

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	大月町商工会（法人番号 9490005002570） 大月町（地方公共団体コード 394246）
実施期間	令和 7 年 4 月 1 日～令和 12 年 3 月 31 日
目標	経営発達支援事業の目標 ① 各種分析や調査に基づく事業計画の策定とその実行支援による経営力の強化（経営基盤の確立） ② 地域資源を活用した販路開拓支援の強化（商品・サービスの磨き上げと地産外商の促進） ③ 創業・承継支援の強化（移住者等を主とする新規創業者の発掘・育成、継業・承継の促進） ④ 観光を担う行政部門や観光産業との連携による観光振興の推進と「関係人口」の創出、拡大
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 管内小規模事業者の景気動向調査並びに国が提供するビッグデータの活用・分析を行い、管内事業者へ周知すると共に、事業計画策定支援等の基礎資料として活用する。 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のニーズ調査及び、県内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、商品改良や新商品の開発に活かしていく。 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、事業計画の策定に活用する。 6. 事業計画策定支援に関すること 事業計画の本来あるべき姿・重要性を啓蒙し、事業者の自らが取り組むよう、セミナー等を通じて理解を深めてもらう。また、必要に応じて専門家を活用し、小規模事業者の経営力の強化を図る。 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、計画との乖離が発生してい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。 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会・商談会・アンテナショップへの出展支援を通じて、商圈拡大・新たな需要開拓を目指す事業者を支援する。また、SNS 活用支援等、I T 活用等による販路開拓についても支援していく。
連絡先	大月町商工会 〒788-0302 高知県幡多郡大月弘見 2087-1 TEL : 0880-73-0135 FAX : 0880-73-0134 E-mail : otsukisci@shirt.ocn.ne.jp 大月町産業振興課 〒781-2192 高知県幡多郡大月町弘見 2230 TEL : 0880-73-1115 FAX:0880-73-1773 E-mail : shokou@town.otsuki.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) 現状と課題

① 現状

《立地・特色》

大月町は四国の西南端に位置し、県都高知市から約 150 km、愛媛県松山市からも同程度の距離に位置している。総面積の約 78%を森林が占めるが、比較的起伏の少ない丘陵地帯をなし、稲作のほか、葉タバコ、施設園芸、さつま芋栽培などの農業が営まれている。

一方、海岸部は太平洋と豊後水道に面し、リアス式海岸を形成し、各入江に漁協集落が点在し、定置網や中型まき網が行われている。近年では、宝石珊瑚漁やマグロ養殖漁業が盛んに営まれている他、キビナゴの産地としても高い知名度を有している。

また、海岸部では古くから磯釣りが盛んであったが、昭和 60 年代から国内有数のダイビングスポットとして有名となり、ダイビングサービスや遊漁船、キャンプや海水浴などの観光関連の事業も盛んに営まれている。



【大月町の現状】

R6 年 10 月 1 日現在

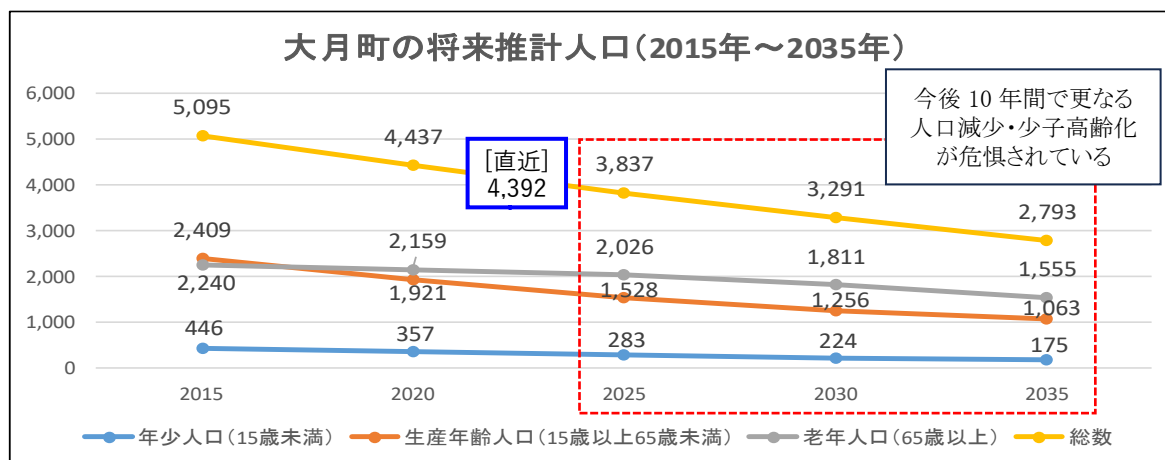
人 口	4,385 人(住基)
世帯数	2,485 世帯
商工業者数	269 事業所
小規模事業者数	263 事業所
面積	102.94K㎡

(出典：広報おおつき、大月町商工会調べ)

本町は 36 の集落が形成され、町の中心部を国道 321 号線が貫通し、3 本の県道及び主要町道がこれらの集落を結んでいる。平成 22 年度には、念願の県道柏島二ツ石線が全面開通し、足摺宇和海国立公園に指定される風光明媚な柏島や大堂海岸に大型観光バスでのアクセスが可能となった他、有料駐車場や観光案内所兼お土産品売り場、グランピング施設を整備したことで、夏季シーズンに多くの海水浴客や域外からの観光客が訪れる全国的にも高い知名度を誇る観光地となっている。

《人口(現状と課題)》

大月町では、平成 27(2015)年に 5,095 人を数えた人口が、令和 6 年 8 月には 4,392 人と、5 年間で 703 人減少し、老年人口(65 歳以上)が生産年齢人口(15～64 歳)を上回っている。かつ 10 年後(2035 年)の推計値では更なる人口減少と少子高齢化が見込まれる等。こうした動きに歯止めがかからない状況にある。



