

経営発達支援計画の概要

実施者名	京北商工会（法人番号 7130005005710）
実施期間	平成30年4月1日～平成35年3月31日（5年）
目標	<p>京北地域の事業所の振興策は、京北地域への観光による交流人口の増加を契機として、京北地域の観光関連産業を始めとした地域の事業者を経済効果を生み出し、京北地域への定住促進を行うことで人手不足が顕著な地域の事業所への新たな雇用の創出や創業・第二創業にも結び付けていくことにある。</p> <p>その中で、京北商工会の果たすべき重要な役割として、京北地域の情報発信による定住促進や、観光事業の実施による交流人口の増加で地域産業の活性化を図ることにより、地域経済活動、地域生活の活性化を目指す。</p> <p>目標を達成するために、京都市・事業団体・地域住民・観光事業者と連携して観光振興事業に取り組む。</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 <ul style="list-style-type: none"> ・京北地域景気動向の独自調査実施 ・金融実態調査実施 ・観光動向調査実施 2. 経営状況の分析に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・財務状況の把握により定量分析 ・SWOT分析の活用による定性分析 3. 事業計画の策定に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画策定支援 ・創業・第二創業計画策定支援 ・事業承継計画策定支援 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画に係るPDCAサイクルを回し進捗状況確認を行いフォローアップ実施による計画実行と伴走支援の実施及び情報の共有 5. 需要動向調査に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・京北地域外消費動向調査実施 ・京北地域内消費動向調査実施 ・イベント等での消費者に対する調査 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること <ul style="list-style-type: none"> ・販路開拓セミナーの開催 ・商談会、物産展等への出展参加による情報発信 ・ネット販売等ITを活用した商品・サービスの提供による情報発信 ・京北内道の駅等活用による情報発信 <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地域イベント及びインバウンド観光による地域経済活性化 2. 訪問介護事業
連絡先	〒601-0251 京都市右京区京北周山町上寺田1-1（担当：寸田 寿） TEL 075-852-0348/FAX 075-852-1173 E-mail:h-sunden@kyoto-fsci.or.jp

(別表1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

(1) 京都市右京区京北地域の現状と課題

2005年に京都市右京区に編入合併された京北地域は、京都市中心部から北西へ30kmに位置しながら若年層を中心とした人口流出により、少子高齢化が急速に進む中山間地域である。

平安遷都以降明治に至るまで、禁裏御料地であり、御所造宮材木の主要な供給地であった京北地域は木材業を基幹産業として繁栄してきた地域で、光厳天皇開山の寺や天皇御陵も点在し、戦国時代の領主制や江戸幕府の統治を経ても、天皇の土地・民であるという意識と誇りが受け継がれてきて、この気質は明治維新の山国隊出兵へも引き継がれている。また、日本海から京北地域を通り京の都へ鯖を運んだ「西の鯖街道」としても親しまれ、国交省の風景街道として認定されている。

京北地域では、課題である地域振興対策として、京北地域の若者を中心とした人口流出や少子高齢化による人口減少に歯止めをかけるために、観光事業による交流人口の増加を足がかりにして定住者の増加を目指して平成24年度に京北地域観光産業活性化委員会が設置され、京北商工会においてもその一環として教育旅行の受入れを事業化することを目標にモニターツアーなどの調査を実施したが、法的な規制や受入れ側の資金面の問題等により受け入れ体制が確立せず、公共機関や商工会を含む事業団体が各々に観光事業を実施している状況であったが、京都市との合併から10年の節目を契機に、自然、歴史、文化、温かい地域コミュニティなど数多くの魅力を有するこの地域を、子・孫・未来の住民に引き継ぎ、地域の持続的な発展に向け、まちづくりを担う様々な主体が、京北の未来像、重点戦略を共有するために京都市では新たな方策として「京都 京北 未来かがやきビジョン」が策定され、若者や子育て世代を中心とした「定住促進」・「新たな雇用創出」などに照準を合わせた各種施策が打ち出された。

また、5年前に道の駅となった「ウッディー京北」への来館者は交流人口数の目安としているが、年間40万人を超えるようになり、平成25年12月に開通したトンネルの効果で更に増えているという明るい条件もある。地域にとって大きな追い風と捉えている。



(人口の推移と高齢化率の推移) 京都市統計データより

	昭和55年	平成12年	平成26年	平成29年(3月)
人口	7,312	6,684	5,256	4,908
高齢化率	15.9%	30.8%	38.4%	41.7%

(2) 京都市右京区京北地域管内の商工業の現状と課題

1960年代にピークを迎えた林業は、価格で競争できない外材の輸入に押され、建築関係の需要も停滞し、山主が間伐による山林の手入れも放棄するようになったため、木材関連業者の多くが廃業に追い込まれた。それらの「山不況」の深刻化が他産業にも波及して小売業や飲食業の売上の減少等により地域経済を低迷させており、農林業に代わる中心産業がない地域内では、働く機会を求めた生産労働人口の流出に歯止めがきかない状態が今も続いている。これらの現状を解決するためには、京北の地域資源である木材のぬくもりを生かした新たな木材加工製品の開発や京都市内から近い（近年、交通の難所であった峠を貫く京北トンネルが開通し、道路状況は格段にアップした）という京北地域の利便性を生かした観光振興が課題といえる。

京北地域の主な地域資源としては、床柱として使用される磨き丸太や木材素材、京野菜等があり、新たな商品やサービス開発も今後の取り組み課題である。

(業種別及び地区別会員数及び小規模企業者数)

(平成 29 年 3 月 31 日現在)

小規模企業者数は () 内に表示

業種別地区別 会員数	会員数 (うち 小規模企業者数)	黒田地区 会員数	山国地区 会員数	周山地区 会員数	弓削地区 会員数	宇津地区 会員数	細野地区 会員数	その他 会員数
建設業	40(40)	3(3)	10(10)	11(11)	11(11)	2(2)	3(3)	
製造業	23(23)	2(2)	7(7)	8(8)	5(5)	1(1)		
木材関連事業	42(42)	3(3)	9(9)	9(9)	4(4)	2(2)	15(15)	
卸売業	3(3)			2(2)	1(1)			
小売・飲食業	69(68)	3(3)	13(13)	33(32)	18(18)		2(2)	
サービス業	43(42)	4(4)	6(6)	12(11)	12(12)	3(3)	6(6)	
その他	19(19)	1(1)	5(5)	7(7)	4(4)		2(2)	
特別・定款会員	8(8)							8(8)
計	247(245)	16(16)	50(50)	82(80)	55(55)	8(8)	28(28)	8(8)



(3) 京北商工会の現状と課題

市町村合併により近隣の商工会も合併が進んだが、旧京北町は京都市と合併したことで、商工会議所と共存する状況となり、規模や法律も異なることから右京区京北地域を管轄する商工会として生き残りを模索してきた。そのような状況下で、商工会としては京都市の中で商工会が埋没するのではないかとの危機感から、京北商工会の存在意義を発揮するための方策を検討



し、全国で初めてとなる訪問介護事業を収益事業として立ち上げ 12 年目を迎えた。この事業は、現在高齢者の一人世帯が急激に増加する京北地域においては需要も多いが、近年は介護施設の新規参入や短期利用者の増加により介護収入は頭打ちである。

