

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	神石高原商工会 (9240005009839)
実施期間	平成 31 年 4 月 1 日～平成 36 年 3 月 31 日
目標	<p>経営発達支援事業の目標</p> <p>(1) 縮小する経済を見据えた稼ぐ力の拡大による所得増 事業者の問題や課題、目標に寄り添ったオーダーメイド型の事業計画の策定と実行支援を実施する。</p> <p>(2) 創業と第 2 創業（事業承継）の推進 UI ターン者をターゲットに行政・金融機関等とも連携し既存事業者以外の創業者の掘り起こしにつなげる。</p> <p>(3) ブランド力向上による地域経済振興事業への進化 JIN（神）プレミアム商品を中心とする地域ブランドを構築し、地域経済活性化に取り組む事業所を支援する。</p>
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 新たな事業拡大や事業承継に結び付く情報を地域内の小規模事業者へ提供する。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者が、経営分析を通じて自社の強み弱みを把握するとともに、持続的経営が可能となるよう事業計画策定に導く。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること 地域動向調査、経営状況の分析結果、需要動向調査の成果により実現可能性の高い事業計画策定につなげる。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した全ての事業者を対象に四半期ごとに巡回訪問を行い、事業計画後の進捗状況を確認・改善等の支援を行う。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること JIN（神）プレミアム認定商品の浸透調査を行い、事業者にフィードバックすることで既存商品の改良や新商品開発につなげていく。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示会等への出展に際し専門家を活用することで、商品のブラッシュアップと購入・成約向上につなげるとともに、EC サイト等の IT 活用により新たな需要開拓を支援する。</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取組 JIN（神）プレミアム認定商品の普及浸透により「神石高原ブランド」の向上を図るとともに、行政を始め神石高原町内の各関係団体と連携して、ブランド発信力を強化する仕組みを構築し、域外から資金を呼び込むことで、地域経済の活性化に資する事業に取り組む。</p>
連絡先	<p>神石高原商工会 経営支援課</p> <p>〒720-1812 広島県神石郡神石高原町油木乙 1994 番地 2</p> <p>TEL : 0847-89-0001 / FAX : 0847-89-0140</p> <p>E-mail : jkougen@hint.or.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

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期の計画期間において実施した3つの目標①『小規模事業者の経営発達支援』、②『創業・第二創業、後継者育成の支援』、③『地域経済活性化に資する取組』の評価は以下のとおりである。

①小規模事業者の経営発達支援

事業計画策定件数は3年間の累計で108件以上を見込んでいる。これは当初の目標を大きく上回るもので評価委員会でも高く評価されている。

一方で、店舗の改装等を行った小売店等の需要開拓（商品やサービス等の拡充）が不十分であるとの指摘が専門家からあった。よって、次期では内容に一部改善を加え『縮小する経済を見据えた稼ぐ力の拡大による所得増』をテーマに実施するものとする。

②創業・第2創業、後継者育成の支援

創業・事業承継については十分な成果がでていない。これは創業者・後継者候補となる人材のイメージが出来ておらず、ターゲットが明確でなかったことが要因であることから、次期ではターゲットを絞った情報発信を行う必要がある。

神石高原町では、平成28年に長期総合計画を見直し、「町外からの流入人口拡大プロジェクト」を含む3つのリーディングプロジェクトを核に「第2次長期総合計画」を策定しているため、次期ではこれらのリーディングプロジェクトと連携し、町外からのUIターン者をターゲットとした『創業と第2創業（事業承継）の推進』をテーマに実施するものとする。

③地域経済活性化に資する取組

第1期では、「神石牛振興協議会」を始め関係機関と連携し、「牛骨（神石牛）ラーメン」を開発し、地域イベント等での商品提供を通じて認知度向上が図られたが、神石牛は生産量が少なく、流通も限定されることから、地域活性化への面的な広がりを欠いているとの指摘があったところである。

よって、次期では、地域資源を「神石牛」に限定せず、幅広い地域資源を対象とした「神石高原ブランドの向上」に町ぐるみで取り組むことで、「域外から資金を呼び込む力」をもった多くの商品等を育成する。具体的には、町の認定制度である「JIN（神）プレミアム」を一層浸透させるとともに、個社の情報発信力を強化する仕組みを構築するなど、これまでのイベントによる地域振興事業から脱却するため、『ブランド力向上による地域経済振興事業への進化』をテーマに実施するものとする。

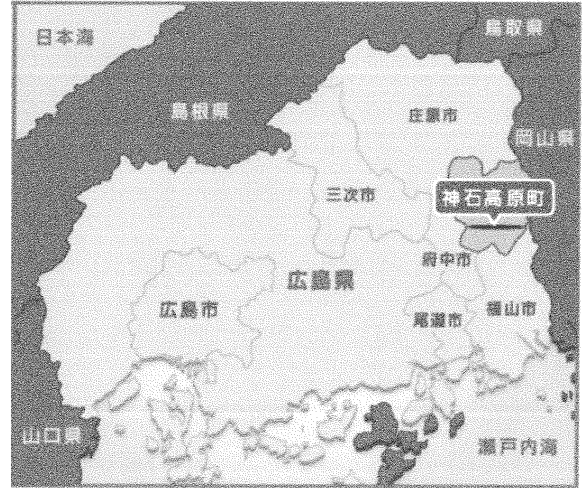
＜今回の申請における取組＞

(1)地域の現状と課題

①現状

【自然的条件及び社会的条件】

神石高原町は、広島県の東北部に位置し、北は庄原市、南は福山市、東は岡山県、西は府中市と接しており、面積は381.81k㎡である。森林面積が81%と緑豊かな自然に囲まれており、標高は400～500mに位置した中山間地域となっている。経済圏は福山・府中を中心とする備後経済圏に位置し、備後の中心都市である福山市へは、距離は約30kmで、自動車ですら1時間程度要する。平成16年11月に神石郡4町村（油木町、神石町、豊松村、三和町）の新設合併により誕生した。（前回と変更なし）

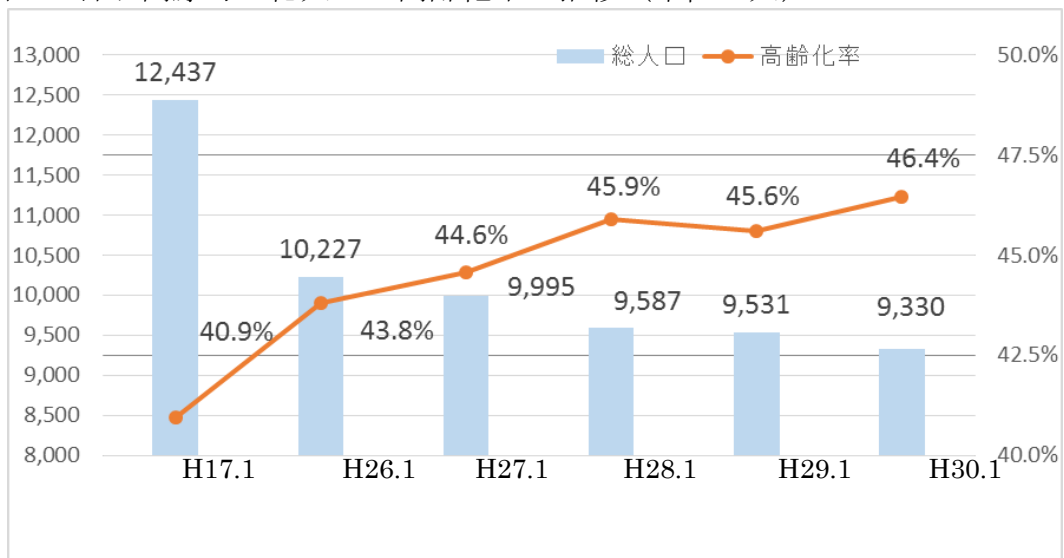


【人口推移】

本町の人口は、昭和25年の38,813人を最高に、それ以降減少傾向が続いている。昭和35年～50年にかけては5年間で10%以上の人口減少、その後は減少率が鈍化しつつも、5%台の減少が続いた。4町村の合併以降でも、図1のとおり平成17年1月の12,437人から平成30年1月9,330人と、この間でも△3,107人（25%）と大きく減少している。

