

経営発達支援計画の概要

実施者名	大田商工会議所（法人番号 2280005003596） （法定経営指導員：梶谷晃弘） 大田市大田町（地方公共団体コード 322059）
実施期間	令和 8 年 4 月 1 日～令和 13 年 3 月 31 日
目標	<b>経営発達支援事業の目標</b> ①経営の自走化に向けた伴走支援の徹底と経営基盤の強化 ②地域資源の高付加価値化による外貨獲得力の最大化 ③担い手確保と産業の新陳代謝の促進
事業内容	<b>経営発達支援事業の内容</b> 下記事業は、当所だけでは実現が難しいため、大田市の「第 2 次大田市総合計画後期計画」と連動性・整合性を図り、更に、他の支援機関との連携を強化しながら実施する。 <p><b>3. 地域の経済動向調査に関すること</b>            小規模事業者が、当地域の経済環境を迅速かつ正確に把握できるよう、中小企業景況調査や商工会議所 LOBO 調査、島根県観光動態調査、RESAS などのデータを収集・公表し、外部環境データとして活用する。</p> <p><b>4. 需要動向調査に関すること</b>            小規模事業者が、市場や顧客ニーズを正確に把握できるよう、観光客やバイヤー向けのアンケート調査結果の収集・公表、試食会等で商品毎のモニター調査・分析・フィードバックを行う。</p> <p><b>5. 経営状況の分析に関すること</b>            小規模事業者自身が、現在の経営状況や「強み」を客観的に把握できるよう、「ローカルベンチマーク」により分析し、分析結果を事業者にフィードバックする。</p> <p><b>6. 事業計画策定支援に関すること</b>            3. 4. 5. の分析結果を基に、小規模事業者が本質的な課題を認識し、内発的動機づけをもって取り組める事業計画の策定に取り組み、経営の自走化に向けた伴走型支援を行う。特に、DX 化については、企業のレベル感を見ながら提案していく。</p> <p><b>7. 事業計画策定後の実施支援に関すること</b>            前項で支援した全ての事業計画に対して、進捗やリスク状況に応じて頻度を分類し、定期的なフォローアップを行い、売上や利益の増加を実現する。その際には、経営リテラシー（知的財産、デジタル化等）の習得状況に応じた段階的な伴走型支援を行うことで、経営の自走化を促進させる。</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>            小規模事業者の需要の開拓に向けて、展示会・商談会・即売会等に参加する機会の創出やインターネット及びメディアの活用について支援を行い、売上や利益の増加を実現する。</p>
連絡先	大田商工会議所経営支援課 〒694-0064 島根県大田市大田町大田イ 3 0 9 番地 2 TEL：0854-82-0765 / FAX:0854-82-2993 E-mail：ohdacci@shimanet.jp 大田市産業振興部産業企画課 〒694-8502 島根県大田市大田町大田ロ 1 1 1 1 番地 TEL：0854-83-8075 / FAX:0854-82-9731 E-mail：o-sangyou@city.oda.lg.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 経営発達支援事業の目標

(1) 地域の現状及び課題

① 現状

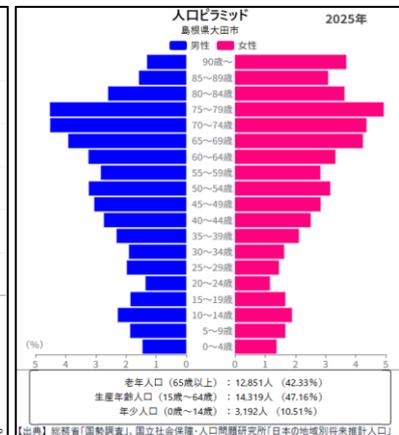
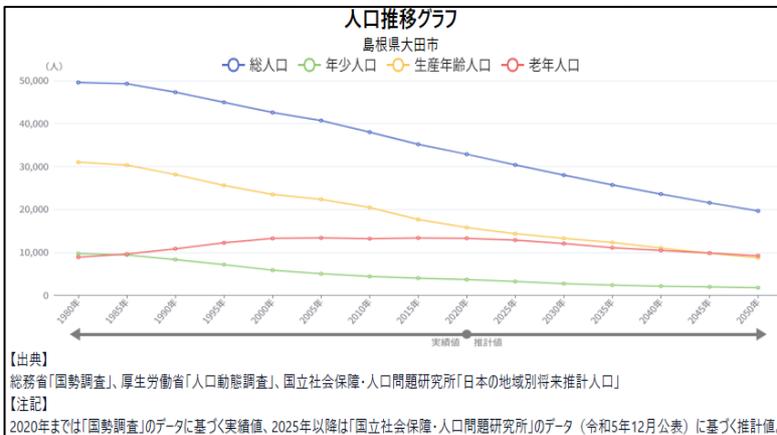
1) 立地と管轄エリア

大田市(以下、当市)は、日本海に面した島根県の中央部に位置する県央の拠点都市である。平成17年に旧大田市、邇摩郡温泉津町、邇摩郡仁摩町の1市2町が合併し、現在の市域が形成され、当所管轄エリアは広域(当市面積435km<sup>2</sup>の内、332km<sup>2</sup>)を占めている。平成19年7月に日本で14番目の世界遺産に登録された「石見銀山遺跡」や大山隠岐国立公園「三瓶山」など、豊富な観光資源を有している。



2) 人口推移

大田市の人口は、令和7年11月現在で30,330人、うち管轄エリアは24,868人である。10年前の平成27年と比較して大田市全体で6,419人減少、うち管轄エリアでは4,514人減少している。特に、生産年齢人口と年少人口の減少が大きく、男女ともに20歳代の人口が極端に少ないという構造的な問題を抱えている。この人口構造により、将来的に地域内市場の縮小と深刻な労働力不足に繋がるのが危惧される。



### 3) 交通

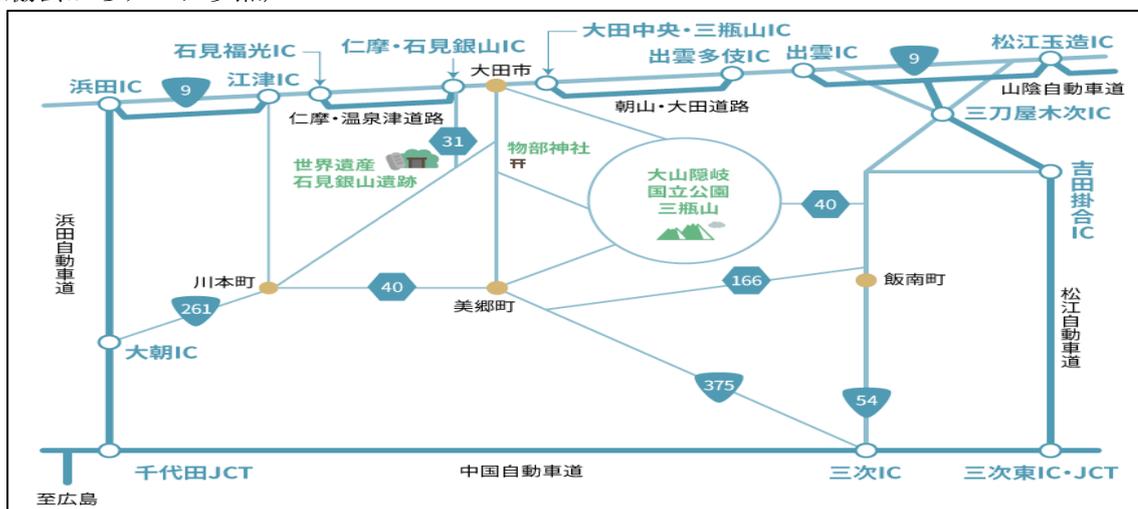
当市は、島根県の東部に位置する安来市から約 90km、西部に位置する益田市から約 100km の県中央に位置している。（県庁所在地の松江市から約 70km）

島根県東西を結ぶ主要幹線道路は、山陰海岸沿いを通る一般国道 9 号線のみであったが、令和 7 年 3 月に山陰道「出雲-多伎間」が開通したことで、高規格道路ネットワークに繋がった。災害や救急搬送時の道路交通手段確保の面においての不安が解消されたほか、物流の効率化による産業振興や交流人口の増加による観光産業の発展に期待を寄せている。

但し、鉄道は JR 山陰本線が国道 9 号線と海岸線沿いをほぼ並行して運行しているが、1 時間に 1 本のペースであり、更に、海岸線が近いと強風時には運航中止になるなど、ダイヤが乱れることがある。

路線バスは、民間事業者が行政支援を受けながら生活路線を各地に結んでいるが、乗客数の少なさから、各路線ともに 1 時間に 1 本のペースでの運行となっている。

このような状況から、世帯毎の自動車保有台数は 1.91 台（令和 2 年度、全国平均 1.04 台）と高い数値であり、自動車での移動が基本となっている。（統計おおだ、（一財）自動車検査登録情報協会からデータ参照）



そして、近隣都市や空港への車での移動に係る所要時間は以下のとおりであり、物流、観光、地域活性化、企業立地、救急医療、防災など様々な観点から、山陰道の早期全線開通に注力している。

#### 【自動車での近隣都市・施設からの移動時間】

松江・米子方面	出雲市から約 40 分、出雲縁結び空港から約 50 分、松江市から約 60 分、米子市から約 80 分
広島方面	広島市から約 120 分、宮島から約 190 分、広島空港から約 140 分
岡山方面	岡山市から約 190 分、倉敷市から約 170 分
浜田・山口方面	浜田市から約 60 分、萩・石見空港から約 110 分、山口市から約 190 分

### 4) 産業

#### ア. 業種別商工業者数（うち、小規模事業者数）の推移

管轄エリアの商工業者数は令和 6 年度末で 1,589 社、うち小規模事業者数は 1,386 社と実に 87.2%を占めている。

例年、平均して 10 社程度の創業者支援を実施しているが、その反面、代表者の高齢化や後継者不在、業績不振、事業の将来性を考えて廃業する事業者が多く、10 年前と比較して、商工業者数は 170 社減少、うち 87.1%となる 148 社が小規模事業者の減少となっている。

