

経営発達支援計画の概要

| | |
|----------------|--|
| 実施者名 (法人番号) | 大野町商工会（法人番号 6240005007135） 廿日市市（地方公共団体コード 342131） |
| 実施期間 | 2023/04/01 ～ 2028/03/31 |
| 目標 | <p>経営発達支援事業の目標</p> <p>①小規模事業者の経営力を、対話と傾聴力を通じて自ら課題に気づいた上で策定した「事業計画に基づいた経営」により強化・向上すること。</p> <p>②物販店舗、飲食店舗及び大野町商工会からなる複合施設「まちの駅 ADOA 大野」を有効活用し、埋もれていた小規模事業者の看板商品や地域資源などを顕在化し活性化を図ること。</p> <p>③観光関連産業にあっては、新型コロナを教訓に地域内循環を目指すこと。</p> |
| 事業内容 | <p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域経済動向調査に関すること ビッグデータである「RESAS」を活用し、地域の消費・経済動向を分析として年1回公表する。また外部公表データの収集と分析を行うとともに、地域の小規模事業者の中から選任した専門委員より景況感を聴き取り、それらをまとめた景気動向を半年に1回公表する。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること 地域及び地域外の需要動向を把握するため「まちの駅 ADOA 大野」や宮島口旅客ターミナルを活用し、テストマーケティングを実施し、調査結果を分析する。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること 事業者自らが課題に気づくことを念頭にしながら定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「非財務分析」を行い事業計画の策定に繋げる。</p> <p>4. 事業計画の策定支援 融資あっせんや補助金の申請を目的とするのではなく、自身の経営力を向上させることを目的とした事業計画づくりを支援する。策定の前段階においてはDXに向けた意識啓発を行うなど小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援 計画の遂行にあたっては対話と傾聴を繰り返しながら小規模事業者自身が計画策定前と策定後のギャップを正しく認識し、自ら答えを見出していくための支援を行う。</p> |

| | |
|------------|--|
| | <p>6. 新たな需要の開拓支援</p> <p>地域内で特産品などを生産、加工する小規模事業者の商品は「まちの駅 ADOA 大野」や宮島口旅客ターミナルにおいて優先的に販売できるよう取り組む。IT や DX の活用に向けた情報発信や仕組みづくりを支援することで大都市圏での販路開拓も視野に入れる。</p> |
| <p>連絡先</p> | <p>大野町商工会 〒739-0434 広島県 廿日市市 大野 1 丁目 1 番 2 7 号 TEL:0829-55-3111 FAX:0829-54-1882 e-mail:ohno@hint.or.jp</p> <p>廿日市市 〒738-8501 広島県 廿日市市 下平良一丁目 1 1 番 1 号 TEL:0829-30-9140 FAX:0829-31-0999 e-mail:sangyo@city.hatsukaichi.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現状 | |
| (ア)大野地域の概要及び立地 | |
| <p>広島県廿日市市大野地域は、広島県の西部、広島市の西隣りに位置する廿日市市の中の一つの地域である。元々は佐伯郡大野町として単独行政区であったが、平成の大合併によって、佐伯町、吉和村、宮島町とともに隣接する廿日市市と合併した。よって、行政区である廿日市市には1商工会議所、3商工会が存在している地域である。</p> <p>地理的に大野町商工会が管轄している廿日市市大野地域は、日本を代表する広域観光ルートである『広島～宮島～岩国』のメインスポットとなる世界文化遺産『厳島神社』・日本三景『安芸の宮島』の対岸に位置している。</p> <p>地域内には JR 山陽本線、路面電車及び自主運行の路線バスが運行しており、JR 山陽本線とほぼ平行に走る国道 2 号線は、曜日を問わず 1 日におよそ 30,000 台が往来する東西の基幹道路となっている。交通量の多さから、特に休日の JR 宮島口駅周辺では慢性的な自然渋滞が生じている。</p> <p>古くから当地域は、宮島観光客を対象とした牡蠣・アサリなどの海産物を中心とした食材や、もみじ饅頭・木工品を始めとした特産品とともに、宿泊・飲食施設と土産物の製造・販売施設、文化・体験施設などが所在し、一定の観光関連産業が集積している。</p> <p>しかしその一方で、隣接する旧廿日市市には、2015 年にオープンした大型商業施設「ゆめタウン廿日市」がある。この「ゆめタウン廿日市」は敷地面積 51,000 m²、商業施設面積 46,000 m²、延べ床面積 179,800 m²、地上 5 階、地下 1 階に 201 店舗が入店する広島県内では最大級のショッピングモールであり、当地域の商業者にも大きな影響を与えている。</p> | |
|  | |
| <p>そのような中、2020 年 2 月に廿日市市全体にとって観光の起点である宮島口の「宮島口旅客ターミナル」が一部完成、また 2022 年 4 月には旧大野町役場（現在の廿日市市大野支所）の建替えに伴う複合施設、「まちの駅 ADOA 大野」が完成し、飲食、物販、宿泊施設などのにぎわい創出の整備も行われ、小規模事業者にとってビジネスチャンスとなる環境も生まれている。</p> | |
| (イ)人口及び世帯数 | |
| <p>大野地域の人口及び世帯数はここ数年、下記の表のように、人口及び世帯数とも右肩上がりの増加傾向にある。これは、当地域が広島市、岩国市、大竹市のベッドタウン化していることだけでは</p> | |

なく、近年増加傾向にある世界遺産宮島内で事業をしている事業者のベッタウンにもなっていることが挙げられる。

一方でこのように、増加する人口の消費需要を地域内でどのように取り込んでいくのかは、当地域においては大きな課題である。

【大野地域の世帯数及び人口推移】※廿日市市住民基本台帳より

| | 大野地域 | | | |
|--------------|--------|--------|--------|--------|
| | 世帯数 | 人口総数 | 男 | 女 |
| 平成24年 4月1日現在 | 11,509 | 27,752 | 13,261 | 14,491 |
| 平成25年 4月1日現在 | 11,607 | 27,826 | 13,309 | 14,517 |
| 平成26年 4月1日現在 | 11,701 | 27,883 | 13,305 | 14,578 |
| 平成27年 4月1日現在 | 11,816 | 27,962 | 13,330 | 14,632 |
| 平成28年 4月1日現在 | 12,010 | 28,237 | 13,482 | 14,755 |
| 平成29年 4月1日現在 | 12,260 | 28,542 | 13,684 | 14,858 |
| 平成30年4月1日現在 | 12,523 | 29,013 | 13,954 | 15,059 |
| 平成31年4月1日現在 | 12,726 | 29,209 | 14,085 | 15,124 |
| 令和2年4月1日現在 | 12,922 | 29,404 | 14,208 | 15,196 |
| 令和3年4月1日現在 | 12,989 | 29,368 | 14,186 | 15,182 |
| 令和4年4月1日現在 | 12,998 | 29,256 | 14,111 | 15,145 |

