

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	須崎商工会議所（法人番号 9490005003676） 須崎市（地方公共団体コード 392065）
実施期間	令和3年4月1日～令和8年3月31日
目標	①生産性を向上させ、経営基盤の強化を行う ②ビジョンや目標の達成を社員とともに行う経営者の育成 ③地域産品をブランド化、地産外商を図る 人口減である須崎市において、人口流出の要因の一つである「若者の雇用において給料が魅力的でない」という課題を解決していきたい。そのために付加価値額（利益＋人件費＋減価償却費）を増加させる支援を行う。
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 1. 地域の経済動向調査に関すること 地域内の経済動向、企業経営状況を年に2回調査を実施、景気動向を把握する。また、公共機関等が提供するビッグデータや県・市の産業振興計画についても収集・分析。これらの分析情報は当所HPに掲載する。 2. 需要動向調査に関すること マーケット・インの観点を身に付けるべく、都市部/四国（高知市含む）/ECに精通する専門家の意見を頂戴しながら、商品開発とその試食会を行う。 試食会では、味や見た目、価格等を来場者に評価して頂き改善を図る。 3. 経営状況の分析に関すること 業況調査の結果で支援の必要性を感じた事業者を中心に巡回した事業者、および経営分析セミナーに参加した事業者の中から意欲的で販路拡大の可能性が高い15社を選定。経営分析を行う。 4. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を行った事業者の7割を対象に、事業計画策定の支援を行う。 それにあたって、年2回の計画策定セミナーを開催する。 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定事業者には、基本的には毎月（進捗状況によっては頻度を下げる）フォローアップを行う。進捗にズレが生じた場合には、専門家を交えて課題を見つけ修正していく。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 商品提案シートや商品規格書の作成等を行う勉強会を開いたうえで、高知県内外で行われる展示会・当所＋高幡地域の6商工会で開催する「高幡地域商談会」への出展支援。積極的な地産外商を図る。
連絡先	須崎商工会議所 中小企業相談所 〒785-0030 高知県須崎市多ノ郷甲 5476-5 TEL:0889-42-2575 FAX:0889-43-2696 E-mail:susaki@cciweb.or.jp 須崎市 元気創造課 商工外商係 〒785-8601 高知県須崎市山手町 1-7 TEL:0889-42-3951 FAX:0889-42-7320 E-mail:syokol@city.susaki.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

〈第1期における取組と評価等〉

「計画書を自ら策定できる事業者を、一人でも多く増やしていく事が商工会議所の役割である」ということを念頭に、事業者が自らで事業を評価できる仕組みを作ることをミッションとして活動してきた。また、事業者の減少問題の解決手段として創業者を生み出す仕組みの構築を行った。

評価としては、まだ事業者が自らで事業を評価できる仕組みは浸透しておらず、今後も普及を続けていく必要があると感じている。

創業者を生み出す仕組みに関しては、創業塾とビジネスプランコンテストを開催し、参加者20数名のうち、約半数の創業・その後の事業の継続が確認されている。しかし、事業の継続に際して理想とのギャップに苦勞することがあり、そのための知識の習得を追加で行う必要がある。

〈今回の申請における取組〉

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

- ・立地、人口、産業、交通、等
- ・須崎市市勢

(立地)

高知県須崎市は、県都高知市の西方37km
高知県のほぼ中央部に位置し、
東西25km、南北13km、総面積135.44km²
南は土佐湾に面している。

市の西部を流れる新荘川は、1979年に
日本で最後にニホンカワウソが確認された
清流で、このカワウソをモチーフに誕生し
たマスコットキャラクター「しんじょう君」
が、ゆるキャラグランプリ2016に1位
をおさめた。

SNSのフォロワーを11万人以上抱えているしんじょう君を使ったインフルエンサー・マーケティングは順調で、関連グッズだけでなく、ふるさと納税の寄付額やコロナ禍で卸が困難になった事業者の救済に貢献している。



(人口)

当市は少子高齢化・人口減少に歯止めがかからない状況であり、主に進学や就職による若者の都市部への流出が原因により、令和7年には2万人を割ることが予測されている。



年齢階級別純移動数の時系列推移（RESAS サマリー：須崎市より）

上記の図より、ここ15年の間、「15～19歳→20～24歳」が流出していることがわかる。反動で戻ってくるのが「20～24歳→25歳→29歳」の部分であるが、これは「高校以降は須崎市外に行き、一定数は須崎市に戻ってくる」ということを表している。須崎市には大学が無く、進学は市外に行くことになる。今後、人口減に歯止めをかけるのであれば、須崎市の商圈を維持するためにも、いかにこの年代の流出を食い止め、流入を増やすかが重要な課題となる。

