

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	高島町商工会（法人番号 7390005006501） 高島町（地方公共団体コード 063819）
実施期間	令和5年4月1日～令和10年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 目標1 小規模事業者の経営力強化による地域産業基盤の維持 目標2 小規模事業者の事業承継推進と創業者の発掘による地域経済の永続的発展 目標3 新規需要開拓・販路開拓による小規模事業者の持続的業容の拡大と地域の活性化
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 ①景気動向調査結果等の収集・分析・提供 ②景気動向調査結果等の収集・分析・提供 ③地域金融機関との金融懇談会の開催 4. 需要動向調査に関すること ①県外（町外）客向けの商品の調査 ②地元客向けの商品の調査 5. 経営状況の分析に関すること ①経営分析対象者の掘り起し ②経営分析の内容 6. 事業計画策定支援に関すること ①事業継続の事業計画策定支援 ②事業承継の事業計画策定支援 ③創業計画策定支援 ④DX推進及びDX計画策定支援 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①事業継続事業計画策定後のフォローアップ支援 ②事業承継事業計画策定後のフォローアップ支援 ③創業計画策定後のフォローアップ支援 ④DX計画策定後のフォローアップ支援 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①展示会・商談会 ②営業力向上セミナーの開催 ③SNS・ITセミナー開催
連絡先	高島町商工会 指導課 〒992-0351 山形県東置賜郡高島町大字高島 940-2 TEL:0238-52-0576 FAX:0238-52-0577 E-mail:takahata@shokokai-yamagata.or.jp 高島町役場 商工観光課 〒992-0392 山形県東置賜郡高島町大字高島 436 TEL:0238-52-1111 FAX:0238-52-1543 E-mail:545@town.takahata.yamagata.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

【位置・交通】

当町は、米沢市・川西町・南陽市・七ヶ宿町(宮城県)・福島市(福島県)と隣接し、山形県の首都山形市まで車で1時間、東北の中心仙台市まで2時間。東京まで、山形新幹線で2時間24分とアクセスしやすい環境である。



【概要】

縄文草創期の国指定遺跡をはじめ、古墳群も多く点在し、県指定文化財の三重塔、日本三文殊の一つ亀岡文殊、全国的に珍しい犬の宮猫の宮、童話作家で有名な浜田広介記念館などがあり、観光資源が豊富である。

また、肥沃な土壌で農作物が豊富であることから1,600年代には幕府直轄地となり、のちに郡役所も置かれ置賜地区では一番栄えていた地区であった。夏は高温多湿で冬は多雪寒冷な典型的な盆地型の気候であるため果樹栽培に適し、それを活かした特産品としてワイン、ジャムなど加工品が数多く製造されている。また稲作が盛んで、全国第1位になった米「つや姫」を輩出した地でもある。

【人口】

下記の表のように平成22年と令和4年を比較すると人口減少率10.7%に対し、65才以上の人口が14.0%増加しており、高齢化が急速に進んでいる地域である。

[数値は高島町政要覧等より]

	H22	H29	R2	R4
人口	25,025人	23,916人	22,463人	22,345人
うち65歳以上	6,721人	7,419人	7,597人	7,659人
比率	26.8%	31.0%	33.8%	34.2%

【産業構造】

産業別就業人口の推移(町勢総覧)

平成27年と令和2年を比較すると、第1次産業(農業・林業)の減少率が一番高く、次いで第2次産業(製造・建設)であり、第3次産業(商業・サービス業)は減少率が1番低くなっている。産業就業人口全体を見ると、ここ5年で5.1%減少しており、全体を通して減少傾向が続いている。

	平成27年	令和2年	増減
第1次産業	1,871人	1,663人	△11.1%
第2次産業	4,622人	4,328人	△6.4%
第3次産業	6,232人	6,083人	△2.4%
合計	12,725人	12,074人	△5.1%

(国勢調査)

【商工業者数及び小規模事業者数の動向】

高島町の小規模事業者数の動向を、経済センサス基礎調査で平成26年と平成28年で比較すると、ほぼ全ての業種において事業所数が減少していることが分かる。また、巡回をするなかで経営状況を聞き取ると、新型コロナウイルス感染症拡大、加えてロシアのウクライナ侵攻に起因する原油高騰、或いは、仕入コストの急激な上昇等の甚大な影響が出ている。また、事業主の高齢化、事業縮小、後継者不在などが要因となって廃業となっているケースが増加している。

他の業種の事業所数の減少についても、共通した要因によるものである。特に高島町においては、事業者からの聞き取りによってもBtoCが中心となる商業者の経営環境が殊に厳しさを増している状況が窺える。

[] は26年と比較

区 分	平成26年		平成28年	
	商工業者数 (名)	小規模 事業者数(名)	商工業者数 (名) [比較]	小規模 事業者数(名)
建設業	163	158	159 [△4]	153 [△5]
製造業	127	90	121 [△6]	86 [△4]
卸小売業	271	197	262 [△9]	191 [△6]
宿泊・飲食業	110	93	110 [0]	89 [△4]
サービス業	259	229	252 [△7]	223 [△6]
その他	46	42	52 [6]	46 [4]
合計	976	809	956	788

経済センサス基礎調査

【業種別の現状】

①商業

当町には、4つの商店街があり、まちづくり補助金等を活用して街路灯をLED化、安心してお買物が出来るよう環境整備を行った。また、商工会・高島町・高島町観光協会と共に、様々なイベントを開催し、交流人口を増やすことに力を注いできた。しかし近年は、大手スーパーの出店、さらに商店街の後継者不足などで商店街の商店数も減っている。

②製造業

当町の製造業は食品製造業が活発で、以前から農業の6次産業化を実施しており、比較的規模が大きい事業所は、地元農家の果樹・野菜を活かした農産加工品を開発し独自販促を行っている企業も見受けられ、農産加工が伸びている現状である。

巡回の際「令和に入ってから新型コロナウイルス感染症拡大以降、売上減少」という事業者の声を聞いているが、全社についての詳細な聞き取り調査は行っていない状況である。

【商店街の取り組み】

・昭和縁結び通り商店街

商店街の各店にレトロな品々を飾るコーナーを設けてお客様のおもてなしを行う「昭和ミニ資料館」を現在17館開設している。また、全国的知名度が高くなったクラシックカーレビューIN高島(全国からクラシックカーが165台集まる一大イベント)を最初に考えだした商店街でもある。現在では商工会主催により、高島町、高島町観光協会の協力を得て行っている。

・庁舎通り商店街

童話作家浜田広介の童話内容をモチーフにしたレリーフ等を街路灯に付随して32種類掲げており、それぞれ違った童話が楽しめるメルヘンな街づくりを行っている。また、高島夏まつりに独自の「庁舎通りまつり」を開催し賑わいづくりに貢献している。