商工会の組織率は、会員数 247 事業所（組織率 75%）という状況であり、京北地域全体の事業者では、商工業者数 327 事業所（うち小規模事業者数 322 事業所・・・商工業者数に対する小規模事業者の割合 98%）で大半が中小零細企業である。また、その内京北地域の基幹産業である木材関連の会員事業者は 42 事業所（17%）を占めるが、事業主の高齢化や後継者不足が深刻な状況にあることから、M&Aの手法も視野に入れながら、早急に事業承継のための経営計画の作成も必要な状況にある。

このような現状の中、商工会事業の課題としては、中心的な事業である経営改善普及事業においては、経営支援員を中心として巡回指導の強化を図り、現場の生の声を聞きながら臨機応変に対応してきたが、担当者まかせになり、巡回先にも片寄りが目立っていた。

観光事業では、観光パンフレットや定住促進の冊子を作成し地域振興に取り組んでいるものの行政や事業団体、地域住民と連携した取り組みができておらず、情報発信が脆弱なため、交流人口の増加に繋がっておらず地域産業の振興にも結び付いていない。また、観光入込客に京北地域に滞在してもらうための宿泊や遊興の施設も整っていないため、京北地域の自然や歴史、農林業など地域の産業を生かした新たな観光ルートの開発が求められているものの単発的な取り組みになっている。

（会員数の推移）

年 度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度
会 員 数	244	247	249	249	252	247
商工業者数 （内小規模 事業者数）	360 (353)	351 (345)	342 (336)	337 (332)	334 (329)	327 (322)

（４）中長期的な振興のあり方

当地域及び商工会の現状と課題を踏まえると、小規模事業者に係る中長期的な振興のあり方として、商工会では京北地域への観光による交流人口の増加を契機として、京北地域の観光関連産業を始めとした地域の事業者に経済効果を生み出し、京北地域への定住促進を行うことで人手不足が顕著な地域の事業所への新たな雇用の創出や創業・第二創業にも結び付けていくことにある。

その中で、京北商工会の重要な役割として、京都市と連携して、京北地域の情報発信による定住促進や、観光事業の実施で交流人口の増加による地域産業の活性化を図っていくことであり、地域経済活動、地域生活の活性化を目指して、定住人口の増（京北地域の人口の減少に歯止めをかけるには、年間30世帯【1世帯は、大人2人 子供1人を想定】）、交流人口の増が達成されるために、京都市・事業団体・地域住民・観光事業者と連携して観光振興事業に取り組んでいく。

また、後継者不足や高齢化に伴う廃業が増え続ける中、新規創業及び第二創業（事業承継・経営革新）への基盤づくりが最大課題と捉えて、商工会が支援機関として取り組むべき地域経済活動の活性に向けて具体的な活動を以下の事業内容で展開していく。

(5) 本計画の目標

小規模事業者が観光客や地域内消費者が求める「消費者ニーズ」を調査・分析し、需要動向を的確にとらえることにより顧客の特性や開拓すべき市場等の分類を行い、既存商品の改良と新商品開発に繋げ、買い手のニーズに合った商品・サービスを提供することにより新たな需要開拓に繋げるための調査を実施する。その調査結果を基にして京北地域の交流人口の増加を図るために、行政や地域団体・観光関連事業者と連携し、京北地域の魅力を発信するためのツールとして農林業の体験を中心とした新たな観光ルートを開発しマスコミへのプレスリリースや旅行会社に営業活動を行う。

【指標Ⅰ】

まずは、事業者に事業計画の必要性を認識してもらうことから始め、事業計画の仕組みや作成方法に関して伴走支援を行い、事業者が主体となる事業計画の策定を目指す。

【指標Ⅱ】

新たな産業創出から地域経済活動の再興を目指し、体験交流観光事業を地域の産業に育て上げるために、観光振興拠点施設の整備や人材確保などの受け入れ体制の整備を図る。

【指標Ⅲ】

京北地域での創業及び第二創業（事業承継・経営革新）は最大の課題と捉え、創業者の掘り起こしと、創業計画の目標達成まで事業を検証、修正を加えながら伴走型の支援で達成を目指す。

【指標Ⅳ】

新産業の育成や京北の地域資源（北山杉等木材素材、京野菜等）の新商品開発により個社の売上向上に繋げ、京北地域への定住を促進し、地域経済の活性化を目指す。

【指標Ⅴ】

支援員研修等にも積極的に参加することによりスキルアップに取り組んでいく。

また、OJT手法等も導入しながら、支援員相互の情報共有も図りながら支援員の支援能力の向上を図る。

【指標Ⅵ】

経営発達支援事業の成果及び評価を公表し、見直しする仕組みを構築する。

(6) 本計画に向けた取り組み方針

京北地域の新たな産業として、観光関連産業を育成することにより京北地域の基幹産業である木材関連産業を始めとした地域経済の再興と京北地域の事業所の新規創業や第二創業（事業承継・経営革新）が円滑に進むように事業に取り組んでいく。

【指針Ⅰ】

経営の改善に前向きな小規模事業者を掘り起こし、経営資源のセグメント分析や事業者ア

ンケート調査、ヒアリング調査などを行うなどして、技術やノウハウ、さらには人材、顧客基盤、ブランドなどの企業価値を生み出す無形の経営資源の「見える化」を図り、各事業者の事業計画等の策定支援を行う。

【指針Ⅱ】

行政施策やクラウドファンディング等により資金を調達し、京北地域の空き家等を活用しながら観光振興拠点施設の整備や人材を確保し、観光客の受け入れ体制を整備していく。

【指針Ⅲ】

京北地域のインターネット環境が整備（平成29年度）されたことをチャンスとして捉え、UターンやIターン創業者を掘り起こし、支援を行うことにより会員の増強に繋げていく。

【指針Ⅳ】

地域資源の活用方法を検討等とともに、既存の商品が「消費者ニーズ」に合致しているのかを調査・検証し、改良を行うことによりニーズに合った新商品の開発を促進することにより、個社の売上向上に繋げていく。

【指針Ⅴ】

他の連携機関との情報交換を密にし、経営支援員会議等を開催し、支援ノウハウの共有化等により支援能力の向上を図る。

更に、全国商工会連合会の認定経営支援マネージャー制度の取得を目指す。

【指針Ⅵ】

行政、京都府商工会連合会、有識者、商工会役員による事業評価委員会を設置し、事業に関する評価・検証を行い、その結果を基に正副会長会において、経営発達支援事業に関する方針案を策定し、理事会において承認を受ける。事業の成果・評価・見直しの結果は、ホームページにおいて公表する。

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 5年(平成30年4月1日～平成35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】

<現状と課題>

京北地域の小規模事業者は、木材関連事業者の業績不振が他の小売・サービス業等の経営にも波及し、総じて売上は減少しているため、地域内の経済動向に関する情報の収集、整理、分析を行なうことにより、地域内の小規模事業者の実態把握をし、経営状況の課題を明確にし、目標達成に向けた事業推進を図っていく。商工会としては、今までは京北内における経済動向調査を実施しておらず、経済センサス等の一般的な統計データの資料配布のみの状況であった。

<課題>

- ① 京北内の動向調査等あまり実施できておらず、実態把握が不十分である。
- ② 実態把握が不十分なため、データの活用が出来ていない。
- ③ 定期的な情報分析結果を小規模事業者に提供出来ていない。

