

## 経営発達支援計画の概要

実施者名 (法人番号)	大山崎町商工会 法人番号（7130005006337）
実施期間	平成31年4月1日～平成36年3月31日
目標	<p>経営発達支援計画事業の目標</p> <p>①事業者の強み発掘のための情報収集・分析・活用</p> <p>②地域特性を生かした新たな商品開発と販路開拓の強化支援</p> <p>③観光資源とリンクした販売機会の創出と観光客の消費増への取組み</p>
事業内容	<p><b>I. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること 定期的に景況調査を実施し、各種統計資料の収集・分析加工を実施する。ホームページ等で公表するとともに、小規模事業者に経営支援の基礎資料等として情報提供を行う。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること 経営相談や各種セミナーの開催を通じて、小規模事業者の経営課題の把握、課題解決への取組みを支援する。</p> <p>3. 事業計画策定支援に関すること 小規模事業者にとって今後の中長期目標となる事業計画書策定に向けて伴走支援を行う。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画に沿った取組みが確実に進められるよう事業の進捗を随時確認しながら、フォローアップや実施内容の見直し等を伴走支援する。</p> <p>5. 需要動向調査に関すること 小規模事業者の商品やサービスに関する需要動向調査を支援すると共に、業種別・商品別の情報提供を行い、事業計画の遂行を支援する。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 小規模事業者が開発した商品・サービスに応じた新たな販路開拓の機会の提供の他、ITを活用した需要開拓支援を行う。</p> <p><b>II. 地域経済の活性化に資する事業</b></p> <p>1. 観光資源を活用した新たな販路開拓 個別の事業所の知名度を上げることに加え、観光イベントと連携した販路開拓を行う。</p> <p>2. 地域の特産品・名物の販路開拓支援 大山崎町委託事業として、商工会・事業者・龍谷大学と平成29年度から開発に取り組んだ商品の販売開拓支援を行う。</p>
連絡先	<p>大山崎町商工会</p> <p>住所 〒618-0071 京都府乙訓郡大山崎町字大山崎小字竜光 3 大山崎ふるさとセンター内</p> <p>TEL 075-956-4600 FAX 075-956-4601</p> <p>URL <a href="http://oyamazaki.sakura.ne.jp/">http://oyamazaki.sakura.ne.jp/</a></p> <p>Mail <a href="mailto:oyamazaki-sci@kyoto-fsci.or.jp">oyamazaki-sci@kyoto-fsci.or.jp</a></p>

(別表1)

## 経営発達支援計画

### 経営発達支援事業の目標

#### 1. 目標

##### (1) 大山崎町の現況

###### ① 大山崎町の位置及び人口

大山崎町は、京都府の南西部の端に当たるハート型の地形で、京都府と大阪府の府境に位置する。隣接する自治体は大阪府三島郡島本町、京都府長岡京市、京都府八幡市、京都市である。

人口は約1万5千人で面積は5.97km<sup>2</sup>、京都府下で最も面積が小さく、人口密度の高い町である。高度経済成長期にベッドタウン化が進み、人口はピーク時には1万6千人を超えていたが、少子高齢化に伴い、人口は減少した。最近では、宅地化が進み、人口は微増傾向にある。

羽柴秀吉と明智光秀の天下分け目の山崎合戦の舞台となった天王山と一級河川の淀川（桂川、宇治川、木津川の三川合流地でもある）の狭い間を、JR東海道本線、阪急京都線、東海道新幹線を含め三つの鉄軌道、及び名神高速道路が京阪間を走っており、昔から交通の要衝である。地の利に恵まれており、JR山崎駅、阪急大山崎駅、阪急西山天王山駅（長岡京市）の鉄道駅が利用でき、京都駅から15分、大阪駅から30分のところに位置する。まさに京都市内と大阪市内のほぼ中間にあたる。自動車については、国道171号、名神大山崎インタージャンクション、京都縦貫自動車道の長岡京インターが利用できる。

観光資源としては、“天王山ハイキングコース”、“観音寺”、秀吉が本陣を構えた“宝積寺”、昭和レトロ建築と安藤忠雄建築の融合とモネの睡蓮などが展示される“アサヒビール大山崎山荘美術館”、えごま油の製油の独占販売権を得て油座として栄えた“離宮八幡宮”、千利休が造営し唯一現存する国宝の茶室・“待庵”のある“妙喜庵”、天皇皇后両陛下も見学され、平成29年7月に国重要文化財に指定された“聴竹居”など豊富な歴史と文化財があるが、観光において、最も吸引力のあるのは、近隣のサントリー山崎蒸溜所であり、JR山崎駅から徒歩で散策される方が多い。

サントリーは世界ブランドであり、その中には外国人観光客も見受けられるようになってきている。上記の要因とも合わせ、当エリアは昔から「山崎」として広く知られている。

また、大山崎町と京都府向日市、京都府長岡京市は、乙訓と呼ばれ、竹・竹の子の産地として知られている。



当町は高層マンションもなく、天王山と三川合流の風光明媚なロケーション、都市近郊、整った交通インフラ、歴史と文化に恵まれ、歴史的建築物など当町のイメージと地の利に魅了され、移住や開業のニーズも多い。

平成28年度においては、地方創生加速化交付金を活用し、「天王山」と「関ヶ原」のどちらが天下分け目にふさわしいかのバトルを展開し、「関ヶ原」に軍配は付いたものの、テレビをはじめとしたマスコミにも多く取り上げられ、ブランド構築につながっている。

## ②大山崎町の商工業者数の現況

経済センサスのデータによる町内事業所数は、平成24年度は400事業所であったが、平成26年は416事業所と微増の傾向にある。

当町では高度成長期に日立製作所、ダイハツ工業など大手企業が誘致され、現在もダイハツ工業、日立マクセル本社の他、日立建機、日立物流などのグループ企業、東洋製鉄、当町で起業した上場企業トーセ（ゲームソフト）などが国道171号沿いに所在する。平成15年の大山崎インタージャンクションの開設に伴い、ヤンマー研究所をはじめ西濃運輸など町外移転を余儀なくされた。

製造業については、かつては日立グループの下請企業等が存在したが、大手企業の海外展開等により、廃業を余儀なくされ、現状ではものづくり企業はわずかしかなかった。

建設業については、後継者は育っており、安定して推移している。

小売業については、地域にあった馴染みのお店が閉店し、国道を中心にコンビニなどの出店が増加した。大山崎町商工会の商業部会員数の推移では小売業の減少が顕著であるが、統計では増加傾向にある。ネット販売の個人事業主、大手企業の工場内等に関連会社の出店等が増加したことなどが要因であると思われる。町内には同じ協同組合で経営するスーパーが2軒存在する。

飲食店等については、平成8年のアサヒビール大山崎山荘美術館のオープンを機に地元の若手世代がオシャレなカフェやレストランをオープンさせ、JR山崎駅と阪急大山崎駅との駅間約300メートルの間に点在する。最近では雑誌で紹介されるベーカリーなどの出店が増加傾向にある。

### 【大山崎町の事業所数】

	総事業所数	建設業	製造業	卸売・小売	飲食・宿泊	サービス	その他
平成26年度	416	42	32	97	43	85	117
平成24年度	400	43	30	93	40	80	114

資料：経済センサス（平成24年～26年）

## ③大山崎町の課題

- 1) 日立グループやダイハツ工業の法人税収入により、長年にわたり不交付団体であったが、バブルの崩壊とともに法人税収入の減収により町財政も悪化し、交付団体に転じた。
- 2) 高度成長期に町内の3つのエリアでの団地開発に伴うベッドタウン化により、人口もピーク時は1.6万人を超えていたが、少子高齢化に伴い、一時は1.5万人を割り込む状況にあったが、ミニ開発などにより近年は微増の傾向に転じている。用途地域の高さ制限によりマンションの高層化ができない状況にあり、人口の急増は見込めない。また、山と川に挟まれた地形では、住宅等に利用できる面積が少ない。

