

経営発達支援計画の概要

実施者名	精華町商工会（法人番号 6130005008342）
実施期間	平成 28 年 4 月 1 日～平成 33 年 3 月 31 日
目標	<p>1.経営発達支援事業の目標 目標達成を意識した経営支援に取組み、小規模事業者が自ら需要開拓を行い、売上げを確保し、持続的発展が可能となる経営の基盤を整備して行く。</p> <p>2.地域経済の活性化に資する目標 精華町商工会が中心となり、地域内の各団体と連携し地場産農産物を活用した商品開発で「精華ブランド」を確立し、販路開拓と近隣からの誘客でまちの賑わいを創出し地域経済の活性化を目指す。</p>
事業内容	<p>1.経営発達支援事業の推進</p> <p><u>1.地域の経済動向調査に関すること</u> 小規模事業者の持続的な発展と売上高の向上を目指し、経営分析や事業計画の策定、地域経済の活性化のため整理・分析を行い情報の提供を行う。</p> <p><u>2.経営状況の分析に関すること</u> 一歩踏み込んだ経営状況のヒアリングを行い、経営状況の分析から経営改善の提案を行い、事業計画策定支援に繋げる。</p> <p><u>3.事業計画策定支援に関すること</u> 青年部での実績を商工会全体での取組みとし、地域全体の小規模事業者を対象に支援する。目的に応じた事業計画の策定支援を行う。</p> <p><u>4.事業計画策定後の実施支援に関すること</u> 事業計画書に掲げた目標を達成するために、P D C Aサイクルを習慣づける伴走型の支援を実施する。</p> <p><u>5.需要動向調査に関すること</u> 需要を見据えた事業計画の策定支援の他、小規模事業者が販路開拓や新商品の開発に活かせるよう、需要動向の調査を行い、整理・分析し提供する。</p> <p><u>6.新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u> 開発した商品や新しい役務の提供に応じ、広報支援や販路開拓支援を行う。また、当会主催の「まちゼミ」の開催と定着化を図り、地域内で新たな顧客の創出を行う。</p> <p>2.地域経済の活性化に資する事業の推進</p> <p>1.地域経済の活性化を目指し「精華の未来を考える協議会」(仮)を発足。地域における問題と今後の方向性を共有し、検討と情報の発信を行う。</p> <p>2.「精華ブランド」の育成 地場産の農産物を活用し、機能性を持った食品の開発を行う。 地場産農産物を活用し、和洋菓子店を中心とした新商品の開発とスイーツイベントを行い、まちの賑わいを創出する。</p>
連絡先	<p>精華町商工会（担当：経営支援員 岩井 香織） 住 所：〒619-0243 京都府相楽郡精華町大字南稲八妻小字北尻 70 電話番号：0774-94-5525 Fax 0774-93-2629 E-mail：seika-sci@kyoto-fsci.or.jp</p>

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

I. 現状

1. 精華町の現状

(1) 関西文化学術研究都市

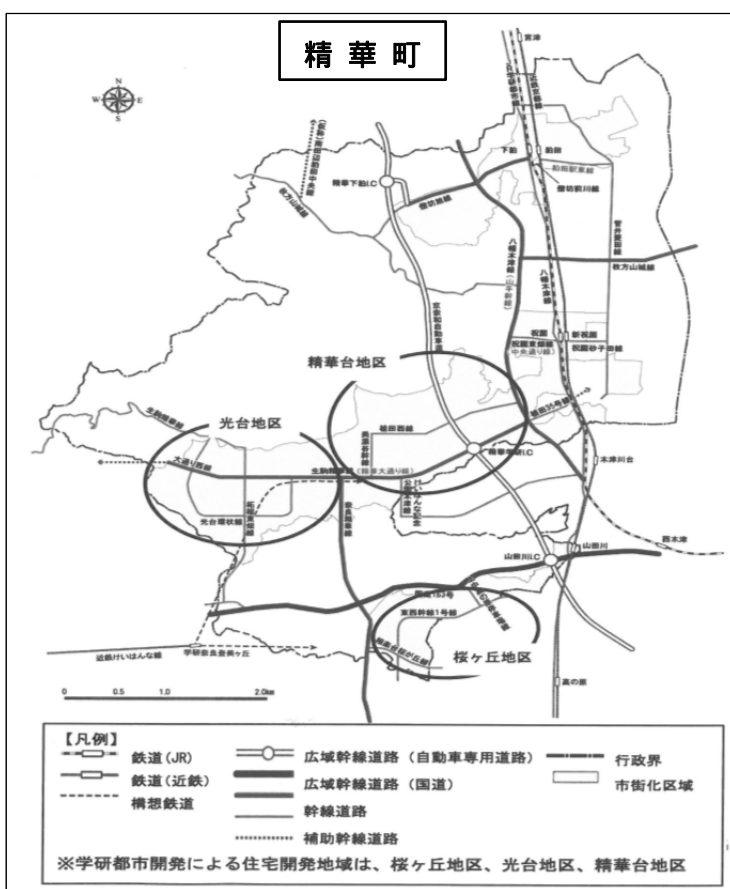
精華町は京都府西南端の京阪奈丘陵地にあり、国家プロジェクトで建設された関西文化学術研究都市（以下、学研都市）の中心部分がある。

古くから奈良と京都を結ぶ要所であり、近年の学研都市開発が行われたことにより、交通インフラが整備され、鉄道はJRと近鉄の2Wayアクセス。道路も幹線道路の他、京奈和自動車道が通り京都、大阪の中心部へは約1時間、奈良市へは5分程度で移動することが出来る。

学研都市地域では住宅開発も大規模に進み人口増加が著しい。このため町の人口は現在3万7千人を超え、京都府下では人口の最も多い「町」となった。同時に学研都市への企業の進出も進み、街開き当初からパナソニックや京セラ、島津製作所など日本を代表する企業の研究所が誘致され、更にサントリー、大幸薬品も昨年より運用が開始されている。

他方、中小企業の進出や創業も多く製造業のほか、IT、バイオ関連など時代の先端ともいえるベンチャー企業が多い。

また、国立国会図書館関西館や国立研究開発法人情報通信研究機構（NICT）、けいはんなオープンイノベーションセンター（KICK）、（公財）関西文化学術研究都市推進機構等の公共機関も多く、サイエンスシティといえる集積になっている。



精華町の人口推移

年 度	人 口 (人)
平成2年度	17,519
平成12年度	26,357
平成22年度	35,630
平成26年度	37,318

精華町町勢要覧より

(2) 旧地区

一方、古くからの旧地区は小規模な住宅開発により若年世帯の流入はあるが、全体的に高齢化が進み、地域の生活や伝統文化の承継が難しくなっている地区もある。精華町には昔から商店街が無く、各地区にその生活や伝統文化を支える小規模事業所が点在していた。小規模事業者の主な業種は小売業、サービス業に加え建設業が多く、地域住民と密接な関係があった。しかし近年、交通インフラの整備が進むとともに、町内や近隣に大型店（MSC）の出店が重なったことが消費の流出を誘発し、これにより廃業する小規模事業所が多い。

地域の特色としては災害が少なく、気候が温暖であり、木津川の左岸（西側）には肥沃な土地が広がっていることから農業従事者が多かった。30年以上前から「イチゴ」の生産が始まり、観光いちごとしての作付けが盛んに行われ、「川西いちご」は町の顔となっている。同じ頃、水稻農家は、農業従事者の高齢化と後継者不足から作業効率が良く収益性の高い「ケール」への転換を始めた。近年の健康志向による需要の高まりで作付面積が増え、生産が活発に行われている。

(町内に進出した大型店と近隣大型店)

商業施設名称	町内に進出した大型店		近隣に進出した大型店	
	アピタタウン けいはんな	せいか ガーデンシティ	イオンモール 奈良登美ヶ丘店	イオンモール 高の原店
精華町からの距離 (km)	2.5	0.5	5.2	4.1
延床面積 (㎡)	51,980	11,379	57,185	125,676
開業日	平成17年11月	平成19年5月	平成18年7月	平成19年5月

