

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	安来商工会議所（法人番号7280005002478）
実施期間	平成31年4月1日～平成36年3月31日（5年間）
目標	<p>「売上の減少」「商圈の衰退」「小規模事業者の減少」等、小規模事業者を取り巻く環境厳しくなる状況下、管内の小規模事業者の持続的発展に向けた経営発達支援事業を計画かつ着実に実施してまいります。</p> <p>経営発達支援事業を実施するにあたり、島根県、安来市、その他関係支援機関と密接に連携し、小規模事業者への事業計画策定、販路開拓、創業・経営革新や事業承継の推進、地域経済振興事業の支援を取り組んでまいります。</p>
事業内容	<p>1. 経営発達支援事業の内容</p> <p>①地域の経済動向調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の経済動向について、四半期毎に調査・分析を行い、各業種の経営状況を把握し、景況動向を情報提供致します。 <p>②小規模事業者の経営状況の分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者が抱える問題を巡回訪問等によりの確に捉え、現在の経営状態・今後の方向性を導く経営分析を行います。 <p>③事業計画の策定支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者が経営の持続的発展を図るために必要な経営計画を策定します。 ・創業希望者の発掘・創業に向けての支援計画を策定します。また、第二創業・経営革新を積極的に推進・支援します。 <p>④事業計画策定後の実施支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定後のフォローアップについて、関係諸団体と連携しながら指導・助言を行い、事業の持続的発展を図っていきます。 ・創業・第二創業後の支援について、事業を軌道に乗せていくためのフォローアップを行います。 <p>⑤需要動向調査の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業者の販売する商品・サービス等のテストマーケティングを実施し情報の収集、整理、分析を行います。 ・展示会に出展する小規模事業者が行うアンケート調査の策定支援を実施します。 <p>⑥需要の開拓に寄与する事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販路拡大のためのメディア戦略支援を実施します。 ・県内外で開催する展示会・商談会の出展に係る支援を行います。 <p style="padding-left: 20px;">「島根ふるさとフェア」、「ビジネスマッチング商談・展示会」</p> <p>2. 地域経済の活性化に対する取組</p> <ul style="list-style-type: none"> －安来市内関係機関と連携したPR活動の実施－ ・地元食材を活かした「新・ご当地グルメ」開発 －地元商店街活性化に対する取り組み－ ・「まちゼミ」における活性化プランの提言及び具現化に向けた取り組み
連絡先	<p>〒692-0011 島根県安来市安来町 878-8</p> <p>T E L 0854-22-2380 F A X 0854-23-2314</p> <p>U R L ://www.yasugi-cci.jp/</p> <p>E-Mail:ycci.tx.miracle.ne.jp</p>

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

□地域の状況

安来商工会議所がある安来市は島根県の東部、鳥取県との県境に位置し、東は米子市・南部町、南は日南町（以上鳥取県）・奥出雲町、西は松江市・雲南市に接しています。

市域は東西およそ 22 km、南北およそ 28 km で、面積は 420.93 km²と広い。

南部は中国山地に連なる豊かな緑に覆われ、そこを源流として中海に注ぐ飯梨川・伯太川全流域が

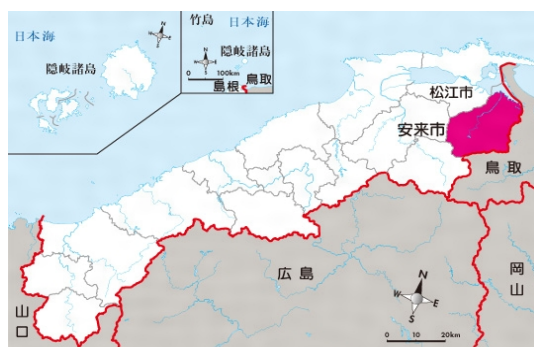
市域に含まれる。下流域に形成された三角州には広大な耕地が広がり、上流域には豊かな森林と県東部の水瓶としての機能を果たす布部ダム・山佐ダムがある。

商工会議所エリア内の人口 28,245 人、面積 129 km²（安来市全体 40,632 人、420.93 km²）となっており、支援エリアの面積は安来市内の 30%程度である。

基幹産業は日立金属安来工場を中心とする製造業であり（関連企業を含めた従業員 3,000 人、製造品出荷額約 1,400 億円）、地域経済を支えている。

商業環境については、平成 25 年に行った商勢圏実態調査（買物調査）では、地元購買率が 57.4%であるが、隣接する米子市での購入割合が増加してきており、小売業の環境が厳しさを増している。

また、安来市の人口は減少傾向が続いており、区分別で見ても老年人口（65 歳以上）が増加する一方、年少人口（14 歳まで）および生産年齢人口（15～64 歳）は減少している。



□管内事業所の状況

安来市の産業構造

① 島根県統計書（平成 27 年 9 月）によると、安来市内全体の事業者数は 1,765 事業所で 3 年前と比較し約 5%減少している。産業部類別にみると第一次産業 11、第二次産業 397、第三次産業 1,357 事業所となっている。

卸売・小売業 515、建設業 216、製造業 178 事業所の順で多く、この 3 業種で 52%を占めている。

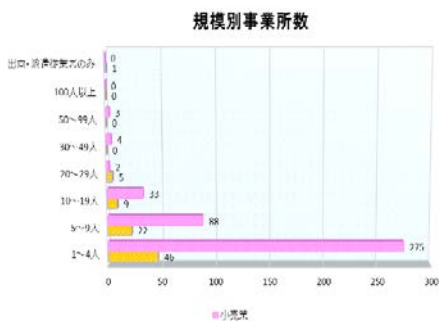
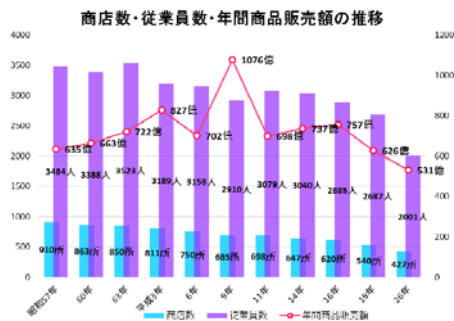
しかし、近年の長期にわたるデフレ経済などによる消費低迷の影響で、市内の卸売業と小売業の年間商品販売額の総額は、10 年前の平成 16 年の 757 億円と比較すると平成 26 年は 531 億円へと 226 億円減少している【表 2 参照】。製造業については製造品出荷額等が平成 16 年の 1,562 億円から平成 26 年 1,789 億円と 227 億円増加しており、製造業が市内の産業基盤を支えていることが見て取れる【表 3 参照】。

安来市における産業別事業所数【表 1】

(単位：事業所、%)

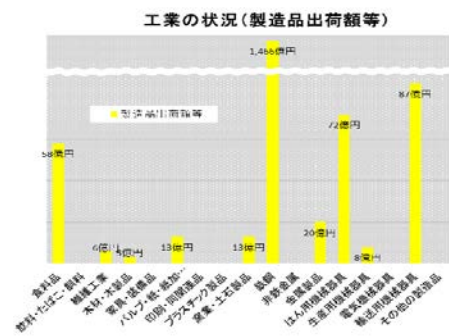
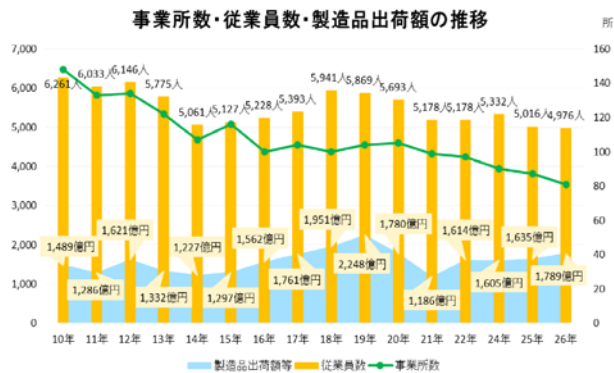
産業分類	事業所数	
	実数	構成比
農業、林業	11	0.6
鉱業、採石業、砂利採取業	3	0.2
建設業	216	12.2
製造業	178	10.1
情報通信業	4	0.2
運輸業	42	2.4
卸売業、小売業	515	29.2
金融業、保険業	22	1.2
不動産業、物品賃貸業	65	3.7
学術研究、専門・技術サービス業	51	2.9
宿泊業、飲食サービス業	159	9.0
生活関連サービス業、娯楽業	161	9.1
教育、学習支援業	39	2.2
医療、福祉	103	5.8
複合サービス業	26	1.5
サービス業（他に分類されないもの）	170	9.7
事業所計	1,765	100.0

