

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	津島町商工会（法人番号 5500005006409） 宇和島市（地方公共団体コード 382035）
実施期間	令和6年4月1日～令和11年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 ①小規模事業者との対話と傾聴を通じた本質的自立的な経営力強化による事業継続の実現 ②6次産業等地域資源の魅力を活かし地域のにぎわいづくりの推進 ③商工会の伴走支援体制強化による小規模事業者の自走化促進
事業内容	経営発達支援事業の内容 3. 地域の経済動向調査に関すること 愛媛県内及び宇和島管内の経済動向調査を行うほか、国が提供するビッグデータも活用して調査を行い、結果を広く管内事業者へ周知する。 4. 需要動向調査に関すること 地元集客施設や大消費地での試食やアンケート調査を行い、調査分析結果を支援事業者へフィードバックする。 5. 経営状況の分析に関すること 個別指導を通じた経営分析支援を行い、「対話と傾聴」を通じた真の経営課題を抽出し、事業計画策定に活用する。 6. 事業計画策定支援に関すること DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するためのセミナーやIT専門家派遣を行いDXを推進するとともに、それらを活用した事業計画策定支援を推し進める。 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業の進捗状況を確認しながら状況に応じてフォローアップの頻度を調整し、自走化に向けた支援を行う。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 地域資源を活用した特産品を取り扱う事業者を対象に商談会や物産展への参加を支援するとともに、SNS活用やネットショップ開設などの販路開拓支援を行う。
連絡先	津島町商工会 〒798-3301 愛媛県宇和島市津島町岩松 807 番地 TEL:0895-32-2215 FAX:0895-32-6133 E-mail:office@tsushima-sci.or.jp 宇和島市 商工観光課 〒798-8601 愛媛県宇和島市曙町 1 番地 TEL:0895-24-1111 FAX:0895-25-4907 E-mail:shoko2@city.uwajima.lg.jp

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

【立地】

＜愛媛県宇和島市＞



(出典：宇和島市役所HP)

＜宇和島市津島町＞



(出典：宇和島市観光物産協会HP)

愛媛県宇和島市津島町（面積 221.05 km²）は、四国・愛媛県の南西部（南予地方）に位置し、平成 17 年 8 月 1 日、宇和島市・吉田町・三間町との新設合併により、新たに宇和島市の一部となった。なお、商工会は合併することなく既組織（津島町商工会）のままで現在に至っている。

津島町の西半分はリアス式の海岸で、海岸線は 95 km に達し、その一部は足摺宇和海国立公園に指定されている。また、宇和海に長く突き出した三浦半島と由良半島に囲まれた湾内は、波静かな自然の良港を形成している。

東半分は標高 500m の山間地となっており、複雑に入り組んだ谷にシロウオ漁で有名な岩松川などの河川が流れている。気候は温暖で、美しい自然環境に恵まれ、魚介類や柑橘類を始め良質な食材が豊富である。

【人口】

〔津島町の人口の推移〕

(単位：人・歳)

	人口	平均年齢		男	女
		男	女		
令和 5 年度	9,022	4,260	4,762	56.55	58.86
令和 2 年度	9,775	4,613	5,162	55.12	57.37
平成 29 年度	10,486	4,969	5,517	53.76	56.04

(出典：宇和島市指定区別年齢別男女別人口調（各年 8 月末現在）)

令和 5 年 8 月末の宇和島市指定区別年齢別男女別人口調によると、管内人口は 9,022 人であり、平成 29 年 8 月末と比較すると 1,464 人、13.9% 減少している。また、2022 年版世界と日本の平均年齢によると、日本人の平均年齢は 48.6 歳であり、モナコ公国（平均年齢 55.4 歳）について世界第 2 位であるが、これと比較しても高齢化が特に進行した地域である。

【産業】

＜産業別の景況感＞

（第一次産業）

地域の基幹産業は農林水産業であり、宇和海特有のリアス式海岸を活かしたタイ・ハマチ類の海面魚類養殖業や真珠養殖業、また温暖な気候を援用した温州みかんを始めとした柑橘類の栽培も盛んである。平成８年頃まで真珠養殖業の好景気が続いたが、その後、養殖母貝であるアコヤ貝の大量へい死が数年おきに発生し、また、海面魚類養殖業においても近年の飼料や燃料代の高騰を受け、経営に大きな影響を及ぼしている。

一方で、真珠養殖業者の一部では、真珠を加工して付加価値を付けたアクセサリー類の製造販売に乗り出すほか、魚類養殖業者においても、飼料にこだわった品質が良く天然魚に引けを取らない養殖魚を生産するなど、地域の基幹産業として地域経済をリードする事業者も存在している。

（第二次産業）

電機部品、浄化槽等のメーカーがあるものの規模は大きくない。もともと工業適地が少なく、海面養殖業や真珠養殖業が盛んであったこともあって、工場誘致に取り組む必然性が乏しかったためである。

（第三次産業）

観光では、津島町内に四国最大規模の日本庭園である「南楽園」、温泉施設を併設した「道の駅・津島やすらぎの里」※注１などがあり、磯釣りやお遍路などの観光客や「津島しらうお&産業まつり」※注２などのイベント時の観光客も多くなっている。

津島町の中心地域である岩松地区には、旧街道に規模は大きくないものの商店街を形成しているほか、旧街道から岩松川をはさんだ対岸に国道５６号線が通っており、スーパーマーケット、市立津島病院、宇和島市役所津島支所等が立地している。

※注１ 温泉施設や特産品販売所、研修棟などを備えた道の駅で、特に温泉施設は泉質が良く県内外からの来場者に人気があったが、現在、温泉施設については施設の老朽化等により建て替えのため長期休業中であるが、令和８年３月頃には、再開見込みである。

※注２ 郷土料理・地域特産品即売を中心とした津島最大のイベント。春の訪れを告げるしらうお（標準和名：シロウオ、津島では昔からしらうおと呼ぶ）が岩松川河口に現れる毎年１月下旬の日曜日に開催。体長３～５ｃｍのシロウオを生きたまま三杯酢で飲み込む「おどり食い」は美味。郷土料理や特産品を求めて、令和５年１月２９日に開催された直近のまつりでは、県内外から約１万人の来場者で賑わった。

