

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	岡山南商工会（法人番号 3260005002574） 岡山市（地方公共団体コード 331007） 玉野市（地方公共団体コード 332046）
実施期間	2023/04/01 ～ 2028/03/31
目標	経営発達支援事業の目標 1. 事業計画策定とP D C Aサイクルの定着による収益性の確保 小規模事業者が目指す方向性と限りある経営資源を踏まえ、データ（定性・定量）に基づく事業計画の策定とともに、事業計画に基づく実行と検証、改善（P D C Aサイクル）の定着を図ることで、小さな成功体験を積み重ね、将来目標の達成を支援する。 2. 創業者の事業継続と円滑な事業承継の促進 創業前から創業後まで一貫した支援を行い、創業計画の策定及び創業後の事業化に至るプロセスに対するサポートを行う。また、事業承継診断をきっかけとした支援とフォローアップにより、円滑な事業承継を図る。 3. 対話型アプローチによる伴走支援の推進 激変する環境変化に対応し、利益体質の強化を図っていく上で、小規模事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を自らが認識することに重点を置き、事業者が自ら行動する力を引き出すよう伴走支援を行う。伴走支援により、実際の行動や成果に結びつける可能性を高める。
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 1. 地域経済動向調査に関すること 地域内の経営環境等を把握するため、国が提供するビッグデータ及び景気動向調査を分析して、ホームページ等で広く事業者にも周知する。 2. 需要動向調査に関すること 事業者が開発した商品に対する顧客ニーズを収集するため、展示会やイベントを活用した調査等を実施し、計画策定の判断材料を提供する。 3. 経営状況の分析に関すること データ（定性・定量）に基づいた経営を行うため、データの収集を行い、ローカルベンチマーク等にて分析し、事業計画策定に活用する。 4. 事業計画の策定支援

	経営分析等に基づいた計画経営を行うため、対話型アプローチにより、事業者ニーズに沿った課題解決のための事業計画策定を支援する。 5. 事業計画策定後の実施支援 将来目標の達成のため、フォローアップシートを用いて定期的にモニタリングを行い、問題・課題の洗い出しと対策を支援する。 6. 新たな需要の開拓支援 事業者の事業領域に合致した中長期的な取引継続のため、県内商談会を中心に出張を支援するとともに、地域密着型ビジネスの事業者に Web マーケティングの仕組みを導入するための支援を行う。
連絡先	岡山南商工会 支援課 〒701-0221 岡山県 岡山市南区 藤田 564-131 TEL:086-296-0765 FAX:086-296-2250 e-mail:minami@okasci.or.jp 岡山市 産業観光局商工部 産業振興・雇用推進課 〒700-8544 岡山県 岡山市北区大供 一丁目 1-1 TEL:086-803-1325 FAX:086-803-1738 玉野市 商工観光課 〒706-8510 岡山県 玉野市宇野 一丁目 27-1 TEL:0863-33-5005 FAX:0863-33-5001

(別表1)

経営発達支援計画

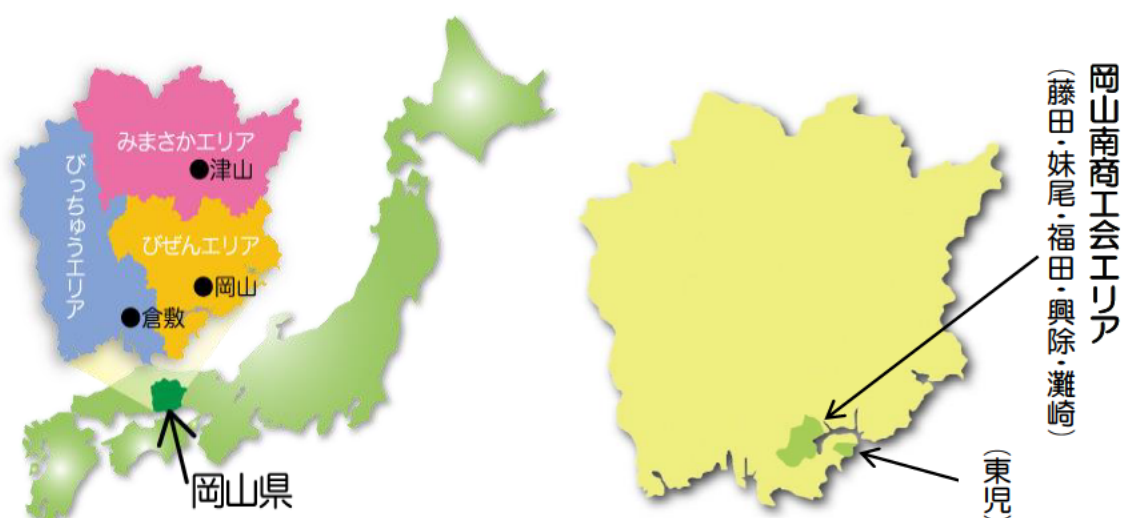
経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①地域の概要

岡山南商工会地域は岡山県の南部に位置し、行政合併前に町村地域だった、2つの行政区（岡山市・玉野市）の6地区（岡山市：藤田・妹尾・福田・興除・灘崎、玉野市：東児）で構成されている。



地域の傾向として、瀬戸内海に近い干拓地地域（興除・灘崎・東児）と市街地近郊地域（藤田・妹尾・福田）の2つに分かれている。干拓地地域は、大規模な干拓工事により約20,000haが生み出され、現在は岡山県における米・麦作農業の一大穀倉地帯となっており、最近では米・麦作中心からレタス・ナスのハウス栽培やレンコン栽培などの新しい農業経営への転換・兼業化も進んでいる。

一方の市街地近郊地域は、岡山市の中心部から約7キロメートルに位置し、主要国道・地方道が通り、軽工業系の工場が立地するほか、岡山市に加え、倉敷市の市街地近郊という立地条件から、国道沿線を中心として住宅団地の造成が盛んに行われ、人口の流入が多く若者向けのロードサイド店の出店も活発に行われている。

岡山市 昭和46年合併：旧妹尾町、旧福田村、旧興除村

昭和50年合併：旧藤田村

平成17年合併：旧灘崎町

玉野市 昭和49年合併：旧東児町

②管内の人口推移

岡山県全体の人口が減少している中、当会管内の状況は、全体で見ると10年前と比較して人口は微減、世帯数は増加している。

今後の管内人口は緩やかに減少が進むとともに、高齢単身者の増加等による世帯数の増加が続くことが予測されており、小規模事業者にとって、人口減少や人口構造の変化による地域経済や市場の縮小の影響を受けることが確実な状況である。