昭和縁結び通り商店街



庁舎通り商店街

- ・まほろば通り商店街

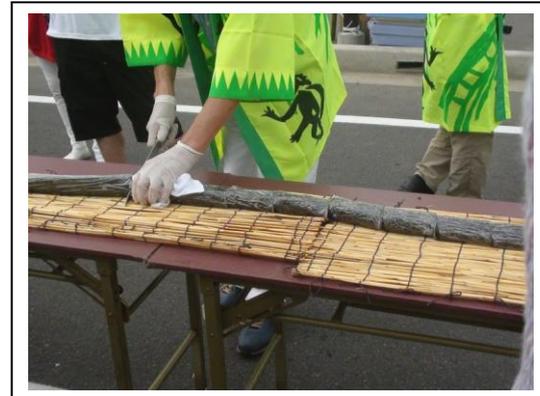
街路灯に防犯カメラを設置し、大人・子供が安心して買物ができる環境を整備、各商店が「蔵」のイメージをもとに建物を整備している。

- ・駅前大通り商店街

新型コロナウイルス感染症拡大となる以前は、「松川の河童伝説」が残されている「かっぱの神輿」や山車河童まつり、見に来たお客様が参加する250mの「かっぱ巻き」など様々なイベントを開催し、賑わいづくりに貢献してきた。



まほろば通り商店街



駅前大通り商店街「かっぱ巻き」

②課題

【高島町】

- ・縮小していく人口と進行する高齢化

高島町の人口は、2010年の25,025人から2040年には16,682人まで減少する。なかでも、15歳から64歳の生産年齢人口の減少が顕著で、2010年から2040年では14,875人から7,016人まで減少する。

- ・働き手の減少

2010年に13,071人いた町内の就業者数は、2030年には10,033人まで減少する。2060年には2010年と比較して、第一次産業、第二次産業、第三次産業の各産業で、就業者数がほぼ半減する。

- ・町の産業への影響

ものづくりやサービス提供・販売といった生産面からみれば、人手不足により思ったような生産活動や販売活動が困難になる。消費面からみると、町内全体で得られる所得が減少し、町全体の市場が縮小する。

- ・財政への影響

人口の減少は、自主財源（町税など）や地方交付税の減少を招き、町の財政状況を悪化させる。一方、社会保障費などの扶助費は増大していく。

・持続可能な開発目標（SDGs）

国内外の新たな社会潮流である持続可能な開発目標（SDGs）の考え方を意識して長期的な視野でまちづくりを進めていく必要がある。

【全般】

- ・事業計画書が作成されていない会員が散見される。そのため伴走型支援も実績は多くない。難しい案件については複数体制の指導も必要と思うが、そこまでたどり着けず、本来の経営力向上支援には至っていない。
- ・高島町はイベントが盛んで交流人口もあるが、来町者の分析までは行なわれておらず、会員へ顧客動向調査提供がなされていない。そのことが営業力をピンポイントで高められない要因にもなっている。

【商業】

- ・大型店が進出しており、今後一層厳しい経営状況が予想される。商店街を構成する店舗のほとんどが、家族経営であり小規模事業者で占められる。巡回する中の聞き取りで、事業計画書を策定したことがないという事業所が大半で、自店の強み・弱みも把握していない状況である。
- ・事業計画書の策定、実施、改善が喫緊の課題であるが、基本的なところから始めていく必要がある。従来の商品に更なる付加価値を付けた商品開発など、新たな需要開拓には中々手が出せないでいる事業所も見受けられる。

【製造業】

- ・特に家族経営などの小規模事業者においては、事業計画書を作成しておらず、何が課題なのか把握していない事業所もあり、事業計画書の策定、実施、改善が喫緊の課題である。新たな需要開拓についても、人手不足から積極的に行う事ができないという声を聞いている。また、人手不足が現場生産性の維持に影響が出ている。

（２）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年先を見据えて

- ・高島町内は人口減少と高齢化の進行が進んでおり、今後この流れは止められず、今までと同じ商売のやり方、販売方法では頭打ちになると思われる。
- ・新型コロナウイルス感染症拡大が事業環境に大きな変化をもたらしたが、追い打ちをかけるようにロシアのウクライナ侵攻による原油高、原材料高騰が直面した。これに働き手の不足、後継者不足といった問題をかかえている事業所もあり予断を許さない状況が今後も続く。
- ・そのような中で事業者支援として様々な給付金制度が出されたが、申請の電子化が多くなっている。合わせて会議、販売促進eコマース、確定申告、クレジット決済など時代はオンライン化の流れで日進月歩進み続けている。
- ・それを考えればDX推進が課題になるのは言うまでもない。しかし、未だ会員に、特に中高齢者にデジタル化への流れに追いつけない事業者が散見される。そのため職員は経営情報、町内情報、社会の動きに敏感で情報収集を絶え間なく行ない続けることが必要な事は勿論であるが、同時にDX化支援意識も高め、特にデジタル化に抵抗がある会員に対し、簡易に受け入れていただけるような環境づくりと寄り添った支援が求められる。職員一同、DXについての知識習得は必須である。
- ・高島町商工会として、以上の現状や課題を踏まえ、「小規模事業者の経営力の向上支援による売上・利益向上の事業所の創出」と、「高島町の豊富な地域資源を活用した地域経済の活性化」に加え「DX化支援」を小規模事業者の中長期的な振興のあり方として、小規模事業者の支援に取り組んでいきたいと考える。

②高島町第6次総合計画との連動性・整合性

- ・高島町第6次総合計画（2019～2028）では商工業の維持・発展のため、経営力の強化（基本目

標9：若者があこがれる「かっこいい」産業を増やす)、事業承継(Ⅱ)、創業セミナーの開催とフォローアップ(基本目標12：新しいビジネスを創出しやすい環境を整える)、農産物などの地域資源や地域特性を活かした食品製造業への振興(基本目標10：資源や人のつながりで、地域産業を盛りあげる)、SNSやHPを活用した情報発信(基本目標25：町内外に町の魅力を効果的に発信する)を計画の中に盛り込んでいる。

- ・当会ではこれに連動し事業を遂行していく方針であり、総合計画との連動性・整合性を有する。当会は、こうした町の総合計画の方向性は、小規模事業者の中長期的な振興のあり方に合致するものであると認識した上で小規模事業者をはじめとする地域全体の振興に貢献していきたいと考える。

