

経営発達支援計画の概要

実施者名	和束町商工会（法人番号 3130005008345）
実施期間	平成 29 年 4 月 1 日～平成 34 年 3 月 31 日
目標	<p>(1) 和束町第 4 次総合計画・和束町地方創生総合戦略に沿った取り組みを行う。</p> <p>(2) 和束茶のブランディングと販路開拓・拡大を図る。</p> <p>(3) 観光関連事業の促進による地域活性化を目指す。</p> <p>(4) 買い物弱者・困り事サポート事業による新たな市場開拓を行う。</p>
事業内容	<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p><u>1. 地域の経済動向調査に関すること</u> 行政機関等の各種経済動向調査を始め、商工会独自に地域小規模事業者への景況調査を実施し、地域経済動向の「収集」「整理」「分析」「提供」を行う。</p> <p><u>2. 経営状況の分析に関すること</u> 小規模事業者が抱える経営課題を抽出し、その解決に向けた支援を行う。また、小規模事業者が保有する強み弱みを明確にし、効果的な経営戦略による事業計画策定につなげるための経営状況の分析を行う。</p> <p><u>3. 事業計画策定支援に関すること</u> 経営分析の支援を行った小規模事業所を中心に、巡回等で事業計画策定に向けた支援を行う。事業計画策定セミナーや個別相談会を開催し、ビジネスを再構築する事業計画策定の支援を行い、創業を目指す事業所の創業計画と併せて支援を行う。</p> <p><u>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること</u> 事業計画を策定した小規模事業者へ計画的に巡回し、進捗を確認し、変化する経済や需要動向を的確に情報収集し、PDCA サイクルでの支援を行う。更なる目標として知恵の経営報告書の策定や、必要に応じて補助金や融資制度の活用を支援する。</p> <p><u>5. 需要動向調査に関すること</u> 外部機関が実施する業種・カテゴリー別の調査を「収集」「整理」「分析」行うだけでなく、商工会独自でも物産展等の出展時や地域内観光関連事業者及び買い物弱者対策事業においても需要動向調査を実施し、新商品開発や販路開拓を支援する。</p> <p><u>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること</u> お茶を中心とする海外展開・国内販路開拓や交流人口の増加による観光関連事業及び、埋もれた市場としての買い物弱者対策に力点をおいた支援を行う。</p> <p>II. 地域経済の活性化に資する取り組み</p> <p><u>1. 地域活性化事業</u> 築き上げてきた和束町ブランドを更に加速的に向上を図り、お茶に限らない地域資源を活用し、観光案内所を活用して、地域活性化を図る。</p>
連絡先	<p>和束町商工会 住所：〒619-1212 京都府相楽郡和束町大字釜塚小字生水 16-1 TEL：0774-78-3321 FAX：0774-78-4030 Mail：wazuka-sci@kyoto-fsci.or.jp ホームページ：http://wazuka.kyoto-fsci.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) 和東町の概要

①位置と人口

京都府和東町は、東経 136 度 0 分、北緯 34 度 50 分、京都府の南端、相楽郡の北東部に位置し、京都市街地より南へ約 30 km、奈良市街地より北へ約 15 km、大阪市街地より東へ約 40 km の距離にある。

町域の北は滋賀県甲賀市信楽町、京都府宇治田原町に、南は木津川市加茂町、笠置町、南山城村に、西は井手町に接し、広さは、東西 15 km、南北に約 10 km、総面積 64.87 km² である。

北に鷲峰山脈、南に笠置山脈の中間丘陵地であり、町の中央を 1 級河川木津川の支流である、和東川が東西に流れている。

和東川流域に沿って集落が展開し、中央部から下流域にはなだらかな山並みが続き、その傾斜地が茶畑となり和東町の特色を形成している。平成 20 年には「宇治茶の郷和東の茶畑」が京都府の景観資産第 1 号として登録された。

奈良朝のころ、聖武天皇の恭仁京と紫香楽宮の造営によって、この地に恭仁京東北道が開設され、両都を結ぶ要衝として拓け、「和豆香柚之荘」や「和東荘」と呼ばれていた。

明治 22 年町村制の施行によって、従来あった 15 ヶ村から 4 ヶ村となり、さらに昭和 29 年 12 月 15 日町村合併促進法により、東和東村、中和東村、西和東村が合併し、和東町が誕生した。その後、昭和 31 年 9 月 30 日に湯船村を編入し、現在に至っている。

和東町の人口は、商工会法が制定され、和東町商工会を設立した昭和 35 年国勢調査人口 6,889 人であり、その後微減もしくは横ばいを続けた後、平成 2 年頃より急激に減少しはじめ、その年の国勢調査人口 6,079 人から平成 22 年国勢調査人口 4,482 人と 20 年間で 1,597 人 (26.3%) 減少し、過疎地域指定を受けるに至り、平成 27 年国勢調査速報では 3,959 人と発表され、5 年間で 523 人と 10%以上減少している。その背景にある少子高齢化は深刻であり、平成 27 年の老年人口は 40%弱となっている。

本町に過疎化を招いた要因としては、道路状況として、和東川に沿った府道木津信楽線と町の中央をクロスするように南北に府道宇治木屋線が走っているが、いずれも今な

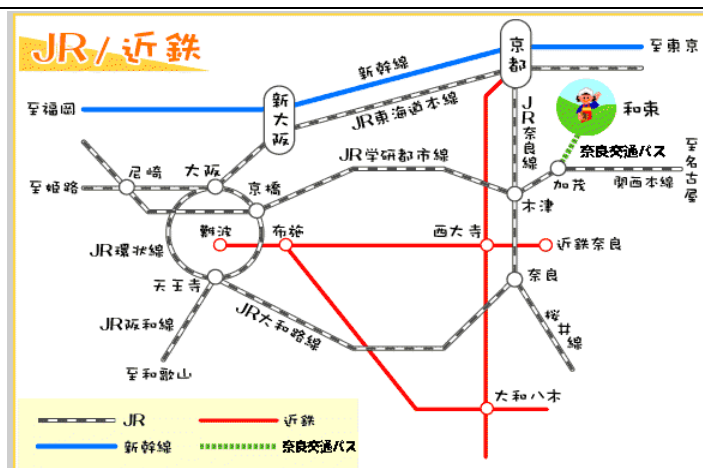


和東町の人口構成と推移

	平成 17 年	平成 22 年	平成 27 年
0 歳 ~ 14 歳	505	390	325
15 歳 ~ 64 歳	3,035	2,629	2,145
65 歳以上	1,458	1,462	1,622
人口総数	4,998	4,481	4,092
生産人口比率	60.7%	58.7%	54.2%
高齢化比率	29.2%	32.6%	39.7%

(国勢調査)

お狭隘な箇所が多く、また本町には鉄道がなく、唯一平成14年10月1日から国や京都府の支援を受けて、町として赤字補填をしつつ奈良交通バスが日に13~15往復するに留まるなど、京阪神地域に近距離であるにもかかわらず、交通アクセスや生活の利便性が悪く、また就業の場が確保できない等様々な要因が挙げられる。



②産業

茶業は、和束町の基幹産業であり宇治茶の主産地として800年の歴史を有し、日本を代表するブランド商品である。和束町は茶園面積567haを確保し、茶価についても大きな下落はなく比較的維持されているものの、第一次産業中心の和束町から一転し、第三次産業の就業人口が伸張しているように、茶の販売量の減少等農家の生産意欲の減退も懸念される。

和束町の茶生産量

●産業別人口の推移（10年単位）

は、京都府内トップの主産地であり、主な茶種は「煎茶」「てん茶」となっており、茶園面積・荒茶生産量・荒茶生産金額ともに約40%を占めている。

平成20年に「宇治茶の郷和束の茶畑」が京都府景観資産として第1号に登録され、京都府選定文化的景観にも選定されたことをきっかけに、平成25年には「日本で最も美しい村連合」に加盟し、平成27年和束町は「日本茶800年の歴史散歩」として日本遺産に認定された地域のひとつにもなっている。

和束町の豊かな森林と清流や、茶畑に代表される美しいふるさとの風景を大切に守りながら、「茶源郷和束ブランド」をさらに広め、品質を高めるためのブランド化や観光交流の促進等産業が一体となった取り組みが生まれ、そうした経緯に併せて和束町を訪れる人も増加傾向にあり、外国人の訪問者も増え、観光関連産業が近年盛り上がりつつある。

一方、専業農家は20%と少なく、経営者の高齢化、担い手不足が進んでおり耕作の継

区分	平成2年		平成12年		平成22年	
	実数	増減率	実数	増減率	実数	増減率
総数	2,955人	3.7%	2,804人	5.1%	2,066人	26.3%
第一次産業就業人口比	30.4%	-	25.4%	-	24.5%	-
第二次産業就業人口比	25.0%	-	27.9%	-	23.2%	-
第三次産業就業人口比	44.4%	-	46.7%	-	52.3%	-

荒茶生産金額

(単位千円)

	平成17年	平成22年	平成27年
京都府全体	7,832,791	7,294,200	8,093,382
和束町	2,952,268	2,491,785	3,000,083
構成比率	37.7%	34.2%	37.1%

(京都府 HP 茶業統計)

続も難しくなっていることから、和東町の基幹産業であるお茶を活用した製品の開発等、六次産業化の兆しが顕著となり、規模拡大・設備の増強のための共同化も進んでいる。

商業においては、近隣地域の都市化が進行する反面、和東町の人口は減少を続け、モータリゼーションの発展や、主婦層を中心に都市化が進む近隣地域に雇用を求めることによる消費購買力の流出など厳しい経営環境にある。

また、建設業においては、今も商工業者に占めるウエイトは高いものの、平成 13、14 年頃から公共工事等が減少した影響で、その後平成 16、17 年頃より徐々に土木工事業の廃業が増加するなど、建設業の経営環境も厳しい状況にある。

