

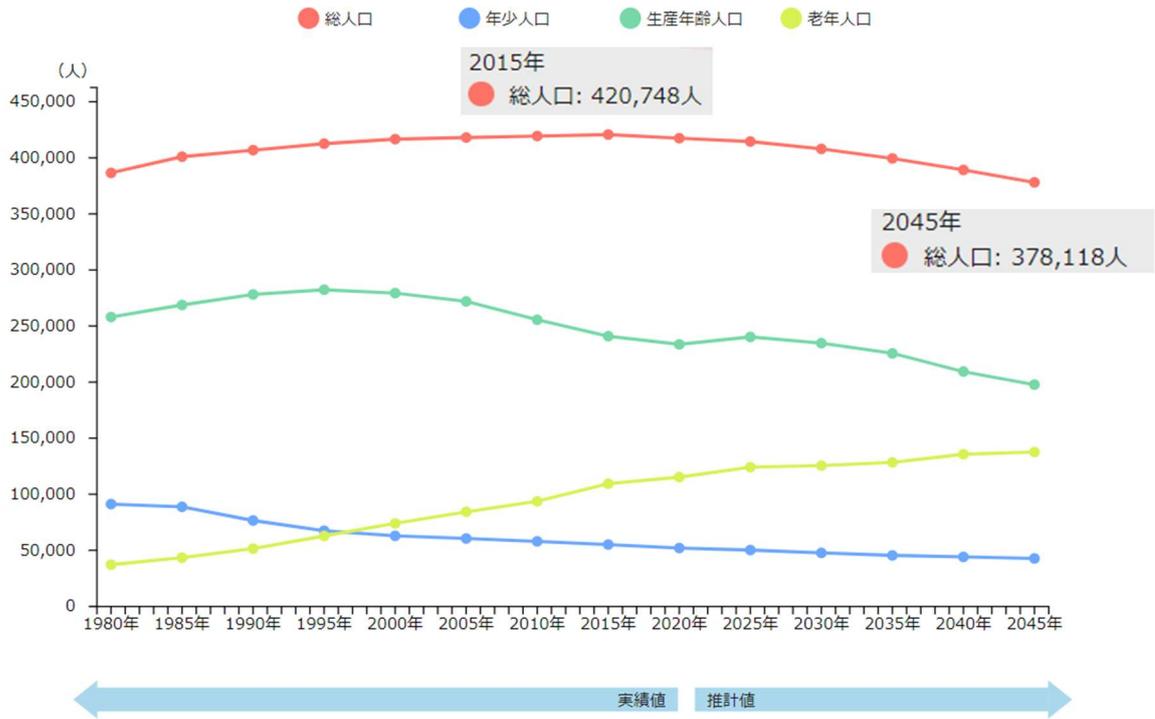
経営発達支援計画の概要

<p>実施者名 (法人番号)</p>	<p>高松商工会議所（法人番号 7470005001064） 高松市（地方自治体コード 372013）</p>
<p>実施期間</p>	<p>令和7年4月1日 ～ 令和12年3月31日</p>
<p>目 標</p>	<p>経営発達支援事業の目標 (1) 小規模事業者の自立経営と競争力の向上 (2) 伴走支援による地域内外に向けた販路拡大 (3) DX/IT活用を通じた競争力強化</p>
<p>事業内容</p>	<p>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 地域の経済動向分析・RESASを活用した経済動向調査の公表 4. 需要動向調査に関すること 商談会等を通じた市場ニーズの把握と事業計画への反映 5. 経営状況の分析に関すること 傾聴と対話により本質的な課題の把握・解決につながる分析 6. 事業計画の策定支援に関すること 経営者が自ら主体的に計画を考え実行するための支援 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画の進捗把握と新たな課題発見による持続的自立支援 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 伴走支援による事業者の販路拡大</p>
<p>連絡先</p>	<p>高松商工会議所 事業推進部 経営支援1課 〒760-8515 香川県高松市番町二丁目2番2号 TEL：087-825-3505 FAX：087-825-3525 E-mail：sien@takacci.or.jp 高松市 創造都市推進局 産業経済部 産業振興課 〒760-8571 香川県高松市番町一丁目8番15号 TEL：087-839-2411 FAX：087-839-2440 E-mail：shoukou@city.takamatsu.lg.jp</p>

②高松市の人口

高松市の総人口は、2015年の42万人をピークに、翌年からは減少傾向にある。2045年の推計では約37万人まで減少する試算となっている。年齢別の推移を見ると、65歳以上の老年人口が増加傾向にある一方で、15歳～64歳の生産年齢人口と14歳以下の年少人口は減少傾向にあり、今後はより一層の少子高齢化が進むことが予想されている。

