

経営発達支援計画の概要

実施者名	亀岡商工会議所（法人番号 4130005007932）
実施期間	平成29年4月1日～平成34年3月31日
目標	小規模事業者が将来に渡って、持続的発展を図るため、亀岡商工会議所が、経営発達支援事業の中長期計画を策定し、小規模事業者への伴走型支援を着実に実行することにより、商工会議所の本来の目的である小規模事業者の経営力（売上・利益）向上につなげていくことを目標とする。
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 地域経済の動向や市場調査をおこない、整理・分析することで、小規模事業者への情報提供、経営上の助言、事業計画策定時における外部環境情報として役立つ。 2. 経営状況の分析に関すること 小規模事業者の成長発展あるいは持続的発展を実現するため、小規模事業者の把握及び経営分析を行う。 3. 事業計画策定支援に関すること 経営分析の結果を踏まえ、経営課題の解決と経営革新、創業等の事業計画の策定を支援する。 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 事業計画の策定を支援した小規模事業者については、策定した事業計画が着実に実行されるよう定期的にその進捗状況をチェックし、アフターフォローを行う。 5. 需要動向調査に関すること 小規模事業者が取り扱う商品やサービスにかかる需要の動向に関する情報収集、分析を行い、小規模事業者に提供して、需要開拓に繋げる。 6. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること 展示会や商談会を活用した販路開拓を支援し、商談の成立を高める。プレスリリースの作成を支援し、小規模事業者の取り組む事業を伴走型で支援する。 <p>II. 地域経済の活性化に資する取り組み</p> <p>亀岡市の豊かな地域資源を活かし、にぎわいの創出、および交流人口の増加を図ることで、「活力あるにぎわいのまちづくり」を実現する。</p>
連絡先	<p>京都府亀岡市余部町宝久保1-1 亀岡商工会議所 経営発達支援事業 担当：事務局長 平田 実 TEL：0771-22-0053 FAX：0771-25-1200 E-mail: info@kameokacci.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. 亀岡市の概況

亀岡市は、京都府のほぼ中央にあつて、京都市の西側に隣接し、大阪市、神戸市など近畿圏の主要都市から、ほぼ 50 km圏に位置する。

昭和 30 年に誕生以来、京都市のベッドタウンとして人口が増加し、2000 年には 90,000 人を超えたが、現在ではやや減少し、人口 89,000 人となっている。

また、標高 774.2m の半国山をはじめ、500～600m 級の山々に囲まれた盆地で、中央部を保津川が流れる山紫水明の地である。当市から京都嵐山までの「保津川下り」は、年間 30 万人の観光客で賑わう。

【保津川下り】



2. 地域・小規模事業者の現状と課題

亀岡市の商工業者数は、2,839 社あり、内小規模事業者数は 2,194 社で（平成 26 年経済センサス）で小規模事業者が全体の 77%を占めている。

業種別の事業所数では卸売業・小売業が 25%と最も割合が高く、次いで建設業が 12.5%・製造業が 11.6%・宿泊業・飲食サービス業が 9.0%を占めている。

一方、業種別の従業員数では、製造業の 21.4%を筆頭に卸売業・小売業が 20.9%医療・福祉が 12.1%を占めている。

事業所数の減少率は、平成 21 年度の経済センサスと比較すると減少しており、人口と共に順調に伸びてきた事業所数も、減少に転じてきている。

産業別の現状と課題は、下記の通りである。

【観 光】

①観光の現状

2008 年～2011 年にかけて、亀岡市の年間観光入込客数は、200 万人以上で推移している。2011 年の観光入込客数は 214 万人で、そのうち亀岡市の三大観光である保津川下り、湯の花温泉、トロッコ列車で 70%を占めている。ただ、観光客の多くは京都観光の一環で訪れているとみられ、亀岡に来ているという意識はない場合が多いと考えられる。

②今後の課題

今後は、市内に存在する歴史文化、観光資源の整備やネットワーク化による新たな観光モデルコースの創設など、来訪者が市内各所へ回遊する仕組みを確立する必要がある。

【農業】

①現状

亀岡市は、京野菜の産地であり、京都大納言小豆や馬路大納言小豆、賀茂ナス、水菜、紫ずきん、聖護院かぶ、聖護院大根、えびいもといった伝統的な京野菜を生産している。

京野菜をはじめ野菜の生産は拡大傾向にあり、ハバネロ、紫芋、シシリアントマトなど、新たな農産物の生産も進められている。畜産では、肉用牛を「亀岡牛」としてブランド化の振興施策が取り組まれている。

②課題

農業の担い手の育成とともに、地域の実態に応じた営農システムの確立や担い手への農地集積などを行う必要がある。

【商業】

①商業の現状（個店・商店街）

亀岡市における、1991年～2007年の小売業の推移をみると、事業所（店舗）数、従業員者数は1999年、年間販売額は1997年を境に減少を続けている。

個店が多く含まれる飲食料用品小売業の店舗は、15%以上減少しており、商店街、既存の個店は厳しい状況に置かれているとみられる。また、現在、26ある商店街の内、半数近くは、店舗の減少等により商店街としての機能を維持するのが困難な状況に置かれている。

※市内飲食店による、丹波料理研究会の取り組みなど、地域特産を生かしたメニュー開発などに、積極的に取り組む動きもみられる。

②今後の課題

消費者ニーズの多様化や、基幹道路網の整備などにより、顕著になった消費の市外流出を食い止める必要がある。そのためには、既存商店が一体となり、新たなにぎわいの創出や、各個店の経営強化を図り、新商品の開発や販路開拓に取り組む必要がある。

【工業】

①工業の現状

昨今の動向として、亀岡市内の製造業の推移をみると、2000年～2005年にかけて、事業所数が大きく減少している。業種では繊維、従業者規模別では、4人～9人の事業所の減少率が高い。

②今後の課題

企業誘致においても都市間競争が激しさを増す中、優遇措置の要件緩和や情報提供の強化により、新たな企業の立地促進や、既存企業の市外流失を防止することが必要である。

加えて、亀岡市において、成功事例がこれまで蓄積されていない。大学や関係機関との連携や、産業間の複合的な取り組みに挑戦していくことも必要である。

3. 亀岡商工会議所の現状と課題

亀岡市内の「経営経済動向調査」結果からも、市内事業者においては、「売り上げ不振」「価格安（低価格販売）」「受注不振」が経営上の問題点の上位を占めている。そのため廃業する事業者も増え、当商工会議所においても会員数の減少傾向が続いている。

今後は、小規模事業者の「中核的支援機関」として、国の施策の浸透を担うのに加え、『地域の経済団体』として、27年度に策定された「京都府地域創生戦略」、および「亀岡市の人口ビジョン・総合戦略」を推進する使命がある。

4. 小規模事業者の中長期的な振興のあり方

「亀岡市の人口ビジョン・総合戦略」（地域の特性をいかした活力とにぎわいのあるまち）を10年で実現するためには、豊かな自然環境と、京都市、高槻市、茨木市等の京阪神地域に隣接した好立地条件を活かした観光客等、交流人口の増加に伴う、周辺地域からの消費獲得が不可欠である。

