

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	四万十町商工会（法人番号 6490005004289） 四万十町（地方公共団体コード 394122）
実施期間	令和7年4月1日 ～ 令和12年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 ① 小規模事業者との傾聴と対話を通じた経営の安定化と地域の持続的発展 ② 地域資源の魅力を活かした地域外販路の拡大
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 ・地域経済動向調査を実施し、小規模事業者の実態を把握する ・「RESAS」を活用し、調査結果を分析し、ホームページで公表する 4. 需要動向調査に関すること ・四万十町の地域資源を活かした加工品や伝統工芸品（製造業者）を対象に、需要動向調査を実施する 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を通じて分析対象者を抽出し、定量・定性分析を行い状況を把握する。 6. 事業計画策定支援に関すること ・経営分析の結果を基に、小規模事業者との傾聴と対話を通じて経営計画のフォーマットに反映し、計画を策定する 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ・巡回訪問やヒアリングを通じて、状況を随時把握し、事業計画の見直し等に繋げる 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ・物産展・商談会等の企画・斡旋を通じ地域外への販路拡大を支援 ・事業者個別の状況に応じたIT支援を提供、販路拡大を促進する
連絡先	四万十町商工会 〒786-0004 高知県高岡郡四万十町茂串町1番14号 TEL：0880-22-0465 FAX:0880-22-0462 E-mail：shimanto@kochi-shokokai.jp 四万十町役場 にぎわい創出課 〒786-8501 高知県高岡郡四万十町琴平町16番17号 TEL：0880-22-3281 FAX:0880-22-5040 E-mail：108000@town.shimanto.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

四万十町は、平成 18 年 3 月 20 日に高岡郡窪川町、幡多郡大正町、幡多郡十和村が合併して誕生した。町は高知県南西部を流れる四万十川の中流域に位置し、面積は淡路島とほぼ同じ 642.28 km²である【図表 1】。しかし、その広大な面積の 87%を森林と河川が占めている。町の多くは海拔 200m ほどの台地にあり、周辺地域に比べて寒暖差が大きい。

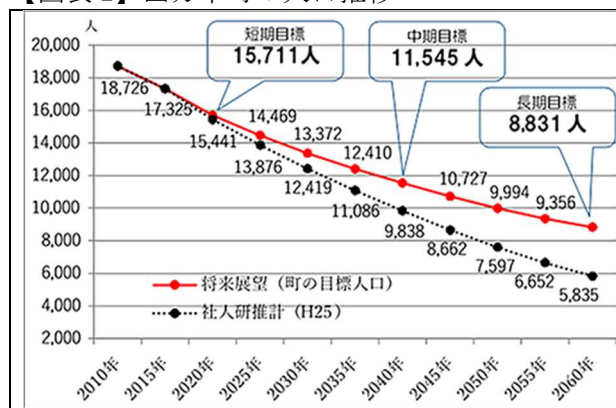
交通面では、高知県の基幹道路である国道 56 号線と、愛媛県に繋がる国道 381 号線が交差する地点に位置し、J R 土讃線や土佐くろしお鉄道、J R 予土線といった鉄道網も整備された交通の要所となっている。現在、高知自動車道の西部終着地となっているが、数年後には更に西方へ延伸が予定されており、特に観光面を中心とした地域外からの交流人口の確保に向けた対策が必要である。

人口は令和 6 年 7 月 31 日現在で 15,105 人となっており、平成 18 年の合併時の 21,226 人から 28.8%減少している【図表 2】。また、高齢化率は 45%を越えており、非常に高い水準となっている【図表 3】。

【図表 1】 四万十町位置図



【図表 2】 四万十町の人口推移



【図表 3】 四万十町高齢化率の推移



出典：国立社会保障・人口問題研究所 推計

町の基幹産業は農業であり、地域特有の大きな寒暖差を活かした生姜・米・花卉(かき)などの農作物や、牛・豚・鳥などの畜産が盛んである。食肉はブランド化が進み、加工品の製造・販売も拡大している。また、四万十川の鮎や鰻等の淡水魚も名産物の一つである。町の商工業者数は令和 6 年 3 月現在で 970 事業者、そのうち小規模事業者が 906 事業者であり、全体の 93.4%を占めている。

(業種別小規模事業者数)

令和 6 年 3 月 31 日現在

	農林・水産業	鉱業	建設業	製造業	運輸業	卸売・小売業	不動産業	飲食店・宿泊業	サービス業	その他	合計
商工業者	24	0	188	100	17	282	20	132	159	48	970
小規模事業者	23	0	182	92	12	257	19	130	153	38	906

(出典：四万十町商工会調べ)

産業別では「卸売・小売業」が 282 事業者と最も多く、次いで「建設業」が 188 事業者、「サービス業」が 159 事業者、「飲食店・宿泊業」が 132 事業者、「製造業」が 100 事業者となっている。

主たる業種別商工業者推移（事業者数順）

	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度	令和 5 年度
卸売・小売業	316 (293)	296 (270)	295 (268)	294 (267)	282 (257)
建設業	195 (189)	189 (183)	187 (181)	187 (181)	188 (182)
サービス業	164 (158)	159 (153)	161 (155)	160 (154)	159 (153)
飲食店・宿泊業	133 (132)	129 (128)	131 (129)	131 (129)	132 (130)
製造業	110 (102)	100 (92)	101 (93)	99 (91)	100 (92)

(出典：四万十町商工会調べ ※ () は小規模事業者)

◆産業別景況感

<卸売・小売業>

町村合併前の旧町村ごとに小規模な商業集積があり、近隣住民向けの小さな商業エリアを形成している。多くの店舗は家族経営の小規模な形態で、顧客の中心は地元住民である。

窪川地区には、店舗面積約 500～1,000 m²の比較的規模の大きいスーパーやホームセンター、ドラッグストアがあるが、大正・十和地域では中・小規模店舗が主流である。

また、町は県都高知市まで高知自動車道を利用すれば片道 1 時間ほどの距離にある。このため町外への資本流出が多く、町内の中・小規模店舗の経営環境は厳しい状況が続いている。

中山間地域特有の取り組みとして、一部の小売業者は移動販売を行い、買い物が困難な高齢者宅を訪問している。さらに、見守り活動を兼ねるなど、地域の生活機能と商業機能を維持するための双方向的な取り組みを実施している。

<建設業>

高知自動車道の延伸に伴い、令和 6 年時点で四万十町中央 IC から以西の町内を縦断するルートが施工中である。管内の公共工事は横ばい状態が続いているが、町の公共施設建設計画の中止により、影響を受けた事業者も存在する。新たに大きな公共施設等の建設計画は確認できておらず、今後数年間は同様の流れが続くと予想される。

