

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	小野田商工会議所（法人番号 2250005002329） 山陽小野田市（地方公共団体コード 352161）
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>地域経済を支える中小・小規模事業者の持続的発展を支援することで、事業者が厳しさ増す経営環境の変化に適応する経営力を持ち、地域経済の活性化と成長を促すことで、雇用機会を生み、定住、人口維持に繋げ、賑わいに溢れた住みよいまちを実現する。</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること</p> <p>経営課題の分析材料として、より地域の特性を反映した小野田地域の経済動向を把握し、「R E S A Sなどの政府統計等のビックデータ」を活用した他地域との比較分析等、経済動向を踏まえた課題設定を可能としていく。</p> <p>2. 需要動向調査に関すること</p> <p>新商品開発、新事業展開、販路開拓等の目的で需要動向調査を必要とする事業者が幅広く活用できるテストマーケティングの場を創出する。また、アンケート調査や品評会等を実施し、一般消費者に対する需要動向調査を行う。</p> <p>3. 経営状況の分析に関すること</p> <p>第1期経営発達支援計画に掲げた当所支援スローガン「“ありやつ”と思ったらまず商工会議所へ」の精神を継続して、敷居の低い商工会議所を目指すとともに、対話を通じ個々の課題解決に向けた伴走・積極型経営支援に繋げていく。</p> <p>4. 事業計画策定支援に関すること</p> <p>事業計画の策定は、財務データ等から見える表面的な経営課題だけではなく本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置く。</p> <p>また、DX推進を意識した時代に即応した支援を図っていく。</p> <p>5. 事業計画策定後の実施支援に関すること</p> <p>経営環境の目まぐるしい変化に対応出来る経営力の構築に向けて、当所はワンストップ支援機関として経営指導員が相談窓口となり、事業者と定期的にコンタクトを図っていく。また、必要に応じて各専門家や関係支援機関と連携し、旬な情報提供を行うとともに、長期的な視野に立った伴走・積極型経営支援を実施す</p>

	<p>る。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関するこ ト D X 推進の必要性を事業者に理解してもらうよう努め、S N S を活用した販路 拡大やE C サイトの活用事例を紹介するなどし、新たな需要の開拓を推進する。</p>
連絡先	<p>小野田商工会議所 中小企業相談所 〒756-0824 山口県 山陽小野田市 中央二丁目 3番 1号 TEL:0836-84-4111 FAX:0836-84-4180 e-mail:host@onoda-cci.or.jp 山陽小野田市 経済部 商工労働課 〒756-8601 山口県 山陽小野田市 日の出一丁目 1番 1号 TEL:0836-82-1150 FAX:0836-83-2604 e-mail:shoukou@city.sanyo-onoda.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							
<h3>1. 目 標</h3>							
<h4>(1) 地域の現状及び課題</h4>							
<h5>①現 状</h5>							
<p>➤ 山陽小野田市の概要</p> <p>山陽小野田市は、2005年（平成17年）に旧小野田市（以下、「小野田地区」という。）と旧山陽町（以下、「山陽地区」という。）が合併して誕生した、人口約6万人のまちである。合併の名残を受け、市内には山陽地区に山陽商工会議所、小野田地区に小野田商工会議所と2つの商工会議所が存在し、管轄地域の商工業者を支援している。</p>							
<p style="text-align: center;">山陽小野田市地図</p> 							
<p>引用：国土交通省国土地理院市町村合併新旧一覧図④、山陽小野田市観光マップ④</p>							
<table border="1"><thead><tr><th>管轄地域</th><th>管轄機関</th></tr></thead><tbody><tr><td>小野田地区</td><td>小野田商工会議所</td></tr><tr><td>山陽地区</td><td>山陽商工会議所</td></tr></tbody></table>		管轄地域	管轄機関	小野田地区	小野田商工会議所	山陽地区	山陽商工会議所
管轄地域	管轄機関						
小野田地区	小野田商工会議所						
山陽地区	山陽商工会議所						
<p>➤ 立地・交通</p> <p>山陽小野田市は、山口県の南西部に位置し、瀬戸内の穏やかな海と緑あふれる山々に囲まれている。西に下関市、東に宇部市と県内有数の人口の多い市の間にあり、宇部・小野田広域都市圏に属すが、工業部門において北九州市との関係も深く関門都市圏の一部でもある。</p> <p>交通アクセスは、宇部市にある山口宇部空港より車で約25分、山陽自動車道は小野田IC・埴生ICがあり、北九州まで約1時間で行くことができる。また、1999年（平成11年）に山陽新幹線の停車駅（厚狭駅）も整備され、県内外からの交通アクセスの拠点となっている。</p>							

➤ 人口について（推移・構成）

山陽小野田市の人口は、2022年10月1日時点で58,855人（山口県人口移動統計調査）となっており、令和2年以降で1,400人以上が減少し6万人台を割った状況である。

下記表は、年少人口（0～14歳）、生産年齢人口（15～64歳）、65歳以上人口からなる年齢3区分の人口推移である。構成比をみると、年少人口（0～14歳）、生産年齢人口（15～64歳）の割合は減少を続ける一方、65歳以上人口の割合は上昇を続け、2020年（令和2年）には高齢化率33.9%を記録するなど、人口減少と少子高齢化の進行がより顕著となっている。

■年齢3区分別の人団推移

(2022年10月1日時点)
総人口 58,855人



資料：国勢調査（総人口は年齢不詳を含む）

■管内（小野田地区）総人口・世帯数の推移

山陽小野田市のうち、小野田地区における総人口・総世帯数の推移は下記の通りである。

市全体の現状と同様に総人口数の減少が続いているが、総世帯数は増加傾向となっている。総世帯数の増加については、高齢者単身世帯の増加が主な要因に挙げられ、2015年以降の急激な増加は、同年に小野田地区所在の大学が公立化したことと、新学部が設立されたことによる学生の転入増（一人暮らし学生）が要因として考えられる。

小野田地区				
時 点	総人口（人）	推移（人）	総世帯（戸）	推移（戸）
1995年（平成7年）	45,946	—	—	—
2000年（平成12年）	45,085	△861	—	—
2005年（平成17年）	44,379	△706	17,171	—
2010年（平成22年）	43,300	△1,079	17,381	210
2015年（平成27年）	42,178	△1,122	17,601	220
2020年（令和2年）	40,840	△1,338	17,982	381

資料：国勢調査（人口増減・世帯数増減推移 ※公表数値のみ抜粋）
推移：前回調査から5年間の増減値を記載

➤ 産業について（事業所数推移・構成）

山陽小野田市の産業は、化学、医薬品、鉄鋼等様々な分野の優良企業が立地しており、工業出荷額は周南市、防府市に次ぐ県内第3位の瀬戸内工業地域の一角を担う県内有数の工業都市である。産業分類別従業者数においても、建設、製造業で全体の約3割超を占めており、その一端が窺える。

しかし、管内商工業者数（小規模事業者数）は長期的な減少傾向にあり、今後も長引くコロナ禍の影響等で閉店・廃業数の急増が懸念されている。その一方、新型コロナ関連対策支援を中心に経営相談の需要が高まりをみせており、当所商工会員数は2022年10月1日時点では1,055事業所まで増加している。

■管内商工業者数の推移と小規模比率

時 点	商工業者数	小規模事業者数	小規模比率	商工会員数	会員比率
2006年（平成18年）	1,621	1,134	67.0%	1,164	71.8%
2009年（平成21年）	1,574	1,166	74.1%	1,018	64.7%
2014年（平成26年）	1,426	1,040	72.9%	1,011	70.9%
比 較 (H26 : H21)	-9.4%	-10.8%	—	-0.6%	—

資料：平成26年経済センサス活動調査

■産業（大分類）別民営事業所数及び従業者数（平成28年6月1日 時点）

産業大分類	事業所数	従業者数（人）	
事業所数（公務除く、事業内容不詳を含む）	2,256	—	
A～R 全産業（S公務を除く）	2,216	割合	24,411
A～C 農林漁業、鉱業、採石業、砂利採取業	15	0.7%	458
D 建設業	228	10.3%	1,761
E 製造業	157	7.1%	6,914
F 電気・ガス・熱供給・水道業	4	0.2%	144
G 情報通信業	4	0.2%	59
H 運輸業、郵便業	59	2.7%	1,178
I 卸売業、小売業	647	29.2%	4,669
J 金融業、保険業	29	1.3%	343
K 不動産業、物品賃貸業	68	3.1%	466
L 学術研究、専門・技術サービス業	61	2.8%	492
M 宿泊業、飲食サービス業	245	11.1%	1,768
N 生活関連サービス業、娯楽業	225	10.2%	913
O 教育、学習支援業	61	2.8%	407
P 医療、福祉	232	10.5%	3,453
Q 複合サービス事業	18	0.8%	193
R サービス業（他に分類されないもの）	163	7.4%	1,193

資料：平成28年経済センサス活動調査（※事業内容不詳事業所の従業者数は不明）

■工業都市としての歩み

小野田地区は、明治維新後、国内初の民間セメント製造会社とともに発展し、その後も民間化学工業の進出、窯業、石炭産業の振興等を経て工業都市としての道を歩んできた。現在も化学・石油・鉄鋼を中心とした製造業の大手工場が数多くあり、下請け発注の仕事を小規模事業者が請け負う産業構図となっている。

写真：小野田セメント徳利窯④



1) 小野田地区の主な製造業大手工場

太平洋セメント㈱・日産化学㈱・田辺三菱製薬工場㈱・中国電力㈱
西部石油㈱・戸田工業㈱ など

2) 景況感・会員事業所の声

長期化する新型コロナウイルス感染拡大と、原油・原材料価格高騰による物価高の影響で、製造、建設業をはじめとする二次産業においても景気の落ち込みが続く。

特に原油・原材料価格の高騰は、運搬コストの増加、部品・資材不足に伴う工期の遅延など、受発注業務の両面で不安定化し経営力の低下を招いているとの声が聞かれる。

下請けとなる小規模事業者は、取引先との価格交渉などで競争の煽りを受けることとなり、小規模事業者自身の技術力、能力向上、競争力強化に向けた後継者問題、人材育成、スキルアップなどが求められている。

