

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	岩美町商工会（法人番号 270005000940 ） 岩美町（地方公共団体コード 313025 ）
実施期間	令和 7 年 4 月 1 日～令和 1 2 年 3 月 3 1 日（5 年間）
目標	【経営発達支援計画の目標】 ①ブランド力向上による地域経済の活性化 ②小規模事業者等への事業計画策定支援の強化とデジタル化支援による生産性の向上 ③小規模事業者等への幅広い需要開拓支援による収益向上と経営体質の強化
事業内容	【経営発達支援計画の内容】 1. 地域の経済動向調査に関すること 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. 需要動向調査に関すること 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. 経営状況の分析に関すること 経営分析により経営状況の把握や本質的な経営課題を洗い出し、実行性の高い事業計画の策定に繋げる。 4. 事業計画策定支援に関すること 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. 事業計画策定後の実施支援に関すること 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行性を高める。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること BtoB を促進する商談事業と BtoC を促進する物産事業を総合的に展開し、事業者の取引拡大、商品開発を促進し収益力向上に繋げる。
連絡先	岩美町商工会 〒681-0003 住所 鳥取県岩美郡岩美町浦富 1031-23 電話：0857-72-0588 FAX:0857-72-0539 e-mail:iwami-sci@tori-skr.jp 岩美町役場 商工観光課 〒681-0003 住所 鳥取県岩美郡岩美町浦富 675-1 電話：0857-73-1416 FAX:0857-73-1524 e-mail:syokou@iwami.gr.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

【概要】

当会の管轄地域である岩美町は、鳥取県東部に位置し、北は日本海、南と西は鳥取市、東は兵庫県美方郡新温泉町に接している。町域面積は、122.32 km²で、中国山地の扇ノ山・河合谷高原から続く山地と、これに源を発する蒲生川、小田川が形成する沖積平野から成り、海岸部は複雑な岩石海岸と砂浜海岸で構成されている。日本海に面する東西約 15 km の浦富海岸を始め、岩美町の全域が平成 22 年（2010 年）10 月に世界ジオパークネットワークに認定された「山陰海岸ジオパーク」の一部になっている。山陰海岸ジオパークは令和 6 年（2024 年）9 月にユネスコ世界ジオパークに再認定された。浦富海岸は、洞門、洞窟、白砂の浜など様々な地形からなる地質の博物館である。特徴的な景観は、菜種五島、千貫松島、城原海岸、鴨ヶ磯、龍神洞などが挙げられ、様々な変化を見せる景観は、訪れる人々の目を魅了する。透明度の高い海では、シュノーケリング、シーカヤックなど、海と一体になれる体験や海水浴が楽しめる。海岸線の絶景を海から眺める遊覧船が就航している。

「岩井温泉」は開湯から 1200 年、山陰最古級の名湯で旅籠情緒が漂う源泉かけ流しの温泉である。岩井温泉には、湯かむり唄を歌いながら、柄杓で湯をかける江戸時代から伝わる奇習がある。

豊かな海と山と温泉に恵まれた岩美町には多くの特産品がある。そのなかから、松葉がに、モサエビ、白イカ、岩がき、赤がれい、ばばちゃん（タナカゲンゲ）、マコモタケ、新雪梨の 8 つの食材を「いわみ八宝」と名付け、四季を通じて岩美町の旬の味覚として提供している。

平成の大合併では全国的に市町村合併が進むなか、平成 15 年（2003 年）10 月に岩美町は単独自立を決定し現在に至る。

交通面では、国道 9 号線に並行して伸びる山陰近畿自動車道（鳥取豊岡宮津自動車道）の岩美町区間が全面開通するなど交通環境は著しく向上。平成 27 年（2015 年）7 月にオープンした「道の駅 なんせ岩美」では、新鮮な海産物や農産物、加工品を購入することが出来、多くの来店客で連日賑わっている。

岩美町内には、日本海に沿って J R 山陰本線の岩美駅、大岩駅、東浜駅の 3 駅がある。平成 29 年（2017 年）6 月に運行を開始した J R 西日本の豪華寝台列車「トワイライトエクスプレス瑞風」は、東浜駅に停車。乗客は海辺の美しい景色を眺めながら、東浜のレストランで癒しの時間を過ごす。



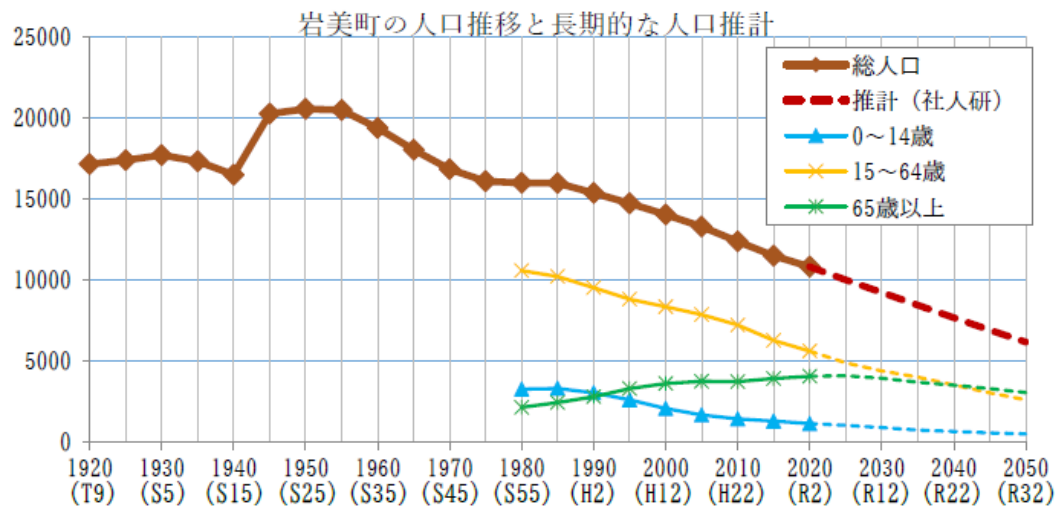
【人口動向】

岩美町の人口は昭和 25 年（1950 年）の 20,519 人をピークに、その後急速に人口減少が始まり、令和 2 年（2020 年）には 10,799 人となった。これは、平成 27 年（2015 年）に国立社会保障・人口問題研究所（社人研）が推計した人口 10,773 人を上回っているが減少傾向に歯止めはかかっていない。

また、社人研の令和 5 年（2023 年）の直近の人口推計によると、令和 32 年（2050 年）には 6,168 人まで減少するとの推計が示されている。

人口構成では、昭和 55 年（1980 年）に全体の 13%であった高齢人口が令和 2 年（2020 年）には 33%に増加しており、今後においては令和 27 年（2045 年）に 50%まで上昇し、生産年齢人口の割合を上回る推計が示されている。

人口減少と少子高齢化は、地域の日々の生活を支える事業所や地域コミュニティ活動の担い手不足を招くだけでなく、消費量の減少やそれに伴う地域経済の規模縮小に繋がり、事業の継続そのものに大きな影響を与えることが懸念されている。



○国勢調査より（破線は社人研による推計）

項目	1980(S55)年		2020(R2)年		2045(R27)年		2050(R32)年		2045(R27)年	
	人口	構成比	人口	構成比	人口	構成比	人口	構成比	人口	構成比
岩美町の人口	15,969 人	—	10,799 人	—	6,908 人	—	6,168 人	—	6,314 人	—
年少人口 (15 歳未満)	3,264 人	21%	1,143 人	11%	573 人	9%	508 人	8%	537 人	9%
生産年齢人口 (15 歳～64 歳)	10,560 人	66%	5,603 人	52%	3,038 人	41%	2,607 人	42%	2,649 人	41%
高齢人口 (65 歳以上)	2,145 人	13%	4,053 人	37%	3,297 人	50%	3,053 人	50%	3,134 人	50%

※令和 5 年（2023 年）に示された社人研の推計

*参考：前回推計 令和 2 年（2018 年）

【商工業者数の推移】

岩美町内の商工業者数は令和 6 年（2024 年）4 月現在で 356、平成 26 年（2014 年）に比べて 5、1.4%の増加となっている。小規模事業者数は 322。平成 26 年（2014 年）に比べて 2、0.6%の増加で推移している。増加要因としては、コロナ明けでの事業意欲の向上などが挙げられる。

創業においては「若者が集うまちづくり」を目指す岩美町の中長期ビジョンのもと、地域おこし協力隊OBなど岩美町に移住定住する I J U ターン者の創業支援が効果を上げている。

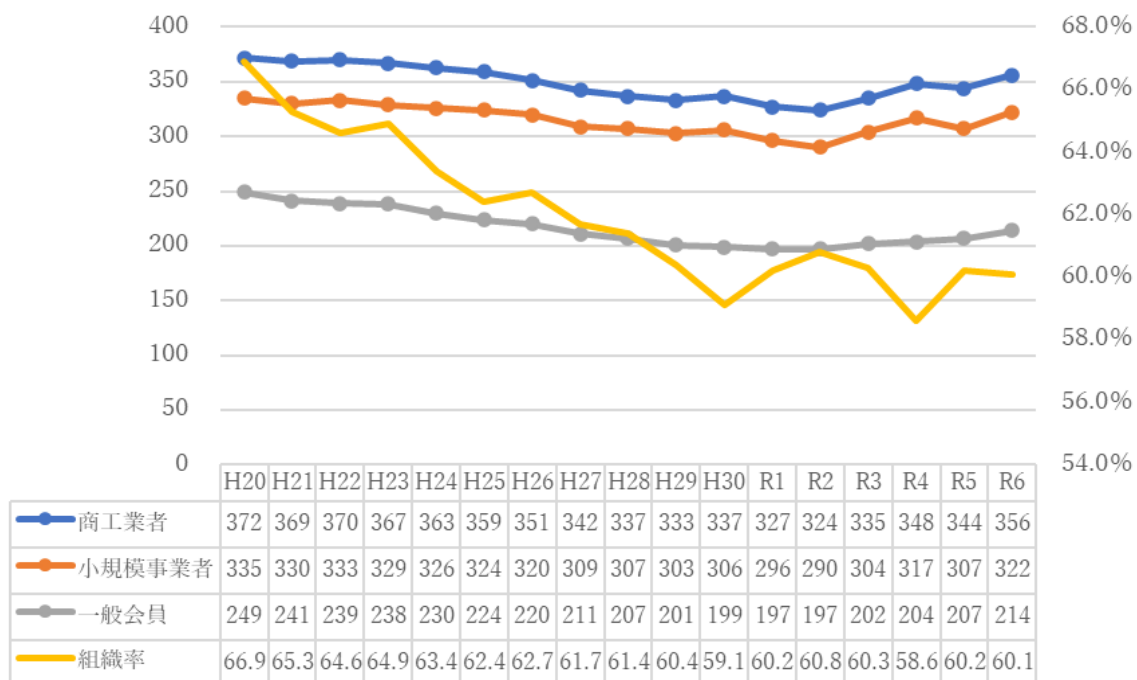
商工業者数の業種別割合では、サービス業が 24.7%で最も多く、小売業 20.5%、建設業 19.1%、製造業 14.6%、飲食店・宿泊業 14.0%、卸売業 1.9%で続く。

