

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	五色町商工会（法人番号 7140005019156） 洲本市（地方公共団体コード 282057）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目 標	経営発達支援事業の目標 伴走型個体支援へのシフトによる小規模事業者の持続的発展に向けた支援 ①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続実現支援 ②地域資源や観光資源の活用による交流人口増加と地域経済の活性化 ③小規模事業者との対話と傾聴を通じた課題設定を伴う事業計画策定と遂行支援、並びにフォローアップの推進 ④労働力確保のための雇用支援策と、創業・第二創業（経営革新）、事業承継推進等による地域活力維持 ⑤展示会・商談会等を活用した販路開拓・事業拡大支援 ⑥関係機関連携及び職員資質向上による伴走型支援体制構築
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 経済動向の調査を行い、データを調査・整理・分析し、特性を把握したうえで事業者支援時の資料として活用する。また新事業への取り組みや販路拡大のために、事業所へ基礎資料を提供し活用を支援する。 4. 需要動向調査に関すること 販路開拓を目指す事業者の取り扱う商品やサービスの新商品開発のための需要動向調査や個人の需要動向調査を実施分析し、事業計画策定に活用することで、効果的な販路開拓に結び付ける。 5. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の持続的発展・課題解決に向け、職員の巡回訪問やセミナーを通じて事業者の経営実態を定量的・定性的に分析し、専門家等と連携して事業計画策定の基礎資料として活用できるよう支援する。 6. 事業計画策定支援に関すること 小規模事業者が経営課題を解決するため、経済動向調査や需要動向調査の結果を踏まえ経営状況の分析結果を活用して専門家と連携した伴走型の指導や助言により、需要を見据えた事業計画の策定、実行、振り返りが自らできるよう支援する。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業者に対し定期的にフォローアップを実施し、進捗状況の確認を行い、必要に応じて事業計画のブラッシュアップや見直しを行う。また事業者に寄り添い、精神的、実務的な支えになることにより、事業計画が適切に実施されることを支援する。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者の販路開拓を支援するため、各種展示会・商談会に参加し、商品や観光資源の知名度向上を図るとともに、地域ブランドとしての価値を高めるための支援を行う。
連 絡 先	五色町商工会 〒656-1301 兵庫県洲本市五色町都志 202 TEL: 0799-33-0450 FAX: 0799-33-1330 E-mail: gosho@themis.ocn.ne.jp 洲本市 産業振興部商工観光課 〒656-8686 兵庫県洲本市本町 3-4-10 TEL: 0799-24-7613 FAX: 0799-23-0978 E-mail: shoukou@city.sumoto.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

- ・ 立地：洲本市は、兵庫県の淡路島の中央部に位置し、五色町地域はその中の西側区域を占め、瀬戸内海に面している。
- ・ 人口：8,609 名（令和 5 年 9 月 30 日時点）
減少に歯止めがかからず少子高齢化も進展している。
- ・ 産業：五色町地域の主たる産業は農業となっており「淡路牛」の産地として、また米はブランドの「鮎原（あいはら）米」の生産地としてそれぞれ有名で、淡路島玉葱の生産も盛んである。
漁業は、ワカメ・海苔の養殖に取り組んでおり、魚介においては瀬戸内の恵まれた環境の中で多種の魚介類が水揚げされている。特にサワラの水揚げは島内随一である。
- ・ 交通：阪神間とは明石海峡大橋を通して接続しており、高速バスまたは自動車ですべて 1 時間の距離である。



- ・ 平成 18 年 2 月の行政合併により、洲本市は洲本商工会議所と五色町商工会の 2 つの経済団体が併存する地域となった。

- ・ 五色町商工会地域の商工業者数、小規模事業者数、及び商工会員数は次表の通りである。

	H30 年	R5 年
商工業者数	306	284
小規模事業者数	254	253
商工会員数	323	328
商工業者に占める小規模事業者数の割合	83.0%	89.0%
会員数に占める小規模事業者数の割合	78.6%	77.1%

(経済センサス及び五色町商工会 独自調査による)

- ・ 洲本市総合計画によれば、洲本市全体の就業者数の推移は、平成 17 年の 24,886 人から令和 2 年には 18,693 人と、15 年間で約 6,000 人減少しており、担い手不足が進んで

いる。

また、観光産業分野では、淡路地域全体の観光入込客数は令和元年まで概ね 1,200 万人の水準を誇っていたが、コロナの影響で令和 2 年には 800 万人台にまで落ち込んだ。



②課題

- ・ 少子高齢化が進む中、今後も労働人口の減少や後継者不足が懸念されるため、雇用対策や事業承継支援の取り組みが求められている。
- ・ 食に恵まれた地域であり、新商品開発や、産地のブランド化等に取り組むことで販路拡大につながる可能性がある。6 次産業化等も組み合わせ、五色町のブランドの PR 等取り組み強化が必要である。
- ・ 消費の町外流出を食い止め、地域全体の沈滞ムードからの脱却と新たな賑わいの創出のため、各個店の経営強化と共に新商品・新サービスの開発や販路開拓事業への積極的な取り組みと、会員ニーズの変化に柔軟に対応できる職員のスキルの向上、「儲かる事業者」の支援、創業・第二創業者及び事業承継支援、地域の特性を活かした商業活性化策等に注力していく必要がある。
- ・ 京阪神からの移動距離が短く、手軽な観光地としての認識が強いことから、観光客のほとんどは日帰り客である。一方、町内にはホテルや旅館、民宿だけでなくオートキャンプ場やログハウスなど多彩な宿泊施設が存在しており、宿泊による滞在期間の拡大や地域資源を活かしたお土産物の開発等に取り組む、域内消費額の増加を図る必要がある。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10 年程度の今後の期間を見据えて

五色町内小規模事業者が顧客の需要や市場環境を勘案した事業目標（収益拡大等）を自ら設定し、その目標達成のために自社の事業計画を策定し、実行に移し改善点を抽出することで改善行動を実施するなど（PDCA サイクルの実現）により、自立した強固な経営基盤構築の実現を支援する。

具体的には五色町の重点産業「特産品販売」、「観光サービス」及び関連産業を含め小規模事業者 25 者を「重点支援先（重点的に伴走支援を行う事業者）」として選定し、その事業者を中心に、「既存事業の活性化」（小規模事業者の売上増）、「後継者不足等によ

る地域事業者の廃業による減少の食い止め」(後継者育成)、「円滑な事業承継」、「新規創業・第二創業の増加と継続」(事業承継・マッチング)等支援を展開していく。

小規模事業者の「収益の拡大」と「強固な経営基盤の構築」を実現し、交流人口の増加や域内消費拡大による地域全体の活性化を視野に入れた、伴走型個者支援業務に取り組む。

②洲本市総合計画との連動性・整合性

洲本市では現在、平成30(2018)年度から令和9(2027)年度までの10年間を計画期間とする「新洲本市総合計画」が策定されており、さらに令和5年3月には、令和5(2023)年度から令和9(2027)年度までの5年間について「後期基本計画」が策定・実行されている。基本計画には、洲本市の目指すべき将来都市像として「豊かな自然とやさしさあふれる暮らし共創都市・洲本」が掲げられ、これを実現していくための基本目標の1つとして「活力を生む産業を育み、元気で健やかに暮らせるまちづくり」が設定されている。基本計画は、基本構想に基づきその実現を図るための基本的施策を体系的に示したもので、「観光の振興」、「商工業の振興」、「地域資源を活かした新産業の創出」、「雇用・勤労者対策の充実」等を定めている。

また、洲本市においては地域産業の振興に資する目的で、企業誘致活動や、近年増加傾向にある「起業・創業」を希望する方向けの補助金制度の継続運用に取り組んでおり、商工会における起業相談者への補助制度紹介等緊密に協力体制を敷いている。