建設現場では、ICT 技術を活用した建設機械の導入が進んでおり、高齢化による作業員不足への対応策として、今後も積極的な投資が続くと推察される。

<サービス業>

生活関連サービス業をはじめとするサービス業全体で、顧客の消費行動が鈍化しており、売上が減少している。しかし、クリーニング業では、自宅で洗える衣類が増える中、ふとんの丸洗いサービスに特化し、インターネットを活用して売上を伸ばしている事業者も存在する。今後は、サービスや販売方法の多様化を進めることで、事業拡大の可能性が広がると期待される。

<飲食店・宿泊業>

町内の飲食店はその9割近くが従業員10人未満の小規模事業所で、うち7割以上が家族経営である。顧客は地元及び近隣地域が中心であるが、中食・時短商品の普及に加え、外食を控える消費マインドの低下、さらに新型コロナウイルス感染症の影響により、売上減少傾向が続いている。

宿泊業は旅館を中心に20事業者ほどであり、そのほとんどが小規模事業者である。新型コロナウイルス感染症の影響で、一時は壊滅的な打撃を受けた同業界であるが、コロナ対応の補助金・助成金の活用により設備投資を行うなど、各事業者が逆風を乗り切った。現在はコロナ禍以前の水準近くまで回復しているが、当時高まりつつあったインバウンド需要の取り込みには至っていない。

<製造業>

四万十町では、豊かな一次産業を背景に、農産物や畜産物を基にした加工品の開発が盛んである。特に米や牛肉・豚肉の加工品はブランド化され、「ふるさと納税」の返礼品としても人気が高い。地域外への販路拡大や、6次産業化の推進も活発であり、製造業の枠を超えた新たな取り組みが進行中である。

一方、従来型の事業を続ける事業者の多くは高齢化が進み、後継者問題や販路が制約といった課題を抱えている。四万十町の自然環境や地域資源を活かした商品開発にはさらなる成長の余地があり、販路開拓等の取り組みを推進することで、事業拡大の可能性が十分にある。

②課題

四万十町産業振興計画の序論では、町が抱える課題として次の点が挙げられている。

(1) 町の主要産業の魅力化・生産性の向上

- ・総面積の8割以上を森林が占めることから、一次産業が主要産業である。地域特性を生かし、雇用創出と農林水産業の魅力化、生産性向上による地域活性化が求められる。

(2) 若い世代が安心して暮らすことのできる魅力ある環境づくり

- ・少子高齢化と人口減少が進む中、特に若い世代が進学や就職時に町外へ流出していることが、人口減少の一因となっている。子育て世代が安心して暮らせる環境を整備し、働きながら子育てができる支援や、利便性向上のための公共交通や住宅の整備が重要である。

(3) 郷土愛を育み、未来の四万十町を担う人材育成

- ・特色ある自然と歴史・文化が多彩な四万十川流域の自然環境に基礎をおき、人と人とのつながりや心の豊かさを大切に、人と自然が共生するまちづくりを通じて、子どもたちの郷土愛を育み、大人になっても、四万十町に住みたいと思ってもらうとともに、未来の四万十町を担う創造力豊かな人材を育成する必要がある。

(4) 清流四万十川のまちとしての美しい自然環境の創造

- ・環境問題に対する町民の意識が高まる中、持続可能な循環型社会を目指し、環境に配慮した行動を促進するまちづくりが求められる。

(5) 安心・安全の確保

- ・本町の老年人口割合は、5年後の2025（令和7）年に47.0%に達するものと予測されている。中山間地域は、土砂災害警戒区域や特別警戒区域が多く、これまでも度重なる台風や集中豪雨により、道路・河川・農地等が大きな災害に見舞われており、安全・安心なまちづくりの重要性が年々高まっている。
- また、「地域医療体制の充実」「高齢者福祉・介護の充実」も満足度が低く、誰もが安心して元気に暮らせる保健・医療・福祉体制の充実をはじめ、今後も町民の生命や財産を守る防災・防犯対策、交通安全対策に努めるなど、安全・安心な町民生活を確保することが必要である。

これらの課題のうち、当会が関わることができる分野は多岐にわたるが、特に地域の小規模事業者が関与する「主要産業の魅力化・生産性の向上」に焦点を当て、経営状況の把握、課題解決のための事業計画策定、販路拡大支援などに取り組む。これらの取り組みでは、町や県の関係機関と連携し、複数の支援策を提供できる体制を整えることが重要である。

観光面では、四万十川観光に加え、海洋堂が運営する「ホビー館四万十」や、四国霊場37番札所「岩本寺」への参拝客、町内の3ヶ所の道の駅などを含めた年間観光客数は90万人を超える。しかし、観光客の地域への滞在時間が短いことから、地域経済への波及効果は限定的であり、宿泊施設数や受け入れ体制強化が課題となっている。

小売業では、交通網の整備による町外への購買流出も目立ち、地域内経済の減退が続いている。高齢化率が45%を超える中、小売店の廃業が目立ち、地域住民の生活を支えるための支援が急務である。特に、移動販売や宅配など、きめ細やかなサービスを提供する小規模事業者への支援を強化し、地域内経済の活性化に寄与することが、支援機関にとっての重要な使命である。地域との共生を図りながら、地域経済の復活に向けた取り組みを推進する必要がある。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

四万十町では、2017（平成29）年度から2026（令和8）年度までの10年間を対象とした「第2次四万十町総合振興計画」を策定し、まちの将来像として「山・川・海 自然が、人が元気です 四万十町」を掲げ、統合的かつ計画的にまちづくりを進めている。この計画では、次の3つの基本方針を柱に、産業振興・雇用促進、教育・福祉と人材育成、環境保全と地域の安全確保を施策目標に設定している。

- ・基本方針1 挑戦し続ける産業づくり ～活力ある産業が育つまちづくり～
- ・基本方針2 生涯元気で郷土愛に満ちた人づくり
～誰もがいつまでも健やかに暮らせるまちづくり～
- ・基本方針3 日本が誇る四万十川流域の環境づくり
～自然と共生する持続的循環型のまちづくり～

この内、当会と特に関係が深いと思われる施策目標は以下の通りである。

- ・基本方針1 挑戦し続ける産業づくり ～活力ある産業が育つまちづくり～
 2. 新たな地域ブランドで活力あるまち
 - (3) 多様な産業の展開
 - (4) 雇用の促進
 3. 本物のおもてなしがあるまち
 - (5) 商工業の振興

出展：第2次四万十町総合振興計画（抜粋）

これら目標との整合性を考慮し、当会が取るべき小規模事業者に対する長期的な振興策を述べる。

① 10 年程度の期間を見据えて

小規模事業者を取り巻く課題及び四万十町総合振興計画を踏まえ、地域経済を発展させるよう、継続的な支援を行うため、当会の描く「小規模事業者の今後 10 年間の中長期的な振興の在り方」は以下の通りである。