＜業種別の商工業者数＞

（商工業者数の推移）

業 種	平成２５年度	平成３０年度	令和４年度
建 設 業	９５	８０	８３
製 造 業	５９	５２	４７
卸 売 業	１２	１３	１２
小 売 業	１３２	１０５	９５
飲食業・宿泊業	４７	４３	３５
サービス業	１３９	９４	９１
そ の 他	５０	４２	３６
合 計	５３４	４２９	３９９

（出典：商工会実態調査）

(小規模事業者数の推移)

年 度	平成 2 5 年度	平成 3 0 年度	令和 4 年度
小規模事業者数	4 8 6	3 6 8	3 3 8

(出典：商工会実態調査)

令和 4 年度の商工業者数は合計 399、内小規模事業者数が合計 338 であり、平成 25 年度と比較すると商工業者数は 25.2%の減、小規模事業者数が 30.4%減少しており、基幹産業である第 1 次産業の低迷、少子高齢化や新型コロナウイルス感染症等の影響等により大幅な減少となっている。更に、小規模事業者ほど廃業等で減少している事実が読み取れる。また、業種別では、小売業が 28.0%、サービス業が 34.5%減少するなど地域に密着した業種の減少が顕著になっている。

<特産品・郷土料理>

管内の特産品としては、タイ・ハマチなどの養殖魚類や真珠製品及び柑橘類などの一次産品が中心であるが、地元で採れた小魚や真珠、町の中心を流れる岩松川で採れる「あおさ」等の地域資源を活用した「じゃこ天」や「真珠アクセサリー」、「あおさつくだ煮」※注 3 などの加工品や「しらうおのおどり食い」、「六宝」※注 4 などの郷土料理は、ここでしか味わえない美味として、県内外から訪れる観光客も増えている。

※注 3 岩松川で採れた「あおさ（ひとえ草）」と地元事業者が生産した特選醤油を使ってまろやかな醤油味に仕上げている。



(出典：津島町商工会)

※注 4 津島町周辺の家庭で古くから親しまれている郷土料理。タイやヒラメ、イサキなどの刺身をタレに漬け込み、白いご飯にかけて食べる。名前の由来は諸説あるが、タレに「酒」「みりん」「しょうゆ」「ごま」「生卵」の 6 種類を使うので「六宝」になったという説がある。



(出典：津島町商工会)

【交通】

J R 四国の愛媛県南予地方につながる終点は、旧宇和島市内の宇和島駅であり、当町は鉄道のな

い地域である。一方で、平成 23 年 3 月に松山自動車道が当地まで延伸し、県都松山市から 1 時間 20 分程度で結ばれるようになり、交通手段の中心が鉄道から自家用車に移りつつある現状もあり、交流人口の増加に対応できる状況が整いつつある。

②課題

【第一次産業の課題】

宇和海特有のリアス式海岸を活かした魚類養殖業や真珠養殖業、温暖な気候を活用した柑橘類の栽培など、当地域は、他にはない優れた地域資源が数多い。しかしながら、その多くは、一次産品のままで出荷するなど、加工して付加価値を付けるなどの取り組みは、まだまだ少ないのが現状である。

今後は、6 次産業化や農商工連携などの高付加価値化に取り組み、安心安全で質の高い商品開発とブラッシュアップに努めること、更には、意欲のある担い手の確保・育成が必要である。

【商工業の課題】

当地区には、他にはない優れた 1 次産品が数多く存在し、その恩恵を受けて商工業が発展してきた。しかしながら、近年の新型コロナウイルス感染症やアコヤ貝の大量へい死、原材料費の高騰など個人では対応不可能な経営環境にある。

一方で、経営発達支援事業の大きな柱である、事業計画策定実行の重要性や事業承継・創業支援及び D X 推進、事業継続計画（B C P）の策定、地域資源を活用した地域活性化などの取り組みは、十分ではなく、今後取り組むべき重要な課題である。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10 年程度の期間を見据えて

現在の当該地域の現状と課題、第 2 次宇和島市総合計画（後期）の方向性に沿った商工会としての役割を踏まえ、今後 10 年程度を見据えた長期的な小規模事業者の支援施策として、事業計画策定支援、事業承継支援、創業支援及び、地域資源を活用した地域活性化を展開することで、地域事業者の持続的発展を図る。

② 第 2 次宇和島市総合計画（後期：令和 5 年度から令和 9 年度）との連動性・整合性

【第 2 次宇和島市総合計画（後期）の引用（商工・観光部分）】

1-3 商工業の振興

【施策の方針】

広域的な商業中心地としての機能の維持と工業の発展を図るため、商工事業者及び商工会議所等の関係機関・団体と連携し、市内商工業の活性化に向けた取り組みを推進します。また、「宇和島市中小企業・小規模事業者振興基本条例」に基づき、商工事業者の支援を図ります。加えて、地域活力の向上と雇用の場の確保を見据え、既存企業の活性化や起業を促進していくとともに、優良企業の誘致に努めます。

〔成果指標〕

指 標 名	単位	2021 年度 (実績)	2027 年度 (目標)
中心商店街の空き店舗率	%	29.9	28.5
新規創業件数	件	3	5
企業の誘致件数	件	1	1
市の商業環境に満足している市民の割合(※)	%	5.1	8.0
市内で買い物をしている市民の割合(※)	%	91.1	93.0
市の地場産業の振興や企業誘致に関する取り組みに満足している市民の割合(※)	%	7.1	10.0

注)(※)の市民の割合(実績)は、2022 年度に行った住民アンケート調査の結果による。

(引用：第2次宇和島市総合計画（後期）)

1 - 4 観光の振興

〔施策の方針〕

国内外を問わない交流人口の増加、体験型・滞在型の観光コンテンツの開発、強化と PR 活動を中心とした多面的な取り組みを、観光物産協会や観光関連事業者等と一体となって推進していきます。