【高松市の人口推移】

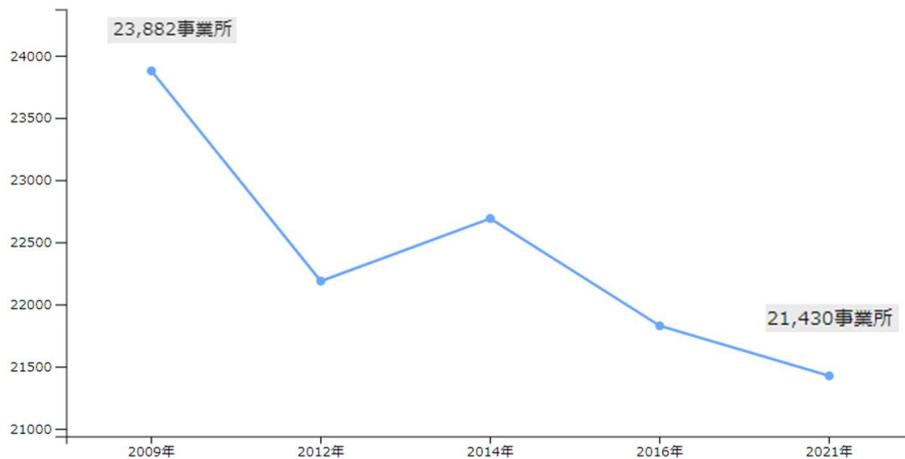


出典：RESAS地域経済分析システム

③高松市の産業

高松市の事業所数の推移をみると、2021年は21,430事業所となっており、9年前の2009年と比較すると10.3%の減少となっている。

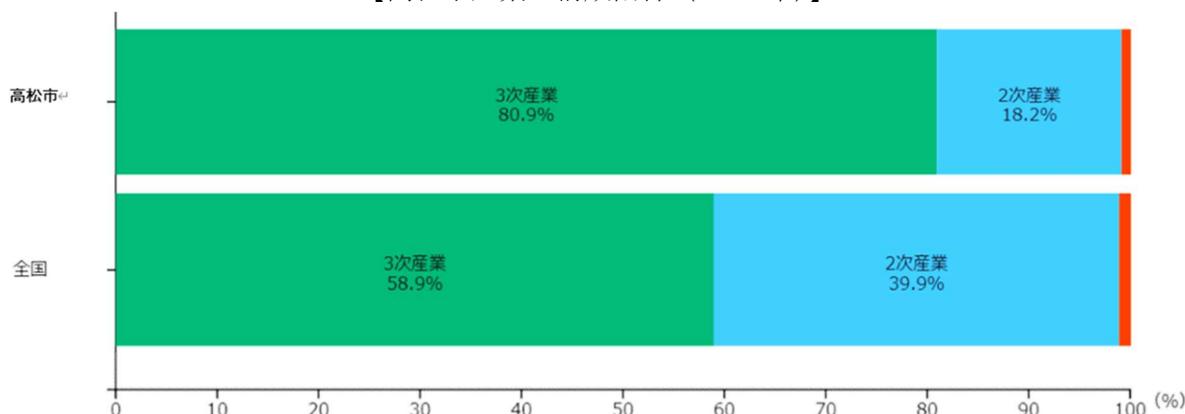
【高松市の事業所数の推移】



出典：RESAS地域経済分析システム

高松市の産業の構成割合をみると、3次産業の割合が80.9%であり全国の58.9%と比べて高くなっている。一方、2次産業の割合は18.2%で、全国の39.9%と比べて低い。

