

## 津和野町商工会 令和5年度 経営発達支援計画 事業実績（実績評価）

当会では、小規模事業者の持続的な発展に向けて支援する「経営発達支援計画」を策定し、平成31年3月15日に経済産業省より認定を受けました。

この計画は、平成31年4月から令和6年3月の5ヵ年にわたり地域の経済動向等の調査を基に、事業者の経営状況分析、事業計画策定支援など事業の持続的な発展にむけて支援するものです。令和5年度の事業評価について下記の通り報告します。

(1) 地域の経済動向調査	総合評価【 A 】
(2) 経営状況分析	総合評価【 B 】
(3) 事業計画策定支援	総合評価【 A 】
(4) 事業計画策定後の支援	総合評価【 A 】
(5) 需要動向調査	総合評価【 B 】
(6) 新たな需要の開拓	総合評価【 A 】
(7) 地域経済の活性化	総合評価【 B 】
(8) 支援能力向上の取組	総合評価【 A 】

### ※総合評価

A大変効果があった Bまあまあ効果があった Cあまり効果がなかった Dまったく効果がなかった

## (1) 地域の経済動向調査 【指針③】

### ■事業の目的

管内小規模事業者へ外部環境に係わる地域経済動向調査情報を提供することにより、事業計画策定支援・実施支援の際の外部環境情報として活用する。

### ■定量目標および実績

内 容		目標件数	実績件数	達成率	備 考
①管内事業者の経営状況に関する情報の収集・整理・分析・提供・検証	巡回時の聞き取り調査	95 者	94 者	99%	巡回による事業所調査実施
	広報誌および HP 掲載	年 1 回	年 1 回	100%	収集情報の公開 窓口での情報提供
内 容		目標件数	実績件数	達成率	備 考
②地域経済に関する情報の収集・整理・分析・提供・活用	各種調査回数	月 1 回	月 1 回	100%	各機関からの情報収集
	各種調査提供回数	年 4 回	年 5 回	125%	広報誌、HP
	RESAS 調査回数	年 1 回	年 1 回	100%	V-RESAS 活用
	RESAS 提供回数	年 1 回	年 0 回	0%	

### ■事業内容

#### ①管内事業者の経営状況に関する情報の収集・整理・分析・提供・検証

内 容	<ul style="list-style-type: none"> <li>管内小規模事業者 95 者（製造 5・建設 20・小売 28・サービス 42 者）の「売上」「仕入」「資金繰り」「経営状況」等の聞き取り調査を実施する。</li> <li>景況感の変化を把握し、ホームページ等で公開し広く周知する。</li> <li>事業計画策定時における外部環境データとしても活用する。</li> </ul> （公表 年 1 回）
実 施 結 果	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営状況について幅広く聞き取り調査を行った。 特に、原油価格・物価高騰にかかる問題もあり給付金にからみ影響調査を行った。（原油価格高騰にかかるアンケート調査の実施、巡回：68 者） また、販路開拓や経営力向上などの支援も行った（26 者）</li> <li>情報収集した内容を職員会議、経営支援会議において共有し、町の支援策につながるよう協議、要望を行った。（三団体長会・経済対策会議：1 回） （町エネルギー価格高騰対策支援給付金、町飲食商業サービス業等エネルギーコスト削減対策緊急支援事業）</li> <li>ホームページおよび広報誌にて情報提供を行った。</li> </ul>
次期への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業者、消費者の動きに対しての状況調査を継続して実施し、管内の景況を把握していく。</li> <li>更新計画においては全国商工会連合会の受託事業として行われている中小企業景況調査（現町内 5 事業者）を商工会独自として拡大し、9 事業者の調査を年 4 回実施する。</li> </ul>