商工業者の減少が大きい業種は、卸売業・小売業の 106 社、次いで製造業 22 社、宿泊業・

飲食サービス業が19社と続いている。

尚、下記の資料は、市町村合併により、過去の資料との比較ができないため、当所独自調査により情報収集し、島根県に報告している数値で作成している。

**【管轄エリア商工業者数】（島根県への報告実績より）**

業種	H27	H28	H29	H30	H31 R1	R2	R3	R4	R5	R6	対H27 比較
農林漁業	33	32	34	34	35	34	35	40	40	40	7
鉱業・採石業・砂利採取業	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	▲2
建設業	269	267	266	262	258	256	255	257	256	255	▲14
製造業	168	171	168	164	156	153	153	152	150	146	▲22
電気・ガス・熱供給・水道業	1	1	3	3	5	6	6	7	7	7	6
情報通信業	13	13	12	14	18	19	19	19	17	18	5
運輸業・郵便業	51	52	51	50	50	50	51	50	49	49	▲2
卸売業・小売業	498	479	472	460	431	425	416	408	400	392	▲106
金融・保険業	35	32	30	29	27	27	26	25	25	25	▲10
不動産業・物品賃貸業	107	106	105	105	101	101	101	100	99	99	▲8
学術研究・専門・技術サービス業	39	43	47	54	53	52	52	52	52	49	10
宿泊業・飲食・サービス業	151	144	149	144	138	135	134	138	136	132	▲19
生活関連サービス業・娯楽業	158	165	162	164	161	161	161	164	165	160	2
教育・学習支援事業	57	56	56	56	50	51	49	46	46	46	▲11
医療・福祉	69	71	75	75	71	71	70	70	69	69	0
複合サービス業	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2
サービス業（他に分類されないもの）	102	103	101	103	99	97	95	94	94	94	▲8
その他	1	2	2	3	2	2	2	1	1	1	0
合計	1,759	1,744	1,740	1,727	1,664	1,649	1,634	1,630	1,613	1,589	▲170

**【上記のうち、小規模事業者数】（島根県への報告実績より）**

業種	H27	H28	H29	H30	H31 R1	R2	R3	R4	R5	R6	対H27 比較
農林漁業	33	32	34	34	35	34	35	40	40	40	7
鉱業・採石業・砂利採取業	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	▲2
建設業	235	233	234	230	227	226	225	227	226	226	▲9
製造業	142	145	142	139	132	129	130	129	127	124	▲18
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0	2	2	4	5	5	6	6	6	6
情報通信業	5	5	4	4	5	6	6	6	6	7	2
運輸業・郵便業	39	40	39	39	39	39	40	39	38	38	▲1
卸売業・小売業	421	401	392	381	352	348	341	336	331	322	▲99
金融・保険業	19	19	18	17	15	15	15	14	14	14	▲5
不動産業・物品賃貸業	102	102	101	101	97	97	97	96	95	95	▲7
学術研究・専門・技術サービス業	31	34	38	45	44	44	44	44	44	42	11
宿泊業・飲食・サービス業	141	134	139	134	128	126	124	128	126	123	▲18
生活関連サービス業・娯楽業	148	155	152	155	152	152	153	156	157	152	4
教育・学習支援事業	57	56	56	56	50	51	49	46	46	46	▲11
医療・福祉	65	66	68	68	64	64	63	63	62	62	▲3
複合サービス業	0	0	0	0	2	2	2	2	2	2	2
サービス業（他に分類されないもの）	90	91	89	91	87	86	84	83	83	83	▲7
その他	1	2	2	3	2	2	2	1	1	1	0
合計	1,534	1,520	1,515	1,504	1,440	1,431	1,420	1,419	1,407	1,386	▲148

**イ. 業種別景況感・課題**

**【全般】**

地区内の商工業者は、海外情勢や円安に起因する原材料・エネルギー価格等の高騰や人手不足、賃上げ、働き方改革、各種制度改正への対応など多くの課題に直面している。

近年の物価や人件費等の高騰に対応するための価格転嫁は、価格に対する評価が厳しいBtoC取引では十分な転嫁ができておらず、収益性が低下している事業者が多い。

また、業績が回復基調にある企業においても収益性が低下している企業もあり、その中で、各種コロナ融資の返済が開始するなど、厳しい経営環境に置かれており、先行きが不透明で不安を抱えている事業者が多く、事業継続意欲の低下による廃業の増加を危惧している。

この様な状況であるが、一部の区間を除き、山陰道が開通したことで、観光客の増加や移動距離短縮による商圈エリアの拡大、新たな事業の模索など、先を見据えた動きがある。

但し、デジタル化やDX化（ITツール活用等）、生成AI活用などによる生産性向上や業務の効率化が遅れており、業務スピードは遅く、価格競争力も低く、労働力不足、管理不十分により、十分な利益確保ができていない。

### 【建設業】

管轄地域の建設業の割合は16.0%を占めており、地域経済の循環並びに雇用の場として役割を担っている。

建設業界を取り巻く環境は、技術者の高齢化、人手不足、資源・原材料価格の高騰、働き方改革への対応など厳しい環境下にある。

民間工事は、昨今の建設資材の高騰による建築費用の大幅な上昇の影響は強く、工事の小規模化や先送りなどが発生し、加えて、2025年4月から「省エネ基準適合」の義務化により建築費が更に拡大しており、先行きに不安を抱えている。

公共工事は、山陰道建設が落ち着いてきたものの、「大田市駅周辺東側土地区画整理事業」、「公共下水道事業」に加え、令和8年度から、「都市構造再編集中支援事業」、「まちなかウォークアブル推進事業」、「おおだ子育てにかかる総合支援拠点施設」、「大田統合小学校建設工事」など大型公共工事の着手が予定されている。但し、将来に亘って公共工事が安定的に発注されるとは考えにくいいため、持続的経営が可能となる経営改善が必須である。

### 【製造業】

管轄地域の製造業者の割合は9.2%を占めており、更に就業者数も多く、地域経済の循環並びに雇用の場として役割を担っている。

特に、多くの雇用を抱える大手電子部品製造業者や自動車用部品関係業者は、取引先の運送業者や物品納入業者等に恩恵をもたらしている。その反面、中小の製造業者は、労働人口の減少や大手企業への転職等の理由から人手不足が常態化し、生産体制が整わず、ビジネスチャンスを逃している企業もある。

食料品製造業者では、コロナ5類移行後、ふるさと納税やWEB販売が減少したものの、山陰道「大田-仁摩間」や「出雲-多伎間」の開通などにより観光客数が増加傾向にあり、これに伴い、道の駅等では土産品販売が好調、加えて、大手食品メーカーの度重なる値上げ報道により、小規模事業者でも十分とは言えないものの価格交渉ができ、業績回復の兆しがある。また、地域資源を活用した「大田の大あなご」関連商品はメディア等への露出効果もあり加工品等も取引量が拡大している。

地場産業の石州瓦製造業者は、石州瓦メーカー大手2社の経営統合に伴い設立された会社により、産地存続を期待しているところである。

衣料品製造事業者は、コロナ5類移行後、大消費地への商談が可能となり、更に、全国的な同業他社の減により引き合いが増え、価格交渉もできているが、技術者の高齢化による生産能力の低下は否めず、十分な売上増加には至っていない。

その他、当市の商圈規模の縮小が顕著であることから、外貨獲得を目指し、市外・県外での大型展示会等への出展や職人・人手不足に対応するため、デジタル化や設備投資による生産性向上や省人化、タイミーなどの活用による一時的な人員募集など、様々な取組が活発化している。

### 【小売業・卸売業】

管轄地域の小売業・卸売業の割合は24.7%を占めているが、売上減少や代表者の高齢化、後継者不在により廃業する事業者が多い業種である。

その背景には、令和6年11月「ダイレックス大田店」、令和7年6月「スーパーセンタートリアル大田店」など大型小売店舗の出店が相次ぎ、更に、山陰道「出雲-多伎間」の

開通による隣接都市との都市間競争の激化、その上、コロナ禍から続く EC 市場の拡大など業況は悪化する一方である。

また、市場価格に左右されやすい業種であり、十分な価格転嫁もできておらず、減収減益となり、廃業を口にする事業者も増えており、予断を許さない状況である。

### 【観光関連】

令和 5 年 5 月に新型コロナウイルス感染症の 5 類移行後、人流が活発化したことで、大田市全体の観光入込客数は、1,311 千人と平成 29 年（1,320 千人）の水準に回復した。

国立公園である三瓶地域の入込客数は、コロナ禍においても微増で推移していたが、令和 6 年は対前年比 97%と微減であった。猛暑の影響を大きく受け、特に 7・8 月は大幅に落ち込んだ。地区内の宿泊事業者が他事業者と連携し、定期的にイベントを開催しており、市内外からのリピーターも多い。

また、本年からは、宿泊事業者が地域限定旅行者に登録し、更に多くの自然を満喫する観光コンテンツを企画し、本格的に事業を行っていることから、今後の入込客数の回復が期待できる。

世界遺産に登録されている石見銀山地域は、令和 6 年の入込客数は 266 千人で、コロナ前の水準並みに回復した。特に、石見銀山龍源寺間歩は、令和 5 年度から指定管理施設となり、管理者が広報活動に注力しており、増加傾向にある。令和 9 年には、世界遺産登録 20 周年・石見銀山発見 500 年を迎えるため、今年度より観光キャンペーンが実施されていることから、一層の増加が見込まれる。

外国人観光客の入込については、コロナ前までには回復していないものの、増加傾向にある。

令和 7 年 3 月に山陰道「出雲-多伎間」が開通し、出雲市以東からのアクセスが向上した。開通後、市内の国道 9 号と山陰道を合わせた交通量が 1 割程度増加していることから、当市への観光入込客の増加が更に期待されている。

### 【観光客入込推移】（単位：人）

項目	令和 3 年	令和 4 年	令和 5 年	令和 6 年
大田市全域	879,044	1,126,232	1,347,060	1,310,518
うち三瓶地区	594,000	598,400	677,000	656,100
うち石見銀山地区	165,400	220,100	246,100	266,100