(ウ) 事業所数

【地域内の事業所数（経済センサスより）】

総務省統計局が実施している経済センサスから事業所の業種別構成を見てみると、業種として最も多いのが「卸・小売業」である。この「卸・小売業」は平成 28 年度においては全体の事業者数の約 4 分の 1 である 26.3%を占めており、その数はほぼ横ばいで推移している。

また、その次に多いのが、「宿泊業、飲食サービス業」で、全体の事業者数の 10.9%を占め「卸・小売業、宿泊業・飲食サービス業」を合わせて、328 事業者、全体の 37.2%を占めている。

| 種 別 | H24 | H26 | H28 | H28構成比 |
|----------------|-----|-----|-----|--------|
| 農林漁業 | 15 | 10 | 10 | 1.1% |
| 建設業 | 78 | 77 | 81 | 9.2% |
| 製造業 | 71 | 71 | 66 | 7.5% |
| 電気ガス熱供給水道業 | 1 | 1 | 1 | 0.1% |
| 情報通信業 | 5 | 6 | 6 | 0.7% |
| 運輸業・郵便業 | 44 | 44 | 42 | 4.8% |
| 卸・小売 | 218 | 222 | 232 | 26.3% |
| 金融・保険業 | 12 | 12 | 11 | 1.2% |
| 不動産・物品賃貸業 | 73 | 77 | 68 | 7.7% |
| 学術研究・専門・技術サービス | 32 | 34 | 33 | 3.7% |
| 宿泊・飲食サービス | 101 | 95 | 96 | 10.9% |
| 生活関連サービス・娯楽 | 76 | 76 | 72 | 8.2% |
| 教育・学習支援 | 41 | 48 | 35 | 4.0% |
| 医療・福祉 | 62 | 89 | 78 | 8.9% |
| 複合サービス | 9 | 10 | 9 | 1.0% |
| サービス（他に分類されない） | 43 | 36 | 41 | 4.7% |
| 公務 | 0 | 3 | 0 | 0.0% |
| 合計 | 881 | 911 | 881 | 100.0% |

【地域内の小規模事業者数（大野町商工会独自調査より）】

右記の表は大野町商工会が独自に調査した、大野地域における小規模事業者の業種別構成である。

大野町商工会独自調査のため、上記の経済センサスの事業者数との誤差が見られる（特に、建設業は一人親方の事業者が含まれているため誤差が大きいと思われる）、が、小規模事業者においても、最も多いのは、「卸・小売業」「宿泊・飲食サービス」で 220 事業所、全体の約 34%を占めている。

| 種別 | 地域内小規模数(H28) | 構成比 |
|----------------|---------------|--------|
| 農林漁業 | 1 | 0.2% |
| 建設業 | 139 | 21.5% |
| 製造業 | 56 | 8.7% |
| 電気ガス熱供給水道業 | 1 | 0.2% |
| 情報通信業 | 0 | 0.0% |
| 運輸業・郵便業 | 17 | 2.6% |
| 卸・小売 | 162 | 25.0% |
| 金融・保険業 | 8 | 1.2% |
| 不動産・物品賃貸業 | 44 | 6.8% |
| 学術研究・専門・技術サービス | 4 | 0.6% |
| 宿泊・飲食サービス | 58 | 9.0% |
| 生活関連サービス・娯楽 | 38 | 5.9% |
| 教育・学習支援 | 14 | 2.2% |
| 医療・福祉 | 19 | 2.9% |
| 複合サービス | 82 | 12.7% |
| サービス(他に分類されない) | 4 | 0.6% |
| 公務 | 0 | 0.0% |
| 合計 | 647 | 100.0% |

(エ)観光

当地域は、世界文化遺産「厳島神社」・日本三景「安芸の宮島」の対岸に位置していることから、外国人観光客も増加しており、宮浜温泉街には6つの宿泊施設と1つの温浴施設、宮島口周辺には通常のホテル・旅館の他、いわゆる外国人バックパッカー向けの宿泊施設も建設されるなど、受入態勢も整いつつあったところ、令和2年の春より新型コロナウイルス感染症が猛威を振るうこととなった。甚大な影響により観光客数は半数に落ち込んだが、そのような中でマイクロツーリズムという新しい潮流も生まれている。また、今後サステナブルツーリズムやレスポンスブルツーリズムをはじめとする、より良い観光地をつくる動きが観光業界での大きな流れとなることから、今後、持続可能な観光地域づくりに向けた取り組みが求められる。

(カ)宮島口旅客ターミナルの整備

大野地域にある廿日市市全体にとっても観光の起点となる、宮島への玄関口である宮島口の整備計画である。

現在は第1段階の旅客ターミナルの整備が完了しており、ターミナルでの特産品の販売も可能な状況となっている。これにより、従来は通過点でしかなかった JR 宮島口と旅客ターミナルの間が飲食、物販、宿泊施設などのにぎわい創出空間となり、観光客をターゲットとする小規模事業者にとってもビジネスチャンスとなる。

※宮島口地区まちづくりランドデザインより



(カ)複合施設「まちの駅 ADOA 大野」の整備

旧大野町役場、現在の廿日市市大野支所の建替えに伴う複合施設の整備で、2022年4月に完成した。以前より取り組んでいた「まちの駅」構想は現在約100件の加盟があり、これらの拠点を結ぶキーステーションとしての役割をこの複合施設に置いている。

このまちの駅 ADOA 大野では、廿日市内のまちの駅（各拠点：店舗）で販売している看板商品や地域内で生産されている商品の販売と地元飲食店によるフードコートなど、廿日市内の商品や情報が集う場所となっており、運営を大野町商工会が受託している。

宮島口が観光客を対象としているのに対して、こちらは地域住民の日常の生活をサポートする機能を有し、地産地消の地域内循環を目的としている。



○まちの駅構想

まちの駅とは、全国まちの駅連絡協議会が提唱する地域ネットワークの呼称で、観光案内機能等、一定の条件を備えた既存の店舗や施設が「ステーション」として加盟し、相互に連携することでネットワークを醸成していく仕組みである。

当地域では、まちの駅 ADOA 大野を「キーステーション」と位置づけ、中心的役割となってネットワークの有機的結びつきを強める構想のもと、H29年より活動してきた。

②課題

【小規模事業者の経営力の向上】

当地域の人口数は僅かながら増加傾向、事業者数はほぼ横ばいで推移してきており、創業者も一定数存在する。その一方で新型コロナウイルス感染症の影響や原油価格の高騰など、小規模事業者を取り巻く環境は厳しさを増している。特に、長引く新型コロナウイルスの影響は管内の観光関連産業に甚大な被害をもたらしている。これらの小規模事業者が地域に必要とされ、持続的な発展を続けていくためには経営力の向上は不可欠である。

下記の表は、平成27年7月に廿日市市が市内経済団体の会員を中心に行った事業者アンケート調査のうち、大野地域の事業者を抜粋したものである。これによると、現在直面している経営課題は「売上の伸び悩み」（49.2%）の割合が最も高く、優先課題は「販売・営業力の強化」（39.9%）となっている。

