

経営発達支援計画の概要

実施者名	伊根町商工会（法人番号 2130005009476） 伊 根 町（地方公共団体コード 264636）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	経営発達支援事業の目標 ①小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現する。 ②観光産業等地域資源の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進する。 ③小規模事業者との対話と傾聴を通じて課題を設定し、小規模事業者の力を引き出すことにより、地域全体での持続的発展の取り組みへ繋げる。
事業内容	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 ・地域経済分析システム「RESAS」を活用した地域経済動向分析 ・全国商工会連合会の小規模企業景気動向調査による景気動向の調査・分析 ・調査結果を分析及び分析結果を事業計画の策定に反映 4. 需要動向調査に関すること ・顧客アンケートによる需要動向調査の実施し、新商品や新サービス開発の調査 ・調査結果を分析及び分析結果を事業計画の策定に反映 5. 経営状況の分析に関すること ・経営分析セミナーを通じ対象事業者の発掘し、定量・定性分析、内部・外部環境の項目について分析を実施 ・ローカルベンチマーク等による分析、SWOT分析による事業環境を整理 ・分析結果をフィードバックし、事業計画の策定等に活用 6. 事業計画策定支援に関すること ・経営分析をした事業者を対象とした事業計画策定セミナーを開催 ・デジタル化推進セミナー開催・IT専門家派遣の開催 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ・事業計画策定事業者の計画の進捗を定期的かつ継続的なフォローアップの実施 ・事業者が当事者意識を持ち、双方の対話を通じて一緒に考え、自走化を推進 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ・事業計画策定事業者を対象とした物産展・商談会等出展支援の実施 ・情報通信技術を活用した新たな需要開拓支援の実施
連絡先	伊根町商工会 〒626-0424 京都府与謝郡伊根町字亀島 429 TEL:0772-32-0302 FAX:0772-32-1065 E-mail:ine-sci@kyoto-fsci.or.jp 伊根町企画観光課 〒626-0493 京都府与謝郡伊根町字日出 651 TEL:0772-32-0502 FAX:0772-32-1333 E-mail:info@town.ine.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) 地域の現状及び課題

① 現状

・立地

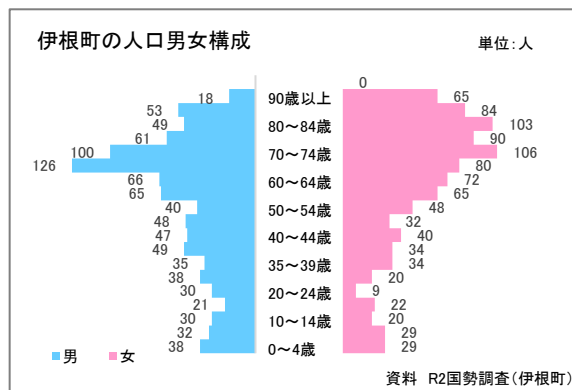
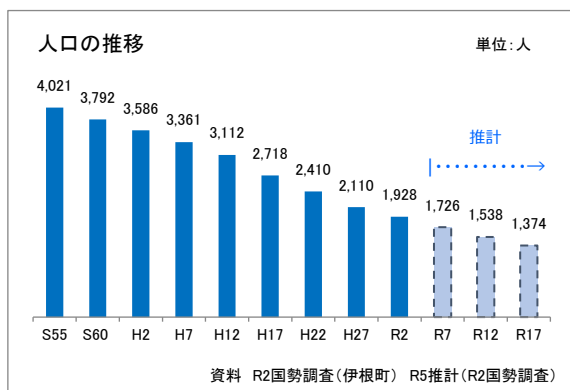
伊根町は京都府北部の丹後半島北端に位置し、北と東は日本海に面し、南は宮津市、西は京丹後市に隣接している。総面積は61.95km²で約8割を森林が占め、内陸部には二級河川の「筒川」を中心に農地が広がり、海岸線沿いの僅かな平地に漁業集落が点在している。

地域資源として、伊根地区(伊根浦)には船の収納庫の上に居住空間を備えた建築物の「舟屋」が伊根湾に沿って約230軒建ち並び、平成17年7月に漁村として初めて国の重要伝統的建造物群保存地区に選定され、「世界で最も美しい湾クラブ」や「日本で最も美しい村」連合にも加盟、浦嶋伝説や徐福伝説など観光、文化的付加価値を有している。