精華町からの距離起点は精華町役場とする

2. 小規模事業者の特徴

平成21年度の小規模事業所は548事業所であったが、平成24年度には492事業所になり約50件が減少している。減少した事業所の主な業種は建設業、卸・小売業でこれは構成比も減少している。一方、増加事業所の特色として、学研都市開発により和・洋菓子、パン等の製造小売業の出店数は伸び続け、町内にある和洋菓子店の数は、スイーツの街として知られる神戸市を凌ぐ割合となっている。（*1）

製造業とサービス業においても事業所数自体は減少したが、構成比は増加している。これは、旧地区全体の事業所が廃業などにより減少する一方、学研都市地区に製造業が多く進出したこと、またサービス業においては同地区への人口増加により、生活周辺に関わるサービス業が増加したことによる。

（*1）人口1万人に対して神戸市は2.3店舗、出典：神戸新聞、平成26年3月。同時期、精華町は2.6店舗

管内の小規模事業者数	合計	建設業	製造業	卸・小売業	飲食・宿泊業	サービス業	その他
平成24年度 (件)	492	77	40	110	38	174	53
構成比 (%)	100	15.7	8.1	22.4	7.7	35.4	10.8
平成21年度 (件)	548	88	43	128	43	183	63
構成比 (%)	100	16.1	7.8	23.4	7.8	33.4	11.5

精華町町勢要覧 事業所企業統計調査経済センサスより

3. 精華町商工会が行っている経営力向上に向けた取組み

当商工会では特に青年部に向けた支援に注力している。主な支援の内容は、青年経営者又は後継者としての資質の向上を目的とし、経営の発展を図るための取組みを行っている。今後ますます厳しくなる経営環境の中で、地元根差した経営を行い「家業から事業へ、そして事業から企

業へ」と成長していくことを目指し、平成 21 年度から勉強会を実施している。

この勉強会を通じ、「経営革新」や「知的資産経営報告書」の作成支援に取組み、平成 26 年度は「経営者塾」(*2)を開催した。これらの取組みを事業成長のきっかけにした事業者も年間 1～2 社誕生するようになった。

青年部の部員数と活動実績	21 年度	22 年度	23 年度	24 年度	25 年度	26 年度
部員数 (人)	32	40	40	42	39	42
活動回数 (回)	121	123	123	129	93	109
延べ活動人数 (人)	897	1,369	1,369	1,014	1,008	1,166
内、勉強会の開催 (回)	10	7	7	6	4	18
内、勉強会への延参加者 (人)	129	101	101	74	50	208
経営革新等 認定企業 (社)	0	2	0	0	1	2

(*2) 経営者塾：実行可能な事業計画策定を目的とし、昨年度は集団セミナーを全 17 回（約半年間）開催、青年部員 12 名が受講した。進捗状況に合わせ、受講者全員に個別相談会を行った。セミナー内容は、理念、マネジメント、ドメイン、マーケティング、財務とした。座学にワーク等も取り入れ、また課題提出も義務づけた。個々の理解度や進捗に合わせた個別対応と、セミナーで出される課題のフォローアップを行い、参加者全員が事業計画書を作成することが出来た。

4. 小規模事業者の地域での役割と意識改革

古くから地域に根差す小規模事業者が世話役となり、地域の伝統や文化を承継してきた。神社や祭りなどの行事の世話、PTAや消防団に至るまで小規模事業者は地域活動の大部分を支えている。次世代に地域文化を承継していく為にも、小規模事業者の存在は非常に重要であり、商工会が小規模事業者に対して持続的発展を促して行くことが必要である。その為、地域で信頼される事業者を育成支援すると同時に、次世代の経営者づくりにも積極的に取組むことが求められている。

II. 課題

旧地区にある多くの小規模事業者は、学研都市への企業誘致を自社のビジネスチャンスと捉えず、殆どがそれを活かしきれていない。また、人口が増加しているにもかかわらず売上げが伸びない等、地域経済の総合的な発展には至っていない。

当商工会においては、青年部を中心に経営分析や事業計画書作成支援を行ってきたが、地域内の小規模事業者全体に支援を行う機会を十分に作る事が出来ていない。また、従来の経営改善普及事業から経営支援の内容が質的に転換しているということも、十分に周知することが出来ていない。以上のことが課題として挙げられる。

III. 中長期的な振興のあり方

精華町は今後も人口増加と学研都市地区への企業進出が見込まれ、町の発展が大いに期待出来る。地域内での消費循環を実現させる為、次世代の経営者を育成することにより、小規模事業者が自立し、後継者や若手経営者が育つ環境を創ることが必要である。

具体的には、小規模事業者自身が需要開拓を行い、集客力を高め、地域内の消費者から選ばれる事業所になる事を目指す。

また、地場産農産物を活用した「精華ブランド」育成への取組みを農商工連携により行い、地域経済の活性化を図る。近年作付面積が増えたケールを用いて機能性食品を開発し、国内全域に流通させる。併せて、精華町の顔であるイチゴ等を活用したスイーツを和洋菓子店などで開発し、近隣からの誘客でまちの賑わいを創出する。

IV. 経営発達支援計画の目標

後継者や若手経営者の育成のため青年部員を対象に行っていた「経営者塾」を、平成 27 年度からは商工会員に広げ「経営力向上講座」として実施している。経営に必要な不可欠な財務やマーケティング等の基礎知識を習得している受講者は 49 人。業種業態も異なり、年齢層も幅広い受講者達が講座に参加することで、相互研鑽による意識向上と経営改革が活発に行われている。

「経営力向上講座」では事業計画書の策定を最終の目標とし、事業計画書策定演習支援から、その実践である売上げ向上や経営改善等に繋がる具現的な経営支援を行っている。

今後は更に目標達成を意識した経営支援に取組み、小規模事業者が自ら需要開拓を行い、売上げを確保し、持続的発展が可能となる経営の基盤を整備して行く。

地域経済の活性化については、地場産農産物を活用した商品開発を行うため、地域内にある各種団体や農業者との連携を推進する。開発した商品は小規模事業者が「精華ブランド」として取扱いし、協力しながら販路開拓を行う。

V. 経営発達支援計画の実施方針

事業計画策定支援とその実践により、売上げ向上と事業の持続的発展を目的とした「経営力向上講座」はこれまで商工会員を対象として取組んできた。今後は精華町内全事業所対象の取組みに拡大し、次世代の経営者の育成や創業支援、学研都市進出企業の参加を視野に入れる。

そのため、京都府、京都産業 21、京都府よろず支援拠点、精華町、金融機関、京都府商工会連合会等との連携を強化し、カリキュラムの設定等内容の充実を図り開催する。

地域経済の活性化への取組みについては「精華の未来を考える協議会」(仮)を発足させ、精華町内の地域課題を共有出来る仕組みを構築する。地域資源の活用から「精華ブランド」を確立し、販路の開拓を行う一方、近隣からの誘客を促進する。

《経営発達支援計画の実施方針による主な事業内容》

1. **セミナーの開催**：事業計画策定支援は、現在行っている「経営力向上講座」のカリキュラムを基に実施する。旧地区の小規模事業者、若手後継者、学研都市への進出事業者、創業希望者など多様なニーズをもつ小規模事業者を対象に行う。
①事業継続のため、経営の基礎を学ぶ「基礎コース」、②新事業展開など、具体的な実効計画を策定する「実践コース」、③財務を中心とした「財務会計コース」、④精華町内の創業希望者を対象とする「創業セミナー」など受講者のニーズに合わせたカリキュラムで各コースを展開する。
2. **事業計画策定後の支援**：策定した事業計画を確実に実施支援する為、経営支援員間で担当支援先を決め、原則として四半期に 1 回以上、巡回等で進捗確認を行う。
また、進捗が思わしくない支援先は事業計画自体の見直しを行う事も視野に入れ、他の支援機関との連携で目標達成に向けた支援を行う。
3. **「まちゼミ」の開催**：平成 27 年度、試験的に開催した当事業は 7 事業所と 37 名の一般消費者の参加があった。「まちゼミ」参加事業者は直接消費者と接することで需要動向が把握出来ること、及び需要開拓に繋がる魅力がある。今後、定着化のため開催回数を増やし、より多くの事業所と一般消費者の参加を求めていく。
また、「まちゼミ」を地域性に富み自立した運営にするため、参加事業者には勉強会や先進地への研修会を開催する。
4. **「精華の未来を考える協議会」(仮)の発足**
①ケールを使った商品の開発と国内全域を対象とした販路開拓。
②個性豊かなスイーツ事業者が 8 事業所あり、夫々が町内外を問わずリピート客を有している。新しいスイーツの開発で特産品(イチゴ、ケール等)を活用し、既存客を中心に近隣からの集客で地域消費を喚起し、販わいの創出を目指す。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