【岩美町内商工業者の推移】

商工業者数		小規模事業者数		経営者の年齢 が 60 代以上	後継者が未確定
R6	H26	R6	H26		
356	351	322	320	56.4%	65.7%

（出典：令和 6 年度版鳥取県商工会白書、令和 4 年 11 月実施 岩美町事業所・企業調査）

岩 美 町 の 商 工 業 者 数 ・ 会 員 数 ・ 組 織 率 の 推 移



（出典：令和 6 年度鳥取県商工会白書）

【飲食・宿泊業】

山陰海岸ジオパークの中核をなす「浦富海岸」「岩井温泉」など地域資源の豊富な岩美町にあっては、観光産業が地域をけん引する重要な産業として位置づけられている。

令和 6 年（2024 年）4 月現在、岩美町内では飲食店・宿泊業 50 店舗が営んでいる。宿泊施設では、11 月の松葉がにシーズンに入ると「かに料理」を満喫することができる。飲食店は浦富海岸周辺や国道 9 号線沿いで営業している事業者が多い。宿泊施設は、開湯から 1200 年、山陰最古級の名湯で「湯かむり」という奇習のある岩井温泉に 2 つの温泉旅館、浦富海岸周辺で民宿、ゲストハウスを営んでいる。事業者の高齢化、後継者難により、事業者は減少傾向にあるものの、平成 26 年（2014 年）の 51 店舗に比べて 1 店舗、1.9%の減少に留まっている。「いわみ八宝」に代表される豊富な食材と山陰海岸ジオパークの豊かな自然環境に惹かれて岩美町に移住定住し、飲食店・宿泊施設を起業する I J U ターン者が増えていることが要因として挙げられる。

新型コロナウイルス感染拡大によって観光客は激減、飲食・宿泊業者は厳しい経営環境に置かれてきたがインバウンド需要など観光客はコロナ前まで持ち直している。事業者の高齢化、人手不足にあって事業承継、省力化、効率化を急ぐ。

【小売業】

岩美町内の小売業は、町中心部に大型スーパー、ホームセンター、ドラッグストアが集中している。ネット通販が浸透するなど人口減少・少子高齢化が続く中山間地において、事業規模の小さい老舗店舗の廃業が続いている。令和 6 年（2024 年）4 月現在、岩美町内で小売業は 73 店舗あり、平成 26 年（2014 年）の 85 店舗に比べて 12 店舗、14.1%の減少。大型店の出店は続いており、今後も小規模事業者の厳しい事業運営が続く。

【サービス業】

理美容業者が多いサービス業においては、令和 6 年（2024 年）4 月現在で 88 店舗が事業を営んでおり、平成 26 年（2014 年）の 65 店舗に比べて 23 店舗の大幅増になった。経営者の高齢化による廃業はあるものの若者層の創業が続いていることが事業者の増加に繋がった。

【製造業】

岩美町内では、電気製品・機械器具製造業や縫製業、水産加工業など令和 6 年（2024 年）4 月現在で 52 社が事業を営み、町内雇用の一翼を担っている。平成 26 年（2014 年）に比べて 5 店舗、8.7%減で推移している。縫製業を中心に下請依存が続くなか、新型コロナウイルス感染拡大時の受注減から一転、慢性的な人手不足、雇用の確保に事業者は苦慮している。

【建設業】

公共工事を中心に堅調に推移してきた建設業においては、令和 6 年（2024 年）4 月現在で 68 社が事業を営んでいる。今後も安定した事業運営が予想される。

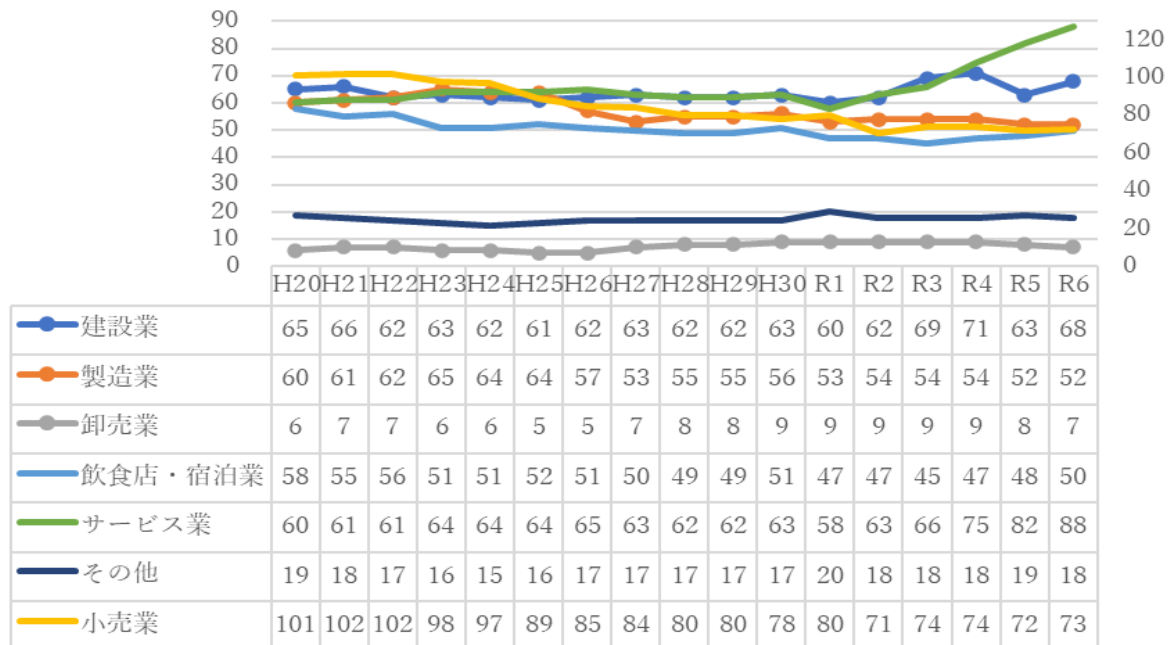
【水産業】

全産業の売上高・従業者数に占める漁業の売上高・従事者数の割合は高い傾向が続く。

漁獲量日本一の松葉がにを始め、赤がれい、白ハタ、ばばちゃん（タナカゲング）、モサエビなど鳥取県を代表する魚を漁獲している。

岩美町の水産業の中核をなす沖合底びき網漁業は、現在、網代漁港、田後漁港で 16 隻の沖合底びき網漁船が稼働している。沿岸漁業は小型定置網が主力である。沖合底びき網漁船員の高齢化による乗組員の確保が課題となっている。

岩美町の業種別商工業者数の推移



(出典：令和 6 年度鳥取県商工会白書)

【岩美町事業所・企業調査結果】

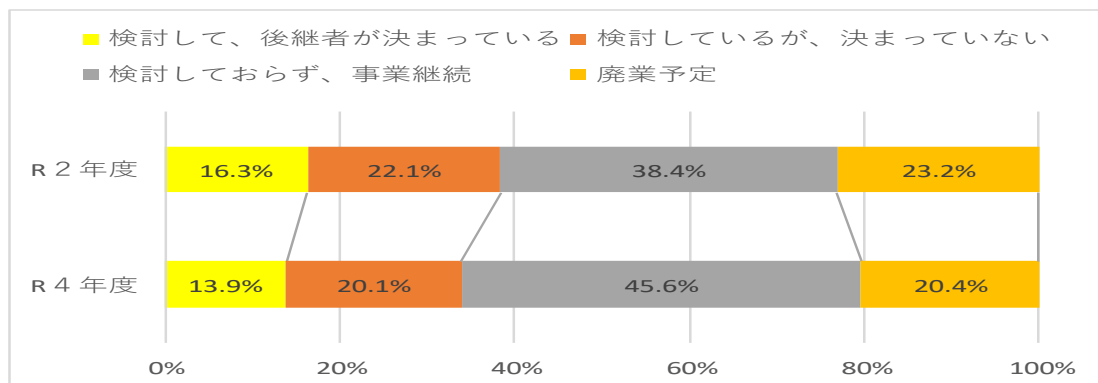
岩美町と岩美町商工会は、令和 4 年（2022 年）11 月に町内事業所の実態を把握し、事業所が抱える課題を明らかにするため、町内全事業所を対象にした調査を実施した。

■調査対象数：312 事業所

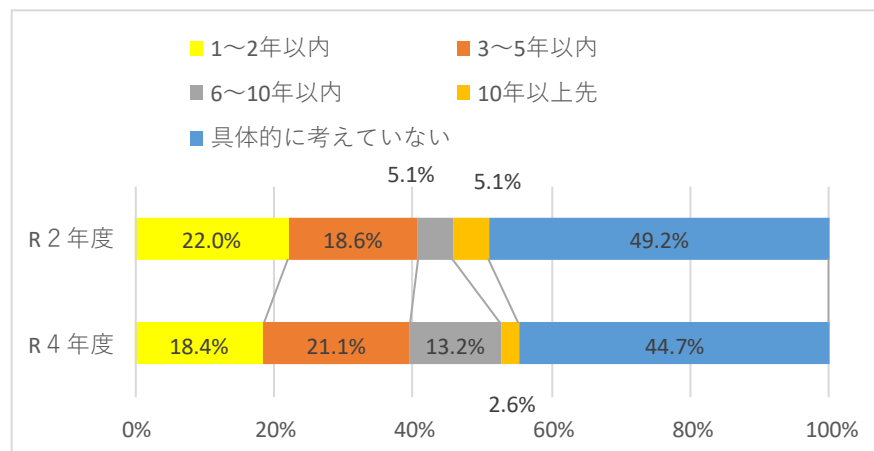
■集計数：287 事業所（91.9%）

■概要：「廃業予定」が全体の 20.4%と高く「後継者が決まっている」事業所は 13.9%に留まる。業種別では、小売業、飲食・宿泊業、サービス業で「廃業予定」の割合が高い。「廃業時期」は、具体的な時期は考えていないという回答が半数近いが、21.4%は 5 年以内に廃業予定と回答している。

