

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	三原村商工会（法人番号 8490005002571） 三原村（地方公共団体コード 394271）
実施期間	令和４年４月１日～令和９年３月３１日
目標	管内の小規模事業者の持続的な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。 ①活力ある小規模事業者の創出に向けた個社の経営力の向上を支援 ②地域資源を活用した６次産業化や農商工連携の推進による地場産業の活性化 ③新たな需要開拓や販路拡大のための、広報や展示会等への出展、デジタル技術等の活用等、DX推進による売上高の確保と生産性の向上 ④観光需要を取込む新たな商品・サービスの開発による観光産業の活性化 ⑤円滑な事業承継により小規模事業者の減少を抑制 ⑥職員の資質向上と支援体制の強化
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 小規模事業者の景況調査や「RESAS」等を活用し、地域の経済動向を把握・分析することで小規模事業者の事業計画の策定等に活用する。 ４．需要動向調査に関すること 展示会等への出展時にバイヤーや消費者にアンケート調査を実施、また、地域内の宿泊需要の把握のため宿泊客にアンケート調査を行い、消費者ニーズを踏まえた商品開発や価格戦略に活用する。 ５．経営状況の分析に関すること 小規模事業者の財務状況や自社の強み・弱み・市場におけるポジション等の経営資源を可視化し、個社の本質的な経営課題等の抽出を行い、事業計画の策定に活用する。 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してもらうため事業計画策定セミナーの開催や厳しい経営環境を乗り切るため、デジタル活用による新たなビジネスモデルの構築など、DX推進セミナーの開催により、小規模事業者の持続的な発展並びに事業計画の策定を支援する。 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着実な実行のため、専門家等と連携しながら、定期的なフォローアップを行い、進捗状況の確認、成果の検証、新たな課題の抽出など、目標達成に向け一貫した支援を継続する。 ８．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会や物産展等への積極的参加の勧奨およびインターネット上での需要開拓（BtoC）に向けたIT活用の集中的支援で、新たな販路の開拓に繋げる。
連絡先	【三原村商工会】 〒787-0803 高知県幡多郡三原村来栖野 479 電話：0880-46-2437 FAX：0880-46-2942 mail：mihara@kochi-shokokai.jp 【三原村】 〒787-0892 高知県幡多郡三原村来栖野 346 番地 電話：0880-46-2111 FAX：0880-46-2114 mail：shinkou@vill.mihara.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) 地域の現状と課題

① 現状

■ 立地

三原村は、県都高知市から西南に約 130km の高知県西南部に位置し、周囲を四万十市・宿毛市・土佐清水市の 3 市に囲まれ、東西 14.4km、南北 9.5km、標高 450m～850m の山脈に囲まれた盆地状の台地を形成している。平坦部においても 120～160m の標高があり総面積 85.35 k m²のうち山林が 88% を占めている。

また、本村は国道が通っておらず、村を南北に走る県道 21 号線と東西に貫く県道 46 号線が村内の集落を結び、かつ、近隣 3 市へ向かう主要幹線道である。住民の移動手段は自家用車が主体で、近隣 3 市には約 30 分～40 分で到着できる環境にある。

■ 人口

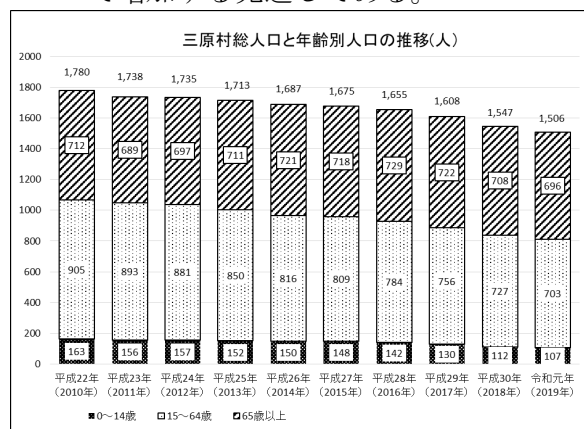
三原村の人口は、昭和 25 年の 3,655 人をピークに人口減少が始まり、令和元年では 1,506 人となっており、過去 10 年間で 274 人減少している。年齢別の構成においては、65 歳以上の高齢化率が 46.2%に達し、ここ 10 年間で 6%増加、対照的に 15 歳未満の割合は 7.1%と、ここ 10 年間で 2%減少しており、人口減少と高齢化の進行が顕著である。

国立社会保障・人口問題研究所の日本の地域別将来推計人口によると、三原村の人口は、2030 年には総人口 1,155 人、令和 3 年 4 月時と比較して▲321 人、高齢化率は 52.2%にまで増加する見通しである。

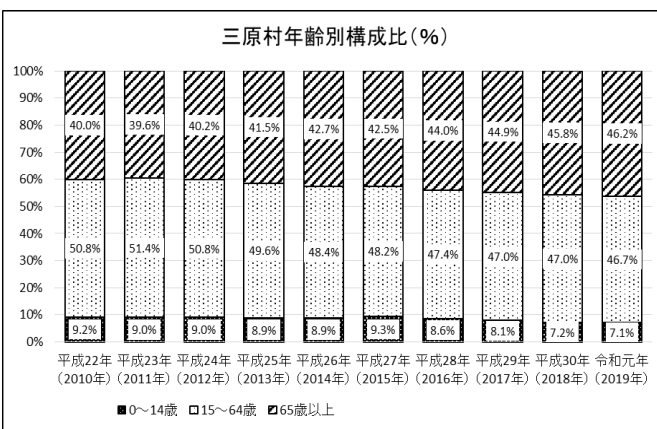
高知県地図



(出典：白地図専門店)



【三原村住民基本台帳人口による人口の推移】



【三原村住民基本台帳人口による年齢構成の推移】

(出展：三原村創生総合戦略 第2期計画)

■産業

当村の基幹産業は農業、林業の第一次産業である。特に水稻栽培は、朝晩の寒暖差が大きく米作りに適した地であったため、古くから盛んに行われており、高知県内では有数の米どころとして知られている。また、その米を活用して、村の酒文化を再現した濁酒特区による「どぶろく」造りが行われており、当村の特産品として多くの消費者に認知されている。

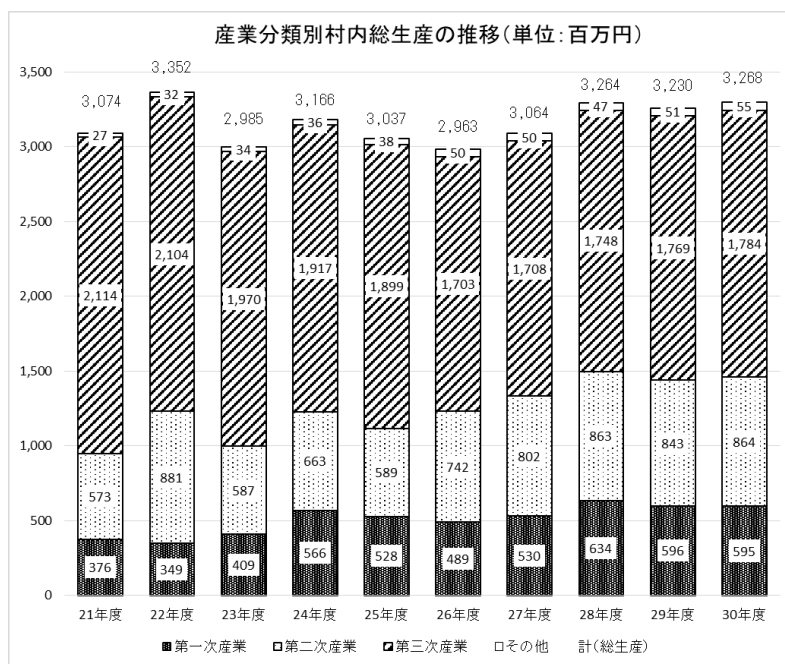
さらに、近年では高知県が生産量日本一を誇る柚子の産地化への取組みや、米の付加価値向上のため新たなブランド米づくり、施設園芸作物としてトマトやシシトウの生産性向上、新規作物としてきくらげの栽培など、様々な取組みがなされている。

