

経営発達支援計画の概要

実施者名	笠岡商工会議所（法人番号 1260005004969） 笠岡市（地方公共団体コード 332054）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	<p>経営発達支援計画の目標</p> <p>(1) 笠岡市との連携を基盤とした密な情報共有で、地域の雇用及び交流人口の拡大を目指す。</p> <p>(2) 笠岡づくり戦略の柱でもある経営戦略“稼ぐ”力と活性化戦略“賑わう”力の創出のため、小規模事業者の経営状況の分析・事業計画策定・事業計画策定後の実施・新たな需要の開拓まで一貫した支援を長期的かつ計画的に実施する。</p> <p>(3) 笠岡市特有の地域資源を活かした地域経済活性化に繋がる観光振興事業を推進する。</p>
事業内容	<p>経営発達支援事業の内容</p> <p>3. 地域の経済動向調査に関すること 商工会議所の組織力や RESAS 等のビッグデータを活用して、小規模事業者を取り巻く外部環境変化を把握するための地域経済動向の調査・分析を実施する。</p> <p>4. 需要動向調査に関すること 市内共通商品券の販売網等を活用して、一般消費者等を対象に消費動向を把握するための調査・分析を実施する。</p> <p>5. 経営状況の分析に関すること 笠岡市との合同巡回や相談会を通じて収集した定性的・定量的なデータをシステムに蓄積して、経営状況の分析を支援する。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 外部環境や内部環境の調査・分析を踏まえ、DX化導入支援や専門家派遣等を活用して、事業計画策定の支援を実施する。</p> <p>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること 自走化に向けて支援段階に応じたフォローアップ支援を実施する。</p> <p>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 新たな需要の開拓に繋がる商談会等への出展や伴走したマーケティング支援を実施する。</p>
連絡先	<p>笠岡商工会議所 経営支援課 〒714-0098 岡山県笠岡市十一番町 3-3 TEL:0865-63-1151 FAX:0865-62-3730 E-mail:info@kasaokacci.jp</p> <p>笠岡市 産業部 商工観光課 〒714-8601 岡山県笠岡市中央町 1-1 TEL:0865-69-1188 FAX:0865-69-2185 E-mail:syoukougankou@city.kasaoka.lg.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 笠岡市の立地及び特性

笠岡市は、岡山県南西部の瀬戸内海側に位置し、西は広島県に隣接している。岡山県倉敷市と広島県福山市という中核都市に挟まれ、井笠3市2町（笠岡市・井原市・浅口市・里庄町・矢掛町）を加えた総人口 150 万人を超えるエリアのほぼ中央に位置している。これらの市町と広域連携しており、JR 山陽本線・山陽自動車道・国道 2 号・国道 2 号バイパスといった基幹的な交通軸が通っており、交通の要衝となっている立地特性が挙げられる。なお笠岡商工会議所（以下、当所）は、当市唯一の商工団体であることから、管轄地域は市全体である。※(図1)参照



～(図1) 笠岡市の立地～

出典：第7次笠岡市総合計画より抜粋

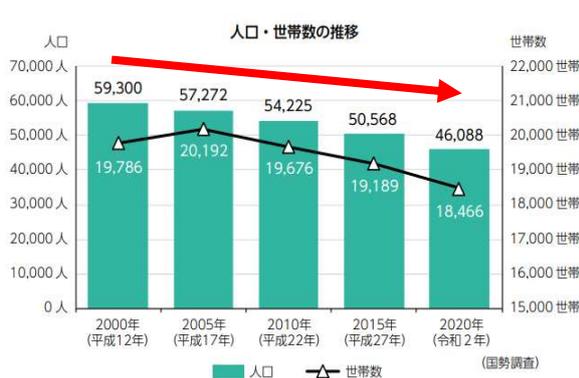
主な特性として、気候は温暖少雨の典型的な瀬戸内式気候であり、豪雨や地震による災害履歴が少ないこと、海・島・山といった瀬戸内海の風光明媚な自然環境に恵まれ、さらには笠岡湾干拓地や笠岡市北部における昔ながらの田園風景・里山風景といった広大な二次的な自然景観にも恵まれていること、港町・寺町といった歴史・文化的な景観が残されている。

また、大小約 30 の島々からなる笠岡諸島を有しており、こうした島や海が“笠岡らしさ”の象徴の1つを形成していると言える。なお、大きな河川がないことから、かつては夏の渇水時期に慢性的な水不足も発生していたものの、笠岡湾干拓事業に伴う高梁川からの導水路が整備されたことにより、現在は十分な水量の工業用水や農業用水が確保され、離島を含む全世帯への上水道給水システムが確立している。

② 笠岡市の人口

日本の人口は、2019（令和元）年から2022（令和4）年にかけて出生率が過去最低を更新し、出生数の減少や死亡率の増加により、継続的に減少して高齢化が進行している。笠岡市においても人口は、1995（平成7）年以降減少しており、2020（令和2）年には46,088人と25年間で14,000人程度減少している。※（図2）参照

笠岡市の世帯数は、2005（平成17）年以降減少しており、2020（令和2）年には18,466世帯と、15年間で1,700世帯程度減少している。年齢3区分別人口の過去20年間の変化率をみると、年少人口（0～14歳）は46.8%、生産年齢人口（15～64歳）については32.7%と大幅に減少している一方で、老年人口（65歳以上）は13.5%増加し、少子高齢化が進行している。※（図3）参照



～（図2）笠岡市「人口・世帯数」の推移～

出典：第7次笠岡市総合計画より抜粋

(単位：人、世帯)

	2000年 (平成12年)	2005年 (平成17年)	2010年 (平成22年)	2015年 (平成27年)	2020年 (令和2年)	20年間の 変化率
人口総数	59,300	57,272	54,225	50,568	46,088	-22.3%
年少人口 (0～14歳)	8,610 (14.5%)	7,453 (13.0%)	6,350 (11.7%)	5,552 (11.0%)	4,579 (9.9%)	-46.8%
生産年齢人口 (15～64歳)	35,406 (59.7%)	33,665 (58.8%)	31,057 (57.3%)	27,439 (54.3%)	23,839 (51.7%)	-32.7%
老年人口 (65歳以上)	15,284 (25.8%)	16,154 (28.2%)	16,818 (31.0%)	17,577 (34.8%)	17,670 (38.4%)	13.5%
世帯数	19,786	20,192	19,676	19,189	18,466	-6.7%
1世帯当たり人員	2.89	2.73	2.66	2.53	2.50	-

～（図3）笠岡市「年齢3区分別人口」の推移～

出典：第7次笠岡市総合計画より抜粋

笠岡市の人口動態は、自然増減（出生・死亡者数）については、過去5年間は死亡者数が出生数を400～500人程度上回っており、自然減が続いている状況である。※（図4）参照

社会増減（転入・転出者数）は、2016（平成28）年から2020（令和2）年まで転入者数を転出者数が200～400人程度上回っている。社会動態の中で、男女別年齢別の転入超過の推移をみると、ここ3年間では男女の20歳代は転出が転入を上回り、若年層の転出が続いている。転出超過が続く、過去5年間の平均では約299人の転出超過となっており、特に生産年齢人口の転出者数をいかに抑えるかが大きな課題となっている。※（図5）参照



～（図4）笠岡市「出生・死亡者数」の推移～

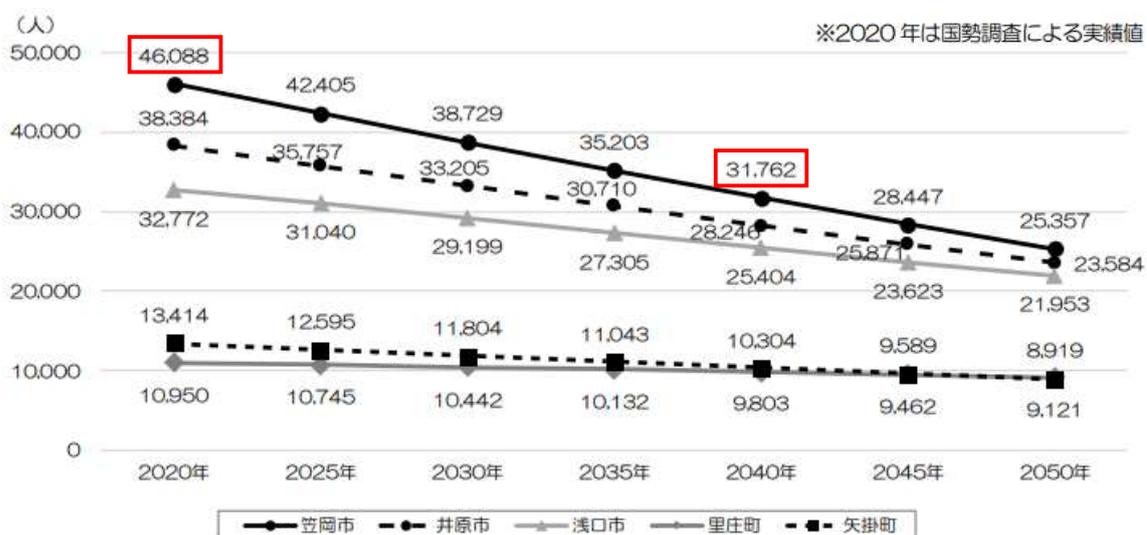
出典：第7次笠岡市総合計画より抜粋



～（図5）笠岡市「転入・転出者数」の推移～

出典：第7次笠岡市総合計画より抜粋

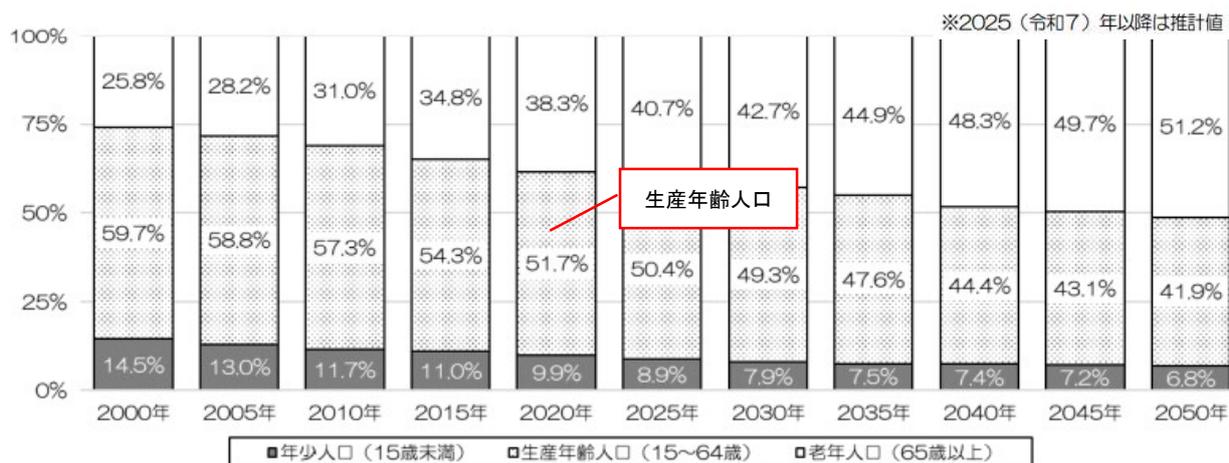
笠岡市の将来人口予測は、2020（令和2）年国勢調査の結果を基に、国立社会保障・人口問題研究所において推計された「日本の将来推計人口 2023（令和5）年推計」によると、10年後の2030（令和12）年には約7,400人減少して38,729人、さらに20年後の2040（令和22）年には31,762人と、人口減少に歯止めがかからない状況と予測されている。※（図6）参照