- 3) 築50年を経過する円明寺団地（3～4階建て）の老朽化と耐震問題、高齢化が深刻化している。エレベーターの無い団地のため、住民に不便が生じている。
- 4) 管内の公共施設、生活インフラ等の老朽化が進んでいる。
- 5) 町内の南北を走る生活道路の西国街道の道幅は狭く、JR山崎駅と阪急大山崎駅を利用する住民と隣りの長岡京市の駅を利用し、生活圏とする住民に分かれ、町が分断されている状況にある。町内の南北を結ぶ路線バス（阪急）の運行本数が極めて少ない。
- 6) 豊富な歴史、文化、観光名所を備えているが観光協会が設置されていない。大山崎町商工会や大山崎ふるさとガイドの会などが観光行政の一翼を担っている。

#### ④大山崎町の小規模事業者の課題

- 1) 交通の便が良い反面、昔から購買力の流出が著しい地域にある。平成15年度の大山崎インタージャンクションの開設に伴い、京都縦貫自動車道の側道である国道478号が開通し、対岸地域の大型店に購買力が流出する。また、平成27年度に京都縦貫自動車道が全線開通することにより、隣の長岡京市に大型店の進出が目立ち、若い世帯を中心に町内での消費が遠のいている。
- 2) 明確な商業区域が無く、商店街が無い。従って、当町の地の利に魅了された創業・出店ニーズはあるものの、空き店舗が無く、新たな店舗を誘致することが難しい。
- 3) フランチャイズの出店しにくい当町では、協同組合によるスーパー形式の店舗と民間スーパーが町内に2店舗存在したが、平成27年8月に民間スーパーが閉店した。京都府・大山崎町・商工会で連携し、買い物難民対策を講じ、閉店から2年を経過し、平成29年10月、閉店スーパー跡地に協同組合が2店舗目としてスーパーをオープンさせた。しかしながら、住民は買回り品の調達が不可能でワンストップの買い物を求めるため、2軒のスーパーの経営も厳しい状況が続く。
- 4) 大型店やコンビニの出店、消費者ニーズの変化、その他様々な要因により、昔ながらの地域にあった商店が閉店し、地域のコミュニティ、ミニ拠点の機能が崩壊している。事業主の高齢化も進んでいる。
- 5) ものづくり企業、食品製造業が少ない。
- 6) 豊富な観光資源に恵まれているが、観光客は春と秋のシーズンにのみ集中する。入込客数にはハイキング客が多く含まれ、子供を対象とする名所も無く、宿泊施設も1軒ということから一人あたりの観光消費額も約260円と少額である。町内には和菓子店も洋菓子店も無く、土産物や特産品というものが無い。観光客の滞在時間も短く、観光客の周遊エリアもJR山崎駅と阪急大山崎駅間が主となり、回遊性に欠けている。アサヒビール大山崎山荘美術館がオープンし、20年を経過するが、飲食店は増えたものの、土産物店などの出店は無い。
- 7) 竹の子の産地であるが、老舗料理店の廃業等により、シーズンに食べられる店舗は少なく、活用ができていない。専業農家も5軒未満と少なく、野菜の地域ブランドも無く、農商工連携も難しい。

#### ⑤大山崎町商工会のこれまでの取り組みと課題

当商工会は平成5年度に設立し、他の商工会と比較すると歴史が浅い。事務局、部会等の組織づくり

からスタートし、現在は経営支援員3名と事務局長の4名で運営している。これまでは、記帳、税務、労働保険、金融、ITなど後方支援を中心に業務をおこない、企画提案型の伴走支援に取り組むことができていない。巡回についても偏った事業所への支援が中心となっている。ある意味、アンテナを張ったやる気のある事業所の支援に取り組んでいるが、他の会員店の埋もれた技術やノウハウの情報を蓄積することができていない。

また一方では、当町は観光協会が未設置であるため、当商工会が観光行政の一翼を担い、観光客の誘致、マップの作成、観光案内所の運営などに取り組んできた。平成26年度までは、地元の産業まつりのメイン部分を担当する他、青年部、女性部なども含め地域のイベント、当町のPRに努め、地域振興に取り組んできた。町財政も厳しく、当商工会の事業は地域振興にウエイトが置かれている状況にある。しかしながら、イベントで会員店が出店してもイベントで売上が上がるだけで日々の商売の売上につながっていないのが現状である。

町内事業所の強みをブラッシュアップし、消費者ニーズに合った商品開発とサービスの提供、商工会のスケールメリットを活かしたブランド構築、SNSを使った情報発信、販路開拓など個社支援に重点的に取り組む必要がある。

平成28年度の地方創生事業において、大山崎町は「天下取りブランド構築事業」に取り組み、大山崎町＝天王山のイメージを広くPRすることができた。平成29年度、当商工会は大山崎町からの委託を受け、ハート型のまちや天王山＝勝負のまちなどに因んで龍谷大学生とコラボした新名物（特産品）の開発に取り組んでいる。また、平成29年度より大山崎町商工会女性部が「ハートのまち大山崎」のPR事業に取り組んでいる。

#### ⑥小規模事業者に対する中長期的な振興のあり方

大山崎町まち・ひと・しごと創生総合戦略では以下の4項目を推進基本事項としている。

- 1) 安心な暮らしを守り、利便性の高い生活を確保する
- 2) 活力の回復・向上を担う人を育成する
- 3) 大山崎町への新しい人の流れを作る

※地域の観光資源や文化財等を活用して交流人口を拡大するため、推進体制を整備して、観光振興の推進を図る。

- 4) 大山崎町における安定した雇用を創出する

※地元企業の交流機会を促進して、町内の産業振興を図るとともに、就労支援体制や中小企業従事者の雇用・福利支援を充実し、関係機関と連携して安定した雇用の確保に取り組む。

※産学連携などによる地域ブランドを創出し、地域経済の活性化に取り組む。

※観光振興により地元企業を活性化し、雇用創出に取り組む。

大山崎町商工会では、これらの推進基本事項を踏まえ、地域の小規模事業者の課題解決に取り組む、町と共に地域創生を図る。

- 1) 当町が設立を目指す地域DMOにおいて、地域の儲かる仕組み作りの連携先の一翼を担い、地域のリーダーの育成を図る。また、サントリー山崎や天王山などの地名ブランドを活かし、新たな地域

ブランドの確立と地域ブランドを活かした商品開発、サービスの提供に取り組む小規模事業者を支援し、観光産業の創出・育成・雇用創出を図る。観光産業の育成により、観光消費額を増額させ、当町の課題解決に寄与する。

- 2) 観光産業の育成と交流人口の増加により、生活インフラの整備等のまちづくりにつながり、町内の他業種の発展・活性化につなげる。
- 3) 住民は都市近郊で自然と文化に恵まれた当町に愛着を持ち、観光客も同じようなイメージで当町を訪れる。単に観光地化するのではなく、品格のあるオシャレなイメージでの地域振興に取り組む。
- 4) 移住された方も含め、住民が継続的に町内で買い物できる環境を提供する。商工会は既存の店舗等が持続・発達できる支援と廃業等の穴埋めとなる創業・出店に対する支援をおこなう。商工業がバランス良く発達した町として、経営発達を図る。
- 5) コンパクトシティやミニ拠点機能として、店舗等が持つ機能の融合を図る。今後も長く続く高齢化社会に対応するため、健康づくりや見守り機能、子育て世帯や共働き世帯等に対しても店舗等が力になれる部分を活かし、活性化につなげる。地域に役立つ事業所の育成を図る。

#### ⑦経営発達支援事業の目標

「大山崎町まち・ひと・しごと創生総合戦略」の4項目の推進基本事項に基づき、町内小規模事業者の持続・発達のために最も迅速かつ効果的に取り組めるものとして、観光産業の育成を起爆剤に商工業者がバランス良く発達できるように事業に取り組む。