【従業者規模別の経営課題と優先課題】

| 経営課題 | 優先課題 |
|--------------------|----------------------|
| 1位 売上の伸び悩み (49.2%) | 1位 販売、営業力の強化 (39.9%) |
| 2位 人材の不足 (32.1%) | 2位 コストの削減 (30.6%) |
| 3位 利益率の低下 (28.0%) | 3位 技術力の向上 (22.8%) |

※廿日市市事業者アンケート調査より抜粋

以上のことから、当地域が抱える課題を次のように設定する。

①当地域の小規模事業者が感じている「売上の伸び悩み」「販売・営業力の強化」等の課題を解決し黒字体質に転換するために、事業計画に基づき経営力を向上させるための支援を引き続き行うこと。

②当地域の事業者の約35%を占める卸・小売業、宿泊業、飲食サービス業などの観光関連産業を

中心としたすべての小規模事業者に対して、新型コロナウイルスの教訓から、域外からの観光需要の取り込みに依存するのではなく近隣地域に根付いたものをその地域の中で消費する「地域内循環」(循環させる)を目指し、販売、営業力強化のための支援を行うこと。

【まちの駅 ADOA 大野など新たな施設を有効活用した販路開拓】

当地域の事業者の約 35%を占める、卸・小売業、宿泊業、飲食サービス業など観光関連産業を中心としたすべての小規模事業者に対して、販売、営業力の強化のための支援を行う必要がある。

そのためには、宮島口旅客ターミナルやまちの駅 ADOA 大野で地元小売店の販路開拓につなげていき、販売力を強化し売上の増加につなげていかなければならない。

【マイクロツーリズムなど新たな需要の取り込み】

新型コロナウイルス感染症の影響により域外からの観光客が激減する一方、近隣の観光客を取り込むマイクロツーリズムが新たな流れとして出てきている。

このマイクロツーリズムのメリットとしては、以下の3つが挙げられる。

○地域内観光により人の移動を抑制し、ウイルスへの感染リスクを下げること

○地元地域のまだ知らなかった魅力を再発見できること

○地元地域の人々との協力を通じて地域の運営を支えながら地域経済に貢献ができること

これらのメリットを生かし、宮浜温泉街など当地域特有の環境を有効活用することで、新たな需要を取り込んでいく必要がある。

(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

今後の当地域においては「まちの駅 ADOA 大野」の有効活用により、地域内の小規模事業者の商品、製品、サービスが地域内で消費されるとともに、宮島口旅客ターミナルや宮浜温泉街においても、地域外の観光客にも販路開拓が活発に行われている地域となる。

これにより新たなマーケットが生まれ、事業意欲のある事業者が多く集まる地域となる。

②廿日市市産業振興ビジョンとの連動性・整合性

廿日市市は平成 28 年度から 10 年間の期間とした産業振興ビジョンを策定しており、基本的な方向として、

○人づくり

○廿日市市内と都市圏の供給と需要を循環させる

○市外から消費を呼び込む

○市外の市場に打って出る

○地域経済の発展を支える産業インフラの整備 の5つの柱を掲げている。

また、様々な産業振興施策を融合・連携させて既存産業の競争力強化・成長分野への挑戦を進めるため、小規模事業者から大企業まで参画することができ、多様な産業連関の創出・強化や、外貨獲得による地域経済成長への挑戦が期待される領域を対象に“産業振興の横断的戦略”としている。

なお、計画の折り返し地点である令和 2 年度において、後半の計画の見直しがされ、後期期間では、各地域の現状を踏まえて、産業経済団体と連携して戦術エリア展開を図ることとなった。市域全体を対象に取り組むべきテーマ・課題については、産業経済団体による各エリアの支援プラットフォームのほか行政部局間が横断的に連携して、7つの戦略と 22 の戦術により“オールはつかいち”で取り組むこととしている。

その中で、大野地域においては以下のように現状を捉え、3つの戦術に重点を置いている。

【廿日市市産業振興ビジョンにおける大野地域の課題】

・土地条件や利便性等から宅地開発が進み人口が増加中、それにともない創業や新たな出店が進

み商工会員は増加、但し高齢化にともない地元商店の事業承継が課題

- ・水産業では後継者や担い手の人材確保、外国人技能実習生の生活支援、かき筏の廃材処理の環境保全等が課題
- ・大野支所付近に物販・飲食、創業支援機能をもつ拠点施設が誕生
- ・宮島口のにぎわい拠点（宮島口旅客ターミナル、観光商業施設）の活用可能性
- ・宮島口、宮浜温泉街、まちの駅等のにぎわいを地元事業者の集客や売上へつなぐ仕組みが課題

【廿日市市と連携する3つの重点戦術】

- ・「新たなにぎわい×地元事業者」による稼ぐ仕組みづくり
- ・マイクロツーリズムの普及・定着／「適疎」コンテンツの充実
- ・水産業の6次産業化の推進と環境の保全

③大野町商工会としての役割

当地域は、他の地域と比較すると人口が緩やかながら右肩上がり、それに伴い事業者も横ばいと
いった中で、営業力を強化し、販路拡大に取り組んでいくことに課題がある。一方で、当地域の小
規模事業者を取り巻く環境は、まちの駅 ADOA 大野や宮島口旅客ターミナルの整備など、新たな販
路開拓のきっかけとなる受け皿は出来上がっている。

大野町商工会の役割は地域内の小規模事業者に事業計画を通じて、小規模事業者に将来のある
べき姿を可視化し、まちの駅 ADOA 大野や宮島口旅客ターミナル、宮浜温泉街などを活用して顧客
の声を聴き、顧客ニーズを踏まえた商品を地域内外で販売することを支援することである。これら
を PDCA のマネジメントサイクルで実施しながら伴走支援し、活力あるまちづくりへの貢献を行う。

(3) 経営発達支援計画の目標

以上、当地域の現状と課題、長期的な振興の在り方を踏まえ、小規模事業者の持続的発展に向け
て以下のとおり、本経営発達支援事業の目標を設定する。

- ① 小規模事業者の経営力を、対話と傾聴力を通じて自ら課題に気づいた上で策定した「事業計画に
基づいた経営」により強化・向上すること
- ② 廿日市全域の事業者が参加するまちの駅構想のキーステーション「まちの駅 ADOA 大野」を有効
活用し、埋もれていた小規模事業者の看板商品や地域資源などを顕在化し活性化を図ること
- ③ 観光関連産業にあっては、新型コロナを教訓に地域内循環を目指すこと。その一環としてマイク
ロツーリズムの流れをチャンスと捉え、「宮島口旅客ターミナル」「宮浜温泉街」を活用した新商品
開発や販路開拓支援により経営力の強化を図る。

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5年4月1日～令和10年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

- ①小規模事業者の経営力を、対話と傾聴を通じて自ら課題に気づいた上で策定した「事業計画に基づいた経営」により強化・向上すること

経済動向や需要動向について丁寧に分析し、地域内で取り込みきれていない消費需要を小規模事業者が取り込むチャンスであることを理解していただいた上で、経営課題の設定から課題解決の伴走において、対話と傾聴を通じて潜在力を引き出し、アクションプランとマイルストーンを明確にした事業計画策定支援を行う。

