

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	浜田商工会議所 (法人番号 8280005004093) 浜田市 (地方公共団体コード 322024)
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目 標	食品製造業(水産加工業)の新製品・新技術の開発や販路開拓支援を中心に多様化する事業者のニーズに応えるよう経営分析や事業計画策定およびフォローアップ等伴走型支援に取り組み、事業者のビジネスモデルの再構築、経営力強化、円滑な事業承継等を通じて持続的発展を促進するため、積極的に浜田市と連携して取り組んでいく。
事業内容	<u>I. 経営発達支援事業</u> - 地域の経済動向調査に関すること - 地域の経済動向分析 (国が提供するビッグデータの活用) - 管内業種別業況調査の実施 - 需要動向調査に関すること - 地元産品・商品モニター事業 - 観光旅行者へのアンケート - 全国的な市場動向、流行商品等の業界データの提供 - 経営状況の分析に関すること - 経営分析を行う事業者の掘り起こし - 事業計画策定セミナーの実施 - 経営分析の内容 - 分析結果の活用 - 事業計画策定支援に関すること - 事業計画策定セミナーの開催 (意識醸成・対象者の掘り起こし) - 窓口・巡回相談による事業計画策定支援の強化 (対象者の掘り起こし) - 事業計画の策定支援 - 事業計画策定後の実施支援に関すること - 事業計画の進捗状況による集中的支援者を見極めた上でのフォローアップ頻度の設定 - 他の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を投入 - 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること - いわみ特産品商談会参加事業 (BtoB) 「ビジネスフェア中四国」展示会参加事業 (BtoB) - SNS 活用 - 自社 EC サイト開設 (BtoC)
連絡先	浜田商工会議所 経営支援課 〒697-0027 島根県浜田市殿町 124-2 TEL : 0855-22-3025 FAX: 0855-22-5400 E-mail:cci3202@hamada-cci.or.jp 浜田市 経済産業部 商工労働課 〒697-8501 島根県浜田市殿町 1 番地 TEL : 0855-25-9500 FAX: 0855-23-4040 E-mail:shoko@city.hamada.lg.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

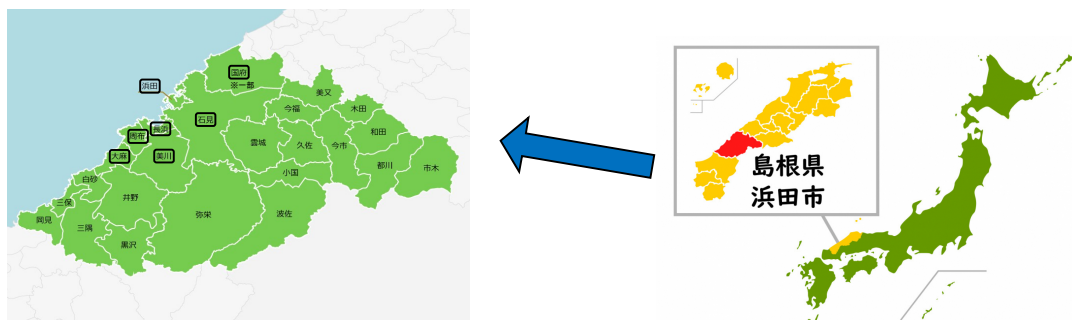
①現状

・立地

当会議所が所在する浜田市は島根県西部の日本海沿いに位置し、特定第3種漁港「浜田漁港」と、対岸貿易の拠点となる重要港湾「浜田港」を有し、海岸部と中山間地を併せ持つ豊かな自然に恵まれた地域である。

古くから県西部（石見地方）の政治・文化の中心的役割を担ってきたこともあり、国や島根県の出先機関や県外企業の営業所等も比較的多く所在している。また、近年は山陰自動車道等の高速道路網や港湾機能等の交通・産業の都市基盤整備、島根県立大学や浜田市世界こども美術館、ソフトバンクのCMでも話題になった水族館しまね海洋館アクアス等の教育文化施設も整備され、石見地方の中核都市として位置付けを更に強めている。

管内の面積は、浜田市全体の面積 690.68 km²の内、162.60 km²である。



※当所の管轄は、□の地区（浜田、石見、長浜、周布、美川、大麻、国府の一部）

・人口

当地域における現状は、人口減少や少子高齢化が顕著であり、平成30年3月に人口54,586人(管内：35,462人)、65歳以上の高齢化率36.12%(管内：34.02%)であったものが、3年3月には人口52,145人(管内：34,477人)、高齢化率37.31%(管内：35.07%)と少子高齢化が進行している。

浜田市(管内)の人口の推移

	平成30年3月	平成31年3月	令和2年3月	令和3年3月
人 口	35,969	35,462	34,888	34,477
内 65 歳以上	12,235	12,244	12,109	12,093
高齢化率	34.02%	34.53%	34.71%	35.07%

【浜田市の人口・世帯数】(地区・町別高齢化率)より

・産業

(業種別の景況感)

【製造業】

基幹産業である水産加工業に関して、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、首都圏や関西の飲食店・土産物商材の動きが鈍い。巣ごもり需要によるスーパー向け商材は順調であったが、落ち着いてきている状況である。依然として、浜田漁港の記録的水揚げ不漁により、原魚の確保に苦慮しており、特にアジの不漁により、どんちっちアジを含むギフト商品向けの新規販路開拓を見合わせている。また、魚離れや魚価低迷に歯止めをかけるべく、イタリアンレストランと連携して和食以外で活用できる洋風干物の商品化に着手している事業者もある。

【建設業】

新型コロナウイルス感染症により世界的に木材が品薄となるウッドショックの影響により、木材価格の上昇が続いている。そのため資材は、都会地に流れており、地方への出回りが悪く、価格高騰の要因にもなっている。コロナ前に比べるとモノにもよるが2割から5割の価格上昇しており、それにより収益の圧迫にも繋がり、厳しい経営環境が続いている。

【小売業】

食料品関連について、内食向けは順調であるが、外出自粛やイベント等の中止により、パーティ総菜の需要は厳しい状況である。気軽に帰省が出来ない状況にあるため、ギフト商品の注文が増えている。