管内人口・世帯数：10年比（国勢調査より）

地 区		平成24年	令和4年	増減数	増減率
岡山市 (藤田・妹尾) (福田・興除) (灘崎)	人 口	68,840人	67,724人	－1,116人	－1.62%
	世帯数	25,845世帯	28,743世帯	2,898世帯	11.21%
玉野市 (東児)	人 口	4,389人	3,719人	－670人	－15.27%
	世帯数	1,853世帯	1,740世帯	－113世帯	－6.10%
計	人 口	73,229人	71,443人	－1,786人	－2.44%
	世帯数	27,698世帯	30,483世帯	2,785世帯	10.05%

③地域の産業

ア．管内事業者の現状

地域産業については、干拓地の農業以外に特定の集積産業等はなく、工業・商業ともに岡山市及び倉敷市の市街地を商圏として、近隣企業・住民を対象に事業を行っている。

具体的には、岡山市の郊外地域にあって、生活に密着した小売業・サービス業などを除き、工業・商業ともに岡山市南部と倉敷市東部が商圏となっており、当地域の産業は市街地共存型といえる。

商工業者数については、平成23年度時点と令和3年度時点を比較して微増となっているが、過去のピーク時と比較すると需要縮小や経営環境の変化の影響を受け、減少している。

その中で、小規模事業者は商工業者の90.3%を占めており、過去10年比では大きな変化はない。

事業承継については、地域内で継続して収益を上げている業種は後継者が存在するが、製造業や小売業を中心に半数以上の小規模事業者は、事業収入による生活設計を見通せず、事業承継を考えていない。また、建設業・製造業の一部には、売上に対し多大な長期借入金を有するケースもあり、後継者への事業承継は難しい。業種問わず、後継者を有する小規模事業者の多くは、事業承継を計画的に進めていることは少ない。

近年では、新型コロナウイルス感染症の影響、原油価格・物価高騰等の予期せぬ経済環境の変化の影響を受け、厳しい経営環境に置かれている事業者が多い。

業種別区分をみると工業（建設業・製造業の合計）は全体の約40%強を占めており、過去10年比で大きな変化はない。

そのうち建設業:83.1%・製造業:67.8%は小企業者で、下請け・孫請けが大半となり、取引先についても固定化している傾向にある。

理由として、製品・技術に得意分野を持ち、評価の高い事業者もいるが、過去の取引実績を根拠とする今後の受注継続、代表者が現場業務にとらわれ、営業を行っていないことと、受注増への対応できる者がいないなど、人材確保ができていないためである。

商業については、当地は郊外地であるため、日用品は車で買い物をする消費者が大半であり、地域需要を大型量販店とコンビニが満たしているほか、インターネット普及による消費流出も大きいと考える。

その中で、生活に密着した飲食業・サービス業は、一定の売上を確保している小規模事業者がい

るほか、自動車修理・家電サービスなど、購入後フォローで収益を上げている事業もあるが、従来から居住している住民の高齢化や住宅団地に入居してくる若者世帯の増加など地域内における世帯状況の変化への対応が必要となっている。

創業については、市街地から離れた郊外として、地代が市内と比べ比較的安く、主要道が複数通っているため、業種別でみると、テイクアウトできる飲食店など飲食業が過去10年比で32.8%と増加するとともに、自動車整備業、美容業などのサービス業が25.1%と増えている。新規創業する商業者も多いが、交通量の多さに期待するものの、ロードサイドにあるチェーン店やフランチャイズ店と比較した自身の顧客と商品構成等が定まっておらず、売上が伸び悩んでいる事業者も見受けられる。

表① 商工業者数（商工会実態調査より）

項目	平成23年度	令和3年度	増 減
商工業者数	1,729者	1,830者	101
小規模事業者数	1,488者	1,652者	164

表② 業種別：小規模事業者数（商工会実態調査より）

業 種	小規模事業者数 H23	構成比% H23	小規模事業者数 R3	構成比% R3	増減数 (H23/R3)	増減率% (H23/R3)
建設業	440	29.6%	474	28.7%	34	7.7%
製造業	243	16.3%	237	14.3%	-6	-2.5%
卸売業	74	5.0%	79	4.8%	5	6.8%
小売業	238	16.0%	252	15.3%	14	5.9%
飲食業	61	4.1%	81	4.9%	20	32.8%
サービス業	315	21.2%	394	23.8%	79	25.1%
その他	117	7.8%	135	8.2%	18	15.4%
合 計	1,488	100.0%	1,652	100.0%	164	

表③ 商工業者・小規模事業者・小企業者の構成（商工会実態調査より）

業 種	商工業者	小規模事業者	構成比% (対商工業者)	小企業者	構成比% (対商工業者)
建設業	485	474	97.7%	403	83.1%
製造業	283	237	83.7%	192	67.8%
卸売業	95	79	83.2%	71	74.7%
小売業	302	252	83.4%	227	75.2%
飲食業	85	81	95.3%	66	77.6%
サービス業	410	394	96.1%	358	87.3%
その他	170	135	79.4%	124	72.9%
合 計	1,830	1,652	90.3%	1,441	78.7%

令和4年4月1日現在

イ. 管内事業者の課題

(ア) 共通課題（工業・商業）

- ・利益体質の向上
予期せぬ経済環境の変化の影響を受け、厳しい経営環境に置かれている小規模事業者が多く、これらの影響に耐えうるよう利益体質の強化が必要。
- ・営業力の強化
売上が従来からの取引先に固定され、新たな取引先を開拓できておらず、販路開拓の検討。
- ・事業承継（後継者の育成）
後継者の育成と計画的な事業承継（スケジュール・財務・許認可等）の検討。
- ・ITの利活用による生産性向上
ITツールの開発やコロナ禍におけるデジタル化の進展など、デジタル技術を活用した売上向上や人手不足解消、業務効率化の検討。

(イ) 工業（建設業・製造業）

- ・人材の確保
大半の小規模事業者は、経営基盤が脆弱で厳しい労働環境にあり、受注があっても人が集まらず人材確保が必要。
- ・公共工事への依存脱却
受注の半数以上が公共工事のため、施工時期の偏り解消と同業者との競争回避。
- ・新規取引先への対応（技術・営業）
取引企業が固定化しており、取引先の動向の影響を受けやすい。収益率が高いと考えられる成長産業との取引検討。
- ・独自技術の育成と承継
受注単価を引き上げるため、他社と差別化できる技術育成と周知。技術力の高い職人が高齢化の傾向にあり、計画的な技術の承継。

