

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	板野町商工会（法人番号 7480005003530） 板野町（地方公共団体コード 364045）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目 標	経営発達支援事業の目標 （１）需要を見据えた事業計画の策定支援と実施支援 （２）基幹産業である農業の6次産業化を通じた特産品の開発支援 （３）「道の駅いたの」を基点とする特産品のブランド化支援 （４）新たな「いたのブランド」の販路開拓支援 （５）職員の資質向上と支援体制の構築
事業内容	経営発達支援事業の内容 1. 地域の経済動向調査に関すること 徳島県及び徳島経済研究所等が公表する地域経済データを収集・分析し、管内の小規模事業者等に分析結果を提供する。また、管内小規模事業者の景気動向等について、年4回調査・分析を行いより詳細な実態を把握する。 2. 需要動向調査に関すること 「道の駅いたの」の来駅者及び全国規模の流通事業者を対象とする需要動向調査を実施し、管内の小規模事業者等にその分析結果を提供する。 3. 経営状況の分析に関すること 支援対象小規模事業者の財務分析及び経営分析を実施し、その分析結果を事業計画策定のためのベース資料として提供する。 4. 事業計画策定支援に関すること 支援対象小規模事業者が「道の駅いたの」への出店若しくは出荷を実現するため、及び全国規模の流通事業等との取引を実現するために必要な事業計画の策定支援を実施する。 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 支援対象小規模事業者が事業計画に基づいて実施する取り組みを支援するため、専門家等の派遣を行う。また、「道の駅いたの」への出店・出荷を実現したり、全国規模の流通事業等との取引を実現するためにはPDCAサイクルの確立が欠かせないところ、定期的な巡回等を通じて事業計画の実施状況を把握するとともに事業計画の修正等を支援する。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 「道の駅いたの」における新たな需要を開拓するために必要な商品等の開発支援及び広報活動支援（試食販売等、チラシやパンフレットの作成・配布）を行う。また、全国的な需要の開拓のために必要な商品等の開発支援及び広報活動（展示会等への出展、チラシやパンフレットの作成・配布）を行う。
連 絡 先	板野町商工会 〒779-0105 徳島県板野郡板野町大寺字露ノ口 55-2 TEL：088-672-0443 FAX：088-672-0554 E-mail：tsci2300@tsci.or.jp 板野町産業課 〒779-0192 徳島県板野郡板野町吹田字町南 22-2 TEL：088-672-5994 FAX：088-672-5553 E-mail：sangyouka@town-itano.i-tokushima.jp

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

a. 位置・地勢

板野町は、徳島県北部、吉野川下流の北岸に位置し、徳島市とは直線で12km、鳴門市とは14kmの距離にある。地勢は町域の3分の2が丘陵地で、残りの3分の1が吉野川沿いに広がる平野となっている。



b. 沿革

板野町は、太古よりの歴史を有し、律令時代には南海道が通り、当時の地方役所「板野郡衙」が設置され昔からの交通の要所として機能していた。

また、四国霊場八十八箇所の3番～5番までの三つの霊場を有し、歴史・文化的な蓄積を多く有している。

●3番札所:金泉寺



●4番札所:大日寺



●5番札所:地藏寺

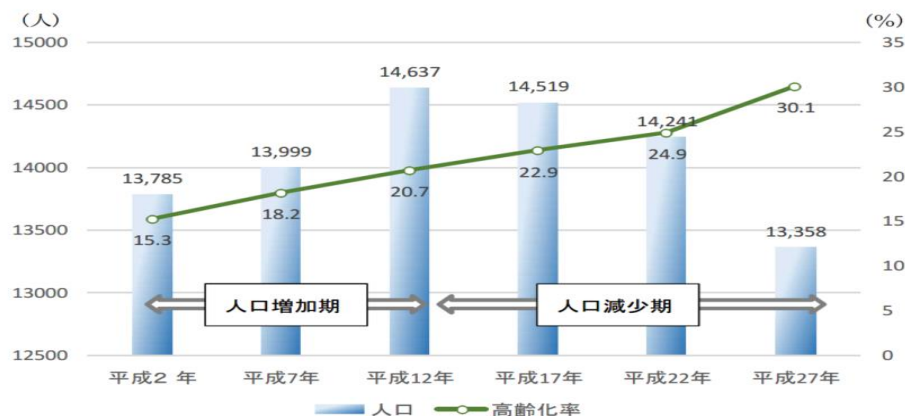


c. 人口

国勢調査でみると、平成12年の14,637人をピークにその後は減少傾向が続き、平成27年で人口13,358人、高齢化率30.1%となっている。

最近の動きを住民基本台帳のデータでみてみると減少傾向は続いており、令和元年で13,299人、高齢化率32.5%となっている。

●人口と高齢化率の推移(国勢調査)