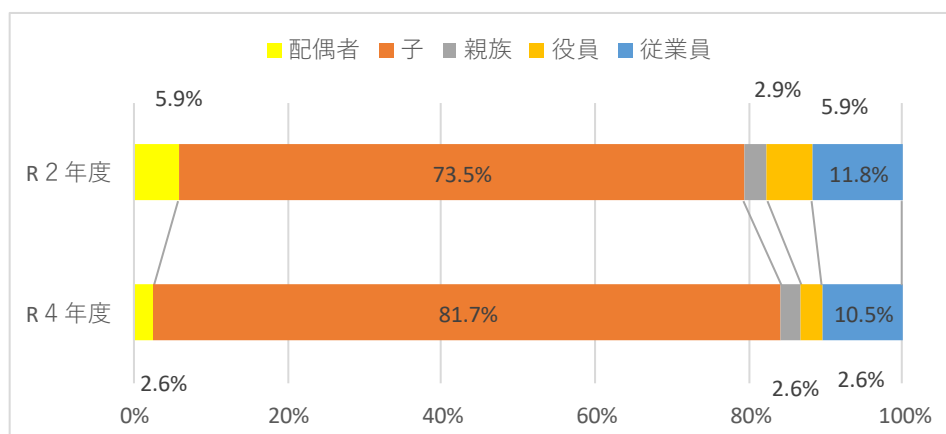
（1）事業承継・継続の状況



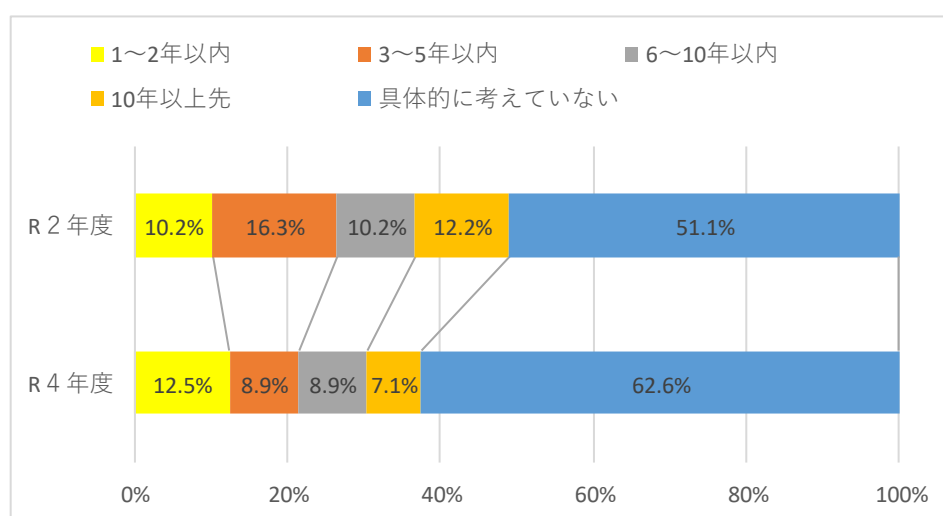
(2) 事業承継の予定時期



(3) 予定している後継者



(4) 廃業の予定時期



(出典：令和4年11月実施 岩美町事業所・企業調査)

②地域経済の課題

豊かな海と山、温泉を有する岩美町には、開湯から 1200 年、山陰最古の名湯「岩井温泉」や「浦富海岸」等の観光資源、山陰海岸ジオパークから醸し出された、松葉がに、モサエビ、白イカ、岩がき、赤がれい、ぱぱちゃん（タナカゲンゲ）等旬の食材「いわみ八宝」に恵まれている。

近年では、人気アニメ「Free!」ロケ参考地や道の駅きなんせ岩美、豪華寝台列車「トワイライトエクスプレス瑞風」の JR 東浜駅停車、ジオパークのユネスコ正式事業化といった観光客の増加に繋がる話題がある。一方で、事業者の高齢化、後継者不足は深刻な状況にあり、宿泊施設は減少傾向にある。

平成 27 年（2015 年）には、田舎暮らしを提案する民間雑誌の「住みたい田舎」ランキングで、岩美町が全国総合第 1 位となるなど、交流人口や移住者は増加傾向にある。

関係機関と連携して豊かな観光資源、地域資源を活かした観光客の誘致や創業・事業承継支援に取り組み、岩美町内事業者の持続的発展と雇用の創出を目指す。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

岩美町商工会は「岩美町商工会ビジョン」を策定し、岩美町の「第 3 期岩美町地域創生総合戦略」と連動し、その実現に向けた取り組みを行うことで、小規模事業者の持続化と成長に取り組んでいく。経営支援においては、小規模事業者等への伴走型支援をより効果的に行うため、東部商工会産業支援センターと連携を図りながら、各種セミナー等の集団支援や専門家派遣等の個別支援などを広域的に展開していく。

※東部商工会産業支援センターとは本会を含む東部地区 7 商工会を管轄する鳥取県商工会連合会の経営支援出先部門

①10 年後の将来を見据えて

・商工会ビジョンの基本方針等

地域小規模事業者は、地域の雇用、生活基盤を支える重要な役割を担っているが、事業者の減少、事業承継に係る課題に加え、新型コロナウイルスまん延というこれまで経験したことがない急激な社会環境の変化に見舞われた。こうした厳しい経営環境のなかで、事業者の伴走型支援を徹底し、持続的発展に努めていきたい。

様々な課題に対応していくため、岩美町商工会は令和元年（2019 年）10 月に「岩美町商工会ビジョン」を策定した。今後 10 年後を見据えた小規模事業者支援の指針を示し実現させていく。

②小規模事業者に対する経営支援の充実

地域小規模事業者の持続的発展を実現するため、商工会の強みである事業者に寄り添った「伴走型個社支援」を充実させる。従来の経営改善普及事業に加え、高度化、専門化する経営課題に対応する体制を整える。税務、経理など基礎的な経営改善普及事業については、事業者の「自立化」に重点を置いた支援へシフトする。

組織の限られた人材で最大の成果を得るため、マンパワーを共有するチーム支援やテーマ別支援を深化するとともに、IT 化など支援業務の効率化を図る。支援内容によっては、外部の専門家、専門支援機関のマンパワーを活用したチーム支援を推進、強化する。

③岩美町の基本方針、総合戦略計画 等

岩美町は、これまで各種施策を推進してきたが、人口減少に歯止めをかけるには至っていない。「第 2 期岩美町地域創生総合戦略」では、令和 27 年（2045 年）に人口約 8,200 人を維持することを目標としている。そのためにも、持続可能なまちづくりに向けて、国が示す SDGs の概念や Society5.0 の実現など新たな観点を取り入れ、地域の活力を生み出すとともに、人口減少、少子高齢化対策に取り組む。

社人研の令和 5 年（2023 年）の直近の人口推計によると、令和 32 年（2050 年）には 6,168 人まで減少するとの推計が示されている。一方、町内での起業や子育て、町内への移住定住など、若者の

新たなチャレンジにより、活性化につながった事例もみられる。

平成 27 年（2015 年）には、田舎暮らしを提案する民間雑誌の「住みたい田舎」ランキングで、全国総合第 1 位を獲得するなど、岩美町の注目度は高く、移住者は増加している。

今後、岩美町が持続的発展をしていくためには、若者が暮らしてみたい、暮らし続けたいと思うまちにし、新たなチャレンジを行なう若者を増やしていくことが不可欠である。

そこで、専門性を持った団体・町民による「いわみチャレンジサポートネットワーク」を形成し、官民一体となって、活動への支援や情報発信を行い、チャレンジする若者が集うまちを目指す。

併せて、高齢化、後継者難により、廃業を考えている事業者においても、事業承継、マッチングがスムーズに運ぶよう岩美町と岩美町商工会、町内金融機関で構成する「岩美町事業承継サポートネットワーク」を設置して支援にあたっている。

④商工会の果たすべき役割

厳しい社会環境に置かれている地域小規模事業者の事業存続、持続化発展こそ商工会が果たすべき役割であり、伴走型個社支援を徹底していく。また、岩美町地域創生総合戦略のテーマである「チャレンジする若者が集うまちを目指して」がスムーズに実現できるよう、行政と連携してサポートに取り組んでいく。

第3期岩美町地域創生総合戦略	岩美町商工会ビジョン2020
①商工業への支援 ・新規起業、事業継続・継承及び施設整備などに対する支援	①事業所への基礎的支援(経営改善普及事業) ・ワンストップ経営相談所としての機能と伴走型個社支援の強化
②町の特色を活かした関係人口の創出拡大 ・岩美町と特定の関わりがある人々との交流の場を作り、関係人口の拡大を図る ③移住を考えている方へのアプローチ強化・受入機運の醸成 ・移住相談会等への参加やきめ細かな相談対応 ・町全体で移住者を受け入れる機運の醸成 ④住まいの確保 ・空き家活用による住まいの確保や民間賃貸住宅の利用支援 ⑤若年層における地域活動推進 ・若者の地域との関わりを促進し、郷土愛を育む ⑥ふるさと回帰の機会創出 ・Uターンの促進を目的に、岩美町出身者に対するふるさと回帰の機会を設ける	②地域経済振興事業 ・事業者がやる気を起こす、持続的発展に繋がる振興事業の実施 ・「住みたい田舎」ランキング全国総合第1位、移住定住者の受入 「テレワーク（在宅勤務）」推奨、ネット環境の整備、ワーケーション、リノベーション ③行政との連携による事業承継・創業支援 ・岩美町事業承継ネットワーク、事業引継ぎ支援センター等と連携して個別相談、セミナー開催。事業承継・創業計画の策定支援 ・いわみチャレンジサポートネットワーク、空き店舗対策、チャレンジショップ、町補助金の活用
⑦豊かな資源を活かした新たな魅力創出 ・豊かな自然やその恵みの魅力向上 ・インバウンドを含む誘客強化の取組みを支援 ・地域で中心的な役割を担う人材を育成し、住み続けたいと思える地域づくり活動を推進	④岩美町が誇る地域資源を活用した事業展開、地域未来けん引企業の創出 ・山陰海岸ジオパーク・岩井温泉 ・いわみ八宝・グルメ・道の駅きなんせ岩美 ・アクティビティ・渚交流館 ・アニメ「Free!」 ・トワイライトエクスプレス「瑞風」 ・岩美高校「探究学習」 ・鳥取環境大学「岩美むらなかキャンパス」

