

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8年4月1日～令和13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	<p>【経営発達支援事業の内容】</p> <p>3. 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LOB調査を定期的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。</p> <p>4. 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。</p> <p>5. 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。</p> <p>6. 事業計画策定支援に関すること 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。</p> <p>7. 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、計画実現のサポートを行い経営の自走化を目指す。</p> <p>8. 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。</p>
連絡先	<p>○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</p> <p>○大竹市総務部産業振興課商工振興係 〒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</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

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 25,017 人、世帯数 12,738 世帯(人口・世帯数とも令和7年12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てみると、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 7 年 12 月において、ピーク時から 1 万 3 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 16 年(2004 年)と令和 6 年(2024 年)を比較してみると、20 年間で 5,248 人、17.1%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、5,963 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

	H16 年	H21 年	H26 年	R1 年	R6 年
人 口	30,799	29,638	28,327	26,954	25,551
世帯数	12,238	12,747	12,819	12,792	12,821

※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】

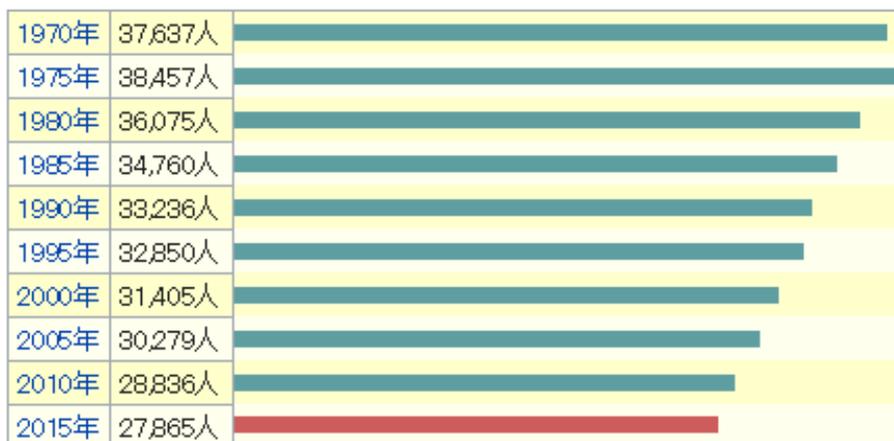
単位:人

	H16 年	H21 年	H26 年	R1 年	R6 年
0 歳～14 歳	3,970	3,482	3,154	2,973	2,663
15 歳～64 歳	19,533	18,083	16,329	14,605	13,570
65 歳以上	7,296	8,073	8,844	9,376	9,318

※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)

下表の大竹市の小学校、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、令和5年には1,760人と14年間で343人、19.4%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
令和5年	4	50	1,184	622	562

※各年5月1日 (出典：大竹市統計書)

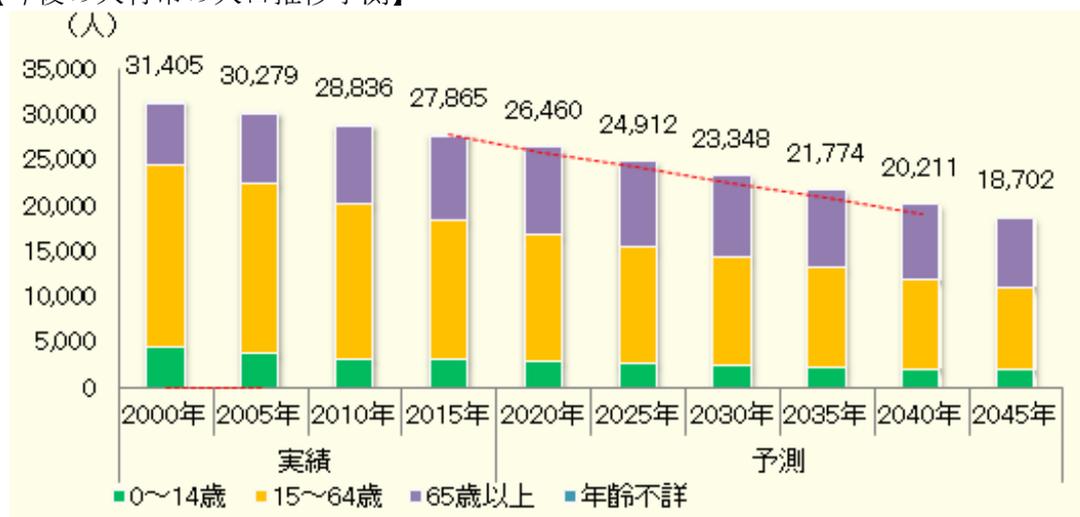
○中学校

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
令和5年	3	25	576	289	287

※各年5月1日 (出典：大竹市統計書)

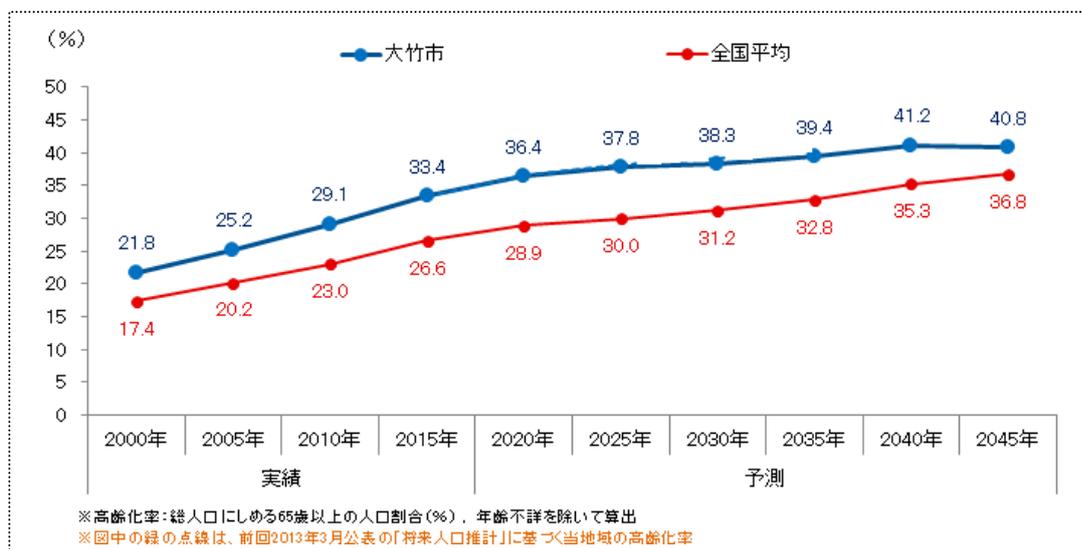
- ・大竹市の今後の人口予測をみると、グラフ図の「人口推移予測」と「高齢化率の推移」とおり 2045 年には 18,702 人と 2 万人を下回り、さらに高齢化率では、2040 年に 41.2%と全国平均の 35.3%を 5.9 ポイントも上回る高齢化社会が訪れる。
- ・これにより、購買力低下、生産年齢人口の減少に伴う人手不足、住民税などの税収不足などの問題が深刻化してくると予想される。

