

経営発達支援計画の概要

実施者名	井原商工会議所（法人番号 5260005005170） 井原市（地方公共団体コード 332071）
実施期間	令和7年4月1日～令和12年3月31日
目標	井原商工会議所は、井原市との連携により地域経済や小規模事業者の持続的な発展に向けて以下の目標を掲げる。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 各種分析・調査に基づく事業計画策定と実行支援 2. 地域資源の活用による販路開拓と高付加価値化の推進 3. IT化・DX推進による販路拡大と業務効率化 4. 創業・事業承継の推進 5. 経営指導員等の支援力の向上
事業内容	I. 経営発達支援事業の内容 <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査に関すること 地域の経済動向の現状を把握し、小規模事業者が調査結果を活用できるよう、広く情報提供するとともに、支援対象者への経営発達支援の基礎資料として活用する。 2. 需要動向調査に関すること 展示商談会や物産展、地域イベント等に参加した際にアンケート調査を実施し、その情報を小規模事業者にフィードバックすることで製品・サービスの向上に寄与する。 3. 経営状況の分析に関すること 巡回・窓口相談時に経営分析の必要性や重要性を説明し、理解を深めてもらうとともに、「ローカルベンチマーク」などの経営分析ツールを活用し、より多くの小規模事業者に経営分析を行う。 4. 事業計画策定支援に関すること 経営分析を実施した事業者を対象に、巡回・窓口相談により事業計画策定を目指すとともに、専門家によるDXに向けた窓口相談を行う。 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画を策定した事業者を対象に、巡回訪問を実施し、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的にフォローアップを実施する。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 展示商談会や物産展、地域イベントへの参加を促進するとともに、DX・ITに関する取組を行い、事業者の販路拡大を支援する。
連絡先	井原商工会議所 〒715-8691 岡山県井原市七日市町13 TEL:0866-62-0420 FAX:0866-62-0411 E-mail: cci@ibara.ne.jp 井原市 建設経済部 商工課 〒715-0014 岡山県井原市七日市町10 TEL:0866-62-8850 FAX:0866-62-8853 E-mail:shoko@city.ibara.lg.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①現状

・井原市の概要

岡山県井原市は岡山県の西南部に位置し、人口約3.7万人、面積243.54㎢で、温かな気候に恵まれ、里山や田園など美しい自然に囲まれた暮らしやすい町である。

市の北部を標高200～400mの丘陵地帯が吉備高原へ続いており、市の南部を平成30年7月豪雨で大きな被害をもたらした一級河川高梁川支流の小田川が西から東へ貫流し、その流域の平野部に市街地が形成されている。地形的には市街地を除いては、ほとんどが山々に囲まれた農山村である。

市域を大きく分けると、平成の大合併以前の市町域をもとに井原・芳井・美星の3つの地域に分けられる。また、隣接する広島県福山市とは生活圏・経済圏が一体化して福山都市圏を形成しており、古くから県境にとらわれない交流が盛んに行われている。

温かな気候により、「葡萄」や「明治ごぼう」「美星の乳製品・豚肉加工品」などの特産品を生産するほか、古くから繊維産業が盛んであり、ジーンズの生地となるデニムは有名ブランドで使用されるなど世界各地で高い評価を得ている。

また、プラスチック製品製造業（食品容器等）や輸送用機械器具製造業（自動車部品や農業機械部品等）、電子機械器具製造業などが集積するなど製造業の町としての一面も併せ持っている。さらに、JRが通っておらず、岡山県総社駅と広島県神辺駅までの41.7kmを結び、田園風景の中を走る第3セクター「井原鉄道」も特色の一つといえる。



右図は、井原市の地図であり、井原商工会議所が管轄するエリアは緑色の平成の大合併以前の旧井原市である。

(井原市の面積243.54㎢のうち89.95㎢を占める。)

なお、黄色の芳井町・美星町は小田郡矢掛町に本部を置く備中西商工会が管轄するエリア（芳井支所、美星支所）となっている。

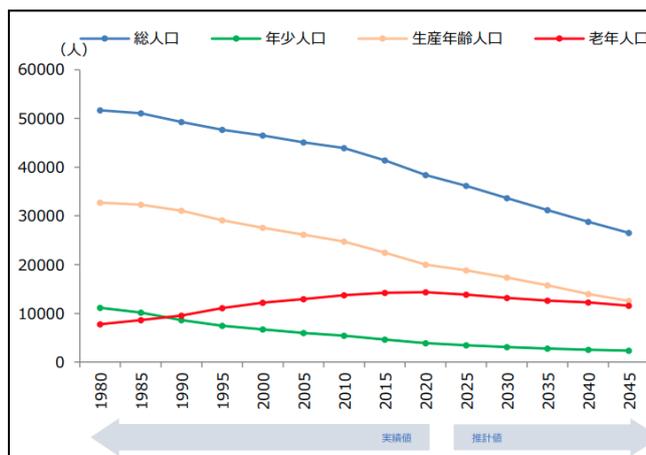


・井原市の人口（推移）と管内人口

○井原市人口（推移）

井原市も全国的な傾向と同様に、人口減少と少子高齢化が進んでいる。人口は、現在の約 3.7 万人から今後は緩やかに減少していく傾向にあり、2045 年には、約 2.6 万人となる見込みである。

特徴としては、2020 年から 2045 年までに、年少人口が 39%程度（約 1,500 人）、生産年齢人口が 37%程度（約 7,500 人）減少、また、老年人口については、2020 年頃をピークに、その後は同規模を維持しながらも、微減していく見込みである。



出所：RESAS

さらに、令和 2 年国勢調査による産業別就業人口比率は、第一次産業が 6.6%、第二次産業が 38.0%、第三次産業が 55.4%となっており、年々第三次産業の就業人数が増えている一方、就業人数全体は減少傾向であり、働き手不足が顕著となっている。

○管内人口

井原市における当所管内人口と管外人口 (令和 6 年 8 月末現在)	
当所管内 (旧井原市)	29,644 人 (80.4%)
管外 (芳井町)	3,828 人 (10.4%)
管外 (美星町)	3,403 人 (9.2%)
合計	36,875 人 (100%)

出所：井原市HPより作成

○産業の就業人数

産業	H17 年	H22 年	H27 年	R 2 年
第一次産業就業者	2,360 人 (10.7%)	1,394 人 (6.9%)	1,416 人 (7.4%)	1,278 人 (6.6%)
第二次産業就業者	9,366 人 (42.4%)	8,081 人 (40.0%)	7,377 人 (38.4%)	7,372 人 (38.0%)
第三次産業就業者	10,360 人 (46.9%)	10,705 人 (53.1%)	10,385 人 (54.2%)	10,759 人 (55.4%)
合計	22,086 人	20,180 人	19,178 人	19,409 人

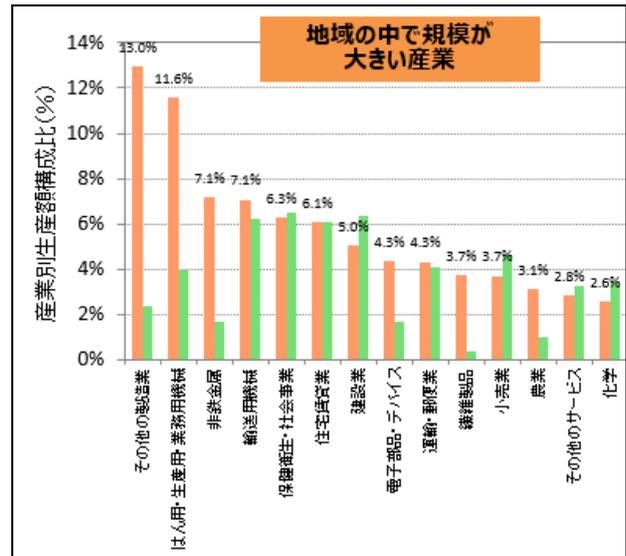
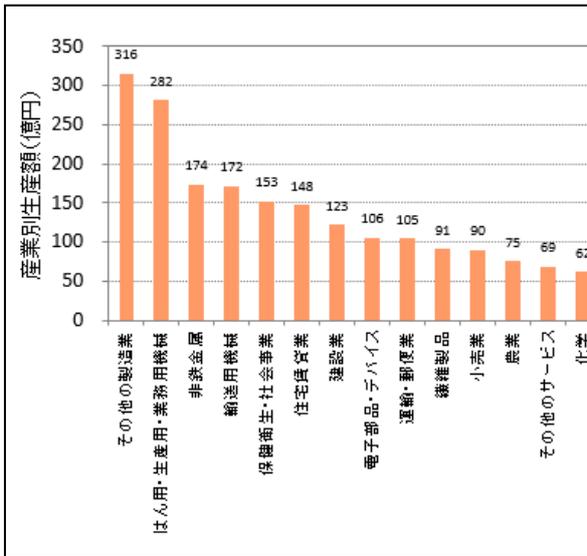
出所：総務省「国勢調査」より作成

