

経営発達支援計画の概要

実施者名	北広島町商工会 (法人番号 6240005004561) 北広島町 (地方公共団体コード 343692)
実施期間	令和8年4月1日～令和13年3月31日
目標	<p><b>①地元特産品を活用した地域活性化</b>  <b>【目標】</b>5年間での特産品関連売上増加事業者数：35者          5年間で地元特産品を活用した事業（地酒で乾杯事業、ギフト事業、物産展事業等）を実施。延べ175者の参加を目標とし、町内外へ情報発信し、北広島町の特産品の認知度向上に努める。参加した飲食店や特産品生産者の事業計画策定などを重点的に支援し、さらなる特産品開発につなげて、「北広島町」の認知度を高め、域外マネーの取り込みを目指し、特産品関連売上増加事業者35者を目標とする。</p> <p><b>②小規模事業者数の維持</b>  <b>【目標】</b>5年後の小規模事業者数：983者          ブランド構築による域外マネーの取り込みや、廃業を減少させるため、後継者不足や高齢化に対し事業承継の促進、M&amp;Aを支援する。また商工会のコーディネート力を発揮し、専門家と企業、企業同士を繋げ、効果的な販路開拓を面的に支援。その成功事例を積極的に情報発信してU I J ターン事業者を創出し、減少傾向の小規模事業者数を現状の983者のまま維持し、地域の生活基盤を存続させる。</p>
事業内容	<p><b>I. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>3. 地域の経済動向調査に関すること</b>          ①分析システム「RESAS」を活用したデータ収集          ②県・町との連携による情報共有</p> <p><b>4. 需要動向調査に関すること</b>          ①ギフト事業にともなう需要調査          ②物産展来場者調査</p> <p><b>5. 経営状況の分析に関すること</b>          巡回、窓口相談によるローカルベンチマーク等を活用した経営分析</p> <p><b>6. 事業計画策定支援に関すること</b>          ①事業計画策定支援          経営分析や調査を行った事業者を中心に事業計画策定を支援する。          ②事業承継・引継ぎ支援センターと連携した事業承継個別相談会の開催          個別相談会を事業承継・引継ぎ支援センターと連携して実施。          ③知財バンク          地域事業者の無形のノウハウを保存し、新規創業者等につなげる。</p> <p><b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b>          定期的な確認および決算時を活かしたフォローアップや国・県・町の補助金および融資制度の活用、支援団体・専門家を活用したフォローアップ支援により適切な支援を実施する。</p> <p><b>8. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</b>          ①地酒で乾杯事業          ②ギフト事業          ③物産展事業          市場や消費者が欲している売れる商品の開発と販路開拓を支援するため、上記3事業による販路開拓機会を面的に支援し、個社の売上増加に繋げていく。</p>
連絡先	<p>北広島町商工会 経営支援課          〒731-1533 広島県山県郡北広島町有田 1234-1          TEL：0826-72-2380 FAX：0826-72-5770          E-mail:kitahiroshima@hint.or.jp</p> <p>北広島町 商工観光課          〒731-1533 広島県山県郡北広島町有田 1122          TEL：0826-72-7368 / FAX：0826-72-5242          E-mail:syoukoukankouka@town.kitahiroshima.lg.jp</p>

(別表 1)  
経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

①北広島町の事業者数及び人口の現状

北広島町は平成 17 年に芸北・大朝・千代田・豊平の 4 町が合併して誕生し、令和 7 年で合併 20 周年を迎えた。広島県の北西部、中国地方のほぼ中央に位置し、北は島根県、南は広島市に隣接している。面積は 646.20 km<sup>2</sup>であり、町の面積の多くを山林や農地が占めている。中国自動車道・浜田道の結節点を持ち、山陰山陽の流通の要衝として、広島都市圏に隣接しており都市部との交流が多い地域でもある。観光資源として、戦国武将の毛利氏・吉川氏の歴史的遺跡群や平成 23 年にユネスコ無形文化遺産登録された「壬生の花田植」、県内最多 63 の団体数を誇る伝統芸能の「神楽」などレクリエーションエリアとして地域資源の活用が盛んな地域である。



商工業者数は表 1 のとおり 1,121 事業所、その内小規模事業者数は 983 事業所と年々微減しており、商工業者の業種別会員数は表 2 のとおり 16 年間で小売業が急激に減少している。また、農業を含むその他の業種が増加、それ以外は微減しており会員数は徐々に減少している。令和 4 年度の北広島町の総生産額は約 1,279 億円となっており、構成比は第 1 次産業 3%、第 2 次産業 67%（製造業については町外に本社を持つ大手企業が多いため構成比が高い）、第 3 次産業 30%（令和 4 年度広島県市町民経済計算）である。

(表 1) 商工業者と小規模事業者の推移

年	商工業者数	小規模事業者数
H20 年度	1,195	1,034
H24 年度	1,029	949
H29 年度	1,082	845
R3 年度	1,007	988
R6 年度	1,121	983
H20 年対比	93.8%	95.0%

(資料：商工会実態調査)

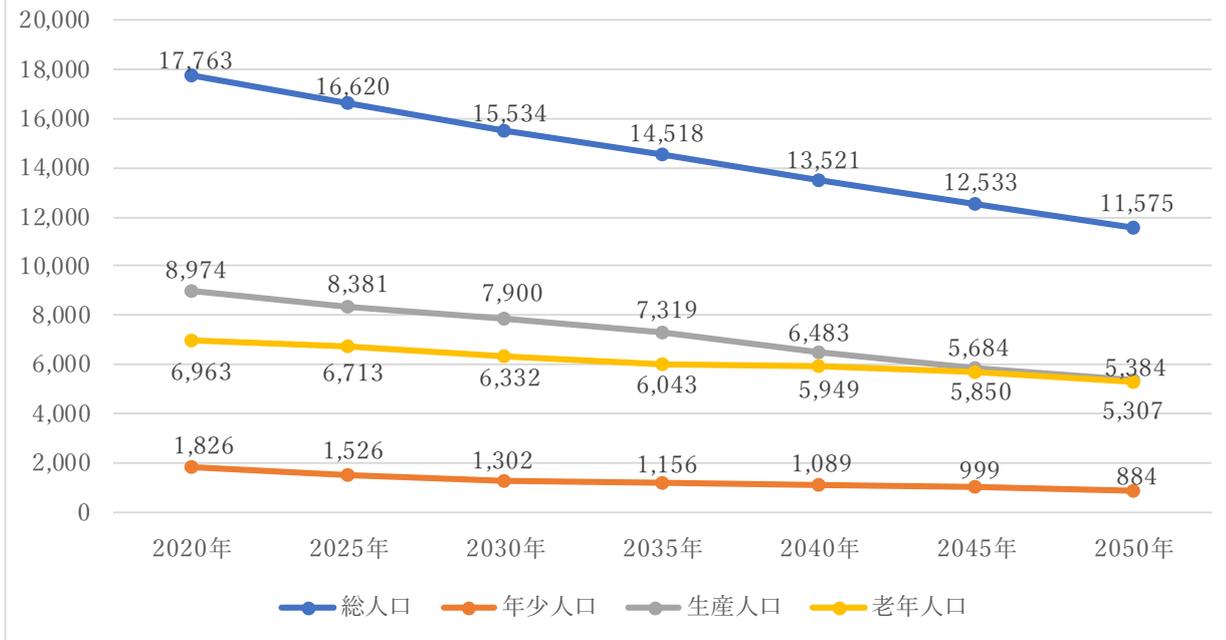
(表 2) 商工業者の業種別会員数

年度	建設業	製造業	卸売業	小売業	飲食業 宿泊業	サービス業	その他	合計
H20 年度	200	103	13	205	87	133	42	783
H24 年度	190	99	9	179	76	110	42	705
H29 年度	188	92	13	134	72	164	63	726
R3 年度	171	93	8	116	67	115	62	632
R6 年度	170	93	12	102	68	126	65	636
H20 年対比	85.0%	90.2%	92.3%	49.7%	78.1%	94.7%	154.7%	81.2%