【高松市産業の構成割合（2018年）】

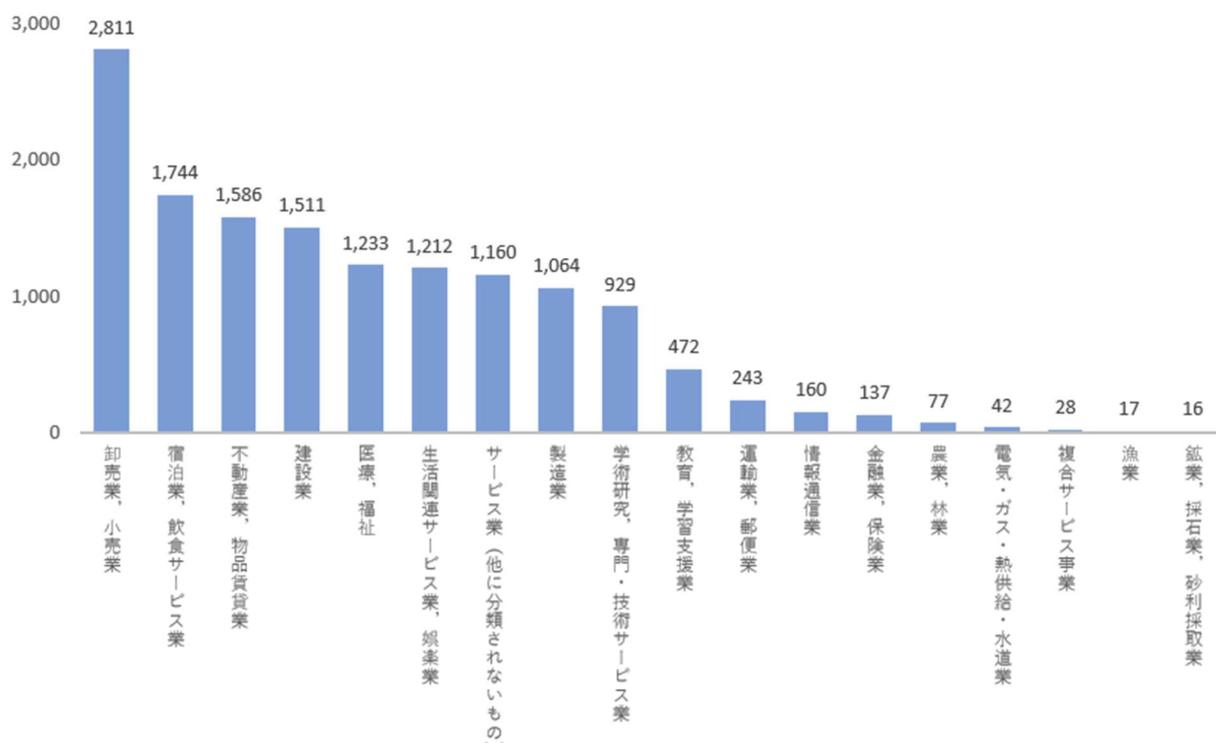


出典：RESAS地域経済分析システム

- *1 次産業・・・農業、林業、漁業など
- *2 次産業・・・製造業、建設業、工業など
- *3 次産業・・・商業、金融業、医療・福祉・教育などのサービス業や、外食産業・情報通信産業など

業種ごとの企業数を見ると、もっとも多いのは「卸売業、小売業」で、全体の19.5%を占めている。「宿泊業、飲食サービス業」が12.1%、「不動産業、物品賃貸業」が11.0%と続いている。

【高松市の業種毎の企業数（2021年）】



出典：RESAS地域経済分析システム

高松市の小規模事業者数の推移を見ると、全体では減少傾向であることがわかる。特に製造業、宿泊・飲食サービス業の減少が大きい。一方で電気・ガス・熱供給・水道業含む5つの区分では増加する結果となっている。

【高松市の業種別小規模事業所数推移】

	建設	製造	電気 ガス 熱供給 水道	情報通 信	運輸 郵便	卸売 小売	金融 保険業	不動産 物品賃 貸	学術研 究専門 技術 サービ ス	宿泊 飲食 サービ ス	生活関 連サー ビス娛 楽	教育 学習支 援	医療 福祉	合計
2009年	2,077	1,342	10	197	384	4,193	416	1,778	797	2,044	1,528	492	598	15,856
2016年	1,738	1,178	15	124	363	3,654	361	1,545	770	1,643	1,401	468	639	13,899
2021年	1,716	1,027	58	154	325	3,237	352	1,618	861	1,522	1,586	496	683	13,635
増減率	82.6%	76.5%	580.0%	78.2%	84.6%	77.2%	84.6%	91.0%	108.0%	74.5%	103.8%	100.8%	114.2%	86.0%

※増減は2009年と2021年の比較

出典：e-stat 経済センサス活動状況

(2) 課題

高松市の人口、事業所数は上記の通り減少傾向にある。人口減少と少子高齢化の進行は、社会経済活動の担い手の減少や社会保障費の増大など、様々な課題をもたらすことが懸念される。事業者を業種別に見ると、「卸売業、小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」等のサービス業が高松市には多く存在している。さらに小規模事業者数を業種別で見ると地域の高齢化に伴い「医療福祉」が増加しているものの、小規模事業者数全体では減少している。

これら地域の特性を踏まえ地域経済の活性化、雇用の維持・拡大を図るためには、新分野への進出や企業の成長の促進、創業に対する支援を実施する必要がある。また、ITやデジタル技術の活用、DX/IT推進に向けた意識向上と変革を行い、事業継続のために事業者自らが競争力を高めていく必要がある。

そのための課題は下記の通りである。

- ・経営判断の指標となる地域経済動向の正確な把握
- ・地域外へ販路を拡大するための需要動向の把握
- ・本質的な課題を把握するための経営状況の分析
- ・強みを活かして機会を捉えるために必要となる事業計画の策定
- ・伴走支援による新たな需要の開拓
- ・経営指導を行う職員の継続的な資質向上

これらの課題に対して、高松商工会議所は伴走支援を強化し、事業者が持続可能な成長を遂げるため販路拡大のためのマーケティング支援、事業計画の策定支援など、傾聴と対話を通じ、個々のニーズに応じた具体的な支援策を提供し、事業者が自走することを目指す。

(3) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年程度の期間を見据えて

人口減少、少子高齢化に伴う生産年齢の人口の減少、それに伴う後継者問題、また近年は新型コロナウイルス感染症の影響や物価高等により外部環境は大きく変化してきたところである。今後も外部環境や技術革新は早いスピードで変化することが予想される。そのような環境下において自己変革力の乏しい小規模事業者は今後の事業存続が危ぶまれる環境である。

高松市の10年後の人口は現在約41万人に対して40万人を下回ると推測され、さらなる市場縮小と競争の激化が予想される。こうした状況に対処するために「事業の持続的な発展」「主体的に計画を策定し実行すること」を目指す小規模事業者に対して、10年後を見据えた実行可能な事業計画の策定とフォローアップを行うことが重要であると考え。そのためには前項で記載の課題に加え、最新の情報や支援策を活用するために公的機関との連携や、後継者問題に対応するための事業承継支援等の取組を行い、小規模事業者の持続的な成長、地域経済の活性化を図っていくことが求められると考える。