d. 産業

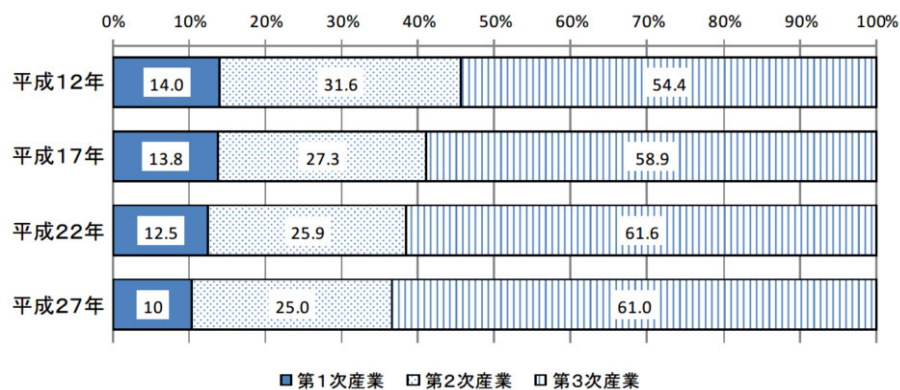
産業別就業人口の構成比をみると、第1次・第2次産業のゆるやかな減少に対し、第3次産業がやや増加という傾向が続いている。

農業は、町の基幹産業であり、春先に欠かせない彩りのある洋にんじん（R1 年出荷量 15,770,140 kg）、きめ細やかな肌合いのれんこん（R1 年出荷量 151,486 kg）、名産品として奈良漬けに形を変える白瓜などが特産品となっているが、就業人口の高齢化と減少が続く中、就業環境の充実に取り組んでいる。

商工業は、当会の調査では、令和元年度当初現在で、建設業 89 社、製造業 49 社、卸売業 13 社、小売業 114 社、飲食業 49 社、サービス業 103 社、その他 22 社の合計 439 社が活動しているが、農業同様に就業人口の高齢化が進んでいる。事業者の多くが当町及び近隣市町をマーケットとして事業を営んでいるが、人口の減少と高齢化、モータリゼーションの進展による住民活動の広域化によって、苦しい経営を強いられる中、産業連携による付加価値の増強と雇用力の強化に取り組んでいる。

一方で、「あさんインダストリアル・パーク」「ソフトパーク・いたの」の両工業団地が、高松自動車道板野インターチェンジから約 5 分の所に整備され、「あさんインダストリアル・パーク」には大手の製薬会社が立地するなど、板野町の高速道路等の立地条件を考えると、これからは工業・流通系の企業立地の増加も想定されている。

●産業別就業人口の構成比の推移(国勢調査)

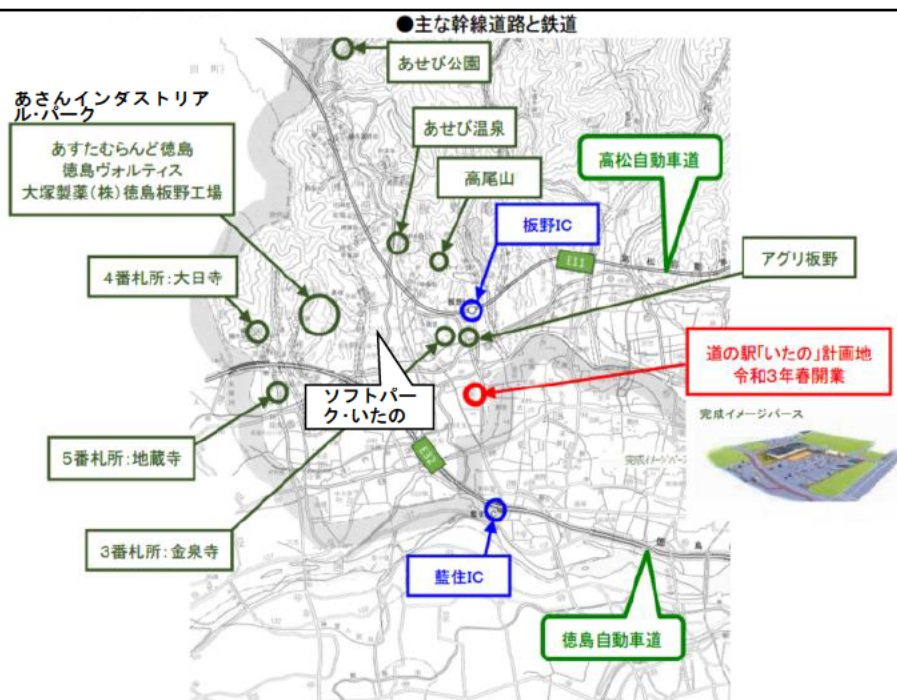


e. 主な施設立地

板野町には四国最大クラスの観光施設「あすたむらんど徳島」や町営温泉施設「あせび温泉」といった周辺から誘客している観光施設が立地している。また、Jリーグに所属する徳島ヴォルティスがクラブハウスや練習場を板野町に有している。

f. 交通

町内を高松自動車道と徳島自動車道の2本の高速幹線が通り、町内に板野 IC、隣接する藍住町に藍住 IC が立地し、両 IC 間がバイパス道路で結ばれており、高速交通へのアクセスは極めて優れている。



g. 生活圏

通勤・通学状況を見ると、板野町の住民は徳島市・鳴門市・藍住町へ流出しているが、一方、周辺地域からも多くの流入がみられる。平成27年の国勢調査では板野町からの流出3,690人に対し、周辺から板野町への流入は3,497人とやや流出が多いものの、概ね類似した動きを示している。