<目標>

これからは、不足している基礎データの収集を行い、現状を改善するため地域の経済動向を調査し、経済環境と業況の把握につとめ、変化の予測等分析をし、小規模事業者の事業計画策定等に活かすための情報提供を積極的に行い今後の小規模事業者支援に活用していく。

- ・商工会が地域の経済動向や観光産業動向、小規模事業者の直面する課題や外部環境変化等を把握し、基礎データを整備する。
- ・把握した調査結果をホームページや商工会だよりでの公表をするほか、巡回や窓口相談を通じて小規模事業者に持続的発展のため活用できる情報を提供する。
- ・小規模事業者に情報の重要性を認識いただけるよう分析結果をわかりやすく説明し、事業計画策定や経営の分析のための基礎資料として有効活用する。

<事業内容>

①京北地域の景気動向調査(独自調査)

当会地域内の地域経済動向と経営課題を把握するため、製造業・建設業・小売業・サービス業・飲食業より業種と地域のバランスをとり15社を選び、景況及び経営課題をヒアリング調査する。

【調査時期】

毎年6月・12月

【調査項目】

- ・売上額の実績(6ヶ月)
- ・売上額・仕入単価・借入難度など前年同期との比較した経営状況と来期の見通し

- ・ 今期と来期（計画）の新規設備投資状況
- ・ 今期直面している経営の問題点
- ・ 業界景気動向
- ・ 業況判断の背景について感じていること

【調査方法】

ヒアリング調査票により巡回調査

【分析方法】

収集した調査情報を、業種別に分類・集計し、推移傾向等結果に基づく原因分析を行う。
調査対象事業所により6地区の地域別の分析も併せて行う。

②金融実態調査（独自調査）

金融関係からの情報収集

管内金融機関京都銀行北桑支店・日本政策金融公庫西陣支店からの資金需要・設備投資情報・地域経済情報の他、業種別景況動向の把握を行う。

【収集方法】

管内金融機関との金融懇談会議を毎年8月と2月開催する。

【収集項目】

- ・ 地域経済情報・業界別経済情報
- ・ 資金需要（運転資金・設備資金）
- ・ 創業者情報

③観光動向調査（データ調査）

国・府・市等の統計データを活用し観光動向調査を行なう。

【調査項目】

- ・ 国の機関である国土交通省の「旅行・観光消費動向調査」「観光入込客統計」
- ・ 京都府が行う「京都府観光入込客調査」
- ・ 京都市が行う「京都観光総合調査」
- ・ 上記公的機関が公表する統計データと必要に応じた各種データの収集・分析

【調査方法】

公表機関のホームページ等のデータを収集し、経営支援員と専門家等が連携し調査データの分析を行なう。

<活用方法・調査の効果>

- ・ 調査分析結果をホームページへ掲載すると共に、支援員が事業者への巡回時や窓口相談の折に結果情報を説明し、情報提供を行う。
- ・ 小規模事業者に調査結果の周知を図るとともに、経営計画策定及び経営分析、消費者の消費動向について理解を進めるとともに需要動向調査の基礎データとして活用する。
- ・ 調査結果をもとに、経営課題や要望を把握し、連携先機関との連携により小規模事業者の支援に活用することで、更なる持続的発展に繋げる。

（数値目標）

	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
景況調査対象事業者数	24	24	30	30	30

景況調査回数 (回)	2	2	2	2	2
金融懇談会開 催数(回)	2	2	2	2	2
金融実態調査 回数(回)	2	2	2	2	2
観光動向調査 回数(回)	1	1	1	1	1
情報提供事業 者数	240	245	250	255	260

- ・景況調査対象事業者 15 社×2 回を実施目標とする。最初の 2 年については 12 社を対象として実施予定する。
- ・情報提供数については商工会報及びホームページにより提供予定。(照会先事業所含)

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

<現状と課題>

これまで小規模事業者への経営分析は従来より財務諸表の経営指標をもとにした金融支援での活用に終わっている。小規模事業者への経営分析の必要性について啓蒙を強化し、自発的な分析実施へと誘導するべく、今後の改善の方向性を導く経営戦略を取ることが重要である。

小規模事業者の持続的発展に向け、巡回・窓口相談を通じて事業計画策定支援の事業者抽出及び基礎的数値活用による定性的・定量的な経営分析を実施し、事業計画策定・事業計画への反映を図り、事業者の抱える課題解決に向けた継続支援を行っていく。

<課題>

- ① 実態把握が不足しているため、個々の経営分析が十分出来ていない。
- ② 小規模事業者に対し、経営管理・分析の必要性が周知出来ていない。
- ③ 専門家の活用による専門的な分析支援が出来ていない。

<目標>

地域経済動向調査の結果をふまえ、地域及び事業所の業種、業態に応じた指数によって経営上の分析をする。

- ・小規模事業者の経営分析を行い、その結果を小規模事業者に提供することで事業計画策定に役立てる。
- ・小規模事業者が抱える経営課題を抽出することで、経営改善を行い継続的発展に向け効果的な事業計画策定に繋げていく。

<事業内容>

- ・セミナーの開催による経営分析の実施

小規模事業者に経営分析に対する基礎的な知識と重要性を啓発するため、セミナーを開催する。

セミナーでは、定性分析に重きを置いて行い、セミナーでは実施しづらい内容の定量分析については後日、経営支援員が巡回時に財務分析や決算内容に基づいた同業他社との比較を行うなど個別に対応支援していく。

・巡回、窓口相談時の経営分析の実施

小規模事業者の課題抽出を目的とした経営分析（自社の「強み・弱み」業界での「機会・脅威」）の情報収集を行い経営課題の認識共有をし、事業者のやる気により優先づけし、対象事業者をピックアップしながら具体的な個社支援へと繋げていく。

・記帳代行先、融資斡旋先事業者の経営分析の実施

商工会で記帳支援・決算申告支援を受けている事業所及び経営分析を希望する事業所を対象に財務面から全国商工会連合会の「ネット de 記帳」システム及び決算データの入力により簡易な経営分析が出来る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、経営分析を行なう。

〈情報収集・分析項目〉

・決算・確定申告相談から財務状況の把握をし定量分析を行なう。

収益性、成長性については、売上高、営業利益など、またその増減などを、効率性については、売上高対人件費比率など、生産性については、労働生産性、資本装備率など、安全性については、流動比率、当座比率などの分析を行なう。

・定性分析は、SWOT分析を活用、自社の「強み、弱み、機会、脅威」の把握と課題の抽出を行なう。

・経営計画書のPDCA整理・分析を行なう。

〈活用方法・調査の効果〉

分析結果によって得られたデータを個々の事業所ごとに数値化整理し、地域における同業社との比較により事業者の「強み・弱み」を整理分析することが出来、事業計画の策定に活用できる。高度で専門的な課題等については、ミラサポや京都府商工会連合会のエキスパートバンク、よろず支援拠点との連携によりその分野における専門家を派遣するなどの支援を継続的に行う。また、分析結果を基幹システムに活用し、経営カルテに整理し、小規模事業者のデータ蓄積を行い、経営状態を確認する基礎資料として職員間で情報を共有化し、小規模事業者の継続的な発展支援に繋げていける。

(数値目標)

	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
経営分析セミナー開催回数	1	1	1	1	1
経営分析セミナー参加者数	10	12	15	18	20
経営分析件数	8	10	15	18	20