(資料：商工会実態調査)

また、本町人口の将来人口推移を国立社会保障・人口問題研究所による推計（表 3）で見ると、2035 年には 14,518 人で 15,000 人を切ることが予想される。そのため、人口減少は確実に進み、将来は生産人口、年少人口の減少と共に、今以上に過疎化が進行し、生産年齢人口の減少に伴い、町内における需要の減少は確実である。

(表3) 北広島町の将来人口の推移



(資料：日本の地域別将来推計人口)

### ②北広島町の地域資源・特産品の現状

地域資源は神楽、花田植、吉川氏関連史跡、名水、八幡湿原、スキー場などの文化や歴史、自然などがあり、特産品はどぶろく、果実酒、日本酒、米、トマト、アスパラガス、ほうれん草、リンゴ、いちごなどがある。

当町は米作りが盛んな地域で 2024 年 1 月に京都の老舗米屋儀兵衛主催お米コンテスト「お米番付」では北広島町大朝地域で作られた米「いのちの壺」が最優秀賞を受賞し話題になるなど、実績もあり米を中心としたプロジェクト「おこめのわわわプロジェクト」をたちあげ、コンテンツ開発支援やプロモーションを実施している。また、「全日本お米グランプリ」を北広島町事業として開催するなど、県内でも有数の米どころでもある。

また、古くから酒文化が定着しており、県内で初めて北広島やまなみ果実酒・どぶろく特区の認定を受けた(平成 18 年度)。地域の農産物を加工して造る果実酒やどぶろく、清酒など、造酒所は 5 者ある。

### ③北広島町が抱える問題点

#### ア. 少子高齢化及び人口減少

国全体の問題でもあるが、当町も高齢化率が高く人口減少の抑止が最重要の課題である。当町においては平成 27 年から 10 年間で約 13.9%減少している。そのため、「北広島町人口ビジョン」に基づいて「北広島町長期総合計画」及びその実現に向けた「北広島町総合戦略」を立案して対策を講じている。

一方で、広島市中心部からのアクセスが良好な北広島町の工業団地への企業誘致により、昼間人口が町の人口を上回っている状況であるが、町外からの移住や定住に結び付いていない。

#### イ. 北広島町のブランド化

北広島町は、「北広島町ブランド」の確立を目標とし、自然を活かして様々な農畜産物を生産しているが、経済面や人手不足のため離農が進んでいる。これまで新規就農や担い手育成事業、6次産業化を奨励しているが付加価値の高い商品化が進んでおらず、「北広島町と言えば〇〇のまち」という町外に対してブランド化に結び付いていない。

また、事業者の高齢化による廃業が増加しており、後継者がおらず事業承継への支援が必要である。

地域資源としては多様にあるが事業者間の連携がとれておらず、効果的な PR を行っていない事業

所も散見されるため一部商品を除き地域外の認知度は低い。「〇〇を求めて北広島町に行きたい」と思われるよう認知度を上げる取組が必要である。

#### ウ. 慢性的な労働者不足

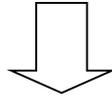
厚生労働省の調べによると令和7年9月における全国の有効求人倍率は1.20倍で、北広島町役場の求人情報センターの独自の調べによると7.39倍と高い数値を示している。これは、少子高齢化が大きく影響しており、外国人労働者に依存している実態がある。将来にむけて安定的な労働者を確保するためU I J ターン者数を増やすことが課題である。

#### ④「第2次 北広島町長期総合計画」(関連部分のみ抜粋)

北広島町は「第2次北広島町長期総合計画」(2017年～2026年)を策定し、「めざすまちの将来像」として「新たな感動・活力を造る北広島～人のチカラがあふれるまち～」をスローガンに、北広島町の未来を担う世代がこの場所で自分の力を発揮したい、貢献したいとおもえるまちとなるために、歴史・文化、町民相互の交流・活動等を創造し、協働のまちづくりを目指すとしている。

#### 施策分野 I. 活力ある産業の創造と成長

重点的な取り組み①・・・事業承継及び担い手の確保  
重点的な取り組み②・・・商品やサービスのブランド化による販路拡大



#### I-1 農業・畜産業の振興

- ① 農用地の保全・集積
- ② 多様な担い手の育成・確保
- ③ 環境に配慮した農業形態の実現
- ④ 農畜産物のブランド化及び販売強化
- ⑤ 農業を支える基盤づくり

#### I-3 商工業の振興

- ① 商工業を支える基盤の強化
- ② 魅力ある商工業機能の形成と特色ある取組展開
- ③ 経営力強化に向けた支援
- ④ 企業立地の促進と立地環境の向上

#### I-4 起業支援と担い手育成

- ① 起業への支援と担い手づくり
- ② 雇用機会の確保・拡充
- ③ 就労に係る情報提供と相談体制の充実

#### ⑤管内事業者における業種別の現状と課題

##### 主な産業別の現状と課題

業種	現状と課題
製造業	(現状) 町内には工業団地が6か所あり、大手企業が製造拠点を構えるなど、山陽と山陰を結ぶ主要拠点となっており雇用創出の上でも重要な位置を占めている。町全体における令和2年の年間製造品出荷額等は1,445億円、従業員数は3,713人となっており、近年はほぼ横ばいといった状況である。(表4)

表4 北広島町の年間製造品出荷額と従業員の推移

	平成29年	平成30年	令和2年
年間製造品出荷額	1,575億円	1,643億円	1,445億円
従業員数	3,633人	3,819人	3,713人

(数値は従業員4人以上の事業所) 広島県工業統計調査

**(課題)**

工業団地の製造業を中心とした企業においては、ベトナムを中心とした外国人研修生制度の活用も多く、現状500人以上の外国人研修生が町内で生活しているが、日常生活において十分なコミュニケーションが図れておらず、情報発信の多言語化等の対応も十分とはいえない。

**建設業**

**(現状)**

土木建設業者の多くは公共工事が主な収益事業となっている。近年の公共工事は、主に災害関連、除雪作業で毎年受注があるものの、天候などに左右されることが多い。

建築業者については、町内での新築やリフォームにおいて物価高騰などにより個人消費が冷え込むと、直結して影響が出ることが懸念される。

**(課題)**

業界全体として若年層を中心とした担い手不足や労働人口の減少により、人手不足・技術のノウハウの継承が大きな問題となっており、人材育成、技術取得支援、労働環境の改善などが必要である。

