

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	広島県央商工会 (法人番号 6240005003679)
実施期間	平成31年4月1日～平成36年3月31日
目標	<p>第1期計画に引き続いて、「外から資金を呼び込み、地域内で資金を循環させることにより、小規模事業者の維持・発展が可能な魅力あるまちづくり」の実現に向けて、1者でも多くの「儲ける力を持った事業者」を生み出すよう個社支援を行う。</p> <p>それと同時に、当面は豪雨災害被災事業者の復興支援を最優先とし、復興事業の実施及び事業計画の策定等を中心とした「災害に強い町・企業づくりプロジェクト」を推進する。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p>外から資金を呼び込み、地域内で資金を循環させることにより、小規模事業者の維持・発展が可能な「魅力あるまちづくり」を実現するとともに、「災害に強い町・災害に強い企業づくり」を目指す。</p> </div>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること 経年変化する経営環境の中、小規模事業者に対し地域経済動向を踏まえた的確な指導を行うため、公的機関等が提供するデータと併せて、事業者のニーズを把握するため「小規模事業者のニーズに係る調査」を新規に行い、地域に特化した情報を提供する。</p> <p>2. 経営分析に関すること 小規模事業者の持続的経営を可能とするためには、経営分析を通じて、自社の抱える経営課題の明確化を行い、ビジネスモデルの再構築と計画性の構築に繋げ、未来永続的可能な事業者に育成していく。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること 事業計画の策定については、「実践経営改善パック」での一貫した支援を行うとともに、必要に応じてミラサポ・よろず支援拠点等の関係機関と連携して事業計画策定を支援する。</p> <p>4. 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に対して、「実践経営改善パック」での一貫した支援を行うことにより、事業計画の進捗状況の悪い支援先や問題点が発生した支援先の把握を行い、そのフォローを徹底して行う。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること</p> <p>①展示会・商談会における需要動向調査 商品開発したセントルマルシェ商品に適した展示会・商談会・催事を選定して、試食及び来場者アンケート調査を実施し、専門家に分析依頼し調査結果を各事業者にフィードバックすることで、商品開発に向けた意識統一を図り商品改良に役立てる。</p> <p>②地域ブランド浸透度調査 3年目(平成33年度)と5年目(平成35年度)に、「セントルマルシェ」・催事への来場者、商談会でバイヤーに対し「Centre Marche」のブランドイメージがどの程度浸透しているかを確認するため「地域ブランド浸透度調査」を行う。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 新商品開発支援、体験観光ルート設定(サイクリング)、展示会等への出展・地域事業者の情報発信による販路開拓支援を効果的に連動させ、「ワクワク発見県央」をテーマに「体験する」→「遊ぶ」→「食べる」→「買い物」→「宿泊」の仕組みを構築し、交流人口の増加と消費額(外貨獲得)の増加を目指す。</p> <p>① 新商品開発・販路開拓支援 ② 体験観光ルートの設定 ③ 展示会等出展による販路開拓支援 ④ 販路開拓試食会「ボナペティ! 県央!」の開催 ⑤ 地域事業者の情報発信による販路開拓支援</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取り組み</p> <p>1. 地域活性化事業 広島県央経済活性化協議会で、「空き家等の活用による地域の活性化」と観光客の増加(交流人口)に対応するための「飲食店、宿泊施設の整備」に絞って、東広島市と連携して広島県央地域の将来ビジョンについて協議していく。</p>
連絡先 事業内容	〒739-2201 広島県東広島市河内町中河内 1235 番地 2 TEL (082) 437-0180 FAX (082) 437-0250 Mail kenoh@hint.or.jp

経営発達支援事業の目標

1. 経営発達支援事業の目標

＜第1期における取組と評価等＞

第1期においては、「小規模事業者の維持・発展が可能な土壌づくり」をテーマに、「交流人口の増加」、「ブランド商品開発」、「観光メニュー開発」を目標に掲げ、以下のとおり取組むとともに、当地域は平成30年7月豪雨災害により、多くの小規模事業者が直接・間接被害を被ったことから、当初計画にはなかったグループ補助金や被災地型持続化補助金を活用した復旧復興支援事業を最優先に実施した。

取組内容および評価については下記のとおりである。

(1) 交流人口増加の取組み（⇒継続実施）

広島県央地域をひとつのテーマパークと見做し、「体験」→「食」→「休息」→「買物」をワンストップで実現できるよう独自展示会「セントルマルシェ」を4回開催し、延べ8,300名が来場するなど、地域外からの観光客（交流人口）の増加に繋げることができた。

また、経済効果としても延べ138者が出展し、約650万円（2年間）の売上が上がるなど、評価委員からも高い評価を得ており、「セントルマルシェ」を中心とした交流人口増加の取組は次期計画においても継続実施する。

(2) ブランド商品開発の取組み（⇒改善して継続実施）

地域資源を活用した「県央ブランド商品」を開発するため、「Centre Marche」のロゴマークを意匠登録に取組むとともに、重点支援事業者延べ32者を選定し、小規模事業者と農業関連企業の連携（6次化）を積極的に推進したことにより、商品改良を含め19件の特産品を開発した。

これらの商品を商品カタログや商談会・展示会で広くPRした結果、延べ17件の商談に繋がるなど大きな成果を上げることができた。

しかし、現状では、セントルマルシェ商品・ブランドの認定基準が定められておらず、開発した「県央ブランド商品」を域外に売り出す「仕組み」が構築できていないため、効果的なPR戦略が取れていないとの指摘が評価委員からあった。

よって、今後はセントルマルシェ商品・ブランド認定基準の整備と「地域商社」の設立等に向けた取組みを次期計画に盛り込むものとする。

(3) 観光メニュー開発の取組み（⇒改善して継続実施）

交流人口増加による外貨獲得を目指し、ものづくり体験・収穫体験・既存地域内事業所を巡る県央体験7コースを設定し、「HPひろしまけんおうはっけんおうこく」にPR動画を掲載してPRを行うとともに、サイクリスト向けのサイクリング3コースの設定を行った。

これらの取組については、事業者から「来訪者数の増加に繋がるなど一定の効果は出ている」との評価がある一方で、PR動画と事業者との連携・受け入れ態勢に改善

が必要との指摘を受けた。

よって、次期計画においては、サイクリングコースの周知・普及と新たなコース設定及び事業者との連携強化に取り組むよう一部改善して継続実施する。

(4) 豪雨災害に伴う復興支援事業（→継続実施）

平成 30 年 7 月豪雨災害により、被災した小規模事業者に対してグループ補助金や被災地型持続化補助金を活用した復興支援事業を以下のとおり実施した。

- ・巡回訪問により災害状況を確認 49 事業所
- ・特別相談窓口の設置 相談件数 43 件（災害の復旧 26 件、資金繰り 8 件、その他 9 件）
- ・グループ補助金 グループ構成員 23 者 補助金交付申請者 8 者
- ・被災地型持続化補助金申請者数 6 者

なお、災害復興支援は一過性でなく相当の年数を要する事業であるとともに、将来の大規模災害に備えることが持続的経営には不可欠であることから、次期計画においては「災害に強い町・企業づくりプロジェクト」をテーマに掲げ、BCP等のリスクマネジメントの重要性を浸透させるべく継続実施する。

<今回の申請における取組>

(1) 地域の現状と課題

① 地理的条件及び外部環境（人口増減等）

図 1 のとおり、広島県央商工会の管轄する地域は、広島県のほぼ中央部に位置する東広島市の北部 3 町（福富町、豊栄町、河内町）である。東広島市は、人口 187,564 人（平成 30 年 10 月 31 日現在）、面積 635 平方kmの都市で、広島大学等 4 校の大学が立地する賀茂学園都市や広島中央テクノポリス等の建設により都市機能の集積や都市基盤の整備に伴う全国でもまれにみる人口増加の成長都市として発展してきた。やや鈍化したとはいえ平成 24 年から平成 30 年の 6 年間に約 4,000 人の人口増加をみせている。

一方で、東広島市の北部に位置する当商工会エリアである県央地域（福富町、豊栄町、河内町）は、平成 17（2005）年の合併により東広島市の一部となった。

表 1 のとおり、平成 18（2006）年は福富町 2,908 人、豊栄町 4,341 人、河内町 6,729 人の 3 町合計 13,978 人、平成 30（2018）年 10 月末現在の人口は、福富町 2,396 人、豊栄町 3,271 人、河内町 5,859 人の 3 町合計 11,526 人（世帯数 5,201 戸）で、ここ 13 年で人口は約 18%減少している。また、高齢化率も年々増加し 40%を超えている。

また、東広島市空き家等対策計画の平成 27 年度調査では、空き家等数・空き家等率が福富町 106 世帯・10.5%、豊栄町 331 世帯・20.0%、河内町 367 世帯・14.0%で、3 町合計 804 世帯・18%（東広島市平均 4.2%）となっている。

広島県央地域は市平均よりも高く、空き家等の増加が今後も予想されるため東広島市は、空き家活用（民泊・創業）・移住定住促進による空き家等の削減を掲げており、東広島市と連携した空き家等の活用による地域の活性化が課題となっている。

(表1) 管内の人口・世帯数・高齢化率の推移

	管内人口	世帯数	高齢化率
平成18年3月末	13,978人(179,842人)	5,135	34.8% (15.3%)
平成21年3月末	13,416人(182,164人)	5,215	36.2% (18.9%)
平成24年3月末	12,795人(183,578人)	5,228	37.1% (20.2%)
平成27年3月末	12,308人(184,174人)	5,253	38.7% (21.6%)
平成30年10月末	11,526人(187,564人)	5,201	42.1% (23.7%)

※管内人口・世帯数・高齢化率は東広島市人口統計より

※()は東広島市全体の数値

② 小規模事業者数と商工会員業種別会員数の推移

広島県央地域では、(表2)のように、小規模事業者は平成21年から平成26年の6年間で33者減少している。商工会員は(表3)のように平成21年から26年の6年間で89者減少し主な理由は廃業である。平成26年からは29年にかけて緩やかに減少したが(22者)、第1期の取組みの成果として、既存事業者やセントルマルシェ出店者の会員加入により平成30年10月末では12者増加している。しかし、飲食店11者(約35%)が減少し、宿泊施設が2件と少なく観光客の増加(交流人口)に対応していくためには、飲食店、宿泊施設の整備が課題となっている。