また、後継者不足等による地域事業者の廃業による減少を食い止め、新規創業者を増加・継続させる取組と共に、既存事業者の活性化は必須である。

したがって今後、小規模事業者は、常に顧客の需要（ニーズ）等の市場環境に対応・順応し、経営革新を行う事による、取扱サービスの高付加価値化を目指しながら、事業運営の目標を持ち、計画に基づいた経営を実行することによって、効率的な事業運営をおこない、「収益の拡大」と「強固な経営基盤を構築」するべきである。

この中長期的なプランを実現するために当商工会議所は、既存事業の見直しを行い、地域ブランドを活用し、亀岡市外からの需要を獲得することで、「地域全体の活性化を視野に入れた小規模事業者の個社支援」を重視した経営支援業務にシフトする。

具体的には、1) 既存の小規模事業者には、経営革新セミナーや経営計画セミナーなどのセミナー開催と事業計画の策定、その実行推進のためのアフターフォロー等の伴走型の経営支援を行う。2) 「創業支援チーム」を設置し、金融機関等と「創業支援ネットワーク」を構築する。これによって、創業希望者からの相談の促進とセミナー、およびアフターフォローが連動した支援を行い起業者の増加を図る。3) 事業承継セミナー等の開催を実施し、後継者問題に悩む小規模事業者をサポートし、廃業する事業者を減らす。4) 地域資源（農作物：丹波栗、チョコログ等）を活かした特産品の開発や、地産地消の推進、および全国展開サポートなど、農業のビジネスモデル（収益構造）を構築する。5) 観光客の市内での回遊性を促進して、観光の振興（交流人口の増加）による地域の活性化を実現する。

5. 経営発達支援事業の目標と目標の達成に向けた取り組み方針

次のように事業目標を掲げ、その達成のための5年間の取組重点方針を決定する。

1) 伴走型経営支援体制の構築

小規模事業者等への個者支援（経営支援）を有効に実施するために、まず、商工会議所役職員の意識改革が必要である。役員を含めた経営支援員の勉強会の開催、研修会への参加を積極的に進める。

また、当商工会議所の中小企業相談所が中心となって「経営支援サポートチーム」を結成して、専門家と連携しながら、各種調査（需要の把握）、経営分析、計画策定の支援を進める。

2) 創業支援の強化

亀岡市は、国から産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」の認定を受けている。今後、亀岡市の創業支援計画に基づき、行政や地元金融機関とともに創業（開業）支援事業に取り組む。

創業希望者が相談しやすいように商工会議所内に「創業支援チーム」を設置して、相談者に対応するとともに、創業セミナーの開催、アフターフォローと充実した創業支援体制を構築する。

3) 地域資源（農作物：丹波栗、チョコログ等）の地産地消の推進、および全国展開

特産物の丹波栗を地元での消費の推進（地元の菓子業者による素材としての使用）、またチョコログについては、地消の推進とともに全国展開を図り、観光振興にも結び付ける。

4) 観光振興への取り組み方針

観光客の市内回遊性の向上を図るため、個店（観光事業者）の魅力度向上支援を実施する。また、関係団体と連携して、市内回遊のモデルコースの創設にも取り組む。

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

対象地区 亀岡商工会議所の管轄地区

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】

小規模事業者の持続的発展を促すための有効な支援を展開するには、まずは当商工会議所が地域の経済動向を正しく把握しておく必要がある。

そして得た情報を、小規模事業者に、タイムリーになおかつ継続的に提供することで、事業者自身が商品構成の改善、事業計画の策定に役立てるように支援する。

(現状と課題、今後の取組)

小規模事業者が自ら入手できる情報には限度があるうえ、その情報を十分に経営に活用できていないのが現状である。

商工会議所においても、地域の経済情報については、経営支援員と小規模企業振興委員とが連携した「経営・経済動向調査」（高い回収率を目指し、経営支援員と小規模企業振興委員自らが手配り・手回収で実施）を四半期ごとに実施している。その調査結果は、年間6回発行の会報（会員事業所には郵送・会員外事業所には商工会議所の玄関にて配布）によって情報提供している（行政にも毎回報告）。

ただ、得た情報の提供が小規模事業者の事業発展に繋がっているとはいえ、当商工会議所の支援内容にも反映されているとは言えない。

今後は、小規模事業者の経営に必要な情報を収集、分析、提供し、小規模事業者自身の経営判断材料として提供するとともに、事業計画の策定支援等、当商工会議所が事業者に向けて適切な支援を行うことに役立てる。

(事業内容)

① 目的

当商工会議所の経営支援員が、地域の経済動向の現状を把握し、その情報を提供することで、小規模事業者が経営方針を明確にし、経営分析、および事業計画の策定に有効活用できるようにする。結果として、小規模事業者の売上や利益の増進に繋がるなど経営基盤の強化につなげることを目指す。

② 手段

得た情報は、管内の小規模事業者にいきわたるよう計画的に収集、分析、整理し、商工会議所経営支援員が巡回指導、窓口相談、会議等で直接情報を提供する他、会報や商工会議所ホームページ等によって告知・浸透させる。

具体的には、当商工会議所が実施する「経営・経済動向調査」の他に、各公的機関等が実施す

る調査結果を分析・整理する。

整理された情報は、商工会議所経営支援員が巡回指導、窓口相談で直接情報を提供する他、会報や商工会議所ホームページそして市の広報誌に掲載して公表する。

③ 調査分析の種類

京都府、日本商工会議所、日本政策金融公庫から提供される経済動向情報を分析する。

- 1) 京都府が四半期ごとに行なう統計調査の調査結果
- 2) 日本商工会議所が四半期ごとに行なう「中小企業経営調査」の調査結果
- 3) 日本政策金融公庫が四半期ごとに行なう「景気動向調査」の調査結果
- 4) 亀岡商工会議所が独自に行なう「経営・経済動向調査」の調査結果

④ 分析する項目

地域経済の動向（売上、仕入、設備投資、雇用状況等）、業界動向、景況感、資金繰り

⑤ 活用方法

地域経済等の外部環境を把握することで経営分析を行なう際の参考資料、ならびに小規模事業者が経営計画を策定する上で売上予測等の根拠（基礎情報）として活用する。

⑥ 効果

小規模事業者に対して実施する事業計画策定・実施支援において説得力が高まり、より現実的な事業目標の設定につながる。市場規模や地域の経済動向に即した計画が立案できることで、商品開発や販路開拓の取組みが、よりの確なものとなる。

併せて経営支援員等が行なう伴走型支援における的確性が高まり、質の高い支援ができるようになる。小規模事業者に対して、会報やホームページを通じて、調査の分析結果を示すことで、新たな事業の取組みにもつながることも期待できる。

⑦ 目標

現在は一部の会員事業所にのみ提供している調査結果を、管内の小規模事業者にも提供していく。定期的な情報発信により、地域全体の経営力向上に役立てる。また、調査結果を経営分析に活用し、実現性の高い事業計画を策定することで、小規模事業者の持続的発展につなげていく。