商業の推移【表2】



※安来市 HP より参照

製造業の推移【表3】



※安来市 HP より参照

- ② 従業員数 15,978 人の構成は製造業 5,397、卸売・小売業 2,618、医療・福祉 2,182 の順で多く、45%を占めている。安来市は製造業に特化した産業構造であることを反映し、製造業で全体の 34%を占めている。

小規模事業所数の推移

	平成 18 年	平成 21 年	平成 24 年
事業所数	1,444	1,147	1,024

※事業所統計・経済センサスより参照

□地域経済の課題

こうした状況から、地域経済の課題を次のとおりとする。

生産年齢人口を中心とした、人口の減少傾向が続くことによる商圈の縮小、都市間・商業集積間の競争が一層激化することによる購買力流出の加速、加えて経営環境の悪化や後継者不足により、「自分の代で廃業」を選択する経営者の割合が増加し、小規模事業者を中心とした 商工業者数の減少 が大きな課題となっている。

小売業においては、山間部だけでなく、中心市街地でも食料品・日用品等の買い物が困難となっている状況がみられ、買い物弱者を支えるためにも小売業者の維持・存続を図る必要がある。

建設業においては、公共工事削減という要因に加え、従業員の高齢化により若手の人員確保に努めているが離職率が高く、人材育成に課題を抱える事業者が多く職場環境の改善に努める必要がある。

飲食業においては、人口減少等地域経済の縮小の影響を受けて、売上減少傾向にあるも管内では、飲食店の創業も出てきており積極的な創業支援と既存店の維持が必要である。

製造業においては、当地域での強みである特殊鋼関連事業について、特殊鋼を活かした新製品・新サービスの開発、販路拡大、製造技術の高度化など事業の具体的推進に向けた活動支援が必要である。

サービス業においては他の業種と比較すると開業率は高いが、特に理美容事業者の独立開業が多く、同業者間の競争が激しいため収益性向上の取り組みが不可欠である。

□地域内の小規模事業者の中長期的な振興のあり方（小規模事業者の振興のあり方）

人口減少、購買力の流出等地域経済が縮小している状況下、商工業者の減少がますます地域を疲弊させる要因となっている。

安来市では「安来市人口ビジョン」、「安来市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（平成 27 年 10 月策定）の中で「持続可能なまち」であるために、人口減少を抑制し 10 年後には人口 37,000 人の維持を目標としている。そのために、「産業振興により、若者に魅力ある雇用の場を創出する」、「多種多様で魅力的な”地域（じげ）”を形成する」ことを基本目標としている。

商工会議所として安来市が一定の人口規模、人口構造が維持でき、魅力的な持続可能なまちであり続けるために、少しでも小規模事業者の減少に歯止めをかけ、安来市の魅力ある自然や文化を次世代に引き継ぐような社会を目指す必要があると考える。

具体的には下記のとおり。

・小規模事業者の持続的発展の取り組み

小規模事業者が地域内において持続的な経営を行うために、地域の経済動向調査と需要動向調査、経営状況の分析を行った結果をもとに、小規模事業者が持続的な経営を行うための事業計画の策定を行うなど伴走型の個別支援を行う。

・創業・第二創業者の創出、事業承継支援の取り組み

管内の小規模事業者数は今後も減少していくことから、創業人材の育成と新事業の創出、後継者に対しての新たな事業提案（経営革新）を実施していくことにより、安来市の将来を担う産業人材である経営者を育成し、地域を支える事業者の維持・増加を図る支援を行っていく。

・中心市街地活性化や観光振興による魅力ある地域づくりへの取り組み

地元商店街の小規模事業者を中心に店主やスタッフが講師となって専門知識を教える「まちゼミ」を継続実施していくことで、地域住民への浸透を深め、中心市街地活性化に一層の好循環を促す。また、食による交流人口の拡大・観光振興の活性化を図るため、安来市がブランド化を図っている食材である”どじょう”を活用し「ご当地グルメ」を開発する。

《この取り組みにより中長期的に目指す小規模事業者のあるべき姿》

小規模事業者が地域で事業を継続していくために、地域住民の要望やニーズに応じて、財やサービスを提供するとともに、地域の一員として地域活動に関与することで「顔の見える」事業者として地域住民との信頼関係を築いていくことを目指す。

□地域経済の課題を踏まえた経営発達支援計画の目標と目標を達成するための方針

経営発達支援事業を実施するにあたり、以上の中長期的な振興の在り方を踏まえ、効率的・効果的な支援を実施するため島根県、安来市、その他関係支援機関と連携し、また事業承継等専門的な課題には島根県事業引継ぎ支援センターや専門家派遣制度を活用する。また、現在安来商工会議所の職員数は総勢 11 名（内相談所職員 6 名）であり、以下のとおり設定した目標を達成するためには、相談所職員だけでは実行困難なため、支援ノウハウの共有化を図り、商工会議所職員が一丸となって支援する体制を構築する。

（目標 1）小規模事業者へ事業計画策定支援や販売需要を創出し、収益の増加を図る

<実施方針>

- ・事業計画の策定と実践が収益の増加に直結すること及びその重要性の理解を促す。
- ・事業計画の策定は、経営状況の分析結果に基づき、今後の需要を踏まえて事業計画

を策定するための指導・助言を行う。

- ・産業サポートネットやすぎ等（※）と連携して新商品開発や販路開拓を中心に小規模事業者の需要開拓を支援していく。

（目標 2）創業・経営革新支援や事業承継の推進により、小規模事業者の減少を抑制し、今後、5年間の小規模事業者数の減少率を15%以下に抑制することを目標とする。

＜実施方針＞

- ・円滑な創業・経営革新の推進のため創業塾・セミナー・個別相談会を実施。
- ・事業承継支援のため、積極的な巡回訪問による案件の掘り起こし、事業承継計画の策定、島根県事業引継ぎ支援センターを活用した創業希望者と事業者とのマッチングの実施。

（目標 3）まちづくり活性化のためにぎわい創出や中心市街地活性化を目的とした取り組みを推進し、関係機関と連携し支援を行う。

＜実施方針＞

- ・地域内消費の拡大と地域コミュニティの維持を図るためのイベント事業の実施、対外的な情報発信、地域商店街の活性化を支援する。

（目標 4）小規模事業者の支援を強化するため、商工会議所職員の資質向上を図る。

＜実施方針＞

- ・全職員の支援力向上と支援スキルの共有化を図るためのシステム構築と積極的な研修参加に取り組む。

（目標 5）外部評価による検証を取り入れ、PDCAサイクルを回す仕組みを構築する。

＜実施方針＞

- ・計画の実現性を高めるためのPDCAサイクルとして、半年毎に商工会議所事務局内で評価・改善案の検討を行い、外部有識者による検証・意見等を収集し、運営委員会の了承を得て、事業の成果・評価・見直しの方針について決定し、経営発達支援事業を継続する。

（※）「産業サポートネットやすぎ」は安来市の産業振興発展に向けた支援を行う組織として安来市・JA・商工会議所・商工会の4団体が構成し平成19年に発足した。組織の目標として、①「地域外マネーの獲得・拡大」②「地域雇用の拡大」③「市内循環経済のシフト」④「定住促進」を掲げており、新規事業や技術・商品開発、販路拡大など商工業・観光業等各種分野の団体と連携し経営支援のサポートを行っている。

今後も「産業サポートネットやすぎ」の支援メニューを有効に活用し、新規創業・第二創業への支援、サポートアドバイザーによる経営支援、販路開拓支援等を実施、小規模事業者の持続的発展を図っていく。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成31年4月1日～平成36年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

□本事業の目的

地区内の経済動向を調査・分析し、管内の景気動向を把握し、小規模事業者に対する経営分析、事業計画策定等個社支援の基礎的なデータとして活用するとともに、管内の小規模事業者や関係諸機関に対して地域経済状況の周知を図る。

□これまで取り組んできた内容

－景気動向調査－

会議所においては管内の景気動向を把握し、小規模企業が必要とする支援策の把握や経営に必要な情報提供を行うことを目的として、四半期毎に景気動向調査を実施している。

□現状の課題と対策

景気動向調査については、現在、管内事業所で40企業の調査を実施しているが、調査結果については専門的な分析が出来ておらず、小規模事業者の行動の方向付けとなるような経営判断に資するデータとなっていないことが課題である。

そこで、小規模事業者に事業活動の前提となるデータを提供できるように、地域経済の現状数値、特に事業存続に向けての有用な地域経済動向データと数値取得が課題解決に向け重要となる。

そのために、景気動向調査については、調査対象、調査項目を見直し、専門的な分析を行い報告書にまとめる。まとめた内容は小規模事業者等への巡回を行う際の説明資料として有効に活用するとともに、ホームページ、広報誌（※）に掲載し、広く管内事業者に周知する。