- (1)．小規模事業者が理念、課題、計画、目標を明確にした事業計画に基づき経営を行えるよう支援し、商工業者の減少に歯止めをかけ、商業機能の持続的な発展を図る。
- (2)．地域資源を活用した新商品開発や商品改善、観光資源を活用したサービス提供の推進、販路拡大による小規模事業者の経営基盤強化を図り、地域経済の活性化を促進する。
- (3)．小規模事業者の自立的な経営を支援し、地域全体の持続的な発展に寄与する。
- (4)．円滑な事業承継や移住者等への創業支援を推進し、小規模事業者の新陳代謝を高め、地域商業機能の維持・発展を図る。

これにより、小規模事業者の成長が商工業者の減少に歯止めをかけ、地域内経済循環の向上につながる。

② 四万十町総合振興計画との連動性・整合性

下記の通り第 2 次四万十町総合振興計画の関連する施策目標と本計画で目指す「小規模事業者の今後 10 年間の中長期的な振興の在り方」は同じ目標を目指しているものであり、連動性・整合性を有する。

(1)．多様な産業の展開との連動

総合振興計画では地域資源のブランド化、6 次産業の推進、伝統工芸の育成、他産業との連携強化、地産外商の強化などにより四万十町に活力のある産業を育てることを目標としている。本計画では多様な産業展開と連動し、小規模事業者の実状に応じた専門家派遣や広報・販路拡大支援など広域にわたる伴走支援を展開することで、町内事業者の持続的な発展を目指す。

(2)．雇用促進との連動

総合振興計画では企業誘致等により、U・I ターン者等の移住者、定住者の就業先の確保を図る事を目標としている。当商工会では平成 27 年度より産業競争力強化法による創業支援の一環で、創業事業者への経営支援のほか、創業事業者となりうる人材の掘り起こしにも取り組んできた。本計画では起業・創業の推進を通じて、さらなる就業機会の創出を図り、あわせて空き店舗の有効活用や I・U ターン者の起業支援により、地域の雇用創出と産業の新陳代謝を進めることを目標としている。

(3)．商工業の振興との連動

総合振興計画では助成事業等の取組を通じ、空洞化が進んだ商店街を中心とした商工業の振興を図る事を目標としている。本計画では、商店街を形成する個店の事業承継問題など、町内事業者の大半を占める小規模事業者が直面している多様な問題に対応する。事業承継問題に関しては、四万十町も重点的に注力しており、町の施策との連動に加え県の関係機関と連携し、問題解決に向けた施策を展開するものであり、総合振興計画との連動性を有している。

③ 商工会としての役割

当会は、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、四万十町や県の関係機関と密に連携し、小規模事業者が直面する課題や現状の把握に努め、都度必要な支援を執り行う。特に、下記の 4 点について注力していく。

- (1). 傾聴と対話・共感を重視した支援により、事業者の自走化を図る。
変化する経営環境への対応力、需要動向の把握、経営分析の実施、事業計画の策定等、経営力を高めることで持続的発展へと繋げるための個社支援を実施する。
- (2). IT やデジタル技術を活用し、生産性向上および販売促進の強化を図る。DX の推進を通じ、意識向上と経営の変革へ繋げることで競争力を高め、経営力の向上に繋げていく。
- (3). 高齢化が進む中、事業承継や域内の創業促進に繋がる商工業の活性化に向けた取り組みを行う。加えて、農業・林業・観光面等、域外需要の取り込みを通じた町内消費の喚起に結びつけることで新たな経済効果を呼び込む取り組みを進める。
- (4). 小規模事業者との対話を通じて課題を設定し、地域全体での持続的発展に貢献する。
また、展示会・商談会への出展等、新たな需要開拓を目的とするために地域資源を活用し「売れる商品づくり」「販路拡大」「ブランド化」を通じて地産外商に取り組む。

(3) 経営発達支援事業の目標

小規模事業者の今後 10 年間の中長期的な振興の在り方および商工会としての在り方を踏まえ、当会が本計画の期間において設定する目標を下記の通りとし、管内小規模事業者、ひいては地域全体での持続的発展の実現を目指す。

- ① 小規模事業者との傾聴と対話を通じた経営の安定化と地域の持続的発展
- ② 地域資源の魅力を活かした地域外販路の拡大

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7年4月1日 ～ 令和12年3月31日

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者との傾聴と対話を通じた経営の安定化と地域の持続的発展

小規模事業者との傾聴と対話を重ねることで、今後進めるべき事業戦略を事業計画として可視化する。課題の設定、実施、見直しを伴走支援することにより、小規模事業者の経営を安定させ、地域経済の維持と持続的発展を目指す。人口減少社会において、地域を支える小規模事業者の経営基盤強化は不可欠である。

激変する環境変化に対応し、業務改善を図っていく上で、財務データ等から見える表面的な経営課題だけでなく、事業者との傾聴と対話を通じて隠れた課題を抽出し、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業計画を実行していくための支援を行う。

②地域資源の魅力を活かした地域外販路の拡大

地域特産品・サービスの開発・改善を支援し、IT技術を利用した提供方法の推進や、高知県のアンテナショップを活用した販路開拓の支援等を通して、域外需要も確保できる経営基盤づくりに貢献する。

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

当商工会では、計画第1期において、「国が活用するビッグデータの活用」や「景気動向調査の実施」を掲げてきた。それらは、巡回や窓口相談時の事業者への聞き取り調査を中心に、高知県商工会連合会が四半期毎に実施する中小企業景況調査や全国商工会連合会が行う景気動向調査に回答する形で実施してきた。しかし、ビッグデータを活用した分析や情報公開は実施できていない。これが未達となった主な理由は、新型コロナウイルス感染症拡大が計画期間の大半を占め、集計データの整合性が取れない特異な環境下にあったためである。

新型コロナウイルス感染症の5類移行以後、経済は回復しており、本事業を実施できる環境が整ってきたと考えられる。そこで第2期計画でも第1期計画の内容を引き継ぎ、四万十町内の小規模事業者を対象とした経済動向調査を実施する。地域経済の動向・実態を把握するため、小規模事業者の収益の状況や景況の把握に努め、事業者や業種別に課題等の整理分析を行う。また、国が活用するビッグデータを活用し、これらの情報を整理・分析する取り組みも実施する。分析結果は、小規模事業者の事業計画を策定するための基礎資料として活用すると共に、ホームページや会報誌に掲載し、広く小規模事業者へ情報提供する。

(2) 目標

項 目	公表 方法	現 状	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11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
②景気動向分析の 公表回数	HP 掲載	-	2回	2回	2回	2回	2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）

当地域の主な業種 5 種（卸売・小売業、建設業、生活関連サービス業、宿泊・飲食サービス業、製造業）に対して、確定申告のデータを集計し、地域独自の業種経済動向を算出する。

