

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 目標

（1）地域の現状及び課題

①現状

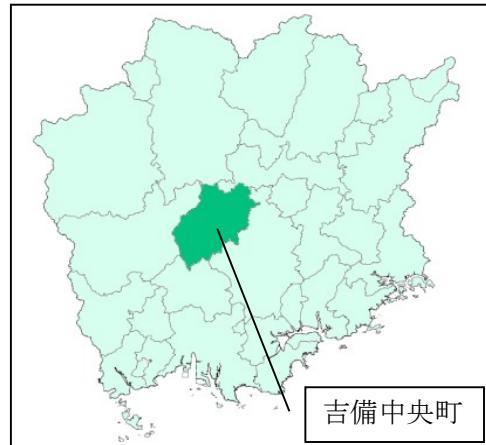
立地

吉備中央町は、岡山県のほぼ中央に位置し、「賀陽町」と「加茂川町」の2町が合併した地域であり、面積は 268.78 km^2 、南は岡山市に接しており、岡山市中心部より車で約1時間、岡山ももたろう空港からは約30分の距離にある。

さらに、中国横断自動車道岡山米子線賀陽ICの設置により、県内の主要都市へ短時間でアクセスが可能であり、優れた交通環境と「保健福祉区」「自然レクレーション区」「研究学園区」「産業区」「センター区」「住区」「農用区」の7つのゾーンを有する21世紀の未来都市「吉備高原都市」の存在は、地域の大きな特徴である。