【町の方針に係る当会の施策】

- ・経営力の強化-----小規模事業者の事業計画策定支援、及びそのフォローアップの機会を捉え伴走型支援を行うことにより、経営力向上を目指す。必要に応じてSWOT分析、経営デザインシート、ローカル・ベンチマーク等の分析手法やフレームワークの活用も取り入れる。
- ・事業承継-----山形県事業承継支援センター、日本政策金融公庫等と連携し、セミナーの開催や個別相談を通じて事業承継を推進し、これまで育ってきた企業の永続的な存続と発展を図っていく。
- ・創業セミナー-----起業を目指す人材を対象に、当会でも創業セミナーを開催し、また、フォローアップセミナーも行うことにより、町と連携しながら創業者の発掘に努めていく。
- ・食品製造業の振興--商工会フェスタ等のイベントにおいて一般消費者のアンケート調査を行うことにより、調査結果を事業者へ還元し、地域特産物や地域特性を活かした商品開発について支援していく。

③商工会としての役割

- ・小規模事業者の経営力の向上支援については、後継者育成と事業承継、創業者の掘り起しとサポート、自己啓発になるセミナーの開催など、本来の姿である自立経営の一助になる事を実施し、「自己変革力」「経営力そのもの」を高めるため、何を課題として認識・把握するのかという課題設定型の伴走支援を目指す。
- ・一方、高島町の豊富な地域資源を活用した地域経済の活性化については、特に農産物加工による新たな特産品、需要開拓をし、地域経済の底上げを図っていく。

(3) 経営発達支援事業の目標

- ・上記の(1)及び(2)を踏まえ、当会は小規模事業者の経営力の向上支援を最優先にした事業を検討・実施する。個社支援に注力することで「経営力そのもの」が高まり、それがひいては地域経済活性化にも結び付くと考える。以下、経営発達支援事業の主たる目標を掲げ達成する。

目標1 小規模事業者の経営力強化による地域産業基盤の維持

新型コロナウイルス感染症拡大が事業環境に大きな変化をもたらし、追い打ちをかけるようにロシアのウクライナ侵攻による原油高、原材料高騰が直面した。この困難な局面を打開するため、事業計画に沿って「次の一手」を打ち、小規模事業者が持続的経営を可能できる態勢作りの支援を行う。支援に際しては、DX化推進も選択肢として捉え、必要に応じて取り組み活力強化の一助とする。これにより地域産業基盤の維持を図る。

目標2 小規模事業者の事業承継推進と創業者の発掘による地域経済の永続的発展

高島町内は人口減少と高齢化の進行が進んでおり、今後この流れは止められず、小規模事業者においては、経営者が高齢となっても後継者が見つからない場合が非常に多く、その解決が喫緊の課題となっている。そこで、専門機関と連携して事業承継の積極的支援を行い、また、町との連携により新たな創業者の発掘に努め、事業継続・新規開業の両面から支援することにより、ひいては地域経済の永続的発展に寄与する。

目標3 新規需要開拓・販路開拓による小規模事業者の持続的業容の拡大と地域の活性化

高島町内の小規模事業者の多くは、新規需要開拓・販路開拓に対する関心は常に持っているものの、総じて営業力に乏しいため、中々具体的な開拓に結び付けられない現状にある。そこで、消費者のアンケート結果や各種物産展等の情報提供を積極的に行うことにより、自社の業容拡大に繋げられるよう支援し、持続的業容の拡大・進展と地域の活性化に寄与する。

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5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標達成に向けた方針

【目標1 小規模事業者の経営力強化による地域産業基盤の維持】

新型コロナウイルス感染症拡大の影響、ロシアのウクライナ侵攻による原油高、原材料高騰による影響という困難な経営環境を打開するため、小規模事業者のSWOT分析（強み・弱み・機会・脅威）をし、今後の方向性を決定後、事業計画書を作成。計画を実行していく際、伴走型支援を行う。事業計画書の策定や策定後のフォローアップには、広域指導員の指導を仰ぎながら複数体制による支援を行う。他の関係支援機関とも連携して、経営力向上を目指す。事業計画書の策定には、経営支援員にも関わってもらうため、策定に必要な知識の習得に努める。また、各職員が保持している情報についても、組織内で共有化を図っていく。また、経営戦略策定のフレームワークである、「経営デザインシート」の有効活用と、企業の健康診断のツールである、「ローカル・ベンチマーク」の活用も必要に応じ取り入れていく。更に支援に際しては、DX化推進も選択肢として捉え、必要に応じて取り組み活力強化の一助とする。

【目標2 小規模事業者の事業承継推進と創業者の発掘による地域経済の持続的発展】

小規模事業者においては、経営者が高齢となっても後継者が見つからない場合が多く、その解決が喫緊の課題となっている。そこで、山形県事業承継支援センターと連携し、セミナーの開催や個別相談会等を開き事業承継を推進していくとともに、高島町と連携して創業者の発掘に努め、創業セミナー、フォローアップセミナー等を開催し、地域の活性化を図る。

【目標3 新規需要開拓・販路開拓による小規模事業者の持続的業容の拡大と地域の活性化】

町内の小規模事業者の多くは、新規需要開拓・販路開拓に対する関心は常に持っているものの、総じて営業力に乏しいため、中々具体的な開拓に結び付けられない現状にある。そこで、新たな需要を見出すため、商工会フェスタ等のイベントにおいて、町内外（県外含む）の一般消費者を対象にアンケート調査を行い、分析した結果を事業者へ情報提供し活用してもらう。大小にかかわらず、地域内外の各種物産展等の紹介をし、販路開拓の支援を行う。また、小規模事業者は営業力に乏しいため、営業力向上セミナー等により、新たな需要開拓を目指す。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

小規模事業者等への経済動向調査は、巡回した際や事業計画策定時の聞き取りにとどまり、高島町と共同で実施している景況調査の結果に関する情報について、広く提供してこなかった。

また、情報の整理もされておらず、課題やニーズが十分把握できていない現状にある。

【課題】

以上の反省点を踏まえて、景況調査により把握した課題やニーズを整理し情報提供を行うことで小規模事業者等から事業計画策定時に役立ててもらおう。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①景況動向分析の公表回数	HP掲載	未実施	4回	4回	4回	4回	4回
②町景況動向	HP	未実施	2回	2回	2回	2回	2回

分析の公表回数	掲載						
③地域金融機関との金融懇談会における意見交換記録の公表回数	HP掲載	未実施	2回	2回	2回	2回	2回

(3) 事業内容

①景気動向調査結果等の収集・分析・提供

山形県商工会連合会が実施する下記調査結果を活用し、地域の経済動向に関する情報を収集する。収集した情報は調査対象や項目・内容によって整理し、調査結果から小規模事業者の実態、課題等について整理分析する。

県内統一景況調査（実施主体：山形県商工会連合会）

【調査手法】訪問または郵送。集計分析は[各項目の増加(上昇・好転)企業割合(%)]-[各項目の減少(低下・悪化)企業割合(%)]で示す。

【調査対象】調査数：県内中小企業210社。うち高島町15社
(製造業3件、建設業2件、卸小売業4件、サービス業6件)

