

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	安芸商工会議所（法人番号：6490005005436） 安芸市（地方公共団体コード：392031）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 ◆ビジネスプランに基づく経営の促進 ◆小規模事業者等の販路開拓の推進 ◆1次産業者との連携強化 ◆県下商工会議所との連携強化 ◆職員の資質向上
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 <u>1. 地域の経済動向調査に関すること</u> RESAS等を活用し、事業計画策定に有効的な情報の収集と提供を行うことにより、地域の実情にあった実現性の高い事業計画の策定につなげていく。 <u>2. 需要動向調査に関すること</u> 試食会や商談会で得た声を商品開発及びブラッシュアップや販路設定等に活かすことで、より消費者のニーズにマッチした商品の開発や販路開拓につなげていく。 <u>3. 経営状況の分析に関すること</u> 事業計画の策定の前段階として、自社の経営状況を十分把握することで、実現可能性、実効性が高い事業計画の策定につなげていく。 <u>4. 事業計画策定支援に関すること</u> セミナーや個別相談会により事業計画策定の意欲換気をはかり、計画策定及びビジネスプランに基づく経営を促進する。当所管内の小規模事業者等の経営発達、収益性の向上を実現し、地域経済の発展に貢献していく。 <u>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること</u> 事業計画を策定した小規模事業者等がスムーズに計画を実行できるよう、事業者に寄り添った伴走型支援を行い、小規模事業者等が設定した目標を達成できるように導いていく。 <u>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u> 積極的な販路開拓を目指す小規模事業者等を対象に、重要動向調査で得た市場や消費者のニーズを踏まえたうえで、販路開拓及び商品の改良に対する支援を行う。
連絡先	安芸商工会議所 〒784-0004 高知県安芸市本町3丁目11-5 TEL0887-34-1311 FAX0887-34-1310 e-mail: akicci@arion.ocn.ne.jp 安芸市 商工観光水産課 〒784-0042 高知県安芸市土居82-1 TEL0887-35-1011 FAX0887-35-8113 e-mail: syokou@city.aki.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) 第 1 期計画のふりかえり

第 1 期計画では、「活力のある小規模事業者等を一つでも多く育てていくことが地域経済の底上げにつながる」という理念のもと、経営発達支援計画の策定・実行を通じて、地域内の小規模事業者等の「ビジネスプランに沿った経営の促進」、「消費者ニーズをふまえた商品開発や販路開拓」を実現し、小規模事業者等の経営発達と事業継続に寄与することを目標とした。

上記の目標に対し、伴走型支援事業補助金等を活用し計画に基づいた支援を実施してきた。当所の商品開発から販路開拓まで一貫した支援により、新たな販路を得ることで売上増加の実現につながった小規模事業者や、事業計画の策定支援や実行支援によりビジネスプランに基づいた経営に取り組む小規模事業者等が現れるなど、一定の成果を上げることが出来たと考えている。

一方、全体を通じた課題として、支援対象とする小規模事業者等の固定化が顕著になっており、新たな支援先の掘り起こしが求められている。

また、新型コロナウイルス感染症の影響等により、地域の小規模事業者等の経営環境は大きく変化している。今までの常識が通用しない中で、DXの推進など環境の変化への対応力を高めていくことが、事業の継続、持続的発展には欠かせない。

以上を踏まえ、第 2 期計画においても「活力のある小規模事業者等を一つでも多く育てていくことが地域経済の底上げにつながる」という理念を継続し、地域の小規模事業者等の支援に取り組む。

(2) 地域の現状及び課題

①現状

ア. 安芸市の概要

当所が立地する安芸市は昭和 29 年 8 月に安芸郡安芸町を中心に土居・川北などの 8 町村が合併して誕生した。総面積は 817.2 平方キロメートルで、高知県の東部に位置し、国・県の出先機関が立地するなど、高知県東部 9 市町村の中核市としての役割を担っている。しかしながら近年は人口・世帯数の減少が止まらず、第 1 期計画時の平成 29 年 4 月の人口 17,810 人に対し、令和 3 年 4 月には 16,716 人と 1,000 人以上減少。高齢化率も高い水準で推移している。

■直近 5 年の安芸市における人口・世帯数の推移

	平成 29 年	平成 30 年	平成 31 年	令和 2 年	令和 3 年
人口数 (人)	17,810	17,555	17,268	16,966	16,716
世帯数 (世帯)	8,469	8,411	8,332	8,242	8,154

(安芸市調査：各年 4 月末時点)



緑 色 安芸市
黄 色 高知県東部地域

(安芸商工会議所作成)

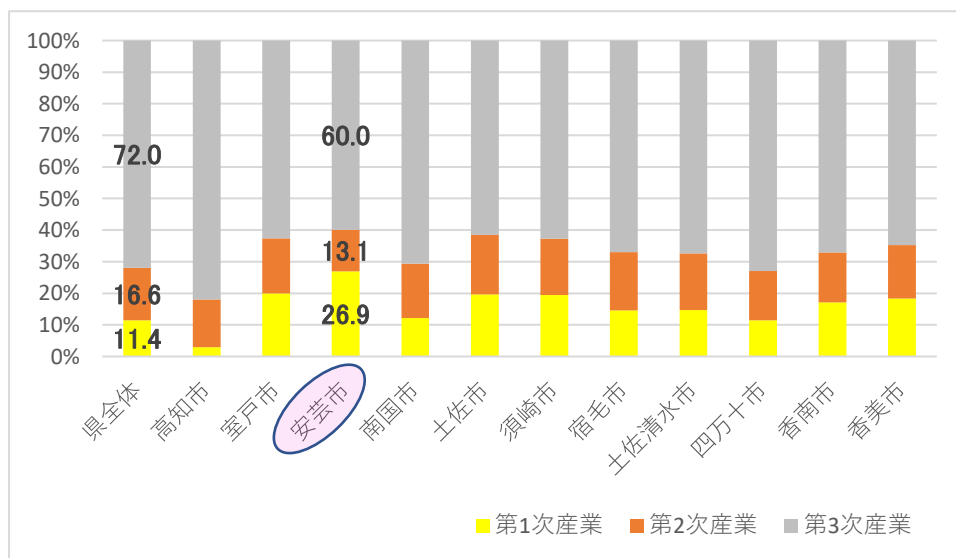
イ. 安芸市の産業

安芸市は古くは一大林業産地として栄え、林業の衰退後は施設園芸（ナス、ピーマン）を中心とした農業を基幹産業としている。平成 27 年の国勢調査における安芸市の就業者構造は、1 次産業従事者の構成比が 26.9%と高比率になっており、これは高知県内の市部で最も高い数字となっている。漁業ではパッチ網によるシラス漁が主体となっており、県内有数の産地としてシラスを原料とした水産加工業者も複数存在する。

商工業においては、2 次産業従事者は 13.1%、3 次産業従事者は 60.0%という構成比となっており、ともに高知県内 11 市の中で最も低い数値となっている。

このことから、安芸商工会議所管内は、1 次産業の景気が地域経済に大きく影響を与える地域であることがうかがえる。

■ 高知県市部の産業別従事者構成比



(総務省 国勢調査 平成 27 年国勢調査 就業状態等基本集計より)

ウ. 安芸市の商工業の業種構成

当所が実施した令和 3 年 9 月末時点の商工業者調査の結果では、総事業者数 961 事業所、うち小規模事業者が 854 者と大多数を小規模事業者が占めている。また両者ともに平成 28 年の調査時と比較して減少しており、今後も減少傾向で推移するものと考えられる。

また、管内商工業者の主要業種内訳は以下のとおりとなっているが、当所管内においては小売業、飲食業、サービス業の比率が高く、その多くが安芸市内の顧客をメインターゲットにしている。

■安芸商工会議所管内の業種内訳

	建設・建築業	製造業	卸・小売業	飲食・宿泊業	サービス業	その他	合計
事業所数	144	70	338	93	194	122	961
構成比	15.0%	7.3%	35.1%	9.7%	20.2%	12.7%	100%

