

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	観音寺市大豊商工会（法人番号：2470005004278） 観音寺市（地方公共団体コード：372056）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	以下の3つの目標を掲げて、小規模事業者に対する支援を実施する。 ①地域資源を活用した商品のブランド力向上による販路開拓支援 ②小規模事業者の経営基盤の改善と強化 ③創業・事業承継支援の強化による、円滑な創業者の輩出と事業承継の推進
事業内容	<u>3-1. 地域の経済動向調査に関すること</u> 小規模事業者に対するヒアリング調査や国のビックデータから収集したデータを専門家と分析し、詳細な地域の経済動向を把握・公表する。 <u>3-2. 需要動向調査に関すること</u> 各種統計資料による調査だけではなくマーケットインの視点に立った個社の需要開拓に繋がる需要動向調査を実施し、販売戦略、サービスの向上に活用することで支援対象者の販路拡大を促進する。 <u>4. 経営状況の分析に関すること</u> 財務分析（定量分析）に加えて、新たに経営者等への経営状況等のヒアリングやSWOT分析などを用いた定性分析を実施して、総合的な経営状況の分析を行う。 <u>5. 事業計画策定支援に関すること</u> 経営分析セミナーの参加者の中から事業計画策定者への見極めを行い、経営指導員と中小企業診断士等の専門家が連携して事業計画の策定を支援する。創業希望者や事業承継希望者に対しても、それぞれ専門家と連携しながら計画策定支援を行う。 <u>6. 事業計画策定後の実施支援に関すること</u> 事業計画の策定を支援した支援対象者の事業の進捗状況に応じた巡回頻度を設定して、定期的に状況確認を行うことで円滑な事業計画の実行を支援する。 <u>7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u> 消費者、バイヤー等の訴求対象に応じた商談会等に対して出展前・出展中・出展後の各場面に応じた支援を実施するとともに、ITを活用して通年で実施する施策を活用して支援対象者の需要・販路拡大を支援する。 <u>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</u> 本会の正副会長、観音寺市商工観光課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士等をメンバーとする「観音寺市大豊商工会経営発達支援協議会」を設置し、計画の評価及び見直しを行う。
連絡先	○観音寺市大豊商工会 〒769-1611 香川県観音寺市大野原町大野原 1967-3 TEL：0875-54-2159 / FAX：0875-54-4927 E-mail：ootoyo@shokokai-kagawa.or.jp ○観音寺市商工観光課 〒768-8601 香川県観音寺市坂本町一丁目1番1号 TEL：0875-23-3933 / FAX：0875-23-3956 E-mail：shoukan@city.kanonji.lg.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状と課題

①地域の概要

観音寺市は、香川県の西南部に位置し、西は瀬戸内海の燧灘（ひうちなだ）に面し、沖合には伊吹島などの島を有している。南は讃岐山脈の雲辺寺山、金見山などを境に徳島県や愛媛県に接し、高知県にも近く、四国のほぼ中心に位置しており、市の総面積は 117.84 k m²で、県の総面積の約 6.3%を占めている。

市の中央部には三豊平野が広がり、東部から西部に向かって財田川、柞田川などの河川が流れる豊かな田園地帯となっており、河口付近に市街地が形成されている。東部から南部にかけては山間地が、北部には七宝山などの丘陵地が連なっている。三豊平野にはため池が多数点在し、観音寺市の地勢の大きな特色となっている。（図表 1）

本市には、国道 11 号、377 号が北東から南西に走っており、それに平行して四国横断自動車道があり、大野原インターチェンジを有している。また、特急列車の停車する J R 観音寺駅ほか、豊浜駅、箕浦駅があり、通勤、通学等の要所になっており、高松、岡山までそれぞれ約 1 時間と交通の便に恵まれている。

観音寺市大豊商工会（以下、本会）は、平成 17 年 10 月に平成の大合併により旧観音寺市、旧大野原町、旧豊浜町が一つとなり新観音寺市が誕生したことに伴い、平成 19 年 4 月に大野原町商工会、豊浜町商工会が合併し設立され、地域の支援機関として現在に至っている。（図表 2）

図表 1 観音寺市の位置



図表 2 旧大野原町・旧豊浜町地域



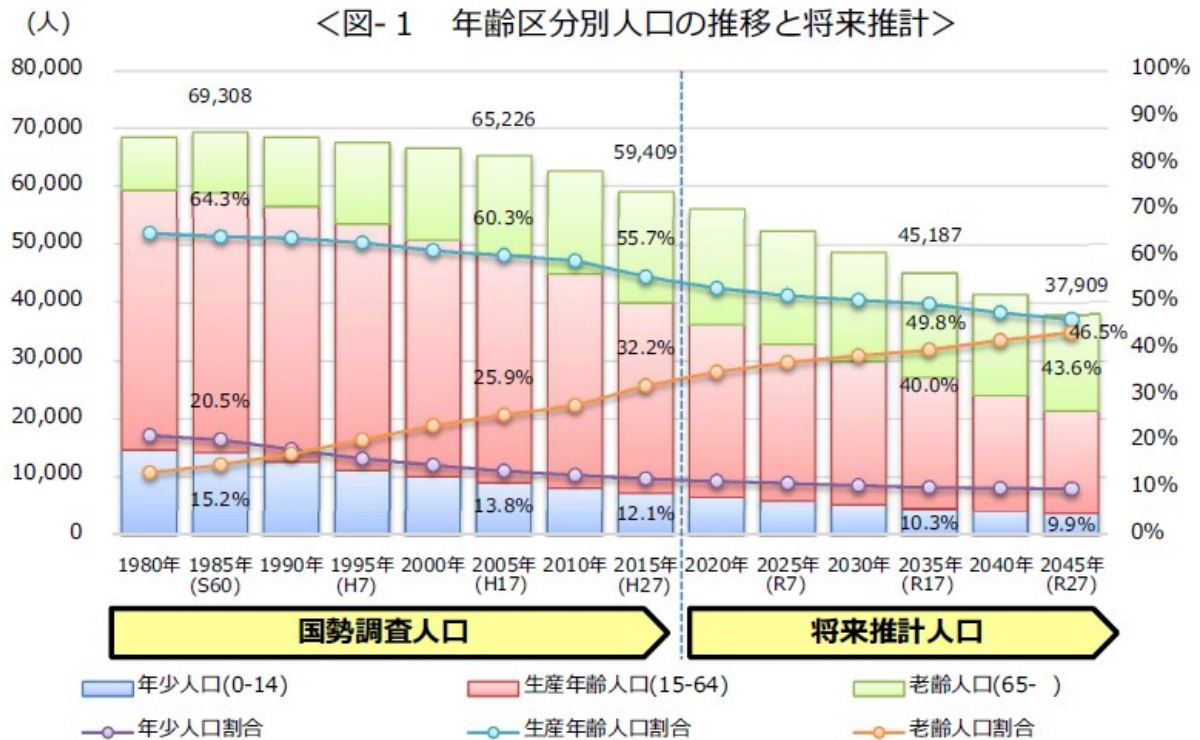
【出典：市場情報評価ナビ MieNa より転載】

本市においては 1985(昭和 60)年の 69,308 人を境に人口減少が始まり、2015(平成 27)年の国勢調査では人口が 59,409 人となっており、ピーク時と比較すると 9,899 人減少している。（図表 3）また、国立社会保障・人口問題研究所資料(2018 年 3 月推計)によると、本市の人口は 2035(令和 17)年に 45,187 人、2045(令和 27)年に 37,909 人まで減少すると推計されている。

加えて、少子高齢化も進行しており、2015(平成 27)年と 2045(令和 27)年を比較すると、年少人口(14 歳以下)の割合は 12.1%から 9.9%に、生産年齢人口(15 歳～64 歳)は 55.7%から 46.5%に低下するが、老年人口(65 歳以上)の割合は 32.2%から 43.6%に増加し、生産年齢人口と高齢人口が同水準となるなど、少子高齢化が進行する極めて深刻な状況となっている。

図表 3

【年齢区分別人口と推移と将来推計】



○ 1975年～2015年は、国勢調査(10月1日基準)による。

○ 2020年以降は、国立社会保障・人口問題研究所資料(2018年3月推計)による。

【出典：観音寺市第4次行政改革大綱】

本会の管轄地域である旧大野原町地域・旧豊浜町地域の人口の推移を、平成25年と令和元年とで比較すると【旧大野原町▲1,064人(▲8.5%)】、【旧豊浜町▲549人(▲6.7%)】となっている。(図表4)

