

経営発達支援計画の概要

実施者名	世羅町商工会（法人番号 3240005011569） 世羅町（地方公共団体コード 344622）
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>（1）経営の持続・発展の推進</p> <p>① 事業計画策定件数：75件</p> <p>② 売上・粗利益増加事業者数： 事業計画策定事業者数のうち40%以上</p> <p>（2）創業による担い手の確保と事業承継支援</p> <p>① 創業者数：25件</p> <p>② 承継完了件数：15件</p> <p>（3）観光と連携した産業振興</p> <p>① 年間観光消費額：3,000百万円</p> <p>② 観光関連事業者の売上増加数：15件</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること RESASや独自の景況調査を活用し、町内の産業構造を分析。結果をわかりやすく加工し、事業者の経営判断材料として提供する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 商品のテストマーケティングを実施し、来訪者のニーズを定量的に把握。マーケットインの商品開発に活かす。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 「ローカルベンチマーク」等を活用し、財務・非財務の両面から課題を可視化する。プッシュ型の事業承継診断も実施し、早期の対策を促す。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 「経営力再構築伴走支援モデル」に基づき、対話を重視した個別相談で、納得感のある計画策定を支援する。DXや創業に関するセミナーを開催し、個別支援への導入を図る。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 定期的なモニタリングと進捗確認を行い、計画とのズレが生じた際は早期に軌道修正を支援する。また、経営者の計数管理能力を高め、自走化に向けたサポートを行なう。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 世羅ブランドを活かした高付加価値商品の開発や、アンテナショップの活用やDXを活用した販路開拓を支援する。町内周遊の強化も図る。</p>
連絡先	<p>世羅町商工会 経営支援課 〒722-1121 広島県世羅郡世羅町西上原 118-2 TEL：0847-22-0529 FAX：0847-22-3415 E-mail：sera@hint.or.jp</p> <p>世羅町 商工観光課 〒722-1192 広島県世羅郡世羅町西上原 123-1 TEL：0847-22-3216 FAX：0847-22-2768 E-mail：skk@town.sera.hiroshima.jp</p>

(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

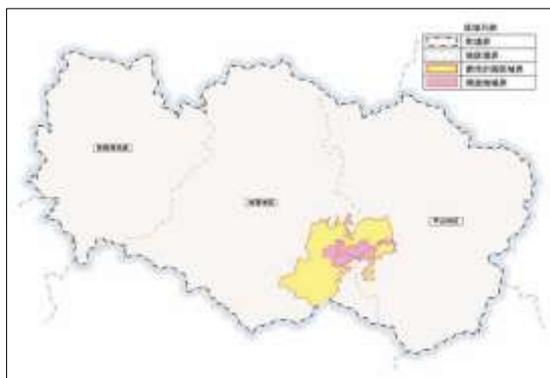
(1) 地域の現状及び課題

①人口減少に伴う生活関連サービスの維持

世羅町においては、人口減少と少子高齢化が進行しており、特に旧道沿いの商店街等では空き店舗が増加し、身近な商業機能の低下が懸念される。甲山・世羅地区では国道432号バイパス沿いに1,000㎡以上の大型店舗が集積しているものの、町外への購買流出は依然として続いている。世羅西地区は商業集積が乏しく、地域内消費の確保が困難な状況にある。住民生活を支える生活関連サービスを維持するためにも、地域内消費の循環を促す取り組みが喫緊の課題である。



(出典:世羅町第2次長期総合計画)



(出典:世羅町都市計画マスタープラン)

②創業・新たな担い手の確保と事業承継ニーズへの対応

当会は、世羅町と連携し創業支援や資金利子補給を行っている。創業相談は一定数あるが、実際に事業化に至るケースは少なく、創業後も継続的に経営に取り組む人は限られており、副業や小規模な取り組みにとどまることもあり、担い手不足は依然として解消されていない。一方で、既存事業者の経営者の高齢化が進み、後継者不在による廃業リスクが高まっている。地域経済の活力を維持するためには、質の高い創業の促進と、早期の事業承継対策による事業存続の両面から、地域産業の新陳代謝を促す支援の強化が必要である。

③観光産業の伸び悩みと「稼ぐ力」の強化

世羅町ではワイナリーや花観光農園、果樹観光農園など豊かな観光資源を有している。直近の実績では年間約224万人が来訪するが、日帰り客が主体で消費額が伸び悩んでいる。また、小規模事業者の多くは人手不足により、遠方の展示会出展や複雑なDX対応にリソースを割くことが困難な状況にある。観光客を実店舗に呼び込む「来訪型需要の取り込み」や、県内アンテナショップ等を活用した効果的な販路開拓、および開発した商品のブランド価値を守る知的財産対策が課題である

	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年
総観光客	2,293千人	1,786千人	1,972千人	2,181千人	2,237千人	2,352千人
一人当たり観光消費額	2,652百万円	1,827百万円	1,973百万円	2,352百万円	2,305百万円	2,505百万円

(出典:広島県入込観光客動向)

