

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	(法人番号) 周防大島町商工会（法人番号 1250005007246） 周防大島町（地方公共団体コード 353051）
実施期間	令和4年4月1日～令和9年3月31日
目標	・小規模事業者の経営能力向上による事業の継続 ・地域資源を活用した販路開拓支援 ・創業支援と事業承継の促進による地域経済活性化
事業内容	3. 地域の経済動向調査に関すること ・地域の経済動向分析、景気動向分析 4. 需要動向調査に関すること ・業種別・品目別需要動向調査 ・個社別商品・サービスの需要動向調査 ・観光関連産業支援のための需要動向調査 5. 経営状況の分析に関すること ・簡易財務分析・経営分析セミナー開催 ・経営状況分析 6. 事業計画策定支援に関すること ・事業計画策定セミナー ・DX推進セミナー、IT専門家派遣 ・創業・新事業展開支援 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること ・事業計画実施支援（フォローアップ） ・事業承継・廃業のソフトランディング支援 8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること ・物産展、ビジネスフェアへの参加支援 ・HP等のITツールを活用した需要開拓支援
連絡先	周防大島町商工会 東和支所 〒742-2301 山口県大島郡周防大島町大字西方 1958-62 TEL：0820-78-0002 FAX：0820-78-1943 Email：suo-oshima@yamaguchi-shokokai.or.jp 周防大島町 商工観光課 〒742-2301 山口県大島郡周防大島町大字久賀 5134 TEL：0820-79-1003 FAX：0820-79-1022 Email：syokokanko@town.suo-oshima.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

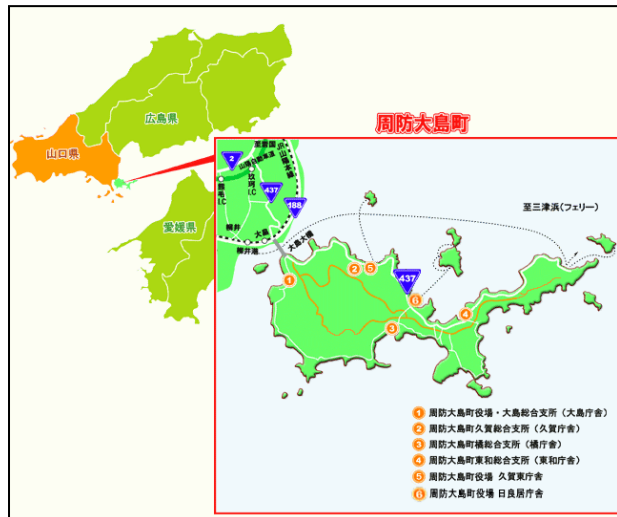
・立地

当地域は山口県東南部に位置する瀬戸内海に浮かぶ総面積 138.09 ㎢の島である。兵庫県の淡路島、香川県の小豆島に続く瀬戸内海では3番目に大きな島である。平成16年に久賀町・大島町・東和町・橘町の4町が合併し、周防大島町が誕生した。

年間平均気温が15.5℃と比較的温暖で、青く澄みわたる瀬戸内の海と、四季の彩り豊かな美しい自然を有する地域である。

・人口

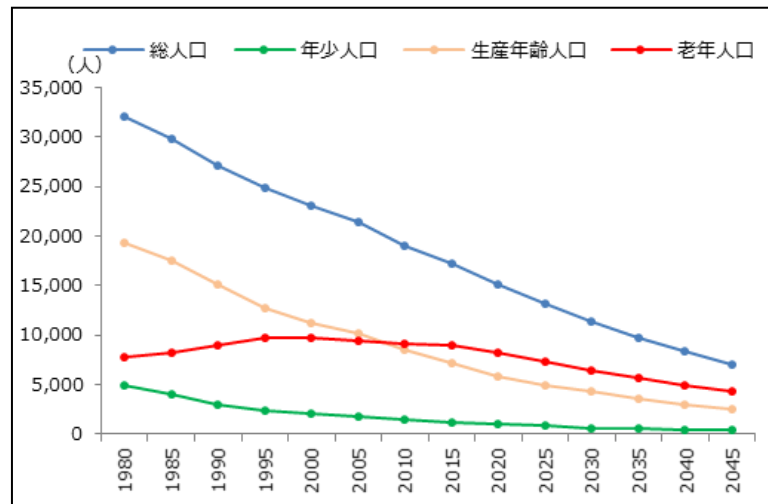
周防大島町の人口は15,242人、世帯数8,790世帯、高齢化率54.28%（2021年1月 住民基本台帳より）で、平成8年に高齢化率日本一になるなど著しく高齢化が進んだ地域でもある。ピーク時の1960年代頃に約5万人いた人口も減少が続き、現在はピーク時の約3割まで減少し、今後もさらに人口減少が続く見込みである。



周防大島町の人口の推移

【出典】 総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

【注記】 2020年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（平成30年3月公表）に基づく推計値。



人口減少を食い止めるべく、行政を中心とした「UJIターン」を促進する活動が他の地域に先駆けて開始され、平成24年4月には周防大島町定住促進協議会が発足して定住促進活動が行われており、平成24年と25年には転入と転出の社会増減でプラスに転じるなど成果を上げている。

・産業

当地域の産業は、山口県内では最大の生産地であり、ブランド化されている「大島みかん」をはじめとした農業と、海に囲まれた島の豊富な水産資源から栄えた漁業の1次産業が中心であった。しかし、高度経済成長期以降、国際的な分業体制が進んだ結果、高コストのみかん栽培の衰退と高齢化による就業難により、1次産業全体で減少が続き、1万人近くいた就業者人口は2千人を切るまでに減少しており、相対的に3次産業の就業比率が高まっている。

【参考】産業別就業人口推移（国勢調査）

区分		S45	S55	H2	H12	H22	H27
第一次産業	人	9,941	7,167	5,095	3,080	1,917	1,609
	%	50.6	42.6	37.8	29.1	25.4	23.4
第二次産業	人	2,992	3,293	2,773	2,014	1,190	1,019
	%	15.2	19.6	20.6	19.1	15.3	14.8
第三次産業	人	6,713	6,345	5,625	5,478	4,596	4,258
	%	34.2	37.8	41.7	51.8	59.2	61.8
総就業人口	人	19,646	16,805	13,493	10,572	7,703	6,886

当地域の令和2年の小規模事業者数は653事業者で、平成23年の947事業者に比べ294事業者(-31.0%)が減少している。特に減少傾向が高い業種は、卸小売業、製造業である。

一方、飲食・宿泊業とサービス業は減少傾向にあるものの比較的減少率は緩やかであり、構成比は増加している。要因として、周防大島町は山口県内や広島県を中心とした県外からの観光客が100万人を超えることと、観光客をターゲットにした業種の創業について新陳代謝があることが当商工会の地域巡回によりつかめているので、今後の当地域を支える産業として観光関連産業が期待される。しかしながら、全体の廃業数が開業数を遥かに上回っており、人口減少と同様、事業者数の減少にも歯止めをかける必要がある。

【参考】業種別小規模事業者数の推移（商工会独自調査）

	建設業	製造業	卸小売業	飲食・ 宿泊業	サービス業	その他	合計
H23 (構成比%)	183 者 (19.3%)	74 者 (7.8%)	350 者 (37%)	93 者 (9.8%)	183 者 (19.3%)	64 者 (6.8%)	947 者 (100%)
H28 (構成比%)	169 者 (19.3%)	6 者 (7.5%)	309 者 (35.3%)	90 者 (10.3%)	177 者 (20.2%)	65 者 (7.4%)	876 者 (100%)
R2 (構成比%)	117 者 (17.9%)	43 者 (6.6%)	206 者 (31.5%)	72 者 (11.0%)	179 者 (27.4%)	36 者 (5.5%)	653 者 (100%)
増減 (H23-R2)	-66 者 (-1.4%)	-8 者 (-1.2%)	-41 者 (-5.5%)	-21 者 (+1.2%)	-8 者 (+8.1%)	-28 者 (-1.3%)	-294 者
増減率	-36.1%	-41.9%	-41.1%	-22.6%	-2.2%	-43.8%	-31.0%

