

経営発達支援計画の概要

実施者名	大竹商工会議所（法人番号 4240005007112） 大竹市（地方公共団体コード 342114）
実施期間	令和 3 年 4 月 1 日～令和 8 年 3 月 31 日
目 標	大竹商工会議所及び大竹市は、地域の小規模事業者の持続的な経営発展と着実な事業運営を図り、地域の雇用を支える事業者の成長による地域経済の活性化、好循環の創出のために、事業者の需要に応じた収益を生み出すビジネスモデル実現及び経営改善を目指す。
事業内容	【経営発達支援事業の内容】 3－1．地域の経済動向調査に関すること 地域分析システム「RESAS」の活用、地域内における景気観測・経済動向調査やＬＯＢＯ調査を定期的に実施することにより、データの収集・分析を図り、結果を広く公表する。また、調査方法、データ共有、活用においては、大竹市や各関係機関と連携する。 3－2 需要動向調査に関すること 地域内外の行事、展示会等においてマーケティング調査を実施。データ収集・分析により今後の小規模事業者の支援に活用するとともに、地域経済活性化事業の企画等のため大竹市に情報提供する。 4．経営状況の分析に関すること 巡回・窓口相談などを通じ、小規模事業者の経営資源の内容・経営状況を把握、分析を行い、今後の経営方針を決め支援を行う。 5．事業計画策定支援に関すること 者経営分析を行った小規模事業者に対し、中長期的な事業計画策定の意義、重要性、策定方法について、セミナーや個別相談会を開催して支援を行う。 6．事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画策定後の小規模事業者に対し、事業の実現に向けたフォローアップ支援を行う。巡回訪問などにより定期的に進捗状況を確認し、計画実現をサポートする。 7．新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 他地域への商談会、展示会などへの出展、WEBによる商取引サイトの活用などを促し、販路開拓に係る取組の支援を大竹市と連携を図りながら実施する。
連絡先	○大竹商工会議所 中小企業相談所 〒739-0612 広島県大竹市油見三丁目18番11号 電話：0827-52-3105 FAX：0827-53-6311 E-mail：otakecci@orange.ocn.ne.jp ○大竹市総務部産業振興課 〒739-0692 広島県大竹市小方一丁目 11 番 1 号 電話：0827-59-2131 FAX：0827-57-0888 E-mail：sangyo@city.otake.hiroshima.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

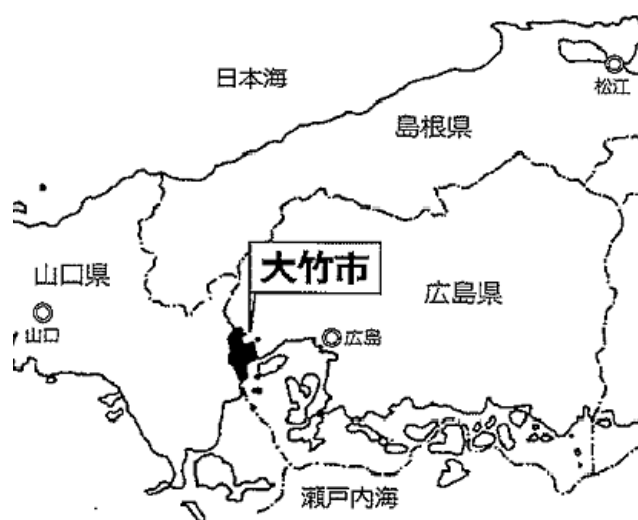
① 現状

1. 大竹市の概要

当商工会議所は大竹市域を管内としている。その大竹市は、広島県の西端、小瀬川を挟んで山口県との県境に位置し瀬戸内海に面しており、市域は南北に細長く東西 10.5 km、南北 14.5 km、周囲 59.0 km、面積 78.66 平方km、人口は 26,669 人、世帯数 12,914 世帯(人口・世帯数とも令和2年10月1日現在)である。

広島市まで約 30 km圏内、西の山口県岩国市まで約 10 km圏内で、市内には JR 山陽本線の大竹駅と玖波駅の2つの駅と山陽自動車道の大竹インターチェンジがあり、相互に通勤圏内におさまっている。大竹市から市外に通勤する人は一日約 4,900 人。逆に市外から大竹市に通勤する人は約 6,400 人となっており、昼間人口が多いのが大竹市の特徴の一つである。

地形は、沿岸部の市街地を除いては平地が少なく、海岸線近くまで山々の急傾斜が迫っている。沿岸部には瀬戸内海が広がり、内陸部には広島県立自然公園「三倉岳」や広島県天然記念物「蛇喰磐」などの雄大な自然がある。



大竹市の成り立ちをみると、江戸時代に小瀬川の流域で和紙の生産量が増加し、沿岸部でも干拓により農地が拡大し、水産業も栄え、商業活動の面でも藩内で最も盛んな地域の一つに数えられていた。

本市の産業に大きな変動をもたらすきっかけとなったのは、大正3年に勃発した第一次世界大戦による鉄鋼の需要激増で、軍備拡張の波に乗り大正6年に本市(当時は大竹町)

へ製鉄所が進出した。その後、終戦による軍事需要の激減や戦後不況などにより、大正11年には閉鎖されることになったが、経済停滞の打開策として企業誘致運動が活発に展開されるようになり、昭和8年には「新興人絹(株)(現：三菱ケミカル(株))」が進出してきた。

昭和10年代には、埋め立て地区である小島新開に「大竹海兵団」「大竹潜水学校」と軍事的な拠点施設が立地し、終戦後は、海外からの引揚げ港として、出征した兵士を中心に約41万人が日本への一歩を大竹で踏みしめた。

戦後、昭和29年には、大竹町、小方町、玖波町、栗谷村、松ヶ原地区が合併して市制を施行、その後、工業都市建設計画のもと、化学繊維、紙、パルプ、化学工業を中心とする8つの大企業を誘致し、昭和37年に「日本で最初の石油コンビナート」が誕生、瀬戸内海地帯で有数の臨海工業地帯に発展し、さらに関係下請け会社である協力会社が多く存在する企業城下町として、高度経済成長の時代には一時人口が3万8千人を超えていた。

しかし、昭和40年代後半のオイルショックにより大手企業の人員整理が進むなど、製造業の従業員が急激に減少、近年の少子化も重なり全体人口は令和2年9月において、ピーク時から1万1千人も減少した。

2. 大竹市の人口推移

人口は、戦後、大竹市の経済活動を支える企業の集積に伴い増加してきた。

しかし、高度経済成長期が終えんを迎えた時期を境に、製造業の従業員が急激に減り、人口が減少傾向に転じた。

全体の人口は、西暦2000年代に入っても減少に歯止めがかからない状態で、平成12年(2000年)と令和2年(2020年)を比較してみると、20年間で5,281人、16.5%の減少、生産年齢人口と呼ばれる15歳～64歳の層においては、6,357人、30.5%と大幅な減少となっている。反対に、世帯数は増加しており、一世帯あたりの人員が減少していることが分かる。

【大竹市の人口・世帯数の推移】

単位：人・世帯

	H12年	H17年	H22年	H27年	R2年
人 口	32,040	30,597	29,335	28,109	26,759
世帯数	12,219	12,327	12,723	12,863	12,894

※各年4月1日現在

(出典：大竹市統計書)

【大竹市の年齢別人口の推移】

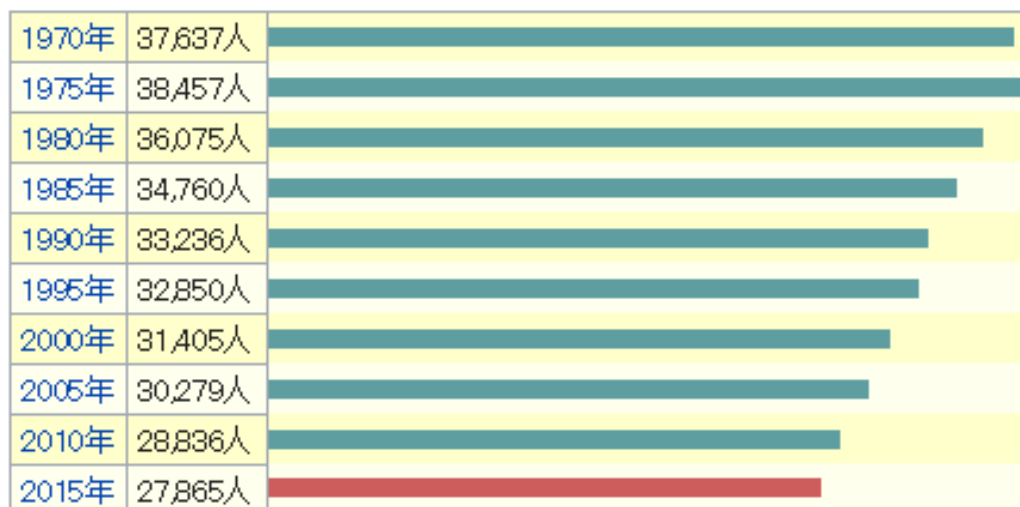
単位：人

	H12年	H17年	H22年	H27年	R2年
0歳～14歳	4,528	3,874	3,346	3,121	2,894
15歳～64歳	20,838	19,315	17,775	15,950	14,481
65歳以上	6,674	7,408	8,214	9,038	9,384

※各年4月1日現在

(出典：大竹市統計書)

【過去 50 年間の大竹市の人口推移】



※5 年ごとの発表で 2020 年は未発表 (出典：総務省統計局国勢調査)

大竹市の小学校、中学校の児童数をみると、平成 21 年には併せて 2,103 人であったのが、平成 30 年には 1,798 人と 9 年間で 305 人、14.5%の減少となっている。少子化の問題もあるが、若い層の定住人口が伸びていないことが要因に挙げられる。

【大竹市の児童数の推移】

○小学校

年 次	学校数	学級数	児 童 数		
			総 数	男	女
	校	学級	人	人	人
平成 21 年	7	63	1,371	716	655
平成 24 年	6	60	1,274	655	619
平成 27 年	4	52	1,255	648	607
平成 30 年	4	50	1,216	616	600

※各年 5 月 1 日 (出典：大竹市統計書)