	単位	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
経営・経済動向調査 (会議所独自調査)	社	400	400	400	400	400	400
京都府統計調査の分析	回	0	1	1	1	1	1
日本商工会議所「中小企業経営調査」の分析	回	0	1	1	1	1	1
日本政策金融公庫西陣支店「景気動向調査」の分析	回	0	1	1	1	1	1

2. 経営状況の分析に関すること【指針①】

小規模事業者の持続的発展に向け、経営支援員等の巡回指導、窓口相談、各種セミナーの開催、フォローアップを通じて小規模事業者の経営実態の把握、及び分析を行なう。

(現状と課題、今後の取組)

経営革新ができない、経営不振から立ち直れない等の理由は、小規模事業者が自ら事業の実態を把握できていない。かつ商工会議所も、小規模事業者の強みや経営課題を的確に把握できていないために、経営不振にあえぐ小規模事業者に対して、効果的なアドバイスができていない。

今後は経営状況の分析の重要性を伝え、小規模事業者が自身の強みや経営課題を的確に把握して事業展開できるよう、また、商品、サービスを顧客のニーズに合わせて変えていけるよう効果的な支援を行なっていく。

(事業内容)

① 目的

小規模事業者に対して、自社の置かれている経営環境や保有する経営資源（強み等）を正しく把握できるように、経営支援員等が経営状況の分析を支援し、なおかつ効果的なアドバイスを行うことで、課題解決に寄与する。

② 効果

小規模事業者が自社の経営状況を把握・分析し、なおかつ商工会議所経営支援員がその情報を共有することで、効果的な伴走型支援が可能になる。

具体的には、合理的で実現可能性の高い事業計画の策定、強みを生かした経営の実施により売上・利益の向上など、経営基盤の強化につながる。

③ 分析を行なう項目

小規模事業者の販売する商品、提供するサービスの内容、保有する技術、またはノウハウ等の経営資源、損益計算書・貸借対照表の財務内容、売上実態の内容分析、統計調査データを活用した個店シェア分析等、経営実態を定性的、定量的に把握及び分析する。また、SWOT分析の手法を活用し、強み、弱み、機会、脅威を抽出し、この強みをさらに強化することで経営課題の明確化や顧客の創造を目指す。

④ 手段

経営分析を行なう対象者として、過去に経営相談が行われた小規模事業者のうち課題が解決できていない小規模事業者、金融・税務相談を普段より受けている小規模事業者、セミナー開催時の個別相談を希望される小規模事業者を中心に、巡回指導での経営分析の必要性を勘案して選定する。

経営実態の把握は、経営支援員等によるヒアリングによって行い、課題の解決方法を導く形で行う。分析は、京都府よろず支援拠点等の支援機関や外部専門家と連携し、効率的に実施す

る。経営分析結果、及び助言内容は、経営カルテ（データベース）を活用して、商工会議所経営支援員及び一般職員がいつでも閲覧できる記録・保管方法を取り、情報の共有化を図る。

⑤ 活用方法

経営実態や経営状況の分析結果は、事業計画策定における基礎資料とするのに加え、商品構成の見直し、既存のサービス提供方法の改善等、事業所の今後の方向性を決めるための判断材料とする。さらに経営支援員の指導力向上のための資料としても役立てる。

⑥ 目標

経営実態の把握、及び分析を目的とした、経営支援員による窓口・巡回指導を実施することにより、経営分析に取り組むべき事業所の候補先を選定し、取組み事業所の増加を図る。

支援内容	単位	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
経営分析件数	件	10	15	20	25	25	25

3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

経営分析の結果を踏まえ、経営課題の解決を目的とする事業計画の策定支援に取り組む。経済動向調査結果や需要動向調査結果を活用するとともに、必要に応じて国、府等の施策の活用を図る。また、計画の策定から目標達成に至るまで伴走型支援を実施する。

さらに資金調達に取り組む小規模事業者、事業承継が必要な小規模事業者、創業間もない小規模事業者など、事業計画策定の必要性を経営支援員等が認めた場合には、事業計画策定を勧める。

（現状と課題、今後の取組）

小規模事業者は事業計画を策定した経験が乏しく、その必要性に気付いていない。また、必要性を感じていても、日々の経営に追われて、取組むきっかけを失うなど、計画策定に取り組むきっかけがない。

本商工会議所においても、今まで小規模事業者の事業計画策定の支援に前向きに取り組んでおらず、かつ経営支援員等の持つ計画策定に関する情報やノウハウに偏りもあった。

現在、商工会議所経営支援員は、様々な研修を通じてその必要性を感じ、最新の情報やノウハウを身に着けつつある。今後は、商工会議所として目標を持って事業計画策定支援に取り組んでいく。

（事業内容）

① 目的

小規模事業者が持続的に発展するためには、需要を見据えた経営計画や事業計画の策定が必須である。こうした経営の重要部分を理解し、実践できる小規模事業者を育成する。

② 支援対象

経営相談、金融・税務相談で経営分析を実施した小規模事業者、資金の調達が必要な小規模事業者、事業承継、および重要な経営課題を有する小規模事業者を対象とする。

支援対象者の掘り起しのために、事業計画策定を学ぶ経営革新計画セミナーや販路開拓セミナー、創業セミナー等の各種経営セミナーを開催し、事業計画策定の必要性、有効性を体験する機会を増やす。また、経営支援員等は経営分析を実施した小規模事業者などに対し、重点的に事業計画策定の必要性を伝え、各種セミナーに参加を促す。

③ 手段

事業計画策定にあたっては、原則として経営支援員が支援するものとするが、経営課題等によっては、外部専門家とも連携を図り、精度の高い事業計画書策定に取り組む。具体的な事業計画書は、主に経営計画を想定し、適宜、経営革新計画、事業承継計画、創業計画も支援する。

④ 効果

事業計画策定により、小規模事業者は、目標が明確になり、その目標達成に必要な取り組みも明確になる。これによって、効率的な事業運営、ビジネスモデルの再構築が可能になる。

商工会議所経営支援員にとっても、計画書において経営課題が明確化され、目標が設定されていれば、各種施策の活用など、有効な支援が可能になる。

⑤ 目標

各種セミナーを開催し、その参加を促すことで、小規模事業者の事業計画策定の増加を図る。

支援内容	単位	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
事業計画策定に係わる セミナー開催数	回	1	2	2	3	3	3
セミナー参加人数	人	10	20	20	30	30	30
経営計画（事業計画）	件	5	10	15	20	20	20

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること

事業計画策定を支援した小規模事業者に対し、その計画が着実に実行されるよう定期的に進捗状況を把握し、PDCAサイクルの支援を行う。また、計画が実行に移されていない場合、もしくは目標にほど遠い数値しか得られていない場合は、小規模事業者とともに計画内容を再検討する。

