

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	いの町商工会 (法人番号 4490005003581) いの町 (地方公共団体コード 393860)
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>(1) 内発的な動機付けによる小規模事業者の経営力強化</p> <p>(2) 地域資源を活用した新たな商品・サービスの開発と域外需要に繋がる販路開拓支援の促進</p> <p>(3) 中心市街地の活性化</p> <p>(4) 創業・事業承継支援の強化</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 国が提供するビッグデータの活用による、地域経済動向調査・分析、並びに管内小規模事業者の景気動向調査を行い、管内事業者に周知すると共に、事業計画策定支援等の基礎資料として活用する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 展示会や商談会でのバイヤーニーズの調査及び、県内外の集客施設での消費者ニーズ調査等の結果を整理・分析し、対象事業者へフィードバックする事で、商品開発や商品のブラッシュアップを図る。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 財務諸表や巡回・窓口相談で得た情報及びビッグデータや各種調査データに基づき、定量・定性分析を実施し、事業計画策定に活用する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 事業計画策定の重要性を啓蒙し、事業者自らが取り組むようセミナーを通して理解を深めてもらう。またデジタル化に取り組む事業者に対して、セミナー及び専門家派遣を活用し、小規模事業者の経営力の強化を図る。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した事業者に対し、定期的なフォローアップを行い、計画との乖離がある事業者に対しては、専門家等の視点を入れながら、課題解決に向けた取り組みを行う。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 新たな販路開拓に向け、展示会・商談会への出展支援や、オンライン商談会への参加支援を行う。また物産展等を開催し一般消費者の需要開拓を図り、IT活用による販路開拓支援を実施する。</p>
連絡先	<p>いの町商工会 〒781-2110 高知県吾川郡いの町 3165-1 TEL : 088-892-0474 FAX : 088-893-5170 E-mail : ino@kochi-shokokai.jp</p> <p>いの町産業経済課 〒781-2192 高知県吾川郡いの町 1700-1 TEL : 088-893-1115 FAX : 088-893-1440 E-mail : sankei@town.ino.lg.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. 目標

(1) 現状及び課題

<現状>

①立地・特徴

いの町は、高知県中央部、仁淀川の沿川に位置するまちであり、平成16年10月1日、吾川郡の伊野町(いのちょう)、吾北村(ごほくそん)、土佐郡の本川村(ほんがわむら)が合併して誕生したまちで、総面積470.97㎓と県の約6.6%を占め、うち約90%が森林となっている。町の東南部は、幹線道路(国道33号等)と鉄道(JR土讃線、とさでん交通電車伊野線)により高知市と結ばれており、北部は愛媛県に接している。中央部には、本町の都市軸となる国道194号が南北に走り、高知県の北玄関として高知市と愛媛県西条市とを結んでいる。面積が広大であることから、温暖多雨で四季の調和がよく保たれた伊野地区から、平野部と比較して気温が3度ほど低く、夏季は冷涼で比較的過ごしやすいものの、冬季は最低気温が-10度にも達する本川地区まで変化に富んでいる。

町北部の本川地区は、吉野川の源流域であり、1,800m級の山が連なり石鎚国定公園にも指定されている。平野部の伊野地区は、土佐和紙発祥の地として四国で最も透明度の高い仁淀川の美しい流れとともに生まれ、林業や製紙業を基幹産業として商業が発展してきた町である。

近年、基幹産業である林業や製紙業が低迷するなかで、仁淀ブルーと呼ばれる仁淀川の景観やカヌーなどのリバーアクティビティ、町北部での山岳観光、土佐和紙等の観光・地域資源が注目を集めており、これらの資源を活用し地域経済の活性化に向けた取り組みも進んでいる。

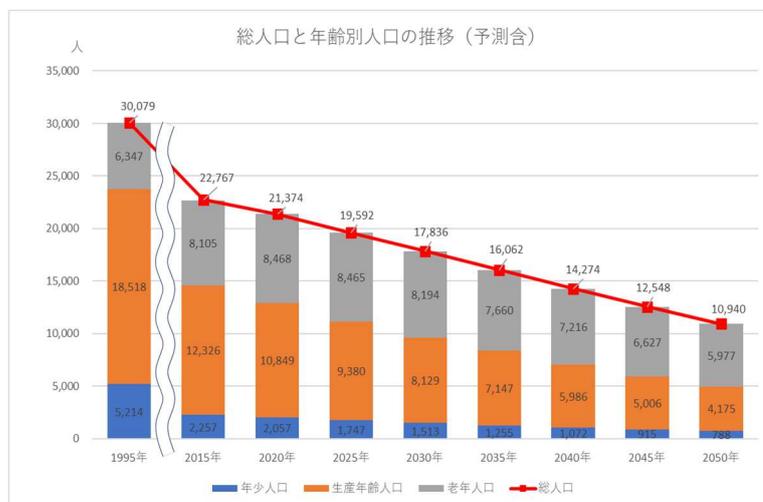


②人口

(出典：国立社会保障・人口問題研究所)

人口は平成7年(1995年)の30,079人をピークに減少に転じ、令和2年(2020年)には21,374人となっており、5年前の平成27年(2015年22,767人)と比べると6.1%の減少となっている。この数値は国立社会保障・人口問題研究所が2015年までの国勢調査に基づくトレンドから予測した2020年人口より112人(0.5%)下回っており、令和7年(2025年)には2万人を下回る可能性が高い。(令和6年1月現在：20,277人)

今後も高い水準で人口減少は進み、2050年までには更に50%近く減少、約10,900人となる見込みである。



年齢別人口構成を見ると、2020年国勢調査では65歳以上の人口割合は39.7%（8,468人）で既に4割近くになっており、2025年の推計値では、43.2%（8,465人）と4割を超える。生産年齢人口においても2025年推計値では1万人を割り、事業主の高齢化が進む中、地域内の生産年齢人口減少による地域内購買力低下や後継者不足が顕在化してきており、今後、域内小規模事業所の衰退・廃業が更に加速すると懸念される。

【いの町 総人口と年齢別人口構成（予測含）】

	1995年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年	2045年	2050年
年少人口	5,214	2,257	2,057	1,747	1,513	1,255	1,072	915	788
生産年齢人口	18,518	12,326	10,849	9,380	8,129	7,147	5,986	5,006	4,175
老年人口	6,347	8,105	8,468	8,465	8,194	7,660	7,216	6,627	5,977
総人口	30,079	22,767	21,374	19,592	17,836	16,062	14,274	12,548	10,940

出典：総務省国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所 将来推計人口
 ※2015年の総人口と年齢別人口合計との誤差については、年齢不詳79名

人口減少に伴う地域内の人材不足に対応する為には、デジタル技術を活用した省力化・省人化への支援が必要不可欠となっており、地域外への販路開拓支援や事業承継への取り組みなど、地域のニーズを踏まえ、激変する経営環境に対応した取り組みが求められている。

