

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	平生町商工会 (法人番号) 3250005006881
実施期間	平成 31 年 4 月 1 日～平成 36 年 3 月 31 日
目 標	<p>1. 地域卸小売業小規模事業者個社の魅力を引き出し、賑わいを創出するためのビジネス再構築</p> <p>2. 円滑な事業承継による事業継続の支援</p> <p>3. 地域の資源を生かした新たなビジネスの創出や特産品開発による需要開拓</p> <p>【計画期間の目標数値】</p> <p>1. 自社経営の見直し、課題の発見、自助努力の目安設定、財務理解促進となるよう、現状の事業者数（366 社）の 13%強（50 社）が経営計画策定や事業方針の紙面化となるようにする。</p> <p>2. 現状の小規模事業者数の減少を 5%以下に抑制する。</p> <p>3. 地域内外に新規需要を発生させ、ビジネスマッチング、地域事業者 PR 活動より、地域事業者の業績が 5%向上するようにする</p>
事業内容	<p><b>I. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●地域の経済動向について、半期毎に調査・分析を行い、各業種の経営状況を把握し、景況動向の情報提供をする。</li> <li>●他機関が実施する経済動向調査をとりまとめ、整理・分析する。</li> </ul> <p>2. 経営状況の分析に関すること【指針①】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●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う。</li> </ul> <p>3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●事業者の抱える経営課題を分類し、経営体力に応じた課題解決の優先順位・重要度を把握した上で事業計画策定を支援する。</li> </ul> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●事業者の経営の持続的発展を図るために、事業計画策定支援をそれぞれの計画に沿って実施する。</li> </ul> <p>5. 需要動向調査に関すること【指針③】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●地域資源を活用した加工業者等の関連商品の需要動向について、ニーズ調査およびモニター調査を実施し商品開発・販路開拓に向けた支援を行う。</li> </ul> <p>6. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること【指針④】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●小規模事業者の新たな販売機会の拡大のため IT 活用販路拡大支援・取引先拡大支援・地域内需要開拓支援を行う。</li> </ul> <p><b>II. 地域経済の活性化に資する取り組み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●農業・漁業・商工業の経営者による「ひらお AFIC プロジェクト（仮称）」をたちあげ、農業・漁業・商工業各産業界の人材情報を共有し、各産業界の後継者・事業者の育成を図る。</li> <li>●「ひらお AFIC プロジェクト（仮称）」によって提案された内容に基づき新商品開発・新役務の提供・新規創業者支援を行う。</li> </ul>
連絡先	<p>平生町商工会</p> <p>〒742-1102 山口県熊毛郡平生町大字平生村 178</p> <p>TEL : 0820-56-2245 FAX : 0820-56-3051</p> <p>Mail : hiraochou@yamaguchi-shokokai.or.jp (30 年 11 月現在)</p>

(別表1)

経営発達支援計画

### 経営発達支援事業の目標

#### 1. 目標

##### ●地域の地勢

平生町は山口県東南部・瀬戸内海に面した室津半島の西側に位置し、南北に約11km、東西に9kmにわたり、箕山(標高400m)、大星山(標高438m)を中心とした丘陵地帯と、平生平野を中心とした平野部から成り立つ。気候は温暖で年間日照時間が長く、また年間降水量も全国的に少ない地域に属しており、みかん等の柑橘系作物の栽培に適した環境である。平生町は柳井市と隣接し、県東部の主要都市である岩国市および周南市をつなぐ国道188号線が町内を横断しているが、鉄道の駅も無く、自動車道の最寄りのIC(熊毛IC・玖珂IC)までいずれも30分を要するため、主要幹線から外れていると言える。



##### ●地域の現状と課題

###### (1) 地域の人口動態

平生町の人口は、終戦後の引揚者等の一時的な膨張により16,000人を超えていたが、昭和30年の四カ町村(平生町・大野村・曾根村・佐賀村)の合併後、雇用の場を求めて都市への流出により減少を続け、昭和45年(1970年)の国勢調査人口13,111人まで落ち込んだ。その後、高度経済成長時代と相まって、誘致企業の進展・Uターン現象等により、昭和末期にかけては微増に転じている。しかし、平成に入ると一転減少傾向となる。加えて高齢人口の比率は平成17年(2005年)から10年間で9%増加(39.8%)しており、年少人口の減少により今後は超高齢化社会の進展が懸念される。

###### 【世帯数と人口の推移】

年次	世帯数	人口					
		総数	男	女	0~14	15~64	65以上
1985年	4,439	15,030	7,096	7,934	2,933	9,081	3,006
1995年	4,799	14,618	6,781	7,837	2,016	8,862	3,740
2005年	5,164	14,203	6,576	7,627	1,675	8,141	4,348
2010年	5,044	13,491	6,274	7,217	1,568	7,209	4,683
2015年	4,945	12,802	5,908	6,894	1,314	6,395	5,089

(資料:国勢調査)

###### (2) 地域産業の現状

就業者数は労働人口の減少とともに、全体的に減少傾向にある。

地域の主たる産業は農林水産業であったが、高度経済成長時代と相まって製造業が躍進、また平成初頭にかけて大手スーパー出店ラッシュに伴うパート従業員の大量雇用により就業者数の構成比は大きく第3次産業中心へとシフトした。

かつての主要産業であった農林水産業は採算性の悪化、規模の過小性から高齢化や後継者の問題が生じており、2020年には、第1次産業の就労者構成比は5%を割り込み、反面第3次産業の就労者構成比は70%前後となることが予測されている。

そんな中、地域産業の掘り起こしや雇用拡大を図るため、平生町は「産業競争力強化法」の認定を受けており、創業支援による地域経済活性化を推進している。

#### 【就業別人口構成の推移】

年次	就業者数						
	総数	第1次産業		第2次産業		第3次産業	
		人数	比率 (%)	人数	比率 (%)	人数	比率 (%)
1985年	6,853	1,178	17.2	2,481	36.2	3,157	46.1
1995年	7,189	976	13.6	2,606	36.2	3,602	50.1
2005年	6,642	609	9.2	2,124	32.0	3,869	58.3
2010年	5,699	329	5.9	1,706	30.4	3,576	63.7
2015年	5,484	312	5.7	1,493	27.6	3,604	66.6

(資料:国勢調査)