・地域資源の活用

周防大島固有の地域資源である新鮮な海・山の食材や、カウアイ島と姉妹都市の関係にありハワイの伝統的な歌舞音曲フラが盛んなことなど固有の文化を活かし、観光交流人口100万人超にのぼる。近年、テレビ等のマスメディアによって、周防大島の魅力が全国発信された事で、観光分野が注目されつつある島である。

交流人口の拡大を図るため、周防大島町は、令和12年に観光交流人口110万人以上を目標に掲げ、官民一体となって目標達成に向けて取り組んでいる。

また、当地域のブランドである大島みかんを使った「みかん鍋」や、新鮮な太刀魚を刺身盛り

にした「タチウオの鏡盛り」、ブランドみかん「ゆめほっぺ」など地域資源を活用した新商品開発も周防大島観光協会・山口大島農業協同組合・大島郡水産共励会や民間事業者を中心に行われ、当商工会は新商品の開発や広報を支援するなど産業振興の一端を担ってきた。



みかん鍋



タチウオの鏡盛り



ゆめほっぺ

近年の観光業の隆盛により、創業者も増えている。創業した事業者の中には全国展開を図るなど、順調に事業拡大している事業者もあり、「周防大島＝起業の島」というイメージが定着しつつある。

・交通

島とはいえ、全長 1,020m の大島大橋で本州と結ばれているため、自動車での往来が可能である。大島大橋の本州側たもとには JR 山陽本線の大島（おおばたけ）駅があり、山陽自動車道の玖珂（くが）IC まで車で約 20 分、平成 24 年 12 月に開港した岩国錦帯橋空港（羽田空港 1 日 5 往復 ※現在は、新型コロナウイルス感染症の影響もあり一部運休）まで車で約 40 分である。このため、交通の利便性は比較的良好い。

・周防大島町の総合計画の引用（商工・観光部分）

周防大島町が、令和 3 年 3 月に策定した第 2 次周防大島町総合計画（2021 年度～2030 年度）には、基本目標の 1 つに「自然と共生した快適で活力あるまちづくり」とあり、計画の中で「商工業については、既存商店の再生を図るため、商工会などと連携して商業の活性化を図るとともに、工業の振興のための地元企業の育成と創業支援、新たな企業誘致などを促進し、雇用創出と持続可能な産業の振興」、「観光については、町内の観光資源を活用して振興を図るとともに、アウトドア需要への対応や町外からの誘客」と記載されている。

また、少子高齢化・人口減少が急速に進行することは地域活力の衰退につながり、地域経済にとって喫緊の問題となっている。そこで、周防大島町では令和 3 年 3 月に「第 2 期周防大島町人口ビジョン」を策定し、人口減少に歯止めをかけるために①女性が安心して働き、子育てできる結婚から子育てまで一貫した環境づくり②若者の地元回帰の促進③高齢者が元気で、生き生きと暮らせる環境づくり④これらの課題を実現するための「新しい時代の流れを力にする」と 4 つの方向性を示し、政策実行をしている。

②課題

近年の廃業の主な要因は、「売上不振」と「売上不振による後継者難」であり、売上・利益向上のための支援策の実行と観光関連産業を中心とした産業振興が重要な課題である。

当商工会では、第 1 期の経営発達支援計画から事業計画策定支援や創業支援に注力し、一定の成果を得た。しかし、依然として、よい商品・サービスを提供していても事業者単独で販路開拓を行うことが難しく、売上の伸び悩みにより事業を継続することが困難な状況もまだ見られる。そのため、個々の小規模事業者の状況に応じて経営者に寄り添いながら販路拡大支援を行い、事業評価、事業計画見直しを含めたきめ細かなフォローアップをさらに行う必要があるなど、これまでの経営指導の支援体制をより個社への支援に特化していくことが課題となっている。

(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

第1期から継続して、周防大島町の特徴および商工業者の現状から、多くの観光客が当地域に魅力を感じている地域固有の強み（地域の観光資源や食資源等）を生かし、UJIターン移住者を始めとした創業支援や、飲食業、宿泊業など観光関連産業への売上高向上支援を実施して地域全業種売上アップの波及効果を狙うため、10年後の将来像・小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を「観光関連産業を中心に元気な小規模事業者が連携して発展する街」と定め、地域商工業者の新陳代謝を高めるとともに、きめ細かな伴走型支援により小規模事業者の振興を図っていく。そして小規模事業者の強みである柔軟性や創造性を生かし、社会情勢に的確に対応しながら自立して事業を展開できる事業者を多く生み出していく。

②周防大島町総合計画との連動性・整合性

周防大島町が、令和3年3月に策定した第2次周防大島町総合計画（2021年度～2030年度）には、基本目標の1つに「自然と共生した快適で活力あるまちづくり」とあり、計画の中で「商工業については、既存商店の再生を図るため、商工会などと連携して商業の活性化を図るとともに、工業の振興のための地元企業の育成と創業支援、新たな企業誘致などを促進し、雇用創出と持続可能な産業の振興」、「観光については、町内の観光資源を活用して振興を図るとともに、アウトドア需要への対応や町外からの誘客」と記載されている。

③商工会としての役割

これまでは税務・金融斡旋・労働保険等の後方支援が中心であった経営改善普及事業において、地域経済への発展に寄与してきた。しかし、これからはさらに一歩踏み込んだ事業者の持続的な発展のための支援能力向上と、地域を支える総合経済団体として、周防大島町や支援機関と有機的な連携をし、事業者の経営課題解決に協同で取り組める組織体制構築が必要不可欠となっている。

(3) 経営発達支援事業の目標

周防大島町の現状と小規模事業者に対する長期的な振興のあり方を踏まえ、

①小規模事業者が自身で課題設定を行い、根拠に基づいた経営計画を策定し、PDCAサイクル回しながら実施していくことで、持続的な事業の発展と地域の雇用の確保に繋げる。

②地域資源を活用した販路開拓支援を行い、事業者の売上、利益の増加を目指す。また、展示会、商談会やITの有効活用、デジタル化の推進などを通じて地域へのより一層の浸透を図るとともに商圈範囲を拡大していく。

③周防大島町と連携し、創業者の掘り起しと個別支援により新規創業を達成することで、地域経済活性化を狙う。

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4年4月1日～令和9年3月31日）

(2) 目標の達成に向けた方針

従来の経営者の経験や勘による「成り行き経営」「どんぶり勘定」から脱却し、地域小規模事業

者が持続的に発展していくために、新規客数、来店頻度・客単価アップ等の個社の利益向上が必要不可欠である。

そのために、

①事業計画策定支援を通じて個社の事業課題の掘り起こしから、P D C Aサイクルが確立された伴走型支援を行うために、巡回指導時の指導内容の質の強化、経営指導員のみならず、全職員の総合的な経営支援能力の底上げを図る。

②市場動向及び需要調査の分析を踏まえた上で、顧客ニーズに沿った魅力ある商品・サービスを持った小規模事業者の育成のために、他団体との情報共有・連携を強化し、観光関連産業の発展と地域経済全体の底上げを図る。

③観光客をターゲットにした業種を柱に創業希望者の掘り起こし、創業から販路開拓までのフォローアップを行うために、U J I ターン希望者と廃業予定者のマッチング支援が出来る仕組み作り、商談会への参加の奨励を行い、全国へと展開できる商談の成約に繋がる販路開拓支援を行う。