③産業

当町の産業別就業者数推移を見ると、合併直後の平成17年（2005年度）からの15年間で、2,937人減少（減少率22.9%）した。産業別では、第1次産業で396人の減少（減少率34.6%）、第2次産業で840人減少（減少率29.0%）、第3次産業で1,930人の減少（減少率22.2%）となっている。

また町内における各産業別の就業者数割合を見ると、令和2年（2020年度）調査で第1次産業7.8%、第2次産業21.4%、第3次産業70.7%となっている。高知県全体と比較すると製紙業に係わる第2次産業の就業人口が多く、第1次産業の就業人口が少ないのが当町の特徴となっている。

しかしながらこの15年間の推移を見ると、第1次産業は平成17年9.0%から令和2年7.8%（▲1.2P）、第2次産業も平成17年22.7%から21.4%（▲1.3P）と両産業の就業者割合は減少となっているが、第3次産業では68.3%から70.7%（2.4P）と増加しており、徐々にではあるが産業構造が第3次産業へとスライドしている事が分かる。

【いの町 産業別就業者数推移】

調査年	就業者数	第1次産業（人）	第2次産業（人）	第3次産業（人）	分類不能（人）
2005年度	12,851	1,145	2,895	8,707	104
割合		9.0%	22.7%	68.3%	
2010年度	11,319	966	2,358	7,830	165
割合		8.7%	21.1%	70.2%	
2015年度	10,508	812	2,171	7,320	205
割合		7.9%	21.1%	71.0%	
2020年度	9,914	749	2,055	6,777	333
割合		7.8%	21.4%	70.7%	

出典：社会・人口統計体系 e-Stat より抽出
 ※就業者数割合は分類不能を控除して算出

④地域資源（特産品・観光資源）

・特産品

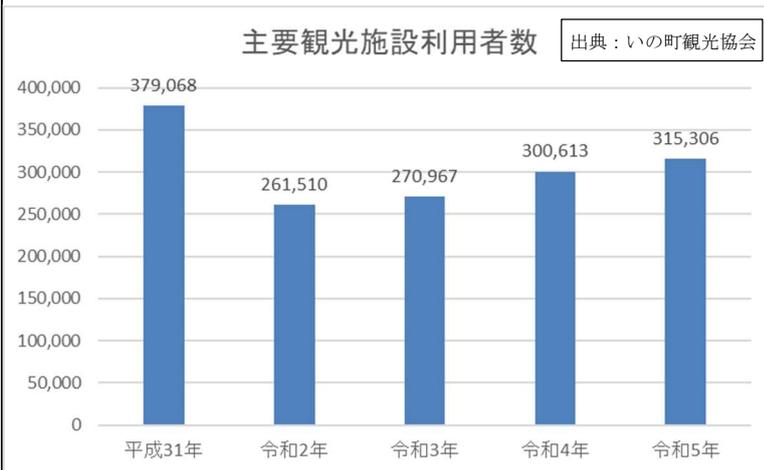
生姜の生産高が最も多い高知県。そのなかで、いの町は生姜栽培の発祥の地といわれており、大正5年には、いの町枝川地区出身の深田駒次が大生姜の栽培を取り入れ、全国に知られる産地となった。

当会では、平成25年より町内の飲食店が生姜を使ったメニューを開発し、「いの生姜焼き街道」というスタンプラリーを実施し、飲食店と生産者が連携する新たな地域グルメとなっている。

生姜生産者においても生姜粉（ジンジャーパウダー）などの加工品を開発し、R6年度には、海外の展示会へ出展するなど精力的に6次産業化に取り組んでいる。

また、いの町及び隣接する土佐市周辺で1,000年以上前から作られてきた「土佐和紙」は、福井県の「越前和紙」、岐阜県の「美濃和紙」と並び、日本三大和紙のひとつとされている。昭和51年に国の伝統的工芸品に指定されるが、経済変化の中で紙業界でも洋紙化の流れが進んでいった事に加え、近年はIT化が進み、紙はかつてのような記録媒体ではなくなっており、高級品とみなされる和紙は需要が著しく低下し、和紙業界は全国的に消失の危機となった。しかしながら、和紙を使った領収書やカレンダーといった新たな商品展開や、薄くて丈夫な土佐和紙は文化財の修復用紙として国内外で評価されている。また土佐和紙を使ったアート作品を展開し、東京など県外で展示会を行う事業者も出てきており、伝統ある和紙としての新たな捉え方や発信の取り組みが広がりつつある。

・観光資源



観光面では、西日本最高峰の石鎚山を背景に伸びる全長27kmの山道（通称 UFO ライン）や伝統工芸品である「土佐和紙」の紙すき体験など自然、歴史、文化を体験できる観光が人気を集めている。

令和5年度に当町の観光施設の利用者数は、31万人を超え（前年比105%）コロナ禍により落ち込んだ観光客が戻ってきている。

近年では、仁淀川でのリバーアクティビティ、支流にある幻想的な滝つぼの「にこ淵」など、仁淀川をメインとした観光が増加しており、2021年には

仁淀川を舞台としたアニメ映画が公開されるなど、「仁淀ブルー」として知名度が向上している。当町の商工業者も観光資源である「仁淀ブルー」を活用した商品・サービスの開発等を進めている。「仁淀ブルー」については、当会が紙製品や印刷物、野菜、菓子等の9区分の商標を取得しており、仁淀川流域7市町村の商工業者への「仁淀ブルー」の利用促進など、地域資源を活用する取り組みを進めている。地域資源を活かした取り組みによって地域外顧客を獲得し、いの町の産業を発展させていく事が重要な課題である。

⑤商工業者数（小規模事業者数）等の推移

いの町の商工業者数は、令和6年4月現在921事業所、うち小規模事業者は863事業所と約94%を占めている。管内商工業者数は、過去10年間で115事業所減少しているが、平成31年からの6年間で84事業所の減少となっており、コロナ禍での廃業が進んだと思われる。

当会の会員数は、過去10年間で新規加入140事業所に対し、退会した事業所は249事業所と新規加入事業所数を大幅に上回る状況となっており、退会者の7割近くが廃業での退会となっている。

次に管内の商工業者を業種別で見ると小売業が最も多く221事業所、次いでサービス業207事業所、製造業156事業所となっている。3業種で全体の6割以上を占めているが、コロナ禍に加え物価・エネルギー価格の高騰の影響も大きく、令和元年と令和6年の事業所数を比べると、製造業で27

事業所、小売業で 21 事業所、サービス業で 11 事業所の減少と全業種の減少数の 7 割超を占めており、急激な環境変化により厳しい経営状況となっている。

【いの町 商工業者数・小規模事業者数・会員数の推移】



(出典：いの町商工会 商工業者・会員台帳)

