

経営発達支援計画の概要

実施者名	新宮商工会議所（５１７０００５００５２７０）
実施期間	平成２９年４月１日～平成３４年３月３１日
目標	本計画において、経営状況分析、事業計画策定で個社支援を効果的に行うことで、小規模事業者の持続的な経営に向けた力を養う。また、中心市街地の活性化に加えて、観光客が増えつつある世界遺産等の地域資源を活用した既存観光関連事業者（特産品、土産物小売事業者等）では、販路開拓支援や新商品開発支援を行うことにより持続的発展につなげていく。それらにより、商業や飲食業をはじめとした市内小規模事業者の活性化を図り、事業所数の減少に歯止めをかけることを目標とする。
事業内容	<p>【経営発達支援事業の内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1．地域内の経済動向に関する情報を継続的かつ計画的に提供し、小規模事業者に事業計画の策定など経営の発達に役立てていただく。</li> <li>2．小規模事業者の事業計画策定に向けて、対象になる小規模事業者の掘り起しを図り、１社でも多くの事業所の分析を行っていく。</li> <li>3．上記１・２から得た事業者の情報をもとに支援機関や専門家と連携し、伴走型の指導・助言を行い事業計画の策定支援を行う。</li> <li>4．上記３において策定した事業計画の実施支援を行うことで、小規模事業者の持続的発達を図る。</li> <li>5．需要を見据えた情報を収集・分析、小規模事業者に提供することで新商品の開発や新たな販路の開拓につなげていく。</li> <li>6．地域事情を考慮すると、小規模事業者の持続的な発達のためには地域外への販路開拓が必要不可欠であり、商談会への出店の促進、インターネット販売、店舗販促の強化、需要動向調査結果を活用し、持続的発達に繋げるための伴走型支援を行う。</li> </ol> <p>【地域活性化事業】</p> <p>地場産業である木材業の振興          木材業の振興は、地域産業や雇用に大きな影響を与えることが期待され、事業所の持続的発達と雇用の拡大を目標とする</p> <p>中心市街地商店街の活性化          商店街支援、空き店舗対策、個店支援を積極的に行い、魅力ある商店街・個店づくりを実施する。また文化複合施設の完成や市街地のゾーニングによる中心市街地への集客を図るため、商店街と連携した活性化協議会を設立し、活性化事業を行う。</p> <p>観光業の振興          「世界遺産」「ジオパーク」等の地域資源を活用、観光客誘致強化を図り、新しい産業としての活性化を図る。</p>
連絡先	住 所：和歌山県新宮市井の沢３番８号 電 話：０７３５－２２－５１４４ F A X：０７３５－２１－７７００ e-mail：info@shingu-cci.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. 新宮市の概要

新宮市は、紀伊半島の東南部に位置して太平洋に面し、温暖で高湿多雨な気候風土により豊かな水資源と樹木育成に恵まれた地域である。

歴史的には、熊野信仰の中心都市として栄え、中世には熊野速玉大社の門前町として発展し、明治以降は熊野材の生産地、製紙業や製材業で繁栄した歴史を持ち、今日まで熊野地方の行政、経済、文化、教育の中心都市として発展してきた。

平成16年7月7日世界遺産登録された「紀伊山地の霊場と参詣道」の熊野古道「大雲取越え」「小雲取越え」「高野坂」や川の参詣道「熊野川」など、熊野地域の海や山や川の織りなす豊かな大自然にあふれている。

新宮市は、JR 東海と JR 西日本の分岐点に位置し、名古屋へは特急で約 3 時間 30 分、新大阪へは約 4 時間でアクセスしている。また、国道 42 号線が海岸線に沿って浜松市と和歌山市を結び、紀伊半島を縦貫する国道 168 号、国道 169 号は、京阪神とを結ぶ起点の都市でもある。

#### 2. 地域経済の現状と課題

##### (1) 現状

##### ①事業所数の減少

相次ぐ製紙工場や大企業の出先機関の撤退、地理的不利による流通コスト高による企業誘致の遅れなどにより、地域経済は非常に厳しい状況が続いている。中でも人口の減少と少子高齢化は深刻な問題であり、平成 27 年 4 月 1 日現在の人口 30,682 人が平成 37 年には 25,376 人に減少、高齢化率も 39%に達するものと予想されている。

これら厳しい状況の中、市内商工業者数は減少している。原因については売り上げの減少はもちろん、事業主の高齢化による健康上の問題や後継者不足から廃業する事業者が多い。それに伴い雇用状況も厳しくなり、比較的開業しやすい飲食業などのサービス業や建設業の一人親方等を開業するケースが多く見られるが、開業後数年で廃業する事業者も多い。

	平成 18 年	平成 21 年	平成 24 年	平成 26 年
事業所数 (公務を除く)	2,911	2,734	2,520	2,515
増減率		-6.1%	-7.8%	-0.2%

(平成 18 年は事業所・企業統計調査、平成 21 年は経済センサス基礎調査、平成 24 年は経済センサス活動調査、平成 26 年は経済センサス基礎調査より)

##### ②地場産業

当地域は熊野川の筏流しにより熊野地域の木材が集積する場所であったが、道路網が発達し陸送が流通の中心になるにつれて集積地としての機能が低下、地場産業である木材業は低迷している。加えて住宅用の構造材を製造する製材業が主であること、近年主流となった集成材加工業がなかったこと、外材の輸入やハウ

スメーカーの進出などの様々な要因により、木材・木製品製造業者数は減少、従業員数も大幅に減少している。

	平成13年	平成24年
1. 事業者数	21	18
2. 従業員数	165人	82人

(和歌山県「統計年鑑」より)

### ③商業

商業においては、厳しい経済環境に加え、事業主の高齢化、健康上の理由、後継者不足、大型店の出店による影響などから廃業者が多く、市内商業は衰退傾向となっている。最近の下記調査結果から見ると事業所数が32.8%の減少に対して販売額が18.6%の減少となっており、大型店の占める割合が増加し、小規模小売店が減少していることが推測される。

	平成19年商業統計	平成26年経済センサス
1. 事業所数	716	487
2. 販売額	563億円	465億円
3. 従業員数	3,639人	2,514人

中心市街地においては、新宮市による空き店舗対策や当所が中心となって市と商店街で行っている空き店舗情報の一元化などにより若干の歯止めがかかったものの、建物数に対する空き店舗を含めた店舗の割合が平成23年6月の86.1%から平成27年6月には73.8%に減少、店舗の住宅化や空き地化が進んでいることがわかる。

主要3商店街の空き店舗率等は以下の通りとなっている。

	平成23年6月	平成28年6月
1. 空き店舗率	22.6%	11.0%
2. 店舗率（空き店舗を含む）	86.1%	72.1%
3. 商店街内住宅数	28軒	51軒

(当所調べ)

### ④観光

市内には平成16年に世界遺産登録された「紀伊山地の霊場と参詣道」に含まれる「熊野古道」「熊野速玉大社」などがあり、昨年世界遺産10周年を迎え観光客、外国人観光客も大幅に増加している。また平成26年には当市を含む南紀熊野が日本ジオパークにも認定されている。

