

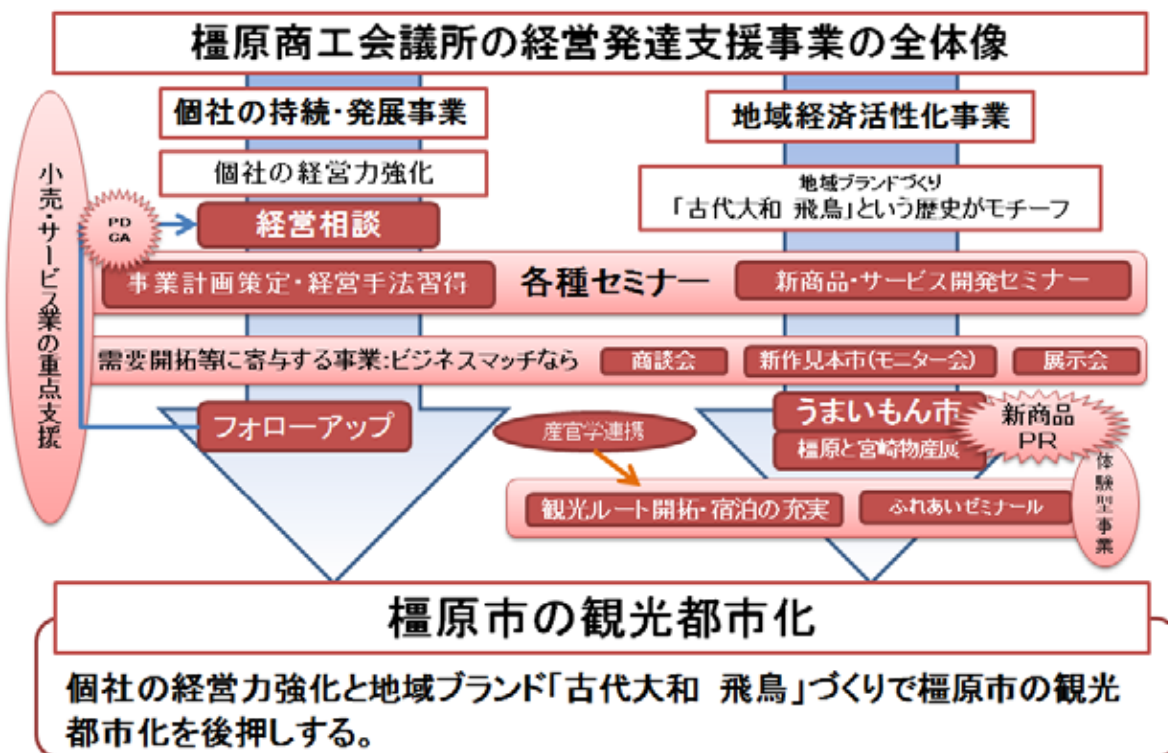
経営発達支援計画の概要

実施者名	橿原商工会議所
実施期間	平成27年4月1日～平成30年3月31日
目標	<p>橿原市の観光都市化にむけて、「個社の経営力強化」と「地域ブランドづくり」を主軸の2大テーマとし、伴走型支援で橿原管内事業所の需要開拓と経営継承を促進し、持続的発展と売上拡大に資するビジネスモデルを再構築すると共に「古代大和 飛鳥」の歴史ブランドを県内外にPRして地域経済の活性化に貢献する。</p>
事業内容	<p>橿原市の観光都市化に資する事業を実施する。</p> <p>1. 個社の経営力強化 巡回を中心とした経営相談を元に事業所を経営分析し、課題克服のための経営手法をセミナーや専門家派遣等で習得した後、1大イベントである需要開拓事業の「ビジネスマッチなら」で商談会やモニター会等を行い、フォローアップを受けて販路開拓を成功させ、事業所の持続発展と売上拡大による黒字化を進めていくPDCAサイクルをまわしていく。 巡回やアンケートを活用した経営相談・経営分析事業 17講座全40回のセミナーを活用した経営手法を習得する事業 当会目玉の「ビジネスマッチなら」需要開拓（販路開拓）事業 会員士業中心の専門家派遣によるフォローアップ事業</p> <p>2. 地域ブランドづくり 「古代大和 飛鳥」の歴史をモチーフにした新商品・サービスを開発し県内外の物産展や即売会でPRする。また、観光地づくりの一環として新たな産官学連携を通じて、飛鳥地域（橿原市・高取町・明日香村）の観光ルート開発し、27年度で集大成を迎える現産官学連携を通じて開発した「橿原産しょうがを使った商品」を開発した観光ルート上に配置された地元店舗に展開しにぎわいを創出する。 セミナー事業で習得する新商品・サービス開発 新規開発した商品の地元PRと販売促進を目的とした「うまいもん市」事業 新規開発した商品の県外PRと販売促進を目的とした「橿原と宮崎の物産展」事業 新規開発した体験型サービスを自店でPRする「ふれあいゼミ」事業 産官学連携で開発する「観光地づくり」事業</p>
連絡先	<p>住所：奈良県橿原市久米町 652-2 Tel:0744-28-4400 Fax:0744-28-4430 Mail:info@kashihara-cci.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



目次

経営発達支援事業の目標・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2-4

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事【指針】・・・・・・・・・・・・・・・・ 5-8

2. 経営状況の分析に関する事【指針】・・・・・・・・・・・・・・・・ 9-16

3. 事業計画策定支援に関する事【指針】・・・・・・・・・・・・・・・・ 17-20

4. 事業計画策定後の実施支援に関する事【指針】・・・・・・・・・・・・ 21-22

5. 需要動向調査に関する事【指針】・・・・・・・・・・・・・・・・ 23-26

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事【指針】・・・・・・・・ 27-33

地域経済の活性化に資する取り組み・・・・・・・・・・・・・・・・ 34-38

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事・・ 39-41

2. 経営指導員等の資質向上等に関する事・・・・・・・・・・・・・・・・ 42-45

3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関する事・・・・・・・・ 46

経営発達支援事業の実施体制・・・・・・・・・・・・・・・・ 47

必要資金の額及び調達方法・・・・・・・・・・・・・・・・ 48

連携に関する事ページ・・・・・・・・・・・・・・・・ 49-51

経営発達支援事業の目標

檀原商工会議所が、小規模事業者の支援機関として実施する経営発達支援事業の目標は、「廃業の防止・廃業率の改善」と「地域ブランドの開発」の2点である。

1. 檀原管内事業所の廃業防止と廃業率改善

(1) 事業所の廃業防止

個社の経営力強化支援によって、小規模事業者が「事業の存続・発展」すること。

定量目標	27年度	28年度	29年度
廃業率 (法定廃業除く)	10%減	12%減	15%減
事業承継に関するセミナー開催	1回	1回	1回

(2) 廃業率の改善

創業・起業支援によって、管内事業所数が増加すること。

定量目標	27年度	28年度	29年度
創業塾開催数	1回	1回	1回
起業者数	3名	4名	5名

2. 檀原の魅力 PR する地域ブランド開発

観光振興による地域経済活性化に貢献するためにも「ふるさと名物」開発によって、地域ブランドを確立する。「ふるさと名物」は、「古代大和 飛鳥の歴史」をモチーフにした新商品や新サービスを開発する。

(1) 新商品開発

県内外の物産展や即売会、モニター会を通じて PR と販売促進を図る。

定量目標	27年度	28年度	29年度
物産展や即売会開催数	3回	3回	3回
モニター会(新作見本市)開催数	1回	1回	1回

(2) 新サービス開発

1) 体験型サービスづくり

遺跡堀や遺跡磨き等歴史を感じたり、歴史都市にある事業所の仕事体験

定量目標	27年度	28年度	29年度
体験事業(ふれあいゼミナール)参加者数	100名	120名	150名

2) 産官学連携を活用した観光ルート・観光地づくり

世界遺産を目指した遺跡群を巡る自転車道・散歩道の観光ルートを開発する。
産官学連携による学生視点から、「古代大和 飛鳥」の歴史跡の周遊性を高め、観光客にその魅力を満喫して頂ける自転車道・散歩道づくりに協力頂く。

定量目標	27年度	28年度	29年度
観光ルート（自転車道）	1ルート	1ルート	1ルート
観光ルート（散歩道）	1ルート	1ルート	1ルート

橿原市の現状及び課題 ～目標設定の背景

橿原商工会議所の経営発達支援事業の目標の根拠となる橿原市の現状及び課題は下記のとおりである。

1. 現状

(1) 橿原市の方針

平成26年5月に国から「地域活性化モデルケース」に選定されている橿原市は、飛鳥地域（*）の観光振興を直近5ヶ年計画で重点施策にしている。

*飛鳥地域・・・橿原市、高取町、明日香村の隣接地域の1市1町1村を指す。
広域連携トライアングル。

(2) 橿原市の強み

1) 歴史という無形資産

日本最初の都である藤原京や万葉歌人に愛された大和三山、江戸時代の町並みをそのまま残す今井町、橿原神宮に代表される社寺仏閣等、古代歴史の観光資源を多数有している。

2) 交通のハブ機能所有

市の中心にある大和八木駅を結線とする鉄道網と南阪奈道路・京阪奈道路で東西南北の道路網を整備し、市外・県外から人口流入しやすい交通のハブ機能を有している。

3) 実施体制

広域連携トライアングル（橿原市・高取町・明日香村）を発足させ、「超小型モビリティ導入促進事業」を実施している実績がある。

(3) 特徴

卸売や小売、サービス業が比較的多い。また、工業はプラスチック加工業が多い。

2. 課題

飛鳥地域の歴史資産や交通網等のハード面の充実度に比し、橿原市の魅力づくりとPR活動と言ったソフト面での充実が課題である。

(1) 魅力づくり

古代大和 飛鳥の歴史」をモチーフにした地域ブランドをつくる。

(2) PR活動の充実

県内外の物産展や即売会、モニター会を通じてPRを図る。

橿原地域内の小規模事業者の中長期的振興のあり方

観光振興が、まちづくり、地域づくりへと繋がる振興を目指す。
経営力強化を実現した個社が地域経済活性化の担い手になっていくようにする。

橿原商工会議所の支援機関としての役割

商工業の観点から、橿原市の観光振興の課題である商業機能を強化することである。特に、土産物販売業や宿泊業、レンタカーサービス業等々、橿原市の観光振興の中心を担うであろう卸売／小売／サービス業を重点的に支援する。技術やノウハウの向上、安定的な雇用維持、持続的発展を志向する小規模事業者の経営活動を、きめ細かい経営相談とワンストップ高度支援メニューで下支えする。

卸売・小売・サービス業の廃業事業所数の減少に寄与し、事業所数の維持・増加を目指す。(円滑な廃業除く)

また、工業はプラスチック加工業の技術・ノウハウと東大阪や東京大田区の工場地帯のビジネスマッチを成就させることを目指す。

目標達成に向けた方針

以上から、目標に向けた経営発達支援事業の方針は、下記4つである。

1. 事業承継セミナー実施と事後フォローアップによる市内卸・小売・サービス業の廃業防止
2. 創業・起業の促進
3. 地域ブランドである「古代大和 飛鳥」の歴史の積極的PR
4. 市外からの観光客等の取り込みによる、人口減少・超高齢化社会がもたらす市内市場縮小対策

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27年4月1日～平成30年3月31日）
- (2) 経営発達支援事業の内容

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】

(1) 目標

小規模事業者が、市場妥当性を検討し事業策定できるよう、地域経済動向に関するマクロ環境変化の情報を調査し提供する。

(2) 収集

政治情勢や経済環境、社会情勢、技術革新等のマクロ環境に関する情報を収集する。

(3) 分析・整理

上記情報を用いてマクロ環境の変化を分析・整理する。

具体的には、1)人口推移や年齢構成、世帯構成等の人口動態、2)業況や売上高、採算、資金繰りのDI（ディフュージョンインデックス）による景況、3)新技術や技術進歩

(4) 提供方法

新規事業立ち上げや創業、事業の見直しを行う個社に対しては巡回や窓口相談時等で上記データを所属業界や事業ごとに可能な限りでカスタマイズして提供する。また、ホームページや会報で地域経済動向結果を適宜掲載し情報提供する。