(ウ) 商業（卸売業・小売業・飲食業・サービス業等）

- ・地域に密着した事業
大手企業の関与が低い部分に対し、地元業者として小回りの利く対応。
- ・地域外からの顧客
市街地の近隣地域という特性を活かした地域外からの顧客獲得。
- ・チェーン店やフランチャイズ店との差別化・転換
競合対象として、提供内容（メニュー・サービス）の差別化を図るほか、地域の環境変化に対応し、ニーズをとらえた業態転換。
- ・新たな住民に対するマーケティング
新規転入者は、大型量販店に比べ旧来からの小売店への来店が少なく、転入者を対象としたマーケティング実施によるターゲットを定めた販路開拓。

ウ. 創業者の現状

当会加入者を見て、過去5年以内の加入者の内、創業者が45%を占めていることから、市街地地域を中心として創業者の増加が見て取れる。

創業者の年齢・性別の内訳は、商工会加入者をみると、30代～40代が多く、近年女性の創業が増加している。

業種は、男性は建設業や自動車整備業が多く、女性は美容業や飲食業が多い。

起業理由には、従業員として雇用関係にあった方が、勤務先からの独立やコロナ禍による雇用環境の悪化などによって、一人親方の個人事業者となるケースも複数みられる。

また、商工会加入者の起業形態として、個人事業の小企業者が大半で法人組織での起業は少ない。これは法人起業が少ないのではなく、法人で起業する方の多くは、商工会等の支援機関に相談していないのと、起業後の支援を依頼していないためと考える。

エ. 創業者の課題

・創業者の経営経験不足

過去経験した業種での起業が多い中、事業の専門知識はあるが、経営者としての経験が無く、事業計画・資金繰り・人材育成などの知識の習得。

・補助金、融資を目的とした事業計画

事業計画の策定が補助金申請や創業資金の融資を目的とされ、創業後の行動計画の策定が必要。

・創業後の営業活動

ニーズとのミスマッチ、営業不足、計画の甘さなど当初の見通しを下回る小規模事業者が多く、経営を軌道に乗せるための販売先の開拓・確保。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

地域の現状・課題を踏まえ、岡山市・玉野市・地域の認定支援機関と連携を強化することで、地域に根差した元気な小規模事業者と産業をつくり、地域の経済やコミュニティの活性化に繋げていく。

ア. 成り行き経営から脱し、データ（定性・定量）に基づいた実現性の高い事業計画を策定して、PDCAサイクルによる計画経営を実現し、目標達成を積み重ねた小規模事業者が存在している。

イ. 自らの創意工夫によりビジネスモデルを革新し、商品・サービスの新しい付加価値を生み出すことで、競合となる大手企業と差別化された小規模事業者が育っている。

ウ. 技術、生産、販売のそれぞれにおける現場力や品質、コスト、納期のカイゼン力などの基盤となるオペレーション力を磨き、競争優位を築いた小規模事業者が育っている。

エ. 創業者の事業継続と円滑な事業承継が図られ、地域に密着して地域とともに生きる小規模事業者が増加・継続している。

② 岡山市・玉野市における産業振興計画との連動性・整合性

岡山市では、第六次総合計画の中で、「地域経済の活性化による、魅力と活力あふれるまちづくり」、玉野市では総合計画の中で「活気ある生き生きとしたまち」を都市づくりの基本方向の一つに掲げており、活力ある商工業の振興や雇用環境の充実を目指している。

ア. 岡山市

岡山市第六次総合計画	商工会のビジョンとの連動性・整合性
①小規模事業者の育成・支援と経営安定化	新製品の開発、技術力向上等を支援するとともに、経営安定化に向けた資金調達の円滑化や経営相談、人材育成を支援する。
②事業承継支援	中小企業の貴重な経営資源や、雇用・技術を次世代に引き継ぐため、円滑な事業承継を支援する。
③創業支援	創業に必要な実務知識の習得や初期投資への支援等を強化し、起業家やベンチャー企業が創業しやすい環境づくりを進める。

商工会のビジョンである、計画経営の実現による小規模事業者の育成・支援と経営の安定化を図るとともに、事業者の付加価値を生み出す力を高めることで企業人材の確保と育成を図る点や、事業承継・創業支援を行い、事業者の増加・維持を図る点が連動している。

イ. 玉野市

玉野市総合計画	商工会のビジョンとの連動性・整合性
①企業の経営強化の支援	製造業の雇用を確保するため、雇用を伴う設備導入や新分野へ進出するための設備導入等、新たな事業展開を支援する。
②商業振興事業の推進	少子高齢化や外国人対応等、地域住民のニーズや地域を取り巻く環境の変化に対応した新たな取組の促進を図る。
③新規創業の支援	市内にある空き店舗の利用促進を図り、新規創業に対する支援を行うとともに、若年者や女性の雇用を確保し、市外転出を抑制する。

商工会のビジョンである、ビジネスモデルの革新やオペレーション力の強化により企業の経営強化を図るとともに、新規創業の支援による地域に密着した事業者を増加させる点や、事業者の付加価値を生み出す力を高めることで雇用を確保する点が連動している。

③商工会としての役割

商工会のミッションは、「最初に経営相談される支援機関として、事業者に貢献する」ことである。その実現のために、経営課題の解決を通して信用・信頼され、事業者を理解した良き伴走支援者となり、小規模事業者の安定や着実な成長に貢献していく。

具体的には、岡山県・岡山市・玉野市・岡山県商工会連合会・地域の金融機関・よろず支援拠点をはじめ各支援機関との連携や専門家との人的ネットワークにより支援体制を構築し、小規模事業者に対して最も近い支援機関である強みを発揮して事業計画の策定や販路開拓等について伴走支援し、小規模事業者政策の実行機関として役割を担う。

（３）経営発達支援事業の目標

上記で示した「当地域における小規模事業者の長期的な振興のあり方」を具現化するため、今後５年間の目標を次のとおり設定し、地域内小規模事業者に寄り添った経営発達支援事業を効果的かつ効率的に実施し、小規模事業者の持続的発展を目指す。

①事業計画策定とPDCAサイクルの定着による収益性の確保

小規模事業者が目指す方向性と限りある経営資源を踏まえ、データ（定性・定量）に基づく事業計画の策定とともに、事業計画に基づく実行と検証、改善（PDCAサイクル）の定着を図ることで、小さな成功体験を積み重ね、将来目標の達成を支援する。

②創業者の事業継続と円滑な事業承継の促進

創業前から創業後まで一貫した支援を行い、創業計画の策定及び創業後の事業化に至るプロセスに対するサポートを行う。また、事業承継診断をきっかけとした支援とフォローアップにより、円滑な事業承継を図る。