図表 4

地区別人口推移							単位：人
年度	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年
旧大野原町	12,532	12,422	12,342	12,211	11,888	11,654	11,468
旧豊浜町	8,115	8,041	7,952	7,865	7,693	7,641	7,566
計	20,647	20,463	20,294	20,076	19,581	19,295	19,034

【出典：観音寺市HP】

②地域産業の現状

平成 24 年及び平成 28 年の経済センサス（図表 5）によると、本会地域の商工事業者数は平成 24 年の 774 事業所から平成 28 年には 747 事業所と 27 事業所の減少（△3.5%）となっている。業種別事業者数では卸・小売業が最も多く（33.9%）、次いで製造業（17.5%）、以下、建設業（9.1%）、宿泊業・飲食サービス業（9.0%）、生活関連サービス業（9.0%）の順番となっている。

経済センサス（平成 28 年）の商工業者の内で 582 事業者が小規模事業者であり、商工業者の 77.9%を占めている。商工業者数に対する小規模事業者数の割合では、卸・小売業が 72.3%、宿泊業・飲食サービス業が 65.7%、生活関連サービス業が 94.0%（従業員 5 人以下の小規模事業者）、製造業が 74.8%、建設業が 97.1%（従業員数 20 人以下の小規模事業者）となっていることから、本会地域の商工業者の大半が資金・人材・情報収集力の脆弱な小規模事業者である。

図表 5 観音寺市大豊商工会地域 業種別商工業者数推移

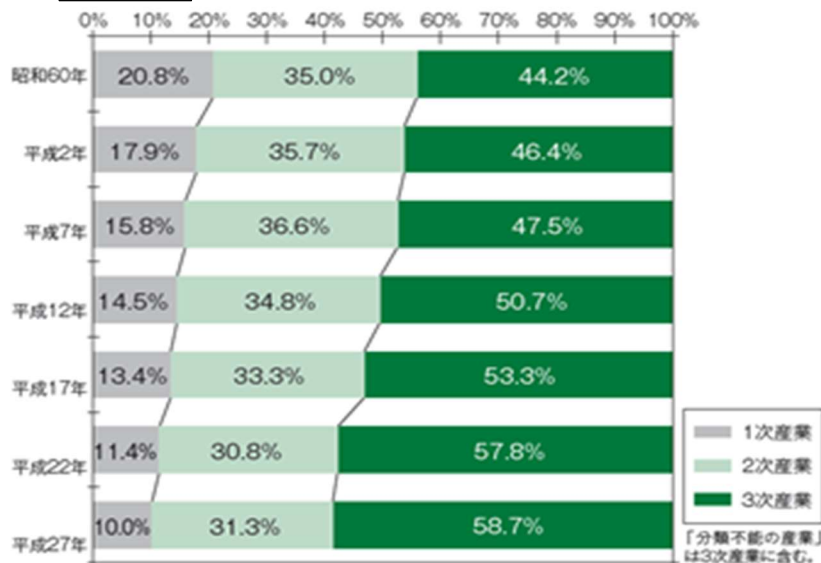
	H24 年	H28 年			
	商工業者数	商工業者数	増減	構成比	内 小規模事業者数
農業、林業	15	20	5	2.7	16
漁業	0	0	0	0.0	0
鉱業、採石業、砂利採取業	0	0	0	0.0	0
建設業	80	68	△ 12	9.1	66
製造業	144	131	△ 13	17.5	98
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0	0	0.0	0
情報通信業	2	4	2	0.5	4
運輸業、郵便業	26	26	0	3.5	12
卸売業、小売業	264	253	△ 11	33.9	183
金融業、保険業	10	5	△ 5	0.7	5
不動産業、物品賃貸業	19	18	△ 1	2.4	15
学術研究、専門・技術サービス業	14	17	3	2.3	17
宿泊業、飲食サービス業	63	67	4	9.0	44
生活関連サービス業、娯楽業	69	67	△ 2	9.0	63
教育、学習支援業	18	18	0	2.4	16
医療、福祉	13	14	1	1.9	13
複合サービス業	6	7	1	0.9	7
サービス業(他に分類されないもの)	31	32	1	4.3	23
合 計	774	747	△ 27	100.0	582

【出典：経済センサス】

また、平成 27 年の産業別就業者割合（図表 6）は、第 1 次産業 10.0%、第 2 次産業 31.3%、第 3 次産業 58.7%となっている。第 1 次産業と第 2 次産業は減少傾向にあるのに対し、第 3 次産業の就業者割合は昭和 60 年と比べ 14.5 ポイント増加しており、地域の産業はこれまでの第 1 次産業、第 2 次産業から、徐々に第 3 次産業へシフトしてきていると言える。

図表 6

産業別就業者割合の推移



【出典：第2次観音寺市総合振興計画】

〔商業〕

観音寺市内には、本会地域の他に観音寺商工会議所地域があり、同一地域内に2つの商工団体が併存している。都市型商業・サービス機能は商工会議所地域である観音寺駅周辺に集積しており、本会地域内には商店街が無く、商店は点在している状況である。

観音寺市・本会・観音寺商工会議所が連携し創業支援を行っている効果もあり、生活に密着した小規模な個人経営の理美容業や飲食店等の創業が多くなっている一方、経営者の高齢化や後継者難による廃業も多くなっており、創業時だけでなく、地元へ根付くための継続した幅広い支援が求められている。

〔工業〕

観音寺市の主要な製造業は、水産加工の低温貯蔵技術から発展したエビフライやうどんといった冷凍食品製造業であるが、観音寺商工会議所地域が中心となっている。

対して本会地域には、綿製品や讃岐味噌や水引細工といった伝統的ものづくりが息づいている。

旧豊浜地域は鎌倉時代から綿の栽培が行われており、江戸時代には讃岐を代表する特産品として全国に広められ、砂糖・塩とともに讃岐三白と称された。その流れを受けて、旧豊浜地域では地場産業として製綿業が発達し、綿布団を主とした豊浜綿製品の普及や技術伝承等を目的として設立された「豊浜綿製品協同組合」は、最盛期は20社以上の組合員がいた。しかしながら、近年は婚礼布団文化の衰退や安価な羽毛布団の普及等により綿製品市場は縮小傾向が続いており、廃業等により組合員は4社にまで減少している。

讃岐味噌は、香川県内で作られる甘みの強い白みそで、京都の「西京みそ」、広島「瀬戸内麦みそ」と並ぶ白みその代表格であり、当地域は県内1位の出荷額を誇っている。

また、水引細工は、和紙を縫って糊で固めた「水引」を使い立体的に仕上げた伝統工芸品である。水引には魔除けや人と人を結びつける意味合いがあり、水引細工は結納や金封に気持ちを添える飾りとして日本の贈答に欠かせない物であったが、贈答の簡素化や贈り物文化の衰退により需要は減少している。そのため、新たな取り組みとして、水引細工をアレンジした髪飾りやアクセサリといった普段使いができる小物を開発し、東京等の都市圏への販路開拓を強めている。

[農業]

旧大野原・豊浜地域はもともと農業地域であり、耕地面積は減少傾向にあるがレタスや玉ねぎの生産量は県内1位である。これらは、本県の主要農産物として関東や京阪神といった大消費地を中心に出荷されている。また、瀬戸内の温暖な気候を生かした果物の栽培も盛んで、特に梨や柑橘類は有名である。

以上のような地域産業の現状のなか、観音寺市では平成30年3月に「第2次観音寺市総合振興計画（計画期間10年）」を打ち出し、基本施策1-1「地域産業を活性化させる仕組みづくり」において、「産業競争力の強化、創業支援体制の充実、雇用促進と勤労者支援の強化・企業誘致の推進」、基本施策1-4「にぎわいと活気を生み出す商工業の振興」において、「商業の振興、工業の振興、中小企業・小規模事業者への支援」を掲げ、地域商工業の育成と企業誘致・創業支援を強化し雇用の促進に努めるとしている。

○観音寺市 第2次観音寺市総合振興計画 基本施策1-1、1-4 抜粋

基本施策1-1 地域産業を活性化する仕組みづくり

基本方針 地域における産業競争力を高めるために、企業間や産業間、産官学の連携の土台作りに取り組むとともに、企業誘致や創業支援体制を強化し、雇用の促進と働きやすい環境づくりに努めます。

成果指標

指標の名称	単位	2016年度（実績）	2022年度（目標）
1 創業支援制度の利用者数	人	—	5
2 就職説明会の来場者数	人/年	80	120
3 観音寺ブランド認証の産品数	件	—	30