出典：国立社会保障・人口問題研究所『日本の地域別将来推計人口』

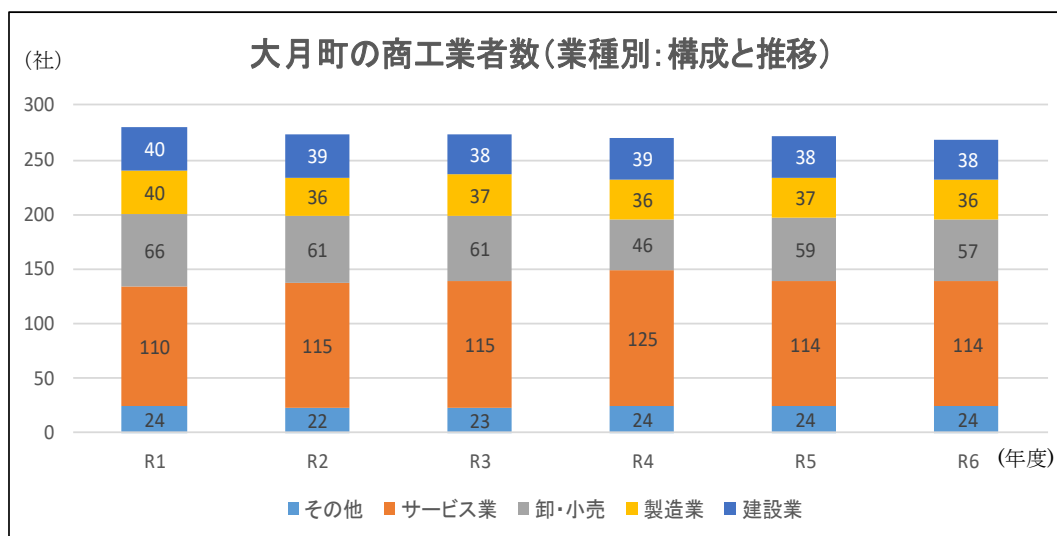
《商工業者数の推移(現状と課題)》

一方、地域内の商工業者については、少子高齢化と過疎化を要因とする人口の減少に伴い、周辺地域を中心に廃業が進んでいたが、近年になり県内外から訪れた移住者等による新規開業が一定増加した結果、商工業者数については直近 5 年間で 11 者程度の減少に留まる等、一定衰退に歯止めをかけている。

【大月町の商工業者数・小規模事業者(推移)】

年度	R 元年	R2 年	R3 年	R4 年	R5 年	R6 年 ※直近
商工業者数	280	273	274	270	272	269
小規模事業者数	274	267	264	264	266	263

出典:大月町商工会(独自調査データ)



出典:大月町商工会(独自調査データ)

《業種別:現状と課題》

①建設業…昨年の西日本豪雨の災害復旧工事は完了したが、宿毛湾の海岸線を通る県道福良安満地線の産業道路としての改良工事や、現在進行している中心商店街地区における国道の拡幅工事の発注が続き、今のところ堅調に推移している。当地域において建設業は、地域雇用の受け皿として重要な役割を果たしてきたが、公共土木工事に依存してきた地域の小規模事業者は、近年の公共工事削減によって業界から撤退せざるを得ない事業者も発生しつつあり、今後も先行きが見えない状況にある。

需要の見通しが不透明かつ人手不足が懸念されている中において、いかに生産性向上に取組み、利益を出していくことが課題となっている。

②製造業…最盛期 50 社程度あった縫製工場や電子部品組立工場の撤退と廃業が進み、平成 18 年には 50 名を雇用していた最後の縫製工場が撤退し、失職した多くの住民が町外へ流失した。

その後、数件の水産加工品製造業が操業し、順調に業績を伸ばすことが期待されたものの、新型コロナウイルス感染拡大の影響を大きく受け、未だ伸び悩んでいる現状にある。また、町内の大手養殖マグロ業者においては、複数の加工工場の誘致が叶わず、全て町外で操業を開始するなど、依然として地域内における雇用の受け皿とはなっていない。今後は地域資源を活用した商品開発・改良を通じて市場・顧客のニーズを捉え、県内外の販路を拡大していくことで、安定的な雇用を創出していくことが課題である。

③小売・サービス業…経営者の高齢化に加え、急速な過疎・高齢化に伴う域内購買力の低下(消費意欲の減退)の影響を受け、閉店廃業が増加している。また、閉店しないまでも隣接市の大型商業施設や大型専門店で顧客を奪われ、苦しい経営を強いられる商店が多く、地域商業の衰退化が加速している。

こうした現状を打破するためには、域内顧客だけではなく、入込客やネット通販等を利用した域外顧客への販売等、商圈拡大による生き残り策の検討が必要であり、取り組むべき喫緊の課題となっている。

また、ガソリンスタンドや食料品店等、地域インフラを担う業種を今後維持していくためには、高齢経営者からの事業承継・継業も大きな課題である。

④観光業…全国的な知名度を誇る柏島を中心に県内外から入込客が急増しており、スキューバダイビングや海水浴客を対象とした夏場の海洋レジャーサービス業が活発化している。

近年では、柏島に新たに170台の有料駐車場を整備し観光案内所兼お土産品売り場を設けるとともに、風光明媚な檜西海岸地区にグランピング施設を整備し、受け入れ体制の整備を進めている。

今後はこの動きを更に加速させ、地域経済全体へと波及させる取り組みが期待されており、移住者等による観光サービスへの参入等を促進し、さらなる活性化に結びつけることが課題となっている。

⑤その他…大月町では養殖本マグロの出荷量が国内3位と全国的に高いレベルにあり、また、県内有数の規模で養鶏（ブロイラー）業者も存在している。現在はこれを柱とした産業クラスター事業を推進しているが、流通面での課題も多く、試行錯誤の状態が続いている。加えて、キビナゴやさつま芋等、独自の地域資源を活用した商品も未だ認知度が不足しており、首都圏・海外市場等の開拓まで至っていない現状がある。

今後は、域内に留まらない顧客ニーズおよび市場動向を着実に捉え、大月町ならではの独自資源を活用した商品開発とブラッシュアップを進めることで、独自商品を有する個者の魅力アップを具現化すると同時に個者から地域全体への波及効果をもって、面的な活性化へと繋げていくための具体策が課題である。

《大月町商工会の現状・課題》

当会は職員4名（事務局長1名、経営指導員1名、経営支援員2名）、会員数150（令和6年9月現在）の小規模な商工会である。「地域社会に貢献する商工会」を理念とし、これまで小規模事業者の経営改善普及事業として、金融、税務、労働、情報化などに取り組むとともに、創業支援などの人材育成研修にも取り組んできた。

経営発達支援計画の認定後（令和2年度から令和6年度）は、経営計画の策定支援や計画に基づいた伴走型支援をはじめ、コロナ禍における金融支援や事業転換を図る飲食店をはじめとする域内小規模事業者等の支援を積極的に進めてきたが、一部を除き、コロナ禍以前の水準にまでは回復していない。

こうした状況下、当会は「地域に根差した支援機関」として、管内で経営を営む若手後継者を中心に「大月町中心商店街等振興計画」を策定し、第2期大月町まち・ひと・しごと創生戦略に合わせる形で、町の中心部である弘見地区に「大月町チャレンジショップ」を開設。新型コロナウイルスの影響を受け、業種転換する等、相次いで当地区から無くなった飲食店（食堂）を補完するとともに、同地区でのマルシェ（街路市）のイベントを年数回開催する等、「商業機能の維持・住民同士の交流・地域の活性化」に努めている。

また、マルシェ開催を契機に、移住者や外国人との交流や創業者発掘に繋げる取り組みも行っている。

その他、交流人口の拡大を目的とする観光振興の取り組みとして、地域資源の「花」と「植物」、「牧野富太郎」を活用した取り組みとして、春の「月光桜のライトアップ」や、秋の「大月花街道」、「牧野富太郎の道を歩く」などの観光集客イベントを開催し、域外からの入込客・交流人口の拡大にも取り組んでいる。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