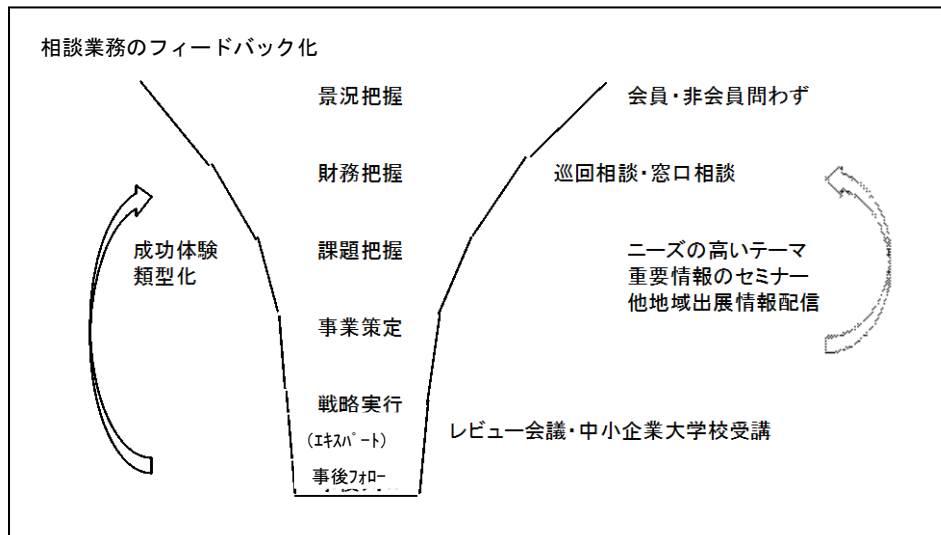
具体的には、平成29年度からスタートさせた新名物（特産品）開発において、天王山＝勝負の聖地、ハート型などの関連商品・サービスについて、創業・町内新規出店を含む管内小規模事業者に対し、経済動向調査、需要動向調査の情報収集と提供をおこない、経営分析するとともに、伴走支援によって事業所の事業計画策定を支援し、策定した事業計画に基づき、事業所が持続・発達が達成できるようにIT、SNSも含めた販路開拓等についても情報提供と出展支援に取り組む。

また、これらの伴走支援に取り組むにあたり、経営支援員の資質向上と職場内での情報共有、研修等が受講しやすい環境づくりを構築し、商工会のマンパワーでは解決できない部分は専門家派遣や行政機関や関係機関と連携し、効果的に取り組む。

#### ⑧取り組みの基本方針

- 1) 町内小規模事業者の現状把握をおこない、新名物や特産品など地域ブランドに取り組む事業所と今後可能性のある事業所の掘り起しと経営分析をおこなう。
- 2) 町内事業所に対して、必要なマクロ・ミクロな情報を整理・収集し、情報提供をおこなう。
- 3) 地域ブランド確立と個社支援に向け、事業計画策定、SNSや販路開拓、外国人対応のセミナー、乙訓地域商工会広域連携協議会（向日市・長岡京市・大山崎町の3商工会で構成）で実施する創業セミナーなどを開催し、フォローアップを図る。また、若い世代の創業・外部からの新規出店（移住含む）についても、同様にフォローする。
- 4) 事業計画を策定した事業所に対して、巡回を強化し、事業計画の円滑な推進に向け、融資や補助金

- をはじめ、販路開拓など企画提案をおこなう。専門家派遣も活用し、効果的な伴走支援とする。
- 5) 事業所の持続・発達を可能とする商品・サービスについて、京都府や京都府商工会連合会、大山崎町や関係団体等が主催するあらゆる物産展やイベントの情報を迅速に提供し、出店を促す。ITやSNSを使った販路開拓については、巡回による提案とセミナーにてフォローする。また、地域ブランドで様々な物産展、イベント等に出店する事業所の組織作りも目指し、自己研鑽のもと、課題やノウハウを共有する。小規模事業者の提供する商品・サービスについては、商工会ホームページ等に掲載し、販路拡大のバックアップに努める。
  - 6) 伴走支援にあたっては、職員の情報収集能力を向上させ、週1回の朝礼と定期的な支援員等のレビュー会議等にて職場内での情報共有を図る。また、個社支援にあたり、必要なノウハウや動向、経営分析力などは京都府商工会連合会並びに京都商工会議所主催の研修会等で補い、中小企業大学の専門的な研修についても積極的に受講する。事業所の成功体験を類型化し、フィードバックする。
  - 7) 大山崎町、乙訓地域商工会広域連携協議会、乙訓商工・観光協議会（乙訓3商工会・乙訓2観光協会で構成）京都府、京都府商工会連合会、金融機関をはじめとした関係機関と連携して効果的かつ円滑に取り組む。
  - 8) 連携先の関係機関の有識者と商工会役員で構成する事業評価委員会を設置し、進捗状況を確認する中間報告と成果・評価の検証、次年度への事業見直しにつなげる年度末報告を実施し、評価結果は商工会ホームページに公表する。





## 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31年4月1日～平成36年3月31日)

(2) 経営発達支援事業の内容

### 1. 経営発達支援事業の内容

#### 2. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】

##### 【現状と課題】

これまで、各種データ（中小企業景況調査：京都府商工会連合会、大山崎町統計書等）を資料として保管はしていたが、巡回や窓口相談の際に具体的分析と補足説明を伴わない資料としての提供に留まっており、経済動向の確認資料として有効に活用されていないことが課題となっている。

今後は、収集する情報を統一し、定期的、継続的に収集、分析し、地域の経済動向の傾向として経営分析等に活用するとともに、広く当会のホームページ等で結果を公表する。

##### 【目標】

商工会が地域小規模事業者の詳細な実態や動向等を把握するために必要な各種経済動向の「収集」「整理」「分析」「提供」を行う。四半期毎に町内の経済・景気動向を業種別に把握し、地域内小規模事業者に対して広く周知するため調査を実施する。また、持続的な経営に取り組む小規模事業者に対して、限られたマンパワーを集中投下して経営判断の有益な情報となり地域経済活性化につなげていくため、行政や公的機関等から定期的に入手できる統計資料を参考に地域の経済動向を分析する。分析した業種別景気動向や当地特有の傾向等の情報は、小規模事業者の経営分析や事業計画策定等の基礎データとして活用するとともに、当会ホームページを活用し広く小規模事業者に提供する。

##### 【項目】

###### ①小規模事業者等景況調査

業況・売上・粗利益・経常利益・仕入価格・在庫・採算・資金繰り・設備・雇用・自社の経営課題等

###### ②行政や公的機関等が実施する地域経済動向調査

全国及び京都府、そして大山崎町管内の鉱工業生産動向、消費者物価、商業動態、観光動向、賃金・雇用動向、設備・住宅・公共投資、金融、企業倒産、小規模事業者のイノベーション情報、販路開拓事例等

##### 【手段】

###### ①小規模事業者等景況調査

管内小規模事業者15社（※製造業2、建設業3、卸・小売業4、サービス業6）に対して四半期毎に景況調査を実施する。調査は巡回訪問、相談窓口において、調査票とヒアリングにより実施する。収集データは地域、業種、企業規模等に分類し、企業間比・前期比・前年同期比・業種毎の傾向等から分析



を行う。

## ②行政や公的機関等が実施する地域経済動向調査

入手する情報は京都府が公表する経済動向（毎月）、全国商工会連合会の景況調査（毎月）、帝国データバンクのTDB景気動向調査（毎月）、日本政策金融公庫の全国小企業月次動向調査（四半期毎）などを各機関のホームページや発行する冊子等から情報を収集・集計し、全国や京都府全体の業種別売上D I、輸出額、倒産件数、雇用動向等のデータを抽出して地域との比較、昨年度同時期との比較をし、地域の全体概要と業種別または項目別に地域の特性、傾向を四半期毎にとりまとめる。