【業種別商工業者数 推移】

	R1年	R2年	R3年	R4年	R5年	R6年	R1~R6 減少数
建設業	148	148	148	149	143	141	7
製造業	183	181	170	170	168	156	27
卸売業	33	32	30	30	30	30	3
小売業	242	232	235	234	227	221	21
飲食店・宿泊業	109	112	110	109	113	110	▲ 1
サービス業	218	218	219	220	216	207	11
その他	72	68	70	68	61	56	16
合計	1,005	991	982	980	958	921	84

(出典：いの町商工会 商工業者台帳)

⑥中心市街地

いの町の中心市街地はJR伊野駅に近く、高知市から車で30分の位置にあり、JR・路面電車・バスなどの公共交通機関が充実しており、郵便局、金融機関、小売店等の商業機能が集積（商店街）、病院や行政機関など生活基盤となるインフラが半径約500m以内にあるコンパクトな街となっている。人口減少に伴い商店街の空洞化が長年と問題となっており、平成27年より商店街の空き店舗で新規出店する事業者に対して、家賃補助を行っている。また同年、いの町が創業支援計画の認定を受けた事から、いの町・いの町商工会・町内の金融機関等による創業支援体制を構築し、创业者のサポートを行っている。平成27年からの10年間で21事業所が商店街に出店し、高齢化により廃業が進

む商店街にあって、平成 27 年には 77 店舗であった商店街の店舗数は、現在 74 店舗と大きく店舗数を減らすことなく商業機能を維持している。

平成 30 年には、いの町をはじめ関係団体と協力し「いの町中心市街地活性化計画」を策定し、現在は「第 2 期いの町中心市街地活性化計画」として中心市街地の活性化に取り組んでいる。

<課題>

上記現状に記載の通り、人口減少、少子高齢化による地域内購買力の低下や人材不足、事業主の高齢化による廃業増加のリスクは高い。加えて昨今の物価・エネルギー高によるコスト負担の増加は著しく、コロナ下で毀損した売上・利益の回復に至っていない。また、経営資源が十分でない小規模事業者は、急速な最低賃金の引き上げや、働き方改革、カーボンニュートラルなど制度改正への対応も遅れており、経営環境は厳しい状況が続いている。

こういった厳しい状況下ではあるが、地域の特産品や観光資源を活用し、他地域にはない商品やサービスを開発・提供し、安定した売上・利益を確保する事業者も出てきており、今後小規模事業者が持続的に発展していくためには地域資源や観光資源を活かした商品・サービスの開発やブラッシュアップ支援、地域外需要の開拓が必要である。以上の事から、いの町の課題は下記の通りである。

①事業者を取り巻く環境変化への対応

小規模事業者を取り巻く環境はこれまでも時代と共に変化してきたが、近年はその変化の度合いが大きく、そのスピードも速い事から環境変化への対応は大きな課題である。

②地域資源の有効活用と地域外需要の獲得

いの町は多くの地域資源を有しており、これら地域資源を活用した当地ならではの商品やサービスの開発が課題である。また、既に地域資源を活用した取り組みを進めている事業者に対しては、ブラッシュアップ支援や販路開拓支援などの積極的な地産外商の取り組みを行い、地域外需要を獲得し、小規模事業者の売上・利益の向上を図る事が必要である。

③観光の振興

多様化する観光ニーズに対して、いの町が有する豊富な地域資源（山・川・食・歴史・文化・里山など）を活かし、町内での周遊、着地・滞在型観光など観光サービス業の充実が課題となる。また、特色を活かした周遊観光プランの造成、磨き上げ、情報発信・販売に対する取り組みが必要である。

④商店街の魅力向上

中心市街地に位置する商店街には、増加する観光客も多く訪れる事から、特性を活かした店舗づくりや商品・サービスを提供する事で、地域外顧客を獲得すると共に、いの町全体の賑わいの創出が必要である。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①第 2 期いの町まち・ひと・しごと創生総合戦略に掲げられている産業振興の内容

「第 2 期いの町まち・ひと・しごと創生総合戦略」は、令和 2 年度～令和 6 年度までの 5 年を対象とし、いの町の特性及び第 1 期の総括をふまえて策定された総合戦略である。

町内人口の減少による負の連鎖を克服するため、若者が地域に残ることができるよう、産業の振興を図り、雇用を創出することを重要課題と位置づけ、以下に示す 4 つを地方創生に向けた本町の基本的な考え方として、本総合戦略の基本目標として位置づけ取り組んでおり、現在策定中の「第 3 期いの町まち・ひと・しごと創生総合戦略」においても産業振興・雇用創出を中長期的な重要課題と位置付け、引き続き取り組んで行く方針である。

＜第2期いの町まち・ひと・しごと創生総合戦略＞

基本目標1 産業活性化と安定した雇用を創出する

基本目標2 新しい人の流れをつくる

基本目標3 結婚・妊娠・出産・子育ての希望をかなえる、女性の活躍の場を拡大する

基本目標4 ひとが集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる

出典：第2期いの町まち・ひと・しごと創生総合戦略（抜粋）

産業分野に係る、基本目標1「産業活性化と安定した雇用を創出する」については、以下の3つの基本的な方向性が示されており、方向性にそった施策展開や支援を実施している。

- i. 地産の強化を図る
- ii. 外商の強化を図る
- iii. 雇用の創出を図る

②小規模事業者に対する長期的な振興のあり方（今後10年程度の方向性）

人口減少・少子高齢化に伴う地域経済の縮小や物価・エネルギー高等の急激な外部環境の変化など、地域の小規模事業者を取り巻く環境は今後さらに厳しさを増す事が予測される。これまで示した「いの町の現状と課題」と上記の「第2期いの町まち・ひと・しごと創生総合戦略」に掲げられている基本目標の内容を踏まえ、当商工会が目指す「今後10年を見据えた小規模事業者振興」のビジョンとして、以下の項目について推進・強化を図る事で、地域内小規模事業者の持続的な発展に努めていく。

1. 人口減少・少子高齢化に伴う地域経済の縮小に合わせて、物価高騰などの急激な外部環境の変化が起きており、小規模事業者を取り巻く環境は、これまで以上に厳しいものとなっている。小規模事業者個々との対話と傾聴を通じて、経営課題を明確化し、事業者自らが日々変化する経営環境に柔軟に対応できるように伴走型の支援を実施する。
2. 地域資源（農産物・製紙・観光等）を活用した商品やサービスの強化・開発・販路開拓支援を通じて小規模事業者の経営力を向上させ、地域経済の活性化に繋げる。
3. 中心市街地に立地する個々の小規模事業者やその商品・サービスの魅力について、伴走型の支援を通じて、事業者が持つ潜在力を引き出し向上させ、町外・県外顧客をターゲットとする販路開拓を積極的に行う事で、域内需要が減少する中においても、確固たる経営基盤を確立しいの町経済中心地の持続的な発展を目指す。
4. 雇用の創出を図るうえでは、新規創業者の発掘が重要となってくる。創業支援を促進し、地域に根差した小規模事業者の育成を図る事で、新たな雇用を創出するとともに、域内商業機能の維持発展に貢献し、魅力的な地域づくりへ寄与する。