【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」)

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、大竹市より公表されている統計書により、令和6年と令和成7年を比較してみると、5年間で245事業所、19.2%の減少となっており、さらに、個別で見ると卸小売業は25.6%、宿泊・飲食サービス業においては13.7%と高い落ち込みをみせている。
- ・また、経済センサスによると小規模事業者数は、平成26年から令和1年の5年間で、37事業所、4.2%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】

	令和 2 年	令和 6 年	対 比 増 減 (R3-H26)
建設業	139	114	▲25
製造業	97	83	▲14
電気・ガス	5	5	0
運輸・情報通信・郵便業	44	47	3
卸・小売業	338	269	▲69
金融・保険	20	17	▲3
不動産・物品賃貸	79	46	▲33
学術研究・専門技術	34	39	5
宿泊・飲食サービス業	111	81	▲30
生活関連サービス・娯楽業	128	94	▲34
教育・学習支援	55	27	▲28
医療・福祉	114	98	▲16
複合サービス業	12	13	1
その他のサービス業	101	99	▲2
合 計	1, 277	1, 032	▲243

※各年 7 月 1 日現在

(参考：大竹市統計書)

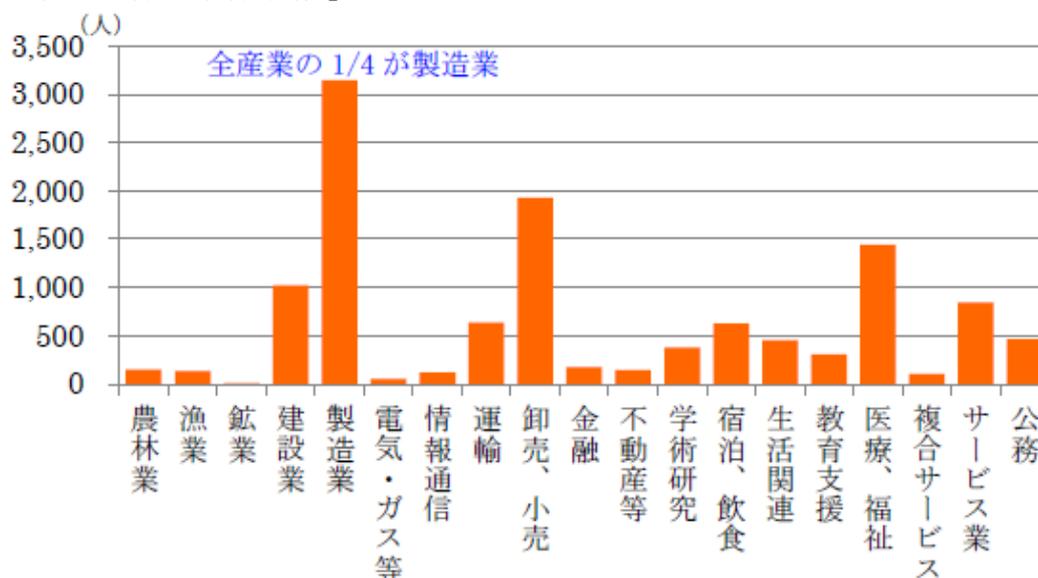
【商工業者小規模事業者数の推移】

	H24年	H26年	R1年
小規模事業者数	930	897	860

(出典：中小企業庁「経済センサス」)

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249万人(令和6年調べ)、岩国市が254万人(令和6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) 平成令和6年広島県観光客数の動向、令和6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、令和6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19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：広島県観光客数の動向)

大竹市の人口は、令和7年8月時点で25,125人となっている。

社人研の将来推計によると、令和32(2050)年には令和7(2025)年よりも約8,000人減少し、17,250人と予測されている。

年齢3区分別の人口構成比では、老年人口(65歳以上)の増加と生産年齢人口(15～64歳)・年少人口(15歳未満)の減少が年々進んでいる。

【重点戦略(総合戦略)】

- ・本商工会議所と大竹市では、さまざまな施策の推進に当たり、3つの重点戦略を掲げ、総合的・効果的・効率的に取り組むこととしている。
 - ・その重点戦略の1つに掲げられているのが「大竹市に仕事をつくる」であり、次の方針のもと、地域産業の活性化や雇用の確保などに取り組んでいる。
- ①時代の変化や社会のニーズに合わせた持続可能な産業の基盤づくり創業支援等を進め、まちの活性化につなげます。
 - ②イフスタイルに応じた働きやすい環境を整え、地域産業に携わる多様な人材の育成・確保に努めます。
 - ③魅力ある雇用の場の確保に取り組み、人口流出を抑制し活力あるまちづくりを目指します。

【商工業の振興】

分野別施策の中で、商工業の振興について次のとおり計画されている。

■ 目指す姿

- ・市内の企業が堅調な経営によって、まちの発展を支えていく。また、新たに起業、創業する人が増え、市内の産業が活性化につながる。
- ・スムーズな事業承継が進み、事業が続いていくことで、産業を支えていく。

■ 現状と課題

- ・既存企業の業務の拡張や新たな企業の進出等のために、企業用地の不足等の諸課題について対策が必要です。
- ・高齢化・担い手不足等により廃業の可能性がある事業者が増えています。
- ・工業用水道事業では施設の老朽化が進み、維持費の増加が問題となっており、安定して工業用水を供給するために、施設の更新や各機関との連携、安全性確認のための取組が必要です。

■ 主な取組

① 新たな活力の創出

- ・既存事業の業務拡張や改善、新たな企業進出等に向けて、効果的な施策を展開する。
- ・中小企業の実態や課題、ニーズを的確に把握しながら、効果的な施策を展開する。
- ・創業希望者に対し、経営・財務・人材育成・販路開拓等の支援を行う。

② 魅力ある商店づくり

- ・新たな社会環境に適応した個性的で魅力ある商店等の創出に向けた支援を行う。

③ 安定した工業用水の供給

- ・大竹市工業用水道事業経営戦略に基づき、老朽化した施設の更新及び耐震化を行う。

本商工会議所と大竹市が応基本方針のもと、連携して次の取組方針を打ち出している。

- 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する。
- 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う。
- 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う。
- 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

【SWOT分析でみる大竹市の現状と課題】

	強み Strength 【プラス要因】	弱み Weakness 【マイナス要因】
内部環境	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・69年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 	<ul style="list-style-type: none"> ・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
	機会 Opportunity 【プラス要因】	脅威 Threat 【マイナス要因】
外部環境	<ul style="list-style-type: none"> ・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30km圏内に存在 ・10km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 	<ul style="list-style-type: none"> ・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

⑩10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大竹市の第2期大竹市まちづくり基本計画との連動性・整合性