(産業)

産業では、農業分野は、ミョウガ・キュウリ・シシトウ等が挙げられるが、中でもミョウガの販売高は全国一で、主要産地として市場評価も高い。

水産分野は、タイ・カンパチ養殖や、カツオ等の鮮魚類、イワシ・アジ等の干物類、そして近年ではウツボで地域を盛り上げている。前述のしんじょう君が卸先を無くしたタイやカンパチをPRしたことにより、新規に立ち上げたECサイトが約5億円分の売上を生み出したほか、全国ネットのTVでも取材が相次いでいる。

商業分野では、B級グルメで売り出した鍋焼きラーメンが県内外からも注目されており、2013年に期間限定で横浜ラーメン博物館へ出店、B1グランプリへはプロジェクトチームが5年連続出場した。現在では高知市内でも多く店舗を見かけるようになり、「須崎の鍋焼きラーメン」として県外へのPRも進んでいる。

須崎市の業種構成

建 設	製 造	卸・小売	宿泊・飲食	サービス	その他	合 計
86	83	374	171	223	190	1,127
7.63%	7.36%	33.19%	15.17%	19.79%	16.86%	100.0%

(2016 年経済センサス)

(交通)

交通では、県庁所在地である高知市に有料の高速道路を利用し30分程度と比較的近い位置にある。そのため、休日は買い物等に高知市へ出かけることが多く、須崎市内での消費行動が吸収されている部分もある。

しかし、観光のPRを行うことによって、高知市周辺の方や観光客の集客も同時に期待できる。

② 課題

・地域や管内における産業別の状況、強み・弱み等を踏まえた課題 等

須崎市総合計画によると、住民を対象とした調査において「須崎市に愛着があるか」という問いに対し、20代の約25%（回答対象者は市が無作為抽出）が愛着を感じていないと回答しており、産業・雇用についての記載には「働く場の少なさや賃金の安さに対する不満の声がある」、「若い世代の流出を心配している」等が挙げられていた。

人口が減り、市場規模が縮小することで事業者が減り、雇用の場が縮小することで流出が増加し、更に人口が減る。また、賃金の安さが都市部に比べ顕著であることが、地方の小規模事業者を敬遠する原因にもなっている。「労働者への分配」、そのための「付加価値額(利益+人件費+減価償却費)の向上」が喫緊の課題であるといえる。

(2) 小規模事業者等に対する長期的な振興の在り方

① 10年程度の期間を見据えて

「持続可能な経営」を目指すことを前提に、「計画を立てて実行しつつも、環境の変化には機敏に対応できる経営者」を育てることで、IoT等今後予想される大幅な技術革新の中でも経営が出来るようになる。また、事業の新陳代謝を促すために、事業承継や新規創業に注力して支援することで若者の活躍できる市を目指す。

② 須崎市総合計画との連動性・整合性

須崎市の強みは当計画内で農林水産業であり、「担い手の確保」、「合理化・近代化」、「ブランド化により付加価値を高めること」が課題とされている。

「合理化・近代化」および「付加価値を高める」ことにおいては事業者が「経営者」として成長すること、そのためには計画に沿って物事を進め、その計画や理

念を従業員含む利害関係者に理解してもらうことが必要であると考えている。

③ 商工会議所としての役割

「働く場の少なさや賃金の安さに対する不満の声がある」との記載から、当所としての活動の軸は、事業者に対して「企業が利益を生める計画策定とその実行の伴走型による支援」である。それにより、以下のような情景になることを目指す。

須崎商工会議所が描く 10 年後のビジョン

- 須崎の人口は 2 万人を維持している
- 須崎市内の経営者の平均年齢の推移が 60 歳。現在より若返りしている状態（現在正確な数字は集計していないが、高知県の社長の平均年齢は約 64 歳）
- 須崎市内の従業者数が 8,900 人を維持できている（2016 年は 8,923 人）
- 「須崎と言えば」という産品が 2 品目以上多い状態で PR 出来る様になる

(3) 経営発達支援事業の目標

① 生産性を向上させ、経営基盤の強化を行う

企業が売上を上げるために、現状の分析を徹底して行う必要がある。現状の経営資源で伸びしろがあるのか、新たな投資を行うことで売上増を見込むのか、その分析の支援を当所が行っていく。