(表2) 管内商工業者数及び小規模事業者数

年度	商工業者数	小規模事業者数
H21年	573	488
H24年	567	487
H26年 (H21年比)	539 (94%)	455 (93.2%)

※総務省経済センサスより抜粋

(表3) 業種別会員数 ※商工会実態調査より

年度	建設業	製造業	卸小売業	飲食業	宿泊業	サービス業	その他	合計
H21年度	112	76	142	32	2	72	19	455
H24年度	97	68	113	13	2	100	7	411
H26年度	86	60	94	19	2	92	13	366
H28年度	82	59	94	17	2	86	11	351
H29年度	79	57	89	18	2	87	12	344
H30年10月末 H21年比	80 71.4%	58 76.3%	90 63.4%	21 65.6%	2 100%	89 123.6%	16 84.2%	356 78.2%

③ 事業主の年齢・後継者の有無

会員データ及び会員へのヒアリングから事業主の年齢構成は、30歳代から40歳代が12%、50歳代18%、60歳代30%、70歳以上が40%で60歳以上が70%を占め、事業主の高齢化が顕著である。後継者など不在の事業者が約65%、事業承継が困難な事業者が約50%であると推定でき、これから10年後の小規模事業者を考えると事業承継対策は重要な課題である。

④ 観光消費額データ

当地域における一人当たり観光消費額は、約1,200円と東広島市全体の観光消費額3,500円の3分の1に過ぎず、第1期計画で目標とした「外から資金を呼び込む力」を増強するためには、この観光消費額をいかに増加させるかが鍵となっている。

当地域への来訪者の多くは、「道の駅福富」を核として、福富・豊栄の体験事業所・

飲食店等への周遊を目的とする子ども連れ家族・学生・若者カップルであるが、近年はサイクリストの増加が目立っており、来訪者の目的や嗜好は年々多様化している。

観光消費額の増加に向けては、多様化するニーズに対応するため、飲食、物販、宿泊、体験サービス等、観光関連サービス産業の充実が必要不可欠である。東広島市観光総合戦略によれば、当地域の課題として次の4つが挙げられているており、これらの課題解決が急務である。

- 色々な体験が出来る場所はあるが、情報が上手く機能していない
- 来訪客のリピート化、如何に特産品を用意するか
- 飲食店が少なく地元のグルメを扱っている店が少ない
- 宿泊場所が少なく滞在型になっていない

⑤ 豪雨災害に伴う被災状況

今回の豪雨災害において、沼田川水系の川の増水による店舗の浸水（13件）、店舗への土砂流入（4件）被害が発生した。また、椋梨ダム、福富ダムの放流による増水で川の護岸崩壊・川沿い道路の陥没、土砂崩れ、JR山陽本線の不通により交通網に大きな被害を受けた。

現在も、河内町中心部の二つの幹線道路が不通となり迂回路を辿る不便な状況であり、不通箇所に近い食品製造工場では、物資の輸送がままならず製造に少なからず影響が出ている。よって、当地域においては「災害に強い町づくり」と「災害に強い企業づくり」が喫緊の課題となっている。

(2) 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

① 中長期的な振興のあり方

人口減少や購買力の流出により非常に厳しい環境にある当地域では、第1期計画において『外から資金を呼び込み、地域内で資金を循環させることにより、小規模事業者の維持・発展が可能な「魅力あるまちづくり」を実現する』を主要テーマに計画策定を行ったところである。

当然のことながら、人口減少や購買力流出といった外部環境は現在も変わっておらず、第2期計画策定におけるビジョンも変わるべきものではないが、＜第1期の取組と評価等＞でも触れたとおり、豪雨災害からの復興は、当地域の小規模事業者にとって最優先されるものであるとともに、将来の大規模災害に備えることが持続的経営には不可欠である。

よって、第2期計画においては『災害に強い町・災害に強い企業づくり』を振興のあり方に追加し、次のとおり設定する。

外から資金を呼び込み、地域内で資金を循環させることにより、小規模事業者の維持・発展が可能な「魅力あるまちづくり」を実現するとともに、「災害に強い町・災害に強い企業づくり」を目指す。

② 東広島市基本計画との関連性

第3次東広島市産業活性化方策（平成29年～33年度）の見直しはなく、東広島市のまちづくりの指針である「第4次東広島市総合計画」を上位計画とし、製造業及び商業・サービス業の振興施策に関する個別計画として位置づけられている。

また、東広島市観光総合戦略（平成30年～34年度）では、緑豊かな自然や美しい

田園風景に囲まれた中山間地域の県央エリアにおいては、有機的な観光コンテンツを繋げて、積極的に魅力ある観光資源にブラッシュアップしていくと掲げ、地産地消に繋がる観光事業者と農林水産事業者等の連携、サイクリング等スポーツリズムの推進、農泊・民泊の検討・推進、特徴的な「食」メニューの創出支援等を行うとしている。

③ 商工会としての役割

第1期計画に引き続いて、「外から資金を呼び込み、地域内で資金を循環させることにより、小規模事業者の維持・発展が可能な魅力あるまちづくり」の実現に向けて、1者でも多くの「儲ける力を持った事業者」を生み出すよう個社支援を行う。

それと同時に、当面は豪雨災害被災事業者の復興支援を最優先とし、復興事業の実施及び事業計画の策定等を中心とした「災害に強い町・企業づくりプロジェクト」を推進する。

(3) 経営発達支援事業の目標

① 災害に強い町・企業づくりプロジェクト（新規）

豪雨災害の被害に遭った事業所と当地域経済の復興と雇用維持に重要な事業者 23 者でグループを構成し、水害・地震災害に対しての再認識と災害に強いまちづくり・企業づくりのために、BCPの勉強会・策定に取組み防災に備えて、災害に強い企業づくりにより産業の衰退を回避し、町の産業の活力を取り戻し復興に寄与する。

目標：BCP策定事業者・・・15 者

② 交流人口増加の取組（継続実施）

第1期目の評価を踏まえ、交流人口（観光客）の増加によって「外から資金を呼び込む」ため、「体験」→「食」→「休息」→「買物」をワンストップで実現する「セントルマルシェ」を継続して開催する。

目標：セントルマルシェ等出展者のうち売上増加事業者・・・15 者

③ 「セントルマルシェブランド」商品開発の取組み（改善して継続実施）

「外から資金を呼び込む」ため「Centre Marche」のロゴマークを意匠登録するとともに、重点支援事業者延べ 50 者を選定し「セントルマルシェ」を冠したブランドを立上げ、さらにこれらブランド商品を域外に販売するため「地域商社」を立上げる。

目標：「セントルマルシェブランド商品」開発件数・・・15 件

ブランド商品開発事業者のうち売上増加に繋がる事業者・・・10 者

地域商社の設立

④ 観光メニュー開発の取組み（改善して継続実施）

「外から資金を呼び込む力」と「観光消費額」の増加を目的に、すでに設定済みの県央体験7コース・サイクリング3コースと新たに設定するサイクリング3コースの動画を作成して、ホームページにアップすることでPRに努める。

また、サイクリングコース上に点在する店舗に自転車専用スタンド（サイクルオアシス※）を設置して、サイクリストの利便性を高める施設整備を行うとともに、当該店舗での飲食機会を増加させることにより売上増加に繋げる。

※サイクルオアシス設置：専用スタンド・空気つぎ・水・工具の4点セットを設置する施設

目標：動画による観光ルートPR・・・13 コース

サイクルオアシス設置・・・15 カ所（店舗）

(4) 目標の達成に向けた方針

① 災害に強い町・企業づくりプロジェクト（新規）

平成 30 年度から市の防災計画、緊急時の対応等についての勉強会の開催に向けて準備を重ね、平成 31 年 7 月に勉強会を開催する。防災に関しての意識の向上を図り、平成 32 年度は災害時の B C P の勉強会・策定に取組み防災に備えて、災害に強い企業づくりにより産業の衰退を回避し、町の産業の活力を取り戻し復興に寄与する。

② 交流人口増加の取組み（体験・遊ぶ・食べる・買い物・宿泊）（継続実施）

第 1 期に続き、「ワクワク発見県央」をテーマに「体験する」→「遊ぶ」→「食べる」→「買い物」→「宿泊」の仕組みを構築し、交流人口の増加と消費額（外貨獲得）の増加を目指す。とくに、外貨獲得のために宿泊や体験観光などの地域情報を来訪者に提供する「県央コンシェルジュ」をセントルマルシェの受付に専用ブースを設定する。

また、個社の利益向上や事業承継は、地域全体の方向性を見極めなければ推し進めることができない状況にあるため、「まちづくり計画（地域のあるべき姿）」を模索しながら、観光人口、交流人口増加の足がかりとなる取組を実施する。

③ 「セントルマルシェブランド」商品開発の取組み（改善して継続実施）

第 1 期に続き、専門家派遣による個社支援を通じて商品開発を推進するが、第 2 期においては、さらにブランド認定基準を明確にするとともに、認定手続きを厳格化することで商品の信頼性と付加価値を高め、個社の売上増加に繋げる。

また、セントルマルシェブランドの商品を域外に販売する拠点として「地域商社」を立上げ、外貨獲得を一層推進する。

④ 観光メニュー開発の取組み（改善して継続実施）

第 1 期の評価を踏まえ、新たな体験観光ルートの開発は行わない。ただし、東広島市がサイクリストを積極的に域内に呼び込もうとしている中で、自転車活用法人である「一般社団法人 R I D E」の協力を得て、県央地域に新たなサイクリングコースを設定するとともに、これを P R 動画により周知することで来訪者の増加に繋げる。



第 3 回セントルマルシェの風景

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

2. 地域経済動向調査に関すること

< 第 1 期における取組みと評価等 >

第 1 期において実施した地域経済動向調査に対する評価委員会の評価及び第 2 期の取組方針は、以下のとおりである。

① 決算書による個別事業所調査（廃止）

小規模事業者 185 者の決算資料より 3 期分の売上高・経常利益・付加価値額等を調査し、県央地域事業所の実態把握を行った。調査結果については、商工会ホームページ等で管内事業者等に広く周知すると共に、経営指導員の巡回時に事業計画策定や創業支援に活用できたことから評価委員から好評価を得た。