・人口

人口は、昭和30年代から約4分の1まで減少し、1,871人(令和6年10月現在)となり、京都府内において2番目に小さな町である。減少の要因として、高等学校卒業時の進学や都市部への就職に伴う転出、就業先への通勤時間の短縮や日常生活の不便さから若年層の近隣市町への居住地移転が挙げられ、また65歳以上が占める高齢化率は48.5%(令和2年10月時点)と全国水準を大きく上回り、人口減少と高齢化が進んでいる状況である。しかし、京都府がまとめる3カ年平均の統計指標では、合計特殊出生率2.64と京都府下で突出して高い数値になっており、徐々に子育て施策の効果もあり、以前に推計された人口減少速度より鈍化している。



・産業

近世では鯨漁・イルカ漁を営み、特に伊根鰯は日本三大鰯漁場として恵まれ、「天下の札物」と珍重されていた。昭和25年前後の数年、鰯の豊漁が続き莫大な富をもたらしたが、この頃をピークに不漁が続き衰退していった。基幹産業として経済を支えてきた漁業は、海産資源の減少と魚価の低迷により、平成13年に中型巻き網漁業(伊根漁業協同組合)の廃業、平成19年には大型定置網漁業(本庄漁業生産組合)の廃業と相次ぎ、地域産業に大きな影響を与えた。また、漁業従事者の高齢化が進んでおり、一部移住者の漁業就業はあるものの、不規則や重労働のイメージや専業漁業での採算懸念から、後継者不足も深刻な状況である。

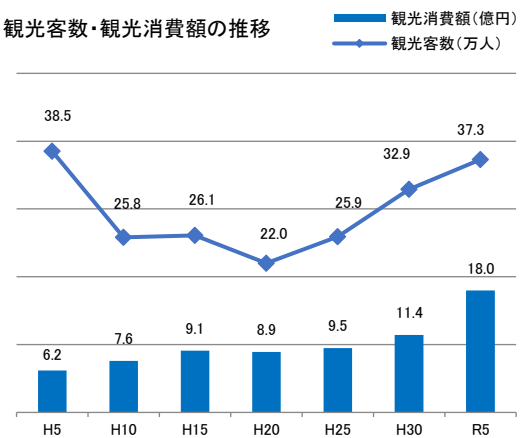
商工観光業では、伊根町を舞台とした映画「釣りバカ日誌5」(平成4年)やNHK連続テレビ小説「ええにょぼ」(平成5年)の放映を境に、観光入込客数がそれまでの約17万人から38万人と倍増し、それをピークに25万人前後を推移していたが、平成17年に国の重要伝統的建造物群保存地区に選定、平成27年に京都縦貫自動車道の全線開通、平成29年に海の京都事業である伊根町観光交流施設「舟屋日和」の竣工、平成30年には伊根浦公園前に伊根町観光案内所を移転するなど、観光交流人口が一層促進され、観光客へのサービス機能が強化されたこと、近年の訪日外国人旅行者インバウンド需要を背景に、観光客数は当時のピークの38万人に近づき、観光消費額においては当時の3倍となるなど、伊根町の観光産業の成長は伊根町の活力の源泉となっている。(新型コロナウイルス拡大時期を除く)

事業所数(公務・教育を除く)は、第1次産業(漁業)の衰退、製造業の織物業は、高度経済成長期から昭和50年代には高級絹織物丹後ちりめんの生産を担う賃機織物業者が300事業者を超え、また西陣メーカーの伊根工場生産時には多くの女性が就労していたが、バブル崩壊を境として賃機織物業の相次ぎ廃業となり、令和5年には数事業者となり、小規模事業者の減少の象徴となった。建設業(特に建築業)は、伊根浦地域における舟屋群の景観保全に伴う住宅改修、また観光客向け宿泊所や飲食店の開業に伴う店舗開設や改修により一定の民需があり、現存する事業所の寡占状態となっている。小売業は近隣市町の大店や注文型宅配等に購買力が流出し、事業所数の減少が続いている。

全体として、人口減少、若年層の町外流出及び少子高齢化という大きな悪循環の現状の中で、小規模事業者においても経営者の高齢化、後継者不足などによる廃業が深刻化している。