（現状と課題、今後の取組）

小規模事業者は、策定した計画を実行できないケースが多い。また、経営支援員は計画策定時に力を注ぎ、事業の進捗管理やフォローアップまでには手が回らない場合が多い。

今後は経営支援員等が支援計画を事業所ごとに策定し、定期的な巡回指導や窓口相談によりフォロ

ーアップを実施し、P D C Aサイクルによる支援を効率的に実施する。

(事業内容)

① 目的

小規模事業者が策定した事業計画を実現できるよう、支援計画を策定し効率的に伴走型支援を実施する。

② 手段

策定した事業計画が、着実に実施され、予定する実績が得られているか、また取組みの進捗状況などを「巡回指導」や「窓口相談」によって定期的に把握する。また事後支援を効率的に実施するための支援計画を策定する。事案によっては専門家を活用する。

③ 具体的な指導内容

1) 定期的な訪問、窓口相談による進捗管理

支援計画の年間の訪問スケジュールに基づき、巡回訪問をおこない、取組み内容の進捗状況を把握するなど小規模事業者との連絡を密にして伴走型支援を行なう。

2) 進捗状況の検証

計画された売上、利益の達成状況等、目標達成の度合いを確認し、誤差がある場合は、その原因の特定を行う。原因の特定が困難な場合、他の支援機関や外部専門家と連携して原因を特定し、適切な改善策を提案する。

④ 頻度

事業計画策定事業者に対しては、四半期毎のフォローアップを原則とし、経営改善等の重要かつ緊急性の高い経営課題を有する事業者に対しては、3カ月に1度以上のフォローアップを行う。

⑤ 効果

計画策定後の事後支援を着実に実施することにより、小規模事業者のP D C Aサイクルが着実に実行されることが期待できる。結果として、小規模事業者、自らが自立して経営環境の変化に対応できる資質が身につく。

⑥ 目標

取組みの進捗状況や目標の達成状況を巡回指導や窓口相談による定期的なフォローアップの実施については、下記の目標を設定する。

支援内容	単位	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
フォローアップ対象先	社	5	10	15	20	20	20

5. 需要動向調査に関すること【指針③】

小規模事業者が取り扱う商品やサービスにかかる需要の動向に関する情報の収集を行い、整理分析して小規模事業者に提供することで、商品構成の見直し、効果的な販路開拓の実施に繋げる。

(現状と課題、今後の取組)

小規模事業者の多くは、商品やサービス内容を見直しすることはほとんどせず、従来どおりの経営を行っている現状がある。また、商品やサービス需要の情報源もなく、自社で需要や市場動向をリサーチすることは困難である。また、商工会議所においても需要動向に関する情報の収集や分析を実施していなかった。

今後は、商工会議所として、小規模事業者による商品構成の見直し、また販路開拓の実施に必要な情報を計画的に収集・分析して提供する。

(事業内容)

① 目的

小規模事業者が消費者ニーズに応じた商品構成、および販売方法を確立するため、また展示会、商談会等において効果的な販路開拓を実施するために必要な情報を提供する。

② 手段

ア. 観光産業の市場調査の実施

亀岡市の観光資源であるトロッコ列車をはじめ、保津川下り、湯の花温泉における観光客等の、宿泊・飲食・土産物品等の需要ニーズを探るため、観光協会と連携して、亀岡市へ訪れる三大観光（トロッコ列車・保津川下り・湯の花温泉）の観光客を重点に、経営支援員等による聞き取りアンケートを使った市場調査を毎年一回行う。これによって市場全体の実態を把握するとともに、観光客等のデータを集約・分析し、お土産店等の、観光客を主なターゲットとした小売店・飲食店・湯の花温泉地域等の旅館等、観光関連サービス事業者へ、巡回指導で、毎年 30 件（小売業 10 件・飲食業 10 件・サービス業 10 件）の情報提供を行う。

イ. 業種毎の需要動向調査

経営支援員等が、毎年一回ごとに、日経流通新聞や日経テレコン等から全国的な需要動向情報を収集し、亀岡市民を主なターゲットとした小売業・飲食業・サービス業及び、事業者間取引が主となる卸売業・製造業の事業者に対して、巡回指導で、毎年 40 件（小売業 10 件・飲食業 10 件・サービス業 10 件・卸売業 5 件・製造業 5 件）の情報提供を行う。

ウ. 亀岡市内消費者の消費動向調査

当商工会議所が主体となり実施している「プレミアム電子カード事業」に係わる、個店ごとの販売集計データを経営支援員及び外部専門家によって、データを分析し、地域の傾向、季節ごとの売れ筋商品の傾向等、市内消費者の買い物ニーズの動向を把握し、亀岡市民を主なターゲットとした小売業・飲食業・サービス業の事業者に対して、巡回指導で、事業実施毎ごとに

30件（小売業10件・飲食業10件・サービス業10件）の情報提供を行う。

③ 活用方法

小規模事業者が、消費者ニーズに応じた商品構成、および販売方法を確立するため、また展示会、商談会等において効果的な販路開拓を実施するための参考資料としても役立つ。

④ 効果

小規模事業者が勘や経験に頼った商品構成や販売方法から脱却して、データに裏付けられた消費者ニーズに基づいた品揃えの実施や販売方法の改善、さらに効果的な販路開拓を行なうことができる。

⑤ 目標

商工会議所が需要を見据えた事業計画を策定するための情報を、計画的に収集、分析、提供していくことで、消費者ニーズに適応した経営を行なうことができる小規模事業者を増加させる。情報収集の回数は下記に目標設定する。

支援内容	単位	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
観光産業の市場調査の実施	回	-	1	1	1	1	1
業種毎の需要動向調査	回	-	1	1	1	1	1
亀岡市内消費者の消費動向調査「プレミアム電子カード」	回	-	-	1	-	1	-
調査結果の情報提供（合計）	社	-	70	100	70	100	70

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】

小規模事業者の新たな需要の開拓支援については、事業者ごとの課題（客数増加か客単価向上か）を見極めた上で、効果的な販売促進方法を提案する。また、小規模事業者の取引成立件数の増加を支援するための体制を整備する。他の支援機関が需要開拓を支援する目的で開催する商談会、展示会などの商談機会の情報を提供するとともに、よりよい商談が行なえるよう、プレゼン資料のブラッシュアップなどのアドバイスを行い、商談の成立確率を高める。

さらにマスコミへのプレスリリース等の情報発信を支援し、小規模事業者の販路開拓に貢献する。

（現状と課題、今後の取組）

小規模事業者は、新規顧客を開拓するためのアプローチ方法やターゲットとすべき顧客の選定が課題と感じており、かつ自社や商品、サービスのPRを苦手としている。商工会議所も新規顧客開拓に役立つ最新の情報を得づらく、小規模事業者に合った商談機会の提供をすることが難しかった。

今後は、他の支援機関と密に情報交換し、需要開拓を目的とする商談機会の最新情報を入手するとともに、機会を必要としている小規模事業者に情報を提供していく。また出展サポートや情報発信のフォローも実施することで商談の成功確率も高めていく。

(事業内容)

