

経営発達支援計画の概要

実施者名	川本町商工会（法人番号：6280005004780） 川本町（地方公共団体コード：324418）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	【経営発達支援計画の目標】 ①事業者自らが設定した経営計画に基づき、計画的な経営を行うことを目指す ②地域資源や伝統技術を活かした商品開発と販路開拓による売上拡大と域外資金の獲得を目指す ③経済・社会情勢に適応するビジネススタイルを提案し、起業・創業支援を実施する ④単純な事業承継でなく変革を伴った事業承継を目指す ⑤企業風土・地域環境に根ざした人材の確保により企業活動の活性化を行う
事業内容	【経営発達支援計画の内容】 ① <u>地域の経済動向調査に関すること</u> 事業計画の有益性を高めるため、地域経済の動向や将来予測等の多角的な統計データ分析・把握を行い情報提供する。 ② <u>需要動向調査に関すること</u> 市場や消費者の動向・ニーズ等を把握するため、情報収集・調査を行い、新たな販路開拓に繋げるとともに計画策定に活用する。 ③ <u>経営状況の分析に関すること</u> 主に定量分析及び定性分析を行い、経営状況の把握や本質的な経営課題を洗い出し、実効性の高い事業計画の策定に繋げる。 ④ <u>事業計画策定支援に関すること</u> 地域経済動向調査・経営分析等を踏まえ、事業計画の策定支援を行い、課題解決に自発的に取り組むことを促す支援を行う。 ⑤ <u>事業計画策定後の実施支援に関すること</u> 事業計画策定後のフォローアップを行い、PDCAサイクルを習慣づけることで、事業者の自走化を図り事業計画の実効性を高める。 ⑥ <u>新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u> 商談・展示会並びにホームページ・SNS等による販路開拓の支援を行い、より幅広い商圈からの顧客獲得を目指す。
連絡先	■川本町商工会 〒696-0001 島根県邑智郡川本町大字川本558-10 TEL：0855-72-0123/FAX：0855-72-2516 電子メール：shirasu@shoko-shimane.or.jp ■川本町産業振興課 〒696-0001 島根県邑智郡川本町大字川本271-3 TEL：0855-72-0636/FAX：0855-72-1136 電子メール：sangyou@town.shimane-kawamoto.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) 地域の現状及び課題

①現状

■立地

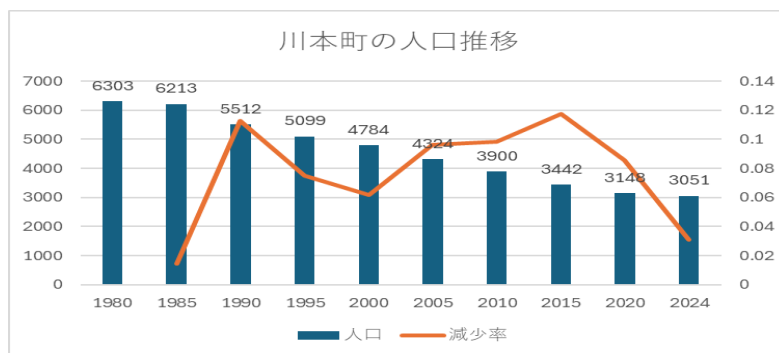
島根県邑智郡川本町は中国山地の北斜面、島根県のほぼ中央に位置する典型的な中山間地域であり、総面積 106.39 k m²で、約 83% は山林が占める。

主要道路は、国道 261 号が本町の南西端を通過し、これに連絡する主要地方道川本波多線が町の中心部を走っている。各主要都市部との距離は、本町から県庁所在地の松江市と広島市までは約 100 k m とほぼ同距離にある。町内を中国地方随一の「江の川」が貫流しており、かつては山陰と山陽を結ぶ江の川舟運の中継地、物資の集散地として発展してきた地域である。この江の川に沿って JR 三江線が江津市と広島県三次市を結んでいたが平成 30 年に廃線となった。

また、昔から前述した物資の集散地として賑わっていたこともあり、また周辺の町への影響力も強かったことから、国・県の出先機関や企業の支社・支所が集積されたことによって邑智郡の中心的な役割を担う町として発展し、商業の町として栄えた地であったが、過疎化による若者の都会への人口流出に加えて、企業の支社・支所の撤退、国や県の出先機関の縮小により立地の優位性が周辺地域と比較してなくなっている。



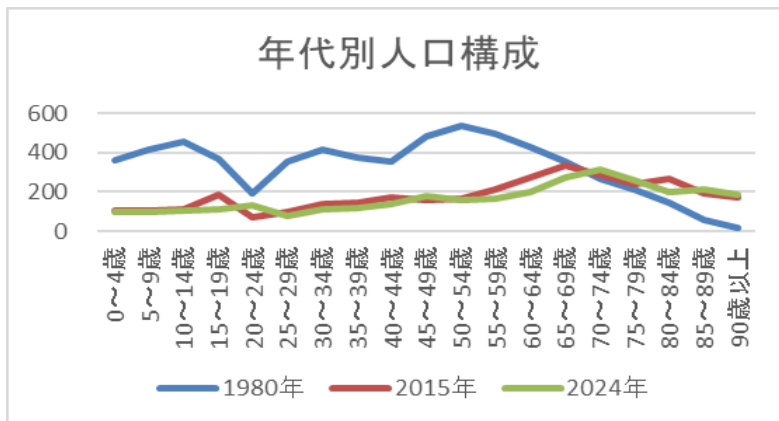
■人口（出典 国勢調査及び川本町）



本町の人口は令和 6 年（2024 年）現在、3,051 人となっており、昭和 60 年（1985 年）今から 39 年前の 50% 以下となっているものの、2015 年頃以降の人口減少率は低下傾向にある。

年代別人口構成で見ると 50 歳代以下の人口が大幅に減少しており、経済活動が活発である 30 歳代から 50 歳代の減少数が多いということは昭和 55 年と比較して人口減少以上の消費の落ち込みが推察される。

また平成 27 年（2015 年）と比較した場合、人口減少が抑えられていることもあり大きな変化が見受けられないことは行政の定住施策等の効果が現れていると考える。



■管内商工業者（小規模事業者）の推移と産業の状況

管内小規模事業者数の推移（業種別）

	H20年度		H25年度		H30年度		R5年度	
	事業者数	構成比	事業者数	構成比	事業者数	構成比	事業者数	構成比
建設業	49	19.0%	48	18.6%	38	18.5%	35	17.4%
製造業	24	9.3%	23	8.9%	21	10.2%	18	9.0%
卸・小売業	80	31.0%	76	29.5%	59	28.8%	50	24.9%
飲食・宿泊業	21	8.1%	25	9.7%	15	7.3%	16	8.0%
サービス業	55	21.3%	58	22.5%	33	16.1%	35	17.4%
その他	29	11.2%	28	10.9%	39	19.0%	47	23.4%
合計	258	100.0%	258	100.0%	205	100.0%	201	100.0%

令和5年度と15年前の平成20年度を比較すれば、小規模事業者数は約22%減少している。これは前述している【人口】の項の図にある平成22年（2010年）と令和6年（2024年）の減少率と同程度であり、本町の人口と小規模事業者数にはある程度の相関関係があると判断できる。また、平成30年度以降の小規模事業者数は新型コロナウイルス感染症禍（以下、コロナ禍）を乗り越えた中で、2%の減少で留まっている。このことは第2期の経営発達支援計画の実行によるところが大きいと判断する。

