

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	津野町商工会 (法人番号 6490005004280) 津野町 (地方公共団体コード 394114)
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	<p>経営発達支援計画の目標</p> <p>関係機関との連携を密にし、地域資源を活かした新商品の開発や既存製品の磨き上げ等の提案、販路開拓の支援を行い、管内の小規模事業者の持続的発展と地域経済の活力向上を図るため、以下の目標を掲げ、経営発達支援事業を実施する。</p> <p>(1) マーケットインの視点に立った商品づくり支援 (2) 展示会・商談会への出展支援及び出展・商談に向けた商談力の向上支援 (3) 小規模事業者の技術導入・活用等、DX推進への適応力向上支援 (4) 経営計画の策定から実行に関する伴走的支援 (5) 事業承継ニーズ調査・スムーズな事業承継支援及び津野町への移住支援・創業支援 (6) 観光及び関連産業の浮揚に向けた仕組みづくり構築支援 (7) 署員の資質向上・職員間の連携及び小規模事業者への支援体制の強化</p>
事業内容	<p>経営発達支援計事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 地域経済分析システム「RESAS」等を活用し、地域の経済動向や小規模事業者の景況調査結果を把握分析し、事業計画の策定等に活用する。</p> <p>4. 需要動向に関すること 地域資源商品の調査・アンケート調査等を実施し消費者ニーズを商品開発等に活用する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の経営状況の調査・分析を行い事業者の意識改革や事業計画策定に活用する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定の重要性を理解する事業計画策定セミナーやデジタル技術を取り込む「入り口」としてDX推進セミナーを開催し、小規模事業者のスキルアップや事業計画策定の支援をする。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 策定した事業計画の実行・フォローアップを専門家等を交えながら目標達成に向けて伴走支援を行う。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会や販売会等への積極的な出展を支援し、インターネットを活用した情報発信・販路開拓に繋がる支援を行う。</p>
連絡先	<p>【津野町商工会】 〒785-0201 高知県高岡郡津野町永野 479 番地 TEL : 0889-55-2034 FAX : 0889-55-2740 E-mail : tsuno@kochi-shokokai.jp</p> <p>【津野町役場 産業課】 〒785-0610 高知県高岡郡津野町永野 225 番地 1 TEL : 0889-55-2021 FAX : 0889-55-2022 E-mail : sangyou@town.kochi-tsuno.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

■立地

津野町は平成17年2月に葉山村、東津野村が合併した町で、高知県の中西部に位置する。

当地域は「日本最後の清流」と呼ばれる四万十川源流点と、国特別天然記念物のニホンカワウソが日本で最後に確認された新莊川の2つの清流を有し、総面積は197.85k㎡である。

全国的にも貴重な地形の四国カルストが含まれる四国山地に抱えられた急峻地域で約90%が山林で占められていることから、農地や宅地の面積比率は低くなっている。気候は比較的温暖な多雨の地域であるが、旧葉山村役場(現津野町本庁舎)の標高71mから旧東津野村(現津野町役場西庁舎)386mと高低差が激しく、気温の差もみられる。

【津野町位置図】



■人口

津野町の人口は減少傾向で少子高齢化が年々進み、昭和55年には8,712人であった人口も、令和2年は5,731人と2,981人減少をしている。人口減少の内訳としては昭和55年の生産年齢人口は5,314人、年少人口が1,713人、老年人口が1,685人だったのに対し、令和2年度は生産年齢人口が2,613人、年少人口が575人、老年人口が2,543人と、生産年齢人口及び年少人口が減少し、老年人口が増加していることから、少子高齢化が進行している。この人口減少の影響によって地域経済が縮小し、若者の町外流出や地域の衰退が懸念される。

人口推移

(単位：人)

年	昭和55年	平成2年	平成12年	平成22年	令和2年
人数	8,712	8,000	7,258	6,407	5,731

(出展：国勢調査)

年齢3区分別人口の推移

(単位：人)

	昭和55年	平成2年	平成12年	平成22年	令和2年
生産年齢人口	5,314	4,660	3,853	3,258	2,613
年少人口	1,713	1,412	984	731	575
老年人口	1,685	1,928	2,421	2,418	2,543

(出展：国勢調査)

■産業

津野町の主力である建設業は、事業主の高齢化や各種申請等に要する資格等の取得及び書類作成に苦慮しており、昔ながらの大工は廃業傾向であり、建設会社へ就職する人も少ない。建設会社等は公共事業の減少と町外企業の入札参入により、利幅の少ない受注となり売上減少

傾向となっている。また、若者の就職希望が少ないため企業内労働者も高齢化してきており、仕事があっても働き手がない状況になってきている。

観光関連産業においては、令和3年度より四国カルストの『旧天狗荘』が『星降るヴィレッジ TENGU』へとリニューアルし、津野町の葉山地区と東津野地区を結ぶ中間点の地区、船戸地区へも『遊山四万十 せいらんの里』という宿泊施設が新たにオープン。津野町役場も新たに観光推進課を創設するなど、観光客の受け入れ態勢は徐々にではあるが整ってきている段階である。このように、観光客等の受け皿は整いつつあるものの、当町には観光協会が無く、観光面において主体となって振興を行う組織がない状態である。また、令和5年度は豪雨により土砂災害がおこり国道が通行止めとなるなど、観光面は自然に左右されやすい状態である。これらのことから、域外からの観光客を待つだけでなく、地域の産品を域外へ販売していく攻めの姿勢が必要である。

■商工業者の推移

津野町内の商工業者数並びに小規模事業者数は、事業者の高齢化や後継者問題により減少傾向がみられる。平成30年と比較して商工業者数・小規模事業者数は減少している。また、事業者の高齢化も進んでおり、事業継続に不安を抱えているのが現状である。そんな中であっても、業種によっては地域おこし協力隊卒業者やIターン移住者による創業も見られ、創業直後の事業者への支援など、事業者数の減少に歯止めをかける取組が必要である。

津野町管内の商工業者数の推移

(令和5年4月1日現在)

	平成30年度	令和5年度		
	商工業者数	商工業者数	増減	構成比
建設業	81	71	▲10	16.6%
製造業	23	22	▲1	10.6%
卸売業	4	4	0	0%
小売業	53	46	▲7	31.4%
飲食店・宿泊業	35	36	1	16.0%
サービス業	34	36	2	20.7%
その他	11	12	1	4.7%
合計	241	227	▲14	100.0%
うち、小規模事業者数	230	214	▲16	
法定会員数	164	144	▲20	
組織率	68.04%	63.43%		