3. 事業計画の策定支援に関すること【指針②】

これまで小規模事業者の事業計画策定については金融支援や各種補助金活用に伴う受動的な支援であったが、今後は計画的に経営課題を解決し持続的発展を図るために巡回指導を中心とした積極的な提案を行なうため、府連合会及び税理士・中小企業診断士等の専門家、金融機関等の認定支援機関とも連携し効果的な事業計画策定支援を実施していく。

<課題>

- ① 商工会として事業計画策定の重要性や必要性の啓蒙が出来ていない。
- ② 事業計画策定するための情報収集、分析が出来ていない。
- ③ 専門家の活用が十分出来ていない。

<支援に対する考え方>

①需要を見据えた事業計画策定と実施支援

計画的な巡回支援で地域の経済動向・経営分析と需要動向調査による情報の活用により事業計画策定の必要性を周知し、事業計画策定取り組み事業所の掘り起しを図り、専門家とも連携し需要を見据えた伴走型の支援にて積極的な提案による事業計画策定支援を実施する。

②創業・第二創業、事業承継等に伴う事業計画策定と実施支援

創業支援者への具体的な創業計画策定の支援や創業後支援を併せて実施する。また、事業承継による事業計画策定を考えている事業者には、事業承継計画の支援を実施する。

<支援対象>

経営分析を実施した小規模事業者、事業承継を予定している小規模事業者、支援者掘り起しのためのセミナー開催にかかる参加者より事業計画策定希望者及び創業・第二創業予定者。

<目標>

- ・ 事業者に事業計画の必要性を理解してもらう。(成り行き経営脱却)
- ・ 事業者に事業計画の仕組み、作成方法を理解してもらう。
- ・ 事業者が主体となる事業計画を策定する。(事業者自身の意識改革)

<事業内容>

①巡回・窓口相談による重点支援先の選定と事業計画策定支援

経営分析支援先へ継続して巡回・窓口相談時に事業計画策定の必要性、重要性を周知し、その中の小規模事業で意欲的な重点支援先を選定し、伴走支援を実施する。また、セミナー受講を促し事業者のレベルアップを図る。必要に応じ個別相談会や京都府商工会連合会、よろず支援拠点、ミラサポの専門家派遣制度を活用する。

②事業計画策定等各種セミナーの開催

事業計画策定セミナー等開催し、事業者にとって今後の事業経営に必要な経営計画作成の重要性を認識させ、実際に自社の計画策定への取り組みを促すよう支援を実施する。また必要に応じ専門家派遣制度を利用しアドバイスを受けながら事業計画書の完成度をあげ、支援のレベルアップを図る。事業計画策定個別支援件数を5年計画において年間5件の目標としたい。

さらに危機感の高い小規模事業者や問題意識の高い小規模事業者についてはセミナーから個別支援へと誘導した中からさらに、経営課題の解決と事業の発展に向け経営計画書の作成を支援する中で経営革新事業計画書や知恵の経営報告書を作成し認定を受ける事業所に繋げ伴走支援する。

5年計画において年間目標計画策定件数3件としたい。

③事業承継に伴う事業計画策定支援

後継者を対象に事業承継に関するセミナーを開催し、経営者として必要なマーケティングや財務知識を学ぶ機会を創出し、事業承継計画策定支援による小規模事業者の事業承継を推進する。5年計画において年間目標計画策定件数3件としたい。

④創業・第二創業に伴う事業計画策定支援

創業セミナーの開催や近隣市の創業セミナーの告知等実施し、創業支援者への具体的な創業支援計画策定支援により、創業・第二創業に至るまでの支援を行う。5年計画において年間目標計画策定件数3件としたい。

※創業・第二創業支援

・地域における創業並びに第二創業を促進する。京都市が地域の活性化等を寄与する活用を支援するために創設した「京都市空き家活用・流通支援等補助金」を活用した支援も行う。創業計画書の作成、起業者にとって不安要素である条件交渉や契約などに対するサポートや開業資金、融資のサポートも行う。日本政策金融公庫の創業融資や中小企業経営力強化資金は、開業資金の負担を軽減することで市内での創業を促進し、空き店舗解消にもつなげることができる。

・新規創業の件数は近隣商工会の年間平均5件をしまわると予測されるが、可能性がゼロではなくUターン、Iターン両者の支援を行う。特にIターンの創業者については地元事業者とのパイプ役となり交流できる環境を整える。

<計画策定効果>

小規模事業者が事業計画を策定することにより自社の現状把握が出来、経営を見直す機会となり、目標に向けた中長期的にも計画的な事業経営が行える。また、経営者としての必要な考え方や心構えが出来、経営環境の変化にも対応できるようになり、ビジネスモデルの再構築や新たな事業への取り組みの際、小規模事業者自らが事業計画の策定が可能となり持続的発展に繋がる。

(数値目標)

		30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
セミナー開催件数		11	11	11	12	12
セミナー参加者数		125	130	130	140	140
事業計画 作成	個別支援 件数	3	3	4	4	5
	創業、第二 創業支援 件数	1	1	2	2	3
	経営革新、 知恵の経 営報告書 支援件数	2	2	2	2	3
	事業承継 支援件数	1	1	2	2	2
	合計	7	7	10	10	13
専門家派遣数		20	20	22	22	25

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

〈現状と課題〉

これまでは事業計画策定後の実施支援については、補助金上の策定における事後指導程度であり、きちんとした事業計画を策定している事業者はほとんどなく、ほぼ出来ていなかったのが現状である。今後は計画に基づいた実行がされるべく、事業計画の策定をした全ての事業者に対し、四半期に1回定期的な巡回による計画実施後の進捗状況の確認を行い、必要に応じ専門家との連携による指導、助言によるフォローアップを実施する。

具体的には、事業計画策定支援をより効果的に機能させるため、事業の実行、進捗確認、検証を行い経営目標達成に向け伴走支援することにより経営力の強化を図りP D C Aの循環による小規模事業者の持続的発展に繋げる。

〈課題〉

- ① 事業計画の策定がほとんどなく、また計画的な実行支援も出来ていなかった。
- ② 今後の事業計画策定において、経営支援員の更なるスキルの向上が必要。
- ③ 専門家と連携した更なる活用。

〈目標〉

事業計画策定後の実施支援においては、事業計画を策定した小規模事業者に対し、策定した計画が確実に実施されるよう定期的に進捗状況を把握し、検証を行い、改善点については見直しを図るP D C Aサイクル支援を行い事業者に寄り添ったフォローアップを実施する。そしてなにより事業計画策定は経営の持続的発展のための手段であることを小規模事業者はもとより経営支援員においてもしっかりと認識する。

〈事業内容〉

①フォローアップの対象者

事業計画策定支援を行なった全ての対象者

- ・事業計画策定事業者
- ・経営革新計画、知恵の経営報告書作成希望者
- ・創業、第二創業希望者
- ・事業承継希望者

②フォローアップの内容

事業計画に基づく取り組みを行なう上で、計画された時期に着実に事業が行われるよう進捗状況の確認をするとともに問題を抱えている事業所には、課題解決につながるよう指導・助言を行い、小規模事業者と連絡を密にした伴走支援を行う。