- (1) 経営発達支援事業の実施期間（平成 28 年 4 月 1 日～平成 33 年 3 月 31 日）
- (2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

地域の経済動向調査を実施することにより、小規模事業者の持続的な発展と売上高の向上を目指し、経営分析や事業計画書の策定、地域経済の活性化のため整理・分析を行い情報の提供を行う。

- ・ **現状：**各種データ（日経新聞、町勢要覧等）を資料として保管はしているものの、巡回や窓口相談の資料として十分な活用が出来ていなかった。また、整理や分析を行い、小規模事業者の経営に役立てる為の取組みが、組織的に出来ていない。
- ・ **対策：**目標達成に必要なデータ、活用方法を設定し、情報の収集・整理・分析と提供を行う仕組みを整える。巡回や窓口相談の際に活用し、小規模事業者への周知を図り、経営の参考となる有効な情報として活用することを勧める為、職員間での情報共有を行う。
- ・ **効果：**地域内での経済動向を知ることが、需要開拓の参考資料となる他、事業計画策定支援で実効可能な計画書の作成が出来る。
- ・ **目標：**次世代の経営者が持続的な発展を遂げるために作成する、事業計画書策定に必要な基礎データとして活用するとともに、広く小規模事業者に情報を提供する。
学研都市地区の開発がビジネスチャンスに活かしていない建設業や小売業、サービス業の小規模事業者に対して持続的な発展に向けた支援を行うための情報を提供する。

経済動向調査に関する目標

巡回や窓口相談、FAX等で 情報を提供する件数	現状 ※1	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
人口動態・世帯数の推移（全体）	未実施	120	150	200	200	220
住宅開発（主に建設業）	未実施	50	50	50	50	50
個人消費の傾向（全体）	未実施	100	150	250	250	250

※1：現状は平成 27 年度 4 月 1 日～12 月 31 日の実績

・ 事業内容

- (1) 町内の人口動態や世帯構成は、精華町が発行する町勢要覧より情報を収集し、地区別と全体の人口を年度ごとに整理する。世帯構成については世帯ごとに年齢層と人数を地区別に整理し、増加と減少の推移を分析する。（毎年 3 月発行。定期的に情報を収集。）
- (2) 住宅開発情報は精華町行政から直接収集し、開発地区、面積、着工戸数、販売価格などを整理し、消費購買力の分析をする。（毎月、担当課である産業振興課を通じて収集。）
- (3) 個人消費の傾向については金融機関が発行する調査情報を活用して給与や賞与の消費割合、消費トレンドを整理し消費傾向を分析する。（ディスコロジー誌等の発行の都度提供を受け収集。）
- (4) 調査する内容については担当者を定めファイリングやデータの保存を行い、職員間において分析データや情報を共有する。
- (5) 必要と思われる小規模事業者巡回時や窓口相談の際、有益と思われる情報とその活用の

方法の提供を行うと共に、電子メール、FAX等で直接提供する。また、事業計画書策定の際に「外部環境」に関する基礎資料として必要な情報を提供し活用する。

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

- ・ **今までの取組み**：青年部員を対象として積極的に機会を設けて、希望者を募りヒアリングと財務状況から経営分析を行い、事業計画書の策定へと繋げている。
- ・ **現状**：通常の巡回窓口相談では金融、税務、労務に関する支援が中心となっており、経営分析に至る支援までは行っていない。一方、補助金申請や法認定を目指す小規模事業者には財務分析、経営資源の掘り下げに至る経営分析を行っている。
- ・ **対策**：金融、税務、労務相談も経営分析の機会と捉え、一步踏み込んだ経営状況のヒアリングを行い、経営状況の分析から経営改善の提案を行い、事業計画書策定支援に繋げる。
- ・ **効果**：経営状況を把握し分析することにより、小規模事業者が客観的に自社の経営状況を把握することが出来、持続的発展に向けた戦略と経営計画を立てることが期待出来る。
- ・ **目標**：経営分析によって技術・ノウハウなどから、強みと課題を抽出し、課題解決に向けた経営支援と、目的に応じた事業計画策定支援に繋げる。

経営分析の目標数値	単位	現状 ※1	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
巡回・窓口の相談件数	件	1,050	1,400	1,400	1,400	1,400	1,400
金融・税務・労務の巡回相談の件数	件	165	150	150	150	170	170
金融・税務・労務の窓口相談の件数	件	132	120	120	120	120	120
内、経営分析を行う件数	件	40	48	96	96	108	108
内、SWOT分析を行う件数	件	未実施	12	36	36	36	36
内、経営自己診断システムの活用件数	件	未実施	12	36	36	36	36
内、その他の経営分析件数	回	40	24	24	24	36	36

※1：現状は平成27年度4月1日～12月31日の実績

・事業内容

- (1) 巡回時や窓口の相談時に外部環境と内部環境についてのヒアリングを行い、SWOT分析を用いて強みの抽出を行い、自社の実態を把握した上で経営戦略を立てる。
- (2) 金融・税務・労務の相談の際に、中小企業基盤整備機構の経営自己診断システムを活用し、財務分析を行い経営状態の把握を行う。また、持続化補助金等の申請のための相談者にも財務分析を行い、客観的視点で経営状態を把握する支援を行う。
- (3) 専門性の高い相談があった際には、京都府商工会連合会の専門家派遣事業、及び京都府よろず支援拠点、ミラサポ等の制度を活用して細部にわたる経営分析を行い、課題の抽出と問題の解決に向けた経営戦略を立て、伴走型支援で経営改善を図る。
- (4) 青年部で行っている経営分析は今後も機会を設け積極的に行い、経営状態の実態把握と売上げ向上に向けた実施支援を促す。
- (5) 経営分析を行った後は、強みや課題の抽出と課題解決に向けた取組みを明確にするため事業計画策定支援へ繋げる。
- (6) 地域内の小規模事業者の経営実態を把握する為に、経営分析を行った結果は職員間で情報共有する。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

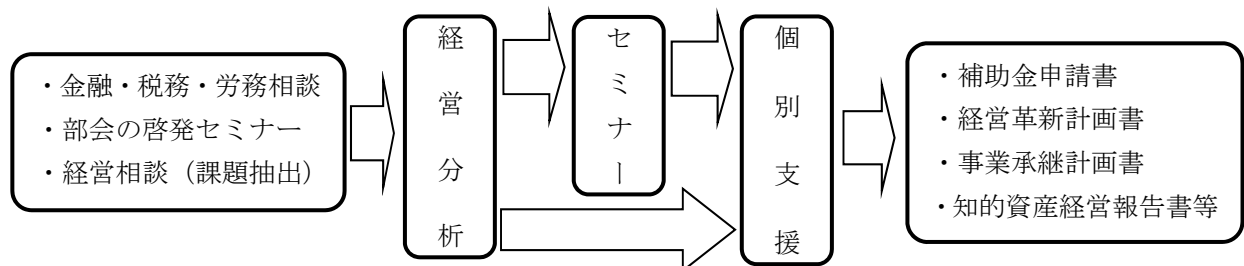
- ・ **今までの取組み**：青年部では平成 21 年度からセミナーの開催と個別相談の機会を設け、青年部員の事業計画書策定支援を行ってきた。
- ・ **現状**：持続化補助金や京都府中小企業応援隊サポート制度を活用した経営改善を提案し、補助金申請する小規模事業者に対して、事業計画書の作成支援を行うのみであった。
- ・ **対策**：青年部での実績を商工会での取組みとし、地域全体の小規模事業者を対象に事業計画策定を支援する。また、連携などによる支援体制を構築し、伴走型の支援で実効可能な事業計画の策定を行う。
- ・ **考え方**：旧地区の小規模事業者の多くは高度経済成長期からこれまで、勘と経験をもとに経営を行ってきたが、現在の情報通信技術の急速な発達の中で持続的発展は今後難しくなる。経営ビジョンを定め、経営資源の最適な分配等の助言を行い、事業計画策定の支援をする。これにより、小規模事業者が成り行きに任せず、需要を見据えた経営を実現出来る。
- ・ **目標**：次世代の経営者として成長を遂げる小規模事業者に対し、セミナー開催や巡回指導等をきっかけに、需要を見据えた事業計画策定支援を行う。

