計画の策定支援を行う。</p> <p>【設定した理由】 事業継続が可能な年齢の事業者に対し、事業承継の必要性を啓蒙し意識を高めていくため。</p>
達成方針 2	<p>事業承継計画策定支援後も事業承継が完了するまで事業承継・引継ぎ支援センターや税理士など、必要に応じて外部専門家の活用等も行い継続的に支援する。また承継後も3年間は定期的にフォローアップを行い、事業の継続を支援する。</p> <p>【設定した理由】 事業継続の可能性を高めるため。</p>

④ D X 推進による販路拡大と業務効率化

達成方針 1	事業規模やノウハウ不足で需要開拓や販路拡大が困難な小売・飲食・サービス業の 40 代以下の SNS の導入が行えていない事業主を対象に、年間 3 者の SNS での情報発信を目標とする。
	<b>【設定した理由】</b> 事業者の需要開拓や販路拡大、販売機会喪失を防ぐため。
達成方針 2	高齢化が進む小規模事業者で接客業を伴う小売・飲食・サービス業の 40 代以下の事業者を対象に、事業の効率化・コスト削減のため、年間 3 者のキャッシュレス導入を目標とする。
	<b>【設定した理由】</b> 事業の効率化、コスト削減のため、現状を可視化し、IT やデジタル技術の活用、日常業務での基礎的なデジタル技術の導入や活用を通じて、D X 推進への適応力の向上に繋げ、D X に向けた意識向上と経営の変革を推進し競争力を高めていく。

⑤ 地域ブランドの確立

達成方針 1	魅力ある商品・サービスの開発や磨き上げを支援するため、地域資源の活用への取り組みと地域ブランドの確立を目指す。
	<b>【設定した理由】</b> 商品価値を高め販路開拓に取り組むため。
達成方針 2	商圏の拡大を目指し、催事の開催や展示会・商談会への出展支援、E C への取組支援を実施し、県内外の展示会や物産展への出展年間 3 者、E C サイト構築年間 1 者を目標とする。また、これら支援を通じて発掘した個社の課題をフィードバックし、持続的に売れる仕組みづくりにつなげていく。また、観光振興の相乗効果を図り地域振興につなげていく。
	<b>【設定した理由】</b> 限られた商圏に固執せず、販路拡大に取り組むため。

⑥ 観光事業と連携した産業振興

達成方針 1	地域の関係機関や観光産業・宿泊業者と連携した活性化ビジョンを協議・検討。観光地域としての総合的な魅力向上を図ると共に、体験型観光客の誘客による「関係人口の増加」「移住による新規創業と雇用拡大」を通じて「新たな人の流れ」を生み出す。
	<b>【設定した理由】</b> 点在している資源を点で結ぶことで、地域の滞在時間が長くなり消費の拡大に繋がり、域内需要の拡大となる。
達成方針 2	地域資源を活用した各商品の開発・磨き上げ・魅力発信を通じて、域外需要の取り込みを促進させることで、観光産業との相乗効果を創出し、地域全体の活性化へと繋げていく。観光関連商品・サービスの開発提供事業者数年間 2 者。
	<b>【設定した理由】</b> 地域ブランドの確立との相乗効果により販売促進につながる。

## 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】

- ・地域の経済動向調査については、経営指導員をはじめとする当会職員が巡回訪問や窓口相談等の際に、小規模事業者の景況や収益状況の情報を集め、事務所内での共有フォルダで一元管理し、情報を共有している。
- ・必要に応じて国等のビッグデータからも情報を収集し、経営分析・事業計画策定に活用してきた。

##### 【課題】

- ・個者支援時に情報提供活用は行えているが、活用の幅を広げるため様々な業種や目的別の情報をデータ化し、提供する必要がある。
- ・一定の情報収集は出来ているものの、創業・事業承継・販促等の目的別の取り組みに必要な情報収集、また業種別に活用できる情報収集も十分に出来ていない。
- ・ビッグデータ等（RESAS等）を活用した地域経済動向調査を行い、ホームページや会報に掲載し、広く公表する事が課題である。