#### (商業)

平生町の商圈は、平成9年のイオングループ出店の際に半径20kmを流入商圈と設定されていたが、現在ではこの商圈内に同種の商業施設が乱立。都市間競争での大手による潰し合いが激化している。

卸小売業は地元消費者に対して地域の小規模事業者が発信する魅力が低下しており、経営面での先行きが見通せない事業では後継者が育たず、さらには経営者の高齢化も相まって、事業継続させていくかが課題となっている。結果、後継者不足に加え、大手資本スーパーとの価格競争がし烈を極め、事業撤退につながっている。

サービス業関係は新陳代謝が活発だが、その多くが理美容業であり地域内では店舗数が飽和状態になりつつある。

飲食業は増加傾向にあるが、後述する建設業者の異業種進出・ナショナルチェーンの出店が占めており、地域の特色を表に出した飲食店は少ない。

また、時代のニーズをうけた新しい業態（インターネット販売・宅配・介護事業）が増加傾向にある。

#### (工業)

建設業は、隣接する上関町の原子力発電所建設計画の中断・公共工事の減少が地域の中堅企業の廃業を加速させ、比較的経営体力のある事業者が、異業種進出（飲食業等）により事業継続をしている現状である。

製造業においては、他地域に本社をおく「支社工場・営業所」が多く、またそれらの下請け企業も多く、親会社の景気動向に左右されがちである。但し、豊製造・建具製造などの小規模な家廻りの関連業種は、技術力の高さと周辺地域の同業者が廃業したため、広範囲に渡り潜在的な需要が高い。農水産加工業については、地域の主要産業であった農水産業の後継者不足により、地元産品調達も困難になってきている。現状において調達可能な地域農水産資源を活用し、新商品開発および販路拡大による売上拡大を実現するためには、新たな視点に立ち、取り組む必要がある。

#### (観光)

山口県内最大の前方後円墳である「白鳥古墳」、古代女王の墓としてマスコミに取り上げられた「神花山古墳」、用明天皇の后を祀った「般若寺(はんにゃじ)」、人間魚雷回天の平生基地の資料展示をしている「阿多田交流館」等、当地域の中心部は江戸時代の干拓事業を行うま

で、広大な干潟であったため、古代・近世の歴史的な史跡が多い。ただし、それらの史跡は公共交通の便が悪いため、岩国市～周防大島町～柳井市に連なる県東部の観光ルートに組み込まれることが少ない。

そんな中、般若寺の「般若姫伝説」を通じて町観光協会は大分県三重町（現・豊後大野市）の観光協会と姉妹提携をむすび、現在も各種イベントでの観光交流を続けている。

また、平生町を含めた室津半島の形がイタリア半島に似ていることから、平生町未来戦略ビジョンのワーキンググループから「HIRAO 瀬戸内イタリアン構想（仮称）」が提言され、イタリアを連想する新たなイベントや産業振興が期待されている。

### （特産品）

平生町は水産資源を基にした「いりこ」「このわた・このこ」「さより」などの水産物加工品が特産品の中心である。そんな中、町主導のもと農業者が県下に先駆けて昭和 50 年代初めから有機肥料を使用した土壌の改良、化学肥料・農薬の使用を減らす栽培方法を推進し、「アルギットみかん」をコープこうべに一元出荷した実績をつくる。これら低農薬栽培による農産物や地元水産加工物を販売するため、平成 10 年には国道バイパス沿いに町産業課の指導のもと「ひらお特産品センター」が完成し、町内産で生産者の顔が見える「あんしん農産物」や水産物加工品等を販売しており、生産者の直接小売への進出の足掛かりとなっている。



《アルギットみかん》



《ひらお特産品センター》

### 【平生町の小規模事業者の推移】

	建設業	製造業	卸・小売業	飲食・ 宿泊業	サービス業	その他	計
平成 21 年	95	35	112	32	103	34	411
平成 26 年	69	34	99	35	90	39	366
増減数	▲26	▲1	▲13	3	▲13	5	▲45
増減率 (%)	▲27.4	▲2.9	▲11.6	9.3	▲12.7	14.7	▲10.9
構成比 (%)	18.8	9.3	27.0	9.6	24.6	10.7	100

（経済センサス基礎調査より）

### （平成 27 年度会員アンケートより）

経営上の課題について、「売上の伸び悩み」「利益率の減少」「先行きの不安」「人材の確保」

の4つの優先課題が挙げられた。

業況・景況感についてのアンケートでも、「売上の伸び悩み」「利益率の減少」を裏付けるように「悪化が続いている」「ここのところ悪化してきた」を合計した41.1%は、業況が悪化していると感じている。

一方で、「好転が続いている」「ここのところ好転してきた」を合計した20.0%は、業況が好転していると感じている。これらの状況や要因を分析し、業況に応じた必要な支援策を講じる、柔軟かつ多様で高度な支援サービスが求められていると考えられる。ただし景況感が好転している事業者では「人材の確保」が困難であるとする事業者が多かった。

また、「先行きの不安」では事業継続に懸念がある事業者が6割を超えており、当地域においても事業承継問題は見過ごすことができない重要な課題となっている。

### (3) 地域商工業の課題

平生町を取り巻く環境および地域商工業の課題を整理すると次のようになる。

- ①町内および隣接市町に大手資本スーパーや大型店が相次いで進出。これにより地域の消費動向が大きく変動し、地域卸小売小規模事業者の既存商品では消費者へ発信する魅力が低下。その結果、事業廃止・事業撤退が顕著であり、生き残りのため消費者に訴求力のある商品・販売法を模索する必要がある。
- ②畳・建具製造業にみられる高い技術力の継承、建設業の公共工事依存、製造業の親会社頼みの経営からの脱却を図るため、今までの「成り行き経営」から、計画的な事業展開を実施し、事業継続への懸念を払しょくする必要がある。
- ③特産品は、他地域に比べて差別化できるものもあるが、知名度も絶対数も少ないため、農水産資源の新たな掘り起こしと内外へのPRを行う必要がある。観光においても地域が一体となった長期的な地域観光活性化策により、交流人口増加による消費の拡大を図る必要がある。