さらに、上記「どぶろく」造りの他、トマトや柚子、茶の加工品など地域資源を活用した6次産業化への取組みも行われている。

林業は、村の面積の88%を山林が占め、高温多雨で自然条件が育林には最適地であることから、人工林率は76%と県下のトップレベルにある。この資源を有効活用するため、林業の有する災害防止などの多面的機能が十分発揮できるよう、間伐の実施など関係機関と連携した、森林の適正な管理が進められている。

産業分類別総生産の推移をみても、上記の取組みから第一次産業は顕著な伸びを示している。また、第二次産業は、建設業が総生産の9割以上を占めており、これら2つに分類される産業が村の雇用の多くを担っている。

一方、第三次産業は、総生産に占める割合は高いが、公務や保健衛生・社会事業等の公共的な数値が6割弱を占め、商業部門は総生産の減少に歯止めが掛らない状況にある。



出典：高知県 市町村経済統計

●商工業者の推移

三原村の商工業者数並びに小規模事業者数については、村内経済の縮小による廃業やより大きな市場規模のエリアへの転出、あるいは、事業的規模の創業がほとんど現れないこと等により、5年前と比較して商工業者数、小規模事業者数共に減少が続いている。業種構成としては卸・小売業、建設業、製造業の順となっている。

管内の商工業者数並びに三原村商工会の会員数の推移

	平成28年度	令和2年度			
	商工業者数	商工業者数	増減	構成比	うち、小規模事業者
建設業	18	20	2	22.2%	20
製造業	17	12	▲5	13.3%	12
運輸業・郵便業	4	4	0	4.4%	3
卸・小売業	26	29	3	32.2%	26
飲食・宿泊業	7	5	▲2	5.6%	5
医療・福祉	2	2	0	2.2%	2
娯楽・生活関連サービス業	10	9	▲1	10.0%	9
サービス業	11	9	▲2	10.0%	8
金融・保険業	3	0	▲3	-	0
合計	98	90	▲8	100%	85
会員数	55	58	3		
組織率	57.8%	64.4%	6.6%		

出典：三原村商工会 商工業者台帳

②課題

三原村における産業別の状況・課題は以下のとおりである。

●商業

商業においては、立地的な要因から内需主体による商売が行われてきた。しかし、道路インフラの整備による消費の流出、人口減少、高齢化による経済規模の縮小に加え、後継者不足等により競争力を失った事で、衰退の一途をたどっている。さらに追い打ちをかけるように、新型コロナウイルス感染症の拡大で、業種によっては事業継続に深刻な影響が表れている。

事業継続のためには個社の強みを自らが考え、市場のニーズに対応する商品、サービスの開発、さらに業種の転換等も視野に捉えた、新たなビジネスモデルの構築が求められている。

●工業

工業においては、建設業は社会資本整備関連の請負工事などの恩恵もあり、業況は良好に推移している。しかし、建設労働者の高齢化が進んでおり、若い優秀な人材の確保が業界全体の課題となっているものの、公共工事への依存度が高く、先行きの不透明さから思い切った採用に踏み込めていないのが現状である。

製造業は、新型コロナウイルス感染症による外部環境の変化の影響を受け、特に地域資源を活用した食品製造業が大きなダメージを受けており、今後は経営環境の変化に対応するための IT 化等、デジタル技術の導入による生産性向上や市場の求める商品・サービスの開発などが課題となっているが、未だこうした取り組みについては進んでいない現状がある。

建設業・製造業ともに多くの課題を抱えている反面、こうした課題を克服するための事業計画の策定に取り組んでいる事業者はほとんどいない。事業を継続していくためには、激しい環境変化に対応し、かつ今後の需要動向を踏まえた経営を実践する経営者の意識改革を促し、経営力向上に取り組む事が求められている。

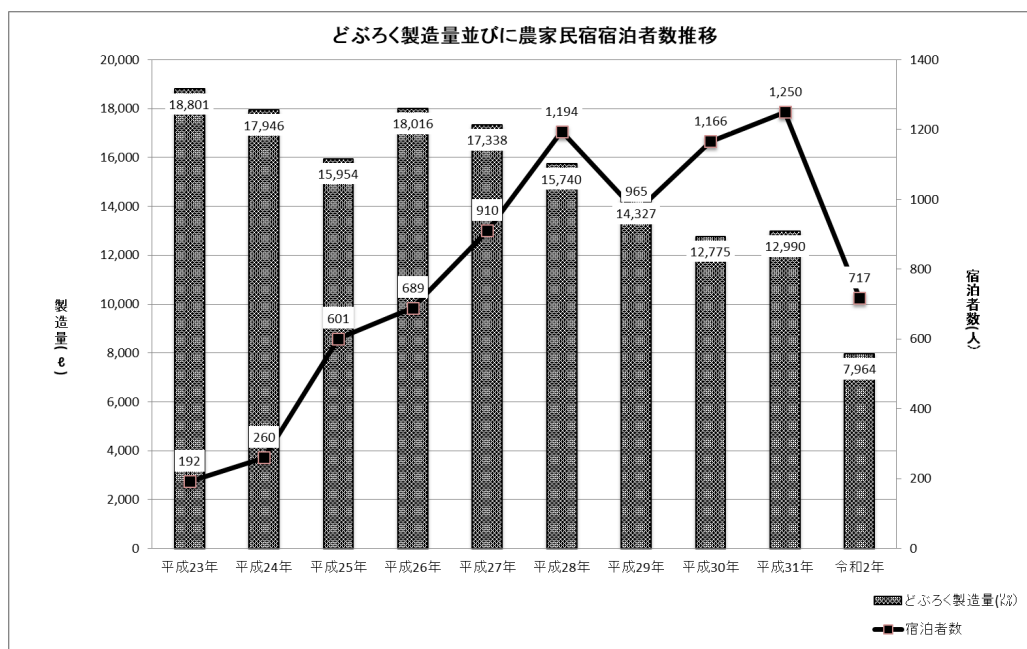
●観光関連産業

観光産業においては、『濁酒特区』により、特産品のみはら米を使った“どぶろく”の製造や村の豊かな植生を活かした観光スポット整備により、周囲の観光地とは一線を画す、交流人口拡大の施策に取り組んでおり、年間を通じて一万人を超える観光客が訪れている。

しかし、交流人口と観光関連事業者との経済面での効果的なマッチングには至っておらず、外貨獲得の仕組みづくりが課題となっている。

また、当村は四国八十八カ所の札所間の通り道に位置し、多くの遍路が往来する。その遍路の宿泊需要を取り込むために、5 軒の事業者が農家民宿を営んでおり、年々宿泊者数が増加、当初は年間で 50 人にも満たない宿泊者数が、コロナ前には 1,200 人を超えるなど、地の利を活かした産業振興が行われている。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により宿泊業者の経営環境は激変。令和 2 年の宿泊者数は前年の 6 割程度に減少している。また、宿泊客の減少は、観光客の滞在時間に比例し、地域への経済的恩恵にも負の影響が現れている。

宿泊客の回復が地域経済への影響にも大きく寄与することから、今後、宿泊需要の回復に向け、新たな需要への対応（ワーケーション、外国人遍路）や効果的な広報が課題である。