### 【観光客入込推移】

#### 【大田市内観光施設外国人入込数】

	(単位:人)								
	H29	H30	H31	R2	R3	R4	R5	R6	
1月	292	191	278	217	19	36	116	137	
2月	208	351	433	237	61	25	131	205	
3月	342	430	420	135	115	67	221	356	
4月	501	662	596	39	93	63	375	421	
5月	532	392	549	2	230	159	402	479	
6月	310	373	479	90	73	67	299	283	
7月	473	421	562	97	115	81	211	293	
8月	498	533	562	163	130	171	381	424	
9月	424	444	413	159	108	103	283	336	
10月	369	421	594	87	135	221	361	541	
11月	620	433	620	159	141	142	628	622	
12月	399	352	254	90	44	136	222	344	
計	4,968	5,003	5,760	1,475	1,264	1,271	3,630	4,441	

(資料:鳥根県観光動態調査)

### 【飲食業】

コロナ5類移行後、企業や団体に関する、各種会合や忘新年会、歓送迎会などはコロナ前の状況に戻っているが、少人数のグループや個人客は、物価高騰の影響等による生活費増加により依然として外食を控えている状況で、十分な回復には至っていない。

但し、観光客については、山陰道「大田-仁摩間」に続き、「出雲-多伎間」の開通の影響もあり増加傾向となり、特に当所がブランド化を進める「大田の大あなご」の取扱店では来店者が増加している。令和7年度から新たに「三瓶そば」のブランド化にも取り掛かるなど、更なる観光客の誘客を目指している。

しかし、燃料・物価高騰や人件費の増加などに対応するための価格転嫁が不十分であり、加えて、仕出しやテイクアウト等の包材の高騰、廃棄物処理の厳正化による廃棄料の増加、米価高騰が続くなど、問題は山積みで、収益性は低下している。

### 【宿泊業】

令和6年の大田市全体の宿泊客は111千人と前年並みであったが、外国人宿泊数は、インバウンド観光の回復や円安の影響もあり、対前年比で188%と増加している。

ビジネスホテルでは、旅行客がゴールデンウィーク、春・夏・冬休み期間に集中する形となり、更に、営業職のビジネスマンの利用はリモートワークの普及により全体的に減少している。

観光客を主体とする旅館では、コロナ5類移行以降、観光客数が回復してきており、加えて、官民挙げてブランド化を進める「大田の大あなご」の宿泊プランの利用などにより、前年と比較して増加している。

宿泊業にとって観光客増減は業績に大きく影響するものであり、令和7年3月に山陰道「出雲-多伎間」が開通し、出雲市以東からのアクセスが向上していることから、観光振興による入込客数の増加を期待している。

### 【運送業】

燃料・物価高騰や働き方改革に伴う人件費の増加、慢性的な運転手不足など厳しい経営環境に置かれているため、令和6年に標準的運賃が再度引き上げられた。

しかし、県外の大手取引先とは計画的な運賃値上げが行われているが、県内や小規模零細企業間の運賃については、互いに厳しい状況の理解は得られるものの、実際の値上げは難しい状況にあり、収益性が低下している。

但し、令和7年3月に山陰道「出雲-多伎間」が開通し、当市以東は全線開通し、運送の効率化がなされている。

運送業は、貨物・旅客など運搬物の違いにより業績に大きな違いがあり、更に市場環境の変化や規制等の改正に大きく左右されるため常に不安を抱えている状況にある。

## ②課題総括

上記記載の地域の現状と大田市総合計画等に基づき、小規模事業者の経営発達に関する課題は以下の通りである。

### 1) 事業の担い手不足と新陳代謝の停滞

経営者の高齢化（担い手不足）は深刻で、継続発展の可能性がある事業も後継者不在により失われることが懸念されている。また、起業・創業による新たなビジネスの創出を推進する必要がある。

特に、衰退が進む、中心市街地においては、「大田市中心市街地活性化長期計画（概ね10年）」に基づいて、起爆剤となり得る基盤整備事業が進められており、開発に併せて、空店舗対策、個性的な店舗の誘致、起業・創業による賑わい創出をしていく必要がある。

## 2) 地域資源活用と外需獲得力の低さ（観光・ブランド）

誇れる資源があるにもかかわらず、観光客の滞在時間延長と消費促進が十分ではなく、新型コロナウイルス感染症の発生以前から観光消費額が低迷している。（H27 年度 5,302 百万円、R1 年度 2,519 百万円 R3 年度 2,153 百万円）。大田市新観光振興計画においても、観光振興は市民の重要度が高いが満足度が低い施策と認識されており、**組織的・戦略的な外貨獲得**と地域ブランドの強化が急務である。

## 3) DX 化の遅れと生産性低さ（労働力不足への対応）

管内の小規模事業者は、DX（IT ツール導入）化や生成 AI 活用などの対応が不十分であり、最低賃金引上げや価格競争力の強化を図るための生産性向上、労働力不足を補うための業務の効率化を促進へなどへの取り組みが遅れている。

## (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

今後 10 年間、当市経済が長期的に発展していくためには、これまで記述した「(1) 地域の現状及び課題」を踏まえ、「小規模事業者が豊富な地域資源と各々が有する知的財産等を有効に活用した高付加価値化と需要の喚起・獲得や経営者自らが自社の経営課題を見極め、様々な環境変化に柔軟に対応して自社を変革させていく「経営の自走化」、DX 化を通じた強靱な経営基盤の確立」が地域経済を牽引する原動力となる。

当所は、中小企業支援機関の中核として、小規模事業者に寄り添った「経営力再構築伴走支援」を強化すると共に支援体制を構築する。

また、商工業者数の減少を食い止めるためには、スムーズな事業承継（第三者承継含む）や新規創業者の掘り起こし並びに支援も重要となる。

そして、地域経済の底上げを図るべく、外貨を稼げる地域資源のブランド化や交流人口の増加を目指した観光振興・商業・住まい・交流の場となる中心市街地活性化についても推進する。

これらは、大田市や各支援機関と連携を強化し、第 2 次大田市総合計画の後期計画（R5 年度～R8 年度）と連動・整合性を図りながら実施する。

### ② 大田市の計画との連動性・整合性

#### ・ 第 2 次大田市総合計画後期計画（R5 年度～R8 年度）

大田市では、「子どもたちの笑顔があふれ、みんなが夢を抱けるまち“おおだ”」を将来像に掲げ、「共創」を基本姿勢としている。第 2 次大田市総合計画の後期計画および、まち・ひと・しごと創生総合戦略（R2 年度～R8 年度延長）における「産業づくり」の基本方針に連動し、計画の中の「企業の振興」に係る部分について、大田市と連携して取り組む。

関連する主な内容は、以下のとおりである。（出所：第 2 次大田市総合計画後期計画）

#### ■ 産業づくりー多様で活力ある「産業」をつくるー

##### ① 地域経済が活性化する環境づくり

総合的な産業支援

J R 大田市駅前周辺を中心市街地の活性化

道の駅を拠点とした地域活性化

大田の魅力ある「食」による経済活性化

##### ② 企業の振興による活力ある地域づくり

中小企業・小規模企業の振興

起業・創業の推進

事業承継の推進

##### ③ 世界から愛される観光都市づくり

ブランド力の向上（三瓶山の活用、石見銀山遺跡の活用、日本遺産の活用）

情報発信と体制づくり（効果的な情報発信、観光人材の育成と体制づくり）

- ⑤若者を引きつける多様な働き場の創出  
IT企業・製造業などの企業誘致  
インフラ環境の充実
- ⑥未来を担う産業人財の育成と確保  
地域経済をけん引する経営者の育成  
企業を支える人財の育成と雇用確保対策

### ③商工会議所としての役割

当所は、地域の総合経済団体であり、中小・小規模事業者の支援機関である。

特に、人・モノ・金・情報が不足している小規模事業者が多く、小規模事業者の相談・支援窓口として、企業を支える役割を担っている。

当所は、「大田市中小企業・小規模企業振興条例」に掲げている「支援団体の役割」を果たすため、「第2次大田市総合計画」の中にある、小規模事業者支援に係る項目について、大田市と同じベクトルで、連動制・整合性を図りながら、併せて島根県や他の支援機関との連携を今まで以上に強化し、小規模事業者支援を行う。

**【中小企業・小規模企業支援団体の役割】**（大田市中小企業・小規模企業振興条例より引用）

- ①中小企業・小規模企業支援団体は、中小企業・小規模企業を支援し、本市における産業の総合的な発展を図ることにより、本市の活性化に貢献するよう努めるものとする。
- ②中小企業・小規模企業支援団体は、国、県又は市が実施する中小企業・小規模企業の振興に関する施策の立案及び実施に当たり積極的に参画するよう努めるものとする。

### (3) 経営発達支援事業の目標

前述の小規模事業者の経営発達に関する課題解消のため、下記について取り組む必要がある。

- 1) 起業・創業の増加と円滑な事業承継による、新陳代謝の促進
- 2) 地域資源活用（観光・ブランド）による組織的・戦略的な外貨獲得
- 3) DX（IT ツール導入）化や生成 AI 活用新産業や新ビジネスなどの創出や生産性向上
- 4) 本計画達成のための支援体制の強化

そして以下のとおり、重点支援先及び目標を設定し、小規模事業者の経営発達支援を実施する。

#### ①重点エリア

三瓶エリア、大森エリア（石見銀山）、中心市街地

#### ②重点業種

- ・観光関連産業（外貨獲得）
- ・地域資源活用型産業（外貨獲得）
- ・中心市街地における起業・創業（中心市街地活性化）
- ・IT関連企業（不足業種増加、雇用の場の創出）

#### ③定性的目標

- 1) 経営の自走化に向けた伴走支援の徹底と経営基盤の強化
- 2) 地域資源の高付加価値化による外貨獲得力の最大化
- 3) 担い手確保と産業の新陳代謝の促進

#### ④定量目標

大田市総合計画では、大田市全体の数値となっており、当所管轄エリアだけの目標設定はされていない。大田市の計画との整合性を図るため、担当部署との協議により、地域の状況や小規模事業者数などを踏まえて、指標毎の目標値の75%を管轄エリアの目標としている。