**小売  
サービス業**

**(現状)**

地域小売業者の高齢化また後継者がいないといった状況による廃業者が後を絶たない状況にある。事業承継を行える事業者は少なく、中山間地域において小売業者が廃業していくことは、地域住民の日常生活に大きな影響を与えている。

**(課題)**

町内から30分から1時間で都市部の大型商業施設に行くことができるため、他地域に流出している購買力を地元で留めることが困難となっている。

**飲食業**

**(現状)**

飲食業者は、人口減少に伴い売上は徐々に減少し、各地域に代表的な店が数店残っている状況である。飲食店は、地域の賑わいやコミュニケーションの場として、重要な施設であり、廃業により、生活に大きな影響を与えている。地域資源を活用した特産品を提供するなど、地域資源の活用や他地域との差別化が必要である。

**(課題)**

地域住民のみをターゲットにした事業展開ではいずれ限界を迎える。本町は観光資源も多く、季節ごとに多くの観光客が訪れている。隣町の安芸太田町と共同で「やまがたサイクルランド」といったサイクリングイベントを継続して行っていることもあり、最近では週末になると町外からサイクリストが多く訪れている。訪町者にターゲットを広げ、ニーズや消費機会を適格に把握・対応して差別化による消費の拡大を図ることが課題である。

## (2) 小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

### ①北広島町商工会の10年先を見据えて

北広島町商工会は、北広島町と連携し地域資源を活用した販路開拓、商品開発等による地域経済への波及や地域外からの需要を取り込む支援を積極的に行う。

10年後(2035年)の北広島町の将来人口の推移を見ると16,620人から14,518人と大きく減少するため、今以上に事業者の省力化や経営力を高め、地域内事業者を存続発展させて、地域としての活力を維持しながら消費喚起を行うため、北広島町の野菜・肉・米・酒など「北広島町ブランド」といえるものが存在する事を町内外に認知してもらう必要があるため、地元特産品の新メニュー開発や情報発信に注力し、

地産地消・・・地元のものを地元で消費。

に、始まり、

地産地商・・・地元のものを地域内外で商う。

となるよう支援し、

地産地笑・・・地元のものが売れるようになり地域全体が潤う。

となる事を目指す。

また、成功事例を積み重ねることで、U I Jターンによる起業を支援し、加えて、後継者対策として事業承継を支援する事で一定の事業者を維持し、将来にわたって住民が安心して生活ができる地域を目指す。

そのため、経営発達支援事業において、①地元特産品を活用した地域活性化②小規模事業者数の維持を目標とする。

### ②北広島町長期総合計画との連動性・整合性

北広島町は5つの施策分野のひとつとして、「活力ある産業の創造と成長」をめざすとし、産業の担い手確保や農産物のブランド化、町内企業の経営力強化への支援等により町内経済を活性化し、自らの適性に応じて多様な働き方が可能な町、雇用環境が充実した町を目指すこととしている。

当商工会は、町の長期総合計画の今後の方向性にあるように、施策Ⅰ—3商工業の振興①、②、③、④、施策Ⅰ—4起業支援と担い手育成①、②、③の施策の展開の中で行う事業を実施している。

「北広島町ビジネス創造支援事業」「がんばる人応援事業」「北広島町産業フェア開催事業」「企業ガイド製作事業」などを、町と商工会が連携して展開している。引き続き町と商工会は、情報共有を常に行い、将来の北広島町を担う事業者と共に町の進める「活力ある産業の創造と成長」を目指す。

### ③商工会としての役割

当商工会の方針は、地域に頼りにされる経済団体として「商売するなら商工会」として事業者からも地域からも認められる団体となる事を掲げている。

中山間地域に位置する北広島町は、将来人口の推移(表3)からも見えるように人口減少が著しく10年後には、町内市場の縮小、事業者数の減少、後継者不足など地域経済への影響は極めて大きい。そのため商工会が持つ地域経済団体としての存在意義や役割、支援機関としてこれまでの取組・強みを発揮し課題に対応していく必要がある。

特に、この地域の強みである地域コミュニティ・組織のネットワークと地域資源を最大限に活用し、「地元特産品を活用した地域活性化」に取り組んでいく。

また、後継者不足による小規模事業者数の減少をくい止め、維持確保するため、事業計画策定・実行支援、事業承継支援は第三者承継も視野に入れ、小規模事業者の売上・利益確保に地道に取り組んでいく。

## (3) 経営発達支援事業の目標

### ①地元特産品を活用した地域活性化

5年間を通して毎年地元特産品を活用した事業(地酒で乾杯事業、ギフト事業、物産展事業等)を実施し、町内外へ情報発信する事で、北広島町の特産品の認知度向上に努める。参加した飲食店や特産品生産者の事業計画策定などを重点的に支援し、さらなる特産品開発につなげていく取組を行い、

「北広島町」の認知度を高め、域外マナーの取り込みを目指す。有名産品や名店・名物料理が北広島町地域に芽生えることにより、観光関連事業者や地域の小売店へその効果を波及させる。

支援計画の認定期間（5年間）目標

	具体的な内容	数値目標
K G I	特産品関連売上増加事業者数	35 者
K P I	地元特産品地域活性化事業参画延べ事業者数	175 者

設定根拠

北広島町の特産品製造事業者は 47 者、飲食店は 48 者おり、その内、地酒で乾杯事業 20 者、ギフト事業 10 者、物産展事業 5 者の参画目標とし、5 年後には年間での参加者 35 者を売上増加につなげる目標とする。

②小規模事業者数の維持

地域の小規模事業者の売上の底上げのため、ブランディングによる域外マネーの取り込みや、後継者不足による廃業を減少させるため、円滑な事業承継を促進、M&Aを支援する。また、事業計画の策定による商品改良、新商品開発、販路開拓支援、事業者のプレゼン能力向上のための支援など個社支援は勿論、商工会の強みである「コーディネート力」を発揮し、専門家と企業、企業同士をつなげることで単独では難しい販路の開拓も連携して行うなど面的な支援を行っていく。その成功事例を積極的に情報発信することで、将来的には定住者や北広島町での創業希望者増加に寄与する。

支援計画の認定期間（5年間）目標

	具体的な内容	数値目標
K G I	5年後の小規模事業者数	983 名（現行 983 名）
K P I	事業計画策定件数	140 件
	起業・創業計画策定件数	20 件
	事業承継計画策定件数	20 件

設定根拠

小規模事業者が持続的な経営をしていくには、計画的な運営が必要不可欠である。そのため事業計画策定数を目標とした。2020 年経済センサスに基づく RESAS の人口構成データによると、2025 年時点の北広島町町民人口推計値は 16,620 人であるが、これが 2030 年には 15,534 人に減少すると推計されている。これは向こう 5 年間で町民人口が約 6.5%減少することを意味し、町内の小規模事業者数も同等割合で減少すると仮定すると、2030 年時点の小規模事業者数は 918 名となる。本事業を通じて小規模事業者数を現状と同等に維持することは、実質的には約 7%の増加を目指すことに相当する、チャレンジングな目標である。