和東町の商工業者数は、茶業における事業形態が農業者から商工業者への事業形態の変化を受け、公式な統計値と実測の事業所数との間にズレが生じている。これを商工会として補正した値は、下表のとおりである。

●和東町商工会の商工業者数 (平成 28 年 4 月 1 日現在)

	製造業	建設業	小売業	卸売業	サービス業	その他	計
商工業者数	58	64	32	2	44	8	208
小規模事業所数	58	64	32	2	43	5	204

(2) 和東町商工会の小規模事業者支援の概要

①和東町商工会の組織

和東町の製造業の内約 30 社は製茶業者であり、人口が 5 千人を割り込んだ平成 17 年頃より、建設業と併せて小売業の減少も顕著になった。

そうした中においても、地域内の小規模事業所数を会員数の推移から見てみると、会員数（小規模事業所数）は、人口減少比率と比較すれば緩やかな減少に留めている。

200 会員割れ寸前の状況にあった昭和 60 年以降、組織強化を図るため巡回に力を入れ会員ニーズの掘起しとニーズに対し積極的な支援に取り組んだ結果、平成 7 年には 233 まで増強することができた。

しかし、その後においても人口の減少と共に小規模事業者が年々減少し、平成 27 年の会員数は 200 名を下回る結果となった。

②和東町商工会の取組み状況

前述の和東町の状況を鑑み、当商工会として平成 5 年からほぼ毎年、国や京都府の補助事業等を活用し、小規模事業者が地域全体の地域おこし（むらおこし）に主体的に関わり、新たな産業（資源）を掘り起こす事業から、一貫して基幹産業である「お茶」を基軸として、特産品開発や観光資源開発の他、ビジョンの構築や情報発信・海外展開等の事業に鋭意取り組んできた。

また、各種事業の実施にあたり、ユネスコの傘下にある CCIIVS（国際ボランティア活動調整委員会）に加盟するボランティア団体を通じた「国際ワークキャンプ」や京都府国際センター・同志社女子大学をはじめとする諸大学の他、リーガロイヤルホテル等の大手民間企業とも連携し、体験ツーリズム事業確立に向けた取組みを継続している。

その成果として、和東茶ブランドと共に、和東町の知名度も高まりつつあり、和東町を訪れる交流人口が増加し、移住定住者も少ないながら現れるようになってきている。

こうした活動を民間で継続しようとする「おぶぶ茶苑」の創業を支援し、ネットを通じた通販や体験ツーリズム事業として、全国の成功事例の一つとして取り上げられるまでになった事例等から、移住して創業する若者が散見されるまでになっている。

○国・京都府補助金を活用した取組

年度	事業名	目的	成果
5年度	地域資源調査事業 (和東町むらおこしの方向)	地域資源の発掘	むらおこし意識の醸成につながった
6年度	地域特産品等開発推進事業 (和東町アクティブむらおこし)	地域資源を活用した特産品・観光資源の開発	農山村としての和東町に、観光に対する意識が醸成された
7年度	特産品等販路開拓支援事業 (ひとつになったむらおこしの輪“和”)	特産品と共に「和東町」を売る	物産展等への出展の足掛かりとなり、地域PRのための観光マップを作成 パブリシティ効果として 日経流通新聞・京都新聞・月刊商工会・マンスリーきんき(近畿通商産業局)・MonthlyReport(国民金融公庫)に掲載される
8年度	商工会等地域振興支援事業 (小規模事業活性化ビジョン)	5年～7年の村おこし事業の成果と課題を整理し、長期ビジョンを策定する	成果課題を整理し、開発した特産品の生産販売体制・マーケティング手法の習得・マスコットの誕生(チャッキー)・お茶の木を供養するお茶供養まつりの提案・今後の取組の方向性を明確にした
9年度	ふるさと情報発信事業 (一期一会お茶のある風景)	お茶をテーマに和東町のPRビデオ制作	和東町の魅力の再発見と映像による情報発信のツールとする
10年度	地域産業・人材育成指導事業 (お茶の文化を通じて)	和東住民が高品質の「和東茶」を認知し普及するため、お茶に関わる文化と共に普及する	スケッチ教室・ウォーキング教室・料理教室・お茶の文化講座・お茶の手揉み体験を通じ、一般住民老若男女に和東茶に対する意識醸成
12年度～ 14年度	小規模企業広域活性化事業(南山城村と共同実施)	お茶の生産高で京都府の1位2位の産地が一体となり「お茶と自然で共生する町と村」を目指す	商工会が、農業者と共に地域の活性化に取り組む地盤としての「ほっこりサークル」を設立。ほっこりサークルの会員を全国から募り、12年度末170名、13年度末349名、14年度末526名となり、六次産業化の契機を創出し、現在も活動を継続している
14年度	京ブランド産品販路開拓支援事業	和東茶をフランス(パリ)で普及させる	パリに移住されたほっこりサークル会員の案内で渡欧、海外に目を向ける契機となる。(渡仏2回)
16年度	JAPANブランド育成支援事業 (宇治和東茶で「特別な	ファッションの都、食の都パリに世界中から集まるこだわりをもった	3度にわたる渡欧により、50を超える企業やお店・施設の150人を超える人々に直接プロモーションを実施し、

	ティータイム」を提案	人々に、おしゃれ感覚で本格的な日本茶が楽しめる「特別なティータイム」を宇治和東茶で提案する。	シアル国際見本市出展やコルドンブルーでの講義において、数限りない人々に日本文化としての日本茶「和東茶」等訴求できたことで、参加した茶業者をはじめ、海外展開への機運を醸成することができた
17年度 18年度	丹後テキスタイルのJAPANブランド育成支援事業と連携	丹後テキスタイルの出展会場で和東茶のおもてなし	16年度実施したJAPANブランド事業のフォローアップができた
20年度～ 22年度	地域力再生プロジェクト支援事業(ほっこりサークル)	ほっこりサークル活動として、グリーンツーリズム等の実践	全国に広がったほっこりサークルを通じた和東(茶)ファンと、茶生産者(こだわり茶人)との交流を図る
23年度～ 25年度	ふるさと棚田支援事業(ほっこりサークル)	ほっこりサークル活動として、農業体験等の実践	全国に広がったほっこりサークルを通じた和東(茶)ファンと、茶生産者(こだわり茶人)との交流を図る
24年度～ 25年度	山城地域雇用創出戦略事業(京都府山城広域振興局受託事業)	和東町を中心とした山城地域の特産品と観光の販路開拓	2年間2名の雇用を創出し、温浴施設や京福電鉄(嵐電)との販路開拓等の連携が生まれた
27年度～ 28年度	ふるさと棚田支援事業(ほっこりサークル)	ほっこりサークル活動として、農業体験等の実践	全国に広がったほっこりサークルを通じた和東(茶)ファンと、茶生産者(こだわり茶人)との交流を図る

③和東町商工会の課題

前述の取組みから、和東茶のブランド化による和東町の知名度も少なからず向上し、交流人口も増加傾向にあり、観光関連事業等の新たな産業も生まれてきたが、人口減少に歯止めをかけることについては、取組み当初は、地域のブランド力が向上すれば、人口の減少に歯止めをかけられるとの思いで実施してきたが、結果として人口は減少し続け、既存の多くの小規模事業者の経営は厳しい状況に追い詰められている。

前述した20年以上の取組みの間に環境も変わってきていることから、今改めて課題を整理すれば以下の状況である。

和東町は山間地に位置するため平地が少なく、国道や高速道路もないうえ道路も狭く大型車の乗り入れが困難であるなど、企業の進出はほぼ見込めない状況にあるが、人口の減少と高齢化により、特に小規模事業者の廃業等がより顕著となり、既存商工業者の底上げと共に、Iターン等による起業家創出が重要である。

また、基幹産業としての茶業の認知度は若干向上したといっても、ペットボトル等緑茶飲料は普及しているが、高級茶離れが顕著である中、大半はJAを通じた共販での流通が主であり、茶業による経済効果は横ばいから低迷傾向にある。

そうした状況を打破するためには、小規模事業者への伴走支援は重要であり、商工業の維持発展のためには、ベースとなる人口が必要である。過去の経過から和東町の人口は5千人から6千人になれば、一定の商工業が維持できると考えられ、そのため住民にふるさと意識を醸成し、誇りが持てる町となることで若者の流出に歯止めをかけ、将来的に人口の維持につなげるとの考えにより、和東町の知名度向上を推進し、宇治茶の最大産地である和東産宇治茶を、「宇治 和東茶」としてブランド化することを目指し、前述の「②和東町商工会の取組み状況」で記載している、マスメディアを意識したパブリシティ効果を有効に活用しながら諸事業を実施してきた。

しかし、近年はかろうじて小規模経営で成り立っていた茶業が、時代の変遷の中で加工工場の近代化と規模の拡大無しでは経営が成り立たなくなり、農業であった和東茶生産の業態が企業化を求められる状況となり、更なる「和東茶」としてのブランド力の強化と六次産業化による、茶を軸とする新産業の創出や海外展開も視野に入れた多角的な販路開拓が課題である。

また、こうした新たな施策に対応できる若年層が少なく、後継者不足さえ心配される状況にあるなか、若者の移住者による茶業の承継策も課題である。

平成19年度に、京都府景観資産登録された頃より、交流人口が徐々に増加傾向にあり、観光が産業化しつつあり、外国人の旅行者が目立って増加していることから、お茶と茶畑景観を活用した観光産業の醸成を担う人材の育成と、観光による来訪者の滞在時間を増やすためにも、民宿・民泊等の宿泊施設不足が課題と言える。