(安芸商工会議所調査：令和 3 年 9 月末時点)

■管内事業者数比較

	平成 28 年 9 月末 (第 1 期計画策定時)	令和 3 年 9 月末	減少率
商工業者数	1,037	961	△7.3%
小規模事業者数	905	854	△5.6%

(安芸商工会議所調査：令和 3 年 9 月末時点)

エ. 商工業の業種別状況

a. 卸小売・サービス業

令和 3 年 9 月に当所が行った管内の商工業者調査では、安芸市の卸小売・サービス業者は 532 者と全事業者の 55%を占めている。平成 23 年の同調査での卸小売・サービス業者は 646 者であり、比較すると、この 10 年で 100 者近く減少している。この減少の主な要因として、「人口減少」や「ドラッグストアやコンビニといった競合先の増加」が考えられる。

また、小売業全般及び理容業、美容業を中心に新型コロナウイルス感染症の影響が大きく表れており、来客数の減少による売上低下が顕著となっている。

b. 飲食・宿泊サービス業

令和 3 年 9 月に当所が行った管内の商工業者調査では、安芸市の飲食・宿泊サービス業者は 93 者と全事業者の約 10%を占めており、事業者数は平成 23 年の同調査時からほぼ横ばいとなっている。

飲食・宿泊サービス業は、新型コロナウイルス感染症の影響を最も強く受けており、多くの飲食・

宿泊サービス業者が大幅に売上を落としている。当所が支援を行った高知県の支援給付金の申請件数から算出すると、令和3年5月、6月期では全体の約69%の事業者において、令和元年または令和2年の同月と比較し、30%以上の売上減少が確認されている。

c. 建設業

令和3年9月に当所が行った管内の商工業者調査では、安芸市の建設・建設業者は144者と全事業者の15%を占めており、この10年間で事業者数はほぼ横ばいとなっている。直近5年の業況をみると、国土強靱化基本計画による公共工事の増加や、市役所庁舎移転や高規格道路の延伸に伴う公共工事が増加しており、多くの建設業者が売上、利益ともに高い実績をあげている。

一方で、公共工事への依存度が非常に高く、公共工事の発注量により業績が大幅に左右される体質であることと、地域内人口減少や働き手の地域外流出等により従業員の減少及び高齢化が著しく、施工力の低下、熟練工の技術継承が危惧されている。

オ. 交通

安芸市における公共機関は、路線バス、ローカル線である「土佐くろしお鉄道」、市が運営する「元気バス」が存在する。それぞれの交通機関の便数は少ないものの、学生や高齢者を中心にライフラインとして欠かせないものとなっている。

また、高知県最大の商業集積地である高知市までは、自動車で1時間弱となっており、高知市まで買い物に出かける消費者も少なくないため、消費の市外流出が以前より懸念されている。

②課題

ア. 市内の人口減少

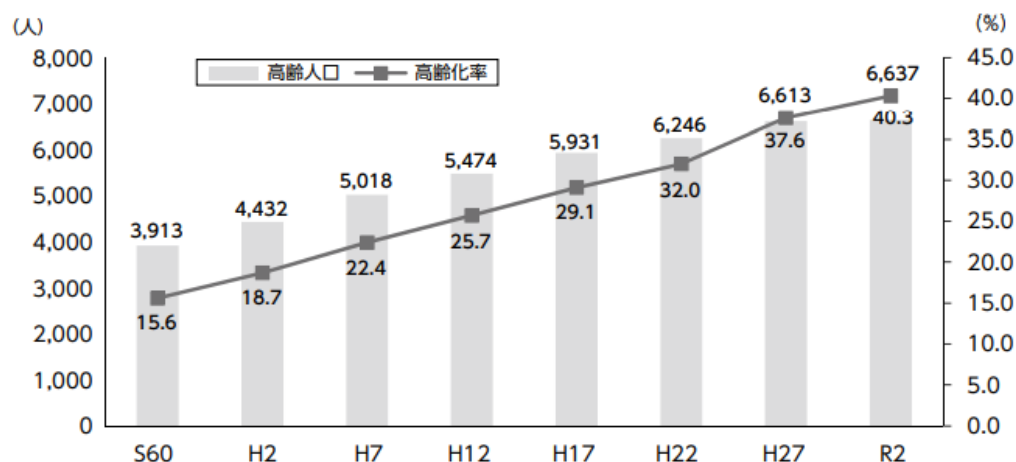
安芸市においては、人口減少、高齢化率の上昇が高い水準で進んでおり、今後も継続していくことが予測されている。またこの傾向は、近隣市町村においても同様であり、商圏人口の減少、購買力の低下など、地域の産業に対して大きな影響が及ぶことが予想される。

■安芸市の人口推移予測



(総務省 国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所 将来推計人口より)

■安芸市の高齢化率の推移



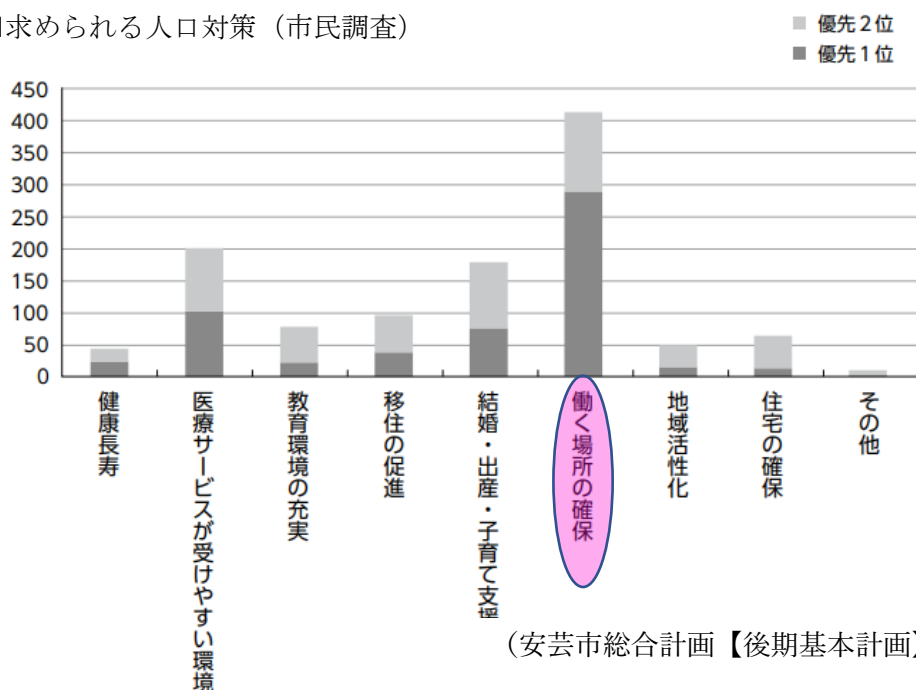
(安芸市総合計画【後期基本計画】2021 より)

イ. 商工業者の減少と雇用の減少

地域消費の落ち込みや、経営者の高齢化や後継者の不在を理由に、地域内における商工業者数は減少傾向にある。既存事業所の代表者年齢や後継者の有無といった状況を考えると、今後減少率は加速していくことが予想される。

この状況は雇用の場にも影響しており、高校や大学卒業後に地元に残りたい、戻りたいと希望する若者がいても「働く場所」が少ないために若い労働力が市外に流出するといった問題や、Uターン・Iターン希望者が移住に踏み込めないといった問題が生じている。安芸市が行った市民調査においても、人口対策の最優先課題として、働く場所の確保が求められている。

