

経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	生駒商工会議所 (法人番号 3150005002404 )
実施期間	平成 28 年 4 月 1 日 ~ 平成 33 年 3 月 31 日
目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 各種イベントや需要動向調査等を活用した個店の収益力強化</li> <li>・ いこまバル・100 円商店街等のイベントを通じた地域商店街のにぎわい創出</li> <li>・ 経営分析、事業計画策定・実施、需要開拓支援による企業の競争力強化</li> <li>・ 女性優先企業家セミナーや創業塾を通じた創業者の発掘</li> <li>・ 事業承継支援と後継者育成による事業者減少の抑制</li> </ul>
事業内容	<p>地域経済動向調査</p> <p>情報収集の件数を増やせるよう努力するとともに、調査企業への訪問時のヒアリング内容を充実させ、表面的な問題点にとどまらず原因分析まで掘り下げることによって、より精度の高い地域経済動向分析につなげ、市内事業所が有効活用できるように整理し、発信していく。</p> <p>経営状況分析支援</p> <p>経営改善普及事業を通じて中小企業の経営状況を把握し経営分析を行う。具体的には、経営分析ニーズのある事業者を抽出し、3C分析、財務分析・マーケティング分析等を行い、経営課題の抽出と解決の支援につなげる。</p> <p>事業計画策定・実施支援</p> <p>小規模事業者による補助金申請、経営革新計画の認定申請、マル経融資等の要望をキッカケとして事業計画策定ニーズを発掘し、事業計画策定支援を行う。また事業を実施する際に発生する様々な課題を定期的な巡回を通じて把握し、適切な指導・助言を行う。</p> <p>創業については、これまでのセミナー受講者からの創業者が少なかったことを踏まえ、より実践的なセミナーを開催するとともに個別相談を充実させ、創業希望者の具体的な悩みの解決を支援することで、実際に創業に踏み出すキッカケを与え、創業者数の増加を目指す。</p> <p>事業承継については、後継者問題を抱える事業者を発掘し、チラシやセミナーを通じて啓蒙活動を行うことで、問題意識を醸成し、置かれている現状を再確認していただく。さらに計画的に事業承継を進める必要性を理解していただき、個々の事業所の実情を踏まえた個別支援を行う。</p> <p>需要動向調査</p> <p>アンテナショップを通じた鮮度の高い商品の需要動向および、住民を対象としたアンケート調査による業種別の需要動向を調査する。</p> <p>需要開拓支援</p> <p>新たな販路開拓につながる展示会への出展を促進するとともに、個々の事業者の集客に関する悩みを解決するための個別相談や需要喚起の取り組みを行う。アンテナショップにおいては、供給している会員企業の販促に貢献するとともに、販促ノウハウを蓄積し、そのノウハウを会員企業に開示していく。</p> <p>地域経済の活性化支援</p> <p>各事業（まちゼミ、いこまバル、100 円商店街）を継続発展的に開催し、検証を行い、課題を明確にして、対策を講じる。実施事業者が自立的に運営することにより、地域活性化の担い手になれるような組織づくりを目指す。</p>
連絡先	生駒商工会議所 住所 奈良県生駒市元町 1-6-12 (代表) 0743-74-3515

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

◆生駒市の概要

当市は、奈良県の北西端に位置し、大阪府と京都府に隣接し、面積 53.15 km<sup>2</sup>を有し、642m の生駒山地があり、東西約 8km、南北約 15km と南北に細長い地形をしている。主要駅である近鉄生駒駅は、奈良から阪神電車の三宮まで直通運転される近鉄奈良線、学研奈良登美ヶ丘から大阪南港コスモスクエアまで直通運転される近鉄けいはんな線と、生駒から王寺まで結んでいる近鉄生駒線のターミナル駅である。また日本で最初につくられたケーブルカーが生駒駅前から生駒山頂を結んでいる。

大阪のベッドタウンと位置付けられ 自然環境の良さや交通の利便性から人口は伸び、平成 22 年に 12 万人を超えた。しかし、流出人口が流入人口を大幅に上回り、昼間人口が夜間人口の 4 分の 3 まで減少し、高齢者や 15 歳未満の占める割合が大きく、小売・サービス業における経営環境は活気に欠け厳しい状況にある。

◆生駒市の産業の特徴

当市の産業の種類は、茶釜・茶道具・編針などの竹製品で知られる高山地区の伝統産業が受け継がれている一方で、住宅都市として発展してきた経緯から、商業・サービス業の比率が多い。工業では、関西文化学術研究都市の一角として高山サイエンスタウンが形成され、さらに準工業地域（学研生駒テクノエリア）には、約 110 社の企業が立地し、機械・金属の製造業や印刷業の工場などが集積している。

市内総事業所数 2,721 に対して、小規模事業所数は 2,131 と大半を占めている。その内訳は、商業 620、サービス業 446、工業 170、建設業 173、教育・学習支援業 142、医療・福祉 249、不動産・賃貸業 243、その他 88 である。

<事業所の規模別概況（民営）>

平成 24 年経済センサス

産業分類	総数（民営）				規模別（民営）											
	事業所数	従業者数			0人		1-4人		5-9人		10-19人		20-29人		30人以上	
		男	女	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	
総数	2,721	25,530	12,133	13,215	772	1,467	1,045	3,878	433	3,516	252	3,922	99	2,516	121	10,231
農林漁業	4	23	17	6	0	0	3	9	0	0	1	14	0	0	0	0
鉱業、採石業、砂利採取業	2	5	3	2	2	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
建設業	178	925	670	255	48	91	92	347	25	195	8	122	3	77	2	93
製造業	204	2,884	2,037	847	42	96	68	280	32	268	28	473	14	378	20	1,389
電気・ガス・熱供給・水道業	2	23	22	1	0	0	0	0	1	9	1	14	0	0	0	0
情報通信業	26	315	183	132	15	18	4	10	2	13	1	12	3	80	1	182
運輸業、郵便業	35	1,273	1,163	110	2	10	8	32	7	43	6	108	2	52	10	1,028
卸売業、小売業	689	6,188	2,602	3,538	182	352	240	833	129	1,004	81	1,216	27	641	30	2,142
金融業、保険業	43	482	167	315	5	7	9	27	9	65	12	156	5	119	3	108
不動産業、物品賃貸業	243	758	420	338	106	198	112	342	19	147	6	71	0	0	0	0
学術研究、専門・技術サービス業	106	731	432	299	40	69	50	166	8	63	4	72	1	26	3	335
宿泊業、飲食サービス業	318	2,740	1,014	1,592	98	216	100	437	52	522	33	500	23	563	12	502
生活関連サービス業、娯楽業	263	1,283	569	714	79	109	139	440	28	204	11	203	3	108	3	219
教育、学習支援業	148	1,862	955	907	58	121	42	180	28	209	14	210	4	93	2	1,049
医療、福祉	290	5,106	1,259	3,847	46	92	89	486	77	659	37	618	10	275	31	2,976
複合サービス事業	12	95	41	54	1	3	2	8	7	47	1	10	1	27	1	0
サービス業（他に分類されないもの）	158	837	579	258	48	80	87	281	9	68	8	123	3	77	3	208
公務（他に分類されるものを除く）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

小規模事業所数

5人未満の商業・サービス業	1,066
20人未満の製造業その他	1,065

## 1. 商業・サービス業

小売・商業は、人口1人当たり販売額が約82万円で、全国平均（約105万円）と比べて少なく、約260億円もの消費支出が域外へ流出していると考えられる。店の品揃えや価格も大阪と競争できる水準にはなく、30分足らずで大阪へ行けるという交通利便性から大阪で消費する市民も多い。

市内飲食店では、人口1,000人当たりの店舗数が2.58店と極端に少ない状況にあるが、近年市北部の開発地域や新線駅付近に「オシャレな店舗」の立地が目立ち始めている。

サービス業は、教育・学習支援業、医療・福祉を含めると、小規模事業者数は837に上り、住宅都市としての特徴が表れている。少子高齢化の進展により、教育・学習支援業は競争が激化しており、一方で医療・福祉については需要が増加している。

## 2. 工業

市内には、後付された準工地域はあるものの、ほとんどの企業が部品加工業であり零細企業も多い。

製造品出荷額が約518億円と少なく、奈良先端科学技術大学院大学との連携による発展が期待されているが、大学の研究内容は高度で、中小企業にとっては敷居が高く、アプローチし難いという状況が続いている。