【出典：津野町商工会 商工業者名簿】

②課題

■商業

津野町は、高知県高岡地域における主要都市である須崎市が隣町に位置し、古くから流通も交通も盛んな地域であり、町民の生活圏も当町及び須崎市にまたがる。須崎市には大型商業施設や専門店が多いものの、当町においても大型商業施設は存在しているため、現時点では町外消費は比較的少ない状況ではある。

しかし、少しずつではあるが須崎市への消費の流出は増加傾向となっている。そのため、外貨獲得・交流人口の増加等、町外からの消費拡大を視野に入れるビジネスモデルの構築が求められる。

■工業

主に建設業は、公共工事の入札等、社会資本整備関連の請負工事業の恩恵はあるものの、入札の減少や町外企業の参入により業況は安定しているとはいえない。また、建設関係労働者の高齢化が進行、特に大工の高齢化が顕著であり、建設会社が請け負い先の大工を確保することに苦慮している状態である。また、生産年齢人口が減少する中で若い世代の「労働」に対する価値観の変化もあり、人材確保が困難な状況にある。労働者の「数」の問題だけでなく、今まで培ってきた「技術」の継承も含め、安定した経営を図ることが業界全体の課題となっている。

■観光産業

四国カルストへ『星降るヴィレッジ TENGU』が新規リニューアルし、津野町の船戸地区へも『遊山四万十の里 せいらん』が新たにオープンし、フォレストアドベンチャー高知も当町に創設され、観光客の受け皿となるハード面の整備は進行している。また、津野町役場も新たに観光推進課を創設するなど、観光客の受け入れ態勢は徐々にではあるが整ってきている段階であるが、未だに当町には観光協会が無く、観光客等の受け皿は整いつつあるものの、観光面において主体となって振興を行う組織がないため、各観光スポットを動的に繋ぎ、一つの観光資源（パッケージ）として観光客に売り出せていない状態であり、今後当町の各観光スポットを一つのパッケージとして販売促進を実施していく必要がある。

<商工会の現状と課題>

●現状

津野町商工会は、令和5年4月現在、事務局長、経営指導員、経営支援員3名、臨時職員各2名（合計7名）の事務局体制で、法定会員数144名（定款会員7名・特別会員6名を除く）の商工会である。小規模事業者への支援としては、経理・税務・金融等の一般的な経営改善普及事業や、ものづくり補助金や持続化補助金等の国・県や津野町の各種補助事業の申請支援からフォローアップも行っている。交流人口拡大に向けたイベントの開催や地域生活の一般消費を支える「津野町地域応援商品券」の運営支援等、地域に密着した地域振興事業にも取り組んでいる。

また、町内イベントの他、津野町内の美化活動を目的とした国道沿いの花壇等へ植花を行う「津野町かおりの里づくり推進会議」についても津野町役場から受託し事業を行っている。

平成31年には、経営発達支援計画の認定を受け、経営分析、事業計画策定セミナー、町外への販路開拓などの個社の経営力の向上に繋がるよう伴走支援に取り組んでいる。

●課題

経営発達支援事業を進めるなかで、小規模事業者の経営力向上に繋げるための支援を行ってはいないものの、経理・税務・金融などの日常的な経営改善事業の範囲に留まることが多い。また、経営計画の策定についても、持続化補助金等、国・県・町の補助事業の活用の際に作成することが多く、商工会主導で作成しているため、経営者に経営分析・経営計画策定の必要性等が伝わっていない状況が多いことから、経営者が自ら自身の事業を把握し、経営改善へと進んでいくための意識づけや動機付けへと導く支援を実施していくことが課題である。このため今後10年程度を見越した中長期的な小規模事業者に対する振興の在り方を示し、直近の5年間を本計画で実施する目標を設定する。

(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

小規模事業者を取り巻く経営環境は、少子高齢化による地域経済自体の縮小、後継者不足による事業承継問題やデジタル化の遅延等、依然として厳しい状況に置かれている。

この課題を解決するために津野町では現在「第Ⅱ期まちづくり計画」が策定され、その基本理念を実現するために「第2期津野町まち・ひと・しごと創生総合戦略」が位置づけされている。具体的な施策として3つの基本目標が掲げられており、その一つである「地域における雇用の創出」の基本的な方向に鑑み、当会が目指す今後10年間の小規模事業者の振興の在り方の基礎として、小規模事業者各々の強みと、津野町の地域資源を生かした商品開発やブランド化への取り組みを実施し、小規模事業者の売上高向上を主とし、農林業・観光事業等、地域経済に広く波及させていく。そのために地産地消・外商戦略を強化し、具体的な販路を開拓していくと共に、それらを達成する道筋として計画に基づいた伴走的な経営支援を推進する。また、これらの経営力向上への取り組みや、デジタル化への支援を実施し、小規模事業者の業務効率化・生産性の向上の支援、スムーズな事業承継・創業への支援を強化していくことで、小規模事業者の減少への歯止めをかけていく。

<中長期的な目標>

- ①地域内外に誇れる新商品や新サービスの開発を通じ、津野町自体のブランド力向上に結び付ける。
- ②地産地消・外商戦略強化を通じた地域内での経済好循環の確立と外貨獲得による地域経済の浮揚
- ③デジタル技術の導入や活用に対する支援の実施による業務効率化・生産性の向上
- ④小規模事業者の経営力強化を通じた、小規模事業者数減少への歯止め
- ⑤事業承継や創業支援を通じた小規模事業者数減少への歯止め
- ⑥観光振興を通じた津野町への入込客数の増加及び関連産業への波及