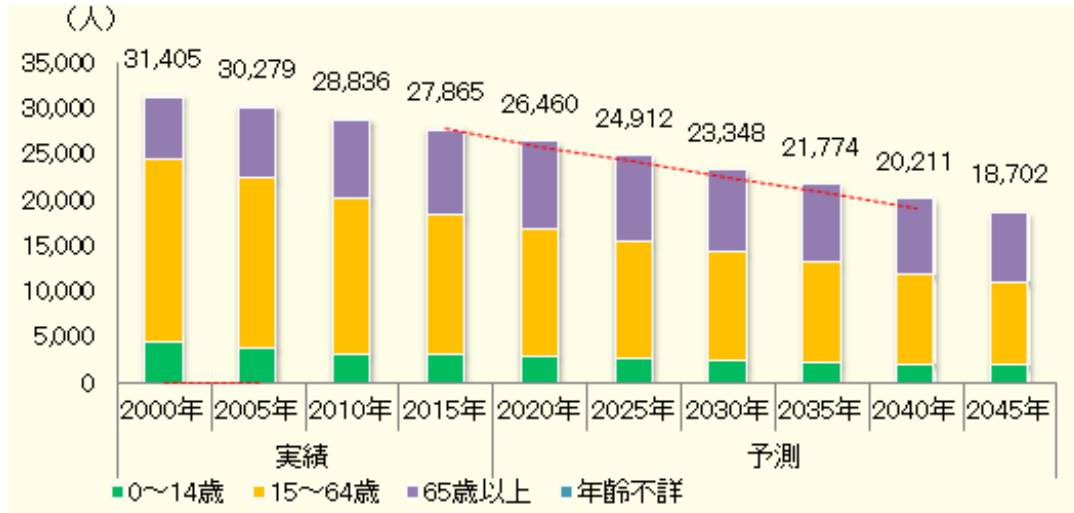
○中学校

年 次	学校数	学級数	生 徒 数		
			総 数	男	女
	校	学級	人	人	人
平成 21 年	4	29	732	374	358
平成 24 年	4	24	606	311	295
平成 27 年	3	23	569	299	270
平成 30 年	3	25	582	279	303

※各年 5 月 1 日 (出典：大竹市統計書)

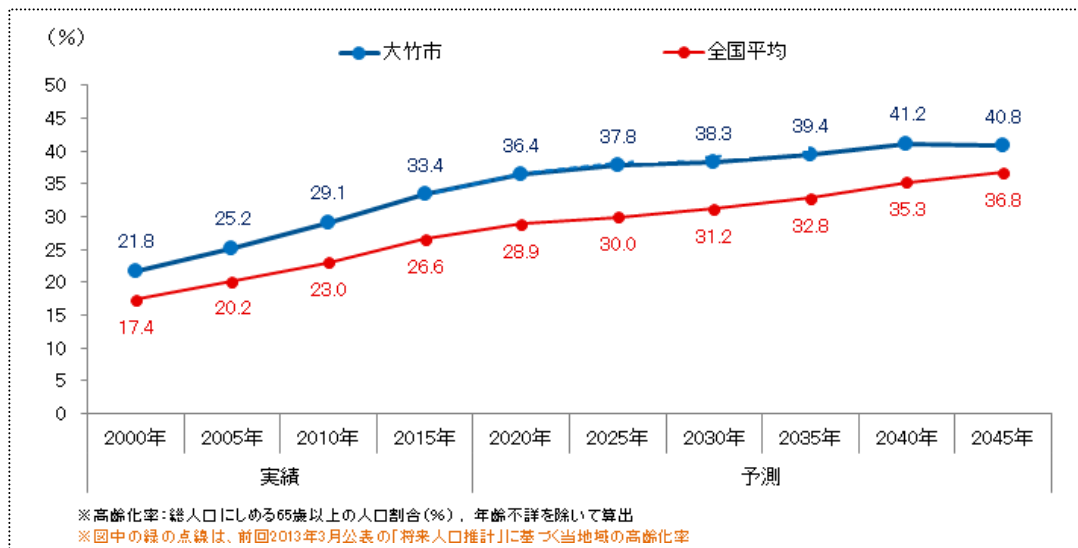
大竹市の今後の人口予測をみると、グラフ図の「人口推移予測」と「高齢化率の推移」のとおりに2045年には18,702人と2万人を下回り、さらに高齢化率では、2040年に41.2%と全国平均の35.3%を5.9ポイントも上回る高齢化社会が訪れる。これにより、購買力低下、生産年齢人口の減少に伴う人手不足、住民税などの税収不足などの問題が深刻化してくると予想される。

【今後の大竹市の人口推移予測】



(出典：総務省 国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口」)

【大竹市の高齢化率の推移予測】



(出典：総務省 国勢調査及び国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口」)

※上記2つのグラフの最新実績数値は2015年公表分まで

3. 商工業の状況

工業においては、化学工業及びパルプ・紙等の基礎素材型産業関連の大手企業が集積しており、世界生産量1位の製品をはじめ、日本国内唯一の製品等を多数生み出している。リーマンショック以前と比べやや減少傾向にあるが、一事業所あたりの従業員数、製造出荷額等は県内14市で第1位である。

この基幹産業のもと、市内には多くの中小の協力企業が存在しており、幾度となく行われた大手企業の再編のなかでも、しっかりとした品質管理と技術力の高さにより現在も多くの中小企業が活動している。

平成18年には、埋め立て整備を行っていた東栄地区に、大型船舶が接岸可能なマイナス11m岸壁を有する地方港湾「大竹港」が整備・供用が開始され、翌19年には国際コンテナ定期航路が開設され、港湾物流機能が強化された。

大手企業の集積地は、山陽自動車道大竹インターチェンジから約5km圏内で、海からも陸からも良好なアクセスを有しており交通インフラが充実している。



大竹港(写真下部)の岸壁側から空撮した大竹市。
大竹港の背後に大手の工場が立地している。
左は、県境を流れる小瀬川。

商業においては、人口の減少、とりわけ購買力の高い子供がいる世帯の急減、インターネット等による購買方法の変化、また1990年代後半からの店舗面積1万㎡を超える郊外型の大型店舗の市内出店により、各小売店とも売上げが減少して厳しい状況下にある。

大型店は、昭和39年にスーパーマーケット形態の大型店「みどり大竹店」が大竹の地に出店、その後、店舗面積1千㎡を超える商業施設が進出し始め、平成9年3月には店舗面積1万㎡を超える「イズミゆめタウン大竹」が新たな埋め立て地に進出するに至った。現在では、店舗面積1千5百㎡を超える第一種大型店は7店にものぼり、他のまちと同様、以前の小売店中心から大きく商業形態が変化してきている。

また、経営者の高齢化及び後継者不在も深刻で、小売店の廃業数は年々増加傾向にある。市内全体の産業別事業所数は、総務省より公表されている経済センサス基礎調査による平成21年と平成26年を比較してみると、5年間で72事業所、5.3%の減少となっており、個別でみると卸小売業は10.9%、宿泊・飲食サービス業においては19.6%と高い落ち込みをみせている。

また、商工業者の小規模事業者数においては、平成21年から平成26年の5年間で、104事業所、10.4%の減少となっている。



「ゆめタウン大竹店」
大竹市で初めて売場面積
が 1 万㎡を超えた大型
店。
平成 9 年に出店



ゆめタウン大竹店に隣接
する形で出店した「コメリ
パワー大竹店」
売場面積 1 万㎡を超える
大型店舗パワー店は、中
国地方は大竹店のみ。
平成 28 年に出店

【大竹市の産業別事業所数の推移】

	H21 年	H26 年	対比増減(H26-H21)
建設業	164	139	▲25
製造業	108	97	▲11
電気・ガス	1	5	4
運輸・情報通信・郵便業	53	44	▲9
卸・小売業	379	338	▲41
金融・保険	21	20	▲1
不動産・物品賃貸	72	79	7
学術研究・専門技術	34	34	0
宿泊・飲食サービス業	138	111	▲27
生活関連サービス・娯楽業	124	128	4
教育・学習支援	46	55	9
医療・福祉	101	114	13
複合サービス業	14	12	▲2
その他のサービス業	94	101	7
合 計	1,349	1,277	▲72

※各年 7 月 1 日現在

(参考：大竹市統計書)

【商工業者小規模事業者数の推移】

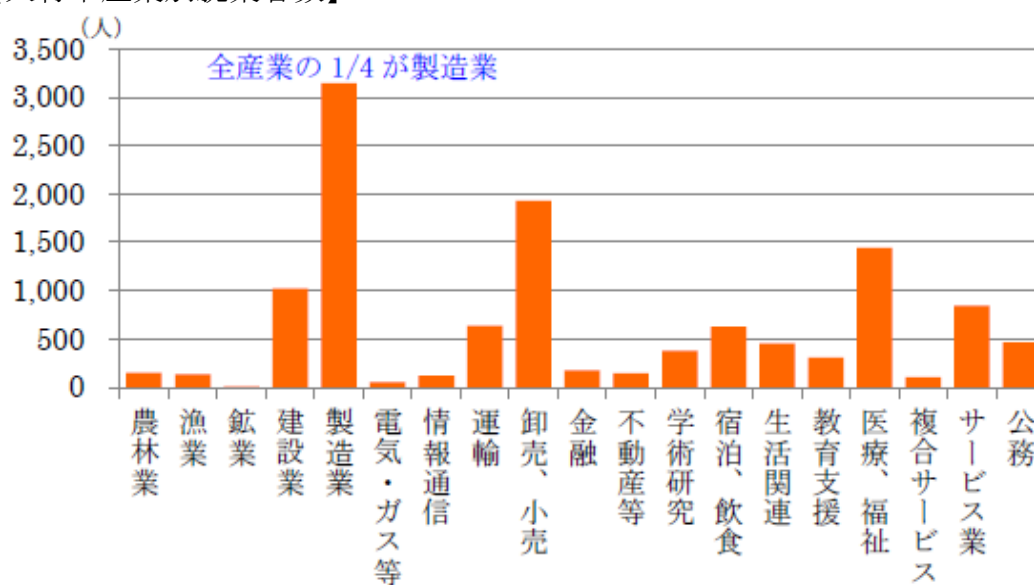
	H21 年	H24 年	H26 年
小規模事業者数	1,001	930	897

(出典：中小企業庁「中小企業・小規模事業者数」)

平成27年の国勢調査による「大竹市産業別就業者数」のグラフ図をみると、大竹市は「製造業」の従事者が最も多く、全産業の25%余りを占めている。

大竹市は、沿岸部の埋立地に立地する大手の工場や、それに連なる中小製造業の「ものづくりのまち」であることを示している。

【大竹市産業別就業者数】



(参考：大竹市統計書)

4. 観光の現状

大竹市の両隣には、世界遺産「宮島」を有する廿日市市と、錦帯橋で有名な山口県岩国市が存在する。

両市ともに全国的、世界的に知名度の高い観光資源により観光客数は、廿日市市が791万人(平成31年調べ)、岩国市が315万人(平成30年調べ)となっている。

両市のあいだに挟まれた大竹市は、三倉岳や蛇喰磐、阿多田島などの自然のなかにある魅力的な観光スポットをもっているが、現時点においては、こうした潜在的な観光資源を活かしきれていないのが実情である。