※ a.～g. 出典：板野町『第五次 板野町振興計画』

h. 第五次板野町振興計画

令和2年3月に策定された「第五次板野町振興計画」では、板野町では「安心なまち・子ども輝くまち・交流のまち いたの」を今後5年後のまちづくりの目標に掲げ、観光の展開や高速交通を活かした工業・流通の促進、さらには産業間の連携促進による六次産業化等への取り組みを『交流』という言葉に託している。

商工業の振興策については、農業や観光との連携も含め、まちの賑わいや住民サービスの充実の視点から商業を振興していくとともに、交通条件等を活かした新たな展開も視野に入れた取り組みが必要としている。

また、観光の振興策については、観光やスポーツを町の主要な産業としての位置づけを明確にし、さらには令和3年春に開業する道の駅には、地域振興施設及び高速バスの停留所等を整備し、これらと連携することで、地域波及効果を高める仕組みづくりに取り組むとしている。

【第五次 板野町振興計画】（抜粋）

基本構想（平成27年度～令和6年度：10年間）

●基本目標と施策の柱

・活力と交流を生み出す

農業を基幹産業とし、地場産業を育て商・工業の活性化を図ると共に、産業間連携を促進し、産業の六次化に取り組みます。高速交通に恵まれている立地条件を活かし、“人・もの・情報”が集い、交流しあうまちづくりを目指すものです。

●連携強化による産業づくり

- ・商業や工業単体では大きな産業力は有していませんが、農・商・工の連携とともに、産官学との連携も含めた六次産業化への取り組みが大切な視点となってきます。また、本町は2つの高速道路が利用でき、四国・中国・関西方面へ優れた交通条件を有しております。この条件を活用した工業・流通の促進と共に、令和3年春に開業する道の駅の整備により積極的な観光等の展開と活性化を図っていきます。

後期基本計画（令和2年度～令和6年度：5年間）

●商工業の振興

- ・施策 商業の活性化：商工団体の育成強化、特産品開発への支援

●基幹産業のブランド化と産官学の交流促進

- ・施策 基幹産業のブランドづくり：農業市場の活用及び販路拡大、農業特産物づくりの推進、地場産品の加工特産品づくり、六次産業化の推進

重点プロジェクト

●板野町の個性を発揮する

- ・観光、農業、商業、環境との連携による地域波及効果を高める。（六次産業化の推進、特産品開発の支援、「道の駅」の整備、農業市場の活用と販路拡大）

② 課題

a. 商業

商業においては、JR板野駅を中心として形成された商店街には、かつては近隣町村から人々が訪れ賑わっていたが、消費者の購買行動の変化に伴い旧来の商店街が衰退、廃業閉店等が目立つようになってきている。特に近年は、隣接する藍住町にオープンした大型ショッピングセンターに消費が流出しており、当地域の個々の商業者はそのような環境の中において事業を継続していくために、市場の変化を踏まえた事業モデルの再構築が求められている。

b. 工業

工業においては、町の事業用地「あさんインダストリアル・パーク」「ソフトパーク・いたの」の造成により大手製薬会社工場等の誘致に成功しているが、製造品目等の関係から下請等による地元企業への波及には至っていない。

基幹産業である農業をもとにした「漬物製造業」が地場産業として成り立っており、現在は14社が農業と共に本町産業の基盤となっている。しかしながら、ほとんどの事業所がメーカー等の下請けが中心であり、独自ブランド商品を持つ事業所は少なく、独自ブランド商品開発による高付加価値化及び販路開拓等による経営基盤強化が求められている。そのような中、本会青年部員の漬物製造業者を中心として商品開発し、商標を取得した「つけもの侍いたのすけ」シリーズ4品目（きゅうり漬、福神漬、奈良漬、なすの辛子漬）は、本町を代表する特産品に成長した。今後は、さらなる販路開拓等の余地があり、観光振興等においても大いに活用できる。

c. 管内事業者

商工会会員数は240名（R元年度末）で、その業種内訳は建設業19.2%、製造業13.8%、卸売業4.6%、小売業25.8%、飲食・宿泊業7.5%、サービス業22.1%、その他7.0%となっており、上述した管内商工業者439業者と同様の業種構成となっている。

管内事業者は高齢化及び廃業等による減少が続いており、（経済センサスH21/H26の小規模事業者数の比較392業者→373業者△19業者）当会としては管内既存事業者の経営継続及び発達のために、事業計画策定支援等を通じた個別企業の経営基盤強化及び販路開拓、円滑な事業承継支援等が課題であると考えている。

変化の激しい事業環境の中において経営を継続発展させていくためには経営計画の策定実行が重要であるが、経営資源の限られる小規模事業者等は日々の経営活動に注力せざるを得ないため、またその策定のための知識等も不足していることが多々あるため、自身による中長期的な事業計画の策定が難しいという現実がある。そこで当会が経営支援機関として個々の事業者の経営計画策定支援等を通して、事業者の経営基盤の確立及び計画実行を支援することが求められている。