また、各観光施設が老朽化しており、人口減少時代において、市の規模に見合った施設整備や管理を行っていくため、将来を見据えた観光振興を計画的に図っていきます。

〔成果指標〕

指 標 名	単位	2021 年度 (実績)	2027 年度 (目標)
観光入込客数	千人	1,561	2,685
観光消費額	億円	26.4	47.5
宿泊者数	千人	118	165
市の観光基盤の整備状況に満足している市民の割合(※)	%	13.6	15.6

注)(※)の市民の割合(実績)は、2022 年度に行った住民アンケート調査の結果による。

(引用：第2次宇和島市総合計画（後期）)

宇和島市の「第2次宇和島市総合計画（後期）」では、商工業振興施策の方針として、「商工事業者及び商工会議所等の関係機関・団体と連携し、市内商工業の活性化に向けた取り組みを推進しま

す。また、「宇和島市中小企業・小規模事業者振興基本条例」に基づき、商工事業者の支援を図ります。加えて、地域活力の向上と雇用の場の確保を見据え、既存企業の活性化や起業を促進していくとともに、優良企業の誘致に努めます。」と明記しており、津島町商工会が取り組む経営発達支援計画との連動制・整合性が取れている。

③商工会としての役割

第2次宇和島市総合計画（後期）を受けの津島町商工会の役割としては、商工業振興施策の方針に沿って当該地域の現状と課題を踏まえて小規模事業者に寄り添い、安定的かつ持続的な伴走型支援を継続的に実施して、まちの魅力を高め、市内外の多くの方々から「選ばれるまち」を目指す。

更に、多発する自然災害や新たな感染症の出現などの様々なリスクに対応した事業継続力の強化支援を行うとともに、高度なデジタル社会への対応としてDXを推進するなど、社会経済環境の変化にも対応した経営支援ができるよう関係支援機関等との連携を取った支援体制を強化し、併せて職員の支援能力向上に努める。

（3）経営発達支援事業の目標

地域の現状と課題及び小規模事業者に対する長期的な振興のあり方、また、第1次計画（平成31年4月1日～令和6年3月31日）の取り組みで得た成果と課題を踏まえ、経営発達支援計画の目標を下記のとおり定める。

①小規模事業者との対話と傾聴を通じた本質的自立的な経営力強化による事業継続の実現

- ・若手経営者や後継者、女性経営者などを中心に、経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定実行等の支援を推し進める。

②6次産業等地域資源の魅力を活かし地域のにぎわいづくりの推進

- ・地域に存在する優れた地域資源を活用して地域の小規模事業者が、圏外からの外貨を稼ぐための取り組みを推進し、地域内の観光施設等と連携した事業を推し進める。

③商工会の伴走支援体制強化による小規模事業者の自走化促進

- ・経営指導員等の資質向上及び支援体制を強化し、地域小規模事業者の持続的発展を支援する。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和6年4月1日 ～ 令和11年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者との対話と傾聴を通じた本質的自立的な経営力強化による事業継続の実現

経営資源に乏しい小規模事業者にとって、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等を強化し、事業計画策定の重要性を説き、策定に取り組む事業者の掘り起こしを行う。

激変する環境変化に対応するためDXや事業継続計画（BCP）策定支援を推進し、業務改善を図っていく上で、財務データ等から見える表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行う。

なお、事業継続計画（BCP）策定支援については、本会が別に策定し愛媛県から認定を受けている「事業継続力強化支援計画」において、支援することとしている。

②6次産業等地域資源の魅力を活かし地域のにぎわいづくりの推進

地域に存在する優れた地域資源を活用して地域の小規模事業者が外貨を稼ぐための取り組みを推進し、観光施設である「南楽園」や「道の駅・津島やすらぎの里」等と連携した地域のにぎわいづくり事業を推し進める。

更に、消費者やバイヤーを対象とした需要動向調査を実施し、新商品の開発やブラッシュアップを支援する。また、商談会及び物産展等への参加支援やSNSの活用やネットショップ開設などの販路開拓支援を行うとともに、WEBサイトの整備やITツールの活用について、専門家と連携しながら推進する。

③商工会の伴走支援体制強化による小規模事業者の自走化促進

上記の目標達成には、職員個々のノウハウの蓄積及びスキルの向上が重要となるため、中小企業基盤整備機構や愛媛県商工会連合会が主催する研修会に積極的に参加して資質向上を図るほか、データとして、「経営支援システムPlus」に保存・共有して、職員間の連携と支援体制の強化を図る。

また、高度なデジタル社会への対応としてDXへの対応や事業継続計画（BCP）策定に係る支援力を向上させるため、セミナーや研修会に積極的に参加して支援体制の強化を図る。

人口減少社会において地域経済の維持、持続的発展に取り組む上で、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決の伴走において、経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、個社にとどまらず地域全体で課題に向き合い、自己変革していく機運を醸成する。

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

[現状]

これまでの取り組みとしては、シンクタンクの情報を活用した愛媛県の経済動向調査及び地元金融機関と連携した宇和島管内の経済動向調査を実施し、当会のホームページや管内の小規模事業者向け情報誌（みみより商工会情報）で公表し、事業計画作成に役立てた。

[課題]

これまでの実績は、ほぼ達成できておりこのまま継続していくが、これまでは十分な活用が出来ていなかった国が提供するビッグデータ「RESAS」も活用して、より専門的な分析を行いながら、事業計画策定に対応できるものとして提供する。

(2) 目標

<継続>

項 目	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
愛媛県等経済動向情報の集約	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎
宇和島管内経済動向情報の集約	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
ホームページでの公表	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
みみより商工会情報発行回数	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎

<新規>

項 目	公表 方法	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
地域の経済動向分析の公表回数	HP 掲載	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）<新規>