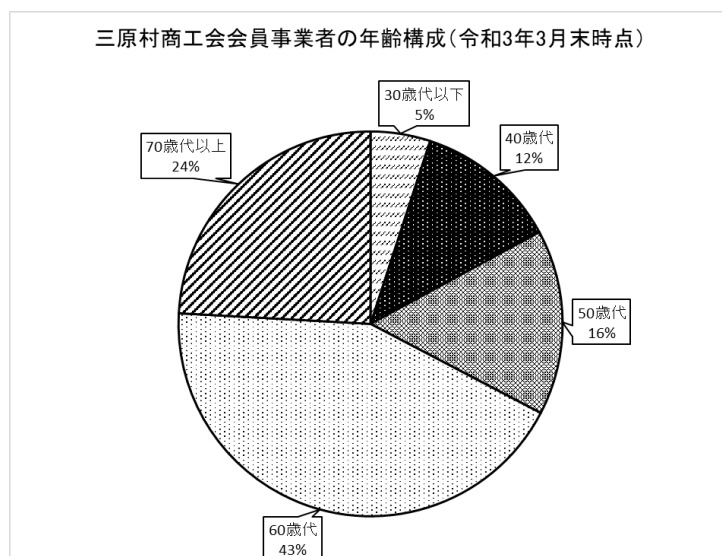


出典：三原村商工会 調査データ

●業種共通

各業種において、「将来の見通しが立たない」、「後継者の不在」などの現状から、多くの事業者が自分の代で事業を廃業する声を聞く。直近の会員事業所における 60 歳以上の経営者の割合は 67%（うち、70 歳以上が 24%）と経営者の高齢化が進んでいることから、今後、10 年間で管内の小規模事業者の著しい減少が予測される。

活力ある地域経済を持続していくための課題は山積しているが、当会としては、円滑な事業承継、既存事業者の業種・業態の転換、農林業の担い手などと連携した 6 次産業化の推進による、小規模事業者の減少抑制と地場産業の活性化が課題である。



出典：三原村商工会会員名簿

商工会の現状と課題

●現状

三原村商工会は令和 3 年 4 月現在、経営指導員、経営支援員各 1 名、臨時職員 1 名の合計 3 名の事務局体制で、会員数 58 名（小規模事業者数 85 名）は高知県内では最も規模の小さな商工会である。これまでの小規模事業者への支援としては、経理・税務・金融・労務などの経営改善普及事業を中心に行うと共に、地域資源を活用した特産品の開発や交流人口拡大に向けたイベントの開催、地域住民の生活インフラの確保を目的とした買い物拠点店舗の整備など、行政や地域の関連団体と連携した地域振興事業に取り組んできた。

平成 29 年には経営発達支援計画の認定を受け、経営分析の実施・事業計画の策定・県内外への販路開拓などの個社の経営力を高める取り組みを伴走支援している。

●課題と支援方針

経営発達支援事業の中で小規模事業者の経営力を高める取り組みを行ってはいるものの、対象が限定的となっており、経理・税務・金融などの日常的な経営改善普及事業の実施の中で、経営課題の本質を改善する支援へと導くことが課題である。

支援の方向性としては、小規模事業者が変化の激しい経営環境に対応していくためにも、経営実態の把握、経営分析、事業計画の策定等と言った需要を見据えた経営へのシフトを積極的に推奨していき、経営の持続的な発展に繋げることを支援の軸とする。

(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

人口減に伴う経済の縮小、少子高齢化の進展に伴う生産年齢人口の減少、後継者問題、新型コロナウイルスの影響など小規模事業者を取り巻く経営環境は、一層厳しさを増す事が予想される中、三原村第2期創生総合戦略の基本目標『産業振興により、安定した雇用を創出する』の基本的方向を鑑み、当商工会が目指す今後10年間の小規模事業者の振興の在り方として、以下の項目の推進・強化を図ることで小規模事業者の持続的な発展に努めていく。

- (1) 小規模事業者の経営力向上を伴走支援し、経営基盤の強化と雇用の確保を図ること
小規模事業者が経営環境の変化に対応していくため、自らが事業計画を策定・実行・検証できる力を養う支援により、経営基盤の強化を図り事業の持続的な発展を以って地域の雇用確保に努める。
- (2) 小規模事業者の事業継続の源泉となる売上高・利益の向上を図ること
地域資源を活用した商品開発や展示会等への出展等外商強化に向けた伴走支援を行うことで、小規模事業者の売上高の確保を図り、地場産業の活性化と雇用の創出に努める。
- (3) デジタル技術の導入活用と人材の育成を図ること
デジタル技術導入による生産性の向上およびSNSやECサイトを有効活用した販売を促進することで、立地面でハンデが多く、厳しい状況下にある中山間地域でも生き残っている小規模事業者の育成に努める。
- (4) 観光需要の取込みによる観光関連産業の活性化を図ること
交流人口と観光関連事業者との経済的なマッチングを生む仕組みづくりに取組み、関連する産業の活性化に努める。
- (5) 円滑な事業承継支援により地域経済の活力維持を図ること
小規模事業者の高齢化が進んでいることから、円滑な事業承継支援を通じて事業者数減少の抑制と地域経済の活力維持に努める。

②三原村創生総合戦略との連動制・整合性

■三原村創生総合戦略

「第2期三原村創生総合戦略（令和2年度～令和6年度）」では、地域の経済的自立や少子高齢化の抑制と言う課題に対して、小さな村だからこそ出来る機動性を活かした「三原村だからできる～課題解決先進地三原村～」を策定、目標の達成に向けた取組みが進められている。

その基本目標の一つに「産業振興により、安定した雇用を創出する」が掲げられており、基本的方向として「農林産物のブランド化による振興」「交流人口の拡大を図り特産品等の消費額の増加による地域経済の活性化」など産業振興の展開について掲載されている。

【第2期三原村創生総合戦略】（一部抜粋）

基本目標①「産業振興により、安定した雇用を創出する」

基本的方向

【食品等製造業の振興、地産地消の徹底、外商の推進】

- ・米やどぶろく、ユズ、トマト等の特産品を加工した新商品開発及び販路拡大支援
- ・外貨獲得を目的とする商談会等への出展、ニーズを踏まえた商品の磨き上げ支援
- ・起業家や企業のニーズに対応することで、起業・企業立地を推進し、村の産業振興に繋げる

【観光の振興】

- ・農泊交流施設の整備等、村内の宿泊機能を強化し、観光振興を経済活性化につながる仕組みを構築する。

上記の通り、第2期三原村創生総合戦略では、産業振興により安定した雇用の創出に向け、農産物の6次産業化への支援や新商品・新サービスの開発、売上高を確保する販路開拓、起業の推進さらには、観光需要への対応等が掲げられており、当商工会が目指す今後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

- ・現状の経営改善普及事業（記帳、税務、金融、労働保険等）における経営指導は継続しつつも、需要動向の把握、経営分析の実施、事業計画の策定等、小規模事業者が経営課題の本質を改善し、持続的な発展へと繋げる個社の経営力を高める役割。
- ・高齢化が進む経営者の事業承継並びに農・林・観光面の有機的な連携による農商工連携、6次産業化の推進や販路開拓の支援を通じ、地域経済の活力を維持する役割。
- ・IT活用による生産性向上および販売促進の強化を通じてハンデのある中山間地域でも生き残っていける小規模事業者を育成し、経営力の向上に繋げていく役割。