上記①②の目標を達成するため、既存事業者の経営力向上と地域経済への波及、UIJ ターンによる創業者の創出、事業承継者の増加を生み出す上位業種である、酒製造業、特産品製造業、飲食業、観光関連事業への支援を重点的に実施する。そうすることで、地域での一定の事業者数を維持し、将来にわたって住民が安心して生活ができる地域を目指す。

## 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8年4月1日～令和13年3月31日）

### (2) 目標の達成にむけた方針

#### ①地元特産品を活用した地域活性化

北広島町は広島県北部の中山間地域であり、人口約1.7万人の小さな商圏である。そのため、地域活性化・産業振興を考えると「域外マネーの取り込み」は必須となる。「県内では比較的豊かな農業基盤」「立地や歴史に裏打ちされた観光資源」といった当地の地域資源を、域外住民にとって魅力的な商品へと変換する取り組みは商工会の経営支援において優先度が高い。

- ア. 既存商品のブラッシュアップや新商品開発、新メニュー開発の為、セミナーの開催や専門家を活用し、事業者のやる気を醸成していく。
- イ. 事業計画の策定による商品改良、新商品開発、販路開拓支援、事業者のプレゼン能力向上の為の支援など、個社支援や専門家と企業、企業同士を繋げることで単独では難しい販路の開拓も連携して行うなど面的な支援により、地元産の野菜・肉・米・酒などといった特産品を活用した売れる商品・売れるメニュー開発に繋げる。
- ウ. 飲食店を中心に特産品を使った新メニューを開発し、地域内外に情報発信し、「北広島町」の認知度を高め、域外マネーの取り込みを目指す。
- エ. 有名産品や有名店・名物料理が北広島町地域に芽生えることにより、観光関連事業者や地域の小売店などへその効果を波及させることを目指す。

#### ②小規模事業者数の維持

先述の通り、計画年度中にも人口の自然減・社会減に比例して小規模事業者数も減少していくことが予想される。小規模事業者の数を維持することは、地域の生活インフラ維持という観点からも優先課題である。

- ア. 事業計画の策定の重要性の周知や策定の支援を図り、個社の競争力を高め、減少傾向にある小規模事業者数の抑止を図る。
- イ. 北広島町のブランド化と並行して、地域の成功事例を積極的に情報発信する事で、将来的には定住者や町内での創業希望者増加に繋げる。地域の小規模事業者の売上の底上げのため、ブランディングによる域外マネーの取り込みによりU I J ターン事業者数を増加させる。
- ウ. 事業承継をスムーズに行うため、現状の把握、承継方法、承継計画に係る支援を行い後継者不足による廃業を減少させ、事業承継の促進やM&Aを支援する。

## I. 経営発達支援事業の内容

### 3. 地域の経済動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

本町は、工業団地が多く、広島市内や島根県からの就業者が多いため、昼間人口は増加している。しかし、少子高齢化や若者の都市部への流出により人口・世帯数・商工業者数は減少している。

地域内事業者は、これまでの経験による感覚的判断に頼っており、地域経済の動向や外部環境について、数値や傾向、特徴、データが適格に掴めておらず、経営改善に活かされていないということが問題となっている。

この問題を解決するため、中長期的な知見から地域振興及び地域事業者が事業計画策定の必要性を認識し、計画策定を行うことが必要となる。そのため、事業計画策定時に地域経済動向データを活用するために地域経済の現状数値及び国、県、町、シンクタンクがとりまとめた各種統計データ等を取りまとめ地域内事業者へ情報提供することで事業計画策定を促していく。

## (2) 目標

項目	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
①公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②公表回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回

※公表方法 当会 HP、SNS、会報誌等

## (3) 事業内容

### ①分析システムを活用したデータ収集

(情報収集の方法)

「RESAS」(地域経済分析システム)を活用し地域の経済動向情報を収集する。

(調査項目)

人口マップ(人口構成)、産業構造マップ(稼ぐ力分析)、企業活動マップ(中小・小規模企業 財務比較)、地域経済循環マップ(地域経済循環図)、まちづくりマップ (From-to 分析、滞在 人口比率) 等

(調査手段)

当会職員が「RESAS」を活用し、上記調査項目について情報収集を行う。

(調査目的)

地域の人口動態や産業構造等を可視化し、課題を明確にしたうえで、事業者が優先すべき政策や戦略を策定する。

### ②県・町との連携による情報共有

(情報収集の方法)

広島県、北広島町がとりまとめた各種統計データを、関係部署及びHP等から収集する。

(調査項目)

県観光データ、管内の地区別人口及び世帯数並びに産業別事業所数及び従業員数、外国人実習生数 等

(調査手段)

当会職員が広島県および北広島町職員と連携し、上記調査項目について情報収集を行う。

(調査目的)

自地域のデータを分析し実態を把握することで、他地域と比較した際の強み・弱みを明確にして、数値に基づいた計画を策定する。

## (4) 成果の活用

収集した情報は当会内部の会議(経営発達ワーキング会議)や行政との連絡会議で共有した上で、当会HP・SNS等で掲載し、地域内事業者がいつでも閲覧できる状態にする。また、必要なデータを抜粋し当会会報誌(商工会報)にも掲載し地域内事業者へ情報提供を行い、経営指導員の巡回指導の際の参考資料提供の素材として活用する。また、そのデータを個社の取扱商品やサービスの内容に応じて絞り込み、適宜、事業計画策定支援の基礎資料とする。

## 4. 需要動向調査に関すること

### (1) 現状と課題

これまでは、定期的に行っている「北広島町商工会 夏・冬ギフト事業」のギフトにアンケートを添えて、消費者の意見を収集していたが、ギフトの特性上、複数の商品をセットしたものに対するアンケートであり、個社への回答結果のフィードバックが難しかったため、個社の商品改良等に有効な調査結果が提示できるアンケート内容、調査方法を検討する必要がある。

### (2) 目標

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
ギフト事業に伴う需要調査回数	-	1回	1回	1回	1回	1回
ギフト参加事業者 【調査対象事業者数】	13者	10者	10者	10者	10者	10者
物産展事業 アンケート調査回数	-	1回	1回	1回	1回	1回
物産展事業・参加事業者数 【調査対象事業者数】	-	5者	5者	5者	5者	5者
物産展事業・来場者アンケート数 【調査対象者数】	-	50者	50者	50者	50者	50者
情報提供事業者数	13者	15者	15者	15者	15者	15者

※ギフト事業のうち、酒製造者向けギフト事業については自走化したことにより商工会の手を離れたため、令和8年度以降の参加事業者数から外した。また、ギフト事業は出展可能な事業者数に限りがあるため、事業者数は絞り込んでいるが、より手厚い伴走支援が可能となるほか、新たに物産展事業を行うことで合計の支援事業者数を増加させている。

### (3) 事業内容

「北広島町」の野菜・肉・米・酒等、特産品を活用した「新メニュー・新商品」の改良や開発を行うため、例年行っていたギフト事業を継続し、商品開発に役立てるための顧客ニーズ調査として生成AIによる需要調査を実施する。また、集客力のある場所で行う物産展への出店事業者を募り、出店事業者の商品・サービスに関するアンケート調査を行う。