	平成24年	平成27年
1. 観光客数	940,344人	1,156,036人

(和歌山県観光客動態調査より)

これまで非常にアクセスが悪いとされていた交通網の整備状況についても、近

畿自動車道紀勢線が三重県熊野市まで延伸され、名古屋圏からのアクセスが大幅に向上した。加えて平成 27 年度には阪和自動車道もすさみ町まで開通、今後大阪方面からのアクセスも向上し、さらに観光客の増加が期待される。しかしながら世界遺産に関しては「古道を歩く」というバックパッカーが多いこと、近くに那智勝浦町、田辺市本宮町という世界遺産と温泉を兼ね備えている観光地があり、当市は通過地点となることが多いことなどから、経済的な恩恵を感じる事があまりないのも事実である。このため土産物店や観光事業者が非常に少ないという悪循環になっている。

## (2) 課題

### ①事業所数の減少への対策

人口の減少や少子高齢化に対応するためには、個々の「強み」や「資源」を十分に理解、ブラッシュアップし、新たな需要の開拓や顧客作り、また市外、県外への新たな販路開拓を図ることで売上、利益の向上を図ることが必要である。これらにより事業所の継続的な発展が促されることで廃業を未然に防ぎ、スムーズな事業承継も可能となる。

また創業・第二創業の推進については、開業後短い期間での廃業を防ぐために、より現実味の高い開業計画の策定と、継続的な事業の見直しが必要である。

### ②地場産業の振興

地場産業である木材業の振興は、地域産業や雇用に大きな影響を与えることが期待される。住宅や公共施設への地域材の利用促進は勿論、これまで生産の主流である構造材だけではなく、幅広い用途について研究するなど、新たな方向性も目指すことが必要である。

### ③中心市街地の活性化

中心市街地商店街の活性化を図るため、魅力ある商店街、個店づくりが必要である。そのため、空き店舗対策や魅力ある個店づくり等の取り組みが重要となる。

また平成 31 年には中心市街地内に文化ホール、熊野学センター、図書館からなる文化複合施設が完成する予定となっている。また同じく平成 31 年までに国土交通省の都市再構築戦略事業による市街地のゾーニングが計画されており、今後中心市街地活性化の起爆剤となることが考えられ、この機会を逃さないようしっかりとした準備が必要である。

### ④観光業の振興

昨年登録 10 周年を迎えた「世界遺産」、「ジオパーク」については、国内の観光客は勿論、外国人観光客の誘致の強化が必要である。また観光業の活性化には、その誘致とともに観光客が市内でお金を使うシステムの構築が不可欠であり、今後研究と実施していくことが重要である。

### 3. 小規模事業者の中長期的な振興のあり方

このような地域の現状と課題を踏まえ、当商工会議所では、以下を小規模事業者の中長期的な振興のあり方として、地域経済、地域コミュニティの担い手である小規模事業者の継続的な発達を支援していく。

#### (1) 中心市街地商店街の活性化

中心市街地商店街においては、経営者の高齢化、後継者不足、大規模木売店舗の影響等で廃業する事業者が多く衰退傾向となっている。個店の魅力向上による繁盛店づくりや商店街での起業支援、セミナー等を通じた小規模事業者のやる気アップの取り組み、商工会議所による小規模事業者に寄り添った支援で、中心市街地商店街の活性化を図る。

#### (2) 観光産業の振興と交流人口の増加

新宮市には、世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の登録地が各所に点在している。全国的にも知名度が向上してきており、外国人も含め観光客は増加傾向にある。観光振興は観光産業の振興に直結するため、県、市、観光協会等と連携した観光振興策を展開し交流人口の増加を図る。

### 4. 経営発達支援計画の目標

本計画において、経営状況分析、事業計画策定で個社支援を効果的に行うことで、小規模事業者の持続的な経営に向けた力を養う。また、中心市街地の活性化に加えて、観光客が増えつつある世界遺産等の地域資源を活用した既存観光関連事業者（特産品、土産物小売事業者等）では、販路開拓支援や新商品開発支援を行うことにより持続的発展につなげていく。それらにより、商業や飲食業をはじめとした市内小規模事業者の活性化を図り、事業所数の減少に歯止めをかけることを目標とする。

### 5. 目標達成に向けた取り組み

#### (1) 中心市街地商店街の活性化

市内中心市街地商店街を活性化するため、新宮市商店街振興組合連合会等と連携し、空き店舗対策、不足業種の誘致、各種イベントの実施等による魅力ある商店街づくりを推進する。また、展示会の出展支援、経営に関するセミナーや情報発進力強化の支援等で個店の魅力アップの取り組みを行う。

創業希望者へは空き店舗の紹介や開業するために必要な経営、財務、人材育成、販路確保の支援等、きめの細かい対応を心がけ、開業後も継続的に支援することで事業が安定的に発展できるよう見守っていく。

#### (2) 観光産業の振興

観光業は製造業が非常に少ない当地域にとって外貨を稼ぐために非常に重要な手段である。世界遺産を目指した内外の観光客は増加しつつあるが、当地の観光関連産業は観光入り込み客増加というビジネスチャンスはまだまだ活かしきれていない。今後は更に新宮市・新宮市観光協会と密接に連携し、既存観光事業者の育成と販路開拓支援を実施していく。

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

- (1) 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】

小規模事業者が経営環境に即応して持続的発展を遂げるためには、経営環境を正しく把握する必要がある。経済環境はもちろん、地域内の経済動向に関する情報を継続的かつ計画的に提供することで、小規模事業者に事業計画の策定など経営の発達に役立てていただく。

#### (現状～これまでの支援～)

小規模事業者が入手できる経済動向に関する情報には限りがあり、これまで情報を経営に活かすという発想はなかった。当所もこれまで当市と周辺町村の人口動態や事業所数、業種別の売り上げ等、公的な調査結果を集計していたが、事業者から日頃求められることもないため、個別に提供することはほとんどなかった。また当所独自の景況調査は実施しておらず、十分な情報提供は行えていなかった。

#### (事業内容)

##### (1) 今後の取り組みと目的

地域の経済動向調査の結果を収集、分析することで地域の現状を把握、小規模事業者のやるべきことを明確にし、経営分析の際に有効活用することで、小規模事業者の事業計画策定等を支援し、売上や利益の向上につながるようにする。

##### (2) 統計調査の種別

###### ① 景況調査の実施

新たに地域の景況感や課題等を把握するため、当所会員事業所から業種別に調査対象事業者を抽出し、業種別動向調査を年2回実施する。調査結果については業種ごとに分析し、事業計画策定や実施の際に活用、よりの確な支援に役立てる。