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8月に公表する。

（調査手法）経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う

（調査項目）・「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。

(4) 調査結果の活用

- 調査した結果は本会のホームページや管内の小規模事業者向け情報誌（みみより商工会情報）で公表し、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。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまでの取り組みとしては、重点支援先におけるバイヤーニーズ調査及び地元集客施設調査を実施し、当該事業者にはフィードバックする計画であったが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響で、各種補助金や支援金の申請支援に経営指導員等のマンパワーを割かざるを得なかった。そのため、調査対象事業者及びサンプルとも不足し、地域の小規模事業者への情報提供が出来ていない。

[課題]

当地域の小規模事業者へマーケットインの考え方を浸透させるためには、個社が取り扱う商品及び提供するサービスに対する商品評価調査や、物産展等でのマーケティング調査、消費者ニーズ情報の収集を行い、整理・分析を実施して小規模事業者に提供する必要がある。

(2) 目標

項 目	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
①新商品開発の調査 対象事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
アンケート調査数	—	90 件	90 件	90 件	90 件	90 件
②試食、アンケート 調査対象事業者数	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
アンケート調査数	100 件	100 件	100 件	100 件	100 件	100 件

(3) 事業内容

①新商品開発の調査

当商工会管内で最も集客力が高い観光施設である、四国最大規模の日本庭園「南楽園」において、管内の事業者が、地元で採れた小魚や真珠、町の中心を流れる岩松川で採れる「あおさ」等の地域資源を活用して製造する特産品が、来場者にどのような評価を得ているか、試食や商品評価（真珠装飾品）及び来場者アンケートを実施し、調査結果を分析したうえで当該事業者にはフィードバックすることで商品開発・改良に活用する。

《南楽園来場者調査》

(施設概要)

昭和 60 年開園。総面積 153,322 平方メートルの四国最大規模の日本庭園。上池・下池二つの池を中心に現代造園技術の粋を集めて築いた。平成元年「日本の都市公園 100 選」に選ばれる。また当園は愛媛県の地域資源（温泉その他の地域の観光資源部門）に指定されており、過去 5 年間の上半期（4 月～9 月）観光入り込み客数平均は 22,123 人*。管内では最も集客力が高いと判断したため、当施設を選定する。

*国交省四国運輸局「2022 年度上半期四国の主要観光地入り込み状況について」より
(サンプル数) 1 商品当たり 30 件

1 日あたり平均来場者数 122 人、上半期来場者数 22,123 人÷180 日

(調査手段・手法)

年 1 回、「南楽園」の来場者が増加する 10 月に、来場客に試食や商品評価（真珠装飾品）をしてもらい、経営指導員等が聞き取りのうえ、アンケート票へ記入する。

(調査商品)

1 事業所 1 商品ずつ行う。具体的には以下の 3 商品について行う。

①宇和島じゃこ天、②岩松川のあおさつくだ煮、③真珠装飾品（アクセサリーなど）

(分析手段・手法)

調査結果は、愛媛県よろず支援拠点等の専門家に意見を聞きつつ、アンケート調査項目（属性・商品評価）別に経営指導員が集計分析を行い、改善提案をまとめる。

(調査項目)

i 属性 ①年代、②性別、③居住地域、④来場手段、⑤買物予算等

ii 商品評価

『食 品』 ①味、②容量、③サイズ、④価格、⑤デザイン、⑥パッケージ、⑦希少性、⑧求める地域資源商品・サービス等

『装飾品』 ①デザイン、②サイズ、③価格、④パッケージ、⑤希少性、⑥求める地域資源商品・サービス等

(分析結果の活用)

分析結果は、経営指導員が当該事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、マーケットインの考え方による更なる商品開発・改良や事業計画策定の個社支援時の基礎資料としても活用する。

②試食、アンケート調査

大消費地であり、本町の出身者が多く味の嗜好も近い関西圏に所在する「あべのハルカス近鉄本店」において、管内の岩松川で採れる「あおさ」等の地域資源を活用して製造する特産品を来場客に試食や商品評価及び来場者アンケートを実施し、調査結果を分析したうえで当該個社にフィードバックすることで商品開発・改良に活用する。

(サンプル数) 1 商品当たり 100 件

(調査手段・手法)

年 1 回、例年 6 月に「あべのハルカス近鉄本店」で開催される物産展への出展を支援し、来場客に試食や商品評価してもらい、経営指導員等が聞き取りのうえアンケート票へ記入する。

(調査商品)

1 事業所 1 商品

(分析手段・手法)

調査結果は、愛媛県よろず支援拠点等の専門家に意見を聞きつつ、アンケート調査項目（属性・商品評価）別に経営指導員が集計分析を行い、改善提案をまとめる。

(調査項目)

i 属性 ①年代、②性別、③居住地域、④来場手段、⑤買物予算等

ii 商品評価

『食 品』 ①味、②容量、③サイズ、④価格、⑤デザイン、⑥パッケージ、⑦希少性、⑧求める地域資源商品・サービス等

(分析結果の活用)

分析結果は、経営指導員が当該事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、マーケットインの考え方による更なる商品開発・改良や、事業計画策定の個社支援時の基礎資料としても活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまでの取り組みとしては、金融指導や小規模事業者持続化補助金等の申請支援の際、簡易な経営分析を行ってきたが、事業主が経営分析の重要性を理解したうえで、主体的に取り組むケースは少なく、定量的な財務分析を行う程度であり、表面的な分析にとどまっていた。

[課題]

商工業者を取り巻く現状と課題を踏まえ、経営分析⇒事業計画の策定⇒新たな需要の開拓⇒フォローアップへと一連の支援の流れを重視し、活力ある事業者を育成することが課題である。

これまでは、経営状況分析が定量的に偏っていたため、財務データから見える表面的な課題だけでなく「対話と傾聴」を通じて得た非財務情報を関連付けた「本質的課題」をつかむ必要がある。

(2) 目標

項 目	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
個別指導による経営分析事業者数	6 者	10 者	15 者	15 者	20 者	20 者

(3) 事業内容

○個別指導を通じた経営分析支援

巡回訪問及び窓口相談を通じて、また、本会の青年部員・女性部員を対象として経営分析の必要性を啓蒙し、分析対象となる小規模事業者を発掘する。自社の強み・弱みなどの気づきを与えることで、自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