～（図6）笠岡市「将来人口」の予測～ 出典：第3次笠岡市産業振興ビジョンより抜粋

笠岡市の年齢3区分人口は、笠岡市の年齢3区分別の将来推計をみると、少子高齢化の傾向は進行していくことが予測されている。2000（平成12）年と2020（令和2）年における年齢3区分ごとの構成比をみると、年少人口（15歳未満）は14.5%から9.9%に減少し、労働力の中核となる生産年齢人口（15～64歳）も59.7%から51.7%に減少となっている。一方で、老年人口（65歳以上）は25.8%から38.3%と大きく上昇している。年少人口・生産年齢人口は、将来にわたって減少傾向が続くことが予測されている。※（図7）参照

出典：第3次笠岡市産業振興ビジョンより抜粋



～（図7）笠岡市「年齢3区分人口」の予測～

笠岡市の総人口は、2050（令和32）年には25,357人と現在の約6割の規模まで縮小するとともに、年齢別には生産年齢人口と老年人口は拮抗し、生産年齢人口1人が高齢者1人を支えるという厳しい状況が予想されている。その大きな要因は出生数の減少と若年層を中心とした転出の超過となっており、産業振興においては雇用の創出は大きな要になると言える。

③ 笠岡市の産業

主要産業としては明治時代から石材業が盛んであり、北木島で産出される花崗岩（北木石）は、日本銀行本店・靖国神社の石造り大鳥居など日本を代表する建築物に使われ、日本の近代化に貢献した。現在も採石が続く丁場（石切り場）は、まるで断崖絶壁のように迫力満点の景観であり、石切唄など石の島ならではの文化が残っている。

2019（令和元）年5月には、笠岡諸島の石文化を含む「知ってる！？悠久の時が流れる石の島～海を越え、日本の礎を作ったせとうち備讃諸島～」が日本遺産に認定された。笠岡市の北木石の丁場（石切場）や石工用具、大飛島遺跡や北木島石切唄などが構成文化財として認定されている。



～笠岡市北木島「採石場」の写真～



～笠岡市北木島「石切唄」の写真～

< 製造業 >

笠岡市における従業者4人以上の製造業の事業所数・従業者数の推移をみると、事業所総数は2012（平成24）年には経済センサス活動調査によると132事業所であったが、2019（令和元）年の工業統計調査では110事業所と約17%の減少となっている。従業者総数は、2012（平成24）年の4,501人が、2021（令和3）年には5,185人と15%の増加となっている。※（図8）参照

出典：第3次笠岡市産業振興ビジョンより抜粋

	事業所数（所）	従業者数（人）	製造品出荷額等（百万円）
2012年 H24	132	4,501	170,582
2013年 H25	118	4,953	174,707
2014年 H26	122	5,250	191,379
2016年 H28	115	4,852	163,378
2017年 H29	116	5,082	157,271
2019年 R元	110	5,336	171,006
2021年 R3	116	5,185	166,347

資料：工業統計調査（平成25・26・29年・令和元年） 経済センサス活動調査（平成24・28年・令和3年）

～（図8）笠岡市「製造業の事業所数・従業者数・製造品出荷額等」の推移～

笠岡市は、倉敷市・広島県福山市・井笠圏域を含めた人口100万人都市の中心に位置しており、2025（令和7）年度末頃に予定される山陽自動車道篠坂パーキングエリアのスマートインターチェンジや国道2号笠岡バイパスの整備が進む中、笠岡市は広域交通の利便性が大きく向上することが見込まれている。一方で、県営笠岡港（港町地区）工業用地は、2023（令和5）年6月に完売し、企業のニーズに対応した新たな工業用地の確保・整備が必要な状況となっている。

2023（令和5）年10月に実施した笠岡市産業振興アンケート調査報告書によると、製造業事業所の経営上の課題としては、「販売先や取引先の開拓」「技術・技能の継承」「コスト高に対する価格転嫁」「後継者の確保・育成」が上位に挙げられている。また、今後取り組みたいことには「生産性の向上」「コスト高に関する価格転嫁」「製品の高付加価値化」「新たな市場の開拓」が上位に挙げられている。

<商業・サービス業>

笠岡市のサービス業（10業種）は、2021（令和3）年経済センサス活動調査によると、事業所数は1,070事業所、従業者数は9,757人となっており、全産業に占めるシェアは事業所数で54.1%、従業者数で46.4%である。これに商業を加えたシェアをみると、事業所数では75.2%、従業者数では60.4%と商業・サービス業は主要産業となっている。※（図9）参照

出典：第3次笠岡市産業振興ビジョンより抜粋

産業分類	事業所数（所）			従業者数（人）		
	2014年 H26	2021年 R3	増減	2014年 H26	2021年 R3	増減
情報通信業	6	9	3	50	84	34
運輸業、郵便業	72	73	1	968	991	23
不動産・物品賃貸業	64	65	1	217	256	39
学術研究、専門・技術サービス業	58	65	7	286	347	61
宿泊業、飲食サービス業	208	182	▲26	1,044	997	▲47
生活関連サービス、娯楽業	185	168	▲17	688	578	▲110
教育、学習支援業	56	102	46	246	1,063	817
医療、福祉	174	204	30	3,367	3,691	324
複合サービス事業	30	28	▲2	375	313	▲62
サービス業（他に分類されないもの）	145	174	29	918	1,437	519
総数	998	1,070	72	8,159	9,757	1,598

～（図9）笠岡市「サービス業の産業分類別事業所数・従業者数」の推移～

笠岡駅周辺の商店街は、売上の減少や経営者の高齢化による後継者不在により閉店する店舗が増え、空き店舗が増えている。マーケットの縮小となる人口減少、特に若年層の減少は隣接する都市への市内購買力の流出に繋がっている。

出典：第3次笠岡市産業振興ビジョンより抜粋

市内の購買力を市内の商業がどの程度吸引しているのかを示す「吸引度指数」を2021（令和3）年経済センサスを基に算出すると、笠岡市の2021（令和3）年の吸引度指数は0.64であり、約35%の購買力が市外（主に福山市・岡山市）に流出していると想定され、購買力の市外への流出が大きな課題となっている。※（図10）参照

	年間商品販売額 （百万円）	人口	1人当たり 小売業年間商品販売額 （万円）	吸引度指数
岡山市	908,146	708,155	128	1.24
倉敷市	474,479	481,537	99	0.95
玉野市	37,798	57,921	65	0.63
笠岡市	31,170	47,160	66	0.64
井原市	26,978	39,284	69	0.66
総社市	58,700	69,602	84	0.81
浅口市	22,071	33,965	65	0.63
福山市	499,580	466,863	107	0.99

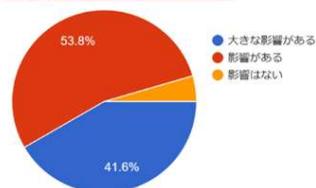
～（図10）各市における吸引度指数～

また、近年のエネルギー価格の高騰等の影響は、企業経営を圧迫しており、コスト高に対する価格転嫁が課題となっている。※（図11）参照

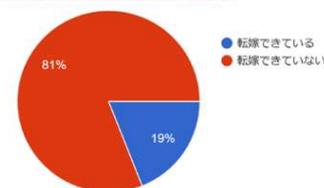
2023（令和5）年10月に実施した笠岡市産業振興アンケート調査報告書によると、商業・サービス業の経営上の課題としては、「販売先の確保・開拓」「販売先や取引先の開拓」「商品やサービスの魅力づくり」が上位に挙げられている。外部環境の変化に対する課題として、「コスト高に対する価格転嫁」「コロナ禍からの回復」「SDGsへの対応」が上位に挙げられている。

アンケート対象者	笠岡商工会議所会員事業所
調査期間	令和4年7月5日（火）～7月25日（月）
回答数	221件
業種別回答数	卸売業13件、小売業27件、飲食業22件、サービス業36件 建設業42件、製造業37件、運輸業10件、その他34件

原油価格等高騰の影響について



販売価格への転嫁状況について



～（図11）当所「原油価格・物価高騰等の影響調査」～

<観光業>

笠岡市の観光客数は、コロナ禍の影響から回復傾向にあり、特に地元観光客より入込観光客が大きく伸びている。推定観光消費額も観光客数の増加に伴い増加しており、2022（令和4）年では約6.6億円と推計されている。※（図12）参照

笠岡市には、他の地域にはない優位性を備えた笠岡諸島（高島・白石島・北木島・真鍋島・大飛島・小飛島・六島）がある。各島々で年間を通して様々な観光ツアーを実施しているが、夏の海水浴を目的とした観光客が多いのが実状である。※（図13）参照

(単位：千人、万円)

年	観光客数			指定観光消費額
	総数	入込観光客	地元観光客	
2018年 H30	1,205	904	301	70,372
2019年 R元	1,250	938	312	73,500
2020年 R2	976	732	244	59,731
2021年 R3	906	680	226	54,451
2022年 R4	1,026	770	256	65,972

資料：笠岡市

～（図12）笠岡市「観光客数」の推移～

出典：第3次笠岡市産業振興ビジョンより抜粋

(単位：人)

施設名		2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
		H30	R元	R2	R3	R4
高島	観光客	6,600	6,800	5,400	5,700	5,900
白石島	観光客	10,700	11,000	8,700	9,000	9,200
	内 海水浴	3,870	3,600	360	180	220
北木島	観光客	3,000	3,100	2,500	2,600	2,700
	内 海水浴	150	150	30	420	353
真鍋島	観光客	7,000	7,200	5,700	6,000	6,200
飛島	観光客	900	1,000	800	900	1,000
六島	観光客	600	700	600	700	800
諸島計		28,800	29,800	23,700	24,900	25,800

資料：笠岡市

～（図13）笠岡市「島の観光客数」の推移～

出典：第3次笠岡市産業振興ビジョンより抜粋

観光地としての認知度は、特に都市部では定着しておらず、市内への観光客は日帰り客が多く、宿泊客はわずかで、市内での回遊性も低いというのが実状である。また、近隣の倉敷市・広島県福山市や広島県尾道市などに訪れた観光客に立ち寄っていただく広域連携の視点に立った取組みが必要である。

<農業・水産業>

笠岡市の農業は、瀬戸内の温暖な気候に恵まれ、酪農・肉用牛・養鶏等の畜産物、もも・ぶどう・イチジク等の果樹、稲麦・豆類等の穀類、いちご・なす等の野菜、花き等、多彩な農畜産物が生産されている。農林業センサスによると、農家数は2000（平成12）年に2,463戸であったが、2020（令和2）年には約1,000戸減少し、1,337戸となっている。農家の中でも小規模な自給的農家の割合が多くなっており、笠岡湾干拓地を除く地域では農家数の減少が進んでいる。※（図14）参照

出典：第3次笠岡市産業振興ビジョンより抜粋

	農家数（戸）				
	総数	専業	第1種兼業	第2種兼業	自給的農家
2000年 H12	2,463	207	66	698	1,492
2005年 H17	2,218	184	39	469	1,526
2010年 H22	1,985	192	42	341	1,410
2015年 H27	1,636	136	36	229	1,235

	農家数（戸）				
	総数	主業農家	準主業農家	副業的農家	自給的農家
2020年 R2	1,337	19	27	267	1,024

～（図14）笠岡市「島の観光客数」の推移～

出典：第3次笠岡市産業振興ビジョンより抜粋

年	計	海産漁業（経営体）										
		小型船引網	敷網	刺網	釣	はえ縄	ひきよせ網※1	定置網	採貝	採藻	その他の漁業	海産養殖（経営体）
2008年 H20	201	92	-	26	33	-	1	23	-	-	15	11
2013年 H25	137	60	-	16	14	2	2	25	-	-	9	9
2018年 H30	115	48	-	25	1	2	2	24	-	-	5	8

※1 地引巻網、はちろ網、船引き網を一括したもの。

資料：漁業センサス

～（図15）笠岡市「漁業種類別経営体数」の推移～

笠岡市の水産業は、海に面していることから大島地区・神島・高島・白石島・北木島・真鍋島・大飛島・小飛島・六島等は、昔から盛んな地域である。漁業センサスによると、2008（平成20）年の漁業経営体数は201経営体であったが、2018（平成30）年には115経営体に減少している。海洋環境の変化等によって漁獲高も減少しており、また高齢化・後継者不足等によって漁業従事者も減少している。※（図15）参照