### 【活用方法】

調査結果・分析結果は小規模事業者理解しやすいよう情報を加工し、当会ホームページにて公表し、地域の小規模事業者等に対して外部環境データや地域経済データとして提供する。また巡回や窓口相談時に小規模事業者へ情報提供し、経営分析や事業計画策定の基礎データとして活用する。

### <数値目標>

	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
地域事業者景況調査	4社	15社	15社	15社	15社	15社
実施事業者数・実施回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回
地域経済動向調査	4回	4回	4回	4回	4回	4回
情報収集回数・レポート作成	0回	4回	4回	4回	4回	4回
ホームページ公表回数	0回	4回	4回	4回	4回	4回

注)現状については、平成30年4月～9月までの実績

## 3. 経営状況の分析に関すること【指針①】

### 【現状と課題】

これまで本会における管内小規模企業者の相談支援に対する要望としては、税務や金融相談、補助金申請相談等が多く、それぞれの相談には応じてきたが、経営状況の分析まで踏み込んだ支援は実施してこなかった。

今後は前述のような相談時に小規模事業者へ自社の真の経営課題を認識してもらうため経営状況の分析を行う。特に新名物や特産品など地域ブランド構築に取り組む事業者や、今後取り組む可能性のある小規模事業者等に対して経営分析を行う。経営分析を行うことにより、事業者が自ら経営状況の把握ができ、明確な事業計画のもとに着実な事業実施を目指していけるよう伴走支援を行う。

### 【目標】

新名物や特産品など地域ブランドの構築に取り組む小規模事業者や、今後取り組む可能性のある小規模事業者等を重点支援先とし、その事業者が客観的に自社の経営状況を把握し、真の経営課題を認識してもらえるよう経営分析を実施する。また金融、税務相談等も経営分析の機会と捉え財務分析を行う。

それぞれの分析結果を踏まえた支援内容の選択、事業計画の策定等により真の経営課題の解決につなげる。

**【分析項目】**

貸借対照表、損益計算書等を基に財務分析（安全性、収益性、成長性、生産性）を行う。

経営理念やビジョン、事業の経緯、競合の状況等から SWOT 分析やセグメント分析などの手法等を用いて自社の強みや弱みを抽出し、前述の地域経済動向調査で把握した情報や調査結果も加味しながら、経営分析を行う。

**【手段・方法】**

- ・巡回支援や窓口相談支援を通じて財務状況とともに、外部環境、内部環境についてのヒアリングを行い、財務分析並びに SWOT 分析等の経営分析の実施を提案する。
- ・経営分析の理解と具体的な取り組みを促すセミナーの開催等を通じて、経営状況分析の実施提案を行う。
- ・新たな需要を創造していくための SNS 等の IT 活用方法や、いかに販路開拓を行うのか、インバウンド需要などで増える外国人へどのように対応していけば良いのか、といったテーマにおいてセミナーを開催する。地域内小規模事業者が、経営分析を行い、事業計画策定に取り組むきっかけとする。
- ・金融・税務相談の際に、中小企業基盤整備機構の経営自己診断システム等を活用し、経営状態の把握と分析を行う。
- ・より専門性の高い課題解決には、京都府商工会連合会、ミラサポ等の専門家派遣制度を活用して細部にわたる経営状況の分析を行う。
- ・分析結果は、データベース化し内部共有することで、経営支援員等のスキルアップにつなげる。

**【活用方法】**

経営分析結果は当該事業者フィードバックするとともに、小規模事業者に必要な支援メニューを選択・提案し、小規模事業者の課題解決に向けた事業計画策定支援、策定後の実施支援につなげていく。

<数値目標>

	現 状	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
事業計画作成セミナーの開催回数と受講人数	1 回 8 名	1 回 10 名	1 回 10 名	1 回 10 名	1 回 10 名	1 回 10 名
IT 関連セミナーの開催回数と受講人数	1 回 8 名	1 回 10 名	1 回 10 名	1 回 10 名	1 回 10 名	1 回 10 名
販路開拓関連セミナーの開催と受講人数	0 回 0 名	1 回 8 名	1 回 8 名	1 回 8 名	1 回 8 名	1 回 8 名
外国人対応関連セミナー	0 回	1 回	1 回	1 回	1 回	1 回

の開催と受講人数	0名	8名	8名	8名	8名	8名
経営分析件数	未集計	18社	21社	24社	27社	30社

注)現状については、平成30年4月～9月までの実績

#### 4. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

##### 【現状と課題】

これまで本会は、金融や税務、労務など様々な支援を行ってきたが、そのほとんどが事業者の目先のアクシデントに対する支援や解決になっていた事と、そのほとんどが事業者からの申し出によるものであった。

又、大山崎町の現状として人口は微増しているが、今後の人口減少や高齢化による市場縮小、消費者の多種多様なニーズの変化、SNSなどIT化と人工知能を活用したAI化といった事により今までと大きく変化する事が充分考えられる。

そこで今後は、事業者にとっても今まで以上に自社の経営に対する計画が重要になってくると共に、既存事業の見直し・縮小や、新規事業進出等様々な方向性を検討する機会が増えてくるため、事業計画策定の意義や重要性の理解の浸透を図る。

##### 【支援に対する考え方】

前段で述べた新名物や特産品など地域ブランドの構築に取り組む小規模事業者や、今後取り組む可能性のある小規模事業者等、「経営状況の分析」支援を実施した事業者に対して、新たな需要を見据えた事業経営の羅針盤となるような事業計画策定を支援する。

更に、平成8年アサヒビール大山崎山荘美術館オープン以降、JR山崎駅周辺におしゃれなカフェやレストラン、ベーカリーなど地元の若手世代等の出店が増加傾向にあり、今後、創業予定者の掘り起こしと起業後も存続していける創業計画策定を支援する。

##### 【目標】

「経営状況の分析」支援を実施した小規模事業者に、ビジネスモデルの再構築(事業計画)を通し、経営の中長期ビジョンを持たせ、意識改革を促して持続的な経営の発達につなげる支援を行う。

創業予定者には、事業の可能性、採算性、成長性、資金繰り等、色んな角度からアドバイスを行い、創業後も持続的な経営を続けていける創業計画の策定支援を行う。

##### 【支援対象】

平成29年度に龍谷大学生とまちの地形のハートに因んだ新名物(特産品)開発に取り組んでいる。その中には飲食店の他、ベーカリー店も含まれている。大山崎町には人口や面積から勘案し、パン製造販売業が6事業所と多く存在し、パンの町のイメージが出来つつある。

支援対象事業者については、「経営状況の分析」支援を実施した事業者で大山崎町のブランド形成として特産品開発に取り組む飲食店、パン屋を重点支援対象とする。

また、地元の若手世代でおしゃれなカフェやレストラン、ベーカリー等、創業に向け準備を進めている人、検討している人等を対象とする。

#### 【手段・方法】

- ・支援対象とする小規模事業者に対して、「個別に」「長期に」「具体的に」をテーマにヒアリングを行い、事業計画策定の取り組みが広がるよう伴走支援を行う。
- ・事業計画策定をテーマとしたセミナーを開催し、その手法・進め方等について学び、具体的な事業計画策定に向けた支援を実施する。また、必要に応じて京都府商工会連合会、ミラサボ等の専門家派遣制度を活用して専門家の助言を仰ぐ。

#### <創業に向け準備を進めている人>

- ・乙訓地域商工会広域連携協議会（向日市・長岡京市・大山崎町の3商工会で構成）で実施する創業セミナーの受講を促し「経営者としての心構え」「ビジネスプランの立て方」「営業に関する必要な届」「記帳・税務」「融資」等々について習得支援を行う。
- ・受講後は、これまで実施している経済動向調査結果を踏まえ、実現可能な創業計画の策定を目指し伴走支援を行う。必要に応じて京都府商工会連合会、ミラサボ等の専門家派遣制度を活用して専門家の助言を仰ぐ。