(観光客数の出典)

平成31年(令和元年)広島県観光客数の動向、平成30年岩国市観光客動態調査報告書

観光においての大竹市の県内でのポジション

図のとおり、平成31年(令和元年)の大竹市の観光客数は、県の観光客数67,194千人の7%程度、23市町のうち19番目、14市のうち最下位の14番目に位置している。

(単位：千人)

順位	市町		順位	市町	
1	広島市	16,212	13	府中町	1,519
2	廿日市市	7,905	14	府中市	1,217
3	尾道市	6,826	15	竹原市	1,048
4	福山市	6,296	16	神石高原町	702
5	三原市	4,162	17	安芸太田町	589
6	呉市	3,761	18	江田島市	523
7	三次市	3,475	19	大竹市	470
8	東広島市	2,814	20	坂町	286
9	庄原市	2,561	21	海田町	285
10	世羅町	2,293	22	熊野町	174
11	北広島町	2,219	23	大崎上島町	85
12	安芸高田市	1,770			

(出典：平成31年(令和元年)広島県観光客数の動向)

5. 大竹市総合計画からの引用

大竹市が平成23年に策定した第五次大竹市総合計画(平成23年度～平成32年度)では、市の現状と課題及び工業・商業・観光の振興について、次のような記述がされている。

経済はますます地球規模化し、ICT(情報通信技術)などの発展により、わが国の産業構造は大きく変化してきています。特に、製造業においては、世界的価格競争や生産拠点の海外移転に伴い、国内の製造業が空洞化し、中小企業の経営に大きな影響を与えています。

また、商業については、規制緩和や価格競争の激化、海外製品の流入などにより流通の再編や効率化が進み、価格競争力の低い小売業者などが厳しい競争にさらされています。

また、平成20(2008)年に米国で発生した金融問題は、瞬く間に世界的な不況へと広がり、失業問題や正規・非正規の雇用形態による格差が拡大してきました。

製造業を中心とした大企業が多数立地している本市においても、今後もこのような産業構造の変化や世界経済の情勢などにより大きな影響を受けることが予測され、厳しい時代に柔軟に対応していくことが必要です

【工業の振興】

工業の振興における課題としては、次の3点が挙げられている。

- 製造品出荷額等（4人以上の事業所）がリーマンショック以前に比べて減少傾向にあります。（H20：2,812億円 H21：2,308億円 ⇒ H25：2,394億円）
- 中小企業製造業事業所数（事業員数4人－299人）が減少傾向にあります。（H20：57事業所 H21：52事業所 ⇒ H25：46事業所）
- 中小企業の技能者が高齢化により不足しています。

この課題に対して、【1.国際化・高度情報化などの進展による社会環境の変化に対応した既存産業の基盤の充実を進めるとともに、成長・発展が見込まれる分野の進出を既存の土地活用を促すなどにより支援し、産業の活性化を進めます。】・【2.人材の育成・確保や新技術の導入、研究開発の推進など関係機関との協力により、中小企業の経営の安定化を推進します。】・【3.本市の主要産業である素材産業を今後も大切にし、発展に向けた協力や支援をします。】の基本方針のもと、次の取組方針が記述されている。

- ①企業ニーズを的確に把握し、効果的な施策を展開します。
- ②成長・発展が見込まれる分野の企業進出を支援し、産業の活性化を進めます。
- ③人材の育成・確保や新技術の導入、研究開発の推進など関係機関との協力により、経営の安定化を推進します。

【商業・観光の振興】

商業・観光の振興における課題としては、次の4点が挙げられている。

- 商業については、年々、事業所数（卸売業・小売業）が減少し、商店街の空き店舗も増加しています。（H21：379事業所 ⇒ H24：341事業所 △10%）
- 商店街は、販売不振・高齢化・後継者不足などが深刻化しています。
- 創業支援のための、市・商工会議所・金融機関などの関係機関のネットワーク体制や相談窓口体制が整っていません。
- 観光客を誘発するような目玉になる名所がなく、広島市・宮島・錦帯橋といった広域観光ルート上の通過点になっています。

この課題に対して、【1.消費者が楽しく買い物ができる個性ある個店、魅力ある商店街の創出を支援します。】・【2.関係機関との連携により、商業経営の強化を支援するとともに、にぎわいのある地域づくりのため、商店会などの組織活動の強化による商店街の活性化を促進します。】・【3.市民や近隣からの観光客が自然に親しみ憩える観光地をめざし、新たな観光資源の開発や観光ルートの整備を促進します。】・【4.観光客を誘致するため、インターネットや情報誌などを活用した情報発信をしていきます。】の基本方針のもと、次の取組方針が記述されている。

- ①商工会議所や商店街組織などと連携し、消費者が楽しく買い物ができる個性的で魅力ある個店や商店の創出を支援します。
- ②創業希望者に対して、商工会議所・金融機関などの関係機関と連携して、経営・財務・人材育成・販路開拓などの創業支援を行います。

- ③観光については、市民や近隣からの観光客をターゲットに、市内の観光資源の開発や観光ルートの整備を促進するとともに情報発信を行います。
- ④広島市を中心とした圏域で連携し、効果的なPR を促進します。

② 地域における課題

【S W O T 分析でみる大竹市の現状と課題】

内部環境	強み Strength 【プラス要因】	弱み Weakness 【マイナス要因】
	・大手企業を中心に関連企業が連なり、化学工業の製造出荷額は県内 14 市で第 1 位 ・60 年にもわたる大手企業との取引により培われた地場企業の「ものづくり」に関わる品質管理・技術力の高さ ・大型貨物船が寄港できる港湾、JR 貨物営業拠点の大竹駅、国道と近距離で直結した山陽自動車道大竹ICなど、他市より優れている物流環境	・人口減に歯止めがかからない、児童数、生産年齢人口層が大幅に減少 ・大学、専門学校等がなく若い層の流入が少ない ・全国平均を上回る高齢化率 ・小売業、サービス業の衰退(店舗減少) ・近隣市町への相次ぐ店舗面積 1 万㎡超の大型店出店による購買力流出 ・観光産業、観光資源の不足 ・知名度、ブランド力が弱い ・子供を産める産婦人科がない
外部環境	機会 Opportunity 【プラス要因】	脅威 Threat 【マイナス要因】
	・臨海工業地帯で結ばれる隣接の岩国市、和木町との経済圏確立 ・100 万都市の広島市が 30 km 圏内に存在 ・10 km 圏内に岩国錦帯橋空港がある ・観光地で有名な岩国市と宮島が隣接	・大手企業の再編問題 ・世界的なグローバル競争による産業空洞化 ・少子高齢化の進行 ・小規模事業者の事業承継問題 ・ネット社会による商業、物流形態の変化 ・地震、豪雨など災害への脅威の高まり ・個人の考え方、ライフスタイルの変化

分析において大竹市は製造業を取り巻く環境においては、他市よりも優れている面を持ち合わせているが、それ以外の強みを見出すことができていない。

課題としては、「人口減少と高齢化によって引き起こされる商工業に係る様々な事象」と「市の知名度及びブランド力の低さ」への対応が必要となる。

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

①10年を見据えた長期的な振興のあり方

市内の人口減少や高齢化の進行により、購買力の低下等が進み、地域内の小規模事業者にとって厳しい経営環境が続くなかで、現状の経営課題を抱えたままの経営では、市場ニーズから見放され、小規模事業者の経営力はますます弱まることとなり、地域経済も衰退の一途を辿ることは明らかである。

そこで、10年先を見据えた長期的な視野に立ち、地域の小規模事業者が今後、経済社会情勢や経営環境の変化に対応して、収益率の改善や売上増を実現させ、地域において持続的に発展することを目指す。

②大竹市の総合計画との連動性・整合性

大竹市の第五次総合計画には、工業振興において、①製造出荷額の減少、②中小製造業者の減少、③中小企業の技能者の高齢化、の3点を、また、商業振興においては、①事業所数の減少、②販売不振・高齢化・後継者不足、③大竹市・商工会議所・金融機関など関係機関のネットワーク体制、相談体制が整っていない、の3点を課題として挙げている。

当商工会議所が考える長期的な工業及び商業振興のあり方は、大竹市第五次総合計画に記載された内容を基に検討したもので、工業においては、素材産業の基幹である大手企業の支えとなっている地域の小規模事業者への支援、商業においては、関係機関と連携体制づくりによる小規模事業者への支援を目指したもので、当商工会議所の長期的な振興のあり方と当該総合計画は整合している。

また、経営発達支援計画の策定にあたり、本年8月より当商工会議所と大竹市産業振興課とで複数回協議を行っており、大竹市第五次総合計画の工業、商業振興の記載内容と連動性が保てる方向で位置づけを行った。今後も大竹市産業振興課と定期的な協議会を設けて連携を密にとりながら調整を図っていく。

③商工会議所としての役割

当商工会議所は、地域の総合経済団体として強力なリーダーシップを発揮するとともに、小規模事業者支援機関として大竹市や地元金融機関をはじめ、市外の関係機関との連携を強化し、支援方針を従来の対処療法型から経営発達支援計画の礎となる「伴走型支援」に転換して強固に推進していく。

そして、小規模事業者が抱える経営課題を明確にして課題の解決に取り組むとともに、需要拡大、商品開発、新分野進出等に対するきめ細かな支援を行い、経営力の向上に寄与する。

従来の支援と伴走型支援の違い

＜従来型支援＞

小規模事業者自身が認識している経営課題に対して、事業者自身が望む解決策を提供すること。

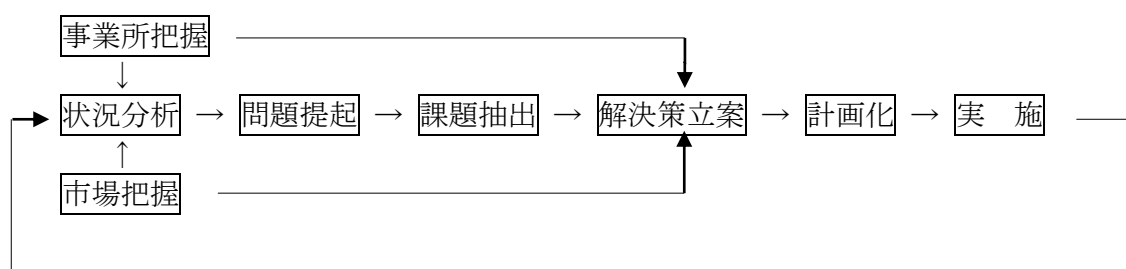
(例) 運転資金の融資を求めてくる事業者に対して、「なぜ資金が必要になったのか？」