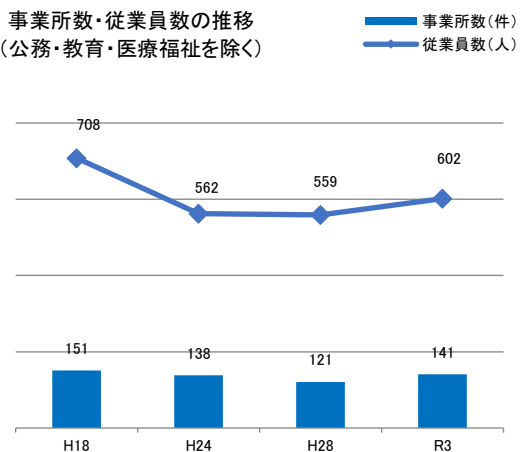
事業所の構成は大きく変わらないが、増加した事業所の業種では、ノンペイドパブリシティによる認知度向上やインバウンド需要等の観光客の増加を受け、宿泊・飲食業(舟屋を活用した簡易宿所)、生活娯楽業(観光案内、観光遊覧船、遊漁船)といった観光関連業種となっており、将来性、収益性ともに期待値が高く、創業意欲も旺盛となっている。従業員数は、近年の事業所の増加に比例し、サービス業関連で若干の増加傾向となっている。

観光客数・観光消費額の推移



資料 伊根町観光客数・消費額の推移

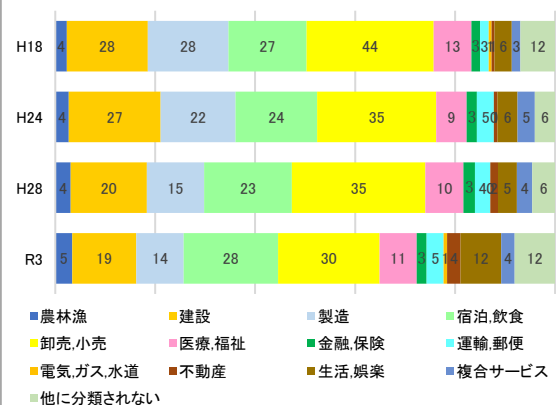
事業所数・従業員数の推移
(公務・教育・医療福祉を除く)



資料 総務省統計局 経済センサス

産業別事業所数の推移 (公務・教育除く)

単位: 事業所

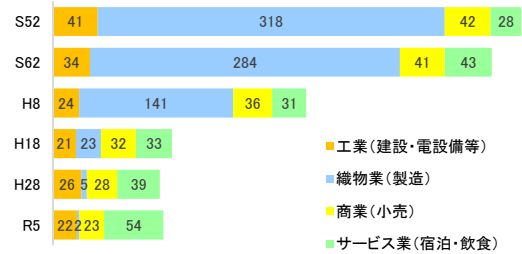


資料 総務省統計局 経済センサス

小規模事業者の推移についても、織物業が最盛期であった昭和50年代は小規模事業者の約7割を占め、バブル崩壊を境に急激に減少する。

現在、管内小規模事業者の割合は9割を超え、平成28年以降増加している観光関連サービス業についても、事業規模が小さく、家族経営や短時間労働者で経営する事業者が多い。小規模事業者数の減少幅の鈍化とともに、事業者による多角経営及び多店舗経営による店舗数の増加傾向も見受けられる。また、一部では業績好調や従業員の処遇改善などを理由に法人化する動きもある。

小規模事業者(業種別)の推移



資料 商工会実態調査

・交通

公共交通は、伊根町内に駅はなく、最寄りの駅は宮津市の天橋立駅となる。京都市内とは、京都縦貫自動車道(高速道路)を利用し、与謝天橋立ICを経由して車で約2時間の総所要時間の距離となる。伊根町内には、令和4年から再生可能エネルギーを活用した予約型乗合交通として「いねタク」(事業名称)が運行され、高齢者を中心とした住民の方の町内移動や観光客の宿泊所、飲食店また観光名所などの移動に利用することができる。



②課題

○親族内若手後継者への事業承継

過去約10年間の事業所数は140事業所(公務・教育・医療福祉を除く)で、観光サービス業種の事業所増加も寄与し著しい事業所数の減少はないものの、事業主の高齢化は進み事業承継を検討するも、経内部環境の変化による業績不安や親族内での当事者同士のコミュニケーション不足等により、若手後継者への事業承継が進んでいないことが課題となっている。

○デジタル技術の活用による労働生産性の向上

労働人口の高齢化、若年者の町外流出等による人手不足の中で、一部では外国人労働者の受け入れにより補っているものの、今後の労働人口の更なる減少、労働者の最低賃金の引上げや働き方改革による労働時間の短縮に対応するため、収益拡大と雇用維持の両面から、デジタル技術の活用による労働生産性の向上が課題となっている。

○成長する観光産業の効果を町全体へ波及させる地域振興

伊根町により多くの観光客の方に訪れてもらうため、地域資源である「舟屋」を核とした食や滞在型観光など魅力ある観光づくりを推進する中で、舟屋群のある地域の活性化に留まらず、町全体へ波及する地域振興の推進が課題となっている。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