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①経営の持続・発展の推進

10年後における地域のあるべき姿：

小規模事業者がデジタル技術（生成AI等）を活用して生産性を高め、環境変化に柔軟に対応できる経営体質を確立している。地域住民に必要な生活関連サービスが維持され、持続可能な地域社会が形成されている。

理由：

小規模事業者の経営基盤が脆弱なままでは、地域住民に必要な生活関連サービスの維持は困難である。世羅町と連携し各種助成金制度の活用による経営の安定を確保することや、DXによる業務効率化と付加価値額向上を両立させることで、事業者が自律的に稼ぐ力を身につける必要があるため。

②創業による担い手の確保と事業承継支援

10年後における地域のあるべき姿：

地域資源を活かした魅力ある創業が継続的に生まれ、地域経済に新たな活力がもたらされている。また、早期の準備により円滑な事業承継が進み、貴重な経営資源や技術が次世代へ引き継がれ、廃業による地域経済の損失が最小限に抑えられている。

理由：

持続可能な地域経済のためには、創業による新たな担い手の育成と、既存事業の承継を両立させることが不可欠である。事業承継・引継ぎ支援センター等と連携した伴走型支援により、創業から承継まで切れ目なく支援することで、地域の雇用と産業を守る必要があるため。

③観光と連携した産業振興

10年後における地域のあるべき姿：

観光客がスマートフォン等を通じて町内の飲食店・小売店を周遊し、地域内での消費額が増加している。世羅ブランドの商品は知財経営によって守られ、適正な価格で販売されることで事業者の収益向上に貢献している。

理由：

花や果物を目的とした日帰り観光が中心であるため、地域内の飲食店や小売店などへの波及は限定的である。「通過型」から「滞在・消費型」への転換を図り、観光の経済効果を観光農園だけでなく、小規模事業者へ広く波及させることで、地域経済の好循環を生み出す必要があるため。

(3) 経営発達支援事業の目標

①経営の持続・発展の推進

支援計画の認定機関（5年間）目標：

KGI：事業計画策定件数 75 件（年 15 件×5 年）、売上・粗利益率増加 事業計画策定者の 40%以上

KPI：経営分析・課題抽出 150 件（年 30 件×5 年）、業務効率化・IT 導入支援数 50 件（年 10 件×5 年）

設定した理由：

人口減少による市場縮小下で事業を存続し、生活関連サービスを維持するには、経営の「自走化」が不可欠である。客観的な分析を通じて課題を明確にし、DXによる生産性向上と高付加価値化に繋がる事業計画策定を促すことで、環境変化に対応できる「稼ぐ力」を身につけ、持続可能な経営体質の構築を図るため。

②創業による担い手の確保と事業承継支援

支援計画の認定機関（5年間）目標：

KGI：創業事業者 25 件（年 5 件×5 年）、承継完了件数 15 件（年 3 件×5 年）

KPI：創業相談対応件数 50 件（年 10 件×5 年）、事業承継診断実施数 150 件（30 件×5 年）

設定した理由：

創業の定着や事業承継の実績を通じて、地域の担い手の確保に寄与しているか評価する指標である。創業相談や事業承継に係る専門機関と連携した相談対応などの具体的な支援プロセスの進捗状況を把握し、支援の効果を確認するための指標として設定している。

③観光と連携した産業振興

支援計画の認定機関（5年間）目標：

KGI：年間観光消費額 3,000 百万円、販路開拓による売上増加事業者数 15 件（3 件×5 年）

KPI：新商品・新サービス開発支援数 15 件（3 件×5 年）、MEQ・受入環境整備支援 50 件（10 件×5 年）

設定した理由：

観光消費額単価の向上と、その成果を町内小規模事業者の売上増に直結させるため。また、知的財産や MEQ 対策など、新たな取り組みの成果を測るため。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

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 8 年 4 月 1 日～令和 13 年 3 月 31 日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①経営の持続・発展の推進

達成方針 1：

対話と傾聴に基づく「個別伴走支援」の徹底

設定した理由：

座学による知識習得（セミナー）に加え、専門家派遣による指導や経営指導員との対話を通じた個別計画策定（伴走支援）を主軸にすることで、経営者が自社の課題に「腹落ち」し、自律的に PDCA を回せる「経営の自走化」を促すため。

達成方針 2：

補助金や融資制度を活用した投資支援の強化

設定した理由：

国の制度はもちろん、町独自の持続化補助金や人材育成・販路開拓・専門家派遣制度、マル経や町預託融資を活用し、申請支援体制を充実させることで、小規模事業者が必要な投資を行いやすくし、経営の成長・安定につなげる。

達成方針 3：

情報提供体制の充実による経営相談の強化

設定した理由：

従来の巡回・窓口や会報・ホームページによる情報提供に加え、即時性のある情報発信が可能な LINE を活用し、地域や業種に応じた最新情報や経営課題への支援策を迅速に届け、事業者が適切な経営判断を行える環境を整備する。

②創業による担い手の確保と事業承継支援

達成方針 1：

創業希望者および創業 3 年以内の事業者の支援

設定した理由：

創業セミナー等を開催し、創業希望者や創業後 3 年以内の事業者を対象に地域に新たな担い手を確保する取り組みの一助とする。

達成方針 2：

事業承継の支援強化

設定した理由：

事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、個別相談会を実施することで、地域内での円滑な事業承継を支援する。