#### (2) 目標

項目	公表方法	現状	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①地域経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回
②地域景気動向分析の公表回数	HP掲載	—	年1回	年1回	年1回	年1回	年1回

#### (3) 事業内容

##### ① 地域経済動向分析（国が提供するビッグデータ等の活用）

調査対象	主たる5業種（卸売業、小売業、建設業、サービス業、製造業）
調査項目	売上・原価・利益率・人件費等
調査手法	RESASの「地域経済循環マップ」「産業構造マップ」機能とe-Statを活用。Excelで比較表等を作成し分析をかける。
調査頻度	年1回
分析手法	地域産業の現状把握、産業別の生産額の変化、人の動き等を分析し、補助金申請経営分析・経営計画策定に活用する。

##### ② 地域景気動向分析

調査対象	主たる業種5種20者（卸売業、小売業、建設業、サービス業、製造業）
調査項目	外部環境変化に対し、売上・原価・利益率・人件費等がどのような影響を受けているか調査する。
調査手法	上記業種から20者の調査対象企業選定し、巡回訪問によるヒアリング調査を実施、地域経済の現状と把握分析する。
調査頻度	年2回
分析手法	ビッグデータでは把握できない地域経済の現状を把握し、補助金申請経営分析・経営計画策定に活用する。

#### (4) 調査結果の活用

##### ① 重点産業への集中支援

RESAS等ビッグデータと地域経済の動向を比較分析し、販路開拓・DX・商品開発を包括して支援する。

- ・RESAS分析で付加価値額・取引流入額の高い業種を抽出
- ・該当産業の中から重点指導先を選出し、販路開拓・DX・商品開発
- ・展示会や物産展への出展支援

##### ② 地域産業の特性とポジショニング

調査結果を基に地域資源を活用した地域ブランドの開発、創業・事業承継・販路開拓、DXへの取り組みに反映し、個社支援に活かすデータ分析を図り、事業計画作成や補助金申請支援に活用する。

- ・調査結果を基に問題点課題を抽出し分析する
- ・課題別優先マトリクスを作成
- ・経営計画策定・専門家派遣事業者を選定支援する

#### 4. 需要動向調査に関すること

##### (1) 現状と課題

###### 【現状】

- ・事業者が物産展等に出店した際や地元イベントへの来場者に対する商品・サービスに関する限定的なアンケート調査を実施してきた。
- ・多様化する顧客ニーズや消費動向の把握が十分でない。

###### 【課題】

- ・ビッグデータ分析のみでは、顧客の意見や市場環境等を反映した具体的な需要動向の把握には至らず、限定的なアンケート調査も十分利活用できていない実態がある。
- ・個々の事業者や商品にあったアンケート調査を行い、需要動向にあった個社商品に必要な情報をフィードバックし、新商品開発やサービス提供に繋げる必要がある。

##### (2) 目標

項目	現状	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
地域資源商品の需要動向調査対象事業者数	未実施	2者	2者	2者	2者	2者

##### (3) 事業内容

###### 地域資源商品の需要動向調査

町内道の駅若しくは物産展等出展時に管内の小規模事業者が地域資源を生かした商品を対象に経営指導員等がアンケート調査を実施する。消費者の声をフィードバックすることで商品のブラッシュアップを図る。地域資源を利用したお土産品としても確立することで、観光関連事業と相乗効果が得られるよう、新商品開発と改良について検討し、売上・利益の向上に繋げる。

支援対象者	一般消費者（1者30人）
調査手法	商品購入時に、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票に記入。
調査項目	味、価格、パッケージ、独自性
分析手法	地域産品の商品開発・販路開拓の専門家に相談・検討し、経営指導員等が分析を行う。

調査分析結果の活用

経営指導員等が取り纏め、分析した結果を当該事業者にフィードバックし、地域資源を活用した商品のブラッシュアップに取り組むと共に販路開拓や売り上げ拡大につなげる事業計画の策定に活用する。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