小規模事業者支援の観点での当商工会の課題を以下にまとめると

- i. 小規模事業者の廃業。
- ii. 和東茶を通じたブランド力の向上と六次産業化、お茶の新産業創出及び海外展開等多角的な販路開拓。
- iii. 若年層の減少・後継者不足。
- iv. お茶と茶畑景観を活用した観光産業（宿泊・飲食等）の醸成。

（3）小規模事業者に対する中長期的振興のあり方

これまで前述した取組みを重ねてきたが、和東町第4次総合計画及び「まち・ひと・しごと創生総合戦略」においては、「茶を軸としたしごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「新たなしごと」を創る好循環を確立することにより、豊かな里山を守り、美しいまちに更なる活力を生み出すことを目指すとされ、具体的には以下の4つの基本目標に分類されている。

- ・基本目標1：茶を軸とした働く場を創る
- ・基本目標2：交流人口を増やし定住につなげる
- ・基本目標3：若い世代の出会い・結婚・出産・子育ての希望をかなえる
- ・基本目標4：安心な暮らしを守り、交通インフラの強化により日常生活範囲の拡大を図る

和東町商工会としては、以上の目標を踏まえ、

基本目標1に沿い、茶などの地場製品を活かした商品開発、現在の流通小売りに耐える生産・加工・販売の仕組みを構築するとともに、和東茶のブランディングを目指す企業支援、更には海外への販路拡大支援に取り組む。

基本目標2では、和東町は関西の都市圏に近く、関西学術研究都市に隣接する地域性を活かし、多彩な農村文化体験の場づくりで交流人口と和東ファンを増やすため、茶摘み体験や農家民泊、ワーキングホリデーなどさまざまな農村里山文化体験の場を観光事業の一環として創出する。

また、京都府で推進する「お茶の京都」構想と連動した観光振興に取り組み、そうした取組みを契機として、観光人口の増加を図ることにより、観光関連産業の創出と発展を支援し、もう一つの基幹産業に育成する。

基本目標4では、身近な拠点づくりと地域における生活支援として、町内の買い物等

に支援が必要な方への配達サービスなどを実施し、生活支援を通じた新たなニーズ・需要に対応した販路開拓のシステムの構築と対策に取り組む。

我が町の人口の減少曲線を緩やかにし回復に導くためには、地域の魅力を醸成し経済が活発となり雇用の場が創出されなければならない。

そのため今後の中長期的な取組として、基幹産業としてのお茶、生業の景観を最大限活用すると共に、足元で進む高齢化から生まれる需要にも的確に対応して行く。

(4) 経営発達支援事業の目標

前述した振興のあり方を踏まえ、今までの取組みを更に強化発展させ、和束町第4次総合計画・和束町地方創生総合戦略を踏まえ、和束町・和束町に関係する諸団体・京都府・地域金融機関や京都府商工会連合会等と連携し、和束町の小規模事業者の持続的な経営の発達につながる支援を実施する。

具体的には、茶などの地場製品を活かした商品開発、現在の流通小売に耐えうる生産・加工・販売の仕組みを構築すると共に、和束茶のブランディングを目指す企業を支援する方策として、事業計画の策定や販路開拓を支援し、更には、主として海外からのインターンシップ・長期滞在型ボランティアの受け入れ事業の支援と連動して、海外への販路拡大支援に取り組む。

また、徐々に芽が吹き地域活性化に取り組み始めているグループや個人が増えてきていることから、そうした芽を発掘し育て、地域活性化に連動さすといった取り組みを使い、交流・観光市場の拡大を図り、宿泊・飲食・体験ツーリズムをビジネスに発展させた起業を支援し、観光関連事業等の促進による地域活性化を目指す。

更に、和束町の福祉施策等と連携し、買い物弱者対策事業として、買い物システムや困り事サポートシステムを開発し、商工会が中心となり、域内の需要を地域内での小規模事業者がしっかり補足できるような仕組みを構築することで、商業者だけでなく建設関連事業者の商売の維持と売上増加を目指す。

(5) 目標達成に向けた基本方針

上記目標を確実に遂行するために、経営支援会議等で巡回目標を明確にした計画を立て、各小規模事業者の実態に沿った情報や資料を準備した巡回を行うと共に、巡回により新たなニーズの掘起しを行い、課題解決提案（経営分析から事業計画策定等）的確な支援に心がける。

そのうえで、以下の各方針に基づいて取り組む。

① 京都府商工会連合会等から海外を含む物産展や見本市・商談会の情報を収集し、開催目的に沿った需要開拓を目指す小規模事業者に出展支援を実施すると共に、出展の際にはできる限り伴走支援を行い、商談力や見せ方、売れ筋商品の把握等、需要動向の情報を収集して提供を行い、新商品開発等と一緒に取り組む。

② 近年和束町で創業した事業所の多くが、和束町（茶）のブランドを活用して、地域外を市場とする事業者が目立つようになったことから、インバウンドを含む観光やインターンシップの需要と併せて、必要な国の日本茶の市場動向調査に係る支援等を行い、海外展開のリスク軽減支援を行う。

③ 小規模事業者数の減少に歯止めをかけるため、相楽地域ビジネスサポートセンターや和束町雇用促進協議会等とも連携し、創業セミナー等によるシーズの掘起しを行うと共

に、観光事業をテコに地域活性化につながるよう創業支援を本計画に位置づけて、需要動向や交流人口の動向等を踏まえた創業計画作成支援から開業に至るまでの支援を伴走により実施すると共に、必要に応じ専門家も活用した伴走支援を行う。

④ 厳しい経営環境にある、既存商工業者の新たな販路開拓を創出するための一つの手段として、買い物弱者と言われる高齢者等の消費意欲を高め、需要を掘り起こすことで、地域内小規模事業者の売上増加に確実につなげる。そのため、和束町商工会が拠点として買い物弱者等がアクセスしやすいシステム構築を目指し、困り事サポートと併せて高齢者等を支援するとことで、小売業者のみならず建設関連事業者等にわたり、地域小規模事業者の持続的発展を支援する。事業を推進するうえで、町福祉課や社会福祉センター等と連携することで、住みやすい町づくりに貢献することにもなり、ひいては移住促進に寄与することになる。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（平成 29 年 4 月 1 日～平成 34 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】

〈目的〉

小規模事業者に対する確かな指導を行うためには、地域の経済動向をしっかりと把握しておくことが重要である。そのためには、地域内小規模事業者の景気動向等を把握し、商工会内で蓄積・共有して、業種・業態・規模ごとに整理・分析する。整理・分析された情報は、経営支援員が小規模事業者の経営相談時の課題解決のための分析や経営計画策定の基礎的データとして活用する。

〈現状と課題〉

これまでは、商工会連合会を通じて提供される経済動向や国・財務局・都道府県や金融機関等の情報は、そのまま保管し広報誌の発行のタイミングで一部を情報提供するに留まり、業種・業態・規模毎に整理・分析することは行っていなかった。また、全国連の委託業務として実施している景況調査については、対象事業所のヒアリングにより、簡易な調査の実施に止まり、調査票の集計すらできていなかった。

また、経営支援員各自の経営支援活動や情報収集の中で、肌で感じる景気動向を日常の支援活動の中で参考としている程度であった。

今後は、業種・規模ごとに有益と考えられる情報項目に基づき、計画的に収集し整理・分析を行い、小規模事業者の支援に役立てる。

そのためにも、整理・分析した情報は、毎月を目標に発行する広報誌で提供するとともに、当商工会ホームページに掲載し、広く地域内小規模事業者への周知を行う。

基幹産業であるお茶の動向については、京都府や農水省が提供する茶業統計等から情報収集し、茶種や加工完成品毎に整理・分析し、分析結果は職員間で共有するとともに、地域内茶業者へ巡回等を通じて情報提供を行う。また、ホームページ等でも情報発信する必要がある。

〈事業内容〉

① 地域の景況については全国連の委託業務として四半期毎に実施している景況調査を活用する。対象事業所は製造業 4、建設業 2、小売業 4、サービス業 5 の 15 事業所を対象に、売上金額・業況・設備投資・経営課題等を項目として、巡回によるヒアリングにより調査を実施している。

調査対象事業者数は少ないが、業種ごとに和東町内の代表的な事業者を、経営支援員間で協議し選定しているため、大梓町内の経済状況を示すものと判断しており、四半期毎に届く全国の分析結果（中小企業調査報告書）と比較し、支援会議等を通じ職員間で

共有を図り、指導用資料とする。

② 和束町の基幹産業である茶業関係については、農水省や京都府が提供する茶業統計等の情報を収集のうえ、茶種や加工完成品毎に整理・分析し、分析結果は地域内の茶業者への巡回等において提供する。その際、茶期・茶種ごとの収穫状況や加工予定・設備投資・雇用状況等各項目について、あらかじめ作成した調査票において地域内の情報を収集し、付随する後の支援につなげる。

③ 近年増えつつある観光については、観光庁・京都府・和束町及び京都府観光連盟が実施する観光入込客調査の結果を情報収集し、必要な情報のみ整理・分析をして関係事業者へ情報提供する。また、和束町を訪れる人の拠点となっている「和束茶カフェ」及び、「京都和束荘」や農家民宿等において、入込客・宿泊客を対象に新茶期や秋の行楽期の2回以上、来訪国・県・市、また土産品・提供メニュー・サービス等々を項目とした調査を行い、全国・京都府との比較分析を行い、指導用資料とする。

④ これについては金融機関が発行する資料等を収集し、必要とする項目の結果を抽出と分析を行い小規模事業者へ提供する。また不定期ではあるが地域金融機関（京都中央信用金庫・京都銀行・南都銀行）と情報交換会議を行い分析を深め、近隣地域を含めた経済動向を資料にまとめ、職員間で情報を共有するとともに、指導用資料とする。