「将来の見通しは？」などは重視せず、小規模事業者の考えのとおり「いまをどう乗り切るか」という対症療法で支援を行う。

＜伴走型支援＞

需要開拓や事業承継などの小規模事業者の課題に対し、事業者に寄り添って事業計画の策定や着実な実施等の支援を行い、伴走型の名のとおり、マラソンなどで競技者のそばについて走るが如く、小規模事業者とともに課題解決のため、支援を継続的に行うこと。また、一緒に走るだけでなく、経営者すら気づいていない課題までに踏み込み対応していく。

◎伴走型支援の流れ(全体像)



＜事業所把握＞ 事業所及び事業内容の理解。具体的な顧客層の把握が必要

＜状況分析＞ 経営状況(借入金は詳細に把握が必要)、市場状況(ターゲットの顧客・競合する事業所)の把握。

＜問題提起＞ 「本来なるべき姿」と「現状」とギャップの認識。順調に来ている企業にも必ず問題はある。解決できるか否かは関係ない。

＜課題抽出＞ 問題を分析後、課題解決の優先順位を決める。「制約条件」がある解決不可能な課題は外し、解決が可能な「課題」だけに取り組む。「課題」とはあくまでも解決すべき要因であり、その中から難易度・重要度に分けて取り組む。

＜解決策立案＞ 課題の解決策に用いる思考法は「論理思考」ではなく「弁証法思考」。弁証法とは矛盾を解決する方法。そのあと SWOT・マーケティング分析により戦術を立案。

＜計画化＞ 事業計画の目的・種類の定め。数値を使った目標の設定。計画書を作る際には、「誰が読むのか」を考えて作成。

＜実施＞ 計画通りに進んでいるか外れているか定期的に「モニタリング」を行う。

(3) 経営発達支援事業の目標

大竹市の総合計画や小規模事業者への長期的な振興のあり方を踏まえ、市内の小規模事業者は市内経済を支える重要な役割を果たしている。

人口の減少が続く当地域において、地域経済の支えとなっている小規模事業者の経営を

維持させていくことが地域社会における経済的裨益につながる。

そのためには、総合計画の実施者である大竹市と連携し、小規模事業者に対し、環境変化に対応できる経営力の強化及び市場の確保と新たな事業展開等に係る支援認定に取り組んでいく。

具体的な目標は次のとおりである。

①事業計画策定支援

小規模事業者が抱える経営課題を解決し持続的発展を図るため、情報提供・事業計画作成・販路拡大等について伴走型の支援を行い、小規模事業者の経営力の向上を図る。

②工業振興

「ものづくり産業」の持続的成長・発展を図るため、個々の事業所の製品の高付加価値化や営業力強化などに向けた情報提供・事業計画作成・販路拡大や設備の充実等の支援を行い、経営力向上を図る。

③商業振興

商業・サービス業者においては、それぞれの事業所が持つ経営資源を活かした取組により消費者に支持される魅力ある店づくりを図る。

④事業承継支援

事業承継支援の強化により地域内の事業所の事業継続を図る。

⑤新たな販路開拓支援

地域資源を活用した商品(特産品)の開発、既存技術を活かした製品の開発を行い、販路拡大の支援を図りブランド力を高めていく。

⑥支援体制の強化

小規模事業者の相談に対応するため、支援担当者の資質向上を図る取組を行い小規模事業者の課題に対応できる体制づくりを整える。

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3年4月1日～令和8年3月31日）

(2) 目標達成に向けた方針

①事業計画策定支援

小規模事業者が抱える経営課題を解決し持続的発展を図るため、情報提供・事業計画作成・販路拡大等について伴走型の支援を行い、小規模事業者の経営力の向上を図る。

(支援方針)

地域経済の浮揚のためには、小規模事業者の持続的発展が重要であるという考えのもと、大竹市や市内外の関係機関と連携を密にし、小規模事業者への伴走型の支援を強化し、経営分析や事業計画策定からフォローアップまで継続的な支援を行う。

②工業振興

「ものづくり産業」の持続的成長・発展を図るため、個々の事業所の製品の高付加価値化や営業力強化などに向けた情報提供・事業計画作成・販路拡大や設備の充実等の支援を行い、経営力向上を図る

(支援方針)

大手企業再編の流れのなか、長年にわたり培われてきた品質管理と技術力の高さを活かし、技術継承の人材育成・受注拡大・生産の効率化を図るため、人材教育や設備導入まで踏まえた事業計画策定など継続的な支援を行う。

③商業振興

商業・サービス業者においては、それぞれの事業所が持つ経営資源を活かした取組により消費者に支持される魅力ある店づくりを図る。

(支援方針)

地域の厳しい経営環境下にある商業・サービス業においては、経営分析により経営課題を明確にし、判明した経営課題解決に向けた取組を促し、それぞれの事業所が持つ経営資源を活かした取組・事業計画策定を支援することにより、消費者に支持される魅力ある店舗づくりを実現する。

④事業承継支援

事業承継支援の強化により地域内の事業所の事業継続を図る。

(支援方針)

事業承継支援については、事業者減少により衰退が進む地域の工業、商業の活性化のためにも重要な支援となることから、広島県事業引継ぎ支援センターや金融機関等と連携し、手続きに関する相談会や引継者とのマッチング等を行い、実現性の高い事業

計画の策定からフォローアップまで継続的な支援を行う。

⑤新たな販路開拓支援

地域資源を活用した商品(特産品)の開発、既存技術を活かした製品の開発を行い、販路拡大の支援を図りブランド力を高めていく。

(支援方針)

地域資源を活用した商品や製品などは、他社との差別化や収益向上につながることから、需要予測に基づいた開発・販路拡大の支援を図る。

また、商品等の「もの」に限らず、市内の潜在的な観光スポットなどの活用方法を模索して、大竹市の知名度向上につなげる。

⑥支援体制の強化

事業者の相談に対応するため、支援担当者の資質向上を図る取組を行い小規模事業者の課題に対応できる体制づくりを整える。

(支援方針)

伴走型支援を行うにあたり、経営指導員等の資質向上に関わる取組及び大竹市や他の関係機関との連携が取れる体制づくりを行う。

3－1. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者の持続的な経営発展に係る支援を行うためには、地域の経済動向を把握しておく必要がある。

当商工会議所は、地域内の小規模事業者の景況感、売上高等の経済動向調査として日本商工会議所の「LOBO調査」や広島県商工会議所連合会が実施する「景気観測調査」などを行っており、調査した結果内容を調査協力事業所に報告、また随時広報誌などで公表している。

また、地域分析システム「RESAS」も3年前より使い、外部視点からの地域の実情の把握を行い、小規模事業者の計画策定等に活用している。

しかし、調査結果の公表においては紙媒体の周知ではタイムラグが大きくなり、最新の情報を小規模事業者に届けることができていない問題がある。

今後はホームページでの周知に強化を入れ、調査結果が出たと同時に掲載、周知を行う。あと、地域内の小規模事業者の動向調査は現状としてサンプル不足が否めないため、適時に新規の調査事業も実施する必要がある。調査方法、データ共有、活用においては、当商工会議所だけではなく、行政など各関係機関との施策連携も視野に入れる。

(2) 目標

項 目	現状	R3	R4	R5	R6	R7
①景気観測調査の公表回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回
②L O B O調査の公表回数	12回	12回	12回	12回	12回	12回
③大竹地域経済動向調査の公表回数	—	4回	4回	4回	4回	4回
④地域分析システム RESASの分析の公表回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
⑤他機関の経済・景況動向調査の公表回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回

(3) 事業内容

①広島県商工会議所連合会景気観測調査（四半期毎）

広島県商工会議所連合会13商工会議所共同で四半期毎に年4回実施し、県内商工会議所管内の経済動向及び景況等について調査。

これにより、広島県の景気の現状把握を行い、大竹地域における小規模事業者の景気動向等の詳細について分析を行う。

【調査対象】 管内小規模事業者36社(製造業10社、卸売業2社、建設業7社、小売業10社、サービス業7社)

年間延べ調査事業所数 144社

管内の業種の比率を勘案した形で対象数値を決める。

【調査項目】

- ・対昨年比の動向(生産額・受注額・原材料価格・在庫・資金繰り・従業員数等)
アンケート内の3項目のいずれかに○印をつける(1. 増加、2. 不変、3. 不足)
- ・先行き3ヶ月の動向(生産額・受注額・原材料価格・在庫・資金繰り・従業員数等)
アンケート内の3項目のいずれかに○印をつける(1. 増加、2. 不変、3. 不足)

【実施期間】 年4回(4月～6月、7月～9月、10月～12月、1月～3月)

【調査方法】 調査票を郵送し、FAXにて回収

【分析方法】 当商工会議所で集計した大竹地域のデータを、広島県商工会議所連合会(事務局:広島商工会議所)に送付、その後、広島県商工会議所連合会からフィードバックされた広島県全体の集計データを当商工会議所経営指導員が分析。

②商工会議所L O B O調査（景気早期観測調査）（毎月）

日本商工会議所が、各地商工会議所のネットワークのもと毎月実施(年12回)。地域や事業所が「肌で感じる足元の景気感」を全国ベースで毎月調査するとともに、月毎にテーマを設定して付帯調査(設備投資や採用・賃金の動向等)を実施・公表することにより、企業を取り巻く経営環境や直面する課題等の現状を示すデータとして、経済

対策に関する政策提言・要望活動などに活用している。

大竹地域においても、小規模事業者を対象に調査を実施、これにより、全国の景気の現状把握を行い、大竹地域における小規模事業者の景気動向等の詳細について分析を行う。

【調査対象】 管内小規模事業者10社
(製造業2社、建設業2社、小売業3社、サービス業3社)
年間延べ調査事業所数 144社

【調査項目】

- ・対昨年比の動向(売上高・採算・仕入単価・業況・資金繰り・従業員数)
アンケート内の3項目のいずれかに○印をつける(1. 増加、2. 不変、3. 減少)
- ・先行き3ヶ月の動向(売上高・採算・仕入単価・業況・資金繰り・従業員数)
アンケート内の3項目のいずれかに○印をつける(1. 増加、2. 不変、3. 減少)
- ・採用状況
- ・海外ビジネスへの取組み
- ・賃金の状況など

【実施期間】 年12回(毎月)

【調査方法】 経営指導員等が調査票を持って事業所を訪問、ヒアリングにて調査回収。

【分析方法】 業種別に整理した大竹地域のデータを日本商工会議所に送付、その後フィードバックされた日本全国のデータを経営指導員が分析。

③大竹地域経済動向調査(四半期毎)

当商工会議所と大竹市が連携して取り組む新たな調査事業で、小規模事業者を対象に四半期毎に年4回実施。(災害等が発生した場合は、臨時で調査する場合もある。)
小規模事業者の経済・景気動向・課題・ニーズ等の詳細について分析を行う。