また、当地域について収益性の高い業種や事業主に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効果的な経済活性化を目指すため、経営指導員が「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、景気動向調査と同様にホームページ、広報誌に掲載し、広く管内事業者に周知する。

（※）当会議所の会報は2カ月に1回、新聞折込という形態で発行しており、会員だけでなく、管内全域に広く情報提供している。

本計画において取り組む内容

(1) 景気動向調査 (改善)

調査の方法

経営指導員・補助員により年4回、巡回訪問調査を実施。

調査用紙に企業が直接記入、または経営指導員・補助員がヒアリングにより記入を行う。

調査対象企業

当地域の経済動向を的確に把握するに足りる5業種全55社を調査対象とし、業種構成として製造業16社、サービス業8社、建設業10社、小売業15社、卸売業6社にて実施する。

調査項目

全国の商工会議所が実施している一般的な景況調査 (DI 調査) と同一とし、全国データと比較対象性を有するものとする。

1	3ヶ月間の月別売上額
2	前年同期期間と比較し売上額、単価、数量・仕入単価、採算、従業員数等について「増加」・「不変」・「減少」の状況
3	今期及び来期の設備投資計画
4	直面している経営上の問題点
5	自社が感じる業界内の状況

調査結果の活用方法

調査内容は経営指導員が外部専門家と連携し分析を行い、経営計画策定【指針2】に活用する他、年4回ホームページ上で調査結果を公表、地域経済特性の考察に利用すると共に、行政や支援機関にも提供する。また、必要な場合は、要望提言、相談等にて活用する。

目標

実施内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
調査結果公表回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(2) 国が提供するビッグデータの活用 (新規)

分析方法

「RESAS」(地域経済分析システム) を活用した地域経済動向分析を行う

分析項目	分析内容
地域経済循環マップ・生産分析	何で稼いでいるかを分析
まちづくりマップ分析	人の動き等を分析
産業構造マップ	産業の現状等を分析

□目標

実施内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
調査結果公表回数	—	1回	1回	1回	1回	1回

□分析結果の活用方法

上記分析を総合的に分析し、経営計画策定【指針2】に活用する他、ホームページ、広報誌等で調査結果を公表、地域経済特性の考察に利用すると共に、行政や支援機関に提供する。また、必要な場合は、要望提言、相談等にて活用する。

(3) 各種統計データ調査（新規）

取得したデータを単に事業者提供しても、比較すべき一般的データを有しておらず、比較検討する際の判断に困る場合も生じる。そこで、県内産業データや消費動向などのデータと比較して検討できるよう、県内データも併せて提供し、小規模事業者が考えを整理しやすくなるようにする。

□調査の方法

関係機関への情報収集により、専門家と協議を図りながらデータを作成する。

□調査項目

県内全体・業種別の景況・業界動向を整理・分析

調査名等	調査項目
島根県経済動向調査 (島根県)	生産活動・雇用情勢・個人消費・投資動向に関する経済指標
日銀山陰企業短観調査 (日銀松江支店)	個人消費・住宅投資・設備投資・公共投資・生産、雇用、所得、物価、金融、企業倒産の動向
島根県の経済情勢(松江財務事務所)	個人消費・生産活動・雇用情勢・設備投資・企業収益・企業の景況感・住宅建設・公共事業・消費者物価・金融情勢・企業倒産

□調査結果の活用方法

調査内容は集計・分析を行い、経営計画策定【指針2】に活用する他、ホームページ、広報誌等で調査結果を公表、経済特性の考察に利用すると共に、行政や支援機関にも提供する。また、必要な場合は、要望提言、相談等にて活用する。

□目標

実施内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
調査結果公表回数	—	4回	4回	4回	4回	4回

(4) 生活品の購入における地域住民の行動特性のデータ化（新規）

当県においては、消費者行動を買物出向比率の面から調査することにより、商圈の実態を明らかにし、小規模小売商業者の外部環境の変化を時系列で把握するため、県商工会連合会が昭和 54 年から 3 年ごとに商勢圏実態調査（買物調査）を実施している。

しかし、商勢圏実態調査では 3 年ごとに調査を実施するため、直近の需要動向の把握に適さず、現状、地域住民の生活行動を把握するための最新の資料がない状況である。

そこで、商勢圏実態調査を補完しうる住民アンケートを実施し、地域住民の行動特性を明らかにする。

□調査の方法

年 1 回、安来市内の中学生の保護者（約 300 世帯）を対象にアンケート調査を行い取りまとめる。

□調査項目

食料品（5 品目）、衣料・身のまわり品（6 品目）、日用雑貨品（3 品目）、文化品（4 品目）の合計 18 品目の買い物場所を消費者アンケート調査において把握。また、可能な範囲で地域事業者を選択しない理由についても記載してもらい、顧客ニーズ 把握に努める。

□調査結果の活用方法

調査内容は集計・分析を行い、経営計画策定【指針 2】に活用する他、ホームページ、広報誌等で調査結果を公表、経済特性の考察に利用すると共に、行政や支援機関にも提供する。また、必要な場合は、要望提言、相談等にて活用する。

□目標

実施内容	現状	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
調査結果公表回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

※商勢圏実態調査は平成 32 年度、平成 35 年度に実施予定

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

□本事業の目的

地域が直面している少子高齢化、需要規模の縮小傾向のなかにあつて、小規模事業者の持続的発展に向け、事業者と一緒に経営指導員が経営分析の支援を行い、小規模事業者の経営の状況を客観的に把握することを目的とする。

把握した経営状況により課題が抽出された場合は、商工会議所連合会、地域金融機関、その他関係機関を通じて活用・派遣できる専門家等と連携し、小規模事業者の抱える経営課題に対して、より丁寧にサポートする。

□現状

巡回・窓口での金融・税務の相談時において簡易な経営分析（売上総利益率、借入金回転期間等）は行うものの、経営の現状が把握できるだけの分析とはなっておらず、単なる数字の提示や業績回復を願望しているに過ぎなかった面がある。

□現状における課題

効果的な経営改善に向けての経営分析が出来ていない状況にあるため、小規模事業者が抱える問題を巡回等によりの確に捉え、現在の経営状態・今後の方向性を導く経営分析を実施していく。

□本計画において取り組む内容

(1) 巡回・窓口相談を介した経営分析事業者の掘り起こし活動（新規）

□対象事業者の発掘・選定方法

本業強化、新たな商品・サービスの提供や新事業分野へ進出する等意欲のある事業者や今後の事業継続可能な後継者がいる事業者に対し巡回を通じて発掘し経営支援会議において選定する。

□経営分析する項目

分析項目	内容
商品・製品分析	商品・製品別分析（競合商品との比較、自社商品の強み弱み、商品活用事例）、年齢別売上、顧客・取引先からの評価
技術・ノウハウ	独自・特異技術（ブランド力、生産技術力）、知的財産（特許権、実用新案権、意匠権、商標権）
組織分析	組織図、人員構成、販売体制、その他（マネジメント能力、人材、財務管理・インフラ）
財務分析	生産性分析、安全性分析、生産性分析、成長性分析

□経営分析する手段・方法

巡回時に統一したヒアリングシートで分析項目を調査する。また、その中でより高度な分析が必要な小規模事業者に対しては島根県事業継続力強化アドバイザー派遣事業等の専門家を活用する。

□分析した内容の取りまとめ方法

調査した項目を経営分析シートに整理する。経営指導員で情報を共有し、チームで分析結果を検討する。

□分析結果の活用

分析結果は各種指標等を活用し同業種との比較や、その事業者が持つ「強み」「弱み」

などを整理して、【指針③】の地域の経済動向などを考慮しながら、事業計画策定の際の内部環境資料として活用し、今後の経営戦略策定に活かす。

□目標

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
経営分析件数	—	60件	72件	78件	78件	78件

□この事業により期待する効果

本事業の実施により、小規模事業者の経営状態や今後の方向性を示すことができ、伴走型の支援の入口として、事業計画策定につなげる。また、専門的な課題の場合は「事業継続力強化アドバイザー派遣事業」等の専門家派遣を活用し、課題解決に向け支援・助言を行う。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

I) 事業計画策定支援【指針②】

□目的

事業者が経営の持続的発展を図るため【指針①】の経営分析、【指針③】の地域経済動向等の結果を踏まえた事業計画の策定を産業サポートネットやすぎ等と連携して行う。

□現状

現在行っている事業計画策定支援は金融相談、事業継続力強化アドバイザー等で必要となった時に専門アドバイザー・経営指導員等が策定を行っているが、限定的に留まり、事業者と従事者間での話し合いもあまりなく、共通の課題や目的、計画を意識しての行動といったことは果たされておらず、事業計画策定の意義や重要性の理解が浸透していない。そのため、従事者間での見解の不一致や共通認識の不明瞭さを招いており、目標達成のための行動といったことに繋がっていない状況である。

