

経営発達支援計画の概要

実施者名	奥出雲町商工会（法人番号 5280005006464） 奥出雲町（地方公共団体コード 323438）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日（5年間）
目 標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>これまでの取組みの反省と管内の現状と課題等を踏まえた上で、支援対象とする事業者とその目指すべき将来像等を明確化させると共に具体的かつ実行可能な目標を掲げ、小規模事業者の持続的発展による地域経済の維持、発展を目指す。</p> <p>(1) 自社の強みを活かした事業計画策定及び実施支援による経営基盤の強化と持続的発展に関する支援</p> <p>(2) 地域資源等を活用した地場産品製造業を中心とした商品開発及び改良と販路開拓に関する支援</p> <p>(3) 飲食関連事業者の商品サービスの質的向上による経営力強化と販路開拓に関する支援</p> <p>(4) 創業支援と事業承継の推進による小規模事業者数の維持及び減少抑制に関する支援</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>(1) 国が提供するビッグデータ「RESAS（地域経済分析システム）」の活用</p> <p>(2) 他機関が実施した各種調査、統計データ等の活用</p> <p>2. 需要動向調査に関すること</p> <p>(1) 個社の商品サービスの市場調査</p> <p>(2) 観光客等を対象とした需要動向調査</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること</p> <p>(1) 経営分析対象事業所の掘り起こし活動</p> <p>(2) 経営分析の実施と活用（ローカルブランド等の活用、定量及び定性分析）</p> <p>4. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>(1) 専門家を活用した事業計画策定支援</p> <p>(2) 事業計画策定セミナー、個別相談会、DX推進セミナーの開催</p> <p>(3) 関係支援機関との共催による事業承継セミナー等の開催</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>(1) 専門家を活用した継続的かつ定期的なフォローアップ支援</p> <p>(2) 事業者ごとの計画進捗管理と売上、利益率等の計数管理と追加支援</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</p> <p>(1) ホームページ作成、IT技術（SNS等）の利活用、DX推進支援</p> <p>(2) 販促ツール（ギフトカタログ等）の作成、販路開拓に関するセミナーの開催</p> <p>(3) 展示会、商談会への出展支援（BtoB、BtoC）</p>
連絡先	<p>奥出雲町商工会 本所 〒699-1511 島根県仁多郡奥出雲町三成 324-15 TEL0854-54-0158 Fax0854-54-0169 mail: oku-izumo@shoko-shimane.or.jp</p> <p>奥出雲町 定住産業課 〒699-1511 島根県仁多郡奥出雲町三成 358-1 TEL0854-54-2524 Fax0854-54-0052 mail: teisan@town.okuizumo.shimane.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. 経営発達支援計画の目標

(1) 地域の現状及び課題

①地域の現状

■奥出雲町の概要

奥出雲町は、今から約1300年前に編纂された「出雲国風土記」に良質な鉄の産地と記され、たたら製鉄の砂鉄採取のために切り崩された山々は荒廃することなく次々と豊潤な棚田に姿を変えた。先人たちの営みにより創り出された原風景は、自然環境と共生し、永続的に循環させるという、人と自然が織りなす景観となり、平成26年3月には「奥出雲たたら製鉄及び棚田の文化的景観」として国の重要文化的景観に選定された。



また、たたら製鉄によって稲作、和牛飼養、椎茸、蕎麦栽培等の農林畜産業が生み出されており、これらが有機的に結びついた循環型農業の営まれる地域として「たたら製鉄に由来する奥出雲の資源循環型農業」が平成31年2月に「日本農業遺産」に認定された。令和3年2月には世界遺産の国内候補として承認され、認定を目指している。

■奥出雲町の立地

島根県仁多郡奥出雲町は、平成17年3月に仁多町(旧)、横田町(旧)の2町合併により誕生した町で、島根県の南東部、斐伊川の上流にあり、北西部は島根県雲南市、南部は広島県庄原市、東部は島根県安来市、鳥取県日南町に接している。県庁所在地である松江市からは約43kmの距離にあり、東西27.2km、南北20.9km、総面積368.01km²の町である。



地形的には、中国山地の連なる中山間地域にあり、全面積の83.7%を山林が占めている。中央を流れる一級河川斐伊川と阿井川、大馬木川などの流域で農林畜産業が営まれ、集落が点在している。

県境部の猿政山、吾妻山、烏帽子山など1,200mを超える峰に囲まれ、平坦部と高所では約1,000mの標高差がある。このため、近年10年間の年間平均気温は12℃程度、年間降水量は1,800mmで、夏は比較的過ごしやすく、冬は寒さが厳しい山陰の代表的な内陸型の気候となっている。

奥出雲町商工会は、平成19年4月に仁多町商工会(旧)、横田町商工会(旧)の2商工会が合併したことにより、奥出雲町全体が管内となり管内小規模事業者の支援を展開している。

■奥出雲町の人口

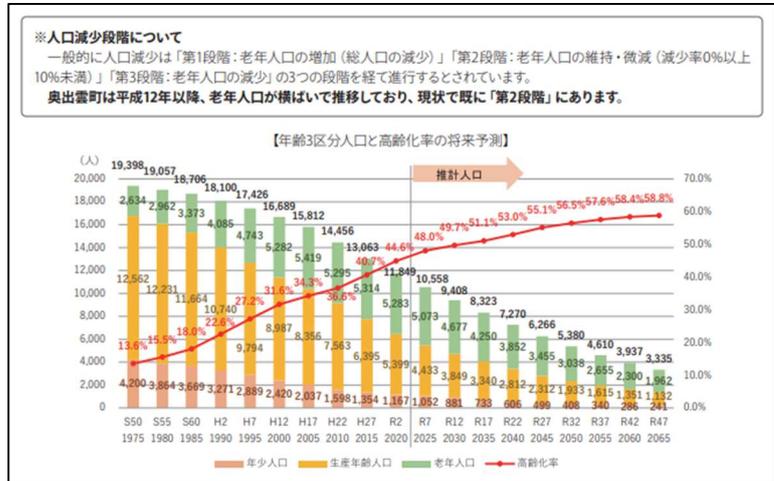
(1)人口推計

奥出雲町の統計によると令和6年4月末時点の奥出雲町の人口は11,240人である。「国立社会保障・人口問題研究所」の平成30(2018)年推計によると、奥出雲町の人口は令和2(2020)年以降も減少を続け、令和22(2040)年には7,270人(対2015年比44.3%減)に、令和42(2060)年には、3,937人(対2015年比66.9%減)になると推計されている。

年齢3区分人口を見ると、平成27(2015)年の人口と比較し、令和22年には年少人口と生産年齢人口は50%強減少し、606人と2,812人に、老年人口は30%減の3,852人になると推計され、高齢化率は53.0%と予想される。

また、令和42年にはさらに減少が進み、年少人口と生産年齢人口は80%強減少し、286人と1,351人に、老年人口は60%減の2,300人に、高齢化率は58.4%になると推計されている。

人口減少の段階を見ると、総人口、年少人口、生産年齢人口は一貫して減少、老年人口も令和7(2025)年から減少に転じ、奥出雲町の人口減少は、年少人口、生産年齢人口に加えて、老年人口も減少する「第3段階」に移行していくことが予想される。



(出典：第2次奥出雲町総合計画)

(2)人口動向

自然動態では、昭和50(1975)年から平成2(1990)年までは出生数が死亡数を上回る自然増の状態であったが、平成2年以降、死亡数が出生率を上回る自然減に転じ、平成17(2005)年まで徐々に自然減の減少幅が大きくなってきた。平成22(2010)年以降は自然減170人前後で推移している。

社会動態は、転入転出ともに昭和50年代には800人前後であったが、人口規模の縮小に伴い転入も減少し、令和1(2019)年には、転入284人、転出366人となり、近年はマイナス100人前後で推移している。



(※出典：島根県人口移動調査)

②地域の課題

■地域経済の現状と課題

(1)人口推移

管内の人口推移について、令和5年度で11,472人(仁多地域6,086人、横田地域5,386人)であり、令和元年度と比較して1,129人(▲9.0%)減少している。地域別に見ても、仁多地域で586人(▲8.8%)減少、横田地域で543人(▲9.2%)の減少となっている。

2 地域全体の平均高齢化率についてみると、令和5年度で46.6%(仁多地域44.1%、横田地域49.2%)であり、令和元年度と比較して3.4%増加している。地域別に見ても、仁多地域で2.5%増加、横田地域で4.3%増加(令和元年度比)となっている。

人口減少や高齢化率の上昇が地域の将来に与える影響として、域内市場及び消費需要の縮小、生産年齢人口の減少、地域の人材及び人出不足、生活支援機能の低下、地域コミュニティ機能の低下等があげられ、地域産業振興とともに地域の維持、存続が大きな課題といえる。

【地域及び地区別人口推移】

(単位：人)

地域	地区	項目	令和1年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	比較 (R5/R1)
仁多地域	三成	人口	2,114	2,079	2,050	1,999	1,940	-8.2%
		高齢化率	37.2%	37.0%	36.9%	37.1%	37.2%	0.0%
	阿井	人口	1,518	1,506	1,452	1,433	1,382	-9.0%
		高齢化率	44.2%	44.9%	45.1%	45.7%	45.8%	1.6%
	亀嵩	人口	1,185	1,161	1,135	1,083	1,063	-10.3%
		高齢化率	45.6%	46.3%	47.2%	48.2%	48.7%	3.1%
	布勢	人口	1,215	1,196	1,171	1,146	1,116	-8.1%
		高齢化率	40.4%	41.6%	43.6%	44.2%	44.3%	3.9%
	三沢	人口	640	625	612	589	585	-8.6%
		高齢化率	40.0%	40.6%	42.5%	43.5%	44.1%	4.1%
小計	人口	6,672	6,567	6,420	6,250	6,086	-8.8%	
	平均高齢化率	41.5%	42.1%	43.1%	43.7%	44.0%	2.5%	
横田地域	横田	人口	2,542	2,501	2,462	2,407	2,354	-7.4%
		高齢化率	43.7%	44.2%	45.0%	45.5%	47.0%	3.3%
	八川	人口	1,339	1,296	1,274	1,249	1,216	-9.2%
		高齢化率	44.5%	46.5%	47.1%	48.1%	48.7%	4.2%
	鳥上	人口	855	838	814	786	760	-11.1%
		高齢化率	46.2%	47.6%	49.0%	50.3%	52.5%	6.3%
	馬木	人口	1,193	1,159	1,128	1,086	1,056	-11.5%
		高齢化率	45.1%	46.3%	46.4%	47.0%	48.6%	3.5%
	小計	人口	5,929	5,794	5,678	5,528	5,386	-9.2%
		平均高齢化率	44.9%	46.2%	46.9%	47.7%	49.2%	4.3%
合計	人口	12,601	12,361	12,098	11,778	11,472	-9.0%	
	平均高齢化率	43.2%	44.1%	45.0%	45.7%	46.6%	3.4%	

(※出典：しまねの郷づくり応援サイト)

(2) 商工業者数及び小規模事業者の推移

管内の商工業者数・小規模事業者数について奥出雲町商工会小規模事業者数の明細書によると令和6年4月1日現在の商工業者数574人、小規模事業者数508人となっており、この5年間で商工業者数50者(▲8.0%)の減少、小規模事業者数58者(▲10.2%)の減少となっている。

小規模事業者の業種別割合をみると、建設業30%、製造業16%、卸小売業20%、サービス業26%、その他業種8%となっており、建設業、卸小売業、サービス業の割合が多い地域である。

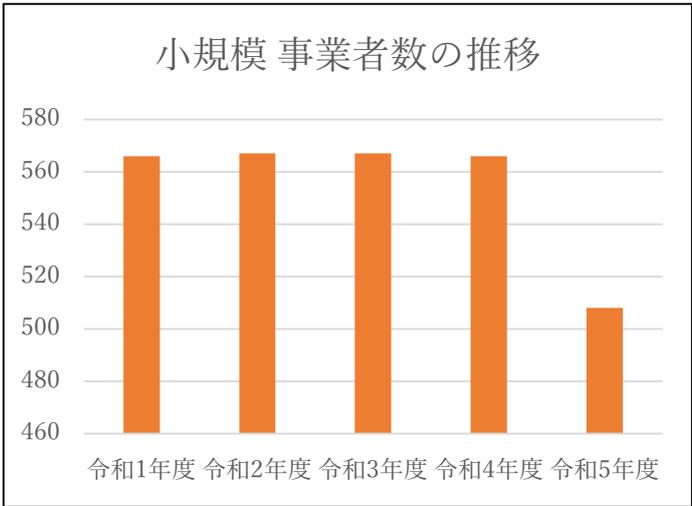
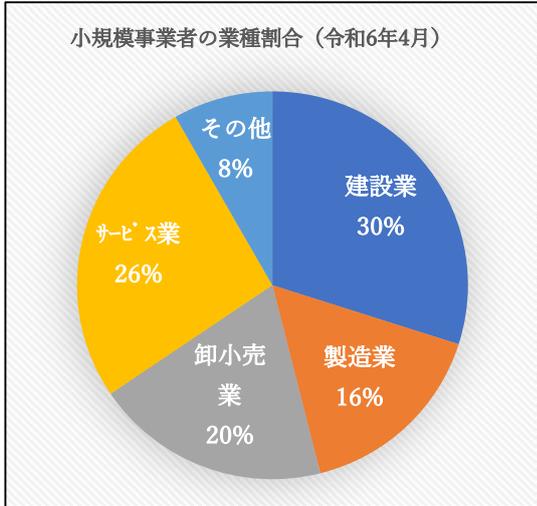
下記表データからも当地域における業種割合の多い卸小売業の減少が顕著となっており、地域の維持存続のためには、地域経済、地域住民の生活機能維持を支えている小規模事業者数の維持、減少抑制についての早急な対策をはかることが課題といえる。

【管内の商工業者数及び小規模事業者の推移】

(単位：人)

年度	商工業者数	小規模事業者数	小規模事業者数(業種別)					法定会員数
			建設業	製造業	卸小売業	サービス業	その他	
令和1年度	624	566	159	97	132	133	45	422
令和2年度	625	567	161	98	128	134	46	417
令和3年度	625	567	161	98	128	134	46	417
令和4年度	624	566	157	99	127	135	48	414
令和5年度	574	508	152	82	99	133	42	385
比較(R5/R1)	-8.0%	-10.2%	-4.4%	-15.5%	-25.0%	0.0%	-6.7%	-8.8%

(※奥出雲町商工会 管内の商工業者数及び小規模事業者数)



(※出典：奥出雲町商工会 小規模事業者数の明細書)

(3) 開業及び廃業の状況

管内の開業・廃業の状況について奥出雲町商工会の地元企業の動向によると、令和元年度から令和5年度までの5年間で、開業16者、廃業81者となっており、廃業の増加が顕著となっている。