【調査対象】 管内小規模事業者60社
(製造業12社、卸売業2社、建設業12社、小売業22社、サービス業12社)
年間延べ調査事業所数 240社

- ・地域内の業種の比率を勘案した形で対象数値を決める。
- ・同時期に行う(1)の広島県商工会議所連合会景気観測調査と内容が類似しているため、同景気観測調査の対象事業所は除外する。

【調査項目】

- ・対昨年比の動向(売上高・採算・仕入単価・業況・従業員数)
アンケート内の3項目のいずれかに○印をつける(1. 増加、2. 不変、3. 減少)
- ・先行き3ヶ月の動向(売上高・採算・仕入単価・業況・従業員数)
アンケート内の3項目のいずれかに○印をつける(1. 増加、2. 不変、3. 減少)
- ・雇用状況
- ・経営上の課題・問題点など
- ・要望事項(ニーズ)など

- 【実施期間】 季節変動による景況を勘案して年4回
(4月～6月、7月～9月、10月～12月、1月～3月)
- 【調査方法】 管内全区域を網羅するため5つの区域に分け、それぞれの区域を経営指導員等が調査票を持って事業所を訪問、ヒアリング等にて調査回収。
- 【分析方法】 集計したデータを企業規模や業種ごとに整理し、地域内の経済動向、雇用の状況、経営上の課題・問題点、事業者のニーズ等を当商工会議所経営指導員と大竹市が、それぞれの役割に基づく視点を持って分析する。

④地域分析システム「RESAS」の活用（半期毎）

内閣府の「まち・ひと・しごと創生本部」が提供しているビッグデータで、産業構造や人口動態、人の流れなどに関する官民のデータを集約し、可視化を試みる「RESAS」システムを活用する。提供されたデータをただ受け取るだけではなく、効率的な地域活性化を目指すために、経営指導員が地域の実情を把握・分析を行う。

【分析方法】

都道府県単位および市町村単位で検索、分析する。

- ・「人口マップ」→ 人口構成、人口の自然増減・社会増減により人口の動態を分析
- ・「地域経済循環マップ」→ 生産マップによる生産分析により地域産業の現状等を分析
- ・「まちづくりマップ」→ From-to 分析により滞在人口にみる地域における人の動きを分析
- ・「産業構造マップ」→ 産業の現状等を事業所単位の売上高、付加価値額などにより分析

⑤他機関の経済・景況動向調査の活用（四半期毎）

中小企業庁や日本政策金融公庫から公表される全国規模の調査データを収集し、経営指導員が地域の実情を把握したうえで分析を行い、効率的な地域活性化の支援、事業等に活用する。

【調査データ】

＜日本政策金融公庫＞

- ・全国中小企業動向調査(小企業・中小企業調査) 四半期毎に公表
- ・全国中小企業月次動向調査(小企業・中小企業調査) 毎月公表

＜中小企業庁＞

- ・中小企業白書 毎年1回公表
- ・小規模企業白書 毎年1回公表

【分析方法】

全国の中小企業の実態(財務状況、景況、工夫事例)と、地域内のデータを比較分析する。

(4) 成果の活用

- ・情報収集、調査、分析した結果は、当商工会議所の広報誌、ホームページに掲載し、

広く管内の事業者にも周知する。

- ・当商工会議所の経営指導員が伴走型支援の際に、経営分析、事業計画策定、販路開拓等の参考資料として活用する。

3-2. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

顧客が商品・サービスに対してどのようなニーズをもっているかを把握するために、広域な展示会や地域内イベントにおいて需要動向調査を実施、情報をその都度関連の小規模事業者提供している。

また、経営指導員が事業計画の策定などにおいても活用している。

しかし、収集したデータを十分に分析できていない状態で事業者提供しており、小規模事業者にとって販路開拓に資する情報としてはまだ不十分であった。

地域の小規模事業者の事業を継続させていくうえで、広域、地域の市場動向を探り、分析することは不可欠であるので、今後は分析手法を工夫し、しっかりと整理された形で当該小規模事業者フィードバックできる体制づくりをする。

(2) 目標

項 目	現状	R3	R4	R5	R6	R7
①街中回遊イベントの調査対象事業者数	——	50社	50社	60社	60社	60社
②工場夜景クルーズの調査対象事業者数	10社	10社	10社	10社	10社	10社
③夢ぷらざ大竹フェアの調査対象事業者数	10社	10社	10社	12社	12社	12社
④大型商業施設等による商談会・展示会の調査対象事業者数	——	8社	8社	8社	8社	8社

(3) 事業内容

支援対象は「地域内の小規模事業者」であり、その支援に関わる需要動向を調査する。

1. 地域イベント等の来場者に対するマーケティング調査

販路拡大を目的に、広島県の小規模事業経営支援事業費補助金などを活用した「むらおこし事業」のイベント参加店に来場する参加者(消費者)を対象に調査を実施し、需要動向を把握、分析をしたうえで当該店舗にフィードバックし、今後の販路拡大に活用するとともに、地域経済活性化事業の企画等のため大竹市にも情報提供する。具体的事業は次の①、②である。

①おおたけ街中回遊イベント「おおたけ街中さんぽ」におけるマーケティング調査

当商工会議所主催の市民参加の地域内の飲食店、小売店等魅力発見事業を令和3年から

企画、実施。期間中に特別な商品やサービスを考案、提供を行い、普段訪れることのない消費者を呼び込んで自店の魅力を伝え、次回来店につなげる。
本事業で来店される消費者に対してアンケート調査を行い、需要動向等を把握する。

【サンプル数】 来店者(市内外の消費者) 500名

【調査手段・手法】 市内の参加店舗50店(飲食業・小売業等)において、来店者アンケート調査を実施。アンケートは店側が来店者にその場で依頼し記入してもらう。記入方式は無記名。実施回数は年1回。
イベント終了後、当商工会議所職員がアンケートを回収する。

【分析手段・手法】 調査結果は、中小事業診断士の協力を得て、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】 市内店舗の利用頻度、ニーズ(商品、事業)、市内店舗、商品の問題点など。

【調査・分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等がアンケート実施店舗に直接説明する形でフィードバックし、更なる改善を行う。

②「工場夜景クルーズ」におけるマーケティング調査

当商工会議所主催の市民参加型の産業魅力発見事業と題して工場夜景クルーズを平成29年から年1回定期的に開催、船内において市内店舗が特産品などの販売を行っている。

本事業の参加者を対象としたアンケート調査を行い、需要動向等を把握する。

【サンプル数】 参加者(市内外の消費者) 250名

【調査手段・手法】 船内出店の市内店舗10店(飲食業・小売業等)において、参加者アンケートを実施。アンケートは当商工会議所職員が参加者に対して記入依頼。船から降りるときに回収する。
記入方式は無記名。実施回数は年1回

【分析手段・手法】 調査結果は、中小事業診断士の協力を得て、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】 市内店舗の利用頻度、ニーズ(商品、事業)、商品の問題点など。

【調査・分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等がアンケート実施店舗に直接説明する形でフィードバックし、更なる改善を行う。

2. 商談会等における需要動向調査

市外の商談会、展示会において、消費者及びバイヤーを対象に調査を実施し、需要動向を把握して、今後の販路拡大に活用するとともに、地域経済活性化事業の企画等のため大竹市にも情報提供する。具体的事業は次の③、④である。

③「ひろしま夢ぷらざ大竹フェア」におけるマーケティング調査

広島市本通りに在る、広島県商工会連合会が運営する各市町村の特産品販売所「ひろしま夢ぷらざ」において、毎年秋に2週間の予定で「大竹特産品フェア」が開催される。このフェアのときだけ設けられる店頭販売において、来店者(消費者)に対してヒアリング形式での調査を行い、市外広域の需要動向等を把握する。

【サンプル数】 来店者(市外の消費者) 100件

【調査手段・手法】 フェア参加店舗10店において、来店者アンケート調査を実施。
アンケートは店側がお客様にその場で聞き取りのうえ、用紙に記入する。記入方式は無記名。実施回数は年1回。
フェア終了後、当商工会議所職員がアンケートを回収する。

【分析手段・手法】 調査結果は、中小事業診断士の協力を得て、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】 消費者目線のニーズ、商品の味、品質、価格、パッケージデザイン、問題点など。

【調査・分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等がアンケート実施店舗に直接説明する形でフィードバックし、更なる改善を行う。

④大型商業施設等における商談会・展示会におけるマーケティング調査

市外もしくは県外の大型商業施設の催事場を活用して複数の事業者による市内の特産品等の展示販売を開催、購入に見えられた来店者(消費者)に対してヒアリング形式での調査を行い、市外広域の需要動向等を把握する。

【サンプル数】 来店者(市外の消費者) 100件

【調査手段・手法】 参加店舗8店において、来店者アンケート調査を実施。
アンケートは店側がお客様にその場で聞き取りのうえ、用紙に記入する。記入方式は無記名。実施回数は年1回。
終了後、当所職員がアンケートを回収する。

【分析手段・手法】 調査結果は、中小事業診断士の協力を得て、経営指導員等が分析を行う。

【調査項目】 消費者目線のニーズ、商品の味、品質、価格、パッケージデザイン、問題点など。

【調査・分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員等がアンケート実施店舗に直接説明する形でフィードバックし、更なる改善を行う。

4. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

地域内の小規模事業者数は減少の一途を辿っており、支援方法も伴走型による持続的な発展に向けた形に代わってきている。

伴走型支援に則り、経営指導員等の巡回・窓口指導もこれまでの「件数」重視の「浅く広く」から、より「事業所に深く入り込む」質の強化に転換を図っており、対象事業者を抽出して事業者の経営分析を行い、その後の事業計画策定・実施・フォローアップを行っていく必要がある。

しかし、事業計画の策定自体が補助金申請などの手段になりがちで、本来の目的から乖離しているところがある。

経営指導員等は事業者に対して、事業計画の策定の本来の意義や重要性の説明を十分行

ったうえで個社支援を行う必要がある。

また、経営指導員等で対応が難しい課題については、必要に応じ、広島県巡回相談事業などの各種専門家派遣事業やよろず支援拠点との連携を図り、より丁寧なサポートを行っていく。

(2) 目標

項 目	現状	R3	R4	R5	R6	R7
セミナー開催件数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
個別指導開催件数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
経営分析件数	8件	40件	40件	40件	40件	40件

(3) 事業内容

経営指導員等による巡回・窓口指導において、小規模事業者の経営状況の把握と課題の掘り起しを行い、そのヒアリング結果を基に、経営カルテとなる「TOAS」のカルテ管理システムにデータを集積、小規模事業者の経営内容を把握する。そのうえで、小規模事業者の意向や経営指導員の判断を踏まえながら、支援対象者の絞り込みを行っていく。