- ・経営改善に積極的に取り組む意欲ある事業者、各種補助金申請や金融斡旋等を必要とする事業所に対し作成支援を行っている。
- ・事業承継等の複雑化する経営課題を抱える事業所には他の支援機関との連携や外部専門家を招聘し、事業者への個別相談を実施して経営分析を行い、分析結果の提供及び内容説明を行っている。

#### 【課題】

- ・補助施策の活用手段に留まる傾向が強く、自発的に経営分析を行っている事業所は少ない。
- ・策定した事業計画に基づく経営に至っていないことが多い。
- ・補助金申請、融資斡旋申請書のためのツールの一つとして理解されていたため、小規模事業者の抱える問題点や目標、経営の方向性の把握といった経営分析の重要性・必要性を改めて理解してもらう必要がある。
- ・小規模事業者の意識改革を図るとともに、分析結果を活用し事業計画の策定等へと発展させるため、より詳細な分析を実施することが課題である。

### (2) 目標

内容	現状	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
重点テーマ別 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 重点テーマ別の経営分析

目的：目的により必要データが異なる点を踏まえ、テーマ別に指標・ヒアリング項目を設定し、創業・承継・金融・販促・補助金申請に活用できる分析をする。

テーマ別の主なデータ

- ・創業：初期費用・運転資金計画・収支シミュレーション・商圈・許認可
- ・承継：後継者意向・役割移管計画・組織・資本・資産・金融・収益構造
- ・金融：損益計算書・貸借対照表・債務状況・金融資産・リスク分析
- ・販促：POSデータ分析、3C分析、チャンネル別CPA、季節性・在庫回転

#### ② 経営分析の内容

< 定量分析 >

項目	指標
安全性分析	当座比率、流動比率、自己資本比率、固定長期適合率、借入金依存度 等
収益性分析	売上高総利益率、売上高営業利益率、売上高経常利益率 等
効率性分析	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
生産性分析	労働生産性、労働装備率、従業員一人当たり売上高 等
成長性分析	売上高比率、経常利益増加額 等

#### <定性分析>

項目	指標
SWOT分析	内部環境強み／内部環境弱み
	外部環境機会／外部環境脅威
3C分析	市場・顧客、競合、自社

#### <分析手法>

定量分析については財務諸表を基にローカルベンチマーク（経産省）や経営自己診断システム（中小機構）等を活用して財務分析を行う。経営者・従業員等へのヒアリング、現地調査により、SWOT分析や3C分析等のフレームワークを活用し分析を行う。

#### （４）分析結果の活用

##### ① 小規模事業者支援への活用

###### ・事業計画の策定

経営指導員等が個々に実施した分析データは、全体共有し、事業者の経営状況や自社を取り巻く環境変化に応じた今後の支援（事業計画の策定支援）方針について協議・検討する。

###### ・事業者へのフィードバック

事前に検討した支援方針に沿って分析結果を当該事業者にフィードバックする。その際、事業計画策定に必須となる客観的な判断材料として活用し、より具体的な事業計画の策定支援へと繋げていく。

##### ② 内部での活用

###### ・情報共有

分析結果は共有フォルダに保存し、全職員がいつでも閲覧できるように内部共有することで各事業者の有する支援ノウハウの共有を図る。

###### ・経営指導員等のスキル強化

職員間OJTを通じて分析およびフォローアップの手法を教授し、経営指導員等の支援スキル向上へと繋げていく。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### （１）現状と課題

#### 【現状】

- ・事業計画策定支援は作成支援を望む事業所や経営分析に取り組んだ事業者を対象に実施してきた。中には自発的に取り組んだ事業者もあるが、大多数が各種補助金申請や金融斡旋等をきっかけに事業計画の策定支援を行っている。
- ・事業者の事業計画についての認識は、補助施策の活用手段に留まる傾向が強い。
- ・本質的な課題解決に向けた計画策定には至っておらず、策定した事業計画に基づく経営に対する意識は低いと言える。