③商工会としての役割

中小・小規模事業者の支援機関として、事業者の経営環境の変化に対応した支援を継続実施し、個々の事業者が持つ強みを活かした経営基盤の強化を図ると共に、多様な地域資源を持つ当町の特徴を活かした商品やサービス等の開発・強化への支援を実施し、町内外の需要開拓を行う事で地域活性化に取り組む。新規創業者や後継者等の新たな地域の担い手への支援を実施する事で、地域の事業者の減少を防ぐ。

また、これらの支援においては事業者自らが当事者意識を持ち、自走化に向けた事業計画の策定及び実行していくための支援を実施する。

(3) 経営発達支援事業の目標

いの町の現状・課題や小規模事業者の長期的な振興の在り方を踏まえ、本計画の期間における目標を下記の通りとし、地域全体での持続的発展の実施を目指す。

目標 1. 内発的な動機付けによる小規模事業者の経営力強化

急激な外部環境の変化の中でも持続的な発展をしていくために、対話と傾聴を通じた経営力再構築伴走支援を行う事で、小規模事業者自らが事業計画に基づく戦略の実行と検証、改善を繰り返し、目標達成できるよう経営力強化を図る。

目標 2. 地域資源を活用した新たな商品・サービスの開発と域外需要に繋がる販路開拓支援の促進

当町の豊富な地域資源を活用し、商品・サービスの開発、強化や販路開拓による新たな需要の開拓を実現する。

目標 3. 中心市街地の活性化

中心市街地に立地する事業者への伴走型支援を行い、いの町経済の中心である中心市街地の活性化を図る。また中心地の経済活動が活発化する事により、町全体の景気浮揚につなげる。

目標 4. 創業・事業承継支援の強化

いの町といの町商工会が連携し、いの町内での創業者増加を図り、後継者不足の課題解消に向けたマッチング支援に取り組む。

上記目標に沿った支援を通じていの町で経営を営む個々の小規模事業者が抱える各種課題を解消し、域内の小規模事業者と町の魅力が連動した地域全体の価値創出に繋がることが期待できる。

対話と傾聴による経営力再構築伴走支援を通じて、小規模事業者の自立を促し、持続的な経営を可能とする事で、地域全体の活性化への波及効果の創出を本計画の目標とする。

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	達成に向けた方針
①内発的な動機付けによる小規模事業者の経営力強化	<p>激変する経営環境に対応する為、地域の経済動向、需要動向等の外部環境分析や、個々の事業者のもつ強み・弱み、財務状況等の内部環境分析を基に事業計画策定支援を実施する。</p> <p>対話と傾聴の中で小規模事業者が抱える本質的な課題への気づきを促し、内発的な動機付けにより経営力強化を図る。</p> <p>計画実行段階では、定期的なフォローアップを行い、都度の環境変化に合わせた計画の見直しを行う事で自立した経営を可能にする。</p>
②地域資源を活用した新たな商品・サービスの開発と域外需要に繋がる販路開拓支援の促進	<p>地域資源を利活用した独自商品・サービスと自然を活かした観光ビジネスを効果的に連動させる事で、地域外需要の取り込み・獲得に向けた支援を行う。また、個々の小規模事業者が持つ技術・ノウハウの見える化を図り、地域資源等も活用しながら、高付加価値の商品・サービスの開発・ブラッシュアップを専門家、バイヤー等を交えて行うと共に、展示会や商談会、地域での物産展などを積極的に活用し販路拡大支援を実施する。</p>
③中心市街地の活性化	<p>中心市街地に位置する商店街の魅力を発信し、増加する観光客需要獲得に向けた支援を行う。</p> <p>いの町と協力し、継続した空き店舗対策を実施し、新規出店者への伴走型支援を実施する。</p> <p>目標①②④と連動した支援を実施する事で、商店街の魅力向上を図り、中心市街地の活性化に繋げる。</p>
④創業・事業承継支援の強化	<p>いの町及び事業承継・引継ぎ支援センター等と連携・情報共有を行い、いの町内での創業と事業承継を支援する。</p> <p>また創業・承継後の成功確率を高め、持続的な発展をしていくために事業計画の策定・実行について支援する。</p>

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】

当会の第1期経営発達支援計画（以下 第1期計画）の取り組みとしては、日々の経営支援業務（税務支援、労務支援含む）で得た情報を蓄積・分析し、事務所内の共有フォルダにて一元管理し職員間で共有してきた。個者支援において環境分析等に活用してきたが、コロナ禍によって小規模事業者の経営環境が激変し、データとして不十分な部分もあった。

【課題】

現状の取り組みでは管内の産業別事業者、年間販売額の推移等のデータが主で、個者支援時の情報提供にとどまり、調査データを十分に活用できているとは言い難い。個者支援に利用可能なビッグデータ等（RESAS等）を活用した地域経済動向調査を行い広く公表する事が課題である。

(2) 目標

	公表方法	現行	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
① 地域経済動向分析の公表回数	HP掲載	—	1回	1回	1回	1回	1回
② 景気動向分析の公表回数	HP掲載	—	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①地域経済動向分析

国が地域経済に関する産業構造や人口動態、人の流れなどに関する様々な官民のビッグデータを集約し、可視化するシステムとして提供している「RESAS」を活用した地域経済動向分析を行い、当地域の現状把握及び管内小規模事業者の販路開拓や経営課題解決に向けた判断材料として活用する。調査結果は、当会HPで年1回公表する。

【調査手法】

経営指導員等が「RESAS」を活用した地域経済動向分析を行い、当会HPにて年1回公表する。

【調査項目】

分析項目	分析内容
地域経済循環マップ 生産分析	町内の産業別の移輸出入の収支状況を分析し、産業別の経済動向が、他産業の経済動向に及ぼす影響等について分析する。
まちづくりマップ From-to分析	町内への他地域からの人の流れ、年代別等で分析する。
産業構造マップ 産業分析	町内の産業別の売上等、現状分析する。

②景気動向分析

管内の景気動向等について把握するため、全国商工会連合会が行う「中小企業景況調査」を活用し、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・公表を行う。

【調査手法】

調査票の郵送及び巡回時にヒアリング。経営指導員等が回収したデータを整理し、高知県商工会連合会及び外部専門家と連携し分析を行う。

【調査対象】

「中小企業景況調査」では調査対象業種が、製造業3社、建設業2社、小売業4社、サービス業6社となっているため、新たに調査票を作成し卸売業2社を追加し調査対象を17社とする。

