

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	南部町商工会（法人番号） 1 2 7 0 0 0 5 0 0 3 9 0 4 南 部 町 （地方公共団体コード） 3 1 3 8 9 1
実施期間	令和 8 年 4 月 1 日～令和 13 年 3 月 31 日(5 年間)
目標	①「里地里山」を活用したブランドの確立 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	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	○南部町商工会 〒683-0351 鳥取県西伯郡南部町法勝寺 371 番地 1 TEL : 0859-66-2035 FAX : 0859-66-5535 E-mail : nanbu-sci@tori-skr.jp ○南部町役場 未来を創る課 〒683-0351 鳥取県西伯郡南部町法勝寺 377 番地 1 TEL:0859-66-3113 FAX:0859-66-4426 E-mail: mirai@town.tottori-nanbu.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) 地域の現状と課題

①立地から見た現状と課題

【現状】

南部町は鳥取県の西端に位置し、2004年（平成16年）10月1日に会見町と西伯町の2町が合併して誕生した町である。なお、南部町商工会は、行政合併に伴い、西伯町商工会、会見町商工会が合併して発足した商工会である。米子市からの幹線道路として国道180号線が当町を縦断しており、日南町一部経由し、日野町へと続いている。

町の面積は114.03平方キロメートルで、平成29年に町のほぼ全域が環境省から、生物多様性の保全上重要な「里地里山」に選定されており、町域は豊かな自然に恵まれている。その「里地里山」を活かした竹あかりや農泊などの体験型観光を推進することで、観光客の誘致に取り組んでいる。また、県下有数の古墳密集地帯で、古事記に記されている大国主命に由来する史跡・地名が多く見られ、律令国家以前から豊かな文化が栄えた場所である。

町の南側に鎌倉山（731m）など日野郡に連なる山地、北側に手間要害山（329m）を挟んで平地・丘陵地が広がり、水田地帯と町の特産物である柿・梨・いちじく等の樹園地が形成されている。

南部山地を水源とする日野川支流法勝寺川が西部を北流し、途中で鎌倉山から発した東長田川を合わせ、要害山の西麓を抜けて米子市域に入る。1988年（昭和63年）に法勝寺川を堰き止めた賀祥ダムが竣工し、緑水湖一帯はアウトドアスポットとして整備された。なお、1999年（平成11年）に大山を一望できる越敷野台地にオープンした日本最大級のフラワーパーク「とっとり花回廊」は約50haの敷地を有し、年間約20万人の来園客が訪れる県内有数の観光地となっている。

現在、令和6年度から令和10年度を計画期間とする「南部町第2次総合計画後期基本計画」の計画期間中であり、共生・協働・環境の大黒柱（基本理念）のもと、将来にわたり発展していく持続可能な南部町を目指している。



○面積 114k m²
○人口 9,908人
(3,872世帯(92集落))○高齢化率 39.63%
(令和7年10月末現在)
以上：南部町調べ
○産業構造
第1次 587人(11.0%)
第2次 1,369人(25.6%)
第3次 3,268人(61.1%)
出展：「令和6年度市町村要覧」

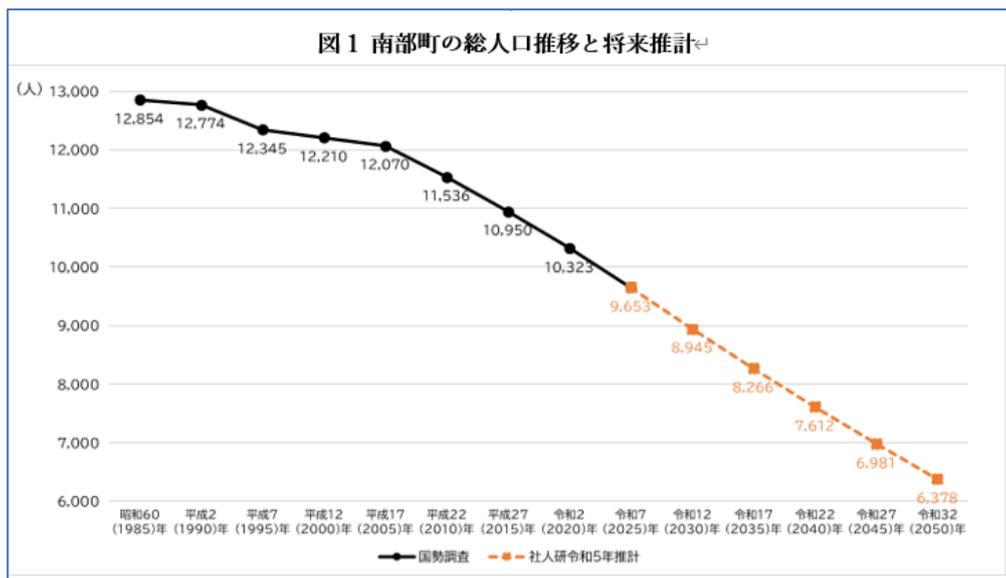
【課題】

町の7つの地域において、地域振興協議会による地域活動が展開され、特色ある地域づくりの検討や地域住民との協働の実践が行われてきたが、昨今の少子高齢化問題による担い手不足が深刻化する中、集落機能としての維持の問題が顕在化している。観光の面では、豊かな観光資源等のポテンシャルは秘めているが、それらを活かし切れていない状況である。

小規模事業者にとって厳しい経営環境であり、今後も人口減少、少子高齢化がさらに進むと地域の消費の低下や労働力減少は加速していくことが予測され、販売額減少による事業継続への不安を招くことなどから事業主の高齢化による事業承継を含む「人材確保」「人材育成」が重要な課題である。また、事業者の活力低下は、行政への税収にも影響を及ぼす上、地域全体の衰退も懸念される。

②人口動態から見た現状と課題

南部町の人口は、昭和60年(1985年)の12,854人をピークに減少へと転じ、令和2年(2020年)には10,323人となり、35年間で約2割の減少となった。国立社会保障・人口問題研究所の令和5年推計によれば、令和12年(2030年)には8,945人、令和32年(2050年)には6,378人まで減少する見通しである(図1 南部町の総人口推移と将来推計)。2020年から2050年のわずか30年で人口が約4割減少する計算であり、このまま人口減少に歯止めがかからなければ、日常生活サービスや地域経済の維持が困難になる恐れがある。



【出典】

総務省「国勢調査」(～令和2年)、

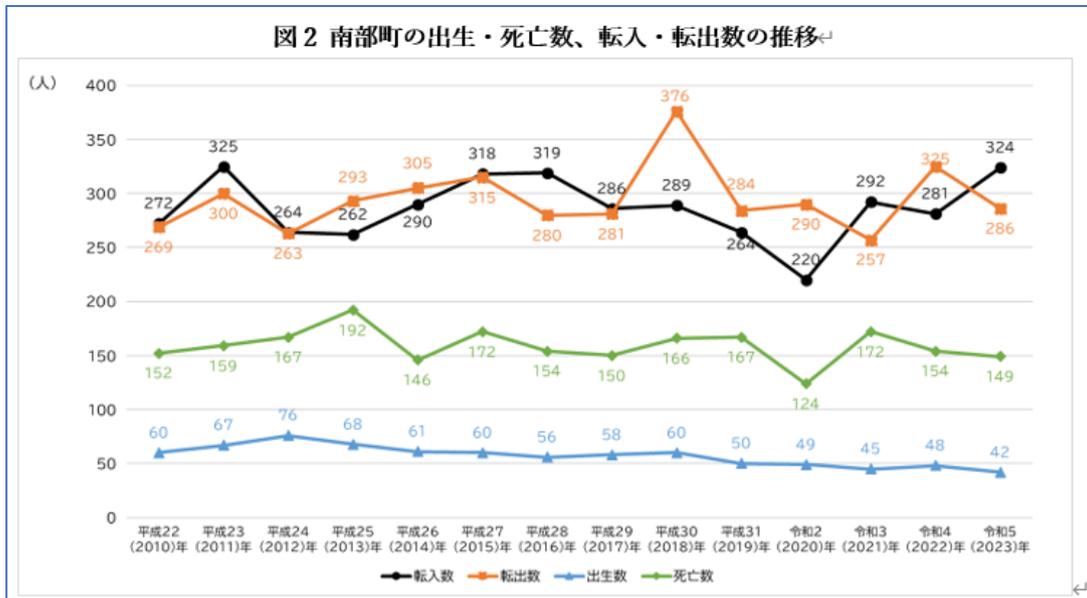
国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」(令和7年以降)

【現状】

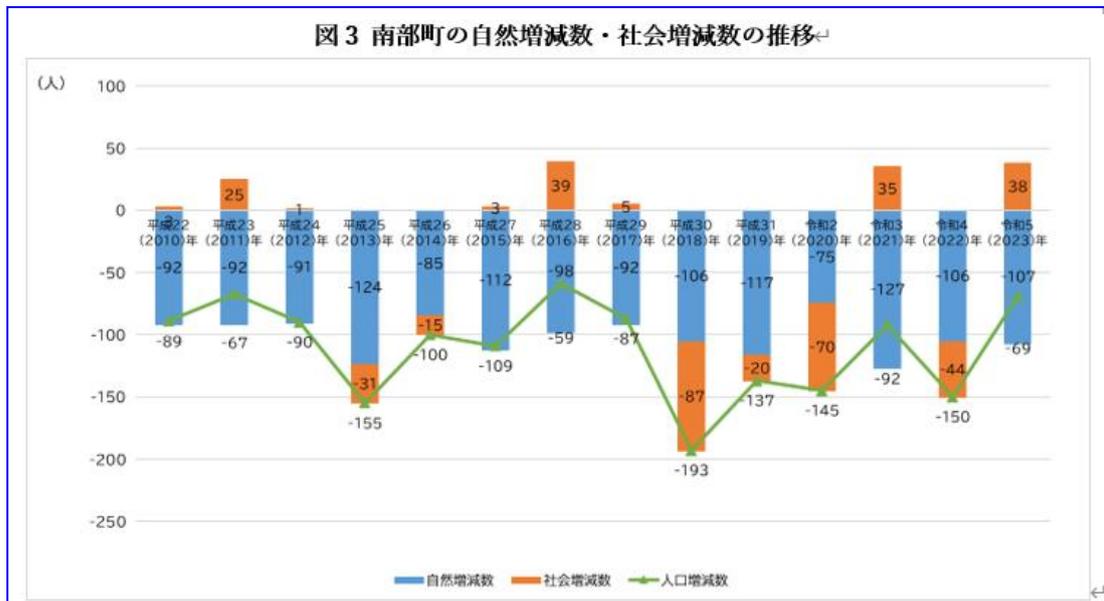
人口減少の要因は「自然減少」、「社会減少」の両面にある。出生数は平成22年(2010年)以降おおむね50～70人台で推移し、令和5年(2023年)には42人と過去最低を記録した。一方、死亡数は平成22年から令和5年まで150人前後で推移し、高止まりの傾向にあります。その結果、毎年100人前後の自然減少が続いている(図2 南部町の出生・死亡数、転入・転出数の推移、図3 南部町の自然増減数・社会増減数の推移)。