なお、川本町商工会は、川本町全域の事業者支援を行っており、データについては川本町全体のものを活用した。

②課題

■業種別の景況感と課題

I 建設業

土木工事業は、総体的には公共工事に依存しており国・県等の施策に影響されており、売上（工事受注）の変動が激しい。特に、中国地方最大の川「江の川」があることにより、頻繁に水害が起こりその復旧工事の影響が大きい。建築工事業は老朽化の目立つ住宅が多い当地域では民間のリフォームを事業の柱としている。新築物件については、外部の大手資本に受注競争で負けている状況がうかがえる。また、建築関連の専門工事業は当町だけでなく周辺の市町に積極的に売上を求めて活動する傾向にある。建設業の共通の課題として人手不足が経営維持発展の大きな障害となっている。また、職人の高齢化もあり、一部の土木工事業では外国人実習制度を活用せざるを得ない状況にある。民間工事が主の建築工事業では、受注競争の影響もあり資材が高騰している現状でその金額を転嫁できていない状況が見受けられる。

この業種は、地域住民の生活環境を支える事業であることから、人材確保・育成が喫緊の課題である。

II 製造業

当町の製造業は島根県の他の自治体と比較しても事業者数は少なく、誘致企業1社を除いて小規模な事業者であることが特徴である。家具製造業・印刷業・縫製業・食品製造業があるが一部を除き売上規模は小さい。家具製造業と印刷業は大手資本と事業内容が重なるため、価格競争に巻き込まれている。このため、家具製造業は新たな取り組みとして木材を活用した玩具やノベルティ商品を開発するが売上規模はまだ小さい。また印刷業は、ペーパーレス化の流れにより主力の官公庁からの受注が50%減少している。縫製業は、円安の影響もあり受注量は増加傾向にあるが、人手不足が最大の課題であり、外国人実習生を迎え入れて対応している状況である。ただ、技術的には不安定要素が多く検品に時間がかかり生産性が上がらない。また、最低賃金の上昇の影響を受け採算性が悪くなっている。食品製造業では、地域の特産品である「えごま」を活用した商品づくりを行い、5年前ぐらいまでは非常に引き合いが多かったが、近年他の地域でも産地化をしてきており、産地間競争が激しくなることにより、価格が下がってきており、収益性が厳しくなっている。

この業種は、他の地域からの資金を町内で循環させていくためにも重要であり、商品開発と販路開拓が課題である。

Ⅲ卸・小売業

当町は物流の集積地として自然と人が集まり、その人たちに商品を販売する小売店が集まって繁栄した歴史を持っている。大規模小売店舗法が平成 3 年（1991 年）に改正され大規模小売店の出店が近隣（自動車で 30 分～40 分程度）の大田市・江津市で増え、少し離れた（自動車で 60 分程度）の浜田市や出雲市にも更に大きな店舗が出店し町内の小規模小売店の経営環境は厳しくなった。また、町内にも県内最大手のホームセンターが出店し、出店場所が町内の中心地（弓市地区）ではなく、

広島県と江津市を結ぶ国道沿いの因原地区（中心地から 4k m 離れている）であったことが、弓市地区の小売店には打撃となった。ときを同じくして町内唯一のコンビニエンスストアが開店し、後にドラッグストア 2 店、食品スーパー 1 店が開店した。いずれも町外資本である。また、同法が平成 12 年（2000 年）に廃止される頃から近隣的大型店だけでなく EC（電子商取引）、所謂オンラインショッピングが台頭してきたことも大きな影響を受けることとなった。

島根県商工会連合会が平成 28 年に行った商勢圏実態調査では、地元購買率は全体で 54.3% となっているものの、因原地区にある大型店での購買

地元購買率（H28年度商勢圏実態調査）

場所 項目	地 元				地元小計
	1 弓市商店街	2 A コーポ	3 因原地区商店	4 その他町内	
食 料 品 計	8.0	23.8	33.2	2.4	67.4
衣 料 品 ・ 身 回 品 計	9.4	0.1	1.8	1.8	13.1
日 用 雑 貨 品 計	10.8	2.2	46.7	4.9	64.6
文 化 品 計	8.7	0.5	16.5	3.5	29.2
合 計	8.6	14.3	28.6	2.8	54.3

率が 28.6% と高くなっており、中心市街地（弓市商店街）の購買率は全体で 8.6% に留まっている。個々の事業者の魅力ある店舗づくりに加え、弓市商店街全体の対策が課題である。一方、流出割合は全体で 45.7% となっている。近隣の都市への流出が多く、特に大田市への流失割合が高い。現状は更に厳しくなっていることは容易に想像がつく。

また、事業者ごとの売上が減少する中、仕入先の商品配送頻度の減少や最悪の場合配送してもらえなくなっている例もある。このことにより、商品欠品による販売機会の損失や、仕入れ価格の上昇による利益率の低下が見受けられる。課題は多くあるが、大手資本は採算性だけで撤退することがあり、地域生活者のリスクとなる。また高齢化が進んでおり免許返納者が増加している現状、歩いて買物ができる店舗は社会基盤の一つとして重要であり、企業努力だけでない地域の協力をどうやって得ていくかを模索する必要がある。

卸売業については米穀卸売業しかないが、同社は米の卸だけでは事業継続に不安を持ち、事業の多角化を図っている。ただ、令和 6 年に入り米価が高騰しており景況感是非常に良くなっているが、価格が今後どうなるかは不透明でありリスクでもある。また、最大の課題は生産者が減少していることである。現状のような価格でも採算性だけみれば継続は難しいと云われており、かつ生産者の多くは高齢者であることを考えれば、事業者だけの課題でなくなる。

Ⅳ飲食業・宿泊業

飲食業はコロナ禍を企業努力（ケータリング・持ち帰り等）により乗り越えたものの、コロナ禍前の水準には戻っていない。原因として、昼営業のメインである客層がビジネス客であり営業等リモート、注文も WEB が中心となる等し減少しているためである。夜営業については団体客の減少が一番に挙げられる。ただ、営業歴が長い事業者ほど変化を好んでおらず、メニュー開発や店舗づくりが現在のニーズに対応できていないことが課題である。

宿泊業は町施設を指定管理にて運営している事業者が 1 社のみで、往時複数あった旅館はコロナ禍の影響で最後の 1 社が現在休業しており再開の見込みが立っていない状況である。ただ、廃業した旅館を取得して民泊として活用する動きがある他、空き店舗を活用して宿泊施設をつくる話も出てきている。この背景には、地元の県立高校が男女とも硬式野球部に力を入れており県内外から生徒が

集まっている関係で、保護者等の宿泊需要が一定数あることに起因する。また、町が「女子野球タウン」構想を令和7年4月から具現化すべく現在準備をすすめており、需要は更に高まるものと予想している。また、江の川は広島県北広島町を源流とし江津市まで194kmの長さがあり当町は下流域に当たるため水害が頻発している。この対策のための工事や県道改良（トンネル）工事など大型公共工事も一定数あり宿泊需要は今後更に伸びるものと予想される。このことから、需要予測を正確に立て起業創業または事業多角化による宿泊業進出の支援が重要となる。また、投資額を抑える観点から、食事については既存の飲食業との連携をしていくことが必要である。これにあわせて、飲食業・宿泊業にとっては誘客のためにはホームページやSNSといったDX活用が必須であり現在出来ていない部分である。