#### ●地域内における小規模事業者の中長期的な振興のあり方

地域商工業の課題をうけて、以下を今後10年間の中長期的振興のあり方として掲げる。

- ①事業価値を向上させ、「地域消費者にとって魅力ある企業」の育成に努める。
- ②地域需要の掘り起こしを行うことで、新規創業または円滑な事業承継に繋げ、企業の持続化を図る。
- ③地域農水産資源の新たな活用方法を提案することで、競争力のある商品開発や商品展開および事業展開を支援し、新たな需要開拓を図る。

#### ●経営発達支援事業の目標

地域商工業の課題および地域における小規模事業者の中長期的な振興のあり方を踏まえ、経営発達支援事業の計画期間(5年間)における目標として下記を定め、小規模事業者が行う経営の持続的発展を支援していく。

- ①地域卸小売業者個社の魅力を引き出し、賑わいを創出するためのビジネス再構築
- ②円滑な事業承継による事業継続の支援
- ③地域農水産資源を生かした新たなビジネスの創出や特産品開発による需要開拓

【計画期間の目標数値】

- ①自社経営の見直し、課題の発見、自助努力の目安設定、財務理解促進となるよう、現状の事業者数(366社)の13%強(50社)が経営計画策定や事業方針の紙面化となるようにする。
- ②現状の小規模事業者数の減少を5%以下に抑制する。
- ③地域内外に新規需要を発生させ、ビジネスマッチング、地域事業者PR活動より、地域事業者の業績が5%以上向上するようにする。

## ●目標の達成に向けた方針

当商工会では、小規模事業者に組織的かつ計画的に伴走型支援ができる支援体制を構築し、下記の支援方針により経営発達支援事業に取り組む。事業の効果については、中小企業診断士等の有識者を交え、事業効果の検証及びPDCAサイクルによる実行計画の修正を行い、目標を達成する。

### ①地域卸小売小規模事業者個社の魅力を引き出し、賑わいを創出するためのビジネス再構築

上記の地域の課題のとおり、地域卸小売小規模事業者個社の強みを高め、新たなサービス展開や個社独自の取組をより一層活用するため、以下に掲げる項目を考慮した個社事業運営となるように支援し、経営発達となるようにする。

- ・大型店にはない、オンリーワンの店舗運営やきめ細やか、かつ、こだわりの商品構成
- ・個店の特色や業務実態の分析、地域経済動向による顧客層の把握と対策
- ・IT活用、地域マップ（お家の便利帳・後述）等による包括的なPR戦略
- ・ストアブランドの強化および認知度の向上

### ②円滑な事業承継による事業継続の支援

事業価値があるにもかかわらず高齢化・後継者不在を理由に廃業される事業所の事業承継については、親族内承継のみならず、従業員等への第三者承継、事業譲渡・売却といったM&Aの事業計画策定支援を行い、事業の持続的発展を図る。

### ③地域の資源を生かした新たなビジネスの創出や特産品開発による需要開拓

「平生町未来戦略ビジョン」を踏まえ、「HIRAO 瀬戸内イタリアン構想（仮称）」等の観光振興策とのタイアップを実施し、以下の掲げる項目を考慮して地域の資源を生かした新たなビジネスの創出や特産品開発を支援することで、地域資源の需要拡大を図る。

- ・観光振興対策とタイアップした新商品開発および新サービスの創出
- ・既存商品のB to Bを中心とした新規需要開拓とブラッシュアップ

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. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

●目的

地域の経済動向について、定期的に調査・分析を行い、管内を中心としたエリアの経済動向等を把握する。このことにより、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。調査に当たっては、経営指導員等が巡回により調査を行う。

●現状及び現状における課題

経営指導員等の巡回訪問の際に、経営状況等のヒアリングは行ってはいるものの、統一したヒアリング項目やとりまとめの方法はなく、個々の判断に基づいた地域経済等の状況把握をおこなっている。そのため個人的主観に基づいた内容となっており、小規模事業者に対する的確な情報提供に至っていない。

●本事業において取り組む内容

(1) 小規模事業景況調査

小規模事業景況調査を半期ごとに実施し、地域の景況を把握する。調査結果は巡回時や商工会報・ホームページ等で小規模事業者を中心とする関係者へ周知するとともに、事業計画策定支援時の外部データとしても活用する。

調査は 31 年度より 30 事業者の調査を行う。製造業・建設業・卸小売業・飲食宿泊業・サービス業の調査を行い、域内の景況を的確に把握するとともに調査段階で早めの課題を抽出する。

●目標（調査事業者数）

調査業種	現状	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
建設業	-	4	4	4	4	4
製造業	-	4	4	4	4	4
卸小売業	-	8	8	8	8	8
飲食宿泊業	-	4	4	4	4	4
サービス業	-	10	10	10	10	10
合計（件）	-	30	30	30	30	30
調査回数（回）	-	2	2	2	2	2

※サービス業には「その他」も含める

①調査項目



平成31年度から実施する小規模事業景況調査により、下記の項目を調査

《調査項目》

《全業種共通調査項目》

- a.上期・下期の売上額の実績と見込      b.今期と前年同期の比較及び来期の見通し  
c.採算性（経常利益の状況）              d.人員の過不足  
e.今期及び来期の新規設備投資の予定      f.借入難度・金利  
g.直面している経営上の問題点

《業種別調査項目》

業種	調査項目		
建設業	a.新規工事契約額	b.材料仕入単価	c.未消化工事高
製造業	a.原材料仕入単価	b.原材料・製品在庫	c.生産設備の過不足
卸小売業	a.客数及び客単価	b.商品仕入単価及び総額	c.商品在庫
飲食宿泊業	a.客数及び客単価	b.仕入単価	c.設備の過不足
サービス業	a.客数及び客単価	b.仕入単価	c.設備の過不足

②調査の方法

- ア. 経営指導員による半期に一度の調査を実施。  
イ. 調査用紙に事業者が直接記入、又は経営指導員がヒアリングにより記入を行う。  
ウ. いずれも記載内容の確認にあわせ状況把握を行う。

③調査結果の活用方法

上記の調査により得られたデータは業種別に分析し、年度ごとにエクセルファイルにとりまとめ、職員がいつでも閲覧できる状態に整理する。分析結果は全国平均と比較し、事業者の目標設定や課題の抽出など事業計画策定に活用する。さらにこれらの結果は商工会会報・ホームページにより公開する。公開の際には、事業者名が特定され情報漏出にならないように注意する。また「ひらお AFIC 推進会議」への協議資料としても活用し、各種項目について検討を行う。

