

経営発達支援計画の概要

実施者名	明日香村商工会（法人番号 2150005004772）
実施期間	平成 29 年 4 月 1 日～平成 33 年 3 月 31 日の 4 年間
目標	<p>明日香村の豊富な観光資源を最大限に活用したオンリーワンの観光地形成が進む中で、各小規模事業者の「経営力・マーケティング力の強化」を伴走型で支援し、個社の売上拡大に貢献すること、そして持続可能な経営モデルを構築することを目標とする。</p> <p>また、その地域全体が推し進める観光地形成の取り組みを、体系的に商品化(サービス化)・ブランディング・プロモーションすることにより、「飛鳥地域ブランド」を確立し、地域経済活性化の促進に貢献する。</p>
事業内容	<p>1. <u>各小規模事業者の「経営力・マーケティング力」の強化</u>  伴走型での一貫した経営支援を実施。個社の経営現状調査・分析、取り巻く地域経済の環境調査・分析を実施、個社の経営力・マーケティング力を強化するための事業計画策定を、セミナー・専門家派遣等を組み合わせ、体系的に支援する。同時に、消費者のニーズ、市場の変化に対応すべく、定期的な需要動向調査を個社の事業ドメインごとに実施、マーケットインのビジネスモデルの構築を支援する。また、国内外に販路を広げるための各種商談会、インターネットを活用した販路拡大、SNS を活用した顧客ロイヤリティの獲得による売上の拡大および持続的発展を支援する。</p> <p><u>地域経済動向に関する調査・分析事業</u>  <u>個社の経営状況調査・分析事業</u>  <u>事業計画策定支援および伴走型フォローアップ事業</u>  <u>個社が属するマーケットの需要動向調査・分析事業</u>  <u>商談会・インターネット活用による販路拡大支援事業</u></p> <p>2. <u>「飛鳥地域ブランド」の確立</u>  各小規模事業者の売上拡大および地域経済の活性化に資する、地域のブランド力を高めるため、事業者・商工会・行政・各関係機関が集結した組織でブランディングを実施、観光地の価値体験型商品・サービスを造成し、消費が生まれる観光地を創出する。</p> <p><u>「飛鳥民家ステイ」による滞在型価値消費観光の推進</u>  <u>地域特産品を活用した加工品の開発およびブランディング事業</u>  <u>産官学連携「飛鳥」地域ブランディング事業</u>  <u>消費者・エージェントに向けた PR・販路開拓事業</u></p>
連絡先	明日香村商工会 〒634-0112 奈良県高市郡明日香村島庄 5 番地 TEL：0744-54-2068 / FAX：0744-54-4570 E-MAIL：asuka@kcn.jp URL：http://web1.kcn.jp/asuka/

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

1. 現状と課題

(ア) 明日香村の現状と課題

① 現状

明日香村は古代には飛鳥・藤原の都が日本国誕生の中心として栄えた場所であり、現在に、蘇我馬子の墓といわれる石舞台古墳、彩色壁画の高松塚古墳、日本最古の寺院である飛鳥寺等、多くの歴史遺産や文化遺産が村内に点在する。

1. 明日香村は、「明日香まるごと博物館づくり」と称したまちづくりの中で、観光振興を軸とした商業活性化、地域活性化を施策としている。
2. 明日香村の現在の観光目的を中心とした来訪者は推定で年間約 80 万人である。昭和 61 年度は 約 140 万人であったことに対し、約 60 万人の減少である。
3. 来訪者の 87.5%は日帰りで、支出額を問うアンケート項目回答（平成 24 年明日香村実施）では、土産代の支出・入場料の支出が 500 円未満と回答している割合は 60%以上となっている。飲食代でも 500 円未満が 35%を占める。また、村民の日用品消費等も含め、総じて村内での支出額は極めて少ない。

② 課題

1. 一定の来訪者があるにもかかわらず、土産物屋、レストラン、宿泊施設といった施設が少なく、微増ではあるものの、観光産業事業者を増やしていくことが課題である。
2. 来訪者が減少する中、来訪者の消費単価が低く、消費単価を上げる取り組みが必要である。
3. 歴史を中心とした「飛鳥」の地域ブランド認知度が近年では落ちてきている。観光振興や経済活性化に対して効果的な地域ブランドの再構築が課題である。

(イ) 地域内事業者の現状と課題

① 現状

1. 明日香村は全域に古都保存法が適用されており、商業施設、工場に至るまで、瓦屋根・木造建築、2 階建て以下等、建造が制約されているため、既存事業者の店舗・工場のスケールアップが困難な状況にある。また新規事業者の参入も新たに店舗を構えるには、他地域よりも費用が割高になっており、事業展開への影響が否めない現状である。
2. 会員総数のうち、個人事業者が 75%以上を占め、また従業員数が 2 人以下の事業所が約 70%を占める。また、事業者の高齢化、経営困難により、廃業する事業者が多く存在する。事業承継や新規創業・第二創業の促進が急務である。

年度	人口数	商工業者数	小規模事業者数	商工会員数
----	-----	-------	---------	-------

H 2 6	5,766	244	209	203
H 2 5	5,835	251	220	202
H 2 4	5,909	260	233	201
H 2 3	6,032	265	235	208
H 2 2	6,120	276	245	215
H 2 1	6,190	285	245	215

3. 取り扱う商品やサービスは、他地域でも販売されているケースが多く、競争力をもった商品・サービスが少ない現状である。
4. 地域内のみでの販売を主とする売上年 **3000** 万円以下の事業者が約 **80%**を占め、より多くの販売チャネル、宣伝による販路拡大が急務である。

## ② 課題

1. 事業施設の新設、増設が制約される中で、既存の施設を活用し、より高付加価値な商品・サービスを造成していくことが課題である。
2. 事業所が減少する中、特に新規創業・第二創業がしやすい、支援も含めた商業活性化の環境づくりが課題である。
3. 消費者ニーズに対応し、かつ地域や商品自体が持つ競争力を高めて、それを個社の強みとし、売上拡大を目指すことが課題である。
4. 地域での販売にとどまらず、展示会への出展や新たな手法であるインターネットを活用した販路拡大・宣伝をするための機会創出・手法の習得が課題である。

## 2. 中長期的な振興のあり方（今後、概ね **10** 年程度）

- 特別な法で守られた今後変わらぬ飛鳥の風景・風土・歴史資源を強みとした観光振興を、個社の発展的経営の資源として活用する。
- 個社が競争力のあるコアコンピタンスを形成し、それらの持続的な事業発展が地域経済活性化へと導く振興を目指す。
- 事業が生まれる機会を地域として整え、ビジネスの担い手を新たに創出することによって、にぎわう街づくり、地域経済活性化へと導く振興を目指す。

## 3. 経営発達支援事業における具体的な目標（今後 **4** 年間）

小規模事業者の支援団体として明日香村商工会は、「個社の競争力強化」「事業者の増加」「飛鳥地域ブランドの確立による滞在型消費市場の創造」の **3** 点を目標とする。

### (ア) 個社の競争力強化

各小規模事業者の発展的な経営持続を図るために、経営戦略・マーケティング改善により、個社が提供する商品及びサービスの開発力を強化していくと共に、それらを提供する新たな販路を開拓していく。具体的には下記の定量的目標値を設定する。