② ビジョンや目標の達成を社員とともに行う経営者の育成

事業の成果は社員一人一人の功績もあることを踏まえた上で、社員とともに成長できる経営者を育成したい。

経営資源として設備に投資するのと同じように、人にも投資しなければ最大のパフォーマンスは出ず、事業者が社会的な信用を得るためにも従業員の満足度向上は不可欠である。

③ 地域産品をブランド化、地産外商を図る

須崎市から全国に売り出した事例として、「鍋焼きラーメン」、「ウツボ」、「カンパチ」、「タイ」等があるが、他にも地域資源は存在する。木材加工品、土佐打刃物など歴史のある産品や恵まれた気候から出来る食物等があるので、商談会に積極的に参加し、地産外商を図る。また、今後は自分で情報を発信することでブランド力を高める流れになることが予想されるので、YouTube 等の SNS を活用した販路を開拓していく事も支援していく。

これらの要素を通じて、須崎市の事業者の利益確保、それに伴う雇用の確保、設備投資に貢献していく。

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和3年 4月 1日～令和8年 3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①生産性を向上させ、経営基盤の強化を行う

情報を組織内で共有し、個々の指導員の経営支援レベルの向上を図ることで、目標を達成する。また、事業による効果を高めるためには事業承継も視野に入れ挑戦的な事業者を伸ばしていく。

②ビジョンや目標の達成を社員とともに行う経営者の育成

「社員とともに結果を出す」という意識を醸成する。従業員とともに参加でき、お互いの価値観を理解する場を提供する。

特に市内事業者の中核を担う、成長・発展の意欲ある経営者にとって、頼れる従業員は将来の後継者候補にもなりうるため、積極的な参加を促していく。

③地域産品をブランド化、地産外商を図る

経営者として、マーケット・インの考え方で販路開拓を行わなければならない。そのために商談会等の参加に際しても事前・事後含めて定期的なフォローアップを行う。また、県外にいきなり出展することに抵抗がある事業者のために、練習の場を作る。その際にはバイヤーや消費者が望んでいることを把握した上で行う。

また、ECサイトの発達によって、生産者が直接販売することのハードルが下がってきている。自社の製品の強みを把握した上で、様々なチャネルを通じて販売する支援を行うためECサイトの作り方や、SNS等を通じた認知度向上の支援も積極的に行う。

3-1. 地域の経済動向調査に関すること

〈第1期における取組と評価等〉

ホームページで積極的な情報開示が滞っており、今後は分析結果を定期的に掲載するようにする。

また、プレミアム商品券の利用実績においても効果的な情報発信が出来ていなかったため、2020年度行っているプレミアム商品券については分析・発信に努める。

(1) 現状と課題

[現状]

景況感調査等、情報収集は行っていたものの、結果公開に至っていない。

それは、詳細な分析がとれておらず、小規模企業等のビジネスチャンスへ繋がる有益な情報を掲載できる状態でないためだった。

〔課題〕

より精度の高い分析をする必要がある。基礎データの収集範囲を広げるようにする。

例えば、須崎市内の業況調査を行い景気動向を探ることやRESASを利用しHPで公開することで、須崎市の課題を明確に発信していく。

（２）事業内容

①須崎市内の業況調査

より企業の業績や雇用や設備投資意欲の実態を把握し支援の足掛かりとするため、業況調査を実施する。すべての事業者を対象とし、昨対比売上増減・業種ごと業況の変化・事業継続の意思を中心とした調査と雇用・設備投資を中心とした調査を年ごとに１回ずつ、ご協力いただく。

結果は当所HPに記載し周知。

【調査対象】管内事業者約1,000社

【調査項目】業況・売上の増減・経営課題の有無等

【調査手法】返信封筒を添えた調査票を郵送し、回答・返送していただく。

【分析手法】中小機構の中小企業業況調査などを踏まえ、当所経営指導員が分析を行う。

②国が提供するビッグデータの活用

e-Stat（政府統計）、業種別審査辞典、RESAS（地域経済分析システム）を利用して須崎市や高知県内の人口推移を分析する。

【分析手法】小規模事業者等にとって必要な情報の抽出を行い、それぞれの分析ツールを活用し、経営指導等を通じてフィードバックする。また、そのデータについては経営指導員が中心となって分析し、HPや会報を通じて提供する。