以上の方針を掲げ、地域経済の活性化を創出し、事業者の持続的な発展を目指す。

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〕各行政機関等が公表している様々な経済動向データが存在するが、多くの小規模事業経営者は「感覚」だよりの経済動向把握となっており、そのデータを経営に十分に活かせてない状態である。第1期計画により、少しずつではあるが、事業計画の策定を通して、データに基づいた経営が身についてきている。

〔課題〕地域の小規模事業者の持続的な発展を実現するためには、商圏・業界動向・企業規模・業種・業態・商品構成・販売方法等から、経営課題を整理し、経営資源を考慮のうえ個別に情報提供を実施していく必要がある。

個別の事業所訪問（巡回指導及び景況聞き取り調査）による経営課題等の聞き取り調査に加え、外部環境として経済動向を調査・分析し、収集された情報から得られたビジネスチャンスや成功事例等を事業者の経営状況に応じて提案していく必要がある。

(2) 目標

	公表方法	現状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①地域の経済動向分析の公表回数	H P 掲載	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
②景気動向分析の公表回数	H P 掲載	-	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回

(3) 事業内容

①地域の経済動向分析

当地域経済動向の基本的な数値を示した資料による現状把握を可能とするため、即座に必要なデータを閲覧出来る「統計資料コーナー」を当商工会ホームページ（以下を「HP」という。）上に掲載し、巡回指導時でもタブレット端末を活用することにより、タイムリーに情報提供出来るシステムを構築する。また、リンク先から集約した情報を経営指導員がまとめ、地域の経済動向分析を行い、年1回公表を行う。

【調査手法】経営指導員等が、下記のリンク先の情報から2次データの情報収集を行い、地域の経済動向分析を行う。

【調査項目】〈リンク先〉

- ・周防大島町（周防大島町統計）
- ・山口県（山口県統計、買物動向調査）
- ・総務省（国勢調査、経済センサス、住宅・土地統計調査）
- ・経済産業省（「RESAS」地域経済分析システム、商業統計調査、工業統計調査）
- ・農林水産省（農林センサス、漁業センサス）
- ・日本政策金融公庫（景気動向調査）
- ・全国商工会連合会（景況調査）
- ・山口経済研究所（やまぐち経済月報）等

②景気動向分析

業種、地区別に町内景況聞き取り調査を実施・分析し、課題の抽出及び成功事例の収集・整理を行う。調査は、年4回行う。

【調査手法】経営指導員等が巡回訪問の際に聞き取りを行う。

【調査対象】管内小規模事業者から業種のバランスを考慮した上で、50者選定。

【調査項目】自社業況・売上・客単価・仕入価格・経常利益・従業員数・設備投資計画・経営課題・商工会への要望等
（調査項目は全国商工会連合会と同じにする事により比較可能）

（4）調査結果の活用

- ・HP及び商工会通信等（周防大島町商工会が定期的に全会員に郵送している情報発信ツール）を通じ公表し、個々の小規模事業者のビジネスチャンスを実業計画策定に反映出来るよう経営分析セミナー（事業計画策定等を含む）を通じて提案し、専門的要素の高い案件については、中小企業119・よろず支援拠点やエキスパートバンク等の専門家派遣制度を利用して地域経済動向の活用啓蒙・活用能力の育成を図る。
- ・地域内小規模事業者にわかりやすいよう加工し、巡回訪問にて提供する。

4. 需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

〔現状〕小規模事業者は、需要動向に関する情報収集が不足、あるいは有効に活用出来ないため、買い手のニーズに的確に対応した商品構成やサービス提供が出来ていない場合が多く、ビジネスチャンスを逃している可能性が高い。

〔課題〕当商工会でも、経営指導員等の個別の情報収集・分析に留まっていて、職員全体で需要動向が共有できていなかったため、改善して実施する。

（2）目標

支 援 内 容	現 状	R4 年 度	R5 年 度	R6 年 度	R7 年 度	R8 年 度
①業種別・品目別需要動向調査	1 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
②個社別商品・サービスの需要動向調査	1 回	3 回	3 回	3 回	3 回	3 回
③観光関連産業支援のための需要動向調査	1 回	2 回	2 回	2 回	2 回	2 回
①～③調査結果の情報提供件数（事業計画策定支援件数の2倍）	100 件	100 件	100 件	100 件	100 件	100 件

個社における調査結果の活用は、事業者ごと、相談案件ごとに異なり、最適な調査結果をその都度決定して指導していく特徴がある。そのため調査結果の情報提供件数は①～③の項目別ではなく、全体の情報提供件数を目標とする。

（３）事業内容

地域の小規模事業者マーケットインの考え方を浸透させるために、商品ニーズを調査・分析し、得た情報を事業計画策定時の需要の予測、商品開発・改良、品ぞろえ、販路開拓、設備投資等の基礎的資料として個社支援に役立てる。

さらに、個社の事業形態や需要動向の変化を踏まえて、事業計画策定・実施や需要開拓検討の参考資料として活用し、「だれに」「何を」「どのようにして」売っていくかという明確な販売戦略立案を支援する。

調査結果を地域の小規模事業者フィードバックするため、業務日誌・経営カルテと各種統計資料等を基に、情報（売れ筋・業界動向等）を抽出し、当商工会の共有サーバで業種別・品目別に需要動向を管理・分析する。

必要に応じて支援機関や専門家等からの支援も仰ぐ。

①業種別・品目別需要動向調査（地域内全事業者対象）

地域の小規模事業者が想定するターゲットのニーズ動向を把握するために、当会の経営指導員が中心になって、各種業界や支援機関等から情報収集し、事業者の新商品開発・改良や新事業展開等の販路開拓及び事業計画策定・実施に活用する。

また、提供された事業者が活用しやすいように、業種別・品目別に収集した情報を整理するため、以下の統計資料や文献等から整理・分析を定期的に（四半期毎）行う。

【収集資料・文献等】

- ・日経テレコン等 → 売れ筋情報、繁盛店の情報
- ・業種別審査事典等 → 業界動向
- ・やまぐち経済月報等 → 業種別・品目別の景気動向や今後の推移、成功事例

《商業・サービス業》

全国商工会連合会の支援体制強化推進ネットワーク「日経テレコンPOSEYS」等を活用して、各商品・サービスの販売傾向や売れ筋情報、ターゲットの性別・年齢など各事業者に応じたデータを調査分析する。

《製造業・建設業》

「日経テレコンPOSEYS」等を活用して、製品のトレンドや今後有望な市場の情報提供や業界誌等（日刊工業新聞、日経MJ等）による製造業関係の業界情報を提供することにより、自社の製品開発に活用できるよう支援する。

【分析手段】

事業者の取得したい情報に応じたデータを入手し、業種や品目等に係るデータを整理・分析して提供する。

【調査結果の活用】

業種別・品目別に需要動向を調査することで、新商品開発・改良や新事業展開等のヒントや販売戦略立案の参考資料として活用。

②個社別商品・サービスの需要動向調査（事業計画実施事業者対象）

《想定ターゲットの「生の声」調査》

地域内の小規模事業者が事業計画に基づく新商品開発・改良や販路開拓等を実施するには、想定ターゲットのニーズを予測するデータの取得が必要であるため以下の調査を実施する。なお、支援対象事業者やターゲットにより、収集したいデータは様々なので、事業者と慎重に協議の上、アンケート収集項目を決定する。

【基本的なアンケート収集項目】

- ・商品（パッケージデザイン）、価格、味、接客等の満足度
- ・他社や従来の商品等との違い（良い点、悪い点）
- ・調査対象商品等を買う理由、買わない理由
- ・要望等