伊根町は、第6次伊根町総合計画において、暮らす人、訪れる人、つながる人の「みんなで創る ええまち」を目指す将来像とし、産業振興及び商工観光分野では豊かで住みよい・ええまちと題し、第1次産業となる担い手支援、6次産業化推進による販売促進支援、商工業と農林漁業が連携した観光振興の推進、商工会が行う事業者の経営改善支援、新たな起業支援に取り組むこととしている。

伊根町商工会においても、第6次伊根町総合計画における産業振興及び商工観光分野の方針を踏まえ、小規模事業者が社会経済情勢の変化に対応したビジネスモデルの確立、地域資源を活用した積極的な販路拡大への取り組み、円滑な事業承継、また、地域経済の活力の源泉となる新たな起業家に対する産業競争力強化法に基づく創業支援を推進することを長期的な振興のあり方として掲げる。

② 伊根町の第6次総合計画との連動性・整合性

第6次伊根町総合計画(令和2年3月制定)では、基本構想を10年間の長期的な展望をもった継続性のあるまちづくりの指針とし、伊根町は、暮らす人、訪れる人、つながる人の「みんなで創る ええまち」を目指す将来像として掲げている。

また、基本計画を5年ずつ前期(令和2年度～)と後期(令和7年度～)に分け、6つの分野ごとに取り組む具体的施策を推進し、「豊かで住みよい・ええまち」と題し、政策分野6「産業振興」及び政策分野7「商工観光」に記載の代表的なものとして、経営改善の推進等の事業者支援、新たな起業を促進する起業支援、農林水産業と観光産業の連携による経済波及の推進などを振興施策としている。

伊根町商工会は、第6次伊根町総合計画に沿って、伊根町と情報共有や商工施策の連携を図りながら、経営力再構築伴走型支援を実施することで連動性、整合性を図る。但し、現在策定中の第6次伊根町総合計画(後期)が新たに制定された際には、その計画に沿った連動性、整合性を図る。

③ 伊根町商工会としての役割

伊根町商工会は、行政、関係支援機関等と連携しながら、地域の小規模事業者の身近な相談所として、現地現場主義に立ち、双方向的な対話と傾聴を通じて「一緒に考えていく」姿勢を重視し、経営課題の解決に取り組み、側面的な伴走型支援を実施する。小規模事業者の持続的発展に向けた支援を通じて、雇用の確保や創出、交流人口の増加を実現することにより、地域経済への裨益や地域創生、活力向上に寄与する。

(3) 経営発達支援事業の目標

地域経済の現状と課題、小規模事業者に対する長期的な振興のあり方及び伊根町総合計画との連動を踏まえて、下記の通り目標を掲げ、経営発達支援事業を実施する。

① 小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現する。

② 観光産業等地域資源の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進する。

③ 小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取り組みへ繋げる。

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) 経営発達支援事業の内容

① 小規模事業者の自立的な経営力強化による事業継続を実現する。

環境変化に対応し業務改善を図っていく上で、財務データ等の表面的な経営課題だけでなく、事業者との対話と傾聴を通じて、本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置き、本質的課題を反映させた事業計画策定の支援を行う。また、将来的な自走化を目指し、多様な課題解決ツールの活用提案を行いながら、事業者が深い納得感を持ち、自らが事業計画を実行していくための支援を行う。

② 観光産業等地域資源の魅力を活かし、地域のにぎわいづくりを推進する。

伊根町第6次総合計画に基づき、地域資源である「伊根の舟屋」を核として、地域特産品・サービスの開発・改善を支援し、IT技術を利用した提供方法の推進や農林水産業と商工観光業が連携した販路開拓の支援等を通じて、域外需要を呼び込める魅力あふれる地域づくりに貢献する。

③ 小規模事業者との対話と傾聴を通じて、個々の課題を設定した上で、地域経済を支える小規模事業者の力を引き出し、地域全体での持続的発展の取組みへ繋げる。

人口減少社会において地域経済の維持、持続的発展に取り組む上で、地域を支える個々の小規模事業者への経営課題の設定から課題解決の伴走において、経営者や従業員との対話を通じて潜在力を引き出すことにより、個社にとどまらず地域全体で課題に向き合い、経営者の自走化のための内発的動機付けを行い、潜在力を引き出す伴走支援を推進する。

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) 現状及び課題

・現状

全国商工会連合会及び京都府商工会連合会が行う「中小企業景況調査」によって、管内の経済・景気動向等を調査している。管内の経済動向の調査結果を業種別など詳細な分析するまでに至っておらず、管内小規模事業者に広く周知、公表できていない。