上記の役割を満たすことで、地域経済の中心的な支援機関としての責務を果たす。

(3)経営発達支援事業の目標

- ①活力ある小規模事業者の創出に向けた個社の経営力の向上を支援する
- ②地域資源を活用した6次産業化や農商工連携の推進により地場産業の活性化を図る
- ③新たな需要開拓や販路拡大のため展示会等への出展、デジタル技術の活用等、DX推進による売上高の確保と生産性の向上
- ④観光需要の取込みに向けた新たな商品・サービスの開発により観光関連産業の活性化を図る
- ⑤円滑な事業承継により小規模事業者の減少を抑制する
- ⑥職員の資質向上と支援体制の強化を図る

以上の目標を掲げ、支援を実施することで、小規模事業者の経営基盤が安定し、事業が持続的に発展することで、雇用の維持に繋げ、地域住民が安心して暮らせる環境を創ることを以って地域への裨益目標とする。

2. 経営発達新事業の実施期間、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

＜目標①：活力ある小規模事業者の創出に向けた個社の経営力の向上を支援する＞

外貨の獲得等を目指す小規模事業者に対し、経営分析を行い、地域の経済動向や需要動向等の調査結果と掛け合わせた、戦略的な事業計画の策定支援に取り組む。また、計画の着実な実践のため、計画の実行段階においても定期的なフォローアップを行い、経営課題の解決に向けた小規模事業者の自主的な努力と意識の改革を図り、経営力の向上へと繋げていく。

＜目標②：地域資源を活用した6次産業化や農商工連携の推進により地場産業の活性化を図る＞

小規模事業者は地域経済のみでなく、地域のコミュニティの中核を担っており、事業者の衰退は地域の疲弊に直結することから、三原村と連携し、米や柚子などに代表される村の地域資源を活用した6次産業化、農商工連携による事業者の新事業展開の支援に取り組むことで、地場産業の活性化を目指していく。

＜目標③：新たな需要開拓や販路拡大のため展示会等への出展、デジタル技術の活用等、DX推進による売上高の確保と生産性の向上＞

コロナ禍において大きく変化した外商活動への対応を図るために、これまでの商談会等への出展に加え、デジタル技術の導入による業務効率化やECサイトやSNS活用による販売促進等、DXに向けた取り組みを専門家等を交えて推進することで、売上高の確保や生産性の向上に繋げていく。

＜目標④：観光需要の取込みに向けた新たな商品・サービスの開発により観光関連産業の活性化を図る＞

観光客による地域経済への恩恵を最大限引き出すため、宿泊需要の開拓を支援の核とし、観光に携わる行政部門や農林業者、管内の宿泊業者を主とした観光関連事業者との連携を深め、個々の魅力を面的に活かした商品・サービスの開発を支援し、関係する事業者の売上高の増加を図り、地域経済の活力向上に繋げていく。

＜目標⑤：円滑な事業承継により小規模事業者の減少を抑制する＞

経営者年齢の高齢化が進んでいる現状から、地域における事業価値の高い事業をピックアップし、高知県事業承継・引継ぎ支援センターとの連携を強化することで、円滑な事業承継を支援し、小規模事業者数の減少抑制と地域の活力維持に繋げていく。

＜目標⑥：職員の資質向上と支援体制の強化を図る＞

外部環境の変化により大きく経営が左右される小規模事業者の経営基盤を強化するためには、状況に応じた迅速かつ適切な支援が不可欠である。

多様化する支援ニーズ、特に重要性を増しているDXに向けた取り組みを推進していくためには、幅広い知識が求められており研修会・通信講座の受講、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、個々の職員のスキルアップを図ることで、当商工会としての支援体制を強化する。

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

地域の経済動向調査については、経営指導員が巡回訪問や窓口相談等の際に、小規模事業者の景況等のヒアリングを行ったり、行政や金融機関が公表するデータ等を収集してきたが、情報の整理や分析、小規模事業者との共有が十分に行われておらず、こうした調査データの有効活用が出来ていない。

本計画では、小規模事業者のより詳細な実態を把握するため、景況調査を定期・継続的に実施すると共に、国等が提供するビッグデータも活用しながら、事業者毎の課題等に応じて整理・分析した情報を提供することで、経営分析や事業計画を策定するうえで、基礎資料として活用できる内容とすることが課題である。

(2) 目標

小規模事業者 景況調査	公表 方法	現状	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地域景気動向 調査公表回数	HP 掲載	0回	1回	1回	1回	1回	1回
②地域の経済動 向分析公表回数	HP 掲載	0回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①地域景気動向調査の実施

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、下記の実施要領にて、調査を定期・継続的に実施し、情報の整理や分析を行う。分析結果は年1回公表する。

●実施要領

調査対象	・外貨獲得による地域経済の活性化の観点から、その重要なポジションを担う、製造業、飲食・宿泊業・卸・小売業を主とし、以下の調査事業者数、業種を調査対象と設定する。 【小規模事業者 9 者（製造業 2 者、建設業 1 者、小売業 2 者、飲食・宿泊業 3 者、サービス業 1 者）】
調査項目	売上高の増減、経常利益の増減、新型コロナウイルス感染症の影響、資金繰り、雇用状況、設備投資の状況、今後の見通しなど
調査手法	調査票を作成し、経営指導員が年2回、調査対象事業者を巡回して聴き取りにて実施。
分析手法	経営指導員・県連職員により集計・分析を実施
公表回数	年1回

②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）

観光関連産業を中心に、観光客等の域外需要を取込み、地域経済の活性化を図るため、「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う。また、必要に応じて国・県・金融機関等の公表する各種統計資料も活用、分析結果を年1回公表する。

●調査内容

分析手法	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と傾向を分析（地域が何で稼いでいるのか等を把握する）
【RESAS】 産業構造マップ	当村産業の現状等を把握する
【RESAS】 観光マップ From-to	宿泊者数に関する動向を把握する
【日本銀行高知支店】 高知県の経済指標	過去3ヶ年の景況判断(DI)、県内の小売売上、宿泊数の増減推移や要因を把握する
【高知県】 県民消費動向調査	当村消費者の購買動向(最寄り品・買回品・中間品の地元購買率と流出先)を抽出分析し把握する

(4)調査結果の活用

収集・整理・分析した情報は、それぞれ報告書としてまとめ、当会ホームページへ掲載し、広く管内事業者等に周知する。また、経営指導員等が小規模事業者の経営分析や事業計画策定の際の資料としても活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1)現状と課題

需要動向調査は、展示会や物産展においてバイヤーや消費者へのアンケートにて調査を実施し、事業者の商品の客観的な評価を収集して、提供してきた。

しかし、調査結果を商品やサービスの改善等には十分活かしかれておらず、多くの事業者が商品等の開発、販売戦略において、経験や勘と言った従前の思考からの脱却には至っていない。

本計画では、小規模事業者がマーケットインの視点で商品開発・改良に取り組めるよう、需要動向調査を継続実施し、適切にフィードバックを行い、販路開拓に繋げる支援が課題である。

(2)目標

支援内容	現状	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
①展示会等出展時のアンケート調査実施事業者数	4者	5者	5者	5者	5者	5者
調査サンプル数 (1商品あたり)	15人	20人	20人	20人	20人	20人
②宿泊需要に係るアンケート調査実施事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者

調査サンプル数 (1者あたり)	-	15組	15組	15組	15組	15組
--------------------	---	-----	-----	-----	-----	-----

(3) 事業内容

当村の地域資源（米、ゆず、茶等）を活用した食品製造業や農産物の生産者並びに宿泊需要の開拓に取り組む事業者を中心に、商品やサービスの開発・販路開拓を行う際に、目指す領域の「市場や顧客を知る」ため、需要動向を把握する必要性を浸透させていく。また、事業者が行う需要動向調査を積極的にサポートして、商品開発、マーケティングの改善等の行動へ繋げ、効果的な販路開拓へと導くために、下記における需要動向調査の実施を支援する。