	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
商品開発数	3品	3品	5品	5品
販路開拓数	3社	3社	5社	5社

(イ) 事業者の増加

新規創業者・第二創業者の創出を推進していく。特に明日香村でこれからの主力産業となすべき観光関連産業に属する事業者数を増加させるべく、創業及び経営計画策定に関する支援を実施していくと共に、既存事業者の経営革新による第二創業についての伴走支援を実施する。具体的には下記の定量的目標値を設定する。

	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
創業者数	3社	3社	5社	5社
第二創業者数	3社	5社	7社	7社

(ウ) 飛鳥地域ブランドの確立による滞在型消費市場の創造

飛鳥地域自体の地域ブランド力を高めていく為の取り組みを強化していく。  
地域内事業者自体が、地域ブランディングを理解して実践していく為の支援を推進。  
もって、飛鳥滞在型観光サービスを創出し、地域内における滞在型消費市場を創造していく。具体的には下記の定量的目標値を設定する。

	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
宿泊数	8,000泊	10,000泊	10,000泊	12,000泊

4. 本事業における目標達成に向けた方針

本事業の具体的目標の達成、及び中長期的振興に向けた経営発達支援事業の方針は、下記の4つである。

(ア) 個社の競争力強化について

- ・（観光産業を中心とした）既存事業者・新規事業者に対し、個社の調査・分析、需要の調査・分析、事業計画策定、事業フォローアップ、販路拡大を一貫して伴走型支援し、マーケットインの経営基盤構築を図る。
- ・持続的な発展のための個社の強みを本事業内で明確にし、競争力を高めるためのさらなる強化を図る。

(イ) 事業者の増加について

- ・特に観光関連産業（宿泊・飲食・サービス業等）に対し、重点的に創業、起業を促進する。
- ・創業及び第二創業後の支援も視野に入れた伴走型支援を実施する

(ウ) 飛鳥地域ブランドの確立による滞在型消費市場の創造

- ・商工会を中心とした「飛鳥地域ブランド」構築の推進と、地域内外へのプロモーションに注

力する。

- ・ 個社の売上拡大に資する来訪者（消費者）増加のための戦略的地域プロモーションを行政連携で注力する。

### 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 29 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後半】

###### ① 目標

明日香村における各種商工業を取り巻く外部要因や内部要因について地域経済動向調査等を実施。村内小規模事業者の持続的発展を目指すために、調査データを外部機関や専門家に分析依頼。そこから得られた情報を基に経営状況分析や事業計画策定、地域の経済活性化のための基礎情報として有効に活用する。

###### ② 調査項目・収集手段・分析・整理・提供方法

項目	
小規模事業者を取り巻く経済景況	人口・事業者数・個人消費・公共投資・雇用情勢・地域経済概況（販売価格・仕入れ価格・採算状況）・地域内企業の動向（各情報提供機関の見解）
現状の取り組み	今後の情報収集手段
国勢調査の結果の配布や、整理がされていないままの景況を商工会内で閲覧といった支援にとどまっている。	・ 奈良県統計調査情報より収集： 個人消費、賃金、物価、生産及び雇用、観光（延べ宿泊者数・観光客数） ・ 南都経済研究所経済動向情報より収集： 地域経済概況、個人消費、雇用情勢、公共投資、地域内企業の動向
今後の整理および分析	
国内、県内、村内の経済分野に特化した情報を収集、グラフ等を使用するなど見やすく作成し、エリアごとの比較・前回調査（前年調査）との比較・分野別成長率の比較といった景気動向が把握できる分析を行う。	
今後の提供方法・活用方法	
収集情報・分析内容を記載する経済景況報告書を作成して、商工会指導員及び専門家で共有し、経営状況分析や事業計画策定時に基礎資料として活用する。また、それらの情報を会員をはじめとする小規模事業者とも共有。事業者の商工会訪問時、指導員の巡回ヒアリング時に紙媒体で提供。また、会報誌への挟み込み、自治体関係課（産業づくり課）での非会員事業者への配布依頼を行う。同時に、商工会ウェブサイトでの情報提供も行い、会員・非会員ともに幅広く公開する。	

H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
収集分析回数：12 回	12 回	12 回	12 回
調査報告提供数：250 部	250 部	250 部	250 部

## 2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

### ① 目標

個社の経営状況を定量、定性の両側面から把握し、改善点を明確に示すことができる調査を行い、事業計画策定時に個社の強みを伸ばし、弱みを補完する施策を盛り込むことを目指す。

### ② 調査項目・収集手段・分析・整理・活用方法

経営状況の実態把握および分析	項目	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>財務分析 売上、経常利益、資金繰り状況、キャッシュフロー推移、仕入状況、設備投資の状況、</li> <li>経営分析（マーケティング・組織） 顧客属性、自社商品・サービスに関する情報、生産状況、取引価格、販路、地域内消費動向の定性情報、商品トレンド、自社の強み・弱み、競合他社情報、従業員数、社員育成実態（事業継承含む）、<b>R&amp;D</b> 実態について。</li> </ul>	
	現状の取り組み	今後の情報収集手段及び手法
	不定期的な巡回訪問と確定申告時のヒアリングが主で、事業者への情報共有は部分的な情報を会報誌、口頭で伝えるなどの支援にとどまっている。	<ul style="list-style-type: none"> <li>郵送、FAX、専用ウェブサイトなどによる四半期ごとの事業者アンケート調査</li> <li>経営指導員等の事務局職員による四半期ごとの定性情報巡回ヒアリングによる個社のピックアップ</li> <li>経営分析セミナーの開催による個社のピックアップ</li> </ul>
	今後の整理および分析	
	定量情報は、数値、前回調査（前年調査）との増減率を整理し、クラウドデータベース内に保存する。また、情報ごとにタグ付けを行い、業種ごとの分析、同規模事業比較の分析、時期別各項目分析を容易に出来るよう整理する。 分析は、専門家を交え、定量分析である財務分析（収益性分析：売上高利益率・資金繰り分析：キャッシュフロー・安全性分析：有利子負債月商比率）、定性分析であるマーケティング分析（ <b>3C</b> 分析・ <b>SWOT</b> 分析・ <b>STP</b> 分析・ <b>7P</b> 分析）、経営戦略分析（ブランド・特許・コア・コンピタンス・ケイパビリティの状況把握）を実施。	
	今後の活用方法	
	調査毎に経営状況報告書を作成。個社の商工会訪問時、指導員の巡回ヒアリング時に紙媒体で提供。希望者には、収集した情報を個社のニーズに合わせ分析フィルターを作成しテンプレート化、個社ごとにカスタマイズした報告書を提供し、個社が自身の経営状況をわかりや	

すく把握でき、経営改善へとつなげるよう図る。  
また、収集情報・分析内容は商工会指導員、専門家で共有し、事業計画策定時に基礎資料として活用する。

H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
経営分析の為の巡回件数：40 件	40 件	40 件	40 件
経営分析の為のセミナー 受講者数：20 人	20 人	20 人	20 人
経営分析件数：15 件	15 件	20 件	20 件