また、計画策定セミナー、計画策定個別相談会も開催し、計画策定の重要性等を学んだ事業者の中から経営分析を必要とする事業者を掘り起こす。

経営資源の内容・経営状況の分析により、情報を提供するとともに事業計画の策定支援、策定後の実施支援を適切に実施し、販路拡大、販売促進方法を検討する。

【対象者】

地域内小規模事業者において次に該当する事業者を主に選定

- ・ 経営内容の改善に取り組もうとしている小規模事業者
- ・ 経営革新計画策定や小規模持続化補助金を使った新たな事業に取り組もうとしている小規模事業者

【分析項目】

定量分析たる「財務分析」と定性分析たる「SWOT分析」の双方を行う。

＜財務分析＞ 収益性分析（会社の収益力）、成長性分析（会社の成長力）
生産性分析（会社の生産力）、安全性分析（経営の安全力）

＜SWOT分析＞ 強み、弱み、脅威、機会 など

【分析手法】

「経営自己診断システム(中小企業基盤整備機構)」や「経営計画つくるくん(中小企業基盤整備機構)」、「ローカルベンチマーク(経済産業省)」を活用。

(4) 成果の活用

- ・ 分析結果は、当該小規模事業者にフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。
- ・ 分析結果は、データ化し内部で共有することにより、経営指導員等のスキルアップに活用する。

5. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者の持続的発展の為には、事業者自らが計画を策定し、その後もPDCAサイクルに基づく管理業務を継続的に行い改善し続けることが重要となる。

しかしながら、経営者自らによる事業計画の策定にあたっては、スキルや時間が不足しているため、計画策定を行うことが困難である小規模事業者も多い。

当商工会議所の経営指導員等が相談時において動機づけ、策定支援を行うべき事案であるが、事業計画策定の目的意識が補助金の申請等に偏っていたため、取組が場当たりのとなり、中長期的な経営を見越した事業計画の策定支援がまだ十分浸透しているとは言えない状況である。

そこで、売上高向上や販路拡大のための有効な支援策に重点を置き、小規模事業者の持続的発展のため中長期にわたる伴走型の支援を行い、セミナー及び個別相談会を積極的に展開してきた。しかしながら、計画策定の意義や重要性が十分に浸透していないことから、経営指導員等の指導方法、セミナーの内容などの見直しを図り、改善したうえで実施する。

さらに、当地域の課題である小規模事業者の減少に対しては、創業及び事業承継の視点から積極的に支援する必要があると考えられるため、巡回訪問指導や大竹市やその他の行政機関・金融機関・各種支援機関との連携により支援の充実を図り、災害などの緊急事態における事業所存続という観点からBCP(事業継続計画)の策定支援も大竹市との連携のもと推進する。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者は、事業計画策定に関心が薄く、策定の意義や重要性を漠然に述べても実質的な行動や意識変化を促していくことは難しいため。事業計画策定のカリキュラムの工夫などにより受講者の5割程度の計画策定を目指す。

また、個別相談会において関心を持った事業者及び窓口相談や巡回指導を通じて経営分析を行った事業所のうち、策定を希望する事業者のなかから実現性が高いものを選定し、事業計画策定の支援を行う。

さらに、当地域の課題である事業所の減少に対しては、創業及び事業承継の視点から積極的に支援する必要があると考えられるため、巡回訪問指導や大竹市やその他の行政機関・金融機関・各種支援機関との連携により支援の充実を図り、災害などの緊急事態における事業所存続という観点からBCP(事業継続計画)の策定支援も大竹市との連携のもと推進する。

(3) 目標

項 目	現状	R3	R4	R5	R6	R7
事業計画策定件数	5件	30件	30件	30件	30件	30件
事業承継計画策定件数	2件	2件	2件	2件	2件	2件
BCP策定件数	—	3件	3件	4件	4件	4件

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

事業計画策定に係るセミナーを開催し、事業計画の意味、プロセス、効果等を小規模事業者理解してもらう。

【支援対象者】 経営分析を行った小規模事業者及び関心を持って受講を希望した小規模事業者

【募集方法】 会報誌、ホームページでの広報、経営指導員等の巡回訪問などにより地域内の小規模事業者に対して広く周知を図る。

【開催回数】 春・秋 年2回

【開催内容】 中長期の事業計画の意義・作成方法・効果

【手段・手法】 セミナー受講者に対しては、経営指導員等が担当制で張り付き、中小企業診断士などの外部専門家も交えて事業計画策定につなげていく

【募集人数】 40人

②個別相談会の開催

経営分析を行った小規模事業者のなかから選定し、経営指導員及び外部専門家を交えた個別相談会において計画の意味、プロセス、効果等を事業者理解してもらう。

【支援対象者】 経営分析を行った事業者

【募集方法】 経営指導員等の指導を受けた小規模事業者に直接打診、また、セミナー出席者で相談会を希望する小規模事業者

【開催回数】 春・秋 年2回

【開催内容】 中長期の事業計画の意義・作成方法・効果

【手段・手法】 相談会出席者に対しては、経営指導員等が担当制で張り付き、中小企業診断士などの外部専門家も交えて事業計画策定につなげていく

【講師】 経営コンサルタント・中小企業診断士

【募集人数】 10人

③事業承継計画の策定支援

事業承継を検討している小規模事業者を対象として、大竹市や各支援機関と連携した事業承継セミナー等を開催し、事業承継のパターンや具体的な手続き等を踏まえた計画書の作成を支援する。

また、作成にあたっては、必要に応じて広島商工会議所内にある「広島県事業引継ぎ支援センター」や金融機関等との連携により、手続きに関する相談会や引継者とのマッチング等を行い、具体的な事業内容の面から実現性の高い事業承継計画の作成を図る。

【支援対象者】 事業承継に関心のある事業者

【募集方法】 会報誌、ホームページでの広報、経営指導員等の巡回訪問などにより地域内の小規模事業者に対して広く周知を図る。

【手段・手法】 経営指導員等は広島県事業引継ぎ支援センターや金融機関等との連携により、手続きに関する相談会や引継者とのマッチング等を行い、具体的な事業内容の面から実現性の高い事業承継計画の作成を図る。

④BCP(事業継続計画)の策定支援

事業者は、自然災害、火災などの緊急事態に遭遇した場合、倒産や事業縮小を余儀なくされてしまう恐れがある。この緊急事態における対応としてBCP(事業継続計画)の作成が国より求められている。

計画の骨子は、緊急事態が起きても事業資産の損害を最小限にとどめつつ、中核となる事業の継続あるいは早期復旧を可能とするため、平常時に行うべき活動や緊急時における事業継続のための方法、手段などを取り決めたもので、当商工会議所も経営指導員が中心となり事業継続の視点から本計画の作成の支援を行う。

地域の防災に係る事項が多々あるので大竹市と十分連携を取り、実用性の高い計画の作成を進めていく。

【支援対象者】 事業継続計画に関心のある事業者

【募集方法】 会報誌、ホームページでの広報、経営指導員等の巡回訪問などにより地域内の小規模事業者に対して広く周知を図る。

【手段・手法】 地域の防災に係る事項が多々あるので、経営指導員等は大竹市と十分連携を取り、実用性の高い事業継続計画の策定を進める

6. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

PDCAサイクルに基づいて伴走型支援を進めていくうえで、事業計画策定後のフォローアップを経営指導員等の指導のもとで進めているが、事業者は、事業計画策定までは行ってもその後のフォローアップの必要性を認識しておらず、動機づけに課題を抱えている。

これからは、事業計画策定後のフォローアップの目的、重要性を十分に説明したうえで、事業成果や事業分析を行い、事業の実現に向けた本計画の定期的な見直しを行っていく。

そのため、事業計画策定で支援した小規模事業者に対し、定期的に経営指導員等による巡回指導を行い、進捗度合の確認や計画の修正支援といったフォローアップを行い、事業者自身による計画実現をサポートする。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を作成したすべての事業者に対して、定期的に経営指導員によるフォローアップ支援を実施する。

内容としては、経営指導員が事業所の巡回指導を行い、売上や財務状況などの面から事業の進捗度合を確認するとともに、現時点での状況について診断を行う。

その際、事業計画の見直し・修正に関する支援や、販路拡大や設備投資にかかる融資・補助制度についての情報提供など、事業者の状況や要望に応じて適切な支援を図っていく。

フォローアップ支援の頻度は、四半期に1回以上行うものとするが、事業計画の進捗状況等により訪問回数を増やして集中的に支援すべき小規模事業者と、ある程度順調と判断し訪問回数を減らしても支障のない小規模事業者を見極めたうえでフォローアップ

頻度を設定する。

また、事業承継の計画策定事業者に対しては、行政機関・金融機関・各種支援機関との連携により、フォローアップを実施、円滑な承継を図る。

(3) 目標

【事業計画策定】

項 目	現状	R3	R4	R5	R6	R7
フォローアップ対象事業者数	5社	30社	30社	30社	30社	30社
フォローアップ支援延べ回数	20回	120回	120回	120回	120回	120回
売上増加事業者数	—	6社	6社	6社	6社	6社
利益率5%以上増加の事業者数	—	6社	6社	6社	6社	6社

【事業承継計画策定】

項 目	現状	R3	R4	R5	R6	R7
フォローアップ対象事業者数	2社	2社	2社	2社	2社	2社
フォローアップ支援延べ回数	8回	8回	8回	8回	8回	8回

(4) 事業内容

①事業計画策定事業者に対する支援

事業計画を策定した30社に対して、定期的に経営指導員によるフォローアップ支援を実施する。

【支援対象者】 事業計画を作成した全ての事業者

【手段・手法】 経営指導員等が事業所の巡回訪問を行い、進捗状況の確認、見直し、修正に関する支援を行う。
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、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法を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。

②事業承継計画作成事業者に対する支援

事業承継計画作成事業者に対しても、定期的に経営指導員によるフォローアップ支援を実施する。

【支援対象者】 事業承継計画を作成した事業者

【手段・手法】 経営指導員等が事業所の巡回訪問を行い、状況確認や計画修正等に取り組むとともに、申請に関する手続きや債務整理など、円滑な事業承継に向けた支援を行う。
その際、必要に応じて「広島県事業引継ぎ支援センター」や地域金融機関、大竹市と連携しながら、計画達成に向けた取組を進める。
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、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法を検討のうえ、フォローアップ頻度の変更等を行う。