地場産業では室町時代から伝えられる技法を用いた伝統工芸品に指定されている茶釜（全国シェア80%以上）茶道具、編針などの竹製品の製造が盛んであるが、新住民には茶釜の里という意識は少ない。

## 3. 観光

当市では大都市近郊という立地条件と豊かな自然に恵まれているという特徴を活かして、矢田丘陵遊歩道の整備・生駒山スカイウォークなどのイベント等、身近に参加でき、楽しめる観光の振興に努めている。主要な観光地である宝山寺・生駒山上遊園地・くろんど池においては、観光客数の推移が減少ないし横ばい傾向にある。

## 4. 農業

農業振興地域はなく、大都市の近郊であることから宅地開発が進み、住宅や駐車場などへの転用により農地が減少している。

大都市近郊農業としての生産機能と農地の保水・緑地機能としての役割を考慮しながら地産地消の推進などによって特色のある農業の振興を進めようとしている。また市民農園の運営などにより、地域住民との連携を図っている。

### ◆生駒市の産業のSWOT分析

#### 1) 商業・サービス業

##### 【機会】

- ・大阪都心のベッドタウンとして一定の人口（12万人強）がいる。
- ・少子高齢化が進展している。

##### 【強み】

- ・近年市北部の開発地域、また新線駅付近に「オシャレな店舗」の立地が目立ち始めている。
- ・飲食、食料品、サービス業等で成功事例がある。
- ・観光資源（生駒山麓）と連携した飲食業の進出が見られる。

<p><b>【脅威】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・郊外の大型店舗の増加などで消費者のニーズにあった商品が提供されている。</li> <li>・少子高齢化が進展している。</li> </ul>	<p><b>【弱み】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業規模は従業員数 10 人未満の事業所が 8 割近くを占めている。</li> <li>・後継者不足が問題となっている。</li> <li>・個店が減少傾向にある。</li> <li>・特徴のある個店が少ない。</li> <li>・商品アイテム数が少ない。</li> <li>・価格面で大型店に対抗できない。</li> </ul>
<p>2) 工業</p>	
<p><b>【機会】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ものづくり企業集積（東大阪市等）に近い。</li> <li>・大学等研究機関が存在する。</li> </ul>	<p><b>【強み】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・工業集積地としては「学研生駒テクノエリア」がある。</li> <li>・茶釜（全国シェア 80%以上）茶道具、編み針などの竹製品の製造が盛んである。</li> </ul>
<p><b>【脅威】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・安い海外製品に圧迫されている企業もある。</li> </ul>	<p><b>【弱み】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・最終消費財を製造している企業がなく、ほとんど部品加工業（中間品）であり、零細企業も多い。</li> </ul>
<p>3) 観光</p>	
<p><b>【機会】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大都市近郊という立地条件と豊かな自然に恵まれている。</li> </ul>	<p><b>【強み】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光資源である生駒山や宝山寺周辺地域は、生駒山の稜線と緑を形成し、金剛生駒紀泉国定公園に指定されており、財団法人古都保存財団の「美しい日本の歴史的風土 100 選」に選定されている。</li> <li>・市北部にはくろんど池自然公園があり、水と緑が広がる広大な景観を楽しめる。大阪府交野市私市からつながるハイキングコースの終点に位置し、大阪府からの観光客も期待できる。</li> </ul>
<p><b>【脅威】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・近隣（奈良市）に世界遺産を初め有名な観光資源があるので、通過点になっている。</li> </ul>	<p><b>【弱み】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客数は横ばいしないし減少傾向にある。</li> <li>・観光資源の魅力発信が十分できていない。</li> </ul>
<p>4) 農業</p>	
<p><b>【機会】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大消費地に近い</li> </ul>	<p><b>【強み】</b></p> <p>特産品としては、黒大豆、食味ランキング特 A のヒノヒカリ（米）がある。</p>
<p><b>【脅威】</b></p>	<p><b>【弱み】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・担い手の高齢化や後継者不足が深刻である。</li> <li>・遊休農地が増加している。</li> <li>・ほとんど個人で兼業農家である。</li> </ul>

## ◆生駒市産業の課題

### 1) 商業・サービス業

大阪・京都の大都市圏が隣接しており、また電車が神戸まで直通運転され、交通の利便性から市外での消費が多く、経営環境は厳しい状況にあり、後継者不足への対策や特徴ある地域住民に愛される個店づくり・既存商店街の活性化などが急務であり、起業家の発掘・育成にも取り組まなければならない。サービス業においては少子高齢化の進展をチャンスと捉え、地域住民のニーズを的確に把握し、特徴あるサービスを開発・提供することが課題である。

### 2) 工業

地場産業においては外注先を含めた後継者育成が課題となっている。学研生駒テクノエリアでは、北田原南北線という国道 163 号線からの整備が行われており、物流アクセスの効率アップが期待できる。今後は、部品加工中心の小規模事業者が多いことから、下請からの脱却や自社製品の開発などに挑戦し、他社にない特徴のある企業に生まれ変わることが課題である。

### 3) 観光

地域の観光資源の魅力を積極的に発信し、健康志向やアウトドア志向といったニーズを踏まえ、恵まれた自然資源を活かした取組を推進し、地域経済の活性化につなげることが課題である。

### 4) 農業

農業においては、遊休農地の活用、地産地消の推進、新規就農者支援を進め、市民とともに農業の推進と人に優しい生活環境の保全を図るための取り組みの推進が課題である。

## ◆小規模事業者の中長期的な振興のあり方

市内商工業者の中で、大多数を占める小規模事業者は、地域住民の生活を支え、地域コミュニティにおいても中心的な役割を果たすとともに、市外からの観光客に対してもおもてなしを通じて地域の魅力を発信し、魅力あるまちづくりの一翼を担っている。小規模事業者が将来にわたって持続的に発展することが求められており、成行き任せの経営から脱却し、中長期的な視点から目指すべき方向を定め、実現可能で無理のない計画の策定とその推進が重要となる。

## ◆生駒商工会議所の役割

当所は、地域の総合的経済団体であり、小規模事業者支援の中核的機関として、小規模事業者の意識改革を促し、計画的な経営を自立的に推進できるよう支援する役割を担っている。

## ◆目的

上述の強みと課題ならびに、小規模事業者の中長期的な振興のあり方と当所の役割を踏まえ、奈良県、生駒市、地域金融機関等と連携し、大都市近郊という立地を生かし、自然豊かで住みよい住宅都市としての魅力を発信して、個々の小規模事業者（店舗、工場等）の経営力強化と地域の需要喚起、さらに創業者の創出や地域経済の活性化に寄与することを目的とする。

## ◆定性的目標（重点取り組み）

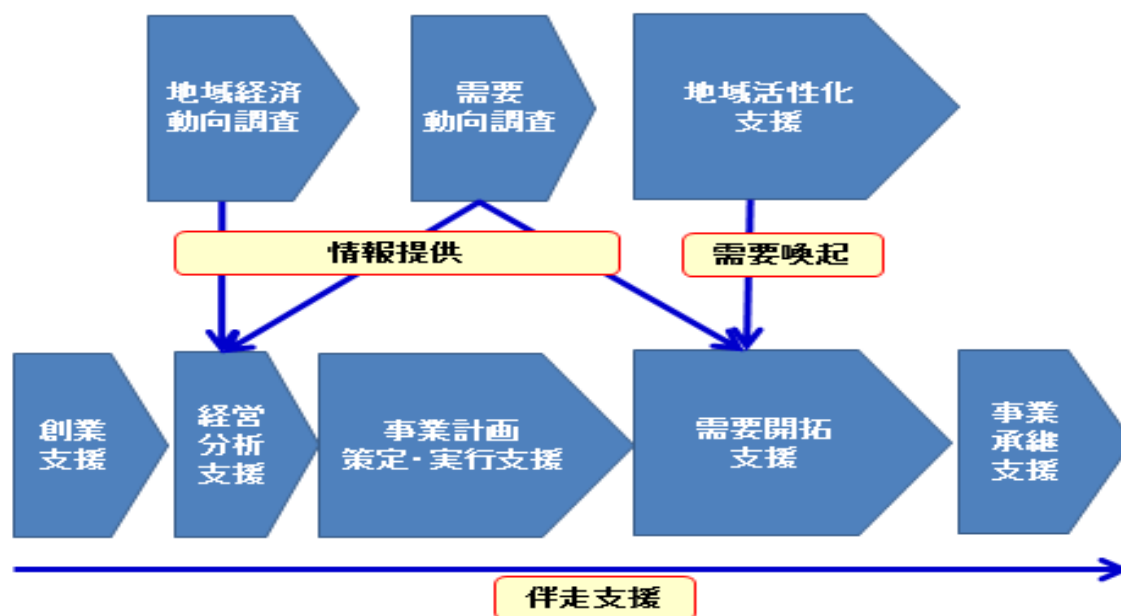
- ・各種イベントや需要動向調査等を活用した個店の収益力強化
- ・いまこいバル・100円商店街等のイベントを通じた地域商店街のにぎわい創出
- ・経営分析、事業計画策定・実施、需要開拓支援による企業の競争力強化
- ・女性優先企業家セミナーや創業塾を通じた創業者の発掘
- ・事業承継支援と後継者育成による事業者減少の抑制