基本施策1-4 にぎわいと活気を生み出す商工業の振興

基本方針 人が集まり、企業が集まるまちをつくるため、商工業における経営基盤強化を支援するとともに、商店街の活性化や地元産品の販路拡大、工業用地の整備や企業誘致を推進します。

成果目標

指標の名称	単位	2016年度（実績）	2022年度（目標）
1 利子補給制度の利用事業所数	事業所	91	150
2 商工会議所会員数	事業所	1,110	1,150
3 商工会会員数	事業所	467	470

③地域の課題

観音寺市の業種別構成比を近隣他市と比べると小売業と製造業の割合が高く、商業とものづくりが併存している。しかし、都市型商業・サービス機能は商工会議所地域である観音寺駅周辺に集積しており、冷凍調理食品等の製造業も商工会議所地域が中心となっている。

本会地域の旧大野原・豊浜地区はもともとレタス・玉ねぎ・柑橘類を中心とした農業地域であったが、第1次産業の減少分を吸収する形で第3次産業が増え、現在では商業が産業の中心となっている。

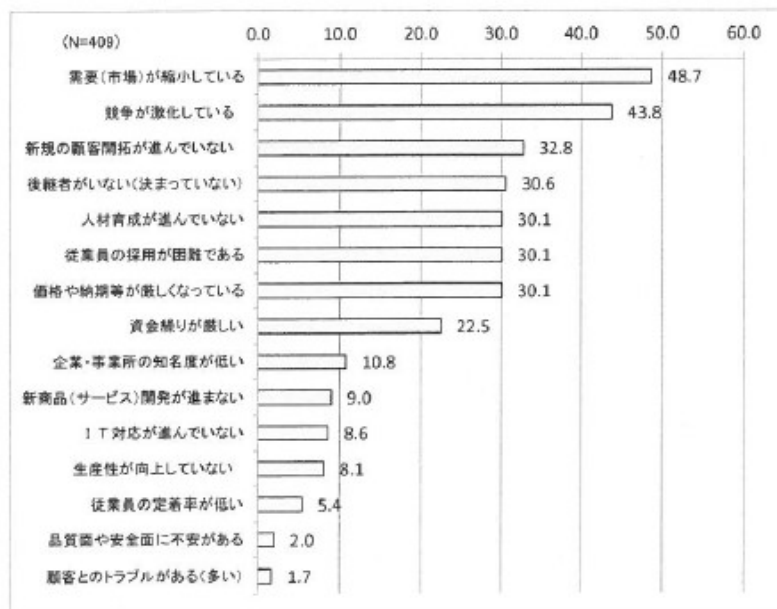
観音寺市においても、市街地への大型店出店や広域幹線道路沿いへのロードサイド店の出店が増加していることに加え、消費者ニーズの多様化や人口減少・少子高齢化への対応の立ち遅れから、他地域への消費購買流失が高くなってきており、当地域の小規模事業者を取り巻く経営環境は厳しさを増し事業者数は減少傾向にある。特に食料品や衣料品を取り扱う事業者の減少が顕著であり、後継者の有無を考慮すると今後この現象に拍車がかかると予想される。

また、観音寺市中小企業実態調査の結果から本市の事業者の経営課題を見ると、「需要（市場）の縮小」「競争の激化」「新規顧客の開拓が進まない」といった売上面での課題が上位になっており、本市の人口減少・少子高齢化により経済活動の規模自体が縮小していることに加え、限られたパイを地域の事業者が奪い合うといった悪循環に陥り、地域経済における活力が失われつつある実態が伺える。

このような状況の中、地域小規模事業者の経営改善や創業者育成、事業承継の円滑化を促進することで小規模事業者の新陳代謝を活性化させ、地域経済の安定化が図られるように支援する役割が本会には求められる。

■本市中小企業の経営課題

(単位: %)



資料:「観音寺市中小企業実態調査(アンケート調査)」

(2) 小規模事業者に対する

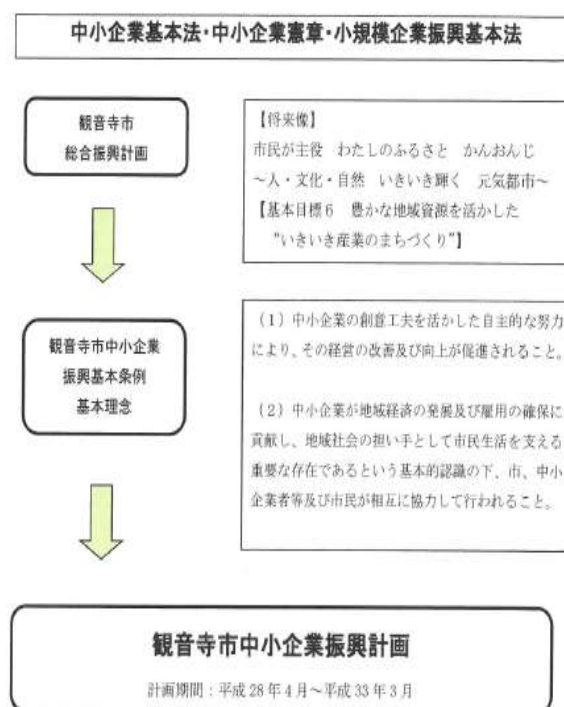
長期的な振興のあり方

本会地域の商工業者の大半が小規模事業者であるため、経営資源が脆弱であり人口減少・消費者ニーズの多様化・大型店の出店等の外部要因による影響が大きく、自社のみの対応では限界にきており、市・地域支援機関・金融機関等が連携し小規模事業者の課題解決に取り組むことが不可欠である。

このような状況の中、観音寺市は、豊かな地域資源を活かした、いきいき産業のまちづくりを基本目標とした「観音寺市総合振興計画」と、観音寺市の中小企業振興の基本理念を定めた「観音寺市中小企業振興基本条例」を踏まえて、平成28年3月に観音寺市中小企業振興計画（平成28年4月～令和3年3月までの5年計画）を策定した。

中小企業振興計画では、中小企業者の自助努力を後押しする3つの重点施策として①地域資源活用の促進、②経営基盤の強化、③創業・経営革新の促進を定め、「人が集まる・企業が集まる元気都市 かんおんじ」の実現を目指す、としている。

【観音寺市中小企業振興計画の位置付け】



観音寺市中小企業振興計画 重点施策抜粋

○地域資源活用の促進

地域経済の活性化のためには、観音寺の魅力ある、特徴あるまちづくりが必要です。その一つの方策が地域資源を有効活用した観音寺らしさの創出です。特に本市は県内有数の農業都市であるとともに、知名度の高い地域資源もたくさんあります。これらを積極的に活用・PRすることで、本市への来訪者・観光客が集まる観音寺市の実現を目指します。

○経営基盤の強化

本市には多くの中小・小規模企業が存在し、これらの企業の活性化は本市の産業活性化にあたって極めて重要な位置付けにあります。今後、一層「人が集まる・企業が集まる元気都市 かんおんじ」であり続けるために、中小・小規模企業の持続的な発展に向けた経営支援を充実させるとともに、地域で働く人の確保を図ります。本市の中小・小規模企業の魅力を積極的に発信し、中小・小規模企業に、人（従業員）が集まる観音寺市の実現を目指します。

○創業・経営革新の促進

事業所数の減少や後継者不足の中、中長期的には本市の経済活力の低下が懸念されます。このような中で、新規創業や、既存企業の経営革新等を促進し、活力の維持を図ることが重要です。新しい取り組みにチャレンジする人と企業が集まる観音寺市の実現を目指します。