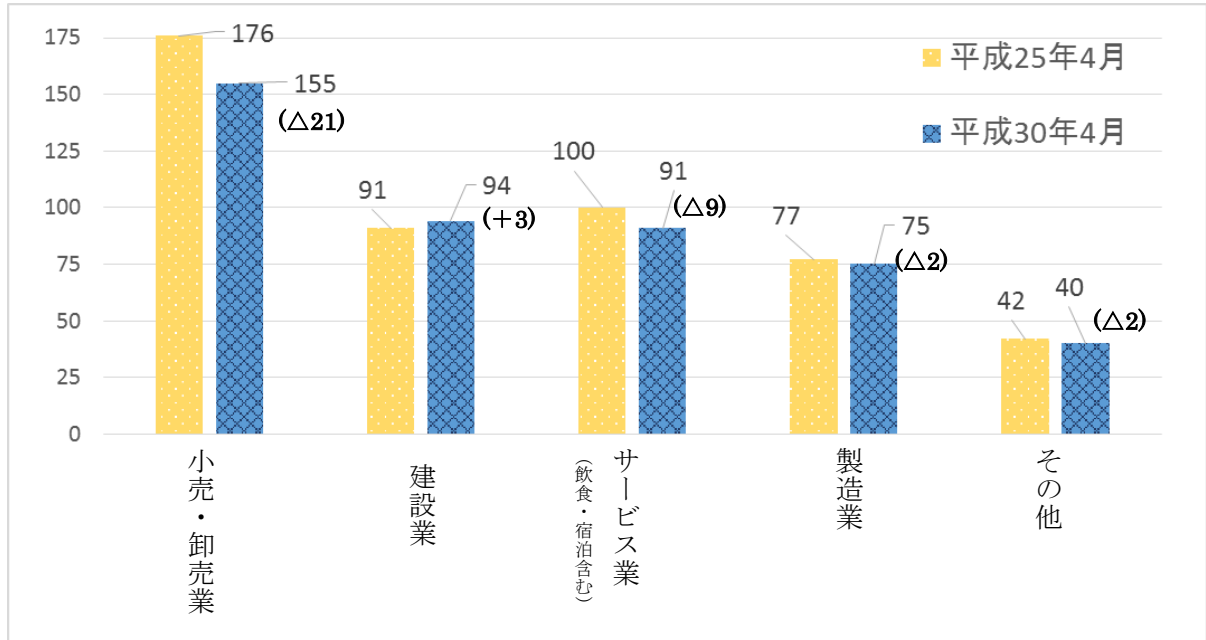
人口減少率は、広島県内23市町で最大の町である。また、高齢化率は広島県の平均値（平成27年1月26.6%）と比較すると約2倍近くとなっており、県下の高齢化率順位3位である。（前回と変更なし）

図1 神石高原町の総人口と高齢化率の推移（単位：人）



【業種別の管内事業者数の推移】

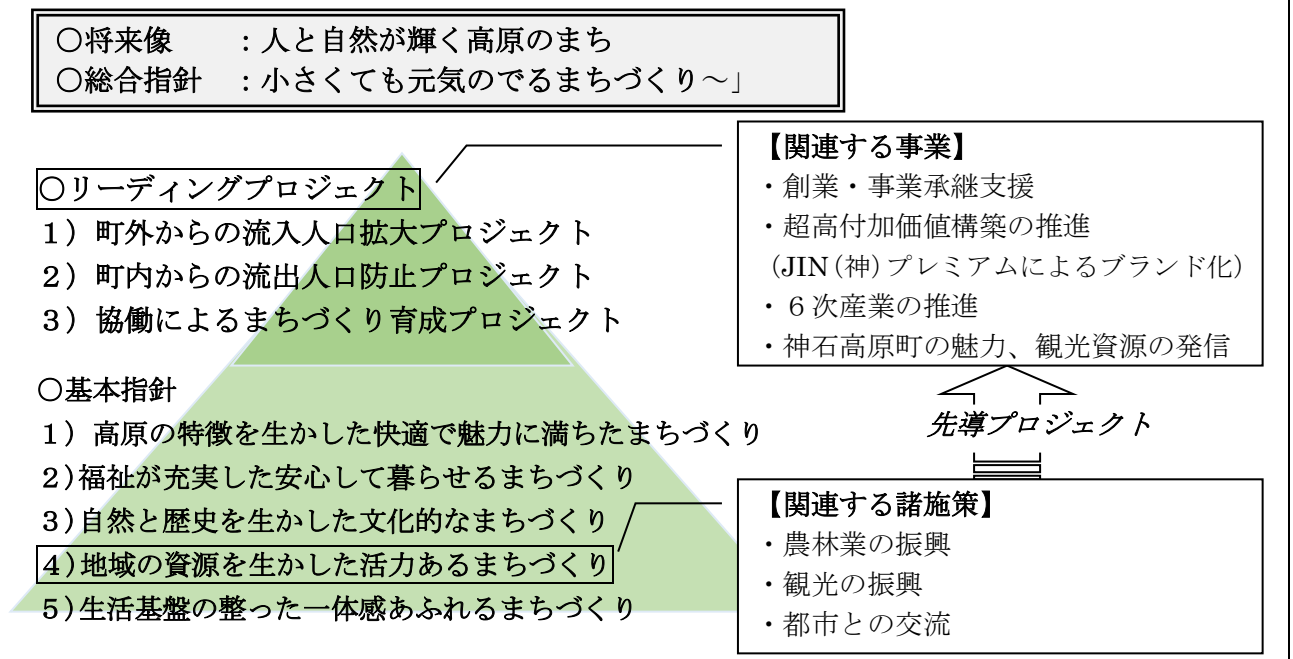
図2 業種別の事業所数の推移（単位：事業所）



【神石高原町第2次長期総合計画】（前回に追加）

神石高原町は「第2次長期総合計画（H28～H36）」において、人口減少等社会経済の変化に対応する取り組みを「リーディングプロジェクト」として位置付けているが、これらは平成28年に策定されたため、当商工会の第1期経営発達支援計画（H27～H30）には盛り込まれていない。よって、第2期では、これらリーディングプロジェクトとの関係を整理した上で計画策定を行う必要がある。（図3参照）