### 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②前半】

#### ① 目標

中長期的な経営発展の実現に向け、個社の弱み・強みを的確に把握し、顧客ニーズに対応したビジネスモデルの構築（または再構築）を目指す。そのビジネスモデルに基づいた事業計画を個社で策定、実施、確認、修正の PDCA が行えるようになるまで支援する。

定量目標				
	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
事業計画策定事業者数	8 社	8 社	10 社	10 社

#### ② 支援に対する考え方

各小規模事業者は社会情勢や経済市場の変化に対応していく必要がある中で、事業開始時から固定されたビジネスモデルでは持続的な発展は望めないケースが多い。個社がその変化に対応するビジネスモデルおよび事業計画を策定できるようになることが本事業による支援の本意と考える。

上記の前提をもとに、地域経済動向調査や経営分析結果、需要動向調査を通じて、マーケットインの経営体制を構築した事業計画を策定する。

#### ③ 支援対象

1. 明日香村における主力産業と成り得る産業（観光関連産業）について、その分野での顧客や商圏（インバウンド等）で活躍する事業者
2. 新規性・持続可能性・収益性を特に重視し、従来型の販売指向のビジネスモデル脱却を目指す事業者
3. これまで事業計画がなく、勘や経験則に頼った経営を行っており、その脱却を目指す事業者
4. 村内で特に観光関連産業で創業、起業する事業者

#### ④ 実施事業（手段）

実	手段
---	----

施 事 業 ①	事業計画策定セミナー			
	現状の取り組み		今後の取り組み	
	事業計画策定に関するセミナーを実施していない。		事業計画策定に関するセミナーを四半期に一度定期的に開催。	
	重点的な対象			
	支援対象すべての小規模事業者			
	概要			
	事業計画策定にあたっては、調査・分析・計画策定の一連の流れで実施することを徹底し、セミナーと個別相談を組み合わせ、個社に適した事業計画を自身で作成できる支援を実施する。			
	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
	セミナー数：3 回	3 回	4 回	4 回
	セミナー受講者数（延べ）：24 人	24 人	32 人	32 人

実 施 事 業 ②	手段			
	事業計画作成個別相談			
	現状の取り組み		今後の取り組み	
	経営支援に関する個別相談は窓口業務として存在するものの、周知がされておらず利用されていない。		事業計画作成個別相談窓口を設置。	
	重点的な対象			
	支援対象すべての小規模事業者			
	概要			
	事業計画策定セミナーの補完的な支援として個社に対応し、伴走型で計画書作成を行う。商工会内に事業計画作成個別相談窓口を設置し、幅広くその周知を行う。また、現行の金融支援・経営支援時にも、事業計画策定を徹底して推進。			
	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
	個別相談数：7 回	10 回	10 回	10 回

実 施 事 業 ③	手段			
	専門家による事業計画策定支援個別相談			
	現状の取り組み		今後の取り組み	
	専門家による事業計画策定支援個別相談を実施していない。通常の経営支援において、税務、財務の専門家と必要に応じて連携してい		税務、財務といったこれまでの支援に加え、よりファイナンス、マーケティング等高度な戦略を事業計画に盛り込むための支援を	



る。	専門家の知識、スキルを活用し支援する。		
重点的な対象			
<ul style="list-style-type: none"> <li>支援対象のうち、指導員が専門家相談を必要と判断した事業者</li> <li>支援対象のうち、より高度な戦略・戦術を事業計画に盛りこむための知識・ノウハウを有した専門家が必要とする事業者</li> </ul>			
概要			
経営、マーケティング、財務、起業等、各分野の専門家と連携し、相談会を実施。個社に適した有効性・実行性のより高い計画策定を支援する。さらに踏み込んだ戦略等については個別訪問による相談、専門家の紹介を行う。			
<b>H29 年度</b>	<b>H30 年度</b>	<b>H31 年度</b>	<b>H32 年度</b>
個別相談数：3回	3回	3回	3回

実施 事業 ④	手段			
	創業支援セミナー（事業計画策定含む）			
	現状の取り組み		今後の取り組み	
	創業支援に関する個別相談は実施しているものの、事業計画を含んだ包括的な支援体制には至っていない。		創業から経営発展までを一貫して支援。四半期ごとの支援セミナー開催と、必要に応じて個別相談を通して支援する。創業時のみの計画だけではなく、包括的に事業計画を立て、計画書を策定し経営するための支援を行う。	
	重点的な対象			
	村内で特に観光関連産業で創業、起業する事業者			
	概要			
	創業時より、経営発達支援として、調査・分析・計画策定（創業・発展）・フォローアップ・需要開拓を一貫して支援。通常の金融支援、スタートアップ支援に加え、創業計画書（スタートアップ）の策定に連動した形で、事業計画書を策定。			
	<b>H29 年度</b>	<b>H30 年度</b>	<b>H31 年度</b>	<b>H32 年度</b>
	セミナー回数：4回	4回	4回	4回
セミナー受講者数：10人	10人	10人	10人	

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②後半】

① 目標

策定した事業計画の進捗管理・改善点の検討・事業計画の修正・継続した経営発達要素の追及を伴走型で支援、個社が市場の変化・計画と実行の相違に対しタイムリーかつ効果的に対応できる事業を実施する。

定量目標				
	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度

フォローアップ巡回回数 (8社)	32回	32回	40回	40回
フォローアップセミナー回数(8社)	4回	4回	5回	5回

② 手段・指導内容・頻度

手段							
実施事業①	<p>フォローアップ巡回とその頻度</p> <p>事業計画策定後、経営指導員が中心となり巡回訪問及びヒアリングを実施する。巡回は四半期に一度を基本とし、必要に応じて追加訪問を実施する。</p>						
	指導内容						
	指導項目						
	<p>計画の進捗：</p> <p>アクションプランの実行進捗、売上・純利益等の実績、資金繰り等の経営安全性確認等について現状を確認。計画との相違を定量・定性の面から確認する。計画と相違がある場合には、人・物・金・情報の観点からどの部分に計画実行を妨げる課題があるか、または計画の修正が必要かを検討する。</p>						
	<p>経営課題：</p> <p>計画実行に際し、新たな経営課題がある場合、経営（財務）分析・マーケティング分析を再実施、課題の明確化を行う。</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th colspan="2">課題箇所確認項目</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>経営・財務</td> <td>売上、経常利益、資金繰り状況（キャッシュフロー含む）、仕入状況、設備投資の状況等</td> </tr> <tr> <td>マーケティング・組織</td> <td>顧客、商品・サービスのVRIO分析、バリューチェーン、取引価格、販路、製造プロセス、商品トレンド、競合他社分析、計画実行の組織体制、R&amp;D等</td> </tr> </tbody> </table>	課題箇所確認項目		経営・財務	売上、経常利益、資金繰り状況（キャッシュフロー含む）、仕入状況、設備投資の状況等	マーケティング・組織	顧客、商品・サービスのVRIO分析、バリューチェーン、取引価格、販路、製造プロセス、商品トレンド、競合他社分析、計画実行の組織体制、R&D等
	課題箇所確認項目						
経営・財務	売上、経常利益、資金繰り状況（キャッシュフロー含む）、仕入状況、設備投資の状況等						
マーケティング・組織	顧客、商品・サービスのVRIO分析、バリューチェーン、取引価格、販路、製造プロセス、商品トレンド、競合他社分析、計画実行の組織体制、R&D等						
<p>計画の再検討：</p> <p>課題点を抽出した後、その課題に対しての解決策を検討、専門家との同行訪問、外部機関との同行等、支援対象事業所の実情に適したタイムリーな支援を実施する。</p> <p>ビジネスモデルを改善し、修正したアクションプランを事業計画へ反映させ、PDCAサイクルをまわす指導を行う。</p>							
<p>その他：</p> <p>事業実施に伴い、資金繰り等の相談が生じる場合、明日香村中小企業資金融資制度等の低利融資の活用、観光関連事業者については、地方銀行である南都銀行が中心となって創設された、地域活性化観光ファンドの活用等を検討。また、当会では平成26年度にクラウドファンディングによる資金調達支援も実施しており、状況に応じて機動的に活用していく。</p>							