開業についてはサービス業が多く、廃業については卸小売業が一番多くなっており、廃業の増加によって事業者数の減少に拍車がかかっていると思われる。原因としては、経営者の高齢化と後継者不在によるものが大半であり、創業支援と事業承継の推進をはかることにより小規模事業者数の維持、減少抑制をはかることが課題といえる。

【管内の開業及び廃業推移】

(単位：人)

年度	開業者数（業種別）						廃業者数（業種別）					
	建設業	製造業	卸小売業	サービス業	その他	合計	建設業	製造業	卸小売業	サービス業	その他	合計
令和1年度	1			1		2	5	2	5	8	0	20
令和2年度				1		1	1	2	6	4	1	14
令和3年度				1		1	1	2	6	4	1	14
令和4年度			1	2	5	8	1	3	5		1	10
令和5年度			1	2	1	4	4	5	10	2	2	23
合計	1	0	2	7	6	16	12	14	32	18	5	81

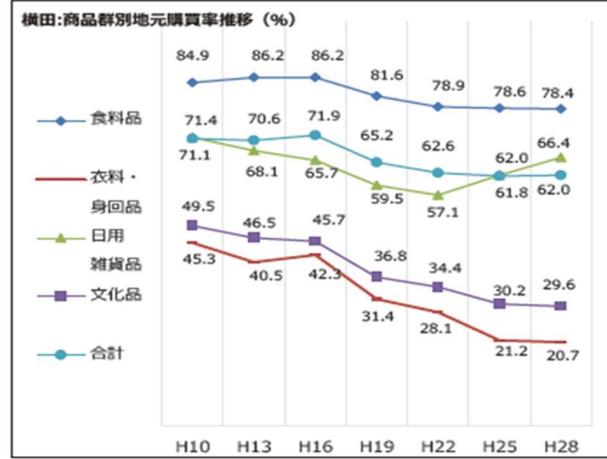
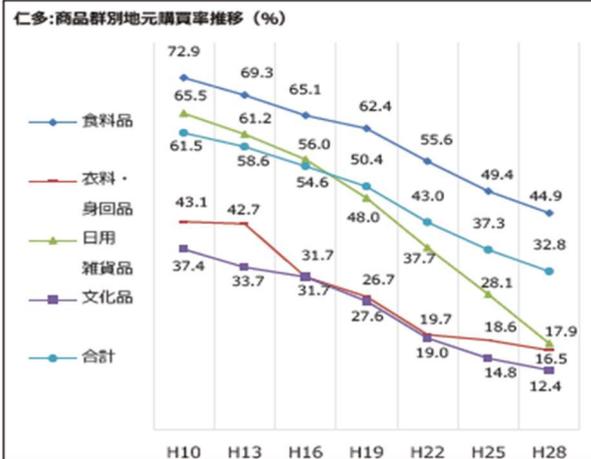
(※出典：奥出雲町商工会 地元企業の動向)

(4) 消費需要動向

平成28年度島根県商勢圏実態調査報告書によると、仁多地域の地元購買率推移を「全商品」で見るとH10からH28の間に28.7%と大きく減少した。同様に「食料品」28.0%減少、「衣料・身回品」26.6%減少、「日用雑貨品」47.6%減少、「文化品」25.0%減少し、主な流出先は横田地域、雲南市、松江市、出雲市である。

続いて、横田地域の地元購買率推移を「全商品」で見るとH10からH28の間に9.4%減少した。同様に「食料品」6.5%減少、「衣料・身回品」24.6%減少、「日用雑貨品」5.0%減少、「文化品」19.9%減少し、主な流出先は松江市、出雲市となっている。

このことから、地元購買率の低下と共に地元消費需要の縮小により小売業をはじめとする事業者の経営状況は厳しさを増している。地域住民の生活機能維持を支えている食料品や生活雑貨等を扱う店舗を中心とした小規模事業者を存続させる必要があるが、そのためには、消費購買力の域外流出の抑制を目的として、ターゲット顧客層を意識した商品政策や顧客管理強化、有益かつ魅力的な情報発信強化が必要であり、加えて、顧客ニーズに対応した商品サービスの提供とそれに伴う顧客満足度の向上による顧客内シェアの拡大、地域内消費の拡大を目指すことも必要である。



(出典：平成 28 年度島根県商勢圏実態調査報告書)

(5) 観光入込客数の推移

奥出雲町には国の名勝及び天然記念物に指定されている「鬼の舌震」、鳥取県境にある霊峰「船通山」等の観光地の他、たたら製鉄博物館やたたら製鉄で隆盛を極めた名家の歴史資料館、道の駅、温泉等の観光施設がある。

島根県観光動態調査（観光地点別観光入込客延べ数）をもとに、令和 5 年の入込客数実績を令和元年実績と比較してみると、観光地の「鬼の舌震（43.0%増）」、「船通山（44.7%増）」が共に増加している一方で、道の駅や温泉施設は軒並み減少しており、コロナ禍以前の入込客数まで回復していないことがわかる。

横田地域の「道の駅おろちループ」については、JR 木次線トロッコ列車「奥出雲おろち号」が令和 5 年 11 月 23 日で運行終了したことに伴う特需により入込客数は増加しているが、令和 6 年以降については減少傾向が顕著である。また、TV ドラマロケ影響のあった「可部屋集成館」や TV アニメの影響があった「奥出雲たたらと刀剣館」についても、同様に令和 6 年以降については減少傾向となっている。

以上のことより、トロッコ列車運行終了や TV ドラマロケ等による一時的な特需を除けば、総じて奥出雲町への観光入込客数は減少していることがわかる。

このことから、観光客の目的やニーズ、消費行動特性等の需要動向を把握した上で、観光分野の視点からの外貨獲得と地域内消費拡大を目的とした観光産業振興をはかり、地域経済の維持、持続的発展を目指す必要がある。

【奥出雲町観光地点別観光入込客延べ数】

(単位：人)

観光地・施設名		令和1年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	対比(R5/R1)	備考	
仁多地域	観光地 鬼の舌震	102,318	100,709	105,674	123,117	146,363	43.0%	入込客数増加	
	観光施設 可部屋集成館	7,696	5,211	6,828	5,558	19,611	154.8%	TVドラマ・時の影響、R6以降減少傾向	
		奥出雲多根自然博物館	21,159	18,519	26,291	22,723	20,372	-3.7%	コロナ禍以前までの回復なし
	温泉施設 道の駅酒蔵奥出雲交流館	120,516	93,149	89,055	92,825	97,345	-19.2%	コロナ禍以前までの回復なし	
		玉峰山荘	115,110	74,013	69,458	71,663	75,464	-34.4%	コロナ禍以前までの回復なし
温泉施設 佐白温泉長者の湯	56,540	42,033	35,967	31,428	50,039	-11.5%	コロナ禍以前までの回復なし		
横田地域	観光地 船通山	16,198	12,967	16,512	19,500	23,431	44.7%	入込客数増加	
	観光施設 絲原記念館	18,840	10,396	10,243	11,561	12,318	-34.6%	コロナ禍以前までの回復なし	
		奥出雲たたらと刀剣館	8,374	10,189	8,087	7,912	11,238	34.2%	TVアニメの影響、R6以降減少傾向
		道の駅おろちループ	147,915	139,776	152,625	171,357	204,954	38.6%	トロッコ列車の運行終了特需、R6以降減少傾向
		交流館三国	9,259	7,583	9,198	10,949	12,286	32.7%	トロッコ列車の運行終了特需、R6以降減少傾向
	温泉施設 斐乃上荘	36,022	23,518	21,882	24,663	25,692	-28.7%	コロナ禍以前までの回復なし	
その他 トロッコ列車「奥出雲おろち号」	7,579	3,176	5,838	14,312	20,739	173.6%	R5.11.23運行終了		

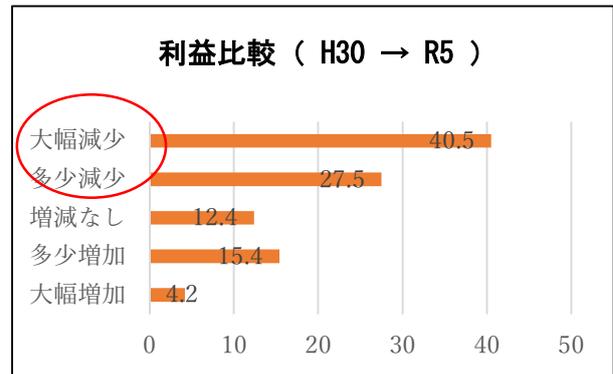
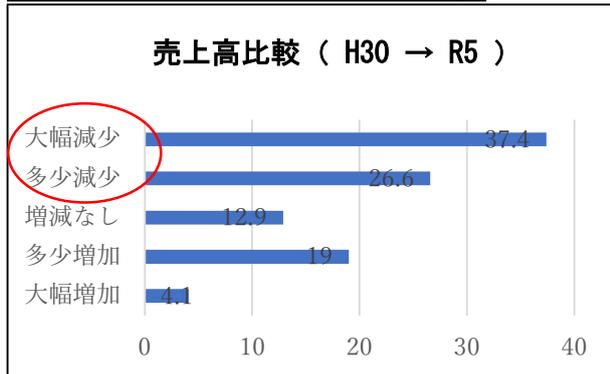
(出典：島根県観光動態調査報告書)

■事業者の現状と課題

(1) 会員アンケート

令和5年に実施した会員アンケート結果より、売上高と利益について前回アンケートを実施した平成30年の結果と比較してみると、売上高については大幅減少(37.4%)が最も多く、次に多少減少(26.6%)となり、利益についても大幅減少(40.5%)が最も多く、次に多少減少(27.5%)となっている。

このことから、平成30年から令和5年の5年間にかけ、大半の会員事業所が減収減益となるなど厳しい経営状況にあることがわかる。

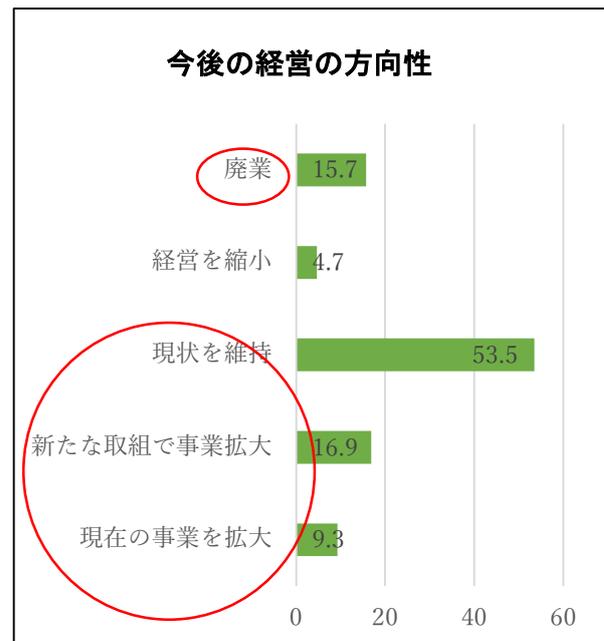
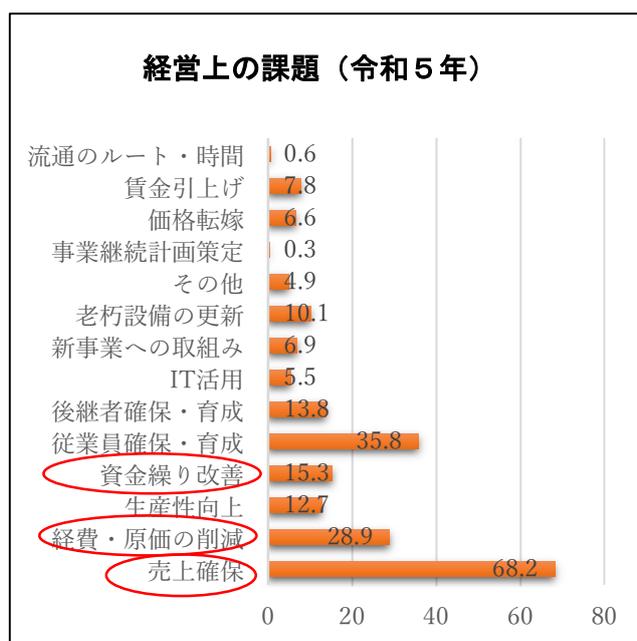


(出典：令和5年度商工会アンケート結果)

また、経営上の課題についてみてみると、「売上確保(68.2%)」が最も多く、次いで「従業員の確保・育成(35.8%)」、「経費・原価の削減(28.9%)」、「資金繰り改善(15.3%)」の順となっている。

このことから、基礎的かつ本質的な経営改善による経営基盤の強化を望んでおり、従業員(人材)確保と育成による持続的発展を目指していることがうかがえる。

次に、今後の経営の方向性についてみてみると、「現状を維持(53.5%)」が最も多く、次いで、「新たな取組で事業拡大(16.9%)」、「現在の事業を拡大(9.3%)」と続き、現状維持と事業拡大を合わせると79.7%となる。一方で、廃業(15.7%)を予定している会員事業者が一定数いることは懸念材料である。このことから、会員事業所の多くが新事業展開による事業拡大、現状維持による持続的発展を望んでいることがわかる。



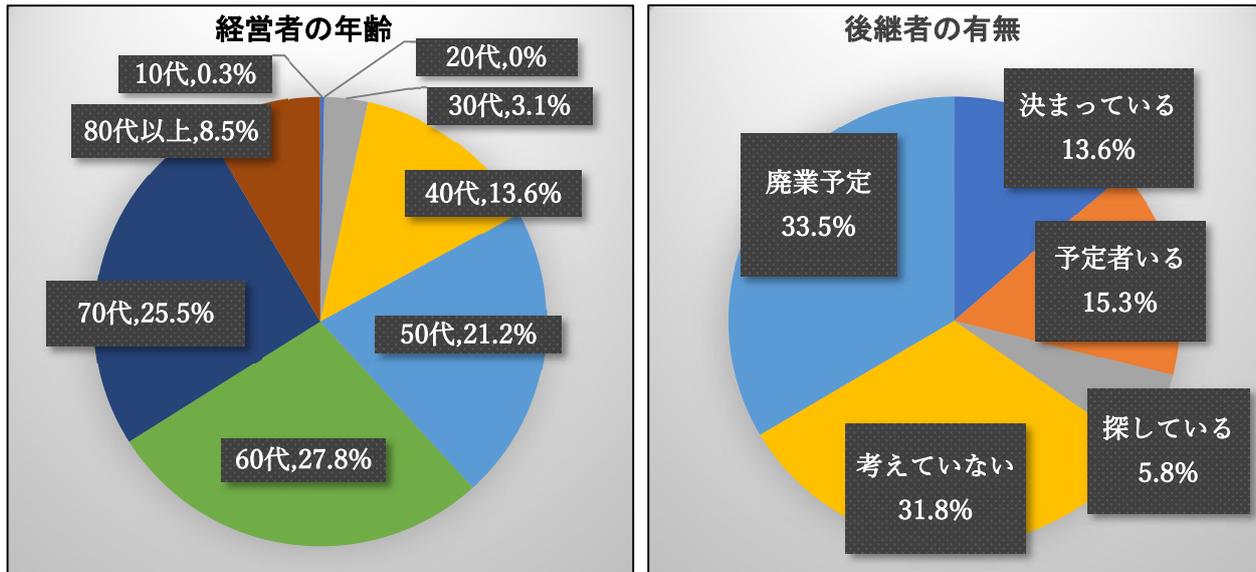
(出典：令和5年度商工会アンケート結果)