調査項目：売上、従業員数の動向、採算、景況感や業界における課題等

分析項目：地域市場の動向、売上、採算、景況感等の推移

###### ② 紀陽銀行が公表している「経済季報」の分析と活用を行い、県内の経済動向の把握を行う。

分析項目：経済指標の概況変化、百貨店・スーパー販売額、家計消費支出、景況感、消費者物価指数等

###### ③ 県内の地域経済動向を把握するため、和歌山県が公表している「和歌山県の経済動向について」を分析、活用することで、小規模事業者が置かれている経済環境を把握する。

分析項目：景気動向指数、大型小売店販売額、新車登録台数、新設住宅着工数、有効求人倍率等

- ④ 各種統計調査を分析し、小規模事業者や新規開業者等の事業計画策定や実施の際の指標として活用、支援の材料とする。

各種統計：各経済センサス調査、和歌山県統計年鑑、

分析項目：事業所数・売上の増減、当市・周辺町村の人口動態、業界の動向

- (3) 収集、提供する手段

収集すべき情報、及びその入手先を特定し、情報収集リストを作成する。担当者を配置し、各機関が情報発信するたびに情報を確認し計画的に収集、分析し、小規模事業者にわかりやすく整理する。

小規模事業者への提供は、巡回指導、窓口相談で直接提供するほか、会報誌、ホームページへの掲載等で、管内の小規模事業者に漏れなくいきわたるよう提供を実施する。

- (4) 活用方法と期待される効果

小規模事業者の経営分析を行う際の参考資料、事業計画を策定する上での根拠として使用する。また各経営指導員、経営指導補助員で共有し、ニーズに合った支援策の検討に活用するとともに、小規模事業者がいつでも閲覧できる環境を整える。

収集・分析した情報を使用することで、小規模事業者に対して実施する事業計画策定・実施支援の精度が高まり、目標達成の可能性が向上する。また市場規模や地域の経済動向に則した計画を立案できるので、商品開発や販路開拓の取り組みがよりの確になる。併せて経営指導員等が行う伴走型支援における的確性が高まり、質の高い支援が可能になる。加えて小規模事業者に対して調査の分析結果を提供することで、新たな事業の取り組みを促すことができる。

支援内容及び目標数	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
業種別動向調査結果 提供先事業所数	未実施	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

## 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な発展を支援するための事業計画策定に向けて、経営指導員、経営指導補助員の巡回・窓口相談、セミナー・個別相談会、景況調査を通じて、対象になる小規模事業者の掘り起しを図り、事業計画の必要性とその材料となる経営分析の重要性を説明し、1社でも多くの事業所の分析を行っていく。

### (現状～これまでの支援～)

経営分析の手法についてこれまで様々な研修において学習をしてきているが、小規模零細事業所が多いことなどから、個別事業所の経営分析はほとんど行ってなかった。

### (事業内容)

- (1) 経営指導員・経営指導補助員が行う巡回指導、窓口相談を充実させ、対象になる事業者をピックアップ、小規模事業者の「強み」や「経営資源」、課題の抽出を

図り、商品力やサービス・競合等から SWOT 分析等を用いた現状の把握と、決算書等から安全性、収益性、成長性等の財務分析等の経営分析を行う。また必要に応じて専門家派遣等を行う。

- (2) 各セミナー開催時にそのテーマに応じた調査を行い、対象になる事業者をピックアップ、上記 (1) と同じく経営分析を行う。
- (3) 新たに経営指導員による個別相談会を定期的で開催し、小規模事業者の悩みや要望をヒアリング、その解決方法として SWOT 分析や財務分析等の経営分析を行う。
- (4) 経営分析の進め方については、SWOT 分析の他に中小機構の小規模事業者支援ガイドブック等を活用する。

支援内容及び目標数	現状	29 年度	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
経営分析に係る巡回指導件数	未実施	100	100	120	120	120
経営分析に係る窓口指導件数	未実施	100	100	120	120	120
セミナー受講者数	10	10	10	12	12	12
個別相談会実施回数	未実施	6	6	6	6	6
経営分析事業所数	未実施	20	20	24	24	24

### 3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

事業者の持続的発展には事業計画の策定と遂行が非常に有効的手段であり、積極的な策定の提案と遂行の支援を行う。対象者は上記 1・2 において経営分析を行った事業者から選定し、情報をもとに支援機関や専門家と連携し、指導・助言を行い事業計画の策定支援を行う。また創業者に対する支援も積極的に行う。

#### (現状～これまでの支援～)

事業計画策定に係る支援については、補助金申請時や融資のための経営改善計画を作成する程度であり、事業計画策定に関する意識や支援体制は十分ではなく、小規模事業者の持続的発展に向けた経営に寄り添った支援はできていなかった。

#### (事業内容)

- (1) 経営状況分析、需要動向調査の結果をもとに、経営相談・巡回指導時に経営課題解決と目標達成に向けた事業計画を策定し、その計画に沿って事業を遂行していくことが事業の発展に有効であることを説明し、事業計画の策定を提案、策定事業者の掘り起こしを行う。また、事業計画策定の必要性に関するセミナーを開催し、事業計画策定を目指す小規模事業者を募る。

策定にあたっては支援機関や金融機関と連携、また必要とあれば専門家派遣等も活用し、より実効性が高い計画を策定する。

- (2) 新宮市、創業支援事業者（日本政策金融公庫田辺支店、新宮信用金庫）と連携



し、創業者支援セミナーや創業に関する相談会を開催し、創業希望者をフォローする。創業計画策定に当たっては、創業コンセプトを確認し、併せて、販売する商品・サービスの特徴、セールスポイント、予定・想定される取引先、取引条件を確認する。その上で、資金計画、販売計画、収支見通しを考慮して創業計画策定に当たる。

支援内容及び目標数	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
事業計画策定のための巡回件数	未実施	100	100	120	120	120
事業計画策定セミナー受講者数	未実施	10	10	12	12	12
事業計画策定支援事業所数	未実施	20	20	24	24	24
創業計画策定セミナー受講者数	未実施	10	10	12	12	12
創業計画策定者数	未実施	6	7	8	8	8

#### 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】

上記3において策定した事業計画の実施支援を行うことで、小規模事業者の持続的発展を図る。専門的な課題については、エキスパートバンク制度やその他支援機関と連携、専門家派遣制度を活用するなどし、課題の解決につなげる。

##### (現状～これまでの支援～)

これまでもホームページの作成、SNSの活用などネット販売への支援や、チラシ・POPの作成などの販促支援、専門家の派遣など、様々な個別の支援を行ってきたが、事業計画の策定は補助金申請時以外ほとんどしていなかったため、計画に則った一貫した支援ができていなかった。

##### (事業内容)

- (1) 事業計画策定後は十分なフォローアップを行い、国、県、市等の行う支援策や調査等で得られた情報を周知し、その事業所に合った支援や事業展開の提案等を行う。また事業が順調に実施されていることを確認後も四半期ごとに1回巡回訪問し、計画の進捗状況の確認と見直し等をしっかり行う。
- (2) 資金調達が事業計画遂行にあたって必要となる場合は、日本政策金融公庫の各種融資制度、中でもマル経制度の積極的な推進と、新宮市利子補給制度、和歌山県制度融資等を活用し、円滑な事業の遂行を支援する。
- (3) 補助金申請等の策定支援を行った事業者については、遂行状況、効果を一貫して支援し、より効果が上がるよう指導、助言していく。また実績報告書等の作成支援、事業完了後のフォローアップを引き続き行い、持続的な発展を促す。
- (4) 支援を実施する中で、専門的知識が必要な場合は、専門家派遣制度、個別相談