#### 【課題】

- ・補助金申請や金融支援等、目先の目的に対する事業計画策定に陥り実態が伴っていない事業所が散見される。
- ・事業者自らが5年後10年後の理想やビジョンを構築し、事業計画策定の意義や重要性を理解してもらい、中長期的な事業計画の作成に取り組むことが必要である。

## (2) 支援に対する考え方

補助金申請や金融支援等の目的が無い小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促す事は難しい。「地域の経済動向調査」や「需要動向調査」及び「経営状況の分析」の結果を踏まえ、経営状況の分析を実施した事業者を対象に着実に事業計画策定支援に結び付け、セミナー等での啓蒙により事業計画策定は補助金申請等のために策定することが主目的ではなく、利益確保等の持続的発展をしていくために必要であることについて理解を深めていく。また、計画の実効性を高めるため対話と傾聴を重ね、事業計画策定ニーズの中でも、特にDX推進に意欲ある事業所にはDXセミナーや必要に応じたIT専門家派遣を行う等、ニーズに沿った支援を充実させ、小規模事業者の経営力強化を目指す。

## (3) 目標

内容	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①DX推進セミナー	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者

## (4) 事業内容

### ① DX推進セミナーの開催

目的：少子高齢化が進む現代においてデジタル化・AI活用等社会構造が大きく変化している中、業務効率化・生産性向上・顧客満足度の向上等、多様な問題を解決するためにもDXを理解し取り入れることは必要不可欠となっているが、高齢者が多くを占める地域事業者にとって、「デジタル」に対する壁は大きい。そのため、DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するためセミナーを開催する。またDXの取り組みに対して差が大きいため必要に応じて個別に専門家派遣を行う。

#### 具体的手法

項目	内容
目的	SNS活用、キャッシュレス決済の導入、ECサイト構築
支援対象者	経営分析を実施し、デジタル化に活用に取り組み始めている、取り組み始めた小規模事業者
募集方法	チラシの作成配布・商工情報誌への掲載・個別に案内
講師	ITコーディネーター等
回数	年1回
カリキュラム	DX総論、DX活用事例、SNS・EC活用等
成果指標	参加者数、SNS導入件数

## 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】

- ・事業計画を策定した小規模事業者に対しては、巡回や窓口相談等で適宜フォローアップを実施し情報共有を行っている。
- ・専門的な課題に対しては専門家を派遣し、課題解決に向けた支援を行っている。
- ・実施頻度や方法は統一させておらず、経営指導員によっては、不定期な訪問活動の中で売上高の確認のみを行う等、計画に対する進捗把握、状況に応じた見直しが不十分の場合も生じている。

### 【課題】

- ・事業計画の内容に即した進捗状況の確認と計画にズレが生じた場合は計画の見直しを行うなど策定した事業計画を軸とするPDCAの確立。
- ・重点テーマ別（創業・承継・金融・販促）事業計画に対応した支援メニューの策定。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画策定支援先へのフォローアップは事業計画の進捗確認や問題に対する都度確認を提供することが主となっており、本質的な課題解決に迫る支援には至っていない。今後は事業者の自走化を促す伴走支援を目指し、事業者自らが課題解決への答えを見いだせるよう内発的動機付けを行うことで能動的・潜在力を引き出すことが可能となる。また、事業計画の進捗状況が順調な先、集中的に支援すべき先を判断しフォローアップを行い、必要に応じて専門家派遣等を実施する。

### (3) 目標

内容	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
フォローアップ対象事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
延回数（四半期に1度）	20回	20回	20回	20回	20回	20回
売上増加事業者数	－	2者	2者	2者	2者	2者
営業利益増加事業者数	－	2者	2者	2者	2者	2者
専門家派遣回数	－	1者	1者	1者	1者	1者