(2) 事業承継

同様に令和5年に実施した会員アンケート結果によると、経営者の年齢は60歳代(27.8%)が最も多く、次いで70歳代(25.5%)、となっており、60歳代以上では61.8%となっている。

また、後継者の有無については「廃業予定(33.5%)」が最も多く、次いで「考えていない(31.8%)」と続き、「決まっている(13.6%)」を大きく上回っており、「探している(5.8%)」を含めると、全体の71.1%が後継者不在か、廃業予定となっている。

加えて、「探している」、「考えていない」を合計すると37.6%もあり、極力早い段階で事業承継に関する情報提供や支援を強化する必要があると思われる。



(出典：令和5年度商工会アンケート結果)

次に、令和2年に島根県事業承継ネットワーク事務局が島根県全体の事業所を対象とした事業承継に関するアンケート調査報告書をもとに、奥出雲町内事業者の事業承継をする上での問題、課題(複数回答)をみると、「(商圏内)人口の減少などの外部環境の変化により、事業の維持が難しい(42.6%)」が最も多く、次いで「雇用を維持すること(29.6%)」、「後継者の育成に関すること(20.4%)」、「取引先との関係の維持(18.5%)」をあげている事業者が多い。

このことから、60歳以上の経営者が6割を超えており、多くの事業所が事業承継に対する取り組みを開始すべき時期となっているにも関わらず、全体の7割の事業所において後継者不在か、廃業予定としていることは、地域にとって大きな問題であるといえる。

事業承継の時期に差し掛かっている事業所には、極力早い段階から計画的かつ段階的に事業承継対策に取り組んでいけるよう、積極的な支援を展開していくことが重要になると思われる。

また、後継者がいない事業所においても、廃業増加による事業者数減少の抑制、地域経済の衰退を防ぐ観点から、第三者承継も視野に入れた支援を強化する必要がある。

今後は、税理士及び中小企業診断士等の専門家の有効活用や島根県及び奥出雲町、島根県事業承継引継ぎ支援センター等の関係支援機関との連携をはかりながら、事業承継の推進を一層進めていく必要がある。

(複数回答)
(単位:%)

	分散している株式の集約	高額な相続税・贈与税の負担	借入れに対する親経営者の担保(連帯保証)を解除できないこと	金融機関との関係の維持	後継者が株式や事業用資産(不動産など)を買い取ること	後継者の連帯保証	親族間の相続問題の調整	自社の事業価値がわからない(株の評価を含む)	現場改善、経営改善による事業の収益性の向上	取引先との関係の維持	(高関内)人口の減少などの外部環境の変化により、事業の維持が難しい	大手資本との競争が厳しい	雇用を確保すること	後継者候補を確保すること	複数の候補者から後継者を絞り込むこと	後継者の育成に関すること	役員や従業員の支持・理解を得ること(従業員等の掌握)	古参従業員の処遇に関すること	後継者(候補者)とのコミュニケーション(経営理念の共有)	特になし	その他
回答数n	86	269	202	326	164	151	132	114	649	781	1035	296	880	554	59	577	332	101	370	751	187
松江市 (n=740)	3.2	9.9	7.3	11.6	4.9	5.0	4.6	4.8	21.5	26.9	22.8	7.7	26.1	16.6	1.6	19.7	11.2	3.1	14.1	22.6	4.2
出雲市 (n=800)	1.8	9.0	5.5	8.9	4.9	3.9	4.3	3.9	18.1	25.8	21.6	9.9	26.5	16.4	2.3	17.8	10.3	3.0	11.0	25.6	5.4
安来市 (n=189)	1.1	7.4	2.6	7.9	3.2	3.2	4.2	2.1	21.2	24.9	33.9	13.2	22.2	12.2	1.1	16.9	10.6	3.7	11.6	24.3	8.5
雲南市	3.5	9.3	7.0	8.8	6.6	6.2	4.0	2.2	22.9	22.5	34.4	10.6	28.2	18.9	2.2	13.7	10.1	3.1	11.5	20.7	5.3
鳥取県 (n=108)	7.4	10.2	9.3	8.3	6.5	4.6	2.8	4.6	17.6	18.5	42.6	13.0	29.6	17.6	2.8	20.4	10.2	4.6	10.2	19.4	5.6

(出典：島根県事業承継に関するアンケート調査報告書)

(3) 業種別の現状と課題

【建設業】

(現状)

管内の建設業は工務店等を中心とする土木工事業と一人親方等を中心とする建築工事業、設備工事業に大別される。近年では、災害復旧工事等があるものの、道路整備をはじめとする公共インフラの普及率向上に伴う公共工事の減少、新設住宅着工数の伸び悩み等の外部要因により市場規模が縮小し、同業者間での過当競争が激化している。加えて、従事者の高齢化や労働人口の減少による慢性的な人手不足や職人、技術者不足が業界全体の問題となっている。

(課題)

- ・公共工事や既存取引先からの下請工事への依存体質から脱却し、民間工事や消費者からの元請工事をはじめとする新たな販路(民需)開拓。
- ・働き方改革の推進による待遇改善や ICT 技術導入による生産性向上と人材確保、従業員の技能向上、熟練技能の承継等による人材育成。
- ・公共工事、建設需要の縮小を見据えた従来型ビジネスモデルからの事業再構築、新分野進出。

【製造業】

(現状)

管内の製造業は誘致企業を中心とした中小企業(機械設備機器、電子制御機器、繊維製品等)と地場産品(飲食料品、木製製品、工芸品等)を中心とした小規模事業者到大別される。為替の変動をはじめとするグローバル化の影響や物価高騰やエネルギーコスト、人件費の上昇の影響を受けつつも、比較的堅調な業況推移を示している。

一方で、地場産品(清酒、醤油、菓子、工芸品等)製造業は、地域資源等を活用した独自の商品開発と県外に向けた積極的な販路開拓等により比較的順調に業績を伸ばしている。物価高騰やエネルギーコスト、人件費の上昇の影響を受けつつも、後継者を中心に次世代に対応した事業展開を模索している。

(課題)

- ・設備の老朽化や労働集約的な作業が多く、現有の機械設備では取引先ニーズに対応できない事業所が多く、技術革新、設備導入、IT活用やDX推進による業務効率化をはじめとする生産性の向上。
- ・商社依存の販売からの脱却をはかると共に、マーケティング思考に基づく営業活動の強化とIT活用による魅力的かつ効果的な情報発信による新たな顧客獲得と販路開拓（外貨獲得）。
- ・依然としてプロダクトアウトの発想が強いことから、消費者及び取引先ニーズに基づいたマーケットインの発想による商品企画と地域資源等を有効活用した高付加価値な商品開発と改良。

【卸小売業】

(現状)

管内の小売業のほとんどが地元密着型経営の小規模店舗であり、それ以外では地元事業者による共同店舗スーパー、Aコープスーパー、コンビニエンスストア、ホームセンター等が存在する。

近年では、隣接都市部に大手ドラッグストアやディスカウント店等が相次いで進出し、加えて、消費者のインターネット通販の利用浸透等により地域外への購買力流出は著しく、折からの人口減少による市場縮小、仕入原価及びエネルギーコストの高騰等の影響により、小規模店舗は厳しい経営環境にあると共に売上減少や収益低下が進んでいる。

特に、経営者の高齢化や後継者不足に伴う廃業が増加しており、事業者数の急激な減少が顕著となっている。

(課題)

- ・地元購買力の域外流出の抑制を目的として、ターゲット顧客層や事業ドメインを意識した商品政策や顧客満足度の向上による顧客内シェアの拡大（地域内消費拡大）。
- ・従来までの待ちの姿勢による事業運営から移動販売や宅配サービス、ネット通販等の攻めの姿勢による事業形態への転換による新たな顧客獲得と販路開拓。
- ・事業者数の減少や廃業増加による地域経済の衰退抑制を目的として、島根県事業承継引継ぎセンター等の支援機関との連携体制強化による第3者承継等も視野に入れた事業承継の推進。

【サービス業】

(現状)

管内のサービス業は宿泊飲食業等をはじめとする地元密着型の飲食関連サービス業が多く、全体的に顧客満足度及びコストパフォーマンスが高い。特に「そば店」は町外、県外顧客の目的来店が多く、人気があり、堅調に推移している。しかしながら、慢性的な人手不足、原材料及びエネルギーコストの上昇等により維持管理費が増大している。特に、飲食業についてはコロナ禍前水準に回復した店舗と依然として低迷したままの店舗の二極化が鮮明となりつつある。

その他のサービス業については小売業同様に隣都市部に魅力的かつ高付加価値サービスを提供する店舗への消費購買力の流出は著しく、競合店舗との競争激化に加えて、折からの人口減少による市場縮小、慢性的な人手不足、原価及びエネルギーコストの上昇等の影響により、小規模店舗は厳しい経営環境にあると共に売上減少や収益低下が進んでいる。

また、経営者の高齢化や後継者不足に伴う廃業が増加しており、事業者数の急激な減少が顕著となっている。

(課題)

- ・地元購買力の域外流出の抑制を目的として、魅力的な情報発信の強化や顧客ニーズに対応したサービス提供に伴う顧客満足度の向上による顧客内シェアの拡大（地域内消費拡大）。
- ・サービス業は同時不可分性、非均一性、無形性の特徴がある上に労働集約的な業務が多いことから、設備機器や新サービスの導入、IT利活用、DX推進等による労働生産性の向上。
- ・顧客目線による事業展開と顧客ニーズに対応した魅力的かつ高付加価値、コストパフォーマンスが高いサービスの提供を可能とする新サービスの開発、導入や技術、サービスの質的向上。

■奥出雲町商工会管内の現状と課題

これまで記述してきた地域経済及び事業者の現状と課題をもとに奥出雲町商工会管内の現状と課題を次のとおり集約できる。

(1) 少子高齢化、人口減少による市場の縮小

人口減少や高齢化率の上昇が地域の将来に与える影響として、域内市場及び消費需要の縮小、生産年齢人口の減少、地元産業の人材不足、生活支援機能の低下、地域コミュニティー機能の低下等があげられ、地域産業振興と共に地域の維持、存続が大きな課題といえる。

(2) 商工業者数の減少と廃業増加

地域の維持存続のためには、地域経済、地域住民の生活機能維持を支えている小規模事業者数の維持、減少抑制についての早急な対策をはかる必要がある。

廃業増加の原因として経営者の高齢化と後継者不在によるものが大半であり、創業支援と事業承継の推進をはかることにより小規模事業者数の維持、減少抑制をはかることが課題といえる。

(3) 地元消費需要の縮小と消費購買力の域外流出

地域住民の生活機能維持を支えている食料品や生活雑貨等を扱う店舗を中心とした小規模事業者を存続させる必要がある。

そのためには、消費購買力の域外流出の抑制を目的として、ターゲット顧客層を意識した商品政策や顧客管理強化、魅力的な情報発信の強化や顧客ニーズに対応した商品サービスの提供による顧客満足度の向上による顧客内シェアの拡大、地域内消費の拡大をはかることが課題といえる。

(4) 慢性的な人材、人出不足への対応

全業種において、従事者の高齢化や労働人口の減少による慢性的な人手不足や職人、技術者不足が慢性化している上に労働集約的な業務が多いことから、技術革新や最新設備導入及び新サービスの導入、IT利活用、DX推進等による労働生産性の向上をはかることが課題といえる。

(5) 管内地域への入込客及び交流人口の増加への対応

観光客の目的やニーズ、需要動向を把握した上で、観光分野の視点からの外貨獲得と地域内消費の拡大を目的とした、地域資源等を活用した商品開発と販路開拓、商品サービスの質的向上等をはじめとする産業振興をはかり、地域経済の維持、小規模事業者の持続的発展をはかることが課題といえる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①現状と課題に基づく10年程度の期間を見据えた振興の方向性

これまで記述してきた奥出雲町商工会管内の現状と課題をもとに小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を次のとおりとする。

■経営改善、経営力向上による経営基盤の強化

会員アンケート結果より、会員の多くが経営改善による経営基盤の強化、人材確保、育成を重視し、新事業展開等による経営拡大、現状維持による持続的発展を望んでいることから、小規模事業者の経営改善、経営力向上に伴う経営基盤の強化による持続的発展への取組みを支援する。

具体的には、小規模事業者自らが自社の強みや課題を把握し、課題解決へ向けて自走化するための事業計画を策定し、それに則した計画的な事業展開に基づく経営基盤の強化による持続的発展を目指す。

■設備導入、IT利活用、DX推進による経営効率化と生産性向上

会員アンケート結果より、経営上の課題として「生産性向上」と「IT活用」の割合が増加していることから、設備導入、IT利活用、DX推進による経営効率化と生産性向上への取組みを支援する。

具体的には、製造業等では現有の機械設備では取引先ニーズに対応できない事業所が多いことから、技術革新、設備導入、IT利活用及びDX推進による業務効率化をはじめとする生産性の向上を目指す。小売サービス業等では労働集約的な業務が多いことから、設備機器や新サービスの導入、IT利活用、DX推進による労働生産性の向上を目指す。

■地域資源等を活用した商品の開発と販路開拓による外貨獲得

管内の地場産品製造業が、後継者を中心に次世代に対応した積極的な事業展開をしていることから、地域資源等を活用した地場産品（清酒、醤油、菓子、工芸品等）製造業の商品開発、改良と販路開拓への取組みを支援する。

具体的には、需要動向や市場調査等を踏まえた上で、消費者及び取引先ニーズに基づいたマーケットインの発想による商品企画と地域資源等を有効活用した独自かつ高付加価値商品の開発、改良を目指すと共に、商社依存の販売からの脱却をはかり、マーケティング思考に基づく営業活動の強化とIT利活用に伴う魅力的な情報発信を強化し、新たな顧客獲得と多角的な販路開拓による外貨獲得を目指す。

■商品サービスの質的向上に伴う経営力強化と販路開拓による地域内消費の拡大

管内の地元購買率は減少の一途を辿っており、近隣都市部への消費購買流出が著しいことから、特に飲食関連事業者に対する商品サービスの質的向上、顧客獲得と販路開拓による地域内消費の拡大への取組みを支援する。