・課題

これまで活用できていなかったビッグデータを活用し、業種・規模ごとに有益と考えられる情報項目を収集・整理・分析する。また、景気動向調査についても独自調査項目を追加し調査分析する。それぞれ改善した上で、調査結果を広く周知、公表し、小規模事業者が活用しやすい情報を提供する。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	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の公表回数	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
② 景気動向分析の公表回数	HP掲載	1回	4回	4回	4回	4回	4回

(3)事業内容

①地域の経済動向調査

当地域の事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すため、経営支援員等が「RESAS」(地域経済分析システム)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】 経営支援員等が地域経済分析システム「RESAS」を活用した地域経済動向分析を行う。

【調査項目】 地域経済循環マップ・生産分析 → 何で稼いでいるか等を分析

まちづくりマップ・From to 分析 → 人の動き等を分析

産業構造マップ → 産業の現状等を分析

上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②景気動向分析

管内の景気動向等について詳細な実態を把握するため、全国商工会連合会が行う「小規模企業景気動向調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について年4回調査・分析を行う。

【調査手法】 調査票を郵送し返信用封筒で回収する。

経営支援員等が回収したデータを整理し、外部専門家と連携し分析を行う。

【調査対象】 管内小規模事業者(製造業、建設業、小売業、サービス業から30事業所)

【調査項目】 売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資等

(4)調査結果の活用

○調査した結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。

○経営支援員が巡回・窓口相談の際の参考資料とする。

○事業計画策定支援において外部環境分析資料として活用を図る。

4. 需要動向調査に関すること

(1)現状及び課題

・現状

日常的に業種・業界動向の情報収集は実施しているが、情報収集に留まり、事業者へは発信できていない。また、経営分析や事業計画の策定等において活用効果の高い情報は得ていなかった。

・課題

商品開発等に取り組む小規模事業者に対して、よりの確な需要動向調査を実施し、収集、整理、分析情報を改善した上で調査対象事業者へ提供し、商品開発や販売計画の作成に活用する。

(2)目標

項目	現行	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
調査対象事業者	2事業者	2事業者	2事業者	2事業者	2事業者	2事業者

(3)事業内容

顧客アンケートによる需要動向調査を実施し、新商品や新サービス提供の認知度向上・商品開発、特産品を活用した飲食事業者等の新たなメニューの開発を支援・調査を行う。新たなメニューに対する調査結果を分析した上で当該事業者にフィードバックすることで、新商品や新サービス提供に反映させる。また、当該調査の分析結果を事業計画の策定に反映する。

- 【対象事業者】 特産品既存商品のリニューアル、新商品（飲食等）の開発を計画する小規模事業者
- 【サンプル数】 1事業者あたり30件（回収率を50%想定）
- 【調査方法】 商品発送時の同封お客様へ向けたアンケート調査（郵送による回収）、お客様へのメールによるアンケート調査、集客観光施設（道の駅舟屋の里伊根、伊根町観光交流施設等）でのアンケート調査など、事業者に適した方法で調査を実施する。
- 【分析方法】 調査結果を商品開発等の専門家に意見を聞きつつ、経営支援員等が分析を行う。
- 【調査項目】 満足度、利便性、機能性、味、硬さ、色、大きさ、価格、パッケージ等

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状及び課題

・現状

経営支援員が、税務・金融等の相談の際に小規模事業者から提供された財務諸表等により、補助金等申請の際に行う経営状況の把握、財務分析等の資料作成に留まり、具体的な活用に至っていない。

・課題

小規模事業者にとって、税務申告、融資返済計画、補助金申請書等の作成が目的化しているため、今後は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、経営分析及び事業計画策定の必要性や重要性を理解してもらい、経営分析への意識づけや積極的な取り組みを推進する。

(2) 目標

項目	現行	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セミナー開催件数	-	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析事業者数	3事業者	3事業者	3事業者	3事業者	3事業者	3事業者

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の発掘（経営分析セミナーの開催）

セミナーの開催を通じて、自社の経営課題等を把握し、事業計画の策定等への活用について理解を深めるとともに、対象事業者の掘り起こしを行う。

【募集方法】 チラシを作成配布、ホームページで広く周知、巡回・窓口相談時に案内する。

【参加者数】 6事業者程度

②経営分析の内容

【対象者】 セミナー参加者の中から、意欲的で販路拡大の可能性の高い3事業者を選定する。

【分析項目】 定量分析の「財務分析」と、定性分析の「非財務分析」の双方を行う。

定量分析（財務分析）・・・収益性、生産性、安全性及び成長性を分析する。

定性分析（非財務分析）・・・対話を通じて、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

内部環境・・・商品・サービス、仕入れ先（取引先）、サービス・技術ノウハウ、人材組織、デジタル化・ITの活用、事業計画の策定・運用状況等

外部環境・・・商圏内の人口・人流、競合、業界動向等

【分析手法】 事業者の状況に合わせて、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」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。