尚、大田市の各計画の最終年度が令和8年度であり、それ以降の計画については、大田市において内容を検討中であることから、大田市との協議により、原則最終目標を維持する数値とすることとした。

指標項目	現行(令和6年度実績)	令和8年度	令和10年度	令和12年度
<b>【地域の裨益目標】</b>				
観光消費額(億円)	38.7 (29.0)	50.0 (37.5)	50.0 (37.5)	50.0 (37.5)
駅前周辺で起業・創業した事業者数(累計)	6 (6)	10 (10)	15 (15)	20 (20)
<b>【小規模事業者向け目標】</b>				
新商品開発の新規件数	5 (5)	15 (11)	15 (11)	15 (11)
起業・創業の新規件数	13 (7)	20 (15)	20 (15)	20 (15)
事業承継完了企業数	6 (4)	7 (5)	7 (5)	7 (5)

※()は、当所管轄エリアの目標値

※「駅前周辺で起業・創業した事業者数(累計)」の目標は、第2次大田市総合計画の後期計画の令和8年度目標20者となっているものの、現在、各種駅前整備事業が実施中であるため、駅前周辺で起業・創業が難しいことを踏まえ、大田市との協議により標記数値へ変更している。

## 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) 目標の達成に向けた方針

##### 達成方針1: 経営の自走化に向けた伴走支援の徹底と経営基盤の強化

###### ①課題の認識と自律性の育成

小規模事業者が自身の財務状況等を深く認識し、内発的動機づけをもって事業計画書策定と実行に取り組むよう促す。これにより、支援への依存を脱却し、経営の自走化が可能な事業者を育成する。

###### ②PDCAサイクルの定着とリテラシー向上

事業計画策定後、設定したKPI/KGI(売上増加者数など)を定期的にモニタリングするPDCAサイクルを定着させる。このフォローアップの過程で、経営戦略、知的財産(商標・意匠)、およびデジタル活用(DX)に係る経営リテラシーの習得を段階的に支援し、経営判断能力の向上を図る。

###### ③生産性向上と強靱な経営基盤の確立

人手不足や物価高騰という構造的課題に対応するため、デジタルツールを活用した業務効率化・省力化を促進し、労働生産性を向上させる。また、価格決定権を確保できるよう価格転嫁に関する指導を強化し、事業継続が可能な強靱な経営基盤の確立を支援する。

##### 達成方針2: 地域資源の高付加価値化による外貨獲得力の最大化

###### ①観光重点エリアへの集中支援

新観光振興計画で設定された三瓶、大森の重点エリアの地域プレイヤーと連携を強化し、観光客の滞在時間延長と消費促進に直結する商品・サービスの創出を支援する。

## ②地域ブランドの高付加価値化

地域の豊かな「食」（大田の大あなご、三瓶そばなど）や特産品について、需要動向調査の結果に基づき、マーケットイン型の新商品開発を促進する。産学官連携を通じて品質認証や知的財産の保護・活用を図り、競争優位性を確立することで、観光消費額（KGI50億円）の達成に寄与する。

## ③観光DXによる受入環境整備

観光関連事業者に対し、キャッシュレス決済、多言語対応、オンライン予約システムの導入を促し、観光DXを推進する。これにより、広域からの来訪者の利便性を向上させ、高単価で質の高い観光客の誘致に不可欠な受入環境の整備を図る。

### 達成方針3：担い手確保と産業の新陳代謝の促進

#### ①起業・創業支援の重点化

中心市街地の空店舗の増加という地域課題に対処するため、駅前周辺エリアでの起業・創業を優先的に支援する。また、本市に不足しているIT関連企業の起業を促進し、創業計画策定から初期のECサイト、SNS運用などのデジタル販路開拓までを伴走支援し、事業の安定化を図る。

#### ②円滑な事業承継の推進

経営者の高齢化による廃業リスクに対応するため、早期の承継診断と事業承継計画の策定を支援する。金融機関との連携を通じて、低利融資（マル経融資など）の活用を促すとともに、M&Aを含めた円滑な承継を実現し、雇用と技術の維持に努める。

#### ③支援の持続性の確保

創業・事業承継支援を継続的に行うため、指導員に対しDX、事業承継、創業支援等に関する資質向上を計画的に実施し、支援ノウハウを組織的に共有できる体制を確立する。

## 3. 地域の経済動向調査に関すること

### (1)現状と課題

#### ①現状

経済環境を迅速かつ正確に把握・分析するため、中小企業景況調査及び商工会議所LOBO調査の実施や大田市観光入込客数調査や島根県観光動態調査の入手、RESAS等を利用して行っている。これらの調査結果を、窓口・巡回相談時の情報提供や各種計画の策定支援時に活用している。また、地域経済に影響を及ぼす事項については、Googleフォーム等を活用しながらなど影響調査を実施している。

各種調査結果は、経営支援時だけでなく、公表できるものに関しては当所のホームページで公表している。

#### ②課題

小規模事業者はデータ分析の目的やメリットを十分に理解しておらず、統計データの活用への意識が低く、自身で調べ活用するまでには至っていない。

小規模事業者が、経営の自走化を達成するために、経済動向の必要性を理解・活用できるよう、ノウハウの指導と使い易い調査結果を提供する必要がある。

### (2)目標

項目	公表方法	公表回数					
		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
中小企業景況調査	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回

LOBO調査	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回
大田市観光情報	HP掲載	4回	4回	4回	4回	4回	4回
産業構造分析 (RESAS活用)	HP掲載	1回	1回	1回	1回	1回	1回

### (3)事業内容

#### ①中小企業景況調査

【調査主体】当所（大田商工会議所）

【調査対象】管内小規模事業者等29事業所（製造業・建設業・卸売業・小売業・サービス業）

【調査時期】四半期ごとに実施（年4回）

【調査項目】売上高・売上単価・資金繰り・借入難度・収益状況・業況判断の6項目について、「前年同期比」と「来期の見通し」について調査する。

【調査方法】経営指導員等が訪問する。

【分析手法】経営指導員等が行う。

#### ②商工会議所 LOBO 調査（商工会議所早期景気観測システム）

【調査主体】当所（大田商工会議所）

【調査対象】管内小規模事業者等9事業所

【調査時期】毎月

【調査項目】売上高・採算・仕入単価・販売単価・従業員・業況・資金繰りの7項目について、「前年同月比」と「向こう3ヵ月間の見通し」及び賃上げ動向やBCP策定等「付帯調査」について調査する。

【調査方法】経営指導員等が訪問する。

【分析手法】経営指導員等が行う。

#### ③大田市観光動態調査（大田市観光協会）の活用

【調査主体】大田市観光協会

【調査対象】管内の観光関連施設

島根県立三瓶自然館サヒメル、石見銀山世界遺産センター、石見銀山「石見銀山公園」、温泉津温泉、仁摩サンドミュージアム、JR大田市駅、三瓶東の原バス停前、石見ワイナリー

【調査時期】年4回(6月、8月、11月、1月)

【調査項目】観光消費額、満足度、リピーター率

【調査方法】管内の観光関連施設に来訪した観光客に対してアンケート方式により実施する。

【分析手法】大田市が実施する観光入込客数調査と併せて、調査結果を各項目毎にグラフ化し、多年度の増減や季節変動を分析する。

#### ④大田市観光入込客数調査（大田市）の活用

【調査主体】大田市

【調査対象】管内の観光関連施設三瓶8、大森6、仁摩2、温泉津10（大田全域26）

【調査時期】毎月

【調査項目】観光入込客数

【調査方法】管内の観光関連施設から来訪者を集計した上で、国土交通省の基準に基づき算出。

【分析手法】大田市観光協会が実施する観光動態調査と併せて、調査結果を項目毎にグラフ化し、多年度の増減や季節変動を分析する。

#### ⑤産業構造分析等（RESAS 活用）

【調査主体】内閣府地方創生推進室ビックデータチーム

【調査項目】 マーケティングや観光、人口、産業構造、地域経済循環マップなど

【分析手法】 原則、経営指導員等が分析を行うが、必要に応じて専門家を活用する。

#### (4) 成果の活用

①情報収集・調査・分析した結果をホームページに掲載し、広く管内の小規模事業者に周知する。

②経営指導員等が巡回・窓口支援を実施する際の基礎資料とするとともに、事業計画策定の際の外部環境データとして活用する。

### 4. 需要動向調査に関すること

#### (1) 現状と課題

##### ①現状

需要動向の調査方法としては、主に下記の2つの方法で行ってきた。

ア)商品トレンド情報や新聞、業界誌、調査システム、経済情報等から収集

イ)RESASのマーケティングマップの生活用品消費分析等から収集

ウ)大田市観光協会等の実施する調査結果などから収集

エ)展示会等への出店時に、バイヤー等へのアンケート調査により収集

調査や収集した結果を経営支援の中で個社に対して提示している。

##### ②課題

各種調査は、経営支援の中で活用しているが、指導員間において共有が不十分である。経営指導の場で、各々が知り得た需要動向の調査結果を経営指導員が皆で活用できるような体制整備が課題である。

#### (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
①観光旅行者 対象事業者数	5件	5件	5件	5件	5件	5件
②バイヤー 対象事業者数	5社	5社	5社	5社	5社	5社
③商品・サービス別市場調査 対象商品数	0商品	3商品	3商品	3商品	3商品	3商品

#### (3) 事業内容

実現可能な精度の高い事業計画を策定するためには、「3.地域の経済動向調査」だけでなく、市場や消費者の動向と業種・業態に合った需要動向を収集・調査・分析・提供する。

##### ①観光旅行者へのアンケート

市内観光地である世界遺産「石見銀山遺跡」や大山隠岐国立公園「三瓶山」等に訪れる観光旅行者を対象に、アンケートを実施し、土産品の売上増加や宿泊者の増加に繋げる。

対象	観光土産品等の製造事業者や宿泊業者5社
調査時期	年1回(5月)
サンプル数	50人
調査手段・手法	管内宿泊施設に依頼し、宿泊者にアンケート調査を実施
分析手段・手法	指導員が分析し、必要に応じて専門家の意見を聞く
調査項目	<input type="checkbox"/> 観光の目的 <input type="checkbox"/> きっかけ <input type="checkbox"/> 来訪手段 <input type="checkbox"/> 人数 <input type="checkbox"/> 宿泊場所 <input type="checkbox"/> お土産に求めるもの

