

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	岡山北商工会（法人番号 1260005002907） 岡山市（地方公共団体コード 331007）
実施期間	令和6年4月1日～令和10年3月31日
目 標	岡山北商工会は、岡山市、各種支援機関と連携を強化しながら小規模事業者の持続的発展に貢献し、地域経済の活性化につなげる。 具体的には、管内地域が抱える課題や小規模事業者の向こう10年間を見据えながら以下4項目を柱に各種事業に取り組む。 ①生産性の向上と地域内消費の拡大 ②新たな販路開拓 ③事業継続支援・事業承継支援による地域内事業者数の維持 ④創業支援による地域内事業者の減少防止
事業内容	3. 地域の経済動向調査に関すること ①ビッグデータを活用した地域の経済動向分析の実施と情報提供 ②岡山北管内の景気動向調査の実施と情報提供 4. 需要動向調査に関すること ①管内消費動向調査の実施と商品・サービス等のブラッシュアップ ②商談会・販売会におけるバイヤー及び消費者へのニーズ調査 ③首都圏でのテストマーケティングによる商品開発・改良支援 5. 経営状況の分析に関すること ①経営支援の基礎データの収集と定性データの見える化 ②ローカルベンチマーク等の分析ツールを活用した経営分析 6. 事業計画の策定支援に関すること ①事業計画策定セミナーによる事業計画策定のきっかけづくり ②専門家との連携による事業計画の策定支援 ③IT専門家の派遣によるDX推進 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①計画的な訪問による進捗管理の仕組みづくりと伴走支援 ②他の支援機関との連携強化によるフォローアップ機能の充実 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①商談会等への出展支援によるBtoB取引の創出 ②首都圏及び関西圏での販路開拓支援によるBtoC取引の創出
連 絡 先	岡山北商工会 本部 〒709-2121 岡山県岡山市北区御津宇垣 1630-1 TEL:086-724-2131 FAX:086-724-2132 E-mail: okayamakita@okasci.or.jp 岡山市 産業観光局 産業振興・雇用推進課（主管課） 〒700-8544 岡山県岡山市北区大供 1-1-1 TEL:086-803-1325 FAX:086-803-1738 E-mail: keieishien@city.okayama.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地域の現状

岡山市は岡山県南部の中央に位置し、山陽新幹線、瀬戸大橋、岡山空港、山陽自動車道、岡山自動車道等、交通網の整備が進む中で中四国地方の中核拠点となっており、平成21年4月に政令指定都市になった。

岡山北商工会の管轄地域は、右図が示すとおり岡山市の北部・東部に位置しており、平成18年4月の合併で北部(現：北区)の「一宮・津高・御津・建部」地区と東部(現：東区)の「上道」地区の5つで構成されている。

＜岡山市と岡山北商工会管内の面積＞

	岡山市	岡山北商工会管内
面積	789 km ²	309 km ²



(岡山市と岡山北商工会管内の位置関係図)

管内の5つの地区は、地域特性という観点で大きく以下の2つに分類される。

◇一宮・津高・上道地区の地域特性

一宮・津高・上道地区は、岡山市中心部に隣接している立地環境から、人口の大幅な減少はないが、高齢高齢化の進展は避けられない。また、食料品を中心とした日常的消費支出における大規模小売店の推定シェアは1/3程度であることから、小規模事業者にとっては魅力的な地域である。加えて創業に際して大きな費用負担となる地代家賃も市街地に比べて安価となっており、市場としての魅力を有しながら比較的安価な投資で創業が可能な地域である。

＜市街地と管内の地価＞

市街地		岡山北商工会管内	
(標準地)	(円/㎡)	(標準地)	(円/㎡)
北区中山下 1-2-8	534,000	北区一宮字菰田 115-2	80,200
北区駅元町 6-26	337,000	北区津高字内ノ町 709-3	65,800
北区平和町 6-5	245,000	北区横井上字鏡付免 1603-1	44,300
東区西大寺中野本町 11-32	71,500	東区南古都 134-125	34,500

(資料：令和5年地価公示価格(岡山市))

◇御津・建部地区の地域特性

御津・建部地区は、岡山県の中山間地域の一部である。県内の他の中山間地域と比較すると地形、気象条件、国道53号線やJR津山線などの交通の利便性等で優位性を発揮している。

特に、岡山市中心部から1時間以内で移動可能であり、自然環境と調和した生活環境を強みとして農業、観光、サービス関連産業の分野で事業展開が見込める地域となっている。

また、御津地区は、岡山空港や高速道路のインターチェンジ等、物流面の優位性から工場が多く立地しており、製造・運輸関連産業分野での発展も見込める地域となっている。

②地域の人口

現在までの人口・世帯数等の推移については、「商工会の現状」（図表 1 参照）が示すとおり、世帯数は増加しているものの、人口・商工業者数・小規模事業者数はいずれも減少している。

今後の人口推移予測については、「日本の将来人口推計」を基に本会で実施した「地域経済動向調査」（図表 2 参照）が示すとおり、2030年には人口が約5千人減少し、高齢化率も約33%となることが予測されている。以上を踏まえ、今後、小規模事業者にとっては、「購買力減少」と「労働力不足」の影響を受けることが確実となっており、新たな市場開拓や安定雇用等の実現が困難な小規模事業者は、市場規模縮小や需要減少の影響を回避できないと予測される。

<図表 1 管内人口・世帯数等の推移>

	人口	世帯数	商工業者数	小規模事業者数
平成21年(2009年)	75,625	29,520	1,711	1,451
平成24年(2012年)	74,368	29,520	1,622	1,380
平成27年(2015年)	73,100	30,424	1,610	1,326
平成30年(2018年)	72,316	31,171	1,569	1,301
令和4年(2022年) (対平成21年比)	70,136 (92.7%)	31,605 (107.1%)	1,677 (98.0%)	1,426 (98.3%)

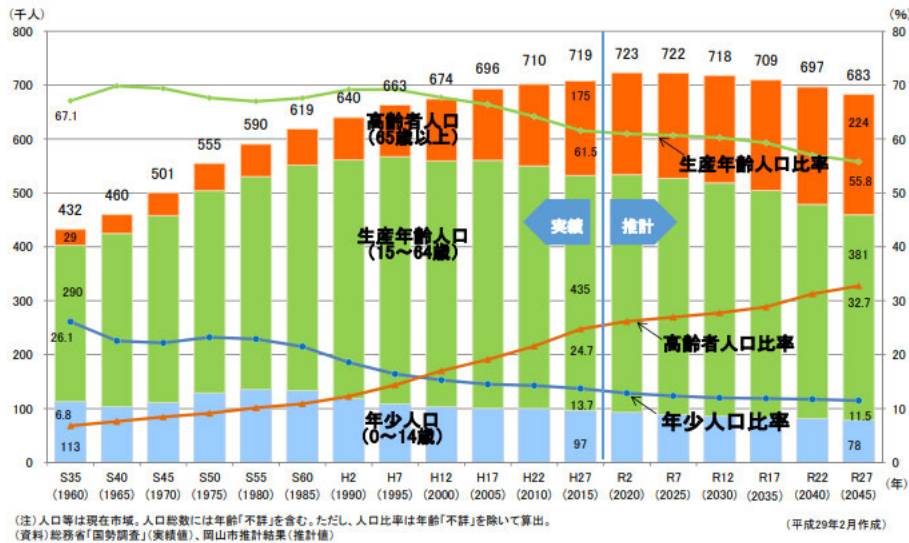
(資料：岡山県商工会連合会 商工会の現状)