事業計画策定支援の目標	単位	現状 ※1	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
事業計画書策定	件	55	64	67	67	67	70
① 青年部員等の事業計画	件	12	20	20	20	20	20
② 補助金申請	件	40	40	40	40	40	40
③ 法認定	件	2	2	3	3	3	4
④ 事業承継	件	1	1	3	3	3	4
⑤ 経営発達支援融資	件	未実施	1	1	1	1	2
セミナーの参加者数	人	56	60	60	60	60	70
個別支援件数	人	39	55	60	60	60	70

※1：現状は平成 27 年度 4 月 1 日～12 月 31 日の実績

・ 事業内容

事業計画策定のきっかけとして従来の相談機会を活用し、意識的に経営分析に誘導する。その後、セミナーや個別支援を通じて事業計画策定の支援を行う。



← 作成支援のきっかけ → | ← 事業計画書策定支援 → | ← 事業計画書作成 →

- ・ **セミナー開催**：青年部の実績をもとに、経営分析を活かした事業計画書作成の**基本パターン**（※1）の㊸セミナーを開催する。終了後、事業所毎に必要な事業計画策定支援を支援機関との連携、及び必要に応じて京都府商工会連合会及びミラサポの専門家を活用して伴走型の支援を行う。

(*1) 基本パターン（青年部員の支援で使用している独自の内容）

経営理念	⇒	マネジメント	⇒	技術・ ノウハウ	⇒	商品・ 役務の提供	⇒	売り上げ実績
------	---	--------	---	-------------	---	--------------	---	--------

セミナーの 内容	回数	テーマ・内容						
		1回目	2回目	3回目	4回目	5回目	6回目	7回目
④補助金	4	企業概要の明確化	沿革・経営理念	強みの把握	事業継続方針			
⑤ ・事業計画 ・事業承継 (第2創業) ・経営革新 ・知的資産	基礎	7	理念	マネジメント	事業ドメイン	マーケティング①	マーケティング②	個別談 計画書 発表
	実践	7	P D C Aの取組み発表と講評（毎回）					
		7	戦略実行	企業戦略	強みを活かす	マーケティング実践	ビジネスモデル	計画書 発表
⑥財務・会計	3	財務会計						

- ・**④補助金**コースは、補助金の獲得を目指す小規模事業者に向けた内容で、事業計画書の作成支援を行う。
- ・**⑤事業計画、事業承継、経営革新、知的資産の基礎**コースは、経営に関する基礎知識の習得をし、需要を見据えた事業計画の策定支援を行う。
- ・**⑤事業計画、事業承継、経営革新、知的資産の実践**コースは、既に作成した事業計画書に基づき、P D C Aを実践的に行い、目標の達成と、次年度の事業計画書の作成を支援する。
 - (1) ⑤セミナーの対象者の中で、持続的発展を目指す小規模事業者には、需要を見据えた事業計画を策定することを目的に事業計画書づくりを支援し、完成を目指す。
 - (2) 革新的な取組みで発展を目指す小規模事業者には、「経営革新計画書」の作成支援で新たな需要の開拓と法認定を目指すための支援を行う。
 - (3) 事業承継を考えている小規模事業者には、承継のスケジュールを入れた、「事業承継計画書」の作成支援を行い、スムーズな事業承継が可能となる計画書の作成を支援する。
 - (4) 経営資源を活かした経営を目指す小規模事業者には、京都府認証「知的資産経営報告書」の作成支援を行う。強み、ノウハウ等の経営資源の見直しを行い、その後戦略の策定を専門家とともに伴走型の支援で行う。
- ・**⑥財務・会計**コースは経営者にとって必要な財務知識の習得を行う。従来から商工会で支援してきた金融・税務の支援内容を充足させる内容で行う。同時に、事業計画書を作成していない事業者へは重要性の啓蒙を行い事業計画策定に繋げる。
- ・「小規模事業者経営発達支援融資制度」を活用した支援を積極的に推進するため、事業計画書の作成支援を行う。
- ・**創業支援**については、学研都市地区を中心に創業の増加が見込まれるため、窓口相談者に対し

て支援を行う。相楽地区では相楽ビジネスサポートセンター（*2）による創業セミナーが定着しており、体系的な経営知識の習得が必要な場合はこのセミナーへの参加を勧奨する。また、個別相談については、（公財）京都産業 21 けいはんな分室、京都府事業承継支援センター（KIC）、中小企業基盤整備機構近畿本部などと連携し対応する。研究開発型の創業者に対しては、京都リサーチパーク（KRP）内にある専門分野に特化した京都府中小企業技術センター等と連携し、伴走型支援を実施する。

（*2）相楽ビジネスサポートセンターとは、京都府の相楽区域にある 5 商工会で組織する広域支援機関。スケールメリットを活かした経営支援と、支援力の向上を目指し経営支援員を中心に活動をしている。

- ・ **個別支援** はセミナー参加者に対して担当者を定め、理解度と進捗度に応じて個別支援を行うことで、現状を踏まえた実効可能な事業計画の策定支援を行う。また、セミナーに参加をしていない小規模事業者については、支援機関と連携し支援計画を立て、伴走型の支援を行う。
- ・ **実施手段**：セミナー開催及び専門家派遣による支援については、京都府商工会連合会、京都府よろず支援拠点、京都産業 21 等の支援機関との連携で実施する。

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

- ・ **今までの取組み**：青年部員の事業計画策定者には、定期的なヒアリングで進捗確認を行い、計画の実行中に課題が発見された際には、専門家派遣等で対応している。
- ・ **現状**：持続化補助金等の採択者等については、事業計画書に基づく進捗状況の確認は定期的の実施しておらず、十分な効果検証と修正・改善支援が出来ていない。
- ・ **対策**：今後は、事業計画策定後の支援を強化する。策定された計画に基づいて、実行から検証、改善等の支援を確実に実行。支援担当者を選定し、原則として四半期に 1 回以上、訪問もしくは来所で進捗状況の確認を行い、きめ細やかな伴走型支援を行う。
- ・ **効果**：小規模事業者においては、計画の実行よりも日々の業務を優先することが懸念される。この対策として、PDCA サイクルで事業計画の実行支援を続けることにより、計画が円滑に遂行され、頓挫を回避出来る。支援対象者のモチベーションを維持させる為、伴走型支援を継続することが目標達成に繋がる。
- ・ **目標**：伴走型支援を強化し、事業計画策定者全員が目標を達成することを目指す。事業計画の実行支援を通して、事業者自らが目標達成に向けた実行力を維持出来るよう、PDCA サイクルを習慣づける。

事業計画策定後の実施支援に関する目標 (単位：件)	現状 ※1	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
事業計画策定後の支援事業所数	55	64	67	67	67	70
①青年部員等の事業計画策定後の支援	12	20	20	20	20	20
②補助金申請書策定後の支援事業所数	40	40	40	40	40	40
③法認定の計画書策定支援後の支援事業所数	2	2	3	3	3	4
④事業承継計画の策定後の支援事業所数	1	1	3	3	3	4
⑤経営発達支援融資後の支援事業所数	未実施	1	1	1	1	2

※1：現状は平成 27 年度 4 月 1 日～12 月 31 日の実績

・事業内容

(1) 事業計画策定後の実施支援

原則として四半期に 1 回以上、巡回または来所で計画に対しての進捗状況の確認を行い、実行を促す。この際、業種ごとに整理、分析した需要動向の調査結果を活用し、需要開拓