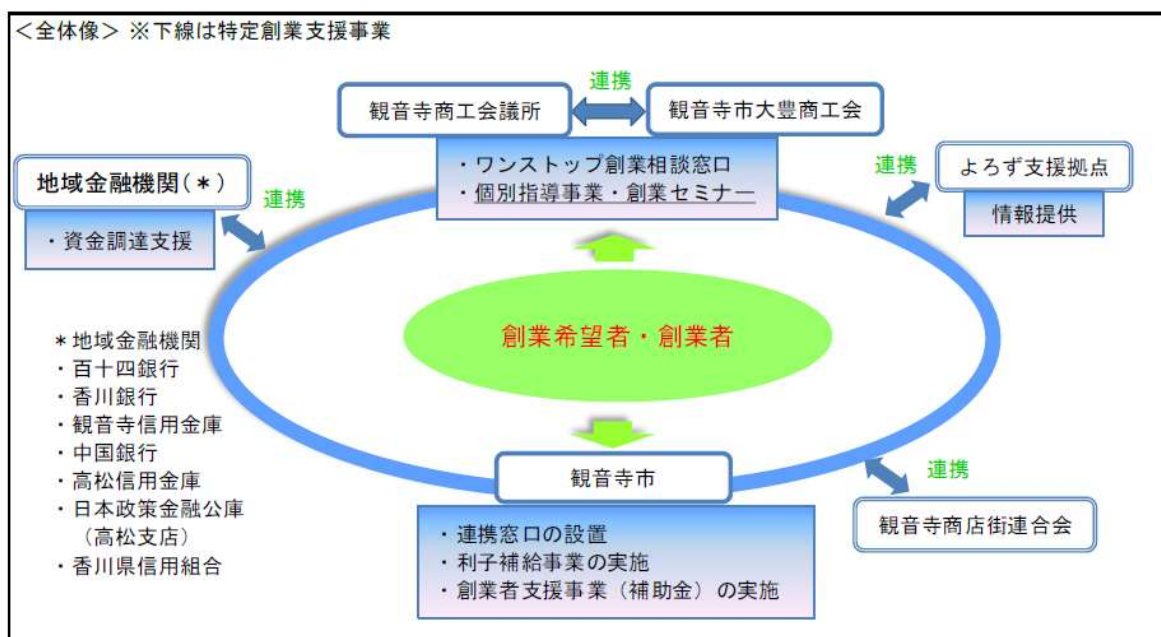
【出典：観音寺市中小企業振興計画】

加えて、本市の事業所減少率は近隣他市に比べ高い状況（図表 7）にあり、地域の活性化を図るには新たな雇用を生む「創業」に特に力を入れて推進する必要があることから、産業競争力強化法に基づく「観音寺市創業支援等事業計画」を作成し平成 28 年 8 月に認定を受けている。

【図表 7：事業所数推移 出典：経済センサス】

	総数			
	平成 21 年	平成 24 年	平成 26 年	増減率
観音寺市	3,451	3,186	3,084	△10.6%
高松市	23,882	22,192	22,451	△6.0%
丸亀市	4,699	4,450	4,475	△4.8%
坂出市	3,269	3,042	4,475	△7.6%

創業推進のため、観音寺市経済部商工観光課に「連携窓口」を設置し、観音寺商工会議所及び本会、市や地域金融機関が連携する体制を構築した。観音寺商工会議所及び本会に創業時の様々な課題の解決や事業計画策定までの支援を行う「ワンストップ窓口」を設置し、個別相談事業や創業セミナー等の支援を実施し、毎年 25 人の創業実現に取り組んでいる。



【観音寺市創業支援等連携全体図 出典：観音寺市 HP】

（３）経営発達支援計画事業の目標

本会では、本経営発達支援事業計画の実施に際して、上記「（２）長期的な振興のあり方」を踏まえ、小規模事業者の支援機関として経営指導員等による巡回訪問・窓口相談等を行い、また、市・観音寺商工会議所・地域金融機関と連携しながら小規模事業者が抱える経営課題等の解決に努める。特に、事業所数及び就業人数の多い商業のなかでも、地域産品を活用した商品を取り扱っている小規模事業者に重点を置き、以下の目標を設定して支援を実施する。

①地域資源を活用した商品のブランド力向上による販路開拓支援

柑橘類や味噌、水引細工といった地域資源を活用した商品を製造販売している小規模事業者の需要開拓支援を強化することで商品のブランド力向上を図り、売上・利益の向上による個社の持続的発展に繋げることを目的とする。

②小規模事業者の経営基盤の改善と強化

支援機関と支援対象者が一対一で継続的に課題解決に取り組む伴走型支援を通して、正確な経営分析に基づいた事業計画策定の重要性を事業者認識させ、計画に沿った経営に取り組むことで経営基盤の改善と強化を図り、毎年一定数の売上増加事業者や利益率向上事業者を生み出すことを目的とする。

③創業・事業承継支援の強化による、円滑な創業者の輩出と事業承継の推進

本市の事業所減少率は近隣他市に比べ高い状況であり、地域商工業者の減少を抑制するためには創業、事業承継の支援の強化が必要である。創業や事業承継の支援希望者に対し、観音寺市や各支援機関等と連携しながら計画策定支援に取り組むことで、円滑な創業者の輩出や事業承継の推進に繋げる。

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3年4月1日 ～ 令和8年3月31日）

(2) 目標達成に向けた方針

本会では、経営発達支援事業計画の実施に際して、「(3) 経営発達支援事業の目標」に掲げた3つの目標に対して、次に記載した実施方針にて小規模事業者への支援を実施する。

①地域資源を活用した商品のブランド力向上による販路開拓支援

【実施方針】

柑橘類や味噌、水引細工といった地域資源を活用した商品を製造販売している小規模事業者を対象として、BtoC・BtoBそれぞれを対象にした物産展に出展し、アンケート調査に基づいた需要動向調査と販路開拓を行う。調査結果は経営指導員の分析とともにフィードバックし、マーケティングによる商品改良に繋げる。

②小規模事業者の経営基盤の改善と強化

【実施方針】

小規模事業者に対して、経営指導員等による巡回訪問・窓口相談事業を強化することで、小規模事業者が現状を把握して、真の問題点を認識し、顕在化した課題を解決するための経営計画を策定するとともに、より実現可能性の高い計画へブラッシュアップするための専門家の活用や環境変化に合わせたフォローアップを実施する。

③創業・事業承継支援の強化による、円滑な創業者の輩出と事業承継の推進

【実施方針】

(i) 小規模事業者への巡回訪問等による情報収集や創業セミナーにより創業希望者を発掘し、観音寺市の創業支援等事業計画に基づき創業計画の策定支援を行う。また創業後の定期的な巡回訪問により事業の進捗状況確認を行い、必要に応じてフォローアップ支援を実施する。

(ii) 事業承継希望者に対し、経営指導員等の巡回訪問の際に「事業承継ガイドライン」に例示されている事業承継計画書を基にして、承継の方向性・財産・後継者教育・承継時期等を把握し、他の支援機関と連携しながら円滑な事業承継に努める。

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】

現在、本会での地域経済動向の把握の手法は、経営指導員が小規模事業者へ調査票を配布して回収する調査のみであり、また、小規模事業者への情報提供についても、調査対象事業者への巡回訪問の際に香川県商工会連合会等から提供される報告書の配布による伝達にとどまっている。

【課 題】

本計画では、これまでの調査票の送付による調査を経営指導員等による事業者へのヒアリング調査へ変更して直接生の声を収集する手法に改善して実施する。更に、これまでは実施していなかった国が提供する「RESAS」を有効活用した分析を新たに実施する。

(2) 目標

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
小規模事業者動向調査 公表回数	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
「RESAS」を活用した地域経済動向 分析 公表回数	未実施	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①中小企業景況調査の実施（継続）

【事業目的】

現在実施している「中小企業景況調査」に巡回訪問のヒアリングにより得た情報を加味して、地域内の経済動向・景況感について継続的に調査分析し、全国商工会連合会、香川県商工会連合会から提供される「中小企業景況調査報告書」と比較分析を行う。分析結果は、地域内小規模事業者へ情報提供を行い、経営分析や事業計画策定支援の際の基礎資料として活用する。

【調査対象】

管内小規模事業者 10 社（製造業 2 社、建設業 1 社、小売業 3 社、サービス業 4 社）

【調査項目】

売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資の状況など。

【調査回数】

4 回（6 月・9 月・12 月・3 月に実施）

【調査手法】

経営指導員が調査対象事業者を巡回して聴き取りにて実施。

【分析手法】

調査結果を経営指導員と外部専門家が連携し、「中小企業景況調査報告書」との比較分析を実施。

【公表回数】

4 回（7 月・10 月・1 月・4 月） ※調査の翌月に公表

②「RESAS」地域情報システムの活用（新規）

【事業目的】

本会地域において、地域内の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。

【調査回数】

年 1 回（9 月に実施）

【分析手法】

「地域経済循環マップの生産分析」：産業ごとの生産額の変化と傾向を分析

「産業構造マップ」：小売業の購買（消費）金額、購入（利用）人数などの情報を収集して産業の現状等を分析

「まちづくりマップの From to 分析」：当市への 当町からの人の動き等を分析

上記の 3 つの分析を総合的に分析して、事業計画支援等の基礎資料に活用する。

【公表回数】

1 回（10 月） ※調査の翌月に公表

（４）成果の活用

- ①新たに商工会ホームページに経済動向調査ページを設けて、広く管内事業者へ調査分析結果の情報提供を行う。
- ②事業計画策定支援等の基礎資料に活用する。
- ③経営指導員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、巡回訪問、窓口相談、各種セミナーの開催を通じてピックアップした事業者の需要動向（市場・競合・商圈・経済動向・産業別動向・消費動向等）について各種統計資料を活用した一般的な調査に留まっており、個社が取り扱う商品やサービスに対する需要動向の把握までには至っていない。