また、高効率で効果的な販路拡大に繋がられるよう、「RESAS」（地域経済分析システム）や調査に長けた AI を活用し集計データを分析する。

分析結果は地域経済の動向・状況を年 1 回公表する。

1. 調査対象者：当地域の主たる業種 5 種

（卸売・小売業、建設業、生活関連サービス業、宿泊・飲食サービス業、製造業）

※上記業種に属する小規模事業者 約 100～120 事業者

2. 調査項目：売上・原価・利益率・人件費 等

3. 調査方法：確定申告数値を元に集計。集計数値を元に分析をかける。

4. 分析手法：・「地域経済循環マップ・生産分析」

・「まちづくりマップ・From-to 分析」

・産業構造マップ

⇒上記の分析を総合的に分析し公表。事業計画策定支援等に反映する。

②景況動向分析の実施

町内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、町内の小規模事業者を対象に年 2 回半期毎（4 月～9 月、10 月～翌年 3 月）に「景況動向調査」を実施する。

1. 調査対象者：当地域の主たる業種 5 種（卸売・小売業、建設業、生活関連サービス業、宿泊・飲食サービス業、製造業）を中心に、各業種内の代表的な事業所を対象とする。 また、当該地域には数多くの業種並びに事業所が存在する。主要 5 業種以外にも調査業種を増やし、より確度の高い地域景況動向を調査する。

小規模事業者 各業種 10～20 事業者程度

※主要 5 業種の平均事業者数が約 160 者

（令和 5 年、小規模事業者数を元に算出）

各業種 10～15 者程度調査できれば、業種内 10%以上のサンプル数を確保できる見通しとなり、確度の高い調査結果を得られる。

2. 調査項目：受注状況、経費の動向、事業者が感じる地域内の景況感 等

3. 調査方法：巡回訪問、窓口相談時のヒアリング調査

4. 分析方法：調査内容の集計を元に、経営指導員が「RESAS」（地域経済分析システム）や調査に長けた AI を活用し分析を行う。また必要に応じて外部専門家とも連携し分析を行う。

(4) 調査結果の活用

・調査した結果はホームページで公開し、広く管内事業者等に周知する。

・経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

また、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。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

第 1 期の取り組み内容は、以下の通りである。

①連携する関係団体主催するイベントでのテストマーケティングの実施

②他団体が公表する需要動向データの抽出および提供

①の実施状況

計画期間中の新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、参画を予定していたイベントが中止となった。しかし、それに代わる取り組みとして、新型コロナウイルス感染症 5 類移行後の令和 5 年度から周辺市町と連携し、県都・高知市で物産展を企画・開催した。そのイベント内において出展事業者の商品需要動向調査を実施し、調査結果は出展事業者にフィードバックしている。このフィードバックは商品の改良や更なる販路拡大に向けての検討など、経営指導員がフォローアップする際に役立てている。

②の実施状況

「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した分析は行えていないが、バイヤー視点を持つ事業者には調査を依頼したことで、今後の販路拡大に繋がる知見を得ることができ、調査結果を事業者にフィードバックすることができた。

しかし、計画期間の大半がコロナ禍で失われたため、期間内を通しては満足のいく調査が実施できていない。連携イベントも新たに始まったばかりであり、継続した支援により事業者の成長を促すには、現状の支援実施体制を継続する必要性があると感じている。

そこで 2 期目の計画においても、第 1 期計画をベースに需要動向調査を引き続き実施する。

(2) 目標

項 目	現 状	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
①物産展等での 需要動向調査対 象事業者数	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
②商談会等での 需要動向調査対 象事業者数	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

(3) 事業内容

四万十町には多くの地域資源があり、特に農産物（米、栗、生姜、ニラなど）、畜産（四万十ポークなど）を活用した加工品の開発・生産を行う事業者も増えてきた。半面、町内の人口減少は顕著で、移住政策など対応策を講じているものの、減少を止められない状況にある。このような状況下で小規模事業者が生き残るには、町内の販路に加え地域外の販路拡大（外商）が必要である。

①周辺市町と連携して開催する物産展での需要動向調査の実施

当会では、令和 5 年度より周辺市町（須崎市・中土佐町・津野町・梶原町）と連携し、県都・高知市の中心部にある「とさのさと アグリコレット」にて、物産展「奥四万十マルシェ」を開催している。各市町から出店経験の少ない小規模事業者を中心に出席し、地域外の販路拡大に役立ててもらおうという企画である。それぞれ地域産品を活用した事業者独自の商品などを販売し、地域外の一般消費者に広く周知を図っている。バイヤーの参加も可能にするなど幅を持たせた企画で、事業者の地域外での販路拡大の足掛かりとしている。このイベント内で、参加事業者の販路拡大に向けた需要動向調査を展開する。

「奥四万十マルシェ」の来場者数は推定 10,000～15,000 人。イベント開催に先立って約 10 万戸へのチラシ配布も行っており、参加事業者が平均で 1 日当たり 10 万円を売り上げられるほど集客がある。このイベント内で、参加事業者の商品購入者を中心に、商品購入の動機や継続購入の意思、満足度などをヒアリング調査する。

また、それと同時に専門業者にバイヤー視点で今後の販路拡大戦略への見識を頂き、合わせて後日参加事業者へフィードバックする。フィードバックに際しては、必要に応じて専門家等にも協力いただき、「地域経済分析システム」（RESAS）などを活用して地域農産品による加工品や特産品等の購買動向、消費動向、売れ筋等の情報を踏まえた調査分析を行い、事業計画へ反映していく。

- 【調査事業所】「奥四万十マルシェ」参加事業者（3 者）
- 【調査場所】とさのさとアグリコレット（来場者数：10,000～15,000 人）
- 【調査対象者】奥四万十マルシェに訪れる一般消費者・専門業者
- 【調査品目】参加事業者の販売する商品（地域産品を活用した加工品や製造品 等）
想定商品・・・塩糍、米糍、味噌、焼熟成栗、羊羹、シロップ、マスタード 等
- 【サンプル数】50 件（来場者の内、試食・購入された方々から選定）
- 【調査手法】調査対象者へのヒアリング等
- 【調査項目】一般消費者・・・情報取得場所、購入動機、継続購入の意思、満足度 等
専門業者・・・バイヤー視点での販路拡大に対する見識 等
- 【活用方法】調査結果は個社にフィードバックする他、販路拡大や事業戦略の立案に活用。

②アンテナショップ・商談会等でのテストマーケティング・需要動向調査実施

高知県のアンテナショップ「まるごと高知」や「とさとさ」を活用し、テストマーケティングを実施する。また、全国商工会連合会主催の「ニッポン全国物産展」や高知県地産外商公社などが情報提供を行う商談会にも、ニーズの合う事業者と共に参加し、商品の需要動向調査を行う。