達成方針 3：

創業・事業承継に関するリーフレットの発行

設定した理由：

創業や事業承継の潜在層に対し、年1回のリーフレット発行を通じてアプローチする。制度活用や事例紹介で「具体的な未来」を提示し、漠然とした関心を明確な意欲へと転換。相談窓口への誘導を促すとともに個別の支援ニーズを掘り起こし、具体的な行動へとつなげる。

③観光と連携した産業振興

達成方針 1：

地域資源を活かした商品開発と「知的財産」による保護・活用

設定した理由：

世羅ブランドの高付加価値化を図るとともに、開発した商品やロゴ等の商標登録・意匠登録を支援することで、模倣品の排除とブランド価値の維持・向上を図り、安定した収益確保につなげるため。

達成方針 2：

県内販路（夢ぷらざ等）とデジタルを活用した効率的な販路開拓

設定した理由：

人手不足の事業者でも無理なく取り組めるよう、身近なアンテナショップ「ひろしま夢ぷらざ」でのテストマーケティングや、EC・ふるさと納税の活用を支援し、着実な販路拡大を図るため。

達成方針 3：

ME0 対策等による「店舗への集客（来訪型需要）」の強化

設定した理由：

年間 224 万人の観光客を実店舗へ誘導するため、Google マップ（ME0）等の情報を充実させ、「検索される店づくり」を支援し、町内での滞在時間延長と消費拡大につなげるため。

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：

景況感や需要動向は個別相談等で把握しているが、業種横断で比較可能な指標（DI、価格転嫁状況、在庫、水準感）は十分に整備されていない。第2期では、商工会独自の「景気動向調査（確定申告データの分析）」や「金融実態調査」を継続的に実施し、会員事業所の経営数値の推移（売上高、粗利率、特前所得等）を定点観測してきた。特に直近では、売上高が増加しても原材料高や人件費増により利益が圧迫される厳しい経営環境が数値として明らかになっている。

課題：

調査→活用（個社伴走・補助金活用・販路開拓）への接続プロセスが不足し、政策資源の重点配分に反映されにくい。

一方で、国の統計データ（RESAS 等）を活用した広域的な分析や、その結果を会員事業所の経営計画策定に具体的に落とし込むプロセスが不足していた。第3期では、収集したデータを単なる「報告」に留めず、個社支援の現場で「自社の立ち位置」を気づかせるためのツールとして活用できる形式（わかりやすいレポート等）で提供することが課題である。

(2) 目標

	公表方法	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
景気動向調査 (確定申告データ活用)	HP 掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
産業構造分析 (RESAS 活用)	HP 掲載	-	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①景気動向調査（確定申告データ活用）

【調査対象】 記帳・確定申告業務により得られたデータ（約 200 社）

【調査項目】 業種別売上増加率(社数)・売上総利益率(社数)の状況

【手 法】 確定申告書・決算書の数値を Excel により入力・算出する。

【目 的】 地域内の個人事業者・小規模事業者の経営状況を把握し、地域経済の動向を明らかにするとともに、今後の経営指導や支援施策の策定に活用する。

②産業構造分析（RESAS 活用）

【調査項目】 町内産業ごとの「付加価値額」と「労働生産性」を分析する。

【手 法】 RESAS の「産業構造マップ」機能を活用

【目 的】 地域産業の強みや特性を明らかにし、KGI・KPI で設定した施策の重点分野の検討に活用する

(4) 調査結果の活用

①支援テーマの優先順位付け

確定申告データを活用した景況調査の結果から、重点支援分野（価格転嫁・資金繰り・人材確保）を決定し、支援施策に反映する。

- ・景気動向調査のデータを活用し、前年対比で売上減少や人手不足の顕著な業種・企業を抽出。
- ・抽出結果を参考に、今後の支援施策の方向性を検討するとともに、会報・ホームページに公表

②重点産業の傾向把握

RESAS を活用した産業構造分析により、地域産業の傾向を把握し、重点産業に対する支援の参考にする。

- ・RESAS で地域産業の付加価値額や事業所規模の傾向を把握し、会報・ホームページに公表する。

4. 需要動向に関すること

(1) 現状と課題

現状：

「道の駅世羅」や観光農園には年間を通じて多くの来訪者があるが、その購買行動やニーズ（何を食いたいのか、何を買いたいのか）の詳細な把握は十分に行われていない。特に、商品開発や販路開拓を行う際、ターゲットとなる顧客の声に基づかない「プロダクトアウト（作り手本位）」の商品づくりになりがちである。

課題：

観光客の消費単価を向上させるためには、来訪者のニーズや不満点（マーケットインの視点）を把握し、それを商品・サービス開発にフィードバックする必要がある。また、今後増加が見込まれるインバウンド需要についても、国・地域別の嗜好や決済手段のニーズを調査し、受入環境整備や商品開発に活かすことが課題である。