【課 題】

各種統計資料を活用したマクロ的な需要動向調査は、個社が取り扱う商品の販路開拓に必要とする需要動向情報とはズレがあるため、今後は各種統計資料による調査だけではなくマーケットインの視点に立った個社の需要開拓に繋がる需要動向調査を実施し、販売戦略、サービスの向上に活用することで支援対象者の販路拡大を促進する。

(2) 目標

①個店の顧客に対する需要動向調査（B to C）

内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
個店の顧客アンケート実施事業者数	未実施	5 事業者	5 事業者	5 事業者	5 事業者	5 事業者
1 事業者当たりの調査回収枚数	未実施	50 枚	50 枚	50 枚	50 枚	50 枚

②消費者（物産展来場者）に対する需要動向調査（B to C）

内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
【ええもんフェスタ】での需要動向調査実施事業者数	未実施	3 事業者	3 事業者	5 事業者	5 事業者	5 事業者
1 事業者当たりの調査回収枚数	未実施	30 枚	30 枚	30 枚	30 枚	30 枚
【かんおんじフェア】での需要動向調査実施事業者数	未実施	2 事業者	2 事業者	2 事業者	2 事業者	2 事業者
1 事業者あたりの調査回収枚数	未実施	30 枚	30 枚	30 枚	30 枚	30 枚

③商談会でのバイヤーに対する需要動向調査（B to B）

内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
バイヤーへの調査実施事業者数	未実施	1 事業者	1 事業者	2 事業者	2 事業者	3 事業者
1 事業者当たりの調査回収枚数	未実施	15 枚	15 枚	15 枚	15 枚	15 枚

(3) 事業内容

①個店の顧客に対する需要動向調査（B to C）（新規）

現在、本会地域の小規模事業者において自店に来店する顧客へのアンケートを実施して需要動向を把握している事業者はほとんどないことから、地域内を商圈とする飲食業等の事業者を支援対象にして、経営指導員が支援対象者に応じた消費者アンケート票を作成するとともに、個店ごと

の顧客に対するアンケートの実施を支援して消費者需要動向の情報収集を行い、調査結果をもとに、消費者の需要動向を把握して顧客への更なるサービス向上に活用する。

【調査対象者】

店舗に来店する顧客

【調査回数】

毎年1回（8月）

【調査対象】

飲食業者が提供する料理やサービスなど

【調査項目】

基礎情報：年齢、性別、居住地、家族構成等

商品情報：来店目的、価格、個店のイメージ、提供メニュー・サービス、
今後望むメニュー・サービス、次回の利用可否などの評価

【調査方法】

事前に経営指導員が調査票を作成。来店客へアンケートの回答を依頼して、店舗に設置した回答箱に投函していただき調査する。

【活用方法】

収集した情報を、経営指導員が調査対象別に調査項目を集計して、調査対象者へフィードバックを行い、事業計画策定の基礎資料に活用するとともに、個店のマーチャンダイジングの改良につなげる。

②消費者に対する需要動向調査（B to C）（新規）

地元農産物を使用した加工品（柑橘類のストレートジュース・味噌等）や伝統的ものづくり技術等を活かした工芸品（水引細工等）などの地域資源を活用した特産品を製造する小規模事業者の取り扱う商品について、新たな需要開拓の支援で出展を行う物産展や商談会場の場を利用して、来場者から対象所品の需要動向を把握するため、テストマーケティングを支援するとともに、来場者に対して当該商品等に対するアンケート調査を実施する。

＜想定する物産展①＞

名称	讃岐のイッピン！ ええもんフェスタ
開催内容	香川県商工会連合会が主催に開催する物産展。香川県内の小規模事業者の魅力ある商品・サービスを一堂に集めて、県内外から来場する約20,000人の一般消費者へ広く情報発信をすることで、需要開拓・事業者の認知度・経営力の向上を図る
開催時期	毎年9月～10月の2日間
開催場所	高松市内に設置されている「サンメッセ香川」

＜想定する物産展②＞

名称	四国のまんなか！ まるごと かんおんじフェア
開催内容	観音寺市の地域活性化と市のPRを目的として、観光情報、移住相談のほか市の特産品を集めた物産展などを開催して、約6,000人の来場がある観音寺市主催の市の総合イベントである
開催時期	毎年2月の初旬の週末1日
開催場所	東京秋葉原UDXイベントスペース

＜調査内容（物産展①、②共通）＞

【調査対象者】

物産展に会場した県内外からの消費者

【調査回数】

物産展毎に年 1 回

【調査項目】

- ①一般消費者の基礎的情報：「年齢」「性別」「世帯の状況」「居住地区」等
- ②個々の調査対象商品に対する情報
 - ・食品：「味」「香り」「内容量」「パッケージデザイン」等
 - ・工芸品：「大きさ」「デザイン」「機能性」等
 - ・共通：「ネーミング」「購入する場合の価格」「改善点」等

【調査方法】

1 事業者あたり調査対象商品を 1 品選定し、物産展会場において経営指導員等と出展事業者が協力の上、消費者にヒアリング（食品に関しては試食を実施）を行い調査する。

【活用方法】

収集した調査票は、商品・調査項目別に集計分析して、支援対象者へフィードバックし、マーケットインによる商品改良につなげる。

③商談会でのバイヤーに対する需要動向調査（B to B）（新規）

地元農産物を使用した加工品（柑橘類のストレートジュース・味噌等）を製造する小規模事業者の取扱う商品が、スーパーマーケット、百貨店、卸・商社、中食、外食業界等の食品関連のバイヤーにどのような評価を得ているかを把握するべく、観音寺市内で開催される商談会場において来場するバイヤーに対して当該商品に対するアンケート調査を実施して需要動向を把握する。

＜想定する商談会＞

名称	香川県青果物・加工食品交流商談会
開催内容	香川県農政水産部（農政課・農業経営課・農業生産流通課・西讃農業改良普及センター）、香川県信用農業協同組合連合会主催により、県内地場産業の中で、重要な位置を占める農林水産業者、加工食品製造業者の販路開拓を目的に開催されるバイヤーとの商談会である
開催時期	毎年 2 月頃
開催場所	観音寺市民会館（ハイスタッフホール）

＜調査内容＞

【調査対象者】

商談会に参加する食品バイヤー 約 30 社

【調査回数】

毎年 1 回

【調査項目】

個々の調査対象商品に対する情報
「味」「香り」「内容量」「パッケージデザイン」「ネーミング」「改善点」「取引条件」等

【調査方法】

1 事業者あたり調査対象商品を 1 品選定し、物産展会場において経営指導員等と出展事業者が協力の上、バイヤーに試食等を通じて調査項目についてヒアリングを行う。

【活用方法】

収集した調査票は、商品・調査項目別に集計分析して、支援対象者へフィードバックし、マーケットインによる商品改良につなげる。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現 状】

現在、本会で実施している経営分析は、記帳指導・税務相談や金融相談の際に行う、決算書に基づいた財務分析に重点をおいた支援にとどまっており、分析後のフォローも不十分であった。

【課 題】

本計画では、改めて小規模事業者へ経営分析の重要性を幅広く周知するとともに、現在実施している財務分析（定量分析）に加えて、新たに経営者等への経営状況等のヒアリングやSWOT分析などを用いた定性分析を実施して、総合的な経営状況の分析を行う。

(2) 目標

	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
セミナー開催数	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
セミナー参加人数	15 人	15 人	15 人	15 人	15 人	20 人
経営状況の分析事業者数	10 事業者	10 事業者	10 事業者	13 事業者	13 事業者	15 事業者

(3) 事業内容

①支援対象者の掘り起こし（継続）

以下の3つの手法を用いて支援対象者の掘り起こしを行う。

(i) 経営分析セミナーの開催

経営分析セミナーを開催して、経営分析の重要性を周知するとともに、支援対象者の掘り起こしを行う。

《経営分析セミナーの開催》

【受講者】

管内小規模事業者 15～20 名程度

【開催時期】

年間 2 回（7～8 月）開催

【開催内容】

中小企業診断士を講師に、経営分析の重要性、代表的な経営分析の手法、分析結果の読み解き方などの講義を行い、事例に基づく模擬演習を実施する。

【周知方法】

開催案内チラシを作成して経営指導員の巡回訪問・窓口相談の際に配布するとともに、本会ホームページへ開催記事の掲載を行いPRする。

【受講後の対応】

受講者に対して、本事業による自社の経営分析の実施及び勧奨を行う。

(ii) 巡回による掘り起こし

経営指導員等による巡回訪問（相談）の機会をとらえて、支援対象者を掘り起こすとともに、小規模企業景気動向調査の対象企業に対して経営分析の必要性を説明して、支援対象者を掘り起こす。