当商工会は、洲本市の基本計画に則り、管区内の小規模事業者が市場動向や需要動向を勘案した事業目標(売上の増加や収益確保)を自ら設定し、その目標達成のために事業計画を策定し、実行に移し改善を実施しながら自立した強固な経営基盤構築の実現を支援する。

選定した重点支援先25者について、「既存事業の活性化」、「円滑な事業承継」、「新規創業・第二創業の増加・継続」、「事業継続のためのBCP策定」等を支援することにより小規模事業者の「収益拡大」と「強固な経営基盤構築」を実現し、交流人口の増加や管区内での消費拡大による地域全体の活性化を視野に入れた、伴走型支援業務に取り組む。

地域経済の活性化を図るには、個者支援と併せて、特色ある地域の魅力や独自性を洲本市内外に打ち出す取り組みも不可欠である。そこで、五色町地域唯一の地域総合経済団体である当商工会が主体性を示し、行政をはじめとする関係者を広く巻き込んで地域経済の活性化に向けた方向性を共有し、地域資源を活用した新商品のブランド化・販路開拓支援による付加価値づくりに取り組んでいく。

③五色町商工会としての役割

商工会は、業種や規模を問わない商工業者で構成される地域経済団体として、地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、あわせて社会一般の福祉の増進に資することを目的として位置づけられており、①政策提言や要望活動等を通じて、国・県・市の政策と地元商工業者を繋ぐパイプ役を務めるほか、②小規模事業者を中心とする中小企業の支援、③行政と連携した地域振興や街づくりなどに取り組まねばならない。

令和5年9月時点で経営指導員2名、経営支援員1名(以下経営指導員等と記載)を配置し、巡回・窓口相談により事業者対応を行なっている。また、その他一般職員を含めた全員で業務を分担し、少なくとも年に2回は全事業所を訪問し、小規模企業施策の周知とともに経営課題等ヒアリングを行なっている。また、小規模事業者持続化補助金等の補助金申請支援や、経営革新認定支援、BCP策定支援等にも力を入れている。

地域の小規模事業者にとって商工会の果たす役割は以前より増しており、小規模事業

者の課題解決支援を通して、最も身近で信頼できる「相談先」としての立ち位置を勝ち得ていく必要がある。

そのためには、事業者の視点に立ち、伴走しながらきめ細やかな対応を行なっていくことができる経営指導員等の養成が不可欠で、資質向上活動はもちろん、外部専門家と連携した、より高度で専門的な指導機能の付加や、情報提供体制の整備なども必要となる。

こうした役割を果たすためには、国、県、市、その他支援機関との連携が不可欠である。連携によって支援機関それぞれの強みを活かすことができ、面的な支援体制を整えることができる。

(3) 経営発達支援計画の目標

伴走型個者支援へとシフトすることで、小規模事業者の持続的発展に向けた支援に取り組むため以下 6 項目を目標と設定し、重点支援先 25 者を中心に伴走型個者支援を徹底的に行う。

- ①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続の実現を支援する。
- ②地域資源（五色町の鮎原（あいはら）米、淡路牛、サワラ等）や観光資源（高田屋嘉兵衛記念館・河上天満宮・ウェルネスパーク五色、アスパ五色等）を活用・周知、並びに豊富な宿泊施設の情報発信に取り組むことで、観光客等交流人口の増加と、滞在型観光の推進・拡大につなげ、管区内での消費拡大による地域経済の活性化を図る。
- ③小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体の持続的発展につなげるため、事業計画策定と計画遂行支援、並びにフォローアップを推進する。
- ④管内の労働力人口確保につながるような雇用マッチング支援策（合同説明会等）の企画、創業・第二創業（経営革新）、事業承継マッチングとしての事業承継・引継ぎセンター等との協力、後継者育成等新事業展開の推進等により、地域活力の維持を図る。
- ⑤展示会・商談会等を活用し、事業者の販路開拓による事業拡大支援に取り組む。
- ⑥関係機関や行政、専門家との連携での事業推進、職員の資質向上による伴走型経営支援体制を構築する。

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) 目標の達成にむけた方針

① 小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続の実現を支援する。

- ・これまでの支援実績を客観的に把握し、小規模事業者のレベルに合った効果的な支援方法を見極め、今後の支援に結び付けていくために、アンケート実施や窓口・巡回での地道なヒアリング等による支援実績事例を収集・集計・分析する。
- ・結果、会員全体の事業レベルと今後の課題を把握することができ、「地域全体の活性化を視野に入れた小規模事業者の個者支援」を重視した伴走型支援に注力することができる。

② 地域資源（五色町の鮎原（あいはら）米、淡路牛、サワラ等）や観光資源（高田屋嘉兵衛記念館・河上天満宮・ウェルネスパーク五色、アスパ五色等）を活用・周知、並びに豊富な宿泊施設の情報発信に取り組むことで、観光客等交流人口の増加と、滞在型観光の推進・拡大につなげ、管区内での消費拡大による地域経済の活性化を図る。

- ・地域資源（農作物、海産物）を活かした特産品の開発や、地産地消の推進など、特産品の地元での消費の推進（地元菓子業者による素材としての使用など）とともに、地域ブランド化を図ることで産業の収益構造を構築し、新たな観光振興にも結び付ける取り組みが可能となる。
- ・また、観光資源（高田屋嘉兵衛記念館、河上天満宮、ウェルネスパーク五色、アスパ五色、五色浜、新都志海水浴場、サンセットライン等）についても、市内回遊モデルコースの創設・提案に取り組み、交流人口増加（洲本市全体の観光入込客数の目標は令和9年度で106万人を設定）を目指す。

③ 小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体の持続的発展につなげるため、事業計画策定と計画遂行支援、並びにフォローアップを推進する。

- ・セミナー開催と、ヒアリングや巡回訪問、各種調査事業から個々の事業者の現状を把握し、情報を蓄積し課題を抽出したうえで、把握している現状と課題から、個々の小規模事業者の持続的発展のための経営計画策定を支援する。
- ・さらにこの事業計画に基づく経営の推進や、新たな需要開拓に向けた新事業展開支援等、小規模事業者の売上増加や利益の確保に向けた計画実行支援と、融資や各種補助金等施策活用を組み合わせ、フォローアップを実行する。
- ・経営計画策定の基礎データとなる各種調査（地域経済動向、需要の把握）を専門家と連携しながら実施し、経営分析や事業計画策定の支援を行うことで、より確実に小規模事業者の意識改革や経営改革に対する意識の高揚を図っていく。
- ・伴走型支援の拠点となるように、商工会にて毎月1日以上専門家と職員が同席のもと、連携して経営相談に当たる「経営何でも相談日」を開設し、有効かつ専門的な課題克服のための伴走型支援体制を敷く。
- ・明確な経営計画の策定と、専門家の導入や支援ツールを共有することで経営支援に対

する業務の効率化を図り、伴走型支援の推進に向けての PDCA サイクルを構築し、小規模事業者の持続的発展のための伴走型支援に取り組む。

④管内の労働力人口確保につながるような雇用マッチング支援策（合同説明会等）の企画、創業・第二創業（経営革新）、事業承継マッチングとしての事業承継・引継ぎセンター等との協力、後継者育成等新事業展開の推進等により、地域活力の維持を図る。

- ・雇用確保問題は淡路地域全体の課題でもあり、求職者と求人事業者をつなぐ「合同説明会」や、事業者向けの採用・人材活用セミナーの企画開催等を連携して行う。
- ・洲本市五色町は、国から産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」の認定を受けており、今後はこの計画に基づき、行政や地元金融機関とともに創業（開業）等支援事業に取り組む。創業のみならず、事業承継や経営革新等に取り組む事業者が相談しやすいよう、創業（第二創業）、事業承継並びに経営革新等のセミナーを開催するとともに、前述の「経営何でも相談日」を活用し、事業者が納得できる計画策定とアフターフォローが提供できる体制を構築する。

