

経営発達支援計画の概要

実施者名	橋本商工会議所 (法人番号: 5170005004801)
実施期間	平成28年4月1日～平成33年3月31日
目 標	<p>地域の経済動向・需要動向、小規模事業者（以下、「事業者」）の経営実態などを踏まえ、事業計画の策定と実行をサポートすることで、事業者自身が事業計画の重要性を認識するなど、経営意識の変革を実現して、将来にわたり発達が期待できる存在へと成長できるよう支援を行います。</p> <p>また、顧客ニーズの継続的な把握に努めることや、地域資源を活用したブランドの創出などにより、販路開拓、新商品開発、新分野展開を促進し、地域経済の活性化に向けた支援を行うとともに、創業者の創出、後継者対策などを行い、地域のにぎわいづくりと事業者の支援を行います。</p> <p>当商工会議所では、この事業に従事する全職員が、必要な知識・技術の習得など、資質の向上を図るとともに、組織全体の意識改革を行い事業に取り組みます。</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域の経済動向調査に関すること 当商工会議所地区内の経済動向を把握し、事業者の経営の発展に向けた支援を行うことを目的に、橋本市内の経済についての調査を行います。 2. 経営状況の分析に関すること 事業者の持続的な成長発展に向けて、経済動向調査や需要動向調査の情報に基づく経営状況を把握と分析、事業者自身が認識できるよう指導し、事業計画の策定を目指した経営分析の支援を行います。 3. 事業計画策定支援に関すること 事業者の問題点や課題を経済動向調査、需要動向調査、経営状況分析によって明らかにし、持続的な経営、発展に向け需要を見据えた事業計画の策定を支援します。 また、創業志望者等が円滑に開業できるよう、適切な開業計画策定を支援します。 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画の着実な実施のために、経営指導員等が計画の進捗を管理し、計画策定事業者を支援します。計画実行の中で課題が生じた場合は、経営指導員等が事業者とともに課題の解決を図ります。また、専門的な課題については、専門家を派遣し課題の解決の支援を行います。 5. 需要動向調査の実施に関すること 事業者が自らの商品・サービスの新たな販路や、新製品開発の方針が立てられるよう、事業者の立ち位置に近い視点からのデータ収集を目的とした調査を行います。 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 見本市・商談会等に出展しやすい環境づくり、域外商工会議所等とのマッチング商談会、BtoBサイトの活用等の販路拡大の支援を行い、事業者の売上や利益確保を図ります。 <p>II. 地域経済の活性化に資する取り組み</p> <p>本事業を連携して行う機関と、地域経済の活性化についての方向性を共有しながら、以下の事業に取り組みます。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域活性化事業の方向性を共有するシステムの構築 2. 地域ブランド開発への取り組み 3. 観光誘客イベントへの取り組み 4. 農業の六次産業化、ブランド化の推進 5. 地域の大学と企業が連携した取り組みへの支援体制
連絡先	<p>橋本商工会議所 中小企業相談所 〒648-0073 和歌山県橋本市 市脇1丁目3番18号 電話番号 0736-32-0004 / ファクシミリ番号 0736-33-3326 メールアドレス info@hashimoto-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

(1) 地域の概況

和歌山県の北東端に位置する橋本市は、北は大阪府河内長野市、東は奈良県五條市、南および西は和歌山県伊都郡かつらぎ町、九度山町、高野町に接し、和歌山市中心部、大阪市中心部とは直線でも約40キロメートルの距離にあります。

交通環境は、南海電鉄高野線とJR和歌山線が市中心部の橋本駅で交差し、大阪市南部のターミナル(南海難波駅)には約40分で行くことができます。また、高野線は世界遺産地域である高野山(極楽橋駅)に向かう観光路線でもあり、橋本駅は平成21年夏から運行が始まった観光列車「天空」の始発駅となっています。

道路網は、関西圏大環状道路の一部を形成する京奈和自動車道、および国道24号が和歌山市と京都市の間を連絡するとともに、南北方向には大阪府との府県間道路である国道371号が伸び、地域の幹線道路となっています。さらに京奈和自動車道は、平成28年度中に阪和自動車道と接続される見通しで、橋本市から関西国際空港方面への所要時間短縮が期待されています。

こうした交通の利便性を背景に、昭和50年代に市北部の丘陵地帯で大規模宅地開発が始まり、一時期は全国でも有数の人口急増都市として発展しました。旧橋本市と旧高野口町の合併による現市制発足時(平成18年3月)の人口は69,989人でしたが、その後の人口は徐々に減る傾向にあって平成27年12月末の人口は65,084人となっており、10年後(平成37年)には5万8千人台まで低下するとの研究機関推計(「日本の地域別将来推計人口」/国立社会保障・人口問題研究所/平成25年3月)もあります。

橋本市は古くから交通の要衝の宿場町として栄えたことから、この地域の商業の中心地として栄え、工業では材料の「高野竹」を利用した製竿業と明治時代から高野口地域で始まった特殊織物「再織」からパイル織物業へと繋がり何れも伝統地場産業として発展してきました。

平成24年経済センサス活動調査に基づく当商工会議所地区内(旧橋本市域)の商工業者数は1,675事業所(平成21年調査から3.7パーセント減)のうち、小規模事業者は1,345事業所(同3.5パーセント減)となっています(小規模事業者の業種別数は下表を参照。)

橋本市では、北部の企業用地「紀北橋本エコヒルズ」地区などへの企業誘致を、税制優遇措置や助成金なども活用し積極的に進めており、平成20年には「企業立地に頑張る市町村20選」(経済産業省)に選定されています。

平成27年度までに33社の進出が決定し、現在も誘致の取り組みが引き続き行われています。

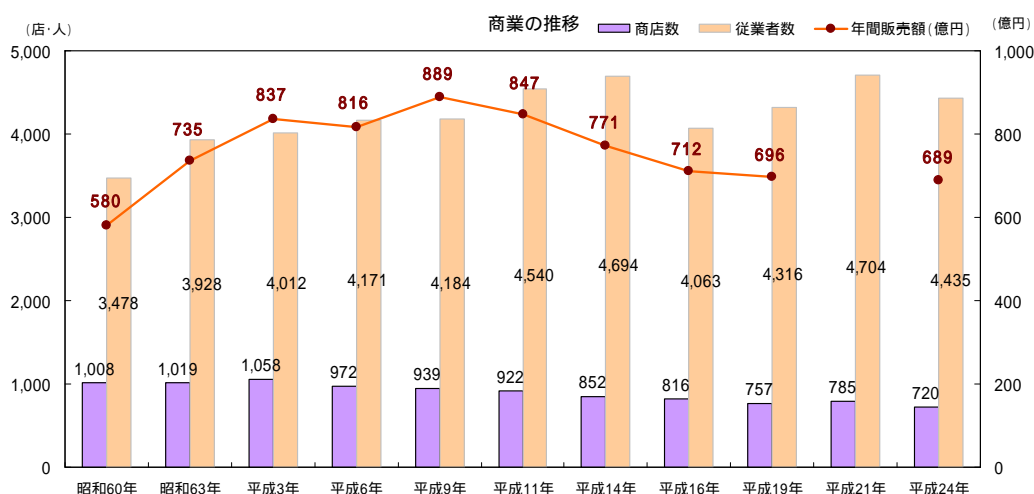
橋本商工会議所地区内の小規模事業者数

(平成24年経済センサス活動調査)

	製造業	建設業	卸売業 小売業	宿泊業 飲食業	サービス業	その他	合計
当商工会議所地区	152	120	365	163	294	251	1345
(参考) 市内商工会地区	146	61	172	49	75	87	590

(2) 域内小規模事業者の現状と課題

商業



平成21年の年間販売額はデータなし (出典：橋本市統計要覧)

(現状)

- ・橋本市の卸・小売業の事業所数は平成3年がピークで1,058店舗あったものが、平成24年では720店舗と32%減少しており、卸・小売業の年間販売額は平成9年の889億円から平成24年には720億円と20%減少しています。
- ・南海電気鉄道とJRが乗り入れる橋本駅は、1日平均14,310人の乗降客(平成26年度)があり、高野山観光列車「天空」の始発駅ですが、駅周辺の商業事情は、小規模事業者の高齢化による廃業等のため店舗数が減少しています。
- ・地区内で生鮮食品・生活用品を扱う大型店は5店舗(中心地区3店、郊外2店)あり、小規模店よりもこれらを利用する消費者が多く、10年前に10組織あった商店街も市東部の1商店街を残すのみで壊滅状態となっています。
- ・食品以外の消費者動向では、電車・自動車で1時間以内の地域(大阪市、大阪府南部、奈良県)に、大型ショッピングモールやアウトレットモールがあり、衣類をはじめとする買回り品はこれらの地域での購買が多いと考えられます。
- ・JAが運営する農産物直売所「やっちゃん広場」は全国でも上位の販売成績を挙げており、地元はもとより大阪都市圏からの購買客が多数訪れています。小規模事業者にとってはライバルであるが、集客力を活かした展開次第では、強み・機会として捉えることもできます。
- ・橋本市の人口は減少傾向にありますが、「関西圏の出産・子育てしやすい街」第2位(週刊東洋経済調べ)にランクインしました。将来の人口増加に対する好材料であり、地区内の小売商業の売上増など、商業者にとっても明るい話題となっています。
- ・平成28年NHK大河ドラマ「真田丸」は、隣町の九度山町が舞台の一つとなっています。また、橋本市においては、日本人女性初の金メダリスト前畑秀子氏をモデルにしたNHK朝の連続テレビ小説を、東京オリンピック前年までに誘致することを目標に活動が進んでいます。実行委員会も編成され、今後は署名活動を実施する等、地域的にも気運が高まりつつあります。

