

経営発達支援計画の概要

実施者名	岡山商工会議所（法人番号 5260005001962） 岡山市（地方公共団体コード 331007）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	経営発達支援計画の目標 ①事業継続支援による事業所減少率の低下 ②DX・省力化投資支援による生産性向上と人手不足解消 ③域外販路開拓支援による収益の向上
事業内容	<p>3. 地域の経済動向調査に関すること ①経済調査協議会の開催による情報共有と発信、②経済・景気動向の把握、③小規模事業者への経営に関する実態調査の実施、④地域経済動向分析調査の実施（REASAS:国が提供するビッグデータの活用）</p> <p>4. 需要動向調査に関すること ①管内事業者へのテストマーケティング支援、②商圈分析支援（商圈分析レポートの活用）、③地域資源活用に関する調査、④人材不足対策支援</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること ①セミナー開催による経営分析実施事業者掘り起こし、②窓口相談・巡回相談による経営分析の実施、③業種やエリアを絞った経営分析の実施</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること ①セミナー開催による事業計画策定事業者掘り起こし、②専門家と連携した事業計画策定支援、③事業継続力強化計画（ジギョケイ）の策定支援、④ITツール、省力化設備等導入計画策定支援</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ①事業計画策定支援後のフォローアップ実施、②事業計画の見直し、③創業後集中フォローアップ支援</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ①SNS活用塾事業、②Canva(キャンバ)等の無償コンテンツ作成ツールを活用した販促物作成支援事業、③首都圏・関西圏並びに海外向け展示商談会出展事業、④越境EC支援事業</p>
連絡先	岡山商工会議所 中小企業支援部 〒700-8556 岡山市北区厚生町3-1-15 TEL (086) 232-2266 FAX (086) 232-5269 岡山市産業観光局商工部 産業振興課（主管課） 〒700-8544 岡山市北区大供 1-1-1 TEL (086) 803-1325 FAX(086)803-1738

(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

・岡山市の概要

岡山市は人口71万人を擁する政令指定都市および同県の県庁所在地であり、水と緑あふれる自然環境や、温暖で晴れの日が多く、自然災害が少ないといった気候風土にも恵まれた、美しさと暮らしやすさを兼ね備える都市である。また、岡山市中心部には、日本三大名園の一つである、“後楽園”、宇喜多秀家が築城した“岡山城”など岡山県の主要な観光スポットも集積している。

交通の面に関しては、近畿と九州を結ぶ東西軸と、山陰と四国を結ぶ南北軸の結節点に位置し、鉄道（新幹線等）・道路（山陽自動車道・中国横断自動車道等）・空路（岡山空港）などの交通網が充実した中枢拠点都市でもある。

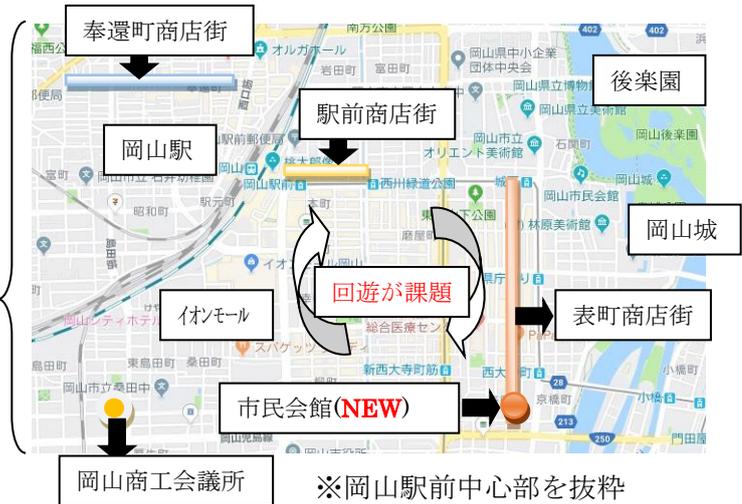
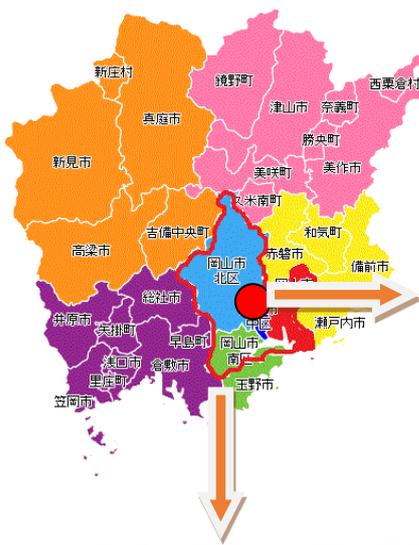


図1 岡山商工会議所の管轄区域

左図は、岡山市の地図であり、岡山商工会議所が管轄するエリアは赤色の岡山、西大寺エリアである。

岡山市は市町村合併の繰り返しにより、エリアを広げてきた経緯があり、商工会議所、商工会エリアが混在する状況となっている。

また、西大寺エリアに関しては、2007年に岡山商工会議所と西大寺商工会議所が合併し、西大寺商工会議所については西大寺支所としてリニューアルした。現在2拠点での経営支援にあたっている。



岡山商工会議所



西大寺支所

前述のとおり、晴れの日が多く「安全・安心」の地として移住先としても人気の岡山市であるが、2020年から世界的に感染拡大した新型コロナウイルスの影響により、管内事業者は大きな被害を受けた。また、その後もロシアによるウクライナ侵攻に係るエネルギー価格の高騰や、急激な円安による物価高騰などにより、管内事業者は依然として厳しい経営状況が続いている。こうした中当所では、国や行政などが緊急的に措置した補助金・支援金などの支援業務にあたり、多くの管内事業者を支援した。支援実績は以下のとおりである。

◎小規模事業者持続化補助金（コロナ関連）

令和2年度～3年度	
合計件数：	採択：293件 申請：458件

◎岡山市コロナ支援金・応援金

令和2年度～3年度	
合計件数：	24,693件
合計金額：	26億1,650万円

◎岡山市省エネ機器更新緊急支援補助金（第1期、第2期）

令和5年度	
合計件数：	599件
合計金額：	6億2,327万7千円

◎コロナ融資

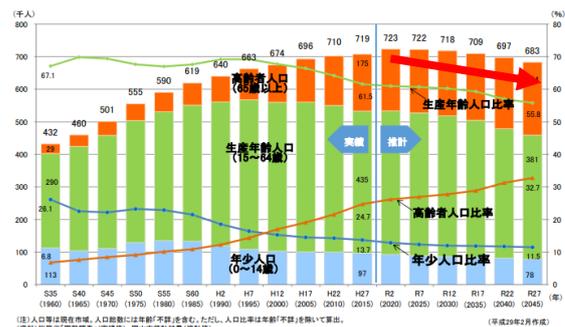
令和2年度～5年度	
合計件数：	663件
合計金額：	64億7,962万円

・岡山市の人口（推移）と管内人口

○岡山市人口（推移）

岡山市の人口は、72万人をピークに今後は減少に転じ、令和27年には、68万人程度となる見込みである。

特徴としては、平成27年から令和27年までに、生産人口が6%程度減少する一方、老年人口については、8%程度上昇する見込みである。



○管内人口（令和6年8月現在）

岡山市における当所管内人口と管外人口（岡山市 HP より）											
中区	管内	146,066	東区	管内	60,970	南区	管内	98,109	北区	管内	188,074
	管外	0		管外	30,331		管外	66,489		管外	105,988
中区計		146,066	東区計		91,301	南区計		164,598	北区計		294,062
総計											696,027

当所管内合計人口：493,219人（構成比：71%） 管外人口：202,808人（構成比：29%）

※管内人口の算出は、岡山市の住民基本台帳データより引用したものであり、国勢調査等で調査されている上記岡山市の人口とは数字が異なる。（県調査では、71万人程度）

○参考：5年前の管内人口（令和元年8月時点）

岡山市における当所管内人口と管外人口（岡山市 HP より）											
中区	管内	147,530	東区	管内	63,684	南区	管内	101,646	北区	管内	190,521
	管外	0		管外	31,412		管外	67,979		管外	105,734
中区計		147,530	東区計		95,096	南区計		169,625	北区計		296,255
総計											708,506