⑤展示会・商談会等を活用し、事業者の販路開拓による事業拡大支援に取り組む。

- ・五色町の小規模事業者では、事業所内に販路開拓や新商品開拓を担当する従業員を確保できない事業者がほとんどである。またこれまでの商品の品揃えや販売方法を大きく変換させる必要性を認識していても、そのノウハウや取り組み方法が分からず売上増加や新規市場開拓の機会を大きく逸失している。このため個々のレベルと必要性に応じた支援を行い、展示会や商談会への出展支援を通してユーザー目線でのマーケットインの思考を浸透させ、売上と利益の増加を図る。

⑥関係機関や行政、専門家との連携での事業推進、職員の資質向上による伴走型経営支援体制を構築する。

- ・洲本市、兵庫県淡路県民局、一般社団法人淡路島観光協会（淡路島内の旅館等観光関連事業者で構成され、島内行政等とも連携して島内外での観光 PR 活動等を行う団体）、地元金融機関などと連携し、地域の小規模事業者に寄り添った支援を行い、事業者の持続的発展を図るため、新事業展開を支援する。
- ・また地域住民にも取組を周知し、商工会の重要な位置づけの構築に向けて努力する。
- ・小規模事業者等への個者支援（経営支援）を有効に実施するために、まず商工会役職員の意識改革と能力向上が必要である。これまで税務指導や記帳指導、地域振興事業が中心であった既存の商工会事業を役職員がともに協議したうえで見直しを進め、経営計画策定支援事業をはじめとした「伴走型支援事業」や商工会職員の資質向上に費やす時間を確保する。さらに役員を含めた経営指導員等の勉強会の開催、研修会への参加を積極的に進め役職員の資質向上に取り組む。

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】

- ・事業者が持続的発展を目指すため、事業者に対して地域の経済動向や小規模事業者を取

り巻く経営環境を正しく把握した上で的確な支援を行うため、地域経済や消費動向を把握した基礎資料が必要であるが、コロナの影響に鑑み、必要以上の接触を控えるため調査を実行できなかった。地域経済動向調査を実施、分析等が行えなかったため、基礎資料がなく結果として管内小規模事業者にフィードバックできていない。

- ・自治体、金融機関等関係機関が公表している資料や知り得た調査結果や、地域経済分析システム「RESAS」の情報を積極的に分析・比較検討を行なっておらず、資料提供のみとなっており事業者の経営相談に活用できていないうえ、事業発展に繋げる支援内容にも反映できていなかった。
- ・中小企業庁の委託事業である「中小企業景況調査」を5業種5者（建設・製造、小売、観光飲食、その他サービス）を対象に行い、この調査情報を基に全国商工会連合会が全国ベースでデータを集約・分析し取りまとめ、全国の商工会へフィードバックされたものを基礎資料としているが、具体的分析や比較を行わず資料提供のみにとどまった。

【課題】

- ・今後の事業計画策定や地域経済活性化のための基礎資料として広く活用することができる「五色町地域経済動向調査」（独自調査）を実施し、専門的具体的な分析や調査結果の比較検討・分析を行い、小規模事業者が個々に抱える経営課題を把握し、結果を「会報」やホームページで年1回公表するなど情報提供する必要がある。
- ・行政や関係機関から知り得た調査結果は資料のみの提供を行なっていたため、小規模事業者の経営相談に活用できていないうえ、支援内容にも反映されていない。今後は地域経済分析システム「RESAS」も活用した専門的具体的な分析や調査結果を比較検討・分析し、結果を「見える化」するためホームページ等で年4回情報提供し、小規模事業者の経営支援に活用するなど事業発展に繋げ支援内容に反映するよう改善する必要がある。

（2）目標

	公表方法	現行	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
五色町地域経済動向調査の公表回数	ホームページ掲載	0回	1回	1回	1回	1回	1回
行政等公的機関調査報告書等の公表回数	ホームページ掲載	0回	4回	4回	4回	4回	4回

（3）事業内容

①五色町地域経済動向調査の実施・・・商工会独自で実施する調査

《目的》 地域の経済動向や、小規模事業者を取り巻く経営環境、消費動向等を年1回調査、整理、分析し、その結果をタイムリーな情報として年1回ホームページや会報により管内小規模事業者に広く公表することで、小規模事業者が経営方針を明確にし、経営分析及び事業計画策定に有効活用することができ、結果として売上や利益の増進に繋がるなど経営基盤の強化や事業の持続的発展支援に効果的に繋げるための資料として活用する。

《調査対象》 管内全小規模事業者 253 者

《調査項目》 売上額、仕入額、経常利益、資金繰り、雇用、設備状況、業界動向、景況観、経営課題（後継者問題・経営革新・新事業展開等） 他

《調査手法》 記名式とし、調査票を郵送し、返信用封筒で回収する。さらに後日職員が面談して丁寧に説明し聞き取ることで回収率を上げる。

《調査回数》 年 1 回

《回収目標》 190 者（回収率 75%）以上

回収に際しては職員の巡回や窓口相談時に、調査の目的や活用方法を例示し、記入のしかたや内容についても説明し回収の協力を依頼する。

《分析手法》 商工会職員が、中小企業診断士等の専門家と連携し分析を行う。

②行政等公的機関の調査報告書、金融機関等統計資料などの活用

《目 的》 行政等公的機関が実施する各種統計資料から抽出した調査項目データや、地域経済分析システム「RESAS」も活用し具体的な分析をした結果を、年 4 回ホームページで広く公表する。

小規模事業者が地域の経済・消費動向を把握し、経営分析や事業計画策定に役立てるなど経営基盤の強化となり、事業の持続的発展のための支援に効果的に繋げるための資料としても活用する。

※「RESAS」活用事例

- (1) 観光産業を活性化させるために地域の滞在人口や流動人口のデータから「観光客がどこから集まっているか」「どの観光施設に集客能力があるのか」を分析し、その結果をもとに現在の課題を認識するとともに今後の施策を講じる。
- (2) 中核産業の調査、その産業における収益性や課題を分析し、それらに携わる企業へ利益向上のための提案を行う。
- (3) RESAS 活用については近畿経済産業局の協力・指導も仰ぎ、適切かつ効果的に活用できるよう計らう。

《調査項目》 ㊦中小企業景況調査 (全国商工会連合会調査分析)
㊧兵庫県市区町主要統計指標 (兵庫県統計協会調査分析)
㊨景気動向調査 (日本政策金融公庫調査分析)
㊩淡路信用金庫景況レポート (淡路信用金庫調査分析)
㊪兵庫県の経済・雇用情勢 (兵庫県調査分析)

調査対象(活用する資料)	調査項目(データ抽出分析項目)
㊦中小企業景況調査	業種別売上・資金繰り・採算・業況
㊧兵庫県市区町主要統計指標	賃金・雇用指数・消費者物価
㊨景気動向調査	業種別売上・採算・雇用
㊩淡路信用金庫景況レポート	業種別売上・収益判断・販売価格・資金繰り・雇用・業況
㊪兵庫県の経済・雇用情勢	景気指数・有効求人倍率・賃金・業種概況