②地域経済に関する情報の収集・整理・分析・提供・活用

内 容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光入込数、宿泊者数など各機関の統計調査を活用して情報収集するとともに、RESAS やインターネットを活用して各種業界の最新動向などの情報収集を行い、より効率的に、事業者が判りやすいように整理し、ホームページや年 4 回発行の広報誌にて情報提供する。</li> </ul>
実 施 結 果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・町、観光協会から観光入込数や宿泊者数の動向を確認するとともに、V-RESAS を活用して動向調査を実施した。</li> <li>・コロナ 5 類移行を踏まえ、行政や観光協会等の各団体と情報共有し巡回や広報誌を通じ施策を情報提供した。</li> </ul>
次期への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光入込数、宿泊者数など各機関の統計調査を活用し情報収集する。</li> <li>・各種業界の最新動向は、国が提供するビッグデータの活用、インターネットや関係機関、各種業界紙により情報収集を行い支援する。</li> <li>・調査結果は会報誌や商工会HPで公表する。</li> </ul>

評価：職員全体による定期巡回や経営指導員を中心とした巡回を通じ、小まめに町内の情報を収集した。

原油価格・物価高騰にかかる状況確認を行い、情報提供により事業者の給付金申請支援や各種事業の提案、推進につなげることが出来た。

総合評価【 A 】

## (2) 経営状況分析 【指針①】

### ■事業の目的

「観光関連業者」「特産品加工業者」「事業承継予定者」など重点的に支援する事業所を選定し、経営分析を実施し現状を把握するとともに経営課題の抽出を行っていく。

### ■定量目標と実績

支援内容	目標	実績	達成率	備考
観光関連事業者経営分析件数	5件	4件	80%	
特産品加工業者経営分析件数	5件	3件	60%	
事業承継予定者経営分析件数	3件	3件	100%	
第1期経営分析事業者継続経営分析件数	5件	8件	160%	
合計	18件	18件	100%	達成

### ■事業内容

#### ①対象事業者の発掘・選定方法

重点的に支援する業種の中から、記帳システム MA1 を受託している事業所、若手経営者や後継者のいる事業所を選定し、経営分析項目を示し財務諸表などの関係資料等を収集したのち、経営分析を実施し現状を把握するとともに経営課題の抽出を行っていく。

#### ②経営分析項目と分析手法

経営分析項目等は、小規模事業者の計画づくりサポートキット又は記帳システム MA1 の経営分析シートを活用し経営に活かす分析を行う。

### ■経営状況の分析項目（小規模事業者の計画づくりサポートキットなどの活用）

分析項目	内容
決算書の主要科目の推移	売上高・売上原価・売上総利益・経費・経常利益
財務分析（業界比較の検証）	収益性・効率性・生産性・安全性
主要取扱商品・サービス・技術	主力商品・独自技術・独自ノウハウ
月別入込客数の推移（小売・サービス業）	年代構成・売れ筋商品
強み・弱み	経営上の強み・弱み
事業承継の財産等（事業承継予定者）	自社株親族関係・知的財産・個人財産の把握

### ■事業の結果

・記帳システム MA1 事業所や若手経営者、意欲のある経営者などを中心に、3期分の決算書データと業種別経営指標（日本政策金融公庫調査資料）を活用し、経営分析シート（小規模事業者の計画づくりサポートキット）を作成し事業者へ提供した。また、目的達成の迅速な対応のために分析項目を省略し、簡易な経営分析シートを作成し現状を把握した。経営状況分析件数で継続案件数が増えたのは、経営力の向上を目指す事業所、販路開拓を強化するための補助金利用にあわせて分析したものが増加した。事業承継予定先においては、専門家の活用と事業継続のための資金計画の作成支援を行った。

#### ■次期への対応

・これまで重点的に支援する事業所の中から選定し、経営分析を実施していたものの、「利益率の改善」といった表面的な課題のみに着目していたため本質的な課題解決ができていなかった。さらに「対話と傾聴」を通じて経営の本質的課題の把握に繋げるために、観光関連以外の業種も含めて対象事業者を掘り起こし、ヒアリングの強化を図っていく。

評価：分析手法においては、小規模事業者の計画づくりサポートキットまたは記帳システムMA1の経営分析シートを活用するが、迅速な対応のために分析項目を省略し、簡易な経営分析シートを作成するものもあった。それでも経営に参考となる指標であり、専門的な内容については専門家を活用しながら支援出来ている。