【調査項目】

売上高と増減、客単価と客数増減、資金繰り状況、雇用状況、先行きの見通し、設備投資の状況等

(4) 調査結果の活用

調査した結果は当会HP上で公表し、いつでも閲覧可能とすることによって広く管内小規模事業者等に情報提供を行う。また、経営指導員等が巡回指導や窓口指導を行う際の参考資料とするほか、小規模事業者の経営方針や事業計画策定時における基礎資料として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第1期計画では、主として地域食材を活用した事業者の商品について、展示会でのバイヤーからの調査や高知市中心部の商業施設で開催した物産展への来場者に対して調査を実施し、各事業者へフィードバックを行い、商品のブラッシュアップ支援を実施したが、商品開発やパッケージデザイン変更等への活用は限定的であった。

令和2年度～令和4年度の3年間はコロナ禍により、展示・商談会等の中止により実施回数は少なく十分な調査結果を得られていない。

【課題】

個々の事業者や商品にあったアンケートシート等の準備を行い、需要動向にあった商品となる様に事業者ごとに必要な情報をフィードバックし、より確実な需要開拓に繋げていく必要がある。

またコロナ禍以降、急速に回復・増加する観光客に対してのニーズ等の調査が不足しており、観光サービス事業者へのフィードバックが不十分であった。積極的なニーズ調査を行い、増加する観光客のニーズに合わせたサービスの提供を行う事で観光需要の開拓に繋げる必要がある。

(2) 目標

	現行	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
①バイヤー需要動向調査対象事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
②来場者アンケート調査対象事業者数	4者	4者	4者	4者	4者	4者

(3) 事業内容

①バイヤー需要動向調査

コロナ禍を経て、商品開発や新サービスの提供等、新分野進出への相談も増加傾向にある。そのため新分野進出や商品の開発・改良にあたって、バイヤー等の現場の声を収集し、商品展開・改良等に活かす事で、売上増加及び経営力の向上に繋げる。

支援対象	主に食品関連事業者
対象となるバイヤー	県内量販店、県外量販店、展示・商談会への来場バイヤー等
調査項目	価格、量、味、ロット数、パッケージデザイン、取引条件等
調査手法	Web商談・会議等を活用したインタビュー 県内外の展示会、商談会出展時のヒアリング
調査回数	年1回
調査結果の活用	調査結果は、経営指導員等が取りまとめ、事業者にフィードバックすることで更なる商品改良等ブラッシュアップを行う。

②来場者アンケート

いの町内にある主要集客施設において、管内の小規模事業者が開発する地域資源を活かした商品を対象に、経営指導員等がアンケート調査を行い、消費者の生の声を商品開発・改良等に活かす。また、当会が行う「いの生姜焼き街道スタンプラリー」の参加者に対しては、地域資源である生姜を使ったメニューに対してのアンケートを実施し、飲食店へのフィードバックを行う事で商品のブラッシュアップを図る。さらに県内外の集客力のある施設での即売会・物産展等を実施時に、試食及び来場者アンケートを行う。これらのアンケートについては回収率を上げるため、Web回答方式も併用して行う。

観光分野では、いの町観光協会と協力しながら町内観光施設や観光サービス事業者の顧客に対して、「顧客満足度」や「観光ニーズ」調査を行う。

支援対象	食品関連事業者、地域資源活用事業者、観光サービス事業者
実施予定場所	町内 道の駅 633 の里、道の駅土佐和紙工芸村、観光施設 等 スタンプラリーイベント 町外 アグリコレット（高知市）、蔦屋書店（高知市）、イオンモール高知（高知市）、高知県アンテナショップ（東京都、大阪府）
調査項目	価格、味、パッケージデザイン、サービス内容、観光ニーズ 等
調査手法	調査項目に対し、消費者アンケート、観光ニーズ調査（Web併用）
調査回数	年1回
調査結果の活用	調査結果は、経営指導員等が取りまとめ、事業者にフィードバックすることで更なる商品改良等ブラッシュアップを行う。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

第1期計画期間においては、コロナ禍や物価・エネルギー高対策としての各種施策を契機とした、補助金申請や金融支援に対する経営分析が多数を占め、事業者自身も補助金申請等の一つのツールとして認識しており、自発的に経営状況の分析を行っている事業所は少ない。

【課題】

小規模事業者自らが主体的に経営分析に取り組むケースが少なく、今後は、経営力再構築伴走型支援ガイドラインに沿った、「対話」と「傾聴」を通じて自らの気づきを与え、事業者自身が経営課題を把握し、主体性を持った事業計画策定に繋げることが課題である。

(2) 目標

	現行	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
経営分析事業者数	30者	20者	20者	20者	20者	20者

現状では年間30者の経営分析を行っているが、大半が補助金申請や金融支援を目的とした分析に終始している。本計画では事業者自身が経営課題を把握し、主体性を持った事業計画策定に繋げる事を目的として、より精緻な分析を行う事とし、現行よりも対象者を絞って実施する。

(3) 事業内容

①経営分析を実施する事業者の発掘

従来の補助金等の施策を契機とした経営分析に加えて、経営指導員等が巡回し経営分析の重要性を啓蒙する事で、事業者の発掘を行い、経営分析を実施する。対象とする事業者は、資金繰りに不安のある事業者や販路開拓等新たな需要を求める事業者とし、地域の経済動向調査、需要動向調査を踏まえた上で巡回先を選定する。

②経営分析の内容

財務諸表を基にした定量分析と、前述の各種調査・分析及び事業者ヒアリングを基とした定性分析を実施する。

【分析項目】

項目	内容
定量分析	安全性分析 自己資本比率、当座比率、流動比率 等 収益性分析 売上高総利益率、売上高営業利益率、売上高経常利益率 等 効率性分析 総資産回転率、売上債権回転率、棚卸資産回転率、仕入債務回転率 等 成長性分析 売上高伸び率、営業利益伸び率、経常利益伸び率 等
定性分析	事業者・従業員、関係者からのヒアリング調査 各種データの活用 使用するフレームワークとしては、 SWOT分析（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、機会を整理し現状の把握） 3C分析（自社、顧客、競合）を想定 併せてクロスSWOT分析を実施し、自社に適した経営戦略の策定支援を実施する。

【分析手法】

定量分析については、中小機構の「経営自己診断システム」や経済産業省が提供する「ローカルベンチマーク」等を活用し、比較を通じて可視化する。定性分析については、各種フレームワークを活用して行う。分析は事業者と共に行うほか、専門的な分析が必要な案件については、高知県商工会連合会や他の支援機関の専門家等と連携して行う。

(4) 分析結果の活用

分析結果を当該事業者にフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。また、当会のサーバー上に保存し、職員間で共有を図る事で、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】

第1期計画の取り組みとしては、持続化補助金等の補助施策を契機とした事業計画が主となっているが、「補助金等をきっかけとした事業計画策定」が一過性の効果にならぬよう、支援の中で事業計画策定の重要性を啓蒙し、小規模事業者の販路開拓や生産性向上等に寄与してきた。しかしながら一部の事業者においては、本質的な課題解決に向けた計画策定に至っていないと断言は難しく、事業計画