㊦～㊪それぞれの資料から上記調査項目データを抽出して公表する。

《調査手法》 各公的機関が実施する調査結果を分析・整理する。

(4) 調査結果の活用

- ・ 地域経済等外部環境を把握することで経営分析を行う際の参考資料とし、合わせて小規模事業者が売上や利益の向上を目指した事業計画を策定する上での売上予測等の根拠(基礎情報)、販路開拓、特産品開発、事業承継、創業・第二創業(経営革新)、個者が対象とする今後の需要予測等、各支援の基礎資料として活用する。
- ・ 事業者の経営計画や事業計画策定への動機付けとして活用する。

- ・分析結果はホームページなどで広く管内事業者の開示提供し、職員の巡回・窓口相談時においてもその結果や活用方法を提案し伴走型支援に活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

- ・小規模事業者の多くは、商品やサービス内容を見直しすることはほとんどせず、従来通りの経営を行っている。また、商品やサービス需要の根拠ある情報源もなく、自社でも需要や市場動向をリサーチできていない。
- ・昨年度まで、展示会・商談会出展時に、限られた商品のみ需要動向調査を実施したが、限られた対象人数での調査しかできず、分析に足る数字を確保できなかった。

【課題】

- ・事業者が消費者ニーズに応じた商品構成、および販売方法販路等を確立するため、また展示会、商談会等において効果的な販路開拓への取組を実施するために必要な情報を提供し、その情報を基に小規模事業者がマーケットインの視点と思考による事業計画の策定、新たな販路開拓、新商品開発、顧客に支持される品揃えやサービスを行えるように繋げていく。
- ・調査項目や分析内容、手段、手法を十分検討し、成果の活用を念頭において調査を実施し、個々の事業者の状況に即した有効な事業計画策定に活かせる需要動向調査や分析に関する情報を提供する。

(2) 目標

	現行	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地域特産品を使った商品の需要動向調査対象事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
②当商工会の重点支援先の需要動向調査対象事業者数	2 者 (上記共通)	23 者	23 者	23 者	23 者	23 者

※②の目標数については、重点支援先 25 者の内、①の対象事業者を除いた数。

(3) 事業内容

①地域特産品を使った商品の需要動向調査

- (調査目的) 地域特産品を使った商品の消費者需要動向を調査し、販売先の検討等の改善活動に資するため、必要なデータを収集、分析、提供する。
- (調査対象者) 大阪にある洲本市アンテナショップ「大阪中之島すもと館」にて実施する「五色町フェア」への来場者。
- (調査項目) ①味 ②硬さ柔らかさ ③色 ④大きさ ⑤匂い ⑥価格
⑦見た目 ⑧パッケージ 等
- (調査手法) 来場者に地域特産品を使った商品を試食してもらい、アンケート用紙に記入してもらい回収する。
- (サンプル数) 来場者 50 名

- (調査結果の活用)
- ・調査結果を分析したうえで分析結果を、商品提供事業者へフィードバックし、商品改善等更なる事業活動の参考資料として活用する。
 - ・商工会は、調査分析した当該事業者の商品等に対する需要動向結果を、具体的な情報として対象事業者へフィードバックし、伴走型個者支援として情報提供する基礎資料として活用する。

②当商工会の重点支援先（25 者の内、①対象者を除く 23 者）の個者の需要動向調査

- (調査目的) 販路開拓や新商品開発、新市場進出を視野に入れている個者に対して、有用な売れ筋商品や最新トレンドを収集、整理分析し、事業計画策定や個者の商品開発、販路開拓に活用可能なデータを収集分析提供する。
- (調査対象) 重点支援先 25 者
 A：主に B to B 事業所（製造業 2 者）
 B：主に B to C 事業所（小売業、飲食業、宿泊業、サービス業合わせて 23 者）
 ※この内、①対象者を除く 23 者を対象とする。
- (調査手法) 調査対象㊦ 事業所（A）が主要取引先 10 者を選定し、商工会職員自らが郵送等の手段においてアンケート調査を実施する。
 調査対象㊧ 職員自らが各事業所（B）へ出向き、直接一般消費者にアンケートを実施。集計後、専門家と連携し整理分析を行う。
- (サンプル数) 調査対象㊦ 1 者につき 10 者
 調査対象㊧ 1 者につき 20 名
- (調査項目) 調査対象㊦ 味やサービスの質 納期 支払方法 仕様
 （量・内容量・見た目・ネーミング・ロット）等
 調査対象㊧ 味やサービスの質 仕様
 （量・内容量・見た目・ネーミング・購買動機・購買頻度 購買理由・購買額・事業所に期待すること）等
- (調査結果の活用)
- ・調査結果を分析したうえで分析結果を当該 23 者にフィードバックし、更なる事業活動の参考資料として活用する。
 - ・事業者は買い手の声を直接把握しニーズや敏感に感じ取り「マーケットイン」の視点から求められる商品サービスに、自社のシーズで応え、従来の勘や経験に頼った商品構成や販売方法から脱却し、データに裏付けられ消費者ニーズに応えた品揃えや販売方法の改善、効果的な販路開拓、展示会出展や、新商品開発に取り組むための参考資料として活用することができる。
 - ・調査分析した当該事業者の商品等に対する需要動向結果を具体的な情報として 23 者へ提供し、伴走型個者支援を実施する際の情報提供基礎資料として活用する。
 - ・調査・分析の結果は、新たな販路や事業拡大機会を事業者が自ら捉える助けとなり、今後は各種補助金活用や資金調達のための事業計画策定の根拠資料として活用できる。また、商工会職員からも、事業者に対して補助金活用や融資案件の掘り起こしに活用することができる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

- ・事業計画策定や経営革新に取り組めず、経営不振から立ち直れない理由は、小規模事業

者が経験や勘に頼った旧来の経営手法を踏襲し、自己の事業実態の把握や「強み」に気づけていないことに原因がある。これを解決に向けて、昨年度まで経営分析セミナーを年 2 回開催してきたが、コロナの影響で参加人数を十分に確保することができないことがあった。

【課題】

- ・経営分析によって自己の事業実態の把握や「強み」を認識することの有用性をこれまで以上に事業者に伝え、セミナー参加希望者の掘り起こしを進める。

(2) 目標

	現行	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セミナー 開催件数	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
②経営分析 事業者数	11 者	11 者	11 者	11 者	11 者	11 者

(3) 事業内容

①経営分析セミナーの開催

売上増や利益拡大を目指す、既存事業を見直したい事業所、後継者育成や事業承継、経営革新、創業者(第二創業)、ビジネスマッチング等を視野に入れている小規模事業者を対象に参加者を募集し、経営分析によって自己の事業実態の把握や「強み」を認識することの有用性や、経営分析の手法、活用方法などを学んでもらい、経営分析に取り組み動機づけの機会とする。

※(重点支援先 25 者に積極的に参加を促す)

②経営分析の内容

【対象者】セミナー参加者の内、過去に経営相談が行われた事業者等で課題が解決できていない小規模事業者、及び重点支援先 25 者を優先的に 11 者選定する。

選定にあたっては、経営分析セミナーの開催時やアンケート実施をはじめ地道な窓口巡回業務のヒアリング、記名式で行った五色町地域経済動向調査の経営課題から経営分析の必要性を勘案する。

【分析項目】定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う

《財務分析》 直近 3 期分の収益性、生産性、安全性及び成長性の分析

《非財務分析》 下記項目について、対話を通じて事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

内部環境	外部環境
・商品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織	・技術、ノウハウ等の知的財産 ・デジタル化、IT 活用の状況 ・事業計画の策定、運用状況 等
	・商圏内の人口、人流 ・競合 ・業界動向 等

【分析手法】選定事業者の状況等に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。

非財務分析については SWOT 分析のフレームを活用し整理する。

(4) 分析結果の活用

分析結果は当該事業者にフィードバックし、個店における商品構成の見直し、既存のサービス提供方法の改善等の基礎資料として提供する。さらに経営カルテで商工会職員がいつでも閲覧できる方法で内部共有し、策定した事業計画に基づく経営の推進、新たな需要開拓に向け新事業展開支援等、小規模事業者の売上増加や利益の確保に向けての実行支援と、融資や補助金等施策活用を含めたフォローアップ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