②高松市総合計画との連動性・整合性

第7次高松市総合計画（令和6年～令和13年）は高松市が目指すべき都市像「人がつどい未来に躍動する世界都市・高松」の理念に基づき作成され市政運営の根幹をなす計画である。まちづくりの目標として以下のように6つが示されている。

- ① 誰もが自分らしく健やかに暮らせるまち
- ② 人を育み、多様な生き方が尊重されるまち
- ③ 魅力ある資源をいかし、都市の活力を創造するまち
- ④ 安全・安心に暮らせるまち
- ⑤ 都市機能と自然が調和し、快適さと利便性を兼ね備えたまち
- ⑥ さまざまな主体がつながり、ともに力を発揮できるまち

出典：第7次高松市総合計画概要版

「3、魅力ある資源をいかし、都市の活力を創造するまち」の目標において、「商工業の振興について地域経済の根幹である中小企行の経営基盤の強化を支援する必要がある、人と活力であふれる産業の振興について活性化に努める。」とされており、当所が目指す小規模事業者支援の在り方と連動性・整合性を有するものである。

③商工会議所としての役割

当商工会議所は1880年の設立以来、地域の事業者並びに地域経済の発展に努めてきた。地域の皆様の期待に応えるために令和5年度には高松商工会議所のパーパス並びに職員行動指針を策定した。この外部環境が目まぐるしく変化する中において「小規模事業者の事業継続・自己変革」へのチャレンジを支援するとともに、職員一人一人が自己研鑽に努めることで支援能力の向上を図り、企業の成長につながる支援を行うことが私たち商工会議所に求められる役割と位置付けている。

パーパス（わたしたちの存在意義）

- ・ **企業の成長と高松の未来に貢献する**

職員行動指針

1. **現場に足を運び、傾聴と提案を実践します**
2. **自己研鑽に努めスキルアップを継続します**
3. **常に最善と最新の視点を持ちます**
4. **ダイバーシティを理解し、チームプレイで対応します**
5. **行政や地域との懸け橋となります**

出典：高松商工会議所ホームページ

（4）経営発達支援事業の目標

今後も高松市が四国の中枢都市として継続して発展していく為には小規模事業者の長期的な振興が重要である。またその為の課題を小規模事業者が自ら解決していくための支援が求められている。当所ではその為に小規模事業者の伴走支援を行うことで高松市の裨益にも貢献するべく、本計画での目標を以下の①～③の通り設定する。

【目標1】小規模事業者の自立経営と競争力の向上

【目標2】伴走支援による地域内外に向けた販路拡大

【目標3】DX/IT活用を通じた競争力強化

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7年4月1日～令和12年3月31日

(2) 目標の達成に向けた方針

【目標1】小規模事業者の自立経営と競争力の向上

経営者にとって必要な地域の経済動向に関する調査を実施し、それを広く公表することで、事業の継続に必要な情報を提供する。また傾聴と対話を通じて経営者と信頼関係を構築し、財務データ等から見える表面的な経営課題だけではなく本質的な課題の把握と事業計画の策定支援を通じ、小規模事業者の自立経営と競争力の向上に寄与する。

【目標2】伴走支援による地域内外に向けた販路拡大

人口減少による国内需要の縮小と消費者の高齢化に伴う消費量の縮小というダブルの縮小が起きる中、地域外の需要を取り込み販路の拡大を図ることが重要である。しかし経営資源の乏しい多くの小規模事業者は地域外の需要を取り込むための取組を自らの力のみで行うことが難しい状況にある。個々の事業者に応じた「伴走支援」により地域内外の販路拡大につなげ、将来的には自走できるための支援を実施する。

【目標3】DX/IT活用を通じた競争力強化

経営資源が限られている小規模事業者にとって、DX/ITの導入による生産性向上は必要不可欠である。多くの小規模事業者は導入資金の確保、経営者自身や従業員のITリテラシーなどの問題で、DX/ITの推進が進んでいないのが現状である。事業者が自らDX/IT推進の必要性を理解するための支援と、導入に向けた支援を行うことで競争力の強化を図る。

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

【現状】

四半期毎に約140社を対象に「業種別業界景気動向調査」を実施している。調査項目は業況、売上、設備投資の状況等を前年比、前回調査時点との比較、近い未来の予想について回答していただいている。また調査のタイミングで動向把握が必要と思われる内容について調査項目を追加している。調査結果については当所ホームページで公開している。さらに、管内地域の経済動向についても情報提供するため、地域経済分析システム(RESAS)を活用し経済動向分析を行い、年1回公表している。

【課題】

定期的な調査を実施し調査結果の公表を行っているが、小規模事業者や支援者自身が事業計画策定時に十分な反映ができていない。

(2) 目標

項目	公表方法	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
①地域の経済動向分析公表回数(回)	HP掲載	4	4	4	4	4
②RESASを活用した経済動向調査公表回数(回)	HP掲載	1	1	1	1	1

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析

管内事業者の業況等について実態把握するために四半期毎に「業種別景気動向調査」を実施し、分析して年4回公表する。

【調査手法】メールでURLを送信しGoogleフォームで回答いただく

【調査対象】管内小規模事業者約140社(製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業、その他)