(5) 活用方法

分析結果に基づき市場規模を把握し、事業所の新市場開拓や既存市場の見直しのために、事業が成立するかの検討材料として活用する。

(6) 実施事業

(1) から (5) に基づき、次ページからの5事業を実施する。

各事業につき、現状と課題、改善策、概要・期待効果等、27年度から29年度までの3年間の目標値を記す。

1	会員 アンケート	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 現在は定期的な会員アンケート等で事業所情報を取得できていない。</p> <p>【課題】 会員事業所の経営情報を取得する手立てが必要である。</p>		<p>定期的に会員へのアンケートを実施する。アンケートは会員へ毎月送付している会報誌へ同封したり、メールやFAXを活用する。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>会報やFAX、メール等で事業所の消費者ニーズ、外部環境に対する認識を把握。相談状況に応じた情報提供を行う。 現実的な外部環境の把握ができる。</p>			
		27 年度		28 年度	
年 4 回実施・アンケート数 480 回収率 40%		年 4 回実施・アンケート数 480 回収率 43%		年 4 回実施・アンケート数 480 回収率 45%	
2	Net アンケート サイト	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 現在は定期的な会員以外のアンケート等で事業所情報を取得できていない。</p> <p>【課題】 会員以外の事業所の経営情報も取得する手立てが必要である。</p>		<p>現在の会議所ホームページにアンケートサイトを新たに開設する。 入力された情報を基に統計データに整理する。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>インターネット上に専用サイトを設け、経営相談に対応。作成した統計データを作成し、相談状況に応じた情報提供を行う。 時間、地理の物理的制約を受けず調査ができる。</p>			
		27 年度		28 年度	
アクセス数の 40%の回収率		アクセス数の 43%の回収率		アクセス数の 45%の回収率	

3	業況 アンケート	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 現在はアンケートをとっていないため檀原管内の業況について把握できていない。</p> <p>【課題】 檀原管内の売上傾向や雇用動向のより正確な情報を得ること。</p>		<p>檀原管内の事業所の実態を把握するために、檀原市や金融機関等、事業所を把握している機関に協力してもらい、十分なアンケート数を確保すること。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>会報やFAX、メール等で事業所の業況を教えて頂く。アンケート結果は、主に巡回指導のツールとして活用する。 檀原管内の景気動向を詳細に把握、今後の支援対策に活用できる。</p>			
		27 年度		28 年度	
年 1 回 管内事業所約 4500 回収率 40%		年 1 回 管内事業所約 4500 回収率 43%		年 1 回 管内事業所約 4500 回収率 45%	

4	異業種 交流 委員会	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 毎月1回の委員会を実施。異業種交流委員会の委員における情報交換と販路拡大支援、委員間でのコラボ商品の開発等を行っている。</p> <p>【課題】 開発商品が地域ブランド化していない。加えてブランド化できる素材(サービス)と事業所の商品・サービス提供の市場を把握することができていない。</p>		<p>地区内の事業所にブランド化できる素材(サービス)のアンケート調査とターゲット調査を実施し情報収集を行う。調査とともに事業計画を策定し、「古代大和飛鳥」をモチーフとした新たな商品・サービスの地域ブランドづくりを行う。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>新たな地域ブランド開発に向けた情報収集。 新たな事業展開の可能性を開くことができる。</p>			
		27 年度		28 年度	
開催数 12 回 参加者延べ 200 名		開催数 12 回 参加者延べ 230 名		開催数 12 回 参加者延べ 260 名	

		現 状 と 課 題	改 善 策	
5	ビジネス 交流会	<p>【現状】 類似の事業があるものの、会員交流の機会が少ない。</p> <p>【課題】 会員間で情報交換したり、ネットワークを構築する機会を増やすこと。</p>	<p>事業所間マッチングもできる会員交流の場として活用可能なビジネス交流会を新設する。</p> <p>プレゼンを行い、自社PRと自社商品・サービスの需要動向を確認し、販路開拓・顧客獲得につなげられる場とする。</p>	
		概要・期待効果等		
		<p>三部構成によるミニセミナー、3 分間プレゼンテーション、グループ相談(交流)会を実施。</p> <p>新事業展開での経営革新の可能性を開くことができる。</p>		
		27 年度	28 年度	29 年度
		<p>年 1 回 参加者数 100 名 コーディネーター数 10</p>	<p>年 1 回 参加者数 110 名 コーディネーター数 11</p>	<p>年 1 回 参加者数 120 名 コーディネーター数 12</p>

⇒ 2. 経営状況の分析に関することにつき、次ページから

2. 経営状況の分析に関すること【指針】

これまでの経営分析は、創業相談等の窓口相談や確定申告相談に来られた小規模事業者に対して、現状を確認して、それに関連する情報を提供することや簡易な財務分析を行う程度であり、定期的・計画的に経営状況を経過観察して分析していた訳ではなく、依頼があれば行う受け身の対応であった。

今後は、統計資料等も参考にしつつ、企業風土（雰囲気）や従業員様の仕事ぶりなど小規模事業者の経営実態をより正確に把握するために、受け身の対応から能動的な対応にシフトする。具体的には、積極的な巡回活動や各種相談、セミナー等を経て、経営分析対象を掘り起こし、ツールや専門家等を活用しながら、経営分析を行い、結果を記録する。

平成24年総務省統計局「経済センサス」活動調査・産業大分類別事業所数によると、橿原市には中小企業4,411事業所が存在し、約2,900事業所が小規模事業者である。

橿原市の施策と産業構造の特徴に沿うと、そのうちの約1,210事業所が当所の重点支援対象候補となる小規模事業者である。

当該小規模事業者は、①「橿原市の観光都市化」に関わる卸・小売業が700事業所及び宿泊業・飲食サービス業が約400事業所、そして、②「ものづくり企業復興・発掘」に関わる製造業（繊維、化学、プラスチック中心）が約110事業所、という構成である。

上記事業所の中から、巡回訪問や窓口相談、各種セミナー、当所専門家連携協議会の相談業務及び専門家派遣等から経営分析対象の事業所を掘り起こす。

掘り起こした事業所を対象に、地域経済の動向や需要動向、各種アンケートを踏まえつつ、中小企業基盤整備機構の経営計画作成アプリ「経営計画つくるくん」やカルテ兼ヒアリングシート等のツール、当所士業会員で構成される専門家連携協議会やミラサポ等を活用した専門家等も活用しながら、定性・定量の両面から経営分析を行い、事業計画策定・実施につなげる。また、上記②の製造業に関しては、更にものづくり相談所事業（P33参照）を経て、事業計画策定・実施につなげる。

経営分析結果は、2種類のカルテに整理・記録して、小規模事業者がPDCAをまわして経営改善と持続発展できるよう、また職員が資質向上のために支援実績事例として活用できるよう、定例会議とデータベースで情報共有する。

カルテ	記載内容など
カルテ (兼ヒアリングシート)	・専門家や銀行とともに開発した独自フォーマット ・経営計画つくるくんのデータフォーマット ・会社の考え方 ウリ(強み) 困り事・課題 助言内容 売上動向 商品・サービス情報 資金繰り状況、気づき等
カルテ	需要動向 経済動向 会員アンケート 伴走支援事業所先アンケート

(1) 目標

1) 定性目標

小規模事業者の持続的発展の契機となるよう、「創業以来培い今後の事業展開にも活かせる強み」と「中長期にわたり克服すべき経営課題」を抽出することである。

決算書にみる業績から商品・サービスを通じて、技術・ノウハウ、経営マネジメント、経営理念に至るまでのプロセスが因果関係をもち論理的に首尾一貫しているかをチェックする過程で抽出する。

2) 定量目標

12 ページから 16 ページに掲載した事業推進の過程で平成 29 年度までの 3 ヶ年間で、最終的に合計 528 件の経営分析を行う。巡回や各種相談の現状の合計約 2,000 件を口火にして、各種セミナーや専門家派遣等に参加した小規模事業者を加えて、経営分析対象とする小規模事業所を掘り起こし、伴走支援で重点的にサポートする。

【目標経営分析数とその算出根拠】

- 檜原市に存在する中小企業・小規模事業者数・・・4,411 事業所
- 檜原市に存在する小規模事業者数・・・約 2,900 事業所
- 檜原市の観光都市化等に関連する小規模事業者・・・約 1,210 事業所
　　<内訳>
- 卸・小売業・・・約 700 事業所
- 宿泊業・飲食サービス業・・・約 400 事業所
- 製造業（繊維、化学、プラスチック中心）・・・約 110 事業所

以上を前提として、経営分析対象となる事業所を掘り起こす。

事業	現状	27年度	28年度	29年度
巡回	延 872 件	延 2,000 件	延 2,200 件	延 2,400 件
各種相談	延 1,165 件	延 440 件	延 460 件	延 480 件
各種セミナー	616 名	700 名	700 名	700 名
専門家派遣	20 事業所	24 事業所	24 事業所	24 事業所
創業塾	未実施	3 名	4 名	5 名
↓ 上記事業及び当所職員数から経営分析対象事業所を掘り起こす。				
経営分析数 (個社支援)		144 件	192 件	192 件

* 平成 27 年度担当職員数にみる経営分析数根拠

経営指導員 4 名・・・2 件/月×12 ヶ月=96 件

経営支援員 4 名・・・1 件/月×12 ヶ月=48 件

合 計・・・144 件

(2) 分析項目

1) 定量面での分析項目

経営活動の結果を数値で的確に把握し、その背景や財務体質、営業成績を把握するために、下記を分析ページ目とする。

財務状況（収益性・生産性・効率性・成長性等）、キャッシュフロー、取引先数、商品・サービス別売上高・利益額の推移、顧客別売上高・利益額の推移、原価、損益分岐点、従業員数の推移、顧客数の推移、納税状況、共済保険加入状況等

2) 定性面での分析項目

数値に表れない事業所の競争力の源泉を把握したり、潜在的リスクを把握するために下記を分析ページ目とする。

事業企画力、リーダーシップ、技術・ノウハウ等の無形資産上のウリ（強み）、課題・困り事（弱み）、事業機会（機会）、競合状況（脅威）、事業承継者の有無、経営体制（家族経営含む）、アイデア、ブランドの認知度や信頼性、営業力、顧客リピート率、顧客満足度、顧客開拓力、接客力、人材育成体制、有資格者数とその活用状況、社風、従業員満足度等

(3) 分析手段

経営指導員等の巡回時でのヒアリングを中心として、窓口相談、巡回相談、確定申告時や随時の税務相談、各種相談窓口、各種アンケート等で情報収集し、SWOT や3Cといったフレームワークで事業所を経営分析する。

(4) 結果の活用方法

上記で得た分析結果をもとに、事業所には事業計画書作成を促し、伴走支援の優先度をつけながら、国や市の補助金獲得や㈱日本金融政策公庫の「小規模事業者経営発達支援融資制度」を活用しての融資獲得など、後の支援メニュー選定のために活用する。

(5) 工夫点

経営者や従業員に粘着している技術・ノウハウを事業計画書等にまとめ、見える化（ビジュアライズ）することで、事業所内での企業理念をはじめ事業戦略やマーケティング情報等の共有を図り、ビジネスマッチのツールとして活用できるようにして頂けるまでフォロー体制を整備している。

(6) 実施事業

(1) から (5) に基き、次ページからの9事業を実施する。

各事業につき、現状と課題、改善策、概要・期待効果等、27年度から29年度までの3年間の目標値を記す。

1	巡回	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 年に1度必ず巡回指導に行けていない。</p> <p>【課題】 1度は会員事業所に伺い、経営状況を見聞きし、経営支援を行うこと。</p>		<p>チームを編成し、ローテーションを組んで、年に1度は巡回指導にあたる。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>会員を中心とした事業所訪問による経営相談。 face to face の支援で、事業所との信頼関係を構築、経営状況を把握。</p>			
		27 年度		28 年度	
年間延べ 2000 件		年間延べ 2200 件		年間延べ 2400 件	
2	相談窓口	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 商工会議所の事業内容(具体的にどのような相談に商工会議所が対応できるか)が広く知られていない。</p> <p>【課題】 気軽にいつでも窓口相談に来ていただけること。</p>		<p>事務所の入り口や会館前に相談受付内容を掲示する。また、ホームページや会報誌などで具体的な相談内容(事例等)を紹介する。</p> <p>具体的に、この相談内容は専門家に依頼するなど、職員の対応マニュアルのようなものを作成する。また、できるだけ会議所で対応ができるよう職員の資質の向上も必要。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>会議所での経営相談。 face to face の支援で、事業所との信頼関係を構築、経営状況を把握。</p>			
		27 年度		28 年度	
年間延べ 440 件		年間延べ 460 件		年間延べ 480 件	

3	WEB相談	現 状 と 課 題	改 善 策		
		<p>【現状】 実施していない</p> <p>【課題】 窓口相談支援や巡回相談の利用する事業所(会員・非会員問わず)が、地理的・時間的問題により迅速な相談支援ができていない。</p>	<p>会員・非会員の方が気軽に WEB 上で相談できるようにし会員拡大のチャンスにつなげ、この事業を広く知ってもらうため、関係各所(市役所、ハローワーク等)の HP にバナー広告しリンクさせる。来所される方の相談内容が事前に把握でき、また相談内容により専門家派遣につなげる。</p> <p>WEB 相談を利用することにより対応する職員の資質向上と効率化(相談対応力強化)が図れ、相談内容の収集・蓄積ができ、今後の相談支援に役立つ事が出来る。</p>		
		概要・期待効果等			
		<p>HP上での経営相談申込後、事業所あるいは会議所で経営相談。地理的・時間的に関係なく相談を受付。また、非会員の会員化も望める。</p>			
		27 年度	28 年度	29 年度	
		年間延べ 100 件	年間延べ 110 件	年間延べ 120 件	
4	檀原市 役所窓口	現 状 と 課 題	改 善 策		
		<p>【現状】 新たに計画した事業であるため、現状は行っていない。</p> <p>【課題】 市役所との連携体制を構築し、相談機会のキッカケを増やすこと。</p>	<p>市役所による報告事ページや後日行う会議所や専門家による相談対応に関する記述が行える申込書を作成し、会議所のPRパンフレットも設置してもらう。</p>		
		概要・期待効果等			
		<p>檀原市産業振興課での経営相談申込後、事業所あるいは会議所で経営相談。行政の安心感のもとに相談窓口を拡大、相談が受けやすくなる。</p>			
		27 年度	28 年度	29 年度	
		年間 15 件	年間 17 件	年間 20 件	