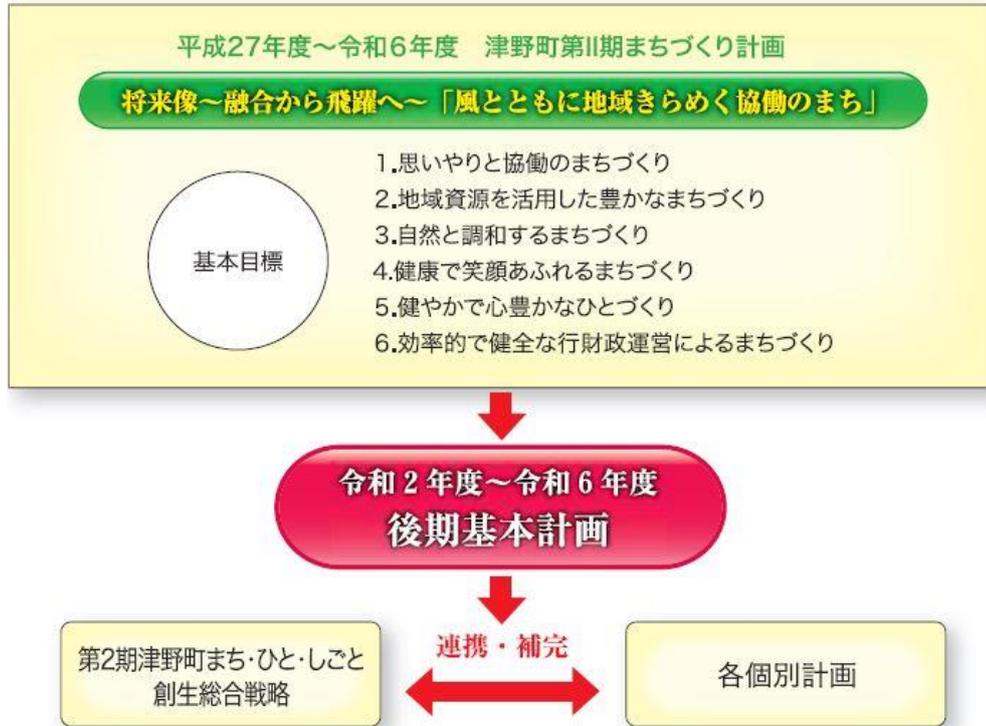
②第2期津野町まち・ひと・しごと創生総合戦略との連動性・整合性

津野町では、令和2年度に「第Ⅱ期まちづくり計画」（令和2年度～令和6年度）が策定され、「～融合から飛躍へ～「風とともに地域きらめく協働のまち」を基本理念とし、この基本理念を実現する為の具体的施策を6つの柱とし、これを基本計画とした。この基本的な計画を実現するための具体的な計画として「第2期津野町まち・ひと・しごと創生総合戦略」（令和2年度～令和6年度）を策定、3つの基本的な視点「移住・定住に関する希望実現」、「若い世代の結婚・妊娠・出産・子育ての希望実現」、「地域の資源を生かした地域活性化」を実現するため、具体的な3つの基本目標である「地域における雇用の創出」、「人の流れをつくる」、「安全な暮らしと地域の連携」を定められ、目標の達成に向け進められている。

「第2期津野町まち・ひと・しごと創生総合戦略」における3つの基本目標である「地域における雇用の創出」及び「人の流れをつくる」、「安全な暮らしと地域の連携」において、商工観光振興施策が掲げられ、具体的な5つの基本的方向が定められており、産業の発展・展開について掲載されている。

<津野町 第Ⅱ期まちづくり計画 体系図>

計画の位置づけ



<出典 津野町 第Ⅱ期 まちづくり計画>

<第2期津野町まち・ひと・しごと創生総合戦略 体系図>



<出典：第2期津野町まち・ひと・しごと創生総合戦略>

【第2期津野町まち・ひと・しごと創生総合戦略】（一部抜粋）

3つの基本目標である「地域における雇用の創出」及び「人の流れをつくる」、「安全な暮らしと地域の連携」具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

- ・地域における雇用の創出
 - ①農業の振興
 - ②林業の振興
 - ③地産外商による産業振興
 - ④起業・創業支援
 - ⑤地域資源の発掘と新産業創出
 - ⑥新たな担い手の確保・育成
 - ⑦広域連携による企業誘致の推進
 - ⑧宿泊・滞在・体験型観光の強化と広域観光の推進
- ・人の流れをつくる
 - ⑤移住・定住に係る受け入れ体制の整備と情報発信
 - ⑥空き家等対策の推進
 - ⑦関係人口受け入れ体制整備とまちの魅力の情報発信強化
 - ⑧宿泊・滞在・体験型観光の強化と広域観光の推進（再掲）
- ・安全な暮らしと地域の連携
 - ③地域活動の活性化

上記のように、第2期津野町まち・ひと・しごと創生総合戦略では、今後、津野町が現状を維持しつつ、将来的に更なる飛躍をするための持続的な地域社会の発展を目指すための具体的な目標及び実行計画を定めたものとなっており、当会が目指す今後10年間の小規模事業者支援の在り方と連動性・整合性を有する。

③商工会の役割

地域経済の中心的な支援機関として、下記を主な役割と位置づけ、これを満たし責務を果たす。

- ・経理・税務・金融等の経営改善普及事業を継続して実施すると共に、小規模事業者が自身の事業についてこれまで以上に経営分析や経営計画の策定等の必要性を認識し、中長期的な事業計画に基づき、自らが経営課題の本質と向き合い、改善していくための支援として経営分析、事業計画策定へ向けたセミナーの開催等の伴走的な支援を行い小規模事業者の経営力を高める役割。
- ・経営者の高齢化や後継者不足等による廃業に対し、高知県事業承継・引継ぎ支援センター等の事業承継専門機関等と連携し、積極的な事業承継の支援を推進し、地域経済の継続を守ることに繋がる事業承継支援を行うとともに、Iターン・Uターン者などの確保を推進し、地域の担い手となる生産年齢人口を増加させ、創業希望者に対しては創業支援を積極的に実施し、小規模事業者の減少に歯止めをかける役割。
- ・小規模事業者が津野町ブランドの新商品や新サービスを開発していく上での支援として、高知県商工会連合会等の専門家派遣事業を通じた各分野の専門家のアドバイスを取り入れた開発支援の取り組みを実施していく役割。
- ・地産地消・外商を通じた地域内での経済好循環を目指すため、高知県内外の展示会や商談会への出展等の販路拡大の支援を通じた地域経済の活力を維持する役割。

- ・IT活用やデジタル技術の導入に対し、基礎的な知識・活用手段等を小規模事業者が活用できるよう支援し、高齢者や地方といったハンディキャップの克服を促し、人材を育成し経営力の向上に繋げていく役割。
- ・観光産業から生まれる交流人口・外貨獲得等の波及効果を地域経済の循環へ効果的に繋げる仕組み・体制を整える役割。

(3) 経営発達支援事業の目標

- ①マーケットインの視点に立った商品づくりを支援
- ②地産地消・外商戦略強化に向けた小規模事業者の販路開拓・商談力の向上
- ③デジタル化社会に小規模事業者が対応できるよう、デジタル技術の導入や活用等、DX推進への適応力の向上を支援する
- ④経営計画の策定から実行を伴走的に支援する。
- ⑤事業承継ニーズの調査・スムーズな事業承継の実施及び津野町への移住支援・創業支援
- ⑥観光及び関連産業の浮揚に向けた取り組みを津野町等関係機関と協議・検討していく仕組みづくり
- ⑦職員の資質向上と職員間の連携及び小規模事業者への支援体制の強化を図る

以上の目標を掲げ、日常的な経営指導を基盤とした支援を実施することで、小規模事業者の本質的な課題の解決に繋げ、経営を安定させる。経営基盤が安定し、事業が持続的に発展することで、雇用の維持に繋げ、津野町が掲げる地域ビジョン「～融合から飛躍～風とともに地域きらめく協働のまち」が実現し、地域住民が安心して暮らせる環境を創ることによって地域への裨益目標とする。