や売上げ向上等、結果を意識した実施支援を行う。

実行の段階で課題が明らかになった場合には京都府よろず支援拠点等の支援機関と連携し、必要に応じて専門家を派遣することで高度専門的な支援にも対応する。

また、実行の振り返りと検証を丁寧に支援し、進捗が思わしくないものや実行が不可能となった場合は、計画自体の修正を視野に入れ改善策の指導と助言を行う。

目標の項目①～⑤に応じた支援の内容

①青年部員等の事業計画策定後の支援は、計画の遂行状況を原則として月1回以上、訪問または来所で確認を行う。進捗自体が滞っている場合は問題点を発見し、計画の見直しや専門家の派遣により対策をとり、実施支援を行う。

②補助金申請をきっかけに作成された事業計画書は、その内容が補助対象事業となるものが多い。よって、補助対象事業の実施等を支援するとともに、事業全体を俯瞰した事業計画の策定支援を継続して行う。

③法認定を目指した事業計画書作成後の支援は、計画に基づいた実施支援および進捗確認を行う。また、ビジネスフェアへの出展など販路開拓に向けた支援を積極的に行う。

④事業承継に向けた実施支援は、計画書に基づいた承継が実行されると同時に、事業が円滑に遂行出来るよう、経営者としての資質の向上、労務管理、資金管理、資産状況の確認、記帳指導等も重視し支援を行う。

⑤経営発達支援融資後の支援

経営革新計画や事業承継において資金需要が生じた際には、「小規模事業者経営発達支援融資制度」を活用する。活用にあたっては、収益性や成長性、生産性また実現可能性等に着目し、作成した事業計画書を軸に事業者とともに充分検証を行う。融資実行後は原則として月1回以上の巡回を行い、進捗状況の確認と必要な支援を行う。

(2) 創業後の支援

創業から間もない小規模事業者には特に入念な支援を行うため、巡回または来所での対応を原則として月1回以上行い、財務状況やキャッシュフロー、収支状況を確認する。

また、計画と大きなズレがあった場合には、徹底したヒアリングで原因を究明し、課題を抽出して事業計画書の再検討を行う。

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

- ・ **今までの取組み**：青年部員の事業計画書に基づく実行支援として、担当職員が必要に応じ日経MJ等の情報から需要動向を調査し必要な情報を提供していた。
- ・ **現状**：持続化補助金採択者や融資支援先等、小規模事業者に対するフォロー支援において、需要に関する調査を行っていなかった。
- ・ **対策**：需要を見据えた事業計画策定支援の他、小規模事業者が販路開拓や新商品の開発に活かせるよう需要動向の調査を行い、整理・分析し提供する。
- ・ **効果**：需要動向をキャッチアップすることで、小規模事業者の販売する商品や役務の提供が適正であるかの判断が出来、事業計画の策定や販路開拓の有効な資料となる。
- ・ **目標**：商工会が行う「まちゼミ」(*3)での参加者から需要に関するアンケートを行い、整理分析した情報を必要と思われる小規模事業者提供し、売上の向上や新商品の開発に繋げる。

需要動向に関する目標	現状 ※1	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
「まちゼミ」でのアンケート調査 (件)	37	50	50	100	100	150
学研企業に対するアンケート調査 (件)	未実施	30	30	50	50	50
需要動向調査の結果を提供する事業所 (件)	未実施	50	50	50	50	80

※1：現状は平成27年度4月1日～12月31日の実績

・事業内容

次世代の経営者を育成し、学研都市地区と旧地区の二極化を解消するには、学研都市地区の存在を旧地区の小規模事業者のビジネスチャンスに活かすことにある。このため学研都市地区への進出企業や、流入人口の存在を事業に活かす可能性が高いB to Cを想定する建設業・小売業・サービス業にとって必要な情報の収集を行い、整理分析した情報を提供する。また、当町の地場産農作物を活用した「精華ブランド」の企画に資する消費者の需要動向を調査する。

- (1) 「まちゼミ」では小規模事業者の顧客の需要動向を知るうえで必要と想定される、売れ筋情報・季節商品・価格・数量・素材など項目についてのアンケート調査を行い、情報の収集を行う。
 - (2) 小規模事業者の中で建設業に向けた需要に関する調査を行う。学研都市地区の企業に協力を得て、従業員に対してアンケート調査を行う。調査する項目は住まい方・リフォーム・リノベーションや住宅（建物、庭等）の困りごと、希望価格帯等の情報収集を行う。同時に小売業・サービス業に向けた需要に関するアンケートも行い、店舗の認知、店舗の利用頻度、品揃え、価格等の情報を中心に情報の収集を行う。
 - (3) 「精華ブランド」の開発はターゲットを定め、そのターゲットに対応した情報を収集する。例：女性が意識する健康、食品、スイーツなどのトレンド情報をキャッチアップするため、女性向けの情報誌から流通情報を収集する。
 - (4) 日経MJからの情報収集に加え日経テレコン、日経トレンドイネットから全体的なトレンド情報の収集を行う。
 - (5) 収集した情報は業種別に分類し、小規模事業者の商品や役務の提供が顧客の需要に見合っているかを分析し活用する。
 - (6) 得られた情報は最大限に活用し、新商品や新しい役務の提供を開発する際の資料とする為、専門家と連携し、整理・分析の方法を検討する。事業計画策定や策定後の実施支援の際に活用する他、電設部会や緑化部会、建築部会等の専門部会に情報を提供する。また、巡回時にタブレットを活用し情報を提供する。
- (※3) 「まちゼミ」とは、小規模事業者の事業所（店）において、店主などが講師となり、専門知識や情報を少人数のゼミナール形式で行うイベント。取扱商品、サービス、特徴を参加した消費者に知っていただく事が出来、顧客の開拓や信頼関係の構築などが期待出来る。
また、会話やアンケートにより得られた情報を集約・分析し、必要な情報を共有することでPDCAによる改善等に活かす。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

- ・ 今までの取組み：京都府商工会連合会の主催するビジネスフェアへの出展案内や支援機関の開催する各種展示会への案内を行ってきた。更に、お菓子の街「SEIKA SWEET TOWN」事業においてはスイーツパスポート事業で、顧客が加盟店を巡って購入する仕組みを創った。また「せいか市」(※4)では出店事業者が対面での販売を行い、商品特性などのPRに努めた。

- ・**課題**：各種展示会やビジネスフェアへの出展機会を設けているが積極的な勧奨が出来ていない。年間 10 社程度の出展実績はあるが、その後の商談や取引に至る支援にはなり得ていない。
- ・**対策**：需要動向調査の結果を踏まえ、開発された商品や新しい役務のテストマーケティングの場として、その商品や役務に相応しい展示会や各種フェアの出展勧奨を行い、商談や取引の成立をもって売上げ向上に結びつける。
- ・**効果**：本年度から実施する「まちゼミ」を需要開拓の場として位置づけ、参加する個店の「強み」を訴求する機会にし、後日の来店を誘導し売上げ向上を実現する。
- ・**考え方**：商工会が他の機関と連携し、積極的な需要開拓支援を行うことで、小規模事業者の売上げ増加と新たな顧客獲得に繋がり、新商品等の認知度の向上を可能とする。また、新商品や新しい役務の提供には、新聞各紙へのパブリシティや商工会が開設するHP等を積極的に活用することで、地域内外への認知度が向上する。
- ・**目標**：「まちゼミ」の定着化を図り、新規顧客と需要の開拓に繋げる。広報やIT支援、ビジネスフェアへの勧奨を行い新たな販路開拓の支援を行う。

新たな需要の開拓に寄与する目標	現状 ※1	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度
「まちゼミ」の開催回数 (回)	1	2	2	2	2	3
参加事業所数 (件)	7	20	20	30	30	50
参加消費者数 (人)	37	100	100	150	150	250
広報支援 (新聞各紙へのプレスリリース・回)	未実施	2	2	2	2	2
SNSによる情報発信支援 (件)	1	1	2	2	2	2
HPの作成、更新支援 (件)	5	2	2	2	2	15
せいか市への出展事業所 (件)	4	5	6	6	6	8
せいか市出展事業所への広報支援 (件)	1	2	2	2	2	3
ビジネスフェアへの参加 (件)	2	5	10	15	15	15
Webサイトへの出展支援 (件)	未実施	2	3	3	4	4