・井原市の産業

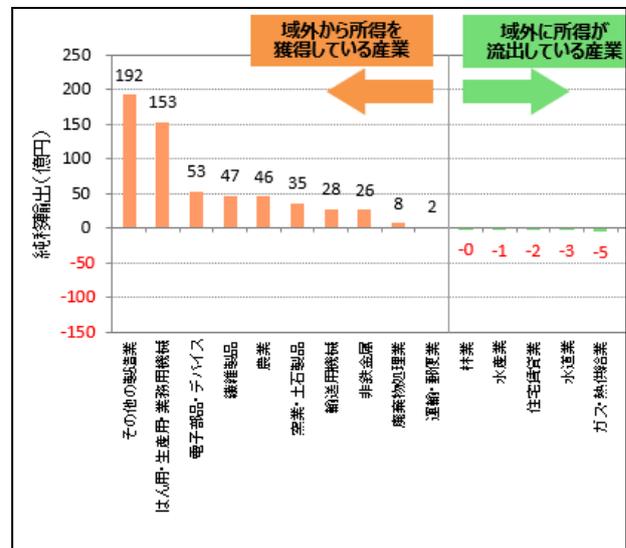
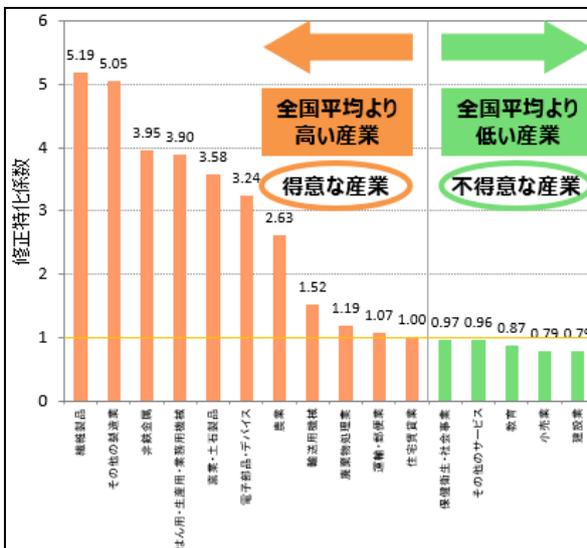
○強みの産業／その他の製造業、はん用等機械、非鉄金属、輸送用機械製造業 等

昭和 40 年代からのモータリゼーションや大量生産・大量消費の進展、家電の普及とともに、輸送用機械器具製造業やプラスチック製品製造業、電子機械器具製造業等の多様な製造業が集積し、徐々に技術力を身に付け、提案型あるいは独自の製品を開発するなど地域を支える企業へと成長している。産業別生産額から判断しても、市内

で生産額が最も大きい産業はその他の製造業（316億円）であり、次いではん用・生産用・業務用機械（282億円）、非鉄金属（174億円）、輸送用機械（172億円）、電子部品・デバイス（106億円）、繊維製品（91億円）などが続いている。これらの産業は産業別生産額構成比や産業別修正特化係数を見ると、全国平均と比較して高い傾向にあり、産業別純移輸出額でも域外から所得を獲得していることから、井原市の代表的かつ強みの産業といえる。



(上図 オレンジ：井原市、緑：全国)



出所：環境省「地域経済循環分析自動作成ツール」

○特徴的な産業／繊維製品製造業（デニム・ジーンズ）

当市は温暖な気候と小田川の伏流水を活用し、江戸時代初期から綿花の栽培が盛んで、収穫される綿花を原料とする織物で、繊維の町として発展した。後に藍の栽培が始まってからは、特産品としての備中織物が参勤交代で往来する人々の土産物として人気を博した。

明治から大正時代に入ると自動織機を導入した織物会社が設立され、国産デニム（ここでは生地のことをいう）の原型と言われる「備中小倉」が世界各国へ輸出されるようになり、昭和初期には「デニム」の名で広まった。このことから井原市は「デニムの聖地」と呼ばれている。

昭和 35 年頃に国内でジーンズ（ここでは最終製品のことをいう）が流行すると、長く受け継がれてきた厚地織物の生産・縫製技術を生かしたジーンズが生産が始まり、最盛期の昭和 45 年頃には、ジーンズの年間生産が全国シェア 75% の 1,500 万本を誇るなど日本有数の生産地となった。しかし、その後急速に進む円高や安価な外国製品の台頭により、織物・縫製業者による生産は縮小の一途をたどってきた。

一時期 300 者を超えていた織物業者も現在では 10 数者となっているが、各者が品質の高さを武器に販路を海外に求めた結果、現在では、欧米の有名ブランドやデザイナーに高い評価を受け、海外市場に取引を確立している織物業者も出てきている。縫製も大手メーカーは減少し、小ロットの個性豊かな高付加価値ジーンズを手掛けるメーカーが徐々に売上を伸ばしている。

なお、井原市のデニム産地としての特徴は、単に生産量の多い産地というものではなく、染色・生地から縫製、洗い加工、仕上げまでのジーンズ関連企業が集積し、一貫生産のインフラがそろっている点にある。そのため、デニムに関する多くのノウハウが蓄積され、豊富な経験と知識を有し、高い技術を持つ人材が育っている。

また、「井原デニム」は地域団体商標に登録され、令和 3 年 3 月には市が「井原デニム条例」を施行し、まちを挙げて認知度向上を図っている。



▲市長、市議会、業界団体の関係者が参加した
井原デニム啓発活動出発式

○商業・サービス業

商業では、消費者ニーズの多様化や高度化、さらに大規模小売店舗法の改正による大型店の進出、コンビニエンスストアの出店が続き、既存の地元商店は高齢化・後継者不在と相まって廃業が増加している。

また、西日本有数の葡萄の産地である青野町は、「ぶどうの里」と呼ばれ、ピオーネやシャインマスカット、瀬戸ジャイアンツといった品種を栽培・出荷しており、市場から高い評価を得ている。葡萄シーズンの直売所には、開店前から購入客の行列ができるほど人気を誇っている。

サービス業では、井原市を訪れた観光客やビジネス客から宿泊業の脆弱性を指摘されていたが、最近ではゲストハウスや市外資本の大手チェーンが開業している。

さらに、令和元年、商店街にデニムを特徴としたホテル、ショップ、飲食店等も開業している。

○管内事業者の業種ごとの景況感

井原商工会議所が四半期に一度実施している景況調査（調査対象 30 者程度）では、前年同期（令和 5 年 1 月～3 月）と比べて、「好転」から「悪化」を差し引いたDI 値は ▲18.3 となり、前期に比べ 3.5 ポイント下降し、3 期連続して低下した。製造業DI 値は、▲19.9 となり、前期▲15.1 に比べ 4.8 ポイント下降したが、人手不足などが影響していると考えられる。また、非製造業DI 値は、▲17.8 となり、前期▲14.6 に比べ 3.2 ポイント下降したが、エネルギー価格の高止まり、人件費の上昇などが影響していると考えられる。

○管内商工業者数と小規模事業者数の推移

当商工会議所管内の小規模事業者数は、個人事業のジーンズ縫製業やデニム織物業が盛んであった昭和 40 年代には 2,000 者を超えていたが、平成 21 年から令和 3 年までの期間で 23.9%減少しており、その多くは高齢化・後継者不在による廃業となっている。

	H21 年	H24 年	H28 年	R 3 年	H21～R 3 推移
管内商工業者数	1,407 者	1,337 者	1,216 者	1,103 者	▲304 者
(うち小規模事業者数)	1,170 者	1,062 者	966 者	890 者	▲280 者