【アンケート収集方法】

- ・事業所が有する顧客名簿をもとに郵送またはメール
- ・来店時
- ・物産展等
- ・人気ツアー、購入土産、バスの立ち寄り施設（当商工会会員の旅行バス会社から収集）

【調査結果の活用】

調査結果を様々な角度で分析することはもちろんであるが、調査結果と事業者の保有する「自社の強み」をかけ合わせて新たな需要の開拓に結びつけ、どのような方法で売上・利益（客単価、来店頻度）の向上に繋げていくかを、事業者とともに検討する。

また、物産展で商品購入者のアンケートまたはブースでの聞き取りを行う場合は、今回の商品選定のポイント、商品や事業者への要望、商品の利用頻度等の調査項目を把握するほか、百貨店やバイヤーに対してもニーズ調査等を行い、事業者へフィードバックする。

《ターゲット商圏の需要動向調査》

全国の商工会・商工会議所で経営発達支援計画策定及び実施していることから、同様の需要動向調査が実施されつつあり、商工会のネットワークを活用すれば、調査・分析結果を提供してもらうことが可能である。

特に周防大島町の最大のターゲット商圏である広島県西部や山口県内の需要動向調査は観光関連ニーズの把握に大いに役立つので、商工会のネットワークを活用し、当地域周辺や首都圏の需要動向を収集する。

【収集項目】

経営発達支援事業で需要動向調査を実施している全国の商工会・商工会議所

【分析手段】

該当事業者の希望する調査内容・商圏等を考慮の上、入手したい商工会等の需要動向調査を抽出し、全国商工会連合会や山口県商工会連合会と連携して調査結果を入手し、当商工会での需要動向調査を加味した情報を提供する。

【調査結果の活用】

- ・全国展開（出店・ネット販売・U J I ターン者の住居建築等）を模索している事業者に東京・大阪圏の需要動向調査の情報を提供

・観光客をターゲットに新商品開発や新事業展開等の販路開拓を模索している事業者には山口県や広島県の需要動向調査の情報を提供

③観光関連産業支援のための需要動向調査

《「道の駅サザンセットとうわ」での聞き取り調査》

当地域の人口は減少しているが、県内や広島県からの観光客は年々増加し、観光関連産業の活性化が期待されている。ニーズのミスマッチが生じないよう観光客ニーズを把握し、小規模事業者が新商品開発や事業計画策定を実施するうえで必要となる項目を厳選して以下の調査を実施する。

【収集項目】

来町者の情報（住所・年齢・性別・同伴者数等）、来町の目的、滞在時間、アクセス手段、消費動向（購入単価・数量）、他の立ち寄り先、購入商品、周防大島で購入した理由、周防大島で手に入れた商品やサービス、周防大島で飲食したお店とメニュー、周防大島で食べたいグルメ、宿泊先情報（施設名、宿泊価格、食事、土産の内容、満足度）

【分析手段】

年間 100 万人以上の当地域観光客のうち約 30 万人が訪れる「道の駅サザンセットとうわ」で聞き取り調査を年 2 回実施する。

上記収集項目を基に聞き取りシートを 100 枚回収する。観光関連ニーズの傾向を導き出すため年齢や性別を問わず聞き取りし、収集項目を小売業、飲食業、サービス業の支援対象業種ごとに分析し、巡回訪問時に個別提供する。

小売業：購入商品、周防大島で購入した理由、周防大島で手に入れた商品、購入単価、数量を分析。

飲食業：飲食したお店とメニュー、周防大島で食べたいグルメを分析。

宿泊業：宿泊先と宿泊先のおもてなし方法、宿泊客の要望を分析。

その他：事業者と協議の上決定

【調査結果の活用】

事業者の経験や勘ではなくデータに基づいた的確な新事業の検討、既存商品の改良、新商品・新サービス開発に活用する。

小売業：商品改良、新商品開発、商品構成、価格設定に活用。

飲食業：メニューの新開発、顧客ターゲット設定に活用。

宿泊業：食事メニュー開発や館内イベントなど、支援先が取り組めるサービスの立案に活用。

5. 経営状況の分析に関すること

（1）現状と課題

〔現状〕小規模事業者が持続的発展を遂げて行くには、経営状況を正確に把握することが第一歩であるが、ほとんどの事業者は税務書類提出のための財務管理であり、財務諸表から読み取れる経営状況の把握を行っていない。

〔課題〕巡回指導時に財務分析の必要性について周知し、財務情報から得られる経営データの重要性を認識してもらう必要がある。

経営者の頭の中にある事柄を書面で整理して、経営資源や財務内容を分析・把握をしてもらい、

専門家派遣制度等も活用しながら、利益の源泉である「自社の強み」や、経営体質改善のヒントになる「自社の弱み」を導き出し、職員と共に経営改善を図っていく必要がある。

重要なことは、事業者の経営資源・経営体力を把握したうえで、重要度・優先度も配慮した計画提案を行うことである。

どんぶり勘定、成り行き経営からの脱却を促し、PDCAサイクルの確立により段階的な成長ができる事業計画策定を支援する。

(2) 目標

支 援 内 容	現状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
経営分析セミナー	-	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
簡易財務分析件数	116 件	100 件	100 件	100 件	100 件	100 件
経営分析事業者数	80 者	80 者	80 者	80 者	80 者	80 者

(3) 事業内容

①「中小機構」の経営自己診断システムによる簡易財務分析の実施

確定申告時に 150 件前後の小規模事業者が、決算個別相談に訪れる機会を活用して、決算指導の一環として、「中小機構」の経営自己診断システムによる財務分析を実施する。

経営自己診断システムは「決算書項目内容入力」画面で決算内容を入力するだけで、時間を掛けずに、業界指標と比較した「個別指標診断」「総合診断」「資金繰り診断」が可能である。その診断結果とともに経営分析シート（下記④の財務・経営分析シート）を配布し、後日の巡回訪問時にフォローすることで問題意識の高い小規模事業者の掘り起こしを容易にする。

②巡回・窓口相談及びセミナー開催

経営指導員による巡回・窓口相談で経営分析の重要性を啓蒙し、経営分析に関する（事業計画策定等を含む）セミナーを開催することで経営分析実施事業者の増加を促進し、地域内小規模事業者の経営状況の把握に努める。

令和 2 年度の巡回相談 1, 187 件・窓口相談 2, 431 件で合計 3, 618 件の相談機会があるが、相談件数は維持しつつ、より中身の濃い伴走型支援を実現するために、有効面談件数及び成果の増加に重点を置く方針で業務を遂行する。（成果＝分析件数の増加）

また、必要に応じて中小企業 119・よろず支援拠点やエキスパートバンク等の専門家派遣制度を活用して経営改善策を提案する。

特に、「中小機構」の経営自己診断システムを実施した事業所や記帳代行業務実施先で、収益性・安全性に問題が読み取れた事業者を優先的にフォローし、早い段階で経営改善に取り組むよう意識改革を促す。

③経営状況分析及び手順

【対象者】②のセミナー参加者や巡回の際に意欲のある事業者、新規創業者、創業予定者等 80 者を選定。

小規模事業者の経営状況分析の目的は事業計画策定のためのプロセスであり、売上・利益の増加を達成するための現状把握であることの認識を持って、以下の内容及び手順で小規模事業者の分析を支援する。

- ・商圏・商圏強度・商圏内シェア分析及び活用（地域経済動向調査を参照）
- ・競合分析（地域経済動向調査及び需要動向調査を参照）
- ・自社分析（経営分析シートに記載）
- ・上記分析を踏まえたうえで、経営課題の抽出

④事業所ごとの分析シート作成

分析内容及び経営課題を、当商工会オリジナル様式の「財務分析シート」「経営分析シート」に登録する。登録したシートは、当商工会の共有サーバ（*1）に保存し、4支所間で共有する。共有したシートは、分析及び経営課題抽出結果を情報共有し、事業計画策定支援に活用する。