また、転出者が転入者を上回る社会減少も顕著である。平成30年(2018年)には転入289人に対して転出376人と、87人の転出超過が発生した(図2 南部町の出生・死亡数、転入・転出数の推移、図3 南部町の自然増減数・社会増減数の推移)。2015年から2020年の年齢階級別純移動数では、15～19歳で▲83人、20～24歳で▲154人と、進学や就職を契機とした若者の流出が集中していること

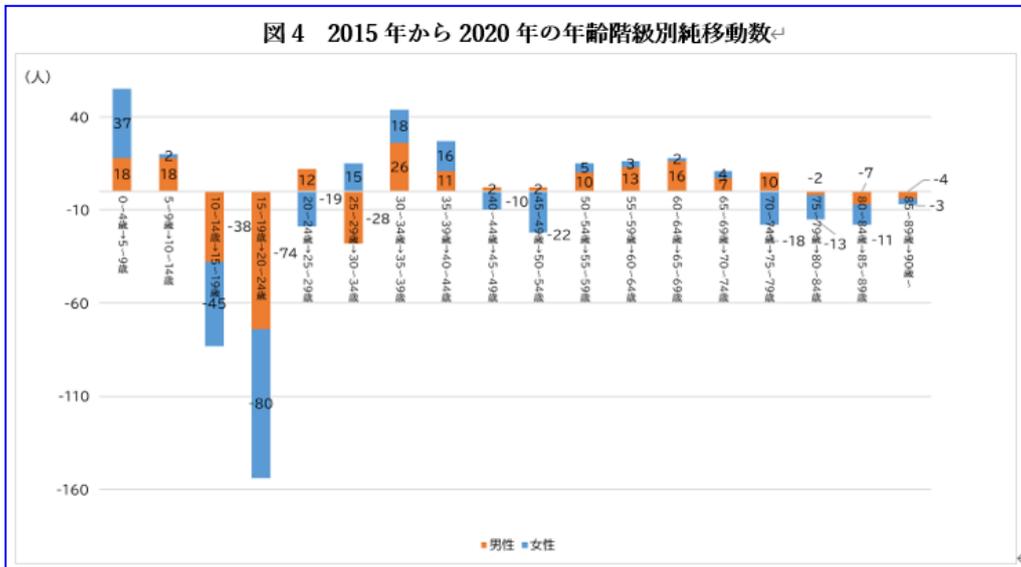
がわかる。一方で、30～34歳で+44人、35～39歳で+27人と、30代では転入超過が見られ、一定の回帰傾向がうかがえる(図4 2015年から2020年の年齢階級別純移動数)。



【出典】総務省「国勢調査」、「住民基本台帳人口移動報告年報」

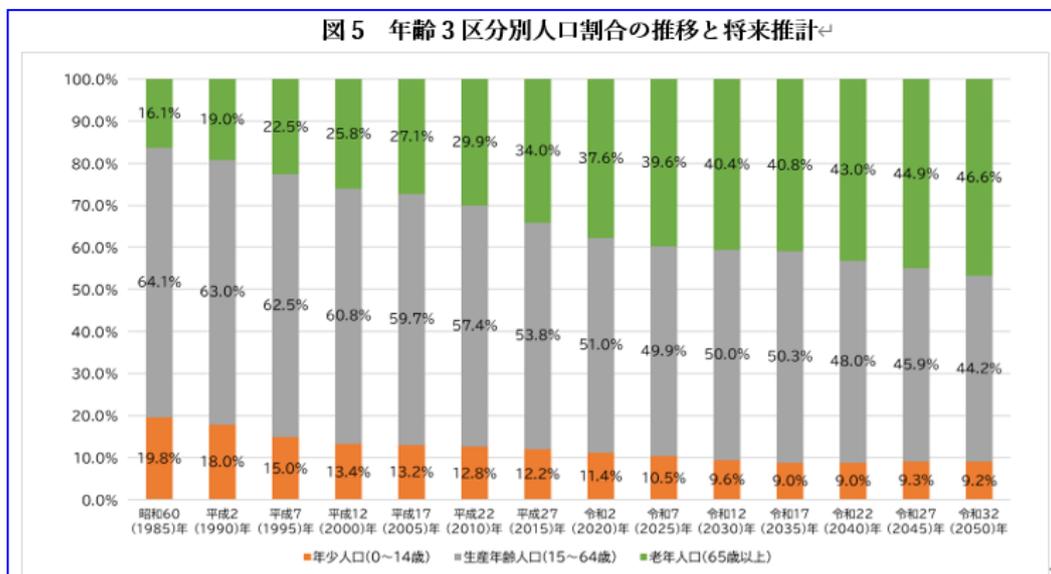


【出典】総務省「国勢調査」、「住民基本台帳人口移動報告年報」



【出典】総務省「国勢調査」、厚生労働省「都道府県別生命表」に基づき
デジタル田園都市国家構想実現会議事務局作成

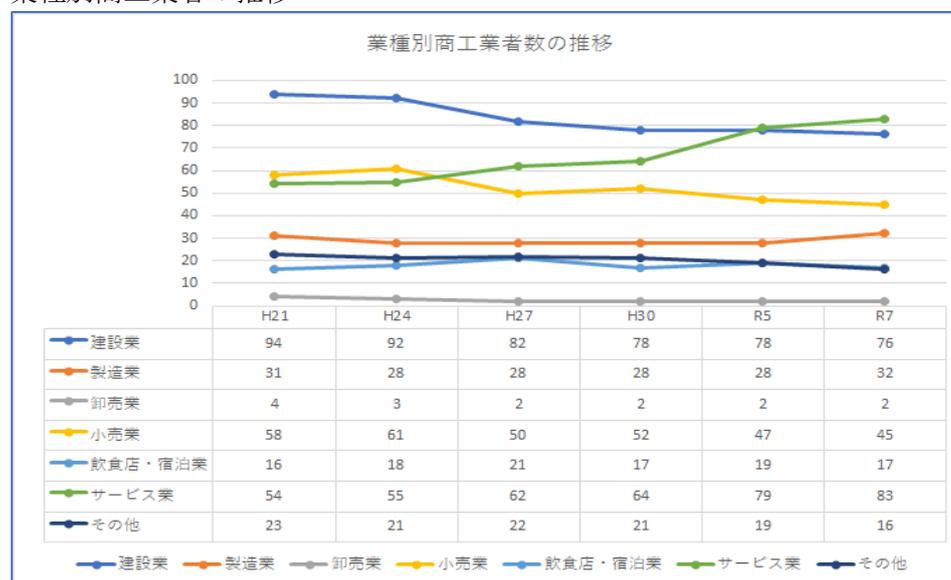
人口減少と若者流出が進行する一方で、2020年の高齢化率(65歳以上人口の割合)は37.6%であり、2050年には46.6%に達すると予測されています(図5 年齢3区分別人口割合の推移と将来推計)。このままでは、地域の担い手が不足し、医療・福祉・インフラ維持の負担が一層増すことが見込まれる。



【出典】総務省「国勢調査」(~令和2年)、
国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」(令和7年以降)

③地域産業から見た現状と課題

業種別商工業者の推移



【出典】鳥取県商工会白書

【建設業】

公共工事の減少で厳しい状況が続く中、事業者数が平成23年をピークに減少傾向であったが、最近では30～40代の創業者が増えてきた。規模の大きな企業は少なく、ほとんどが小規模事業者であり労働力の高齢化など課題も顕在していることから、若手の人材確保に努めているが離職率が高い傾向にあり、人材育成の課題を抱える事業所が多く、生産性の向上および職場環境の改善に努める必要がある。

【製造業】

工業団地における誘致企業を中心とした自動車部品関連工場などでは、多く従業員を雇用し、また関連した下請け企業も数社あり地元経済、地域活性化に貢献している。それ以外の縫製、鉄工、木材加工などの製造業については、従業員の高齢化などによる人材不足など雇用問題に加え、新型コロナの影響による受注減少、物価高騰による収益の減少などが課題となっている。なお食品関連の製造業は大手の㈱鳥取グリコがあるものの地域の産物を使った加工業は少ない。

【小売業】

小売業は山陰の商都、米子市に近いことや、平成11年以降、大手のスーパー、ホームセンター、ドラッグストアなど大型店舗の町内進出に加え、近年では消費者ニーズの変化によりネット通販などの影響を受け固定客が減少している。特に食料品全般を取扱う事業所は町内の中心にある大手スーパーとコンビニだけとなった。食品小売業以外も経営者の高齢化により事業所数は減少しており、今後も更に減少が予測される。

【飲食・宿泊業】

宿泊業は、町内では公設民営がわずか2事業所だけであったが、最近では米子市に近いということもあり農家が民泊をされる場所が増えてきている。しかし、生業としては成り立っていない。

飲食業は最近では特色のある飲食店の創業が若干増えている。特に平成30年にオープンしたジェラート店は県外・町外から来町の目的になるほどの人気店となっている。従来からの事業所については多くが小規模店舗ではあるが、経営者が高齢な事業所は後継者がおり、又安定した売上を維持していることから、今後事業所数が大きく減少することはない。

【サービス業】

葬祭業、美容、整体業の開業が増え業種別で唯一、10年前と比べて右肩上がりである。サービス

業の中でも事業所数が多いのが理美容業であるが、経営者が高齢化しており、若年の顧客層は近隣の米子市内の店舗を利用する傾向にある。

商工業者等の推移



【出典】鳥取県商工会白書

【商工業者・小規模事業者等の動向について】

小規模事業者数			小規模事業者の開廃業(R6年)		経営者が60歳以上(R4年)	経営者が60歳以上で後継者無し又は後継者が未決定(R4年)
H29年	R33年	R7年	開業	廃業		
235	237	239	8	5	56.9%	41.2%