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6年 4月 1日～ 令和11年 3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

【目標①：マーケットインの視点に立った商品づくりを支援】

小規模事業者がマーケットインに基づく「売れる商品づくり」を実施できるように需要動向調査を実施、情報提供するとともに、高知県商工会連合会の専門家派遣事業を活用し、各分野ごとの専門家によるアドバイスを効果的に組み合わせた新商品・新サービスの開発を支援していく。

【目標②：展示会・商談会への出展支援及び出展・商談に向けた商談力の向上支援】

小規模事業者にとって効果的な展示会・商談会等について小規模事業者各々の業種・想定するターゲットに応じ情報提供を実施し、個社の商談力向上に向けた支援を、専門家のアドバイスを交え実施していく。

【目標③：デジタル化社会に小規模事業者が対応できるよう、デジタル技術の導入や活用等、DX推進への適応力の向上を支援する】

高齢化が進む小規模事業者に対して、日常的な経営指導の中において、デジタル化社会への対応支援を行い、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、DX推進への適応力の向上に繋げていく。

【目標④：経営計画の策定から実行を伴走的に支援する。】

地域経済の動向や個社の経営分析結果を踏まえた内容を小規模事業者へ情報提供・共有したうえで、実効性のある経営計画の策定を支援するとともに、定期的なモニタリングを実施、事業者自身がPDCAサイクルを回して行けるように支援する。

【目標⑤：事業承継ニーズの調査・スムーズな事業承継の実施及び津野町への移住支援・創業支援】

空き店舗情報を津野町役場と情報共有したうえで、Iターン・Uターン者への移住促進を高知県の「高知家で暮らす。」等の移住促進サイトの活用や高知県、津野町、高知県商工会と連携し各種移住促進支援情報を共有し、移住者の促進を行うと共に、日々の巡回や津野町役場等各関係団体と創業希望者の情報共有を密にし、創業希望者については津野町役等と連携し、ワンストップによる創業支援を実施し、小規模事業者の減少に歯止めをかける。

【目標⑥：観光及び関連産業の浮揚に向けた取り組みを津野町等関係機関と協議・検討していく仕組みづくり】

津野町役場等関係機関と連携し、津野町観光のイメージアップに向けた取組や、ブランド戦略、特産品開発に向けた取り組みを協議・検討し、地域活性化に向けた取り組みを連携して実施していく。

【目標⑦ 職員の資質向上と職員間の連携及び小規模事業者への支援体制の強化を図る】

少子高齢化やコロナ禍、デジタル化といった外部環境の変化は大きく、小規模事業者の経営にも影響を強く及ぼし、経営基盤の強化は状況に応じた適切な支援が必要不可欠となる。経営者の多くが高齢化している中、求められる支援は多様化し、幅広い知識が求められる。特にDXに向けた支援は重要性を増す取り組みとなるため、研修会・通信講座の受講等、他の支援機関との連携を積極的に行い、情報や知識の習得・共有に努め、個々の職員の資質向上・スキルアップを図り、支援体制の強化・支援力を向上させる。

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ていた。また、定期的に地域の商工業者へアンケート用紙を送付し、地域の経済動向を把握するとともに、津野町や民間機関等が実施している地域の経済動向等の調査結果を収集し、当商工会のHP等にて公開していた。

<課題>

課題としては、上記により収集した調査データの有効活用ができていない。小規模事業者への巡回やアンケート調査等で景況調査を定期・継続的に実施し、国等が提供するビッグデータも活用しながら、個々の小規模事業者の現状と課題の抽出・整理・分析した情報を公表し提供するとともに、これらのデータを経営分析や事業計画を策定するうえでの基礎資料として有効活用する。

(2) 目標

	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地域の経済動向分析の公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②地域の景気動向分析の公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
③地域の小規模事業者調査の公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国等が提供するビッグデータ等の活用）

当地域における交流人口の増加が、今後の地域経済に大きな影響を与えることが予想されることから、観光関連産業を中心に、観光客等の地域内需要を取り込み、地域経済の活性化を図るため、経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う。

【調査内容】

調査手法・項目	分析の目的
【RESAS】 地域経済循環マップ・生産分析	産業ごとの生産額の変化・傾向を分析
【RESAS】 産業構造マップ	当町の産業の現状等を把握
【RESAS】 まちづくりマップ・From-to分析	人の動き等を分析 ・宿泊者数に関する動向の把握

②地域の景気動向分析

地域の経済動向等については、より詳細な小規模事業者の実態を把握するため、地域主要産業（5業種）を対象に、巡回訪問により半期に一度調査を実施し、地域経済の現状と把握をするとともに、当会HPにて年1回公表する。

【実施要領】

調査対象	町内主要産業 5業種 ・建設業 ・製造業 ・小売業 ・飲食宿泊業 ・サービス業 うち、以下の小規模事業者を調査対象と設定 ・建設業：3者 ・製造業：1者 ・小売業：4者 ・飲食宿泊業：2者 ・サービス業：5者
調査項目	売上（増・減）、仕入単価（上昇・低下）、採算（好転・悪化）、 資金繰り（好転・悪化）、業況（好転・悪化）
調査手法	半期に一度、巡回訪問によるヒアリング調査 ※経営指導員を中心とする当会職員が実施
集計分析手法	調査結果は、業種毎・項目毎に経営指導員等が集計・分析し、当会HPを 通して年1回情報提供

③地域の小規模事業者調査

地域の小規模事業者調査については、地域内の小規模事業者の動向を把握するため、高知県等の公表する県民動向調査を活用し、小規模事業者の動向分析を実施する。

調査手法・項目	分析の目的
【高知県等の公表する各種統計資料】 県民消費動向調査	当町消費者の購買動向（最寄品・買回品・中間品の 地元購買率と流出先）を抽出分析し把握

(4) 調査結果の活用

収集・整理・分析した情報や調査結果は、当会HPにて掲載し、会員非会員問わず、広く管内事業者等に周知する。

経営指導員等が巡回指導の際に小規模事業者の経営分析や各支援策に活用する参考資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

<現状>

これまでの需要動向調査は、各種補助金申請時や物産展等に事業者が出展していただいた際に行う対象事業者の商品・サービスに関する限定的な調査は行っていったものの、地域資源に対する顧客ニーズ・市場動向等の日々移り変わる需要動向の変化等の調査は実施していなかった。

<課題>

経営指導員等の巡回訪問・窓口相談等において収集した、地域小規模事業者が取り扱う商品やサービスを対象に需要動向調査を実施し、整理・分析し基礎資料として活用する。特に、地域資源に特化したアンケート調査を実施することで、消費者の「生の声」を収集し、得た情報は、需要予測や判断材料として活用し、経営戦略の見直しや商品開発・改良に取り組めるよう適切にフィードバックを行い、販路拡大・開拓に繋げる支援が課題である。