【現状】

- ・経営革新計画や補助金申請時の限られた小規模事業者の支援メニューで、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していない。
- ・事業計画策定の必要性を感じていても、日々の経営に追われ計画策定に取り組むきっかけがない。さらに経営課題の解消や需要開拓につながる実効性のある個者支援メニューとして活用されていない。
- ・事業計画策定の意義や必要性の理解支援に前向きに取り組めておらず、商工会職員の計画策定に関する情報や作成支援能力にも偏りがある。
- ・これらを解決に向けてため、昨年度までも事業計画策定セミナーを年 1 回開催してきたが、コロナの影響で、参加人数を十分に確保することができないことがあった。

【課題】

- ・事業計画策定の意義や重要性を説いても実質的な行動や意識変化を促せないため、「事業計画策定セミナー」を、開催時期や時間、講師選定、カリキュラムを工夫（業種別、後継者の有無、経営課題別、事業レベル別（創業期・成長期・成熟期）等を加味）し、個々の経営課題の問題解決に対応可能な内容のセミナーとして企画・実施する。
- ・経営分析を実施した小規模事業者に対し、巡回・窓口相談時に事業計画策定の必要性を繰り返し伝え、セミナーへの参加を促し、伴走支援を強化する。

(2) 支援に対する考え方

- ・上記「5. 経営状況の分析に関すること」（p. 10～11）で経営分析を行った事業者の 8 割（年間）の事業計画策定を目指す。
- ・各種補助金申請を契機として事業計画策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、策定支援につなげる。
- ・事業計画策定においては今後進展する DX への対応が不可欠であり、サプライチェーンからの要請にも即応できる実践的な事業計画の策定を支援するため、計画策定前段階に DX 推進セミナーを開催することで、小規模事業者の競争力維持強化を目指す。

(3) 目標

	現行	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
①DX 推進セミナー	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
②事業計画策定セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定事業者数	3 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者

(4) 事業内容

①DX 推進セミナーの開催

- ・ DX に関する意識の醸成や基礎知識習得のため、また実際に DX に向けた IT ツールの導入や WEB サイト構築等の取組を推進していくためのセミナーを開催する。また、事業者の経営課題をデジタル化により解決支援する「みらデジ」についても活用を促しサポートしていく。

《支援対象》 管内事業者のうち、上記 5. の経営分析セミナーに参加した事業者を優先対象とする。

各回 20 名上限とする。

《募集方法》 管内事業者に対し、上記 5. の経営分析セミナーと合わせて開催周知・募集を行う。DX 推進セミナーについては洲本市とも協力（広報紙掲載等）して広く募集することとし、DX 推進のみに興味を示す事業者に対しても経営分析セミナーの受講を促し相乗効果を得る。

《カリキュラム》 ・ DX 総論

・ DX 具体事例の紹介、各種ツールの紹介

・ SNS を中心とした情報発信手法、及び EC サイト利用方法

・ インボイス制度、電子帳簿保存法への対応 等

②経営分析セミナー受講者を対象とした「事業計画策定セミナー」の開催

《支援対象》 上記 5. の経営分析セミナーを受講した 11 事業者

《募集方法》 支援対象 11 社に対し、商工会職員が担当制で個別訪問を実施し参加を呼びかける。

《カリキュラム》 セミナー参加者が、受講後取り組みやすくするため、カリキュラムは業種別・後継者の有無・経営課題別・事業レベル別（創業期・成長期・成熟期等）等工夫し、小規模事業者の抱える個々の経営課題の今後の問題解決に対応可能なカリキュラムでの「事業計画策定セミナー」を企画し、基本指針となる事業計画策定の必要性、重要性を学ぶ。

③事業計画の策定

《支援対象》 事業計画策定セミナーを受講した 11 事業者

《支援手法》 ・ 商工会職員が担当制で支援し、課題に応じて兵庫県商工会連合会の登録専門家「チーフアドバイザー」、兵庫県事業承継・引継ぎ支援センター、兵庫県よろず支援拠点、JETRO 等と連携を図り、精度の高い事業計画書を作成するための個者支援を実施する。
・ 後継者の有無・経営課題別・事業レベル別（創業期・成長期・成熟期等）に層別し、小規模事業者の抱える経営課題や問題を有効かつ現実的に解決へと導く、実現可能性の高い事業計画策定を支援し、必要に応じて外部専門家や関係機関と連携する。

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】

- ・ 当地域の事業者は事業計画策定に取り組む意識が少なく、持続化補助金など補助金確保のための計画書作成がほとんどであった。また、旧来の勘と経験に基づいた場当たりの経

営手法から、策定した事業計画に基づく経営手法へ脱却するよう、事業者の意識変化を促せていなかった。

- ・コロナ期には積極的な訪問が難しい場合もあり、計画策定後や補助事業終了後の経営指導員等による定期的な巡回や細やかなフォローアップが充分実施できなかった。

【課題】

- ・これまでは不定期かつ担当職員の業務進捗に合わせて実施してきたため訪問回数が少なくなる場合があった。今後は訪問回数を定め、事業計画策定者ごとに担当職員を決め、適切な頻度で効果的なフォローアップを実施することで、策定した事業計画に沿った事業遂行を伴走支援する。

(2) 支援に対する考え方

- ・事業計画を策定した事業者の状況や、必要に応じた計画的な巡回訪問計画により、訪問時に事業計画を把握し、分析シート（事業計画と実績の差異、原因分析、経営者の心情などを書き込むシート）を作成するなど、事業計画を策定した事業者の状況や、必要に応じた定期的かつ計画的な巡回訪問計画の策定により、適切な頻度で効果的なフォローアップができる。
- ・事業計画の実施により事業内容が伸びる見込みのある有望案件については、新たな販路開拓や、協力関係構築等の可能性が見込まれる大手企業への橋渡し等、商工会のリソースを活用し更なる事業拡大を後押しできるよう取り組む。

(3) 目標

支援内容	現行	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	—	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
頻度（延回数）	—	32 回	32 回	32 回	32 回	32 回
売上増加 事業者数	—	3 者	4 者	4 者	4 者	4 者
利益率 5%以上 増加の事業者数	—	3 者	4 者	4 者	4 者	4 者

(4) 事業内容

- ・事業計画を策定したすべての事業者を対象に、商工会職員の担当を決め、その職員が主となって巡回・窓口相談により情報を共有しながら、計画的に伴走型個者支援を行う。訪問回数は、四半期に1回の頻度を基本とする。
- ・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される場合には、外部専門家等第三者の視点を必ず投入し、計画とのズレが生じた原因の究明と今後の対応策を検討し、フォローアップ頻度も厚くして計画通りの進捗となるよう支援する。

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

【現状】

- ・小規模事業者は、新規顧客を開拓するためのアプローチ方法やターゲットとすべき顧客の

選定を課題と感じているものの、販路開拓や営業の専任担当者を確保できない事業者も多く、自社や商品、サービスの PR 経験もなく販路開拓事業を苦手として敬遠している事業者が多い。

- ・これまで展示会・商談会への出展支援を行ってきたが、新たな需要開拓相談に対する展示会や商談会への出展等支援について、最新の情報も少なく、小規模事業者にあった商談機会の提供や情報提供支援をすることが困難で、出展前や出展後のフォローアップによる需要開拓への支援ができていなかった。
- ・五色町地域にはブランド力のある地域資源（淡路牛、鮎原（あいはら）米、サワラ等）や観光資源（高田屋嘉兵衛記念館、ウェルネスパーク五色、アスパ五色等）があるが、ブランド力やネームバリューを有効に活用できていなかった。