当所管内合計人口：503,381人（構成比：71%） 管外人口：205,125人（構成比：29%）

このデータによると、岡山市の人口は5年間で12,479人(1.8%)減少しており、管内人口では2.0%減少と、市内平均よりも高い減少率となっている。

・岡山市の産業

○概況

当地域は、昔から城下町として栄え「商都・岡山」と呼ばれ、400年の歴史を誇る「表町商店街」をはじめとした老舗商店が集積し、商業・サービス業が多く占めており、岡山県の統計によると、管内の商工業者は、「卸売・小売業」が最も多く、全体の約2割程度を占め、これに「不動産・物品賃貸業」、「宿泊・飲食サービス業」が続いている。

※管内事業者数

岡山県集計データ 単位：者

	H28	R3	対前回
小規模事業者数	16,018	16,574	103.5%

○小規模事業者数は3.5%ほど上昇  
 ※小規模事業者数は岡山県が経済センサスの数字を独自に集計したもの

※創業支援実績

単位：名

	創業計画策定数	創業スクール受講者数
R3	49	15
R4	117	30
R5	89	28

○創業計画策定数は、当所支援にて創業した者  
 ○創業者数はコロナ禍においても増加傾向

※管内小規模事業者数

岡山県集計データ 単位：者

(主要業種抜粋)	H28	R3	対前回
建設業	1,769	1,995	113%
製造業	951	930	98%
情報通信業	293	352	120%
運輸郵便業	339	314	93%
卸小売業	4,018	3,705	92%
金融保険業	454	465	102%
不動産業等	2,004	2,278	114%
技術サービス業	923	1,141	124%
宿泊飲食業	1,975	1,903	98%
生活関連業	1,846	1,854	100%
教育学習業	482	493	102%
医療福祉業	322	361	112%
他サービス業	546	620	114%

○情報関連が大幅に増加  
 ○卸・小売、宿泊飲食業といった主要産業が減少

商業・サービス業の比率が高い岡山市の事業所数は今後減少していく可能性がある。中心部の商店街においても、店主の高齢化・後継者難等により空き店舗化が進み、通行量も昭和40年代のピーク時と比較して大幅に減少しており、当地域の商店街の活力が失われつつあるのが現状である。

一方で管内小規模事業者数は増加傾向にあり、支援ニーズが高まっているといえる。増加の要因は、コロナ禍でも創業者が多く、新規事業者が増えたことや、コロナ対応の小規模事業者向け補助金・給付金が充実していたことが想定される。

また、情報通信業や技術サービス業などのITに関連する小規模事業者数が大幅に増加しており、ITやDXの支援ニーズが地域で高まっていると考えられる。

続いて創業支援の状況についてであるが、当所支援にて年間平均50名程度の創業計画策定の支援をしてきたが、直近では100名程度の作成数となり創業への支援ニーズも高まっている。当所は岡山市内中心部を管轄していることもあり、創業相談等が多く、創業については手厚い支援を実施している。そのためノウハウも充実しており、過去国の創業スクール事業では“創業スクール10選”に4年連続で選出され、他の見本とされている。

また、岡山市は、2019年8月1日にももたろう・スタートアップカフェ（創業・スタートアップに関心を持つ多様な人々が、気軽に立ち寄れ、交流できる拠点）をオープンし、創業環境の整備やイノベーションの創出に努めている。今後についても更に岡山市と連携し創業に関するソフト・ハード事業を展開していく予定である。

### ○管内事業者の業種ごとの景況感

#### ※管内事業者景況調査結果（調査対象 120 者程度）

各年7月～9月の景況について前年対比並びに今後の見通しについて調査したもの  
 単位：DI 値（好転-悪化） ①…前年同期比 ②…今後の見通し

（景況）	R3. 7-9		R4. 7-9		R5. 7-9		R6. 7-9	
	①	②	①	②	①	②	①	②
建設業	0.0	-18.2	-20.0	-30.0	-27.3	-36.4	10.0	20.0
卸売業	6.3	-6.3	0.0	0.0	19.0	19.0	-21.1	10.5
小売業	-53.3	-7.7	0.0	23.1	15.4	-7.7	-21.4	7.1
サービス業	-8.3	-13.9	18.2	14.7	12.5	-6.3	41.4	10.0
製造業	-10.3	-12.5	-3.5	-2.2	-2.0	4.0	-6.7	-6.7

○直近調査では、管内主産業である卸・小売業で悪化している一方で、サービス業は大幅な改善が見られる。

○今後の見通しについては、製造業を除き改善傾向にある。

当所管内の景況感であるが、直近調査のDI 値に関しては、卸売業・小売業・製造業でマイナス値となっている。これは原材料・エネルギー価格や人件費の高騰などが要因と考えられ、価格転嫁などの対策を取れなければ今後も悪化していく可能性がある。また、グローバル化による海外への販路開拓や、IT 化による生産性向上などの対応が求められる時代となり、小規模事業者が自力での対応が難しい課題が多い。しかし、これらに対してスムーズな対応が出来なければ、更に景況が悪化する恐れがある。

### ○人手不足の深刻化

昨今人手不足が深刻化してきているが、岡山県についても例外ではなく、全国平均と比較しても0.2倍程高い数字となっている。また、岡山市内を管轄するハローワークの状況を確認すると更に有効求人倍率は高まっており、令和6年8月現在については、有効求人倍率は1.52倍で岡山県平均より0.1高い数字となっており、岡山市内では人手不足が進んでいることが分かる。

#### <有効求人倍率の状況>

	R6. 6	R6. 7	R6. 8
岡山市管轄平均（倍）	1.46	1.50	1.52
	-	+0.04	+0.02
岡山県平均（倍）	1.36	1.41	1.42
	-	+0.05	+0.01
全国平均（倍）	1.23	1.24	1.23
	-	+0.01	▲0.01

出典：岡山労働局 最近の雇用情勢

## ○特産品

当地域は、温暖な気候に恵まれ、桃・ブドウなどをはじめとした種類豊富な果物の産地である。こうした地域資源を活用した販路開拓を支援していくことも地域活性化の重要なテーマである。

- ・清水白桃(66.4%)、マスカット・オブ・アレキサンドリア(95.0%)、ピオーネ(41.5%)の生産量シェアを誇り、全国で1位。
- ・岡山市を代表するご当地グルメとして、“フルーツパフェ”が人気となっている。(右図は、当所にて事務局を担当する、“フルーツパフェの街おかやま”)



## ・現状のまとめ

- ▶人口の減少が進んでおり、今後事業所数減少が懸念される。
- ▶様々な外部環境の変化による人手不足の深刻化
- ▶域内需要衰退による管内主要産業の停滞

## ②課題

### ・事業継続のための支援強化

今後岡山市の人口減少にともない事業者数の減少が進む可能性がある。また、事業承継についても喫緊の課題となっており事業者数減少への影響は大きい。加えて昨今新型コロナウイルスの発生や地震・台風等の激甚災害も頻発しており、BCP等への取組も必要とされているが、取り組んでいる事業者は少なくこれもまた課題である。

次に、小規模事業者への支援であるが、小規模事業者数は増加しており、今後更なる伴走支援強化の必要がある。また、小規模事業者数の増加は創業者の増加も要因となっているため、創業者が事業を継続出来るようなフォローアップ体制を構築していく必要もある。

### ・生産性向上による収益率向上と人手不足対応支援強化

昨今急激な円安等による物価高騰から、仕入れ価格や人件費が高騰しており、管内事業者においては、適正な価格転嫁への取組が求められている。しかしながら対応出来ていない事業者もあり、今後は生産性向上による賃上げが課題となっている。

加えて当所管内エリアでは人手不足も深刻化してきており、DXの活用や省力化設備の導入による生産性向上についても急務である。

### ・域外販路開拓支援強化

当所管内主要産業である卸小売事業者の景況感は停滞しており、人口減少が続く中で更に厳しい展開が見込まれる。今後管内事業者が事業規模を維持拡大していくためには、県外はもとより海外へも目を向け販路開拓を進めていく必要がある。当所では域外の販路開拓については首都圏を中心に食品製造事業者への支援を進めてきたが、支援業種に偏りがあった。また、海外への販路開拓支援も手薄であり、今後域外への販路開拓支援の進め方を見直していかなければならない。

## (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

岡山市の推計によると岡山市の人口は減少に転じるものの、今後10年に関しては、その後の10年間に比べ緩やかに減少し、その後加速度的に人口・生産人口共に減少していく見込みである。(管内人口に関してもおおそ岡山市の人口と比例し減少する見込み。)現在全国的に人手不足の状況にあるが、岡山市も例外ではなく、将来的には更に悪化することが懸念されている。こうした問題点の解決方法としてDX・AIや外国人材の活用に期待がよせられており、今後対応を進めていかなければならない。今後10年を本格的な人口減少時代への準備期間ととらえ、小規模事業者が発展できるよう、また事業を永続的に継続できるよう、経営基盤の強化を後押しする。