3) 大手製油所 石油精製部門撤退による地域経済への影響

西部石油㈱の山口製油所（山口県山陽小野田市西沖）が2024年3月で石油精製を終了することが2022年6月に発表された。従業員の雇用問題や地元下請け企業との取引など、地域経済への影響が懸念されている。

■商業について

商業においては、セメント町商店街（小野田地区中心部）、小野田駅前商店街をはじめとする商店街が各地域に古くから形成されていたが、地理的要因等から市外への買物客の流出が増え、衰退の一途を辿った。

当所主導により、1984年（昭和59年）に大型ショッピングセンター（おのだサンパーク・当時核テナント「寿屋」）がオープンして以降は、買物客の流出は抑制され市外からの流入に成功したが、小規模商業店舗等からも顧客が流入したことで閉店を余儀なくされた店舗が増加した。

写真：おのだサンパーク⑤



1) 景況感・会員事業所の声

長期化する新型コロナウイルス感染拡大の影響が依然として残っており、来店形式を取る飲食・小売店を中心に集客力の低下が続く。一部回復の兆しも見られるが、コロナ禍前のような経営環境の改善は見込めておらず、今後閉店・廃業数の急増が懸念される。Withコロナ時代へ移行し、事業再構築や業態転換を視野に入れる事業者が増えている。

2) 小規模商業店舗への誘客に課題

おのだサンパークは、来客数が平日でも1万人を超える大型商業施設だが、その集客力を活かした周辺地域への新規出店、商業の発展が進んでいない。小野田地区内は、公共交通機関の便が悪く、自家用車で買物をする人が主流であるため、広い駐車場を備えた地元スーパー・マーケット、ドラッグストア、コンビニエンスストアへの誘客に留まっている。

■観光・特産品について

観光地には桜の名所としても知られる竜王山公園や、その麓にあるきららビーチ焼野の景色に沈む夕陽の美しさは「日本の夕陽百選」にも選ばれるなど自然景観が魅力である。

国内初の民間セメント会社で明治期に稼働した徳利窯は、国の重要文化財に指定されるなど、工業都市としての歴史文化も各所で触れることが出来る。

さらに、産業近代化と同時に石炭産業や硫酸瓶などの製陶業も隆盛を極め、現在も県下有数の工業都市である山陽小野田市では、須恵器、セメント、硫酸瓶を製造した「窯業」の歴史を踏まえ、ガラスを用いた新たな文化を創造し、「ガラスアートのまち」としての魅力づくりに取り組んでいる。

1) 小野田地区の地域資源

自然景観・・・竜王山公園、きららビーチ焼野、本山岬「くぐり岩」 etc.

歴史文化・・・小野田セメント徳利窯、旦の登り窯、歴史民俗資料館 etc.

特 産 品・・・おのだネギ三昧、アスパラガス、ガラスアート作品 etc.

観 光 地・・・おのだサンパーク、きらら交流館、きららガラス未来館 etc.

イベント・・・おのだ七夕祭り、復活！住吉まつり、小野田駅前ふれあい祭り
スマイルハロウィンさんようおのだ etc.



2) ガラスアートブランド「CLASS GLASS」

市では、ガラス文化の発展を目的に、市内の在住のガラス造形作家とともにガラスアートブランド「CLASS GLASS」を2022年2月に立ち上げている。「CLASS GLASS」は、高い芸術性と暮らしに取り入れやすいスタイルをコンセプトに、作家たちが自らの技術と感性を活かしたテーブルウェア、オブジェなどを制作・販売とともに、作品を通じた様々な取り組みにより本市のガラスアートの魅力を発信していく。



▶ 山陽小野田市のまちづくり計画

山陽小野田市では、まちづくりの指針となる第二次山陽小野田市総合計画を2018年（平成30年3月）に策定し、将来都市像であり市のキャッチフレーズに掲げる「活力と笑顔あふれるまち スマイルシティ山陽小野田」の実現に向けて施策を推進してきた。

計画期間は2018年～2029年までの12年間で、前期・中期・後期の基本計画（4年）から構成されており、本年、2022年度より中期基本計画がスタートしている。

■計画の基本構想

引用：「第二次山陽小野田市総合計画中期基本計画」より

■ 5つの基本目標

将来都市像の実現に向けて、5つの基本目標を掲げている。

- ① 子育て・福祉・医療・健康 ~希望をもち健やかに暮らせるまち~
 - ② 市民生活・地域づくり・環境・防災 ~人と自然が調和する安心のまち~
 - ③ 都市基盤 ~快適で潤いある暮らしができるまち~
 - ④ 産業・観光 ~地域資源を活かした活力ある産業のまち~
 - ⑤ 教育・文化・スポーツ ~意欲と活力を育む学びのまち~

■ 2029年（令和11年）の目標人口

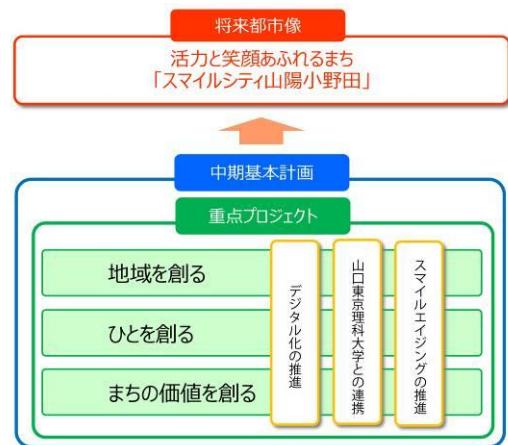
山陽小野田市人口ビジョン及び山陽小野田市まち・ひと・しごと創生総合戦略を踏まえ、市内外の人々から住みたいまち・住み続けたいまちとして選ばれるよう、まちの魅力の向上を図る施策を実施することで、計画最終年次である2029年（令和11年）における国立社会保障・人口問題研究所推計値54,000人に対し、目標人口58,000人を掲げている。

■中期基本計画重点プロジェクト“3つの創る”×“3つの横断的施策”

将来にわたり持続可能な地域社会の実現に向け、中期基本計画では「協創によるまちづくり」の考え方の下、重点プロジェクトとして「3つの創る」を設定するとともに、「3つの横断的施策」を念頭に置き、「活力と笑顔あふれるまち」の実現に取り組んでいる。

3つの創る

- 1) 地域を創る
 - ・新たな地域づくり
 - ・災害に強いまちづくり
- 2) ひとを創る
 - ・子育て支援の充実
 - ・学校教育の推進・小中高大の教育連携
 - ・「協創によるまちづくり」の担い手づくり
- 3) まちの価値を創る
 - ・移住、定住、交流の促進
 - ・文化、スポーツの振興
 - ・官民連携（P P P）の推進
 - ・地域経済の活力増進



引用：「第二次山陽小野田市総合計画中期基本計画」より

3つの横断的施策

1) デジタル化の推進

デジタル技術を活用し、健康づくりや福祉サービス、地域づくりの分野等における市民生活の質の向上を図るほか、行政手続の質の向上や行政運営の効率化を図る。

2) 山陽小野田市立山口東京理科大学との連携

工学部と薬学部を擁する山陽小野田市立山口東京理科大学（以下、山口東京理科大学という。）の知的資源を活用し、地域経済の活性化、学校教育や生涯学習の質の向上、地域の活性化を図る。

3) スマイルエイジングの推進

「知守（しるまもる）」「食事」「運動」「交流」の各分野における様々な取り組みを市民とともにを行うことで、市民の健康寿命の延伸を図る。

※『スマイルエイジング』・・・笑顔（スマイル）の源となる「心身の健康」を保ちつつ、誰もが笑顔で年を重ねていく（エイジング）ことで、「健康寿命の延伸」を目指す山陽小野田市の取組み。

■関連する産業・観光分野について

5つの基本目標のうち、経営発達支援にも大きく関連する産業・観光分野について、「④ 産業・観光～地域資源を活かした活力ある産業のまち～」に基づく基本施策を掲げている。

基本施策 2 1

多様な働く場の確保

→ 就業対策の充実 職業能力の開発向上 勤労者福祉の推進

基本施策 2 2

企業立地の推進

→ 企業誘致の推進 産学官連携の推進 立地基盤の整備

基本施策 2 3	商工業の振興 → 商業振興支援の充実 中小企業支援の充実
基本施策 2 4	農林水産業の推進 → 経営体の育成・確保及び経営基盤の強化 生産基盤の整備 需要に応える生産力の強化 地域ブランドの推進
基本施策 2 5	観光・交流の振興 → 観光・交流資源の整備・充実 情報発信・誘客体制の強化・充実

■地域のトピックス

写真：合同会社設立会見の様子①

1) 山陽小野田市LABVプロジェクト

山陽小野田市商工センター跡地の官民複合施設整備をはじめとする周辺エリアのまちづくりが、共同事業体「山陽小野田LABVプロジェクト合同会社」の誕生で本格始動し、協創によるまちづくりの目玉事業として期待されている。



合同会社は、山陽小野田市、小野田商工会議所、㈱山口銀行と市内業者を含めた6者の民間企業が2022年6月30日付で設立。新施設には、市の出張所、市民活動支援センター、中央福祉センター、地域職業相談室、小野田商工会議所、山口銀行小野田支店、山口東京理科大学の学生寮、チャレンジショップを整備し、令和6年4月からの運用開始を予定している。居住・交流人口の増加、エリア価値の向上により、地域課題である「賑わい再創出」を目指す。