<図表 2 管内：人口推移予測>

	2015年	2020年	2025年	2030年	増減数
総数(人)	73,100	71,871	70,205	68,320	▲4,780
0～14歳(人)	9,310	8,739	8,119	7,553	▲1,757
15～64歳(人)	42,175	40,784	39,689	38,460	▲3,715
65歳以上(人)	21,615	22,348	22,397	22,307	692
高齢化率(%)	29.5	31.0	31.9	32.7	—

(資料：国勢調査・地域経済動向調査)

<図表 3 将来人口と人口構成比の見通し>



(資料：岡山市将来人口推計)

③地域の産業

◇商工業者数及び小規模事業者数の推移

岡山北商工会管内の商工業者及び小規模事業者は、平成30年まで減少傾向であったが、令和4年では平成21年に近い数値まで回復している。

業種別では特に卸・小売・飲食業では減少率が27.6%と高くなっている。

<図表4 業種別商工業者数>

(単位：件)

商工業者数	建設業	製造業	卸・小売 飲食業	サービス 業	その他	合計
平成21年(2009年)	380	200	612	373	146	1,711
平成24年(2012年)	375	177	558	362	150	1,622
平成27年(2015年)	359	175	557	369	150	1,610
平成30年(2018年)	365	177	516	360	151	1,569
令和4年(2022年) (対平成21年比)	419 (110.3%)	181 (90.5%)	522 (85.3%)	393 (105.4%)	162 (111.0%)	1,677 (98.0%)
小規模事業者数(H21)	363	136	556	324	72	1,451
〃(H24)	359	119	495	309	98	1,380
〃(H27)	344	116	423	317	126	1,326
〃(H30)	350	120	390	311	130	1,301
(R4) (対平成21年比)	404 (111.3%)	125 (91.9%)	403 (72.4%)	337 (104.0%)	157 (218.1%)	1,426 (98.3%)

(資料：岡山県商工会連合会 商工会の現状)

◇業種別景況感

・建設業

公共工事は下げ止まり、民間工事は現状維持から微増の傾向が続いている。しかし、賃上げや資材高騰による減益により景況感は下降しており、働き方改革への対応・従業員の高齢化・担い手不足などの業界全体での大きな問題に対し、担い手の処遇改善、働き方改革、生産性向上を一体として進めることが求められている。

・製造業

管内には自動車・建物・農機具等に関連する下請け企業が数多く存在しているが、下請け企業の特性で安定的に受注は確保できているものの利益は出にくい状況となっている。御津地区の工業団地を中心に比較的規模の大きな企業も点在しているが、全体の約70%が小規模事業者となっており、限られた経営資源の中で、いかに生産性を高めるかが課題となっている。

・卸小売業

当地域は、岡山市中心部に隣接する地域に属していることから、大型量販店の進出が多い地域となっており、大型量販店との価格競争に巻き込まれている。また、岡山市内中心部との商業集積間の競争も激しく地元購買力の流出も顕著となっている。従って、価格訴求という観点ではなく、消費者ニーズに即した魅力ある店づくりやサービスの提供が求められている。

・飲食・サービス業

岡山市中心部に隣接する一宮・津高地区で理美容・飲食店・施術所等の創業とチェーン店の出店が多くなっている。競合先との差別化を図り、事業継続させるためには消費者の利便性に沿ったサービスの構築が重要である。一方で、経営者の高齢化や後継者不足による廃業が懸念される事業所が増加しているため、事業承継・引き継ぎを含めた支援が必要となっている。

④地域の課題

◇生産性向上

管内では全国平均を上回る有効求人倍率であり、企業規模や業種を問わず人手不足の問題を抱えている。ある程度の企業規模を持つ製造業では、外国人の活用で人手不足対応に注力している企業も存在するが、小規模事業者にとっては容易に解決に結びつかない状況となっている。このような状況の中、事業の効率化を図り、1人あたりの労働生産性を高める取り組みは必要不可欠となっており、最終的には企業全体の生産性向上に取り組むことが重要となっている。

◇地域内消費の拡大

主要幹線道路沿いをはじめとして、岡山北商工会管内には多くの大型店やチェーン店が進出しており、業態としてはドラッグストア・スーパーマーケット・家電量販店・ホームセンター・コンビニエンスストア等が挙げられる。特に、岡山市中心部に9年前にオープンしたイオンモール岡山の影響は依然として大きく、地元購買力の流出に歯止めが利かない状況となっている。土日に近隣的大型複合施設に家族で出かける利便性重視の消費が主流となっており、買回品だけでなく、生鮮食品や日用品も併せて購入しているため、地元への顧客誘引力は弱まっている。

従って、今後は大型店等と差別化を図る上で「個店ならではの顧客との関係構築」につながる付加価値の高い商品・サービスの提供に取り組むことが重要となっている。

◇事業の持続性向上

毎年実施している事業承継診断の結果によると、後継者がいないと回答した企業は約35%であった。ただし、後継者がいると回答した企業において、約48%は事業承継に向けた準備を始めていない。このことは、将来的に多くの企業が廃業する可能性が高いこと、事業承継の遅れにより事業継続にリスクを抱えていることを意味しており、地域全体の活力喪失につながる恐れがある。

事業継続や円滑な事業承継を進める前提として「経営者に気付きを与え、早めに準備に取り掛かること」、「安定的な経営基盤を維持させること」が挙げられるため、早期かつ長期的な視点で伴走型支援を実施することが重要と考えている。なお、後継者がいない事業者には事業引継ぎ支援センター等との連携・協力により支援を進めることが効果的である。

[主な支援分野別の課題]