### <岡山市における今後の人口の見通し>

	R7	R17	R27
岡山市人口(万人)	71.8	69.6	66.2
	-	▲2.2	▲3.4
生産人口比率(%)	61.0	58.7	55.3
	-	▲2.3	▲3.4

○岡山市の人口・生産人口の減少は今後10年後から加速度的に進んでいく見込み。

### ②岡山市総合計画との連動性・整合性

当所は、経営安定、販路開拓、創業などの一般的な経営支援を始めとし、まちづくり、観光振興などの様々な面において岡山市と連携し事業を実施している。以下に岡山市が総合計画に掲げる項目と、現在当所が実施している岡山市との連携事業について記載する。

※岡山市総合計画の内容については、「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」の項目から「産業・中心市街地」の部分を抜粋している。

岡山市第6次総合計画 計画期間(平成28年～令和7年)		当所との連携事業
(産業)新たな雇用と活力を生む戦略的な産業振興	強みと特性をいかした産業競争力の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・創業支援                             <ul style="list-style-type: none"> <li>①岡山スタートアップ支援拠点事業(ももたろう・スタートアップカフェ)</li> <li>②産業競争力強化法:特定創業支援事業</li> </ul> </li> <li>・販路開拓支援                             <ul style="list-style-type: none"> <li>①伴走型補助金事業</li> </ul> </li> </ul>
	中小企業・小規模企業の育成・支援と経営安定化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・金融支援                             <ul style="list-style-type: none"> <li>①マル経資金利子補給制度(1年1%)</li> <li>②融資・経営安定特別相談会(月2回)</li> </ul> </li> <li>・補助金支援                             <ul style="list-style-type: none"> <li>①省エネ補助金第1期～3期</li> </ul> </li> <li>・BCP支援                             <ul style="list-style-type: none"> <li>①BCP策定セミナー</li> </ul> </li> <li>・事業承継支援                             <ul style="list-style-type: none"> <li>①事業承継(M&amp;A)に関するセミナー</li> </ul> </li> </ul>
	企業人材の確保と育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人材育成                             <ul style="list-style-type: none"> <li>①岡山市企業人材育成セミナー(年2回)</li> </ul> </li> </ul>
(中心市街地)魅力と賑わいのある中心市街地	歩いて楽しいまちなかの魅力と賑わいづくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域振興                             <ul style="list-style-type: none"> <li>①おかやま桃太郎まつり(夏・秋開催)</li> <li>②フルーツパフェの街おかやま</li> </ul> </li> </ul>
	賑わいにつながる回遊性の向上	

の創出	魅力的な商店街の振興	・ 商店街振興 ①表町商店街活性化プロジェクト推進協議会 ②ゴールデンフェスタ岡山、備前岡山ええじゃないか（岡山市商業イベント）
-----	------------	--

上記のとおり、岡山市総合計画と連動し、岡山市との連携事業を進めている。既存の連携事業については、PDCA サイクルにより事業の見直しを行い、改善を続けていく。

加えて、昨今グローバル化、情報化の進展が急激に進んでおり、その流れに対応するための新たな連携事業についても以下とおり実施する。

<岡山市との連携事業実施案>

取組内容	目的
①DX 促進等生産性向上支援	管内事業者(特に岡山市では、商業・サービス業)の生産性向上に向け、業務の効率化に資する DX 導入を支援する。
②人手不足対策	岡山市の人口減少による人手不足解消に向け、省力化設備導入に関する支援や外国人材受け入れ等に関する支援を実施する。
③海外展開支援	海外展開に向け初心者向けの知識補充のためのセミナーの実施や、実際の販路開拓につながる商談会の実施など入口から出口に向けての各種支援を行う。

**③岡山商工会議所としての役割**

当所は創立以来、商工会議所の役割である、「すべての商工業者の利益」と「地域経済の振興や社会福祉」の増進に資する取組（経営改善普及事業、創業支援、地域資源活用、まちづくり、各種政策提言活動など）に真摯に取り組み、小規模事業支援機関としての役割を担ってきた。一方人口減少が加速する中、管内事業者を取り巻く経営環境は未だ不透明であり、今後も事業者が成長・事業継続していくには、経営者自らが経営課題を見極め、様々な環境変化に柔軟に対応して自社を変革させていく「自己変革力」を高めることが必要となっている。しかしながら、経営者単独では意識や行動を変え、「自己変革」することは容易ではなく、第三者の伴走支援が必要である。

今後当所の役割としては、経営者等との「対話と傾聴」を通じて、事業者の「本質的課題」に対する経営者の「気づき・腹落ち」を促すことにより「内発的動機づけ」を行い、事業者の「能動的行動・潜在力」を引き出し、事業者の「自己変革・自走化」を目指す支援を実践し管内事業者が継続発展出来るよう必要な支援を行う。また、こうした支援が充実したものになるよう、「フォローアップ支援の強化」「TOAS（経営管理システム）等を活用した定量的データの把握」「指導員の資質向上に関する取組の強化」などしっかりと後追いの出来る仕組み作りを進め、伴走型支援を強化していく。

**(3) 経営発達支援事業の目標**

現状と課題を踏まえた、今後の目標については以下のとおりである。

・ 定性目標

**①事業継続支援による事業所減少率の低下**

当所管内では人口減少の中で、事業所数減少も避けては通れない。しかしながら減少率を少しでも下げるためには事業継続のための支援を強化していかなければならない。加えて小規模事業者数は増加しており、今後小規模事業者への支援を強化していくことで事業者数の減少に歯

止めをかけていく必要がある。小規模事業者が継続して成長発展していくためには、対話と傾聴を重視し、事業者本人に気づきを与え自走化出来るよう指導していく必要があり、今後は経営力再構築伴走支援モデルに基づいた適切な指導を実施していくこととする。

### ②DX・省力化投資支援による生産性向上と人手不足解消

現在全国的に人手不足の状況となっており、特に当所管内エリアについては全国平均と比べても有効求人倍率が高く雇用が困難な状況にある。また、管内人口についても今後加速度的に減少する見込みとなっており社会構造上生産人口が減少する中で更に人手不足が深刻化する可能性も高い。こうした状況を打開するには DX・省力化投資を進め生産性を高め、少ない人員で売上利益を向上させていく必要がある。当所では、DX や省力化に資する設備導入を支援する取り組みを進め生産性向上による人手不足への支援を進めていく。

### ③域外販路開拓支援による収益の向上

人口減少、ネット通販、円安が進む中で今後管内事業者が成長していくためには、域外への販路開拓が必要である。特に当所管内エリアの特徴として最も多い業種は卸小売業であり域外への販路開拓は業績向上のために有効な手段であると考えられる。また、昨今円安が進み海外展開の取組を進めるチャンスとなっている。加えて現在は越境 ECなどを支援する割安なサービスも増えており海外展開の環境が整いつつある。当所としてもこうした機会を活用し海外展開に資するサービスを展開していく。

#### ・定量目標

主要事業の定量目標は以下のとおり。

内訳	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①REASAS による地域経済分析調査回数	1	1	1	1	1
②テストマーケティング支援者数	5	5	5	5	5
③経営分析数	451	451	472	472	472
④計画策定数	204	204	204	217	217
⑤DX・省力設備導入件数	3	3	3	4	4
⑥フォローアップ件数	444	444	444	494	494
⑦展示会成約件数	20	20	20	20	20
⑧越境 EC 支援者数	2	2	2	3	3
⑨SNS 活用塾支援者数	5	5	5	5	10
⑩売上増加事業者数	83	83	85	91	93
⑪経常利益率前年比 1%以上増加の事業者数	62	62	64	69	71

## 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7年4月1日～令和12年3月31日）

(2) 目標達成に向けた方針

### ①全体方針

今後更なる外部環境の変化を踏まえ、当所では「**経営力再構築伴走支援モデルに基づく更なる伴走支援の強化**」を目指し、管内事業者の売上利益の向上と事業継続力の強化に向けて積極的に事業を展開していく。ただ、当所のみで実行できる経営支援にはおのずと限界があり、県内の商工会議所、他の経済団体、県・市など行政機関、大学等研究機関、金融機関など、多様な主体との連携を重視し、より効果の高い支援を進めていく。