③高知県・須崎市の産業振興計画

高知県産業振興計画の須崎市に係るものや「すさきがすきさ産業振興計画」のデータを抽出し、HP上に公開する。

【分析手法】須崎市としてどういった業種を中心に支援しているのか、という点に注目して経営指導員を中心として分析。調査内容についてはHPや会報を通じて提供する。

また、本年度は2020年度に行っているプレミアム商品券の利用実績をもとに、どの業種で、いくら使用されているか等、ニーズや市場の動向について分析を行う。

（３）成果の活用

・情報収集・調査・分析した結果は当所HPに掲載し、広く管内事業所等に周知、小規模企業等の経営計画を策定する際に活用していただくことを想定している。

・経営指導員等が巡回支援、経営状況の分析及び事業計画策定支援等を行う際の参考資料とする。

(4) 目標

全ての統計資料等データについて経営指導員3名で分担して収集・修正し閲覧可能な状態にする。

	現行	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度
① 須崎市 内の業況 調査	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
② 国が提 供するビ ッグデー タの活用	0 回	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回
③ 高知 県・須崎 市の産業 振興計画	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

須崎市の商品は「なぜ売れているのか」という分析が今まで十分でなく、既製品を売ろうと考えた商品が多い。原因はマーケット・インの観点の欠如であり、明確なターゲットを意識して、強みをPRしていないためと推測している。

[課題]

ニーズが多種多様になった今、明確なターゲットを強く意識した商品を作ること
で競合と差別化する必要がある。

課題を解決するため、都市部（東京・大阪・名古屋等）/四国（高知市内含む）/
ECの3つのカテゴリに分け、それぞれの販路開拓に精通する専門家の意見を聞き
ながら外商できる商品を開発していく。

(2) 目標

	現 行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
新商品開発の 調査対象事業 者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者

(3) 事業内容

地域産品（食品2者を想定）を活用した新商品を専門家の指南のもと開発する。
その新商品の試食会を行い、最終消費者の意見をフィードバックする。

【サンプル数】 来場者 50 人

【調査手段・手法】 須崎市民文化会館を利用し、試食会を開催。

経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

【分析手段・手法】 調査結果は、販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】 ①味、②甘さ、③硬さ、④色、⑤大きさ、⑥価格、⑦見た目、⑧パッケージ、⑨販路（どのお店にあったら買いたいかな）等

【調査・分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等が当該食品製造事業者に直接説明する形でフィードバック。更なる改良を行う。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

経営分析の前期の目標件数は達成している。

事業者セグメント※の内容は指導員等で共有できているものの、取りまとめができていない。原因は、個人の情報で止まっており、組織が共有すべき物としてまとまっていない事である。

[課題]

定期的な指導員会にて、事業者セグメントの組織情報への落とし込み及び高度な経営分析の手法の共有を行う。

それぞれの主観だった事業者のレベルを複数の視点から精査することで、より多くの事業者の意欲等が見える化し多くの経営分析を行うことを今後の目標としている。

※事業者のセグメンテーション

 高 経 営 意 欲 低	Level. 5	事業経営に危機感を持ち、情報収集や学習を行い、自らで目標を設定し行動する。
	Level. 4	事業経営に危機感を持ち、情報収集や学習を行い、行動しているが効果に結びつかず、方法を模索している。 進んで学習しようとする。
	Level. 3	事業経営に危機感を持ち、何とかしなければならないと思っているが、何をすれば良いのか分からず、誰かの知恵を借りたい。 学習もやむを得ない。自分で行動する必要を感じている。
	Level. 2	事業経営に危機感を持っている。または、言葉では発しているが危機感が感じられない。何とかしなければならないと思っているが、面倒くさい事は極力避けたい。他者への依存度が強い。
	Level. 1	事業経営に特に危機感を感じていない。 何か良い方法があれば、行動してもよいと思っている。 物事が思うようにならないのは、他者や外部に要因がある。

(2) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
セミナー開催件数	—	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回
分析件数	1 2 件	1 5 件	1 5 件	1 5 件	1 5 件	1 5 件

(3) 事業内容

・巡回及び決算指導

半年に一度行う業況調査のデータ等を基に、経営指導員等による定期的な巡回を行い事業者の課題を聞き出す。調査結果取りまとめ後に、お悩みがありそうな事業者、売上が著しく減少等している事業者を中心に、かつ返信が無い事業者に対しても信頼関係の構築から始めていく。

ヒアリングで信頼関係を築き、決算データなどを踏まえたうえで、それぞれの事業者にあった分析等の支援を行う。

・経営分析のセミナー

自社を客観的に見つめるため、セミナーを開催し概要を学んだ後、個別に経営分析を行うことで課題を見つけていく。想定としては少人数（5～7名）で、講師はよろず支援拠点を利用予定。