調査内容は、商品購入者に対して購入動機や商品認知経路、満足度などをヒアリング調査する。

この調査結果は、専門家等や「地域経済分析システム」（RESAS）を活用し、地域農産品による加工品や特産品等の購買動向、消費動向、売れ筋等の情報を踏まえた調査分析を行い、事業計画に反映していく。

- 【調査事業所】テストマーケティング・商談会参加事業者（3 者）
- 【調査場所】まるごと高知・とさとさ・ニッポン全国物産展（来場者数：20,000～25,000 人）
- 【調査対象者】上記調査場所を訪れる一般消費者・専門業者
- 【調査品目】参加事業者の販売する商品（地域産品を活用した加工品や製造品 等）
想定商品・・・天然うなぎ白焼、天然鮎一夜干、シロップ、マスタード 等
- 【サンプル数】50 件（来場者の内、試食・購入された方々から選定）
- 【調査手法】調査対象者へのヒアリング等
- 【調査項目】一般消費者・・・情報取得場所、購入動機、継続購入の意思、満足度 等
専門業者・・・バイヤー視点での販路拡大に対する見識 等
- 【活用方法】調査結果は個社にフィードバックする他、販路拡大や事業戦略の立案に活用。

5. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

第1期計画では、経営状況に問題が発生し喫緊に対処が必要な事業者のみを対象としていた経営分析の課題を解消するため、巡回訪問や窓口相談時に小規模事業者の販売する商品、または提供する役務の内容とそれらの需要動向・企業固有のノウハウ・財務内容等を調査し、経営指導員等が協議・分析することとしていた。しかし、計画開始直後の令和2年からの新型コロナウイルス感染症拡大により、全世界が未曾有の危機に直面した。暦年の流れがほとんど覆される中、経験したことのない未来へ向けて事業者は暗中模索を続け、当会でも事業者の一助となるべく数多くの経営分析を行ってきたが、その内容は計画当初に想定したものとは全く違ったものになっていた。

新型コロナウイルス感染症 5 類移行以後、経済は顕著に回復しコロナ禍以前の姿を取り戻しつつある。そこで第2期の経営状況の分析については、コロナ以前→コロナ禍→アフターコロナを踏まえた今後の展開を見据える必要がある。

(2) 目標

5年間で100件程度（当商工会内の小規模事業者数906事業者（令和5年度現在）の約11%）の経営分析を実施する。

項 目	現 状	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度
経営分析実施 事業者数	21 者	21 者	21 者	21 者	21 者	21 者

(3) 事業内容

1) 経営分析対象者の掘り起こし

- ① 定期的な巡回訪問や窓口相談時に、売上高・利益・資金繰りなど経営上の課題についてヒアリングを行う。相談内容は補助金関連が多いが、傾聴と対話を通じて財務・非財務状況を確認し、相談内容の遂行・課題解決に必要な事項を検討する。結果は経営カルテに記載し、経営指導員等が共有することで小規模事業者個々の経営状況を総合的に把握できるようにする。また、コロナ後の経営改善状況や、前年対比での減収減益、販路拡大等に積極的な事業者を抽出し、事業者と共に経営分析を行う。
- ② 地域内景況調査の調査事業者や、当会が記帳指導を実施している事業者の中から、コロナ禍・アフターコロナの影響で著しく経営状況が変化している事業者、及び表面的には安定しているが潜在的なリスクを抱える事業者（黒字経営だが資金繰りに問題がある等）を抽出し、事業者と共に経営分析を行う。
- ③ マル経融資申込者に対して、コロナ禍・アフターコロナの状況下で著しく経営状況が変化している事業者、今後売上拡大局面にある事業者、設備投資を実施した事業者等を抽出し、事業者と共に経営分析を行う。

2) 経営分析の内容

① 定量分析

選定した事業者の同意を得て、過去3期分の財務諸表を取得し、中小企業基盤整備機構の「経営自己診断システム」等を活用して財務分析を行う。調査項目は、以下の通り：

- 収益性：売上対総利益率、売上対営業利益率など8項目
- 効率性：総資本回転率など3項目
- 生産性：一人あたりの売上高など3項目
- 安全性：自己資本比率、流動比率など10項目
- 成長性：前年対比など3項目

これにより、経営状態を数値で具体化する。

② 定性分析

事業者の資産・商品・ノウハウ・技術・後継者・従業員など内部環境の強みと弱み、政治・経済・社会など外部環境要因による機会や脅威を、傾聴と対話による個別ヒアリングでSWOT（又はクロスSWOT）分析表にまとめ、事業者の課題と解決策を明確化する。

(4) 分析結果の活用

分析の結果は、巡回訪問時等に分析事業者にフィードバックし、経営課題の解決を事業計画策定に反映する。また、分析結果を経営カルテに記載しデータの共有化を図ることで、経営指導員等誰でも対応できるよう努める。

また、個別の経営相談（金融相談、新商品開発相談、販路拡大等）があった場合についても、事業計画策定の基礎資料として活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

第1期計画では、地域の経済状況調査や経営分析を踏まえた事業計画作成支援を推進することとされていた。しかし実際には、小規模事業者持続化補助金や自治体独自の補助金に加え、コロナ禍の救済支援に係る補助金申請時の事業計画策定が主となり、計画立案時に想定した「独自の強みを活かした、販路開拓に繋がる事業計画書の作成」とは色合いの異なるものとなっていた。背景には、新型コロナウイルス感染症拡大により全世界的に特異な状況となったことが大きく関係している。

小規模事業者が抱える経営課題は長期的視点によるものであるため、第2期となる本計画では、事業の継続や経営の安定化に事業計画の策定が重要であることの意識付けを継続し、「顧客の町外流出」「県外資本量販店の進出」「事業主の高齢化」などの経営課題を解決するための事業計画策定支援を行っていく。

(2) 支援に対する考え方

巡回訪問や窓口相談時、傾聴と対話で小規模事業者が考えていることを、図表等を用いたメモ書きなどで具体化する。全体像を共有したのち、実現に向けた事業計画策定へと繋げていく。事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べるより、具体的なイメージを共有することで実質的な行動や意識変化へ繋がることを想定している。

また、小規模事業者持続化補助金をはじめとする各種補助事業の申請時に具体化する経営計画を元に、事業者と伴走しながら事業計画の策定を行う。事業計画策定の上で欠かせない生産性の向上や業務の効率化について、個別の課題解決に向けたSNSやAIの活用を促すため専門家派遣の利活用も強化する。さらに、事業計画実践後PDCAサイクルを回転させることで、事業の持続的発展を図る。

事業計画策定支援では、経営分析を行った事業者の6割程度／年の事業計画策定を目指す。

(3) 目標

項 目	現 状	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
事業計画策定 事業者数	12 者	12 者	12 者	12 者	12 者	12 者