### (4) 事業内容

事業計画を策定した小規模事業者に対しては、経営指導員が四半期に一度の巡回訪問とフォローアップを実施し、計画に基づいたアクションプランが実行されているか、目標売上・営業利益の達成状況や事業の進捗状況を検証する。進捗状況が思わしくなく、事業計画と著しいギャップが生じている場合は、フォローアップの頻度を増やすなど臨機応変に対応し、必要であれば外部専門家や関係機関と連携を図り、原因の検証と打開策の立案を行い、戦略や目標の軌道修正を行う。

## 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

### (1) 現状と課題

#### 【現状】

- ・小規模事業者からの相談に対して持続化補助金の活用により新商品の開発や商品パッケージの改良等を実施してきた。
- ・県外展示会出展に対しては、越知町は製造業が少なく家族経営が大多数である為、大手企業から要望される大量ロットに対応することが困難であり、出展事業者の選定に至っていない。
- ・令和7年度においては近隣商工会と高知市内において合同物産展を開催し、4事業者が参加。町外への販路開拓に取り組めた結果、事業者自身の経験値向上、自社商品に対する再認識、販路拡大を目的とする商品のブラッシュアップ等、小規模事業者のスキルアップに繋がった。

### 【課題】

- ・ 県内物産展等への出展に関しては、より多くの小規模事業者に展示会や商談会への出展経験を積ませることで、地域外への販路拡大に意欲を持つ事業者を育てることが課題である。
- ・ 県外への出展に関しては、大量ロットに対応できる体制構築に向けた支援が必要である。
- ・ 物産展等の出展を一過性のものに留めないため、出展後の検証・改善点を把握し今後の目標を明確にするためのフォローアップが必須である。
- ・ 展示会出展等が困難な事業所に対してはDXの観点が必要不可欠であり、ITを導入した販路開拓の必要性を理解してもらい活用していく。

### (2) 支援に対する方針

#### ・ 販路開拓支援

越知町においては前述のように製造業者が少なく、地域資源を活用した商品を取り扱う事業者の約9割は食品関連の小規模事業者である。商品価値を高め販路開拓に取り組むためには仁淀川流域の商工会とも連携し、地域ブランド「仁淀ブルー」を活用することで、地域事業者が一体となり、相互に売上向上が図れる仕組みづくりや、参画する個社が販路開拓・売上向上を実現できる場づくりを積極的に展開していく必要がある。そのため食品関連事業所及び事業計画策定支援を行った事業所を重点指導事業者として、県内および県外で行われる展示会や物産展への出展支援を行う。

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い、出展中は陳列や接客等、伴走支援を行う。またテストマーケティングの実施や出展ノウハウの習得等の育成を図ると共に販路拡大支援を行い、小規模事業者が自社と商品への自信と出展経験値を増やし、新たな販路開拓へのきっかけづくりを目指す。また、出展が困難な事業所に対してはSNS活用、EC運用等を支援することで、商圏拡大を目指していく。

### (3) 目標

内容	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①県内展示会・物産展支援事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者
売上額/者	-	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
②県外展示会・商談会支援事業者数	-	1者	1者	1者	1者	1者
成約件数/者	-	2件	2件	2件	2件	2件

### (4) 事業内容

目的：当町の地域資源を活用した農水産加工品等の新たな需要の開拓と自社商品に対する再認識、商品のブラッシュアップと事業者のスキルアップに繋げる。

#### ① 県内展示会・物産展等の機会を活用した販路開拓支援

意欲はあるものの、事業規模やノウハウ不足で県外への展示会出展が困難な事業者を対象に、近隣市町村で開催される物産展や展示会に参加し、事業者自身の経験値向上、自社商品に対する再認識、商品のブラッシュアップと小規模事業者のスキルアップに繋げる。

**【支援手法】**

出展前支援	商品企画書の作成、自社商品のPR手法、商談能力向上に向けた支援
出展中支援	ブース設営指導、接客サポート、アンケート調査、競合商品の情報収集等
出展後支援	調査結果の分析・フィードバック、出展後の商談サポート・商品・サービスのブラッシュアップ等
出展後効果	SNS広告運用、ECサイト構築への取り組み