【調査項目】売上高・客単価・資金繰り・仕入単価・採算・従業員数・業況など

②景気動向調査結果等の収集・分析・提供

町内事業所の現状の景気動向を把握し、事業計画書策定の基礎資料とする。高島町・商工会等に希望する支援等の調査も含まれており、回収率は60%～70%あり、生の声を聞くため毎年同じ事業所を訪問している。今後も高島町と共同で実施していく。

尚、調査書を作成するにあたっては、製造業・建設業・卸小売業・サービス業等、業種の特性に配慮し、回答し易い設計を心掛け、より実態を把握できるよう努める。

高島町景況調査（実施主体：高島町・高島町商工会）

【調査手法】メールまたはFAX、整理分析集計は各項目の増加(良い・上昇・過剰等)と回答した事業所数の構成比から、減少(悪い・低下・不足等)と回答した事業所数の構成比を差引いた値で示す。

【調査対象】町内中小企業(182)社
(製造業76件、建設業36件、卸小売業32件、サービス業38件)

【調査項目】業況、受注状況(製造業・建設業)、生産・売上、出荷状況(製造業)、在庫水準、価格採算、資金繰り、雇用、町や商工会への要望など。

③地域金融機関との金融懇談会の開催

地域内の金融支援機関が持つ情報交換の場を設けることで、効果的な支援策の検討や、小規模事業者等支援に役立てていくために、高島町商工会役員、経営指導員等と年1回行っていたものを、2回実施する。

【調査手法】意見・質問・要望事項等について事前記入いただいたものを商工会が項目毎にとりまとめ、懇談会の場を通じて意見交換を行う。

【調査対象】山形銀行高島支店、きらやか銀行高島支店、米沢信用金庫高島糠野目支店、山形第一信用組合本店・山形第一信用組合糠野目支店、日本政策金融公庫米沢支店、山形県信用保証協会米沢支店

【調査項目】金融機関が感じている小規模事業者の業況、取引状況、設備投資、雇用状況、課題と感じている事など。

(4) 調査結果の活用

- ・調査した①～③の結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- ・地域内の金融支援機関が捉える業況と、景気動向調査から商工会がつかんでいる業況を再確認

し、巡回や窓口相談時に小規模事業者等に情報を提供し、事業計画書策定の参考にする。また、必要であれば金融支援機関と連携をとりながら、事業所の金融相談の支援にあたる。

- ・職員間の情報共有については、定期的な職員会議に分析結果を提示するとともに、共有ファイルに保存し、いつでも見る事が出来るようにする。また、巡回時に聴き取りした情報については、全国商工会連合会が提供する「shoko.biz」に入力し、情報の共有化を図る。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

高畠町の製造業（特に食品製造業で規模が大きい会社）は、各社商談会に対するノウハウを持っており、商工会の支援がなくともバイヤーとのやりとりをスムーズに行っている企業も多い。

一方、家族経営など、少人数で営業している会員は、営業・事務処理・作業工程全て少人数で行わなければならないため、支援が必要である。

【課題】

新たに商品・サービスの販路を開拓しようとしている事業所を対象に、地域内外の物産展への出展機会を活用し、アンケート調査を行うことにより、消費者ニーズや需要動向の把握を行えるよう支援する。需要動向を把握することで、新たなヒントが見つかり、小規模事業者の販売計画、事業計画に調査結果を反映して策定することが可能となり、販路開拓の支援につなげたい。会員への適切な情報提供を、いかに情報収集して提供し、事業計画書に反映させていくかが喫緊の課題である。

(2) 目標

内容	現状	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①県外（町外）客向けの商品の調査対象事業所数	未実施	9者	9者	10者	10者	11者
②地元客向けの商品の調査対象事業所数	未実施	15者	15者	16者	16者	17者

(3) 事業内容

①県外（町外）客向けの商品の調査

目的	当町には農作物（ラフランス、ぶどう等）が豊富であり、食品製造業で規模の大きい会社は独自の商品開発ができるものの、食品製造業で規模の小さい会社や菓子製造業は商品開発等（お土産品等）は盛んとはいえない。そこで県外（町外）での需要動向調査を実施し、県外（町外）に売れる商品づくりを目指す。
対象	農作物を活用したお土産品
調査の手段・手法	毎年、JR仙台駅前で開催する「たかはたフェア」（たかはたブランド認定事業者が自社商品を販売。来場者約15,000人）或いは、商工会館前で2年に1度開催する「商工会フェスタ」（商工会員が取り扱っている商品を販売。来場者約10,000人）においてアンケート調査を行う。（インタビュー含む、各ブースにおいて実施）1商品あたり20名以上アンケート回収する。
調査を行う項目	<input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 量 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> 改善点 <input type="checkbox"/> もっと欲しい商品など <input type="checkbox"/> 年代 <input type="checkbox"/> 性別 <input type="checkbox"/> どちらから来られたか
分析の手段・手法	アンケートの結果を年代別、性別、どちらから来られたかの項目ごとに分けて集計する。
調査・分析結果の活用	集計結果を事業所へフィードバックし、データを基に、事業所がターゲットにする地域ごとの高付加価値商品の開発や販売計画策定の基礎資料として活用する。また、パッケージ等の改良が必要な場合や解決が難しい案件については、専門家の意見も取り入れて、消費者のニーズやウォンツに合致したものを提供

できるよう支援する。

②地元客向けの商品の調査

目的	地元客向け商品の調査を実施。これにより地元で売れる商品づくりを支援する。
対象	地域内の食品販売業、飲食店で地元での販売を強化したい商品。
調査の手段・手法	来店者に対してアンケート調査を行う。1商品あたり30名以上アンケート回収する。
調査を行う項目	<input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> 量 <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 好きなメニュー <input type="checkbox"/> 清潔感 <input type="checkbox"/> 接客態度 <input type="checkbox"/> 改善点 など <input type="checkbox"/> 年代 <input type="checkbox"/> 性別 <input type="checkbox"/> どちらから来られたか
分析の手段・手法	アンケート結果を年代別、性別、どこから来たかに分けて集計し、評価を個店へフィードバックする。
調査・分析結果の活用	新しいメニューやサービスの開発、事業計画策定の基礎資料として活用する。事業計画を実現するために必要な施策情報も合わせて情報提供し、専門家の知見も取り入れ、個店の魅力アップにつなげて行けるよう支援する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当町の小規模事業者数は788社あり、商工業者に占める割合では82.4%で、その多くは経営状況を分析して、事業計画につなげていくことの重要性を認識していない事業所が殆どである。また、当会が税務指導で直接関与している小規模事業者数は88社あり、そのうち記帳指導先は62社ある。これらの事業者は、税務申告の集計作業が主であり、経営分析までは行ってこなかった。