観光客数は回復傾向にあるが、そのニーズ（食・土産・体験）の変化を捉えきれていない。第 3

期では、デジタルツール（QR アンケート等）を活用して効率的にデータを収集し、勘や経験に頼らない「マーケットイン」の商品開発・販路開拓につなげる仕組みの再構築が急務である。

(2) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①需要動向調査対象事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
②テストマーケティング支援数	1者	3者	3者	3者	3者	3者

(3) 事業内容

①観光拠点における来訪者ニーズ調査

「道の駅世羅」や主要観光農園において、QR コードを活用したデジタルアンケートを実施する。来訪目的、滞在時間、立ち寄り箇所に加え、「世羅町で食べたかったもの・買ったかったもの」等の潜在ニーズを調査する。

②新商品・サービスのテストマーケティング調査

開発中の新商品やサービスについて、町内外のイベント（ひろしま夢ぷらざ等）を活用し、試食・試供を通じたアンケート調査を行う。味、価格、パッケージデザインに対する消費者の生の声を収集し、本格販売前のブラッシュアップに活かす。

(4) 調査結果の活用

調査結果はレポート化し、新商品開発や創業を目指す事業者に提供する。特に「観光客が求めているが、町内に足りないもの（飲食メニューや体験）」を具体的に提示することで、新たなビジネスチャンスの創出につなげる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現状：

税務相談や金融斡旋を通じて、多くの会員事業所の財務データ（決算書）には触れているが、財務分析の結果を経営改善の提案にまで昇華できているケースは限定的である。また、経営者の高齢化が進むなか、事業承継に向けた資産や知的資産の整理が遅れている事業所も多い。

課題：

数値に基づく「財務分析」に加え、経営者の想いや商流、技術力といった「非財務分析」を組み合わせ、事業者の本質的な課題を可視化する必要がある。また、目標達成のためには、全職員が日常の巡回・窓口指導の中で行える「簡易分析（ローカルベンチマークや業務棚卸しシート等）」を導入し、裾野を広げる必要がある。

(2) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①財務・非財務分析事業者数	16者	30者	30者	30者	30者	30者
②業務プロセスの棚卸しと効率化 診断事業者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
③事業承継診断実施事業者数	—	30者	30者	30者	30者	30者

(3) 事業内容

①「ローカルベンチマーク」等を活用した財務・非財務分析

巡回指導や窓口相談において、経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用し、財務データ（6指標）と非財務情報（4つの視点）を整理する。業界平均との比較により自社の立ち位置を客観的に把握させるとともに、SWOT分析を用いて「強み」と「機会」を掛け合わせた積極的な経営戦略の立案に繋げる。

②業務プロセスの棚卸しと効率化診断

人手不足に悩む事業者に対し、日々の業務内容を書き出す「業務の棚卸し」を支援する。ボトルネックとなっている作業（重複入力、過度な手書き等）を特定し、デジタルツール導入や業務フローの見直しによる削減効果を試算・提案する。

③プッシュ型の事業承継診断

60歳以上の経営者を対象に、巡回訪問時に「事業承継診断」を能動的に実施する。後継者の有無だけでなく、事業用資産の状況、知的資産（ノウハウ・人脈）の整理状況を確認し、承継に向けた課題を早期に「見える化」する。

(4) 分析結果の活用

分析結果は、事業者へフィードバックし「事業計画策定」の基礎資料とする。課題が明確になった事業者には、専門家派遣や補助金申請支援、事業承継・引継ぎ支援センターへの橋渡しなど、具体的な解決策を提示し、継続的な伴走支援へと移行する。

6. 事業計画策定に関すること

(1) 現状と課題

現状：

これまでの事業計画策定支援は、小規模事業者持続化補助金などの申請をきっかけとしたものが多く、資金調達手段としての側面が強かった。また、事業者ごとに経営課題やITリテラシーの格差が大きく、集団形式のセミナーだけでは個々の実情に即した計画策定が難しい状況にあった。

課題：

人口減少や物価高騰など経営環境が厳しさを増すなか、経営者自身が自社の課題に「腹落ち」し、自律的に行動するための「実効性ある事業計画」への転換が必要である。そのためには、一律のセミナー形式ではなく、個社ごとの対話を重視した支援体制の強化が課題である。また、創業やDXといった専門的なテーマについては、基礎知識を習得する機会を提供しつつ、個別具体的な実践へつなげる導線づくりが必要である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画の策定については、集団セミナー形式ではなく個別相談を基本とする。「経営力再構築伴走支援モデル」に基づき、経営指導員等が対話と傾聴を通じて、経営者の潜在的な想いや課題を深く掘り下げ、個々の事情に合わせたきめ細かな伴走支援を1社あたりの支援時間を十分に確保して行う。一方で、共通の課題である「創業」や「DX（業務効率化）」については、知識習得のためのセミナーを開催し、そこから個別相談へと誘導する流れを構築する。

(3) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①創業セミナー開催	—	1回	1回	1回	1回	1回
②DX推進・業務効率化 セミナー開催	—	1回	1回	1回	1回	1回
③個別相談による対話型伴走支援	—	6者	6者	6者	6者	6者
事業計画策定事業者数	19者	15者	15者	15者	15者	15者