実施事業 ②	手段			
	経営発達セミナー			
	指導内容			
	<p>専門家および学術機関と連携し、セミナーを年2回～4回実施。事業計画を実行する上で必要な補完的スキルの向上指導を行う。</p> <p>テーマは、財務戦略、人材育成（事業継承）、情報戦略、ビジネススキルを組み合わせ、計画策定者のニーズに応じて実施する。</p>			
	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度
	セミナー回数：2回	2回	4回	4回
セミナー受講者数：8人	8人	10人	10人	

実施事業 ③	手段			
	マーケティング力強化セミナー			
	指導内容			
	<p>専門家および学術機関と連携し、マーケティングセミナーを年2回～4回実施。市場の変化に合わせて実行するため、マーケットインのビジネスモデルを修正するPDCAの場としてセミナーを実施。最新マーケティングツール（インターネットサービス・手法等）を個社に取り入れる場として活用する。</p>			
	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度
	セミナー回数：2回	2回	4回	4回
セミナー受講者数：20人	20人	30人	30人	

## 5. 需要動向調査に関すること【指針③前半】

### ① 目標

主に村内観光関連事業者（約50事業所）の為に、それらの事業者が取り扱う新たな観光商品及びサービスの開発に活用でき、今後の関連産業マーケットにおける需要予測に資する調査を実施すること。

### ② 調査項目・収集手段・整理・分析・提供

需要開拓調査 ①	調査内容	
	観光に関するマクロ需要調査を各情報機関の資料を元に半期ごとに実施	
	調査項目	情報収集手段
	<p>【エリア別】</p> <p>滞在人口（日本・奈良県・明日香村）、外国人滞在人口（日本・奈良県）</p> <p>【業種別】</p> <p>旅行種類、宿泊の有無、旅行単価、平均泊数、宿泊施設形態、宿泊消費トレンド、旅行消費額、外食消費トレンド、みやげ物トレンド</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光庁旅行・観光消費調査統計情報</li> <li>奈良県統計情報</li> <li>業界専門誌等より統計情報およびトレンド等定量情報の収集 （観光経済新聞、旬刊旅行新聞、ホテル旅館、月間食堂、近代食堂、飲食店経営、グルメジャーナル等）</li> </ul>

	・ RESAS より各統計情報の収集		
今後の整理および分析			
定量情報は、数値、前回調査（前年調査）との増減率を整理し、クラウドデータベース内に保存する。また、情報ごとにタグ付けを行い、業種ごとの分析、同規模事業比較の分析、時期別各項目分析を容易に出来るよう整理する。			
提供方法・活用方法			
調査毎に需要報告書を作成。個社の商工会訪問時、指導員の巡回ヒアリング時に紙媒体で提供。同時に、商工会ウェブサイトでの情報提供、自治体担当課（産業づくり課）との情報共有も行う。また、収集情報・分析内容は商工会指導員、専門家で共有し、マーケティング（ビジネスモデル）計画策定時、修正時に基礎資料として活用、個社には製品・サービス開発・価格の意思決定をする判断材料として活用を促す。			
平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度
2 回	2 回	2 回	2 回

需要 開 拓 調 査 ②	調査内容			
	地域内宿泊者需要調査による来訪者ニーズ調査を村内宿泊施設協力の下、半期ごとに実施（20 事業者）。			
	調査項目		情報収集手段	
	属性（国・年齢・性別・家族構成・職業等）、滞在プラン（目的・目的地・宿泊日数・移動手段・支出額等）、購買プロセス（訪問の動機・価格・報収集手段・手配プロセス等）、嗜好（趣味）その他（旅行中に困ったこと・滞在先の感想等の情報）		・ 宿泊施設利用者アンケート	
	今後の整理および分析			
	定量情報は、数値、前回調査（前年調査）との増減率を整理、定性情報は情報ごとにタグ付けを行い、クラウドデータベース内に保存する。整理した情報は、個社の顧客像をペルソナ分析、また AIDMA 消費行動モデルによる購買意思決定プロセス分析を行う。			
	提供方法・活用方法			
	調査毎に旅行消費需要報告書を作成。個社の商工会訪問時、指導員の巡回ヒアリング時に紙媒体で提供。希望者には、収集した情報を個社のニーズに合わせ分析フィルターを作成しテンプレート化、個社ごとにカスタマイズした報告書を提供し、個社が自身の経営状況をわかりやすく把握でき、経営改善へとつなげるよう図る。 同時に、商工会ウェブサイトでの情報提供、自治体担当課（産業づくり課）との情報共有も行う。また、収集情報・分析内容は商工会指導員、専門家で共有し、マーケティング（ビジネスモデル）計画策定時、修正時に基礎資料として活用する。			
	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度
	2 回	2 回	2 回	2 回

需要開拓調査③	調査内容			
	地域内消費者アンケートによる食・土産に関する需要調査を村内飲食店、みやげ物店の協力の下、半期ごとに実施（30事業者）。			
	調査項目		情報収集手段	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者ヒアリングアンケート 属性（国・年齢・性別・家族構成・職業等）、購入場所決定の理由、購入理由、他に希望する商品等</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>地域内消費者ヒアリングアンケート</li> </ul>	
	今後の整理および分析			
	定量情報は、数値、前回調査（前年調査）との増減率を整理し、クラウドデータベース内に保存する。また、情報ごとにタグ付けを行い、業種ごとの分析、同規模事業比較の分析、時期別各項目分析を容易に出来るよう整理する。			
	提供方法・活用方法			
	調査毎に経営状況報告書を作成。個社の商工会訪問時、指導員の巡回ヒアリング時に紙媒体で提供。事業者が特定されてしまう情報については、収集した情報を個社ごとに提供、個社の顧客需要動向をわかりやすく把握でき、経営改善へとつなげるよう図る。 同時に、商工会ウェブサイトでの情報提供、自治体担当課（産業づくり課）との情報共有も行う。また、収集情報・分析内容は商工会指導員、専門家で共有し、マーケティング（ビジネスモデル）計画策定時、修正時に基礎資料として活用する。			
	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度
	調査回数：2回	2回	2回	2回
調査母数：300人	300人	300人	300人	