③対話型アプローチによる伴走支援の推進

激変する環境変化に対応し、利益体質の強化を図っていく上で、小規模事業者との対話と傾聴を通じて経営の本質的な課題を自らが認識することに重点を置き、事業者が自ら行動する力を引き出すよう伴走支援を行う。伴走支援により、実際の行動や成果に結びつける可能性を高める。

【主な数値目標】

項目	現行	R 5 年度	R 6 年度	R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度
事業計画策定事業者数	68者	60者	60者	60者	60者	60者
フォローアップ 対象事業者	68者	145者	145者	145者	145者	145者
売上増加事業者数	—	40者	40者	40者	40者	40者
営業利益率 1 % 又は付加価値額 3 % 以上増加事業者数	—	40者	40者	40者	40者	40者
創業計画策定件数	3者	6者	6者	6者	6者	6者
事業承継支援件数	36者	36者	36者	36者	36者	36者

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5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

上述の①～③の目標に対し、それぞれ以下の目標達成方針で取り組む。

①事業計画策定とPDCAサイクルの定着による収益性の確保

補助金の申請などを契機として事業計画策定の意義や重要性を浸透させるとともに、地域経済の動向や経営状況分析、需要動向調査の結果を踏まえ、データ（定性・定量）に基づいた実現性の高い事業計画の策定を支援する。より高度な専門性が求められる分野については適切な専門家や他の支援機関とのネットワークを活用し、総合的にコーディネートする。将来目標の達成へ向けた、計画・実行・検証・改善（PDCA）のサイクルが回せるよう、数値目標と行動計画を把握し、定期的なモニタリングを行い、問題・課題の洗い出しと対策を図る。

②創業者の事業継続と円滑な事業承継の促進

創業者が円滑なスタートを切れるように創業計画の策定を支援するとともに、創業計画の検証と改善に重点を置き、事業化に至るプロセスに対するサポートを行う。また、創業後に生ずる計画との差異（販路・資金繰り・売上・収益等）について検証し、課題の克服を図り、創業者が事業を継続できるよう支援を行う。

事業承継については、円滑な事業承継に向けて、早期かつ計画的な準備の必要性を認識してもらうため、ヒアリング診断を実施し、事業者の支援ニーズに基づいた個別支援を行う。

③対話型アプローチによる伴走支援の推進

小規模事業者へのリスペクトを常に持ち、対話と傾聴を積み重ねてお互いの信頼関係を築く。事業者との対話の中から課題の発見や解決の糸口を見つけ、気づきや解決方法を提供する。事業者が経営判断を行うにあたり、事業者が目指す方向性と限りある経営資源を踏まえ、有益な情報と手段を提供し、行動を促すようサポートする。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

小規模事業者が適切な経営判断やマーケティングを行えるようにするため、景気動向調査（四半期）の報告書を随時支援に活用したほか、本会調査対象者の意見を加えた調査結果をホームページに公開した。なお、2次データを活用した地域経済・市場動向の情報収集と提供は実施できていない。

②課題

経済環境が激しく変化しており、管内小規模事業者に対して地域の経済や消費動向をタイムリーに情報提供する必要がある、定期的に情報発信を行う。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
①地域の経済動向分析の公表回数	H P 掲載	0回	1回	1回	1回	1回	1回
②景気動向分析の公表回数	H P 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）

当地域内の経営環境や人口動態、消費者動向等の現状を把握するため、「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回公表することで小規模事業者の支援に活用する。整理・分析にあたっては、民間調査機関や岡山経済研究所と連携する。

【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、地域の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」→何を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

②景気動向調査の実施

地域内の小規模事業者等の景気動向をより詳細に把握するため、計15社を調査対象として、四半期ごとに年4回実施する。

【調査対象】管内小規模事業者15社
(製造業、建設業、小売業、サービス業)

【調査手法】経営指導員等によるヒアリングを実施する。

【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

【分析手法】経営指導員が外部専門家と連携し分析を行う。

(4) 調査結果の活用

情報収集・調査、分析した結果は、商工会ホームページに掲載するほか、広報誌等でも情報提供を行うなど、広く管内事業者等に周知する。

また、経営指導員等が事業計画策定等の経営支援を行う際の参考資料として活用する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

商品開発・改良時における消費者ニーズを把握するため、地域バイヤーを招き、加工食品等製造事業者との交流会を開催し、商品評価及び販路開拓の支援を行った。物産展等でのテストマーケティング及び商談会でのバイヤー意向調査では、岡山県商工会連合会の開催する広域物産展で消費者へのテストマーケティングを行ったが、近年はコロナ禍において調査機会を設けることが困難となり、未実施となっている調査もある。

②課題

需要動向調査では、調査項目が不足しており、分析内容が不十分なため、今後の商品開発や改良などの事業展開に十分に活かされていないケースがあった。今後は、取引相手の種類別に支援対象者を絞り込むとともに、専門家を交えて調査項目を設定した上で実施する。

(2) 目標

項目	現行	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
①展示会を活用した BtoB調査の対象事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者
②地域イベントを活用した BtoC調査の対象事業者数	1者	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

個々の小規模事業者が開発・改良した商品や製品に対する直接的な顧客ニーズを収集して提供する。収集したデータから買い手のニーズを的確に把握するとともに、一般的に公表されている2次データを併せて総合的に分析することで、顧客ニーズを捉えられるか、競合への優位性を発揮できるか等の判断材料となる情報を提供し、事業計画に反映する。

①展示会を活用したBtoB調査

自社の製品を開発・改良し、展示会に出展する小規模事業者を支援する。出展ブースを訪れる事業者に対して、個々ごとの商品・サービスにあわせた独自調査を実施し、顧客の持つニーズを収集するため、アンケート調査を実施する。調査項目は展示製品の特性を考慮し専門家と相談したうえでアンケート票を作成する。

【対象業種】製造業者（生産財等）

【調査対象】展示ブースを訪れる事業者30者

【調査方法】アンケートによる聞き取り方式

【調査項目】性能、品質、技術、デザイン、用途、価格、取引条件、改善要望など

【分析方法・活用】経営指導員等が分析し該当事業者にフィードバックする

②地域イベントを活用したBtoC調査

地域内の各種イベントにおいてターゲットとした顧客の意見を収集するため、アンケート調査を実施する。調査方法はアンケートによる聞き取り方式とし、調査項目はターゲット属性を考慮し専門家と相談したうえでアンケート票を作成する。