【事業計画策定事業者数の考え方について】

従来の課題として、事業計画策定の動機が、金融機関への提示や補助金目的といった一過性のものに留まりやすく、個々の事業者の実情に即した対話が不足していた。

そのため、本計画から、傾聴と対話を重視することにより、深度ある事業計画策定支援への質的転換を図るため、事業計画策定数を微減させることとした。

(4) 事業内容

①創業セミナーの開催

目的

創業に必要な基礎知識（経営・財務・販路開拓）を習得する機会を提供し、創業マインドの醸成とビジネスプランの具体化を図る。セミナー受講者を個別相談へ誘導し、具体的な創業計画の策定につなげることを目的とする。

具体的手法

支援対象：町内の創業希望者、創業間もない事業者

募集方法：町広報、商工会ホームページ・SNS等に加え、創業・事業承継に関するリーフレットを通じて潜在層にも周知する。

講師：中小企業診断士等の専門家、または経験豊富な民間コンサルタント

回数：年1回

カリキュラム：創業の心構え、ビジネスモデルの構築、資金計画と資金調達、販路開拓の基礎、創業支援施策の紹介

参加者数：10名程度（見込み）

実施方法：集合研修形式で実施し、終了後に個別相談会の予約を受け付けることで、具体的な計画策定へとつなげる

成果目標：参加者数 10名/年、創業計画策定への移行数 8件/年

②DX推進・業務効率化セミナーの開催

目的

インボイス制度や電子帳簿保存法への対応、人手不足解消のための業務効率化に資するデジタル技術活用を促進する。IT活用のメリットを啓発し、具体的なツール導入検討へとつなげる。

具体的手法：

支援対象：業務効率化やデジタル化に課題を持つ小規模事業者

募集方法：DM、ホームページ・SNSでの告知、巡回時の案内等

講師：ITコーディネータ、税理士等の専門家

回数：年1回

カリキュラム：インボイス制度・電帳法の実務対応、クラウド会計ソフトの活用法、SNS・生成AI等の活用事例紹介

参加者数：10名程度（見込み）

成果目標：参加者数 10名/年、ITツール導入・活用支援者数 5件/年

③個別相談による対話型伴走支援

「5. 経営状況の分析」を経た事業者を対象に、経営指導員がマンツーマンで伴走する。SWOT分析等の結果を基に、複数回の面談を通じて「誰に・何を・どのように」提供するかを具体化する。経営者が自ら考え、決断するプロセスを支えるため、時間をかけて丁寧に対話を行い、各事業者の実情に即した実行可能な行動計画（アクションプラン）の策定を支援する。

7. 事業計画策定後の実行支援に関すること

(1) 現状と課題

現状：

これまでも計画策定後のフォローアップを行ってきたが、支援の頻度や確認項目が担当者によって異なり、組織的な進捗管理が十分ではなかった。また、計画と実績に乖離が生じた際の具体的な軌道修正の支援が弱く、計画が「絵に描いた餅」になるケースも散見された。

課題：

策定した計画を確実に成果（売上・利益向上）に結びつけるため、定期的かつ継続的なモニタリング体制を確立する必要がある。特に、数値（KGI・KPI）に基づいた予実管理を徹底し、計画とのズレが生じた場合には、早期に要因を分析し、対策を講じる仕組み（PDCA サイクル）の定着が課題である。

(2) 支援に対する考え方

計画策定事業者の全数を対象に、原則として計画期間中（3～5年）のフォローアップを行う。ただし、事業者の自走度合いやリスクの大小に応じて支援頻度にメリハリをつける。支援においては、単なる数値確認にとどまらず、経営者が自ら課題に気づき改善策を考えられるようコーチングの手法を取り入れ、経営者の「経営リテラシー（計数管理能力等）」の向上と「経営の自走化」を目指す。

(3) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①フォローアップ対象事業者数	38者	45者	45者	45者	45者	45者
②フォローアップ頻度(延べ回数)	93回	60回	90回	105回	105回	105回
③売上・粗利益増加事業者数	—	40%以上	40%以上	40%以上	40%以上	40%以上

※①対象数：事業計画策定平均者数（15者×3年）を基本とする

※②頻度：1年目15者×4回 2年目15者×2回 3年目15者×1回

(4) 事業内容

①定期的なモニタリングと進捗確認

計画策定事業者に対し、四半期に1回程度（経営状況により年1～2回と調整）試算表や売上データを用いて、計画数値と実績の比較を行う。また、アクションプラン（販路開拓活動やDX導入等）の実施状況を確認する。

②計画とのズレが生じた場合の対応

計画と実績に大幅なズレが生じている場合、または事業環境の急激な変化（災害、市場変動）があった場合は、速やかに他の経営指導員や外部専門家などの第三者の視点を交えて要因を分析し、販路の変更やコスト削減、資金繰り改善など、事業計画の修正・見直し（アクションプランの再設定）を支援する。