支援分野	ア. 地域の小規模事業者、イ. 本商工会（自治体含む）の課題
創 業	ア. 適正な商圈等の分析、事業計画の策定難、資金の調達 イ. 都市間競争の激化、広報不足、ワンストップ相談機能の強化
事 業 承 継	ア. 後継者の不在、後継者の育成、承継意識の不足（計画・準備の遅れ） イ. 事業者の掘り起し、多様な承継への適切な対応、他の支援機関との役割分担
販 路 開 拓	ア. 市場やユーザーニーズの把握、ブランド力・PR力・営業力の不足 イ. 展示会等での成果拡大、バイヤー・支援機関との連携、価格転嫁対策
生産性向上	ア. 補助金等の活用促進、企業内人材の不足（情報・ノウハウ含む）、資金調達 イ. 費用対効果の可視化、補助金等採択の向上、フォローアップの徹底
労働・雇用	ア. 人材の確保・育成、賃金（給与水準）の引上げ イ. 多様な人材活用の促進、他の支援機関との連携
D X 推進	ア. 意識の醸成、精通人材の確保・育成、導入コスト負担、支援施策の活用不足 イ. 最適なIT・DXの提案、他の支援機関・団体・ベンダーとの連携

[産業別の課題]

産業分類	ア. 地域の小規模事業者、イ. 本商工会（自治体含む）の課題
2次産業 （主に製造業）	ア. 生産性の向上、人手不足への対応、事業承継（承継事業の創出含む） イ. ITの効果的活用、新たな雇用対策の展開、デザイン等の付加価値向上支援
3次産業 （主に小売業）	ア. 強みの確立や魅力の発信、店主の高齢化・後継者不足、店舗や設備の老朽化 イ. 個店の競争力強化、地域の賑わいづくり、次世代まちづくり人材の育成

(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

岡山北商工会は、(1) 地域の現状と課題（①地域の立地、②地域の人口、③地域の産業、④地域の課題）を踏まえ、行政・各支援機関との連携・協力の強化と経営指導員の資質向上に取り組むことで、小規模事業者の持続的発展に貢献し、地域経済の活性化につなげる。

具体的には、向こう10年間を見据えながら小規模事業者が抱える多様な経営課題に迅速に対応し、解決策を提示することで、「経営力向上」「事業の持続性向上」に向けた支援を実施する。

②岡山市における産業振興計画との連動性・整合性

岡山市では、後期中期計画の中で「中四国をリードし、活力と創造性あふれる経済・交流都市」を将来都市像の一つに掲げ、「新たな雇用と活力を生む戦略的な産業振興」を分野別の政策としている。



第六次総合計画後期中期計画における主な取組	商工会の支援方針との連動性・整合性
円滑な事業承継	経営者の高齢化に伴う後継者不足に対応するため、地域経済の活性化により安定した雇用創出を支援する。
創業しやすい環境づくり	起業家やベンチャー企業が創業しやすい環境づくりに取り組み、創業や安定した事業継続につながる支援を実施する。
事業者の新たな取組を支援	「新しい生活様式」に対応する業態転換やデジタル技術等を活用した非対面ビジネス、テレワークや新規取引先の開拓や販路拡大など、事業者の新たな取組を支援する。

今回の経営発達支援計画では、岡山市の第六次総合計画後期中期計画の将来都市像の一つである「中四国をリードし、活力と創造性あふれる経済・交流都市」に向けて、産業分野の政策である「新たな雇用と活力を生む戦略的な産業振興」との連動を図る。

具体的には、小規模事業者の経営安定化(計画策定支援・販路開拓支援・金融支援・事業承継支援等)や創業者への支援(計画策定支援・金融支援・各種手続き支援・創業後のフォローアップ支援等)により小規模事業者を育成し、産業振興・地域経済活性化に貢献する。

(3) 経営発達支援事業の目標

①「経営力向上」支援

◇生産性の向上と地域内消費の拡大

人手不足の影響で、現場作業員の確保が容易でない建設業・製造業に対して、企業の生産性を高めるために、事業の効率化・労働生産性向上に関する支援を行い、従来型業務から転換した新たなビジネスモデルの構築を目指す。

購買力流出の影響で、減少率が高い地域を商圏とする卸小売業に対して、地域内消費を拡大させるために、地元や近隣地域をターゲットとした認知度向上支援を行い、地域になくてはならない独自性のある店舗・サービスの構築を目指す。

これらの取り組みを通じて、売上及び利益の確保に貢献する。

◇新たな販路開拓

新商品・新サービスの開発及び商圏拡大等、成長発展ステージに属する事業者に対して、新たな販路を開拓させるために、事業計画策定、需要動向調査、展示会・商談会出展等に関する支援を行い、新たなビジネスチャンスの獲得による売上及び利益の増加を目指す。

②「事業持続性向上」支援

◇事業継続支援・事業承継支援による地域内事業者数の維持

地域内の事業者数を維持し、地域全体の活力を存続させるために、安定的な経営基盤確保に向けた事業持続性向上支援と後継者への円滑な事業引き継ぎに向けた事業承継支援が重要となっている。

これらを実践するために、早期取り組みの重要性を啓発するとともに、現在の経営状況を詳細に把握し、各種支援機関と連携・協力を図りながら事業計画策定支援を実施することで、長期的な視点での堅実な事業継続と円滑な事業承継を目指す。

◇創業支援による地域内事業者の減少抑止

地域内事業者数の減少に歯止めを掛けるため、岡山市小規模企業・中小企業振興条例に基づき、行政や支援機関と連携・協力を図りながら支援体制を構築するとともに、創業しやすい立地環境を広く周知することや創業後の事業持続性向上支援を充実させることで、管内での創業者数増加と事業継続率の向上を目指す。

<具体的な数値目標>

項目	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
経営状況分析件数	120 件	160 件	160 件	160 件	160 件
事業計画策定件数	75 件	96 件	96 件	96 件	96 件
売上高増加事業者数	15 者	24 者	24 者	28 者	28 者
利益率増加事業者数	8 者	14 者	14 者	19 者	19 者
販路開拓支援事業者数	9 者	13 者	13 者	13 者	13 者
事業承継件数	7 件	7 件	7 件	7 件	7 件
創業件数	10 件	10 件	10 件	10 件	10 件

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6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

前述の①②の目標に対し、以下の達成方針により取り組む。

①経営力向上支援

新たなビジネスモデルや独自性のある店舗・サービスの構築等、専門性の高い支援が求められていることから、生産性向上・地域内消費拡大・新たな販路開拓等を支援テーマとする。

実施に際して、本会単独の支援に留まらず、各支援機関との連携・協力を通じて支援体制の強化を図ることで、本質的な課題発見と課題への適切かつ迅速なアプローチの精度向上を実現し、長期的視点での伴走支援として事業計画策定・実施・検証に継続的に取り組み、傾聴と対話を繰り返しながら事業者の自己変革・自走化につながる支援の実施を方針とする。

②事業持続性向上支援

安定的な経営基盤確保・円滑な事業引き継ぎ・創業直後のフォローアップ等、事業者の実情に即した個者支援が求められていることから、事業持続性向上・事業承継・創業促進等を支援テーマとする。