① 目的

販売の伸び悩みを打開し、新規取引先を開拓する取組みを行う小規模事業者が、効果的、効率的に県内外・海外の販路開拓を実現することで、持続的発展につなげる。

小規模事業者が、自社のターゲットに見合う展示会や商談会に出展し、出展サポートや情報発信の支援を受けることで、新たな取引先を開拓することにつなげていく。

② 手段

1) 展示会、商談会の開催情報の提供

国、府、市、金融機関等の支援機関等が、販路開拓を支援する目的で開催する取引を希望される業者を対象とする展示会（びわ湖環境ビジネスメッセ、全国観光物産フェアなど）商談会（京都ビジネス交流フェアなど）の情報を提供していく。事業計画策定、実施支援対象者や経営分析を終了した小規模事業者など、販路開拓に関する支援ニーズが把握できている小規模事業者を重点的に、情報提供を行なっていく。

2) 展示会等への出展サポート

商談の成立件数を増やすために必要とされる取組みをアドバイスする。出展前に取組むべき準備と、商談成立後に行なうべきことの両方について、専門家派遣等を活用しながら具体的なアドバイスを個別に行なう。

ア. 出展前

自社や自社商品に興味、関心を抱いてもらえる商品の展示方法、説明資料の作成、プレゼン手法について専門家派遣等を活用してアドバイスする。準備や本番の体制についても、経営支援員等が可能な限りサポートし、より多くの商談機会を得られるよう支援していく。

イ. 出展後

商談後に持続的な取引に繋げていく方法について、専門家等の意見も踏まえ支援していく。このサポートを通じて、小規模事業者自らが取引につながる成立確率の高い商談を行えるようになり、取引先を開拓できる資質を身につける。

3) 情報発信支援事業（プレスリリース）

魅力ある商品やサービスを広く周知するため、マスコミ等に対し、取引先になる可能性のある事業者や消費者に有益で紹介する価値のある情報を提供し、新聞やTV、雑誌などで取り上げてもらう機会を創出する。情報提供については、専門家等の指導をもとにしたプレスリリースの作成に取り組み、商品やサービスの魅力をより伝えられるよう写真や図表を用いてわかりやすい情報作成に取り組みながら、個社独自の魅力をPRし、具体的な事業取引となるビジネスチャンスの提供を誘導する支援を行う。

③ 効果

新たな取引先を開拓し商談機会を得ることで新規事業への取組意欲が高まる。また、取引先が

増えることで、売り上げの向上、収益の安定化につながる。

小規模事業者は、販路の固定化や売上の伸び悩みに対して、どのような取組みを行えばよいのか自らが方策を考え行動できるようになる。

④ 目標

個社それぞれの事業規模、顧客ターゲットに見合う展示会や商談会の情報の提供や、出展に伴うサポートを実施する。出展事業者の新たな取引先を開拓する事を目標に、個社の認知度を高めるための効果的な手法や、商談の成立確率を高めていくことを支援する。

支援内容	単位	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
展示会・商談会の情報提供	社	2	10	10	15	15	17
展示会等出展社件数	社	2	2	4	7	7	8
展示会等出展サポート	社	-	1	2	4	4	5
プレスリリース指導件数	社	1	1	2	4	4	5
商 談 件 数	件	1	1	1	3	3	4

II. 地域経済の活性化に資する取り組み

従来、当商工会議所では、プライベートカード事業、地元の料飲業界、衛生協会の等の事務局を受託していた関係で、地域振興事業を積極的におこなってきた経緯がある。

本来、地域経済の活性化は「地域内資金循環、および地域内資金流入」であるとの思いから、従来の事業の中で、その効果が低いと考えられるものについては、見直しをおこなっている。

一方で、事業の意義が認められる地域振興事業については、存続発展させるものとする。

但し、今後は事業を通じて、関係者（京都府・亀岡市・亀岡市観光協会等の行政機関、地域内の金融機関等事業者、および地域住民）が、地域の課題や方向性を共有できるように、これまでよりも連携を密にし、実施する。

更に、亀岡市の策定する「第4次亀岡市総合計画～夢ビジョン～」による地域振興や観光振興の方向性を関係者間で共有するためにも、事業に「テーマもしくはサブテーマ」を設定する。

※今後も商工会議所が関わる事業は下記のとおりである。

各事業において共通するテーマは、亀岡の名所、地域の特産物（亀岡地域ブランド認定特産品）のPRを通じて「亀岡」への集客向上（交流人口の増加）に資することである。

●亀岡平和祭市民花火大会

亀岡市が昭和30年に「世界連邦平和都市宣言」したことを祈念して、過去の対戦で犠牲になられた戦没者の皆様や、災害で犠牲になられた方々のご冥福をお祈りすると共に、世界恒久平和と「ふるさと亀岡」の平和を祈念するために、毎年、保津川市民花火大会を亀岡市、商工会議所、観光協会の3者で開催します。

また、平成28年度は平和祭行事に加えて、丹波地域の自然、食、文化を発信する「森の京都」事

業の関連事業と位置づけしています。



① 組織編成

「亀岡平和祭保津川花火大会実行委員会」は、亀岡市、商工会議所、観光協会の3者が共催となっている。当所会頭が実行委員長に就任し、本年65回目を迎え、長年にわたり前述の花火大会実行委員会と同様の共催で運営され、当所が企業花火協賛を担っている。

② 地域ブランド化や賑わいの創出効果

打上げが5千発の規模で、京都府内最大級の花火（日本煙火協会推薦特選玉等）が打上がることで広く知られており、今年（H28年）は7万5千人の観光客が訪れた。また、本年全国に先駆けて、夜店出店者へのプラスチックフリー（リユース容器）を導入し、ゴミを減らし、環境にやさしい花火大会として実施した。

③ 地域への経済効果

夜に行うイベントで、かつ亀岡の三大観光の一つ「保津川下り」の保津川沿いで実施しているため、亀岡市内の湯の花温泉での宿泊客も顕著であり、また、地元商店街や量販店等での観覧招待券（抽選）など、地域内の商業者への集客につながり、売上増にも貢献している。

●亀岡光秀まつり

戦国時代の武将（智将）明智光秀公は、初代丹波亀山城主として丹波亀山を始め、今日の亀岡の基礎を築いた。この光秀公の遺徳を偲び、市民上げて顕彰する市内最大規模（集客数4万人）の春祭りである。

毎年5月3日には、光秀公の勇壮な無者行列を再現する「明智光秀公武者行列」が城下町周辺を練り歩く。また、巡行コース界限での賑わい茶屋、亀岡駅近くの南郷公園でのイベントなど多彩なイベントが目白押しとなる。

商工会議所では、特産品の販売や、会員商店街からの出店で市、内外から、歴史と自然のまち「かめおか」へ毎年多くの観光客で賑っている。



① 組織編成

「亀岡光秀まつり実行委員会」に当所会頭が副実行委員長に就任（亀岡市長が実行委員長）し、当所が、亀岡特産品販売及び食ののれん街と亀岡市観光広報隊長「明智かめまる」（亀岡市観光マスコットキャラクター）のPRを担っている。