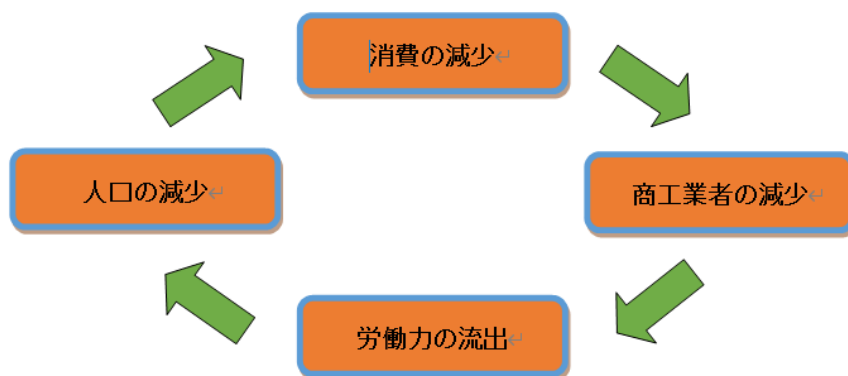
■求められる人口対策（市民調査）



(安芸市総合計画【後期基本計画】2021 より)

ウ．負のスパイラルの解消

第 1 期計画策定時に掲げた課題でもあるが、人口と商工業者の減少が比例関係にあり負のスパイラルを生み出している。活力のある事業者を生み出していくことで地域の消費、雇用を維持していくことが求められている。



（３）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①長期的な振興のあり方

安芸市では令和 3 年に総合計画の見直しを行っている。その中で産業振興について、「地域資源の強みを活かした魅力あふれるいきいきとしたまちづくり」を基本方針として公表している。商工業部門においては、「中心市街地の振興」、「新たな業種形態の創造・雇用の創出」を実施項目とし、商店街魅力向上と、地場産品を安芸ブランドとして県内外へ発信し、外商を拡大することを目指している。

また安芸市の中心的な産業である農業については、「農家経営の安定化・向上」により農家戸数の減少や耕作放棄地の増加に歯止めをかけ、主要産業として地域経済の牽引役となることが求められているとしている。

この市が掲げた目標に則り、当所も「活力のある小規模事業者等を一つでも多く育てていくことが地域経済の底上げにつながる」という理念のもと、市と方向性を一にしつつ、産業振興施策の実行に協力していく。

なお、当所が第 2 次経営発達支援計画で考える「10 年後を見据えた振興のあり方」は以下のとおりである。

- 地域の人口減少率が緩やかになっていること
- Ｕターン・Ｉターン希望者の地域への定着が進んでいること
- 事業者の経営力向上及び事業承継により廃業の減少が実現していること
- 1 次産業と商工業者が連携した商品、役務の開発が進んでいること
- 市外・県外への販路開拓の活発化が進んでいること
- 関係機関との連携体制が整い、小規模事業者等の幅広い課題への対応が可能となっていること
- スキルアップに伴う職種を問わない職員の経営支援対応力の向上が図られていること

②商工会議所の役割

当所の事業ドメインの本丸となるのが、小規模事業者等に対する個者支援である。分析から始まって事業計画の策定、計画実行支援まで深く連動支援をしていくことで、小規模事業者等の意識改革を促し、ビジネスプランに基づく経営の促進により収益性の向上や雇用の維持・拡大につなげていく。

また、安芸市の産業構造を見てみると、農業、水産業といった1次産業の景気が地域経済に大きな影響を及ぼすことが明確である。そのため、当所は1次産業者が独自に行う販路開拓への支援、1次産業者と商工業者の連携を生み出す役割を果たす必要がある。

（４）本計画での目標

第1期計画と同様に地域の小規模事業者等に対し、伴走型での支援を行っていくこととする。

具体的には、経営改善に意欲的な小規模事業者等に対し、情報提供や経営分析結果を踏まえたうえでの事業計画策定・実行支援、消費者のニーズやトレンドを踏まえた商品開発及び販路開拓支援を実施することにより、小規模事業者等の売上及び利益の向上といった成果を生み出すことを目標とする。

また、課題となっている意欲的な小規模事業者等の掘り起こしについては、安芸市の特徴である「1次産業が主要産業」という点に着目し、独自の販路開拓を目指す1次産業者や、農商工連携を目指す小規模事業者及び1次産業者にスポットを当てて掘り起こしを行っていきたい。

具体的な目標項目については以下の通りである。

- ◆ビジネスプランに基づく経営の促進
- ◆小規模事業者等の販路開拓の推進
- ◆1次産業者との連携強化
- ◆県下商工会議所との連携強化
- ◆職員の資質向上

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4年4月1日～ 令和9年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

前述した目標の達成に向けて、小規模事業者等が、事業計画の策定と事業計画に沿った経営を行い、経営発達を実現できるよう、伴走的な支援を行っていく。

◆ビジネスプランに基づく経営の促進

多くの小規模事業者等にビジネスプランに基づく経営を行ってもらうために、事業計画策定に必要な情報の提供から、経営状況の分析、計画の策定・実行まで総合的な伴走型支援を実施していく。

◆小規模事業者等の販路開拓の推進

小規模事業者等が、消費者ニーズやトレンドを踏まえた商品開発や、販路開拓に取り組めるよう、情報提供から商談会等における同行支援、アフターフォローまで、総合的にサポートする。また新型コロナウイルス感染症の影響により、商談会等の売り手と買い手をつなぐ場のあり方が大きく変化する中、オンライン商談への対応や、商品の特徴やセールスポイントが伝わりやすいリーフレット等の作成に対しても支援していく。

◆1次産業者との連携強化

安芸市の主要産業である1次産業者が自ら行う販路開拓や、地域の商工業者と連携した商品開発を支援する。地域資源を全国に向けて発信し、外貨を稼ぐことで地域の産業の活性化と雇用の維持拡大を目指していく。

◆県下商工会議所との連携強化

現在県下の6会議所の間で、※経営発達支援計画広域連絡協議会を立ち上げ、年2回程度開催しており、協力体制の構築が進んでいる。第1期計画実行時も共同での商談会開催や、商品開発事業を行っており、引き続き連携した事業を行っていくとともに、情報収集力や支援力の向上につなげていく。

※経営発達支援計画広域連絡協議会

高知県下の経営発達支援計画の認定を受けた会議所において、各経営発達支援計画の濃密化と、組織風土の向上、支援体制の強化を図ることを目的に平成28年に立ち上げられた。定期的な開催により各会議所における支援ノウハウの共有や、モラルの向上が期待できる。

◆職員の資質向上

よりレベルの高い経営支援を実施するために、職種の垣根なくOJT、OFF-JTによる職員全

体の資質向上を図っていく。また定期的に内部勉強会や報告会を実施することで、全職員の経営支援に対する意識を高める。

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)

提供を行っているデータについては、全国的、県下の広い範囲での消費動向や業界動向の提供が中心となっている。このような全国的な情報と地域の動向とではズレが生じることもある。

(課題)

ビッグデータ等の活用が十分でなかったため、RESAS等を活用し、地域性の高い情報、小規模事業者等が見やすい形での提供が求められている。

②調査の目的・ねらい

地域の経済動向は小規模事業者等が事業計画を策定するうえで重要な指標になる。経営指導員等が事業計画策定に関連する情報を広く集め、わかりやすく加工した形で小規模事業者等に提供することで、地域の実情にあった実現性の高い事業計画の策定につなげていく。

③目標

	周知 方法	単位	直 近 実績	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
RESAS抽出情報 (地域の経済動向分析) の公表数	HP SNS	回	2	2	2	2	2	2
国内の消費動向の公表数	HP SNS	回	1	1	1	1	1	1
高知県内消費動向の公表数	HP SNS	回	1	1	1	1	1	1
V-RESASを活用した 新型コロナウイルス関連情 報の公表数	HP SNS	回	2	2	2	1	1	1

④事業内容

ア. 情報収集及び提供方法

情報収集を行うにあたり、調査項目・カテゴリーごとに担当者を決め、効率的に情報収集が行える体制を整える。収集した情報については、そのまま提供するのではなく、必要となる部分の抽出を行い、解説や関連情報等を追加し、小規模事業者等にとってわかりやすい状態に加工したうえで提供する。小規模事業者等への提供情報としては、「国内の消費動向」、「高知県内消費動向」を想定している。この2つの情報提供により、価格設定や商品・サービス構成、ターゲットの絞り込みなど、消費者行動への対応力を高めることにつなげる。