の必要性や重要性の認識は高いとは言えない。

創業支援については、いの町の現状でも触れた通り、空き店舗対策として創業支援に力を入れており、これまで多くの創業計画策定支援を行ってきたが、明確な事業イメージの無い創業予定者も多く上記同様、計画の必要性や重要性の認識は低い。

【課題】

事業者の目先の課題解決支援となっていた事は否めず、事業者（創業者）自らが理念や将来のビジョン、目標を達成するための中長期的な事業計画策定の重要性への理解を深める取り組みが必要である。また、人手不足や生産性向上などの経営課題は、デジタル技術を活用し、省力化・省人化する事で解決可能な課題も多いが、管内小規模事業者のデジタル技術導入状況は低い水準で推移している事から、早急な対応が必要となっている。

(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す事は難しく、まずはセミナー等での啓蒙により、事業計画策定は補助金申請等のために策定することが主目的ではなく、利益確保等の持続的発展をしていくために必要であることについて理解を深めていく。加えて、経営指導員等を主とする巡回訪問で管内小規模事業者との「対話」と「傾聴」を重ね、双方向コミュニケーションの醸成を通じて「本質的課題」の掘り起こしを図る。

デジタル技術等の活用やDX推進に係る支援を実施するにあたっては、事業者ごとのデジタル技術に対する認識やスキル等に違いがある事から、少人数でのセミナーや個別対応での支援が効果的と考える。

創業予定者に対しては、いの町創業支援計画に基づき、創業後も継続した経営が行えるように伴走型にて支援する事で、中心市街地の活性化に繋げていく。

(3) 目標

	現行	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
①事業計画策定セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
セミナー参加者	5者	5者	5者	5者	5者	5者
②DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
セミナー参加者	—	5者	5者	5者	5者	5者
DX・ITに係る専門家派遣	—	2者	2者	2者	2者	2者
事業計画策定事業者数	27者	15者	15者	15者	15者	15者
創業計画策定事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者

事業計画策定事業者数については、現行値からの減少目標となるが、現行値における指導員数は、4名（うち法定経営指導員1名）であるが、現在は1名減の3名である事、本質的課題の掘り起こしによる精度の高い計画策定を行うためには1件当たりより多くの時間が掛かる事を想定している事が理由である。

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

経営分析支援を実施した小規模事業者を対象とし、自社の経営課題に向き合い解決に向けた事業

計画策定支援を行う。まずは、事業計画策定の動機付け、意義や重要性を理解してもらい、事業内容を明確化することで改善点を可視化し、セミナーを通じて主体的に考え、実現の可能性が高い事業計画の策定へ繋げていく。

項目	内容
支援対象	対話と傾聴による個別課題の設定を経て、経営分析を行った小規模事業者
募集方法	経営指導員等が巡回訪問時に候補対象事業者に参加を案内
講師	中小企業診断士等の専門家
回数	年1回
内容	事業計画の役割・重要性、経営分析を通じた事業計画策定、実現可能な事業計画策定の具体例 等

創業予定者に対しては、経営指導員等がヒアリングを実施し、明確な事業イメージを持った、創業計画書の重要性について、認識・理解してもらい、創業後も継続した事業活動が行えるように伴走型支援を行う。

②DX推進セミナーの開催

デジタル化が進む現在、競争力を強化していくためにはDX戦略が必要不可欠である。しかしながら、管内の小規模事業者においては、デジタル技術等の活用ができていない状況となっている。そこで、DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するためセミナーを開催する。

また事業者のレベルに合わせ、必要に応じて個別に専門家派遣を行う。

項目	内容
支援対象	デジタル化に取り組めていない、または取り組み始めたばかりの事業者
募集方法	当会HP、SNS等で周知、巡回訪問・窓口相談時に案内
講師	ITコーディネーター等の専門家
回数	年1回
内容	DX総論、DX関連技術（クラウドサービス、AI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、SNSを活用した情報発信方法、ECサイトの利用方法 等

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】

第1期計画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、巡回や窓口相談等でフォローアップを実施している。また実施支援や実施する中で発生した専門的な課題に対しては専門家派遣を活用し課題解決に向け支援を行っている。

【課題】

定期的なフォローアップは実施しているものの、頻度や方法が明確ではなく、計画にズレが生じた際に臨機応変にフォローアップできる体制が不十分であった。支援対象者の事業の進捗状況に応じた巡回頻度を設定するなど、進捗状況に合わせた計画の見直しや臨機応変な対応が必要である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の自走化を促すための支援を目指し、事業者自身が課題を捉え、自らが解決への答えを見出せるように、「対話」と「傾聴」を意識したフォローアップを行い、内発的動機づけを行う事で、小規模事業者の潜在力の発揮に繋げる。

実施支援は事業計画を策定したすべての小規模事業者を対象とする。ただし、事業計画の進捗状況が順調な先など、小規模事業者の課題レベルにより訪問回数を設定する。集中的に支援すべき小規模事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障がない小規模事業者を経営指導員等が見極めフォローアップ支援を行うが、必要に応じて専門家などと連携し伴走型支援を実施する。

(3) 目標

	現行	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
フォローアップ対象事業者数 (創業者含む)	20 者	17 者	17 者	17 者	17 者	17 者
延回数	95 回	52 回	52 回	52 回	52 回	52 回
売上増加者数	—	4 者	4 者	5 者	5 者	5 者
専門家派遣回数	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回

【目標値の積算根拠】

区分	事業者数	回数/年	延べ回数
計画の進捗が良好な事業者	10 者	2 回	20 回
計画実施に課題のある事業者	5 者	4 回	20 回
創業者	2 者	6 回	12 回
合計	17 者	—	52 回

(4) 事業内容

事業計画を策定した小規模事業者を対象として、経営指導員等が巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。フォローアップ時に今後のフォローアップの必要性や頻度について事業者と検討し、訪問頻度を決定する。具体的には、計画の進捗が良好な事業者へは年2回、課題のある事業者へは年4回、創業者へは年6回とよりフォローアップを必要とする事業者に対して重点的なフォローアップを行う。ただし、事業者からの申し出により臨機応変に対応する。

進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、専門家等の第三者からの視点を導入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応策を検討の上、原因を特定し課題解決に向け、フォローアップ頻度の変更を行うなど重点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

【現状】

第1期計画の取り組みとしては、地域資源を活用した商品を取り扱う小規模事業者を中心に県外への販路開拓を目指して、展示商談会への出展支援や、町外需要を取込むための高知市での物産展の開催など、新たな需要の開拓を目指す小規模事業者の後押しを行ってきた。当商工会においても、こ