出所：経済センサスから岡山県が独自集計

○地域の特徴

地域経済分析システム RESAS（リーサス）により提供されている「地域経済循環図」から、井原市の生産・分配・支出の状況について分析した結果、全国の他地域に比べ、以下の特徴がある。

1. 生産

地域の強みとなる産業は、その他の製造業、はん用・生産用・業務用機械、非鉄金属、輸送用機械、電子部品・デバイス、繊維製品などの製造業であり、地域での生産額（売上額）2,435 億円の 46.8%、付加価値額 1,174 億円の 32.6%を占める。労働生産性は全国平均よりも低く、1,741 市町村中、第 1 次産業 984 位、第 2 次産業 1,002 位、第 3 次産業 1,401 位、全体 1,198 位である。

2. 分配

井原市の分配（所得）は 1,574 億円であり、生産 1,174 億円よりも大きい。地域外に通勤者が働きに出ており、雇用者所得が 101 億円流入している。その他所得は地方交付税交付金などの財政移転により 312 億円、本社等への資金として 12 億円が流出している。その結果、井原市の 1 人当たり所得は 395.3 万円/人と全国平均よりも低く、全国で 1,387 位である。

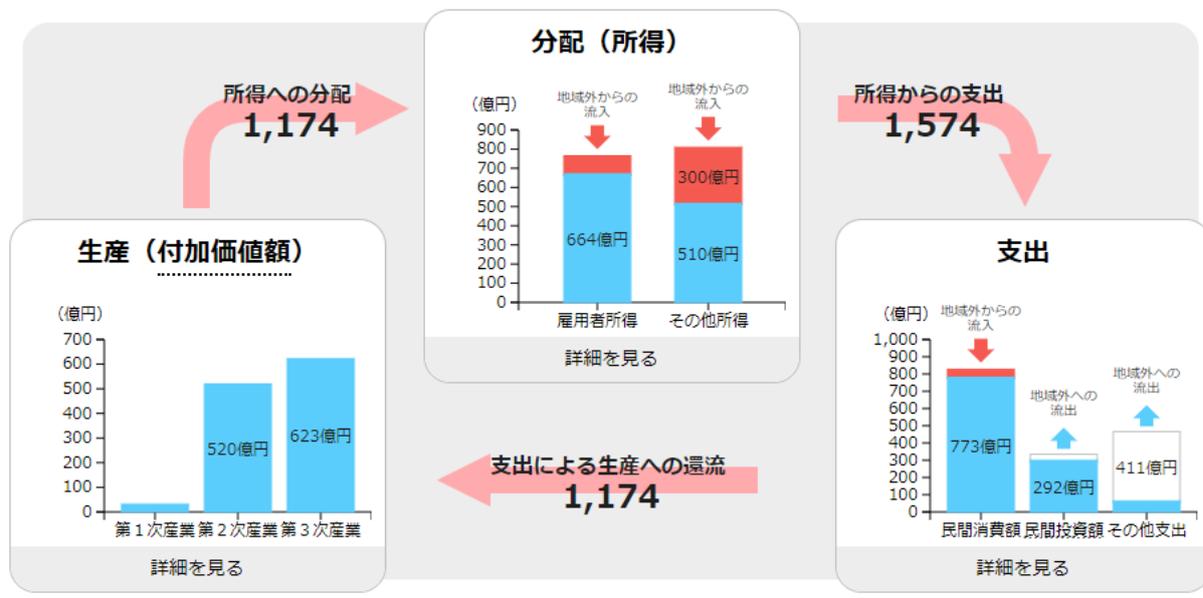
3. 支出

地域外から買い物等で民間消費が 54 億円流入しており、流入率は県や人口同規模地域と比較して高い水準である。地域外に民間投資が 43 億円流出しており、流出率は人口同規模地域より低いが、県と比較して高い水準である。その他支出は製造業等の移出（販売）以上に、その他の業種の移入（購入）が多く、経常収支では 411 億円の流出となっている。

地域経済循環率
74.6%

地域経済循環図 2018年

指定地域：岡山県井原市



出所：RESAS

②課題

・生産性の向上

井原市では、域外への販売や受注が盛んな「その他の製造業、はん用・生産用・業務用機械、非鉄金属、輸送用機械、電子部品・デバイス、繊維製品製造業」などの第二次産業が、生産額の約5割、付加価値額の約3割を占めている。一方で、その労働生産性は全国平均の約7割にとどまっており、就業者数も年々減少している。人手不足に対応するためには、ロボットやAIなどの先端技術の活用が求められる。先端技術の活用は、生産性の向上や人材の確保・育成、新たな付加価値の創出などの効果をもたらすと考えられる。

・雇用確保

人口減少に伴い、商業・サービス業など主に地域内消費を主体とする業種は、売上の減少が予測される。さらに、地域内消費活動の縮小により労働人口も減少し、製造業を含む産業全体に影響を及ぼすことが懸念される。これにより、事業者数や従業員数の減少が進み、地域経済の縮小が危惧される。

・活発な創業、円滑な事業承継による地域経済の維持

事業者の高齢化や後継者不足が進行する中で、廃業による事業者数の年々の減少に対処するためには、創業者や事業承継者を増やし、地域経済を活性化させることが必要である。新たな創業は地域産業に新しい刺激を与え、地域活性化のための重要な取り組みとなる。また、市街地の空き店舗を解消し、提供されていなかった新しいサービスが地域の魅力を高める機会を創出することもできる。

一方で、事業承継は経営の継続に関わる重要な問題である。支援を行う際には、実情に

合わせた適切な対応が求められている。特に小規模事業者は、事業用資産と個人用資産の分離が難しいことが多く、親族外の承継に対する抵抗感があるため、親族に後継者がいない場合の承継をいかに促進していくかが大きな課題である。

・国内外への販路、取引の拡大

人口減少やサプライチェーンのグローバル化により、地域市場の縮小や取引先の多様化が進んでおり、この状況の中で、営業力の強化や新たな販路の開拓・拡大は、多くの中小企業、特に小規模事業者にとって大きな経営課題である。しかし、経営規模が小さいために、信用面や初期投資のコストが障壁となり、販路や取引の拡大を望むものの、それが困難な状況にある企業も少なくない。

・デジタルトランスフォーメーション（DX）への対応

小規模事業者のデジタルトランスフォーメーション（DX）への対応は、まだ十分とは言えない段階にある。多くの事業者がDXの重要性を理解しているものの、実際に取り組んでいる例は少ないのが実情である。資金や人材の制約、スキル不足、セキュリティリスクへの対策など、多岐にわたる課題が存在する。当所の経営指導員が行う巡回訪問でも、多くの事業者が「DXを実施していないし、今後も予定はない」と回答しており、DXへの取り組みが遅れていることが明らかになっている。

（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

人口減少に伴う経済規模の縮小、少子高齢化の進行による生産年齢人口の減少、事業承継の問題、人件費や原材料価格の高騰など、管内小規模事業者を取り巻く環境はますます厳しくなっている。この中で、井原市の第7次総合計画を考慮に入れ、井原商工会議所が目指す今後10年間の小規模事業者の振興のあり方は以下の通りである。

・小規模事業者の経営力向上を伴走支援し、経営基盤の強化と雇用の確保を図る

経営環境の変化に対応するため、小規模事業者が事業計画の策定、実行、検証などを自走化できる力を養う支援を行う。これにより、経営基盤が強化され、事業の持続的な発展が図られる。その結果、地域の雇用確保に貢献する。

・小規模事業者の事業継続の源泉となる売上高・利益の向上を図る

地域資源を活用した新製品の開発や新分野への進出、展示会への出展などの販路開拓を支援する。これにより、小規模事業者の売上高を確保し、地元産業の活性化と雇用創出に貢献する。

・デジタル技術等の導入活用と人材の育成を図る

デジタル技術等の導入により生産性の向上、SNSやECサイトを効果的に活用して販売を促進するなど、DX推進につながる支援を実施する。これにより、立地条件が厳しく、困難な状況にある小規模事業者の育成を目指す。

・活発な創業支援や円滑な事業承継支援により地域経済の活力維持を図る

小規模事業者の高齢化が進行している現状を考慮に入れ、事業者数の減少を抑制し、地域経済の活力を維持するために、活発な創業支援や円滑な事業承継支援を積極的に推進する。