***1 共有サーバ** 職員間の情報を共有するために、商工会内のネットワークに職員が自由にアクセスし、情報のやりとり可能なシステム

【分析項目】

- ・「財務分析シート」の活用（定量的な分析）

当商工会オリジナルの財務分析ソフト（指標分析・時系列分析・費用分析・損益分岐点分析・C／F分析等が可能）で3期分の決算書データを「財務分析シート」に入力し財務分析を行う。特に「営業活動」によるキャッシュフローの増加を重点的に指導することで持続的発展を支援する。

- ・「経営分析シート」の活用（定性的な分析）

「財務分析シート」による定量的な分析に加え、SWOT分析などの定性的な分析支援を行い、「経営分析シート」を作成する。「経営分析シート」で分析する項目は、経営理念及び目標、SWOT分析（内部環境・外務環境分析）とし、分析結果から経営課題の抽出、経営課題に対する対応策検討を支援する。

（4）分析結果の活用

- ・分析結果は、当該事業所にフィードバックを行い、事業計画策定のために活用する。
- ・月1回の経営指導員ミーティングの場で支援手法を協議し、成功事例等の情報の共有や支所間の分析能力格差是正を図る。

6. 事業計画策定支援に関すること

（1）現状と課題

〔現状〕これまでの事業計画策定支援は、融資の添付資料や、経営革新計画や各種補助金申請の添付資料としての需要に留まっていたが、小規模事業者持続化補助金等、小規模事業者向けの施策が充実したことにより、事業計画策定に関する支援ニーズも増加傾向にある。

〔課題〕

補助金による効果ではあるものの、事業計画策定の重要性が事業者浸透されている機運を捉え、事業計画策定支援を加速していく方針である。

事業計画策定支援にあたっては、財務分析により収益性・安全性に問題が見られる事業者、「財務分析シート」「経営分析シート」を作成した事業者を最優先に、抽出した経営課題の対応重要度・優先度を踏まえ、事業計画策定支援に移行し、毎年度『新規事業計画策定50件』の目標達成に努める。

創業や新事業展開の育成・支援については、店舗の開店の準備をすでにされていたり、創業した後には相談に来られたりする事も多く、また、事業計画を作成されていない場合が多い。特に、創業はスタート時にトラブルが多いので、事前に相談や事業計画を策定していれば、リスクの見える化も可能になるはずである。

こうした状況を打破するために、創業・新事業展開支援相談窓口を常設し、迅速にワンストップで対応出来る体制を整え、伴走型支援で創業に必要な多様な支援を行うことで準備不足の解消や創

業実現率の向上を図り、「周防大島＝起業の島」をより定着させることで、毎年度『創業者支援数 20 件』の目標達成に努める。

計画を策定し、実施していく中で、I T ツールやデジタル技術等の活用は、必須スキルと言える。そのため、D X の必要性を認識とデジタル技術の活用のスキル向上のために、D X セミナー等を開催し、意識の向上を図る。

(2) 支援に対する考え方

前述の経済動向調査や個社の経営分析等の結果を踏まえたうえで、事業計画策定支援を行い、専門家・地域金融機関・商工会連合会等の支援機関と連携し、小規模事業者とともに計画実現・目標達成を目指すことにより、小規模事業者の事業の持続的発展を支援する。

(3) 目標

- ・年間 50 件の事業計画策定を支援し、計画内容を把握したうえで、経営革新や農商工連携に向けた取組に反映させる。
- ・「周防大島＝起業の島」を定着させるために、創業・新事業展開を積極的に支援する。

支 援 内 容	現状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
事業計画セミナー参加者数（経済動向調査・需要動向調査・経営状況分析を含む）	24 者	15 者	15 者	15 者	15 者	15 者
D X 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	52 者	50 者	50 者	50 者	50 者	50 者
創業支援件数	14 件	20 件	20 件	20 件	20 件	20 件
新事業展開支援件数	1 件	4 件	4 件	5 件	5 件	5 件

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの実施

事業計画策定（地域経済動向、経営状況分析等含む）に不可欠な知識及びノウハウを身につけるセミナーを開催する。

【支援対象】経営自己診断システムや経営分析シート等を活用して、自社の経営分析結果を把握出来ている事業者

【支援手法】

- ・巡回指導時や税務・金融相談時に、事業計画策定の必要性・動機づけ及びメリットを説き、事業計画策定を目指す事業者の需要をさらに掘り起こす。
- ・事業計画策定のツールとして中小企業基盤整備機構が開発した経営計画策定アプリ「経営計画つくるくん」を巡回指導の際に積極的に活用する。

ここで作成した基本的な事業計画書をベースに、連携する専門支援機関や金融機関等の協力を仰ぎながら、ブラッシュアップを行い、需要を見据えた事業計画を完成させる。

②D X 推進セミナー・I T 専門家派遣の開催

【支援対象】I T ツールの活用に苦手意識を持っている事業者

【支援手法】D X 化に向けた I T ツールやデジタル技術活用の知識の啓蒙を行い、生産性向上、事業計画の精度向上に繋げる。個別の相談については、I T 専門家派遣を開催し、スキルアップを進めていく。

⑤創業・新事業展開支援

創業・新事業展開等支援窓口及び運営

当商工会本所に創業・新事業展開支援相談窓口を常時設置し、相談要望に迅速な対応が出来る体制を構築する。また、当支援窓口では、経営革新、農商工連携（6次産業化も含む）等の取り組みも重点的に支援する。

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

〔現状〕事業計画を策定しただけで実施まで至らずに終わってしまう事業者が多いため、4半期毎に進捗状況に合わせたフォローアップ支援を行い、事業者のPDCAサイクル確立を根付かせる必要がある。

当地区では、高齢化・売上不振等の理由で後継者不足に陥り、廃業に歯止めがかからない状況である。

〔課題〕豊かな観光資源を背景に起業するUJIターン者も多いことから、今後の事業承継支援は、家族内及び従業員への事業承継のみならず、第二創業者及びUJIターン起業者をターゲットにした事業承継支援をしていく事が課題である。

(2) 支援に対する考え方

第三者への事業譲渡をマッチングするシステムを構築することにより、地域の優秀な商品や技術・ノウハウの消滅を防止する。

さらに、後継者育成支援として、経営上必要な知識や能力を身につけるため、セミナーや個別相談会を開催・紹介し、後継者育成及び円滑な事業承継を支援する。

(3) 目標

- ・事業計画策定事業者全てのフォローアップを実施支援する。（4半期毎以上）
- ・円滑な事業承継及び後継者の経営能力向上を支援する。

支援内容	現状	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
事業計画策定後のフォローアップ事業者数	52 者	50 者	50 者	50 者	50 者	50 者
頻度（延回数）	170 回	200 回	200 回	200 回	200 回	200 回
売上増加事業者数	22 者	20 者	20 者	25 者	25 者	30 者
利益率 5%以上増事業者数	21 者	20 者	20 者	25 者	25 者	30 者
事業承継相談件数	12 件	4 件	4 件	4 件	8 件	8 件
事業承継マッチング件数	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件

(4) 事業内容

①事業計画実施支援（フォローアップ）

巡回訪問等で定期的（4半期毎以上）に計画・実績差異分析等のフォローアップ調査を実施し、進捗状況に応じて計画の修正及び見直しを行う。

計画未達成の場合、原因を分析し、改善案を提案する。

これらの支援を継続的に行うことで事業者にPDCAサイクルを根付かせる。

- ・資金面では、「小規模事業者経営発達支援融資」を活用し、持続的発展の見込まれる事業者に対

し、販路拡大や新たな分野進出への資金調達を支援する。

- ・技術的な分野に関しては、中小企業基盤整備機構、(独) 山口県産業技術センター等の専門支援機関と連携した支援を行う。
- ・状況に応じて、専門家派遣制度（よろず支援拠点・中小企業 119 やエキスパートバンク等）を活用するなど、関係機関と連携して必要な指導・助言を行う。
- ・持続化補助金・ものづくり補助金等への推奨及び支援を行う。