また、作成後も年3回以上の伴走型支援によるフォローアップにおいて、対話と傾聴によりその進捗状況を小規模事業者自身が自発的に気づくことで、計画の修正の必要性にも自覚を促していく。

- ②廿日市全域の事業者が参加するまちの駅構想のキーステーション「まちの駅 ADOA 大野」を有効活用し、埋もれていた小規模事業者の看板商品や地域資源などを顕在化し活性化を図ること

個店で埋もれている看板商品をこれらの施設にて販売することで経済の地域内循環を進める。

また新商品等の開発があった場合には、まちの駅 ADOA 大野内において新商品などのテストマーケティングを実施し、その結果に基づいて改良を加えより良い商品として販売するなど、事業計画策定後の販路開拓支援としても有効活用していく。

- ③観光関連産業にあつては、新型コロナを教訓に地域内循環を目指すこと。その一環としてマイクロツーリズムの流れをチャンスと捉え、「宮島口旅客ターミナル」「宮浜温泉街」を活用した新商品開発や販路開拓支援により経営力の強化を図る。

地域外の消費者ニーズを踏まえた商品等がある場合、宮島口旅客ターミナルなどで観光客を対象としたテストマーケティングを行い、さらにはそこから EC サイトなどを活用し、首都圏などに打って出ることを支援する。

I. 経営発達支援事業の内容

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

- ①現状

当会における地域の経済動向調査は、外部公表データの収集と地域の小規模事業者の中から業種構成比率の高い4業種（製造業、建設業、卸・小売業、サービス業）より3名ずつをモニターとして生の声を聴き、それらをまとめた分析結果を半年に一度、会報誌及びホームページにて公表している。

外部公表データは、全国商工会連合会、広島県商工会連合会、廿日市商工会議所がそれぞれ行った景気動向調査とし、地元事業者のモニターは「地域経済動向調査サポーター」として、サポーター会議を開催し、当地域に応じたデータの追加を行ってきた。

- ②課題

現在は調査分析結果の公表が半年に1回、定期的に公表しているものの、いわゆるビッグデータを活用した専門的な分析については不十分であることから、これらについても分析を行い、結果を公表していくものとする。

(2) 目標

| | 公表方法 | 直近実績 | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|-----------------|-----------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①地域の経済動向分析の公表回数 | HP 会報誌 | — | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 |
| ②景気動向分析の公表回数 | HP 会報誌 | 2 回 | 2 回 | 2 回 | 2 回 | 2 回 | 2 回 |

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析

地域の消費・経済動向を把握するため、経営指導員等がビッグデータである「RESAS」（地域経済分析システム）を活用した地域の経済動向分析を行い、年1回公表する。

【調査手法】

経営指導員等が「RESAS」（地域経済分析システム）を活用し、地域の経済動向分析を行う

【調査項目】

- 地域経済循環マップ・・・地域のお金の流れを把握
- 企業活動マップ・・・地域の創業比率や黒字赤字企業比率を把握
- 観光マップ・・・宿泊者の動向等を把握
- 雇用マップ・・・地域の雇用について、需要面や供給面からの把握

②景気動向分析

広島県内および廿日市市の景況感を把握するため、広島県商工会連合会等が調査している調査データを分析し、それを一覧表としてまとめる。まとめたものは、広島県全体、廿日市市全体のものであるため、このデータに当地域の小規模事業者の声を反映させ、大野地域の実情に沿った内容へと加工する。

【調査手法及び対象】

全国商工会連合会の景気動向調査、広島県商工会連合会の広島県商工会地域中小企業景況調査、廿日市商工会議所の廿日市景況調査を活用し、小規模事業者の景気動向の分析を行ったものに、当地域の小規模事業者の中から業種構成比率の高い4業種（製造業、建設業、卸・小売業、サービス業）より3名ずつをモニター（地域経済動向調査サポーター）として生の声を聴き（サポーター会議の開催）、それらをまとめる形とする。

なお、「地域経済動向調査サポーター」は原則5年間固定とする。

【調査項目】

業況、売上、仕入単価、採算、資金繰り

(4) 調査結果の活用

分析加工したデータは事業計画策定のための資料として活用できる報告書として取りまとめ、データベースとして職員が誰でも取り出せるよう整理する。また、それらを商工会報等に同封することで、大野地域の全世帯へ配布するとともにホームページでも公表する。

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

①現状

需要動向調査については、宮島口旅客ターミナルにて、アンケート調査を行うこととしている。宮島口という土地柄、短時間で多くのサンプルを収集できる利点はあるものの、必然的に調査回答者は地域外の観光客で9割以上となる。

②課題

主な対象が観光客であるため、郷土色の強い商品や土産好適品であればきわめて有用な調査となるが、適合する商品を持つ事業者が思いのほか少なく、出展点数が集まらないという課題がある。

一方、2022年4月にオープンした複合施設「まちの駅 ADOA 大野」は、近隣の住民が日常的に買い物に訪れる場所となっていることから、地域の事業者が製造した洋菓子、和菓子、パン、総菜などに関し、生の声を聴くには非常に適した場所である。

この「まちの駅 ADOA 大野」を有効活用し、需要動向を調査した結果を事業者にフィードバックすることで地域内の循環と各事業者の利益向上を促進する仕組みが必要である。

(2) 目標

| | 直近実績 | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|-----------------------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①まちの駅 ADOA 大野でのテストマーケティング調査対象事業者数 | — | 8 者 | 8 者 | 8 者 | 8 者 | 8 者 |
| ②宮島口旅客ターミナルでのテストマーケティング調査対象事業者数 | 5 者 | — | 5 者 | — | 5 者 | — |

(3) 事業内容

①まちの駅 ADOA でのテストマーケティングアンケート調査

まちの駅 ADOA 大野は地域の洋菓子、和菓子、パン、総菜などの商品をその地域の方々に認知していただき、地域内での販路を拡大することを主な目的としているため、これらについての新商品を開発した時など、地域住民が求めていることまた、今後求められるであろうことを知り、商品の改良や販促活動に活かすためにテストマーケティングを実施する。

【調査手法】

「まちの駅 ADOA 大野」において、事業者の新商品開発が完成した時期に合わせ、主に地域内の消費者となる来場客に新商品等について経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入することで、情報を収集する。

【サンプル数】

来場者 50 人/商品あたり

【調査項目】

①属性、②品質、③価格、④色、⑤大きさ、⑥価格、⑦見た目、⑧パッケージデザイン等

【調査結果の活用】

調査結果は、調査結果報告書として経営指導員等がとりまとめ、当該飲食店に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う。

②宮島口旅客ターミナルでのテストマーケティングアンケート調査

宮島口旅客ターミナルでは、観光客を対象に地域外及び県外・首都圏における需要調査を目的にテストマーケティングを実施する。こちらは土産物や特産品などの需要動向を調査する。

【調査手法】

「宮島口旅客ターミナル」において来場客が増加する 5 月、11 月（計 2 回）に、来場客に新商品等について経営指導員等が聞き取りの上、アンケート票へ記入することで、情報を収集する。