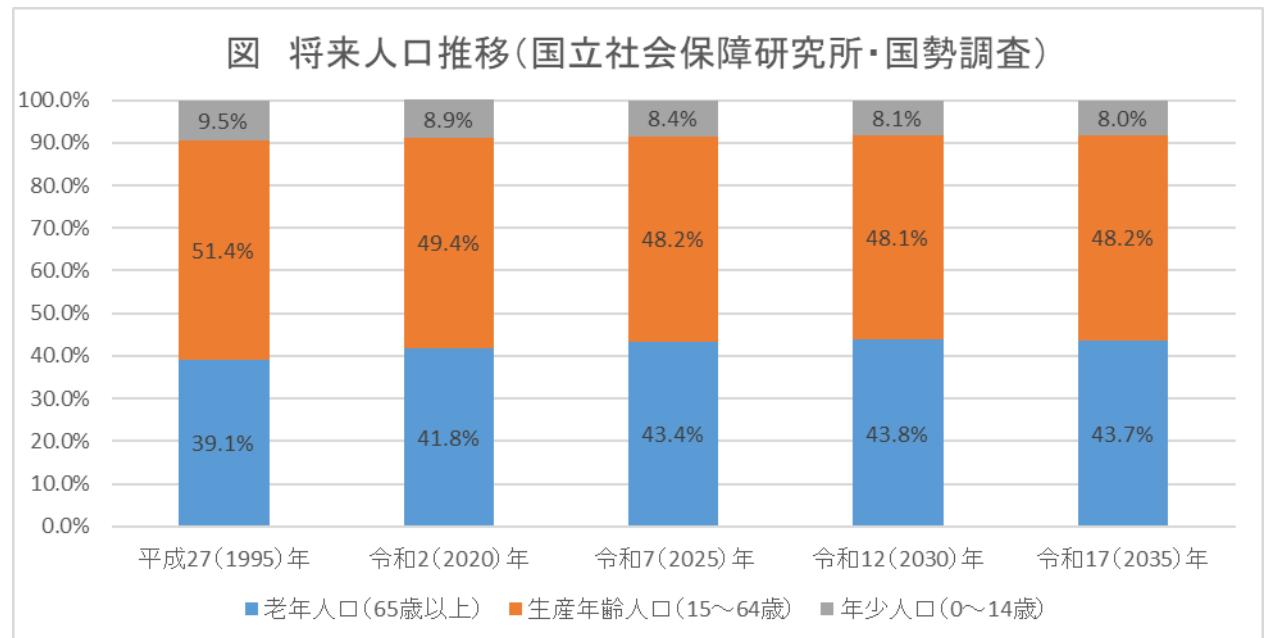
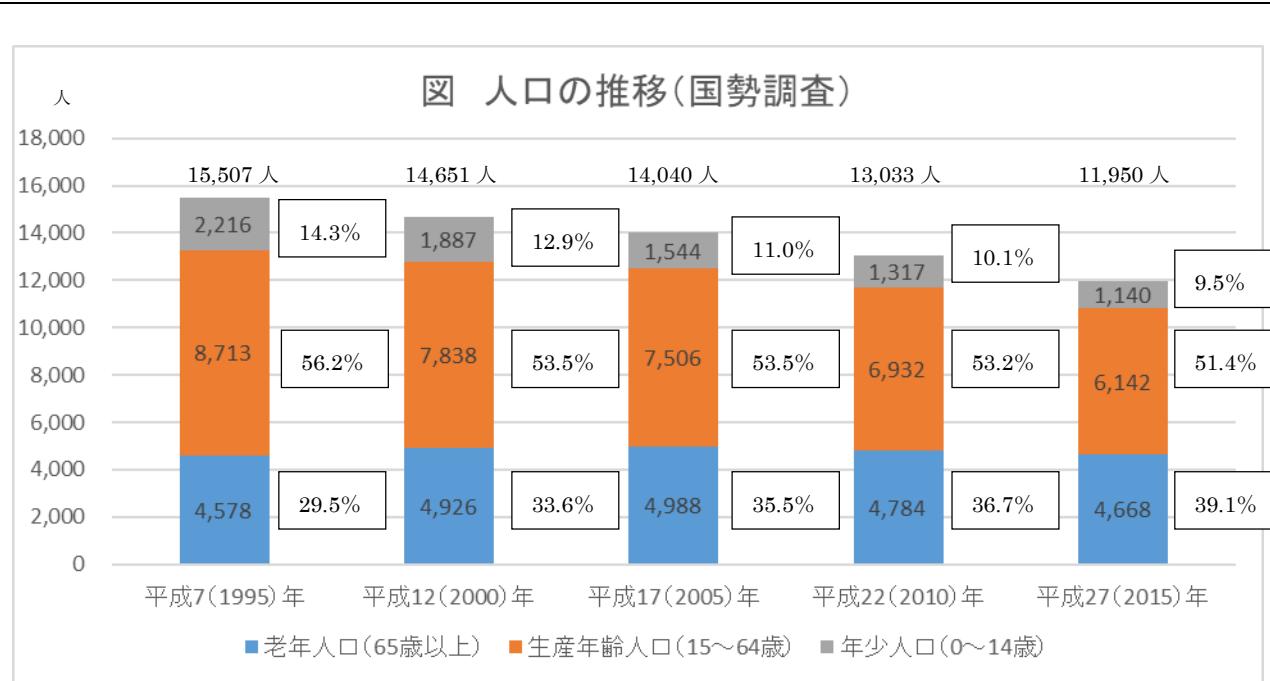
標高は120～500メートルの高原地帯に位置し、比較的緩やかな地形と日中夜の寒暖の差が大きい自然環境が農業に適しており、水稻を中心に高原野菜、黒大豆、ピオーネ、ブルーベリー、桃などの栽培では県内有数の産地である。

吉備中央町商工会の管轄区域は、吉備中央町内全体である。



人口

人口数及び高齢化率については、国勢調査によると平成22年は人口13,033人で高齢化率36.7%、平成27年では人口11,950人で高齢化率39.0%となっている。このような状況下において、吉備中央町として定住人口の増加を目的として移住者の受け入れのための各種助成金制度、空き家情報、受入支援組織の構築等の環境を整備しているが、人口の純増には至っていない。



資料：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(平成25年(2013)年3月推計)」、総務省「平成27年国勢調査結果」

産業

令和元年度商工会実態調査において、当地域の商工業者数は、494事業所であり、小売業27.3%、サービス業21.8%、建設業19.2%、製造業14.9%、飲食・宿泊業4.8%、卸売業2.2%、その他6.6%の構成比である。