具体的には、消費購買力の域外流出の抑制を目的として、ターゲット顧客層や事業ドメインを意識した商品政策や顧客管理強化、有益かつ魅力的な情報発信の強化や顧客ニーズに対応した商品サービスの提供に伴う顧客満足度の向上による顧客内シェアの拡大、地域内消費の拡大を目指す。

■創業支援と事業承継の推進による小規模事業者数の維持、減少抑制

事業承継に関するアンケート結果より、60歳代以上の経営者が6割を超えており、多くの事業所が事業承継に対する取組みを開始すべき時期となっているものの、未だ7割以上の事業所において後継者が未定（廃業予定含む）である。また、廃業増加の原因として経営者の高齢化と後継者不在によるものが大半であることから、創業支援と事業承継の推進をはかることにより事業者数の維持、減少抑制への取組みを支援する。

具体的には、関係支援機関との連携をはかりながら、創業支援では創業予定者の情報把握と相談しやすい環境を整備する。事業承継支援では極力早い段階から計画的かつ効率的に事業承継対策に取り組んでいけるよう、積極的な支援を展開していくことを目指す。

■関係支援機関、専門家等との連携による支援体制の強化

当会では従来から、高度かつ専門的な知識、ノウハウを有する各分野の専門家や島根県、奥出雲町をはじめとした地域内の関係支援機関（島根県商工会連合会、しまね産業振興財団、島根県事業承継引継ぎ支援センター、島根県よろず支援拠点、地域金融機関等）との連携体制を構築してきた。

今後は、これまで以上に専門家、関係支援機関との情報交換及び共有を密接にし、有機的な連携体制を構築すると共に、事業者に対する適時適切かつ効果的な支援を目指す。

②奥出雲町総合計画、奥出雲町デジタル田園都市構想総合戦略等との連動性・整合性

■第2次奥出雲町総合計画（令和5年6月改定）

奥出雲町では、総力戦のまちづくり「奥出雲創生～つながりで築く 幸せと笑顔あふれるまち奥出雲町～」を目指すべき姿に掲げ、4つの理念と16項目の基本目標のもと、令和3(2021)年度から令和12(2030)年度までの10年間の計画が策定されており、その中で活力ある産業の振興について下記のように示されている。（※下線部分が連動性・整合性がある箇所）

【理念2】活力ある産業の振興（産業・雇用・担い手育成・観光振興・ブランディング）

・基本目標⑦ 奥出雲ブランドが輝くまち

奥出雲町には全国的なブランド力を誇る「仁多米」をはじめとする高品位な農林畜産物や食の安全にこだわった農産加工品、算盤などの伝統産業があります。付加価値の高いものづくりと生産者の所得向上を目指し、奥出雲の強みを活かしたブランディングを進めます。

・基本目標⑧ 活力ある産業があるまち

農業や食品製造業の基盤を活かした農商工連携や6次産業化などによる産業の創出、地場産業の新たなビジネスチャンスや起業の支援、誘致企業の支援に取り組み、人や企業を惹きつける産業をつくります。また、多様な人材が活躍できる環境づくりを促進し、ワークライフバランスの実現を図り、魅力ある雇用の場を創出します。

・基本目標⑨ 働きやすさ・働きがいがあるまち

若者の町内就職を推進するとともに、チャレンジする人材の掘り起こしや人材育成に取り組みます。

・基本目標⑩ 世界中に魅力が広がるまち

奥出雲町の魅力的な地域資源を活かし、観光商品・観光サービスの充実を図ると共に、受け入れ体制の充実、プロモーションを強化し、選ばれる観光地として観光誘客を図ります。

（出典：第2次奥出雲町総合計画 抜粋）

■奥出雲町デジタル田園都市構想総合戦略（令和5年6月改定）

奥出雲町では、喫緊の課題である人口減少の克服と地方創生を図るための「奥出雲町デジタル田園都市構想総合戦略」は、奥出雲町総合計画と目指す方向性が同じであることから、これと整合性を図り、効果的に取り組めるように一体的に推進している。（※下線部分が連動性・整合性がある箇所）

・目標① 稼ぐ地域をつくり、奥出雲町で安心して働けるようにする

地域資源を活かした魅力ある産業を創出するとともに、新技術の導入等により生産性を向上し、地域産業の競争力を強化することで、稼げる地域づくりを推進します。また、多様化する価値観やライフスタイル、働き方に対応した就業環境づくりをすることで、安心して働ける環境づくりを推進し、担い手の確保に努めます。

・横断的な目標② 新しい時代の流れを力にする

デジタル基盤整備、デジタル人材の育成・確保により Society5.0 を推進し、地域の課題解決や魅力向上を図るとともに、SDGs の取組みによる持続可能なまちづくりを推進します。

（出典：奥出雲町デジタル田園都市構想総合戦略 抜粋）

■奥出雲町中小企業・小規模企業振興基本条例（平成28年3月施行）

この条例は、中小企業・小規模企業が町における経済の発展に果たす役割の重要性に鑑み、その振興に関し、基本理念を定め、町の責務、事業者及び中小企業支援団体の役割等を明らかにするとともに、中小企業・小規模企業の振興に関する基本的施策を推進することにより、中小企業・小規模企業の成長発展及び地域経済の活性化を図り、もって町民の生活の向上に寄与することを目的として制定されている。（※下線部分が連動性・整合性がある箇所）

・第3条 基本理念

中小企業・小規模企業が地域の経済の発展に寄与し、雇用の場を創出するなどの重要な役割を果たしているという基本的認識の下、中小企業・小規模企業の自らの創意工夫及び自主的な努力を尊重しつつ、町、中小企業・小規模企業支援団体、町内企業、町民及び国、県などの関係機関が連携を図りながら、中小企業・小規模企業の振興に向けた取り組みを推進することを基本とする。

・第4条 基本的施策

- (1) 中小企業・小規模企業の経営実態の把握
- (2) 中小企業・小規模企業の経営の安定及び革新の支援
- (3) 国内外における販路開拓及び取引拡大の支援
- (4) 新事業の創出及び起業の促進
- (5) 中小企業・小規模企業の人材確保育成及び雇用の安定への支援
- (6) 中小企業・小規模企業の資金調達の円滑化
- (7) 円滑な事業承継の推進
- (8) 中小企業・小規模企業の製品、技術等に関する情報発信の支援
- (9) 前各号に掲げるもののほか、町長が必要と認める施策

・第7条 中小企業・小規模企業・支援団体の役割

- (1) 中小企業・小規模企業支援団体は、中小企業・小規模企業の実態を把握し、経営の安定・革新及び事業承継等に積極的に取り組むとともに、国、県及び町に対して情報提供や提案を行いながら、町等が行う中小企業・小規模企業の振興に関する施策の実施について協力するよう努めるものとする。
- (2) 中小企業・小規模企業支援団体は、前項の取組を支援する人材の育成に努めるものとする。

（出典：奥出雲町中小企業・小規模企業振興基本条例 抜粋）

③奥出雲町商工会としての役割

「第4次中期行動計画（令和6年～令和8年の3ヶ年計画）」の中で、奥出雲町商工会は地域内のすべての商工業者の発展を推進する支援機関でもあり、企業支援に対するきめ細やかな取り組み、地域産業振興に対する効果的な取り組み、そして、組織基盤をより強固なものとするために着実な行動が求められており、これに応えるべく次の4点を行動方針に掲げ、組織運営を展開している。

【行動方針】

1. 地域唯一の総合経済団体として、これまで以上に地域内企業から信頼される商工会として、地域の持続的発展に寄与します。
2. 事業者の皆様に寄り添い、きめ細やかな個別支援を実施し、経営の持続的発展と新たな事業展開への取り組みを支援します。
3. 交流人口の増加や外貨獲得、町外への販路拡大をはかると共に、地域内の消費活動を活発化させ、地域経済の活性化に取り組みます。
4. 役職員一人ひとりが主体性を持って活動するよう意識改革すると共に、組織の基盤強化を推進し、商工会の運営に一体となって取り組んでいきます。

（出典：第4次奥出雲町商工会中期行動計画 抜粋）

また、小規模事業者支援については、第2期経営発達支援計画の中で、次のとおり経営発達支援事業の目標を掲げて取組んできたところである。

【第2期経営発達支援事業の目標】

食品製造業を中心とした地場産品製造業者と宿泊業・飲食サービス業者の商品・サービス開発及び販路開拓の重点支援により、外貨の獲得と地域内消費の拡大を目指し、地域経済の活性化を図るとともに、小規模事業者の持続的発展による地域の生活機能の維持に繋げる。

(1) 地域資源等を活用したものづくりを行う、食品製造業を中心とした地場産品製造業の商品開発及び販路開拓支援

食品製造業を中心とした地場産品製造業の商品開発・販路開拓の取組みを重点的に支援し、外貨の獲得と地域内消費の拡大に繋げる。

(2) 域内消費の拡大を目指した、宿泊業・飲食サービス業の経営力強化及び販路開拓支援

飲食店の新メニュー開発、新サービス開発等による販路開拓への取組み支援により、入込み客増による地域内消費の拡大に繋げる。

(3) 社会基盤維持のための円滑な事業承継支援

事業承継に対する支援が必要な事業者の実態の把握を行い、後継予定者がいる事業者を中心に、事業承継を検討している事業者の円滑な事業承継実施の支援を行う。

(出典：第2期奥出雲町商工会経営発達支援計画 抜粋)

今後の奥出雲町商工会の小規模事業者に対する長期的な振興のあり方及び役割は、前述における管内の現状と課題に基づく10年程度の期間を見据えた振興の方向性に基づいて、第2次奥出雲町総合計画及び奥出雲町デジタル田園都市構想総合戦略の中において連動する目標、奥出雲町中小企業・小規模企業振興条例の基本施策に掲げてある連動する項目等について取組み、併せて、他の関係支援機関との良好な連携体制のもと、次のとおり取組むこととする。

【奥出雲町商工会の小規模事業者に対する長期的な振興のあり方及び役割】

- ・ 小規模事業者の持続的発展、経営基盤の強化への取組み
- ・ 地場産品製造業者の商品開発及び改良と販路開拓への取組み
- ・ 飲食関連事業者の商品サービスの質的向上による経営力強化と販路開拓への取組み
- ・ 創業支援と事業承継の推進による小規模事業者の減少抑制への取組み
- ・ IT利活用、DX推進による生産性向上と魅力的かつ効果的な情報発信への取組み
- ・ 専門家、関係支援機関等との連携による支援体制強化への取組み

(3) 経営発達支援事業の目標

①第2期経営発達支援計画の総合評価

第2期経営発達支援事業では、経営指導員中心の一方向的な支援対応に留まっており、事業者自らが強い当事者意識を持って課題解決に向けて取組む姿勢が不十分であり、課題解決及び目標達成することによる自社の目指すべき将来像が共有化されていなかった。また、各事業の数値目標のみを評価基準として、それを達成するべく近視眼的な事業遂行となっていた。

②地域の現状と課題を踏まえた経営発達支援事業の目標

第3期においては、これまでの取組みの反省と外部評価者からの指摘事項、管内の現状と課題等を踏まえた上で、「経営力再構築伴走支援」の推進をはかると共に、具体的かつ実行可能な目標を掲げ、小規模事業者の持続的発展による地域経済の維持、発展を目指す。

【目標①】

自社の強みを活かした事業計画策定及び実施支援による経営基盤の強化と持続的発展に関する支援

小規模事業者自らが自社の強みや課題を把握し、課題解決へ向けて自走化するための事業計画を策定し、それに則した計画的な事業展開に基づく経営基盤の強化による持続的発展を目指せるよう支援する。

項目	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
支援対象事業者数	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加事業者数 (3%以上)	4者	4者	4者	4者	4者
営業利益率増加事業者数 (1%以上)	2者	2者	2者	2者	2者

【目標②】

地域資源等を活用した地場産品製造業を中心とした商品開発及び改良と販路開拓に関する支援

地域資源等を活用した地場産品製造業の商品開発、改良や販路開拓への取組みを支援し、外貨獲得と地域内消費の拡大に繋げる。

項目	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
支援対象事業者数	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加事業者数 (3%以上)	2者	2者	2者	2者	2者
営業利益率増加事業者数 (1%以上)	1者	1者	1者	1者	1者

【目標③】**飲食関連事業者の商品サービスの質的向上による経営力強化と販路開拓に関する支援**

消費購買力の域外流出の抑制を目的とした有益かつ魅力的な情報発信の強化や顧客ニーズに対応した商品サービスの提供に伴う顧客満足度向上による顧客内シェアの拡大、地域内消費の拡大を目指す。

項 目	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
支援対象事業者数	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加事業者数 (3%以上)	2者	2者	2者	2者	2者
営業利益率増加事業者数 (1%以上)	1者	1者	1者	1者	1者

【目標④】**創業支援と事業承継の推進による小規模事業者数の維持及び減少抑制に関する支援**

小規模事業者の維持、減少抑制を目的として、創業支援では創業予定者の情報把握と相談しやすい環境を整備する。事業承継支援では極力早い段階から計画的かつ効率的に事業承継対策に取り組んでいけるよう、積極的な支援を展開していく。

項 目	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
創業支援対象 事業者数	2者	2者	2者	2者	2者
事業承継支援対象 事業者数	4者	4者	4者	4者	4者

2. 経営発達支援計画の実施期間、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

【目標①の達成方針】

自社の強みを活かした事業計画策定及び実施支援による経営基盤の強化と持続的発展に関する支援

管内の小規模事業者の多くが経営改善による経営基盤の強化、新事業展開等による経営拡大、現状維持による持続的発展を望んでいることから、「経営力再構築伴走支援モデル」を実践し、小規模事業者自らが自社の強みや経営課題を把握し、主体性を持って経営課題の解決や事業計画を策定し、それに則した計画的な事業展開に基づく経営基盤の強化、持続的発展を目指す。

- ・単に一方的な提案を行うのではなく、小規模事業者との双方向的な対話と傾聴を通じて、小規模事業者との信頼関係を構築し、小規模事業者自身に本質的な経営課題への気づきを促し、十分に腹落ちし、納得感を持って課題解決に向けて取組んでもらうことを目指し、小規模事業者の「自己変革力」の向上、「自走化」の促進をはかる。
- ・外部分析（需要動向等）と内部分析（経営分析等）を行った事業者や事業計画策定セミナー受講者等に対して、新事業展開（経営革新）や経営課題解決に向けた計画策定、実施支援を行う。
- ・専門的な支援が必要な場合は島根県事業継続力強化アドバイザー派遣事業等を活用し、中小企業診断士等の専門家を活用して伴走支援を実施していく。
- ・PDCA サイクルによる検証を行い、状況に応じた支援を展開すると共に、策定した事業計画の実現可能性を高める。

【目標②の達成方針】

地域資源等を活用した地場産品製造業を中心とした商品開発及び改良と販路開拓に関する支援

管内の地場産品製造業が、後継者を中心に次世代に対応した積極的な事業展開をしていることから、地域資源等を活用した地場産品製造業の商品開発、改良と販路開拓に関する取組みを支援する。