管内の小規模事業者を取り巻く営環境が厳しさを増す中、大月町は令和2年に「第2期大月町まち・ひと・しごと創生戦略（実施期間：令和2年から令和6年まで）」を策定、下記4つの基本目標を設定、地方創生に取り組んでおり、基本的な考え方は第3期の「大月町まち・ひと・しごと創生戦略」においても継続されると予想する。

<第2期 大月町まち・ひと・しごと創生戦略の基本目標>

1. 大月町における安定した雇用を創出する
2. 大月町への新しい人の流れをつくる
3. 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる
4. 時代にあった地域をつくり、安全な暮らしを守るとともに地域と地域を連携する

これまでに示した「大月町の現状と課題」、「第2期大月町まち・ひと・しごと創成戦略」に掲げられている基本目標のうち、とりわけ小規模事業者振興と関連する項目（※1. 2）を更に加速させるための取組として、下記4項目を「今後10年間を見据えた小規模事業者に対する長期的な振興のあり方」として以下に示す。

1. 各種分析や調査に基づき、小規模事業者自らがより明確な事業計画を立案し、目標をもった取り組みを推進させることで、事業規模が小さくても高付加価値化により「稼げる事業者の持続的発展」を成し遂げる。これによって、適正な賃金上昇による安定雇用と雇用のミスマッチの解消に努め、域内商工業者と人口減少に歯止めをかけること。
2. 独自の地域資源を活用した商品開発とブラッシュアップを行うと同時に、販路拡大・新たな需要開拓に向けた取組を強化することで地産外商の取り組みを促進させ、町内に新たな雇用を創り出すと共にその波及効果をもって地域全体の活性化につなげていくこと。
3. チャレンジショップ事業やマルシェ事業を活用し、新規創業者の発掘と育成を行う。また、円滑な事業承継の促進、移住者と廃業者のマッチングや県内外の移住者をターゲットとする新規創業を促進し、新しい人の流れをつくるとともに、雇用拡大につなげること。
4. 移住者や若者が安心して生活ができる地域づくりを目指し、観光地としての複合的な魅力づくりとその情報発信により、当地域の総合的な魅力度の向上に取り組み、新たな人の流れを生み出すこと。

②「第2期大月町まち・ひと・しごと創生戦略」との連動制・整合性

人口減少・少子高齢化が進む大月町において「住んでよかった」と思えるまちづくりを目指し、全町一丸となった取り組みの推進を目的とする「第2期大月町まち・ひと・しごと創成戦略」は、管内小規模事業者の発展があつてこそ実現可能な取り組みであり、当会が本計画で目指す「今後10年間を見据えた小規模時御者に対する長期的な振興の在り方（支援の方向性）」と連動性・整合性を有する。

(3)経営発達支援事業の目標

管内小規模事業者の長期的な振興の在り方をふまえ、当会が大月町と共に取組み、実施する「今後5年間における経営発達支援事業の目標」を下記の通りとし、地域経済の維持・発展を目指す。

- 目標① 各種分析や調査に基づく事業計画の策定とその実行支援による経営力の強化（経営基盤の確立）
- 目標② 地域資源を活用した販路開拓支援の強化（商品・サービスの磨き上げと地産外商の促進）
- 目標③ 創業・承継支援の強化（移住者等を主とする新規創業者の発掘・育成、継業・承継の促進）
- 目標④ 観光を担う行政部門や観光産業との連携による観光振興の推進と「関係人口」の創出、拡大

上記目標に沿った支援を通じて、大月町の掲げる「第2期大月町まち・ひと・しごと創生戦略」の方向性と、当会の活動をリンクさせ、管内小規模事業者の売上高・利益高の向上と持続的発展に資する支援によって地域経済を牽引し、商工業全体、ひいては地域全体への波及効果を創出することを本計画の目標とする。

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

大月町商工会では、管内小規模事業者の自己変革に基づく自発的な経営力強化と地域経済の維持・発展を実現するため、今後5年間の目標と方針を下記の通り設定する。

- ・目標① 各種分析や調査に基づく事業計画の策定とその実行支援による経営力の強化(経営基盤の確立)
- ・方針① 経営分析を通じて、「小規模事業者の多種多様な経営課題」を抽出し、地域経済動向調査や需要動向調査を加味した実効性の高い計画策定を支援する。また、場合によっては専門家の指導を仰ぐとともに、計画実行段階においても定期的なフォローアップを行いつつ、目標に向けた伴走支援で経営基盤の改善と強化を図る。
- ・目標② 地域資源を活用した販路開拓支援の強化(商品・サービスの磨き上げと地産外商の促進)
- ・方針② 独自の地域資源に小規模事業者の技術・ノウハウ・アイデアを付与し、かつバイヤー等の専門的知見を組合せ「売れる商品づくり」を支援する。また事業計画に基づき、展示会・商談会等の機会を活かした販売戦略を具現化し、商圏拡大・需要開拓の実現と売上・利益の増加に繋げる。
- ・目標③ 創業・承継支援の強化(移住者等を主とする新規創業者の発掘・育成、継業・承継の促進)
- ・方針③ ビジネスセミナーを開催することで基礎的な知識を習得させるとともに、個別支援により計画策定・実行をサポートしていく。また、大月町や高知県事業承継ネットワークとの連携により、創業・継業希望の移住者情報をつかみ、後継者不在者とのマッチングや創業を支援していく。
- ・目標④ 観光を担う行政部門や観光産業との連携による観光振興の推進と「関係人口」の創出、拡大
- ・方針④ 地域の関係機関や観光産業・宿泊業者と連携した活性化ビジョンを協議・検討。
観光地域としての総合的な魅力向上を図ると共に、体験型の観光客の誘客による「関係人口の増加」、「移住による新規創業と雇用拡大」を通じて「新たな人の流れ」を生み出す。
加えて、地域資源を活用した各商品の開発・磨き上げ・魅力発信を通じて、域外需要の取り込みを促進させることで、観光産業との相乗効果を創出し、地域全体の活性化へと繋げていく。

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

これまで、経営指導員等の巡回指導や窓口相談の際に、域内小規模事業者の景況情報や情報収集を行い、かつ必要に応じて国等のビッグデータも活用しながら支援を行ってきたが、地域に対して十分な公表ができていない状態である。そのため、収集した情報を整理し、域内小規模事業者に対して調査結果を広く公表することで、有効活用できる状態にする必要がある。

第2期となる本計画では、域内小規模事業者の実態を広く把握するための景況アンケート調査を実施するとともに、「国等が提供するのビッグデータ・各種統計資料」についても、各業種ごとに分類(整理・分析)し、ホームページ等で公表することで、今後事業者が事業計画や戦略を策定する上で活用できる資料として域内の小規模事業者に広く周知する。