7. 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

地域内の小規模事業者は、人的、資本力、顧客獲得のノウハウなどが乏しく、販路は市内及び近隣の市町など狭い範囲に限られている。

小規模事業者に対しては、商談会や展示会への出展促進を行っているが、参加案内と事前準備、片づけの内容説明のみに終始しており、出展における販路計画が不十分なため、商談後の成約につながらないケースがしばしば出ている。

また、商工会議所が運営する商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」の活用によるWEB取引は、導入促進により着実に登録数が増えているが、導入後のフォローアップが十分でないため、途中でサイトの活用を止めてしまう事業者が出てきている。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者が、販路開拓や売上向上を図るうえで、商談会や展示会を活用した他の地域の事業者とのビジネスマッチングやイベント等の機会を活用した商品等のPRは今後も継続していく必要がある。

しかしながら、現状は出展することが目的となっているので、個社における伴走型支援に基づき、出展前から出展期間中、そして開催後のフォローアップにおいて経営指導員等が寄り添い、販路開拓につながる仕組みづくりを支援していく。

本事業による取組においては、売上高、商談成立件数の目標値を設定し、目標達成に向けた個社支援を行う。

(3) 目標

項 目	現状	R3	R4	R5	R6	R7
①ザ・ビジネスモール登録事業者数	10社	30 社	30 社	40 社	40 社	50 社
商談成立件数	2件	5 件	5 件	6 件	6 件	8 件
②-I ひろしま夢ぷらざ常設出展事業者数	8社	10社	10社	10社	10社	10社
売上高／社	60万円	60万円	65万円	65万円	75万円	75万円
②-II ひろしま夢ぷらざ大竹フェア出展事業者数	8社	10社	10社	10社	12社	12社
売上高／社	10万円	10万円	12万円	12万円	15万円	15万円
③大型商業施設等の商談会・展示会の出展事業者数	——	8社	8社	10社	10社	12社
売上高／社	——	10万円	12万円	12万円	15万円	15万円
④ビジネスネットワーク拡大交流事業出展事業者数	2社	2社	3社	3社	3社	3社
商談成立件数／社	2件	2件	3件	3件	3件	3件

(4) 事業内容

① ザ・ビジネスモールを活用した販路拡大 (B to B)

地域外の取引拡大を目指す事業者を支援するために創られた日本全国の企業を応援する商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」への登録、活用を促進する。

「ザ・ビジネスモール」は全国の事業者がサイトを通じてビジネスマッチングを行えるもので、自社をPRしたい、自社の技術・強みを知ってもらいたい、ビジネスパートナーを探したい、仕入先を見つけたい、複数の企業から見積をもらいたいなどに活用できる。

登録は無料なので、巡回訪問時に趣旨説明、そして登録、活用方法を説明する。

登録後のフォローアップ支援として、定期的に経営指導員等が登録事業者を訪問し、ヒアリングを行い事業効果の確認、利用方法のさらなる説明を行い、販路拡大につなげていく。

【参考】

ザ・ビジネスモールとは、商工会議所・商工会が運営するWEB型のビジネス情報サイトで登録事業者数は26万社。全国の登録事業所のデータベース検索、ビジネスマッチング、販路開拓、取引拡大、商談機会を提供している。

【支援対象者】 市内の小規模事業者 30事業者

【販路対象者】 全国の事業者 26万社 ※登録事業者数

② 「ひろしま夢ぷらざ」への出展を活用した販路拡大 (B to C)

数は少ないが大竹市独自の特産品があり、地域内の事業所で製造、販売を行っている。この特産品を市外にアピールする目的で、広島県商工会連合会が運営している広島市本通りの「ひろしま夢ぷらざ」への出展の促進を支援している。

出展方法は、年間を通して商品を店内に置いて販売する常設出展と、市町村フェアとうたって2週間限定で行われる店頭販売(大竹フェア)の2通りがある。

常設及び大竹フェア出展者に対しては、事前に「ひろしま夢ぷらざ」側から提供される「消費者の購買」に関する情報を提供し、販売に係る計画を立案する。

なお、出展者へのフォローアップ支援として、経営指導員等が定期的にヒアリングを行い事業効果の確認、今後の方針を話し合う。

尚、大竹フェアは店頭販売活動が可能な事業者に限られるので常設及びフェア出展者は必ずしも重複しない。それぞれに分けてPDCAで支援を行う。

【参考】

ひろしま夢ぷらざは、平成10年に広島県内各市町のアンテナショップとして広島市の本通り商店街の一角に設立、広島県内の各市町村の観光案内やイベントなどさまざまな情報の受・発信と地域の特産品の展示・販売を行う交流広場として年間150万人を超える来場者数がある。

【支援対象者】 I. 常設展示 市内の特産品関連を扱う事業者(製造業、小売業など)
10事業者

II. 大竹フェア 市内の特産品関連を扱う事業者(製造業、小売業など)
10事業者

【販路対象者】 一般消費者

- 【期 間】 I. 常設展示 年間 10事業者
II. 大竹フェア 10月(2週間) 店頭販売 10事業者
- 【開催地】 広島市中区本通り「ひろしま夢ぷらざ」

③大型商業施設等における商談会・展示会開催による販路拡大（B to C）

出展などによる販路拡大は来場者数が多い会場ほど有利に働くので、集客力の高い次の大型商業施設の催事場を活用して複数の事業者による市内の特産品等の展示販売を行う。

出展者に対しては、事前に大型商業施設側から提供される情報を出展者に提供し、販売に係る計画を立案する。

出展者へのフォローアップ支援として、経営指導員等が定期的にヒアリングを行い事業効果の確認、今後の方針を話し合う。

【 参考 】

出展先の大型商業施設は、売場面積5千㎡を超える複合商業施設で、イベント等が行える催事場を使った出展を予定。今年から大竹市内の店舗を有している大型商業施設を通して出展交渉を行っている。

- 【支援対象者】 市内の特産品関連を扱う事業者(製造業、小売業など) 8事業者
- 【販路対象者】 一般消費者
- 【来場者数】 約500人／日（予定）
- 【出展期間】 年1回 1店舗1週間の出展
- 【開催地】 市外または県外の大型商業施設

④ビジネスネットワーク拡大交流事業出展を活用した販路拡大（B to B）

地場の企業が県内の他地域との交流、取引拡大を目指す目的で、広島県商工会議所連合会、広島商工会連合会共催のもと、年1回開催されている。

小規模事業者に対して、この交流事業へ参加を促し、発信力の弱さから販路の開拓が思うようにできない地元小規模事業者の商談機会を創出し販路拡大につなげる。

交流会の前には、商談でのプレゼンテーションが効果的となるよう経営指導員との事前打合せを行い、交流会後には、経営指導員がヒアリングを行い、事業効果の確認、必要があれば、名刺交換をした商談相手へのアプローチ方法など、商談成立に向けた実効性のある支援を行う。

【 参考 】

平成23年より販路開拓につながる「きっかけ」づくりの場として、広島県内の事業所を対象に、業種や事業規模の別なく自由に交流できるビジネスネットワーク拡大交流会を開催。

毎年11月頃に1日間の日程で開催しており、令和元年度の参加事業者数は219社344名。

- 【支援対象者】 市内の小規模事業者 2事業者
- 【期 間】 毎年11月頃 1日間開催
- 【開催地】 広島市内のホテル等
- 【参加事業所数】 200社

8. 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

現状では、進捗状況の確認、今後の進め方を考察するため、半期ごとに専務理事、事務局長、法定経営指導員による商工会議所内で評価会議を行い、事業期間終了後に外部有識者による事業評価委員会を開催している。

事業評価の基本はPDCAサイクルであるが、事業評価委員会の指摘事項が十分次年度の事業に反映していない箇所が見受けられる。

半期ごとの商工会議所内での会議を通じ、問題点を抽出、そして改善案を示しPDCA管理に則り事業を進めていく。

また、改善点等については事業評価委員会及び正副会頭会議、常議員会の場において報告、説明をする。

(2) 事業内容

1. 事業評価の仕組み

①商工会議所と大竹市による評価会議開催による評価・検証・見直し

半期ごとに、専務理事、事務局長、法定経営指導員で構成する評価会議を開いていたが、これからは大竹市産業振興課長を交えて評価会議を開催する。

そのなかで、PDCAサイクルを回す仕組みを構築し、各事業計画の進捗状況・成果・問題点等について確認・協議し、事業推進方法などの見直しを行う。

②事業評価委員会の開催による評価

事業年度終了後には、外部有識者を交えた事業評価委員会を開き、経営発達支援計画の事業実施内容を報告、評価を行う。

事業評価委員会において指摘された事項について、商工会議所と大竹市で協議し、次年度以降の事業計画の見直し等を図る。

<事業評価委員会>

開催頻度 年1回（年度終了後2か月以内）

評価委員会 外部有識者(税理士・中小企業診断士)、大竹市産業振興課長、
商工会議所法定経営指導員により構成

③事業報告・評価報告書の公表

事業報告、それに伴う事業の成果、評価、見直し等は、商工会議所ホームページにおいて公開する。

9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

小規模事業者への個社支援においては、記帳・税務指導、金融相談といった従来の経営

改善普及事業に加え、伴走型の個社支援による小規模事業者の利益に資する取組が求められているが、後者の伴走型支援においては十分なノウハウの取得には至っていない状況である。

これからの経営指導員の資質向上においては、個社に寄り添った経営支援を行えるノウハウの取得が求められる。

また、個社支援は経営指導員の3名が中心となって対応しているが、今後、伴走型支援を強化していくことになれば人員の不足感は否めない。経営指導員の更なる資質向上もさることながら、経営指導員以外の一般職員についても支援能力の向上が求められる。

（２）事業内容

①外部研修会参加による職員個々のスキルアップに向けた取組

経営指導員のみならず一般職員も、支援能力の取得を目指し中小企業大学校で開かれる中小企業基盤整備機構の専門研修及び日本商工会議所主催の伴走型支援に係る研修に参加させ個社支援に係るノウハウを取得する。

受講にあたって、伴走型支援に求められる事業計画策定からフォローアップ支援までのPDCAサイクルを学べる研修を優先して参加させる。

②外部専門家によるOJTによる職員研修の実施

中小企業基盤整備機構の専門家派遣、また平成29年より始まった広島県商工会議所連合会が選定した専門家による若手職員育成を目的としたスーパーバイザー事業を活用して、商工会議所において「現地指導型OJT」「相談型OJT」を職員が受講、それにより伴走型支援に係るノウハウを取得する。

③ 組織としての支援に関わるノウハウの共有・蓄積方法の確立

受講した研修や支援業務内容は、受講者本人から報告書回覧という形で職員間の共有を図っていたが、これからは内容に応じ、報告会として支援情報の共有の場を設ける。この取組により、受講者自身の知識の深耕に繋がることと、受講していない職員も知識の共有ができる二つのメリットが見込める。