また新型コロナウイルス感染症が人流（地域を訪れる観光客や消費者行動）や消費にどのような影響を与えているかを把握し、店舗運営や販売活動の参考にしてもらうために、V-RE S A Sを活用し感染状況や人流の状況等に関する情報収集及び分析、提供を行うとともに、国や県、市町村が実施する各支援策についても情報提供していく。

なお、情報収集にあたっては、下記の資料等の活用を予定している。

【想定する活用資料等】

活用資料	調査項目
V-RE S A S	新型コロナウイルス感染状況等
e - S t a t	人口推移・雇用情勢
国勢調査（総務省統計局）	人口推移・雇用情勢
全国企業短期経済観測調査（日本銀行）	業況・雇用情勢
中小企業景況調査（日本政策金融公庫）	業況・設備投資
早期景気観測調査（日本商工会議所）	業況・雇用情勢
県内経済動向調査（四銀地域経済研究所）	業況・消費動向
県民消費動向調査（高知県）	消費動向
高知県金融経済概況（日銀高知支店）	消費動向・業況
観光来客数調査（安芸市、安芸市観光協会）	消費トレンド、人流
一次産業景況ヒアリング	業況・所得状況
巡回時等事業所調査（安芸商工会議所）	業況・消費動向

イ. ビッグデータ「RE S A S」の活用

地域の経済活動や消費活動に関連するデータを、RE S A Sを活用して抽出し、小規模事業者等が活用しやすい形にて提供し、事業計画の策定に反映する。

なお、想定する分析項目については以下の通りである。

分析項目	分析内容
人口マップ	人口構成や転入・転出の状況、今後の人口推移予想を年齢別、性別にみることで、ターゲットとする顧客層を分析し、今後の販路開拓活動に活かしていく。
産業構造マップ	地域の製造業の構造やこれまでの付加価値額等の増減の推移を分析し、経営状況分析時の参考情報として活用していく。
地域経済循環マップ	地域の経済活動で生まれた付加価値を基にしたキャッシュが、どれだけ地域に残って、どれだけ域外に流出しているかを分析し、地域の経済規模の推移を把握していく。

⑤調査結果の活用

取得したデータについては、当所ホームページ及びSNS（インスタグラム等）で発信することで、会員にとどまらず多くの小規模事業者等に対し広く公表する。公表回数については、「RESAS抽出情報」と「新型コロナウイルス感染症関連」は年2回、「国内の消費動向」と「高知県内消費動向」は年1回の公表を予定している。

また、所内職員で情報の管理・共有を行い、個別支援の際に、有効な情報をピックアップし提供していく。

4. 需要動向調査に関すること

①現状及び課題

（現状）

需要動向調査で得た情報に基づき商品開発支援事業を実施している。第1期計画では商品開発の専門家を交えながら、小規模事業者4者に対し支援を行った結果、地域資源を活用した新たな4アイテムが誕生し、中には全国放送の有名メディアで取り上げられた商品もあり、順調に販路開拓が進んでいる。

令和3年度事業において、商品開発を行った2事業者の開発品について試食会兼販売会を計画していたが、1者は新型コロナウイルスの感染拡大により開催が出来なかった。もう1者についても新型コロナウイルスの感染状況により開催を検討している状況にある。

（課題）

商品開発に際し、より多くの消費者から意見、感想を聞く機会をもうけ、「消費者ニーズが反映された販路開拓の実現性が高い商品」が生み出せるよう経営指導員等が小規模事業者と共に、情報の収集と整理を行う必要がある。



■写真は第1期計画で商品開発を行った商品の一部

左：「The Soup ごく旨地鶏の満ちてくスープ」【スープ缶詰】 (有)はたやま夢楽

右：「おやすみ、文旦。」【特殊冷凍ブタン】 千光土農園

②調査の目的・ねらい

試食会や商談会という消費者やバイヤーの意見をダイレクトに聞くことが出来る場を活用し、そこで得た生の声を商品開発及びブラッシュアップや販路の設定等に活かすことで、より消費者のニーズにマッチした商品の開発や販路開拓につなげていく。

③目標

	単位	直近実績	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
試食会アンケート調査回数	回	0	4	4	4	4	4
試食会対象事業者	者	2	2	2	2	2	2
商談会等でのアンケート調査回数 (居酒屋 JAPAN、高知発掘フェア)	回	0	2	2	2	2	2
商談会アンケート収集数 (1者あたり)	件	0	40	40	40	40	40
商品開発実施事業者数	者	0	2	2	2	2	2

④事業内容

ア. 試食会の開催

a. 調査対象

当所は地域産品を活用した名物商品開発の支援を行っており、今後も継続的に商品開発支援を行っていく。そこで誕生した新商品について調査を実施する。

b. 想定する調査項目

商品力（味、使用感）、内容量、価格、パッケージ、販売チャネル

c. 調査方法

試食会の開催時に協力者に対し試食、アンケート調査を行う。なお、調査の実施に際しては次の項目を想定している。

項目	想定するもの
試食場所	商品開発者店舗、安芸商工会議所ホール、産直施設（安芸駅市場さん市場）など
試食協力者	材料提供生産者、安芸商工会議所女性会メンバー、地元新聞社記者、観光協会、J A、直販施設スタッフ、消費者など

d. サンプル目標数

試食会については、1 者につき 10 人の参加者を集めアンケートを実施する。直販施設などで試食会を実施する場合は、来場者 40 人からアンケートを取得する。

e. 試食会アンケート回数

基本的には、試作品の完成時に 1 回、その後は商品のブラッシュアップの都度試食会を開催し、アンケート調査を実施する。延べ回数は年 4 回程度を予定している。

イ. 商談会等における需要動向調査

a. 調査対象

地域の食材を活用した商品開発を行い、域外での消費拡大を目指す小規模事業者等の商品。

b. 想定する調査項目

商品力（味、使用感）、内容量、価格、パッケージ、販売チャネル

c. 想定する商談会等

商談会等	内容	開催時期
居酒屋 J A P A N	東京、大阪にて開催される、多ジャンルの外食産業のバイヤーや飲食店経営者が集まる商談会。当所でも平成 30 年度、令和元年度にそれぞれ 2 者が参加している。	1 月 or 2 月
高知発掘フェア (県内商工会議所共催商談会)	高知県内の商工会議所が共同で実施。高知市内の飲食店や宿泊施設等のバイヤーと、高知県内の生産者の商談会として開催。	11 月頃

d. サンプル目標数

1 者につきバイヤー40 名に対しアンケートを実施する。

④調査結果の活用

試食会や商談会等により得た情報は当該小規模事業者等にフィードバックし、専門家、経営指導員等を交えながら、商品のブラッシュアップを行っていく。

また、取得した情報については、当該小規模事業者等の商品開発や販路開拓を含めた「事業計画の策定」においても活用するとともに、所内での保管・情報共有を行い、今後の商品開発支援や事業計画策定支援の参考として活用していく。

5. 経営状況の分析に関すること

①現状及び課題

(現状)

小規模事業者等を経営状況に応じて事業者カルテを作成。※4 段階にレベル分けを行っている。このレベルに応じて支援内容の決定や、セミナー、事業計画策定支援先等の対象事業者の掘り起こしを行っている。当所が行う事業計画策定支援や、販路開拓支援を受ける小規模事業者等については、経営分析を必須としているが、第 1 期計画の実施期間を通じて設定した目標分析数は達成している一方で、支援対象となる小規模事業者等の固定化が徐々に生じている。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により、飲食店や観光関連業者を中心に事業環境が大きく変化している。

※4 段階のレベル分け

事業者レベル	小規模事業者等の状態
レベル 1	「経営者の高齢化や後継者不在」、「事業規模が著しく小さい」などの理由で、今後の長期的な事業継続が困難な小規模事業者等
レベル 2	今後の事業継続は可能と思われるが、自社の現状（内部環境・外部環境）や有する課題の把握・整理が不十分で、事業計画策定に対しても消極的な小規模事業者等
レベル 3	事業計画を策定中の小規模事業者等、または着手はしていないが、自社の現状（内部環境・外部環境）や有する課題の把握がある程度出来ており、計画策定に対しても意欲的な小規模事業者等
レベル 4	事業計画を策定し、実行に移っている状態の小規模事業所等、及び自ら自社の事業計画の進捗管理が行える小規模事業者等