(課題)

- ・橋本駅前地区では、求められている商業機能が備わっておらず、後継者対策、創業者対策、空き店舗活用などが必要です。
- ・橋本市は、年間150万人以上の観光客が訪れる高野山へのルート上に位置しますが、道の駅など観光バス・マイカーで利用しやすい施設がなく、完全な通過地点となっており、

地理的なメリットを活かした集客策が必要です。

- ・平成27年度実施のプレミアム商品券事業では、品ぞろえの豊富さ、大型駐車場の完備などの理由から、シニア層を中心に地元の小規模事業者よりも大型量販店の利用が多い傾向が明らかになりました。
- ・大阪への通勤圏である橋本市の小規模事業者においては、後継者が都市部での就職を選ぶケースも多く、収益の向上を図るなど事業承継に対し意欲の持てる環境づくりが必要です。
- ・売上減少などのため事業意欲の減退が目立つ小規模事業者に対し、経営改善に対する意識改革が必要です。

サービス業・観光ビジネス

(現状)

- ・橋本市は世界遺産「霊場高野山」へのアクセス道入口に立地しており、高野街道と伊勢街道(大和街道)の二つの歴史街道の交差点にあります。そのため、神社仏閣・史跡や祭りなど歴史的資源も多く存在しているが、歴史・景観共に著名なところはありません。
- ・橋本市の平成26年の観光客総数は96万人(会議所管内は74万人)、うち95%が日帰り客で、発地は大阪近郊が中心です。

橋本市観光客の目的別推計 (出典:平成26年 和歌山県観光客動態調査)

スポーツ・ゴルフ・ハイキング	34万人
(*橋本カントリークラブは関西で屈指の名門コースとして知名度が高い)	
観光施設(農産物直営販売所等)	10万人
温泉・休養施設	9万人
社寺参詣	8万人
花見	5万人
その他(祭り・釣り・キャンプ等)	8万人

- ・平成26年の市内宿泊客数は前年比220%増でしたが、その要因には、京奈和自動車道などの道路網整備により関西国際空港から1時間圏内となったこと、26年3月の市内初のビジネスホテル創業などによって、外国人宿泊客が増加したインバウンド効果が挙げられます。
- ・観光サイトアクセス数25,064人、観光案内所訪問数4,429人。
- ・地域の特産である「ひねどり」を使ったご当地メニュー事業を当所が企画提唱し、飲食業を中心に現在17店が参加登録しています。

※「ひねどり」は、いわゆる親鶏の鶏肉を指し、和歌山県内の鶏卵生産量の50%を占める当地域では、古くから食されてきた食材です。

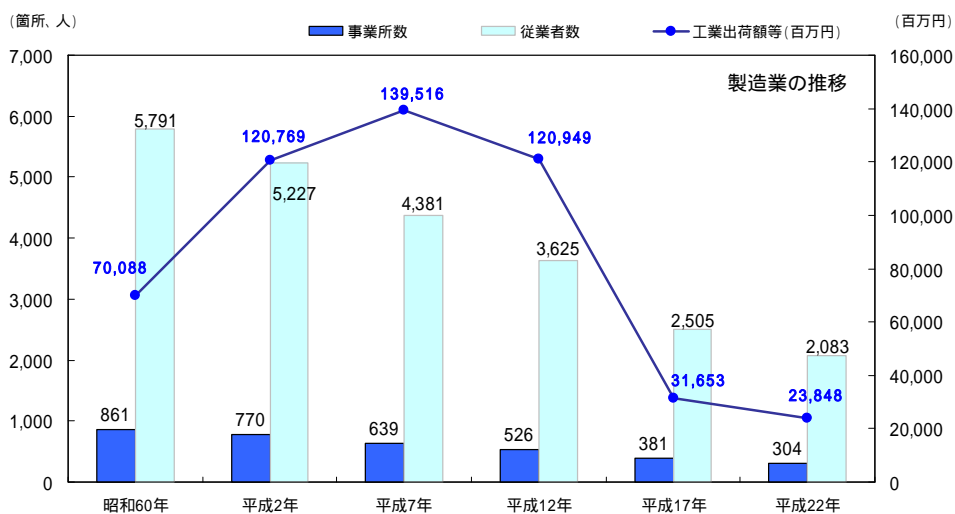
- ・橋本市が食を通じた「はしもとブランド」の推進で、橋本産たまごを使用したご当地メニューを開発し、「オムレツの街」で橋本市を発信しようとしています。
- ・南海電鉄と連携して知名度の高い高野山のイメージを活かして、当所と近隣の4商工会(高野口・かつらぎ・九度山・高野町)が広域で取り組んだブランドである「高野七口・高野スイーツ」の商品開発を促し、現在13店、40アイテムの商品が登録されています。

(課題)

- ・高野山を訪れる年間150万人の観光客などを取り込むために、想定される滞在時間などを意識した観光プランづくりが必要です。
- ・滞在する観光客の「買う」「食べる」のニーズを満たす、商品・サービスを提供できる事業者が必要です。
- ・橋本周辺の年間宿泊客5万人のうち外国人は4,556人で、その80%は中国・台湾・韓国からのお客様であり、免税で買い物ができる店舗やお土産として魅力ある商品づくりなど、インバウンド客の嗜好やニーズに応えられるビジネスを創出することが必要です。

- ・「はしもとブランド」並びに「高野七口」、「はしもとオムレツ」ブランドを参加事業者個店にとって、メリットある販売促進ツールにしていく取り組みが必要です。

工業・製造業



(現状)

- ・工業統計調査によると、事業所数は減少が続いており、平成22年は昭和60年に比べると35%に減少しています。
- ・高野口地域を中心としたパイル織物業は全国一の生産地であるが、安価な海外生産におされて生産高・出荷額共に激減しています。
- ・橋本市産のヘラブナ釣りで使用する竹竿は「紀州ヘラ竿」として、平成25年に国の伝統工芸品の認定を受けた地場産品で、全国生産の90%以上を占めているが、高齢化と事業者数の減少が進み、事業者数は全盛期の3分の1の状態になっています。
- ・橋本市の企業誘致活動により、平成27年度までに31社が進出しています。

(課題)

- ・優れた技術力がありながらも、市場認知度や営業力が弱い事業者の販路開拓を進め、個者の売上・収益の向上を図ることが必要です。
- ・紀州ヘラ竿の伝統技術を維持するための後継者育成支援が必要です。
- ・ヘラ竿・パイル織物業共に海外の安価な製品との差別化を図ることが重要です。

農業

(現状)

- ・橋本市に隣接する九度山町・かつらぎ町・五條市と併せて全国有数の柿の生産地であり、刀根早生（とねわせ）・平核無（ひらたねなし）といった品種が、橋本市の柿生産の大半を占めています。
- ・JAが運営する農産物直売所は全国でも上位の売上額を挙げており、当地域が生産する農産物の鮮度の高さ・信頼度が理由として挙げられています。（平成22年農商工産販売連携活用調査）
- ・紀の川南岸の山間部で江戸時代から栽培されていたごぼうの「はたごんぼ」は、生産労働への負担から一時途絶えていました。しかし最近では、重機等の活用で負担が少なくなり、地域おこしを目的に再生され、平成26年度「プレミアわかやま」の特別賞を受賞しました。当所が中心となり農商工連携で商品化した「はたごんぼあられ」は、人気商品として定着化しています。

(課題)

- ・橋本市周辺の五條市やかつらぎ町の農園は、柿の生産から収益性の高い加工までと多角化が進んでいます。しかし、橋本市の農園は生産のみで、収益性や付加価値を意識した経営を行っていないことが多く、価格の変動などにより経営が安定していません。
- ・事業規模の小さな兼業農家が多く、意識した経営が出来ていないこと、経営が安定していないことから今後事業承継がされずに放棄される農地が増え、地域資源の減少と廃業の増加が懸念されます。
- ・ごぼうは連作障害があり、安定供給・大量生産が難しいため、資源を活用について市場を見る力を付けることが必要です。