第2期大竹市まちづくり基本計画では、「大竹市に仕事をつくる」ことを重点戦略の1つに位置づけ、産業の活性化や雇用の確保に取り組むこととしており、具体的な商工業の取組みとして、①新たな活力の創出、②魅力ある商店づくりが掲げられている。

当商工会議所が考える長期的な工業及び商業の振興のあり方は、第2期大竹市まちづくり基本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、大手企業を支えている地域の小規模事業者への支援、商業においては、関係機関と連携した小規模事業者への支援を目指したもので、市の基本計画はと整合している。

また、経営発達支援計画の策定にあたり、当商工会議所と大竹市産業振興課のと協議を行い、第2期大竹市まちづくり基本計画との連動を図っている。今後も大竹市産業振興課とは定期的に協議を行い、連携を密にとりながら計画を推進していく。

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「伴走型支援による経営の自走化」を推進していく。

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。

(3) 経営発達支援事業の目標

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、基本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。

①事業計画策定及びフォローアップ支援

イ) 事業計画の策定支援

支援期間（5年間）目標

KPI：支援事業者数 180社（延べ）

KGI：定期的巡回相談、セミナー開催、各種ツール用いた広報

- ・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う。
- ・課題解決においては、専門家等の支援を受けられるよう体制を整える。

ロ) 事業計画後のフォローアップ支援

支援期間（5年間）目標

KPI：支援事業者数 200社（延べ）

KGI：計画支援を受けた事業者への巡回相談を実施

- ・自走化に向けた、事業者の経営リテラシーの向上と合わせて支援者である当商工会議所職員もスキルの向上を図る。

ハ) 創業支援

支援期間 (5年間) 目標

KPI : 支援事業者数 30社 (延べ)

KGI : 創業セミナー開催、大竹市からの情報、ホームページなどの各種広報
・創業時のノウハウ、そして起業後の伴走型支援、ゆくゆくは経営の自走化。

ニ) DX推進業支援

支援期間 (5年間) 目標

KPI : 支援事業者数 20社 (延べ)

KGI : AI&DXセミナー開催後の参加者へのアプローチ、窓口対応・巡回相談

ホ) 事業承継支援

支援期間 (5年間) 目標

KPI : 支援事業者数 20社 (延べ)

KGI : 広島県事業引継ぎ支援センターとの連携、定期的な相談会を実施、窓口対応・巡回相談等。

②新たな需要の開拓に寄与する事業

支援期間 (5年間) 目標

KPI : ザ・ビジネスモール登録事業者数 150社 (延べ)

ひろしま夢ぷらざ常設出展事業者数 50社 (延べ)

ひろしま夢ぷらざ大竹フェア出展事業者数 60社 (延べ)

大型商業施設等の商談会・展示会の出展事業者数 50社 (延べ)

ビジネスネットワーク拡大交流事業出展事業者数 20社 (延)

KGI : 窓口対応・巡回相談時にアプローチ

③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。

- ・ 定量的に実施状況を把握し評価を行う体制づくり
- ・ 法定経営指導員3名、補助員2名の体制で、実施状況を定量的に把握し、効果測定を行う。
- ・ 経営指導員等の資質向上のため、所内で職員向けの研修や勉強会等を実施、また、外部研修会への参加、参加後は商工会議所内で内容の共有を図る

④都道府県及び関係市町村との連携体制

- ・ 大竹市産業振興課と連携し、地域の実情を踏まえた重要課題を設定するとともに、本支援計画での支援方針を決定するため、年複数回、協議会を開催する。
- ・ 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。

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8年4月1日～令和13年3月31日）

(2) 目標達成に向けた方針

①事業計画策定支援及びフォローアップ支援

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新たな需要の開拓に寄与する事業

5年間で延べ330社以上の事業者を各プラットフォームへ送り出すことを目指します。単なる「紹介」に留まらず、オンライン（ザ・ビジネスモール）とオフライン（夢ぷらざ・商業施設）の両輪で、事業者のフェーズに合わせた最適な販路をマッチングさせ自社のPRを含めて行うことで、持続的な売上向上と新たな需要の掘り起こし、フォローアップまで継続的支援を実現します。

(支援方針)

能動的なプッシュ型支援を展開し、巡回訪問を通じて意欲ある事業者の発掘と能力分析を行い、ネット登録や対面販売など最適な出口戦略を提示します。ブラッシュアップ支援では、専門家派遣によりパッケージやVMDを磨き上げ、商談会での成約率を高めます。

さらに、テスト販売から常設出展、大型商談会へと繋げるステップアップ構造を構築します。結果の分析とフィードバックを徹底し、持続的な成長を導く支援サイクルを確立します。

③支援体制の強化

職員の研修やナレッジ共有を強化し、支援能力の標準化と高度化を図ります。これにより、小規模事業者の多様な経営課題へ迅速かつ的確に対応できる体制を構築します。あわせて、支援実績を定量的に管理・評価するデータ駆動型のPDCAサイクルを運用します。支援の形骸化を防ぎ、客観的なエビデンスに基づいた実効性の高い経営指導體制を確立することで、支援の質の不断の向上を目指します。

(支援方針)

経営指導員ら5名による専門体制を構築し、明確な役割分担で密度の高い相談対応を行い、内外の研修や事例共有を通じて支援スキルの継続的研鑽を図り、組織全体の知見を常にアップデートします。指標に基づく効果測定を徹底するPDCAサイクルの確立により、支援の質と体制を適宜見直し、最適化を図ります。

④都道府県及び関係市町村との連携体制

大竹市の産業実態や重要課題を的確に捉え、地域ニーズへ即応できる実効性の高い支援体制を構築することで地域産業の底上げを目指します。

また市の課題に留まらず、広島県が掲げる重要課題との整合性を図り、広域的な視点を施策に反映することで、地域密着と広域連携の両面から、持続可能な産業振興を実現します。

(支援方針)

大竹市産業振興課と強固に連携し、年数回の協議会を通じて現場の声を反映した継続的な支援体制を構築します。協議会では地域の実情に即した重要課題を特定し、支援の軸を最適化します。さらに、広島県との事前調整を工程に組み込むことで、広域施策との連動性を確保します。

3. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状：

- ・地域の経済動向を把握するために景気観測調査（DI 調査）に加え、国・県・民間機関の統計を網羅的に集積し、継続的に企業の売上や業況等の変化を継続的にモニタリングしている。
- ・調査結果は所報、ホームページを通じて幅広く公表している。

課題：

- ・経営者が事業計画（売上計画等）を策定する際に、どの指標をどう見るべきかという「実務への落とし込み」が不十分である。
- ・統計を単なる「参考資料」として配布するに留まっており、経営の現場に即した付加価値がついていない。
- ・「新規事業開発」「販促戦略」「起業・創業支援」「事業承継支援」など、企業のフェーズや目的に応じた専門的な解説・分析が不足している。
- ・「調査結果」を「個社支援（補助金申請や販路開拓）」に繋げる具体的なプロセスが構築されていない。