(2) 目標

	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地域資源商品の 調査対象事業者	—	4者	4者	4者	4者	4者

②試食・アンケート調査（施設）	－	4者	4者	4者	4者	4者
③試食・アンケート調査（イベント）	－	4者	4者	4者	4者	4者

(3) 事業内容

①地域資源商品の調査

津野町では、古くからお茶の生産が活発な地域であり、地域資源である茶葉や茶葉を使用したほうじ茶大福などの食品の活用に向けた取り組みを行っている。また、お茶に加え、観光資源として、天狗高原等の観光地もあり、今後こうした地域資源や地域食材を活用した商品や観光地の販路開拓及び観光客の流入増加に向けた取組の可能性を探るため、地元食材を使った食料品製造業・小売業・飲食業・観光関連サービス業の4者を対象に調査を行う。

【①地域資源商品の調査手法】

調査事業者	4者（食料品製造業、小売業、飲食業、観光関連サービス業）
調査項目	㊦味、食感 ㊧価格、分量 ㊨訴求方法 ㊩パッケージ ㊪改善要望
調査方法	半期に一度、巡回訪問によるヒアリング調査 ※経営指導員を中心に当会職員が実施

②試食・アンケート調査

お茶等の地域資源、地元食材を使用した料理や商品及び地域の観光地に訪れた消費者による直接的な評価や要望・意見を集約するアンケート調査を町内主要施設（観光・宿泊等）にて需要動向調査を行う。

【②調査対象事業者の調査手法】

調査事業者	4者（食料品製造業、小売業、飲食業、観光関連サービス業）
調査施設②	・遊山四万十 せいらんの里（令和4年利用客数：約4,000人）
調査対象②	町外客（来町者・観光層）
調査項目②	㊦味、食感 ㊧価格、分量 ㊨訴求方法 ㊩パッケージ ㊪改善要望
調査方法	アンケート調査、試食（実演販売）での商品評価ヒアリング ※当会職員が、独自アンケートを作成し調査・ヒアリングを実施
調査サンプル数	1品あたり10件

③試食・アンケート調査（イベント）

津野町にて毎年開催される「津野町ふれあい特産市」や「津野町夏まつり」、「津野町産業祭」の各種イベント時において、来場者に対し、試食、アンケート調査を実施する。

【③調査対象事業者の調査手法】

調査事業者	4者（食料品製造業、小売業、飲食業、観光関連サービス業）
調査イベント③	・津野町ふれあい特産市（令和4年来場者数：約1,200人） ・津野町夏祭り（令和4年来場者数：約1,200人） ・津野町産業祭（令和4年来場者数：約1,300人）
調査対象③	町内客・町外客（来町者・観光層）
調査項目③	㊦味、食感 ㊧価格、分量 ㊨訴求方法 ㊩パッケージ ㊪改善要望
調査方法	アンケート調査、試食（実演販売）での商品評価ヒアリング ※当会職員が、独自アンケートを作成し調査・ヒアリングを実施
調査サンプル数	1品あたり10件

【調査結果（①・②・③）の活用】

上記①・②・③の調査結果において、地域資源や地域食材を活かした商品・サービス等に対する消費者の需要動向や消費動向が現実的な生きたデータとなる。当分析データは、経営指導員等が直接的に小規模事業者へフィードバックし、更なる改善や販路開拓に繋がる実現性の高い支援に活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

<現状>

経営状況の分析については、決算や金融支援、各種補助金申請時等に財務分析を中心に行っているが、小規模事業者自身の経営課題に対する問題意識や経営分析の必要性を自分自身のこととして理解してもらえておらず、その場限りの支援に留まっている。

<課題>

人口減少や高齢化等により地域需要が変化し、経営状況が悪化している事業者も少なくない状況から、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い、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

	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経営状況調査 巡回訪問者数	8者	10者	10者	10者	10者	10者
②経営分析事業者数	5者	6者	6者	6者	6者	6者

（3）事業内容

①巡回訪問による経営状況調査

経営指導員等が経営分析支援ニーズの掘り起こしに特化した巡回訪問を行い、対話と傾聴を通じて事業主や企業の現状について詳細を聞き取りしたうえで、経営状況を分析し現状把握を行う。窓口相談においても同様に対応し、経営分析を行う中で、経営課題に対する問題意識や経営分析の必要性を認識してもらいながら、事業計画の策定事業者の掘り起こしに繋げる。

②経営分析の内容

巡回訪問対象事業者の中から、より意欲のある6者を抽出し、販売商品や提供するサービスについて主力商品の売上高、粗利率、客単価、利益貢献度を商品別・顧客別の変化について個社の売上状況等の調査を行う。

また、企業・店舗としての強みや特徴、競合や弱みについても調査をするとともに、津野町や民間機関等の各種調査データと比較し、経済・社会・技術の進歩・産業構造等の外部要因の変化を考察し、個々の事業者にとって実効性且つ効果的な経営戦略等を提案し、業務拡大・販路拡大等の支援に活用する。

【調査・分析項目】①・②

企業概要		㊦沿革 ㊧企業規模・店舗工事の面積等 ㊨商品サービスの特徴（売れ筋） ㊩売上高の比較（3年程度）
a 定 量 分 析	財務分析	㊦収益性 ㊧生産性 ㊨安全性 ㊩成長性
b 定 性 分 析	顧客需要・市場動向	㊦主力商品の売上高変化・利益率・売上貢献度 ㊧販売先と仕入業者 ㊨業界の傾向と課題 ㊩自社の商圏と占有率・競合
	強み・弱み	㊦自社の主力商品と他社との違い ㊧人材力 ㊨店舗や設備 ㊩外部からの情報提供者や来店客について

a 定量分析

支援対象事業者の財務データ（直近3ヵ年）の収益性・生産性・安全性・成長性の項目について、経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用し、財務分析を行う。

b 定性分析

支援対象事業者との対話と傾聴を通じ、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・機械等について、SWOT分析等のフレームワークを活用し整理する。

(4) 分析結果の活用

分析結果については、該当事業者にフィードバックし、課題の解決等を図る事業計画の策定等に係る基礎資料に活用する。

また、分析結果は当会職員間で共有し、当会職員全体の支援能力の向上のために内部資料として活用する。なお、経営指導員単独では困難な事案については、高知県商工会連合会や事業計画策定支援

経験が豊富な税理士等と連携して支援を行う。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

<現状>

これまでは、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きたため、事業者の事業計画についての認識は、施策の活用手段に留まる傾向が強い。そのため、策定した事業計画に基づく経営に至っていない状況が散見される。