#### 【調査手段・手法】

#### ①ギフト事業にともなう需要調査

定期的に行っている「北広島町商工会 夏・冬ギフト事業」の機会を利用して、ギフト事業参加事業者向けのサービスとして生成AIを用いた簡易的な顧客ニーズ調査を実施する。

具体的には、ギフト事業に参加する事業者への事前サービスとして、事業者ごとの想定顧客像を生成AIに入力して各種質問を投げかけた回答を簡易的なペルソナマーケティングとして事業者に提示する。

この取り組みを通じて、職員のAI利用を促進し、リテラシー向上にも役立てる。

#### ※夏・冬ギフト事業

特産商品を詰め合わせた中元・歳暮に併せたギフト事業

¥3,500・¥5,000程度の価格で50名の購入者を想定。

#### ②物産展来場者調査

町内外の集客力のある場所で行う物産展で来場者に対し出展事業者の商品・サービスに関するアンケートを行い、出展事業者へ回答の情報をフィードバックする。

#### 【情報提供事業者】

新メニュー・新商品開発に資し、当該調査の分析結果を事業計画に反映させるため、アンケート調査結果を分析した上で、売れる商品にするための情報を出展事業者にフィードバックする。

### 【分析手段・手法】

調査結果は、専門家の意見を聴取しつつ、経営指導員等で分析を行う。調査手段は QR コードを活用しての回答方法も導入し、回答率を高め、集計の効率化を図る。

### 【調査項目】

①味、②食感、③見た目、④量、⑤価格、⑥材料への興味

### 【調査・分析結果の提供】

分析結果は、経営指導員等が出展事業者に直接説明する形でフィードバックし、更なる改良を図る。

### （４）成果の活用

新たな需要の開拓に寄与するため、商品のブラッシュアップや新商品開発の参考として事業者に提供し、事業計画策定支援に活用する。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### （１）現状と課題

決算・労務・融資・補助金などの相談時に、経営状況を数値化して助言を行っているが、継続性はなく、その都度の判断で、融資や補助金といった施策を活用する事業者のみ事業計画の策定をしており、本当に事業計画の策定が必要な経営に行き詰っている個社に十分に活かされていないのが現状である。地域内事業者が新たな取組を実施していく中で、しっかりと経営分析を行い、自社の現状を知ることが大変重要である。特に地域内小規模事業者においては、損益計算書及び貸借対照表については確定申告や資金調達に必要な書類という意識が未だ強い。損益決算書や貸借対照表を活用して定量的な経営分析を行うことの重要性や、目に見えない経営資源や個社の強みを「見える化」して定性的に自社を客観的に評価していくことが課題となっている。

### （２）目標

項目	現行	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
分析件数	50件	52件	52件	52件	52件	52件

※経営指導員あたり13件×4名を目標として設定する。

### （３）事業内容

原価率が高い、資金繰りが悪いなど事業の見直しや、販路開拓、事業効率化の取組をしたい事業者を中心に、自社の損益計算書及び貸借対照表等を活用して専門家と連携して経営分析の重要性を意識してもらう。セミナーに頼るのではなく、巡回訪問時や窓口相談を通じてヒアリングを行い、事業における強みや弱みなどをまとめて分析を行い、事業計画策定へ繋げる。

統一様式としてローカルベンチマーク等を活用して継続的に分析することで、個社の現状や目標を数値的に表すことができ、目に見える形で進捗状況や、個社の達成度など、効果的に把握することが可能となる。また、事業計画策定時の基礎資料となり、共有も図れる。

【分析項目】 定量分析たる「財務分析」と、定性分析たる「SWOT分析」を行う。

≪財務分析≫ 売上増加率、営業利益率、労働生産性、有利子負債倍率 等

≪SWOT分析≫ 強み、弱み、脅威、機会 等

【分析手法】 経済産業省の「ローカルベンチマーク」等を活用し、経営指導員で分析を行う。

### （４）分析結果の提供と活用

分析結果は、当該事業者巡回等でフィードバックし、事業計画の策定等に活用する。また、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。

## 6. 事業計画策定支援に関すること

### (1) 現状と課題

集団での事業計画策定等セミナーでは計画の概要や必要性を伝えることはできても、事業者ごとの計画策定に十分に対応しきれていなかった。事業計画と資金計画が連動した長期実効性のある計画策定を、専門家を活用し支援する必要がある。事業計画には事業承継も含まれるが、事業承継については事業者からの相談があつてから、対応するという受動的な支援に留まっているため、窓口相談や個別相談を通じてプッシュ型の支援を進めていく。

### (2) 支援に対する考え方

地域の活力を維持するために、特に波及効果が期待できる地域産品を使った特産品製造・飲食関連事業者の事業計画策定を、重点的に支援する。

また、日本全国で人口減少が加速していくなか、地域内消費だけに留まらず SNS やインターネットを活用するなどして全国・世界へ売り出すという事業計画も必要と考えている。これら SNS やインターネット活用にかかるリテラシー向上支援は、「7. 事業計画策定後の実施支援」の成果としてカウントする。

### (3) 目標

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
事業計画策定事業者数および 知財バンク参加者	36 者	36 者	36 者	36 者	36 者	36 者
事業承継個別相談会開催回数	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

※本計画の目標は、減少傾向にある当地区の小規模事業者数を現状水準に維持することにあるため、事業計画策定事業者数の数値目標も現状維持を基本としつつ、より手厚い伴走支援を行うことで、小規模事業者にとって、より実効性の高い計画策定支援を行う。

### (4) 事業内容

#### ①事業計画策定支援

【対象者】 経営分析を行った事業者の内、原価率が高い、資金繰りが悪いなどの経営課題を抱える事業所及び、「北広島町ブランド」の参画事業者は特に重点的に事業計画策定を支援する。

【手段手法】 上記対象者に対する経営指導員の窓口相談・巡回訪問により事業計画策定を勧奨する。自ら策定が困難な事業者には経営指導員が策定を支援する。専門的な分野や困難な課題に対しては中小企業診断士や各種土業の専門家を活用した支援を行う。

#### ②事業承継・引継ぎ支援センターと連携した事業承継個別相談会の開催

【対象者】 事業承継を考えているが、後継者が決まっていない（具体的に話が進んでいない）事業者や、良い商品、サービスを提供しているのにも関わらず、引き継ぐ相手がいない事業者。

【手法手段】 年1回個別相談会を実施して、事業承継に不安や悩みを抱える事業者をピックアップし、専門家派遣や事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、企業間マッチングなど具体的な支援につなげて事業承継計画を立案する。

#### ③知財バンク（BtoB）

北広島町の失くしてはならない技術やレシピなどの知財を商工会で文字や、映像などで見える化し、保管。新規創業者や第二創業を考えているかたに承継し、知財を維持していく事業。