□現状における課題

小規模事業者にも事業計画の策定が必須項目になりつつあるなかで、事業計画に基づく経営の意義や重要性の理解があまり浸透しておらず、商工会議所として啓発活動、情報提供が限定的であったことが課題である。まず、事業者が自社の経営分析能力の向上により実態把握に繋がり、計画策定の目的や経営理念の構築となるような、講習会の実施や参考事例提供を行う。最終的に小規模事業者が能動的に目標達成を意識した行動が出来るよう、個社ごとの経営分析事項も考慮しつつ、体系的、積極的に計画策定支援を実施する必要がある。

□事業内容

(1) 事業計画策定セミナーの開催（新規）

経営改善を望む小規模事業者に対し地域の経済動向、需要動向調査結果等を提供し、経営分析を実施したうえで、「事業計画策定セミナー」への参加を促し、計画的

行動への関与や実践へのハードルを低くし、事業者の既存の業務内容の計画的運営を推進する。

具体的な内容として、経営者が把握すべき事項（売上構成内容な経営資源としての財務内容、顧客ニーズ、強み等）について分野を分け、継続的にセミナーを開催し、事業者に対して経営の見直し、計画整理、新しい経営手法の導入等の機会となるように実施していく。また、セミナーは経営ツールに依存する内容とするのではなく、自社経営で必要なツールを利用できる能力を経営者自身が身に付くように実施する。尚、セミナーの受講者に対し、経営指導員が担当として張り付き、専門アドバイザーも交えて事業計画の策定に繋げていく。

実施事業名	実施回数	実施方法	対象者	セミナー内容	備考
事業計画策定セミナー	年1回（全3日間講習）	全3日間の経営計画へのセミナーを実施	経営分析を実施した小規模事業者	○事業計画策定の概要 ○自社状況分析 ○事業計画策定	それぞれの分野に適した講師を配置し実施

カリキュラム（計画期間は同一講義回数にて実施）

日程	テーマ	
1日目（2時間）	事業計画とは	○事業計画策定の概要 ○事業計画作成の考え方
2日目（2時間）	自社の経営状況の把握	○経営環境分析、課題の抽出方法
3日目（2時間）	事業計画の策定	○経営戦略の立案

（2）計画策定個別相談会の実施（新規）

セミナー等にて事業に対し計画策定を促しても、実際に計画の継続的な見直し、客観的な評価・外部意見の聴取といったものを実施しない場合、独りよがりな計画や実現可能性が低い計画、要旨な不明瞭な計画になりがちであり、想定外の結果となることが予想される。

そのため、専門家の指導も取り入れた個別相談会を実施し、計画策定のハードルを下げ、取り組みが実行しやすいようにする。経営指導員が担当として張り付き、策定後の実施支援に繋げていく。

事業計画の策定にあたっては、「事業計画策定セミナー」にて、小規模事業者の意識啓発と取り組みに対するハードルを下げることで、セミナー受講者の3割程度の事業計画策定を目指す。

□目標

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
事業計画セミナー開催	-	開催数 3回 参加者 30名	開催数 3回 参加者 30名	開催数 3回 参加者 30名	開催数 3回 参加者 30名	開催数 3回 参加者 30名
個別相談会の開催	-	開催数 3回 参加者 10名	開催数 3回 参加者 10名	開催数 3回 参加者 10名	開催数 3回 参加者 10名	開催数 3回 参加者 10名
事業計画策定件数	-	10件	10件	10件	10件	10件

□この事業により期待する効果

個社ごとの傾向や特徴を踏まえた事業計画の策定を支援することにより、事業者は今後の経営の方向性と方向性に即した取り組みが明確になる。また、【指針③】の地域経済の情報を提供することにより、地域の実情に合わせた計画策定が可能となる。

Ⅱ) 創業・第二創業支援【支援②】

□目的

創業する際の課題解決に向けて支援を行い、創業環境を整備し、創業を促進するとともに、第二創業等の取り組みについても支援を行っていく。

□これまで取り組んできた内容

・ 創業者支援

当会議所においては安来市が認定を受けた「創業支援事業計画」を踏まえ、創業希望者はもとより創業に関心があるかたも広く基礎知識を勉強できるよう、「安来起業塾」を開催、また開業を目指す方を対象に事業体験型の店舗スペースを提供することで、創業マインドを促すことを目的とした「チャレンジスペース事業」、安来市の地域資源の活用や地域の課題解決につながるビジネスプランを募集し、地域活力の向上と新産業創出の可能性を高めることを目的とした「ビジネスプランコンテスト」を実施した。

・ 第二創業支援

組織形態を変更し、既存事業の他に新たな事業に取り組む事業者（第二創業）に対しても産業サポートネットやすぎと連携しアドバイスを行っている。

□現状の課題と対策

創業者への支援は受け身となる場合が多く、相談されて初めて支援に着手する傾向にある。その原因は創業者情報が不足しているためであり、関係支援機関とさらに連携し、創業者情報を共有する必要がある。

□本計画において取り組む内容

・関係機関との連携による創業者支援

創業に関心がある方を対象に入門編として「創業セミナー」を開催、セミナー参加者には更に深い知識を学べるよう商工会連合会が実施するしまね創業スクール（全6回開催）への出席を働きかけ、創業に関する教育や先輩経営者の事例を学ぶ機会を提供しながら創業者支援を行っていく。

・創業者への開業支援

開業に関する資金調達、経営ノウハウ等についてアドバイスをを行いスムーズな開業に繋がるよう支援を行う。

・創業人材の確保・育成支援

産業サポートネットやすぎと連携して、創業人材の確保・育成に努めると共に、開業を目指す者に対し、開業サポートを行う。

・第二創業（経営革新）への支援

巡回指導等により第二創業を検討する事業者については経営革新などの経営計画作成についてアドバイスをを行うとともに、金融機関等との連携を図りながらスムーズに第二創業ができるよう伴走型の支援を実施する。

□事業実施の効果

開業率を上げ、雇用を生み出し、産業の新陳代謝を進めることで地域の活力が強化される。

□目標

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
創業塾開催数	1回	3回	3回	3回	3回	3回
創業計画策定件数	3件	5件	8件	10件	10件	10件
経営革新計画策定件数	0件	3件	3件	3件	3件	3件

Ⅲ) 事業承継支援【指針②】

□目的

事業者が円滑な事業承継を促進し、承継後の経営基盤の強化、経営持続化を図るため事業承継計画の策定を島根県事業引継ぎ支援センター等と連携して行う。

□現状

現在行っている事業承継計画策定支援は、金融相談等を契機として事業承継推進員・経営指導員等が策定を行っているが、限定的に留まっている。

□現状における課題

小規模事業者にとって事業承継は喫緊の課題となっている状況下、事業承継計画の策定の重要性を啓発するとともに、商工会議所として積極的に計画策定に関わり円滑な事業承継を促す必要がある。

□事業内容

（１）事業承継計画策定セミナーの開催（継続）

事業承継計画策定等に関するセミナーへの参加周知、事業承継新事業活動支援助成金等事業承継計画策定に向けての個別相談会の開催により、事業承継計画策定を目指す小規模事業者の掘り起こしを行う。セミナー、個別相談会では事業承継の基礎知識と計画的な取組みの重要性について説明、小規模事業者が今後直面する課題を抽出する機会とする。

また、事業承継について各事業者が抱える問題は、事業所毎に異なり課題解決のためには豊富な知識と経験が必要となる。そのため、島根県事業引継ぎ支援センター等と連携し、小規模事業者の抱える課題に対してアフターフォローも含め、支援を実施する。

□目標

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
セミナー開催数・参加者数	開催数3回 参加者30名	開催数3回 参加者30名	開催数3回 参加者30名	開催数3回 参加者30名	開催数3回 参加者30名	開催数3回 参加者30名
個別相談会開催数・参加者数	開催数1回 参加者数2名	開催数1回 参加者数3名	開催数1回 参加者数3名	開催数1回 参加者数3名	開催数1回 参加者数3名	開催数1回 参加者数3名
事業承継計画策定件数	2件	15件	20件	20件	20件	20件

□この事業により期待する効果

事業承継計画の策定を支援することにより、実行すべき事項が明確になり、円滑な事業承継が図られる。また、【指針③】の地域経済の情報を提供することにより、地域の実情に合わせた計画策定が可能となる。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

I) 事業計画実施支援【指針②】

□目的

事業計画策定後のフォローアップについて、産業サポートネットやすぎ、よろず支援拠点等と連携し、伴走型の支援・指導を行い、小規模事業者の事業の持続的発展を図る。

□現状

これまで、事業計画策定自体を積極的に推進してこなかったため、事業者から相談があった場合のみの回答や、場当たりの対応となってしまう、不定期かつ継続的巡回訪問を実施していない状況にある。