【調査項目】景気、業況、売上、資金繰り、採算、仕入単価、雇用

その他情報の収集が必要と考えられる項目について調査を行い前年、前期(直前3か月)、未来(将来3か月)との比較や集計結果を公表する。

②RESASを活用した経済動向分析

当地域での効率的な経済活性化を目指す為RESASを活用した地域の経済動向分析を行い年1回公表する。

【調査手法】RESAS等を活用し地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】人口 — 人口動態を把握することで市場規模の変化を分析

産業 — 地域産業の全体的な傾向を分析

雇用 — 有効求人倍率などを地域・産業間で比較し雇用の特徴を分析

(4) 調査結果の活用

事業者自身が事業計画を検討する際に活用できるように継続して公表をするとともに、支援者は地域の動向調査結果を反映し効果的な事業計画策定を支援する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

当所主催商談会として平成30年度より「GROWUPプログラム」を実施してきた。そこで首都圏から招いたバイヤーや、商談会に出展した際には来場したバイヤーからアンケートやヒアリング等により小規模事業者の商品、サービスの改善点等について調査を行っていた。また、一般消費者向けには丸亀街商店街において「チャレンジショップ」を実施し、商品、サービスに対する調査を行い、小規模事業者の結果を還元してきた。

【課題】

小規模事業者に対し商品、サービスに対する調査結果を共有してきたが、調査結果を踏まえた商品の改良や、ターゲットの設定など調査の効果が反映されたかが不透明である。調査結果による分析の内容等を踏まえ、事業者自らが「マーケットイン」の視点で商品、サービスの改良・改善に取り組み、販路開拓に活かしていくことが課題である。

(2) 目標

項目	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
商談会におけるニーズ調査対象事業者数(者)	15	15	15	15	15

(3) 事業内容

【商談会におけるニーズ調査の実施】

当所主催の個別商談会や他団体が主催する食品商談会等において、参加バイヤーや一般消費者が求めている商品、売れる商品、改良が必要な点についてニーズ調査を行う。

本計画では、調査結果を分析し事業者にフィードバックすることで、新商品や売れる商品開発、販路拡大につなげる。フィードバックや分析の際には経営指導員等のほか、必要な専門家の同席を行う。また、調査結果はデータベース化をし、経営指導員等間での共有を目指す。

【調査対象者】 商談会に出展した事業者 15社程度

【調査回数】 年2回程度

【調査項目①】 食品の例

I. 商品の見た目、味、価格設定、内容量、パッケージデザイン、商品デザイン

II. 市場トレンドとの整合性、消費者への売りやすさ・バイヤーとしての仕入のしやすさ、購入動機

【調査項目②】 雑貨の例

I. バイヤーの業態

II. 商品の見た目、使いやすさ、価格設定、内容量、商品デザイン

III. 市場トレンドとの整合性、消費者への売りやすさ・バイヤーとしての仕入のしやすさ、購入動機

【調査方法】 各商談会に参加し、来場バイヤーにアンケート調査を行う。

【調査回答数】 5件程度/社

【調査結果活用法】 調査結果については、集計分析のうえ出展者へフィードバックし、「マーケットイン」の視点で経営指導員や専門家がフォローアップをしながら商品開発や事業計画策定に活用し、今後の販路開拓支援に繋げる。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

巡回や窓口での対応を通じ、補助金申請等の経営相談、資金繰り等の金融相談、創業相談について小規模事業者の経営状況の分析に努めてきた。

【課題】

経営状況の分析は実施しているものの、これまでの対応は財務情報から見える課題や、各種事業計画書の作成において事業者自身が認識している課題に焦点を当てたものにとどまっている。今後は、傾聴と対話を通じて、表面的な課題にとどまらず「本質的な課題」を的確に把握し、その解決につなげることが課題である。

(2) 目標

項目	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
経営分析事業者数(者)	180	180	180	180	180

(3) 事業内容

①実施手法

資金繰り、補助金申請、創業計画策定等支援、当所主催のセミナー参加者に対してヒアリングや提供資料を基に実施する。特に必要と考えられる場合は経済産業省の「ローカルベンチマーク」「経営デザインシート」、中小機構の「経営計画つくるくん」等ソフトの活用を行う。また、特に高度な課題を持っている事業者については専門家と連携し課題の把握・解決を図っていく。

②分析を行う項目

財務面の定量的な情報だけではなく、SWOT分析等の手法を用いることで比財務面の情報についても取得し、対象事業者の事業への理解を深め、本質的な課題の把握へつなげていく。

(4) 分析結果の活用

分析結果は、当該事業者へフィードバックし、自社の強みや弱み、自身の事業の外部環境等の状況について事業者自身に認識させる。加えて事業計画策定支援が必要な事業者は分析結果を反映させた計画策定支援を実施する。

6. 事業計画の策定支援に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

これまで創業者、補助金申請者、融資相談者を中心に計画策定支援を行ってきた。そのなかで特に必要と考えられる事業者や、高度な支援が必要と考えられる事業者については各種専門家との連携により支援を行ってきた。

【課題】

事業計画の策定は補助金の採択、融資の承認が主目的ではなく、事業者が真に実行可能な計画の策定を行い、計画を理解する。また事業者が自ら実行するための事業計画の策定支援を行うことが課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業者との「傾聴と対話」を通じて事業者自らが自身の強み弱み、外部環境の機会、脅威等を理解していただく。その上で「地域の経済動向調査」「経営状況の分析」及び「需要動向調査」を踏まえ