図3 リーディングプロジェクトにおける商工関連施策との位置づけ



②課題

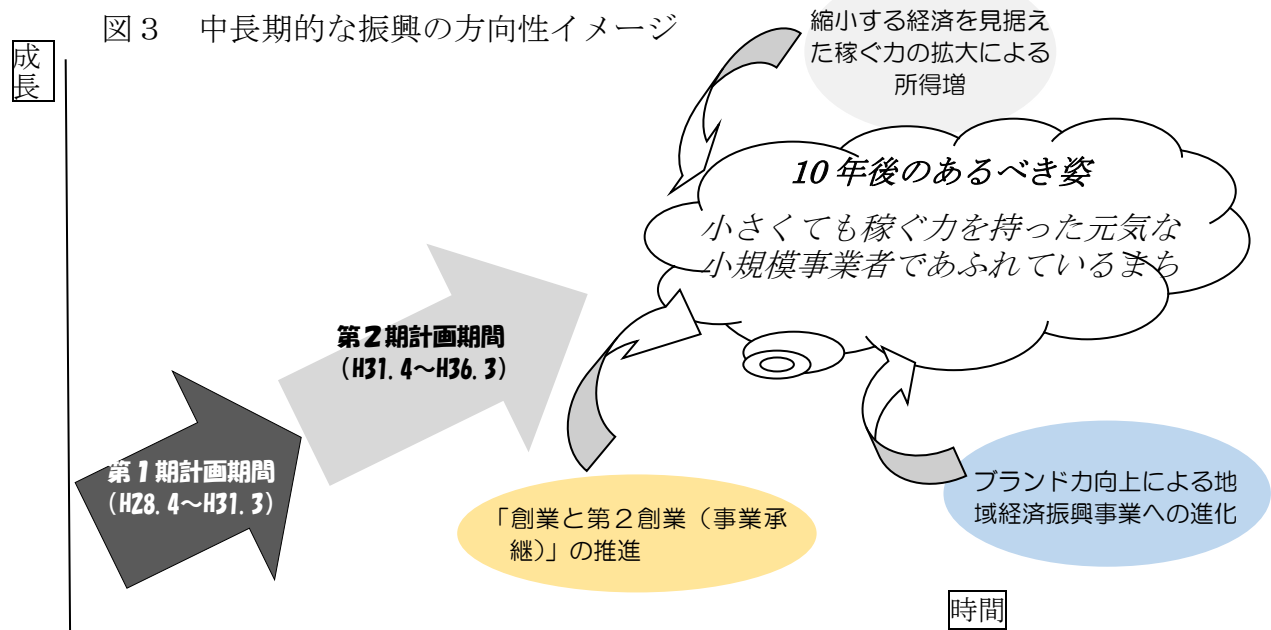
＜表 1＞ 管内事業者の業種別課題

	現状	課題
小売・卸売業 事業者数減少 (－21) ※図 2 参照	<ul style="list-style-type: none"> 管内で最も減少数の多い業種 商店数、従業員数、年間商品販売額とも減少傾向。平成 26 年の年間商品販売額約 45 億円程度。 旧 4 町村の中心地に小規模な商店街に店舗が点在している。 売場面積 1,000 ㎡以上の大型小売店舗はない。 福山市への商業施設へのアクセスが良好で、購買力の流出が顕著。 卸売業の既存取引先は減少傾向。 店舗の老朽化が著しく、需要開拓よりも、目先の店舗の設備更新が優先となっている。 	<ul style="list-style-type: none"> 人口減少による需要低下による経営者の意欲低下。 業種の先行きに、悲観的で事業継承の機運に乏しい。 魅力ある店舗、商品が極めて少ない。
建設業 事業者数増加 (+3) ※図 2 参照	<ul style="list-style-type: none"> 唯一、事業所数が増加した業種。 個人経営による建設会社は経営者の高齢化により廃業済み。一方で、若手の小回りの利く工務店や建設業者の起業が目立つ。 旧町村を中心に中堅建設会社が点在している。 農業分野や不動産事業への新分野進出が目立つ。 雇用拡大に貢献している業種。 ソフトウェア等の導入により、公共業務への業務効率化に対して意欲的。 	<ul style="list-style-type: none"> 慢性的な人手不足。 地元高校の卒業生獲得にも意欲的であるが、採用困難。
サービス業（宿泊・観光業を含める） 事業者数減少 (－9) ※図 2 参照	<ul style="list-style-type: none"> 従来からのサービス業は低下傾向にあるが、観光客向けのシニアや女性を中心とした個人経営による飲食店での起業が比較的好調。 平成 28 年の観光入込客は 67.1 万人で、観光消費額 10.8 億円で、ひとりあたりの観光消費額は 1,473 円程度で通過型の観光地となっている。この 3 年で観光消費額は約 3 億円増。 観光施設の大部分は、指定管理者制度による公設民営が中心。 	<ul style="list-style-type: none"> 観光消費額が増加しているが、道の駅などの観光施設が中心で、従来からある飲食店等への経済的な波及効果は乏しい。 魅力的な特産品に乏しい。 施設が老朽化しており、魅力に乏しい。
製造業 事業者数減少 (－2) ※図 2 参照	<ul style="list-style-type: none"> 製造業者数は 75 事業所で、うち 4 人以上の事業所数は 29 事業所 4 人以上の事業所の従業者数 557 人、製造品出荷額等約 144 億円。(平成 28 年) 平成 26 年以降、事業所数は横ばいで推移しているが、従業者数、製造品出荷額は増加傾向。 	<ul style="list-style-type: none"> 人手不足により、従業員の確保が困難。また、定着が困難で、外国人労働者に依存傾向。 製造原価の管理への IT 化が遅れており、事務の効率化が遅れている。 設備が老朽化し、旧型機であるため工場の規模にみあった生産能力が確保されておらず、新たなニーズへの対応が遅れている。 自社のホームページ構築に対する意識が薄く、新たな受注先の確保が遅れている。

(1) 小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

① 中長期的な振興の方向性のイメージ (10年後の小規模事業者のある姿)

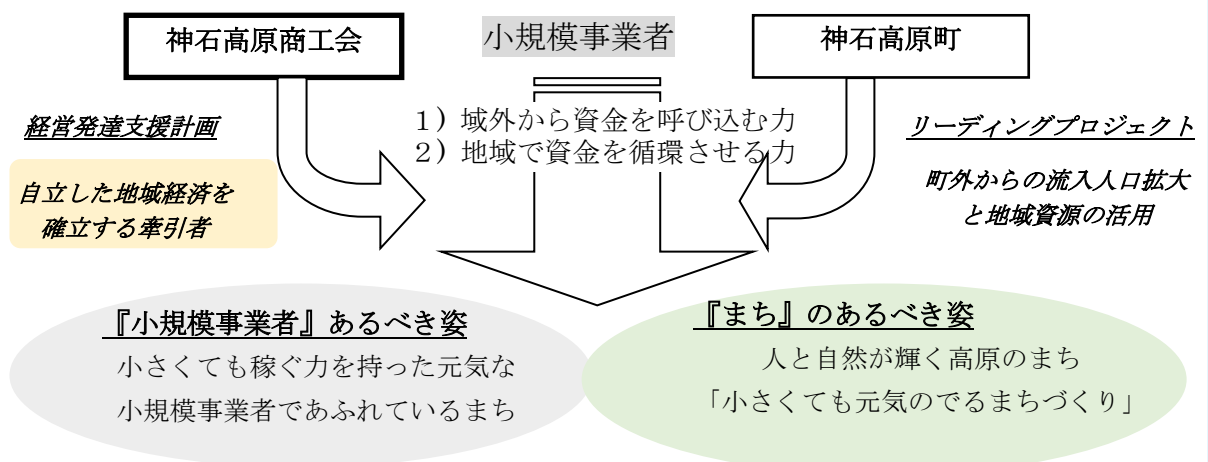
小さくても稼ぐ力を持った元気な小規模事業者であふれているまち。



② 町総合計画の『リーディングプロジェクト』等との連動性

町の総合計画の実効性を高めるために、商工会では小規模事業者らの1) 域外から資金を呼び込む力、2) 地域で資金を循環させる力、のそれぞれの強化を念頭に置く。とくに、「町外からの流入人口拡大プロジェクト」と「地域資源を生かした活力あるまちづくり」との連動性を重視し、町と商工会の役割分担を図4のとおりとする。

図4 小規模事業者に対する中長期的な振興における町との役割分担イメージ



③商工会の役割

図4の役割分担のイメージどおり、商工会は「自立した地域経済の確立をする牽引者」であり続けるために、地域全体が潤うビジネスモデル（売り出す・呼び込む・循環させる）の再構築と、地域資源活用やビジネス手法を取り入れた地域課題解決の推進並びに、事業計画策定と実行支援を展開する。

(3)経営発達支援事業の目標

【目標：1】縮小する経済を見据えた稼ぐ力の拡大による所得増

数値目標

- ・売上増加による所得増となる事業者数 90件（支援予定者180件の5割）
- ・ウェブ構築による販路拡大事業者 15件（年間3件）

【目標：2】創業と第2創業（事業承継）の推進

数値目標

- ・UIターン者をターゲットに5年間で5件以上の創業・第2創業を実現

【目標：3】ブランド力向上による地域経済振興事業への進化

数値目標

- ・「JIN（神）プレミアム」認定商品数 15件（年間3件）

(4)目標達成に向けた方針

【目標：1】縮小する経済を見据えた稼ぐ力の拡大による所得増

実施方針

- ・事業者の問題や課題、目標に寄り添ったオーダーメイド型の事業計画の策定と実行支援を実施。
- ・売上（所得）増加事業所を増やすために、新たな販路開拓に取り組む戦略的な事業計画策定を積極的に支援していく。具体的には、自社商品やサービスを域外に発信していくためのウェブ構築支援を行う。

【目標：2】創業と第2創業（事業承継）の推進

実施方針

- ・これまで町内の既存事業者を中心とした支援が中心であったが、今後は、既存事業者以外の創業者の掘り起こしにつながるよう、行政・金融機関等とも連携し、町外からのUIターン者をターゲットに創業者や第2創業（事業承継）に取り組む。
- ・創業又は事業承継後間もない事業者に対して、きめ細やかな事業計画のフォローアップを実施していく。

【目標：3】ブランド力向上による地域経済振興事業への進化

実施方針

- ・ JIN（神）プレミアム（図5参照）商品を中心とする地域ブランドを構築し、地域活性化に取り組む。この制度の認定候補となる商品の発掘と開発に力を入れるとともに、認定済みの商品の改良を目指す事業所を積極的に支援していく。
- ・ 地域内の事業者らの商品やサービスを域外に発信していくために、町の情報発信を拡散させ、域内商品やサービスの域外流通を加速させることで、地域経済全体を活性化させる事業へと進化させる。

図5 「JIN（神）プレミアム」制度とは



「神石高原町でかがやく、もの・ひと・こと」などを、神石高原プレミアムブランドとして認定し、その魅力を町内外へ発信することにより、町全体の知名度の向上を図り、産業振興及び地域活性化に資することを目的としている。

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)