1 事業所あたりの「まちゼミ」参加者数を 5 人程度で設定。

※1：現状は平成 27 年度 4 月 1 日～12 月 31 日の実績

・事業の内容

- (1) 「まちゼミ」を開催し、参加者（消費者）に個店の魅力を直接発信する。開催経験のある商工会より成功事例を取り寄せ、企画内容等を参考にす。また、参加する小規模事業者で事前に企画会議を開催し、実状に応じたオリジナルの企画で「まちゼミ」を開催する。
- (2) 新商品や新しい役務の提供を開発した小規模事業者と「精華ブランド」で開発した商品を中心に、新聞各紙に向けたプレスリリースで情報発信し、需要の開拓に向けた支援を行う。
- (3) 開発段階から、消費者の興味を惹きつける事が効果的な商品・サービスについては、開発早期から SNS 情報発信支援を行い、発売時には既に顧客に認知されている状態を創る。
- (4) HP 作成支援により（既存の HP の更新を含む）、販路開拓に向けた効果的な情報発信の支援を行う。
- (5) 自社商品の PR や新規顧客の獲得に繋げるため、「せいか市」への未出店事業所への勧奨を行う。また、アンテナショップ的な役割を持つ「せいか市」での来場者を、店舗へ誘導し顧客として定着させるため、店舗の所在地や取扱商品などが記載されたパンフレットやカードなどの作成支援を行う。新商品や季節商品に関しての販売促進（POP 作成や陳列な

ど)の支援は、専門家と連携し需要の喚起に繋げる為の支援を行う。

(6) 京都府商工会連合会等関係機関と連携し、物産展や商談会及びWebサイトへの出展支援を行い、BtoBやBtoCの全国的な販路開拓を図る支援を行う。

(7) これらの主な支援対象先は潜在顧客の発掘に意欲的な小規模事業者及び、新商品の開発などに取組む、積極的な小規模事業者を想定する。

(8) 連携する支援団体は京都府よろず支援拠点、京都府商工会連合会、全国商工会連合会、(公財)京都産業21けいはんな支所、京都府物産協会、(公財)関西文化学術研究都市推進機構、京都銀行精華町支店、南都銀行精華支店、京都中央信用金庫精華支店、中小企業基盤整備機構等とし、きめ細やかな伴走型支援で新たな需要の開拓に繋げる。

(※4)「せいか市」とは、平成18年度から学研都市地区にある大型店(アピタ精華台店)に毎月第2土・日曜日の2日間、精華町産の農産物や特産品に加え、会員事業所が開発したこだわりの和洋菓子等が並ぶ「せいか市」を開催している。精華町、農業者、精華町特産品開発連絡協議会と商工会(会員事業所4店が毎回出店)が合同で運営している。

農産物や特産品は主に旧地区で生産されたもので、地産地消を促しながら商品の販売促進を行い、学研都市地区住民との交流を図りながら認知度の向上に努めている。

II. 地域経済の活性化に資する取組み

1. 「精華の未来を考える協議会」(仮)の発足

地域内にある多様な機関の参加を促し、新旧住民の融和と小規模事業者間の交流を促進する。精華町商工会(本会、青年部、女性部等)、精華町、京都府商工会連合会、(公財)関西文化学術研究都市推進機構、京都やましる農協精華町支店、精華町特産品開発連絡協議会、けいはんなまちづくり協議会等で構成する「精華の未来を考える協議会」(仮)を発足させ、地域課題と今後の地域の方向性を共有し、以下の点について検討し情報発信を行う。

2. 「精華ブランド」の育成

(1) 新たな地場野菜「ケール」で機能性を持った食品の開発を行う

精華町では昭和62年から「ケール」の栽培に着手し、最近では健康志向の高まりから「ケール」の生産が活発になっている。現在では14軒の生産農家で生産者組合を組織するまでに至った。その年間生産量は50tを超え、学研都市地区内に位置する製造業者(㈱京都栄養化学研究所)において全て加工され、京都やましる農協・直販・通販を介して「青汁」として現在は国内全域に流通している。

「ケール」は収益性が米作よりも高いことから、今後は作付面積の増加が確実視されており、それに伴い生産農家の育成が急務となっている。この状況を新たな「精華ブランド」育成のチャンスと捉え、今後は「生産者の発掘」「素材の研究」「市場調査」「試作品開発」「販路開拓」までを一環とした活動を行う。その事業主体を「精華の未来を考える協議会」(仮)が担い、「精華ブランド」の育成・確立に取り組む。

(2) スイーツ事業者による「精華ブランド」の確立

学研都市地区の発展性に魅力(ブランド感)を求めて和洋菓子店の進出が進んでいる。その多くの店舗が遠方からでも足を運ぶ顧客を有している。2年前から実施しているお菓子の街「SEIKA SWEET TOWN」事業を通じて、和洋菓子店8店舗間での連携意識も芽生え始めている。「美味しい」と町民にこよなく愛される農産物の素材(イチゴ、ブルーベリー、ケール等)を活用した新しいスイーツを開発し、名実共に「SEIKA SWEET TOWN」に相応しい商品開発を「精華の未来を

考える協議会」(仮)と連携して取組む。また、さらに、点在した店舗をまとめてスイーツ実証実験(*5)や第2回「スイーツキャンペーン」(*6)など合同イベントを開催し、精華町を「スイーツの街」として広くPRし、近隣からの集客で地域消費の喚起を狙う。

(*5) スイーツ実証実験とは、けいはんな記念公園で宇治茶、抹茶とスイーツ・軽食などの新しい商品や文化を来場者にアピールするとともに、スイーツとカフェメニューなどがセットになった商品を試験販売すること。京都府南部地域の商品・文化を紹介する発信拠点として、京都府がけいはんな記念公園にカフェレストランを平成29年に建設する計画がある。

(*6) 第2回スイーツキャンペーンとは、地域住民への周知と参加加盟店舗への買い回り促進を図るための事業。消費者は加盟店PRリーフレットを提示することにより特典やサービスを受けることが出来る。

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上の為の取組み

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事

- (1) 京都府商工会連合会が主催する、後押し支援事業(法認定企業等の事業計画の実行支援を行い、売上げ向上に至った企業を顕彰する事業)に積極的にエントリーし、専門家派遣や持続化補助金を活用して支援に繋げる。派遣専門家には、売上げ向上や利益確保の支援実績を持つ専門家や専門機関を招聘し、現場指導に同行しOJTとして学ぶ。更に、京都府商工会連合会が主催する同事業に取組む府内の経営支援員間の勉強会に参加し、需要動向や景気動向等の情報交換及び、売上増加等支援の先駆的事例から課題設定と支援過程を学ぶ。
- (2) 平成25年度から認定支援機関である地元金融機関と連携して、経営革新計画書や知的資産経営計画書の作成支援に取り組んできた。今後も引続き連携を行い、金融機関行員、商工会職員間で情報共有しながら実践支援からの支援ノウハウの習得を行う。
- (3) 京都府中小企業応援隊の全体会議に参加し、京都府の各種施策を活用した支援手法等の情報の交換を行う。
- (4) 日本政策金融公庫主催による「経営改善貸付推薦団体連絡協議会」において、各地域の経済動向と金融支援の状況に関する情報交換、模範事例の情報共有を行う。
- (5) 近隣商工会で組織する「相楽ビジネスサポートセンター」で月1回集まり、経営支援に関する模範事例の情報共有会を開き、支援ノウハウの習得を行う。
- (6) 以上、(1)～(5)の情報交換や共有を元に、新たな需要開拓の基盤を構築する。

2. 経営指導員等の資質向上等に関する事

- (1) 京都府商工会連合会や京都商工会議所等が主催する研修へは年間の受講計画を立てた上で参加し、各自の支援能力の向上を図る。研修後、事務局会議で研修内容の説明と資料の配布を行い、支援ノウハウを共有する。
- (2) 中小企業基盤整備機構の中小企業大学の研修に参加し、経営分析や事業計画書策定支援等の支援能力の向上を図る。
- (3) 週に1度商工会職員全員で「支援状況の確認会」を開く。各自が行った経営分析や経営計画書策定等の支援について、進捗の確認と問題解決に向けた検討を行い情報を共有する。また、巡回などで知り得た情報は職員間で共有し、チーム力の向上を図る。
- (4) 専門家による専門性の高い支援には同行し、指導、助言内容、情報やその収集・分析の方法などを学び、「支援状況の確認会」で報告し共有する。