#### <数値目標>

##### 「事業計画書作成指導件数」

	現 状	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
計画策定件数	5	6	9	9	12	12
創業計画策定件数	0	1	2	2	3	4

注)現状については、平成30年4月～9月までの実績

## 5. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

これまで大山崎町商工会としては、小規模事業者支援に対して先述したように様々な支援を行っているが、全てにおいて支援後のフォローについて遂行できていない。

要因として最も顕著であるのは、我々商工会が計画的に行動できていない事である。

それには、上記の機会である巡回について、今まで以上に具体的な巡回計画を立案し、商工会組織全体で実行していく事が重要と考える。

具体的な内容は、各支援員の年間巡回件数、担当地区、1か月ごとの計画と実績の検証会議等により件数目標の策定を行う。

上記巡回計画に併せて、事業計画書を作成した事業所へは計画の遂行確認などの下記フォロー項目の進捗状況を確認し、場合によって計画書の見直しや再作成の支援も行う。

尚、事業計画書作成後の支援の頻度については、1事業所おおむね1年に4回をベースに計画し、必要によって回数の増減を支援員会議等で判断するが、計画として抽出した経営上の課題が例えば「事業

承継」などでの承継期日を設定した場合、この限りではなく集中支援等応用して実施していく。

「事業計画作成後支援フォロー項目表」

確認項目	確認内容等	備考・対策
重点項目の進捗度	計画との差異確認とその理由	大きな変更＝見直し実施
売上確認	計画との差異確認とその理由	年間目標との差異が大きければ見直し実施
借入残高推移	計画との差異確認とその理由	新規融資も視野に検討
その他	計画以外の事項確認	今後の方向性等課題解決

支援内容	現 状	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
事業計画策定後 フォローアップ事業者数	未実施	6	9	9	12	12
創業計画策定後 フォローアップ事業者数	未実施	1	2	2	3	4

注)現状については、平成 30 年 4 月～9 月までの実績

創業後間もない事業者については、創業 5 年後辺りが最も資金繰りの苦しくなる時期なので相談ニーズ、資金調達ニーズを把握する形で支援する。

## 6. 需要動向調査に関すること【指針③】

### 【現状と課題】

現在の日本はモノやサービスが溢れ成熟市場となっている。そのためリピート客を獲得し、ファンとして取り込んでいかなければ事業の継続が難しくなっている。顧客に感動を与えファンとするには買い手のニーズを把握する必要がある。顧客のニーズを把握するにはアンケート調査等を実施することが効果的であるが、実際に実施している小規模事業者は多くない。当会においても、小規模事業者の強みを活かせるよう販売する商品又は提供するサービスに係るニーズや需要動向に関する情報の収集・分析を行い、支援に活用する必要があるが十分に収集できずにいる。

今後は、既に事業計画策定支援を行った小規模事業者および事業計画の策定に取り組む小規模事業者には、その事業者の取扱商品・サービスを念頭にターゲット顧客の最新の需要動向を経営支援員等が調査し事業者に提供することで、新たな需要開拓や実現の可能性の高い事業計画策定支援につなげる。

特に、事業計画策定支援を実施した事業者で大山崎町のブランド形成として特産品開発に取り組むカフェやベーカリー店等を重点支援対象として実施する。

### 【目標】

平成 29 年度より当会が大山崎町からの委託を受け、ハート型のまちや天王山＝勝負のまちなどに因んで龍谷大学生とコラボした新名物（特産品）の開発に取り組んでいる。その取り組みに参加している小規模事業者で既に事業計画を策定し、新たな需要開拓に取り組んでいるベーカリー店を支援対象先と

し、売上増加に係る新商品開発や販路開拓の基礎資料となるデータ収集・分析・調査結果の提供を行う。

#### 【支援対象】

新名物開発に取り組み、事業計画策定支援に取り組んだカフェやベーカリー店等（当町とゆかりのある「えごま」や当町の地形に因んだ「ハート」、観光資源でもある天下分け目の合戦が行われた天王山に因んだ「勝負」をキーワードとして商品開発に取り組む小規模事業者等）

#### 【項目】

##### ① 個社の商品サービスに対する調査

《サンプル数：来店客 50 人/社》

- ・ 個社における顧客の属性（居住地域、性別、年齢、家族構成等）
- ・ 来店頻度
- ・ 1 回あたりの平均消費金額
- ・ 良く購入する商品サービス
- ・ 顧客ニーズ（味、食感、見た目、価格、商品を購入する際の判断基準等）
- ・ 改善して欲しい点等

##### ② 個社周辺の商圈調査・分析

- ・ 競合店情報
- ・ 購買力評価
- ・ マーケットの現状と潜在需要

##### ③ 業種別・商品別需要動向調査

- ・ 店舗周辺のマーケット情報
- ・ 業界のトレンド情報

※上記の中でも特に当町とゆかりのある「えごま」や当町の地形に因んだ「ハート」、観光資源でもある天下分け目の合戦が行われた天王山に因んだ「勝負」をキーワードとした商品、ベーカリー店等の経営に関連した項目を重点的に収集する。

#### 【手段】

- ・ 項目①については、小規模事業者の店頭等でのアンケート調査の実施を経営支援員が支援する。調査項目については提供する商品やサービス、業種に応じて調整を行う。アンケート情報は商品やサービスの改善およびリピート促進策や客単価向上策の立案に活用する。
- ・ 項目②については、京都府商工会連合会が斡旋する「市場情報評価ナビ MieNa」を活用し、商圈情報を収集し、加工分析を行い支援対象とする小規模事業者へ直接情報提供する。情報はターゲットに応じた品揃えや商品開発の情報として活用を促す。
- ・ 項目③については、日経テレコン、日経 MJ 等の新聞、商業界等の各種業界メディア媒体から収集する。収集した情報は個社が活用しやすいよう整理分析した上で、支援対象とする小規模事業者等に提

供する。情報は①と照らし合わせ、品揃えや商品開発の情報として活用を促す。

**【活用方法】**

調査結果は、小規模事業者にフィードバックし、以下のように活用する。

- ・支援対象とする新商品開発や販路開拓等に取り組む小規模事業者へ情報提供を行い、売上向上のための基礎資料として活用する。
- ・新たな需要の開拓に寄与するよう、既存商品やサービスの再設計や改良時の基礎資料として活用する。
- ・当町とゆかりのある「えごま」や当町の地形に因んだ「ハート」、観光資源でもある天下分け目の合戦が行われた天王山に因んだ「勝負」をキーワードとした商品やサービスの開発や販路開拓を行う際のヒント、効果的に実施するための基礎資料としても活用する。

<数値目標>

	現 状	31 年度	32 年度	33 年度	34 年度	35 年度
商品サービスについて調査を実施する事業者数	未実施	5	5	8	10	10
<b>【内訳】</b>						
カフェ		2	2	3	4	4
ベーカリー		2	2	3	3	3
エゴマ・勝負等大山崎町に因んだ商品開発を行う事業者		1	1	2	3	3
「商圏」・「業種別」・「商品別」 需要動向調査数	未実施	5	10	10	10	10

注)現状については、平成 30 年 4 月～9 月までの実績

**7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること【指針④】**

**【現状と課題】**

平成 29 年度に大山崎町の委託事業として龍谷大学の学生と新名物開発に取り組んだ。これからは、開発した商品の販路開拓が必要であるが、販路拡大には町内外における商品の認知向上が必要である。

これまで各種イベントの出店案内や IT 活用支援などの取り組みを行っているが、小規模事業者の新たな需要開拓に繋がる販路開拓支援までに至っていない。

また、小規模事業者における限られた資金や人員の問題で新たな需要を見据えた販路開拓に繋がる取り組みが十分できていない。

今後は支援対象である新名物開発に取り組むカフェやベーカリー店等に対して、経営分析で抽出した小規模事業者の「強み」である商品サービスの訴求の場となり得るか、事業計画に合致した取り組みであるか、ニーズはあるのか等を十分考慮して、以下に記載する新たな需要開拓に繋がる販路開拓支援を実施する。