分析結果の活用	分析結果は、事業者にフィードバックする。その後、事業者とともに改良点を抽出し、商品や提供するサービスの改良を実施する。改良及びその後の販売等については、事業計画を策定し、計画に沿って支援を継続する。
---------	---

## ②バイヤーへの商品アンケート

全国からバイヤーが来場する展示・商談会において、アンケートを実施し、バイヤーが取り扱いたくなる商品づくりを行う。

対象	管内の食品製造業者が製造する特産品や地域資源等を使用した加工品を中心に5社の商品について調査を実施する。
調査時期	年1回（2月）
サンプル数	合計50人
調査手段・手法	首都圏で開催される「スーパーマーケットトレードショー」において、来場するバイヤーに対するアンケート調査
分析手段・手法	指導員が分析し、必要に応じて専門家の意見を聞く
調査項目	<input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> オリジナリティ <input type="checkbox"/> 地域性・ストーリー性 <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 自社で扱いたい <input type="checkbox"/> その他改善点
分析結果の活用	分析結果は、事業者にフィードバックする。その後、事業者とともに、改良点を抽出し、商品の改良を実施する。改良およびその後の販売については、事業計画を策定し、計画に沿って支援を継続する。

## ③商品・サービス別市場調査

地域特産品（大田の大あなご、三瓶そば等）や新商品について、試食会やモニター調査を実施し、ターゲット層のニーズを把握する。

対象	管内の食品製造業者が製造する特産品や地域資源等を活用した3商品について調査を実施する。
調査時期	試食会やイベント開催時（時期未定、年2回程度）
サンプル数	合計50人
調査手段・手法	試食会やイベント出店時の来場者に対してアンケート調査を実施する。
分析手段・手法	指導員が分析し、必要に応じて専門家の意見を聞く
調査項目	<input type="checkbox"/> 味 <input type="checkbox"/> パッケージ <input type="checkbox"/> オリジナリティ <input type="checkbox"/> 地域性・ストーリー性 <input type="checkbox"/> 価格 <input type="checkbox"/> 自社で扱いたい <input type="checkbox"/> その他改善点
分析結果の活用	分析結果は、事業者にフィードバックする。その後、事業者とともに、改良点を抽出し、商品の改良を実施する。改良およびその後の販売については、事業計画を策定し、計画に沿って支援を継続する。

## (4) 成果の活用

調査結果は、各種計画策定や新商品開発、商品改良に反映させるため、個別事業者にフィードバックする。

## 5. 経営状況の分析に関すること

### (1) 現状と課題

#### ①現状

融資や補助金など各種制度の活用時に、ローカルベンチマーク（以下、ロカベン）などのツールで財務内容（収益性、生産性、資金繰り）の分析を行い、経営指導員のコメントを添えて、分析結果のフィードバックを行っている。

令和7年度からは、作成したロカベンの分析を専門家（中小企業診断士等）にも依頼している。

## ②課題

経営状況の把握・分析する事業者の掘り起しは、当所への相談が契機となっており、受動的な経営分析に留まっている。事業者が積極的に経営分析を提案することが発掘面での課題である。

また、経営指導員の分析力の向上も必要不可欠であり、専門家（中小企業診断士等）の分析結果を経営指導員等が確認・共有を図ることが必要となっている。

## (2)目標

	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開催回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
②経営分析（ロカベン作成・分析）	32社	30社	30社	30社	30社	30社

※②経営分析には、創業計画の数値による分析も含む

## (3)事業内容

### ①経営分析を行う事業者の発掘

#### ア.金融、補助金、設備投資

当所ではこれまで、金融相談や小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金等の申請相談を契機とした経営分析の掘り起こしを中心に実施してきた。これらに加え、今後は巡回・窓口相談、また決算指導等を通して事業者の発掘を徹底する。

多くの事業者は、日々の事業活動が中心となり、経営分析の必要性を理解していない事業者が多い。経営分析が自社の状況を客観的に理解し、事業の発展に寄与できることを説明する。

#### イ.各種セミナーからの発掘

小規模事業者の興味を引く各種セミナー（DX化、生成AI活用等）を開催し、参加された小規模事業者に経営分析の必要性を説明し、理解してもらい、発掘に繋げる。

【募集方法】会報、HP、Facebookを通じて周知し、必要に応じて個別案内を行う。

【開催回数】年1回

【参加者数】10名程度

#### ウ.巡回・窓口相談、出張相談等での発掘

小規模事業者と接触する機会は、巡回・窓口相談、出張相談、各種事業実施など数多くあり、その際に、経営分析が自社の状況を客観的に理解し、事業の発展に寄与できることを説明する。

## ②経営分析

【対象者】上記①ア.イ.ウ.により発掘した事業者

【分析項目】ア) 定量分析（財務分析）

売上増加率、営業利益率、損益分岐点、労働生産性、EBITDA 有利子負債倍率、営業運転資本回転率、自己資本比率

イ) 定性分析（非財務分析）

経営理念、ビジョン、事業承継の有無、SWOT分析、DX化

【分析手法】経済産業省の「ロカベン」を作成し、経営指導員や専門家（中小企業診断士等）がコメントを付けたシートを作成する。特に、DX化については、企業のレベル感を見ながら、提案的なコメントを付ける。

## (4)分析結果の活用

分析結果を、指導員が書面でフィードバックし、課題に応じた専門家派遣 や、事業計画策定の基礎情報とする。また、集約したデータは、地域の共通課題（例：事業承継、デジタル化遅延）

を明確化し、行政・金融機関との連携強化（補助金・融資制度の提案）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

#### ① 現状

資金需要や補助金活用を希望する小規模事業者や創業者、事業承継を予定されている事業者に対して、前述の「経済動向調査」や「需要動向調査」、「経営状況分析」の結果を反映させながら、事業計画書を策定している。

事業計画書の作成支援には、多くの時間を要するため、各種専門家派遣事業を活用することで、多くの事業者を支援している。

#### ② 課題

様々な支援施策により各種補助金や優遇税制活用に向けた事業計画書の策定が多く、期日等の制約もあるため、事業計画書に対する必要性や各種調査・分析結果の理解度が低く、設定した目標値との乖離が生じる場合がある。

また、より多くの事業者に対して事業計画策定支援を行うためには、経験の少ない経営指導員や経営指導補助員の育成にも注力する必要がある。

### (2) 支援に対する考え方

「5. 経営状況の分析に関すること」の経営分析結果を踏まえ、需要を見据えた事業計画の策定を支援する。小規模事業者が本質的な課題を認識し、内発的動機づけをもって取り組めるよう伴走支援を実施する。

特に、起業・創業計画は経営未経験者、事業承継計画では後継者が支援対象者となるため、計画策定だけではなく、経営管理の重要性を理解し、経営の自走化に近づけるよう伴走型支援を実施する。

その他、昨今の経営環境に対応するためには、DX 推進が必要であることの理解を深める。

### (3) 目標

年間 30 者（既存事業者 20 者、新規起業・創業者 10 社）に対し事業計画策定支援を実施する。

	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	32 社	30 社	30 社	30 社	30 社	30 社

※現行の事業計画策定事業者数にも創業者を含む

### (4) 事業内容

基本、下記①②により掘り起こしを行い、③事業計画策定に取り組む。③事業計画策定の際には、従業員不足への対応や業務の効率化、新たな商品・サービスの開発のため、積極的に IT ツール（クラウド会計、EC、AI 等）の活用を促し、DX 化を推進する。

#### ① 窓口・巡回指導による事業計画策定支援の強化（対象者の掘り起こし）

5. (3)①ア金融、補助金、設備投資、ウ巡回・窓口相談、出張相談等での発掘に記載の通り。

#### ② 各種セミナーの開催（対象者の掘り起こし）

5. (3)①イ各種セミナーに記載の通り。

#### ③ 事業計画の策定（策定支援）

##### ア. 「事業計画書」

【支援対象】①②により掘り起こしを行い、「5. 経営状況の分析」を行った事業者

【手段・手法】経営分析の結果をフィードバックし、課題・問題点の解決に向けた、事業計画

書の策定を促す。事業者には、経営指導員が担当制で張り付き、経営指導員が主体となり事業計画の策定を行うが、専門的知識等が必要な場合には、専門家派遣事業の活用や支援機関と連携を取りながら実施する。

#### イ.「創業計画書」

【支援対象】当所管轄エリアで創業を検討している事業者

【手段・手法】各種創業資金の申し込みや小規模事業者持続化補助金<創業型>、大田市「ふるさと大田起業・創業支援事業補助金」等の活用、②「各種セミナー」への参加に併せて、事業計画書策定を促す。事業者には、経営指導員が担当制で張り付き、経営指導員が主体となり事業計画の策定を行うが、専門的知識等が必要な場合には、専門家派遣事業の活用や支援機関と連携を取りながら実施する。

#### ウ.「事業承継計画書」

【支援対象】当親族内承継や第三者承継を検討している、又は、ノウハウやスキルを有するが後継者不在の事業者

【手段・手法】①②や事業承継に関する支援機関との連携により、支援事業者の掘り起こしを行い、事業承継計画書の策定時に、「5.経営状況の分析」や島根県の「事業承継新事業活動支援助成金」等の活用を促し、「5.経営状況の分析」を行った上で、課題・問題点の解決に向けた、事業計画書の策定を促す。事業者には、経営指導員が担当制で張り付き、経営指導員が主体となり事業計画の策定を行うが、専門的知識等が必要な場合には、専門家派遣事業の活用や支援機関と連携を取りながら実施する。

### 7. 事業計画策定後の実施支援に関すること

#### (1)現状と課題

##### ①現状

事業計画策定後のフォローアップは、事業者の進捗・リスク状況に応じて、実施頻度を分類し、巡回・窓口支援により実行している。

##### ②課題

金融や補助金施策を活用するための事業計画の策定が目的となっている小規模事業者が多く、計画の実施主体である小規模事業者が受動的である為、策定した事業計画の目標達成率や実効性が低い。小規模事業者が支援に依存せず、自らがPDCAサイクルを回せる体制を整え、将来の経営の自走化に繋げる必要がある。