(2)小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10 年程度の期間を見据えて

上記で示した商工業の現状と課題、第五次板野町振興計画の方向性、それに伴う当会の役割を踏まえて、当会では今後 10 年程度を見据えた長期的な小規模事業者の振興のあり方として次に掲げる項目について推進を図り、小規模事業者の持続的発展による地域経済の活性化に努めていく。

a. 地域に根付いた活力ある小規模事業者の育成

小規模事業者が安定的な経営を維持していくためには、変化する経営環境に柔軟に対応できる経営力の向上を図ることが重要なことから、新たな需要開拓に向けた事業計画の策定と計画の着実な実施に向けた伴走型支援を継続的に推進し、地域に根差した活力のある小規模事業者の育成を図る。

b. 基幹産業である農業の 6 次産業化を通じた新たな特産品の開発

商業や工業単体では大きな産業力は有していないが、農・商・工の連携とともに、産官学との連携も含めた基幹産業である農業の 6 次産業化への取り組みを通じて、新たな特産品の開発への取り組みを進め、地域経済の活性化を図る。

c. 「道の駅いたの」を基点とする「地産外消」の実現による地域経済の活性化

令和 3 年 4 月、2 つの高速道路が利用でき、四国・中国・関西方面へ優れた交通条件を有するメリットを最大限に活かすため、水素ステーションを併設する「道の駅いたの」がオープンする。

「道の駅いたの」は、四国最大規模（建築面積約 1,720 m²・内特産物直売所約 600 m²）の道の駅であり、産地直売所や加工施設、農家レストラン、軽飲食施設等が整備されることとなっている。産地直売所には農産物のみならず板野町で製造された加工食品や工業製品も販売される予定であり、「道の駅いたの」への出店・出品を通じて、新たな「いたのブランド」構築への取り組みを進め、地域経済の活性化を図る。

また、「道の駅いたの」で評判を得た商品については、次のステップとして首都圏での販路開拓に取り組むこととし、首都圏においても新たな「いたのブランド」の構築への取り組みを進め、地域経済の活性化を図る。

② 第五次板野町振興計画との連動性・整合性

第五次板野町振興計画における当会の役割としては、上記で示した地域及び商工業の現状とそれぞれの課題を踏まえ、目指すまちづくりの方向性を共有しつつ、その担い手となる地域小規模事業者に対して安定的かつ持続的な経営基盤の確立に向けた伴走型支援を継続的に実施し、活力ある事業者の創出を図ることで、賑わいのある商業空間の創出や地域ブランドの構築、魅力ある観光地づくり等へと繋がり、板野町が目指す将来像の実現に向け町と協働で推進していくことにある。

活力ある事業者の創出による地域産業全体の底上げに向け、小規模事業者の経営における体質の改善・強化を図り、新たな商品・役務の開発・提供を促し、経営者の経験と勘に頼る成り行き経営を脱し、事業計画の作成を起点とした経営に取り組むことができるよう支援する。

具体的には、商業に関しては、近隣の幹線道路沿線に大規模小売店舗が相次いで出店し、大

型店舗の占有率が高まっているなかで、既存商店街は業績悪化や後継者難等により空き店舗が増加するなど衰退の傾向を強めている。商店街は、単に買い物をする空間だけでなく、そのまちに住む人々が生活し、交流する中で育んできた文化を継承する場として重要な存在であり、今後の高齢化の進行とともにその担う役割も大きいことから、地元小売店ならではの地域密着型の商業活動の展開を支援し、地域住民との交流イベントの開催等を通して、賑わいのある商業空間の創出を図る。

工業に関しては、経済のグローバル化による産業の空洞化や地域間競争の激化などにより取り巻く環境が厳しくなっており、新たな需要開拓に向け、付加価値の高い製品・サービスの開発等による新たな販路の開拓、生産性の向上、後継者の育成、情報の収集・提供などの支援を強化し、板野町振興計画に示される地域に根付いた活力ある商工業の振興に努めていく。

③ 商工会としての役割

小規模事業者が抱えている経営課題は多岐にわたっていることから、経営指導員及び経営支援員の支援スキルの向上と職員間で情報を共有する仕組みの構築を図るとともに、他の支援機関との定期的な支援ノウハウの情報交換を通じて連携を強化し、多様化する支援ニーズに対応できる伴走型支援体制の確立を図る。

特に、6次産業化の推進と地産外消の拡大への取組を通じた活力ある小規模事業者の育成については、当町の基幹産業である農業の振興と密接に結びついていることから、町やJA等との連携を密にすることによって、第五次板野町振興計画の実現に向けた取組を着実に進めていくこととする。

(3) 経営発達支援事業の目標

<目標1> 需要を見据えた事業計画の策定支援と実施支援

<目標2> 基幹産業である農業の6次産業化を通じた特産品の開発支援

<目標3> 「道の駅いたの」を基点とする特産品のブランド化（新たないたのブランドの創出）支援

<目標4> 地産外消の実現に向けた「新たないたのブランド」の販路開拓支援

<目標5> 職員の資質向上と支援体制の構築

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間(令和3年4月1日～令和8年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