## 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】

### ① 需要の開拓支援に関する考え方

1. 需要の開拓支援は、本事業で調査、分析、計画策定と一貫して実施され、事業計画の中に需要開拓と機会として位置づけることとする。
2. これまでは業種を絞らない漠然とした商談会、展示会への参加支援であったが、本事業の方針で示したとおり、明日香村の今後の基幹産業となる観光産業に関連する分野での需要開拓支援に重点を置き、各事業を実施する。宿泊サービス、みやげ物（地域特産品・6次産業化開発特産品）、飲食サービスといった分野において、**BtoB**の需要開拓、**BtoC**の需要開拓、需要開拓につながる顧客ロイヤルティの獲得、地域ブランディングとの連携による相乗効果を狙った需要開拓を行う。
3. 展示会・商談会は奈良県商工会联合会、近隣の商工会（橿原市商工会議所・高取町商工会・葛城市商工会）、奈良県といった各関係機関と連携し開催、需要開拓機会のネットワーク化により、効果的な需要開拓を図る。

② 目標

販売・プロモーション機会の増加による売上拡大、販路拡大、顧客ロイヤリティ獲得による継続的な顧客関係性の構築。また、支援にあたっては、小規模事業者がより効果的に自社商品及びサービスを買手手にPRすることが出来るよう支援を行う。

③ 支援対象

前述した需要動向調査の結果を受けて、事業計画策定支援事業所の中で、各商談会及び展示会等にて、バイヤーからの評価に値する商品や役務サービス等を保有する事業者。もしくは、現在保有していなくとも、バイヤー等からのニーズに応じて、積極的に新商品を開発していく意思を持つ事業者。

④ 事業

実施事業	事業名			
	みやげ物・飲食サービスの需要開拓に関する商談会への出展			
	概要			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ グルメ&amp;ダイニングスタイルショー：年1回 小売店等のバイヤー向けのPRおよび商談会。稀少性・高付加価値を意識した特産加工品、また、飛鳥地域ブランディングで開発した地域メニューを個社で商品化、主にセレクトショップ、高級コンビニ、高級スーパー、製造委託希望事業者へ向けて実施、BtoBでの需要を開拓する。</li> <li>・ 奈良県商工会联合会&amp;橿原商工会議所主催「ビジネスマッチなら」：年1回 地域内バイヤー及びサプライヤー等との商談会、および県外へ向けたPR。地域資源を活用した地域特産品や観光関連商品を、県内の小売店（道の駅・専門店など）へ販売していく。</li> </ul>			
	重点的な支援対象			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 小ロットから中規模ロット生産が可能な加工品製造事業者。</li> <li>・ 本支援事業内で、地域の特性を生かしマーケットインの商品開発（加工品・土産物）を行った事業者。</li> </ul>			
	効果・効果的な工夫			
	飛鳥地域ブランディングと連携した取り組みとして推進することによって、地域ブランド自体の認知度を高め、個社は既に認知度の高い飛鳥という地域ブランドを利活用し需要開拓につなげる、相乗効果を見込めるWinWinの連携事業として推進する。			
	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度
	参加事業者数：3社	5社	5社	7社
商談件数：15件	25件	25件	30件	

実施	事業名			
	宿泊・体験プログラムの需要開拓に関する商談会への出展			

事業	概要			
	②	開催目的		
<ul style="list-style-type: none"> <li>全国商工会連合会主催「観光マッチングフェア」：年1回 個人向け旅行商品に対応するバイヤー向け商談会。大手との商品差別化を図る中小旅行会社に対して、一棟貸宿泊施設などを活用した明日香村での滞在型商品（2泊～3泊）を提案していく。</li> <li>全国ほんもの体験フォーラム：年1回 民家ステイや体験プログラム等のPR。国内にて教育旅行を扱う大手旅行会社に対して、「飛鳥民家ステイ・各種体験プログラム」を組合せた教育旅行向け商品を対案していく。</li> <li>奈良県観光プロモーション：年2回 着地型観光商品の商材、及び土産物等のPR。首都圏内の団体旅行及び個人旅行を商圏とする旅行会社、及びマスメディアに対して、明日香村内の様々な地域資源を織り交ぜた着地型観光商品（超小型モビリティ MICHIMO、古民家ゲストハウス、国営飛鳥歴史公園等）を提案していく。</li> <li>近畿6府県観光PR：年1回 首都圏内のマスメディア及び各種観光バイヤーに対して、明日香村におけるマクロ的観光キャンペーン等をPRしていく。</li> </ul>				
重点的な対象				
<ul style="list-style-type: none"> <li>村内の宿泊施設（旅館・民宿・B&amp;B・ホームステイ運営団体・ゲストハウス）</li> <li>地域農産物等を活用しプログラムしたサービスを展開する事業者・特産品加工所</li> </ul>				
効果・効果的な工夫				
地域への滞在人口を増加させることにより、飲食・土産物等の関連する消費を増加させる効果を見込むと同時に、宿泊・飲食・土産を地域内でパッケージ化し提案することにより、地域内の消費単価を上げる工夫、旅行代理店等が扱いやすい利便性の高い商品化の工夫を行う。				
平成 29 年度		平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度
参加事業者数：5 社		5 社	8 社	8 社
商談件数：20 件		20 件	30 件	35 件

実施事業	事業名			
	③	SNS による顧客ロイヤリティの獲得および EC 事業展開セミナー		
概要				
地域内小規模事業者の特性として、高齢者が特に多い、または PC/インターネットに関するスキルおよび知識を持った人材が少ない現状である。販路拡大時のインターネット活用の手法の習得、SNS 立ち上げ講座・EC 登録講座と売上拡大へつなげるトータル支援を行う。				
また、既 EC 活用者には、SNS と連動した顧客ロイヤリティ獲得マーケティング、自社サイト構築、SEO 対策、EC サイトといった売上、ブランディングに直結する内容を提供する。				
重点的な対象				

- ・ 店頭での販売にとどまり、インターネットを活用し日本または海外に販路拡大を希望する事業者
- ・ インターネットを活用しての販路拡大を試みるが、スキルを持たないため、実施に至っていない事業者
- ・ SNS のスタートアップ・運営のノウハウがない事業者、または SNS を顧客ロイヤリティ獲得のために有効活用できていない事業者

効果・効果的な工夫

地域内の事業者絶対数が少ないことからセミナー自体は一種類の開催であるが、回ごとのテーマ別講習やセミナー内において時間を区切り、個社の求めるレベルに応じて、手法、スキルを指導する工夫を行う。また、PC 初心者 of 自社サイト構築など、セミナー内での習得がむつかしいケースは、専門家、業者の個別紹介等を行い、対象者を支援する。

平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度
参加事業者数：10 社	10 社	10 社	10 社
取引件数： 3 件	5 件	8 件	10 件

## II. 地域経済の活性化に資する取組

### 1. 商工会の取り組みの現状

現在、商工会では「飛鳥民家ステイ」と「体験プログラム」による国内外からの教育旅行受入事業の推進、「飛鳥ブランド」ロゴを使用した特産品開発事業の推進、を実行している。会員事業所はもちろんの事、行政や地域内の他団体とも深い連携をとったうえで成り立っている事業である。しかしながら、上記の商品・サービス群はユーザーニーズ志向ではないプロダクトアウトのモデルとなっている。また、それぞれは独利した事業で交わることはない。

※「飛鳥民家ステイ」とは商工会が主導し取り組んでいる、教育ホームステイプログラムである。商工業者（非会員含む）・農家・行政職員・民家等が参画、国内外の教育旅行者を受け入れている。