○経営分析の内容

(対象者)

巡回訪問及び窓口相談を通じて、また、本会の青年部員・女性部員を対象として発掘した意欲的で販路拡大の可能性の高い事業者を選定する。

(分析項目)

定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の両方を行う。

《財務分析》直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析

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

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

(分析手法)

財務分析については、事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。非財務分析については、「対話と傾聴」に注力してSWOT分析のフレームで整理する。

(4) 分析結果の活用

- 分析結果を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。
- 分析結果をデータベース化、内部共有を行い、経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまでの取り組みとしては、事業計画策定支援や創業、事業承継支援を行ってきたが、事業計画策定支援については、そのほとんどが補助金申請等のため、事業者主体の事業計画かつ根本的な課題解決に向けた計画策定には至っていない。

創業支援については、経営指導員等による巡回・窓口相談等を通じ、創業希望者の掘り起こしを行うとともに、宇和島市の創業支援事業を活用した起業セミナーや宇和島市中小企業者等応援事業の補助金等も活用した支援を行っている。

事業承継支援については、経営指導員等による巡回・窓口相談等を通じ、事業承継希望者の掘り起こしを行うとともに、愛媛県事業承継・引継ぎ支援センター等の専門家派遣事業を活用した支援を行っている。

[課題]

事業計画策定支援では、補助金申請のための事業計画策定になっており、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、事業者の主体性や熱意が反映された計画にはなっていない。

その理由として、事業の「本質的課題」をつかめていないことが考えられる。事業計画策定支援においては、真の「課題設定」からスタートするなどセミナーの開催内容の見直しなどが必要である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定支援は、小規模事業者の将来における「あるべき姿」を明確にし、それに向かって何をしなければならないのかという「具体的な行動すべき方法」を見出すために実施する。

小規模事業者に対し、巡回・窓口相談等を通じ、事業計画策定の意義や重要性を漠然と説明しても、実質的な行動や意識変化を促すのは容易ではないため、「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、5. 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。

また、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。

事業計画策定支援については、自らが経営分析を行い、事業者が自社の強み・弱みなどの気づきを得、現状を正しく認識した上で、分析に基づき、事業者が当事者意識を持って課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

更に、事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

創業支援については、経営指導員等による創業希望者の掘り起こしを行うとともに、宇和島市の創業支援事業も活用するなど、引き続いた支援を行う。

事業承継支援についても、引き続き、愛媛県事業承継・引継ぎ支援センターと連携した支援を行う。

※本会は、令和5年1月30日、日本政策金融公庫宇和島支店、愛媛県信用保証協会、宇和島市、宇和島商工会議所及び吉田三間商工会と「宇和島市における創業及び事業承継並びに移住定住促進支援に関する包括連携協定」を締結した。これを基に、創業や事業承継、移住定住を中心とした地域課題解決に向け連携を図ることとしている。

(3) 目標

項 目	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
① D X 推進セミナー	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
② 事業計画策定セミナー	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定事業者数	5 者	5 者	7 者	8 者	10 者	10 者
創業計画策定事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
事業承継計画策定件数	—	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件

(4) 事業内容

① D X 推進セミナーの開催

D Xに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にD Xに向けたI Tツールの導入やWEBサイト構築等の取組を推進していくためにセミナーを開催する。

(支援対象) 経営分析実施事業者及び管内小規模事業者

(募集方法) 経営分析を行った事業者に個別に募集、またチラシを作成し新聞折り込み、巡回訪問での手配り、本会ホームページで公募

(講 師) I Tコーディネータ等の専門家

(回 数) 年1回(9月～10月)

(カリキュラム)

- ・ D X総論、D X関連技術(クラウドサー ース、A I 等) や具体的な活用事例
- ・ クラウド型顧客管理ツールの紹介
- ・ S N Sを活用した情報発信方法
- ・ E Cサイトの利用方法

※セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営指導員等による相談対応・経営指導を行う中で必要に応じてI T専門家派遣を実施する。

(支援対象) 上記のD Xセミナーに参加し、D X対応を検討する事業者

(募集方法) 個別に相談指導を行い、事業者の希望により対応

(講 師) I Tコーディネータ等の専門家

(回 数) 1事業者当たり3回を想定

② 事業計画策定セミナーの開催

(支援対象) 経営分析実施事業者及び管内小規模事業者

(募集方法) 経営分析を行った事業者に個別に募集、またチラシを作成し新聞折り込み、巡回訪問での手配り、本会ホームページで公募

(講 師) 中小企業診断士等の専門家

(回 数) 年1回(9月～10月)

(カリキュラム)

- ・ 将来のビジョン(本質的課題)の設定
- ・ 事業の方向性の決定
- ・ 課題の整理(対話と傾聴)と解決策(アクション)の検討
- ・ 優先課題とアクションの決定
- ・ 事業計画書への落とし込み

※事業計画書の記載項目

- i 社名・所在地などの基本情報 ii 経営者の経歴・キャリア iii ビジョン・理念・目的
- iv 事業概要(ビジネスモデル) v 自社の商品・サービスの強みや特徴
- vi 市場環境や競合の状況 vii 事業の将来目標 viii 資金の調達方法・資金計画 ix 収支計画

(支援手法)

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。事業者が置かれた現状の正確な経営分析から「やりたいこと」の明確化と実現するための道筋を設定し、事業者自身が本質的課題に気づき、自走化への動機付けとなるよう対話と傾聴を重視する。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまでの取り組みとしては、事業計画を策定した小規模事業者に対して巡回訪問等を通じて計画の進捗状況の確認しながら、新たな販路開拓等に向けたフォローアップ支援等を実施してきた。

しかしながら、本会における支援体制や方法が明確に決まっていなかったこともあり、状況に応じた計画の見直しを行うなどの適切なフォローアップを行うことが出来ていない。

[課題]