ただし、本調査については、今回 3 期分調査を行ったことで県央地域内小規模事業者の経営状況を把握することができたため、第 2 期においては実施しない。

② 公的機関等が提供するデータ収集・分析（継続実施）

全国連中小企業景況調査、広島県経済動向調査、東広島市統計調査等を整理分析した。分析結果については、商工会ホームページ等で管内事業者等に広く周知すると共に、事業計画策定に役立つ情報として評価委員から好評価を得た。よって、本事業は第 2 期において継続実施する。

③ 県央地域動向調査（廃止）

1 年目に実施した東広島市経済動向調査で、転入者増など地域活力が期待される要因が明らかとなった福富町竹仁地区(市の移住モデル地域)を対象として、2 年目は、移住者(17 名)にアンケートを実施し、移住者の現況や創業意欲等について調査した。調査結果については、創業支援等に役立つ情報として評価委員から好評価を得た。

第 2 期では、調査対象を県央地域全域に拡げて実施する予定としていたが、昨年度より東広島サポートセンター（行政）が設置され、移住・定住者の情報収集が可能となったため、第 2 期においては実施しない。

④ 「県央地域経済動向調査報告書」の発刊（廃止）

第 1 期では、上記①②③の調査結果をとりまとめ「県央地域経済動向調査報告書」を作成した。この報告書は、行政や関係機関に情報提供するとともに別途ダイジェスト版を作成し、商工会ホームページへの公開と小規模事業者へ提供したことで、事業計画策定や創業支援に繋げることができた。なお、この報告書は評価委員会にて説明を行い評価委員から好評価を得たが、第 2 期ではホームページ上の公表のみとし、印刷物としての報告書は作成しない。

＜今回の申請における取組＞

経年変化する経営環境の中、小規模事業者に対し地域経済動向を踏まえた的確な指導を行うためには、その地域に特化した情報提供をするとともに事業者が求めている支援を事前に把握しておく必要がある。そこで、第2期においては、下記のとおり、公的機関等が提供するデータと併せて、事業者のニーズを把握するため「小規模事業者のニーズに係る調査」を新規に行うものとする。

(1) 事業内容

① 公的機関等が提供するデータ収集・分析（継続実施）

地域の現状と実態を正確に把握するため、第2期ではRESASを加えた下記の調査により、情報を収集しシステム構築することで、地域の実情・特性に応じた個社支援に活用する。

【調査項目・公表回数】

調査名	調査項目	公表回数
全国連中小企業景況調査（継続）	・種別景況 ・設備投資動向 ・雇用情勢 ・個人消費動向	4回／年
広島県経済動向調査（継続）	・種別景況 ・設備投資動向 ・雇用情勢 ・個人消費動向	1回／年
東広島市統計調査（継続）	・地域別人口 ・世帯数 ・産業別事業者数 ・従業員数 ・観光客数	1回／年
RESAS（新規） （地域経済分析システム）	・産業の現状・人口動態 ・人の流れ	1回／年

【分析手法】 外部専門家と連携して、収集したデータの整理・分析を行う。

【活用方法】 整理・分析結果を「広島県央地域経済動向調査報告書」として取りまとめて、商工会ホームページに掲載し、管内事業者等に広く周知するとともに個社支援に活用する。

② 小規模事業者のニーズに係る調査（新規）

小規模事業者を取り巻く経営環境や課題は事業者ごとに異なっており、伴走型小規模事業者支援推進事業において事業計画策定、事業承継、販路開拓等の個社支援を効果的に進めるためには、各事業者が求めているニーズを把握する必要があるためアンケート調査を平成31年度に実施する。

【調査対象】 県央地域（福富、豊栄、河内）の小規模事業者 455者

【調査手法】 小規模事業者へアンケートの配布及び郵送、回収
回収したアンケート結果を基に巡回時に個別ヒアリングを行う。

【調査項目】 業種（主力商品・サービス等）・業歴・従業者数
事業計画・経営分析の策定
事業承継の状況
設備投資計画、資金調達
新規事業への取組み

新商品・新サービスの開発
 販売戦略、販路開拓
 経営改善、資金繰り
 人材雇用、人材育成
 職場環境・業務改善

【活用方法】アンケート結果は、職員誰もが閲覧できるようにデータベースとして構築し、個社支援や各種セミナーへの誘導に活用する。

(2) 目標

事業内容	H30 年度 見込み	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
全国連中小企業景況調査（継続）	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
広島県中央地域経済動向調査報告書（継続）	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
小規模事業者のニーズに係る調査（新規）	—	1 回 (455 者)	—	—	—	—

3. 経営状況の分析に関すること

<第1期における取組と評価等>

第1期において実施した地域内小規模事業者の経営分析に対する評価委員会の評価及び第2期の取組方針は、以下のとおりである。

① アンケート調査の実施（廃止）

アンケート調査については、1期目の平成28年10月～11月に実施した小売業・飲食宿泊業・サービス業40者に対する調査、平成29年8月～9月に実施した建設業・製造業・その他45者に対する調査により、業種毎の地域内の業況と傾向は概ね把握できたことから、今後の調査は不要と判断し第2期では実施しない。

② 経営分析セミナーの開催及び個社別相談（継続実施）

延べ6回の経営分析セミナー（平成30年6月1回）開催と個社別相談により、小売業者、食品製造業者、サービス業者等の商業中心に合計105者の経営分析が実施できた。

また、105者うち100者については事業計画策定にも繋がるなど、その実績は評価委員から高く評価されたので、第2期においてもセミナーを開催するとともに、上記の実績に繋がった要因としては、セミナーに参加できない事業者に対して、実践経営改善パック（経営分析2時間×1日・事業計画作成2時間×2日・事業計画作成後フォロー2時間×1日）によるきめ細かな個社別相談が奏功したと考えられるため、経営分析セミナー及び実践経営改善パックによる個社別相談を継続実施するものとする。

<今回の申請における取組>

(1) 事業内容

小規模事業者の持続的経営を可能とするためには、経営分析を通じて、自社の抱える経営課題の明確化を行い、ビジネスモデルの再構築と計画性の構築に繋げ、未来永続的可能な事業者に育成していくことが不可欠であるため、経営分析セミナーへの積極的な参加を促す。

なお、第1期において、セミナーに参加できない事業者や商工会として最優先で支援する必要があると判断する事業者には、「実践経営改善パック」が有効であることが確認できたので、これと専門家派遣とを組み合わせながら以下の事業を実施するものとする。

① 経営分析を行う事業者の発掘方法

(ア) 巡回・窓口相談による発掘

- (a) 地域内の小規模事業者に対して、巡回・窓口相談時に、「事業計画作成先と未作成先の経営状況の相違」や「金融機関の融資判断で最も重要な経営指標の見方や分析方法」の重要性を説明し、「経営分析」と「事業計画」の重要性を認識して貰い、経営分析セミナーへの参加若しくは個社別相談へ繋げる。
- (b) セントルマルシェ出店者や商談会、展示会等へ出展予定事業者へのアプローチを行い、経営分析セミナーへの参加若しくは個社別相談へ繋げる。
- (c) 記帳代行先、決算指導先については、売上連続減少先、債務超過や借入過多に陥っている事業者の経営分析を最優先に行うべく経営分析セミナーへ誘導する。なお、多忙のためセミナーに参加できない事業者については個社別相談で対応する。
- (d) 広島県中小企業等グループ施設等復旧整備補助事業復興事業計画の構成員 23者、BCPセミナーは受講できないがBCPリスクマネジメント実施希望者・従業員 10名以上の事業所、被災者の中で直接被害や間接被害により、特に売上減少、利益減少となった事業所へ経営分析セミナー若しくは個社別相談へ繋げる。

(イ) 会報・案内パンフレット等による発掘

地域内の小規模事業者に対して、会報記事や巡回・窓口相談時に「経営分析セミナー」の案内パンフレットを配布し、セミナーへの参加を促す。とくに巡回・窓口相談時には、「金融機関の融資判断で最も重要な経営指標の見方や分析方法」の重要性を説明し、「経営分析」と「事業計画」の重要性を認識して貰い、経営分析セミナーへの参加若しくは個社別相談へ繋げる。

② 経営分析の手法及び分析項目

分析手法	分析項目等	目的	活用ツール
財務分析及び非財務分析	【財務分析項目】 i) 売上増加率(売上持続性) ii) 営業利益率・損益分岐点(収益性) iii) 労働生産性(生産性) iv) EBITDA 有利子負債倍率(効率性) v) 営業運転資本回転率(健全性)	現在の経営状況を多角的に分析するとともに、問題点を認識し、改善計画を立てる指針を認識する	① 基幹システム経営分析システム ② 専門家による分析ツール ③ ローカルベンチマーク

	vi) 自己資本比率 (安全性) 【非財務分析項目】 i) 経営理念 ii) 経営ビジョン iii) 事業承継の有無		
ビジネスモデル俯瞰図	主要販売先・主要仕入先・ビジネスモデル俯瞰図	サービスとお金の流れから事業全体像を確認する	①基幹システム経営分析システム ②専門家による分析ツール ③経営状況まとめシート
SWOT分析	事業所の外部環境・内部環境の把握	企業を取り巻く環境から事業の強みと弱みを確認する	①基幹システム経営分析システム ②専門家による分析ツール ③経営状況まとめシート

(2) 成果の活用

経営分析等を行った結果については、当該事業者に対しデータ・資料で提供し、各事業所の経営者や幹部者の会議資料で随時利用して貰い、経営陣の現在の経営状況の把握や経営課題の明確化、共有化し、事業計画策定の支援に活用する。

商工会でのデータ管理については、事業者毎に整理保存し、担当職員が不在の場合や人事異動等があっても、いつでも、誰でも対応できるようにして、進捗管理及び継続支援、情報の共有を図る。

(3) 目標

事業内容	H30年度 見込み	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度	H35年度
個社別相談者数①	30者	30者	30者	30者	30者	30者
経営分析セミナー開催数 (開催月)	1回 (6月)	1回 (6月)	1回 (6月)	1回 (6月)	1回 (6月)	1回 (6月)
経営分析セミナー参加者数②	15者	15者	15者	15者	15者	15者
経営分析実施件数 (①+②)	15者	45者	45者	45者	45者	45者