5	業況 アンケート	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 現在はアンケートをとっていないため檀原管内の業況について把握できていない。</p> <p>【課題】 檀原管内の売上傾向や雇用動向のより正確な情報を得ること。</p>		<p>檀原管内の事業所の実態を把握するために、檀原市や金融機関等、事業所を把握している機関に協力してもらい、十分なアンケート数を確保すること。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>会報やFAX、メール等で事業所の業況を教えて頂く。アンケート結果は、主に巡回指導のツールとして活用する。 檀原管内の景気動向を詳細に把握、今後の支援対策に活用できる。</p>			
		27年度		28年度	
年1回 管内事業所約4500 回収率40%		年1回 管内事業所約4500 回収率43%		年1回 管内事業所約4500 回収率45%	
6	奈良県 産業支援 センター	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 新たに計画した事業であるため、現状は行っていない。</p> <p>【課題】 奈良県産業支援センターとの連携体制を構築し、相談機会のキッカケを増やすこと。</p>		<p>奈良県産業支援センターによる報告事ページや後日行う会議所や専門家による相談対応に関する記述が行える申込書を作成し、会議所のPRパンフレットも設置してもらう。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>よろず支援拠点での経営相談申し込み後、事業所あるいは会議所で経営相談。相談窓口を拡大、相談を受けやすくし、高度支援サービスの提供できる。</p>			
		27年度		28年度	
年間15件		年間17件		年間20件	

7	金融機関との定期合同会議	現 状 と 課 題	改 善 策	
		<p>【現状】 当事業は、これまでは実施していない。</p> <p>【課題】 地元民間銀行との連携を図り、融資を希望する檀原管内の小規模事業者の経営状況について情報共有し、スムーズな資金調達を支援することで小規模事業者の経営改善支援を行うこと</p>	<p>毎年、四半期に一度の合同会議を設け、檀原管内の事業所の情報共有を図る。具体的には、銀行が事業計画書に盛り込んでほしい情報ページ目 融資候補先や会員候補先 檀原管内の景気動向や需要動向について情報交換する。</p>	
		概要・期待効果等		
		<p>四半期に一度、支援先の経営状況や事業計画実施状況について情報交換。融資獲得のため、支援先のプレゼンに同行。檀原管内の景気動向を詳細に把握できるとともに、今後の支援対策に活用できる。</p>		
		27 年度	28 年度	29 年度
四半期に 1 度	四半期に 1 度	四半期に 1 度		
8	専門家連携協議会	現 状 と 課 題	改 善 策	
		<p>【現状】 会員に各専門家(国家資格等保有者)は加入しているが、行政書士間での連携にとどまっていた。</p> <p>【課題】 事業者から寄せられる諸問題の全ての解決に対応ができるよう行政書士以外の専門家との連携を図ることが必要になった。</p>	<p>多種多様な専門家を集めその協議会を発足させて専門家間及び商工会議所との交流をすることにより事業者が抱える問題解決について支援を行う。</p>	
		概要・期待効果等		
		<p>定期会議の開催、定期的な無料相談会の実施。四半期に一度、連携協議会における情報交換、対応策の検討。各専門家が連携し小規模事業者の経営分析、事業計画策定の支援を行い、若手経営者を対象とした知的資産経営に関するセミナーと作成。専門家との連携で、寄せられた解決難度の高い経営課題に対してアプローチが可能であり、地元詳しい会員士業に頼むことで地域密着型の支援ができる。</p>		
		27 年度	28 年度	29 年度
四半期に 1 度 相談件数 40 件 セミナー実施回数 5 回	四半期に 1 度 相談件数 44 件 セミナー実施回数 6 回	四半期に 1 度 相談件数 48 件 セミナー実施回数 7 回		

9	専門家 派遣	現 状 と 課 題		改 善 策			
		<p>【現状】 職員だけでは事業所が抱える昨今の高度化・多様化した問題や悩み、ニーズを把握・対応できない。</p> <p>【課題】 事業所と専門家をコーディネートし、高度化・多様化した経営課題の解決にあたること。</p>		<p>専門家に職員が同行し、同行回数を重ねることで専門家の手腕ノウハウを学ぶ機会を得ながら事業所に他視点での解決案を提案すること。</p>			
		概要・期待効果等					
		<p>指導員の守備範囲を超越し、専門知識が必要となる相談に対して、相談内容に応じることのできる専門家を派遣する。指導員等の同行は必須。 事業所に専門的な経営課題のソリューションを提供し、収益拡大の可能性を広げることができる。</p>					
		27 年度		28 年度		29 年度	
		派遣回数 24 回		派遣回数 24 回		派遣回数 24 回	

⇒ 3. 事業計画策定支援に関することにつき、次ページから

3. 事業計画策定支援に関すること【指針】

(1) 目標

勘や経験則だけに頼った経営から脱却し、経営計画に基づいた事業運営ができるようになるために経営者や従業員で自社の経営計画を策定・実施できるようになるまで支援する。

(2) 支援の考え方

経営相談時の経営分析や市場調査等、事業所ヒアリングの結果を踏まえ、商談会やビジネスプランコンテストやバンクミーティングでプレゼンし、取引先増加や融資獲得を目指す。融資獲得、従業員採用・教育、営業ツールのため等、目的別の事業計画書を作成する。

(3) 支援対象

- 1) 経営指導員等による事業所へのヒアリングの結果、赤字企業ではあるが販路開拓すれば売上拡大によって、黒字化が見込める事業所。
- 2) 起業、事業承継が望まれている若手後継者等（青年部、起業家等）
- 3) 債務超過に陥っている事業所

(4) 手段

支援対象1)～3)に対して、ワークショップ形式セミナーと専門家派遣で計画策定を支援する。

1) 経営改善系

(株)日本政策金融公庫の「小規模事業者経営発達支援融資制度」等を活用した融資獲得やマーケティングに重点をおいた事業計画書策定支援を行い、返済計画実行等のフォローアップも行う。

2) 創業・後継者系

経営力向上に重点をおいた知的資産経営報告書策定支援

3) 事業再生系

取引銀行に提出する実抜計画や合実計画の策定支援

(5) 実施事業

(1) から (4) に基き、次ページからの5事業を実施する。
各事業につき、現状と課題、改善策、概要・期待効果等、27年度から29年度までの3年間の目標値を記す。

1	専門家 連携 協議会	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 会員に各専門家(国家資格等保有者)は加入しているが、行政書士間での連携にとどまっていた。</p> <p>【課題】 事業者から寄せられる諸問題の全ての解決に対応ができるよう行政書士以外の専門家との連携を図ることが必要になった。</p>		<p>多様な専門家を集めその協議会を発足させて専門家間及び商工会議所との交流をすることにより事業者が抱える問題解決について支援を行う。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>定期会議の開催、定期的な無料相談会の実施。四半期に一度、連携協議会における情報交換、対応策の検討。各専門家が連携し小規模事業者の経営分析、事業計画策定の支援を行い、若手経営者を対象とした知的資産経営に関するセミナーと作成。専門家との連携で、寄せられた解決難度の高い経営課題に対してアプローチが可能であり、地元詳しい会員士業に頼むことで地域密着型の支援ができる。</p>			
		27 年度		28 年度	
四半期に1度 相談件数 40 件 セミナー実施回数 5 回		四半期に1度 相談件数 44 件 セミナー実施回数 6 回		四半期に1度 相談件数 48 件 セミナー実施回数 7 回	
2	経営力 強化 セミナー	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 小規模事業者の受講したい内容とマッチしたセミナーの実施ができていない。</p> <p>【課題】 小規模事業者が受講したい内容とマッチしたセミナーを実施する。</p>		<p>事業者がどのようなセミナーを求めているかリサーチした上で、小規模事業者の事業改善につながるセミナーを企画・実施していく。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>従業員の教育・評価、リピーターの作り方、新商品開発の仕方、SNS を使った集客等の IT 活用など経営手法について学ぶ 旬の経営手法をリーズナブル価格で習得できる。</p>			
		27 年度		28 年度	
3 年間で 14 講座 受講者延べ 300 人		3 年間で 14 講座 受講者延べ 310 人		3 年間で 14 講座 受講者延べ 330 人	

3	事業 計画書 策定 セミナー	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 補助金の需給や融資獲得のための事業計画書を作成できる事業所がほとんどない。</p> <p>【課題】 事業計画書の有効かつ効率的な作成方法を提供すること。</p>		<p>ワークショップ形式のセミナーと個別相談会をパッケージで実施し、自身で事業計画書を作成できる事業所を増やすこと。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>金融機関や補助金申請で求められる事業計画書を作成できるようになるためのワークショップ形式のセミナー。 計画策定後、地元の地域密着型金融機関や(株)日本政策金融公庫の「小規模事業者経営発達支援融資制度」を紹介でき、融資実現の可能性を広げる。</p>			
		27 年度		28 年度	
6 回シリーズ 15 事業所分		6 回シリーズ 16 事業所分		6 回シリーズ 16 事業所分	

4	事業再生 相談窓口	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 実施していない</p> <p>【課題】 会社が倒産危機にあるところは、金融機関等の資金提供元に相談に行きにくい。金融機関や専門家にパイプを持つ会議所が最初の相談所として機能することである。</p>		<p>会議所に、事業再生相談窓口を設け、まずは会社の今後の方針を決める。その後、金融機関や専門家と連携し、いわゆる実抜計画や合実計画の策定支援や事業再生協議会への橋渡し等を行う。</p>	
		概要・期待効果等			
<p>事業再生支援のため、専門家と協力し経営改善計画をつくる。 門前払いがなくなる。</p>					

		現 状 と 課 題	改 善 策		
5	創業塾	<p>【現状】 数年前は実施していたが今はしていない。</p> <p>【課題】 昨今の起業・創業相談が増加傾向にあり、また、準備・情報不足による早期の廃業傾向に対応すること。</p>	<p>これから事業の立ち上げを目指す方や創業間もない方、事業の見直しをする方を対象に、創業に必要な基礎知識や会社の立ち上げに必要なノウハウを、座学とグループワークなどを織り交ぜながら実践的に習得していただく創業塾を開催する。</p>		
		概要・期待効果等			
		<p>起業家のためのセミナー。本気で起業したい方を対象とするので少人数制で密着して行う。 ワンストップで起業に必要な情報を提供でき、開業数向上・廃業率の低下につながる。</p>			
		27年度	28年度	29年度	
		20名・20計画 3名の起業(3年以内)	20名・20計画 4名の起業(3年以内)	20名・20計画 5名の起業(3年以内)	

		現 状 と 課 題	改 善 策		
6	<p>知的資産 経営 報告書 作成 セミナー</p> <p>若手 後継者塾</p>	<p>【現状】 現状は実施していない。</p> <p>【課題】 後継者の事業承継を行うための経営内容の把握不足や事業継続可能となる能力を強化し廃業を防止すること。</p>	<p>事業承継者・若手後継者を対象に、知的資産経営の手法を、座学とグループワークなどを織り交ぜながら実践的に習得していただく若手後継者塾を開催する。</p>		
		概要・期待効果等			
		<p>経営に関する知識が全くないことを前提に若手経営者が自身で自社経営できるようになるため、知的資産経営の手法を習得する。 知的資産経営の手法を学び実践することで事業承継等の一助になる。</p>			
		27年度	28年度	29年度	
		20名・10報告書	20名・11報告書	20名・12報告書	

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針】

(1) 目標

事業計画で策定したアクションプランを WBS に展開し、確実に計画を実行し、実行結果を出し振り返りと反省をしながら次の事業展開を模索できるようになるまで支援する。

(2) 具体的な指導内容

アクションプランに基づく WBS の作成支援を行い、実行とその成果を測る進捗確認を巡回や窓口、更には進捗会議で行う。実行の中で出てきた課題は、専門家派遣や経営力向上セミナー等を活用して克服に努める。販促イベントの中心である商談会での取引数増加と店舗販売拡充に繋げるためにも、商品力や接客力には特に注力した指導を行う。

(3) 頻度

以下の通りモニタリングを行う。

- ・月に一度、WBS をもとに進捗会議を行う。会議は、経営者と経営指導員が中心となるが、適宜専門家は銀行等の関係者も交えて行う。
- ・巡回相談や窓口相談は、課題に合わせて随時行う。