### ②目標ごとの方針

#### ②-1 事業継続支援による事業者減少率の低下

今後事業者数の減少に歯止めをかけるため、いかに事業を継続していくのかという部分に着目しその目的に向けたフォローアップや計画策定の支援を進めていく。具体的な支援としては、

- ①-1 「創業後のフォローアップの強化」（創業期の不安定な時期を支援）
- ①-2 「経営革新計画策定の推進」（創業期後の更なる発展を遂げる新たな取組を支援）
- ①-3 「BCP 策定の推進」（災害や疫病などの予期せぬ事態への支援）

などを想定しており、事業の継続支援に努めていく。

#### ②-2 DX・省力化投資支援による生産性向上と人手不足解消

当所と岡山市との連携を更に深め、“岡山市総合計画の連動性・整合性”の部分で説明した取り組みについて鋭意進めていく。具体的には、当所と岡山市で定期的な（年間3回以上の）打ち合わせを行い需要動向や、地域小規模事業者の状況などについて情報共有を行い、支援内容の決定、見直しを行っていく。現在の段階で検討している事業として「IT ツール導入に関するセミナーや専門家派遣の実施」「SNS を活用した販促の効率化」「省力化設備導入への計画策定支援」などを想定している。

#### ②-3 域外販路開拓支援による収益の向上

当所では「東京ギフトショー」「スーパーマーケットトレードショー」などの首都圏大模展示商談会への出展ノウハウがあり、そのノウハウを活かし様々な業種向けの展示会出展支援を実施し販路開拓につなげる。また、海外展開は小規模事業者でも実施しやすい「越境 EC」の事業を柱に海外への販売促進支援を強化していく。

## 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

現在地域の経済動向について、関係機関との情報共有、管内事業者への独自調査、および経営指導員の地区巡回によって多面的に把握し、当所の今後の管内事業者支援にあたっての方針の決定に役立てるとともに、管内事業者にとって活用可能な情報として提供している。

##### ② 課題

情報提供には努めているものの、REASAS 等で提供されているより多面的で詳しい情報提供は出来ていない。今後は国等が示している地域の人口や産業の構成、未来の推移などの統計情報を分かりやすく提供していくことが課題である。

#### (2) 目標

支援内容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
① 経済調査会開催回数	12	12	12	12	12	12
公表回数	3	3	3	3	3	3
② 景気観測調査回数	4	4	4	4	4	4
公表回数	4	4	4	4	4	4
③ 地域小規模事業者 経済動向調査回数	2	2	2	2	2	2
公表回数	2	2	2	2	2	2
④ REASAS による地域 経済分析調査回数	0	1	1	1	1	1
公表回数	0	1	1	1	1	1

#### (3) 事業内容

##### ① 経済調査協議会の開催による情報共有と発信

当所が事務局機能を担い、県・市、財務事務所、日銀、政府系金融機関、労働局、JR、地銀、マスコミ、大学、などで構成する「経済調査協議会」を毎月開催し、関係各機関が調査する経済動向の情報を共有する。「個人消費」「鉱工業生産指数」「公共投資」「信用保証動向」から「人気企業ランキング」まで、各機関の特性に応じた情報を一元化し、商品・サービスの販売促進に資する詳細な情報を管内事業者へ提供する。

##### ② 経済・景気動向の把握

日商 L O B O 調査によって、全国規模での経済動向を把握することに加え、平成 10 年から実施している「景気観測調査」(年 4 回実施)では、経営指導員等が窓口相談や巡回によるヒアリング調査により、地域内の業種ごとに、「売上額」、「原材料価格」、「販売価格」、「商品在庫」、「雇用状況」など課題別の景気動向の推移を調査し、分析・把握する。

##### ③ 小規模事業者への経営に関する実態調査の実施

当所は、窓口相談・セミナー・巡回・小規模事業者持続化補助金などを始め日々小規模事業者との接点があるため、こうした接点を活用し、小規模事業者の経営に関する実態についての調査を行う。

調査対象	フォローアップ対象事業者（200者～250者）
調査項目	「売上・利益動向」、「人材確保・賃金動向」、「仕入価格動向」、「ITの導入状況」など
調査手法	メール・窓口相談・巡回によるヒアリング調査並びに郵送による調査
分析手法	当所経営指導員が調査項目ごとに集計分析。必要があれば、新たな調査項目の追加や不必要な項目の削除を行い有益な情報提供とする。

#### ④地域経済動向分析調査の実施（REASAS：国が提供するビッグデータの活用）

地域の産業や人口動態、消費動向等の経営に役立つデータを経営指導員が「REASAS：地域経済分析システム」を用いて経済動向分析を行い年1回公表する。このデータを活用することで経営分析・計画策定・販路開拓の確度があがり経営力の向上につながる。

調査エリア	岡山県、岡山市、管内を中心とした地域データ
分析項目	「人口」、「産業構造」、「消費動向」、「観光情報」など
分析手法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人口マップ（将来人口推移）→海外展開への動機づけ</li> <li>・産業構造マップ→産業の現状を把握し今後の計画に活かす</li> <li>・地域経済循環マップ（分配分析）→所得状況を把握し購買力を分析</li> <li>・まちづくりマップ（From-to分析）→人流を分析し経営に活かす</li> </ul>

#### (4) 調査結果の活用

- ①調査内容については、職員が整理・分析し、業種やエリアなどを切り口とした傾向などを把握し、効果的な支援施策を講じられるように活用していく。
- ②ホームページやマスコミを通じて公表することで、支援先企業の今後の事業展開に資する情報を提供する。
- ③若手経営指導員等が地域の現状把握を行うための資料として活用する。また、指導員が巡回の際に持参し、事業者への情報提供の一つとする。

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

#### ①現状

令和4年度には「日本百貨店」「とっとり・おかやま新橋館」、令和5年度は「スーパーマーケットトレードショー」に食品製造事業者のテストマーケティング支援を実施し、合計318枚のアンケート調査を実施し商品改良に努めた。また、小規模事業者より個別の需要トレンド調査の依頼があった際には商圈分析レポート(Miena)を提供し補助金申請支援や新商品開発に関するアドバイスを実施した。(R5年度レポート発行部数66枚)

#### ②課題

テストマーケティング事業については、支援業種が食品製造業のみとなっているため、今後は他の業種にも支援を広げていかなければならず課題となっている。また、商圈分析レポートはプル型のサービス提供が主であるが、今後はプッシュ型の支援に切り替えサービスの認知度向上に努めていく必要がある。

## (2) 目標

支援内容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①テストマーケティング支援者数	8	5	5	5	5	5
②商圈分析件数	66	40	40	40	40	40
③地域資源活用に関する調査回数	2	2	2	2	2	2
③地域資源活用に関する調査企業数	3	3	3	3	4	4
④人材不足対策事業	1	1	1	1	1	1

## (3) 事業内容

### ①管内事業者へのテストマーケティング支援

昨今消費者の「価値観の多様化」や「ライフスタイルの変化」により、求められる商品像は日々変化しており、需要の動向を的確に把握していかなければならない。当所では、マーケットインの考え方のもと、実際の消費者の声（利用シーン・提供方法・サイズ・価格・パッケージ）が聞ける場の提供を行う。

対象	管内事業者（主には商業・サービス業）5 者
調査手段・手法	県内外で開催される展示商談会並びに販売会に参加し、来場客への試食並びにアンケート調査を実施する。
サンプル数	1 者 1 回 100～200 個分のサンプルを準備し、1 者 1 回 10 以上のアンケートを収集する。
調査項目	利用シーン・提供方法・サイズ・価格・パッケージ・味・甘さ・食感等
分析結果の活用	調査結果については、経営指導員が分析し、個社へのフィードバックはもちろんのこと、全体の傾向などをまとめ参画事業者へ分析結果をフィードバックする。
参加予定イベント等	※実施を見込んでいるテストマーケティング事業 ○岡山県と鳥取県が運営する「とっとり・おかやま新橋館」への出店 ○日本百貨店での販売会への出店 ○首都圏百貨店・スーパーでのチャレンジ出店 ○首都圏展示商談会（ギフトショー、スーパーマーケットトレードショー） ○海外向け展示商談会（沖縄大交易会、“日本の食品”輸出 EXPO） ○県内商談会（しんきん合同ビジネス商談会、トマトアグリフードフェア、岡山県産業振興財団主催の新商品展示商談会） ○当所主催あるいは、連携支援機関主催の物産展などへの出店支援