※『LABV (Local Asset Backed Vehicle: 官民協働開発事業体)』・・・

自治体が公有地を現物出資し、民間事業者らが出資してつくる共同事業体により、公共施設と民間収益施設を複合的に整備、維持管理、運営する事業手法。

2) 山口東京理科大学「数理情報科学科」新設

市内には1987年（昭和62年）に設置された東京理科大学山口短期大学を前身とし、2016年（平成28年）4月より公立大学法人に移行した山口東京理科大学が所在している。



2018年（平成30年）4月には薬学部が開設され、2023年（令和5年）4月からは、工学部内に「数理情報科学科」を新設予定で、地域のキーパーソン育成に期待が寄せられている。



新設される数理情報科学科では、数理的素養を身につけたデータサイエンティストを養成し、行政、医療、福祉、製造、流通などあらゆる社会分野にあふれるデータを分析、有意義な情報を導き出し、ビジネスシーンにおいて新たな価値を生み出すことを目指す。

産学官による研修開発や人材育成を行ないやすい環境が整い、地域産業界の中核や新規事業立ち上げなどで活躍することが期待されるほか、市内学生数のさらなる増加が見込まれ、学生を顧客ターゲットとした新規事業や店舗出店など、商業発展の追い風となっている。

②課題

前述の地域の現状を踏まえ、「地域の特性」と「課題」を整理すると以下のとおり。

地域の特性	
石炭・セメント産業によって大きく発展した工業都市であり、現在も化学、機械、鉄鋼など製造業に特化した産業構成である。商業・観光は発展途上であるが、定住人口増加に向けて「住みよい暮らしの創造」を基本理念としたまちづくりを行っている。	
強み	弱み
<ul style="list-style-type: none">○工業都市としてのポテンシャル デジタル技術の導入や産学官によるDX推進により、新産業の創出や技術革新など、まち全体の飛躍が期待される。○市立の大学をもつ学生のまち 学生にとって魅力あるまちを実現し、市内就職・定住が促進されれば、市内人口維持に大きな期待。 ～地域経済の起爆剤として～ ①山陽小野田市LABVプロジェクト ②山口東京理科大学新学科開設による市内学生数の増加、新産業の創出。 など	<ul style="list-style-type: none">○観光振興に遅れ・低いPR力 大型商業施設以外で観光分野からの経済波及効果が少ない。○商業は発展途上 小野田駅前周辺、おのだサンパーク周辺、山口東京理科大学周辺の主要な拠点において商業集積が進んでいない。○人手不足の慢性化、人材育成に課題 地元企業と人材のマッチング機会が少ない。事業の承継をはじめ、まちづくりにおいても地域活動の担い手が高齢化・固定化し、若者の参加が少ない。 など



主な地域の課題

【1】 人口減少の抑制と維持

- ⇒・若い世代や働き世代の就業・定住を促進する取り組み
(企業誘致や就職先の確保、求人・求職のマッチング機会の充実など)

【2】 事業所数減少の抑制と維持

- ⇒・産学官連携による新産業の創出や企業誘致の促進
(若い世代や学生を顧客ターゲットとした新規出店支援など)
・後継者不足や従事者の高齢化などによる活力低下に対する支援
(事業引継ぎ支援、後継者人材の育成支援など)

【3】 地域経済の再興と成長

- ⇒・長引くコロナ禍の克服、原油・原材料価格の高騰など、近年厳しさが増す経営環境の変化に対応できる経営力の構築、新事業展開支援。
(LABVプロジェクトを起爆剤とした人口・商業の集積など)

【4】 賑わいある住みよいまちづくり

- ⇒・地域コミュニティを維持する魅力的な取り組み(地域活動の担い手づくり)
・観光振興と交流人口の増加(賑わい創出イベントの実施、PR力向上)

(2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

地域の現状と課題を踏まえ、当所における小規模事業者支援のあり方を以下の通りまとめる。

地域経済を支える中小・小規模事業者の持続的発展を支援することで、地域経済の再興と成長を促し、雇用機会を生み、定住、人口維持に繋げ、賑わいある住みよいまちを実現していく。

支援のあり方として、長引くコロナ禍の影響や原油価格の高騰など、厳しさを増す経営環境の目まぐるしい変化に適応できる経営力の構築を主題に掲げる。

また、地域の特性を踏まえ、若い世代にとって住みよい魅力が感じられるまちづくりを念頭に、若い世代を顧客ターゲットとした新事業展開や新規創業、事業の承継、地域活動の担い手づくりを進めていく。人材確保に課題が多い現状では、ITを活用した生産性の向上、产学研連携のもと進めるDX推進で若い世代の目を引く事業展開も必要となる。

地域経済の発展に向け、この10年間においては、「山陽小野田市LABVプロジェクト」、「山口東京理科大学新学科開設」という2つの起爆剤が点火される。この契機をチャンスと捉え、上記支援のあり方のもと、行政や関係支援機関、専門家との連携で踏み込んだ支援を行う。

② 「山陽小野田市第二次総合計画」との連動性・整合性

当所の取り組みと連動する部分として、中期基本計画 第4章「産業・観光～地域資源を活かした活力ある産業のまち～」に掲げる5つの基本施策が挙げられ、計画の実行において連携が可能である。なお、特に連動性が高いものについては下線で示すものとする。

基本施策 2 1

多様な働く場の確保

→ 就業対策の充実 職業能力の開発向上 勤労者福祉の推進

基本施策 2 2

企業立地の推進

→ 企業誘致の推進 产学研連携の推進 立地基盤の整備

基本施策 2 3

商工業の振興

→ 商業振興支援の充実 中小企業支援の充実

基本施策 2 4

農林水産業の推進

→ 経営体の育成・確保及び経営基盤の強化 生産基盤の整備

需要に応える生産力の強化 地域ブランドの推進

基本施策 2 5

観光・交流の振興

→ 観光・交流資源の整備・充実 情報発信・誘客体制の強化・充実

③ 小野田商工会議所としての役割

第1期経営発達支援計画の実行にあたっては、「“ありやつ”と思ったらまず商工会議所へ」を当所支援スローガンに掲げ、地域の経済団体として敷居の低い商工会議所を目指し、各種小規模事業者支援に努めてきた。事業者と近い“伴走”的距離感を維持し、今後は山陽小野田市が掲げる「協創によるまちづくり」の一員として、市民と事業者を繋げる橋渡し役を担うことで活力あるまちづくりに寄与していく。

そのため、経営指導員は経営課題の解決や事業計画の策定・実行のサポートを行うとともに、多様化する支援ニーズを一早く把握し、事業者との共有を積極的に図っていく。また、変化の激しい経営環境に対応できる事業者を指導するべく、職員の資質向上に努め、関係機関や専門家などとの連携体制をさらに強化していく。

(3) 経営発達支援事業の目標

①小規模事業者支援の支援目標

前述の小規模事業者支援のあり方を踏まえ、計画5年間において段階的に目指す支援目標を、支援プロセスに沿って以下の通りまとめます。

【目標1】経営状況の分析と課題設定支援

- ・経営環境に関する独自調査の実施（1回／年）
- ・経営課題の個別ヒアリング件数（72件／年）
- ・経営分析対象事業者数（48者／年）

【目標2】事業計画の策定支援

- ・経営改善、経営力再構築を目指す事業者の事業計画策定事業者数（36者／年）
- ・事業サイクル別計画策定事業者数（創業計画10者／年、事業承継計画6者／年）

【目標3】課題解決に向けた伴走支援

- ・計画策定後のフォローアップ＆課題解決支援（36者／年）
- ・事業サイクル別相談窓口の設置、無料定期相談会の開催（計120回程度／年）

【目標4】支援体制の強化

- ・当初専門相談員による無料定期相談会の充実維持
- ・山陽小野田市、山口県、山口県事業承継・事業引継ぎ支援センター、山口県よろず支援拠点、やまぐち産業振興財団、関係支援機関との連携強化

②地域経済の持続的発展

地域経済の持続的発展に寄与する取り組み目標を以下の通りまとめます。

【目標1】地域性を活かした経済成長

- ・山口東京理科大学学生への需要動向調査の実施（1回／年）
- ・大型商業施設おのだサンパークと連携した需要動向調査（1回／年）
- ・新商品開発及び販路開拓への支援
- ・地域ブランドの推進、新産業の創出 など

【目標2】ひと・しごとのマッチング機会創出

- ・関係支援機関と連携した事業引継ぎ支援
- ・行政及び関係機関と連携した合同就職説明会・ミニ面接会等の開催
- ・産学官における求人、求職情報の共有と発信

③地域の活性化・賑わいづくり

地域の特性を活かした賑わいづくりについて、取り組み目標を以下の通りまとめます。

【目標1】イベント・地域活性化事業の実施による賑わい創出

- ・小規模事業者を応援するイベントの企画及び運営
- ・おのだ七夕祭りの開催、他団体が企画するイベントへの後援 など

【目標2】「6つの委員会活動」による地域活性化

- ・「総務」、「まちづくり」、「DX推進」、「特産品づくり」、「山口東京理科大学連携」、「理系 kid's 育成」の6つの委員会活動を通じた地域の活性化。

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

2023年（令和5年）4月1日～2028年（令和10年）3月31日

(2) 目標の達成に向けた方針

①小規模事業者支援の支援目標

前述の小規模事業者支援の支援目標を達成するため、実施方針を以下の通りまとめる。

【目標1】経営状況の分析と課題設定支援

第1期経営発達支援計画に掲げた当所支援スローガン「“ありやつ”と思ったらまず商工会議所へ」を継承し敷居の低い商工会議所を目指すとともに、対話と傾聴を通じた個々の課題設定を切り口に、課題の解決に向けた伴走支援を行うこととする。

加えて、山口県が設置する「経営課題診断員」らと連携し、「経営課題ヒアリングシート」等を用いて掘り起こしを行い、経営分析及び課題設定支援に繋げていく。

【目標2】事業計画の策定支援

事業計画の策定においては、激変する経営環境に適応し、経営の改善をはかっていくため、財務データ等から見える表面的な経営課題だけではない本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置く。