しかしながら、分析はするものの経営課題の抽出までには至らないケースもあったためB評価。

総合評価【 B 】

### (3) 事業計画策定支援 【指針②】

#### ■事業の目的

小規模事業者が経営ビジョン実現に向けた事業計画の策定を行うことにより、計画的な経営と持続的発展を図る。

#### ■事業内容

①支援対象者 経営状況分析を行った「観光関連業者」「特産品加工業者」「事業承継予定者」ならびに「創業予定者」など重点的に支援する事業者を中心に、自らの意思で経営の持続的発展を図ろうとする事業者、新たな取組みを目指す事業者など、意欲ある事業者を選定する。

②支援方法 経営指導員が、ビジネスプラン等に基づく計画経営の重要性について意識啓発を行い、地域情報や業種情報、各種補助金等の情報も提供しながら伴走型支援を行い、事業者が中心となって事業計画を作成する。事業承継等、中長期的な計画が必要になる場合は専門家を活用しながら支援する。

#### ■定量目標と実績

内 容	目標件数	実績件数	達成率	備 考
事業計画書策定支援	18	18	100%	

#### ■事業の結果

- ・経営状況分析対象事業者を事業計画策定支援事業者とし、事業計画8者、事業承継計画4者、計画更新策定4者、創業予定2者の作成支援を行った。  
今期も町による観光高付加価値事業があり観光関連業者の既存の事業者や事業に伴って創業する創業予定者の事業計画作成支援を行った。
- ・販路開拓やエネルギーコスト削減対策等、補助金を活用した事業の提案を行い計画策定へつなげた。
- ・事業承継による支援も専門家にも支援を仰ぎながら事業承継計画や創業計画を策定した。
- ・策定にあたっては状況の分析を踏まえ、市場動向等の分析資料を参考に売上計画の作成を行った。
- ・売上の確認等、経営指導員による巡回ヒアリングを実施し経営状況の確認を行った。

#### ■次期への対応

- ・経営分析を行った事業者や補助金申請を契機として事業計画策定に取り組む意思のある事業者、創業者、事業承継予定者に対して事業計画策定支援を行う。
- ・事業計画策定にあたっては事業者が当事者意識をもって課題に向き合い能動的に取り組むよう「対話と傾聴」を通じたサポートを行う。
- ・DX推進セミナーを開催し、DX推進が有効と思われる事業者のデジタル化を含めた業務改善、新事業への取り組みを支援し競争力の維持、強化を目指す。

評価：エネルギー価格高騰の問題もあり事業者自らがコストを把握し改善を行うための計画策定支援を行った。

また、販路開拓や新規設備導入など意欲を持って取り組もうとする事業者の事業計画策定支援が行えている。

事業者自らが事業計画を策定する先も多くなっている一方で、多くの支援を必要とする事業者もいるため、次期への対応として手法を変えながら取り組んでいく必要がある。

**総合評価【 A 】**

#### (4) 事業計画策定後の支援 【指針②】

##### ■事業の目的

小規模事業者の着実な事業遂行をサポートするため、定期巡回計画による継続支援体制の構築とPDCAサイクルによる伴走型支援を実施し、小規模事業者の持続的発展を図る。

##### ■事業内容

計画の実施状況を四半期毎の定期巡回を通じ確認し、前年度で実施した事業計画策定支援者や、創業者においては計画どおりに事業が進捗しているか、その進捗状況を1年間重点的にフォローアップしていく。事業承継においては承継計画書に基づいた支援を行うが、計画は比較的長期的な計画である場合が多いことから、事業者と後継候補者の状況を適時把握していく。

##### ■定量目標と実績

内 容	目標件数	実績件数	達成率	備 考
事業計画書策定フォローアップ支援	60回	60回	100%	達成
創業計画書策定 //	4回	5回	125%	達成
事業承継計画策定支援 //	8回	8回	100%	達成

##### ■事業の結果

- ・事業計画書策定後の支援、創業後の支援として、きめ細かく情報提供を行い、専門家派遣と連動して取り組み、事業計画の円滑な遂行に向けて事業の進捗状況の確認を行いつつ適宜フォローした。
- ・創業者支援においては計画策定先のフォローはもちろん、自社で計画策定を行って創業された方の進捗状況や活用した補助金の事後指導を行っている。
- ・事業承継においては、事業承継・引継ぎ支援センターとの同行により事業者と連絡を取り合いながら進めており、定期訪問を実施し状況確認および指導を実施した。