【課題】

そこで、売上や利益の増減の要因、本質的な事業所の課題や強み弱みを抽出し、事業者自らが課題を見つめ直すことができる経営分析が課題である。

(2) 目標

	現状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①セミナー開催件数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
②セミナー参加者数	0回	60者	60者	60者	60者	60者
③経営分析事業者数	0社	40者	40者	40者	40者	40者

(3) 事業内容

①経営分析対象者の掘り起し

需要動向調査で調査対象となった事業所と税務指導先の他、チラシやHPで意欲的な事業者を募り、経営分析セミナーを開催。

経営分析事例だけでなく事業計画策定までの一連の流れや関連性も含めた内容とし、経営状況の分析の必要性を説明しつつ、経営分析対象者の掘り起こしを図る。

【募集方法】チラシを作成し、町報、商工会ホームページで広く周知、巡回・窓口相談時に案内。

②経営分析の内容

【対象者】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40者を選定。

【分析項目】小規模事業者に必要な定性分析（人脈、後継者の有無、技術やノウハウ、人材、設備などについての分析）、定量分析（年間の借入返済額や生活費を含めた損益分岐点売上高の把握、財務諸表からの数値分析）について共通ツールを活用して経営指導員と経営支援員の複数体制で分析にあたる。

【分析手法】SWOT分析、「ローカル・ベンチマーク」による分析を適宜活用する。また、必要に応じて経営戦略策定フレームワークである「経営デザインシート」の活用も検討する。「ローカル・ベンチマーク」の活用にあたっては、財務指標と非財務指標に基づいて評価することから、経営者とともに考え伴走型で支援していくことが可能である。一方、「経営デザインシート」についても経営者の思い描く将来のありたい姿からバックキャストで考え、今から何をすべきかを具体化していくフレームワークであることから、こちらも伴走型支援に適している。分析項目の収集の財務分析（定量分析）については、ネットde記帳などの機械化データや財務諸表などから抽出するとともに、財務以外の項目（定性分析）については、巡回訪問等によるヒアリングを通じて行う。これら経営分析の実施にあたり課題や専門的な見地からの意見が必要な場合には、山形県商工会連合会の専門家派遣制度等を活用した専門家の視点、知見や意見を加えて各事業所の分析を行う。

（主な分析項目と手法）

	項 目	手 法
定性分析 （財務以外の分析）	経営方針、目標、課題、商品やサービスの内容、人脈、後継者の有無、技術やノウハウ、人材、設備など	ヒアリングシートを活用 左記の項目について、主に巡回による聞き取りを行う。聞き取った結果は、内部環境や外部環境などを踏まえた上でSWOT分析を行い、クロス分析や今後の経営戦略に活かすための整理を行う。
定量分析 （財務分析）	財務諸表より数値分析、流動比率・自己資本比率・売上総利益率・年間の借入返済額や生活費を含めた損益分岐点売上高の把握など	全安全性、収益性、生産性等の分析を行う。

※聞き取りした職員が入力を行う。

（4）分析結果の活用

- ・これら定量・定性分析結果は、巡回訪問等を通じて個別に事業所と共有するとともに、事業計画書策定の基礎資料として活用する。
- ・経営分析の結果、解決が難しい課題が発生した場合には、関係支援機関（県商工会連合会、よろず支援拠点、県企業振興公社等）の連携を通じた専門家によるアドバイスを活用する。
なお、職員間の情報の共有化については、全国商工会連合会が提供する経営支援システムに取り込み、きめ細かい支援体制を構築する。

6. 事業計画策定支援に関すること

（1）現状と課題

【現状】

当商工会における小規模事業者は、経営分析と同様に事業計画策定が自社にとって重要なもの

であるという認識を持っていない場合が殆どである。事業計画策定相談は、融資申込時の金融機関提出用・補助金申請時の必要資料として作成するだけであった。また、事業主の高齢化が進み承継問題が多く持ち上がっているが、事業承継計画書策定までは至っておらず、相談件数や関与も少なかった。

【課題】

そこで、小規模事業者が経営環境の変化に対応し、自らが経営課題を解決するために経営分析と共に事業計画策定支援を行っていく。事業計画を策定することは、今後の自社の進む方向を示すものであり、小規模事業者にとって決算書・確定申告書を作成する事と同様に重要なものであるという事を理解していただき、各企業の持続的な経営発展に寄与する事に活用することが課題である。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が社会の変化（人口減少による需要縮小）に対応するために、自社の強み・弱みを知り、進む方向性を明確にし、地域に根差した経営が出来るよう、経営発達支援計画の根幹である事業計画書の策定支援を、持続的な発展と継続が可能となるよう実行していく。小規模事業者が事業計画書を策定する事が最重要課題であり、今後の経営に必須である事を再認識する事を目的とする。具体的には、5.「経営状況の分析に関すること」で経営分析を行った方の中から事業計画策定支援を行う。また、巡回窓口相談を通じて広く各セミナーの案内を行う。事業計画書策定支援にあたっては、経営指導員と経営支援員の複数体制で行い、広域指導員の指導も仰いで策定していく。専門家の知見も加え、小規模事業者の持続的な発展をサポートしていく。

(3) 目標

() は参加者数

【 】 は事業計画策定事業者数

内容	現状	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度	令和 8年度	令和 9年度
①事業継続の事業 計画策定セミナー	—	1回 (20) 【13】	1回 (25) 【13】	1回 (25) 【13】	1回 (25) 【13】	1回 (25) 【13】
②事業承継の事業 計画策定セミナー	—	1回 (15) 【2】	1回 (15) 【2】	1回 (15) 【2】	1回 (15) 【2】	1回 (15) 【2】
③創業計画策定支援セ ミナー	1回 (9) 【0】	1回 (10) 【2】	1回 (10) 【2】	1回 (10) 【2】	1回 (10) 【2】	1回 (10) 【2】
④D X推進セミナー	—	1回 (15) 【3】	1回 (15) 【3】	1回 (15) 【3】	1回 (15) 【3】	1回 (15) 【3】
事業計画策定事業者数	0者	20者	20者	20者	20者	20者

(4) 事業内容

①事業継続の事業計画策定支援

本セミナーでは、計画的な考え方に基づく経営に寄与するため事業計画書の作成が重要であることの動機づけなどを目的として開催し、特に、作成したことがない事業所には積極的に声掛けをする。セミナーでは、経営状況の分析結果などを参考に自社の経営状況の把握、強み・弱み、課題をヒアリングシートに書き出し、それを基に事業計画書の策定を支援するほか、セミナー受講中に事業計画書を完成するのは難しいと思われるため、セミナー終了後も巡回訪問等を通じて個別に作成支援を行っていく。計画の策定にあたり専門家の知見が必要な場合については、関係支援機関（県商工会連合会、よろず支援拠点、県企業振興公社など）の専門家派