【対象業種】小売業者（加工食品等）

【調査対象】イベントへの一般来場者で、事業計画にて設定したターゲット属性30人

【調査方法】アンケートによる聞き取り方式

【調査項目】味、質、デザイン、価格、感想、要望、年齢、性別など

【分析方法・活用】経営指導員等が分析し該当事業者にフィードバックする

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状

経営指導員による経営状況の分析を実施するとともに、企業診断では専門家が現地を訪問し、経営課題の抽出と改善提案を行っている。

②課題

経営分析を行っているものの定性面や定量面の一部に限定している事業者も多く、表層的課題の抽出に留まっている。傾聴と対話を通じて事業者との信頼関係を構築し、経営の本質的課題の把握に繋げる必要がある。

(2) 目標

項目	現行	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
経営分析事業者数(※)	106者	90者	90者	90者	90者	90者

(※) 支援対象事業者の持続的発展を着実に実現するため、経営分析事業者数を現行より絞り、90 者以上(経営指導員 9 名×10 者) に留め、対話型アプローチによる本質的課題の抽出を行う。

(3) 事業内容

①データの収集と支援案件の掘り起こし

小規模事業者の経営動向把握を目的とした基礎データの収集を実施する。基礎データの内容としては、事業者の定量情報及び定性情報を、岡山県商工会連合会の運用する「小規模事業者支援システム」に情報を蓄積し、職員間での事業者情報の共有化を図る。

巡回・窓口相談を通じて収集した事業者データを活用・分析し、事業者ごとの経営課題に対する仮説を立てることで、支援案件の掘り起こしを行う。

②経営分析と情報提供

巡回・窓口相談や定期的な専門家による個別相談会等を通じて、小規模事業者から支援受入れのニーズを聞き取り、特に事業計画策定の意欲の高い事業者や創業者、事業承継者等を中心に経営分析を実施する。経営分析は経営指導員が収集した事業者データをもとに行う。また、細かな分析については経済産業省の「ローカルベンチマーク」等を活用する。

【対象者】 事業計画策定の意欲の高い事業者や創業者、事業承継者等

◆収集項目

【定性項目】	・ 主要サービス商品等 ・ 主要取引先 ・ 主要仕入先 ・ 企業沿革 ・ 経営理念（ビジョン）	・ 役員構成 ・ 取引金融機関 ・ 後継者の存在 ・ 人材・資格・設備 ・ 独自性（強み）
【定量項目】	・ 売上 ・ 売上総利益 ・ 営業利益（特前利益） ・ 経常利益 ・ 税引後利益（所得金額） ・ 付加価値額	・ 資本金（元入金） ・ 従業員数 ・ 事業評価（前年比減収・減益：増収・増益） ・ 納税額 ・ 売上進捗率（登録各年 前年比） ・ 利益進捗率（登録各年 前年比）

◆分析項目

- ・経営者分析（経営理念・ビジョン、経営意欲、後継者有無）
- ・事業分析（企業及び事業沿革、強み、弱み、IT投資・活用）
- ・外部環境分析（市場、顧客、従業員定着、金融機関）
- ・内部環境分析（組織、事業計画、商品開発、人材育成）
- ・財務分析（営業利益率、労働生産性、有利子負債倍率、自己資本比率等）
- ・業務フロー（業務プロセス、差別化ポイント、顧客提供価値）
- ・商流（仕入先、協力先、得意先、エンドユーザー）
- ・まとめ（現状認識、将来目標、課題、対応策）

（４）分析結果の活用

情報収集・調査、分析した結果は「小規模事業者支援システム」に集積するだけでなく、当該事業者にはフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。また、情報収集・調査、分析により抽出された経営課題の内容に応じて、専門性が求められる事柄については、専門家を活用し課題解決までの道のりを小規模事業者提案する。

6. 事業計画策定支援に関すること

（１）現状と課題

①現状

小規模事業者の事業領域（希望・能力・規模）を踏まえた将来目標と行動計画を策定するため、持続化補助金等を申請した意欲的な事業者を中心に重点支援先を定め、セミナーや個別相談会を実施し、事業計画の策定を支援している。

②課題

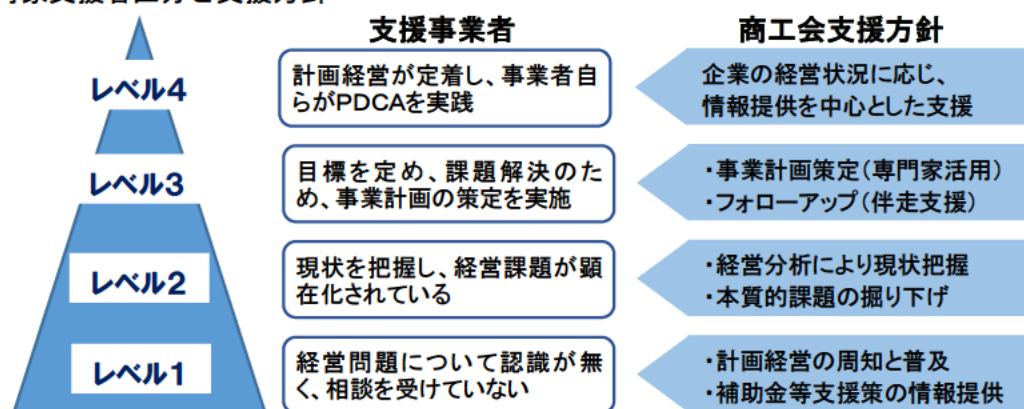
これまで事業計画策定のためのセミナーを実施しているが、事業計画策定の意義や重要性の理解の浸透まで繋がるのが少ないため、個別支援を中心とした方法に改善した上で実施する。

（２）支援に対する考え方

小規模事業者の支援ステージごとに、既存事業者、創業者、事業承継者の3つのカテゴリーに分けて支援内容を提供していく。

また、支援対象は事業者を区分し、定めたレベルに応じた支援を行うとともに、支援の成果を公表し、事業計画の意義と効果を伝え、区分レベルの向上を図る。

◆対象支援者区分と支援方針



①既存事業者支援

事業計画策定に必要な検討事項に基づいて、対話と傾聴を通じて事業者の考えを聞き出し、言語化して整理することで気付きを与え、小規模事業者自身が答えを見出すよう導く。事業者が取り組むべきことを腹落ちし、当事者意識を持って、自ら能動的に行動を起こすことで、潜在力が発揮できるように経営指導員が伴走して計画策定を支援していく。計画策定は事業者が主体となってい、経営指導員は事業者の気持ちに寄り添うとともに、経営判断を行うにあたり、事業者が目指す方向性と限りある経営資源を踏まえ、有益な情報と手段を提供し、行動を促すようサポートする。