⑤ その他、経済情勢の変化等、経営環境に著しく影響する事態が生じた際は、その都度情報収集すると共に、地域のニーズに応じた独自調査を実施する。

【目標数値】

調査項目	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
景況調査実施事業者件数	15	15	15	15	15	15
調査実施回数()	(2)	(4)	(4)	(4)	(4)	(4)
茶業統計調査の分析回数	1	1	1	1	1	1
観光入込客調査の分析回数	1	1	1	1	1	1
町内拠点調査の分析回数	—	2	2	2	2	2
金融機関調査の分析回数	1	4	4	4	4	4
金融機関との情報交換会開催(回)		3	3	3	3	3

※現状の28年度については、9月末までの実績

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

〈目的〉

一部の事業者を除き、多くの小規模事業者が厳しい経営状況にある中、小規模事業者の経営課題を明確にするため、財務分析並びに非財務分析を行ない、効果的な事業計画策定につなげる。

創業間もない事業所においても、当初の創業計画から現状の経営状況の分析を行い、当初計画との乖離があった場合は、修正事業計画につなげる。

〈現状と課題〉

これまで商工会では、一部の建設業者の経営事項審査申請のための経営状況分析や金

融相談並びに各種補助金申請時に簡易な経営分析を行う程度で、ほとんどの場合経営分析までの支援を行えていなかった。

和東町の小規模事業者の多くが高齢化し、経営内容すら充分計数管理できてない事業者が多いことも一因であるが、今後は、小規模事業者の持続的発展のためにも、需要動向調査・経済動向調査の結果を活用した経営分析を行い、各事業者と共に実態を認識して、新たな需要開拓に積極的に取り組んでもらう事業計画の策定につなげる支援が必要である。

〈事業内容〉

① 基幹産業である製茶業や関連事業及び、お茶の販売や観光関連産業を重点支援先と位置付け、需要動向調査・経済動向調査を活用し、経営分析から事業計画策定につなげるための巡回を強化して、支援小規模事業者の掘り起しを行う。続いて、簡易なヒアリングシートを用いて、財務・非財務面から経営分析を行い、正規の経営分析につなげる。或いは経営分析の促進を目的としたセミナー受講につなげる。

② また、簡易な経営分析を実施した事業者及び景況調査を実施している事業者に対して、全国や京都府の分析結果と比較して課題を抽出し、セグメント分析やSWOT分析を行い、個社の売上や収益性・採算性・成長性並びに、強みと弱み・機会と脅威を明確にした経営戦略をたて、事業計画策定支援につなげる。

なお、確定申告指導等で財務諸表を把握している個社に対しては、事前に安全性・収益性等財務分析を、会計ソフト「ネット de 記帳」利用事業者に対しては、「ネット de 記帳」の分析機能を活用し、セグメント分析及びSWOT分析につなげる。

③ 創業を目指す事業者においては、創業を考える業種の経営指標を基に事業の新規性、独自性によるドメインの構築と事業の成長の可能性・継続性について分析を行い、創業計画策定の支援につなげる。また、創業間もない事業者においては、財務分析を中心に安全性・収益性・成長性等の分析を行い、創業計画との進捗確認と修正が必要な場合は改善計画策定につなげる。

④ 分析した結果は、個社ごとの経営カルテに保存するとともに、経営支援員間で共有し、継続支援に活用する。また、必要に応じて専門家の派遣や個別相談会を開催し、個社自身の経営改善と経営力向上に活用する。

また、小規模事業者経営発達支援融資制度等の金融相談時の資料として活用し、円滑な融資あっせん支援につなげる。

【目標数値】

支援内容	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
簡易な経営分析件数	0	30	45	60	70	75
経営分析件数 (創業前・後の分析含む)	14	20	30	40	45	50
セミナー・相談会の 開催回数、受講者数 ()	0	2 (15)	2 (20)	2 (25)	2 (30)	2 (35)

※現状の28年度については、9月末までの実績

※セミナー及び相談会は、相楽地域ビジネスサポートセンター主催事業も活用する。

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

〈目的〉

経済動向調査や経営分析の結果、需要動向調査の成果を活用して、町や個社を取り巻く経営環境の変化を捉え、顧客ニーズや強み、弱みを踏まえたビジネスモデルを構築するため、需要を見据えた事業計画の策定支援の促進を図る。

〈現状と課題〉

これまでは金融支援や国・京都府の補助金申請時に、金融申込みや補助金申請で求められている事業計画の策定に留まっている。一方創業支援時には、計画段階から相談に来訪される一部の創業予定者に対しては、年次収支計画等一定期間見据えた事業計画策定を支援してきたのが現状である。

今後は、需要動向や経済動向等を踏まえたうえで、前項の経営分析の結果に基づき経営者に対するヒアリングを実施し、ビジョンや行動方針を明確にして売上と収益の増加を見据えた事業計画の策定支援を行うことが必要である。

〈事業内容〉

① 基幹産業である製茶業や関連事業及び、お茶販売や観光関連産業を重点支援先と位置付け、前項の経営分析の支援を実施した小規模事業者を中心として、明確となった売上・収益性・採算性・成長性並びに強み・弱みや機会・脅威を踏まえたうえで、経済動向・顧客ニーズや需要動向に沿った、将来の夢が描ける自らのビジネスを再構築する事業計画策定までの支援を伴走して行う。

② 創業計画の策定に当たっては、経営分析支援から引き続き経営支援員の巡回指導を通じて支援を行うが、より多くの事業計画策定支援につなげるため「事業計画策定セミナー」や「個別相談会」を開催し、専門家の指導や助言を受け、実現性の高い経営計画の策定の支援を行う。専門家派遣は京都府商工会連合会やミラサポの専門家派遣を活用する。

③ 創業を目指す事業者に対しては、中長期的なビジョンと事業コンセプトを明確にし、具体的なビジネスプランの企画支援は事業ドメインと目標の設定、次にドメイン毎の詳細プランの作り込みの支援を行う。

また、創業間もない事業者に対しては、創業時に策定した創業計画の進捗状況を、現時

点の経営分析の結果から確認し、当初計画との乖離が見られる計画については改善計画の策定を支援する。

④ 全てに亘り、事業主等一人を対象に事業計画の策定支援を行うのではなく、役員や経営に携わる家族等とも協議を重ね、情報共有を図り同じ認識を持って事業計画を策定することにより、事業の実現性を高める努力を行う。

〈目標〉

・事業計画策定セミナーを計画的に開催するが、受講者数等費用対効果を考慮して、相楽地域ビジネスサポートセンターが実施するセミナーを有効活用する。

・セミナーについては、経営分析支援をしている事業者については、直接受講を促すが、地域内小規模事業者にも事業計画策定の必要性を認識していただくためにも、広く広報し

受講を促す。

・受講後は、事業計画の策定まで経営支援員が手分けしてフォローアップ支援を伴走して支援を行う。また、必要に応じて専門家による個別指導を実施する。専門家派遣指導においては、事前に十分なヒアリングや打合せを行い実施する。

【目標数値】

	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
事業計画策定事業者件数 (創業前・後の計画策定数含む)	6	15	22	25	30	35
事業計画策定セミナー・ 相談会開催回数	1	2	3	3	3	3
受講者数 () (セミナー・相談会も創業支援者 を含む)	(10)	(20)	(25)	(30)	(35)	(40)

※現状の28年度については、9月末までの実績

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

〈目的〉

小規模事業者が策定した事業計画の取り組みの進捗状況を確認し、進捗が芳しくない場合は、事業計画の修正支援を行い、事業計画の確実な実施を図るため、四半期に1回以上の巡回により、伴走支援を行う。

〈現状と課題〉

これまで、融資実行後の確認や補助金を活用した事業の完了確認に留まり、また事業継続の方針に基づく計画策定支援がほぼ出来ていなかった現状から、計画の進捗確認や見直し等PDCAサイクルによる支援が実施出来てなかった。

今後は、個社毎の策定を行った事業計画の進捗状況を四半期に1回以上は定期的に巡回し進捗状況を確認し、進捗が芳しくない場合は事業計画の修正支援を行う等、PDCAサイクルを回していく必要がある。

〈事業内容〉

① 事業計画策定後は、常に変化する経済動向や需要動向を的確に情報収集し、事業計画達成に有効な施策や補助金等を把握し、事業計画の進捗に沿って業種ごとに時期を考慮した巡回により、事業の確実な実施支援を伴走で行う。

② 時期等を考慮しながら、四半期に1回以上は巡回し、必要に応じて窓口への訪問を促し、進捗状況を確認し、計画に沿って進んでいる場合は、更なる目標として京都府知的資産経営を目指した認証制度「知恵の経営報告書」等の策定を提案する等、事業計画の達成の質の向上を目指す。

③ 事業の進捗状況が芳しくない事業計画については、その原因を分析し、対策を検討し、事業計画の見直しや修正等必要な指導及び助言を行うPDCAサイクルでの支援を行うとともに、必要に応じて京都府商工会連合会やミラサポの専門家派遣制度を活用して支援を行う。

④ 策定した事業計画に沿った取り組みを進めていく中で資金が必要な場合は、小規模事業者経営発達支援融資制度を積極的に活用して、事業の促進を支援する。

併せて、新たな需要開拓に取り組む小規模事業者に対しては、小規模事業者持続化補助金や京都府中小企業応援隊支援補助金を活用して、事業の促進を支援する。

⑤ 巡回前と巡回後の結果については、経営カルテにより経営支援員間で情報の共有を図るとともに、毎週開催する支援会議において協議しブラッシュアップを行う。

⑥ 創業間もない事業者に対しては、創業時に策定した創業計画の進捗状況を現時点の経営分析の結果から確認し、当初計画との乖離が著しい計画については、事業計画の見直しや修正等必要な指導及び助言を行う。