### ②商圈分析支援（商圈分析レポートの活用）

マーケティング専門会社など外部機関と提携した需要動向の調査を実施する。具体的には日本統計センターがサービス提供する商圈分析レポートサービスを活用し、事業者の住所地を中心とした商圈を把握し、新商品開発や新規出店などの際に有益な情報として活用してもらう。（分析項目：「顧客ニーズ」「顧客満足度」「適正価格帯」「世帯構成」「ライフスタイル分析」「競合店舗状況」など）

※当調査は丁単位で検索可能であり、REASAS より簡単に細かい分析が出来る。

対象	管内事業者（主には商業・サービス業が主）40 者
----	--------------------------

調査手段・手法	日本統計センターが提供する、商圈分析“MieNa レポート”により、事業者の所在地や新たに店舗しようとする所在地などの住所地データによる商圈分析レポートを出力する。
調査項目	人口・年齢・年収・事業者数・労働人口・販売力（商品・サービスごとの販売金額）など
分析結果の活用	調査結果は、経営指導員と専門家が分析し、有為な部分について情報提供する。結果、店舗立地・価格帯・サービス内容が適正かの検証が可能となる。

### ③地域資源活用に関する調査

当所では、岡山県の地域資源である果物を活用した「フルーツパフェの街おかやま」、「おかやま果実」という2事業を展開している。県を代表とする果物として、桃・マスカット・ピオーネなどが有名だが他にもイチジク、レモン、あたご梨、イチゴ、メロンなど年間を通して良質な果物が収穫できることが特色のひとつである。しかし種類が豊富なこともあり、商品開発の際にどの果物を使って商品開発すればよいのかという相談も度々ある。そこで岡山県の地域資源である果物に関する調査を実施し、そのレポートを個社に提供することで、商品開発の指針としてもらう。

対象	「フルーツパフェの街おかやま」、「おかやま果実」参画事業者、管内県産果物食品製造並び販売事業者 2者
調査手段・手法	※テストマーケティング事業と同じ
サンプル数	※テストマーケティング事業と同じ
調査項目	商品開発してほしい県産果物・希望する加工方法（ジュース・ゼリーなど）・利用シーン（観光で訪れて食べたい・お土産ものとして）
分析結果の活用	調査結果については、経営指導員が分析し、参画事業者へ分析結果のフィードバックを行い、今後の商品開発や販路開拓に活かしてもらう。また、地域資源の活用に関する情報を収集するなかで、当所が着手しておらず、一定以上の効果が見込まれるものに関しては事業化を視野にいれ調査研究を進めていく。（例：フルーツパフェの街おかやま）
参加予定イベント等	○首都圏展示商談会（ギフトショー、スーパーマーケットトレードショー） ○海外輸出向け展示商談会 ○当所主催あるいは、連携支援機関主催の物産展などへの出店

### ④人材不足対策支援

当所管内では全国・県内平均と比べても有効求人倍率が高く、特に管内事業者が採用に悩んでいる。また、学生も地場の企業ではなく、県外での就職を選ぶことが少なくない。こうした状況下、管内事業者が採用活動を効果的に進めていくためには学生が企業に求める要望等を十分に把握しておく必要がある。そこで、管内事業者の採用担当者と県内高校・大学等教育機関採用担当との情報交換等の場を設け、企業と学生間とのミスマッチ防ぎ、人手不足解消につなげていく。

対象	管内事業者、高校・大学等教育機関など
調査手段・手法	当所主催での交流会や、教育機関採用担当者・地場企業採用担当とのマッチング支援事業でのアンケート調査
調査項目	就業を希望する場所、条件など
分析結果の活用	調査結果については、経営指導員が分析し、参画事業者・教育機関へ分析結果のフィードバックを行い、今後の採用・社内整備に活かしてもらう。

**参加予定イベント等**

当所主催あるいは、連携支援機関主催の交流会・マッチング会への参加

**5. 経営状況の分析に関すること****(1) 現状と課題****① 現状**

セミナー・窓口相談・巡回などによる経営分析件数はここ数年大幅に伸長した。これはコロナ関連やエネルギー価格高騰対策のための補助金が多く創設されたことが要因である。一方で令和6年度は支援施策減少に伴い支援件数も減少傾向にある。

**② 課題**

ここ数年国の緊急施策による支援特需があり、支援件数を伸ばすことが出来たが、今後減少見込みのため分析件数をどう維持していくのかが課題である。また、分析件数は多かったものの補助金申請のための経営分析であり、その後の活用につながらないことがあった。今後は「対話と傾聴」を重視した本質的な経営分析にあたっていく。

**(2) 目標**

	内訳	現状	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
経営分析件数	①セミナー	2回	2回	2回	2回	2回	2回
	参加者数	42	40	40	40	40	40
	分析件数	10	6	6	6	6	6
	②窓口・巡回相談	460	440	440	460	460	460
	③業種・エリア別分析	7	5	5	6	6	6
	合計件数	477	451	451	472	472	472

※上記合計件数は、①セミナー（分析件数）+②+③の合計値

**(3) 事業内容****① セミナー開催による経営分析実施事業者掘り起こし**

経営分析に関するテーマのセミナーを実施し、自社の現状把握の必要性や分析手法について学んでもらう。また、経営分析を実施した事業者については、経営計画策定の提案を行い事業計画策定支援につなげていく。

<b>対象</b>	管内事業者
<b>募集方法</b>	募集チラシを作成し、以下の方法で集客を図る ・当初HPや会報での募集告知 ・メールリングリストを活用したDMの実施 ・窓口相談並びに巡回による募集告知
<b>開催回数</b>	年2～3回程度開催予定
<b>分析項目</b>	SWOT分析（強み、弱み、機会、脅威）、マーケティング4P分析（製品、価格、提供方法、販促）、3C分析（顧客ニーズ、競合、資本力）、5S、IE・VE分析、財務分析（売上高、経常利益、収益性、成長性）、ABC分析、RFM分析、商圈分析 など ※分析項目は以下取組で共通
<b>経営分析ツール・手</b>	・ローカルベンチマーク（財務分析、非財務分析） ・経営デザインシート（非財務分析）

**法**

・当所経営管理システムTOASの活用（財務分析）  
上記ツールを活用して、経営指導員等が分析を行う。  
※分析ツールは以下取り組みで共通

**②窓口相談・巡回相談による経営分析の実施**

当所では、月曜から金曜まで「窓口相談」で経営指導員とともに、中小企業診断士が対応できる体制となっており、こうした体制を強みに相談者の経営分析に着手する。また、経営指導員の巡回時にも積極的に経営分析実施を提案し、希望があれば経営分析のための専門家派遣などを行い経営分析の実施をする。加えて、当所では、月2回「融資経営安定特別相談会」を定例開催しており、金融相談の場も活用し積極的な経営分析を実施する。

※具体的に経営分析の実施が見込まれるもの

経営革新計画策定時、事業承継計画策定時、BCP策定時、経営改善計画策定時、補助金・助成金等計画作成時、マル経融資推薦書作成時、創業計画策定時など

**③業種やエリアを絞った経営分析の実施**

昨今新型コロナウイルスの流行や物価高騰・エネルギー高などにより特定の業種に甚大な影響が出ている。特に当所管内の属性を鑑みると商業・サービス業については影響が大きく支援に注力していかなければならない。こうした現状を踏まえ、特定の業種やエリアに絞った詳細な経営分析を実施することで、今後の事業の方向性を明確にする。

**(4)分析結果の活用**

○分析結果を当該事業者フィードバックし、現状と課題について認識してもらう。また、分析事業者については、引き続きの計画策定を提案し、事業計画策定のきっかけとする。

○分析結果は、当所経営管理システム（TOAS）へデータベース化し情報の共有を図る。また、データの分析を行うことで、地域の課題や業種ごとの課題を抽出し、セミナー開催についてのテーマ選定などに役立てる。加えて、財務情報から支援の必要な小規模事業者をピックアップし、プッシュ型の支援につなげていく。

**6. 事業計画策定支援に関すること****(1)現状と課題****①現状**

事業計画策定件数については、経営分析と同じくここ数年補助金申請を中心に大きく支援件数を伸ばしてきた。また最近では新たな取組を推進する「経営革新計画」にも力をいれ承認件数を伸ばしている。一方で事業継続力強化計画の承認件数は承認目標を満たせていない。

**②課題**

補助金申請支援が増えたことで支援件数は伸びたが、真に役立つ計画となっていたかは疑問であり、今後は質が高く役立つ計画策定支援を行うことが課題である。また、今すぐ必要ではないが、重要度の高い「事業継続力強化計画」の支援数が少ないのも課題である。