遣を利用するなど個別に伴走しながら支援していく。

【支援対象】 補助金申請、融資を考えている事業所

【募集方法】 全会員に郵送。非会員はHPで周知。

【講師】 中小企業診断士

【回数】 1回

【カリキュラム】 事業計画シートに概要、強み、弱みを記載。

【参加者数】 20名

②事業承継の事業計画策定支援

事業承継セミナーは、経営分析の状況などにより事業承継に課題を抱えていると判断される事業者などを対象に、数年にわたる内容で計画的に事業承継を進めていく必要があることの動機づけなどを目的として開催し、事業承継計画書の策定を支援する事業者の掘り起こしを図る。

セミナー後は、事業承継ガイドラインの中の事業承継自己診断チェックシート、事業承継ヒアリングシート等を活用し商工会が個別にヒアリングを行い事業承継における現状や課題の洗い出しを事業者と整理するとともに、山形県事業引継ぎセンターと連携して個別に事業計画書策定支援を行う。専門的な部分に関しては事業承継をサポートする士業(税理士や弁護士等)と連携して計画書を策定する。

【支援対象】 事業承継を考えている事業所

【募集方法】 全会員に郵送。非会員はHPで周知。

【講師】 事業引継ぎセンター

【回数】 1回

【カリキュラム】 事業承継の基本、事業承継時の法律、税制など。

【参加者数】 15名

③創業計画策定支援

創業セミナーは、高島町の創業支援事業計画に基づき、商工会が主催団体として実施しており、創業に必要な基礎知識の習得、事業計画書策定の習得を目的とし、下記カリキュラムで実施する。セミナーへの誘導は、町報や近隣市町へ新聞折込のほか、近隣市町の商工会・商工会議所・高島町の創業支援の窓口や、高島町商工会へ創業相談に来所された方へ案内する。

このセミナーの中だけでは事業計画書を作成する事が難しいため、セミナー終了後も高島町と連携した個別相談会を開催するなど計画書策定を支援する。また、創業者OBと起業希望者との情報交換会を企画し、創業に必要なノウハウの取得や具体的なトラブルの発生事例など、創業に役立つ情報の講習を行うほか創業者が相互に支え合って行けるような仕組みづくりを推進する。

【支援対象】 開業後間もない経営者、今後開業を予定している方、後継者等

【募集方法】 新聞折込、町報折込と、置賜地区商工会・置賜地区施設にチラシを配布。チラシはHPに掲載。

【講師】 中小企業診断士等

【回数】 全5回20時間以上

【カリキュラム】 成功する創業に向けての心構えと基礎知識など。

【参加者数】 10名

④DX推進及びDX計画策定支援

DX推進セミナーは、DX導入に必要な基礎知識の習得、計画書策定の習得を目的とし、下記カリキュラムで実施する。

セミナー受講後、DX計画策定支援を行っていく。

【支援対象】 全会員

【募集方法】 全会員に郵送。非会員はHPで周知。

【講師】 ネットビジネスアナリスト

【回数】 1回

【カリキュラム】・DX（デジタルトランスフォーメーション）とは？など。

【参加者数】 15名

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】

創業セミナーや個別指導により小規模事業者の事業計画書策定をしても、十分なフォローアップを行い、計画書の実施状況を把握するまでには至っていない。

【課題】

実行していく中で経営に関する問題解決に向けた伴走型支援を行う事で、持続的経営体制の確立に寄与していくことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

計画策定を支援した事業者に、四半期ごとのフォローアップを実施し、フォローアップ対象事業者の売上増加が年8件、利益率増加が年5件となる目標を設定する。相談者すべての方の事業継続が実現するよう懇切丁寧に伴走型支援を実施する。

(3) 目標

①事業継続事業計画策定後のフォローアップ支援

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
フォローアップ対象事業所数	-	10者	10者	10者	10者	10者
頻度（延回数）	-	40回	40回	40回	40回	40回
売上増加事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者
利益率増加の事業者数	-	1者	1者	1者	1者	1者

②事業承継事業計画策定後のフォローアップ支援

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
フォローアップ対象事業所数	-	1者	1者	1者	1者	1者
頻度（延回数）	-	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
利益率増加の事業者数	-	1者	1者	1者	1者	1者

③創業計画策定後のフォローアップ支援

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
フォローアップ対象事業所数	-	2者	2者	2者	2者	2者
頻度（延回数）	-	8回	8回	8回	8回	8回
売上増加	-	1者	1者	1者	1者	1者

事業者数						
利益率増加の事業者数	-	1者	1者	1者	1者	1者

④DX計画策定後のフォローアップ支援

	現行	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
フォローアップ対象事業所数	-	7者	7者	7者	7者	7者
頻度(延回数)	-	28回	28回	28回	28回	28回
売上増加事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者
利益率増加の事業者数	-	2者	2者	2者	2者	2者

(4) 事業内容

策定した事業計画が、絵に描いた餅にならず、計画を事業者自らが遂行していけるよう、定期的なフォローアップが必要である。フォローアップ支援は、経営指導員と経営支援員の複数体制により行う。また、事業内容の見直しや、難度の高い課題の場合、広域指導員や専門家派遣も活用し支援していく。

小規模事業者が事業計画遂行に重要なP(計画)D(行動)C(評価)A(改善)サイクルを上手く回す事ができるよう、巡回・窓口(電話含む)相談で、事業計画がどこまで進んでいるのか、進捗状況の聞き取りをし、計画通りに進まない場合はその要因を探り、軌道修正をしながら確実に事業計画が遂行できるよう、フォローアップ支援を行う。

フォローアップシートで聞き取った事項は、全国商工会連合会が提供する経営支援システムに入力し、職員間で情報の共有化を図る。支援内容を職員間で共有することで、次へのステップアップがスムーズに行う事ができる支援策の向上を目的とする。

フォローアップシート(履歴管理ツール)に書き出したものは、全国商工会連合会が提供する経営支援システムに取り込み、職員間で情報を共有化し、今後の事業計画書策定に活用する。

① 事業継続事業計画策定後のフォローアップ支援

主に事業計画を策定したことがない事業所を対象としているため、年4回×10事業者=40回の巡回・窓口(電話含む)相談にて、策定した事業計画書の、実施項目、実施時期、効果、未実施項目とその理由などについて進捗状況を伺う。

それを踏まえて今後の計画と、抱えている問題をフォローアップシート(履歴管理ツール)に書き出し、事業計画の見直しを行うなど、経営指導員と経営支援員の複数体制により状況に応じた助言を積極的に行う。難度の高い課題の場合、広域指導員だけでなく県商工会連合会や県よろず支援拠点などと連携した専門家派遣制度を活用し、専門家の意見も取り入れながら伴走支援を行っていく。