現実にある人的課題を踏まえ、生産性向上、業務効率化のためのIT活用を提唱しつつ、DX推進による事業の成長によって経営力の構築を目指す。ITに馴染みがない事業者も多いことから、セミナーや個別相談にて事例紹介を交えた啓発に努めていく。

【目標3】課題解決に向けた伴走支援

事業者とともに策定した事業計画は、3名の経営指導員を中心に中小企業相談所内部で情報を共有する。

また、当所無料定期相談会などの個別相談機会を活用しながら各分野の専門家（中小企業診断士・税理士・社会保険労務士・弁理士・情報処理技術者 等）に随時アドバイスを求めつつ、効果的且つ実現可能な計画にプラスアップしながら実行に移すこととする。

【目標4】支援体制の強化

当所では、創業、IT、税務、労務、知的財産、法律、記帳、事業承継の8つの分野で無料定期相談会を毎年計120回程度開催しており、専門家との支援体制が確立されていることが強みである。

当所はワンストップ支援機関として経営指導員を相談窓口に、相談者が支援を受けやすい体制を強化する。

IT導入や新規販路開拓等のより専門性の高い相談に対しても、山口県よろず支援拠点ややまぐち産業振興財団をはじめとする関係支援機関と連携しつつ、山口エキスパートバンク等の専門家派遣の活用も視野に支援を行うこととする。

②地域経済の持続的発展

地域経済の持続的発展に寄与する取り組み方針を以下の通りまとめる。

【目標1】地域性を活かした経済成長

人口及び事業所数の減少が著しい中、地域経済を維持し持続的発展を実現するためには、新たな需要を開拓し成長市場を切り拓く必要がある。そのため、地域経済発展の起爆剤として期待される「山陽小野田市LABVプロジェクト」、「山口東京理科大学新学科設立」を契機とする新産業の創造や、若い世代をターゲットとした新規出店等は大きなキーポイントとなる。

当所としては、地域経済の新たな担い手を育て、地域に必要な事業の需要拡大、雇用確保に波及させていくことで地域経済の持続的発展に寄与していく。

また、より魅力ある商品サービスの開発を後押しするため、これまで当所では取組みが進んでいなかった「需要動向調査」や、付加価値を高める「地域ブランドの推進」に注力し、販路開拓の支援等を通して、域外需要を呼び込める魅力あふれる地域づくりに貢献する。

【目標2】「ひと」と「しごと」のマッチング機会創出

少子高齢化社会が進み、経営者や従業員の高齢化、後継者不足による廃業増に伴い、事業者数の減少は加速傾向にあるが、地域経済の持続的発展には、「ひと」と「しごと」の繋がりを強固にしていくことが必要不可欠である。

当所では、事業承継支援を山口県と連携して進めてきたが、個々の課題解決に向けては長期的かつ専門的知見を持った支援が必要となるため、事業引継ぎ支援センターをはじめとする関係支援機関と連携し、より円滑に支援を行うことで事業所数の減少を抑えていく。

また、事業者が持つ「人手不足」の課題については、会員事業所の求人情報を行政等と共有し、ハローワーク等と連携した合同就職説明会の開催を目指していく。このような求職者とのマッチング機会を求める声は会員事業者から数多く聞かれており、「ひと」と「しごと」を繋ぐ機会を創出することで、地域経済の持続的発展に寄与していく。

③地域の活性化・賑わいづくり

地域の特性を活かした賑わいづくりについて、取り組み方針を以下の通りまとめる。

【目標1】イベント・地域活性化事業の実施による賑わい創出

長引くコロナ禍により、近年では、小野田地区の多くのイベント事業が中止・延期となるなど、地域の賑わい衰退が地域経済の発展にも大きな影を落としている。

当所では、地域を牽引する経済団体としての使命のもと、小規模事業者支援を通じて地域の賑わい創出に積極的に寄与していくことを新型コロナ対策支援の一環としている。

引き続き、小規模事業者を応援するイベントの企画及び運営に努めていく。

【目標2】「6つの委員会活動」による地域活性化

当所では、「総務」、「まちづくり」、「DX推進」、「特産品づくり」、「山口東京理科大学連携」、「理系k i d's育成」の6つをテーマとする委員会を2021年（令和3年）10月に新設し、地域の活性化に向け活動を進めている。

委員は各テーマに関心がある会員事業所により構成し、引き続き会員事業所と一体となり地域活性化に寄与していく。

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・・・管内の経済動向調査について、直近の3年間では、新型コロナウイルス感染対策に重点を置き、会員事業所を対象に「新型コロナウイルス感染症に伴う影響アンケート調査」を計4回実施。緊急性の高い支援について、目的別に随時調査にあたっており、管内の主要経済指標に対して独自の調査・公表が出来ていない状況である。
- 課題・・・今後は、経営課題の分析材料として、より地域の特性を反映した小野田地区独自の経済動向を把握する必要がある。
また、「R E S A Sなどの政府統計等のビッグデータ」を活用した他地域との比較分析等、これらの経済動向を踏まえた課題設定を可能とする必要がある。

(2) 目標

項目	手段・方法	現 行	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
①小野田版景況調査	H P上で公表	—	1回	1回	1回	1回	1回
②中小企業景況調査	H P上で公表	—	4回	4回	4回	4回	4回
③L O B O調査	H P上で公表	—	12回	12回	12回	12回	12回
④政府統計等 ビッグデータ活用	H P上で公表	—	1回	1回	1回	1回	1回

(3) 事業内容

①小野田版景況調査の実施及び公開

調査目標	1回／年
情報収集を行う項目	業況、売上高、経常利益、販売数量、販売単価、資金繰り、設備投資、仕入価格、在庫、取引先、雇用人数、後継者の有無、業界情報（小野田地域の状況）、困っている事 等
調査分析を行う手段・方法	<ul style="list-style-type: none">➤ サンプル数・・・管内事業所 約200社 (うち小規模事業者約150社)➤ 調査方法はH Pフォーム、F A X、郵送とし、製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業の業種別に集計分析を行う。➤ データの入力、集計、分析は当所で行う中小企業景況調査のデータを活用し、小野田地区独自の景況動向を分析する。

②中小企業景況調査の公開

実施目標	1回／四半期（年4回）
情報収集を行う項目	売上高、経常利益、仕入単価、従業員、業況、資金繰り等のDI値
調査分析を行う手段・方法	➤ サンプル数・・・全国で約19,000社 ➤ 中小企業基盤整備機構が行った集計・分析を用い、当所において、製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業の業種別に集計分析を行う。

③L O B O 調査の公開

実施目標	1回／月（年12回）
情報収集を行う項目	(固定項目) 売上高、経常利益、仕入単価、従業員、業況、資金繰り等のDI値 (付帯項目) 月別にテーマが変わる (例：設備投資、採用、賃金など)
調査分析を行う手段・方法	➤ サンプル数・・・約3,100社 ➤ 日本商工会議所が行った集計をもとに、当所において上記項目を収集し分析を行う。

④政府統計等ビッグデータ活用

実施目標	1回／年
情報収集を行う項目	「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 当所において上記項目を分析し、事業者の経営分析、事業計画策定支援に反映する。
調査分析を行う手段・方法	➤ 経営指導員等が「R E S A S」（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い公表する。

（4）調査結果の活用

- 「中小企業景況調査」は、中小企業基盤整備機構や山口県商工会議所連合会から四半期毎に各種媒体で公表されるため、小規模事業者が全国や都道府県別の景況感を知る事で事業計画の策定の際等の参考資料として活用し、HP上において公開する。
- 「L O B O 調査」は、企業を取り巻く経営環境や直面する課題等の現状が把握でき、課題設定及び事業計画の策定の際等の参考資料となるため、個別対応にて随時活用する他、HP上において公開する。
- 調査した結果はHP上に掲載し、広く管内事業者等に周知する。
- 経営指導員等が巡回・窓口指導を行う際の参考資料とする。 等

4. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

- 現状・・・新規出店及び創業予定者に対する需要動向調査の取り組みとして、令和4年度より「チャレンジショップ in おのサン」と題し、大型商業施設内でのテストマーケティングの場の提供を創業支援事業の一環として市と共同でスタートしている。しかし、現状では出店枠が限られていることと、新商品開発や販路開拓支援に対しては、物産イベント等の開催に合わせて一般消費者向けにアンケート調査を行うに留まっている。
- 課題・・・今後は、新規出店及び創業予定者に対してテストマーケティングの機会を充実させることが課題である。また、新商品開発、新事業展開、販路開拓等の目的で需要動向調査を必要とする事業者に対しては、一般消費者や関係支援機関、山口東京理科大学学生を調査対象とする需要動向調査を実施し、商品サービスに対する評価を事業者にフィードバック出来る取り組みの実施が課題となる。

(2) 目標

項目	現行	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
①テストマーケティング 調査対象事業者数	1者	1者	2者	2者	3者	3者
②品評会アンケート 調査対象事業者数	5者	5者	10者	10者	10者	10者
③山口東京理科大学学生向け 需要動向調査対象事業者数	一	5者	10者	10者	10者	10者

(3) 事業内容

①テストマーケティング調査 (BtoC)

実施主体	小野田商工会議所、山陽小野田市
支援対象	新規出店・創業希望者 等
調査対象	一般消費者
調査分析を行う手段・方法	<ul style="list-style-type: none">➢ 市内大型商業施設「おのだサンパーク」内に設置するチャレンジショップにおいて、展開前の試作品や新商品・新サービスのテストマーケティングを実施する。➢ 今後は小野田地域の商業拠点において、チャレンジショップを拡大し支援件数を増やしていく予定。 (LAB Vプロジェクト複合施設 等)
調査項目 ※支援対象事業者と協議の上、 調査項目を設定する。	<ul style="list-style-type: none">➢ 商品サービスの価格帯、商品に対する感想(味、見た目、使いやすさ、内容量)、商品パッケージに対する印象 等