【出典】鳥取県商工会白書、R4 鳥取県商工会連合会事業承継実施アンケート（南部町抜粋）

南部町における小規模事業者数は廃業等による減少もある中で、創業や町外からの転入もあるなど、横ばい状態である。

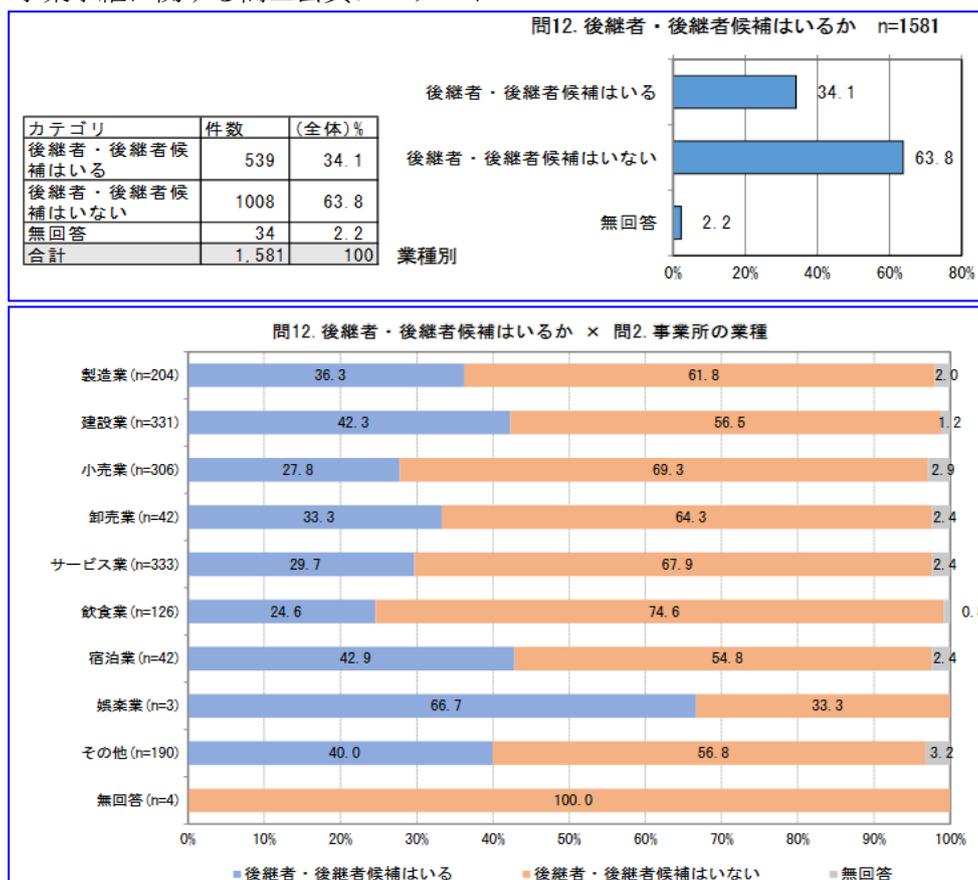
経営者の高齢化が進み60歳以上の事業所が半数以上で後継者が無しまたは未決定が41.2%と、今後も廃業等による小規模事業者数の減少が続くことが懸念される。これにより「後継者対策」が大きな経営課題となり、「事業承継」に対する経営支援ニーズが大きくなっていくと予想される。

【小規模事業者等産業全体から見た課題】

小規模事業者を含めた全産業に共通な課題として、人口減少による働き手不足、それに加え事業主の高齢化による後継者不足が挙げられる。今後は移住定住とリンクさせた人材確保や事業承継への対策が必要であり、事業所数減少への対策としての創業・起業の掘起しも課題となる。

また、既存事業者の持続的発展に向けた取組への支援も重要となってくることから、今後、本会として、「新たな事業展開の検討」「働き手確保」「事業承継」「創業・起業」「DX」等を視野に入れ、需要を見据えた経営、実質的抜本的な経営計画策定に基づく経営への支援を強化する必要がある。

事業承継に関する商工会員アンケート



【出典】鳥取県商工会連合会事業承継に関する商工会員アンケート (R4)

【南部町の地方総合戦略】※商工会に関する箇所

「第2期なんぶ創生総合戦略」後期基本計画

政策1. 《豊かな里を紡ぐまちづくり》

1. 魅力ある農林業と商工業の振興

- ①起業・事業展開支援、②起業家の育成、③町内店舗の受入れ環境整備
- ④特産加工品の開発・販売促進支援、⑤ローカル電子マネーの導入

政策2. 《豊かな里が心育むまちづくり》

1. とともに支え合う地域づくり

- ①障がい者雇用の拡大

政策3. 《豊かな里に調和するまちづくり》

1. 快適な生活環境の整備

- ①地域と事業者が連携した買物支援

2. 移住定住・交流・観光の推進

- ①なんぶ里山デザイン機構との協働、②赤猪岩神社の情報発信
- ③さくらまつりの充実、④自転車によるまちづくり
- ⑤里山まるごと体験観光と民泊の推進、⑥オリジナルな土産物の開発
- ⑦観光パンフ等の作成、⑧企業版ふるさと納税、⑨婚活イベント等の開催

(2) 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

本会は、全国商工会連合会、鳥取県商工会連合会の方向性を踏まえ、南部町の「第2期なんぶ創生総合戦略」との整合性・連動性を有する「南部町商工会ビジョン」を策定し、その実現に向けた取組みを行うことで、管内小規模事業者等の持続的発展及び地域経済の活性化に寄与する事業に取り組む。

①「里地里山」を活用したブランドの確立

10年後における地域のあるべき姿：前述の通り、南部町が、「里地里山」に選定されており、町域は豊かな自然に恵まれているほか、「とっとり花回廊」など、豊かな地域資源を活用した特産商品や体験アクティビティを開発し、体験型コンテンツの通年化を確立し、飲食・物販・サービス・宿泊の流れが常習型となる「里地里山」ブランドの確立を目指す。

理由：地域資源を活用した観光新メニューなど、観光地と地域飲食店・民宿等が連携し、町全体産業の活性化によるブランド化による地域外需要を獲得するため。

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

10年後における地域のあるべき姿：事業者の事業計画策定を通じて経営の持続的発展と、次世代に向けた経営のデジタル化、DXへの対応で企業の省力化を目指す。

理由：事業者の事業継続を目指すためにも人手不足・人件費高騰等の対策が必須であり、事業計画を策定し、起業創業・事業承継や生産性向上と効率性の改善策としてデジタル技術の活用を促すため。

③小規模事業者等への幅広い需要開拓支援による収益性と経営体質の強化

10年後における地域のあるべき姿：事業者の認知度向上と商品・サービスの付加価値を高め、企業間取引の拡大や一般顧客の更なる獲得で企業の体質強化を実現する。

理由：企業間マッチングや域内外商談会により自社で開発した新商品・新サービス等の価値を高めブラッシュアップ等を重ね流通することで事業者の認知度を向上させるため。

【10年程度の期間を見据えて】

地域の小規模事業者等は、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、当地域においては、小規模事業者等の減少、事業承継に係る課題に加え、深刻化する人手不足、進展するIT社会、働き方改革など新しい課題への対応などの持続的発展に向けての「個社」支援に加え、地域全域を「面」として捉え「里地里山」を活用した着地型観光の推進を行政と連携し地域活性化に取り組むことが必要である。

その課題対応として、本会は令和元年10月に「南部町商工会ビジョン」を策定。小規模事業者支援の指針と10年間を見据えた商工会のかたちを示し、小規模事業者等の支援に積極的に取り組んでいく。

①南部町商工会ビジョン基本方針

1. 経営支援の強化(個社支援の充実)

《基本指針》

小規模事業者等の持続発展を実現するために、高度化、専門化する経営課題への支援ニーズに対して、地域に密着した支援機関の強みを活かし、経営発達支援事業に向け伴走支援する体制、機能を重点的に強化する。日常的な税務、経理等の基礎的な経営改善普及事業については、「自立化」に重点を置いた支援へシフト。

- ・ワンストップ経営相談所としての機能と課題発見のパートナー機能の強化を図る。
- ・経営改善普及事業から専門的支援へのつなぐ支援(簡易分析・ビジネスプラン作成等)
- ・行政と連携し創業者の掘起しを行い円滑な創業に向けた支援及び後継者がいない事業者とのマッチング支援を行う。

- ・販路拡大支援として、関係機関が行う商談会等への情報提供やBtoB取引の斡旋
- ・働き方改革、経営力向上計画、経営革新、IT導入支援など国が定める経済対策を積極的に推進する。

2. 地域経済振興事業の強化(面的支援)

《基本指針》

商工会はこれまで広く「地域振興事業」に関わってきたが、商工会の経営資源が減少傾向にある中、事業の見直しが必要。今後は小規模事業者等の経営に継続して好影響を与える「地域経済振興事業」を検討していく。「地域経済振興」は「地域のブランド化」「地域をけん引する企業、地域産業の創出」など、南部町だけでなく他地区とも連携して事業実施する。

- ・小規模事業者等の持続的発展に繋がる地域経済振興事業への転換
- ・地域内の交流人口・消費拡大に繋がる事業推進
- ・商工業の活力維持・増大に繋がる事業推進

②南部町の地方総合戦略との連動性・整合性

本会は、「南部町商工会ビジョン」を基本活動指針として、南部町「第2期なんぶ創生総合戦略」に掲げる以下の内容を取組んでいく。

【新たな取組への支援】

- ・町内企業の第2創業、新分野への事業展開の支援

【創業・起業・事業承継への支援】

- ・起業・事業展開支援 ⇒町民ニーズの高いニッチな業種への起業支援 ⇒移住定住者と後継者不在の事業者とのマッチング

【観光の産業化への支援】

- ・町内店舗の受入れ環境整備（キャッシュレス決済普及拡大）
- ・新たな観光メニューの開発 ⇒自転車によるまちづくり ⇒里山まるごと体験観光と民泊推進

【特産品開発・販路拡大への支援】

- ・町内産品を活かしたオリジナルな土産物の開発

③商工会としての役割

本会は、「南部町商工会ビジョン」を基本活動指針として、南部町「第2期なんぶ創生総合戦略」を具現化するために各取組を積極的に行っていくことで、管内の厳しい環境等の中に置かれている小規模事業所等の事業の持続的発展を支援するため、本経営発達支援計画を南部町と連携して策定し、それに基づいて地域産業振興の企画・実施、小規模事業者等による事業計画の作成及びその着実な実施を支援することで、南部町の活性化に寄与していく。

(3) 経営発達支援事業の目標

①「里地里山」を活用したブランドの確立

支援機関の認定機関(5年間)目標

K G I : 事業所間連携による「里地里山」に繋がる観光商品・サービスの開発2件

K P I : 新商品・新サービス開発支援2者/年

設定した理由：南部町の魅力発信と資源を活用した商品及び商品力向上による売上げが必要であるが、事業所間の連携により新たな商品・サービスの造りが期待でき、「里地里山」のブランド向上への寄与が図れる。

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

支援機関の認定機関(5年間)目標

K G I : 事業計画策定・DX 支援事業者の内 売上増加者数 25 者
K P I : 事業計画策定・創業・事業承継・DX 各セミナー年間 1 回開催
事業計画策定支援事業者 10 者/年
DX による業務効率化支援 2 者/年