<目標1> 需要を見据えた事業計画の策定支援と実施支援

経営資源の乏しい小規模事業者にとっては、強みを活かした経営ビジョンを明確にした事業計画に基づく経営を推進することは極めて重要である。経営指導員等による巡回訪問を強化し、経営の現状や抱えている課題等の把握と事業計画策定の必要性を認識させ、事業計画策定に取り組む小規模事業者の掘り起こしを行うとともに、セミナーの開催や外部の専門家等を活用した個別支援等による事業計画策定の支援とフォローアップによる着実な事業の推進を支援し、生産性の向上や新たな需要開拓による経営力向上を実現する。

<目標2> 基幹産業である農業の6次産業化を通じた特産品の開発支援

板野町は農業を基幹作業としているが、現在、町の特産物を利用した「つけもの侍いたのすけ」「れんこんクッキー」「にんじンドレッシング」「にんじんそうめん」などの製造・販売を行っている。これらの取組を加速させるため、「道の駅いたの」での需要動向調査を踏まえた特産品の開発に取り組むこととし、セミナーの開催や外部の専門家等を活用した個別支援等による事業計画策定の支援とフォローアップによる着実な事業の推進を支援し、新たな特産品の開発を実現する。

＜目標３＞「道の駅いたの」を基点とする特産品のブランド化（新たないたのブランドの創出）支援

「道の駅いたの」は域内住民のみならず、域外からの来場者も多数見込まれており、アンテナショップ的な機能も備えている。新たな「いたのブランド」構築のため、出店・出品を支援するため、「道の駅いたの」での需要動向調査を踏まえた特産品の開発に取り組むこととし、セミナーの開催や外部の専門家等を活用した個別支援等による事業計画策定の支援とフォローアップによる着実な事業の推進を支援し、新たな「いたのブランド」構築を実現する。

＜目標４＞地産外消の実現に向けた 新たな「いたのブランド」の販路開拓支援

「道の駅いたの」で高く評価された新たな特産品については、首都圏においても新たな「いたのブランド」を構築するため、展示会や商談会への出展及び販路開拓を支援する。展示会や商談会で得られた課題等については、セミナーの開催や外部の専門家等を活用した個別支援等による事業計画策定の支援とフォローアップによる着実な事業の推進を支援し、首都圏での販路開拓を実現する。

＜目標５＞職員の資質向上と支援体制の構築

管内金融機関やよろず支援機関等の他支援機関、外部の専門家との定期的な情報交換等を通じて支援ノウハウ等の情報共有を図るとともに、国や商工会連合会等が実施する各種研修会の参加や職場内OJT等により経営指導員をはじめ職員全員の経営支援能力の向上を図る。

また、支援情報等のデータは個別に集約・蓄積し、組織全体で共有できる仕組みを構築することで支援体制の強化を図る。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 これまでは、徳島経済研究所の公表データを紹介する程度で、分析まではできていない。

〔課題〕 これまで実施しているものの、ビッグデータ等を活用した専門的な分析が出来ていなかったため、改善した上で実施する。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
① 地域の経済動向分析の公表回数	－	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
② 景気動向分析の公表回数	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

(3) 事業内容

① 国が提供するビッグデータの活用

当地域において真に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、効率的な経済活性化を目指すため、経営指導員等が「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、年1回公表する。

【分析手法】 ・「地域経済循環マップ・生産分析」 →何で稼いでいるか等を分析
 ・「まちづくりマップ・From-to 分析」 →人の動き等を分析
 ・「産業構造マップ」 →産業の現状等を分析
 ⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

- ② 管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「中小企業景況調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について、年4回調査・分析を行う。

【調査対象】 管内小規模事業者 15 社(製造業 3 社、建設業 2 社、小売業 4 社、サービス業 6 社) ※ 業種割合については、原則管内の事業者数に即した割合としているが、製造業は 6 次化～特産品開発の関係から建設業以上としている。

【調査項目】 売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資 等

【調査手法】 調査票を郵送し返信用封筒で回収する

【分析手法】 経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行う

(4)成果の活用

- 情報収集・調査、分析した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- 経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料とする。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1)現状と課題

【現状】 これまでの需要動向調査は、イベント会場等での調査が主であったため、ターゲットの設定が曖昧であった。

【課題】 令和3年4月にオープンする「道の駅いたの」への出店又は出品を目指す事業者の商品開発に資するための調査として、「道の駅いたの」の来場者を対象に実施する。また、首都圏での商談会・展示会に参加し、来場するバイヤーに対し、試食、アンケート調査を実施する。

(2)目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
① 新商品開発の調査対象事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
② 試食、アンケート調査対象事業者数	2 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者

(3)事業内容

- ① 「道の駅いたの」への出店又は出品を目指す飲食店や食品加工業者 5 者の特産品を活用した新商品を開発に資するため、特産品等を活用した新商品を開発する。具体的には、「道の駅いたの」において、試食及び来場者アンケートを実施し、調査結果を分析した上で当該 5 者にフィードバックすることで、新商品開発に資する。また、当該調査の分析結果を事業計画に反映する。

【サンプル数】 来場者 50 人 ※ 1 日の想定来場者数である 1 千人の 5% (統計上妥当とされる抽出割合)

【調査手段・手法】 「道の駅いたの」において、来場客に開発中のスイーツや食品加工品を店頭で試食してもらい、経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ

記入する。

【分析手段・手法】 調査結果は、よろず支援拠点の販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】 ①味、②甘さ、③硬さ、④色、⑤大きさ、⑥価格、⑦見た目、⑧パッケージ等

【調査・分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等が当該飲食店や食品加工業者に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

【参考】 令和3年4月にオープン予定の「道の駅いたの」は、ほぼ毎月、オープンスペース等を利用して季節感のあるイベントを開催することとしている。

- ② 東京で開催される「スーパーマーケット・トレードショー」において、来場するバイヤーに対し、試食、アンケート調査を実施する。

【サンプル数】 来訪者 50 人/1 者 ※ 前年の3日間の来場者数から可能数見込み。

【調査手段・手法】 会場にて、ブース来訪者（バイヤー等）に開発中の食品加工品等を試食してもらい、経営指導員等が事前に準備した商談管理シートに聞き取りの上、来訪者の情報、反応等を記入する。

【分析手段・手法】 【調査・分析結果の活用】 は、上記①を参照。

【調査項目】 上記①に加え、販路、エリア、関心度、展示会後のアクション、取引条件等

【参考】 開催場所等：幕張メッセ全館 3日間 前回実績入場者数 80,428 名（主催者発表）

内 容：スーパーマーケット・トレードショーは、スーパーマーケットを中心とする食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会で、全国より多数のバイヤーが来場している。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 専門家等の協力を得て、財務分析と経営分析を行ってきた。

〔課題〕 これまで実施しているものの、対象事業者の知識が不足しているため、事前にセミナーを開催し、事業者の知識の習得機会を設ける。

(2) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
① セミナー開催件数	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
② 分析件数	5 件	10 件	10 件	10 件	10 件	10 件

(3) 事業内容

① 経営分析セミナー

経営分析の目的や手法、分析結果の利用方法等についての理解を深めてもらうため、経営分析セミナーを開催する。

【募集方法】 当会のホームページに掲載する。

【開催回数】 1 回/年

【参加者数】 20 者/1 回

【カリキュラム】 経営分析の目的。

財務分析の手法、分析結果の利用方法等について。

経営分析の手法、分析結果の利用方法等について、等。

【講師】 中小企業診断士等の専門家。

② 経営分析の内容

- 【支援対象】 セミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い 10 者を選定。
- 【分析項目】 定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「経営分析」の双方を行う。
 財務分析：収益性、安全性、生産性、成長性、等
 経営分析：ABC 分析、PPM 分析、SWOT 分析、BSC 分析、等
- 【分析手法】 経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、専門家の協力を得て分析を行う。

(4)分析結果の活用

- 分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
- 分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1)現状と課題

- 〔現状〕 専門家等の協力を得て、事業計画の策定を支援してきた。
- 〔課題〕 これまで実施しているものの、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していないため、新たにセミナーを開催し事業者の理解度を深める。

(2)支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、「事業計画策定セミナー」のカリキュラムを工夫するなどにより、4. で経営分析を行った事業者の 5 割程度／年の事業計画策定を目指す。

併せて、持続化補助金の申請を契機として経営計画の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、事業計画の策定につなげていく。

(3)目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
① 事業計画策定セミナー	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
② 事業計画策定件数	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件

※ 事業計画を策定するにあたっては、専門家の協力を得たうえで、3～5 回の巡回指導の実施が必要であり、実現可能な事業計画を策定し、計画策定後に PDCA サイクルを確立するためには、事業計画の策定件数を 5 件/年に抑えておく必要がある。

(4)事業内容

① 事業計画策定セミナー

事業計画策定の目的や内容、事業計画の利用方法等についての理解を深めてもらうため、事業計画策定セミナーを開催する。

【募集方法】 経営分析を実施した事業者を対象に個別に周知する。

【開催回数】 1 回/年

【参加者数】 経営分析を行った事業者 10 者/1 回

【カリキュラム】 事業計画策定の目的。

事業計画の内容。

事業計画の利用方法、等。

【講師】 中小企業診断士等の専門家。

②事業計画策定支援の内容

【支援対象】 セミナー参加者の中から、意欲的で「道の駅いたの」への出店、出品を目指し販路拡大の可能性の高い者を中心に5者を選定。

【策定項目】 事業理念、ミッション、ターゲット、市場動向、競合、管理、生産、販売、資金繰り、事業課題と対応策、事業目標（3年間）、事業スケジュール（3年間）、収支計画（3年間）

【手段・手法】 事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営指導員等が担当制で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

6. 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〕 経営指導員による巡回指導を行ってきたが、事業者によっては、事業計画の見直しを要する者もあり、フォローが不十分な面もあった。

〔課題〕 これまで実施しているものの、訪問回数が少なかったり、極めて専門的な課題が表出するなどしPDCAサイクルを確立できなかった事業者もあったため、改善した上で実施する。

（2）支援に対する考え方

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

また、専門性の高い支援を要する事業者に対しては、外部専門家を派遣するなどして、PDCAサイクルを確立する。

（3）目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
① フォローアップ対象事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
② 頻度(延回数)	10回	30回	30回	30回	30回	30回
③ 売上増加事業者数	3者	3者	3者	3者	3者	3者
④ 利益率3%以上増加の事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者