会等を活用し、その解決に努める。その際は経営指導員が同席をし、一緒に指導を受けることで、事業者とともに問題解決にあたる。

- (5) 他団体が実施する事業者向けのセミナーや相談会（公益財団法人わかやま産業振興財団内の「和歌山県よろず支援拠点」が実施する出張相談など）の情報を収集し積極的な参加を促す。
- (6) 当所が売り上げの増加や収益の改善、持続的な経営のための事業計画の策定やフォローアップを行った等一定の要件を満たした場合、日本政策金融公庫の「小規模事業者経営発達支援融資制度」を活用、事業計画の推進を図る。
- (7) 創業計画の支援等を行った事業者についても、四半期毎に巡回しフォローアップを実施、計画の実施状況や経営状況、資金繰りなど聞き取り調査を行い、持続的な経営について支援を行う。創業計画通りの進捗が思わしくないと認められる場合は、巡回指導の頻度を上げ（月1回）支援を強化する。

支援内容及び目標数	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
事業計画策定フォローアップ事業所数	未実施	20	20	24	24	24
創業計画策定フォローアップ事業所数	未実施	6	7	8	8	8

## 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係る需要の動向に関する情報の収集を計画的に行い、整理分析して小規模事業者に提供することにより、新商品の開発や新たな販路の開拓につなげていく。

### （現状～これまでの支援～）

小規模事業者の中には、商品構成を見直しする機会を持たない事業者や、商品需要の情報源をあまり持っていない事業者も多い。そのため多くの小規模事業者は、需要や市場動向を顧みることなく、従来通りの品揃えに終始したり長年の経験や勘に頼っているケースも多く見られ、消費者ニーズとのミスマッチが売上の低迷を招いている場合も多い。当所としてはこれまで小規模事業者が販売する商品やサービスについて、事業者からの相談を受けその都度インターネット等からの情報収集と提供を行ってきたが、需要動向調査は会議所として行っていなかった。

### （需要動向調査）

#### ①目標

- 個社支援を行う小規模事業者の商品またはサービスを調査対象として、消費者ニーズを把握し、新たな販路開拓や売り上げアップ、新商品・サービスに開発に結びつける。また、展示会やイベント等に小規模事業者が自社の商品を出展する場合には会場においてアンケート調査を行い、顧客のニーズや商品に対する評価を把握する。

- 調査実施後においても、小規模事業者が自ら継続して調査を行えるようにすることを目的として、巡回指導等によって知識や調査技術の習得を支援していく。
- 本商工会議所では、経営発達支援計画で中心市街地商店街の活性化の手段の一つとして「一店逸品運動」で個店支援に取り組んでいくこととしている。また、観光産業の振興のためにも、特産品の販路拡大にも取り組んでいく。

このため、需要動向調査の品目として、特産品の「さんま寿司」、「めはりずし」、「熊野牛」、「海産物加工品」、一店逸品運動の中から「和洋菓子」を選び、これら商品の販売を行う小規模事業者の新商品開発、販路拡大を支援する。調査は、アンケートにより直接消費者の声を聞く方法と、情報紙等から情報を収集する方法を併用する。

## ②手段・手法の1（アンケート調査）

### ・特産品について

毎年市内で開催され全国から参加者が集まる天空ハーフマラソン、歳末に開催される商店街の催し等に出展し、来場者を対象に、試食・試用してもらい、商品に対する意見をアンケート調査により収集する。

[アンケート項目：さんま寿司の場合]

商品の味（酸味、甘み）、香り、見た目（印象）、食感、サイズ、価格、賞味期限に関する意見、考えられるレシピなど

[アンケート収集数]

1品目について100通のアンケート回収を行う。

（なお、アンケート項目については、品目に応じて事業者と意見交換して決定する。）

## ②-2 手段・手法の2（情報紙等からの情報収集）

情報紙等から、商品の販路開拓や新商品開発に役立つ注目商品や業界動向等に関する情報収集を行う。

[活用する情報紙等：さんま寿司の場合]

日経テレコン21、和歌山県農林水産部の流通促進情報、食品産業新聞、日本食糧新聞など

[収集する情報：さんま寿司の場合]

なれ寿司・押し寿司の地域別生産量、販売金額の動向、全国のなれ寿司・押し寿司の商品情報、発酵食品情報など。

## ③成果の活用

- ・収集した消費者アンケート調査結果及びメディア・情報紙からの情報は、商工会議所で整理・分析して、巡回時や窓口相談等に提供する。
- ・アンケート調査結果については、催事開催後に整理・分析する。
- ・情報紙等からの収集情報は、日々収集した情報を整理・分析して3ヶ月毎に会報誌やホームページに掲載する。また、巡回時や窓口相談等に提供する。
- ・これらの情報を活用することにより、当地域の特産品販売業者の新商品開発や

新たな販路開拓につなげていくことができる。また、新商品（世界遺産の地、新宮らしいお土産物となる和菓子）開発の参考情報としても活用することができる。

支援対象及び目標数	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
支援対象小規模事業者の業種	未実施	さんま 寿司の 製造販 売業者	めはり ずしの 製造販 売業者	熊野牛 の販売 業者	海産物 加工品 の販売 業者	和洋菓 子の製 造販売 業者
支援する個社の数	未実施	10社	8社	5社	10社	10社

## 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】

人口の減少や少子高齢化の影響を考慮すると、小規模事業者の持続的な発展のためには地域外への販路開拓が必要であり、その販路開拓を支援するため、市や県、関係機関が実施する展示会・相談会等への出店を支援する。また、インターネット販売や都市圏へのPRを行い、消費者に直接販売する方法を支援する。需要動向調査によって支援する業種にあっては、調査結果を活用し新商品開発や販路開拓を伴走型で支援していく。

### (現状～これまでの支援～)

展示会や商談会については商業・サービス業が多く製造業が少ない当市ではこれまでもほとんど実施されておらず、県などが開催する展示会等の情報提供を行ってきた。しかしながら展示会等が開催される和歌山市や大阪市への出展は移動距離があり宿泊が伴うことから、小規模事業所が多く事業所を複数日離れられない当市からの参加者はほとんどいないのが現状である。また過去百貨店等と取引をした事業所もあったが、受注数輸送コスト等の問題から現在は撤退している。そのため当所が行っている各事業者への支援は店舗における販売促進、ネット販売に関する支援が中心になっている。

### (今後の取り組み)

新宮市は、紀伊半島の東南部に位置し、大阪市、名古屋市はもとより県庁所在地の和歌山市へも約3時間を要するため、都市部での展示会に出展するのは負担が伴うことは否めない。しかしながら、都市部において開催される物産展に出展することは販路拡大効果が大きいことから、出展することのメリット、出展経費の説明、出展助成制度の説明等、小規模事業者が都市部での物産展に出展しやすいように支援していく。

また、地域内にあって深く地域住民の需要に応じていきたいと考えている小規模事業者にあっては、広告の作成支援や「経営塾（小規模事業者の経営支援を行うセミナー）」を活用して需要の拡大を支援していく。