#### (2)支援に対する考え方

事業計画を策定した全ての小規模事業者（年間30者）を対象とし、事業者の進捗・リスク状況に応じて、実施頻度を分類し、定期的なフォローアップ（PDCAサイクル）を通じて、経営の自走化を目指す。小規模事業者の経営リテラシー（知的財産、デジタル等）の習得状況に応じた段階的支援を検討する。

#### (3)目標

##### ①既存事業社向け（頻度：基本4半期に1回）

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
フォローアップ対象事業者数	25件	20件	20件	20件	20件	20件
頻度(延数)	123件	80件	80件	80件	80件	80件
売上の増加事業者数	11件	5件	5件	5件	5件	5件

粗利益率 0.5%以上の増加 事業者数	10 件	5 件	5 件	5 件	5 件	5 件
------------------------	------	-----	-----	-----	-----	-----

※現行は、コロナ収束や物価高騰による価格転嫁等の効果で、高い割合での売上や粗利益率の増加が発生したが令和8年度以降は、それらの効果がないものとして設定した。

※毎年度、新規フォローアップ対象事業者数を設定。

## ②起業・創業者向け（頻度：基本毎月）

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
フォローアップ対象事業者数	7 件	10 件	10 件	10 件	10 件	10 件
頻度(延数)	132 件	120 件	120 件	120 件	120 件	120 件

## (4)事業内容

### ①段階的フォローアップ

事業計画・創業計画・事業承継計画を策定した全ての事業者を対象に、起業・創業は月1回、その他については4半期に1回、巡回・窓口支援を行い、期間は、1年を目処とする。

ただし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ない事業者を担当指導員が見極めた上で、フォローアップの頻度を変更するものとし、加えて事業者からの申出等により、支援依頼があった場合は都度、臨機応変に対応する。

売上の増加ならびに営業利益率の増加目標（成果目標）を設定したうえで、期間は3年間、フォローアップ時に計画の進捗状況の報告（売上、利益、課題の抽出）を求める。

### ②第三者視点による見直し

進捗状況が芳しくなく、計画とのズレが生じていると判断した場合は、担当経営指導員、法定経営指導員に加え、外部専門家などの第三者の視点を投入し、事業計画の効果検証と見直し（計画変更の提案を含む）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

#### ①現状

当所では、展示会・商談会・即売会等の開催及び参加やインターネットの活用、地元ケーブルテレビとの連携など様々な事業展開をしてきた。

参加した管内の小規模事業者は、売上増加や新規顧客獲得など一定の成果を上げ、需要の開拓に寄与できており、継続的な実施を求められている。

#### ②課題

第2期計画で実施した事業の中には、売上増加や新規顧客獲得に直結しなかったものや直接的な成果の測定が難しいものが見受けられる。

本事業による成果の基準を設け、事業の取捨選択をし、成果が期待できる事業のみ継続的に実施とすることが必要である。

また、インターネットの活用は、個別指導やセミナー参加後のフォローアップが不足しており、ホームページの開設など事業化が達成できていないものがあった。フォローアップ体制を強化し、更に小規模事業者持続化補助金等の活用を促し、成果が見えるまで継続的な支援が必要となっている。

## (2) 支援に対する方針

大田市総合計画等に基づき、外貨獲得に資する事業を推進するため、重点的に支援を行う業種を以下の通りとする。

1. 観光関連産業
2. 地域資源活用型産業
3. 中心市街地における起業・創業
4. IT関連企業

当所は、管内小規模事業者に対して、展示会・商談会・即売会等に参加する機会の創出やインターネット及びメディアの活用について支援を行う。

また、各種事業終了後には、成約件数や成約金額の確認、問題点・課題の抽出を行い、経営指導員等が課題解決に向けたフォローアップを実施する。

フォローアップには、必要に応じて、DXの推進や産官学連携、知的財産を活用することで、効率的に効果が表れるよう支援を行う。

## (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
①ア 銀山テレビ放映事業者数	10社	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	10万円
①イ 彼岸市特産出店事業者数	6社	5社	5社	5社	5社	5社
売上高/社	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円
②ア SMTS 出展事業者数	4社	4社	4社	4社	4社	4社
成約件数/社	2件	2件	2件	2件	2件	2件
②イ ふるさと出店事業者数	1社	2社	2社	2社	2社	2社
売上高/社	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円	10万円

## (4) 事業内容

### ① 展示会・商談会・即売会等実施事業

#### ア. 地元ケーブルテレビと連携した管轄内事業者 PR 事業 (BtoC)

【概要】 地元ケーブルテレビ「石見銀山テレビ放送(株)」の世帯加入率は79%に達しており、更に県内の各ケーブルテレビとのネットワークを活かして県内全域への情報発信が可能であり、市内需要の開拓の情報発信には欠かせないメディアである。従って、管内小規模事業者の紹介番組を制作・放映することで、県内での周知を図り、認知度の向上により、放映企業の売上増加に繋げる。

【支援対象】 商品や技術、ノウハウ、旬等の経営資源や情報を有する管内小規模事業者特に、地域資源を活用した商品等を取り扱う事業者を優先的に支援

【手段・手法】 放映する事業者と担当する経営指導員と一緒に、視聴者の興味を引く情報を模索し、その内容が明確に伝えられる番組を作成する。また、放映効果が高まるよう、照会する情報毎の旬な時期等も考慮する。更に、本事業が事業者に訪問しての支援であり、事業者の現場や詳細の確認したい上で、DXの推進や産官学連携、知的財産を活用の提案を行う。

【視聴世帯数】 9,960世帯(2025年3月31日現在)

【出演社数】 管内小規模事業者：10社(2024年度実績)

## イ. おおだ彼岸市「中日つあん」実施 (BtoC)

【概要】おおだ彼岸市は当所が主催する 400 年以上の歴史を有するイベントであり、島根県内でも三大高市として知られており、年に 2 回 (秋分の日・春分の日、各 2 日間)、大田市の中心市街地 1.2km を歩行者天国にして開催している。市民には「中日つあん」という愛称で親しまれ市内外から毎回 3 万人程度の人出が繰り出し、賑わっている。

特産品製造や飲食物を提供する事業者は、特設コーナーへの出店を促すことで、小規模事業者の売上確保に繋げる。

【支援対象】 地域資源を活用した加工品や飲食物を提供する管内小規模事業者  
特に、地域資源を活用した商品等を取り扱う事業者を優先的に支援

【手段・手法】 歴史あるイベントを継続して開催することで多くの人出を創出し、新規顧客獲得並びに売上確保の場として、小規模事業者の出店を促す。また、出店の合間で、出店事業者の状況を確認し、DX の推進や産官学連携、知的財産を活用の提案を行う。

【来場者数】 2 日間合計：25,000 人 (2025 年 9 月実績、中日つあん全体)

\*天候不順(台風)のため、例年の半分以下であった。

\*特産品・飲食特設コーナーのみの集計値は無し。

【出展社数】 特産品・飲食特設コーナー：6 社 (2025 年 9 月実績)

## ②展示会・商談会・即売会等参加事業

地域経済の商圈規模は縮小傾向であるため、事業継続をするためには外貨を稼ぐことが必須となっている。小規模事業者が新規顧客獲得するためには、展示会・商談会・即売会等へ参加することは有効である。但し、当所単独では、数多くのバイヤーを一堂に会した商談会等を開催することが難しいため、他団体等が主催する市外県外で実施される展示会・商談会・即売会等への参加を促し、新規顧客獲得や売上確保に繋げる。

### ア. スーパーマーケットトレードショー [SMTS、商談会] (BtoB)

【概要】 スーパーマーケットを中心とする食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会。全国のスーパーマーケットを中心とした小売業をはじめ、卸・商社、中食、外食、海外などから多数のバイヤーの来場がある。

【支援対象】 食料品製造業を営む管内の小規模事業者  
特に、地域資源を活用した商品等を取り扱う事業者を優先的に支援  
\*5(3)②経営分析と 6(4)③事業計画の策定若しくは、7(4)①段階的フォローアップを受けることを必須とする。

【手段・手法】 島根県が取りまとめる標記展示会の島根県ブースへの出展を募集し、参加を希望する事業者には、5(3)②経営分析と 6(4)③事業計画の策定若しくは、7(4)①段階的フォローアップを受けたうえで出展する。フォローアップには、DX の推進や産官学連携、知的財産を活用の提案も行う。

【主催】 スーパーマーケット・トレードショー実行委員会

【開催地】 幕張メッセ (千葉県美浜区中瀬 2-1)

【来場者数】 3 日間合計：77,305 名 (2025 年実績)

【出展社数】 2,237 社内、当所管轄内小規模事業者：3 社 (2025 年実績)

### イ. 島根ふるさとフェア [即売会] (BtoC)

【概要】 島根県各地域の観光情報や味覚、郷土芸能、伝統工芸などを幅広く紹介することで、島根と広島のみより一層の交流促進を図るため開催されている。毎年多くの人出でにぎわっており、開催後には県内各所に観光目的の来客もあり、経済効果が高い。

【支援対象】 土産品や食料品製造業を営む管内の小規模事業者

特に、地域資源を活用した商品等を取り扱う事業者を優先的に支援

【手段・手法】大田市観光協会が主体で出店事業者の募集を行い、出店事業者には、今後の商品ブラッシュアップのためのアンケート調査の実施を促す。事業終了後には、経営指導員や場合によっては各種専門家派遣事業を活用して、アンケート結果に基づいた、商品づくりを促す。そして、同時に、DXの推進や産官学連携、知的財産を活用についても提案を行う。

【主催】広島地区観光情報発信事業実行委員会（島根県、島根県内全市町村等）

【開催地】広島県立総合体育館（広島市中区基町4-1）

【来場者数】2日間合計：122,000名（2025年実績）

【出展社数】118社内、当所管轄内小規模事業者：7社（2025年実績）

## 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

##### ① 現状

現状については、経営発達支援計画の評価を「経営発達支援計画特別委員会」により実施。三役会・常議員会・議員総会への報告を行い、より成果を出すための助言を受け、事業の改善につとめてきた。