衣料品売上に関して春先は回復傾向にあったが、外出控えの影響で需要は減退し、ネット購入への移行により売上が低調している側面もある。

【卸売業】

食料品に関して小売業者向けは堅調に推移しているが、飲食店との取引が多い事業者はコロナ前に回復傾向にはあるが依然として厳しい状況は続いている。

【飲食業】

コロナ禍により市内で感染者が出ると自粛ムードとなり予約キャンセルや来客も少なくなり、また移動自粛で家飲みが定着しつつあり厳しい状況が続くと思われるが、Go To Eat キャンペーンしまね食事券やはまだ飲食・宿泊応援チケットなどの登録店では利用客も多く、大変助かっている店舗も多い。今後も感染対策を講じつつ、それぞれの自社努力が必要である。

【宿泊業】

中国電力株式会社の三隅火力発電所の点検工事や2号機の建築工事があり、工事事業者の受入を行っている宿泊事業者は比較的好調を維持している。また前年は学校関連行事(高校総体など)が中止だったが、規模縮小ではあるが開催したことも前年増に繋がった。しかしながら、今後も観光での利用は非常に厳しい状況が続く。

【運輸業】

往路貨物の合板関連資材については物量が安定的だが、復路貨物の飲食料品の落ち込みが続いている状況である。ドライバー不足も相まって生産性悪化し設備負担が重い。さらに、原油価格高騰により、販管費を圧迫するなか、他社競合で落ち込んでいる受注単価に価格転嫁を試みるも交渉難しく収益水準は低位にある。

(業種別の商工業者数)

当所管轄の商工業者数は、令和 2 年度末で 2,258 社、うち小規模事業者数は 2,001 社であり、88.6%を占めている。令和 2 年度についても飲食業を中心に開業等で増えているものの、コロナ禍による経営不振や先行きへの不安、経営者の高齢化、後継者難、事業の将来性により廃業等で減少している。

当所の業種別商工業者数推移表

() は小規模事業者数

業 種	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
農林水産業	12 (10)	12 (10)	13 (11)	15 (13)	15 (13)
鉱業	5 (3)	5 (3)	5 (3)	5 (3)	5 (3)
建設業	294 (262)	291 (260)	290 (259)	292 (261)	284 (253)
製造業	193 (180)	194 (181)	187 (175)	182 (174)	177 (171)
電気・ガス、 熱供給、水道業	8 (2)	8 (2)	8 (2)	9 (3)	9 (3)
情報通信業	5 (1)	6 (1)	6 (1)	6 (1)	6 (1)
運輸業	62 (49)	62 (49)	64 (51)	64 (51)	64 (51)
卸売・小売業	695 (611)	689 (606)	676 (593)	668 (588)	671 (582)
金融・保険業	64 (21)	64 (21)	62 (20)	59 (19)	59 (19)
不動産業	95 (91)	96 (92)	97 (93)	96 (92)	94 (90)
学術研究・専門・技術サービ ス業	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	50 (46)
宿泊業・飲食業	314 (312)	324 (322)	321 (319)	321 (320)	327 (322)
生活サービス業	500 (436)	504 (441)	506 (444)	507 (446)	375 (360)
教育・学習支援事業	23 (21)	23 (21)	22 (20)	22 (20)	23 (20)
医療・福祉	11 (7)	13 (9)	16 (12)	16 (12)	74 (67)
複合サービス業	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	25 (0)
サービス業	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
その他	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
合 計	2,281 (2,003)	2,291 (2,018)	2,273 (2,003)	2,262 (2,003)	2,258 (2,001)

※上記商工業者数及び小規模事業者数については、当所調べで島根県への実績報告した数を記載

(特産品)

古くから港町として栄えた浜田市では新鮮で美味しい魚が豊富に獲れ、名産として加工、販売している。秘伝の甘いたれに漬け込まれた「ふぐ味酛干し」、生産量全国一の「かれい一夜干し」やのどぐろやアジなど缶詰等もあり、水産都市浜田ならではの特産品が豊富である。

また、2019 年に日本遺産の構成文化財に認定された島根県西部の伝統芸能「石見神楽」を支える職人技が光る「石見神楽面」も有名である。



(交通)

当市にある浜田自動車道は、広島とつなぐ重要なパイプになっており、当市の重要な生命線であり、賑わいを創出する要因である外貨獲得など経済的効果は大と言える。

また、当市には大きな港があり、大きな船からコンテナがおろされて広島に運ばれる。大きな港を持っている当市にとっては高速道路で都市である広島につながるができるのは経済的に役立っている。

・浜田市総合振興計画の引用

浜田市では、浜田市のまちづくりを進めるに当たり、次の3つの基本方針を設定している。

- ①浜田らしい魅力あるまちづくり
- ②協働による持続可能なまちづくり
- ③近隣自治体と連携し、県西部の発展をリードするまちづくり

その中で、商工・観光部分について現状と課題を抜粋する。

【商工】

- ・ 本市は、豊富な地域資源や食料品製造業の集積がある一方、公的マネーへの依存が大きい産業構造となっています。また、本市の産業構造の特徴は、依然、域内市場産業が域外市場産業に対して優位にあり、構造転換が図られていない現状にあります。
- ・ 「製造業」「卸売業、小売業」「建設業」等の主要産業において、公共投資に依存した産業構造が十分改善されない段階で、公共事業の減少を主要因として、事業所数や従業員数、総生産額等の事業活動を示す数値の低下・減少が明らかになっています。
- ・ 地域経済構造の転換は依然もっとも重要な課題であり、自立した地域経済への転換が必要です。
- ・ 郊外型大型店舗やコンビニエンスストアの進出等により、小売業等の小規模事業主の廃業と空き店舗数が増加している現状であり、地元の大学、専門学校、学生等の若者や女性が集まるような魅力ある商店・店舗づくりが求められています。創業・起業や女性経営者等による女性の視点に立った経営戦略を支援し、次の時代に担う小規模事業主の増加を図るとともに、後継者不在の既存事業主に対する事業承継に取り組んでいく必要があります。また、食品等の日用品の買物に困る高齢者の増加や、身近な存在であった地域の商店の閉鎖により、高齢者等の住み慣れた地域で安心して日常生活を送れる買い物弱者対策や安否確認につながる継続的な移動販売事業の構築が求められています。

【観光】

- ・ 島根県の観光入込客は、県東部を中心に推移し、県西部への波及は少なく、本市の観光入込客数は減少傾向にあります。
- ・ 観光客のニーズは多様化しており、有名な観光地だけでなく、地域に眠っている「お宝観光資源」を精査し、その地域の観光商品として活用することが必要です。
- ・ 既存の観光事業者や団体・市民が連携した受入体制や観光施設の整備が求められています。
- ・ 観光客以外にも、イベントやシンポジウム等の開催、スポーツ文化合宿の誘致、ツーリズムや都市間交流による交流人口の拡大が必要です。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10 年程度の期間を見据えて