① 展示会等出展時のアンケート調査の実施

食品等製造業者や農産物の生産者等の商品等について、バイヤーや消費者のニーズを踏まえた商品の改良等を支援するため、下記の展示会等の出展時にアンケート調査を実施する。アンケートの内容は、下記の調査項目についてバイヤーや消費者からの評価を収集・整理・分析し、新商品や既存商品のマーケティング資料として活用する。

商談会等名称	内容(来場規模)	支援企業(出典する商品)	期待する効果
幡多商談会 (BtoB)	幡多地域等の事業者を対象とし、県内バイヤー等が集まる商談会 (出店事業者数:30者 参加バイヤー数:100人)	展示会等への出展経験が浅い、商品等の生産規模が小さい農林産物の生産者や食品製造業者 (加工食品、農産物等)	同一商圏内の需要開拓に求められる商品等のニーズ把握
アグリフード EXPO大阪 (BtoB)	関西圏のバイヤー等が集まる商談会 (出店事業者数:約450者 参加バイヤー数:約15,000人)	生産規模が比較的大きな農林産物の生産者や加工食品製造者 (加工食品、農産物等)	関西圏市場での需要開拓に求められる商品等のニーズ把握
三原マルシェ (仮称) (BtoC)	主に四国内の消費者等を対象とした地場産品の即売会 (来店客数規模:1,500人/日)	四国内にて新規顧客の開拓を目指す農林産物の生産者や加工食品製造者。 (加工食品、農産物等)	四国内における消費者ニーズの把握と商品の認知度向上

●アンケートの調査項目(BtoB)	・来場者の属性（業種業態、所在地、主な取引先など）、パッケージ、価格、味、内容量、満足度、改善点、取引条件など
●アンケートの調査項目(BtoC)	・来場者の属性（居住地、年代、性別など）、パッケージ、価格、味、内容量、満足度、改善点など

●アンケートの調査手法	・事業者が出展する展示会等には、商工会職員も同行し、対象となる商品の試食やサンプル送付による方法でアンケート調査を支援。アンケート調査により得られた評価や意見等は集約し、高知県商工会連合会、中小企業診断士の意見を参考に報告書にまとめる。
-------------	--

②宿泊需要に係るアンケート調査の実施

地域内の宿泊需要の実態を把握し、リピート客や新規顧客開拓に繋げる、サービス等の開発を目的に、宿泊者へのアンケート調査を村内宿泊業者の協力により、以下の項目について実施。経営指導員が調査結果を集計・整理・分析し、年1回報告書を作成する。

●調査項目	・宿泊者の属性（国、年代、性別、家族構成、職業等） ・滞在計画（目的、目的地、宿泊日数、移動手段、旅行費用） ・購買過程（訪問の動機、情報収集の手段等） ・食事メニュー、接客、部屋の清掃状況等の評価 ・滞在期間中にやってみたいこと等（体験メニュー等のニーズ調査）
●調査の手法	・宿泊施設ごとに、紙媒体をベースとする宿泊施設利用者アンケート調査の協力を依頼する。 ・集計は経営指導員が3ヶ月に1回調査票を回収し、報告書にまとめる。

【調査結果の活用】

アンケート調査の結果報告書は、経営指導員が巡回訪問にて対象の事業者提供し、①はマーケットインの視点による商品等の改良等の資料として活用。また、事業計画へ反映する。

②はリピート客、新規顧客の開拓のために、宿泊施設のサービスの開発や価格戦略、広報手段等の改良等の資料として活用。また、事業計画へ反映する。

抽出した課題等については、適宜、高知県商工会連合会や専門家との連携により指導・助言を受け課題の解決を図る。

5. 経営状況の分析に関すること

(1)現状と課題

経営分析については、決算や金融支援、補助金の申請時等に財務分析を中心に行っているが、小規模事業者の経営課題の発見やその改善策の助言等を行えるような、事業者の経営発達に寄与する分析には至っていない。

本計画では、新型コロナウイルスの影響等により、経営状況が悪化している事業者が増えている状況から、需要を見据えた経営の実践を推奨するため、その前段として「内部環境」「外部環境」の把握と言った経営分析の重要性を改めて幅広く周知し、小規模事業者の意識改革を図ると共に、分析結果を活用した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

支援内容	現状	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
経営分析実施事業者数	3者	6者	6者	6者	6者	6者
専門家派遣回数	0回	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①巡回訪問・窓口相談を通じた支援対象事業者の発掘

当村の地域資源（米、ゆず、茶等）を活用した食品製造業者や宿泊需要の開拓に取り組む事業者で、景況調査の対象事業者および新型コロナウイルスの影響等で経営状況が悪化している事業者を中心に、経営指導員が巡回訪問により、経営分析の重要性を啓発して、支援対象事業者の掘り起こしを行う。また、窓口での税務、金融、補助金申請等の経営支援時においても、経営分析の重要性を積極的に説き、支援対象事業者の発掘を行う。

②経営分析の実施

掘り起こしにより支援を希望する小規模事業者には、財務状況などの客観的な数値データによる定量分析に加え、需要動向調査データをふまえ、自社の強み・弱み・市場におけるポジションなど数値情報以外の経営状況を可視化する定性分析、さらに、新型コロナウイルス感染症が支援対象事業者に及ぼした影響等も加味した分析を実施することにより、個者の本質的な経営課題等の抽出を行う。

【分析方法・分析項目】

a. 定量分析

支援対象事業者の財務諸表のデータを基に(3ヶ年程度)、「収益性」「生産性」「安全性」「成長性」等の項目について、経済産業省の「ローカルベンチマーク」や独立行政法人中小企業基盤整備機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用して、自社の経営状況を時系列に可視化、業界値と比較することで、現状の課題把握に繋げる財務分析を行う。

b. 定性分析

支援対象事業者に、自社の顧客、取扱商品、保有資産や技術などの強みや弱み、競合他社の状況や外部環境による脅威、機会等について、SWOT分析等のフレームワークを活用し、自社の経営状況（強み、弱み等）の把握と経営課題等を可視化する。

(4) 分析結果の活用

分析結果については、当該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策定の基礎資料に活用する。

また、作成された分析結果は職員間で共有し、支援能力の向上のため、リアルタイムで企業の支援状況を把握する内部資料としても活用する。

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の経験が豊富な税理士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

これまでは、補助金事業の申請や金融斡旋等において事業計画の策定支援を行ってきたが事業者の認識は施策活用的手段に留まる傾向が強く、結果として策定した事業計画に基づいた経営の実践に至っていない状況が散見される。

経営者自らが自社の強みや顧客ニーズを熟考し、経営環境の変化に対応した新たな需要を創出するためにも、本来の事業計画策定の意義や重要性を浸透させる手法に工夫を施す事が課題である。

(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に至らない現実があることから、今後は、事業計画を策定して売上等が増加した事業者の事例などを説明することで、計画策定に対する意義等の理解に結び付けるとともに、「5. 経営分析を実施した事業者」の中から、経営課題の解決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し、実効性を高めていく。また、経営者自らの意思で事業計画の策定、実行、確認、修正のPDCAが行える能力をセミナーの開催を通じて養い、自立した経営へと導いていく。

さらに、変化の激しい経営環境において、事業を継続していくには、デジタル技術を取り入れた経営戦略の構築など、小規模事業者が新しい価値を生み出し、競合優位性を確立するためにDXセミナーの開催にも取り組んでいく。