□現状における課題

能動的な対応をしてこなかったため、持続的な計画支援や効果の継続性が乏しく事業者が計画を立てることが目的となってしまう、計画が中止・頓挫するといった状況に陥る場合がある。つまり、計画進行に対する外部的な管理者が事業者にいないという状況になっている。

□事業内容

当会議所の活動が、小規模事業者への強制的な管理や、一方的な指示等により不信感を抱かせないように、事業者の計画当初の目標を達成したいという思いを尊重してフォローアップを実施する。

(1) 定期的な巡回訪問によるフォローアップ支援（新規）

事業計画策定を行った全ての小規模事業者を対象とし、年4回四半期ごとに定期的に巡回訪問を行い、進捗状況の確認を実施。その際に、財務状況（売上推移、販売実績）の評価や進捗具合に対する乖離や問題点についてヒアリングにより情報集積を図り持続的事業継続となるようフォローアップを行う。

また、課題解決が困難な場合や、計画を見直した方がより良い結果が得られるような場合において、産業サポートネットやすぎのサポートアドバイザー制度の活用や島根県の事業継続力強化アドバイザー事業を活用し、計画自体がより良くなるよう、ブラッシュアップを図りながら、適切な支援提供を実施していく。

尚、金融相談時においては、日本政策金融公庫の「小規模事業者経営改善資金」や小規模事業者の持続的発展を支援するために創設された「小規模事業者経営発達支援融資制度」等を活用していく。また、資金用途により各種助成金・補助金制度の紹介、斡旋も行う。

□目標

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
フォローアップ対象事業者数	-	10件	10件	10件	10件	10件
フォロー頻度		四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎
年間フォロー数		40回	40回	40回	40回	40回

□この事業により期待する効果

経営指導員が計画の進捗状況を確認し、状況によっては専門家や関係支援機関と連携して支援を行っていく。併せて、経営者に密着し伴走型の支援を行うことにより小規模事業者の持続的発展が図れる。

Ⅱ) 創業・第二創業（経営革新）後の実施支援【指針②】

□目的

創業・第二創業後の支援について、産業サポートネットやすぎ等と連携し、伴走型の指導・助言を行い、事業を軌道に乗せていくためのフォローアップを行う。

□現状

創業者・第二創業者に対して、巡回等による業況確認は実施しているものの定期的なものではない。また、金融相談・記帳業務等、基礎的支援に留まっている。

□現状における課題

創業・第二創業者については、経験の未熟さがゆえに計画通りに事業運営が進まないケースが多い。抱えている問題を的確に把握し、改善に導いていく必要がある。

□事業内容

(2) 創業計画策定後フォローアップ支援（改善）

創業計画策定を行った全ての小規模事業者を対象とし、創業後1年間は毎月巡回訪問を行い、進捗状況の確認を実施。

・創業者（創業計画策定事業者）への継続支援

創業後1年間は毎月巡回訪問を実施し、経営状況を把握すると共に、経営改善に向けてのアドバイスを行い、創業者に寄り添いながら伴走型の支援を実施していく。

また、事業が軌道に乗るまで定期的な巡回を継続していく。

・第二創業者（経営革新計画策定事業者）への継続支援

必要に応じて3ヶ月に1回の巡回訪問を行い、進捗状況の確認を行うと共に必要な指導・助言を行う。また、新規事業にマッチングした支援メニュー・補助金制度の活用等、状況に応じた支援を展開する。

□目標

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
創業者フォローアップ	12件	60件	96件	120件	120件	120件
フォロー頻度 (創業1年)	不定期	毎月	毎月	毎月	毎月	毎月

フォロー頻度 (創業1年後)	不定期	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎
第二創業者フォローアップ件数	0件	12件	12件	12件	12件	12件
フォロー頻度		四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎

□事業実施の効果

開業率が廃業率を下回るなか、創業者等が安定した事業継続を行うことは、地域経済の活性化に繋がる。

Ⅲ) 事業承継支援【指針②】

□目的

事業承継計画策定後のフォローアップについて、島根県事業引継ぎ支援センター等と連携し、計画の進捗状況確認を行うとともに専門家派遣等の支援施策を積極的に活用し、新たな経営課題に対する助言も含めて実施する。

□現状

経営指導員による巡回指導時に事業承継に対する進捗状況の確認を行っているが、不定期かつ継続的に行われていない状況にある。

□現状における課題

事業承継計画策定した事業所について、巡回訪問が不定期であったため、計画進行に際し課題や問題が発生しているか、また、計画を進行させる当事者自体の意気込みが低下していないか経営指導員が把握、認識する事が遅れる場合があることが課題であった。

今後、事業承継に取り組む機運・意欲を高めるため、課題発生時に迅速に対応できるようにするため巡回訪問を強化する。

□事業内容

（3）事業承継計画策定後フォローアップ支援（改善）

事業承継計画策定を行った全ての小規模事業者を対象とし、年4回四半期毎に定期的に巡回訪問を行い、進捗状況の確認を実施。その際に承継計画の進捗状況に対する乖離や問題点について、島根県事業引継ぎ支援センター等の行う支援策の活用し、円滑な事業承継に繋がるよう適切な支援提供を実施していく。

□目標

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
フォローアップ対象事業者数	2件	15件	20件	20件	20件	20件
フォロー頻度	不定期	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎	四半期毎
年間フォロー数		60回	80回	80回	80回	80回

※事業承継が完了した事業者については、フォローアップ頻度を落とす等適宜対応するものとする。

□事業実施の効果

経営指導員が事業承継計画の進捗状況を確認し、状況によっては専門家や関係支援機関と連携して支援を行っていく。併せて、経営者・後継予定者に密着し伴走型の支援を行うことにより小規模事業者の円滑な事業承継が図れる。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

□目的

小規模事業者の販売する商品、提供する役務の需要動向に関する情報を収集、整理、分析し管内の小規模事業者等に提供することにより商品計画や営業戦略の立案の際の参考資料とする。

□現状

当県においては、消費者行動を買物出向比率の面から調査することにより、商圈の実態を明らかにし、小規模小売事業者の外部環境の変化を時系列で把握するため、県商工会連合会が昭和54年から3年ごとに商勢圏実態調査（買物調査）を実施しているが、直近の需要動向の把握に適していない。また小規模事業者も自社製品・サービスが消費される需要動向に対して、注視している事業者は少なくニーズを踏まえた行動が乏しい。

また、商工会議所としても地域需要についての考察や傾向を把握する活動が不足しているのが現状である。

□現状における課題

小規模事業者が、経済動向の変化、嗜好の変化に対して、事後的対応や変化への適用に苦慮しており、効果的に利用できる技術やサービス、製品といったものが、最大限の効果を得られず、地域で埋没している案件も多いことから、商工会議所としてマーケットインの考え方を浸透させ、機会損失や客離れを引き起こさないような支援を実施していくことが必要である。

□本事業で取り組む事業内容

（1）食品製造業者・検討者に向けたテストマーケティング調査支援事業（新規）

現在、「道の駅あらエッサ」では、農産物を中心に、物産販売を行っており、一定の集客力を有している。道の駅のため、様々な客層が訪れており、地域の商品開発や顧客ニーズへの反映に活かすため、「道の駅あらエッサ」と協調し、一定期間ブースを設置し、小規模事業者の既存商品、新商品に対してモニタリング調査を実施する。6次産業への参入、取組みを検討している事業者も対象とし、農産物加工業者の振興に資するよう、支援事業を行う。

□調査方法

商工会議所で参加者を公募、参加事業者と協議且つ販路開拓等の専門家の意見を取り入れつつ、対象製品やサービス等のニーズを把握するためのアンケート票を作成。

来場客が増加する道の駅でのイベント開催時の5月と10月の年2回、会議所ブースを設置し、来場者に対して試食してもらい、アンケート票への記入や、ヒアリングを通じて、事業者の考えに対し顧客の意見を収集する。

□調査項目

(提供製品)

①見た目、②価格、③味、④甘さ、⑤硬さ、⑥色、⑦大きさ、⑧パッケージ、等
(アンケート回答者)

①性別、②年代、③住所、④家族構成、⑤観光理由等

□活用方法

商工会議所で調査結果を集計・分析し、報告書のまとめ事業者にフィードバックする。そして、その結果を基に必要に応じて専門家派遣を活用し、販売戦略や商品改良に繋げ、実現可能性を高め、新たな需要の開拓に繋げる。

□目標

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
道の駅調査対象事業者数	—	3社/2回 延べ6社	3社/2回 延べ6社	3社/2回 延べ6社	3社/2回 延べ6社	3社/2回 延べ6社
調査標本数	—	50人/1社	50人/1社	50人/1社	50人/1社	50人/1社