本事業を行う事により、後継者不在での廃業といった地域内事業者の減少に歯止めをかけ、小規模事業者数の維持に繋げる。

対象業種：全業種

## 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

事業計画策定後のフォローアップは、その事業計画策定支援を行った経営指導員が中心となり行っているが、新規の事業計画策定支援も多く、十分に対応できているとはいえない状況である。

個々の経営指導員が策定支援を行った事業計画は、誰でも見る事ができるよう共有しているが、情報の共有が不十分であるため、他職員がその事業計画を把握することができていない。

そのため、商工会全体としては、各支所での対応、決算時や労働保険の手続き、各部会などで事業計画策定事業者への接触機会は多いものの、事業計画策定後のフォローアップには繋がっていないという課題がある。

### (2) 支援に対する考え方

物価高騰の対応など、時代の変化は激しく、策定した事業計画どおりに事業を実施することは非常に難しいと考えられるが、目標を達成するためには、新規事業計画の策定よりも、既事業計画のフォローアップに重点を置いた支援が必要である。実施に際しては、事業計画策定を支援した経営指導員にフォローアップをすべて任せるのではなく、支所対応や申告や労働保険など、接触する機会を活かしてフォローアップができるように、全職員で事業計画の情報共有を行い、北広島町商工会チームでフォローアップしていく。

### (3) 目標

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
フォローアップ事業者数	36者	36者	36者	36者	36者	36者
のべ件数	108回	108回	108回	108回	108回	108回
売上等増加事業者数	18者	18者	18者	18者	18者	18者

※本計画の目標は、減少傾向にある当地区の小規模事業者数を現状水準に維持することにあるため、フォローアップ事業者数も事業計画策定数と同様に数値目標も現状維持を基本としつつ、より手厚い伴走支援によって、6. で策定した事業計画を実現できるようなフォローアップを行う。

のべ件数は、フォローアップ事業者数×3回。

### (4) 事業内容

北広島町商工会チームでのフォローアップは、事業計画立案事業所を中心に訪問により行い、事業所の現状を確認しながら行う。訪問前に事業計画の内容を改めて確認しておき、前回の状況との比較が出来るように、過去のフォロー実績も確認の上で、効果ある訪問としていく。専門性を必要とする場合には、専門家と同行し様々な課題解決法を学ぶ。

また、当町独自の補助金制度（北広島町ビジネス創造支援補助金）による事業計画については、行政と商工会で情報共有し、フォローアップを行う。

なお、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、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、当該ズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、フォローアップ頻度の変更等を行う。

#### 【手段手法】

#### ① 定期的な確認および決算時を活かしたフォローアップ

事業計画を策定したすべての事業者を対象に、経営指導員を中心とした少人数チームで計画を組み、年3回ほどフォローアップを行い、現状を把握する。その中で、当初の計画から乖離している事業者に対しては、訪問回数の増加や訪問間隔の短縮化を行い、実態に即したフォローを実施する。

この定期的な巡回も、経営指導員にすべて任せるのではなく、事業所と接触の多い支所勤務職員や、決算対応や記帳支援を行っている職員と支援体制を整え、フォローアップの効果を高める。

また、行政とは毎月の会議で情報共有を行い、必要に応じて北広島町担当課と商工会で事業計画策定事業者のフォローアップを行う。

#### ② 国・県・町の補助金および融資制度の活用

策定した事業計画の見直し時に必要に応じて、国・県・町の補助金や助成金、融資制度を提案するなど、効果的な事業計画実施を支援する。

### ③支援団体・専門家を活用したフォローアップ支援

事業計画の見直しにおいて、より専門性が高い課題がみられる場合には、各支援団体（事業引継ぎ支援センター、よろず支援拠点、発明協会等）や、中小企業診断士・税理士・社会保険労務士等を活用し、適切な支援を実施する。

## 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

現状では、出展やギフト事業、地酒でカンパイ事業などを行っているが、ギフト事業については継続し行ってきた事で認知されていることもあり、安定的な販売数となっている。地酒でカンパイ事業は3回行い飲食店が今まで取り扱っていなかった地酒を消費者にアピールできたが、3回の開催ではチラシ、HP等で周知したものの年1回の取組のため認知度は低く、継続して行う必要がある。

また、多くの地域内事業者は、個社ごとに良い商品、良いアイデアはあるものの、発信力が弱いとため販路開拓に結び付いていない。商品開発や販路開拓において、また、意欲が高い事業者においても、自社のできることからスタートする「プロダクトアウト」の考えが大きく、消費者のニーズにあった「マーケットイン」の考え方を重視する事業者が少ないのが実情である。

### （2）支援に対する考え方

酒製造・特産品製造・飲食・観光関連事業者を中心に、地域資源を活かした商品、自社の強みを活かした新商品の開発支援を計画的に行う。開発した商品のターゲット層に合ったイベントや展示会等を斡旋し、率先して出展支援することで事業者の販路開拓につなげていく。また、SNS やインターネットでの販売支援も行っていく。

イベント参加や展示会出展することで消費者・バイヤーから得られる評価は、「マーケットイン」の考え方であるため、その後の商品開発および改善に反映させ、商品の価値を高めていけるよう支援を行っていき、PDCAを回すことで個社の売上増加に繋げていく。

### （3）目標

項目	現行	令和 8年度	令和 9年度	令和 10年度	令和 11年度	令和 12年度
地酒で乾杯参加事業者数①	20者	20者	20者	20者	20者	20者
売上増加事業者数	-	12者	12者	12者	12者	12者
ギフト事業参加事業者数②	13者	10者	10者	10者	10者	10者
売上増加事業者数	-	5者	5者	5者	5者	5者
物産展参加事業者数③	-	5者	5者	5者	5者	5者
売上増加事業者数	-	3者	3者	3者	3者	3者

※①の事業は参加事業者の6割、②③の事業者参加事業者の5割の売上増加を目標とする。

### （4）事業内容

特産品製造・飲食・観光関連事業者を中心に自社の思いだけでなく、市場や消費者が欲している商品を開発するため、市場に詳しいバイヤー等の専門家派遣を活用し、具体的な商品開発への意識醸成とやる気のある事業者の抽出を図り、個別の商品開発支援を行っていく。新たな商品開発だけでなく、既存商品についてもこの「マーケットイン」の考えを活かし商品改良や販路開拓を行っていく。

#### ①地酒で乾杯事業（BtoB、BtoC）

飲食店において地酒である日本酒・どぶろく・ワイン・焼酎などを取り扱ってもらい、消費者に地酒を飲んでもらい知ってもらう事から、飲食店へのリピートと地酒の消費アップを目的とする。

商工会は、参加事業者に対して利用者アンケートを収集・公開し、地元での地酒消費促進に役立てる。

対象業種：飲食業、酒製造業

## ②ギフト事業 (BtoC)

中元・歳暮等贈り物用に町内特産品を詰め合わせたセットを販売して、町内外の消費者に特産品を知ってもらい、特産品の販売増につながることを目的とする。

参加事業者へのサービスとして4.(3)の「顧客ニーズ調査としての生成AIによる需要調査」を実施し、商品開発・改良に役立てる。

対象業種：特産品製造業

## ③物産展事業 (BtoC)

道の駅や高速道路SA等、町外の来店も期待できる場所を活用した物産展を開催する。

本事業に参加した事業者を中心に、ターゲットとする消費者や売り先を意識したうえで、専門家や指導員で出展支援を行い、町内外の消費者を参加事業者の店に誘引しリピートしてもらう事を目的とする。