② 地域ブランド化や賑わいの創出効果

毎年、市民のみならず、市外、府外より多くの観光客が訪れ、まつりの認知度は高まっている。亀岡産素材や亀岡産加工品を積極的に活用した特産品「亀岡地域ブランド」の販売を通して、市民や観光客に特産品のすばらしさが伝えられた。加えて、ゆるキャラ「明智かめまる」の活用を通して、訪れてよし、住んでよし、魅力たっぷりの亀岡を全国各地に発信している。

③ 地域への経済効果



亀岡の三大観光「保津川下り」「湯の花温泉」「嵯峨野トロッコ列車」とともに、本まつりは、四季の祭りの一つとして実施しているため、亀岡市内の湯の花温泉での宿泊客も顕著であり、地元商店街等の売上増加に貢献している。地元はもとより、京都市を含め遠方からも多くの観光客を見込めるので、地域経済の大きな波及効果を生み出している。

●亀岡祭

歴史にまつわる寺社仏閣が数多くある亀岡市では、一年中を通して様々なお祭りが行われている。亀岡の秋祭りを代表する「亀岡祭」は、毎年10月1日から31日まで桑山神社で行われている。

「口丹波の祇園祭」ともよばれ、古くから人々に愛されてきたお祭りである。23日の宵々山 24日の宵宮では、堤灯や花灯籠が飾られ、25日の本祭では11基にも及ぶ豪華絢爛な山鉦が街中を練り歩く。

① 組織編成

当商工会議所が、城下町フェスティバルのイベント内で、亀岡特産品販売と亀岡市観光広報隊長「明智かめまる」（亀岡市観光マスコットキャラクター）のPRを担っている。

② 地域ブランド化や賑わいの創出効果

祭の期間中には市民のみならず、市外、府外より多くの観光客が訪れ、祭の認知度は高まっている。亀岡産素材や亀岡産加工品を積極的に活用した特産品「亀岡地域ブランド」の販売を通して、市民や観光客に認定品のすばらしさが伝えられた。加えて、ゆるキャラ「明智かめまる」の活用を通して、訪れてよし、住んでよし、魅力たっぷりの亀岡を全国各地に発信できました。

③ 地域への経済効果

亀岡祭りの宵々山、宵宮の見物で、亀岡市内の湯の花温泉での宿泊客が増加し、飲食店や地元商店街等の売上増加に貢献した。亀岡の三大観光「保津川下り」「湯の花温泉」「嵯峨野トロッコ列車」とともに、本祭は、四季の祭りの一つとして実施しているため、地元はもとより、京都市を含め遠方からも多くの観光客を見込めるので、地域経済の大きな波及効果を期待している。

●京都丹波／亀岡 夢コスモス園

9月下旬から10月下旬に、関西有数の規模を誇るコスモス園会場にて、約4.2haの面積に20品種約800万本のコスモスがそよいでいる。自然がいっぱい、実りがいっぱいの丹波亀岡の地に、丹精込めて作付けされたコスモスが咲き競い、一面を彩る景勝地を創出する。また、コスモス園の開園中は、亀岡産とれたて新鮮野菜や地元特産品の直売などを実施し、丹波亀岡の秋の実りを満喫できる。

① 組織編成

「夢コスモス園プロジェクト実行委員会」に、当所会頭が副実行委員長に就任（亀岡市観光協会

長が実行委員長)し、当所が、亀岡特産品販売及び丹波味わい市と亀岡市観光広報隊長「明智かめまる」(亀岡市観光マスコットキャラクター)のPRを担っている。

② 地域ブランド化や賑わいの創出効果

イベントの期間中には市民のみならず、市外、府外より多くの観光客が訪れ、コスモス園の認知度は高まっており、昨年5万9千400人の観光客が訪れた。「亀岡産素材や亀岡産加工品を積極的に活用した特産品「亀岡地域ブランド」の販売を通して、市民や観光客に認定品のすばらしさが伝えられた。

③ 地域への経済効果

亀岡の三大観光「保津川下り」「湯の花温泉」「嵯峨野トロッコ列車」とともに、本イベントは、四季の草花シリーズの一つとして実施している。コスモス園を訪れる観光客が、来場後に市内観光名所を巡るルートとしており、京阪神地域を含め遠方からも多くの観光客を見込めるので、地域経済の大きな波及効果がある。

III. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上のための取り組みに関する事業

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

近隣商工会等、市内金融機関、大学、そして外部専門家等と連携し、経営支援のノウハウ等を情報交換することで、支援力の向上を図る。

(現状と課題)

近隣商工会等を始め、行政等と旧来の経営改善普及事業や地域振興事業に加え、創業支援等の経営支援事業、および展示会等の販路開拓事業を行ってきた。

今後は、小規模企業の振興を主眼に置き、これまで以上に各支援機関等と情報を交換する機会を作り、積極的な情報交換を行う。

(事業内容)

(1) 近隣商工会等との連携

近隣の商工会(南丹市商工会・京丹波町商工会)とは、年に3~4回程度、支援ノウハウ、セミナー開催について情報、ノウハウの共有、支援事例等について意見交換、ならびにビジネスマッチングの創出に向けた情報の共有化を図る。

(2) 行政、市内金融機関等、大学との連携

亀岡市、京都信用保証協会、日本政策金融公庫、亀岡市内の金融機関等と連携して、新規創業者、創業間もない事業所に対する経営支援ノウハウについて情報交換を行う。

また、京都学園大学(バイオ環境学部・食農学科)、生産者、加工業者、および販売業者と一体

となって、新商品の研究開発、およびブランド化に向けての情報交換を行う。

(3) 京都府よろず支援拠点等との連携

事業承継、海外展開、経営改善等の高度専門性を要する課題においては、よろず支援拠点とも連携して解決にあたる。

2. 経営支援員の資質向上に関すること

(現状と課題)

今までは、経営支援員のみが、京都府の要請による必須研修に漫然と参加してきた。ひとつひとつ研修を受けることで、知識の習得はできてきたが、それが小規模事業者の支援に有効かと言えば、まだ、そこまでのスキルが十分でなく、一般職員等との情報共有が行われていない状況であった。

今後は、「経営発達支援計画」に基づく伴走型支援という目的が明確であり、計画的に商工会議所経営支援員及び、一般職員についても、職員個々の支援能力・スキルが求められる。

不足していると判断される能力については、互いに支援内容を共有する事によって補い、必要に応じてレベルアップを目的とした各種研修に重点派遣し、経営支援員・一般職員を含めた事務局全体の支援能力資質の向上を図る。

また、経営支援が行った指導内容等については、これまでも経営カルテ（データベース）に入力することにより、経営支援員間での情報の共有を行っているが、この経営カルテを一般職員も入力及び閲覧可能なものとする。

これにより、組織内の人事異動等による経営支援レベルの低下を招かず、効率的な支援体制を構築することを目標とする。

(事業内容)