専門的な問題については、専門家派遣等活用し、また、資金繰り等資金調達に係る案件については金融機関等と連携し、計画達成に障害となっている問題点を克服する支援を行う。

創業予定者については自立した安定的な経営に向けて開業前後のフォローアップを行なう。問題発生時には専門家派遣事業等活用し、解決方法や助言指導等の支援を行う。

③フォローアップの頻度

事業計画策定後に小規模事業者の計画内容やスケジュールをもとに原則四半期毎のフォローアップを実施する。経営支援員が四半期に1回巡回訪問を行い、計画通りに進んでないとき

や創業後・事業承継後間もない事業所については2か月に1回は最低巡回を行うといった必要に応じて回数を増やすとともに、順調な事業所においては4か月に1回というふうに頻度を少し落とすことも考慮のうえ見直しを行なう。

④フォローアップ内容の情報共有

事業計画策定後の実施支援について、事業者毎の経営カルテにフォローアップした内容を記載して保存する。担当者以外の職員でも確認できる状態にすることで組織における情報共有を最新の状態でいき、より効果的な支援に繋げていく。

<効果>

経営支援員が定期的に巡回しフォローアップすることで、常にPDCAサイクルを回し確認出来、早期に課題抽出が出来る。またフォロー回数を増やすことで事業者とのコミュニケーションもとれ、現状及び中長期的な戦略も含めた修正が可能となる。

(数値目標)

小規模事業者に対する支援

	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
事業計画策定後のフォローアップ事業者数	3	3	4	4	5
経営革新・知恵の経営に繋げるフォローアップ	2	2	2	2	3
事業承継に繋げるフォローアップ	1	1	2	2	2

・計画策定支援企業数及び経営革新計画・知恵の経営報告書作成企業数等を基準

創業者に対する支援

	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
フォローアップ事業者数	1	1	2	2	3

・創業計画策定支援企業数を基準

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

<現状と課題>

新たに、小規模事業者の持続的発展に向け業界動向や消費動向（売れ筋商品・トレンド等）商品戦略、サービス戦略を構築するための調査・分析を実施し、経営支援員の巡回・窓口相談、各種セミナー開催を通じ個々の小規模事業者へ必要とされる情報提供を行い計画策定に活用する。

これまでは、需要動向情報については関係する機関が発行したデータをそのまま小規模事業者に提供するのみで、実際に小規模事業者が求める個別の取扱商品等についての調査、分析は出来ていない。

これからは、個社支援として需要動向を基にした事業計画の策定や新たな商品開発・販路開拓のため、販売する商品や提供する役務・サービスにかかる需要動向調査・分析を行い、個々の小規模事業者が気づきにくい潜在顧客の掘り起こし及び新たな需要の開拓の支援を行なう。

<課題>

- ① 需要動向調査はこれまで実施したことがなく、情報提供や分析が出来てこなかった。
- ② 地域内のイベントにおいて、販路拡大・新商品開発を行なう上で、地域内の観光客等の地域外の消費者ニーズの収集と把握分析調査の実施が必要。
(地域内・地域外消費者を対象)
- ③ 地域外イベントにおいて、地域外消費者が求める消費者ニーズの情報収集と把握分析調査の実施が必要。

<目標>

個社の小規模事業者が観光客（地域外消費者含む）や地域内消費者が求める「消費者ニーズ」を調査・分析し、需要動向を的確にとらえることで、顧客の特性や開拓したい市場等の分類を行い、既存商品の改良と新商品開発に繋げ、買い手ニーズに合った商品・サービスを提供することにより新たな需要開拓に繋げるために調査を実施し、個社の稼ぐ力を向上させるための基礎資料として情報提供する。

<調査事業別内容>

① 個社におけるアンケート調査（京北地域内調査）

○ 支援対象

京北の地域資源（北山杉等木材素材、京野菜等）を活用した新商品・新サービスの開発、提供など模索している小売業、サービス業の小規模事業者

○ 項目

- ・小規模事業者にとって消費者の需要動向を把握するには、まず自店への来客に対するアンケート調査を行なうことが現状経営に則した調査となり、事業者の業種、商圈、取扱商品、顧客層に応じた新商品や新サービスに係るアンケートを作成し、認知度、イメージ、購入経験、購入意向、評価、価格等の情報収集支援を行う。

○ 分析手段・手法

- ・経営計画を策定する支援対象小規模事業者の顧客に対し、一事業者当たり 50 名程度を目標に新商品や新サービスに係るアンケート調査を実施し、基礎的な情報（認知度、イメージ、評価、価格等）や来店頻度、良く購入する商品・サービス、改善事項等の需要動向情報を収集し整理、分析を行なう。

○ 成果の活用

- ・個社に対し個別に行った需要動向調査の分析結果は支援員が当該事業者を訪問し提供する。分析結果に基づき、需要動向の変化が事業計画に与える影響などを検討し、事業計画の修正の有無等判断する。また、新たな需要に開拓に寄与する事業に関することにおける展示会・イベントへの出展可能性の検討や店舗計画などの資料として活用する。

② 京北地域外消費者動向調査

○ 支援対象

観光産業を主軸とした飲食店・宿泊・土産物等小売・サービス業に関わり新商品、開発、サービスの提供等新たな事業を模索している小規模事業者

○ 項目

- ・観光客を対象にアンケート方式で観光関連事業所の商品・サービスについて記載し、年齢、性別、観光客の現住所、観光目的、訪問頻度、交通手段（自動車かバス等）、宿泊

状況（日帰りか宿泊か等）、土産物の品目及び購入金額、町内飲食店利用状況等の調査を行なう。

- ・補足調査として、観光関連の事業者については、専門機関への委託により従来旅行者のWEB会員対象にWEB調査による観光資源の認知度、興味度の把握（GAP調査）
GAP調査とは、地域の観光資源について、「認知度」と「興味度」を把握、そのギャップを明らかにし、プロモーション展開の方向性を明確化できる調査でWEB調査により短期間で結果が出せて、すぐ活用することができます。

○分析手段・手法

- ・上記項目について、シーズン毎に道の駅をはじめとする観光施設等の地域内機関と連携し、観光客を対象に対面式でアンケート調査を行なう。
宿泊客については、宿泊事業所と連携し同様の調査を依頼する。
分析は、経営支援員と専門家等が連携し調査データの分析を行なう。

○成果の活用

- ・調査分析結果をホームページへ掲載をはじめ、支援員が個社の当該事業者への巡回時や窓口相談の折に結果情報を説明し、情報提供を行い、消費者の消費動向について理解を進め今後の商品開発や新たな需要の開拓等の提案支援に活用する。

③京北地域外イベント等での消費者に対する調査

○支援対象

京北の地域資源（北山杉等木材素材、京野菜等）を活用した新商品・新サービスの開発、提供など模索している製造業、飲食業で京北地域外への販路を模索し出展される小規模事業者

○項目

- ・毎年、開催計画がある大商工祭等のイベントに来場される一般消費者を対象として、直接アンケート方式により、出展事業者毎の来客の年齢、性別、現住所等の基礎的情報、京北地域に対する印象、特産品に対する購入状況や要望等の項目についての調査を行なう。