②井原市第7次総合計画との連動性・整合性

井原市第7次総合計画は「基本構想」「基本計画（前期基本計画（平成30年度～令和4年度の5年間）、後期基本計画（令和5年度～令和9年度の5年間）」で構成し、本計画との連動・整合性は、以下のとおりである。

※井原市第7次総合計画後期基本計画の「地域の宝を生かし、魅力がいっぱいで、活力にあふれるまちづくり【産業・交流】」から「商工業の振興」部分を抜粋。

基本施策1 商工業の振興

【地場企業の育成】

- ・井原市地場産業振興センターを拠点として、岡山県工業技術センター、公益財団法人岡山県産業振興財団、井原商工会議所、備中西商工会等と連携し、情報処理、財務、企業経営等の研修・相談事業を充実するとともに、デジタル人材の確保・育成に努める。
- ・産業支援コーディネーターや産業支援機関の活用により、企業のニーズの把握や情報収集に努め、地場企業の新たな事業展開の促進や育成を図る。

【販路開拓の促進】

- ・井原市地場産業振興センターを拠点として、岡山県、井原商工会議所、備中西商工会等と連携し、井原デニムをはじめとした地場産品について、国内外の展示会等への参加を促し、販路の開拓を促進する。

【商工業の活性化】

- ・井原商工会議所や備中西商工会等と連携し、魅力ある商店の育成に努めるとともに、空き店舗等を活用し、高齢者や障害者にやさしい快適な商業環境の整備を促進する。
- ・駅前通り線から井原町の商店街に係るエリアを商業ゾーンと設定し、民間による商業施設の集積を促すとともに、各種イベント開催等による商業ゾーンの賑わい創出に取り組む。
- ・新しい人の流れの創出に向けて、店舗の新設に係る経費の補助等を通じて市の玄関口となる井原駅周辺の賑わい創出や魅力の向上に努める。
- ・これまでの本市の積極的な地域情報化への取組等を生かした新たなサービスの育成を支援することにより、地域経済の活性化を促進する。
- ・市内で創業しようとする人に対して支援を行い、市内産業の活性化及び雇用促進を図ります。また、先端設備等への支援を通じて、市内企業の設備投資を加速させることにより、生産性の向上や競争力の強化を図る。
- ・「井原デニム」の知名度向上に向けて産業観光の受け入れ及び体験型イベントの実施に取り組むとともに、「綿いっぱい運動」による地域活性化を図る。

【経営基盤の強化と事業承継の支援】

- ・井原商工会議所や備中西商工会等と連携し、経営指導體制の強化を図るとともに、企業間交流やマッチングの促進、設備投資や商品開発等に係る支援制度や補助制度、融資制度の活用支援等により商工業事業者の経営基盤の強化に取り組む。
- ・市内企業に就職する人材の確保に向けて、関係機関と連携しながら取組を強化する。
- ・市内での就職を希望する高校生を対象に合同企業説明会やインターンシップを開催し、市内企業の人材確保やUJIターンによる就職を促進する。
- ・計画性をもって事業承継に取り組む市内事業者を支援するなど、円滑な承継を推進する。

上記のとおり、「井原市第7次総合計画」では、商工業の振興により経営基盤の強化、販路開拓の実施、地場企業の育成、事業承継支援等が掲げられており、当商工会議所が本計画を通じて目指す今後10年間の小規模事業者支援の在り方と連動性・整合性を有する。

③商工会議所としての役割

井原商工会議所は、地区内の商工業の総合的な改善発達を図る「地域総合経済団体」として、日々の相談を通して収集した中小・小規模事業者等の声を集約し、支援業務の改善に活用するとともに、行政へ提言・要望することでより充実した支援制度の策定に寄与してきた。同時に、国・岡山県・井原市が掲げる産業振興施策を推進するため、巡回により小規模事業者等への周知徹底と活用を促進してきた。一方、小規模事業者等を取り巻く経営環境は、近年の新型コロナウイルスの感染拡大、物価やエネルギー価格の高騰に加え、人手不足、人口減少による需要減少、さらにはデジタルトランスフォーメーション（DX）やカーボンニュートラルといった構造的な潮流の中で、激しく変化しており、厳しい状況に置かれている。

こうした厳しい経営環境に晒されている小規模事業者等が持続的に発展していくためには、直面する目下の課題解決型支援に留まらず、これまで以上に事業者に寄り添い、対話と傾聴を重視した伴走型支援を実施し、事業者個々の課題の設定及びその課題を解決につなげていく支援を実施することが重要であると考えます。

今後、井原商工会議所は井原市とより一層連携するとともに、金融機関・専門家・各支援機関等とのパイプ役を務め、小規模事業者等や地域経済を活性化するための中核的な役割を担っていく。

（3）経営発達支援事業の目標

井原市および井原市内の小規模事業者の現状と課題、長期的な視点に立った小規模事業者の振興のあり方を踏まえ、以下の項目を今後5年間の目標と方針として取り組んでいく。

①各種分析・調査に基づく事業計画策定と実行支援

小規模事業者の持続的発展の為、経営資源と経営力の強化を図る。また小規模事業者自らが、事業計画に基づく戦略の実行と検証、改善を繰り返すことで「売上拡大」「生産性向上」を図る。

②地域資源の活用による販路開拓と高付加価値化の推進

地域資源を活用した新たな商品・サービス開発や販路開拓を実現するための取組を強化する。地域資源の強み・小規模事業者の強みを活かしつつ、新たな需要に対応した新たな商品・サービス開発や需要開拓を実現する。

③IT化・DX推進による販路拡大と業務効率化

小規模事業者の現状とITスキルを加味した上で、生産性向上に繋がる業務効率化ソフトの導入、商圏内消費・購買力縮小を克服するSNS・ECサイト・HP活用支援等、DX推進に向けた取組を強化する。

④創業・事業承継の促進

多様化する消費者ニーズに応え、産業の新陳代謝を促すため、井原市および関係機関と連携し、創業支援を行う。また、小規模事業者は雇用の受け皿であり、地域経済の主要な担い手である。廃業による地域の活力の低下を防ぎ、より一層活性化させるため、井原市や岡山県事業承継ネットワーク等と連携し、事業承継支援を行う。

⑤経営指導員等の支援力の向上

小規模事業者の支援を推進するうえで、直接事業者に携わる経営指導員等の支援力の向上が不可欠である。法定経営指導員、経営指導員、補助員、記帳専任職員、一般職員といった枠組みを超え、組織を横断した支援体制を整える。支援事業を通じて得たノウハウや事業者情報を職員全員で共有し、支援業務の担当については、経営指導員等に限定せず組織を横断的に割り振ることで、組織全体の支援力の向上を図る。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

2. 経営発達支援事業の実施期間、目標の達成方針

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和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

①各種分析・調査に基づく事業計画策定と実行支援

小規模事業者は自らが実施したいことを優先する傾向にあるが、当所としては「ローカルベンチマーク」など比較利用しやすい分析ツールの紹介を継続し、自社の売上・利益の分析、競合・市場の動き、強み弱みなどの経営分析を行った上で、事業計画策定・実行するよう日々の巡回指導等により徹底する。

②地域資源の活用による販路開拓と高付加価値化の推進

小規模事業者は新たな商品・サービス開発や販路開拓においては、豊富なアイデアと素早い意思決定が可能であるが、資金力や専門的な知識に課題を抱える場合が多い。商工会議所に集まる情報をもとに、国の小規模事業者持続化補助金、岡山県や井原市の補助制度、専門家派遣制度の紹介を実施する。

③IT化・DX推進による販路拡大と業務効率化

IT化やDX推進は小規模事業者にとって、敷居が高いと感じる傾向があるが、当所は「みらデジ経営チェック」や「IT戦略ナビ」を活用することで、自社の経営課題や取り組み状況を客観的に理解してもらう。また、今後取るべき手段を「ここからアプリ」などのサポートツールの利用や岡山県商工会議所連合会などの各支援機関の事例を活用するなど、現状に応じて取り組みやすいものから実施していくよう促す。

④創業・事業承継の促進

例年、創業予定者や開業後間もない事業者を対象に「創業セミナー」を実施しているが、今後は過去の創業セミナー参加者等に対してフォローアップ及び情報交換の場の提供を行う。創業済みの事業者には、現在直面している課題や悩みを把握し、経営が安定するよう支援し、まだ創業できていない方々には、その理由を明らかにし、創業へ向けての一步を踏み出す支援を提供する。