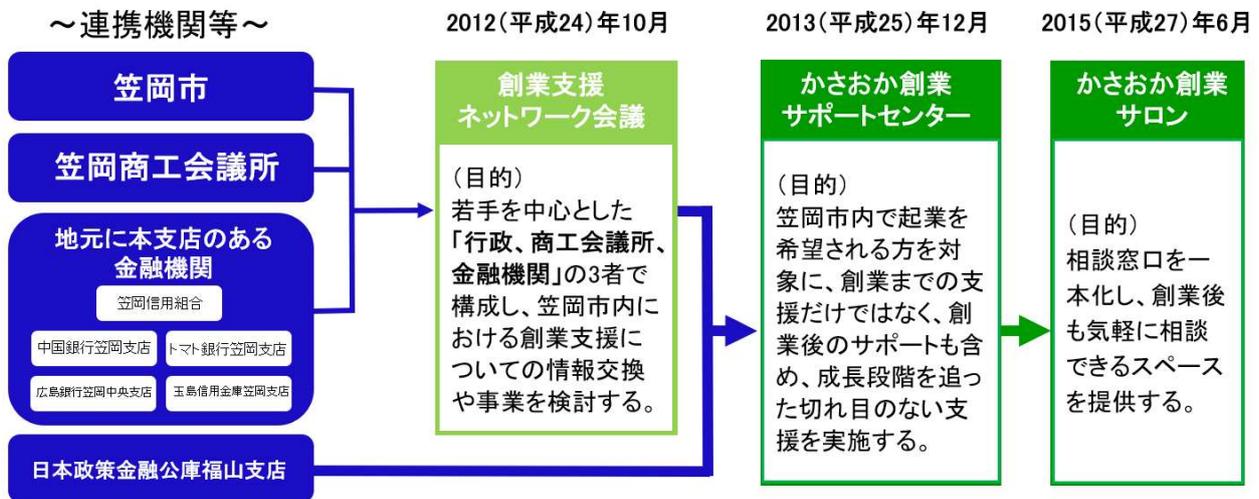
(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 笠岡市と当所の連携

これまで小規模事業者支援についての意見交換を行いながら、笠岡市企業コーディネーターとの合同巡回を行うなど連携を深め、経営支援（金融・税務・労務・創業・事業承継・経営改善・経営革新・補助金申請等）や、専門性の高いご相談に関しては、他の支援機関や専門家と連携して経営指導員等が中心となり伴走した支援を行っている。

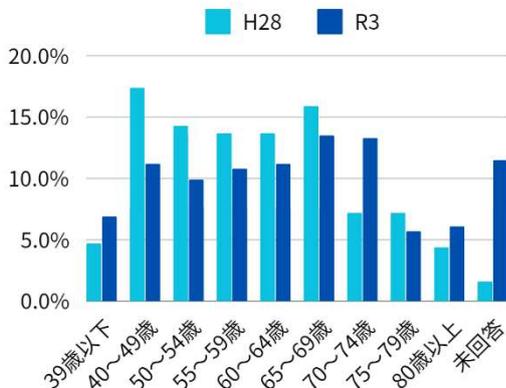
特に創業支援に関しては、当所が中心となり、笠岡市・市内に本支店を有する金融機関・日本政策金融公庫と2013（平成25）年12月に連携協定を結び、「かさおか創業サポートセンター」を立ち上げ、創業後も相談できる窓口を一本化するため「かさおか創業サロン」を運営している。創業塾参加者数は延べ261名、相談来訪者数は延べ3,352件、創業者数は155件（令和5年度末現在）に対応し、創業から創業後のサポートまでを継続的にご支援することで、笠岡市で創業しやすい体制が整備されている。※（図16）参照

出典：かさおか創業サポートセンター資料より抜粋



～（図16）笠岡市の創業支援に関する連携～

事業承継に関しては、2021（令和3）年4月に、笠岡市と共同で事業承継の実態に関する2回目のアンケート調査を実施している。2016（平成28）年の調査と比較して、経営者の年齢は70歳以上が占める割合が18.8%から25.1%に上昇している。後継者候補の状況については、息子や娘が占める割合が65.8%、その他親族を含めると親族内承継が全体の約8割を占めている状況である。後継者不足や廃業を予定している小規模事業者も増加しており、事業承継に関する課題が顕在化している中、笠岡市との合同巡回を実施して支援施策の活用促進に取り組んでいる。



～（図17）経営者の年齢～

出典：R3 笠岡市企業の事業承継の実態に関するアンケート調査報告書より抜粋



～（図18）後継者候補の関係～

観光振興においては、2011（平成 23）年にオープンした「道の駅笠岡ベイファーム」には、年間約 72 万人が訪れており、春は菜の花とポピー・夏はひまわり・秋はコスモスなど、広大な敷地に咲く四季折々の花が楽しめ、周辺の観光施設や公園を含めて新たな観光スポットとして認知されている。

2003（平成 15）年から当所が中心となって組織する「ラーメンのまち笠岡全国展開プロジェクト」のまちおこし事業の取り組みにより、笠岡ラーメンがご当地グルメとして注目を集め、2019（令和元）年 9 月に地域団体商標として登録されている。2021（令和 3）年 5 月には、寿がきや食品からカップ麺「全国麺めぐり笠岡ラーメン」が全国発売され、2022（令和 4）年 10 月には、新横浜ラーメン博物館 30 周年企画「あの銘店をもう一度」に地元老舗である中華そば坂本が二度目の出店、また東京都内や神戸などに笠岡ラーメンを提供する店舗が開業するなど、認知度は広がりを見せている。

笠岡市と「日本遺産認定に向けての取り組み会議」で協議を重ねてきた笠岡諸島の日本遺産認定に向けた動きについては、2019（令和元）年 5 月に笠岡市・丸亀市・土庄町・小豆島町の 2 市 2 町による石の文化をテーマにした日本遺産の認定を受けた。観光ボランティアの育成や日本遺産認定ツアーを実施するなど、インバウンド等も含めた国内外からの観光客の誘客に向け、笠岡諸島の優位性を活かした取り組みを実施している。



～「道の駅笠岡ベイファーム」ひまわりの写真～

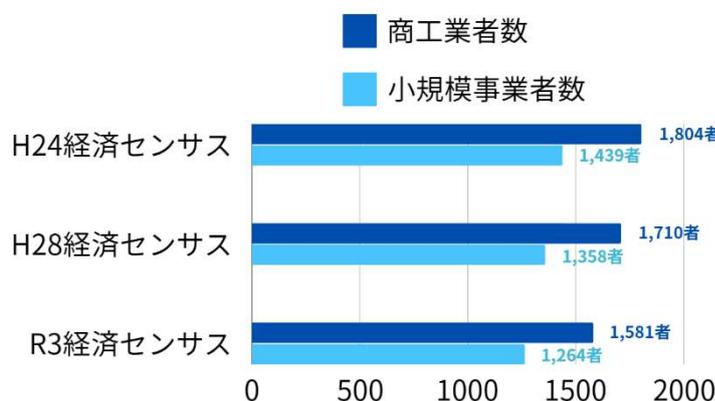


～笠岡ラーメンの特徴～

②小規模事業者数の推移

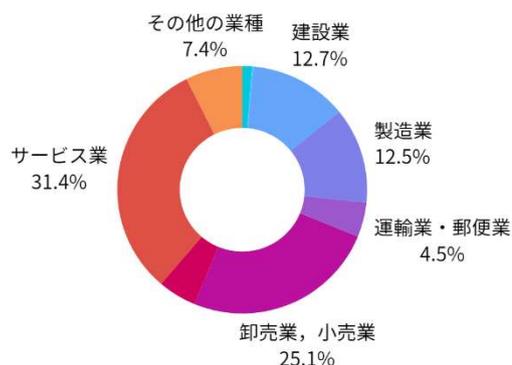
管内の小規模事業者数の推移を見ると、2016（平成 28）年経済センサス活動調査で 1,358 者であった小規模事業者数は、2021（令和 3）年には 1,264 者に減少している。調査ごとに減少が続いている状況である。※（図 19）参照

管内の小規模事業者の業種割合を見ると、サービス業が 31.4%と最も多く、続いて卸・小売業が 25.1%、建設業が 12.7%、製造業が 12.5%と上位を占めている。※（図 20）参照



～（図 19）笠岡市の商工業者数・小規模事業者数の推移～

出典：経済センサス活動調査のデータを岡山県が独自集計したもの一再編加工



～（図 20）小規模事業者の業種割合～

出典：R3年経済センサス活動調査のデータを岡山県が独自集計したもの一再編加工

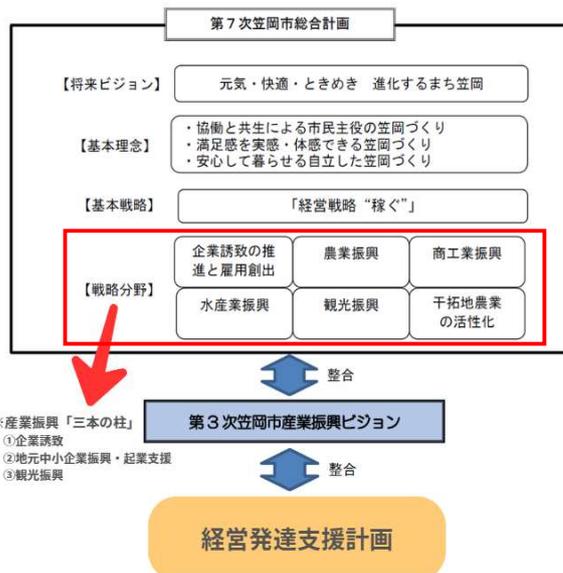
③小規模事業者振興のあり方

第7次笠岡市総合計画においては、経営戦略“稼ぐ”を基本戦略として、基本計画では産業分野として「企業誘致の推進と雇用創出」「農業振興」「商工業振興」「水産業振興」「観光振興」「干拓地農業の活性化」の6つの戦略分野が挙げられている。そうした中、第3次笠岡市産業振興ビジョンでは、市内産業の現状と課題、経済の特性、企業・市民等のニーズ等を踏まえた上で、「企業誘致」「地元中小企業振興・起業支援」「観光振興」を三本の柱として、具体的な諸施策を年次的・計画的に取り組むこととしている。※(図2.1)参照

笠岡市における産業振興、また当所がこれまで取り組んできた事業成果を念頭に置き、さらに笠岡市産業を取り巻く環境変化である「人手不足・後継者不足・労働生産性の伸び悩み・止まらない人口減少・少子高齢化」等の課題や「情報通信技術の進化・インバウンドの拡大」等の有効な対応が求められる要因を踏まえた小規模事業者振興に取り組んでいく。

笠岡づくり戦略の柱でもある経営戦略“稼ぐ”と活性化戦略“賑わう”力の創出のため、小規模事業者個別の経営状況の分析支援、事業計画策定支援、また事業計画の進捗状況等のフォローアップまで一貫した支援を長期的かつ計画的に実施し、地域経済の活性化に繋がる観光振興事業も推進していくことで、地域の雇用拡大及び交流人口の増加を目指す計画である。

経営発達支援計画において実施する計画は、毎年度の進捗評価と検証を行いながら事業を進行管理する。※(図2.2)参照



～(図2.1)笠岡市産業振興戦略との整合～

出典：第3次笠岡市産業振興ビジョンのデータを当所が加工したもの



～(図2.2)笠岡市第7次総合計画との運動性・整合性のイメージ～

出典：第3次笠岡市産業振興ビジョンのデータを当所が加工したもの

(3) 経営発達支援事業の目標

前述の現状と課題を踏まえた上で、5年間に渡る経営発達支援計画について、以下3点を重点的に取り組む。

- 目標① 笠岡市との連携を基盤とした密な情報共有で、地域の雇用及び交流人口の拡大を目指す。
- 目標② 笠岡づくり戦略の柱でもある経営戦略“稼ぐ”力と活性化戦略“賑わう”力の創出のため、小規模事業者の経営状況の分析・事業計画策定・事業計画策定後の実施・新たな需要の開拓まで一貫した支援を長期的かつ計画的に実施する。
- 目標③ 笠岡市特有の地域資源を活かした地域経済活性化に繋がる観光振興事業を推進する。