④職員間の定期的なミーティングの開催

現場において支援ノウハウ、策定された事業計画を持ち寄り、2ヶ月程度に一度、法定経営指導員、一般職員による定期ミーティングを開催し、事例発表などを通じ意見交換を交えながら個社支援に係る知識を共有し、学ぶ。

⑤データベースの活用

支援に係る事業者情報は、データベースである「TOASカルテ管理」に入力し、経営支援に係るすべての職員がいつでも閲覧、取り出せる形にして、個々のノウハウを組織全体で共有できる形にして、必要とされる伴走型支援の能力向上を目指す。

10. 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

これまで他の支援機関との連携は、日本政策金融公庫、地元金融機関など一部の機関と行ってきたが、支援ノウハウ等の情報交換まで及ぶことは無かった。今後は、支援内容の拡充と支援対象者を拡大していく必要があることから、定期的には大竹市と連携会議を開催するとともに、その他の支援機関とも連携を密にし、経営指導員と支援機関とで情報の共有を図る。

①大竹市創業支援事業者連絡協議会（年1回）

国の認定を受けた創業支援等事業計画のもと、大竹市、大竹商工会議所、金融機関、日本政策金融公庫、ひろしま創業サポートセンターによるネットワーク体制を整備、協議会を開き、意見交換、情報の共有を図り、市内の創業支援の取組を強化し、連携する。年1回、協議会を開催。

②オール広島創業支援ネットワーク協議会（年1回）

広島県商工労働局、市町、商工会議所、商工会、金融機関等で構成したネットワークにより、関係機関の支援機能及び連携を強化していく。
大竹商工会議所は支援担当者のスキルアップと、情報共有を目的として1名が出席。
協議会は年1回の全体協議会と、ブロック別の会議を年3回実施。

③広島県事業承継ネットワーク会議（年2回）

中小企業庁が、地域における事業承継支援体制の強化に向けて、各都道府県に設置した事業承継ネットワークであり、広島県は平成29年に広島県事業引継ぎセンターに事務局を設置した。構成団体は、県、市町、商工会議所、商工会、金融機関等。
会議は年2回、平成29年度の取組としては広島県版の事業承継マニュアルの作成を行った。大竹商工会議所は支援担当者のスキルアップと、情報共有を目的として1名が出席。

④小規模事業者経営改善資金担当者連絡協議会（年2回）

日本政策金融公庫岩国支店管内における、3つの商工会議所と7つの商工会のマル経融資担当者、公庫岩国支店の職員とで、年2回ほど協議会を開催。
大竹商工会議所は、他の商工会議所、商工会の職員との意見交換及び地域の情報共有を目的に2名が出席。

11. 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

地域経済の活性化に関する取組については、これまで個社に対し経営資源を活用した販路開拓支援を行ってきたが、行政機関等の関係機関との連携や、広く市場を意識した取組としては不十分であった。

地域の活性化を考えるうえで地域の経済を支えている小規模事業者の発信力の強化と、潜在している地域資源の魅力引き出しが必要であるため、大竹市産業振興課と定期的に

連携会議を開催し、地域経済の活性化に必要な事業の企画検討、推進を図る。また、必要に応じて、大竹市商店街連合会に加盟する各商店街、飲食同業組合、地元のまちづくり団体等との連携を図り、地域経済に波及効果のある効果的な事業の推進を図る。また、イベント行事、若手人材育成においては、地域外の行政機関等の関係機関とも連携を図る。

（２）事業内容

①産業魅力発見事業「工場夜景クルーズ」の実施

大竹市は、日本で最初の石油コンビナートが誕生した地であり、コンビナート群は、夜になると煌びやかな灯が幻想的に放たれ、特に海上から眺めると、不夜城のごとく浮かびあがる。

この潜在的な地域資源(ブランド)でもある産業観光を市内外の方に堪能してもらう目的で、大手企業の協力のもと、客船による「工場夜景クルーズ」を年に1回定期的に開催して「産業の街おおたけ」を広く知らしめて大竹市の認知度を高めていく。

企画、実施にあたり、大竹市産業振興課及び夜景の対象となる大手企業との間で事業の前後2回ほど協議会を開き、内容の充実及び次年度の方針を話し合う。

②おおたけ街中回遊イベント「おおたけ街中さんぽ」の実施

市内の飲食店、小売店であっても、市民の方が店名は知っていても利用したことがないお店が数多く存在する。

しかし、各店舗とも何か一つは外に発信できる魅力を持っており、結局はその発信の仕方で躓いている。

この魅力発信を行う方法として、商業、サービス業の関連団体である大竹市料飲同業組合や大竹市商店街連合会と連携し、また、大竹市産業振興課のアドバイスのもと、「おおたけ街中さんぽ」を開催。「行ったことのないお店」や「気になっているお店」に行くきっかけづくりとして、また、参加店の新規顧客開拓や消費者の視点にたった商品、サービスの提供について再認識してもらうことを目的とする。

参加店舗は50店、参加者(消費者)は500名を想定、お客様アンケートを実施し、顧客ニーズに叶った形で定期的に年1回の予定で開催していく。

事業推進にあたり、当商工会議所、大竹市料飲同業組合、大竹市商店街連合会、大竹市産業振興課の4者で、定期的に年3回以上の協議会を開催する。

③大竹高校との連携事業の実施

市内唯一の高等学校である大竹高校の3年生を対象とした就職支援を地元企業、大竹市の協力のもと行っており、事業実施に向けた協議会を定期的に年2回程度開催している。

また、地元企業への就職希望者に対しては、適時、大竹高校と大竹市産業振興課の両者と情報交換を行いながら3者で年2回程度定期的な協議会を開催している

④ 6次産業化の産品販路開拓事業の実施

地域の新たな産品の育成、開発を目的として市内のキクイモ研究グループが「キクイモ」を使った新商品の開発に取り組んでいる。

本取組において、当商工会議所は大竹市産業振興課と連携を図りながら、商品化後の販路開拓や、経営の多角化展開に係る相談、支援を行っている。

販路が確立できれば、さらに多くの生産者の参入、新商品の開発が可能となるので、当商工会議所、大竹市、キクイモ研究グループの3者は定期的に年5回程度協議会を開催しており、これらにより効果的な事業推進を図る。

⑤「大竹市特産品アイデア料理」販路開拓事業の実施

地元産品を使った料理開発に大竹市内の大竹高校家庭クラブの生徒が取り組んでおり「大竹市特産品アイデア料理」のレシピ集を作り普及に努めている。

当商工会議所は、埋もれている市内の特産品のPRと商品化後の普及活動において、特産品開発を奨励している大竹市と連携し、特産品アイデア料理の認知および飲食店での提供までのスキームづくりに係る支援を新たに行う。

料理の提供店舗においては大竹市料飲同業組合に協力を仰ぐ。

事業推進にあたり、当商工会議所、大竹市産業振興課、大竹高校、大竹市料飲同業組合の4者で定期的な協議会を年4回以上開催する。

⑥若年技能者人材育成支援「ものづくりマイスター」の実施

市内の小規模の製造業者等は、慢性的な人材難により従業員の高齢化が進んでいる、同時に技術の継承ができず、職人の技術に頼っている小規模の事業所にとって深刻な問題となっている。

これが一因となり事業者が廃業する形になり、結果、市内に就職を希望する若者が市外へ流出している。

そこで、当商工会議所は、事業者の事業継続と、若者の就職の場を確保する目的で、広島県職業能力開発協会の支援のもと「ものづくりマイスター事業」を毎年定期的に開講している。

協会から派遣された「熟練マイスター」が技能資格取得を目指している若手の従業員に実技指導を行っており、得た技術がそれぞれの職場に受け継がれることになる。

当商工会議所は、事業効果を高めるため連携先である大竹市と定期的に年3回以上の協議を開催し、本事業を通じて地域経済を支える小規模事業所の人材育成を支援する。

⑦「大竹・和木 川まつり花火大会」の実施

広島県と山口県の県境を流れる小瀬川を挟んで隣接する和木町との連携事業で、当商工会議所が主催。大正時代から続いているこの地域を代表とする納涼行事で、毎年7月下旬に開催。小瀬川に浮かべた台船から約1,500発の花火を打ち上げている。

夜店も80店ほど出店し、約1万5千人の観客が市内外から訪れている。

開催前後には、大竹市と和木町、大竹市・和木町の地元自治会、大竹・岩国両警察署、消防署を交えた協議会を定期的に年5回程度開催、地域住民が互いに協力し合う県を越えた連携事業として地域のにぎわい創出を担っている。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制	
(令和 2 年 10 月現在)	
(1) 実施体制	
◎大竹商工会議所 組織	
事務局長 1 名 大竹市総務部 産業振興課 総務課 一般職員 5 名 中小企業相談所 法定経営指導員 3 名 補助員 2 名	
【経営支援を行う部署】	
中小企業相談所 法定経営指導員 3 名、補助員 2 名	
(2) 商工会議所による小規模事業者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 浴 紀幸、杉山義宣、柳原宏昭	
■連絡先 大竹商工会議所 電話番号 0827-52-3105	
②法定経営指導員による情報の提供及び助言	
経営発達支援事業の実施、実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた 進捗管理、事業評価・見直しをする際の必要な情報の提供等を行う。	
(3) 商工会議所、関係市町村連絡先	
①大竹商工会議所	
〒739-0612 広島県大竹市油見三丁目 18 番 11 号	
大竹商工会議所 中小企業相談所	
電話番号 0827-52-3105 FAX 番号 0827-53-6311	
E-mail : otakecci@orange.ocn.ne.jp	

②大竹市

〒739-0692 広島県大竹市小方一丁目 11 番 1 号

大竹市総務部産業振興課

電話番号 0827-59-2131 FAX 番号 0827-57-0888

E-mail : sangyo@city.otake.hiroshima.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 3 年度	4 年度	5 年度	6 年度	7 年度
必要な資金の額	6, 294	6, 294	6, 294	6, 294	6, 294
会報誌発行事業費	450	450	450	450	450
情報化推進事業費	550	550	550	550	550
旅費	300	300	300	300	300
指導事務・調査研究費	650	650	650	650	650
講習会開催費	1, 250	1, 250	1, 250	1, 250	1, 250
金融指導費	160	160	160	160	160
施策普及費	125	125	125	125	125
職員資質向上対策事業費	270	270	270	270	270
経営安定相談事業費	389	389	389	389	389
むらおこし活性化事業費	2, 150	2, 150	2, 150	2, 150	2, 150

(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
・ 会員会費 ・ 受益者負担金 ・ 県補助金 ・ 市補助金 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	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携して事業を実施する者の役割	
① ② ③ ・ ・ ・	
連携体制図等	
①	
②	
③	