具体的には、需要動向や市場調査を踏まえた上で、消費者及び取引先ニーズに基づいたマーケットインの発想による商品企画と地域資源等を有効活用した独自かつ高付加価値商品の開発、改良を目指す。併せて、商社依存の販売からの脱却をはかると共に、マーケティング思考に基づく営業活動の強化とIT利活用、DX推進に伴う生産性の向上や効果的な情報発信をはかり、新たな顧客獲得と多角的な販路開拓に伴う外貨獲得と地域内消費拡大による地域経済の維持、発展を目指す。

- ・現有の機械設備では取引先ニーズに対応できない小規模事業者が多いことから技術革新、設備導入、IT利活用、DX推進による業務効率化をはじめとする生産性の向上に関する支援を実施する。
- ・小規模事業者が比較的取組みやすいホームページ、SNS等の活用による魅力的かつ効果的な情報発信、POP、パンフレット等の販売促進ツールによる訴求力向上や事業者の展示会及び商談会等への出展による新規顧客獲得、販路開拓に関する取組みを支援する。
- ・IT利活用、販路開拓に関するセミナーを開催し、小規模事業者が販路開拓していく上で課題とされている自社及び製品サービスの魅力的かつ効果的なPR手法、戦略的な意図を持った営業活動による新規顧客獲得や販路開拓に関する支援を実施する。
- ・専門的な支援が必要な場合は島根県事業継続力強化アドバイザー派遣事業等を活用し、中小企業診断士等の専門家を活用して伴走支援を実施していく。

【目標③の達成方針】

飲食関連事業者の商品サービスの質的向上による経営力強化と販路開拓に関する支援

管内は宿泊飲食業等をはじめとする地元密着型の飲食関連サービス業が多く、全体的に顧客満足度及びコストパフォーマンスが高く、町外、県外顧客の来店が多く、堅調に推移していることから、飲食関連事業者の商品サービスの質的向上による経営力強化と販路開拓に関する取組みを支援する。

具体的には、消費購買力の域外流出の抑制を目的として、ターゲット顧客層に対する有益かつ魅力的な情報発信の強化や顧客ニーズに対応した商品サービスの提供に伴う顧客満足度の向上による顧客内シェアの拡大、地域内消費の拡大を目指す。

- ・同時不可分性、非均一性、無形性の特徴がある上に労働集約的な業務が多いことから、設備機器や新サービスの導入、IT 利活用、DX 推進等による業務効率化をはじめとする労働生産性の向上に関する支援を実施する。
- ・顧客目線による事業展開と顧客ニーズに対応した魅力的かつ高付加価値、コストパフォーマンスが高いサービスの提供を可能とする新サービスの開発、導入や技術、サービスの質的向上に関する支援を実施する。
- ・IT 利活用、販路開拓に関するセミナーを開催し、小規模事業者が販路開拓していく上で課題とされている自社サービスの魅力的かつ効果的な情報発信、戦略的な意図を持った営業活動による新規顧客獲得や販路開拓に関する支援を実施する。
- ・専門的な支援が必要な場合は島根県事業継続力強化アドバイザー派遣事業等を活用し、中小企業診断士等の専門家を活用して伴走支援を実施していく。

【目標④の達成方針】

創業支援と事業承継の推進による小規模事業者数の維持及び減少抑制に関する支援

管内の多くの事業所が事業承継に対する取組みを開始すべき時期となっているものの、未だ 7 割の事業所において後継者が未定である。また、廃業増加の原因として経営者の高齢化と後継者不在によるものが大半であることから、創業支援と事業承継の推進をはかることにより小規模事業者数の維持、減少抑制への取組みを支援し、地域経済、住民の生活機能の維持を目指す。

具体的には、関係支援機関との連携をはかりながら、創業支援では創業予定者の情報把握と相談しやすい環境を整備する。事業承継支援では極力早い段階から計画的かつ効率的に事業承継対策に取り組んでいけるよう、積極的な情報発信と伴走支援を展開していくことを目指す。

- ・関係支援機関の開催する創業セミナーや創業関連融資や補助金の活用等を契機とした創業計画策定支援を行う
- ・関係支援機関の開催する事業承継セミナーや個別相談会、島根県事業承継新事業活動等支援事業等の活用を契機とした事業承継計画策定支援を行う。
- ・利害関係者の理解、後継者教育、株式や資産の分配、保証や担保処理、相続税や贈与税など高度かつ専門的な支援が必要となるため、島根県事業承継引継ぎ支援センター等をはじめとする関係支援機関や金融機関等と連携しながら総合的な支援を実施する。

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

①現状

第2期経営発達支援計画においては、全国商工会連合会が実施する中小企業景況調査先事業所に加え、独自調査先を追加した40事業者に対して4半期単位で調査を実施し、集計については独自システムによって行っている。集計結果については、当会会員事業所あてに広報紙及び当会ホームページ等によって定期的に情報提供を行っている。

また、島根県経済動向調査・日銀企業短期経済観測調査等を参考にし、4半期ごとの管内の経済動向の把握・整理・分析を行い、情報提供を行っている。

②課題

中小企業景況調査については、調査対象事業者数を増やすことに傾注するあまり、事業形態や事業規模等が似通った調査先に偏重し、均一的な集計結果となったため、調査先を再検討し、調査の精度を向上させる必要がある。加えて、調査結果に対する専門的かつ有効な分析ができていない上に、不十分な情報提供に留まった。

また、島根県経済動向調査をはじめとする他機関等が実施する各種調査、統計データ等の活用、情報提供が不十分であり、小規模事業者の行動の方向付けとなるような経営判断や事業計画策定時の基礎資料に対する有効な情報提供をする必要がある。

(2) 目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
事業内容① 調査数	40者	20者	20者	20者	20者	20者
事業内容① 公表回数	4回/年	4回/年	4回/年	4回/年	4回/年	4回/年
事業内容② 公表回数	—	1回/年	1回/年	1回/年	1回/年	1回/年
事業内容③ 公表回数	2回/年	2回/年	2回/年	2回/年	2回/年	2回/年

※中小企業景況調査については、精度向上のため対象事業所数を減少させる。

(3) 事業内容とその手法及び活用方法（第2期の課題を踏まえた内容）

地域の経済動向を調査、分析し、情報提供することにより、小規模事業者に対する事業計画策定支援をする際の基礎資料、データとして活用すると共に、管内の小規模事業者や行政、関係機関等に周知する。

①中小企業景況調査の実施【継続】

地域の経済動向等についてより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う中小企業景況調査に、調査対象事業所数、独自の調査項目を追加し、4半期単位で情報の収集、整理、分析を実施する。第2期の課題を踏まえ、調査対象事業所数、調査項目等を見直し、集計結果については専門的な分析を行い報告書にまとめ、小規模事業者等への巡回を行う際の説明資料として有効に活用すると共に、ホームページ等に掲載し、小規模事業者に対する有効かつ定期的な情報提供を実施する。

目 的	地域経済動向（外部環境）に関する情報提供することで、市場状況の把握、経営判断への活用を促す。
公 表	年4回（4半期単位で調査実施）
調査内容	月別売上額（3ヶ月間）、仕入価格、採算性、資金繰り、雇用状況、設備投資計画、経営上の問題点、業界内の状況 等
調査方法	巡回訪問調査、調査用紙に事業者が直接記入、経営指導員等がヒアリングによる記入、FAX等にて回収する。
分析方法	経営指導員が独自集計し、専門家等と連携して分析を実施する。
活用方法	分析結果については、当会ホームページ、広報誌等で公表すると共に巡回訪問等を通じて直接説明し、広く管内小規模事業者に周知する。また、行政及び関係機関等との情報共有するための資料としても有効活用する。

②国が提供するビッグデータの活用【拡充】

当地域の情報として有益かつ有効な国が提供するビッグデータを収集、分析し、効率的な地域経済の活性化を目指すため、「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い、小規模事業者の事業計画策定時の基礎資料となるべく、ホームページ、広報誌等に掲載し、管内小規模事業者に対する有効かつ定期的な情報提供を実施する。

目 的	当地域において稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な地域経済の活性化を目指す。
公 表	年1回
分析内容	人口マップ（人口構成）、産業構造マップ（稼ぐ力分析）、企業活動マップ（財務比較分析）、地域経済循環マップ（地域経済循環図）、まちづくりマップ（From-to分析、滞在人口比率） 等
分析方法	経営指導員が「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い、専門家等と連携して分析を実施する。
活用方法	分析結果については、当会ホームページ、広報誌等で公表すると共に巡回訪問等を通じて直接説明し、広く管内小規模事業者に周知する。また、事業計画策定時の基礎資料、行政及び関係機関との情報共有するための資料としても有効活用する。

③他機関が実施した各種調査、統計データ等の活用【継続】

島根県経済動向調査、日銀山陰企業短期経済観測調査（山陰）等をはじめとする各種調査、統計データの情報収集、整理による地域の経済動向分析を行い、小規模事業者等への巡回を行う際の説明資料として有効に活用すると共に、ホームページ、広報誌等に掲載し、管内小規模事業者に対する定期的な情報提供を実施する。

目 的	地域経済動向（外部環境）に関する情報提供することで、市場状況の把握、経営判断への活用を促す。
公 表	年2回（半期単位で実施）
調査内容	島根県経済動向調査（生産活動、雇用情勢、個人消費、投資行動等）、日銀山陰企業短観調査（個人消費、住宅投資、設備投資、公共投資、生産、雇用、所得、物価） 等
調査方法	経営指導員が他機関による各種調査、統計データ等の情報収集、整理を行い、専門家等と連携して地域の経済動向分析を実施する。
活用方法	調査結果については、当会ホームページ、広報誌等で公表すると共に巡回訪問等を通じて直接説明し、広く管内小規模事業者に周知する。また、事業計画策定時の基礎資料、行政及び関係機関との情報共有資料としても有効活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

第2期計画においては、各種新聞、業界誌、日経テレコン POS 情報、インターネット等を活用して需要動向の調査、分析と情報を行ったが、定期的な調査の実施及び広報等による小規模事業者への情報提供が十分ではなく定量目標に至らなかった。

②課題

これまでは全体的な市場動向調査が主体であり、個社の商品サービスに対する市場調査という視点が欠けていた。今後は、個社の商品サービスの市場調査に照準を定め、市場ニーズに合致したマーケットインの考え方に基づく売れる商品サービスを創出し、新たな需要を獲得できる独自かつ高付加価値な商品サービスの開発、改良に関する支援を目指す。また、管内観光地への入込客及び交流人口の増加への対応として、観光客の目的や土産物ニーズ、行動特性等の需要動向を把握した上で、観光分野の視点からの外貨獲得と地域内消費の拡大を目的とした産業振興をはかる。

(2) 目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
個社の商品サービス市場調査対象事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
個社の商品サービス市場調査	—	1回/年	1回/年	1回/年	1回/年	1回/年
観光客需要動向調査	1回/2年	—	1回/2年	—	1回/2年	—

(3) 事業内容とその手法及び活用方法（第2期の課題を踏まえた内容）

管内小規模事業者の扱う商品、サービスに関する需要情報等を収集、整理、分析し、情報提供することにより、日常の営業活動や事業計画策定時の基礎資料として有効活用する。

①個社の商品サービスの市場調査【新規】

市場ニーズに合致したマーケットインの考え方に基づく売れる商品サービスを創出し、新たな需要を獲得できる独自かつ高付加価値な商品サービスの開発、改良に関する支援を目的とした個社の商品サービスの市場調査を実施する。

目的	市場ニーズに合致したマーケットイン発想の売れる商品サービスを創出し、新たな需要を獲得できる高付加価値な商品サービスの開発、改良に関する支援を行う。
対象	管内の食品製造業等の商品及び試作品、地域資源等を活用した地場産品等を中心として年間2事業者の商品サービスについての調査を実施する。
調査方法	管内外の一般消費者を対象とし、主に試食等を基にしたアンケート調査を実施する。調査場所については、対象事業者の店舗等や不特定多数の消費者が訪れる道の駅(仁多地域、横田地域)等とする。
調査時期	1回/年
調査項目	<input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 商品コンセプト <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 独自性 <input type="checkbox"/> 次回も購入するか <input type="checkbox"/> 知り合いに勧めたいか <input type="checkbox"/> その他改善点 等
分析方法	調査結果は各調査項目について、男女別、年齢別等で集計し、集計結果から読み取れるターゲット顧客層や評価点、改善点等を抽出する。調査分析については経営指導員が行うが、必要に応じて専門家の助言を仰ぐ。
活用方法	集計分析結果は事業者へフィードバックし、小規模事業者と一緒に改善点等について検討し、 <u>商品改良及び販路開拓等については事業計画策定、実施支援に繋げると共に、関係支援機関や専門家との連携による継続支援を実施する。</u>

②観光客を対象とした需要動向調査【拡充】

管内観光地への入込客及び交流人口の増加への対応策として、観光客の目的やニーズ、行動特性等の需要動向を把握した上で、観光分野の視点からの外貨獲得と地域内消費拡大による産業振興を目的として、観光客を対象とした需要動向調査を実施する。

目的	観光客の目的やニーズ、行動特性等の需要動向を把握した上で、観光分野の視点からの外貨獲得と地域内消費拡大を目指す。
対象	管内観光地を訪れる観光客等
調査方法	聞き取り及び記入式のアンケート調査を奥出雲町及び奥出雲町観光協会等との連携体制にて実施する。調査場所については、管内で多くの観光客が訪れる「そば店」や「町内観光施設（道の駅、温泉施設等）」等とする。
調査時期	1回/2年
調査項目	<input type="checkbox"/> 年齢・性別 <input type="checkbox"/> 出発地 <input type="checkbox"/> 観光日程 <input type="checkbox"/> 宿泊地等 <input type="checkbox"/> 観光地情報源 <input type="checkbox"/> 利用交通手段 <input type="checkbox"/> 土産物ニーズ <input type="checkbox"/> 満足度 <input type="checkbox"/> 再訪意向 等
分析方法	調査結果は各調査項目について、男女別、年齢別等で集計し、集計結果から読み取れる観光客の目的やニーズ、行動特性等の需要動向、土産物ニーズ等を抽出する。調査分析については経営指導員が行うが、必要に応じて専門家の助言を仰ぐ。
活用方法	集計分析結果は観光関連事業者へフィードバックし、小規模事業者と一緒に観光関連商品サービス（土産物や料理メニュー、宿泊プラン及び観光ツアー等）の開発、改良等について検討し、商品開発及び改良、販路開拓については事業計画策定、実施支援に繋げると共に、関係支援機関や専門家との連携による継続支援を実施する。さらに、商工会業種部会や行政、観光協会等との連携体制構築をはかり、地域全体での取組みに昇華させる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状