V サービス業

理美容業が中心であるがその他エステやリラクゼーション・鍼灸業・整体業といった業種が現在あり、町内だけでなく近隣の市町から集客している。比較的商圏の広い業種であり、かつ空き店舗を活用するなど有望業種である。ただ、理美容については事業者が高齢化しており、事業継続性については課題となっている。また、飲食業・宿泊業同様に誘客のためにはホームページやSNSといったDX活用が必須であり現在出来ていない部分である。

自動車整備業にとっては厳しい時代となっている。安全性の高い車両についての整備がメーカー系列のディーラーでないと出来にくい状況にある。また、高齢者の免許返納が増えてきており顧客数も減っている。このため、売上・収益とも減少していることが経営の不安定化となって現れてきていることが問題である。また、若者の自動車離れという表現があるように、事業者整備士を目指す者が減少しており、整備士不足となっていることも事業継続性の課題である。

また、小規模事業者の範疇から外れるが、高齢者向けサービス事業（医療・福祉関連）が雇用の受け皿となっており、地域に存在感を示している。ただし、この業種から必要とされる商品を町内事業者が提供できていないことが多く、機会損失となっていることが課題である。

VI その他業種

運送業は地元雇用の受け皿となっている。受注量も多く安定しているが、働き方改革の所謂「物流業界2024年問題」により生産性を抑える必要に迫られ、受注量の制限をする必要が出てきている。また、雇用される側にとっても、運転手という職業はある程度自由が利き高給が得られる職場との認識があるため、現状とのギャップに悩み退職を選ぶ事案が出てきていることが課題である。また、大型貨物自動車については免許制度改正により、若年層の免許取得に時間と費用がかかるため採用を敬遠するようになっており、人材不足が顕著になっていることも課題である。

■ 会員状況から見る現状と課題

ここ10年間の会員推移を見てみると平成27年度から令和6年度からで13%会員が減少しているが、小規模事業者数は平成25年度の258事業者から令和5年度の201事業者と22%の減少と比較すれば大きな開きがある。これは、第1期・第2期の経営発達支援計画を基にした支援の賜である。

10年間における会員の推移（年度末の数値）

	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
会員数	172	173	169	159	157	155	155	153	154	152	149
前年度対比増減		1%	-2%	-6%	-1%	-1%	0%	-1%	1%	-1%	-2%
平成25年比増減		1%	-2%	-8%	-9%	-10%	-10%	-11%	-10%	-12%	-13%

また、平成25年の会員平均年齢が64.6歳であったのに対し、10年後の令和5年では65.4歳と僅か0.8歳の上昇に留まっている。このことは廃業のほうが多体的には上回ったものの、起業・創業及び事業

承継がうまく行っている証である。ただし、これから10年後を見たときには、事業承継できる企業が人的あるいは財務的に難しく、少なくなってきていることも事実であり、いかに創業・起業を育成

していくかが地域課題となる。

③小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

現状を踏まえ、優先的に取り組むべき課題を以下の通り設定した。

- 事業者自らが設定した経営計画に基づき、計画的な経営を行うことを目指す
- 地域資源や伝統技術を活かした商品開発と販路開拓による売上拡大と域外資金の獲得を目指す
- 経済・社会情勢に適応するビジネススタイルを提案し、起業・創業支援を実施する
- 単純な事業承継でなく変革を伴った事業承継を目指す
- 企業風土・地域環境に根ざした人材の確保により企業活動の活性化を行う

（２）小規模事業者に対する長期的振興のあり方

①川本町商工会の長期的振興のあり方

当町の特徴は前述した通り商業・サービス業が中心の町であったが、大型店舗の乱立・電子商取引の隆盛、物流網の発達といった要素が重なり特に商業者にとっては打撃となっている。また、少子高齢化・人口減少といった地域要素も加わり、消費者の購買スタンスやニーズに対応することは、今までのような形態での事業活動では限界が来ていると思われる。こうした状況での廃業についてやむを得ないことと思われるが、地域活力を持続させるためには創業・起業案件の掘り起こしが必要である。実際、近年 30 歳代から 50 歳代の女性の起業が目立っており、かつ地域内で重要なポジションについており、この流れを加速することが大切である。ただ、女性起業家の多くが自己実現を優先するあまり財務を後回しにする傾向があり、特にコミュニティビジネスから事業規模を大きくするためには需要動向を捉えた中での事業計画の策定や経営分析に基づいた企業運営が重要でありその支援は重要であると判断する。

また既存の事業者は、前述したとおり消費者の購買スタンスやニーズに対応することに合わせ、物価高騰や最低賃金引き上げによる人件費増加に対応していく必要にも迫られている。これには、企業経営の革新が必要となり意識改革の重要性を粘り強く伝えていくことが大切である。そして、事業承継についても同様で、そのまま引き継ぐことは事業継続性が困難な場合が多く変革を伴った事業承継を目指さなければならない。

こうした状況を踏まえ「起業・創業」「新商品開発・新サービスの提供による販路確保」「ビジネススタイルの再構築」「人材確保」「事業承継」を重点目標に据えて支援をする。

②第 6 次川本町総合計画との連動性・整合性

川本町は令和 2 年（2020 年）に「第 6 次川本町総合計画」（URL: <https://www.town.shimane-kawamoto.lg.jp/files/original/20210728165605687efbc22d4.pdf>）を策定し、10 年間川本町が目指す町づくりの基本指針を示している。この計画の「基本計画 08 商工業・サービス業の振興」「基本計画 10 企業支援・企業誘致の推進」に以下の通り示されており、当会がこの経営発達支援計画で掲げている小規模事業者に対する長期的な振興のあり方と連動性・整合性を見いだせる部分である。

■基本計画 08 商工業・サービス業の振興（抜粋）

現状と課題

●小売業を中心に事業所数・従業員数が減少し、弓市商店街の空き店舗も増加傾向にあります。これに伴い、町民への生活サービス機能が低下しつつあり、また、まちの中心地としての賑わいも減少しつつあります。

●人口減少が進む中では、従来の生活サービス業の需要減少は避けられません。このような中で地域の活力を維持していくためには、経営革新や地域資源等を活用した新たな産業の創出も必要になっています。これまで、町内の重要な産業の一つとなっている医療・福祉事業に関連する産業の育成に取り組んできましたが、目立った成果が得られていない状況です。医療・福祉に関する産業基盤を活用すべき地域資源と捉え、継続的な取り組みを進める必要があります。

●事業者の高齢化などで、今後適当な後継者がいないことにより事業承継が困難になる店舗や事業

所が増加することが懸念されています。店舗や事業サービスを維持するために、事業承継への対策が必要になっています。

施策の方向性と取り組み

●地元事業者への支援の充実

町内事業者の事業の維持・継続に向け、事業者の経営安定化、事業承継を支援します。

○事業者の経営安定支援

運転資金の借り換え、事業の拡充や新規事業への参入等に関する資金調達時の利子補給など、経営安定に向け支援します。

○事業承継の支援

第三者承継を含めて、国の制度等を活用し、事業承継が円滑に進むように支援します。

●新たなサービス業の振興

町内の医療・介護事業を起点にした健康関連産業の育成や川本での暮らしを支える新たなコミュニティビジネスの開発、都市部からの移住者の受け入れ先となる団体の運営を支援します。