②品評会アンケート調査（BtoC）

実施主体	小野田商工会議所
支援対象	新商品開発、新事業展開、販路開拓を行う事業者 等
調査対象	一般消費者、山口東京理科大学学生、関係支援機関 等
調査分析を行う手段・方法	➤ 市内大型商業施設「おのだサンパーク」を会場に、品評会イベントを実施の上、アンケート調査及び審査会を行う。（1回／年）
調査項目 ※支援対象事業者と協議の上、調査項目を設定。	➤ 商品サービスの価格帯、商品に対する感想(味、見た目、使いやすさ、内容量)、商品パッケージに対する印象 等

③山口東京理科大学学生向け需要動向調査（BtoC）

実施主体	小野田商工会議所、山口東京理科大学
支援対象	若い世代向けの新商品開発、新事業展開、販路開拓を行う事業者 等
調査対象	山口東京理科大学学生
調査分析を行う手段・方法 ※(1)及び(2)については、日時、調査方法等を山口東京理科大学と随時調整の上、実施する。	➤ (1)当所が山口東京理科大学地域連携推進室と連携し、需要動向調査を行う。（1回／年） (Googleフォームを使用したWEBアンケート) ➤ (2)個々で取り扱う学生向け商品やサービスについて、山口東京理科大学内にある「多目的文化施設」を会場に体験展示会を実施する。在校生へ試作品等を展示し、アンケート調査にて意見を求める。
調査項目 ※(2)については、支援対象事業者と協議の上、調査項目を設定する。	➤ (1)学生が「大学周辺にあればいいなと思うサービス」、「店舗立地」、「学割サービスの内容」、「営業時間」等、学生特有の需要動向を把握する。 ➤ (2)商品サービスの価格帯、商品に対する感想(味、見た目、使いやすさ、内容量)、商品パッケージに対する印象 等

（4）成果の活用

- テストマーケティング及び品評会イベントへ出店する際は、出店者と個別に協議の上、調査項目を設定することとする。調査結果は、当所経営指導員と専門家との分析の上、出店事業者にフィードバックし、当該調査の分析結果を事業計画の策定・見直しや商品サービスの改良等に反映していく。
- 事業計画策定、商品サービスの改良後は、山口県よろず支援拠点、やまぐち産業振興財團等の専門家と連携し販路開拓の実行を支援していく。
- 学生特有の需要動向を事業者と共有した上で、個々の商品サービスについてアンケート調査を行う。調査結果は、事業者にフィードバックすることで、事業計画の策定・見直しや商品サービスの改良等に反映し、学生を顧客ターゲットとした新商品開発や新事業展開を促進する。

5. 経営状況の分析に関するここと

(1) 現状と課題

- 現状・・・経営指導員を中心とした巡回・窓口相談や、記帳・税務指導、金融相談、各種補助金申請支援等を通じて、経営状況の分析を行っている。
現在の分析方法としては、当所独自で作成した「経営分析シート」を用い、事業者個々の決算書等を踏まえながら分析にあたっている。
- 課題・・・決算書等をもとに財務データから見える表面的な課題のみに着目していたため、今後は事業者に対し、経営環境の急激な変化に対応出来る自己変革力を身に付けてもらうことを前提とする必要がある。

(2) 目標

項目	現行	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
経営分析セミナーの開催	1回	1回	1回	1回	1回	1回
巡回・窓口相談件数	1,690件	1,700件	1,700件	1,750件	1,750件	1,800件
経営課題ヒアリング件数	30件	50件	72件	72件	72件	72件
⇒経営分析対象事業者数 (経営分析～課題設定支援)	20者	30者	48者	48者	48者	48者

※経営課題ヒアリング件数：経営指導員3名を中心に、6件／月をベースに段階的に目標を設定
経営分析対象事業者数：経営指導員3名を中心に、4者／月をベースに段階的に目標を設定

(3) 事業内容

①経営分析を行う事業者の掘り起こし（セミナー開催、巡回・窓口、ヒアリング）

経営分析を行う事業者は、経営分析をテーマとするセミナーの開催、経営指導員を中心とした巡回・窓口相談において経営課題のヒアリングを実施することで掘り起こしを行う。

セミナーは、経営状況の分析を実践出来るワーク型セミナーにより、自社の強み・弱みなどの気づきを自ら得ることで、経営状況や今後の課題をイメージしてもらえる内容とする。

掘り起こし後は、経営分析及び課題設定支援に繋げ、分析結果を踏まえた課題設定までの一本化した支援を行うことで、課題解決に向けた事業計画の策定に繋げていく。

【経営分析セミナー】

募集対象	会員事業者、補助金・融資申請等で経営分析を必要とする事業者 等
募集方法	DM、会報チラシ折込、HP掲載、市の広報ツール、窓口 等
参加人数	15名程度（1回／年）
経営分析セミナーカリキュラムの例	➢ 自社の経営環境を把握しよう！ (SWOT分析、3C4P分析 等のワーク実践) ➢ 国内経済、地域経済の最新情勢について 等
支援の流れ	➢ セミナー開催等による啓発 ➢ 経営分析から課題の設定、専門家等と連携した事業計画策定支援

②経営分析～課題設定支援までの内容

支援対象	セミナー受講者、巡回・窓口相談者、 経営課題ヒアリング調査を行った事業者 等	
分析項目	【内部環境】 <ul style="list-style-type: none"> ・商品、製品、サービス ・仕入先、取引先 ・人材、組織 ・技術、ノウハウ等の知的財産 ・デジタル化、IT活用の状況 (業務フロー、課題の抽出まで) ・事業計画の策定・運用状況 など 	【外部環境】 <ul style="list-style-type: none"> ・商圏内の人口、人流 ・競合 ・地域経済の動向 ・業界の動向 ・需要動向調査結果 など
	<p>【財務状況】 直近3期分の収益性、生産性、安全性・成長性の分析 借入金の額と月額返済金額、売上高・利益、債務超過かどうかなど</p>	
分析手法	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 当所作成「経営分析シート」等による経営状況の分析、課題の設定 ➢ その他分析ツールの活用 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」、「経営デザインシート」等を活用する。また、IT導入等が見込まれる場合には、中小機構の「IT戦略ナビ」、「E-SODAN」、「ここからアプリ」等も活用する。 	

(4) 分析結果の活用（～課題設定支援⇒事業計画の策定へ）

- 分析結果は、当該事業者にフィードバックし、課題設定支援の策定に活用する。
さらに、課題設定支援後は課題解消に向けた事業計画の策定に繋げていく。
- 分析結果をデータベース化し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。

ページを改行

6. 事業計画策定支援に関するここと

(1) 現状と課題

- 現状・・・当所では、経営改善や新規事業展開を目指す事業者に対し、「小規模事業者持続化補助金」をはじめとする各種補助金の申請を主な契機として「事業計画策定支援」を実施している。
また、「創業支援」及び「事業承継支援」については、セミナー開催時に事業計画作成を啓発し、経営指導員及び当所無料定期相談会の専門相談員により個別に支援を行う流れとなっている。
- 課題・・・上記の通り、補助金申請を契機とした計画策定がほとんどのため、日常的な事業経営に対する経営分析を行う事業者、事業計画策定に取り掛かる事業者が少ない点が課題である。
前述の経営分析及び課題設定支援を行った事業者に対しては、課題解決に向けて可能な限り事業計画の策定に繋ぐことを経営指導員で確認し、事業者への啓発に努める必要がある。

(2) 支援に対する考え方

- 事業計画の策定においては、激変する経営環境に適応し、経営の改善をはかっていくため、財務データ等から見える表面的な経営課題だけではない本質的な課題を事業者自らが認識することに重点を置く。
- 「事業承継」・「創業」については、企業のライフサイクルの中で重要な分岐点となるため、長期的な視野に立った伴走型支援を行なう。状況に応じて、当所専門家相談員や各支援機関と連携のもと、効果的且つ実現可能な計画とする。
- 現実にある人的課題を踏まえ、生産性向上、業務効率化のためのIT活用を提唱しつつ、DX推進による事業の成長によって経営力の構築を目指す。ITに馴染みがない事業者も多いことから、啓発セミナーや事例紹介を交えながら支援を行っていく。

(3) 目標

項目	現 行	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
①DX推進セミナーの開催	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②事業計画策定セミナーの開催 (経営改善、創業、事業承継 等全般)	15回	10回	10回	12回	12回	12回
⇒③事業計画策定事業者数 (経営改善・経営革新計画 等全般)	15者	24者	36者	36者	36者	36者
⇒④事業サイクル別計画策定事業者数 (創業計画／事業承継計画)	5者 /2者	7者 /3者	8者 /4者	10者 /6者	10者 /6者	10者 /6者

※事業計画策定事業者数：経営指導員3名を中心に、1者／月をベースに段階的に目標を設定

(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、ITツールやDX取組事例などを紹介する啓発セミナーを開催する。

具体的なIT導入支援については、IT専門家をはじめ民間のメーカー・ベンダー企業の範囲であると理解し、専門家派遣等を活用しながら個別での導入計画策定支援にあたっていく。

募集対象	IT導入等に関心がある事業者
募集方法	DM、会報チラシ折込、HP掲載、市の広報ツール、窓口 等
参加者数	15名程度（1回／年）
DX推進セミナー カリキュラムの例	<ul style="list-style-type: none">➢ DXの定義とは？➢ ITツール活用事例の紹介➢ DX取組事例（クラウドサービス、AI等）の紹介➢ クラウド型顧客管理ツールの紹介➢ SNSを活用した情報発信手法➢ ECサイトの利用方法 等
支援の流れ	<ul style="list-style-type: none">➢ セミナー開催等による啓発➢ 業務フロー図の作成&課題の見える化➢ 専門家等と連携した個別でのIT導入計画策定支援