(4) 経営力強化策としてのスキルアップセミナー

計画実施の中で出てきた問題点や課題を克服する術のひとつとして経営力向上セミナーを開催する。セミナーは、事業所毎に異なる経営課題に対応するため、幅広いジャンルで最新の経営手法をテーマとしたものを取り扱う。またテーマは独立性もあるが、全テーマを受講すると経営における機能戦略を3年間で体系的に学べるようにバランスもとる。

◆開催予定セミナー

従業員の教育・評価、リピーターの作り方、新商品開発の仕方、SNS を使った集客等の IT 活用など、自社経営強化に必須の経営手法を3年間で体系的に学べる17講座40回をラインナップし、開催する。

⇒開催予定セミナーにつき、次ページから

カテゴリ	テーマ	内容	形式	受講者数	期間(予定)
経営計画策定	事業計画書作成	対金融機関に対する融資獲得のための計画書を作成する	座学 & WS	15名	6回シリーズ
経営計画策定	知的資産経営報告書作成	若手経営者等が自社の強みを活かした事業計画を作成する	座学 & WS	15名	6回シリーズ
経営計画策定 新事業開発	創業計画書(第2創業含)	起業家がステークホルダー等にPRする計画書を作成する	座学 & WS	15名	6回シリーズ
組織・人事	アルバイト人材育成	アルバイトの戦力化の手法を学ぶ(モチベーション管理含)	座学	30名	1day スポット
組織・人事	ファシリテーション・会議術	スムーズな意思決定とアクションプランの立て方について学ぶ	座学	30名	1day スポット
財務管理	銀行との付き合い方	融資を受けやすくするためのアピール方法について学ぶ	座学	30名	1day スポット
財務管理	資金繰り表の作り方	資金繰りについて、資金繰り表をつくる理由から作り方までを指南する	座学 & WS	20名	1day スポット
マーケティング	新商品・サービス開発	売れる商品・サービスの開発の仕方を顧客心理の観点からひも解く	座学 & WS	20名	2day シリーズ
マーケティング	プレスリリース & 広告	プレスリリースや新聞折込広告、ポスティング広告の作り方	座学	30名	2day シリーズ
マーケティング	固定客の作り方	リピーター創出術を学ぶ	座学	30名	1day スポット
マーケティング	販売・接客術	お客様に買って頂くための接客術やトークスクリプト作成	座学 & WS	20名	1day スポット
マーケティング	店舗づくり	お客様の店内回遊性を高めるための店内POPや導線設計、雰囲気デザインを学ぶ	座学	30名	1day スポット
情報戦略(IT)	集客のためのHPの作り方	ホームページに掲載する情報の作り方、写真の載せ方、ホームページの構成の仕方など、集客に関する手法を学ぶ	座学 & WS	20名	2day シリーズ
情報戦略(IT)	ネットショップサイトの作り方	ネット広告、宣伝の仕方から商品販売、SEO対策までの手法を学ぶ	座学 & WS	20名	2day シリーズ
情報戦略(IT)	SNSを活用した集客の仕方	Facebook やブログ等のSNSツールを活用した集客の仕方および宣伝の仕方を学ぶ	座学 & WS	20名	2day シリーズ
ビジネススキル	プレゼン	融資獲得、営業、各種説明会等で必須となるプレゼン。10分で伝えきるプレゼン術を学ぶ	座学 & WS	20名	1day スポット
ビジネススキル	超基礎 Word & Excel	まったく初めてWord & Excelを使う人が対象	座学 & WS	10名	4回 シリーズ

⇒5. 需要動向調査に関することにつき、次ページから

5 . 需要動向調査に関すること【指針】

(1) 目標

事業所の新既の商品・サービスの需要動向や市場規模等から、消費者ニーズと市場到達の可能性及び維持性を洗い出し、確実性の高い事業計画策定に繋げる。
(外部環境の分析)

(2) 収集する情報

事業所が推したい商品やサービスの売れ行きや業界ごとのターゲット市場の規模(層別、年代別、男女別人口)、業界情報等

(3) 分析・整理

経営指導員等による事業社へのヒアリングを行う。窓口相談、巡回相談、モニター会、各種アンケート、インターネット、業界専門紙、ビジネス交流会等で上記情報収集し、トレンドを分析・整理する。

(4) 提供方法

該当する個社に対しては巡回時に巡回先にカスタマイズしたアンケート結果やモニター会の結果を提供する。該当以外はホームページや会報で市場調査や経済動向結果を掲載する。

(5) 活用方法

新商品・新サービス開発のための参考資料として情報提供し、後のセミナーで理論を学び、更にその後のビジネスマッチならやモニター会で新商品・新サービスをテスト販売等に活用する。

(6) 実施事業

(1) から (5) に基き、次ページからの5事業を実施する。
各事業につき、現状と課題、改善策、概要・期待効果等、27年度から29年度までの3年間の目標値を記す。

⇒実施事業につき、次ページから

1	会員 アンケート	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 現在は定期的な会員アンケート等で事業所情報を取得できていない。</p> <p>【課題】 会員事業所の経営情報を取得する手立てが必要である。</p>		<p>定期的に会員へのアンケートを実施する。アンケートは会員へ毎月送付している会報誌へ同封したり、メールやFAXを活用する。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>会報やFAX、メール等で事業所の消費者ニーズ、外部環境に対する認識を把握。相談状況に応じた情報提供を行う。 現実的な外部環境の把握ができる。</p>			
		27年度		28年度	
年4回実施・アンケート数480 回収率40%		年4回実施・アンケート数480 回収率43%		年4回実施・アンケート数480 回収率45%	
2	Net アンケート サイト	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 現在は定期的な会員以外のアンケート等で事業所情報を取得できていない。</p> <p>【課題】 会員以外の事業所の経営情報も取得する手立てが必要である。</p>		<p>現在の会議所ホームページにアンケートサイトを新たに開設する。 入力された情報を基に統計データに整理する。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>インターネット上に専用サイトを設け、経営相談に対応。作成した統計データを作成し、相談状況に応じた情報提供を行う。 時間、地理の物理的制約を受けず調査ができる。</p>			
		27年度		28年度	
アクセス数の40%の回収率		アクセス数の43%の回収率		アクセス数の45%の回収率	

3	新作 見本市	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 現状は実施していない</p> <p>【課題】 大企業のように独自でモニター会を開くことができない小規模事業者に自社新商品のアピールの場を提供するとともに地域ブランド産出の契機をつくること</p>		<p>地域ブランド「古代大和 飛鳥」を意識した新商品・サービス開発に本気で取り組む事業者に、開発費等を一部補助する補助金を活用して、参加を呼びかける。</p> <p>ビジネスマッチなら開催時に一般消費者を招き、アンケートを取り、その情報をもとに新商品・サービス開発に磨きをかけ、完成品を後のうまいもん市や宮崎物産展事業でのテスト販売につなげる。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>ビジネスマッチなら開催時に大規模開催と空き店舗を利用して小規模定期開催。大手企業のようにモニター会を開くことができない小規模事業者に自社商品開発の情報収集とアピールの場を提供できる。</p>			
		27 年度		28 年度	
アンケート数 800 新商品数 8 作品		アンケート数 900 新商品数 9 作品		アンケート数 1000 新商品数 10 作品	
4	異業種 交流 委員会	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 毎月1回の委員会を実施。異業種交流委員会の委員における情報交換と販路拡大支援、委員間でのコラボ商品の開発等を行っている。</p> <p>【課題】 開発商品が地域ブランド化していない。加えてブランド化できる素材(サービス)と事業所の商品・サービス提供の市場を把握することができていない。</p>		<p>地区内の事業所にブランド化できる素材(サービス)のアンケート調査とターゲット調査を実施し情報収集を行う。調査とともに事業計画を策定し、「古代大和飛鳥」をモチーフとした新たな商品・サービスの地域ブランドづくりを行う。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>新たな地域ブランド開発に向けた情報収集。 新たな事業展開の可能性を開くことができる。</p>			
		27 年度		28 年度	
開催数 12 回 参加者延べ 200 名		開催数 12 回 参加者延べ 230 名		開催数 12 回 参加者延べ 260 名	

		現 状 と 課 題	改 善 策	
5	ビジネス 交流会	<p>【現状】 類似の事業があるものの、会員交流の機会が少ない。</p> <p>【課題】 会員間で情報交換したり、ネットワークを構築する機会を増やすこと。</p>	<p>事業所間マッチングもできる会員交流の場として活用可能なビジネス交流会を新設する。</p> <p>プレゼンを行い、自社PRと自社商品・サービスの需要動向を確認し、販路開拓・顧客獲得につなげられる場とする。</p>	
		概要・期待効果等		
		<p>三部構成によるミニセミナー、3 分間プレゼンテーション、グループ相談(交流)会を実施。</p> <p>新事業展開での経営革新の可能性を開くことができる。</p>		
		27 年度	28 年度	29 年度
		<p>年 1 回 参加者数 100 名 コーディネーター数 10</p>	<p>年 1 回 参加者数 110 名 コーディネーター数 11</p>	<p>年 1 回 参加者数 120 名 コーディネーター数 12</p>

⇒6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関することにつき、次ページから

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事【指針】

(1) 目標

本所最大規模を誇る販路開拓事業の『ビジネスマッチなら(*)』(商談会や展示会、即売会等)や定期個別ミニ商談会で、商談成就による取引先数増加と商品・サービスのアピールによる店舗誘客によって、売上の回復や拡大の契機をつくる。

*「ビジネスマッチなら」とは

本所主催で、事前予約型の商談会を始め即売会や展示会、モニター会(新設予定)等を毎年10月中旬に実施している。27年度で5回目。

(2) 考え方と支援対象

1) 考え方

小規模事業者が、経営指導員等の指導や支援により策定した事業計画や各種セミナーで習得したビジネススキルを実践で試すマーケティングテストの場として、販売促進の基軸事業とすべく『ビジネスマッチなら』を位置づける。

『ビジネスマッチなら』前は、商品開発づくりや交渉の仕方等の支援を行い、開催後は、リピーター客の作り方や自社及び商品・サービスPRのためのHPやSNSプレスリリースの書き方等での情報発信支援を行う。開催中は同行交渉支援も行う。

2) 支援対象

経営相談に始まり、事業計画を策定しビジネススキルを習得するなど、檀原商工会議所の経営指導を積極的に受けた意欲ある熱心な事業所を中心にして、経営セミナーへの優先参加権や国や市の補助金受給支援、(株)日本金融政策の「小規模事業者経営発達支援融資制度」を活用した融資獲得支援等を行う。

(3) 実施事業

(1)から(2)に基き、次ページからの11事業を実施する。

各事業につき、現状と課題、改善策、概要・期待効果等、27年度から29年度までの3年間の目標値を記す。

1	Net アンケート サイト	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 現在は定期的な会員以外のアンケート等で事業所情報を取得できていない。</p> <p>【課題】 会員以外の事業所の経営情報も取得する手立てが必要である。</p>		<p>現在の会議所ホームページにアンケートサイトを新たに開設する。 入力された情報を基に統計データに整理する。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>インターネット上に専用サイトを設け、経営相談に対応。作成した統計データを作成し、相談状況に応じた情報提供を行う。 時間、地理の物理的制約を受けず調査ができる。</p>			
		27 年度	28 年度	29 年度	
アクセス数の 40%の回収率		アクセス数の 43%の回収率		アクセス数の 45%の回収率	
2	新作 見本市	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 現状は実施していない</p> <p>【課題】 大企業のように独自でモニター会を開くことができない小規模事業者に自社新商品のアピールの場を提供するとともに地域ブランド産出の契機をつくること</p>		<p>地域ブランド「古代大和 飛鳥」を意識した新商品・サービス開発に本気で取り組む事業者に、開発費等を一部補助する補助金を活用して、参加を呼びかける。 ビジネスマッチなら開催時に一般消費者を招き、アンケートを取り、その情報をもとに新商品・サービス開発に磨きをかけ、完成品を後のうまいもん市や宮崎物産展事業でのテスト販売につなげる。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>ビジネスマッチなら開催時に大規模開催と空き店舗を利用して小規模定期開催。 大手企業のようにモニター会を開くことができない小規模事業者に自社商品開発の情報収集とアピールの場を提供できる。</p>			
		27 年度	28 年度	29 年度	
アンケート数 800 新商品数 8 作品		アンケート数 900 新商品数 9 作品		アンケート数 1000 新商品数 10 作品	