○コミュニティビジネス開発支援

郊外部での生活や高齢の交通弱者の生活利便を確保するための移動販売事業等、生活スタイルの変化に対応するコミュニティビジネスの開発を支援します。

●事業者の相談支援体制の強化

○事業者の経営安定化、事業拡大、新規事業参入、事業承継等に関する相談に迅速かつ円滑に対応できるように体制強化を図ります。

■基本計画 10 企業支援・企業誘致の推進（抜粋）

現状と課題

●多様な働き場と働き方の創造を目指し、個人起業家の育成、雇用規模の拡大、雇用形態の多様化を中心に取り組みを進めています。個人起業家の育成に関しては、空き店舗を活用した起業支援や地域おこし協力隊制度の活用によるビジネスチャレンジコンテストなどを実施し、定住や新規事業の創出等につながっています。今後は空き店舗活用との連携の促進や起業後も事業継続ができるような支援体制の充実が必要になっています。

●持続可能な地域づくりに向けては、若者の身近な働き場所が必要不可欠です。起業支援、事業拡大支援や企業誘致の促進など、引き続き、働き場の確保が重要な課題になっています。

施策の方向性と取り組み

●起業支援の充実

起業へのチャレンジが増えるよう、施設整備などの環境整備、制度の充実を図るとともに、関係機関と連携し起業後の支援体制を充実します。

○弓市ビジネスチャレンジコンペティションの継続

地域の課題解決と自らの夢の実現に向けたビジネスモデルを募集し実現に向けたサポートを行う「弓市ビジネスチャレンジコンペティション」を継続実施し、若者の起業へのチャレンジを応援します。

○起業支援

町内の雇用や地域経済の活性化に寄与する起業家に対し、商工会やしまね産業振興財団等と連携し、多面的な支援を行います。

○商工業担い手育成支援事業の強化

町内で起業や新規ビジネスに参入した商工業の担い手に対し、事業継続できるように育成プログラムを構築します。

○コワーキングスペースの整備促進

起業にチャレンジしやすい環境づくりの一環として、コワーキングスペースの整備を支援します。

③川本町商工会の役割

管内事業所の多くは、特に小売業・サービス業・飲食業を中心に後継者不在である。このため、第三者承継等のマッチングも視野に入れながら事業継続支援を進める必要がある。また、経済環境や社会状況を踏まえながら事業内容は変革が必要とされていることも念頭に置いておかなければならない。また起業・創業についても同様であり開業に向けた支援の中で、やはり革新性を重要なテーマとする。

川本町の経済は東京を中心とした経済悪化時にはタイムラグなく同時に悪化し、経済回復時には大きなタイムラグや回復の勢いが弱い傾向にある。このことを踏まえた事業再構築や販路開拓についての支援を行うため、情報の提供速度を上げる考えである。また、川本町経済の活力源は小規模事業であることは間違いなく、「起業・創業支援」「販路開拓」「事業再構築」「人材確保」「事業承継支援」を重点目標に据えて、行政機関や関係支援機関並びに専門家や金融機関と連携を取りながら、課題解決のための支援体制を構築し、小規模事業者数の維持や減少の抑制を図ることで地域経済の持続的発展を目指す。

(3) 経営発達支援事業の目標

①事業者自らが設定した経営計画に基づき、計画的な経営を行うことを目指す

本事業計画期間内に管内小規模事業者との対話と傾聴を通して、個々の事業者が経営計画に基づく経営の重要性を認識し、計画的な経営に邁進する状況を創出していく。

■目標

単位：事業者

	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
支援対象事業者数	10	10	10	10	10
売上高増加事業者数（3%以上）	-	3	3	3	3
営業利益増加事業者数（1%以上）	-	2	2	2	2

②地域資源や伝統技術を活かした商品開発と販路開拓による売上拡大と域外資金の獲得を目指す

島根県・川本町や島根県商工会連合会・一般社団法人かわもと暮らしと連携しながら川本町農畜産品・水産品等地域資源を活かした商品開発・商品ブラッシュアップに取り組み、域外資金獲得に繋げる。販路開拓として、島根県内外の商談会の出展支援やふるさと納税の活用、インターネットを活用した販路開拓支援を行うことで商圏の拡大を図る。このことにより事業者の売上確保と持続的発展を支援することと地域経済活性化を目論む。また支援事業者に需要動向調査による情報についてスピード感を持って提供する。

■目標

	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
需要動向調査活用件数（事業者）	10	10	10	10	10

	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
商談会参加事業所数（事業者）	4	4	4	4	4
商談件数（件）	4	4	4	4	4
商談成約件数（件）	2	2	2	2	2
展示会参加事業所数（事業者）	3	3	3	3	3
展示会売上目標（1社当たり・万円）	10	10	10	10	10

	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
ホームページ作成事業数（事業者）	2	2	2	2	2
EC販売受注額（一社当り・万円）	20	22	25	27	30

③経済・社会情勢に適応するビジネススタイルを提案し、起業・創業支援を実施する

創業・起業については案件の早期把握とスピード感である。関係機関と連携を密にしながら支援していく。

■目標

	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
創業計画策定事業者数（事業者）	1	1	2	2	2

④単純な事業承継でなく変革を伴った事業承継を目指す

職員が巡回等を通じて事業承継の希望を常に把握しておく必要がある。また、売上や利益の伸び悩みのある事業者では、後継候補者と事業内容の革新をどのように行うか、どのような支援が希望であるかを聞き取ったうえで事業承継計画の策定支援を行う。

■目標

	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
事業承継計画策定事業者数（事業者）	1	1	1	1	1

⑤企業風土・地域環境に根ざした人材の確保により企業活動の活性化を行う

新型コロナウイルス感染症禍以降、企業における人手不足感は一段と強くなった。このため、事業者の人材確保のための取り組みについて支援していく。

■目標

	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
就職フェア等への参加数（事業者）	1	1	1	1	1
企業の地域貢献数（事業者）	2	2	2	2	2

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

①事業者自らが設定した経営計画に基づき、計画的な経営を行うことを目指す

まずは、経営計画の必要性を事業者自ら認識する必要がある、巡回・広報活動や研修会等を活用しその啓蒙活動を改めて行う。また、経営分析・計画策定・進捗状況の確認を通して、売上・利益の増加を図ることが事業継続・成長にとって重要であり、ひいては雇用の創出にもつなげたい。

第3期では第1期・第2期で策定した事業者を含め、コロナ禍の影響を受けた事業者の計画の見直しをする必要があると思われる。また、計画策定後のフォローアップについて策定数が増えるに連れて形式的なものとなっている反省から、原点に立ち返ってPDCAサイクルでの状況確認・修正等を徹底していく考えである。なお、フォローアップに力を入れるため対象事業者数を15から10へ減らしている。