(3) 商工会議所の取組の現状と課題

現状とこれまでの支援

橋本商工会議所は昭和31年設立、平成18年3月の橋本市と高野口町との合併後も、旧市町域を基盤とする当商工会議所と高野口町商工会が併存しています。

会員数は800会員。職員11名の内、中小企業相談所に7名が所属し企業の相談業務に従事しており、経営改善普及事業や地域活性化事業に取り組んできました。

平成26年6月には、経営革新等支援機関の認定を受け、対応に努めていますが、十分といえる成果に結びついていないのが現状です。

また、中心市街地の商業活性化につながるTMO設立や空き店舗対策、農商工連携活用による特産品や観光物産拠点施設などに関する調査・研究事業を行ってきましたが、経済環境が低調であった時期が長く、具体化・実現化に進めることができず、現在に至っています。

課題

- ・今までの経営指導は、金融・税務・労務等の基本的支援にとどまり、経営分析・事業計画策定・需要動向の把握や、小規模事業者の課題である販路開拓まで十分支援出来ていません。
- ・地域小規模事業者の廃業率を下げ、小規模事業者への更なる支援はもとより、新たな経営者層（若者・女性・シニア）の創業を促進していくことが必要です。
- ・前記のような調査事業を実施してきましたが、計画の立案で終わっておりその実行に至っていません。
- ・商工会議所として、多種多様な業務がありますが、今後は小規模企業振興基本法に則り、経営発達支援業務を推進する為、職員の資質向上を図り会議所全体で方針転換を図ることが必要です。

(4) 中長期的な振興のあり方

小規模事業者は、住民生活と密接に関わる小売商業など地域の基幹機能と雇用を担う重要な存在ですが、当会議所地区内の小規模事業者数は長く減少傾向にあります。

将来にわたり、地域に欠かせないこれらの機能を維持するためには、環境変化に対応して事業の持続を図った上で、さらに成長・発達する事業者が増加していくことが必要であると考えます。

当所が計画する経営発達支援事業では、小規模事業者が意識改革し、需要を見据えた事業計画により次世代に事業を引き継げる経営を実現するとともに、若者や女性、シニアが事業を始めやすい環境づくりを行って地区内事業者数の減少に歯止めをかける一方、特色ある一次産品など地域資源を活かした産業創出を通じて地域に「にぎわい」を生み出すことで、小規模事業者の持続的発展と地域経済活性化の好循環の実現を目指します。

(5) 経営発達支援事業の目標

- ① 地域の経済動向・需要動向、小規模事業者の経営実態などを踏まえ、事業計画の策定と実行をサポートすることで、事業者自身が事業計画の重要性を認識するなど、経営意識の変革を実現して、将来にわたり発達が期待できる存在へと成長できるよう支援を行います。
- ② 顧客のニーズの継続的な把握に努め、地域資源を活用したブランドの創出などにより、販路開拓、新商品開発、新分野への展開を促進し、地域経済の活性化に向けた支援を行います。
- ③ 創業者の創出、第二創業、事業承継の促進から後継者対策などを行い、地域のにぎわいづくりと小規模事業者の支援を行います。
- ④ 経営指導員以下、小規模事業者支援に従事する職員は、必要な知識・技術の習得など資質の向上を図るとともに、商工会議所組織全体の意識改革に努めます。

(6) 目標の達成に向けた取り組み方針

- ① 経済・需要動向、小規模事業者の経営実態の把握と事業計画策定を、以下の取り組み方針により実施します。
 - ・自店の実態に基づいた販売戦略立案力など、持続的発展に必要な能力の醸成。
 - ・さまざまなデータの収集・蓄積を行い、小規模事業者の課題解決の基礎資料として活用・提供します。
- ② 小規模事業者の販路拡大、地域経済の活性化を、以下の取り組み方針により実施します。
 - ・小売商業における立地や業種に関する調査の実施。
 - ・新商品や技術、他社にない独自技術を持つ事業者の販路拡大。
 - ・域外商工会議所等とのマッチング商談会などによる販路拡大。
 - ・地場産品（へら竿・パイル織物・希少農産品）の商品開発・新分野展開、販路開拓支援。
 - ・観光地としての魅力不足を補う観光商品の開発、観光客ニーズに応える店舗の魅力向上。
- ③ 創業者の創出、経営革新、事業承継の促進や後継者対策、地域のにぎわいづくりの取り組みを、以下の方針により実施します。
 - ・創業志望者の創業計画策定を支援、円滑な創業の実現。
 - ・新規就農する若者など、農業者の創業支援。
- ④ 事業者支援に必要な知識・技術・資質の向上、組織の意識改革に関する取り組みを強化します。
 - ・商工会議所に求められる役割を認識し、関係支援機関とともに地域全体で「小規模事業者」を全力で支援します。
 - ・経営環境の変化に対応すべく小規模事業者ならびに支援担当者の意識改革を行い、小規模事業者が活躍できる環境を整えます。
 - ・小規模事業者とともに、新規開拓・販路開拓等の伴走型支援を行います。
 - ・さまざまなデータの収集・蓄積を行い、経済環境、ニーズを把握するスキルを習得します。
 - ・関係機関、民間機関の開催する研修会に積極的に参加し、経営の指導力向上に向けたスキルの習得に努めます。

経営発達支援事業の内容および実施期間

(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】

数年前までは、定期的に景況調査を実施していたが、現状では行っておらず、橋本市においても経済動向が把握できるまでのデータがあまりない状態です。

今後、地区内の経済動向を把握し、小規模事業者の経営の発展に向けた指導を行うことを目的に、橋本市内の経済についての調査を行います。

(事業内容)

(1. 調査内容と手段)

① 「橋本景況定期調査」による情報収集

- ・調査対象は、5業種（卸小売・建設・製造・飲食・サービス）の各10社、計50社とします。
- ・調査方法は独自作成の調査票によるヒアリング調査を、半期毎の年2回（9月・3月）の収集とします。

【具体的な調査項目】

- ◇売上高・営業利益・資金繰り（借入の現状・予定）
- ◇雇用状況（正社員・非正規・従業員の年齢）
- ◇設備投資の状況・販路開拓・後継者の有無
- ◇その他時事的な設問項目（電力料金・為替変動・原油価格・気候変動・インフラ整備）を情勢に応じて加えます。

② 外部機関調査データの情報収集（年2回、10月、2月）

- ・行政機関、金融機関、民間シンクタンク等のレポートの収集を行います。

(収集先)

(収集する情報)

- | | |
|----------------|---|
| ・日本政策金融公庫和歌山支店 | 小規模事業者景気動向調査の調査結果 |
| ・和歌山社会経済研究所 | 和歌山県の景気動向の調査結果 |
| ・内閣府・経済産業省 | 地域経済分析システム（RESAS）の調査結果
観光動向（人の流れや・滞在人口の集積度合）、
経済構造・企業活動状況 |
| ・総務省 | 経済センサス活動調査の調査結果
産業分野の市場規模や業界の動向・成長分野 |
| ・和歌山県 | 月刊統計ニュースより
県の景気動向・経済動向 |
| ・橋本市 | 観光客動態調査の調査結果 |

(2. 整理、分析の手段と項目)

③ ①で収集した情報を業種毎に必要な内容に整理します。

④ ③で整理した情報を、②の外部機関から収集した情報と比較し、域内の経済について好調な売上げの商品・サービスとその要因、不調な商品・サービスとその要因について、分析を行います。

(3. 提供方法)

⑤ 分析結果は、小規模事業者の業態、地域、情報の提供先にも提供します。

提供にあたり、提供先の形態に応じた整理を行い、巡回訪問、窓口相談、会報紙、ホームページなどで、提供します。

(4. 活用方法)

分析結果は、経営分析、事業計画策定をはじめ経営指導に活用するほか、データを蓄積していき、以降の経営状況の分析、事業計画策定などに使用します。

(目標)

- ・小規模事業者が持続的発展を遂げるための必要な情報を提供します。
- ・事業計画を作成するうえで、ベースとなる基礎情報を整備します。
- ・調査結果は蓄積し、経営分析の参考情報とします。

(地域の経済動向調査目標数)

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
景況定期調査(収集数)	未実施	100	100	100	100	100
外部機関からの情報収集回数	未実施	2	2	2	2	2
情報の分析回数	未実施	2	2	2	2	2
会報・HPによる情報提供(回)	未実施	2	2	2	2	2

2. 経営状況の分析に関すること

【指針①】

これまで、経営状況の分析は、融資や補助金の申請時に経営分析を行うケースがほとんどであり、経営の発展に向けた分析は行えていませんでした。

今後は、持続的又は成長発展に向けて、あらゆる接点において経営状態を聞き取り、経済動向調査、需要動向調査の情報を元に小規模事業者の経営状況を把握、分析し、事業者自身が認識できるよう指導し、事業計画の策定を目指した経営分析の支援を行います。

(事業内容)

(目標)

持続的な経営、発展に向け、需要を見据えた事業の計画の策定を支援するために、事業者の問題点や課題を経済動向調査、需要動向調査、経営状況分析 によって明らかにします。