4. 事業計画策定支援に関すること

<第1期における取組と評価等>

第1期において実施した事業計画策定支援に対する評価委員会の評価及び第2期の取組方針は、以下のとおりである。

① 事業計画作成セミナーの開催及び個別相談会 (継続実施)

第1期において、目標を上回る86者(目標75者)の事業計画を作成することができ

た。内訳としては、7回開催した事業計画作成セミナーへの参加者自体は少なかったが、経営分析を実施した事業者や経営指導員の巡回時に支援が必要と判断し、平成30年度から実施している「実践経営改善パック」に参加した事業者が、事業計画作成に結びついたケースが目立った。さらに、これらの支援先については支援に対する評価も満足度も高かった。

とは言え、事業計画作成セミナーが有効でないというのではなく、事業計画の重要性について認識が薄い小規模事業者にその重要性を理解してもらうためにはセミナーは不可欠であるため、第2期においても引き続き事業計画作成セミナー（創業セミナー等）、個別相談会を開催する。

平成30年7月の豪雨災害で、当会が広島県央商工会復興プロジェクトのグループの代表者となり、補助金申請等で必要なグループの大枠の計画書を策定し、個社別の大枠の計画書策定支援を行った。

<今回の申請における取組>

(1) 支援に関する考え方

事業計画書策定支援については、1期目で成果があった「実践経営改善パック」での一貫した支援を行うとともに、必要に応じてミラサポ・よろず支援拠点等の関係機関と連携して事業計画策定を支援する。

当地域では、平成30年7月の豪雨災害で被災された事業者が多く存在する。高齢の被災者事業者の中には、今回の災害から数ケ月経過した現在、廃業を考える事業者が続出しており、廃業者の抑制のためにも、喫緊にBCPの策定支援を行うためのBCPセミナーの開催や個社別の詳細なBCP策定のための個社別支援をする必要性がある。

なお、被災されていない従業員数10名以上の事業所においても、BCP策定の必要性及び危機感を認識していただき、BCPによるリスクマネジメントの重要性が増大していくと思われるためセミナー開催の必要性があり、今回を機会としてBCPを組み込んだ事業計画作成セミナーの開催を行い、事業計画策定に繋げていく。

また、新規創業については、現状の課題で触れたように飲食店と宿泊施設が少ないので、観光客（交流人口）へ対応していくために飲食店、宿泊（民泊・農泊）の創業を呼びかけ、行政主催の創業セミナーは日程が4日間と長く、全日出席できるケースは少ないため、無理なく参加できるよう日程を短縮して実施する。

さらに、事業承継については、小規模事業者の後継者に係る調査（小規模事業者ニーズアンケート）を基に事業主の年齢が60歳以上で、後継者がいる事業所を主に個別相談会への参加案内を行い、事業計画策定に繋げる。

(2) 事業内容

① 事業計画作成セミナーの開催（一部新規）

(ア) BCPセミナー（新規事業）

(a) 対象者

- ・グループ施設等復旧整備補助事業復興事業計画構成員23者
- ・BCPセミナーを受講できないBCPリスクマネジメント実施希望者
- ・セントルマルシェ等出展者
- ・従業員10名以上の中堅小規模事業者（製造業等）

(b) 募集及び周知方法等

巡回訪問・窓口相談及び会報・HP掲載による案内

(c) 開催回数・開催月・見込参加者数

事業内容	H30 年度 見込み	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
セミナー開催数 (開催月)	—	1 回 (7 月)	1 回 (7 月)	1 回 (7 月)	1 回 (7 月)	1 回 (7 月)
セミナー参加者数	—	15 名	15 名	15 名	15 名	15 名

(d) カリキュラム (BCPによるリスクマネジメントを含む)

i) 中小企業・小規模企業向けBCPの概要と必要性
ii) BCP基本方針
iii) BCP策定のポイントと手順
iv) 現状把握 (ヒト・モノ・情報)
v) 代替・移行・復旧 (ヒト・モノ)
vi) 全社員へのBCP構築

(イ) 創業セミナー (継続)

(a) 募集方法

- ・巡回訪問・窓口相談等
- ・第2創業検討されている事業所への案内
- ・東広島市・東広島市定住サポートセンターの連携による案内
- ・会報・HP掲載による案内 (飲食業、民泊・農泊創業の呼びかけ)
- ・新聞折込チラシ

(b) 開催回数・開催月・見込参加者数

事業内容	H30 年度 実績	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
セミナー開催数 (開催月)	1 回 (9 月)	1 回 (7 月)	1 回 (7 月)	1 回 (7 月)	1 回 (7 月)	1 回 (7 月)
セミナー参加者数	3 名	5 名	5 名	5 名	5 名	5 名

(c) カリキュラム

i) 開廃業の現状
ii) 経営者としての心構え
iii) 開業のステップ
iv) 成功へのポイント
v) スケジュール
vi) 事業計画の説明・作成

(ウ) 事業承継個別相談会 (継続)

(a) 対象者

小規模事業者の後継者に係る調査 (小規模事業者ニーズアンケート) を基に事業主年齢が 60 歳以上で、後継者がいる事業所

(b) 募集及び周知方法等

巡回訪問・窓口相談及び会報・HP掲載による案内

(c) 開催回数・開催月・見込参加者数

事業内容	H30 年度 実績	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
個別相談会開催数 (開催月)	1 回 8 月	1 回 (8 月)	1 回 (8 月)	1 回 (8 月)	1 回 (8 月)	1 回 (8 月)
個別相談会参加者数	2 名	5 名	5 名	5 名	5 名	5 名

② 事業計画の策定（改善して継続実施）

(ア) 対象者

- ・経営分析を行った事業者
- ・BCPセミナー受講者及びBCPリスクマネジメント実施希望者
- ・創業セミナー受講者、創業予定者及び第2創業検討先等
- ・事業主年齢60歳以上で後継者がいる事業承継が喫緊の課題である事業者
- ・巡回・窓口相談等で、事業計画策定希望者や事業計画策定が必要と判断した事業者

(イ) 手段・手法

事業計画策定は、早期に「実践経営改善パック」での一貫した支援を行うとともに、必要に応じてミラサポ・よろず支援拠点等の関係機関と連携して事業計画策定を支援し、策定後のフォロー1者4回（四半期毎）のフォローに繋げる。

(3) 目標

事業内容	H30 年度 見込み	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
①BCP策定事業者数	—	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
②創業計画策定者数	1 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
③事業承継計画策定者数	1 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者
④事業計画策定者数 (上記①②③を除く)	34 者	27 者	27 者	27 者	27 者	27 者
計	36 者	36 者	36 者	36 者	36 者	36 者

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

<第1期における取組と評価等>

第1期において実施した事業計画策定後の実施支援に対する評価委員会の評価及び第2期の取組方針は、以下のとおりである。

事業計画策定事業者に対して、1期目の当初2年は、計画策定後のフォローが徹底できていなかったため、平成30年度より「実践経営改善パック」（11頁下線部参照）での一貫した支援を行ったことにより、事業計画の進捗状況の悪い支援先や問題点が発生した支援先の把握ができ、そのフォローを徹底することができた。

具体的には、必要に応じてミラサポ等の関係機関と連携して専門家派遣を行い、問題解決策等を検討し問題解決することができたほか、売上増加・粗利益増加先が増加したことにより、事業計画を策定した多くの事業所から高い評価を頂くことができた。

また、新規創業者に対する支援については、創業件数は少なかったが、事業計画を策定し目標を達成するためには、事業計画策定後のP D C Aサイクルの重要性を感じて頂くことができ、事業継続に繋げることができた。

平成30年7月豪雨災害の被災事業者に対しては、急遽、当会が「広島県央商工会復興プロジェクト」グループの代表者となり、補助金申請等で必要なグループ計画策定及び個社別計画書の策定を支援したが、申請期限の関係から計画策定支援のみとなり、十分な策定後フォローアップはできなかった。

よって、今回の災害を契機に廃業を考える事業者が相当数あることから、一刻も早く、BCP策定後のフォローを徹底し、売上・利益の増加に繋げることで、1年でも長く事業継続できる支援を行う必要がある。

<今回の申請における取組>

(1) 事業内容

① B C P策定事業者に対する支援

平成30年7月豪雨災害で、BCPを策定した事業者については、その進捗状況を確認するため、四半期に1回以上フォローする。但し、進捗状況の悪い先等で4回以上のフォローが必要と判断した場合には、「実践経営改善パック」での一貫した支援を行うとともに、必要に応じてミラサポ・よろず支援拠点等の関係機関と連携してフォローする。

② 創業計画策定者に対する支援

地域的には、創業件数は少ない過疎地域ではあるものの、事業の成功確率、事業継続年数が長期化する可能性が高いため、創業後3年間は2カ月に1回以上フォローすることとする。

③ 事業承継計画策定者に対する支援

事業承継については、計画策定して完結するまでに3年～5年にかかるため、その間は四半期に1回程度フォローする。

④ ①②③を除く事業計画策定者に対する支援

概ね四半期に1回以上の巡回を行い、進捗状況の把握、業績の把握を行い、計画達成のために必要なフォローを実施する。

(2) 目標

事業内容	H30年度 見込み	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度	H35年度
フォローアップ延回数	108回	150回	150回	150回	150回	150回

※フォローアップ延回数の内訳

- ① B C P策定事業者 3者×4回＝12回
- ② 創業計画策定者 3者×6回＝18回
- ③ 事業承継計画策定者 3者×4回＝12回
- ④ 上記①②③を除く事業計画策定者 27者×4回＝108回

6. 需要動向調査に関すること

<第1期における取組と評価等>

第1期において実施した需要動向調査に対する評価委員会の評価及び第2期の取組方針は、以下のとおりである。

① 地域内一般消費者需要動向調査（廃止）

1年目は、10ヵ所の自治協議会に対しヒアリング調査し、県央地域の商業実態を分析するとともに、商業者への要望や地域の課題を報告書にまとめ、巡回訪問等で事業者にフィードバックした。

2年目は、商業者（50者）アンケートを実施し報告書に纏め、1年目の報告書と合わせて商業者の事業計画策定に活用したが、評価委員からは基礎データで代用可能との評価を受けたので2期目は実施しない。