井原市の支援制度や岡山県事業承継・引継ぎ支援センターを効果的に活用しながら、円滑な事業承継をサポートし、成果を上げている企業が不本意な廃業を余儀なくされないように支援する。

⑤経営指導員等の支援力の向上

小規模事業者の支援を推進する上で、直接事業者に関わる経営指導員やその他の支援者の能力向上が不可欠である。経営指導員や一般職員といった枠組みを超えて、組織全体で横断的な

支援体制を整備する。支援を通じて得られたノウハウや事業者情報は、事務局全体で共有し、支援業務の担当については、経営指導員に限らず、組織全体で横断的に割り振ることで、組織の支援力全体の向上を目指す。また、日本商工会議所や岡山県商工会議所連合会、独立行政法人中小企業基盤整備機構が主催する研修を積極的に活用し、支援に役立つ知識を習得することを心掛ける。さらに、経営指導員等との対話を通じて、事業者自身が本質的な課題を認識し、納得した上で自ら行動する力を引き出せるよう、職員は常に心掛け行動する。

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

[現状] 当所では、地域内の経済動向を把握するため、定期的に中小企業景況調査及び岡山県商工会議所連合会の景気観測調査、LOBO調査を実施している。

[課題] 調査結果を小規模事業者まで十分にフィードバックできておらず、またビッグデータ等を活用した専門的な分析が十分ではない。

(2) 目標

	現行	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
①地域の経済動向分析回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②中小企業景況調査回数 (景気観測調査)	4回	4回	4回	4回	4回	4回
③LOBO調査回数 (景気観測調査)	12回	12回	12回	12回	12回	12回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析

当所管内の経営環境や人口動態等の現状を把握するため、経営指導員等がRESAS（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表し、小規模事業者の支援に活用する。

【分析項目】

- ・地域経済循環マップ（生産分析）・・・何で稼いでいるか等を分析
- ・まちづくりマップ（From-to分析）・・・人の動き等を分析
- ・産業構造マップ・・・産業の現状等を分析

これらを総合的に分析し、事業者にとってより適切な商圈・販路・広報手段などの判断を行うための資料として活用しつつ、事業計画策定支援等に反映させる。

②中小企業景況調査・景気観測調査（四半期に1回実施）

【調査対象】管内会員事業者30者（製造業11者、小売業8者、サービス業8者、建設業3者）（なお、景気観測調査は岡山県商工会議所連合会の調査。調査対象は景況調査と同一のため付帯調査のみ実施）

【調査項目】対象企業の売上や収益、原材料価格の動向などのほか、設備投資の実施状況や経営上の問題点など

調査票を回収し、日本商工会議所を通じて全体の調査結果を公表している。当所でも対象企業の売上や収益、原材料価格の動向などのほか、設備投資の実施状況や経営上の問題点を集計（付帯調査については、岡山県商工会議所連合会で集計し当所ホームページで公表）。中小企業庁からの委託事業のため、管内だけの調査結果は一般には非公開としているが、当該企業の相談の際には参考資料として活用する。

③ LOBO調査・景気観測調査（毎月実施）

※ LOBO=QUICK SURVEY OF LOCAL BUSINESS OUTLOOK=早期景気観測

※ LOBO調査：338 商工会議所の協力により、約 2,700 企業を対象に調査を実施するもの

【調査対象】管内会員事業者 6 者

【調査項目】業況、売上、採算、資金繰り、仕入・販売単価、自社が直面する経営上の問題などについて

【調査手法】経営指導員を含む調査協力商工会議所職員による調査票配布・回収

商工会議所のネットワークのもと、地域や中小企業が「肌で感じる足元の景気観」を全国ベースで毎月調査するとともに、月毎に設備投資や採用・賃金の動向などのテーマを設定して調査を実施し、日本商工会議所を通じて全体の調査結果を公表している。井原市のみのデータは公開できないが、小規模事業者の動向について全国との比較分析を行いつつ、経営指導員等で情報共有し、事業者を支援する際の参考資料として活用する。

(4) 調査結果の活用

- ・調査した結果は会報誌（新聞折込）、ホームページに掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- ・経営指導員等が巡回指導を行う際の参考資料として活用し、管内の経済の動向に関する理解を深め、経営課題の発見に繋げる。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 展示商談会・即売会出展（出店）の際、常に経営指導員等が同行している訳ではないため、需要動向調査（アンケート）の実施は事業者任せとなっており、十分な成果が得られていない。

[課題] 新商品開発・販路開拓等に取り組むにあたって、需要動向調査が重要であるということを経営者へ十分に理解してもらうとともに、自主的・継続的に取り組んでもらえるような支援を行っていくことが求められている。

(2) 目標

	現行	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
①物産展を活用した B toC調査の対象事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
②地域イベントを活用した B toC調査の対象事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者

(3) 事業内容

①物産展を活用したB to C調査

管内の井原デニムを使用した商品などを扱う小規模事業者がアンテナショップとっとりおかやま新橋館で開催する物産展「井原デニムフェア」などに出展する際、来場する顧客に対してジーンズやデニム小物などの商品についてアンケート調査を行い、ニーズを把握する。これにより市場の動向を理解し、製品やサービスを顧客の要望に合わせて最適化することができる。

【調査方法】 経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

【サンプル数】 来場者 30 人

【調査項目】 品質、見た目、価格、改善要望など

【分析方法・活用】 調査結果は経営指導員等が分析し、該当事業者に直接説明する形でフィードバックし、商品開発など更なる改良に取り組むための助言を行う。

②地域イベントを活用したB to C調査

地元産食材を使った加工食品などを扱う小規模事業者が当市及び周辺の市町村で開催される各種イベント(ゆめタウン井原マルシェ、倉敷三斎市などを想定)に参加する際、アンケート調査を実施し、顧客の意見や感想を集めることで、満足度向上とサービスの質の改善を目指す。

【調査方法】 経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入する。

【サンプル数】 来場者 30 人

【調査項目】 品質、見た目、価格、味(食品の場合)、感想、要望など

【分析方法・活用】 調査結果は経営指導員等が分析し、該当事業者に直接説明する形でフィードバックし、改善する。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

[現状] これまでも金融・税務・補助金申請等の際に経営分析を行ってきたが、分析の重要性を理解できておらず、申請のための表面的な分析となっており、小規模事業者が抱える本質的な課題の把握には至っていない。また、経営分析の手法が分からないといった理由からも、経営課題を把握できている小規模事業者は非常に少ない。

[課題] 今後は小規模事業者との「対話と傾聴」を通じて、事業者自身が経営の本質的な課題を認識することに重点を置き、「ローカルベンチマーク」「業種別審査事典」などの経営分析ツールを活用し、経営分析を行う。また、経営指導員のみでの対応が困難な場合は外部専門家等と連携し、実施する。

(2) 目標

	現行	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
経営分析 事業者数	46者	36者	36者	36者	36者	36者

※当所把握の小規模事業者リストから自走化できていない比較的年齢の若い事業者を選定

(3) 事業内容

①巡回・窓口相談を介して掘り起こした小規模事業者の経営分析の実施

巡回・窓口相談時に経営分析の必要性や重要性を説明し、理解を深めてもらい、より多くの小規模事業者に経営分析を行う。経営指導員等の指導を受け、マルケイ融資の申込を希望した事業者のほか、小規模事業者持続化補助金をはじめとした各種補助金申請を行う事業者に対し、経営分析（定量・定性）を行う。

②経営分析の内容

より多くの事業者に定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析（事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会の整理＜SWOT分析＞）」を行う。

【分析項目】 定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」の双方を行う

《財務分析》直近3期分の収益性、生産性、安全性および成長性の分析

《非財務分析》下記項目について、対話を通じて、事業者の内部環境における強み、弱み、事業者を取り巻く外部環境の脅威、機会を整理する。

(内部環境)		(外部環境)
・商品、製品、サービス	・技術、ノウハウ等の知的財産	・商圏内の人口、人流
・仕入先、取引先	・デジタル化、IT活用の状況	・競合
・人材、組織	・事業計画の策定、運用状況	・業界動向

【分析手法】 事業者の状況や局面に合わせて、経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営自己診断システム」、「経営計画つくるくん」、一般社団法人金融財政事情研究会の「業種別審査事典」等のソフトを活用し、経営指導員等が分析を行う。非財務分析はSWOT分析のフレームで整理する。財務状況が思わしくないなど問題を抱えている事業者に対しては、税理士や中小企業診断士などの専門家を交え、適切なアドバイスができるよう対応する。