□事業実施の効果

テストマーケティングの結果については、新商品のブラッシュアップのために不可欠な情報であり、実現性の高い商品開発に向け、効果的な支援に繋げることができる。

(2) 展示会出展時のアンケート作成支援及び調査対象実施支援(新規)

食品製造業など小規模事業者が行う新製品開発や既存商品の改善・改良活動を支援するため、県内外で開催される展示会に出展する事業者が行うべき来場者アンケート調査を支援する。

具体的には、毎年1月広島で開催される「しまねふるさとフェア」や、山陰いいものマルシェプロジェクト実行委員会が主催する「山陰いいものマルシェ」等の展示会を活用し、アンケート調査を実施していく。得られた評価や意見を集計・分析することで、今後の製品開発に活かしていく。

□調査方法

参加事業者が出展する商品に対する顧客の評価を吸い上げるために、専門家の意見を取り入れつつ、アンケート内容を策定。

□調査項目

(出展商品)

- ①見た目、②価格、③味、④甘さ、⑤硬さ、⑥色、⑦大きさ、⑧パッケージ、
⑨取引条件等

(アンケート回答者)

- ①性別、②年代、③住所、④家族構成、⑤来訪理由等

□活用方法

商工会議所で調査結果を集計・分析し、報告書のまとめ事業者にフィードバックする。そして、その結果を基に必要に応じて専門家派遣を活用し、販売戦略や商品改良に繋げ、実現可能性を高め、新たな需要の開拓に繋げる。

□目標

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
展示会アンケート 調査対象事業者数	—	8社	8社	8社	8社	8社
調査標本数	—	50人/1社	50人/1社	50人/1社	50人/1社	50人/1社

□事業実施の効果

アンケートの結果については、新商品のブラッシュアップのために不可欠な情報であり、実現性の高い商品開発・商品改良に向け、効果的な支援に繋げることができる。また、商工会議所として継続的に活用事例をまとめ、他社アンケート調査実施時のサンプルとして活用する。

(3) 各業データの取得および整理によるトレンド把握調査（新規）

小規模事業者において各業界情報は独自に取得活動を行っており、部分的には保有している状況であるが、商工会議所としても自発的に情報を取得し、その情報を事業者が使いやすいように整理し、かつ事業者が所属する業界のみのデータを提供するのではなく、経営革新やビジネスモデルの再構築を踏まえたうえで、包括的な情報提供を実施し、事業者がデータの比較や新規事業取組みへの機会となり、持続的事業継続に寄与するものとする。得られた情報は職員間で共有し活用する。

□対象資料

調査する統計資料	調査する項目	調査の目的
「商業統計調査」(島根県統計情報システム)	業種別の商店数・商品・年間販売額	商圈の変化、消費者の嗜好変化、需要動向把握
日経MJなどの商業誌	トレンド情報	消費者の嗜好変化、新商品・サービスの動向

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

□目的

当地域では、産業振興の柱に域外マネーの獲得・拡大を掲げており、産業サポートネットやすぎと連携して新商品開発や販路開拓（展示会、商談会の出店等）を進めている。今後もこの取り組みを中心に事業を実施し、小規模事業者の需要開拓を支援していく。

□現状

小規模事業者の大部分は、創業時からほぼ同じ業務内容で事業を行っており、ビジネスの在り方を考察し発展的に活用する機会は乏しく、活用方法、広報活動といったことに絡んだ事業運営を実施していない。

また、商工会議所として産業サポートネットやすぎの事業目的の一つにある「域外マネーの獲得」を推進するため、商談会、展示会出展の費用助成を実施しているが効果は限定的に留まっている。

□現状における課題

費用の助成のみならず、会議所の経営指導員も事業者と密に連携を取り支援を展開しているが、事業内容の周知が不足している状況にあり、実績に結び付いていない。特に人の購買行動に大きく影響を与える、「ネットを活用した情報伝達」や「メディア関連での情報掲載」においては商工会議所としての支援が不十分であり、管内の小規模事業者の情報が埋没してしまっていることが課題である。

□事業内容

管内の小規模事業者の情報が県内においても、あまり知られていないという現状を踏まえ、商工会議所と事業者自体も効率より周知活動・PRが成させるよう、講習会の開催、SNS活用、広報活動のスキルアップ支援を実施していく。

（1）販路拡大のためのメディア戦略支援の実施（新規）（BtoC）

管内の小規模事業者は、テレビや新聞、雑誌など地域の話題になることによって業績が大きく影響を受ける。この点を有効利用するため、プレスリリースなどのメディア戦略を導入し、管内事業者の周知に対する取り組みが向上することを目的に実施する。特にプレスリリースは、資金的にも低コストで実践できること、注目されるコンテンツ作成練習に向いているため、かつ経営資源が限られている小規模事業者にとって有効に活用できるため、積極的に取り組めるように支援を実施する。

- プレスリリースセミナー -

□カリキュラム（年1回、2日間で開催）

日程	テーマ	
1日目（2時間）	自社の強みを明確に	○自社の強みの明確化 ○ターゲットの選定方法等

2 日目 (2 時間)	プレスリリースとは	○プレスリリースの概要 ○プレスリリース活用事例
-------------	-----------	-----------------------------

□活用方法 (成果検証)

セミナーで作成した自社プレスリリースの掲載を希望するメディアに送付し、実際にマスコミに取り上げるかの検証を行う。取り上げられた際には、それによる定量・定性の経済効果を測定する。取り上げられなかった、反応がなかった際には、専門家派遣等の個別指導により、ブラッシュアップやメディア戦略の再検討を実施する。

□目標

事業内容	現状	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
セミナー参加事業者数	—	3 社	3 社	4 社	5 社	6 社
メディア掲載件数	—	1 社	2 社	3 社	4 社	5 社
経済的効果 (売上増加率)	—	10%増	10%増	10%増	10%増	10%増

□期待される効果

本事業により、小規模事業者の経費負担が軽減、対外的な PR が活発化され、売上増加に貢献することが期待できる。

(2) 展示会商談会出展支援 (新規)

これまで、商談会や展示会支援に対する商工会議所の取組みは、開催情報の提供や出展費用の補填等、出展事業者の取引拡大に向けた販路開拓支援は限定的であった。今後は出展事業者の販路開拓を視野に入れた商談会でのプレゼンテーションが効果的になるように支援を実施する。特に県内でのビジネスマッチングや管内でのイベントにおいて、まず、効果がでるような販売促進 PR 方法について専門家の意見も交え、小規模事業者が最大限プレゼンテーション効果を得られるよう、作成やアイデア提供支援を行う。

I) PR ツール作成支援 (新規)

小規模事業者の多くは、販路拡大のための PR ツールが不足しており、自社での作成が困難な場合、多額の費用を掛け他社に依頼しているのが実状である。このことを改善し自社の商品や内容、生産能力などといったことを効果的に書面化し、資料として提供できるように PR ツール作成を行う。

具体的な支援として、商業デザイナーやプロカメラマンの専門家の直接指導とし、事業者のプレゼンテーション能力向上を図る。支援する項目として、「チラシ、パンフレット作成支援」「エンド棚や委託店舗での効果的な POP 作成支援」「商品撮影支援」を実施する。

□目標

事業内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
PR ツール作成支援	—	9社	9社	11社	11社	11社

□期待される効果

本事業により、小規模事業者の経費負担が軽減、訴求力の高いPR効果が期待でき、販路開拓に寄与することが見込める。

Ⅱ) 県外展示会への出展支援事業（新規）(BtoC)

商工会議所が「島根ふるさとフェア」(※)において、産業サポートネットやすぎと連携し2ブースを借り上げ、事業計画を策定した事業者を優先的に出展し、新たな需要の開拓を支援する。

(※) 島根ふるさとフェアは毎年1月に広島市で2日間にわたり、県内外から延約16万人が来場するイベントで、全体で150程度の展示ブースがある。

Ⅲ) 県内商談会参加事業（新規）(BtoB)

中海・宍道湖・大山圏域ものづくり連携事業実行委員会が主催する「ビジネスマッチング商談・展示会」(※)に毎年、管内の事業意欲のある食品製造業者（食品・その他）の計4社を選定し参加させる。

参加させるだけでなく、商談会でのプレゼンテーションが効果的になるよう事前研修を行うとともに、事後には、名刺交換した商談相手へのアプローチ支援など、商談成立に向けた実行性のある支援を行う。商談会参加後も会議所職員がフォローアップすることにより、職員側においても商談会の成り行き等理解することができ、事業者の今後の販路開拓への関与や責任感も深まる。