策定した計画が停滞しないように、進捗状況とズレが生じている場合や新たな問題や課題が発生している事業者を定期的な巡回訪問により、軌道修正しながらPDCAサイクルの円滑な遂行を支援し、事業効果に結び付ける必要がある。

(2) 支援に対する考え方

経営者との信頼関係を維持・構築するため「対話と傾聴」を継続し、「経営者の納得」を得て「自走化」につなげる。経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことや、現場レベルで当事者意識を持って取組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行い、潜在力の発揮につなげる。

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や事業者の課題等により、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、フォローアップを行う。

(3) 目標

項 目	現行	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度
フォローアップ対象事業者数	5者	5者	7者	8者	10者	10者
フォローアップ回数(延回数)	20回	20回	28回	32回	40回	40回
売上対前年比10%以上増加事業者数	—	2者	3者	4者	5者	5者
利益率対前年比3%以上増加の事業者数	—	1者	2者	2者	3者	3者

(4) 事業内容

(対 象) 事業計画策定完了事業者

(対応方法) 巡回訪問による事業計画書の進捗状況確認等のフォローアップ

(対応頻度) 事業計画策定事業者1者につき、原則年4回とする。但し、事業者からの申し出等によ

り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、他地区等の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

組織的にフォローアップ支援を行うために、毎月1回、全職員が参加するフォローアップミーティングを実施し、専門家派遣等外部人事の活用を検討する。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

これまでの取り組みとしては、商談会・物産展等の情報提供等により、需要開拓に意欲的な小規模事業者の発掘に努めてきたが、情報提供活動にとどまり具体的な出展等につながらない事案がほとんどである。

〔課題〕

これまで実施しているものの、展示会出展の事前・事後のフォローが不十分であったため、改善した上で実施する。今後、新たな販路の開拓にはD X推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取り組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

地元で採れた小魚や真珠、「あおさ」等の地域資源を活用して特産品を製造する事業者及び事業計画策定支援を行った意欲ある飲食店等を中心に、SNS活用やネットショップの開設を重点的に支援する。本会が単独で展示会等を開催するのは困難なため、全国商工会連合会が実施する商談会や関西圏で開催される物産展への出展を促す。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、接客などきめ細かな伴走支援を行う。

D Xに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ネットショップの開設等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

項 目	現行	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
① 全国商工会連合会商談 会参加事業者数	—	1 者	1 者	2 者	2 者	2 者
成約件数／者	—	1 件	1 件	2 件	2 件	2 件
② 関西圏物産展出展事業 者数	1 者	1 者	1 者	2 者	2 者	2 者
売上額／者	—	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円	10 万円
③-1 SNS 活用事業者 数	—	2 者	4 者	6 者	8 者	8 者
売上増加率／者	—	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %
③-2 ネットショップの 開設者数	—	2 者	2 者	3 者	3 者	4 社
売上増加率／者	—	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %

(4) 事業内容

①全国商工会連合会商談会参加事業（B to B）

全国商工会連合会が実施する販路開拓支援事業である「buyer's one（バイヤーズ・ワン）」を活用して商品開発・改良支援を行いながら、審査会型ビジネスマッチング「buyer's room（バイヤーズルーム）」を活用して販路開拓の場の提供を行い、B to Bに取り組む事業者の販路開拓を支援する。

（商談会の概要）

商品開発・改良支援が受けられる「商品開発を行える場」、審査会型ビジネスマッチングを通じた「販路開拓を行える場」と一気通貫で支援するサービスを展開いたします。それぞれのサービスにお申込み頂くことも可能ですので、奮ってご参加ください。

<2023年度 特産品評価委員会事業>

（本資料紹介内容）

商品開発・改良支援
buyer's one
（バイヤーズ・ワン）

商品開発の場の提供

審査会型ビジネスマッチング
buyer's room
（バイヤーズルーム）

販路開拓の場の提供

事業者の 段階	① 商品開発／改良	② 販路開拓
目的：	・バイヤーの支援を受けながら、売れる商品の開発や改良	・付加価値向上と流通関係者等へのPRによる販路開拓
内容：	・指導アドバイザーから個別指導を受ける機会を提供。	・審査員となるバイヤーへの試食の機会を提供。 バイヤーが賞を授与、あるいは希望した事業者との、マッチングを実施。
メリット：	・第一線で活躍するバイヤーから売れる商品作りを学ぶことができ、指導バイヤーの売り場で販売もします。	・多くのバイヤーとの取引や知り合うきっかけとなること、また経済産業大臣賞等を受賞する可能性があります。
成果実績：	・2021年度から実施し、2年間で約50件の商品開発、改良支援を実施し、2023年1月時点で累計で約3,500万円の売上が発生しており、今秋には累計で 4000～5000万円の成果 が見込めております。 ※事業者アンケートの集計より	・ 3年間で約530商品のエントリーを受領し、約1,000件のマッチングと2023年1月時点で約1億円の経済波及効果 を生み出しています。 ※事業者アンケートの集計より

（出典：全国商工会連合会）

(商談会の規模)

＜令和４年度実績＞

- ・ buyer' s one (バイヤーズ・ワン) 事業者 ９月：78 者 １１月：81 者、バイヤー数各 40 名
- ・ buyer' s room (バイヤーズルーム) 事業者 81 者、バイヤー数 40 名

(出展者の募集期間)

- ・ buyer' s one (バイヤーズ・ワン)：例年 6 月の 1 か月間
- ・ buyer' s room (バイヤーズルーム)：9 月の部 例年 7 月上旬から 8 月上旬
- ・ buyer' s room (バイヤーズルーム)：11 月の部 例年 9 月の 1 か月間

(募集対象)

- ・ 地域資源を活用して製造した地域特産品などを取り扱う事業者

(周知方法)

- ・ 本会ホームページ、会報（みみより商工会情報）等

(支援方法)

- ・ 申し込みを希望する事業者については、商工会が「商品申込書」を取りまとめたうえで、運営事務局へ提出する。

②関西圏物産展出展事業（B to C）

あべのハルカス近鉄本店が実施する物産展に地域資源を活用して製造した地域特産品を取り扱う小規模事業者の出展を支援し、新たな需要の拡大と地域資源商品の知名度向上を図る。