②事業承継を第三者へマッチング

巡回指導等での聞き取り調査に加え、経営分析シートの〈後継者〉欄で、後継者がなく、第三者に継承したい優秀な商品や技術・ノウハウを保有している事業者を把握し、創業や新事業展開を志す事業者へのマッチング支援を実施する。

さらに、公表を希望する場合は、HP・商工会通信（当商工会の会報）等を通じて広く公表し、創業や新事業展開を志す事業者を募る。

③後継者育成セミナー等の開催及び紹介

各支援機関が開催している経営セミナーを商工会通信や周防大島町商工会HPで紹介し、ニーズの高いテーマについては当商工会で開催することにより、後継者育成を支援する。

さらに、専門家派遣制度を活用し、専門知識・ノウハウ向上を図り、後継者の経営能力を養う。

④廃業予定者へのソフトランディング支援

売上高や利益率の減少、経営者の高齢化等の理由から段階的な廃業を進めていく案件に対しては、取引先等の影響を最小限にし、廃業予定者のその後の生活を勘案したうえで円滑な廃業のための指導・助言を実施する。

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〕小規模事業者が持続的な発展を続けていくためには、自社商品やサービスが購入対象となるターゲットに認知されることが必要である。当商工会では平成 25 年度補正予算により実現された「小規模事業者持続化補助金」を活用し、新規顧客開拓のためのオリジナル商品開発やチラシ作成、視認性向上のための店舗看板設置など、小規模事業者の新規顧客獲得・販路開拓を支援してきた。

また、当商工会商業部会によるブログ更新やチラシ作成で地域事業者の新商品や新サービスを周知、全国商工会連合会による「ニッポン全国物産展」、広島市による「ビジネスフェア中四国」への出展支援等により、販路開拓支援を行ってきた。

〔課題〕これまでは商品開発や販路開拓を事業者が主導していたので、経営状況の分析結果や需要動向調査によって得られた情報に基づき、商工会による提案型の個社支援を行っていくことが課題である。

また、これまではPDCAサイクルのない単発支援になっていたもので、新商品・新サービスの意見や反響を事業者へフィードバックするPDCAサイクルを確立していくことも課題である。

新型コロナウイルス感染症の影響により、物産展や商談会は、規模や開催数が減少している。また、自社の情報発信ツールを持っていない事業所が多く、HPやSNS等もっていない事業所も多い。

今後は、デジタル技術の活用が重要になってくるが、小規模事業者は、デジタル技術の利活用が、遅れているのが課題である。

(2) 支援に対する考え方

商工会主催で物産展等を開催するのは、困難であるため、首都圏で開催される既存の物産展、ビジネスフェアに参加を促す。事業者の売りたいものではなく、マーケットインの思考に基づいた首都圏で売れる商品の出展支援を行う。物産展、ビジネスフェア出展中や終了後の支援も行う。

D X化に向けた取組として、オンライン商談会のための I T ツールの活用、HP や SNS の作成による情報発信、ネットショップ開設等、デジタル技術を活用するための相談対応を行う。導入にあたっては、必要に応じて I T 専門家派遣等を実施するなどして、事業者の支援を行う。

(3) 目標

(目標) 新たな販路開拓支援を行った小規模事業者の売上を前年比 5% 向上させる。

支援内容	現状	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度
①～⑧新たな需要開拓 個社支援数 (経営指導員 年 12 件×4 人)	20 者	48 者	48 者	48 者	48 者	48 者
上記個社支援数の 売上前年比向上(5%)事業者数	10 者	24 者	24 者	24 者	24 者	24 者
④物産展・ビジネスフェアの 出展支援数	10 者	12 者	12 者	12 者	12 者	12 者
④物産展・ビジネスフェアの 商談成約件数 (1 社 1 件)	10 件	12 件	12 件	12 件	12 件	12 件
⑥アンテナショップ等への新規出 店支援	0 件	1 件	1 件	1 件	1 件	1 件
⑤HP、SNS サイト等新規作成 件数	2 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
⑤HP 作成セミナー開催回数	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回
⑤ネットショップ開設者数	-	2 者	2 者	2 者	2 者	2 者
⑦ プレスリリース支援件数	0 件	10 件	10 件	10 件	10 件	10 件
⑦ プレスリリース採択件数	0 件	1 件	1 件	2 件	2 件	3 件
⑧ 海外展開及び訪日外国人向け の販路開拓支援数	27 者	4 者	4 者	4 者	4 者	4 者

(4) 事業内容

①認知度・顧客サービス向上支援

《商圏内への新たな需要開拓支援》

地域内全業種において、新市場開拓、新規顧客開拓、既存客のリピート率・購入単価向上を目的に、小規模事業者持続化補助金等を活用して、自社商品・サービスのパンフレット等作成による認知度向上、顧客サービス向上のための取り組みを促進する。

【改善点】

需要動向調査で得られた情報を基に新事業の立案、既存商品の改良、新商品・新サービス開発を支援し、事業者の需要開拓や売上増加を確実なものとする。

今までは単発支援になっていたため、新商品や新サービスの意見や反響を事業者にフィードバックすることで P D C A サイクルを確立する。

目標は売上前年比 5% 向上とする。

②チラシ作成・発行（商タイム瓦版）

《商圏内への新たな需要開拓支援》

主に飲食業、小売業、サービス業を対象とし、新商品や新サービスを開発した地域事業者の需

要開拓と売上増加を支援するため、ブログの更新や商圈内に配布するチラシを作成する。

【改善点】

商タイム瓦版事業の目的は一店一品運動だったが、現在は広告デザインを変更せず、従来通りの広告デザインを掲載する事業所が大半となっている。

今までより一歩踏み込んだ販路開拓支援を実施するため、新商品や新サービス開発にあたっては経営状況の分析結果や需要動向調査によって得られた情報に基づいて、商工会が事業所の広告デザインや商品・サービスのキャッチフレーズを積極提案し、PDCAサイクルを回して地域事業者の需要開拓や売上増加を確実なものとする。

- ・チラシ作成、発行：「商タイム瓦版」（7月、11月、2月の年3回発行）
- ・チラシ配布方法：新聞折り込み
- ・チラシ配布数：36,000部（町内、柳井市、熊毛郡、岩国市）

③地域イベント出店支援

《商圈内への新たな需要開拓支援》

周防大島町、農協、水産共励会、観光協会、郵便局と連携して実施されるイベント「周防大島まるかじり」に商工会ブースを設け、小規模事業者の取り扱う商品・サービスの展示会及び販売会を実施し、需要開拓と売上増加を図る。

【改善点】

今までは出展への参加呼びかけに留まっていたが、今後は出展者の確実な販路開拓につなげるため、どのようなコンセプトを打ち出して商品の魅力をアピールするかなど販促方法を商工会が提案する。

また、イベント来場者に聞き取り調査を実施し、売れ筋情報や価格設定、パッケージデザイン等の生の声を集めてフィードバックを行い、商品ブラッシュアップにつなげる。商品ブラッシュアップやパッケージ等の改良等は、中小企業119や山口県よろず相談拠点の専門家派遣事業を活用する。