##### ■次期への対応

- ・事業者の目標の完遂に向けて意識を高めるため、巡回を通じて数値目標達成度のヒアリングや経済動向等を周知し、声掛けを続けていくことで商工会との関係性を深め、事業の継続にもつなげていく。
- ・四半期ごとの事業計画の進捗状況のフォローアップを通じて経営者へ内発的動議付けを行い、潜在力の発揮につなげる取組みを行う。

評価：事業計画策定先、創業支援先についてもきめ細かくフォローを実施し、状況に応じた助言、指導が行えている。

事業承継におけるフォローアップにおいても関係機関とともに連携し取り組んでいる。

総合評価【 A 】

## (5) 需要動向調査 【指針③】

### ■事業の目的

支援対象事業者を明確に定め、地域特産品や自社が提供する商品やサービス等の消費者ニーズを把握するためアンケート調査を実施し、消費者ニーズを踏まえた商品改良等に活かす。

また、消費者ニーズと自社が提供する商品やサービス等との乖離を確認し販売計画立案や商品の改廃、新サービスの提供等を促す。

### ■定量目標

内 容	対象企業数	実績数	目標 件数	実績 枚数	達成率	備 考
①マルキュウフェア山口でのアンケート調査の実施	特産品事業者5社	0社	100枚	30枚	30%	
②管内消費者対象の商品やサービスに関するニーズ調査の実施	飲食業者10社	0社	100枚	195枚	195%	
③商品トレンド情報やPOS情報等の整理・分析・提供	18社	18社	—	—	100%	

### ■事業内容

#### ①イベントまたは出展によるアンケート調査の実施【継続】

内 容	・マルキュウフェア山口に出展し、県外消費者に対し地域特産品の消費者ニーズを把握するためアンケート調査を実施し、この調査結果により消費者ニーズを踏まえた商品改良等に活かす。
実 施 結 果	・マルキュウ津和野フェア 10月 アトラス菽店：アンケート調査を実施した。回収枚数は目標未達。 ・アンケート結果について、特産品事業者5社に対して巡回の際のフィードバックは未実施であるが、HPでの情報提供は行った。
次期への対応	・同フェアの津和野町特産品の販売は、恒例行事として山口市民に広く認識していただいているところであり、引き続き事業支援を行っていく。 ・事業者イベント開催の意義を再確認させた上で、自らの参加出展を促していく。

#### ②管内消費者対象の商品やサービスに関するニーズ調査の実施【新規】

内 容	<ul style="list-style-type: none"> <li>管内消費者が中心顧客である「飲食業者」・「サービス業者」を支援対象事業者として、アンケート調査を実施する。</li> <li>管内消費者を対象にした消費者ニーズ等のアンケート調査を実施し、この調査結果を活用することにより消費者ニーズにマッチした品揃えやサービスの提供を事業に取り入れ、潜在的な需要獲得を目指す。</li> <li>回答者は事業所により年代等のターゲットが異なると考えられることから事業者と協議の上決定し、行政や金融機関、PTA等町内の各種団体等を通じて募集、依頼する。</li> <li>アンケートは商工会から各種団体等を通じて回答者に配布し、一定期</li> </ul>
-----	---

	間留め置きの後、団体等を通じて回収する。
実施結果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和5年度は「サービス業」が支援対象事業者であるが、令和4年度で実施した「飲食業」対象のアンケート分析、情報提供を5年度ですることになっていたため、令和5年度も「飲食業者」を支援対象事業者とした。</li> <li>・アンケートは、各種団体を通じて回答者に配布し、195人から回答を得た。(目標：100枚)</li> <li>・集計、分析はできたものの飲食業者10社へのフィードバックまでできていない。→ R6年度で実施</li> </ul>
次期への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アンケートの結果を、飲食業者10社へフィードバックする。</li> <li>・観光地津和野の観光ニーズ及び消費者ニーズを、イベントを活用した情報収集、マルキュウフェアでの消費者アンケートにより需要動向を調査する。</li> </ul>