(2)目標

内 容【調査・公表回数】		公表方法	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①	管内小規模事業者の 景況データの収集・分析・ 公表回数	当会 HP 掲載	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回
②	国等のビッグデータ・各種 統計資料の活用・分析・ 公表回数		未実施	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回

(3)事業内容

①管内小規模事業者の景況データの収集・分析

地域の経済動向等については、より詳細な小規模事業者の実態を把握するために、巡回訪問や郵送などの手法により、町内の小規模事業者から景況調査を年 1 回実施し公表する。

【対象業種】:10 者(製造業 3 者、建設業 2 者、小売業 1 者、飲食・宿泊業 1 者、サービス業 3 者)

大月町内小規模事業者の業種構成を勘案するとともに、今後の域外需要の取込において重要な役割を担う製造業、サービス業に重点を置き設定。

【調査項目】:売上と受注額、仕入価格、経常利益、設備投資、今後の見通し、資金繰り等

【調査手法】:調査票を郵送し返信用封筒または巡回訪問時に回収する。

【分析手法】:経営指導員が外部専門家と連携して分析を行う。

②国等が提供するビッグデータ・各種統計資料の活用・分析

当地域の牽引産業となっている観光産業等を中心に、地域経済の発展に繋げるため国等が提供するビッグデータや各統計資料を活用した地域の経済動向分析を年1回行うとともに、当会HPにて公表する。

【RESAS(地域経済分析システム)】

地域全体の経済動向を把握すべく、直近の高知県および大月町の産業構造・人口動態を収集。

【商業動態調査(経済産業省)】

国内消費動向を把握すべく、過去 3 年間の卸売業・小売業の業種別年間販売額推移を収集。

【県外観光客入込・動態調査(高知県観光課)】

観光客の動態を把握すべく、過去 3 年間の平均および総消費額(宿泊費・飲食費・交通費・土産代・その他)、大月町近隣の主要観光施設(※)利用者数を収集する。

※高知県立足摺海洋館(土佐清水市)・四万十川学遊館(四万十市)・大月町エコロジーキャンプ場(大月町)・竜ヶ浜キャンプ場(大月町)・道の駅大月(大月町)

【県民消費動向調査(高知県)】

※当町消費者の買物動向を抽出収集(直近の最寄品・買回品・中間品の地元購買率と流出先)

(4)調査結果の活用

上記の各種調査で収集した調査結果は報告書としてまとめ、商工会ホームページに掲載することで、誰でも閲覧が可能なものとする。また、小規模事業者が、これを外部環境要因として捉え、定量的な判断材料として活用することで、「経済環境の変化をふまえた実現可能性の高い事業計画」の策定に繋げていく他、経営指導員が伴走型支援を行う際に、支援方針の決定や事業計画策定時の基本ツールとして活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

これまで、大月町商工会では個社が提供している商品・サービスに関する需要動向調査は事業者からの要望に応じた単発的な対応に留まり、フィードバック含め有効的な支援に至っていない課題があった。

第2期となる本計画では、経営指導員等が、町内の小規模事業者の販売する商品・サービスについて調査・分析を実施し、かつフィードバックまで包括的な支援を行うことで商品・サービス等の改良・開発に活かし、売上高・利益高の向上を支援していく。経営発達支援計画の実施期間においては、大月町の重要産業である水産加工商品に重点を置き、当町の食料品製造業者に対する需要動向調査を実施する。

(2) 目標

内 容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①バイヤー相談会(BtoB)での調査対象事業者数	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
②集客施設等(BtoC)での調査対象事業者数	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

(3) 事業内容

《町内の地域資源を活用した加工品等に関する需要動向調査》

大月町のキビナゴやさつま芋など農水産の地域資源を活用して小規模事業者が生産している商品等に関し、バイヤーや消費者の意見を収集し、商品改良・新商品開発に活かしていく。

①バイヤー相談会での調査(※BtoB 取引)

当町の地域資源を活用した商品は、県内では既に高い認知度を有し、一定の需要が見込まれるものの首都圏および海外市場については未だ認知度が低く、販路拡大に至っていない現状がある。

こうした現状を踏まえ、高知県商工会連合会および高知商工会議所が共催しているバイヤー個別相談会や県内集客施設で開催される独自の商談会を通じて、当町の食品加工業者等の商品が、首都圏および海外市場に精通したバイヤーやデザイナー等にどのような評価を得ているか調査を行う。

【調査事業者】 バイヤー個別相談会に参加する当町の食料品製造業者

【依頼先(ターゲット企業)】首都圏および海外市場に精通したバイヤーやデザイナー

※想定企業:㈱日本百貨店、㈱京阪百貨店、トータルフードラボ㈱、㈱コンタン、㈱大寿等

【調査品目】 当町の地域資源を活用した商品(キビナゴ等農水産加工商品等)

【調査項目】 見た目・味・食感・価格・内容量・パッケージ・商品デザイン・想定顧客・販売チャネル等

【調査回数】 年1回(9月頃)

【調査方法】 1者あたり2品程度を選定。上記バイヤーのうち、今後取引拡大・開拓等が見込まれるバイヤーに商品持ち込みの対面形式で調査・相談を実施する。(※1者あたり相談時間は20分程度)

【活用方法】 バイヤー等から得た意見は、上記調査項目に係わらず、全ての意見を書面化し、調査対象とした小規模事業者へ個別フィードバックし、商品改良・新商品開発に活かし、事業計画の策定や新たな需要の開拓事業に関する効果を図り、計画の精度をあげていく。

②一般消費者への調査(※BtoC 取引)

大月町で最も町外顧客が訪れる集客施設である「道の駅 ふれあいパーク大月」や県内各地域の特産品が集結する集客施設である「アグリコレット」において、当町の農水産加工業者等の商品が、観光客等の一般消費者からどのような評価を得ているか調査を行う。

【調査場所】 道の駅 ふれあいパーク大月(年間購入者数:約 19 万人)

集客施設 アグリコレット(年間(年間レジ通過者数:約 14 万人)

【調査事業者】 当町の水産加工業者(2 社)

【調査対象者】 道の駅(ふれあいパーク大月)・集客施設(アグリコレット)に訪れる一般消費者

【調査品目】 当町の農水産資源を活用した商品(キビナゴやさつま芋の加工商品等)

【調査項目】 見た目・味・食感・価格設定・内容量・パッケージデザイン・商品デザイン・想定シーン等

【調査回数】 年 2 回(7 月～8 月頃)

【調査方法】 1 者あたり 2 品程度を選定し、試食・アンケート形式にて調査を実施する。

【活用方法】 回収した調査票は、調査項目別に集計分析し、調査対象とした小規模事業者にフィードバック、商品改良・新商品開発に活かし、事業計画の策定や新たな需要の開拓事業に関する効果をあげていく。