第2期計画においては、目標件数、経営分析項目等を設定して経営状況の分析を実施していたが、巡回や窓口相談時における金融、税務申告、補助金申請等における受動的かつ簡易な経営分析支援に留まっており、小規模事業者に対して積極的な経営分析支援を提案していなかった。

②課題

積極的な経営分析支援の提案ができなかった理由として、経営分析の支援内容が経営指導員個人のスキルに依存されており、職員間での経営分析結果の共有化がはかれていないことがあげられ、現状の経営状況を精緻かつ客観的に把握する支援体制を整備する必要がある。

今後は、巡回訪問や窓口相談時での対象事業者の掘り起こしと能動的かつ積極的な経営分析支援の提案を強化すると共に、統一した経営分析フォーマットの活用を行う。

(2) 目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
経営分析数	48件	30件	30件	30件	30件	30件

※第3期については、経営分析の質的充実をはかると共に、データベース化による情報共有化を目指すため、事業内容の量より質を重視することから目標件数は第2期に比べて低く設定した。

(3) 事業内容とその手法 (第2期の課題を踏まえた内容)

①経営分析対象事業者の掘り起こし活動【拡充】

- (1) 巡回訪問や窓口相談時に対象事業者の掘り起こしを行い、本業強化、新たな商品サービスの提供や新事業分野へ進出する等意欲のある小規模事業者や、今後の事業継続可能な後継者がいる事業所、金融支援や記帳代行及び決算指導時に、売上が連続して減少、債務超過や借入金過多に陥っている事業者等に対して能動的かつ積極的な経営分析支援を提案する。
- (2) ホームページや広報誌への記事掲載や案内チラシを作成配布することにより、経営分析支援を紹介する。
- (3) 青年部、女性部、各業種部会等の総会や役員会、定例会議等において情報提供し、経営分析支援を紹介する。

②経営分析支援の内容【拡充】

地域が直面している人口減少に伴う市場規模の縮小の中にあつて、小規模事業者が新事業展開等による経営拡大、現状維持による持続的発展を望んでいることから、経営指導員等が事業者と一緒にあつて経営分析支援を実施すると共に、「経営力再構築伴走支援モデル」を実践し、小規模事業者自らが自社の経営状況や自社の強み、経営課題等を客観的かつ主体的に把握することを目的とする。

把握した経営状況により経営課題が抽出された場合は、商工会連合会、関係支援機関等を通じて派遣できる専門家等と連携し、小規模事業者の抱える経営課題に対する伴走支援を実施する。

(1) 経営分析の手法

統一したヒアリングシートを活用して分析項目を調査する。また、その中でより高度な経営分析が必要な事業者に対しては島根県事業継続力強化アドバイザー派遣事業等の専門家による指導を実施する。

調査した分析項目を経済産業省ローカルベンチマークツール、クラウド会計ソフトMA1等に落とし込み、経営指導員及び記帳担当職員間で分析情報を共有、検討し、小規模事業者の経営状況を精緻かつ客観的に把握すると共にデータベース化する。

(2) 分析項目

分析種類	分析項目	目的	活用ツール
定量分析 (財務分析)	<ul style="list-style-type: none"> ・売上増加率 (売上持続性) ・営業利益率 (収益性) ・損益分岐点 (収益性) ・労働生産性 (生産性) ・EBITDA 有利子負債率 (効率性) ・営業運転資本回転率 (健全性) ・自己資本比率 (安全性) 	現在の経営状況を多角的に分析して問題点を認識し、改善計画を立てる指針を認識する。	<ul style="list-style-type: none"> ・ローカルベンチマークツール ・クラウド会計ソフトMA1 ・専門家提供の経営分析シート 他
定性分析 (非財務分析)	<ul style="list-style-type: none"> ・経営理念 ・経営ビジョン ・事業承継の有無 ・SWOT分析、3C分析、4P分析他 資源：技術、ノウハウ、設備等 客層：顧客構成、主要取引先、主要商圏等 		

(4) 成果の活用

経営分析結果は各種経営指標等を活用して、経営状況の把握や同業種との比較、事業者の内部環境（強みと弱み）と外部環境（機会と脅威）などを整理して、経営課題の見える化をはかったうえで当該小規模事業者へフィードバックすると共に、地域の経済動向などを考慮しながら、今後の事業計画の策定支援等の基礎資料に活かす。

また、経営支援会議を通じて関係職員が情報共有し、分析結果を把握、理解したうえで連携体制による効果的な支援業務を展開すると共に、事業者単位でデータベース化し、担当職員が不在の場合や人事異動等があっても、職員全員が適時適切に対応できるよう経営情報の共有化をはかる。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

①現状

第2期計画では、巡回訪問及び窓口相談時に事業計画策定の必要性を啓蒙すると共に支援対象者の掘り起こしを行い、経営計画策定セミナー及び個別相談を開催するなどして、経営改善計画、経営革新計画をはじめ、各種補助金申請のための事業計画策定支援を実施することにより、計画策定支援の経験、知識ノウハウは一定程度蓄積されてきている。併せて、専門家の活用や関係支援機関との連携も展開しており、支援のためのネットワーク体制を構築している。

②課題

事業計画策定の必要性が浸透しきれていないこと、支援者側の一方向的な課題解決型の支援に留まっていたこと、計画策定セミナーの受講者募集に苦慮していること、支援を必要とする事業者に偏りがあること等の理由により計画策定に取り組む事業者が頭打ち傾向にあり、効果的な支援に繋がっていないかった。

今後は、事業者の「自己変革力」の向上、「自走化」の促進を図ると共に、計画策定セミナーのカリキュラム内容や開催方法、周知方法、潜在的な支援対象者の発掘方法等を工夫する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が経営基盤の強化による持続的発展をはかっていくためには、「経営力再構築伴走支援モデル」を実践し、事業者自らが自社の強みや経営課題を把握し、主体性を持って経営課題の解決や事業計画を策定し、それに則した明確なビジョンと計画に基づいた事業展開を行うことが重要であることから、外部分析（需要動向等）と内部分析（経営分析等）の状況を踏まえた事業計画策定に関する伴走支援を実施する。

「既存事業者」、「創業者」、「事業承継」を切り口とした事業計画策定支援を実施し、「既存事業者」に対しては、経営分析等を行った事業者や事業計画策定セミナー受講者等に対して、新事業展開（経営革新）や経営課題解決に向けた計画策定支援を行う。創業者に対しては、関係支援機関の開催する創業セミナーや創業関連融資の利用等を契機とした創業計画策定支援を行う。事業承継に対しては、関係支援機関の開催する事業承継セミナーや島根県事業承継新事業活動等支援事業等を契機とした事業承継計画策定支援を行う。

支援にあたっては、単に一方向的な提案を行うのではなく、小規模事業者との双方向的な対話と傾聴を通じて、信頼関係を構築し、小規模事業者自身に本質的な経営課題への気づきを促し、十分に腹落ちし、納得感を持って課題解決に向けて取組んでもらうことを目指し、小規模事業者の「自己変革力」の向上、「自走化」の促進をはかる。

また、専門的な支援が必要な場合は島根県事業継続力強化アドバイザー派遣事業等を活用し、中小企業診断士等の専門家を招聘して個別支援を実施していく。

事業計画策定にあたっては、中小機構の「事業計画作成サポートキット」、「支援者のための創業サポートブック」等の計画策定ツールを活用し、効果的な支援を実施する。

(3) 目標

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
事業計画策定セミナー・相談会	1回/年	1回/年	—	1回/年	—	1回/年
D X推進セミナー	—	—	1回/年	—	1回/年	
事業計画策定件数	30者	20者	20者	20者	20者	20者
創業計画策定件数	—	2者	2者	2者	2者	2者
事業承継計画策定件数	—	4者	4者	4者	4者	4者

(4) 事業内容とその手法(第2期の課題を踏まえた内容)

①既存事業者に対する事計画策定支援【改善】

- (1) 事業計画策定セミナー及び個別相談会の開催により、事業計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。セミナー、個別相談では事業計画策定の必要性、策定手順及びノウハウ等を教示する。業務効率化による生産性向上を目的としたD X推進セミナーの開催により、D Xを実現するための手段やD Xツール、D X活用事例(業務のデジタル化、システム開発等)を教示する、課題である受講者募集方法については、従来までのチラシ等の周知による一方的かつ受動的な募集から、予め選定していた支援対象者に対する的確かつ能動的な募集を行う。セミナーについては、受講者の日程確保や受講率の低下等を考慮して、年1回開催とすると共に内容の見直しを行う。
- (2) 巡回訪問、窓口相談、記帳、決算指導等の機会を通じて、予め選定した支援対象者、潜在的な事業者に対する全職員による継続的な掘り起こしを行う。
- (3) 事業計画策定にあたっては、計画策定を目指す小規模事業者への直接的支援を行うと共に、各種補助金申請時、経営改善計画策定時の支援も併せて実施する。

②創業者に対する事計画策定支援【拡充】

- (1) 奥出雲町、関係支援機関と連携して、創業人材の確保、育成に努めると共に、奥出雲町等が開催する「はじめての起業塾」等に、管内の創業予定者等の参加を促すと共に創業計画策定支援、創業に関する情報提供や事例を学ぶ機会を提供する。
- (2) 島根県・奥出雲町「小売店等開業支援事業補助金」等の申請にかかる創業計画策定支援を行う。
- (3) 創業者に対する開業支援、開業に関する資金調達、開業ノウハウ等に係る助言を行い、円滑な開業に繋がるよう支援を行う。

③事業承継に対する事計画策定支援【拡充】

- (1) 島根県、奥出雲町、島根県事業承継引継ぎ支援センター等との連携による事業承継支援を実施する。島根県事業承継後継者育成セミナー・啓発事業で開催する事業承継セミナー等に管内の事業承継予定者等の参加を促すと共に事業承継計画策定支援、事業承継に関する情報提供や事例を学ぶ機会を提供する。
- (2) 島根県事業承継引継ぎ支援センター、事業承継推進員等と連携して、支援対象者の掘り起こしや専門的な相談案件に対するアドバイザー派遣による個社支援を行う。
- (3) 島根県「事業承継新事業活動等支援事業補助金」等の申請に係る事業承継計画策定支援を行う。

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

①現状

第2期計画では、事業計画策定事業者には経営指導員等による継続的かつ定期的な巡回訪問等によるフォローアップを行い、進捗状況の把握及び計画実施に関する助言指導を行うと共に、場合によっては専門家派遣制度を活用するなどの支援を実施してきた。

②課題

現状においては、フォローアップすること自体が目的となっている場合が多く、支援者側のマンパワー不足や時間的な制約もあり、策定した事業計画の着実な履行を目的としたPDCAサイクルによる検証に基づく適時適切な支援を展開できたとは言いがたい。今後は、小規模事業者自身に気づきを与え、自ら行動しようという内発的動機を生み出すことに注力し、組織的なフォローアップ支援の体制整備と情報共有の仕組みを検討する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定後に、継続的かつ定期的な巡回訪問等を行い、現状把握や計画の進捗状況、計画に基づく売上、収益性等の状況、課題等について事業者と情報共有し、策定した事業計画の着実な履行に関する支援を実施し、「経営力再構築伴走支援モデル」の実践に併せて、PDCAサイクルによる検証を行い、状況に応じた支援を展開すると共に、策定した事業計画の実現可能性を高める。

事業計画、創業計画、事業承継計画を策定したすべての小規模事業者を対象として、原則として4半期単位でのフォローアップ支援を実施する。事業計画の進捗状況等により、進捗停滞や計画との乖離が大きいため訪問回数を増やして集中的に支援すべき小規模事業者と、比較的順調に推移しているため訪問回数を調整しても支障がない小規模事業者とを見極めた上で、小規模事業者自身が気づきにくい第三者としての視点を投げかけることで、小規模事業者自身に気づきを与え、自ら行動しようという内発的動機を生み出すことに注力し、関係職員による組織的なフォローアップ支援の体制整備と情報共有を強化し、適時適切かつ効率的なフォローアップ支援を実施する。

(3) 目標

売上増加事業者数については、令和5年度会員アンケート結果より、売上が大幅増加、多少増加、増減なしと回答した割合が36.0%であった。そこで、本計画におけるフォローアップ支援を実施することによる支援対象事業者数の40%を目標数値とすることとした。

同様に、利益率増加事業者数については、令和5年度会員アンケート結果より、利益が大幅増加、多少増加したと回答した割合が19.6%であった。そこで、本計画におけるフォローアップ支援を実施することによる支援対象事業者数の20%を目標数値とすることとした。

①既存事業者に対する実施支援

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
フォローアップ対象事業者数	30件	20件	20件	20件	20件	20件
フォローアップ頻度(延べ回数)	120回	80回	80回	80回	80回	80回
売上増加事業者数(3%以上)	10者	8者	8者	8者	8者	8者
利益率増加事業者数(1%以上)	10者	4者	4者	4者	4者	4者

※対象事業者数の減少により、フォローアップ頻度も減少している。(いずれも1回/4半期)

②創業者に対する実施支援

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
フォローアップ対象事業者数	—	2件	2件	2件	2件	2件
フォローアップ頻度(延べ回数)	—	10回	10回	10回	10回	10回

③事業承継に対する実施支援

支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
フォローアップ対象事業者数	—	4者	4者	4者	4者	4者
フォローアップ頻度(延べ回数)	—	16回	16回	16回	16回	16回

(4) 事業内容とその手法(第2期の課題を踏まえた内容)

事業計画策定後、経営指導員等による4半期単位での継続的かつ定期的な巡回訪問等を行い、現状把握や計画の進捗状況、計画に基づく売上、収益性等の状況、課題解決等をはじめとする事業計画の着実な履行に関する支援を実施し、「経営力再構築伴走支援モデル」の実践に併せて、PDCAサイクルによる検証を行い、金融斡旋や各種補助金申請等をはじめ状況に応じた支援を展開すると共に、策定した事業計画の実現可能性を高める。

①既存事業者に対する実施支援【改善】

- (1) 小規模事業者ごとの共通書式による「個別支援計画書」を作成し、支援内容と支援スケジュールを明確にした上で継続的かつ定期的な巡回訪問等を通じたフォローアップを実施する。
- (2) 事業計画の修正、見直しや複雑な経営課題に対する高度かつ専門的な知識が必要になった場合は、専門家派遣制度を活用し専門家との連携体制による支援を実施する。
- (3) 進捗停滞や計画との乖離が大きい小規模事業者に対しては、経営支援会議等において情報共有し、他の経営指導員や専門家など第三者の客観的視点を導入し、乖離の発生原因及び対処方法を検討し、フォローアップの頻度を増やすなどの集中的支援を実施する。

②創業者に対する実施支援【拡充】

- (1) ～ (3) は既存事業者に対する実施支援と同様
- (4) 開業前後においては、創業計画策定段階で想定していなかった課題等が多く発生することから、フォローアップ頻度を増やす。(5回/年)
- (5) フォローアップに併せて、記帳及び税務申告、労働保険等をはじめとする基礎的経営支援も実施する。