また、事業計画の策定前段階においてD Xに向けたI T専門家派遣等を行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

②創業支援

創業補助金等の申請を契機として、創業計画の策定の意義や重要性の理解を促し、計画策定を支援する。

また、創業時以上に創業後の事業運営が重要であることから、経営者として未経験である創業者に対し、創業前に策定した事業計画の内、検証と改善に重点を置き、創業後に生ずる計画との差異について計画との検証を行い、創業計画の再構築によって、すべての創業者が長期的に事業を継続できるよう支援を行う。

③事業承継支援

事業承継は、後継者候補が後を継ぎたくくなるような経営状態まで引き上げることや、後継者候補の経営者としての育成等が必要であり、事業承継の準備に早期に着手すべき必要性などを認識してもらうよう働き掛けを行う。支援については敏感な部分もあるので、いきなり深部についての質問や事業承継における支援策を前面に出すのではなく、人間関係を構築していきながら時間を掛けてヒアリング診断から支援を実施する。

(3) 目標

項目	現行	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
① I T 専門家派遣	7回	6回	6回	6回	6回	6回
②事業計画策定事業者数(※)	68者	60者	60者	60者	60者	60者
③創業計画策定事業者数	3者	6者	6者	6者	6者	6者
④事業承継支援事業者数	36者	36者	36者	36者	36者	36者

(※) 支援成果(売上・付加価値・利益の増加)を着実に実現させるため、事業計画策定事業者数を現行より絞り、60者以上(支援課:経営指導員8名×7者+支援2課:経営指導員1名×4者)に留める。理由として、新規の事業計画策定は、対話型アプローチにより綿密に計画策定を支援するとともに、既に計画策定済みの事業者をより長い期間フォローアップするため、過去に事業計画を策定した85者(支援課:経営指導員8名×10者+支援2課:経営指導員1名×5者)に対する、事業計画策定後の実施に向けた十分なフォローアップを行う。

(4) 事業内容

① I T 専門家派遣

めまぐるしく変わる経営環境に対応し、競争力強化を図るためには I T を活用した事務の効率化や生産性向上が必要である。しかしながら小規模事業者の I T リテラシーが十分ではないため、D X に対する取組み意欲が高い事業者を対象に、D X に向けた I T ツールの導入や W E B サイト構築等の取り組みを推進していくため I T 専門家派遣を実施する。これにより I T 活用を積極的に取り入れた事業計画の策定を行う。

② 事業計画策定支援

経営状況の分析を行った小規模事業者を対象とし、経営革新計画や国・県・市の各種補助金申請といった事業者ニーズに沿った事業計画づくりを提案し事業計画の策定を促す。事業計画は、地域経済の動向や経営状況分析、需要動向調査の結果を踏まえ、経営革新、事業承継、販路開拓、生産性向上、防災・減災対策といった課題解決のための事業計画の策定を支援する。専門家による常設相談窓口を設置し、専門家の指導のもとに事業者と経営指導員等がマンツーマンで行う。事業者の志向と経営資源に応じた目的、目標、達成手段を確認した計画とする。

◆事業計画書の検討項目

- | | |
|----------|-----------------|
| ・経営理念 | ・売上・利益目標 |
| ・ビジョン | ・アクションプラン |
| ・環境分析 | ・人員計画（必要に応じ） |
| ・事業領域 | ・投資計画（必要に応じ） |
| ・経営課題の特定 | ・融資・返済計画（必要に応じ） |

③ 創業計画策定支援

創業前の支援については、行政広報紙・商工会ホームページ等にて商工会が創業窓口であることを周知するとともに、毎月ナイター相談会を開催し、会社勤めの創業者に対して相談しやすい環境を整備する。経営指導員によるサポートや専門家の個別相談会を通じて、計画策定支援や相談対応に努めていく。

また、創業間もない事業者を対象として、定期的な巡回・窓口相談によって、創業計画の実施状況（販売先・売上・利益等）と創業後に生ずる課題（目標数値との差異・販路・資金繰り等）を反映した計画修正等について個者支援を行い、事業継続を伴走支援する。

④ 事業承継支援

後継者等が見込まれる小規模事業者を対象に、事業承継ヒアリングシートを用い、経営指導員が事業者よりヒアリングを実施する。これにより得られた情報から、必要に応じて岡山県事業承継ネットワークの専門家派遣を活用し、事業承継計画の策定を行う。また、事業承継に関する計画のみならず承継後の事業継続・発展に向けたフォローアップ支援も併せて実施し、円滑な事業承継を図る。

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

① 現状

事業計画を策定した小規模事業者に対して、将来目標の達成を支援するため、重点支援先を定めて進捗状況の把握と新たな問題の発生や困難の有無などの確認作業を実施している。また、必要に応じて専門家派遣を行い、課題解決を図っている。

これまでフォローアップを実施しているものの、不定期であるとともに、イベントや確定申告時の繁忙期には、支援が滞っており、定期的かつ効果的に実施する必要がある。

PDC Aサイクルの定着と将来目標の達成のため、巡回・窓口相談により進捗状況を確認するとともに、計画に定められた目標や行動計画の検証・評価・見直しなど、事業者が主体となって行えるよう助言・サポートを行い、小規模事業者への内発的動機づけによる潜在力の発揮に繋げる。

(3) 目標

項目	現行	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
フォローアップ 対象事業者(※)	68者	145者	145者	145者	145者	145者
頻度（延回数）	272回	470回	470回	470回	470回	470回
売上増加事業者数	－	40者	40者	40者	40者	40者
営業利益率１％又は付加価値額 ３％以上増加事業者数	－	40者	40者	40者	40者	40者
創業者フォローアップ	3者	6者	6者	6者	6者	6者
頻度（延回数）	12回	36回	36回	36回	36回	36回

(4) 事業内容

また、進捗状況が思わしくなく、事業計画との間に乖離が生じていると判断する場合には、本部の経営指導員や専門家など第三者の視点を必ず投入し、乖離の発生要因及び今後の対応方策を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。

フォローアップシート

- ・計画に定められた行動計画の進捗管理
- ・計画目標（売上・付加価値・営業利益）の計数管理
- ・計画検証と必要に応じ計画修正

① 既存事業者

$$85 \text{ 者 (年に2回)} \rightarrow 85 \text{ 者} \times 2 \text{ 回} = 170 \text{ 回}$$