(5) 経営カルテの記載を徹底し、支援員の異動等で担当経営支援員が交代しても、切れ目のない支援体制を確保する。

3. 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

事業実績評価委員会の設置

- ① 外部の有識者及び中小企業基盤整備機構、京都府よろず支援拠点等、支援機関の担当者や実務家を中心に組織する。
- ② 同組織に対しては事業開始時に事業計画の説明を行う。事業内容に対する提言を頂いた後、事業を開始する。
- ③ 中間報告会の開催。
- ④ 事業検証会を開催し、定量評価・定性評価を受け、次年度への改善案の提示を受ける。
- ⑤ 理事会において改善案について決議をする。
- ⑥ 委員会による評価及び事業成果のあった事例については精華町商工会HPにて公開する。

(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

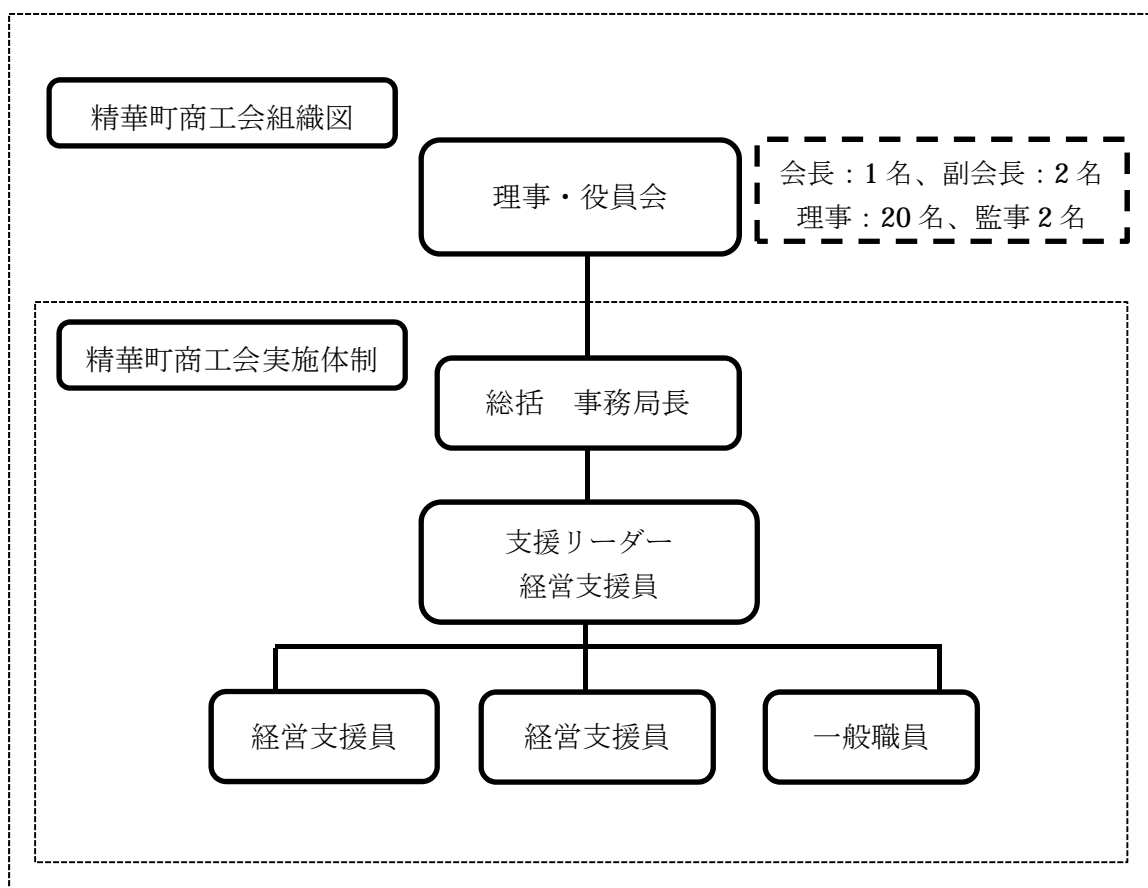
(平成 28 年 1 月現在)

1. 組織体制

a) 経営発達支援事業実施体制

- ①名称：経営発達支援事業実施部
- ②目的：経営発達支援の実行を推進する
- ③構成：事務局長：1名、経営支援員：3名、一般職員：1名

b) 精華町商工会の全体の組織図



2. 連絡先

名称：精華町商工会
住所：619-0243 京都府相楽郡精華町大字南稻八妻小字北尻70
電話：0774-94-5525 FAX：0774-93-2629
HP：<http://seika.kyoto-fsci.or.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)

	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度
必要な資金の額	10,900	11,450	12,150	12,150	12,750
小規模企業対策事業費	9,900	10,450	11,150	11,150	11,550
巡回調査費	1,350	1,500	1,500	1,500	1,500
セミナー事業費	4,600	4,800	5,200	5,200	5,500
「まちゼミ」事業費	750	950	1,250	1,250	1,350
研究会費	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
運営、評価広報等	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
地域活性化事業	1,000	1,000	1,000	1,000	1,200

(備考)必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法

会費、国補助金、府補助金、町補助金、事業受託費

各種補助金の活用、参加者負担金(受益者負担制)

(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)