②地域資源や伝統技術を活かした商品開発と販路開拓による売上拡大と域外資金の獲得を目指す

第3期では最重点項目として事業を実施する考えである。需要動向調査については、新聞等の活字メディアだけでなくインターネットからの情報を積極的収集し、適宜提供を行い商品開発・改良に活用してもらう。

商談会については、事業者とのヒアリングを定期的に行い希望の商圈や販売形態から適切である商談会を設定し、条件に合うものを提案していく。展示会も同様で、一過性のものでなく商圈等を考慮し展示会以降も販売できる可能性を模索しながら提案を行う。

③経済・社会情勢に適応するビジネススタイルを提案し、起業・創業支援を実施する

当町の起業・創業の傾向は、「大手企業からの独立」「女性の自己実現」「地域おこし協力隊からの転身」が全体数の8割を占めている。また業種的には「サービス業」「飲食関連業」「専門工事業」が7割となっており、今後もこの傾向は変わらないものと思われる。ここで重要となるのが案件の早期把握と創業計画の策定・進捗フォローである。このためには、川本町・一般社団法人かわもと暮らし・金融機関との連携が重要となるため、定期的に情報交換を行う。

④単純な事業承継でなく変革を伴った事業承継を目指す

島根県事業承継引継ぎ支援センター・島根県商工会連合会・金融機関と連携し、親族内承継ができない場合には第三者承継の可能性を模索する必要がある。

また、事業承継予定者と企業のあり方について対話と傾聴を行い、新たな価値・革新性をもつ企業に変わるよう支援する。

⑤企業風土・地域環境に根ざした人材の確保により企業活動の活性化を行う

都会地からの移住を積極的に受け入れる努力が必要であり、事業者の自己アピールが重要である。このため、ホームページの作成とともに、直接事業者の良さをアピールできる就職フェアへの参加も重要である。また、地元高校生と触れ合うことで卒業後・大学進学後の就職先として認知してもらうことが必要であり、地域貢献活動の実施が有効であり、その支援を行う。

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

- ①RESAS（地域経済分析システム）を活用した経済動向分析を行い、ホームページ並びに広報誌等により周知をしている。
- ②全国商工会連合会が行う、「中小企業景況調査」に独自の調査項目を追加し、15事業者を対象とし調査を実施・分析を行いホームページで周知している。

■課題

- ①事業者毎に必要な情報が違っていることが唯一の課題である。
- ②地域の経済動向を調べるうえでは非常に有益な調査であったが、個々の事業者において手間がかかり、集計に時間がかかった。

(2) 目標

	公表方法	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
地域経済の動向分析（年・回）	HP 掲載	1	1	1	1	1	1
RESAS 活用研修会（年・回）	-	1	1	1	1	1	1
地域景況動向調査（年・回）	HP 掲載	4	4	4	4	4	4
調査対象事業者数（事業者）	-	15	10	10	10	10	10

(3) 事業内容

①地域経済の動向分析

第2期と同様、RESASを活用し経済動向分析を行い、ホームページに掲載する。これにより、地域経済の動向や産業構造、人口動態、消費傾向等のビッグデータを活用して、多面的な課題を「見える化」することで、事業者の意識改革と事業変革目指すきっかけづくりを行う。今までの情報提供のうち広報誌による周知はタイムラグの関係もあり中止とする。また、課題の項で記載した「事業者毎に必要な情報が違っている」に対応するため、RESASの活用の仕方について研修会を年1回開催することとする。

【調査手法】

担当者がRESASを活用し分析を行う。

【調査項目】

産業構造マップ・企業活動マップ・消費マップ・まちづくりマップ等の動向分析を実施する。

②地域景況動向調査

全国商工会連合会が実施している「中小企業景況調査」に追加項目を入れて調査をしていたため、回答に時間を要する事があったことから、項目を減らし「売上」「採算」「資金繰り」「業況」及び「設備投資」の項目に限定して実施する。また、当町の小規模事業者数に対して調査対象事業者数が多かったため、数を減らして実施する。このことにより、業種別の景況感等の変化とともに、他の調査結果と比較することにより川本町の傾向や特徴の把握を行い、小規模事業者に情報を提供する。

【調査手法】

「中小企業景況調査」にあわせて、調査票を配布・回収を行う。

【調査項目】

「売上」「採算」「資金繰り」「業況」及び「設備投資」

【調査対象】

小売業2事業者、サービス業4事業者、建設業2事業者、製造業2事業者

(4) 調査結果の活用

当会のホームページで掲載し、そのことを SNS や電子メールで周知を行う。

経営計画策定時の外部環境分析とともに、起業・創業支援、事業承継支援時の需要動向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

(1) 現状と課題

■現状

①各種情報媒体から売れ筋商品等や新サービス等の情報を収集し、小売事業者・サービス事業者・飲食事業者・製造事業者に情報を提供し、販売戦略の立案に活用している。

②地域の需要特性を知るために、年一回消費者アンケートを実施し分析を行い、関係事業者（小売事業者・サービス事業者・飲食事業者）に情報を提供し、商品構成や店舗レイアウトの改善等に活用している。

■課題

①情報媒体により情報の偏りが見られ、情報媒体数を増やしたことにより担当職員に負荷がかかった。

②調査数を100件と設定していたため、回収に時間を要した。

(2) 目標

	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
情報の収集・提供事業者数（事業者）	15	10	10	10	10	10
消費者アンケート調査回数（回）	1	1	1	1	1	1
消費者アンケート調査回収数（件）	100	50	50	50	50	50

(3) 事業内容

①情報の収集・提供

主に新商品・トレンド・消費者動向に関する情報収集を行い、該当する業種（小売事業者・サービス事業者・飲食事業者・製造事業者）ごとに整理した後、必要な情報を適宜提供する。これにより新商品開発や品揃え、新サービスの提供につなげていく。

【調査手法】

紙媒体・インターネット問わず、公開している情報を担当者が収集・整理し、該当事業者に提供する。

【調査項目】

「新商品」「トレンド」「消費者動向」「売れ筋商品」「新サービス」

【調査結果の活用方法】

巡回・窓口における相談対応の情報として活用。

事業計画策定においては、外部環境情報として活用。

②消費者アンケート調査

各年度において地域の需要等を把握する業種を決め、アンケート調査を実施し、回収・分析を行い、該当業種の事業者へフィードバックする。このことで商品構成の見直し・店舗レイアウトの改善・新メニュー開発の客観的資料とする。

【調査手法】

行政職員・金融機関職員・福祉医療関係職員等に依頼し、紙媒体でのアンケート調査を実施し、50件の回収を目標とする。

【調査項目】

次表のような調査項目を設定し、消費者から見た個々の事業者の状況把握を実施する。

業種	調査項目（例）
小売業事業者	・商品満足度（品揃え、品質等）
	・店舗満足度（レイアウト、掃除の状況等）
	・不足している商品
飲食事業者	・メニュー満足度
	・店舗満足度（入りやすさ・清潔感等）
	・食べたいメニュー
サービス業	・技術満足度
	・店舗満足度（入りやすさ・清潔感等）
	・新サービスの要望
製造業	・商品評価
	・販路
	・新商品要望