**(2)支援に対する考え方**

計画策定の支援をする際に心がけることは、あくまでも事業者が主体となり、事業者が考え、事業者が手を動かす計画策定を支援することである。支援機関はあくまでも事業者の計画策定の動機付けを行い、計画策定を側面的に支援することが必要である。

### (3) 目標

	内訳	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
事業計画策定件数	①セミナー	2 回	2 回	2 回	2 回	3 回	3 回
	参加者数	54	40	40	40	60	60
	事業計画策定件数	11	6	6	6	9	9
	②第二創業(経営革新)策定件数	15	15	15	15	17	17
	③創業計画策定件数	89	60	60	60	60	60
	④補助事業計画策定件数	351	100	100	100	100	100
	⑤事業継続力強化計画策定件数	8	10	10	10	12	12
	⑥その他計画策定件数	15	10	10	10	15	15
	⑦IT・省力化計画策定件数	3	3	3	3	4	4
	⑧IT ツール・省力化設備導入件数	3	3	3	3	4	4
目標件数		492	204	204	204	217	217

※目標件数は①～⑦の事業計画策定件数の合計

※④補助事業計画策定件数は、補助金等支援により現状の件数が多いものの、令和 6 年度の実績は減傾向で今後も減少が見込まれることから、記載の目標件数を設定している

### (4) 事業内容

#### ①セミナー開催による事業計画策定事業者掘り起こし

事業計画策定等に関するセミナー、個別相談会等の開催により、事業計画策定を目指す管内事業者の掘り起こしを行う。セミナーのテーマとしては「経営革新」「BCP」「創業後の計画ブラッシュアップ」「DX」など事業継続につながる内容をはじめとし、その時々ニーズに合わせたテーマを選定する。

対象	管内事業者
募集方法	募集チラシを作成し、以下の方法で集客を図る ・当初 HP や会報での募集告知 ・メールリングリストを活用した DM の実施 ・窓口相談並びに巡回による募集告知
開催回数	年 2 ～ 3 回程度開催予定
テーマ	経営革新(新商品・サービスの開発)、事業承継(自社の磨き上げ、M&A)、BCP(災害、疫病時の対応)、創業後の計画見直し(創業計画ブラッシュアップ)、DX・省力化設備導入計画(投資計画)、海外展開
講師	中小企業診断士、税理士、コンサルタント他

## ②専門家と連携した事業計画策定支援

当所では中小企業診断士をはじめとした専門家と密に連携し事業計画策定支援にあたっている。しかし指導員のマンパワーには限界があり外部リソースを有効に活用することで付加価値の高い支援を実施していく。(専門家に丸投げするのではなく、指導員がしっかりと関わり事業者との信頼関係を構築していく)

※具体的に計画策定が見込まれるもの

経営革新計画	新たな取組に関する計画を支援し、競争力を高め、持続可能な成長につなげていく
創業計画	創業の目的を明確化し、ビジネスプランの実現可能性を評価する
創業後の計画 ブラッシュアップ	創業以前との計画にズレがないか確認し、計画ブラッシュアップを支援する
補助事業計画	実現可能性の高い補助事業計画となるよう計画ブラッシュアップを支援する
その他事業計画 (現場改善、販促)	計画経営を推進するため様々なテーマに基づいた計画策定を支援する

## ③事業継続力強化計画（ジギョケイ）の策定支援

岡山県は2018年の豪雨災害により甚大な被害を受けた。そしてその後は新型コロナウイルスが蔓延するなど当所管内事業者については事業継続を揺るがす事態が頻発している。ただ一方で、事業者の危機意識は未だ低くBCP取組の機運は高まっていない状況にある。

当所では今後BCPの取組に対する動機づけを行い事業継続力強化計画の策定につなげていきたいと考えている。

対象	管内事業者
掘起こし	経営革新や補助事業計画策定時に追加の策定提案を行い策定につなげていく
専門家	中小企業診断士・BCP策定専門家（職員と専門家により実効性の高い計画策定を支援）
アウトプット	経済産業大臣が認定する「事業継続力強化計画」認定を当所支援にて年間10件以上獲得する

## ④ITツール、省力化設備等導入計画策定支援

セミナーや専門家派遣を組みあわせ(①、②)管内事業者がITツールや省力化設備を計画的に導入出来るよう伴走支援を実施する。具体的には管内事業者の課題を把握しつつ、その上で適切な施策やツールの紹介を行い導入を促す。また導入後も定期的なモニタリングを行い導入の効果を検証し成功失敗事例を蓄積し今後の経営支援に活かす。

### ○導入を検討しているツール例

ITツール	ChatGPT、マネーフォワード、ズーム、グーグルビジネスアカウントなど
省力化設備	清掃ロボット、券売機、自動精算機、スチームコンベクションオーブンなど

## 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

持続化補助金などを中心に年間数百件単位の計画策定支援を実施しているが、支援件数が多く個別に十分なフォローが出来ていない（メールによる情報提供程度）。また、創業者についても創業計画を策定した後のフォローが十分に出来ていない。

#### ② 課題

計画策定に注力するあまりフォローアップが後回しとなっている。またフォロー先が多いが、重点的にフォローする先等の基準が不明瞭なためどこから手をつけていいのかわからない状況にある。今後はフォローの手段や、頻度、優先順位などを明確に定め効率の良い支援にあたっていく。

### (2) 支援に対する考え方

事業計画策定後の計画 3 年から 5 年の実施期間については、半期ごとにアンケート調査、訪問・電話等によるヒアリング調査を実施し、「売上額」「利益額」といった定量的な情報に加え、「販促に向けた課題」「人材育成」といった定性的な情報を把握し計画の進捗状況を確認する。また全方位的に同じフォローアップを実施するのではなく、「既に自走化しているのか」などを一つの判断材料とし強弱をつけながらフォローアップの支援にあたっていく。

### (3) 目標

支援内容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
フォローアップ対象事業者数	492	207	207	207	222	222
うち創業後集中フォローアップ対象事業者数	0	3	3	3	5	5
頻度（延べ回数）	984	444	444	444	494	494
売上増加事業者数	-	83	83	85	91	93
経常利益率前年比 1%以上増加の事業者数	-	62	62	64	69	71

※フォローアップ対象事業者は「6. 事業計画策定支援に関すること」の「(3) 目標」の「目標件数」に、創業後集中フォローアップ対象事業者数を加えた数。

### (4) 事業内容

#### ① 事業計画策定支援後のフォローアップ実施

事業計画策支援を行った事業者を対象に事業計画の進捗状況を確認する。少なくとも年 2 回はフォローアップの機会を設け支援にあたる。また、進捗状況が思わしくない事業者に対しては、専門家派遣などにより計画の見直しを行う。

フォローアップの手段については、巡回を中心に窓口相談、リモートでの面談、メール送付など、事業者の状況をみて手段を柔軟に変えていくこととする。

#### ② 事業計画の見直し

フォローアップの結果、計画と進捗状況にズレが生じている場合、まず担当経営指導員が現状把握と課題の抽出にあたり、軽微な事項であれば指導員が改善提案を行い対処する。しかし課題が高度で指導員の対応範囲を超えている場合は、課題解決に必要な専門家の手配や、連携している機関への紹介などを行う。

### ③創業後集中フォローアップ支援

創業者については、立ち上がり時期の経営が不安定であることから、開業後1年間については、1カ月に1回程度定期的なモニタリングに努め、販売促進や必要な計画修正についても支援する。

対象	創業スクール卒業者を中心に3~5名程度
実施回数	年間で1者12回以上
支援内容	①創業計画の進捗状況の確認（特に収支状況は重点的にチェックする） ②確定申告、労災、雇用保険、社会保険、許認可など経営に必ず必要となるような手続きに抜け漏れがないか確認する。 ③補助金の申請支援（設備投資や販売促進に必要な資金手当てを支援） ④販売促進支援（プレスリリースの作成、展示商談会の手配、SNSコンテンツの作成支援並びに有料広告の実施） ⑤創業者交流会の実施（創業間もない事業者の交流を促しネットワークの構築や新たな商品サービスの創出をサポートする。）

#### <フォローアップ頻度>

・R7年度～R9年度	・R10年度～R11年度
204者×年2回=408回	217者×年2回=434回
3者×年12回=36回	5者×年12回=60回
計444回	計494回

## 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

新たな販路開拓を効率よく進めていくためにはSNSの活用が効果的であり、当所ではInstagramを活用した販促支援に力を入れてきた。令和5年度は一連の支援により経営危機を脱し安定経営につながった事業者もあった。令和6年度はより実践的な事業を展開しており更に高い効果が見込まれている。