また、商談会、展示会等でバイヤー等から指摘を受けた事項や商品改良の技術革新等の高度な課題については、専門家派遣を利用し商品のブラッシュアップを図る。

(※) 安来・松江・出雲・境港・米子の5市が連携して実施する商談・展示会。全体で約60程度の展示ブースがあり（エントリー企業は約350社）、延べ商談数は600件以上ある。

□期待される効果

本事業により、小規模事業者の経費負担が軽減され、対外的なPRが活発化される。また、県内外に出展することにより、新たな販路の開拓等ビジネスマッチングが生まれる機会が増える。併せて、聞き取り調査を図り商品の課題抽出、改善に繋げる。

□成果目標（全体の参加数）

商談会・展示会①	全体	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
「島根ふるさとフェア」	出展事業者数	3社	5社	5社	7社	7社	7社
成果目標	売上額/社	—	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円

商談会・展示会②	全体	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
「中海・宍道湖・大山圏域も のづくり連携事業ビジネス マッチング商談会交流会	参加事業者 数	2社	4社	4社	4社	4社	4社
成果目標	成約件数/社	—	1件	1件	2件	2件	3件

フォロー体制

商談会・展示会で小規模事業者がバイヤー、来場者からの意見を参考に課題、ニーズ等を抽出し、新たな経営課題に対して専門家派遣等支援施策を積極的に活用し、伴走型の支援を実施する。

(3) 販路開拓のための SNS 活用支援（新規）(BtoC)

自社ホームページや当会議所のホームページおよび地域情報を掲載しているホームページにおいても、情報発信としてはある一定の効果は生じると考えられるが、実際に購買行動や顧客からの事業者への働きかけ行動を生じさせているとは言い難い状況である。

そこで、販売網や商圈範囲が狭く、経営資源が限られている管内小規模事業者において事業者自身で実践できる「SNS」(Facebook、Twitter、ブログ、YouTube)の活用について支援し、顧客の囲い込みがインターネットにて実現できるよう支援していく。

具体的には、FacebookのSNS連携機能を活用し、InstagramやYouTubeなどを同時に更新しつつ、コンテンツの充実を図りアクセス数を増加させることで、事業者と商品の認知度向上を図る。必要に応じ、専門家派遣により効果的なIT活用となるよう支援していく。

目標

事業内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
SNS活用事業者数	—	10社	10社	15社	15社	20社
経済効果(売上増加等)	—	10%増	10%増	10%増	10%増	10%増

期待される効果

本事業により、小規模事業者の経費負担が軽減され、対外的なPRが活発化される。また、鮮度の高い情報提供とノウハウ習得の機会を提供し、事業者の販路開拓能力の向上が期待できる。

II. 地域経済の活性化に資する取組

1. 地域経済活性化事業

事業内容

—地元食材を活かした「新・ご当地グルメ」開発—

□目的

食による交流人口の拡大・観光振興での地域の活性化を図ることを目的とした「新・ご当地グルメ」の開発を安来市と安来市観光協会とともに、「安来ドジョウ寿司」を開発。

□事業内容

- (1) 地元への安来産ドジョウの認識を深める
- (2) 地元外（観光客）への販路拡大
- (3) 商品開発時のモニター・試食会の実施 ⇒ 参加者・メンバー等による意見集約
- (4) チラシ、パンフレット等の企画、印刷、配布活動
- (5) 毎月定例会実施（参加者数 10 社）、新商品開発協議、広報活動等意見交換

□参画団体

安来市観光協会、市商工観光課、商工会議所、J A、観光関連団体、商工会

ー地元商店街活性化に対する取り組みー

「まちゼミ」における活性化プランの提言及び具現化に向けた取り組み

□目的

安来市において、平成 25 年度から中心市街地活性化事業について取り組みを行っており、旧安来市街地の活性化に繋がる様々な事業を展開している。

そうした中、平成 27 年度は「商店街活性化の三種の神器」のひとつであり、全国各地でも取り組まれている「まちゼミ」を開催、商工会議所会員もメンバーとして参画し地元商店街の活性化に向けたプランを検討・協議している。商工会議所は「まちゼミ」で提言のあったプランを具現化し地元商店・行政等と連携を図りながら、イベントや賑わい創出事業を展開、顧客満足度の向上・個店の売上増・地元商店街の発展活性化を目指していく。

□実施内容

- (1) まちゼミの参加・活性化プランの提言
- (2) 「地元商店街活性化検討委員会」の設置（セミナー・ワークショップ等の開催）
- (3) 賑わい創出事業等の実行委員会立ち上げ、事業実施に向けた支援・協力

□目標

「まちゼミ」

項目	現状	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
開催回数	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
参加事業所数	62	70	78	86	93	100
一般参加数	400	500	600	700	800	900

Ⅲ. 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り組み

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

1) 産業サポートネットやすぎ（SSY）による構成組織間情報交流事業

産業サポートネットやすぎを構成する4団体（安来市・商工会議所・JA・商工会）間において、情報を共有し連携することで相談受付・提案・支援・PR・独自事業が実施できる組織であり、情報共有・連携を事業の柱として取り組みを行う。

（1）代表者会議の実施（年1回開催）

構成4団体の首長を委員として設置し、安来市の産業振興に対して各組織が同じ方向性での事業展開・支援が行えるように情報の交換・共有すると共に、産業サポートネットやすぎの予算、決算、事業計画、事業報告に関する決定などを行うために実施する。

（2）産業振興会議の実施（月1回開催）

機関会議として、産業振興会議（所長以下の担当者会議）を設置し毎月1回定期的に開催。会議は各相談案件に対する支援手段の検討、事業協議及び実施、情報共有の場とする。

（3）メーリングリストの活用

担当者間の円滑かつ迅速な情報伝達を行うと共に、不要な情報流出が無いように、担当者のみでメーリングリストを構築し、事務連絡を含め、事業実施状況の報告などの情報伝達を行う。

2) 税務署・保証協会・県・市・商工会議所連合会などの会議により支援ノウハウの情報交換をおこなう

（1）税務連絡協議会（松江税務署管内の商工団体・税務職員による意見交換）

…青色申告会会員に対する指導方法事例の紹介等

（2）信用保証協会との意見交換（商工会議所金融保険・土業部会と信用保証協会による制度説明・意見交換）

…小規模事業者に対する適切な金融商品斡旋事例の紹介等

（3）島根県（行政・経済団体等を対象とした、施策説明会他）

…成果の高い事業活動を実施した経済団体からの事例発表等

（4）島根県商工会議所連合会（事業説明会をはじめとする諸会議）

…他の商工会議所からの先進事例の説明等

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

1) 経営指導員等の支援能力向上

日本商工会議所、島根県商工会議所連合会が主催する研修会の参加に加え、中小企業大学校が主催する研修に参加することで、経営分析やマーケティング等専門知識を学び支援能力の向上を図る。

(1) 島根県経営指導員等研修会への参加

島根県において、経営指導員等の資質向上を図り、経営改善普及事業の効果的実施に繋げるために県内経営指導員を対象に研修会が開催されており、当会議所経営指導員も積極的に参加する。【年間研修時間は25時間以上受講することとなっている。】また、経営改善普及事業の基礎的な研修や税務研修については、一般職員等も含め研修に参加する。

- ① ITリテラシー（データ分析ツールと実習）
- ② 課題解決スキル（ロジカルシンキング）
- ③ マインドセット（モチベーションの向上）
- ④ 企業支援施策研修（経営力工場計画の策定支援）
- ⑤ 事業承継支援について（進め方、事業計画書作成）
- ⑥ 税務支援（税制改正等のポイント、消費税・所得税の実務、申告）
- ⑦ 製造業支援（製造現場視察、改善計画作成）

(2) OJTによる支援能力の向上

経営指導員がチームで小規模事業者を支援することにより、指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなど、OJTにより伴走型支援能力の向上を図る。併せて産業サポートネットやすぎの担当者による、安来市内の個人・企業・団体等を中心に相談を受け支援を実施する他、支援事業所については定期的な訪問を行い、その進捗状況の確認、課題整理などを協力して行い支援能力の向上を図る。

(3) 中小企業基盤整備機構研修等への参加

中小企業基盤整備機構が実施している中小企業支援担当者研修及び小規模事業者支援研修に経営指導員が出席し支援能力の向上を図る。

① 経営指導員向け小規模事業者支援研修

小規模企業基本法制定の背景、小規模事業者とのコミュニケーションの図り方、小規模事業者向けの事業計画の策定支援や売上向上支援、地域資源活用や商店街振興による地域活性化策等、経営指導員の小規模事業者に対する支援能力の向上を図る。