事業者が取り組むべき課題を自ら考え事業計画へ反映させることが必要である。

計画策定事業者の内、DX/I T化について取組を行いたい事業者を対象にセミナーを開催し、さらなる競争力の向上につなげる。

(3) 目標

項目	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
① 事業計画策定事業者数(者)	60	60	60	60	60
② DX/I T関連セミナー開催(回)	1	1	1	1	1

(4) 事業内容

①事業計画策定支援

【支援対象】経営分析を行った事業者

【支援の手法】支援対象者が望む支援内容に応じた計画書の策定支援を行う。
策定段階で専門的な知識が必要となる場合は専門家と連携の上実施する。

- ・融資 公庫の融資に対応するための事業計画
- ・創業 創業計画
- ・補助金 各補助金の申請に必要な事業計画

②DX/I T関連セミナー開催

DXに関する意識醸成や基礎知識の習得を目的として開催する

【支援対象】経営分析を行った事業者、DX推進に前向きに取り組む事業者

【支援の手法】DXやI Tに関するセミナーを開催する

- (例) ECサイトの活用方法
SNSを活用した販路開拓
ChatGPTの活用

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】

各種補助金採択後や事業計画策定支援後、融資相談支援対応後に窓口、巡回、電話等により実施している。

【課題】

これまでフォローアップは実施しているものの、事業計画に対する全体的な進捗状況の把握が十分とは言えず、特に補助金を活用した場合は事務的な進捗確認にとどまっているケースが多い。事業計画終了後には、新たな経営課題が生じることが多いため、それを適切に把握し、事業者が自立して事業を継続・発展できるよう支援するフォローアップが求められる。

(2) 支援に対する考え方

表面的な状況の把握にとどまらず、計画の変更支援や新たな課題の発見も行う。また、計画に記載

された事業の実施前後の変化を、財務・非財務の両面から確認し、計画の有効性を評価するよう努める。必要に応じて、新たな課題の発見や計画の見直しなどの伴走支援を実施することで、小規模事業者へ内発的動機づけを行い、自走化に向けて潜在能力を引き出す。

(3) 目標

公表方法	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
フォローアップ対象事業者数(者)	60	60	60	60	60
フォローアップ頻度(延回数)	180	180	180	180	180
売上増加事業者数(者)	15	15	15	15	15

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、窓口、巡回等の方法によりフォローアップを実施する。事業計画策定事業者に対して、1事業者当たり年間3回のフォローアップを行うこととする。ただし事業者の計画に対する進捗が順調であると判断できる事業者に対しては訪問回数を減らす。一方、事業計画と進捗状況とがズレている場合(計画実施が何らかの理由により遅れている、停滞している等)は、訪問回数を増やし課題解決を支援することとし臨機応変に対応する。

対象事業者の内 1/4 の事業者が売上増加となることを目指し、資料での確認や聞き取り等の方法で事業計画実施後の進捗状況把握を行う。

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】

平成30年度より、「GROWUPプログラム」と題し、小規模事業者を対象とする当所主催による商談会を開催しており、事前準備として、セミナー、説明会および個別相談会を実施、商談会開催後には、効果検討会を行うなど、商談会と事前事後のフォローを一貫して行い、支援することで商談手法のスキルアップや、商品開発、販路拡大に確実に繋がられるよう実施している。

【課題】

商談会プログラムは、全体の実施期間が短く、商品のブラッシュアップを含めた商品開発から、開発した商品の販路開拓を行なうには実施期間が十分とはいえなかった。

また、バイヤーからの意見を商品開発に活かすためには、経営指導員等の支援ノウハウの蓄積が重要である。首都圏の商談会へ小規模事業者の出展支援を行ってきたが、自走できる小規模事業者が少なく、継続的に自社で商談会に出展する事業所が少なく十分なノウハウが提供できていないことも考えられる。

(2) 支援に対する考え方

経営状況の分析、事業計画策定支援を行った事業者で国内外に販路開拓を希望する小規模事業者を対象に首都圏や海外の販路を開拓できるような機会の提供、といった支援を行う。

当所単独による商談会等の開催も検討できるが、県内の団体等との共催や、四国内商工会議所の連携による商談会開催も考えられる。また、参加および出展にあたっては、小規模事業者が消費者の要

望やニーズを踏まえて商品を開発し、消費者が望むものを市場に送り込むマーケットインの考え方やノウハウを理解した上で販路開拓に結びつけることが求められるため経営指導員等、専門家による事前の情報提供や事後のフォローアップを行い継続的な伴走支援を行う。展示商談会やイベント等への出展のみで、一過性の対応に終わらない支援を行う。

D Xに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNSによる情報発信、当所が提供するECサイトの活用等、ITの有効活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や個別相談対応を行う。

(3) 目標

項目	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
① 他団体主催商談会・展示会への出展支援事業者数(者)	10	10	10	10	10
成約件数/1社	3	3	4	5	5
② 当所主催個別商談会の開催	20	20	20	20	20
成約件数/1社	5	5	7	8	10
③ 越境ECサイト商品掲載支援事業者数(者)	20	30	50	80	100
売上額(円)/1社	100,000	150,000	180,000	200,000	250,000