(4) 事業内容

①支援対象者

経営分析を行った事業者を対象に、具体化し共有した経営計画のイメージを元に事業計画の素案を組み立てる。事業計画作成の重要性や役割は説明しつつ、フォーマットの提供や表記方法など具体的な支援も行い、事業計画の策定を実施する。策定支援においては、地域の経済状況調査や経営状況の分析結果も踏まえ、小規模事業者が提供する商品・サービス等、独自の強みを活かした販路開拓に繋がる事業計画書の作成支援を推進する。

②手段・手法

経営分析の結果を踏まえ、小規模事業者との傾聴と対話を通じて、高知県経営支援課が用意する経営計画フォーマットに反映させ、計画策定支援を実施する。また、高度な専門的支援が必要な場合は、高知県商工会連合会や高知県よろず支援拠点など関係機関との連携、及び中小企業診断士等の専門家を活用する。

DX支援については、小規模事業者との傾聴と対話を通じて事業所毎の個別課題を洗い出し整理する。その上で、よろず支援拠点相談窓口や高知県商工会連合会の専門家派遣事業等を活用し、個別課題解決に向けた支援を行う。支援内容は事業所毎に異なるため、都度、課題解決内容に合わせた各種支援策を組み合わせしていく。

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期計画では、事業計画策定事業者への事業計画策定後の実施支援として、巡回計画を作成し定期的に巡回訪問を実施するとしていた。しかし、計画開始直後の新型コロナウイルス感染症拡大から巡回訪問が困難な状況が長く続いたこともあり、当初想定していた巡回計画策定→定期訪問の流れは実現できずにいる。

6. で支援した事業者を中心に巡回訪問・窓口相談等の面談を増やし、傾聴と対話を通じてより深く事業計画の内容や課題解決と向き合うことで、事業計画策定後の支援内容充実を図っていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定後も事業者と定期的に面談し、傾聴と対話を重視した伴走支援型フォローアップを展開する。PDCAサイクルを意識したヒアリングを通じて、事業者と共に考え、経営判断に寄り添った最適な支援策を講じていく。

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況や事業者の課題等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上でフォローアップを行う。

(3) 目標

項 目	現 状	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
フォローアップ 対象事業者数	12 者	12 者	12 者	12 者	12 者	12 者
頻度（延回数）	48 回	48 回	48 回	48 回	48 回	48 回
売上増加事業者数	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
利益率 3%以上 増加の事業者数	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

(4) 事業内容

事業計画策定事業者は、少なくとも四半期に1回は巡回訪問を実施し、売上・利益・資金繰り等の経営状況をヒアリングする。巡回訪問による状況把握で計画の進捗状況を確認し、進捗状況とのズレが発生した場合は計画の進捗に応じて高知県商工会連合会の専門家派遣事業により派遣された専門家や高知県よろず支援拠点の第三者的な視点と専門知見・機能を活用する。原因の検証と解決策の立案を行い、資金調達が必要な事業者には、(株)日本政策金融公庫高知支店の低利で融資が受けられる金融制度「小規模事業者経営発達支援資金」の効果的な活用を促すなど、状況に応じた伴走支援を展開する。

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期計画では、小規模事業者の商品・役務提供についてターゲット市場及び顧客のニーズにマッチした需要動向の分析を踏まえ、商談会等への出展案内・事前準備から商談会後のフォローアップまで包括した支援を実施することとしていた。併せて、パソコン等ITツールを活用できる事業者に対してはHPの開設やネット販売等を活用した新たな需要の開拓を図るとして、IT支援も交えた支援計画となっていた。

しかし、計画実施当初から新型コロナウイルス感染症拡大が拡大し、対面の商談会を含むほとんど

のイベントが中止を余儀なくされた。本計画でも参画を計画していた商談会は中止となり、計画実施がままならない状態が続いた。余波は数年間続き、今後の商談の流れを変革するかに思われたが、新型コロナウイルス感染症の5類移行以後、コロナ禍以前の姿に回帰しつつある。

他方新型コロナウイルス感染症拡大がもたらしたものとしては、非対面・非接触技術の進化がある。必要に迫られた技術革新は、IT技術の進化速度を急速に引き上げた印象がある。これら技術の進歩は、人員不足を補う生産性向上技術への転換や、SNSを中心とした広報手法の変化に繋がるなど、今後の経営において無視できないものとなっている。

そこで第2期計画では第1期で計画した内容を踏襲しつつ、より深い支援実現のため、段階的に支援を行ってきた事業者（※需要動向調査・経営分析・事業計画策定支援を行った事業者等）を起点に傾聴と対話を重ね、事業者の置かれた状況を正確に把握しながら、適宜適切な支援に繋げていく。

（2）支援に対する考え方

四万十町は第一次産業盛んな町であり、農産物（米・栗・生姜等）、畜産物（豚・鶏・卵等）、淡水魚（鮎・鰻等）などの加工品を製造・販売している事業者が多くある。しかしながら、中山間地域においては、地域の産品を地産地消するだけでは経営の持続が困難であり、地産外商も合わせた複合戦略が生き残りの鍵となる。四万十町においても町内人口が減少する中、地域外での販路確保は重要な経営戦略である。そうした中、当会では高知市はじめ各地で開催される商談会情報の情報共有（BtoB）に加え、周辺市町連携で行う合同物産展の企画・実施（BtoC）、高知県が設置するアンテナショップを利用したテストマーケティング（BtoB及びBtoC）を計画実施し、それぞれ事前・事後の出展支援や出展期間中の陳列・接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

DXに向けた取組としては、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等IT活用による営業・販路開拓に関する支援を、セミナー開催や個別相談で対応する。必要に応じて高知県商工会連合会の専門家派遣でIT専門の専門家派を招聘し、事業者の段階に合った支援を行う。

また「需要動向調査」「経営分析」「事業計画策定」支援を行った事業所や販路拡大意欲の高い事業所も支援対象とする。

（3）目標

展示会等名	現 状	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
①展示会出展 支援事業者数	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
マッチング件数/社	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
②IT を活用した販 路開拓支援事業者数	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上高/者	10 万円 /3 者	10 万円 /3 者	10 万円 /3 者	10 万円 /3 者	10 万円 /3 者	10 万円 /3 者

（4）事業内容

①物産展・商談会等の企画や斡旋での支援強化（BtoB、BtoC）

第1期計画途中から実施した、高幡5市町（須崎市・中土佐町・津野町・梶原町・四万十町）連携での物産展「奥四万十マルシェ」を継続する。県都高知市での販路拡大を目的に、商談会等への出展経験が浅い小規模事業者を対象とした企画である。

主目的は一般顧客向け販売の拡大に向けた周知・認知度向上・魅力発信（BtoC）がメインだが、バイヤーに精通した事業者と連携することで物産展当日に高知市周辺のバイヤーを招聘し、同日商談を行うことも可能である。