フォローアップシート

先生名 _____ 担当教科名 _____
 学年 _____ 期 _____

項目	指導内容	指導方法
1. 指導内容		
2. 指導方法		
3. 指導内容		
4. 指導方法		
5. 指導内容		
6. 指導方法		
7. 指導内容		
8. 指導方法		
9. 指導内容		
10. 指導方法		
11. 指導内容		
12. 指導方法		
13. 指導内容		
14. 指導方法		
15. 指導内容		
16. 指導方法		
17. 指導内容		
18. 指導方法		
19. 指導内容		
20. 指導方法		
21. 指導内容		
22. 指導方法		
23. 指導内容		
24. 指導方法		
25. 指導内容		
26. 指導方法		
27. 指導内容		
28. 指導方法		
29. 指導内容		
30. 指導方法		
31. 指導内容		
32. 指導方法		
33. 指導内容		
34. 指導方法		
35. 指導内容		
36. 指導方法		
37. 指導内容		
38. 指導方法		
39. 指導内容		
40. 指導方法		
41. 指導内容		
42. 指導方法		
43. 指導内容		
44. 指導方法		
45. 指導内容		
46. 指導方法		
47. 指導内容		
48. 指導方法		
49. 指導内容		
50. 指導方法		
51. 指導内容		
52. 指導方法		
53. 指導内容		
54. 指導方法		
55. 指導内容		
56. 指導方法		
57. 指導内容		
58. 指導方法		
59. 指導内容		
60. 指導方法		
61. 指導内容		
62. 指導方法		
63. 指導内容		
64. 指導方法		
65. 指導内容		
66. 指導方法		
67. 指導内容		
68. 指導方法		
69. 指導内容		
70. 指導方法		
71. 指導内容		
72. 指導方法		
73. 指導内容		
74. 指導方法		
75. 指導内容		
76. 指導方法		
77. 指導内容		
78. 指導方法		
79. 指導内容		
80. 指導方法		
81. 指導内容		
82. 指導方法		
83. 指導内容		
84. 指導方法		
85. 指導内容		
86. 指導方法		
87. 指導内容		
88. 指導方法		
89. 指導内容		
90. 指導方法		
91. 指導内容		
92. 指導方法		
93. 指導内容		
94. 指導方法		
95. 指導内容		
96. 指導方法		
97. 指導内容		
98. 指導方法		
99. 指導内容		
100. 指導方法		
101. 指導内容		
102. 指導方法		
103. 指導内容		
104. 指導方法		
105. 指導内容		
106. 指導方法		
107. 指導内容		
108. 指導方法		
109. 指導内容		
110. 指導方法		
111. 指導内容		
112. 指導方法		
113. 指導内容		
114. 指導方法		
115. 指導内容		
116. 指導方法		
117. 指導内容		
118. 指導方法		
119. 指導内容		
120. 指導方法		
121. 指導内容		
122. 指導方法		
123. 指導内容		
124. 指導方法		
125. 指導内容		
126. 指導方法		
127. 指導内容		
128. 指導方法		
129. 指導内容		
130. 指導方法		
131. 指導内容		
132. 指導方法		
133. 指導内容		
134. 指導方法		
135. 指導内容		

15

② 創業者

創業計画策定6者については、計画の実行状況を迅速に把握するため、巡回訪問による進捗管理を2ヶ月に1回以上行い、当初計画の検証と修正を行う。

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

①現状

経営資源の限られた小規模事業者の需要開拓のため、事業者に合致し、中長期的な取引継続が可能な県内商談会を主体に販路開拓の支援を行っている。

②課題

これまで商談会やビジネスマッチングの支援を実施しているものの、商談経験が少なく、成約に繋がらないケースが多かったため、商談会出展の事前・事後のフォローを改善したうえで、実施する。

また、今後の新たな販路開拓にはDX推進が必要であるということを理解・認識してもらい、ITを活用した取組みを支援していく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

主な支援対象となる食品関連事業者（食品製造・加工業者）等の大半は、首都圏等で開催する商談会参加以後、継続した営業活動を行うのは困難であり、大手量販店との商談は、取引条件（ロット数・仕入れ率・送料・帳合い）が厳しく、事業目的である付加価値等の確保は困難である。小規模事業者の事業領域に合致した中長期的な取引継続が可能な商談会への参加を支援していく。

また、DXに向けた取組みとして、特定の地域を商圈としたローカルビジネス（地域密着型ビジネス）の事業者に対して、Webマーケティングの仕組みを導入し、ターゲティングとポジショニング戦略を明確化するとともに、トリプルメディア（オウンド、アード、ペイド）を組み合わせたWeb集客戦術を定めて販路開拓を支援していく。

(3) 目標

項目		現行	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
①県内商談会	支援事業者数	1者	6者	6者	6者	6者	6者
	成約件数／者	1件	2件	2件	2件	2件	2件
②県外商談会	支援事業者数	0者	2者	2者	2者	2者	2者
	成約件数／者	0件	1件	1件	1件	1件	1件
③Webマーケティング支援	支援事業者数	-	6者	6者	6者	6者	6者
	売上増加率／者	-	3%	3%	3%	3%	3%

(4) 事業内容

①岡山県内商談会等への参加

事業計画を策定した小規模事業者を対象に、優先的に推薦・出店を促し、中長期的な取引継続が可

能な県内商談会への出展を支援する。商工会は、営業経験の乏しい事業者に対し、商談先の情報提供（事前・事後）、F C Pシート等のツール作成支援、模擬商談の実施、商談で確認された課題解決の支援を行う。

【対象者】小売業者（加工食品等）

【訴求対象】地域百貨店・スーパー・土産物店等

【出展支援を想定する商談会】

名 称	概 要
岡山県内特産品商談会	岡山県商工会連合会が主催し、県内商工会地区の生産者と小売・流通業者（バイヤー）との情報交換や取引の機会を提供する商談会。出展者数は約50社、県内・県外大手バイヤー約15社が参加する。
岡山県しんきん合同ビジネス交流会	県内7行の信用金庫等が合同で実施するビジネス交流会・商談会で、県内を中心に多種多様な業種約500ブースが出展し、約4,000人が来場する。
トマトアグリフードフェア	トマト銀行等主催。岡山の食とアグリに焦点を合わせ、販路開拓を目的とした商談会で、展示商談会では約50社が出展する。県内外の百貨店・スーパー・卸・セレクトショップ・一般等が来場する。

②県外商談会等への参加

事業計画を策定した事業者のうち独自商品・技術等により、首都圏等を事業領域とできる小規模事業者については、県外商談会・ビジネスマッチング等の出展を支援する。商談会やビジネスマッチング等の開催目的や来場するバイヤー等の傾向についても、専門家を活用し事前準備等をしっかり行う。事前においてはブースへの集客力を高める（ブース装飾・商品展示）、商談対象の絞込み・短時間で商談をまとめるツール作成（F C Pシート、企業情報パンフ等）を支援し、事後においては、商談後のフォロー・信用調査等の支援を行う。