また、コロナ禍で実施を停止していた食品製造事業者向け首都圏販路開拓事業も再開し、大規模展示商談会への出展支援を実施し一定の成果を得た。

加えて令和6年については、海外展開支援を本格化させるための準備として越境ECに関する事業にも着手し、現在1事業者を支援中である。

#### ②課題

SNS活用の本質は「継続した投稿」にあり、たとえ1回優良なコンテンツを作成したり、有料広告を実施したりしても一過性の効果しかない。これまで支援した事業者についても継続した投稿が出来ていないものもあり、如何にして継続するための仕組みづくりをしていくのが今後の課題となっている。これは首都圏への販路開拓や海外展開支援でも同じことであると考えており、当所が販路開拓のためのきっかけを作り、その後どう自走化するための仕組みができるのかを考えていかなければならない。

### (2) 支援に対する考え方

販売促進の手段については、今後デジタル化が進んでいくが、変化のスピードに対応し効果的にツールを活用するのは容易なことではない。また、効果が出るまでに時間がかかることも多く

継続していくためには第三者の伴走支援が不可欠であり、経営指導員の果たす役割は大きいと考えている。

また、展示商談会出展や海外展開支援については、実際の出展や出品で成果を出すための事前準備が最も重要であり、事前の勉強会や打合せなどにしっかり時間をとり実際の会期のパフォーマンスを最大限発揮出来るような伴走支援が必要である。

### (3) 目標

支援内容	現状	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
①SNS 活用塾支援者数	5	5	5	5	5	10
①前年対比月間売上 5%以上向上事業者数	4	3	3	3	3	6
②コンテンツ作成ツール 活用支援者数	-	5	5	5	5	10
②前年対比月間売上 5%以上向上事業者数	-	3	3	3	3	6
③展示会出展回数	2	2	2	2	2	2
③展示会出展支援者数	8	5	5	5	5	5
③成約件数	22	20	20	20	20	20
④越境 EC 支援者数	0	2	2	2	3	3
④前年対比月間売上 5%以上向上事業者数	0	1	1	1	2	2

### (4) 事業内容

#### ①SNS 活用塾事業

Instagram を中心とした SNS を有効活用するための講座を実施する。より実践的な内容とするため、単なる講義のみの事業ではなく、自社のコンテンツを実際に専門家と共に作成し、その後 SNS 広告を実施するまでをパッケージ化した支援を実施する。

対象	SNS による情報発信に意欲的もしくは必要と判断する管内事業者
想定 SNS	・ Instagram ・ YouTube ・ X:旧 Twitter ・ tiktok など
支援内容	①セミナーの開催 (2~3 回程度の予定) ②個別相談の実施 (1 者 2~3 回程度を予定) ③実地研修の実施 (自社のコンテンツ作成前に協力店舗に訪れ、「そのお店のオーナーだったら」というコンセプトでコンテンツの作成を行う。) ④専門家派遣による自社コンテンツの作成支援 ⑤自社コンテンツのネット広告の実施

#### ②Canva(キャンバ)等の無償コンテンツ作成ツールを活用した販促物作成支援事業

現在販促物 (チラシやパンフレット) においてはプロの業者に頼まなくても無料でクオリティの高い成果物が作成出来るツールが数多くリリースされている。また、SNS コンテンツを作成するにあたって、いかにテンプレートを上手く活用し生産性高く進めていくかが鍵となっており、そうしたツールを効果的に活用する事業を展開する。

<b>対象</b>	販路開拓を目指す管内事業者
<b>成果物</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・チラシ、パンフレット、名刺 など</li> <li>・Instagram（フィード投稿用素材、リール動画）</li> <li>・YouTube（ショート動画、サムネイル）</li> <li>・tiktok（ショート動画）</li> </ul>
<b>支援内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①Canva等ツールに関するセミナーの開催（2～3回程度の予定）</li> <li>②個別相談の実施（1者2～3回程度を予定）</li> <li>※個別相談にて以降作成を進めていくコンテンツを決定</li> <li>③専門家派遣による自社販促物の作成支援</li> <li>④自社販促物の有料広告の実施</li> <li>（例：SNSであればネット広告、紙媒体であれば新聞の折込みなど）</li> </ul>

### ③首都圏・関西圏並びに海外向け展示商談会出展事業

全国のバイヤーが集う、首都圏・関西圏などで開催される商談会への出展を支援する。また、今後は海外展開向けの商談会も視野に入れる。こうした全国規模の商談会に参加することで、効率的に全国のバイヤーと接点をもてることや、様々な企業の商品やサービスに触れ、自社の商品開発やブラッシュアップに活かすことが期待出来る。また、機会があれば首都圏や海外からバイヤーを招聘し内部で商談会を実施することも検討する。

※具体的な展示商談会名等については、（4. 需要動向調査に関すること）のテストマーケティングの部分参照

<b>対象</b>	販路開拓を目指す管内事業者
<b>支援内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①販路開拓並びに商品ブラッシュアップセミナーの開催</li> <li>②出展に向けた事前勉強会の実施（4回程度）</li> <li>③専門家派遣による出展準備（2～3回程度）</li> <li>④展示商談会への出展</li> <li>⑤アンケート調査のフィードバック（1回）</li> </ul>

### ④越境 EC 支援事業

海外展開については、敷居が高く実施は困難であると考えている事業者も多いが、最近は割安な手数料で簡単に海外へ販売出来る仕組みが整いつつある。当所では今後そうしたプラットフォーム事業者と提携し販路開拓のきっかけとなるような事業を実施する。

<b>対象</b>	海外展開も視野に入れた販路開拓を目指す管内事業者
<b>提携事業者</b>	ジェイクラブ、JTB 法人サービス（47storey）
<b>支援内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①越境 EC をテーマとしたセミナー</li> <li>②提携事業者との月1回程度のミーティング</li> <li>③Web サイトのカスタマイズ（月1回程度）</li> <li>④サイト分析結果、売上状況のフィードバック</li> </ul>

## 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

現在経営発達支援事業の実施にあたっては、岡山県、日本政策金融公庫、岡山県中小企業診断士会などの「有識者による事業評価委員会」を設立し、事業の実施について定性的・定量的にその効果进行评估してもらっている。その中で目標に達していないなどの理由により、指摘のあった事項に関しては、改善に向けた取組を実施している。

また、内部での進捗管理については法定経営指導員が中心となり随時進捗管理を行い事業遂行に努めている。

##### ② 課題

現状評価委員会については、進捗状況の報告が主となっており、改善方法の検討部分については手薄となっている。今後は事前に報告内容は確認いただいた上で評価委員会に参加いただき、具体的な改善方法の検討に時間を割かなければならない。

また、法定経営指導員の進捗管理については日々行っているものの確認スパンにばらつきがあり定まったタイミングでないことが課題である。

#### (2) 事業内容

##### ① 「有識者による事業評価委員会」の実施

新たな経営発達支援計画の事業評価についても、「有識者による事業評価委員会」を設立し、事業効果进行评估してもらう。

評価委員	岡山県、岡山市、日本政策金融公庫、岡山県中小企業診断士会 など
開催頻度	年1回程度
評価内容 (改善点)	まず評価委員会については事前に資料を配布し問題点等を認識の上会議に参加いただく。また、経営発達支援計画の実施状況について定量的・定性的目標に対する達成率・事業効果について評価してもらう。特に「7. 事業計画策定後の実施支援に関すること」で目標に掲げている売上・利益の増加事業者数(アウトカム)を重点評価してもらい、経営の根幹をなす財務的な実績値から今後の方向性についての意見をいただく。 評価内容については当所の中小企業支援部内に紙媒体・電子媒体で常備し、一般来所者にも常時閲覧可能な状態とするとともに、当所ホームページにも掲載して広く公開する。
事業の見直し	指摘事項を踏まえて事業計画の修正を実施し、効果的なPDCAサイクルを構築することを目指す。必要に応じて、中国経済産業局、中小機構基盤整備機構、ジェトロ等の各機関からの指導を仰ぎ、大局的かつ専門的な観点から実効性のある事業が展開できるよう努めていく。
法定経営指導員の関与	法定経営指導員が事業評価委員会に出席し、事業実施状況についての説明を行う。評価の結果については、岡山市と分析の場を設け成功要因・失敗要因などについて分析を行い次年度以降の事業の方向性について話し合いを行い、改善策立案につなげる。