【対象者】巡回事業者及びセミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い15社を選定

【分析項目】定量分析である「財務分析」と、定性分析である「SWOT分析」の双方を行う

《財務分析》売上高、経常利益、損益分岐点、粗利益率 等

《SWOT分析》強み、弱み、脅威、機会 等

【分析手法】経済産業省の「ローカルベンチマーク」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。

(4) 分析結果の活用

分析結果は当該事業者にフィードバックするほか、当所でデータベース化して内部共有。具体的なサンプルとして経営指導員等のスキルアップに活用していく。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

第1期の目標値に関しては達成しているが、セルフアセスメントの概念が非常に事業者に伝わりづらかったと感じた。原因は集合研修しただけで終わっていた

ため、受講者からは内容が難しいものとして認識されてしまったからである。

〔課題〕

個社支援の中で「自社を客観的に見れる事業者」の育成を行う。

（２）支援に対する考え方

顧客志向であるのは勿論のこと、従業員と共に商品・サービスの付加価値を高めていくこと、顧客や従業員を含む利害関係者に理念を理解してもらう経営を実現させる。

事業者の考えを最重視しつつ、提案やコーチング手法を取り入れて事業者が自分で作った計画だと強く認識していただくことが重要。経営分析を行った事業者のうち7割程度/年の事業計画策定を目指す。

また、策定した計画は従業員に対しても理解を示して頂いた上で実行すべきであり、その浸透の支援もフォローアップの際に行っていく。

（３）目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
セミナー 開催件数	—	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
事業計画 策定件数	8 件	1 0 件	1 0 件	1 0 件	1 0 件	1 0 件

（４）事業内容

- ・事業計画策定のセミナー開催

今後目指す方向を具体的にするため、経営分析支援を行っている事業者を対象に、事業計画策定セミナーを行う。内容としては初級者向けで、「小規模事業者持続化補助金」の必要事項（外部環境・内部環境・アクションプラン作成など）を深掘りするものを想定している。

【支援対象】経営分析を行った事業者

【手段・手法】担当の経営指導員等が横に付くようなイメージで、講師の個別相談や外部専門家も交えて事業計画の策定を行う。

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕

事業計画実施プロセスシートの活用が十分できていない。原因は支援手法にバラつきがあるためである。

〔課題〕

経営支援能力の標準化のためにも、積極的にシートを使用して指導員会で共有していく。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とする。基本的には1ヶ月に1回のペースで連絡を取り合うが、事業計画の進捗状況により、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て訪問回数を減らしても支障ない事業者とを見極めた上でフォローアップ頻度を設定する。マイルストーンごとの目標と結果を比較、良くも悪くもギャップは生じていないか確認していく。そのギャップより、今後の見通しの修正をしていく。

支援の際は、マイルストーンのどこにいるのかを事業者に実感してもらう。

(3) 目標

	現行	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度
フォローアップ対象事業者数	8 社	1 0 件	1 0 件	1 0 件	1 0 件	1 0 件
頻度（延べ数）	6 1 回	7 6 回	7 6 回	7 6 回	7 6 回	7 6 回
売上増加事業者数	5 社	7 社	7 社	7 社	7 社	7 社
利益率 5 % 以上の増加事業者数	5 社	7 社	7 社	7 社	7 社	7 社

(4) 事業内容

事業計画策定 1 0 社のうち、フォローアップを毎月行う事業者を 5 社、四半期に一度の事業者を 3 社、1 年に 2 回の事業者が 2 社（事業者からの申出等により臨機応変に対応）。

計画の進捗にズレがある場合には、問題点を洗い出し、適宜専門家等を派遣して課題を見つけ修正していく。

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

商談会への出展、ふるさとチョイスへの登録等、予定していた事業は開催することができた。

しかし、商談会については事前の準備が不足していたように感じており、反省点となっている。

原因は、専門的なブース作成の学習や後追い等を十分にできていなかったことである。

[課題]

会期前に勉強会を開催する等、事前・事後含めてフォローアップにより力を入れていくことが必要。

(2) 支援に対する考え方

前述の課題の解決策として、出展者向けの勉強会を開催し商品提案シートと商品規格書を作成。会期後は、出展者に対して共通のヒアリングシートを用い、7日後・14日後・30日後の追跡調査を実施し、本事業効果を検証し指導員会で共有する。