また調査結果は、中小機構中国本部の販路開拓等の専門家に意見を聞きつつ、経営指導員等が分析を行う。

【サンプル数】

来場者30人/商品あたり

【調査項目】

①属性、②品質、③価格、④色、⑤大きさ、⑥価格、⑦見た目、⑧パッケージデザイン等

【調査結果の活用】

調査結果は、調査結果報告書として経営指導員等がとりまとめ、当該飲食店に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良等を行う

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

①現状

事業計画の策定にあたり、経営状況の分析を行わなければならないが、分析にあたっては財務項目だけでなく、非財務項目にも重点を置き実施してきた。ただしその分析は、補助金や融資あっせんの目的で行われることも多い。

②課題

経営状況の分析を行うにあたり、補助金や融資の斡旋のほか事業再構築に向けた計画策定という形で行なっている。経営の発達においては事業者自らが課題に気づくことが第一歩となるので、補助金や融資の斡旋ではなく経営の発達に資する掘り起こしを行う必要がある。

(2) 目標

| | 直近実績 | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|----------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 経営分析事業者数 | 41 者 | 40 者 | 40 者 | 40 者 | 40 者 | 40 者 |

(3) 事業内容

①経営分析の内容

【対象者】

販路開拓を希望している小規模事業者を巡回訪問時に掘り起こし対象とする。

【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」を行う。なお「非財務分析」については、強みと弱みを自ら自覚し、事業計画策定に活かせるよう、対話と傾聴により行う。

○財務分析

- ・売上高総利益率（収益性）
- ・売上高経常利益率（収益性）
- ・総資本経常利益率（収益性）
- ・総資本回転率（効率性）
- ・一人当たりの売上高（生産性）
- ・一人当たりの経常利益率（生産性）
- ・対前年売上増加率（成長性）
- ・自己資本増加率（成長性）
- ・自己資本比率（安全性）
- ・流動比率（安全性） など

○非財務分析

- ・経営理念の有無
- ・後継者や事業承継への取組方針
- ・技術や商品などの特徴、強み
- ・顧客の構成や商圏の把握
- ・競合他社との比較
- ・その他強み（外部関係者との関係、販路の特徴、従業員の所有ノウハウなど）

【分析手法】

財務分析にあたっては、中小企業基盤整備機構が提供する「経営自己診断システム」や中小企業庁の「ローカルベンチマーク」などのシステムを活用。また、非財務分析にあたっては、ヒアリング、3C分析、SWOT分析、ABC分析、商圈分析、業務フロー分析などの分析手法を活用する。

(4) 分析結果の活用

分析したデータは、財務項目、非財務項目を記載したレポートにまとめ、当該小規模事業者へ提供する。これが完成した場合には次の事業計画策定支援につなげる。

また、収集したデータそのものは会員カルテに取りまとめ、必要に応じて誰でも取り出せるようにするとともに、財務分析等は業種ごとに取りまとめ、財務分析の際の当地域の標準指標として活用するなど、充実させていく。

6. 事業計画策定に関すること

(1) 現状と課題

①現状

従来は補助金や融資の斡旋などをきっかけとして、事業計画の策定支援を行ってきたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、ウィズコロナ・ポストコロナに向けた事業再構築に向けた計画策定の支援を行っている。計画策定には、経営指導員だけでなく、専門分野の知識や経験が必要となる場合には専門家も積極的に活用し、3～5年後のあるべき姿を見える化してきた。

②課題

事業計画を策定する事業者は、持続化補助金やものづくり補助金の申請を目的とすることが多いが、まちの駅 ADOA 大野などのオープンに合わせ、商品開発や販路開拓など経営の発達に資する事業計画の策定にシフトしていく必要がある。

(2) 支援に対する考え方

元々は当地域においての事業計画の策定は、融資や補助金の申請を目的としたものが多く、小規模事業者の経営の発達に資する形ではなかった。そこで前回の経営発達支援計画では、事業計画の本来の必要性を小規模事業者に理解していただきながら、作成支援を行い経営力の強化を図ってきたが、依然として補助金申請を目的としたものも多い。

今回の申請においては、引き続き事業計画づくりの必要性を周知し、自身の経営力を向上させることを目的とした事業計画づくりを支援するものとする。

そのために支援現場においては、自らが自覚した分析結果に基づき課題の抽出と課題解決のアクションプランを策定し、自発的に課題解決に取り組むことが出来るよう、対話と傾聴を繰り返しながら支援を行う。

また、事業計画の策定前段階において DX に向けたセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

支援対象事業者は自社の経営状況の分析が終了している小規模事業者である。

(3) 目標

| | 直近実績 | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①DX 推進セミナー | - | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 |
| 事業計画策定事業者数 | 33 者 | 10 者 | 10 者 | 10 者 | 10 者 | 10 者 |
| ②創業塾への参加 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 | 1 回 |

| | | | | | | |
|----------|----|----|----|----|----|----|
| 創業計画策定者数 | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 |
|----------|----|----|----|----|----|----|

(4) 事業内容

① 「DX 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、セミナーを開催する。

特に IT ツールの導入・活用については、こういったアプリを使えばよいのかわからない、といった小規模事業者の声を踏まえ、中小企業基盤整備機構の「IT プラットフォーム」を有効活用する。

【支援対象】 事業計画策定に取り組む事業者及び後継者

【募集方法】 商工会報及びホームページ、チラシ

【講師】 IT コーディネーター等

【内容】
 ・DX とは
 ・DX 関連技術（クラウドサービス、AI 等）や具体的な活用事例
 ・SNS を活用した情報発信方法
 ・EC サイトの利用方法 等

【参加人数】 10 名

② 「創業塾」への参加

廿日市市においては市の主催に 1 商工会議所、3 商工会が共催する形式で創業セミナー「しゃもじん創業塾」を実施している。これは年 1 回の実施であり、創業を予定している人を対象に創業計画を作成支援することがカリキュラムの主体となっている。

当地域においても、この「しゃもじん創業塾」へ引き続き参加し、创业者の創業計画策定支援を行う。

【支援対象】 大野地域での創業予定者、または創業後 1 年以内の创业者を対象として、創業計画の策定を目的とした支援を行う。

【募集方法】 商工会報及びホームページ、チラシ

【講師】 中小企業診断士等

【内容】 創業とは、財務会計、人事労務、販路開拓 など

【参加人数】 5 名

③ 事業計画策定個別支援

事業計画策定支援は最終的にはマンツーマンで支援しなければ完成は困難である。そこで、経営状況の分析が終了している事業者に対して個別に働きかけ、事業計画策定支援を行う。

【支援対象】

経営状況の分析が終了している事業者を対象とする。

先述の「地域経済動向調査」や「経営状況の分析」をベースにして、目指すべき方向と具体的な目標値や解決すべき課題、アクションプラン、収支計画など小規模事業者の将来の姿を「見える化」するための取り組みを個別相談により行う。

【支援方法】

既に、経営状況の分析が終了している事業者が対象のため、改めて掘り起こしのためのセミナーを開く必要はなく、その流れのままで個別相談会を実施し、目標、経営課題、課題解決のためのアクションプラン、収支計画、資金計画まで作成する。