浜田市の 5 年ごとの人口の推移は、RESAS（地域経済分析システム）によると、人口および生産年齢人口ともに減少傾向にある。（管内の人口および生産年齢人口においても減少と推移する）全国的に小規模事業者を取り巻く環境は、慢性的な人手不足やそれに伴う人件費の高騰、働き方改革や事業承継への対応などより複雑かつ厳しさを増しており、管内事業所においても、さらに厳しさを増すことが予想される。

このような環境下、多様化する事業者のニーズに応えるよう経営分析や事業計画策定およびフォローアップ等伴走型支援に取り組み、事業者のビジネスモデルの再構築、経営力強化、円滑な事業承継等を通じて持続的発展を促進する。

《浜田市における人口の推移》

	R2 年	R7 年	R12 年
浜田市の人口 (人)	55,000	52,000	49,000
		▲3,000	▲3,000
生産年齢人口 (人)	29,400	27,600	26,100
		▲1,800	▲1,500

【RESAS（地域経済分析システム）より】

②浜田市総合振興計画との連動性・整合性

平成 28 年に策定された「浜田市総合振興計画」について、商工業の振興では、①製造業の振興、②商工・サービス業の振興、③産業を支える人材育成、④創業・起業への支援と事業承継を掲げ、観光・交流の推進では、①「お宝観光資源」を活用した観光商品化と石見神楽の振興、②観光客の受入体制の整備と滞在型観光の推進、③イベント等の開催や合宿等の誘致、④地域間交流、国際交流の推進を掲げている。

当所としては食品製造業(水産加工業)の新製品・新技術の開発や販路開拓支援や創業・起業支援及び事業承継の推進を中心に積極的に浜田市と連携して取り組んでいく。

③商工会議所としての役割

当所は、身近な存在である地域の総合経済団体として、地域の小規模事業者の経営状況を正確に把握するとともに、小規模事業者の持続的発展に向けて、真に頼られる商工会議所を目指し、島根県・浜田市・石中央商工会・公益財団法人しまね産業振興財団・島根県よろず支援拠点・島根県信用保証協会・地元金融機関・事業協同組合等と連携し、事業計画策定から実行までのワンストップ対応を心掛けた伴走型支援を行っていくことが重要な役割である。

(3) 経営発達支援事業の目標

上記(1)および(2)を踏まえて、食品製造業(水産加工業)の新製品・新技術の開発や販路開拓支援を中心に多様化する事業者のニーズに応えるよう経営分析や事業計画策定およびフォローアップ等伴走型支援に取り組み、事業者のビジネスモデルの再構築、経営力強化、円滑な事業承継等を通じて持続的発展を促進するため、積極的に浜田市と連携して取り組んでいく。

①地域の経済動向調査の実施

地域の経済・消費動向等を把握するため、国が提供するビッグデータ (RESAS) 等を活用や定期的な管内の景気動向調査を実施し調査結果を公表するとともに小規模事業者が抱える経営課題の把握も同時に図る。

②需要動向調査の実施

小規模事業者に効果的、有用的な情報提供を行うとともに、試作段階の商品や地域資源を活用した地場産品等や管内にある集客施設に訪れる観光旅行者を対象のアンケート結果をフィードバックし商品開発・販売商品や提供するサービス等の改良を図る。

③小規模事業者の経営分析および計画策定の実施支援

巡回訪問や窓口相談時に、経営分析をすることで客観的に自社の現状を理解することが持続的発展に繋がることを説明し、また「事業計画策定経験がある事業者」、「意欲のある事業者」、「創業希望者」を中心とした小規模事業者が抱える経営課題を解決し持続的発展を図るため、情報提供・事業計画作成等について伴走型の支援を行い、小規模事業者の経営力の向上を図る。

④新たな需要の開拓支援

経営資源が脆弱化等の理由で単独で新たな需要の開拓を行うことは困難な小規模事業者に対して、商談会等のビジネスマッチングの場を創出や SNS での発信強化及び自社 EC サイト構築による販路開拓の強化を図る。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

①地域の経済動向調査の実施

引き続き、4半期に1回実施している各業界の業況や経営上の課題等の調査や地元信用金庫が発表する4半期に1回の浜田市景況レポートを有効活用し、個社支援におけるバックデータとしての活用や当所広報誌等へ掲載し広く周知を図る。

また、新たに国が提供するビッグデータを活用した情報収集にも取り組む。

【目標】	・地域の経済動向分析 (国が提供するビッグデータの活用)	1回	×	5年	=	5回
	・管内業種別業況調査の実施	4回	×	5年	=	20回

②需要動向調査の実施

これまでの新聞や各種情報誌、日経テレコン POSEYES、業界団体 HP 等を利用した全国規模の需要動向の調査と併せて、地域特性・事業規模等に応じたより身近な消費動向の調査を実施し、支援事業者に応じた情報提供を行う。

【目標】	・地元産品・商品モニター事業	5者	×	5年	=	25者
	・観光旅行者アンケート	5者	×	5年	=	25者
	・業界データ等の提供	50者	×	5年	=	250者

③小規模事業者の経営分析および計画策定の実施支援

巡回訪問や窓口相談、セミナー等開催時に自社の経営分析の重要性を理解してもらい、持続的発展を図るため、分析、計画の策定、フォローアップ支援に取り組む。

【目標】	・経営分析事業者数	40者	×	5年	=	200者
	・事業計画策定セミナーの実施	1回	×	5年	=	5回
	・事業計画策定事業者数	40者	×	5年	=	200者
	・創業計画策定数	10件	×	5年	=	50件
	・IT 専門家派遣事業者数	3者	×	5年	=	15者

④新たな需要の開拓支援

関係機関と連携して商談会等のビジネスマッチングの場を創出、提供し販路開拓を促進する。フォローアップを徹底し、商談が成立しなかった場合の要因を追求し、商品やデザインの改良等ブラッシュアップに努める。

また、新たに SNS での発信強化及び自社 EC サイト構築による販路開拓強化し、課題に応じた各分野の専門家派遣も活用しながら課題解決に向けた支援を行い、「売れる商品づくり」につなげる。

【目標】	・いわみ特産品商談会	商談件数	20件	×	1年	=	20件
		成約件数	50件	×	4年	=	200件
			5件	×	1年	=	5件
			7件	×	4年	=	28件
	・「ビジネスフェア中四国」	商談件数	10件	×	5年	=	50件
		成約件数	2件	×	5年	=	10件
	・SNS 活用	活用事業者	5者	×	5年	=	25者
		開設事業者	2者	×	5年	=	10者