③事業承継に対する実施支援【拡充】

- (1) ～ (3) は既存事業者に対する実施支援と同様
- (4) 事業承継については、利害関係者の理解、後継者教育、株式や資産の分配、保証や担保処理、相続税や贈与税など高度かつ専門的な支援が必要となるため、島根県事業承継引継ぎ支援センターをはじめとする関係支援機関や金融機関等との連携や専門家派遣制度等を活用しながら総合的な支援を実施する。

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

①現状

第2期計画では、新たな需要開拓を目的としてIT利活用及び販路開拓セミナーの開催、ホームページ作成支援、ギフトカタログの作成配布、展示会、商談会への出展支援等をはじめとする販路開拓と効果的な情報発信に関する支援を実施してきた。

しかしながら、コロナ禍以降、IT利活用による販路開拓への関心は出始めているが、小規模事業者の高齢化、知識ノウハウ不足、人材不足等の理由により積極的な取組みは展開されず、依然として限られた範囲での営業活動に留まっている小規模事業者が多いと思われる。

②課題

IT利活用及び販路開拓セミナーは受講者が伸び悩んでおり、カリキュラム内容、周知案内活動の仕方、受講者募集の仕組みを再検討する必要がある。カタログギフトについては一時的な需要開拓をはかることができたが、電子媒体の活用や掲載事業者間の連携体制の仕組み構築に関する再検討が必要である。ホームページ作成支援については目標数値を追求するあまり、質的充実のための継続的支援が不十分となった。展示会、商談会等への支援については物流コスト増大の影響等を鑑み、近隣県で開催される展示会やオンライン活用での出展による機会創出を検討する必要がある。

今後は、効率性や経済性、費用対効果を重要視したIT利活用、DX推進による販路開拓支援、事業者間及び官民の連携による販路開拓の仕組み、組織的なPDCAサイクルを実施するための体制整備が必要である。

(2) 支援に対する考え方

消費者及び取引先ニーズに基づいたマーケットインの発想に基づき、乏しい経営資源を考慮し、優先順位に基づく効率性や費用対効果を重視した需要開拓に関する側面支援を中心にを行い、小規模事業者自らが新たな需要を獲得する契機となる機会を提供するという視点での支援を実施する。

外貨獲得を目的として、地場産品製造業の地域資源を活用した商品の開発、改良、魅力的かつ効果的な情報発信や商品特性に合致した商談会・展示会等への出展促進をはかり、新たな顧客獲得と多角的な販路開拓を目指す。

加えて、地域内消費拡大を目的として、飲食関連事業者のターゲット顧客層に対する有益かつ魅力的な情報発信強化や顧客ニーズに対応した商品サービスの提供に伴う顧客満足度の向上による顧客内シェアの拡大を目指し、「経営力再構築伴走支援モデル」を実践し、新たな需要開拓に関する支援を実施する。

具体的には、専門家や関係支援機関と連携して、小規模事業者が比較的取組みやすいホームページ、SNS等の活用による魅力的かつ効果的な情報発信、独自かつ地域性のある特産品カタログギフト等の販売促進ツールによる訴求力向上と各種展示会・商談会への出展支援による新たな需要開拓に係る支援を実施する。

併せて、IT利活用及びDX推進による販路開拓に関するセミナーを開催し、小規模事業者が販路開拓していく上で課題とされている自社及び製品サービスの魅力的かつ効果的なPR手法、戦略的な意図を持った営業活動による新規顧客獲得や販路開拓に関する支援を実施する。

(3) 目標

事業内容	支援内容	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
① ※1	ホームページ作成 支援者数	10者	3者	3者	3者	3者	3者
	IT利活用・DX推進 支援事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
	新規取引先 開拓数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
②	ギフトカタログ 発行回数	1回/年	1回/年	1回/年	1回/年	1回/年	1回/年
	ギフトカタログ掲載 支援者数	12者	15者	15者	15者	15者	15者
	売上増加 事業者数	5者	6者	6者	6者	6者	6者
③ ※2	ビジネスマッチング 参加事業者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
	新規取引先 開拓数	—	2件	2件	2件	2件	2件
③ ※3	ふるさとフェア 参加事業所数	—	5者	5者	5者	5者	5者
	売上額/1者	—	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
④ ※4	IT利活用・DX推進販 路開拓セミナー	1回/年	1回/年	1回/年	1回/年	1回/年	1回/年
	売上増加 事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者

※1 質的充実のための継続的なフォロー支援を充実させるため目標値を低く設定した。

※2 ※3 ビジネスマッチング、ふるさとフェアへの出展は新規取組みのため現状実績なし。

※4 販路開拓セミナー参加者の売上増加把握は新規取組みのため現状実績なし。

(4) 事業内容とその手法（第2期の課題を踏まえた内容）

①ホームページ作成、IT利活用及びDX推進（SNS、オンライン取引等）による需要開拓支援【拡充】

対 象	管内地場産品製造業、飲食関連事業者等
訴求相手	近隣商圏をはじめとする全国の取引先、一般消費者等
内 容	<p>(1) 全国商工会連合会推奨「Goopé(グーペ)」、専門家派遣指導、各種補助金等を活用して、自社ホームページの新規作成、リニューアル等による魅力的かつ効果的な情報発信強化に関する支援を行う。</p> <p>(2) 小規模事業者が比較的取り組みやすいIT技術（SNS等）、専門家派遣指導等を活用して、事業者が販路開拓していく上で課題とされている自社及び製品サービスの魅力的かつ効果的なPR手法、戦略的な意図を持った営業活動による新規顧客獲得や販路開拓に関する支援を実施する。</p> <p>(3) 専門家派遣指導、IT導入補助金等を活用して事業者のIT利活用及びDX推進（オンライン取引、キャッシュレス等）を促進し、効率性や経済性を重視した販路開拓、効果的かつ合理的な営業活動の実現を目指すための支援を実施する。</p>
効 果	<p>マーケティング思考に基づく営業活動の強化とIT利活用、DX推進に伴う魅力的かつ効果的な情報発信をはかり、新たな顧客獲得と多角的な販路開拓に伴う外貨獲得と地域内消費拡大による地域経済の維持、発展を目指すことができる。</p> <p>また、ターゲット顧客層に対する有益かつ魅力的な情報発信の強化や顧客ニーズに対応した商品サービスの提供に伴う顧客満足度の向上による顧客内シェアの拡大、地域内消費の拡大を目指すことができる。</p>

②特産品ギフトカタログを活用した需要開拓支援【拡充】

対 象	管内地場産品製造業等
訴求相手	地域内外の一般消費者等
内 容	需要動向調査の結果と分析に基づき、管内地場産品製造事業者、飲食関連事業者及び地域経済の持続的発展を目指す上での課題の中から、顧客単価の向上と地域内消費の増大、町内特産品及び土産品を購入する仕組み構築、効果的かつ魅力的な情報発信を目的として「特産品ギフトカタログ」活用による新たな需要開拓に関する支援を実施する。 具体的には、町内飲食店等での待ち時間の有効活用と土産品等をどこで買ってよいかわからない等のアンケート回答が多かったことから、そば店及び観光施設等に特産品ギフトカタログを配布設置し、土産品等を購入する仕組みを構築すると共に、管内事業者の周知 PR を強化することにより新たな需要開拓と販路拡大を図り、個社の売上増加と地域内消費の増大を目指す。
効 果	新たな需要開拓と販路拡大を課題とする小規模事業者が多いことと、来町する観光客が土産物等を購入する仕組みが不十分であり地域内消費額が伸び悩んでいるという地域経済の課題の同時解決をはかることが可能となる。

③展示会・商談会等への出展に関する支援【拡充】

(1)「中海・宍道湖・大山圏域ビジネスマッチング商談会」への出展支援【BtoB】

対 象	管内地場産品製造業等
訴求相手	圏域をはじめとする全国の取引先等
内 容	中海・宍道湖・大山圏域の行政と商工団体が県境を越えて開催される山陰最大級のBtoB型商談会である。圏域内企業の連携や交流を促進し、圏域外企業も含めたマッチングを推進することで、圏域経済の活性化をはかることを目的としている。令和5年度は62社が圏域外から参加し、全参加企業数合計179社、商談調整率59.1%となっている。
効 果	効率的な商談実施による新規取引先の獲得、販路開拓を目指すことができる。

(2)「しまねふるさとフェア」への出展支援【BtoC】

対 象	管内地場産品製造業等
訴求相手	広島市をはじめとする山陽エリアの一般消費者等
内 容	島根のグルメや食品、工芸品、郷土芸能、観光情報等を紹介する大規模なPRイベントである。島根県内の全19市町村が一堂に会するイベントで、令和6年はコロナ禍以降4年ぶりに大規模開催となり、2日間で約156,000人が来場した。
効 果	大消費地における効率的な新規顧客の獲得、販路開拓を目指すことができる。

(3)町人会、その他商談会・展示会等への出展支援【BtoB、BtoC】

奥出雲町と連携し、東京、関西、広島等の地域の奥出雲町人会に対し、「特産品ギフトカタログ」等を活用し、地場産品製造業者等の商品情報の提供を行い、新たな需要開拓をはかる。

第2期計画にて実施した「関西奥出雲会」等への出展及び情報提供を通じて、関西地方の消費者ニーズを収集する機会とし、外貨獲得を目的とした商品開発、改良及び販路開拓に繋げる。

④IT利活用及びDX推進による販路開拓に関するセミナーの開催【新規】

IT利活用及びDX推進による販路開拓に関するセミナーを開催し、事業者が販路開拓していく上で課題とされている自社及び商品サービスの魅力的かつ効果的なPR手法、戦略的な意図を持った営業活動による新規顧客獲得や販路開拓に関する支援を実施する。

対 象	管内地場産品製造業、飲食関連事業者等
時 期	1回/年
内 容	小規模事業者が販路開拓していく上で課題とされている自社及び製品サービスの魅力的かつ効果的なPR手法、戦略的な意図を持った営業活動や新規顧客獲得や販路開拓を行うこと、顧客が情報検索する際に魅力的かつ正確な情報を収集できるような仕組みをつくることを目的としたセミナーを開催する。具体的には、IT技術、DXを活用した魅力的な情報発信と効果的な販路開拓に関するノウハウや仕組み構築など実践に活かせる具体例を交えた方法を学び、顧客ニーズに適応した販路開拓手法やマーケティング活動に繋げる。
効 果	マーケティング思考に基づく営業活動の強化とIT利活用、DX推進に伴う魅力的かつ効果的な情報発信をはかり、新たな顧客獲得と多角的な販路開拓に伴う外貨獲得と地域内消費拡大による地域経済の維持、発展を目指すことができる。 また、ターゲット顧客層に対する有益かつ魅力的な情報発信の強化や顧客ニーズに対応した商品サービスの提供に伴う顧客満足度の向上による顧客内シェアの拡大、地域内消費の拡大を目指すことができる。

II 経営発達支援計画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

①現状

第2期計画においては、職員会議や経営支援会議等で計画の進捗確認、自己評価を行い、必要に応じて役員会に報告すると共に、実施状況、成果、問題点等について把握、検討し、経営発達支援事業の推進方法について随時見直しを行っている。

併せて、外部有識者等による評価委員会を設置し、コロナ禍の際には書面開催とした時もあったが、原則年1回の外部評価委員会を開催することにより、第三者の視点から客観的に評価、検証いただき、次年度に向けての改善をはかれるようPDCAサイクルを回す仕組みを目指している。

②課題

経営発達支援計画を確実に実行していくためには、様々な立場の外部評価者からの適時適切な評価、検証を行う必要があるが、日程調整が難しく、欠席者が多いこともあり、一部の評価者に偏重している場合があることから、外部評価機関の開催方法及び構成員等を再検討する必要がある。

(2) 事業内容

①事業の評価・見直し

経営発達支援事業の成果、評価及び見直しをする外部評価機関として、「事業承継の推進による小規模事業者数の維持・減少抑制に関する支援」を経営発達支援事業の目標に掲げていることから、外部評価機関を奥出雲町主催で開催している「奥出雲町事業承継支援機関協議会」に併せて開催することとする。

【外部評価機関】奥出雲町事業承継支援機関協議会 構成団体

- | | |
|-------------------|-------------------|
| ・島根県中小企業課 | ・島根県事業承継引継ぎ支援センター |
| ・山陰合同銀行（三成支店） | ・しまね信用金庫（仁多支店） |
| ・しまね信用金庫（横田支店） | ・島根県商工会連合会 |
| ・奥出雲町定住産業課 | ・奥出雲町商工会 |
| ・奥出雲町商工会（法定経営指導員） | |

②事業の評価・見直しの方法

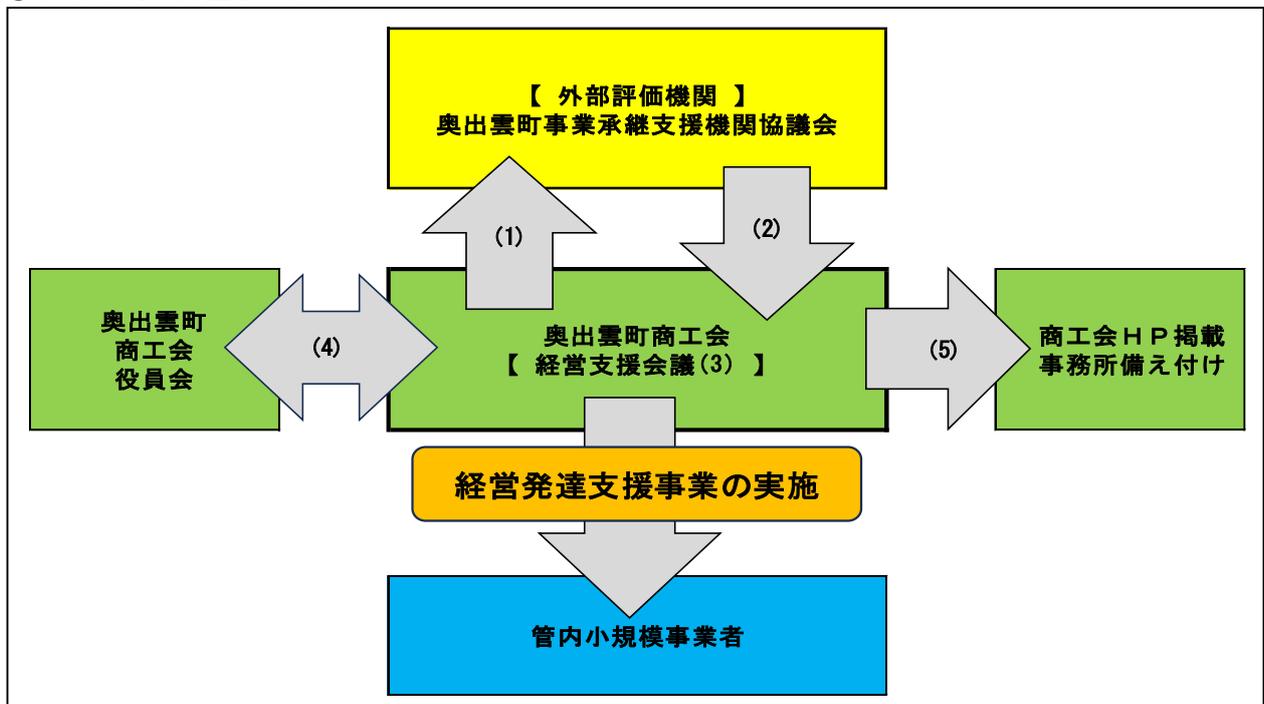
本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- (1) 経営発達支援計画書で計画された各事業について、半年ごとに商工会事務局内で「事業内容」「目標」「事業効果」とともに「事業実施体制」「事業推進プロセス」等について事前評価を行うとともに、計画どおりに実行できなかった場合の原因と改善策を検討し「経営発達支援計画評価表」に取りまとめる。(参照：評価項目及び評価内容)