② 事業計画策定セミナーの開催

現在、当所では様々なテーマで事業者向けセミナーを開催し、事業計画の策定支援の掘り起こしを行っている。主に、経営力の再構築や新規事業展開を目指す方を対象としたセミナーと、創業や事業承継といった企業のライフサイクルの分岐点に立つ方を対象としたセミナーを開催し、経営目的に合わせた事業計画の策定に繋げる。

募集対象	経営改善や新規事業展開を目指す事業者、 創業、事業承継を考えている事業者 等
募集方法	DM、会報チラシ折込、HP掲載、市の広報ツール、窓口 等
参加者数	各15名程度（計10回程度／年）
各セミナーの カリキュラム例	<ul style="list-style-type: none">➢ 経営改善・経営力再構築セミナー（全般）<ul style="list-style-type: none">・販路開拓マーケティング・SWOT分析・3C4P分析・SNS活用事例・IT活用事例の紹介・知的財産経営・補助金等の支援制度紹介等➢ さんようおのだ起業塾／創業応用セミナー<ul style="list-style-type: none">・創業の心構え・財務税務の基礎・マーケティング販促・創業計画策定に向けて・起業塾OBによる体験談・創業計画策定の実践等➢ 事業承継セミナー<ul style="list-style-type: none">・事例で学ぶ承継術・資産譲渡（株式、固定資産 etc.）・M&Aについて・経営者保障等

③事業計画策定支援（経営力再構築・新規事業展開）

主に、経営分析及び課題設定支援を行った事業者や、融資、補助金相談を行った事業者、各種セミナーに参加した事業者の中から事業計画策定を希望する事業者に対し支援を行う。

支援対象	経営分析及び課題設定支援を行った事業者 融資・補助金相談を行った事業者、セミナー参加者 など
支援内容	<ul style="list-style-type: none">➢ 支援対象の中から事業計画策定の優先度が高い事業者から選定し、支援を行う。➢ ワンストップ支援機関として経営指導員が相談窓口となり、専門家や関係支援機関と連携して計画策定を支援する。

④事業サイクル別計画策定支援（創業、事業承継）

創業希望者や事業承継を考える事業者については、計画策定から実行まで長期的な支援が必要となるため、ワンストップ支援機関として経営指導員が相談窓口となり、当所専門相談員や関係支援機関と連携し支援にあたっていく。

支援対象	経営分析及び課題設定支援を行った事業者 創業融資・補助金相談を行った事業者、セミナー参加者 など
支援内容	<ul style="list-style-type: none">➢ 創業支援は、「山陽小野田市特定創業支援」の枠組みにおいて、商工会議所、山陽小野田市、市内金融機関からなる登録支援機関が連携して創業計画策定支援を行う。➢ 事業承継支援は、ワンストップ支援機関として経営指導員が相談窓口となり、当所専門相談員や事業引継ぎ支援センター等と連携して実行可能な計画策定支援を行う。

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事業者に対しては、巡回訪問もしくは窓口にて、進捗状況の確認を行うとともに、案件に応じて当所専門相談員による個別無料定期相談会に繋げ、課題解決に向けたフォローアップを行っている。

■課題・・・これまで実施しているものの、事業者とのコンタクトは不定期であり、中には進捗状況の確認回数が少ない事業者もいる。

事業者を取り巻く経営環境は目まぐるしく変化しており、計画を実行中であっても新たな課題が生まれてくる可能性は否定出来ない。

今後も当所はワンストップ支援機関としての役割を担い、経営指導員が相談窓口となることで、伴走・積極型経営支援にあたる必要がある。

また、経営指導員間で情報を共有していくことも実施支援の課題である。

(2) 支援に対する考え方

事業計画を策定した事業者を対象に、計画の進捗等を確認しながら定期的なフォローアップを行っていく。また、進捗情報を経営指導カルテに記録の上データベース化に努め、職員間で情報共有を図っていく。

実施支援においては、事業者の自走化を意識し、経営者自身が「答え」を見いだすこと、対話を通じてよく考えること、経営者と従業員が共同で作業を行うことで、現場レベルで当事者意識を高める必要性も伝えていく。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い、潜在力の発揮に繋げる。

(3) 目標

項目	現 行	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度
①フォローアップ 対象事業者数	—	34者	48者	52者	52者	52者
⇒②頻度（延回数）	—	136回	192回	208回	208回	208回
③売上増加等の 目標達成事業者数	—	12者	18者	18者	18者	18者
④専門家による 無料定期相談会	120回	120回	120回	120回	120回	120回
⑤職員間での情報 共有会議（毎月）	1回	1回	1回	1回	1回	1回

※フォローアップ件数：事業計画策定及び事業サイクル別計画策定の合計事業者数

※フォローアップ頻度：1支援事業者につき1回／四半期ペースで目標を設定

(4) 事業内容

①経営指導員を中心としたフォローアップの実施

- 事業計画を策定した事業者に対し、経営指導員を中心に事業計画の進捗状況を確認する。進捗の状況が悪い場合は、直ちに巡回指導を実施する。

②フォローアップ頻度

- 事業計画を策定した事業者に対し、原則として四半期に1度、巡回訪問もしくは窓口にて、進捗状況の確認を行う。また、案件に応じて専門家派遣制度を活用するなど、回数や頻度にとらわれることなく臨機応変にフォローアップを実施する。
- 進捗状況が思わしくなく、事業計画との間にギャップが生じている場合には、他地区等の経営指導員等や外部専門家など第三者の視点を必ず投入し、ギャップの発生要因及び今後の対応策について検討を行う。

③売上増加等の目標達成に向けて

- 「売上高」や「売上総利益」等の数値目標に向けて増加しているかをチェックし、計画実行により経営効果が表れているのかを把握する。効果の確認については、経営指導員と当所専門相談員とで作成する「経営効果確認シート」により事業者とともに進捗状況を見る化する。
- 事業計画の実行に金融支援を行った場合には、経営状況（特に財務面）を分析し、数値改善に必要なアドバイスを行なう。

④無料定期相談会の活用

- 当所専門相談員による無料定期相談会の開催は、創業、IT、税務、労務、知的財産、法律、記帳、事業承継の8つの分野で毎年計120回程度開催しており、引き続き専門家と連携した支援体制を整備する。
- IT導入や新規販路開拓等のより専門性の高い相談に対しても、山口県よろず支援拠点ややまぐち産業振興財団をはじめとする関係支援機関と連携しつつ、山口エキスパートバンク等の専門家派遣の活用も視野に入れ支援を行う。

⑤所内情報共有体制強化について

- 担当経営指導員は、指導内容をTOASweb上に経営指導カルテを記録し、計画の進捗状況などを所内で情報共有出来る体制を強化する。
- 従来から紙面で作成し保管する「事業所ファイル」（過去からの支援実績を綴ったファイル）においても、今後は可能な限りデータ化を進めていく。また、毎月1回程度職員間で情報交換会を開き、情報共有に努める。

8 . 新たな需要の開拓に寄与する事業に関するここと

(1) 現状と課題

■現状・・・当所では長引くコロナ禍で苦しむ飲食店を支援するため、小野田地域のテイクアウト店紹介サイト「おのだエール飯」を令和2年5月に立ち上げ、テイクアウト需要の喚起を行ってきた。しかし、新たな需要の開拓に資する取組みは進んでおらず、需要の喚起に留まり、小規模事業者が新たな需要開拓を行う場合、自社での自助努力によることが多い。

また、飲食店を含む小規模事業者の多くは、コロナ禍を契機にネット販売等による販路開拓に関心を寄せているものの、「知識不足」、「人材不足」等の理由により足踏みする事業者が多い。

■課題・・・今後は、オンラインによる販路開拓に小規模事業者が足踏みすることが無いよう、販路開拓セミナーを開催する中で、SNSやECサイトの活用事例を紹介しつつ、販路開拓にDX推進の必要性を事業者に認識してもらうことが課題である。

また、関係機関が開催する展示会・商談会への出展支援や、当所独自の販売会イベントの企画を通じて需要開拓に活用できる場を提供していくことも課題である。

(2) 支援に対する考え方

DXに向けた取組として、「SNSを活用した情報発信」、「ECサイトを活用した販売促進」・「各種ツールを活用した顧客管理」等のIT活用・DX推進による営業・販路開拓に関するセミナーを開催や相談対応を行う。

展示会・商談会については、山口県の委託を受けて山口県商工会議所連合会が実施する「ビジネスドラフトやまぐち」への出展を支援する。また、一般消費者向けには、販売会イベントとして「マルシェ」を年1回開催し、事業者の需要開拓支援を行う。

(3) 目標

項目	現行	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度
①販路開拓セミナー (IT活用・DX啓発)	一	1回	1回	1回	1回	1回
②展示会・商談会 出展支援事業者数 (ビジネスドラフト)	一	10者	10者	10者	10者	10者
⇒成約件数／者	一	3件	3件	3件	3件	3件
③一般消費者を対象とした 需要開拓支援事業者数 (販売会イベント)	38者	35者	35者	35者	35者	35者
⇒売上高／者	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円

(4) 事業内容

①販路開拓セミナー (IT活用・DX推進)

前述の（6. 事業計画策定支援 P21）に記載したDX推進セミナーの内容と重複する点もあるが、「新規販路開拓」をメインテーマとする中で、マーケティングの視点からSNSやECサイトの活用事例を紹介することでIT活用、DX推進の啓発に努めていく。

募集対象	新商品開発、新事業展開、販路開拓を行う事業者 等
募集方法	DM、会報チラシ折込、HP掲載、市の広報ツール、窓口 等
参加者数	15名程度 (1回/年)
販路開拓セミナー カリキュラムの例	<ul style="list-style-type: none"> ➢ SNSを使った販促方法 (LINE@、インスタグラム、フェイスブック等) ➢ ECサイト活用事例 (BASE等) ➢ デジタルPOP作成ツール紹介 (Canva等) ➢ オンライン販促の際の注意点 等
支援の流れ	<ul style="list-style-type: none"> ➢ セミナー開催等による啓発 ➢ 専門家等と連携したIT販促ツール導入の計画策定支援 ➢ 導入後の売上増加目標については個別にて進捗を確認し フォローアップに努める。