**【想定する県内展示会・物産展等】**

開催場所	概要	所在地
アグリコレット	高知県の「食・地域・自然」が集まる大型複合施設。県内や県外からの観光客も多数の人が訪れる施設であり、物産展を開催することで新規顧客獲得を図る。	高知市
蔦屋書店	県内でも流行に敏感な若年層やファミリー層が集う大型複合店。多くの雑貨やスイーツもそろっており、物産展を開催することで新規顧客獲得を図る。	高知市

② 県外展示会・商談会等

販路拡大に必須となる基本ノウハウを体得した事業者および当町の地域資源を活用した新商品の開発・新サービス提供に意欲的な事業者を対象に、域外顧客の開拓および商圏の拡大を目的とする県外展示会・商談会への出展支援を実施する。

**【支援手法】**

出展前支援	商品企画書の作成、自社商品のPR手法、商談能力向上に向けた支援
出展中支援	ブース設営指導、接客サポート、アンケート調査、競合商品の情報収集等
出展後支援	調査結果の分析・フィードバック、出展後の商談サポート・商品・サービスのブラッシュアップ等
出展後効果	SNS広告運用、ECサイト構築への取り組み

**【想定する県外展示会・商談会等】**

開催場所	概要	対象者
まるごと高知（東京）	（一社）高知県地産外商公社が運営する高知県産品を扱うアンテナショップ	高知県産品を取扱う事業者
とさとさ（大阪）		

## 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】

- ・経営発達支援事業の進捗確認・事業報告については、理事会及び総会で実施してきたが、事業評価委員会や外部有識者等を交えた第三者視点の評価体制が未整備であり、各種計画における事業評価の検討や今後に向けた改善協議は行えていない。

##### 【課題】

- ・外部有識者等や市町村を含む協議体制を整備し、毎年度1回以上の評価・見直しを定量化し、KPI・正解指標を用いた定量的評価の仕組みを構築することが課題である。また、事業報告・予定事業等をHPで公開し小規模事業者が常に閲覧できる必要がある。

#### (2) 事業内容

##### ① 定量把握

- ・KPI設定：事業計画、創業計画、事業承継計画策定件数、セミナー参加者数、DX取り組み件数、売上増加件数等
- ・データ収集：地域資源商品の需要動向アンケート・事業実績報告内容をダッシュボードで可視化

##### ② 評価手法

- ・外部有識者（中小企業診断士等）、法定経営指導員、越知町産業課課長を含めた「事業評価委員会」を設置する。
- ・毎年度1回以上「事業評価委員会」を開催し、評価及び改善協議を実施し、次年度支援計画に反映する。

##### ③ 評価・見直しの頻度

- ・毎年度1回以上実施

##### ④ 結果の公表方法

- ・評価結果は当会HPに掲載し、地域事業者が常時閲覧可能な状態を確保する。

##### ⑤ 広域的支援体制の活用

- ・仁淀川流域商工会と情報共有し、合同物産展の開催や販路開拓への取り組み等の共通課題に対して事業実施を検討する。

### 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】

- ・経験年数の浅い経営指導員に対しては高知県商工会連合会・中小企業基盤整備機構四国本部等が主催する事業計画策定研修や補助金申請支援・金融支援研修への積極的な参加や通信教育を活用した支援の能力の向上を図ると共に、ベテラン経営指導員の職場内OJTに取り組み経営支援の基本から知識・ノウハウの伝達を行った。
- ・新人経営支援員等に関しては記帳・源泉・申告等基本業務を早期に習得するため高知県商工会連合会が開催するカリキュラム別の研修を受講すると共に通信教育にも取り組み資質向上を図り、支援レベルの底上げに取り組んでいる。

## 【課題】

- ・職員5名体制であるが内経営指導員1名（職歴2年）、経営支援員2名（職歴4年1名・職歴1年1名）、一般職員（7月採用）と職歴の浅い職員で構成されており、支援体制の低下が危惧される。
- ・激しい環境変化の中、小規模事業者から求められる支援業務は多岐に渡っており、職員全体の資質向上が急務となっている。今後は経営指導員だけでなく支援員も事業計画策定・実行・フォローアップ支援に深く携わっていくため組織全体が連携・連動した支援体制の構築が必要である。