吉備中央町管内商工業者数及び小規模事業者数の推移表

種 別	業 種	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
商工業者数	合 計	471	474	469	478	494
	建設業	93	96	92	94	95
	製造業	73	73	73	75	74
	卸売業	11	11	11	11	11
	小売業	139	135	135	137	135
	飲食店・宿泊業	26	27	25	25	24
	サービス業	103	104	103	103	108
	その 他	26	28	30	33	47
小規模事業者数	合 計	323	328	318	324	331
	建設業	71	73	69	69	66
	製造業	51	52	52	54	53
	卸売業	6	6	6	6	6
	小売業	107	104	102	103	98
	飲食店・宿泊業	12	14	12	12	11
	サービス業	58	59	55	56	61
	その 他	18	20	22	24	36

就労者数は、製造業、サービス業を中心に増加傾向にあり、吉備中央町の統計では平成22年に6,020人であったものが、平成27年では6,160人となり、5年間で140人増加している状況となっている。

業種別の景況感については、下記の通りである。

建設業： 平成30年7月豪雨災害の影響で、管内における災害復旧工事への対応が間に合わない状況。新規雇用に苦慮しており、人材不足が課題となっている。

製造業： 食料品製造業においては、地元農産物を加工した商品開発が活発になっており、販売促進活動の努力により管外地域の売上は維持できているものの、管内での販売が低迷している。

卸売業： 精肉卸業については、管内の保育園、小中学校、老人福祉施設への提供を行っているが、人口減少と少子高齢化の影響により売上が低迷している。

小売業： 衣料品小売業においては、管外への消費の流出により売上が低迷している。廃業の影響もあり、生鮮三品を取扱う商店については管内に6店舗しかなく、また移動販売業者も2社（生鮮三品を扱うのは1社）に留まっている。

飲食・宿泊業： 町を挙げて滞在型観光事業の振興に力を入れているが、温泉旅館においては、事業主の高齢化と建物の老朽化により売上が低迷。

サービス業： 旅客運送業においては、客数減少による売上の減少、原油価格の高騰による経費の増加が事業を圧迫している。

美容業では、顧客の高齢化により来店客数が減少しており、訪問施術や自宅から店舗までの送迎サービスへの需要がある。

特産品

農産物では、高原地帯による昼夜の温度差が大きい気候を活かし、水稻を中心に高原野菜、黒大豆、ピオーネ、ブルーベリー、桃などの果樹栽培が盛んで県内有数の産地となっている。

また、有害鳥獣であるイノシシの革を活用した加工品やジビエも特産品として発信している。

吉備中央町では、平成30年9月に【「ベリーグッドなまち吉備中央町」のブルーベリー加工品と農業体験】と題し、ブルーベリーとブルーベリーの加工品や農業体験を「ふるさと名物」として応援する「ふるさと名物応援宣言」を行い、地域の事業者の取組を支援する体制が整備されている。

吉備中央町総合計画

吉備中央町では、平成28年に10年間の基本構想と、前期・後期の各5年間による基本計画による総合計画として、同年3月に「第2次吉備中央町総合計画・前期基本計画」を策定している。

なかでも計画にある基本目標4「魅力と活気のあるまち」では、4-1. 農林業の振興、4-2. 商工業・サービス業の振興、4-3. 観光・レクリエーションの振興、4-4. 雇用・勤労者対策の充実、4-5. 消費者対策の充実を掲げ、その中で、商工会を中心とした経営支援を推進し、商工業の振興、企業誘致の推進、観光の振興へ取り組んでいく旨を謳っている。

②課題

地域の課題

- ・吉備高原都市建設設計画及び吉備高原都市への定住が計画通りに進んでいない。
- ・管内に鷺の巣温泉、小森温泉、湯の瀬温泉といった温泉（冷泉）等を有するが、各源泉を利用した宿泊関連事業者においては、事業主の高齢化や設備の老朽化により、事業の衰退状況が続いている。
- ・高齢化や離農による後継者不足、鳥獣被害により、耕作放棄地が拡大している。
- ・小売店等の縮小や廃業、事業主の高齢化に伴い、買物弱者が増加している。
- ・高原地帯特有の自然やその自然から生まれた高原野菜、温泉地といった観光資源となるものはあるが、資源の活用手法や観光客の受入体制が十分でない。
- ・創業予定者、事業後継者の把握が十分にできていない。
- ・将来を担う子供を増やすための環境整備（結婚、婚姻、出産、子育て等）の切れ目のない支援策が必要である。
- ・求人事業者の把握と就労希望者のマッチング等の機会の創出が不十分である。
- ・若い世代の定住を促進するための住居等ハード事業、定住のための交流支援の場が必