### 2. 今後の方向性

現状を踏まえ、産官学連携で取り組みを体系的に整理し実行。飛鳥地域ブランドの確立による滞在型消費市場を創出し、地域活性化を推進する。

- ① 地域一丸となって取り組む事業・組織ネットワーク体制の構築  
個社の事業活動と地域ブランディングが相乗効果を生む体制の整備
- ② 滞在型観光の推進による消費拡大による地域活性化



3. 事業

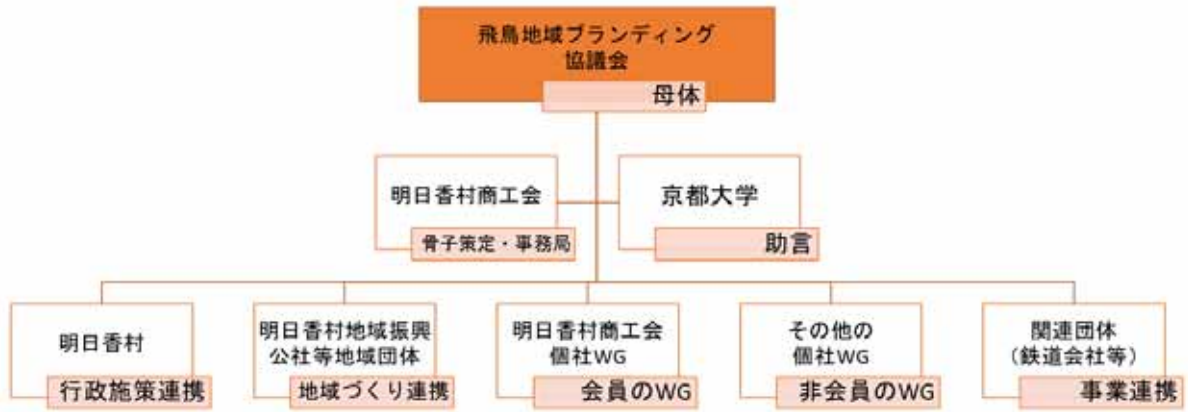
事業名

地域一丸となって地域ブランディングに取り組む事業・組織ネットワーク体制の構築

概要

これまで事業ごとに計画されていた観光振興における地域活性化の体制を一新。  
 各種観光振興イベント事業・地域型サービス事業（飛鳥民家ステイ）・商品開発事業（以前の地域ブランド商品）といった、地域で振興する事業においては、地域としてブランディング戦略を一本化、方向性の検討からプロダクト・サービスのアウトプット・プロモーションまでを新設する協議会にて意思決定および情報共有を行う。  
 組織は、商工会・事業者・行政・地域団体・研究機関（大学）・関連団体（交通機関）等の参画を予定し、地域一丸となって認知度、信用度の高い価値あるブランド形成を目指す。  
 商工会としては、特に行政・専門家と議論を重ね、ブランディング戦略の骨子を策定し、また協議をスムーズに進行できるよう調整を行う役割を果たす。

体制図



参画団体

明日香村商工会  
 明日香村  
 地域内推進事業者  
 京都大学・奈良県立大学  
 明日香村地域振興公社・飛鳥京観光協会・国営飛鳥歴史公園事務所・古都飛鳥保存財団  
 奈良県観光局観光プロモーション課  
 近隣のまちづくり団体及びNPO 法人

実施事業①

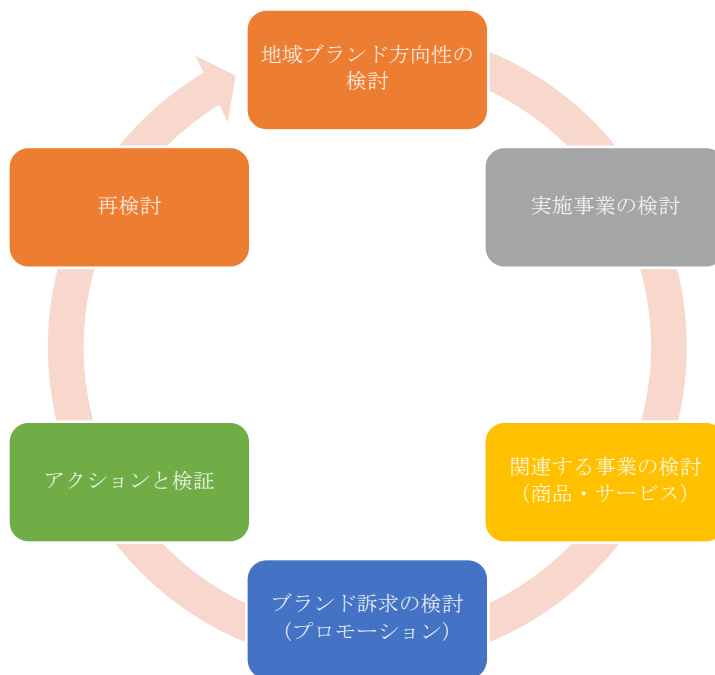
農事組合法人ふるさと明日香

飛鳥広域行政事務組合

近畿日本鉄道

他

組織による実行のプロセス



	事業名
	滞在型観光の推進による消費拡大による地域活性化
	概要
実 施 事 業 ②	奈良県および明日香村が推し進める県内・村内の宿泊施策に連携する形で、施設増、宿泊者増の具体的なアクションプランを実行していく。
	宿泊に伴う消費を生むための地域一丸となった経済循環を構築するため、地域ブランディングと連動した取り組みの一環として、地域特産品・メニューの開発および滞在者への積極的プロモーションを実施、個社の売上拡大を目指す。
	地域経済循環戦略



効果・効果的な工夫

個社の活躍が地域のブランド力向上につながるような一貫した取り組みを実施。それぞれの事業、業種の違う個社が飛鳥地域ブランディングと通じて連携しあう組織体制を構築する。

定量目標

平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度
宿泊者数： 8,000 泊	10,000 泊	10,000 泊	12,000 泊
地域ブランド商品及びサービス開発数： 3 件	5 件	8 件	10 件

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ための取組み

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こと

①方針と概要

小規模事業者個社ごとへの経営支援力向上と具体的成果を目的として、あらゆる支援機関、及び他商工会と連携。個社支援の目的別に、連携を通じて得られた情報やノウハウを事務局内にて共有。もって支援事例をデータ化して小規模事業者へ提供する。