◆数値目標

支援内容	現状	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
経営分析支援数	未実施	25	30	30	35	40
事業計画策定支援	小規模事業者	15	25	30	30	35
	創業	20	30	50	50	50
	事業承継	3	5	10	10	10
事業計画実行支援	3	25	30	30	35	40
需要開拓個別支援数	10	15	15	15	15	15
アンテナショップでの新商品数	未実施	3	5	5	10	10

◆取り組みの全体像

本支援計画で、小規模事業者が生まれて持続的に事業を発展させ次世代へ引き継ぐまでを一つのライフサイクルと捉え、一つひとつのステージにおいて事業者が自立的に事業を遂行できるよう伴走支援していく具体的な支援計画を立案する。そのための情報提供や地域の需要喚起の具体策も含めて立案する。



## 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 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】

##### 【これまでの取組】

これまでは、生駒市内における経済動向を把握するための調査を実施し、主に商工会議所の施策立案に活用してきたが、地域小規模事業者への具体的な支援に向けた活用には至っておらず、個別企業への相談時の活用は十分ではなかった。

##### 【今後の取組内容】

生駒商工会議所独自の各種調査や、自治体の経済センサス調査など、他の機関が実施・公表する統計資料を活用し、地域の小規模事業者及び商店街・組合等の業種団体に対して、外部（経済）環境分析を交え、わかりやすく解説しながら情報提供する。調査結果は、自らも地域経済を把握し小規模事業者の経営支援のための資料とするほか、地域経済活性化策の基礎資料としても活用する。

情報収集の件数を増やせるよう努力するとともに、調査企業への訪問時のヒアリング内容を充実させ、表面的な問題点にとどまらず原因分析まで掘り下げること、より精度の高い地域経済動向分析につなげ、市内小規模事業所が有効活用できるように整理し、発信していく。

##### 【事業内容】

###### (1) 情報収集・整理

###### ① 中小企業景況調査

中小企業庁の委託事業として、生駒市内の 30 社（5 業種）を対象として四半期毎に事業所の経営状況（売上、資金繰り、在庫、設備投資、雇用など）を調査する。調査結果は、中小企業基盤整備機構が取りまとめ、全国ベースで集計・分析している。

###### ② L O B O 調査

毎月実施する L O B O（早期景気観測）調査により、産業別の小規模事業者の経済動向を「売上高」「採算性」「仕入単価」「従業員数」「業況」「資金繰り」の 6 項目に分け、前年同期との比較や向こう 3 カ月の先行き見通しについて調査をおこなう。また地域に大きな影響のある社会経済事象があった場合、より地域の動向を把握するため、必要に応じ随時アンケート調査を行う。調査結果は、日本商工会議所が取りまとめ、全国ベースで集計・分析している。

###### ③ ナント経済月報

南都経済研究所（南都銀行）発行の「ナント経済月報」（人口・世帯等、経済基盤、産業・労働）など広範な分野から主要な統計指標を選定し、小規模事業者に役立つ県内の経済動向を収集整理する。

#### ④奈良県の経済動向調査

奈良県統計課が、奈良県における経済活動の所要分野に着目し、当該分野の経済指標の時系列変化や、全国・近畿各府県との比較により、毎月の県内の経済動向を収集整理している。

#### ⑤市内小規模事業者の経営状況調査

当所として独自に市内の小規模事業者（50社）に対して四半期毎に経営状況（売上、資金繰り、在庫、設備投資、雇用など）に関するアンケートを実施し、集計・整理する。

#### (3)情報の分析

当所が独自に実施する市内小規模事業者の経営状況調査をベースに、全国で行われる中小企業景況調査、L O B O調査と、ナント経済月報、奈良県の経済動向調査との比較分析を行う。

具体的には、「売上高」「採算性」「仕入単価」「従業員数」「業況」「資金繰り」について、業種別に推移グラフや比較表により全国および奈良県との対比が一目でわかるように加工・編集し、市内小規模事業者の位置づけを明確にするとともに、課題を浮き彫りにする。

#### (2)成果の活用と手段

収集した情報や分析結果は、経営指導員がいつでも容易に検索・抽出できるようにし、支援担当者が巡回・窓口相談時や講習会・セミナー開催時に小規模事業者に情報提供を行い、経営支援に活用できるようにする。併せてホームページへの掲載も行う。

- ・ピックアップ情報および分析結果を当会議所広報にて発信する。
- ・各商店街・工業団地等の会合で集計した資料を提供する。
- ・巡回訪問や窓口相談時に業界動向・支援策情報・事例等を提供する。
- ・会議所としての企業支援計画の検討・見直しに活用する。

これにより、小規模事業者が自社に関係する業界動向を把握することができる。さらに、個々の小規模事業者の経営状況分析の支援に活かす。

### 【目標】

調査内容	現状	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
中小企業景況調査の実施回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回
L O B O調査の実施回数	12回	12回	12回	12回	12回	12回
ナント経済月報の収集回数	未実施	12回	12回	12回	12回	12回
奈良県の経済動向の収集回数	未実施	12回	12回	12回	12回	12回
市内小規模事業者の経営状況調査の実施回数	未実施	4回	4回	4回	4回	4回
提供先事業所数	未実施	1200件	1300件	1300件	1400件	1500件

## 2. 経営状況の分析に関すること 【指針①】

### 【これまでの取組内容】

#### (1) 経営改善普及事業の実施

税務、金融、労務、経理、経営、情報、経営革新等の分野で、市内中小企業が抱える経営上の課題を掴み、経営指導員等が解決に向けて対応している。相談対応の手法としては以下の3つを行っている。

- ①巡回訪問
- ②窓口相談（随時、定期）
- ③専門家による相談支援（弁護士、税理士、中小企業診断士、社会保険労務士、等）



**【取組方針】**

経営改善普及事業を通じて小規模事業者の経営状況を把握し経営分析を行う。専門的な課題については、奈良県よろず支援拠点、各種専門家等と連携しながら解決につなげる。

**【事業内容】**

## (1) 経営分析ニーズのある事業者の抽出

以下の2つの事業により、経営分析を行うことで経営改善効果が期待できると思われる事業者を抽出する。

①経営改善普及事業

②日本政策金融公庫（国民生活事業）との連携事業

毎月1回行っている同公庫との定例相談会の午後もしくは日時を設定し、新規開業者・完済の事業所・既存契約事業所を当所経営指導員と公庫職員が帯同訪問し、融資相談・斡旋、事業所の経営内容の把握に努める。

## (2) 経営分析の実施

目的	・事業者の経営課題を抽出し、課題解決案を提示する。
項目	・3C分析（顧客、競合、自社） ・外部環境・内部環境分析 ・財務分析 ・マーケティング分析 ・業務プロセス分析
内容	・6つの視点（顧客価値、ターゲット顧客、戦場、競合、強み、独自資源）で事業を整理し、一貫性を確認し、矛盾点（課題）を抽出する。 ・個社を取り巻く環境変化（機会、脅威）を明確にし、それに対応する内部環境（強み、弱み）を整理する。 ・貸借対照表、損益計算書等から収益性・安全性・流動性・成長性・生産性などの経営状況を把握する。 ・需要動向調査、競合調査、優位性分析を行う。 ・事業所内の業務の流れを分析する。 （例えば、製造業の場合、受注→設計→購買→製造→検査→出荷）
効果	・現状の経営課題が明確になる。
活用方法	・事業者とともに解決策の優先順位づけや改善計画の作成、改善実施の支援を行う。 ・事業計画書策定につなげる。