(3) 経営発達支援事業の目標

①ブランド力向上による地域経済の活性化

地域資源を活用し、ブランド力の向上を目指すとともに、地域内外への販路拡大支援により地域の交流人口増加、賑わい創出に繋げ、地域経済の活性化を図る。

②小規模事業者等への事業計画策定支援の強化とデジタル化支援による生産性の向上

事業者の事業計画策定を通じて経営の持続的発展を目指すとともに、次世代に向けた経営のデジタル化、DXへの対応を推進し企業の省力化を図る。

③小規模事業者等への幅広い需要開拓支援による収益向上と経営体質の強化

事業者の認知度向上と商品・サービスの付加価値向上を目指すとともに、企業間取引の拡大や一般顧客の獲得を通じて経営体質の強化を図る。

これらの目標を掲げ、地域経済及び小規模事業者等への持続的な発展に寄与するため、以下 2-(3)「目標の達成に向けた方針」の中で具体的に記載する。

【主な数値目標】

項目	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
事業計画策定件数	15 件	10 件	10 件	10 件	10 件	10 件
売上増加事業者数	15 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
需要開拓支援事業者 (BtoB 型+BtoC 型)	0 件	6 件	6 件	6 件	6 件	6 件
成約事業者 (BtoB 型)	0 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件

2. 経営発達支援事業の実施期間、第2期計画の検証、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(5年間)

(2) 第2期発達支援計画における実績の検証等

経営発達支援事業の中核となる事業計画策定支援やフォローアップ支援により、小規模事業者の業績改善の効果も表れており、第3期計画においては頻度を高め、きめ細やかな支援、フォローアップを行う。

(3) 目標の達成に向けた方針

岩美町の現状と課題、本会の現状と課題を踏まえて策定した経営発達支援事業の目標を達成するための方針を以下に示す。

①ブランド力向上による地域経済の活性化

地域資源を活用した商品開発または既存商品のブラッシュアップにより岩美町のブランド向上を図る。小規模事業者が地域特産品・サービスの開発、商品を改善する取組みに対し、商工会として需要動向調査による分析、事業計画策定セミナーの活用、展示商談会への出展やDX活用の支援を通じて、事業者の経営力、ブランド力向上を図る。事業者自らが地域内外で需要を呼び込める魅力ある商品を生み出し、地域内外へ販路を拡大することで、岩美町地域の交流人口増加、賑わい創出に繋げていく。

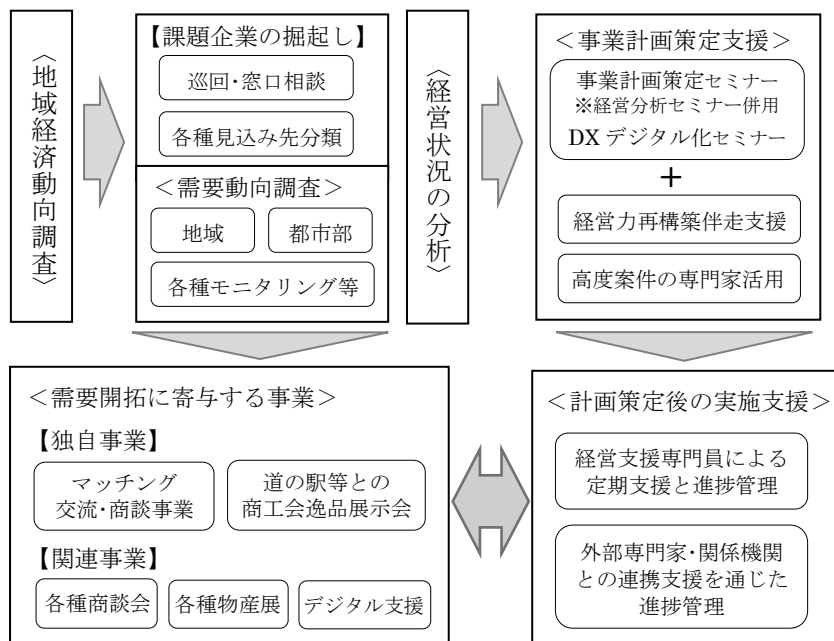
②小規模事業者等への事業計画策定支援の強化とデジタル化支援による生産性の向上

地域の経済動向・需要動向をしっかりと把握した経営分析支援を通じて、それらの分析データをベースとした実質的かつ効果的な事業計画策定支援を実施する。支援にあたっては「経営力再構築伴走支援」の考え方やプロセス（対話と傾聴・内発的動機付け等）を意識しながら質の向上に努めるとともに、デジタル化DX対応を推進し、経営資源の限られた事業者の省力化と生産性向上に取り組む。

③小規模事業者等への幅広い需要開拓支援による収益向上と経営体質の強化

商工会地域の需要開拓においては事業者への「需要開拓支援(個社支援)の強化」と「地域経済事業(面的支援)の強化」の両輪が必要である。それらを意識しながら総合的な事業を展開することで、企業間取引による新規取引の成約、一般消費者向けの顧客獲得による収益向上などを実現させる。事業者の直接的な利益に繋がる需要開拓支援を強化することで、将来的な経営体質の強化と経営の自律・自走化に繋げていく。

＜小規模事業者等への経営支援スキーム＞



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〕

岩美町及び周辺地域の経済・産業動向、小規模事業者等の景況を調査し、課題を分析することは小規模事業者等にとっても今後の事業展開に役立ち、商工会等支援機関においても経営状況の分析、方向性を提案するうえで必要なものである。現在は全国商工会連合会が実施する小規模企業景気動向調査やRE S A S（地域経済分析システム）を活用して地域経済動向調査を実施することとしている。しかし、小規模事業者等の事業展開を十分反映しておらず、地域の業況や外部環境要因の把握など内部活用に留まっているのが現状である。

〔課題〕

業種別景況や地域経済動向を把握するうえで有益な調査ではあるが、事業者支援に係る事業計画等の策定、経済動向や将来予測の情報データ活用、小規模事業者の事業展開など十分に反映されてこなかった。そのため客観的に確認できるビッグデータの有効活用や小規模企業景気動向調査の結果に加え、地域金融機関や行政が発表する各種データも参考にして多角的な統計データの分析把握に取組み、事業計画の有益性を高めていきたい。

(2) 目標

項目	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
地域経済動向分析の公表(事業①)	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
景気動向分析の公表(事業②)	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

本会地域において、限られた職員力や施策資源を集中的に投下し、効率的な経済活性化を目指すため「RE S A S（地域経済分析システム）」を活用した地域動向分析を行い年1回公表する。当会管内及びその周辺の「人」の動きや「業種」の現状、その特性や収益性などの状況を分析・活用することで小規模事業者等の今後の事業展開（事業計画策定）に活かしていく。

【分析手法】

- ・「人口増減・地域間流動」：人の動き等を分析
- ・「産業構造」：地域産業の傾向を分析

②小規模企業景気動向調査の実施

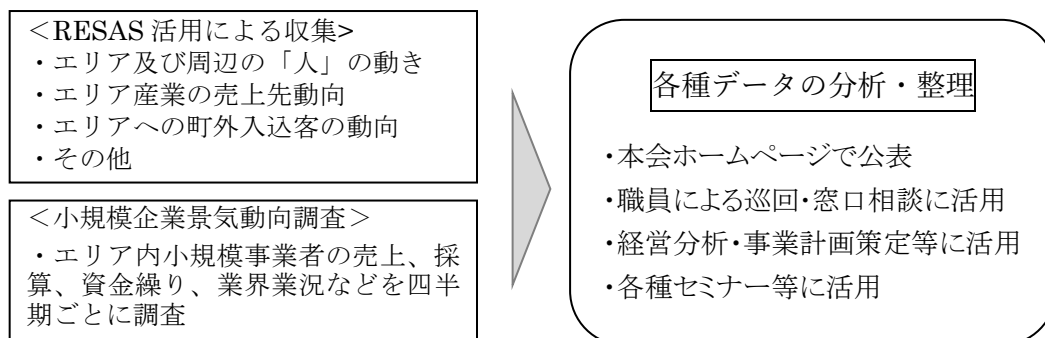
商工会地域の小規模事業者等の景気動向等について、より詳細な実態を把握するため地域景況調査を実施する。経済動向等を業種ごとに分析し、小規模事業者等の事業の今後の事業展開（事業計画策定）に活かしていく。

- ・実施期間：四半期ごと（5月、8月、11月、2月）
- ・調査対象業種：4業種（製造、建設、小売、サービス）
- ・調査項目：5項目（売上額、仕入単価、採算、資金繰り、業界の業況）
- ・調査方法：対象業種を担当経営支援専門員等によるヒアリング
- ・調査結果：調査票を取りまとめ外部専門家等と連携分析

(4) 調査結果の活用

- ① 本会ホームページへの掲載を通じて管内小規模事業者等へ広く周知する。
- ② 収集した業種別各種データやビッグデータによる人流、消費動向、トレンド情報などマクロデータを本会経営支援専門員等で分析し、事業者の経営分析や事業計画策定支援や計画策定セミナーを行う際に、主に外部環境分析資料として活用する。
- ③ 管内小規模事業者を取り巻く経営環境の変化や将来の見通しを的確に捉え、計画的な事業推進、小規模事業者支援を実施していくうえで、行政や金融機関、関係団体等に対しても必要に応じた情報提供を行い、連携支援の強化を図っていく。

<経済動向調査の全体イメージ>



4 . 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

変化が激しい市場動向や消費者ニーズにあつて、経営資源が限られている小規模事業者等にとっては、自らが販売する商品や提供するサービスの需要動向を明確につかむことは非常に難しい状況にある。また、自社による商品・サービスの需要動向調査は、個店の店頭で行う催事や販売会で行う一般的な消費者アンケート調査程度であり、本格的な販路開拓を目指す事業計画の材料としては改善の余地がある。

〔課題〕

地域の需要動向調査については、各々の事業者の経営状況を考慮しながら、自社の特性に応じた地域の実情や市場動向の分析、消費者ニーズの調査分析を行うことが必要となっている。また、自社の経営計画を作成するうえで場面に応じた新商品・新サービスの提供に寄与する需要動向調査も重要になる。こうした情報の分析や事業者へのフィードバックを通じて商品開発・販路拡大につなげていきたい。

(2) 目標

項目	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
需要動向調査事業者(需要開拓事業 BtoC 型より)	0 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件

（３）事業内容

①「東部７商工会逸品物産展」での動向調査

本会地域内にある道の駅では地域の特産品や土産品が販売しており、以前から商工会との関わりは深い。これらのネットワークを活用し、令和７年度からは東部７商工会合同で道の駅等と連携した「商工会逸品物産展」を実施する。本物産展では、新商品開発や特産品開発に取り組む小規模事業者の商品サンプル等を来場の一般消費者等にモニタリングしてもらい、将来的な商品展開に活かしていく。