【課題】

- ・需要の創造や掘り起こし等新規販路開拓や市場並びに顧客獲得を目的とする商談機会の最新情報を入手し、機会を必要としている小規模事業者へ情報を提供し、新たな需要の拡大に向けての取組を支援していく。
- ・展示会出展前と出展後のフォローアップが不十分であったため、今後は商工会職員と専門家が連携し、出展中のサポートや SNS 等を活用した情報発信力向上の取組等で商談の成功確率も高め、さらに EC サイト活用等に展開していけるよう、IT を通じた販路開拓も積極的に織り込んだ事業計画策定と計画実現に向けた支援が必要である。
- ・五色町地域のブランド力のある地域資源（淡路牛、鮎原（あいはら）米、サワラ等）を使った商品開発や、集客が見込める観光資源（高田屋嘉兵衛記念館、ウェルネスパーク五色、アスパ五色等）の情報発信等、事業者個々では活用が難しい場合があり、商工会のネットワークを活用した支援が必要である。

（２）支援に対する考え方

- ・経営分析や、事業計画策定支援を行なった意欲ある食品加工事業者を重点的に支援する。
- ・多様な顧客ニーズに合った商品・サービスを提供・発信する機会を増大させるための商談会・展示会等の出展支援、アンテナショップ等拠点の活用（「五色町フェア」：洲本市が大阪市内に出店している既存のアンテナショップを活用した B to C 事業）やネット販売など、IT を活用した販路開拓の支援を行う等、事業者の販路開拓を支援する。
- ・展示会を自前で開催するのは困難なため、「FOOD STYLE Japan（東京）」、「FABEX 関西（大阪）」等既存の展示会へ出展支援する。出展にあたっては商工会職員が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中も陳列や接客等きめ細かく伴走支援を行い、成果が高まる取り組みを行う。
- ・販路開拓のための DX 推進支援のため、顧客管理、SNS 等による情報発信、EC サイト活用等をテーマとしたセミナーの開催等を行い、更なる需要開拓を促す取り組みを行う。

* 展示会・商談会への出展サポート

- ・商談成立件数を増やすための取り組みをアドバイスする。出展前に行うべき準備と、商談成立後に行なうべきこと、出展中商談中対応について、セミナーの開催や他の支援機関が開催するセミナーへの参加を促し、専門家派遣等も活用しながら具体的なアドバイスを個別事業者のレベルに応じて行なう。
- ・ミラサポ、(公財)ひょうご産業活性化センター、兵庫県中小企業団体中央会等との連携を密にし、開催情報を積極的に取得し小規模事業者へ情報を提供する。

ア. 出展前

- ・ 自社や自社商品に興味、関心を抱いてもらえる商品の展示方法、FCP 展示会商談会シート等説明資料の作成手法、プレゼン手法について専門家派遣等を活用してアドバイスする。準備や本番の体制についても、職員が可能な限りサポートし、出展事業者がより多くの商談機会を得られるよう支援していく。
- ・ 出展が単なる商品やサービスの羅列になることのないよう、出展に備え、展示方法やプレゼンテーション手法などを必要に応じて専門家相談等も活用し個別に支援する。

イ. 出展後

- ・ 単なる参加型で終わることのないよう取引を実現させ、今後の持続的な取引に繋げていく方法について、IT 活用を含め専門家等の意見も活用して支援していく。小規模事業者自らが取引につながる成立確率の高い商談を行える・取引先を開拓できる資質と自信を身につける。

(3) 目標

	現行	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
①FOOD STYLE Japan、 FABEX 関西 出展事業者数	延べ 2 者	延べ 2 者	延べ 2 者	延べ 2 者	延べ 2 者	延べ 2 者
成約件数／者	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
②五色町フェア 参加事業者数	16 者	16 者	16 者	16 者	16 者	16 者
売上額／者	—	15 万円	15 万円	15 万円	15 万円	15 万円
③SNS 活用事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%
④EC サイト 活用事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①FOOD STYLE Japan、FABEX 関西 (B to B) 展示会出展事業

新たな取引先の開拓を目指す事業者が多く来場する展示会 (FOOD STYLE Japan、FABEX 関西等) を選定し、販路開拓や新規取引獲得を希望する、事業計画策定事業者を優先的に出展させ、新たな需要開拓活動を支援する。

※ 既存の展示会へ、2 者の出展を目指す。

★出展を検討している展示会と詳細

(R4 年度実績より)

展示会・商談会名	開催地	対象業種	入場者	開催時期
FOOD STYLE Japan	東京都	食品流通・販売業者	32,825 人	9 月
FABEX 関西	大阪府	新規客獲得、自社製品アピール、販路拡大、認知度アップを狙う事業者	27,079 人	10 月

②五色町フェア (B to C) 展示会・即売会・洲本市アンテナショップ出展事業

洲本市アンテナショップ「大阪中之島すもと館」での展示即売、各種イベントへの参加による販売促進活動で認知度の向上と新たな需要と販路の拡大の取り組みを行う。

※ 洲本市アンテナショップへ 16 者の参加を目指す。

③SNS 活用事業 (B to B)、(B to C)

現状の顧客が近隣商圈内に限られている事業者を対象に、より遠方の顧客を取り込むため、取り組みやすい SNS を活用した宣伝効果向上のための支援を、講習会や個別相談形式により行う。新たに SNS を活用した宣伝活動に取り組む事業者 5 者の支援を目指す。

④EC サイト活用事業 (B to B)、(B to C)

e コマース（電子取引）は、実店舗を構えて商品を販売する従来の商取引と比べて維持コストが少なく、地方の事業者でも比較的簡単に売買を行えるメリットがあり、パソコンやスマホ、タブレットなどのデバイスから簡単に注文を行うことができ、急速に発展している。IT に不慣れな事業者 3 者を目標に、IT 活用のメリット・デメリットを踏まえた支援を実施する。また、淡路島外の一般消費者が淡路島の地域資源や観光資源を調べる際に訪れる「淡路島観光協会ホームページ」等へのバナー掲示を支援することにより、情報発信効果を高める。

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】

経営発達支援計画を評価するための「事業検証委員会」を設置しているが、コロナの影響を考慮し、実施できなかった。

【課題】

コロナのような事態が発生しても検証・評価ができるような体制をとり、2 期目の経営発達支援計画の効果的実施のため、定期的に事業の評価と見直しを実施する仕組みを構築する。