(2) 他の機関等が実施する経済動向等調査の取りまとめ

山口県の経済動向調査(県が実施)により経済動向を整理・分析する。

●目標

毎月公表される同調査の結果を小規模事業者へ提供することにより、地域経済全体の動向や変化を把握し、事業計画策定と実行の際の資料として活用する。

①調査項目

生産活動、雇用情勢、個人消費、金融情勢、投資動向に関する経済指標

②調査の方法

毎月、山口県が発表している同調査結果をインターネットで収集する。

### ③調査結果の活用方法

調査結果をA4版に取りまとめ、巡回時や商工会報・ホームページ等で周知する。また、事業計画策定の際の外部環境を把握するデータとして活用するほか、計画実行支援の際も経済環境の変化を確認する資料として活用する。

#### ●この事業により期待する効果

経済環境の変化は経営に大きな影響を及ぼす。特に個人消費の動向や金融情勢などの情報を定期的に提供することにより、外部環境の変化を意識した経営の実践に繋がる。

## 3. 経営状況の分析に関すること【指針①】

#### ●目的

当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、山口県商工会連合会、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を行い、課題解決を図る。

#### ●現状及び現状における課題

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、経営状況全体を把握できるだけの分析にはなっておらず、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。そこで小規模事業者が抱える問題や今後の方向性、強みや弱みを的確にとらえ、現在の経営状態・今後の方向性を導く経営分析が必要となる。

#### ●本事業において取り組む内容

##### ①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の進出に意欲のある事業者、後継者がいることで、今後も事業継続が可能な事業者を、巡回を通じて発掘し、当商工会内での協議により選定する。

##### ②経営分析する項目

分析項目	内容
「商品・製品分析」	商品・製品別売上、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、知的財産
「組織分析」	組織図、人員構成、販売体制
「財務分析」	損益計算書分析、売上推移

##### ③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（経済産業省のローカルベンチマークを活用）で分析項目を調査する。

#### ④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（経済産業省のローカルベンチマーク）に整理する。経営指導員等職員間で情報を共有し、分析結果を検討する。全国連のネット de 記帳利用事業者に対しては、同システムの「経営分析システム」を活用し、貸借対照表や損益計算書のデータ分析を行う。

#### ⑤分析結果の活用

分析結果は各種指標等を活用し、同業種と比較してその事業者が持つ「強み」「弱み」の把握及びボトルネックを見つけ出して、今後の経営戦略に活かす。

#### ●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	10	15	15	15	15	15

#### ●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を客観的に把握することができる。また、経営状況の分析結果や地域経済動向等の情報を整理し、今後の方向性との差異を埋めるための事業計画策定と実行支援により、経営活動の継続的発展が期待できる。

### 4. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

#### ●目 的

経済動向調査及び経営分析の結果を踏まえ、山口県商工会連合会の実施する事業計画策定支援事業及びよろず支援拠点等の関係機関と連携し、事業者の抱える経営課題解決に向けた事業計画策定を支援する。計画策定に当たっては、事業者の経営体力に応じた優先順位、重要度を明示し、それぞれの目的に応じたものとする。

#### ●現状及び現状における課題

事業者が経営課題を解決するためには、金融機関を含む支援機関等の協力や取引先からの信用が不可欠であり、そのためには事業計画を示すことが前提である。

さらに当地域では、後継者不在による廃業案件も多いことから、今後の事業承継支援の中心は、家族内承継のみならず、従業員への承継、また県外居住者で地方での生活を希望する創業希望者、事業の補完を計画する事業者への M&A となってくる。これらの企業の円滑な事業承継を促し、企業持続化のためにも事業計画策定支援を行う必要がある。

また、新規創業希望者の創業計画の策定支援を行い、地域商工業の新たな事業の担い手を育成・定着させることが雇用機会拡大のためには急務である。

#### ●本事業において取り組む内容

##### (1) 事業計画策定の啓発

経営分析を実施した小規模事業者を中心に、巡回指導時に事業計画策定の必要性を啓発し、様々な事業計画策定支援に繋げる。

##### (2) 事業計画作成セミナー開催・参加等に関する支援

小規模事業者が事業計画策定の重要性を認識し、計画の立案、実施、評価、改善のプロセスを実行できるよう、山口県商工会連合会や熊毛南グループ商工会広域協議会（後述）と連携して、20事業所を対象に年1回事業計画策定セミナーを開催する。

### （3）事業計画策定支援の内容

事業計画策定支援は、小規模事業者の支援ニーズに応じて下記①～③の計画について行い、事業計画の内容によって各支援機関や専門家等と連携する。

なお、事業計画策定については、地域の経済動向や需要動向の調査結果を活用し、経営分析により経営資源・現状の課題等を把握した上で実現性の高い計画策定となるよう支援する。

#### ①持続的発展に向けた事業計画策定支援

- ・事業の持続的な発展を図ろうとする小規模事業者を対象に、経営分析により顕在化した経営課題の解決、経営目標達成のための事業計画の策定を支援する。

#### ②経営改善計画策定支援

- ・慢性的に資金繰りが厳しい事業者、売上・利益の減少に歯止めがかからない事業者を対象に、経営体質改善・経営力強化のための事業計画の策定を支援する。

#### ③事業承継計画策定支援

- ・当地域小規模事業者の最大の課題である事業承継課題に対応するため、山口県商工会連合会と連携して事業承継支援を行う。平成29年度より山口県商工会連合会では「事業承継総合支援事業」を推進しており、本事業の専門家派遣制度を活用して、事業承継計画の策定を支援する。後継者未定の事業者向け支援として、新規創業者とのマッチングや従業員等第三者への事業譲渡、M&A等の専門的な支援が必要な場合、山口県商工会連合会及び山口県事業引継ぎ支援センターコーディネーターと連携して専門支援にあたる。

### ●目 標

累計で計画期間中に経営分析を実施した地域内75企業のうち、50企業の事業計画策定支援を行う。

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
事業計画策定総件数	8	10	10	10	10	10

### ●事業計画策定支援の効果

事業計画策定支援を行うことにより、地域経済動向や市場環境、自社の経営実態や経営資源を踏まえた実効性の高い事業計画作成が可能となる。このことにより、経営者の「成り行き経営」からの脱却や戦略的経営への転換を進めることもできる。