(課題)

意欲的な事業者の掘り起こしを行い、支援先の固定化を解消することが求められている。同時に、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、小規模事業者の経営環境は大きく変化しており、事業計画策定の前には、財務面、非財務面の両面で、経営状況の分析をしっかりと行う必要がある。

②当事業の目的・ねらい

財務面、非財務面の両面から自社の経営状況を十分把握してもらう。そのうえで事業計画の策定に進んでもらうことで、実現可能性が高く、実効性も高い事業計画の策定につなげていく。

③目標

項目	単位	直近実績	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
経営分析事業者数 【内訳は下記に記載】	者	14	20	20	21	22	22
経営分析セミナー開催	回	0	1	1	1	1	1
経営分析セミナー参加者数	者	0	15	15	15	20	20

※セミナー参加者の募集方法

募集方法については、新聞への折込チラシや当所ホームページ、SNSにて会員、非会員を問わず幅広く周知していく。

【経営分析事業者数内訳】

内訳	単位	直近 実績	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度
経営分析セミナー参加者	者	0	10	10	11	12	12
商品開発事業参加事業者	者	2	2	2	2	2	2
補助金申請を契機に分析を行う 小規模事業者等	者	12	8	8	8	8	8
合計	者	14	20	20	21	22	22

④事業内容

ア．経営分析セミナーの開催

事業計画策定の前段階として、経営分析セミナーを開催。財務面、非財務面（内部環境、外部環境）の両面で、基本的な分析方法の知識を学んでもらい、自社の経営分析に取り組んでもらう。対象者は「事業計画策定に意欲的な小規模事業者等」をはじめ、「商品開発事業参加事業者」や「補助金申請を検討している小規模事業者等」とし、経営分析を行ったうえで、計画策定や商品開発等に取り組んでもらう。

なお、講師は中小企業診断士を予定しており、募集方法については、新聞への折込チラシや当所ホームページ、SNSにて会員、非会員を問わず幅広く周知し、参加を呼びかける。

項目	内 容
支援対象者	・ 自社の現状（内部環境・外部環境）や有する課題の把握・整理が不十分だが、今後の経営発達に向け高い意欲を有する小規模事業者等 ・ 事業計画を策定しているが、大幅に経営環境が変わった小規模事業者等 ・ 事業計画策定に対し高い意欲を有する小規模事業者等 ・ 商品開発を目指す小規模事業者等 ・ 補助金申請を検討している小規模事業者等
分析項目	・ 財務面（収益性、流動性、成長性、回転率） ・ 非財務面（内部環境、外部環境）、商圏
分析手法	SWOT 分析、3C 分析、5 フォース分析、財務分析、商圏分析等

イ．意欲的な事業者の掘り起こし

支援先の固定化を解消するために意欲的な事業者の掘り起こしを行う。手段としては、日常の巡回等における小規模事業者等への直接の声掛けや、金融機関等と積極的に情報交換を図ることで意欲的な小規模事業者等を紹介してもらう。

また、当所管内の特徴である 1 次産業が主要産業であるという点に着目し、「自主的な販路開拓を目指している」、「商品開発に取り組みたい」といった 1 次産業者や、農商工連携に取り組む小規模事業者等を新たなターゲットに、セミナーへの参加呼びかけや、経営状況の分析への意欲喚起を行っていく。

ウ．経営支援基幹システムの活用

計画策定時の財務分析・SWOT 分析の情報管理や、事業計画策定後の支援等において経営基幹システム「BIZミル」を活用する。各補助金等の申請時にも積極的に活用し、策定した計画および財務データ等を全経営指導員等で共有することで、事業計画の見直し時や担当者変更時にもスムーズな継続的支援につなげる。

⑤分析結果の活用

分析結果については、RESAS 等から得た消費者動向や業界動向等の情報とあわせて、当該小規模事業者等にフィードバックし、経営指導員等がアドバイスをを行いながら事業計画の策定に活用する。同時に、今後の経営支援事業の参考情報として、所内で保管・情報共有を行う。

6. 事業計画策定支援に関すること

①現状及び課題

(現状)

第1期計画を通じて、事業計画策定セミナー、専門家による事業計画策定個別相談を実施している。事業計画を策定した小規模事業者数は目標件数をクリアしており、計画の策定が売上や利益率の向上に結び付いた小規模事業者等も現れている。しかしながら「経営状況の分析」と同様、支援対象の固定化が生じている。また、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度以降は集合セミナー開催の見合わせや、個別相談についても回数を減らして対応するなど十分な事業が出来ていないといった問題も生じている。

また、商品開発に伴う事業計画の策定として、商品開発の専門家を交えながら、小規模事業者4者に対して支援を行い、地域資源を活用した新たな4アイテムが誕生している。中には全国放送の有名メディアで取り上げられた商品もあり、順調に販路開拓が進んでいる。

(課題)

新たな支援対象事業者の掘り起こしによる固定化の解消と、新型コロナウイルス感染拡大時には、個別相談をオンライン形式で開催など、新型コロナウイルス感染症の影響の最少化を図る取り組みが必要である。

②支援に対する考え方

まず事業計画策定の必要性を理解してもらう。補助金や融資が起点であっても、単に補助金をもらう、融資を受けるだけの計画づくりでなく、最終的には経営発達につながる事業計画の策定に取り組んでもらう。これによりビジネスプランに基づく経営の促進を図り、管内の小規模事業者等の経営発達、収益性の向上を実現し、地域経済の発展に貢献していく。

また、効率化をはかり、効果的な事業を展開していくためにはDXが不可欠であることから、ITツールやデジタル技術の活用を踏まえた計画策定を実現するために、必要な情報提供を行うとともに、セミナー開催等により基本的な知識の習得をはかっていく。

③目標

項目	単位	直近実績	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
事業計画策定事業者数	者	14	19	19	20	21	21
事業計画策定セミナー (初級レベル)	回	0	1	1	1	1	1
上記セミナー参加者数	者	0	12	12	12	12	12
事業計画策定セミナー (中級レベル)	回	0	1	1	1	1	1

上記セミナー参加者数	者	0	10	10	10	10	10
事業計画策定個別相談 (延べ回数)	回	18	16	16	16	16	16
上記個別相談参加者数	者	4	4	4	4	4	4
D Xセミナー (初級レベル)	回	0	1	1	1	1	1
上記セミナー参加者数	者	0	10	10	10	10	10
D Xセミナー (中級レベル)	回	0	1	1	1	1	1
上記セミナー参加者数	者	0	10	10	10	10	10

④事業内容

ア. ステップアップ方式での支援

事業計画策定支援については、3段階のステップアップ方式で実施する。初級レベルのセミナーにおいて計画策定の必要性、基本的知識を習得することからスタートし、受講者の意欲、習熟度に合わせて、演習も交えた中級レベルのセミナーにステップアップしていく。最終的には個別相談につなげ、専門家を交えた計画策定支援を行っていく。

計画策定にあたっては、前段階で検証を行った「経営状況の分析」の結果や、「地域の経済動向調査」や「需要動向調査」の結果を踏まえることで市場の動向及び消費者ニーズと、小規模事業者等の強み・得意分野が合致した、実効性の高い事業計画の策定を目指す。

セミナー等	内容	対象とする事業者
事業計画策定セミナー (初級レベル)	事業計画策定によるメリット、必要性を示し、計画策定に対する意欲喚起を図ること、計画策定に必要な基本的なスキルの取得を目標とする。 【想定するセミナー内容】 事業計画の必要性 事業計画策定によるメリット 基本的な策定手順 など 【講師】 中小企業診断士 【開催回数】 年1回	・経営分析を実施した小規模事業者等 【予定参加者数】 12名