5. 経営状況の分析に関すること

(1)現状と課題

これまでは、確定申告・金融支援時に財務分析を主に分析を実施してきたが、その全てに対し、経営課題を発見し、適切な助言や指導を行う「分析に基づく実効性の高い支援」まで至っていない。

第 2 期となる本計画では、これまでの支援に加え、巡回訪問ならびに窓口相談および経営分析セミナー(個別相談会)の開催等を通じて、経営分析の必要性を認識させ、分析支援ニーズの更なる発掘に努めるとともに、経営分析をこの後のより詳細な分析を実施することで、分析結果を活用した事業計画の策定へと繋げていく。

(2)目標

①通常の事業者に対する経営分析

内 容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
経営分析セミナーの開催回数	未実施	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回
経営分析事業者数	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者

(3)事業内容

①小規模事業者(全体)に対する経営分析

管内小規模事業者(全体)および需要動向調査を行った事業者を対象に経営分析セミナーを開催。

セミナーでは「経営分析の必要性・重要性」について啓蒙した上で個別相談会を実施し、支援ニーズの掘り起しを図った上で、セミナー参加者に対し経営分析を実施する。

【対象者】 町内小規模事業者・需要動向調査を行った小規模事業者

【募集方法】 巡回訪問、町広報への折込チラシによる周知

【開催回数】 年 1 回

【想定する参加事業者数】 6 者（※セミナー後は参加者に対し個別相談会を実施）

【経営分析の内容】

・セミナー参加者をターゲットに、経営分析を実施する。（※経営分析は参加 6 者のうち 4 者を想定）

具体的にはセミナー参加事業者に対し、個別相談会を通じてヒアリングを実施。決算関連データおよびヒアリング内容をふまえ、「定量・定性」の双方から経営分析を実施する。

・定量分析となる「財務分析」では、過去 3 期の決算書を基にした「実数分析」比率分析に基づく「安全性・収益性・成長性分析」を行う。財務分析にあたっては、経済産業省の「ローカルベンチマーク」等を活用。経営状態を数値で具体化することで、現状課題を把握する。

・定性分析（非財務分析）については、ヒアリングで得た企業概要（沿革、事業内容、従業員数、後継者、事業計画等）に加え、地域経済動向調査・需要動向調査で得た各種データを活用した「SWOT分析」を行うことで、事業者の経営状況（強み、弱み、機会、脅威等）と事業者の抱える経営課題を明確化する。

・経営指導員単独では困難な案件については、専門家の支援を受けながら、高度かつ広い視野での経営分析を行うことで、事業計画の策定支援に役立てられるようにする。

（4）分析結果の活用

① 経営指導員等が個々に実施した分析データは、全体共有した後、事業者の経営状況や自社を取り巻く環境変化に応じた今後の支援策（事業計画の策定支援）について協議検討する。

② 分析結果は当該事業者にフィードバックすることで、事業計画の策定に必須となる客観的な判断材料として活用いただくことで、より具体的な事業計画の策定支援へと繋げていく。

③ 分析結果は共有フォルダに保存し、全職員がいつでも閲覧できるように内部共有することで各事業者の有する支援ノウハウの共有を図り、経営指導員の支援スキル向上へとつなげていく。

6. 事業計画策定支援に関すること

（1）現状と課題

事業計画策定については、これまで補助金申請や各種認定など短期の目的達成のための支援を通じてその重要性を周知・啓蒙してきたが、実際には各種補助制度や資金調達目的の為に作成される場合が多く、未だ事業計画の本質的な意義・重要性の理解には至っていない。そのため、経営分析によって表面化した経営課題に基づいて、事業者自らが考えて事業計画を策定することが必要である。

（2）支援に対する考え方

第 2 期となる本計画では、事業計画の本来あるべき姿・重要性を浸透させるため、経営分析や需要動向調査を実施した小規模事業者に対し、その結果をフィードバックすることで、事業者自らが経営課題を認識させ、今後の持続的発展を目的とする事業計画の策定支援につなげていく。

その他、移住者・創業予定者等に対しては、別途ビジネスセミナーを開催することで、創業計画を通じた経営の重要性を認識させ、事業承継が必要な先には事業承継診断の実施を通じて承継準備の重要性を認識させ、ともに計画の策定につなげていく。

なお、作成する事業計画については、「地域経済動向調査」、「経営状況分析」「需要動向調査」の結果をふまえ、潜在ニーズ(新たな需要)を見据えた事業計画とする。

(3)目標

①通常の事業者に対する事業計画策定

内 容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
事業計画策定事業者数	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者

②創業者・移住者・事業承継予定者に対する計画策定支援

内 容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
ビジネスセミナーの開催	未実施	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回	年 1 回
創業計画策定事業者数	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
事業承継計画策定事業者数	未実施	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

(4)事業内容

①通常の小規模事業者に対する事業計画策定支援

【支援対象者の発掘】

経営分析および需要動向調査を行った小規模事業者に対し、事業計画の有効性・重要性を説明し、事業計画策定支援ニーズを発掘して支援に繋げていく。経営分析によって得た各種データ(定量・定性)や需要動向調査の結果を踏まえ、事業者が抱えている経営課題を抽出した上で、課題を解決し、かつ持続的な発展に繋げていくためには骨子たる事業計画が重要であることを意識付けする。

【支援手法】

事業計画の策定支援に関しては、経営指導員が経営分析や需要動向調査を行った事業所を巡回し、個別に実施することとする。事業計画に策定にあたっては、事業者とともに経営分析の内容を確認し、事業者自らが課題を発見し解決に向けた取り組みが行えるよう、内発的動機づけを促していく。

その際必要に応じて、他の支援機関との連携による支援や、専門家の指導と助言を受けることで、策定した事業計画のブラッシュアップを行っていく。事業計画策定における基本項目は下記の通りとし、各々の小規模事業者が抱える課題等によってカスタマイズしていく。

【基本項目】

- ・企業概要、経営状況、顧客ニーズと自社を取り巻く市場の動向
- ・自社や自社の提供する商品・サービスの強み
- ・ありたい姿 ⇒ 基本方針・業績目標
- ・目標実現のための課題、課題解決のための取組
- ・経営目標(3～5 ヵ年計画)および設備投資計画

②創業者・移住者・事業承継予定者に対する創業計画策定支援

＜創業者・移住者＞

【支援対象者の発掘】

大月町との情報連携を密にし(月1回町担当者と情報共有)、移住者・創業者情報を掴み、移住者、創業予定者を対象としたビジネスセミナーを開催する。セミナーでは事業経営の基礎的な知識の習得を図るとともに、創業計画策定の支援対象者を発掘し、計画策定支援に繋げていく。

【ビジネスセミナーの内容】

基礎的な経営知識(マーケティング・財務等)の習得を目的とし、それを具現化するための創業計画の概要・意義・効果等を周知する内容で年1回実施する。中小企業診断士等の専門家を講師とし、セミナー参加者への個別相談も実施することで、創業計画策定ニーズの掘り起しを図る。