### 【支援に対する考え方】

小規模事業者（カフェやベーカリー店等）には情報が入ってきにくい状況にあるため、イベント情報の提供を希望する事業者を募りメーリングリストを作成し、京都府商工会連合会の主催する物産展、各支援機関等の主催する各種イベントの出店案内を行う等、小規模事業者のニーズに合わせた情報発信や販路拡大の機会を提供する。更に、IT技術を活用しSNS等を活用したプロモーション支援を行う。

それぞれの小規模事業者に合致した販路開拓方法を伴走型で助言・提案を行う。個社への販路開拓支援を行うことで、新規顧客の獲得や売上増加を図り、小規模事業者の持続的発展に繋げる。

また、大山崎新名物開発における地域ブランドの構築をすすめ、地域内外の認知度向上を図り、地域全体の活性化に繋げていく。

### 【支援対象】

経営分析や事業計画策定支援を行い、新たな販路開拓を支援している規模事業者（当町とゆかりのある「えごま」や当町の地形に因んだ「ハート」、観光資源でもある天下分け目の合戦が行われた天王山に因んだ「勝負」をキーワードとして商品開発に取り組むカフェやベーカリー店等）

### 【手段】

#### ・物産展・展示会の出展支援（B to C）

府内商工会地域の製品のPRと新たな需要開拓を目的として京都府商工会連合会主催で毎年11月末に開催される物産展「大商工祭」（京都府農林フェスティバル共同開催、来場者2日間約4万人、大商工祭には府内商工会地域から40店舗超が出展）や乙訓の地域資源のPRと需要拡大を目的として京都府や乙訓地域の2市1町の行政や観光協会・商工会で構成する乙訓商工観光協議会主催で、毎年秋に開催される京都北部・中部、南部を結ぶイベント「乙訓大物産展」（来場者約10万人、2市1町を中心に90店舗超が出展）等への出展により新商品等の発表、新たな需要開拓、店の認知度向上を支援する。

また、出展を行う小規模事業者に対して、商品・サービス及び陳列レイアウトのブラッシュアップ・商談の進め方・プレゼンテーション力の向上やパンフレット・チラシ等の販促ツール等についての支援を行い、魅力ある地域産品づくりに関するフォローを実施する。更に、必要に応じて京都府商工会連合会、ミラサボ等の専門家派遣制度を活用した支援も併せて行う。

#### ・地域イベント等を活用した販路開拓支援（B to C）

地元の消費者に対し、毎年6月に開催される地域のイベント「大天決祭」（地元を始め近隣市町から来場者約3千人、出店事業者18店）等の他、大山崎の玄関口であるJR山崎駅構内にある旧キヨスク跡の販売・展示スペース「おおやまざきなび」（当商工会運営）を利用（来訪者の多い土日に利用）して大山崎町にちなんで開発された新商品等の販売を行い、JR山崎駅を訪れる観光客等に向けた販路開拓を支援する。

#### ・ITを活用した情報発信支援

ITを活用し、既存の販売先や取引先以外の新規開拓先へ向け、認知度向上を図る支援を実施す

る。全国商工会連合会が運営する地域情報ニッポンセレクトでの出展や大山崎新名物の認知向上のためデジタル冊子等を公表するホームページやSNS等を活用した情報発信等のプロモーション支援を行う。

< 数値目標 >

支援内容	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
「大商工祭」への出展事業者数	0	1	1	2	2	2
売上額（2日間）/社	0	6万円	6万円	6万円	6万円	6万円
「乙訓大物産展」への出展事業者数	0	1	2	3	3	3
売上額（日）/社	0	5万円	5万円	5万円	5万円	5万円
「大天決祭」等地域イベント出展事業者数	0	5	7	8	10	10
売上額（日）/社	0	3万円	3万円	3万円	3万円	3万円
「旧キヨスク跡」出展事業者数	0	5	5	8	10	10
売上額（日）/社	0	1万円	1万円	1万円	1万円	1万円
ニッポンセレクト出店事業者数	0	2	2	3	3	3
登録商品の売上増加率	—	1%	3%	3%	3%	3%
プロモーション支援事業者数	0	5	5	8	10	10

注)現状については、平成30年4月～9月までの実績

## II 地域経済の活性化に資する取り組み

### 8. 地域経済活性化に資する取り組み

当町は、都市近郊にありながら、豊富な歴史と文化、自然に恵まれ、多くの観光資源を保有しているが、それらの観光資源を地域として十分に活用ができておらず、観光協会も未設置という状況にあり、当商工会や大山崎ふるさとガイドの会が観光行政の一翼を担っている。誘導サインやハイキングコースの整備などのハード面での対策は一部で講じてきたものの、ソフト面での取り組みが弱かったのが実状である。

当商工会では、平成8年度のアサヒビール大山崎山荘美術館のオープンとNHK大河ドラマ「秀吉」の放映にあわせて、国のむらおこし事業に着手し、一定の土産物を開発し、有志による特産品販売所を開設したものの、アサヒビール大山崎山荘美術館への無料送迎バスの運行開始や夏冬の観光客が伸びず、閉店に至った。その後も大きな予算措置が無いまま、地道に観光振興に取り組んできた。

平成28年度に地方創生がスタートし、当町でも地方創生加速化交付金を活用し、関ヶ原との天下分け目PR合戦（天下分け目ブランド構築）を展開し、マスコミ等にも数多く取り上げられ注目を浴びた。“勝負の聖地”として、イベント「大天決祭（大山崎天下取り決戦祭り）」の他、PR動画、観光アプリ開発など情報発信にも努めている。

平成29年度については、地域DMOの設置に向けて取り組みを始めるとともに、観光客の滞在時間と観光消費額の増加を目指し、観光産業の育成を図り、従事者並びに事業所の創出、地元商工業者の活性化につながる展開にある。当商工会は町からの委託を受け、イベント「大天決祭」の実施、龍谷大学生と連携し、ハートに因んだ飲食物（新名物・特産品）の開発に取り組んでいる。観光客が飲食店で食べたり、まちを散策しながら食べることのできるインスタ映えする商品開発を試み、龍谷大学生、事業所、商工会、町がタッグを組み、「大山崎恋ぱん」や「恋するおもち（恋もち）」を開発。地域のイベントに出店し、アンケートを実施しながら、改良を加え、商品化に結び付けている。

イベントでは、平成26年度まで商工会が主体となって秋の「おおやまざき産業まつり」を開催してきたが、平成27年度より住民主体の実行委員会によって、「天王山ゆひまつり」が開催されている。この他、まちまるごと文化祭をコンセプトに町内の店舗や作家が約70軒参加する「おもてなしウィーク」があるが、このイベントは商工会女性部が平成20年度よりスタートし、現在は住民有志による実行委員会として自立しており、当商工会が実行委員会と連携を図ることにより、事業所の商品やサービスの販路拡大PRにつながるとともに、創業希望者の掘り起こしにつながっている。

この他、平成29年7月に国の重要文化財に指定された「聴竹居」、千利休が造営したといわれている国宝の茶室「待庵」など普段は事前予約が必要な名建築を巡る商工会主催の着地型ツアー「講師と巡る大山崎ハイグレード名建築ツアー」も春と秋に計16回開催し、各定員20名の募集枠が常に埋まる状況にある。

また、平成29年3月に対岸の八幡市に完成した三川合流展望塔を備えた「さくらであい館」の完成に合わせて、国・八幡市観光協会・大山崎町商工会の三者で乗捨て型レンタサイクルの実証実験を開始し、広域観光の二次的交通機能による回遊性の向上に努めている。