## (事業内容)

- (1) 県、(公財)わかやま産業振興財団等が実施する展示会に、南紀地方に止まらず都市部において販路の開拓を希望している小規模事業所をピックアップし、直接訪問の上、出展することのメリットの説明、出展に要する費用の説明、出展費用の助成制度の紹介等を行い積極的な出展を促す。  
また、出展にあたっては、和歌山県よろず支援拠点と連携し、出展商品に関するデザイン、ネーミングについてのブラッシュアップを行い、売れる商品づくりを支援する。
- (2) 地域外の消費者に直接商品やサービスの販売を行いたいと考えていても、ITの活用や情報発信が不得手な小規模事業者に対しては、ホームページによるPRの有効性を説明するとともにホームページの作成支援を行うなど、情報発信力の向上を図る。
- (3) 地元商店街にあって地域の需要に応えていきたいと考えている小規模事業者に対して、市内および周辺町村への販路開拓として、広告の作成支援と、来店の際の販売促進策として店内POP・チラシ・DM作成等の支援を行う。
- (4) 当所が実施する「※繁盛店づくり事業」をさらに充実させ、毎年テーマを決めた「経営塾」方式で新たな需要や顧客を開拓するための講演会や相談会、事業等を実施する。特に販路開拓においては、需要動向調査の必要性、重要性、調査手法、成果の活用方法を説明し、新商品開発や新たな販路開拓による売上拡大が実現できるよう支援する。また、参加事業者を対象に、フェイスブックを活用したグループを形成、学んだことの復習といった支援を行うとともに、実践してお客様の反応など、事業者同士の情報共有の場として利用することで、モチベーションアップや店舗における需要の開拓を目指す。  
※繁盛店づくり事業：個店における品揃え、接客、店舗環境の見直し等を内容としたセミナーや窓口相談で、魅力ある個店づくりを応援する事業
- (5) 当所が中心市街地商店街の店舗を対象として実施する「※一店逸品運動」の参加者については、各店が決定した逸品を一堂に掲載した「逸品カタログ」を作成し、新しい顧客の開拓を図る。併せて、「一店逸品運動」参加店舗の増加を図る。  
また、店頭、店内のレイアウト整備、POP作成支援といった具体的に目に見える支援を行う店舗支援を充実させることで、より分かりやすい販売促進の支援を行い、各店のレベルアップ、店舗における需要の開拓を促す。  
※一店逸品運動：商店街や共同店舗のそれぞれの店舗が、お客様に自信をもって、オススメできる商品を積極的に展開していく活動。
- (6) 需要動向調査の支援対象事業者に対しては、調査結果のフィードバックは行うが、併せて、調査結果(アンケート調査結果及び情報紙等からの収集情報)を小規模事業者とともに研究し、調査結果を既存商品のブラッシュアップ、新商品の開発

支援、販路開拓等に事業者と一緒にって取り組み、新たな需要の開拓につなげていく。

支援内容及び目標数	現状	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度
展示会出席事業者数 (販売は伴わない)	0	2	3	4	5	5
インターネット販売 促進支援事業者数	0	10	10	20	20	20
POP・チラシ・DM等の 作成支援事業所数	0	20	20	30	30	30
繁盛店づくり事業参 加事業者数	40	50	50	60	60	60
一店逸品運動参加事 業者数	23	30	30	40	40	50
需要動向調査結果の 活用支援事業者数	0	15	7	5	10	12

## II. 地域経済の活性化に資する取り組み

### (現状と課題)

当商工会議所では、これまでも関係機関と連携して各種事業を実施し、一定の成果は挙げてきた。中でも、木材業が衰退した現在、商業が当市の主要産業であり、中心市街地商店街の活性化について積極的な取組を行っている。また、観光産業についても、世界遺産やジオパーク等による観光入り込み客増加の取り組みを県や市などと連携して実施している。

関係機関との連携体制は整っているが、各事業に対する取り組み目的が小規模事業者の継続的な売上拡大や新たな需要の拡大にあるということ、関係機関と共有していたとは言えない状況であって、その効果は小規模事業者の継続的な売上拡大や新たな需要の拡大につながるものとは言い難い状況であった。

### (今後の取り組みと効果)

今後は、当商工会議所が中心となって、新宮市、新宮市観光協会、新宮市商店街振興組合連合会、新宮木材協同組合、新宮信用金庫等が地域活性化の方向性を共有し、共に手を携えて、新宮市の小規模事業者の持続的発展に向けて意見交換を重ね、意識の共有を図る。

目的の共有を図った後に事業を実施することで、売上拡大、販売力の向上や新たな需要の拡大が図られ、小規模事業者の振興と地域経済の活性化が成し遂げられる。

また、このような関係機関の連携を広く域内の小規模事業者に周知することにより、事業への参加意欲が高まる。

## (事業内容)

### (1) 中心市街地商店街の活性化

中心市街地商店街の活性化について、新宮市、新宮市商店街振興組合連合会及び各商店街振興組合、新宮信用金庫等と連携し取り組んでいく。特に同連合会は当所にて事務局を担っており、今後さらに連携を密にし、振興策を遂行していく。

- ①魅力ある個店づくりを行うための「一店逸品運動」や新宮信用金庫と取り組んでいるクーポン事業「わくわくセール」等を更にレベルアップさせ、事業者と一体になって取り組んでいくこととする。
- ②空き店舗対策については、当所が直接家主と家賃交渉し、得られた情報は市、商店街にも提供、3者で問い合わせに対応するなど、入居の促進を図っている。またこれにより得られた空き店舗情報は当所ホームページで公開、市の空き店舗対策補助金と併せて掲載することで一定の成果を出している。しかしながら「しもた屋」や賃貸拒否の空き店舗（空き家）が増加しており、商店街の機能や治安の低下が進行している。「しもた屋」や空き店舗（空き家）の減少を図るため、市・商店街と連携し家主への接触、交渉を積極的に行うとともに補助金などの有効な手段を検討する。
- ③平成30年、中心市街地内に文化ホール、図書館からなる文化複合施設が完成する予定となっており、市民、観光客などの集客施設となることが予想されている。また同じく平成30年までに国土交通省の都市再構築戦略事業による市街地のゾーニングが計画されている。これらを中心市街地活性化の大きなチャンスと捉え、中心市街地内の商店街との連携による活性化協議会を設立し、集客のための活性化事業や飲食店等の誘致による空き店舗対策、創業者支援を行い、中心市街地のにぎわいの創出に努める。

### (2) 観光業の振興

新宮市、新宮市観光協会等と密接に連携、特に同観光協会の役員に当所から副会長に就任しており、現在抱えている問題点や目標を共有しながら、地域資源の有効な活用手段の構築を図り、これからの産業として振興を図る。