事業承継に対しては、地域の衰退を防ぐ観点から、巡回訪問を強化して、事業者の意識改革に取り組む。支援を想定する事業者としては、地域資源を活用した商品等を製造する事業者や中山間地域における移動手段の補完など、地域住民の生活に不可欠なサービスを展開する事業者に対して、高知県事業承継・引き継ぎセンター等と連携しながら、承継計画の策定により円滑な承継を支援する。

(3) 目標

支援内容	現状	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 セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②DX推進セミナー	0回	1回	1回	1回	1回	1回
③事業計画策定 事業者数	4者	4者	4者	4者	4者	4者
④事業承継計画策定 事業者数	0者	1者	1者	1者	1者	1者

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

経営分析を実施した小規模事業者で、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けている地域資源を活用した食品製造業者や宿泊業者並びにこれまで事業計画の策定経験がなく、勘や経験に頼った経営からの脱却を目指す事業者を対象に「事業計画策定セミナー」を開催して、事業計画策定の意義や重要性、計画策定の流れや留意点などの知識の習得を支援する。

【支援対象】

経営分析を実施した小規模事業者で事業計画を策定し（再構築を含む）、経営課題の解決に意欲を示す事業者。

【募集方法】

経営指導員が上記対象事業者を主に巡回訪問して参加を促す。

【講師】

税理士（事業計画策定支援の経験が豊富な税理士）

【回数】

年1回

【カリキュラム】

- ・経営分析と事業計画の重要性
- ・経営理念、経営目標の検討（あるべき姿）
- ・外部環境の変化による顧客ニーズの捉え方
- ・数値計画の作成手順
- ・課題の解決策を考える
- ・事例紹介 等

【参加事業者数】

6者

【支援手法】

事業計画策定セミナーの受講者すべてを経営指導員が個別訪問し、経営課題を解決し、事業の持続的発展に取り組む意欲を示す事業者への伴走支援により、事業計画の策定へと繋げていく。

また、専門的な課題（地域資源を活用した販路開拓や財務体質の改善等）を含む事案については、専門家派遣制度等を活用し、中小企業診断士や税理士等の助言を仰ぎながら、課題解決に向けた事業計画の策定に繋げていく。

②DX推進セミナーの開催

社会全体の急速なデジタル化で大きく変化した経営環境に対応するために、DXを推進することで、小規模事業者の経営に及ぼすメリットや推進の必要性を考える機会を創出する目的で、専門家を招聘してセミナーを開催する。事業計画の策定、見直しを行ううえでDX推進と言う考え方の定着を目指す。

【支援対象】

デジタル活用により売上高の向上や業務の効率化が効果的と想定される、地域資源を活用した食品製造業者や宿泊業者等の外貨の獲得を目指す事業者。

【募集方法】

経営指導員が上記の想定する事業者を主に巡回訪問にて参加を促す。

【講師】

中小企業診断士（IT分野の活用に専門的な知識を有する）

【回数】

年1回

【カリキュラム】

- ・DXとは何か？（総論）
- ・DXの具体的活用事例
- ・課題解決のフレームワークの紹介等

【参加事業者数】

5 者

【支援手法】

DX推進セミナー受講者の中で取組みに意欲を示す事業者に対しては、経営指導員等による経営指導を行う中で、必要に応じて専門家を派遣し、個社の取組みの推進を図る。

③事業計画策定支援の個別相談会（専門家派遣）の実施**【支援対象】**

事業計画策定セミナー並びにDX推進セミナーに参加した事業者を対象とし、高度な経営戦略等を計画に盛り込む事業者やDX推進に取り組む事業者に対しては、税理士や中小企業診断士を派遣して計画策定支援を行うことで、より高度な事業計画の策定に対応するとともに、専門家との連携で得た経験を通じて経営指導員のスキルアップを図る。

【支援手法】

小規模事業者の意欲や高知県商工会連合会等との情報交換の中で、専門家派遣により実効性が高まる可能性の高い事業計画について、必要に応じて専門家を派遣し、個社の取組みの推進を図る。

④事業承継計画策定支援

管内事業所の経営者の高齢化の状況を勘案し、現状、事業承継が進むか否かの瀬戸際にあると想定することから、経営指導員が対象事業所のピックアップを行い、事業者の家族環境や承継への意識から優先順位を付して巡回訪問を行い、それぞれの事業が持つ地域社会における価値の認識に努め、事業承継に対する経営者の意識改革を図っていく。

事業承継への壁が低くなったと感じた時点で、高知県事業承継・引継ぎ支援センター等と連携し、その行動指針となる事業承継計画書の策定により円滑な事業承継を支援していく。

【支援対象】

地域資源を活用した商品等を製造する事業者や地域住民の生活に不可欠なサービスを展開する事業者で、かつ、後継者が未定・不在の事業者を優先的に対応する。

【支援手法】

事業承継計画の策定に関しては、独立行政法人中小企業基盤整備機構のホームページより入手した様式（事業承継計画書(骨子)、事業承継計画表）を使用して、策定を支援する。

あわせて巡回訪問の強化により、承継への意識改革を図ることで、機運を高め、高知県事業承継・引き継ぎセンターと連携して、円滑な事業承継に繋げていく。

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

事業計画策定後のフォローアップ支援は、経営指導員の巡回訪問あるいは専門家と共に進捗のヒアリングなどを行い、PDCAサイクルの実行をサポートしてきた。しかし、事業計画の策定が、補助金の採択を目的としたものや融資の実行のためのものと言った、本来の目的とは異なる内容が散見されており、結果として計画的なフォローアップには至らなかった。

本計画では、策定した事業計画について、小規模事業者が自らの事と認識してもらうことや計画が着実に実行できるPDCAサイクルの習慣化、また、経営指導員の定期的・計画的な進捗状況のモニタリングなど、きめ細かな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すべての小規模事業者に対し、定期的かつ柔軟にフォローアップを実施して、進捗状況のチェック、成果の検証、新たな課題の抽出など、必要な指導・助言を行い、目標の達成に向け一貫した支援を行う。

また、必要に応じ税理士など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伴走型支援を実施する。

(3) 目標

支援内容	現状	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	2者	5者	5者	5者	5者	5者
フォローアップの頻度※1	6回	22回	22回	22回	22回	22回
専門家の活用	2回	2回	2回	2回	2回	2回
売上高増加事業者	1者	3者	3者	3者	3者	3者

※1フォローアップの頻度 通常の計画 : 4半期に1回が4者
事業承継計画 : 2ヶ月に1回が1者

(4) 事業内容

① 経営指導員による定期的な巡回訪問によるフォローアップ

事業計画を策定したすべての事業者に対して、経営指導員が定期的（四半期に1度）に巡回訪問を行い、事業の進捗状況をヒアリングし、状況に応じたフォローアップ支援を実施して小規模事業者の売上・利益の向上、設備投資計画など、経営課題の解決に向けた支援を継続する。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うえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。

②事業承継計画策定者に対するフォローアップ

事業承継計画策定者に対しては、円滑な承継を達成するための、経営情報（税制等）の提供や進捗状況のヒアリングを中心に2ヶ月に1回の頻度で巡回訪問を行い、状況の確認を行う。計画の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、訪問頻度を上げ、その原因の究明に専門家や高知県事業承継・引継ぎセンター等の第三者の視点を交え、問題の解決に向け指導・助言を行い、円滑な承継へと繋げるフォローアップを行う。

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

新たな需要開拓については、商品やサービスの広報支援や商談会・物産展等への出展を促し、販路開拓に取り組んできた。

商談会への出展にあたっては専門家を交え、出展ノウハウ等の習得にも取り組み、また、商談経験が少ない事業者には、小規模な展示会への出展により、販路開拓の基本を肌で感じてもらい、ステップアップに繋げるための経験とスキルアップを伴走支援したことで売上高増加の一端を担うことが出来ている。