(1) OJT における資質向上

毎月、経営支援員・一般職員によるミーティングを開催することで、経営指導及び専門家の支援内容を共有することで経営支援における見識を高める。

また、必要に応じて、専門家を招聘し勉強会を開催する。その他、経営支援員は、事業者の課題解決のために専門家派遣をおこなう際に必ず同行し、みずからの支援能力の向上を図るものとする。

(2) OFF-JT における資質向上

① 小規模事業支援者研修（中小機構）への参加

中小企業基盤整備機構が主催する「小規模事業支援者研修」に年1回以上参加することで、経営支援能力の向上を図る。

② 中小企業大学校における研修

「中小企業大学校における研修」の専門コースに全経営支援員年1回参加させ、専門的な経営支援能力を身につけさせる。

- ③ 日本商工会議所主催の研修への参加
日本商工会議所主催の各研修（IT、顧客管理、苦情処理、財務会計等の各研修）
- ④ 京都府商工会議所連合会主催の研修
経営革新、事業承継、販路開拓、地域資源活用等の研修会への参加

(3) 組織内での経営支援情報共有

- ① 経営カルテ（データベース）の活用範囲を経営支援員のみならず一般職員間にも適用

◆目標（定量目標）

支援項目	単位	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
経営支援員等会議	回	6	12	12	12	12	12
研修会等への参加 (参加人数)	人	25	30	33	35	35	35

3. 事業の評価見直しをするための仕組みに関すること

経営発達支援計画が円滑に実行されるように、その進捗状況、実施状況の評価・検証及び計画の見直し等を実施する仕組みを構築する。

具体的には、計画された事業の実施状況、定性目標の到達の成否、およびその期待される効果に関する評価・検証をおこなう。そのために「経営発達支援評価委員会」を設置する。

(内容)

(1) 「経営発達支援評価委員会」委員

- ・ 正副会頭、理事および事務局長
- ・ 商工会議所総務委員長、青年部、女性会の各会長
- ・ 行政（京都府南丹広域振興局 商工労働観光室長）
- ・ 行政（亀岡市ものづくり産業課長）
- ・ 認定支援機関等の外部有識者 計9名

(2) 評価・見直しについて（年1回）

年度の終了後に、事業の実施状況（定性目標の到達度及びその効果）を「経営発達支援評価委員会」検証する。

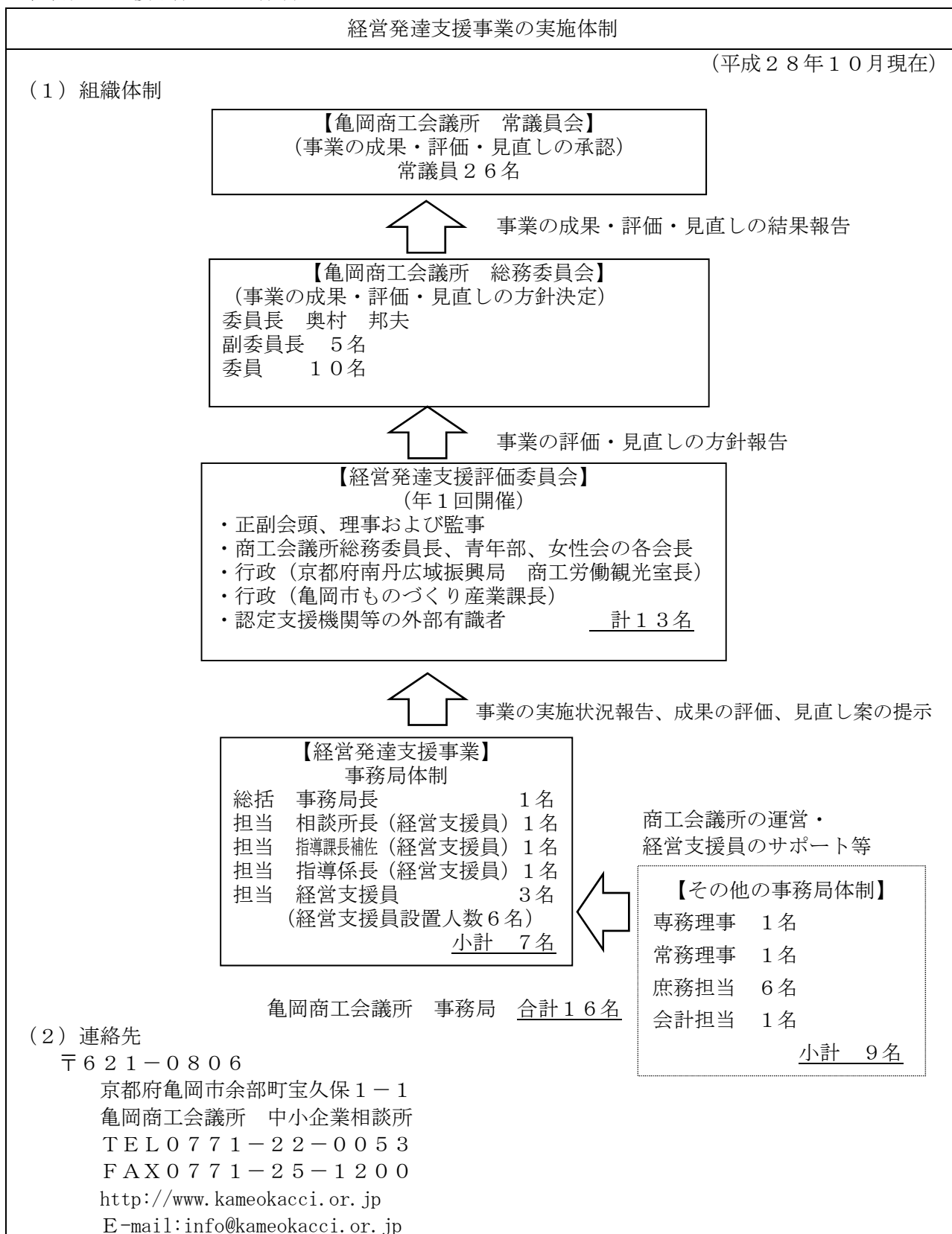
事業が予定どおりに実施されていない場合や、定性目標に到達しなかった場合、その要因を考察するとともに、改善策を常議員会に提案し、次年度の計画に反映させる。承認された計画については、経営支援員・一般職員ミーティングでその推進方法を具体的に実行する。

(3) 公表について

評価結果及び改善策を盛り込んだ次年度の計画を常議員会で公表後、当商工会議所ホームページで公表する。

(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)

	29年度 (4月以降)	30年度	31年度	32年度	33年度
必要な資金の額	4,200	4,200	5,000	5,000	5,000
小規模企業対策費					
個人支援事業	2,500	2,500	3,000	3,000	3,000
地域振興事業	1,700	1,700	2,000	2,000	2,000

(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
(補助金) 国、京都府、亀岡市
(受託費収入) 亀岡食品衛生協会、亀岡料飲連合会、マイタウンかめおか・街づくり市民の会、 亀岡産業観光振興協議会
(自己財源) 会費、各種手数料収入

(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)