実施に際して、上記①と同様に支援体制の強化を図り、岡山市を中心とした「おかやま創業ネットワーク」や岡山県を中心とした「岡山県事業承継ネットワーク」を活用し、多角的な視点で事業継続に不可欠な売上・利益拡大に向けた販路開拓・拡大などの課題解決に向けた個者支援の実施を方針とする。

<連携・協力を図る各種支援機関>

岡山県、岡山市、日本政策金融公庫岡山支店、岡山県信用保証協会、中小企業基盤整備機構、岡山県商工会連合会、岡山県よろず支援拠点、岡山県産業振興財団、地域金融機関、その他各種支援機関、各種土業等

特に、岡山市が策定している「第六次総合計画後期中期計画」及び「小規模企業・中小企業振興条例」に基づき、行政と一体となった経営発達支援計画の遂行を方針とする。

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

①現状

第1期に「岡山北商工会 地域経済動向調査」、「創業者向け 業種別地域経済動向調査」を実施し、調査報告書を取りまとめ、冊子配布や商工会ホームページへのアップにより広く周知に努めるとともに事業計画策定支援時の数値積算資料として第2期においても継続活用した。

また、第2期では第1期に「会員アンケート調査」により把握した事業承継や災害対応に係る関心や準備状況について、将来的な事業継続やリスク管理への取り組み支援の基礎資料として活用した。しかし、新型コロナウイルスの感染拡大や各種物価高騰など社会環境・経営環境が激変する中、ビッグデータの十分な活用には至っていない。

②課題

変化のスピードが増している環境の中で、小規模事業者が活用可能な情報を提供できるよう、今後はビッグデータ等を分析・活用した支援を実施する。

(2) 目標

	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
地域経済動向分析の公表回数	—	1 回	1 回	1 回	1 回
景況調査・景気動向調査公表回数	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
管内地区別情報の公表回数	5 回	10 回	10 回	10 回	10 回

(3) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

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、経営指導員等が「R E S A S」（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 回公表することで事業者の事業計画策定支援における商品・サービス開発や市場環境分析に活用し、事業計画の精度向上を図る。

【分析手法】

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

⇒上記の分析結果を総合的に分析し、事業計画策定支援等に反映する。

②地域の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、各業種 5 社計 25 社程度を調査対象として、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 25 社

(製造業、建設業、卸・小売業、飲食店・宿泊業、サービス業から各 5 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

【調査手法】

経営指導員等がヒアリングにより実施する。

【分析手法】

経営指導員が中小企業診断士や税理士等の外部専門家と連携のうえ、経営指導員等がヒアリングにより収集した内容を分析し、関係業種の管内小規模事業者の販売計画や資金計画立案につなげる。

(4) 成果の活用

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、商工会報、商工会ニュース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ことで、自発的な事業計画策定を促すとともに事業者の必要な売上・利益獲得の実現に寄与する。

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ことで、対話と傾聴による本質的な課題発掘の可能性を高めるなど、策定支援する計画の質向上につなげる。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

令和 2 年度から、岡山県のアンテナショップ「とっとり・おかやま新橋館」において、「おかやまフェア」を継続開催している。加えて令和 5 年度には、東京ビックサイト「グルメ&ダイニングスタイルショー」に出展し、来場者向けアンケートを実施した。アンケート結果では、来場

バイヤーの約1/3は岡山県がフルーツ王国であることを認識しているが、本会地域が産地であることの認知度がかなり低いことやバイヤーからのBtoBニーズが高いことが分かった。

また小規模事業者が魅力的な商品を開発するためには、顧客の声を活かしたマーケットインの商品ブラッシュアップが必要であるが、「まちゼミ」を活用した消費動向調査結果を踏まえたブラッシュアップ支援が十分にできていない現状がある。

②課題

アンケートの結果について販路開拓などの分野での活用はあるが、今後の商品開発等の事業展開に十分に活かしきれていない。

今後は、支援対象とする出展事業者の商品やサービス等について、個別に需要動向を調査するとともに、分析結果のフィードバックを強化することで、事業計画策定や策定後の事業展開の支援を行い、併せて、岡山北商工会地域の認知度向上にも繋げていく。

また、首都圏でのテストマーケティングにおいては、十分な取組ができていないBtoBでの取引実現に向けた支援を展開する。

(2) 目標

区 分	現 状	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
①まちゼミ回数 参加店舗数／調査数	年 2 回 24/264	年 2 回 25/275	年 2 回 25/275	年 2 回 28/300	年 2 回 28/300
②展示商談・販売会での 調査数 バイヤー等／一般消費者	5/30	10/50	10/50	10/50	10/50
③首都圏でのテストマーケ ティングアンケート数	70 件	100 件	100 件	100 件	100 件

(3) 事業内容

①「まちゼミ」を活用した消費動向調査

岡山北商工会管内の事業者が共同で実施する「まちゼミ」への参加事業者（約 30 者）の取扱い商品・サービス等について来店客の評価（要望・満足度等）を得るためのアンケート調査を実施することで、消費者の声を取り入れたマーケットインによる商品・サービス等のブラッシュアップに取り組み、顧客獲得と売上増大につなげる。

【サンプル数】

「まちゼミ」に参加する一般消費者約 300 名

【調査手段・手法】

参加者に「まちゼミ」を体験して感じたことをアンケートに記入してもらうほか、事業主や経営指導員等が直接参加者から生の声を聞き取る。

【分析手段・手法】

調査結果は、岡山県商工会連合会、中小企業診断士等の支援を受け、経営指導員が分析する。

【調査項目】

事業者が提供する取扱商品、内容、サービス、接客、PR方法、お客様満足度等。

【分析結果の活用】

分析結果は、経営指導員が事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、商品・サービスのブラッシュアップを通じて消費者の要望・ニーズを理解した商品・サービスの開発につなげ、事業計画策定や策定後の事業展開の支援に活用する。

②「売れる商品づくり」の調査

売れる商品づくりを支援するために、アンテナショップで販売を行う商品や、「おかやま加工食品カタログ」に掲載している商品について、それぞれの商品の付加価値や競争力を高めるための調査を行う。

調査は各種商談会・販売会で実施し、商談会ではバイヤー等から、販売会では一般消費者から商品に対する品質、デザイン、価格などに関する意見を集めるものとする。

【サンプル数】

商談会・販売会に参加するバイヤー等10名、一般消費者50名

【調査手段・手法】

商談会に参加するバイヤーから商品に関する意見を聞き取る。販売会では消費者によるアンケート記入のほか、事業者・経営指導員等が直接来場者から生の声を聞き取る。

【分析手段・手法】

調査結果は、岡山県商工会連合会、中小企業診断士等の支援を受け、経営指導員が分析する。

【調査項目】

商品の価格、内容量、味覚（食品類）、見た目、パッケージデザイン等。

【分析結果の活用】

分析結果は、経営指導員が事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、売側の視点・買う側の視点双方を提供することで、商品の改善・ブラッシュアップに役立てる。