##### ② 課題

地域の重要課題に対応するため、効果検証や見直しができる仕組みとして、KPIや成果指標を用い報告をすることで、PDCAサイクルを適切に回す必要がある。

#### (2) 事業内容

##### ① 「経営発達支援計画特別委員会」による年度評価・次年度計画見直し

外部有識者として政府系金融機関である日本政策金融公庫松江支店長並びに大田市産業振興部部長の委員2名を委員として選定し、商工会議所三役、法定経営指導員を含めた「経営発達支援計画推進委員会」を年1回開催し、経営発達支援計画のKPIや成果指標を用いた事業成果の報告並びに改善・修正案を提出して評価を受け、次年度の事業実施に向けた対応を検討し、次年度の事業計画とアクションプランに反映させる。

##### ② 常議員会・議員総会への報告・承認

常議員会・議員総会にて進捗状況報告を行い、意見を聴取して必要であれば事業の実施方法について見直しを図る。

本計画の成果・評価・次年度計画の改善内容については、常議員会に報告し、承認を得る。

##### ③ 評価結果の公表

評価結果はHP・会報に掲載し、地域事業者が常時閲覧可能な状態を確保する。

(ホームページ<http://www.ohdacci.com/>)

### 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

##### ① 現状

経営指導員だけでなく、経営指導補助員、記帳専任職員等に、日本商工会議所、中小企業基盤整備機構、島根県商工会議所連合会などが主催する様々な研修会に積極的に参加し、自己研鑽に努めている。

また、若手職員の支援現場への同席や法定経営指導員や経営指導員が補助側に立ち支援するなど経験を積ませている。

## ②課題

課題としては、多様化、高度化する地域の小規模事業者の課題やニーズに対して支援を行うための、支援能力の一層の向上を図る必要がある。事業者からの相談内容は年々専門化しており、法定経営指導員が長年の支援経験により身に付けた事業者への対応能力を他の経営指導員等へ習得させ、また、一般職員も含めて積極的に各種研修会に参加することで、商工会議所職員全員の資質の向上を図り、会員事業所から信頼される体制を構築することが必要である。

## (2)事業内容

### ①支援能力の向上 (OFF-JT)

#### ア. 経済産業局、中小企業基盤整備機構、日本商工会議所等が実施する研修会などへの参加

国が進める施策や制度に関わる研修については、情報の収集や支援策を習得し、小規模事業者の問題解決を速やかに対応できるように積極的に参加する。

経済産業局、中小企業基盤整備機構、日本商工会議所等が実施する販路開拓、売上増加、地域資源活用、創業・経営革新、事業計画策定、DX/AI活用、事業承継及び、経営力再構築伴走支援の基本姿勢（対話と傾聴）等の伴走型支援に資する研修会等に経営指導補助員、記帳専任職員並びに一般職員も含めて積極的な参加を促し、商工会議所職員全員の資質の向上と組織全体の底上げを図る。

その他、当所が認定を受けている経営革新等支援機関を対象とする海外展開支援研修や経営改善・事業再生研修・セミナー等にも参加し、総合的な支援能力の向上を図る。

#### イ. 島根県経営指導員等研修会への参加

島根県商工会議所連合会の主催により、県内経営指導員等を対象に、経営指導員等の資質向上や経営改善普及事業等の効果的实施に繋げるために、経営改善計画策定や創業支援、税務、財務、労務、事業承継、DX/AI活用、価格転嫁、直面する問題に対する事項など経営全般に関わる研修会が開催されている。経営指導補助員、記帳専任職員並びに一般職員も積極的に研修会に参加し、商工会議所を挙げて支援能力の向上を図る。

## ②ノウハウ共有の仕組みの強化 (OJT)

### ア. 支援担当者間の支援ノウハウ・情報の共有化

法定経営指導員から若手経営指導員や経営指導補助員、記帳専任職員等に対して、「企業支援への同席」、「支援ポイントレクチャー」などレベルに応じた指導を行い、個々の資質の向上と支援能力の向上を図る。

各種研修会や説明会の出席者は、研修内容やポイント等を記載した復命書を作成し、所内回覧を行い、職員が閲覧できる書庫にて保管する。

また、毎月第1・3金曜日に経営支援担当者会議を実施し、地域の経済動向や需要動向、経営支援状況等の報告をすることにより情報の共有化、事業計画書及びアクションプランの進捗状況の確認を行う。毎週月曜日には商工会議所全職員による連絡会議を実施し、担当事業の進捗状況等の確認や今後の対策などを調整することで、スムーズに支援事業が実施できる体制を構築する。

#### イ. 経営支援データベースシステムの活用

経営支援システムへ支援状況を詳細に入力することで進捗等を職員全員が相互共有でき、担当外の職員であっても事業者への一定レベルの対応ができるようにし、データベース蓄積による支援内容の見える化により事業者の売上と利益率向上の成果に繋げる。

また、各種施策の利用や支援の中での注意点を、共有フォルダやワークグループウェアに保存し、職員間の「支援事例」の共有を図り、支援の質の平準化を図る。

## **11. 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**

#### **① 現状**

行政機関や市内の経済団体、金融機関などと連携し、適宜情報交換しながら、互いの強みを活かした支援体制を構築している。この連携体制により、不足している支援ノウハウやマンパワーを補填し合い、小規模事業者に対して綿密な支援の提供ができています。

#### **② 課題**

支援機関毎に、小規模事業者への支援に対する方針・方法に微妙な異なりが生じる場合がある。より綿密な支援体制を構築するために、定期的な情報交換や協力して支援することで、意思の疎通を図っていくことが必要である。

### **(2) 事業内容**

#### **① 金融懇談会**

【構成】 島根県、島根県信用保証協会、(公財)しまね産業振興財団、島根県よろず支援拠点、大田市、地域金融機関（山陰合同銀行、島根銀行、島根中央信用金庫、JAしまね）

【会議】 年1回

【効果】 金融の斡旋状況、各金融商品の内容説明、各種施策の説明の他、意見交換を行い、金融を担当する支援機関相互の情報交換・共有化を図ることで、地域ぐるみで小規模事業者の円滑な資金調達や様々な施策を活用した経営改善への取り組みの支援が可能となる。

#### **② 大田市産業支援センターとの連携会議**

【構成】 大田市・銀の道商工会・JAしまね石見銀山地区本部・JFしまね大田支所・大田市森林組合・一般社団法人大田市観光協会・公益財団法人しまね産業振興財団・金融機関・島根県等

【会議】 年2回

【効果】 大田市内の企業の抱える問題点について情報交換を行うとともに、支援体制の協議や各支援機関が有する情報や支援ノウハウ等を共有することにより、課題解決を連携して支援する体制が構築できる。

#### **③ 石見ネットワーク会議**

【構成】 島根県西部の各市町・商工会議所・商工会・公益財団法人しまね産業振興財団・島根県よろず支援拠点・島根県等

【会議】 年2回

【効果】 島根県西部の企業の抱える問題点について情報交換を行うとともに、支援体制の協議や各支援機関が有する情報や支援ノウハウ等を共有することにより、課題解決を連携して支援する体制が構築できる。

#### **④ 島根県西部県民センター商工観光部との意見交換会**

【構成】 銀の道商工会・島根県西部県民センター等

【会議】 年1回

【効果】 管内企業の事業活動状況や抱える問題点について情報交換を行うとともに、支援体制の協議や支援に役立つ施策等の情報収集を行い、支援ノウハウ等を習得することにより、課題解決に向け連携して支援する体制が構築できる。

#### **⑤ 日本政策金融公庫松江支店とのマル経協議会**

【構成】 島根県内各商工会議所・商工会・日本政策金融公庫松江支店等

【会議】 年2回

【効果】参加者が有する情報や支援ノウハウ等を共有することにより、管内事業者の金融面からの支援が可能となる。

#### ⑥島根県事業承継・引継ぎ支援センター情報交換会

【構成】島根県事業承継・引継ぎ支援センター

【会議】年2回

【効果】事業承継（第三者承継含む）支援に役立つ情報収集や支援ノウハウ等の習得に役立て、課題解決に向け連携して支援する体制が構築できる。

## 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

#### ① 現状

少子高齢化や人口減少などにより商圈規模が縮小している上に、県外資本の大型店の進出による郊外化、また県内交通インフラの整備（高速道路等）により域外への消費流出など、地域商業の経営環境は大変厳しい状況にある。

当所では、「大田の大あなご」や「三瓶そば」のブランド化など、外貨獲得のため「食」による観光振興を進めている。

また、当市の魅力向上に向けた、「中心市街地」の活性化については、大田市の顔となる大田市駅前周辺工事着手により、見える形での変化に期待が高まっている。

#### ② 課題

外貨獲得に向けた「食」による観光振興は一定の効果が表れているものの、まだまだ発展途上であり、更なる振興が必要となっている。

「中心市街地」は、見える形での変化により、気運の醸成が図られてきており、起業・創業による空店舗活用や民間投資の促進、同地域で開催される「彼岸市」などのソフト事業の活性化が課題となっている。

### (2) 事業内容

#### ① 地域資源のブランド化

##### ・ 大田の大あなご

大田市が全国有数の漁獲量を誇る「アナゴ」については、当所が中心となり、「大田の大あなご」と名付け、平成30年度よりブランド化を推進している。これまで、市外・県外からの観光誘客とモニタリングを目的として、様々なイベントを実施している。近年は、アナゴを食べ見て触れて楽しむ「大あなごフェス」を開催し、多くの参加者を得ている。

令和5年度には、内閣府と農林水産省が全国の地域資源を活用した取組みを選定する「ディスプレイ農山漁村の宝」において、グランプリを受賞した。

また、令和6年度には、日本商工会議所が観光振興の活動に取り組む商工会議所を表彰する「きらり輝き観光振興大賞」において、「きらり特別賞」を受賞した。

大あなごのブランド化に取り組むことで、飲食店、卸小売業者、食品加工業者等様々な業種への波及効果があることから、官民が連携してPR強化に努め、大あなごの域内消費の増加、また観光客の誘客と消費額増加による地域経済の活性化に繋げていく。