- ①「世界遺産」や「ジオパーク」活用に取り組んでおり、今後は更に連携を深め、観光客の誘致を行う。
- ②新たに誘致策として、当地域での観光疑似体験ができるよう動画を中心にしたフェイスブックを立ち上げ、観光スポットの紹介はもちろん各店の情報等の広報活動の充実を図る。また近年増えつつある外国人観光客に向けての英語版も制作し誘致を図る。
- ③Wifi スポット設置を進め、その情報が現場でリアルタイムに取り込めるようにする。
- ④観光事業者に対して外国人観光客への接客方法の研修会の開催や接客ツールの配布を行い、コミュニケーション能力の向上を図るなどの育成を行うことで、各個店にお金を落とす仕組みを作る。

近年高速道路の延伸により、大阪・名古屋からのアクセスは向上したものの、まだまだ遠いという印象が強い。そこで、そこを弱みと捉えず、「わざわざ来る価値

値」を研究、「世界遺産」のみならず、自然、食、文化等、あらゆるジャンルの研究に関係機関と共に取組み、新しい地域資源の発見とPRに努め、産業としての観光業の振興を図る。

### (3) 木材業の振興

当地域に少ない製造業である木材業の振興は、雇用をはじめ運送業等の他業種への波及効果が大きく、当地域経済の発展に不可欠であると考えており、同組合と連携し、以下のように取り組む。

- ①各製材所等の出荷額や取扱品、経営内容の把握と現在の市場の需要動向を研究する。
- ②建築業や設計士等との懇談会の実施による地元材の利用促進を図る。
- ③現在主流になっている構造材以外の新商品の開発について、当所木材木製品業部会による検討会や新宮木材協同組合との合同委員会等を設置し研究、事業所の継続的な発展に繋げる。

## 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り組み

### 1. 他の地域支援機関との連携を通じた支援ノウハウなどの情報交換に関すること

地域支援機関と連携し事業者を支援していく中で、意見交換や情報収集、立ち合いを行う中で、それぞれの支援機関が持つ支援ノウハウの習得に努め、支援力の向上を図る。

- (1) 和歌山県商工会議所経営指導員等研修会、新宮東牟婁商工会議所・商工会職員研修会等に参加し、情報交換や意見交換を通じ、県内・近隣町村の現状や需要動向などの情報収集と支援ノウハウの習得に努める。
- (2) 和歌山県、新宮市とは経済動向に関する情報や需要動向などの情報交換や支援メニューなどについての意見交換などを行い、情報収集や制度の熟知を図る。
- (3) 新宮木材協同組合や新宮市商店街振興組合連合会・新宮市観光協会とは、その業界の需要動向や地域の現状について意見交換、情報収集することで、それぞれの業界に必要な支援ノウハウを学ぶ。また専門家を派遣する際は同席する中で、専門的知識の習得に努める。
- (4) 新宮信用金庫とは地域の経済状況や需要動向について意見交換を行うなど、地域に密着した支援ノウハウの習得や、ものづくり補助金の申請支援などを通じた支援力の向上を図る。
- (5) 日本政策金融公庫とは小規模事業者経営改善貸付や創業計画書の作成を通じて、企業の経営状況の把握や金融支援ノウハウ等についてその習得に努める。
- (6) (公財)わかやま産業振興財団とは、よろず支援拠点や各種商談会、専門家派遣等の諸施策を活用することで、小規模事業者の販路開拓等についてのノウハウの取得を図る。



## 2. 経営指導員等の資質向上等に関すること

従来の和歌山県や県内商工会議所経営指導員対象の研修会等への積極的な参加はもちろん、自所の主催するセミナー、専門家を交えた経営相談、専門家派遣事業の帯同、メディアからの情報収集など、あらゆる機会を資質向上のための学習体験ととらえ、伴走型支援に必要な資質の向上を図る。

また、経営指導員等が習得した支援ノウハウや小規模事業者の経営状況の分析結果等については、個人に帰属させるのではなく組織内で共有する体制を構築する。

### (1) 経営指導員等の支援能力の向上の取組み

- ① 経営指導員と経営指導補助員は和歌山県商工会議所経営指導員等研修会、新宮東牟婁商工会議所・商工会職員研修会等に参加し、経営分析の手法や事業計画策定など、小規模事業者の経営支援のための支援能力の習得を図る。
- ② 中小企業診断士、社会保険労務士、税理士等の専門家による経営相談等あつては、経営相談への同席、専門家派遣業務への帯同を積極的に推進し、これら専門家が持つ指導、助言ノウハウを吸収する。
- ③ 中小企業白書等の各省庁の白書や刊行物、経済新聞等から最新の経済動向を把握し、小規模事業者支援に活用する。
- ④ 経営分析や事業計画の策定にあたっては、中小機構の小規模事業者支援ガイドブックや経営計画策定アプリ「経営計画つくる君」等を活用し、スムーズな支援と指導員の資質向上に努める。
- ⑤ 中小企業診断士の資格を持つ職員を講師として、定例勉強会を開催して、支援担当者全員のレベルアップを図る

### (2) 支援ノウハウを組織内で共有する体制

- ① 巡回時の事業者との接触記録、事業者の経営状況分析結果等を経営カルテとして蓄積し、情報の共有化を図ることで経営支援体制を構築する。
- ② 毎週、支援担当者会議を開催し、支援を行っている小規模事業所の事業計画の進捗状況を共有する。全員で意見交換し、様々な事例の支援ノウハウを習得する。支援担当者だけでなく、一般職員を含めた商工会議所全体で支援ノウハウ・支援情報を共有する。
- ③ 中小企業診断士、社会保険労務士、税理士等の専門家の事業者支援に帯同した経営指導員は、支援担当者会議で内容を報告し、指導・助言等の支援内容を共有する。

## 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

本計画の事業実施状況及び成果については、毎年度以下の方法により評価、見直しを図り次年度以降の計画に反映させる。

### (1) 所内評価会議

専務理事・事務局長・中小企業相談所長・経営指導員・補助員で構成し、その年度の当初の目標に対する実施状況、達成率、直面した課題の抽出を行い、見直しに

ついでの方針を作成する。

(2) 事業評価委員会

所内評価会議の構成員に行政、中小企業診断士（和歌山県中小企業診断士協会）の外部有識者を加え、所内評価会議からの報告を検討し、事業の実施状況、成果、評価、見直しの方針を検討し、PDCAサイクルを構築する。