なお、参加者の募集に関しては本会 HP に掲載するとともに、大月町とも連携し、町 HP への掲載も依頼する。また事前に把握している創業者へは、巡回等の個別アプローチにより参加を促す。

【支援手法】

創業計画の策定支援に関しては、巡回および窓口相談により、個別に実施することとする。その際必要に応じて、他の支援機関との連携支援や、専門家の指導と助言によるブラッシュアップを行っていく。策定する基本項目は下記の通りとし、各々の課題等に応じてカスタマイズしていく。

【基本項目】

- ・創業の動機(目的・当初の経営理念等を明確化)
- ・経営者の略歴(過去の事業経験等)
- ・取扱商品・サービス(内容・セールスポイント・販売ターゲットと戦略・競合や市場など外部環境)
- ・販売先、仕入および外注先(シェア・回収および支払条件)
- ・従業員の雇用予定・必要な資金および調達先、収支計画(創業当初および1年後)

＜事業承継予定者＞

【支援対象者の発掘】

これまで事業承継診断を行った小規模事業者を主たるターゲットとし、円滑な事業承継を実現するための事業承継計画の重要性を説明し、事業承継計画策定支援の実施に繋げていく。

【支援手法】

事業承継計画策定支援に関しては、中小企業基盤整備機構のホームページよりダウンロードした様式を用いる。その際、必要に応じて税理士・高知県事業引継ぎ支援センターと連携することで、事業承継における現状課題の解決および事業承継計画のブラッシュアップを行っていく。

策定する基本項目は下記の通りとし、各々が抱える課題等に応じてカスタマイズしていく。

【承継計画策定における基本項目】

- ・企業概要、経営状況の把握
- ・関係者との意思疎通(※承継の方法、後継者の確定、環境整備、資産の分配等)
- ・現状課題の抽出⇒課題解決のための取組
- ・事業承継計画(3～5ヶ年計画)

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

これまでのフォローアップ活動では、不定期な訪問活動の中で大まかな売上高の推移等をヒアリングする程度に留まっており、計画に対する進捗把握、状況に応じた計画の見直し支援が不十分であった。そのため、事業計画の内容に即した進捗状況の確認と計画にズレが生じた場合の見直しが必要にである。

(2) 支援に対する考え方

第2期となる本計画では、事業計画・創業計画等・事業承継計画を策定した小規模事業者を対象に、四半期に1度以上の巡回訪問を行い、事業者と共に事業計画の進捗把握や課題の抽出などを行いながら、事業者自らがその課題に気づき、改善のための自発的な動きに繋げるよう、助言等のフォローアップを行う。なお、その段階において生じる経営課題については、他地区の経営指導員や外部専門家、関係支援機関とも連携を図りながら課題解決を図り、目標とする売上高や利益額を達成するために伴走型の経営支援を行い、小規模事業者の持続的な発展を図る。

(3) 目標

内 容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
【通常の事業計画策定事業者】						
・フォローアップ対象事業者数	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者
・同訪問回数(計)	16 回	16 回	16 回	16 回	16 回	16 回
・売上増加事業者数	2 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
【創業計画策定事業者】						
・フォローアップ対象事業者数	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
・同訪問回数(計)	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
・目標売上達成事業者数	－	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
【事業承継計画策定事業者】						
・フォローアップ対象事業者数	未実施	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
・同訪問回数(計)	未実施	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
・売上増加事業者数	－	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
専門家派遣回数	－	年 2 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回

(4) 事業内容

- ①事業計画(通常・創業・承継)策定後は、少なくとも四半期に1度以上の割合で巡回訪問し、進捗状況の確認を行うと共に、必要な助言・指導を行う。フォローアップを行う際には、事業所とともに事業計画の内容と現状にズレがないか確認しながら進捗管理を行う。対話と傾聴を重視し事業者の内発的動機づけを行うことで、事業者の潜在能力の発揮に繋げる。
- ②売上の増加や収益の改善、持続的な経営のために、必要な設備資金及びそれに付随する運転資金については、日本政策金融公庫の「小規模事業者経営改善資金(マル経)」および「小規模事業者経営発達支援融資制度」・高知県制度等を活用して金融面の支援を行う。また、クラウドファンディング等、金融機関以外からの調達についても情報提供と支援を行っていく。

③新規創業に必要な資金調達については、日本政策金融公庫の「中小企業経営力強化資金」・高知県制度等の融資制度等を活用して、新規創業者を支援する。

※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場合には、高知県商工会連合会の専門経営指導員や他地区の経営指導員に加え、外部専門家、関係機関等と連携し、第三者の視点を必ず投入した上で当該計画とのズレの発生要因及び今後の対応策を検討する等、PDCAサイクルを確立させ、軌道修正を加えながら小規模事業者の持続的な発展に向けて伴走型の支援を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者の新たな需要の開拓に関する取り組みについては、これまでも各種補助事業などを活用した商品開発やブラッシュアップ、県内外での展示会や商談会での販路拡大の支援を行ってきた。しかしながら、商談会や展示会で持続的に販路拡大に繋げるには、商品企画力や経営資源の乏しい中山間地域の小規模事業者にとってハードルが高い状態である。そのため、問題点や改善点を修正することで今後の商品作りに活かすといった PDCA サイクルを回しながら継続的な需要の開拓につなげられるよう支援を行う必要がある。

(2) 支援に対する考え方

第2期となる本計画では、こうした状況をふまえ、単発に留まらない中長期的視野をもった需要開拓支援を行う。そのため、展示会や商談会については、主に消費者やバイヤーから直接反応を伺うマーケティングと商品PRの場として捉え、そのニーズに沿った商品開発やブラッシュアップについて、初動支援からフォローアップまで包括的な支援を行う。また、当該年度に発生・発見した課題については検討を重ね、必要に応じて改善・ブラッシュアップを図る等、次年度へと繋がる実効性の高い継続的な支援を実施する。

さらに、デジタル技術等を積極的に活用しながら少量でも高品質で高付加価値のある商品開発と行うとともに、SNS やホームページなどの IT 技術を使いながら、通信販売をメインとする販路の拡大の取り組みと商品の PR を積極的に推進する。

(3) 目標

①展示会や商談会等の機会を活用した販路開拓支援

内 容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
i) 商談会・展示会 参加支援事業者数 (BtoB)	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
成約成立事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
ii) アンテナショップ 出展支援事業者数 (BtoC)	未実施	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上額/者	—	2 万円	2 万円	2 万円	2 万円	2 万円
iii) 地域イベント・即売会 出展支援事業者 (BtoC)	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
売上額/者	3 万円	3 万円	3 万円	3 万円	3 万円	3 万円