しかし、出展前支援から出展中支援までのサポートに比べ、出展後支援の対応が弱く、出展した事業者の中には商談まで進展しないケースも散見された。

今後は、商談力の向上等と言った出展前支援はもとより出展後のフォローまでを一貫してサポートできる支援体制の構築が課題である。また、コロナ禍による消費形態の変化で、インターネットを利用した消費が今後も伸びる事が見込まれており、この分野における小規模事業者の需要開拓に向けた戦略も課題である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が効果的に自社商品やサービスを買手手にPRすることが出来るよう、展示会や物産展等への積極的な参加を勧奨し、販売やプロモーションの機会増加による販路開拓を継続支援する。想定する支援対象事業者は、村の地域資源（米や柚子、茶等）を活用した食品等製造業者、農産物の生産者を想定し、かつ、事業計画の策定事業者を優先し、効果的な需要開拓へと繋げる。

また、出展に際し、販路開拓に精通した専門家の指導を受けると共に展示会等への出展後の検証に注力。実施後のフォローアップを意識した支援に取り組む事で、成約率の向上を目指す。

さらに、コロナ禍で増加したインターネット上での需要開拓（BtoC）に向け、IT化、Eコマース等デジタル化の推進に取組み、小規模事業者の対応力が弱いIT活用や広報対策を集中的に支援することで、上記記載の事業者に加え、支援効果が高いと想定する宿泊業者の需要開拓にも繋げる。

(3) 目標

項 目	現状	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 バイヤー等を対象とした商談会出展事業者数	3者	4者	4者	4者	4者	4者
商談成約件数／者	1件	2件	2件	2件	2件	2件
② 消費者等を対象とした需要開拓支援事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
売上高増加額／者	2万円	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
③-A SNS活用事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
売上高増加額／者	—	1万円	3万円	3万円	3万円	3万円
③-B ECサイト利用事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
売上高増加額／者	1万円	2万円	5万円	5万円	5万円	5万円

(4) 事業内容

①バイヤー等を対象とした商談会出展支援（B to B）

地域資源を活用した食品等製造業者や農産物の生産者等が取り扱う商品の新たな取引拡大を目的に、下記に記載する商談会への出展を支援する。

また、小規模事業者が新型コロナウイルス感染症の影響により販路開拓の機会を失わないためにも、幡多商談会等で開催するWEB商談会への参加を勧奨し、環境変化の影響を受けない方法での販路開拓についても支援を行う。

展示会・商談会名 (主催者) ＜開催回数：時期＞	内容 (来場者規模)	支援企業	期待する効果
①アグリフードEXPO大阪 (㈱日本政策金融公庫) ＜年1回：2月＞	関西圏のバイヤー等を主とした商談会 (出店事業者数450者 参加バイヤー数 15,000人)	関西圏にて販路開拓に 意欲を持つ農林産物の 生産者、加工食品製造者	関西圏市場での需要 開拓並びに出展事業 者の商談スキルの向 上
②幡多商談会 (幡多地域及び愛媛県南部の 商工会、商工会議所の共催) ＜年1回：11月＞	幡多地域等の事業者 のマッチングを主と した商談会 (出店事業者数:30者 参加バイヤー数:100 人)	展示会等への出展経験 が浅い、かつ、商品等の 生産規模が小さい農林 業者や食品製造業者	出展ノウハウの習得 並びに販路開拓に対 する意識改革

【経営指導員等の役割】

販路開拓に取り組む小規模事業者の出展を効果的なものとするため、以下の取組みを伴走支援し成約率の向上に努める。

●出展前支援	・POPや商品陳列など効果的なディスプレイの作り方や商品提案書の作成、商談後のアプローチ方法など、商談を具体的に進めていく事前勉強会を販路開拓に精通する専門家と連携して行う。 ・WEB商談会等の商談を円滑に進めるために動画等のPRツールの作成支援を行う。
●出展中支援	・職員が商談会に同行して、バイヤー等の反応や競合商品等の情報収集を行う。
●出展後支援	・小規模事業者へ定性・定量面における出展結果をヒアリングする。 ・収集したバイヤーの反応、競合商品等の情報を整理してフィードバックし、商品開発や改良等、成約へと繋げるフォローアップを継続的に実施する。

②消費者等を対象とした需要開拓支援（B to C支援）

地域資源を利用した食品等製造業者や農産物の生産者などが取り扱う商品の新規顧客の獲得と認知度の向上に向けた販売機会の創出を目的に、下記に記載する即売会の開催並びにアンテナショップへの出展を支援する。

物産展・イベント名称等 (主催者)	内容 (来場者規模)	支援企業	期待する効果
三原マルシェ(仮称)	主に四国内の消費者等を対象とした地場産品の即売会 (来店客数:1,500人/日)	消費者を対象とする販路開拓に意欲を持つ農林産物の生産者や加工食品製造者	四国内における一般消費者への認知度向上と顧客の獲得
「まるごと高知」物販催事	高知県全域の特産品等を取り扱う集合販売施設での地場産品のPR及び即売会 (平均来店者数:1,913人/日)	首都圏の消費者への販路開拓に意欲を持つ農林産物の生産者や加工食品製造者	高知県産品に直接関心を持つ消費者の声が調査可能で商品の改良などに対する有益な情報収集

【経営指導員等の役割】

顧客開拓並びに認知度向上に取り組む小規模事業者の出展効果を高めるため、以下の取組みを伴走支援し売上高の増加に努める。

●出展前支援	・需要動向の調査結果を踏まえた商品の選定並びにPOP、陳列と言ったディスプレイの作り方などターゲットとする消費者への効果的なプロモーションの手法等を支援する。
--------	---

●出展中支援	・経営指導員等が即売会に同行して、ブースの装飾や消費者への商品説明など接客対応について現地で指導を行う。 ・来場者に対して商品等PR、アンケート調査の実施、競合商品等の情報等を収集する。
●出展後支援	・小規模事業者へ定性・定量面における出展結果をヒアリングする。 ・収集した消費者の反応、競合商品等の情報をフィードバックし、商品開発や改良等、新たな販売手法等を検討する資料として活用。販路開拓へと繋げるフォローアップを継続的に実施する。

③インターネットを活用した販路開拓支援（B to C）

コロナ禍で消費者の利用が増加したインターネット上での購買形態に対応した販路開拓を促し、「(2)支援に対する考え方」に記載の支援対象事業者（食品等製造事業者や宿泊事業者）の新たな需要の開拓を支援する。手法としては、管内小規模事業者が自社サイトを立ち上げ、販売・決済等の運用をしていくことは、事業者の年齢や人手不足と言った現状から困難と考えるため、比較的取り掛かりが容易な、SNSを活用した情報発信、通販サイト等への商品の掲載等により販路開拓に繋げていく。

A. SNS活用

Instagram、Facebook、YouTube等SNSを活用した自社商品等のプロモーション手法を支援テーマとしたセミナーを開催し、ITを活用した効果的な販路開拓への入り口支援を行い、売上高の増加に結びつけると共に支援対象事業者のITスキルの向上を目指す。