【関連構成団体】島根県、大田市、大田市観光協会、おおだ一日漁推進組合、大田商工会議所

##### ・ 三瓶そば

「三瓶そば（さんべそば）」は、当市の三瓶山麓で古くから栽培されている在来種のそばであり、その香り、風味、小粒で濃い味が特徴である。

令和2年に、農林水産省の地理的表示（GI）保護制度に登録され、在来種としての希少性や粘りの良さ、品質などが全国から高く評価されている。また、文化庁が認定した日本遺産「石

見の火山が伝える悠久の歴史～” 縄文の森” ” 銀の山” と出逢える旅へ～」において、三瓶そばが「香りが高く当地の名物」として構成文化財の一つとなっている。

また、三瓶そばを原材料とした乾麺の中には、「おいしいそば乾麺大賞 2021」で第2位に選ばれるなど、全国各地の製粉会社や他府県のこだわりの蕎麦屋からの評価も高い。

当所では、交流人口の増加による消費の流入や、地域内での消費の喚起による地域経済の活性化を目指し、観光振興策として「食」に注力している。「大田の大あなご」に続く、地域資源のブランド化の第二弾として、令和7年度より本格的に「三瓶そば」のブランド化を開始している。

大田市と協力し、「三瓶そば」を核とした三瓶エリア全体の活性化に向け、島根県が進めている「美肌県しまね事業」とも連携しながら、観光客の誘客に繋げていく。

【関連構成団体】島根県、大田市、一般社団法人大田市観光協会、三瓶そば推進会議、三瓶そば消費者の会、大田商工会議所

## ②地域イベントのブランド化

### ・彼岸市

大田市を代表する歴史ある伝統行事で、春秋（3月、9月）の年2回、市内外から多くの人出で賑わうイベントであり、当所では小規模事業者の需要拡大への取り組みに欠かせない事業と位置付けている。

以前は、普段購入することができない商品が多いことが集客力に繋がっていたものの、流通構造の変化等により物が溢れ、現在ではその魅力が薄れ、人口減少や少子高齢化の要因も加わり、二日間で5万人程度あった人出も近年は3万人程度と減少している。

また、地元小売店や露店商等の出店数は、賑わいの低迷による出店の取りやめや後継者不在による廃業、人手不足などの影響により、平成元年352店、平成15年290店、平成30年202店と減少している上に、新型コロナウイルス感染症の影響により令和2年3月から開催休止、令和5年3月に再開したものの、この間に廃業した店舗も多く、近年は160店程度となり、出店でひしめき合っていた街中も隙間ができ、盛り上がりには欠けている。

この状況を踏まえ、令和7年5月に「第1回彼岸市活性化会議」を開催し、以後2カ月に1回の頻度で、彼岸市の歴史、事業継続の必要性、過去の開催内容や費用との比較、来場者増加を含めた賑わい創出の方法等について、段階的に協議を重ねている。

【彼岸市活性化会議構成団体】大田市、大田商店会連合会、大田市露店商組合、大田商工会議所女性会、大田商工会議所青年部、大田商工会議所他

## ③まちづくりの推進

### ・DMOによる観光まちづくりの推進

当市では、官民の連携によって観光地域づくりを推進する組織として「大田市DMO」が設立され、令和3年3月に地域DMOの認定を受けている。

当所は、観光にかかる戦略的な事業計画を検討する「観光戦略会議」の構成員として会議に出席し、活力あふれる魅力的な観光地域づくりを目指して協議を重ねている。

令和6年度には、市内3地域を重点エリアに設定し、民間事業者等が中心となって、各エリアの強みを活かした観光地経営や観光消費額拡大に取り組んでいる。

当市は、世界遺産「石見銀山遺跡」や大山隠岐国立公園「三瓶山」、日本遺産「石見の火山が伝える悠久の歴史」、「石見神楽」といった世界に誇れる観光資源を有している。これらを活用した観光商品造成を支援し、滞在型観光に繋げるため、官民一体となって観光振興に取り組んでいく。

【DMO構成団体】＜宿泊、食、商品造成＞市内旅館組合＜まちづくり、地域素材の商品造成等＞市内観光施設、宿泊施設、観光関連事業者、石見銀山神楽連盟＜ふるさと特産品の開発、諸調査等＞大田商工会議所、銀の道商工会、J Aしまね石見銀山地区本部、J Fしまね大田支所＜土産品の販売促進＞市内道の駅＜アクセス改善＞J R西日本、バス事業者＜

二次交通＞バス・タクシー事業者＜情報発信＞石見銀山テレビ放送（株）、（株）山陰中央新報社、山陰観光連盟＜資金調達等＞市内金融機関＜インバウンド事業＞山陰インバウンド機構、三瓶山広域ツーリズム振興協議会※カテゴリー別に記載

#### ・ 中心市街地活性化

当市の中心市街地は、かつて賑わいを見せていたものの、郊外型の大型商業施設の出店や県東部への購買客の流出、南北の両端にあった地元協同組合形式の大型小売店2店が平成23年（南側）と平成27年（北側）に相次いで閉店し、周辺住民の買い物利便性が損なわれ、コミュニティ機能が低下したことで賑わいが喪失し、空洞化・衰退化が進んでいる。

南側は、平成27年に周辺地域の事業者が、国の「まちづくり補助金」を活用して共同店舗跡を解体し、大型小売店舗を誘致したことで地域活性化に寄与している。

しかし、北側は、周辺地域の事業者・地権者による協同組合が、共同店舗跡を解体し、効果的な利活用を検討・調整をしているが難航しており、南北間の回遊性が回復しておらず、中心市街地全体としては衰退の一途を辿り、不安を抱えている状況にあった。

この状況を打破するため、当所は特定非営利活動法人まちづくり大田と共同で法に基づく「大田市中心市街地活性化協議会」を設立した。行政と共に協議を重ね、令和3年度に「大田市中心市街地活性化長期計画（概ね10年）」を策定し、「刺激と躍動感あふれる住み心地よいまち」を目標に掲げて取り組んでいる。

令和4年度以降、「大田市駅前周辺東側土地区画整理事業」や「都市構造再編集中支援事業」が工事着手され、今後、「まちなかウォークブル推進事業」、「公共下水道事業」、「おおだ子育てにかかる総合支援拠点施設」、「大田市役所新庁舎整備」が予定されており、見える形での街の変化により、中心市街地活性化への期待が寄せられている。

当所は、行政による基盤整備に併せ賑わい創出をめざして、民間事業者の機運醸成及び積極的な関与の働きかけに努め、ソフト・ハード事業の促進を図る。

【中心市街地活性化協議会構成団体】＜経済活力の向上＞大田商工会議所＜都市機能の増進＞特定非営利活動法人まちづくり大田＜商業活性化＞石見銀山テレビ放送(株)＜地域経済の代表＞(株)山陰合同銀行＜地域住民＞自治会、地権者＜公共交通＞石見交通(株)

(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1日現在)		
(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)		
<div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-between;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: 60%;"> <p style="text-align: center;">大田商工会議所</p> <p style="text-align: center;">事務局長</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p>総務課</p> <p>一般職員 5名</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p>経営支援課</p> <p>法定経営指導員 1名 経営指導員 2名 補助員 2名 記帳専任職員 1名</p> </div> </div> </div> <div style="width: 35%;"> <p style="text-align: center;">連携 連絡調整</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 20px;"> <p>大田市 産業振興部 産業企画課</p> </div> <p style="text-align: center;">事前相談</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p>島根県 商工労働部 中小企業課</p> </div> </div> </div>		
区分	体制/構成員	連携・関与体制
商工会議所と関係市町村の共同体制及び都道府県との連携	大田商工会議所経営支援課、大田市産業振興部産業企画課、島根県商工労働部中小企業課	地域の実情を踏まえた重要課題の設定、支援方針の決定、および本支援計画での評価・見直しを行うため、年1回、経営発達支援計画特別委員会を開催する。また島根県と事前に相談・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。
商工会議所の実施体制	法定経営指導員1名、経営指導員2名、補助員2名、記帳専任職員1名	小規模事業者ごとに担当を選定し、策定支援からフォローアップまで一体の伴走支援体制を構築する。
定量評価体制	法定経営指導員1名、経営指導員2名、補助員2名、記帳専任職員1名	設定されたKPI/KGIに基づき、実施状況を定量的に把握し、経営発達支援計画特別委員会を通じて次年度の支援内容の検討を行う。
経営指導員等の資質向上に係る体制	全職員	外部研修や勉強会に参加（WEB研修等含む）し、DX化、伴走支援、経営戦略等の専門知識の習得を図る。
(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		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・氏名：梶谷晃弘</li> <li>・連絡先：大田商工会議所経営支援課 TEL:0854-82-0765</li> </ul>		
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）		
<p>法定経営指導員は、経営発達支援事業の企画・実行、目標達成に向けた進捗管理、事業の評価・見直しをする際の指導及び助言を行う責任者として関与する。また、職員に対するOJT指導を通じて、支援の質の向上を図る。</p>		
③ 広域経営指導員の当否		
<p>申請書に記載の経営指導員・梶谷晃弘は、施行規則第7条第2項に規定する広域経営指導員に</p>		

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

〒694-0064

島根県大田市大田町大田イ 309 番地 2

大田商工会議所経営支援課

TEL : 0854-82-0765 / FAX:0854-82-2993

E-mail : ohdacci@shimanet.jp

② 関係市町村

〒694-8502

島根県大田市大田町大田口 1111 番地

大田市産業振興部産業企画課

TEL : 0854-83-8075 / FAX:0854-82-9731

E-mail : o-sangyou@city.oda.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	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
・ 専門家派遣等費					
計画策定	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
フォローアップ	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
・ 管理・分析	500	500	500	500	500
・ セミナー開催費	500	500	500	500	500
・ 商談会開催・参加	9,500	9,500	9,500	9,500	9,500
・ 資質向上	400	400	400	400	400
・ 各種会議費	100	100	100	100	100

(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
一般会計繰入金、参加料等負担金、国補助金（伴走型小規模事業者支援推進事業他）、大田市補助金、島根県補助金

(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