【目標数値】

	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
フォローアップ事業者数 支援のべ回数（ ）	6 (12)	15 (60)	22 (88)	25 (100)	30 (120)	35 (140)
知恵の経営報告書認証支援	0	1	1	1	1	1
小規模事業者経営発達支援 融資制度のあっせん	0	1	1	1	1	1

※現状の28年度については、9月末までの実績

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

〈目的〉

町の知名度の向上とは裏腹に人口の減少に歯止めがかけられず、疲弊する小規模事業者が増加する中で、基幹産業である製茶業の業況に大きな変化は見られないが、近年は個社事業者の集約による規模の拡大やIターンによる新規創業者(就農者)も散見されるなどの状況にある。そうしたことから、製茶業者の設備関連や営農資材・車両・燃料販売といった業種は、比較的安定的に推移している。

しかし、小規模事業者の需要動向は、既存顧客の限られた情報と取引先等が提供する情報に留まる場合が多い。商工会として潜在的な需要を掘り起こし、新たな販路開拓や新商品開発に活かせる需要動向に関する情報の収集・整理・分析を行い、提供を行う。

〈現状と課題〉

これまでは、日常的にネット情報や新聞雑誌等で様々なトレンドや新商品等についての情報は意識して把握するようにしているが、特別な情報収集や分析を行うこともなかったため、情報の提供も十分できていなかった。

一方、小規模事業者においては、比較的意識の高い事業者でも業界の情報や一般的経済事情を漠然と把握しているに留まっている場合が多い。

今後は、大きく変動する社会や経済事情の流れを的確に捉えると共に、地域内の需要動向を把握し、整理と分析をする中で、売れる商品・サービスを的確に捉え、どのように提供することが個社の新たな需要開拓につながるかを見極めることが重要である。

茶畑景観が京都府の景観資産登録された平成19年頃から目に見えて増加傾向にある交流人口の動向に留まらず、和東に来られる観光客等が求める商品やサービスについて

も十分な調査を実施することが必要である。

中でも基幹産業である製茶業については、国内需要のみならず海外需要についても、国・地域ごとの需要動向と併せて輸出環境を的確に捉えることが重要である。

〈事業内容〉

① お茶の需要動向については、経済動向調査において統計的な動向を調査しているので、京都府の茶況については JA 全農京都茶市場のホームページ等から情報収集と分析を行う。併せて、伸びている日本茶の輸出状況や緑茶の輸入状況を調査・分析し、茶生産者の事業計画・製品開発支援に活用する。

② 東京ビッグサイトで開催されるグルメ&ダイニングスタイルショーの見本市(BtoBの商談会)や京都市内の大丸京都店で開催される物産展(BtoCの物産展)等に伴走支援した際に、来場者に対し来場の目的・目当ての商品・購入商品や価格帯及び、和束町からの出展商品についてアンケート調査・分析を実施し、見本市・物産展出展の戦略策定に活用する。

また、同物産展・見本市では、同業他社やお茶を原料等に使用する商品の需要状況を調査・分析し、新たな市場開拓に役立てる。

③ 観光関連においては、和束町内で着地型観光関連事業を行う「一般財団法人和束町活性化センター」「おぶぶ茶苑」「ゆうあんビレッジ」「和束茶カフェ」及び、宿泊施設としての「京都和束荘」「農家民宿 茶畑なごみ」「ブロッジロッジ」の顧客を対象として、新茶シーズン及び秋の行楽シーズンの2回、各事業者の協力により体験ツアー参加者に対して、アンケート形式により体験の感想や今後体験してみたいツアーについて、また各施設で提供されるメニューやサービス、価格帯等々を項目として調査を実施してもらい、分析を行った上で、求められる体験事業や和束茶の商品開発や土産物開発及び、自社ホームページ・SNS やツーリスト等旅行斡旋事業者等効果的な情報発信先の選択に役立てる。

④ 買い物弱者対策事業の利用状況を整理・分析すると共に、年に1度は提供商品及びサービスの要望調査を行い、町内消費者の需要動向をさぐり、町内小売業者の品揃えに活用し、また要望内容から建設や設備関連の需要動向を明確にし、建設業者等の経営戦略策定にも活用する。

⑤ 業種・カテゴリー別調査で、「食品関係」・「雑貨関係」・「自動車、農機具、燃料関係」・「旅行(観光)関係」等、重点項目を明確にし、四半期ごとに日本経済新聞(MJを含む)・日経テレコン・業界調査・その他トレンド情報の各サイトから、最新の需要情報を収集し、業種・カテゴリー別に整理・分析し、個社の売れ筋商品の把握と新商品開発のヒントを探り事業計画の策定、販路開拓支援に活用する。

⑥ 消費動向については、全町民対象に年1回消費者動向調査を実施し、よく利用する商店とその理由・取扱いを充実して欲しい商品・1回の買い物単価等を調査・分析し、報告書にまとめ情報提供するとともに、消費の流出を食い止め地域内消費を促す、商品の品揃え・店づくりに活用する。

【目標数値】

項目	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
----	----	------	------	------	------	------

お茶の需要動向調査・分析回数 調査結果提供事業者数（ ）	1 (0)	1 (20)	1 (25)	1 (30)	1 (35)	1 (40)
物産展等来場者調査 調査結果提供事業者数（ ）	0 (-)	2 (10)	2 (15)	3 (20)	3 (25)	3 (30)
町内観光関連動向調査・分析回数 調査事業者数（ ）	0 (-)	2 (7)	2 (7)	2 (8)	2 (9)	2 (10)
買い物弱者要望調査分析回数 調査結果提供事業者数（ ）	0 (-)	1 (15)	1 (20)	1 (25)	1 (30)	1 (35)
業種・カテゴリー別調査回数 調査結果提供事業者数（ ）	0 (-)	4 (30)	4 (40)	4 (50)	4 (60)	4 (70)
町内消費動向調査 調査結果提供事業者数（ ）	0 (-)	1 (210)	1 (210)	1 (210)	1 (210)	1 (210)

※現状の 28 年度については、9 月末までの実績

なお、上記で調査・整理・分析した情報は、具体的支援する事業所の他、ダイジェスト部分を、定期発行する広報誌及び、ホームページで公表し、事業計画策定を目指す小規模事業所の掘起しにつなげる。

6. 新たな需要の販路開拓に寄与する事業に関すること【指針④】

〈現状と課題に基づく考え方〉

これまで、本会が中心となり主産業としての和東茶ブランドを活用し、「茶源郷和東ブランド」構築のために、様々な取組みを実施するとともに、各地・各関係団体の物産展や商談会にも積極的に出展支援を行うなど伴走支援を実施してきた。中でも、リーガロイヤルホテル(京都・大阪・東京)等の高級ホテルとのコラボレーション企画や、JAPAN ブランド育成支援事業によりフランスやベルギーへのプロモーション事業を契機に、お茶の海外展開を支援するなど、新たな市場・顧客獲得のための活動も牽引してきたところである。

そして、こうした取組みが功を奏し、地域ブランドや和東茶のブランドは新たな販路開拓の広がりから、京阪神等広範な地域の人々からも徐々に認知されるようになったことから、宿泊業や飲食店等の I ターン移住創業者も散見されるまでになった。しかし、そうした販路開拓者は一部の茶業者や六次産業化を図る事業者、地域ブランドを活用した創業者等に限られ、地域内小規模事業者全体には広がっていない。

今後は、今まで確立した販路を維持しつつ、お茶から広がる需要を創造し、既存商工業者の新たな顧客層の獲得に役立て、更なる新規の販路開拓を行い、その効果が地域内事業所に広く享受できる取組みを実施する必要がある。

そのため、顧客ニーズに合った商品・サービスの提供と情報発信の機会を増大させる支援として、商談会・展示販売会の開催や出展を支援すると共に、ネット販売・SNS の活用について支援する。今日まで、物産展や商談会への参加が少ない事業者へは、開催案内を通知するだけに留まらず、巡回等を通じて出展を促す。

他方、和東町が来年度当初に開設を計画している観光案内窓口「観光案内所」の管理を本会が請け負う予定で、今まで以上に観光関連事業者や関係団体との関係を密にし、情報の共有を図り、ホームページや SNS を最大限活用して、和東町の魅力や体験ツーリズム事業等を一元的に情報発信する。そして、交流人口の増加から小規模事業者の効果

的な販売促進につなげる。

また、山間地の多いわが町では、平成 20 年頃までは複数の事業者が町内の大半の地域を移動販売で網羅していた時期もあった。しかし、事業者自身の高齢化や廃業・業種転換等で、現在では一部の地域で、小規模な移動販売を行う事業者があるに留まっていることから、今では多くの需要が生協等に奪われているのが現状である。

そうしたことで流出した需要を、地域内需要に移行される受け皿として、高齢者だけの世帯等でも手続きや注文が簡易で安心できる仕組みを、本会を拠点として構築し、既存商工業者の埋もれていた販路開拓を支援する。

〈事業内容〉

○海外展開による販路開拓支援

(1)農水省の作成する資料によると、海外での日本茶需要は、震災後EU諸国は伸び悩んでいるものの、アメリカをトップに、抹茶を中心として、玄米茶や焙じ茶の輸出が年々増加していることを鑑み、新たな販路開拓の一つとして、海外展開に対する意欲を持つ小規模事業者を発掘し、JETRO 等が開催する海外での展示会情報を収集し提供する。そして国・府の海外展開支援施策を活用しFS 調査や展示会出展を支援し、海外展開の後押しを行う。

(2)町内小規模事業者で、先駆的に海外展開を行う事業者の輸出国や茶種及び、輸出手法の情報を収集・整理・分析し、海外需要開拓を新たな事業分野と考えている製茶業者等の支援につなげる。