要である。

- ・平成27年国勢調査に基づく高齢化率において、全国平均26%程度に対し、当町は39%と非常に高く、生活のための交通網の整備（道路の幅員、バスの運行路程・運行数等）が必要である。

事業者の課題

建設業：若手従業員の雇用確保に苦慮しており、人材不足となっている。その為、専門技術の継承が困難。経営者の高齢化や後継者不足により、事業規模の縮小や廃業が増加している。

製造業：新製品や新商品等の開発による売上の維持向上を図っているが、新製品や新商品等のPR不足等により、販路の維持拡大に苦慮している。

卸売業：吉備中央町管内における受注の減少が続いている、売上の維持に苦慮している。

小売業：若者を中心に、町外への購買流出が増加しており、経営環境の変化への対応に苦慮している。

飲食・宿泊業：町外からの観光客等の取り込みに苦慮している。また、観光集客のための他業種と連携した観光PRが不十分である。

サービス業：時代に即した経営モデルの改善に至っていない。特に、町民の高齢化等による買い物弱者への対応が遅れている。専門技術を必要とするサービス業においては、若手従業員の雇用確保に苦慮しており、専門技術の継承が困難な状況となっている。

（2）小規模事業者に対する長期的な振興のあり方

① 10年程度の期間を見据えて

地域の人口減少や高齢化による需要の縮小だけでなく、経営者の高齢化や後継者不足、若者を中心に町外への購買流出が増加する等、様々な地域の現状や課題を踏まえながら、小規模事業者の最も身近な経営支援機関として、厳しい経営環境に置かれている小規模事業者に対し、経営課題の解決に向けた支援活動を通じて小規模事業者の経営力向上を図るため、需要を見据えた事業計画に基づく計画経営を推進する。

また、創業や事業承継支援により、産業人材である経営者を育成し、地域を支える事業者の減少を抑え、地域雇用の拡大を目指す。

さらに、高原地帯特有の自然やその自然から生まれた高原野菜や果樹、温泉地といった観光資源を活かした売れる商品・役務の開発及び販路開拓支援を進め、新たな売上を創出することで、吉備中央町内の経済発展を進める。

② 吉備中央町総合計画との連動性・整合性

第2次吉備中央町総合計画前期基本計画にある基本目標のなかでも、重点として進める4つの重点プロジェクトの3つに連動・整合する。

重点プロジェクト2 【町を支える宝(若者)を残し、転入により新しい風を呼び込む】

温暖な気候や豊かな自然などの魅力に加え、成長産業や企業誘致などにより雇用の場を確保することで若者の転出抑制を図る。このため、滞在型観光事業による観光PRや求人と求職者のマッチング支援を通じて応えることができる。

重点プロジェクト3 【安心して暮らせる環境をつくる】

いつまでも住み慣れた地域で安心して暮らしたいというささやかな希望を叶えるための生活交通手段や医療の充実、地域経済環境の整備を推進する。特にサービス業を営む地域内小規模事業者の買い物弱者対策を踏まえた事業計画の策定・実施が該当する。

重点プロジェクト4 【夢を語れるまちづくりを進める】

農業を志す若者の呼び込みや育成、農産物の付加価値化、幅広い世代が希望する就労の確保と紹介体制の整備、体験ツアーや民泊を活かした交流促進など町民参画と協働のまちづくりを基調にして、新しい地域の魅力づくりや活発な新規の起業を支援する。特に、「ふるさと名物応援宣言」にあるブルーベリーを中心とする商品開発や農業体験の推進を通じて、耕作放棄地の活用により起業したブルーベリー農家に対し、ブルーベリー加工品開発支援や農家民宿事業の提案により、農業者から商業者への支援を進め、滞在型観光事業への参画を促すことでプロジェクトの目的達成に寄与する。