(2) 目標

項目	公表方法	現行	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①景気観測調査	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回
②LOBO調査	HP掲載	12回	12回	12回	12回	12回	12回
③大竹地域経済動向調査	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回
④地域分析システム RESASの活用・分析	HP掲載	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	HP掲載	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（3月・6月・9月・12月）実施
- ・広島県商工会議所連合会の共同調査として参画し、県内全般の中小企業の景況感を把握。

調査対象：管内小規模事業者 41社

（製造業11社、卸売業3社、建設業8社、小売業11社、サービス業8社）

年間延べ調査企業数：164社 ※管内業種比率を勘案し対象数値を決定。

調査項目：前年同月対比と先行き3ヶ月の動向

(生産額・受注額・原材料価格・在庫・資金繰り・従業員数など8項目)
手 法：調査票を郵送、持参し、FAX又はヒアリングでの回収を採用。
回収率向上のため、電話フォローと窓口での回収を実施。
目 的：県内、大竹市内の景気を比較、分析し資金繰り、採算、雇用対策などの支援策について設計し、事業計画の参考にする。

②LOBO調査（景気早期観測調査）

・毎月実施
・日本商工会議所が「肌で感じる足元の景気感」を全国ベースで実施しそれに当所も参画し、全国の中小企業及び市内企業の景況感を把握している。

調査対象：管内小規模事業者 15社
(製造業3社、卸売業1社、建設業3社、小売業4社、サービス業4社)
年間延べ調査企業数：180社 ※管内業種比率を勘案し対象数値を決定。

調査項目：前年同月対比と先行き3ヶ月の動向
(売上高・採算・仕入単価・販売単価・従業員・業況・資金繰りの7項目)
付帯調査
(採用状況・海外ビジネスへの取組み・価格転嫁・賃金の状況など)

手 法：直接訪問によるヒアリング調査（精度の高いデータ回収を担保）
目 的：全国及び大竹地域の動向を毎月把握・比較・分析し、支援施策の検討に活用する。

③大竹地域経済動向調査（四半期毎）

・四半期毎（3月・6月・9月・12月）
・大竹市が連携して取り組む調査事業で、経済・景気動向・課題・ニーズ等の詳細について把握する。（災害等の発生時は、臨時調査もある）

調査対象：管内小規模事業者 65社
(製造業13社、卸売業3社、建設業13社、小売業23社、サービス業13社)
年間延べ調査事業所数 260社 ※管内業種比率を勘案し対象数値を決定。
同時期に行う①の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と重複しないよう除外し、データの独自性を確保する。

調査項目：前年同月対比の動向及び先行き3ヶ月の動向
(売上高・採算・仕入単価・業況・従業員数)
付帯調査
(雇用状況、経営上の課題、問題点、要望事項(ニーズ)など)

手 法：管内を5区域に分割し、経営指導員等による直接訪問・ヒアリングを行い精度の高い回収を行う。
目 的：特に「小規模事業者」に焦点を当て、経営実態やニーズを分析し支援施策に活用する。

④産業構造分析（RESAS活用）

調査対象：地域全体の産業別構成、企業間取引、付加価値額。

調査項目：産業構造、生産分析、人口構成など

手 法：RESASの「産業構造」「地域経済循環」「企業間取引」機能を活用。
特化係数・付加価値額・取引流入額を抽出し、Excelで業種別比較表を作成。
近隣市町とのベンチマーク比較を実施。

※特化係数：地域の産業が全国と比較してどれだけ特化しているかを示す指標。
目 的：地域の稼ぐ力を可視化し重点産業を特定。補助金・販路開拓・人材育成を集中的に実

施する。

⑤他機関の経済・景況動向調査（四半期毎）

調査対象：資料

- ・全国中小企業動向調査（小企業・中小企業）【日本政策金融公庫】四半期毎
- ・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
- ・中小企業白書、小規模企業白書【中小企業庁】年1回公表

調査項目：財務状況、景況、工夫事例など

手法：入手したデータをもとに経営指導員等が分析。

目的：関係機関が実施する資料により全国の中小企業の実態を調査し、事業計画策定や経営判断の参考にする。

（4）調査結果の活用

・支援テーマの優先順位付け

景況調査結果を基に、価格転嫁・資金繰り・人材確保の重点支援を決定し、専門家派遣や補助金申請支援に反映する。

手法：

- ・広島県の調査
調査票を広島商工会議所連合会へ送付 ➡ 集計データの受領 ➡ 指導員等による分析
- ・全国規模の調査
調査票を日本商工会議所へ送付 ➡ 集計データの受領 ➡ 指導員等による分析
- ・大竹市及び他機関の調査
各機関の統計・調査結果を収集 ➡ 指導員等による分析
- ・景況感調査の結果から悪化項目を抽出。
- ・専門家派遣、補助金申請の対象企業を選定。

・重点産業への集中伴走

RESAS 分析で抽出した産業に対し、販路開拓・DX・人材育成を一体で支援。企業間ネットワークを活用し広域連携を促進。

手法：

- ・RESAS 分析で付加価値額、取引流入額の高い業種を抽出。
- ・該当業種の企業リストを作成し、販路開拓・DX・人材育成の支援計画を策定。
- ・商談会や逆見本市を企画し、企業間ネットワークを活用。

4. 需要動向調査に関すること

（1）現状と課題

現状：

- ・新商品や既存商品の販路拡大には、顧客ニーズの把握が重要であるため当所では、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し、調査で得た情報を関連の小規模事業者にも都度、提供している。
- ・調査結果の定量データが不足し、マーケットイン型の商品開発や販路戦略に活かせていない。

課題：

- ・収集したデータを十分に分析できていないため、データの分析・整理、また提供される情報が小規模事業者にとって販路開拓や新商品の開発に資する情報としてはまだ不十分である。

- ・地域の小規模事業者の事業継続には、広域・地域の市場動向を探り、分析することが不可欠である。

(2) 目標

項目	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
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デイクルーズの調査対象事業者数	6社	6社	8社	8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	10社	10社	10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

市民参加型の地域内の飲食店、小売店等魅力発見事業として、開催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。

調査対象：「おおたけ街中さんぽ」の参加店舗に来店する消費者(市内外520名)

調査手法：市内の参加店舗(飲食業・小売業等)における来店者アンケート調査。

終了後、当所職員がアンケート回収。

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

分析方法：中小企業診断士の協力を得て、経営指導員等が実施。

調査・分析結果の活用方法：経営指導員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され、更なる改善を促す。

②「デイクルーズ」におけるマーケティング調査

本事業は、小規模事業者の商品や特産品の需要動向を把握し、販路拡大や産業魅力再発見に資することを目的とする。

調査対象：「デイクルーズ」参加者(市内外の消費者100名)