目標を達成すべく、「地域の経済動向調査」「需要動向調査」「経営状況の分析」「事業計画策定支援」「事業計画策定後の実施支援」「新たな需要の開拓に寄与する事業」「地域経済の活性化に資する取組」について、下表のとおり目標数値を設定する。

地域の経済動向調査

調査・分析した結果を広く管内小規模事業者へ周知し、事業計画策定にご活用いただく。

内容	実績値	R7年度 目標値	R8年度 目標値	R9年度 目標値	R10年度 目標値	R11年度 目標値
景観観測調査の公表回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回
地域経済動向調査の公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
経営状況調査の分析回数	-	1回	1回	1回	1回	1回
地域経済調査の分析回数	-	1回	1回	1回	1回	1回

需要動向調査

一般消費者等を対象に消費者動向調査を実施し、調査・分析した結果を事業計画策定にご活用いただく。

内容	実績値	R7年度 目標値	R8年度 目標値	R9年度 目標値	R10年度 目標値	R11年度 目標値
市内消費動向調査の回収件数(市内共通商品券加盟店)	50件	50件	50件	50件	50件	50件
市内消費動向調査の回収件数(しんくみビジネスマッチング)	-	10件	10件	10件	10件	10件

経営状況の分析

小規模事業者のご相談に応じて調査・分析した結果を、事業計画策定にご活用いただく。

内容	実績値	R7年度 目標値	R8年度 目標値	R9年度 目標値	R10年度 目標値	R11年度 目標値
分析件数	120件	120件	120件	120件	120件	120件
分析件数(うち合同巡回)	20件	24件	24件	24件	24件	24件
分析件数(うち出前相談)	10件	12件	12件	12件	12件	12件

事業計画策定支援

地域経済動向、経営状況の分析等を踏まえ、事業計画策定をご支援する。

内容	実績値	R7年度 目標値	R8年度 目標値	R9年度 目標値	R10年度 目標値	R11年度 目標値
事業計画の策定件数	115件	120件	120件	120件	120件	120件
事業計画の策定件数(うち創業計画)	19件	20件	20件	20件	20件	20件
事業計画の策定件数(うち補助金申請)	20件	20件	20件	20件	20件	20件
事業計画の策定件数(うち小規模事業者経営改善貸付)	18件	20件	20件	20件	20件	20件
事業計画の策定件数(うち専門家派遣)	5件	5件	5件	5件	5件	5件
事業計画の策定件数(うちデジタル化導入セミナー)	-	5件	5件	5件	5件	5件

事業計画策定後の実施支援

事業計画策定を支援した小規模事業者のフォローアップ及びご相談に応じて改善提案等を支援する。

内容	実績値	R7年度 目標値	R8年度 目標値	R9年度 目標値	R10年度 目標値	R11年度 目標値
フォローアップ支援件数	55件	120件	120件	120件	120件	120件
フォローアップ支援件数(創業)	11件	15件	15件	15件	15件	15件
売上高増加	5件	5件	5件	5件	5件	5件
利益率増加	3件	5件	5件	5件	5件	5件
付加価値額増加	-	5件	5件	5件	5件	5件
労働生産性増加	-	3件	3件	3件	3件	3件

新たな需要の開拓に寄与する事業

販路開拓や新たな商品開発等に寄与する事業を実施する。

内容	実績値	R7年度 目標値	R8年度 目標値	R9年度 目標値	R10年度 目標値	R11年度 目標値
しんくみビジネスマッチング(出展)	1回	1回	1回	1回	1回	1回
しんくみビジネスマッチング(成約件数)	-	5件	5件	5件	5件	5件
デジタル化診断	13件	15件	15件	15件	15件	15件
DX化ツール導入	37件	40件	40件	40件	40件	40件
専門家派遣	5回	5回	5回	5回	5回	5回
プレスリリースの配信回数	3回	5回	5回	5回	5回	5回

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間(令和7年4月1日～令和12年3月31日)

(2) 目標の達成に向けた方針

地元中小企業振興・起業支援では、企業コーディネーターが配置されて体制づくりが進み、合同巡回を定期的に行うなど様々な面で連携・情報共有が深まっている。自走化に繋がる事業計画策定の支援を通じて、小規模事業者のさらなる成長に繋がる伴走支援を実施するため、笠岡市や他の支援機関、専門家との連携強化に取り組む方針である。

方針① 笠岡市との連携を基盤とした密な情報共有を行うため、月4回の合同巡回を実施する。事業計画の策定からフォローアップまで伴走した支援を実施し、個別の経営課題に対応することで、地域の雇用を創出する。また、セミナーや個別相談を通して、円滑な事業承継や創業支援を行い、新たな雇用促進へ繋げる。

方針② 笠岡づくり戦略の柱でもある経営戦略“稼ぐ”力と活性化戦略“賑わう”力の創出のため、他の支援機関と連携した相談会やオンライン相談、専門家派遣を実施する。経営状況等のデータ蓄積を行い、PDS サイクルの構築に取り組む。また、ビジネスマッチングなどの商談会や展示会への出展支援、さらにチラシ作成やプレスリリース等の支援を通して、販路拡大を目指し、小規模事業者の持続的発展に繋げる。

方針③ 「ラーメンのまち笠岡」や「日本遺産認定」事業を継続して実施することで、地域経済の活性化に取り組む。具体的には、笠岡ラーメンの認知度向上のため、市や観光協会、地元ケーブルテレビ・当所青年部等で組織する「ラーメンのまち笠岡全国展開プロジェクト推進委員会」や、岡山県観光連盟の「岡山県ご当地グルメまちづくりネットワーク」等でさらなる情報発信に向けた意見交換を行うとともに、各機関と連携してイベントに出店するなど岡山県の食の観光を推進する。また、日本遺産認定ツアーやイベント等での周知 PR 活動の支援を通して、「瀬戸内備讃諸島の石の文化」を周知し、観光振興や地域経済の活性化に繋げる。

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

【現状】

○経営支援に関する相談件数は年々増加傾向にあり、特に窓口相談（オンライン相談を含む）が大幅に増加し、巡回相談は減少している。

○「景気観測調査（DI 方式）」を、市内 40 事業所を対象として四半期ごとに年 4 回実施している。いずれの調査も一般社団法人岡山県商工会議所連合会が主体となり、集計・分析し、概要をホームページで公表している。

○原材料価格等の高騰による影響や人材不足の状況など、地域経済を取り巻く外部環境変化に関する調査を年 1 回実施し、会報に掲載して公表している。※（図 2 3）参照

○株式会社日本統計センターの市場情報評価ナビ「MieNa（ミーナ）」を使用して、笠岡市の人口・世帯・事業系データ（年販売額・製造品出荷額など）の個別明細や比較レポートを作成することができる。

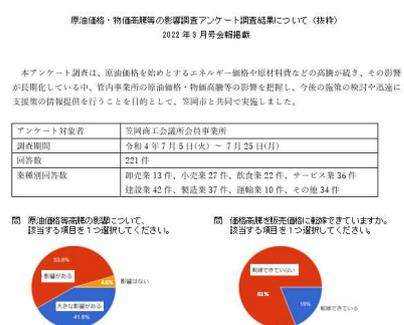
○マーケティング情報パック「Mpac（エムパック）」を使用して、「市場調査データ」から約 2,500 品目の市場規模・将来予測データを閲覧することができる。また、「都道府県データ」から都道府県別の延べ宿泊者数・百貨店やスーパーの販売額データなどを閲覧することができる。

【課題】

○コロナ禍以降、巡回訪問の件数が減少したことで、地域経済の動向や景況感をヒアリングする機会が不足している。

○経営支援基幹システム「Biz ミル」を導入しているが、巡回訪問時には「事業承継診断」やデジタル化導入支援に伴う「みらデジ経営チェック」など多くの調査・ヒアリングを実施しており、「経営状況調査シート」の活用・収集データの蓄積が出来ていない。

○市場情報評価ナビ「MieNa（ミーナ）」を使用して抽出した地域経済動向データの分析・活用が不十分である。また、地域経済分析システム「RESAS（リーサス）」は、事業計画策定の支援で一時的な情報収集に使用しているが、継続した活用・分析結果の提供が出来ていない。



～（図 2 3）アンケート調査～

(2) 目標

	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
景気観測調査	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
公表回数 (年)	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
地域経済動向調査	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
公表回数 (年)	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
経営状況調査	-	12 回	12 回	12 回	12 回	12 回
分析回数 (年)	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
地域診断調査	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
分析回数 (年)	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

(3) 事業内容

①景気観測調査の実施

岡山県の景気観測調査は、「景況」「生産額・売上高」「受注額」「原材料・商品仕入価格」「製品・商品販売価格」「製品在庫・商品在庫」「資金繰り」「採算 (収益)」「従業員 (常用)」「従業員 (臨時)」の 10 項目について、任意抽出した市内 40 事業所を対象に実施し、分析した結果をホームページで公表している。事業計画策定に取り組む小規模事業者を重点的に伴走支援するため、独自の調査項目を追加した景気観測調査を実施する。

調査対象	管内小規模事業者
調査項目	岡山県の景気観測調査の 10 項目のほか、「売上総利益」「営業利益」「経常利益」の 3 項目を追加
調査手法	任意抽出した市内 40 事業所に FAX にて調査を実施
調査周期	年 4 回 (四半期ごと)
分析手法	経営指導員が外部専門家等と連携して分析

②地域経済動向調査の実施

小規模事業者を取り巻く外部環境は常に変化をしており、地域経済の動向をタイムリーに調査・把握することで経営状況の分析に活用する。

調査対象	管内小規模事業者
調査内容	原材料価格やエネルギー価格等の高騰による影響・人手不足に関する状況など地域経済動向の変化
調査手法	当所会員事業所に郵送にて調査を実施
調査周期	年 1 回
分析手法	経営指導員が外部専門家等と連携して分析、経営指導員等連絡会議で分析

③経営状況調査の実施

「経営状況調査シート」を使用し、個社に影響のある地域経済の動向を調査・把握することで経営状況の分析に活用する。

ヒアリング対象	「事業計画策定支援先 (事業実施中)」及び「事業計画策定支援中」の管内小規模事業者
ヒアリング項目	「経営状況」「景況感」「事業の将来性」「経営資源」「経営上の問題点・課題」「販売促進」「事業計画策定状況」「事業承継」「防災・減災」の 9 項目
ヒアリング手法	巡回訪問時 (笠岡市との合同巡回を含む) にヒアリングを実施
ヒアリング周期	管内小規模事業者の決算期ごと (年 1 回)
分析手法	経営指導員が外部専門家等と連携し分析、経営指導員等連絡会議で分析

④地域診断調査の実施

経営指導員が「RESAS」及び「MeiNa」を活用して地域経済の動向を分析し、日本商工会議所の地域診断サービスにより調査・分析結果を精査する。

調査対象	笠岡市・岡山県
調査内容	地域経済動向・市場情報
調査手法	RESAS データ・MeiNa データ
調査周期	年1回
分析手法	経営指導員が日本商工会議所と連携し分析

(4) 調査結果の活用

- 情報収集・調査・分析した結果はホームページ等に掲載し、広く管内小規模事業者等に周知する。
- 経営指導員等が巡回指導（笠岡市との合同巡回を含む）を行う際の参考資料とする。
- 小規模事業者の事業計画策定支援に活用する。
- 行政への施策提案に活用する。