3	助成金・補助金	現 状 と 課 題		改 善 策			
		<p>【現状】 厚生労働省系の助成金の対応が中心となっている。</p> <p>【課題】 その他の助成金・補助金への対応支援が不足しており、特に昨今打ち出されてきた施策の事業者への支援不足が課題となっている。</p>		<p>本事業計画にある専門家連携協議会を活用し相談内容に応じた専門家を派遣し個別支援を行い、事業者が助成金・補助金の受給しやすい環境づくりを目指す。また、職員においても本事業計画にある各種勉強会を通じて得た知識を十分に活用して専門家に頼るに至らない相談に対して支援を行う。</p>			
		概要・期待効果等					
		<p>伴走型で国や県等の補助金受給支援を行う。 資金に乏しい事業所に対して、高度支援がしやすくなる。</p>					
		27 年度		28 年度		29 年度	
		15 件 持続化 10 件 ものづくり 2 件 その他 3 件		15 件 持続化 11 件 ものづくり 3 件 その他 1 件		17 件 持続化 12 件 ものづくり 4 件 その他 1 件	
4	制度融資等	現 状 と 課 題		改 善 策			
		<p>【現状】 現行は政府系金融機関の制度融資による斡旋が中心になっている。</p> <p>【課題】 その他の民間金融機関との連携を図る。</p>		<p>この度の事業計画である金融機関との定期合同会議にて商工会議所と民間金融機関が今までにない連携をもつことによって事業者への新規融資を検討し檀原市、奈良県との制度融資とも連携・調整をしながら新たな融資連携ができればと考える。</p>			
		概要・期待効果等					
		<p>伴走型で制度融資獲得のための支援を行う。 小規模事業者にも少しでも有利な条件で融資実行。</p>					
		27 年度		28 年度		29 年度	
		10 件		11 件		12 件	

5	プレミアム 商品券	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 商品券の利用が大規模小売店に偏りがちで、小規模店での売上に貢献しにくい</p> <p>【課題】 商品券をきっかけに小規模店に新規顧客が来店し売上貢献につなげること。</p>		<p>大型店では使えない「小規模事業者専用券」の作成や小規模店での使用時のみ参加できるスタンプラリー・抽選会などをおこない、小規模店での利用を促進する。また、新規顧客を継続的に来店させるような取り組みも小規模店に促す</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>【平成26年度実績】 発行額3千万円、プレミアム率10% 大型店での利用が集中することのないよう、小規模事業者での利用がしやすいような仕組みを盛り込む 小規模事業者の顧客獲得と販路拡大及び地域経済活性化につながる。</p>			
		27 年度		28 年度	
発行額 4 億円		発行額 1 億円(希望額)		発行額 1 億円(希望額)	

6	ふれあい ゼミナール	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 市内及び近隣において周知が不足している。</p> <p>【課題】 これまでのチラシ以外の手法を利用し、新たに「古代大和飛鳥」の魅力を伝えるサービスを創設し集客につながる周知をすること。</p>		<p>遺跡発掘体験や伝統工芸製作体験等の新たな体験型サービスを創設し、魅力を増幅させたふれあいゼミナールをフェイスブックやブログも活用して市及び近隣地域に周知徹底することで、更なる集客を図る。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>小売店の店主や芸術家、技師等が講師となり、プロならではの専門的な知識や情報、コツを無料で受講者(お客様)に伝え少人数制の体験型ゼミを実施する。 体験型ゼミを通じて、将来を担う子供の職業体験にもなり、外国人客には「古代大和飛鳥」のPRになる。</p>			
		27 年度		28 年度	
参加事業所数 20 件 参加者数 100 名		参加事業所数 25 件 参加者数 120 名		参加事業所数 30 件 参加者数 150 名	

7	ビジネス プラン コンテスト	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 現在は実施していない。</p> <p>【課題】 自社の事業内容をPRする場を提供すること。</p>		<p>ビジネスマッチなら開催時に事業プランのPRの場を設け、金融機関の融資やスポンサーの獲得につなげる。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>セミナーで作成した事業計画をプレゼンし、審査員(金融機関中心の構成)が表彰を行う。ビジネスマッチなら内で開催。 事業所の融資獲得機会を増強でき、銀行の融資先開拓も後押しできる。</p>			
		27 年度		28 年度	
参加者数 10 名 商談数 5 件		参加者数 10 名 商談数 6 件		参加者数 10 名 商談数 7 件	
8	定期個別 ミニ 商談会	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 小規模事業者では、営業力不足等による販路開拓が十分でない。</p> <p>【課題】 販路開拓の機会を複数回設けること。</p>		<p>定期的に個別型のミニ商談会を実施することにより、小規模事業者の需要開拓を促進し、経営基盤強化につなげる。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>ビジネスマッチならの商談会機能だけととりだし、小規模事業者用のミニ商談会を実施する。 ビジネスマッチならのような大きな商談会には参加しにくい小規模事業所の需要開拓を支援できる。</p>			
		27 年度		28 年度	
年 3 回開催		年 3 回開催		年 3 回開催	

9	ものづくり 相談所	現 状 と 課 題	改 善 策		
		<p>【現状】 大規模・中規模の企業と異なり小規模事業者は資金力不足や人材不足で自社製品開発に取り組めないため、売上拡大の術に乏しい。</p> <p>【課題】 他の企業の技術ニーズ・技術シーズ情報を取り込み、対応可能な自社技術を提供し売上拡大に努める。</p>	<p>新技術開発や新製品開発等に問題を抱える中小製造業に、企業の持続化並びに成長に結びつく小規模事業者の技術を提案する場としてビジネスマッチングの場を設け、ものづくり産業の活性化を支援する。</p>		
		概要・期待効果等			
		<p>中小製造業が抱える技術的な課題 新製品開発を解決するために取り組む支援・育成支援(伴走方支援) 専門家派遣、ものづくり講習会、補助金等の支援、他地域のものづくり企業との交流会、産業見本市・産業商談会参加。 これまで手薄だった工業系に手厚い支援策を提供できる。</p>			
		27年度	28年度	29年度	
ものづくり補助金 2件		ものづくり補助金 3件	ものづくり補助金 4件		
10	専門家 派遣	現 状 と 課 題	改 善 策		
		<p>【現状】 職員だけでは事業所が抱える昨今の高度化・多様化した経営課題(問題や悩み、ニーズ)を把握・対応できない。</p> <p>【課題】 事業所と専門家をコーディネートし、高度化・多様化した経営課題の解決にあたること。</p>	<p>専門家に任せにするのではなく、専門家に職員が同行し、同行回数を重ねることで専門家の手腕ノウハウを学ぶ機会を得ながら事業所に他視点での解決案を提案すること。</p>		
		概要・期待効果等			
		<p>指導員の守備範囲を超越し、専門知識が必要となる相談に対して、相談内容に応じることのできる専門家を派遣する。指導員等の同行は必須。 事業所に専門的な経営課題のソリューションを提供し、収益拡大の可能性を広げることができる。</p>			
		27年度	28年度	29年度	
派遣回数 24回		派遣回数 24回	派遣回数 24回		

		現状と課題	改善策		
11	ビジネス マッチなら	<p>【現状】 26年度から奈良県商工会連合会との新規事業連携を行い、セミナー、個別相談会等による個別の事業支援にはじまり、販路開拓に結び付ける事業展開を目的とする一連の事業形態を創りあげてきた。</p> <p>【課題】 初回ということもあり全体的に事業は推進・展開したものの、互いの団体間での意思疎通・情報の共有化等の不足で、各事業への参加者や商談会への登録と商談数は増加したものの、思った以上の成果があげられず、各事業者への事業内容の告知、参加、商談会機会の設定等の課題が浮き彫りとなった。</p>	<p>本事業計画では奈良県商工会連合会(県下商工会)との連絡・連携をより一層強化し、県下商工会議所や県内外の経済団体にも協力要請を行うなど、事業の告知PRを新聞、広報誌、DMそして商工会議所・商工会の職員の巡回、窓口等により事業者へ個別に働きかけ事業内容の説明で最大限の告知展開を行い事業への参加を促す。参加者には「売れる商品・サービス」の開発フォロー支援、商談時の商談フォロー、商談会後のアフター支援、ビジネスプランコンテストなど多種にわたる事業を展開。また、商談会はメインとなる商談会の1回(2日間)であったが年間を通じて大小の商談会を開催することで事業者の販路開拓への機会を多く作り、奈良県最大の販路開拓事業を目指す。</p>		
		概要・期待効果等			
		<p>奈良県商工会連合会(県内商工会)との事業連携により市内(小規模)企業と市外企業とのビジネスマッチングを行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大規模商談会を年1回の開催 ・小中規模商談会を年数回の開催 ・販路拡大に向けた売れる商品・サービス等の開発フォロー支援 ・展示会の開催 ・商談時のフォロー(同行商談) ・小規模事業者向け商談ノウハウの講習会等開催 ・各種専門家相談会の開催 ・商談会後の商談内容に応じたアフター支援 ・商談会前のセミナー ・商談会の実施 ・商談会後のフォローアップ支援 ・見本市やビジネスプランコンテストの開催 <p>需要開拓・販売促進の一大イベントとして認知され、ビジネスマッチングによる経営革新の契機をつくることができる。</p>			
		27年度	28年度	29年度	
<p>TOPセミナー・講演会:2回 見本市:15作品 商談会参加企業:180企業 商談数:200商談 バイヤー数:37バイヤー</p>	<p>TOPセミナー・講演会:2回 見本市:18作品 商談会参加企業:190企業 商談数:210商談 バイヤー数:40バイヤー</p>	<p>TOPセミナー・講演会:2回 見本市:20作品 商談会参加企業:200企業 商談数:220商談 バイヤー数:42バイヤー</p>			

2 . 地域経済の活性化に資する取り組み

(1) 今後の地域経済の方向性

橿原市の観光都市化施策の一助となるべく、「古代大和 飛鳥」の歴史を地域ブランドとして展開していく。小売や卸売・サービス業種が、産官学連携も視野にいた「古代大和 飛鳥」をモチーフにして、ふるさと名物を商品開発することや観光ルートを開発すること、宿泊施設等のサービスを充実させることで地域のにぎわいを創出していく。

(2) にぎわいを創出する事業と手順

以下のステップでにぎわいを創出していく。

1) ふるさと名物の開発

管内の事業所が、新商品・サービス開発セミナーを通じて、「古代大和 飛鳥」をモチーフにした「ふるさと名物」の新商品・サービス開発を促進し、地域ブランド創設に結実させる。

2) テスト販売

本会の需要喚起・販促事業「ビジネスマッチなら」でのモニター会や即売会を実施し、消費者の反応をみて商品・サービスを改良する。

3) 地元PR

地元百貨店で20回以上の開催をほこる「うまいもん市」で「ふるさと名物」として新商品を地元でPRし、販路開拓につなげる。

4) 県外PR

姉妹都市宮崎市との合同事業である「橿原と宮崎物産展」で「ふるさと名物」として新商品を県外でPRし、販路開拓につなげる。

5) 産官学連携の更なる展開

平成27年度に集大成をむかえる産官学連携で開発した「橿原産しょうがを使った商品」を観光ルートに属するカフェ等の飲食店舗に展開する。「観光ルート」は、新たな産官学連携で学生視点からみた飛鳥地方の魅力を盛り込み開発することを目指す。

(3) 関係者間での情報共有方法

1) うまいもん市

橿原市や橿原物産協会等との合同会議にて情報共有する。
(合同会議は、年に3回開催目標にして実施する。)

2) 橿原と宮崎物産展

橿原市や橿原物産協会、宮崎市、宮崎物産協会、宮崎商工会議所等と合同会議にて情報共有する。
(合同会議は、年に3回開催目標にして実施する。)

3) 観光地域づくり事業(新産官学連携)

大学生等の学生、「橿原・高取・明日香」トライアングルの広域連携協議会、参加事業所が定期的に合同会議を設け情報共有する。
(合同会議は、年に4回開催目標にして実施する。)

(4) 地域の魅力の特性

橿原市・高取町・明日香村の3行政区で飛鳥地域を指す。当該地域は、古代から飛鳥時代にかけて日本の要所であったとされている。橿原神宮や藤原京、明日香石舞台古墳、飛鳥寺等、古代の歴史を彷彿させる歴史建造物や跡地が数多く残存し、修学旅行生を中心とした多くの観光客が訪れる。

(5) 観光振興等を含む地域ブランド化

地域資源「古代大和 飛鳥」を地域ブランドとして活用し、売れる旅行商品を開発すると共に、継続して観光地づくりに取り組む地域の担い手を育成し、自立的経営へと展開することで、観光地開発をビジネスへとつなげる。

具体的には、産官学連携による学生視点の観光ルート開発や遺跡発掘体験型ゼミ等の地元店舗による「ふれあい体験ゼミナール」を展開して、外国人観光客や国内旅行者の取り込みに繋げる。

(6) 実施事業

(1) から(5) に基き、次ページからの6事業を実施する。
各事業につき、現状と課題、改善策、概要・期待効果等、27年度から29年度までの3年間の目標値を記す。