支援にあたっては経営指導員と専門家がチームとなって、対話と傾聴を繰り返しながら、小規模

事業者自身の自発的な課題抽出、課題解決のためのアクションプラン策定を支援する。

【専門家】

中小企業診断士、税理士、ITコーディネーター、デザイナーなどを活用する。

7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

①現状

事業計画策定後のフォローについては、経営指導員が中心となって実施している。その多くは計画通り実施しているかどうかをチェックするもので、その中で専門家の支援が必要な場合については専門家派遣を行っている。

②課題

事業計画策定後のフォローとしては、計画立案後1年間に集中しやすく、時間の経過とともにフォローアップ頻度が減少しており、計画通り進んでいるかどうかのモニタリングだけでなく、その後の新たな支援の必要性についても同様である。

(2) 支援に対する考え方

当地域を取り巻く環境は、まちの駅 ADOA や宮島口旅客ターミナルなど、新たなビジネスチャンスが生まれている。これらのチャンスを掴むためには、策定した事業計画を「自社の経営の教科書」という位置づけで、実行し、読み返し、修正しまた実行する必要がある。

そこで今回の計画においては、事業計画を策定した小規模事業者に対して次年度以降、経営指導員が初年度は4か月に1回(年3回)、次年度は6か月1回(年2回)、3年目は年に1回、現地を巡回訪問し、計画の進捗をヒアリングしながらフォローアップしていくことで、作成した事業計画の実現性を高めることとする。頻度は新規創業者についても同様である。

フォローアップ現場においては、小規模事業者自身が計画と計画策定後の現状とそのギャップを正しく認識しその後につなげていくためにも、対話と傾聴を繰り返しながら小規模事業者自身が答えを見出すことに注力する。

(3) 目標

| | 直近実績 | R5年度 | R6年度 | R7年度 | R8年度 | R9年度 |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|
| フォローアップ指導対象事業者数 | — | 30者 | 30者 | 30者 | 30者 | 30者 |
| 頻度(延回数) | 99回 | 60回 | 60回 | 60回 | 60回 | 60回 |
| 売上増加事業者数 | — | 10者 | 10者 | 10者 | 10者 | 10者 |
| 営業利益増加事業者数 | — | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 | 3者 |

(4) 事業内容

計画策定後のフォローアップは、基本は計画策定から1年以内は4か月に一度、定期的な巡回訪問にてヒアリングを行う。

なお、2年目は定期的な巡回訪問は半年に一度とし、3年目以降は年1回の訪問とする。

ヒアリング項目は、下記のとおりである。

○ヒアリング項目

- | | | |
|-----------|---------------|----------------|
| ・計画の進捗度 | ・目標に対する達成度 | ・新たな課題の確認とその対応 |
| ・金融支援の必要性 | ・計画そのものの修正の有無 | |

進捗状況が思わしくなく、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、経営指導員による今後の対応を検討し、より高度な課題となった場合は外部専門家など第三者の視点を投入し、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等を行う。

| | | |
|-------------|----------------------|---------|
| 10者（4か月に1回） | 10者×3回＝30回（初年度計画策定者） | } 60回/年 |
| 10者（半年に1回） | 10者×2回＝20回（計画策定後2年目） | |
| 10者（1年に1回） | 10者×1回＝10回（計画策定後3年目） | |

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

従来は展示会・商談会出展により新たな販路を求めてきたが、新型コロナウイルス感染症の影響でそういった取り組みはほとんど出来ていない。新たな販路という意味では、宮島口旅客ターミナルに新商品を置くことを支援できた事業者は1件である。

また、地域内の小規模事業者の多くはオンラインによる販路開拓等に関心があるものの、ITをどのように活用し、販路開拓につなげていけばよいかかわからない、などの理由により販路開拓等のDXに向けた取組が進んでおらず、販路開拓に活かされているとは言えない状況である。

②課題

大都市圏に向けての販路開拓というどうしても小規模事業者の多くは、ハードルが高いと感じられてしまうようである。また、新型コロナウイルス感染症の影響も大きく、まずは地元を中心に販路開拓を行う体制づくりが必要である。

大都市圏に向けてはIT、DXを活用した販路開拓が有効であると思われるが、当地域の事業者にとってはITとDXの違いも理解できていない方も多い。

（2）支援に対する考え方

基本的な考え方として、大都市圏での商談会による販路開拓よりも、まずは地域内で、特産品などを生産、加工する小規模事業者については、まちの駅ADOA大野や宮島口旅客ターミナルを活用する。

特にまちの駅ADOA大野については、運営に商工会がかかわっており、市域の小規模事業者の商品を優先して販売できるよう取り組む。

また、大都市圏に向けての販路開拓は、ITやDXの活用に向けて情報発信や仕組みづくりを支援する。具体的には、大手ECサイトへの出店や自社サイトの構築だけでなく、FacebookやTwitterやLineなどの無料アプリを有効に活用して、自社の商品の特徴を自力でPRすることができるよう支援する。

(3) 目標

| | 直近実績 | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 | R9 年度 |
|--------------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①まちの駅 ADOA 大野 出展者数 | — | 42 者 | 44 者 | 46 者 | 48 者 | 50 者 |
| 平均売上高/1 者 | — | 10 万円 |
| 平均売上増加率/ 1 者 | — | 2% | 2% | 2% | 2% | 2% |
| ②宮島口旅客ターミ ナル出展者数 | 8 者 | 12 者 | 14 者 | 16 者 | 18 者 | 20 者 |
| 平均売上高/1 者 | — | 5 万円 |
| 平均売上増加率/ 1 者 | — | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% |
| ③SNS 及び EC サイト 活用事業者数 | — | 10 者 |
| 平均売上高/1 者 | — | 5 万円 |
| 平均売上増加率/ 1 者 | — | 1% | 1% | 1% | 1% | 1% |

(4) 事業内容

①まちの駅 ADOA 出展事業

まちの駅 ADOA にて、地域内の小規模事業者の新商品・新製品などを販売する。販売にあたっては、事前に経営指導員及び専門家の支援により、商品内容、価格、パッケージ及び目標売上高を設定し、PDCA のマネジメントサイクルにより検証のできる体制を構築する。

【対 象】 地域の洋菓子や総菜などの製造小売の小規模事業者で、需要動向調査により商品の事前調査が終了し、販売計画が完成している事業者（初年度 42 者を想定）

【会 場】 まちの駅 ADOA 地域産品販売ブース（広さ約 150 m²）

②宮島口旅客ターミナル出展事業

この施設は廿日市市が設置したもので、観光者への商品の PR はもとより、市域内での経済循環も目指しているため、市域内事業所が優先して販路開拓に取り組めるよう配慮がされている。そこで、特に小規模事業者が当該施設で商品を販売できるよう、積極的な支援を行う。

また、廿日市市内で売上が好調の場合には、さらに広島市内や首都圏等に販路を広げるために「ひろしま夢ぷらざ」のほか、中小企業基盤整備機構主催の「新価値創造展」、広島市主催の「ビジネスフェア中四国」などの展示会や商談会などへの出展支援を積極的に検討する。