②連携先・連携内容

県内の商工会及び関係機関との連携	
奈良県商工会联合会・奈良県よろず支援拠点	上記連携機関は、それぞれ県内の他地域の事業所の情報を数多く保有しており、そのネットワーク力も強い。特に特定の県連指導員、及び拠点スタッフは非常に深く事業所の事業内容に精通しており、当会経営指導員との連携による取引マッチングや広域観光商品の造成を目的として連携する。 また、県連やよろず支援拠点が主催する経営指導員研修等において、他商工会指導員等と支援事例の情報交換を行う。
橿原市商工会議所・高取町商工会	近隣市町の経済団体として、域内小規模事業者の取引及び連携の為に、各個社の経営状況等の情報共有を推進する。
明日香村内の関係団体との連携	
(一財)明日香村地域振興公社・国営飛鳥歴史公園	村内イベントや地域活性化事業において連携強化を推進。 <u>年4回の情報交換会議を実施</u> して、特に観光キャンペーン実施時における村内小規模事業者（宿泊サービス・飲食・小売）への有益な情報提供を実施する。
他府県の商工会との連携	
長野県小谷村商工会	地域資源（農産品）を活用した特産加工品開発、トレイルランによる観光事業、村の人口、など事業や規模の面で当会との類似事項が多く、担当経営指導員の実績も豊富。主に観光振興の手法等について情報共有を推進する。
宮崎県川南町商工会	平成27年度商工会グランプリ受賞商工会。軽トラ市の開催による地域振興は図抜けており、地域活性化手法を学ぶうえで参考となる。当会は同年度の準グランプリであり、会長や事務局同士のつながりも深い。地域活性化イベントの実施について、その継続的かつ先進的事例についての手法を学ぶ。
山梨県甲州市商工会	平成27年度商工会グランプリにて準グランプリ受賞商工会。甲州ワインの海外に向けての販路開拓で高い実績を残す。一次産品や加工品の海外展開を実施していくうえで有効な連携機関。
南アルプス市商工会	商工会の自己財源獲得手法、多角的事業展開、事務局の内部管理体制、など「これからの商工会モデル」ともいべき支援機関。事務局職員の資質向上等の情報共有を実施。
地域内金融機関との連携	
南都銀行明日香支店 大和信用金庫橿原支店 日本政策金融公庫奈良支店	地域内金融機関との情報交換会を年2回実施。金融機関の課題及び実情を把握したうえで、小規模事業者に有益な情報を提供していく。また、それぞれの金融機関が持つ経営改善事例ノウハウを吸収し、個社支援に活用していく。
大学機関との連携	
京都大学経営管理大学院	各種指標の分析調査、計数調査、事業所ヒアリング調査、マーケティング調査の実施などにおいて高い能力と実績を有し、本

	事業の分析、計画策定等の支援と、地域経済状況の情報交換を実施する。
奈良県立大学 天理大学	歴史ガイドツアー、日本文化体験プログラム、インバウンド受入等、観光関連産業において、学生目線からのアイデア提供、及び実際のアンケート実施活動や現場における調査活動においても連携。

### ③情報交換・研究支援の頻度

情報交換	年 度			
	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
県連・よろず拠点 (回数)	36 回	48 回	48 回	60 回
他府県の商工会との情報交換 (回数)	4 回	4 回	4 回	4 回
大学、大学院及び専門学校 (事業)	4 事業	6 事業	6 事業	8 事業

## 2. 経営指導員等の資質向上に関すること

### 1. 経営指導員等の支援能力向上の方針

本事業の実施にあたっては、職員1人1人の資質向上への取り組みは必要不可欠なものである。資質向上の前提となる以下の2つの考え方をまず事務局内で共有する。

- ・事業者への支援能力の向上が、事業所の売上や利益の増加につながり、ひいては地域経済活性化に寄与すると認識すること。
- ・支援能力向上が、自らのスキルアップにつながり、職員としての付加価値を高める事を認識すること。

### 2. 具体的取り組み内容

- ・伴走型支援の徹底による、自らの課題解決能力の向上。
- ・主となる経営指導員との、会員事業所への同行によるOJTの実施
- ・各職員の業務遂行能力を分析し、その上で不足する能力の解消を課題とする研修事業に参加、また他機関の支援を受けながら自己研鑽に取り組む
- ・上記問題意識を前提として、奈良県商工会連合会研修事業への参加を義務付け(年30時間以上)
- ・商談会や展示会などに事務局内全員が参加できるローテーションを組み、実際のバイヤーや業界関係者とのやり取りを通じて、自らの資質を高めてそこから得られら課題解決能力の向上

- ・他地域の経営指導員・職員・行政関連職員との意見交換会を定期的に開催
- ・旅行会社やバイヤー等による、レクチャー実施による現場力強化

### 3. 支援ノウハウ等を組織内で共有する体制

- ① 1回以上/週、支援事業所への支援の進捗状況の報告を事務局内で実施。取り組み状況とそれに関する解題、今後の方針等をデータベースとして構築し、事務局内での情報共有の徹底を図る。情報共有については担当職員をおき、情報の収集とデータベース及びファイリングの作成を実施する。
- ② 1回以上/月、専門家や会長を交えた支援事業所への支援進捗状況についての打合せ会議を実施。停滞する事業所、進んでいる事業所等について互いに情報共有してその原因を検討する。必要であれば、支援先事業所も参加して、今後の支援策を検討する。
- ③ 支援ノウハウや成功事例、小規模事業者の経営分析結果等は、クラウド上にデータベース化を行い組織内で共有化、組織として情報（ノウハウ）の蓄積を実施する。

### 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

毎年度、事業の成果、評価及び見直しについて検証するため、以下の検証委員会を開催する。

#### ① 開催時期と内容

時期	内容
5月頃	経営発達支援事業計画の内容確認
10月頃	進捗状況、及び事業についての変更修正について確認
2月頃	経営発達支援事業計画の結果とその評価について報告

#### ② 検証委員会の構成メンバー

- ・外部有識者（中小企業診断士等の専門家）  
役割と選考理由：小規模事業経営に関する専門家としての客観的意見を得るため
- ・行政関係者  
役割と選考理由：行政が示す地域総合戦略との整合性を確保するため
- ・金融機関関係者  
役割と選考理由：マクロ的観点からの地域金融状況を把握したうえで、客観的意見を得るため
- ・地域内連携団体  
役割と選考理由：域内での専門性を活用して、地域内の経済以外の状況について把握し、域内状況にあった経営計画をすすめていくため

#### ③ 公表手段

検証委員会における会議内容は、明日香村商工会ホームページにおいて公開する。

## 経営発達支援計画の PDCA サイクル

### <改善に基づく次年度の経営発達計画の立案>

事業計画検証委員会の評価 意見等、外部有識者の見直し案を踏まえて実施した事業全体の問題点の解決や改善案を検討する。

検証内容については、明日香村商工会 HP に掲載して、広く閲覧できるようにすると共に、次年度以降の経営発達支援計画の策定に活かす。

### <地域小規模事業者を対象として実施>

地域経済動向調査、需要調査、各事業者の商品、及び役務サービス、経営資源、財務内容、その他の経営状況等についてヒアリングのう分析。その上で、主に観光関連事業者、地域密着型観光事業者、その他の事業者について、一定の事業所を抽出。もって、事業計画策定を実施。

【改善】

【策定】

・次年度の計画内容について立案

・各種調査分析

・事業ごとに経営発達支援計画を作成





(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11月現在)			
(1) 組織体制			
職名	商工会全体 職員設置数	経営発達支援事業 実施職員数	役割担当
経営指導員	1	1	経営発達支援事業の統括、及び進捗管理
経営支援員	1	1	巡回指導、経営分析及び事業