(4) 分析結果の活用

○分析結果を当該事業者にフィードバックし、課題解決の糸口とするとともに事業計画の策定等に活用しつつ、事業者の自走化による持続的発展に繋げていく。

○分析結果をデータベース化し職員間で内部共有することで、経営指導員等のスキルアップに活用する。

6. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状] これまでも事業計画の策定に伴走型で携わってきたが、補助金申請を契機とした事業計画策定が多く、事業者自身が当事者意識を持って課題に向き合い策定する事業者は少ない。

[課題] 実際に伴走型で事業計画を策定すると、自社事業を見直す良い機会になったと喜んでもらえる場合が多いため、事業計画策定の意義や重要性の理解を浸透させることを課題とする。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者の持続的発展を実現するためには、事業者自らが事業計画を無理なく策定する意欲が必要である。しかし、事業計画策定の意義や重要性を漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、まずは持続化補助金等の申請を契機として経営計画の策定を目指す事業者の中から、実現可能性の高いものを選定し、事業計画の策定につなげていく。

さらに、小規模事業者の競争力の維持・強化を向上させるため、事業計画の策定前段階においてDXに向けたセミナーを合わせて行う。

(3) 目標

	現行	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
①DX推進セミナー	—	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定に関する専門家連携	—	6回	6回	6回	6回	6回
③創業セミナー	1回	1回	1回	1回	1回	1回
事業計画策定事業者数	20者	24者	24者	24者	24者	24者

※事業計画策定事業者数は、5. で経営分析を行った事業者の3分の2程度(年間)とし、加えて②の専門家との連携を通して事業者自らが当事者意識をもって課題に向き合い、本質的な課題を反映させた事業計画の策定に能動的に取り組めるよう導く。

(4) 事業内容

①DX推進セミナーの開催

DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得するため、また実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していくために、DXセミナーを開催し、抵抗なくDXを推進できる事業者を増やす。

【支援対象】

- ・DXに積極的に取り組み、生産性・付加価値向上を図りたいと考える事業者
- ・DXのための足掛かりとして、IT化・デジタル化から着手したいと考える事業者

【募集方法】巡回・窓口相談や当所ホームページ、メーリングリストでの周知

【実施回数】年間1回

【参加者数】20名

【内 容】DX総論、DX関連技術(クラウドサービス、AI等)や具体的な活用事例等

②事業計画策定に関する専門家との連携

マルケイ融資の申込事業者、国や市の補助金申請事業者、事業承継に取り組む小規模事業者の後継者に対し、専門家と連携し実現可能性の高い事業計画を策定する。

【支援対象】経営分析を行った事業者を対象とする。

【支援手法】経営指導員が担当割で張り付き、外部専門家も交えて確実に事業計画の策定につなげていく。

③創業セミナーの開催

創業にかかわる基礎的な知識の習得、事業計画の立て方などについて学んでもらうため、創業セミナーを開催する。

【支援対象】 井原市内で新規創業、第二創業を目指す方

【募集方法】 当所ホームページ・SNS、ケーブルテレビでの広告 等

【実施回数】 年間1回

【参加者数】 15名

【内 容】 マーケティング、財務、労務、販売促進 等

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 事業計画策定事業者に対し、事業の進捗確認、実行支援を行い、専門的なアドバイスが必要な事業者には専門家も交えた支援を実施してきたが、補助金申請をきっかけとした事業計画策定事業者の中には、本質的な課題の解決に至らず、事業完了後の振り返りが不十分なまま終わる事例も少なくないのが現状である。

[課題] 支援対象者が必要とする支援の程度はそれぞれ異なり、また環境変化等により状況も目まぐるしく変化する。画一的な支援では対応が難しく、支援状況の適切な見極め、管理が難しい。不定期になりがちなフォローアップ支援を確実に実施するため、組織として支援対象者及び支援状況を把握し、経営指導員の支援状況を管理できる体制を構築することが必要である。

(2) 支援に対する考え方

経営力再構築伴走支援として、事業者の自走化を意識し、経営者が答えを見いだすこと、また対話を通じてよく考え、経営者と従業員と一緒に作業を行うことで、現場レベルでも当事者意識を持って取組むことができるよう計画の進捗フォローアップを通じて経営者へ内発的動機づけを行う。そのことにより事業者の潜在力を発揮させ、売上増や利益率の向上を図る。

また、事業計画を策定した全ての事業者を対象とするが、事業計画の進捗状況や事業者の課題等により、訪問回数を増やして集中的に支援すべき事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障ない事業者を見極めた上で、フォローアップを行う。

(3) 目標

	現行	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
フォローアップ対象事業者数	20者	24者	24者	24者	24者	24者
頻度(延回数)	32回	68回	68回	68回	68回	68回
売上増加事業者数	—	6者	6者	6者	6者	6者
利益率3%以上増加の事業者数	—	6者	6者	6者	6者	6者

(4) 事業内容

事業計画を策定した事業者に対して、策定した計画が着実に実行されているか定期的かつ継続的に巡回訪問等を通してフォローアップを行う。

その頻度については、事業計画策定 24 者のうち、10 者は四半期に一度、他の 14 者は年 2 回とする。ただし、事業者からの申出や事業計画の進捗状況等により、集中的に支援すべき事業者に対しては訪問回数の頻度を増やすなど、臨機応変に対応する。

なお、事業計画の進捗が芳しくなく、事業計画との間にズレが生じていると判断する場合には、外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更や支援を行う。

8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

[現状] 当所は、これまでも管内小規模事業者の販路開拓に寄与するため、都市部で開催される展示会への出展や「とっとりおかやま新橋館」といったアンテナショップ、近隣で開催される地域イベント等の物産展への出店を支援してきたが、需要の開拓に寄与できたかという実績までは確認できていない。また、出展（出店）事業者のほとんどが、過去に参加したことがあり、新規の事業者が少ない。管内の多くの小規模事業者はオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、「高齢化」「知識・人材・資金不足」等の理由により、IT を活用した販路開拓等の DX に向けた取組が進んでおらず、商圏が近隣の限られた範囲にとどまっている。

[課題] 成果目標が明確ではないままの参加が多く、展示会等参加後の事前・事後のフォローも不十分であったため、今後は、改善した上で継続的に支援する。人口減少と高齢化が全国的な潮流となっている以上、既存の方法での販路開拓には限界があるため、今後新たな販路の開拓には DX 推進が必要であるということを理解・認識してもらい、取組みを支援していく必要がある。これまで DX に関する支援が十分でなかったことから支援を強化する必要がある。

(2) 支援に対する考え方

意欲はあるが、単独での販路開拓に自信がない小規模事業者（メインは製造業）を対象に重点的に支援する。

大都市圏で開催される展示商談会や物産展等は参加することが目的となり、規模の大きいイベントに参加した達成感だけが残り、その後の事業の振り返りが疎かになる傾向があるため、まずは近隣で開催される展示商談会・物産展等への参加を目指す。経営分析や事業計画策定、参加イベントでのニーズ調査など今後の事業に活かしていけると見込める事業者に対しては、大都市圏で開催される展示商談会・物産展への参加も検討する。

参加する展示商談会・物産展は、事前に実施した経営分析、事業計画策定との整合性や効果を慎重に勘案した上で決定する。また、経営指導員等が事前・事後の支援を行うとともに、期間中には陳列や接客といったサービスの提供についてなど、きめ細かな伴走支援を行う。

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 情報発信、EC サイトの利用等 IT 活用による営業・販路開拓に関するセミナー開催や相談対応を行い、理解度を高めた上で、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

	現行	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
①展示商談会出展事業者数	2者	2者	2者	2者	2者	2者
成約件数／者	—	1件	1件	1件	1件	1件
②物産展参加事業者数	5者	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加事業者数	—	2者	2者	2者	2者	2者
③SNS活用事業者	—	6者	6者	6者	6者	6者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%
④ECサイト利用事業者数	—	3者	3者	3者	3者	3者
売上増加率／者	—	5%	5%	5%	5%	5%