○分析手段・手法

- ・イベント来場者に対し、上記内容のアンケート調査を実施する。
分析は、経営支援員と専門家等が連携し調査データの分析を行なう。

○成果の活用

- ・調査分析結果を支援員が個社の当該出展事業者への巡回時や窓口相談の折に説明し、情報提供を行うことで、消費者ニーズに合った付加価値のある既存商品の改良や商品開発に繋げ、需要の拡大に努めることにより小規模事業者の売上増加を図る。

(数値目標)

	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
① 個社におけるアンケート調査					
上記調査における個社支援数	5	5	5	8	8
上記調査による情報提供支援先	5	5	5	8	8
②京北地域外消費者動向調査					
京北地域外消費動向調査/人	20	20	20	30	30
上記調査による個社支援数	5	5	5	8	8

③京北地域外イベント等での消費者に対する調査					
京北地域外イベント等調査/人	30	30	30	50	50
上記調査による個社支援数	3	3	3	5	5

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】

<現状と課題>

これまでの販路開拓支援は、小規模事業者に対し物産展開催や各種商談会への参加勧奨および広報活動が主であり限定的な効果であった。今後は外部機関や専門家との連携を図り、地域における小規模事業者の持続的発達のため売上増加に資する地域イベント実施による販売機会の拡大及び販路拡大のための地域外への物産販売等の積極参加とネット通販利用による販路拡大を図るとともに企業認知度の向上も図る。

具体的には、事業計画や創業計画を策定し、販路開拓を計画する小規模事業者及び創業者や新商品開発した事業者で販路開拓を計画する小規模事業者に対し、販路開拓セミナーを開催し、マーケティングを中心に広報活動に係る取り組みまで実際に販売に繋がる一貫した販路開拓支援を行なう。

<課題>

- ① 小規模事業者の需要の創造や掘り起しに向けた情報の提供・セミナー開催。
- ② 京北地域外で開催される商談会・展示会・イベントの情報提供。
- ③ ネット販売等 I T を活用した商品・サービスの提供機会創出。
- ④ 京北内道の駅等観光拠点を活用した発信機会の提供

<考え方>

小規模事業者は従来より地域内での事業展開が主となっており、新たな需要開拓や掘り起しが弱いため今後は顧客ニーズに合った商品・サービス提供を地域内外に出来るよう機会を設ける。また情報の発信による販路拡大の機会を創出し支援を行うことにより小規模事業者の売上の確保・利益の拡大を図る。

<目標>

新たな需要開拓を支援するため、顧客ニーズにあった商品・サービスの提供及び情報発信機会を増大させるため、需要動向調査の分析をふまえ個者の実情に合った販路拡大の機会を設け提案することにより小規模事業者の売上げが増加し、利益の確保に貢献出来る支援を行うことで、持続的な発展に寄与していく。

<支援事業内容>

①販路開拓セミナーの開催による需要の創造支援

具体的に販路開拓セミナーを開催することにより個者のプレスリリースを作成し「観光地」「グルメ」「食材」「名産品」「歴史」「イベント」の6つに区分し地域資源を整理することによりテレビ、新聞、雑誌などのマスコミへの情報発信が行えるよう支援する。また専門家による個別指導により採択されやすい広報支援を併せて行う。

メディアの活用による情報発信により商品・サービスの露出を図り、地元はもとより地域内外での認知度の向上、ブランディングの支援に繋げる。

②京北外で開催される商談会・物産展等への出展参加による情報発信支援

京都府商工会連合会と連携しながら、各機関等で開催される商談会・物産展等への開催情報を収集し、事業計画策定支援事業所で既存商品の改良や新商品開発を行なった小規模事業者や販路開拓に前向きな小規模事業者に対し業種、ターゲット市場ごとに参加を促進し、ビジネスチャンス拡大の機会を提供する。

また、小規模事業者が参加した後にバイヤーや消費者の意見を参考に商品改良に向けた支援を行う。商品改良と併せてターゲット市場の再設定や需要調査を行い、売れなかった時の要因等については小規模事業者とともに考え改善策を検討する。専門的な解決が必要な場合は専門家派遣制度を活用し課題解決を行なう。

③ネット販売等 I T を活用した商品・サービスの提供による情報発信支援

小規模事業者が個々ホームページやソーシャルネットワークを活用した情報発信をする機会と新たな販売ルートの確立と及び小規模事業者の売上拡大・経営の持続的発展に繋がる支援を行う。I T 活用が不得意な事業者に対しても支援員の継続支援及び専門家派遣を併せて行う。

全国商工会連合会が開設しているECサイト「ニッポンセレクト.com」への出展を支援し、小規模事業者の商品展開力・販売力の向上等を図る。

全国商工会連合会が運営するSHIFTを利用したホームページ作成による商品・サービスの提供を掲載し地域外の消費者等への新たな販路開拓に繋げる。

④京北内道の駅等活用による情報発信支援（試験的な販売の場として活用）

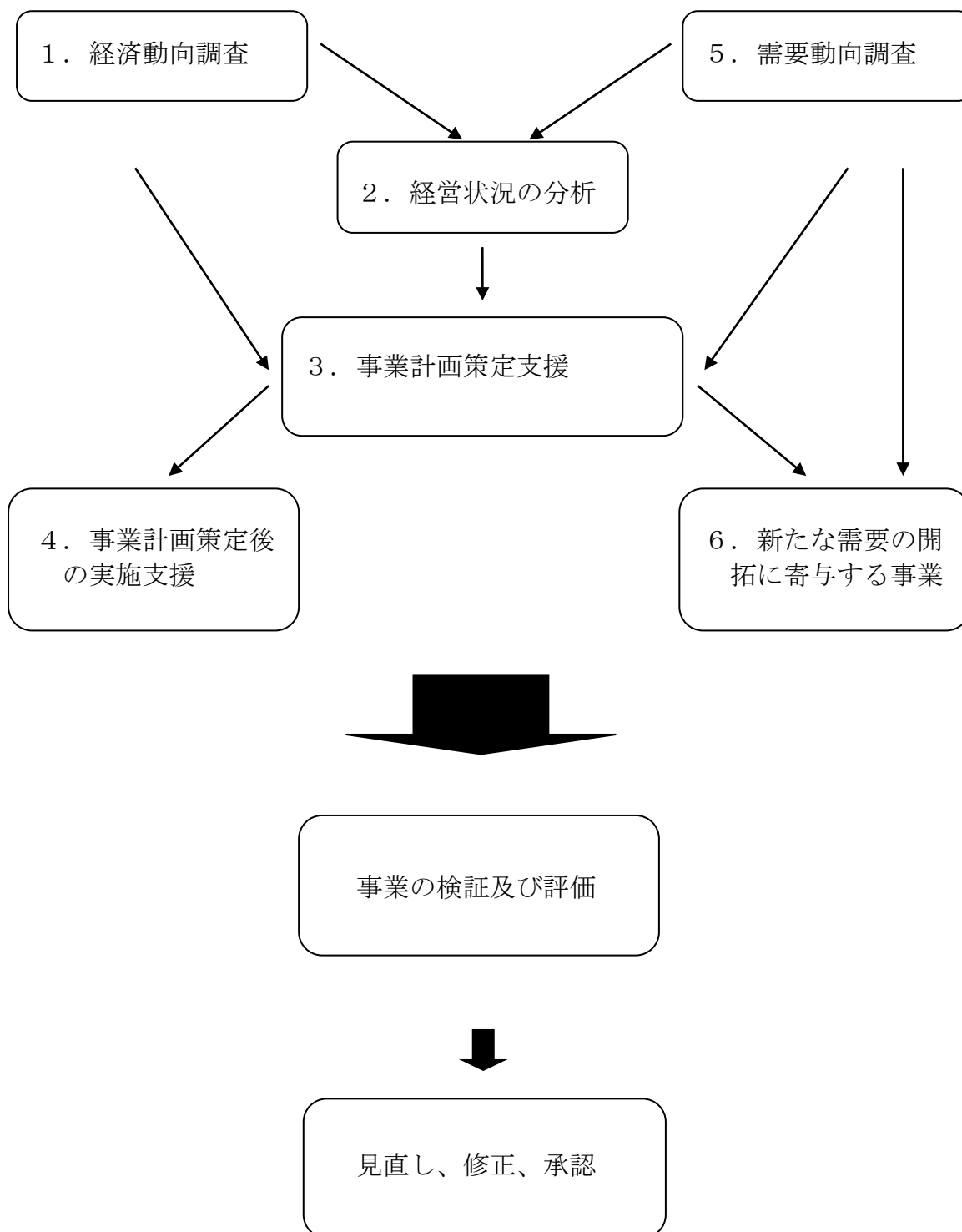
京都市右京区役所京北出張所や京北ふるさと公社と連携し、道の駅等で事業計画策定支援を通して得た既存商品・サービスや新商品開発を行なった小規模事業者をはじめとし、試験的な販売の場として活用することで消費者の意見やニーズを把握し、見直し検証することで顧客ニーズに合った商品づくりに繋がり、小規模事業者が売上の増加や利益確保に貢献できる機会の創出と支援を行う。