観光協会が無い当町の観光行政の一翼を担い、観光産業の育成に向け、当商工会は様々な観光関連事

業に取り組んでいる。

その他、現在進捗中の事業（連携含む）としては以下のとおりである。

- (イ) J R 山崎駅「おおやまざきなび」の運営・観光情報発信・収集と特産品等販売等の多目的利用の促進  
J R 山崎駅構内の旧キヨスクを㈱ジェイアール西日本デイリーサービスネットより借り受け、無人の観光案内所を運営。一時は春秋の土日祝日のみアルバイトを設置。現在は、大山崎ふるさとガイドの会が対応。
- (ロ) 商工会ホームページによる情報発信  
当商工会のホームページはトップページを観光向けに設定し、会員等商工業者は別の入口を設けて棲み分けを図っている。「講師と巡る大山崎ハイグレード名建築ツアー」などのリアルな情報発信に努めている。
- (ハ) 京都・大山崎魅力発見カードの制作・配架  
大山崎町商工会女性部で制作した事業所をおもしろおかしいキャッチコピーで宣伝した名刺サイズのカード。観光名所の紹介カードもあり、約50種類をJ R 山崎駅「おおやまざきなび」にて配架している。マスコミからも注目され、話題のカードとなっている。
- (ニ) 発地マップ〔京なび（京都駅）にて〕・着地マップ〔おおやまざき なびにて〕の配架  
乙訓3商工会と観光協会で構成する乙訓商工・観光協議会製作の発地マップを京都駅ビルにある観光案内所「京なび」にて配架し、J R 山崎駅構内の「おおやまざき なび」では、大山崎町等製作の観光マップ等を配架している。
- (ホ) ふるさと納税返礼品の連携・推奨  
大山崎町が取り組むふるさと納税の返礼品について、町内事業所に対して登録を推奨している。
- (ヘ) 大山崎町ホストタウン事業連携  
京都国体においてフェンシング会場となり、その後、太田雄貴選手などを輩出。2020年東京オリンピックの際にスイスのフェンシング選手団の受入先として当町は認定を受けている。イベントなどが少しずつ開催されており、スイスに因んだ物販などの販売にも取り組んでいる。
- (ト) 京都・乙訓かぐや姫観光連携（広域DMO設立に向けて）  
海の京都、森の京都、お茶の京都と京都府が広域エリアで観光PRに取り組んでいる。当町を含む乙訓は「竹の里・乙訓」として、乙訓かぐや姫観光連携事業が展開されている。広域DMOの設置を目指し、乙訓商工・観光協議会が実施主体となっている。向日市の激辛商店街と連携した「大物産展」の開催や吉本興業とのコラボ企画なども展開されている。
- (チ) 乙訓商工・観光協議会による乙訓観光アプリ「京ぶら乙訓」による情報発信  
乙訓商工・観光協議会で観光アプリを開発運営。GPSによる名所や飲食店の情報が取得できる。しかしながら、ダウンロードが伸び悩み、苦戦を強いられている。
- (リ) 光秀、細川ガラシャなどを題材にしたNHK大河ドラマ誘致推進協議会の推進  
京都府内を中心とした約10市町が構成団体となって大河ドラマの誘致に平成23年度から取り組んでいる。署名活動やNHKへの陳情、各市町のイベントなどを展開。
- (ヌ) 乙訓農商工連携協議会

京都府が中心となって、乙訓の農家と乙訓3商工会が協議会を構成している。毎年12月に「乙訓軽トラ朝市」を開催する他、花菜や竹の子などを使った商品開発の試作にも取り組んでいる。



聴竹居



妙喜庵(国宝 待庵)



アサヒビール大山崎山荘美術館



サントリー山崎蒸溜所



宝積寺



大山崎町商工会HP



天下分け目ブランド構築事業



#### 【事業内容】

当町が設立を目指す地域DMOの立ち上げに向け、商工会ができる連携業務について取り組みをおこない、地域課題の解決と地域で儲かる仕組み作りの実現と地元小規模事業者の持続・発達につなげる。また、前述の事業の推進にあたり、関連団体との連携を更に深める。

- 1) 京都観光を訪れる観光客年間5,000万人の2%にあたる100万人の入込客数を大山崎町と共に目指す。
- 2) 天王山＝勝負の聖地やハート型、聴竹居ブランドなどインスタ映えする新名物（特産品）の開発に引き続き取り組む。
- 3) 既存の特産品等関連商品の掘り起しをおこない、販路開拓を支援する。
- 4) 着地型ツアー「講師と巡る大山崎ハイグレード名建築ツアー」に継続的に取り組み、入込増加と滞在時間の延長、回遊性に貢献する。また、地域DMOの運営費に充当できるものと位置付け、ガイドの育成なども含め、ツアーを充実させる。
- 5) 周遊性を高め、町内小規模事業者の店舗等に来店できるようにレンタサイクル事業に継続的に取り組み、二次交通を確保する。また、地域の名所のネットワーク化を促進する。
- 6) 地元農家と連携した地産地消メニュー、地元野菜の販売などに取り組む。
- 7) 宿泊施設（民泊・簡易宿泊所）の開業の支援をおこなう。
- 8) ランドオペレーター業務として、新たな観光サービス等の創出を図る。
- 9) 飲食店等向けに外国人対応セミナー等の対策を講じる。
- 10) 地元等で開催されるイベントに小規模事業者の出店を積極的に促す。地域の団体との連携を深め、イベント開催の支援に取り組む。

(目標)

	現状	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度
イベント出展企業数	5	7	8	10	10	10

### 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

- ① 京都府下中小企業支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換  
府内の小規模事業者が抱える課題解決に向けて、京都府内の中小企業支援機関(京都府、商工会、商工会議所、中小企業団体中央会、京都産業21等)で構成される京都府中小企業応援隊の全体研修会等に積極的に参加し、商工会以外の中小企業支援機関と支援ノウハウやそれぞれの地域の需要動向等に係る情報の共有化を図り、新たな需要開拓を進める基盤構築を図る。
- ② 京都府下商工会経営支援員との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換  
京都府商工会連合会が主催する経営支援力向上研究会等に積極的に参加し、様々な施策の活用、他の商工会支援員の支援ノウハウや関係機関との連携手法、それぞれの地域の需要動向等に係る情報の共有化を図り、新たな需要開拓を進める基盤構築を図る。
- ③ 広域担当経営支援員との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換  
乙訓ビジネスサポートセンターの担当経営支援員との情報交換、また乙訓地域商工会の職員の情報交換を実施し、支援ノウハウと需要動向を共有し、乙訓地域における小規模事業者の新たな需要開拓を進める基盤構築を図る。
- ④ 金融機関との金融情報及び支援ノウハウ等の情報交換  
京都府が中心となって地元商工会・行政・地元金融機関等で構成する乙訓地域金融支援連携協議会、日本政策金融公庫の経営改善貸付推薦団体連絡会議に出席しているが、地元金融機関のエリア担当者等との情報共有が図れていないので、行政も参加した金融懇談会を持ち、地域金融情勢の交換や小規模事業者への支援ノウハウ等に関する情報交換を図る。

必要な情報をタイムリーに収集、発信するために以下の関係先と連携を密にする。関係先とは常にWIN-WINの関係性を心掛け、有意義な情報も提供する。

#### ① 行政機関：

京都府 商工労働観光部 商業・経営支援課 組合担当

京都府中小企業応援隊における地域連絡会、研修会、事例研究会等に参加〔年間約6回〕

大山崎町環境事業部経済環境課

地域における消費動向等について情報共有〔年6回〕

#### ② 上部団体：

京都府商工会連合会

エキスパート専門家派遣、スーパーバイザー事業等の専門家派遣による専門家との連携〔年6回〕

- ③ 金融機関：  
 乙訓地域金融支援連携協議会（京都府商工労働観光部 商業・経営支援課金融担当、京都銀行長岡支店、京都中央信用金庫長岡支店、京都信用金庫長岡支店、京都信用保証協会）  
 協議会を通じた情報共有強化〔年1回〕  
 その他地元金融機関（JA京都中央大山崎支店、京都信用金庫西山天王山支店）  
 日本政策金融公庫  
 経営改善貸付推薦団体連絡協議会への参加〔年1回〕  
 一日公庫における情報共有〔年2回〕
- ④ 観光関連：  
 大山崎町総務部企画担当係〔年3回〕  
 聴竹居倶楽部  
 ハイグレードツアー実施に係る協力と情報共有〔年2回〕  
 大山崎ふるさとガイドの会  
 おおやまざき なびガイド案内における情報共有〔春秋各2回〕  
 京都府商工労働観光部／京都府山城広域振興局 乙訓地域総務室  
 乙訓かぐや姫観光推進に係る情報共有〔年2回〕
- ⑤ 地元専門家：  
 地元在住で商工会会員等の専門家（中小企業診断士、税理士、社会保険労務士、行政書士等）との情報共有〔年1回〕