(物産展の概要)

関西地域に所在する「あべのハルカス近鉄本店」において、地域の特産品が一堂に会して展示・実演販売を行い、関西圏の一般消費者が訪れる。

- ・ 開催場所：大阪市阿倍野区阿倍野筋 1-1-43 あべのハルカス近鉄本店
- ・ 開催時期：例年 6 月中旬

(募集対象)

- ・ 地域資源を活用して製造した地域特産品などを取り扱う事業者

(周知方法)

- ・ 本会ホームページ、会報（みみより商工会情報）等

(支援方法)

- ・ 効果的な展示方法（見せ方）等の先進事例を紹介する。
- ・ 専門家を活用したブースの演出、集客方法に関するアドバイスをを行う。
- ・ 経営指導員等が出展事業者のサポート役として参加し、商品の展示レイアウト指導や商品販売に立ち会い、来場者から商品に対する意見や要望を聴取する。
- ・ アンケート調査を実施し、消費者ニーズを分析して事業者へフィードバックし、商品企画・販売方法等を検討していく。
- ・ 消費者ニーズに基づく商品開発や改良にあたり、専門家を活用した支援を行う。

③DX活用による販路開拓支援

上記の商談会や物産展への出展支援は、出店に係る作業や時間及び費用等の面で、活用できる事業者が限定される。日常的な販路開拓の提供の場として、全国商工会連合会がGMOペパボ株式会社と小規模事業者のインターネットを活用した経営効率化やビジネスの拡大を支援するための包括連携協定を締結した、ホームページ作成サービス「グーペ」を活用したSNS活用及びネットショップの開設等を促し、情報発信の取り組みが実践できるよう支援する。

③-1 SNS活用

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より商圈を広げた顧客の取り込みを図るため、「グーペ」を活用したホームページとSNSを連携させるなどの取り組みを行うなど、宣伝効

果を向上させるための支援を行う。

③-2 自社HPによるネットショップの開設（BtoC）

「グーペ」のネットショップ機能を活用して、ネットショップの立ち上げから、商品構成・ページ構成・PR方法等をITの専門家等と連携し、セミナー開催や立ち上げ後の専門家派遣を行い継続した支援を行う。

※SNS活用やネットショップ開設の前準備として、全国商工会連合会が行う「デジタル化等販路開拓支援パッケージ事業」の「グーペ推進事業」を活用するなどして、セミナーの開催やIT専門家派遣を行い、地域の小規模事業者のDX活用に対する理解度の向上を図る。

（グーペの事業者用チラシ）

誰でも簡単にプロのようなホームページが作れます

あなたのホームページのお悩みを解決

何が必要なの？	難しくてわからない…	更新する時間がない！	どうやって作るの？
専用ソフト不要 パソコンやスマホがあればホームページが作れます。	専門知識不要 HTMLやCSSがわからなくても大丈夫！	家でもお店でも インターネットでどこからでも即更新。	3ステップで完成！ 情報や写真を追加してデザインを選ぶだけ！

グーペの機能

- 集客もしっかり支援します**
好きなワードで検索エンジンに登録でき、集客に繋がります。
- スマートフォン/タブレット対応**
どのデバイスからでも見やすいホームページが作成可能です。
- 豊富なデザインから選ぶだけ！**
好きなデザインを選ぶだけで、思い通りのホームページが完成。
その他にもたくさんの便利な機能をご用意しております。

これらの機能が無料で使えます

商工会会員様向けプランで提供の主な機能です。

スマートフォン タブレット対応	セキュリティ 対応	SNS連携 ※1	お問い合わせ フォーム ※2
グーグルマップ 自動生成	予約機能	フリーページ 上限3ページ ※3	カレンダー

プランアップで更に便利に

アクセス解析	独自ドメイン	クーポン
アカウント追加	副管理者機能	ネットショップ ※4

※1 「いいね」や「ツイート」などのボタンを設置できます。
プランアップするとタイムラインの表示も可能になります。
※2 プランアップすると項目の追加や並び替えの設定が可能になります。
※3 プランアップすると無制限になります。
※4 ご利用にはカラーミーショップへの登録が必要です。

	商工会 会員様向け	ライト	スタンダード
1ヶ月契約 ※1	0円	1,650円	3,850円
12ヶ月契約 ※1	0円	19,800円 13,200円 ※2	46,200円 39,600円 ※2
初期費用	0円	3,300円	

※1 初期費用・月額料金ともに無料の
商工会会員様向けプラン申し込みはこちら
<https://goope.jp/shokokai/signup/>

※1 初期費用・月額料金ともに無料の
商工会会員様向けプラン申し込みはこちら
<https://goope.jp/shokokai/signup/>

（出典：愛媛県商工会連合会）

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

[現状]

第1期経営発達支援計画における事業の評価及び見直しをするための仕組みについては、宇和島市役所担当課職員、本会正副会長、本会3部会長（商業部会、工業部会、水産部会）本会経済活性化委員長及び中小企業診断士の外部専門家で構成する事業評価委員会を事業年次終了時に年1回開催し、本会が実施した事業の内容及び成果について評価・見直し案の提示をいただいている。その内容については、職員会議等で全職員間での共有・協議をした後、理事会へ報告を行い公表している。

[課題]

本計画においても、第1期経営発達支援計画の仕組みを継続実施していくが、小規模事業者の経営環境が大きく変化していることも考えられることから、環境の変化に柔軟かつ迅速に対応した効果的な事業が推進できるよう、改善・見直しの提言等が活発に行われる事業評価委員会の運用が必要である。