調査手法：市内店舗(飲食業・小売業等)において参加者アンケート調査。

終了後、当所職員がアンケート回収。

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

分析方法：中小企業診断士の協力を得て経営指導員等が実施。

調査・分析結果の活用方法：経営指導員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され、更なる改善を促す。

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・収集・分析を実施し、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。

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。

調査対象：来店者(市外の消費者)160名

調査手法：フェア参加店舗において、来店者アンケート調査。

終了後、当所職員がアンケート回収。

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。

分析方法：調査結果は、中小事業診断士の協力を得て、経営指導員等が実施。

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

市外又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、来店者(消費者)に対して調査を行い、市外広域の需要動向等を把握する。

調査対象：来店者(市外の消費者)110名

調査手法：参加店舗において、来店者アンケート調査。終了後、当所職員がアンケート回収。

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。

分析方法：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。

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。

5. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

現状：

- ・地域内の事業者数が減少する中、支援形態は「広く浅い数重視」から、個々の事業所に深く入り込む「伴走型支援」へとシフトしている。
- ・経営指導員等による巡回・窓口指導において、経営分析から計画策定、フォローアップまでの一貫した支援が求められている。
- ・本来は経営改善のための事業計画が、補助金申請のための「手段」に留まってしまい、本来の目的から乖離しているケースが見受けられる。
- ・セミナー等の参加機会は散発的で、分析後のアクションプラン・フォローアップが弱い。

課題：

- ・事業計画の策定が単なる手続きに終わらぬよう、計画経営の重要性や目的を十分に説明し、納得感のある個社支援を行う。
- ・抽出した事業者に対し、詳細な経営分析に基づいた実行実効性の高い計画策定・伴走支援を徹底する。
- ・自律的な解決が困難な高度・専門的課題については、各種専門家と迅速に連携し、支援体制を重層化する。

(2) 目標

項目	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①セミナー開催件数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
②個別指導開催件数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
③個別分析 経営分析事業者数	10社	40社	40社	50社	50社	50社

(3) 事業内容

①経営分析セミナー

目的：経営分析に関するセミナーを行い、参加者が自社データを用いて財務・非財務を可視化し、強み、課題・機会などを発見するため、講師のアドバイスを受けながら参加者自らが現状と分析の重要性を認識してもらう機会を提供し、そこから個別指導会につなげる。

募集方法：所報、ホームページ、巡回・窓口相談時での個別案内など

開催回数：2回（経営分析の基礎1回、応用編1回 各回定員20名 計40名）

実施内容：経営分析、自社データをローカルベンチマークなど活用して分析を行う。

②窓口相談・巡回指導での経営分析を行う事業者の掘り起し（個別経営分析）

目的：経営分析の重要性・必要性に気付いていない小規模事業者が想定されるため、窓口・巡回相談時に、丁寧かつ細かに説明することで事業継続のためには必要であることを理解していただく。マル経融資、経営革新計画や小規模事業者持続化補助金、経営力向上計画等を作成の際には経営分析の支援を行う。経営計画ツールやローカルベンチマークも活用するとともに、中小企業診断士等の専門家と連携した支援を行い、指導員のスキル向上にも努める。

対象者：セミナー参加者、意欲の高い事業者20者＋巡回等から20者（計40者）

分析項目：

- ・財務分析（直近3期）：収益性、生産性、安全性、成長性、経営分析
- ・非財務分析（SWOT等）：商品サービスの特徴、人材・組織、技術ノウハウなど
- ・外部分析：商圏、競合、業界動向など
- ・市場・顧客視点：4P、4C、ペルソナなど
- ・分析手法：経営デザインシートやローカルベンチマークの活用や面談等で、中小企業診断士と指導員が分析。
- ・成果物：分析レポートの作成など

(4) 分析結果の活用

①小規模事業者支援への活用

・事業計画策定への接続

分析結果を事業計画策定の支援に活用し、新たな課題発生時には「短・中・長期」の改善策を明確化して反映させる。計画書には書ききれない詳細な分析結果を「経営状況分析シート」に記録しておくことで後からの検証を容易にし、シートを定期的に作成することで、強みや課題の変遷を時系列で把握でき経営判断の根拠として蓄積していく。

・KPI設定と伴走支援

伴走支援が必要な事業者には、粗利率、在庫回転日数、広告CPA、回収サイトなどのKPIを設定し、随時把握をする。改善が遅れる場合は、是正策を提示しPDCAサイクルを回す。

②内部での活用（商工会議所内）

- ・経営指導員の情報共有
指導員の支援先変更、異動や退職で変わった場合でも、分析結果を統一フォーマットで記録しておくことで支援先事業者の情報が共有できるため、継続した支援が可能となる。
- ・研修・スキル強化
分析手法（財務・SWOT・KPI設定）やフォローアップの事例を内部研修で共有し、指導員のスキル向上を図る。

③地域経済・政策連携への活用

- ・地域課題の見える化
分析結果を集約し、地域の小規模事業者が抱える共通課題（例：資金繰り逼迫、デジタル化遅れ、事業承継リスク）を明確化。
- ・行政・金融機関との連携強化
データを基に、補助金・保証制度・金融支援の提案を行い、政策形成や制度改善にフィードバック。
- ・広域連携・共同施策
分析結果等を活用し、複数の商工会・商工会議所で共同の販促・共同研修などを企画し、地域全体の競争力を高める。

6. 事業計画策定支援に関すること

（1）現状と課題

現状：

- ・当所では売上や販路拡大のための事業計画、事業承継計画、創業計画策定のための支援としてセミナーや個別相談会等を実施している。創業計画に関しても、「創業塾」を開講し事業を成功させるための創業計画書の作成を支援し、実際の創業や創業して1年と間もない方の見直しの機会にもなっている。

課題：

- ・小規模事業者が、事業継続また持続的に発展していくには、事業計画を策定し、中・長期的な視点で経営に取り組んでいくことが必要であるが、計画策定の意義や重要性が多くの小規模事業者に十分に浸透していない。支援の成功事例を広報することにより導き、小規模事業者の内発的動機付けを行い、主体的に取り組む環境づくりが必要である。

（2）支援に対する考え方

事業計画策定支援は、単なる知識提供ではなく、小規模事業者の行動変容を促すことが重要である。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中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、窓口や巡回訪問指導、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る。

また少子高齢化や労働人口の減少は避けられず、変化の激しい時代に生き残り、成長し続ける

ための企業変革のためDX推進のためのセミナーを行い、小規模事業者の競争力の維持・強化を目指す。

事業計画策定支援は、単なる知識提供ではなく、小規模事業者の行動変容を促すことが重要である。

そのため、以下のような支援方針を作成し、体系的に支援を行っていく。

- ・経営分析を実施した小規模事業者のうち、年間5割程度が事業計画を策定することを目指す。
- ・持続化補助金申請を契機とした小規模事業者に対し、実現可能性の高い事業計画策定を支援。
- ・起業・創業、事業承継、新事業展開などにおける支援に関する計画策定支援を体系化し、段階的に支援する。
- ・ワークショップ型セミナーを通じて、小規模事業者が自らの強み・弱み・機会・脅威を認識し、課題に向き合う姿勢を育成。
- ・経営指導員による対話と傾聴を重視し、最適な意思決定を支援する伴走型支援を実施する。