②展示会・商談会出店支援 (ビジネスドラフトやまぐち/BtoB)

- 商談会に参加希望する企業の経営分析結果を基に、商談会に参加できるコストや時間があるかどうかの判定を行い余力がない場合は経営指導員等が改善指導する。
- 商談先が事前に決定している場合、商談先に売り込む商品の選定やアプローチ方法についてアドバイスを行う。商談会終了後、参加企業から商談件数や成約件数をヒアリングする。

※「ビジネスドラフトやまぐち」・・・ビジネスドラフトやまぐちとは、山口県内14商工会議所と20商工会が連携し、地元中小企業の新規販路拡大のために行う事前調整型商談会のこと。直近2年はコロナ禍により現地開催は中止。
(2019年 ⇒ 参加企業数159社/商談件数213件)

③販売会イベント「マルシェ」の開催 (BtoC)

実施主体	小野田商工会議所
支援対象	新たに販路開拓を行う事業者 等
出店者数	35社程度（1回／年）
調査対象	一般消費者
開催方法	<ul style="list-style-type: none">➢ 当所では、事業者の販売促進支援の一環として、2020年（令和2年度）より毎年テーマを変えた「マルシェ」を企画している。<ul style="list-style-type: none">・2020年 『フードマルシェ@o n o d a』・2021年 『おのだ名産品マルシェ』・2022年 『おのだお披露目マルシェ』➢ 長引くコロナ禍の影響と消費の落ち込みにより、飲食・小売業の個店を中心に集客力が低下している。商品サービスを実際に「見て」、「触って」、「体験」してもらえる機会とし、市内外からの集客力が高い「おのだサンパーク」を会場に、販売促進を後押しする企画内容とする。➢ 出店者数は35者程度とし、1者あたりの売上目標は5万円とする。

ページを改行

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、有識者が参加する外部評価委員会では小規模事業者支援における年間を通じての業種別支援件数、支援内容に関する大まかな報告は行っているものの、具体的な支援事例の紹介や支援に対する事業者の満足度などの報告は行っていない。
- 課題・・・担当外の一般職員や、商工会議所の役員等との情報共有は十分とは言えない。また、外部有識者へも可能な範囲で情報公開を行い、指摘事項に対する改善策も含め、支援の見える化により改善を図ることが課題である。

(2) 事業内容

本計画の事業について、次のような方法で事業の評価及び見直しを図っていく。

①「経営発達支援事業評価委員会」による事業の評価及び見直しの検討

山陽小野田市経済部や学術機関などの外部有識者で構成される「経営発達支援事業評価委員会」において、事業計画策定状況をはじめとする各数値目標の達成状況、支援の進捗状況について年1回、評価・検証を行い、次年度の経営発達支援計画の見直しや改善の参考とする。

②評価・見直しを行う者

- 【外部有識者】
 - 当所専門相談員から中小企業診断士1名
 - 山口東京理工大学 地域連携推進室
- 【法定経営指導員】
 - 小野田商工会議所 中小企業相談所
- 【市町村】
 - 山陽小野田市 経済部 商工労働課

評価体制制図



③評価結果の公開

当該委員会の評価結果は、役員会にフィードバックした上で、事業実施方針等に反映させるとともに、HP及び会報へ掲載（年2回）することで、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。

10. 経営指導員等の資質向上等に関するこ

- 現状・・・経営指導員は日本商工会議所、山口県商工会議所連合会が主催する研修をはじめ、中小企業大学校の専門研修へ参加するなど資質の向上を図っている。
また、法改正や緊急性の高い事案が発生した場合は、内部職員向け研修会を当所独自で開催している。
- 課題・・・経営指導員へ仕事が集中し、事業者支援の質が低下する側面があるため、中小企業相談所全体で職員の支援能力の向上に努める必要がある。
また、喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応出来る人材が不足している点も課題である。

(1) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

- 経営支援能力向上研修会
経営指導員及び一般職員の支援能力の一層の向上のため、山口県商工会議所連合会が主催する「経営指導員研修」、「補助員研修」に対し、引き続き計画的に職員を派遣する。
- 経営革新研修会
事業計画の策定件数の増加に対応する支援能力の向上のため、山口県商工会議所連合会が主催する「経営革新研修会」へ参加する。
- DX推進に向けた研修会
現在、山陽小野田市デジタル推進室が主催する「DX協創プラットフォーム研修会」(令和4年7月～令和5年1月 ※計7回コース)に当所経営指導員1名、一般職員1名、DX推進委員会より2名が参加し知識習得・資質向上に努めている。
また、当所委員会活動の一つである「DX推進委員会」の活動を通して、喫緊の課題である地域の事業者のDX推進への対応策を会員事業者と共同で検討している。
引き続き、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、DX推進に係る相談・指導能力の向上のための研修会に積極的に参加する。

<DXに向けたIT・デジタル化の取組事例>

- ・事業者にとって内向け（業務効率化等）の取組み
RPAシステム、クラウド会計ソフト、電子マネー商取引システム等のITツール、テレワークの導入、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）の取組み
ホームページ等を活用した自社PR・情報発信方法、ECサイト構築・運用、オンライン展示会、SNSを活用した広報、モバイルオーダーシステム 等
- ・経営指導員の取組み
オンライン経営指導の方法 等

- コミュニケーション能力向上研修会
対話力向上等のコミュニケーション能力を高める研修を実施することにより、支援の基本姿勢（対話と傾聴）の習得・向上をはかり、事業者との対話を通じた信頼の醸成、本質的課題の掘り下げの実践に繋げる。
- 小規模事業者課題設定力向上研修
経営課題の設定に焦点を当て、そのポイントと手順を習得することで、その後に続く課題解決をスムーズに行うこととする。

②喫緊課題についての内部勉強会

- I T 活用・D X 推進支援に関する勉強会
令和3年度は、中小機構中国支部よりI Tコーディネーターを派遣し、職員向けにI T活用・D X 推進における支援策について研修会を実施した。引き続き1年に1回の開催を目標に開催し、職員のI T知識の向上に努める。
また、経営指導員等は、小規模事業者に対して技術の向上、新たな事業分野の開拓等に寄与する情報の提供ができるよう、A I 、F i n T e c h 等の 新たな技術情報の収集やマーケティング調査手法の習得と知識の更新に努めていく。
- 弁護士を交えた勉強会
新型コロナ対策特例融資の返済据え置き期間が終了し、今後資金繰りの悪化に伴う倒産・廃業の増加が懸念されるため、弁護士を交えた経営指導相談会を職員向けに実施。
引き続き、コミュニケーションの取り方や適切な対応法について学んでいく。

③O J T 制度の導入

支援経験の豊富な経営指導員と、補助員をはじめとする一般職員が、巡回指導や窓口相談の機会を活用したO J Tを積極的に実施し、組織全体としての支援能力の向上を図る。

④職員間の定期ミーティングの開催

経営指導員研修会等へ出席した経営指導員が、I T等の活用方法や具体的なツール等について報告するとともに、経営支援の基礎から話の引出し術に至るまで、定期的なミーティング（月1回、年間12回）を開催し意見交換等を行うことで、職員の支援能力の向上を図る。

⑤データベース化

担当経営指導員等がT O A S w e b システム上に会員事業所との接触履歴、経営指導カルテ等をデータ入力により記録することで、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。担当外の職員でも一定レベル以上の対応ができるようになるとともに、支援ノウハウを蓄積し組織内で共有することで支援能力の向上を図る。

11 . 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

記載はありません

III. 地域経済の活性化に資する取組

12. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

■現状・・・当所では、「総務」、「まちづくり」、「DX推進」、「特産品づくり」、「山口東京理科大学連携」、「理系 k i d's 育成」、の6つをテーマとする委員会を2021年（令和3年）10月に新設し、地域の活性化に向け活動を進めている。議員・一般会員問わず所属委員会の希望を聞いた上で、各委員を構成し、会議所が事務局の役割を担いながら、活動を進めている。

■課題・・・現在、小野田商工会議所の地域活性化目標を掲げる「地域活性化中期ビジョン」の計画更新時期を迎えており、各委員会活動の進捗状況と将来的な活動目標を「まちづくり委員会」にて取りまとめた上、計画を作成していく。今後、この「地域活性化中期ビジョン」を当所まちづくりの基本方針として、各委員会活動において地域活性化に寄与していくことが課題である。

(2) 事業内容

①総務委員会

当所の運営上必要な重要事項について、その目的達成のため、調査研究を行う。

- 当所の総務、事業運営、会員増強等の組織強化
(会員大会の企画開催や会員増強対策の活動)
- 中小企業者の労務改善(各種情報発信)
- 福祉共済制度の普及促進
- 会員事業所を対象とした各表彰における被表彰候補者の審査

【開催実績】 ・委員会8回開催

【活動予定】 ・小野田商工会議所会員大会(R5年2月上旬開催予定)の準備
・優良社員表彰・特別協力功労者表彰・永年勤続役員議員表彰の準備など

②まちづくり委員会

「まちの活性化」、「商工会議所の活性化」について活動を行う。

- 花火大会や祭りなど市民向けのイベント開催と企業PR
- 地域活性化中期ビジョンの実施計画策定
⇒ 中期ビジョンについては、「商工会議所が未来を変える」をスローガンに掲げ、産業の競争力強化、地域ブランドの発案、山口東京理科大学との連携、地域資源の活用、デジタル化の推進、理系に関心のある子どもの育成、地域情報や魅力の発信等の各項目別に情報収集を行い、実施項目を選択したうえで計画を策定する。
- 「地域活性化部会」「中期ビジョン作成部会」の各部会活動。