② 観光客需要動向調査（廃止）

1年目は道の駅などで当地域への来訪者にヒアリング調査を実施し、観光客の当地域全体への需要動向を把握することが出来た。

ただし、評価委員会において、調査内容が個社の需要開拓には有効でないとの評価を受けたことから、2年目・3年目は調査内容を一部変更して「展示会・商談会における需要動向調査」として実施した。よって、観光客需要動向調査は2期目では実施しない。

③ 展示会・商談会における需要動向調査（継続実施）

上記の観光客需要動向調査についての「事業評価委員会」からの改善提案を踏まえ、2年目から個社支援につながる調査方法・項目に変更してセントルマルシェ（独自展示会「現地体験&マルシェ」）で需要動向調査を2回実施した。

調査結果を報告書に纏め出店者にフィードバックしたが、調査項目に個社支援に繋がる内容が不十分であったため、個社支援には活用できていないとの評価を受けた。

そのため、3年目ではセントルマルシェで個社ごとの商品に対してのアンケート調査を実施して、商品を購入された来場者の評価をレポートに纏め、商品の改善などに結び付いたとの評価を受けた。よって、本調査については2期目も継続して実施する。

④ 地域ブランド浸透度調査（新規）

1期目は、商品開発に主眼を置き、事業を進める中で「セントルマルシェ」ブランドを作った。今後はこの「セントルマルシェブランド」を構築していくために、2期目ではブランド浸透度調査を実施する。

<今回の申請における取組>

(1) 事業内容

① 展示会・商談会における需要動向調査（継続実施）

1期目で商品開発・ブラッシュアップした「セントルマルシェ商品」及び2期目で開発したセントルマルシェ商品に適した展示会・商談会・催事を選定して、試食及び来場者アンケート調査を実施し、専門家に分析依頼し調査結果を各事業者にフィードバックすることで、商品開発に向けた意識統一を図り商品改良に役立てる。

また、各商談会に出展した事業者は、バイヤーが求める商品コンセプトやデザインが理解できるようになるとともに、マーケティング調査を行ったうえで開発を進める

ことができるため消費者ニーズにマッチした商品開発が可能となる。

【サンプル数】

1年毎に10商品・1商品 10～15人

【分析手段・手法】

商品に合った展示会・商談会・催事で調査員が聞き取りのうえ、アンケート調査票へ記入する。バイヤー商談へは経営指導員が同席する。

【場所・調査対象者】

展示会：セントルマルシェ、来場者3,000人、一般消費者

商談会：ビジネスフェア中四国、来場者3,200人、一般消費者、バイヤー

催事：ひろしま夢ぷらざ、ひろしまブランドショップTAU、広島三越、東急ハンズ広島店、ニチエー（スーパー）

試食会：年1回、バイヤー、メディア関係者

【調査項目】

- ・属性（年齢・性別）
- ・ネーミング
- ・味の評価
- ・見た目
- ・色
- ・大きさ
- ・価格
- ・パッケージデザイン 等

【分析結果の活用】

分析結果は、消費者の商品評価を定量的に集め、商品改良等の意見を集約したレポートを事業者へフィードバックする。フィードバックしたレポートを基に商品のブラッシュアップや今後の新たな商品開発のヒントに役立てる。

② 地域ブランド浸透度調査（新規）

平成31年度に「Centre Marche」のロゴは意匠登録予定であるため、ロゴを使用した本格的なブランドイメージの醸成は平成32年以降となる。よって、3年目（平成33年度）と5年目（平成35年度）に、「セントルマルシェ」・催事への来場者、商談会でバイヤーに対し「Centre Marche」のブランドイメージがどの程度浸透しているかを確認するため「地域ブランド浸透度調査」を行う。

【調査対象・サンプル数】

- ・「Centre Marche」のロゴを使用したギフト商品 10商品
- ・「セントルマルシェ」開催時に聞き取り（アンケート）調査 100人
- ・催事出店時に聞き取り（アンケート）調査 50人
- ・商談会 バイヤー聞きとり調査 20人

【調査内容】

- ・属性（年齢・性別）
- ・「Centre Marche」の知名度
- ・ロゴのイメージ
- ・配置
- ・大きさ、色

【分析手段・手法】

商品に合った展示会・商談会・催事で調査員が聞き取りのうえ、アンケート調査票へ記入する。

【分析結果の活用】

分析結果は1月開催のブランド認定委員会で報告し、次年度に向けてパッケージのCentre Marcheロゴマークの大きさ・色・配置や販促物、SNS発信の方向性の再確認を行い、必要な販促物の整理と確実な広報方法に役立てる。

(2) 目標

事業内容	H30 年度 見込み	H31 年度	H32 年度	H33 年度	H34 年度	H35 年度
①展示会・商談会における需要動向調査対象者数（商品数）	14 者 (14 品)	10 者 (10 品)	10 者 (10 品)	10 者 (10 品)	10 者 (10 品)	10 者 (10 品)
②地域ブランド浸透度調査（新規） 調査対象商品数 聞き取りサンプル数	—	—	—	10 商品 170 人	—	10 商品 170 人

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

<第1期における取組と評価等>

第1期において実施した新たな需要開拓事業に対する評価委員会の評価及び第2期の取組方針は、以下のとおりである。

① 新商品開発支援（改善して継続実施）

第1期の評価で触れたとおり、第1期において「県央ブランド」として魅力ある特産品を8品開発したが、第2期ではさらに「セントルマルシェブランド」としてブランドイメージを確立するため、ブランド認定基準を明確にするとともに、認定手続きを厳格化することで商品の信頼性と付加価値を高め、個社の売上増加に繋げる。

また、セントルマルシェブランドの商品を域外に販売する拠点として「地域商社」を立上げ、外貨獲得を一層推進する。

② 体験観光ルートの設定（改善して継続実施）

第1期の評価で触れたとおり、サイクリングコースの周知・普及と新たなコース設定並びに事業者との連携強化に取り組むよう、事業内容を一部改善して継続実施する。

とくに、現コースを十分活用できるよう取り組みを行うとともに、自転車活用法人である「一般社団法人RIDE」の協力を得て、県央地域に新たなサイクリングコースを設定するとともに、これをPR動画により周知することで来訪者の増加に繋げる。

なお、体験観光ルート（サイクリング3コース）の開発に当たっては、「学」・「遊」・「交」・「食」をキーワードに、家族連れや本格的なサイクリストなど、それぞれターゲットを絞ったルート開発を行うこととする。

③ 展示会等出展による販路開拓支援（継続実施）

第1期の評価で触れたとおり、独自展示会「現地体験&マルシェ」（セントルマルシェ）を中心とした交流人口増加の取組、及びビジネスフェア中四国を始めとする展示会等（商談会）への出展は、次期計画において継続実施する。

なお、次期ではセントルマルシェの受付に専用ブース「県央コンシェルジュ」を設置し、ブランドイメージの向上と地域内への回遊を勧め、消費額（外貨獲得）の増加へ繋げる。また、「県央コンシェルジュ」を継続させるため地域事業者等の中から募集し育成していく。

④ 販路開拓試食会「ボナペティ！県央！」の開催（継続実施）

専門家と生産者、事業者、バイヤー、加工会社、メディア、パワーユーザーの参加

のもと、加工品のプレゼンテーションを古民家（移住者の施設）で行い、直に加工品とその背景そのものを楽しみながら県央地域を知って貰い、商談に繋がったので次期においても継続して実施する。

⑤ 地域事業者の情報発信による販路開拓支援（改善して継続実施）

第1期では、地域事業者の情報発信をサイネージ端末で行っていたが、サイネージ端末の設置は平成29年度で終了したため、以後は商工会ホームページ「ひろしまけんおうはっけんおうこく」に移行して情報提供している。

したがって、次期においてもホームページでの情報発信に継続実施するとともに、ホームページに「県央コンシェルジュ」のページを作成し、各事業者ページに誘導する。また、ラインスタンプの活用促進を行い、プレゼント企画など盛り込みサイクリストや訪問客のニーズに応える。

なお、ホームページ「ひろしまけんおうはっけんおうこく」は、平成30年度に「広島県央発見王国」に改称した。

<今回の申請における取組み>

(1) 支援に対する考え方

新商品開発支援、体験観光ルート設定（サイクリング）、展示会等への出展・地域事業者の情報発信による販路開拓支援を効果的に連動させ、「ワクワク発見県央」をテーマに「体験する」→「遊ぶ」→「食べる」→「買い物」→「宿泊」の仕組みを構築し、交流人口の増加と消費額（外貨獲得）の増加を目指す。

(2) 事業内容

① 新商品開発・販路開拓支援（改善して継続実施）

(ア) 「Centre Marche」ロゴマークの意匠登録によるブランドの確立

「Centre Marche」ロゴマークの意匠登録とブランド認証制度を設け、ブランド認定委員会を年1回（1月）開催し、ブランドイメージに合った品質の高い商品を認定する。

これらの認定商品については、平成32年度より6月にお中元向け、10月にお歳暮商戦向けのカatalogを制作するとともに、11月のセントルマルシェ開催後の商談会等において配布する。

(イ) 新商品開発（既存商品の改良を含む）

有名飲食店・料理研究家ユニット（専門家）と事業者の連携を強化して、南仏プロバンスをテーマにしたセントルマルシェ商品の開発を進める。また、この模様や進捗状況はSNSで事業者と専門家が情報発信する。

魅力ある特産品「Centre Marche」15点開発

(ウ) 「地域商社」設立の取組

催事出展への対応とセントルマルシェを域外に売出す「仕組」「組織」がなく効果的なPR戦略が取れなかったため、催事出展・域外に売出す「仕組」「組織」として、商工会が中心となり各関係団体と連携して、地域商社設立準備委員会とセントルマルシェの自主運営が出来る組織の立上げに取り組む。また、「地域商社」は東広島市が進める東広島ブランド商品との連携も視野に入れて検討する。

平成31年…地域商社設立準備委員会の立上げ

平成32年…地域商社の設立、セントルマルシェ運営委員会の立上げ

② 体験観光ルートの設定（改善して継続実施）

第1期では、一般社団法人 RIDE の指導の下、3つのサイクリングコースを設定したので、さらに第2期では、現コースを十分活用できるよう周辺事業者と連携して以下の取組むとともに、体験観光ルート（サイクリング3コース）の開発に当たっては、「学」・「遊」・「交」・「食」をキーワードに、家族連れや本格的なサイクリストなど、それぞれターゲットを絞ったルート開発を行う。