③ 経営リテラシー向上支援

フォローアップを通じて、経営者自身が「月次決算の確認」「資金繰り表の作成」「KPIの管理」を行えるよう指導する。また、デジタルツール（クラウド会計等）の活用定着を支援し、タイムリーな経営判断ができる体制づくりをサポートする。

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：

世羅町は年間約 224 万人の観光客が訪れるが、日帰り客が多く消費単価が低い。町内事業者の多くは小規模で人手不足が深刻であり、遠方の展示会へ出展する余裕がない。一方で、県内アンテナショップ（ひろしま夢ぶらざ等）を活用したテストマーケティングや、Google マップ等を活用した自店への誘客活動には改善の余地がある。

課題：

人手不足の中でも効率的に需要を獲得するため、「ひろしま夢ぶらざ等の県内販路を活用した着実な販売機会の創出」や、観光客を実店舗へ呼び込む「ウェブ上の店舗情報の充実（ME0 対策）」へ注力することが急務である。また、開発した商品のブランド価値を守るための知的財産対策も課題である。

(2) 支援に対する考え方

リソースの限られた小規模事業者でも継続できるよう、身近な販路である「ひろしま夢ぶらざ等の活用」と「自店への誘客（デジタル活用）」に重点を置いた支援を行う。具体的には、アンテナショップでの対面販売を通じて顧客ニーズを収集（テストマーケティング）し、商品改良へつなげる。また、Google マップ等の情報を充実させ、「検索される店づくり」を支援する。

(3) 目標

	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
①高付加価値商品の開発と 知的財産活用支援事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
商品粗利益増加率／者	—	1%	1%	1%	1%	1%
②販路開拓支援者数	—	5者	5者	5者	5者	5者
販路開拓による売上額／者	—	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円
③観光客を店舗へ呼び込む 集客方法の充実支援者数	—	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加率／者	—	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①世羅ブランドを活かした高付加価値商品の開発と知的財産活用支援（モノづくり）

目的

世羅産の農産物や地域資源を活用した、観光客の購買意欲を刺激する高付加価値な新商品・新メニューの開発を支援する。また、ブランド保護のため、インピット等と連携し商標登録等の知的財産活用を推進する。

具体的手法

実施内容：専門家派遣を活用し、ターゲット設定、コンセプト設計、パッケージデザインの改

良、商標登録等の出願等までを伴走支援する

支援対象：新商品開発や既存商品のブラッシュアップを目指す小規模事業者（製造・小売・飲食業等）

募集方法：巡回指導時の掘り起こし、会報・HPでの告知

講師：中小企業診断士、デザイナー、フードコーディネーター等の専門家

回数：通年（随時対応）

成果目標：新商品・新サービス開発数3者/年、商品粗利益増加率1%/者

②ひろしま夢ぷらざを中心とした販路開拓支援（売れる仕組みづくり）

目的

県内外等のアクセスしやすい販路を開拓し、販売機会の創出と顧客ニーズの収集や、SNS・動画を活用した情報発信を支援する。

具体的手法

実施内容：・アンテナショップ活用：ひろしま夢ぷらざへの出展・出品を積極的に支援する店頭での対面販売を通じて得られた顧客の声（味、価格、パッケージへの反応）をフィードバックし、商品改良に活かす

・デジタル販路開拓：自社ECサイトの構築、モール型ECへの出展、SNS・動画を活用した情報発信を支援する

支援対象：販路拡大意欲のある小規模事業者。

募集方法：会報・HPでの公募、個別勧奨。

回数：個別支援 随時。

参加者数：出店者数5者/年

成果目標：出展支援5者/年、販路開拓による年間売上額 20万円/者

③観光客を店舗へ呼び込む集客方法の充実支援（コト・場所づくり）

目的

観光農園への来訪者を町内の飲食店・小売店へ誘導し、町内滞在時間の延伸と消費機会の拡大を図る。また、インバウンド観光客等の受入環境を整備し、販売機会の損失を防ぐ。

具体的手法

実施内容：・MEQ対策による「見つけてもらう」店づくり：観光客の多くがスマートフォンで「近くのランチ」「近くのお土産」と検索することに対応するため、Google ビジネスプロフィールのオーナー登録と運用を支援する。基本情報（営業時間、定休日）の整備だけでなく、「シズル感のある料理写真」や「店内の様子が見える写真」の掲載を支援し、入店への心理的ハードルを下げる。また、口コミへの返信方法や、最新情報（季節限定メニュー等）の発信方法を指導し、検索順位の向上を図る。

・低コストで行う多言語対応・受入環境整備：インバウンド観光客等の来店時に言葉の壁で販売機会を逃さないよう、翻訳アプリ（Google 翻訳、等）や生成AIを活用した「多言語案内」の作成を支援する。