②都市部での需要動向調査

地域の特色ある商品を、都市部において売れる商品、また魅力のある商品へ改良するため、全国商工会連合会主催「ニッポン全国物産展」及び鳥取県主催「鳥取物産展」等においても、試食及び来場者アンケートを実施する。都市部の目の肥えた消費者へ商品モニタリングをすることで、さらに質の高い商品改良等に繋げていきたい。

③商工会事業での需要動向調査

本会が実施する地域経済活性化事業のなかで、一般消費者からの商品モニタリングやアンケート調査を実施する。なかでも地域をターゲットにした商品・サービスの開発をしている取組みについては、会員事業者と地元消費者から積極的に客観的評価を聴取する。

<上記①～③における需要動向調査の概要>

ア．サンプル数：それぞれの来場者に合わせて対応

イ．調査手段・手法：「道の駅での展示販売」：数日間、「全国物産展・鳥取物産展」等：数日間、「商工会事業・地域催事」等：数日間 ※調査方法は来場者等へ直接の聞き取り、もしくはアンケート票への記入を主とする。

ウ．分析手段・手法：調査結果は、経営者及び経営支援専門員による分析、外部専門家等に意見を聞きつつ最終的な評価を行う。

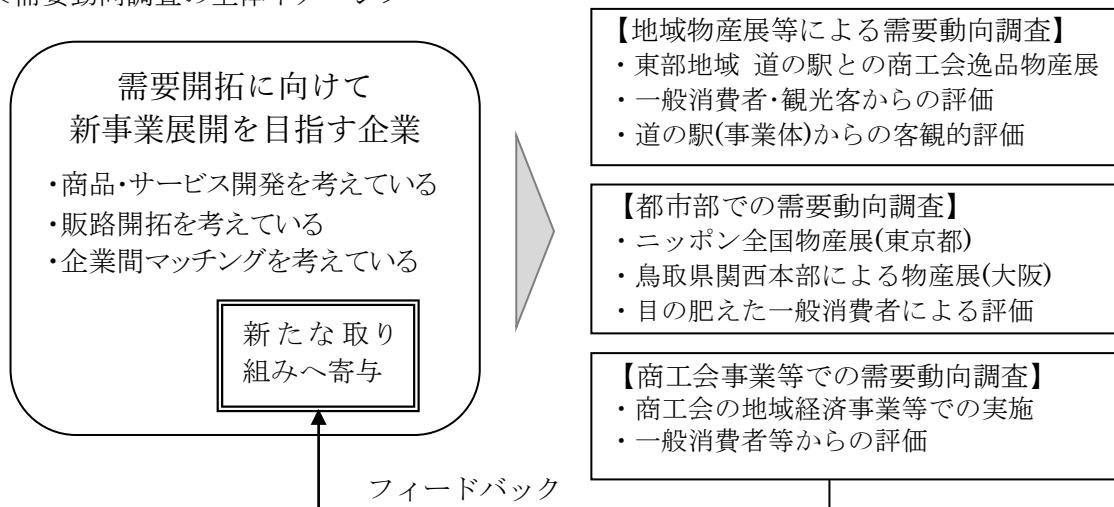
エ．調査項目：【モノ】①味、②色、③大きさ、④価格、⑤パッケージ

【サービス】①利便性、②面白さ・楽しさ、③優位性、④価格 等を項目とする。

オ．調査・分析結果の活用：分析結果は、経営支援専門員等が当該事業所に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

カ．実施主体：原則、出展事業者が調査等を行うが、必要に応じて経営支援専門員等もサポートする。

<需要動向調査の全体イメージ>



5 . 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

本会では経営支援専門員による地域小規模事業者等への定期的な巡回窓口相談を通じて、財務諸表からは読み取ることが出来ない知的資産経営等に起因する定性情報を収集している。この定性情報の収集・蓄積こそ商工会の強みとだと認識している。これらの情報を「鳥取県商工イントラシステム」に登録し、データ化・見える化することで経営支援を行う際の共有の基礎資料として活用している。これにより地域内で課題を抱えている事業者の把握と課題別の分類を行うことが出来、併せて経営計画策定においては、これらの共有情報をさらに活かした効果的な支援を行っている。

〔課題〕

経営分析に必要な不可欠な経営情報の収集・整理については、継続的かつ定期的な情報の更新が重要である。これからも巡回窓口相談や経営支援を通じて情報量の増加を図っていくことが課題となる。こうしたなかで、国が推奨する「経営力再構築伴走支援」の考え方や対話と傾聴、内発的動機付けなどプロセスも意識しながら対応していくことが求められる。また、事業所巡回等により収集した情報から経営分析に必要な小規模事業者（計画策定、補助金申請、資金調達等）の分類を行い「環境分析」+「財務分析」+「知的資産分析」を視点とした、より現状に即した分析を行っていくことが求められる。そのためには、国が推奨する「ローカルベンチマーク」及び鳥取県商工会連合会の「簡易経営診断マニュアル」が共通支援ツールとして経営分析の質の向上を図っていく必要がある。コロナ禍を経て、企業ニーズが多様化、高度化するなかにあって、商工会に求められる役割と負担が多くなっている。そのような状況も加味して、本会では経営支援専門員による事業者に寄り添った個社支援とよろず支援拠点など関係機関と連携した効率的な経営支援をバランスよく実施していく。

支援に対する考え方として、鳥取県商工会組織においては、経営分析、計画策定、創業、事業承継など各支援分野の目標数値を定め、それぞれの地域の実態に即した形で、小規模事業者数と経営支援専門員数に応じた積算基準を設けて業務にあたっている。今回の経営発達支援計画の目標設定についても組織目標と連動させることとする。

なお、別表2に記載のとおり、事務長を法定経営指導員としているが、本会は法定経営指導員を「事務長」としており、「事務長」が当該経営発達計画の計画策定、進捗管理等を行っているが、事務長の普段の業務は商工会組織の運営・管理業務であり、実務的な経営支援職員は経営支援専門員1名であることから、下記参考表の0～1名の基準を参考とする。

※参考）分析支援：鳥取県商工会における組織目標基準（積算根拠）

小規模事業者割(人)						
経支員／小規模	100人未満	100～200未満	200～300未満	300～400未満	400～500未満	500以上
経営支援専門員 0～1名	5	8	13	13	—	—
経営支援専門員 2名	—	—	—	25	25	25

(2) 目標

項目	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
分析セミナー開催 (計画策定セミナー併用)	1回	1回	1回	1回	1回	1回
分析件数	16件	13件	13件	13件	13件	13件

（３）事業内容

①経営分析を行う事業者の掘り起こし

本会の経営支援専門員を中心とした巡回訪問・窓口相談により、小規模事業者等の経営課題を把握し経営分析の対象事業者を掘り起こす。また、国の推奨する「経営力再構築伴走支援」の考え方やプロセス（対話と傾聴・内発的動機づけ等）も意識しながら対応することで、次のステージに向けた意欲ある計画策定事業者への方付けとする。併せて、ゼロゼロ融資の返済本格化の影響により、資金繰りも含めた抜本的な経営改善が必要な事業者が増えていることから、早期な対応が求められる課題解決型と経営力再構築伴走支援で提唱されている課題設定型の案件を整理、分類しながら対応する。

②「経営分析セミナー（事業計画策定セミナーとの併用）」の開催（東部７商工会による合同開催）

本会が取り組む「事業計画策定セミナー」は経営分析のカリキュラムをしっかりと組み込んだセミナーとする。小規模事業者等が抵抗感なく経営分析を受け入れることができるよう、事業者が求める事業計画の完成を目指す。セミナーでは担当経営支援専門員が事業者に寄り添って事業計画策定を進めるとともに経営分析の基本的な考え方やその活用方法について支援していく。

※事業計画策定セミナーの概要（経営分析セミナー併用、事業計画策定項目にて詳細を明記）

- ・カリキュラム：事業計画の必要性・重要性、計画を考える上での経営分析、現状を踏まえた中での将来あるべき姿の描き方、経営戦略・戦術等、事業計画作成のポイント等を解説

③関係機関等との連携による「帯同巡回及びチーム経営分析」の実施

経営支援専門員の巡回・窓口相談による案件の整理・分類より、支援分野を絞り込んだ対象者に対し、鳥取県よろず支援拠点などの外部関係機関と連携しながらより深い経営分析支援を行う。具体的には関係機関との帯同巡回を始めとした事業者との面談対応、その面談結果を受けて希望先には関係機関とチームによる経営分析を展開する。そうすることによって経営力再構築伴走支援の要素でもある事業者の「気づき・腹落ち」「能動的行動・自走化」に繋げていく。

④経営分析の内容

【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」の双方を基本とし、経営力再構築伴走支援の要素（課題設定型支援等）や知的資産経営の考え方も取り入れながら分析支援を行うこととする。

《財務分析》売上高、営業利益、経常利益、損益分岐点など

《SWOT分析》強み、弱み、脅威、機会など

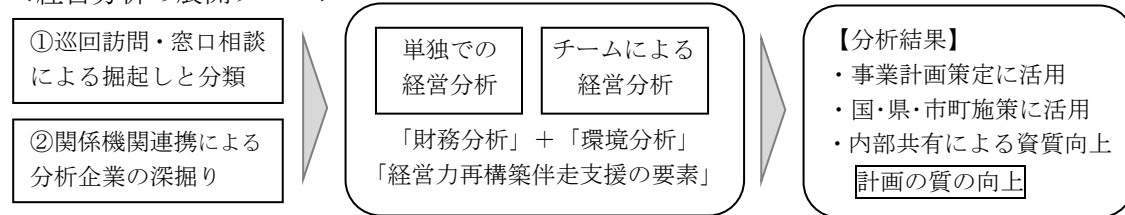
【分析手法】経営分析を行う上での支援ツールは、国の「ローカルベンチマーク」と鳥取県商工会連合会の「簡易経営診断マニュアル」を活用する。組織内で限定したツールを使用することで作業効率アップとデータの共有化による支援の迅速化に繋がり、経営分析の質の向上に努める。

（４）分析結果の活用

分析結果は、該当事業者にフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。また、分析した内容は、経営支援ミーティングで東部管内７商工会の経営支援専門員と情報共有を図るとともに、データベース化、内部共有することで経営支援専門員等のスキルアップに繋げる。