また、当所が主催する商談会には出展に慣れていない事業者が多く参加することが想定される。そのため、勉強会は専門家の意見もいただきながら開催する。

今後は時間が取れない事業者のためにWEB商談会も選択肢の一つに販路開拓を行う。

(3) 目標

	現行	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
① 「買うぜよ」参加事業者数	2社	3社	5社	5社	5社	5社
成約社数/社	1社	1社	2社	2社	2社	3社
② 県外商談会参加事業者数	2社 (居酒屋JAPAN実績)	2社	2社	2社	2社	2社
成約社数/社	3社	4社	4社	5社	5社	6社
③ 高幡地域商談会参加事業者数	5社	5社	5社	5社	5社	5社
成約社数/社	0社	2社	3社	4社	4社	4社

(4) 事業内容

① 逆商談会「買うぜよ」参加 (BtoB)

令和元年度、高知商工会議所が主催した商談会。バイヤーブースに事業者が商談を持ち込む逆商談会形式（新型コロナウイルス感染症の影響でR2年度は中止）。

狙った所と商談が出来るため、事業者のモチベーション向上が期待できる事業。

具体的な売り込み先が選定できているような、ある程度計画策定が完成した事業者を主な支援対象とする。

令和元年度開催分の来場者数は91人。

② 県外商談会参加 (BtoB)

令和元年度は安芸商工会議所、土佐清水商工会議所と連携して「居酒屋 JAPAN2020 東京」に参加した実績あり。令和元年度開催分の来場者数は1日目 12,880名、2日目 11,201名の計 24,081名。

「高幡地域商談会」等で経験を積んでいる、ある程度自社の商品の強みを把握している事業者を主な支援対象とする。（今後も居酒屋 JAPAN を想定。）

WEB 商談会形式の物にも積極的に参加していく。現在の実績としては令和 2 年度は高知県地産外商公社主催の「成城石井との WEB 商談会」に参加。2 者中 1 者が成約に非常に近づいている。

③「高幡地域商談会」開催（BtoB）

今までは首都圏に赴き商談を行うことが中心であったが、未経験の事業者にとってはハードルが高いことがヒアリングの中で明らかになった。そこで、須崎市内および周辺地域で未出展者を対象に地域商談会を令和元年に開催した。

高幡地域 6 市町（5 商工会・1 商議所）梶原町・津野町・中土佐町・越知町・佐川町商工会との共催事業。高知市内および地域内の飲食店・小売店等を招聘し、展示会方式にて地場産品取扱い業者とのマッチングを行う。

市民文化会館に特設会場を設置。ブース内で自社商品を展示し、バイヤーに対して試食や商談を行い、新たな取引先を発掘する。

今回は「須崎市内の事業者のパッケージに栄養成分表示がされていないことが多い」、等大手と取引する前に必要な準備が整っていなかったことが分かったため、

今後は同様の支援対象者で開催しつつも、事前の勉強会でバイヤーが不安・不満に思うことを解消してから、商品を提示していきたい。

令和元年度開催分の来場者数は 35 社/47 名、公的機関 10 名、金融機関 11 名。

8. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

[現状]

事業の報告を常議員会・総会で行っている。

今後は、「経営発達支援計画協議会」にて毎年事業評価を実施していく。

[課題]