**【目標】**

抽出事業者の経営課題を把握し、その解決方向を見定めることを目標とする。

支援内容	現状	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
窓口相談件数(延べ)	1,211	1,200	1,200	1,200	1,000	1,000
巡回訪問件数(延べ)	324	500	500	500	600	600
経営分析件数	未実施	25	30	30	35	40

**3. 事業計画の策定支援 【指針②】**

## (1) 小規模事業者支援

**【これまでの取組内容】**

企業からの依頼が殆どなく、十分な支援ができていない。

### 【取組方針】

事業者による補助金申請、経営革新計画の認定申請、マル経融資等の要望を契機として事業計画策定ニーズを発掘し、経営分析を踏まえて事業計画策定支援を行う。

### 【事業内容】

#### ① 補助金の広報活動

各種補助金の公募情報などをホームページ、メールマガジン、会議所ニュース等によりタイムリーに情報を提供する。

#### ② セミナーの開催

経営革新、経営戦略・事業計画策定の必要性や策定方法に関するセミナーを実施する。

#### ③ 事業計画策定を求める小規模事業者の掘り起し

セミナー受講者や日々の相談対応等で事業計画策定支援を希望する事業者を発掘し、挑戦意欲を喚起する。

#### ④ 事業計画策定支援の実施

市内小規模事業者が直面している経営課題を解決し継続的な発展を図るため、経営指導員等が事業計画策定の支援を行い、より高度な課題については、中小企業診断士、税理士等の専門家、市内金融機関、よろず支援拠点などの支援機関とも連携して実施する。

対象者を以下のように分類し、目的に応じた支援を実施する。

対象	手段	支援内容
環境変化に対応して経営戦略の見直しを実施したい事業者	経営戦略	内部環境・外部環境の分析、現状の整理、課題の抽出、目指すべき姿の明確化、目標設定、推進体制の構築、推進スケジュールの作成、売上・利益計画の作成等を支援する。
新規事業に取り組みたい事業者	経営革新計画	県の承認を受けるべく、新たな事業内容、既存事業との相違点、新規性、実現可能性、実施計画、売上・利益計画等の作成を支援する。
設備投資を実施したい事業者	補助金申請	現状の課題、解決策、設備投資の必要性、競争力強化のポイント、推進体制、推進スケジュール、設備導入後の事業化スケジュール、売上・利益計画、費用対効果等の作成を支援する。
経営上の課題を抱えている事業者	経営改善 マル経融資	現状の課題の抽出、課題を引き起こしている原因分析、課題解決策・解決策の実実施計画の作成、効果予測、費用対効果等の作成を支援する。

### 【目標】

計画的に事業を実施する事業者を増やし、事業の発展につなげることを目標とする。

支援内容	現状	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
セミナー開催回数	未実施	1	2	2	2	2
事業計画策定事業者数	15	25	30	30	35	40

## (2)創業支援

### 【これまでの取組内容】

#### ① 女性優先起業家セミナーを実施

##### a)背景

少子高齢化が進む中、労働人口の減少が懸念されている。一方地域の持続的な活性化を期待する地域の行政・産業などからの女性労働力に対する社会的ニーズは大きくなっている。女性にとって働くことの魅力は、収入を得られることにより、メリハリのついた生活を送れることやいろいろな人との関わりで人間的にも成長できることである。しかし、家庭と子育ての両立という課題を抱える女性が多い中で、起業の理由の一つに裁量の自由度が高いことが挙げられる。関係機関と連携し、基礎的知識の提供を行ってきた。

##### b)取組方針

生駒市・生駒商工会議所・生駒市観光協会・帝塚山大学が連携し、生駒の「女性力」活用により創業者を増やし地域活性化を目指し、以下の方針で実施した。

- ・女性起業家一企業を取り巻く環境の変化とともに経営の在り方も変化するので、アカデミックなフィールドの研究者から原理原則を学ぶ。
- ・経営学の体系的な知識を得る。
- ・起業時の不安を解消するために、既に企業を果した女性の経験から多くを学ぶ。
- ・異なった分野の女性のネットワーク形成を促進する。

##### c)取組内容（実績）

##### 3回コース

1日目：先輩起業家からのメッセージ	36人
2日目：商品開発アイデア検討のグループワーク（7グループ）	31人
3日目：アイデアの具現化と起業時に必要な知識	26人

##### d)成果

- ・1グループの提案商品アイデアが最高得点で優秀賞を受賞した。その後、「たけまるプリン」と名付け、既存企業に依頼し、試作品を開発した。販売は、期間限定で当会議所主催の商工まつり等で行った。
- ・近畿経済産業局の「支援機関での女性による創業・起業支援事例」として報告した。

#### ② 創業セミナーを実施

創業・開業を目指す方を対象に、創業への第一歩を踏み出すための心意気や、創業の成功事例について3名の講師を招き、43名の出席者に、熱く語っていただいた。

### 【取組方針】

これまでのセミナー受講者からの創業者が少なかったことを踏まえ、より実践的なセミナーを開催するとともに個別相談を充実させ、創業希望者の具体的な悩みの解決を支援することで、実際に創業に踏み出すキッカケを与え、創業者数の増加を目指す。

### 【事業内容】

#### ① 女性優先起業家セミナーの継続開催

本セミナーは今年が3年目にあたる。これまでの集大成として、奈良県内に多数存在する起業に関する支援ネットワークを生駒に集結させ、生駒市内で起業を希望する人への支援メニューの紹介や個別相談に応じるイベントを実施する。

## ② 実践的な創業セミナーの開催

生駒市が今年度申請済みの産業競争力強化法による「創業支援事業計画」に基づき、翌年度からより実践的な創業セミナーを開催する。具体的には以下のような内容を盛り込む。

- ・ビジネスモデル構築の仕方
- ・売れる商品・サービスの作り方
- ・適正な価格設定と効果的な販促方法
- ・資金調達
- ・ビジネスプランの作成方法
- ・開業手続き

## ③ 創業個別相談

創業希望者に対して、創業時に必要となるマインド、マネジメント、マーケティングに関する個別指導やビジネスプランの作成支援を行う。

## ④ 創業後のフォロー

創業時のビジネスプランに基づく事業の円滑な推進を図るために、以下のフォローを行う。

- a) 定期的な巡回訪問と進捗確認
- b) 経営課題の把握
- c) 課題解決に向けた具体的な指導・助言
- d) ビジネスプランの見直し支援

### 【目標】

創業者数を増加させるとともに、事業が継続的に発展することを目標とする。

支援内容	現状	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
セミナー開催回数	1	2	2	2	2	2
創業支援対象者数	20	30	50	50	50	50
創業者数	1	2	3	3	3	3
フォローアップ事業者数	1	2	3	3	3	3

### (3) 事業承継・後継者育成支援

#### 【これまでの取組内容】

個人事業者の事業承継支援（主として税務支援）が多く、企業からの依頼がほとんどなく、十分な支援ができていない。

#### 【取組方針】

日々の巡回・窓口相談を通じて、後継者問題を抱える事業者を発掘し、チラシやセミナーにより啓蒙活動を行うとともに、個々の事業所の実情を踏まえた個別支援を行う。

#### 【事業内容】

##### ① 後継者問題を抱える事業者の発掘

経営者の高齢化が進み、後継者問題を抱える事業者は増加傾向にある。主に以下の3つが考えられる。会員企業の現状を把握する。

- a) 社長が高齢であるにも関わらず、後継者育成に対する意識が低い。
- b) 社長が後継者問題を意識しているが、どうしていいかわからない。
- c) 社長が事業承継を断念している。