### ③商品トレンド情報やPOS情報等の整理・分析・提供【新規】

内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日経 MJ や日経テレコン等の新商品や新サービスの情報、また、POS情報など事業者の品揃えや販売戦略に資する情報を収集し、支援対象事業者に対して提供する。</li> <li>・これらの情報は事業計画策定時等の外部環境資料として活用する。</li> </ul>
実施結果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業計画策定支援、創業支援において、消費トレンドや商圈内人口、人材確保等の情報収集および情報提供を行うとともに、業種別データを活用し(指標の確認、業種の状況等)計画策定につなげている。</li> </ul>
次期への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業者の事業計画や販売計画の策定支援において、今後も各種媒体を活用して情報収集を行い、個々の状況に応じた情報を提供していく。</li> <li>・観光地津和野の観光ニーズ及び消費者ニーズを、イベントを活用した情報収集、マルキュウフェアでの消費者アンケートにより需要動向を調査する。</li> </ul>

評価：これまでコロナ禍で開催されなかったマルキュウフェア山口が開催され、消費者ニーズアンケート調査が実施でき、結果をHPにより情報提供を行った。商品トレンド情報等の整理・分析は、事業計画策定の際に情報収集し提供できている。管内消費者対象のニーズ調査の実施は、今年度も「飲食業者」の支援対象になったものの分析はできた。しかしながら、アンケート調査関連は、集計・分析まではできたが、対象事業者へのフィードバックまでには至らなかった。

総合評価【 B 】

## (6) 新たな需要の開拓 【指針④】

### ■事業の目的

主要対象事業者である観光関連事業者の需要開拓に重点的に取り組み地域内の小規模事業者への波及効果を高めていく。

また、その他の小規模事業者についても需要開拓に意欲の高い事業者を中心に補助金活用を含めた新商品開発による販路開拓支援、全国の消費者を対象にしたITを活用した販路開拓支援に取り組み事業者の売上高の向上を図る。

### ■定量目標および実績

#### I. 特産品製造業に対する販路開拓支援【継続】

##### (1) 首都圏でのイベント出展ならびに首都圏での個別商談への支援

内 容	参加企業 目標数	実績数	達成率	商談 件数	商談 成立数	達成率	備 考
① 萩・世田谷幕末維新祭り	9社	0社	0%	0件	0件	0%	事業終了
② マルキュウフェア山口	5社	8社	160%	8件	0件	0%	
③ いわみ特産品商談会	3社	0社	0%	0件	0件	0%	R5なし

内 容	
	①首都圏でのイベント出展支援 ②③近隣他県での個別商談会
実 施 結 果	<p>①首都圏でのイベント出展支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「萩・世田谷維新祭り」は地域商店会の祭りに転換されたため事業終了となった。</li> </ul> <p>&lt;商談会を実施&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・伴走型事業を活用して「ちよだプラットフォーム」での展示即売会や「日比谷しまね館」にバイヤー2名を（スーパー、卸会社）を招聘し商談会を実施した。（4事業所：茶小売1者、酒製造小売3者）</li> <li>・スーパーは無添加商品の取り扱いを社是としており、お茶に興味を示していただいたが不調。酒類は入り込むのが難しかった。</li> <li>・卸会社は前年度から継続して取り扱いをいただいている。</li> </ul> <p>②近隣他県での個別商談会</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マルキュウフェア山口（5月・10月：アトラス萩店）</li> </ul> <p>町商工観光課の支援により出展事業者および商品提案を実施している。商工会としては、町の協力もありR2. R3 事業者への新商品開発を支援（20事業者）してきているが、フェアへの新たな提案商品につながる支援にまでは至っていない。</p> <p>③いわみ特産品商談会は中止。</p> <p>&lt;その他販路開拓支援&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・海外向け販路拡大として「ジェトロ説明会」を独自開催（参加者5名）</li> </ul>

次期への対応	<p>①首都圏でのイベント出展・商談においては、開催地、開催イベントを検討し、伴走型小規模事業者支援推進事業補助金の活用により販路開拓支援を行う。</p> <p>②マルキュウフェア山口においては今後も開催予定であり、事業者の積極的な参加を促していく。</p>
--------	---