出展経験の浅い事業者にとっては、一気に広域へ販路拡大するよりもまず近場の商圈から拡げ

ていく方が現実的であり、この物産展参加を足掛かりとして販路拡大ノウハウを習得し、県外販路拡大に向けた取組へと繋げていく。

この取組における支援想定事業者は、四万十町産の生姜を加工した「ジンジャーシロップ」や、伝統がある糍屋の「塩糍」「味噌」など、農業が盛んな四万十町の農産物を活かした加工品等の製造・販売業者が主となる。

また、既に出展ノウハウをもち、首都圏への販路拡大を考えている小規模事業者（例：内刃物製造業、食品加工製造業等）を対象に、東京都内で開催される「ニッポン全国物産展」への出展支援や、高知県のアンテナショップ「まるごと高知」「とさとさ」でのテストマーケティング等を支援することで、首都圏及び関西圏での販路拡大を図る。

出展にあたっては、出展経験の少ない小規模事業者に対し出展前に展示ディスプレイの見せ方や接客態度など心構えの事前指導を行い、開催中は積極的な呼び掛け、商品PRの仕方について経営指導員等が商談成立に結びつくよう伴走支援を行う。商談会終了後は名刺交換した業者への電話連絡やサンプル送付等、フォローアップ支援を行う。

出展支援における支援事業者は、四万十川の鰻・鮎の加工品や、養鶏業者が自社製造する卵スイーツなど、既に商品化が進み地域外販路を確保している事業者の更なる販路拡大支援を想定している。加えて前段の物産展・商談会への参加事業者のステップアップとしても活用し、四万十町で地域性を活かした製品を製造・販売している事業者を幅広く支援していく。

その他、商工会で収集・蓄積した情報に加え、関係機関からの情報を随時提供しながら需要拡大に向けて迅速に対応できる体制を構築し、新たな需要の開拓を支援する。

○出展する商談会

商談会名	内 容	支援企業	目 的
奥四万十 マルシェ	奥四万十 5 市町（須崎市・中土佐町・津野町・梶原町・四万十町）の事業者を対象とした物産展 ○予定出展者：3 者 （全体 15 者） ○予定来場者：約 10,000 人	・これまで出展経験のない小規模事業者 ・出展経験の浅い小規模事業者	・出展ノウハウの習得 ・販路拡大意識の喚起
ニッポン 全国物産展	日本全国の食品・物販事業者約 200 社が出展参加する物産展 ○予定出展者：3 者 ○予定来場者：約 80,000 人	・地域資源を活用した食料品製造業者 ・地域の伝統を継承する製造業者等	・首都圏市場の開拓 ・新規取引先の獲得
アンテナショップ まるごと高知（東京） とさとさ（大阪）	○予定出展者：2 者 ○予定来場者：約 20,000 人	・地域資源を活用した食料品製造業者 ・地域の伝統を継承する製造業者等	・首都圏・関西圏での市場開拓 ・新規取引先の獲得

②ITを活用した販路開拓支援（BtoC）

昨今消費者の情報収集ツールは、SNSが主流となっている。ネット主流の現代において、事業者がHPを整備するのは事業所の信頼性確保の為にも重要な要素であるが、HPまで誘導するための導線も考慮した広報戦略が成功のカギとなる。特にHPにネット販売できる仕組みを整えている事業者は、そこまでの導線整備が生命線となる。

Instagram・Facebook、LINE、X（旧Twitter）、TikTok など、10代～60代までがあらゆるSNSを利用して情報を得ている状況において、これらコンテンツを有効利用し、HPまでの導線手段として整備できるよう専門家と共に個別支援する。

事業者それぞれに習熟度や整備度合いが異なるため、事業者との傾聴と対話を通じて個別課題

の洗い出しと深堀を行い、個々の状況に応じた専門家派遣等を展開する。

また、効果的な写真やコンテンツのアップ手法等、より専門的なノウハウを必要とする事項についても、よろず支援拠点との連携や高知県商工会連合会、高知県産業振興センターが開催する各種セミナー等や、高度な専門的支援が可能な専門家の招聘・活用を通じて支援効果を高めていく。この個別支援では、鮮魚店が自店オリジナルのタレで販売するカツオのたたきや、四万十町産の果実等を活かした手作りスイーツを販売する事業者など、既に販売サイトを整備している事業所をはじめ、町内の飲食店の広報施策など幅広く事業者支援を行っていく。

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期計画では、経営（改善）支援に対する外部評価もなく、報告も総会時の支援実績件数等報告に留まっていた。本来であれば、「評価委員会」による講評を年1回開催し、事業成果を検証して必要に応じた改善と実行を繰り返し小規模事業者への支援体制の強化を図る計画だったが、現状は計画実行当初からの新型コロナウイルス感染症拡大（※接触回避の流れ）で評価委員会の開催に至っていない。

そこで第2期計画では、評価委員会の開催を通じて、より精緻な事業成果の検証にあたる等、本来あるべき経営発達支援事業の円滑な実施に向けた仕組みを構築する。

(2) 事業内容

経営発達支援計画に掲げる事業を円滑かつ効果的に遂行するため、各事業の成果、評価及び見直しを図る。小規模事業者、連携機関（高知県、高知県よろず支援拠点等）、四万十町、商工会等がそれぞれ責務と役割を明確にし、相互に連携・協力して円滑に循環するPDCAサイクルを構築する。

評価及び見直しに関しては四万十町及び外部有識者として中小企業診断士、法定経営指導員等をメンバーとする「評価委員会」を年1回開催し、事業成果を検証して必要に応じた改善と実行を繰り返すことで小規模事業者への支援体制の強化を図る。

本計画の進捗状況および改善内容については逐次理事会で報告し、役職員間での情報共有を行う。また毎年開催する通常総会では、全ての会員に事業報告を行うほか、四万十町商工会ホームページや会報誌等に掲載することで、取り組み事業の成果を幅広く周知する。

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期計画では、職員の資質向上対策が各々での自己研鑽や職種毎の研修会等参加に留まっていた課題を踏まえ、経営指導員の支援能力向上と経営指導員以外の職員の指導能力の底上げを行い、職員間の情報共有を密にして経営発達支援事業の円滑な実施を図ってきた。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、集合研修等の学びの機会は奪われることとなったが、未曾有の事態に対処すべく一丸となって支援を重ねた結果、職員間の連携体制は強固になったと感じている。

第2期計画においても第1期計画の内容を継続し、より綿密な職員間の連携体制を醸成しながら、個々の職員の資質・支援スキルの向上を目指していく。

(2) 事業内容

①外部講習会（OFF-JT）等への積極的参加

高知県商工会連合会が主催する研修の参加に加え、中小企業基盤整備機構が主催する「小規模事業者支援者研修」や中小企業大学校の主催する研修に経営指導員が参加することで、企業経営の根幹である、売上げや利益を確保することを重視した支援能力の向上を図る。