## （2）事業内容

目的：経済環境が大きく変化し小規模事業者が直面する課題は従来の税務・経理・金融等の基礎的な問題から、経営革新・働き方改革・DX導入・事業承継等多岐に渡っている。中山間地域の小規模事業者が抱える課題解決に向けて、経営指導員・経営支援員・一般職員が各種研修やセミナーを活用し基礎知識を習得すると共に、OJTを通じて専門知識と支援ノウハウの共有を図り組織力の強化に努めていく。

### ① OFF-JTの実施

高知県商工会連合会・中小企業基盤整備機構四国本部等が主催する研修やセミナーに積極的に参加する事で専門的な知識を習得し、通信教育への能動的な参加も図っている。特に経験年数の浅い職員に対しては、担当外の研修にも積極的に参加させ知識とスキルの向上を目指す。また、外部研修に参加した職員は、職場内勉強会や伝達講習を通して受講し自身が習得した内容・スキルについて、一般職員を含めた全職員に伝達を行うことで組織的な支援能力の向上を図っていく。

### ② OJTの実施

経験値が高い経営指導員が職歴の浅い経営指導員の資質向上を図る為、帯同による巡回指導・窓口相談を図り、経験・ノウハウ不足を実践で指導・補完し事業者の相談への円滑な対応に努める。また、経営指導員の巡回指導・窓口相談時に経営支援員及び一般職員を同行、同席させ指導や助言の方法について、アドバイスや結果に対するフィードバックを行い、資質向上・支援スキルを共有する。経営指導員も経営支援の基本から、支援スキル・知識の再確認を行う事で組織的な資質向上を図る。