(iii) 窓口での掘り起こし

窓口での経営、税務、金融相談等の基礎的な経営支援の機会をとらえて、経営分析の重要性を説明して支援対象者を掘り起こす。

②財務分析の実施（改善）

【分析方法】

掘り起こした支援対象者の損益計算書や貸借対照表、収支内訳書などの財務諸表を基に、経済産業省の「ローカルベンチマーク」や中小機構の「経営自己診断システム」を活用して「財務分析」を実施する。

【分析項目】

支援対象者の「収益性」「安全性」「成長性」「生産性」の各経営指標を算出する。

③定性分析の実施（新規）

【分析方法】

②の財務分析データに加えて、新たに経営指導員と外部専門家が連携して支援対象者に対して、SWOT分析により経営状況の把握を行うとともに、60歳以上の経営者に対しては、「事業承継診断チェックリスト」を用いて、経営者の想いや後継者の有無を把握し、事業を存続させる必要性や価値について説明して支援対象者を発掘する。

【分析項目】

支援対象者の経歴、顧客、取扱商品、保有資産や技術などの強みや弱み、競合他社の状況や現在の経営環境などの脅威、機会のほか、今後の目指したい方向性や現在の経営課題等について分析する。

（４）成果の活用（新規）

- ①当該事業者にフィードバックして、事業計画の策定等の基礎資料に活用する。
- ②本会内のハードディスクに事業者毎のフォルダーを作成して、分析結果をデータベース化して職員間で情報共有することで、職員のスキルアップに活用する。
- ③経営分析セミナー参加者の中から、事業計画策定支援者の見極めに繋げていく。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現 状】

対象事業者の掘り起こしについては、巡回でヒアリングを行うものの、“後継者が不在なので”といった理由で対象事業者の掘り起こしは、不十分であった。また、創業者については、これまで、観音寺市内において「かんおんじ創業セミナー（主催：観音寺市・観音寺商工会議所・本会）」を実施しており、本会管内で創業しようと思っている人には、観音寺市創業補助金を活用するための創業計画書の作成支援を実施しているが、過去には本会管内で創業を予定している人がゼロの年度もあった。

事業承継予定者に対しては、相談があれば対応しているのみで、積極的な事業承継計画策定の推進及び作成支援は実施できていない。

事業計画策定支援については、融資斡旋時や補助金申請時に各申請様式に合わせた計画書の作成にとどまっており、補助金の採択や融資決定を目的とした計画策定になっている。

【課 題】

事業計画策定の意義や重要性が浸透していないため財務分析のみで終わってしまい、新規事業計画策定まで至らず、補助金を活用するための事業計画になる場合が多くみられた。

また、創業計画の作り方などは「かんおんじ創業セミナー」で学べるが、参加者がその後、本会地区に創業する場合には、創業初年度の計画に重点をおき、創業後2年後、3年後の計画完成までのフォローアップはできていなかった。さらに、本会地域の課題でもある高齢の事業者に対して、事業承継の早期準備を促し、計画に基づく事業承継を行う必要がある。

支援する側（商工会）の課題としては、計画策定のノウハウが標準化できておらず、内部の情報共有が不足している。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対して、漠然と事業計画策定の意義や重要性を述べても計画策定の動機づけにならないことが多かった。今後は、事業計画を策定して新たな事業に取り組み売上を伸ばした事例など身近な成功事例を小規模事業者の説明することで策定の意義などの理解を促すとともに、「経営分析セミナー」の参加者の中から事業計画策定へステップアップする事業者の見極めを行う。

創業者については、観音寺市、観音寺商工会議所などと連携して「創業セミナー」を開催して、管内の創業希望者を掘り起こすとともに、管内で創業を計画している人に創業セミナーへの参加を促し、創業計画書の作成段階から支援を行い創業につなげる。

事業承継を希望する事業者に対しては、後継候補者の選定から始まり、承継時期の検討や計画策定により、個社の持続的発展を維持しながら後継者に安心してバトンを渡せるよう支援を行う。

(3) 目標

支援内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
事業計画策定セミナー開催回数	2 回	2 回	2 回	3 回	3 回	3 回
創業セミナー開催日数	4 日	4 日	4 日	4 日	4 日	4 日
事業計画策定件数	10 件	10 件	10 件	13 件	13 件	15 件
新事業展開等計画策定件数	10 件	9 件	9 件	11 件	11 件	13 件
事業承継計画策定件数	未実施	1 件	1 件	2 件	2 件	2 件
創業計画策定件数	未実施	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件

(4) 事業内容

①事業計画策定の勸奨（改善）

経営分析を実施した事業者に対して、分析結果から導き出された課題に対して、その課題解決のための公的制度などの情報提供や事業計画を作成して売上げを伸ばした事例及び補助金を活用できた事例などを説明して事業者のモチベーションを高めるとともに、事業計画策定セミナーへの参加を勧奨して円滑な事業計画の策定支援につなげる。

②セミナーによる基礎知識の習得支援（新規）

経営分析を実施した事業者を対象に「事業計画策定セミナー」を開催して、事業計画の意義や必要性、計画作成の流れや留意点などの基礎知識の習得を図る。

【対象者】

経営分析を実施した小規模事業者 10～15 名

【開催時期】

年間 2 回（8 月・9 月）開催

【内 容】

中小企業診断士を講師にして、事業計画の基礎知識のほか、経営分析結果を活用した事業計画作成方法、事業計画を作成して成功した事例紹介、事業計画作成のワークショップを実施する。

③事業計画の策定支援（改善）

経営分析を行った小規模事業者等を対象にして、分析結果から導き出された経営課題の解決に向けた取り組みや新たな需要の開拓を図るため、次のステップ①からステップ④の計画策定の流れに沿って経営指導員が支援対象者へヒアリングを行い、事業計画の策定支援を行う。

ステップ① コンセプト：顧客にどのような商品・サービスをどのように提供するか検討する。

ステップ② 市場分析：自社の製品やサービスを購入する潜在顧客を把握する。

ステップ③ 競合分析：競合相手となる商品を把握・分析する。

ステップ④ アクションプラン：3 年後の目標を実現するための具体的な方法を検討する。

また、専門的な課題等については、香川県商工会連合会のエキスパート指導や香川県よろず支援拠点の専門家指導を実施して専門的な課題の解決に向けた計画策定を支援する。

④創業希望者への計画策定支援（改善）

創業を考えている者に対して、観音寺市・観音寺商工会議所と連携して「創業セミナー」を継続して開催し、チラシ等による情報提供を管内に広く行い、管内の金融機関に周知することで創業希望者の掘り起こしをし、金融機関と連携しながら取り組む。

また、セミナー参加者の中から創業を希望する者に対し、創業計画の策定支援を行う。

(i) 《創業セミナーの開催》

【受講者】

観音寺市で新規創業を目指す者 15～20 名程度

【開催時期】

年間 4 日（10～11 月）開催

【開催内容】

中小企業診断士を講師にして、創業の心構えから経営、マーケティング、人材確保・育成などの基礎知識から開業資金計画と調達方法など新規創業に係る基礎知識取得に向けた講義を行う。

(ii) 創業計画の策定支援（改善）

創業セミナーを受講して創業を希望する者を支援対象として、「夢を実現する創業」を基に、経営指導員と中小企業診断士等の専門家が共同して、冊子に掲載されている「経歴」「創業動機」「創業分野」「取扱商品・サービス」「取引先」「雇用の有無」「現在の資金の状況」「開業に必要な資金

と調達法」「事業見通し（収支計画）」等創業に向けて必要となる項目をヒアリングして創業計画の策定を支援する。

⑤事業承継計画の策定支援（改善）

事業承継が必要となる事業者に対しては、「事業承継ガイドライン」に例示されている事業承継計画書を基に、中小企業診断士等の専門家の知見を活用して、後継者の状況、現在の経営状況や資産・負債の状況、新たな事業への計画立案、事業の将来性を明確にしたうえで、承継方法や時期を確定させて、事業承継計画の策定を支援する。