設定した理由: 自ら経営計画策定できる事業者を増やすことが、地域経済の維持発展に不可欠であり、計画の策定・実行・見直しが習慣化した事業者の増加をもって経営の「自走化」達成となるため。そのうえで、DX 導入による生産性向上・業務効率化を図っていく。

③小規模事業者等への幅広い需要開拓支援による収益力向上と経営体質の強化

支援機関の認定機関(5 年間) 目標:

K G I : 新規取引成立者数 35 者のうち売上増事業者 60%。うち利益率 3%以上増加事業者数 12 者

K P I : 地域商社との商談会を随時開催、ビジネスマッチング交流会年間 1 回開催

設定した理由: 鳥取県商工会連合会で策定している需要開拓支援者数を基に設定。小規模事業者にとって、個々で需要開拓することは難しく、西部地区 7 商工会で取組む商談会やマッチング交流会に参加することで販路拡大が見込める。

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 1 3 年 3 月 3 1 日)

(2) 目標の達成に向けた方針

①「里地里山」を活用したブランドの確立

達成方針 1: 新たな観光メニューの開発

地域資源を活用した商品開発および既存商品のブラッシュアップにより南部町のブランド力向上を図る

設定理由: 南部町独自の観光メニューを開発することで、「里地里山」のブランド力向上に繋がり、南部町の認知度向上にも貢献する

達成方針 2: サイクルガイドと飲食・宿泊業等との連携

ツアー造成にあたり、事業者間で連携し、観光客(参加者)向けにニーズ調査を実施し、ツアーに不足しているもの、需要があるものを把握する。収集したデータを町内関係事業者に対して周知・共有していく。

設定理由: 南部町に訪れた観光客を対象にしたビジネスの起業・ブラッシュアップ・新分野進出を促進し、交流人口を増加させる。

達成方針 3: 販路拡大・情報発信の強化によるブランド価値の浸透

設定理由: ブラッシュアップされた商品を SNS に投稿し商品の訴求力を向上させる。県内外商談会へ参加、観光地との連携販売を行うことで、地域経済の活性化に寄与する。

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向上

達成方針 1: 伴走支援による事業計画策定

市場・需要動向の調査・ロカベンを活用した財務分析・非財務情報の整理を行ったうえで 3~5 年の中期計画を策定。

設定理由: 専門家、経営支援専門員、広域支援専門員と伴走支援の構築体制を図り、実効性の高い計画へブラッシュアップを重ね、計画策定後は事業に必要なデジタル技術の導入を検討し、補助金の活用と金融機関の制度の活用を検討する。

達成方針2：デジタル化支援による生産性向上

I T導入補助金、持続化補助金を活用したキャッシュレス・会計連動システムを導入し、業務効率化ツールの導入支援に繋げる

設定理由：計画づくり、補助金活用、デジタル導入、結果検証の一連の流れを商工会が伴走することで実現度が高まる。デジタル化で省力化に繋がり、人手不足や売り上げ減少などの課題に継続的な改善が必要なため

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

達成方針1：市場ニーズを踏まえた商品需要開拓支援の強化（個社支援）

地域内外需要を的確に捉える体制を整えることで、持続可能な成長を目指す小規模事業者の経営基盤強化に繋がる

設定理由：市場規模が縮小する中、小規模事業者は自社商品の強みや需要構造を把握できないケースが多い。経営状況や商品の特性を踏まえ、需要動向調査や顧客分析を活用した支援を行うことで、市場が求める商品への改善や差別化が可能となり販売機会の増加で収益向上が期待できる

達成方法2：地域経済事業の支援の強化（面的支援）

設定理由：個社単独では解決できない課題に対応できる、また地域の持続可能性確保にも必要不可欠であるため、地域全体の集客力と生産性を高め、結果として小規模事業者の経営基盤強化にもつながる。

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

本会地域及び周辺の地域の経済動向・産業構造や地域内の小規模事業者等の景況を調査し、現状の課題等を把握・分析しその結果を知ることは、小規模事業者等においては、今後の事業展開に役立ち、また商工会等の支援機関にとっては、経営状況の分析や方向性提案に必要なものとなる。

しかし、本会においては、これまでは四半期ごとに小規模事業者等の景況調査を全国連へ取りまとめて報告するだけであったため、小規模事業者等に対して調査結果がフィードバック出来ておらず、今後の方向性提案等について十分に活用することが出来ていなかった。

今後は、国が提供するビッグデータの活用に加え、巡回訪問等での本会地域の小規模事業者等の実態データ、そして地域金融機関や行政が発表する各種データを分析し、フィードバックすることで、小規模事業者等の事業の持続化・成長に向けて活用（事業計画策定支援など）していく。

(2) 目標

	公表方法	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
リーサス公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
景況調査公表回数	HP掲載	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による地域動向の分析

「RESAS」(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回商工会HPにて公表する。

特に、南部町及びその周辺の「人」の動き、「製造業・小売業・観光など」現状を経営支援専門員等が分析し、その特性、何で稼いでいるのか、どこから来訪するのかなどの状況・特性を分析し公表・活用することで、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。

②小規模事業者等景気動向調査の実施

本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して、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(4~6月、7~9月、10~12月、1~3月)
- 調査対象 15社【業種別:建設、製造、小売・卸、飲食、その他サービス】
- 調査項目 5項目【売上高、経常利益、資金繰り、設備操業度、雇用人員】
上記のほか、設備投資、最低賃金額についても聞き取りする
- 調査方法 対象事業所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、外部専門家と連携して分析する

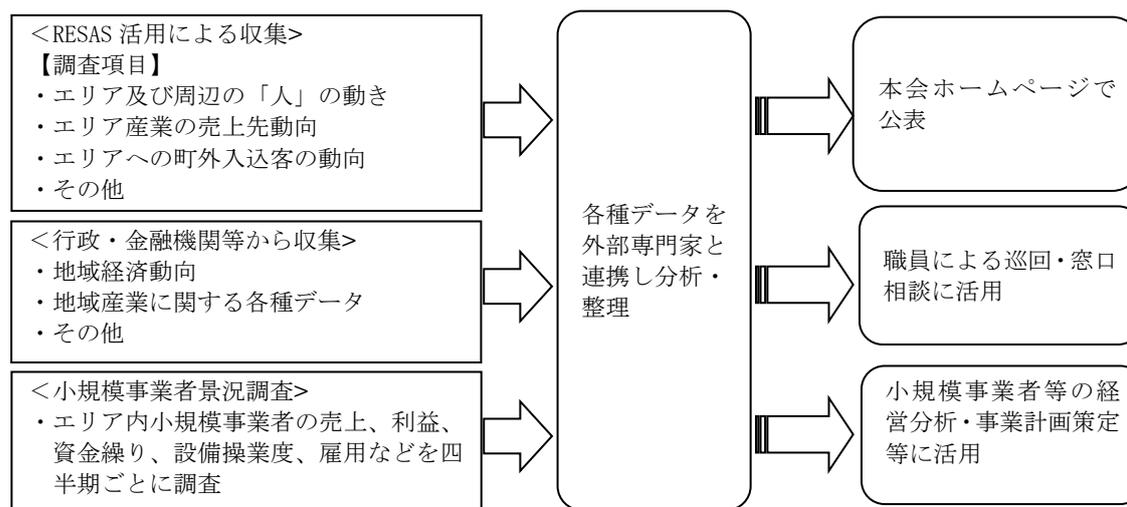
③関連機関が発行するデータ等の収集・分析

金融機関(地方銀行、政策公庫など)が定期的に発表する地域経済動向、地方紙、県・市町村等の商工業・観光等に関するデータ、民間調査会社の景況調査などを収集・分析し域内の小規模事業者等の経営環境を把握することで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。

(4) 調査結果の活用

上記①~③で収集した各種データを外部専門家と連携して分析した結果を、本会ホームページ等に掲載し、広く本会地域小規模事業者等に周知する。

また、経営支援専門員が訪問・窓口相談を受けた際の指導参考資料、経営状況の分析や事業計画策定セミナーなどにも活用していく。



4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者等の開発・製造した商品（体験・観光商品含む）ごとや業種ごとの評価・需要動向を的確に事業展開に反映させていくことは、事業計画の進捗状況に大きく影響していくが、本会においては、これまでは調査ごとに取りまとめて報告するだけであったため、小規模事業者等の事業展開へ十分反映されていなかったこと、また、支援する側においても、事業進捗の中で十分な対応が出来ていなかった。

今後は、対象小規模事業者等の製造・販売する商品・提供サービスについて、その需要動向を調査してフィードバックし、事業計画策定及び策定後の事業展開が効率よく進むための商品開発、販路開拓につなげていく。

(2) 目標

支援内容	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①「商工会まつり」調査対象事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
②観光商品調査実施回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

<目標設定の考え方>

- 調査対象事業者数は、事業計画策定事業者を中心に、既存商品のブラッシュアップ及び新商品開発に着手する予定の事業者を絞り込むことで各3者を目標計上。
- 観光商品での調査対象は、「自然・観光・食」をテーマとした観光商品を毎年度1者目標計上。

(3) 事業内容

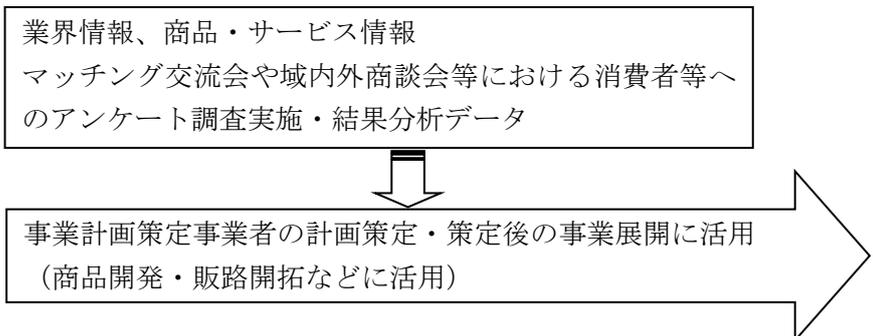
①「商工会まつり」における試食・試飲及び来場者アンケート実施(11月開催)

- サンプル数 来場者 100 人
- 調査手段・手法 イベント会場店頭にて試食・試飲していただき、その結果を経営支援専門員等が聞き取りの上、アンケート調査票に記入
- 分析手段・手法 調査結果は経営支援専門員等と外部専門家との連携により分析を行う
- 調査項目 味、甘さ、硬さ、色、大きさ、見た目、価格、パッケージ、ネーミング
- 分析結果の活用 分析結果は、経営支援専門員等が対象小規模事業者等にフィードバックすることで更なるブラッシュアップや新たな商品開発につなげていく