～ (図24) 調査結果の活用イメージ～

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

- 市内の小規模事業者に対して、経営指導員等による巡回訪問時に販売状況や消費動向などヒアリングを行っている。
- 経営相談等に来所される小規模事業者に対して、経営指導員等が需要動向に関するヒアリングを行っている。
- 市内共通商品券の加盟店に対して、市内における買い物環境の実態や消費動向などに関するアンケート調査を実施している。
- 新規販路開拓を目的に商談会等へ出展する小規模事業者に対して、個社支援としてアンケート調査票の作成支援を行っている。また、アンケート調査票を使用してバイヤーや一般来場者に対して、需要動向に関する調査を実施している。
- マーケティング情報パック「Mpac (エムパック)」を使用して、「家計調査データ」から全国約9,000世帯を抽出して実施されている総務省の家計調査より、品目別の支出を閲覧することができる。また、「消費者アンケート」から新聞・雑誌・WEB等各種メディアで公開されたアンケート結果約3,000件を閲覧することができる。

【課題】

- 経営相談（巡回及び窓口）対応時に需要動向に関するヒアリングは実施しているが、アンケート調査票の活用ができておらず、調査件数が不足している。また、小規模事業者側からの情報に限定されるため、一般消費者の求める商品やサービスについて情報収集が不十分である。
- 市内共通商品券の加盟店に実施した消費動向調査の結果は、経営指導員等が経営相談の対応時に口頭で説明してフィードバックしているが、回収件数が少なく分析が不十分である。
- 商談会等への出展支援時に、バイヤーや来場者を対象としてアンケート調査を行っているが、集計結果の分析が不十分で、商品・サービスのブラッシュアップに至らないケースがある。

(2) 目標

	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
市内消費動向調査 (市内共通商品券加盟店)	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
回収件数	50 件	50 件	50 件	50 件	50 件	50 件
調査対象事業者数	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者	8 者
市内消費動向調査 (しんくみビジネスマッチング)	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
回収件数	-	10 件	10 件	10 件	10 件	10 件
調査対象事業者数	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者

(3) 事業内容

①市内消費動向調査の実施

当所では、1999（平成 11）年 11 月から、地元での購買力を高め、消費の市外流出を防ぎ、地域経済活性化のための市内共通商品券を発行している。2024（令和 6）年 10 月現在、販売店 23 店舗で購入でき、加盟店 230 店舗で使用することができる。この販売店と加盟店の従業員に対して、年 1 回のアンケート調査を依頼し、市内の消費動向調査を実施する。分析結果は経営指導員等に共有し、事業計画策定の支援やアドバイス等に活用する。

調査対象	一般消費者
調査項目	性別、年齢、世帯状況、職業、居住地区、買い物頻度、日用品の買い物店舗及び理由、買い回り品購入の店舗及び理由など
調査手法	市内共通商品券の販売店・加盟店へアンケート調査票を郵送し、従業員に対して調査を実施
調査周期	年 1 回
分析手法	経営指導員が外部専門家と連携し分析、経営指導員等連絡会議で分析
分析結果の活用	分析結果は、経営指導員等が小規模事業者の相談に応じて、直接説明する形でフィードバックする。また、事業計画策定の支援時に現状分析・マーケティング戦略の策定等に活用する。

②しんくみビジネスマッチングでの市内消費動向調査の実施

共催する「しんくみビジネスマッチング」は、参加する事業者やバイヤー企業との商談や交流により、ビジネスチャンスの拡大を図ることを目的として、地元金融機関である笠岡信用組合が中心となり開催している。来場者数も約 1,500 人と多く、商談会の会場・出展ブースにおいて、需要動向に関する調査を実施する。分析結果は経営指導員等に共有し、事業計画策定の支援やアドバイス等に活用する。

調査対象	バイヤー・出展事業者・来場する一般消費者
調査項目	商品・サービスに関する意見や改善点など
調査手法	商談会の会場で、小規模事業者が作成したアンケート調査票を使用して、ヒアリング形式で個別調査を実施
調査周期	年1回
分析手法	経営指導員が外部専門家と連携し分析、経営指導員等連絡会議で分析
分析結果の活用	分析結果は、経営指導員等が小規模事業者の相談に応じて、個別相談時にフィードバックすることで、商品・サービスのブラッシュアップ支援等に活用する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

【現状】

- 笠岡市と連携し、2015（平成 27）年 4 月から、笠岡市企業コーディネーターと定期的な合同巡回を実施しており、経営全般や雇用、設備投資の状況などヒアリングを行っている。
- 岡山県よろず支援拠点と連携して出前相談会を開催し、経営指導員・笠岡市企業コーディネーター・岡山県よろず支援拠点コーディネーターが、小規模事業者が抱える課題の解決のために継続的なアドバイスを行っている。
- 「みらデジ経営チェック」を実施し、DX 化導入支援の取組みを強化している。
- 経営相談の対応時に、必要に応じて財務諸表等の提出を求め、経営支援基幹システム「Biz ミル」に定量的なデータを蓄積することで経営状況を把握している。
- 事業計画策定の支援時に、ローカルベンチマークや経営デザインシートを使用し、SWOT 分析の実施や経営者の将来のビジネス構想をヒアリングするなど事業に関する定性的なデータの情報収集も行っている。

【課題】

- 笠岡市との合同巡回や岡山県よろず支援拠点との出前相談（毎週開催）の実施で、ヒアリング件数や経営課題へのアドバイス件数は多いが、専門的な経営状況の分析（財務分析・SWOT 分析など）に繋がる案件が少ない状況である。
- 経営支援基幹システム「Biz ミル」を導入し、財務情報を蓄積・分析することで新規事業や事業再構築など事業計画策定の支援に活用しているが、まだ登録件数が少ない状況である。
- DX 化導入に関する支援に取り組んでいるが、「みらデジ経営チェック」などヒアリングする件数が不足している状況である。
- 財務情報など定量的なデータと比較して、SWOT 分析など小規模事業者の定性的なデータの蓄積が少ない状況である。
- 創業計画や補助金申請、設備投資を通じて事業計画策定の支援が増加しており、伴走できる支援人材が不足している。経営状況の分析ができる経験豊富な経営指導員等が高齢化しつつあり、支援人材の育成が必要な状況である。

(2) 目標

	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
巡回相談	400 件	1,000 件	1,000 件	1,000 件	1,000 件	1,000 件
窓口相談	3,000 件					
分析件数 (年)	120 件					
うち合同巡回	不定期	月 4 回	月 4 回	月 4 回	月 4 回	月 4 回
巡回件数 (年)	60 件	120 件	120 件	120 件	120 件	120 件
分析件数 (年)	20 件	24 件				
うち出前相談会	週 1 回	週 1 回	週 1 回	週 1 回	週 1 回	週 1 回
相談件数 (年)	435 件	450 件				
分析件数 (年)	10 件	12 件				

※分析件数は延べ件数とする。

※経営指導員等 1 人あたり 30 件 (4 名×30 件=年間合計 120 件) を目標とする。

(3) 事業内容

①経営支援基幹システムの活用

経営支援基幹システムを活用し、「経営状況分析表」「ローカルベンチマーク」「財務分析表」を作成し、実効性の高い事業計画策定を支援するための基礎データとして活用する。合同巡回や出前相談会の相談者へのフォロー回数を増やすことで、経営者と対話・傾聴できる機会を創出する。

②外部専門家と連携した経営分析の実施

経営指導員等が分析した結果について、岡山県よろず支援拠点コーディネーターや笠岡市企業コーディネーター等の外部専門家に客観的なアドバイスをいただき、小規模事業者へフィードバックする分析結果を精査する。

分析対象	「事業計画策定支援先 (事業実施中)」及び「事業計画策定支援中」の管内小規模事業者
分析項目	財務分析 (収益性・安全性・効率性・成長性・生産性など) SWOT 分析 (強み・弱み・脅威・機会など)
分析手法	経済産業省のローカルベンチマーク・経営支援基幹支援システムを活用し、経営指導員等が外部専門家と連携し分析
分析件数	経営指導員等 1 名あたり 30 件

(4) 分析結果の活用

○分析結果は、当該事業者へフィードバックすることで、事業計画の改善や新規事業計画策定の動機付け等に活用する。

○分析結果は、データベース化し、経営指導員等で共有することで、事業計画策定の支援やアドバイス等に活用する。

○データベース化された経営状況等を一般職員にも共有することで、支援担当以外の職員でも一定水準以上の経営支援に関する相談対応を可能とする。



～ (図 2 5) 経営状況の分析・分析後のデータベース化のイメージ～

6. 事業計画策定支援に関すること

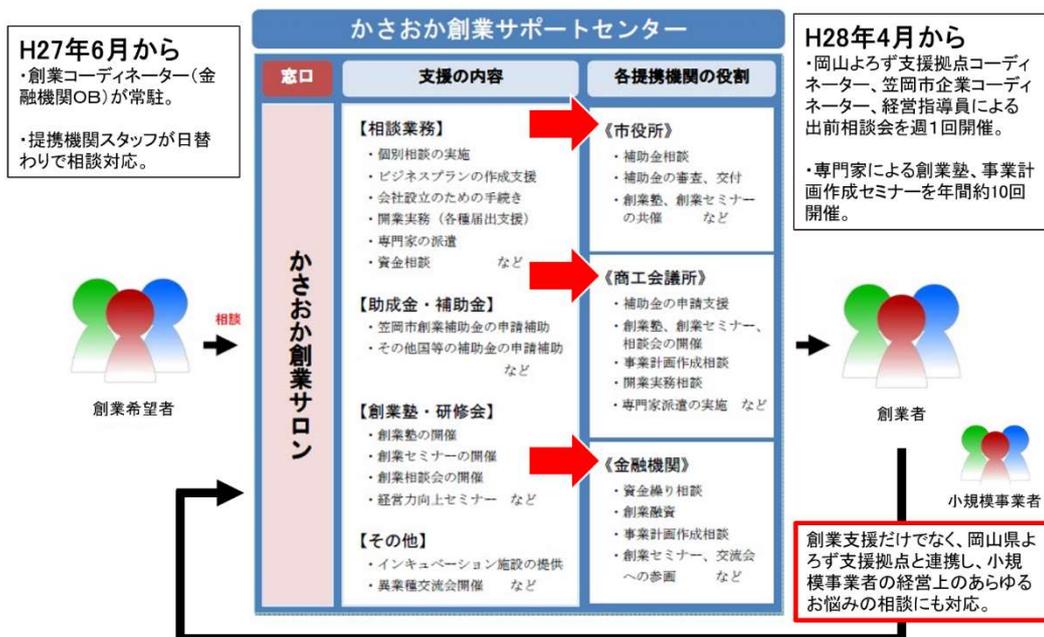
(1) 現状と課題

【現状】

- 補助金（小規模事業者持続化補助金・事業再構築補助金など）の申請をきっかけとして、財務諸表等の資料の提出を受けて、経営指導員等による事業計画策定の支援を行っている。
- 設備投資（経営力向上計画・先端設備等導入計画・経営革新計画）をきっかけとして、財務諸表等の資料の提出を受けて、経営指導員等による事業計画策定の支援を行っている。
- 2010（平成 22）年から創業塾を開催しており、創業に関する相談をきっかけとして、創業計画策定の支援を行っている。
- 岡山県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、ヒアリングシートを活用した事業承継診断をきっかけとして、必要に応じて専門家派遣を実施し、事業承継計画策定の支援を行っている。

【課題】

- 自然災害の発生や被害が頻発・激甚化しており、笠岡市においても南海トラフを震源とする大地震・津波等に備える事業継続力強化計画策定の支援強化は重要となっている。
- 事業計画策定の支援を通じて手厚い伴走支援ができてい一方で、支援先の増加や関与度合いの深まりで支援できる件数に限界が生じており、自走化に向けた支援手法の確立や工夫、ノウハウの蓄積が必要である。
- 創業や経営支援に関する相談が増加しており、事業計画策定の支援を伴走できる支援人材が不足している。
- 事業計画策定の支援経験が豊富な経営指導員等が限られており、若手支援人材等の育成が必要な状況である。