外国語が苦手な事業者向けに、指さして意思疎通ができる「接客用指さし会話シート（注文、アレルギー確認、トイレ案内等）」の導入・作成を支援する。

支援対象：町内の飲食店、小売店、サービス業者。

募集方法：巡回指導時の案内、商工会報、観光協会と連携した呼びかけ

連携先：世羅町観光協会、道の駅世羅、IT専門家。

回数：通年

実施方法：IT専門家派遣等による個別導入サポート。

成果目標：MEQ導入・充実化支援5者/年、多言語メニュー・ツール導入支援数5者/年、売上増加率3%/者

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：

第2期計画においては、世羅町、金融機関、中小企業診断士、観光協会等で構成される「事業評価委員会」を年2回開催し、事業の進捗管理を行ってきた。しかし、評価の視点が「セミナー開催数」や「相談件数」といった「活動量（アウトプット）」に偏りがちであり、事業者の売上増加や行動変容といった「成果（アウトカム）」に基づく検証が十分ではなかった。

課題：

本計画の実効性を高めるためには、第1項で設定した定量的目標（KGI・KPI）に基づき、客観的な数値データを用いて成果を検証する必要がある。また、評価結果を単なる報告に留めず、目標未達の事業については年度途中であっても柔軟に軌道修正（事業の見直し・廃止・代替案の実行）を行う、機動的なPDCAシステムを確立することが課題である。

(2) 事業内容

① 定量データに基づくモニタリング体制の整備

経営指導員等は、日々の支援活動において「事業計画策定数」「支援先売上動向」等のデータを収集・蓄積する。事務局内で四半期ごとにKPIの進捗を確認し、遅れが生じている場合は早期に対策を講じる。

② 外部有識者等を交えた「評価委員会」の設置・開催

名称：世羅町商工会 経営発達支援事業評価委員会

構成員：外部有識者（中小企業診断士等の専門家）

世羅町（商工観光課担当者）

広島県商工会連合会

商工会役員幹部、事務局長、法定経営指導員、経営指導員

開催頻度：年1回以上（原則として事業年度終了後の5月～6月頃）

※必要に応じて、中間評価のための臨時会を開催する。

評価事項：KGI・KPIの達成状況の確認を5段階評価で実施

支援事業の有効性・効率性の評価

次年度の事業計画および予算への反映事項の検討

事業環境の変化（災害、経済情勢等）に応じた計画変更の要否

③ 評価結果の公表と情報の還元

評価委員会の評価結果については、商工会ホームページにて速やかに公表する。これにより、会員事業者や地域住民に対する透明性を確保するとともに、商工会の支援姿勢を広く周知する。

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：

これまで、県商工会連合会や中小企業大学校が主催する各種研修会へ職員を派遣し、税務・経理・労務等の基礎知識や、補助金申請支援スキルの習得に努めてきた。また、所内でのケーススタディ会議を通じて、支援事例の共有を図っている。

課題：

小規模事業者の課題が複雑化するなか、従来の「指導型」から、事業者の本質的な課題を引き出す「伴走型（対話と傾聴）」へのスキル転換が急務である。また、急速に進むDXやインボイス等の新制度など、新たな専門知識の習得が必要となっている。さらに、支援ノウハウが特定の個人に蓄積されがち（属人化）であるため、デジタルツール等を活用して組織全体でノウハウを共有・標準化する仕組みを強化することが課題である。

(2) 事業内容

目的：

経営指導員のみならず一般職員も含めた全職員の支援能力を体系的に高めるとともに、支援ノウハウの組織内共有とOJTを通じた実践力の底上げを図ることで、商工会全体の組織力を強化する。また、対話と傾聴に基づく伴走支援により、小規模事業者が「やる価値を実感できる小さな成功体験」を積み重ね、自ら課題を設定し解決できる「経営の自走化」と経営リテラシーの向上に寄与することを目的とする。

①外部研修・セミナーへの計画的参加（「個」のスキルアップ）

経営指導員のみならず、支援員・一般職員も含めた全職員を対象に、以下のテーマを中心とした外部研修へ計画的に参加させる。

- ・伴走支援スキル：「経営力再構築伴走支援」の基本姿勢である「対話と傾聴」の技法、コーチング、課題設定力を磨く研修。
- ・新たな経営課題への対応：DX（生成AI、クラウド会計、SNS活用）、ブランディング、インバウンド対応に関する専門研修。
- ・階層別研修：若手職員への基礎研修、中堅・ベテラン職員へのマネジメント研修や専門家連携スキルの習得。