これらの支援を継続して行ってきた事で、支援ノウハウを蓄積している。

一方で管内の小規模事業者の多くが家族経営であり、生産能力不足や人材不足を理由に展示会等への参加に消極的な事業者も多い。

【課題】

今後人口減少・少子高齢化が進む中で商圈の縮小は必至であり、引き続き新たな需要（地域外需要）を開拓しなければ事業継続も困難になる事が予測される。

展示会出展や物産展開催時の一過性の売上増加に留まる事なく、各事業者の目標と成果を明確にし、継続したフォローアップを実施する必要がある。またWeb商談やオンラインショップの活用、DX推進による生産性の向上支援等により、経営資源が少ない事を理由に新たな需要開拓に消極的であった、小規模事業者への支援強化など、各事業者に即した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

地域資源を活用した商品を取り扱う食品関連事業所及び事業計画策定支援を行った事業所を対象として、東京や大阪等で開催される既存の展示会等への出展支援を行う。また、事業所規模や人員規模、商談経験が少ないなどの理由により、県外への販路開拓が難しい事業所に対しては、県内の来客数が多い施設において物産展を開催し、テストマーケティングの実施や出展ノウハウの習得等、育成を図ると共に販路拡大支援を行う。

展示会、物産展の出展にあたっては、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、陳列や接客など、各段階においてきめ細かな伴走支援を行う。また商談会（オンライン含む）への参加支援においては、事業者が選定した売込み先企業の情報や特性を事前調査し、専門家の助言・指導のもと、効果的な交渉に繋げる支援を行う。これらの支援については、各事業所の目標と成果を明確にし、継続したフォローアップを実施する。

また、DXに向けた取り組みとして、SNS情報発信、ECサイトの利用等、事業者に応じたIT活用法を見極め、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

①展示会・商談会出展支援

	現行	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
1. 展示商談会出展支援事業者数	2者	2者	3者	3者	3者	4者
成約件数/者	1件	1件	2件	2件	2件	3件
2. オンライン商談会	—	1者	1者	1者	1者	1者
成約件数/者	—	1件	1件	1件	1件	1件

②物産展開催による新たな需要開拓支援

	現行	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
物産展開催出展支援事業者数	4社	4者	4者	5者	5者	5者
売上額/者・1日	4万円	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円

③IT（SNS、ECサイト等）を活用した新たな需要の開拓支援

	現行	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
SNS、EC等活用支援事業者数	－	2者	2者	2者	2者	2者
売上増加率／者	－	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①-1. 展示商談会展（BtoB）

事業計画書策定支援（過去に支援及び支援予定を含む。）を行った小規模事業者の中から、地域資源を活かした商品開発を行っている事業者の中で県外への需要開拓を目指す小規模事業者を対象とする。県外バイヤーとの商談会への出展を促し、新たな取引先拡大に繋げ、新規の需要開拓を支援する。

具体的な展示会や商談会は出展する事業者と共に、効果的と思われる展示会等を都度選定する。

【想定する展示会等】

下記の展示会を想定しているが、小規模事業者の商品や目指す販路、来場するバイヤーの特性等を勘案し必要があれば見直しを図る。

名称	概要	開催場所	来場者数 出展者数
FOOD STYLE Kansai	全国の外食・中食・小売業界へ販路開拓するための食の商談展示会	インテックス大阪	23,789名 755社
地方銀行フードセレクション	全国の地方銀行が一体となって開催する地域の食品事業者が最も出展する唯一無二の商談会	東京ビックサイト	6,782名 874社
スーパーマーケットトレードショー	全国のスーパーマーケットを中心とした小売業をはじめ、卸・商社、中食、外食等幅広い業種のバイヤーが集まる	幕張メッセ	75,858名 2,190社

(R5年度実績値)

①-2. オンライン商談会（BtoB）

高知県、高知県地産外商公社及び中小企業基盤整備機構が実施するオンライン商談会への参加を行う。

上記①-1, 2支援内容は、下記のとおり。

《事前支援》

商品・サービスPRシートやパンフレット作成、展示会・商談会における顧客（バイヤー等）からの聞き取り調査シートの作成及び商談等でのプレゼンテーション能力の向上を支援する。

《出展中支援》

商品陳列やPOP装飾のブース設営の支援を実施するほか、顧客（バイヤー等）の反応の収集や出品商品の説明補助支援を行う。

《事後支援》

展示会・商談会への出展を通じて得られた情報を基に、顧客ニーズ等の分析を実施し、商品・サービスのブラッシュアップを図る。

また、今後に向けた取り組みとしてPRシート・パンフレット・プレゼンテーション手法の磨き上げ等についても検討し、フィードバックすることで次回参加時における成約率の向上に繋げる。

②物産展の開催（BtoC）

地域資源を活用した商品開発または既存商品のブラッシュアップを行っている小規模事業者の中で、一般消費者の需要開拓強化を目指す小規模事業者を対象とする。県内の一般消費者の集客率が高く又、県外からの観光客も多く訪れる施設で物産展を開催し、一般消費者の需要開拓を支援する。

支援内容としては、陳列から商品説明補助等の接客対応、出展後のフォローまで伴走支援を実施する。特に出展後の支援については、県外客対応としてネット販売を視野に入れた支援を行う。

【想定する物産展開催場所】

下記の会場を想定しているが、出店事業者が取り扱う商品等に合わせて必要があれば見直しを図る。

開催場所	概要	所在地
アグリコレット	2023年9月、オープン4年5か月で来店者500万人を達成。県内外から多数の人が訪れる施設で物産展を開催し新規顧客獲得を狙う。	高知市
鳶屋書店	県内でも特に流行に敏感な若者が多く集まる施設で物産展を開催し、新規顧客獲得を狙う。	高知市

③SNS、EC等を活用した取り組みの推進

インターネットを活用した販路開拓を模索している小規模事業者に対して、個々の事業者の段階にあった導入支援を行う。比較的取り組みやすい発信手段であるSNSを活用し、集客・宣伝効果を向上させるための支援を行う。また、自社ECサイトを持っていない小規模事業者に対して、全国商工会連合会が運営する「ニッポンセレクト」等への掲載等、ECサイト活用に向けた提案を行う。掲載にあたっては専門家派遣等を実施するなどし、効果的な商品紹介のリード文、写真撮影、商品構成等の伴走支援を実施する。

既にECサイトを活用している小規模事業者に対しては、SNS活用、スマートフォン対応等、事業者の段階に合わせた支援を効果的に実施する。

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業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期における事業の評価及び見直しについては、伴走型小規模事業者支援推進事業を通じて実施した当該年度の計画内容と実績を当会の理事会や事業評価委員会で報告・説明を行い実施して来たが、今後の改善協議を行うまでには至ってなかった。また結果の公表が行えていなかった。

【課題】

第1期では、事業評価に留まっていたが、第2期となる本計画では、評価（効果検証）だけでなく次年度に向けた改善協議の実施など全体の計画と各年度実施事業に対するPDCAサイクルを構築する必要がある。

(2) 事業内容

当会正副会長、法定経営指導員及び経営指導員、いの町産業経済課長及び担当者、外部有識者として中小企業診断士等を委員とする評価委員会を年1回開催し、成果の評価や次年度以降の改善点の提示を受け、計画の修正を実施する。また計画の成果・評価・次年度計画の修正内容等を当会ホームページにて公表し、広く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】