(4) 調査結果の活用

- 分析結果は当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
- 分析結果をデータベース化するとともに経営カルテにて管理し、内部共有することで、経営支援員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状及び課題

・現状

今までは、融資返済計画及び補助金等申請の際に、求められる事業計画の策定に留まっていたため、実現可能性が低く、経営改善に繋げるようなものではなかった。

・課題

多くの小規模事業者が融資返済計画及び補助金等申請の相談に伴う事業計画の策定に必要なものといった認識をもっており、事業計画策定の裾野を広げ、地域の小規模事業者全体へ意義や理解が浸透するようセミナー開催方法を見直すなど、改善した上で実施する。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を漠然と説明しても、実質的な行動や意識変化には繋がりにくいため、事業計画策定セミナーのカリキュラムを工夫することにより、経営分析を行った6割程度の事業者を対象に事業計画策定を目指す。また、各種補助金申請の際に経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定に繋げていく。

セミナー・巡回を通じて、自ら経営分析を行い、事業者が自社の強み・弱みなどに気づき、現状を正しく認識した上で、分析に基づき、事業者が当事者意識をもって課題に向き合い、事業計画策定に能動的に取り組むため、対話と傾聴を通じて最適な意思決定のサポートを行う。

尚、事業計画策定にあたっては、「地域経済動向調査」「需要動向調査」及び「経営状況分析」を踏まえた計画策定支援を実施する。

(3) 目標

項目	現行	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事業計画策定セミナー	-	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	-	2事業者	2事業者	2事業者	2事業者	2事業者
②デジタル化推進セミナー	-	1回	1回	1回	1回	1回

(4) 事業内容

①「事業計画策定セミナー」の開催

経営分析セミナーに参加し、経営分析をした事業者を対象とした事業計画策定セミナーを開催する。

【支援対象】 経営分析を行った事業者

【支援手法】 事業計画策定セミナーの受講者に対し、経営支援員が伴走支援し、外部専門家(中小企業診断士等)も交えて確実に事業計画の策定に繋げていく。

【募集方法】 開催案内チラシ(郵送)、ホームページ、巡回時に案内する。

【回数】 1回

【カリキュラム】 事業計画策定の基礎知識、役割、策定ポイント、活用事例等

【参加者数】 3名程度

②「デジタル化推進セミナー・個別相談会」の開催及び「IT専門家派遣」の実施

デジタル化に関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にITツールの導入や、Webサイト構築等の取り組みを推進していくためにセミナーや個別相談会等を開催する。

【支援対象】 管内小規模事業者

【募集方法】 開催案内チラシ(郵送)、ホームページ、巡回時に案内する。

【講師】 中小企業診断士、ITコーディネーター等

【回数】 1回

【カリキュラム】 デジタル関連技術（クラウドサービス、AI等）やクラウド型顧客管理ツールの紹介、SNSを活用した情報発信方法、具体的な活動事例等

【参加者数】 5名程度

また、セミナーを受講した事業者の中から取り組み意欲の高い事業者に対しては、経営支援員等による相談対応を行う中で必要に応じてIT専門家派遣を実施する。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状及び課題

・現状

今までは、小規模事業者の融資実行後の確認や補助金を活用した事業の完了確認に留まり、計画的なフォローアップ支援ができておらず、その後の具体的な事業の進捗、計画の妥当性については確認・検証できていない。

・課題

限られた人員と支援体制の中で、支援頻度が不定期で、支援内容や経営力向上のためのフォローアップも十分とは言えず、計画策定したすべての事業者の実施支援を行うため、訪問頻度や目標設定を改善した上で実施する。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況や事業者の課題等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障がない事業者を見極めた上で、フォローアップ頻度を設定する。

自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見出すこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで現場レベルにて当事者意識を持って取り組むことなど、計画の進捗フォローアップを通じて経営者への内発的動機付けを行い、潜在力の発揮に繋げる。

(3) 目標

項目	現行	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	-	2事業者	2事業者	2事業者	2事業者	2事業者
頻度(延べ回数)	-	10回	10回	10回	10回	10回
売上増加事業者数	-	1事業者	1事業者	1事業者	1事業者	1事業者
利益率3%以上増加の 事業者数	-	1事業者	1事業者	1事業者	1事業者	1事業者