②サイクリング等ツアー実施による新たな観光商品造成

- 観光の産業化に伴い新たに商品化する「観光商品」についてサイクリング等ツアーを実施し、商品化に結び付ける。観光商品は、自然+歴史を融合した商品を対象とする。
- サンプル数 5～10名程度
 - 調査手段・方法 「観光商品」を体験してもらうことで、その評価を調査
 - 分析手段・手法 調査結果は経営支援専門員等と外部専門家との連携により分析を行う
 - 調査項目 コース設定について、立ち寄り場所・お店の評価、設定料金ほか
 - 調査結果活用 南部町の「観光商品化」と、事業者間連携に繋げる

<需要動向調査と活用の流れ>



5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

本会においては、伯耆町が地域の課題を解決するため、町小口融資等に係る利子補給や町独自の補助施策を創設して、小規模事業者等の新たな取組みを支援しているが、従来から、国の小規模事業者持続化補助金、鳥取県の県版経営革新計画補助金なども含め、小規模事業者等の新たな取組への支援の環境づくりが整備されている。

小規模事業者等の新たな取組みを効果的に進めていくためには、事業所が当事者意識をもって、課題や方向性を把握した上で事業計画を策定し実行することが重要となる。

「経営状況の分析」は事業者が経営計画を作成するうえで必要不可欠なものだが、従来の本会における「経営状況の分析」は財務分析中心に支援者が行っていたために、事業計画の策定が不十分なものとなり、国・県・町の施策を十分に活用することができていない。

今後は、この反省を踏まえ、経営の状況分析においては「財務」＋「非財務」による分析を事業者への傾聴と対話を通じて行っていく。その結果として小規模事業者の「気づき・腹落ち」を促すことで内発的動機づけを行い事業者の自走化につなげていく。

なお、支援に対する考え方として、鳥取県商工会連合会組織においては、各支援分野(経営分析・計画策定・創業・事業承継など)における目標数値を定め、それぞれの商工会の実態に即した中で、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た上で経営支援業務にあたっている。このようなことから、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。

また、別表2に記載のとおり、本会は法定経営指導員「事務長」としており、「事務長」が当該経営発達支援計画の計画策定、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であることから、1名基準とする。

※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	—	—	—	26	26	26

(2) 目標

支援内容	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
掘起しセミナー回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
経営分析（財務+非財務）	14 者	13 者	13 者	13 者	13 者	13 者

<目標設定の考え方>

- 経営計画等セミナー等開催（現行の1回は西部7商工会共同開催）
- 現行の内、経営状況の分析件数は令和6年度実績（ただし財務分析のみ）
- 令和8年以降の分析件数は、経営支援専門員1名×13者を目標値とする。ただし、毎年新規事業者とし、5年間で65事業者の経営状況の分析を目標とする。

(3) 事業内容

①小規模事業者等を巡回訪問・窓口相談

西部商工会産業支援センターの本会担当経営支援専門員を中心とした巡回訪問により、小規模事業者等の経営課題を把握し、経営状況の分析の対象事業者を掘り起こす。

なお、南部町の地方総合戦略に重点事業として掲げられている地域ブランド化や創業、新事業展開、インバウンド対策、DX等に取り組む小規模事業者等の多くも掘起し対象としていくとともに、雇用の確保にも貢献する。

②「経営計画等セミナー」、「個別相談会」の開催

経営計画セミナーの中で、経営分析について解説をするセミナーを開催する。事業者の経営リテラシーを高めるため、経営判断に使える数字の見方、経営理念・ビジョンの整理、自社を取り巻く環境、自社の強み（知的資産）を活かした顧客提供価値の見える化についてワークを交えて学び、事業所に当事者自身が、自身の経営環境を分析できるセミナーを提供することで、事業者の自走化につなげる。

巡回・窓口相談等により「対象者を集め「経営計画等セミナー」参加者へつなげ、セミナー終了後に「個別相談会」を開催し対象者を絞り込んでいく。

③チームによる「経営分析」実施

巡回・窓口相談及び「経営計画等セミナー」により絞り込んだ対象者に対し、本会・西部商工会産業支援センターと鳥取県よろず支援拠点などの関係機関との連携によるチームを編成し、経営状況の分析を行う。

【対象者】自走化が見込まれる小規模事業者

【分析項目】

<財務分析>

ローカルベンチマークを活用し、売上持続性・生産性・収益性・健全性・効率性・安全性を（3期分の財務情報入力から分析）する。

<非財務分析>

ローカルベンチマークを活用し、PEST分析、5Forces分析、バリューチェーン分析、商流分析、3C分析、SWOT分析をする。

【分析手法】

<財務分析>

経済産業省の「ローカルベンチマーク」

リーダーチャートで、6つの指標を可視化してあるため、同規模の他社との立ち位置の比較、直近3期における指標の推移を把握する。

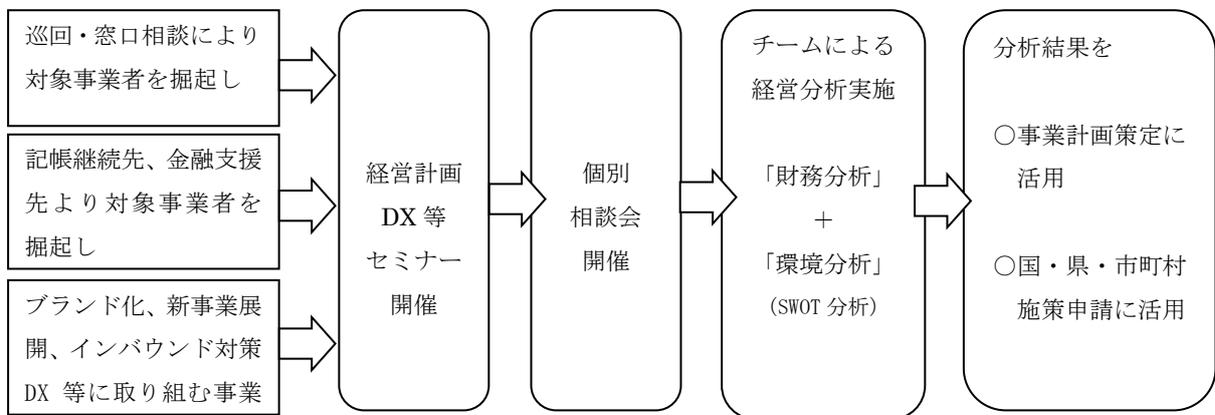
＜非財務分析＞

業務フロー・商流・4つの視点

ローカルベンチマークの業務フロー、商流、4つの視点を基に傾聴と対話を行い、業務フロー・商流・4つの視点の関係を整理することで、事業所の強みの源泉や経営課題を明確にし、事業者がとるべき戦略を明確にしていくことができる。

(4) 分析結果の活用

分析結果は、当該事業者にはフィードバックし、事業所の将来目標とのギャップを共有し、事業状況の検証、課題の洗い出し、経営戦略の見直し等の実施することで、事業計画の策定等に活用する。なお、事業計画の策定は、中小企業基盤整備機構の「事業計画策定キット」、全国商工会連合会「事業計画作成ツール」等を活用し、国・県・市町村の施策活用にもつなげていく。



6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者等の事業計画策定は、今後の事業の持続化・成長に向けて必要不可欠なものであるが、従来の本会における事業計画策定支援においては、事業計画策定に係る現状の把握に必要な経営状況の分析が不十分（財務分析中心）であったこと、支援者主導の計画策定のため、事業計画策定後の事業展開がスムーズにいかない小規模事業者等が多くみられた。

今後は、事業計画策定においては、財務分析に加え、傾聴と対話による非財務情報分析を行うこと、また本会・西部商工会産業支援センターが小規模事業者等の現状認識を共有することで、事業者の腹落ちと内的動機づけに基づいた事業計画策定支援を行っていくことで事業所の自走化につなげていく必要がある。

(2) 支援に関する考え方

事業計画セミナーを伴走支援の入り口として開催する。事業所に当事者意識をもって、計画書を策定していただくため、経営判断に使える数字の見方、経営理念・ビジョンの整理、自社を取り巻く環境、自社の強み（知的資産）を活かした顧客提供価値の見える化等の分析後に、方向性の決定（経営戦略）、数値計画の策定についてワークを交えて学ぶセミナーを開催する。事業者へ経営計画の必要性を腹落ちしていただき、この過程を踏むことで事業者の経営リテラシーの向上を図るとともに、セミナー後の伴走支援の前捌きを行う。

あわせて、小規模事業者等のビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を以下の図表のとお

り、ステップ的に確立していく必要がある。

(3) 目標

支援内容	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
事業計画策定セミナー開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
DX セミナー開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
創業等セミナー回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
事業計画策定者数	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者
実創業支援者数	4 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
事業承継支援者数	3 者	10 者	10 者	10 者	10 者	10 者

<目標設定の考え方>

- 事業計画策定セミナー、DX セミナーを現行の 1 回は西部 7 商工会共同開催している。
- 現行については、計画策定セミナーと創業セミナーは令和 7 年度実績、その他は今年度実績見込みを記載。
- 令和 8 年度以降の事業計画策定件数は、経営分析実施事業者（13 者）の内 8 者と、創業と事業承継支援実施段階で策定した 2 者を加えた数を目標計上。

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナー・個別相談会開催

経営状況の分析を行った小規模事業者等を対象に「事業計画策定セミナー」、「DX セミナー」を開催する。

開催は、上期（7 月）・下期（10 月）と分けて年 2 回開催を計画。内容としては、事業計画策定の流れ（経営状況分析⇒方向性確認⇒目標設定⇒計画策定）とポイントを学ぶことで、事業者の経営リテラシーの向上に寄与する。なお、流れを学ぶ際に、地域経済動向調査と需要動向調査を如何に活用していくかも学んでいく。

「事業計画策定セミナー」

【対象者】 経営状況の分析を行った小規模事業者

【カリキュラム】 事業計画策定の流れ（経営状況分析⇒方向性確認⇒目標設定⇒計画策定）

「DX セミナー」

【対象者】 IT の導入をしているものの DX まで至っていない、もしくは今後 IT ツール等の導入を検討している小規模事業者

【講師】 外部専門家

【セミナー内容】 事業者のスキーム度合いにより対応、(DX 総論、SNS を活用した情報発信方法 等)