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】

これまでの事業計画策定後の実施支援は、事業者からの要請に応じて採択を受けた補助金の実行支援や、決定した融資の執行状況の確認が主であり、その回数も不定期であった。

【課 題】

本計画では、事業計画の策定を支援した支援対象者の事業の進捗状況に応じた巡回頻度を設定して、定期的に状況確認を行うことで円滑な事業の実行を支援する。

(2) 支援に関する考え方

事業計画を策定したすべての事業者を対象として伴走型支援を行うが、策定した計画どおりに事業が進んでおらず、計画した事業が頓挫しそうな事業者に対しては、その進捗状況に応じて巡回回数を増やすなどきめ細やかな対応を行い、全ての支援先が確実に事業計画を実行できるように支援を行う。

(3) 目標

支援内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
フォローアップ対象事業者数	—	11 事業者	11 事業者	14 事業者	14 事業者	16 事業者
フォローアップ（巡回回数）	—	46 回	46 回	58 回	58 回	66 回
売上増加事業者数	—	4 事業者	4 事業者	5 事業者	5 事業者	6 事業者
粗利益率 3%以上の事業者数	—	2 事業者	2 事業者	3 事業者	3 事業者	5 事業者

(4) 事業内容

①事業計画を策定した事業者への伴走型支援（改善）

事業計画を策定した全ての事業者を対象に、四半期に 1 回（3 か月に 1 回）、経営指導員が定期的に巡回訪問を行い、作成した計画に基づく事業の進捗状況の確認や事業実施による成果の検証を行い、集中して支援すべき事業者と事業計画どおり順調に事業を遂行し成果が出ている事業者を見極めて事業者の要望に応じて柔軟に対応する。

なお、計画に基づいて順調に事業が進捗していると判断できる支援対象者については、訪問回数を減らして、半期に一度定期巡回を行い、逆に計画どおりに事業が進んでいない事業者に対しては、1～2 か月に 1 度程度に巡回間隔を短縮して支援を行う。

②創業希望者への伴走型支援（改善）

創業希望者に対しては、2 か月に 1 回以上の頻度で巡回等を行い、策定した創業計画に基づく開業準備に向けた支援を行うとともに、必要に応じて補助金・融資制度等の活用による資金繰り支援や税務・労務等諸手続きを支援する。

また、開業後も経営が軌道に乗るまでの間は継続して 2 か月に 1 回以上、経営指導員による定期的な巡回訪問を実施して、金融・税務・労務等に関する基礎的経営支援に加え、計画の進捗状況や経営の状況、新たな問題・課題等を確認して、必要に応じて香川県商工会連合会エキスパート指導や香川県よろず支援拠点等の専門家指導を実施する。

③事業承継事業者への伴走型支援（改善）

事業承継計画を策定した小規模事業者に対して、経営指導員が、四半期に 1 回以上巡回訪問し、

計画の進捗状況を確認するとともに、承継が計画通りに進んでいない場合には、事業者に対するヒアリングにより、その要因と問題・課題等の分析・抽出を行い、香川県商工会連合会エキスパート指導や香川県よろず支援拠点等の専門家指導を実施して課題解決に向けた伴走型の支援を行う。

④策定した計画の軌道修正支援（新規）

伴走型支援によって進捗状況を確認後、計画どおりに事業が進んでおらず、経営環境の変化等で計画に変更が必要と判断した場合は、香川県商工会連合会エキスパート指導や香川県よろず支援拠点等の専門家指導を実施して、原因及びその対応策を検討して計画書の軌道修正を支援する。

⑤資金需要に対する支援（継続）

伴走型支援の実施の際に新たな資金を希望する支援対象者に対しては、事業計画書に基づいて必要資金や返済期間等を判断して、支援対象者へ(株)日本政策金融公庫の小規模事業者経営改善資金（マル経、観音寺市の利子補給含む）や小規模事業者経営発達支援資金、公庫の普通貸付、香川県や観音寺市の制度融資、民間金融機関の融資などの資金調達方法を説明して、その中から、最も有利な融資制度を選定し、借入推薦を行うとともに、当該金融機関との借入交渉を支援して円滑な資金調達を支援する。

⑥法認定に対する支援（継続）

事業計画に基づいて新規事業や新商品開発を目指す支援対象者に対して、経営革新や農商工連携等の法認定制度を説明した上で、(独)中小企業基盤整備機構四国本部、(公財)かがわ産業支援財団、香川県よろず支援拠点等と連携し円滑な法認定を支援する。

⑦補助金等の施策の活用支援（継続）

事業計画書に基づいた事業の実施に際して、補助金等の活用を希望する支援対象者に対しては、香川県よろず支援拠点と連携して事業内容や事業の開始・終了予定時期、予算規模等を踏まえて、支援の時点で活用可能な補助金・助成金等を選定して、策定している事業計画書を基に補助事業の申請を支援する。

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】

需要開拓支援については、商談会等への出展手続き等の支援に留まっており、さらに出展に対する支援は単発であり、商談会等の期間中の支援や出展後のフォローアップなどの支援は不十分であった。

【課 題】

今後は、支援対象者が取扱う商品や製品等の新たな需要開拓、認知度の向上を図るため、消費者、バイヤー等の訴求対象に応じた商談会等に対して出展前・出展中・出展後の各場面に応じた支援を実施するとともに、I Tを活用して通年で実施する施策を活用して支援対象者の需要・販路拡大を支援する。

(2) 支援に対する考え方

本会が自前で商談会等を開催するのは困難なため、地域資源を活用した特産品を製造する小規模事業者のうち、特に事業計画策定事業者を支援対象者とし、商談会等への出展に際して出展前・出展中・出展後の各段階に応じた支援や通販サイトへの出品などの支援を行うことで、支援事業者の新たな需要開拓を目指す。

本会地区の支援対象事業者は、家族従業員を中心とした小規模事業者が大半であるため、長期間の県外物産展に参加するには経営体力が弱いため、支援事業者の負担の少ない販路開拓として県内の商談会や県外においても短期間で開催されるイベントでの需要開拓を支援する。

また、物産展や商談会に参加できない小規模事業者に対して、全国連が運営する EC サイト「ニッポンセレクト．com」への出品を勧奨するとともに、商品の訴求力を高めるノウハウの提供や売上拡大に成功した事例や対策について情報提供を行い、販路拡大に取り組む。

(3) 目標

内容	現状	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
需要開拓支援事業者数 (BtoC) 【ええもんフェスタ】	未実施	3 事業者	3 事業者	5 事業者	5 事業者	5 事業者
売上増加率 (対前年度比／社)	未実施	103%	103%	103%	103%	103%
需要開拓支援事業者数 (BtoC) 【かんおんじフェア】	未実施	2 事業者	2 事業者	2 事業者	2 事業者	2 事業者
売上増加率 (対前年度比／社)	未実施	103%	103%	103%	103%	103%
需要開拓支援事業者数 (BtoB)	未実施	3 事業者	3 事業者	5 事業者	5 事業者	5 事業者
成約件数／社	未実施	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
EC サイトでの需要開拓支援業者数	未調査	1 事業者	1 事業者	2 事業者	2 事業者	3 事業者
売上増加率 (対前年度比／社)	未調査	103%	103%	103%	103%	103%

(4) 事業内容

地元農作物を使用した加工品（柑橘類のストレートジュース・味噌等）や伝統的ものづくり技術等を活かした工芸品（水引き）などの地域資源を活用した特産品を製造する小規模事業者を支援対象にして、以下の記載する一般消費者またはバイヤーなどの訴求対象に応じた商談会等への出展を支援して新たな需要・販路拡大を目指す。

また、全国連が運営する EC サイト「ニッポンセレクト.com」の出展支援を行い、IT を活用した販路開拓を目指す。

①消費者を訴求対象とした需要開拓支援（BtoC）（改善）

消費者を対象にして支援対象者が取扱う商品のブランド力向上と新規顧客開拓に向けた販売機会の創出を目的にして、香川県商工会連合会が毎年開催している「讃岐のイッピン！ ええもんフェスタ」や観音寺市が首都圏で開催している「四国のまんなか！ まるごと かんおんじフェア」への出展を支援する。

「讃岐のイッピン！ ええもんフェスタ」は、香川県内の消費者約 20,000 人が訪れ、「四国のまんなか！ まるごと かんおんじフェア」についても首都圏の消費者が多数来場されることから、商品に対する消費者の生の声や反応を直接聞くことができ、需要の開拓のみならず商品の改良や新商品開発の契機につながる。