I. 経営発達支援事業の内容

2. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

<第1期における取組と評価等>

第1期において、観光動態調査、人口動態調査、地域経済分析システム (RESAS) 等のデータを収集し、地域内の小規模事業者に提供することにより、100事業者を見込み (3年計画) の事業計画策定に活用することができた。

しかしながら、これらの情報は単なるトレンド情報の域を超えていないため、新たな事業拡大や事業承継に結びつくものではなかった。また、個社支援の活用のみを使用し、毎年の公表まで至らなかった。よって、第2期では、専門家による分析を加え、事業計画策定支援に活用するとともに、分析結果を広く公表する。

<今回の申請における取組>

(1) 事業内容

当地域における、新たな事業拡大や事業承継に結びつく情報を地域内の小規模事業者に提供することを目的に、以下の①から④の手法により情報収集及び分析を行い、その結果を年1回、公表する。

① 国が提供する「REASAS」(地域経済分析システム)の活用【継続】

分析手法	調査項目
人口マップ	人口構成、人口増減、人口社会増減等
ものづくりマップ・ From-to 分析	人の動き等を分析
観光マップ	目的地分析、周遊状況
産業構造マップ	産業の現状等を分析

② 民間調査機関が提供する「日経テレコン」の活用【新規】

分析手法	調査項目
キーワード検索	記事 (雑誌・新聞)、企業、人事、業界情報等

③ 民間調査機関が提供する市場情報評価ナビ MieNa (ミーナ) の活用 (継続)

分析手法	調査項目
市場規模	住民基本台帳、民間事業所数、昼間人口等
成長度	人口伸び率、民間事業所伸び率、製造出荷額伸び率等
中心性	昼夜人口比、小売り中心等
裕福度	人口あたりの課税対象所得他
消費購買力	消費購買力、品目別購買力等

(2) 成果の活用について

- ①情報収集・調査、分析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。
- ②事業計画策定の実施支援と見直しに活用する。
- ③経営指導員等が巡回指導、窓口相談を行う際の参考資料とする。

(3) 目標

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
公表回数	0	1	1	1	1	1

3. 経営状況の分析に関すること【指針①】

<第1期における取組と評価等>

- ①地域内の小規模事業者の基礎データ（業種、従業員数、財務状況）を把握し、事業者の強み、弱みなど現状を分析してきた。結果、目標を上回る分析件数を上げることができた。
- ②小売業・飲食業等を中心とし、広島県和牛「神石牛」に関連した販売品目に特化した。それだけでは事業者数が少なく、共有できるツールがないため同一業種事業者の比較ができなかった。そのため対象を全業種に拡大し、経営状況の分析を行った。よって次期についても、神石牛の取扱いに関係なく経営状況の分析を実施する。
- ③店舗・工場等修繕工事を行う事業者に対し、近年の売上高状況等の推移（過去3年間）を自ら振り返る機会と、専門家派遣により店舗・工場修繕工事に向けたアドバイスを行うとともに、自社の経営を客観的に把握するためSWOT分析等を行った結果、強み、弱み、機会、脅威など自社の置かれている立場を理解するきっかけとなった。よって、今後も店舗・工場等修繕工事を実施する事業者に対する経営分析を継続実施する。

<今回の申請における取組>

- ①事業計画策定に導くことを目的に、経営状況の分析の提供を行う。併せて経営指導員の巡回指導や窓口相談を通して、事業計画策定希望事業者へ経営分析を実施していく。
- ②JIN（神）プレミアム認定見込み及び認定済事業者を、巡回指導により経営状況分析から事業計画策定につなげていく。
- ③経営分析
【対象者】
 - 1) やる気のある事業計画策定希望事業者。JIN（神）プレミアム認定見込み及び認定済事業者。
 - 2) 目標2における創業・第2創業者。

(1) 事業内容

【分析項目】

分析手法	分析項目
財務分析（定量分析）	売上高増加率（売上持続性）、営業利益（収益性）、労働生産性（生産性）、EBITDA 有利子負債倍率（健全性）、営業運転資本回転期間（効率性）、自己資本比率（安全性）
非財務分析（定性分析） SWOT 分析	小規模事業者の強み、弱み、機会、脅威を把握することで、経営状況と具体的な課題を明確にし、取り組むべき課題を明らかにする。

【分析手法】

- ①経済産業省の「ローカルベンチマーク」等のソフトを活用し、経営指導員が分析を行う。
- ②地域経済動向調査に関することに係るデータを利用する。
 - ・国が提供する「REASAS」（地域経済分析システム）の活用
 - ・民間調査機関が提供する「日経テレコン」の活用
 - ・民間調査機関が提供する市場情報評価ナビ MieNa(ミーナ)の活用

(2) 成果の活用

- ①分析結果は当該事業者フィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
- ②分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。
- ③案件により高度な分析が必要であれば、専門家と連携して取り組む。
- ④詳細な経営分析を求める事業者には、ひろしま産業振興機構「広島県中小企業技術・経営力評価制度」を利用する。

(3) 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	40	40	40	40	40	40

4. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

<第1期における取組と評価等>

①事業計画策定事業者への掘り起こし

第1期では、巡回訪問・窓口相談時に小規模事業者持続化補助金等の活用を積極的に促した結果、事業計画策定件数は3年間で100件以上、さらに事業計画策定後に売上または粗利益が増加する事業者割合は5割程度になると見込む。

よって、次期ではこれと同等の5割程度の売上または粗利益増加事業者を見込むため巡回訪問・窓口相談により掘り起こしを行う。

②創業・第2創業（経営革新）の掘り起こし

第1期では、創業や・第2創業に対する成果はでていない。原因は、既存事業者を中心に事業計画策定を行ってきたことと町内で創業や第2創業を行う事業者がほとんどないためである。よって第2期では、町外からのUIターン者をターゲットに創業・第2創業（事業承継）の掘り起こしを行うこととする。

③特産商品の開発に係る事業計画策定支援

第1期では、行政関係機関との連携により、新たな特産品として牛骨（神石牛）ラーメン等の開発に取り組んだ。しかし、商品開発のみが目的となり、売上拡大については十分な対策が練られていなかった。

よって第2期では、計画策定段階から新商品や新サービスの開発支援と販路拡大支援をセットで「稼ぐ力」を育てる。

④店舗・工場等整備に係る事業計画策定支援

第1期では、店舗・工場等整備に取り組む事業者に対して、毎年10件程度、施設の老朽化に対応した店舗・工場等の整備を行ってきた。しかし、専門家より販路開拓等が不十分との指摘があったので、第2期では、店舗改装や工場整備が生産性向上につながるような事業計画策定支援を行う。

⑤好事例集による意識啓発

第1期では、小売店等を中心に、経営革新計画承認や小規模事業者持続化補助金等を活用した「神石高原町内の活用事例集」を配布し、身近な好事例を紹介することで、事業計画策定への意識啓発に効果があった。

<今回の申請における取組>

(1) 支援に対する考え方

- ①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述べても、実質的な行動や意識変化を促すことは難しいため、第1期で作成した上記⑤の「神石高原町内の活用事例集」を活用し、取組に対するハードルを下げる。
- ②補助金、融資の申請を契機として、事業計画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、事業計画の策定につなげる。
- ③UIターン者向けの支援に向けてモニターツアーを計画するとともに、支援制度窓口を周知し神石高原町内での創業・第2創業（事業承継）のきっかけとする。

(2) 事業内容

- ①地域動向調査、経営状況の分析結果、需要動向調査の成果を踏まえた事業計画策定支援【継続事業】
- ②創業・第2創業（経営革新）に係る計画策定支援【継続事業】

【支援対象】

- ①地域動向調査、経営状況の分析結果、需要動向調査の成果を行った事業者を中心にやる気のある事業計画策定希望事業者。JIN（神）プレミアム認定見込み及び認定済事業者とする。
- ②町外からのUIターン者および事業承継が課題となっている事業者

【手段・手法】

- ①ミラサポ等の専門家派遣を活用し事業計画策定支援を行う。
- ②外部機関との連携を踏まえ、実現可能な事業計画策定に則した運転資金や設備投資等の資金調達計画において、日本政策金融公庫や地元金融機関との連携を行う。
- ③経営指導員による定期的な巡回・窓口相談を行う。
- ④UI ターン者向けの「創業・第2創業モニターツアー」を計画し、広島県と協働実施する行政を通じて首都圏等の町内出身者にPRする。
- ⑤町青年会実施の、故郷を思い出し神石高原町へUターンしてもらうことを目的としている「30歳の成人式」に事業承継を望む事業者とのマッチング事業を行う。