### （4）新規事業者の創業計画策定支援の内容

平生町は「産業競争力強化法」の認定を受けており、創業支援による地域経済活性化を推進している。当商工会においても平生町内での創業希望者の掘り起しを行い、円滑な創業を支援する。

相談窓口の開設や創業セミナー等の開催により、構想段階にあるアイデアの整理や具体的な事業・資金計画の作成、開業の手続きや経営・記帳などについて支援するとともに、創業補助金や低利融資制度の活用や金融機関における資金調達等の支援も行う。

## 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

## ●目 的

事業者の経営の持続的発展を図るために、事業計画策定後の実施支援を山口県商工会連合会、他の支援機関および専門家と連携して行う。

## ●現状および現状における課題

経営指導員による巡回指導又は、専門家派遣等により事業計画策定後の実施支援を行っているが、事業者の要望・要請に応じた場当たりの支援に止まっていたため、計画的かつ継続的に行われていない。小規模事業者においても事業計画に基づく事業の実施が必須となっている中で、今後は伴走型支援を行うために体系的・積極的に関わり、事業計画実行の支援を継続する必要がある。また事業計画の実施について伴走型支援を実行するには、全職員が事業計画の内容について理解し、計画の進捗状況、問題点、事業の成果、改善点等を明確に理解し、各職員が共通の認識を持って支援する事が必要であり、その仕組み作りが課題である。

## ●本事業において取り組む内容

### (1) 事業計画に対する実施支援

事業計画策定後のフォローアップについては、計画の進捗状況を確認するため巡回訪問し、事業者へのヒアリングおよび財務諸表の確認を通じ、計画の進捗状況等を把握する。

計画と実施に差異がある場合は、その原因を分析し計画の見直しについて指導・助言を行うとともに継続して計画実行を支援する。また、事業の遂行について多角的な検討によつて的確なアドバイスを行うため、以下のような「チーム支援」を実施する。

#### ①全職員によるフォローアップ会議の開催

商工会が一体となって計画実行支援できるよう、事業計画作成時及び毎月開催する経営支援会議の中で、フォローアップ会議を開催する。この会議で、事業内容の詳細、事業実施における商工会の役割、事業者の希望、進捗状況、課題、各職員の支援分担を明確にし、商工会全体で事業実施をフォローする。

#### ②状況に応じた施策の活用・他の支援機関との連携・専門家派遣

商工会職員で対応出来ない専門的な支援を要するものについては、他の支援機関との連携や専門家派遣制度を利用して課題解決を図る。

### (2) フォローアップの実施頻度

事業計画策定後のフォローアップの訪問回数の頻度については、次のとおり事業計画の進捗具合によって設定する。ただし、事業者からの申出により適宜対応するものとする。

①毎月1回の支援頻度が必要な事業者（2社）

②四半期に1回の支援頻度が必要な事業者（3社）

③年2回の支援頻度が必要な事業者（5社）

## ●目 標

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
事業計画フォローアップ対象事業者数	8	10	10	10	10	10
①フォローアップ延数（回）	1	24	24	24	24	24
②フォローアップ延数（回）	3	12	12	12	12	12
③フォローアップ延数（回）	4	10	10	10	10	10

## ●この事業により期待する効果

事業計画実施に当たり、定期的に検証・見直しを行うことで、問題点の把握と課題を明確にして、次期の計画に反映させる等、PDCA サイクルの仕組みの定着を図る。

## 6. 需要動向調査に関すること【指針③】

### ●目的

地域の資源を生かした新たなビジネス創出や特産品開発支援に対応するため、農水産業関連事業への支援による6次産業化や農商工連携を推進する。この取り組みを実施するためには、農水産業資源を活用した加工業者等の関連商品の需要動向について調査・分析し関連事業所に情報提供することが必要になる。そして、既存商品のブラッシュアップや商品開発等を支援し、新たな需要拡大につなげていく。

### ●現状及び現状における課題

当商工会は需要動向調査について体系的に行ってはおらず、個々の経営指導員等の知識や経験により収集した情報を、個別に事業者に対して提供するにとどまっている。このことから、効率的な需要動向調査にはなっておらず、情報の質についてもバラツキがある。本事業においては、個社が取り扱う商品・サービスの実情に沿った情報収集を目的とした調査を実施し、小規模事業者の新商品開発や販路開拓への支援に活用する。

### ●本事業において取り組む内容

個社が地域資源を活用して開発した特産品等の需要動向を把握するため、消費者および取扱業者等に対する（1）ニーズ調査と（2）モニター調査とを実施する。調査により、地域内の小規模事業者が製造する特産品・加工食品等に関する消費者ニーズや商品の課題等を明確にし、需要動向を捉えた事業計画の策定や販路拡大に向けた既存商品の改良や新商品の開発に活用する。

#### （1）ニーズ調査

##### ①近隣商圈における消費ニーズ調査

【概要】 近隣20kmを範囲とした商圈からの来客者を中心に、特産品および主力商品の加工品の市場評価を行う。

【サンプル数】 調査場所への来場者50人

【調査方法】 調査場所におけるアンケート。調査頻度は商品等の特性（季節性・旬の時期等）を勘案し、5月、11月の年2回程度実施するものとする。

《調査場所》	《主な調査項目》
a. ひらお特産品センター b. 対象企業店舗 c. 対象企業取引店舗	a. 顧客属性 b. 商品に対する気づき（価格・内容・味 等） c. 購入時に重要視する項目 d. 商品の改良点

【活用方法】 地域資源としての原材料が被る地域において、特産品としてどのような差別性を出せることができるか、また求める商品を購入するための消費者の購買行動も含めて需要とのミスマッチング等を検証する。

##### ②域外における消費ニーズ調査

【概要】 平生町では「ふるさと納税」の返礼品として地域小規模事業者が製造した加工品を提供している。これら納税者に対して、購入商品のアンケートを実施する。

【サンプル数】 納税者30人

【調査方法】 返礼品発送時におけるアンケート。アンケート集計は、年1回（3月）実施する。

《主な調査項目》	
a.顧客属性	b.商品に対する気づき（改良点 等）
c.今後希望する商品	

【活用方法】 域外の消費者がどのような商品を望んでいるか、どのような商品ならば購入しようと思うかのニーズ調査を行い、既存商品のブラッシュアップのため活用する。

## （2）モニター調査

【概要】 年に1度、個社が開発した新商品・試作品を持ち寄り、特産品モニター調査を実施する。モニター調査は、商品評価会議として、平生町消費者問題協議会・地域の取扱業者・食品衛生の関係者および有識者を招いて実施する。