##### ② 後継者問題への気づきの提供

a) チラシ・アンケートの配布

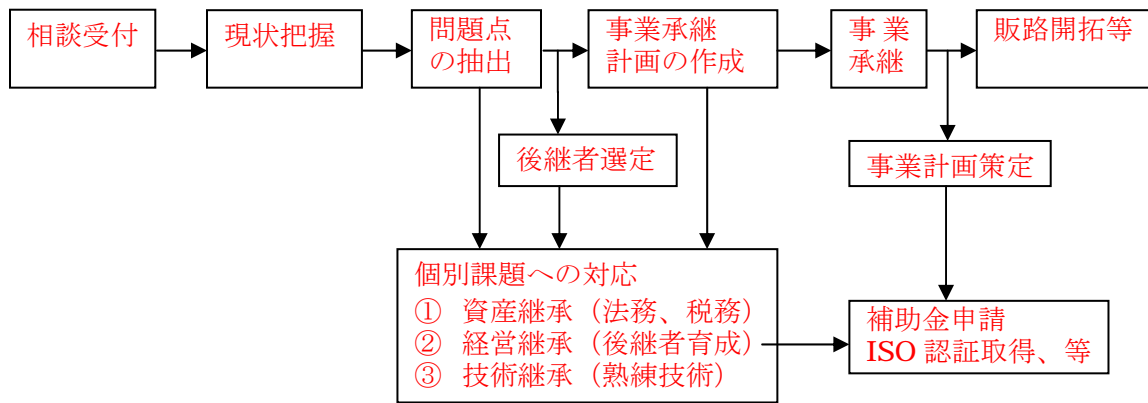
後継者対策の必要性を喚起するチラシを作成し、アンケートとともに会員企業に配布する。

b) セミナーの開催

問題意識を醸成し、置かれている現状を再確認していただく。さらに計画的に事業承継を進める必要性と事業承継の流れを理解していただく。

③ 個別支援

以下の手順に従って伴走支援を行う。



個別課題への対応については、専門家派遣（中小企業診断士、税理士、弁護士等）を活用する。後継者育成については、後継者が中心になって補助金申請や ISO 認証取得等に取り組むことを促し、それを支援する。さらに、事業承継後は後継者による事業計画策定や需要開拓等を支援する。

【目標】

計画的な事業承継を支援することで、廃業事業者数を削減することを目標とする。

支援内容	現状	H28 年度	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
セミナー開催回数	1	1	1	1	1	1
個別相談件数	3	5	10	10	10	10

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 【指針②】

【これまでの取組内容】

企業からの依頼が殆どなく、十分な支援ができていない。

【取組方針】

事業者が事業計画に基づき事業を実施する際に発生する様々な課題を定期的な巡回を通じて把握し、適切な指導・助言を行う。必要に応じて専門家や金融機関等と連携し、高度な経営課題の解決や融資関係手続きの指導・助言を行う。

【事業内容】

(1) 事業計画フォロー

策定した事業計画に基づく事業の円滑な推進を図るために、以下のフォローを行う。

- ①定期的（3ヶ月毎）な巡回訪問と進捗確認
- ②経営課題の把握
- ③課題解決に向けた具体的な指導・助言
- ④事業計画の見直し支援

### 【目標】

事業者が策定した事業計画に基づいて事業を円滑に実行し、成果を上げることや、経営環境の変化に柔軟に対応して事業を持続的に発展させることを目標とする。

支援内容	現状	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
フォローアップ事業者数	3	25	30	30	35	40

## 5. 需要動向調査に関すること 【指針③】

### 【これまでの取組内容】

#### (1) アンテナショップ（おちやせん）の運営

生駒市内で製造された物品を市の特産品として市内外に情報発信するための拠点として、平成26年4月20日にアンテナショップ（おちやせん）を近鉄生駒駅前ベルテラスいこま3階にオープンし、当所が運営している。観光や農業を含め市内における商工業活動に関わる地域情報の発信を通して、市民はもとより県内外の方々に生駒への関心を促し、生駒の経済活動の活性化に結び付けることを目的としている。



店前風景



店内商品風景

### 【取組方針】

アンテナショップを通じた鮮度の高い商品の需要動向および、住民を対象としたアンケート調査による業種別の需要動向を調査する。

### 【事業内容】

#### (1) アンテナショップで取り扱っている商品アイテムの需要動向調査

現在の取扱い商品はおおよそ250品目（31店舗）で、地域の特産品を初めとして様々な商品を幅広く取り扱っている。たとえば、「※高山あられ」、「※レインボーラムネ」、地酒、パン、スイーツ、和菓子、スープ、地場野菜、「たけまる米」などである。今後期間を決め、随時入れ替えていく。各事業所の販売商品、年齢層、性別、購入理由を取集し、ショップでの経営に活用するとともに各仕入事業所へフィードバックし、顧客ニーズ・市場動向の把握、次期新商品の開発に活かし、新商品のテストマーケティングの場としても活用していく。具体的には、

試作品の段階からアンテナショップに陳列し、お客様の声を集め、改善点を明らかにして商品をブラッシュアップしてヒット商品につなげていく。

※ 高山あられ・レインボーラムネは全国放送のケンミンショーでも取り上げられた商品で、レインボーラムネにおいては、一般的には抽選でも約1年待ちの商品である。

(2) 住民を対象とした需要動向調査の実施

2年に1回程度、調査会社の活用あるいは当所自身によるアンケート調査を実施し、業種別に顧客ニーズを分析・整理し、当所のホームページなどを通じて小規模事業者を提供することで、個々の小規模事業者にとっての市場規模を見積もるデータとして活用していただく。

【目標】

テストマーケティングを通じて顧客ニーズに適合した新商品開発を進めることを目標とする。

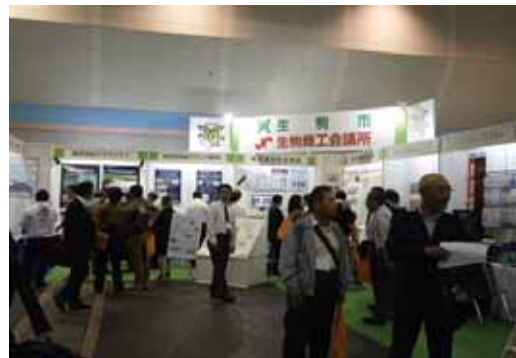
支援内容	現状	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
新商品数	未実施	3	5	5	10	10
1商品当たりのテスト回数	未実施	15	25	25	50	50

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】

【これまでの取組内容】

(1) 新価値創造展（旧中小企業総合展）への支援

生駒市地域産業活性化戦略会議（生駒市、生駒商工会議所、北田原工業会、南都銀行の4者で構成）では、市内の製造業事業者等が持つ優れた技術力や製品を広くアピールし、販路開拓、業務提携といった企業間取引を実現するビジネスマッチングを促進する取組として、毎年2ヶ所10事業所が、各ビジネスフェアへ「いこまものづくりブース」として出展している。



(2) ベルステージ広場でのイベントの開催

アンテナショップの一周年記念や100円商店街事業との共催イベントを開催した。



ベルステージ風景



アンテナショップ前

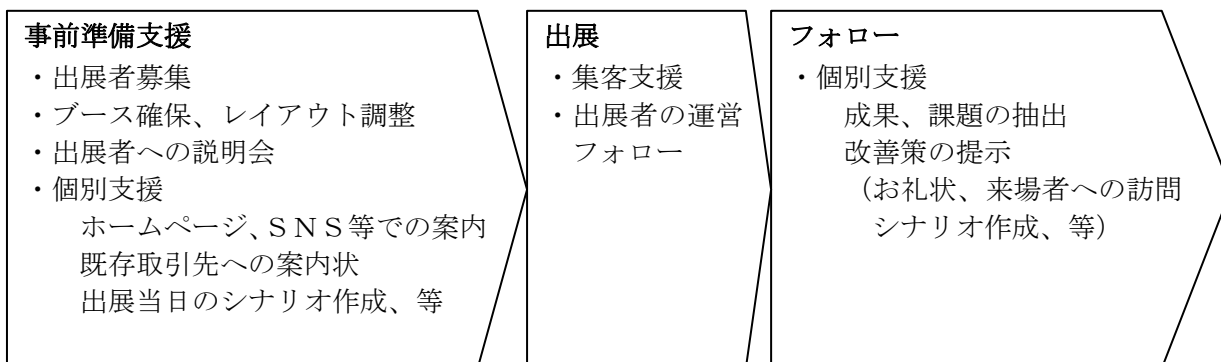
## 【取組方針】

市内小規模事業者のため新たな販路開拓につながる展示会への出展を強力に促進するとともに、個々の事業者の集客に関する悩みを解決するための個別相談や需要喚起の取り組みを行うことで、小規模事業者の取引先の増加や売上アップにつなげる。