（ア）安心、安全にサイクリングが楽しめる環境整備

- ・駐輪場の確保
- ・サイクルオアシスの登録拡充と事業所を育成し受け入れ態勢を整える。
サイクルオアシス登録に向けた講習会を一般社団法人 RIDE から講師を招いて開催し、サイクリストの視点での受け入れ・もてなしに何が必要かを学ぶ。
サイクルオアシス…現5カ所から15カ所へ増設
- ・サイクリスト視点によるアンケート調査を実施し、利用環境の整備を行う。

（イ）快適なサイクリング環境の周知

- ・SNSを活用
情報をRIDEのSNSとリンクし、県央商工会HP「広島県央発見王国」やSNSとリンクする。
- ・PR動画の活用
サイクリングコース動画を商工会ホームページ「広島県央発見王国」で放映し、監修元であるRIDEのホームページにリンクする。
- ・パンフレットの作成
サイクリングコースにサイクルオアシスの場所を示したパンフレットを作成して、「広島県央発見王国」に掲載するとともに、監修元であるRIDEを通してサイクル店およびサイクリストに配布する。

（ウ）サイクルオアシス設置店舗への売上げ増加支援

- ・メニュー開発
サイクリストが手軽に食べられるフィンガーフード、ドリンクを開発する。
- ・接客の向上
サイクルオアシスの設置と合わせてサイクリストが望む接客をRIDEから学ぶ。
- ・店舗改装
ファサード改装（公道からの道、屋根、ベンチ、水場）をRIDEからアドバイスを受けながら行う。

③ 展示会等出展による販路開拓支援（継続実施）

（ア）独自展示会「現地体験・セントルマルシェ」（年2回）

第1期における計4回の開催により、1回当たり3,000名の来場者があると駐車台数300台の確保が必要になることがわかった。よって2期目は、3,000名の来場者を目標とする「メインマルシェ」と、駐車場が少なくても開催出来る「プチマルシェ」の開催を検討する。

（イ）県央コンシェルジュの設置

情報発信の拠点（一本化）を目的とし、交流人口の増加、ブランド商品開発、観光メニュー開発に対して、事業社個々が行なってきた情報発進を「県央コンシェルジュ」を設置してHPやSNSで一括発信する仕組みを構築する。

具体的には、セントラルマルシェ開催時やイベント会場に「県央コンシェルジュ」コーナーを設けて、観光・体験、商品紹介などの案内をワンストップで行うとともに、特にマルシェイベント前の情報発信を強化し、LINE@ではスタンプラリーなどの企画を実施する窓口となる。

(ウ) 商談会などに出展による販路拡大支援

- ・広島県商工会連合会主催商談会 1回/年、出展者5者 成約件数3件
- ・ビジネスフェア中四国 1回/年、出展者15者 成約件数12件
- ・その他催事への出展 4回/年
- ・商談会開催前に事前セミナーを2回開催する。

④ 販路開拓試食会「ボナペティ！県央！！」の開催（継続実施）

一過性のイベントに終わらせることなく経済効果を生み出すイベントに進化させるために専門家と事業者、バイヤー、加工会社、メディア、パワーユーザーの連携組織と農産物生産者との体制づくりを行い、年1回開催し商品化及び販路の開拓に結びつける。

⑤ 地域事業者の情報発信による販路開拓支援（改善して継続実施）

当商工会では、ホームページ「広島県央発見王国」、LINE@、Facebook、instagramを運用しているが、訪問客はLINEを多用している。よって、第2期では、継続的に効率よく発信するため事業者のSNSとの連携を行い、訪問客へ効果的なアプローチを目指す。

(ア) LINE@の活用

- ・事業者のLINE@活用促進セミナーを開催する。(1回)
LINE活用事業者15者、累計で4,500名の登録を目指す。
- ・スタンプラリー等や景品プレゼント企画を実施する。
事業者LINE登録者に対して、説明会を開催して意識統一を図り実施する。
- ・県央Centre MarcheLINE@登録者、累計で450名の登録を目指す。

(イ) ホームページ「広島県央発見王国」の改良・拡充

- ・掲載事業者、地域情報の情報発信 累計で掲載事業者65者を目指す。
- ・県央コンシェルジュのコーナーを設置する。
HP「広島県央発見王国」、SNS一括情報管理と各事業者のHPと連動させた効果的かつ効果的情報発信を行う。

(3) 目標

事業内容	H30年度 見込み	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度	H35年度
①セントラルマルシェ 商品開発件数（改良含む） うち売上増加事業者数	9件 3者	8件 6者	8件 7者	10件 8者	13件 9者	15件 10者
②観光ルートコース設定数 PR動画作成数	10件 7件	11件 10件	12件 10件	13件 13件	13件 13件	13件 13件
③サイクルオアシス設置数 うち売上増加事業者数	5ヶ所 0	8ヶ所 2者	10ヶ所 4者	12ヶ所 6者	15ヶ所 8者	15ヶ所 10者

④セントラルマルシェ 出店事業者数 (2回) 売上額 (万円)	80者 450万	80者 500万	90者 550万	90者 590万	90者 650万	90者 700万
⑤広島県商工会連合会 商談会出展者事業者数 成約件数	3者 1件	5者 2件	5者 3件	5者 3件	5者 3件	5者 3件
⑥ビジネスフェア中四国 出展者事業者数 成約件数	10者 3件	12者 5件	13者 8件	15者 12件	15者 12件	15者 12件
⑦LINE@登録事業者数 事業者LINE@への登録者数 (累計)	1者 10名	3者 450名	5者 1,000名	10者 2,500名	15者 3,500名	15者 4,500名
⑧県央LINE@ (累計) (Centre Marche) 登録者数	150名	200名	260名	340名	390名	450名
⑨HP掲載事業者数 (累計)	55者	57者	59者	61者	63者	65者

II. 地域経済の活性化に資する取組

8. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

<第1期における取組と評価等>

第1期において実施した地域経済の活性化に資する事業に対する評価委員会の評価及び第2期の取組方針は、以下のとおりである。

① 広島県央経済活性化協議会の活動 (継続実施)

1年目は10年先のあるべき姿を目指して、地域の将来ビジョンと魅力再発見をテーマに2回協議し、2年目は活性化に関わる人(サタケ・商工会(事業者)・地域おし協力隊員・JA・行政)との意見交換を行った。広島県央経済活性化協議会は各々の得意分野の活用、組織作りに向けての協議の場として機能を果たす役割があるとの評価を受けたので、次期においても継続実施する。

2期目においては、広島県央地域の将来ビジョン「まちづくり計画(地域のあるべき姿)」をテーマに、東広島市役所、自治協議会、東広島市観光協会、広島中央農業協同組合、地域活性化に関わる人、事業者などの関係者が一同に参画する協議会を年2回開催する。

② 観光メニュー紹介による観光人口の増加支援 (改善して継続実施)

当初は、東広島市観光協会トラベルサイト「旅の発見」への観光情報を掲載して情報を発信する予定であったが、1年目に情報発信事業でホームページ「ひろしまけんおうはっけんおうこく」を開設したため、ホームページ「ひろしまけんおうはっけんおうこく」に統一した。

「ものづくり体験、収穫体験、既存事業所を巡る7コースの観光体験」や「セントラルマルシェブランド」「掲載事業者50社」の商品等の情報発信を行い、評価委員会のホームページでの情報発信は必要であるとの評価を受け、2期目も改善して継続実施する。

③ 地域イベント・祭りに対する支援 (継続実施)

リバーサイドフェスティバル(約5,000人)、どまんなか豊栄へソまつり(約5,000

人)、アクアフェスタ in 福富へ (約 9,000 人) 協賛・参画し観光客誘致のためホームページを活用しPRを行い、東広島市内や県内からの集客に結びついているので、評価委員会でも地域の活性化には継続が必要との評価を受けたので、2 期目においても継続実施する。

<今回の申請における取組>

(1) 事業内容

①「広島県央地域活性化協議会」の開催 (継続実施)

当協議会では、1 期目で課題が見えてきた「空き家等の活用による地域の活性化」と観光客の増加 (交流人口) に対応するための「飲食店、宿泊施設の整備」に絞って、東広島市と連携して広島県央地域の将来ビジョンについて協議していく。

また、協議会開催前に上記委員に事業者やまちづくりに関心のある人を加えてワークショップを2回 (6月・12月) 開催し、地域のあるべき姿を協議する。その際、宿泊施設の不足や開発商品の販売店を置くことなどの課題解決を目的とする。

② 観光メニュー紹介による観光人口の増加支援 (改善して継続実施)

観光メニュー紹介による観光人口の増加支援は、「I.7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する⑤地域事業者の情報発信による販路開拓支援」の中で実施する。

③ 地域イベント・祭りに対する支援 (継続実施)

リバーサイドフェスティバル実行委員会、どまんなか豊栄へソまつり実行委員会、アクアフェスタ in 福富実行委員会と連携して、商工会・広島県央発見王国のホームページ及び商工会のネットワークを活用することでPRを強化し、地域イベント祭りに協賛・参画する。

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事

<第1期における取組と評価等>

第1期において実施した支援ノウハウ等の情報交換に対する評価委員会の評価及び第2期の取組方針は、以下のとおりである。

① 中央ブロック商工会職員協議会 (継続実施)

伴走型小規模事業者支援推進事業の実施状況、支援事例についての問題点・解決方法等について、年1回中央ブロックの職員が集い情報交換を行い、個社支援に活用することができた。これについては第2期においても継続する。

② 日本政策金融公庫等との協議会 (継続実施)

日本政策金融公庫尾道支店管内の各商工会議所・商工会管内の景況、融資制度、支援ノウハウ等について年2回情報交換を行い、円滑な事業資金融資を実行できた。これについては第2期においても継続する。

③ 東広島市産業部との意見交換会 (継続実施)

東広島市が実施する観光振興事業を活用した「県央地域周遊パスポート事業」で、県央3町の事業所紹介と併せて特産品や体験施設を掲載した冊子を合計20,000部作

成、これらの冊子を関係機関や観光施設に配布し、県央地域全体への周遊を促すと共に個店の売上増加に繋げることができた。また、東広島 定住サポートセンターと連携し、創業者（3件）に移住者創業支援事業補助金を活用した創業支援を行った。