※経営支援ミーティング：毎週１回、東部管内７商工会の経営支援専門員が東部商工会産業支援センターに集まり行われるミーティング

<経営分析の展開フロー>



6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕

自社の持続的な成長発展を果たしていくうえで事業計画の策定は必要不可欠なものであるが、外部環境を含めた事業者の将来予想に弱いところもあり、計画策定後の事業展開がスムーズに進まない案件がみられた。これまでの計画策定セミナーでは、カリキュラム内にデジタル化・DX対応のテーマがなく、これまでのアナログ的な計画策定を優先していた感がある。また、事業者側の都合により店舗改装や機械導入等の短期的なスケジュールが決まったなかで計画策定支援に関わってきたケースもあり、本来重要である事業者の中長期的な事業構想が曖昧なまま計画づくりが行われていた現状もある。その他、近年のコロナ禍を経て、企業ニーズが多様化・高度化しており、対応する経営支援専門員に求められる役割と負担が多くなっている。

〔課題〕

本会では事業計画を策定するうえの前提として必ず「ローカルベンチマーク」もしくは「簡易経営診断マニュアル」による経営分析を実施している。自社の現状と外部環境等をしっかり理解したうえで計画作成に着手、あるいは事業計画策定セミナーに参加することを必須とする。そうしたなかで国が推奨する「経営力再構築伴走支援」の考え方や対話と傾聴、内発的動機づけ等のプロセスも意識しながら対応していくことで、事業者の将来的な事業構想を明確化し、より具体的な計画策定支援に繋げていく。また、今後実施する事業計画策定セミナーでは、デジタルツールやAIを活用した効率的な経営が求められており、カリキュラム内に「デジタル化・DX対応」の要素も盛り込みながら、担当経営支援専門員も同席して実践的なセミナーを開催する。その他、デジタル化・DX対応については先進的な分野でもあり、さらなる学びが必要であることから、計画策定セミナーとは別に「デジタル化・DXセミナー」として別途開催することとし、計画策定支援の補完的な位置づけとして取り扱う。

(2) 支援に対する考え方

近年の経営支援は経済情勢や外部環境の変化により、企業ニーズの多種多様化、高度化が加速度的に進展している。よって計画策定支援に関わっている経営支援専門員、経営力再構築伴走支援を意識しながら、事業者との対話と傾聴に努めながら、事業者の内発的な動機付け（気づき）と将来的な自走化に促せるようバランスのよい伴走支援を行っていくことが求められる。こうした体制は、ひとつの計画策定支援に対して今までより多くの時間が割かれることが予想されるが、効率的に支援を進めていくため「事業計画策定セミナー」「デジタル化・DXセミナー」を開催し、事業者側と支援者側の共通の学びの場、互いの理解を深める場として、双方にとって有益で効果的な取り組みになるように展開していく。なお、事業計画策定の目標設定については、分析支援と同様に商工会の実態に即した形で小規模事業者数と経営支援専門員数に基づき積算基準を設けて支援業務にあたり、今回の経営発達支援計画の目標数値と組織目標を連動させる。

※参考）事業計画策定支援：組織目標基準（積算根拠/分析支援の80%以上）

小規模事業者割（人）						
経支員／小規模	100人未満	100～200未満	200～300未満	300～400未満	400～500未満	500以上
経営支援専門員 0～1名	4	6	10	10	—	—
経営支援専門員 2名	—	—	—	20	20	20

（３）目標

項目	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
事業計画策定件数	15 件	10 件	10 件	10 件	10 件	10 件
事業計画策定セミナー（分析併用）	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
デジタル化・DX セミナー	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

（４）事業内容

①計画策定事業者の掘り起こしと課題設定型事業者への方向付け

事業計画の策定を行っていない事業者に対して、段階的なアプローチ、分析支援など経営支援専門員を中心とした巡回・窓口相談により対象事業者を掘り起こしていく。事業計画策定支援を行ううえで事業計画の重要性を事業者に理解してもらうことが入口となるが、これらを浸透させるためには巡回・窓口相談や個社対応の際に自社の描く将来像と現状のギャップをどう埋めていくか、事業者にしっかりと訴えていく必要がある。経営力再構築伴走支援の考え方、対話と傾聴、内発的動機づけなどプロセスを意識しながら支援していくことで、次のステージに向かう意欲ある課題設定型事業者への方向付けに取り組んでいく。

②事業計画策定セミナーの開催（経営分析セミナー併用）

（東部7商工会による合同開催：集団支援として継続複数回開催）

経営支援専門員による経営分析を行った事業者等を対象に「事業計画策定セミナー」を開催する。主な内容としては、セミナー概要に示しているとおり、事業計画策定の流れとそのポイント等について体系的に学んでいく（経営状況分析⇒方向性確認⇒目標設定⇒計画策定）。また、経営に役立つデジタルツールやAIの活用を促すため、カリキュラム内に「デジタル化・DX化」の要素も盛り込む。セミナーは経営支援専門員も同席した実践的なセミナーとする。参加事業者がしっかりと理解し、かつ自分の考えを整理して落とし込めるようセミナーの企画段階から外部講師と綿密に打ち合わせを行い、カリキュラムを検討していく。併せて、講師と経営支援専門員がしっかりと連携・協力した形をとり「経営力再構築伴走支援」の考え方やプロセスも意識しながら対応していくことで、実現性の高い事業計画が策定出来るよう側面的なサポート体制も充実させていく。参加事業者がしっかりと考え、気づきに繋がることで自社の自主性と自走化を促していきたい。

【事業計画策定セミナーの概要】

- ・募集方法：チラシ配布及びHP等／開催回数：年1回・継続複数日／参加者数：20名程度
- ・カリキュラム：以下の内容のとおり
- ・その他：感染症対策としてWEB併用のセミナーにも対応

＜カリキュラム等のイメージ＞

日程	主な内容	備考
1日目	・事業計画の重要性・意義 ・自社の現状認識、経営ビジョン ・事業領域の明確化、セグメント等	※未作成項目は職員サポートにより次回までに整理・記入する
2日目	・経営戦略・戦術の検討 ・イノベーション、ビジネスモデル ・マーケティング、プロモーション ・デジタル・DX化への対応 等	※講師へのメール質問等も受付け、理解した上で策定する
3日目	・数値計画(損益・資金計画) ・アクションプラン(スケジュール) ・検証、改善(ローリングプラン)等	※セミナー後、計画未完成の場合は職員による個別支援

経営分析(ロカベン等)

経営方針目標の設定

事業計画策定

実現性の高いプランへ

③経営支援専門員等による事業計画の策定（個別支援：ブラッシュアップ等）

事業計画策定セミナー受講者のなかでさらに支援が必要な事業者、もしくは自社の経営革新や需要開拓のために、より踏み込んだ計画策定を希望する事業者を対象に、経営支援専門員が通常業務のなかでマンツーマンによる計画策定支援を行い計画の完成に努める。また、国県等の中小企業施策のなかで専門的な研究開発、複合的な事業承継などレベルの高い計画に向かう事業者には、東部商工会産業支援センターとのチーム支援、あるいは外部専門家を活用した「個別相談会」等の実施により計画内容のさらなるブラッシュアップを行っていく。

④デジタル化・DXセミナーの開催（東部7商工会による合同開催）

昨今、デジタル技術の進展は目覚ましく、小規模事業者等においてもデジタルツールやAIを活用した効率的な経営が期待されている。こうしたなかで事業者がデジタル技術を活用してビジネスモデルや業務プロセスを革新し競争力を高めていけるよう、「デジタル化・DXセミナー」を開催する。セミナーでは、自社の生産性向上や省力化、取引拡大に繋げたい事業者等を対象に、デジタル技術をどのように活用していくのかは勿論のこと、経営に役立つデジタルツールの説明や成功事例の紹介等を取り入れながら具体的で分かりやすいセミナーとしたい。併せて、ネット社会時代の需要開拓にも繋げていくため、HPやSNS等の活用によるビジネスマッチング対策も盛り込んでいき、需要開拓支援のBtoB目標の一つとしたい。その他、「事業計画策定セミナー」で学習しきれないデジタル化・DX対応の知識・ノウハウをより深く学べる場として、事業計画策定セミナーの補完的な位置付けとして考えている。

【上記セミナーの概要】

- ・募集方法：チラシ配布及びHP等／開催回数：年1回・1日2時間程度／参加者数：40名程度
- ・カリキュラム：デジタル技術・AIツール等活用、HP・SNS等活用とビジネスマッチング等
- ・その他：感染症対策としてWEB併用のセミナーにも対応

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〕

事業計画策定後の支援事業者へのフォローアップは重要な支援業務である。それぞれの計画に基づいた行動が重要であるため、経営支援専門員等が定期的な巡回訪問、窓口支援を通じて計画策定後のサポート及びフォローアップを行っている。

〔課題〕

自社の経営資源が限られている小規模事業者等は、日々の業務や作業に追われることが多く、計画の進捗管理が後回しになってしまうケースが見受けられる。こうした状況のなかで目標達成や成果創出に繋げるためには事業者と支援者が一体となり、進捗管理に向けた仕組みづくりが課題となる。また、円滑な実行支援を行ううえで、高度かつ専門的な内容については東部商工会産業支援センターと関係支援機関が連携体制を強化しフォローアップ機能を高めていくことが課題として挙げられる。

(2) 支援に対する考え方

計画策定を行った小規模事業者を対象に、事業者が目指している事業展開の進捗状況を見ながら、事業計画の見直しやブラッシュアップなど緊急度を判断する。集中的にフォローアップ支援すべき事業者とそれ以外の事業者を見極めながらフォローアップ頻度を設定していく。基本的なフォローアップ頻度の考え方としては「隔月・四半期・半期・年間」をベースとして設定、2年間のフォローアップ期間を定め対応していく。併せて、計画内容が実現できるようPDCA管理を意識した支援を心掛けていく。なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、東部商工会産業支援センターの職員など第三者の視点を投入し、当該ズレの発生要因や今後の対応策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。その他、フォローアップ2年間のなかで計画を断念した事業者については対象から削除するとともに、翌年度以降のフォローアップシミュレーション上の積算は計画断念事業者を1割程度見込むものとする。

(3) 目標

項目	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（延事業者数）	39件	10件	19件	19件	19件	19件
頻度（延回数）	311回	37回	52回	52回	52回	52回
売上増加事業者数（対前年度実績）	15件	5件	5件	5件	5件	5件
営業利益増加事業者数（対前年度実績）	17件	4件	4件	4件	4件	4件