【対象企業】 食品製造業・食品小売業（5企業）

【調査方法】 商品評価会議として、特産品モニター調査を年1回実施。

《主な調査項目》			
a.パッケージデザイン	b.商品名	c.価格	d.内容量
e.味・風味	f.商品に対する気づき		

【活用方法】 新商品として独自性があるか・今後の需要見込みはどうかも含め、新商品のブラッシュアップのため活用する。

## ●目 標

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
情報提供する小規模事業者数	-	5	5	5	5	5

※ニーズ調査・モニター調査とも、単年度5企業ずつ選定して行う

## ●この事業により期待する効果

① 上記調査を実施し、小規模事業者に提供することにより、需要動向を踏まえた事業計画の策定及び事業実施が可能となる。

特に新商品（メニュー等）の開発や改良等の段階においては、食材選定やパッケージ、価格設定さらにはPR方法等について、需要動向・消費者のニーズ等を反映した商品試作・開発が可能となることから、需要を捉えた商品として提供でき、販路開拓につながる。

② 小規模事業者が提供する商品やサービス等に関する需要動向を収集・分析し、タイムリーに提供することにより、事業計画策定支援、販路開拓支援等において的確な情報提供と指導が可能となる。

製造業（食品製造業）等では、商工会で分析した需要動向を活用することで、既存商品のブラッシュアップや新商品開発、新たな事業進出等の実現可能性が高まる。

## 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】

### ●目 的

売上の伸び悩みを抱えていながら、提供する商品等の課題が把握できず、市場拡大への取

組みができていない小規模事業者に対して、新たな需要開拓の機会等を提供するとともに新たな取引先・新規顧客の獲得につなげる。

### ●現状および現状における課題

現況当商工会において行う、新規需要開拓支援は小規模事業者が製造販売する加工品等の販路拡大支援のみに注視したため、単なる商談会開催等の広報や募集に止まり、具体的な需要開拓支援は行ってこなかったのが実状だった。

しかし、地域内で生産される加工品や取扱商品・サービスは、一部では高い評価を得ているが、新たな需要開拓に結びつくほどの認知度はない。今後は小規模事業者の需要開拓のため、

- ①IT を活用した販路拡大
- ②小回りの利いた営業術による取引先開拓
- ③地域内消費者に対する新規需要開拓

の3項目を中心に、販売手法の改善や商品 PR の方法を含め小規模事業者が提供する商品等にマッチした販路拡大の機会を提供していく必要がある。

### ●本事業において取り組む内容

#### (1) IT を活用した販路拡大支援 (B to C)

【概要】 ホームページのアクセス数を増加、またはネットによる販売増加をはかり、現状売上の対前年比 15%アップが達成できるように支援する。

【対象企業】 すでにホームページを開設・または開設予定の事業者

【支援内容】 ①ホームページの検索上位にくる工夫や YouTube 等の動画サイトを活用してホームページの閲覧回数をあげるセミナー・講習会を開催し、IT の有効活用について支援する。

②既存のネットショップへの出展・活用について専門家等を派遣するなどし、販路拡大による売上アップを支援する。

【成果をあげる工夫】 セミナー・講習会・専門家派遣については、実際に売上を上げている企業の代表者等を招き、具体的な手法を学ぶ。

#### (2) サンプル提供による取引先拡大支援 (B to B)

【概要】 需要動向調査結果を参考に、小ロットのサンプル提供を実施し、取引先の直接開拓を実施する。

【概要】 食品製造業・食品小売業

【支援内容】 サンプル提供先を、「食品会社」「飲食店」「大手小売店」等に分類し、ターゲットを絞り込み、商品特性に合わせて送付を行う。これらの業者選定や商品発送等の支援を行い、新規取引先の拡大を目指す。

【成果をあげる工夫】 今までは新商品を開発しても見本市や商談会に参加するか、直接営業を行わなければならない、小規模事業者においては、これらの時間的負担・人的負担は大きく、十分な費用対効果が得られるとは言いがたかった。

しかし、サンプル提供という手法を使い、事業者が狙っている取引先を絞ることにより、ロスがなく比較的安価での営業活動ができる。

#### (3) 商品・サービス PR カタログ (お家の便利帳) の作成による地域内需要開拓支援 (B to C)

【概要】 地域内小規模事業者の商品やサービスが掲載された PR カタログ (お家の便利



帳)を作成する。

【対象企業】地域内商工業者

【支援内容】① 作成した PR カタログは個別配布 (ポスティングおよび新聞折込) および町内公共施設・ひらお特産品センター等で展示配布する。

また、町住民課と連携し、新たに町内への転居等の届出があった住民に対しての無償配布も行う。

② 作成した PR カタログについては、当商工会HPにも掲載することにより、ネット上で広くPRし集客を支援する。

【成果をあげる工夫】新たに町内に居住する住民にとって地域内の小規模事業者の提供する商品・サービスについては、全く認知されていない。

家の中の修理や家財の調達などにおいても、既存の事業者のどこに頼めばいいのか、認知していない住民も多数いるため、困ったときに便利な身の回りの商品やサービス等を広くPRすることにより新規顧客の開拓をすることができる。

## ●目 標

販路開拓につながる取り組みに対し、下記の成果を目標とする。

指 標	現状	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
I T活用支援による 売上アップ(※)事業所数	-	5	10	15	20	20
取引先拡大支援による 新規成約事業所数	-	3	5	7	8	10
地域内需要開拓支援による 新規顧客獲得事業所数	-	-	10	20	30	40

(※)は売上前年対比15%以上が目標。PR カタログについては、初年度は編集・発行・配布の準備期間とする。

## ●この事業により期待する効果

経営資源が限られる小規模事業者にとって、新たな需要開拓のために域外への情報提供、既存サービスのPRを支援することは、現状の売上減少の歯止めの効果が期待できる。

また、サンプル提供は商品評価を聞ける機会であり、商品ニーズや商品のブラッシュアップについての貴重な情報が収集でき、小規模事業者の持続的発展に大きく貢献するものと期待できる。