これまでの取り組みは、高知県商工会連合会が主催する研修やセミナーへの積極的な参加や、通信講座を用いて、個別ケースごとの支援能力の向上を図ってきた。また職員間のOJTを通じて支援スキルの伝達や支援先企業別の支援データの共有を行ってきた。

【課題】

激変する経営環境の中で小規模事業者の抱える課題は千差万別であり、支援能力の向上は急務となっている。現在、経営指導員3名体制（事務局長含む）であるが、1名は経営指導員歴5年未満であり、R6年度末には30年以上の経験を持つベテラン経営指導員が定年退職を迎える。また支援員5名のうち3名は経験年数4年未満となっており、支援体制の低下が危惧される。経営指導員だけでなく支援員も事業計画策定・実行・フォローアップ支援に深く携わっていける体制を構築し、組織全体が連携・連動した支援体制を構築する必要がある。

(2) 事業内容

①OJTの実施

支援事例を多く持つ経営指導員が日常行う巡回・窓口相談時に経験の浅い経営指導員、経営支援員を同行、同席させ支援スキルを共有する。同時にベテランの経営指導員も経営支援の基本から、支援スキル・知識の再確認を行う事で組織全体の資質向上を図る。

また、引き続きこれまでの支援で蓄積した情報は職場内のデータサーバーで管理し、職員全員が常に事業者の支援状況や支援データを確認する事ができる体制を充実させる。

②OFF-JTの実施

高知県商工会連合会や中小企業基盤整備機構等が行う、「経営支援能力向上研修」や「事業計画策定研修」等に積極的に参加する事で、専門的な知識の習得を図る。特に経験年数の浅い職員に対しては、金融支援や販路開拓支援のスキル向上を目指す。更に小規模事業者の課題となっているDX推進への対応については、支援者側のITスキルの向上が必須のため、スキル強化する職員を定め、通信講座等も併用しながら重点的にスキルアップを目指す。

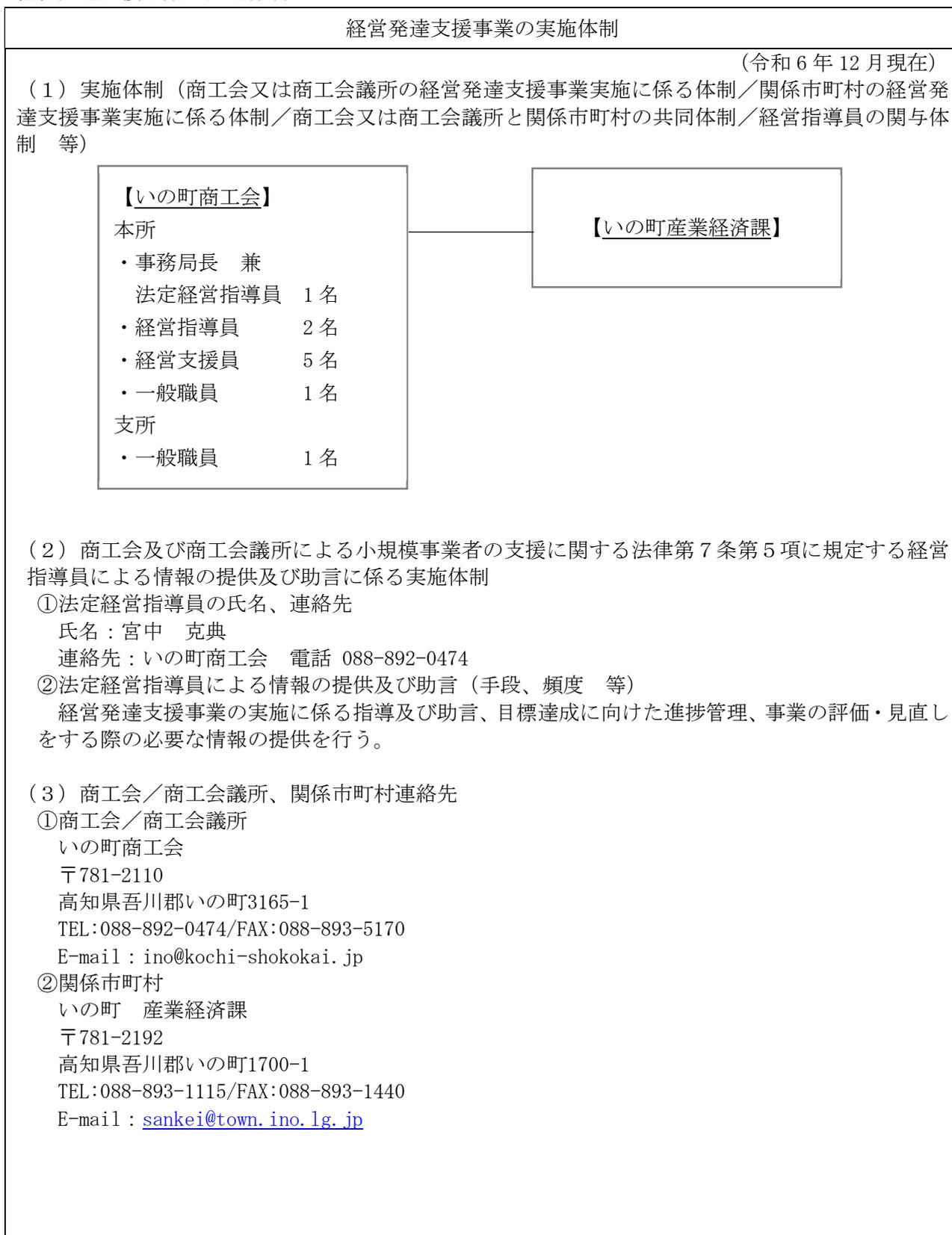
また、外部研修等に参加した職員は他の職員へのOJTを行い、自身が習得したスキルの伝達・再確認を行う事で更なる支援力の向上を図る。

③仁淀川流域ブロック内での情報共有

前述したように、高知県は小規模な商工会が多いため、多くの支援案件を熟すことが難しく中堅職員となっても支援経験が無い案件も珍しくない。そのため仁淀川流域の隣接した、春野、土佐市、日高村、佐川町、越知町、仁淀川町の6つの商工会と連携し、定期的開催しているブロック会等で、具体的な支援案件や支援ノウハウの共有を図り、商工会全体の支援能力の向上を目指す。

(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	3,700	3,700	3,700	3,700	3,700
各種調査事業費	200	200	200	200	200
専門家謝金・旅費	300	300	300	300	300
展示会等出展費	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800
広報費	200	200	200	200	200
会議費・研修費	200	200	200	200	200

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費、国・県及び町補助金のほか本事業実施にあたり活用可能な委託事業費等

(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 並びに法人にあつては、その代表者の氏名
連携者なし
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