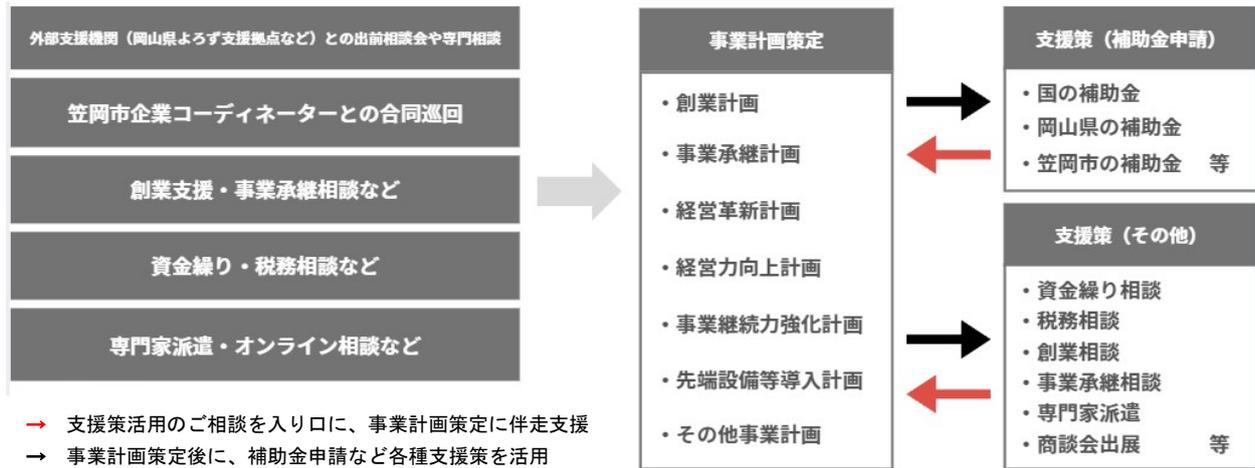


～（図 2 6）かさおか創業サロンを活用した支援のイメージ～

(2) 支援に対する考え方

① 笠岡市と取り組む小規模事業者支援の柱

小規模事業者を取り巻く環境は、感染症の流行や原油・原材料価格の高騰、人手不足、自然災害などにより厳しい状況が続いている。これまで小規模事業者持続化補助金や事業再構築補助金などの補助金申請を通じて、事業計画策定の意義や重要性を理解していただいた支援先は、各種支援施策を有効に活用することで、労働生産性が向上するなど成果に繋がっている。笠岡市の笠岡づくり戦略の柱でもある経営戦略“稼ぐ”力の創出＝事業計画策定の支援と捉え、支援先と地域ニーズを把握することで伴走した支援を実施する。



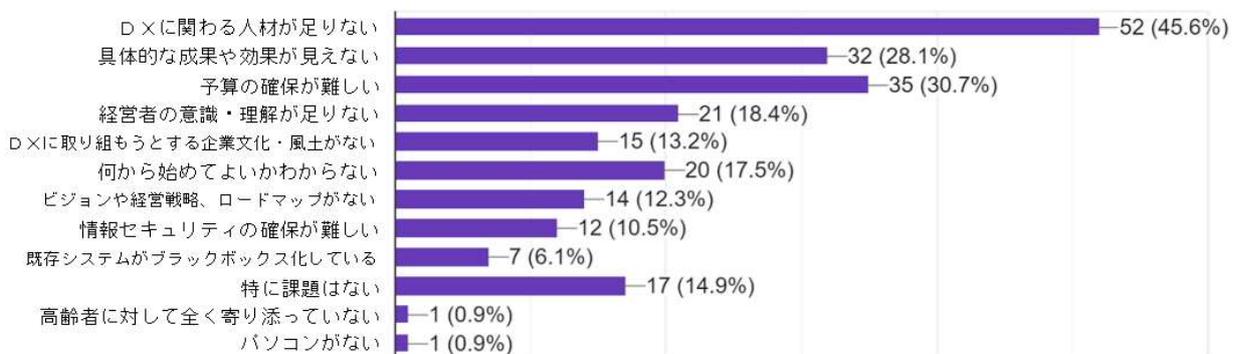
～（図27）小規模事業者支援に対する考え方のイメージ～

② 小規模事業者のDX化支援に対する考え方

小規模事業者のデジタル化対応とデータ利活用は、限られた経営資源を有効活用し、業務効率化を図るためにも優先順位の高い経営課題と言える。2023（令和5）年7月に実施したDX化に関するアンケート調査によると、DX化に関わる人材不足のほか、DX化に取り組むことによる成果や効果に疑問を感じている小規模事業者が多いことがわかる。※（図28）参照

小規模事業者のデジタル化に関する課題に対して、導入障壁の低いデジタル化ツールを提案・導入支援することで成果や効果の見える化に貢献し、さらなる本質的課題の解決に繋がる伴走支援に取り組んでいく考えである。

問 DXに取り組むにあたっての課題について、該当する項目を選択してください。（複数選択可）



～（図28）当所「DX化に関するアンケート調査」～

(3) 目標

これまで経営指導員等が中心となり、事業計画策定の支援や商談会・即売イベントの出展支援など、小規模事業者の個別課題に対応する伴走支援を実施してきた。歯止めがかからない人口減少や経営者の高齢化など事業承継の問題、人手不足など厳しく変化を続ける経営環境の中で、新たな需要を獲得するための事業再構築や事業環境変化へ対応するための事業計画策定の支援は、より一層重要となっている。他の支援機関や専門家等と連携して、これまで以上に多面的な視点に立ち、小規模事業者自らが納得して自走化できる事業計画策定の支援に取り組む。

	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
事業計画						
相談件数	279 件	300 件	300 件	300 件	300 件	300 件
策定件数	115 件	120 件	120 件	120 件	120 件	120 件
うち創業計画						
創業者数	11 件	15 件	15 件	15 件	15 件	15 件
策定件数	19 件	20 件	20 件	20 件	20 件	20 件
うち補助金申請						
相談件数	118 件	120 件	120 件	120 件	120 件	120 件
策定件数	20 件	20 件				
うち小規模事業者経営改善貸付						
相談件数	46 件	50 件	50 件	50 件	50 件	50 件
策定件数	18 件	20 件	20 件	20 件	20 件	20 件
うち専門家派遣						
派遣件数	53 回	54 回	54 回	54 回	54 回	54 回
策定件数	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
デジタル化導入セミナー						
開催回数	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回
策定件数	-	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件

※事業計画策定の相談件数は延べ件数とする。

※経営指導員等 1 人あたり 30 件 (4 名×30 件=年間合計 120 件) を目標とする。

(4) 事業内容

①小規模事業者を対象としたデジタル化導入セミナーの開催

びんごデジタルラボ (広島県福山市) と連携した体験型セミナーを開催しており、デジタル化ツールの導入支援をきっかけとして、経営状況の分析や事業計画策定に取り組む小規模事業者の支援に繋げていく。

募集方法	個別相談会・専門相談・合同巡回でチラシを配布して PR ホームページ・メール配信サービス・笠岡市の広報誌で PR
回数	3 回
体験ツール	kintone・公式 LINE アカウント・Canva・生成 AI など
参加者数	30 名
支援内容	○自社のデジタル化に関する現状分析 みらデジ経営チェックなど ○デジタル化導入の検討 IT 戦略ナビ・ここからアプリなど ○事業計画の策定 アクションプランの作成・数値計画の作成など

②専門家派遣による事業計画策定のブラッシュアップ支援

これまで経営指導員等が中心となり、小規模事業者の事業計画策定の支援に取り組んできた。国内市場の成熟化やグローバル化、DX化、人手不足などに起因する経営課題がより複雑化する中、他の支援機関や専門家との連携強化はこれまで以上に重要となっている。

売上や利益を確保する事業再構築に取り組む小規模事業者に寄り添い、多面的な視点に立った事業計画策定の支援を行うため、本質的な経営課題の設定と解決に繋げる専門家派遣を計画的に実施する。

募集方法	個別相談会・専門相談・合同巡回でチラシを配布してPR ホームページ・メール配信サービス・笠岡市の広報誌でPR
派遣回数	42回（事業計画策定15者×2回、デジタル化導入6者×2回）
対象	管内の小規模事業者
支援内容	○自社の現状を見つめ直す現状分析 財務分析・SWOT分析・3C分析など ○お客様との関係を創造し維持するマーケティング戦略の立案 STP・4P（マーケティングミックス）・4C分析など ○課題と解決策の検討 本質的課題の設定・問題解決のステップ・効果の試算など ○事業計画の策定 アクションプランの作成・数値計画の作成など

③飲食業を中心とした衛生管理計画策定の支援

当所では「ラーメンのまち笠岡全国展開プロジェクト」のまちおこし事業や「かさおか創業サポートセンター」の創業支援事業の取組みにより、笠岡ラーメンを提供する店舗やその他飲食店など飲食業の開業割合が高い。

HACCPに沿った衛生管理が制度化され、小規模な飲食店等にとって正しく対応することは食の安全性向上のためだけでなく、製造工程の省力化による生産性向上や利益拡大にも繋がる重要な取組みである。衛生管理の知識を得る機会が増えることで、衛生管理への意識向上に繋がり、衛生管理計画策定の支援を通じて、企業価値が向上することで取引先の信頼獲得や人材確保などにも寄与できるため、食品衛生管理に関する専門家派遣を計画的に実施する。

募集方法	個別相談会・専門相談・合同巡回でチラシを配布してPR ホームページ・メール配信サービス・笠岡市の広報誌でPR
派遣回数	12回
対象	管内の小規模事業者（飲食業）
支援内容	○現状のヒアリング ○厨房・店舗内の確認 ○現場確認のまとめ ○HACCPの概要説明 ○一般的衛生管理の計画書作成 ○一般的衛生管理の記録書の書き方 ○重要管理の計画書作成 ○重要管理の記録書の書き方 ○HACCPの失敗事例の紹介 ○質疑応答

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】

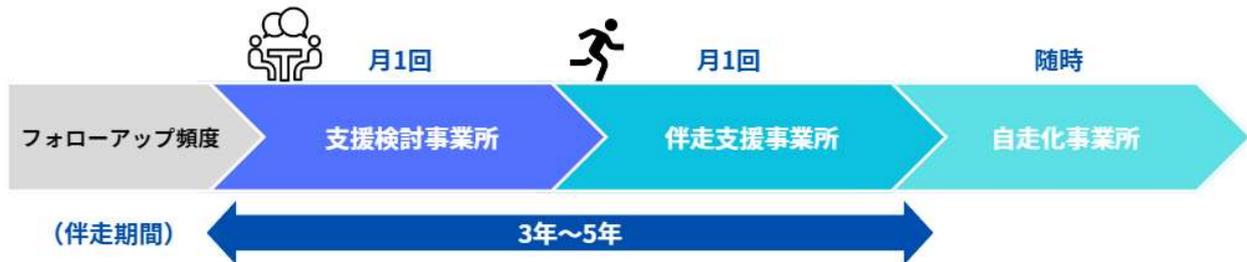
- 補助金申請の支援を通じて、実績報告など事業計画策定後も伴走した支援を行っている。
- 笠岡市との合同巡回を通じて、事業計画の遂行状況や事業実施後の改善についてヒアリングを行っている。
- 岡山県よろず支援拠点の出前相談会を通じて、専門コーディネーターと連携し、集客や販売拡大、改善点などにアドバイスを行っている。

【課題】

- 窓口相談に対して巡回訪問が減少しており、事業実施場所での進捗確認などフォローアップが不足している。
- 事業計画策定支援先の商談会や即売会への出展支援や新規販路のマッチング支援など伴走した支援を行えているが、支援先の増加に伴いフォローアップ頻度が減少している。
- 事業実施後の財務情報の蓄積が少なく、売上・利益など効果測定が不十分である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画策定を支援した全ての小規模事業者を対象に、支援段階に応じたフォローアップ支援を実施する。具体的には、「支援検討事業所・伴走支援事業所・自走化事業所」の分類ごとにフォローアップ頻度を設定し、事業計画策定に取り組んだことによる効果測定を行う。財務情報を共有・分析・フィードバックすることで内発的な動機付けを行い、小規模事業者自らが自走化に向かうためのフォローアップ支援を実施する。