これらはいずれも東広島市産業部との意見交換会を通じて実施したものであり、得られた効果は大きいため、第2期においても継続する。

④ 東広島商工連絡協議会（継続実施）

東広島市管内の東広島商工会議所、黒瀬商工会、安芸津町商工会、広島県央商工会が年3回、それぞれが実施している小規模事業者支援の事業内容について意見交換を行ったことで、支援ノウハウの共有が図れた。よって、第2期においても継続する。

<今回の申請における取組>

小規模事業者が抱える経営課題が高度化・多様化する中、支援機関に寄せられる相談内容も複雑化しており、支援機関同士の連携強化、情報共有は必要不可欠となっている。よって、第1期で実施した①から④の事業については、第2期においても継続実施するものとする。

(1) 事業内容

① 中央ブロック商工会職員協議会（改善して継続実施）

中央地域5商工会の職員を対象とした「中央ブロック商工会職員協議会」（1回）に出席し、各商工会が実施する事業の情報交換を通じて経営支援ノウハウの向上に努める。中でも新商品・特産品開発事業については、東広島市管内の商工会が個々に取組んでいるため、連携体制を強化して商品開発、販路開拓を推進する。

② 日本政策金融公庫等との協議会（継続実施）

日本政策金融公庫尾道支店との協議会（2回）、地元金融機関との懇談会（1回）にて管内の景況・融資制度、支援ノウハウ等について情報交換を行い、円滑な事業資金融資を実行する。

③ 東広島市産業部との意見交換会（継続実施）

地域振興について同じ目的を持つ、東広島市の産業振興課、観光振興課、農林水産課との意見交換会（2回）を通じて、東広島市が実施する中小企業支援施策、補助金等の情報を取得し、連携することで個社支援を円滑に遂行する。

④ 東広島商工連絡協議会（継続実施）

東広島市管内の東広島商工会議所、黒瀬商工会、安芸津町商工会、広島県央商工会が、商工業振興事業、産学金官連携事業等の取組みについて協議会（3回）を開催し、情報を共有する。

2. 経営指導員等の資質向上に関すること

<第1期における取組みと評価等>

第1期において実施した経営指導員等の資質向上を図る取組みに対する評価委員会の評価及び第2期の取組方針は、以下のとおりである。

① 広島県商工会連合会主催等への参加（継続実施）

専門スタッフ研修会（3名）、経営革新支援研修会（3名）、指導職員研修会（2名）、中小企業支援担当者研修会（1名）等に参加し、伴走型小規模事業者支援推進事業の進め方、事業計画書の策定、支援ツールの活用等個社支援に必要とされる専門的な研修の他、経営改善普及事業に関わる税制改正・融資制度・労働関係等について研修し、情報収集と能力向上に努めた結果、支援ノウハウの向上に繋がった。

② 指導員会議（継続実施）

指導員会議を月1回開催し、伴走型小規模事業者支援推進事業の進捗状況や個社支援の状況、セミナー開催内容等について協議した。会議の内容については他の職員にも情報共有し、協力体制をとることで事業を円滑に遂行することができた。

③ 専門家の有するノウハウの活用（継続実施）

ミラサポ、よろず支援拠点等を活用した専門家派遣に同行し、実践的な知識の習得と商工会で開催する外部専門家による各種セミナーに経営指導員全員が参加し、支援能力の向上を図った。

<今回の申請における取組>

広島県商工会連合会等が例年開催する研修会に参加するだけでなく、第2期目の経営発達支援計画に基づく伴走型小規模事業者支援推進事業に関係した研修会を自ら選定し積極的に受講するとともに、職員全員で取組む協力体制を構築することで円滑な事業実施を行う。よって、第2期では職員全員を対象とした「職員会議」を新たに追加するなど、情報共有を図るため、以下の事業を行うものとする。

(1) 事業内容

① 広島県商工会連合会主催等への参加（継続実施）

広島県商工会連合会が主催する経営発達支援事業関連研修、資質向上研修、職員業務分担別研修等には対象となる職員全員が参加し、個社支援に必要な情報収集と能力向上に努めると共に、当商工会が開催する研修会についても、研修内容に応じて職員全員が参加して資質の向上を図る。

また、商品開発やIT支援など現状不足するノウハウについては、中小企業大学校、関係支援機関等が実施する研修を積極的に受講する。

② 職員全体会議の開催及びデータベース構築（改善して継続実施）

伴走型小規模事業者支援推進事業を職員全体で一丸となって取組んで行くためには、月1回の指導員会議だけでは情報共有が図りにくい状況となっている。

よって、今後は指導員会議を週1回、職員全体会議を月1回開催することで、職員全員が伴走型事業に取組める体制を整備するとともに、職員の誰もがいつでも支援情報を閲覧できるようデータベースを構築し、支援体制をより強固なものとする。

③ 専門家の有するノウハウの活用（継続実施）

これまで通りミラサポ、よろず支援拠点等の活用により専門家派遣に同行し、実践的な知識の習得と商工会で開催する外部専門家による各種セミナーに参加し、支援能力の向上を図ると共に上記②の職員会議にて、他の職員にフィードバックするための内部研修を実施する。

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

<第1期における取組と評価等>

第1期において実施した事業の評価及び見直しのための仕組みに対する評価委員会の評価及び第2期の取組方針は、以下のとおりである。

① 事業評価委員会の開催（継続実施）

事業評価委員会については、1年目に事業説明と事業評価の2回、2年目は中間報告と事業評価で2回開催した。また、3年目は事業報告・事業評価を1回開催する予定である。

なお、事務局自己評価に基づき事業報告を行った結果、各事業について改善点の指摘と評価を受けた。これら評価結果は次年度の事業計画・運営に反映でき、PDCAを実行していく上で有効であることから次期も継続する。

② 理事会・総代会への成果報告（継続実施）

上記事業評価委員会の結果については、その都度理事会に報告するとともに、総代会において、広島県央商工会経営発達支援事業計画・経営発達支援事業評価、自己評価表に取り纏め成果報告した。

③ 評価の公表（継続実施）

経営発達支援事業の実施内容及び評価結果を商工会ホームページで公表し、地域小規模事業者が常に閲覧できる環境を整えた。これについては次期において継続する。

<今回の申請における取組>

(1) 事業内容

① 事業評価委員会の開催（継続実施）

委員として、東広島市経済産業部産業振興課長、中小企業診断士等が参加することで第3者視点での評価が可能となる。また、「事業評価委員会」を1年に1度開催し、経営発達支援事業の評価を受け、評価結果は役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。

② 理事会・総代会への成果報告（継続実施）

事業評価委員会の意見を理事会、総代会に報告し、次期の事業計画に反映させる。

③ 評価の公表（継続実施）

事業評価委員会の評価結果をHP、商工会報へ掲載し（年1回）することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

(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

(平成 30 年 12 月現在)

(1) 組織体制

広島県中央商工会事務局 7 名にて、経営発達支援事業の実施にあたるものとし、役割分担は以下とする。

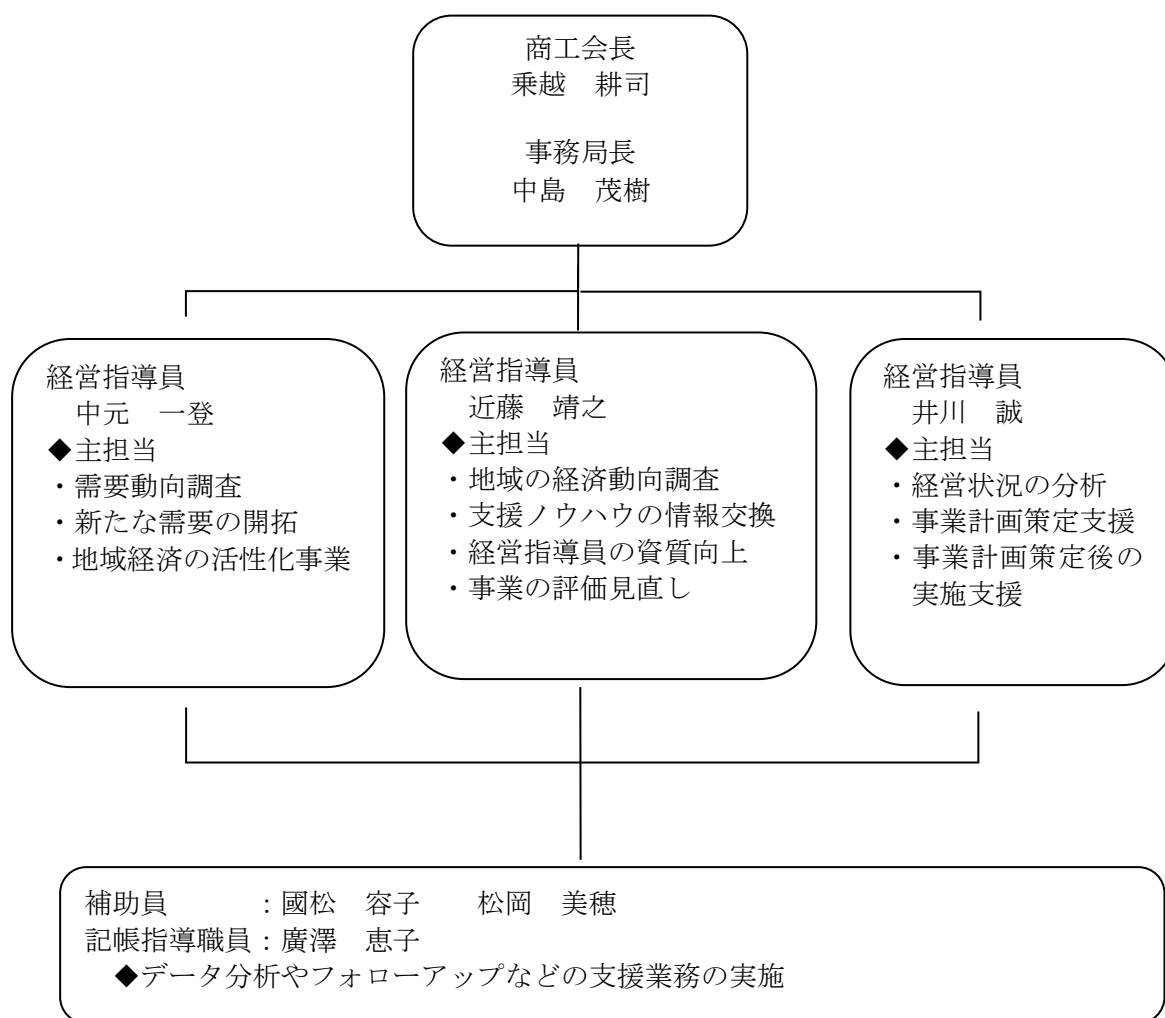
事務局 長：経営発達支援事業全体の総括 (1 名)