## II. IT等の活用による販路開拓支援の強化【継続・拡充】

内 容	目標数	実績数	達成率	備 考
① ホームページ作成支援数	3社	3社	100%	達成
② ニッポンセレクト.Com 出店事業者数	2社	2社	100%	
③ ニッポンセレクト.Com 商品受注件数	2社	0社	0%	
内 容	<p>① ホームページ作成支援により個社の取扱商品や提供するサービスを魅力的に紹介し新規顧客を獲得できるよう支援を行う。</p> <p>② 全国連が運営するECサイトである「ニッポンセレクト.Com」への出品支援を通じて、自社商品のPR機会の提供と全国へ向けた販路拡大を支援する。</p>			
実 施 結 果	<p>① 3社のホームページ作成支援、改良（ECサイト）支援を行った。 ホームページ作成支援先：宿泊業1、小売1、その他1</p> <p>②③「ニッポンセレクト.Com」 現在2社（酒、しょうゆ）が継続登録している。新規登録はない。</p>			
次期への対応	<p>・DX推進により補助金や専門家派遣も活用しながらホームページ作成、改良を支援しネットショップ、SNS活用により販路拡大を促す。</p>			

## III. 観光情報等の発信【継続】

内 容	<p>・観光情報の発信 観光スポットなどの情報発信を商工会のホームページで行うことにより閲覧の機会を増加させ、他機関の観光情報とリンクさせながら相乗効果を拡大していく。</p>
実 施 結 果	<p>・イベント出展時に観光情報を掲示、発信を行った。 ※地域のまつりの活用、文京区シビックセンターでのイベント、日比谷しまね館デジタルサイネージ活用、マルキュウフェア</p> <p>・スポット情報などの他機関とのリンクはできていないが、地域イベント情報や首都圏イベント出展情報、TV放映情報をHPで情報発信した。</p>
次期への対応	<p>・特別に次期計画に記載はしていないが、情報発信は必須であり商工会HPも活用し継続発信していく。</p>

#### IV. 新たな需要開拓に取り組む意欲のある小規模事業者に対する各種補助金等の支援

##### (1) 販路開拓にかかる各種補助金等の支援【継続】

内 容	目 標	実 績	備 考
販路開拓に係る補助金支援事業者数	10 社	5 社	持続化補助金
		10 社	その他補助金（国、町）

内 容	<ul style="list-style-type: none"> <li>補助金の活用等を提案し需要開拓の取組を促進させる。</li> </ul>
実 施 結 果	<ul style="list-style-type: none"> <li>積極的に事業を進める事業者に対し補助金の活用を提案し、計画実施に向けて取り組んだ。</li> <li>持続化補助金申請支援 5 者、町個別商業包括的支援事業申請支援 6 者、伴走型小規模事業者支援推進事業 4 者</li> <li>補助金等の情報は、商工会のホームページや広報誌、巡回訪問などを通じて管内小規模事業者に対して周知した。</li> </ul>
次期への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き販路開拓に積極的に取り組む事業者の行動を後押しするため各種補助金の活用提案を行っていく。</li> <li>巡回や広報誌、商工会ホームページにて情報の発信に努めていく。</li> </ul>

評価：首都圏でのイベント出展、販路開拓は予定していたイベント自体が終了してしまったが、新たな需要開拓として代替え策を検討し販路開拓を目的とした支援が行えている。また、海外向け販路拡大として「ジェトロ説明会」を開催したように、海外展開への支援も行っている。ホームページ制作・改良の目標件数も達成している。

一方、マルキュウフェアにおいて商工会はイベント協力にとどまっており、販路拡大に向けた個別商談の支援につながっていない。また、「ニッポンセレクト.Com」への登録件数の増加へつなげることができていない。