② 中小企業支援担当者等研修

基礎研修：新任者または職務経歴1年～5年程度の経営指導員が基礎・基本となる知識・理論・手法の習得

専門研修：中堅または職務経歴5年以上の経営指導員が専門知識・実践力・分析力の習得

2) 支援ノウハウ及び小規模事業者の経営状況の分析結果等の組織内での共有

毎月、全職員による職員会を開催し、事業報告・予定等の情報共有を図る（小規模

事業者の経営分析データに関しては、パソコンのカルテ管理システムに入力・連動させる)。また、毎週1回、事務局長・経営指導員により経営支援会議を開催し、経営指導員間の情報交換を図るとともに企業の支援事例等を報告することにより、組織内での経営指導員のノウハウを共有する。

3. 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) 事業の評価・見直しの場

経営発達支援事業の成果、評価及び見直しをする機関として産業サポートネットやすぎ内において下記の外部有識者で構成されている中小企業支援連絡会議とする。

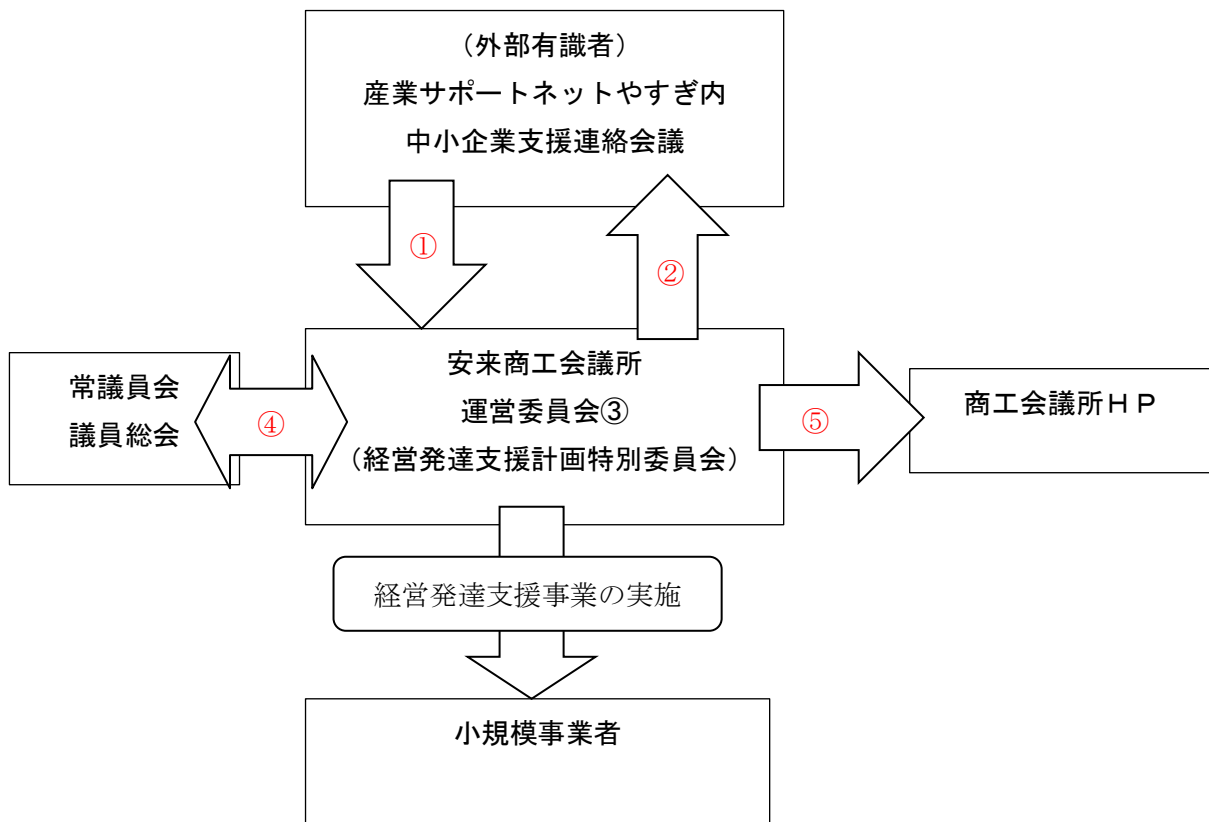
中小企業支援連絡会議 構成団体
島根県中小企業課
島根県信用保証協会
(財)しまね産業振興財団
島根県中小企業団体中央会
山陰合同銀行(安来支店)
島根銀行(安来支店)
鳥取銀行(安来支店)
しまね信用金庫(安来支店)
米子信用金庫(安来支店)
J Aしまねやすぎ地区本部
安来市産業振興部
産業サポートネットやすぎ(事務局)

2) 事業の評価・見直しの方法

本計画に記載の事業の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- ① 経営発達支援計画書で計画された各事業について、半年ごとに商工会議所事務局で「事業内容」「目標」「事業効果」とともに「事業実施体制」「事業実施のプロセス」について事前評価を行うとともに、計画どおりに実行できなかった場合の原因と改善策を検討し「経営発達支援計画評価表」に取りまとめる。
- ② 商工会議所事務局で取りまとめた「経営発達支援計画評価表」を中小企業支援連絡会議に提示し、外部有識者による意見等を収集し取りまとめる。
- ③ 商工会議所内の運営委員会(経営発達支援計画特別委員会)において、中小企業支援連絡会議で示された意見等を参考に評価・見直しの方針について決定する。
- ④ 事業の成果・評価・見直しの結果については、常議員会・議員総会へ報告し決定・承認を受ける。
- ⑤ 事業の成果・見直しの結果を安来商工会議所のホームページ(<http://www.yasugi-cci.jp>)で計画期間中公表する。

(事業評価・見直しの流れ)



(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

(平成 30 年 4 月現在)

(1) 組織体制

役職名	氏名	担当事業
事務局長	板持真澄	経営発達支援事業の総括
経営指導員	吉村武志	経営発達支援事業の実施、計画立案・進捗確認
経営指導員	渡部 仁	経営発達支援事業の実施
経営指導員	亀田直人	経営発達支援事業の実施
補助員	米田善雄	経営発達支援事業の実施
補助員	永田仁美	経営発達支援事業の実施
記帳専任職員	秦岡邦江	需要開拓・地域経済活性化事業
経理課長	石倉貴光	経営分析・地域経済活性化事業
総務課長	松井真弓	需要開拓・地域経済活性化事業
総務課係長	加納美穂子	経営分析・地域経済活性化事業
総務課主事	門脇裕樹	需要開拓・地域経済活性化事業

事務局長 1 名
経営指導員 3 名
補助員 2 名
記帳専任職員 1 名
一般職員 4 名
職員総数 11 名

(2) 連絡先

〒692-0011 島根県安来市安来町 878-8
T E L 0854-22-2380 F A X 0854-23-2314
U R L : <http://yasugi-cci.jp/>
E-Mail : ycci@tx.miracle.ne.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)

	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度	H35年度
必要な資金の額	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
小規模事業対策事業費	(1,300)	(1,300)	(1,300)	(1,300)	(1,300)
1 経済動向調査費	200	200	200	200	200
2 経営状況分析費	200	200	200	200	200
3 事業計画策定支援	200	200	200	200	200
4 事業計画実施支援	100	100	100	100	100
5 需要動向調査費	200	200	200	200	200
6 販路開拓支援	400	400	400	400	400
地域経済活性化事業費	(200)	(200)	(200)	(200)	(200)
・新ご当地グルメ	0	0	0	0	0
・まちゼミ関連	200	200	200	200	200

(備考) 必要な資金の額については、見込額を記載すること

調達方法
国補助金、県補助金、市補助金、事業委託費、会費等収入、共済手数料等収入

(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)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
1. 経営発達支援事業の内容 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】 (事業計画策定・実施支援、創業第二創業支援、販路開拓支援)
連携者及びその役割
<p>産業サポートネットやすぎ 所長 渡部 仁 安来市安来町 878-2 安来市役所産業振興部商工観光課内</p> <ul style="list-style-type: none">・事業計画策定・実施支援 新たなビジネス創造、経営改革を図るためサポートアドバイザーの派遣を行う・創業・経営革新支援 セミナー開催助成、知的財産取得支援・販路開拓支援 商談会・展示会出展促進プログラム、新商品新技術開発支援事業、パッケージデザイン作成支援事業 <p>連携組織</p> <p>① 安来市 住所：島根県安来市安来町 878-2 電話：0854-23-3105 代表：安来市長 近藤宏樹</p> <p>② 安来市商工会 住所：島根県安来市広瀬町広瀬 753-40 電話：0854-32-2155 代表：会長 藤原敏孝</p> <p>③ JAしまね 住所：島根県農業協同組合やすぎ地区本部 電話：0854-22-3751 代表：本部長 山根盛治</p>

連携体制図等