特に木材関連事業者においては、木材の素材需要低迷による加工製品への転換等模索しており、地域資源を活用した商品開発・改良により高付加価値化を目指した商品として展開するための地域外販路の開拓支援を見据え、ブランド力の向上や売上向上に寄与させ、事業者の持続的発展に繋げる。

(数値目標)

		30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
販路開拓セミナー出席事業者数		20	20	20	25	25
商談会等	参加事業者数	5	5	5	6	6
	商談成約件数	2	2	2	3	3
プレスリリースによるメディア採択件数		2	2	3	3	4
SNS及びホームページ作成事業者数		2	2	3	3	4
計画策定後の販路開拓支援事業者数		3	3	4	4	5

○経営発達支援計画各事業との関連



Ⅱ. 地域経済の活性化に資する取組

1. 地域活性化事業

当京北地域は行政合併以降、行政主体から住民主体の地域活性化事業に転換してきており地域の自治振興会の主催により商工会も協力の形で地域イベントに取り組んで来た。しかしながら地域のPRには努めてきたが未だ地域経済の活性化に至っているとは言い難い。

今後は、京北商工会、京都市、京北自治振興会、きょうと京北ふるさと公社、京都農協協同組合、京北森林組合、上桂川漁業協同組合、地元若者活動グループ等の関係機関で組織する事業委員会の設置を早急に検討し、今後の京都市京北地区における地域活性化の方向性を検証し、各関係機関と情報共有を行い、同じ方向性で京北地域の更なる発展を図るために事業に取り組む。

(事業内容)

①地域イベントによる地域経済活性化

京北地域唯一の商店街を会場ににぎわいを創出するため、地元若者活動グループが主体となり、「周山街道花降る里まつり」を開催しているが、商工会の支援としては、事業委員会に参画し、商店街の認知度の向上及び販売機会の創出に努めるため、新たに小規模事業者の出店を積極的に支援する。



また、交流人口の増加及び事業者の販売機会を創出し地域の経済の活性化を図るため「京北夏まつり」「京北ふるさとまつり」を京都市、京北自治振興会、きょうと京北ふるさと公社、京都農業協同組合、京北森林組合、上桂川漁業協同組合等からなる実行委員会を組織して開催する。こちらについても、新たに積極的な出店支援することにより小規模事業者の販路拡大を図る。

②インバウンド観光による地域経済活性化

新たな取り組みとして「もう1つの京都発見」を打ちだし、インバウンドを中心に自然や暮らしを体験してもらうため実行委員会を設置し観光推進事業を実施することにより地域活性化を図る。組織体制も新たに小規模事業者、関係団体による地域振興・広域連携推進事業委員会を組織し、ガイドブック等の作成による広報支援を行なう。

地場産業である林業、銘木業を中心に地域内小規模事業者の本業にプラスするものを体験させることで、観光として成り立つようにする。林業体験プログラムをまず作成し、その後アイテム数を追加していく。受入人数を述べ人数で650名を目標に1割ずつ増加させることを目標に実施する。

(目標)

	現状	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
インバウンド観光受入人数	414	455	500	550	605	665

2. 訪問介護事業

京北商工会では行政合併により京北町社会福祉協議会が解散し、民間事業所による受け皿もなかったため要介護者の介護サービスの需要に対応すること及び商工会法の社会一般の福祉に資する事業にも合致することから地域貢献の一環として指定訪問介護事業を実施している。これは地域の魅力を増大させ、地域への人口定着、地域内消費の増大などを通じて商工業の総合的な改善発達に資することになり商工会事業として積極的に推進していくことが政策的に必要となっている。また小規模事業者には新たなビジネスチャンスを活かすとの観点から、「介護」「福祉」といった分野への積極的なアプローチを支援する。

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

(目的)

これまで、他の支援機関との情報交換では事案の都度による連携が主で、小規模事業者の要請案件優先で支援ノウハウ等の共有までは進めていない状況でしたが、今後は経営発達支援事業の円滑な実施に向け、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を行なう。

①地域金融機関及び日本政策金融公庫との連携による情報交換

地元金融機関との金融懇談会を定期開催し、地域情報の共有から支援ノウハウの充実を図る。(年間2回開催)

また、日本政策金融公庫とのマル経融資推薦に係る経営改善貸付連絡協議会への参加や担当役員との金融懇談会も開催し情報の収集と支援力充実を図る。融資斡旋までスムーズとなり実行までの期間短縮の効果が出ている。

②京都府商工会連合会との連携による情報交換

より専門的な支援を要する場合、専門家派遣等の制度活用により経営支援員の同行支援により情報と支援ノウハウの収集による支援力のスキルアップを図る。

③「地域プラットフォーム」「よろず支援拠点」との連携にかかる情報交換

定期的な会議開催による情報交換を行なうとともに、伴走型の指導・助言の支援ノウハウ等の情報交換を図る。

④行政機関、外部機関との連携による情報交換

京都市、地域経済団体、公益法人等との会議を開催し地域活性化に係る取り組みについての情報交換を図る。

(数値目標)

	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
金融懇談会開催	2	2	2	2	2

2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

これまで、経営支援員の資質向上については各種研修会への参加を中心に自己研鑽も含め実施してきたが、今後はさらに積極的に計画的な参加が出来るように体制づくりをし、支援能力の向上を図るとともに職員間での支援ノウハウの共有化を図る。