## 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

- ① 京都府商工会連合会と京都商工会議所が主催する京都府の認定研修では、地域課題の解決や経営支援員がノウハウを習得していない分野について、計画的に受講させているが、研修した内容について、復命書を回覧するだけできっちりとしたフィードバックができていない。支援員会議において共有を図る。
- ② 専門的なノウハウの習得については、中小企業大学校の研修を受講し、人材育成を図る。
- ③ 高度な支援分野については、専門家派遣による同行やスーパーバイザー事業を活用し、OJTに努める。習得したノウハウは支援員会議にてフィードバックする。
- ④ 個社支援にあたり、事業所ごとの個別の台帳を作成し、カルテ等一連の支援の流れや経営状況を把握・管理・共有する。支援員の異動があった場合も後任が事業所の状況を把握できるようにする。また、支援先の些細な情報も職員間で共有できる体制とする。
- ⑤ 各種の動向調査、統計資料については、データ化し共有フォルダにて全職員が閲覧可能な状況とする。
- ⑥ 大山崎町商工会の人的資産、構造資産の質を高めるために正副会長と職員によるレビューを月一回のペースで開催し、フィードバックサイクルの改善に努める。  
 ・個別の相談結果の成功体験（失敗体験）をストックする。



- ・研修受講の内容、エキスパート専門相談の結果の共有化を行う。
- ・経営課題解決のための相談体制の類型化を行う。
- ・経営必須情報は啓もう普及セミナーに繋げる。

### **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の実施状況及び成果について、以下の方法により評価・検証を行う。

- ① 中小企業診断士、町担当者、金融機関等外部の有識者と商工会役員による事業評価委員会を設置する。
- ② 上記の委員会を開催し、計画を説明のうえ、事業を開始する。
- ③ 委員会に中間報告をおこない、進捗状況を確認する。年度終了時には委員会において、成果・評価の検証をおこない、次年度の見直しにつなげる。
- ④ 検証結果は理事会にも報告する。事業の見直しについても協議する。
- ⑤ 内部では朝礼、支援員会議と月1回の正副会長との報告会で進捗状況を確認する。
- ⑥ 事業評価委員会による評価結果は、大山崎町商工会ホームページで公表する。

<http://oyamazaki.sakura.ne.jp/>

(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30年10月現在)
(1) 組織体制	
大山崎町商工会	事務局長 1名 経営支援員 3名
事業実施体制：総括責任者：事務局長	
	実務責任者：経営支援員 1名
	実務者兼補佐：経営支援員 2名
(2) 連絡先	
大山崎町商工会	
〒618-0071 京都府乙訓郡大山崎町字大山崎小字竜光3 大山崎町ふるさとセンター内	
TEL 075-956-4600 Fax 075-956-4601	
URL <a href="http://oyamazaki.sakura.ne.jp/">http://oyamazaki.sakura.ne.jp/</a>	
Mail <a href="mailto:oyamazaki-sci@kyoto-fsci.or.jp">oyamazaki-sci@kyoto-fsci.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)

	3 1 年度	3 2 年度	3 3 年度	3 4 年度	3 5 年度
必要な資金の額	650	700	700	650	650
委員会開催費等	250	300	300	250	250
調査事業	200	200	200	200	200
セミナー	200	200	200	200	200

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
府補助金 (指導事務費等、講習会開催費)、町補助金、会費収入、手数料等収入

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

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

連携する内容
① 地域の経済動向調査に関すること 京都府商工会連合会と連携し景況調査を行う
② 経営の状況の分析に関すること 京都産業 21・京都府商工会連合会と連携し、高度・専門的な課題解決には、専門家派遣制度を活用する
③ 事業計画策定支援に関すること 京都産業 21・京都府商工会連合会及び乙訓地域商工会広域連携協議会と連携し伴走型の指導・助言を行う
④ 事業計画策定後の実施支援に関すること 京都府商工会連合会と連携し、伴走型で実施支援を行う。また資金調達が必要なときは、日本政策金融公庫・地域金融機関との連携で計画実施に向けた支援を行う
⑤ 需要動向調査に関すること 地域内の小規模事業者を対象として情報を収集し、情報の整理・分析や効果的な活用方法について、京都産業 21、京都商工会連合会の専門家と連携する
⑥ 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 京都府商工会連合会、京都産業 21、地域金融機関と連携し、商談会・展示会等への出展支援を行う
⑦ 地域経済の活性化に資する取り組み 大山崎町、町内諸団体と連携し、地域の魅力発信等を行う

## 連携者及びその役割

京都府商工会連合会 会長 沖田康彦

京都市右京区西院東中水 17 中小企業会館 4階

連携内容：①②③④⑤⑥⑦

大山崎町役場 環境事業部 経済環境課 課長 北村光子

大山崎町字円明寺小字夏目 3

連携内容：①⑦

公益財団法人京都産業 2 1 理事長 村田恒夫

京都市下京区中堂寺南町 134

連携内容：②③⑤⑥⑦

乙訓地域商工会広域連携協議会 会長 小田智史

京都府長岡京市開田 3 丁目 10-16 長岡京市立産業文化会館 2階

連携内容：③④⑥⑦

日本政策金融公庫京都支店国民生活事業 事業統轄 天鷲和之

京都市下京区四条通室町東入函谷鉾町 101 アーバンネット四条烏丸ビル

連携内容：④⑥⑦

京都信用保証協会 理事長 麻生純

京都市右京区西院東中水町 17 (京都府中小企業会館内)

連携内容：④⑥⑦

京都中央農業協同組合大山崎支店 支店長 島一嘉

大山崎町大山崎西高田 1

連携内容：④⑥⑦

京都銀行長岡支店 支店長 青木和仁

京都府長岡京市開田 3-2-39

連携内容：④⑥⑦

<p>京都中央信用金庫長岡支店  京都府長岡京市開田4丁目7-7  連携内容：④⑥⑦</p>	<p>支店長 関本陽一</p>
<p>京都信用金庫西山天王山支店  京都府長岡京市友岡4丁目22-43  連携内容：④⑥⑦</p>	<p>支店長 奥田麻美子</p>
<p>一般社団法人聴竹居倶楽部  大山崎町大山崎谷田31  連携内容：⑥⑦</p>	<p>事務局長 田邊均</p>
<p>大山崎ふるさとガイドの会  大山崎町大山崎竜光3大山崎町歴史資料館内  連携内容：⑥⑦</p>	<p>会長 栃尾勉</p>
<p>乙訓商工・観光協議会  大山崎町大山崎竜光3大山崎町商工会内  連携内容：⑥⑦</p>	<p>会長 五島幹也</p>
<p>龍谷大学政策学部深尾ゼミ  京都市伏見区深草塚本町67  連携内容：⑥⑦</p>	<p>(深尾昌峰准教授) リーダー 加藤弘陸</p>
<p>京都新聞洛西総局  京都府向日市上植野町上川原7-1  連携内容：⑥⑦</p>	<p>総局長 吉岡清</p>

連携体制図等