また、次項に掲げる事業により、持続的発展および成長発展に向けた事業計画の策定の動機付けを後押しします。

(経営分析の手段と項目)

①分析の対象者は、巡回訪問、窓口相談、セミナー、講習会などの機会を通じて掘り起こします。

②事業所訪問や窓口面接などの機会に、経営資源（提供する商品・サービス、技術又はノウハウ、経営設備、人材などの資源など）、財務状況、資金繰り、経営上の問題点や悩み、課題等をヒアリングし、経営分析する情報を収集します。

③経営分析の実施には、中小企業基盤整備機構の経営診断ツール等を活用します。

・分析時に、専門性が求められる事項については、エキスパートバンク等を活用して専門家と連携を密にして情報を共有し、分析・整理します。

【分析する項目】

経営状況の分析は、以下の項目について行います。

・SWOT分析

内部環境（強み・弱み） ヒト・モノ・カネ・情報

経営・人事・商品・仕入・販促・店舗・情報・財務

外部環境（機会・脅威）

マクロ環境：政治・経済・社会・技術・法律

ミクロ環境：業界動向・競合他社・消費者ニーズ

・財務諸表（損益計算書・貸借対照表・キャッシュフロー計算書）による分析

収益性・生産性・成長性・財産性・安全性の分析。

④経営分析の結果は、分析を行った事業者へフィードバックし、事業計画の策定をはじめ今後の経営指導に活用します。

(活用方法)

・分析結果は、事業計画書作成時の基礎資料とします。

・分析や調査により抽出した経営課題・支援ニーズは、経営指導員が経営指導を行う際に活用します。

・分析結果は、電子化して蓄積し、当所職員と分析を行った事業者とで、情報共有と経営指導に活用を図ります。

(経営分析実施目標数)

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
巡回訪問件数	800	800	850	900	950	1000
窓口相談件数	200	200	250	300	350	400
経営分析件数*	16	36	48	48	60	60

*経営分析件数算出は、経営指導員数(4名)を指標に、事業2年度目、3年度目は一人あたり毎月1件の分析を行うものと想定、従事者の習熟度を加味して初年度件数はその6割、4年度目以降は1.5倍の件数とした。

3. 事業計画策定支援に関すること 【指針②】

これまでは、補助金や融資の相談時に事業計画を策定することがほとんどであり、事業の発展に向けた計画策定は多くはありませんでした

今後は、事業の持続、更には発展に向けた計画の重要性に対する意識づけを行い、事業計画策定を支援します。

また、地域における事業者数減少に歯止めをかけるには、既存事業者の持続だけでなく、創業による増加を図ることが不可欠であり、創業志望者等が円滑に創業できるよう、適切な創業計画策定を支援します。

(目標)

- ・事業者の問題点や課題を経済動向調査、需要動向調査、経営状況分析によって明らかにし、持続的な経営、発展に向け需要を見据えた事業計画の策定を伴走型で支援します。
- ・事業計画策定に必要な知識の習得・策定実務における助言等について、次項に掲げる事業において提供します。

(支援対象)

支援対象は、以下に掲げる者とします。

- ・経営の改善が必要な者。
- ・創業、または第二創業の希望者。
- ・自社の売上向上のために、積極的に計画づくりを行いたい志の者。

(事業内容)

(1) 経営の改善、売上げ向上、事業の承継に向けた事業計画の策定支援

①支援対象者の掘り起こし

- ・経営分析を行った者以外のものは、巡回訪問、窓口相談、セミナーなどの開催時に事業計画策定が必要な者、自ら事業計画の策定を志す者を掘り起こします。

②事業計画策定セミナーの開催

- ・事業計画策定に必要な知識、スキルの習得機会としてセミナーを開催し、事業者自ら計画の策定ができるための基礎的知識の習得を支援します。

③計画策定実務に必要な支援

事業者の課題解決に向け分析した結果を基に、需要を見据えた事業計画の策定に、助言・指導を支援します。

- ・事業計画策定において必要な助言を行うほか、専門性の高い案件については、専門家による助言・指導を行い、需要を見据え計画の策定の支援を行います。

(連携する専門家) ミラサポ、エキスパートバンク、和歌山県よろず支援拠点など

(2) 創業計画策定支援

創業後、間がない者及び創業志望者の経営課題の解決に向け、需要を見据えた創業計画の策定に、助言・指導を支援します。

①支援対象者の掘り起こし

- ・創業志望の者は、窓口相談、創業セミナーを通じて掘り起こしを行います。

②事業計画策定セミナーの開催

- ・創業志望者等が円滑に創業できるよう、適切な創業計画策定を支援します。そのために、創業セミナーを行います。
- ・創業セミナーは、創業に必要な5部門の知識（経営・税務・人材育成・販路開拓・労務）の習得を図る内容とします。

③計画策定実務に必要な支援

- ・創業計画策定に関する講座は、当所が企画・立案を行い、創業計画策定の実務は経営指導員等がフォローアップします。
- ・創業計画策定において必要な助言を行うほか、専門性の高い案件については、専門家による助言・指導を行い、需要を見据え計画の策定の支援を行います。

（連携する専門家）ミラサポ、エキスパートバンク、和歌山県よろず支援拠点など

(事業計画策定支援目標数)

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
事業計画策定セミナー開催回数	0	2	2	3	3	3
事業計画策定セミナー受講者数	0	40	40	40	50	50
事業計画策定事業者数	19	36	48	48	60	60

(創業計画策定支援目標数)

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
創業セミナー開催回数※	2	2	2	2	2	2
創業セミナー受講者数	6	12	15	15	25	25
創業計画策定件数	6	8	10	10	20	20

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 【指針②】

これまでは、融資や補助の採択を受けた事業計画のフォローを行っている程度にとどまっていた。

今後は、事業計画通りの経営を実施していくために、経営指導員が計画の進捗を管理しながら必要な助言・指導を行い、策定した計画通りに実行できるよう計画策定事業者の全てを対象に支援します。課題が生じた場合には、事業者とともに課題の解決を行い思い描いた事業ができるよう助言・指導を伴走型で支援します。専門的な課題については、専門家を派遣し課題の解決の支援を行います。

また、経営指導員等は、計画の進捗を客観的に判断するペースメーカーとなって、必要な助言・指導、施策情報等の提供を計画策定事業者の全てを対象に行います。

(目標)

- ・計画策定後のフォローアップは、定期的な進捗管理の実施に基づき、目標到達に必要な指導・助言を行います。

- ・その際、解決が必要な課題に応じ、専門家による指導、政策融資、各種補助金・助成金の活用などを提案し、事業計画の実行を支援します。

(対象者・頻度)

- ・計画実施支援の対象者は、本事業による全ての事業計画策定事業者とし、原則3か月に一度の頻度でフォローアップを行います。
- ・創業計画実施支援の対象者は、本事業により創業計画を策定した、全ての創業志望者としします。
- ・創業計画実施支援のフォローアップ頻度は、計画策定後、当面は隔週に1度を原則とします。ただし、進捗度合いに合わせて巡回頻度の変更を行うものとし、創業志望者以外の方と同等の頻度でフォローアップを行います。

(支援内容)

フォローアップでの支援内容は、いずれの支援対象者とも以下の内容で支援します。

- ・計画の進捗を確認し、計画が妥当であったか事業者とともに評価と改善を図ります。
- ・当初策定した計画に大きな変更があった場合のフォローアップ頻度は、計画変更直後の四半期については、巡回頻度を月1回に引き上げます。
- ・経営指導員等は、フォローアップの中で明らかになった経営課題について、事業者とともに解決を目指し、必要に応じ外部専門家とも連携し問題解決を図ります。
- ・計画実行に必要な資金面の支援は、「小規模事業者経営発達支援融資」「マルケイ融資」、橋本市の「創業者利子補給制度」などのスキームを活用します。

(事業計画策定後の支援目標数)

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
計画策定後フォローアップ事業者数	19	36	48	48	60	60
創業計画後フォローアップ事業者数	6	8	10	10	20	20

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

過去に行ってきた調査では、個々の小規模事業者の商品・サービスの販路開拓や、製品開発に役立てられる項目を捉えきれていませんでした。

今回、当所が計画する事業では、小規模事業者が自らの商品・サービスの新たな販路や、新製品開発の方針が立てられるよう、事業者の立ち位置に近い視点からのデータ収集を目的とした調査を行います。

なお、橋本市の地場産品「パイル織物」は、当会議所地区内の小規模事業者に製品企画や開発を自ら行う者はなく、また「紀州へら竿」については事業者と卸小売業者の関係が強固な市場であるため、個々の需要動向調査にはなじまないものと考えます。

それ以外の商工業については、域内の全事業者を対象とする観点から、個者レベルと業種別（品目別）にマーケティングの専門家の協力を得て需要動向の把握を行います。

(目標)