(4) 事業内容

①展示商談会出展事業（B to B）

【支援を想定する展示商談会】

・おかやまテクノロジー展（OTEX）

イベント概要	「ものづくり県おかやま」を広くアピールするとともに、県内外の大手メーカーとのマッチング機会を創出し、県内ものづくり企業の販路拡大を図るために、県内の機械系ものづくり関連企業等の新技術・製品開発力・製品等を一堂に集めて開催。
支援対象者	機械系ものづくりを行い販路開拓に取り組む小規模事業者など
開催規模 (2023年実績)	リアル展 来場者数 延べ11,657人(11/7・8) オンライン展 アクセス数 12,753回(10/24~12/27) 213者・機関/389小間(オンライン展のみ207者・機関)

・しんくみビジネスマッチング

イベント概要	岡山県信用組合協会主催。販路拡大を目的に瀬戸内から幅広い業種の企業が参加し開催。商談会では来場者やバイヤーとの商談が可能。
支援対象者	創業後3年以内の小規模事業者など
開催規模 (2023年実績)	約200者の企業参加、300以上の商談

・トマトアグリフードフェア

イベント概要	トマト銀行・公益財団法人岡山県産業振興財団主催。岡山の「食品」と「農産物」に焦点を合わせ、販路開拓を目的とした商談会で、展示商談会では約50者が出展する。県内外の百貨店・スーパー・卸・セレクトショップ・一般等が来場する。
支援対象者	主に食品を製造し販路開拓を図る小規模事業者など
開催実績	過去11回の開催。これまでに約4,000商談を実施し、1,000件以上の成約。約120者の出展

- ・その他、「大阪オートメッセ」「ファッションワールド東京」「東京ギフトショー」など大都市圏で開催される規模の大きい展示商談会も出展を検討する。支援の手法としては、効果的なPRやプレゼン方法を事前に指導することで、商談会での成約率を高めるとともに、バイヤーからのアンケート結果の分析や、事後アプローチの手法の指導といったアフターフォローまで実施する。

②物産展（地域イベント）参加事業（B to C）

【支援を想定する物産展】

- ・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（井原デニムフェアなど）

支援手法	東京都港区新橋にあるアンテナショップ「とっとりおかやま新橋館」を活用し、地域物産品等をPRできる環境を整備するとともに認知度向上と販路開拓を図る。また、テストマーケティングの場としても活用し、消費者との接点強化や商品などに対する意見集約等を踏まえ、販路拡大に向けた事業支援を行う。
支援対象者	新商品の開発・既存商品の改良、販路開拓に取り組んでいるデニム製品製造業等の小規模事業者など
支援者数	5者
集客方法	チラシを作成しアンテナショップで事前配布、SNSの活用による集客
来場者数	年間約30万人の来館者

- ・その他、「品川やきいもテラス」など大都市圏で開催される物産展（地域イベント）も参加を検討する。

③SNS活用

現状の顧客が近隣の商圈に限られていることから、より遠方の顧客を取り込むため、取り組みやすいSNS（LINE公式アカウント、Googleマイビジネス等）を活用し、宣伝効果を向上させるための支援を行う。

④ECサイト利用（B to B）

日本全国約29万社が登録し、500を超える商工会議所等が共同で運営するビジネスマッチングサイト「ザ・ビジネスモール」への登録を促進し、商品構成、価格設定等についても支援しながら販路拡大向上を図る。

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] 経営発達支援計画の進捗状況について、当所法定経営指導員等、井原市建設経済部商工課担当職員、経営コンサルタント・税理士などの外部有識者からなる外部評価委員会を年1回開催し、評価・見直しを行なっている。

[課題] 外部評価委員会について、平常時には大きな問題なく開催できており外部有識者からの率直な意見を取り入れて次年度に活かしているが、コロナ禍などの非常時には、書面での評価に切り替えたため、不十分な結果となった。PDCAサイクルを適切に回していくため、非常時の開催方法も検討する必要がある。

(2) 事業内容

①事業の評価・見直し・結果報告

法定経営指導員、井原市建設経済部商工課担当職員、経営コンサルタント・税理士等の外部有識者からなる外部評価委員会を年1回開催し、経営発達支援事業の進捗状況につい

て評価・見直しを行う。なお、非常時には Zoom などのテレビ会議システムを活用し開催する。

②評価結果の報告及び公表

評価結果について正副会頭会議へ報告し、事業実施・次年度計画策定等に反映させるとともに、当所ホームページで公表し、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

[現状]

これまでの資質向上を図る取り組みとして、岡山県商工会議所連合会主催のセミナーや、中小企業大学校の主催する各種研修会に参加し、支援能力向上を図ってきたものの、職員間での情報や知識の共有が不足していたため、一般職員も含めた組織全体のレベルアップに至っていない。

また、経験豊富な経営指導員の異動により新たに就任した経営指導員は、経営に関する知識や情報収集能力はもとより、課題を抽出する力や支援すべき事項を発見する力が不十分で、経営分析・販路開拓支援などの知識も不足しがちである。

[課題]

各職員が様々なテーマの研修会を受講しているが、受講できていない職員に対してその内容が共有できているとは言い難く、支援ノウハウ、伴走支援の事例の収集等が個人に帰属する傾向にあるが、今後は情報の共有により、一般職員を含めた組織全体の支援力向上を図ることが必要である。

また、経営指導員の個々の支援能力に対する強み、弱みを把握し、それぞれの経営指導員に合った支援力の向上を図れる研修等に参加し、学んだ内容を経営指導員等の間で共有する必要がある。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極活用

中小企業基盤整備機構が主催する「経営指導員研修」、日本商工会議所が実施する経営指導員向け研修、岡山県商工会議所連合会主催の「経営指導員研修」、国・県・市主催の各種支援施策等の説明会に、経営指導員のみならず一般職員も積極的に参加し、経営力再構築伴走支援の基本姿勢である対話と傾聴の習得など支援能力の向上を図る。また、受講者が全職員に対し、報告会を行うなど知識の共有化を図る。

②DX推進に向けたセミナーへの参加

喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応にあたっては、経営指導員及び一般職員のITスキルを向上させ、ニーズに合わせた相談・指導を可能にするため、下記のようなDXに関するセミナーへ積極的に参加する。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組>

・事業者にとって業務効率化の取組

RPAシステム(ロボット等による自動化)、クラウド会計ソフト、キャッシュレス決済 等

・事業者にとって販路開拓の取組

ホームページ・SNSを活用した情報発信、ECサイト構築・運用 等

③OJT制度の導入

専門知識が豊富な専門家に経営指導員等が同行し小規模事業者への経営支援を行う。特に経験年数の浅い経営指導員は、高い知識と経験豊富な専門家のノウハウを取得し、今後の経営指導に活かし、支援能力の向上を図る。

④定期ミーティングによる職員間の情報共有

月1回ミーティングを行い、担当経営指導員等の支援状況を都度管理者や経験年数の長い経営指導員が評価し、支援計画を修正するPDCAサイクルを構築する。また、経営指導員が問題に対する糸口が見えず案件を抱え込む場合や退職等により支援の継続が難しくなる場合などを想定し、支援状況を経営指導員間で共有する。

⑤データベース化

担当経営指導員等がTOAS（商工会議所のシステム）にデータ入力を適時・適切に行い、支援中の小規模事業者の状況等を職員全員が相互共有できるようにすることで、担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるよう環境整備を行うとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで組織全体としての支援能力の向上を図る。

1.1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること（任意記載）

（1）現状と課題

[現状]

井原市商工課や日本政策金融公庫福山支店、岡山県内各商工会議所、備中西商工会芳井・美星支所、(公財)岡山県事産業振興財団など、行政や各支援機関と連携した体制を取っている。特に、相互の建物が渡り廊下でつながっている井原市商工課とは、支援施策の進捗・個別企業の支援内容や状況について、隣接市の笠岡商工会議所とは、支援ノウハウについて情報交換している。



[課題]

各支援機関との連携構築においては、比較的良好に推移している。社会環境における不確定要素が深まる中、これまで以上に事業者支援における連携を強化していく必要がある。支援ノウハウや外部資源の活用による、他支援機関との連携に基づいた商工会議所の支援能力強化が一層求められているところである。