経営 指 導 員：経営発達支援事業実施の中核として支援事業の実施 (3 名)

補助員，記帳指導職員 (計 3 名)

：経営発達支援事業実施の際のデータ分析やフォローアップなどの支援業務の実施

(業務分担)



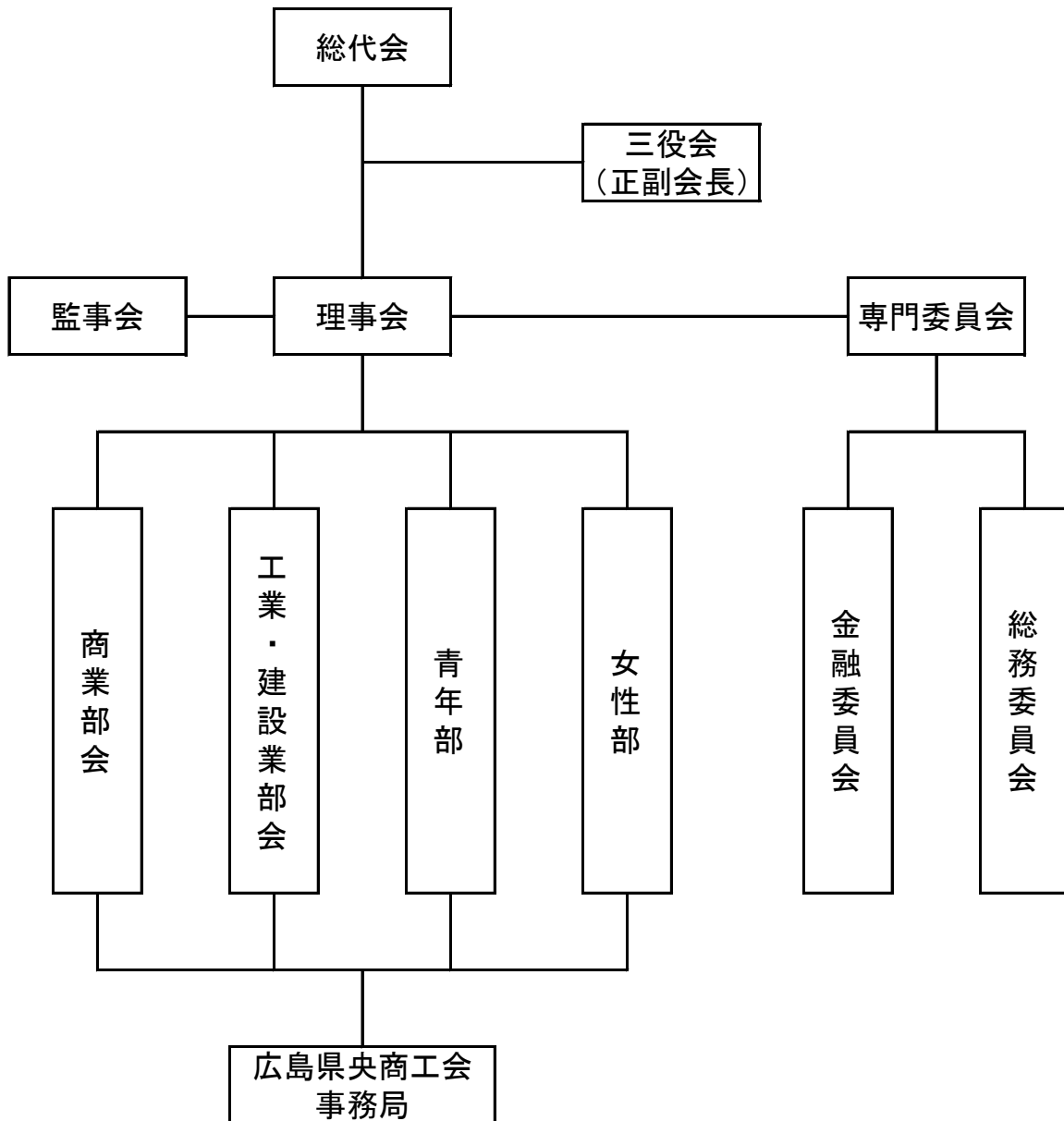
※経営指導員は、主担当を中心に連携して業務を行う。

また、地域経済の活性化については、経営指導員全員で行う。

(2) 連絡先

(本所) 〒739-2201 広島県東広島市河内町中河内 1235 番地 2
TEL 082-437-0180 FAX 082-437-0250
(北部会館) 〒739-2317 広島県東広島市豊栄町鍛冶屋 444-7
TEL 082-432-2110 FAX 082-432-2392

広島県央商工会組織図



(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)

	平成31年度 (6月以降)	平成32年度	平成33年度	平成34年度	平成35年度
必要な資金の額	7,400	7,050	7,250	7,350	7,250
○謝金 (委員会・専門家派遣)	800	800	800	800	800
○会議費	50	50	50	50	50
○セミナー開催費	300	300	300	300	300
○商品開発費等	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
○販路開拓費等	500	500	500	500	500
○販路開拓旅費等	200	200	200	200	200
○展示会等出展費等	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○印刷費	1,000	700	700	1,000	700
○雑役務費	500	500	500	500	500
○調査費	1,050	1,000	1,200	1,000	1,200

(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

商工会費収入、特別賦課金収入・手数料収入、国補助金、広島県補助金、東広島市補助金を以って本事業費に充当する。

(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
地域経済の底上げを効率的・効果的に達成するために、今回の取組みの実施については、行政、広島県商工会連合会、金融機関、地域活動団体等と連携し、支援実施を行う。 ①地域の経済動向調査の把握・分析 ②経営状況の分析 ③事業計画作成支援 ④事業計画策定後の実施支援 ⑤需要動向調査の支援 ⑥販路開拓支援 ⑦地域活性化のための支援・事業実施 ⑧支援能力向上の支援
連携者及びその役割
名 称：広島県 代表者：知事 湯崎 英彦 住 所：広島市中区基町 10 番 52 号 電 話：082-228-2111 役 割：各種支援策の提供、経営革新の制度普及や計画策定方法の支援、 広島ブランドショップ TAU での出展やテストマーケティング支援 豪雨災害に伴う復興支援事業の支援 名 称：東広島市 代表者：市長 高垣 広徳 住 所：東広島市西条栄町 8 番 29 号 電 話：082-422-2111 役 割：各種支援策の提供、商業振興施策や経済状況の情報提供、空き家活用、 創業及び観光振興の取組み支援、豪雨災害に伴う復興支援事業の支援 名 称：広島県商工会連合会 代表者：会長 熊高 一雄 住 所：広島市中区大手町 3-3-27 電 話：082-247-0221 役 割：専門家の派遣支援、講習会・マッチングフェア等の開催・情報提供、支援力 向上の支援 名 称：ひろしま産業振興機構（広島県よろず支援拠点） 代表者：理事長 深山 英樹 住 所：広島市中区千田町 3 丁目 7-47 広島県情報プラザ 電 話：082-240-7706 役 割：事業者の個別相談に対し専門家を派遣し、課題解決を支援

名 称：中小企業基盤整備機構 中国本部
代表者：本部長 村松 清孝
住 所：広島市中区八丁堀 5 番 7 号
電 話：082-502-6300
役 割：各種セミナーの開催や中小企業大学校の研修により支援力向上を支援
豪雨災害に伴う復興支援事業の支援

名 称：広島県事業引継ぎ支援センター
代表者：統括責任者 平野 勝正
住 所：広島市中区基町 5-44
電 話：082-555-9993
役 割：事業継承やM&Aなど後継者対策を要する事業者の支援

名 称：日本政策金融公庫 尾道支店
代表者：支店長 橋本 恒己
住 所：尾道市東御所町 1-20 JB 本四高速尾道ビル
電 話：0848-22-6111
役 割：事業実施に伴う資金需要に対する金融支援、及び地域内経済情報の提供

名 称：心のふるさと県央協議会
代表者：会長 沖 正文
住 所：東広島市豊栄町乃美 1083-5
電 話：082-420-3323
役 割：地域内特産品を活用した特産品開発と観光ルート設定の協議・検討

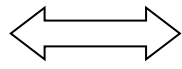
名 称：こだわりの郷ぐるーぶ
代表者：会長 片岡 祐士
住 所：東広島市福富町下竹仁 744-1
電 話：082-435-3532
役 割：地域内特産品を活用した特産品開発と観光ルート設定の協議・検討

名 称：公益社団法人 東広島市観光協会
代表者：会長 蔵田 憲
住 所：東広島市西条中央 7-23-35
電 話：082-420-0310
役 割：観光ルート設定後の地域内外への情報発信の助言・サポート

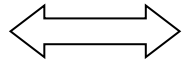
名 称：広島中央農業協同組合
代表者：代表理事組合長 河野 孝行
住 所：東広島市西条栄町 10 番 35 号
電 話：082-422-2166
役 割：地域内特産品を活用した特産品開発と販路開拓の支援

連携体制図等

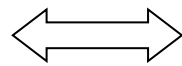
広島県
中央
商工
会



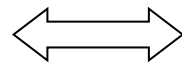
広島県



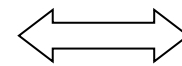
東広島市



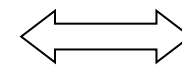
広島県商工会連合会



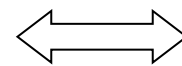
ひろしま産業振興機構



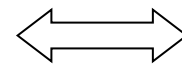
中小企業基盤整備機構



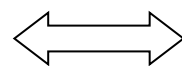
広島県事業引継ぎ支援センター



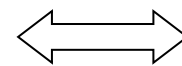
日本政策金融公庫 尾道支店



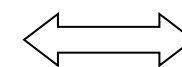
心のふるさと県央協議会



こだわりの郷ぐるーぷ



東広島市観光協会



広島中央農業協同組合