<商業の個者レベル調査>

- ・個者支援を行う小規模事業者の商品またはサービスを調査対象として顧客ニーズを把握し、販路開拓や売上向上、新商品・サービスの開発に結びつけます。
- ・一定期間の調査実施後も、事業者自らが継続的に調査を行えることを目的に、セミナー、巡回・窓口指導により知識・技術の習得を支援します。

<製造業の個者レベル調査>

- ・見本市・商談会などに、小規模事業者が自社の開発製品を出展する際、会場で行うニーズ調査、製品評価調査の企画と集計・分析を支援します。

<業種別・品目別調査>

- ・特定個者の商品・サービスではなく、業種別・品目別の需要動向についても情報の収集と整理を行い、データの収集提供を行います。

(項目)

<商業の個者レベル調査>

個店での消費者行動やニーズを把握するため、以下の項目を調査します。

- ・来店時間・曜日、顧客の属性・来店頻度、購入商品等・購入額等、購入したい商品・来店理由・リピート理由等。

<製造業の個者レベル調査>

出展製品に対する評価やニーズ、取引の可能性などを把握する目的で、以下の項目を調査します。

- ・機能、価格、デザイン、長所・短所など製品の評価に関する事項
- ・製品に対する興味の度合、市場性などに関する事項

<業種別・品目別調査>

- ・民間データベースを利用し、業種別・品目別の動向を入手します。

【活用する情報】

日経産業新聞、日経流通新聞、日刊工業新聞、日本農業新聞、観光新聞、旅行誌、などからの各業界の動き、日経テレコンPOS情報、見本市・展示会などからのニーズ情報

(手段)

<商業の個者レベル調査>

- ・消費者ニーズ調査の実施を希望する小規模事業者を選定します。
- ・巡回訪問時に経営指導員が、調査について、綿密な説明を行います。
- ・調査は、経営指導員と専門家で作成した手順書や調査項目リストを用いて行います。
- ・調査の実施方法は、代金精算時などの顧客との接する場で、顧客のニーズ、顧客の属性など、購買動向についての情報を収集し、記録しておきます。
- ・収集、記録した情報は、定期的に、経営指導員が回収します。回収した情報を専門家の協力を得て分析し、レポートに取り纏め、小規模事業者にフィードバックします。
- ・調査の確実な実施と事後のデータ活用のために、下記要領でセミナーを開催します。
 - ①小規模事業者自身が、調査を行う目的や有益性を認識することと、事後も継続的な調査を自らの力で行える能力習得を目的とするセミナー。
 - ②調査事例を読み解くケーススタディと対応事例の研究を目的とするセミナー。

<製造業の個者レベル調査>

- ・小規模事業者と専門家、経営指導員等の三者で作成した調査票を用いて、見本市・商談会の来場者を対象に、事業者が調査を行います。

<業種別・品目別調査>

- ・売れ筋商品情報等は、民間データなどから収集した情報と日経テレコン21のPOS情報等を入手し、当所で要約版を作成します。

(活用)

<商業の個者レベル調査>

- ・調査実施後、経営指導員等と専門家が共同して分析を行い、分析結果は、個者の販路開拓や新商品開発に活用します。
- ・個者の調査結果は、経営指導員等による事業計画改善の提案をする基礎資料とします。
- ・個者の調査結果は、中小企業診断士等の専門家による事業者支援においても参考資料とします。

<製造業の個者レベル調査>

- ・調査実施後、経営指導員等と専門家が共同して分析を行い、結果は販路開拓や当該製品の改良、新製品の企画・開発などに活用します。
- ・個者の調査結果は、経営指導員等による事業計画改善の提案をする基礎資料とします。
- ・個者の調査結果は、中小企業診断士等の専門家による事業者支援においても参考資料とします。

<業種別・品目別調査>

- ・収集した業種・品目ごとの売れ筋情報等は、内容の要約版を当所で作成し、小規模事業者の販路開拓等に活用します。

(需要動向調査の目標数)

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
需要動向調査に関するセミナー	未実施	2	2	2	2	2
商業の需要動向調査実施事業者数	未実施	10	20	20	25	25
製造業の需要動向調査実施事業者数	未実施	5	10	10	15	20
製造業の需要動向調査票回収数 ^(*)	未実施	500	1000	1000	1500	2000
業種別・品目別調査の要約版作成回数	未実施	4	4	4	4	4

* 製造業の需要動向調査票回収数は、見本市等1回あたり出展日数を2日間に設定、1日あたり回収数を50と見積り、実施事業者数を乗じて得たものです。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 【指針④】

今までの支援は、見本市・展示会に関する情報提供にとどまっていました。

今後は、商品・サービスのブラッシュアップ、販路拡大のための出展経費など、見本市・商談会等に出展しやすい環境づくり、域外商工会議所等とのマッチング商談会、B to Bサイトの活用等により、販路拡大の支援を行い小規模事業者の売上増加や利益確保に貢献できる支援を行います。

(目標)

下記の事業者に対し、積極的な活動を促し販路拡大に導きます。

- ・既存の販路だけでなく新たな販路を開拓したい事業者。
- ・新しい商品やサービス、新技術・独自技術の売り込みを図りたい事業者。

(内容)

① 見本市、商談会等の出展支援

- ・県、市、関係機関が実施する見本市、商談会の開催情報について電子メール等の手法により速報性を高めて提供し、出店事業者の増加を図ります。
- ・展示会、見本市での多くの商談成立に向け、需要動向調査結果、経営分析結果、経済動向調査結果などの情報を活用し、商談意識の向上を図れるよう助言・指導を行います。
- ・商談会出展等を意識した商品・サービス等のブラッシュアップのため、専門家とともに、以下の項目について助言・指導を行います。
 - ✓ 商品、製品・技術、サービス自体の本質的な商品力向上に関すること。
 - ✓ 商品等のパッケージ、ネーミングの改良に関すること。
 - ✓ 製品Webサイト、広報ツール、その他PR手法に関すること。
- ・和歌山県アンテナショップ「わかやま紀州館」(東京都)での商品取扱いの書面作成・申請実務などの支援を行って、橋本市の小規模事業者の出品数増加を実現します。

- ・アンテナショップ出品商品の店頭販売促進策の立案支援などを行い、地区内事業者製品の認知度向上と、売り上げの増加に役立てます。

②域外商工会議所等とのマッチング商談会（新規事業）

- ・域外の商工会議所等と連携してマッチング商談会を開催することにより、他府県への新規取引先開拓、販路拡大を図ります。
- ・マッチング商談会の開催は毎年1回、製造業30事業者程度の規模で計画します。
- ・参加事業者に対する事前の情報提供、相手先商工会議所との協議などコーディネートを行い、複数の事業者との面談機会を提供します。
- ・マッチング商談会参加事業者に対する支援として、商談時の効果的な自社資料作成・プレゼンテーション手法等について助言・指導を行い、橋本地域の企業をよりPRできるようにサポートします。

③ ザ・ビジネスモール登録勸奨と運用支援（新規事業）

- ・小規模事業者のB to B取引の機会増大を図るために、日本最大級の商談支援サイト「ザ・ビジネスモール」のユーザー登録を推進します。
- ・モールのユーザー登録後に行う企業情報登録では、自社の強みやブランド名、事業内容に対する適切なキーワード設定などを行うことで、取引機会の拡大を目指します。
- ・ビジネスモールの主要機能である「商談モール」など、サイト登録後の運用実務をサポートし、商談案件の成約に結びつけます。
- ・登録団体別の「年間商談件数」「商談成立・不成立件数」等の検索機能は、平成27年度末頃に実装される見込みであり、これを利用して実績の把握を行います。

④販路開拓補助金の申請支援

- ・小規模事業者の、橋本市補助金制度（がんばれ橋本応援補助金・販路開拓枠）の申請事務を支援します。
- ・事業者は、この補助金を受けることで、販路拡大に向け国内外の展示会、商談会及び見本市への出展を資金面でバックアップを受けることができます。

（効果）

- ・見本市・商談会に参加しやすい環境を整備して、潜在的な事業者の出展ニーズに応え、出展件数等の増加を図ることができます。
- ・事業者の出展機会の拡大、出展に備えた商品力向上、PR手法改善などで、商談数・成約数の増加を図ることができます。
- ・B to Bサイト等の商談機能を利用することで、全国規模に取引先を拡大できる可能性が生まれ、営業力に乏しい小規模事業者の弱点を補うことができます。

（需要開拓事業の目標数）

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
商談会・見本市の出展件数	4	4	5	7	7	7
マッチング商談会実施回数	未実施	1	1	1	1	1
マッチング企業数	未実施	3	6	6	8	8
上記からの商談成約件数	未実施	1	3	3	4	4
ビジネスモール新規登録事業者数	0	3	3	3	5	5
ビジネスモール商談掲載数	未調査	10	20	20	30	30
ビジネスモール商談成約数 ^(*)	未実施	1	2	2	3	3