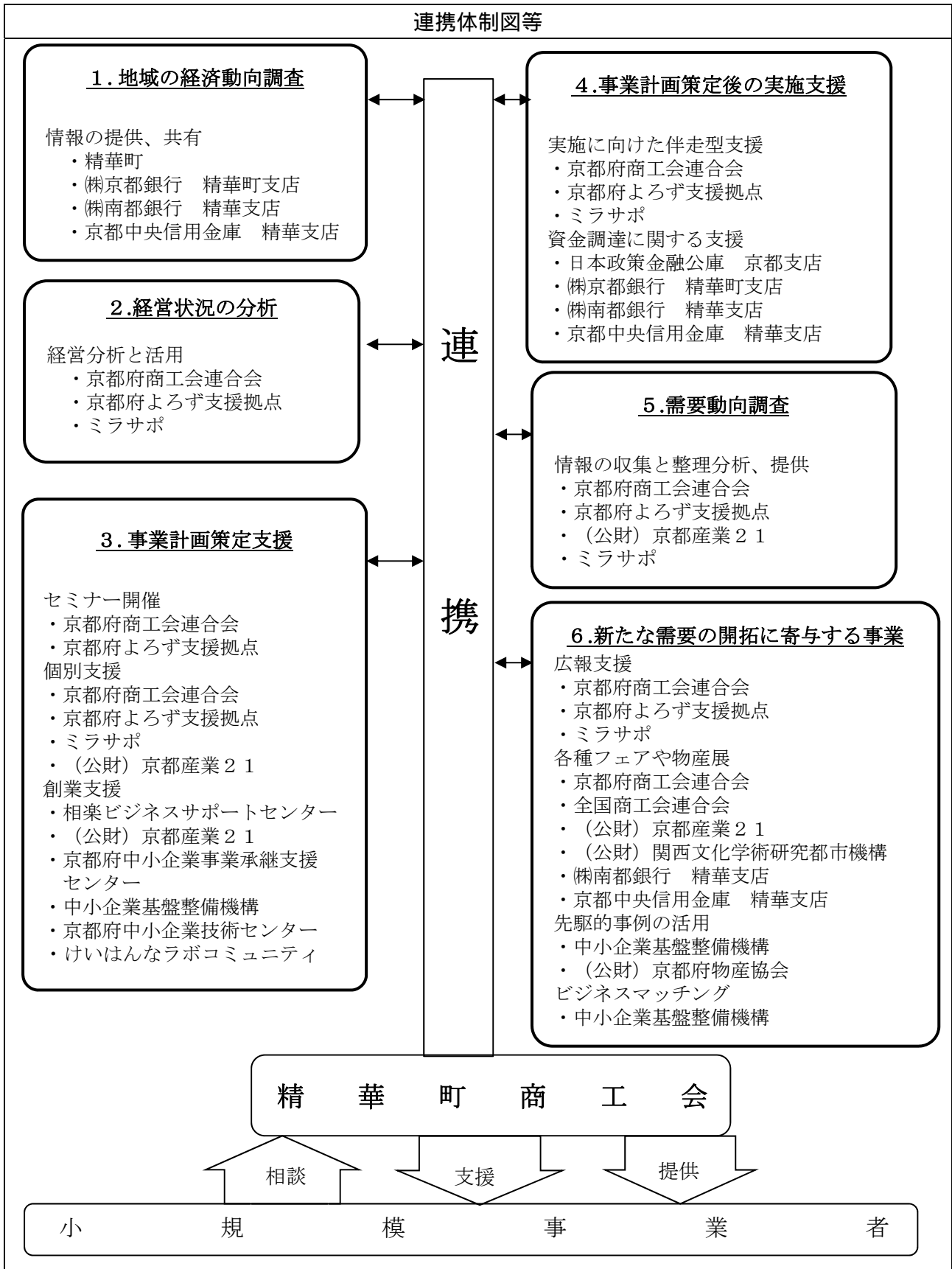
商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
1. 地域の経済動向調査に関する情報は精華町、金融機関と連携し情報の提供と収集を行う。
2. 経営状況の分析は中小企業基盤機構の経営自己診断システムの活用、専門性の高い分析が必要な時には京都府商工会联合会、京都府よろず支援拠点、ミラサポの制度を活用し支援を行う。
3. 事業計画策定支援のセミナー開催に係る連携は京都府商工会联合会、京都府よろず支援拠点と連携する。個別支援においては京都府商工会联合会、京都府よろず支援拠点、ミラサポ、(公財)京都産業21、京都府と連携し伴走型の支援を行う。創業相談に関しては相楽ビジネスサポートセンターの創業セミナーへの勧奨を行う他、学研都市地区への創業者には(公財)京都産業21、京都府事業承継支援センター、けいはんなラボコミュニティ、中小企業基盤整備機構近畿本部と連携し創業を目指す。また、研究開発型の創業者には京都府中小企業技術センターとの連携で創業支援を行う。
4. 事業計画策定後の実施支援に関する連携は京都府商工会联合会、京都府よろず支援拠点、ミラサポ制度の活用で連携し伴走型で実施支援を行う。資金調達が必要な際には日本政策金融公庫、その他金融機関との連携で計画実施に向けた支援を行う。
5. 需要動向調査では学研都市地区に進出している当会会員企業を中心に、情報を収集する。情報の整理、分析や効果的な活用方法については京都府商工会联合会、京都府よろず支援拠点、(公財)京都産業21、ミラサポの専門家と連携する。
6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する支援を行う際の連携は、京都府商工会联合会、京都府よろず支援拠点、ミラサポの専門家とともに需要開拓に向けた広報支援を行う。ビジネスフェアの出展に関しては京都府商工会联合会、(公財)京都産業21、(公財)関西文化学術研究都市推進機構、(株)南都銀行、京都中央信用金庫と連携する。京都物産協会の販路開拓に向けた先駆的事例をもって小規模事業者へ支援するとともに、同協会の実施する販路開拓事業に小規模事業者への勧奨を行う。ビジネスマッチングなどの支援が必要な際には中小企業基盤整備機構と連携する。
7. 地域経済の活性化を実現させるため協議会を発足する。その際には精華町、京都府商工会联合会、(公財)関西文化学術研究都市推進機構、京都やましる農協精華支店、精華町特産品開発連絡協議会、けいはんなまちづくり協議会等、町内にある各種団体と連携し問題の共有とそれに向けた解決策の共有と情報の発信を行う。「精華ブランド」の育成については食品加工の研究開発を行っている(株)京都栄養化学研究所、京都やましる農協精華町支店、精華町、精華町商工会のスイーツ事業実行委員会と連携し、開発から活性化に向けた取組みを行う。
8. 京都府商工会联合会を通じた経営支援員間の連携で支援能力の向上を図る。京都府商工会联合会、京都府よろず支援拠点、中小企業基盤整備機構の専門家との連携支援の中からOJTで支援力の向上を図る。また地元金融機関と連携支援することで情報共有を行いながら支援ノウハウを習得する。京都府商工会联合会、京都商工会議所等が開催する研修会への参加と相楽ビジネスサポートセンターでの模範事例の共有を通じて実状に対応出来る支援能力の向上を行う。

連携者及びその役割

(連携事業番号)	(連携者名)	(住所)	(代表者名)	(役割)	*役割は連携図に記載
1・7	精華町	京都府相楽郡精華町南稲八妻北尻 70	町長 木村要		
1・4・8	(株)京都銀行精華町支店	京都府相楽郡精華町祝園西一丁目 32-4	支店長 本政悦治		
1・4・6・8	(株)南都銀行精華支店	京都府相楽郡精華町祝園西一丁目 8-3	支店長 取田 博善		
1・4・6・8	京都中央信用金庫精華支店	京都府相楽郡精華町祝園西一丁目 32-3	支店長 高木一郎		
2・3・4・5・6・7・8	京都府商工会連合会	京都市右京区西院東中水町 17	会長 沖田康彦		
2・3・4・5・6・8	京都府よろず支援拠点	京都市下京区中堂寺南町 134	京都府産業支援センター内		
2・3・4・5・6・8	中小企業庁 (ミラサポ)	東京都千代田区霞が関 1-3-1			
3・5・6	(公財) 京都産業 21	京都市下京区中堂寺南町 134	理事長 村田恒夫		
3・9	相楽区域広域連携協議会 (相楽ビジネスサポートセンター)	京都府木津川市木津南垣外 110-9	会長 山本貢		
3	京都府 (京都府中小企業事業承継支援センター)	京都市上京区下立売通新町西入藪ノ内町	知事 山田啓二		
3	京都府 (京都府中小企業技術センター)	京都市上京区下立売通新町西入藪ノ内町	知事 山田啓二		
3	けいはんなラボコミュニティ	京都府相楽郡精華町光台 1-7	会長 松村竹子		
3・6・8	中小企業基盤整備機構	近畿本部 本部長 小渕良夫	大阪市中央区安土町 2-3-13		
4	日本政策金融公庫京都支店	京都市下京区四条通室町東入函谷鉾町 101	支店長 遠藤勝一郎		
6・7	(公財) 関西文化学術研究都市推進機構	京都府相楽郡精華町光台一丁目 7	理事長 柏原康夫		
6	(公財) 京都府物産協会	京都市右京区西院東中水町 17	代表者 長谷川忠夫		
6	全国商工会連合会	東京都千代田区有楽町一丁目 7-1	会長 石澤義文		
7	京都やましろ農業協同組合精華町支店	京都府相楽郡精華町祝園西一丁目 31-5	支店長 谷光也		
7	精華町特産品開発連絡協議会	京都府相楽郡精華町下狛井堀 19	会長 森田昭二		
7	けいはんな学研都市精華地区まちづくり協議会会長	京都府相楽郡精華町光台一丁目 7	井上茂		
7	(株)京都栄養化学研究所	京都府相楽郡精華町光台 3-2-16	代表取締役会長 平田清嗣		
8	京都商工会議所	京都市中京区烏丸通夷川上ル	会頭 立石義雄		

連携体制図等



7.地域経済の活性化に資する取組み

「精華ブランド」で活性化に向けた取組み

- ・(株)京都栄養化学研究所
- ・京都やましる農協精華町支店
- ・精華町

精華の未来を考える協議会（仮）

協議会の発足

- ・精華町
- ・京都府商工会連合会
- ・（公財）関西文化学術研究都市推進機構
- ・京都やましる農協精華町支店
- ・精華町特産品開発連絡協議会
- ・けいはんなまちづくり協議会

8.支援能力の向上

情報交換、共有

- ・京都府商工会連合会
- 伴走型支援でのOJT
- ・京都府商工会連合会
 - ・京都府よろず支援拠点
 - ・ミラサポ
 - ・中小企業基盤整備機構
 - ・(株)京都銀行 精華町支店
 - ・(株)南都銀行 精華支店
 - ・京都中央信用金庫 精華支店
- 研修会で支援能力向上を図る

- ・京都府商工会連合会
- ・京都商工会議所

模範事例の共有

- ・相楽ビジネスサポートセンター

連携

連携

精 華 町 商 工 会

相談

支援

提供

小 規 模 事 業 者