② 事業承継計画策定後のフォローアップ支援

親族内承継、役員・従業員承継、社外への引継ぎによって、課題や対応策が異なることから、山形県事業承継センターの指導を仰ぎながら進める。年4回×1事業者=4回の巡回・窓口(電話含む)相談にて、計画書で策定した事業計画書の、実施項目(関係者の理解、後継者教育状況、財産配分、持株状況など)、実施時期、効果、未実施項目とその理由など進捗状況を伺う。抱えている問題をフォローアップシート(履歴管理ツール)に書き出し、資産の承継に関する課題など専門的な知見が必要な場合については専門家を加え、経営指導員と経営支援員の複数体制により支援を行う。場合によって広域指導員も同行し課題解決に取り組み、スムーズな事業承継計画達成の支援をする。

③ 創業計画策定後のフォローアップ支援

開業後の支援として、策定した事業計画書の、実施項目、実施時期、効果、未実施項目とその理由など進捗状況を伺う。抱えている問題をフォローアップシート(履歴管理ツール)に書き出し、状況に応じて事業計画の見直し、経営指導員と経営支援員複数体制で助言を行う。困難な問題については、広域指導員、専門家の知見を聞き、安定した事業展開ができるよう支援する。開業するまでの支援としては、補助金・助成金を含む創業支援情報の提供や空き店舗情報を高島町と連携して行なう。軌道に乗るまでが困難な事から、年4回×2事業者=8回の巡回・窓口(電話含む)相談を行う。

④ DX計画策定後のフォローアップ支援

DX推進後の支援として、策定した計画書の、実施項目、実施時期、効果、未実施項目とその理由など進捗状況を伺う。抱えている問題をフォローアップシート(履歴管理ツール)に書き出し、状況に応じて事業計画の見直し、経営指導員と経営支援員複数体制で助言を行う。困難な問題については、広域指導員、専門家の知見を聞き、安定した事業展開ができるよう支援する。DX推進するまでの支援としては、DX推進支援情報の提供を行なう。軌道に乗るまでが困難なことから、年4回×7事業者=28回の巡回・窓口(電話含む)相談を行う。

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

【現状】

県内外で開催される物産展・商談会などは、製造した商品の販路拡大を目指す製造業が多く、例年、同じ企業(食品製造業)での出展となっている。出展前後のフォローアップは企業任せというのが実情であった。また、小規模事業者で、自社ホームページを開設している事業者は少なく、フェイスブック、ツイッター等のSNS(ソーシャルネットワークシステム)の利用も少ないのが現状である。

【課題】

IT社会が発達している現在の状況において、今後ITを取り入れ情報配信を行い、顧客ニーズやウォンツを的確且つスピーディーに把握して新規取引先を開拓することが求められている。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者だけで販路開拓に取り組むには、手段・手法に限りがあるため、商談会等への参加・営業力向上による販路開拓・ITを活用した販路開拓など、様々な機会を提供し、当商工会が伴走しながら販路開拓支援をしていく。更に、新たな需要開拓のため、事業計画書の作成を支援し、持続的に発展していけるよう支援していく。

物産展・商談会へ小規模事業者の企業も参加できる仕組みづくりと、県・国・関係支援機関より、物産展・展示会などの情報を収集し参加を促す。出展にあたっては、需要動向調査結果を踏まえ、地域の強みを活かした商品・製品の見直しや販路拡大に向けた支援を実施する。また、新たな需要開拓のためにホームページ等のITツールを活用し、積極的な情報発信を図り地域外への販路拡大を推進していく。

(3) 目標

内容	現状	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
①展示会商談会参加事業所数	3者	4者	5者	6者	7者	7者

成約件数/者	0件	1件	1件	2件	2件	2件
②営業力向上セミナー	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
セミナー参加者	0件	9者	11者	11者	13者	14者
③SNS・ITセミナー開催	未実施	1回	1回	1回	1回	1回
参加者数	0名	8者	8者	10者	10者	10者

(4) 事業内容

①展示会商談会

目的	食品製造業・製造小売業を対象に、スーパーマーケットトレードショー（スーパーマーケットを中心とする食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会、来場者42,885名、幕張メッセ）またはFOODEX JAPAN（アジア最大級の国際食品・飲料総合展示会、来場者33,726名、幕張メッセ）への展示会出展をし、日本国内（特に首都圏、関西、九州方面）のスーパーマーケット及び百貨店等での売上拡大を図る。
支援対象	地域資源を活用した商材で域外に BtoB の販路開拓を目指す食品製造業4者以上
訴求相手	全国のスーパーマーケットおよび商社等のバイヤー。
展示会内容	全国スーパーマーケット協会が主催する商談展示会。食品流通業界に最新情報を発信することを目的としており、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、外食などから多数のバイヤーが参加する。
支援手段・手法	県外に販路開拓を行いたい事業者を掘り起こす。 その後、円滑な出展に向け出展説明会を開催。また成約率向上を図るために経営指導員・ノウハウを持った地域の先輩事業者との意見交換会を開催する。HPでもPRを行う。

②営業力向上セミナーの開催

目的	小規模事業者は、人員も限られているため、営業力が低下傾向にある。そこで、一般消費者やバイヤーの商談につなげて行けるように営業力向上セミナー（交渉術、プレゼンの仕方、販売プロモーション）を開催し、営業力（商談能力）の資質向上を行い販路拡大につなげる。
支援対象	需要開拓に意欲的な事業者9者以上
訴求相手	全国のスーパーマーケットおよび商社等のバイヤー。
支援内容	営業力向上セミナー（交渉術、プレゼンの仕方、販売プロモーション）の開催、消費者目線から学ぶ営業やコーチング演習などのセミナーの開催。
支援手段・手法	出展者の募集、短時間での商品等アピール方法。具体的にはスーパーマーケット協会などからバイヤーを招聘するほか、一般消費者向けについては、首都圏小売業の社長などを講師として招聘し、それぞれの訴求相手に分けて消費者目線から学ぶ営業やコーチング演習などのセミナーを集合或いは個別形式で行う。

③ SNS・ITセミナー開催

目的	ホームページの開設やブログ、随時配信可能なツイッター（文字）やフェイスブック（文字、画像）、インスタグラム（画像）などのSNSを活用し、自らが、情報発信が行えるよう実施する。またeコマースやMコマース（スマホやタブレットなどの携帯端末を利用した取引）が主流となりつつ傾向にあり、こちらについても具体的説明を行いたい。
支援対象	需要開拓に意欲的な事業者8者以上
訴求相手	各事業者の訴求相手。
支援概要	県よろず支援拠点などと連携し広告宣伝や販売促進のWEB活用の専門家によるセミナーや個別相談。
支援手段・手法	セミナー後個別相談を開催し、SNS・ITを活用した販路開拓を行いたい事業者を掘り起こす。その後、経営指導員やIT専門家による支援を実施する。支援にあたっては、ITを活用した販路開拓に関する事業計画を策定し、事業計画に沿ったIT導入支援を行う。これらの支援により新規顧客の獲得を目指す。