*ビジネスモールの商談成約率を、掲載商談数に対し1割と設定。

II 地域経済の活性化に資する取り組み

本事業を連携して行う各機関と、特色ある一次産品など地域資源を活かした産業創出による地域の「にぎわい」を産みだし、地域経済の活性化についての方向性を共有しながら、以下の事業に取り組みます。

1. 地域活性化事業の方向性を共有するシステムの構築

- ① 「はしもとブランド推進会議（仮称）」の定期開催（行政との方向性のコンセンサス確立）
橋本市（はしもとブランド推進室）、橋本市観光協会との三者連絡協議会「はしもとブランド推進会議（仮称）」を隔月1回の頻度で行い、地域活性化事業の方向性の確立と確認を定期的に行うことにより、地域の方向性を共有し、事業相互の効果を拡大します。事業内容により、橋本市商工観光課、同農林振興課、和歌山県伊都振興局などの関連部局や事業者も招聘します。

※はしもとブランド推進室は、橋本ブランド商品・サービスなどの開発、周知、推進のために2015年4月に設置された新組織で、橋本市職員の他に、和歌山県・橋本商工会議所・高野口町商工会・紀北川上農業協同組合からの出向者で構成されています。

- ② 「伊都橋本産業創造センター」連絡会議の活性化（地域経済団体との方向性の共有）
広域連携を目的に橋本商工会議所と近隣4商工会で組織する「伊都橋本産業創造センター」が高野をイメージした「高野七ロブランド」は既に商標登録を完了しております。

今後商品ラインナップを拡充し、ブランドの方向性を共有し、さらなるブランドの充実を図るために各会が揃う連絡会議を開催し、現在の食品関連中心の構成から他の広範な分野の事業者に参加を呼び掛け、地域ブランドの一つの柱となるべく育成します。

- ③ 日本商工会議所および域外商工会議所との情報交換の緊密化
日本商工会議所および域外商工会議所との情報交換を密にし、販路や機会拡大につながる情報などを共有します。

2. 地域ブランド開発への取り組み

県内の約半分以上を生産する特産物「卵」を使ったブランド構築

- ① 橋本市と「ぐるなび」の連携による「オムレツの街橋本」づくりに、飲食店側からの積極的な参画を促します。
- ② 「はしもと・ひねどり」を使用したご当地グルメ「はしもとひねメニュー」事業の参加店17店舗に対し、「オムレツの街橋本」事業への取り組みを勧め、両事業の効果を相乗的に高めます。

3. 観光誘客イベントへの取り組み（橋本市の知名度アップと地域活性化への取り組み）

- ① 紀の川橋本SUMMER BALL（花火大会）

橋本市・商工団体・橋本市民が一体となった新しいイベントが3年前に誕生し、平成27年の来場客は3万人を超えました。

夏の花火大会としては、橋本市内外から高い評価を受けています。

今後も観光の目玉として三者が協力して、地域経済の活性化に結びつけていくよう取り組みます。

- ② まっせ・はしもと（橋本市農林商工まつり）

これまでの10年間、橋本市・商工団体・農業団体が実行委員会を組織し、地域のお祭りのイベントとして開催されてきました。

平成27年の事業終了後に、当所内に事業検討委員会が設けられ、商工団体が参加するにあたっての今後の方向性等を検討、下記の内容で改善提言を行い、改革の方向にあります。

- ・安売りや無料配布による集客からの脱却。
- ・地元商工業者の商品・サービスのPR、販路開拓の場としての活用。
- ・隣接府県の商工会議所・商工会の出席による地域間交流。

4. 農業の六次産業化、ブランド化の推進

- ・橋本市は柿を中心とした農業生産が盛んであり紀北川上農業協同組合が運営する直売所「やっちゃん広場」は全国の直売所でも上位の売上額を挙げています。直売所に出品することを通じて、生産だけでなく「売る」ということを考える農業者も現れてきていますが、未だ旧態の生産中心のところが多く、B級品を活かして付加価値の高い商品を生む加工までを取り扱う事業者はほとんど見受けられません。
- ・そのような中で、紀の川南岸の西畑地区産の、他にない特色を持つが、一時期栽培が途絶えていたごぼうを、同地区の農業者が地域再生の足掛かりとして復活させ、当所は農業者と製造業者をつなぎ、地域ブランドの「はたごんぼあられ」を商品開発しました。同商品は、現在生産地区に開設された「農事組合法人くにぎ広場農産物直売交流施設組合」の直売所を中心に販売され、人気商品として定着しています。
- ・このような知名度がある「はたごんぼあられ」や柿（平核無）を活用し、農産物を活用した新たな商品開発の取り組みや、旬の農産物の即売会などを催し、より多くの顧客の取り込み、柿以外の農産物のブランド化と農業者の六次産業化により、地域の活性化を目指していきます。
- ・同じ紀の川南岸地域の周辺には紀州へら竿の拠点とした紀州製竿組合が運営する釣り池もあり、今後農業と地場産業が連携して、体験事業などの観光商品の開発など地域の方向性を共有した取り組みを推進していきます。
- ・今後、生産から商品企画・加工販売を手掛ける六次産業化を目指す農業者に対し、経営計画の指導を中心とした支援を行います。

5. 地域の大学と企業が連携した取り組みへの支援体制

- ・地域の課題解決の観点から、観光振興や地域の再生に取り組む大学が増えています。
- ・中でも和歌山大学観光学部は観光関係の施設（企業）での就業体験や農家民泊を通じて地域振興や企業の再生を学ぶ「地域インターンシップ」を実施しており、今後、和歌山大学等地域の大学と連携して橋本市内の企業へのインターンシップやフィールドワークの機会を作り、観光商品の開発や若い有望な人材の確保に繋がります。

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

新たな需要を開拓し、経営の持続的及び成長する発展に向けた事業の円滑な実施のために、以下の機関との間で各種支援ノウハウや需要動向などの情報交換を行います。

①伊都・橋本商工会広域連携協議会 経営支援センターとの情報交換

このセンターは、伊都振興局管内の4商工会が共同して経営発達支援計画の認定を受けて支援事業を行う組織です。その支援担当者として、地域金融機関との交渉事例、課題解決に用いた支援スキームや招聘した専門家、商品等の需要動向など、地域に根差した支援ノウハウや需要動向などの交換を行い、実務へのフィードバックを図ります。

開催頻度：毎月1回。

②和歌山県よろず支援拠点の活用

よろず支援拠点担当者と、当管内事業者の支援ニーズの情報交換会を行うことで、小規模事業者がどのような指導・支援を必要としているか情報を掴むことにより、経営相談、指導につなげることができます。

また、経営指導員等とよろず支援拠点の担当者が、支援事例を相互に交換して融資や公的助成制度について効果的な活用方法を見出すことで、小規模事業者の支援実務へのフィードバックが期待できます。

開催頻度：3か月に1回。

③日本政策金融公庫和歌山支店との情報交換

国民生活事業担当者と、マルケイ融資の推薦・新設の融資制度の取り扱い方針等の融資実務に関する情報交換を行い事業者への円滑な融資実現に役立てます。

開催頻度：1か月に1回

④橋本市金融協会との情報交換

橋本市における金融動向や企業の景況感・需要動向、自治体融資・協会保証付融資の取り扱い実務等に関する情報交換を行い、事業者への円滑な融資実現に役立てます。

開催頻度：1年に1回

2. 経営指導員の資質向上等に関すること

事業所の支援ニーズは高度化・専門的になっています。組織全体のレベルアップを図ることが必要不可欠であり、経営指導員のみならずその他の職員も含めた支援能力向上および支援ノウハウ、支援情報を共有する仕組みを構築し、資質向上に積極的に取り組みます。

(1) 支援能力の資質向上

- ・日本商工会議所、和歌山県、中小企業基盤整備機構の主催する研修に年間2回以上参加することで、経営分析の手法や経営計画策定など、利益の確保につながる支援能力の習得を図ります。
- ・その他民間機関主催の研修等にも積極的に参加します。
- ・日商の経営指導員等WEB研修を受講します。
- ・中小企業診断士、社会保険労務士、税理士等を企業に派遣する際には、担当職員が帯同し、これら専門家の指導、助言ノウハウを吸収します。
- ・研修会等については、極力自分の担当分野以外や、知識が不足している分野に参加し、全員がどの分野も支援できることをめざします。

(2) 情報共有による資質向上

- ・経営指導員が習得した支援ノウハウ、巡回時の事業者との接触記録、事業者の経営状況分析結果等を、商工会議所T O A Sシステムの経営カルテとして蓄積し、情報の共有化を図ることで経営支援体制を構築します。
- ・週1回の頻度で支援担当者会議を開催し、実際に関わった事業所の進捗状況を共有し、全員で意見交換し、様々な事例の支援ノウハウを習得します。
- ・支援担当者会議後には、支援担当者だけでなく組織全体（一般職員等）で支援ノウハウ・支援情報を共有します。
- ・中小企業診断士等の専門家の事業者支援に帯同した経営指導員は、翌週の支援担当者会議で内容を報告し、指導・助言等の支援内容を共有します。
- ・現在、所内に社会保険労務士1名がおり、他に税理士をめざし、3科目（簿記論・財務諸表論・消費税法）取得した者1名がいます。これらの職員を講師として、所内勉強会を開催し、支援従事者全員のレベルアップを図ります。