(3) 目標

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
事業計画策定件数	36	36	36	36	36	36
創業・第2創業件数	-	1	1	1	1	1

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

<第1期における取組と評価等>

①行政関係機関との連携状況

第1期では行政や金融機関と連携し、それぞれが持っている人的資源やノウハウを総動員して、事業者の経営課題の解決に取り組んだ。第2期でも、引き続き行政や金融機関と連携し、事業計画策定後の課題解決を図る。

②事業策定事業者へのフォローアップ状況

第1期では事業計画策定した概ね全ての小規模事業者に対して、概ね年5回以上フォローアップを実施しており、これについては評価委員会で高く評価された。

ただし、支援回数を一律4半期に1回としているので、次期では支援対象者の進捗状況に応じて支援回数を変えるとともに、創業・第2創業への支援を手厚くするよう工夫する。

<今回の申請における取組>

(1) 事業内容

- ①事業計画を策定した全ての事業者を対象に、四半期毎に巡回訪問を行い、事業計画後の進捗状況を確認、改善等の支援を行う。
- ②事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、既存事業者・新規創業者等の区別等により、訪問回数を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変更し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。
- ③目標 1「縮小する経済を見据えた稼ぐ力による所得増」に掲げた通り、売上また

は粗利益の増加事業者数を事業計画策定件数の5割を目標とする。

(2) フォローアップの考え方

①事業計画策定事業者（既存事業者）に対して、4半期に1回以上。

36者×4回=144者/年。

②新規創業者・第2創業者については、創業後3年以内に廃業等に追い込まれるケースが多いため、特に密な伴走支援が必要である。

よって年5回以上

1者×5回=5回/年

(3) 目標

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
フォローアップ実施事業者数	36	36	36	36	36	36
上記のうち、 売上高・粗利益増加事業者数	18	18	18	18	18	18
①頻度（延回数）既存	144	144	144	144	144	144
②頻度（延回数）新規等	-	5	5	5	5	5

6. 需要動向調査に関すること【指針③】

<第1期における取組と評価等>

①神石牛ブランド調査

第1期では、(株)アスコンによる全国消費者の「和牛のブランド」に関する外部環境分析の実施を行った。神石高原町特産の広島県和牛（神石牛）のブランド化に向けて、供給頭数が圧倒的に少ないという課題が明確になった。これについては、現在、町において、供給頭数の拡大等、課題解決に向けた対策が進められていることから第2期では実施しない。

②和牛肉に係る消費トレンド調査（※消費者アンケート BtoC）

第1期では、調査項目が具体的すぎるため、活用できる事業者が極めて限定される結果となった、よって、第2期では、食品小売業・飲食店・食品製造業者・製品製造・加工業に拡大して実施する。

③和牛肉を購入する消費者動向調査

結果として、味、価格の安さ、知名度との調査結果を基に広島県和牛（神石牛）の今後の販売促進へ活用することはできなかった。供給量が少ないこと、知名度が低いことが原因である。よって、第2期は、和牛肉に特化した消費者動向調査は行わない。

④地域経済の活性化に資する取り組み

第1期では、「神石牛振興協議会」を始め関係機関と連携し、「牛骨（神石牛）ラーメン」を開発し、地域イベント等での商品提供を通じて認知度向上が図られたが、神石牛は生産量が少なく、流通も限定されることから、地域活性化への面的な広がりを欠いているとの指摘があった。よって、第2期は、地域資源を「神

石牛」に限定せず、幅広い地域資源を対象とした「神石高原ブランドの向上」に町ぐるみで取り組むことで、「域外から資金を呼び込む力」をもった多くの商品等を育成する。

＜今回の申請における取組＞

(1) 事業内容

①JIN（神）プレミアム認定商品認知度調査とテストマーケティング（BtoC）【新規事業】

地元特産品を活用した加工食品や製品・工芸品等について、JIN（神）プレミアム認定商品の認知度調査とテストマーケティングを行う。具体的には、「道の駅182ステーション」「ひろしま夢ぷらざ」等において、試食及び来場者アンケートを実施し、調査結果を分析し事業者にフィードバックすることで、既存商品の改良や新商品開発につなげていく。

1) 食品関係

【サンプル数】1商品につき20件

【調査手段・手法】

・事業者同伴のうえ、「道の駅182ステーション」「ひろしま夢ぷらざ」の来場客に店頭で試食してもらい、専門家等が聞き取りのうえ、アンケート票へ記入する。

【分析手段・方法】

・調査結果は、専門家派遣等の活用により専門家等が分析を行う。

【調査項目】

- ・JIN（神）プレミアム認定商品認知度調査
 - (ア) 顧客属性（性別、年齢、住所、職業）
 - (イ) 知名度（認知度、好感度、どの情報源から知りえたか）
 - (ウ) 購入および利用回数、頻度
 - (ウ) 今後の購入方法（ウェブまたは店頭）
 - (オ) 意見・要望
- ・上記商品認知度調査の項目を加えたテストマーケティング
 - (ア) 外観評価（デザイン、色、形状、ネーミング、表示等）
 - (イ) 食味評価（味、食感、香り）
 - (ウ) 許容価格帯
 - (エ) 購買意欲
 - (オ) 意見・要望

2) 製品・工芸品関係

基本的に上記「食品関係」と同一手法で実施するが、【調査項目】のみ以下の通りとする。

【調査項目】

- ・JIN（神）プレミアム認定商品認知度調査
 - (ア) 顧客属性（性別、年齢、住所、職業）
 - (イ) 知名度（認知度、好感度、どこから知りえたか）

- (ウ) 購入および利用回数、頻度
- (ウ) 今後の購入方法（ウェブまたは店頭）
- (オ) 意見・要望
- ・上記商品認知度調査の項目を加えたテストマーケティング
 - (ア) 外観評価（デザイン、色、形状、ネーミング、表示、パッケージ等）
 - (イ) 質感評価（原材料、重さ、操作性、安全性）
 - (ウ) 許容価格帯
 - (エ) 購買意欲
 - (オ) 意見・要望

【分析結果の活用】

- ・分析結果は、専門家等が当該参加事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

②JIN（神）プレミアム認定商品認知度調査（BtoB）

民間等が開催する「ビジネスフェア」や、中小企業基盤整備機構が主催する「中小企業総合展」において、来場するバイヤーに対し、アンケート調査、試食等を実施する。

なお、サンプル数・調査手法等については上記①JIN（神）プレミアム認定商品認知度調査分を参照

【調査項目】については、上記①JIN（神）プレミアム認定商品認知度調査分に加え、取引条件等を加えるものとする。

(2) 目標

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
① 調査対象商品数	0	4	4	4	4	4
② 調査対象商品数	2	5	5	5	5	5

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

<第1期における取組と評価等>

- ①第1期では、個社の新たな需要の開拓に寄与する事業として、フードソリューションズフェア 2018（大阪市）の展示会へ2事業者（2社ともに食品加工業）出展支援を行い、そのうちジャム製造会社は5社以上、こんにゃく製造会社は10社以上の商談が継続中である。展示会出展前後の専門家活用により商談方法や商談フォローを効果的に実施したこともあり、新たな需要開拓につながる予定である。
- ②第1期の広島県和牛（神石牛）認知度向上支援については、町との連携により実施を行った。ブランドイメージ向上にはつながったが、町主体であること、広島県和牛（神石牛）に特化したこと、広島県和牛（神石牛）の供給量が極めて少ないことから、第2期以降については行わない。

- ③地域振興券、ポイントカード「ぽっぽカード」、買い物弱者宅配事業等については、既存消費者の囲い込みと購買力域外流出にはつながった。しかし、既存事業者支援を主眼に置いた個社支援の取組みと地域外も含めた販路開拓等に集中するため、第2期以降については行わない。

<今回の申請における取組>

(1) 事業内容

- ①アンテナショップひろしま夢ぷらざ展示会出展支援 (BtoC) 【新規事業】
商工会が、「アンテナショップひろしま夢ぷらざ(※1)展示会」において3ブースを借上げ、事業計画を策定した事業者及びJIN(神)プレミアム※2認定見込及び認定済事業者を優先的に出展させ、新たな需要開拓を支援する。

※1「アンテナショップひろしま夢ぷらざ」は、広島県商工会連合会が運営するアンテナショップで広島市本通りに位置し、年間190万人程が来場する。展示会は、食品・工芸品を対象に季節や地域毎にテーマを設定し開催され、イベント毎に10程度の展示ブースがある。

※2「神石高原町でかがやく、もの・ひと・こと」などを、神石高原プレミアムブランドとして認定し、その魅力を町内外へ発信することにより、町全体の知名度の向上を図り、産業振興及び地域活性化に資することを目的としている。