出展に際しては、事業者の販売及び展示技術の向上を図るため、需要動向の調査結果を踏まえて、香川県よろず支援拠点等の専門家と連携して、商品選定やプロモーション手法等の事前指導を行い、会期中は、販売ブースの展示方法や装飾及び商品説明を含む接客などについて会場での個別指導を行うことで、販路開拓を支援する。

《想定する物産展①》

名称	讃岐のイッピン！ ええもんフェスタ
開催内容	香川県商工会連合会が主催に開催する物産展。香川県内の小規模事業者の魅力ある商品・サービスを一堂に集めて、県内外から来場する約 20,000 人の一般消費者へ広く情報発信をすることで、需要開拓・事業者の認知度・経営力の向上を図る
開催時期	毎年 9 月～10 月の 2 日間
開催場所	高松市内に設置されている「サンメッセ香川」

《想定する物産展②》

名称	四国のまんなか！ まるごと かんおんじフェア
開催内容	観音寺市の地域活性化と市の PR を目的として、観光情報、移住相談のほか市の特産品を集めた物産展などを開催して、約 6,000 人の来場がある観音寺市が主催の市の総合イベントである
開催時期	毎年 2 月の初旬の週末 1 日
開催場所	東京秋葉原 UDX イベントスペース

②バイヤーを訴求対象とした需要開拓支援（BtoB 支援）（改善）

バイヤーを対象にして支援対象者が取扱う商品の新たな取引拡大を目的にして、香川県農政水産部が主催する「香川県青果物・加工食品交流商談会」への出展を支援する。

出展する事業者に対しては、商談技術や商品アピール手法の向上、FCP シート作成等、香川県よろず支援拠点等の販路開拓専門家と連携した事前相談会を開催するとともに、商談会当日は経営指導員も出展者に帯同しバイヤー等の意見や商品の評価等を整理する。

また、商談後は、整理した内容を小規模事業者へ提供しながら、商品開発・改良等、バイヤーとの成約に向けた取組みを継続的に支援するなど小規模事業者の販路開拓を支援する。

＜想定する商談会＞

名称	香川県青果物・加工食品交流商談会
開催内容	香川県農政水産部（農政課・農業経営課・農業生産流通課・西讃農業改良普及センター）、香川県信用農業協同組合連合会主催により、県内地場産業の中で、重要な位置を占める農林水産業者、加工食品製造業者の販路開拓を目的に開催されるバイヤーとの商談会である。
開催時期	毎年２月頃
開催場所	観音寺市民会館（ハイスタッフホール）
出展事業者	県内の農林水産業者、加工食品製造業者約 30 社
参加バイヤー	県内外の食品バイヤー約 30 社
活用方法	収集した調査票は、商品・調査項目別に集計分析して、支援対象者へフィードバックし、マーケットインによる商品改良につなげる。

③EC サイト「ニッポンセレクト. Com」を活用した販路開拓支援

物産展や商談会に参加できない小規模事業者に対して、全国商工会連合会が運営している「ニッポンセレクト. com」を活用した需要開拓を提案し、一般消費者を対象にして、通年を通じた需要・販路拡大を支援する。

- 【開設前支援】 支援対象者が掲載を希望する商品や製品の情報の取りまとめを支援する。
- 【開設中支援】 同業他社の掲載事例を示して、掲載を希望する商品や製品の見せ方やページ構成の作成を支援する。
- 【開設後支援】 定期的な伴走型支援を実施して出品商品の販売動向の確認を行う。特に売上が伸びていない支援対象者へは外部専門家と連携した支援を実施して、商品訴求力の向上に向けた商品写真や紹介コメント、商品の活用提案などの情報更新を支援する。

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】

事業の評価及び見直しに関する仕組みを計画していたものの、十分機能おらず、評価・見直しが出来ていない。

【課 題】

改めて自治体・外部有識者を加えた協議会を設置し、評価結果を理事会で諮ったうえで本会HPにて公表する。

(2) 事業内容

①「協議会」の設置

本会の正副会長、観音寺市商工観光課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士等をメンバーとする「観音寺市大豊商工会経営発達支援協議会」を設置する。

②「協議会」での評価

毎年度1回、事業終了後速やかに協議会を開催して、前年度の経営発達支援事業の進捗状況や支援実績等について評価・見直しの方針を決定する。

③評価結果の報告・承認

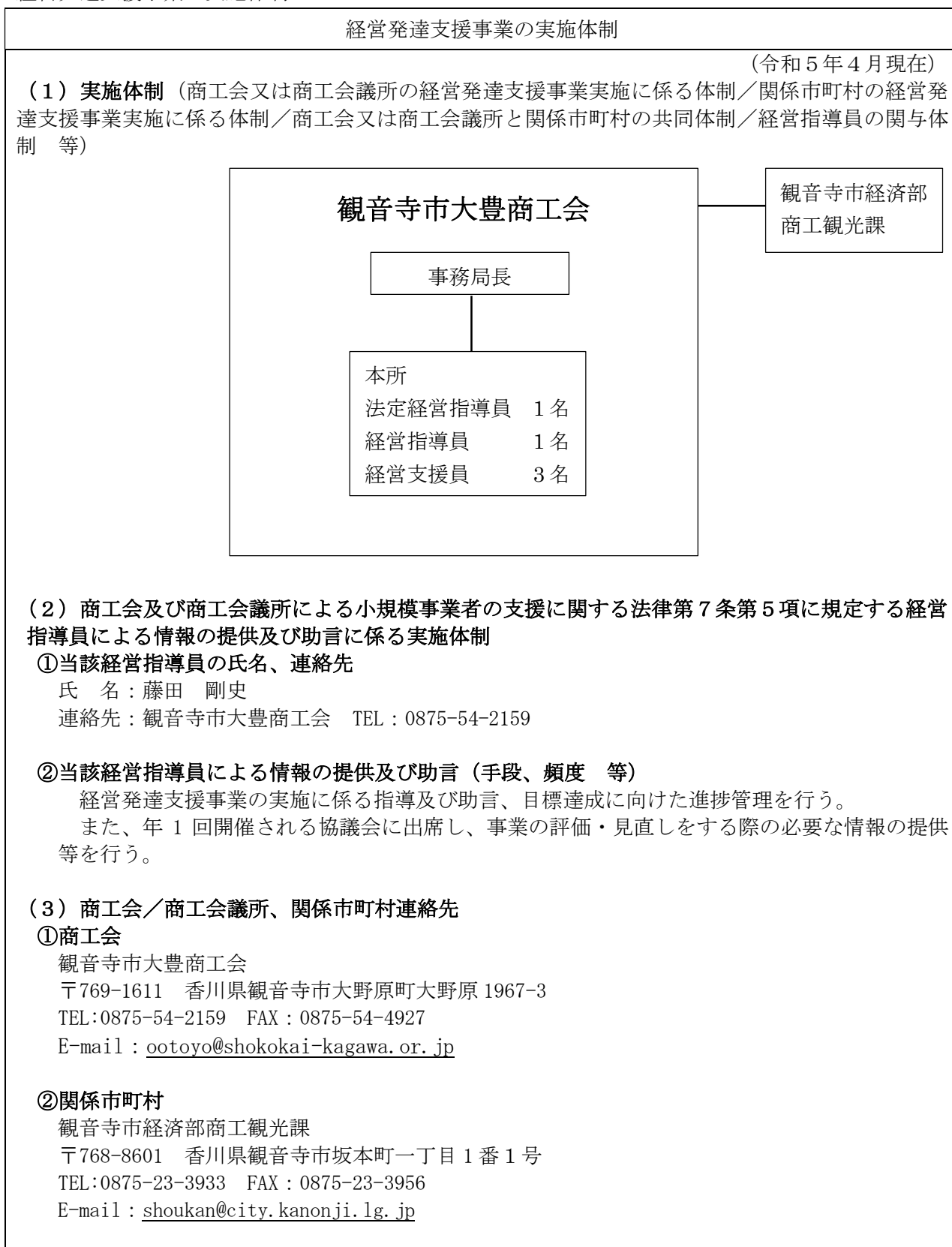
理事会において協議会での評価結果を報告し承認を受ける。

④評価結果の公表

評価結果については、本会ホームページ (<http://www.shokokai-kagawa.or.jp/ootoyo/>) にて公表する。

(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)

	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500
経営指導員等の設置費	11,000	11,000	11,000	11,000	11,000
金融、税務及び経営等に関する相談指導等	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
職員の資質向上対策費	300	300	300	300	300

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費、国補助金、県交付金、市補助金、事業受託費、受益者負担金

(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
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