1	異業種 交流 委員会	現 状 と 課 題	改 善 策	
		<p>【現状】 毎月1回の委員会を実施。異業種交流委員会の委員における情報交換と販路拡大支援、委員間でのコラボ商品の開発等を行っている。</p> <p>【課題】 開発商品が地域ブランド化していない。加えてブランド化できる素材(サービス)と事業所の商品・サービス提供の市場を把握することができていない。</p>	<p>地区内の事業所にブランド化できる素材(サービス)のアンケート調査とターゲット調査を実施し情報収集を行う。調査とともに事業計画を策定し、「古代大和飛鳥」をモチーフとした新たな商品・サービスの地域ブランドづくりを行う。</p>	
		概要・期待効果等		
		<p>新たな地域ブランド開発に向けた情報収集。 新たな事業展開の可能性を開くことができる。</p>		
		27 年度	28 年度	29 年度
開催数 12 回 参加者延べ 200 名	開催数 12 回 参加者延べ 230 名	開催数 12 回 参加者延べ 260 名		
2	ふれあい ゼミナール	現 状 と 課 題	改 善 策	
		<p>【現状】 市及び近隣において周知が不足している。</p> <p>【課題】 これまでのチラシ以外の手法を利用し、新たに「古代大和飛鳥」の魅力を伝えるサービスを創設し集客につながる周知をすること。</p>	<p>遺跡発掘体験や伝統工芸製作体験等の新たな体験型サービスを創設し、魅力を増幅させたふれあいゼミナールをフェイスブックやブログも活用して市及び近隣地域に周知徹底することで、更なる集客を図る。</p>	
		概要・期待効果等		
		<p>小売店の店主や芸術家、技師等が講師となり、プロならではの専門的な知識や情報、コツを無料で受講者(お客様)に伝え少人数制の体験型ゼミを実施する。 体験型ゼミを通じて、将来を担う子供の職業体験にもなり、外国人客には「古代大和飛鳥」のPRになる。</p>		
		27 年度	28 年度	29 年度
参加事業所数 20 件 参加者数 100 名	参加事業所数 25 件 参加者数 120 名	参加事業所数 30 件 参加者数 150 名		

		現 状 と 課 題	改 善 策	
3	うまいもん市	<p>【現状】 地場で地場商品を販売する難しさと事業所のマンネリ化が目立っている。</p> <p>【課題】 「古代大和 飛鳥」をイメージした新商品(地域ブランド)をつくること。</p> <p>うまいもん市より宮崎物産展へ出展拡大</p>	<p>出展する事業所に、「古代大和 飛鳥」をイメージした新作商品開発をしていただく(そのために勉強会や見本市等に積極的に参加を促す)</p> <p>また、新商品開発 うまいもん市 宮崎物産展で繋げていく事業所の競争力及び販路開拓を支援できる仕組みを作る。</p>	
		概要・期待効果等		
		<p>飲食商品を扱う会員事業所を、地元百貨店の催事会場に集め、3日間にわたり即売会を実施する</p> <p>地元商店の商品を比較的集客力の高い地元百貨店で即売することで、自社商品PRができる。</p>		
		27年度	28年度	29年度
売上高 350 万 出店数 20 店舗	売上高 360 万 出店数 21 店舗	売上高 370 万 出店数 22 店舗		

		現 状 と 課 題	改 善 策	
4	榎原と宮崎の物産展	<p>【現状】 物産展会場の宮崎の百貨店から榎原市を彷彿させるようなオリジナル商品の出品を希望されている</p> <p>【課題】 「古代大和 飛鳥」をモチーフとした地域ブランドを開発し店舗 PR 力を高めること</p>	<p>出展する事業所に、「古代大和 飛鳥」をイメージした新作商品開発をしていただく(そのために勉強会や見本市等に積極的に参加を促す)</p> <p>また、新商品開発 うまいもん市 宮崎物産展で繋げていく事業所の競争力及び販路開拓を支援できる仕組みを作る。</p>	
		概要・期待効果等		
		<p>会員事業所を、姉妹都市宮崎市の百貨店の催事会場に、6日間にわたり即売会を実施する。榎原市を中心とした奈良県内の特産品を扱う事業所が参加。</p> <p>地域ブランドをモチーフにした地元商店の商品を比較的集客力の高い宮崎市の百貨店で即売することで、榎原市と古代都市飛鳥ブランドをPRできる。</p>		
		27年度	28年度	29年度
売上高 1500 万 出店数 20 店舗	売上高 1600 万 出店数 21 店舗	売上高 1700 万 出店数 22 店舗		

		現 状 と 課 題	改 善 策
5	空き店舗 対策事業	<p>【現状】 本市は、大型店やロードサイド店の出店、消費者ニーズの変化等でシャッター通りや空き店舗が増加の一途であり、中心市街地の空洞化を招いている。</p> <p>【課題】 新聞広告だけでなく、他の宣伝手段を活用し事業PRを充実させ、空き店舗情報と出店希望者のニーズを把握し、交渉の機会を増大させる。</p>	<p>市内の不動産関係者には定期的な空き店舗情報の提供を促す。出店希望者はホームページやSNSも活用し募集する。</p> <p>また、行政と連携をとり、家賃補助等の補助金の拡充を図る。</p>
		概要・期待効果等	
		<p>家賃補助は4月から3月までの最大1年間の拡大変更(年度を越えた1年間の補助)対象物件の範囲拡大(出店希望者が選んだ物件も対象物件として可能) 経営発達支援計画に沿った経営支援、創業者店舗支援を行い、シャッター通り化現象を防止することで、地域のにぎわいを創出していく。また、地元で起業を目指す起業家の店舗選定の一助となることことができる。</p>	

		現 状 と 課 題	改 善 策		
6	観光地域 づくり事業	<p>【現状】 観光振興による地域経済活性化のための地域ブランドづくり・新サービスづくりができていない。</p> <p>【課題】 地域資源を活用した観光名所やふるさと土産を開発し、観光ビジネスにつなげること。</p>	<p>広域連携(檀原・明日香・高取)で観光に関する産官学事業に取り組み、これまで観光資源としては気付かれていなかったような地域固有の資源を新たに発掘し、体験型・交流型の要素を取り入れた旅行サービスを開発する。</p>		
		概要・期待効果等			
		<p>観光商品販売のビジネスモデルを構築し、全国展開を図れるよう、広域連携トライアングル(檀原・明日香・高取)による産官学の観光取り組み(観光ルートづくり等)を行う。地元地域ブランド「古代大和 飛鳥」をモチーフに、商品とサービスの開発や誘客展開を通じて、檀原市の観光都市化の一助となる。</p>			
		27年度	28年度	29年度	
<p>会議数 4回 観光ルート数 2 商品数 20アイテム</p>	<p>会議数 4回 観光ルート数 2 商品数 21アイテム</p>	<p>会議数 4回 観光ルート数 2 商品数 22アイテム</p>			

3. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上の取り組み

(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

会員をはじめとする管内事業所の経営状況や需要開拓状況、アドバイスや情報提供等の助言内容、専門家派遣やセミナー等の支援策等を記載したカルテ等を活用し、情報共有を図る。当該情報交換活動を通じて、融資実行や専門家派遣、補助金受給支援などの高度経営支援サービス提供機会の増会を図る。

1) 奈良県商工会連合会等の他支援機関との連携

奈良県商工会連合会と傘下の商工会と連携して、本会最大規模を誇る販路開拓事業の『ビジネスマッチなら(*)』を開催する。

『ビジネスマッチなら』の「ビジネス商談会」を通じて、数多くの県内事業が新たな需要開拓に取り組める基盤を築く。基盤構築手段は下記の通りである。

①定期合同会議開催

事業企画や宣伝方法の決定及び進捗管理、反省会はもとより、ビジネス商談シートを精査し、商談計画立案のための合同会議を定期開催する。

②小規模事業者の需要動向等に関する情報交換

会社概要書と商品紹介書を構成要素とするビジネス商談シートを共通フォーマットとして作成する。当シートを情報交換ツールとし、事業所のニーズを把握し商談先候補を選定する。ビジネス商談シートはデータベース化することも検討している。

③支援ノウハウに関する情報交換等

商品開発の仕方や景品表示法の理解、交渉スキル習得等、商談成立のためのセミナーを複数回開催し商談前支援とする。

リピーターの作り方等のセミナー開催や専門家派遣によるブラッシュアップ、フォロー巡回等を充実させ、商談後支援とする。

④定期個別ミニ商談会

『ビジネスマッチなら』の商談会機能のみを取り出し、主に『ビジネスマッチなら』に参加できなかった事業所を対象にして、小規模の商談会を別途複数回実施することによって、販路開拓の契機を更に充実させる。

*「ビジネスマッチなら」とは

本会主催で、事前予約型の商談会を始め即売会や展示会、モニター会（新設予定）等を毎年10月中旬に実施している。27年度で5回目。

2) 地元金融機関等との連携

地元地域密着型の金融機関等と定期合同会議によって情報交換し、小規模事業者の資金需要（融資ニーズ）に応えるために、金融機関等とのスムーズなマッチングを行えるようにする。金融機関等との連携基盤強化手段は下記の通りである。

①小規模事業者の需要動向等に関する情報交換

経営指導員等が作成したカルテを情報交換ツールとし、事業所の資金需要を把握し、スムーズに融資相談を進められるよう融資決定のためのポイントも情報交換していく。

②支援ノウハウに関する情報交換等

融資決定基準とその基準にそった事業計画作成を専門家派遣やセミナー開催等で支援していく。融資に関しては、日本政策金融公庫の「小規模事業者経営発達支援融資制度」も積極的に活用し支援していく。

『ビジネスマッチなら』の中で、ビジネスプランコンテストを実施し、創業予定者や新規事業推進者等を支援する。

3) 専門家との連携

当所会員士業で構成される檀原商工会議所連携協議会を中心に、事業所に対する高度支援サービス状況の共有を主たる目的とし、定期や臨時で合同会議を設け、下記内容を共有する。

①小規模事業者の需要動向等に関する情報交換

経営指導員等が作成したカルテを情報交換ツールとし、事業所の経営状況を把握し、スムーズな専門家派遣を進め、高度化・多様化する経営課題解決に繋げる。

②支援ノウハウに関する情報交換等

当所会員士業で構成される檀原商工会議所連携協議会を発足させ、ワンストップで事業所の経営課題解決を図る。専門家派遣やセミナー開催等で専門家に同行しながら支援ノウハウ・専門家情報を共有する。

4) 事業実施

1) から3) に基き、次ページからの2事業を実施する。

各事業につき、現状と課題、改善策、概要・期待効果等、27年度から29年度までの3年間の目標値を記す。

1	金融機関との定期合同会議	現 状 と 課 題	改 善 策	
		<p>【現状】 当事業は、これまでは実施していない。</p> <p>【課題】 地元民間銀行との連携を図り、融資を希望する檀原管内の小規模事業者の経営状況について情報共有し、スムーズな資金調達を支援することで小規模事業者の経営改善支援を行うこと</p>	<p>毎年、四半期に一度の合同会議を設け、檀原管内の事業所の情報共有を図る。具体的には、銀行が事業計画書に盛り込んでほしい情報ページ目 融資候補先や会員候補先 檀原管内の景気動向や需要動向について情報交換する。</p>	
		概要・期待効果等		
		<p>四半期に一度、支援先の経営状況や事業計画実施状況について情報交換。融資獲得のため、支援先のプレゼンに同行。檀原管内の景気動向を詳細に把握できるとともに、今後の支援対策に活用できる。</p>		
		27 年度	28 年度	29 年度
四半期に 1 度	四半期に 1 度	四半期に 1 度		
2	専門家連携協議会	現 状 と 課 題	改 善 策	
		<p>【現状】 会員に各専門家(国家資格等保有者)は加入しているが、行政書士間での連携にとどまっていた。</p> <p>【課題】 事業者から寄せられる諸問題の全ての解決に対応ができるよう行政書士以外の専門家との連携を図ることが必要になった。</p>	<p>多種多様な専門家を集めその協議会を発足させて専門家間及び商工会議所との交流をすることにより事業者が抱える問題解決について支援を行う。</p>	
		概要・期待効果等		
		<p>定期会議の開催、定期的な無料相談会の実施。四半期に一度、連携協議会における情報交換、対応策の検討。各専門家が連携し小規模事業者の経営分析、事業計画策定の支援を行い、若手経営者を対象とした知的資産経営に関するセミナーと作成。専門家との連携で、寄せられた解決難度の高い経営課題に対してアプローチが可能であり、地元詳しい会員士業に頼むことで地域密着型の支援ができる。</p>		
		27 年度	28 年度	29 年度
四半期に 1 度 相談件数 40 件 セミナー実施回数 5 回	四半期に 1 度 相談件数 44 件 セミナー実施回数 6 回	四半期に 1 度 相談件数 48 件 セミナー実施回数 7 回		

(2) 経営指導員等の資質向上等に関すること

経営指導員等の支援能力の向上については、記帳指導・税務指導といった従来の経営指導に必要な能力向上に加え、小規模事業者の高度化・多様化するニーズに対応し、自社の持続発展につながる提案型指導ができるよう、コンサルティング力を習得・強化する。小規模事業者が抱える高度化・多様化した経営課題に対して、ソリューション提案し、持続発展に結実する経営支援体制の基盤を築き強固にする。