②職員の資質向上

職員それぞれにおいて、各自の支援能力（得意分野）について組織内で共有し、職員相互に補完できる体制を構築する。連携機関や外部・民間が実施する研修会等への参加や、各種資格取得を促進し、職員の資質向上をサポートする。このことによって専門的な相談にも対応できるように得意分野をさらに強めると共に、研鑽を続け、当地域の小規模事業者が抱える課題解決に必要なスキルの習得を図る。

③専門家との連携による支援力強化

高知県商工会連合会の専門家派遣事業やミラサポによる専門家派遣、各種専門家派遣制度による中小企業診断士等の専門家派遣に同行し、連携した支援を通じて、専門家が行うヒアリング方法や経営分析の手法について、また、課題抽出からその解決に至るプロセスを学び、支援能力の向上に繋げ、現場での支援に活かす。

④定期ミーティングの開催

小規模事業者の支援にあたる職員が参加する、「経営支援会議」を月1回開催し、下記に挙げる取り組みを通じて、経営指導員等が習得した支援ノウハウや小規模事業者の経営状況の分析等について職員間で共有を図る。

- ・セミナー等に参加した職員が講師役となり、勉強会を実施する。
- ・実際の経営相談事例について、担当した指導員が紹介し、職場内で共有を図る。
- ・支援先企業の経営分析結果や支援方針及び支援状況、課題について共有し、他職員が担当指導員へのアドバイスをを行い、相互の支援能力の向上を図る。他の経営指導員等からの多角的なアドバイスにより、効果的な支援に繋げる。
- ・経営相談時の情報だけではなく、職員が普段の事業者との関わりのなかから得た情報を共有し合い、小規模事業者の経営状況について進捗管理を徹底し、実態把握に努める。

⑤職場内OJT体制の強化

若手職員や人事異動により異動してきた職員には、巡回指導・窓口相談の際、経験が豊富な経営指導員が同行・同席し、現場での支援方法の習得に繋げる。

⑥データベース化

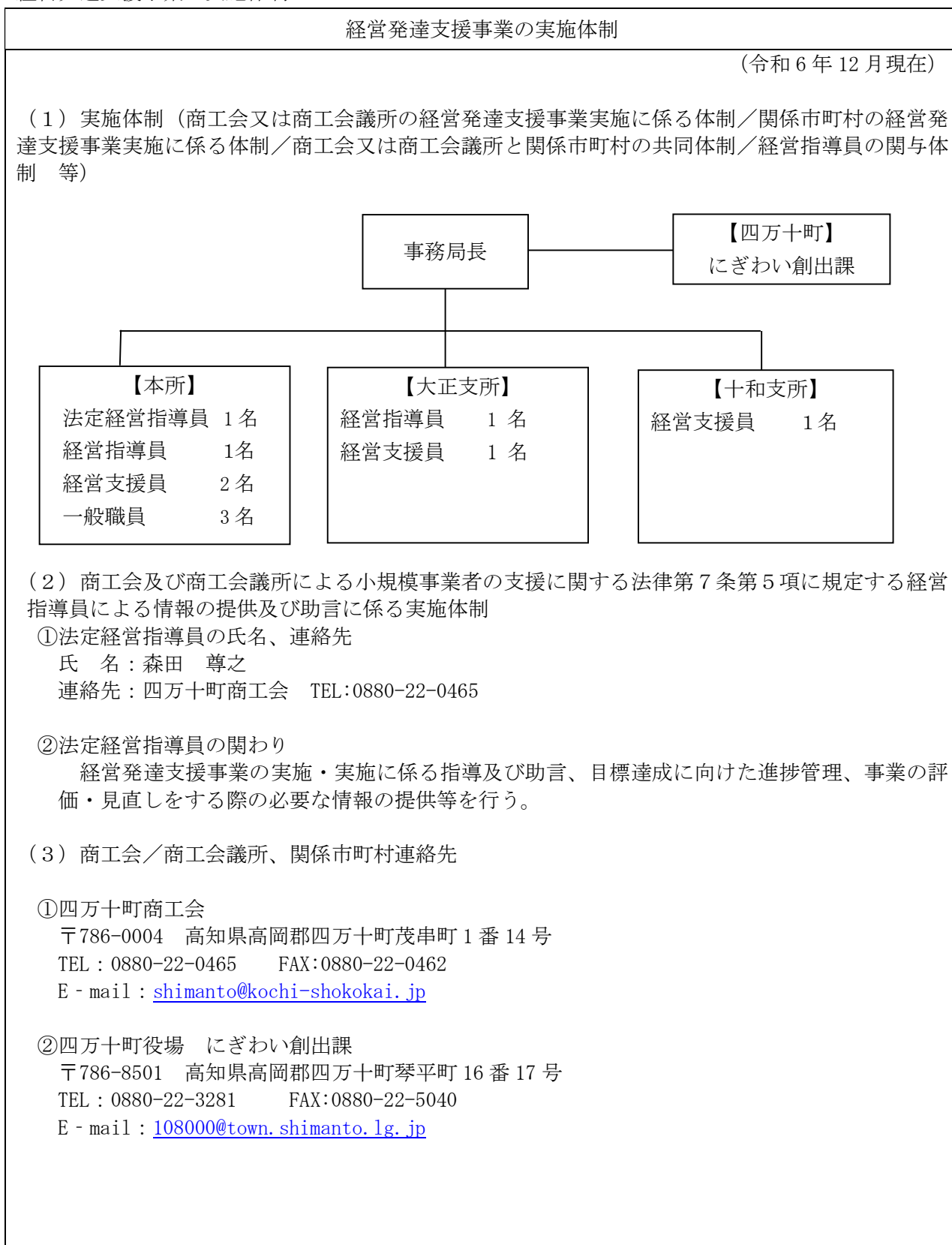
基幹システムを活用し、経営指導員等が適時・適格に支援内容の入力を行い、小規模事業者の業況や問題点等を職員全員が共有できる体制づくりを行い、担当外の職員も一定レベルの対応ができるようにする。

⑦経営指導員向けのITに関する研修（外部講師派遣や商品の実演会）への参加等

高知県商工会連合会等が主催する職員向け集合研修において、定期的開催されるIT関連の研修を受講する。常に知識を最新のものに保ち、情報提供やコンサルティングを通じて地域の小規模事業者支援に活かしていく。

(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 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
必要な資金の額	1, 700	1, 700	1, 700	1, 700	1, 700
地域経済動向調査	200	200	200	200	200
経営分析・需要動向調査	200	200	200	200	200
事業計画の策定実施支援	300	300	300	300	300
小規模事業者販路開拓事業	1, 000	1, 000	1, 000	1, 000	1, 000

(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、国補助金、県補助金、四万十町補助金、事業受託費、手数料

(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
連携者なし
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