(2) 事業内容

本会に「経営発達支援事業評価委員会」を設置し、PDCAサイクルを構築し、事業の評価検証を行うとともに必要に応じて見直し案の検討を行う。

なお、事業評価委員会の構成委員は、次のとおりとする。また、評価委員会の開催は、毎年3月（年1回）とする。

津島町商工会経営発達支援事業評価委員会

構成委員	【津島町商工会】	会 長	1 名
		副会長	2 名
		事務局長	1 名
		法定経営指導員	1 名
		経営指導員	1 名
	【愛媛県商工会連合会】	経営支援部経営支援課員	1 名
	【宇和島市】	商工観光課長	1 名
	【外部有識者】	中小企業診断士	1 名

○事業評価委員会の評価結果は、理事会に報告したうえで、事業実施方針等に反映させるとともに、本会ホームページ及び会報（みみより商工会情報）へ掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

第1期経営発達支援計画における経営指導員等の資質向上の取り組みは、愛媛県商工会連合会等が実施する専門研修等の参加を中心に支援知識の習得を図っており、習得した支援知識や地域内小規模事業者の支援状況、事業のスケジュール等について職員間で情報共有を行ってきたものの、職員ごとに支援内容や能力に偏りが見られ、さらに職員の異動による入れ替わりもあるなどしたため組織全体の支援能力の向上は大きく上がったとは言いがたい状況にある。

[課題]

地域小規模事業者が抱える経営上の問題は、より複雑化・高度化している中で一貫性のある伴走型の支援が求められていることから、職員個人の資質向上はもとより、職員全体による支援ノウハウ等の共有を図るなど、更なる支援能力の向上が必要である。

また、今後ますます電子化が加速される各種手続き等に職員が対応できるようDX対応能力の向上が不可欠であるため、DX関連のセミナー等に積極的に参加しITスキルを向上させ、相談・指導能力の向上を図り、地域の唯一の支援機関として役割を果たせるよう支援体制を強化する必要がある。

(2) 事業内容

① 外部講習会等の積極的な活用

<経営支援能力向上セミナー>

・愛媛県、愛媛県商工会連合会が開催する「経営支援能力向上セミナー」等の研修会等へ積極的に参加することで、小規模事業者支援の持続的発展を重視した事業計画策定や生産性の向上、事業承継等、伴走型支援の基本的、専門的な知識を習得し、支援能力の向上を目指す。

<事業計画策定セミナー>

・中小企業庁が実施する経営指導員等向け小規模事業者支援研修（経営発達支援・ITスキル向上・販路開拓手法など）への参加を図る。
・中小企業基盤整備機構の運営する中小企業大学校での「経営計画の作り手とフォローアップ研修」等、専門研修会に参加することで、小規模事業者支援に対する専門的で高度な経営手法を習得し、小規模事業者の伴走型経営支援に役立てる。

<DX推進に向けたセミナー>

・新型コロナウイルス感染症の影響により生活スタイルが大きく変化した。本会においてもグループウェアの活用やWEB会議システムによる会議・研修の開催など、ITツールの導入が進んでいる。一方で、事業者にとっての喫緊の課題であるDX推進への対応にあっては、経営指導員等のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、次に示すようなDX推進の取り組みに係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについて積極的に参加する。

(DX推進に向けたIT・デジタル化の取組)

i. 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組

クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

ii. 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組

WEBサイトを活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用、オンライン展示会、SNSを活用した広報、ネットショップ開設等

iii. 経営相談・支援の取り組み

オンラインによる経営指導等

<コミュニケーション能力向上セミナー>

・対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を実施することにより、支援の基本姿勢(対話と傾聴)の習得・向上を図り、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげる。

<小規模事業者課題設定力向上研修>

・目先の課題解決から対話と傾聴を通じた総点検による課題設定に焦点を当て、気づきを得た事業者が納得感と当事者意識を持って自走化への動機づけとなるよう、そのポイントと手順を習得することで、その後に続く課題解決をスムーズに行うことを目的とする。

② O J T制度の導入

支援経験の豊富な職員が中心となりチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用したO J T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等が順番で講師を務め、I T等の活用方法や具体的なツール等について紹介、経営支援の基礎から話の引き出し術に至るまで、定期的なミーティング(月1回、年間12回)を開催し意見交換を行うことで、一般職員も含めた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、「経営支援システム Plus」等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。支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで、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とともに、支援能力の向上を図る。

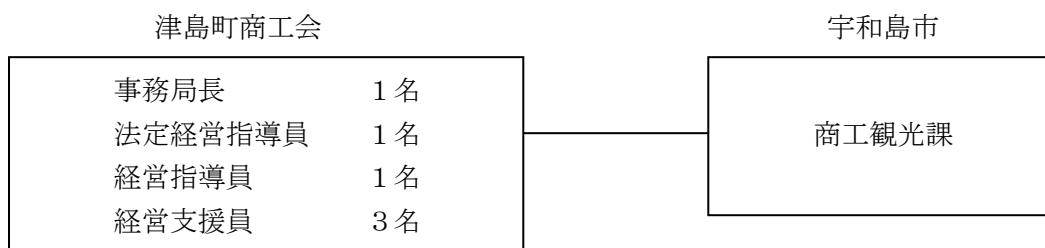
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和5年11月現在)

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



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

①法定経営指導員の氏名、連絡先

- ・氏名：高橋 茂樹
- ・連絡先：津島町商工会 TEL 0895-32-2215

②法定経営指導員による情報の提供及び助言

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

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会

〒798-3301
愛媛県宇和島市津島町岩松 807 番地
津島町商工会
TEL：0895-32-2215
FAX：0895-32-6133
E-mail：office@tsushima-sci.or.jp

②関係市

〒798-8601
愛媛県宇和島市曙町 1 番地
宇和島市商工観光課
TEL：0895-24-1111
FAX：0895-25-4907
E-mail：shoko2@city.uwajima.lg.jp

(別表 3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度
必要な資金の額	1,150	1,150	1,150	1,150	1,150
①専門家派遣費	300	300	300	300	300
②セミナー開催費	300	300	300	300	300
③調査費	300	300	300	300	300
④広報費	200	200	200	200	200
⑤評価委員会運営費	50	50	50	50	50

(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、愛媛県補助金、宇和島市補助金、各種手数料収入等

(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。

(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