<課題>

経営者自らが、5年後10年後の展望を予測し持続的発展に取り組む等、事業計画策定の意義や重要性の理解を浸透させる手法の見直しや工夫・改善をすることが課題である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対して、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、事業計画の本質の理解や実質的な行動、意識の変化に至らないことが多い現実がある。事業計画を策定して売上等が増加した事業者の身近な事例等の説明を通じて、計画策定の意義や理解に結び付けると共に、「5.」で経営分析を実施した事業者の中から、経営課題の解決等に意欲を示す事業者に対して、事業計画の策定支援を行う。策定する事業計画には、「地域経済動向調査」「需要動向調査」「経営分析」の結果等を反映させ、実行性の高い物を目指す。また、「事業計画策定セミナー」の開催を通じて、経営者が当事者意識を持ち、自らの潜在力を引き出しながら課題に取り組む能力を養い、自立した経営ができるよう支援を行う。

事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、今後の経営環境におけるデジタル社会や技術を取り込む「入り口」として取り組んで行く。

(3) 目標

	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事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
③事業計画策定事業者数	5者	6者	6者	6者	6者	6者

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナー

事業計画の策定の意義・重要性・本質の理解を深め、小規模事業者の持続的な発展に繋げるために、経営分析支援を実施した事業者およびこれまで事業計画の策定経験が無く、経営者自身の勘や経験に頼った昔ながらの経営からの脱却を目指す事業者や経営分析支援を実施した事業者等を対象に「事業計画策定セミナー」を開催し、計画策定の流れや知識の習得を支援する。

【支援対象者】

経営分析を実施した小規模事業者及び、自社の経営課題解決に意欲を示す事業者

【募集方法】

当会が2ヵ月に一度偶数月に発行する「商工会報」にて、セミナーの開催・参加者募集を周知。また、経営指導員等が巡回訪問をする際に参加を促す。

【講師】

税理士又は行政書士（事業計画策定支援の経験が豊富な税理士又は行政書士）

【開催数】

年1回

【カリキュラム】

講師が実際に携わった事例を基に講習

例：令和4年度 事業計画策定セミナー 開催内容

- ・事業計画
 1. 事業計画の必要性及び概要
 2. 経営改善に向けた今後の努力目標（基本方針）
 3. 経営改善に向けた今後の努力目標（項目別）
 4. 収支計画
 5. 年度別個表（収支の部）：予想損益計算書
 6. 年度別個表（財務の部）：予想貸借対照表

【参加事業者】

10者

【支援手法】

事業計画策定セミナー実施後、セミナー参加者すべてに経営指導員等が巡回訪問を実施。経営課題や今後の経営維持へ向けて伴走型の支援を行い、事業計画の策定へ繋げていく。

また、専門的な課題を含む事案については、高知県商工会連合会の専門家派遣制度の活用や税理士等と連携を図りながら、小規模事業者の課題解決に向けた事業計画の策定に繋げていく。

②DX推進セミナー

社会全体のデジタル化は、日常生活だけでなく経営環境にも大きな変化をもたらしている。

しかし、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。今後も避けることができないデジタル社会や技術の活用を身近にするため、専門家によるセミナーを開催し、DX推進という考え方の「入り口」となることを目指す。

【支援対象者】

デジタル活用に興味や意欲を持つ地域内事業者

【募集方法】

当会が2ヵ月に一度偶数月に発行する「商工会報」にて、セミナーの開催・参加者募集を周知。また、経営指導員等が巡回訪問をする際に参加を促す。

【講師】

ITコンサルタント（IT分野の活用に関して基礎的なセミナーを実施できる者）

【回数】

年1回

【カリキュラム】

- ・ChatGPT等AIの具体的な活用方法
- ・SNSや自社HPを活用した情報発信

【参加事業者】

10者

【支援方法】

DX推進セミナー実施後、参加者すべてに経営指導員等が巡回訪問を行い、セミナー内容の習得・活用度合を検証し、伴走型による支援を実施する。事業者の意欲や要望を聞き取りながら、必要に応じてIT分野の活用に向けた専門家等による支援にも繋げ、個々の事業者のスキルアップを図る。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

<現状>

事業計画策定後のフォローアップとして、経営指導員等が定期的に巡回訪問を行い進捗状況のヒアリングを行い、経営課題の検証や取り組み解決に向けて伴走型の支援を行ってきた。

しかし、事業計画の策定が各種補助金の採択や融資の実行のためのものが多く散見され、事業計画の本質的な目的とは異なる形での活用となり、結果的に十分なフォローアップには至っていなかった。

<課題>

これまで策定した事業計画について、小規模事業者自身の計画であることを認識し、計画を着実に実行させ、自ら「答え」を見出せるよう、経営指導員等の定期的な進捗状況のモニタリング等、事業者に寄り添う支援の実行が課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての小規模事業者を対象とし4半期に1度巡回訪問を行い、フォローアップを実施。事業計画の進捗状況、成果の検証、新たな課題の抽出等、個々の事業者に必要な指導・助言を行い、事業計画に掲げる目標の達成に向け、事業者自らの潜在力の発揮に繋がれるよう支援を行う。また必要に応じ、税理士等の専門家や高知県商工会連合会と連携し、小規模事業者の課題解決を円滑に進めるため、伴走型支援を実施する。

(3) 目標

	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	5者	6者	6者	6者	6者	6者
フォローアップの頻度 (延べ回数) ※	10回	24回	24回	24回	24回	24回
売上増加事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者

※フォローアップの頻度 現状 上・下半期で2回：5者×2回＝10回/年
令和6年度以降 4半期に一度：6者×4回＝24回/年

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者に対して経営指導員等が4半期に一度、巡回訪問を行い、事業の進捗状況の確認と状況に応じたフォローアップ支援を実施する。小規模事業者の売上や利益の向上等、経営課題の解決に向けた支援を継続し、景気動向や経済情勢等の環境要因の変化があった場合には、速やかに事業計画の軌道修正等も支援する。

なお、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と判断する場合には、高知県商工会連合会や中小企業診断士等の外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

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>

新たな需要の開拓については、展示会や商談会への出展支援及び商品やサービスの広報支援を促進し、販路開拓に取り組んできた。商談経験の少ない事業者を対象として、商談会への出展支援を実施。専門家の講習会へ参加し出展のノウハウ等の習得にも取り組んだ。小規模な商談会への出展したことで、事業者自身の経験値の向上、自社商品に対する自信等、販路開拓を肌で感じ、小規模事業者の意識・経験のステップアップ・スキルアップに繋がった。