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 4 半期に 1 回、当所の経営指導員及び補助員が①製造業②建設業③卸・小売業④飲食・宿泊業⑤その他サービス業の事業者を訪問し、業況や経営上の課題等の調査を実施している。

また、当所と密接な関わりを有す地元信用金庫が、4 半期に 1 回発表する浜田市景況レポートを有効活用し、特に、漁業水揚げや公共工事請負契約状況は、当地域の中核を担う産業の基本的な数値であるため注視し、個社支援におけるバックデータとして活用し、また当所広報誌等へ掲載し広く周知を図っている。

〔課題〕 4 半期に 1 回の業況調査は、調査依頼先や経営指導員等が個社支援する際の参考データとして活用する程度となっており、管内事業者へ結果内容を広く周知するところまで至っていなかった。

また、新たに国が提供するビッグデータを活用した情報収集にも取り組んでいく。

(2) 目標

	公表方法	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①地域の経済動向分析の公表回数	HP 掲載	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②管内業種別業況調査の公表回数	HP 掲載	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析（国が提供するビッグデータの活用）

当地域において真に稼げる産業や事業者に対し、限られたマンパワーや政策資源を集中投下し、効率的な経済活性化を目指すために「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年 1 回公表する。

【調査手法】経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域経済動向分析を行う

【調査項目】・「地域経済循環マップ・生産分析」→何で稼いでいるか等を分析

・「まちづくりマップ・From-to 分析」→人の動き等を分析

・「産業構造マップ」→産業の現状等を分析

⇒上記の分析を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②管内業種別業況調査の実施

管内の景気動向等についてより詳細な実態を把握するため、現在当所が行う「管内業種別業況調査」に独自の調査項目を追加し、管内小規模事業者の景気動向等について年 4 回調査・分析を行う。

【調査手法】 調査票にて巡回または電話等でヒアリング

【調査対象】 管内小規模事業者 80 社/年（製造業、建設業、卸・小売業、飲食・宿泊業、その他サービス業の事業者 各四半期で 20 社）

【調査項目】 売上額、仕入価格、経常利益、資金繰り、雇用、設備投資 等

（４）成果の活用

- ・ 調査結果はホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- ・ 経営指導員等が巡回および窓口指導を行う際の参考資料とするとともに、事業計画策定の外部環境データの資料とする。

4. 需要動向調査に関すること

（１）現状と課題

〔現状〕 これまでの需要動向調査は、新聞や各種情報誌、日経テレコン POSEYES、業界団体 HP 等を利用し、全国規模の需要動向の調査、分析を行い支援事業者に応じた情報提供を行っていた。

〔課題〕 現状の調査方法では、全国規模での画一的な情報収集に限られ、インターネット等で検索すれば得られる需要動向の提供に過ぎなかった。真に事業者の糧になる情報提供を行うためには、全国的な需要動向と併せて、地域特性・事業規模等に応じたより身近な消費動向の調査が必要となる。

また、提供する情報は各指導員が独自に収集・分析を行ったものであり、情報の共有化がされておらず非効率であり、情報量やトレンド感に差異が生じていた。

（２）目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①モニター実施事業者数	－	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
②観光旅行者アンケート	－	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
③業界データ等の提供	45 者	50 者	50 者	50 者	50 者	50 者

（３）事業内容

①地元産品・商品モニター事業

浜田市を応援していただける浜田市外在住者を応援団員として市が登録する制度「浜田応援団」(<https://ohen.joho-hamada.jp/>) 登録者に、試作段階の商品や地域資源を活用した地場産品等についてモニタリングや試食・アンケートを実施し、調査結果を分析した上で、提供事業者にフィードバックして商品開発・改良に活用してもらう。

対 象	管内の食品製造業、地域産品等を扱う事業者で、自社商品・製品に関して圏外消費者の評価を受けて商品開発に活かし、販路開拓を図ろうとする意欲のある事業者 5 者。
サンプル数	モニター 20 人
調査時期	事業者の依頼に応じて都度実施
調査方法	対象事業者を公募、浜田市を通じてモニター募集、事業者から商品・製品を発送、期日までに試食・利用、アンケート回答をしてもらう。
調査項目	【モニター】 ①年齢層 ②性別 ③居住地 ④家族構成 ⑤地域産品購入の際に重視する点 【商品】 ①味 ②食感 ③食べやすさ ④風味・香り ⑤大きさ ⑥内容量 ⑦パッケージ ⑧価格 ⑨地域性 ⑩改善点 ⑪事業者が聞きたい項目
分析方法	年齢層・男女別等で調査結果を集計し、必要に応じて専門家の意見を聞き経営指導員が分析する。
活用方法	分析結果は報告書として事業者へフィードバックし、事業者と共に改善点等について検討し、商品改良に繋げる。必要であれば関係機関と連携し、商品開発・販路開拓等の専門家派遣を活用し、継続支援を実施する。

②観光旅行者へのアンケート

管内にある集客施設である、道の駅「ゆうひパーク浜田」や 2021 年 7 月にグランドオープンした「はまだお魚市場」等に訪れる観光旅行者を対象にアンケートを実施し、土産物の売上増加や宿泊者数の増加に繋げる。

対 象	管内の観光土産品等の製造業者や販売店、宿泊業者 5 者
サンプル数	100 人
調査時期	年 1 回（5 月）
調査方法	管内の集客施設及び宿泊施設に依頼し、利用客にアンケート調査を実施。
調査項目	①お住まいの地域 ②年齢 ③旅の目的 ④きっかけ ⑤人数 ⑥交通手段 ⑦宿泊場所 ⑧お土産に求めるもの ⑨浜田市のイメージ
分析方法	年齢層・男女別等で調査結果を集計し、必要に応じて専門家の意見を聞き経営指導員が分析する。
活用方法	分析結果は報告書として事業者へフィードバックし、事業者と共に改良点等について抽出・検討し、販売商品や提供するサービス等の改良実施を促す。必要であれば関係機関や専門家との連携により継続支援を実施する。

③全国的な市場動向、流行商品等の業界データの提供

各種新聞や情報誌、日経テレコン POSEYES、業界団体 HP 等を活用し、支援事業者に関連するトレンド、消費志向の変化、POS データ、新サービス・新技術等を調査・分析し、資料の提供を行う。