総合評価【 A 】

## (7) 地域経済の活性化に資する取り組み

### ■事業の目的

空き店舗を活用した創業・第二創業の促進や、津和野栗のブランド化確立を目指し地域活性化を図る。

### ■定量目標と実績

#### (1) 空き店舗活用による創業・第二創業の促進【継続】

内 容	目 標	実 績	達 成 率	備 考
① 三団体連絡会議の毎月開催による協議	12回	12回	100%	
② 事業承継推進員との連携・情報共有	—	—	—	随時
③ マップの作成	1回	1回	100%	
④ 空き店舗情報登録シートのデータ化	1回	0回	0%	未実施

内 容	相談件数	創業件数	備 考
空き店舗活用による創業・第二創業	4件	3件	空き店舗活用にかかるもの 創業相談4件 (飲食2、小売1、他1) うち創業3件

#### (2) 津和野栗のブランド強化【継続】

内 容	目 標	実 績	達 成 率	備 考
① 協議会への参画	3回	3回	100%	事務協議 協議会参加
② 津和野栗イベントの開催および出展	1回	1回	100%	鯉恋来いまつり

### ■事業内容

#### (1) 空き店舗を活用した創業・第二創業の促進

内 容	<ul style="list-style-type: none"> <li>津和野町商工観光課、津和野町観光協会、津和野町商工会で構成する『三団体連絡会議』を毎月開催し、地域の活性化や振興、空き店舗活用などについて検討する。</li> <li>空き店舗の調査を実施し、データ化、マップ作成するとともに、事業承継推進員との情報共有を図りつつ、事業承継新事業における空き店舗対策を進めていく。</li> </ul>
実 施 結 果	<ul style="list-style-type: none"> <li>三団体連絡会議を毎月開催し、地域事業者の状況や動向を確認し、創業相談案件についての情報共有を行った。</li> <li>空き店舗にかかるものは創業相談4件、うち創業3件の結果であった。</li> <li>R4 空き店舗調査を実施。実際にマップへの色付けを行っている。(空き店舗の貸し出し実態(張り紙掲出)は2件のみ) この結果を踏まえるとともに幅広く情報を収集していくため、「空き店舗・空き家対策協議会」を立ち上げた。また、R3に立ち上げた商店会長会も継続して開催しており、個</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>別案件の情報収集に努めている。</li> <li>・事業承継・引継ぎ支援センターが商工会内にあり、連携して情報を共有している。</li> </ul>
次期への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「空き店舗・空き家対策協議会」により横のつながりを構築していくとともに、相談、情報提供、活用につなげていく。協議・検討内容によっては、津和野町への要望につなげていく。</li> <li>・事業承継・引継ぎ支援センターとも連携して取り組んでいく。</li> </ul>

## (2) 津和野栗のブランド化

内 容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・津和野栗再生プロジェクト推進協議会の構成員として事業推進する。</li> </ul>
実 施 結 果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・津和野栗再生プロジェクト推進協議会の事業推進に協力した。</li> <li>昨年度、課題となった栗の流通（斡旋、加工）は協議会において終了し、直接JAとの取り引きを行うこととなった。</li> <li>・令和5年度に商工会とJAとの連盟で「地域商標」の登録申請を行った。「つわの栗」の名称により地域ブランド化の確立が図られる。</li> <li>・栗イベントを活用したブランド化に向けては、「秋のつわの鯉恋来いまつり」への出店を支援し津和野栗加工品販売とPRを行った。</li> </ul>
次期への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・次期計画には上げないまでも、事業協力は行う。</li> <li>・商工会として栗加工販売事業者の新商品開発や津和野栗のPR等の支援は継続しブランド化を進めていく。</li> </ul>

評価：空き店舗対策においては創業相談を中心に聞き取りをしながら進めている。また、空き店舗とならないよう事業承継の支援も実施している。

「空き店舗・空き家対策協議会」の初開催や商店会長会において横のつながりができたことは大きい。

津和野栗のブランド化においては、ブランド構築を目的として協議会の事業推進に協力した。

総合評価【 B 】

## (8) 支援能力向上の取組

### ■事業の目的

小規模事業者の維持存続が地域経済の活性化に繋がるため、関係支援機関が連携して支援能力の向上に努める。経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上のための取組。(職員全員)