③需要が集中する首都圏でのテストマーケティング調査

地域内の特色ある商品を「売れる商品」に改良するため、岡山県のアンテナショップにおいて、試食・試飲及び来場者アンケートを実施する。その調査結果を分析したうえで、当該事業所にフィードバックし、大規模消費地であり、情報の発信能力の高い都市部での需要を獲得できる商品の開発支援を専門家等と連携・協力して行う。

【サンプル数】

一般消費者約100名、BtoBを希望する事業者5名

【調査手段・手法】

岡山県アンテナショップとっとり・おかやま新橋館（東京都）の1階プロモーションゾーンで試食販売等を通じて、アンケート形式で一般消費者から「価格」「味」「パッケージデザイン」等についての調査を行う。同時に2階催事スペースでは、素材である地域資源について消費者ニーズを調査する。また、見本市等を活用したBtoBのニーズを調査する。

【分析手段・手法】

調査結果は、岡山県商工会連合会、中小企業診断士等の支援を受け、経営指導員が分析する。

【調査項目】

首都圏での販路開拓を希望する商品の価格、内容量、味覚（食品類）、見た目、パッケージデザイン等。

【分析結果の活用】

分析結果は、経営指導員が事業者に対して直接説明する形でフィードバックし、都市部向け商品・サービスのブラッシュアップに役立て、これまで実施していないBtoBでの取引実現に結びつける。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状

経営指導員等が管内小規模事業者への接触頻度を高め、財務諸表では読み取ることができない

定性情報の収集やシステムへの登録を通じてデータ化・見える化を図り、支援の基礎資料として活用している。また、定性的・定量的データは業計画策定支援等に活用している。

②課題

収集する情報量の増加と支援ツールとして事業計画策定のツールとしてのさらなる活用及び分析の質向上が課題である。今後は「対話と傾聴」を強化し、本質的な課題の把握に努める。

(2) 目標

	現行	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
経営分析事業者数	120 者	160 者	160 者	160 者	160 者

(3) 事業内容

①巡回・窓口相談による支援案件の掘り起こし

日常的に経営指導員等が巡回により経営支援の基礎データとなる定性データ（企業の沿革や後継者の有無等）の「見える化」を恒常化させるとともに対話と傾聴を通じて本質的な課題の把握に努めながら、事業者自らの強み・弱みなどを気づかせることで、当事者として能動的アクションを起こすための意識付けを行い、最終的には自走化につなげる。

また、個別相談会や申告時期等を活用して入手した決算書等の定量データを「小規模事業者支援システム」と連携させ、財務分析する。定性データと財務分析結果に基づき支援レベルをランク付けし、支援対象者を絞り込むことで事業計画策定等の支援案件発掘につなげる。

②経営分析の内容

【対象者】

巡回・窓口相談等による支援先事業者から、事業計画策定に意欲があり、持続的発展の可能性が高い事業者 160 者を選定する。

なお、経営分析結果をもとに毎月開催する経営指導員会議にて事業者の意識レベル、事業の現況（業績推移など）、これまでの支援内容と支援実施効果を中心に協議を行い事業者の選定を行い、その後、策定する事業計画の種別、策定スケジュール、支援担当者を決める。

【分析項目】

基本情報・・・企業沿革・取引先・後継者・人材・設備・後継者の有無など
財務分析・・・売上高・売上高総利益率・売上高増加率・損益分岐点分析など
SWOT分析・・・内部環境（強み・弱み）・外部環境（機会・脅威）など

【分析手法】

小規模事業者支援システムの機能を活用し、経営状況の推移や損益分岐点分析、キャッシュフロー計算書等を作成し、事業者へ提供する。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」や中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、経営指導員が分析を行う。

(4) 成果の活用

- ・分析結果は当該事業者フィードバックし、自者の経営資源・経営課題の再認識につなげ、事業計画策定に活用し、本質的課題の把握と能動的な事業計画策定の取組につなげる。
- ・分析により顕在化した課題に対し、必要に応じて中小企業診断士や税理士等の専門家を活用しながら経営指導員が本質的課題の解決を支援する。
- ・分析結果はデータ化し、職員全体で情報共有することで経営力再構築伴走支援を採用できるかの見極めや課題設定型のコンサルテーションといった経営支援力の向上につなげる。

6. 事業計画の策定支援に関すること

(1) 現状と課題

①現状

各種施策の情報提供、各種テーマに基づいたセミナー開催、経営状況を考慮した巡回訪問等を通じて、事業計画策定支援に取り組もうとする事業者の掘り起こしを行っている。その後は、事業者ごとに担当者を設け、事業者と一体となって事業計画の策定支援に取り組んでいる。

②課題

策定を目指す事業者の掘り起こし及び事業計画の策定支援においては、一定の成果は出ているものの、今後益々経営環境が厳しくなると予測される小規模事業者に対して「経営力向上」「事業の持続性向上」に向けた支援は十分な成果創出には至っていない。

従って、成果創出と支援レベルの向上に向け「事業者へ気付きを与える仕組みづくり」、「効率的な支援体制を構築」に取り組む。また、事業計画策定の重要性理解を促進するため、セミナーの開催方法を見直すなどの改善に取り組む。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が「経営力向上」「事業の持続性向上」を実現するためには、「地域の経済動向」「自社の経営状況」「需要動向」を考慮した事業計画の策定が必要不可欠となっている。

そこで、「支援施策の周知」「小規模事業者支援システムを活用した情報のフィードバック」「セミナーテーマ・内容の工夫」等を通じて、事業者に対して事業計画策定に向けた動機付けを明確にするとともに経営分析を実施した事業者の60%程度の事業計画策定を目指す。

(3) 目標

	現行	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
事業計画策定件数	75件	96件	96件	96件	96件
セミナー回数	5回	7回	7回	7回	7回
IT専門家派遣回数	7回	20回	20回	20回	20回

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

経営分析を行った事業者や創業を目指す方等を中心に、事業計画策定へのきっかけづくりとなる各種経営テーマ（創業含む）に基づいたセミナーを開催する。

巡回訪問や周知チラシを活用しながら受講者を募り、経営指導員がフォローすることで事業計画策定につなげる。

【募集方法】

周知チラシをホームページ・SNSで広く周知するとともに巡回・窓口相談時に案内する。

【開催回数】

年7回（経営・創業・リスク管理に関連するテーマ）

【参加者数】

1テーマ15名程度

②事業計画の策定支援

小規模事業者の「経営力向上」「事業の持続性向上」「リスク管理」支援を目的に事業計画策定支援を実施する。特に、事業計画のテーマ・方向性や専門性の高い経営課題については、岡山県