1) 目標

①事業計画書策定及び実施のための指導・支援力の強化

事業者が自身で事業計画書の作成して実践できるようになるまで指導・支援ができる。経営安定化のためにも各種共済の推進も行う。

②経営に関する知識の習得

創業および事業承継、経営改善に必要な経営知識を習得し、経営支援の現場でそれらの知識を応用することができる。

③ヒアリング力の強化

小規模事業者が持つ問題点および課題を把握でき、的確なアドバイスまたはカウンセリングができる。

④情報およびその発信の充実

様々な小規模事業者の多様化するニーズに対応し、必要に応じて情報を提供できる。また、経営発達事業にともなう国の小規模事業所施策活用のための具体的な手順を、経営者に対して示すことができる。

2) 支援能力向上の仕組み

①勉強会での支援ノウハウの収集・整理

- ・週1回の巡回ミーティング
- ・定期開催の銀行との合同会議
- ・四半期に1度の専門家との合同会議

以上の会議等で得た「事業所情報とその支援の仕方等の情報」をもとに、月に1度2時間程度勉強会等を開催し、支援ノウハウを収集・整理する。

②事業所支援ノウハウの補充

①で収集・整理した情報をもとに、他者が積上げた支援実績事例の検証・疑似体験し、自己が習得必要と思った事業所支援に関する知識・ノウハウ等を補充する。

③実践

②で補充した支援ノウハウを、巡回指導や窓口相談等で実践していく。

④ ①から③を繰り返す

スパイラル型の当該工程を踏むことにより、経営支援能力向上を目指す。

3) 必須支援ノウハウ等の習得方法

経営指導員等に求められる資質は、総合性（企業経営全般に関する対応能力）であり専門性（特定専門分野に関する能力）である。

これらのノウハウは、中小企業大学校主催の研修や中小企業診断士等の専門家を招いての独自研修会、勉強会、先輩・ベテラン職員による OJT・OFF-JT を通じて習得する。

4) 支援ノウハウ等を組織内で共有する体制

①支援ノウハウ等を組織内で共有する体制

情報管理（情報収集・分析・集約・配信）活動を通じて、支援ノウハウ等の共有体制を整備する。

クラウド対応した、時間・場所を問わず閲覧できる「支援情報データベース」を新たに設ける。

経営相談の結果を記したカルテをデータ登録し、当該支援情報等をもとに、会議や勉強会等でノウハウ化して整理・データ登録し、経営指導員等は、ホームページや会報などで情報共有していく。

②支援ノウハウ等の4アイテム（成果物）

アイテム	記載内容など
カルテ	・専門家や銀行とともに開発した独自フォーマット ・会社の考え方 ウリ(強み) 困り事・課題 助言内容 売上動向 資金繰り状況、気づき等
カルテ	需要動向 経済動向 会員アンケート 伴走支援事業所先アンケート
会議録等	支援対策案 支援スケジュール
ノウハウ集	カルテや会議録からの「気づき」のまとめ

③ 4 アイテムの運用詳細

	誰が作成？	いつ作成？	どのように作成？	なぜ作成？
カルテ	経営指導員 経営支援員	巡回後都度	Excel ファイル (3年後 WEB システム 化を予定)	事業所情報の把握・分析力向上のため
カルテ	経営指導員 経営支援員	巡回後適宜 定期アンケート後	Excel ファイル (3年後 WEB システム 化を予定)	需要動向・経済動向の把握・分析力向上のため
会議録等	担当者 (輪番制)	会議後 (毎月1回は開催)	Word ファイル (3年後 WEB システム 化を予定)	コンサルティング 能力向上のため
ノウハウ集	職員全員	勉強会后 (毎月1回は開催)	Word ファイル (3年後 WEB システム 化を予定)	コンサルティング 能力向上のため

		現状と課題	改善策			
1	各種 勉強会	<p>【現状】 現在は行っていない。 職員数の減少に反して業務量は増え、各職員に対する業務量過多の状況が長年にわたり続いてきたため、資質向上のための機会を設けられなかった。</p> <p>【課題】 事業者に対する相談支援とその能力が不十分でありその対策が課題である。</p>	<p>定期的に時間を設け、課題に沿った勉強会を開催し、資質向上を図る。具体的には、経営指導員だけではなく全職員が、奈良県商工会連合会が行う職員研修に積極的に参加し、経営者が求めるより専門性の高い相談に対応し、諸課題に対するコンサルティングおよびマネジメント機能を強化・充実する。経営指導員はもとより、全職員が専門性の高い相談に対して職員自らがその解決策に対応する意識をもち、多種にわたる相談内容とその対応を判断し、専門家連携協議会に所属する専門家との連携や専門家へ支援依頼が出来る能力を高める。</p>			
		概要・期待効果等				
		<p>経営指導員等に求められる資質(総合性(企業経営全般に関する対応能力)と専門性(特定専門分野に関する能力)を習得する。 職員の経営支援スキルアップが望める。</p>				
		27年度		28年度		29年度
		勉強会 24回開催		勉強会 24回開催		勉強会 24回開催

2	商工 ニュース 発行事業	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 小規模事業者の経営改善に役立つ情報が記事として不足している。</p> <p>【課題】 現状のページ数では、経営発達支援事業の告知等を掲載するスペースが足りない。</p>		<p>定期的に特集ページを組み実際の小規模事業者の経営改善事例等を掲載し他の事業者に参考にしてもらう。</p> <p>ページ数を増やす、または別紙刷り等にして事業の告知内容を充実させる。HPに会報誌の内容をデータ化して掲載し、より多くの事業者に読んでもらえるようにする。</p>	
		概要・期待効果等			
		<p>税務・労務情報や、タイムリーな情報を提供、会員の事業所紹介。 毎月1回会員事業所に対し、商工会議所の事業情報・税務や労務情報・その他の広報を行う。 経営発達事業を通じた支援状況を会員事業所にPRでき、会議所の存在意義を認識して頂ける。</p>			
		27 年度		28 年度	
発行 6 回 経営発達事業の 成果報告掲載数		発行 6 回 経営発達事業の 成果報告掲載数		発行 6 回 経営発達事業の 成果報告掲載数	
3	小規模・ セーフティ 共済	現 状 と 課 題		改 善 策	
		<p>【現状】 小規模企業共済制度・セーフティー共済制度の認知度が低い</p> <p>【課題】 小規模企業共済制度・セーフティー共済制度が「安心」をサポートする国の共済制度であることを積極的 PR する。</p>		<p>一部の担当職員でなく職員全員が小規模企業共済・セーフティー共済の内容を把握し、巡回指導や窓口相談、チラシ、広報で定期的にメリット情報を発信し続ける。</p>	
		概要・期待効果等			
<p>小規模事業者の経営上のリスク回避の1手段として推進する。 労働環境改善の手立てを示すことができ、事業所存続につながる</p>					

(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

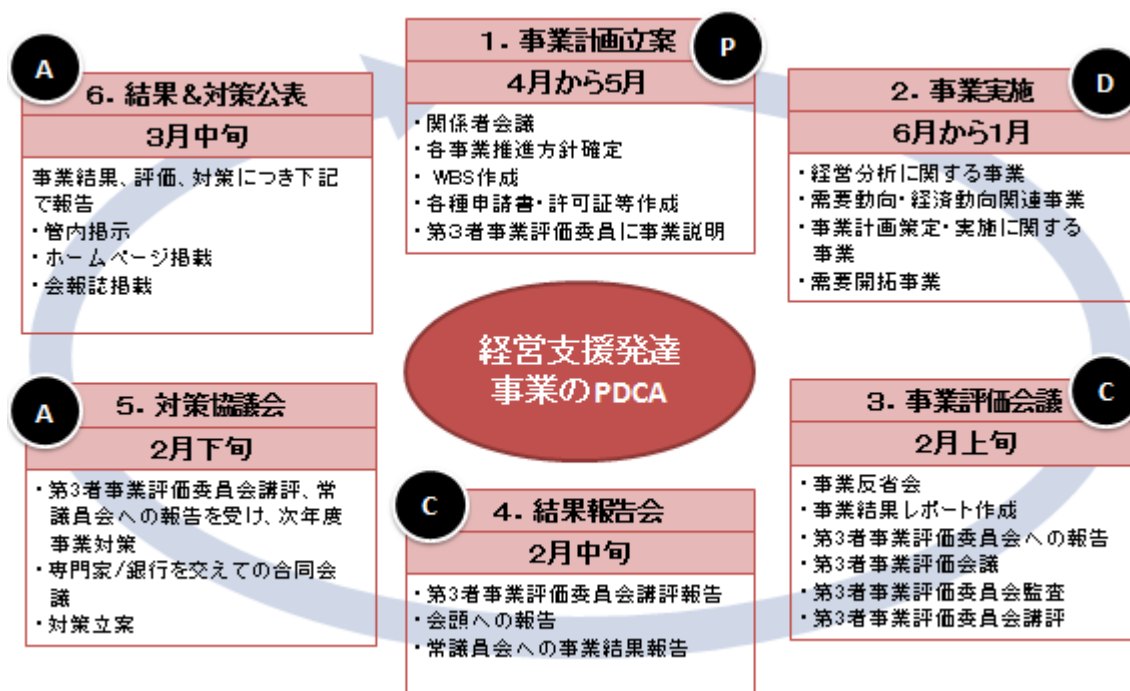
毎年度、本計画に記載の事業の実施状況および成果について、以下の方法により評価検証を行う。

1) 外部有識者の活用

畿央大学教授や橿原市（連携先である産業振興課以外の部署）、NPO 法人ファミア、奈良県経済産業協会、日本政策金融公庫等金融関係の有識者で構成される第3者事業評価委員会により、事業の実施状況、成果の評価・見直し案等の講評提示を行う。

2) 事業の評価及び見直しをするための仕組み

第3者事業評価委員会において、事業の評価・見直しの方針を決定する。
以下、事業の評価及び見直しをするための仕組み（経営発達支援事業のPDCA）



* 実施月は変更の可能性あり。

* 第3者事業評価会議は、2月を常会とし、その他の期間内は適宜臨時開催とする。
事業の成果・評価・見直しの結果については、常議員会へ報告し、承認を受ける。

3) 関係者への結果等閲覧可能性

事業の成果・評価・見直しの結果を、管内掲示板や橿原商工会議所のホームページ (<http://kashihara-cci.or.jp/>) で期間中公表する。また、定例会報（毎月発行）においても公表する。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

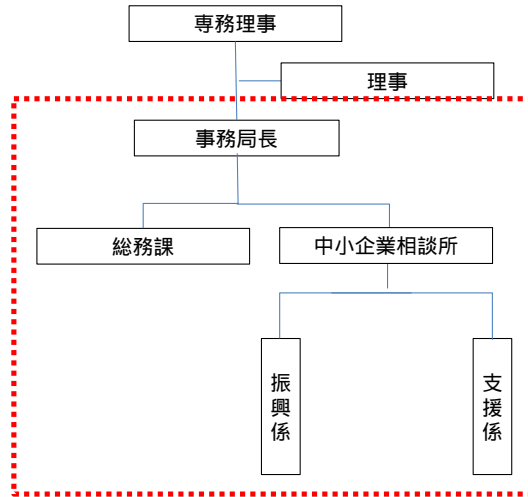
経営発達支援事業の実施体制

(平成 27 年 1 月現在)

(1) 組織体制
現組織図

< 榎原商工会議所の現組織体制 >

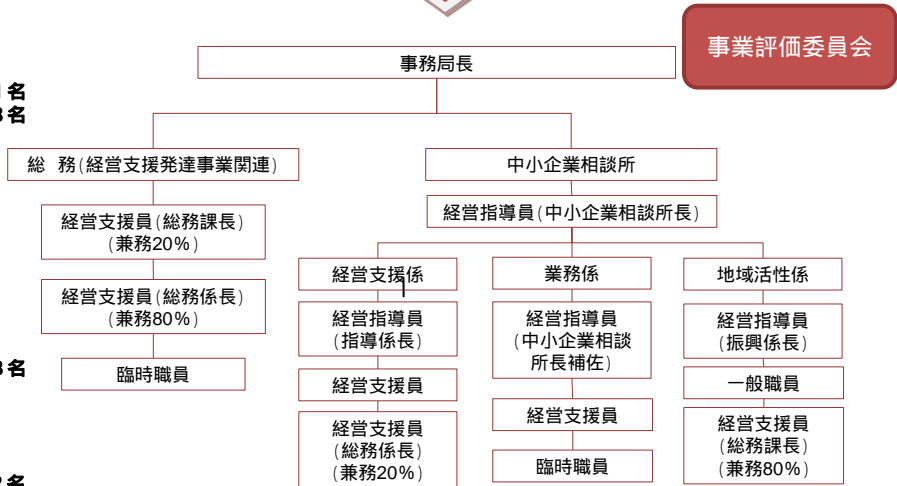
専務理事	1名
理事	1名
事務局長	1名
中小企業相談所	8名
経営指導員	1名
(中小企業相談所長)	
経営指導員	1名
(中小企業相談所長補佐)	
経営指導員(振興係長)	1名
経営指導員(支援係長)	1名
経営支援員(振興係)	1名
経営支援員(支援係)	1名
一般職員(支援係)	1名
臨時職員(振興係)	1名
総務課	3名
経営支援員(総務課長)	1名
経営支援員(総務係長)	1名
臨時職員	1名
合計	14名