(4)事業内容

事業計画を策定した事業者を対象として、経営支援員が事業所ごとに作成したフォローアップシートを用いて巡回訪問等を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを行う。

その頻度については、事業計画策定2事業者のうち1事業者は2カ月に1回とし、1事業者は四半期に1回とする。ただし、事業者からの申出等により、臨機応変に対応する。

尚、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、他の経営支援員や外部専門家など第3者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

・1事業者(2カ月1回) ⇒ 1事業者×6回 = 6回

・1事業者(4半期1回) ⇒ 1事業者×4回 = 4回 合計10回

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1)現状及び課題

・現状

これまでの小規模事業者に対する需要開拓支援は、各種展示会・商談会への出展を紹介し、周知する程度であった。また、インターネット販売等の支援においても、ITを活用したDX支援ができていなかった。そのため、需要開拓支援に関する支援効果の測定効果も行っていない。

・課題

管内小規模事業者は高齢化・人材不足等の理由に、ITを利用した販売開拓等のDXに向けた取り組みが進んでおらず、近隣の限られた範囲での販促活動に留まっている事業所が多い。今後はデジタル化の推進による販路開拓の必要性を理解・認識してもらい、その取り組みを支援していく必要がある。

(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意欲ある事業者を対象に販路開拓の支援を実施する。本会が独自での展示会等開催は困難なため、全国商工会連合会及び京都府商工会連合会と連携し、大都市圏で開催される既存の物産展等を中心に出席を目指す。出席にあたっては、経営支援員等が事前・事後の出席支援を行うとともに、出席期間中には陳列・接客など、きめ細かな伴走支援を行う。

デジタル化に向けた取り組みとして、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS情報発信、ECサイトの利用等、IT活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど事業者の段階に合った支援を行う。

(3)目標

項目	現行	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物産展出店事業者数 (売上額／事業者)	-	2事業者 (10万円)	2事業者 (10万円)	2事業者 (10万円)	2事業者 (10万円)	2事業者 (10万円)
②商談会出店事業者数 (成約件数／事業者)	-	2事業者 (1件)	2事業者 (1件)	2事業者 (1件)	2事業者 (1件)	2事業者 (1件)
③SNS活用事業者数 (売上増加率／事業者)	-	3事業者 (5%)	3事業者 (5%)	3事業者 (5%)	3事業者 (5%)	3事業者 (5%)
④ネットショップ開設数 (売上増加率／事業者)	-	1事業者 (5%)	1事業者 (5%)	1事業者 (5%)	1事業者 (5%)	1事業者 (5%)

(4)事業内容

①物産展出展事業(BtoC)

事業計画を策定した意欲ある事業者(小売・食品加工業等)に対し、全国ニッポン物産展(全国商工会連合会主催・例年11月に東京都で開催・来場者約8万人・出展約200事業者)に優先的に出展する。その際、販売促進に繋がる出展空間の演出、商品パッケージ、陳列等について経営支援員等が支援を行う。首都圏の消費者へ直接PRする機会に加え、来場するバイヤー等との商談もできる機会もあるため新たな需要の開拓の効果を見込んでいる。

②商談会参加事業(BtoB)

事業計画を策定した意欲ある事業者(食品加工業等)に対し、グルメショー秋(㈱ビジネスガイド社主催・例年9月に東京都で開催・来場者約3万人・出展約330事業者)に京都府商工会連合会と連携した出展をする。その際、事前にFCPシート作成支援や効果的なプレゼンテーションができるよう研修を実施し、事後には商談相手へのアプローチ支援等、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。当該商談会に来場するバイヤーは、パーソナルギフト需要に合わせた小ロット、高付加価値な商材を求める傾向があり、小規模事業者がもつ商品や供給量に合った商談となり、多くの商談成立を見込んでいる。

③SNSの活用(BtoC)

観光事業者(飲食・小売業等)に対し、様々な階層に応じた購買意欲を訴求するSNSや、SEO対策で効果的な動画ツールを活用し、認知度・宣伝効果を向上させる支援を重点的に行う。現状の近隣商圏からインバウンド需要や広い商圏での新たな需要の開拓の効果を見込んでいる。

④自社HPIによるネットショップ開設(BtoC)