### ■事業内容

#### (1) 支援機関との連携を通じた支援ノウハウの情報交換

内 容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商工会石見事務所や石見地区商工会との連携による支援、情報交換。</li> <li>・日本政策金融公庫や島根県信用保証協会、金融機関との連携、情報交換。</li> <li>・島根県西部県民センターやしまね産業振興財団石見事務所との意見交換。</li> <li>・益田税務署管内税務援助協議会での意見交換や専門家受入時に情報交換。</li> </ul>
実 施 結 果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・系統団体との連携や情報交換を行い支援ノウハウの向上を図った。 (中期行動計画 2021-2023 の推進にあつては系統団体も職員会議へ参加し、取り組み確認や他商工会の事例等、情報交換を行った。)</li> <li>・事業者の支援においても課題の解決に向けた取組みに効果があった。 (商工団体の相談支援体制機能強化事業の活用)</li> <li>・一日公庫や保証協会相談会を開催。管内事業者の金融支援や情報交換を行った。</li> <li>・島根県西部県民センターやしまね産業振興財団石見事務所との意見交換を実施し、施策や情報を収集した。</li> <li>・税務署や税理士会との情報交換や意見交換を行い、小規模事業者の税務指導に努めた。特に令和5年度はインボイスが開始されることもあり税務署員によるインボイス制度説明会を開始前2回、税理士による説明会を開始後1回行った。</li> </ul>
次期への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各関係機関との連携を図り、支援ノウハウ、支援の現状、地域の課題や解決方法について情報交換をすることで支援能力向上に繋げていく。</li> </ul>

#### (2) 経営指導員等の支援能力向上

内 容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経営指導員等研修会や、商工会連合会が実施している各種研修会への参加や、他の支援機関や関係団体が主催するセミナー・研修会などに参加することで各自の支援能力の向上を図る。</li> <li>・定期的実施している職員会議等は月1回以上開催し、全職員による支援ノウハウと情報の共有化を図り円滑な計画実施を目指す。</li> </ul>
実 施 結 果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・島根県経営指導員等研修に参加し各自の支援能力向上に努めた。</li> <li>・経営支援会議で支援ノウハウや情報、経営課題や問題点を共有し、支援内容の検討を行い支援へ活かした。 経営支援においては、局長、上席者から対応策や進め方などノウハウの指導、提案を受けつつ進めた。職員会議は毎月1回開催。行動計画の進捗管理を行い計画実行へ向けて取り組んだ。</li> </ul>
次期への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経営発達支援計画を実施する上で不足するノウハウを研修等により習得</li> </ul>

	<p>し支援能力の向上に取り組んでいく。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・経営支援会議による支援ノウハウの向上を図る。</li> <li>職員会議を月1回開催し、情報の共有化を図り、職員間のコミュニケーションもとりながら各自の能力の向上に努めていく。</li> <li>・DX推進にからみIT知識やスキルの向上を図っていく。</li> </ul>
--	---

(3) 事業の評価・見直し

内 容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経営発達支援委員会を開催し事業の評価・見直し案の提示を行う。</li> <li>・理事会で評価・見直し案の方針を決定し総代会で報告する。</li> <li>・事業結果は総代会資料、会報、ホームページ等で公表する。</li> </ul>
実 施 結 果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・島根県や津和野町及び関係団体等有識者で構成する経営発達支援委員会を構成し、事業の実施状況、成果の評価の提示を行った。</li> <li>・事業の成果・評価・見直しは理事会および総代会で報告を行なった。</li> <li>・事業結果は総代会資料としてHPにて公表した。</li> </ul>
次期への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・次期更新計画においても継続して経営発達支援委員会を構成し、事業の実施状況、成果の評価、見直し案の提示を行っていく。</li> <li>・毎月の定例職員会議において、経営発達支援計画の進捗状況を確認し、見直し等の必要事項が発生した場合には、全職員で協議し見直しをする。</li> <li>・結果については総代会資料や会報、またホームページで公表していく。</li> </ul>

評価：職員会議や経営支援会議を通じ研修会等の情報は伝達している。

資質向上においては、WEB研修が主流となっているが、個々の不足する資質の向上に取り組んでいる。

支援能力向上においては系統機関の指導もあり事業支援につながっている。

総合評価【 A 】