<課題>

これまで展示会等への出展支援を行ってきたものの、依然として小規模事業者の多くは商談会等への出展経験が少なく、販路も地域内に限定されていることが少なくない。より多くの小規模事業者に商談会等への出展経験を積ませることで、経験のステップアップをさらに進め、地域外への販路開拓に意欲を持つ経営者を増やすことが課題である。

また、コロナ禍による消費形態の変化等で、インターネットを利用した消費が今後も伸びることが見込まれる。これまでITを活用した販路開拓等のDXに対する支援が不十分であったため、DXの必要性を理解してもらい活用を促していく。

(2) 支援に対する考え方

経営分析、事業計画策定支援を行った事業者に対してこれまで実施していた販路開拓は、個々の経営努力だけでは、困難な場合が多く、商談会等への「出展」自体が未経験なことが多い。経営分析、事業計画策定支援を行った意欲ある事業者を対象に、近隣地域で行われる販売会や都市部で行われる商談会への出展を目指す。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共に出展中は、陳列や接客等、伴走支援を行う。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、コロナ禍で増加するSNSや自社HP上での需要開拓に向け、まずは、小規模事業者が取り掛かりやすいDXの支援をしていく。

(3) 目標

	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消費者等を対象とした販売会出展事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
売上増加率／者(前年比)	—	5%増	5%増	5%増	5%増	5%増
②バイヤー等を対象とした商談会出展事業者数	1者	1者	1者	1者	1者	1者
商談成約件数／者	1件	1件	1件	1件	1件	1件
③SNS・自社HP活用事業者数	—	1者	1者	1者	1者	1者
売上増加率／者(前年比)	—	5%増	5%増	5%増	5%増	5%増

(4) 事業内容

①消費者等を対象とした販売会出展（BtoC）

近隣市町にて開催される地域イベント販売会へ参加し、小規模事業者が取り扱う商品の認知度の向上、新規顧客の獲得に向けた支援を販売会本番にて行う。

	内容	支援事業者	期待する効果
ご当地マルシェ～四万十町・梶原町・津野町・中土佐町～ (主催：四万十町商工会・梶原町商工会・津野町商工会・中土佐町商工会) 年1回：12月開催	一般消費者等を対象とした高知市内での特産品・農産物の販売会 (来場者：3,000人)	消費者を対象とする販路開拓に意欲を持つ小規模事業者	高知市内及び近隣市町村における一般消費者への認知度向上と顧客の獲得
J R 須崎駅構内販売会 (主催：J R 四国) J R 観光列車運行期間中実施	一般消費者（観光列車乗客）を対象とした「おもてなし」事業での販売会 (乗客数：37人)	消費者を対象とする販路開拓に意欲を持つ小規模事業者	近隣市町や県内外における一般消費者への認知度向上と顧客の獲得

※上記の他、機会に応じ、津野町が主催する販売会等へも積極的に出展できるよう、販売会本番での支援を行う。

②バイヤー等を対象とした商談会出展（BtoB）

全国の商工会・会議所管内の小規模事業者等が取り扱う地域資源を活かした商品の発掘・販路開拓を目的に開催される商談会への参加支援を行う。具体的には出展商品の選定、展示レイアウト、商品PRシートの作成といった事前支援から商談会実施中における顧客反応の収集や商品補助説明等の出典中支援、商談会終了後のバイヤーへのアプローチやアクションのフォローアップの継続等、出展後支援まで行う。

	内容	支援事業者	期待する効果
ニッポン全国物産展 (主催：全国商工会連合会) 年1回：11月開催	全国の事業者やバイヤーとのマッチングを主とした商談会 (出展事業者：350者 来場者：約150,000人)	展示会等への出展経験が浅い、かつ、商品等の生産規模が小さい小規模事業者	出展ノウハウの取得、経験値の増加並びに販路開拓に対する意識改革

③SNSや自社HPを活用した販路開拓（BtoC）

コロナ禍や進むデジタル社会において、消費者のSNSや自社HP上での購買機会の増加に対応し、販路開拓に繋げる支援を行う。遠方の顧客獲得にSNS・自社HPの活用は有効的であるが、管内事業者は、比較的高齢者が多く、自社ECサイトを立ち上げた運営等は、現状から困難であると考えられるため、SNSや自社HPを活用した情報発信、ふるさと納税サイトへの商品掲示等、比較的取り掛かりが容易なものから着手し、販路開拓に繋げていく。

想定するIT活用支援	<ul style="list-style-type: none"> ・ SNS、Instagram：アカウントの取得、更新作業 ・ 自社ホームページ：新規作成、更新作業 ・ ふるさと納税（津野町謝礼品の出品）：商品掲示作業
------------	---

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>

本事業の評価、見直しをするための仕組みについては、経営発達支援計画推進委員会を開催し、事業の課題や評価、その見直しを実施し目標達成に向けて実施方法等をブラッシュアップしてきた。同時に津野町独自の小規模企業支援策についても取り組み、小規模事業者の維持発展に寄与する体制も強化されている。

<課題>

事業の成果報告は評価委員会内部に留まっており、管内小規模事業者には事業の有効性が伝わっていない状況である。今後は、事業実施の効果等の公表を当会HP等で行うことで、小規模事業者の支援ニーズの掘り起こしを図ることが課題となっている。

(2) 事業内容

■経営発達支援計画推進委員会の開催

当会役職員（法定経営指導員を含む）・高知県商工会連合会・津野町役場産業課・中小企業診断士の外部有識者を構成員として「推進委員会」組織し、本事業実施における評価・見直しを行う。また、総合的に町内小規模事業者の持続的発展・維持に寄与する体制を整え、津野町独自の支援施策に対する意見交換を実施する。

【評価・見直し】

- ・毎年1回、事業終了後、「推進委員会」により本事業の確認と評価を行う。
- ・当会三役会においてフィードバックし評価・見直しの方針を決定する。
- ・事業の成果・評価・見直し結果については、当会理事会へ報告する。

【事業実施の効果】

- ・「推進委員会」の開催により、外部有識者の評価・見直しが受けることができる。
- ・小規模事業者に対する伴走型支援を実施する現場の意見を津野町行政施策に反映させることが可能となる。
- ・当会HPで事業実施の効果を公表することで、小規模事業者が常に閲覧可能な状態とする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

<現状>

職員の資質向上の取り組みとして、これまでも全国商工会連合会、高知県商工会連合会、中小企業基盤整備機構等が主催する研修会、セミナー、WEB研修等へは原則参加、その他の機関が主催するものについても、小規模事業者への支援能力向上に繋がるものには、積極的に参加している。

<課題>

今後は、上記の研修会等に加え、小規模事業者の売上高や利益の増加、生産性の向上に繋げるDX等の導入支援に対応可能な新たな知識の取得・活用に向けた研修会等へ積極的に参加し、職員の支援能力の向上を図ることが課題である。