## 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

《ひらおAFICプロジェクト》

#### ●目 的

平生町の新たな魅力を想像すべく、2015年に平生町未来戦略ビジョンの政策目標として「地域の特性を生かした産業の振興と雇用の創出」が提言された。その中の

- ①観光活性化プロジェクト
- ②農業・水産業活性化プロジェクト
- ③産業支援プロジェクト

の3項目を中心に地域資源の発掘などによる魅力ある産業振興に取り組むとともに、新たな取組への挑戦や起業を目指すものの意欲向上に係る取り組みを期待されている。

そこで商工会が主体となり、農協・漁協等の地域関係機関との連携を推進会議で強化する「ひらおAFIC推進会議(仮称)」を立ち上げる。

これにより、今まで単発的であったそれぞれのプロジェクトを有機的につなげ、「HIRAO 瀬戸内イタリアン構想」（仮称）など、全町あげてのプロジェクトにおいて農業・漁業・商工業各産業界の人材を共有し、各産業間の後継者・事業者の育成を図ることで、新たに開発された商品及び新役務を中心に雇用の拡大および新規創業者の定住を促進する。

※ AFIC（エイフィック）とは、

Agriculture（農業）、Fishery（漁業）、Industry（工業）、Commerce（商業）のそれぞれの頭文字をとった造語

### ●本事業において取り組む内容

- ① 行政及び南すおう農業協同組合平生支所、山口県漁業協同組合平生支店、平生町観光協会、ひらお特産品センター協同組合等、地域関係機関で組織する「ひらお AFIC 推進会議（仮称）」を年間4～6回程度開催し、まちの新たな魅力づくりの検討及び設定を行う。  
なお、本会議には、中小企業診断士等の有識者も構成員とする。
- ② 「ひらお AFIC 推進会議」から提案された内容に基づき、農業・漁業・商工業の経営者による具体的な取組み（新規農産物の栽培・地域農水産物を活用した新商品の開発・新役務の提供）を行う。
- ③ 「HIRAO 瀬戸内イタリアン構想（仮称）」推進にあたり、飲食業を中心とした新規創業者の出店支援を行う。「ひらお AFIC 推進会議（仮称）」において、開業までの指導（創業補助金の活用や町独自の補助制度の活用を含む）、地元食材の提供、開業後の店舗運営なども行う。
- ④ 「ひらお AFIC 推進会議（仮称）」による地域農水産物を活用した新商品の開発において、農水産業者側からのアイデアと商工業者側からのアイデアのすり合わせを行いながら競争力の高い商品開発の提案・ブラッシュアップを行う。商品提案は地域内の小規模事業者等と情報交換を随時行う。

### ●目 標

項 目	現状	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
会議開催回数	0	4	6	6	6	6
新規開業支援事業者	0	1	1	1	1	1
商品提案・ブラッシュアップ （累計）	0	1	2	3	4	5

### ●この事業により期待する効果

平生町の新たな魅力を発信するだけでなく、新規創業者の獲得や雇用拡大においても一つの解決策となる。また、「ひらお AFIC 推進会議」を開催することにより、山口県が推進する農商工連携・6次産業化においても各種機関との連携が密になり、今後の事業活動が円滑になる。

## 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

### ●目 的

小規模事業者の持続的発展を図り、経営発達支援計画を円滑に遂行するために、他の支援機関との支援ノウハウ等の情報交換や当会内部での情報共有を通じ、経営指導員等の資質向上に努め、組織全体の底上げを図る。また、計画の進行状況の客観的評価に対する見直し・修正などを PDCA に沿って実施する。

## 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

### ●現状および現状における課題

当商工会においては近隣商工会で組織する「熊毛南グループ商工会広域協議会」での情報交換が中心であった。

しかし、本経営発達支援計画を実施するにあたっては、現状の情報交換の深度を深め、かつ他の支援機関との連携による情報交換を実施することにより、高度な支援ノウハウを獲得する必要があるため、以下の情報交換に関する取り組みを実施する。

### ●本事業において取り組む内容

#### (1) 近隣商工会との連携

##### ①経営指導員の情報交換

「熊毛南グループ商工会広域協議会」での広域支援会議による近隣商工会の支援ノウハウ等の情報交換を引き続き行い、今後はさらに連携機能の強化を図る。

具体的には、小規模事業者の売上・利益拡大や需要開拓に繋がる取り組み、成功事例や支援ノウハウ共有のための情報交換の時間を設ける。

また小規模事業者の抱える経営課題について相互補完が可能な事業者同士のマッチングに関する意見交換・廃業予定者と創業希望者の事業承継マッチング等の情報交換も実施する。

##### ②記帳専任職員・補助員の情報交換

近隣の5商工会において、記帳専任職員や補助員対象研修・交流の機会を定期的に設ける事により法改正への対応や支援業務におけるノウハウについての情報交換を実施する。

#### (2) 金融機関との連携

山口銀行・信用保証協会と商工会の融資制度である商工貯蓄共済融資及びその条件変更等について情報交換を行い、連携して円滑な資金調達を行う。

また、日本政策金融公庫主催の「経営改善貸付推薦団体連絡協議会」において徳山支店管内の経済・金融動向や斡旋事例等の情報交換を定期的に実施する。

### ●目標

項目	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
経営指導員の情報交換回数	6	10	10	12	12	12
記帳専任職員・補助員の情報交換回数	1	2	4	4	5	5
金融機関との情報交換回数	4	6	7	7	8	8

## 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

### ●現状および現状における課題

当商工会においては、記帳代行・税務申告・労働保険事務・金融斡旋といった基礎的な経営改善普及事業が中心であった。しかし経営発達支援事業の目標達成には、これまでの経営管理的な支援能力に加え、経営分析や提案力、事業計画策定能力などの経営発達に向けた資質が求められている。全職員を対象とした支援能力の向上を図るため、以下の資質向上のための取り