計画の進捗や計画そのものの妥当性、外部からの支援が必要となる。年 1 回の経営発達支援計画協議会※を開催し、事業の成果を評価する。

※経営発達支援計画協議会

外部有識者（中小企業診断士等、事業を評価する事が出来る専門家を想定）、当所法定経営指導員、須崎市・元気創造課にて構成。

(2) 事業内容

①当所経営指導員より事業の進捗・成果等について評価を実施し、常議員会へ報告する。

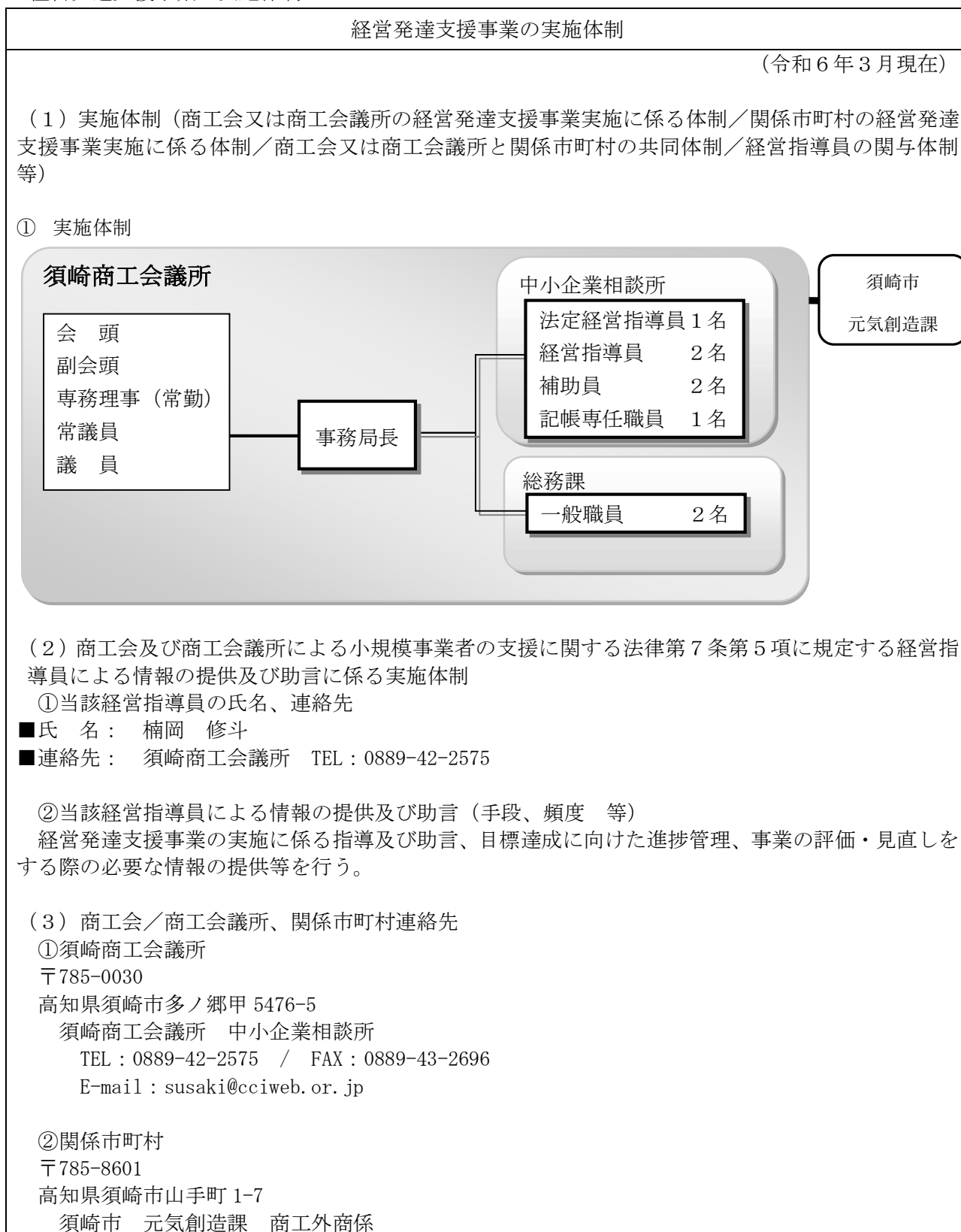
②経営発達支援計画協議会を年 1 回（年度末）に実施する。事業成果の評価を行い、改善事項を明らかにする。また、評価結果は事務所へ常時備え付け、地域の小規模事業者等が閲覧可能にする。

③経営指導員 3 名で事業計画の見直し・修正を行い、評価結果とともに常議員会へ報告し、修正案の承認を受ける。

④修正した事業計画を実施する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏 名： 楠岡 修斗

■連絡先： 須崎商工会議所 TEL：0889-42-2575

②当該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等を行う。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①須崎商工会議所

〒785-0030

高知県須崎市多ノ郷甲 5476-5

須崎商工会議所 中小企業相談所

TEL：0889-42-2575 / FAX：0889-43-2696

E-mail：susaki@cciweb.or.jp

②関係市町村

〒785-8601

高知県須崎市山手町 1-7

須崎市 元気創造課 商工外商係

TEL : 0889-42-3951 / FAX : 0889-42-7320
E-mail : syoko1@city.susaki.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3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
必要な資金の額	3,900	3,600	3,600	3,600	3,600
専門家旅費	600	600	600	600	600
専門家謝金	800	800	800	800	800
展示会出展	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
職員旅費	600	600	600	600	600
セミナー開催	500	500	500	500	500
広報費	100	100	100	100	100
ソフト等購入	300	0	0	0	0