②支援ノウハウの共有と組織力強化（「組織」のスキルアップ）

個人の知見を組織の資産とするため、以下の仕組みを構築・運用する。

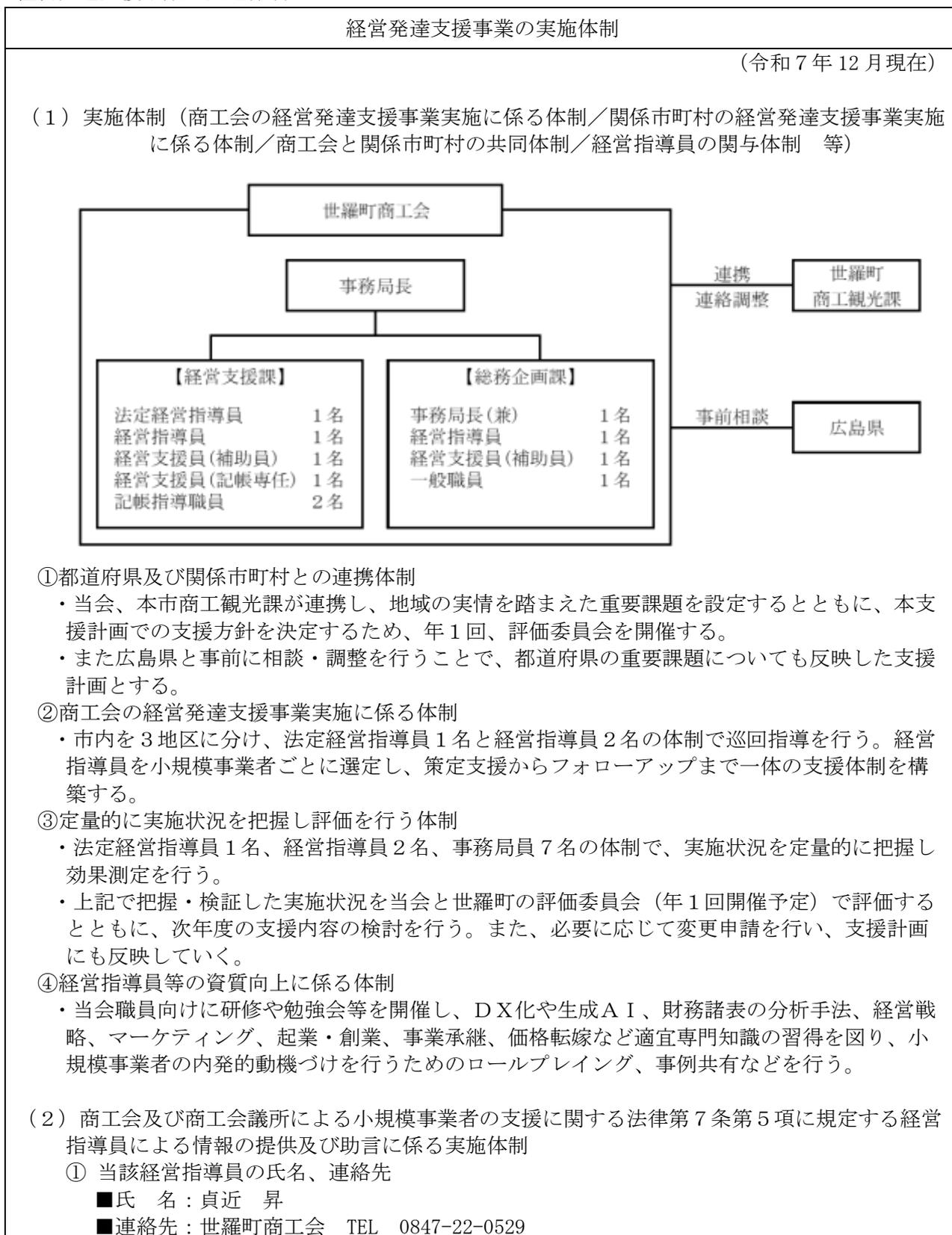
- ・支援事例データベースの充実：巡回指導や窓口相談での対応記録（相談カルテ）をクラウド上でデータベース化し、提案内容を全職員が検索・閲覧できるよう情報共有を図る。
- ・ケーススタディ会議の定例化：定期的（月1回程度）に所内会議を開催し、困難な案件や好事例を持ち寄り、支援プロセスや提案理由をディスカッションすることで、支援の質を平準化する。

③OJTとチーム支援による実践力向上

経験の浅い職員が、ベテラン経営指導員や専門家と同行して巡回指導を行う「同行訪問（OJT）」を積極的に実施する。また、複雑な課題（事業承継や経営再建等）に対しては、単独ではなく「チーム」で対応する体制をとり、多角的な視点での支援を行うとともに、実践を通じた職員の育成を図る。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



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。

内容	頻度
経営発達支援事業の指導・助言・情報提供	年1回以上
経営発達支援事業の進捗管理	年1回以上
経営発達支援事業の評価・見直し	年1回以上
世羅町商工観光課との調整	随時
経営支援に関する指導・助言・情報提供	随時

③ 広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員・貞近 昇は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。

(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

〒722-1121 広島県世羅郡世羅町西上原 118-2

世羅町商工会 経営支援課

TEL：0847-22-0529 FAX：0847-22-3415 E-mail：sera@hint.or.jp

② 関係市町村

〒722-1192 広島県世羅郡世羅町西上原 123-1

世羅町 商工観光課

TEL：0847-22-3216 FAX：0847-22-2768 E-mail：skk@town.sera.hiroshima.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 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
必要な資金の額	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
1. 経済動向調査	0	0	0	0	0
2. 需要動向調査	0	0	0	0	0
3. 経営状況分析	200	200	200	200	200
4. 事業計画策定支援	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
5. 事業計画策定後の実施支援	0	0	0	0	0
6. 新たな需要開拓	700	700	700	700	700
7. 事業評価見直し	100	100	100	100	100
8. 経営指導員等の資質向上	0	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・手数料収入・国補助金・県補助金・町補助金

(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
連携者なし
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