(4) 事業内容

①他団体主催商談会・展示会への出展支援

かがわ産業支援財団の「食品商談会」や東京で開催される「東京インターナショナル・ギフトショー」、「スーパーマーケットトレードショー」など商談会等に出展に関する情報提供や、出展の際に、事前に商談会の特性や効果的な商談方法等についてレクチャーし、出展後においても、フォローアップを行う。国内での販路開拓を行い、新たな取引開始することで売上増加につなげる。資金的に難しい事業者には小規模事業者持続化補助金等の支援も経営指導員等が行う。

②当所主催個別商談会の開催

商談会等に出展するには資金的にも、人力的にも難しい事業者を中心に、首都圏を中心とした県内外のバイヤーを招いた小規模な商談会を開催する。県内にいながらも首都圏を中心とした県外バイヤーと商談することで販路開拓だけでなく、商品に関する意見も聞くことができブラッシュアップも可能となる。商談会の事前事後を含めて経営指導員等が伴走支援を行う。

③越境ECサイトを活用した海外販路開拓支援

海外販路を開拓したいが知識的にも、人材的にも不足している事業者を対象に、越境ECをトータルで支援する「ZenGroup株式会社」とともに越境ECサイトを提供する。リスク、コストともに利用しやすくはじめやすい越境ECサイトで支援を行う。販路開拓支援による売上増加がはかれるだけでなく、いきなり海外取引は難しい事業者にとっても海外販路への足掛かりにもなりとなる。サイトの見せ方の手法等においては経営指導員等も支援を行う。

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】

運営評価委員会を設置し、外部有識者4名を委員に委嘱している。年度毎の事業成果について評価をいただき、その結果を基に次年度以降の事業の見直しを図っている。

【課題】

小規模事業者の円滑な経営発展の為に運営評価委員会で得られた意見を基にPDCAサイクルを適切に回し事業の改善を図っていく必要がある。また運営評価委員会の開催結果を地域の小規模事業者等が閲覧可能な状態にするため当所ホームページで公表（年1回）する必要がある。

(2) 事業内容

公認会計士・税理士・中小企業診断士・金融機関等の外部有識者を、共同申請者である高松市、法定経営指導員等3者以上をメンバーとして運営評価委員会を年1回開催する。本計画に記載した事業の実施状況及び成果について評価・助言をいただきPDCAサイクルを適切に回し次年度以降の改善を図る。

運営評価委員会の結果は当所ホームページで公表し管内小規模事業者等が閲覧し得る環境を整備する。

10. 経営指導員の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

ベテラン経営指導員の定年退職により長年培ったノウハウが引き継げておらず、若手や新たに入所した経営指導員及び一般職員の能力や知識に差がある。そのため経営指導員等一人ひとりの支援能力の底上げは急務である。

また、施策情報、支援内容などの情報共有が充分なされていないのが現状であり、小規模事業者が施策活用の機会を逃すことも想定され、情報共有する仕組みの再構築が必要である。

【課題】

経営指導員等の支援能力に差があり、個人の能力に依存した状況となっている。そのため、経営指導員等の個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する仕組みを構築する必要がある。また、従来の支援スタイルから「経営力再構築伴走支援」の基本姿勢の習得も充分ではないため、経営指導員等のベースアップも必須である。

(2) 事業内容

①中小企業大学校等研修会の活用

経営指導員等の支援能力向上のために、中小企業大学校が開催する経営指導員研修や、日本商工会議所が主催する研修会に加え、香川県下経営支援事業担当者研修会等に経営指導員等を派遣する。近年の小規模事業者の課題は多様化しており、事業承継、国内市場縮小、物価高騰の影響などの問題がある。それを解決するための、新分野展開や海外販路開拓、ITによる生産性向上、後継者問題など知

識が不足している状況にあり、相談者に対して満足できる対応ができていない状況にある。そのため経営指導員に加え一般職員についても受講させることにより、経営支援に対する取組姿勢を全職員で共有する。

②所内勉強会の実施

小規模事業者への支援力向上、経営指導員等の情報共有のために、所内勉強会を開催する。

勉強会のテーマは支援施策や、その時に必要な経営支援に関する情報とする。

経営指導員等が参加した研修会等の内容についても OJT として経営指導員等の前で講習を行い、共有を図っていく。勉強会では、個人に帰属しがちな支援ノウハウを組織内で共有する場とする。

また、当所が制定している資格取得支援制度を活用した中小企業診断士等資格取得を奨励、DX 支援に不可欠な IT スキルの基礎知識を習得することを目的とした「IT パスポート」全職員取得を目指す。

③同行巡回による資質向上策

経験の浅い経営指導員等については、日常の窓口相談業務及び巡回時においてベテラン経営指導員等とチームを組んで訪問することにより、小規模事業者のニーズに対する的確な助言、指導方法、「経営力再構築伴走支援」の手法を学ぶ。