商工会連合会の広域サポートセンターと連携を密に図りながら、必要に応じて専門家派遣やよろず支援拠点の活用などにより対応する。

その他、岡山市が実施する事業やセミナー等の周知を通じて、効率的な支援体制の構築を図りながら事業計画の策定支援をトータル的にコーディネートする。

【支援対象】

経営分析を実施した事業者、支援施策に関心の高い事業者、セミナー受講者等、管内の小規模事業者

【手段・方法】

事業者ごとに支援担当者を選定し、必要に応じて外部機関との連携・協力を図る等、伴走型の支援体制を構築する

③DX推進のためのIT専門家派遣の実施

Webサイトの再構築やECサイトの導入など、安易な気持ちで導入する事業者が多く、導入後、あまり成果が出ていない事業者も多い。

個別相談会の受講や持続化補助金等の申請を契機として、DXに対する取組み意欲が高い事業者に対してDXの活用を促し、事業効果を高めるために、経営指導員等による相談対応のほか定期的にIT専門家派遣を年20回実施する。

【支援対象】

DXに対する取組み意欲が高い事業者を対象とする。

【手段・方法】

DXに向けたITツールの導入やWebサイトの再構築等、事業計画の策定を希望する事業者に対し、経営指導員等を担当者として張り付け、中小企業診断士やITコーディネータ等といった外部専門家も交えながら確実に事業計画策定につなげていく。また、事業者の状況に応じて個別相談会を開催するなどハンズオンで支援に取り組む。

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

事業計画策定後は、計画に基づいた実施が重要であるため、事業計画策定支援を行った事業者を対象に各担当者が巡回訪問を通じて計画策定後の実行支援及びフォローアップを行っている。

訪問頻度は事業者の計画内容によって様々であるが、原則毎月、長くても半年毎の間隔で行っている。特に、担当者が定めた重点支援先へは月に複数回訪問を行うなど、目標達成・成果創出に向けた伴走支援に取り組んでいる。

②課題

目標達成・成果創出を図るためのフォローアップは実施してきたが、実施の時期や回数にバラツキが生じている。事業者と支援者が一体となった進捗管理に向け、実施回数の増加などを改善したうえで実施する。

また、専門的な内容については、他の支援機関との連携・協力や専門家活用による支援体制の強化が必要となっており、フォローアップ機能の強化に努める。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者のほとんどが限られた経営資源の中で経営に集中しているため、中長期的な視野で事業計画の進捗状況を管理することは困難である。

本会では、事業計画を策定した事業者を対象にフォローアップ支援を実施する。ただし、事業計

画の進捗状況により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者とある程度順調な進捗で訪問回数を減らしても支障がない事業者を見極めるなど、効果的なフォローアップ支援を実施する。

(3) 目標

	現行	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
フォローアップ対象事業者数	75 者	96 者	96 者	96 者	96 者
頻度（延べ回数）	300 回	384 回	384 回	384 回	384 回
売上増加事業者数	15 者	24 者	24 者	28 者	28 者
利益率3%以上増加の事業者数	8 者	14 者	14 者	19 者	19 者

(4) 事業内容

①進捗管理の仕組みづくりと伴走支援

事業者と支援者が一体となった進捗管理の仕組みづくりに向けて、事業計画策定事業者を対象に計画的な巡回訪問による仕組みづくりを行う。事業計画の内容や進捗状況に応じて、訪問回数を増やして重点的に支援する事業者と定例的な訪問回数で支障のない事業者を見極めることで、訪問頻度を設定する。

具体的には、事業計画策定事業者96者の内、10者は毎月1回、48者は四半期毎に1回、38者は半年毎に1回の訪問頻度とするが、事業者の要望や状況に応じて柔軟に対応する。

なお、進捗状況が芳しくなく計画との間にズレが生じている場合は、外部専門家を活用し、原因や対応策を検討することで、今後のフォローアップ頻度の変更等の対応を行う。

②他の支援機関との連携・協力強化によるフォローアップ機能の充実

円滑な事業実施に向けて、専門的な支援が必要と判断する際には、岡山県商工会連合会をはじめ他の支援機関との連携・協力を強化することや、ミラサボ等の専門家派遣制度を活用することで、支援体制を強化し、フォローアップ機能の充実を図る。

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

各種機関が実施する展示会・商談会・販売会等の情報提供を中心に、その後の出展手続きや周知活動等をフォローアップすることで、小規模事業者の販路開拓支援に取り組んでいる。

また、出展効果を高めるために、販促物・POP・キャッチコピー等についてアドバイスや作成支援を行っており、小規模事業者持続化補助金を活用する等、成果につながる支援に向けて注力している。

②課題

展示会・商談会・販売会等への出展において出展効果をより一層高めるためには、単に機会を提供するのではなく、ターゲットを明確にし、事業計画や需要動向に反映させながら出展内容を検討することが重要となっている。その上で商品・サービスの企画・検討をはじめ、中長期的な視点で継続的に支援することが課題となっている。

(2) 支援に対する考え方

販路開拓に積極的に取り組む小規模事業者を「販路開拓支援事業者」としてリストアップし、メーリングリストや巡回訪問での情報提供をきっかけに支援を開始する。その後、各種支援施策も活用しながら事業計画に沿う形で商品・サービスのブラッシュアップや宣伝・PR力の向上等、専門家派遣を絡めた伴走支援に取り組む。

また、DXに向けた取組として、データに基づく顧客管理や販売促進、SNS、ECサイトの利用等、個別に相談対応を行い、理解度を高める。導入にあたっては必要に応じてIT専門家派遣等を実施するなど、事業者の段階に合った支援を行う。

(3) 目標

区 分	現 状	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
①B t o B 出展事業者数	5 者	6 者	6 者	6 者	6 者
成約件数／社	2 件	3 件	3 件	4 件	5 件
②B t o C 出展事業者数	4 者	7 者	7 者	7 者	7 者
売上額／社	3 万円	5 万円	5 万円	5 万円	5 万円
③S N S活用事業者数	9 者	16 者	16 者	16 者	16 者

(4) 事業内容

①商談会への出展支援（B t o B）

- ・岡山県しんきん合同ビジネス交流会（年1回）：岡山県しんきん合同ビジネス交流会実行委員会主催
県下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、県内を中心に全国から多種多様な業種約500ブースが出展し、約4,000人が来場するイベントとなっている。
- ・首都圏BtoB商談会
首都圏への販路開拓を目指す事業者を積極的に支援するため、プロモーションとマーケティング活動に適した「グルメ&ダイニングスタイルショー」に出展し、バイヤーに直接提案する機会を提供することで取引創出を伴走支援する。