(2) 事業内容

《頻度》 毎年度 1 回定期的に実施する。

本事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

①職員による事業進捗度評価

チェックリストを作成し、全職員による進捗度の評価を行い、事業検証委員会への報告資料を作成する。

②事業検証委員会による事業評価を定期的（半期ごと）に行う。

・ 事業検証委員会のメンバー構成

洲本市産業振興部商工観光課長

中小企業診断士（外部有識者）

法定経営指導員

・ 評価は支援を受けた小規模事業者に対し、アンケートを実施する。

・事業検証委員会は、職員による事業進捗度評価の報告①と小規模事業者からのアンケート結果をもとに評価を行ない、見直し案を検討報告する。

③正副会長会での見直し案の決定

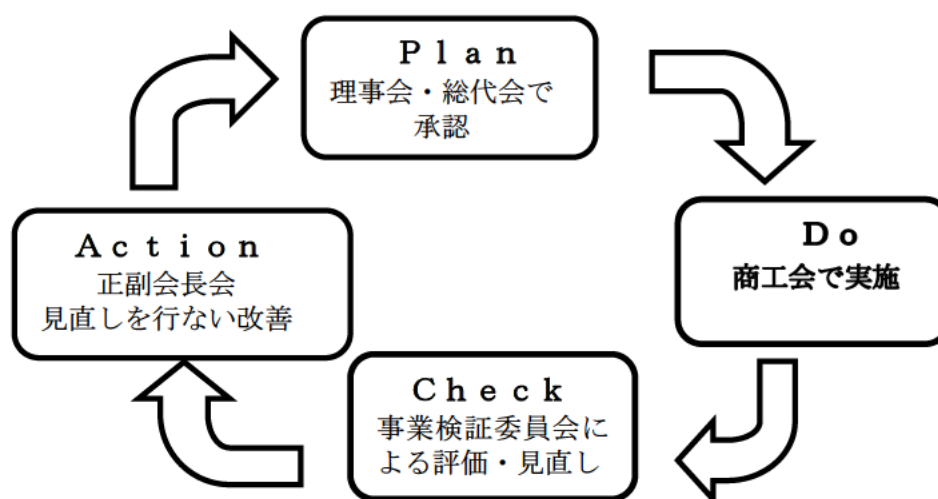
事業検証委員会より報告を受け、見直し案を決定する。

④理事会で事業の成果・評価・見直し案を報告し、承認を受ける。

⑤総代会に報告し、承認を受ける。

⑥事業の成果・評価・見直しについては、商工会事務所に常時備え付ける他、ホームページ (<https://www.goshiki-awaji.org/>) で年 1 回掲載し、管内小規模事業者が閲覧可能な状態にする。

【経営発達支援計画のPDCA図示】



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】

- ・兵庫県商工会連合会の主催する必須研修は受講しているものの、その他の研修や研修後の職員同士の情報交換や資質向上に対する取り組みは不十分であった。
- ・個々の情報収集と知識習得にとどまっており、職員間での知識等の共有が図られず、小規模事業者への支援能力が構築されていない。

【課題】

- ・経営指導員だけでなく他の職員も含めた商工会職員全体の能力向上のため、個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織として共有するために外部講習会にも積極的に参加する。専門家の活用、OJTの実施、定期的なミーティングによる職員間の情報共有等により、組織全体としての支援能力の向上を図る。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援力向上セミナー】

中小企業庁が主催する「経営指導員研修」および兵庫県商工会連合会主催の「経営支援力向上セミナー」に対し、計画的に商工会職員を派遣する。また、職員の能力に

補完が必要と思われるときは、近畿経済産業局主催のオンラインセミナー等への参加も促す。

【事業計画策定セミナー】

今後、小規模事業者が事業計画に基づく経営を推進し、商工会が小規模事業者の新たな需要に向けた新事業展開を支援し、売上の増加や利益の確保に役立つ伴走型個者支援を実施するためには、管内小規模事業者の事業計画策定件数の増加と、そのための経営分析能力向上のため、中小企業大学校関西校及び他校が実施する「事業計画策定セミナー」へ参加し、支援能力の向上を図る。

【DX 推進に向けた支援力向上セミナー】

事業者の DX 推進への対応は喫緊の課題であり、全職員が支援力を向上させておく必要がある。また、DX 推進については事業者のニーズに合わせた分野（業務効率化、需要開拓等）ごとに計画的に習得を進めることが重要であり、「みらデジ」サイトを活用し、DX 分野の経営課題を見える化することで効果的な支援につなげる。

②OJT 制度の導入

- ・ 経験の豊富な経営指導員と一般職員が巡回訪問や窓口相談での同席の機会をつくり、経営支援の手法を学び、またベテラン職員もスキルに満足することなく常に支援スキルの向上を目指すことができる。
- ・ 専門家派遣により課題解決や計画策定の場に職員が同席することにより、支援ノウハウを吸収し、今後の小規模事業者の支援に役立てることができる。さらに他の職員に内容、実績等を報告し情報を共有することによって資質の向上を図ることができる。

③職員間の定期ミーティングの開催

- ・ 月 1 回定期的に業務報告会を開催し、職員が順番で進行役を務め、参加した研修で修得した内容を発表する。
普段の支援業務で思ったこと、気づいたことや疑問点、失敗談や経営支援の基礎から話の引き出し術に至るまで、意見交換等を行うことで職員間の情報共有と支援能力の向上が図れる。
- ・ 週 1 回月曜日に開催している朝礼の中で、支援に関する情報共有活動も一緒に行い、今取り組んでいる事業者支援の内容についてブラッシュアップにつなげ、更に職員相互のレベルアップにもつなげる。

④データベース化

- ・ 経営指導員等が習得した支援ノウハウ、巡回及び窓口対応時の事業者との相談指導記録、支援状況、事業者の経営状況分析結果等を基幹システム上の経営カルテに適時・適切にデータ入力を行い、支援中の小規模事業者の状況を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定以上の対応ができるよう整備する。

1.1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

（１）現状と課題

【現状】

- ①淡路島内の南あわじ市商工会、淡路市商工会、洲本商工会議所と月 1 回程度「ネットワーク連携会議」を開催し、セミナー情報等について共有を図ってきた。しかし、小規模

事業者の情報交換などは行っていない。

②洲本市や五色町地域内金融機関との連携も行っていない。

【課題】

- ①ネットワーク連携会議で小規模事業者への支援事例や支援事業などを紹介・共有できる場とする。支援対策のための情報共有や対策を講じるために、洲本市及び洲本商工会議所との定期的な連絡会議を設置する必要がある。
- ②地域内の小規模事業者支援のためには、地域金融機関である淡路信用金庫都志支店、淡陽信用組合都志支店とも情報共有を行う場が必要である。

(2) 事業内容

①ネットワーク連携会議（月1回程度開催）

★構成：南あわじ市商工会、淡路市商工会、洲本商工会議所

- 1) 各商工会が取り組む研修会や相談会及び地域活性化事業について情報を共有。
- 2) 小規模事業者の支援事例や、支援事業の内容や参加者の評価情報を話し合う場により、支援機関としてのノウハウを共有。
- 3) 各商工会が、小規模事業者の情報を持ち寄り、“ネタ”探しをすることにより事業マッチングにつなげる。

②洲本市地域経済対策会議（仮称）（年3回程度開催）

★構成：洲本市・洲本商工会議所

- 1) 地域小規模事業者の支援のために、洲本市及び洲本商工会議所と定期的な会議を提案し、地域の問題点や、支援事業の内容等の共有を図り、解決に向けて支援策について連携していく。
- 2) 洲本市のPR事業や特産品の販路開拓事業などは共同で行う。

③地域金融機関連絡会議（仮称）（年2回程度開催）

★構成：淡路信用金庫都志支店、淡陽信用金庫都志支店

- 1) 管内の景況や、顧客ニーズについて情報交換を行ない、事業者の事業計画策定後の経営安定化に向けた資金需要に対しての金融支援等について情報交換を密にして、解決に向けて連携を図る。
- 2) 小規模事業者の抱えている情報を共有し、その情報を基に開催するセミナー等の内容を決定し、そのセミナーを金融機関の顧客に対して案内する。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1.2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当商工会はこれまで、特産品開発や販路開拓観光分野等での地域づくりのための取り組みを支援し地域の活力の増進を実施するために「高田屋嘉兵衛まつり」、「ごしき青空市」、「へその市」等地域振興イベントへの参画・協賛や、「五色フォトコンテスト」等後継者育成のための振興事業支援、「100円商店街」等商店街活性化事業を行ってきた経緯がある。

しかし、開催資金の不足や人的労力の不足などで持続性に乏しく、一過性のイベント色が強い。

【課題】

行政等関係機関（兵庫県（淡路県民局）、洲本市、淡路島観光協会、農協、漁協、高田屋嘉兵衛顕彰会、地域金融機関等）と連携を強化し情報共有を進めることにより「地域活性化効果の高い事業」を選択して連携していく必要がある。また、当地域では「ウェルネスパーク五色」が観光の拠点で、「アスパ五色」がスポーツ振興の拠点となっており、これらの施設を中心に交流人口の増加を図る。