- ・周防大島まるかじり：出展支援5件

④物産展・ビジネスフェアへの参加支援

《都市部への新たな需要開拓支援》

地域特産品を扱う小規模事業者を対象として物産展への積極的な参加を呼びかけ、新たな取引先との成約、地域外への需要開拓や売上増加を支援する。

【改善点】

今までは出展への参加呼びかけに留まっていたが、今後は出展者の確実な販路開拓につなげるため、どのようなコンセプトを打ち出して商品の魅力をアピールするかなど販促方法を商工会が提案する。

また、物産展には職員が同行し、出展者と共にバイヤーの方々からアドバイスを求め、商品ブラッシュアップや売り込み方の手がかりにする。

- ・ニッポン全国物産展：出展個社支援4件
- ・ビジネスフェア中四国：出展個社支援4件
- ・ビジネスドラフトやまぐち：出展個社支援4件

⑤アンテナショップ等への出店

《都市部への新たな需要開拓支援》

全国商工会連合会が運営している「むらからまちから館（有楽町）」、山口県が運営している「おいでませ山口館（日本橋）」と連携し、小規模事業者が取り扱っている商品を首都圏のアンテナシ

ショップにおいて展示販売されるよう支援を行う。

また、上記アンテナショップは首都圏バイヤーが商材を探しに訪れることもあるので、商工会職員も同行してアンテナショップへの出展を支援する。

⑥HP製作支援

《ITを活用した需要開拓支援》

自社HPを保有していない、もしくは活用出来ていない事業者に対して、HP作成セミナーを開催し、事業者自身でHPの管理更新ができるように支援する

【改善点】

これまでは当商工会商業部会が事業者の新商品や新サービスを商工会HPに掲載していた。無料で提供するHP作成システム「JIMDO」等を活用して、商工会の支援によって自社HPを製作し、事業者が自分で新商品、新サービスを掲載できるようにする。

また、事業者向けのHP作成セミナーを開催し、事業者自身によるHP掲載方法を学ぶことにより、事業者自身による需要開拓を支援する。特に、小売業の事業者は、ネットショップを開設することで、独自の需要開拓が出来るように支援を行う。

- ・HP作成セミナー開催

「JIMDO」等の無料で、簡単に日々更新作業が可能なサービスの利用方法を解説するセミナーを開催する。

- ・事業者独自のHP、SNS（Facebook等）サイト作成支援

- ・BASE、COLOR ME等の無料のサービスを活用したネットショップの推奨

⑦プレスリリース確率アップ支援

《多様な広報手法を活用した需要開拓支援》

ローカルテレビ番組だけでなく、全国放送の食べ歩きコーナーや旅番組でも周防大島が取り上げられる機会が増加し、毎週のように周防大島の情報を発信したテレビ番組が放送されており、その集客・宣伝効果は絶大である。

また、メディアに掲載・放映されれば、該当事業者ばかりでなく、地域のあらゆる方面に波及効果が及び地元経済全体の活性化にもつながる。

このように周防大島の地域ブランドが注目されている強みを生かし、新商品開発や新事業展開に取り組む事業者を各種メディアや新聞等に情報提供し、新規顧客獲得や販路拡大の支援を行う。

プレスリリース採用の確立アップのため、従来のように定型用紙に記入して送付するだけでなく、

- ・どんな内容なら採用されるのか

- ・メディアは何を発信したいのか

等を採用事例や不採用事例を蓄積・分析して採用確立のアップに繋げる。

⑧海外展開及び訪日外国人向けの販路開拓策

《外国人へ向けた需要開拓支援》

少子高齢化による国内市場の縮小や巨大な世界の市場獲得を目指し、海外展開に目を向ける事業者の育成にも注力が必要であるが、小規模事業者や当商工会にはノウハウが十分でない。山口県や日本貿易振興機構等と連携して、補助金等の活用推進や海外向けの展示会や商談会等の出展支援及び情報提供を行う。

また、岩国米軍基地の拡充等（米軍関係者4,000人以上の移駐）の効果で、外国人向けHP作成（英語版・中国語版）支援の要望が増加傾向にあり、小規模事業者持続化補助金での実績もあるので、インバウンド対策で新規顧客獲得を狙うための需要開拓支援を行う。

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]、地域経済団体・小規模事業者支援機関として商工会自身もP D C Aサイクルを確立させる必要がある。

毎年度、本経営発達支援計画に記載事業の実施状況及び成果について、事業内容に記載の方法により評価・検証を実施することで当商工会のP D C Aサイクルを踏まえた事業実施を行っている。

[課題] 1期計画より評価、見直しを行ってきたが、改善案を翌年の事業実施に十分に落とし込めるように、P D C Aサイクルに則った事業実施を定着させることが課題である。

(2) 事業内容

①評価時期 年1回（事業報告及び事業計画作成時期）

②評価体制 ・外部有識者を含む評価（外部評価）

＊評価委員（法定経営指導員1名、経営指導員3名、町役場1名、中小企業診断士1名、地域金融機関1名、県商工会連合会1名、一般町民2名、当商工会正副会長等4名程度）

・理事会による評価（内部評価）

③評価内容 本計画の実施状況及び成果の確認・見直し案の検討

④実施方法 ・実施報告書及び事業評価表作成

・外部評価委員会において評価・見直しの方針を決定する。

・理事会において実施報告・事業評価表について説明を行い、意見集約及び見直し案を検討する。

・通常総代会において報告・承認

⑤公 示 事業の成果・評価・見直し等を当会総代会資料・会報・HPにて公表

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] W E B研修や当商工会内の課題別研修会、県連等で開催されている研修会に積極的に参加しており、職員個々の支援能力は着実に向上しているものの、職員間でのノウハウ共有は十分であるとは言えない。

また、人事異動において、まだ指導経験の浅い職員もおり、個々の支援能力に差が出ている。

[課題] 個別での支援能力の向上を図っていくことは、勿論であるが、職員全体でのノウハウの共有・レベルアップを図っていくことが本計画の遂行に必要不可欠である。どの職員に相談しても同様の質の高いサービスを受けられる組織体制に改善する必要がある。

近年の急激な社会情勢の変化に対応するため、D X化に必要なデジタル化、I T技術の活用といった知識の習得は、事業者にとって必須である。そのためには、支援する職員の知識習得・向上を図ることが課題である。

(2) 事業内容

①職員個別の支援能力の向上のための研修受講

【経営支援能力向上セミナー】

経営指導員及び一般職員の支援能力の向上のため、山口県商工会連合会の実施している「業種別研修」「課題別研修」等に加え、当商工会職員全員が中小企業基盤整備機構や中小企業大学校による「小規模事業者支援研修」を積極的に受講する。

【D X化支援の知識習得セミナー】

地域の事業者にはD X化を推進するにあたって、職員全員が基礎知識としてI Tスキルを保有、向上させなければ、相談に対応する事が出来ない。よって、支援能力向上に繋がる下記のセミナーへ積極的に参加する。

- ・クラウド会計ソフトやキャッシュレス決済システム等、生産性向上に繋がる業務効率化になるI Tツール等
- ・H P等、自社での情報発信ツールや操作方法、S N S等の活用した広報等

②職員全体の支援能力の向上策（チーム力の強化）

- ・職員会議での支援ノウハウ共有
（情報共有・支援ノウハウ継承等　：月1回2時間）
- ・指導員ミーティングでの成功事例、支援手法の発表
（各種分析作業・支援事例・現状報告・検討会等　：月1回2時間）
- ・先輩指導員との同行巡回等によるO J Tで支援ノウハウ承継
- ・「小規模事業者支援システム」の経営カルテを活用した情報蓄積と全体での共有