事業計画策定セミナー (中級レベル)	事業計画策定中の小規模事業者等及び策定を決意した小規模事業者等を対象に、少人数制で演習を伴った形式の研修を行い、実現可能性の高い事業計画の策定を支援する。 【想定するセミナー内容】 既存の計画のブラッシュアップ 事業計画策定に伴う資金計画 創業計画 など 【開催回数】 年 1 回	・事業計画策定セミナー（初級編）の受講者 ・すでに事業計画を策定している小規模事業者 【予定参加者数】 10 名
専門家個別相談 (中小企業診断士を交えた計画策定支援)	事業計画策定において課題解決の難易度が高い案件や、よりレベルの高い計画の策定を目指すケースに対応する。 【開催回数】 延べ回数 16 回 4 者 (1 者×4 回=16 回)	・事業計画策定セミナー（中級編）の受講者 ・すでに事業計画を策定している小規模事業者 【予定参加者数】 4 名

※セミナー参加者の募集方法

募集方法については、経営状況の分析をすでに終えている小規模事業者等や、経営分析セミナー参加者を対象に周知を行っていく。

イ．D X 推進セミナーの開催

地方における D X が進まない理由として、D X を実現する手段である I T 化に取り組む事業者が少ないことが挙げられるため、ステップアップ形式のセミナーを開催する。初級レベル、中級レベルにランク分けして実施し、地域内において D X を推進する事業者の増加を目指す。

また、事業計画策定時には、D X 活用による効率化、競争力強化を実現できるよう専門家や経営指導員等により指導、助言を行っていく。

セミナー	内容	対象とする事業者
D X 推進セミナー (初級レベル)	D X の基礎的知識の習得を目指す。 【内容】	・これから D X に取り組もうと考えている小規模事業者等 ・D X に対する知識を習

	I T ツールの紹介 D X とは何か D X の活用事例 【講師】 高知県よろず支援拠点専門家	得したいと考える小規模事業者等 【予定参加者数】 10 名
D X 推進セミナー （中級レベル）	どのように D X を推進していくか、自社にあった D X の活用方法について学ぶ。 【内容】 業界別の D X 推進事例 D X による業務効率化 【講師】 高知県よろず支援拠点専門家	・ D X 推進セミナー（初級編）参加者 ・すでに D X 推進に取り組んでいる事業者 【予定参加者数】 10 名

※セミナー参加者の募集方法

募集方法については、新聞への折込チラシや当所ホームページ、SNSにて会員、非会員を問わず幅広く周知していく。

ウ．固定化の解消

経営分析を行った小規模事業者等を事業計画策定に誘導することや、金融機関等との連携により意欲的な事業者を紹介してもらうことで、支援先の固定化を解消していく。

エ．新型コロナウイルス感染症に対応した支援

新型コロナウイルスの感染症の影響により、対面での個別相談や集合型のセミナーの開催が出来ないといったケースの対応策として、小規模事業者等が G o o g l e M e e t や Z o o m といった W E B 会議システムを活用できるよう、操作方法等のレクチャーなど必要に応じて実施していく。

オ．商品開発支援

食の 6 次産業化に精通した専門家を招聘し、安芸市の地域産品を活用した名物商品の開発を支援する。専門家による助言を定期的に受けながらブラッシュアップを重ね、商品開発に係る事業計画の策定を支援していく。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

①現状及び課題

(現状)

事業計画を策定した事業者に対し計画策定後の実行支援や、補助金に関連した計画策定については投資効果の検証や導入後の進捗状況のチェックまで一貫して行っている。しかし進捗管理手法について、所内で統一化がされていないため、各経営指導員等による管理のばらつきが生じている。

(課題)

進捗管理手法についての統一を図り、担当間のばらつきを最小化していく必要がある。またOJTの一環として経営指導員等の中での相互検証などを行ない、職員全体のスキルアップを図る必要がある。

②支援に対する考え方

事業計画を策定した小規模事業者等の計画がスムーズに実行されるよう、事業者に寄り添った伴走型支援を行い、小規模事業者等が設定した目標を達成できるように導いていく。結果として、成功事例、ビジネスモデルを生み出し、地域の小規模事業者等の経営発達のモデルとなる小規模事業者等を輩出していく。

アフターフォローについては、対象となる小規模事業者等の現状や必要とする支援内容に応じ、訪問回数及び支援内容の強度を決定し、担当指導員等のスキル等を考慮したうえで担当の配置を行う。

③目標

	単位	直近実績	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
フォローアップ事業者数 【内訳は下記に記載】	者	38	45	52	58	60	62
経営指導員一人当たり フォローアップ事業者数	者	12.6	15	17.3	19.3	20	20.7
フォローアップ延べ回数 【内訳は下記に記載】	回	—	97	109	117	122	125
相互検証	回	3	3	3	3	3	3
事業計画を策定した案件 に関する資金調達支援	件	4	6	6	6	6	6

【フォローアップ事業者数内訳】

内訳	単位	直近実績	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
当年度事業計画策定事業者	者	14	19	19	20	21	21
前年度事業計画策定事業者	者	12	14	19	19	20	21

前々年度事業計画策定事業者	者	12	12	14	19	19	20
合計	者	38	45	52	58	60	62

【フォローアップ延べ回数内訳】

内訳	単位	直近実績	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
当年度事業計画策定事業者 ※年3回フォロー実施	回	42	57	57	60	63	63
前年度事業計画策定事業者 ※年2回フォロー実施	回	24	28	38	38	40	42
前々年度事業計画策定事業者 ※年1回フォロー実施	回	12	12	14	19	19	20
合計	回	78	97	109	117	122	125

④事業内容

ア．PDCAでの進捗管理

作成した事業計画の実行にあたり、PDCAサイクルの手法を用いながら進捗管理を行う。小規模事業者等が自ら進捗管理を行うことが可能になるまで伴走型でのフォローアップを行い、専門性が高い案件や難易度の高い案件については外部専門家のサポートを受ける。

また、PDCAサイクルの手法に沿った進捗管理チェックシートを作成することで、経営指導員等による進捗管理の標準化を図る。

イ．達成状況の確認方法

事業計画書に記載された実施項目に沿って達成状況の確認を行う。売上高や利益、販売数量や来客数といった定量的目標に関しては前述した進捗管理チェックシートの中に記載する。一方、定性的目標に対しては、小規模事業者等の自己評価と経営指導員等の客観的な視点の両面からの評価により確認を行う。

ウ．支援頻度の設定

事業計画策定後の支援に関しては、策定後から概ね3年間を想定している。その期間に小規模事業者等が自らPDCAサイクルを回して事業安定をはかれるように支援を実施する。

なお、支援期間中の接触頻度については、下記のように目安を設定するが、※事業計画の進捗状況や小規模事業者等の現状にあわせて、臨機応変に対応していく。

※計画の進捗にズレがある場合には、問題点を洗い出し、必要に応じて専門家を派遣するなどし、課題を見つけ修正していくため、接触頻度は多めにとる。一方、事業計画実施の経過が順調な小規模事業者等や、自社でPDCAサイクルによる管理が十分できている小規模事業者等に対しては、接触頻度を下げることとも想定している。

【接触頻度の設定】

事業者の状況	接触頻度
当年度事業計画策定事業者 (事業計画策定後 1 年以内)	4 ヶ月に 1 回
前年度事業計画策定事業者 (事業計画策定後 2 年以内)	6 ヶ月に 1 回
前々年度事業計画策定事業者 (事業計画策定後 3 年以内)	年 1 回

エ. 経営指導員による相互検証

事業計画の策定時及び実行支援時において、担当経営指導員だけでなく、別の経営指導員が支援の場に同席し、指導員同士による指導内容の相互検証を行う。これにより違った目線からの支援手法の検討など、気づきを得ることが可能となり、支援の幅の広がりが期待できる。

また、経営指導員間において、より深い情報共有を図ることが可能になると同時に、個々の経営指導員等の得意分野や、不足している能力の分析を行うことも可能となりスキルアップにつながる。