対 象	商品開発計画・経営改善計画・創業計画等の策定支援対象事業者
事業者数	50 者
調査時期	随時
調査方法	新聞・情報誌や業界団体 HP、日経テレコン POSEYES 等の記事情報を支援事業者に合わせて抽出する。
調査項目	トレンド、消費志向の変化、POS データ、新たに提供されるサービス、新たに開発された技術・製法等を調査する。
活用方法	経営指導員が記事・データ等を集約し報告書として事業者に提供。事業者と共に商品開発・各種計画策定に活用できるかを検討。必要に応じて関係機関や専門家との連携により継続支援を実施。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 基礎的支援である金融相談・税務相談を主としてヒアリングや決算書に基づいて経営分析を行うほか、持続的発展を図る小規模事業者の経営革新計画認定・経営改善計画・補助金申請に係る事業計画策定の際に経営分析を行い、事業者へ口頭で説明を行っている。また、事業計画策定セミナーを年 1 回開催し、経営分析の重要性を指導している。

〔課題〕 経営分析が必要となる金融相談・補助金申請等の相談があった際に実施する受動的な経営分析がほとんどであり、経営分析の重要性を事業者に訴求できておらず、案件発掘に課題がある。
また、事業者へのフィードバックは、試算表・決算書を用いての口頭説明のみであるため、事業者が十分に理解しているとは言えず、分析結果の活用を促すため、統一的な資料を提供して理解を深めてもらう必要がある。

(2) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①経営分析事業者数	16 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者
②セミナー開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の掘り起こし

多くの小規模事業者は、日々の事業活動が一日の大半を占め、経営分析に費やす時間の捻出が困難と感じており、その必要性を理解していないことが想定される。巡回訪問や窓口相談時に、経営分析により自社の経営状況と同業他者の平均値を把握すること等により、客観的に自社の現状を理解することが、持続的発展に繋がることを説明する。特に事業承継を考えている事業所、売上減少・債務超過・借入金過多に陥っている事業所、事業規模の拡大や補助制度の利用を検討している事業所には積極的に提案する。

②事業計画策定セミナーの実施

事業計画策定セミナーを開催し、計画作成の根幹は経営分析による自社把握であることを事業者
に理解してもらい、後日、セミナー参加者に経営分析の打診を行う。

③経営分析の内容

【対 象 者】 上記①②により発掘した事業者

【分析項目】 ア) 定量分析（財務分析）

売上高伸び率、経常利益伸び率、粗利率、営業利益率、損益分岐点、労働生産
性、EBITDA 有利子負債倍率 等

イ) 定性分析

SWOT 分析、事業承継の予定、今後のビジョン 等

【分析手法】 経済産業省の「ローカルベンチマーク」を活用し、経営指導員等が行う。

④分析結果の活用

分析結果は統一フォーマットで事業者にフィードバックし、事業計画の策定、経営改善の指標と
して活用する。分析結果をデータ化し内部共有することで、経営課題の解決策について提案するな
ど、経営指導員等のスキルアップにも活用できる。

6. 事業計画の策定支援に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 新たな事業展開を図るための経営革新計画や各種補助金申請、経営内容の悪化等に起
因する経営改善計画、創業希望者のための創業計画書など、必要に応じて各種専門家派
遣制度を活用しながら策定支援を実施している。

計画策定にあたっては、経営分析の結果に基づき、各種調査結果やビックデータ等を活
用しながら、計画書の用途に合わせた支援を行っている。

また、経営計画策定セミナーを年 1 回開催し、策定意識醸成と業者の掘り起こしに務め
ている。

〔課題〕 近年、各種補助制度や優遇制度利用に際して事業計画書を策定する頻度は増えているが、
事業者自らが事業計画策定の重要性を理解した上でなく、補助金申請や借入申込に必要な
からという支援依頼が非常に多くなっている。事業計画策定に取り組む機会が増加するこ
とは良い傾向であるが、自発的ではないため指導員任せの感が強く、計画策定が目的にな
っている状況である。

また、相談所内においても作成後のデータ管理・効果的な支援方法についても共有が不
十分であり、案件掘り起こしも課題である。

(2) 支援に関する考え方

「事業計画策定経験がある事業者」、「意欲のある事業者」、「創業希望者」を中心とした支援を
実施する。また、計画策定の前段階において、IT ツールの導入や WEB サイト構築を計画してい
る事業者に対して、必要に応じて IT 専門家の派遣を行う。

①「事業計画策定経験がある事業者」

既存計画の PDCA サイクルの状況を確認し、計画通りに進んでいない、新たな経営課題が発生
している、新たな取り組みを実行したい等、計画の見直しを図りたい場合に現状の経営課題解決
や新事業展開に向けた計画策定支援を行う。既に経営分析や計画作成手順等を把握している事業
者は、取り組みへのハードルが低いことから、経験年数が浅い職員でも伴走支援が可能と考える。

②「意欲のある事業者」

補助金・借入申込・事業承継相談を契機として、実現可能性の高い計画を有した意欲のある事業者を選定して、事業計画の策定に繋げる。

③「創業希望者」

創業者に対する創業計画書、事業承継に向けた第二創業計画書の作成支援にも注力する。

事業計画策定には、取り組みやすい中小機構の経営計画作成アプリ「経営計画つくるくん」を活用し、効率的な支援を実施する。

(3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
セミナー開催	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
セミナー参加者数	25 名	30 名	30 名	30 名	30 名	30 名
事業計画策定事業者数	38 者	40 者	40 者	40 者	40 者	40 者
創業計画策定数	4 件	10 件	10 件	10 件	10 件	10 件
IT 専門家派遣事業者数	0 者	3 者	3 者	3 者	3 者	3 者

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催（意識醸成・対象者の掘り起こし）

事業計画策定の必要性、作成手法を理解してもらうとともに、計画策定意識の醸成・対象者の掘り起こしを行う。集団講習終了後、個別相談会を開催し、詳細な内容に踏み込んだ指導を行うことで、信頼関係の向上を図り計画策定・実行までの伴走型支援の道筋をつくる。

受講者の募集については、チラシ・HP による周知の他、計画策定から3年以上経過している事業者や、予め支援先として選定した対象者に直接声掛けを行う。

セミナーの1コマとして、DX 総論や具体的な活用事例・ツール等の紹介を行い、DX に関する意識醸成・取組事業者の掘り起こしを図る。

②窓口・巡回相談による事業計画策定支援の強化（対象者の掘り起こし）

資金繰り・税務・承継・補助金申請などの窓口・巡回指導時に相談対応した事業者全てに、経営分析の必要性を説明し、承諾した企業に分析結果をフィードバックするとともに事業計画策定を提案・指導する。また、面談時において今まで以上に、DX 化の必要性やメリットを事業者に伝え、DX 化取組事業者の掘り起こしを図る。