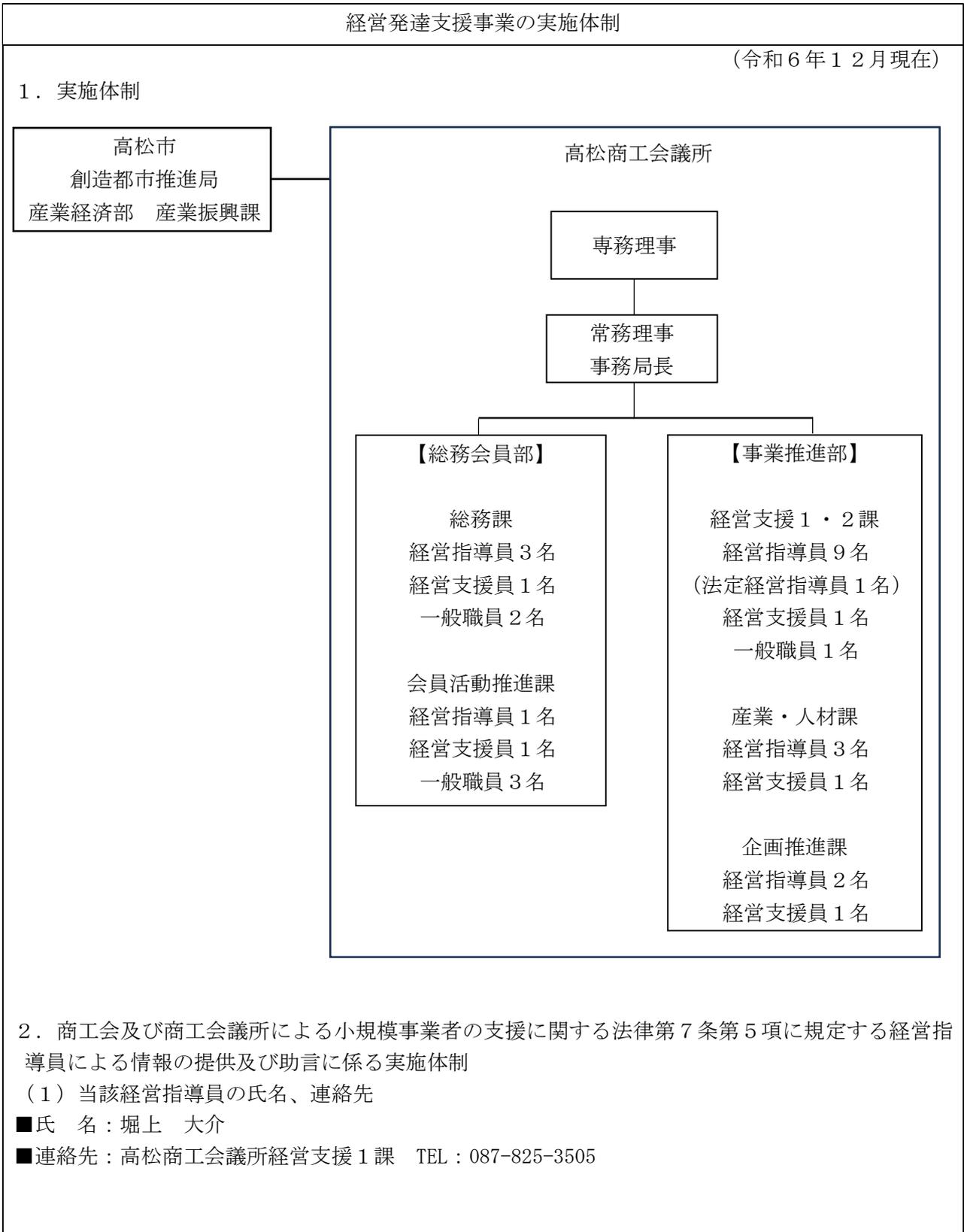
④経営指導の結果情報の共有と蓄積並びに相談マニュアルの整備による標準化

経営相談の内容、結果、経営分析等の情報を toas、Biz ミル等の支援ツールへ入力し、担当職員が異動、退職後も組織の財産として活用できるよう情報の蓄積並びに共有化を図る。

また、各種経営相談を想定したマニュアルを整備し、基本的な相談については、職員全員が対応できるよう標準化を図る。

(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行う。

(3) 商工会議所、関係市町村連絡先

①高松商工会議所

〒760-8515

香川県高松市番町二丁目2-2

TEL : 087-825-3505 / FAX : 087-825-3525

E-mail : sien@takacci.or.jp

②高松市 創造都市推進局 産業経済部 産業振興課

〒760-8571

香川県高松市番町一丁目8-15

TEL : 087-839-2411 / FAX : 087-839-2440

E-mail : shoukou@city.takamatsu.lg.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	14,800千円	14,800千円	14,800千円	14,800千円	14,800千円
専門家派遣費	800千円	800千円	800千円	800千円	800千円
講習会運営費	2,000千円	2,000千円	2,000千円	2,000千円	2,000千円
販路開拓費	8,000千円	8,000千円	8,000千円	8,000千円	8,000千円
職員資質向上	4,000千円	4,000千円	4,000千円	4,000千円	4,000千円

(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
香川県交付金、高松市負担金、出席者負担金、国補助金 等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあつては、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
① ② ③ ・ ・ ・
連携して事業を実施する者の役割
① ② ③ ・ ・ ・
連携体制図等
① ② ③