##### ② 法定経営指導員による定期的な進捗状況の確認

月1回の進捗会議の場を設け各担当セクションのメンバーと進捗状況の確認をする。もし

進捗状況にズレが発生している場合は、その原因を分析し法定経営指導員を中心に適切な方向修正を行っていく。

## 10. 経営指導員の資質向上等に関すること

### (1) 現状と課題

#### ① 現状

現状については、日本商工会議所、中小企業大学校、支援機関職員研修や岡山県商工会議所連合会が主催する経営指導員研修等の OFFJT に積極的に経営指導員が参加している。

また、当所では SV 事業（スーパーバイザー事業）も日本商工会議所から受託しており、専門家を活用した指導員の資質向上に対する OJT を実施している。

加えて計画策定や販路開拓についての勉強会も伴走型補助金を活用し実施しており、持続化補助金の申請支援等に活かしている。

#### ② 課題

OFFJT・OJT についても、学べる機会を多く設けているところではあるが、それが具体的にどう支援実績につながったのかが把握出来ていない。今後は学んだことが実績に結び付いたのか検証できる仕組み作りを行っていく必要がある。

### (2) 事業内容

#### ① OFFJT に関する取組

日本商工会議所が主催する研修、中小企業大学校が主催する支援機関職員研修や毎年岡山県商工会議所連合会が主催する経営指導員研修等の OFFJT に積極的に経営指導員が参加することで知識の補充を図る。（研修内容：マル経、創業、経営革新、事業承継、経営改善、海外展開などをテーマに想定。また、ロジカルシンキング、ロジカルライティング、コミュニケーション能力向上など一般職員のスキル向上に資する研修も実施する。）

#### ② OJT に関する取組

当所では、国・県などの支援施策による専門家相談において、原則的に経営指導員が同席し、創業・経営革新・経営改善等にかかる専門家の支援ノウハウを OJT で吸収している。また、平成 29 年度より SV 事業（スーパーバイザー事業）を実施しており、専門家からの OJT 実施による指導能力の向上を図っている。（SV 事業相談回数実績 R5 年度 51 件）

#### ③ 事業計画策定支援並びに販路開拓支援能力等向上勉強会の実施

当所では県内中小企業診断士等の専門家を招聘し、「書類作成能力向上」「コミュニケーション能力向上」「分析能力向上」実務経験に基づいた講習を実施してきた。今後は県内だけではなく、首都圏の講師等も招聘し経営発達支援計画の遂行を後押しするような勉強会を企画していく。具体的な開催テーマとしては下記を想定している。

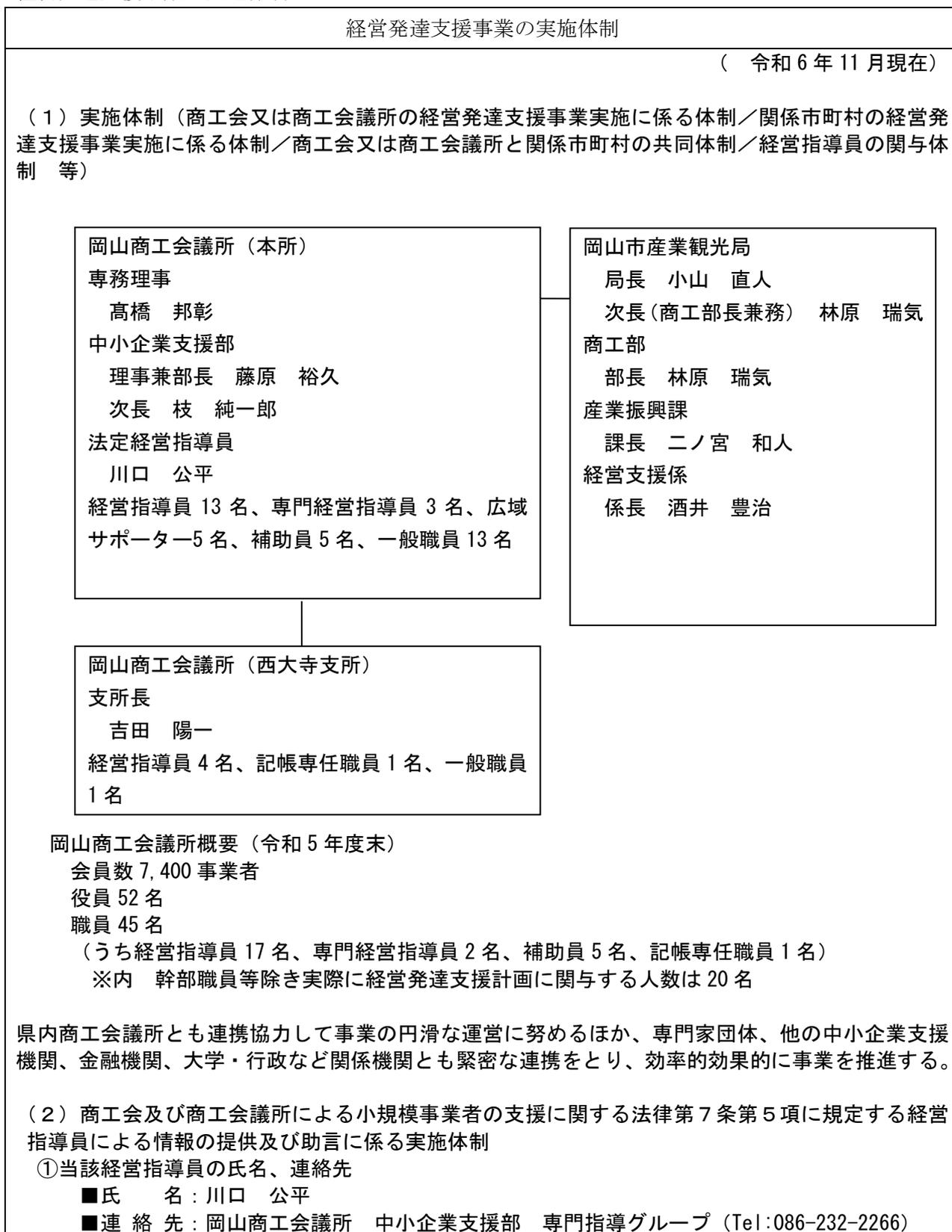
対象	当所経営指導員・一般職員
開催回数	3 回程度
参加者数	10 名／回
テーマ	①DX・省力化設備導入計画 ②経営革新計画の策定並びに推進について ③事業継続力強化計画の策定並びに推進について ④創業後の伴走支援について ⑤首都圏・海外への販路開拓支援について ⑥SNS や IT ツールの活用支援について

#### ④組織内でノウハウを共有する取組

当所では、経営支援情報をデジタルデータにて管理しており、指導内容や指導手法などを共有するようにしている。また、セミナー等に関しても参加者が内容の要約をした報告書を作成しメンバーで共有するようにしている。ただ現在紙ベースで共有している情報も多いので、今後はデジタルデータに統一し情報の一元化を図ってきたい。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



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・実施に係る指導及び助言

法定経営指導員が実施に関する全体計画を正確に把握し、各部署の経営指導員と連携し事業遂行に努める。実施に際して課題が発生した場合は、法定指導員がその原因追及にあたり、改善策の提案を行う。また、当所のみでの解決が難しい場合には、連携先（県、市、経済団体）と協力し解決に当たる事も一つの手段とする。

・目標達成に向けた進捗管理・事業の評価・見直しについて

法定経営指導員が目標達成に向けたタイムスケジュール、定量目標の達成率などの確認を行う。確認手段としては、原則月に1回程度の担当者ミーティングを行い、進捗状況を把握する。計画にずれが生じている場合は、可能な限り目標達成のための手段を模索するが、実現可能性が低いと判断した場合は早期に計画目標の見直しを行う。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①岡山商工会議所 中小企業支援部 専門指導グループ

〒700-8556 岡山市北区厚生町 3-1-15

TEL (086) 232-2266 FAX (086) 232-5269

<http://www.okayama-cci.or.jp/>

②岡山市産業観光局 商工部 産業振興課 経営支援係

〒700-8544 岡山市北区大供 1-1-1

TEL (086) 803-1325 FAX (086) 803-1738

<http://www.city.okayama.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7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度
必要な資金の額	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500
セミナー開催費	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
専門家派遣費	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
借料費	100	100	100	100	100
職員旅費	100	100	100	100	100
展示会出展費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
ソフトウェア費	500	500	500	500	500
広報費	500	500	500	500	500
指導員研修費	300	300	300	300	300

(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、国補助金、県補助金、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。