オ. 資金調達支援

策定した事業計画の実行にあたり、有効的な補助金や助成金制度の活用を検討し、小規模事業者等の資金負担の軽減を図る。そのため補助金や助成金の情報の収集と管理を行い、職員間での共有を図っておく。また融資が必要な場合においても、各金融機関と連携し、最適な資金調達方法を提案していく。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

①現状及び課題

(現状)

第 1 期計画においては、東京、大阪で開催された「J A P A Nシーフードショー」や「居酒屋 J A P A N」といった商談会への参加や、首都圏のホテルや飲食店と連携し、高知の地域食材を活用したメニュー提供を行う「高知フェア」の開催を通じて地産外商の促進を図ってきた。また高知県内の 6 商工会議所が連携した「高知発掘フェア」「買うぜよ」といった地域商談会の開催も行ってきた。

しかしながら新型コロナウイルス感染症の影響により、令和 2 年度以降は予定していた販路開拓支援が十分出来ていない状況にある。

(課題)

販路開拓については、やはり with コロナへの対応である。今までのように実地型の展示会や商談会への参加だけでなく、オンライン商談会や Z o o m 等の W E B 会議システムを活用した商談など、

D Xを活用した販路開拓が必要であることを理解してもらい、実際に取り組んでもらうことが求められている。同時に、自社E Cや Amazon、楽天といったE Cモールを通じたオンライン取引が購買プロセスとして大きな支持を得るようになる中、小規模事業者等も販売チャネルの一つとしてE Cの採用を検討する必要があると考えられる。

②支援に対する考え方

地域の人口が減少しマーケットが縮小していく中で、売上を維持し事業を継続していくためには域外への販路開拓が欠かせない。当所管内の小規模事業者等が製造や販売を行うアイテムには、自分たちが思っている以上に魅力的な商品があり、域外で販路を開拓できる商品も少なくないと考えられる。当所では域外に向け、積極的な販路開拓を目指す小規模事業者等を対象に、需要動向調査で得た市場や消費者のニーズを踏まえたうえで、販路開拓及び商品のブラッシュアップに対する支援を行い、域外での消費拡大を目指す。成功事例をしめすことで、他の小規模事業者等の販路開拓に対する意欲の向上につなげていく。

③目標

項目	単位	直近実績	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
商談会「居酒屋 JAPAN」出展事業者数	者	0	2	2	2	2	2
成約件数/1 者あたり	件	0	5	5	5	5	5
新規成約に伴う売上増加率 (1 者あたり)	—	0%	3%	3%	3%	3%	3%
商談会「高知発掘フェア」出展事業者数	者	0	4	4	4	4	4
成約件数/1 者あたり	件	0	3	3	3	3	3
新規成約に伴う売上増加率 (1 者あたり)	—	0%	2%	2%	2%	2%	2%
オンライン商談会参加事業者数	者	0	5	5	5	5	5
成約件数/1 者あたり	件	0	3	3	3	3	3
新規成約に伴う売上増加率 (1 者あたり)	—	0	3%	3%	3%	3%	3%
E C販売実施事業者数	者	0	4	4	4	4	4

E C 販売実施による売上増 加率（1 者あたり）	—	0%	5%	5%	5%	5%	5%
------------------------------	---	----	----	----	----	----	----

④事業内容

ア．商談会等への参加に対する支援

当所管内の地域食材を扱い、販路開拓に積極的な姿勢を持つ小規模事業者等を対象に、東京、大阪といった都市部で開催される「居酒屋 J A P A N」や、高知県内で開催する「高知発掘フェア」といった商談会への出展を支援する。出店に際しては、F C P シートの作成や P R グッズの準備などの事前の支援を行うとともに、商談会へ同行し、バイヤーからの評価や意見等の整理をおこない、出展者と共有することで、以後の販路開拓や商品のブラッシュアップに活かしていく。

商談会等	内容	対象とする事業者
居酒屋 J A P A N	東京、大阪にて開催される、多ジャンルの外食産業のバイヤーや飲食店経営者が集まる商談会。当所でも平成 30 年度、令和元年度にそれぞれ 2 者が参加している。 【開催時期】 例年 1 月 or 2 月 【来場者数】 24,081 名（R2 年開催分） 【出展者数】 217 者（R2 年開催分）	・都市部の飲食店に対し販路開拓を目指す小規模事業者等 ・地域食材の販路開拓を目指す小規模事業者等 【予定参加者数】 2 者
高知発掘フェア (県内商工会議所共催商談会)	高知県内の商工会議所が共同で実施。高知市内の飲食店や宿泊施設等のバイヤーと、高知県内の生産者の商談会として開催。 【開催時期】 例年 12 月 【来場者数】 57 者（H30 年開催分） 【出展者数】 25 者（H30 年開催分）	・高知県内の飲食店に対し販路開拓を目指す小規模事業者等 ・地域食材の販路開拓を目指す小規模事業者等 ・高知県の地域食材を広く集めたい飲食店 【予定参加者数】 4 者

イ．IT 活用による販売力向上支援

オンラインによる商談会や展示会への参加機会の増加が見込まれる中で、いかに営業力・商談力を高めるかが商談成立のカギとなる。商品の魅力やそのストーリー等を伝える力を習得するセミナーを実施し、オンラインでの商談スキルの向上を目指す。また、E C（自社サイト、楽天市場、Amazon 等）での販路開拓を目指す小規模事業者等に対し、E C 運営の基本知識から SNS を活用した宣伝手法などを習得してもらうためのスキルアップセミナーも実施する。

セミナー	内容	対象とする事業者
オンライン商談会対応力向上セミナー	オンライン形式での商談会におけるプレゼン力の向上を図る。 【内容】 基本プレゼン能力 P R グッズの整備 動画の活用方法 など 【開催回数】 1 回 【講師】 高知県よろず支援拠点専門家	・ B to B での販路開拓を目指す小規模事業者等 【予定参加者数】 10 名
E C 販売セミナー	販路拡大のための販売チャネルとして E C の有効活用を目指す。 【内容】 E C 運営の基本知識 S N S の活用効果 S N S の情報発信手法 など 【開催回数】 1 回 【講師】 高知県よろず支援拠点専門家	・ B to C での販路開拓を目指す小規模事業者等 ・ S N S を活用し情報発信力強化を目指す小規模事業者等 【予定参加者数】 10 名

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現状及び課題

(現状)

第1期計画では、指導課（経営指導員3名、補助員1名、記帳専任職員1名）による内部検討会を行ったうえで報告書を作成。外部有識者（中小企業診断士）による評価・見直しを受けている。そこで受けた指摘事項については、次年度の計画に反映してきた。

(課題)

評価・見直し等の所内での情報共有が十分でないため、経営指導の担当職員だけでなく、所内の全職員の間での情報共有をはかっていく必要がある。

②目標

毎年1回、内部検討会、検討会を実施するとともに中小企業診断士等の外部有識者による評価・見直しを受ける。

③事業内容

実施してきた当該年度の経営発達支援事業について、毎年2月に下記の内容にて検証を行う。

実施事項	内 容
担当課職員による内部検討会議	当所経営指導課職員による進捗管理等の検討会議を行い、法定経営指導員を中心に成果の評価を行う。そのうえで報告書を作成する。 【年1回開催】
市担当課を交えた検討会の実施	内部検討会議から出された報告書をもとに、安芸市商工観光課長、同課担当職員を交えた検討会を実施。違った視点からの評価・見直しを行う。 【年1回開催】
外部有識者による評価・見直し	中小企業診断士等の外部有識者により、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を受ける。 【年1回開催】
次年度実施事項への反映	上記プロセスでの意見を踏まえ、必要に応じて当計画の修正を行い、その後の事業実施に反映させる。
所内での情報共有	各検討会や専門家を交えた検証で得た評価・見直し案と、当計画の修正箇所については、所内にて全職員の間で情報共有を行う。

④結果の公表方法

経営発達支援事業にて取り組んだ事業内容及び専門家による評価・見直しの意見については、常議員会にて報告し承認を得るとともに、当所ホームページにて公開することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。また、小規模事業者等からの要望があった場合には、すぐに閲覧できる状態にしておく。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