～ (図29) 自走化に向けたフォローアップ支援のイメージ～

(3) 目標

	現行	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度	R11 年度
フォローアップ						
支援件数	55 件	120 件	120 件	120 件	120 件	120 件
支援件数 (創業)	11 件	15 件				
頻度 (延べ回数)	3,000 回					
売上高増加	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
利益率増加	3 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
付加価値額増加	-	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
労働生産性増加	-	3 件	3 件	3 件	3 件	3 件

(4) 事業内容

事業計画を策定した全ての小規模事業者を対象に、フォローアップのため定期的な巡回訪問及び窓口相談を実施する。事業計画年度の終了した小規模事業者に対しても定期的なフォローアップ訪問を行い、新たな事業計画策定支援へ繋がる伴走した支援を継続していく。そのため、以下のフォローアップ頻度を目標とする。

支援段階	頻度	延べ回数	備考
○自走化事業所	随時	120回	自走化した事業所 120件×1回 (年1回)
○伴走支援事業所	月1回	1,440回	事業計画の策定件数 120件×12回 (月1回)
○支援検討事業所	月1回	1,440回	経営状況の分析件数 120件×12回 (月1回)

※フォローアップ頻度の進捗状況に改善が必要な場合は、笠岡市との合同巡回の回数(月4回)を増やすことで目標達成を実現する。

① 創業計画策定後のフォローアップ支援の実施

かさおか創業塾やかさおか創業サロンを通じて創業計画策定を支援した創業者に対して、笠岡市との合同巡回を実施し、売上や利益など定量的なデータなど事業化状況のヒアリングを行う。事業計画実施中の課題に対して、経営指導員等が中心となり、岡山県よろず支援拠点の出前相談会や専門家派遣を実施し、事業計画の改善に助言を行う。

② 事業計画策定後のフォローアップ支援の実施

補助金申請など事業計画策定の支援後(3年～5年)は「伴走支援事業所」として、笠岡市との合同巡回を実施し、売上や利益など定量的なデータのヒアリングを行う。事業計画実施中の課題に対して、経営指導員等が中心となり、岡山県よろず支援拠点の出前相談会や専門家派遣を実施し、事業計画の改善に助言を行う。

③ 経営支援基幹システムを活用したフォローアップ支援の実施

計画年度ごとに財務諸表等の定量的なデータを経営支援基幹システムに反映することで、「経営状況分析表」「ローカルベンチマーク」「財務分析表」を作成し、支援先にフィードバックを行う。PDSサイクルを回すことで目標の形骸化を防ぎ、事業計画の改善や課題への対応を明確化する。

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

【現状】

- 共催する「しんくみビジネスマッチング」にブース出展し、事業活動のPRだけでなく、バイヤー等とのネットワーク構築に取り組んでいる。
- バイヤー等とのネットワークを活かし、商品取扱いに関する働きかけや商品ブラッシュアップに関する情報収集を行っている。
- 笠岡市の魅力ある商品の掘り起こしや商品の認知度向上、新規顧客の獲得のため、地域連携の取り組みである「かさおかフェア(天満屋岡山本店・高島屋岡山店が主催)」に連携・協力を行っている。
- 小規模事業者持続化補助金や笠岡市の販路開拓に関する補助金申請を通じて、新規販路開拓を目的とした商談会や即売会出展を伴走支援している。

【課題】

- 「しんくみビジネスマッチング」では、主催者から商談件数・有効面談件数などを情報共有しているが、出展後の商談状況や成約確認が不十分である。
- 専門家やバイヤー等からのフィードバックを受け、専門家を交えて商品改良に助言を行っているが、新規販路の開拓状況など確認が不十分である。
- 商談会等出展を通じてバイヤーから見積もり依頼の引き合いは増加するが、成約に至るケースが現状では少ない。

(2) 支援に対する考え方

農業においては、笠岡湾干拓地を中心に乳用牛・肉用牛合わせて約1万頭が飼育され、県内でも最大規模の畜産経営地域となっている。市内北部では、養鶏業も営まれており、約60万羽の採卵鶏が飼育されており、皮ごと食べられる国産バナナや完熟イチゴなど特色ある地域産品を使用した加工商品も生まれている。水産業においては、海苔や牡蠣の養殖が盛んである。一方で、高齢化・後継者不足等により漁業従事者が減少し、また海洋環境変化等により漁獲高も減少している中、陸上養殖に取り組む動きが生まれており、新たな地域産品の販路開拓に寄与する支援が必要な状況である。

特にBtoC市場をターゲットとした新商品・新サービスは、消費者に認知されていないケースも多いため、インターネットやIT技術を活用したデジタルマーケティング手法を取り入れることで、顧客との繋がりを重視し、顧客の興味関心や欲する情報を捉え、関係性構築に寄与する支援を実施する。地域の特色を活かした地域産品の高付加価値化に寄与する伴走支援を通じて、新たな需要の開拓へと繋げていく考えである。

(3) 目標

	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
しんくみビジネスマッチング出展支援						
出展回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
出展事業者件数	10件	10件	10件	10件	10件	10件
成約件数	-	5件	5件	5件	5件	5件
デジタルマーケティング支援						
DX化診断	13件	15件	15件	15件	15件	15件
DX化ツール導入	37件	40件	40件	40件	40件	40件
専門家派遣	5回	5回	5回	5回	5回	5回
売上増加事業者数	-	5者	5者	5者	5者	5者
プレスリリース支援						
配信回数	3回	5回	5回	5回	5回	5回
売上増加事業者数	2件	3件	3件	3件	3件	3件

(4) 事業内容

①商談会等への参加

「しんくみビジネスマッチング」は、地元金融機関が中心となり、約100社の出展企業や多くのバイヤーが参加され、有効商談率の高い商談会となっている。全国からバイヤーが集い、首都圏・関西圏などへの販路開拓にも寄与されている。事業計画策定の支援を行った伴走支援事業所に対して積極的な参加を促し、新たな販路開拓に繋がる支援を実施する。

②デジタルマーケティング支援の実施

顧客との関係性構築を図ることで、固定客化に繋げるためのデジタル化ツール等の導入支援を実施する。具体的には、小規模事業者のデジタル化への対応状況など段階に応じて、専門家等と本質的な課題の設定を行い、業務効率化や販売拡大に寄与するデジタル化導入を支援する。

③プレスリリース支援の実施

笠岡市の記者クラブや岡山県商工会議所連合会のプレスリリース配信サービスを通じて、マスメディアに向けて小規模事業者の新たな販路開拓に高い効果が期待できるプレスリリースを実施する。具体的には、チラシ作成やプレスリリース様式の書き方に助言を行い、自発的に情報発信を継続できる自走化に向けた支援を実施する。

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】

○経営支援基幹システムに入力されたデータを基に、四半期ごとに経営発達支援事業の進捗状況等について集計を行い、目標達成に向けた改善を実施している。

【課題】

○コロナ禍以降、実施事業の評価及び見直しに対して、外部有識者等からの検証が不十分である。

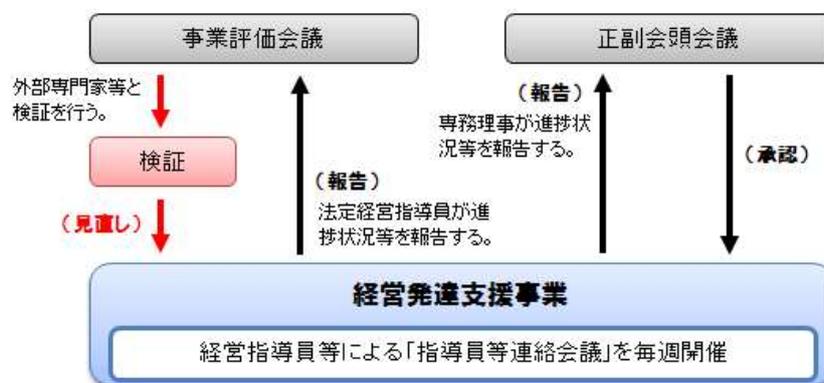
(2) 事業内容

法定経営指導員と笠岡市から商工観光課の担当者、外部有識者として中小企業診断士等をメンバーとする事業評価会議を設置し、年1回の実績報告に基づき、経営発達支援事業の成果について報告（オンライン会議を含む）を行い、実施事業の評価及び検証を行う。

毎週開催する経営指導員等の連絡会議で支援状況などの情報共有を行っており、事業評価会議への報告にあたっては、法定経営指導員が経営支援基幹システムに登録された定量的なデータと併せて報告を行う。

事業見直しについては、事業評価会議での評価及び検証を基に、法定経営指導員が中心となって事業実施計画の修正を行い、専務理事が正副会頭会議へ報告して承認を受ける。

また、事業の評価・見直しの結果を当所のホームページに掲載することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。



～ (図30) 評価及び見直しをするための仕組み～

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】

- 経営指導員等は、最新の施策情報や支援ノウハウを学ぶため、外部研修等に定期的に参加しており、支援能力の資質向上に努めている。
- 中小機構等と連携して、行政職員や経営指導員等を対象とした専門的な研修を年1回開催している。
- 外部講師に依頼して、経営指導員等や一般職員を対象とした支援能力の資質向上に繋がる研修を年1回開催している。
- 岡山県よろず支援拠点と連携して出前相談会を開催しており、小規模事業者の個別相談に同席することで、専門コーディネーターや笠岡市の企業コーディネーターからOJTにより実務経験を積んでいる。

【課題】

- 一般職員は、経営指導員等とOJTによる実務経験を積む機会が少なく、経営支援に関する資質向上や支援ノウハウ等の共有が不足している。
- 実務経験が豊富な経営指導員等が高齢化しており、若手の支援人材育成が必要である。

(2) 事業内容

①研修会等への積極的な参加

日本商工会議所や岡山県商工会議所連合会など上部組織が実施する経営指導員研修に、経営指導員だけではなく一般職員も計画的に参加し、支援能力の資質向上に努める。

②外部講師による支援能力向上に関する研修の実施

連携する中小機構や岡山県よろず支援拠点、日本政策金融公庫等に外部講師を依頼し、支援能力の資質向上に繋がる専門性の高い研修を実施する。

③職員研修の開催

経営指導員等や一般職員を対象として、小規模事業者の自走化に向けた経営力再構築伴走支援やDX化導入支援など専門的な研修を継続して開催する。

④経営指導員等の連絡会議の開催

毎週月曜日に1時間程度、経営指導員等の連絡会議を開催し、小規模事業者の経営支援状況や課題に対する対応状況、支援事例などの情報共有を行い、OJTの場として活用することで支援能力の向上や組織の活性化を図る。

⑤チーム支援（OJT等）の強化

一般職員に対して、実務経験が豊富な経営指導員等が笠岡市との合同巡回や窓口相談の機会を活用したOJTを積極的に実施し、組織全体として支援能力の向上に取り組む。

⑥データベース化による支援ノウハウ等の共有

経営指導員等が経営支援基幹システム上のデータを随時更新し、定性的なデータや財務情報を蓄積することで、担当以外の職員でも一定レベル以上の相談対応ができる体制を整える。

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】

- 岡山県商工会議所連合会内に広域経営支援センターが開設され、広域サポーターを設置し、定期的に連絡会議を開催している。連絡会議では、小規模事業者支援に関する情報交換のほかセミナーを開催しており、定期的に窓口相談を開催している。
- 岡山県よろず支援拠点と連携し、週1回の出前相談会を開催しており、経営指導員・笠岡市企業コーディネーター・岡山県よろず支援拠点コーディネーターが、事業者が抱える課題の設定や課題解決への助言を継続的に行っている。専門性の高いコーディネーターとのOJTにより支援ノウハウなどを共有しており、支援事例に関する情報交換を行っている。
- 岡山県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、事業承継に関するヒアリングやエリアコーディネーター派遣を通じて事業承継を支援する体制が整えられている。専門家派遣による事業承継計画の策定支援など支援機関の自走化に向けた取組みも強化されている。
- 中小機構のIT経営サポートセンターと連携し、実務経験豊富なITの専門家から助言を受け、小規模事業者のDX化ツール導入支援など課題解決に繋げるための相談に対応している。
- 笠岡市の企業コーディネーターと連携し、原則毎週火曜日に合同巡回を実施している。小規模事業者の経営相談に対応する中で、支援ノウハウや知識を共有している。