【支援対象】

事業計画の策定事業者を優先して、SNSを活用した販路開拓に意欲を示す食品等製造事業者や宿泊事業者を想定する。

【募集方法】

経営指導員が上記対象事業者を主に巡回訪問して参加を促す。

【講師】

中小企業診断士（IT活用による販路開拓を専門とする）

【回数】

年1回

【カリキュラム】

- ・各SNSの特徴と活用方法
- ・各SNSのアカウントの登録
- ・写真、動画の投稿、ハッシュタグの利用、投稿のアーカイブ
- ・活用事例紹介 等

【参加事業者数】

6者（うち2者のSNS活用による販路開拓を目指す）

【支援手法】

IT活用セミナーの受講者すべてを経営指導員が個別訪問し、伴走支援を行うことで、SNSを活用した個々の販路開拓を推進し、売上高増加へと繋げていく。

B. E C サイト利用

IT 活用セミナーを受講した小規模事業者すべてに、通販サイトへの商品掲載を促し、小規模事業者の売上高の向上へと繋げていく。また、自社にて本格的に IT を活用した販路開拓に取り組む事業者には、専門家派遣制度を活用し、コンテンツの作成から情報公開、更新方法などについて集中的に支援を行う。これにより、プロモーションと消費者の購買行動を連動させ、機会ロスを減少させるとともに、E C サイトを利活用した販路開拓へと結び付ける。

●活用を想定する通販サイト	
---------------	--

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">・全国商工会連合会が運営する「ニッポンセレクト.com」の活用を提案・三原村のふるさと納税サイトの活用を提案 |
|--|---|

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

事業の評価及び見直しをするための仕組みについては、伴走型小規模事業者支援推進事業の計画と実績について外部有識者を交えた経営発達支援計画評価委員会を開催。外部有識者の知見による助言や事業者の支援ニーズの声等により、事業の課題やその見直しなど、目標達成に向け事業の実施方法等をブラッシュアップしてきた。

今後は、評価結果等の公表をホームページなどで行う事で、多くの事業者に実施内容を閲覧してもらい、目標の達成に向けた新たな支援メニューの提言など、小規模事業者のニーズをより収集できる環境の整備が課題である。

(2) 事業内容

① 経営発達支援事業評価委員会の開催

小規模事業者、三原村商工会正副会長、高知県商工会連合会の専門経営指導員、中小企業診断士等の外部有識者、三原村地域振興課、法定経営指導員で構成する事業評価委員会を設置し、年1回、各事業の実施状況、成果の評価、検証を行ったうえで、理事会にフィードバックし、改善点を以降の事業に反映させる。

③ 公開

事業の成果・評価結果は、事業の実施状況を含め、三原村商工会のホームページ(<http://www.kochi-shokokai.jp/mihara/>)で公表し、地域小規模事業者等をはじめ幅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

職員の資質向上の取組みとしてこれまでは、高知県商工会連合会が主催する職種別の各研修会、通信講座の受講、中小企業大学校での中小企業支援者研修会、全国商工会連合で実施している経営指導員等WEB研修等の受講を行ってきた。

今後は、上記の研修会に加え、事業者の生産性を上げ利益の増加に繋げるDX等の導入支援に対応可能な新たな知識の取得に向けた研修会等を積極的に受講し、支援能力の向上を図ることが課題である。

(2) 事業内容

① 各種セミナー・研修会への積極的な参加による資質の向上

【経営支援能力向上セミナー】

職員の支援能力の一層の向上に向けては、高知県商工会連合会が主催する職種別研修会、職員協議会が開催する支援手法等の共有研修会、県、中小機構等が開催する経営支援能力の向上に資する研修会を積極的に受講するため、計画的に経営指導員等を派遣する。

【D X推進に向けたセミナー】

変化するビジネス環境における小規模事業者の経営改善には、デジタル化を取り入れた事業戦略が必要になると予想することから、伴走支援をする経営指導員等の本分野における知識の習得を必須として、下記内容のセミナー等に積極的な参加を推進する。これにより、D X推進取組みに係る事業者への指導を可能とする能力を習得する。

＜D X推進セミナーの内容＞

高知県や（公財）高知県産業振興センター等の主催する、商工会・商工会議所の経営指導員等支援機関向けの下記内容等の研修会へ出席する

A. D X推進の手法等の研修会
企業での導入事例等から見るD X推進の手法
B. 業務効率化への取組みを支援する研修会
クラウドサービス、R P Aシステムによる生産性向上、情報セキュリティ対策
C. 需要開拓等への取組みを支援する研修会
S N S、ホームページを活用した情報発信方法、オンライン展示会への効果的な出展

②職場内でのOJT制度の実践

経験豊富な経営指導員が支援員等に対し、巡回訪問や窓口相談、専門家派遣の機会を利用した職場内OJTを積極的に実施し、商工会としての支援能力の向上を図る。

③職員間の定期的なミーティングの開催

上記の各種研修会などへ出席し習得した支援ノウハウ等を職員間で共有するため、その都度報告・意見交換等を行い職員の知識レベルの向上を図る。

④広域連携での支援ノウハウの共有における資質の向上

広域的に連携している大月町商工会と定期的に支援会議を開催することで、支援に対する知識やスキルを共有する機会を創出、以って職員の資質の向上を図る。

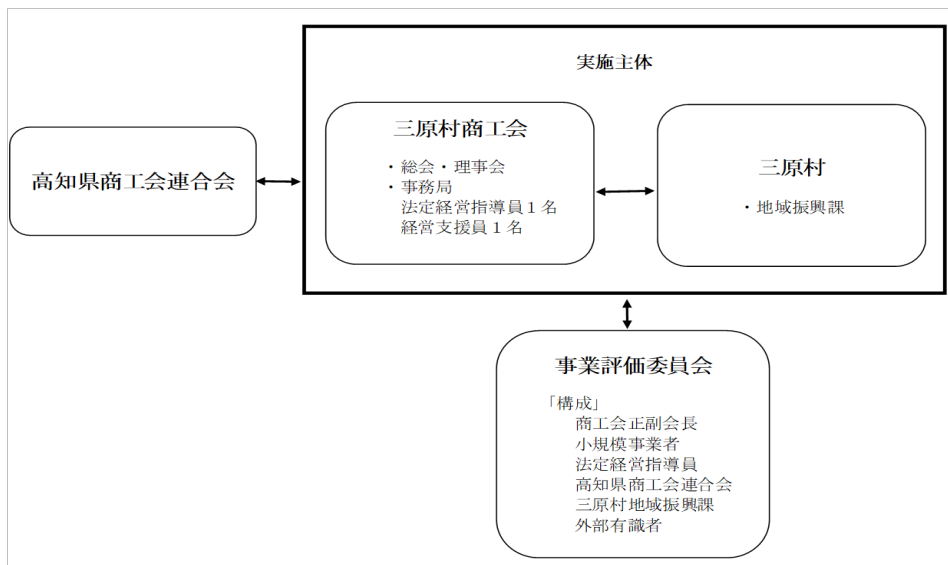
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和3年9月現在)

- (1) 実施体制 (商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制 等)



- (2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏 名：川村 和志

■連絡先：三原村商工会 電話番号：0880-46-2437

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価、見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

- (3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

〒787-0803 高知県幡多郡三原村来栖野479番地

三原村商工会

TEL：0880-46-2437 / FAX：0880-46-2942 E-mail：mihara@kochi-shokokai.jp

②関係市町村

〒787-0803 高知県幡多郡三原村来栖野 346 番地

三原村 地域振興課

TEL：0880-46-2111 / FAX：0880-46-2114 E-mail：shinkou@vill.mihara.lg.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	3, 3 5 0	3, 5 5 0	3, 5 5 0	3, 5 5 0	3, 5 5 0
専門家謝金	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0
セミナー開催費	1 5 0	1 5 0	1 5 0	1 5 0	1 5 0
旅費	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0
展 示 会 等 実 施・出展費	2, 0 0 0	2, 0 0 0	2, 0 0 0	2, 0 0 0	2, 0 0 0
広報費	6 0 0	8 0 0	8 0 0	8 0 0	8 0 0

(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、村補助金、事業委託費、事業者負担金、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