また、当会は7名体制ではあるが経営指導員1名の商工会であるため、経営指導員だけでは支援に限界があることから、経営指導員だけでなく当会職員全体の資質向上等も目指す。

(2) 事業内容

①各種セミナー・研修会・通信講座等への積極的な参加

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員だけでなく商工会職員全体の支援能力の一層の向上に向けて、高知県商工会連合会が主催する職種別研修会、高知県商工会等職員協議会が開催する職種部会研修会、高知県や中小企業基盤整備機構等が開催する経営支援能力の向上に資する研修会等へ積極的に参加するため、計画的に経営指導員等を派遣する。

また、全国商工会連合会による通信講座（経営指導員等WEB研修）も積極的に活用、受講する。

【DX推進に向けたセミナー】

ビジネス環境における社会デジタル化は、小規模事業者の事業経営・経営改善において喫緊の課題となってくる。特に高齢化が進む当地域は、経営者自身が高齢者でありDX推進において、商工会からの伴走支援は不可欠な位置づけになることが予想される。伴走支援をする経営指導員及び当会職員全体のITスキルの向上、知識の習得・支援能力の向上のため、高知県商工会連合会が主催するデジタル化支援アドバイザーによるDX推進に向けたセミナーへ積極的に参加する。

【コミュニケーション能力向上セミナー】

小規模事業者への伴走型支援を実施するうえで重要となる対話力向上等のコミュニケーション能力を向上させる研修を実施することによる伴走支援の基本能力である対話と傾聴の習得・向上を図り、小規模事業者との対話を通じた信頼関係の情勢・本質的な課題の掘り下げにつなげる。

【課題設定力向上セミナー】

小規模事業者との対話と傾聴により収集した情報から本質的な課題の設定を実施するうえでのポイントと手順を習熟する研修会を実施することで、課題解決までのプロセスをスムーズに実践することを目的とする。

②職場内OJTの実施

経験豊富な職員が、経験が浅い職員（新任・新採等）に対し、巡回訪問・窓口相談といった日常業を通じ、職場内OJTを積極的に実施し、当会全体の資質向上を図る

③職員間のミーティングの開催

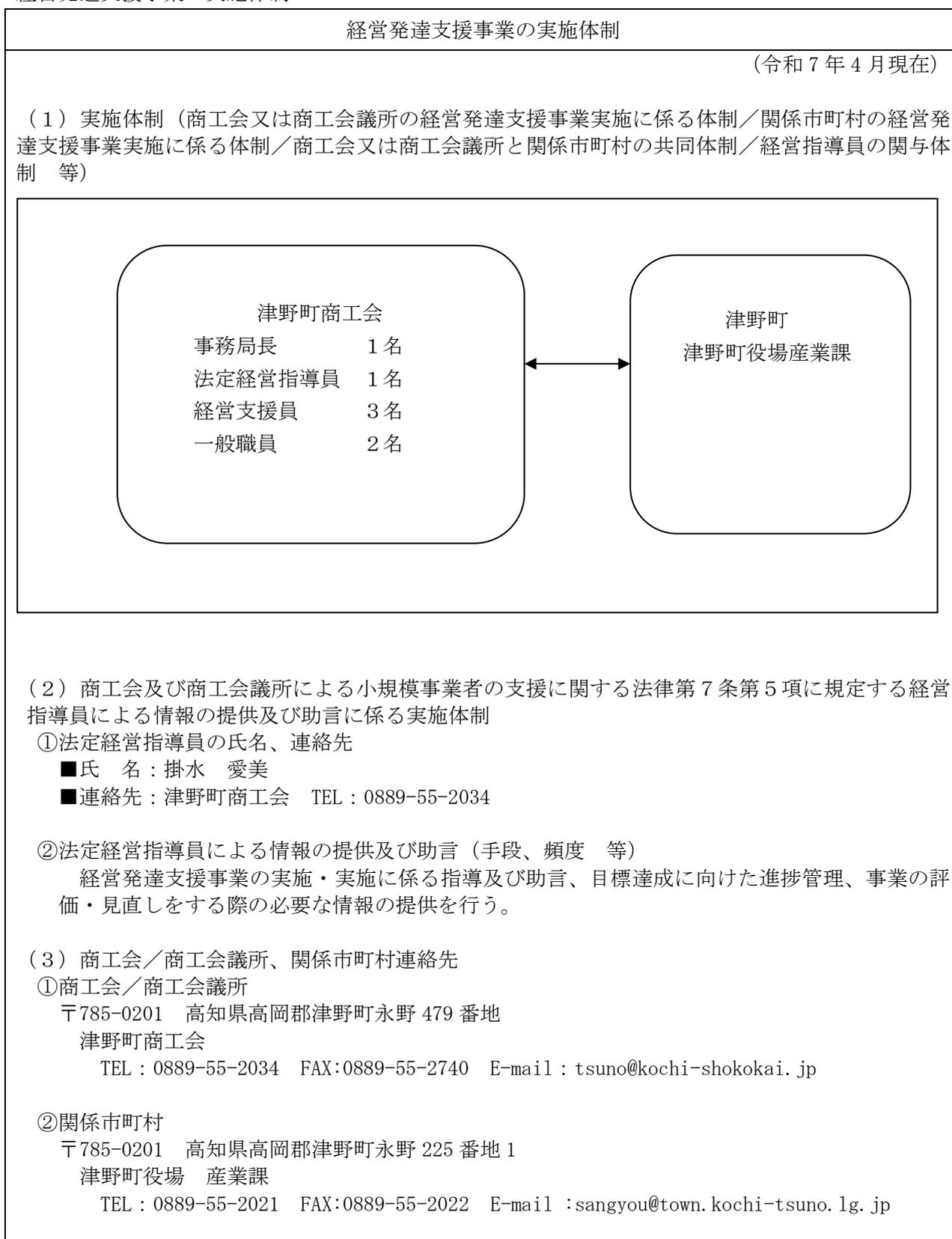
各種セミナー等への参加し習得した支援ノウハウや情報等を職員間で共有するため、報告・伝達・意見交換等をその都度行い、職員のスキルアップに繋げる。

④広域連携での資質向上

梶原町商工会と広域連携を図っており、定期的に支援会議を開催することで具体的な案件を通して、支援に対する知識やスキルを共有し、相乗効果による職員の資質の向上を図る。

(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	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
専門家謝金等	200	200	200	200	200
セミナー開催	200	200	200	200	200
展示会等開催出展費	300	300	300	300	300
各調査費	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
国補助金、県補助金、町補助金、事業委託費、事業者負担金、会費収入、事業収入

(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