②ITを活用した販路開拓支援

内 容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
デジタル・IT セミナーの開催	年 1 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回	年 2 回
※参加支援事業者数(のべ)	4 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
SNS活用事業者増加者数	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
※うち売上高増加者数	1 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
通販サイト掲載事業者増加数	未実施	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
※うち売上高増加者数	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者

(4)事業内容

①展示会や商談会等の機会を活用した販路開拓支援

独自の地域資源を活用した農水産加工品等を取り扱い、かつ新たな需要の開拓が期待できる町内の小規模事業者を対象に、取扱う商品の生産規模・保管流通方法・消費(賞味)期限・価格帯や帳合先等を勘案したうえで特に出展効果が高いと想定される展示会・商談会・アンテナショップ・イベント・即売会等を抽出し、個別に情報提供(周知・啓蒙)を行い、出展を通じた需要開拓支援に繋げていく。

i)【想定する展示会・商談会等】※BtoB

展示会・商談会名 (主催者)＜開催回数＞	内容 (来場規模)	支援企業 (出展する商品)	期待効果
幡多商談会(近隣地域 商工会・商工会議所等) ＜年1回＞	幡多地域で経営を営む小規模 事業者を対象とした商談会 (出展事業者数:約 30 者 県外からのバイヤー数:約 10 社)	・展示会経験・ノウハウ等が 浅い商工業者 (加工品・農産物等)	・出展ノウハウの習得 ・販路拡大への意識喚起
大月・三原フェア (連携協定先:三原村 商工会との合同開催) ＜年 1 回＞	広域連携協定を結んでいる三原村 と当町の事業者を対象に県内外の 集客施設で行う独自の商談会 (出展事業者数:約 10 者)	・地域色の強い独自商品を 有している町内事業者 ・加工品・農産物等	・県内外の新市場開拓 ・地域の枠を超えた 事業者間の連携促進 ・連携ブランド力の強化

ii)【想定するアンテナショップ】※BtoC

アンテナショップ名 (主催者)	内容 (年間来店数)	支援企業 (出展する商品)	期待効果
スーパーローカル ショップ・とさとさ (高知県地産外商公社)	県内全域の特産品をメインに取り扱 う高知県の大阪アンテナショップ	・地域色の強い農・水産物を 取り扱う加工業者 (当町ならではの独自資源を 活用した加工品)	・関西圏(大阪)における 高知県産品市場の開拓 ・新規取引先の開拓
まるごと高知 (高知県地産外商公社)	県内全域の特産品をメインに取り扱 う高知県の東京アンテナショップ (平均来店数:1,888 人/日)		・首都圏(東京)における 高知県産品市場の開拓 ・新規取引先の開拓

iii)【想定するイベント・即売会】※BtoC

イベント名 (主催者) ＜開催回数(期間)＞	内容 (来場者数)	支援企業 (出展する商品)	期待効果
大月町観光開き (大月町観光協会) ＜年1回(4月)＞	町内・観光客を対象とした 観光イベント(夜桜音楽会等) (来場者数:1,000人)	・農・水産加工業者 (農水産資源を活用した 加工品)	・町内需要の増加 ・町外顧客の開拓
大月町マグロまつり (行政・実行委員会) 年1回(11月)	町内・観光客を対象とした 産業祭イベント(マグロPR事業) (来場者数:8,000人)	・農・水産加工業者 (農水産資源を活用した 加工品)	・町内需要の増加 ・町外顧客の開拓
商店街振興マルシェ (大月町商工会) 年2回	中心商店街振興を目的とした町内 事業者・団体によるマルシェ (約30出店、来場者約1000人)	・農・水産加工業者 (農水産資源を活用した 加工品)	・町内需要の増加 ・町外顧客の開拓

出展支援においては、商談会に向け、遡及効果や商品PR力を高めるための「出展前支援」、当日の成約率・購買力を高めるための「当日支援」、出展後のフォローアップに主眼を置いた「出展後支援」まで新たな需要の開拓(新規顧客の獲得・新規取引先との成約件数・売上増加)に繋がる戦略的な支援を徹底し、同時に出展事業者の出展ノウハウ・販路拡大に向けた意識喚起を図り、新たな需要開拓に繋げる。

【支援手法】

《出展前支援》

(展示会・商談会・アンテナショップ)

商品企画書の作成や自社商品のPR手法等、商談能力向上に向けた事前支援を行う他、必要に応じて専門家を活用した個別相談など事前準備を行い、効果的な出展・商談等が行えるように支援する。

(イベント・即売会・アンテナショップ:催事)

即売会等での販売額向上に加え、販促効果の持続を目的とし、一般消費者への効果的なPR手法や、SNSへアップされ易い話題性の提供等、販路拡大に向けた各種戦略を立案していく。

《出展中支援》

(展示会・商談会・アンテナショップ:常設)

出展当日は経営指導員が同行し展示レイアウトの指導や、来場者の反応、競合商品の状況等を情報収集し、フィードバックを行う他、アンテナショップについては売上情報・顧客の反応等を四半期に1回程度収集し、商品改良・開発、新たな販促手法等を検討・支援していく。

(イベント・即売会・アンテナショップ:催事)

出展当日は経営指導員が同行し展示レイアウトの指導や、来場者の反応、競合商品の状況等を情報収集し、フィードバックを行う。また来場者に対し、商品のPRやSNSアップへの誘導を行い、出展効果を高めていく。

《出展後支援》

(展示会・商談会・アンテナショップ:常設)

当日接触した見込客への再アプローチ等、出展後のフォローアップを徹底し、着実な成約に繋げる。

(イベント・即売会・アンテナショップ:催事)

集めた顧客の反応等に基づき、商品改良・開発、新たな販促手法等を検討・支援していく。

②ITを活用した販路開拓支援

当町では、小規模事業者の約 13% (40 事業者程度) が企業やショップ紹介のホームページ等を有しておりまた町のふるさと納税の返礼品には一次産業を含めて 23 事業者が登録されているが、個社単体で見ると、ネット通販機能等を備え有効に活用している小規模事業者は 2 事業者ほどしかなく、また事業主の年齢や人手不足といった「当地域における経営状況」を勘案すると、今後も本格的な通販サイトを作成し、更新・運用していくことは困難であると思われる。こうした現状をふまえ、小規模事業者でも比較的参入が容易な SNS 活用、通販サイトへの商品掲載等を重点的に支援していき、販路拡大につなげていく。

【支援手法】

(デジタルセミナーの開催)

SNS を活用した販促や、通販サイト掲載を目的としたセミナーを開催し、効果的な販促活動が期待できる小規模事業者の育成へと繋げていく。

※既に本格的な HP 運用等をしている事業者に関しては、高知県商工会連合会と県がデジタル促進事業として実施している IT セミナーへの参加をすすめる。)

(SNS 活用支援)

専門家派遣制度を活用し、効果的な SNS 活用に向けた支援で売上向上に結びつける。(1 事業者あたり 3 回程度の専門家派遣により、コンテンツ作成からアップまで、伴走型で支援していく。)