## 【事業内容】

### (1) 展示会への出展小規模事業者数の拡大と出展事業者に対する個別支援

展示会等の情報を的確に提供し、積極的参加を促し、出展者には事前にセミナーを開催する。また、出展経験の少ない小規模事業者が商談会、展示会への出展は、成約に結びつかないことが多いため、専門家等の出展に関する助言、アドバイスを受ける機会を設けて出展者の事前準備を支援する。さらに、展示会当日の運営支援や集客支援を行い、展示会終了後は成果・課題の抽出、改善策の提示などの支援を行う。



### (2) マーケティングに関する個別相談

売上＝顧客数×客単価×リピート回数 であることから、顧客数、客単価、リピート回数をいかにして上げていくかという視点で、個々の事業者の事情を勘案して個別支援を行う。必要に応じて専門家派遣を活用する。

### (3) アンテナショップを活用した販促支援

アンテナショップにおいて以下のように様々な販促活動を実施し、当店に供給している事業所の販促に貢献するとともに、販促ノウハウを蓄積し、そのノウハウを各事業所に開示していく。

- ①認知活動 : チラシ、店前看板、のぼり、ホームページ等
- ②店内販促 : POP、店内ポスター、売場づくり、陳列改善等
- ③再来店対策 : ニュースレター、お礼状、メールマガジン、ポイントカード等

### (4) ベルステージ広場でのイベントの開催

- ①イルミネーション  
クリスマス商戦に合わせて実施する。
- ②他事業との共催イベント

### (5) ホームページ、ソーシャルメディア等の IT 活用

IT コーディネーターなどの専門家を活用し、集客できるホームページやソーシャルメディ



アの活用方法を支援する。

(6) まちゼミ、いまこいバル、100円商店街の需要開拓への活用

中心市街地等の地域活性化としてのまちゼミ、いまこいバル、100円商店街の取り組みを各個店の需要開拓につなげる。詳細は「地域経済の活性化に資する取組」で記載する。

**【目標】**

各企業の取引先の増加や各店舗の集客力の増加を図り、売上の増加につなげることを目標とする。

支援内容	現状	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
展示会出展企業数	10	15	15	15	15	15
個別相談件数	10	15	15	15	15	15
イベント開催回数	1	2	2	2	2	2
商談件数	13	15	15	15	15	15

**II. 地域経済の活性化に資する取組み**

**1. 地域活性化事業**

**【これまでの取組内容】**

(1) 中心市街地等での地域活性化の取組み

① まちゼミ

商店街や市内商工業者と連携し、店主が講師となつて、店のノウハウ、技術を無料で客に知ってもらふ講座を街全体で開催する事業である。個店や商店街を広くアピールし、集客の増加を図り、店のファンを増加させ売上向上につなげることを目的としている。



酒蔵でのゼミ風景

② いまこいバル

市内の店舗を地元並びに周辺市町村の人に知ってもらい、楽しんで回遊してもらうことにより飲食店の活性化を図る事業である。普段入店しにくい比較的価格帯の高いお店に一定料金で体験してもらうことで、20～30歳代の来店を促進し、リピーターにつなげることを目的としている。しかし現状は、各個店が収益性を追求しだし、商品の質の低下を招き、集客力の低下に陥っている店舗もある。



店舗散策風景



入店風景

### ③100円商店街

商店街の各店舗が店頭にて100円商品（集客商品）を販売し、精算は店内に誘導することで主力商品を見てもらい、収益商品の購入に導く事業である。年3回定期的に実施している。27回の開催実績があり、定着してきた。より多くの顧客を店内に誘導するとともに、各店舗での店内回遊の利便性向上、主力商品の陳列の工夫など収益向上につながる方策について、各商店毎に自立的に改善活動を行っているが、開催回数の増加と共に100円商品の開発に苦勞する店舗も増加している。



100円商店街開催風景

### ④いこまどんどこまつり

毎年8月第1土曜日に生駒駅前商店街一帯と健民グラウンドで夏祭りとして開催している。併せて夜には会場正面の丘陵にある生駒市総合公園グラウンドで花火の打ち上げも実施している。



## (2) 伝統産業・地場産業における地域活性化の取り組み

### ① 高山 竹あかり

生駒市の伝統産業である茶釜・茶道具・編針の原材料である「竹」を中心に地場産業の振興を図り、高山竹林園（多目的広場）全体を竹の造形物で飾り付け、かがり火やライトアップによる演出をし、市外からの来場者も多く集客することを目的とした観光振興を図るイベントを開催している。また、生駒市の特産品である茶釜を広く知ってもらうため、併せてお茶会も開催している。

### 【取組方針】

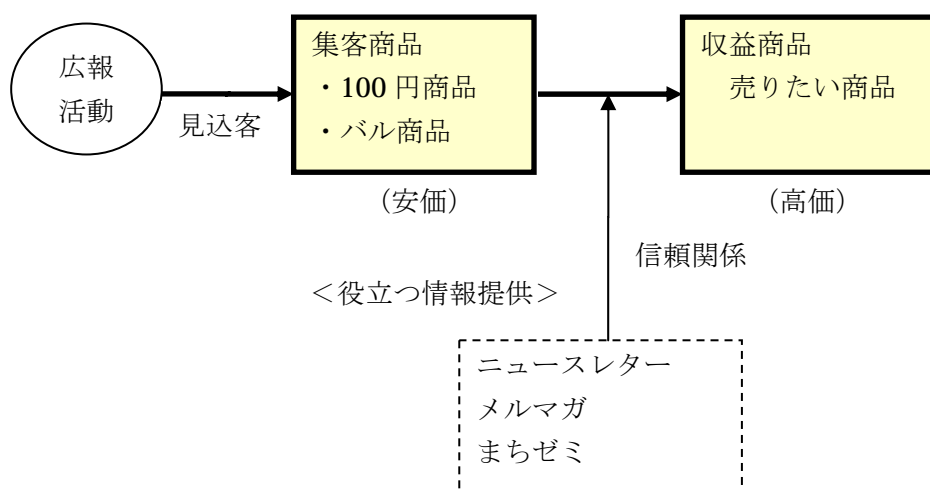
① 商店街連合会、生駒市、各個店と連携し中心市街地等での地域活性化の取り組み（まちゼミ、いまこいバル、100円商店街）を継続発展的に開催し、各事業の実施事業者が自立し、運営に積極的に参加することにより、地域活性化の担い手になれるような若手後継者による組織づくりを目指す。

- ② 中心市街地等の地域活性化としてのまちゼミ、いまこいバル、100円商店街の取り組みを各個店の需要開拓につなげる。具体的には、100円商品やバル商品を集客商品として位置づけて見込客を集め、集客商品を買ってくれたお客様に対して役立つ情報を提供し続け、信頼関係を構築して収益商品の販売につなげる。このプロセスを参加事業者を理解していただくとともに、広報活動拡充や情報提供の手法について継続的に支援する。
- ③ 伝統産業・地場産業における地域活性化の取り組み（高山 竹あかり）については、より広域的な集客を図る。

### 【事業内容】

#### (1) まちゼミ、いまこいバル、100円商店街の需要開拓への活用

これまでの取り組みでの課題を克服するため商店街連合会、生駒市、各個店からの実行委員数を増加させ、地域経済活性化の方向性を共有することで、より強固な組織を構築し、個店の協力を促し商品の質の向上、商品の開発に努める。一方 一般的に知られていない商品知識や活用方法など顧客にとって有益なノウハウを情報コンテンツ化して集客に活用する方法を模索する。たとえば、冊子や動画にしてホームページ等を通じて販売する方法も考えられる。また より多くの方に参加いただくために、同時開催のイベントの強化も図る。