【調査対象】

年一業種（食品製造事業者・食料品等小売事業者・その他小売事業者・飲食事業者・理美容事業者・その他サービス事業者の中から）を選ぶ。

【調査結果の活用方法】

売上向上を目指した取り組みの中で、自社が消費者からどう見られているか客観的な資料として活用する。事業計画の実効性をあげることに有益なものとなると判断する。

5. 経営状況の分析に関すること

（１）現状と課題

■現状

経営分析の重要性は巡回時・広報配布時に周知活動を行っている。特に、コロナ禍により借入金が増えた事業者が多く存在しているため、資金繰りの円滑化は企業継続の課題となっている。

■課題

第１期から経営分析の重要性について周知活動を行い事業者に浸透しているものの、財務データから見える表面的な課題に主眼が置かれていた。コロナ禍により事業者を取り巻く環境が大きく変化したため非財務面についても注視する必要が求められてきている。この点の意識改革が必要であり課題である。

（２）目標

	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
詳細経営分析財務分析事業者数（事業者）	15	10	10	10	10	10
簡易経営分析事業者数（事業者）	50	50	50	50	50	50
財務分析セミナー開催回数（回）	1	1	1	1	1	1

詳細経営分析は経営計画策定をする事業者を対象とし主に経営指導員・専門家が実施し、簡易経営分析は記帳指導の一環として主に記帳専任・指導職員が実施する。

目標数については、「詳細経営分析⇒事業計画策定⇒フォローアップ」を一連の流れで実施する中で、特にフォローアップが重要であり、令和７年度からは数値管理のみならず事業者の行動計画管理に重点を置くなど現状より深度を増すため、詳細経営分析対象事業者を１５事業者から１０事業者へ減らしている。簡易経営分析は現在の記帳指導対象事業者数である５０事業所とする。

（３）事業内容

①経営分析を行う対象事業者の掘り起こし

巡回・窓口相談を通じ経営分析希望事業者の掘り起こしを行う。優先すべきは事業継続に必要な金融支援先事業者であるが、その他設備投資案件事業者などが挙げられ１０事業者を選定する。

また、継続で記帳指導を行っている事業者は決算期毎に簡易経営分析を実施し、現状に対し気付き

を提供し事業活動の革新へ導く。

対象事業者に対しては、対話と傾聴を通じて本質的な課題を抽出し、多様な支援ツールから事業者に合わせて活用選択することを意識する。

②セミナー開催に伴う募集方法

現状、広報誌や SNS で募集しているが多くの参加者があるとは言い難い。今回から、セミナー対象者を次代の川本町経済を支えていく事業承継事業者並びに創業・起業事業者に限定し、少数であるが徹底して経営分析について意義から手法まで説明していく考えのもと募集を行う。

③経営分析の内容

【詳細経営分析】

基本情報・・・企業沿革・取引先・後継者・人材・設備・後継者の有無など

財務分析・・・売上高・売上高総利益率・売上高増加率・損益分岐点分析など

SWOT 分析・・・内部環境（強み・弱み）・外部環境（機会・脅威）など

【簡易経営分析】

基本情報・・・企業沿革・取引先・後継者・人材・設備・後継者の有無など

財務分析・・・売上高・売上高総利益率・売上高増加率・損益分岐点分析など

分析手法としては小規模事業者支援システムの機能等を活用し、経営状況の推移や損益分岐点分析、キャッシュフロー計算書等を作成し、事業者へ提供する。また、細かな分析については、経済産業省の「ローカルベンチマーク」や中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、職員が分析を行う。

④分析結果の活用

詳細経営分析結果は、対象事業者へフィードバックし事業計画策定・金融支援・設備投資計画・補助金申請等に活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

■現状

各種施策の情報提供、各種テーマに基づいたセミナー開催、経営状況を考慮した巡回訪問等を通じて、事業計画策定支援に取り組もうとする事業者の掘り起こしを行っている。その後は、事業者と一体となって事業計画の策定支援に取り組んでいる。このとき重要なこととして、事業者の意思を優先しながら方向性を見極め修正している。

■課題

策定を目指す事業者の掘り起こし及び事業計画の策定支援においては、一定の成果は出ているものの、今後益々経営環境が厳しくなると予測される事業者に対して、経営力向上や事業の持続的発展に向けた支援は十分な成果創出には至っていない。従って、成果創出と支援レベルの向上に向け、経営力再構築伴走支援モデルの要素を盛り込み、「事業者へ気付きを与える仕組みづくり」、「効率的な支援体制を構築」に取り組む。また、事業計画策定の重要性理解を促進するため、セミナーの開催方法を見直すなどの改善に取り組む。

（２）支援に対する考え方

事業者が、経営力向上や事業の持続的発展を実現するためには、「地域の経済動向」「自社の経営状況」「需要動向」を考慮した事業計画の策定が必要不可欠となっている。そこで、「支援施策の周知」「小規模事業者支援システムを活用した情報のフィードバック」「セミナーテーマ・内容の工夫」等を通じて、事業者に対して事業計画策定に向けた動機付けを明確にする。

(3) 目標

	現行	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（事業者）	15	10	10	10	10	10
事業計画策定セミナー開催回数（回）	-	1	1	1	1	1
DX専門家派遣事業者数（事業者）	-	2	2	2	2	2

事業計画策定事業者数を15事業者から10事業者に減らしているのは、一事業者あたりのフォローアップの深度を増すためである。具体的には、現在は数値計画の管理に重点をおいているが、次期からは行動計画の管理も重要視し支援するためである。

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

経営分析を行った事業者や創業を目指す方等を中心に、事業計画策定へのきっかけづくりとなる各種経営テーマ（創業含む）に基づいたセミナーを開催する。巡回時に周知チラシを活用しながら受講者を募り、職員がフォローすることで事業計画策定につなげる。

■支援対象者・・・管内小規模事業者

■募集方法・・・会報誌並びにホームページ・SNSによる周知と巡回時の勧奨

■支援手法・・・経営分析を行った事業者を対象に実施する。必要に応じて中小企業診断士や公認会計士等外部専門家を交えて確実に事業計画策定につなげ、事業者が当事者意識を持って課題に向き合ってもらう。

■内容（例）・・・事業計画の概要、意義、事例紹介
経営環境分析、マーケティング手法
課題設定、数値計画、行動計画 等

②事業計画策定支援

経営力向上や事業の持続的発展に向けた支援を目的に事業計画策定支援を実施する。特に、事業計画のテーマ・方向性や専門性の高い経営課題については、専門家の派遣も視野に入れながら島根県商工会連合会と連携を密にしながら実施する。

■支援対象者・・・詳細経営分析を行った小規模事業者

■募集方法・・・会報誌並びにホームページ・SNSによる周知と巡回時の勧奨

■支援手法・・・対話と傾聴を通じて本質的な課題を抽出し、実現性のある計画を事業者と作り上げる。

■内容・・・個別事業者の事業計画策定を経営指導員並びに専門家派遣にて支援

③DX推進のための専門家派遣の実施

Webサイトの再構築やECサイトの導入など、安易な気持ちで導入する事業者が多く、導入後、あまり成果が出ていない事業者も多い。各種補助金の申請や展示会・商談会の参加を契機として、DXに対する取組み意欲が高い事業者に対してDXの活用を促し、事業効果を高めるために、相談対応のほか専門家派遣を活用し売上向上・販路確保を目指す。