【事業者への事前・事後の出店支援内容】

出展スケジュール調整 → 出展前事前準備(商品、アンケート内容の確認、POP広告、のぼり、チラシ、会社案内等) → 出展時対応(顧客対応、アンケート記入等) → 出展後のフォロー(アンケート集計等)

- ②ビジネスフェア中四国商談会への出展支援 (BtoB) 【継続事業】

中四国地域の製造業者や卸小売業を対象とする「ビジネスフェア中四国※3」に、管内の事業計画を策定した事業者及びJIN(神)プレミアム認定見込及び認定済事業者を優先的に工業製品、食品加工業者等5社を選定し参加する。

商談会でのプレゼンテーションが効果的になるように、事業者への事前・事後の出店支援を行い、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

※3「ビジネスフェア中四国」は毎年2月に2日間にわたり、広島市において開催される中四国最大級の商品見本市。約130団体が出展し来場者数は約3000人。商談会には中四国地域を中心に首都圏を含め約750名(400社)のバイヤーが来場、毎年4000件の商談が行われている。

【事業者への事前・事後の出店支援内容】

出展スケジュール調整 → 出展前事前準備(商品、アンケート内容の確認、POP広告、のぼり、チラシ、会社案内等) → 出展時対応(顧客対応、アンケート記入等) → 出展後のフォロー(アンケート集計、御礼状、商談相手へのアプローチ等)

【効果的な取組となるような工夫・改善】

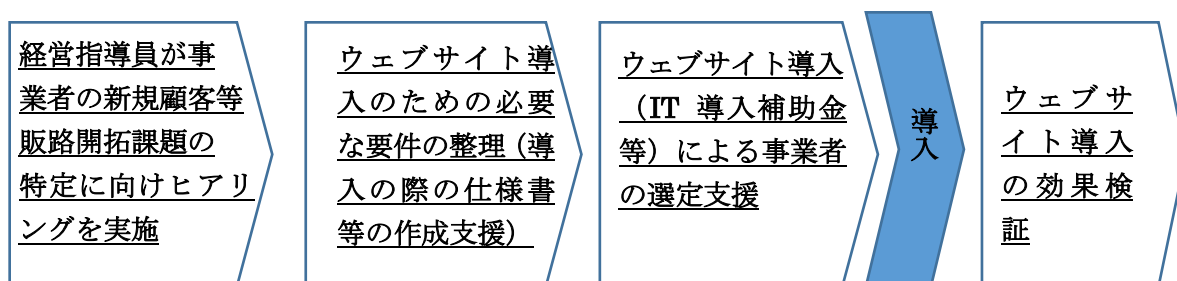
- 1) 新商品の開発数やバイヤーとの商談件数を目標とするのではなく、出展後の事業者についての成約件数を目標とする。

- 2) 出展事前準備では、専門家派遣を活用し、消費者・バイヤーから回答を求められる生産量、単価、出荷数量、売価調整、在庫数量、輸送経路などの購入・契約条件を事業者と事前準備を行う。
- 3) 出展時には、経営指導員が同伴し、事業者の動向を観察しながら、OJTを行う。
- 4) 出展後の専門家派遣活用により、商品のブラッシュアップと購入・成約向上につなげる。

③ IT活用を実施した販路開拓支援【新規事業】

事業計画を策定した事業者及びJIN（神）プレミアム認定見込及び認定済事業者を中心に、ウェブサイトによるIT活用を実施することで、新規顧客等の販路開拓支援を図る。

【ウェブサイト構築に向けた支援フロー】



【効果的な取組となるような工夫・改善】

- 1) ウェブサイトの導入に向けた事業者の現状の課題等の洗い出しを行い、ウェブサイトに必要な機能や要件の整理を行い、ウェブを作ることだけが目的とならないよう、またウェブサイトの導入が過大投資にならないよう、経営課題解決と経営規模に見合った導入を支援していく。
- 2) 事業者とウェブサイト導入の際の発注仕様書等の作成を行い、ウェブサイト導入（IT導入補助金）による事業者の選定とマッチング支援を行う。
- 3) 事業者に対して販路開拓支援等の専門家派遣を行うことで、ウェブサイト導入による新規顧客等の販路開拓効果を図れるよう支援する。
- 4) ウェブサイトの露出度を高めるために情報発信の効果検証を図れる「PR TIMES」等を活用する。

(2) 目標

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
①アンテナショップひろしま夢ぷらざ展示会出展事業者数	0	3	3	3	3	3
売上額/社	0	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円

②ビジネスフェア中四 国商談会出展事業者 数	2	5	5	5	5	5
成約件数/社	0	2	2	2	2	2
③ウェブサイト作成事 業者数	0	3	3	3	3	3
JIN（神）プレミアム認 定商品数	4	3	3	3	3	3

II. 地域経済の活性化に資する取組み

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>

以下に掲げる①から③の事業により、特徴ある広島県和牛「神石牛」の生産拡大及び流通促進の協力を行うとともに、神石高原町内の和牛の生産振興と販売促進を図るため、新たに広島県和牛「神石牛」の定義化に向けた取組みやイベントを通じて、神石牛の普及とブランド向上に貢献した。

- ①神石牛振興協議会推進部会と連携し、今後の広島県和牛「神石牛」のブランド化の取組みに参加した。➡ 神石牛振興協議会推進部会議 年2回
- ②広島県和牛「神石牛」をPRした販売の実施とブランド浸透・拡大を目的とした販売促進イベントである「神石高原マルシェ」において、行政とNPO法人 nina 神石高原と連携して参加した。
➡ 神石高原マルシェ年3回、出展事業者数 4社、来場客数延 400人
- ③広島県和牛「神石牛」をPRした販売の実施とブランド浸透・拡大を目的とした「ビーフ天国」を（株）帝釈峡スコラと協力して参加した。
➡ ビーフ天国年1回、出展事業者数 1社、来場客数 250人

しかしながら、前述のとおり、生産量や流通の問題から「神石牛」のみでは地域活性化において、経済的な広がりを見込めないとの意見もあったことから、次期では、幅広い地域資源を活用した「神石高原ブランドの向上」に町ぐるみで取り組むこととする。

<今回の申請における取組>

第2期では、神石高原町内の小規模事業者・行政・神石高原町観光協会・各関係団体と連携して、行政の「JIN（神）プレミアム」の認定によるブランド力向上に町ぐるみで取り組み、域外から資金を呼び込む力を持った多くの商品を生み出すことで、これまでの単なるイベント事業から脱却し、『ブランド力向上による地域経済振興事業への進化』をテーマに、下記の事業に取り組むこととする。

(事業内容)

①JIN（神）プレミアム認定者を支援する仕組みづくり【新規事業】

- ・ブランド浸透・拡大を目的とする仕組みづくりを協議するため、神石高原町、神石高原町観光協会、nina 神石高原※など、関係者との連携を一層強化する。
- ・神石高原町内で生産された産品等を神石高原プレミアムブランド「JIN（神）プレミアム」として認定し、「稼ぐ力」をもった商品を育成する。➡ 認定商品数 15 件（5 年間）

※nina 神石高原は、これからの社会を見据えた神石高原町の地域づくり支援や東日本大震災の被災者支援などを目的に意欲ある人材の参画を募る 2013 年 8 月に設立された団体。

②JIN（神）プレミアム認定商品の開発支援【新規事業】

- ・神石高原町特産物を使用した JIN（神）プレミアム認定商品の開発に向けて、町内の小売業者および飲食業者の取組意欲を喚起するとともに、進捗状況を把握するため協議会を設ける。
- ・協議会では、進捗状況の確認と次年度の商品開発、市場投入に向けた分析を行うため、神石高原町、神石高原町観光協会、nina 神石高原等との連携を図る。
➡ 年 1 回

③行政との連携協議によるブランド化の取組み【継続事業】

- ・第 1 期に引き続き、神石高原町まちづくり推進課と今後の神石高原町特産品等のブランド化の取組に関する連携協議を行う。➡ 月 1 回

④神石高原町特産品 P R 販売【継続事業】

- ・第 1 期に引き続き、「道の駅さんわ 182 ステーション」への出品を中心とした特産品販売イベントを実施するとともに、県外への販売促進にも力を入れるため、行政と連携して P R イベントに積極的に参加する。➡ 年 2 回

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

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 <第 1 期における取組と評価等>

神石高原商工会では、広島県・行政との会合（年 12 回）で情報交換を行う他、広島県商工会連合会との連携（年 5 回程度）により採択された経営発達支援計画の遂行達成度を高める取り組みを行ってきた。