(通販サイトへの掲載支援)

専門家派遣制度を活用し、効果的な通販サイトへの記載方法等、実戦的な支援を通じて、小規模事業者の売上向上へと結びつける。(※1 事業者あたり 3 回程度の専門家派遣により、コンテンツ作成からアップまで、伴走型で支援していく。)

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り組み

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

これまで、当会では「経営発達支援計画に掲げる事業を円滑かつ効果的に遂行していくため」に、毎年、各事業の成果、評価および見直しを図り、本計画の有効性・実効性を高めてきた経緯がある。

第2期となる本計画でも、これまで同様に小規模事業者、支援機関、大月町、商工会等がそれぞれ責務と役割を明確にし、相互連携・協力して PDCA サイクルを構築する。外部有識者の見識を取り入れながら、事業成果を検証して実行と改善を繰り返すことで小規模事業者への支援強化を図る。

具体的には、以下のスキームで経営支援発達計画進捗管理と効果検証を実施していく。

(1) 委員会

- ・当商工会経営指導員をはじめ職員による事業推進委員会を設置し、年 2 回の進捗管理を行う。
- ・評価・検証については、大月町商工会、法定経営指導員、大月町役場産業振興課および(一財)大月町ふるさと振興公社、(一社)大月町観光協会ほか中小企業診断士等の外部有識者で構成した事業評価委員会を設置し、本計画の評価および検証を行う。

(2) 評価

- ・事業に関する評価として、職員は事前に事業推進委員会を開催し、実施事業に関する進捗状況などの取りまとめを行う。

- ・取りまとめた結果は、事業推進委員会で一次評価を行った後、事業評価委員会に提出する。
- ・事業評価委員会は、小規模事業者の意見等を踏まえ、年 1 回、事業の実施状況とその成果の評価・検証を行った上で、事業推進委員会に改善点を提示する。

(3) 改善

- ・事業推進委員会は、事業評価委員会から提示を受けた改善点を踏まえて、目標を確実に達成できるように改善策を策定し、次期計画に反映させる。

(4) 承認

- ・反映させた次期計画は、大月町商工会の理事会に提案して承認を受けた上で、次年度事業計画や概算要求に反映させるものとする。また、取組み事業およびその成果は、通常総会にて報告する。

(5) 公表

- ・事業評価および見直し結果については大月町商工会のホームページに掲載し、周知することで、評価結果を管内小規模事業者が常に閲覧できるようにする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

小規模事業者は「地域経済を活性化させる要となる存在」であり、その支援の最前線に立つ経営指導員等は、支援能力の更なる向上に向けた自己研鑽が求められている。第 2 期となる本計画でも、同様に外部の研修施設等で支援に活かせる知識を学ぶ Off-JT (Off the Job training) の積極的活用とベテラン指導員の指導現場に若手職員が同行し、その支援手法を体感しながら学ぶ OJT (On the Job training) をバランスよく組み合わせ、支援力の底上げを図っていく必要がある。

(1) 現状と課題

これまで、Off-JT については高知県商工会連合会が「職階や職歴、担当業務で区分した専門研修」を実施している他、OJT では、小規模事業者等が求める高度で専門的な経営支援内容に対応するため、高知県商工会連合会が実施する専門家派遣事業の活用や、専門経営指導員と現場の職員が一体となったチーム制支援に取り組んできた。こうした取組は個の資質向上には繋がったものの、全体共有には至っておらず、属人的な資質向上・ノウハウ習得に留まっている課題がある。

第 2 期となる本計画では、こうした機会を全体の支援力向上に波及させるための取組強化に加え、巡回指導や窓口相談、専門家派遣の機会を通して、ベテラン職員が培ってきた支援ノウハウ・専門知識を若手職員に承継していく仕組みを構築する必要がある。

(2) 事業内容

《各機関が実施する Off-JT の積極的活用》

当会では、小規模事業者の持続発展の実現に向け、「実現可能性の高い事業計画策定ノウハウ・計画策定後の実行ノウハウ」の習得・醸成(職員全体の資質向上)が必要不可欠なミッションとなっている。

このため、中小企業大学校、高知県商工会連合会、中小企業基盤整備機構が主催する研修に経営指導員をはじめ各職員を積極的に参加させることで、支援ノウハウの習得を図り資質向上に繋げていく。

また、毎月開催する職場内ミーティング(事業推進会議)において、外部研修に参加した職員が習得した知識やスキルを伝達・共有することにより、職員全体の支援能力の向上を図る。

《組織間・職場内 OJT の強化・推進》

職員全員が参加する職場内ミーティング(事業推進会議)を毎月開催し、各職員が巡回訪問・窓口相談を通じて感じた景況感や経営者の思考、研修等で学んできた有益な知識や情報を共有する。

加えて、職員の資質向上・自己研鑽のために今年度より広域連携を締結した三原村商工会と合同で開催する「広域勉強会」を開催し、各々が担当職務で得た経験をはじめ、ベテラン指導が長年培ってきた支援ノウハウ・専門知識の共有化を図ることで、ベテランから若手に向けた支援ノウハウの伝承に取り組む。

上記に挙げた「事業推進会議」、「広域勉強会」については、広域連携先(三原村商工会)の職員を交えた経営支援会議とし、かつ独自の支援シート(企業概要、分析・課題抽出、事業計画プラン等データ)として共有することで「地域の枠を超えた広域的な支援情報の強化・確立」を図っていく。

(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6年12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)	
《大月町商工会》 ・ 事務局長 1 名 ・ 法定経営指導員 1 名 ・ 経営支援員 2 名 ・ 一般職員 1 名	《大月町産業振興課》
(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: 富岡 史野	
■ 連絡先: 大月町商工会 電話番号 0880-73-0135	
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を行う。	
(3) 商工会、関係市町村連絡先	
① 商工会	
大月町商工会	
〒788-0302 高知県幡多郡大月町弘見 2087-1	
電話番号:0880-73-0135/FAX 番号:0880-73-0134	
E-mail : otsukisci@shirt.ocn.ne.jp	
② 関係市町村	
大月町 産業振興課	
〒788-0302 高知県幡多郡大月町弘見 2230	
電話番号:0880-73-1115/FAX 番号:0880-73-1733	
E-mail : shoukou@town.otsuki.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 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年 度
必要な資金の額	2,800	2,600	2,600	2,600	2,600
経営発達支援事業	2,800	2,600	2,600	2,600	2,600
・アンケート調査	100	100	100	100	100
・講習会の開催費	600	600	600	600	600
・講習会用機器購入	200	0	0	0	0
・専門家派遣	300	300	300	300	300
・展示会参加費	1,600	1,600	1,600	1,600	1,600

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
国補助金、県補助金、町補助金、事業収入のほか、本事業実施にあたり活用可能な委託事業

(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