- 【開催実績】**
- ・委員会3回開催
 - ・地域活性化部会1回開催

- 【活動予定】**
- ・地域活性化中期ビジョンの策定
 - ・花火大会等のイベント事業の企画

③DX推進委員会

小野田商工会議所会員企業のDX（デジタルトランスフォーメーション）活用を推進する。具体的には、市内企業のDXに関する現状調査や、DX勉強会の開催、事業所へのDX化へのサポート、DX情報の提供を目指しており、同時に商工会議所のDXに向けたビジョンの策定について協議している。

- 【開催実績】**
- ・委員会10回開催
 - ・「デジタル化（DX）」に関するアンケート調査（2022年2月実施）
⇒ 会員事業所の「デジタル化（DX）」の状況を把握するため、アンケート調査を実施。DXへの関心度、苦労している点、IT環境について質問し、実態を把握した。

- 【活動予定】**
- ・アンケート結果を参考とした会員事業所へのIT活用及びDXの推進など

④特産品づくり委員会

“小野田”全体の「ブランディング」を企画することで、会員事業者が「山陽小野田市ふるさと納税」を活用しやすい仕組みづくりを目指す。地域ブランドの構築を目標とする「ブランディング部会」、会員事業所がふるさと納税に参加しやすい環境づくりを目指す「ふるさと納税推進部会」を立ち上げ、地元特産品の知名度向上に繋げていく。

- 【開催実績】**
- ・委員会5回開催
 - ・ブランディング部会1回開催
 - ・ふるさと納税推進部会1回開催

- 【活動予定】**
- ・「おのだ名産品ぐらんぷり」 2022年11月22日開催予定
⇒ 地元小野田の名産品を集めた品評会を企画。入賞者には小野田名産品として販促PRの実施、ふるさと納税返礼登録などサポートしていく。

⑤山口東京理科大学連携委員会

山陽小野田市内唯一の大学である山口東京理科大学を「多くの方々に知っていただくこと」「企業との共同研究等の足掛かりとなるような取り組みを行うこと」を目指し、委員会活動を行っている。

- 【開催実績】**
- ・委員会4回開催
 - ・「各企業で抱えている技術的課題」に関するアンケート調査の実施（2022年8月実施）
⇒ 山口東京理科大学を理解していただき、各企業が抱える課題について産学連携で課題を解決することにより、地域活性化に繋げる目的で実施。

【活動予定】 • アンケート調査の結果、理科大学に相談したい課題がある企業に関しては、理科大学の産業連携コーディネーターに相談の上、技術的課題の解決のお手伝いをする。

⑥理系K i d's 育成委員会

職場体験や教育を通じて、理系に関心を抱く子育て支援の推進をする。また、理系に強い人材を育成し、将来、地元経済の活動に貢献してもらうことを狙いとして活動している。

【開催実績】 • 委員会3回開催

- 「工場見学・職場体験等に関する現状について」アンケート調査の実施
(2022年10月実施)
⇒ 工場見学の受け入れや出前授業について現状を把握するため、対象となる会員事業所へアンケート調査を実施。

【活動予定】 • アンケート結果を基に、今後、工場見学や出前授業が可能な事業者に、どのようにアプローチしていくかなど検討予定。

【その他の活動】

①願いが叶う街プロジェクト

市内小学生を対象に七夕の短冊に書いた願いを叶える当所青年部主催の事業で、2008年(平成20年)から実施。これまでに「ボートレーサーになりたい」という願いを叶えるため、下関ボートレース場でプロ選手とコースを走行、「アナウンサーになりたい」という願いには、山口朝日放送で原稿読みに挑戦、「サッカー選手になりたい」願いを叶えるため山口地元プロサッカーチームのレノファ山口の選手から指導を受けるなど、小学生の夢の実現を行ってきた。

令和4年度は「薬剤師になりたい」と書いた25人が薬学部を持つ山口東京理科大学で薬剤師の仕事を体験。実際に使用する医療器具を用いて自分の心音を聞く体験や、ビタミンCのカプセル錠や塗り薬を作った。

この活動については、日本商工会議所の発行される「会議所ニュース」に取り上げられるなど、注目を集めたため、引き続き、将来の地域を担う子どもたちの育成に寄与していく。

②合同就職説明会・ミニ面接会の開催

地域経済の活性化に向けては、事業運営上の重要課題である「人手不足」の解消が必要不可欠となる。「人手不足」の課題は、販路開拓や新規事業立ち上げの大きな足枷にもなっており、人材確保が難航したために事業の成長機会を失うケースが多い。

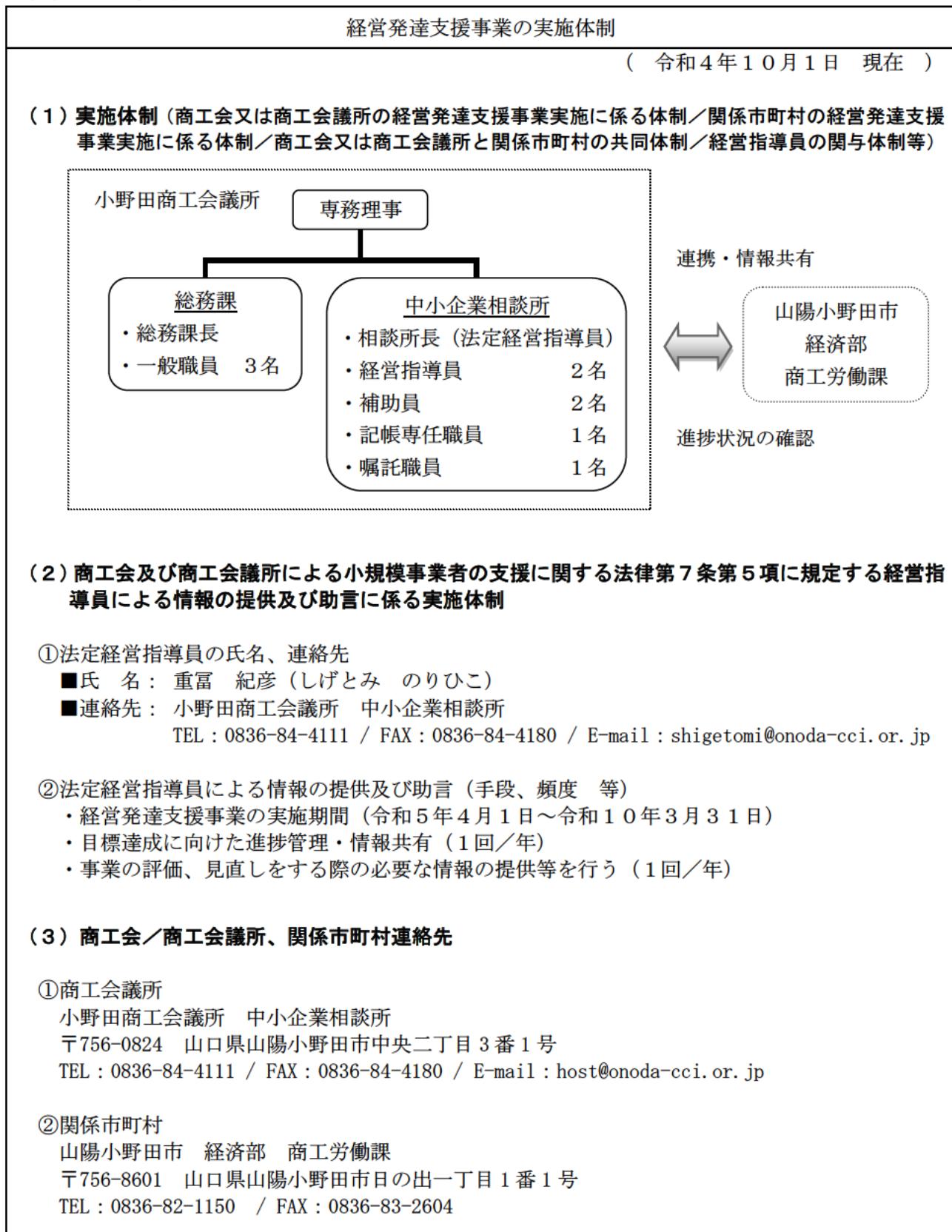
事業者側からも、市内学生や求職者向けに事業PRの場を設けてほしいという声は多く聞かれしており、令和2年度以降コロナ禍により開催がストップしている「山陽小野田市合同就職説明会」等を再開し、「ひと」と「しごと」を繋ぐことで地域経済の活性化に寄与していく。

【開催実績】 • 山陽小野田市合同就職説明会(H28～R1年度まで年2回程度実施)
• 山陽小野田市ミニ面接会(R1～R2年度に1回実施)

【活動予定】 山陽小野田市、宇部公共職業安定所と連携した、市内学生及び一般求職者向け合同就職説明会の実施、オンライン会社説明会 等の企画。

(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5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
必要な資金の額	3,255	4,075	4,165	4,985	4,985
1. 地域の経済動向調査 (景気動向調査)	50	50	50	50	50
2. 需要動向調査 (テストマーケティング 他)	920	1,740	1,740	2,560	2,560
3. 経営状況の分析 (経営分析セミナー 他)	65	65	65	65	65
4. 事業計画策定支援 (DXセミナー 他)	520	520	610	610	610
5. 事業計画策定後の 実行支援 (専門家定期相談会 他)	1,300	1,300	1,300	1,300	1,300
6. 新たな需要開拓に 寄与する事業 (販路開拓セミナー 他)	150	150	150	150	150
7. 事業の評価・見直し	0	0	0	0	0
8. 経営指導員の資質向上 (研修旅費 他)	50	50	50	50	50
9. 地域経済の活性化に 資する取り組み (委員会活動費 他)	200	200	200	200	200

(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
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 国補助金、県補助金、市補助金 ➤ 自主財源（会費収入 等）、受益者負担金（事業参加料 等） 他

(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
※記載はありません
連携して実施する事業の内容
※記載はありません
連携して事業を実施する者の役割
※記載はありません
連携体制図等
※記載はありません