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】

高島町1名、山形県商工会連合会1名、当商工会役員3名、事務局長1名、法定経営指導員1名、をメンバーとし、「経営発達支援計画」の事業評価を毎年1回開催している。事業が多岐に亘る中、画一的な評価となってしまう傾向が若干見られる。

【課題】

事業評価の精度を向上させるため、有識者の助言を受けることにより、これまでと違う視点からの評価も可能とする態勢作りが出来るかが課題である。

(2) 事業内容

- ①外部専門家を加えた「経営発達支援計画評価委員会」（外部中小企業診断士1名、高島町1名、山形県商工会連合会1名、当商工会役員3名、事務局長1名、法定経営指導員1名、経営指導員1名）を新たに設置し、事業の実施状況、事業の成果等に対して評価・検証し、見直し案の提示を行う。（年1回）
- ②提示された評価・検証見直し案に基づき、当委員会において計画の具体的改善計画（案）を策定する。
- ③当商工会理事会において、具体的な改善方針を決定する。
- ④事業の成果・評価・検証見直しの結果を総代会資料や商工会HPにおいて公表するとともに、当商工会事務所に備え付け、小規模事業者が閲覧できるようにする。
- ⑤計画・実行・分析・改善というPDCAサイクルがしっかり回る仕組み作りを行っていく。

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】

経営指導・支援に関する基礎知識の習得については、山形県商工会連合会主催の研修、或いは中小企業基盤整備機構が主催する中小企業大学の研修等を受講することにより行っている。しかし

ながら、それ以外の支援能力の向上については各経営指導員の自己啓発意識に依るところが大きく、個人に帰属しがちな支援ノウハウを職場内で共有する仕組み作りが中々進んでいない。

【課題】

基礎知識の習得に加え、現在においては、D Xに向けた相談・指導能力の向上を図ることが重要である。また、経営指導員が学び取った知識や能力を職場内で共有し、職員全体の指導能力・支援能力の底上げをすることにより、当商工会としての能力の均一化を図っていくことが必要である。

(2) 事業内容

① 経営指導員

経営指導員の役割として、小規模事業者に伴走型の支援をしていくためには、新たな国の施策や、時代に適合した支援策を提案できるかが必要とされているため、常に情報収集しておくことが求められる。また、事業計画書の策定や支援力向上を更に高めることが重要である。これらの能力向上を図るため、関連する各種研修会へ参加して必要な知識やノウハウ等を習得する。更に東置賜地区商工会広域連携の強みを活かし広域経営指導員のノウハウを取得しながら、O J Tによる指導能力の向上を図る。

- ・中小企業基盤機構が主催する中小企業大学校等の研修会に参加し、特にマーケティングに関する支援手法を習得する（年1回以上）。
- ・専門家によるD Xセミナーに参加し、D X推進に必要な基礎知識を習得する。（年1回以上）。
- ・東置賜広域連携協議会が、支援スキルの向上のため開催する研修会（年1回以上）に参加し、高度な問題や専門的な課題に提案できる能力のスキルアップを図る。
- ・東置賜広域連携協議会の経営指導推進会議において、個別企業の事例について支援ノウハウの共有化を図るとともに、年に1案件についてチームで支援を行い、経営指導員のスキルアップ及び能力の均一化を図っていく。

② 経営支援員

経営支援員の今後の役割として、事業計画書策定支援にも関わってもらうことになるため、記帳指導・税務指導のみならず、経営指導員とともに専門的な知識が必要になる。そのため様々な支援手法や経営計画書の策定手法について学び指導能力の向上に努める。

- ・中小企業基盤機構が主催する中小企業大学校の研修会に参加し支援手法を習得する（年1回以上）。
- ・東置賜広域連携協議会が主催する内部職員研修会に年1回参加し、事業計画書の作成等のスキルアップを図る。

③ 組織全体での共有

研修で得た支援手法については、定期的な事務局会議のほか朝礼において各自報告及び説明するなど、普段から指導ノウハウや支援情報の共有を職場全体で図っていく。

また、会議の場を活用した職場内での共有以外にも、本事業における経営分析や各種調査の結果のほか、経営支援・事業計画策定情報等やその後のフォロー状況、履歴なども全国商工会連合会の経営支援システムで一括した管理を行う。システムは全職員が閲覧可能であり、職員が人事異動等した場合や担当者が不在の場合でも支援サービスが維持できる。

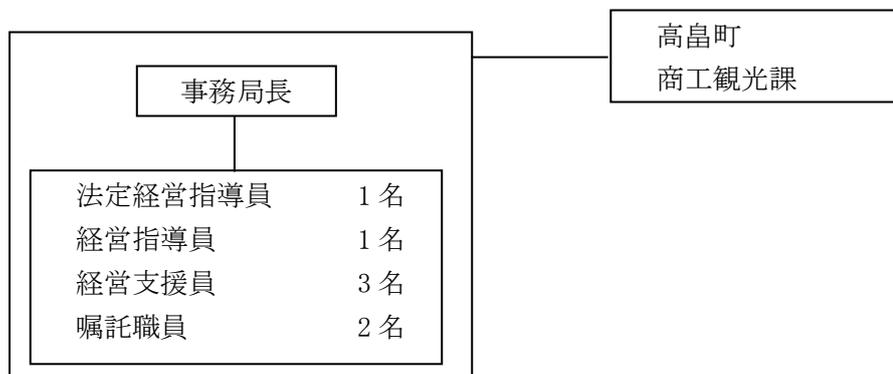
(別表2)

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5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：金子圭一

連絡先：高島町商工会 TEL 0238-52-0576

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等を行う。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会/商工会議所

〒992-0351 山形県東置賜郡高島町大字高島 940-2

高島町商工会 指導課

TEL 0238-52-0576 FAX 0238-52-0577 E-mail takahata@shokokai-yamagata.or.jp

②関係市町村

〒992-0392 山形県東置賜郡高島町大字高島 436

高島町役場 商工観光課

TEL 0238-52-1111 FAX 0238-52-1543 E-mail 545@town.takahata.yamagata.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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
必要な資金の額	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
1. 地域の経済動向調査	300	300	300	300	300
2. 需要動向調査	300	300	300	300	300
3. 経営状況の分析	300	300	300	300	300
4. 事業計画策定支援	300	300	300	300	300
5. 事業計画策定後の実施支援	300	300	300	300	300
6. 新たな需要開拓	300	300	300	300	300

(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、高島町補助金、山形県補助金、国補助金 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。