経営発達支援事業実施体制

< 経営発達支援事業実施体制 >

事務局長	1名
中小企業相談所	8名
経営指導員	1名
(中小企業相談所長)	
経営指導員	1名
(中小企業相談所長補佐)	
経営指導員(振興係長)	1名
経営指導員(支援係長)	1名
経営支援員(振興係)	1名
経営支援員(支援係)	1名
一般職員(支援係)	1名
臨時職員(振興係)	1名
総務課	3名
経営支援員(総務課長)	1名
経営支援員(総務係長)	1名
臨時職員	1名
合計	12名



(2) 連絡先

住所：奈良県榎原市久米町 652-2
 名称：榎原商工会議所
 Tel :0744-28-4400
 Fax :0744-28-4430
 Mail:info@kashihara-cci.or.jp

榎原商工会議所の経営発達支援事業実施にあたり、**職員全員参加型のプロジェクト体制**を構築する。そのため、総務所属の職員が、中小企業相談所に兼務率を定め所属する形態をとる。

(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)

	27年度 (平成27年 4月以降)	28年度	29年度
必要な資金の額	131,928	131,928	131,928
・経営分析等 関連事業費	86	86	86
・各種調査 関連事業費	1,410	1,410	1,410
・事業計画 関連事業費	3,060	3,060	3,060
・需要開拓 関連事業費	115,980	115,980	115,980
・地域経済活性化 関連事業費	10,240	10,240	10,240
・資質向上 関連事業費	1,152	1,152	1,152

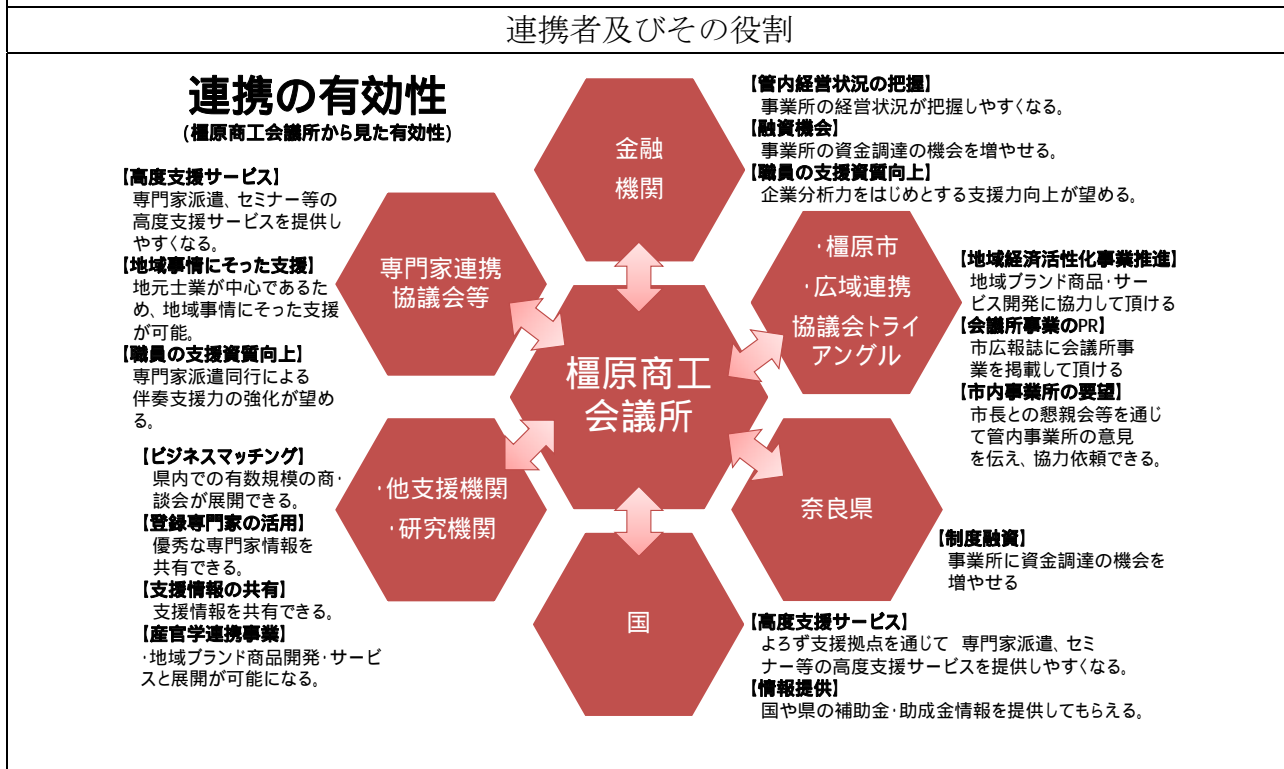
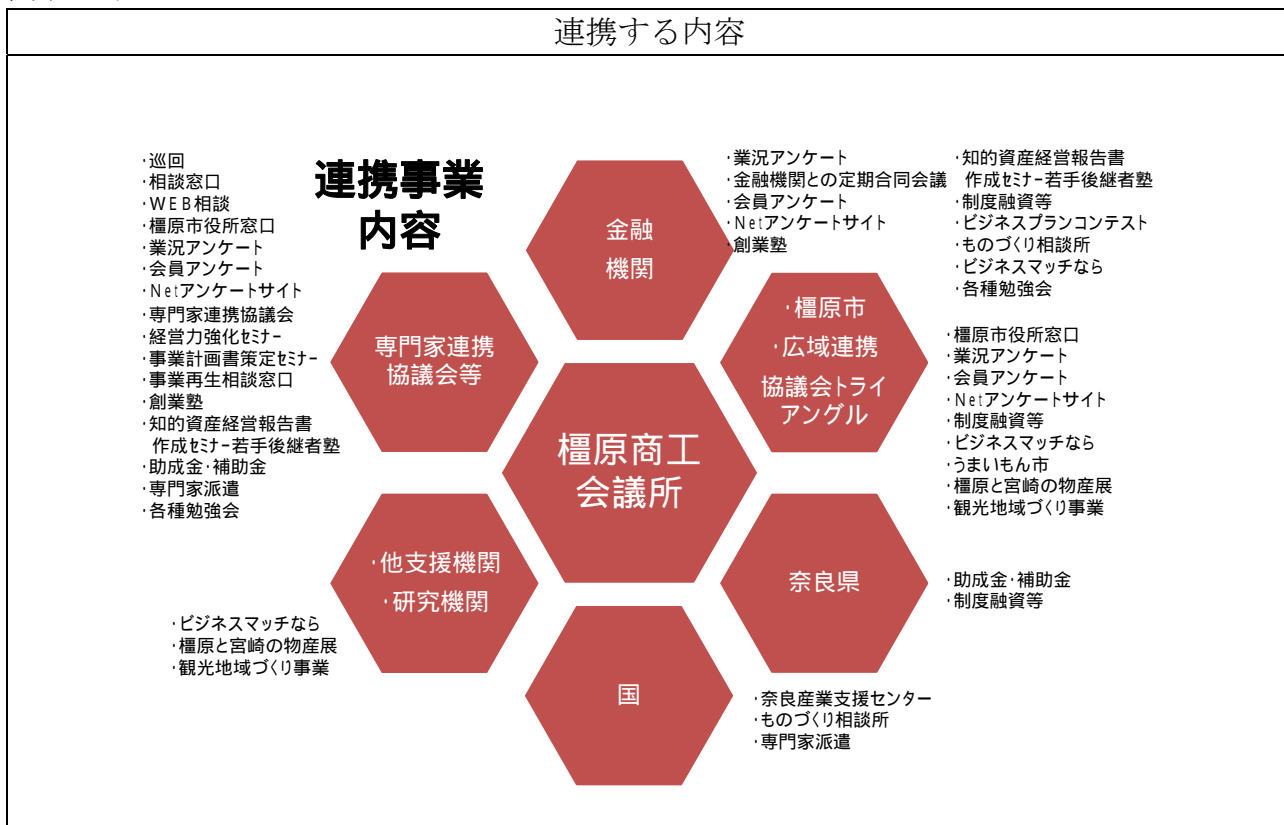
(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
事業所等負担金 市補助金 国補助金 県補助金 会費収入 賦課金

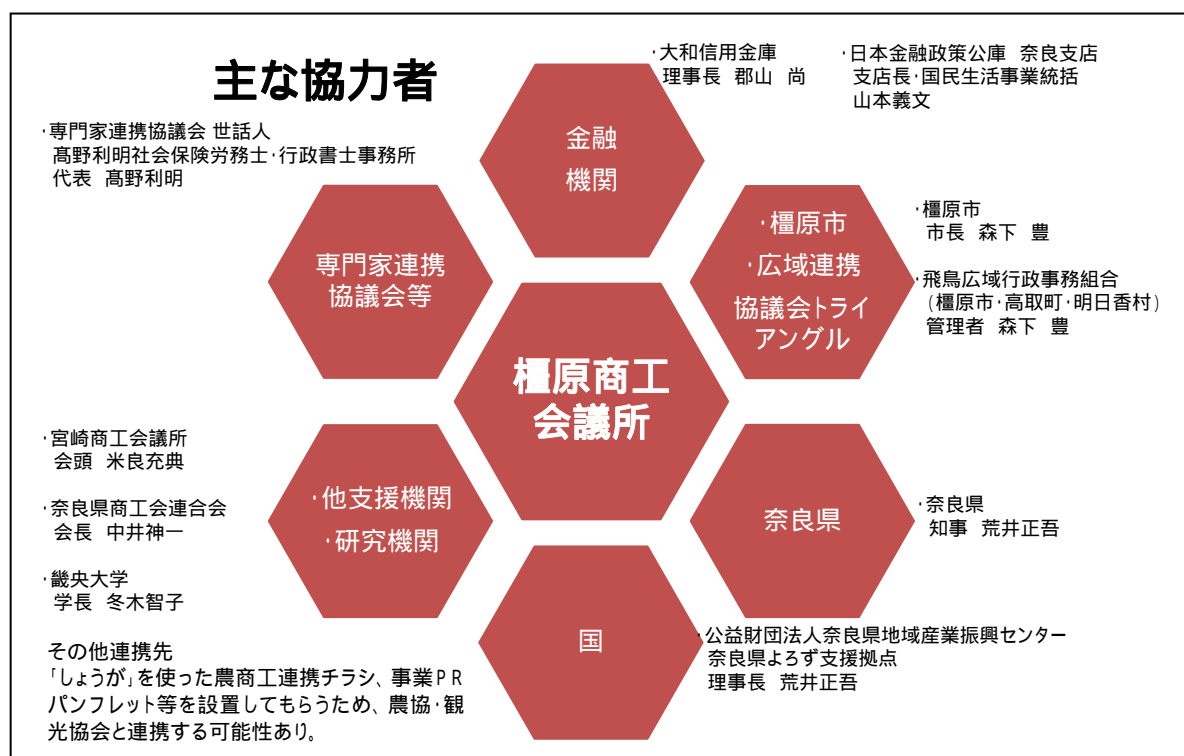
(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(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ページ



連携体制図等



連携先一覧

名称	役職	氏名	所在地	電話番号
大和信用金庫	理事長	郡山 尚	633-0091 奈良県桜井市桜井 281-11	0744-42-9001
株式会社日本金融政策公庫奈良支店 国民生活事業	支店長 事業統括	山本義文	630-8115 奈良県奈良市大宮町 7-1-33	0742-36-6700
橿原市	市長	森下 豊	634-8586 奈良県橿原市八木町 1-1-8	0744-22-4001
飛鳥広域行政事務組合 (橿原市・高取町・明日香村)	管理者	森下 豊	634-8586 奈良県橿原市八木町 1-1-8	0744-21-1108
奈良県	知事	荒井正吾	630-8501 奈良県奈良市登大路町 30	0742-22-1101

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	荒井正吾	630-8031 奈良県奈良市柏木町 129-1	0742-81-3840
宮崎商工会議所	会頭	米良充典	880-0811 宮崎県宮崎市錦町 1-10 宮崎グリーンسフィア壱番館 (KITEN)7 階	0985-22-2161
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	0742-22-4411
畿央大学	学長	冬木智子	635-0832 奈良県北葛城郡広陵町馬見中 4-2-2	0745-54-1601
専門家連携協議会 世話人 高野利明社会保険労務 士・行政書士事務所	代表	高野利明	634-0071 奈良県橿原市山之坊町 85-42	0744-25-2244

※専門家連携協議会は平成 27 年 4 月発足。