③事業計画の策定支援

ア.「事業計画策定経験がある事業者」

既存の計画書と現状における定量的・定性的差異をヒアリングと決算書等で分析し、その結果に基づき将来の会社像を見据えた新たな計画書策定を促す。事業者には専属の経営指導員を配置し支援するが、指導員の裁量を超える場合には指導員会議にて課題解決を検討する一方、専門的知識等が必要な場合には、専門家派遣事業の活用や他の支援機関と連携し実施する。

イ.「意欲のある事業者」

日々の窓口・巡回指導において販路拡大や新分野進出等に興味を示している事業者を指導員会議

にて選定し、各種補助金・支援策を提示するとともに事業拡大には経営分析・事業計画策定、DX化への取り組みが重要であることを説明し策定を促す。

事業承継を検討している事業者には、事業承継推進員と連携し事業承継計画とともに承継後の事業計画策定を提案し、支援を行う。

事業者には専属の経営指導員を配置し支援するが、指導員の裁量を超える場合には指導員会議にて課題解決を検討する一方、DX 関連を含め専門的知識等が必要な場合には、専門家派遣事業の活用や他の支援機関と連携し実施する。

創業希望者は、意欲が高く他社の意見に耳を傾ける割合が高いことから、計画段階から DX 化のメリットを伝え、同業他社との差別化を図るためにも導入への推進を図る。

ウ.「創業希望者」

当所主催の「はまだ創業カレッジ」の参加を促し、セミナーにて事業計画作成手法や財務・税務の基礎を学び、個別相談会で具体的な計画に関する指導を行うことで、事業計画の重要性を認識してもらい、事業計画の策定・堅実実行に繋げる。

各種創業資金の申込や、「浜田市商業支援事業補助金」・「浜田市起業支援補助金」・「浜田市創業者支援資金補助金」など創業者が利用できる補助金を紹介し、創業計画書の作成を促し支援を実施する。

事業者には専属の経営指導員を配置し支援するが、指導員の裁量を超える場合には指導員会議にて課題解決を検討する一方、専門的知識等が必要な場合には、専門家派遣事業の活用や他の支援機関と連携し実施する。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 事業計画策定後の支援は、補助金の採択者や融資を受けた事業者に対するフォローを行っている程度であり、持続的な計画支援や効果の継続性が乏しかった。

〔課題〕 事業計画を策定することだけが目的ではなく、経営指導員の巡回等により進捗状況を把握し、継続的・定期的な支援ができるような体制づくりが必要である。

(2) 支援に関する考え方

事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況により、訪問頻度を増やして集中的に支援する事業者と、ある程度順調と判断し訪問頻度を減らしても支障のない事業者を見極めた上でフォローアップの頻度を設定する。

(3) 目標

	現行	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
フォローアップ 対象事業者数	21 者	50 者	50 者	50 者	50 者	50 者
頻度（延回数）	98 回	200 回	200 回	200 回	200 回	200 回
売上増加事業者数	3 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
粗利益率増加事業者数	2 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者

(4) 事業内容

事業計画策定 50 者のうち、5 者は毎月 1 回、25 者は四半期 1 回、20 者は年 2 回など、事業者からの申出等の場合は臨機応変に対応する。なお、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、他の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を投入し、該当のズレの発生要因及び今後の対策方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 当所では、主催者として平成 26 年から開催している「いわみ特産品商談会」や、実行委員会として参画し広島で開催する商談・販売会「ビジネスフェア中四国」を通じて個社ごとの販路開拓支援を行うほか、島根県が開催する「島根ふるさとフェア」や「島根県産品展示・商談会」等への参加を呼びかけている。

〔課題〕 各展示会・商談会ともマッチングに留まり、個別の課題に則した対応ができていないことが課題である。

(2) 支援に関する考え方

食料品製造業者等は外貨獲得を担う主要産業でありながら、経営資源の脆弱化等の理由で、小規模事業者が単独で新たな需要の開拓を行うことは困難な状況にある。そのため、当所が関係機関（島根県・浜田市の行政、商工会等地域の支援機関、金融機関等）と連携して商談会等のビジネスマッチングの場を創出、提供し販路開拓を促進する。今後は、フォローアップの徹底はもちろんのこと、商談が成立しなかった場合の要因を追求し、商品やデザインの改良等ブラッシュアップに努めるとともに、新たに SNS での発信強化及び自社 EC サイト構築による販路開拓強化を行っていき、課題に応じた各分野の専門家派遣も活用しながら課題解決に向けた支援を行い、「売れる商品づくり」につなげる。

(3) 目標

	現行	R4	R5	R6	R7	R8
①いわみ特産品商談会事業特産品参加事業者	2 者	5 者	10 者	10 者	10 者	10 者
商談件数	5 件	20 件	50 件	50 件	50 件	50 件
成約件数	3 件	5 件	7 件	7 件	7 件	7 件
②「ビジネスフェア中四国」展示会参加事業者	R2 年度中止	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
商談件数	—	10 件	10 件	10 件	10 件	10 件
成約件数	—	2 件	2 件	2 件	2 件	2 件
③SNS 活用事業者	—	5 者	5 者	5 者	5 者	5 者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%
④EC サイト開設事業者	—	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
売上増加率/者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①いわみ特産品商談会参加事業 (BtoB)

当所が主管している島根県西部の商工団体、金融機関、行政機関等で構成する「いわみ特産品商談会」は島根県西部の食品関連事業者等売り手事業者として募り、関東・関西・中国管内を中心とした買い手バイヤーを招聘しマッチングする。令和2年度は新型コロナウイルスの影響により規模縮小・オンライン形式としたため、売り手事業者9者・買い手事業者4者に留まったが、例年、売り手事業者は約30者・買い手事業者は約10者が参加している。

本商談会事業へ5者を参加させ、参加事業者においては効果的に商品をPRできるよう商品規格書作成や商談前後のバイヤーへのアプローチなどの支援を行う。

②「ビジネスフェア中四国」展示会参加事業 (BtoB)

平成15年から広島で開催している「ビジネスフェア中四国」では、第1回目から当所も主催者として参画、広島・高知と連携を図り管内の食料品製造業者を中心とする事業者に対し販路開拓支援を行っている。出店者は中四国から100者を超え（令和元年度実績：浜田地域9者）、参加バイヤーは広島の企業を中心に数百人にのぼる大規模なものであり、中には東京や大阪に本社のある大手企業の来場もある商談会で、全国展開を図る意欲のある小規模事業者の販路開拓の場と位置付ける。