(3) 目標

項目	現状	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
事業計画策定事業者	5社	30社	30社	40社	40社	40社
①事業計画策定セミナー回数	2回	2回	2回	2回	2回	2回
②個別相談会回数	2回	3回	3回	3回	3回	3回
③創業計画策定件数	3件	3件	4件	4件	4件	4件
④事業承継計画策定件数	2件	2件	4件	4件	4件	4件
⑤DX推進件数	2件	3件	3件	4件	4件	5件

(4) 事業内容

①事業計画策定セミナーの開催

目的：事業計画策定の重要性を理解していただくため、事業計画策定セミナーを行う。カリキュラムは、自社の現状分析や外部環境の分析、今後の事業の方向性などについて学び、講師のアドバイスをいただきながらワークも行うことで考えを整理する。セミナー中に事業計画が完成しなかった場合は、個別相談会等でフォローアップし、完成まで支援していく。

意欲が高い事業者には、各種補助金や経営革新、経営力向上計画等といった支援策毎にセミナーを行い申請につなげていく。

具体的手法：

支援対象：経営分析を実施した小規模事業者及びセミナーを受講した小規模事業者

募集方法：会報誌、ホームページ、経営指導員等の窓口対応・巡回時などに個別案内など

実施方法：少人数制、担当制による経営指導員の伴走支援、外部専門家の活用

開催回数：2回

参加人数：50人

成果指標：事業計画策定件数、補助金等申請件数

②個別相談会の開催

目的：経営分析を行った小規模事業者の中から選定し、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、効果等を事業者に理解してもらう。

具体的手法：

支援対象：経営分析を行った小規模事業者

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：年3回

開催内容：中・長期の事業計画策定の意義・作成方法・効果など

実施方法：担当制による経営指導員の同席、中小企業診断士などの外部専門家を活用

講師：経営コンサルタント・中小企業診断士

参加人数：15人

③おおたけ創業塾の開催

目的：起業・創業を目指す方や開業間もない方などを対象に創業塾を開催する。カリキュラムは経営・財務・人材育成・販路開拓の4つの項目に分け、事業計画（ビジネスプラン）の作成を目標に実践的な起業のノウハウについて学ぶ。

具体的手法：

開催内容：創業マインド醸成、事業構想の整理、資金計画・販路戦略の策定

募集方法：市広報、中国新聞、ホームページ、地域情報誌など

実施方法：ステージ別支援、創業・承継計画書の作成支援、金融機関との連携

開催回数：4回

参加人数：10人／回

成果指標：創業件数、資金調達成功件数

④事業承継計画の策定支援

目的：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、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。作成にあたっては、必要に応じて「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事業承継診断の分析、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。

具体的手法：

支援対象：事業承継に関心のある事業者

募集方法：所報、ホームページ、経営指導員等の窓口対応・巡回時などに個別案内など

実施方法：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の活用

開催回数：2回

参加人数：4人

成果指標：承継計画策定件数

⑤DX推進セミナーの開催・IT専門家派遣

目的：DXに対する理解不足という課題を解決し、業務効率化と販路拡大を図ることで、新事業展開の基盤を整備する。DXに関する意識の醸成や基礎知識を習得し、実際にDXに向けたITツールの導入やWebサイト構築等の取組を推進していく。

具体的手法：

セミナー内容：DX総論、クラウドサービス、AI活用事例、SNS活用、ECサイト構築等

支援対象：DXに苦手意識もしくは関心をもつ小規模事業者等

募集方法：所報、ホームページ、経営指導員等の窓口対応・巡回時などに個別案内など

開催回数：4回

参加者数：40名

成果指標：参加者数、個別対応件数、ITツール導入件数、Webサイト開設件数

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：

- ・経営指導員の指導のもと、PDCA サイクルに基づいた伴走型支援および事業計画策定後のフォローアップ体制を構築している。
- ・計画策定済みの小規模事業者に対し、定期的に連絡をとり進捗確認や計画修正の支援を行い、自走化をサポートしているが、計画通り進んでいない場合や課題が発生している場合は、事業計画の変更を行っている。
- ・事業成果の分析を行い、計画の実現性を高めるための定期的なブラッシュアップを実施する方針。

課題：

- ・計画策定を「ゴール」と捉え、その後のフォローアップの必要性や重要性を十分に認識できていない。
- ・計画実行後、継続的に見直していくための事業者に対する「動機づけ（モチベーション維持）」が課題となっている。
- ・フォローアップが事業目標達成に直結するというメリットを、事業者にいかに納得感を持って説明できるかが求められている。

(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。

内容は、経営指導員が巡回指導を行い、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、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、経営の自走化を重視し、コーチング・伴走支援により経営者自身が課題と解決策を見出すプロセスを支援していくとともに、創業者に対しては、創業前後の課題が発生しやすい時期はフォローの回数を増やし、進捗確認と課題の洗い出しを行う。フォローアップでは、小規模事業者の経営リテラシー（経営戦略、人材戦略、知的資産、知的財産、デジタル等）の習得状況を把握し、段階別の学習・支援を行う。

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	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
フォローアップ対象事業者数	5社	40社	40社	40社	40社	40社
フォローアップ支援延べ回数	20回	160回	160回	160回	160回	160回
創業フォローアップ対象事業者数	3社	6社	6社	6社	6社	6社

フォローアップ支援延べ回数	20回	24回	24回	24回	24回	24回
事業承継フォローアップ対象事業者数	2社	4社	4社	4社	4社	4社
フォローアップ支援延べ回数	8回	16回	16回	16回	16回	16回
売上増加事業者数	-	6社	7社	7社	7社	7社
利益率5%以上増加の事業者数	-	6社	7社	7社	7社	7社

※フォローアップ支援延べ回数の考え方

- ・ 事業計画策定事業者数
40社×4回（フォロー平均）＝160回
- ・ 創業計画策定事業者
6社×4回（フォロー）＝24回
- ・ 事業承継計画策定事業者
4社×4回（フォロー）＝16回

（４）事業内容

①事業計画策定事業者に対する支援

事業計画策定後のフォローアップの目的、重要性を事例を交えて十分説明することで動機付けを向上させ、事業計画を策定した事業者40社（創業・事業承継含む）に対して定期的な経営指導員によるフォローアップ支援を実施する。電話や巡回訪問で進捗状況の確認、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。

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：

- ・ 目まぐるしく変化する環境下において、小規模事業者が事業継続、持続的発展をしていくためには、既存の商品やサービス、販路など現状維持ではなく、新たな需要を開拓しなければならない。地域内の小規模事業者は、ヒト・モノ・カネおよび集客ノウハウが不足し、また販路が市内や近隣自治体などの狭い範囲にとどまっているため、当所では、展示会・商談会への出展促進や、WEB取引サイト「ザ・ビジネスモール」の導入支援を行っており、「ザ・ビジネスモール」登録事業者数は着実に増加している。