組みを実施する。

## ●本事業において取り組む内容

### (1)経営指導員等の支援能力の向上

- ①山口県商工会連合会が主催する「山口県経営指導員等研修会」において、小規模事業者の利益確保に資する支援ノウハウの習得を中心に受講し、支援能力の向上を図る。指導職員（補助員・記帳専任職員等）についても必要に応じてこの研修会を受講すると共に山口県商工会連合会が主催する「指導職員研修会」等を積極的に受講し、小規模事業者の支援能力向上を図る。
- ②山口県商工会連合会では経営指導員に対し、年度末に経営支援事例の作成提出を義務付けている。これらの事例の中から特に成果のあったものは、年に一度「職員協議会研修会」において事例発表を行っている。この研修会に出席し、他の経営指導員が実際に取り組んだ支援事例を聞き、小規模事業者の支援に役立てる。
- ③全国商工会連合会が運営する「経営指導員等WEB研修システム」を活用し、小規模事業者の支援をめぐる環境変化に伴い必要となる各種知識の習得に努め、支援の基礎力を高める。
- ④商工会で毎月開催する経営支援会議（経営指導員・補助員・記帳専任職員）等において、事業者の支援に対する意見交換を行うことでOJTによる支援能力の向上を図る。

### (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

- ①商工会で毎月開催する経営支援会議（経営指導員・補助員・記帳専任職員）において、需要や地域経済動向の情報を共有すると共に、支援事業者の課題等について情報交換し、効果的な支援能力の向上を図る。
- ②経営支援会議において、支援事業者の経営分析結果や事業計画策定状況を共有する。支援状況や支援上の課題等はそれぞれの経験を活かし、意見交換を行うことで支援能力の向上を図る。
- ③経営支援会議に合わせ、記帳専任職員・記帳指導職員による記帳職員会議を開催し、情報交換等による支援能力の向上を図る。また全国商工会連合会の「経営分析システム」の活用などに対し、必要に応じて経営指導員等を講師に支援能力の向上を図る。
- ④各職員の経営支援状況は、全国商工会連合会が運用する「小規模事業者支援システム」に入力し、データベース化する。データベースは事務局内のサーバーでも管理する。支援事業者への支援状況および支援方法を職員が共有することで、適切な支援につなげる。

## 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

毎年度、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・検証を実施する。

- (1) 平生町、平生町商工会役員、中小企業診断士等の有識者により、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提示を行う。
- (2) 理事会において、評価・見直しの方針を決定する。
- (3) 事業の成果・評価・見直しの結果については、総代会へ報告し、承認を受ける。
- (4) 事業の成果・評価・見直しの結果を平生町商工会の総代会資料や会報、またホームページで計画期間中公表する。

(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11月現在)

(1) 組織体制

① 役員

役職等	氏名
会長(1)	河岡啓太郎
副会長(2)	池岡 巖 ・ 世山文男
理事(13)	石田篤樹 ・ 野田宏治 ・ 長安秀明 ・ 森 久子 藤本幸嗣 ・ 岩本ひろ子 ・ 木本俊一 ・ 若山榮治 藤井洋巳 ・ 脇村克則 ・ 埜 克則 ・ 窪田力三 森脇弘司 ・ 竹林裕喜 ・ 若山智恵美
監事(2)	中川裕之 ・ 磯部克則

② 事務局

役職等	氏名	役割分担
経営指導員	今村成利	統括責任者・地域経済活性化支援
補助員	浅田令子	経営力強化支援(需要開拓)
記帳専任職員	新田一太	経営力強化支援(経営分析)
記帳指導員	玉木節子	経営力強化支援(補佐)
記帳指導員	徳本孝子	経営力強化支援(補佐)

(2) 連絡先

平生町商工会 〒742-1102 山口県熊毛郡平生町大字平生村178  
TEL : 0820-56-2245 FAX : 0820-56-3051  
Mail : hiraochou@yamaguchi-shokokai.or.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)

	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
必要な資金の額	750	1,050	1,100	1,100	1,100
地域動向調査	100	100	100	100	100
経営分析・需要動向調査	100	100	100	100	100
事業計画策定・実施支援	150	150	150	150	150
需要開拓支援	200	500	500	500	500
地域経済活性化支援	100	100	150	150	150
資質向上対策	100	100	100	100	100

(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、県及び町補助金収入、各種事業収入、委託事業収入等

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表4)

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				
地域経済の落ち込みの打破と地域の特性を活かした産業の振興と雇用の創出を行うために、行政及び南すおう農業協同組合平生支所、山口県漁業協同組合平生支店、平生町観光協会、ひらお特産品センター協同組合等、地域関係機関で組織する「ひらおAFIC推進会議(仮称)」を組織し、新たに開発された商品及び新役務を中心に雇用の拡大および新規創業者の定住を図る。				
連携者及びその役割				
1	名称	平生町 産業課	課長	田坂 孝友
	住所	熊毛郡平生町大字平生町 210-1	TEL	0820-56-7111
	役割	商工会を所轄する行政窓口として、地域振興計画における情報提供及び地域活性化に関する他の課・所管事業との統合調整を行い、地域の取り組みを支援する。		
2	名称	南すおう農業協同組合平生支所	部長	勝本 澄人
	住所	熊毛郡平生町大字大野南 8	TEL	0820-56-3131
	役割	地域における農業および農産物や、組合を通じての農業従事者の現状の情報を統轄し、連携事業への取り組みを協力して支援する。		
3	名称	山口県漁業協同組合平生町支店	支店長	村上 敏彦
	住所	熊毛郡平生町大字佐賀 1578-10	TEL	0820-58-0221
	役割	地域における漁業および水産物や、組合を通じての漁業従事者の現状の情報を統轄し、連携事業への取り組みを協力して支援する。		
4	名称	ひらお特産品センター協同組合	代表理事	弘中 和生
	住所	熊毛郡平生町大字平生町 589-4	TEL	0820-56-1093
	役割	地域における特産物および加工品や、組合を通じての特産品の現状の情報を統轄し、連携事業への取り組みを協力して支援する。		
5	名称	平生町観光協会	会長	田村 伸夫
	住所	熊毛郡平生町大字平生町 210-1	TEL	0820-56-5050
	役割	地域における観光資源の再整理や交流人口増加を図るため、連携事業への取り組みを協力して支援する。		

## 連携体制図等

地域内における連携体制は以下のとおりとし、協議事項、取り組み内容等によっては山口県、山口県商工会連合会、中小企業基盤整備機構、地域金融機関もメンバーに加えて実施する。