### ③ ノウハウ共有の仕組み

#### ・職場内の勉強会の開催

研修会、セミナーを受講した職員からの伝達講習を実施し知識の共有を図る。また、職場内で支援内容を伝達・共有・協議することで、効率的・効果的な支援体制を構築する。

#### ・データベース化

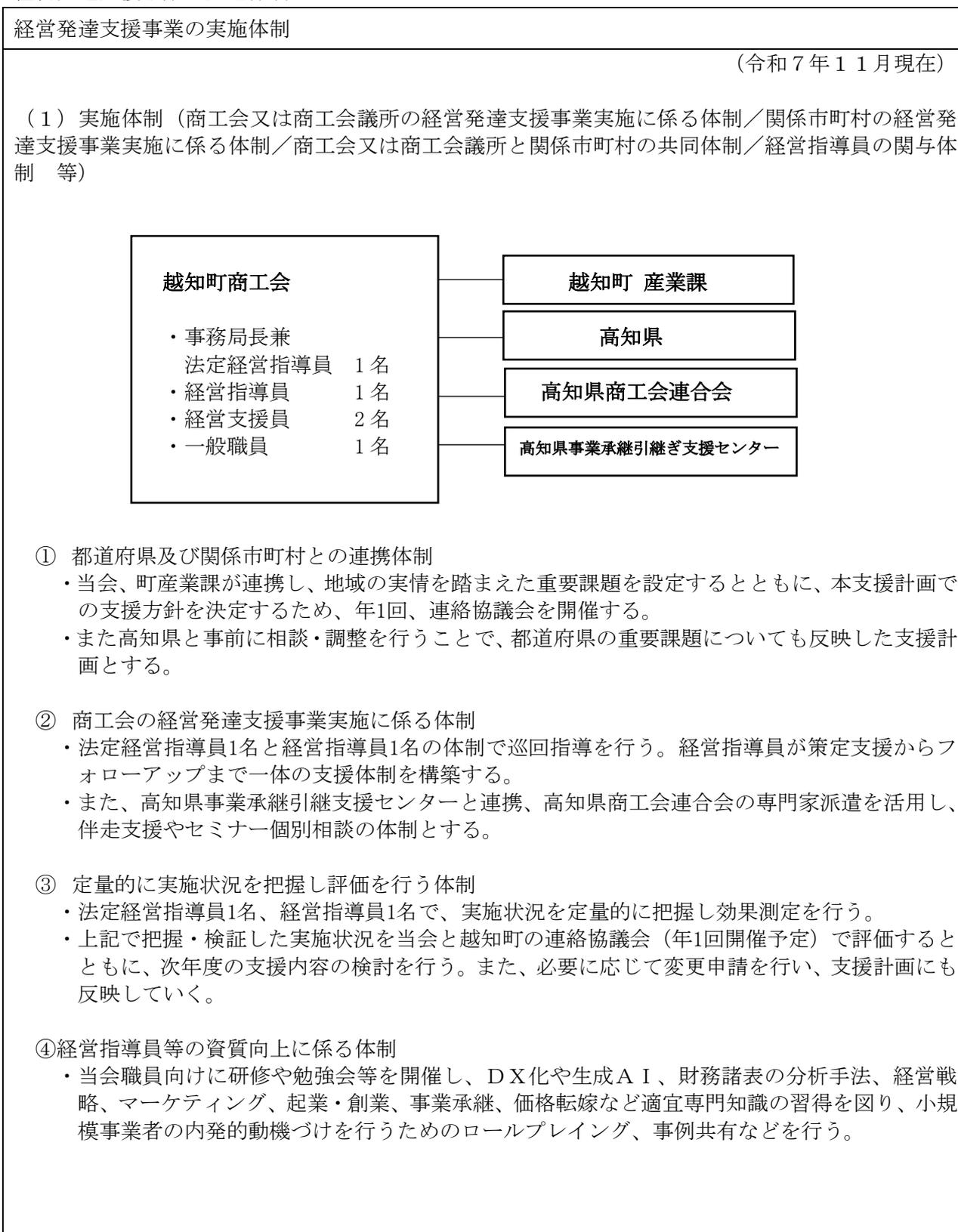
日々の支援業務については、基幹システム「経営指導カルテ」に随時入力することで、職員全員が支援状況や支援データ・経営状態を確認することが出来る体制を充実させ、担当職員以外も一定の対応ができる仕組みを構築する。また、共有サーバーに事業者フォルダを作成しており、補助金申請書・確定申告書等、基幹システムに登録できない電子ファイルを保管し、随時閲覧できることで効率的・効果的な支援向上を図る。

### ④ 仁淀川流域ブロック内での情報共有

高知県は小規模な商工会が多いため、多くの支援案件を熟することが難しく中堅職員となっても支援経験が無い案件も珍しくない。そのため仁淀川流域の隣接した、春野、土佐市、日高村、佐川町、越知町、仁淀川町の6商工会で連携し、定期的で開催しているブロック会等で、具体的な支援案件や支援ノウハウの共有を図り、商工会全体の支援能力の向上を目指す。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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係る実施体制

①当該経営指導員の氏名、連絡先

氏名：岡崎 信道

連絡先：越知町商工会 TEL：0889-26-1181

E-mail：okazaki@kochi-shokokai.jp

②当該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広域経営指導員の当否

申請書に記載する経営指導員・岡崎信道は施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。

(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

越知町商工会

〒781-1301 高知県高岡郡越知町越知甲 1947-6

TEL：0889-26-1181

FAX：0889-26-2318

E-mail：ochi@kochi-shokokai.jp

② 関係市町村

越知町産業課

〒781-1301 高知県高岡郡越知町越知甲 1970

TEL：0889-26-1105

FAX：0889-26-0600

E-mail：sangyou@town.ochi.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8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
必要な資金の額	2,900	2,900	2,900	2,900	2,900
専門家謝金・旅費	200	200	200	200	200
セミナー開催費	200	200	200	200	200
展示会出展費	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200
通信運搬費	250	250	250	250	250
会議費	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
国補助金、県補助金、町補助金、自己財源（会費収入・手数料収入等）

(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。