			全般補助(情報管理業務含む)
臨時職員	1	1	事業計画策定及びサポート支援
合計	3	3	

※合計職員数 3 名と少数での事業実施となります。  
その分、職員全員による事業実施体制とします。

小規模商工会のため、外部機関や専門家等との協働、及び連携は必須であり、計画通りの実施はもちろんですが、状況に応じて機動的に連携する事も必要になると思われま  
す。少人数の商工会事務局でも高い成果を上げることができる内部管理体制を構築して、  
「明日香村商工会モデル」ともいふべき支援事業を目指します。  
その他、明日香村商工会での経営発達支援計画を確実に実施するため、奈良県商工会連合会  
との連携をより密に推進します。

(2) 連絡先 明日香村商工会

〒634-0112 奈良県高市郡明日香村島庄5番地

TEL : 0744-54-2068 / FAX : 0744-54-4570

E-MAIL : asuka@kcn.jp

URL : <http://web1.kcn.jp/asuka/>

(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29年度 (29年4月以降)	平成30年度	平成31年度	平成32年度	備考
必要な資金の額	6,600	6,600	7,400	7,400	
①各種調査分析 事業費	1,200	1,200	1,200	1,200	
②経営分析等関	1,200	1,200	1,200	1,200	

連事業費					
③事業計画策定 事業費 (セミナー等)	1,200	1,200	1,000	1,000	
④需要開拓支援 事業費	1,200	1,200	1,800	1,800	
⑤地域経済活性化 関連事業費	1,000	1,000	1,200	1,200	
⑥資質向上関連 事業費	800	800	1,000	1,000	

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
会費収入・手数料収入・国補助金・県補助金・村補助金

(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)

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地域経済動向調査・需要動向調査・経営状況の分析 京都大学経営管理大学院 (株)体験教育企画 (株)キースタッフ 奈良県立大学 飛鳥ニューツーリズム協議会
②事業計画の策定支援、及び支援についての個別フォローアップ(専門家派遣含む) 奈良県商工会連合会 奈良県よろず支援拠点 中小企業基盤整備機構 京都大学経営管理大学院
③販路拡大支援 全国商工会連合会 奈良県商工会連合会 奈良県観光局観光プロモーション課 奈良まほろば館 明日香村 中小企業基盤整備機構
④金融支援 (株)南都銀行 (株)日本政策金融公庫奈良支店国民生活事業 (株)ミュージックセ キュリティーズ
⑤創業支援・第二創業支援 明日香村 奈良県商工会連合会 公益財団法人奈良県地域産業振興センター
⑥空家再生事業 明日香村 奈良県(地域デザイン推進課) 一般社団法人NOTE
⑦地域経済活性化事業(着地型観光推進、及び特産加工品開発事業) 明日香村 飛鳥ニューツーリズム協議会 一般財団法人明日香村地域振興公 社 奈良県観光局観光プロモーション課 京都大学経営管理大学院 奈良県 立大学 天理大学 農事組合法人ふるさと明日香 (株)体験教育企画 (株)キースタッフ

## 連携者及びその役割

### ・奈良県

知事 荒井省吾 〒630-8501 奈良県奈良市登大路町 30 TEL : 0742-22-1101

役割：商談会及び展示会への出展協力、アンテナショップの斡旋、ファムトリブ、及びモニターツアーの実施

### ・公益財団法人奈良県地域産業振興センター奈良県よろず支援拠点

理事長 荒井省吾 〒630-8031 奈良県奈良市柏木町 129-1 TEL : 0742-81-3840

役割：専門家派遣、及び相談

### ・奈良県商工会連合会

会長 中井神一 〒630-8213 奈良県奈良市登大路町 38-1 TEL : 0742-22-4411

役割：専門家派遣及び相談、商談会等への斡旋、商談マッチング

### ・明日香村

村長 森川裕一 〒634-0111 奈良県高市郡明日香村岡 55 TEL : 0744-54-2001

役割：商談会及び展示会への出展協力、補助金窓口、空家再生連携、地域経済活性化事業の連携、創業支援補助の実施

### ・一般財団法人明日香村地域振興公社

理事長 上田行洋 〒634-0111 奈良県高市郡明日香村岡 1220 TEL : 0744-54-4577

役割：地域経済活性化事業の連携

### ・飛鳥ニューツーリズム協議会

会長 吉田宏 〒634-0112 奈良県高市郡明日香村島庄 5 (明日香村商工会館内) TEL : 0744-54-1525

役割：着地型観光推進における地域経済活性化事業の連携

### ・農事組合法人ふるさと明日香

理事長 幸田誠己 〒634-0131 奈良県高市郡明日香村御園 2-1 TEL : 0744-54-5670

役割：地域 6 次産業化推進における連携

### ・全国商工会連合会

会長 石澤義文 〒100-0006 東京都千代田区有楽町 1-7-1 有楽町電気ビル北館 19 階

TEL : 03-6268-0088

役割：商談会及び展示会への出展協力

- ・ 中小企業基盤整備機構近畿支部  
 理事長 小沢良男 〒541-0052 大阪府中央区安土町 2-3-13 大阪国際ビルディング 27 回  
 TEL : 06-6264-8611  
 役割 : 専門課派遣及び相談、商談会及び展示会への出展協力
- ・ 株式会社南都銀行  
 代表取締役頭取 橋本隆史 〒630-8217 奈良県奈良市橋本町 16 TEL : 0742-50-2307  
 役割 : 金融支援、及び観光活性化ファンドによるリスクマネーの供給
- ・ 株式会社日本政策金融公庫奈良支店国民生活事業  
 事業統括 上村誠 〒630-8115 奈良県奈良市大宮町 7-1-33 奈良センタービルディング  
 TEL : 0742-36-6700  
 役割 : 低利による事業融資、創業及び第二創業支援融資
- ・ 株式会社ミュージックセキュリティーズ  
 代表取締役 小松真実 〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-6-1 大手町ビル 3 階  
 TEL : 03-5948-7301  
 役割 : クラウドファンディングの組成による金融サービスと事業についての広告宣伝
- ・ 株式会社体験教育企画  
 代表取締役 藤澤安良 〒144-0034 東京都大田区西糀谷 3-8-15 クオーレ西糀谷 102  
 TEL : 03-5705-3211  
 役割 : 観光分野における需要動向調査、経営状況の分析、地域経済活性化事業の連携
- ・ 株式会社キースタッフ  
 代表取締役 野口朋宏 〒104-0061 東京都中央区銀座 1-23-10-304 TEL : 03-6228-6102  
 役割 : 特産加工品分野における需要動向調査、経営状況の分析、地域経済活性化事業の連携
- ・ 京都大学経営管理大学院  
 総長 山極壽一 〒606-8501 京都市左京区吉田本町 TEL : 075-753-7531  
 役割 : 地域経済動向調査、需要動向調査、経営状況の分析、地域経済活性化事業の連携
- ・ 奈良県立大学  
 学長 伊藤忠通 〒630-8258 奈良県奈良市船橋町 10 TEL:0742-22-4978  
 役割 : 地域経済動向調査、需要動向調査、地域経済活性化事業の連携

・天理大学

学長 永尾教昭 〒632-8510 奈良県天理市杣之内町 1050 TEL : 0743-63-9012

役割 : 地域経済活性化事業の連携

・一般社団法人 NOTE

代表理事 金野幸雄 〒669-2361 兵庫県篠山市丸山 42 TEL : 06-7878-8983

役割 : 地域資源活用事業での連携、地域経済活性化事業の連携

連携体制図等