本展示会事業へ2者を参加させ、販路開拓はもちろん、商品・製品PR、企業のイメージアップを促進していく。

③SNS活用

多くの小規模事業者は、SNSをうまく活用できていない、もしくは全く活用していない状況にある。様々な種類のSNSがあるが、各事業者に合ったSNSを選定し、文章構成やポイント等を専門家と連携しながら、上手く活用することで更なる販路開拓支援を行う。

④自社ECサイト開設 (BtoC)

多くの小規模事業者は、自社ECサイトを開設できていない状況であるため、開設のきっかけとなるよう小規模持続化補助金の活用を促していきながら支援を行う。そして、ECサイトの立ち上げ、ページ構成等を専門会社と連携し、セミナー開催や立ち上げ後の専門家派遣等継続した支援を行う。

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1) 現状と課題

[現状] 現状は、経営発達支援計画の評価を「所外の有識者等による評価委員会」により実施。正副会頭会議・常議員会への報告を行い、より成果を出すための助言を受け、事業の改善に努めてきた。

[課題] これまでのところ特段の課題はないため、今後も同様の形式で事業を実施していく。

(2) 事業内容

①所内対応

四半期ごとに、事務局長、経営指導員、補助員が会議を開催し、事業の進捗状況、成果及び問題点等について検討し、その後の対応を協議する。

②外部評価の実施

毎年度終了後、速やかに所外有識者である日本政策金融公庫浜田支店長並びに浜田市商工労働課長、法定経営指導員、浜田市商工労働課担当者を含めた評価委員会を開催し、事業の実施状況及び成果を報告。それに対する評価・見直し案の提示を受ける。

③事業の成果・評価・見直しの方針決定

事業の成果及び評価委員会による評価・見直し案を毎年度、正副会頭会議へ報告のうえ見直しの方針を決定し、常議員会において承認を受ける。

④結果の公表

事業の成果・評価・見直しの結果を当所広報誌へ掲載するとともに、計画期間中は当所ホームページ (<http://www.hamada-cci.or.jp/>) で公表する。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 中小企業基盤整備機構、日本商工会議所、島根県商工会議所連合会、行政主催の研修会や説明会に参加し、自己研鑽に努めている。

[課題] 事業者からの相談内容も多様化・専門的になってきており、経営支援の知識・経験・ノウハウ等が未熟な若手指導員、補助員や一般職員の資質向上が課題である。また、支援事業者情報や支援ノウハウの所内共有が十分でなく、支援体制の整備と資質の標準化が課題である。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

【経営支援能力向上セミナー、事業承継セミナー】

経営指導員及び一般職員の支援能力の向上のため、島根県商工会議所連合会主催の「経営支援能力向上セミナー」に対し、計画的に経営指導員等を派遣する。

【DX 推進に向けたセミナー】

喫緊の課題である地域の事業者の DX 推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員の IT スキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のような DX 推進取組に係る相談・指導能力の向上のためのセミナーについても積極的に参加する。

<DX に向けた IT・デジタル化の取組>

- ア) 事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組 RPA システム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等の IT ツール、テレワークの導入、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等
- イ) 事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組 ホームページ等を活用した自社 PR・情報発信方法、EC サイト構築・運用 オンライン展示会、SNS を活用した広報、モバイルオーダーシステム等
- ウ) その他取組 オンライン経営指導の方法等

②OJT 制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と一般職員とがチームを組成し、巡回指導や窓口相談の機会を活用した OJT を積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

③職員間の定期ミーティングの開催

毎月 1 回中小企業相談所会議を開催し、各経営指導員が有する経営支援のノウハウ等について情報交換を行い、支援能力向上を図る。

④データベース化

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

1 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) 現状と課題

[現状] 当所管内には、行政機関、金融機関、商工団体、専門家団体、民間事業者等、多様な支援機関が存在している。近年、専門家や他の支援機関との連携を強化し、事業者の相

談対応を行ってきた。当所経営指導は地区担当制で経営相談に対応しているため、属人的な支援になりがちではあるが、支援ノウハウや事例などを組織内で情報共有を図るなど組織としての対応力の向上にも努めている。

[課題] 当所管内事業者が抱える経営課題も多様化・複雑化し、相談内容も広範多岐に渡り、他の支援機関との連携はさらに重要性を増しているが、担当者同士の連携、情報交換が不足しており協力体制を確立していく必要がある。

(2) 事業内容

①日本政策金融公庫、島根県信用保証協会との支援ノウハウ等の情報交換の実施（年3回）

日本政策金融公庫及びが支店管内の商工団体を対象に実施する協議会、研修会において情報交換し、支援に役立つ情報の収集を行い、支援ノウハウ等の習得に役立てる。尚、信用保証協会についても同様に協議会等を開催する。

②島根県西部県民センター（商工観光部）、公益財団法人しまね産業振興財団との支援ノウハウ等の情報交換会の開催（年2回）

島根県西部県民センターおよび公益財団法人しまね産業振興財団との情報交換会において情報交換等し、支援に役立つ情報の収集を行う。

③浜田市事業承継推進会議での支援ノウハウ等の情報交換の実施（年2回）

県、市、公益財団法人しまね産業振興財団、中小企業団体中央会、島根県事業承継・引継ぎ支援センター、日本政策金融公庫、島根県事業承継・引継ぎ支援センター、日本政策金融公庫、島根県信用保証協会、山陰合同銀行、日本海信用金庫、商工会議所、県商工会連合会、商工会等の関係者が参画する「浜田市事業承継推進会議」において、支援に役立つ情報の収集を行い、支援ノウハウ等の習得に役立てる。

④はまだ産業振興機構との情報交換会議の開催（月1回）

首都圏等へ販路開拓を進めるはまだ産業振興機構と情報交換の場を設け、支援状況や支援ノウハウ、市場の需要動向、需要開拓の可能性等について情報交換し、小規模事業者の販路開拓支援に役立つ情報の収集を行い、支援ノウハウ等の取得に役立てる。

⑤専門家との積極的な情報交換の実施（月1回）

専門家派遣事業等により専門家を招聘した際に、対象企業の支援にとどまらず、積極的に支援ノウハウ等の情報交換を行うと共に、市場の需要動向や新たな需要開拓等の支援に役立つ情報の収集を行い、支援ノウハウ等の習得に役立てる。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