#### (2) 地域資源を活用した新たな商品開発

観光イベントを起爆剤として、地域資源の茶釜・茶道具・編針の原材料である「竹」をモチーフとした新たな商品開発を以下の視点で検討する。

- ・ 観光商品の内容
- ・ 関連する団体と事業者
- ・ ターゲット顧客
- ・ 具体的な販促方法や販売チャネル

### 【目標】

地域商店街のにぎわいを創出し、各個店の魅力度を高め、売上の増加につなげることを目標とする。

#### ① まちゼミ

	現状	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
--	----	-------	-------	-------	-------	-------

参加店舗数	20	22	25	27	30	30
講座数	30	35	40	43	45	45
参加人数	328	350	400	420	450	450

②いまこいバル

	現状	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
参加店舗数	54	55	59	65	70	70
チケット販売枚数	5,055	5,100	5,200	5,500	6,000	6,000
参加人数	4,866	5,000	5,000	5,200	5,500	5,500

③100円商店街

	現状	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
参加店舗数	54	55	55	58	60	60

**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**

**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**

奈良県会議所連合会・各金融機関・士業等専門家（中小企業診断士・税理士・弁護士等）・県よろず支援拠点や各関係機関と連携し、地域の小規模事業者を中心とした地域内のニーズ・支援ノウハウの共有を図る情報交換会を現在は、3回程度行っている。今後は、単なる情報交換ではなく、以下のように支援ノウハウの共有に努める。

支援機関	狙い	支援ノウハウ共有の取り組み
奈良県内商工会議所	県内の共通課題の把握	県内の小規模事業者に関する施策情報を県担当課から説明を受けるとともに、商工会議所間で意見交換を行い、あわせて支援ノウハウの共有を行う。
日本政策金融公庫	効率的な融資の実施	これまで毎月、当会議所で共催実施している定例相談会に加え、当所経営指導員と公庫職員が帯同訪問し、融資に関する相談ノウハウの向上を図る。
金融機関	評価ポイントの把握	小規模事業者が奈良県・生駒市の制度融資等を金融機関を通じて活用する際に、金融機関と事前打ち合わせを行っているが、打合せ時に金融機関の事業所に対する評価ポイントを把握する。
専門家	課題に対する適切な解決	各専門家による個別相談を実施しているが、今後は経営指導員が同席し、小規模事業者の課題を共有し、助言ノウハウの蓄積に努める。
よろず支援拠点	小規模事業者の売上アップ	よろず支援拠点が開催するセミナー等に小規模事業者とともに参加し、売上アップに関する支援ノウハウを蓄積・共有する。

**2. 経営指導員等の資質向上等に関すること**

小規模事業者の利益の確保に資する支援ノウハウの向上に向けて以下の取り組みを行う。

(1) 研修受講

奈良県会議所連合会での研修会等を通じて、各会議所職員間の情報交換や支援能力の向上

に努める。

(2) 中小企業基盤整備機構の「中小企業者支援ガイドブック」の活用

同ガイドブックをテキストとして所内で勉強会を定期的で開催し、体系的に支援知識を習得する。

現在、以下の支援ノウハウが公開されている。

- ・事業計画サポートブック
- ・創業サポートブック

上記サポートブックに添付されているサポートキットを活用し、融資相談などを通じて提出された財務諸表等を入力して企業支援に活かす。

(3) 専門家派遣への同行

ミラサポの専門家派遣時に経営指導員が同行し、専門家の持つ支援ノウハウを習得する。

(4) 一層の職員間の支援ノウハウの共有化

経営改善普及事業で対応した相談カルテや支援した事業所の経営分析結果をファイルサーバーにて所内職員間で共有できるようにする。特に融資案件については、検討会を開催し、情報共有に努める。

(5) アンテナショップを活用した需要開拓スキルの向上

アンテナショップに納入している各事業所の販売商品、年齢層、性別、購入理由等を取集し、分析する過程や、テストマーケティングの支援を通じて、専門家の指導を仰ぎながら販促支援や商品開発支援の能力を高める。

### 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

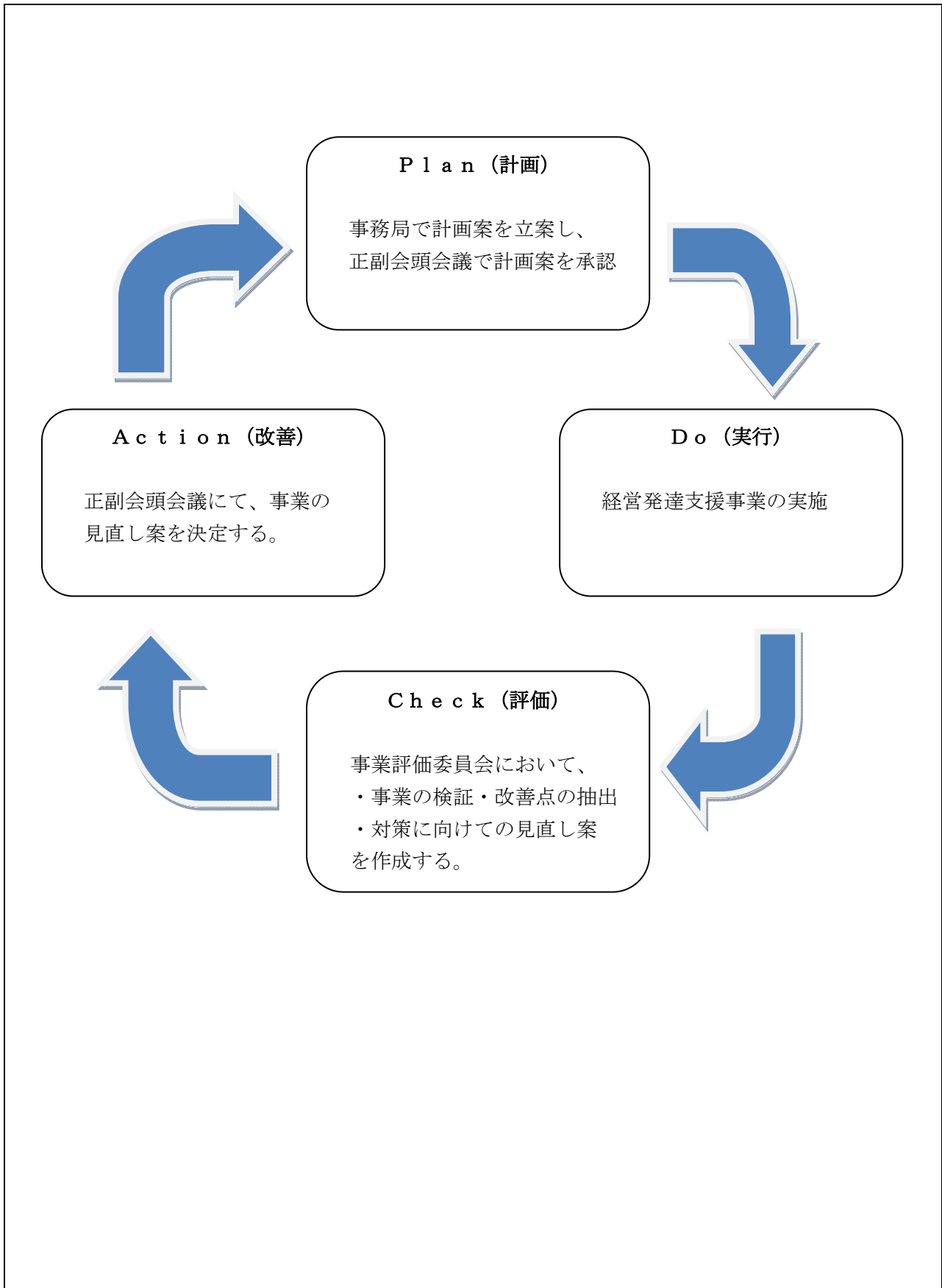
毎年度、本計画に記載の事業を適正に遂行するために、毎年度末に以下のとおり事業の評価、検証を行い、見直しを実施するPDCAサイクルの構築を図る。

#### 【事業の評価】

- ①外部有識者（学識経験者、税理士）、奈良県、生駒市、金融機関、当商工会議所職員による事業評価委員会を設置し、事業の実施状況、成果の評価・検証を行うことで、見直し案の提示を行う。
- ②事業の成果・検証・見直しその結果を反映させた事業計画については、常議員会へ報告し、承認を受けた上で次年度の事業に反映・実行する。
- ③事業の成果・検証・見直しの結果は当商工会議所のホームページに公表するとともに当所窓口において常に閲覧できるようにする。
- ④見直し案により、更なる効果、成果を求め計画を遂行する。