②事業計画の策定

策定セミナー受講者を対象に、経営の状況分析を行った結果をもとに、事業の方向性を今後 3～5 年の中期計画として策定できるようにする。

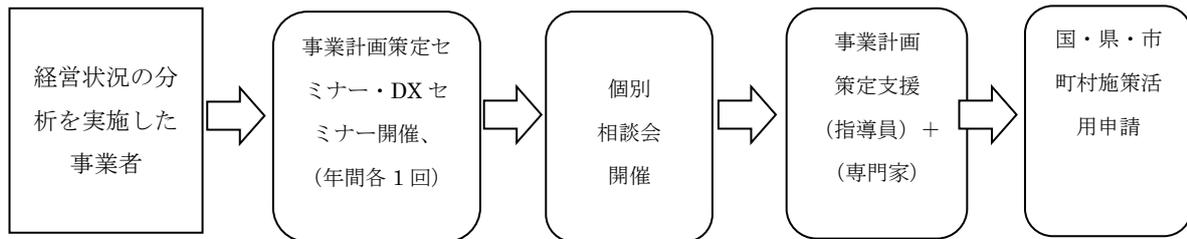
事業計画策定の進め方としては、本会担当経営支援専門員と西部商工会産業支援センター広域経営支援専門員の連携により「個別相談会」を開催後、経営支援専門員が張り付き、内容によっては外部専門家を交え、確実に事業計画策定につなげていく。また、事業計画策定をもとに、国・県及び市町村の施策活用に結び付けていく。

なお、DX 活用として事業計画の策定は中小企業基盤整備機構の「事業計画策定キット」や全国商工会連合会の「事業計画策定ツール」等の IT ツールを積極的に活用する。

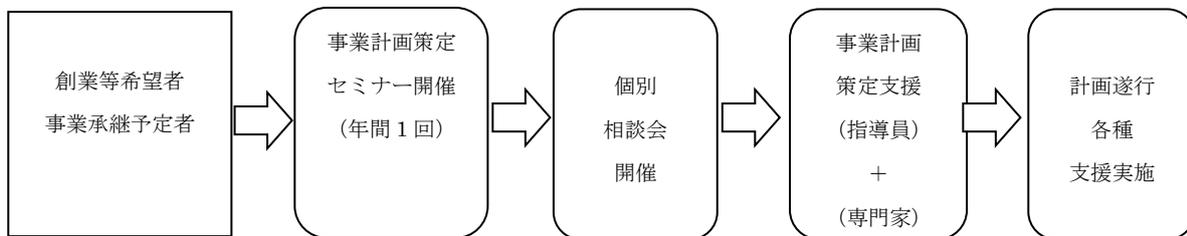
③創業・起業&事業承継セミナー開催

創業・起業及び事業承継と移住定住希望者のマッチングにより掘り起こした対象者に対し、創業または承継までの流れと、利害関係者の理解と支援を求めていくための事業計画策定セミナーを開催する。開催は年間1回を計画し、南部町や本会への相談・紹介状況を見て開催する。

<事業計画策定支援の流れ>



<創業・起業・事業承継計画策定の流れ>



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

事業計画策定後のフォローアップは、対象事業者の事業展開において重要な支援業務である。本会においては、事業計画策定後のフォローアップが十分に出来ていない状況にあり、事業遂行に効果的な国・県等の支援施策の活用ができないなど事業展開の進捗管理（PDCA管理）が徹底されていない。そのため、計画通りに進まず計画途上で断念されるケースもあった。この原因としては、小規模事業者側の問題（人材不足、資金不足、ノウハウ不足など）のみならず、本会側（支援ノウハウ、支援職員の人数など）の問題がある。今後は、鳥取県よろず支援拠点や関係機関（金融機関、公的支援機関など）との連携を強化し進捗管理を徹底していく。

(2) 支援に対する考え方

上記の現状と課題を十分に踏まえ、対象小規模事業者等の事業展開の進捗状況を見ながら、外部専門家や関係機関（鳥取県よろず支援拠点、中小企業基盤整備機構など）との連携、国・県・市町村施策を有効に活用するなど、PDCA管理を徹底した支援に徹していくことで、対象小規模事業者等の売上増や利益率増に結び付けていく。

(3) 目標

支援内容	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
フォローアップ 対象事業者数	10 者	23 者	33 者	33 者	33 者	33 者
頻度 (延回数)	70 回	66 回	86 回	86 回	86 回	86 回
売上増加事業者数	6 者	7 者	10 者	10 者	10 者	10 者
利益率 3%以上増加の 事業者数	6 者	4 者	6 者	6 者	6 者	6 者

<目標設定の考え方>

- 現行のフォローアップ対象事業者数と頻度については、今年度の支援実績見込みを想定。
- 令和 8 年度以降のフォローアップ対象事業者数には、創業・起業・事業承継支援にて事業計画策定を見込む者が含まれている。
- フォローアップ対象事業者数には、該当年度の事業計画策定数に加え、前年度の事業計画策定数も継続してフォローアップを行うこととする。
- 令和 8 年度以降のフォローアップ頻度 (延べ数) については、1 件当たり年間 4 回程度のフォローアップを実施する。令和 9 年からは、前年度フォローアップ対象事業者 1 件当たり年間 2 回のフォローアップも行う。

令和 8 年度 フォローアップ延べ回数

事業計画策定者数	10 者	×4 回	=40 回
実創業支援者数	3 者	×2 回	=6 回
事業承継支援者数	10 者	×2 回	=20 回
			<u>66 回</u>

令和 9 年度以降 フォローアップ延べ回数

事業計画策定者数	10 者	×4 回	=40 回
前年度計画策定者数	10 者	×2 回	=20 回
実創業支援者数	3 者	×2 回	=6 回
事業承継支援者数	10 者	×2 回	=20 回
			<u>86 回</u>

- 売上増加事業者数の目標は、フォローアップ事業者数の内、30%を目標として計上。
- 利益率 3%以上増加の事業者数の目標は売上増加事業者数の内、60%として計上。

(4) 事業内容

対象事業者の事業計画策定後のフォローアップ体制については、進捗の状況、進捗の妨げとなる問題点の内容などを下記の①～③の流れにおいて解決していくが、それぞれの支援過程の中で、対象事業者に対するフォローアップ頻度を臨機応変に対応していく。

①巡回訪問による進捗状況の把握

対象事業者の事業計画策定後の進捗状況について、事前に作成した巡回行動計画をもとに、経営支援専門員を中心に進捗状況の確認を行う。

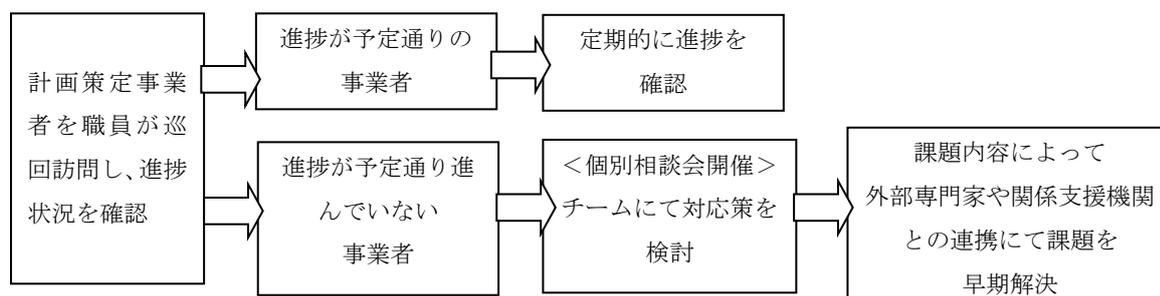
②個別相談会実施

巡回訪問により進捗状況に遅れが生じている対象小規模事業者等について、別途、本会担当経営支援専門員と西部商工会産業支援センター広域経営支援専門員の連携による個別相談会を実施し、遅れの状況の把握、その対応策について検討する。

③外部専門家及び関係機関等との連携

個別相談会にて把握した問題点を早期に解決するために、外部専門家や鳥取県よろず支援拠点などの関係機関との連携を強化し取り組んでいく。

<フォローアップの流れ>



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

南部町は、良質な農産物が栽培・収穫されているが、それらを素材とした加工品製造に取り組む事業者が少なく、又域外へ向けた商品開発や販路開拓の取組みが出来ていないのが現状である。その原因は、小規模事業者のため生産体制（生産量、他社生産など）、営業活動が出来ていないなど問題がある。

生産体制については、今後、南部町や支援機関ネットワークを活用して徐々にではあるが、解決に向けた支援を行っていくが、まず、開発・製造された商品を如何に多くの消費者やバイヤーに知っていただくかが課題となっている。

また、「里地里山」の観光商品（飲食・宿泊・サービス業）についても、観光客などの消費者だけではなく、地元あるいは近隣町の事業者とのマッチングを図ることで、既存商品・メニュー・サービスの魅力向上に繋げていく事が必要である。

当商工会においては、限られた資源（財源、人員など）の中で、関係機関と連携して、特に「BtoB」に力を入れるために「BtoB」へ向けた商談会や交流会に出展し、課題解決に取り組んでいく。

(2) 支援に対する方針

業種：製造業、卸・小売業、観光関連事業

対象者：販路開拓の意欲が高い小規模事業者

新たに開発・製造された商品やサービスについて、首都圏の消費者・バイヤーへの認知度向上と、集客・販売促進につなげることが大きな課題となっている。この課題に対応するため、本会では、限られた資源（財源・人員等）の中にあっても、関係機関との連携を図りながら、「B to C」および「B to B」双方に向けた域内外の展示会・商談会への出展を積極的に推進する。特に、販路拡大効果が期待できる首都圏で開催される展示会・商談会への出展を重点的に行い、域外からの需要開拓を図る。また、DXの取組として、リアル出展と並行して地域行政が運営する「ふるさと納税」関連 EC サイトへの登録支援を行い、オンライン販売への展開を促進することで、継続的な販路開拓と収益向上につなげていく。

(3) 目標

支援内容	現行	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度	R12 年度
①マッチング交流会出展事業者数	2 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
同上 成約数/者	—	1 者	1 者	1 者	1 者	1 者
②域内外商談会等出展事業者数	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
同上 売上額/者	—	3 万円	3 万円	3 万円	3 万円	3 万円
③ふるさと納税等 EC サイト利用事業者数	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
同上 売上額/者	—	20 万円	20 万円	20 万円	20 万円	20 万円

<目標設定の考え方>

- マッチング交流会及び域内外商談会出展者目標 5 者は、事業計画策定事業者を中心に、出展後 EC サイトなどの通販にて売上を獲得する。
- 域内外商談会出展者は、県外バイヤー向け商品の成約・売上増に取り組む事業者を 2 者に絞り込むことで、成約に繋げる出展を行う。
- 行政と連携しふるさと納税等の EC サイトへ掲載し目標を利用事業者数 2 者とし、消費者向け売上額を 10 万円とする。