【課題】

- 小規模事業者を取り巻く外部環境の変化が激しく、相談件数の増加や伴走支援が深まることで支援人材の不足に繋がっている。自走化に向けた支援ノウハウの共有や支援手法の確立、他の専門機関とのより一層の連携強化が必要である。

(2) 事業内容

①他の支援機関との支援ノウハウ等の情報交換

岡山県よろず支援拠点との出前相談会や岡山県事業承継・引継ぎ支援センター、IT経営サポートセンターとの相談対応時に、支援ノウハウなどの情報交換や連携支援した事例を定期的に検証することで、小規模事業者を連携して支援するあり方の改善に繋げていく。

②笠岡市との支援ノウハウ等の情報交換

笠岡市との合同巡回を通じて情報共有を密にすることで、より一層の連携強化を図る。

③広域サポーター会議での支援ノウハウ等の情報交換

岡山県内の12商工会議所で組織する広域サポーター会議は年間5回程度開催されており、経営指導員等が出席し、小規模事業者の支援事例など情報共有及び意見交換を行っている。今後も重要な情報収集と情報共有の場と認識して継続参加する。

内容	現行	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
岡山県よろず支援拠点	48回	48回	48回	48回	48回	48回
岡山県事業承継・引継ぎ支援センター	2回	4回	4回	4回	4回	4回
IT経営サポートセンター（中小機構）	5回	6回	6回	6回	6回	6回
笠岡市との合同巡回	月4回	月4回	月4回	月4回	月4回	月4回
広域サポーター会議	5回	5回	5回	5回	5回	5回

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】

○当所では2003（平成15）年以降、笠岡ラーメンを活動の中心として「ラーメンのまち笠岡」の推進に取り組んでいる。笠岡ラーメンは2019（令和元）年9月に地域団体商標（登録番号：第6181945号）として登録された。2021（令和3）年5月には、寿がきや食品からカップ麺「全国麺めぐり笠岡ラーメン」が全国発売され、2022（令和4）年10月には新横浜ラーメン博物館30周年企画「あの銘店をもう一度」に、地元老舗である中華そば坂本が二度目の出店、また東京都内や神戸などに笠岡ラーメン店が開業するなど、認知度は拡がりを見せている。

○2019（令和元）年5月に日本遺産の認定を受けて以降、行政及び当所会員事業所の民間事業者等と、毎月事業推進についての協議を重ねている。

【課題】

○地域経済の活性化を図るためには、地域に眠る資源を活用し、地域経済圏の外から需要を取り込める産業を育成して地域の“稼ぐ力”を高めることが重要で、地域の外から来訪者を呼び込む観光は、地域にとって極めて重要な戦略産業となる。地域資源を活用して地域経済を活性化させる取組みの課題としては、しっかりとした効果が出るまでに中長期的な事業継続が必要であることと併せ、地域に足りない要素を広域で補い合う近隣市町との連携が求められている。また、連携する中で、魅力あるモデルルートの検討や付加価値の高い土産品開発なども必要となっている。

○日本遺産の認定後3年間は、国からの補助金も活用し、連携をしている同じ石の文化を持つ小豆島町・土庄町・丸亀市とともに、シンポジウムの開催やツアーの実施等を行ってきた。3年経過以降は、各自治体独自予算での推進となり、島しょ部で認定を受けている笠岡市にとっては、観光者の宿泊や食事施設の問題、アクセスの利便性向上など島ならではの課題も多い。

(2) 事業内容

①「ラーメンのまち笠岡」の推進

笠岡市は古くから養鶏と製麺が盛んな土地柄で、戦前からトリガラスープと煮鶏（鶏チャーシュー）を使ったラーメンが親しまれてきた。この煮鶏とトリガラスープが特徴的な「笠岡ラーメン」を核としながら、バリエーションの多様さ、ラーメン食材の豊富さ、専門店以外で提供されている特異性を取り上げ、街そのものをラーメンテーマパークとして捉え、ラーメンと中華そばを扱う全店舗の情報を発信する。

全国区のラーメンタウンとしての地位を確立させ、飲食・観光での新規入込客を創出することで地域経済活性化に繋げる。また、岡山県西部から広島県東南部にかけての備中・備後地域には、それぞれの歴史の中で様々な麺文化が独自の発展を遂げながら混在しており、連携して観光情報と絡めた情報発信をすることで、より広域から交流人口の増加を図る。

事業実施については、笠岡市・笠岡観光協会・ラーメン店・地元ケーブルテレビ・当所青年部等で組織する「ラーメンのまち笠岡全国展開プロジェクト推進委員会」を組織し推進する。また、岡山県観光連盟の「岡山県ご当地グルメまちづくりネットワーク」に所属しており、年1回の全体会議で意見交換を行うとともに、連携してイベントに出店するなど岡山県の食の観光を継続して推進する。

販売支援事業

- 各種イベント出店支援（ボランティアスタッフ派遣）
- 認定商品の認定審査及び販売促進

広報支援事業

- WEB サイト、SNS を活用した情報発信
- ラーメンのまち笠岡マップの作成及び配布
- 各種メディア取材協力
- 着ぐるみ貸出し

歴史調査事業

- 戦前から地域に根付く中華そばの文化について市民をはじめラーメン店などへのヒアリングを行うとともに、画像や書籍などの資料を掘り起こし取りまとめる。



～煮鶏が特徴「笠岡ラーメン」の写真～

②日本遺産認定事業「知ってる!?悠久の時間が流れる石の島」の推進

文化庁では、地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産（Japan Heritage）」として認定し、ストーリーを語る上で不可欠な有形・無形な様々な文化財を総合的に活用し、地域・観光振興に活かしていく取組みを支援している。地域の風土に根ざした、世代を超えて受け継がれている文化財や伝統文化をその歴史的経緯や風習などを踏まえたストーリーの下にパッケージ化し、点ではなく面として捉え情報発信することで、認定された地域の認知度も高まり、また地域住民のアイデンティティの再認識やブランド化等にも貢献できるものと考えている。

笠岡市も2019（令和元）年5月に、瀬戸内備讃諸島の石の文化をテーマに、同じ石の文化を持つ小豆島（小豆島町・土庄町）と丸亀市との連携（シリアル型）で認定を受け、以降毎月行政及び市議会・観光協会・当所会員の民間事業者とで「日本遺産推進会議」として協議を重ねている。

令和5年度の夏には、地元の船会社との協働で、認定を受けている笠岡諸島の周遊も含めた「花火大会観覧ツアー」を開催し、市内外より多くの方にご参加をいただいた。また、令和6年度の秋には、認定を受けている文化財を含めた歴史的景観を通じて、さらに多くの方々に笠岡市・笠岡諸島の魅力を知ってもらうため、「笠岡諸島フォトロゲイニング」の実施を予定している。さらに令和7年度には、文化庁より日本遺産認定後の活動推進状況の審査もあるため、再審査の対象とならないよう、今後更に行政、民間事業者等とも連携し、観光推進・地域活性化に繋がるよう努めていく。



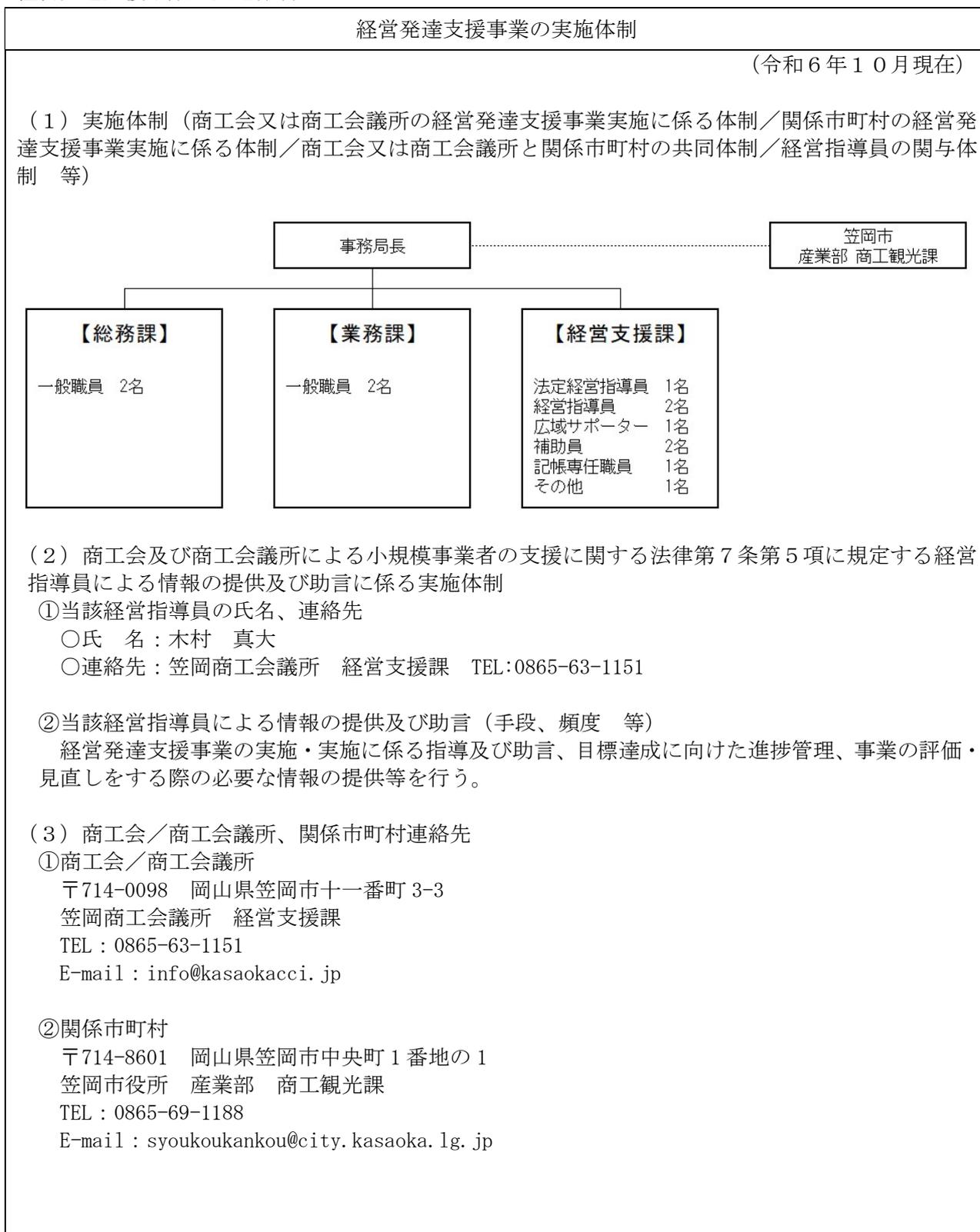
～日本遺産イベントのチラシ～

活動内容

- 各月（偶数月） 行政と当所、観光協会等で、日本遺産推進会議を開催
- 各月（奇数月） 行政と当所、観光協会等で、日本遺産合同分科会を開催
- 観光ボランティアの育成研修
- 日本遺産認定ツアー
- イベント等での周知PR活動 他

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(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	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
○経営状況分析	350	350	350	350	350
○専門家派遣	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
○支援能力向上研修	150	150	150	150	150
○新たな需要開拓支援	250	250	250	250	250
○事業評価	50	50	50	50	50

(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、笠岡市補助金、参加費等

(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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等