事業評価委員会の委員（案）は以下のとおり。

- ・外部有識者：税理士、学識経験者各1名
- ・内部有識者：中小企業診断士1名、  
奈良県担当課長、生駒市経済振興課長  
市内金融機関の支店長
- ・商工会議所：専務理事、事務局長、中小企業相談所長



(別表 2)

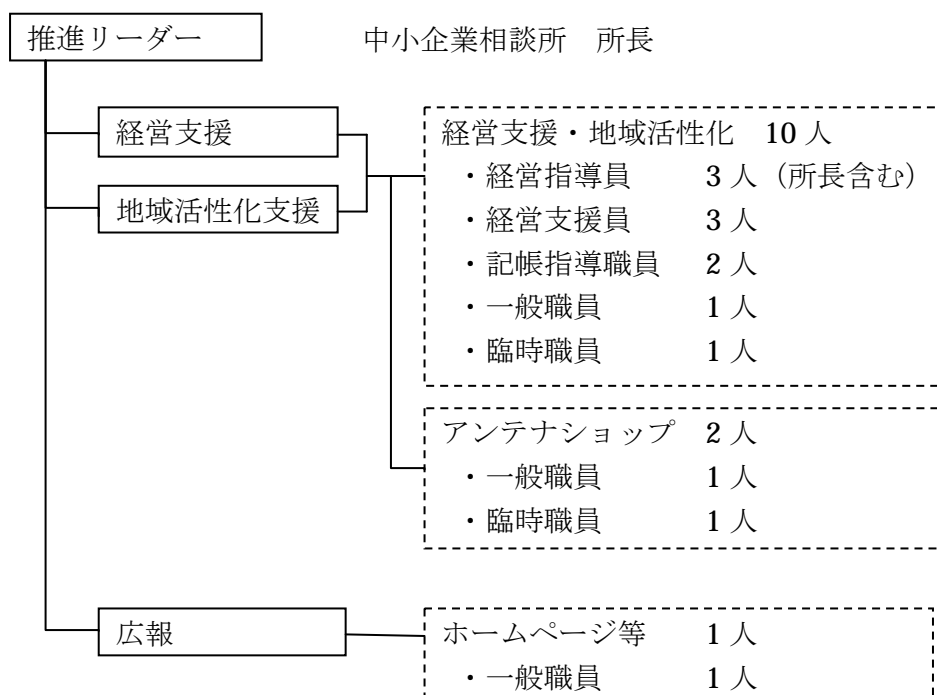
経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制

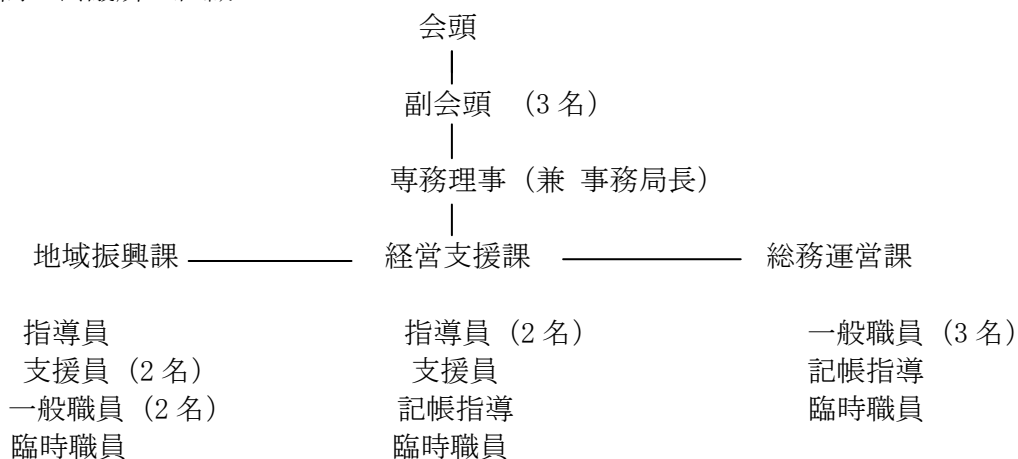
(平成 28 年 1 月現在)

(1) 組織体制

1) 経営発達支援事業の推進体制



2) 生駒商工会議所の組織



(2) 連絡先

住 所	奈良県生駒市元町 1-6-12
電 話 番 号	0743-74-3515 (代)
F A X 番 号	0743-74-9185
HP アドレス	<a href="http://www.ikomacci.or.jp">http://www.ikomacci.or.jp</a>
Mail アドレス	<a href="mailto:info@ikomacci.or.jp">info@ikomacci.or.jp</a>



## (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)

	H28 年度 (H28 年 4 月 以降)	H29 年度	H30 年度	H31 年度	H32 年度
必要な資金の額	1,755	8,050	7,050	7,050	7,050
経済動向調査事業	35	150	150	150	150
経営分析・需要動 向調査事業	50	200	200	200	200
事業計画の策定・ 実施支援	60	250	250	250	250
創業支援事業	125	1,500	500	500	500
販路開拓支援事業	450	1,800	1,800	1,800	1,800
事業承継・後継者 育成支援事業	35	150	150	150	150
地域活性化事業	1,000	4,000	4,000	4,000	4,000

(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
1) 会費収入 2) 奈良県小規模事業経営支援事業費補助金 3) 生駒市商工業及び観光振興事業補助金 4) 各種事業収入 賃貸収入、記帳指導手数料、共済収入、労働保険事務組合手数料等 5) 参加会費 ① まちゼミ、いまこいバル、100 円商店街の運営会費 ② 展示会出展参加会費 ③ 女性優先起業家セミナー参加費 ④ アンテナショップ出店費用等 6) 事業補助金

- ①国：ミラサポ専門家派遣
- ②奈良県：商工会等地域魅力づくり支援事業補助金
- ③生駒市：商工業振興育成補助金

7) 販売収入

- ①いこまバルチケット売上
- ②アンテナショップ売上

(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. 経営分析 ・ 専門的な課題の分析と解決支援 ・ 融資斡旋と会員加入促進 2. 事業計画の策定・実施支援 ・ より高度な課題についての事業計画策定・実施支援 3. 創業支援 ・ 女性優先起業家セミナー ・ 実践的な創業塾 4. 販路開拓支援 ・ 展示会への出展促進 ・ より高度な個別支援 5. 事業承継・後継者育成支援 ・ 個別課題への対応 6. 地域活性化事業 ・ まちゼミ、いまこいバル、100円商店街の推進		
連携者及びその役割		
事業名	連携者	役割
経営分析	日本政策金融公庫 奈良支店	帯同訪問による融資相談・斡旋
	よろず支援拠点	業界動向の分析
事業計画の策定・実施支援	専門家	高度な課題解決支援
	生駒市	補助金等の情報提供
創業支援	生駒市・生駒市観光協会	資金支援
	帝塚山大学	学生に対する創業への意識づけ
	創業支援ネットワーク	創業に関する情報提供
	専門家	セミナーを通じた知識提供
販路開拓支援	生駒市	予算調達
	よろず支援拠点	情報提供
	専門家	ピンポイントの専門的支援
事業承継・後継者育成支援	専門家	個別課題への対応
地域活性化事業	生駒駅前商店街連合会	地域活性化事業の実践
	地銀・信金	イベントへの参画
生駒市	奈良県生駒市東新町 8-38	市長 小紫 雅史
生駒市観光協会	奈良県生駒市東新町 8-38	会長 池田 英憲
日本政策金融公庫奈良支店	奈良市大宮町 7-1-33	支店長 上村 誠
奈良県よろず支援拠点	奈良市柏木町 129-1	コーディネーター 松村 二郎
帝塚山大学	奈良市帝塚山 7-1-1	准教授 菅 万希子
生駒駅前商店街連合会	生駒市元町 1-3-19	会長 稲森 文吉

南都銀行生駒支店	生駒市北新町 11-3	支店長	西岡 英俊
大和信用金庫	生駒市元町 1-5-10	支店長	新 元秀
奈良信用金庫	生駒市谷田町 843-5	支店長	大矢 博司

連携体制図等