日本政策金融公庫や府中税務署との連携（合計年 5 回程度）やひろしま産業振興機構・中小企業基盤整備機構との連携（合計年 10 回程度）により支援ノウハウ共有や支援ノウハウの習得機会の増加を図ることができた。

<今回の申請における取組>

神石高原商工会においては、第1期計画でも実施した外部支援機関との連携は継続して行い、より専門的課題を解決するための小規模事業者の支援ニーズの把握により連携構築を強化していく。

事業計画策定後は定期的なフォローアップを実施し、販路開拓に寄与する事業を積極的に提案していく。

(事業内容)

- ①専門的に多様化している課題に伴走型の事業計画策定を進めるオーダーメイド型のサポート【新規事業】
 - ・事業者の問題や課題に寄り添う伴走型の事業計画策定を進めるオーダーメイド型のサポートを連携支援機関と実施する。
- ②神石牛ブランド化の支援を活かした全業種の会員に対する事業計画策定支援【継続事業】
 - ・支援対象業種の拡大により、広島県和牛「神石牛」を活かした商品づくり・特産商品の開発、広島県和牛「神石牛」ブランド化の支援を活かして全業種の会員に対して事業計画策定支援を行う。
- ③地域経済動向・需要動向や支援ノウハウの共有による支援【継続事業】
 - ・経営発達支援事業の円滑な実施に向け、地域経済動向・需要動向や支援ノウハウを連携支援機関と情報交換し、高い支援力を得ることで効果的な支援を行う。

支援機関	会議名	会議内容	効果
(株)日本政策金融公庫 福山支店	マル経協議会	地域の金融情報、経済動向について年1回以上情報交換をする。	事業実施に係る支援を効果的に行うことができる。
府中税務署	税務協議会	税制改正と納税状況について年1回以上情報交換をする。	経営力向上に関する支援を効果的に行うことができる。
広島県商工会連合会	商工会職員の研修	支援ノウハウ、支援の現状、支援内容について年2回以上情報交換提供する。	支援ノウハウの情報交換により、支援向上が図れる。
神石高原町	産業経済会議	町内の経済動向、支援の現状、施策の内容について月1回以上情報交換する。	小規模事業者の経営力向上が図れる。

府中法人会	法人会合同研修	税務研修を行い、法人企業動向について年 1 回以上情報交換を行う。	専門的情報の共有により経営支援力向上が図れる。
中小基盤整備機構	ハンズオン支援（専門家派遣）	経験豊富な専門家を派遣。持続的成長に向けた体制づくりを行う。	専門家の情報共有により支援能力の向上が図れる。
ひろしま産業振興機構	広島県よろず支援拠点出張相談会	広島県よろず支援拠点による専門的経営課題検討を年 3 回以上行う。	専門的経営課題解決法の情報共有により経営支援力の向上が図れる。

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

<第 1 期における取組と評価等>

広島県商工会連合会が主催する研修（経営指導員・指導職員を対象とした 20 研修会に、延べ 31 名が参加）、神石高原商工会が主催する職員資質向上勉強会の研修（神石高原商工会職員向け勉強会を年 5 回実施）において、小規模事業者の売上や利益、付加価値を確保することを重視した支援能力の向上を図った。

毎月 1 回開催が目標であった職員会議は、平成 29 年度実績は目標を達成、平成 30 年度も予定通り毎月 1 回開催している。

<今回の申請における取組>

第 2 期においても、経営指導員・指導職員が職員の資質向上のため各種団体主催の研修会に参加して支援能力の向上を図る。

専門家派遣制度を積極的に活用して、個々に得た支援ノウハウを組織内で共有する。

(事業内容)

①従来の経営指導に必要な能力向上【拡充・継続事業】

- ・広島県商工会連合会が主催する研修に参加して支援能力の向上を図る。
- ・神石高原商工会が主催する「職員資質向上勉強会」で支援ノウハウを組織内で共有する。

②小規模事業者の利益の確保に資する支援ノウハウの取得【改善・継続事業】

- ・中小企業大学校の主催する研修に経営指導員が年間 1 回以上参加して支援能力の向上を図る。
- ・税務署、並びに労働保険事務組合連合会等の主催するセミナーに参加することによりノウハウを習得して組織内で共有を図る。
- ・中国経済産業局が主催するセミナーに年 1 回以上参加して支援能力の向上を図る。
- ・経営指導員のみならず、指導職員を含めた勉強会を開催し、組織内で情報を共

有すると同時に、お互いの不足部分を補いながら支援能力の向上を図る。

③組織内で共有する体制の構築【継続事業】

- ・毎月1回以上の職員会議を開催し、経営指導員・指導職員も参加し、組織内で支援ノウハウを共有する。
- ・共通のデータ保存場所を確保し、各々のデータについて、神石高原商工会の組織内で閲覧可能とし、職員の誰もが対応できるデータのクラウドシステムの構築を行う。
- ・事業者に専門家派遣を行う場合は、経営指導員または指導職員が1人以上同行し、専門家から得た知識をレジメ、報告書等により回覧することにより、情報を共有する。

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

<第1期における取組と評価等>

平成29年度は事業評価検討委員会を3回開催し、実施事業の評価や支援計画への意見を取り入れることにより円滑な事業を実施した。平成29年度事業評価検討委員会での評価・見直しにより「平成29年度神石高原商工会経営発達支援事業報告書」を平成30年5月開催の神石高原商工会総代会において公表した。平成30年度は現在までに事業評価検討委員会を1回開催した。

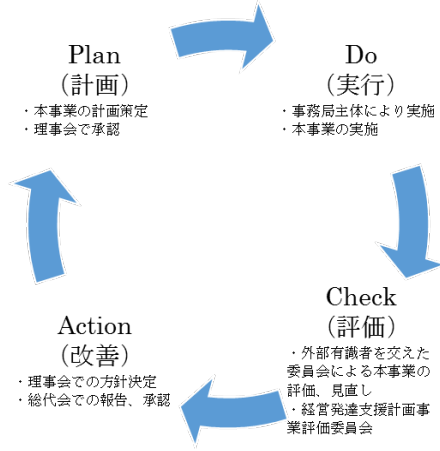
<今回の申請における取組>

今後の事業見直しのために事業成果・進捗状況の評価・見直しを年1回以上行い、評価結果に基づく改善策の明示を行う。経営発達支援計画に記載した事業の実施状況及び成果について実施する事業の目標達成度合の評価シートによる「数値的評価」の精査により実行成果を図り、経営発達支援計画の実施効果を高めていく。

(事業内容)