課題：

- ・ 出展支援が事務連絡（準備・片付け等）に偏っており、成約に繋げるための具体的な販路計画の策定支援ができていない。またWEB取引導入後の継続的なサポート体制が整っておらず、利用を断念する事業者が発生している。

（２）支援に対する考え方

小規模事業者が、販路開拓や売上拡大を図るうえで、商談会や展示会を活用した他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アピール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ため、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	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
①ザ・ビジネスモール登録事業者数	20社	30社	30社	30社	30社	30社
商談成立件数	3件	6件	6件	6件	6件	6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	70万円	70万円	70万円	70万円	70万円
②-II ひろしま夢ぷらざ大竹フェア出展事業者数	8社	12社	12社	12社	12社	12社
売上高/社	10万円	20万円	20万円	20万円	20万円	20万円
③大型商業施設等の商談会・展示会の出展事業者数	-	10社	10社	10社	10社	10社
売上高/社	-	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
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	4社	4社	4社	4社	4社
商談成立件数/社	2件	3件	3件	3件	3件	3件

(4) 事業内容

WEBサイト・商談会・展示会を活用した販路拡大 (B to B)

目的：商工会議所のネットワークを活用した展示会・商談会や当所の主催する事業への参加を促し、販路開拓や売上拡大につながる機会を提供する。

①商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」

【概要】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。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もりをもらいたいなどに活用できる。

【支援事業者数】市内の小規模事業者

【販路対象者】全国の企業 29万社 ※登録事業者数

【成果目標件数】成約件数：6社

【手法】登録無料。個別支援時や巡回時に趣旨説明を行い登録、活用方法やメリットを説明。

フォローアップ支援として、定期的に経営指導員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とさらなる活用方法を支援。

②「ひろしま夢ぷらざ」への出展【B to C】

【概要】広島県商工会連合会が広島市中区本通りに展開する「ひろしま夢ぷらざ」のアンテナショップへの出品を支援する。数は少ないが大竹市独自の地域産品の展示・販売などを行うことで、地域間交流の促進や新商品の開発・販路拡大などにつながる。

【出展方法】2通り（通年：常設出展/市町村フェア（大竹フェア）2週間：店頭販売）

【支援事業者】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）

Ⅱ. 大竹フェア 10月(2週間) 店頭販売

【販路対象者】一般消費者

【期間】Ⅰ. 常設展示

Ⅱ. 大竹フェア 10月(2週間) 店頭販売

【開催地】広島市中区本通り「ひろしま夢ぷらざ」

【成果目標件数】Ⅰ. 売上高：70万円/社、Ⅱ. 売上高：20万円/社

【手法】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

フォローアップ支援として、経営指導員が定期的にヒアリングを行い事業効果の確認、今後の方針を相談。

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。

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）

【概要】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、集客力の高い次回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。

【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）

【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

【成果目標件数】売上高：10万円/社

【開催地】市外または県外の大型商業施設

【手法】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。

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、今後の方針を相談。

【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。

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）

【概要】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。地域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。

【支援対象者】市内の小規模事業者

【販路対象者】県内企業200社

【成果目標件数】成約件数3社

【期間】毎年11月頃 1日間

【手 法】 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。
交流会後は、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。

【開催地】 広島市内のホテル等

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：

- ・ 半期ごとに専務理事・事務局長・法定経営指導員による内部評価会議を実施。
- ・ 事業終了後には外部有識者による「事業評価委員会」を開催している。
- ・ 改善点については、事業評価委員会、正副会頭会議、常議員会にて報告・説明を行っている。

課題：

- ・ 外部評価委員会からの指摘事項が、次年度の事業計画へ十分に反映されていない。
- ・ 内部会議において、単なる進捗確認に留まらず、問題点の抽出と具体的な改善案の提示を徹底し、PDCA管理を実効化する必要がある。

(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

経営指導員等は、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・蓄積する。

収集したデータを基に、半期ごとに、専務理事、事務局長、法定経営指導員に加え、新たに大竹市産業振興課長を交えた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

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

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。

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：

- ・現在は、記帳・税務指導や金融相談といった「従来の経営改善普及事業」が中心である。
- ・個社支援の業務が、特定の経営指導員（3名）に集中している。
- ・事業者の利益に直結する「伴走型支援」の必要性は認識されている。

課題：

- ・伴走型支援を効果的に実践するための具体的なノウハウが蓄積・取得できていない。
- ・個社に寄り添った高度な経営支援を行えるよう、指導員のスキルアップが急務。
- ・人員不足を解消するため、経営指導員だけでなく「一般職員」の支援能力底上げと、組織全体でのバックアップ体制が必要である。

(2) 事業内容

目的：経営指導員と一般職員の支援能力を体系的に高め、ノウハウ共有とOJTを通じて組織力を強化する。さらに、小規模事業者が成功体験を積み、自ら考えるプロセスを支援することで、経営リテラシー向上に寄与する。

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」を職員が受講し、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るが、今後は内容に応じ、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とともに、受講していない職員も知識の共有ができ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。

1 1. 他の支援機関との役割分担と連携強化による効果的な小規模事業者支援に関すること

(1) 現状と課題

現状：

- ・日本政策金融公庫や地元金融機関など、一部の機関との連携にとどまっている。
- ・連携レベルの不足 実務的な連携は行っているが、支援ノウハウの共有や情報交換までには至っていない。

課題：

- ・支援内容の拡充と、支援対象者の拡大を図る必要がある。
- ・大竹市との定期的な連携会議を開催し、行政とのパイプを強化する。
- ・関係機関との連携を密にし、経営指導員と外部機関の間でノウハウや情報を相互に共有する体制を整える。

(2) 事業内容

目的：本事業は、地域内外の支援機関との連携を強化し、支援ノウハウの体系的な共有と小規模事業者の連携による生産性向上の取組を促進することを目的とする。

・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、情報共有を図り、市内の創業支援の取組を強化し連携する。

・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。

・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、金融機関など。会議は年2回、令和7年度の取組としては、事業承継・M&Aに関する相談窓口の提供、各種セミナー・勉強会の開催、後継者バンク事業を行った。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。

・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と公庫岩国支店の職員で、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。

12. 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：

- ・ 個々の企業に対し、経営資源を活用した販路開拓支援を行っている。
- ・ 大竹市産業振興課との定期的な連携会議を通じ、事業の企画・推進体制を整えている。
- ・ 商店街連合会、駅前商店街振興組合、飲食組合、まちづくり団体、および市外の関係機関（イベント・人材育成面）との連携枠組みを有している。