<フォローアップ等の根拠>

項目	1年目		2年目				3年目				4年目／5年目(同じ)			
	計画策定事業者		前年策定事業者		本年策定事業者		前年策定事業者		本年策定事業者		前年策定事業者		本年策定事業者	
フォローアップ対象事業者数	10社		19社				19社				19社			
			9社		10社		9社		10社		9社		10社	
頻度(延回数)	37回		52回				52回				52回			
			15回		37回		15回		37回		15回		37回	
<頻度内訳>	事業者数	回数	事業者数	回数	事業者数	回数	事業者数	回数	事業者数	回数	事業者数	回数	事業者数	回数
高 隔月1回	2社	12回	—	回	2社	12回	—	回	2社	12回	—	回	2社	12回
↑ 四半期1回	5社	20回	1社	4回	5社	20回	1社	4回	5社	20回	1社	4回	5社	20回
↓ 半年1回	2社	4回	3社	6回	2社	4回	3社	6回	2社	4回	3社	6回	2社	4回
低 年1回	1社	1回	5社	5回	1社	1回	5社	5回	1社	1回	5社	5回	1社	1回
フォローアップ頻度	フォローアップ対象事業者のイメージ													
高 隔月1回	・近く事業計画を実現したい先、小規模施策等を活用したい先、特に支援を要する先 等 → 計画の完成度を高める／内容をブラッシュアップ。													
↑ 四半期1回	・事業計画を実現したい先、小規模施策等を活用したい先、やや支援を要する先 等 → 計画の完成度を高める／内容をブラッシュアップ。													
↓ 半年1回	・急ではないが事業計画を実現したい先 → 自律・自走事業者であり特に支援を要しない。													
低 年1回	・自律・自走事業者であり計画策定後はほぼ支援を要しない。実行確認等のフォローアップ程度。													

(4) 事業内容

①個別支援計画表による定期的なフォローアップ支援・管理

小規模事業者等の経営支援にあたっては、担当経営支援専門員により事業者別の個別支援計画を作成、計画内容の緊急度・重要度によりフォローアップ頻度等を設定する。併せて、それらのデータは共有ネットワークで保管し経営支援専門員が不在の時でも他の職員が対応できるよう体制を整備する。また、計画と進捗状況との間にズレが生じている場合には、東部商工会産業支援センターの職員と連携しながら、その要因を分析した上で計画の見直しや施策活用の変更等を行うとともに、フォローアップ頻度の見直しを行う。なお、フォローアップ実績等のデータ管理については商工イントラシステムにより全県的に行うこととする。

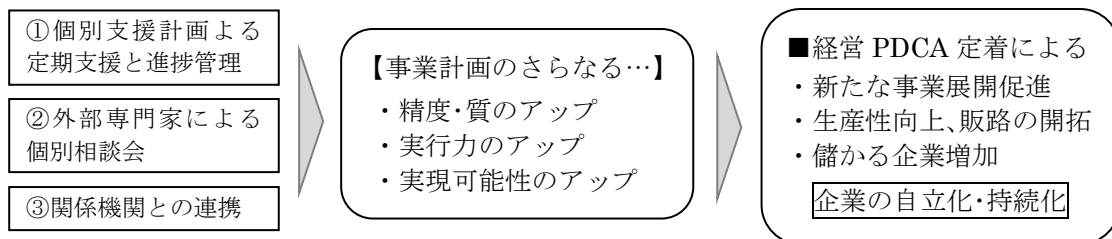
②外部専門家による個別相談会の実施

計画策定後の円滑な実行支援を行ううえで、高度かつ専門的な内容については東部商工会産業支援センターと連携しながら外部専門家による個別相談会を実施する。その分野の専門家を招聘しアドバイスを受けることで、より実現可能性の高い計画にブラッシュアップする。併せて、計画実現に向けた実効性のあるマーケティング戦略や販路開拓についても支援していく。

③関係機関等との連携による実行支援

計画の実現に向けては、実行支援のための販路開拓や企業マッチングが必要となるが、身近な関係機関である鳥取県よろず支援拠点や金融機関・公的支援機関等との連携を強化しながら、共に計画実現に向けた支援を行っていく。

<フォローアップ支援の展開フロー>



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〕

東部商工会管内及び関係機関では展示会・商談会等を開催することにより、小規模事業者等への需要開拓支援を行っているが、コロナ禍による環境変化や事業中止等の影響もあり実績が上がっていない。こうした教訓を踏まえ、リアルとWEBを併用した効果的な事業展開を検討していく。併せて、地域のBtoC対策として、参画事業者の負担を抑え、気軽に参加してもらえよう独自の展示即売会を企画していきたい。

〔課題〕

従来の展示会・商談会等への出展について、出展効果をより一層高めるためには、事前にターゲットを明確化し、市場・需要動向、自社の事業計画に反映させながら出展内容をしっかり検討することが重要である。参画事業者の商品・サービスの企画など中長期的な視点での支援については経営支援専門員が個別・継続的に行っていくが、加えて全体的なビジネスマッチングを促進させるためには双方を繋ぐ交流の場が必要となってくる。また、ネット社会時代の需要開拓にも繋げていくため、HPやSNS活用によるデジタル化に対応したビジネスマッチング対策も進めていく。

(2) 支援に対する考え方

事業実施にあたっては、事業者への「需要開拓支援(個社支援)の強化」と「地域経済事業(面的支援)の強化」の両輪が必要である。地域経済の好循環を図りつつ小規模事業者等の経営力を高めるためには、地域経済を牽引する企業等との連携と事業者の収益力向上に繋がる対応が重要となる。それらのことを踏まえ、本会では「BtoBを促進する商談事業」と「BtoCを促進する物産事業」を需要開拓に繋がる事業として総合的に展開していく。まずは、需要開拓を積極的に考えている事業者を見込み先としてリストアップし、巡回訪問や組織の広報誌等による事業情報の提供や個別の経営支援の中での事業PRを行いながら、需要開拓支援事業者を増やしていく。各種事業への参加は、出展効果をより一層高めるためのターゲットの明確化や需要動向の把握、事業者の商品・サービスのブラッシュアップや宣伝・PR力の向上など経営支援専門員が個別支援にあたる。併せて専門家派遣等活用による外部専門家からの専門的な指導を取り入れながら、具体的な成果に繋がるよう効果的な需要開拓支援を展開していく。

(3) 目標

項目	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
需要開拓支援事業者 (BtoB 型+BtoC 型)	0 件	6 件	6 件	6 件	6 件	6 件
商談会事業者 (BtoB 型)①～④で の総数	0 件	4 件	4 件	4 件	4 件	4 件
うち成約事業者 (BtoB 型)①～④で の総数	0 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
物産展出展事業者 (BtoC 型)⑤～⑥で の総数	0 件	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
売上額 (万円以上) ⑤～⑥出展事業者 1 社 あたり	0 円	3 万円	3 万円	3 万円	3 万円	3 万円

(4) 事業内容

【BtoB型】

①ビジネスマッチング交流・商談会等の開催（東部7商工会による合同開催）BtoB型

企業間取引による需要開拓を目指す小規模事業者等を対象に、事業者が提供する商品やサービスの取引拡大・事業連携等を目的としたビジネスマッチング交流商談会を独自に開催する。鳥取県東部の商工会管内を中心に販路開拓等に意欲的に取り組む事業者の事業機会創出の場を提供する。また、新商品や新サービスの開発等を考える事業者への共同開発や事業連携に繋がるよう交流と商談の2つの要素をミックスした複合的な事業展開としたい。対象とする事業者は、取引を拡大させたい先はもちろん、新たな商品・サービスの共同開発、連携・コラボにより相乗効果が生み出せるよう参加を勧奨する。お互いの交流のなかで親睦を図りながら、最終的に方向性の合致した事業者同士には個別の商談ブースでの具体的な商談対応に繋げていく。

【ビジネスマッチング交流・商談会の概要】

- ・募集方法：チラシ配布及びHP等／実施回数：年1回／参加者数：30社程度
- ・対象者：需要開拓を目指す小規模事業者等
- ・内容：各社からの商品・サービスのプレゼンテーションと交流、マッチングシートによる商談

②地域「道の駅・観光物産施設」との商談サポート支援（東部7商工会全域通年対応）BtoB型

東部商工会管内にはいくつかの道の駅と観光物産施設が存在しており、地域の物産販売拠点として県外観光客やインバウンド客なども多く集客力と販売力を持っている。これら道の駅等は以前から商工会との関わりが深く、現在も地域のイベント等で連携しているが、このようなネットワークを活用して、地域内を中心とした取引拡大を目指す事業者を対象に、事業者が掛ける魅力のある商品等について、経営支援専門員が普段の支援の中で双方を仲介しながら個別の商談サポートを展開していく。また、経営支援専門員の個別支援においても東部商工会産業支援センターによる広域経営支援体制の下で、商工会エリア外の道の駅等への取り次ぎも含めた広域的な商談サポートを行っていく。併せて、商談サポートの際、事業者の概要や商品が分かりやすいよう伝わりやすいようにするため、事業者のPRショート動画の作成やFCPシート（商談シート）の作成等についても支援しながら効果的な商談成立に繋がるよう側面支援を行っていく。

③デジタル化支援を通じたHP・SNS等活用による企業間取引の拡大（通年対応）BtoB型

自社HPやSNSはあるものの、その活用が上手にできていない事業者、あるいはデジタルツールが上手く使いこなせていない事業所を対象に、ネット上での企業間取引について支援していく。ネット社会である現在、ネット上での自社の魅せ方または商品PR等の魅せ方は重要であり、特に信用と信頼が求められる企業間取引においては、コンテンツの魅力度や視覚訴求など、その方法と対策もしっかり立てて取り組んでいく必要がある。例えば、Google ビジネスプロフィールでの情報登録や活用はもちろんのこと、SEOやSEM対策、広告運用やメールマーケティングを使った周知など総合的なデジタル支援が求められる。これらについては経営支援専門員のサポートとともに専門分野に長けた外部専門家との連携によりしっかりと対応していく。併せて全国商工会連合会が運用するWEBサイト「buyer room」（バイヤーズルーム：WEB上でのバイヤーと食品メーカーのマッチングサイト）とも連動させながら全国的なビジネスマッチングにも繋げていく。なお、デジタル化支援（HP・SNS等活用）にあたっては一般消費者向けの需要開拓にも繋がるが、一般取引までの成果の確認は困難であることから、経営発達支援計画の成果指標としては企業間取引であるBtoBの取引成立件数を取り上げていく。

④その他、地元金融機関等による商談会への参加とサポート支援（商談会） **BtoB 型**

鳥取県東部地域には、鳥取銀行・鳥取信用金庫・山陰合同銀行の主要金融機関、政府系金融機関である日本政策金融公庫があり、それぞれが商談テーマや商談エリアを定めながら事業者向けの商談会を適宜開催している。県内外の百貨店やスーパー等への商談を希望する事業者を対象に、それら商談会への参加にあたり担当経営支援専門員が商談会に向けたサポート支援を行っていく。サポート支援にあたっては、東部商工会産業支援センターにおいて今まで蓄積してきた商談会参加に関する商談対応に対する知見やノウハウを共有しながら、効率的・効果的な支援を展開していく。