（4）事業内容

事業計画策定5者の全者について、PDCAサイクルを確立し実行するため、最低でも2ヶ月に1回の巡回指導を行う。ただし、事業者からの申出や経営指導員の判断により、巡回指導の実施は臨機応変に対応する。

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、外部専門家など第三者の視点を投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、PDCAサイクルの確立に努める。

7. 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〕 これまでの需要開拓は、イベント会場等での試食販売が主であったため、継続的な取引に結びつきにくい側面があった。

〔課題〕 令和3年4月にオープンする「道の駅いたの」において開催されるイベントに当会のブースを設け、常時出店・出品に繋げるべく需要開拓の機会を設ける。また、首都圏での

商談会・展示会に当会のブースを設け、来場するバイヤーに対する需要開拓の機会を設ける。

(2) 支援に対する考え方

「道の駅いたの」に常時出店・出品するためには、開発した商品が売れることを証明する必要があるため、道の駅で開催されるイベント時に当会のブースを設け販売機会を創出する。ブースを設けるにあたっては、経営指導員等が事前・事後の出品支援を行うとともに、イベント期間中には、陳列、接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

また、商工会が自前で展示会等を開催するのは困難なため、首都圏で開催される既存の商談会や展示会への出展を目指す。出展にあたっては、経営指導員等が事前・事後の出展支援を行うとともに、出展期間中には、陳列、接客・バイヤー対応など、きめ細かな伴走支援を行う。

尚、出品、出展事業者は、事業計画策定者を主とするが、策定者以外も広く対象とする。

(3) 目標

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
① 「道の駅いたの」 イベント 出品事業者数	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上額／者	—	3 万円	3 万円	3 万円	3 万円	3 万円
② スーパーマーケット・トレ ードショー参加事業者数	2 者	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
成約件数／者	1 件	2 件	2 件	3 件	3 件	4 件

(4) 事業内容

① 「道の駅いたの」 イベント出店事業(B to C)

当会が、「道の駅いたの」が開催するイベント時においてブースを設け、事業計画を策定した事業者を優先的に出展し、新たな需要の開拓を支援する。

② スーパーマーケット・トレードショー参加事業(B to B)

毎年2月に開催される「スーパーマーケット・トレードショー」に、毎年、当会が支援して事業計画を策定した事業者5者を参加させる。参加させるだけではなく、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前研修を行うとともに、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

8. 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〕 毎年、伴走型小規模事業者支援推進事業の開始時及び終了時に、経営発達支援委員会を開催してきた。

〔課題〕 委員会の委員に金融機関の代表者がいなかったため、金融面からの支援のあり方について金融機関との連携が不十分であった。

(2) 事業内容

○ 経営発達支援委員会のメンバーに金融機関の代表者を加え、金融面からの支援のあり方についても評価を行う。（当会三役、板野町産業課長、法定経営指導員、徳島県商工会連合会担当職員、外部有識者として中小企業診断士等に、新たに阿波銀行板野支店長、徳島大正銀行板野支店長をメンバーに加える。）

○ 経営発達支援委員会を年1回開催し、評価結果は、理事会にフィードバックした上で、事

業実施方針等に反映させるとともに、HP 及び会報へ掲載(年 1 回)することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

9. 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] 徳島県内で開催される研修会や当会内部での情報共有等を通じた資質向上には取り組んでいるが、四国や全国レベルで開催される研修会等への参加は少ない。
- [課題] これまで実施しているものの、四国や全国レベルでの研修会に積極的に参加し、様々の知識の習得とネットワークの充実に取り組む必要がある。

(2) 事業内容

① 外部講習会等の積極的活用

経営指導員及び経営支援員の支援能力の一層の向上のため、徳島県商工会連合会及び徳島県商工会議所連合会、徳島県中小企業団体中央会が合同で主催する「商工 3 団体合同研修」及び徳島県商工会連合会主催の「経営支援能力向上セミナー」に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

また、伴走型小規模事業者支援推進事業の円滑な実施のため、中小機構四国本部が実施する「経営支援能力向上講習会」への参加を優先的に実施する。

② OJT 制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と経営支援員とがチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用した OJT を積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

また、外部専門家を招聘する際には、経営指導員に加えて経営支援員にも同行の機会を活用した OJT を積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③ 職員間の定期ミーティングの開催

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が順番で講師を務め、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング(月 1 回、年間 12 回)を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

④ データベース化

担当経営指導員等が基幹システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等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レベル以上の対応ができるようにする。

10. 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] 日本政策金融公庫事業統轄並びに町内金融機関 2 行の支店長との金融支援機関連絡協議会を年 1 回開催し、地域や各業種の需要動向や金融動向等についての情報交換を行い、支援能力の向上を図っている。また、鳴門・板野地区商工会経営指導員等連絡協議会を年 6 回開催し支援能力向上のための情報交換等を行っている。
- [課題] 近年、大きな課題になっている事業承継の効果的支援の知識、ノウハウの習得にも更に取り組む必要がある。