評価項目	評価内容
事業内容について	<ul style="list-style-type: none"> ・対象事業者及び選定基準は適切であったか ・事業の実施方法は適切であったか ・事業効果はどうであったか 等
事業推進プロセスについて	<ul style="list-style-type: none"> ・事業全体の手順、スケジュールは適切であったか ・各事業内容の手順、スケジュールは適切であったか 等
連携について	<ul style="list-style-type: none"> ・連携者は適切であったか ・連携体制は適切であったか 等
事業実施体制について	<ul style="list-style-type: none"> ・計画の業務量を実施できる推進体制であったか ・職員の職務能力で不足する知識ノウハウは何であったか ・その他業務、事業にどの程度の影響があったか 等

- (2) 商工会事務局で取りまとめた「経営発達支援計画評価表」を奥出雲町事業承継支援機関協議会に提示し、外部有識者等による意見等を収集し取りまとめる。
- (3) 商工会内の経営支援会議において、奥出雲町事業承継支援機関協議会で示された意見等を参考に評価・見直しの方針について決定する。
- (4) 事業の成果・評価・見直しの結果については、商工会役員会へ報告し決定・承認を受ける。
- (5) 事業の成果・見直し結果を「奥出雲町商工会ホームページ掲載」及び「事務所への常備備え付け」を行い、計画期間中公表する。【<https://oku-izumo.shoko-shimane.or.jp>】

③事業評価・見直しの業務フロー



10. 経営指導員等の資質向上に関すること

(1) 現状と課題

①現状

第2期計画において、経営指導員等の資質向上に関しては「職種別業務チェックリスト」を活用し、全職員が不足するスキルを確認すると共に、必要なスキルを取得するための「資質向上計画」を作成し、これに基づいて島根県、島根県商工会連合会、商工会議所連合会等が実施している経営指導員等研修会や中小機構主催の中小企業支援担当者等研修会等へ参加し、小規模事業者支援に関する知識ノウハウの習得に努めている。

②課題

今後は、前述した「小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」に示した支援を展開する上で求められる知識ノウハウや資質に加えて、「経営力再構築伴走支援」の実践を通じて、小規模事業者の本質的な経営課題への気づきを促し、内発的な動機付けによる潜在力を発揮させ、小規模事業者の「自己変革力」の向上と「自走化」の促進をはかることを目的とした円滑なコミュニケーション（対話と傾聴）をはかるためのスキル、アドバイスの仕方、効果的な支援業務の進め方等の属人的になっている資質の向上と共に平準化を目指す。

経営指導員（法定経営指導員含む）のみならず、他の職員も含めた組織全体としての資質向上と共有化をはかり、より効果の高い組織的な支援体制を構築する必要がある。

(2) 事業内容（第2期の課題を踏まえた内容）

①島根県経営指導員等研修会

参加者	経営指導員、指導職員
目的	経営発達支援計画の実施に必要な基本的知識、ノウハウの習得
主催	島根県、島根県商工会連合会、島根県商工会議所連合会等
内容	経営発達支援計画の実施に必要な「経営分析」、「事業計画、創業計画、事業承継計画策定」、「販路開拓」等の基本的な知識ノウハウを習得すると共に、「経営力再構築伴走支援」の基本姿勢（対話と傾聴）の習得、向上をはかる。また、従来までは経営指導員が中心に参加していたが、今後は指導職員も含めて積極的に参加する。

②指導職員研修

参加者	指導職員
目的	経営発達支援計画の実施に必要な基本的知識、ノウハウの習得
主催	島根県商工会連合会、島根県商工会議所連合会等
内容	指導職員は記帳指導、労務指導等の基礎的経営支援に関する分野の支援能力は有しているが、そこから一步踏み込んだ「事業計画策定」、「販路開拓」、「補助金活用」、「金融」等の基礎的な知識ノウハウを習得し、組織的な支援体制の構築を目指す。

③業務知識習得研修、新任職員研修、マネジメントスキル養成研修等

参加者	経営指導員、指導職員、職員全員
目的	経営発達支援計画の実施に必要な基本的知識、ノウハウの習得
主催	島根県商工会連合会、島根県商工会議所連合会等
内容	全職員が業務に必要な支援能力を習得するため、資質向上対策指針に基づく「職種別業務チェックリスト」、「資質向上計画書」を利用して、各職員が不足している支援能力を特定した上で、これから必要とされる支援能力の補完、セルフマネジメント能力の向上を目的とした研修会への参加を計画的に実施していく。

④ IT 支援力向上、DX 推進に関する研修会

参加者	経営指導員、指導職員
目的	IT リテラシー向上、DX 推進に関する支援能力の習得
主催	中小企業基盤整備機構、島根県、島根県商工会連合会
内容	DX 関連セミナーや IT 支援力向上講習会等に参加し、IT や AI の利活用及び DX 推進に関する支援能力を向上させ、事業者のニーズに合わせた IT リテラシー向上、DX 推進をはかることで、デジタル化を含めた業務改善による生産性向上、魅力的かつ効果的な情報発信等の取組みに対する支援能力を強化する。

⑤ 組織内での研修内容の共有

参加者	職員全員
目的	組織内での研修内容の共有
内容	すべての外部研修に参加することは不可能であるため、該当研修に参加した経営指導員、指導職員は、復命書だけでなく職員会議において受講した研修内容の要点を報告することとする。また、受講した研修資料等は事務所内共有サーバー内に保存し、全職員が必要な時に閲覧できるようにする。

⑥ OJT、専門家帯同による支援能力向上

目的	経営指導員個々の支援能力向上と組織全体の支援能力向上
内容	支援経験の豊富な経営指導員（法定経営指導員等）と実務経験の浅い指導職員等がチーム体制による巡回訪問や窓口相談の機会を活用した OJT を実施する。専門家派遣制度を活用する際は、これを OJT の好機と捉えて、経営指導員が帯同して、その支援ノウハウを吸収する。

⑦ 支援情報のデータベース化

目的	支援対象先の情報について、全職員が一定レベル以上の対応を可能とする
内容	事務所内サーバー内に支援対象者単位の共有フォルダ管理の仕組みを構築し、担当経営指導員が支援対象先の経営分析資料や経営計画等のデータを随時更新保存を行い、その事業所情報を職員全員が相互共有することにより、担当者不在の場合や人事異動の場合であっても、一定レベル以上の対応を可能とする。

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

① 現状

第 2 期計画においては、他の関係支援機関との連携を通じた事業所情報や支援ノウハウの情報交換、共有を実施しており、経営発達支援計画の実行に必要な有機的連携が構築できた一方で、支援機関ごとの温度差により形式的な関係性に留まるなど、有益な情報交換、共有ができなかった場合もあった。

② 課題

今後は、経営発達支援事業を円滑かつ効率的に実施していくには、関係支援機関との有機的な連携体制構築が必須と考えており、これまで以上に緊密な関係性を維持していくことが必要である。

(2) 事業内容 (第2期の課題を踏まえた内容)

① 島根県商工会連合会、雲南地区商工会との情報交換

相手先	島根県商工会連合会経営支援課、雲南市商工会、飯南町商工会
頻度	2回/年
方法	経営支援連絡会議を年2回定期的に開催しており、会議内容は国及び島根県の各種補助金や支援施策等に関する説明、情報提供のほか、島根県下全商工会と近隣の雲南地区2商工会(雲南市商工会、飯南町商工会)における主な経営相談内容、管内地域の状況及び課題、管内事業所の経営状況及び経営課題、支援業務上の課題、支援事例等について情報交換、共有をはかっている。 今後も、これまでの連携体制を基本とし、支援事例やノウハウについての情報交換を継続する。

② 日本政策金融公庫との情報交換会

相手先	日本政策金融公庫松江支店
頻度	2回/年
方法	現在、融資案件に対する情報交換、融資制度に関する研修会を年2回開催している。日本政策金融公庫は創業から経営改善、事業承継に至るまで小規模事業者の金融支援を数多く取り扱っており、多くの事例を有している。 今後も、これまでの連携体制を基本とし、支援事例やノウハウについての情報交換を継続する。特に、創業支援や事業承継支援に関する情報交換を緊密に行うことで、支援スキルの向上が期待できる。

③ 島根県よろず支援拠点、しまね産業振興財団との情報交換

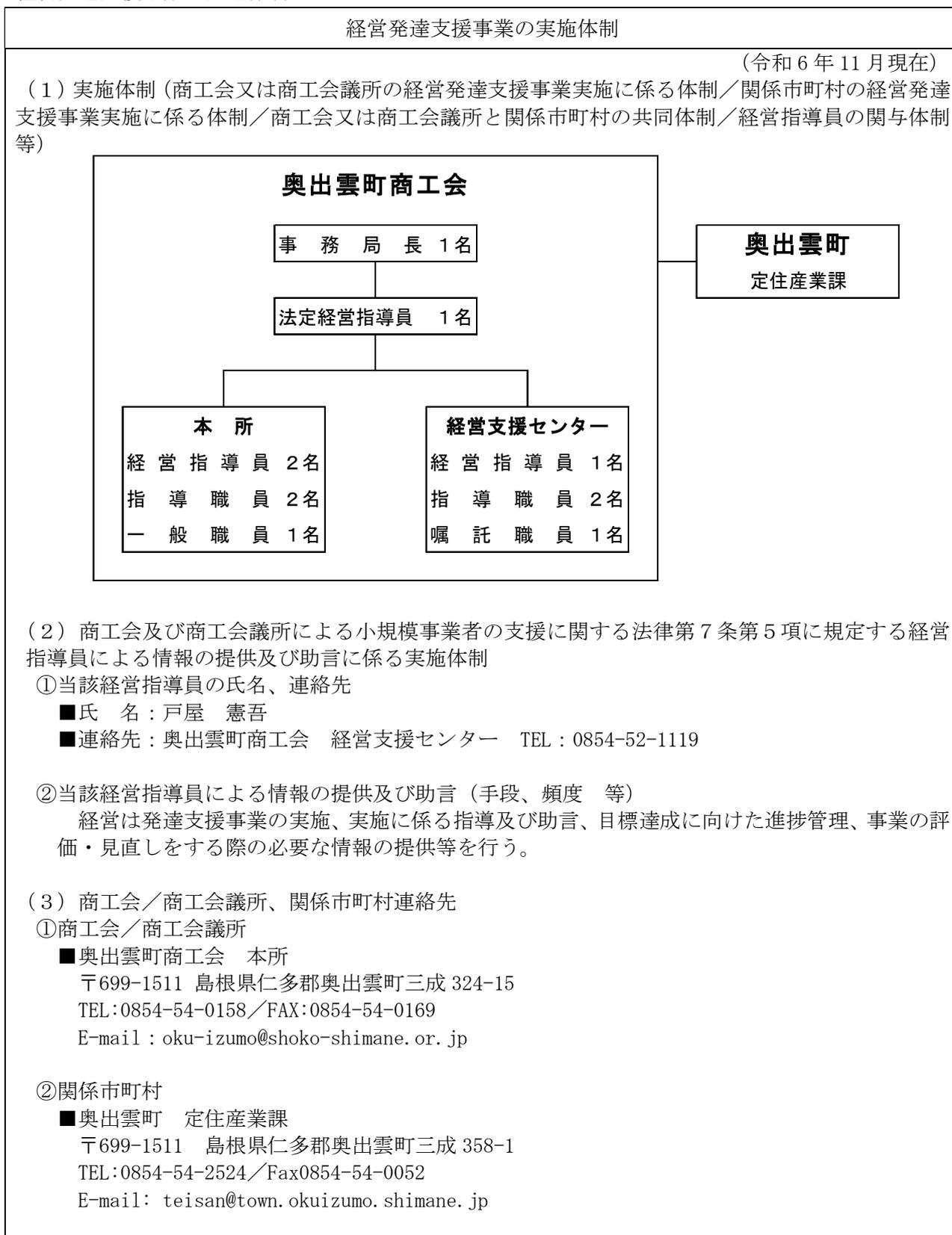
相手先	島根県よろず支援拠点、しまね産業振興財団
頻度	2回/年
方法	現在、専門家派遣指導や各種支援施策(補助金)に対する連携をはかっており、定期的に支援情報の交換、共有を行っており、相互の組織の強みを活かした有機的な連携体制が構築できている。 特に、各種補助金の情報提供及び申請に係る支援、新たな需要開拓、各種専門家派遣指導(事業計画策定、IT利活用、DX推進、労務関係等)についての支援を連携体制で実施することにより、支援スキルの向上が期待できる。

④ 島根県、島根県事業承継引継ぎ支援センター等との情報交換

相手先	島根県中小企業課、島根県事業承継引継ぎ支援センター
頻度	2回/年
方法	現在、事業承継に関する課題解決に対して連携体制を構築している。本計画において事業承継の推進は事業目標に掲げていることから、今以上の関係性を維持する必要性がある。 今後は、事業承継に関する支援情報の交換、共有だけでなく、事業承継支援の知識、事例に関する研修会や共催による事業承継セミナー及び個別相談会を開催することにより、事業承継に関する支援力の向上が期待できる。

(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)

項目	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	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800
経営発達支援事業	(2,700)	(2,700)	(2,700)	(2,700)	(2,700)
1. 経済動向調査	100	100	100	100	100
2. 需要動向調査	100	100	100	100	100
3. 経営状況分析	100	100	100	100	100
4. 事業計画策定支援	600	600	600	600	600
5. 事業計画実施支援	600	600	600	600	600
6. 新たな需要開拓支援	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
支援力向上のための取組	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)
1. 経営指導員等の資質向上	100	100	100	100	100

(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、島根県補助金、奥出雲町補助金、事業委託費、会費手数料収入 等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