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〕 主な支援機関との連携

- ①日本政策金融公庫岩国支店管内の「経営改善貸付推進団体連絡協議会」において、各地域の経済動向と金融支援状況等に関する情報交換及び事例等の情報共有。
- ②やまぐち産業振興財団の「山口県よろず支援拠点」等を有効に活用し、スタッフ・専門家と連携し、支援ノウハウ等の情報交換。
- ③柳井広域での観光客誘致の気運が高まり、平成26年より柳井商工会議所及び柳井広域の支援機関で「サザンセトエリア魅力発信プロジェクト」が発足し、地域の有力な観光資源・農林水産資源に関する情報共有。

〔課題〕 今後は上記の会議等についても議題、議案等の見直しにより情報共有の深度を高めるとともに、山口県商工会連合会が実施する会議等においても、他地域の成功事例等の情報共有、職員間の相互補完により手法の確立を図る。

また、近隣の商工会及び柳井商工会議所、各種支援機関、専門家等と連携し、支援ノウハウ等の情報交換の場を活用して、当商工会職員の支援能力の向上や新たな需要の開拓を進める基盤の構築を図る必要がある。

（2）事業内容

- ①山口県商工会連合会及び職員協議会等の研修会においても他の商工会との情報交換の場を設け、入手した情報を分析・要約した上、巡回相談や商工会H P等を活用し情報提供するとともに、今後の支援ツールとして職員間で情報共有を図る。
- ②近隣の商工会及び柳井商工会議所との連携を、より一層強めることで、柳井広域での観光ルート開発による滞在時間の延長策、特産品等の継続的な魅力発信を進めることで、スケールメリットを高め、地域の知名度を向上させ、新たな需要の開拓を進める基盤の構築に繋げる。

- ・各支援機関との連携強化による職員の支援能力の向上及び成功事例の共有
- ・経営改善貸付推進団体連絡協議会による情報交換(年2回)
- ・やまぐち産業振興財団の「山口県よろず支援拠点」による情報交換(年2回)
- ・サザンセトエリア魅力発信プロジェクト(年3回)

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

[現状] 周防大島町は豊かな観光資源を背景に R12 年に観光交流人口 110 万人を目指して、観光拠点の整備や民泊誘致等の観光交流誘致策を実施して交流人口を増加させ、更には「交流から定住へ」を合言葉に地域活性化を図っている。

また、「周防大島まるかじり」「安下庄海の家」等の集客力のあるイベントが各関係団体協賛で開催されていて、各関係団体の関係者が協議する機会が増えている。

[課題] これまでも地域活性化に向けた同様の会議はなされていたものの、参画する各団体の役割を活用することまでは踏み込まれていなかった。

これを契機に周防大島の地域経済活性化の方向性のみならず、各種団体の専門性を最大限活用した実務者レベルでの情報共有及び連携を深め、計画の着実な実行を図る。

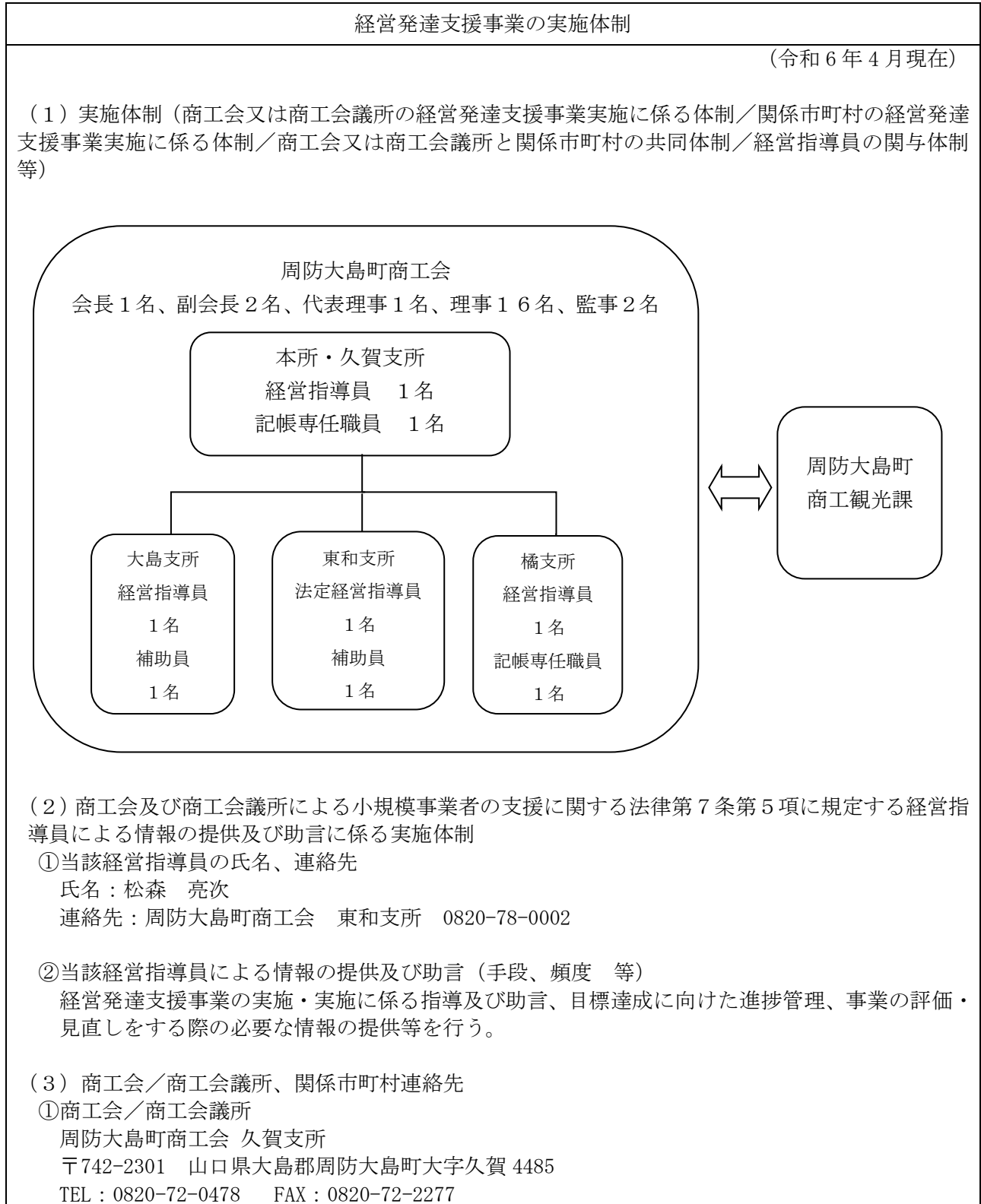
(2) 事業内容

①行政、山口大島農業協同組合、大島郡水産共励会、周防大島観光協会、郵便局等で周防大島の経済活性化を共通目的とした「周防大島経済活性化協議会」(年2回開催)を結成し、地域の農林水産資源を整理し、各団体が協力して新商品開発・新たなサービスの開発に取り組める体制を構築する。

②既存の地域イベント等を活用して、観光・産業・特産品等の認知度アップから「周防大島ブランド」の確立を図るとともに、全産業(農林業・漁業等)を通じた売上・利益の確保や後継者育成の仕組みを作ることで、地域の産業の発展を促し、人口減少に歯止めを掛け、地域経済の活性化に寄与する。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



Email : suo-oshima@yamaguchi-shokokai.or.jp

②関係市町村

周防大島町 商工観光課

〒742-2301 山口県大島郡周防大島町大字久賀 5134

TEL : 0820-79-1003 FAX : 0820-79-1022

Email : syokokanko@town.suo-oshima.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)

	令和 4 年度	令和 5 年度	令和 6 年度	令和 7 年度	令和 8 年度
必要な資金の額	722	722	722	722	722
専門家派遣費	722	722	722	722	722

(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・県・市補助金収入、委託料収入及び各種収入（使用料収入・手数料収入等）をもって、上記に掲げる事業を実施する。

(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。

(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	
連携なし	
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	