■支援対象者・・・補助金申請者、展示会・商談会参加者他

■募集方法・・・会報誌並びにホームページ・SNSによる周知と巡回時の勧奨

■支援手法・・・DXに対する取組み意欲が高い事業者及び比較的若い世代の事業者や後継者に対して事業に対するDXに向けたITツールの導入やWEBサイトの再構築等を通じて経営効率化や販路拡大に向けたDX化支援をITインストラクターや中小企業診断士といった外部専門家の力を借りながら行う。

■内容（例）・・・DXに関する基礎知識
DX活用事例（業務効率化、経理事務デジタル化、IoT等の活用等）

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

事業計画策定後、経営指導員が巡回訪問を行い、財務諸表を確認しながら進捗状況を確認してきた。

■課題

目標達成・成果創出を図るためのフォローアップは実施してきたが、実施の時期や回数にバラツキが生じている。事業者と支援者が一体となった進捗管理に向け、実施回数の増加などを改善したうえで実施する。また、専門的な内容については、関係機関との連携・協力や専門家活用による支援体制の強化が必要となっており、フォローアップ機能の強化に努める必要がある。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者のほとんどが限られた経営資源の中で経営に集中しているため、中長期的な視野で事業計画の進捗状況を管理することは困難である。本会では、事業計画を策定した事業者を対象にフォローアップ支援を実施する。ただし、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な進捗で訪問回数を減らしても支障がない事業者を見極め選択と集中を行い、効果的なフォローアップ支援を実施するとともに事業者の自走化を目指す。また、現在は数値計画の管理に重点においていたが、次期からは行動計画の管理も重要視するためフォローアップ対象事業者数は令和7年度以降10者とする。一方で、フォローアップ頻度は引き続き1事業者あたり平均4回とする（フォローアップ頻度の内訳は（3）目標部分に詳細を記載）。

(3) 目標

	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
フォローアップ対象事業者数（事業者）	15	10	10	10	10	10
頻度/延回数（回）	60	41	41	41	41	41
売上高増加事業者数（3%以上・事業者）	-	3	3	3	3	3
営業利益増加事業者数（1%以上・事業者）	-	2	2	2	2	2

■フォローアップ頻度の内訳

3事業者・・・2ヶ月に1度	年6回×3＝18回
5事業者・・・3ヶ月に1度	年4回×5＝20回
1事業者・・・6ヶ月に1度	年2回×1＝2回
1事業者・・・1年に1度	年1回×1＝1回
	計 41回

(4) 事業内容

事業者と支援者が一体となった進捗管理の仕組みづくりに向けて、事業計画策定事業者を対象に計画的な巡回訪問を行う定期的な巡回訪問を通じた「対話と傾聴」により経営者自身が「答え」を見出すこと、経営者と従業員が一緒に作業を行うことで現場レベルでの当事者意識をもって取り組むことなど、事業者が主体的な姿勢で取り組むことができるよう動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げ、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訪問回数を減らしても支障のない事業者を見極めた上で、事業計画の進捗状況のフォローアップを目指す。

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

製造事業者は木製品製造業2事業者、飲食料品製造業5事業者、縫製等繊維関係2事業者しかなく規模も小さいのが特徴である。また、E C（電子商取引）に取り組んでいるのは5事業者となっている。販路開拓の中心は、展示会・商談会への参加であり、当会としては出展効果を高めるために、販促物・POP・キャッチコピー等についてアドバイスや作成支援を行っており、小規模事業者持続化補助金を活用する等、成果につながる支援に注力している。

■課題

展示会・商談会への参加において、効果をより一層高めるためには、単に機会を提供するのではなく、ターゲットを明確にし、事業計画や需要動向に反映させながら出展内容を検討することが重要となっている。その上で商品・サービスの企画・検討をはじめ、中長期的な視点で継続的に支援することが課題となっている。また、自社商品の宣伝力も不足しており、積極的な対応が出来ていない。

(2) 支援に対する考え方

販路開拓に積極的に取り組む事業者に対し、電子メールやファクシミリ或いは巡回訪問での情報提供をきっかけに支援を開始する。その後、各種支援施策も活用しながら事業計画に沿う形で商品のブラッシュアップや宣伝力の向上等専門家派遣を絡めた伴走支援に取り組む。また、DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS、ECサイトの利用等、個別に相談対応を行い、理解度を高める。導入にあたっては必要に応じてDXに向けた取り組みに精通した専門家の派遣を実施するなど、事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
商談会参加事業所数（事業者）	-	4	4	4	4	4
商談件数（件）	-	4	4	4	4	4
商談成約件数（件）	-	2	2	2	2	2
展示会参加事業所数（事業者）	3	3	3	3	3	3
展示会売上目標（1社当り・万円）	10	10	10	10	10	10
HP/SNS支援企業数（事業者）	2	2	2	2	2	2
HP/SNS新規取引開拓数（事業者）	2	4	4	4	4	4

(4) 事業内容

①商談会への参加

ビジネスフェア中四国（例年2月開催）は、広島市で開催されバイヤー来場者数約500名の商談会である。当町から広島市中心部までは高速道路を利用すれば90分程度で行ける距離にあり、納品時間経費とも負担が少く、小ロットの商品も販売しやすい地域である。

島根県内3信用金庫ビジネスフェア（例年11月開催）は、松江市で開催され地元金融機関の支援もあることから、商談成立後のフォローも万全である。当地域で製造されている商品は県内では希少なものであり商談成立の可能性は高い。

■支援対象者・・・製造業事業者等

■期待される効果・・・販路開拓を支援することにより、事業者の販路開拓基本ツールの整備（商談シート、HP導入、ネット販売、POP等）や商談知識、商談力の向上・習得が図られ事業者の意欲の向上につながり、事業者の持続的発展につながってくる。

②展示会への参加

しまねふるさとフェア（1月開催）は、広島市で開催され来場者数が2日間で15万人を超える展示即売会である。物産品の直接販売のほか観光資源のPRもあり、ビジネスチャンスも多い。

■支援対象者・・・製造業事業者等

■期待される効果・・・直接触れ合うことが少ない都会地の消費者と向き合い、自社商品の強み・弱みを知ることのできる良い機会である。このことで、商品のブラッシュアップや新商品開発の糸口を掴むことができる。

①②ともに、巡回時やホームページ・SNS・電子メール等で参加募集を行う。

③ホームページ（HP）・SNSの活用による販路開拓支援

DXに向けた取り組みとして、商工会HP作成支援ツール「グーペ」等により販路拡大や事業者PRを積極的に行う。製造業者のみならず、卸売業・小売業等の小規模事業者を対象にホームページ作成支援・オンライン出店支援を行い、販路開拓を目指す。ホームページでの商品紹介については販売先が消費者なのか取引事業者なのかで情報等の提供内容が異なることもあり、適切なページ構成にするため専門家の活用も検討する。SNSについては直接販売につながるものではないが、企業のPR手法としては若者を中心に有効な手段であることから、効果を検証しながらホームページ同様に専門家の支援を受けることも想定している。