(3)町内の小規模事業者で、海外からのインターンシップや長期ボランティアを受け入れている事業者も3事業者あり、世界各国から入れ替わり、一定期間滞在する外国人から、生の海外事情を入手し、海外展開の足掛かりとするため、茶業関連事業者や観光関連事業者を交えた交流会を開催する。

(4)輸出時に必要となる、原産地証明書をはじめとする貿易関係証明を、当会で発給できる手続きを進め、海外展開を支援する。

○国内での販路開拓支援

(5)製茶業者や六次産業化を図る小規模事業者等を中心に、東京ビッグサイトで開催されるグルメ&ダイニングスタイルショーの見本市(BtoBの商談会)や、京都市内の大丸京都店で開催される物産展(BtoCの物産展)に製茶業者やお茶を使った特産品・商品の製造販売業者が出展して実成果を上げるため、バイヤー及び顧客の目を引くパッケージやデザイン、また見せ方・アピールの仕方についての事前セミナーを開催して、商談件数・受注件数の実成果を高める支援を行う。

また、巡回等を通じて出展前・後のフォロー支援を実施するとともに、必要に応じて専

門家派遣も活用する。

(6)京都府商工会連合会のアンテナショップ「ぶらり嵐山」(京都市)や、全国連の「むらからまちから館」(有楽町)においてのテストマーケティングを推進し、現地におけるニーズ調査による商品の開発・改良に取り組み、新たな顧客開拓から売上向上につなげる支援を行う。

○観光関連事業者の支援

(7)観光関連では、年々増加傾向にある交流人口を更に増やすため、前述の海外からのIターン等との交流会の他、「観光案内所」による一元管理と併せて、前項の需要動向調査事業での各アンケート等の調査結果を踏まえ、関連事業者の体験メニューの開発や観光関連事業の創業・第二創業の支援につなげ、着地型観光の定着を目指す。

また、飲食・宿泊事業者にも、需要動向を見据えたお茶を使ったメニュー開発につなげる支援を、専門家も活用して行う。

○買い物弱者対策事業

(8)小売業者の廃業により、生協等に奪われていた需要を、既存の小規模事業者に取り込む新たな需要開拓の一つの方法として支援に取り組む。

具体的には、高齢者だけの世帯や山間地の住民等をターゲットとして、生鮮品や生活用品の注文配達、また電球の取り換え等困りごとサービスを小規模事業者が提供し、新たな需要を取り込む。支援の進め方としては、手続きや注文が簡易且つ安心できる仕組みを、本会を拠点として構築する。そして、町内各地区のボランティアで開催されている「ふれあいサロン」等に出向き、買い物弱者対策事業のPRを行い、本事業の利用者登録をしてもらい、商品販売やサービス提供につなげる。



○IT及びSNS活用支援

(9)若手経営者及び事業後継者を対象として、ホームページやSNSを活用した販路開拓の手法を学ぶため講習会を開催して支援を行う。また必要に応じて、京都府商工会連合会の専門家派遣事業を活用して、セミナー後のフォローや解析・対策支援を行う。

○パブリシティの活用支援

(10)和東茶ブランドや開発商品・体験ツーリズム事業を、より広範な消費者に購買や来訪を促すため、新聞各紙、民放ラジオやテレビを活用して情報発信を行う。

【目標数値】

項目	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
売上に占める輸出割合の増加率（売上の10%以上を輸出が占める事業者）	売上の10%以上(2社)	20%増(3社)	30%増(3社)	40%増(4社)	50%増(4社)	60%増(5社)
海外輸出新規実現事業者（売上に占める割合5%以上）	5%未満 2社	2社	3社	3社	4社	4社
滞在外国人との交流会の開催回数	0	2	4	4	4	4
見本市・物産展出展支援事業者数	13	15	16	17	18	19
〃 商談件数	15	45	48	68	90	95

受注件数()	(10)	(10)	(20)	(30)	(40)	(50)
出展事前セミナーの開催 受講者数()	1 (2)	2 (12)	2 (14)	2 (16)	2 (18)	2 (20)
アンテナショップ等出展 支援事業者数	2	3	4	5	6	7
観光関連事業の創業者数	1	1	1	1	1	1
買い物弱者対策事業利用 登録者数	15	100	150	200	250	300
買い物弱者対策事業による 売上額	10万円	100万円	150万円	200万円	250万円	300万円
SNS 活用セミナー開催回 数 受講者数()	0 (0)	1 (10)	1 (15)	1 (20)	1 (20)	1 (20)
NEWS リリース提供数	3	10	10	10	10	10

※現状の 28 年度については、9 月末までの実績

II. 地域経済の活性化に資する取組み

1. 地域活性化事業

〈現状と課題〉

和東町では、商工会が中心となり早くから地域の活性化に取り組み、事業を通じて大きな成果を手に入れている。その成果とは、“地域に足を付け活動する「土の人」” “外から理想を含む風を運び、地域の止まった空気を動かす「風の人」” “地域に埋もれている宝に光をあてるメディア的な存在。地道に中で研究し、外へと紹介、情報を発信していく「光の人」” “ささいなアイデアを面白がり、損得や利益のためではなくイベントや活動などに関わり、動きのきっかけを作る「水の人」” こんな人たちと程よく関係が醸成され、中には風の人が土の人になっていたり、光や水の人が風の人になっていたりして、和東町の地域活性化の大きな力となっている。

その一つが、和東町が一丸となって取り組んでいる秋に開催される「茶源郷まつり」で、町全体をフィールドに見立て、お茶をキーワードとして国内外からの多くの出展者を集める屋台村・お茶席の他、茶香服やお茶の手揉み体験、更にはガイド付きの茶畑ツアーや景観エリアを走る茶源郷ランなど多彩な事業が催され、また、本まつりには、常日頃から和東や和東茶に関わりを持つ内外の方々や、リピーター、そして口コミによって初めて参加される方々等（27 年実績で 2 日間 7,200 人が来場、その 8 割の人が町外から来訪、近隣木津川市・奈良市・京都市からの来訪が多い）に、お茶・自然・景観を心行くまで堪能してもらい、和東町の理解度をさらに高めファンとなって繰り返し来訪してもらえるようになることを目的として開催している。運営に当っては、町を始め商工会と営農組合や JA が中心となり各種団体も参加して実行員会を組織し実施体制をひき、それに前述の土・風・光・水の人も加わり、皆で一緒に汗を掻き、まつりを盛り上げている。



【NHK でも取り上げられる茶源郷まつり】

二つ目は、和東を訪れる際の玄関口としての役割を果たしている『和東茶カフェ』は、町の生産者の拘りのお茶 140 アイテムを集めた直売所であり、お茶の他にも「お茶の佃煮」など、地元和東産のお茶を使ったお菓子や食品がところ狭しと並び、カフェメニューも充実し、和東の見どころの案内もしている。また、毎月 1 回開催される『茶源郷マルシェ』には、地元の小規模な商工業者や、農家のお茶やお茶を使った手作りお菓子、採りたて野菜が並び大好評である。加えて海外からのインターンシップや農家民宿（ゲストハウス）を営むアメリカ人の移住夫婦も出展するなど、茶畑に囲まれた農村空間と国際色がマッチし、リピート客の増加につながる一因となっている。

そして、町をこよなく愛し色んな思いを持って、町民や団体が主体となり年間を通じて催される各種事業が、お茶や自然を活かしたお茶摘み・お茶の手揉み・茶香服・野菜の収穫体験等々の『体験ツアー』であり、魅力ある多彩な事業が目白押しに開催されている。こうした事業には、「和東・茶源郷ガイドの会」や「日本茶インストラクター」も一役を買っている。



また、『森の探検隊事業』は材木商が中心となり、町内外のボランティアや山に興味を持つ方々が集まり、自伐林業による森林整備から発展し、近年は空き家を借り改装して木工体験ができる“木工カフェ”をオープンし、コミュニティスペースを運営するなど、お茶に限らない取り組みも生まれている。こうした取り組みを通じて、材木商自身の本業の業績にも少しずつ反映されてきている。

更には、官民が一体となってマウンテンバイクの公式大会が開催できる条件を満たしたコースを整備し、『公式マウンテンバイク大会』を春・秋に開催している。この大会には全国から選手が集まり、製茶業者がお茶でもてなし、飲食店が食事の提供、小売店が土産物の販売を行うなど新たな需要獲得の機会にもなっている。先日、『関西ワールドマスターズゲームズ 2021』のマウンテンバイクの大会が和東で開催されることが決定している。



このように本会は、お茶をキーワードに交流人口を獲得し、新たな産業の創出や維持に町行政を始め、町民・団体の方々、そして土・風・光・水の人たちと取り組み、事業を通じて地域内の小規模事業者の持続的な発展を支援してきた。

しかし、実施している事業活動の情報は一元管理ができておらず、地域活性化の火付け役を行った本会がその責任において、経営支援員等が巡回や窓口を通じて、各種事業の活動情報を入手し、“人と人”また“事業と事業”をつなぐ助言等を行っているが充分でなく、事業活動が成長していく中、活動情報を全て把握できていない状況にある。

そのため、近年は町地域力推進課が中心となって、町農村振興課や（一財）和東町活性化センター・雇用促進協議会・和東茶カフェ運営協議会と町の公共員並びに商工会経

茶源郷マルシェ

営支援員に呼びかけ、不定期ではあるが集まり、活性化事業の推進を図る「戦略会議」を持っている。ただ年1・2回の開催に留まり、十分な情報の交換や相乗効果を上げる等の機能を果たせていないのが現状である。

〈方向性と共有〉

これまで、20年以上継続し築き上げてきた和東町ブランドの加速的な向上を図ることが、和東町の地域の活性化には不可欠である。

また、お茶に限らず、和東町の様々な地域資源を活かし、諸団体や個人が取り組む活動を支援し、起業化または法人化される場合は、本会が深く関わり伴走支援する体制が望まれている。