	現状	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度
所内支援担当者会議	6	50	50	50	50	50
日商・県・中小機構の研修	2	3	3	3	3	3
民間機関主催の研修	1	3	3	3	3	3

3. 事業の評価および見直しをするための仕組みに関すること

この事業の適正かつ効果的な遂行のために事業検討委員会を設け、毎年度1回開催します。委員会の制度設計においては、事業検証にあたる委員に外部専門家を登用し、第三者視点の導入、実施方法改善策の公表など、P D C Aサイクル構築を図ることに留意します。

(制度設計)

- ① 行政機関、金融機関、専門士業有資格者等の外部有識者（会員外の税理士、中小企業診断士）と、当商工会議所役員、職員で構成する事業検討委員会を設置します。
- ② 事業検討委員会は、事業実施状況の評価、成果の検証を行い、見直し方針を正副会頭会議に提案することができるものとします。
- ③ 正副会頭会議は、検討委員会の見直し方針に基づく事業改善案を策定、常議員会に付議します。
- ④ 常議員会は、事業の実施状況、成果報告、改善案を審議・承認します。
- ⑤ 事業の成果、評価および見直し結果は、当商工会議所ホームページで公表するとともに、当所内に閲覧用の資料を設置します。

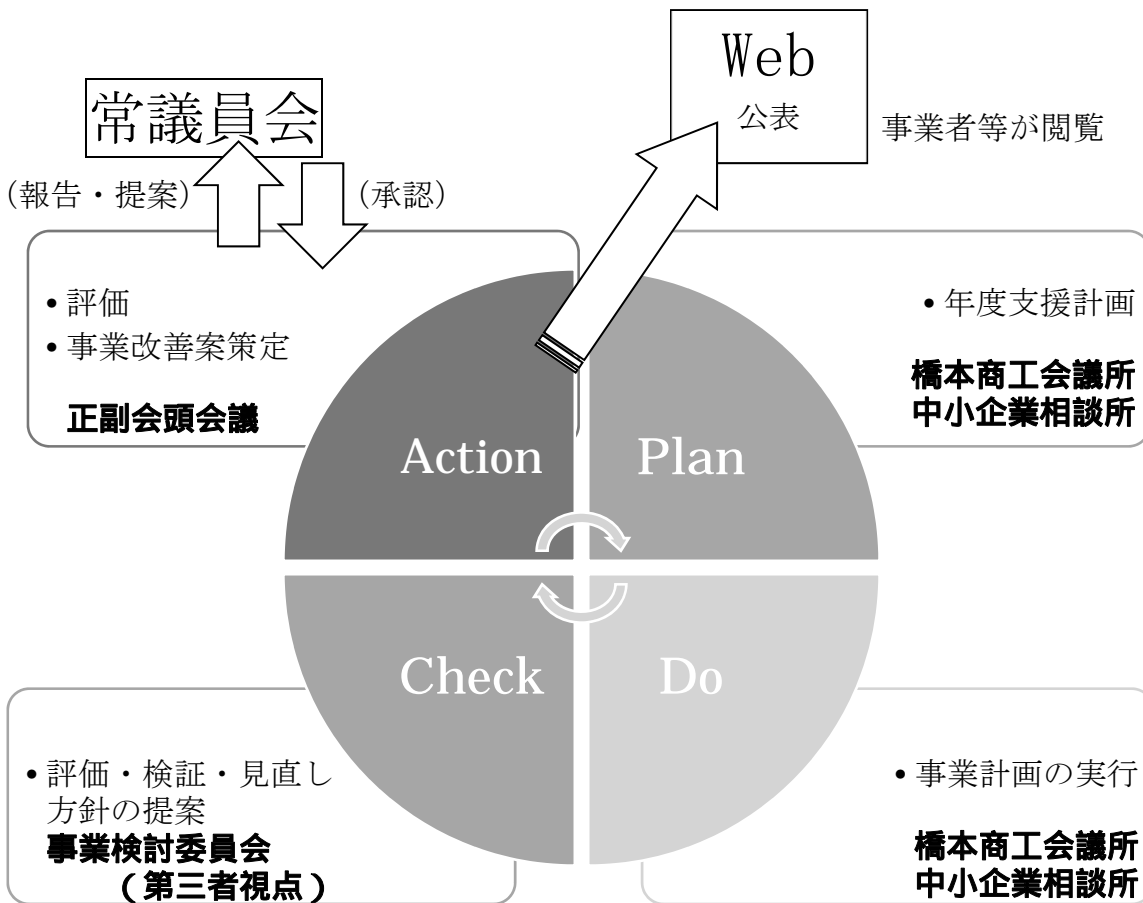
【事業検討委員会の構成案】

外部委員 税理士、中小企業診断士、金融機関1名、橋本市商工観光課長、伊都振興局担当課長
 内部委員 専務理事、職員代表1名

事業実施状況および成果の評価・検証・見直しの役割

	事業実施	事業実施 状況評価	事業成果 の 検 証	事業見直し 方針提示	事業改善 案の策定	事業改善 案の承認	実施状況 改 善 案 等の公表
商 工 会 議 所	●	○			○		●
検 討 委 員 会		●	●	●			
正副会頭会議					●		
常 議 員 会						●	

●=当該業務の実施主体となる機関、○=関連する事務等を行う機関



(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

(1) 組織体制

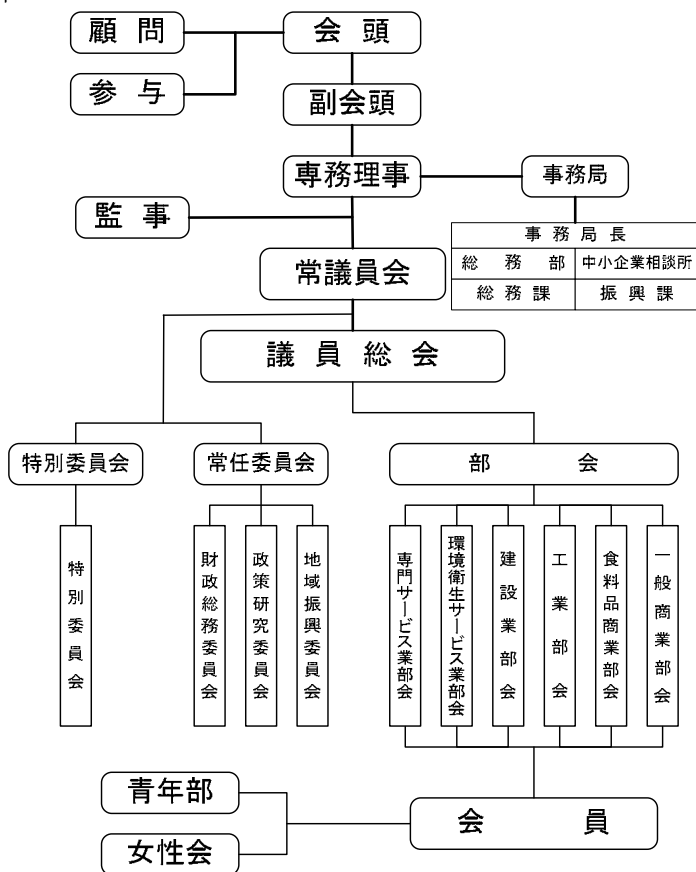
(平成 28 年 1 月現在)

①経営発達支援事業実施体制

中小企業相談所職員を中心に、下記 11 名の職員で取り組む。

■ 中小企業相談所 (経営発達支援事業担当部署)	
主席経営指導員	1 名
主任経営指導員	1 名
経営指導員	2 名 (零細担当 1 名含む)
経営指導補助員	2 名
記帳専任職員	1 名
■ 総務部	
一般職員	2 名 (事務局長を含む)
嘱託職員	2 名

②組織全体



(2) 連絡先

〒648-0073 和歌山県橋本市市脇 1 丁目 3 番 1 8 号

橋本商工会議所中小企業相談所

電話番号 0736-32-0004

ファクシミリ番号 0736-33-3326

(別表3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額およびその調達方法

単位：千円

	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度
必要な資金の額	6,275	6,275	6,275	6,275	6,275
中小企業相談所会計					
講習会等開催費	650	650	650	650	650
事務費	200	200	200	200	200
小規模事業施策普及費	100	100	100	100	100
指導事業費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
一般会計					
地域振興推進事業費	1,700	1,700	1,700	1,700	1,700
商業振興対策費	125	125	125	125	125
地域情報化対策費	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
地域振興対策費	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500

(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
国補助金・県補助金・橋本市補助金・一般会計事業費

(別表 4)