対象業種：特産品製造業、飲食業、観光関連事業、他

## 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取組みに関する事

#### (1) 現状と課題

経営発達支援事業評価委員会については、総代会(5月)、役員会(4・8・12・3月)、地区懇談会(9月～11月 4地区で開催)の機会に報告(実績・評価報告、今年度計画、進捗状況)を行い、評価委員会を年1回の開催を計画する。

#### (2) 事業内容

経営指導員等が、日々の支援活動において「事業計画策定数」「支援先売上動向」等のデータを収集・蓄積し、事業評価委員会で進捗管理できる体制を整備する。本計画で設定した数値目標と、各年度の実績数値を合わせて報告し、事例等の定性的な報告と合わせて評価を行う。

#### ①経営発達支援事業評価委員会の設置・開催(年1回)

メンバー構成(商工会正副会長・北広島町商工観光課・観光協会・地元金融機関・中小企業診断士等専門家・法定経営指導員)

#### ②委員会の役割

経営発達支援事業実績の内容・効果・目標数値を鑑み、評価を行い、次年度の目標設定や、活動方針の決定などを行う。

#### ③評価の情報提供など

委員会の評価結果を役員会、総代会で説明報告するとともに、見直された事業方針について、次年度の事業計画に反映させる。具体的な計画や進捗状況については、引き続き役員会や地区懇談会にて説明報告し、広く周知する。評価結果については商工会HPで誰でも閲覧できる環境を整える。

### 10. 経営指導員等の資質向上等に関する事

#### (1) 現状と課題

現在は、広島県商工会連合会が主催する研修会へ内容に合わせて担当者が参加し、報告や普段のコミュニケーションを通じて、支障なく業務を行えている。しかし、個々の自己努力によって補われていることが多いのが実情である。

経営発達支援事業の実施においては、指導員が中心であり、職員全体が経営発達支援事業の意味や役割を充分理解できていない現状がある。

そのため、個々の得意分野を伸ばしその能力を活かしたチームでの支援を目指すことにより、時間短縮や業務の効率化を図りつつ効果的な事業遂行を行っていく必要がある。

## (2) 事業内容

### ①個々のスキルアップとチーム支援

現在の広島県商工会連合会の主催する研修会への参加に加え、中国経済産業局や中小企業基盤整備機構などが主催する研修会に、指導員のみならず、全職員の担当業務やレベルに併せて計画的に参加する。特にこれから重要となってくるDX支援のスキルを平準化していく。

更に、研修などで得た知識やトレンド、手法ノウハウをチームで共有し、チーム型の支援に活かす事で職員全体の資質向上を図る。

### ②支援内容のデータベース化と様式の標準化

支援において、初期段階である経営分析や現状把握などの様式を標準化し、支援員を含め関連する職員が、誰でも着手できる環境を整備し、経営発達支援事業への意識の醸成と業務効率化を図る。また、共有ストレージに支援した事業者データを、事業所ごとのフォルダーで管理し、情報の蓄積だけでなくノウハウの共有も行う。

### ③定期ミーティング

現状行っている定期ミーティング（経営発達ワーキング会議）は、局長・経営指導員のみで月1回程度実施し、事業や個社支援の進捗状況の共有を行っている。

今後は必要に応じて、支援員等も含めたチーム支援や個々の得意分野での相互協力を意識し、実施することで支援の多様化や効率化を図っていく。

## 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

近隣では、安芸太田町商工会、安芸高田市商工会との情報交換会を年1回、同地区の金融機関とは、融資などの案件ごとに情報交換を行っている。県内では、日本政策金融公庫の研修会時の情報交換会に年1回参加し、景況や業種別融資状況、また商工会職員と最新施策の内容や申請方法など情報交換を図ってきた。

昨年度に引き続き、中小企業診断士等の専門家派遣時を活用し、最新のノウハウとコーチングなどを同行で実践し、身に着ける意識と定期ミーティングでの情報共有を行う事が必要である。

## (2) 事業内容

### ①専門家派遣時における支援ノウハウの取得

各事業者の課題に対し、中小企業診断士等の専門家が支援を行った際、こういった聴き方で、事業者から何を導きだしたか、またそれを基に、こういった解決方法を提示したかを同行の中で習得する。（対象事業者の業種・業態や課題の内容により、様々な案件が想定されるが、柔軟な対応手法やヒアリング手法の習得を目指す。）

得たものをマニュアル化し、自分で繰り返すことで、効率的なノウハウの取得に繋げ、他の職員と共有することで、商工会全体のスキル向上と最新ノウハウを取得する。

### ②ノウハウの情報交換

現在の情報交換会（安芸太田町商工会、安芸高田市商工会との情報交換会を年1回・日本政策金融公庫の研修会時の情報交換会に年1回）を継続して行う。

## 1 2. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

### (1) 現状と課題

北広島町商工観光課と定例会を開催し、北広島町の商工振興施策について、予算、事業内容、進捗状況、今後の対応など、事業ごとに毎月1回のペースで協議を行っている。主な内容は、地元企業の商品・サービスを周知し、就業へつなげる「産業フェア事業」「北広島町企業ガイド WEB 事業」など、地域課題を共有し事業を実施してきた。

一定の効果があるものの、各事業を見直す時期がきている。

そのため、この定例会を活用し、引き続き課題の解決に向け、事業を実施していく必要がある。

## (2) 事業内容

北広島町商工観光課との定例会の実施（年間12回 月1回の開催）

地域内経済の活性化を図るため、上記事業の課題解決と実施に向け、引き続き定例会を開催し、北広島町中小企業・小規模企業振興基本条例に伴う北広島町産業振興会議での意見や方向性を取り入れながら、行政との共同立案の検討を行う。実施においては、事業の合理化を基本的な骨格として、費用対効果の検討や業務役割分担を行い、取り組むべき課題を精査した上で、共同実施を行う。また実効性を高めるため事業に応じて、商工会の部会などと連携し実施していく。

### ①産業フェア

地域住民に対し、自社製品を展示、販売し、企業をPR。イベントの要素を取り入れ、若年層へ将来的な就業につながるよう実施。併せて就職相談も実施している。

### ②人材バンク

事業者から人材不足といった声があがっているが、人材を紹介できる商工会として人材を紹介できる資格がない状況である。当会では「がんばる人応援事業」で建設業者向けの資格取得研修も行っている事もあり、研修受講者には求職者も散見される。令和8年度より北広島町商工会にて、無料職業紹介事業の許可を取得し、運営する事で北広島町内の人材不足について対応していく。

対象者：会員事業所の求人、求職の制限はなし

### ③北広島町企業ガイドWEB

北広島町と北広島町商工会では、就職希望者に対し、働く場所として、北広島町および町内企業を選択してもらうこと、将来働くことになる児童生徒に対し、町内事業者の認知度向上を図り、働く場所の選択肢となることを目的に求職事業者の情報を掲載している北広島町企業ガイドWEBを運営している。今後も掲載情報を更新し北広島町の人材不足の軽減に寄与するように努める。