そうしたことから、地域活性化事業を通じた本会の支援を絶え間なく能動的に実施し、交流人口の更なる増加・移住・創業を醸成し、地域の活力が高まり、既存小規模事業者の持続的な経営発展にも繋げる。

ただ、一つ一つの取組に直接商工会や行政が運営そのものに関わるのではなく、諸団体や個人の情報を本会がハブ的機能を果たして情報を共有し、本会が支援を行う体制を構築することが重要と考える。

そのため今後は、平成29年度当初に開設される予定の「観光案内所」を地域活性化事業の一元的拠点として、和東町で実施される取組の情報を集約する仕組みを構築し、これまで町地域力推進課が中心となって実施してきた「戦略会議」を、観光案内所（商工会）に移行し、月1回程度定期的で開催し、地域活性化の方向性を検討し必要な情報の共有を行い、また事業分担による体制を整え、各種事業を遂行していく。

〈事業内容〉

(1)町行政担当各課・(一財)和東町活性化センター・雇用促進協議会・和東茶カフェ運営協議会・商工会に加えて、『観光案内所』による「和東町戦略会議」を月1回定期開催し、情報の共有と地域の活性化の方向性を検討し実施する。

(2)平成29年度の「観光案内所」が開設されるタイミングで、和東町を拠点として活動する諸団体及び個人を、「観光案内所」に登録してもらう仕組みを構築し、地域の活性化を目指す事業活動の情報を「観光案内所」で一元管理し、内外に向けて情報発信を行い、交流人口の増加と各実施事業の活性化を図り、将来的には観光協会の設立を目指す。

(3)平成29年度は、京都府が主となり取り組まれている3つの京都プロジェクトの一つ「お茶の京都」事業のターゲットイヤーとなることから、現段階では詳細が未定な部分も多いが、オープニングシーズンに「茶源郷和東“満喫”イベント」を開催するなど、京都府最大の茶産地として京都府とタイアップした取り組みを積極的に実施する。

なお、京都府として明確な指針は示されていないが、「お茶の京都」プロジェクト事業を踏襲する事業を、必要に応じて商工会長が実行委員会の主要な役職を担い、成長する地域活性化に関わる小規模事業者や諸団体と密接に関わり、平成30年度以降も継続して取り組むこととなるよう支援を行う。

(4)前述の『茶源郷まつり』を始め、多彩な事業を諸団体や個人と連携して実施していく中で、事業活動が低迷する1月～3月に「春を呼ぶマルシェ（仮称）」等新たな事業の企画にも取り組み、各事業の魅力度アップと内外への効果的な情報発信により年間を通

じた交流人口の増加に努め、移住創業等の支援、そして地元の小規模事業者の新たな需要獲得に各事業がつながる仕組みを構築し、小規模事業者の売上の増加に寄与していく。

【目標数値】

項目	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
和東町戦略会議開催回数	1	12	12	12	12	12
観光案内所登録団体個人数	—	10	20	30	40	50
観光流入人口(人)	27年度 81,783	100,000	150,000	180,000	200,000	250,000

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組み

1. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

これまで、年1回の地域金融機関(京都中央信用金庫、京都銀行、南都銀行)3行が毎年交替で1行を招き、首長・町議会議長・産業担当議員と商工会役職員が参加する金融懇談会を開催し、地域経済や金融情勢等についての情報交換を行ってきた。

また、年1回開催される日本政策金融公庫との「経営改善貸付推薦団体連絡会議」にも

参加し、金融情勢や各地域の経済・金融動向について情報交換を行ってきたが、小規模事業者の金融から経営の抜本的解決につなげることはできていなかった。

他方、年に数回不定期に開催される行政や他の商工会、または関係機関との会議に参加し、小規模事業者の課題の解決等々のための情報交換や支援方法について協議してきたが、効果は限定的であった。

今後は、本支援事業を円滑に実施するため、他の商工会を始め支援機関との連携を今まで以上に密にして、経済や需要の動向、支援ノウハウ等の情報交換を行い、新たな需要開拓のための支援につなげるため、以下の各取り組みを実施する。

(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

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)にて構成される「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各地域の需要動向等に係る情報の共有を図り、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」等へ積極的に参加し、国・京都府の中小企業施策情報と活用手法を習得するとともに、他の商工会の支援手法やノウハウや各地域の需要動向等に係る情報の共有化を図り、小規模事業者支援に活かす。また、海外展開支援等新たな需要開拓への出展支援を行う基盤構築も図る。

(3) 相楽地域ビジネスサポートセンター(相楽地域5商工会「木津川市・精華町・笠置町・南山城村と本会」で組織する広域指導体制)との支援ノウハウ等の情報交換

相楽地域ビジネスサポートセンターの主催で月1回開催する巡回会議に参加し、近隣地域商工会と支援ノウハウや各地域の需要動向等に係る情報の共有化を図り、和東町内小規模事業者の新たな需要開拓を進める基盤強化を図る。

(4) 金融機関・行政等との金融情報及び支援ノウハウ等の情報交換

地元金融機関（京都中央信用金庫和東出張所・京都銀行木津支店・南都銀行加茂支店）3行が毎年交替で1行を招き、町長・議会議員・産業担当議員と商工会役職員による懇談会を年1回実施し、地域の経済・需要の動向や金融情勢について情報交換と情報の共有化を図るとともに、円滑な金融支援を実施するための調整も行う。また、年1回開催される日本政策金融公庫京都支店との「経営改善貸付推薦団体連絡会議」に参加し、各地域の経済・需要の動向や金融支援の事例等について、情報共有を行う。

加えて実務者レベルでの金融支援会議等を実施し、金融機関との連携強化を図る。

(5) 町行政担当者と関係団体との支援ノウハウ等の情報交換

地域活性化と事業を通じた小規模事業者支援について、前項で示した所管する行政の商工や地域振興担当課及び公的団体による「和東町戦略会議」の場においてを、地域活性化や観光関連の取組みによる小規模事業者動向や、地域の経済・需要動向、支援ノウハウ等の情報交換を図り、小規模事業者の需要開拓の基盤を構築する。

【目標数値】

項目	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
中小企業応援隊研修会参加	2回	2回	2回	2回	2回	2回
経営支援力向上研究会参加	1回	3回	4回	4回	4回	4回
ビジネスサポートセンター 会議参加3名の延べ回数	21回	24回	24回	24回	24回	24回
金融機関との懇談会等	2回	4回	4回	4回	4回	4回
和東町戦略会議 (前項戦略会議を再掲)	1回	12回	12回	12回	12回	12回

※現状の28年度については、9月末までの実績

2. 経営支援員の資質向上等に関すること

これまでは、地域の経済や需要動向を鑑み、職員個々の経営支援能力に沿った受講計画を立てず、経営支援員自らが研修内容を選択して各研修等を受講し、成果等の研修内容についても、全職員及び会長に対して復命書により回覧するに留まり、習得した支援ノウハウの共有が図られてなかった。

今後は、経営発達支援計画を着実に遂行するために、地域に求められる経営支援能力を高めるため、地域のニーズに沿った経営支援能力の習得に努め、全職員の研修計画を作成し受講管理した上、経営支援ノウハウを職員間で共有し、全職員の資質向上を図る必要がある。

① 京都府商工会連合会や京都商工会議所が開催する経営支援員研修に、各経営支援員だけでなく、記帳指導員(一般職員)についても、個々の資質向上と地域で求められている支援ニーズを踏まえた受講計画を立て、積極的に受講する。受講後は、各経営支援員等の能力の向上と習得したノウハウを職員間で共有するため、研修内容を復命書で全職員に回覧するだけでなく、研修受講後の翌週に開催する「経営支援会議」において、全職員に要点について報告し、情報共有を行う。

また、中小企業基盤整備機構が実施する研修にも、経営支援員個々の資質向上と地域で求められている支援ニーズを踏まえたコースを計画的に受講し、支援能力の向上と支

援ニーズへの対応を図る。職員間の共有は前述のとおり。

② 専門性の高い支援に活用する専門家派遣による指導に同行し、指導手法・助言内容・情報収集・分析手法等を学び、「経営支援会議」において情報交換を行い、職員間で共有を図る。

③ 平成 28 年度より京都府商工会連合会が実施する「小規模事業者経営力向上支援事業（スーパーバイザー事業）」を活用し、経営支援員歴の浅い経営支援員に対し外部専門家（スーパーバイザー）による OJT を実施し、支援能力の向上を図り、そのノウハウを他の経営支援員も共有し、全職員の資質向上と企業支援内容の充実を図る。

④ 個社の経営支援の内容については、経営カルテへの記載を行い、支援状況を職員間で共有すると共に、週 1 回実施している「経営支援会議」において情報交換を行い、支援内容の高度化を図る。

また、同時に個社の各種分析結果等支援事例や支援ノウハウを、経営カルテと一緒に個社ごとの各データと共にファイリングをし、過去のデータも閲覧可能とし、永年保存する。

⑤ 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報についても、週 1 回実施している「経営支援会議」において会議結果を報告するとともに、商工会データサーバ上の共有フォルダ内に保存して、過去のデータも閲覧可能にする。

3. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

毎年度、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 外部専門家として中小企業診断士・金融機関・町担当課長・京都府商工会連合会等外部の有識者複数名と商工会役員による事業評価委員会を組織する。

② 上記委員会に対し、事業開始時に経営発達支援計画の説明を行い、事業内容に対する提言を受けた上で事業実施する。

③ 事業開始した後は、毎年中間報告会を開催し、事業の進捗が芳しくない場合は、その原因を明確にし、必要に応じて修正を行う。また、年度終了時の事業検証会では、事業の成果等を明確にし、次年度への改善案の提示につなげる。