Ⅱ. 経営発達支援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

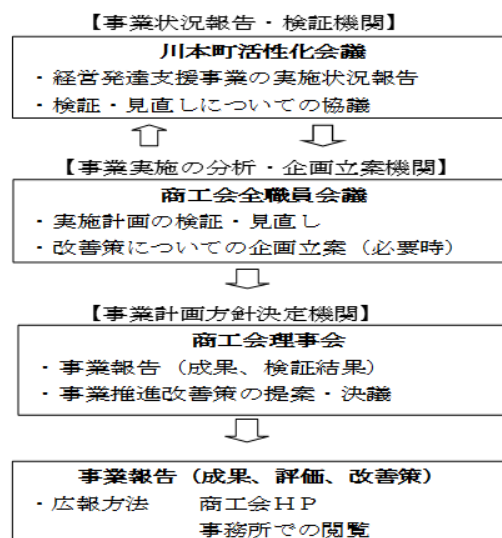
川本町活性化会議の場で、年1回「外部評価委員会」を開催し、町内にある関係機関と有識者から当該年度の事業結果を検証・評価してもらうことで、次年度に向けての事業内容の改善点や見直しを実施し、計画遂行の実効性を高めた。評価結果については、ホームページ・事務所への常時備え付けによって公表し、地域事業者が閲覧可能な状態にしている。

■課題

事業計画を確実に実行していくためには、進捗状況の確認と事業内容についての的確な評価・検証を行うことが必要である。現状の評価方法について、有効に機能しており問題点はないものと捉えているが、継続して事業内容の改善点の洗い出しや見直しを実施し、計画遂行の実効性を高めていく。

（2）事業内容

年度毎に職員間で共有できる「経営発達支援計画進捗管理表」を作成し、月毎に管理する。管理表には「項目ごとの取組内容」「達成手段」「担当者」「スケジュール」「評価」等があり、職員が個々の役割を明確に管理できることとなっており、毎月末に職員会議で進捗状況の確認を行い目標達成に努める。この取り組みによる成果を年度終了後速やかに「外部評価委員会（委員は川本町産業課長・山陰合同銀行川本支店長・島根中央信用金庫川本支店長・町内有識者・法定経営指導員）」を年1回開催・説明し評価をもらうこととする。この外部評価委員会により5段階評価を行ってもらい、低評価（1または2）の項目については、改善方策等を協議し次年度以降の事業実施に反映させる。また、当該評価委員会による評価結果は、当会理事会等においてフィードバックした上



で、事業実施方針に反映させるとともに、ホームページまたは商工会事務所で閲覧できるようにして、地域事業者等が閲覧可能となるよう公表する。

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

県連が提供する「職種別業務チェックリスト」を活用し、全職員が不足するスキルを確認するとともに、必要なスキルを取得するための「資質向上計画書」を作成し、これに基づいて「島根県経営指導員等研修会」や「指導職員研修（補助員、記帳選任職員等）」・「業務知識習得研修」を受講した。

■課題

新型コロナ以降、セミナー・研修会等はリアル開催とオンライン開催のハイブリッド形式が主流になりつつある。オンライン開催は移動時間の短縮等、効率化が図れる反面、講師や参加職員との意見交換やグループワーク等による知識・ノウハウ習得が難しく、リアル開催との併用参加が課題である。また、職員の職務経験・知識にバラつきがあり、OJTとOff-JTによる資質向上や職員間での情報共有やコミュニケーションも課題である。職員会議等により支援ノウハウ等を共有することで、職員全体の資質向上を図っていくことが重要である。また、不足しているDXにかかる知識の補完にあたっては、中小企業基盤整備機構が主催するIT支援力向上講習会等の外部講習会等を積極的に活用し、経営指導員等のスキル向上を図ることで、地域事業者のDX推進を図ることでデジタル化を含めた業務改善、新事業への取り組みなどを推進し、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す必要がある。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【島根県経営指導員等研修会】

全職員の支援能力の一層の向上のため、島根県商工会連合会等が主催する「島根県経営指導員等研修会」を計画的に受講し、高度かつ多様化する小規模事業者支援に係る知識・ノウハウの習得とともに経営力再構築伴走支援の基本姿勢「対話と傾聴」の習得・向上を図り、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践につなげ、事業者支援に活かしていく。

【指導職員等研修会】

指導職員の基礎的経営支援能力をさらに向上させるため、島根県商工会連合会等が主催する「指導職員研修会」を計画的に受講する。特に、対面で専門性のある研修会を中心に受講することにより、小規模事業者支援にかかる知識・ノウハウの習得を図るとともに、対面でのグループワークにて活発な意見交換を促す。

【業務知識習得研修・新任職員研修・マネジメントスキル養成研修等】

職員が適宜必要なスキルを習得するため、島根県商工会連合会が主催する各種研修に対し、計画的に受講する。不足する支援ノウハウを補う方法として、島根県商工会連合会資質向上対策指針に基づく「職種別業務チェックリスト」「資質向上計画書」を利用して、不足している能力を特定した上でこれから高めていく必要のある支援ノウハウを全職員が自ら確認し、それを補うための研修への参加を計画的に行っていく。

【DX推進に向けたセミナー】

経営指導員並びに指導職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・支援を可能にするため、島根県・島根県商工会連合会等が主催するDX関連セミナーや中小機構が開催する「IT支援力向上講習会」等に計画的に職員を派遣し、地域の事業者へのDX推進対応にあたり、販路拡大や売上拡大に向けた支援に繋げる。

②OJTの実施による資質向上と職員間の定期的なミーティングの開催

経営指導員は、職員会議において情報交換・知識・ノウハウの共有の他、経営指導員の支援案件とその対応について検討を行い、全職員の能力の向上と経営指導員が不在な折でもすぐに対応できる

体制を整える。ノウハウの共有については代表的な事業支援事例を発表することで理解を深めてもらう。指導職員においても同様に、職員会議や職種別会議によるO J Tの実施や個別の支援事例や新たに得た知識を職員全体で共有し支援能力向上を図っていく。

③専門家派遣制度を活用した資質向上

事業者へ専門家派遣する際に経営指導員が同行することで、専門家が持つ高度な支援内容や助言方法を習得し、事業者に対する経営支援方法のノウハウを学習し資質向上を図る。これにより、経営指導員の支援能力の向上が図られ、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで、組織の支援能力の向上が期待できる。

(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6年11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）	
川本町商工会 実施体制	
事務局長 川本町 産業振興課 法定経営指導員 1 名 補助員 1 名 記帳専任職員 1 名 記帳指導職員 1 名	
(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：白須 努	
■連絡先：川本町商工会 0855-72-0123	
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、実施にかかる指導および助言、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	
■川本町商工会	
〒696-0001 島根県邑智郡川本町大字川本558-10	
TEL：0855-72-0123	
FAX：0855-72-2516	
電子メール：shirasu@shoko-shimane.or.jp	
②関係市町村	
■川本町産業振興課	
〒696-0001 島根県邑智郡川本町大字川本271-3	
TEL：0855-72-0636	
FAX：0855-72-1136	
電子メール：sangyou@town.shimane-kawamoto.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 1 0 年度	令和 1 1 年度
必要な資金の額	1, 800	1, 800	1, 800	1, 800	1, 800
専門家派遣	1, 000	1, 000	1, 000	1, 000	1, 000
販路開拓事業	500	500	500	500	500
需要動向調査	200	200	200	200	200
セミナー開催費	100	100	100	100	100

(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、手数料収入、町補助金、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。

(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	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
①	
②	
③	