(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、共済等手数料収入および国・県・市補助金

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名
○(一社)高知県移住促進・人材確保センター 代表理事 辻 和生 〒780-0870 高知県高知市本町 4-1-32 こうち勤労センター5 階 TEL : 088-823-9336 ○(公財)高知県産業振興センター 理事長 栗山 典久 〒781-5101 高知県高知市布師田 3992-2 TEL : 088-845-6600 ○特定非営利活動法人暮らすさき 事務局長 大崎 緑 〒785-0005 高知県須崎市東古市町 2-2TEL : 050-8808-6388 ○(一社)須崎市観光協会 代表理事 山岸 龍二 〒785-0001 高知県須崎市原町 1 丁目 9-11 TEL : 0889-40-0315 ○高知県信用保証協会 会長 近藤 雅宏 〒780-0901 高知県高知市上町 3 丁目 13 番 14 号 TEL : 088-823-3261 ○(株)四国銀行 取締役頭取 山元 文明 〒780-8605 高知県高知市南はりまや町 1 丁目 1 番 1 号 (株)四国銀行須崎支店 支店長 國方 久敬 〒785-0036 高知県須崎市緑町 8-2 TEL : 0889-42-2300) ○(株)高知銀行 取締役頭取 河合 祐子 〒780-0834 高知県高知市堺町 2 番 24 号 (株)高知銀行須崎・須崎東支店 支店長 泉 茂 〒785-0036 高知県須崎市緑町 1-35 TEL : 0889-43-1112) ○高知信用金庫 理事長 山崎 久留美 〒780-0822 高知県高知市はりまや町 2 丁目 4 番 4 号 (高知信用金庫須崎つのやま支店 上席支店長 高橋 正彦 〒785-0005 高知県須崎市東古市町 5-10 TEL : 0889-42-2450) ○高知県商工会連合会 会長 武田 秀義 〒781-5101 高知県布師田 3992-2 (高知県中小企業会館内) TEL : 088-846-2111
連携して実施する事業の内容
①連携事業検討会 ・県内全域での連携事業の促進等 ②地元金融機関との意見交換 ・地域内経済動向の共有他、金融情勢から見た経営支援に関する情報交換等

連携して事業を実施する者の役割

①連携事業検討会

【連携者】 高知県商工会連合会

【役 割】 経営発達支援事業等の連携した取り組みの協議及び情報提供等。

【効 果】 経営発達支援事業等の連携した取り組みの企画・開催。

②地元金融機関との意見交換

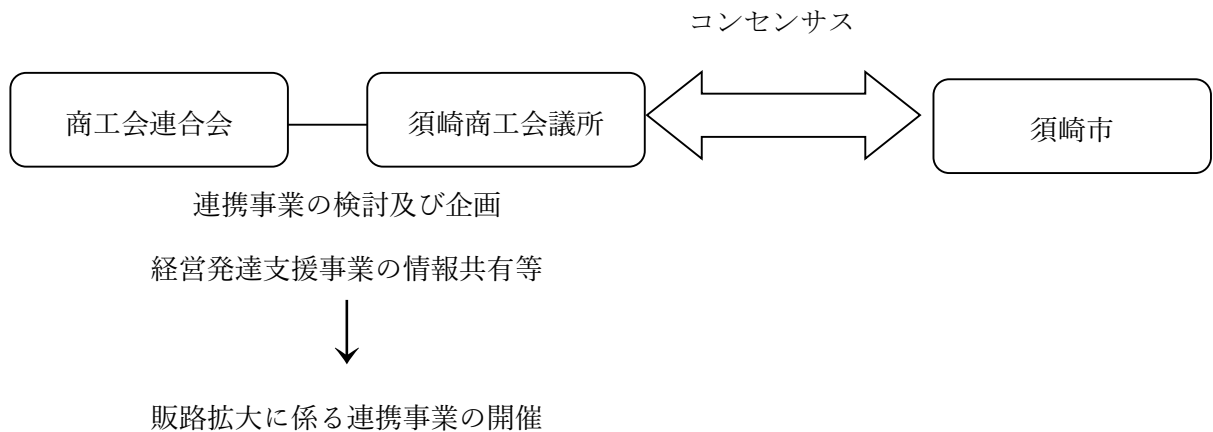
【連携者】 高知県信用保証協会、四国銀行須崎支店、須崎東支店、高知銀行須崎・須崎東支店、高知信用金庫

【役 割】 地域内における経済動向、資金需要動向等の情報提供等。

【効 果】 地元金融機関から見た金融情勢等の把握による支援ノウハウの蓄積。

連携体制図等

①連携事業検討会



②地元金融機関との意見交換会