【BtoC 事業】

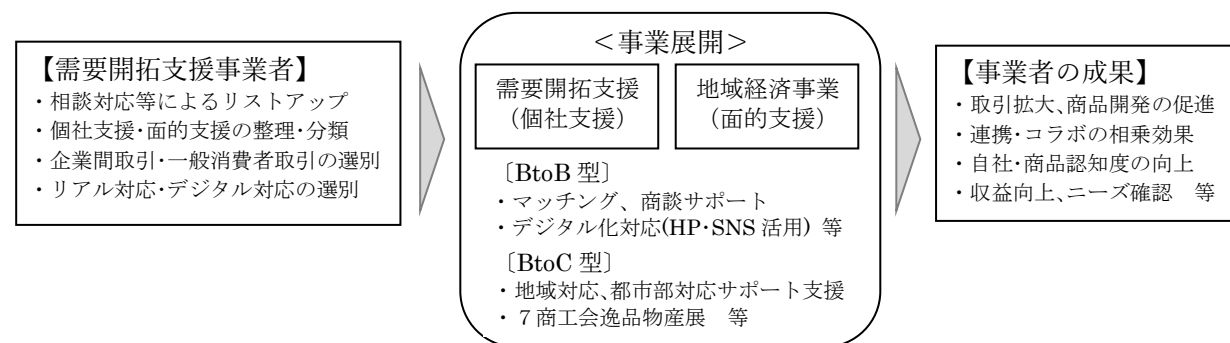
⑤「東部7商工会逸品物産展」の実施と地域イベント等への出展サポート支援による一般消費者への需要開拓支援（東部7商工会による合同実施） **BtoC 型**

鳥取県東部地域にある道の駅等物販施設では地域の特産品や土産品が販売されており、以前から商工会との関わりは深く、また地域の物産販売拠点として県外観光客やインバウンド客なども多く集客力と販売力を持っている。一般消費者への自社PRと自社商品の販売拡大を目指す事業者を対象に、これらのネットワークを使って、道の駅等との連携による「商工会逸品物産展」を実施する。地域の事業者及び取扱商品の認知度向上、収益向上等を目的として、事業者が扱う逸品を展示販売していく。また、新商品開発や特産品開発に取り組む事業者においても、一般消費者へのモニタリング（需要動向調査）の機会として有効に活用してもらい、将来的な商品展開等に繋げていきたい。併せて、本会が実施する地域経済活性化事業や関係団体等が実施する地域イベント等に「物産販売ブース」を設ける。経営支援専門員は出展サポート支援を行い、一般消費者に興味を持ってもらえる、目を引くようなディスプレイや商品の魅せ方など、まずは商品を手に取ってもらえる仕掛けづくりで出展に向けた側面的な支援を行っていく。

⑥都市部における全国商工会物産展等への出展参加とサポート支援（物産展） **BtoC 型**

都市部を中心とした商圈拡大を目指す事業者を対象に、商工会の上部団体である全国商工会連合会が主催する「ニッポン全国物産展」（全国47都道府県の地域の特色を活かした産品が集合、東京にて開催され来場者は約15万人）及び鳥取県関西本部が主催する「鳥取県物産展」（鳥取県の特産品等を一堂に展示販売する関西圏での物産展）における参加事業者へのサポート支援を行う。これら都市部の一般消費者に向けて展示即売することにより、自社商品に対する県域外での知名度向上と新たな販路の開拓に繋げていく。併せて目の肥えた都市部一般消費者からニーズの確認を行うことで、今後の事業展開の参考とする。

<需要開拓支援事業の全体イメージ>



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

第2期経営発達支援計画より、地域事業者の代表である商工会役員に加え、外部有識者による客観的評価、見直しを図ってきた。今回の第3期計画においても、客観性を維持するため同構成による評価委員会を設置する。

(2) 事業内容

①経営発達支援事業評価委員会の設置・開催

下記構成委員による経営発達支援事業評価委員会を設置し、毎年度1回開催する。本委員会にて経営発達支援計画の実施内容、進捗状況を確認し、目標値に対する実績値および事業実施方法を5段階で検証・評価する。評価内容に対し必要に応じて事業の進め方の見直し・改善を図り、次年度の実施方針に反映させる。

<構成委員>

- ・中小企業診断士（外部有識者）
- ・㈱日本政策金融公庫鳥取支店（外部有識者）
- ・岩美町商工観光課
- ・商工会法定経営指導員
- ・商工会役員

②事業評価の公表

当委員会の評価結果は、理事会にフィードバックした上で事業実施方針等に反映させるとともに、本会ホームページ掲載（年1回）することで、当商工会地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

③商工会イントラシステムによるデータ管理

令和元年度より導入した各種経営支援情報を収集・分析・共有できるクラウド型経営支援ツール「商工イントラシステム」を引き続き利活用し、経営発達支援計画にて標榜した、経営状況分析・事業計画策定・フォローアップ支援の実施遂行状況を管理し、データを蓄積していくことで、適切な評価・見直しに生かしていく。

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

現状では、東部管内7つの商工会の経営支援専門員が、毎週1回、東部商工会産業支援センターに集まり「経営支援ミーティング」を行っており、そこで各人が手掛けた支援事例や活用施策の共有やチーム支援の手法確認などを行っている。また、鳥取県商工会連合会が実施する経営支援専門員研修や中小企業大学校への派遣研修に参加することで資質向上を行っているが、今後の課題としては、多様化・複雑化する小規模事業者への相談対応に向けて、経営支援専門員をはじめとした職員全体のレベルアップはもとより、支援ノウハウ共有化による組織全体の支援能力向上が課題となってくる。

(2) 事業内容

①中小企業大学校への積極的派遣

経営支援専門員の支援能力の一層の向上のため、中小企業基盤整備機構が実施する「経営指導員研修（基礎研修・専門研修）」へ積極的に派遣する。そうすることで個々の経営支援専門員の経営支援能力の向上と組織全体の支援能力の底上げに繋げる。

②よろず支援拠点との連携による資質向上

よろず支援拠点との連携により、事業承継や経営改善計画などのテーマに応じた研修会を開催、よろず支援拠点コーディネーターから実践的な経営支援手法等について学び、経営支援専門員の支援能力向上に取り組む。

③経営支援専門員による経営支援ミーティングの開催

毎週開催の東部支援センターミーティングにおいて、東部管内7商工会の経営支援専門員が集まり、各商工会において今まで取り組んだ支援事例や経営支援の進め方等について発表し、互いの経営支援の参考にするとともに経営支援ノウハウの共有に努める。

④一般職員を含めた外部研修会等の積極的参加

経営支援専門員と一般職員の支援能力の一層の向上のため、中小企業庁が主催する「経営指導員研修」及び鳥取県商工会連合会が主催する「経営支援能力向上のための各種研修会」等へ計画的に参加させ職員全体の支援能力向上を図る。

⑤OJT 制度の実施による一般職員の資質向上

県連合会所属のスーパーバイザーによる一般職員への経営支援研修及び経営支援専門員による日々の巡回・窓口相談を通じた一般職員に対する OJT を随時実施することで、組織全体の支援ノウハウの共有と支援能力の平準化を図る。

※スーパーバイザーとは企業支援の知識やノウハウを有する商工会職員 OB 等

⑥チーム編成による企業診断及び経営の状況分析の実施

企業の計数管理が比較的容易に確認できる商工会員内の記帳機械化先を中心に、経営支援専門員をリーダーとして一般職員とのチーム体制による企業診断・経営分析を実施する。一般職員にややレベルの高い経営支援を経験させることで、実践に即した経営支援能力の向上に繋げる。

⑦データベース化

「商工イントラシステム」により、経営支援専門員、一般職員それぞれの職員が対応した相談内容を適宜データ入力し、支援中の状況等を全職員で相互共有・蓄積することで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応が期待できる。

⑧D X化に向けた相談・支援能力の習得および向上

I Tリテラシー、データリテラシー向上のための専門機関との連携による集合研修の開催や、組織内でのD X推進のための理解やスキルの共有のための継続的な学習を行う。将来的な生成A Iによる経営相談や経営診断など、経営支援業務の効率化や省力化に向けたデジタル変革をリードする経営支援専門員の育成と資質向上に繋げる。

(別表2)

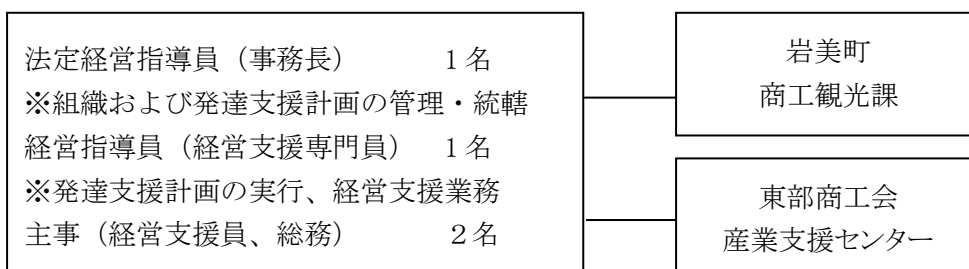
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和 6 年 12 月現在)

- (1) 実施体制（商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制／関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制／商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制／経営指導員の関与体制等）

※鳥取県商工会では、発達支援計画内の法定経営指導員は「事務長」としているが、事務長の普段の業務は商工会組織の運営・管理業務である。実質的な事業者への経営支援業務は経営指導員である「経営支援専門員」が行っている。



- (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：事務長 森 洋

■連絡先：岩美町商工会 TEL 0857-72-0588

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、本会理事会・発達支援事業評価委員会への出席、東部商工会産業支援センターとの連携などにより行う。

- (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

岩美町商工会

鳥取県岩美郡岩美町浦富1031-23

TEL 0857-72-0588 FAX 0857-72-0539

E-mail iwami-sci@tori-skr.jp

②関係市町村

岩美町商工観光課

鳥取県岩美郡岩美町浦富675-1

TEL 0857-73-1416 FAX 0857-73-1524

E-mail syoukou@iwami.gr.jp

(別表 3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 10 年度	令和 11 年度
必要な資金の額	570	570	570	570	570
セミナー開催費	170	170	170	170	170
需要開拓事業費	150	150	150	150	150
クラウド型経営支援システム利用料	250	250	250	250	250

(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、事業受託費

(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