〔現状〕 当地域においても人口減少や少子高齢化が進行し、地域の活力や中心市街地の賑わいが希薄となりつつある。

〔課題〕 地域を代表する特産品や観光資源が多数存在するが、広くPRができていないとは言えず、域外市場からの外貨獲得による地域経済の活性化に繋がっていない。そこで関係機関と連携し地域の魅力を磨き上げ、情報発信することにより交流人口の拡大を促進し波及効果を促すと共に消費の流出を防ぎ、地域内消費を促進することにより、市街地の賑わいを取り戻すことが求められる。

(2) 事業内容

①広島浜田経済交流事業（年1回）

広域経済圏の形成に向けて広島・浜田両市間における経済交流の推進を図ることを目的とし、当所経済活性化委員会と広島商工会議所の広域交流員会と観光・文化委員会が両商工会議所の隔年主幹により視察・懇談事業を実施する。

②浜田市共通商品券発行事業

当所が発行者として2005年度から実施している浜田市共通商品券（第三者型前払式支払手段）発行事業は、地元消費の促進を図り、同時に消費の地域外流出を防ぐと共に、多くの小規模事業者が加盟する取扱店による共同事業実施等連携を強化する目的であるが、地域住民に定着しその発行額は毎年増加し、累計20億4千万円を超える発行となっている。

当所が事務局を担い、浜田市や商店街関係者等による連絡協議会を年間2回程度開催し、販促活動や利用促進等を検討し事業実施する。

③外国人技能実習生受入事業、特定技能外国人の受け入れ支援

当所では平成30年に監理団体として許可を受け、外国人実習生の受け入れを行っている。また、令和元年には登録支援機関の登録を行い、人手不足解消の一助となるよう特定技能外国人の受け入れ支援を実施し、合わせて年間で30名程度の外国人労働者の受け入れ支援を実施している。年間4回の定期監査、定期届出、外国人労働者の生活支援等を行いつつ広島出入国在留管理局、国際人材協力機構や浜田市等の関係機関と連携を取りながら事業実施する。

④浜田の石見神楽検定試験事業

当地域の伝統芸能である石見神楽の魅力を広く知ってもらい、県域外の新たなファン獲得に繋がる事業として平成 25 年度から実施している。

検定試験事業の実施体制は、島根県、浜田市、浜田市観光協会、神楽社中連絡協議会、地元新聞社、島根県立大学、旅館組合、金融機関で検定委員会を組織し、当所が事務局を担い、年 2 回以上の検定委員会を開催する。また必要に応じて検定試験の実施方法や要領、ガイドブックの内容検討等のワーキング会議も開催。

⑤BB大鍋フェスティバル

平成 3 年から当地域の財産・文化・歴史である『海』を利用して、その素晴らしさを再認識してもらうことを目的に浜田市が主体となり官民一体で実施してきたものを平成 16 年からは、浜田商工会議所青年部が主体となり水産業や観光資源をPRすることにより地域経済の活性化や市民交流を核とした『浜田の産業祭』として実施している。

島根県、浜田市、島根県商工会連合会、浜田市観光協会、浜田金融会等と連携し実行委員会を組織し、当所は事務局を担い、実行委員会を年 1 回開催している。

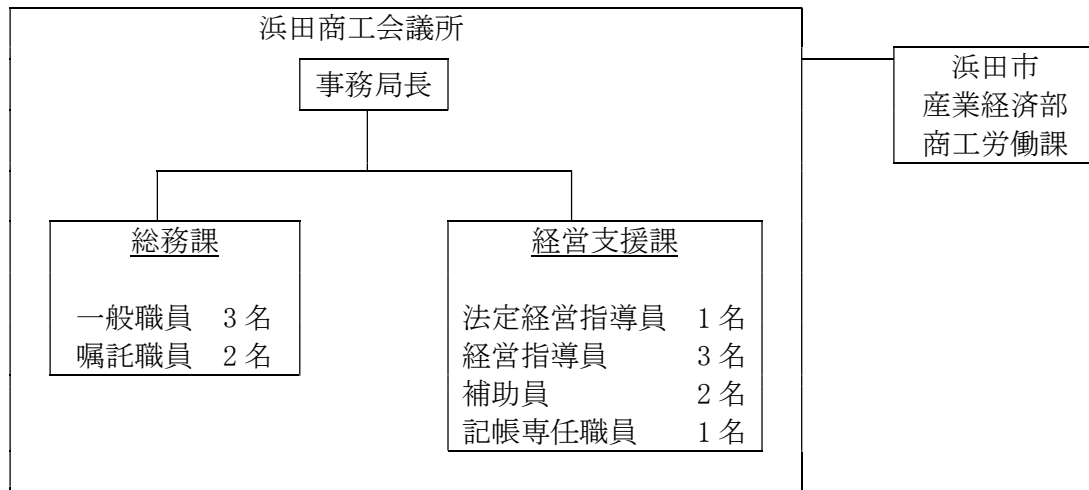
(別表2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和3年10月現在)

(1) 実施体制(商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制等)



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名:長谷川 恭三

■連絡先:浜田商工会議所 TEL:0855-22-3025

②法定経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会/商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会/商工会議所

〒697-0027

島根県浜田市殿町124番地4

浜田商工会議所 経営支援課

TEL:0855-22-3025 / FAX:0855-22-5400

E-mail:cci3202@hamada-cci.or.jp

②関係市町村

〒697-8501

島根県浜田市殿町1番地

浜田市 産業経済部 商工労働課

TEL:0855-25-9500 / FAX:0855-23-4040

E-mail:shoko@city.hamada.lg.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
必要な資金の額	57,422	57,422	57,422	57,422	57,422
経営改善普及事業費	46,700	46,700	46,700	46,700	46,700
経営資源強化対策費	3,670	3,670	3,670	3,670	3,670
中小企業支援関連事業費	6,602	6,602	6,602	6,602	6,602
中心市街地活性化事業費	300	300	300	300	300
地域資源活用事業費	150	150	150	150	150

(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
国補助金、島根県補助金、浜田市補助金、一般会計繰入金、手数料、雑収入

(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)

経営発達支援計画を共同して作成する商工会又は商工会議所及び関係市町村以外の者を連携して経営発達支援事業を実施する者とする場合の連携に関する事項

連携して事業を実施する者の氏名又は名称及び住所 並びに法人にあっては、その代表者の氏名	
連携して実施する事業の内容	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携して事業を実施する者の役割	
①	
②	
③	
・	
・	
・	
連携体制図等	
①	
②	
③	