商工会議所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
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 連携先：亀岡市、地域金融機関 (株式会社 京都銀行、京都信用金庫・京都中央信用金庫・京都北都信用金庫)
2. 経営状況の分析に関すること 連携先：(公財) 京都産業21 (京都府よろず支援拠点)・京都学園大学
3. 事業計画策定支援に関すること 連携先：(公財) 京都産業21 (京都府よろず支援拠点)
4. 事業計画策定後の実施支援に関すること 連携先：なし
5. 需要動向調査に関すること 連携先：株式会社 日本政策金融公庫・(公財) 京都産業21
6. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること 連携先：(公財) 京都産業21 近隣商工会等 (南丹市商工会・京丹波町商工会・南丹区域商工会・商工会議所広域連携協議会)
II. 地域経済の活性化に資する取り組み 連携先：亀岡市・一般社団法人 亀岡市観光協会
III. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上のための取り組みに関する事業
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 連携先：近隣商工会等 (南丹市商工会・京丹波町商工会・南丹区域商工会・商工会議所広域連携協議会)
2. 経営支援員の資質向上に関すること 連携先：日本商工会議所・独立行政法人 中小企業基盤整備機構・京都府商工会連合会

連携者及びその役割

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

連携者、およびその役割

・ 亀岡市

住所：〒621-8501 京都府亀岡市安町野々神 8 番地

役割：動向調査の結果を受けて、分析・公表するとともに施策に反映させる

・ 地域金融機関

株式会社 京都銀行

代表者：取締役頭取 土井 伸宏

住所：〒600-8652 京都市下京区烏丸通松原上る薬師前町 700 番地

役割：金融動向の最新情報についてセミナー等を通じて提供

京都信用金庫

代表者：理事長 増田 寿幸

住所：〒600-8005 京都市下京区四条通柳馬場東入立売東町 7 番地

役割：金融動向の最新情報についてセミナー等を通じて提供

京都中央信用金庫

代表者：理事長 布垣 豊

住所：〒600-8009 京都市下京区四条通室町東入函谷鉾町 91 番地

役割：金融動向の最新情報についてセミナー等を通じて提供

京都北都信用金庫

代表者：理事長 森屋 松吉

住所：〒573-0032 京都府宮津市字鶴賀 2054 番地の 1

役割：金融動向の最新情報についてセミナー等を通じて提供

2. 経営状況の分析に関すること

連携者、およびその役割

・ (公財) 京都産業 2 1 (京都府よろず支援拠点)

代表者：理事長 村田 恒夫

住所：〒600-8813 京都市下京区中堂寺南町 134

役割：専門家派遣

・ 京都学園大学

代表者：学長 篠原 総一

住所：〒621-8555 京都府亀岡市曾我部町南条大谷 1-1

役割：経営分析に関する指導・助言

3. 事業計画策定支援に関すること

連携者、およびその役割

・ (公財) 京都産業 2 1 (京都府よろず支援拠点)

代表者：理事長 村田 恒夫

住所：〒600-8813 京都市下京区中堂寺南町 134

役割：専門家派遣

4. 事業計画策定後の実施支援に関すること

連携先：なし

5. 需要動向調査に関すること

連携者、およびその役割

- ・株式会社 日本政策金融公庫

代表者：代表取締役総裁 細川 興一

住所：〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-9-4 大手町フィナンシャルシティノースタワー

役割：マクロ的な需要動向についての情報提供

- ・(公財) 京都産業 2 1

代表者：理事長 村田 恒夫

住所：〒600-8813 京都市下京区中堂寺南町 134

役割：ものづくり関係の受発注情報の提供

- ・一般社団法人 亀岡市観光協会

代表者：会長 楠 善夫

住所：〒621-0804 亀岡市追分町谷筋 1-6 (JR 亀岡駅 2F)

役割：市内観光客の需要ニーズ調査情報の提供

6. 新たな需要開拓に寄与する事業に関すること

連携者、およびその役割

- ・(公財) 京都産業 2 1

代表者：理事長 村田 恒夫

住所：〒600-8813 京都市下京区中堂寺南町 134

役割：展示会における情報提供

- ・近隣商工会等

南丹市商工会

代表者：会長 武田 晏和

住所：〒629-0141 南丹市八木町八木東久保 28-1

役割：物産展のとりまとめ、運営、および情報提供

京丹波町商工会

代表者：会長 野間 之暢

住所：〒622-0214 京都府船井郡京丹波町蒲生野口 45-1

役割：物産展のとりまとめ、運営、および情報提供

南丹区域商工会・商工会議所広域連携協議会

代表者：会長 渡辺 裕文

住所：〒621-0806 亀岡市余部町宝久保 1-1

役割：物産展のとりまとめ、運営、および情報提供

II. 地域経済の活性化に資する取り組み

連携者、およびその役割

- ・亀岡市

住所：〒621-8501 京都府亀岡市安町野々神 8 番地

役割：亀岡光秀祭りの特産品販売、飲食ブースのとりまとめ・運営

花火大会の共催（協賛部分のとりまとめ・運営）
亀岡祭り特産品販売のとりまとめ・運営

- ・一般社団法人 亀岡市観光協会
代表者：会長 楠 善夫
住所：〒621-0804 亀岡市追分町谷筋 1-6（JR 亀岡駅 2F）
役割：夢コスモス園における特産品販売のとりまとめ・運営

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援能力向上のための取り組みに関する事業

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

連携者、およびその役割

- ・近隣商工会等
南丹市商工会
代表者：会長 武田 晏和
住所：〒629-0141 南丹市八木町八木東久保 28-1
役割：創業者向の支援ノウハウについて情報交換、地元への誘致などの働きかけ
経営支援員の連絡会議の開催（南丹ビジネスサポートセンター経営支援連絡会議）

京丹波町商工会
代表者：会長 野間 之暢
住所：〒622-0214 京都府船井郡京丹波町蒲生野口 45-1
役割：創業者向の支援ノウハウについて情報交換、地元への誘致などの働きかけ
経営支援員の連絡会議の開催（南丹ビジネスサポートセンター経営支援連絡会議）

南丹区域商工会・商工会議所広域連携協議会
代表者：会長 渡辺 裕文
住所：〒621-0806 亀岡市余部町宝久保 1-1
役割：創業者向の支援ノウハウについて情報交換、地元への誘致などの働きかけ
経営支援員の連絡会議の開催（南丹ビジネスサポートセンター経営支援連絡会議）

2. 経営支援員の資質向上に関すること

連携者、およびその役割

- ・日本商工会議所
代表者：会頭 三村 明夫
住所：〒100-0005 東京都千代田区丸の内 2-5-1 丸の内二丁目ビル 4階
役割：主催する研修会へ参加
- ・独立行政法人 中小企業基盤整備機構
代表者：理事長 高田 坦史
住所：〒105-8453 東京都港区虎ノ門 3-5-1 虎ノ門 37 森ビル
役割：中小企業大学の研修会へ参加
- ・京都府商工会連合会
代表者：会長 沖田 康彦
住所：〒615-0042 京都市右京区西院東中水町 17 京都府中小企業会館 4階
役割：主催する研修会へ参加