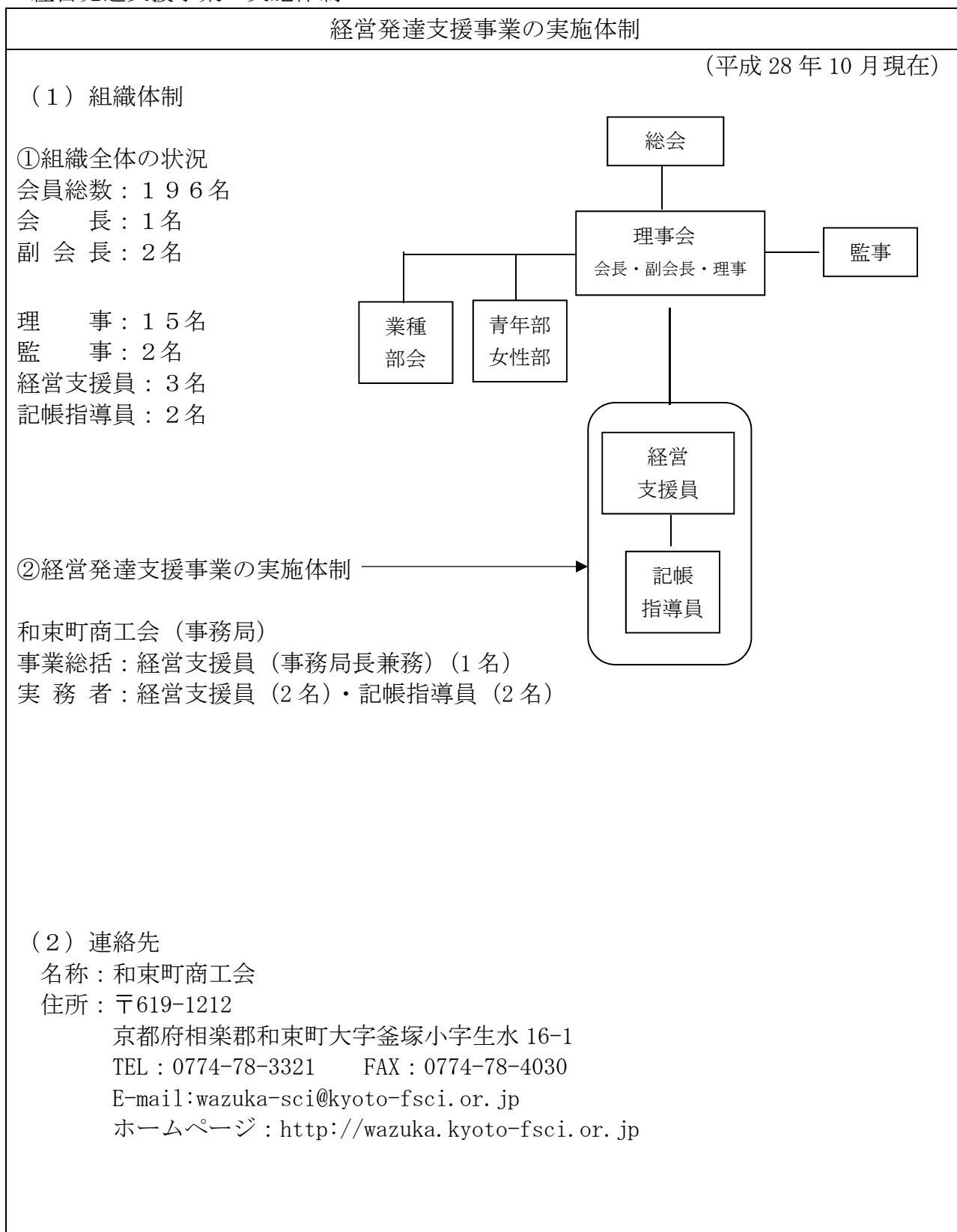
④ 事業検証結果については、理事会へ報告すると共に、提示された改善案を協議し決議する。

⑤ 評価委員会による評価結果については、和東町商工会ホームページで公表する。

(<http://wazuka.kyoto-fsci.or.jp>)

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制



(別表 3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	平成 29 年度 (29 年 4 月 以降)	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
必要な資金の額	37,000	38,000	38,000	38,000	38,000
経営改善普及 事業費等	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000
地域総合振興 費等(展示会出 展・買い物弱者 対策費含む)	4,000	4,400	4,400	4,400	4,400
観光事業費	1,200	1,800	1,800	1,800	1,800
委員会開催費 等	300	300	300	300	300
管理費等	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500

(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
京都府小規模事業経営支援事業補助金⇒京都府より振込 和束町商工振興・ブランド育成・買い物弱者補助金⇒和束町より振込 会費手数料等⇒会員より集金(原則金融機関引落し)

(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
<p>I. 経営発達支援事業の内容</p> <p>1. 地域の経済動向調査に関すること 全国商工会連合会・京都府商工会連合会と連携し景況調査を行う。 また、地域金融機関（京都中央信用金庫・京都銀行・南都銀行）及び和束町と連携し情報の収集と提供を行う。</p> <p>2. 経営状況の分析に関すること 京都産業 21・京都府よろず支援拠点・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。</p> <p>3. 事業計画の策定に関すること 京都産業 21・京都府よろず支援拠点・京都府商工会連合会及び相楽地域ビジネスサポートセンター（相楽区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。</p> <p>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 京都府よろず支援拠点・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。</p> <p>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・京都府よろず支援拠点・京都府商工会連合会の専門家と連携する。</p> <p>6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること 京都府商工会連合会・京都産業 21・地域金融機関及び、(一財)和束町活性化センター・和束町と連携し、商談会・展示会及び官民連携による高級ホテル等への出展支援を行う。 和束町・和束町社会福祉協議会と連携し、買い物弱者・困り事サポート事業において連携する。</p> <p>II. 地域の活性化に資する取り組み</p> <p>1. 和束町・(一財)和束町活性化センター・地域内諸団体と連携し、観光・グリーンツーリズム等体験事業の情報収集・運営について連携する。</p> <p>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</p>

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
 地元金融機関及び日本政策金融公庫京都支店との金融懇談会を持ち、地域金融情勢の情報交換等を行う。
 また、京都府商工会連合会が開催する経営支援力向上研究会等に積極的に参加し、府内の経営支援員と支援ノウハウ等の情報交換を行う。
2. 経営支援員の資質向上等に関すること
 京都府商工会連合会等が主催する経営支援員研修会等を積極的かつ計画的に受講し、新たな支援手法を学ぶ。
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
 中小企業診断士・地域金融機関・和東町担当課長・京都府商工会連合会と連携して、事業評価委員会を設置・運営する。

連携者及びその役割

全国商工会連合会 東京都千代田区有楽町 1-7-1 連携内容：Ⅰ-1, 6	会 長 石澤義文
京都府商工会連合会 京都市右京区西院東中水町 17 中小企業会館 4 階 連携内容：Ⅰ-1, 2, 3, 4, 5, 6、Ⅲ-1, 2, 3	会 長 沖田康彦
和東町 京都府相楽郡和東町釜塚生水 14-2 連携内容：Ⅰ-1、Ⅱ-1、Ⅲ-1, 3	町 長 堀 忠雄
京都中央信用金庫 和東出張所 京都府相楽郡和東町南川口 46-2 連携内容：Ⅰ-1, 4、Ⅲ-1	所 長 森田 強
京都銀行 木津支店 京都府木津川市木津駅前 1 丁目 15 連携内容：Ⅰ-1, 4、Ⅲ-1	支店長 橋本正和
南都銀行 加茂支店 京都府木津川市加茂町駅東 2 丁目 5-1 連携内容：Ⅰ-1, 4、Ⅲ-1	支店長 高田雅三
日本政策金融公庫京都支店国民生活事業部 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：Ⅰ-4、Ⅲ-1 (公財) 京都産業 21	統 括 遠藤勝一郎 理事長 村田恒夫

京都市下京区中堂寺南町 134（京都府産業支援センター内）

連携内容：Ⅰ-2, 3, 4, 5, 6

京都府よろず支援拠点

京都市下京区中堂寺南町 134（京都産業 21 内）

連携内容：Ⅰ-2, 3, 4, 5, 6

中小企業基盤整備機構近畿本部

本部長 小湊良夫

大阪府中央区安土町 2-3-13

連携内容：Ⅰ-3, 6、Ⅲ-1

相楽区域商工会広域連携協議会

会長 山本 貢

（相楽地域ビジネスサポートセンター）

京都府木津川市木津南垣外 83-3（木津川市商工会内）

連携内容：Ⅰ-2, 3, 4、Ⅲ-1, 2

京都府

知事 山田啓二

京都市上京区下立売通新町西入藪ノ内町

連携内容：Ⅰ-6、Ⅲ-1

（公社）京都府農業総合支援センター

理事長 青合幹夫

京都市上京区出水通油小路東入丁子風呂町 104-2 京都府庁西別館内

連携内容：Ⅰ-3, 4, 5

日本貿易振興機構京都貿易情報センター

所長 石原賢一

京都市下京区中堂寺南町 134 KRP 2 号館 215 号室

連携内容：Ⅰ-5, 6

（一財）和束町活性化センター

理事長 奥田 右

京都府相楽郡和束町白栖大狭間 35

連携内容：Ⅰ-5, 6、Ⅱ-1、Ⅲ-1

和束町雇用促進協議会

会長 堀 忠雄

京都府相楽郡和束町白栖大狭間 35

連携内容：Ⅱ-1、Ⅲ-1

（公社）和束町社会福祉協議会

会長 吉田輝雄

京都府相楽郡和束町釜塚生水 15

連携内容：Ⅰ-6

連携体制図等