(4) 事業内容

①販路開拓マッチング交流会

鳥取県西部管内の商工会連携で実施している販路開拓マッチング交流会に出店し、地域内外でのビジネスマッチング獲得を目指していく。

<販路開拓マッチング交流会>

鳥取県西部地区 7 商工会が合同で開催する事業。地域内の事業所が一堂に会し、自社の商品・サービスを PR し、合わせて参加事業者同士のマッチングの場を提供し、企業同士の新たな取引に繋げていく。

②地域内外商談会等

地元地域商社と毎月 1 回、「大山時間商談・相談会」(仮称)を実施。販路開拓と商品のブラッシュアップを図る。

- ・地域商社と連携した、国内バイヤーとの商談会

地域商社が、国内有数のスーパーマーケット等の口座を開設している強みを生かし、取引先バイヤーを招へいし、商談会を開催する。

ア. 展示会出展事業(B to C)

リアルの出店としては、西部地区 7 商工会共催で、域内の大型ショッピングモールや、土産店等で実施する販路開拓事業に出店し、新たな需要開拓を支援する。

イ. 商談会等参加事業(B to B)

西部管内にある地域商社と連携し、需要開拓を図る。1 つは国内のバイヤーに向けて、「大山時間」事業を活用した地域商社と定期的に連携し、開拓を図る。

- ・地域商社との定期商談会

地元地域商社と毎日 1 回、「大山時間商談・相談会」(仮称)を実施。販路開拓との商品のブラッシュアップを図る。

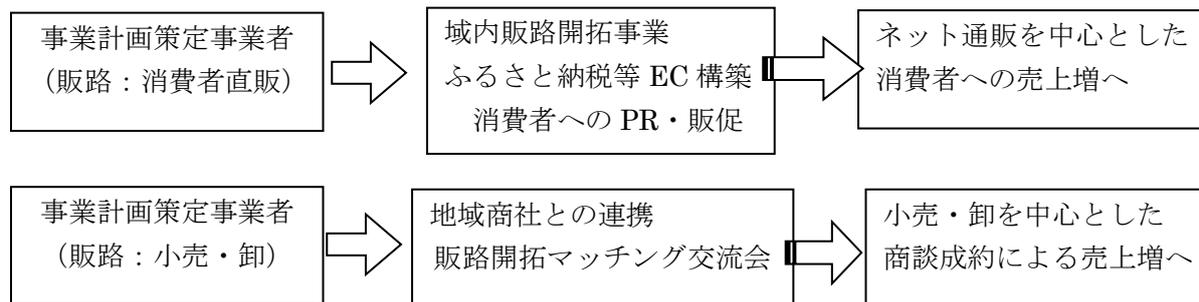
- ・地域商社と連携した、国内バイヤーとの商談会

地域商社が、国内有数のスーパーマーケット等の口座を開設している強みを生かし、取引先バイヤーを招聘し、商談会を開催する。

③「ふるさと納税」の EC サイト活用

各行政で実施している「ふるさと納税」の EC サイトに登録・出品。継続的な繋がりが期待できる納税者(お客様)への需要開拓を目指せるよう、写真撮影や商品紹介文の作成等の支援を行う。ふるさと納税から直接取引にも繋がられるよう、自社サイトへの誘導も可能となってくる。

<販路開拓の流れ>



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

本会の組織運営や事業の評価・見直しについては、従来「商工会あり方検討委員会」にて行ってきたが、構成員が、南部町、本会理事会、西部商工会産業支援センターと内部のみとなっていたことから、外部有識者等の外部の評価を受けるものとなっていない。そのため、評価後の課題対応が十分なものとなっていなかった。また、評価結果についても、管内小規模事業者等が常時閲覧する環境となっていない。

今後は、外部有識者、支援機関（公的支援機関、金融機関等）を構成員に加えた評価機関を設置することで、経営発達支援事業推進に取り組みことで、南部町の活性化の中心的役割を果たしていく。

(2) 事業内容

① 定量的把握

- ・ K P I 設定：事業計画策定件数、販路開拓支援件数、セミナー参加者数、EC導入件数、売上前年対比増加、利益率3%増加など。
- ・ データ収集：巡回等による定期的訪問によるフォローアップによる実績管理

② 事業評価協議会を設置・開催

本会の「商工会あり方検討委員会」と併設して、南部町未来を創る課長、法定経営指導員、外部有識者として中小企業診断士、鳥取県よろず支援拠点チーフ、町内金融機関支店長等をメンバーとする「協議会」を設置し、半期ごとに開催することで「経営発達支援事業」の進捗状況等について検証・評価する。なお、この検証・評価は計画年度の毎年実施する。

③ 評価・見直しの頻度

- ・ 年1回以上の総合評価＋半期レビュー。
- ・ 必要に応じて臨時委員会を開催し、地域の産業ビジョンにおける重要課題（DX推進、販路開拓など）を議論。

④ 事業評価の公表方法

当委員会の評価結果は、「商工会在り方検討委員会」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、本会ホームページへ掲載（年2回）することで、本会地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

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

本会は、経営支援専門員2名（内1名は事務長）と総務担当職員1名（主事）記帳担当職員1名（主事）の4名と小規模商工会であり、支援人材の不足・支援能力の低下が大きな課題となっている。本会内の小規模事業者等は239事業者（令和7年4月時点）と、近年横這いであるが、相談内容は年々多様化かつ高度化しており、その課題解決・対応に苦慮している。このような環境の中、本会が、課題対応を行っていくためには、経営支援専門員のみならず一般職員（総務・記帳担当）の支援能力向上が急務となっている。対策としては、関係機関との連携や外部機関への積極的派遣、内部での研修体制の構築に取り組んでいく。

(2) 事業内容

◇目的

経営発達支援計画の円滑な実施を実現するため、小規模事業者が強みを生かして新たな需要を開拓し「稼ぐ力」を養うとともに、事業者自らがPDCAを回す等、経営の自走化を目指すには経営のリテラシーの向上が欠かせない。そのためにも経営支援専門員、経営支援員が小規模事業者の「経営の自走化」及び「経営のリテラシー向上」を経営力再構築伴走支援として組織的な強化を図るため、経営支援専門員、経営支援員がより一層の支援スキル向上を図る。

①中小企業基盤整備機構中国本部との連携による経営支援専門員の資質向上対策

中小企業基盤整備機構中国本部サポートにより、事業価値を高める経営レポートを活用した現状分析、事業計画作成キットを活用した事業計画策定をマスターする。また、事業承継を予定している小規模事業者の中長期事業承継計画の策定を、実戦形式で行うことにより、本会経営支援専門員の事業承継支援能力向上に取り組む。

②外部講習会等の積極的活用

本会経営支援専門員と一般職員（記帳担当など）の支援能力の一層向上のため、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主催の「経営支援能力向上のための各種研修会」に対し計画的に職員を派遣する。特に、事業計画策定、地域資源掘り起こし、着地型観光の取組などをテーマにした研修に参加させる。

③OJT制度の実施

県連所属スーパーバイザーと西部商工会産業支援センター広域担当経営支援専門員による商工会職員への実践OJTを随時実施し、商工会組織全体としての支援能力の向上を図る。

④チーム編成による経営の状況分析の実施

本会で記帳支援先事業所を中心に、本会経営支援専門員をリーダーに一般職員とのチームによる簡易診断を実施することで、一般職員の資質向上に取り組む。本会経営支援専門員の資質向上については、経営改善の必要な事業所に対して西部商工会産業支援センター広域担当経営支援専門員によるチーム編成により、経営支援を行うことで支援ノウハウの共有を図り、経営支援専門員の資質向上に取り組む。

⑤支援ノウハウの共有を目的とした職員間の定期ミーティングの開催

毎週火曜日開催の本会ミーティングに西部商工会産業支援センター広域担当職員が参加し西部商工会産業支援センター全体の支援の状況、各種研修会や会議等への出席における内容報告をすることで情報を共有し、職員の支援能力の向上を図っている。

また、金曜日には他の商工会経営支援員、西部商工会産業支援センター広域担当職員によるエリアミーティングにより、特に経験の浅い経営支援専門員の支援案件のゆきづまりや困りごとについて情報共有を行い、参加者同士での意見交換やアドバイスをを行うことで支援ノウハウの共有を図っている。

1 1. 他の支援機関との役割分担と連携強化による効果的な小規模事業者支援に関すること

(1) 現状と課題

本会は経営支援専門員2名（内1名は事務長）と総務担当職員（主事）、記帳担当職員（主事）の4名と小規模商工会であり、支援人材の不足・支援能力の低下が大きな課題となっている。本会内の小規模事業者等は239事業者（令和7年4月時点）と少ないものの、相談内容は年々多様化かつ高度化しており、その課題解決・対応に苦慮しているところであるが、経験のある職員を中心にOJTを通じた支援力の強化に努めている。

このような環境の中、本会が、課題対応を行っていくために、各関係機関との連携を取り、積極的に講習会・会議などに参加・出席を行っていく。

(2) 事業内容

①西部地区商工会と西部商工会産業支援センターとの連絡会（年12回）

毎月開催の連絡会に事務長が出席。西部7商工会事務長と西部商工会産業支援センターの広域担当経営支援専門員が集まり情報共有・意見交換を行う。県連合会とも連携し開催する。

目的：支援ノウハウ・支援情報の共有による西部地域支援力の底上げ。

②とっとり企業支援ネットワーク西部圏域会議への出席（年1回）

県内の商工団体、公的支援機関、金融機関等の20機関が連携して企業支援ネットワークを構築。西部・中部・東部の3圏域単位で開催。

目的：事業計画策定支援力の強化と、現在のネットワーク支援の構築を図る

③中海・宍道湖・大山圏域市町村・商工団体との懇談会への出席（年8回）

当圏域の5市（米子・松江・境港・安来・出雲）と商工団体（6商工会議所、11商工会）が構成員である当圏域経済ブロック協議会（年2回）、当圏域ものづくり事業連携推進協議会（年4回）、当圏域観光局会議（年2回）に各担当職員（事務長、経営支援専門員、西部商工会産業支援センター）が出席。

目的：域内の経済状況の共有、また、当圏域の広域連携観光事業を推進していく。

④事業承継支援機関との連携巡回

事業承継等支援の効果的な実行のため、他の商工会、商工会議所や関係自治体との広域的な連携、事業引継ぎ支援センター、日本政策金融公庫など他の支援機関等との連携を図る。

目的：連携巡回することにより、事業承継支援の取組みが実効的である。

1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

南部町には、自然と人が程よく調和した里地里山の風景、歴史文化など最大の観光資源である自然を活かした魅力的な観光商品が開発できていないことから、観光入込客数が年々減少傾向にある。

その原因としては、情報の発信やブランディングが不足していることなどが挙げられ、現状では、その対応が出来ていない。昨今の観光（客）は嗜好が多様化していることから南部町全体を一つの面とした誘客促進が必要であり、南部町内だけではなく、その周辺の商工会や関係機関との連携を行うことで、その課題への対応に取り組んでいく必要がある。