（2）事業内容

①（一社）岡山県商工会議所連合会主催の情報交換会への出席（合計年5回）

- ・広域経営支援センター会議及び県連広域サポーター会議（年4回）、広域経営支援センター西ブロック会議（年1回）

岡山県内の12商工会議所のうち8商工会議所に「広域サポーター」という広域地域への経営指導の実施や他地区広域サポーターと連携して共同事業を行う職員を配置している。県全体での「広域経営支援センター会議」やエリア別での「広域支援センター西ブロック会議」を開催し、事業承継やDX推進など最新の課題を中心に情報交換や支援策の検討を行う。

②経営革新計画支援機関連絡会議への出席（年2回）

（公財）岡山県産業振興財団、岡山県産業労働部、岡山県内商工会議所、商工会、岡山県中小企業団体中央会などを構成メンバーにし、経営革新計画の進捗状況の共有や意見交換を目的に経営革新計画支援機関連絡会議を開催している。

③岡山県事業承継ネットワーク全体会議への出席（年2回）

2018年に岡山県内事業者の3分の2が事業承継準備に未着手で、6割が後継者不足となっていた中、事業者の持つ優れた技術や雇用の将来廃業により失われることを防ぐため、（公財）岡山県産業振興財団を事務局に支援機関、金融機関、士業団体、県・市町村等を構成機関に含め、岡山県事業承継ネットワークを構築している。会議に出席することで、事業承継の進捗状況の共有や事業承継事例の発表等による支援ノウハウの交換を行う。

④経営改善貸付推薦団体連絡協議会（年2回）

小規模事業者経営改善貸付（マル経融資）の推薦業務を行う日本政策金融公庫福山支店管内（岡山県井原市、笠岡市、広島県福山市、府中市、神石高原町）の商工会議所等で組織する経営改善貸付推薦団体連絡協議会を年2回開催している。当商工会議所からは、金融支援を中心に支援能力向上を図るため、経営指導員が1名参加し、日本政策金融公庫と福山支店管内の商工会議所等の地域の情報や、商工会議所等の取り組んでいる各種事業、マル経融資への取り組み、支援事例などについて情報交換を行う。

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]

- ・井原市は従来から製造業の多い街であり、特にデニムについては国内有数の集積を誇っている。令和元年には「井原デニム」が地域団体商標に登録されたが、品質など明確な定めがないため、他地域で生産されたデニムとの違いが分かりづらく、都市部での認知度も低い。
- ・井原市のふるさと納税は寄附額、返礼品数等において、近隣市町村と比べ一歩も二歩も出遅れた感がある。事業者においても、ふるさと納税を活用すれば販路開拓につながるという意識が欠如している。
- ・全国的な傾向と同じく、井原市内の企業でも高齢化が進行し、若年層の人口が減少しているため、労働力不足が顕著になっている。

[課題]

- ・「井原デニム」が他地域で生産されるデニムとの違いを明確にし、ブランド力の向上と販売促進を行っていく必要がある。
- ・井原市内の事業者にふるさと納税について周知することで、販路開拓の一手段として認識してもらい、現在登録されている返礼品の改善や新たな返礼品の掘り起こしをするとともに、井原市のふるさと納税寄附額の向上を目指す。
- ・井原市内の学生等に市内の事業者の事業内容等について深く理解してもらう場を設けることで、雇用確保へつなげる必要がある。

（2）事業内容

①井原デニムのブランド力向上と販売促進（年4回）

管内の縫製業者及び織物業者を中心として、「井原デニム推進委員会」を定期的に年

4回開催する。当商工会議所は委員会が円滑に進行するよう中心的な役割を果たすとともに、委員と協力し「井原デニム」の認知度調査を実施し、ブランド力向上と販売促進を目指す。

②ふるさと納税を活用した販路開拓支援（年4回）

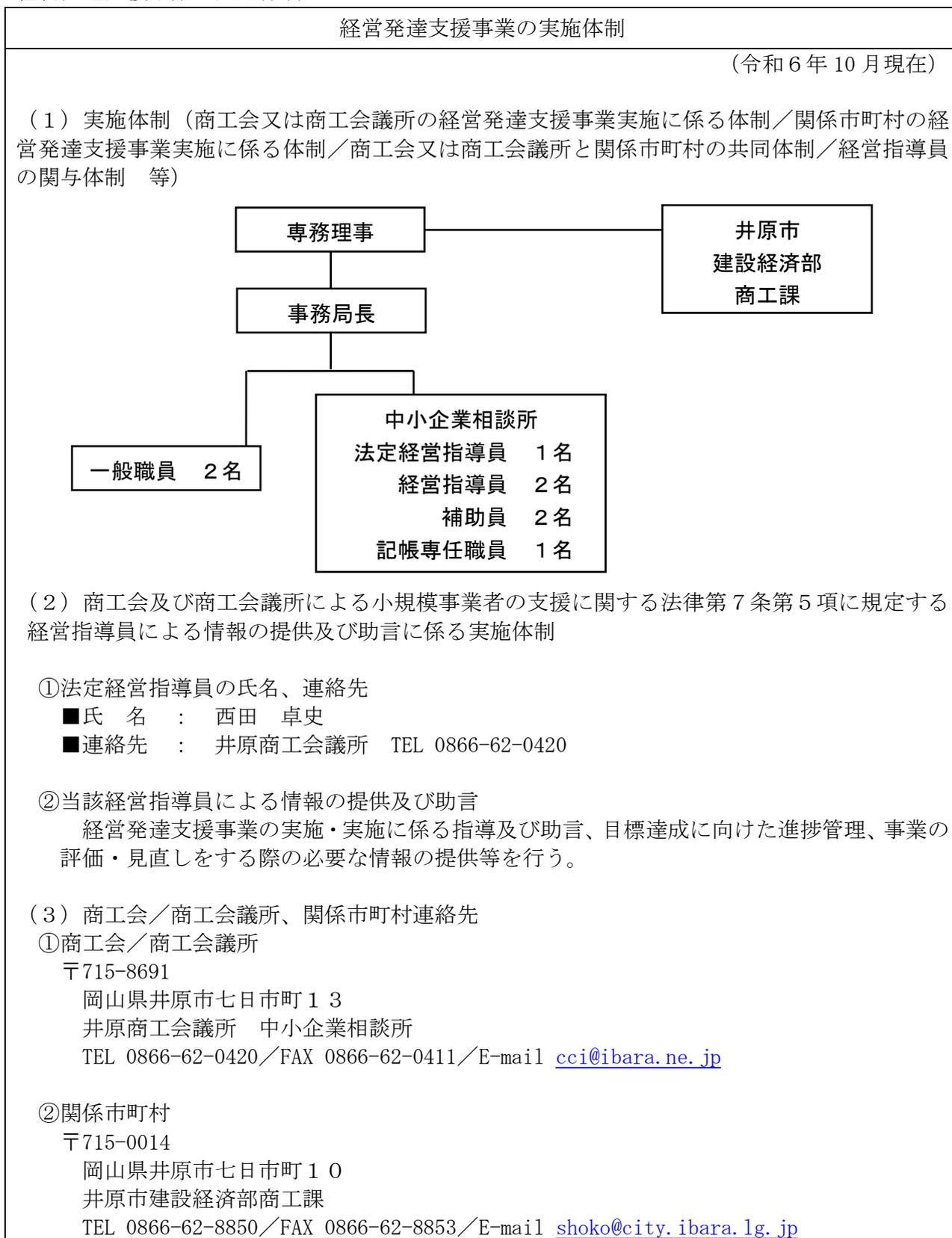
井原市のふるさと納税担当部署の職員やふるさと納税の返礼品登録を行っている管内事業者を中心として、「ふるさと納税活用推進委員会」を定期的に年4回開催する。当商工会議所は委員会が円滑に進行するよう中心的な役割を果たし、ふるさと納税の寄附額向上と管内事業者の販路開拓を目指す。

③事業者の魅力発信による労働力不足解消（年4回）

製造業や建設業など比較的規模の大きい管内事業者を中心として、「企業ブランディング委員会」を定期的に年4回開催する。当商工会議所は委員会が円滑に進行するよう中心的な役割を果たすとともに、委員や市内の高校等と連携を密にし、市内企業への就職率向上を目指す。

(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	4,350	4,350	4,350	4,350	4,350
○専門家派遣費	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100
○DX定例相談	400	400	400	400	400
○展示会等出展費	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
○ソフトウェア導入費	300	300	300	300	300
○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、井原市補助金、事業受託費、受益者負担金、 その他事業収入等

(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。