(3) 正副会頭会議

事業評価委員会からの報告を受け、常議員会に提出する事業評価・見直し（案）を作成する。

(4) 常議員会

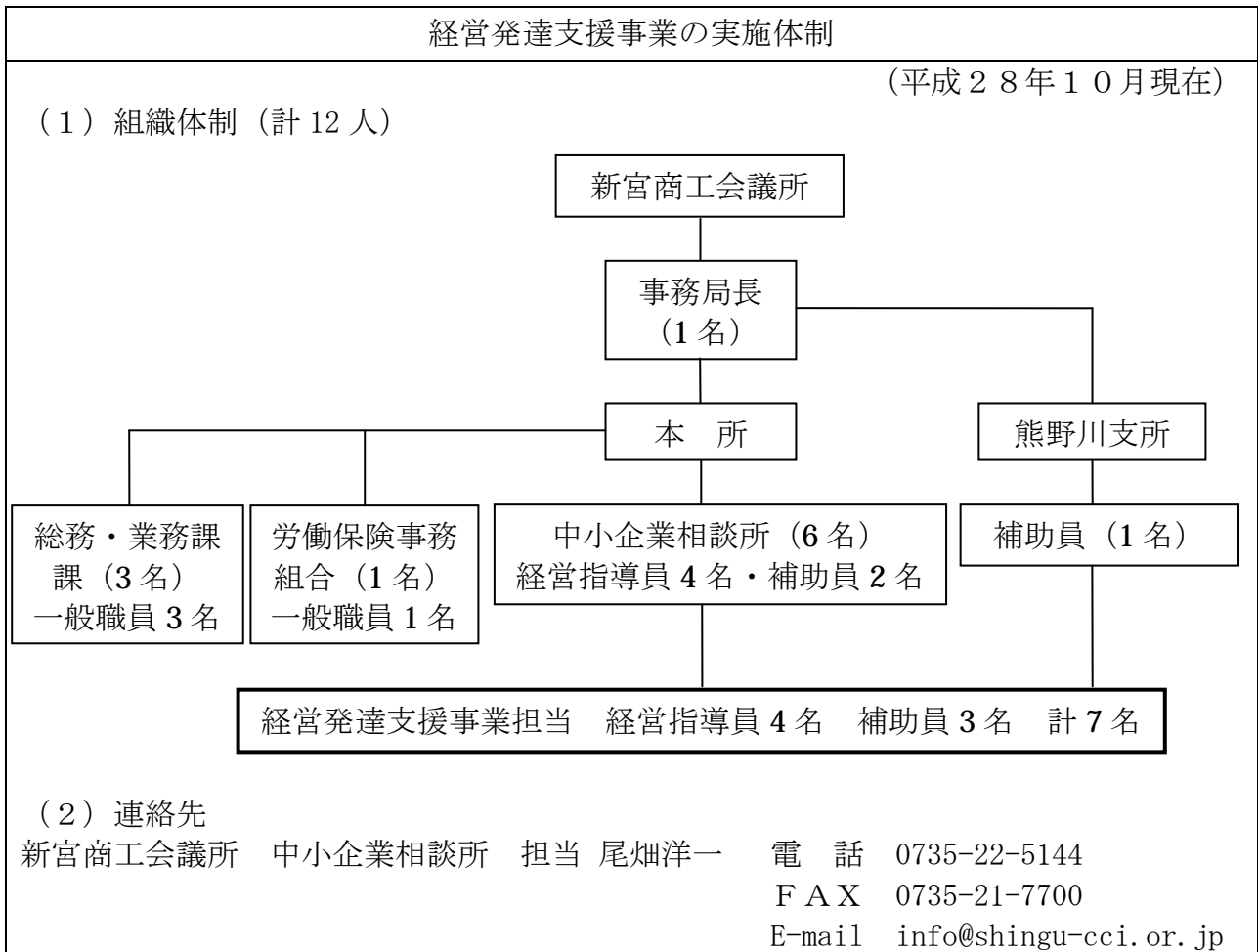
正副会頭会議からの事業評価・見直し（案）の検討・承認を行う。

(5) 結果の公表

常議員会で承認された評価・見直し案については、新宮商工会議所に備え付けを行い、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



(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	30 年度	31 年度	32 年度	33 年度
必要な資金の額	52,000	52,000	52,000	52,000	52,000
中小企業相談所会計	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000
個店改善推進事業費	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
新宮市商業活性化事業費	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800

(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

会費、和歌山県小規模事業経営支援事業費補助金、新宮市個店改善推進事業補助金、新宮市中心市街地商業活性化推進事業助成金

(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><b>(2) 経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>I. 経営発達支援事業の内容</b></p> <p><b>1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】</b></p> <p>①連携者：和歌山県、新宮市 連携内容：経済動向や需要動向などについて和歌山県、新宮市と情報交換・意見交換を行い、小規模事業者のニーズに合った支援策の検討を行う。</p> <p><b>3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】</b></p> <p>①連携者：新宮信用金庫 連携内容：「ものづくり補助金」の事業計画策定について協力して行う。</p> <p>②連携者：新宮市、新宮信用金庫、日本政策金融公庫 連携内容：創業者支援セミナー、無料相談会等を開催、創業者支援を行う。</p> <p><b>4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】</b></p> <p>①連携者：日本政策金融公庫田辺支店 連携内容：事業計画がスムーズに遂行されるよう、資金調達等で連携する。</p> <p>②連携者：(公財)わかやま産業振興財団 連携内容：「和歌山県よろず支援拠点」の情報を収集し、出張相談等への積極的な参加を促す。</p> <p><b>5. 需要動向調査に関すること【指針③】</b></p> <p>①連携者：新宮市商店街振興組合連合会 連携内容：消費者動向調査と、消費者の聞き取り調査を連携して行う。</p> <p><b>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】</b></p> <p>①連携者：和歌山県、新宮市、(公財)わかやま産業振興財団 連携内容：小規模事業者へ県、市、財団が開催する展示会、商談会等の情報の提供を行い、積極的な出展を促す。</p> <p><b>II. 地域経済の活性化に資する取り組み</b></p> <p><b>1. 地域活性化事業</b> (事業内容)</p> <p><b>(1) 木材業の振興</b></p> <p>①連携者：新宮木材協同組合 連携内容：各製材所の経営内容、市場の需要動向の把握を行い、木材業の振興に連携して取り組む。</p> <p><b>(2) 中心市街地商店街の活性化</b></p> <p>①連携者：新宮信用金庫 連携内容：クーポン事業「わくわくセール」について、事業者と一体になって取り組む。</p> <p>②連携者：新宮市商店街振興組合連合会</p>

連携内容：「一店逸品運動」「わくわくセール」空き店舗対策、活性化協議会の設立等、連携して中心市街地商店街の活性化に連携して取り組む。

### (3) 観光業の振興

①連携者：新宮市、新宮市観光協会

連携内容：観光客の誘致や地域資源の研究に連携して取り組み、産業としての観光業の振興に取り組む。

#### 連携者及びその役割

##### ① 和歌山県

経済動向や需要動向に関する情報・意見交換を行うとともに、小規模事業者の現状を分析し要望、効果的な支援策に繋げる。

##### ② 新宮市

経済動向や需要動向、支援メニューに関する情報・意見交換を行い、小規模事業者の効果的な支援に繋げる。そして第一の連携者として強力に連携し、新宮市経済の持続的発達に一致協力していく。

##### ③ 新宮木材協同組合

業界の需要動向や現状について情報交換や意見交換を行い、的確な支援を行うためのノウハウを習得する。そして地場産業である木材業の振興を図るための方策を連携して実施することで、的確な支援が可能になる。

##### ④ 新宮市商店街振興組合連合会

現在取り組んでいる事業についての更なる充実と発展、空き店舗や「しもた屋」の解消のための情報交換や事業実施について協力することで、加盟商店街の連携も可能になり、より効果的な事業展開が可能となる。