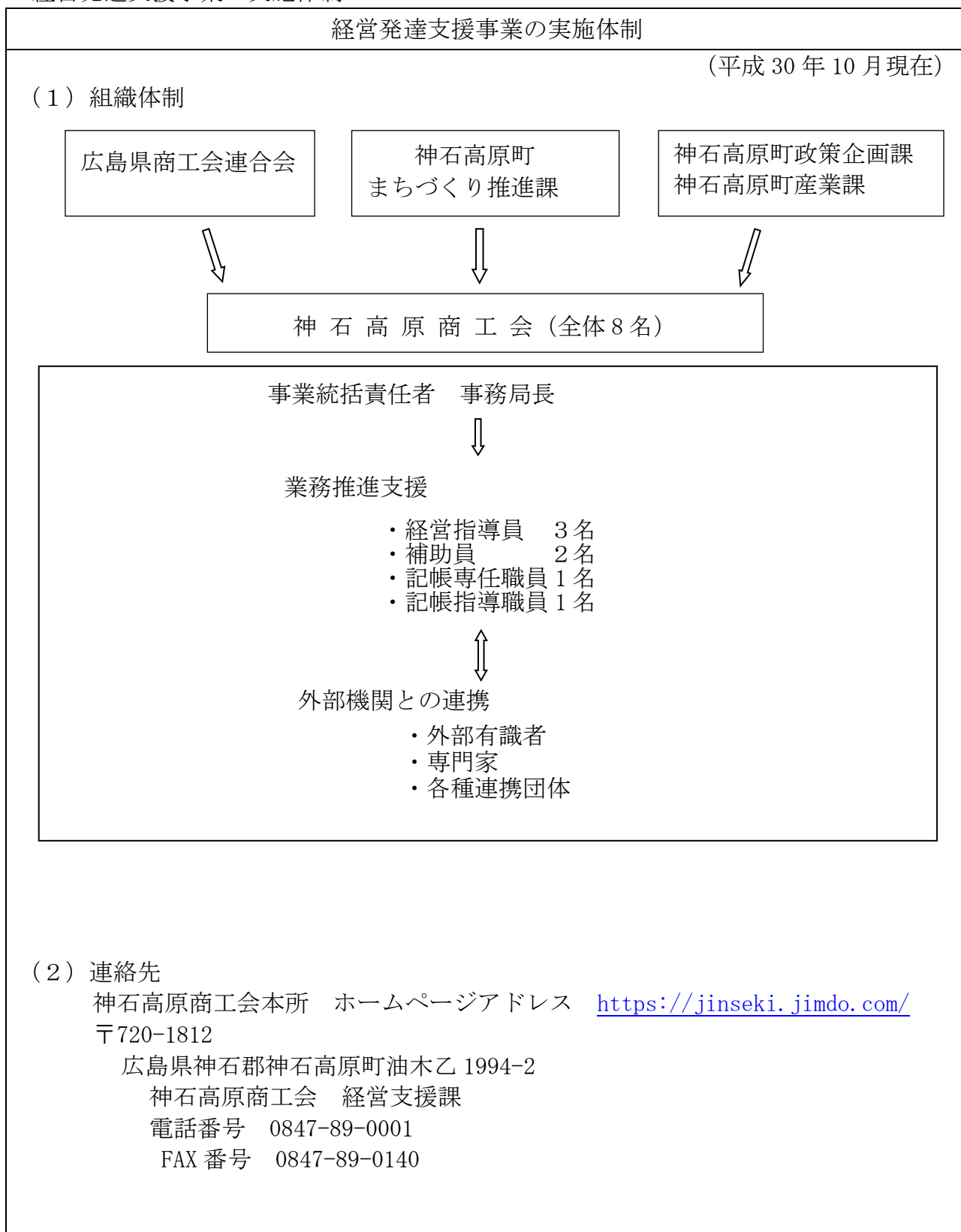
- ①広島県商工会連合会、行政、中小企業診断士、金融機関等外部有識者を活用して商工会役職員と事業評価検討委員会を開催し、事業の実施状況、成果の評価・見直しについて分析する。改善点等を次年度の計画策定に活用する。【継続事業】
- ②商工会の正副会長会議において、評価・見直しの方針を決定する。【継続事業】
- ③事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会へ報告し、承認を受ける。【継続事業】
- ④毎年度事業終了後に、神石高原町、中国経済産業局へ報告する。
- ⑤毎月職員会議で事業の進捗状況の確認及び事業内容を検証する。【継続事業】
- ⑥事業の成果・評価・見直しの結果については事業年度終了後、神石高原商工会通常総代会へ報告し承認を受ける。【継続事業】
- ⑦事業の成果・評価・見直しの結果については、商工会報（年2回以上発行）に掲載するとともに、事業の成果・評価・見直しの結果を商工会の本所・支所の各支所へ常時備付け、来訪者がいつでも閲覧可能な状態とする。また、神石高原商工会公式ホームページ (<https://jinseki.jimdo.com/>) で計画期間中公表して閲覧可能な状態とする。【継続事業】

<事業評価・見直しのPDCAサイクル>



(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



連絡先 支所

神石支所

〒729-3515

広島県神石郡神石高原町福永甲 1632-2

電話番号 0847-87-0136

FAX 番号 0847-89-4003

豊松支所

〒720-1702

広島県神石郡神石高原町上豊松 1767-1

電話番号 0847-84-2007

FAX 番号 0847-84-2264

三和支所

〒720-1522

広島県神石郡神石高原町小島 2025

電話番号 0847-85-2338

FAX 番号 0847-89-3013

(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)

	31年度 (31年6月以降)	32年度	33年度	34年度	35年度
必要な資金の額	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
1. 地域の経済動向調査に関する事業	200	200	200	200	200
2. 経済状況の分析に関する事業	200	200	200	200	200
3. 事業計画の策定支援に関する事業	500	500	500	500	500
4. 事業計画策定後の支援に関する事業	500	500	500	500	500
5. 需要動向調査に関する事業	100	100	100	100	100
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業	500	500	500	500	500
7. 地域経済の活性化に資する取組事業	500	500	500	500	500
8. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上のための取組事業	500	500	500	500	500

(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、国補助金、県補助金、町補助金、事業受託料収入、手数料収入、使用料収入

(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. 地域経済動向調査に関すること 2. 経営状況の分析に関すること 3. 事業計画策定支援に関すること 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 5. 需要動向調査に関すること 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 7. 地域経済の活性化に資する取組 8. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上のための取組み		
連携者及びその役割		
連携者名	役割	効果
広島県商工会連合会 会長 熊高 一雄 〒730-0051 広島市中区大手町 3-3-27 Tel.082-247-0221	<ul style="list-style-type: none"> ・ミラサポやエキスパートバンクを活用した専門家による助言及び支援 ・特産販売商品について助言及び支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・経営力向上に関する知識、情報を専門家から支援を受けることができる。 ・特産販売商品についての助言及び支援により販路拡大が期待できる。
ひろしま産業振興機構 理事長 深山 英樹 〒730-0052 広島市中区千田町 3-7-47 広島県情報プラザ Tel.082-240-7715	<ul style="list-style-type: none"> ・専門家による相談 ・管理会計による助言及び支援 ・助成金制度について 	<ul style="list-style-type: none"> ・経営力向上に関する専門的な知識、情報の収集と共有に役立てることができる。
中小企業基盤整備機構 理事長 高田 坦史 〒105-8453 東京都港区虎ノ門 3-5-1 虎ノ門 37 森ビル Tel.03-3433-8811	<ul style="list-style-type: none"> ・専門家派遣による経営相談 ・地域資源活用による特産品開発助言及び支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・経営力向上に関する専門的な知識、情報の収集が期待できる。 ・特産開発品助言及び支援による販路拡大が期待できる。
日本政策金融公庫福山支店 支店長 林 武志 〒720-0814 福山市光南町 2 丁目 2-7 Tel.084-922-6550	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗工場等の内外装修繕工事に係る資金繰り相談、支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・制度融資等の活用を図ることができる。 ・事業実施に係る融資を受けることができる。
神石高原町まちづくり推進課 課長 小坂依文 〒720-1522 広島県神石郡神石高原町小島 2025 Tel.0847-89-3332	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客の受け入れ体制助言及び支援 ・特産品開発助言及び支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・連携して観光客の受け入れ体制の支援を図ることができる。

<p>神石牛振興協議会 会長 入江嘉則 (神石高原町産業課) 〒720-1522 広島県神石郡神石高原町小 島 2025 Tel0847-89-3337</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・神石高原町特産物による 神石高原町特産品販売 商品のブランド化に係 る連携及び支援 ・特産品開発に係る連携及 び支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・連携して特産品販売商品 のブランド化に係る連携 及び支援を図ることがで きる。
<p>神石高原町観光協会 会長 兼定吉輝 〒720-1522 広島県神石郡神石高原町小 島 2025 Tel0847-85-2201</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客の受け入れ体制助 言及び支援 ・特産品開発助言及び支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・連携して観光客の受け入 れ体制の支援を図ること ができる。 ・特産品開発助言及び支援 の情報を共有できる。
<p>特定非営利活動法人 nina 神石高原 代表者 前原 隆博 〒720-1622 広島県神石郡神石高原町近 田 1161-2 Tel0847-82-0288</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・特産品販路開拓助言及び 支援 ・観光客の受け入れ体制助 言及び支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・連携して観光客の受け入 れ体制の支援を図ること ができる。
<p>道の駅さんわ 182 ステーシ ョン 代表者 森重 純也 〒720-1604 広島県神石郡神石高原町坂 瀬川 5146-2 Tel0847-85-2550</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・特産品販路開拓助言及び 支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・連携して特産品販売商品 のブランド化に係る連携 及び支援を図ることがで きる。

連携体制図等

特産品ブランド力向上の支援

神石高原町まちづくり推進課
神石高原町産業課
神石高原町政策企画課

観光客誘致（特産品販売商品）の支援

神石高原町役場まちづくり推進課
神石高原町観光協会
特定非営利活動法人 nina 神石高原

制度融資の活用、事業実施に係る支援

中小企業基盤整備機構中国本部
日本政策金融公庫

経営力向上、販売促進の支援

ひろしま産業振興機構
道の駅さんわ 182 ステーション

外部連携

中小企業診断士、税理士、広島県商工会連合会、神石高原町役場まちづくり推進課

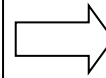


神石高原商工会



意見収集

小規模事業者
事業後継者



地或経済の活性化
小規模事業者経営力向上