課題：

- ・ 行政や関係機関との組織的な連携、および市場全体を俯瞰した広域的な取り組みが不十分。
- ・ 地域経済を支える小規模事業者の情報発信力を高める必要がある。
- ・ 埋もれている魅力的な地域資源（潜在資産）を掘り起こし、有効に活用できていない。
- ・ 各団体との連携をさらに深め、地域全体に経済的メリットが及ぶ効果的な事業を推進する必要がある。

(2) 事業内容

① 産業魅力発見事業「デイクルーズ」の実施

大竹市には、瀬戸内海に浮かぶ「阿多田島」があり、イワシ漁や魚類養殖、カキの養殖などが盛んな漁業の島で、市内の港からフェリーで約30分の場所に位置している。

平成25年度から4年をかけて研究し、開発したのが「あたたハマチto(と)レモン」で、阿多田島では、ハマチ養殖が昭和40年代から始まり、今では広島県で第1位の生産量を誇っています。「あたたハマチtoレモン」は、広島県が全国1位の生産量であるレモンを活用し、広島海と山の1番が出会って誕生したブランド魚です。

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、地元企業の協力のもと、客船による「デイクルーズ」を年に1回定期的に開催して「産業の街おたけ」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阿多田島の企業や組合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見られている。

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や大竹駅前商店街振興組合と連携し、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」を開催し、「行ったことのないお店」や「気になっているお店」に行くキッカケづくりとして、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、大竹駅前商店街振興組合、大竹市産業振興課の5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

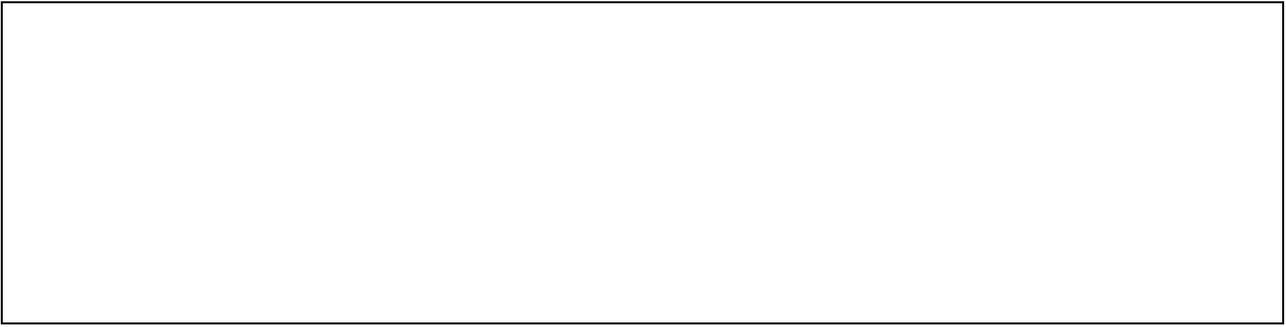
地元産品を使った料理開発に大竹市内の大竹高校家庭クラブの生徒が取り組んでおり「大竹市特産品アイデア料理」のレシピ集を作り普及に努めている。
当商工会議所は、埋もれている市内の特産品のPRと商品化後の普及活動において、特産品開発を奨励している大竹市と連携し、特産品アイデア料理の認知および飲食店での提供までのスキームづくりに係る支援を新たに行う。
料理の提供店舗においては大竹市料飲同業組合に協力を仰ぐ。
事業推進にあたり、当商工会議所、大竹市産業振興課、大竹高校、大竹市料飲同業組合の4者で定期的な協議会を年4回以上開催する。

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」を毎年定期的に関講している。
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)

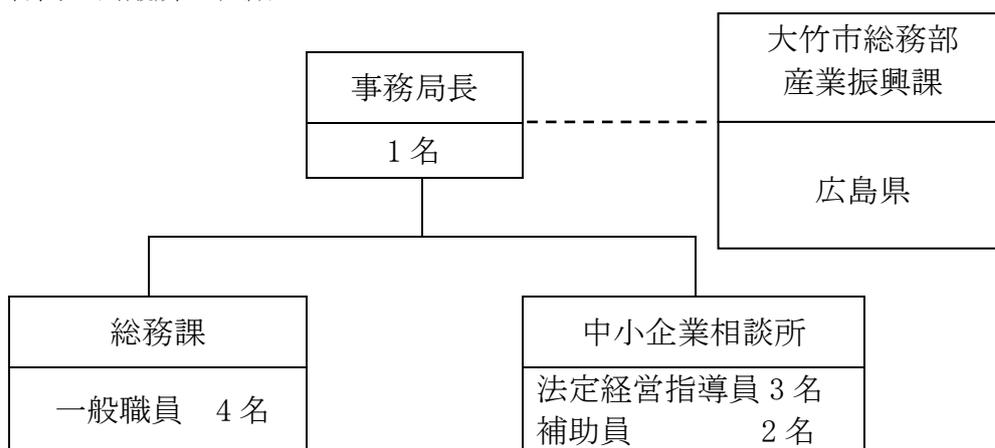
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

(令和 7 年 12 月現在)

(1) 実施体制 (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/商工会議所と関係市町村の協働体制/経営指導員の関与体制 等)

◎大竹商工会議所 組織



【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

①都道府県及び関係市町村との連携体制

- ・ 当会、本市商工課が連携し、地域の実情を踏まえた重要課題を設定するとともに、本支援計画での支援方針を決定するため、年 1 回、連絡協議会を開催する。
- ・ 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

- ・ 市内を担当地区に分け、法定経営指導員 3 名体制で巡回指導を行う。経営指導員を小規模事業者ごとに選定し、策定支援からフォローアップまで一体の支援体制を構築する。

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 3 名、補助員 2 名の体制で、実施状況を定量的に把握し効果測定を行う。
- ・ 上記で把握・検証した実施状況を当会と大竹市の連絡協議会 (年 1 回開催予定) で評価するとともに、次年度の支援内容の検討を行う。また、必要に応じて変更申請を行い、支援計画にも反映していく。

④経営指導員等の資質向上に係る体制

- ・ 当会職員向けに研修や勉強会等を開催し、D X 化や生成 A I、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づけを行うためのロールプレイング、事例共有などを行う。

(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、稲倉大樹

■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広域経営指導員の当否

申請書に記載の経営指導員・浴 紀幸、杉山義宣、稲倉大樹は、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する又は該当しない。

(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 8年度	9年度	10年度	11年度	12年度
必要な資金の額	5,459	5,459	5,459	5,459	5,459
会報誌発行事業費	435	435	435	435	435
情報化推進事業費	900	900	900	900	900
旅費	345	345	345	345	345
指導事務・調査研究費	750	750	750	750	750
講習会開催費	940	940	940	940	940
金融指導費	200	200	200	200	200
施策普及費	130	130	130	130	130
職員資質向上対策事業費	108	108	108	108	108
経営安定相談事業費	481	481	481	481	481
むらおこし活性化事業費	1,170	1,170	1,170	1,170	1,170

(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
連携して事業を実施する者の役割
連携体制図等