##### ⑤ 新宮市観光協会

「世界遺産」「ジオパーク」をはじめとした地域資源の経済的活用に向けて連携し、新宮市のこれからの産業としての「観光振興」を一致協力して推進していく。

##### ⑥ 新宮信用金庫

地元金融機関である当該信用金庫と経済状況や需要動向に関する情報交換を行うことで、お互いにより生きた情報の交換が可能となり、的確な経済的発展への対策を行う事ができる。また中心市街地商店街の活性化でも連携する。

##### ⑦ 日本政策金融公庫

小規模事業者経営改善貸付や新規開業への貸付等、密接に連携することで、事業者の円滑な事業遂行を支援することができる。

##### ⑧ (公財) わかやま産業振興財団

「よろず支援拠点」や各種商談会、専門家派遣などの活用促進を図り、小規模事業者の課題解決に協力して取り組む。

名 称	代 表 者	住 所	電話番号
和歌山県	知 事 仁坂 吉伸	和歌山市小松原通り 1 丁目 1	073-432-4111
新宮市	市 長 田岡 実千年	新宮市春日 1-1	0735-23-3333

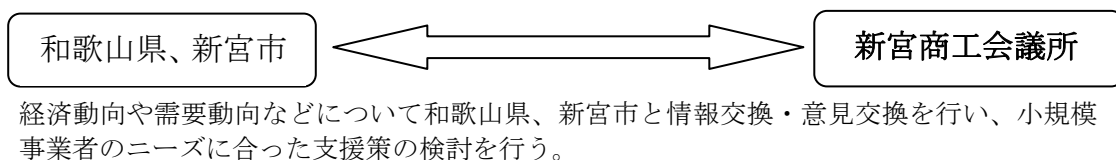
新宮木材協同組合	理事長 瀧岡 俊太	新宮市あけぼの 4-64	0735-21-6105
新宮市商店街振興組合連合会	理事長 福田 一郎	新宮市井の沢 3-8 新宮商工会議所内	0735-22-5144
新宮市観光協会	会長 丹羽 生	新宮市徐福 2-1-1	0735-22-2840
新宮信用金庫	理事長 浦木 睦雄	新宮市大橋通 3-1-4	0735-22-6191
日本政策金融公庫 田辺支店	支店長 篠田 直喜	田辺市高雄 1-11-27	0735-22-6120
(公財)わかやま産業振興財団	理事長 島 正博	和歌山市本町 2-1 フォルテレジマ 6F	073-432-3412

連携体制図等

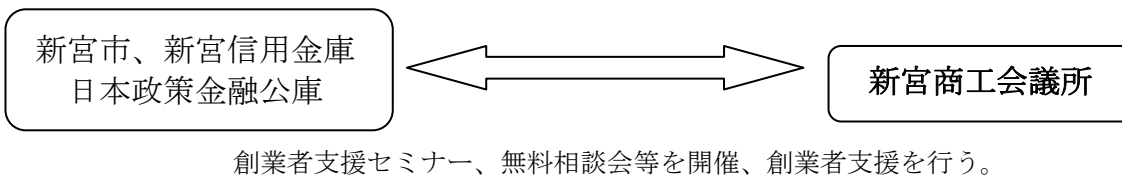
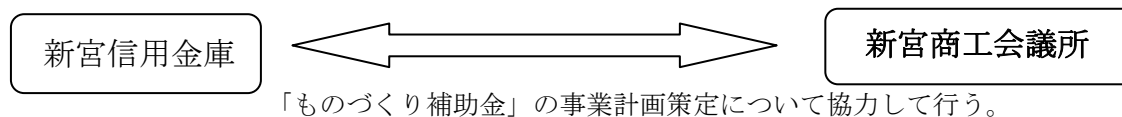
(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

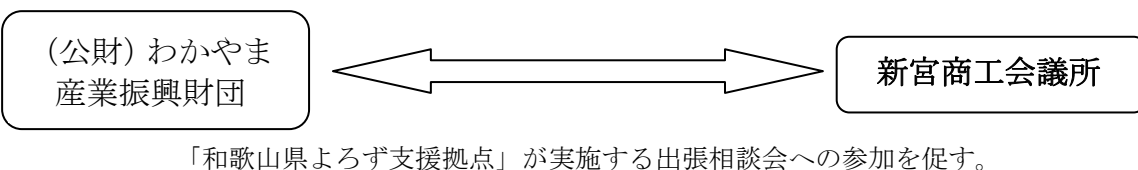
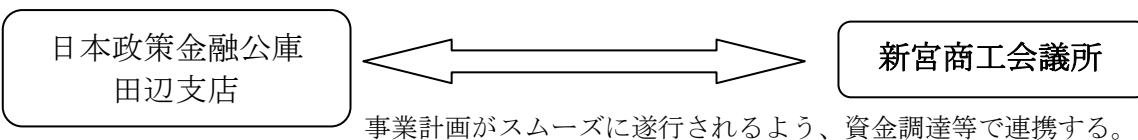
1. 地域の経済動向調査に関すること【指針③】



3. 事業計画策定支援に関すること【指針②】

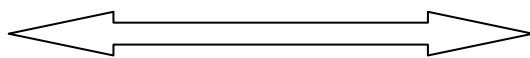


4. 事業計画策定後の実施支援に関すること【指針②】



## 5. 需要動向調査に関すること【指針③】

新宮市商店街  
振興組合連合会

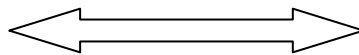


新宮商工会議所

消費者アンケート調査の聞き取り調査を連携して行う。

## 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】

和歌山県、新宮市  
(公財)わかやま産業振興財団



新宮商工会議所

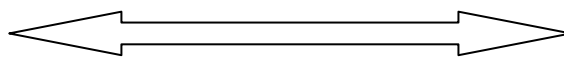
小規模事業者へ県、市、財団が開催する展示会、商談会等の情報の提供を行い、積極的な出展を促す。

## II. 地域の活性化に資する取り組み

### 1. 地域活性化事業

#### (1) 木材業の振興

新宮木材協同組合

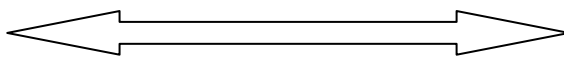


新宮商工会議所

各製材所の経営内容、市場の需要動向の把握を行い、木材業の振興に連携して取り組む。

#### (2) 中心市街地商店街の活性化

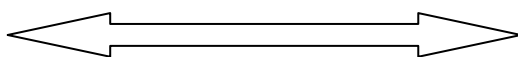
新宮信用金庫



新宮商工会議所

クーポン事業「わくわくセール」について、事業者と一体になって取り組む。

新宮市商店街  
振興組合連合会

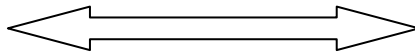


新宮商工会議所

「一店逸品運動」「わくわくセール」空き店舗対策等、活性化協議会の設立等、連携して中心市街地商店街の活性化に連携して取り組む。

#### (3) 観光業の振興

新宮市、新宮市観光協会



新宮商工会議所

観光客の誘致や地域資源の研究に連携して取り組み、産業としての観光業の振興に取り組む。