③商工会としての役割

商工会は、地域経済活動の中心となる管内小規模事業者等の経営支援の担い手であるとともに、吉備中央町が掲げる総合計画実現の担い手として、管内小規模事業者の売上拡大に向けた個社支援をはじめ、「滞在型の観光」をテーマに小規模事業者等が連携して実施する取り組み等、1事業者では実現が困難な事業における調整や取り纏め役として、行政では出来ない支援活動において機能を發揮する。

また、小規模事業者が抱える経営課題において、複数の小規模事業者が抱える外部環境等への問題や課題が発覚した場合は、行政に対して意見具申を行う。

(3) 経営発達支援事業の目標

①地域内小規模事業者の経営分析と市場調査による事業計画策定支援

管内小規模事業者の抱える経営課題に対し、自社の強みを活かした事業計画の策定支援とその実施に係る伴走支援を計画的に実施し、計画経営に取り組むことで自社の経営改善や革新的取り組みを進める小規模事業者等の増加を目指す。

②地域資源等を活用した小規模事業者等の売上向上支援。

高原地域特有の農産物や観光資源等の地域資源等の活用から経営革新や経営改善に取り組む小規模事業者等の伴走支援を強化し、事業計画の策定・実施を行う事業者の増加を図り、売上の向上に繋げる。

③地域資源の有効活用と交流人口の拡大を捉えた地域経済の活性化支援

管内で生産される農産物や観光資源等の地域資源を活用した事業に取り組む複数の小規模事業者間の連携を図り、観光客を中心とする町外からの交流人口の拡大による地域経済の活性化を図る。

④創業者の創出と事業承継支援の強化

創業塾の開催により管内創業希望者の掘り起こしを進め、創業に向けた伴走支援を行い管内創業者の増加を図る。

また、管内の高齢である小規模事業者等の事業承継支援を強化し、地域経済の維持を進める。

⑤管内消費者の生活利便性向上に対応した小規模事業者等の創出

管外への購買流出の増加や、管内住民の高齢化等による買い物弱者増加への対応として、管内消費者の生活利便性の向上に向けた商品・サービスの提供を行う小規模事業者等を創出し、管内消費者向けにPRを実施することで、課題解決を図る。

(4) 目標の達成に向けた方針

①地域内小規模事業者の経営分析と市場調査による事業計画策定支援

自社の経営課題を明確にし、市場調査を踏まえ、自社の強みを活かした経営の維持向上に向けて各種支援機関との連携により事業計画策定支援を行う。

②地域資源等を活用した経営革新・経営改善支援の推進。

小規模事業者等が実施する、地域の農産物や観光資源といった地域資源等を活かした新商品・サービス等の開発や販路開拓について、経営革新計画や経営改善計画の策定・実施に繋げ、各課題に対する専門家の派遣等により課題解決を図る。

③地域資源の有効活用と交流人口の拡大を捉えた地域経済の活性化支援

管内観光関連事業者等の経営の維持向上に向けた経営支援とともに、他の観光関連事業者等との連携を図り、管内滞在型観光事業への参画による売上拡大支援を行う。

④創業者の創出と事業承継支援の強化

管内創業希望者の掘り起こしと円滑な創業支援を目的に、経営・人材・販路・財務等の各項目に精通する専門家を招聘した創業塾を開催する。

岡山県商工会連合会、岡山県産業振興財団、岡山県事業引継ぎ支援センター等と連携し、60歳超の管内小規模事業者等を対象に事業承継支援を行う。

⑤管内消費者の生活利便性向上に対応した小規模事業者等の創出

自社の強みを踏まえ、消費者の求める利便性向上サービス等の事業化を推進し、事業計画の策定と実施による伴走支援を進める。

また、管内消費者に対し、各小規模事業者等が実施する生活利便性の向上に向けた商品・サービスの内容を纏めた広報物を制作・配布することで、地域経済の活性化を図る。