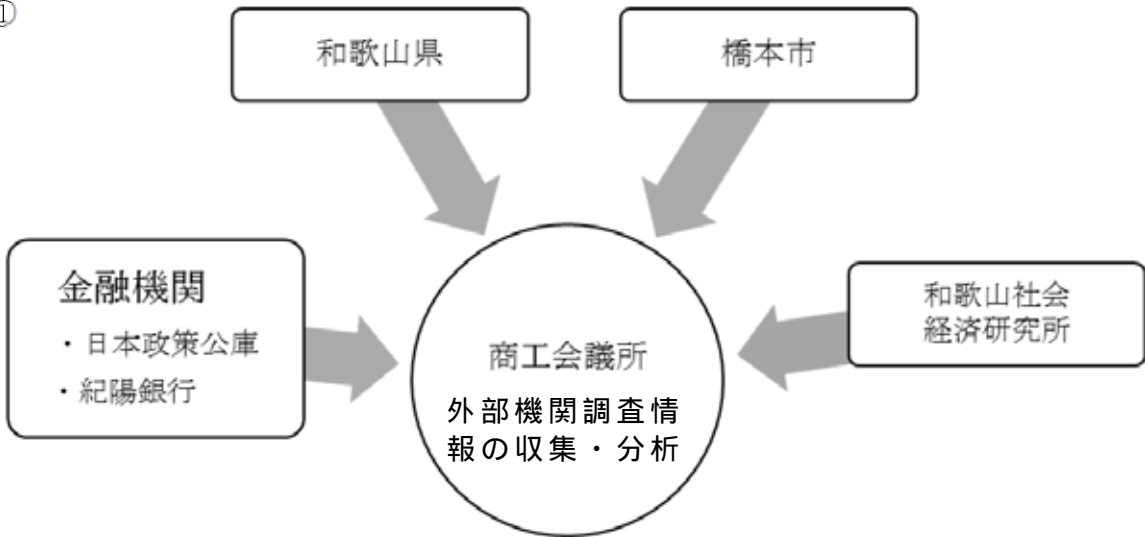
商工会および商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容	
① 地域の経済動向に関する調査	・ 外部機関調査データ分析活用
② 経営状況の分析に関すること	・ 専門性が求められる事業所に対する各種支援・助言
③ 事業計画策定支援に関すること	
④ 事業計画策定支援後の実施支援に関すること	・ 事業計画策定前後における、必要な指導・支援を行う
⑤ 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること	・ 各関係機関が実施する見本市・商談会への出展を支援し販路開拓すること
連携者およびその役割	
①連携者	和歌山県・橋本市・紀陽銀行・日本政策金融公庫和歌山支店（国民生活事業）、和歌山社会経済研究所
役割	各種調査データの提供
連絡先	<input type="checkbox"/> 和歌山県 知事 仁坂吉伸 住所：和歌山市小松原通1丁目1 電話：073-432-4111 <input type="checkbox"/> 橋本市 市長 平木哲朗 住所：橋本市東家1-1-1 電話：0736-33-1111 <input type="checkbox"/> 紀陽銀行橋本支店 支店長 坂口和彦 住所：橋本市橋本2-1-4 電話：0736-32-1105 <input type="checkbox"/> 日本政策金融公庫和歌山支店 国民生活事業 事業統括 金子栄一郎 住所：和歌山市十二番丁58 電話：073-422-3151 <input type="checkbox"/> （一財）和歌山社会経済研究所 理事長 片山博臣 住所：和歌山市本町2-1 フォルテワジマ6F 電話：073-432-1444

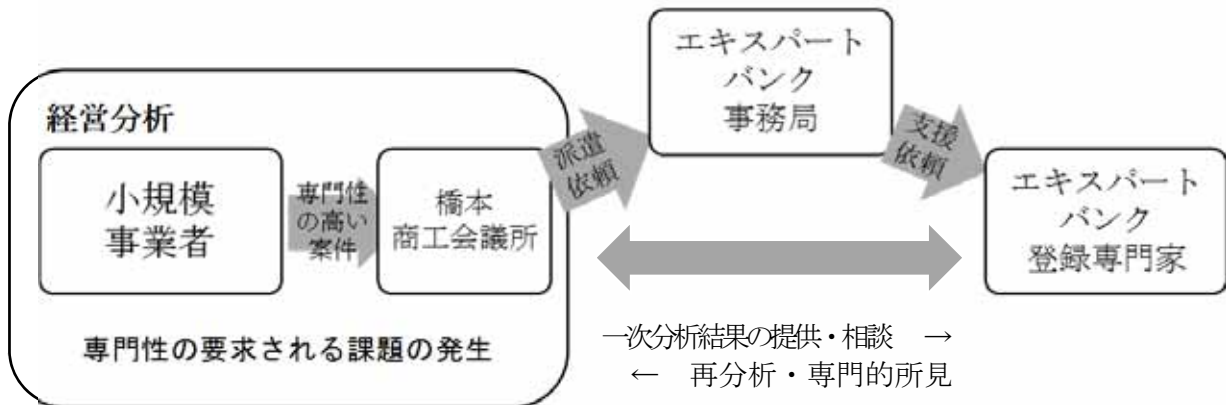
- ② 連携者 エキスパートバンク登録専門家
 役割 高度で専門的な課題の解決を図る
 連絡先 エキスパートバンク事務局（和歌山商工会議所内） 会頭 片山博臣
 住所：和歌山市西汀丁 36
 電話：073-422-1111
- ③④連携者 中小機構近畿支部・和歌山県よろず支援拠点・中小企業診断士・税理士
 役割 高度で専門的な課題の解決を図る
 連絡先 独立行政法人中小企業基盤整備機構 近畿支部 本部長 中島龍三郎
 住所：大阪市中央区安土町 2-3-13 大阪国際ビルディング 27 階
 電話：06-6264-8611（代表）
- 和歌山県よろず支援拠点
 住所：和歌山市本町 2-1 フォルテワジマ 6F
 電話：073-433-3100
- 和歌山県中小企業診断士協会 代表者 奥村博志
 住所：和歌山市寄合町 44 宮本ビル 3F (株)奥村総合企画内
 電話：073-428-7370
- 近畿税理士会粉河支部 支部長 山本孝宏
 住所：紀の川市粉河 882-8
 電話：0736-73-2466
- 和歌山県事業引継ぎ相談窓口（和歌山商工会議所内） 会頭 片山博臣
 住所：和歌山市西汀丁 36
 電話：073-422-1111
- ⑤連携者 和歌山県・橋本市・わかやま産業振興財団・中小機構近畿支部
 役割 新規顧客獲得・販路拡大の各種補助金利用・地域資源の情報
 連絡先 和歌山県 知事 仁坂吉伸
 住所：和歌山市小松原通 1 丁目 1
 電話：073-432-4111
- 橋本市 市長 平木哲朗
 住所：橋本市東家 1-1-1
 電話：0736-33-1111
- 公益財団法人わかやま産業振興財団 理事長 島 正博
 住所：和歌山市本町 2-1 フォルテワジマ 6F
 電話：073-432-3412
- 独立行政法人中小企業基盤整備機構 近畿支部 本部長 中島龍三郎
 住所：大阪市中央区安土町 2-3-13 大阪国際ビルディング 27 階
 電話：06-6264-8611（代表）

連携体制図等

①

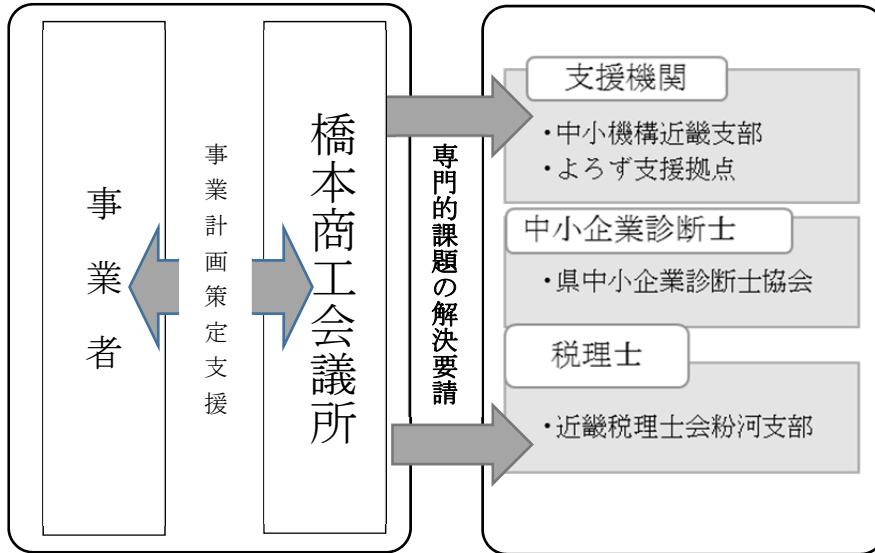


②



③

④



⑤