【支援対象】

事業計画策定支援事業者、おかやま加工食品カタログ掲載事業者、販路開拓支援事業者等

②アンテナショップを活用した首都圏プロモーション事業（B t o C）

東京都港区新橋にある岡山県アンテナショップ「とっとりおかやま新橋館（年間約30万人の来館者）」を活用し、事業計画策定支援事業者、販路開拓支援事業者等の出展支援を行い、認知度向上と販路開拓を図る。加えて消費者との接点強化や商品やサービスに対しての意見集約等、テストマーケティングの場としても活用することで、商品・サービス力の向上を目指し、販路開拓につなげる。



- ・おかやま逸品フェア
とっとりおかやま新橋館1階のプロモーションゾーンに出展し、首都圏の消費者を対象とした販促フェアを実施する。
- ・岡山フルーツ満喫講座
とっとりおかやま新橋館2階の催事スペースにて岡山フルーツ満喫講座（マスカット講座とデザート作り教室）を開催し、本会地域がマスカット発祥の地であることを題材に首都圏の消費者に本会地域の魅力を伝え、地域認知度の向上を図る。

【支援対象】

事業計画策定事業者、販路開拓支援事業者、首都圏での販路開拓希望者 等

③関西圏での販路開拓支援（BtoCイベント出展支援）

新たな販路開拓を目的に岡山県の近隣都市圏である関西圏（大阪・神戸）で開催されるデパートや商店街の物産イベント（販売会）への出展を支援する。また、イベント時に消費者アンケート等を実施し、商品改良につなげる。

【支援対象】

事業計画策定支援事業者、販路開拓支援事業者、関西圏での販路開拓希望者 等

④ SNS活用

顧客の大半が近隣の商圈に限られて ることから、新しい商品やサービスの認知拡大を図るとともに、遠方顧客を取込むため、SNSを有効活用するための支援を行う。

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

①現状

年4回程度開催する総務企画委員会において、事業遂行状況を踏まえた評価・検証を実施しており、事業結果については、総代会へ報告し承認を受けている。

また、必要に応じて民間シンクタンクなどの外部有識者や岡山県商工会連合会の担当者を招聘し、外部から見た事業の評価・検証を行う仕組みを構築している。

②課題

事業計画を確実に実行していくためには、進捗状況の確認と事業内容についての的確な評価・検証を行う必要がある。今後は行政や外部有識者（中小企業診断士など）を含めた検討会により事業計画の実行・改善に取り組む。

(2) 事業内容

本計画の事業実施状況及び成果について、PDCAサイクルを適切に機能させるため、毎月開催する経営指導員会議（会長・事務局長・経営指導員・岡山県商工会連合会サポートセンターで構成）にて実施状況を月次で進捗管理（定量的に把握）し、検討会での評価・検証に至るまでの進捗管理を法定経営指導員が行い、以下の方法により評価・検証する。

①岡山市産業振興課長、法定経営指導員等をはじめ、外部有識者として中小企業診断士をメンバーに加えた「経営発達支援事業検討会」を設置し、事業の実施状況・内容の報告、進捗状況の5段階評価及び検証を年間1回行い、次年度以降の計画に改善内容を反映させる。

②理事会において、事業の成果・評価・改善結果を報告し、改善内容を協議のうえ承認を受ける。

③事業の成果・評価・改善結果を岡山北商工会の公式ホームページにて公表する。

※岡山北商工会公式ホームページ (<http://okayamakita.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

中小企業基盤整備機構や岡山県商工会連合会などが実施する外部研修への受講や商工会内部で実施するOJT活動を通じて、経営指導員などの資質向上に取り組んでいる。

②課題

多様化・複雑化する小規模事業者の課題解決に向けて、経営指導員をはじめとした職員の支援能力向上はもとより、支援ノウハウ共有化による組織全体の支援能力向上が重要となっている。

また、DXに向けた相談・指導能力向上については、外部講習会等を積極的に活用し、経営指導員等のスキル向上と地域事業者のDX推進を図る。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

経営指導員等の支援能力のより一層の向上のため、岡山県商工会連合会が主催する経営指導員等研修や中小企業基盤整備機構が主催する中小企業支援担当者等研修に計画的に経営指導員等を派遣し、事業計画策定支援に係るノウハウや小規模事業者が抱える課題発見、目利き能力など新たな事業分野の開拓等に寄与する情報等を習得し、支援能力の向上を図ることで本質的な課題発掘や課題の解決及び事業計画策定に役立てる。

【外部研修内容】

研修名	実施機関	受講者
①中小企業支援担当者研修	中小企業基盤整備機構	経営指導員
②経営指導員研修（一般・専門）	岡山県商工会連合会	経営指導員
③職員研修（専門）	岡山県商工会連合会	一般職員

※受講頻度：①2年に1回、②毎年（一般＋専門3テーマ）、③毎年（専門2テーマ）

また、管内事業者のDX推進に対応するため、経営指導員等の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、以下のDX推進に係る相談・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し、管内事業者の事務効率化・生産性向上による競争力の強化・維持の支援や事業計画策定につなげる。

<事業者のDXに向けたIT・デジタル化の取組>

(ア) 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

(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

オンラインでの経営指導手法等

②OJTによる支援能力向上

支援経験豊富な経営指導員が経験の浅い経営指導員や一般職員をフォローする形の支援体制を構築する。複数名対応の支援現場において、支援を通じて気付きを与えることで、支援ノウハウの伝達につながり、これらを積み重ねることで組織全体としての支援能力の底上げを図り、小規模事業者の新たな事業の分野の開拓や持続的発展に向けた効果的かつ適切な指導につなげる。

③経営支援に関する職員間の情報共有

各種支援策の内容や小規模事業者が抱える課題等の把握や記帳・税務・労働をはじめとした基礎的経営支援の平準化を図るため、小規模事業者の状況を逐次報告やWebを活用した毎日の朝礼を通じた意見交換・情報共有に努める。また、意見交換・情報共有した内容を経営指導員等が対話と傾聴に積極的に活用し、本質的な課題の早期発掘につなげるなど伴走支援の効果向上を図る。

- ・局長・指導員ミーティングの開催（月4回）
- ・職員全体会議の開催（年2回）
- ・Web朝礼（毎朝）

④外部専門家を招聘した独自の支援能力向上研修

中小企業基盤整備機構が実施する研修で講師を務める経験豊富な外部有識者を個別に招聘し、支援者個人の支援スキルを高めるために、岡山北商工会独自の研修会を開催する。

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

①現状

経営発達支援事業を円滑に進めるために岡山県商工会連合会をはじめ、各支援機関と積極的に連携を図りながら、国・県等の各種施策についての情報共有や支援ノウハウ等の情報交換を行うことは、地域及び事業者が抱える課題解決と支援能力向上に有用かつ有益であった。