【対象者】小売業者・製造業者のうち、継続的に営業と取引が行える者

【訴求対象】首都圏等の量販店・専門店・法人等

【出展支援を想定する商談会】

名 称	概 要
東京インターナショナル・ギフト・ショー	日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市であり、春と秋に開催される。出展者は約3,000社、来場者数は約200,000人である。
スーパーマーケットトレードショー	スーパーマーケットを中心とする食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会。小売業をはじめ多数のバイヤーが参加し、出展者数は約2,000社、来場者数は約90,000人である。

③Web マーケティング支援

事業計画を策定した事業者を対象に、ローカルビジネスである小売業・飲食業・サービス業等に対して、インターネットを活用した販路開拓手法を提供する。I Tやマーケティング専門家の指導のもとに事業者と経営指導員等がマンツーマンで Web マーケティングの戦略と戦術を定める。事業者が主体となり、日々の実践を行い、分析、改善、ルーティン化等を経営指導員が伴走支援を行う。

◆集客方法

- ・オウンドメディア：ホームページ、ブログ
- ・アードメディア：Googleビジネスプロフィール、LINE、YouTube、Twitter、Instagram、Facebook
- ・ペイドメディア：リスティング広告、ポータルサイト活用

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

①現状

経営発達支援計画評価委員会を年1回開催し、外部有識者を交えることで、客観的な評価や改善点等さまざまな視点から意見をいただき、事業内容の見直しと改善を実行している。

②課題

現在の経営発達支援事業は単年度評価のため、中期的視野に立った評価も必要である。

また、支援した小規模事業者の業績に対して経営発達支援での成果なのか、数値面で判定することが困難である。

(2) 事業内容

①経営発達支援計画評価委員会による事業評価

評価委員会を年1回開催し、外部有識者や事業者より広く意見を取り入れ、事業の実施状況、成果の評価・見直し案の提案を行う。

項目	内容
構成員	外部有識者（中小企業診断士）、市町村（岡山市、玉野市）、事業者、法定経営指導員
外部評価の反映	事務局にて評価結果に対する対応策を検討した後、本会理事会に報告

②本会内評価・改善組織の確立

経営発達支援計画評価委員会による事業評価を踏まえ、本会理事会において、評価・見直しの取組みを決定する。事業の成果・評価・見直しの結果については、通常総代会へ報告し承認を受ける。

③公表方法

事業の成果・評価・見直しの結果を本会のホームページに公表する。

(<http://www.southokayama-biz.jp/>)

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

①現状

支援力向上のために、自主的に職員勉強会を開催するとともに、支援ノウハウを組織内で共有する体制では少人数での指導員ミーティングを実施し、OJTを積極的に行っている。

②課題

外部環境が激しく変化する現在は、DXをはじめとする支援ニーズが多様化かつ高度化しており、新たな経営課題等に対応するため、支援ノウハウの習得及び支援現場での実践経験の積み上げによるスキルアップが必要である。

また、不確実の高い時代に適合した支援を行うため、経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上を図ることが求められている。

(2) 事業内容

① 支援力向上のための研修機会の充実

項目	内容	効果
中小企業大学校の研修	代表者を選定し、組織として不足している内容（事業計画策定、生産性向上、販路開拓等）について、重要度の高い研修を計画的に受講する（年3～5名）	計画的な研修により、学習内容が共有され、組織としての弱みが解消されることで、効果的な支援が実施できる
小規模事業者支援者向け研修 （岡山県商工会連合会等主催）	支援者毎の弱みの解消を図るほか、得意分野の高度・専門的な学習を行う（ITリテラシー、事業承継等の支援課題別の知識や技法）	個人の弱み改善とエキスパート育成による組織支援力が向上する
職員勉強会の開催 （岡山南商工会主催）	経営指導員や一般職員を対象として、外部講師を招き、職員に共通する課題（傾聴技法等対人関係構築能力、問題発見・解決能力）について学習を行う	職員に共通する課題が解決され、支援力の底上げが図られる

② 支援ノウハウ等を組織内で共有する体制

項目	内容	効果
データベース化	担当経営指導員等が小規模事業者支援システムにデータ入力を適切に行い、支援中の事業者状況を職員全員が相互共有できるようにする	担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるとともに、支援ノウハウを蓄積により支援能力が向上する
経営指導員会議で情報・ノウハウの共有	現行支援先の進捗状況を報告するとともに、効果的な事例を紹介し、支援内容を出席者全員で意見交換する	事業計画策定の支援ノウハウなどを情報共有し、事業計画策定件数が増加する
全体会議で情報・ノウハウの共有	全職員による会議を開催し、各種支援施策普及や基礎的経営支援（記帳・税務・労働等）の推進方法を情報共有し、本部・支所間での連携体制を強化する	組織全体での支援方法の統一を図るとともに、事業者情報の共有によるきめ細やかな伴走支援を実現する
指導員ミーティングでのOJT	支援経験の豊富な経営指導員と支援案件について定期的なミーティングを実施し、OJTを行う	効果的な小規模事業者支援の習得と標準化による経営指導員の能力が向上する
支援事例報告会の開催	役員・職員・関係機関に対し、支援事例等を紹介する	経営支援の見える化を図り、支援の理解を促すとともに、今後の支援におけるベンチマークとする

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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

〒701-0221

岡山県岡山市南区藤田 564-131

岡山南商工会 支援課

TEL: 086-296-0765 / FAX: 086-296-2250

E-mail: minami@okasci.or.jp

②関係市町村

〒700-8544

岡山県岡山市北区大供一丁目 1-1

岡山市役所 産業観光局商工部 産業振興・雇用推進課

TEL: 086-803-1325 / FAX: 086-803-1738

〒706-8510

岡山県玉野市宇野一丁目 27-1

玉野市役所 商工観光課

TEL: 0863-33-5005 / FAX: 0863-33-5001

(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)

	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
必要な資金の額	3, 300	3, 300	3, 300	3, 300	3, 300
経済動向調査費	200	200	200	200	200
セミナー開催費	200	200	200	200	200
個別相談会開催費	2, 000	2, 000	2, 000	2, 000	2, 000
専門家派遣費	600	600	600	600	600
職員資質向上研修費	200	200	200	200	200
委員会等開催費	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、事業者負担金、国補助金、岡山県補助金 岡山市補助金、玉野市補助金、全国連助成金 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)

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	