（２）事業内容

①交流人口増加の取組

- 1) 洲本市、淡路島観光協会、農協、漁協、一般財団法人五色ふるさと振興公社と連携し、東京・名古屋・京都・大阪・神戸・岡山・高松等を対象に観光キャンペーンを実施し、地元産品や観光イベント、体験ツアー等の観光コンテンツ、及びスポーツ振興施設等のPR活動を行ない、観光入込客の増加を図る。
- 2) 神戸淡路鳴門自動車道の、五色町地域として最も近い「淡路島中央インター」の利便性を活かせるイベントの開催等により交流人口増加の取り組みを進める。

②地域の魅力発信の取組

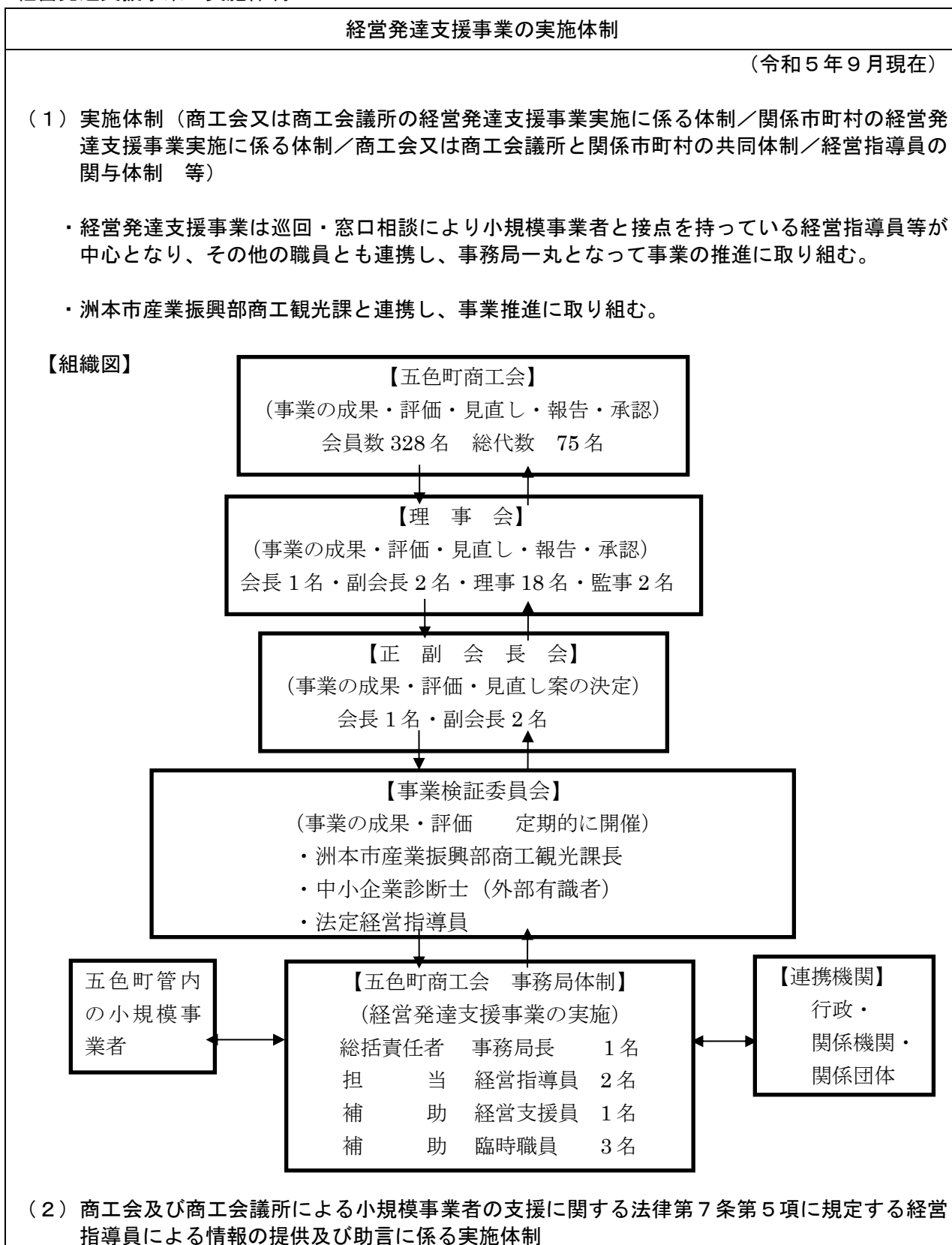
- 1) アスパ五色やウェルネスパーク五色と連携し、スポーツ合宿（サッカー場、野球場、体育館を備える）などの誘致活動を行うことで交流人口の増加を図る。
- 2) 高田屋嘉兵衛まつり・へその市等イベントを観光イベントとしてPRを実施し、島外の観光客を呼び込み、観光業の振興につなげる。イベント開催に際しては、商工会女性部による企画立案・実行により、地域に根差した魅力発信につなげる。

③物産展の開催・参加による特産品販売

- 1) 町内開催イベント（高田屋嘉兵衛まつり・へその市）やスポーツ大会（アスパ五色で開催されるスポーツ大会）時に、サワラ等五色町特産の「淡路・五色ブランド」をPRするための物産展を同時開催し、島外からの観光客・イベント参加者に五色の特産品の素晴らしさを知ってもらう。
- 2) 各地で開催される「特産品フェア」等に参加し、五色町の特産品ならではの良さをPRし、誘客の動機づけとする。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



①法定経営指導員の氏名、連絡先

氏 名：川野 正統

連絡先：五色町商工会 TEL：0799-33-0450

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、関係市町村連絡先

①商工会

〒656-1301 兵庫県洲本市五色町都志 202

五色町商工会

TEL：0799-33-0450／FAX：0799-33-1330 E-mail：gosho@themis.ocn.ne.jp

②関係市町村

〒656-8686 兵庫県洲本市本町 3-4-10

洲本市役所 産業振興部商工観光課

TEL：0799-24-7613／FAX：0799-23-0978 E-mail：shoukou@city.sumoto.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 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	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
地域の経済動 向調査費	500	500	500	500	500
経営分析・需 要動向調査費	300	300	300	300	300
事業計画策 定・実施支援	500	500	500	500	500
展示会開催	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
地域活性化対 策費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
事業検証委員 会開催費	200	200	200	200	200

(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、兵庫県補助金、洲本市補助金、会費収入、手数料収入、参加者負担金

(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		
名称	代表者名	住所
淡路信用金庫 都志支店	安田 明充	洲本市五色町都志 171 番地 3
淡陽信用組合 都志支店	谷田 真吾	洲本市五色町都志 276 番地 9
連携して実施する事業の内容		
3. 地域の経済動向調査に関すること 情報共有、独自調査レポートの共有と発信 11. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること 地域小規模事業者の情報共有と連携		
連携して事業を実施する者の役割		
情報共有、情報交換、事業の共同開催、金融相談・融資斡旋		
名称	役割	
淡路信用金庫 都志支店	独自調査レポートの共有 地域小規模事業者の情報共有と連携 金融相談・融資斡旋	
淡陽信用組合 都志支店		
連携体制図等		
五色町商工会 ↔ 連 携 ・ 淡路信用金庫都志支店 ・ 淡陽信用組合都志支店 ・ 独自調査レポートの共有 ・ 地域小規模事業者の情報共有と連携 ・ 金融相談・融資斡旋		