観光事業者(飲食・小売業等)に対し、ネットショップの開設から、比較優位性のある商品・ページ構成・外国語表記ページ・PR方法等について、WEB専門会社やITベンダー等と連携したセミナーの開催や、開設後にはIT専門家の派遣を行い継続した支援を行う。情報発信に強みのあるSNSと連動することにより、インバウンド需要や広い商圏での新たな需要の開拓の効果を見込んでいる。

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)現状及び課題

・現状

年度事業終了時に、外部有識者で構成された事業評価委員会を年1回開催し、事業の実施状況、事業成果の評価を行い、評価結果を当会理事会に報告した上で、ホームページで公開している。

・課題

現状では、実績報告の総合的な事業評価となっており、経営発達支援の軽微な改善点や事業ごとの具体的な内容について踏み込んだ協議ができるように改善する必要がある。

(2)事業内容

- 外部有識者(中小企業診断士)、京都北都信用金庫伊根支店長、伊根町企画観光課担当者、本会法定経営指導員等をメンバーとする「事業評価委員会」を年1回開催し、事業の進捗状況等の評価を行い、事業ごとに具体的な改善内容等を提案して協議することで、次年度への改善対応を図る。
- 事業評価委員会の評価結果は、伊根町商工会ホームページに掲載し、地域の小規模事業者等が常に関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) 現状及び課題

・現状

経営支援員が、中小企業大学校及び京都府商工会連合会等が主催する経営支援員研修会へ積極的に参加し、全職員相互間での定期的な情報交換を行い、スキルアップを図っている。

・課題

今後は、研修・習得した内容を支援現場において、より実践的なものとして活用できていないこと、また支援する側のDX化が進んでいないことが課題である。

(2) 事業内容

① 外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー】

経営支援員及び一般職員を対象として、支援能力の一層の向上を目的に、中小企業庁及び京都府商工会連合会が主催する経営支援能力向上に資するセミナーに対し、計画的に派遣する。

【コミュニケーション能力向上セミナー】

経営支援員及び一般職員を対象として、コミュニケーション能力の向上を目的としたセミナーを受講することにより、コミュニケーション及び支援の基本姿勢(対話と傾聴)の習得・向上を図り、事業者との対話を通じた本質的課題の掘り下げの実践に繋げる。

【DX推進に向けたセミナー】

経営支援員及び一般職員を対象として、ITスキルの向上を目的に、ニーズに合わせたDXの相談・指導を可能にするため、下記のようなDX推進に向けたセミナーに積極的に参加する。

＜DXに向けたIT・デジタル化の取り組み＞

ア) 事業者にとって内向け(業務効率化等)の取り組み

RPAシステム、クラウド会計、オンライン会議対応、業務デジタル化、情報セキュリティ対策等

イ) 事業者にとって外向け(需要開拓等)の取り組み

ホームページ等を活用した情報発信方法、ECサイト構築・運用、SNSを活用した広報等

ウ) その他取り組み

オンラインによる経営指導、事例のオンライン共有、チャットツール導入等

① OJT制度の導入

経験年数の浅い職員が未経験の分野、事例等の支援が発生した際、支援経験の豊富な職員が巡回指導等の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③ 職員間の定期ミーティングの開催

毎月開催している職員ミーティング(月1回、年間12回)を継続し、現在の支援案件について現状報告と今後の支援の確認を行い情報共有することで、組織全体の支援能力の向上を図る。また、外部研修会等において得た情報や習得した知識の情報共有を図ることで、支援ノウハウ等の共有を図る。

④ データベース化

担当経営支援員等が経営支援システム上のデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようにするとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

(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11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）	
法定経営指導員 1名 経営支援員 1名 一般職員 1名 伊根町 企画観光課	
(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：亀井 徹 ■連絡先：伊根町商工会 TEL：0772-32-0302	
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／関係市町村連絡先	
①商工会 〒626-0424 京都府与謝郡伊根町字亀島 429 伊根町商工会 TEL：0772-32-0302 FAX：0772-32-1065 E-mail：ine-sci@kyoto-fsci.or.jp	
②関係市町村 〒626-0493 京都府与謝郡伊根町字日出 651 伊根町企画観光課 TEL：0772-32-0502 FAX：0772-32-1333 E-mail：info@town.ine.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 1 0 年度	令和 1 1 年度
必要な資金の額	1, 6 0 0	1, 6 0 0	1, 6 0 0	1, 6 0 0	1, 6 0 0
セミナー事業費	7 0 0	7 0 0	7 0 0	7 0 0	7 0 0
協議会運営費	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0	1 0 0
専門家派遣費	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0	3 0 0
地域振興事業費	5 0 0	5 0 0	5 0 0	5 0 0	5 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、京都府補助金、伊根町補助金 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