①現状及び課題

(現状)

現在当所は、経営指導員3名、補助員1名、記帳専任職員1名、一般職員2名の7名体制となっている。主に指導業務を行う経営指導課は5名で構成されている。

(課題)

当所の経営指導員3名の経験年数は、それぞれ、18年、3年、2年となっており、経験年数3年以下ものが過半数を占めている。そのためOJTを通じた支援経験・能力向上や、研修会やセミナーの参加による基本的な知識の習得が求められている。

②事業内容

経営指導員等が受講する研修やセミナーの内容については、経営指導員等に不足していると考えられるスキルと、経営支援においてニーズの高い内容とのバランスを取りながら選定していく。

また内部勉強会と報告会をセミナー後などに定期的実施し、経営指導員等が入手した支援ノウハウ等を所内で共有していく。

■不足していると考えられる能力と対応策

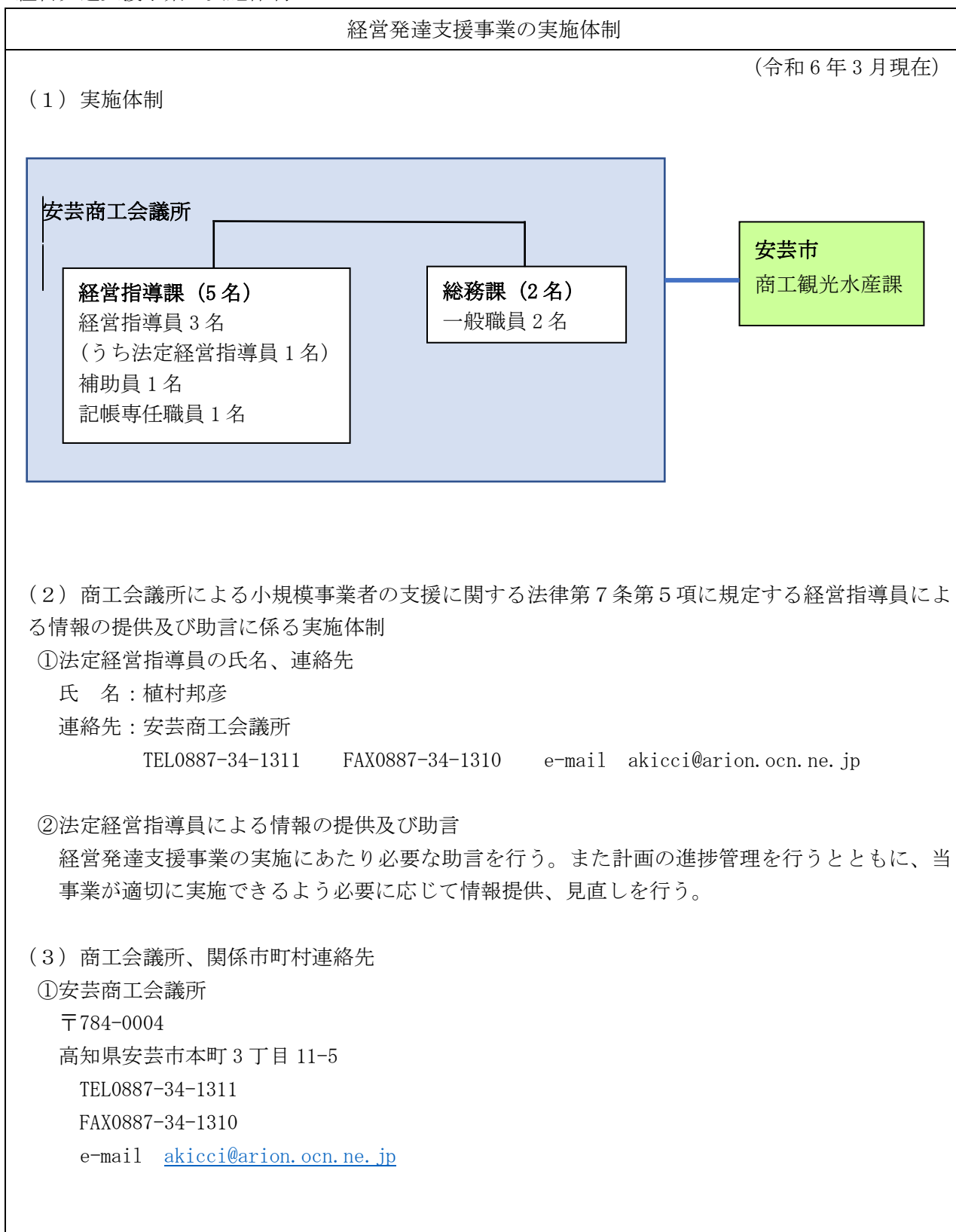
基本的な経営診断手法の習得	経験年数の少ない経営指導員等の経営診断力の向上と指導能力の向上を図るため、中小企業大学校の「経営診断基礎研修」へ派遣する。
ITスキルの向上	常に進化を続けているIT技術を経営発達に活かしていけるよう、経営指導員等が知識の習得を行い、支援力の向上を図るとともに小規模事業者等に情報提供していく。 その知識を習得するために中小企業大学校で開催される「IT支援能力向上研修」や、高知県商工会議所連合会が開催する「応用研修事業」等へ派遣する。

■想定する研修会等

種別	内容
内部勉強会	職員のスキルアップを目指し、3か月に1回の勉強会を開催。回ごとに責任者を決め、責任者がテーマの決定や進行役を務める。
内部報告会	当経営発達支援計画を遂行するため、3か月に1回進捗状況の報告会を開催する。全職員が参加し、経営発達支援業務で収集した情報や小規模事業者等の支援状況を報告することで、内部の情報共有を図る。
専門家派遣時の同席	専門家の派遣時に同席することで、よりレベルの高い支援手法等について学ぶことが可能となる。
支援内容の相互検証	指導員同士による、指導内容の相互検証を行うことで、違う目線からの支援手法等の気づきを得ることが可能となる。
高知県商工会議所連合会研修事業	同連合会が主催する研修会に参加することにより、経営計画策定の手法や、支援ノウハウを高め、各種支援に役立てる。また、希望するテーマがある場合にはそのテーマでの開催を依頼する。 現状では経営指導員のみ参加となっているが、今後補助員等の職員についても積極的に参加を進めていく。
高知県商工会等職員協議会	同協議会が主催する支援事例発表会を通じて、他地域の事業所支援の具体的な手法やノウハウを学び、プレゼンスキルを高め、経営指導員の資質向上を図る。
中小企業大学校	中小企業大学校が主催する専門研修会に、経営指導員が必要に応じて受講することで、専門的知識の習得、支援能力の向上を図る。
D X推進のためのスキルアップ	D Xに関する知識や活用方法等を学ぶため、県連や中小機構等が主催するセミナーや研修会に積極的に参加し、スキルアップを図る。セミナー等のテーマについては、事業者のニーズの高いものを中心に選択していく。 【想定するセミナー等】 ・HPやSNSを活用した自社PR・情報発信支援 ・オンライン展示会の有効活用 ・RPAシステムの導入支援 ・情報セキュリティ対策 等

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



②安芸市 商工観光水産課

〒784-0042

高知県安芸市土居 82-1

TEL0887-35-1011

FAX0887-35-8113

e-mail syokou@city.aki.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 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
必要な資金の額	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
■地域の経済動向調査 (資料購入費用他)	50	50	50	50	50
■需要動向調査 (資料購入費用他)	100	100	100	100	100
■経営状況の分析 (セミナー開催費用他)	200	200	200	200	200
■事業計画策定支援 (セミナー、個別相談専門家謝金、 経営支援基幹システム利用料等)	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
■事業計画策定後の実施支援 (専門家謝金等)	150	150	150	150	150
■新たな需要の開拓に寄与する事業 (展示会等参加費用)	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
■事業の評価及び見直し (専門家謝金等)	50	50	50	50	50
■経営指導員等の資質向上等 (職員旅費等)	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
国補助金、高知県補助金、安芸市補助金、会費収入、各手数料収入

(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