(2) 事業内容

- ① 金融機関と連携し、地域や各業種の需要動向や金融動向等についての情報交換を行い、支援能

力の向上を図る。主には、年2回本会で実施している一日金融公庫開催時を利用して、融資担当者と情報交換をすることで小規模事業者支援のための情報蓄積を図る。

② 鳴門・板野地区商工会経営指導員等連絡協議会の開催(年6回)

鳴門商工会議所、大麻町商工会、松茂町商工会、北島町商工会、藍住町商工会、板野町商工会、上板町商工会が、毎回、講師を招聘して支援ノウハウ等の修得に努めるとともに、経営改善普及事業等の実施状況等について情報共有を図る。

③ 徳島県下の商工会議所、中央会、商工会が合同で行う「商工3団体合同研修会」(年数回)において、他の支援機関と支援ノウハウや個別具体的な支援内容、各地域の需要動向についての情報交換を行い、地域需要動向等の把握及び支援能力向上を図る場として活用する。

1 1. 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〕 四国最大規模の「道の駅いたの」が、令和3年4月オープンに向けて整備が進められており、町内の事業者が1者でも多く出店・出品できるよう支援している。

〔課題〕 板野町が掲げる「新南海道再興戦略特区」への取組には、「道の駅の整備」とともに、「サテライトオフィス等の誘致促進」及び「活力ある暮らしやすい地域づくり」が含まれており、当会としても、これらへの取組に積極的に参画する必要がある。

(2) 事業内容

① 「道の駅の整備」への取組

徳島版地方創生特区である「新南海道再興特区」への取り組みを、板野町とともに推進する。具体的には、水素ステーションなど未来志向型「道の駅」の整備について、運営主体と密に連携しながら、新たな特産品の開発や「道の駅いたの」への出店・出品説明会の開催、食品表示等の法令遵守のための講習会の開催、ブランド化のためのパッケージデザインに係るセミナーの開催等を通じて出店事業者や出品事業者の支援に取り組み、新たな「いたのブランド」づくりに努める。

② 「サテライトオフィス等の誘致促進」への取組

板野町の歴史と文化(日本遺産四国霊場が3ヵ所、J2徳島ヴォルティスのクラブハウスと練習場、四国最大規模の観光施設「あすたむらんど徳島」等)を活かし、サテライトオフィス等の積極的な誘致を図るため、板野町とともに空き店舗情報の取りまとめと提供を行うこと等によって、新たな雇用やビジネスチャンス、関係人口の創出を図る。

③ 「活力ある暮らしやすい地域づくり」への取組

SDGs 実現に向けた取組やエシカル消費の浸透を図るため、板野町とともに事業者向けの勉強会の開催やエシカル消費宣言の作成支援を行うことによって、活力ある暮らしやすい地域づくりを実現する。

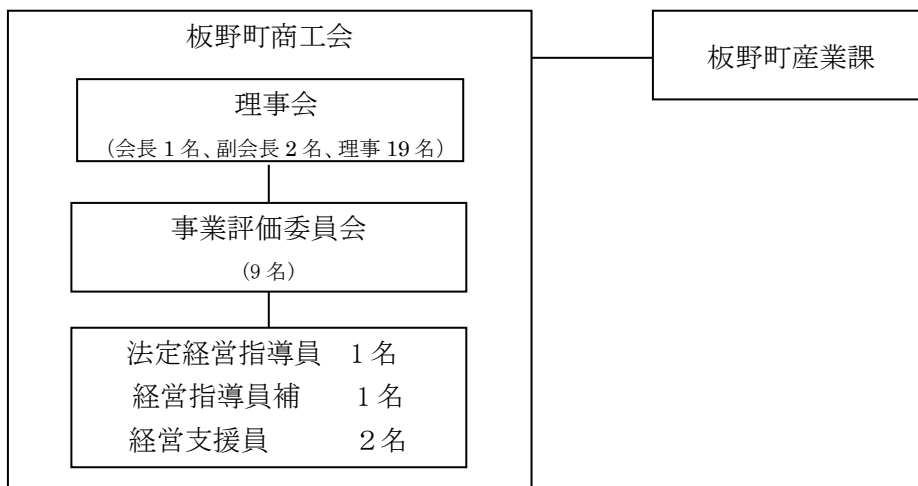
(別表2)

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4年6月現在)

(1) 実施体制



(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： 岡山久志

■連絡先： 板野町商工会 TEL：088-672-0443

② 法定経営指導員による情報の提供及び助言（手段、頻度等）

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

〒779-0192

徳島県板野郡板野町大寺字露ノ口 55-2

板野町商工会

TEL：088-672-0443 / FAX：088-672-0554

E-mail：tsci2300@tsci.or.jp

② 関係市町村

〒779-0192

徳島県板野郡板野町吹田字町南 22-2

板野町産業課

TEL：088-672-5994 / FAX：088-672-5553

E-mail：sangyouka@town-itano.i-tokushima.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)

	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
必要な資金の額	6,900	6,900	6,900	6,900	6,900
○専門家派遣費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
○協議会運営費	100	100	100	100	100
○セミナー開催費	300	300	300	300	300
○チラシ等作成費	500	500	500	500	500
○市場調査実施費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○展示会等出展費	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入、板野町補助金、徳島県補助金、国庫補助金 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。

(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