【対 象】

大野地域で、地域資源を活用した商品を製造加工し、お土産品として販路を拡大したいと考えている小規模事業者や、宮島をテーマとした商品作りを行っている小規模事業者、さらには、地域内で人気となっている商品などを取扱っている小規模事業者を対象とする（初年度 12 者を想定）。

需要動向調査により商品の事前調査が終了し、販売計画が完成していることが前提である。

【会 場】

宮島口旅客ターミナルはつこいマーケット（広さ約 112 m²）

③販路開拓のための IT 活用セミナーの実施

Facebook や Twitter や Line などの無料アプリを有効に活用して、自社の商品の特徴をどのように PR するか、ということに注力した IT 活用セミナーを実施することにより、わざわざ遠方に店舗を設けることなく、大野地域にいたままで新たな顧客開拓が可能となる。

まちの駅 ADOA の公式サイト内にはネットショップを準備しており、SNS を活用した情報発信を行った後は、この EC サイトで全国展開していくことも可能である。

【対 象】 IT を使った販路開拓により新規顧客の獲得を目指す事業者

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

当商工会の三役（会長、副会長、専務理事）、商業部・工業部会長、監事、廿日市市産業振興課長、広島県商工会連合会経営支援課長及び外部有識者（中小企業診断士）を構成委員とする事業評価委員会を設置し、経営発達支援事業の事業評価及び今後に向けての見直しを行っている。委員会の開催にあたっては大野町商工会事務局より事務局長及び経営指導員が加わっている。

②課題

前期計画では本来、年 2 回の事業評価委員会を開催し、10 月に中間報告、4 月に実績報告と事業評価を行うこととなっていたが、令和 2 年度以降は新型コロナウイルス感染症の拡大防止の観点から 10 月の中間報告を実施せず、年 1 回 4 月に開催するのみとなっている（なお令和 2 年度については集合形式をやめ、書面審議による開催）。

(2) 事業内容

①大野町商工会経営発達支援計画評価委員会の設置

前期と同様に当商工会の三役（会長、副会長、専務理事）、商業部・工業部会長、監事、廿日市市産業振興課長、広島県商工会連合会経営支援課長及び外部有識者（中小企業診断士）を構成委員とする事業評価委員会を設置する。委員会の開催にあたっては大野町商工会事務局より事務局長及び法定経営指導員が加わる。

新型コロナウイルス感染症の懸念が未だ払拭されていないことから、開催期は原則として年 1 回、4 月に実績報告と事業評価を行うのみとする。ただし、状況を注視しつつ問題がないと認められるときは 10 月に中間報告を行うことを妨げないものとする。

②理事会・総代会への報告

事業評価委員会終了後は、評価結果及び今後の見直し案について理事会及び総代会に報告するとともに、広島県と廿日市市にもそれぞれ報告を行う。

③商工会だより・商工会員ニュース・ホームページでの広報

事業の実施結果・評価・見直し等については、商工会だより、商工会員ニュース、ホームページにより地域内の小規模事業者、住民等にも周知を行う。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

①現状

広島県商工会連合会が実施する経営指導員研修会や中小企業大学校広島校での研修会に参加し、資質向上に努めている。

②課題

既存の課題に対する支援能力は一定の向上が見られるものの、目まぐるしく変化する経営環境の中で新たな経営課題（異常気象、原材料の高騰、DX の推進、インボイスの導入等）が生じており、経営指導員側が次々とその新たな知識を身につけなければ指導が覚束ない状況である。

(2) 事業内容

①外部研修会への参加

(ア)広島県商工会連合会研修会への参加

現在広島県商工会連合会が中心となって実施している、経営指導員向けの「一般コース」「特別コース」や職員協議会が実施している「支援事例発表大会」などについて積極的に参加し、支援知識の習得を図る。

また補助員等の指導職員についても積極的に県連主催の研修会に参加することにより、支援知識の習得を図る。

(イ)中小企業大学校研修等への参加

新たに発生した課題などに対応するため、中小企業大学校の課題別コースやその他研修会に参加する。特に対話と傾聴によるコミュニケーション能力向上については、事業者の自発的な取組を促すためにも経営指導員の資質向上が必要となるため積極的な参加を行う。

(ウ)DXセミナーへの参加

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、下記のようなセミナーについても積極的に参加する。

【事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組】

クラウド会計・給与ソフト、顧客管理、スケジュール共有、補助金の電子申請、情報セキュリティ対策等

【事業者にとって外向け（需要開拓等）の取組】

ホームページ等を活用した情報発信方法、ECサイト構築・運用、SNSを活用した広報等

【その他取組】

オンラインを活用した経営支援の方法等

これらの研修会には、対面だけでなくオンラインを活用して、参加しやすい状況を作る。

②専門家の同行によるOJT

事業計画策定支援や策定後のフォローアップ時に、経営指導員が専門家と二人一組となり現場学習を行うことで、実務に応じた支援ができるようになる。特に、事業計画策定後の販路開拓支援においてはそのノウハウを獲得するため、必ず専門家と同行することとする。

③個別案件の共有の徹底

毎週月曜日に事務局長、経営指導員、補助員及び記帳専任職員参加の下で実施している朝礼時において、経営指導員を中心にそれぞれの職員が現在進行中の個別案件を共有することで組織的支援に取り組む。その際に、対話と傾聴による課題設定のアプローチについても共有し、そのノウハウを組織内に蓄積する。

これにより当該担当職員の不在時でも一定の対応が可能となる。

1.1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

①現状

同じ廿日市市内の1 商工会議所（廿日市商工会議所）及び3 商工会（佐伯商工会、宮島町商工会、大野町商工会）と現在年1 回程度の割合で協議会を開き、情報交換を行っている。

②課題

廿日市市内の商工会議所・商工会とは情報交換は出来ているものの、中企業基盤整備機構などが所有している支援ノウハウについては、これらの支援機関との情報交換の機会が少なかったため、習得できていないことも多い。

今後さらに経営発達支援を浸透させていくために、中小企業基盤整備機構などとも連携をし、その支援ノウハウを獲得することに取り組む。

(2) 事業内容

① 廿日市市内の商工会議所及び商工会との意見交換

廿日市市内の1商工会議所及び3商工会との定期的な意見交換会(年1~2回程度)を継続して行う。廿日市市内の景況動向の情報交換や、やる気のある小規模事業者の掘りおこし方法や支援事例の発表、支援ノウハウの蓄積方法など、双方にとって今後の計画実施にさらに参考となる情報交換会を実施する。

② 中小企業基盤整備機構との情報交換

中小企業基盤整備機構と支援手法であるタブレットを使った経営計画作成支援アプリ「経営計画つくるくん」やDXに対応した「ITプラットフォーム」について、アドバイザーとの情報交換を行う。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

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

① 現状

「多くの人が訪れたいくなる素敵なまちづくり」を目的として廿日市市内全域にわたるネットワーク「まちの駅ネットワークはつかいち」を設立している。このネットワークは、新たに建設された「まちの駅 ADOA 大野」をキーステーションに、そして各加盟店を「サテライトステーション」に見立てて、廿日市市全域を有機的に結び付ける取り組みである。