＜南部町周辺における地域別観光入込客数＞

広域エリア名	令和6年		令和5年		前年（令和5年）との比較	
	人数	構成比	人数	構成比	増減数	増減率
米子・皆生温泉周辺	1,050	46.8%	1,198	47.7%	▲148	▲12.4%
大山周辺	1,006	44.8%	1,079	43.0%	▲73	▲6.8%
奥日野周辺	188	8.4%	234	9.3%	▲46	▲19.7%
合計	2,244	100.0%	2,511	100.0%	▲267	▲10.6%

【出典】鳥取県総務部統計課 輝く鳥取創造本部観光交流局観光戦略課
（令和6年観光客入込動態調査結果）

（2）事業内容

①なんぶ創生総合戦略検証委員会の開催（年1回）

南部町の地方総合戦略について、各種事業を確実に遂行するため、ならびにそれぞれ定めた強化指標（KPI）を確実に達成することを目的とし、外部の有識者等を委員として、進捗状況の検証と課題への対応について協議を行う。

構成員は、産官学金労言の地域のステークホルダー＋町民代表で、商工会は職員が委員を務めることで、南部町の面的活性化への提言・取組の中心的な役割を果たしている。

②商工会あり方検討委員会の開催（年3回）

本会の組織運営（財政中心）と小規模事業者等支援、行政への各種提言内容の協議を行うことで、本会の現状認識と今後の運営方針について取りまとめる役割を果たしている。

構成員は、南部町未来を創る課長、本会理事会、西部商工会産業支援センターなどで、年間3回程度開催。

③鳥取県西部7商工会ブロック会議

鳥取県西部7商工会（大山町・米子日吉津・南部町・伯耆町・江府町・日南町・日野町）で構成する広域連携の会議。各商工会長・事務長・県連合会が主な構成員。

解決する課題：共同で取り組んでいる面的着地型観光と域内外商流推進の統一ブランド「大山時間」についての進捗状況確認と課題対応を協議し、ブランド化推進を図る。

④西部7商工会と連携した鳥取県西部ブランディングプロジェクト「大山時間」の推進

西部ブランディングプロジェクト「大山時間」事業のモノ事業（商品開発による域外販路開拓）、コト事業（サイクルツーリズムによる域内集客）により域内の地域経済活性化を推進していく。

解決する課題：「大山時間」参画事業所の魅力づくり。また事業所間連携による新商品・サービスの開発支援により、西部地域経済の振興に寄与する。

⑤「里地里山まるごと体験」プロジェクト（新たな観光メニュー・特産品開発）

南部町にある素晴らしい地理的特性を持つ場所、歴史的背景を持つ場所、特異な文化を残す場所、最大の観光資源である自然を面とした「まるごと体験」ができる観光商品を開発する。

⑥移住定住者と創業・起業及び事業承継とのマッチングプロジェクト

人口増、小規模事業者等増、働き手確保という課題に向けて、町が進める移住・定住促進と連携して、移住・定住者への起業支援とフォロー体制を再構築する。

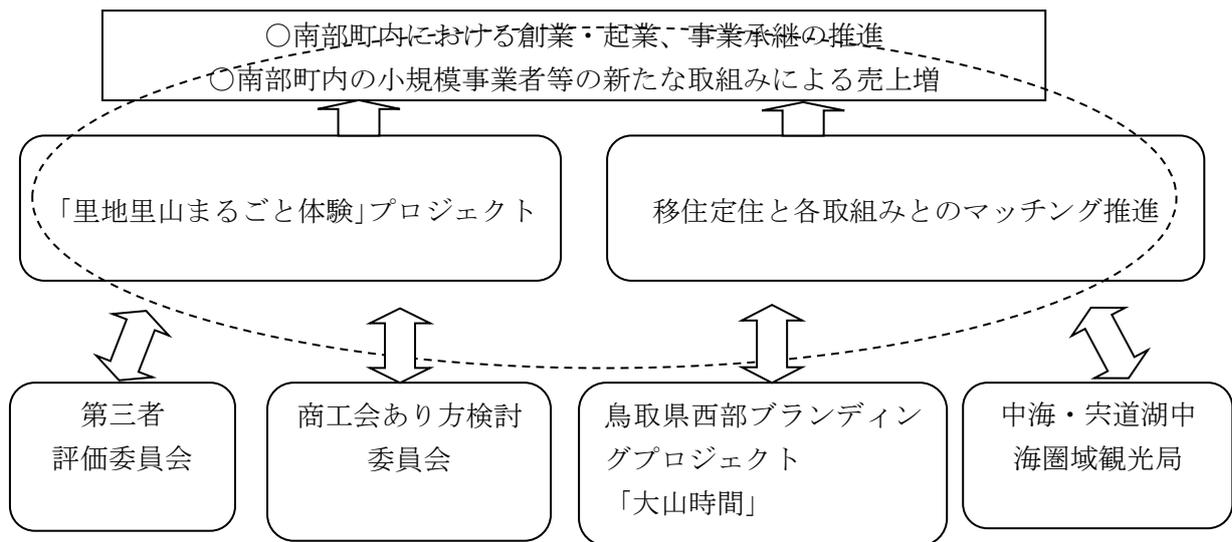
⑦中海・宍道湖・大山圏域観光局や大山山麓・日野川流域観光推進協議会(西部地区9市町村が構成)と連携した広域観光連携の推進

本会は、中海・宍道湖・大山圏域観光局の構成員である圏域ブロック経済協議会に参画しており、圏域の5市6町村にまたがる広域観光事業に積極的に関与していく。

⑧中国経済産業局産業部中小企業課・流通・サービス産業課との連携

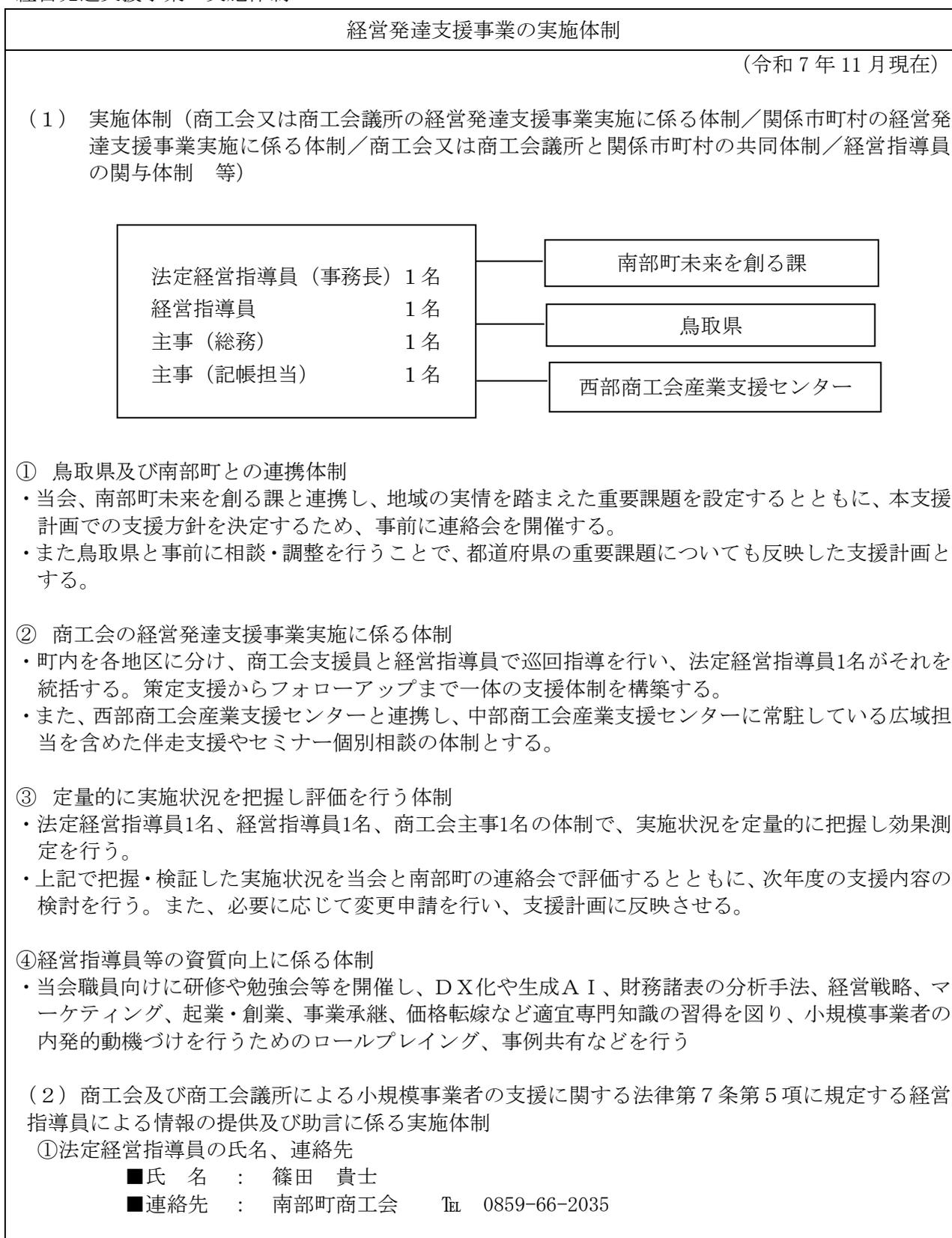
地域経済の活性化に資する取組を推進していく過程で、小規模事業者等の個社支援と観光産業の面的支援においては、当局の指導と連携を推進し取組んでいく。

<地域経済の活性化に資する取組と小規模事業者等支援の連動性>



(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



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、本会ミーティング、本会理事会・南部町商工会経営発達支援計画評価委員会の出席、西部商工会産業支援センターとの連携などにより行う。

③広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員・篠田 貴士は、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

○南部町商工会

鳥取県西伯郡南部町法勝寺 371-1

TEL 0859-66-2035 FAX 0859-66-5355

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

②関係市町村

○南部町 未来を創る課

鳥取県西伯郡南部町法勝寺 377-1

TEL 0859-66-3113 FAX 0859-66-4426

E-mail mirai@town.tottori-nanbu.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
地域経済動向調査	250	250	250	250	250
需要動向調査	100	100	100	100	100
商品開発・販路開拓 支援事業	200	200	200	200	200
経営状況分析	100	100	100	100	100
事業計画策定	200	200	200	200	200
クラウド型経営支 援システム利用料	250	250	250	250	250
創業支援事業	200	200	200	200	200
事業承継支援事業	100	100	100	100	100
地域活性化事業	600	600	600	600	600

(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、国補助金、県交付金、県補助金、町補助金、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。