(別表 2)

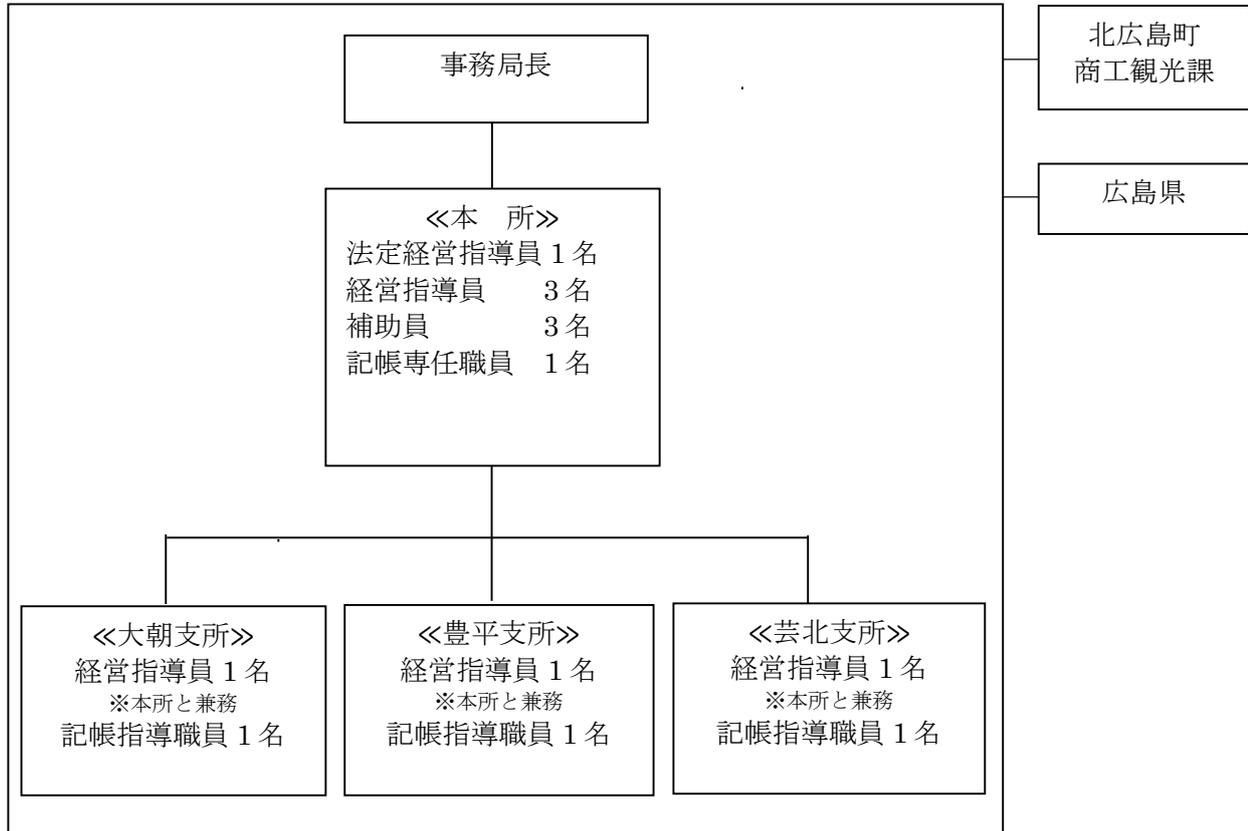
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

( 令和 7 年 1 2 月現在)

(1) 実施体制 (商工会又は商工会議所の経営発達支援事業実施に係る体制/関係市町村の経営発達支援事業実施に係る体制/商工会又は商工会議所と関係市町村の共同体制/経営指導員の関与体制 等)

北広島町商工会事務局組織図 (令和 7 年 1 2 月 1 日現在 職員数 1 2 名)



経営指導員は経営発達支援計画実施を主な役割とする  
補助員、記帳選任職員、記帳指導職員は経営発達支援計画の業務をサポートする

①都道府県及び関係市町村との連携体制

北広島町との連携は、商工会事務局長及び指導員と、町商工観光課とで毎月 1 回情報交換会を実施。また広島県と事前に相談・調整を行うことで、都道府県の重要課題についても反映した支援計画とする。

②北広島町商工会の経営発達支援事業実施に係る体制

4 名の経営指導員が 4 拠点それぞれの担当エリアを持ち、窓口での支援や巡回指導を行う。また、広島県中小企業診断士協会等の外部機関と連携し、外部専門家を招いての伴走支援や個別相談の体制をとる。

③定量的に実施状況を把握し評価を行う体制

法定経営指導員 1 名・経営指導員 3 名・補助員 3 名および記帳専任職員 1 名・記帳指導職員 3 名の体制で実施状況を定量的に把握し効果測定する。そこで把握した実施状況を評価委員会 (商工会正副会長・北広島町商工観光課・観光協会・地元金融機関・中小企業診断士等専門家・法定経営指導員からなる) で評価するとともに、次年度の支援内容の検討を行う。

④経営指導員等の資質向上に係る体制

当会事務局内部での情報・ノウハウ共有および月 1 回の定期ミーティング開催、広島県商工会連合会・中国経済産業局・中小企業基盤整備機構などが主催する研修会に参加してDX化や生成AI、財務諸表の分析手法、経営戦略、マーケティング、起業・創業、事業承継、価格転嫁など適宜専門知識の習得を図り、小規模事業者の内発的動機付けを行うための事例共有などを行う。

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

①当該経営指導員の氏名、連絡先

氏名 合野忠敬

連絡先 北広島町商工会 (Tel 0826-72-2380)

②当該経営指導員による情報の提供及び助言(手段、頻度等)

経営発達支援事業の実施において中心的な役割を担い、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広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員・合野忠敬は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に該当しない。

(3) 商工会／商工会議所、関係市町村連絡先

①商工会／商工会議所

〒731-1533

広島県山県郡北広島町有田 1234-1

北広島町商工会 経営支援課

Tel : 0826-72-2380 / FAX : 0826-72-5770

E-mail: kitahiroshima@hint.or.jp

②関係市町村

〒731-1533

広島県山県郡北広島町有田 1122

北広島町 商工観光課

Tel : 0826-72-7368 / FAX : 0826-72-5242

E-mail: syoukoukankouka@town.kitahiroshima.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8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
必要な資金の額	3,670	3,670	3,670	3,670	3,670
1 地域経済動向調査	0	0	0	0	0
2 需要動向調査	120	120	120	120	120
3 経営状況分析	0	0	0	0	0
4 事業計画策定支援	450	450	450	450	450
5 事業計画策定後の実施支援	300	300	300	300	300
6 新たな需要の開拓に寄与する事業	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
7 地域経済の活性化に資する取組	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

(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 手数料収入 国補助金 広島県補助金 北広島町補助金

(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
連携者なし
連携して実施する事業の内容
連携者なし
連携して事業を実施する者の役割
連携者なし
連携体制図等
連携者なし