地域の賑わい創出に向けて各加盟店が連携と交流を深める事業や、共通パンフレット・ラジオ広報などの販路開拓に繋がる取組を行う場として位置付けている。

② 課題

このネットワークは平成29年度から加盟駅の募集を開始し、令和4年4月1日現在、全国的にも上位である95の加盟駅(サテライトステーション)を有する。しかし、キーステーションとなる「まちの駅 ADOA 大野」が令和4年4月15日からようやく正式運用を開始した段階であるため、現時点では所期の目的の1つである「キーステーションを中心に廿日市市全域を有機的に結び付ける」効果の醸成ができておらず、ひいては各加盟駅の販路・売上の拡大等、明確な成果を提供するに至っていない。

(2) 事業内容

① まちの駅ネットワーク運営協議会の設置

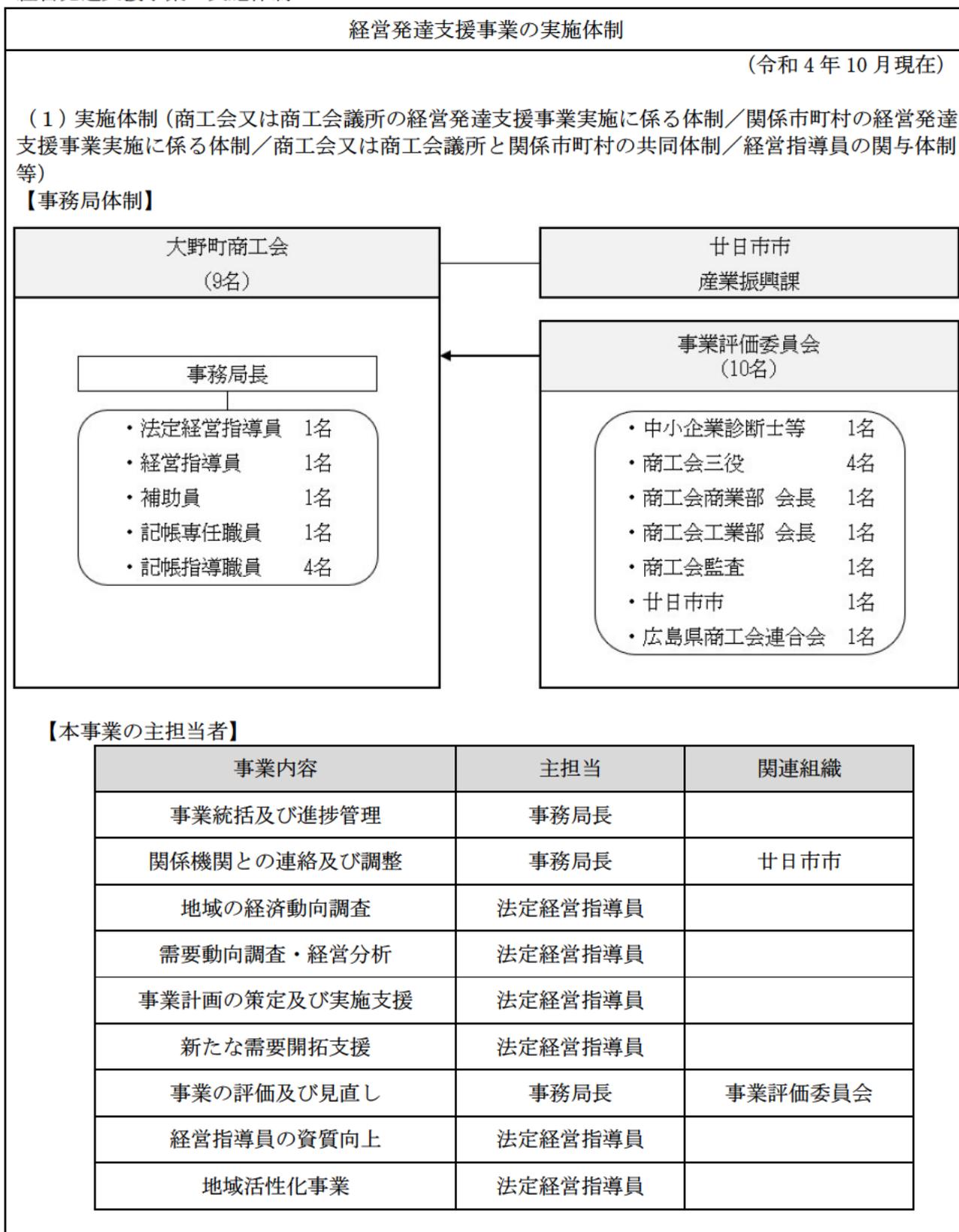
まちの駅参加の事業者(加盟駅)だけでなく地元の行政、自治会、女性会及び高齢者の会などから構成する運営協議会を設置し、キーステーションとなる「まちの駅 ADOA 大野」の活用による地域経済活性化の取組を協議する。

行政が関与することで取り組みが実現する期待可能性を高めるとともに、自治会等、利用者の視点を入れることで最終的に「事業者」「住民」「行政」が三位一体となった取り組みを展開することが可能となる。キーステーションを中心として各加盟駅に係る情報発信、地域内の回遊性を高める取り組みを検討し、随時実施していく。

このネットワーク協議会の実施、運営については、大野町商工会が事務局となり、原則として年2回、開催する。

(別表2)

経営発達支援事業の実施体制



(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報の提供及び助言に係る実施体制

①法定経営指導員の氏名、連絡先

■氏名：森健一郎

■連絡先：大野町商工会 TEL:0829-55-3111 FAX:0829-54-1882

〒739-0434 広島県廿日市市大野 1-1-27

E-mail:ohno@hint.or.jp

②法定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、指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際に必要な情報の提供等を行う。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

大野町商工会 TEL:0829-55-3111 FAX:0829-54-1882

〒739-0434 広島県廿日市市大野 1-1-27

E-mail:ohno@hint.or.jp

②関係市町村

廿日市市役所 TEL:0829-30-9140 FAX:0829-40-1010

〒738-8501 広島県廿日市市下平良 1-11-1

E-mail:sangyo@city.hatsukaichi.lg.jp

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

| | R5年度 | R6年度 | R7年度 | R8年度 | R9年度 |
|-------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 必要な資金の額 | 3,750 | 4,400 | 3,750 | 4,400 | 3,750 |
| 1. 地域の経済動向調査に関すること | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 2. 需要動向調査に関すること | 650 | 1,300 | 650 | 1,300 | 650 |
| 3. 経営状況の分析に関すること | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 |
| 4. 事業計画策定に関すること | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 |
| 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 |
| 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| 7. 事業の評価及び見直しに関すること | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 8. 経営指導員等の資質向上に関すること | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 9. 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 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 10. 地域経済の活性化に資する取り組みに関すること | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法

国、県及び市の補助金をもって本事業費に充て、不足が生じた場合は自己財源にて補てんする。

(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。