②課題

各支援機関との連携によって、経営指導員等のスキルや支援能力の向上に繋げることができたため、引き続き、各種支援機関と積極的な連携を図っていく。

各支援機関ともに定期的に部署及び支店異動等があるため、組織間連携を強化することが必要である。

(2) 事業内容

①岡山県商工会連合会広域サポートセンターとの連携（年8回）

小規模事業者への迅速かつ効果的な課題解決及び経営力の向上を図るために、中小企業診断士が多く所属する岡山県商工会連合会広域サポートセンターと連携し、専門家派遣や個別相談会を実施する。

また、また、毎月開催している指導員会議に広域サポートセンター担当者を招聘し、意見交換や支援状況などを共有することで、幅広い対応が可能な支援能力を養う。

②日本政策金融公庫との情報交換（年2回）及び連携

日本政策金融公庫岡山支店の情報交換会に参加し、各種融資制度・支援メニューについて情報収集を行い、支援ノウハウや近隣の商工会の支援動向などについて情報交換を行う。ここで得た情報を全経営指導員へ伝達し、情報共有を図ることで経営支援に役立てる。

また、公庫職員との帯同訪問や一日公庫（個別相談会）の実施により、迅速かつ効果的な金融支援につなげる。

③民間金融機関との連携・協力による金融懇談会の開催

地域内金融機関との連携・協力を強化するため、一体となった支援体制の構築や役割などについて、双方の視点から意見交換と情報共有を目的に「金融懇談会」を年1回開催する。

【連携・協力金融機関】6金融機関12支店（所）

- ・岡山県信用保証協会（本所）
- ・中 国 銀 行（一宮支店、津高支店、平島支店、福渡・金川支店）
- ・ト マ ト 銀 行（津高支店、福渡支店）
- ・おかやま信用金庫（横井支店、金川支店）
- ・備前日生信用金庫（平島支店、上道駅前支店）
- ・吉 備 信 用 金 庫（一宮支店）

※金融懇談会へは、各金融機関の支店長が参加する

④その他、各支援機関との連携・協力

上記①～③に掲げた以外の支援機関とも連携・協力を強化し、支援施策や支援ノウハウなどについて情報交換を図ることで支援能力向上に努める。

また、近隣商工会と定期的に情報交換し共通課題の洗い出しを行うことで解決策を検討する。

【連携・協力を図る支援機関】

- ・よろず支援拠点、中小企業基盤整備機構、岡山県産業振興財団、近隣商工会
- ・各種士業（中小企業診断士、税理士、公認会計士、弁護士、社会保険労務士、行政書士）

(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5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)

①組織体制

正副会長・理事・監事 32名

総代(地区運営委員) 125名

職員(臨時職員含む) 19名

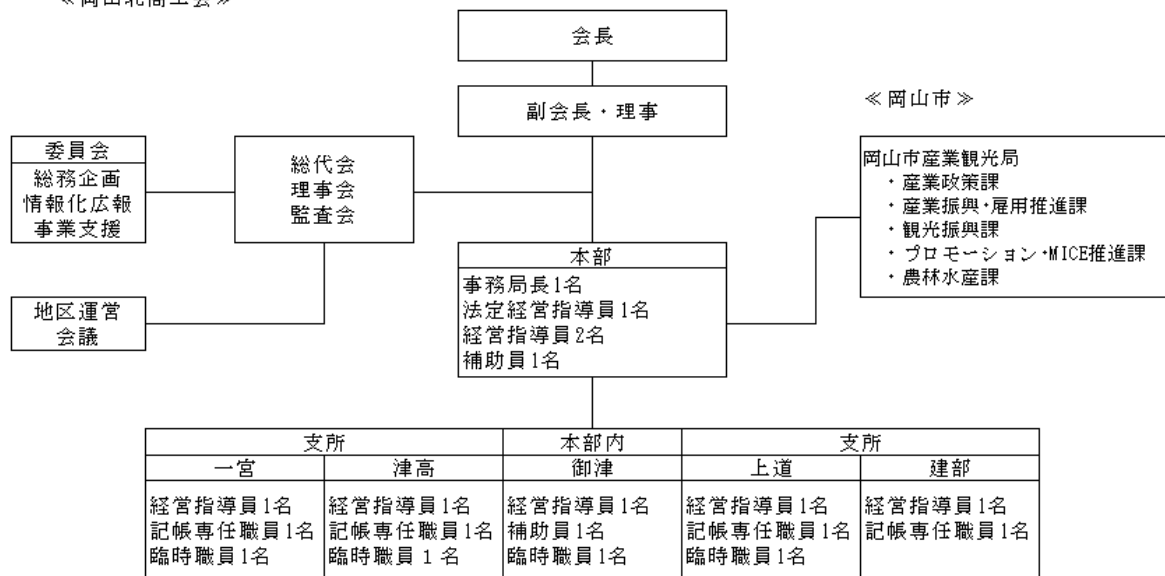
(事務局長1名、経営指導員8名、補助員2名、記帳専任職員4名、臨時職員4名)

職員配置

- ・本部 事務局長1名、経営指導員4名(内1名が法定経営指導員)、補助員2名、臨時職員1名
(内:御津地区担当:経営指導員1名、補助員1名、臨時職員1名)
- ・一宮支所 経営指導員1名、記帳専任職員1名、臨時職員1名
- ・津高支所 経営指導員1名、記帳専任職員1名、臨時職員1名
- ・上道支所 経営指導員1名、記帳専任職員1名、臨時職員1名
- ・建部支所 経営指導員1名、記帳専任職員1名

②事業実施体制

≪岡山北商工会≫



(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当該経営指導員の氏名、連絡先

■氏名: 津田 健治

■連絡先: 岡山北商工会 TEL. 086-724-2131

②当該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に係る指導・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などを行う。

（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

〒709-2121

岡山県岡山市北区御津宇垣 1630-1

岡山北商工会 本部

TEL：086-724-2131 FAX：086-724-2132

E-mail: okayamakita@okasci.or.jp

②関係市町村

〒700-8544

岡山県岡山市北区大供 1-1-1

岡山市 産業観光局 産業振興・雇用推進課（主管課）

TEL：086-803-1325 FAX：086-803-1738

E-mail: keieishien@city.okayama.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 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度
必要な資金の額	8,100	8,100	8,100	8,100
小規模企業対策事業費	3,000	3,000	3,000	3,000
セミナー開催事業費	1,700	1,700	1,700	1,700
展示会開催等事業費	3,000	3,000	3,000	3,000
委員会等開催費	300	300	300	300
職員資質向上研修費	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 国補助金 岡山県補助金（小規模事業指導費補助金） 岡山市補助金

(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	