- ① 京都府商工会連合会及び京都商工会議所等の主催する支援員研修の受講
年間受講計画を策定し、所定時間のクリアはもちろんであるが可能な限り積極的な受講するように指導し資質の向上を図る。
- ② 中小企業大学校及び中小機構が主催する研修会への参加
年1回以上参加することで、より専門的な知識の習得と支援能力向上を図る。
- ③ OJTによる資質の向上
職員間による支援ノウハウの共有化を図るため、経営支援員会議は毎月1回開催し定期的な報告会とする。また、日々の業務カルテをその日のうちに入力し、翌日朝に回覧することにより全職員が情報を共有し、朝礼による確認等を行い支援能力の向上に努める。その情報データについては、基幹システムで保存し、職員誰もがいつでも閲覧可能な状況にしている。場合によっては京都府商工会連合会が実施するOJT支援事業による専門家派遣を活用する。
- ④ 自己啓発による資質向上
支援能力向上には職員自身の日頃の自己研鑽が必須であり、経験年数や支援能力に応じた研鑽に努め資質の向上を図る。

(数値目標)

	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度
経営支援員会議	12	12	12	12	12

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

以下により、検証と計画の見直しを行い、経営発達支援計画の実行効果を高める。

- ① 京都府経営支援課、京都市産業観光局、京都府商工会連合会経営支援課、中小企業診断士等外部有識者と商工会役員による事業評価委員会を設置し、毎年事業の評価と見直しを行い段階的な支援の資質向上を目指す。
- ② 事業評価委員会により、事業の実施状況、成果の評価・見直しを行う。
- ③ 正副会長会において、評価・見直しにより方針を決定する。
- ④ 事業の成果・評価・見直しの結果については、理事会に報告し、承認を受ける。
- ⑤ 事業の成果・評価・見直しの結果を京北商工会ホームページ
(<http://keihoku.sakura.ne.jp/>)で計画期間中公表する。

(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

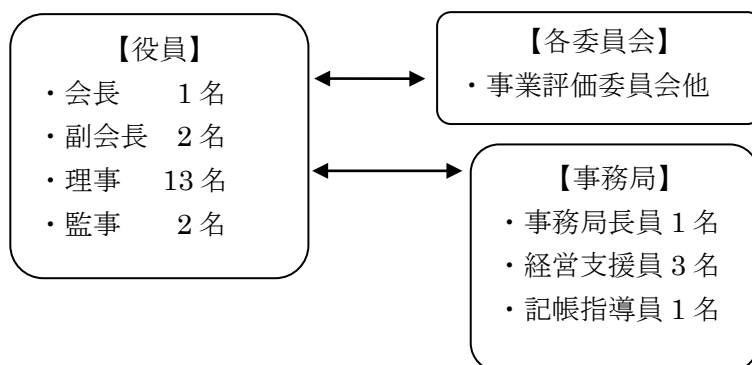
(平成 29 年 4 月現在)

(1) 組織体

① 事業の実施人員

- ・ 事務局長 1 名 (事業統括)
- ・ 経営支援課長 1 名 (実務統括)
- ・ 経営支援員 2 名 (実務補佐)
- ・ 記帳指導員 1 名 (補佐)

② 全体図



(2) 連絡先

〒601-0251 京都市右京区京北周山町上寺田 1-1
京北商工会 経営支援課 担当：寸田 寿
電話 075-852-0348
FAX 075-852-1173
URL <http://keihoku.sakura.ne.jp/>
E-mail h-sunden@kyoto-fsci.or.jp

(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)

	H30年度 (H29年4月 以降)	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度
必要な資金の額	39,450	40,700	41,350	41,900	42,450
人件費等	21,800	22,500	22,800	23,100	23,400
旅費事務費等	16,000	16,500	16,800	17,000	17,200
セミナー事業費等	1,150	1,200	1,250	1,300	1,350
委員会開催費	500	500	500	500	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

- ① 京都府「小規模事業経営支援事業補助金」→京都府商工会連合会を通じて到達
- ② 京都市「小規模事業経営支援事業」京都市より振込
- ③ 会費収入 → 年3回、会員の金融機関指定口座より引き落としで調達

(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> <ol style="list-style-type: none">1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】 (京都府、京都市、京都府商工会連合会、(株)京都銀行)<ul style="list-style-type: none">・ 景気動向の調査等2. 経営状況の分析に関すること【指針①】 (京都府商工会連合会、京都府よろず支援拠点)<ul style="list-style-type: none">・ SWOT 分析の実施・ 経営分析セミナー開催3. 事業計画の策定支援に関すること【指針②】 (京都府、京都市、京都府商工会連合会、(公財)京都産業 2 1、(株)京都銀行 日本政策金融公庫西陣支店、京都府よろず支援拠点)<ul style="list-style-type: none">・ 事業計画策定セミナー開催・ 創業支援等セミナー開催4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】 (京都府、京都市、京都府商工会連合会、(公財)京都産業 2 1、(株)京都銀行 日本政策金融公庫西陣支店、京都府よろず支援拠点)<ul style="list-style-type: none">・ フォローアップ調査の実施5. 需要動向調査に関すること【指針③】 (京都府、京都市、(株)京都銀行)<ul style="list-style-type: none">・ 需要動向の整理・分析の実施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】 (京都府、京都市、京都府商工会連合会)<ul style="list-style-type: none">・ 物産展・商談会等への出展支援・ 販路開拓セミナー開催・ プレスリリース等の広報支援 <p>II. 地域経済の活性化に資する取組</p> <ol style="list-style-type: none">1. 地域活性化事業(京都市)2. 訪問介護事業(京都市)

連携者及びその役割

- ① 京都府 商業・経営支援課 課長 玉木利忠
京都市上京区下立売通新町西入藪ノ内町
(経営支援施策の連携。事業の評価と見直し)
- ② 京都市 産業観光局長 上田誠
京都市中京区寺町通御池上ル
(経営支援施策の連携。事業の評価と見直し、地域経済活性化事業)
- ③ 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町17 京都府中小企業会館4階
(研修会及び研究会等開催で支援連携。事業の評価と見直し)
- ④ (株)京都銀行 北桑支店 支店長 田畑哲志
京都市右京区京北周山町東丁田3-2
(地元金融機関、支援機関として情報交流連携)
- ⑤ 日本政策金融公庫 西陣支店 支店長 大西俊典
京都市上京区大上之町82
(金融機関、支援機関として情報交流連携)
- ⑥ (公財)京都産業21 理事長 村田恒夫
京都市下京区中堂寺南町134
(さまざまな施策の支援連携)
- ⑦ 京都府よろず支援拠点 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
(専門的知識での計画策定と販路開拓支援連携)
- ⑧ (一社)京都府中小企業診断協会 代表者 山脇康彦
京都市下京区中堂寺南町134ASTEM棟301
(研修会及び研究会等開催で支援連携。事業の評価と見直し)
- ⑨ 京北自治振興会 会長 久保敏隆
京都市右京区京北周山町上寺田1
(地域経済活性化事業)

- ⑩ (公財) きょうと京北ふるさと公社 理事長 石浦道男
京都市右京区京北上弓削町段上ノ下 2-1
(地域経済活性化事業)
- ⑪ 京都農業協同組合京北支店 支店長 荒田勉
京都市右京区京北周山町上植代 19
(地域経済活性化事業)
- ⑫ 京北森林組合 組合長 北川義晴
京都市右京区京北周山町下台 5-2
(地域経済活性化事業)
- ⑬ 上桂川漁業協同組合 組合長 下畑寛蔵
京都市右京区京北周山町アチラ谷 19
(地域経済活性化事業)

連携体制図等

